

(財)北九州市芸術文化振興財団
委託調査

北九州芸術劇場
事業評価調査
[報告書]

1

2004年3月
ニッセイ基礎研究所

第1章

2003年度事業の概要と実績

- ◎ 「創る」、「育つ」、「観る」という3つの基本方針に沿った多様な事業を積極的に展開
- ◎ 「創る」に対応した創造事業では、世田谷パブリックシアターで「ファウスト」を、伊丹アイホールで「大砲の家」を、それぞれ北九州芸術劇場プロデュース公演として実施

本章ではまず、事業評価の基本となる北九州芸術劇場の事業概要、入場者数や稼働率、収支状況など、2003年度の事業の実績について整理した。

1. 事業の実績

まず、北九州芸術劇場の事業の基本方針と2003年度の事業概要は次のとおりである。

(1) 事業の基本方針

北九州芸術劇場では、「創る」「育つ」「観る」をキーワードにした事業展開が行われている。それぞれの目的や考え方、事業の内容は次のとおりである。

- **【創る】**: 北九州芸術劇場のオリジナル・プロデュースの演劇作品を創ることにより、“ものづくりの街”北九州市をアピールし地域の活性化を促していく。
- **【育つ】**: アーティストを小・中学校に派遣するアウトリーチ活動や劇場サポーター組織を通じてのヒューマンネットワーク作り等により、舞台芸術の手法を用いた人材育成・教育普及事業を行い、地域を育てながら地域とともに育っていく劇場を目指す。
- **【観る】**: 見る楽しみを知ってもらうため、舞台芸術の先進都市からエンターテインメント性や芸術性の高い作品を招き、市民に様々な公演を提供する。

(2) 事業の内容と実績

こうしたコンセプトに基づき、2003年度には次のような事業が実施された。

まず、「創る」に対応した創造事業では、「大砲の家」が伊丹アイホールで、「ファウスト」が世田谷パブリックシアターで、それぞれ、北九州での公演とは別に、北九州芸術劇場のプロデュース公演として実施された。これらは、発信性の高い独自の創造事業を首都圏、関西圏で公演するといふもので、「創る」劇場の象

- ◎ 「育つ」に対応した学芸事業は8本、ワークショップ・講座等の回数219回、参加者は2,400人。
- ◎ 「観る」に対応した公演事業は話題作をはじめ幅広い公演を実施。

*1: 兵庫県の「ひょうご舞台芸術」など、同様の試みを行う公立劇場もあるが、類例は非常に限られている。

の象徴的な事業と言える(*1)。

「育つ」に対応した学芸事業では、戯曲講座や俳優養成講座、舞台技術講座等に加え、市内の小中学校等で出前の演劇ワークショップが実施された。また、演劇的手法を活用して子どもたちの「表現力」や「創造力」を高める表現教育推進事業が、小学生や一般市民、教職員を対象に55回にわたって実施され、のべ344人が参加した。さらに演劇仕立てのバックステージツアーは年3回(のべ14回)実施され、498人が参加している。

「観る」に対応した公演事業では、阿国やリチャード三世といった話題作に加え、音楽劇、小劇場・現代演劇、現代舞踊などが、また、「共催事業」としてNHK交響楽団の演奏会や歌舞伎、狂言などが実施されるなど、全体的に幅広いジャンルや内容の公演事業が実現している。

この他、オープニング企画として野村萬斎による寿式、市民参加の舞台芸術公演「動物の謝肉祭」が開催されたほか、北九州演劇祭として、パントマイムフェスティバルや市民プロデューサーによる企画公演も実施された(2003年度の事業の一覧は、図表1-5を参照)。

図表1-1 2003年度実施事業の概要

	事業数	公演数・回数	入場者・参加者数	内容・備考
創造事業	3	35	13,350	大砲の家(伊丹公演含む)、ファウスト(東京公演含む)、シアターラボ
学芸事業	8	219	2,402	表現教育、戯曲講座、俳優養成講座、バックステージツアー、コンテンポラリーダンスWS、学校出前演劇ワークショップ等
公演事業	16	37	22,359	阿国、ピーターパン、イッセー尾形のとまらない生活、レッツゴー忍法帖、リチャード三世、ユーリタウン等
共催事業	4	6	7,102	NHK交響楽団、松竹大歌舞伎、野村萬斎狂言
オープニング企画	2	2	1,592	開館記念式典、動物の謝肉祭
演劇祭	2	9	987	屋外公演・パレードを含めた入場者数は35,034人
計	35	308	47,792	公演数: 89回、学芸事業回数: 219回
	入場率	総席数	入場者数	
公演事業	89.4%	50,756	45,390	学芸事業を除く事業

- ◎ 公演事業は27本、公演回数89回、総入場者数約4万5,000人、入場率は約90%。
- ◎ 自主事業本数、自主事業公演回数は、全国平均を大きく上回る。
- ◎ 北九州演劇祭の屋外公演、パレードを加えた自主事業の参加者総数は約8万2,000人、貸館を含めた総入場者数は約16万4,000人。

北九州芸術劇場で開催された2003年度の自主事業の公演本数は27本、公演回数は89回、総入場者数は45,390人であった。入場率(総座席数に占める総入場者の割合)は89.4%と高い結果となっている。参考までに全国の公立ホールの自主事業の実施状況(図表1-2)と比較すると、北九州芸術劇場の運営期間は8ヶ月間であったことから、事業本数で全国平均の3.6倍、公演数で7.8倍という水準である。

なお、北九州演劇祭の屋外公演やパレード、学芸事業を含めた入場者数を加えると、自主事業の参加者総数は、81,839人(*1)、また、貸館も含めた北九州芸術劇場の総入場者数は164,122人であった(*2)。

(2) 施設稼働率

北九州芸術劇場の稼働率は、大ホール、中劇場、小劇場とも95%前後となっている(図表1-4)。稼働率算出の基準が若干異なるが、これら稼働率を、(社)公立文化施設協会加盟館の平均(図表1-5)と比較してみると、北九州芸術劇場の稼働率の高さが伺える。

図表1-3 北九州芸術劇場の稼働率(2003年度)

	大ホール	中劇場	小劇場
公演日数	99	100	83
利用対象日数	103	107	86
稼働率	96.1%	93.5%	96.5%

注) 稼働率は「稼働日数/利用対象日数」
利用対象日数は、保守点検日・調整日を除いたもの

図表1-2 公立ホールの自主事業実施状況(1館あたり平均、2002年度)

	事業数(公演数) (回)	
	全国平均	九州地区
1998年度	10.0(15.1)	11.8(12.6)
1999年度	10.3(15.6)	8.2(11.8)
2000年度	10.8(15.8)	8.3(12.6)
2001年度	10.9(16.2)	7.9(11.8)
2002年度	11.3(17.1)	9.9(13.9)

資料) (社)全国公立文化施設協会

注) 事業本数、公演回数とも、自主事業実施館の1館あたりの平均値

*1: 伊丹アイホール、世田谷パブリックシアターの入場者数を含む。

*2: 伊丹アイホール、世田谷パブリックシアターの入場者を含まない。

図表1-4 公立ホールの稼働率(2002年度)

	稼働率	
	全国平均	九州沖縄地区
全体	57.6% (1,837)	55.4% (231)
大ホール (1,500~1,999席)	62.9% (119)	65.5% (18)
中ホール1 (1,000~1,499席)	47.5% (380)	45.7% (44)
中ホール2 (500~999席)	51.7% (593)	52.0% (91)
小ホール (~499席)	58.1% (685)	57.5% (70)

資料) 公立文化施設現況調査 - 施設管理運営状況 - (平成16年2月 | (社)全国公立文化施設協会)

注) 稼働率は「稼働日数/利用可能日数」
下段()内の数字は対象ホールの数

図表1-5 北九州芸術劇場 自主事業実績一覧

1 主催事業							
	公演名	会場	公演日	公演数	総席数	入場者数	入場率
1	開館記念式典	大ホール	8/ 11	1	1,200	1,100	92%
2	動物の謝肉祭	中劇場	8/ 11	1	670	492	73%
3	阿国	大ホール	8/20～ 21	2	2,462	2,413	98%
4	ピーターパン	大ホール	8/ 31～ 31	2	2,416	2,354	97%
5	仲道郁代の「ゴメン! 遊ばせクランツ」2003	中劇場	9/ 6	1	630	562	89%
6	MONO「京都11区」	小劇場	9/ 6～ 7	2	316	280	89%
7	月猫えほん音楽会 2003	中劇場	9/ 21	1	664	520	78%
8	イッセー尾形のとまらない生活	中劇場	10/ 11～ 13	4	2,528	2,353	93%
9	山海塾	中劇場	10/ 18～ 19	2	964	845	88%
10-1	大砲の家	中劇場	10/ 31～ 11/ 2	4	1,420	1,251	88%
10-2	大砲の家(伊丹公演)	伊丹アイホール	11/ 7～ 9	4	400	254	64%
11	CVRチャーリーピクチャーロミオ	小劇場	11/ 28～ 29	3	480	463	96%
12	音楽劇 兵士の物語	中劇場	12/ 5～ 6	2	1,248	863	69%
13	ハルディン・ホテル	中劇場	12/ 13～ 14	2	1,164	1,103	95%
14	くるみ割り人形	中劇場	12/ 21	1	493	323	66%
15	レッツゴー忍法帖	中劇場	12/ 28～ 30	4	2,348	2,212	94%
16	夏の砂の上	小劇場	1/ 11～ 12	2	306	277	91%
17-1	シアターラボ2004 リーディング公演	小劇場	1/ 18	2	180	129	72%
17-2	シアターラボ2004 本公演	小劇場	1/ 23～ 25	3	375	304	81%
18	リチャード三世	大ホール	1/ 30～ 2/ 1	4	4,895	4,218	86%
19	だれか、来る	中劇場	2/ 7～ 8	2	1,192	595	50%
20	ユーリタウン	大ホール	3/ 20～ 21	3	3,531	2,978	84%
21-1	ファウスト(東京公演)	世田谷パブリックシアター	3/ 6～ 21	16	8,640	8,348	97%
21-2	ファウスト(北九州公演)	中劇場	3/ 27～ 31	6	3,318	3,064	92%
計				74	41,840	37,301	89%

2 新北九州演劇祭							
	公演名	会場	公演日	公演数	総席数	入場者数	入場率
1	家には高い木があった	中劇場 特設会場	9/ 15～ 18	5	750	532	71%
2	シアターマインフェスティバル	小劇場	10/ 11～ 13	4	604	455	75%
計				9	1,354	987	73%

3 共同主催事業

	公演名	会場	公演日	公演数	総席数	入場数	入場率
1	NHK交響楽団	大ホール	8/26	1	1,269	1,242	98%
2	松竹大歌舞伎	大ホール	9/6	2	2,486	2,286	92%
3	野村万作・萬斎 狂言公演	大ホール	9/21~22	2	2,538	2,459	97%
4	野村萬斎 ワークショップ	大ホール	9/22	1	1,269	1,115	88%
計				6	7,562	7,102	94%

合計 (公演事業)	89	50,756	45,390	89.4%
------------------	-----------	---------------	---------------	--------------

4 学芸事業

	事業名	会場	実施月	回数	対象	参加者数	備考
(ワークショップ参加)							
1	表現教育推進事業 (実践)	小学校	6~2月	37	小学生	274	
2	表現教育推進事業 (初級理論)	稽古場	5月	10	一般	42	
3	表現教育推進事業 (中級理論)	稽古場	9~2月	8	初級合格者	10	
4	表現教育推進事業 (教職員)	稽古場	8月	5	教職員	18	
5	戯曲講座	セミナールーム	6~9月	8	一般	10	
6	俳優養成講座	稽古場	6~7月	8	一般	28	
7	バックステージツアー	劇場全体	8~2月	14	一般	498	
8	コンテンポラリーダンスWS	稽古場	11月	2	子ども一般	25	
9	学校出前演劇ワークショップ	小学校	2月	2	小学生	168	
10	パントマイム学校アクティビティ	小学校	8~9月	19	小学生	1,181	
11	イッセイ尾形ら演劇ワークショップ	市民ギャラリー	10月	5	一般	15	
(創造参加)							
12	動物の謝肉祭	中劇場	7~8月	9	一般	53	
13	北九州ドラマ創作工房	こども文化会館	10~2月	14	一般	30	
14	シアタータイムフェスティバル	小学校	9~10月	10	一般	27	
15	家には高い木があった	稽古場	8~9月	43	一般	14	
16	シアターラボ	稽古場	10~2月	25	一般	9	
計 (学芸事業)				219		2,402	

総計	308	47,792
-----------	------------	---------------

- ◎ 事業費の総額は約4億円。財源の内訳はチケット収入が50%を超え、文化庁、地域創造等の外部資金も約20%。市の補助金は30%未満
- ◎ チケット収入の確保、外部資金の獲得の両面で大きな成果

2. 事業費の内訳と収支

次に、北九州芸術劇場の事業費の財源内訳と収支について見てみよう。

(1) 事業費の財源と事業支出の内訳

北九州芸術劇場の事業費は約4億円で、その財源の内訳は図表1-6のとおりである。チケット収入の割合が54.1%と5割を超え、文化庁、(財)地域創造、日本財団など、ファンドレイズによる外部資金の割合も20%近くに達している。

財団運営の公立ホールの平均的な事業費の財源(図表1-7)をみると、都道府県、政令市・特別区とも、補助金の割合は5割を超え、外部資金の割合は5%未満である。こうしたデータと比較すれば、北九州芸術劇場は、チケット収入の確保や外部資金の獲得などで、大きな成果をあげていることがわかる。

図表1-7 公立ホールの平均的な事業費の財源

	金額	内訳
都道府県		
自主財源	37,348	41.0%
補助金	49,149	54.0%
外部資金	4,500	4.9%
計	90,997	100.0%
政令市・特別区		
自主財源	55,356	45.7%
補助金	61,903	50.9%
外部資金	4,108	3.4%
計	121,547	100.0%

資料：地域文化施設における財団運営に関する調査 / (財)地域創造 / 2002年12月

注：財団運営の施設が対象(都道府県123件、政令市・特別区126件の平均)。
この調査の「自主財源」は「チケット収入」に相当すると仮定し、また「設置団体以外からの補助金」を「外部資金」と解釈した。
設置団体からの委託費は人件費や施設管理費が中心と考えられるため割愛し、それを除いた収入を事業費の財源と想定した。

図表1-6 事業費の財源内訳

(千円)

	金額	内訳	備考
チケット収入	215,389	54.1%	
市補助金	112,225	28.2%	
外部資金	70,700	17.7%	
			外部資金の内数
文化庁	(49,000)	(12.3%)	
地域創造	(10,000)	(2.5%)	
日本財団	(11,700)	(2.9%)	
計	398,314	100.0%	

これら事業費の財源と事業支出の内訳について、首都圏の中で最も活発な事業展開を行っている公立劇場のひとつ「世田谷パブリックシアター(2000年度)」と比較した結果が、図表1-8である。費目の区分が異なるため、単純な比較は難しいが、事業費の財源の内訳を見ると、北九州芸術劇場の方が、チケット収入ならびに外部資金の占める割合が、世田谷パブリックシアターよ

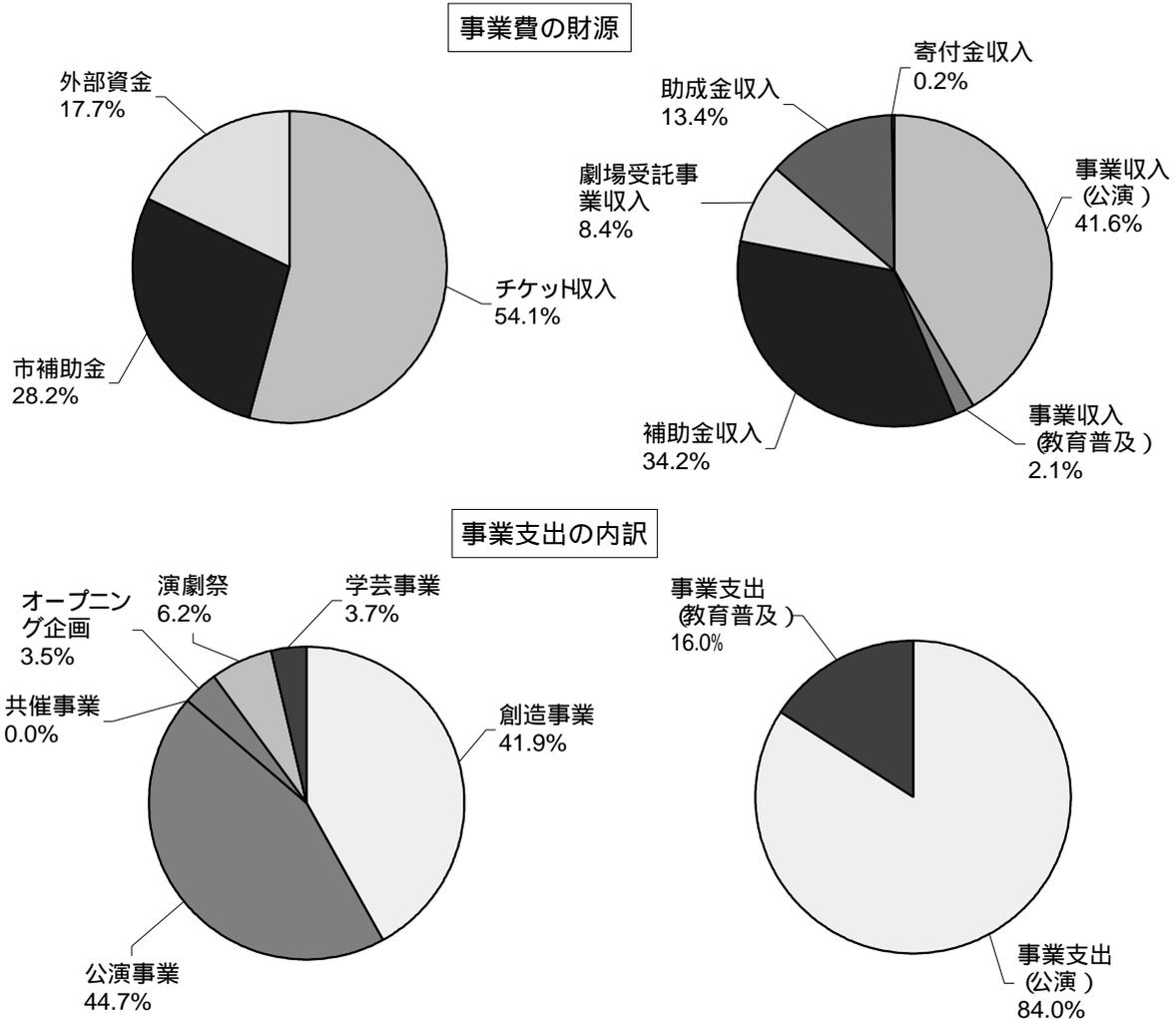
一より高くなっていることがわかる。

事業支出の内訳を見ると、北九州芸術劇場では、「創造事業」と「公演事業」の二つで90%近い事業費を支出し、「学芸事業」への支出は4%未満である。それに対し、世田谷パブリックシアターでは、学芸事業(教育普及事業)の割合が16%と高い。

図表1-8 世田谷パブリックシアターとの事業費の財源と事業支出の内訳の比較

[北九州芸術劇場(2003年度)]
事業費計: 3億9,830万円

[世田谷パブリックシアター(2000年度)]
事業費計: 3億1,970万円



資料) 世田谷パブリックシアターのデータは「世田谷パブリックシアターの事業評価を試みる / 吉本光宏 / PT 第12号 / 2001年7月」

- ◎ 北九州芸術劇場におけるチケット販売、外部資金獲得などの経営努力は、財政状況の改善(市の補助金削減)に大きく貢献。

*1: ただし、市補助金の補正予算額5,000万円は赤字対策金であり、市補助金の実質減額は2,000万円である。

(2) 事業収支

また、北九州芸術劇場の文化振興特別会計の収入の部を見ると、事業収入は約4,000万円、助成金収入は約3,000万円、それぞれ当初予算額より増収となっており、その結果、市の補助金は当初予算額より約7,000万円強の減額となっている(図表1-9) (*1)。これは、北九州芸術劇場の経営努力によるチケット収入の増加と、積極的なファンドレイズ活動による外部資金獲得の成果が、大きく貢献した結果である。

当初予算との差額が大きかったことについては、見込みや計画の甘さも指摘できるが、開館初年度であること、結果的に市の経費削減に大きく貢献したことから、プラス評価すべきだと考えられる。

図表1-9 事業収入、補助金等収入の予算額・決算額 (千円)

	予算額			決算額	差異
	当初予算額	補正予算額	計		
事業収入	174,150	20,150	194,300	215,389	21,089
補助金等収入	225,850	20,150	205,700	182,925	22,775
市補助金	185,000	50,000	135,000	112,225	22,775
助成金	40,850	29,850	70,700	70,700	0

第2章

観客の特性と 観客から見た劇場の評価

本章では、今回実施した観客アンケート調査(*1)の結果から、北九州芸術劇場の観客の属性や鑑賞動向、観客から見た公演や劇場のサービスに対する満足度を整理した。

1. 観客の属性

まず、アンケートの調査結果から、北九州芸術劇場の観客の特性を見てみよう。

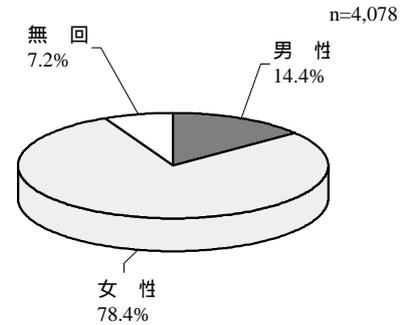
(1) 性別 年齢 職業

- 観客の性別は、「女性」が78.4%と高い割合を占める。「18歳未満」と「60歳以上」では「男性」割合が相対的に高い。
- 平均年齢は45.5歳。「60歳以上」(20.4%)の割合が最も高いが、「30歳代」(20.1%)もほぼ同率で、幅広い世代から観客を集めていることがわかる。
- 職業は「会社員」(23.9%)、「専業主婦」(19.1%)、「公務員・団体役員」(13.1%)、「無職」(9.8%)、「パート・アルバイト」(9.2%)。女性の回答が多いことから、全体として「専業主婦」の割合が高い。
- 男性の鑑賞者の割合が相対的に高いのは、「小劇場・現代演劇」、「クラシック音楽」、「その他のジャンル」の公演(図表2-4参照)。
- 鑑賞作品のジャンル別に見ると
「小劇場・現代演劇」、「音楽劇」、「ダンス・現代舞踊」では「18～29歳」の
「ミュージカル・商業演劇」では「50歳以上」の
「古典芸能」と「クラシック音楽」では「60歳以上」の
「その他のジャンル」では「40～59歳」の
鑑賞者の割合が高いなど、鑑賞作品のジャンルによって観客の年齢層には大きな傾向が見られる(図表2-4参照)。

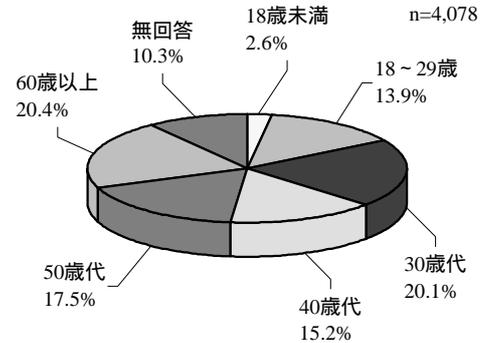
- 女性客が約80%、年齢階層は多様。鑑賞ジャンルによって年齢階層に大きな傾向がある。

*1: 開場記念公演(23作品、35公演)の会場で配布、会場およびファックスにて回収。総配布数25,795件、有効回答数4,078件、回収率15.8%。アンケートの設問内容は、「観客満足度などの事業評価に直結するもの」と「観客の属性や鑑賞動向など、「観客のマーケティング調査的なもの」によって構成されている。

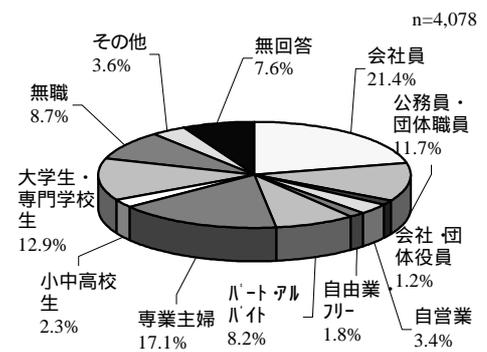
図表2-1 観客の性別



図表2-2 観客の年齢



図表2-3 観客の職業



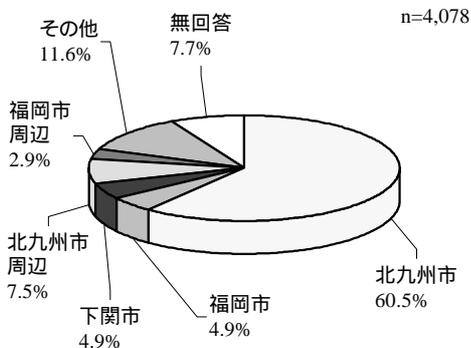
- ◎ 北九州市内在住の観客が6割。福岡市や下関市など九州近隣の他、大阪府や東京都など集客エリアは広域。
- ◎ 通勤・通学先は北九州市内が約4割。通勤・通学をしていない観客、無回答もあわせて約4割。

図表2-4 ジャンル別の鑑賞者の性別と平均年齢

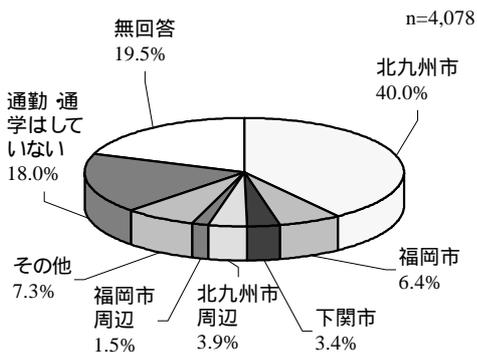
ジャンル ()内はサンプル数	性別(%)		平均年齢 (歳)
	男性	女性	
全体平均(4,078)	14.4	78.4	45.5
小劇場・現代演劇(866)	20.7	73.2	35.4
音楽劇(260)	11.2	83.1	37.4
ミュージカル・商業演劇(1,414)	10.1	83.3	49.2
古典芸能(歌舞伎・能)(959)	9.9	81.9	50.3
ダンス・現代舞踊(88)	13.6	79.5	34.7
クラシック音楽(445)	26.3	64.3	50.9
その他のジャンル(44)	29.5	61.4	37.1

注) 観客の性別は「無回答」を省略したため、合計は100%にならない。

図表2-5 観客の居住地



図表2-6 観客の通勤・通学先



(2) 居住地、通勤・通学先、交通手段

また、居住地や通勤・通学先、交通手段については、次のような結果が明らかとなった。

- 居住エリアは「北九州市内」が60.5%、次いで「北九州市周辺」(7.5%)、「福岡市」「下関市」(ともに4.9%)。「その他」(11.6%)としては、遠賀郡などの北九州市近隣の郡部、大分県、熊本県などの九州各県、山口市や小野田市、宇部市などの山口県内を中心であるが、大阪府や東京都など集客エリアは広域にわたっている。
- 居住エリアの特徴的な傾向としては「18～29歳」の若い世代で「福岡市」や「その他地域」からの集客が多いこと。「小劇場・現代演劇」では「福岡市」や「その他地域」からの「古典芸能」では「北九州市周辺」からの「ダンス・現代舞踊」は「福岡市」からの集客が多いことがあげられる。
- 通勤・通学エリアは「北九州市内」が40.0%、次いで「福岡市」(6.4%)、「北九州市周辺」(3.9%)、「下関市」(3.4%)と続く。

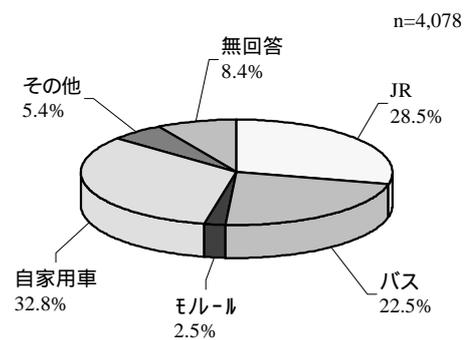
- ◎ 交通手段は「自家用車」「JR」「バス」の順。観客の3分の1がチケットクラブの会員。

- 通勤・通学エリアで見ても
「18～29歳」の若い世代で「福岡市」や「その他地域」からの集客が多く、
「小劇場・現代演劇」では「福岡市」や「その他地域」からの「音楽劇」では「その他地域」からの「ダンス・現代舞踊」は「福岡市」からの集客が多いという特徴が見られる。
- 交通手段は、「自家用車」(32.8%)の利用が最も多く、次いで「JR」(28.5%)、「バス」(22.5%)の順
- 「18歳未満」「30～49歳」で「自家用車」を、「18～29歳」で「JR」を、「60歳以上」で「バス」を利用する割合が相対的に高い。

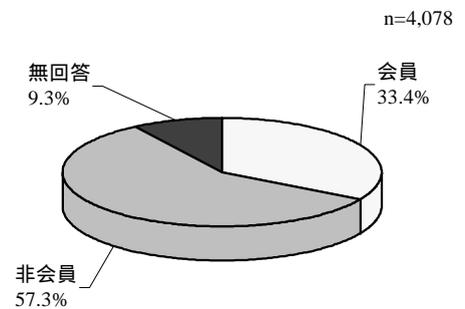
(3) チケットクラブの加入状況

- チケットクラブ会員の割合は全体で33.4%で、3人に一人が会員。
- 性別では「女性」(37.2%)の、
年齢別では「40歳以上」(約43%)の
ジャンル別では「ミュージカル・商業演劇」(41.5%)の入会割合が相対的に高い
- 非会員の約4割は今後の入会意向があるが、「無回答」も33.5%を占める。
- 年齢別では「30～49歳」(45%前後)の入会意向が高く、ジャンル別では「音楽劇」(43.4%)と「小劇場・現代演劇」(40.3%)で入会意向が高く、「ダンス・現代舞踊」で入会意向が低い

図表2-7 交通手段



図表2-8 チケットクラブの加入状況



2. 北九州芸術劇場における鑑賞行動の実態

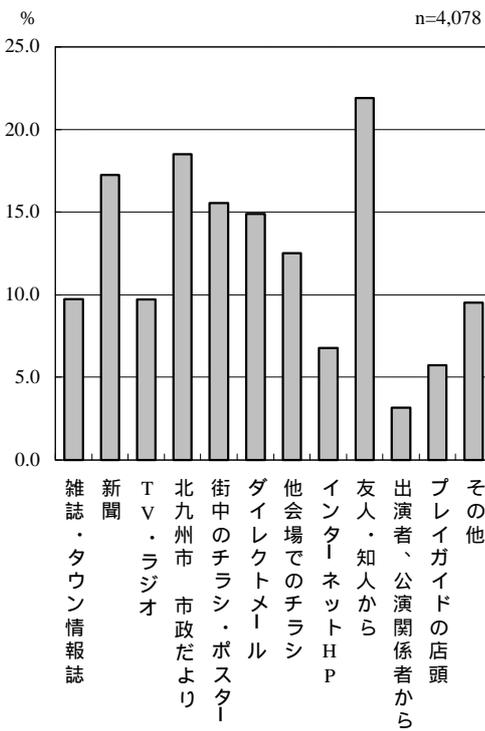
次に、北九州芸術劇場における観客の鑑賞行動の実態を整理した。

(1) 公演情報の入手経路

- 公演情報の入手経路は、「友人・知人から聞いた」(21.9%)、「北九州市市政だより」(18.5%)、「新聞」(17.2%)、「街中の

◎ 公演の情報入手経路は「友人・知人」「北九州市市政だより」「新聞」の順

図表2-9 公演情報の入手経路(全体平均)



チラシ・ポスター」(15.5%)の順

- 「男性」では「新聞」(18.2%)が、「女性」では「友人・知人」(22.5%)の割合が最も高い。
- 年齢別にみると
 - 「40歳代」では「ダイレクトメール」、
 - 「50歳代以上」では「北九州市市政だより」、
 - 「60歳代以上」では「新聞」や「TV・ラジオ」などマスメディアの割合が相対的に高く、世代によって情報入手経路に差が見られる。
- ジャンル別にみると
 - 「小劇場・現代演劇」と「ダンス・現代舞踊」では「ダイレクトメール」や「他の会場で配布されたチラシ」、
 - 「音楽劇」では「他の会場で配布されたチラシ」、
 - 「ミュージカル・商業演劇」では「北九州市市政だより」、
 - 「古典芸能」では「新聞」、
 - 「クラシック音楽」では「TV・ラジオ」がそれぞれ主要な情報入手経路となっており、ジャンル別の差がはっきりと表れている。

図表2-10 観客の情報入手経路(基本属性別)

		1位	2位	3位
ジャンル	小劇場 現代演劇	ダイレクトメール	友人 知人から聞いた	他の会場でチラシ
	音楽劇	他の会場でチラシ	街中のチラシ ポスター	雑誌 タウン情報誌
	ミュージカル 商業演劇	北九州市 市政だより	友人 知人から聞いた	街中のチラシ ポスター
	古典芸能 (歌舞伎 能)	新聞	友人 知人から聞いた	北九州市 市政だより
	ダンス 舞踏	ダイレクトメール	街中のチラシ ポスター	他の会場でチラシ
	クラシック音楽	TV ラジオ	北九州市 市政だより	新聞
	その他のジャンル	出演者、公演関係者から	友人 知人から聞いた	街中のチラシ ポスター
性別	男性	新聞	友人 知人から聞いた	北九州市 市政だより
	女性	友人 知人から聞いた	北九州市 市政だより	新聞
年齢	18歳未満	友人 知人から聞いた	その他	街中のチラシ ポスター
	18～29歳	友人 知人から聞いた	街中のチラシ ポスター	ダイレクトメール
	30歳代	友人 知人から聞いた	ダイレクトメール	他の会場でチラシ
	40歳代	ダイレクトメール	北九州市 市政だより	友人 知人から聞いた
	50歳代	北九州市 市政だより	友人 知人から聞いた	新聞
	60歳以上	新聞	北九州市 市政だより	友人 知人から聞いた
チケット クラブ会員	はい	ダイレクトメール	北九州市 市政だより	街中のチラシ ポスター
	いいえ	友人 知人から聞いた	新聞	街中のチラシ ポスター

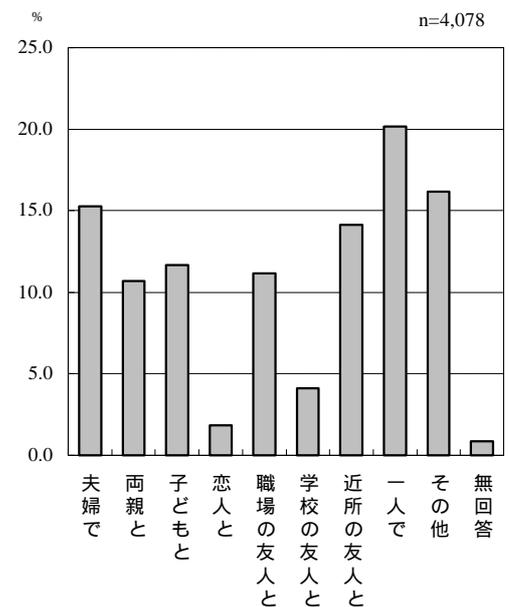
- ◎ 鑑賞時の同伴者は「一人で」が約20%で最も多いが、「夫婦で」「近所の友人と」「子どもと」「職場の友人と」「両親と」など多様

(2) 鑑賞時の同伴者

鑑賞時の同伴者についても、性別や年齢、鑑賞ジャンルの別で北九州芸術劇場の観客特性に大きな傾向が見られる。

- 一緒に来た相手は、「一人で」(20.2%)、「夫婦で」(15.3%)、「近所の友人と」(14.1%)の割合が高いが、他の項目と大きな差はなく、様々な人と劇場での公演鑑賞を楽しんでいることがわかる。
- 男性は「夫婦で」(48.5%)、「一人で」(28.4%)の割合が高く、その他の同伴者は10%未満である。
- 女性は「一人で」(19.0%)、「その他」(17.9%)、「近所の友人と」(16.1%)、「職場の友人と」(12.6%)、「子どもと」(12.2%)など、一緒に来る相手が多様であるとともに、「夫婦で」(9.2%)という回答が男性の4分の1以下である点が興味深い。
- 年齢別にみると
 - 「18歳未満」では「両親と」(64.5%)
 - 「18～49歳」では「一人で」(25%前後)
 - 「50歳代」では「近所の友人と」(21.5%)
 - 「60歳代」では「夫婦で」(25.2%)
 の割合が最も高く、年齢によって一緒に見にくる人の傾向に違いが見られる。
 - 「40歳代」では「子どもと」(18.0%)の割合も高い。
- ジャンル別にみると
 - 「小劇場・現代演劇」、「音楽劇」、「ダンス・現代舞踊」、「その他のジャンル」の4分野では「一人で」の割合が高く、
 - 「ミュージカル・商業演劇」と「古典芸能」では「近所の友人と」の
 - 「クラシック音楽」では「夫婦で」の
 - 「その他のジャンル」では「子どもと」の割合が最も高い。

図表2-11 鑑賞時の同伴者

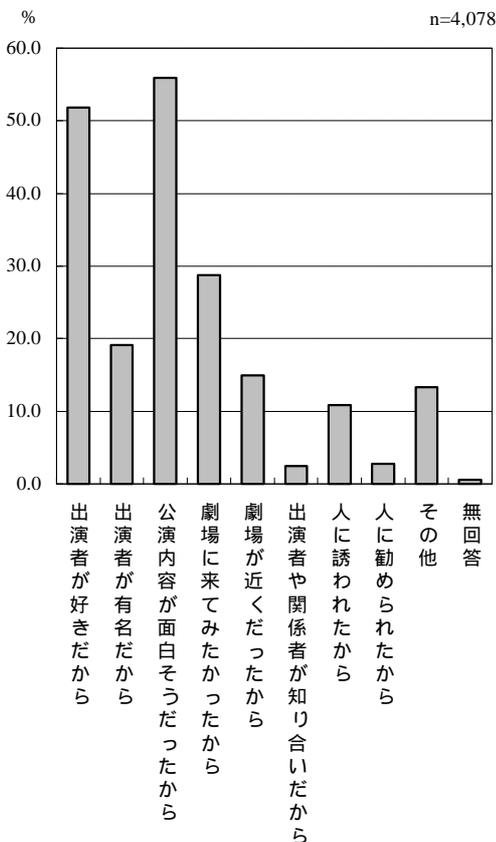


(3) 公演を観に来た理由

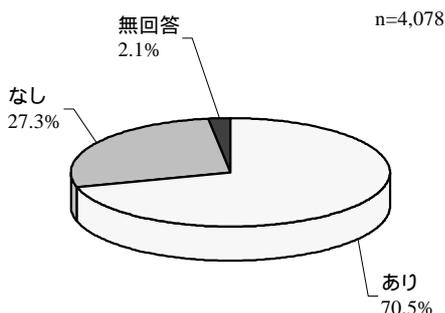
また、公演を観に来た理由としては、次のような回答結果が得

- ◎ 鑑賞理由は「公演内容が面白そう」「出演者が好き」がともに50%以上。「劇場に来てみたかった」も約30%。
- ◎ 観客の7割が公演の前後に飲食やショッピングをしており、平均単価は4,600円。

図表2-12 公演を観に来た理由



図表2-13 公演前後の飲食、ショッピングの有無



得られた。

- 属性やジャンルを問わず、「公演内容が面白そうだったから」(55.9%)、「出演者が好きだから」(51.8%)への回答が過半数を超えている。また、「劇場に来てみたかったから」(28.8%)も約3割を占めることから、劇場が開館したことに対する関心が高いことがわかる
- 「18歳未満」で「人に誘われたから」(29.9%)の割合が高いほかは、年齢別の傾向は見られない。
- ジャンル別に見ると
「ミュージカル・商業演劇」では「劇場に来てみたかったから」「古典芸能」では「出演者が好きだったから」と「出演者が有名だったから」、
「クラシック音楽」では「出演者が有名だから」と「劇場に来てみたかったから」の割合が、相対的に高い。

(4) 公演前後の飲食、ショッピング

- 来場者の約7割が公演の前後に飲食やショッピングを行っており、行っている場合の平均単価は約4,600円である(図表2-14参照)。
- 飲食やショッピングをした割合、平均単価とも、女性の方が男性より若干高い。
- 年齢別では、「18歳未満」で飲食やショッピングをした割合や単価(約3,000円)が低く、単価は「50歳代」が約5,000円で最も高い。
- 鑑賞作品のジャンル別に見ると、飲食やショッピングの有無ではあまり差が見られないが、「音楽劇」と「古典芸能」では平均単価が5,000円を超えているのに対し、「小劇場・現代演劇」と「ダンス・現代舞踊」、「その他のジャンル」では約4,000円かそれ未満と相対的に低い。

- ◎ 「たいへん満足」が約20%、「まあ満足」が約60%と、約8割が満足層で、観客の劇場に対する総合満足度は高い。

図表2-14 公演前後の飲食、ショッピングの平均金額

基本属性		サンプル数	割合	単価(円)
全体		4,078	70.5%	4,582.9
性別	男性	588	64.8%	4,192.3
	女性	3,198	72.2%	4,704.3
年齢別	18歳未満	107	54.2%	3,152.6
	18～29歳	565	69.7%	4,560.2
	30歳代	818	73.5%	4,640.5
	40歳代	621	74.2%	5,092.2
	50歳代	715	73.1%	4,453.9
	60歳以上	830	68.7%	4,456.6
ジャンル別	小劇場・現代演劇	866	65.7%	4,038.1
	音楽劇	260	72.3%	5,153.4
	ミュージカル・商業演劇	1,414	72.5%	4,527.6
	古典芸能(歌舞伎・能)	959	75.3%	5,211.3
	ダンス・現代舞踊	88	62.5%	3,823.1
	クラシック音楽	445	64.5%	4,390.9
	その他のジャンル	44	70.5%	3,165.3

3. 公演や劇場に対する満足度、運営方針の支持率

次に、北九州芸術劇場で鑑賞した公演や劇場サービスなどに対する満足度を整理した。

(1) 総合満足度

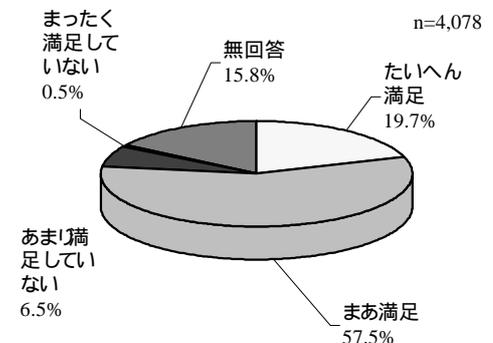
- 劇場に対する総合的な満足度をみると、満足層の割合(無回答を除いた「たいへん満足」と「まあ満足」の計の割合、以下同様)は91.6%で、「たいへん満足」の割合も約2割を占めるなど、公演や劇場への総合的な満足度は高いといえる。

(2) 公演や劇場サービスなどに対する満足度

公演の構成要素や劇場サービスに対する満足度をみると満足層の割合はいずれも過半数を占めるものの、項目によってばらつきがみられた。

- 「本日の公演内容」、「劇場係員の対応」、「劇場の立地」の3項目は満足層の割合が90%以上と、高い満足度を得ている

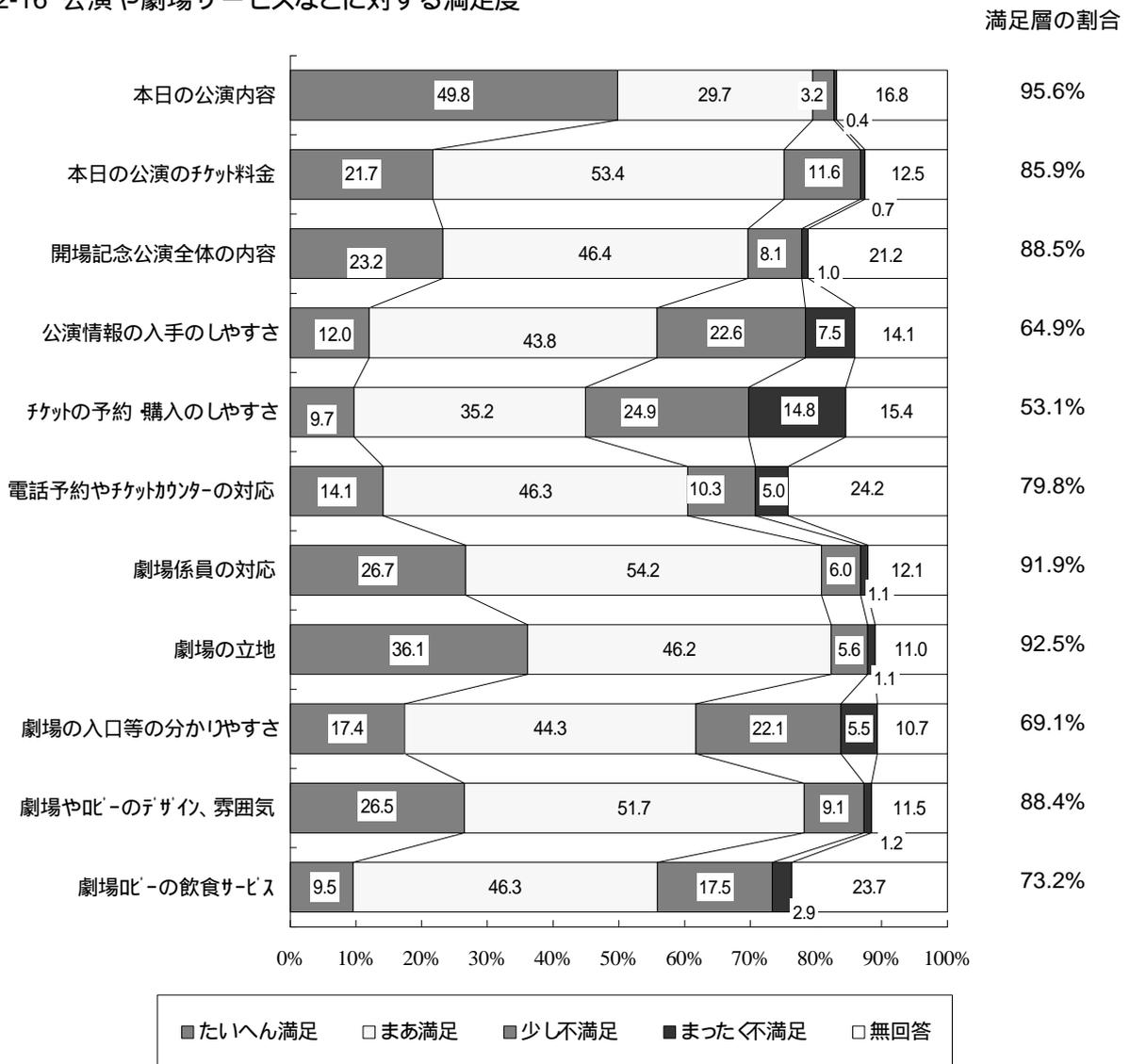
図表2-15 総合満足度



- ◎ 「公演内容」、「劇場係員の対応」、「劇場の立地」の3項目の満足度が高い
- ◎ 「公演情報の入手のしやすさ」、「チケット予約・購入のしやすさ」、「劇場の入口の分かりやすさ」は相対的に満足度が低い

るが、「公演情報の入手のしやすさ」、「チケット予約・購入のしやすさ」、「劇場の入口の分かりやすさ」では満足層の割合が70%を切っており、これらは相対的に満足度の低い項目となっている。

図表2-16 公演や劇場サービスなどに対する満足度



注) 満足層は 無回答を除いた「たいへん満足」と「まあ満足」の計の割合

- 「たいへん満足」の割合が高いのは、「鑑賞当日の公演内容」(49.8%)、「劇場の立地」(36.1%)、「劇場係員の対応」(26.7%)。逆に「まったく不満足」の割合が高いのは「チケットの予約・購入のしやすさ」(24.9%)、「公演情報の入手のしやすさ」(22.6%)、「劇場の入り口等の分かりやすさ」(22.1%)などである。
- また、この結果を項目ごとにポイント化し、平均値を算出して、ポイントの高い順に並べてみると、図表2-17のとおりとなり、「鑑賞日の公演内容」が3.5ポイントと最も得点が高く、公演内容に対する観客の満足度は極めて高いと言えよう。
- 2.5ポイントと最も得点の低い「チケット予約・購入のしやすさ」をはじめ、「公演情報の入手のしやすさ」、「劇場ロビーの飲食サービス」、「劇場の入り口や案内表示のわかりやすさ」などは改善の余地のあるサービスと言える。
- 鑑賞ジャンルごとで満足度に比較的大きな差が見られる項目もあるが、総じて「商業演劇・ミュージカル」、「古典芸能」で満足度は相対的に低い。また、年齢層が高くなるにつれ、満足度は低くなる傾向がある。

(3) 劇場の運営方針について

アンケート調査では、「創る」、「育つ」、「観る」という劇場の運営方針に関する意見を求めたところ、それらを支持するかどうかについて、次のような結果が得られた。

- 「創る」、「育つ」、「観る」、いずれの運営方針も、支持する意見が多く、とりわけ「観る」については、「ぜひやってほしい」といふ意見が80%を超えている。

創る

- 「創る」は、全体で「ぜひやってほしい」の割合が45.0%、「支持者」の割合(無回答を除いた「ぜひやってほしい」と「まあやってほしい」の計の割合、以下同様)は94.4%である。
- 年齢別では「18歳未満」、「18~29歳」の若い世代で、ジャンル別では「小劇場・現代演劇」、「音楽劇」、「ダンス・

図表2-17 公演の内容や劇場サービスに対する満足ポイント

鑑賞日の公演の内容	3.5
劇場の立地	3.3
開場記念公演全体の内容	3.2
劇場係員の対応	3.2
劇場ロビーのデザイン、雰囲気	3.2
本日の公演のチケット料金	3.1
電話予約やチケットカウンターの対応	2.9
劇場の入り口や案内表示のわかりやすさ	2.8
劇場ロビーの飲食サービス	2.8
公演情報の入手のしやすさ	2.7
チケット予約・購入のしやすさ	2.5

注) 「たいへん満足」:4点 「まあ満足」:3点
 「少し不満足」:2点 「まったく不満足」:1点
 として点数を付与し、「無回答」を除外して集計、ポイントの昇順に整理。
 4点が最高点、1点が最低点。

- ◎ 劇場の3つの運営方針については、「観る」への積極支持者の割合が最も高い
- ◎ 「創る」と「育つ」も支持者の割合は90%を超える。

現代舞踊、「その他のジャンル」で、「ぜひやってほしい」の割合が50%を超えて高い

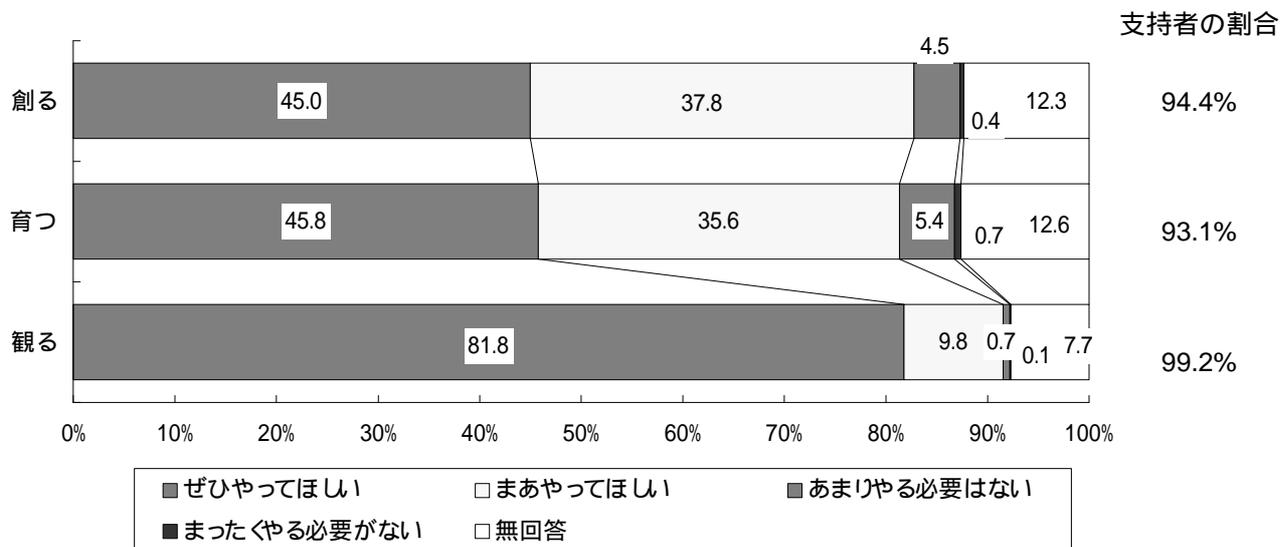
育つ

- 「育つ」は 全体で「ぜひやってほしい」の割合が45.8%、「支持者」の割合は93.1%である。
- 「創る」と同様
年齢別では「18歳未満」で
ジャンル別では「その他のジャンル」で
「ぜひやってほしい」の割合が高い

観る

- 「観る」については 観客を対象にしたアンケートといふこともあって、「ぜひやってほしい」の割合も81.8%、「支持者」の割合が99.2%を占めている。
- なお、「創る」と「育つ」については
年齢別では「60歳以上」で
ジャンル別では「ミュージカル・商業演劇」、「古典芸能」、

図表2-18 劇場の運営方針について



注) 支持者の割合は、無回答を除いた「ぜひやってほしい」と「まあやってほしい」の計の割合

- ◎ 日頃の鑑賞頻度は50%以上が年に4回以下。
- ◎ 鑑賞希望日時は「土曜の夜」「日曜の昼」「土曜の夜」が30%以上。「月～金の昼間」も20%。

「クラシック音楽」でそれぞれ「無回答」の割合が高いことから、それらの観客では「創る」、「育つ」という劇場の基本方針に対する関心が低いことが伺える。

4. 日頃の鑑賞活動の実態

北九州芸術劇場だけではなく、日頃の全般的な鑑賞活動については、次のような回答結果が得られた。

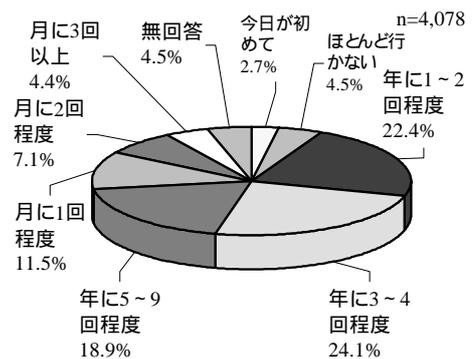
(1) 日頃の鑑賞頻度

- 公演に出かける頻度は、「年に3～4回程度」(24.14%)、「年に1～2回」(22.4%)、「年に5～9回程度」(18.9%)の割合が高い
- 性別では「女性」の方が全体的に鑑賞頻度が高いが、「月に3回以上」は「男性」の割合の方が高い
- 年齢別では「18歳未満」の鑑賞頻度が相対的に低く、「18～29歳」の鑑賞頻度が相対的に高い
- ジャンル別にみると「小劇場・現代演劇」、「音楽劇」、「ダンス・現代舞踊」の鑑賞者で日常的な鑑賞頻度が高い
- 居住地別では「福岡市」、「福岡市周辺」、「その他」の鑑賞頻度が高いが、これは、熱心な観客が他府県から来場した結果と考えられる。

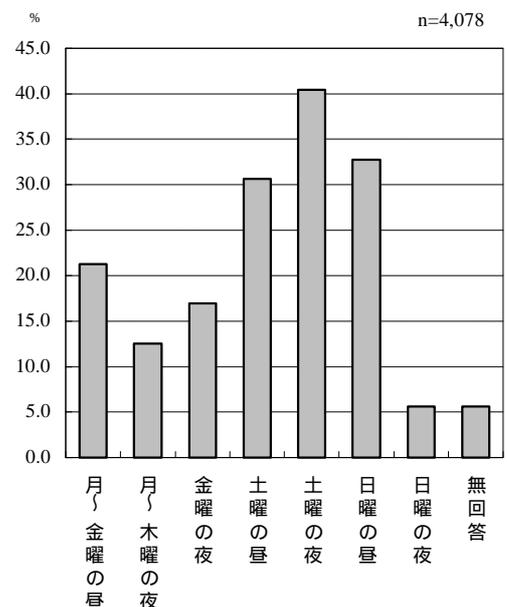
(2) 都合のよい鑑賞日時

- 公演を観る曜日と時間帯は、「土曜の夜」(40.5%)、「日曜の昼」(32.8%)、「土曜の昼」(30.7%)への希望が高い。「月～金曜の昼」(21.3%)への希望も2割を超える。
- 「男性」は「土曜の夜」を約半数が希望。「40歳未満」も「土曜の夜」を希望する割合が高く50%を超えている。一方、「50歳以上」では「月～金曜の昼」を希望する割合が高く、特に「60歳以上」ではその割合が約半数に達している。
- ジャンル別では「小劇場・現代演劇」では「土曜の夜」の

図表2-19 日頃の演劇やコンサートの鑑賞頻度

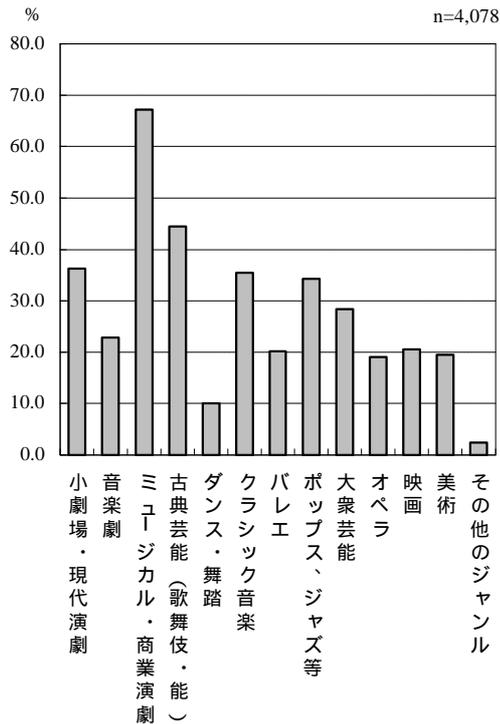


図表2-20 都合の良い鑑賞日時



- ◎ 興味のあるジャンルは「ミュージカル・商業演劇」「古典芸能」「小劇場・現代演劇」「クラシック音楽」「ポップス・ジャズ」で30%を超えて高い(ただし鑑賞作品のジャンルに連動した結果)。

図表2-21 普段興味のあるジャンル



「音楽劇」では「日曜の昼」の
「ミュージカル・商業演劇」では「月～金曜の昼」の
「古典芸能」では「月～金曜の昼」と「日曜の昼」の
「ダンス・現代舞踊」では「土曜の夜」と「日曜の昼」の
「クラシック音楽」では「月～木曜の夜」の
希望が相対的に高いなど、北九州芸術劇場の鑑賞作品のジャンルによって、日頃の鑑賞希望日時に差が見られる。

(3) 普段興味のあるジャンル

- 普段興味のあるジャンルは、「ミュージカル・商業演劇」(67.1%)、「古典芸能」(44.5%)、「小劇場・現代演劇」(36.2%)、「クラシック音楽」(34.3%)の順となっているが、これは、来場した公演ジャンルごとの回収数と同じ順序で、アンケート対象者の鑑賞傾向を示したものであり、北九州市周辺の一般市民の趣向を反映しているとは言えない。
- なお、設問の18の選択肢に基づいて詳しく見ると、「劇団四季」(45.7%)、「有名俳優の演劇」(44.8%)、「能・狂言・文楽・歌舞伎」(44.5%)、「クラシック音楽」(35.5%)、「寄席・演芸・お笑い・独演会など」(28.3%)、「現代演劇」(24.9%)などが興味を持つ割合の高いジャンルとなっている。
- 女性は「ミュージカル・商業演劇」(72.3%)に興味集中しているのに対し、男性は「ミュージカル・商業演劇」(51.2%)、「小劇場・現代演劇」(44.0%)、「クラシック音楽」(40.6%)、「大衆芸能」(38.8%)など、興味が分散する傾向がある。
- 年齢別にみると、「18～39歳」では「小劇場・現代演劇」、「ポップス・ジャズ等」、「50歳以上」では「クラシック音楽」、「大衆芸能」への興味が強い傾向にある。
- ジャンル別にみると、どのジャンルでも鑑賞した公演のジャンルへの興味が高く、特に「クラシック音楽」と「ミュージカル・商業演劇」では80%を超える。また、「ダンス・現代舞踊」の鑑賞者は、「小劇場・現代演劇」、「ポップス・ジャズ等」、「美術」など、興味のあるジャンルが多様である(いずれも約

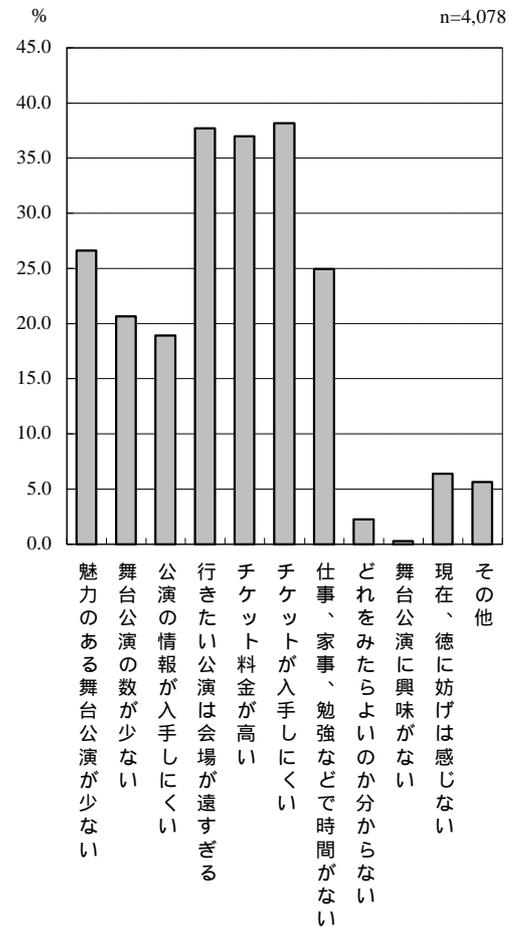
- ◎ 公演鑑賞の妨げは、「チケットが入手しにくい」「会場が遠すぎる」「チケット料金が高い」が三大要素

5割前後)。

(4) 公演に出かけるときの妨げ

- 公演に出かけるときの妨げは、「チケットが入手しにくい」(38.2%)、「会場が遠すぎる」(37.7%)、「チケット料金が高い」(37.0%)が3大要素となっている。
- 「30歳未満」では「仕事 家事 勉強などで時間がない」の割合が相対的に高い。
- ジャンル別に見て、最も高い割合を示しているのは「小劇場・現代演劇」では「行きたい公演は会場が遠すぎる」、
「音楽劇」と「ダンス・現代舞踊」と「クラシック音楽」では「チケット料金が高い」、
「商業演劇・ミュージカル」と「古典芸能」では「チケットが入手しにくい」、
「クラシック音楽」では「チケット料金が高い」(「行きたい公演は会場が遠すぎる」、「チケットが入手しにくい」もほぼ同率)、
「その他のジャンル」では「仕事 家事 勉強などで時間ととりにくい」
など、ジャンルごとに鑑賞の妨げと感じている要素が異なっていることがわかる。

図表2-22 公演に出かけるときの妨げ



- ◎ 2003年度の劇場の支出額は、管理運営費と事業費を合わせて約12億円。経済波及効果は約23億円前後と推測できる。

第3章

経済効果とパブリシティ効果

劇場の運営は、様々な経済効果を生み出し、地域活性化を促すと言われている。ここでは、北九州芸術劇場の運営に伴う経済効果について考察を行なうとともに、劇場運営やイベントなどではしばしば指摘されるパブリシティ効果について、その概要と金額換算による規模の把握をおこなった。

1. 劇場運営に伴う経済効果の概要

(1) 劇場の支出に伴う経済効果

劇場の運営には、様々な支出が伴う。劇場の管理運営に必要な各種費用や人件費、公演事業の実施に伴う制作費や舞台費、出演料、交通費、宿泊費など、その内容は非常に多岐にわたっている。北九州芸術劇場では、2003年度に施設の管理運営経費として8億1,600万円、事業費として3億9,800万円、合計で約12億1,400万円が支出された(*1)。

これらの支出は、さらに様々な分野の産業に波及し、幅広い経済効果を生み出す。その金額は、産業分類に基づいて分野ごとの支出額を算定し、産業連関表を用いて算出することができる(*2)。

また、そうした経済活動の連鎖によって雇用が確保され(雇用効果)、税収がもたらされる(税収効果)こととなる。

今回の調査では、北九州芸術劇場の支出の詳細データを把握することができなかったため、正確な経済効果を算出することはできなかった。参考までに、東京都の調査によれば、劇場の生産波及効果倍率は1.88倍である(*3)。北九州でも同程度の誘発効果があったとすれば、施設の管理運営経費および劇場事業費にともなう経済効果は、約23億円となる。

(2) 観客の消費支出に伴う経済効果

劇場運営による経済効果としては、観客の消費支出も大きな要素である。劇場までの交通費、観劇前後の飲食やショッピング、さらに遠隔地からの観客の場合には宿泊費など、劇場での公演

*1: 運営管理費は、人件費、光熱水費、清掃・警備委託料、舞台技術委託料、フロント運営委託料等
事業費は、創造事業、公演事業、オープニング企画費、演劇祭、学芸事業

*2: 人件費については、通常、消費性向を乗じて消費額を推計し、それを最終需要として間接的に波及効果を算出する。

*3: 文化経済研究会「文化の経済効果に関する調査研究」1997.3

- ◎ 観劇前後の観客の消費支出額は、1億5,000万円。
- ◎ 2001年度以降、3年間の新聞記事掲載件数は約500件。

公演鑑賞に伴って、観客は多様な消費活動を行っている。

今回のアンケート調査では、北九州芸術劇場の観客の約7割が、公演前後にショッピングをしたと回答しており、その平均金額は4,580円であった。公演事業の総入場者数は4万5,390人であったことから、2003年度に、北九州芸術劇場の観客が公演前後に飲食やショッピングに支出した金額は、約1億4,700万円となる。そしてこの支出も、劇場運営の支出と同様、幅広い経済波及効果を生み出すことになる。

このように、北九州芸術劇場の経済効果は、劇場や観客の直接支出と、それに基づいた経済波及効果の合計で算出することができる。しかし、今回の調査では、算出に必要な産業分類に基づいた支出データの把握ができなかったため、具体的な経済効果の算出は今後の課題としたい。

2. パブリシティ効果

文化的な催しや劇場運営においては、新聞や雑誌への記事掲載やテレビ報道などによって、地域の認知度向上やイメージアップが図られるケースが多く、それらは「パブリシティ効果」と呼ばれている。そして、その効果は、記事の大きさなどを基準にした広告宣伝費を目安にして、しばしば金額換算される。ここでは、新聞記事に焦点を当てて、北九州芸術劇場のパブリシティ効果を分析した。

(1) 新聞掲載にみるパブリシティ効果

北九州芸術劇場は、劇場の計画段階からしばしば新聞や雑誌に取り上げられている。民間のデータベース検索サービスを利用して、「北九州芸術劇場」というキーワードで、2001年度から3年度分の新聞記事の検索をしたところ、3年間で499件の掲載が確認された(*1)。

新聞別に見ると、最も多いのは西日本新聞(214件)、次いで、朝日(93件)、毎日(73件)、読売(55件)であり、朝日、毎日、読売

*1: パブリシティ効果の分析に、劇場でクリッピングしたものではなく、新聞記事の検索サービスを活用したのは、掲載基準が明確なことで、文字数や写真の有無など、分析に必要なデータが整っていたためである。

◎ 2003年度に新聞記事の掲載件数は急増、8月、1月は月間50件を超える。

図表3-1 2001-03年度の新聞記事掲載件数

掲載紙	件数
西日本新聞	214
朝日新聞	98
毎日新聞	73
読売新聞	55
日経新聞	36
中国新聞	5
日経流通新聞MJ	3
東京新聞	3
産経新聞	2
北海道新聞	2
日刊工業新聞	2
河北新報	1
静岡新聞	1
中日新聞	1
神戸新聞	1
日刊建設工業新聞	1
建設通信新聞	1
合計	499

資料)「日経テレコン」記事検索の結果に基づく

売は西部地域版が大多数を占める(図表3-1)。

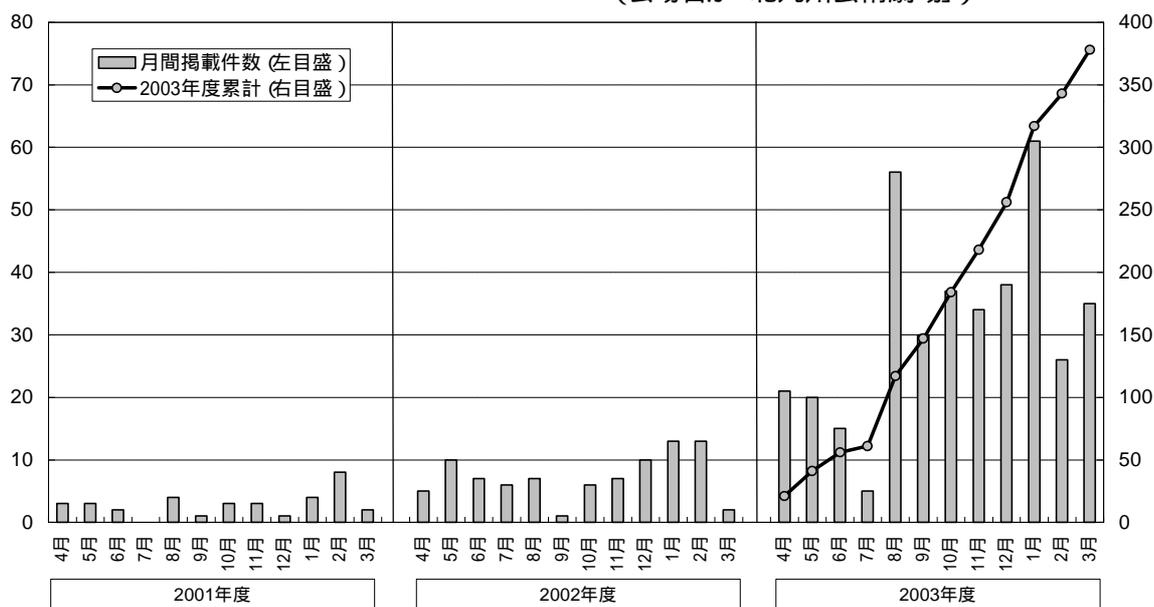
3年間の推移を見ると、2003年度になって掲載数が増加し、特に8月は劇場の開館や開場記念事業が、1月は新年のイベント情報や劇場への取材記事が数多く掲載され、月間掲載件数は50件を超える(図表3-2)。

(2) 2003年度の掲載記事の内容と金額換算

2003年度(2003.4月～2004年3月)に限ってみると、「北九州芸術劇場」をキーワードに検索された新聞記事の件数は378件。記事の内容は概ね次の5種類に分類できる。

- 北九州芸術劇場の公演紹介・取材記事、劇評など
- 北九州芸術劇場のPRキャンペーン、劇場主催イベントの紹介記事
- 情報コーナーなどでの公演情報の提供等
- 芸術文化以外のイベント、講演の紹介記事(会場名が「北九州芸術劇場」)
- 情報コーナーなどでの芸術文化以外のイベントの情報提供(会場名が「北九州芸術劇場」)

図表3-2 新聞記事掲載件数の推移



資料)「日経テレコン」記事検索の結果より作成

- ◎ 公演の紹介や取材、劇評、主催イベントの紹介などの新聞記事に限定しても、パブリシティ効果の規模は、2.1億円の広告宣伝費と同様の規模

2003年度の掲載記事378件のうち、～ は約85%の318件である。そこから 公演情報の提供等を除いて、北九州芸術劇場の事業や運営に関する記事を抽出すると180件であった。

さらに、この180件の内容を、「自主事業 / 共催事業」、「学芸事業」、「貸館事業」、「その他(劇場全般、劇場職員への取材記事等)」に分類すると、それぞれ、70件、8件、46件、56件であった(図表3-3 *1)。

「自主事業 / 共催事業」のうち「ファウスト」、「ユーリントン」、「大砲の家」の公演事業は、全国紙や全国紙の地方版でもとりあげられている。これら事業は、北九州芸術劇場以外でも上演されること、特に「ファウスト」は「世田谷パブリックシアター」で、「大砲の家」は「伊丹アイホール」で上演されたことから、「ファウスト」は東京版、「大砲の家」は大阪版で複数件掲載された。また両公演とも、「北九州芸術劇場プロデュース」ということが全面に出る形で、単なる公演の紹介ではなく、北九州芸術劇場の主催事業が、首都圏や関西圏で公演される、ということが、ニュース性の高い記事として紹介されている。

前記の記事の分類のうち、～ については、劇場の自主的なパブリシティ効果とは捉えにくいことから、と の180件の掲載記事について広告掲載料をベースに金額換算すると、約2億1,000万円という結果となった(図表3-3)。

図表3-3新聞掲載記事の内容と金額換算(2003年度)

	掲載件数	金額換算(千円)
自主事業 / 共催事業	70	62,140
学芸事業	8	5,331
貸館事業	46	27,072
その他	56	114,683
計	180	209,226

注) 金額換算は、写真を含めた記事面積と各新聞社の広告掲載料(記事下広告)に基づいて計算・集計した。
資料) 「日経テレコン」記事検索の結果に基づく

*1: 「その他」の件数が多いのは、オープニング関連記事、北九州演劇祭関連記事を、「その他」に分類したため。

- ◎ 新聞記事掲載によるパブリシティ効果の規模は、財団の「文化振興特別会計」の市の補助金の2倍弱

つまり、これらの新聞記事だけに限定しても、2億円以上の新聞広告に匹敵するパブリシティ効果があるということになる。これは、財団の「文化振興特別会計」における市の補助金の2倍弱という規模で、雑誌やテレビ報道などを加えるとその規模はさらに大きくなるものと思われる。

「その他」の多くはオープニングに関連しての劇場イベントや事業紹介等に関する記事であるため、来年度以降は掲載件数が減少すると予想される。しかし、「自主事業／共催事業」だけでも約6,000万円に相当するパブリシティ効果があり、今後も、自主事業、学芸事業の情報発信力の強化で、パブリシティ効果が期待できると考えられる。

第4章

事業評価の基本フレームと 評価結果

- ◎ 事業評価の基本フレームとして、4つの評価軸を設定

計画目標に対する評価
運営状況に関する評価
経営状況に関する評価
派生的効果に対する評価

本章では、これまでの分析結果を踏まえた上で、まず、事業評価の基本フレームの検討・設定を行った。次いで、その基本フレームに沿ってアンケート調査やデータ分析の結果、各項目ごとの評価結果や改善のポイント、そして、今後の事業評価に関する課題などを、分析・整理した。

1. 事業評価の基本フレーム

まず、北九州芸術劇場の事業評価の基本フレームとして、計画目標、運営状況、経営状況、派生的効果という4つの評価軸(評価大項目)を設定した(*1)。

(1) 劇場の計画目標に対する評価

北九州芸術劇場では、「創る」「育つ」「観る」をキーワードにした事業展開が行われている。それらの目的をどの程度達成できたかが、まず、本劇場の事業評価の視点として重視されるべきであろう。

- **【創る】**: 「北九州芸術劇場のオリジナル・プロデュースの演劇作品を創ることにより、“ものづくりの街”北九州市をアピールし地域の活性化を促していく」という目標がどの程度達成されたか。
- **【育つ】**: 「アーティストを小・中学校に派遣するアウトリーチ活動や劇場サポーター組織を通じたのヒューマンネットワーク作り等により、舞台芸術の手法を用いた人材育成・教育普及事業を行い、地域を育てながら地域とともに育っていく劇場を目指す」という目標がどの程度達成されたか。
- **【観る】**: 「見る楽しみを知ってもらうため、舞台芸術の先進都市からエンターテインメント性や芸術性の高い作品を招き、市民に様々な公演を提供する」という目標がどの程度達成されたか。

(2) 劇場の運営状況に関する評価

次に評価軸として考えられるのは、劇場運営にともなう基本

*1: この基本フレームは、今年度の調査結果に基づいた一次案であり、来年度以降の調査の中で、さらに検討を加え、より実際的で適切な評価フレームを構築していく予定。

的なサービスの内容や質に関するものである。ここでは、それらのサービスを次の4項目に分けて整理した。

- **[観客サービス]**: 劇場の観客に対して質の高いサービスが提供されているか。
- **[劇場利用者サービス]**: 劇団や制作会社、市民団体など、劇場利用者に適切なサービスが提供されているか。
- **[専門的・技術的サービス]**: 劇場の専門的・技術的サービスの水準や提供状況は適切か。
- **[その他]**: その他の面から見て、劇場の運営は適切に行われているか。

(3) 劇場の経営状況に関する評価

事業収支や組織運営など、経営的な視点から見て、効率的な運営が行われているかどうか、劇場の事業評価にとって重要な要素である。ここでは以下の3項目を設定した。

- **[事業収支]**: 事業収支の面から見て、十分な経営努力が行われ、成果が出ているか。
- **[組織運営]**: 適切なスタッフ体制が敷かれ、効率的な組織運営が行われているか。
- **[その他]**: その他、経営面から見て適切な事業運営が行われているか。

(4) 劇場運営に伴う派生的効果に対する評価

さらに、経済効果やパブリシティ効果など、劇場運営や公演事業の実施に伴う派生的な効果についても、評価軸に含めるべきだと考えられる。

- **[経済的效果]**: 劇場運営によって、どの程度の経済的な効果が生み出されたか。
- **[パブリシティ効果]**: 劇場事業によって北九州市の広報やイメージアップなどの面でどのような効果があったか。
- **[その他]**: 劇場運営に伴い、その他にどのような派生的効果

- ◎ 「創る」「育つ」「観る」の3つの計画目標の達成度は高く、基本目標の維持が望まれる。特に「観る」に対する観客の満足度、期待値は極めて高い。
- ◎ 「劇場係員の対応」の満足度は高いが、「広報・告知方法」「チケット販売方法」は要改善。
- ◎ チケット販売、ファンドレイズなど収入拡大に向けた取り組みは高く評価できる。

果が生み出されたか。

2. 評価の結果と改善のポイント

以上の基本フレームに基づいて、評価の小項目や評価指標を例示し、それらの評価項目に対応した調査結果やデータを整理した上で、評価結果や運営課題を整理したのが、図表4-1である。

(1) 劇場の計画目標に対する評価

今回の調査結果を見る限り、「創る」、「育つ」、「観る」の3つの基本目標は、ある程度達成されているものと考えられる。また、これらの基本目標については、観客の支持率も高いことから、今後も、この目標の継続を基本とすることが望まれる。

特に「観る」については、公演作品の内容に対する観客満足度、本目標に対する支持率とも、極めて高いことから、さらなる積極的な取り組みが期待される。

(2) 劇場の運営状況に関する評価

各種劇場サービスに対する観客の満足度の結果から、「広報・告知の方法と内容」、「チケット販売のしくみ」は改善を要すると判断される。また、「劇場ロビーにおける飲食・物販サービス」、「劇場スタッフの対応(電話、窓口)」についても、改善の余地があると考えられる。

逆に、「劇場係員の対応」は満足度が非常に高いことから、現在の水準の維持が望まれる。

劇団や市民団体などの劇場利用者に対するサービス、劇場の専門的・技術的サービスについては、今回の調査・評価対象に含まれていない。

(3) 劇場の経営状況に関する評価

チケット販売、外部資金獲得の実績から、収入拡大に向けた取り組みは高く評価できる。

経費削減に向けた取り組み、組織運営全般に関する評価に

- ◎ 経済効果、パブリシティ効果などの派生的効果も相応の規模に達している。
- ◎ 評価フレームや評価方法の再検討、評価項目のウェイトづけは今後の検討課題

については、今回の調査・評価対象には含まれていない。

(4) 事業の派生的効果に対する評価

経済的効果について、今回の調査では厳密な分析は行っていないが、劇場の運営や事業に伴う支出額の規模、観劇に伴う観客の消費活動の実態から、劇場の運営に伴って、相応の経済的効果が発生しているものと考えられる。

パブリシティ効果については、新聞記事等への掲載件数、掲載内容などから判断して、北九州市のイメージアップに対して、劇場は相応の貢献を果たしていると思われる。

3. 事業評価における今後の課題

ここまで、今回の事業評価調査に基づいた評価フレームの検討と設定、ならびに評価の結果を概観してきたが、劇場事業を総合的に評価するという観点からは、まだまだ不十分な面が多い。そこで最後に、今後の北九州芸術劇場の事業評価における主要な課題を整理した。

(1) 評価フレーム、評価方法の再検討

今回の事業評価調査では、評価軸として、計画目標、運営状況、経営状況、派生的効果、という4つの大項目を設定したが、まず、その妥当性について、専門家や劇場スタッフを交えて、十分な検討や議論が行われる必要がある。それぞれの大項目の中の小項目や評価指標についても、さらなる検討が不可欠である。

また、それらを統合して総合的な評価を導き出すためには、各評価項目の重要度に基づいて、評価結果のウェイトづけを行う必要があり、その点も、今後の大きな課題である(*1)。

評価の客観性や継続性、経年変化などに対応するためには、評価の数値化についても検討する必要がある。目標達成度の評価については目標値を、経営状況の評価には妥当性を判断する基準値のようなものもあわせて検討しなければならない。

*1: 例えば、劇場の計画目標の達成度を主要な評価軸とするのであれば、計画目標50%、運営状況20%、経営状況20%、派生的効果10%など

- ◎ 「育つ」に対応した教育普及事業、劇場利用者サービス、組織運営などに対する評価は今後の課題
- ◎ 評価調査は継続が重要
- ◎ 評価作業を事業運営の中に位置づけ、事業や運営の改善につなげることが肝要

さらに、今回の調査では、項目ごとの評価結果については調査結果に基づいて研究所スタッフで判断したものであるが、本来的には、複数の専門家や劇場スタッフを交えて、十分な議論や検討を経て導き出されるべきものである。

(2) 調査の継続と範囲の拡大

また、調査方法やデータ分析の範囲が限られていたために、重要な評価項目であっても、今回の調査では評価できなかった項目も多い。事業評価の調査やデータ分析、評価作業に費やせる費用や労力には限度があるが、例えば、今年度、調査やデータ収集のできなかった以下の項目については、来年度以降、何らかの形で評価に盛り込むことが望ましい。

- 基本目標の「育つ」に対応した教育普及事業（参加者の満足度や成果など）
- 劇団や市民団体などの劇場利用者サービス
- 組織運営からみた経営状況

今年度、評価対象となった項目についても、継続的な調査やデータ収集を行い、経年変化や改善の度合いなどを検証できるようにしくみを整えていく必要がある。

(3) 評価結果に基づいた事業改善への取り組み

事業評価はそれ自体が目的ではなく、劇場の理念や目的を達成するための手段である。評価結果から事業や運営の課題を導き出し、それらを改善していく取り組みこそ肝要である。

そういう意味で、今年度の事業評価調査の成果を踏まえたうえで、今後は、事業運営のしくみの中に、評価作業を位置づけ、事業や運営の改善、劇場の目標の見直しや事業内容の再検討につなげていく、といった取り組みが重要である。

図表4-1 事業評価の基本フレーム案と評価結果

評価軸・評価大項目	評価小項目・評価指標(例示)と調査結果・評価データ	評価結果・改善のポイント	事業評価に関する今後の課題		
計画目標に対する評価	<p>基本目標</p> <p>【創る】 北九州芸術劇場のオリジナル・プロデュースの演劇作品を創ることにより“ものづくりの街”北九州市をアピールし地域の活性化を促していく。</p>	<p>基本目標の達成度に関する調査結果</p> <ul style="list-style-type: none"> 「ファウスト」、「大砲の家」、「シアターラボ」の3事業を実施。「ファウスト」は世田谷パブリックシアターで、「大砲の家」は伊丹アイホールで、北九州芸術劇場プロデュースとしても公演 「ファウスト」入場率: 東京公演97%、北九州公演92% 「大砲の家」入場率: 伊丹公演64%、北九州公演88% 観客の支持率(94.4%) 	<ul style="list-style-type: none"> 独自の演劇作品の創造については、ある程度の目標が達成されたと考えられるが、“ものづくりの街”北九州のアピールや地域活性化については今後の課題 この基本目標に関する観客の支持率は高く、継続が望まれる。 	<ul style="list-style-type: none"> 舞台芸術や劇場専門家等へのインタビューなどによる質的評価の実施。 	
	<p>【育つ】 アウトリーチなど、舞台芸術の手法を用いた人材育成・教育普及事業を行い、地域を育てながら地域とともに育つ劇場を目指す。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 表現教育、戯曲講座、俳優養成講座、バックステージツアー、コンテンポラリーダンスワークショップ、学校出前演劇ワークショップなど、多様な事業を実施 参加者の満足度については未調査 観客の支持率(93.1%) 	<ul style="list-style-type: none"> 多様で積極的な事業展開が評価できる 参加者の満足度については未調査のため、評価保留 この基本目標に対する観客の支持率は高く、継続が望まれる。 	<ul style="list-style-type: none"> 参加者へのアンケート調査、グループインタビュー調査などによる満足度調査の実施 	
	<p>【観る】 舞台芸術の先進都市からエンターテインメント性や芸術性の高い作品を招き、市民に様々な公演を提供する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 阿国、ピーターパン、イッセー尾形のとまらない生活、レッツゴー忍法帖、リチャード三世、ユーリタウンなど、幅広い公演を実施 公演事業の総入場者数は45,390人 「公演内容」の満足層(95.6%、うち「たいへん満足」59.9%) 「開場記念公演全体の内容」の満足層(88.5%) 観客の支持率: 99.2%(積極支持: 88.5%) 	<ul style="list-style-type: none"> 公演内容に対する観客満足度が極めて高く、開場記念公演全体についても観客満足度が高いことから、本目標の達成度は高いと評価できる この基本目標に対する観客の支持率も極めて高いことから、積極的に継続すべき。 	<ul style="list-style-type: none"> 観客アンケート調査の実施による満足度変化の把握 	
	劇場の運営状況に関する評価	<p>【観客サービス】 劇場の観客に対して質の高いサービスが提供されているか。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 広報・告知の方法と内容: 「公演情報の入手しやすさ」満足層(64.9%) × チケット販売のしやすさ: 「チケットの予約・購入のしやすさ」満足層(53.1%) × 会員サービスの内容と提供状況: 未調査 客席案内等のフロントサービスの内容と質: 「劇場係員の対応」満足層(91.9%) 劇場ロビーにおける飲食・物販サービスの内容と質: 「劇場ロビーの飲食サービス」満足層(73.2%) 劇場スタッフの対応(窓口、電話など): 「電話予約やチケットカウンターの対応」の満足層(79.8%) 	<ul style="list-style-type: none"> 観客満足度の結果から、「広報・告知の方法と内容」、「チケット販売のしやすさ」は要改善項目 「劇場ロビーにおける飲食・物販サービス」、「劇場スタッフの対応(電話、窓口)」は改善の望まれる項目 「劇場係員の対応」は満足度が高く、現在の水準の維持が望まれる。 	<ul style="list-style-type: none"> 継続調査の実施による改善度の把握
		<p>【劇場利用者サービス】 劇団や市民団体など利用者に適切なサービスが提供されているか。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 貸館利用者の受付サービス: 未調査 楽屋等バックヤードのサービス: 未調査 	<ul style="list-style-type: none"> 未調査のため評価保留 	<ul style="list-style-type: none"> アンケート調査、インタビュー調査などの実施
		<p>【専門的・技術的サービス】 劇場の専門的・技術的サービスの水準や提供状況は適切か。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 舞台制作等に関する専門的サービス: 未調査 劇場設備のメンテナンス状況: 未調査 劇場技術スタッフの対応: 未調査 	<ul style="list-style-type: none"> 未調査のため評価保留 	<ul style="list-style-type: none"> アンケート調査、インタビュー調査などの実施
<p>【その他】 その他、劇場の事業や運営は適切に行われているか。</p>		<ul style="list-style-type: none"> 事業評価への取り組み: 事業評価調査を実施 アカウントビリティへの取り組み: 未調査 	<ul style="list-style-type: none"> 未調査のため評価保留 	<ul style="list-style-type: none"> アンケート調査、インタビュー調査などの実施 	

* アンケート調査結果については、〃、〃、〃、×の4段階評価とした
 ** 支持率、満足層の割合は、無回答を除いて算出した数値である

評価軸・評価大項目	評価小項目・評価指標(例示)と調査結果・評価データ	評価結果・改善のポイント	事業評価に関する今後の課題	
経営状況に関する評価	【事業収支】 事業収支の面で十分な経営努力が行われているか。	<ul style="list-style-type: none"> 収入拡大に向けた取り組み: チケット販売努力(平均入場率: 89.4%) 外部資金の獲得(7,000万円、事業費の17.7%) 経費削減に向けた取り組み: 未調査 	→ チケット販売、外部資金獲得の実績から、収入拡大に向けた取り組みは高く評価できる。	→ 継続調査の実施。
	【組織運営】 適切なスタッフ体制や効率的な組織運営が行われているか。	<ul style="list-style-type: none"> 組織体制の適切さ: 未調査 業務内容・ボリュームの適切さ: 未調査 意志決定の円滑さ: 未調査 	→ 未調査のため評価保留	→ 運営スタッフ等に対するインタビュー調査、業務実態に関する調査などの実施。
	【その他】 その他、経営面で適切な対応が行われているか。	<ul style="list-style-type: none"> 効率的な運営に向けた取り組み: 未調査 	→ 未調査のため評価保留	→ 評価項目、評価指標等の検討。
事業の派生的効果に対する評価	【経済的効果】 劇場運営によってどのような経済的な効果が生み出されたか。	<ul style="list-style-type: none"> 経済波及効果: 劇場の管理運営、公演事業等の支出総額は約12億円、経済波及効果は23億円程度 観客の観劇前後の飲食・ショッピング等の支出額は約1億5,000万円。 雇用効果: 未調査 税収効果: 未調査 	→ 劇場の事業規模に応じた経済効果が発生。 観劇に伴う観客の消費活動も活発。	→ 運営費、事業費の支出内容に基づいた経済波及効果の測定。 観客の消費活動に伴う経済波及効果の測定。
	【パブリシティ効果】 劇場事業によって、北九州市の広報面でどのような効果があったか。	<ul style="list-style-type: none"> シティプロモーション: 2003年度の新聞掲載件数378件(全国紙掲載含む)、うち180件は公演紹介・取材記事、劇評、劇場イベント紹介など イメージアップ: 同上 劇場の認知度: 同上 パブリシティ効果の規模: 約2億1,000万円(180件の新聞記事のみ) 	→ 新聞をはじめとした各種媒体への露出度は高く、劇場運営に伴うパブリシティ効果は大きい。 新聞掲載記事だけで、市の事業補助金の2倍の規模	→ 継続調査の実施。
	【その他の派生的効果】 劇場運営に伴い、その他、どのような派生的効果があったか。		→	→ その他の派生効果の洗い出し、評価項目、評価指標等の検討。