

評価事業報告書

2015

認定NPO法人
トリトン・アーツ・ネットワーク
評価委員会

はじめに

本報告書は、2014年度から2016年度にわたる第5期トリトンアーツ評価委員会の2年目の報告書です。これまでの4期に渡る評価委員会の活動を踏まえ、2020年の東京オリンピックを展望に入れ、2016年度のトリトンアーツ設立15周年に向けて、トリトンアーツがさらに有意義な成果を上げることができるよう、2015年度のトリトンアーツの活動を評価させていただきました。

2015年度の評価にあたって、事業報告書や評価報告書等を読み返し、トリトンアーツ事務局からの詳細な説明を受けて、活動内容を確認しました。昨年度定めた4つの評価項目--活動全般、企画公演事業（ホール公演事業）、コミュニティ事業&教育普及事業、NPO組織体制--をできるだけ具体的な定量的指標を用いて評価できないか、と考えました。特に、2015年度は、コミュニティ事業と公演事業との連携についても検討させていただきました。トリトンアーツは目標達成率や充足率など細かなデータを集め、自ら検証していることから、それらを活用できればと考えました。もちろん、トリトンアーツの活動成果すべてについてきちんとした数字で評価することはできませんが、何らかの指標を用いてわかりやすく表現したい、と考えております。その上で、2015年度については、トリトンアーツがこれまで続けてきた事業について、継続性の確かさを評価するため、『事業報告書 2015(案)』と「2015年度業務計画振り返り」(トリトンアーツの自己評価)に対するコメントを中心にしながら、評価委員自らが体験した活動へのコメントを加えました。

昨年、特筆すべきことと記した、認定NPO法人（特定非営利活動法人）として認定されたことが、トリトンアーツの活動へどのような影響を与えたかを評価するのは時期尚早ではあります。多くのアート系NPOにとって、収入の一定割合以上の寄付を集めることは至難の業といわれています。認定により、一定の条件がありますが、トリトンアーツへ寄付した個人は寄付額を税額控除することができるようになり、企業も寄付額をより多く損金算入できるようになりました。トリトンアーツが寄付を獲得する強いツールとして活用しなければなりません。

多くの芸術団体が、公演を「主」と、コミュニティ活動を「従」と位置づける中で、トリトンアーツにとってコミュニティ事業はホール公演事業と並び立つ活動である、という点は、強調しても強調しすぎることはありません。第5期評価委員会の2冊目の報告書として、設立15周年を迎えるトリトンアーツの飛躍的な発展を支えるものとなるよう祈念しております。

2016年7月

トリトンアーツ第5期評価委員会委員長

田中敬文

第 I 部 トリトン・アーツ・ネットワークの事業への評価について

第 5 期としての 2 年度目にあたる 2015 年度の委員会は 2016 年 2 月から 5 月にかけて 3 回行われた。2015 年度の業務報告等の結果を踏まえて評価を行った。

トリトン・アーツ・ネットワーク 第 5 期評価委員会

1. 委員会メンバー

委員長 田中敬文 (東京学芸大学准教授)
委員 並河恵美子 (認定 NPO 法人 芸術資源開発機構 (ARDA))
委員 内田 秋 (公益社団法人 企業メセナ協議会)
委員 大久保広晴 (公益財団法人 読売日本交響楽団)
委員 町田一雅 (中央区文化・国際交流振興協会)
事務局 島岡未来子 (早稲田大学准教授)
伊藤 葵 (サイバー大学助教)

2. 2015 年度評価委員会開催記録

- ・ 第 1 回 2016 年 2 月 8 日 (月)
- ・ 第 2 回 2016 年 4 月 19 日 (火)
- ・ 第 3 回 2016 年 5 月 10 日 (火)

3. 第 5 期委員会の評価活動について

・ 第 5 期委員会の中長期期間(2014 年度～2016 年度)の評価活動
東京オリンピック開催(2020 年)を視野に入れながら、第一生命ホール 15 周年に向けて、ホールが果たしてきた役割とその存在を明確化し、トリトンアーツのミッション実現のための取組や存在意義等を定量的・定性的指標により評価したい。
2016 年度には、3 年間の評価活動、及び将来への展望を視野にいたした提言を行う。

4. 2015 年度の評価活動

・ 「2015 年度トリトンアーツ自己評価」『評価事業報告書 2015』に対するコメントを中心とする。
・ 評価項目は、活動全般(全体の総括)、ホール公演事業(自主企画公演事業)、コミュニティ事業&教育普及事業、NPO 組織体制とする。
⇒別紙: 2015 年度の評価活動参照

別紙: 2015 年度の評価活動

評価ポイント <具体的な指標の例>

	活動全般	ホール公演事業	コミュニティ事業	NPO 組織体制
2014 年度	「2014 年度トリトンアーツ自己評価」『評価事業報告書 2014』に対するコメント	・継続的事业について継続性の確かさを評価する	・継続的事业について継続性の確かさを評価する	・継続的事业について継続性の確かさを評価する
2015~2016 年度	「2015 年度トリトンアーツ自己評価」『評価事業報告書 2015』に対するコメント	<p>・ 第一生命ホール 15 周年に向けて、ホールが果たしてきた役割とその存在の明確化</p> <p>・ 各公演について入場券の達成率・収支率はどうか?</p> <p>・ 若い聴衆の育成に向けた取り組みは進んでいるか?</p> <p>・ 「晴れた海のオーケストラ」に関する評価</p> <p>・ 若手アーティスト育成事業の意義・広報宣伝活動の取組みへの評価</p>	<p>・ コミュニティ事業がホール公演事業などに結びついているか</p> <p>・ アウトリーチ活動へ興味を持つ演奏家が増えたか?</p> <p>・ コーディネーターの育成は進んでいるか?</p> <p>・ 広報宣伝活動の取組みへの評価</p> <p>・ 教育委員会や中央区との連携</p> <p>・ 高齢者施設の開拓</p>	<p>・ リニューアルしたサポーター制度は機能しつつあるか?</p> <p>・ トリトンアーツの会員・寄付者は増えているか?</p>
	東京オリンピック開催 (2020 年)			

第Ⅱ部 2015年度評価活動

1.活動全般(全体の総括)

2015年度について、『事業報告書 2015(案)』と「2015年度業務計画振返り」から、「音楽によるコミュニティの活性化を図る。」「音楽の楽しさを分かち合い、心を豊かにする。」というミッションは十分達成しつつある、と高く評価したい。

具体的には、前年度を上回る自主企画公演事業（ホール公演事業）での購入目標達成や、コミュニティ事業&教育普及事業における小学校アウトリーチ事業の好評さなど、これまでの継続的事业について、継続性の確かさが高まってきたと感じられ、「継続は力なり」の効果が発揮できている。ホール公演事業とNPO活動が連動しているトリトンアーツが2015年度文化庁劇場・音楽堂活性化事業より「ライフサイクル&コミュニティ活動」に対して助成金が得られたことを高く評価したい。

さらに、ホール公演事業とコミュニティ事業との連携について、より多くの公演出演者がコミュニティ事業へ参加したり、小学校でのアウトリーチを体験した児童がホール公演事業へ参加したりできれば、一層のトリトンアーツのミッション実現にもつながるであろう。さらに、リニューアルしたサポーター制度は、ボランティアの継続的な育成にも繋がるものである。公演のNHK・TV放映や読売新聞の記事化は、トリトンアーツの実績が社会的にも評価されたひとつの証拠でもあり、高く評価したい。

2. 自主企画公演事業（ホール公演事業）

・実施した事業について、目標達成率や充足率など細かにデータを集め、検証していることは高く評価できる。達成率が100%を超えた人気の事業などについては、次年度からより高い目標値を設定してはどうか。また、主催公演(6種類)について、チケット購入者を対象に居住地などを集計するという顧客分析を実施していることも高く評価できる。分析を活かして、今後は一層の購入者数増につなげてほしい。

・ヤング券利用者の減少や20代のチケット購入者の減少など、今後、若い聴衆の育成に向けた取り組みが必要である。

<チケット販売について>

・公演入場料収入と公演入場者数(招待含む)が過去最高を記録したことは特筆すべきである。

・公演入場料収入は25,164,565円と、2014年度比で813,613円増(3.3%増)と増加した。

・公演入場者数(招待含む)は14,721人と、2014年度比で1,623人増(12.4%増)と増加した。

・購入者数(枚数)も購入率も2014年度比で増加した。購入者数(枚数)は、8,799枚→9,158枚へ359枚増(4.1%増)、購入率は、54.8%→59.0%(4.2p増)であった。

・入場者数の達成率は、106.9%と目標を達成し、非常に高く評価できる。前年2014年度の目標達成率96.5%も大きく上回っており、これも高く評価できる。

・今後は、目標値を更に高くしたり、各事業の収支率も含めて評価したりすることなども検討に値しよう。

・学生券利用者が増加した(130人→206人)ものの、ヤング券利用者は減少した(292人→206人)。チケット購入者の年代を見ると、20代が減少している(63人→45人)ことから、学生券を設け、新たな聴衆の育成に努めていることは評価できるものの、ヤング券利用者や若年層の開拓や働きかけが課題である。

・中央区の年齢別人口構成図を見ると、「10~14歳」及び「15~19歳」の年齢区分の人口が非常に少ないことから、今後、この年齢層の聴衆を獲得するためには、コミュニティ活動等と連携した魅力的な取り組みが必要であろう。

<主な公演について>

・『晴れた海のオーケストラ』について

「晴れた海のオーケストラ」が新たに設立され、新しい展開がなされているということは評価できる。全体充足率(94.0%)に比べて一般充足率(58.2%)が低いなど、初めてのコンサートということもあり、現段階での評価は難しい。15周年に向けた大きな変化のひとつではある。今後より幅広い層の聴衆の獲得に繋がることが予想される。まずは一步踏み出したという点をプラスに評価したい。

・クァルテット・ウィークエンド(SQW)(6公演)

トリトンアーツ開設以来の事業である。他公演と比べて、チケット購入者の男性比率が高く(87%)、購入方法や先行予約でオンライン予約比率が最も高く(各々53%と43%)、リピーター比率が最も高い(79%)という顕著な特徴がある。また、購入者の居住地では中央区と江東区以外のその他の比率が最も高い(92%)ことから、近隣以外の熱心なファンをうまく惹きつけていると思われる。

・ウィークエンド・コンサート(5公演)

リニューアルした新たな試みとして「ブラームスの室内楽」を取り上げ、好調なスタートを切ったと思われる。11/29(日)「室内楽の魅力 ブラームス 第1回」は、NHK BS「クラシック倶楽部」(2016年2月11日)で放映された。

・ライフサイクルコンサート

どのプログラムも入場券の達成率が高く好評だった。ロビーでよちよちコンサート、音楽と絵本コンサート、クリスマス・オーケストラ・コンサート、子育て支援コンサートの達成率は、各々、90%~128%、118.8%、113%、85%であった。アンケートによれば、子どもが集中して聴いていた、親は精神的な癒しとなったとの感想が見られ、親子が一緒に非日常的な音楽ホールで生演奏を鑑賞できることの喜びが感じられた。子育て世代に求められている内容で継続が望まれる。

3.コミュニティ事業&教育普及事業

<コミュニティ事業がホール公演事業などに結びついているか?>

3-1 コミュニティ事業

・「ジュニア・フィルハーモニック・オーケストラの活動」との共催事業「室内楽体験講座」は、子どもたちが定期的と一緒に演奏する機会を作ることを目的としている観点が非常に素晴らしい。また、今後のホールの知名度UPや若い音楽家の育成などにもつながると考えられる。

・2015年度から中央区の区民カレッジの生涯学習講座(大人のためのクラシック入門講座)をトリトンアーツが企画している。24名の受講生の殆どが公演チケットを購入している。受講者のほとんどの方がアンケートに「とても良かった」又は「良かった」と回答している等大変好評であった。区民カレッジは、地域で文化の裾野を広げる役割とホール公演事業へ結び付ける役割を担っている。コミュニティ事業が、ホール公演事業に結びついた事例といえる。中央区主催の講座の企画運営にトリトン・アーツ・ネットワークが参画していくことは、クラシック愛好家の区民をなお一層増やすとともに、第一生命ホ

ールのPRにもつながるものなので、今後とも充実強化に努めていただきたい。

・「はじめてのクラシック」「Meet the 和楽器」など小学校へのアウトリーチ事業は、対象者(小学4年生)や教師からも好評であり、音楽への関心を高めるのに貢献している。金管楽器によるアウトリーチでは、高学年から brassバンド部へ入会する子供が出てくることが期待される。幼稚園・保育園におけるアウトリーチとともに長い目で見たい。事業を通じて、子供への第一生命ホールの認知度をより向上させ、将来は聴衆としてホールへ来てほしい。

・TANBRASS等の人気の高い活動があることは心強い。

・アウトリーチへ参加した委員からのコメント:

「Meet the 和楽器」(有明小学校)。和楽器(琴と尺八)を2人1組で演奏するという構成が良かった。小学生の年代で、自国の楽器に触れる機会を持つということが重要だと感じた。積極的に取り組めていなくても、その空間にいたという経験自体が、将来的に意義がある。

グランドロビーコンサート

・1,744人参加(2014年度に比べて減)

・小さな子どもから高齢者まで気軽に一流の音楽家の演奏に触れる機会をもつことができるため、特に近隣住民には好評のようである。集中力が長く続かず、クラシックコンサートに行く機会もあまり無い未就学児をもつ区民にとって、エプロン掛けで行くことも可能であり、アンケートでも「久しぶりの生演奏で感動した」等の感想が寄せられていることから、今後とも一層の充実を図っていかれることを期待する。

第一生命ホールロビーコンサート

・「室内楽アウトリーチセミナー」講師と受講生によるミニコンサートである。ともに演奏できることは両者にとって感慨深いものであろう。

「オープンハウス 2015」(2015年7月18日)

・1,312人→687人と、625人減(47.6%減)であった。

・アンケート集計結果を見ると、オープンハウスの来場目的のトップが「親子で楽しめそうだから」となっていることから、親子で楽しめる参加型のワークショップによるプログラムなどがもう少し多くあった方がより一層盛り上がったのではないか。バックステージツアーはマンネリ化になりやすいので、案内などに工夫を図り変化をつけることも考えた方がよい。広いグランドロビーの効果的な使用方法も検討してほしい。

・「オープンハウス 2015」へ参加した委員からのコメント:

バックステージツアーやホールステージでのコンサート、グランドロビーでのミュージックベル体験などを楽しませていただいた。いずれのコーナーもサポーターの方々が熱心に取り組んでおられ、対応もとても親切であった。

<教育委員会や中央区との連携について>

・「特色のある教育予算」を活用して、学校からトリトンアーツが選ばれるようにしたい。

3-2 人材の育成事業

<アウトリーチ活動へ興味を持つ演奏家が増えたか?>

・音楽は、技術がある程度のレベルに達成し、認められるようになるまでに時間がかかるため、それなりの評価を得ることは大変である。そのため、アウトリーチは、アーティストとして幅を広げ、役に立てるということを感じてもらうための機会の創出として大切である。アウトリーチ活動へ興味を持つ演奏家を増やすためには、ただ待っているだけではなく、卒業生に対し、アウトリーチへの参加を促すための仕掛けが必要である。例えば、アウトリーチに参加すれば第一生命ホールで演奏ができるなどのメリットをアピールする等の宣伝や積極的なアプローチが必要となろう。

4.NPO 組織体制

・認定 NPO 法人となって 2 年目のコンプライアンス推進と継続的な財政基盤の充実に努めてほしい。

<リニューアルしたサポーター制度は機能しつつあるか?>

・サポーターを広く受け入れ、サポーターによる企画を実現させているのはトリトンアーツ独特の事業である。サポーター制度については、NPO 組織体制だけで収まる話ではない。ホール事業、コミュニティ事業のそれぞれの運営体制において、サポーター制度のリニューアルがどのようにコミットし、企画に影響を及ぼしているか。サポーター制度のリニューアルが、全体における変化、底上げに繋がることを期待したい。

・サポーター制度の仕組みについて、要件を満たす人材のみの採用と“適材適所”による配置となった。ボランティアでありながら、各人の強みを活かせ、なおかつトリトンアーツとしても企画の充実に寄与するものとなっている。「音楽でつながり、音楽とともに生きる社会の実現」のため、ホール単独ではなく、地域住民をはじめとした市民一人ひとりと協働していこうという積極的な実践は、15 周年から先を見据え、トリトンアーツがひとつのホール像を示していこうという強い意志の表れと感じられ、心強い。

・サポーターが 66 名(男性 16 名、女性 50 名、2016 年 4 月現在)となり、リニューアル前の人数と同じくらいである。地域別では、中央区と江東区を合わせて 26 名である。これまでのサポーター制度の実績と経験を活かして、まずは一歩踏み出したという点をプラスに評価したい。

・今後は、サポーター制度がインターンシッププログラムとしても発展し、演奏者とマネジメント双方の人材育成プログラムとして進化していくこともよいと思われる。それにより、トリトンアーツの掲げる「晴海から発信する、音楽のある街」の実現に、より厚みを持たせることができるのではないかと。

・サポーター制度について、例えば、参加人数や活動回数、トリトンアーツ通信の配布数、サポーター経由での集客数(チケット販売数)のような指標を設けることも考えられる。

<トリトンアーツの会員・寄付者は増えているか?>

・一般会員について、昨年度は 44 名の入会があった(14 名の純増)。しかし、そのうち 4 分の 3 は第一生命の会員であり、一般会員があまり増えていない。通常のアート系 NPO は企業との結びつきが弱い。また、ホールの中には、年会費を 2,000~3,000 円程度とし、チケット購入に関する優待などの特典のある会員制度を設けて、何度も来場してくれるコアなファン層の拡大を図っているものもある。それに対して、トリトンアーツは企業の会員が多いことが際立った特徴である。今後、一般会員をどのように位置づけ、どのように増やしていくかという点を探る必要がある。

<広報宣伝活動の取組みへの評価>

- ・今後より強い話題性やインパクトを生むことが、集客力の更なる向上に繋がる。
- ・広報宣伝の一番の課題は予算自体を増やすことにある。トリトンアーツ内部での理解を深めて、外にも発信することでホールの評価へと繋げていけることが望ましい。

【トリトンアーツ通信】

・インタビュー掲載など、アーティストの声を継続的に伝えることに熱心に取り組んでいる点は評価できる。毎回同様のレイアウトを、年度によって変化させるなど工夫があってもよい。例えば、アーティストの声だけでなく、前回公演のお客様の感想を紹介するなど、多様な視点でのアプローチも必要ではないか。

【チラシ】

・SQW などのクラシック音楽ファン向けのもの、「子どもを連れてクラシック」などのファミリーものなど、コンサートの性格にあわせ、雰囲気を変えて作成している点は評価できる。「オペラの楽しみ」のチラシも個性がある。さらなる集客のためには、より多角的な方法で演奏会の魅力をアピールすることも必要であろう。

【インターネットや SNS】

・ホームページへのアクセス数などの目標達成やツイッターでの演奏会などの情報発信は、集客やボランティアスタッフ募集に繋がる可能性が高く、評価できる。ライフサイクルコンサートなどでは、来場したお客様に SNS で感想や写真を UP していただくように働きかけ、広報活動に繋げることができるかもしれない。

【音楽雑誌「ぶらあぼ」】

・毎回同じようなレイアウトであり、インパクトも少ないという印象を受ける。検討の余地がある。

【メディアでの露出拡大】

・NHK BS「クラシック倶楽部」(2016年2月11日)での放映や収録は知名度を高めることでも、高く評価できる。今後、この放映や収録をよりアピールすることで活用してほしい。読売新聞の記事化なども評価できる。今後は、文化面だけでなく、生活面で親子コンサート、地域面でアウトリーチなどが何度も取り上げてもらえるよう、継続的な働きかけが必要である。子育て雑誌や地域のミニコミ誌などにも働きかけを検討してほしい。

【チケット発売日と広告などの連動】

・広報宣伝の限られた予算を有効に活用するためには、チケット発売日の設定とそれに向けた計画的な広報活動が非常に重要である。トリトンアーツ通信はもちろん、「ぶらあぼ」の広告やチラシ配布なども、チケット発売に向けて更に効果的に用いるように再検討してほしい。先行発売なども効果的に用いることも可能である。また、セット券と単独券の発売の時期を変えることなども検討する余地がある。

おわりに

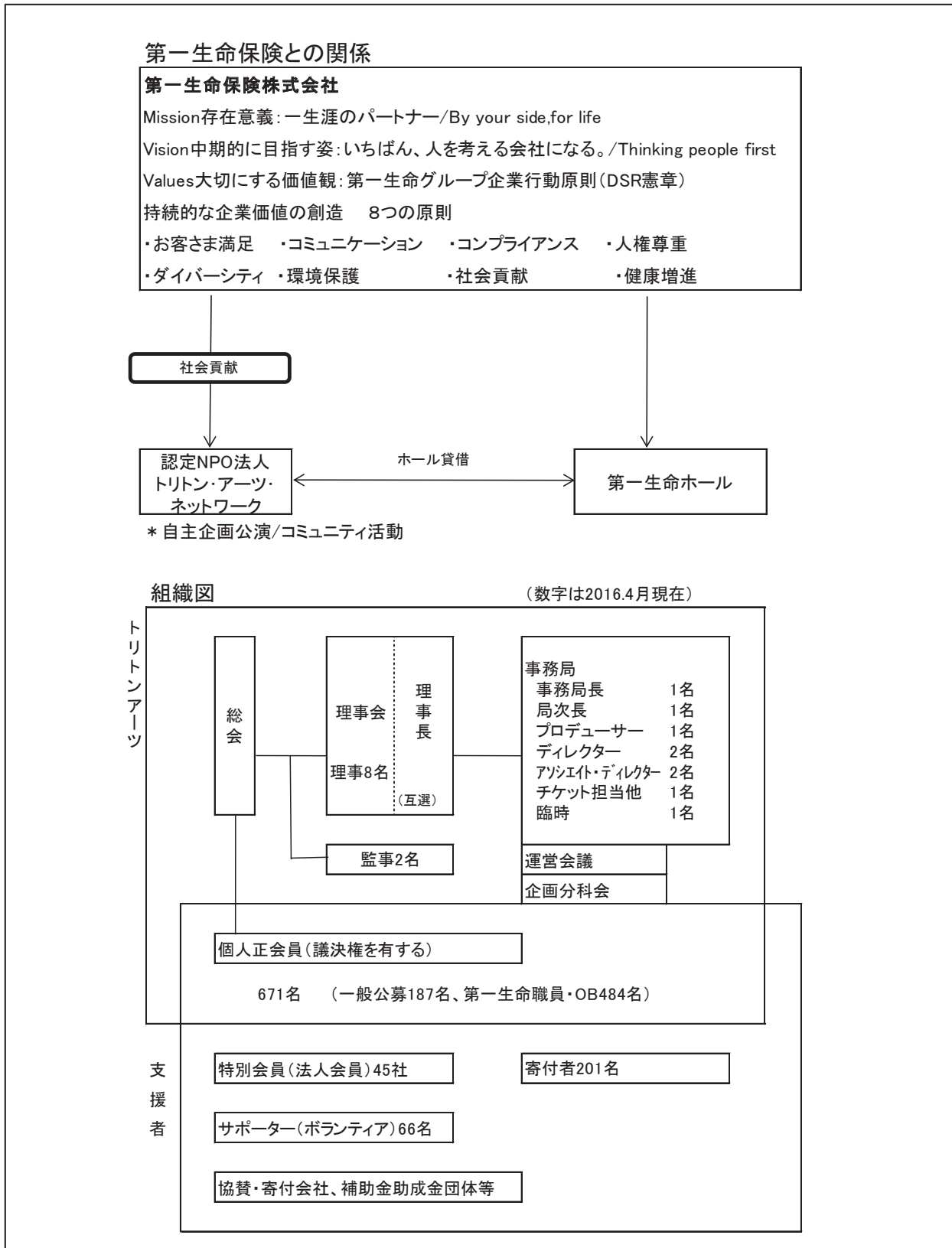
中央区は30~40代の年齢層が人口構成全体の最大の山となっていることから、これらの層(宝の山!)にとって魅力のあるプログラムを組むことにより、入場者層を一層伸ばしたり、「地域に身近に音楽がある社会」の形成づくりに参画したりすることにもつながると思われる。

トリトンアーツのめざすもの(ビジョン)構成図3枚に書かれている内容は重要である。ビジョンを実現できる組織になるために『進化と深化』『高いクオリティ』『地域巻込』を目標に、15周年とその後へ向けての活動に期待したい。

2020 東京オリンピック・パラリンピックの開催に向けて、中央区や東京都、国の文化政策の動向に注視しながら、晴海を中心に芸術活動に取り組むトリトンアーツならではの取組みに期待したい。地域的に子どもの人口が増えていることは大きな強みであり、トリトンアーツのミッション達成を後押しするものである。評価委員会の活動がトリトンアーツの一層の発展に繋がられるようにしていきたい。

第Ⅲ部 資料編

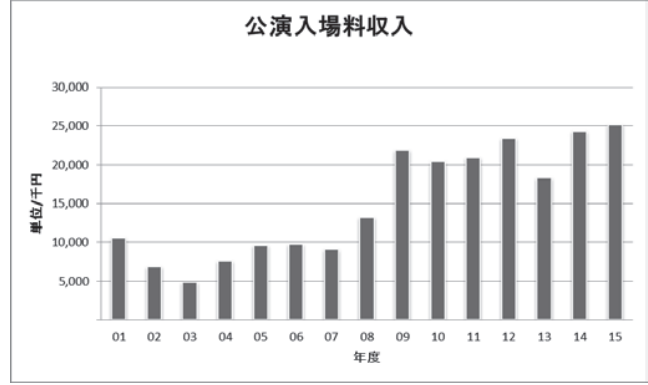
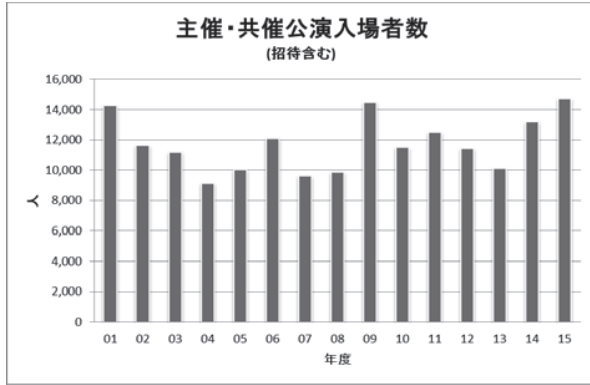
1. 第一生命保険との関係およびトリトンアーツ組織図（資料：トリトンアーツ事務局作成）



2. ホール事業

・講演入場料収入と入場者数

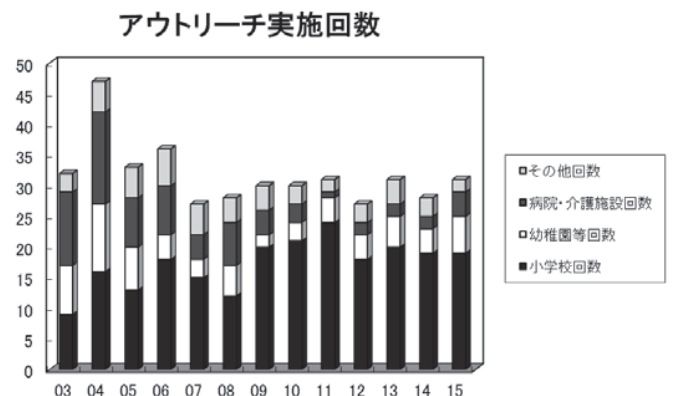
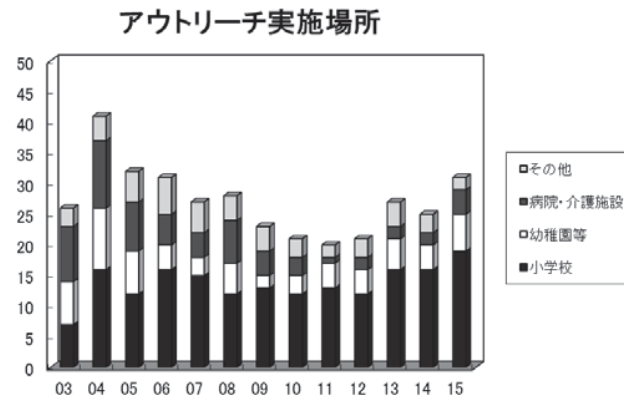
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
公演入場料収入 単位 千円/年度	10,591	6,850	4,883	7,565	9,594	9,721	9,091	13,188	21,856	20,479	20,909	23,372	18,322	24,350	25,164
主催・共催公演入 場者数 (招待含む)	14,258	11,641	11,201	9,125	10,035	12,074	9,592	9,837	14,501	11,501	12,513	11,403	10,094	13,174	14,721



3. コミュニティ事業

・アウトリーチ実施場所・回数

場所/年度	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
小学校	7	16	12	16	15	12	13	12	13	12	16	16	19
回数	9	16	13	18	15	12	20	21	24	18	20	19	19
幼稚園等	7	10	7	4	3	5	2	3	4	4	5	4	6
回数	8	11	7	4	3	5	2	3	4	4	5	4	6
病院・介護施設	9	11	8	5	4	7	4	3	1	2	2	2	4
回数	12	15	8	8	4	7	4	3	1	2	2	2	4
その他	3	4	5	6	5	4	4	3	2	3	4	3	2
回数	3	5	5	6	5	4	4	3	2	3	4	3	2
場所計	26	41	32	31	27	28	23	21	20	21	27	25	31
回数計	32	47	33	36	27	28	30	30	31	27	31	28	31
協力企画	8	14	6	2	2	2	2	4	7	4	3	3	2



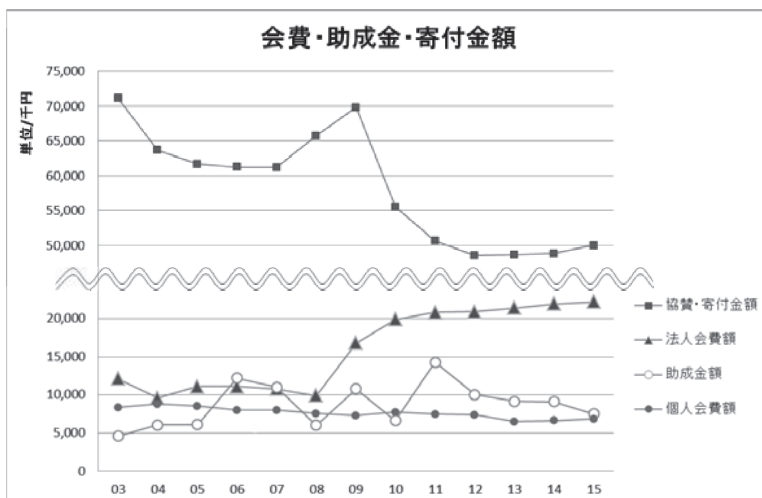
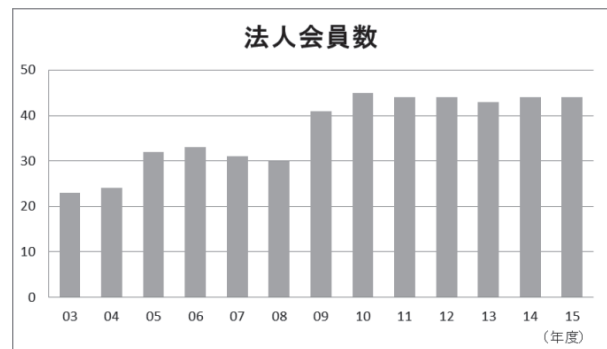
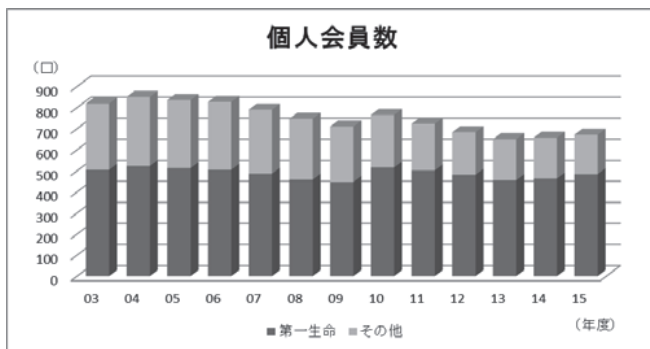
4. NPOガバナンス

・会員別年会費

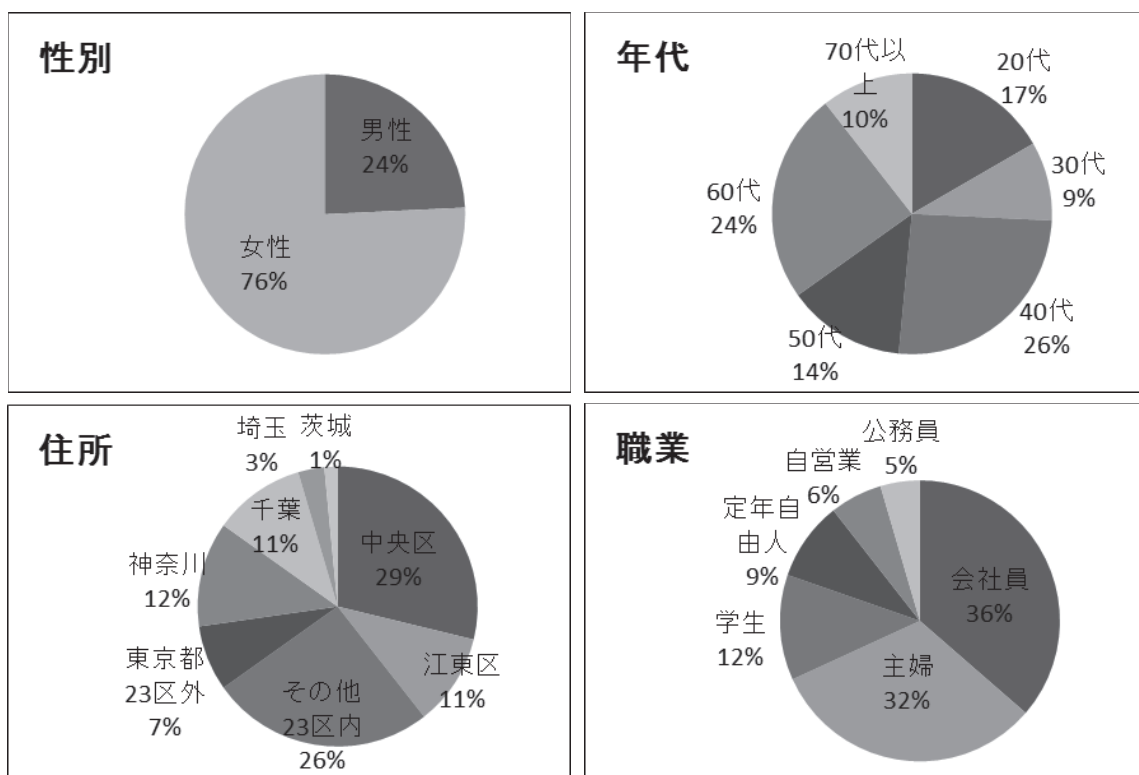
個人正会員		1万円
特別会員(法人会員)	エステルハージ・サークル会員	1口10万5口以上
	ラズモフスキー・サークル会員	1口10万2口～4口

・会員状況、助成先、協賛先

分類 / 年度	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
個人会員 計	819口	851口	836口	827口	790口	747口	710口	765口	723口	683口	653口	657口	674口
個人会費額 単位千円	8,340	8,800	8,525	8,000	7,990	7,560	7,310	7,730	7,460	7,410	6,510	6,650	6,840
分類 / 年度	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
内訳	第一生命	505	523	513	505	486	458	447	516	502	481	455	463
	その他	314	328	323	322	304	289	263	249	221	202	195	187
法人会員	23	24	32	33	31	30	41	45	44	44	43	44	44
法人会費額 単位千円	12,100	9,600	11,100	11,100	10,800	9,900	16,800	19,900	20,800	20,900	21,400	21,900	22,200
助成件数	5	8	6	10	8	4	7	6	9	4	3	2	2
助成金額 単位千円	4,600	6,050	6,100	12,200	11,018	6,034	10,795	6,649	14,262	10,048	9,148	9,103	7,515
協賛・寄付社件数	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
協賛・寄付金額 単位千円	71,090	63,604	61,650	61,198	61,170	65,730	69,801	55,500	50,600	48,500	48,600	48,800	50,000
個人寄付者 ※内諾者含む申込みベース	—	—	—	—	—	—	—	—	—	153名	207名	200名	201名
個人寄付金額 単位千円	—	—	—	—	—	—	—	—	—	28	1,329	1,337	1,440



・サポーターの属性（2016年4月時点）



・サポーター数推移

年度	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2015 制度リニューアル後	2016年 4月時点
サポーター数	58	61	73	63	73	64	48	66
中央区	20	20	24	21	24	22	15	19
中央区外	38	41	49	42	49			
江東区						8	7	7
23区内						16	11	17
23区外						6	4	5
神奈川						6	6	8
千葉						3	3	7
埼玉						2	1	2
茨城						1	1	1
男性	16	15	20	19	19	13	11	16
女性	42	46	53	44	54	51	37	50
前年度からの新規登録	13	17	25	9	20	13	-	18
前年度からの退会	26	14	13	19	10	22	-	16
20代						7	5	11
30代						3	2	6
40代						14	11	17
50代						10	7	9
60代						18	16	16
70代以上						9	7	7
不明						3		
2010年以前(7年以上)						26	20	20
2011年から(6年目)						2	1	1
2012年から(5年目)						5	5	5
2013年から(4年目)						3	3	3
2014年から(3年目)						14	11	11
2015年から(2年目)						14	8	8
2016年から(1年目)								18

5. 2015 年度トリトンアーツ主催公演における顧客分析抜粋（資料：トリトンアーツ事務局作成）

◎本データは、主にトリトンアーツ主催公演のトリトンアーツ・チケットデスクでのチケット購入者を対象に集計を実施。各プレイガイドでの購入者及び当日券購入者は集計対象には含まれていない。（個人正会員招待利用者は購入者としてカウント）2015 年度対象公演のシリーズ別一覧は右図のとおり。

◎集計方法

[購入公演数] ⇒ 購入者人数（ユニーク数）で集計
 その他 ⇒ 購入件数（延べ人数）で集計

◎『購入履歴無』の購入者 = 初購入者

『購入履歴有』の購入者（2回目以降）= リピーター と定義

◎顧客の性別・年齢はオンライン会員登録をしている顧客のみ集計。（オンライン会員登録の際、性別と生年月日が必須記入項目として存在する為。（電話・来社予約等では性別・年齢情報は不要。））

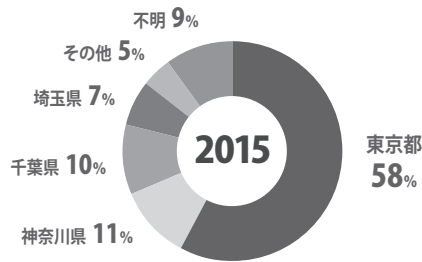
◎集計対象

	公演数	購入件数 (延べ人数)	購入者人数 (ユニーク数)
2015 年度	22 公演	4,326 人	2,956 人
2014 年度	24 公演	4,339 人	2,942 人
2013 年度	19 公演	3,366 人	2,496 人

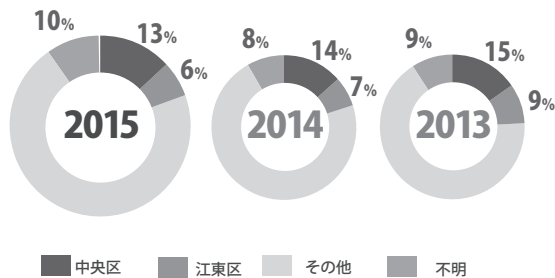
◎2015 年度顧客分析対象公演

SQW 6 公演			
1	10/4 (日)	古典四重奏団 2015 の 1 [共催]	
2	10/31 (土)	古典四重奏団 2015 の 2	
3	12/5 (土)	カルミナ四重奏団	
4	2016/2/20 (土)	エルデーディ弦楽四重奏団 [共催]	
5	2016/3/6 (日)	ロータス・カルテット	
6	2016/3/13 (日)	カルテット・エクセルシオ	
ウィークエンドコンサート 5 公演			
1	4/24 (金)	音楽のある週末 第 23 回 古澤巖	
2	5/16 (土)	音楽のある週末 第 24 回 戸田弥生&エル＝パシヤ	
3	6/20 (土)	トリトン晴れた海のオーケストラ 第 1 回演奏会	
4	11/29 (日)	室内楽の魅力 プラームス 第 1 回	
5	2016/3/19 (土)	室内楽の魅力 プラームス 第 2 回	
雄大と行く昼の音楽さんぽ 4 公演			
1	4/23 (木)	第 1 回 藤原真理	
2	9/3 (木)	第 2 回 鈴木大介 & 大萩康司	
3	10/6 (火)	第 3 回 小林沙羅	
4	12/15 (火)	第 4 回 福川伸陽 & 三浦友理枝	
630 コンサート 2 公演			
1	9/10 (木)	三浦一馬スペシャルカルテット	
2	2016/2/24 (水)	沖仁	
オペラの楽しみ 1 公演			
1	2016/3/27 (日)	オペラの楽しみ	
子どもを連れてクラシック 4 公演			
1	9/26 (土)	『音楽と絵本』コンサート	
2	12/19 (土)	クリスマス・オーケストラ・コンサート (1 回目)	
3	12/19 (土)	クリスマス・オーケストラ・コンサート (2 回目)	
4	2016/3/12 (土)	子育て支援コンサート『モチモチの木』	

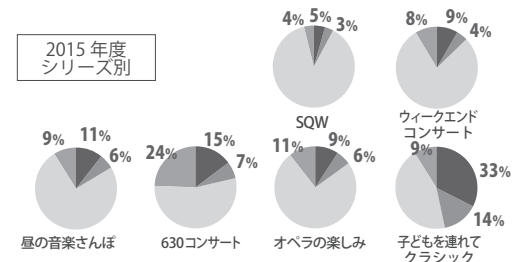
チケット購入者の居住地（オンライン予約&Tel・来社他）



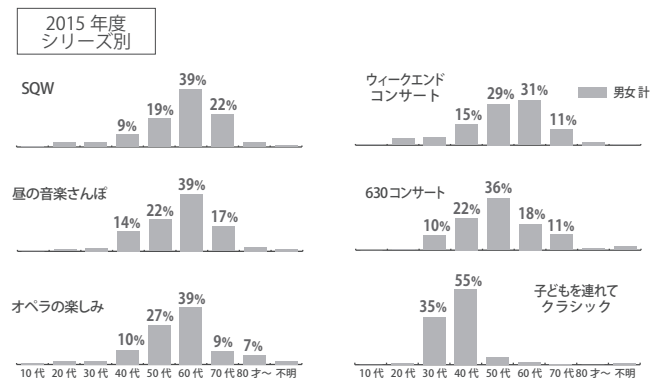
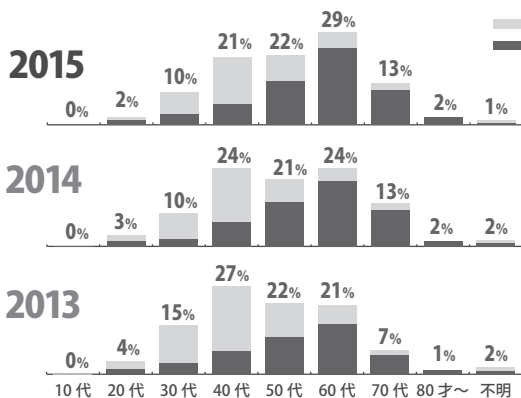
チケット購入者の居住地（中央区・江東区が占める割合）（オンライン予約&Tel・来社他）



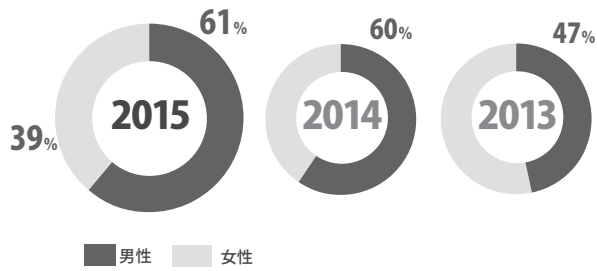
※1 12/19 クリスマス・オーケストラ・コンサート (2 回公演) は 2 公演として集計。※2 ロビーでよちよちコンサート (7 月・10 月、2016 年 2 月各 1 公演) は集計対象外。 ※3 共催公演 (4 月・8 月・10 月・3 月各 1 公演、11 月・12 月 2 公演) は集計対象外。古典四重奏団、エルデーディ弦楽四重奏団公演は共催公演なるも集計。



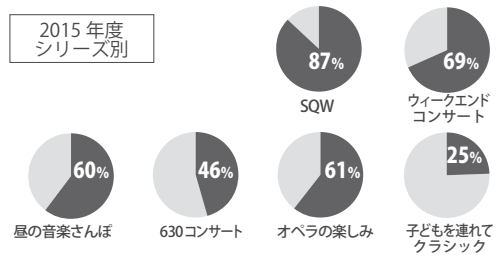
チケット購入者の年代（オンライン予約）



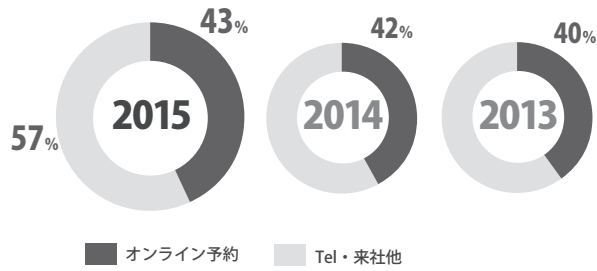
チケット購入者の男女比 (オンライン予約)



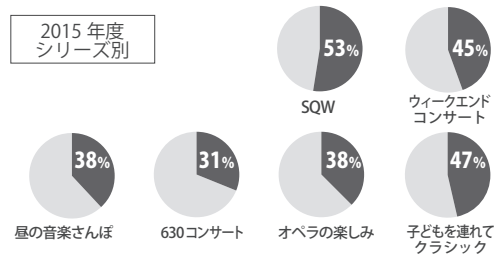
2015年度
シリーズ別



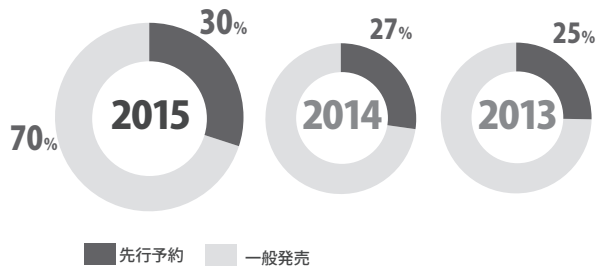
チケット購入方法 (オンライン予約&Tel・来社他)



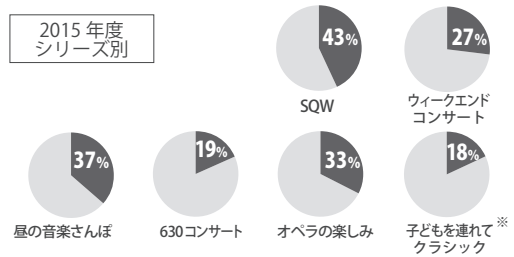
2015年度
シリーズ別



先行予約利用状況 (オンライン予約&Tel・来社他)

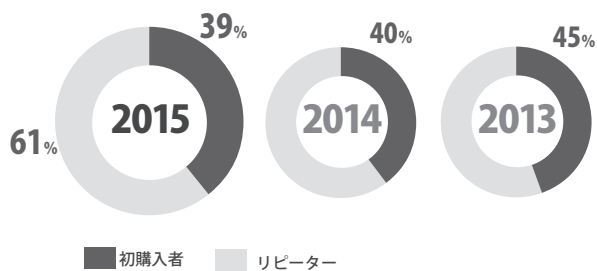


2015年度
シリーズ別

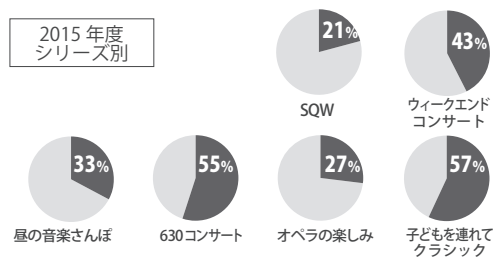


※ 3/12 子育て支援コンサートは先行予約販売なし

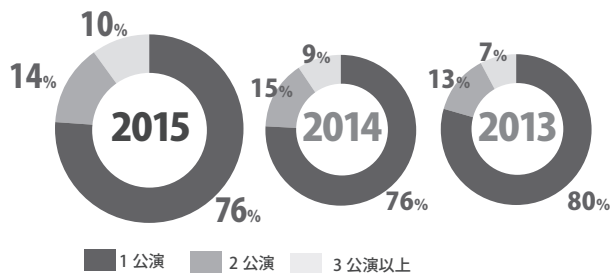
初購入者・リピーターの割合 (オンライン予約&Tel・来社他)



2015年度
シリーズ別



購入公演数 (オンライン予約&Tel・来社他)



認定NPO法人トリトン・アーツ・ネットワーク 2015 年度事業報告書
認定NPO法人トリトン・アーツ・ネットワーク 編

認定NPO法人トリトン・アーツ・ネットワーク 2015 年度評価事業報告書
認定NPO法人トリトン・アーツ・ネットワーク評価委員会 編

発行 2016 年 7 月

認定NPO法人トリトン・アーツ・ネットワーク
〒 104 - 6005 東京都中央区晴海 1-8-10 晴海アイランドトリトンスクエアX棟 5 階
TEL : 03-3532-5701 FAX : 03-3532-5703
<http://www.triton-arts.net>

