豊島区立舞台芸術交流センター あうるすぽっと事業評価調査

報告書

2018年3月 ニッセイ基礎研究所

## ◎ はじめに

この報告書は、公益財団法人としま未来文化財団から委託を受けて、株式会社ニッセイ 基礎研究所が実施した「豊島区立舞台芸術交流センター・あうるすぽっと事業評価調査」の 成果をとりまとめたものである。

近年、行財政改革や説明責任(アカウンタビリティ)への関心の高まりなどを背景に、政府や地方公共団体の施策や事業を評価する「政策評価」が広がっている。ただし、文化施設や文化事業の場合、いわゆる事務事業評価の仕組みでは必ずしも適切な評価を行うことがでないとされ、その特性を踏まえた独自の評価が必要である、という認識が広がり、各地で行われている評価も徐々に成熟したものとなりつつある。

豊島区立舞台芸術交流センター・あうるすぽっとは、2007年の開館以来、幅広い事業を展開し、規模は小さいながら、首都圏でもアクティブな公共劇場のひとつに位置づけられている。2013年度に行った事業評価調査では、アンケート調査を通じてあうるすぽっとの来場者や利用者の基本属性、事業や運営に対する満足度などを調査・分析し、管理運営や主催事業、貸館事業に伴う経済波及効果やパブリシティ効果を把握した。あわせて区内の文化施設、文化・芸術団体、まちづくり関係者に対してグループインタビューを実施し、事業内容や管理運営、今後の期待などについて定性的な評価や課題などを把握、整理した。

今回の2017年度の事業評価調査では、過去9カ年の事業実績の推移や2013年度と2017年度のアンケート調査結果の比較、経済波及効果やパブリシティ効果の試算、あうるすぽっとの今後の方向性に関するグループインタビュー調査などを行った。その結果、豊島区立舞台芸術交流センター・あうるすぽっとに対する総合満足度が向上していること、女性や若い世代の観客の来場が増加していること、事業方針に対する賛同者の割合が向上していることなど多くの項目で高い評価結果が得られた。一方で、近年、豊島区及び首都圏の文化施設の状況や、国の文化政策の動向が大きく変化していることから、豊島区立舞台芸術交流センター・あうるすぽっとの果たすべき役割についても検討を行った。それらを踏まえ、本報告書では、各種調査結果と合わせ、今後の方向性について提案を行った。

末筆ではあるが、今回、この貴重な調査の機会を与えられた公益財団法人としま未来文化財団、調査にご協力いただいた劇場スタッフや関係者の方々に心より感謝申し上げるとともに、本調査の成果が今後の豊島区立舞台芸術交流センター・あうるすぽっとの運営に有効に活用されることを願うものである。

2018年3月 ニッセイ基礎研究所 芸術文化プロジェクト室

序章 調査研究の目的・内容と本報告書の構成	ii
I 事業・運営実績データの整理・分析	
1. 事業実績の推移	1
(1) 舞台芸術の創造普及事業	2
(2) 施設管理事業(利用状況、来館者	数)4
(3) 過去5年間の収入内訳から見た分	析7
Ⅱ 観客アンケート調査	
1. 観客アンケート調査の概要	9
2. 2017年度調査の結果概要	10
(1) 基本属性	10
(2) 鑑賞に伴う行動	10
(3) 満足度	12
(4) 事業への賛同	14
(5) 鑑賞活動	14
3. 2013年度調査と2017年度調査の比較	16
(1) 基本属性	16
(2) 鑑賞に伴う行動	16
(3) 満足度	18
(4) 事業への賛同	20
(5) 鑑賞活動	20
Ⅲ 経済波及効果・パブリシティ効果	
1. 経済波及効果	22
(1) あうるすぽっとの経済波及効果の	基本構造と分析方法22
(2) 分野別の最終需要と経済波及効!	₹22
(3) 2013年度と2016年度の経済波及3	効果の比較24
2. パブリシティ効果	25
(1) 2017年度の掲載記事の件数	25
(2) 広告掲載料料金をベースとした金	額換算26
(3) 2013年度と2017年度のパブリシテ	- イ効果の比較27

IV	事美	<b>業評価</b>	面のとりまとめ	
	1.	評価	フレームの考え方	.28
	2.	評価	結果の概要	.28
V	あう	るすり	ぽっとの今後の方向性に関する調査	
	1.	開館	後の事業・運営の振り返り	.35
		(1)	事業・運営実績データに関する調査結果から	.35
		(2)	観客アンケート調査の結果から	.37
		(3)	経済波及効果・パブリシティ効果から	.38
	2.	区の	文化政策の方向性とあうるすぽっとの現状課題、	
		グル	·一プインタビュー調査の集約	.39
		(1)	基本的な性格の明確化と他の劇場との差別化	40
		(2)	区内、都内、国内外とのネットワーク	.41
		(3)	区民や地域に開かれた劇場	.42
		(4)	施設全体の有機的かつ効率的な活用	43
	3.	豊島	区及び首都圏の主な劇場の概況	.44
	4.	国の	文化政策の動向	46
		(1)	文化芸術基本法	.46
		(2)	文化芸術推進基本計画	.46
		(3)	劇場、音楽堂等の活性化に関する法律	.47
		(4)	劇場、音楽堂等の事業の活性化のための取組に関する指針	48
VI			ぽっとの今後の方向性に関する提案	
			理念	.50
	2.	運営	- 事業のあり方	.50
	3.	事業	の構成と具体例	.51
	4.	施設	用途の見直し	.52
	5.	区民	·•利用者へのサービス	.52

# 序章 調査研究の目的・内容と本報告書の構成

## 1.調査研究の目的・内容

## (1) 調査研究の目的

本調査は、豊島区立舞台芸術交流センター・あうるすぽっと(以下「あうるすぽっと」)の2009年度から2017年度までの事業実績データ、2013年度と2017年度に行った観客へのアンケート調査のデータ分析、経済波及効果やパブリシティ効果の試算、あうるすぽっとの今後の方向性に関するグループインタビュー調査の結果から、開館後10年間のあうるすぽっとの事業・運営の評価と今後の方向性を提案することを目的とする。

#### (2)調査の内容

#### ①事業の概要と実績

開館以来の事業実績の推移(詳細は資料編(別冊)、資-93~資-107参照)、施設管理事業(利用状況、来館者数等)、過去5年間の収入内訳などを分析し、劇場運営の評価に結びつくような基礎データを整理した。

#### ②アンケート調査

自主事業公演の観客の鑑賞行動や満足度、あうるすぽっとへの要望などを把握するとともに、観客等の消費支出に伴う経済波及効果の算出に必要な基礎データを収集するため、2017年度の自主事業公演の来場者を対象としたアンケート調査を実施した(詳細は資料編(別冊)、資-1~資-59参照)。また、2013年度の自主事業公演で行った同様のアンケート調査と比較し、4カ年での変化を把握した(詳細は資料編(別冊)、資-61~資-92参照)。

## ③経済波及効果・パブリシティ効果

産業連関表を用いて、劇場の事業や運営がもたらす経済波及効果を試算するとともに、雇用効果の把握を行なった(詳細は資料編(別冊)、資-109~資-119参照)。また、パブリシティ効果について、その概要を整理し、金額換算による規模を算出した(詳細は資料編(別冊)、資-121~資-124参照)。

#### ④グループインタビュー

首都圏の劇場や文化政策の動向を俯瞰的に整理し、あうるすぽっとの今後の方向性についてアイディアや助言を得るため、劇場運営や文化政策に関する専門家を対象にしたグループインタビューを行った(詳細は資料編(別冊)、資-125~資-139参照)。

## 2. 本報告書の構成

本報告書は、各調査結果の概要、ならびに事業評価の基本フレームと評価結果を整理した「本編」と、調査の詳細データ等を整理した別冊「資料編」の二編から構成されており、それぞれの内容は以下のとおりである。

#### (1) 本編

本編は、それぞれ次の内容からなる6つの章によって構成されている。

「Ⅰ事業・運営実績データの整理・分析」 劇場運営の事業実績、観客数・入場者数、稼働率などの基礎データについて、2009年度 から2017年度までの9カ年の推移を整理した。

「Ⅱ アンケート調査」

2017年度の自主事業公演の来場者を対象としたアンケート調査の結果の整理・分析と、同様の設問・選択肢によって行った2013年度の調査結果との比較を行った。

- 「Ⅲ 経済波及効果・パブリシティ効果」
   産業連関表を用いた経済波及効果、雇用効果、新聞掲載記事の金額換算によるパブリシティ効果を算出した。
- 「IV 事業評価のとりまとめ」

I からⅢまでの調査結果を総合的に分析するため、あうるすぽっとの事業評価結果を、(財)地域創造の「公立ホール・公立劇場の評価指針」(2007年3月)の評価フレームに基づいて再整理し、それに沿ってとりまとめを行った。

- ●「V あうるすぽっとの今後の方向性に関する調査」 開館後10年間の事業・運営を振り返り、豊島区の文化政策の方向性を踏まえたうえで、劇場運営や文化政策に関する専門家を対象にしたグループインタビューを実施し、あうるすぽっとの事業・運営に関する現状や課題を整理した。
- •「VI あうるすぽっとの今後の方向性に関する提案」 Vの要点を整理し、あうるすぽっとの今後の方向性に関する提案を、「基本理念」、「運営・ 事業のあり方」、「事業の構成と具体例」、「施設用途の見直し」、「区民・利用者へのサービス」の5項目に整理した。

## (2) 資料編(別冊)

本編で整理・分析した調査の手法、結果などをとりまとめ、資料編として掲載した。

- 資料 I「2017年度自主事業公演アンケート調査.」では、2017年7月から2018年2月までの 自主事業公演の来場者を対象に実施したアンケート調査結果を、設問ごとに整理した。
- 資料 II「2013年度と2017年度の自主事業公演アンケート調査の比較」では、設問と選択肢が同一の調査票で行った2013年度と2017年度の調査結果を、設問ごとに比較した。
- 資料Ⅲ「2009-2017年度事業・公演・プログラム」では、2009年度から2017年度までの事業 実績を、事業分類ごと(2013年度を踏襲)に、事業・公演・プログラムの名称と実施期間をリストアップした。
- 資料IV「経済波及効果」では、2016年度の経済波及効果の基本構造、事業ごとの最終需要と消費支出など、経済波及効果算出のための分析資料を掲載した。
- 資料 V 「2017年度パブリシティ実績」では、金額換算の基礎となった2017年度の新聞記事 データの一覧を掲載した。

#### ◎ 調査研究体制

ニッセイ基礎研究所

吉本光宏(主席研究員・芸術文化プロジェクト室長) 大澤寅雄(芸術文化プロジェクト室 准主任研究員)

# Ⅰ 事業・運営実績データの整理・分析

本章ではまず、事業評価の基本となるあうるすぽっとの事業の概要、入場者数や稼働率、収支状況などの事業の実績について、過去データとともに整理した。

## 1. 事業実績の推移

あうるすぽっとでは、2007年の開館以来、以下の設立趣旨(コンセプト)に基づいて、公益財団 法人としま未来文化財団によって事業展開が行われてきた。

舞台芸術の創造・発信・育成の場として、劇場プロデュース公演や共催公演(タイアップ公演)などを中心にした公演プログラムとワークショップやレクチャーなどの育成プログラムを展開し、 "人々と芸術文化が逢い集う場"としての劇場を目指しています。

また、多くの劇場が集まる「演劇の街・池袋」で唯一の区立の劇場として、活力のある地域社会を形成してまいります。(ホームページより)

2017年度の事業は、以下のような分類に沿って展開されている。

#### 図表1-1 あうるすぽっとの事業(としま未来文化財団 事業計画書より)

## (1) 施設管理・貸館業務

- ①公演 | 自主企画公演は、自らプロデュースし、豊島区における高品質な舞台作品の創造と発信を目的とする。また、普及公演は、無料や他イベントとの連携等、来場しやすい環境により区民等に舞台芸術に親しむ環境を提供する。
- ②講座・ワークショップ | 講座やワークショップ、地域に出向くアウトリーチなどにより、舞台芸術の担い手の育成を図るほか、舞台芸術の普及や理解向上、賑わいの創出につなげる。
- ③展示 │ 公演事業等に連動して、興味喚起や集客促進等を目的に行う「展示」 系事業。
- ④情報発信 | 区民等に向けて自主企画事業や貸館業務等の情報を提供するとともに、その提供環境を整備する。また、新ホールに向けて、チケットセンター等の整備を行う。
- **⑤池袋演劇祭** | 若手劇団や地域の劇場施設等と提携して、若手舞台人の育成や鑑賞機会の提供、舞台芸術の振興を図り、区の「国際アート・カルチャー都市構想」を推進する。
- ●タイアップ事業 | 劇団、公共文化施設、教育機関等に広報協力等の支援を行うことにより、優れた作品を誘致し、区民等に向けて質の高い鑑賞機会の提供と、ラインナップの充実による劇場のステータスアップを図る。
- ②地域協働事業 | 区と提携し、鑑賞機会の提供や地域社会への文化的貢献により区の文化政策を推進する。また、区民シリーズとして、区内文化団体等を対象に優先利用と減免により、区民の文化活動を支援する。
- ③その他 | 文化芸術の中間支援組織等と提携して、若手舞台人の育成、舞台芸術の振興を図る。

# (2)自主企画事業

(3)提携事業

なお、本調査では、2013年度に実施した事業評価調査からの推移や2017年度との比較をするため、2013年度調査で設定していた以下の事業の分類を踏襲することとし、2017年度の事業の分類を次のように2013年度の分類に合せて整理した。

図表1-2 本調査での事業の整理

	本調査での事業の分類	頁(2013年度を踏襲)	2017年度事業の分類
(1 舞	①プロデュース公演・ 主催公演事業	あうるすぽっと企画製作 によるプロデュース公演	(2)自主企画事業 ①公演 ③展示
台芸術の	②共催公演(タイアッ プ)事業	優れた芸術活動を行っ ているアーティストやカン パニーの支援	(3)提携事業 ①タイアップ事業
創 造 普	③教育普及事業	舞台芸術の魅力を身近 にする多彩なワークショッ プ、レクチャー等	(2)自主企画事業 ②講座・ワークショップ
及 事 業	④その他連携事業	区や文化芸術の中間支援組織等と提携した舞台 芸術の振興	(2)自主企画事業 ⑤池袋演劇祭 (3)提携事業 ②地域協働事業 ③その 他
(2)施設管理事業			(1) 施設管理·貸館業務

## (1) 舞台芸術の創造普及事業

2007年度から2017年度までの舞台芸術の創造普及事業における、①プロデュース公演・主催公演事業、②共催公演(タイアップ)事業、③教育普及事業、④その他連携事業、それぞれの事業の推移や主だった成果や推移を考察する

## ① プロデュース公演・主催公演事業

- 2009年度から2017年度までの9年間のプロデュース公演・主催公演事業(2009~11年度は「自主公演・プロデュース公演」と称していた)を一覧にまとめた(資-95)。過去9年間の年間事業本数は3本から11本の間を増減している。
- 9年間を通じて、あうるすぽっとのプロデュース公演では、優れた才能を持ち国内外から注目を集める若手の劇作家、演出家、振付家を起用した作品を創造してきた。こうした公演では、次世代に向けた舞台芸術の創造に資することを目的としているように見受けられる。
- 2010年度はロシアの小説家・劇作家のアントン・チェーホフの生誕150周年を記念した「あうるすぽっととチェーホフフェスティバル2010」、2009年度と2011年度は、「日韓演劇フェスティバル」(第1回は共催公演事業)、2014年度は「あうるすぽっとシェイクスピアフェスティバル2014」を開催するなど、歴史的に著名な劇作家の周年記念や国際交流に焦点を当てたフェスティバルを手掛けてきた。
- これらのフェスティバルは、戯曲へのアプローチや表現手法に自由な発想を持つ劇団や演出家を起用し、劇場からの情報発信に意欲的に取り組んだ。
- 2011年度には、岡田利規氏の作・演出による「家電のように解り合えない」では、演劇・ダンス・美術の融合による新たな総合芸術の形式を提示して大きな話題を呼んだ。他にも新聞に劇評が掲載された公演は多く、舞台芸術界に刺激や波紋を投げかけてきた。
- 過去9年間のプロデュース公演・主催公演のラインナップは、起用したアーティストに光が

当たっている印象が強く、いくつかの演目は再演やシリーズ化を試みている。しかしながら、あうるすぽっとの「看板」や「顔」として認知されるようなインパクトは、やや弱い印象が残る。

● 2017年度は、子どもや家族に焦点を当てた演目や、質の高い伝統芸能を親しみやすく紹介する企画など、事業の新しい基軸を構築している。『みんなの日本舞踊』『みんなの演芸』『みんなの伝統芸能』といった『みんなの…』というシリーズは、あうるすぽっとの「顔」が見える企画として定着していくことが期待される。

#### ② 共催公演事業

- 2009年度から2017年度までの9年間の共催公演事業を一覧にまとめた(資-96)。過去9年間の年間事業本数は8本から18本の間を増減している。
- 2010年度は「あうるすぽっとチェーホフフェスティバル2010」で7本のタイアップ公演があった ため、例年よりもタイアップ公演が増加している。それ以外の年度の事業本数は10本から13 本となっている。
- 過去5年間のタイアップのパートナーを見ると、劇団昴、CAN、華のん企画、文学座、北九州芸術劇場、ROCKSTAR(コンドルズ)など、演劇・ダンスの分野で定評のある劇団、制作会社、劇場とのタイアップを継続してきたことが分かる。
- 共催公演事業を通じて定評のある舞台芸術団体や劇場との継続的な信頼関係を形成することが、首都圏の舞台芸術界における、あうるすぽっとの位置づけを高めていると言える。
- 当初はタイアップ公演の中で演目が少なかったコンテンポラリーダンスやヌーヴォーシルク (新しいサーカス)などの身体表現に焦点を当てた公演が2012年度以降増えてきている。
- プロデュース公演がアーティストの創造意欲を引き出すような企画が多い一方で、共催公演事業は、区民から舞台芸術の愛好家まで、幅広い観客層に支持を受けるようなプログラムを選定しているように見受けられる。

#### ③ 教育普及事業

- 2009年度から2017年度までの9年間の教育普及事業を一覧にまとめた(資-98)。過去9年間の年間事業本数は8本から16本まで徐々に増加している。毎年継続し、同一時期、同一会場に行われているプログラムが数多くあり、定着していることが伺える。
- 教育普及事業に限らず、あうるすぽっとの事業の中でも大きな特徴となっているのが、2009 年度以来継続して取り組んでいる「にゅ~盆踊り」である。直近の2017年度ではワークショップの受講生が延約176人、池袋西口公園で開催している盆踊り大会本番の延動員数は約10,200人という一大イベントに成長した。
- ●「にゅ~盆踊り」は地域に浸透し、コンドルズファンのみならず、地域からの参加者が多く見られ、新しい豊島の盆踊りとして根付いてきた。舞台芸術への興味や関心の有無を問わず多数の区民にアプローチする「にゅ~盆踊り」は、あうるすぽっとの広告塔として機能すると同時に、劇場でのコンテンポラリーダンスやヌーヴォーシルクなどの公演とのつながりを生み出している。
- 開館以来継続している教育普及事業には「アートマネジメント研修プログラム」もある。アートマネジメントでのキャリアアップを目指す若い世代のインターンシップ・プログラムとして、文化政策やマネジメントに関する座学とともに、現場での実践経験の場を提供している。
- 2011年度以降継続している劇団昴による朗読劇「クリスマス・キャロル」は、劇場ホワイエでの入場無料イベントで、乳幼児と同伴で来場ができるなど、幅広い層の来場者を迎えており、クリスマス時季を彩る定例イベントとなっている。

- 大塚ろう学校の協力のもと、ろう者とのワークショップに取り組んできた活動以来、聴覚や視覚に障害のある人たちとのワークショップや、視聴覚障害者の『お出かけ支援講座』など、継続的に障害者のアクセシビリティの向上に取り組んできたことも、あうるすぽっとの教育普及事業の大きな特徴となっている。
- 2014年度以降は教育普及事業の本数が徐々に減少しているものの、年齢層や障害の有無 に関わらず、多種多様な参加者層を対象に、あうるすぽっとと幅広い区民との関係を拡大 しようとする意図が伺える。

## ④ その他連携事業

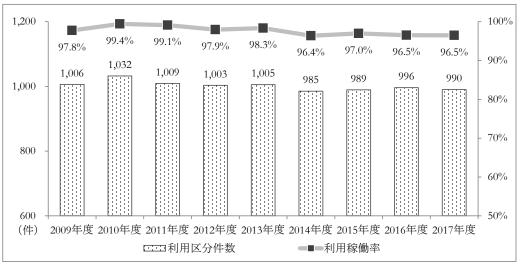
- 2009年度から2017年度までの9年間のその他連携事業を一覧にまとめた(資-102)。過去9年間の年間事業本数は5本から8本まで増減している。
- ◆教育普及事業と同じく、毎年継続し、同一時期、同一会場に行われているプログラムが数 多くあり、定着していることが伺える。
- ●その他連携事業の中でも、「図書館関連事業(中央図書館 特別展示)」は、文化の交流 拠点として、地域の活性化を目的に継続されている。過去9年間の展示内容を概観すると、 初期の展示は劇場の公演に合わせた作家・作品をキーワードとして展示図書を選定してい たようだが、近年では、公演だけでなく、教育普及事業を含めた企画の意図や背景に対し て興味や関心を引き出すような選定を行っているように見受けられる。
- その他、「池袋演劇祭」「フェスティバル/トーキョー」「小田島雄志 翻訳・戯曲賞」「あうるす ぱっと区民シリーズ」「豊島区/としま未来文化財団 関連事業」では、豊島区が舞台芸術 の創造・発信・育成を行うために、今後もあうるすぽっとと持続的な連携が望まれる。

#### (2) 施設管理事業(利用状況、来館者数)

#### 1) 劇場

● 2009年度から2017年度まで、過去9年間の劇場の利用区分件数と利用稼働率の推移をグラフ化した(図表1-6)。利用区分件数は985区分から1,032区分の間を推移し、利用稼働率は96.4%から99.4%の間を推移しており、極めて高い利用稼働率を維持している。

## 図表1-6 劇場の利用区分件数と利用稼働率の推移

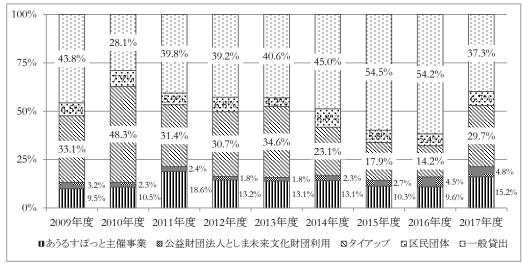


• 利用主体別に、利用区分件数の割合の推移をグラフ化した(図表1-7)。最も割合の高い利用主体は2010年度以外は「一般貸出」が最も多い割合となっている。2010年度は、「タイア

ップ」が「一般貸出」よりも高い割合となっている(2010年度は「あうるすぽっとチェーホフフェスティバル2010」の開催年で、タイアップ公演が例年よりも多い)。

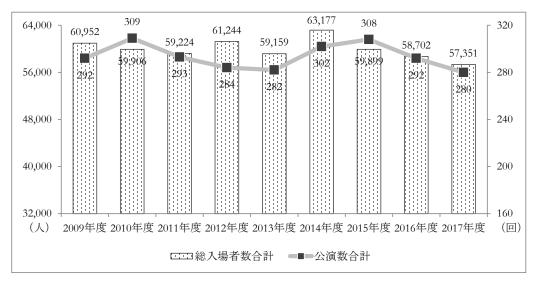
● 「あうるすぽっと主催事業」の利用の割合は、2011年度が最も高く18.6%で、2009年度が最も低く9.5%となっている。

## 図表1-7 全利用区分における利用主体別の割合の推移



- 過去9年間の劇場の総入場者数と公演数の推移をグラフ化した(図表1-8)。
- 総入場者数は57,351人から63,177人の間を、公演数は280回から309回の間を推移している。 総入場者数が最も多いのは2014年度だが、公演数が最も多いのは2010年度となっている。

#### 図表1-8 劇場の総入場者数と公演数の推移



- •利用主体別に、総入場者数の割合の推移をグラフ化した(図表1-9)。最も割合の高い利用 主体は「一般貸出」が多いが、2010年度は、「タイアップ」が「一般貸出」よりも高い割合となっている。
- ●「あうるすぽっと主催事業」の総入場者数の割合は、2011年度が最も高く16.8%で、2009年度が最も低く3.8%となっている。

100% 38.6% 44.2% 46.3% 44.7% 75% 50.2% 48.2% 52.7% 63.6% 63.5% 9.0% 5.8% 9.0% 6.3% 50% 4.3%8.8% 28.7% 26.9% 4.7% 33.0% 42.8% 33.1% 22.5% 30.7% 25% 13.0% 16.5% 3.1% 1.5% 5.6% 0% 2009年度 2010年度 2011年度 2012年度 2013年度 2014年度 2015年度 2016年度 2017年度 ☑区利用 ■主催事業 ■財団利用 ☑ タイアップ □区民団体 □一般貸出

図表1-9 総入場者数における利用主体別の割合の推移

## ② 会議室

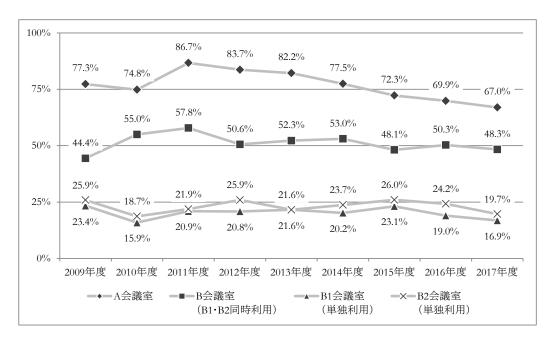
- 過去9年間の会議室の累計利用区分件数と利用稼働率の推移をグラフ化した(図表1-10)。 累計利用区分件数は2,054区分から2,565区分の間を推移し、利用稼働率は66.7%から 81.7%の間を推移している。
- 過去9年間で、累計利用区分件数、累計利用稼働率が最も高い割合となっているのは 2011年度となっており、2011年度以降6カ年度続けて利用区分件数と稼働率は減少してい ることがわかる。

図表1-10 会議室の累計利用区分件数と利用稼働率の推移



- 過去9年間の個別の会議室の利用稼働率をグラフ化した(図表1-11)。9年間を通じて利用 稼働率が最も高いのはA会議室で、67.0%から86.7%の間を推移し、次いで、B会議室(B1・ B2同時利用)が44.4%から57.8%の間を増減している。B1会議室、B2会議室の単独利用 は、どちらも20%前後を推移している。
- A会議室は2011年度以降6カ年度続けて利用稼働率が減少している。利用稼働率が最も 高かった2011年度では、貸出の件数は798件となっているが、2017年度は537件まで減少し ており、2011年度を基準(100%)とすると、2017年度は約3分の2の67.3%となっている。

#### 図表1-11 諸室別会議室の利用稼働率の推移



## (3) 過去5年間の収入内訳から見た分析

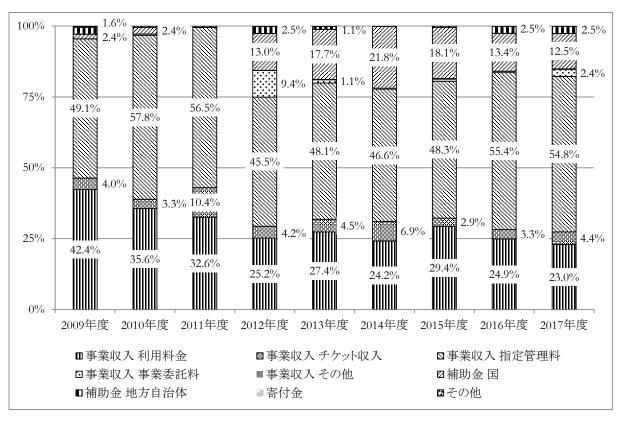
- ◆ あうるすぽっとの2017年度の支出は、管理費が約1億1,900万円、事業費が約6,600万円で、 総額が約1億8,500万円となっている。
- 公文協調査<sup>1</sup>によると、国公立施設全体の年間支出額の平均は管理費が6,173万円、事業費が3,599万円で、総額が9,771万円となっている。あうるすぽっとの年間支出は、公文協調査の全国平均を上回る支出規模となっていることが分かる。
- 同じく公文協調査によると、「設置主体」が10万人~30万人未満の市・特別区の場合の年間支出額の総額は、約9,694万円となっているため、同規模の設置主体でも、あうるすぽっとの支出規模は平均を上回っている。
- •しかし、公文協調査で「文化芸術系主催事業実施施設」の公演回数が21以上の場合(あうるすぽっとの2017年度の主催事業公演回数は22回)は、約3億2,900万円となっていることから、あうるすぽっとの事業や豊島区の施策を勘案すると、約1億8,500万円は大きな予算規模ではない。
- また、あうるすぽっとの収入内訳をみると、指定管理が全体の54.8%、利用料金が23.0%、国の補助金が12.5%、チケット収入が4.4%となっている。文化庁の「劇場・音楽堂等活性化事業」と「文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業」、(一財)地域創造により国からの約2,500万円の補助を受けており、積極的に資金調達に努めている。
- •地域創造調査<sup>2</sup>によると、指定管理施設の収入金額に占める設置者以外からの助成金、協 賛金、寄附金の年額の全国平均が374万円となっている。あうるすぽっとの資金調達努力 は、地域創造調査の全国平均を大きく上回っていることが分かる。
- 過去9年間の収入内訳から見た推移をグラフ化した(図表1-12)。9年間を通じて最も収入

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> 平成28年度 劇場・音楽堂等の活動状況に関する調査報告書(2017年3月、公益社団法人全国公立文化施設協会) https://www.zenkoubun.jp/publication/pdf/afca/h28/h28\_chousa.pdf

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> 平成26 年度 地域の公立文化施設実態調査 報告書(2015年3月、一般財団法人地域創造) http://www.jafra.or.jp/j/library/investigation/026/data/26\_1.pdf

内訳が高いのは指定管理料で、45.5%から57.8%の間を推移している。利用料金収入は、42.4%だった2009年度から徐々に割合が低下し、2017年度は23.0%となっている。国の補助金は年度によって0%から21.8%と大きく増減している。

図表1-12 過去5年間の収入内訳から見た推移



<sup>※</sup>グラフの見やすさに配慮し、1.0%以下の数値の表記は省略している。

# Ⅱ 観客アンケート調査

## 1. 観客アンケート調査の概要

#### 【調査の目的】

2017年度の自主事業公演での観客の属性、鑑賞行動、満足度、あうるすぽっとへの要望などを把握するともに、観客等の消費支出に伴う経済波及効果を把握するための基礎データを収集するためにアンケート調査を実施した。なお、本アンケート調査の調査票は2013年度の事業評価調査で用いた設問、選択肢と同一のものとすることで、4カ年でどのように自主事業公演の観客層が変化したかを比較し、変化を把握するためにも実施した。

## 【調査の対象】

- 2013年度調査…2013年5月から2014年3月までの自主事業公演の来場者
- 2017年度調査…2017年7月から2018年2月までの自主事業公演の来場者

## 【配布·回収方法】

• 自主事業公演:各公演の開演時に配布、終演時に回収

## 【実施時期】

- 2013年5月28日~2014年3月23日
- 2017年7月22日~2018年2月25日

## 【有効回答数】

- 2013年度調査…643件(配布数6,856件、回収率9.4%)
- 2017年度調査…590件(配布数7,033件、回収率8.4%)

## 【調査内容】

- 基本属性
  - 性別/年齢/居住エリア
- 鑑賞に伴う行動
  - 公演情報の入手経路
  - 公演に来た理由
  - 公演前後の飲食・ショッピング
  - ●使った又は使う予定の金額(飲食・ショッピング)
- 満足度
  - ◆本日の公演の内容/チケット料金、スタッフの対応/年間のラインナップ/公演情報の 入手のしやすさ/チケットの購入のしやすさ/劇場までの案内表示のわかりやすさ
  - 総合的な満足度
- 事業への賛同
  - 劇場独自のプロデュースによる舞台芸術公演の実施/劇団や企画団体による質の高い舞台芸術公演の紹介/ワークショップや講座などの舞台芸術の教育、普及活動/区内の文化団体、文化施設、NPO等と連携した活動
- 日頃の公演鑑賞頻度
  - 演劇やコンサートに出掛ける頻度
  - あうるすぽっとでの鑑賞経験
  - 鑑賞の妨げになっている要因

## 2. 2017年度調査の結果概要

## (1) 基本属性

#### ① 性別(図表2-1)

● アンケートの回答者を性別で見ると、「男性」が16.4%、「女性」が72.0%でおよそ4人に3人の割合となっている(資-4)。

## ② 年齢(図表2-2)

● 回答者の年齢は、「40歳代」が19.8%で最も多く、次いで「60歳以上」が18.6%、「18歳~29歳」が14.9%、「30歳代」が14.2%となっている。「40歳代」、「50歳代」、「60歳以上」の合計は52.0%、「18歳未満」、「18歳~29歳」、「30歳代」の合計は36.4%となる。(資-6)。

#### ③ 居住エリア(図2-3)

●居住エリアは、「豊島区内」が24.2%で、およそ4人に1人が豊島区民となっている。次いで「豊島区の隣接区(新宿区、文京区、中野区、北区、板橋区、練馬区)」が15.9%、「選択肢1、2(豊島区、新宿区、文京区、中野区、北区、板橋区、練馬区)以外の23区内」が13.1%となっており、23区内全体で53.2%、過半数となっている(資-8)。

#### (2) 鑑賞に伴う行動

## ① 公演情報の入手経路

◆公演情報の入手経路は、「チラシ」が34.7%となっている。次いで「出演者・スタッフから」が19.0%、「その他」が15.8%となっている(資-12)。

## ② 公演に来た理由(図表2-4)

•公演に来た理由は、「公演内容が面白そうだったから」が50.5%で過半数となっている。次いで「出演者、出演団体が好きだから」が40.7%、「その他」が16.6%、「劇場が近くだったから」が12.2%となっている(資-14)。

#### ③ 公演前後の飲食やショッピング

◆公演前後に飲食やショッピングをした、あるいはする予定があるかを伺ったところ、「はい」は39.2%で、「いいえ」の49.3%を下回っている(資-16)。

#### ④ 使った又は使う予定の金額(飲食)

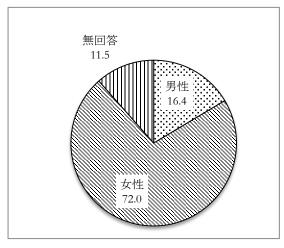
• 公演前後に飲食やショッピングをした、あるいはする予定があると回答した人に、飲食のために使った、または使う予定の金額を伺ったところ、金額欄が「無回答」が36.7%で、「1,000~2,000円未満」が24.7%で最も多く、次いで「2,000~5,000円未満」が19.0%、「500~1,000円未満」が11.1%、「500円未満」が5.7%となっている。飲食のために使った具体的な金額の記入のあった200件の回答の平均金額は、1,489.9円である(資-18)。

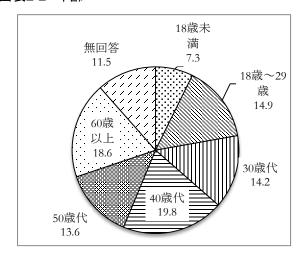
## ⑤ 使った又は使う予定の金額(ショッピング)

• 公演前後に飲食やショッピングをした、あるいはする予定があると回答した人に、ショッピングのために使った、または使う予定の金額を伺ったところ、「無回答」が81.5%となっている。これは、飲食のためにはお金を使ったが、ショッピングのためには使っていない人の割合として考えられる。ショッピングのために使った具体的な金額の記入のあった58件の回答の平均金額は、4,665.5円である(資-20)。

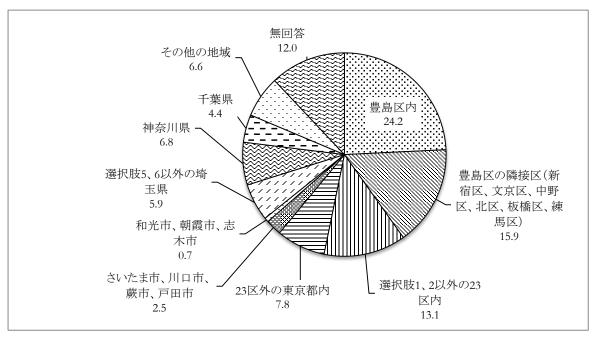
#### 図表2-1 性別

図表2-2 年齢

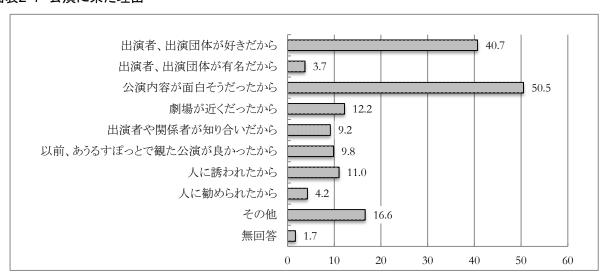




図表2-3 居住エリア



図表2-4 公演に来た理由



## (3) 満足度(図表2-5)

#### ① 本日の公演の内容

● 当日の公演内容について、「たいへん満足している」回答者は68.0%と、およそ3人に2人が 積極的な満足感を示している。次いで「まあ満足している」は20.3%、「あまり満足していない」は0.8%、「まったく満足していない」は0.3%となっている。(資-24)。

## ② 本日の公演のチケット料金

• 当日の公演のチケット料金について「たいへん満足している」は64.1%、「まあ満足している」は21.7%で、満足層は85.8%となっている。「あまり満足していない」(1.7%)と「まったく満足していない」(0.3%)を合わせた不満足層は2.0%、「無回答」は12.2%となっている(資-26)。

## ③ 本日の公演のスタッフの対応

● 当日の公演のスタッフの対応について「たいへん満足している」は62.4%、「まあ満足している」は25.32%で、満足層は87.6%となっている。「あまり満足していない」は1.2%で、「まったく満足していない」は0.0%、「無回答」は11.2%となっている(資-28)。

#### 4 年間のラインナップ

● 年間のラインナップについては「無回答」が45.3%で、回答者の約半数は年間のラインナップに対する満足感の回答がなかった。「たいへん満足している」(16.8%)と「まあ満足している」(33.1%)を合わせた満足層は49.8%で、「あまり満足していない」(3.9%)と「まったく満足していない」(1.0%)を合わせた不満足層は4.9%となっている(資-30)。

#### ⑤ 公演情報の入手のしやすさ

● 公演情報の入手のしやすさについては「たいへん満足している」(25.1%)と「まあ満足している」(33.9%)を合わせた満足層は59.0%で、「あまり満足していない」(8.6%)と「まったく満足していない」(1.2%)を合わせた不満足層は9.8%となっている。なお、「無回答」は31.2%となっている(資-32)。

#### ⑥ チケットの購入のしやすさ

● チケット購入のしやすさについては「たいへん満足している」(31.5%)と「まあ満足している」 (31.7%)を合わせた満足層は63.2%で、「あまり満足していない」(4.6%)と「まったく満足していない」(1.5%)を合わせた不満足層は6.1%となっている。なお、「無回答」は30.7%となっている(資-35)。

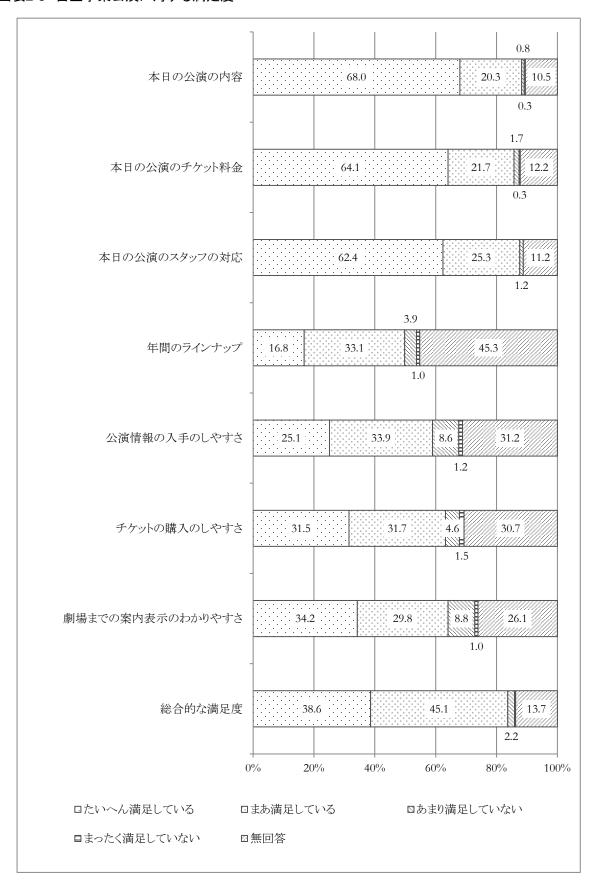
#### (7) 劇場までの案内表示のわかりやすさ

• 劇場までの案内表示のわかりやすさについては「たいへん満足している」は34.2%、「まあ満足している」は29.8%で、満足層は64,1%でおよそ3分の2が満足している。「あまり満足していない」は8.8%、「まったく満足していない」は1.0%で、不満足層は9.8%、「無回答は」は26.1%となっている(資-36)。

#### ⑧ 総合的な満足度

●総合的な満足度について「たいへん満足している」が38.6%、「まあ満足している」が45.1%で、満足層は83.7%となっている。「あまり満足していない」は2.2%、「まったく満足していない」は0.3%で、不満足層は2.5%、「無回答」は13.7%となっている(資-38)。

図表2-5 自主事業公演に対する満足度



## (4) 事業への賛同(図表2-6)

## ① 劇場独自のプロデュースによる舞台芸術公演の実施

●「劇場独自のプロデュースによる舞台芸術公演の実施」について「ぜひやってほしい」は 49.7%、「まあやってほしい」は26.1%で、 賛同者層は75.8%、およそ4人に3人が賛同している。「あまりやる必要はない」は1.7%、「無回答」は22.5%となっている(資-42)。

## ② 劇団や企画団体による質の高い舞台芸術公演の紹介

● 劇団や企画団体による質の高い舞台芸術公演の紹介について「ぜひやってほしい」は 51.0%、「まあやってほしい」が25.4%で、 賛同者層は76.4%、およそ4人に3人が賛同している。「あまりやる必要はない」は1.4%、「無回答」は22.2%となっている(資-44)。

#### ③ ワークショップや講座などの舞台芸術の教育、普及活動

● ワークショップや講座などの舞台芸術の教育、普及活動について「ぜひやってほしい」は 45.4%、「まあやってほしい」が28.1%で、 賛同者層は73.6%、およそ4人に3人が賛同している。「あまりやる必要はない」は2.0%、「無回答」は24.4%となっている(資-46)。

#### ④ 区内の文化団体、文化施設、NPO 等と連携した活動

• 区内の文化団体、文化施設、NPO等と連携した活動について「ぜひやってほしい」は 34.2%、「まあやってほしい」が33.9%で、賛同者層は68.1%、およそ3人に2人が賛同している。「あまりやる必要はない」(4.7%)と「まったくやる必要はない」(0.2%)を合わせた不賛同 者層は4.9%、「無回答」は26.9%となっている(資-48)。

## (5) 鑑賞活動

## ① 演劇やコンサートに出掛ける頻度

● 日頃、演劇やコンサートに出かける頻度は「年に1~2回程度」が18.0%、「年に3~4回程度」が16.8%、「年に5~10回程度」が13.9%という順になっている。「今日が初めて」(4.4%)から「年に5~10回程度」までの割合の計は53.1%で、年に10回程度までの頻度が過半数とはっている。「月に1回程度」よりも多い頻度の計は34.1%となっている(資-52)。

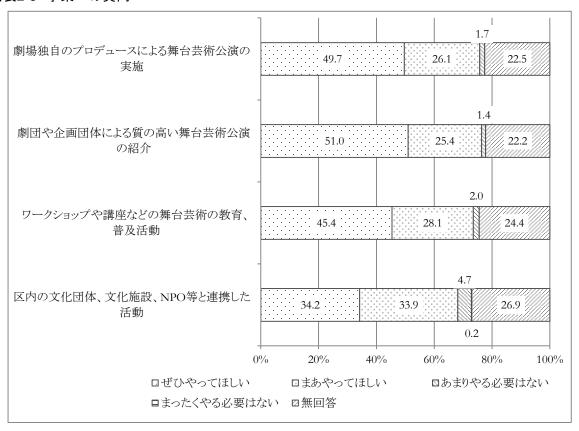
#### ② あうるすぽっとでの鑑賞経験

● 今までのあうるすぽっとでの鑑賞経験は「今日が初めて」が44.2%で半数に近い割合となっている。次いで「2~5回」が32.2%、「6~10回」が7.1%、「11回以上」が3.4%となっている(資-54)。

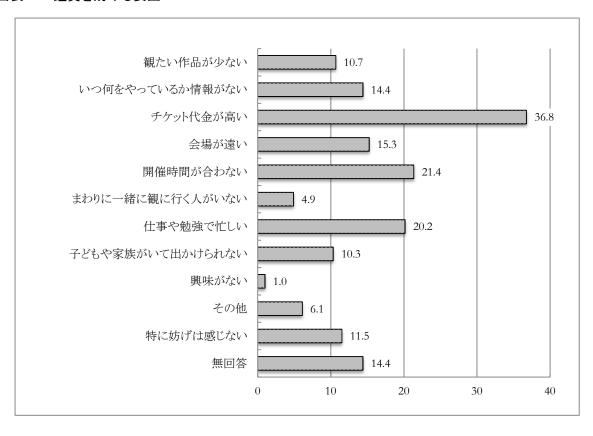
#### ③ 鑑賞を妨げる要因(図表2-7)

・ 演劇やコンサートなどの鑑賞を妨げる要因について伺ったところ、「チケット代金が高い」が36.8%で最も高い割合となっている、次いで「開催時間が合わない」(21.4%)、「仕事や勉強で忙しい」(20.2%)、「会場が遠い」(15.3%)、「いつ何をやっているか情報がない」(14.4%)となっている(資-56)。

## 図表2-6 事業への賛同



図表2-7 鑑賞を妨げる要因



## 3. 2013年度調査と2017年度調査の比較

#### (1) 基本属性

#### ① 性別(図表2-8)

回答者を性別で見ると、2013年度に比べて2017年度は「女性」の割合が増えていることがわかる(66.9%→72.0%)(資-64)。

## ② 年齢(図表2-9)

• 回答者の年齢では、2013年度に比べて2017年度は「18歳~29歳」の割合が約2倍に増えている(7.2%→14.9%)。年齢層の3つの区分に分けた場合、「30歳~49歳」と「50歳以上」の割合が減り、「29歳以下」の割合が大幅に増えていることがわかる(資-65)。

#### ③ 居住エリア

●回答者の居住エリアを2013年度と2017年度で比較すると、「無回答」の割合が増えて「豊島区内」の割合が減っているものの、大きな変化は見られない(資-66)。

#### (2) 鑑賞に伴う行動

## ① 公演情報の入手経路(図表2-10)

• 回答者の公演情報の入手経路(複数回答)は、2013年度に比べて2017年度では「チラシ・DM/メールマガジン」の割合が減り(53.0%→42.5%)、「出演者・スタッフから」が2倍以上の割合に増えている(7.6%→19.0%)。また、「ホームページ・SNS」の割合も増えていることがわかる(17.3%→21.4%)(資-68)。

## ② 公演に来た理由

 • 回答者の公演に来た理由(複数回答)を2013年度と2017年度で比較すると、「公演内容が面白そうだったから」(56.1%→50.5%)、「出演者、出演団体が好きだから」(42.5%→40.7%)、「劇場が近くだったから」(18.2%→12.2%)などで割合が減っている。 一方、「その他」(14.3%→16.6)、「人に誘われたから」(9.6%→11.0%)、「出演者や関係者が知り合いだから」(6.4%→9.2%)などで割合が増えている(資-69)。

#### ③ 公演前後の飲食やショッピング

• 公演前後に飲食やショッピングをした、あるいはする予定があるかを伺ったところ、2013 年度に比べて2017年度は「はい」の割合が減り(42.0%→39.2%)、「いいえ」の割合が増えている(45.6%→49.3%)(資-70)。

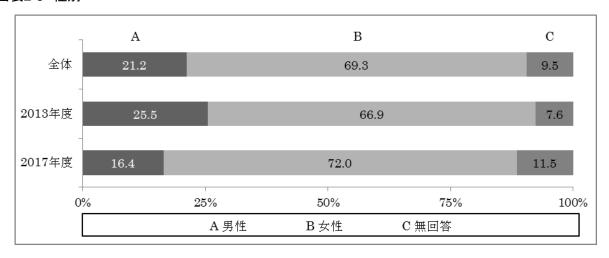
#### ④ 使った又は使う予定の金額(飲食)

公演前後に飲食やショッピングをした(あるいはする予定がある)場合、飲食に使った金額を尋ねたところ、2013年度に比べて2017年度はほとんどの金額帯も割合が減り、「無回答」の割合が増えている(16.3%→36.7%)(資-71)。

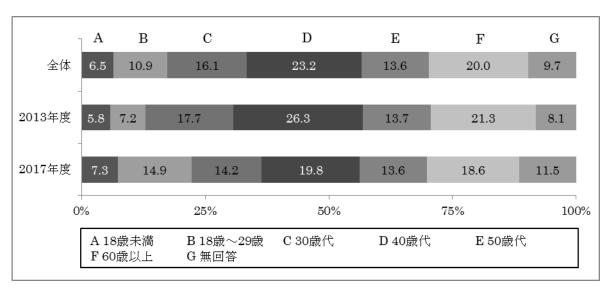
## ⑤ 使った又は使う予定の金額(ショッピング)

● 公演前後に飲食やショッピングをした(あるいはする予定がある)場合、ショッピングに使った金額を尋ねたところ、2013年度に比べて2017年度はほとんどの金額帯も割合が減り、「無回答」の割合が増えている(68.9%→81.5%)(資-72)。

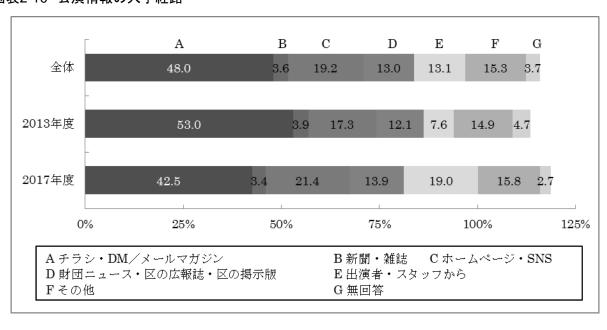
図表2-8 性別



図表2-9 年齢



図表2-10 公演情報の入手経路



## (3) 満足度(図表2-11)

#### ① 本日の公演の内容

●当日の公演内容の満足度では、2013年度に比べて2017年度は「たいへん満足している」の割合が増えている(63.6%→68.0%)。「たいへん満足している」と「まあ満足している」を合わせた満足層も割合が増えて(85.4%→88.3%)、不満足層の割合が減っている(1.9%→1.2%)(資-74)。

#### ② 本日の公演のチケット料金

 ◆公演のチケット料金の満足度では、「たいへん満足している」の割合が増えている (54.3%→59.0%)。「たいへん満足している」と「まあ満足している」を合わせた満足層も 割合が増えて(74.2%→85.8%)、不満足層の割合が減っている(3.6%→2.0%)(資-75)。

## ③ 本日の公演のスタッフの対応

● 公演のスタッフの対応の満足度では、「たいへん満足している」の割合が増えている (56.5%→62.4%)。「たいへん満足している」と「まあ満足している」を合わせた満足層も 割合が増えて(83.7%→87.6%)、不満足層の割合が減っている(1.7%→1.2%)(資-76)。

#### 4 年間のラインナップ

年間のラインナップの満足度では、「まあ満足している」(31.6%→33.1%)、「たいへん満足している」(13.7%→16.8%)の割合が増えている。「たいへん満足している」と「まあ満足している」を合わせた満足層も割合が増えて(45.3%→49.8%)、「無回答」の割合が減っている(49.8%→45.3%)(資-77)。

## ⑤ 公演情報の入手のしやすさ

◆公演情報の入手のしやすさについて、「まあ満足している」(31.7%→33.9%)、「たいへん満足している」(15.9%→25.1%)の割合が増えている。「たいへん満足している」と「まあ満足している」を合わせた満足層も割合が増えて(47.6%→59.0%)、「無回答」の割合が減っている(39.7%→31.2%)(資-78)。

#### ⑥ チケットの購入のしやすさ

チケットの購入のしやすさについては、「たいへん満足している」の割合が大幅に増えている(19.9%→31.5%)。「たいへん満足している」と「まあ満足している」を合わせた満足層も割合が増えて(49.6%→63.2%)、無回答の割合が減っている(41.7%→30.7%)(資-79)。

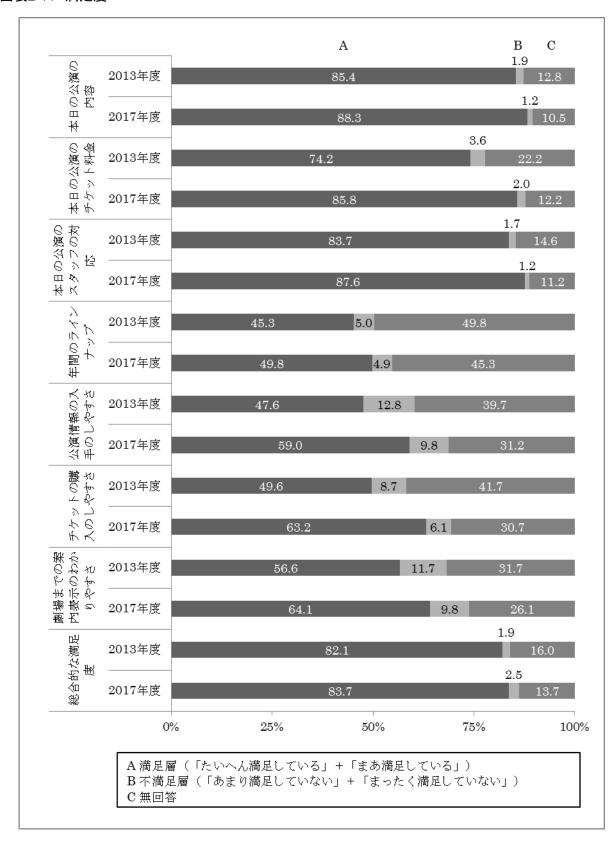
#### (7) 劇場までの案内表示のわかりやすさ

• 劇場までの案内表示のわかりやすさについては「たいへん満足している」の割合が増えている(24.7%→34.2%)。「たいへん満足している」と「まあ満足している」を合わせた満足層も割合が増えて(56.6%→64.1%)、無回答の割合が減っている(31.7%→26.1%)(資-80)。

#### ⑧ 総合的な満足度

 総合的な満足度について尋ねたところ、「たいへん満足している」の割合が増えている (34.8%→38.6%)。「たいへん満足している」と「まあ満足している」を合わせた満足層も 割合が増えて(82.1%→83.7%)、無回答の割合が減っている(16.0%→13.7%)(資-81)。

図表2-11 満足度



## (4) 事業への賛同(図表2-12)

## ① 劇場独自のプロデュースによる舞台芸術公演の実施

あうるすぽっとの今後どのような活動に力を入れるべきか尋ねたところ、劇場独自のプロデュースによる舞台芸術公演の実施については、2013年度に比べて2017年度は「ぜひやってほしい」の割合が増えている(46.3%→49.7%)。「ぜひやってほしい」と「まあやってほしい」を合わせた賛同も割合が増えて(72.5%→75.8%)、無回答の割合が減っている(25.7%→22.5%)。(資-84)。

# ② 劇団や企画団体による質の高い舞台芸術公演の紹介

 劇団や企画団体による質の高い舞台芸術公演の紹介については、「ぜひやってほしい」の 割合が増えている(49.8%→51.0%)。「ぜひやってほしい」と「まあやってほしい」を合わせた 賛同も割合が増えて(72.5%→76.4%)、無回答の割合が減っている(16.0%→13.7%)。(資 -85)。

## ③ ワークショップや講座などの舞台芸術の教育、普及活動

ワークショップや講座などの舞台芸術の教育、普及活動については、「ぜひやってほしい」の割合が増えている(44.3%→45.4%)。「ぜひやってほしい」と「まあやってほしい」を合わせた賛同も割合が増えて(72.5%→73.6%)、無回答の割合が減っている(24.7%→24.4%)。(資-86)。

## ④ 区内の文化団体、文化施設、NPO 等と連携した活動

区内の文化団体、文化施設、NPO等と連携した活動については、「まあやってほしい」の割合が増えている(31.7%→33.9%)。「ぜひやってほしい」と「まあやってほしい」を合わせた賛同も割合が増えて(66.7%→68.1%)、無回答の割合が減っている(28.1%→26.9%)。(資-87)。

## (5) 鑑賞活動

## ① 演劇やコンサートに出掛ける頻度

- 演劇やコンサートに出掛ける頻度は、「無回答」の割合が増えて「月に3回以上」の割合が 減っているものの、大きな変化は見られない。
- (資-90)。

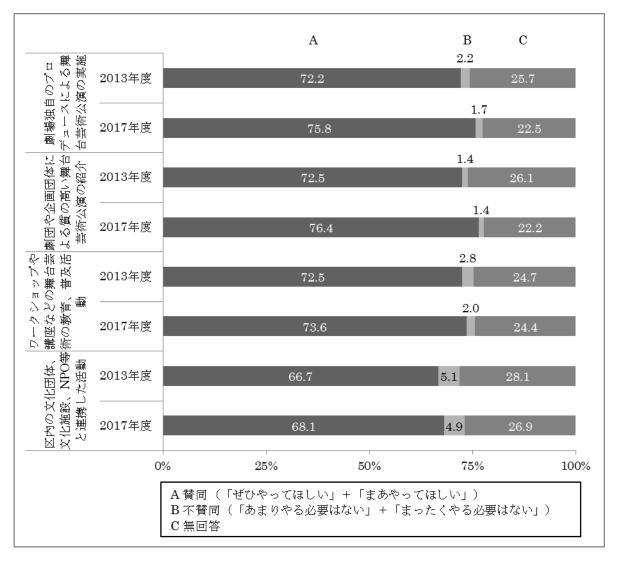
#### ② あうるすぽっとでの鑑賞経験

あうるすぽっとでの鑑賞経験は、「無回答」の割合が増えているものの、大きな変化は見られない(資-91)。

#### ③ 鑑賞を妨げる要因(図表2-7)

鑑賞を妨げる要因を尋ねたところ(複数回答)、大きな変化は見られない(資-92)。

## 図表2-12 事業への賛同



# Ⅲ 経済波及効果・パブリシティ効果

劇場の経営は、様々な経済効果を生み出し、地域の活性化を促すと言われている。ここでは、あうるすぽっとの管理運営や事業に伴う経済波及効果と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行った。

## 1. 経済波及効果

劇場の運営にともなう経済波及効果には、劇場および観客の支出からなる最終需要(直接的経済効果)、それに伴う生産増、そしてそれらがもたらす所得増、雇用増、税収増などが考えられる。

2016年度の産業分野別に振り分けた支出データ(あうるすぽっと提供)と東京都産業連関表に基づいて、経済波及効果を試算した。

なお、本調査では2017年度の事業実績や観客アンケート等の調査データを元にした分析を行っているため、本来であれば経済波及効果も2017年度の支出データに基づいた分析を行うべきだが、調査期間中に2017年度の支出データの産業分野別の振り分けが困難であるため、2016年度の支出データに基づいて試算した。

## (1) あうるすぽっとの経済波及効果の基本構造と分析方法

- ●経済波及効果をもたらす支出(最終需要)は、
  - ①劇場の管理運営に関する支出
  - ②劇場の主催事業に関する支出
  - ③劇場の主催事業の観客の消費支出
  - ④貸館事業の主催者の事業支出
  - ⑤貸館事業の観客の消費支出
  - の5つに分類することができる(図表3-1参照)。
- ◆ 今回の調査では、①、②については劇場の運営データに基づいて、③については観客アンケートの調査結果に基づいて把握・推計を行った。
- ④については貸館事業者からのデータ提供が必要であるが、調査対象となっていないため、貸館事業の1公演あたりの支出を、主催事業1公演当たりの支出の30%もしくは40%と想定して、この二つのケースについて、支出額を試算した。
- また、⑤については、③のデータを援用して試算した。
- したがって、④、⑤の計算結果については、あくまでも参考値である。

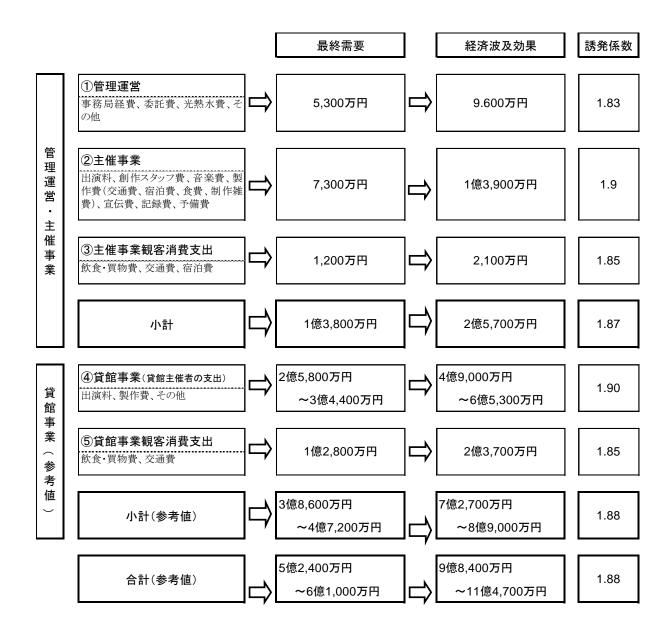
#### (2) 分野別の最終需要と経済波及効果

- 上記①から⑤の分野別に見た最終需要と、産業連関表を使った経済波及効果の計算結果は、図表3-1に示したとおりである。①劇場の管理運営、②劇場の主催事業、③主催事業の観客の消費支出にともなう最終需要の金額は、それぞれ5,300万円、7,300万円、1,200万円、合計で1億3,800万円 なっている。
- これら最終需要に伴う経済波及効果は、①が9,600万円、②が1億3,900万円、③が2,100万円、合計で2億5,700万円である。生産誘発係数は、全体で1.87である。
- 参考値ではあるが、貸館の事業主催者の支出および貸館事業の観客の消費支出による経済波及効果は、約7億2,700万円~8億9,000万円、生産誘発係数は1.88である。

<sup>1</sup> 分野別の金額は100万円未満を四捨五入した数字のため、合計金額が分野別の金額の和と合わない箇所がある。

それらをあわせた経済波及効果の総合計は、約9億8,400万円~11億4,700万円で生産誘発係数<sup>2</sup>は1.88となっている。

## 図表3-1 あうるすぽっとの経済波及効果(2016年度)



※ 貸館事業については、1公演あたりの支出を、主催事業1公演当たりの支出の30%もしくは40%と想定して、この二つのケースについて、支出額を試算した。なお、分野別の金額は100万円未満を四捨五入した数字のため、合計金額が分野別の金額の和と合わない箇所がある。

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> ある産業に生じた最終需要を賄うために、各産業で直接・間接に必要となる生産額を「生産誘発額」といい、生産誘発額を最終需要額で除したものが「生産誘発係数」である。生産誘発係数は、最終需要が合計で1単位増加した場合、国内生産額がどれだけ増加するかを示すものであり、生産誘発係数が高いほど、誘発された生産額も増加する。

# (3) 2013年度と2016年度の経済波及効果の比較

- 2013年度と2017年度の経済波及効果を比較すると、図表3-2のとおりである。
- 2013年度に比べて2016年度で増加しているのは、①管理運営、③主催事業観客消費支出による経済波及効果となっている。増加の要因は、管理運営にかかる支出の増加と、主催事業の来場者の飲食・ショッピングの平均単価の増加による。
- ●一方、2013年度に比べて2017年度で減少しているのは、②主催事業、④貸館事業、⑤貸館事業観客消費支出による経済波及効果となっている。減少の要因は、貸館公演の減少と、それに伴う貸館公演の入場者数の減少による。
- 生産誘発係数に関しては、事業の違いでの誘発係数で違いはあるものの、2013年度と2016 年度との間には大きな差は見られないことがわかる。

## 図表3-2 2013年度と2016年度の経済波及効果の比較

		2	2013年度		2	2016年度	
		最終需要	経済波及 効果	誘発係数	最終需要	経済波及 効果	誘発係数
	①管理運営	4,600万円	8,400万円	1.84	5,300万円	9.600万円	1.83
管理運営•主催	②主催事業	8,400万円	1億5,900万円	1.89	7,300万円	1億3,900万円	1.90
主催事業	③主催事業 観客消費 支出	1,100万円	2,000万円	1.86	1,200万円	2,100万円	1.85
小計		1億4,000万円	2億6,300万円	1.87	1億3,800万円	2億5,700万円	1.87
貸館	④貸館事業	3億2,900万円 ~ 4億3,900万円	6億2,400万円 ~ 8億3,200万円	1.89	2億5,800万円 ~ 3億4,400万円	4億9,000万円 ~ 6億5,300万円	1.90
貸館事業(参考値	⑤貸館事業 観客消費 支出	1億3,100万円	2億4,400万円	1.86	1億2,800万円	2億3,700万円	1.85
?値)	小計 (参考値)	4億6,100万円 ~ 5億7,000万円	8億6,700万円 ~ 10億7,500万円	1.89	3億8,600万円 ~ 4億7,200万円	7億2,700万円 ~ 8億9,000万円	1.88
合計	合計 (参考値)	6億100万 ~ 7億1,100万円	11億3,000万円 ~ 13億3,800万円	1.89	5億2,400万円 ~ 6億1,000万円	9億8,400万円 ~ 11億4,700万円	1.88

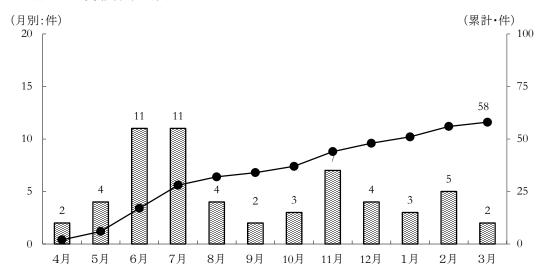
## 2. パブリシティ効果

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。本事業評価調査では、2017年度の新聞記事に焦点を当てたパブリシティ効 果を算出した。

## (1) 2017年度の掲載記事の件数と内容

● 17年度についてみると、「あうるすぽっと」をキーワードに検索された新聞記事の件数は58 件(図表3-2)である。

## 図表3-2 月ごとの掲載件数と累計



- ●17年度は、木ノ下歌舞伎「東海道四谷怪談ー通し上演ー」、KUNIO13「夏の夜の夢」、 Rock Carnival「夏の夜の夢」などの共催公演が数多く新聞記事に取り上げられた。主催事業では「みんなの伝統芸能」が取り上げられているが、教育普及事業の紹介記事はなかった。
- 新聞別に見ると、17年度で掲載が最も多いのは東京新聞(19件)、次いで、毎日新聞(10件)、朝日新聞(7件)、日本経済新聞(7件)、東京読売新聞(6件)となっている。その他、小田島雄志・翻訳戯曲賞に関する記事や、全国的に知名度の高い俳優を起用した貸館利用の公演に関する記事の掲載によって、あうるすぽっとでの公演は地方新聞でも紹介されている(図表3-3)。

図表3-3 新聞別件数一覧

	1 10 0 WHAINIH W 35					
	紙名	掲載件数				
Ī	東京新聞	19				
Ī	毎日新聞	10				
	朝日新聞	7				
	日本経済新聞	7				
	東京読売新聞	6				
Ī	秋田魁新報	3				

紙名	掲載件数
産経新聞	2
東奥日報	1
福島民報	1
中日新聞	1
京都新聞	1
合計	58

資料)「日経テレコン」記事検索の結果に基づく

#### これら記事を、

- ① あうるすぽっとの公演紹介・取材記事、劇評など
- ② あうるすぽっとのPRキャンペーン、事業の紹介記事
- ③ 新聞各紙による情報コーナーなどでの公演情報の提供等
- ④ 芸術文化以外のイベント、講演の紹介記事(会場名が「あうるすぽっと」)
- ⑤ 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「あうるすぽっと」)

の5種類に分類し、あうるすぽっととして記事性の高い①、②、および③のうち公演の内容紹介が掲載されている情報提供を抽出したところ、50件であった。

● その内容を、「主催公演」、「共催公演」、「教育普及」、「貸館利用」、「その他」に分類すると、 それぞれ、3件、13件、0件、9件、5件であった(図表3-4)。

#### (2) 広告掲載料をベースとした金額換算

● これら50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6,900万円という 結果となっている(図表3-4)。

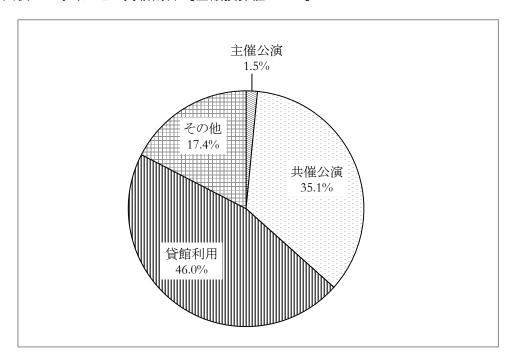
図表3-4 新聞掲載記事の内容と金額換算

事業別	掲載件数	金額換算(円)
主催公演	3	1,073,177
共催公演	13	24,312,001
教育普及	0	0
貸館利用	9	31,852,632
その他	5	12,066,945
計	30	69,304,756

<sup>※</sup> 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に基づいて、計算・集計した。

- また、「主催公演」、「共催公演」、「教育普及」、「貸館利用」、「その他」ごとに広告掲載料 ベースの金額換算の割合を見ると、「貸館利用」が46.0%で最も高く、次いで「共催公演」が 35.1%となっている(図表3-5)。
- あうるすぽっとにおける貸館利用や共催公演は、劇場としての認知度の向上において大きな役割を果たしていることが分かる。その一方で、パブリシティ効果においては、主催公演や教育普及の存在感が小さいという見方もできる。

図表3-5 事業ごとの掲載割合 [金額換算値ベース]



## (3) 2013年度と2017年度のパブリシティ効果の比較

- 2013年度と2017年度のパブリシティ効果を比較すると、図表3-3のとおりである。
- 2013年度に比べて2017年度で増加しているのは、④貸館利用によるパブリシティ効果となっている。増加の要因は、「新劇交流プロジェクト『その人を知らず』」など、貸館利用の公演で記事掲載の件数と文字量の多いものがあったことが挙げられる。
- 一方、2013年度に比べて2017年度で減少しているのは、①主催公演、②共催公演、③教育普及によるパブリシティ効果となっている。
- 開館してから時間が経過するにしたがって、当初は社会的な関心が高くパブリシティ効果が高い事業のニュース性、記事性が弱くなりつつあり、パブリシティの戦略としては、新たな基軸が求められている。

図表3-3 2013年度と2017年度のパブリシティ効果の比較

	2013	年度	2017	年度
_	掲載件数	金額換算(円)	掲載件数	金額換算(円)
①主催公演	6	6,972,918	3	1,073,177
②共催公演	26	97,058,705	13	24,312,001
③教育普及	9	3,101,250	0	0
④貸館利用	4	2,907,955	9	31,852,632
⑤その他	5	14,977,575	5	12,066,945
計	50	125,018,402	30	69,304,756

# Ⅳ 事業評価のとりまとめ

最後に、あうるすぽっとの事業評価結果を、(財)地域創造の「公立ホール・公立劇場の評価指針」 (2007年3月)の評価フレームに基づいて再整理し、それに沿ってとりまとめを行った。

## 1. 評価フレームの考え方

「公立ホール・公立劇場の評価指針」の評価フレームは、「A.設置目的」、「B.管理運営」、「C. 経営」という3つの戦略・評価軸を設定している。

図表4-1「公立ホール・公立劇場の評価指針」の評価フレーム(評価軸と評価大項目)

	評価軸	No	評価大項目
		A-0	劇場のミッション
		A-1	鑑賞系事業:プロデュース公演・主催公演、共催公演
		A-2	創造系事業:プロデュース公演
	±110 a = 11 000	A-3	普及系事業①:主に劇場内で実施するワークショップや講座など
Α	劇場の設置 目的	A-4	普及系事業②:区民施設、学校、福祉施設へのアウトリーチなど
	הם בו	A-5	市民文化活動支援:その他連携事業など)
		A-6	地域への貢献①:地域経済への波及効果など)
		A-7	地域への貢献②:地域アピール、ブランド力のアップなど
		A-8	広域施設としての役割発揮

		B-1	場の提供・支援施設の利用状況、来館者数
В	管理運営	B-2	施設のホスピタリティ・サービス
		B-3	施設の維持管理
		C-1	経営体制
С	経営	C-2	リサーチ&マーケティング
		C-3	経営努力

# 2. 評価結果の概要

基本フレームの評価項目ごとの評価結果のポイントを以下に記述した。 ※割合(%)の記載は、小数点以下を四捨五入して掲載した。

## A. 劇場の設置目的

#### A-0 ミッション

- あうるすぽっとの設置条例では、設置目的について「舞台芸術の創造、発信及び担い手の 育成を通じて、文化芸術の振興を図り、もって地域のにぎわいの創出とまちの活性化に資 することを目的とする(豊島区立舞台芸術交流センター条例第1条)。」と設定している。
- ●この設置目的に沿って、以下の4つの事業方針が展開されている。
  - 劇場独自のプロデュースによる舞台芸術公演の実施(プロデュース公演・主催公演)
  - 劇団や企画団体による質の高い舞台芸術公演の紹介(共催公演)

- ワークショップや講座などの舞台芸術の教育、普及活動(教育普及事業)
- 区内の文化団体、文化施設、NPO 等と連携した活動(その他連携事業)
- これらの4つの事業展開について、自主事業の来場者のアンケートによると、「やってほしい」の割合(「ぜひやってほしい」+「まあやってほしい」)は、いずれも6割を超えている。中でも「劇団や企画団体による質の高い舞台芸術公演の紹介」と「劇場独自のプロデュースによる舞台芸術公演の実施」は76%が「やってほしい」と回答している。
- 自主事業の来場者アンケートを2013年度と2017年度を比較すると4つの事業方針すべてで 賛同する割合が増えている。
- 2013年度のグループインタビューでも、多くの人があうるすぽっとの事業が、主催事業、共催事業、教育普及事業などのバランスが取れていることを高く評価している。
- また、2017年度の来場者のアンケートによると、総合的にみたあうるすぽっとに対する満足度について、「満足している」割合(「たいへん満足している」+「まあ満足している」)は、84%となっているおり、2013年度の82%を上回っている。
- あうるすぽっとへの年間の総入場者数は、2017年度は57,351人で、2009年度から2017年度まで、毎年6万人前後で推移している。あうるすぽっとの事業や運営の成果が利用者数の安定にも表れてきている。2015年5月現在の豊島区の人口は約30万人であり、人口の約2割程度の入場者が毎年来場していることになる。

# A-1 鑑賞系事業:プロデュース公演·主催公演、共催公演

- ●鑑賞系事業では、小劇場・現代演劇、話題性・芸術性の高い現代舞踊など幅広いラインナップの公演が行われ、多様な年齢層、多様な鑑賞経験を持つ観客が来場している。
- プロデュース公演では、優れた才能を持ち国内外から注目を集める若手の劇作家、演出家、振付家を起用した作品を創造してきた。また、共催公演事業を通じて、定評のある舞台芸術団体や劇場との継続的な信頼関係の形成によって、首都圏の舞台芸術界における、あうるすぽっとの位置づけを高めていると言える。
- 2017年度自主事業の来場者アンケートの結果から、当日の公演内容について、「たいへん満足している」回答者は68%と、およそ3人に2人が積極的な満足感を示している。あわせて、当日の公演のチケット料金について「たいへん満足している」は64%、「まあ満足している」は22%で、満足層は86%となっている。2013年度の来場者アンケートでの満足層が74%であることからも、公演のチケット料金についての満足度は高いことがわかる。
- 一方、あうるすぽっとの年間のラインナップに対する満足度は「無回答」が45%で、回答者の約半数は年間のラインナップに対する満足感の回答がなく、「たいへん満足している」と「まあ満足している」を合わせた満足層は50%となっている。
- この結果からは、あうるすぽっとの鑑賞系事業では、個別の公演の印象に比べて、年間を 通じた劇場のプログラム全体の印象は弱いことが分かる。その要因として、予算や職員体 制等の制約もあり、自主事業公演の比率が貸館等に比べ少なく、共催公演に比重が置か れていることが、結果として劇場のソフト面の特長が見えにくくなっていると考えられる。
- 2013年度のグループインタビューでは「どこの劇場にも色があるので、劇場の固定客がいるという印象がある。そういう意味では、あうるすぽっとは演目ごとに集客していることが、弱い部分ではないかと感じた」、2017年度のグループインタビューでは「ある意味バラエティーに富んだラインナップになっているのは、あうるすぽっとの面白いところである。裏を返せば「では特徴は何だ」ということになってしまうかもしれない」との意見が聞かれた。

## A-2 創造系事業:プロデュース公演

- ●過去9年間のプロデュース公演・主催公演のラインナップは、起用したアーティストに光が当たっている印象が強く、いくつかの演目は再演やシリーズ化を試みている。しかしながら、あうるすぽっとの「看板」や「顔」として認知されるようなインパクトは、やや弱い印象が残る。
- 2017年度は、子どもや家族に焦点を当てた演目や、質の高い伝統芸能を親しみやすく紹介する企画など、事業の新しい基軸を構築している。『みんなの日本舞踊』『みんなの演芸』『みんなの伝統芸能』といった『みんなの…』というシリーズは、あうるすぽっとの「顔」が見える企画として定着していくことが期待される。
- 2017年度の自主事業の来場者のアンケートによると、あうるすぽっとの今後の事業展開で、 劇場独自のプロデュースによる舞台芸術公演の実施を「やってほしい」という回答者は76% (「ぜひやってほしい」50%、「まあやってほしい」26%)で、およそ4分の3の回答者は劇場 独自のプロデュース公演を望んでいる。
- 2013年度のグループインタビューでは、「限られた予算の中で非常にいい企画を提案されている印象がある。簡単に言うとすごくバランスのいいラインナップをしていると思うが、悪い面ではメッセージ性が弱くなるということがある」との意見も寄せられていた。

# A-3 普及系事業①: 主に劇場内で実施するワークショップや講座など

- あうるすぽっとでは、開館以来継続している教育普及事業には「アートマネジメント研修プログラム」もある。アートマネジメントでのキャリアアップを目指す若い世代のインターンシップ・プログラムとして、文化政策やマネジメントに関する座学とともに、現場での実践経験の場を提供している。
- 2011年度以降継続している劇団昴による朗読劇「クリスマス・キャロル」は、劇場ホワイエでの入場無料イベントで、乳幼児と同伴で来場ができるなど、幅広い層の来場者を迎えており、クリスマス時季を彩る定例イベントとなっている。

# A-4 普及系事業②:区民施設、学校、福祉施設へのアウトリーチなど

- ・アウトリーチによる普及系事業は、ダンスカンパニー・コンドルズのメンバーとともに区内各地の会場でのワークショップと池袋西口公園で大会本番を迎える「にゅ〜盆踊り」が2009年度以来継続した取り組みとなっている。直近の2017年度ではワークショップの受講生が延約176人、池袋西口公園で開催している盆踊り大会本番の延動員数は約10,200人という一大イベントに成長した。
- 自主事業の来場者のアンケートでは、あうるすぽっとの今後の事業展開で、ワークショップ や講座などの舞台芸術の教育、普及活動を「やってほしい」という回答者は74%(「ぜひやってほしい」が45%、「まあやってほしい」が28%)で、回答者の8割近くが舞台芸術の教育、普及活動を望んでいる。
- また、2013年度のグループインタビューでは「区民の皆さんと一緒にやっているワークショップと公演を組み合わせた企画が面白い。演劇の観客層は確実に減っていると思うので、それを掘り起こしたり新しい見方を見せたりするような企画が、あうるすぽっとならではの形だと思う」、2017年度では「公共劇場の役割を考えるときに、アートの部分、文化芸術の振興・発展と、もう一つは地域の活性化というところも大きいと思う。今のあうるすぽっとの事業内容などを見ていると、芸術としての発展もそうだが、どちらかというと、これから地域住民寄りに特化して、そこに特性を発揮していく方向に行くのがいいだろう」との意見が聞かれた。

#### A-5 市民文化活動支援:その他連携事業など

- ●「その他連携事業」として行う市民の文化活動支援については、過去9年間の年間事業本数は5本から8本まで増減している。教育普及事業と同じく、毎年継続し、同一時期、同一会場に行われているプログラムが数多くあり、定着していることが伺える。
- いずれの活動も、あうるすぽっとや豊島区が舞台芸術の創造・発信・育成のために、あうるすぽっと単独では実施が困難な事業であり、今後も継続的に連携し、更なる地域の活性化の創出に繋げることが期待される。
- •貸館事業における市民文化活動への支援として、2013年度の劇場と会議室利用者を対象とするアンケート調査では、劇場の運営(ソフト)面に関して利用者の満足度を伺ったところ、いずれの項目も満足層は94%以上となっている。「事前の打ち合わせは円滑でしたか」では「はい」という積極的な回答が83%で満足の度合いが高い。

# A-6 地域への貢献①:地域経済などへの波及効果

- 2017年度の自主事業の来場者アンケート結果をみると、来場者の居住エリアは、「豊島区内」が24%で、およそ4人に1人が豊島区民となっている。次いで「豊島区の隣接区(新宿区、文京区、中野区、北区、板橋区、練馬区)」が16%、「選択肢1、2(豊島区、新宿区、文京区、中野区、北区、板橋区、練馬区)以外の23区内」が13%となっており、23区内全体で過半数となっている。
- 2013年度のワークショップ参加者アンケート結果をみると、参加者の居住エリアは、「豊島区内」が16%、「豊島区の隣接区」が22%、「選択肢1、2以外の23区内」は18%となっており、豊島区内の参加者の割合は他の居住エリアに比べて高くないことが分かった。
- 2013年度の劇場利用者アンケート結果をみると、利用団体の所在地は、39%が「豊島区内」の団体で、次いで「豊島区の隣接区」が25%、豊島区内と隣接区内の回答者が64%でおよそ3分の2の割合となっている。
- 2017年度の自主事業の来場者アンケートから鑑賞前後の消費行動をみると、飲食またはショッピングをした人の割合は39%となっている。飲食の平均金額は約1,490円、ショッピングの平均金額は約4,666円となっている。
- 公演鑑賞に伴う消費行動も含めた2016年度の経済波及効果を算出すると、最終需要は、 劇場の管理運営が約5,300万円、主催事業が約7,300万円、主催事業の観客の消費支出が 約1,200万円となっている。
- それらの経済波及効果は、約2億5,700万円である。
- また、データ収集の制約から参考値ではあるが、貸館事業に基づいた経済波及効果については、最終需要が約3億8,600万円~4億7,200万円、経済波及効果が約7億2,700万円~8億9,000万円である。
- •経済波及効果の誘発係数は、管理運営と主催事業(観客消費支出含む)で1.87、貸館を含めると1.88となっている。

### **A-7** 地域への貢献②:地域アピール、ブランドカのアップ

- パブリシティ効果についてみると、あうるすぽっとや劇場事業に関する2017年度の新聞掲載 件数は58件である。そのうち、記事性の高いものは50件で、それらの新聞掲載記事を広告 宣伝費に金額換算すると、約6,900万円となる。
- 2013年度のグループインタビューでは「東京芸術劇場も含めて、池袋というまちが、豊島区

が目指す『文化芸術創造都市』という役割が明確になっていると感じている」、2017年度のグループインタビューでは「新聞でも、演劇の記者が書く紙面は普通の人はあまり読まないが、社会部の記者が書く紙面で、そこが演劇に人々を導く入り口になる。社会部の記者や、地方面の記者が目を付けるような切り口は、いい入り口になるような気がする」との意見が聞かれた。

# A-8 広域施設としての役割発揮

- 前述したとおり、2017年度自主事業の来場者アンケートの利用者アンケートの居住エリアで、「豊島区内」は24.0%で最も高いものの、それ以外の「豊島区外」は64%となっている。
- 2013年度のグループインタビューでは、区立の劇場であることを立脚点とすることが強みを生かすという意見の一方で、都心部の池袋エリアを面としてアピールし、首都圏、全国、世界に向けて発信していく潜在力に期待する意見もあった。また、都内の同規模や類似の劇場との比較から、あうるすぽっとには、教育普及事業や地方の劇場とのネットワーク、若い世代の演劇人や観客の育成といった役割に関心が集まった。

# B. 管理運営

#### B-1 場の提供・支援:施設の利用状況、来館者数

- 2017年度の劇場の利用実績については、利用区分件数は990件、利用稼働率は96.5%、公 演数280回、総入場者数合計は57,351人となっている。過去9年間で、利用稼働率は96.4% から99.4%の間を、総入場者数は57,351人から63,177人の間を推移している。
- •会議室の利用実績は、累計利用区分件数は2,054件、累計利用稼働率は67%、会議室利用者数は53,432人となっている。
- 過去9年間で、累計利用区分件数は2,054区分から2,565区分の間を推移し、利用稼働率は66.7%から81.7%の間を推移しているが、2011年度以降6カ年度続けて利用区分件数と稼働率は減少していることがわかる。
- 2013年度の劇場利用者アンケートの結果をみると、総合的にみた劇場に対する利用者の 意見は「たいへん満足している」と「まあ満足している」を合わせた94%が満足層となってい る。また、次回利用する機会がある場合に、再びあうるすぽっとの劇場を利用する意向を伺 ったところ「はい」と「どちらかといえば、はい」を合わせた97%が、次回も利用する意向があ る。
- 2013年度の会議室利用者アンケートの結果をみると、総合的にみた会議室に対する利用者の意見は「たいへん満足している」と「まあ満足している」を合わせた88%が満足層となっている。また、また、次回利用する機会がある場合に、再びあうるすぽっとの会議室を利用する意向を伺ったところ「はい」と「どちらかといえば、はい」を合わせた88%が、次回も利用する意向がある。
- 2017年度のあうるすぽっとの事業・運営に関するヒアリングでは「現在の会議室の利用は民間企業の利用が多く、区民団体が多いわけではない。会議室の貸し出しのためにスタッフの体制も整えていたり、エレベーターの混雑の件で会議室の利用者からもクレームが多い」との意見が聞かれた。

### B-2 施設のホスピタリティ・サービス

● 2013年度の劇場利用者アンケートの結果をみると、あうるすぽっとの劇場の運営面に関して利用者の満足度を伺ったところ、いずれの項目も満足層は94%以上となっている。「事前の

打ち合わせは円滑でしたか」では「はい」という積極的な回答が83%で満足の度合いが高い。

- 2013年度の会議室利用者アンケートの結果をみると、あうるすぽっとの会議室の運営面に 関して利用者の満足度を伺ったところ、いずれの項目も満足層は84%以上となっている。 「利用の問い合わせに対する予約・受付は円滑でしたか」と「設備、料金、使用時間等利用 に関する説明は適切でしたか」では「はい」という積極的な回答が84%で満足の度合いが高い。
- 2013年度のグループインタビューでは、「初めてあうるすぽっとに来た時に、ここの全体の暖かさを感じた。すごく居心地がよくて自分のうちに帰ってきたような気がする」、「劇場の担当スタッフはすごく親身になってやってくださっていると思う。ただ、かなり忙しそうだな、忙しすぎるのかなと思うことは多々ある」との意見が聞かれた。
- 限られた人員体制の中でスタッフが上手く連携することで、効率的、かつ利用者に対して 親身な管理運営に努めている点を高く評価する意見が多いものの、スタッフの繁忙さにつ いて気遣いを受けている。

# B-3 施設の維持管理

- 2013年度の劇場・会議室の利用アンケート調査をみても、劇場の施設や設備などのハード面で高い満足度となっている。劇場の施設面に関して利用者の満足度を伺ったところ、いずれの項目も満足層は67%以上となっている。「館内は清潔に保たれていましたか」では「はい」という積極的な回答が100.0%で満足の度合いが最も高い。一方、「搬入・搬出はやりやすかったですか」は「はい」が42%、「案内表示はわかりやすかったですか」は「はい」が28%で、満足の度合いが相対的に低い。
- ●会議室の施設面に関して利用者の満足度を伺ったところ、いずれの項目も満足層は88%以上となっている。「館内は清潔に保たれていましたか」では「はい」という積極的な回答が88で満足の度合いが最も高い。一方、「来場者に向けた案内表示はわかりやすかったですか」は「はい」が56%で、満足の度合いが相対的に低い。
- 2013年度のグループインタビューでは、複合施設の中の劇場であるが故の問題に数多くの 意見が挙げられており、ビルのエントランスロビーでの表示・案内、開演前と終演後のエレ ベーターの運行、楽屋数の不足などの面で、利用者の不満が集まりやすいことが分かっ た。
- ●特に、エレベーターに関しては「何かいい運用の手立てをしないと、致命的な問題かもしれない。エレベーターのレギュレーションをもう少し短くするとか、開場から開演までの30分だけエレベーター専用のスタッフをつけて説明するといった方法はできないか」、「図書館の利用者も、劇場でエレベーターがいっぱいになることで、相当ストレスになっている」などの意見が聞かれた。

#### C. 経営

#### C-1 経営体制

- 支配人以下14名で、職種別の内訳では、支配人1名、事業担当者5名、舞台技術者3名、管理部門3名、票券担当者1名、その他(池袋演劇祭担当)1名となっている。受付等の日勤アルバイトは職員10名には含まれていない。
- 14名の職員体制を勤務形態別に見ると、常勤11名、委託3名(舞台技術者)となっている。

常勤11名には広報担当と池袋演劇祭担当がそれぞれ1名ずつ含まれている。

- 公文協調査<sup>1</sup>によると、国公立施設全体の職員数合計の平均が12.5人となっている。設置 主体が10万人~30万人未満の市・特別区の場合の職員の平均人数も12.5となっているた め、国公立施設全体と、設置主体が同規模の施設でも、あうるすぽっとの職員体制は平均 を上回る人員数となっている。
- •しかし、設置主体が10万人~30万人未満の市・特別区の場合の施設稼働率の平均が77% (あうるすぽっとの2017年度の施設稼働率は97%)であることや、豊島区が文化創造都市宣 言や文化芸術振興条例を定めていることを勘案すると、14名の職員体制で人員数が適正 だと言うこともできない。
- 2013年度のグループインタビューでも、「劇場の担当スタッフはすごく親身になってやってくださっていると思う。ただ、かなり忙しそうだな、忙しすぎるのかなと思うことは多々ある」との意見が聞かれたことからも、あうるすぽっとの事業や管理運営の質を維持するためには、職員体制をより充実させることが求められる。

#### C-3 経営努力

- ◆ あうるすぽっとの2017年度の支出は、管理費が約1億1,900万円、事業費が約6,600万円で、 総額が約1億8,500万円となっている。
- 公文協調査によると、国公立施設全体の年間支出額の平均は管理費が6,173万円、事業 費が3,599万円で、総額が9,771万円となっている。あうるすぽっとの年間支出は、公文協調 査の全国平均を上回る支出規模となっていることが分かる。
- •公文協調査によると、「設置主体」が10万人~30万人未満の市・特別区の場合の年間支出額の総額は、約9,694万円となっているため、同規模の設置主体でも、あうるすぽっとの支出規模は平均を上回っている。
- ●しかし、同じく公文協調査で「文化芸術系主催事業実施施設」の公演回数が21以上の場合 (あうるすぽっとの2017年度の主催事業は22回)は、約3億2,900万円となっていることから、 あうるすぽっとの事業や豊島区の施策を勘案すると、約1億8,500万円は大きな予算規模で はない。
- また、あうるすぽっとの収入内訳をみると、指定管理が全体の54.8%、利用料金が23.0%、国の補助金が12.5%、チケット収入が4.4%となっている。文化庁の「劇場・音楽堂等活性化事業」と「文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業」、(一財)地域創造により国からの約2,500万円の補助を受けており、積極的に資金調達に努めている。
- •地域創造調査<sup>2</sup>によると、指定管理施設の収入金額に占める設置者以外からの助成金、協 賛金、寄附金の年額の全国平均が374万円となっている。あうるすぽっとの資金調達努力 は、地域創造調査の全国平均を大きく上回っていることが分かる。

34

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>平成28年度 劇場・音楽堂等の活動状況に関する調査報告書(2017年3月、公益社団法人全国公立文化施設協会) https://www.zenkoubun.jp/publication/pdf/afca/h28/h28 chousa.pdf

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> 平成26 年度 地域の公立文化施設実態調査 報告書(2015年3月、一般財団法人地域創造) http://www.jafra.or.jp/j/library/investigation/026/data/26\_1.pdf

# V あうるすぽっとの今後の方向性に関する調査

ここでは、開館後10年間の事業・運営を振り返り、豊島区や国の文化政策の動向、首都圏の 公共劇場の概況等を見据えて、あうるすぽっとの今後の方向性を検討するために実施した調査 の結果を整理した。

# 1. 開館後の事業・運営の振り返り

「 I 事業・運営実績データの整理・分析」、「 II 観客アンケート調査」、「 III 経済波及効果・パブリシティ効果」の調査結果から、今後のあうるすぽっとの方向性を検討するための要点を以下に整理する。

# (1) 事業・運営実績データに関する調査結果から

2007年の開館以来10年間にわたって、あうるすぽっとは着実に事業の実績を蓄積してきた。 2019年の秋に池袋に新しいホールが開館することで、豊島区の文化行政におけるあうるすぽっと の位置づけが大きく変化することを考えると、これまでの実績を踏まえながら、2017年度にスター トした新しい体制のもとで、新しい事業展開の方向性を探り、あうるすぽっとの劇場としてのあり方 を再定義すべきタイミングに差し掛かっていると考えられる。

- 2007年度から2010年度にかけては、共催事業を軸とした事業のあり方を模索していた。この時期は、あうるすぽっとを公演の拠点として継続的に利用する実力や知名度のある劇団や経験豊富な制作会社とタイアップすることで、劇場の認知度も徐々に向上した。
- 2011年度から2016年度にかけて、プロデュース公演・主催公演事業が本格始動した。あうるすぽっとが企画を主導し、若く才能豊かな演出家の起用、大胆なコラボレーションなどを仕掛けた。新聞に劇評が掲載された公演も多く、舞台芸術界に波紋を広げた。
- 2017年度からは、新しい体制のもとで事業・運営が行われるようになり、これまで定着してきたプログラムを継続しながら、新しい事業展開の方向性を探り、劇場としてのあうるすぽっとのあり方を検討する中で、「みんなの劇場」というコンセプトが浮かび上がってきている。

#### 図表5-1 あうるすぽっとの事業の推移

	2007~2010年度
共催事業を軸に 事業を模索	日韓演劇フェスティバル(2009)、シェイクスピアやチェーホフをテーマとするプログラム、北九州芸術劇場プロデュース、としまっぷ計画、にゅ〜盆踊り etc.

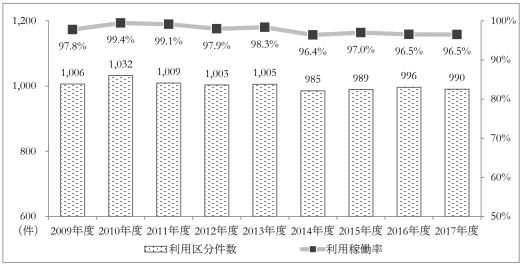
	2011~2016年度
プロデュース公演の 本格始動	家電のように解り合えない(2011)、季節のない街(2012)、シェイクスピアフェス ティバル2014、視覚障害者舞台鑑賞ボランティア講座(2011〜) etc.

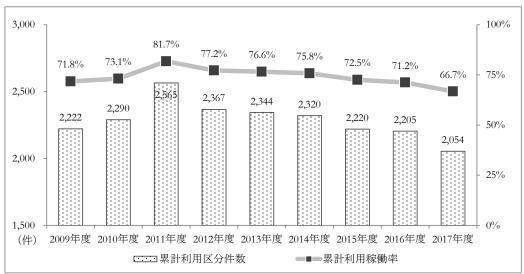
2017年度~			
新体制による	まほうのゆび(2017)、Double Exposure(2017)、みんなの伝統芸能(2018)、シ		
劇場の再定義	アターサーカス (2018) etc.		

劇場は極めて高い利用区分件数と利用稼働率を維持している一方で、2012年度以降、会議室の利用区分件数と利用稼働率の減少傾向が続いている。また、劇場と会議室は連携することなく別々に運営されており、あうるすぽっとの劇場施設としての方向性を明確にするためには、会議室の活用方法について再検討が必要だと考えられる。

- 2009年度から2017年度までの劇場の利用区分件数と利用稼働率の推移は、極めて高い利用稼働率を維持している。
- 劇場の利用区分件数と利用稼働率に関しては、年度によって増減はするものの大きく変化することはなかった。劇場の利用主体は、一般貸出とタイアップの割合が大きい。
- 一方で、会議室に関しては、累計利用区分件数、累計利用稼働率が2012年度以降、6カ年度続けて減少していることがわかる。
- 現状での会議室は、利用者や利用内容といった点で、劇場の事業や貸館と関連づけて運営されているわけではなく、施設管理面でも劇場と会議室を個別に管理するための運営体制が必要となっている。
- こうしたことから、会議室の活用方法について再検討が必要だと考えられる。

# 図表5-2 劇場(上)と会議室(下)の利用稼働率の推移(図表1-6, 1-10の再掲)



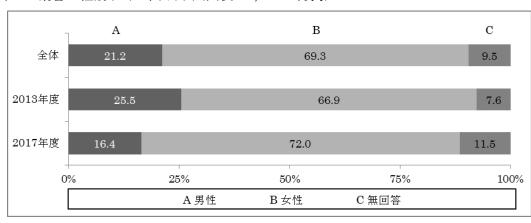


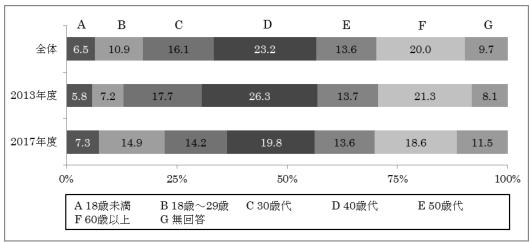
# (2) 観客アンケート調査の結果から

2013年度と2017年度の観客アンケート調査の結果を比較すると、観客の属性に変化があり、「女性」と「20代」の割合が増加したことがわかる。公演に関して多角的な評価指標で調査したところ、満足層の割合が全体的に高くなり、4つの軸の事業方針に関しても、賛同者の割合が高まっている。

- 2013年度と2017年度の観客アンケート調査の比較から、2013年度に比べて2017年度は「女性」の割合が増え(66.9%→72.0%)、「18歳~29歳」の割合が約2倍に増えている (7.2%→14.9%)。在住地には、大きな変化は見られない。
- 満足度に関しては、8項目のすべての指標(公演の内容/チケット料金/スタッフの対応/年間のラインナップ/公演情報の入手のしやすさ/チケットの購入のしやすさ/劇場までの案内表示のわかりやすさ/総合的な満足度)で、2013年度に比べて2017年度の満足層の割合が高くなっている。
- 事業への賛同に関しても、4項目のすべての方針(劇場独自のプロデュースによる舞台芸術公演の実施/劇団や企画団体による質の高い舞台芸術公演の紹介/ワークショップや講座などの舞台芸術の教育、普及活動/区内の文化団体、文化施設、NPO等と連携した活動)で、2013年度に比べて2017年度の賛同者の割合が増えている。
- 開館以来、事業方針に基づいたプログラムを継続し、運営や公演事業での地道な努力が 受け入れられていることがわかる。また、「女性」と「20代」の観客の割合が増加していること は、今後のあうるすぽっとの事業展開を検討するうえで重要なポイントだと考えられる。

図表5-3 観客の性別(上)・年代(下)(図表2-8, 2-9の再掲)





#### (3) 経済波及効果・パブリシティ効果から

あうるすぽっとの管理運営、主催事業、貸館事業に伴う経済波及効果の総合計は、約11億~13億円となっており、2013年度と2016年度を比較すると生産誘発係数に大きな差は見られない。また、パブリシティ効果に関しては、2017年度は2013年度に比べると記事の掲載件数が大きく減少している。原因を特定するのは困難だが、今後の事業や運営を検討する上で、留意すべき調査結果だと考えられる。

- 2016年度のあうるすぽっとの劇場の管理運営、劇場の主催事業、主催事業の観客の消費 支出にともなう最終需要の金額は、合計で1億3,800万円となっている。これら最終需要に伴 う経済波及効果は、合計で2億5,700万円である。生産誘発係数は、全体で1.87である。
- ・ 参考値ではあるが、貸館の事業主催者の支出および貸館事業の観客の消費支出による経済波及効果は、約7億2,700万円~8億9,000万円で、それらをあわせた経済波及効果の総合計は、約9億8,400万円~11億4,700万円で生産誘発係数は1.88となっている。
- 2013年度に比べて、2016年度の経済波及効果は金額面では減少しているものの、生産誘発係数には大きな差は見られないことがわかる。
- 一方、パブリシティ効果に関しては、2017年度の新聞記事の掲載件数は58件で、取材記事や劇評、事業の紹介などの記事性の高いものは50件、広告掲載料をベースにした金額換算は約6,900万円という結果となっている。
- 2013年度に比べると、パブリシティ効果は掲載件数や金額換算規模も大きく減少しており (2013年度の掲載記事は86件、記事性の高いものが50件、金額換算は約1億2,500万円)、 教育普及に関する記事が2017年度は0件(2013年度は9件)で、主催公演、共催公演に関 する記事も減っている。
- 記事の掲載件数が減少した背景としては、開館してから時間が経過するにしたがってあうる すぽっとに対する社会的な関心が低下したこと、話題性のある事業や活動が減少したこと、 十分なパブリシティ活動が行えなくなったこと、などの要因が考えられるが、原因を特定す ることは難しい。
- 掲載記事の件数の減少だけを捉えて、事業や運営の成果が下がっていると結論づけることはできないが、今後の事業や運営を検討する上で、参考にすべき調査結果だと考えられる。

図表5-4 2013年度と2017年度のパブリシティ効果の比較(図表3-3の再掲)

	2013年度		2017年度	
	掲載件数	金額換算(円)	掲載件数	金額換算(円)
①主催公演	6	6,972,918	3	1,073,177
②共催公演	26	97,058,705	13	24,312,001
③教育普及	9	3,101,250	0	0
④貸館利用	4	2,907,955	9	31,852,632
⑤その他	5	14,977,575	5	12,066,945
計	50	125,018,402	30	69,304,756

# 2. 区の文化政策の方向性とあうるすぽっとの現状課題、グループインタビュー調査の集約

ここまでの調査に加えて、豊島区の文化政策の方向性を踏まえながら、あうるすぽっとの事業・運営に関する現状や課題を整理するため、劇場運営や文化政策に関する専門家を対象にしたグループインタビューを実施し、論点を集約した。グループインタビューの実施概要は次のとおりである。

# 【あうるすぽっとの今後の方向性についてのグループインタビュー】

日 時:2018年3月13日(火)15:30~17:30

場 所:ニッセイ基礎研究所 会議室

出席者:・公共劇場プロデューサー

・公共劇場マネージャー

・ダンスカンパニー制作者

•全国紙学芸部編集委員

内容: • 導入• 自己紹介

・あうるすぽっとの事業内容について

あうるすぽっとの位置づけや役割

・あうるすぽっととの連携の可能性

・あうるすぽっとに今後期待すること

ここでは、区の文化政策の方向性とあうるすぽっとの現状・課題と並べて主要な意見を抽出し、 あうるすぽっとの現状課題を整理し、今後の方向性の検討素材とする。

# (1) 基本的な性格の明確化と他の劇場との差別化

旧庁舎跡地の整備される新ホールは興行的な機能が主軸となり、新区民センターや従来の地域文化創造館は区民利用的な機能が主軸となる。それらの2つの軸の中間に位置するあうるすぽっとは、劇場としての基本的な性格を明確にし、豊島区内の他の劇場・ホール施設に対する位置づけを整理することで差別化を図る必要がある。

# 【区の文化政策の方向性とあうるすぽっとの現状・課題】

- 豊島区では、区庁舎の移転・建替えが発端となり、現在、豊島区国際アート・カルチャー都市構想を掲げている。新ホールの竣工は2019年4月、新区民センターの竣工は9月の予定。同時に池袋駅西口の野外劇場の整備計画が進んでおり、2019年秋にオープン予定。
- 庁舎跡地エリアの再開発街区は「Hareza池袋」という名称で、1,300席を有する新ホールが整備される。併せて(仮称)豊島区新区民センターには約500人収容の多目的ホールと約160人収容の小ホール、会議室等が整備される。
- 1,300席の興行を中心とした新ホールと、いわゆる公民館的な機能を担う新区民センターや 従来の地域文化創造館があり、あうるすぽっとはそれらの中間的な役割に位置づけられる が、いわゆる創造型の劇場を目指しているわけではない。
- 新ホールは基本的に貸館なので、クリエイションは行わないが、ロングラン公演の利用にも 提供していく計画で、区民が良質なエンターテインメントを楽しむ場は新ホールが中心にな ると考えられる。
- あうるすぽっとは昨年10周年を迎えたが、これまでの蓄積が必ずしも活かされているとは言えない。どういう劇場で、今後、どういうポジションを目指しているのかが、見えにくい。
- 正式名称である「舞台芸術交流センター」からは、劇場をイメージしにくい。今まで以上にあ うるすぽっとの体制を確立させて、あうるすぽっととしてどういう役割を担っていくのかイメー ジを明確化していく必要がある。

- 正直なところ劇場主催公演というとパッとは思い浮かばず、やはりそこの印象が少し薄いというのが一観客としての率直な感想である(ダンスカンパニー制作者)。
- 本当にある意味バラエティーに富んだラインナップになっているのは、あうるすぽっとの面白いところである。裏を返せば「では特徴は何だ」ということになってしまうかもしれない(全国紙学芸部編集委員)。
- やはり東京芸術劇場との差別化というのは、どうしても命題や課題になる。施設でも財政面でも規模の大きな東京芸術劇場と、どういうふうに差別化して、あうるすぽっとの良さを浸透させていくかというのが、やはり課題になる気がしている(公共劇場プロデューサー)。
- 東京芸術劇場と共存する、共栄するという意味でも、何かあるような気がする。透き間産業的な目の付け所というか人があまり注目しないことで、実はそれはマスコミにも強いアピール材料にもなるような気がして、こういうことをここはやっているのだ、というような(公共劇場プロデューサー)。
- 昨年度始まった『みんなのシリーズ』は、演芸も舞踊も入っていたが、やはり「一流の」と書いてあるとおり、きちんといろいろなものを見て演者を選定しており、しかもそれを「みんなの」と位置付けることで、幅広い、マニアやファンだけの世界ではなくて、お子さんに伝統芸能を見せる着眼点はすごく面白いし、いい企画だと思った(全国紙学芸部編集委員)。

#### (2) 区内、都内、国内外とのネットワーク

区民に対しても、都内や国内外に対しても、あうるすぽっとのプレゼンスを向上させることが課題となっている。劇場としての設備や空間特性を活かすことのできるパートナーとタイアップしたり、公共劇場とのネットワークを構築するなど、点ではなく線や面で魅力を打ち出していくことが望まれる。

# 【区の文化政策の方向性とあうるすぽっとの現状・課題】

- 豊島区では、東アジア文化都市(日中韓3か国において、文化芸術による発展を目指す都市を選定し、様々な文化芸術イベント等を実施し、東アジアの多様な文化の国際発信力の強化を図ることを目指す事業)の2019年の開催都市に応募し、採択されている。
- 東アジア文化都市は区の文化政策の集大成であり、さらなる国際都市推進の起爆剤に位置づけられる。2020年東京オリンピック・パラリンピックを目前に控えた2019年に開催することで、まちの魅力を世界に向けて発信する絶好の機会と捉えられている。
- 東アジア文化都市の開催期間の大半は、新ホール・新区民センターはまだオープンしていないため、あうるすぽっとや地域文化創造館などが主要な会場となる。この機会に、区内、都内、国内外との劇場とのつながりを作っていくことが求められる。
- 東アジア文化都市を契機に区民へのプレゼンスを向上させることと、国内外の劇場でのプレゼンスを上げることのバランスを取りながら、新ホールと棲み分けをして認知度を上げていくことが必要である。
- これまでは、あうるすぽっとの自主事業は個別の公演で完結し、それぞれの公演の色はあっても、劇場としての色が明確になっていたとは言えない。今後は主催事業だけでなく、共催事業も含めて、劇場のカラーを打ち出すことが求められる。

- 例えば『子供のためのシェイクスピア』、北九州芸術劇場など、核になるようなカンパニーや 劇場をうまく捕まえてネットワークをつくり、それを継続させ、あるいは広げていくような印象 があり、それはとてもいいと思う。やはり劇場の応援団をつくる、劇場が力を入れている才能 や人材とタッグを組むというやり方はとてもいいと思っていた(公共劇場プロデューサー)。
- ラインナップというよりは個々の演目として見られているということが、実際、私自身がそういう印象だった。今までは個別の演目で伺うことはあったが、全体として、あうるすぽっとにどういうお客さんがいて、どういうラインナップだというところを、シリーズのような感じで意識できていなかったというのが正直なところだ(公共劇場運営スタッフ)。
- 『子供のためのシェイクスピア』やコンドルズの『にゅ〜盆踊り』にしても、アーティストや作品といったソフトを通じて、他の劇場、地方も含めて、ネットワーク自体はあるという印象を持ったところである(公共劇場運営スタッフ)。
- 例えば、東京芸術劇場は何と言っても、言葉で言うと「最先端」であるとか「商業的」、「国際的」というところが入ってくるかと思うが、あうるすぽっとが差別化を図るときに、ものづくりは絶対に捨てるべきではないと思っていて、貸館だけでいいとは全く思わない(公共劇場プロデューサー)。
- 一方では世界に通用する一流のものを上演するという方向と、地域と一緒になってつくっていく方向が、おそらくどこの地方劇場にもあると思うが、例えばそういう面でネットワークが組めて、それを東京で上演させていただくなら、きちんと批評される場にさらす(公共劇場運営スタッフ)。

# (3) 区民や地域に開かれた劇場

あうるすぽっとの存在を、より広く区民に浸透させるため、施設面での特長(公共交通機関からの利便性や車イスの動線がスムーズであること)を活かし、コミュニティに寄り添い、「遊び心」がありながら、社会的に弱い立場の人々へもアプローチすることによって、劇場への新たな関心を喚起することが期待される。

#### 【区の文化政策の方向性とあうるすぽっとの現状・課題】

- 豊島区国際アート・カルチャー都市構想や東アジア文化都市など、区の文化政策をソフト 面から推進、可視化させる役割や、具体的な事業運営や現場の円滑なマネジメントなど、 あうるすぽっとに期待される役割は決して小さくない。
- あうるすぽっとは豊島区が設置し、豊島区の財団が運営している施設で、都道府県の施設とは自ずと役割が異なっている。豊島区という地域との関係を大事にしながら、ステークホルダーへのプレゼンスをいかに上げていくかが大きな課題と言える。
- しかし、現状ではあうるすぽっとのことを知らない区民も少なくなく、必ずしも区民全体に認知度が浸透しているとは言えない。また、あうるすぽっとはオフィスビルの中にあるため、ロケーション的にも外に開きにくいという課題を内包している。
- 他の施設と比較した場合、あうるすぽっとの利点としては、アクセスの良さが挙げられる。駅 に至近でエレベーターもあり、動線がフラットなので車いすでもスムーズにアクセスできる。 ホワイエの広さや会議室が併設されていること、上階に図書館があることなども利点である。
- あうるすぽっとは、地域の劇場として魅力のある公演を区民に提供するだけではなく、例えば、ボランティアや文化事業の担い手になる人材の育成といった面で、地域や区民に対する役割を果たしていくことも検討課題だと考えられる。

- 公共劇場の役割を考えるときに、アートの部分、文化芸術の振興・発展と、もう一つは地域 の活性化というところも大きいと思う。今のあうるすぽっとの事業内容などを見ていると、芸 術としての発展もそうだが、どちらかというと、これから地域住民寄りに特化して、そこに特性 を発揮していく方向に行くのがいいだろう(全国紙学芸部編集委員)。
- 劇場にとって「遊び心」は絶対に必要で、今はどこの劇場もそこを忘れているから、あうるは それを探っていくと他にない面白い劇場になるのではないか(公共劇場プロデューサー)。
- 「アート系」をやるならば、こちらももちろんアートだけれども「コミュニティアート」の系統で、コミュニティという点は、やはり1つ大きいポイントになるかと思う。それはまさしく地域に立脚したということだけれども、例えば「親子」であるとか、外国人や心身の障害者などの「マイノリティ」、あとはジャンルとしてコンテンポラリーダンスも、ある意味マイノリティ(公共劇場プロデューサー)。
- 新聞でも、演劇の記者が書く紙面は普通の人はあまり読まないが、社会部の記者が書く紙面で、そこが演劇に人々を導く入り口になる。おっしゃるとおり、社会部の記者や、地方面の記者が目を付けるような切り口は、いい入り口になるような気がする(全国紙学芸部編集委員)。
- 例えば失業中の人たち、高齢者や子連れのお母さんなど、気持ちに余裕を失っているような人たちの救いというのは、意外と劇場はすくいあげていないのではという気はする(全国紙学芸部編集委員)。

#### (4) 施設全体の有機的かつ効率的な活用

あうるすぽっとが真の「舞台芸術交流センター」として機能するためには、会議室の稽古場への転用や、ホワイエの積極的な活用など、舞台芸術の交流、振興を視野に入れて、施設全体を有機的かつ効率的に活用するための打開策が必要である。

#### 【区の文化政策の方向性とあうるすぽっとの現状・課題】

- 現在の会議室の利用は民間企業が多く、区民団体が中心というわけではない。会議室の利用受付や貸し出しのためのスタッフ体制も必要となっており、会議室の利用者からエレベーターの混雑に対するクレームが多いことも考えると、現在の活用方法には課題が多い。
- あうるすぽっとが入居するオフィスビルのハードの問題(エスカレーターの設置や1階の共通ロビーのサイン表示など)は、ビル全体の管理との関係もあって区独自で解決策を講じることはできないが、会議室を稽古場に転用することは、区の判断のみで可能な事項である。
- ●「舞台芸術交流センター」という施設の目的に照らして考えると、稽古場があることで舞台芸術関係の利用者が広がり、利便性も高まるばかりか、「舞台芸術交流センター」、あるいは劇場としての性格が明確になり、共催事業や貸館事業にとっても大きな誘引力になる。新ホール、新区民センター、地域文化創造館との差別化という意味でも、会議室の機能の転用はぜひ検討すべき課題だと言える。

- あのホワイエは広くていつもいいなと思っている。終わった後もあそこでやはりお客さんと演者さんが交流できるスペースが十分に確保されていて、なかなかそういう恵まれた環境はない。終演後だけではなくて、事前のレクチャーと組み合わせてできるのは、あうるの広いホワイエならではと思う。終演後だけではなくて、事前のレクチャーと組み合わせてできるのは、あうるの広いホワイエならではと思う(全国紙学芸部編集委員)。
- あうるでは、パフォーマンスをホワイエでやらせてもらっているが、そういう自由な空間の使い方に対して寛容である。ホワイエにDJブースなどをつくらせてもらったこともある。そういうことを柔軟にやってもらえるのはありがたい(ダンスカンパニー制作者)。
- 劇場でなくてもホワイエだけでも、すごく使い勝手があると思っている。例えば劇場の昼と夜のはざまの、この時間だったら使えるという時間で、ホワイエだとお茶を飲めるし、高座ならすぐ組めるので、椅子を並べてお茶を飲みながらであれば、そんなにお金もかからずに落語会ができる(全国紙学芸部編集委員)。

# 3. 豊島区及び首都圏の主な劇場の概況

豊島区及び首都圏の、舞台芸術を中心とした公演を継続的に行っている主な劇場を図表5-5にまとめた(豊島区新ホールを除き客席数1,000席以下の劇場を抽出)。

図表5-5豊島区及び首都圏の主な劇場の座席数と所在地

施設名			所在地	
豊島区立舞台芸術交流センター(あうるすぽっと)			豊島区東池袋	
豊島区新ホール(2019年秋開館予定)			豊島区東池袋	
豊島区新区民センター 多目	的ホール	500	典自己去述代	
(2019年秋開館予定) 小ホ	ール	160	豊島区東池袋	
サンシャイン劇場		816	豊島区東池袋	
BIG '	BIG TREE THEATER			
シアターグリーン BOX	in BOX THEATER	104	豊島区南池袋	
	E THEATER	67		
	イハウス 	834	豊島区西池袋	
東京芸術劇場シアク	ターイースト	324		
シアク	ターウエスト	270		
東京グローブ座	703	新宿区百人町		
紀伊國屋ホール		418	新宿区新宿	
紀伊國屋サザンシアター TAKASI	HIMAYA	468	渋谷区千駄ヶ谷	
全労済ホール/スペース・ゼロ		575	渋谷区代々木	
Bunkamura シアターコクーン		747	渋谷区道玄坂	
PARCO 劇場			渋谷区宇田川町	
新国立劇場 小劇場		468	渋谷区本町	
俳優座劇場		300	港区六本木	
博品館劇場	381	中央区銀座		
シアタークリエ	611	千代田区有楽町		
天王洲 銀河劇場			品川区東品川	
杉並区立杉並芸術会館 座・高円寺1		316		
	座·高円寺2	298	杉並区高円寺北	
	パブリックシアター	617	III → 12 → 16	
Ⅰ世田谷文化生活情報センター	シアタートラム	257	世田谷区太子堂	
本多劇場	386	世田谷区北沢		
ザ・スズナリ	230	世田谷区北沢		
駅前劇場	200	世田谷区北沢		
「劇」小劇場	130	世田谷区北沢		
THEATRE1010	701	足立区千住		
ザ・ポケット	200			
テアトル BONBON	120	中野区中野		
劇場 MOMO	92			
吉祥寺シアター			武蔵野市吉祥寺本町	
国の)	ホール(中ホール)	239 625		
三鷹市芸術文化センター 星の	星のホール(小ホール)		三鷹市上連雀	
大办		777	シンチャナト	
	ール	776	といた中午中日	
彩の国さいたま芸術劇場 小ホ		346	さいたま市中央区	
彩の国さいたま芸術劇場 小ホ		<b>+</b>	さいたま市中央区 	

- 豊島区内の劇場は、現在、豊島区が設置するあうるすぽっと、東京都が設置する東京芸術 劇場、民間事業者の設置によるサンシャイン劇場とシアターグリーンがあり、すべて池袋に 集中している。
- 2019年秋には豊島区新ホールと豊島区新区民センターの開館が予定されている。また、隣接する再開発の民間施設は2020年春のオープン予定で、シネマコンプレックスやライブハウスも入居するため、池袋は我が国でも有数の文化施設が集積するエリアとなる。
- 東京都23区に目を向けると、民間事業者による劇場が新宿、渋谷、下北沢に集積しており、 自主的な公演活動の場として、劇団や制作会社のキャリアの成長にとって大きな役割を担っており、長らく我が国の舞台芸術業界を牽引している。
- 一方、新国立劇場、世田谷文化生活情報センター、杉並区立杉並芸術会館(座・高円寺)、 三鷹市芸術文化センター、彩の国さいたま芸術劇場、富士見市民文化会館(キラリ☆ふじみ)といった1990年代後半以降に開館した公共劇場は、自ら企画し、作品を創造するための施設機能や組織体制を整えており、民間劇場とは異なる役割を果たしている。
- あうるすぽっとと客席規模が近い首都圏の劇場としては、東京芸術劇場(シアターイースト・シアターウェスト)、俳優座劇場、杉並区立杉並芸術会館(座・高円寺1・2)、シアタートラム、吉祥寺シアターなどが挙げられる。こうした劇場との比較で、どのような特徴を出していくのかが、今後の方向性の検討で重要となる。

#### 4. 国の文化政策の動向

国が定めた文化に関する法律、指針、計画の中で、あうるすぽっとの今後の方向性を検討するうえで参酌することが望ましい箇所を抽出する。

#### (1) 文化芸術基本法

⑥地方公共団体の責務(第四条)

<u>地方公共団体は</u>,基本理念にのっとり,文化芸術に関し,国との連携を図りつつ,<u>自主的</u>かつ主体的に,その地域の特性に応じた施策を策定し,及び実施する責務を有する。

⑥地方文化芸術推進基本計画(第七条の二)

都道府県及び市(略)町村の教育委員会(略)は,文化芸術推進基本計画を参酌して,その地方の実情に即した文化芸術の推進に関する計画(略)を定めるよう努めるものとする。

#### (2) 文化芸術推進基本計画

●今後5年間の文化芸術政策の基本的な方向性等

第1期文化芸術推進基本計画の期間中(平成30~34年度(2018~2022年度)の5年間)においては、国際的な動向も勘案しつつ平成32年(2020年)及びそれ以降の遺産(レガシー)を意識して、六つの戦略(「今後5年間の文化芸術政策の基本的な方向性」)を定めることとし、国家戦略としての文化芸術政策を強力に推し進める。

#### 【六つの戦略】

戦略1 文化芸術の創造・発展・継承と豊かな文化芸術教育の充実

戦略2 文化芸術に対する効果的な投資とイノベーションの実現

戦略3 国際文化交流・協力の推進と文化芸術を通じた相互理解・国家ブランディングへの 貢献

戦略4 多様な価値観の形成と包摂的環境の推進による社会的価値の情勢

戦略5 多様で高い能力を有する専門的人材の確保・育成

戦略6 地域の連携・協働を推進するプラットフォームの形成

#### ●文化芸術の創造・発展・継承と豊かな文化芸術教育の充実(戦略1)

- 文化の祭典であり、世界が注目する2020年東京大会を契機として、我が国の文化芸術が世界的に正当に評価され、文化芸術の創造活動や芸術に関する専門性が生かされる仕事が若者たちの憧れとなり、文化芸術分野の優れた人材に活躍の場が与えられる好循環が生まれるようにすることを目指す。
- 実演芸術分野における, 文化芸術団体と劇場, 音楽堂等の活動を充実するとともに, 国際的な芸術祭の開催, 世界の芸術祭への参加を促進する。
- ●国際文化交流・協力の推進と文化芸術を通じた相互理解・国家ブランディングへの貢献(戦略3)
  - 2020年東京大会開催は我が国の文化を世界に発信する好機である。この機会を捉え,我が国の文化の魅力を世界にアピールするに足る,独創性,多様性,国際性にあふれた質の高い文化プロジェクトを推進する。

#### ●多様な価値観の形成と包摂的環境の推進による社会的価値の情勢(戦略4)

• 文化芸術の社会的価値を上げる活動を文化芸術関係者が積極的に行うなど、文化芸術が 一部の愛好者だけのためのものではなく、全ての国民のものであると認識されることを目指 す。また、障害者福祉や児童福祉の観点から行われる文化芸術活動を含め、子供から高 齢者まで、障害者や在留外国人などが生涯を通じて、あらゆる地域で容易に文化芸術活 動に触れられ、表現活動を行うことができる環境を整えるよう促す。

#### ●多様で高い能力を有する専門的人材の確保・育成(戦略5)

• 芸術家等のみならず、文化芸術を支える人材は、我が国の文化芸術の持続的な発展に不可欠であることから、**年齢、性別等が多様で高いスキルを有する専門的人材(文化施設・**文化芸術団体の経営者、企画・広報やマーケティング等に従事するアートマネジメント人材、企画制作者、舞台技術者・技能者、美術館、博物館における学芸員・各種専門職員等)を確保する。

#### ⑥地域の連携・協働を推進するプラットフォームの形成(戦略6)

- <u>地域の文化芸術活動を活性化するためには</u>, 国, 独立行政法人, <u>地方公共団体</u>, 文化芸術団体, <u>文化施設</u>, 企業等の民間事業者, 芸術家, 学校等, 社会福祉施設, 非営利団体, 中間支援組織, 文化ボランティアなどの<u>関係機関等が相互に連携・協働し</u>, 文化芸術のあらゆる現場において創造・活動の場を広げ, <u>総合的な文化芸術政策を展開する</u>ことが重要である。また, これらの関係機関等による<u>対等な立場でのゆるやかな連携・協働を可能にする枠組み</u>として多様な連携組織等の地域の連携・協働を推進する<u>プラットフォームを形成</u>することを目指す。
- こうしたプラットフォームの形成のためには、関係機関等の中でも、文化芸術団体や文化施 <u>設等の職員は積極的な役割を果たすことが求められており</u>、これらが特に継続的に活動す るために必要な経営力、企画力、法令順守対応等のマネジメント力を強化することを目指 す。

#### (3) 劇場、音楽堂等の活性化に関する法律

# ●劇場、音楽堂等の事業(第三条)

劇場、音楽堂等の事業は、おおむね次に掲げるものとする。

- 一 実演芸術の公演を企画し、又は行うこと。
- 二 実演芸術の公演又は発表を行う者の利用に供すること。
- 三 実演芸術に関する普及啓発を行うこと。
- 四 他の劇場、音楽堂等その他の関係機関等と連携した取組を行うこと。
- 五 実演芸術に係る国際的な交流を行うこと。
- 六 実演芸術に関する**調査研究、資料の収集及び情報の提供を行う**こと。
- 七 前各号に掲げる事業の実施に必要な人材の養成を行うこと。
- 八 前各号に掲げるもののほか、<u>地域社会の絆の維持及び強化を図るとともに、共生社会</u>の実現に資するための事業を行うこと。

### ●地方公共団体の役割(第七条)

地方公共団体は、この法律の目的を達成するため、<u>自主的かつ主体的に、その地域の特性に応じた施策を策定</u>し、及び<u>当該地方公共団体の区域内の劇場、音楽堂等を積極的に</u>

活用しつつ実施する役割を果たすよう努めるものとする。

#### ⑥地域における実演芸術の振興(第十二条)

地方公共団体は、地域の特性に応じて当該地域における実演芸術の振興を図るため、**劇** 場、音楽堂等の事業の実施その他の必要な施策を講ずるものとする。

# (4) 劇場、音楽堂等の事業の活性化のための取組に関する指針

# ●運営方針の明確化に関する事項

劇場,音楽堂等を設置する者(略)は,法前文に示された趣旨を踏まえつつ,劇場,音楽堂等の事業の実施を通じて,その設置する劇場,音楽堂等の設置目的を適切に実現することが求められる。このため,設置者は,その設置する劇場,音楽堂等の運営方針を長期的視点に立って明確に定め,同方針の内容に応じ,劇場,音楽堂等において実演芸術の公演又は発表を鑑賞する者,劇場,音楽堂等の事業に参加する者その他の劇場,音楽堂等を利用する者(略),実演芸術団体等その他の国民又は住民(略)に同方針を周知し,新たな課題等が生じた場合には,必要に応じ同方針を適切に見直すよう努めるものとする。なお,地方公共団体が設置する劇場,音楽堂等については,各地方公共団体が定めた文化芸術振興のための条例・計画等に則しつつ,同方針を定める必要がある。

# ●質の高い事業の実施に関する事項

設置者又は劇場,音楽堂等を運営する者(以下「運営者」という。)は,法第3条に規定する 劇場,音楽堂等の事業の全部又は一部について,その設置又は運営する劇場,音楽堂等 の設置目的及び運営方針を踏まえ,実施する事業を適切に決定するよう努めるものとする。 また,実施することを決定したそれぞれの事業については,<u>創造性及び企画性の高い事業</u>, 特色のある事業,利用者等のニーズ等に対応した事業その他の質の高い事業として実施す るよう努めるものとする。

#### ●専門的人材の養成・確保及び職員の資質の向上に関する事項

設置者又は運営者は、その設置する劇場、音楽堂等の運営を適切に行うため、当該劇場、音楽堂等の設置目的及び運営方針を踏まえ、実演芸術の公演等を企画制作する能力、舞台関係の施設・設備を運用する能力、組織・事業を管理運営する能力、実演芸術を創造する能力その他の劇場、音楽堂等の事業を行うために必要な専門的能力を有する人材(略)の養成を行うよう努めるものとする。

# VI あうるすぽっとの今後の方向性に関する提案

前章「あうるすぽっとの今後の方向性に関する調査」での要点を整理し、あうるすぽっとの今後の方向性に関する提案に至る流れを、下図のように整理した。

# 図表6-1 あうるすぽっとの今後の方向性に関する提案

# 開館後の事業・運営の振り返り

# 事業・運営 実績データ

これまでの実績を踏まえつつ 新しい事業展開の方向性を 探り、劇場施設としの方向性 の明確化、再検討が必要。

# 観客アンケート 調査結果

観客の属性に変化があるものの、満足層の割合は全体的に高く、事業方針に対する賛同者の割合も高まっている。

# 経済波及効果・ パブリシティ効果

経済波及効果の生産誘発係数に大きな変化はないが、パブリシティ効果では掲載件数が減少。

区の文化政策の方向性とあうるすぽっとの現状・課題、グループインタビュー調査の集約

性格の明確化と他の劇場との差別化

区内、都内、国内 外とのネットワーク

区民や地域に開かれた劇場

施設全体の有機的 かつ効率的な活用

# 豊島区及び首都圏の主な劇場の概況

- 区内には、区、都、民間事業者の設置による劇場が池袋に集中。
- 2019年秋には豊島区新ホールと豊島区新区民センターの開館が予定。
- 池袋は我が国でも有数の文化施設が集積エリアとなる。

#### 国の文化政策の動向

- 文化芸術基本法(地方公共団体の責務、地方文化芸術推進基本計画)
- 文化芸術推進基本計画(今後5年間の文化芸術政策の基本的な方向性(六つの戦略))
- 劇場、音楽堂等の活性化に関する法律(地方公共団体の役割、地域における実演芸術の振興)
- 劇場、音楽堂等の事業の活性化のための取組に関する指針

## あうるすぽっとの今後の方向性に関する提案

基本理念:人と文化が集う、みんなの劇場

運営·事業のあり方:豊島区の文化施策をトータルに見据えた運営·事業

事業の構成と具体例:3つの事業の方向性とイメージ

施設用途の見直し:会議室を稽古場に転用し、舞台芸術の創造と交流の環境を強化

区民・利用者へのサービス:より多様な区民との関わり方や、利用者のニーズに柔軟に対応

前頁の「あうるすぽっとの今後の方向性に関する提案」の5項目を、以下のとおり詳述する。

# 1. 基本理念

# 人と文化が集う、みんなの劇場

- 開館から10年を経て、これまでのあうするぽっとの蓄積を踏まえながら、新しい体制のもとで、 「劇場都市」を目指す豊島区にふさわしい劇場として再定義することが求められている。
- 豊島区は国際アート・カルチャー都市構想を掲げており、2019年には東アジア文化都市を開催し、2020年には Hareza 池袋(庁舎跡地開発)がオープンする。その中で、あうるすぽっとを含む(公財)としま未来文化財団は、区の文化政策を具現化する役割を担っている。
- 国の文化政策も、2020年とその後に向けた大きな転換点を迎えている。文化芸術推進基本計画では「独創性、多様性、国際性にあふれた質の高い文化プロジェクトを推進」と「一部の愛好者だけのためのものではなく、全ての国民のものであると認識されること」という、質の高さと裾野の広さの両方向を目指すことが求められている。
- 首都圏の劇場として、あうるすぽっとのプレゼンスを高めるためにも、質の高い舞台芸術を創造・発表するだけでなく、地域の子供、高齢者、障害者、在留外国人などの舞台芸術へのアクセスを確保し、多様な人々が集い、文化を通じた交流を生むことが求められている。
- 以上から、あうるすぽっとは例えば「人と文化が集う、みんなの劇場」という言葉を基本理念(コンセプト)に掲げて、より一層、豊かな地域社会の実現を目指していくことが期待される。

# 2. 運営・事業のあり方

#### 豊島区の文化施策をトータルに見据えた運営・事業

- あうるすぽっとの運営や事業は(公財)としま未来文化財団が行っており、財団は豊島区の文化芸術事業やまちづくり活動の支援とともに、地域文化創造館などでの指定管理、事業運営を行っている。また、新ホールや新区民センターについても財団の管理運営が検討されている
- そこで、あうるすぽっとの運営や事業は、施設単体で完結するのではなく、豊島区の文化政策をトータルに見据えながら、豊島区内の文化施設の運営や事業を面的に捉えて効果的、効率的に展開することが考えられる。
- 従来は、財団が個別の施設で単体に完結していた施設の管理運営や事業について、中長期的に、専門的な人材の登用や組織体制を財団全体の中で統合的にマネジメントすることが望ましい。そうすることで、財団職員の専門性を組織全体で共有し、計画堤な人材育成や世代交代を行うことが可能になる。
- また、中長期的には、財団の組織や体系を、「事業運営」、「施設管理」、「広報・普及」、「総務」といった職能によって再編することも考えられる。
- 現状の財団の組織体制の中でも、あうるすぽっとは、他の施設に先駆けて高い専門性を有する職員を登用し、豊島区の文化政策に直接的、間接的に参画し、実質的な牽引役を担っている。今後、あうるすぽっとの蓄積を、他の豊島区内の施設にも共有していくことが望ましい。

#### 3. 事業の構成と具体例

#### 3つの事業の方向性とイメージ

● 「人と文化が集う、みんなの劇場」として、また、豊島区の文化政策をトータルに見据えて、あうるすぽっとは、以下の3つの方向性で事業を構成することが考えられる。

豊島区の、東京の、日本の文化の魅力をあうるすぽっとから創造・発信するため、独創性が高く、多様性や国際性に溢れ、質の高い公演の制作や紹介に努めながら、つねに新しいステージを目指す。

(事業イメージ)

- あうるすぽっとが芸術的な質の高さを信頼するアーティストと協働し、独自に、あるいは 他の機関と連携・協力して企画制作するプロデュース公演。
- ■国内や海外で高い評価を受けているアーティスト、劇団、ダンスカンパニー等を紹介する公演や、舞台芸術の新しい潮流や多様な表現を紹介する公演。
- 成長の著しい若手のアーティストや今後の活躍が期待される劇団などを発掘、育成し、 あうるすぽっととともに、さらなる高みのステージに上るための支援。

舞台芸術交流センターとして、人と舞台芸術をつなぐとともに、舞台芸術を介して人と人、人と地域、地域と地域の交流を促す。また、地域における舞台芸術の役割や、豊島区ならではの地域の魅力を、先の世代から今の世代に、そして次の世代に受け継ぐ。

(事業イメージ)

- ●舞台芸術の創造活動を通じて、舞台芸術の作り手と観客との交流や、舞台芸術に携わる実演家、制作者、技術者などが交流する場や機会の提供。
- 豊島区での、舞台芸術の専門家や愛好家が集うような、舞台芸術を介した地域コミュニティの醸成と、そのコミュニティの裾野の拡張。
- あうるすぽっとと全国各地の公共劇場とのネットワークの形成。あうるすぽっとと各地の公共劇場との間でのプロデュース作品や住民参加公演の交流上演。

舞台芸術への興味や関心の度合いにかかわらず、また、子供、高齢者、障害者、在留外国 人など舞台芸術へのアクセスが難しい人々も、舞台芸術と出会い、触れる機会や楽しみを 届けるために、劇場や舞台芸術と地域住民との出会いを生み出す。

(事業イメージ)

- ●舞台芸術の愛好家だけでなく、馴染みの薄い人々にもわかりやすくて楽しい作品の上演。劇場への来館や作品の鑑賞におけるバリアの除去とアクセスの支援。
- 学校、福祉施設、生涯学習施設など、地域の様々な施設や場に赴き、普段は劇場に 足を運ぶ機会が少ない多様な人々を対象としたアウトリーチ。
- 文化芸術の振興だけでなく、教育、福祉、国際交流、地域づくりといった施策と連携。 少子高齢化の進展、ファミリー世帯の減少、外国籍区民の増加などへのアプローチ。

# 4. 施設用途の見直し

#### 会議室を稽古場に転用し、舞台芸術の創造と交流の環境を強化

- あうるすぽっとは舞台と客席を有する劇場施設ではあるが、稽古場を有していないことで、舞台芸術の創造環境として十分に力を発揮することが困難な状況が続いていた。
- また、今回の調査で事業実績を振り返って明らかになった課題の一つに、2012年以降の会議室の利用が減少していることが挙げられており、劇場との有機的な連携、かつ施設の効率的な活用という面でも、会議室を稽古場に転用することが課題の改善策として考えられる。
- 豊島区内や首都圏の劇場との差別化を図り、特徴を打ち出していく意味でも、会議室を稽古場に転用することは、今まで以上にあうるすぽっとの存在をアピールすることにつながる。とくに、都心部において300席規模の劇場で稽古場を併設している施設は少なく、一つの施設で稽古、リハーサル、公演本番に移行できる利便性の高さをアピールできる。
- 稽古場は、あうるすぽっとのプロデュース公演や主催公演だけでなく、タイアップ公演や貸館の 誘致にとっても大きな誘引力となる。また、稽古場と劇場が一つの施設にあることで、あうるすぽっとに出入りする舞台芸術関係者の交流がより活性化されることが期待できる。
- 「舞台芸術交流センター」としてのあうるすぱっとの存在感をより一層高めるためにも、現状の会議室を稽古場に転用することで、豊島区における舞台芸術の創造環境を強化し、「劇場都市」 にふさわしい施設となることが望まれる。

# 5. 区民・利用者へのサービス

#### より多様な区民との関わり方や、利用者のニーズに柔軟に対応

- あうるすぽっとでは、これまでも公演事業だけでなく、教育普及事業でのワークショップやアウトリーチの取り組みで積極的に区民に舞台芸術に触れる機会を提供してきたが、新しい体制と新しい基本理念のもとで、より多様な区民との関わり方を模索することが考えられる。
- 豊島区では「国際アート・カルチャー都市としま」で「国際アート・カルチャー特命大使」を公募し、都市構想の関連事業への参加協力を促している。例えば、あうるすぽっとでも、あうるすぽっとの基本理念に賛同し、事業への自発的な参加や協力の意志表明をするような関わり方が考えられる。
- 舞台芸術への興味や関心だけでなく、地域のまちづくりに対する住民の参加意識を高めながら、あうるすぽっとの事業や運営のボランティアを募り、文化を通じた区民の社会参加の機会を 創出することも検討すべきであろう。
- また、劇場の利用者に対するサービスとして、従来は連続7日以上の利用を14か月前、連続5日以上の利用を10か月前、その他の利用を6か月前からの申し込み開始時期に設定することで、連続利用日数の多い舞台芸術の利用を優先してきた。
- 今後、主催公演やタイアップ公演で積極的に劇場の特長を打ち出していくためには、従来の利用の申し込み開始時期や調整のルールの再検討が必要となっており、通常の貸館利用のルールによるサービスではなく、利用者のニーズに柔軟に対応することが求められる。
- 例えば、公演に関連するトーク、セミナー、交流会、展示でホワイエを活用するケースなど、利用者からのニーズやアイディアに柔軟に対応していくことが望まれる。

# 豊島区立舞台芸術交流センター あうるすぽっと事業評価調査 報告書

委 託: 公益財団法人としま未来文化財団

〒509-0203 東京都豊島区東池袋 1 丁目 20 番 10 号

豊島区民センター2階

公益財団法人としま未来文化財団 tel. 03-3590-7581 fax. 03-3984-0865

受 託: 株式会社ニッセイ基礎研究所

芸術文化プロジェクト室

〒102-0073 東京都千代田区九段北 4-1-7 tel. 03-3512-1799 fax. 03-5211-1084

発 行 日: 平成 30 年 3 月