

平成 30 年度 事業内部評価

平成 30 年度に浜松市文化振興財団文化事業課にて開催した鑑賞型事業の内、20 公演(9 企画)について内部事業評価を実施しました。評価指標は前年度事業評価方式を継続して採用しております。

1 実施した内部事業評価項目

■目標設定

事業開催目的及び狙い、損益分岐点の設定、予算設定、収益目標額、自主財源投入予定額

■事業成果と評価

目的及び狙いの達成度、入場者・参加者・実績値、収支状況

■結果確認、改善点および今後の方向性

達成度・実績値・収支状況による総合評価、担当者・所属長による状況分析及び改善点

2 評価点基準及び総合判定基準根拠

I 目標達成度

満足度	アンケート結果による顧客満足度（良い・大変良いの集計）の割合。そのまま評価点に表記。
-----	--

II 参加者等

券売率	当初設定された有効販売数に対する販売実績率。100%で完売。
入場率	有効座席数に対する入場者実績率。100%で満席。
達成率	券売目標率に対する券売率の達成率。100%で目標達成。

評価点は下記の表により決定

	点数
満席	100
目標達成率 101%～満席未満	90
目標達成率 100%～91%	80
目標達成率 90%～81%	70
目標達成率 80%～71%	60
目標達成率 70%～61%	50
目標達成率 60%～51%	40
目標達成率 50%～41%	30
目標達成率 40%～31%	20
30%以下	10

Ⅲ 収支状況

収入率	当初予定収入額に対する収入実績率。100%以上で収入増。
支出率	当初予定支出額に対する支出実績率。100%以下で経費削減。
財源投入率	当初予定されていた自主財源投入額に対する投入額実績。 100%以下で当初予定より投入額減少。0%で投入額0円、事業単体で収支は黒字。 また予定されていなかった投入額については実額で表記するとともに説明を加える。

評価点は下記の表により決定

	点数
完売	100
収支プラス～完売未満	90
収支0円～9%減	80
10%減～19%減	70
20%減～29%減	60
30%減～39%減	50
40%減～49%減	40
50%減～59%減	30
60%減～69%減	20
70%減以上	10

※収入には自主財源等を含める

Ⅳ 総合判定 評価総合結果の点数により、下記の通り設定

90点～	AA 卓越した水準
70点～	A 優秀な水準
40点～	B 良好な水準だが一部問題あり
20点～	C 一応の水準だがかなり問題あり
0点～	D 多くの問題あり

3 事業評価結果一覧

■事業概要					
事業名	浜名梱包クラシックスペシャル アクト・ニューアーティスト・シリーズ 2018				
開催日・場所	平成30年5月27日、7月15日、9月2日、12月16日、平成31年2月3日 (全5回) アクトシティ浜松 音楽工房ホール				
基本方針分類	交わる・育てる (クラシックファン層自身により若手アーティストの育成を支援し、文化交流を深める)				
内容・目標	実力があり、今後活躍が期待される若手アーティストを採り上げることで、市民の音楽への関心を高めていくことを目的としている。 継続スポンサーにより、クラシック初心者でも来場しやすい価格設定を実現。割引いたお得な価格のパスポート(5回通し券)を設定することでリピーターを増やすとともに、演奏後のアフター・トークを企画し、演奏家と聴衆の交流を図り、クラシックファンの拡大を狙う。 アクトシティオープン以来続けているシリーズであり、通算 117 回開催。				
■事業成果と評価				評価点	
I 目標達成度 (満足度)	86.2%	アンケート回収枚数 310 枚 回収率 32.0%		86 点	
II 参加者等	券売率	88.1%	券売率は、1 回目公演が目標を大きく上回ったが、2 回目公演では低かった。通年では目標を達成。 1 回目公演の単券販売率が高く、年間パスポート(5 公演セット券)の売れ行きに影響した。	90 点	
	入場率	80.6%			
	目標達成率	104.9%			
III 収支状況 (予算比)	収入率	108.0%	1 回券の販売数がやや当初収入見込みを上回った。	90 点	
	支出率	102.6%	ほぼ当初計画どおりの事業費。		
	財源投入率	100.0%	当初予定どおりの自主財源額を投入。		
■評価総合結果					
		①評価点	②ウェイト	①×②	総合判定 A
質的成果	I 目標達成度	86 点	30	25.8 点	
量的成果	II 参加者等	90 点	40	36.0 点	
	III 収支状況	90 点	30	27.0 点	
			合計	88.8 点	
状況・改善点	<p>リピーターが多く安定した人気企画。ただし、本年度は前年度に比べ、公演ごとの入場率にややばらつきがあった。いずれの出演者も若手アーティストだが、知名度の差が大きかったためと思われる。来場者の満足度は依然高く、アフター・トークでのお客様からの質問が増えている。</p> <p>リピーター離れ阻止や新規来場者獲得に向けて、企画構成の見直しなど、継続的に行う。</p> <p>シリーズ開始以来、ご協賛をいただいた企業が本年度をもって協賛終了のため、次年度に向け新協賛会社を開拓、決定した。今後も事業の安定的継続を図る。</p>				

■事業概要					
事業名	アクト・ワンコインコンサート				
開催日・場所	平成30年4月26日、6月7日、8月6日、10月1日（全4回） アクトシティ浜松 中ホール				
基本方針分類	交わる・育てる （市民の音楽文化満足度を高めるとともに、クラシックファン層の裾野を拡げる）				
内容・目標	平日ランチタイムの1時間で気軽に聴けるカジュアル・コンサートを実施。国内外で活躍する著名演奏家のトークを交え、初心者でも親しみやすい構成でクラシックファンの拡大を目指す。 アクトプラザレストランと企画提携し、アクトシティ活性化も図る。				
■事業成果と評価					評価点
I 目標達成度（満足度）	86.9%	アンケート回収枚数 1,497枚 回収率 52.6%			87点
II 参加者等	券売率	70.4%	ターゲット層を日中に動きやすい60代以上、またアクト近隣居住者とし、新聞広告・チラシ折込を中心とした販促を実施。一定の効果が出た。なお、第4回公演前日に大型台風による大規模停電があったため、入場者数に影響した。		90点
	入場率	71.1%			
	目標達成率	100.5%			
III 収支状況（予算比）	収入率	96.0%	4ポイント目標値に達せず。支出削減で対応した。		90点
	支出率	91.3%	経費を抑制できた。		
	財源投入率	100.0%	当初予定どおりの自主財源額を投入。		
■評価総合結果					
		①評価点	②ウエイト	①×②	総合判定 A
質的成果	I 目標達成度	87点	30	26.1点	
量的成果	II 参加者等	90点	40	36.0点	
	III 収支状況	90点	30	27.0点	
			合計	89.1点	
状況・改善点	シリーズ公演としての周知がすすみ固定客が増加。リピーター率が高い。アンケート回収率が高く、来場者の関心が高い。 公演後のアクトシティ内のレストラン利用も増え、平日昼間のアクト活性化にも寄与。 本年度は出演者のプログラム構成の都合上、子ども向けの夏休み公演を割愛したところ、実施を望む意見が多かったため、次年度は復活させる。				

■事業概要					
事業名	アクト・プレミアム・シリーズ				
開催日・場所	平成30年4月16日、6月28日、9月7日、12月17日、平成31年2月21日 アクトシティ浜松 中ホール（全5回）				
基本方針分類	交わる・育てる（音楽を通じて市民の文化的満足度を高めるとともに、水準の高い芸術文化に触れる機会を提供）				
内容・目標	世界的に著名な演奏家を取り揃えたコンサート・シリーズ。音響で定評のある中ホールを会場とし、一流クラシック演奏を提供する。 本格クラシックファンの満足度向上を目指すほか、ワンコインコンサートの次のレベルを求める聴衆層に来場も促し、音楽人口の裾野を拓げる。				
■事業成果と評価					評価点
I 目標達成度（満足度）	86.2%	アンケート回収枚数 941枚 回収率22.6%			86点
II 参加者等	券売率	82.7%	年間パスポートは完売。単券は5公演中2公演完売。券売率、入場率とも前年度を10ポイント以上上回った。アーティストのラインナップに高い評価をいただいた。		90点
	入場率	87.4%			
	目標達成率	137.0%			
III 収支状況（予算比）	収入率	133.2%	入場料収入増により当初見込みを33.2ポイント増。		90点
	支出率	98.2%	ほぼ当初予算どおりの経費支出となった。		
	財源投入率	24.6%	入場料収入増により財源負担減。当初比1/4。		
■評価総合結果					
		①評価点	②ウェイト	①×②	総合判定 A
質的成果	I 目標達成度	86点	30	25.8点	
量的成果	II 参加者等	90点	40	36.0点	
	III 収支状況	90点	30	27.0点	
			合計	88.8点	
状況・改善点	<p>本格クラシックファン及びクラシック初心者卒業した方のステップアップとして、前年度より開始した一流クラシック公演シリーズ企画。</p> <p>完売した2公演のほか、残り3公演も高い入場率となりシリーズ通じて好成績となり、事業収入は前年度比205%と大幅に拡大した。前年度に年間パスポート席が完売したことをふまえ、本年度は席数を増やしたが、これも早期に完売。これ以上席数を増やすと収支に影響するため、次年度も本年度並みの席数で計画する。本年度の販売増は、アーティストの知名度の高さとツアー希少性にあったと分析し、次年度のラインナップの参考とする。</p> <p>本シリーズの来場者傾向は、コアなクラシックファン層が多いため、今後の広報戦略はその方たちに情報が行き届くような媒体・方策を検討する。</p>				

■事業概要					
事業名	佐渡裕指揮トーンキョンストラ管弦楽団日本ツアー2018				
開催日・場所	平成30年5月23日 アクトシティ浜松 大ホール				
基本方針分類	交わる・育てる (要望の高い良質な公演を浜松に招へいし、音楽を通じて市民の音文化的満足度を高めるとともに、クラシックファン層の裾野を広げる。世界的な演奏家のコンサートを開催することにより、水準の高い芸術文化に触れる機会を提供する)				
内容・目標	佐渡裕が音楽監督を務める、ウィーン楽友協会<黄金のホール>を拠点とした欧州屈指のオーケストラの2年ぶりの浜松公演。今回は佐渡氏が師事したレナード・バーンスタインの生誕100年を祝した特別プログラムを披露。佐渡裕氏の知名度を活用し、クラシックファンのみならずクラシックになじみがない層もターゲットとし、クラシックファン層を広げる。 テレビ会社と損益折半する共催形式で、効果的なTV告知と収支リスク軽減を目指す。				
■事業成果と評価			評価点		
I 目標達成度 (満足度)	80.0%	アンケート回収枚数 288枚 回収率 22.8%	80点		
II 参加者等	券売率	52.4%	テレビ会社との共催メリットを活かしCM告知を広く行ったが、券売率、入場率とも目標を下回った。		
	入場率	55.9%			
	目標達成率	65.8%			
III 収支状況 (予算比)	収入率	0%	券売収入が大きく下回り、当初予定していた折半収益なし		
	支出率	404.6%	施設使用料のほか、共催負担金を追加支出。		
	財源投入	4,127千円	総事業収支マイナスのため、共催会社と損益折半		
■評価総合結果					
		①評価点	②ウェイト	①×②	総合判定 B
質的成果	I 目標達成度	80点	30	24.0点	
量的成果	II 参加者等	50点	40	20.0点	
	III 収支状況	10点	30	3.0点	
			合計	47.0点	
状況・改善点	2016年の同公演と比較すると4割減の入場者数となった。告知方法や頻度は前回は踏襲している。今回の公演にソリストがいなかったこと、チケット料金が他公演と比較し割高であることのほか、公演自体のニーズの見極めの甘さが要因と思われる。今回の結果を受けて、今後は確実に収入が見込める公演の見極め、テレビ局との折半共催事業の開催を慎重に検討していく。 なお、来場者からの評価は高かったため、固定ファンによる一定の需要は継続していると思われる。				

■事業概要					
事業名	ストラディヴァリウス サミット・コンサート 2018				
開催日・場所	平成 30 年 6 月 1 日 アクトシティ浜松 大ホール (中規模)				
基本方針分類	交わる・伝える (要望の高い良質な公演を浜松に招へいし、市民の文化的満足度を向上させる。歴史的名器ストラディヴァリウスの音色を地元浜松で鑑賞する機会を提供する)				
内容・目標	名弦楽器ストラディヴァリウス 11 台を使用したベルリン・フィルハーモニー管弦楽団のトップメンバーによる室内楽コンサート。浜松では固定ファンが多く、公演回数を重ねている。ストラディヴァリウスのネームバリューを活用し、若い世代を含めてクラシック層の裾野を広げることを目的とする。				
■事業成果と評価				評価点	
I 目標達成度 (満足度)	86.3%	アンケート回収枚数 348 枚 回収率 33.7%		86 点	
II 参加者等	券売率	67.1%	テレビ会社との共催メリットを活かし、CM 告知及び新聞広告を広く行ったが、券売率目標を 17.9 ポイント下回った。 東京公演が完売したことにより、浜松まで足を運んだ来場者もいた。	60 点	
	入場率	67.3%			
	目標達成率	78.9%			
III 収支状況 (予算比)	収入率	70.9%	券売がやや目標に達せず、折半収益額が目標に達せず。	90 点	
	支出率	105.1%	ほぼ当初予定どおりの支出経費で収まった。		
	財源投入	--	財源負担なし。		
■評価総合結果					
		①評価点	②ウエイト	①×②	総合判定 A
質的成果	I 目標達成度	86 点	30	25.8 点	
量的成果	II 参加者等	60 点	40	24.0 点	
	III 収支状況	90 点	30	27.0 点	
			合計	76.8 点	
状況・改善点	テレビ局との共催事業であるメリットを活かし、テレビ告知や新聞告知を他事業より多用したが、目標数値に届かなかった。 3 年に 1 回程度のサイクルで浜松公演を重ねているが、近年は入場率が低下傾向。一定の需要はあるため、開催サイクル等を再検討し、改善を図る。				

■事業概要					
事業名	トリニティ・アイリッシュ・ダンス				
開催日・場所	平成30年6月20日 アクトシティ浜松 大ホール (中規模)				
基本方針分類	育てる、伝える。(伝統的アイリッシュダンスと音楽の鑑賞機会の提供。異文化芸能に触れる機会を創出し、市民の文化的満足度を向上させる。)				
内容・目標	アイリッシュ・ダンス・カンパニー《トリニティ》による生バンドと全編ダンスの舞台。伝統的なステップや民族音楽・衣装を披露し、アイルランド伝統文化を肌で感じていただく。舞台宣伝と地域交流を兼ねて、開催前日にイオン市野にて出演者のプレイベント(ダンス)も実施した。				
■事業成果と評価					評価点
I 目標達成度(満足度)	84.6%	アンケート回収枚数 279枚 回収率 28.0%			85点
II 参加者等	券売率	58.9%	テレビ会社・新聞社との共催事業。映像告知を含め多数メディアに露出したり、市内でプレイベントを開催するなど、様々な公演周知を実施した。券売は目標を1.6ポイント下回ったがほぼ当初目標に達した。		80点
	入場率	65.3%			
	目標達成率	97.4%			
III 収支状況(予算比)	収入率	97.5%	企業協賛・券売はほぼ当初見込みどおり。		90点
	支出率	95.8%	経費は当初見込みを若干下回った。		
	財源投入率	--	財源負担なし。黒字収支。		
■評価総合結果					
		①評価点	②ウエイト	①×②	総合判定 A
質的成果	I 目標達成度	85点	30	25.5点	
量的成果	II 参加者等	80点	40	32.0点	
	III 収支状況	90点	30	27.0点	
			合計	84.5点	
状況・改善点	<p>来場者の満足度は高く、特に初見の方からの評価が高かった。海外の伝統ダンスというあまり財団事業で取り扱わないジャンルであったため、やや低めの券売目標・入場数目標を設定した。今後は、このような場合は会場をアクトシティでなく浜北文化センター等の適正な席数の施設でも検討していく。告知は、テレビ局との共催のメリットを活かし、映像や番組宣伝、プレイベント等を組み効果的に実施できた。</p>				

■事業概要					
事業名	五嶋龍 ヴァイオリン・リサイタル 2018				
開催日・場所	平成 30 年 8 月 1 日 アクトシティ浜松 中ホール				
基本方針分類	育てる・交わる (知名度の高い奏者による良質な公演を浜松に招へいし、音楽を通じて市民の音文化的満足度を高めるとともに、若年層を含めクラシックファン層の裾野を広げる。)				
内容・目標	国際的ヴァイオリニスト五嶋龍の全国ツアー。五嶋氏の浜松での演奏は本公演が初となる。音楽テレビ番組の司会も務め、幅広い層に周知されている。この知名度を活用し、若い世代を含めたクラシックファン層の拡大を図る。				
■事業成果と評価					評価点
I 目標達成度 (満足度)	86.3%	アンケート回収枚数 211 枚 回収率 21.8%			86 点
II 参加者等	券売率	100%	早期にチケット完売。目標券売率を大きく上回った。告知は SNS、新聞広告、五嶋龍ファンクラブ等を活用。		90 点
	入場率	96.0%			
	達成率	118.8%			
III 収支状況 (予算比)	収入率	113.5%	チケット完売により当初目標を 13.5 ポイント上回った。		100 点
	支出率	96.0%	ほぼ当初見込みの経費で抑えた。		
	財源投入率	--	財源負担なし。黒字収支。		
■評価総合結果					
		①評価点	②ウェイト	①×②	総合判定 AA
質的成果	I 目標達成度	86 点	30	25.8 点	
量的成果	II 参加者等	90 点	40	36.0 点	
	III 収支状況	100 点	30	30.0 点	
			合計	91.8 点	
状況・改善点	<p>これまでのアンケート設問「聴きたいアーティスト」で必ず名前が挙がっていた五嶋龍の浜松初公演とあって、注目度の高い公演となった。ファン層は年齢・居住地とも幅広いことをふまえ、告知は新聞広告のほか、SNS やファンクラブを通じても行った結果、チケット発売 1 ヶ月で完売した。</p> <p>今後も市民が望むアーティストを選定し、多くの方に会場に足を運んでいただける公演を企画する。</p>				

■事業概要					
事業名	松竹大歌舞伎（昼の部・夜の部） / 歌舞伎プレセミナー				
開催日・場所	松竹大歌舞伎：平成30年9月6日（2回公演） アクトシティ浜松大ホール（中規模）歌舞伎プレセミナー：平成30年8月26日 アクトシティ浜松コングレスセンター				
基本方針分類	育てる・伝える （市民の文化的満足度の向上、伝統芸能の鑑賞機会を創出し次世代につなげる）				
内容・目標	<p>毎年恒例の人気歌舞伎公演。浜松でも歌舞伎を鑑賞できる機会を提供。出演は、片岡愛之助、中村松江、中村老太郎、市川門之助ほか。演目は「義経千本桜 道行初音旅」、「義経千本桜 川連法眼館」。</p> <p>リピーターが多いため、新規来場者層拡大を狙い、公演前に初心者向けセミナーも開催。（歌舞伎プレセミナー）</p> <p>固定来場者の需要を満たすとともに、若年層向けチケットを設定し幅広い年齢層の集客を高める。地域の工芸店等とも提携し、地域活性化を図る。</p>				
■事業成果と評価					評価点
I 目標達成度（満足度）	87.7%	アンケート回収枚数 447枚 回収率 19.4%（2回公演分）			88点
II 参加者等	券売率	80.7%	券売が目標に5.8ポイント届かず。		80点
	入場率	76.9%	例年、夜の部が昼の部に比べ入場率が低いため、今年も夜の部販促を目的として、夜の部限定「きものを着て観劇してみませんか」特典や、夜の部幕見席を設定。		
	目標達成率	93.3%			
III 収支状況（予算比）	収入率	82.1%	券売好調。当初予算比12.3ポイント収入増。		90点
	支出率	88.3%	施設使用料・委託料を抑制。販促印刷物に充当。		
	財源投入	--	財源負担なし。黒字収支。		
■評価総合結果					
		①評価点	②ウエイト	①×②	総合判定 A
質的成果	I 目標達成度	88点	30	26.4点	
	II 参加者等	80点	40	32.0点	
量的成果	III 収支状況	90点	30	27.0点	
			合計	85.4点	
状況・改善点	<p>入場率・券売率共に目標値及び前年度実績を下回った。要因は、出演顔ぶれと思われる。本歌舞伎事業は毎年、出演陣によって来場者数が大きく影響される。例年事業なので、出演者にかかわらず、安定した集客力を保てる事業にする方策を検討したい。</p> <p>「歌舞伎プレセミナー」は、初心者の来場機会増加につながっている。また、既存来場者の評価も高いので、今後も継続する。</p> <p>地元工芸店等との提携や、若年層への販売促進にも引き続き力をいれていく。来場者は固定層・高齢者層が多いことから、新規顧客層を獲得するための企画を引き続き実施する。</p> <p>例年、「夜の部」の入場率が「昼の部」に比べ低い。今後も幕見席（「夜の部」限定の割引チケット）や、「着物来場サービス（夜の部限定）」等の企画で、集客を図る。</p>				

■事業概要					
事業名	プラハ国立劇場オペラ「フィガロの結婚」				
開催日・場所	平成31年1月17日 アクトシティ浜松 大ホール（中規模）				
基本方針分類	交わる・育てる（世界第一級の名門劇場によるオペラの鑑賞機会を提供し、市民の音楽文化満足度を高める）				
内容・目標	浜松では6年ぶりとなりプラハ国立劇場「フィガロの結婚」上演。老舗オペラファンが満足する本格的・大規模オペラを、若年層や初心者にも親しみやすい演目で提供し、来場者層の多様化とオペラの浸透を図る。				
■事業成果と評価					評価点
I 目標達成度（満足度）	91.1%	アンケート回収枚数 214枚 回収率 19.0%			91点
II 参加者等	券売率	79.2%	一般購入数が落ち込んだため、低い達成率となった。近隣大学や児童音楽団への団体販売や企業協賛金を活用した「あしながチケット」（高校生向けの鑑賞機会提供）で若年層へのオペラ浸透を図った。		90点
	入場率	79.2%			
	達成率	105.6%			
III 収支状況（予算比）	収入率	—	招へい元興行主が収支リスクをもち、財団は施設使用料のみを負担。当初見込みを下回る負担額。施設使用料は、自主財源を充てている。		90点
	支出率	69.8%			
	財源投入率	68.3%			
■評価総合結果					
		①評価点	②ウエイト	①×②	総合判定 AA
質的成果	I 目標達成度	91点	30	27.3点	
量的成果	II 参加者等	90点	40	36.0点	
	III 収支状況	90点	30	27.0点	
			合計	90.3点	
状況・改善点	オペラ事業は採算が見込めないことから、浜松ではここ十数年、本格海外オペラ公演は民間参入が0。財団がほぼ唯一の開催興行主。しかし、財団でもチケット収入では収支を賄えず、例年、自主財源を投入して開催していた。今回は、オペラ事業としては初の試みで、招へい元興行主と調整し、財団は施設使用料のみ負担し、興行主が収支リスクを負う方式に変更した。そのため、例年より少ない財源投入で開催できた。今後も共催形式が可能か、招へい元と協議していく。昨年度に引き続き大都市と比べ安価のチケット単価設定を心がけた。毎回、学生席を設定し、若年層が気軽にオペラ鑑賞する機会を設けた。少しずつではあるが、学生のオペラ関心が向上している印象がある。				