
特定非営利活動法人 トリトン・アーツ・ネットワーク

評価事業報告書 2012

2013 年 7 月

TAN評価委員会

はじめに

2001 年、晴海トリトンスクエアにおける第一生命ホールの開館とともに設立された特定非営利活動法人トリトン・アーツ・ネットワーク（TAN）は我が国の芸術系NPOにおけるフロントランナーとして注目を集めてきた。なかでも創設当初から外部評価委員会を設け自らの組織や活動のあり方を振り返り、絶えず改革を続けてきたことは、公益の実現を目指すあらゆる分野の非営利団体の模範となる取り組みと言える。2012 年度に、新制度下における認定NPOの仮認定をいち早く受けることができたのもこうした成果の賜物といえる。

2011 年度にスタートした第4期の評価委員会では、前3期の評価委員会から引き継がれた事項に加え、10 年という節目を迎えたTANが、次の10 年に向かってさらなる飛躍をとげていくための長期的視点を盛り込むことを方針としてきた。2012 年度は、第3期からの申し送り事項でもあったコミュニティ活動の評価に関連して、受け入れ先へのインタビュー調査を実施し、TANの活動に対してのナマの声を聴く機会を持つことができた。

本報告書は2012 年度における、これらの評価活動の結果をとりまとめたものである。公益法人やNPO法人をめぐる制度改革が進められる中で、民間非営利団体の役割がますます高まることが期待されている。こうした中、TANが我が国における芸術系NPOの模範的存在としてますます発展していけるような基盤づくりに貢献するような評価事業を行っていく所存である。

2013 年 6 月 20 日

TAN第4期評価委員会委員長
片山泰輔

目 次

はじめに

第Ⅰ部：2012 年度評価事業について

- | | |
|-------------------------|---------|
| 1. 第4期評価委員会メンバー | － 1 ページ |
| 2. 2012 年度評価委員会の活動経過と内容 | － 2 ページ |
| 3. 評価の視点・方法 | － 3 ページ |

第Ⅱ部：2012 年度評価活動

- | | |
|--------------------------------|---------|
| 1. T A Nの自己評価 | － 4 ページ |
| 2. 自己評価へのコメントとインタビュー調査等を踏まえた評価 | －10 ページ |
| 3. 総合評価と提言 | －13 ページ |
| 4. 2013 年度以降の評価活動について | －14 ページ |

第Ⅲ部：資料編

- | | |
|-------------------------|---------|
| 1. T A Nのミッション・定款 | －16 ページ |
| 2. 第一生命との関係およびT A Nの組織図 | －17 ページ |
| 3. 認定N P O（仮）認定取得について | －18 ページ |
| 4. 地域の情報 | －19 ページ |
| 5. 財務データ分析 | －21 ページ |
| 6. 事業報告関連資料 | －22 ページ |
| 7. 顧客分析資料 | －26 ページ |
| 8. インタビュー調査資料 | －34 ページ |

おわりに

第 I 部 2012 年度評価事業について

第 4 期としての 2 年度目にあたる 2012 年度の委員会は 2013 年 2 月から 5 月にかけて 3 回行われた。

2012 年度の業務報告や、2013 年 3～4 月に行ったインタビュー調査等の結果を踏まえて、第 4 期として TAN をどのように評価するかといった点を中心に意見交換を行った。また、2013 年度の評価活動の計画に加え、次の 10 年を視野にどのような長・中期的評価を行っていけば良いか等について検討した。

1. 第 4 期評価委員会メンバー

委員長	片山 泰輔	静岡文化芸術大学文化政策学部	教授
委員	弦間 好文	中央区文化・国際交流振興協会	事務局次長
委員	戸沢 愛	公益社団法人企業メセナ協議会	プログラム・オフィサー
委員	中尾 知彦	慶應義塾大学文学部	准教授
委員	山岸 淳子	財団法人日本フィルハーモニー交響楽団	特命

<トリトン・アーツ・ネットワーク>

安部 洋子	第一生命保険株式会社	DSR 推進室	課長
的場 康子	株式会社	第一生命経済研究所	主任研究員
植田 寛	TAN 事務局長		
田中 玲子	TAN ディレクター		

<評価委員会事務局>

石川 緋名子	静岡文化芸術大学	文化・芸術センター	准研究員
福島 成美	公益財団法人浜松市文化振興財団	文化事業課	

2. 2012 年度評価委員会の活動経過と内容

■第1回評価委員会

日時：2013 年 2 月 27 日（水）15：00 ～ 17：00

場所：TAN会議室

内容： ・ 2012 年度事業の報告と意見交換
・ 今後のインタビュー調査（個別インタビュー）の計画
・ 今年度評価委員会の活動及びスケジュール

○第1回委員会後、各委員に公演アンケートをメールで送付し、第2回委員会に臨んだ。

■第2回評価委員会

日時：2013 年 4 月 23 日（火）14：00 ～ 16：00

場所：TAN会議室

内容： ・ 2012 年度事業についての意見交換
・ インタビュー調査結果の検討
・ 今年度評価のとりまとめ方向の検討

■第3回評価委員会

日時：2013 年 5 月 13 日（月）15：00 ～ 17：00

場所：TAN会議室

内容： ・ 2012 年度報告書の内容について
・ 2013 年度の評価委員会活動について

○第3回委員会後、懇親会を開催し、委員相互及びTAN事務局の意見交換を行った。

3. 評価の視点・方法

第3期以来行われている「自己評価に基づく外部評価」の方法を踏襲するとともに、インタビュー調査も加えた3つの視点による評価を実施した。

評価の視点	評価項目
1. TANの自己評価に基づく外部評価	ミッションごとの分析 ・「広める」 ・「創る」 ・「育てる」
	自己評価の項目ごとの分析 ・組織 ・人材 ・連携
2. インタビュー調査を踏まえた分析・評価	調査項目 ・動機 ・満足点 ・不満足点 ・ウォンツ、ニーズ ・他団体との比較 ・効果 等
3. 総合的評価と提言	・2012年度の活動全般及び評価方法について ・2013年度の評価活動について ・中長期的な評価について

第Ⅱ部 2012 年度評価活動

1. T A Nの自己評価

広める

○目標

1. ホール公演の芸術性の追求による顧客満足度向上と目的別チケット販売目標（8500 名）の達成
 - ・ライフサイクルコンサート
昼の音楽さんぽ 4 回（各 400）、オープンハウス（900）、630 コンサート 2 回（各 500）「音楽と絵本」アンコール（400）、オペラの楽しみ（450）、子どものためのクリスマスオーケストラコンサート 2 回（各 500）、育児支援コンサート（540）、ロビーでよちよちコンサート 3 回（各 60）
 - ・ウィークエンドコンサート
音楽のある週末 4 回（第 10 回 11 回各 400、12 回 500、13 回 350）
 - ・クアルテット・ウィークエンド
アマリリス（210）、エクセルシオ（320）、エルデーディ（200）、オライオン（400）、古典四重奏団（200）
 - ・特別コンサート
ガラ・コンサート（400）
 - ・共催公演
林光追悼東京混声、山田和樹東京混声、日本音楽集団
2. 室内楽に相応しいホールの特性を生かした新たな企画の取り組み
 - ・630 コンサートでのジャズ実施
3. 顧客分析等を活用した広報宣伝方法により新規、リピーター顧客の増加
 - ・ウェブサイト、ツイッター、ブログ、DM等活用
 - ・トリトン内企業、ホール周辺住民への働きかけ
 - ・広報と制作担当の連携、工程管理によるマスコミへのアプローチ強化

1. ホール公演の芸術性の追求による顧客満足度向上と目的別目標（8500 名）の達成
主催 27 公演中、チケット販売目標達成 14/27 公演であり、販売累計目標を達成した。
2. 室内楽に相応しいホールの特性を生かした新たな企画の取り組み
 - ・630 コンサートでのジャズ実施
ジャズヴァイオリニスト寺井尚子を迎え大盛況となった。
3. 顧客分析等を活用した広報宣伝方法により新規、リピーター顧客の増加
 - ・ウェブサイト、ツイッター、ブログ、DM等活用
定期的ブログ、ツイッター発信に努めた。トリトンスクエアのHPリニューアルに伴い連携を工夫した。
 - ・トリトン内企業、ホール周辺住民への働きかけ
トリトン内企業は 630 コンサートを新規テナント入居企業も含め小まめに営業したが注文はあるもののまだ顕著な実績に結び付いていない。ホール周辺住民は子ども向け公演を中心に地元占率が高く定着した。

- ・広報と制作担当の連携、工程管理によるマスコミへのアプローチ強化
スタッフを広報と制作担当の兼務にしてプレスリリースやかわら版、ぶらあぼの編集、ウェブでの広報宣伝の統一性が図れた。マスコミの露出度は増加していないが、S Q W中心に好評なコンサート評あり。

創る

○目標

- ・聴衆、演奏家双方の満足度が高い公演の制作
- ・受け入れ先のニーズとT A Nの提案によるアウトリーチプログラムの提供
複数回の実施校、Meet the 和楽器 1 日 Ver の定着
- ・実行委員会企画によるオープンハウス 2012 実施
- ・サポーターとの協同による 2013 年度以降の新企画検討委員会立上げ
- ・2013 年度に向けた公演の見直し検討、レクチャーコンサートの位置づけの整理
- ・ホール公演とコミュニティ活動の連携策の検討
- ・従来公演の更なる工夫による価値増加

- ・聴衆、演奏家双方の満足度が高い公演の制作

「ふたりでコンサート」のリニューアル企画の「オペラの楽しみ」では、室内楽ホールで楽しめるオペラ入門として、舞台裏を見せるストーリー仕立てでモーツァルトのオペラアリアを紹介するという構成で、聴衆、演奏家双方に楽しんでもらえた。

「ロビーでよちよちコンサート」はホールロビーで一日 3 回を年 3 回開催したが、シリーズの統一感がありながら毎回出演者が変わり、内容のバリエーションがあり、参加者は毎回抽選になる人気企画に成長した。

「音楽のある週末」シリーズの「仲道郁代～ショパンの世界Ⅰ・Ⅱ～」ではフォルテピアノと現代のピアノとの聴き比べや室内楽版のピアノ協奏曲を開催し、大変好評であった。

- ・受け入れ先のニーズとT A Nの提案によるアウトリーチプログラムの提供
複数回の実施校、Meet the 和楽器 1 日 Ver の定着
アウトリーチ仲道郁代豊海小 3 回実施、室内楽アウトリーチセミナー2 グループで日本橋小、常盤小各 3 回実施、Meet the 和楽器 1 日 Ver 3 校実施した。
- ・実行委員会企画によるオープンハウス 2012 実施
前宣伝効果もあり、1274 名の過去新記録の来場者となる。反面体験コーナーの早期終了に伴い課題も残った。
- ・サポーターとの協同による 2013 年度以降の新企画検討委員会立上げ
クラシック初心者にも楽しめるレクチャーを企画中。2013 年度はモーツァルトを取り上げ、ゴールはモーツァルトガラコンサートの参加を目指す。
- ・2013 年度に向けた公演の見直し検討、レクチャーコンサートの位置づけの整理
古典四重奏団の別日程のレクチャーコンサートが今一つ本コンサートに結びついていなかったため、2013 年度はコンサートと同日に設定し、付加価値を付ける。
- ・ホール公演とコミュニティ活動の連携策の検討

2013 年度新企画「クラシック入門講座」で実施予定。

- ・従来公演の更なる工夫による価値増加

育てる

○目標

- ・室内楽アウトリーチセミナーによる若手演奏家の育成
- ・お子さま向けコンサートおよびコミュニティ活動による未来の聴衆の育成
子ども向けコンサート、アウトリーチ新プログラム、幼稚園・保育園・小学校へのアウトリーチ等
- ・コンサートでのプレトークやレクチャーコンサートの実施による聴衆の育成
- ・コミュニティ活動のノウハウの提供
ウェブサイトでのノウハウ公開による事例の紹介
- ・アートマネジメントセミナー、講習会への派遣
ノウハウの提供によるアートマネジメント人材の育成に寄与
- ・インターンシップの受入れによるアートマネジメント人材の育成

- ・室内楽アウトリーチセミナーによる若手演奏家の育成
公募により 6 名採用。松原講師と柳瀬講師の 2 グループで小学校のアウトリーチをセミナー生自身により企画段階から自律的に検討実施。演奏技術だけではなくアウトリーチの実践を学び、成長した。
- ・お子さま向けコンサートおよびコミュニティ活動による未来の聴衆の育成
子ども向けコンサート、アウトリーチ新プログラム、幼稚園・保育園・小学校へのアウトリーチ等。
よちよちコンサート、育児支援コンサート、音楽と絵本アンコール、子どものためのクリスマスオーケストラコンサートの子どもの向けラインナップが定着した。アウトリーチ先や周辺のかわら版の新聞折込、ブログ等で認知度が上がった。
- ・コンサートでのプレトークやレクチャーコンサートの実施による聴衆の育成
昼の音楽さんぽや 630 コン서트、グランドロビーコンサート、オープンハウス等クラシック音楽に馴染みの無い方に向けて出来るだけ分かりやすく、楽しさを伝える工夫をした。
- ・コミュニティ活動のノウハウの提供
ウェブサイトでのノウハウ公開による事例の紹介
コミュニティ活動レポートで内容を紹介した。
- ・アートマネジメントセミナー、講習会への派遣
ノウハウの提供によるアートマネジメント人材の育成に寄与
要請のあった社外講演を以下の通り実施した。
群馬県文化振興課「文化づくりコーディネーター養成講座」、足立区生涯学習振興公社「あだちアートリンクカフェ」、パソナ社「ミュージックメイトアカデミー」、サントリーパブリシティサービス社「事業担当者社内研修」
- ・インターンシップの受入れによるアートマネジメント人材の育成
オープンハウスを中心に昭和音大インターンシップ 1 名受け入れた。文化庁人材交流派遣期間の代替アルバイトとして同人を 3 か月採用した。

組織

○目標

1. ファンドレイジングの多様化
 - ・認定NPO法人の仮認定制度を申請し、寄付金制度の検討導入
2. 赤字予算から単年度黒字化へ
 - ・新規個人正会員増強、法人会員維持による収入の増加、メリハリある支出による経費圧縮
3. 総労働時間の対前年改善、振替休日の早期完全取得
 - ・やるべきスタッフ業務の整理によりアルバイトを活用し総労働時間削減

1. ファンドレイジングの多様化

- ・認定NPO法人の仮認定制度を申請し、寄付金制度の検討導入
7月に申請し、10月に現地確認のうえ、1月に仮認定取得。東京都の仮認定第1号グループであった。個人正会員に向け寄付協力依頼を行った結果、ほぼ当初目標の100名を突破146名となり、2014年度早期申請の目途が付いた。

2. 赤字予算から単年度黒字化へ

- ・新規個人正会員増強、法人会員維持による収入の増加、メリハリある支出による経費圧縮
収入面では個人、法人会員の増強、チケット売上げ目標の新記録達成、文化庁補助金増額により増収となる。支出面では公演製作費、地域活動製作費の経費見直しで圧縮。結果単年度収支456万の黒字確保となる。

3. 総労働時間の対前年改善、振替休日の早期完全取得

- ・やるべきスタッフ業務の整理によりアルバイトを活用し総労働時間削減
週3日のアルバイト導入により、各スタッフの総労働時間合計は前年比96%と改善するもアルバイトを含む総時間数は前年106%と悪化。特に文化庁人材交流のスタッフ長期出張により12～1月悪化。振替休日残は年度末で未消化が発生したスタッフが4名で11.5日発生。ただしアルバイト業務の機能分化によりスタッフの負担感は軽減した。

人材

○目標

- ・スタッフの基礎能力開発研修参加
- ・文化庁重点支援劇場人材交流派遣2年目実施
- ・サポーターとの協同
実行委員会形式のオープンハウス、新企画検討委員会の立上げ
多様なサポーターの新規登録
ミーティングのあり方検討

- ・スタッフの基礎能力開発研修参加

N T Tユーザー協会に加入し、電話対応、クレーム対応、経営セミナー等に参加。その他N P Oサポートセミナー研修や編集研修、音大セミナーにも参加。しかしヒューマンスキル系のセミナーには参加できず。

- ・文化庁重点支援劇場人材交流派遣 2 年目実施

スタッフ 1 名がびわ湖ホールへ 3 か月派遣し、大型企画、子どもオペラ、学校向けアウトリーチを実施した。現業を離れての体験効果が大きかった。

- ・サポーターとの協同

実行委員会形式のオープンハウス、新企画検討委員会の立上げ

多様なサポーターの新規登録

ミーティングのあり方検討

オープンハウス実行委員会は 10 か月に亘り検討した結果、委員会メンバーの満足度の高いイベントになった。来年度に向けて委員長は継続登用で企画を検討中。新企画実行委員会を 10 月に立ち上げ、希望したメンバーでモーツァルト・レクチャーを 2013 年 7 月、9 月の 2 回実施予定。

かわら版の配布やH Pを見て新規サポーターが 23 名新規登録。2012 年度登録数は 73 名。

月例のサポーターミーティングは開催月に各実行委員会の活動報告を入れるようにした。

連携

○目標

- ・第一生命関連所管との連携

T A Nの活動の支援の方策、ホール活性化策の検討協議継続。

T A Nの活動紹介による第一生命社内、社外へのT A N／ホールのファン作り

- ・第一生命ホールスタッフとの連携

- ・中央区行政との連携

後援名義継続取得、新たな協働事業の検討

- ・豊洲地区との連携

- ・トリトンスクエアとの連携

来場者の飲食店優待サービス

- ・トリトンスクエア内企業との連携

トリトン内法人会員への割引チケット活用推進。630 コンサートへの集客強化

- ・法人会員企業への販売促進アプローチ

- ・評価委員会との連携

2011 年度活動の評価からの経営方針取込み

- ・都内他ホールのベンチマーク実施

- ・第一生命関連所管との連携

T A Nの活動の支援の方策、ホール活性化策の検討協議継続。

T A Nの活動紹介による第一生命社内、社外へのT A N／ホールのファン作り

第一生命D S R推進室と毎月の定例会議で定例の活動報告と現状の課題を擦りあわせしている。

しかし第一生命本社ロビーコンサートの参加やマッチングギフトの参加、オープンハウス等のボランティア参加、630 コンサート聴衆等々より、職員レベルへの定着はまだ十分とは言えない。

第一生命広報部、サントリーホールとの連携による 2011 年度ウィーンフィルチャリティ公演売上げ 1,435 万円を岩手、宮城、福島、茨城県の教育委員会を通じて原則被災地学校等へ希望する楽器を寄贈した。12 月の岩手県高田高校と宮城県亘理小学校、福島県教育センターの楽器寄贈式に参加し、地元新聞にも取り上げられた。

- ・第一生命ホールスタッフとの連携
- ・中央区行政との連携

後援名義継続取得、新たな協働事業の検討

中央区の後援名義は引き続き獲得し、区民館の優先使用等の便宜が図れた。中央区文化イベントの「まるとミュージアム」ではトリトンスクエア内の屋内広場で手作りコーナーもあり、インフィオラータ等の当日のトリトンスクエアイベントの相乗効果で集客に成功した。

- ・豊洲地区との連携

江東区ボランティア協議会に参加するも連携のイベントまでは至らず。芝浦工大の開放デーイベントのみ参加。

- ・トリトンスクエアとの連携

来場者の飲食店優待サービス

チケット送付時と来場時に優待サービスチラシを活用したが、主催公演のみの配布で貸公演では配布できず、飲食店への波及効果が限定的で 2013 年度は中止とする。

- ・トリトンスクエア内企業との連携

トリトン内法人会員への割引チケット活用推進。630 コンサートへの集客強化

前述の通り、630 コンサートで丁寧に営業をかけたが演奏家により集客のばらつきあり、定着した実績までには至っていない。グランドロビーコンサートも周辺住民の方が時間のゆとりがあるせいじつくり聴いてもらえる。室内楽アウトリーチセミナーのホールロビーコンサートは雪が舞う中にも関わらず、熱心な聴衆が参加したが、トリトンスクエア勤務者の参加は時間的な問題もあり難しい。

- ・法人会員企業への販売促進アプローチ

チケット割引制度のチラシを作成し、招待案内時に併せて活用を依頼したが、トリトン内の一部法人会員にとどまった。また一部ではあるが招待案内時に人数超の希望者があり、購入に結び付く会員企業はあり。招待申込率は前年度 14.1%から 16.7%へやや増加した。

- ・評価委員会との連携

2011 年度活動の評価からの経営方針取込み

各事業の関連性やアウトプットとアウトカムの定義付け、定性評価の目標設定等方針や自己評価の課題を指摘いただき今年度の定例振返りや 2013 年度の方針策定に参考にさせてもらった。

- ・都内他ホールのベンチマーク実施

実施機会が持てず未実施。

2. 自己評価へのコメントとインタビュー調査等を踏まえた評価

広める

○地域需要に応えるメニューの拡充

室内楽、ソロ、オペラなど、中央区を中心とした地域の鑑賞需要に応えるメニューの拡充がはかられ、集客目標も達成できたことは高く評価できる。すでに来場している、こども、親子、近隣住民（高齢層）等の層に加えて勤労者層の来場を充実できると、「音楽により、多くの人々の心に豊かな時間を提供する」というミッション達成に一步近づく。この点で、ジャズの企画を成功させたことは注目に値する。

○コミュニティ活動への高い評価の確認

インタビュー調査の実施によって、学校・保育園等へのアウトリーチ活動に対する高い評価が確認できた。

小学校での活動は、TANが当初から持ちかけたプログラムを授業の中に埋め込み音楽の先生が実施するという形で非常に安定感があり、先生方とTANの間に信頼関係が構築されていることが分かった。

保育園では当日の写真をホームページに掲載したり、プログラムを父兄に渡したりして、保護者もTANの活動を理解してもらえるようになっていることが評価できる。

また、小学校では基本的には授業の中に組み込まれてアーティストと交流をしているのに対し、保育園は保護者にもオープンである。小さな子どもにとっての「家」である保育園にアーティストが訪れ共に生活するインパクトは大きいと考えられるため、保育園での活動はよりコミュニティに広がる可能性が期待できる。

○オープンハウスの成功

過去最高の約1200名の来場者を集められたことは高く評価できる。また、サポーターによる実行委員会形式によって実施できたことも、TANの活動を地域社会に広く浸透させるうえで有意義である。

○オンライン広報

スタッフによるWebの更新による発信はマンパワーに限界がある。関心がある人同士で情報を共有・拡散できるSNSなどを活用しながら、サポーターや出演者等、TANのスタッフ以外の発信により、TANの活動への注目度を集めていく方策を工夫していくことが重要である。

○顧客分析に対する評価

顧客数だけでなく、コンサート来場の因果関係等がわかるとよりいい。延人数ではなく、市場全体の中でどれくらいの範囲の人々を顧客化できているのか（リーチ）、と、それぞれの顧客がどれくらいの頻度で訪れているのか（フリクエンシー）に分けて詳細に分析する方法もある。

○社外講演の機会の増加

スタッフの社外講演の機会が増えていることは、TANの評判が広まっていること、活動が認知・注目されていることとして評価できる。

創る

○弦楽四重奏における質の高い公演

オライオン弦楽四重奏団の初来日など、質の高い発信を継続して行っていることは評価できる。これらはチケット販売数等で評価することは難しいため、今後、質的な指標も含め、評価方法を確立していくことが求められる。例えば、チケット購入においてリピート率が高いことは高い評価の指標となる。また、リピートチケットをセットで継続して購入している顧客の声を集めたり、出演したアーティストの再演希望の声などを記録したりして、質的なデータを蓄積していくことも重要である。

○芸術性向上のための弦楽四重奏

質の高い公演を目指し、演奏者からこのホールで演奏したいと思ってもらうためには、ホールならではの特色が必要となる。TANではホールの貸館事業を行っていないためハード面での支援は難しい。若手育成のためのプログラムとして、若手にアウトリーチ経験を提供することで、ホールへのロイヤリティを持ってもらう等のソフト面でのサポートが有効だろう。

また、席を埋めてある程度リアクションがあるような仕組みも必要となる。例えば音大と連携し、教育プログラムとして弦楽器をやっている人にモニターとして聞いてもらいレポートを出すことで無料にする等の働きかけをして、若い層が来られるような仕組みを作れるといい。

お金の面では、チケット収入で間に合えないところに助成収入を充てられるような仕組みがあるといい。日本の弦楽四重奏の一つの拠点としてそれをよりよくしていくために、今後は国の助成金だけではなく個人のサポーターによるファンド等ができるといい。

集客については、単年度の事業計画の中で採算をみて目標数を 200 名としているが、中期的な展望をみると、もっと戦略的に計画をすることが必要である。

○シリーズとしての認知によるブランド確立

弦楽四重奏については、個々の公演のみならず、これらをシリーズとして長年実施していることを認知してもらうことがブランドづくりのためには重要である。そのためには記事の中でNPOに視線を向けてもらえるように働きかけ、次の公演のチケットの販売実績につながるような記事を書いてもらうことが必要であるため、記者や評論家に対して、地道に訴え続けることが重要である。

育てる

○室内楽アウトリーチセミナーによる若手演奏家育成

アウトリーチに特化したTANらしいセミナーであり高く評価できる。応募が倍増(12 から 24 件)したことからも、このプログラムの社会的意義が伺える。若いアーティストのアウトリーチ活動により、子どもたちがホールに来るようになるといった循環ができれば理想的であり、さらなる充実が期待される。

○クラシックファンの育成

顧客分析をみるとSQWは新規顧客が少ない。レクチャーコンサートを継続したり、長期的にはアウ

トリーチをしていくことで子どもたちを聴衆として育成していき、新しいクラシック聴衆の育成を地道に続けていく必要がある。

組織

○認定NPOとしての好スタート

目標を上回る寄付件数を確保するなど、認定NPOとしての好スタートを切れたことは高く評価できる。

○黒字決算

音楽界の厳しい経済状況の中、単年度黒字となったことは高く評価できる。

人材

○サポーターの育成

実行委員会形式のオープンハウスの実施によってサポーターの育成がはかられていることは高く評価できる。また、新規サポーターは23名入ってきており、今後TANのブランディング形成に大きな後押しをする存在となる可能性は大きい。

連携

○行政等との連携

コミュニティ活動に対する現場からの高い評価が確認されたが、これらの活動はTANと担当教員・窓口教員との直接的なつながりと信頼関係のもとで実施されており、今後は、教育委員会や地域全体でこれらの意義や成果を共有するように努めていくことが長期的な発展のためには重要である。

3. 総合評価と提言

○民間非営利団体ならではの成果

TANでは、民間非営利団体として、行政区域を越え生活圏として一体感のある地域を支援できている。行政ではできないことである。また、多くの公立文化施設がミッションを明確できずに、財政面や集客面ばかりに視点が向けられがちであるなか、TANにおいては第一生命とミッションを共有し密に意見交換をしながら、公立施設以上に公共性を意識した行動を続けてきていることは、新しい公共の貴重なモデルとなる。

○サポーターの位置づけ

TANのようなNPOにとって、サポーターは貴重な存在である。サポーターは、コンサートの企画制作や当日スタッフとして力を発揮するだけではなく、優秀なサポーターが集まっているということ自体がTANのブランディングに貢献する可能性を秘めている。

今後、サポーターの力を活かしていくうえでは、大きく分けて2つの方向性が考えられる。1つは、サポーターをTANの組織内部の人材として位置付ける方法、もう1つは、ある程度の自立性をもった外部組織として存在させる方法である。前者の場合には、アメリカの非営利芸術団体がそうであるように、TANの組織内に高度なボランティアマネジメントを行う体制を整えることが必要になる。後者は、可児市文化創造センターに典型的にみられるように、サポーター集団自身がNPO法人化して自立性と独立性をもったパートナーとして機能するような方向性である。両者はそれぞれ一長一短があり、TANとしてはサポーターの位置づけを中長期的に検討していく必要がある。

○インタビュー調査による外部評価

今年度アウトリーチ活動についてインタビューを行い、活動が定着し効果をあげていることが分かった。しかし学校の事業の中で位置付けが変わったり環境が変わってやりづらくなったりすることもあるため、今後も負担にならない程度に定期的にチェックすることが望ましい。インタビューは、活動に理解があり近隣に住むサポーターが担うということも考えられる。

○NPOとしての震災への対応

昨年度に引き続き震災の対応を行い、2012年は被災地の楽器を寄贈した。2013年度には楽器を寄贈した吹奏楽部への演奏指導及び演奏会や、避難者が1000名ほどいる東雲住宅という宿舎で演奏会を予定し、居住避難者の任意の団体である東雲の会に話を聞きにいつている。状況を踏まえた上で社会的に意義のあるミッションに応える取り組みを行なうことはNPOならではのあり、評価委員会としても積極的に評価したい。

4. 2013 年度以降の評価活動について

第4期の評価委員会の最終年度にあたる2013年度においては、以下の活動に取り組むことを予定している。

○他団体との比較

TANの活動と共通点を持つホールや団体を対象に調査を行い、今後のTANの活動をより優れたものとするための示唆を得る。具体的には、NPO法人としての先進的団体、TANと類似の事業を行っているホール、アウトリーチ活動等を活発に行っている団体等、TANの今後の戦略を考えるうえで参考になりそうな団体を選定し調査の対象とする。

○現場への視察

引き続き、TANが実施するアウトリーチ事業、ホールでの演奏会等への視察を行う。

○長期的展望にたった評価のとりまとめ

3年間の評価活動を総合し、次の10年間を視野にいた長期的な視点からの評価のとりまとめを行う。あわせて、第5期の評価委員会に引き継ぐ点についての整理を行う。

第Ⅲ部 資料編

1. TANのミッション・定款	－16 ページ
2. 第一生命との関係およびTAN組織図	－17 ページ
3. 認定NPO（仮）認定取得について	－18 ページ
4. 地域の情報	－19 ページ
5. 財務データ分析	－21 ページ
6. 事業報告関連資料	－22 ページ
（1）ホール事業	
（2）コミュニティ事業	
（3）ガバナンス	
7. 顧客分析資料	－26 ページ
8. インタビュー調査資料	－34 ページ

* 本資料編は、2012 年度の評価委員会が、評価にあたって使用した数多くのデータから一部を参考資料として抜粋したものである。

1. TANのミッション・定款

〔TANのミッション〕

音楽活動を通じて地域社会に貢献するNPOとして「音楽により、多くの人々の心に豊かな時間を提供する」をミッションに掲げ、音楽を「広める」「創る」「育てる」活動をしている。その大きな柱は「第一生命ホールを拠点とした芸術活動」と「地域コミュニティと芸術や芸術家を音楽によって結び付けていくコミュニティ活動」の2つである。

〔定款〕2009年10月23日一部変更

第3条（目的）

この法人は、東京都中央区の晴海、月島、佃、勝どき地区を主とした地域の人々に対して、音楽を中心とした芸術活動ならびに地域活動を行うことにより、わが国の文化、芸術の発展に寄与することを目的とする。

第4条（特定非営利活動の種類）

この法人は、前条の目的を達成するため、次に掲げる種類の活動を行なう。

- （1）社会教育の推進を図る活動
- （2）まちづくりの推進を図る活動
- （3）学術、文化、芸術又はスポーツの推進を図る活動
- （4）子どもの健全育成を図る活動

第5条（事業）

この法人は、第3条の目的を達成するため、特定非営利活動に係る事業として次の事業を行う。

- （1）自主企画公演事業
- （2）コンサート出前事業
- （3）アウトリーチプログラム事業
- （4）若手演奏家支援事業
- （5）前各号の事業を行うために必要な外国人の招へい
- （6）文化ボランティア拠点づくり事業
- （7）評価事業
- （8）その他目的を達成するための事業

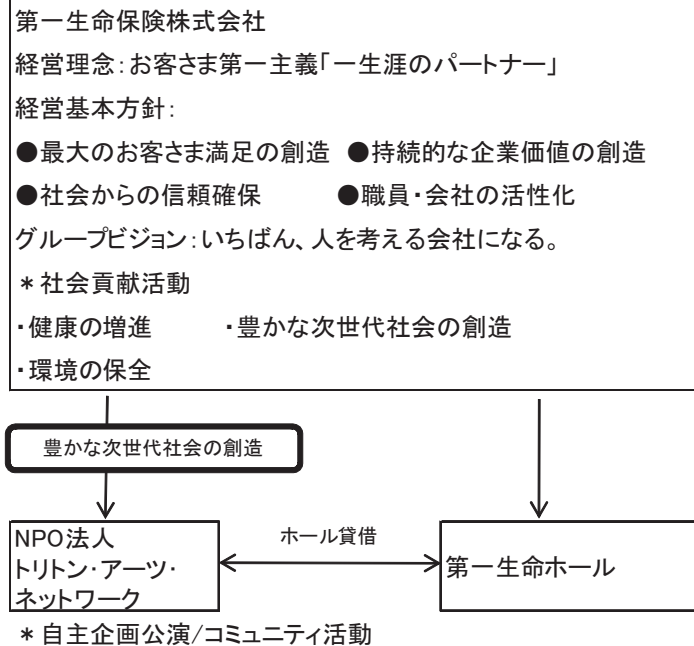
<参考資料>

TANアウトリーチハンドブック作成委員会「アウトリーチハンドブック」(株)パンセ・ア・ラ・ミュージック、2007年。

TANホームページ <http://www.triton-arts.net/>

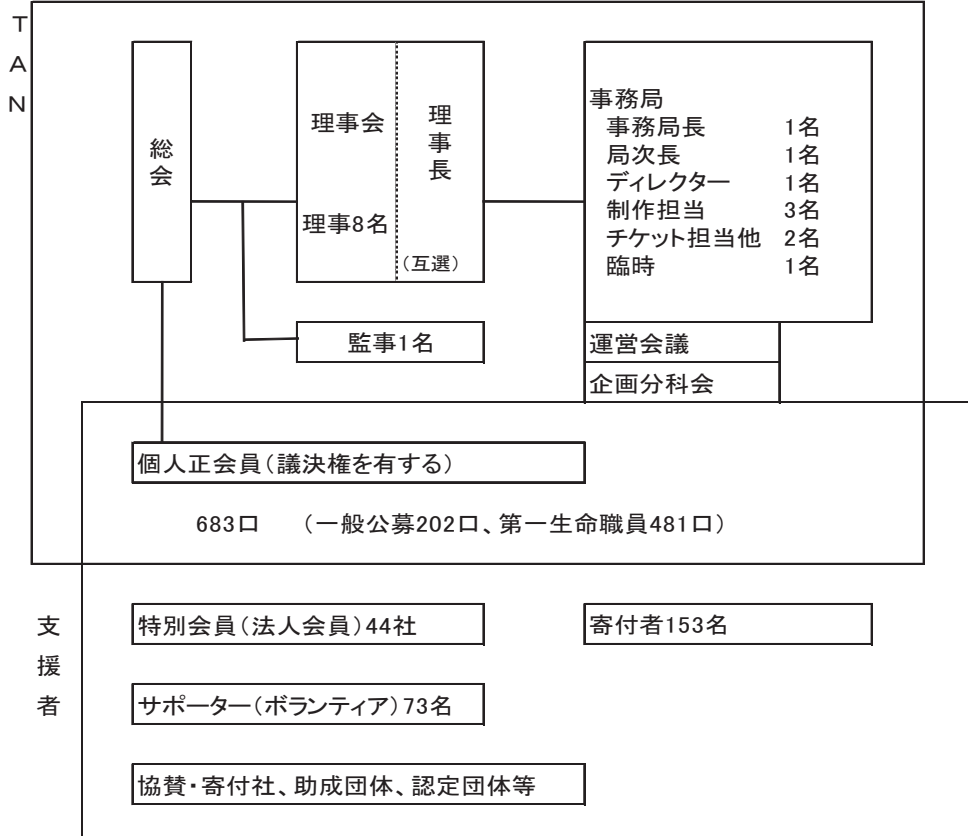
2. 第一生命との関係およびTAN組織図（資料：TAN事務局作成）

第一生命保険との関係



組織図

（数字は2013.4月始現在）



3. 認定NPO（仮）認定取得について

■2013年1月 東京都より、「仮認定NPO法人」に認定される。

「運営組織および事業活動が適正であって公益の増進に資する基準に適合」

仮認定期間：2013年1月11日から2016年1月10日

→次のステップとして、「認定NPO法人」を目指す。

■認定特定非営利活動法人制度（認定NPO法人制度）の概要

NPO法人のうち、一定の要件を満たす法人は、所轄庁（都道府県又は政令指定都市）から認定されることで、税制上の優遇措置を受けることができます。この認定NPO法人制度は、NPO法人への寄附を促すことにより、NPO法人の活動を支援することを目的としています。

また、設立後5年以内のNPO法人については、スタートアップ支援のため、要件からパブリック・サポート・テスト（PST）が免除され、税制上の優遇措置が認められる仮認定を1回に限り受けることができる仮認定NPO法人制度が新たに導入されました（平成27年3月31日までは、設立後5年を超えたNPO法人も仮認定を受けることができます）。

◇認定等（認定及び仮認定）の基準

1. パブリック・サポート・テスト（PST）に適合すること（仮認定は除きます）
2. 事業活動において、共益的な活動の占める割合が、50%未満であること
3. 運営組織及び経理が適切であること
4. 事業活動の内容が適切であること
5. 情報公開を適切に行っていること
6. 事業報告書等を所轄庁に提出していること
7. 法令違反、不正の行為、公益に反する事実がないこと
8. 設立の日から1年を超える期間が経過していること

上記の基準を満たしていても、暴力団、又は、暴力団若しくは暴力団の構成員等の統制下にある法人など、欠格事由に該当するNPO法人は認定等を受けることができません。

■寄附者に対する税制上の優遇措置

<個人が寄附した場合>

個人が認定NPO法人等に対し、その認定NPO法人等の行う特定非営利活動に係る事業に関連する寄附をした場合には、所得控除又は税額控除のいずれかを選択適用できます。また、都道府県又は市区町村が条例で指定した認定NPO法人等に個人が寄附した場合、個人住民税（地方税）の計算において、寄附金税額控除が適用されます。

<出所>

内閣府 NPO ホームページ <https://www.npo-homepage.go.jp/about/nintei.html>

4. 地域の情報

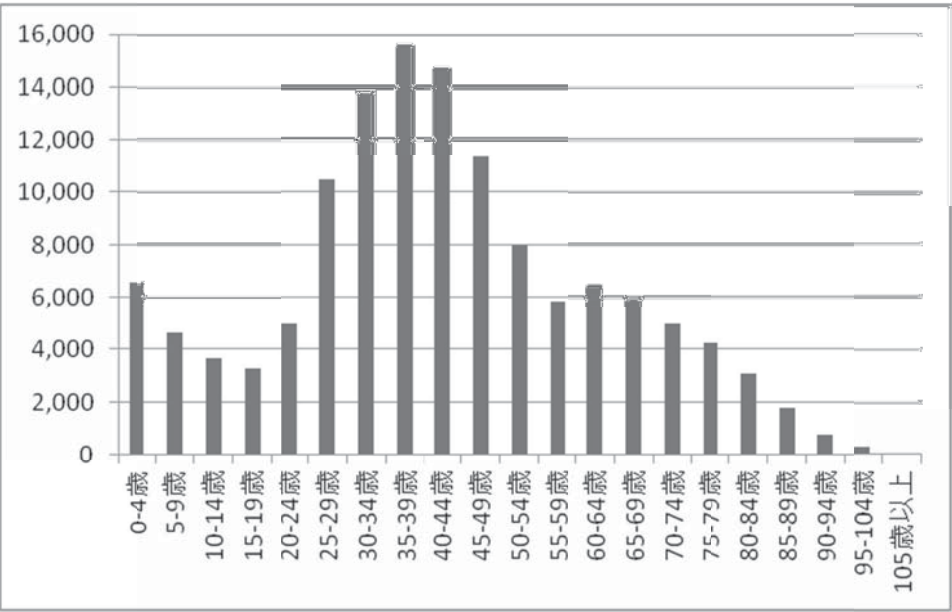
本項では、TANが活動の拠点としている中央区のデータを紹介する。平成24年と比較すると世帯数は約5,000世帯、総人口は約8,000人増加している。全国的に少子高齢化が進む中、生産年齢人口(15～64歳)の比率が最も高く、年少人口(0～14歳)についてみると平成24年度から約1,000人増加している。

①世帯と人口

	世帯	前月比 世帯増減	前年比 世帯増減	男(人口)	女(人口)	計(人口)	前月比 人口増減	前年比 人口増減
総数	75,472	141	4,869	62,165	68,318	130,483	315	8,365
京橋	20,818	11	1,479	15,515	17,163	32,678	45	2,073
日本橋	24,379	90	1,889	18,738	20,902	39,640	167	3,047
月島	30,275	40	1,501	27,912	30,253	58,165	103	3,245

(住民基本台帳 平成25年6月1日現在)

②年齢別人口グラフ



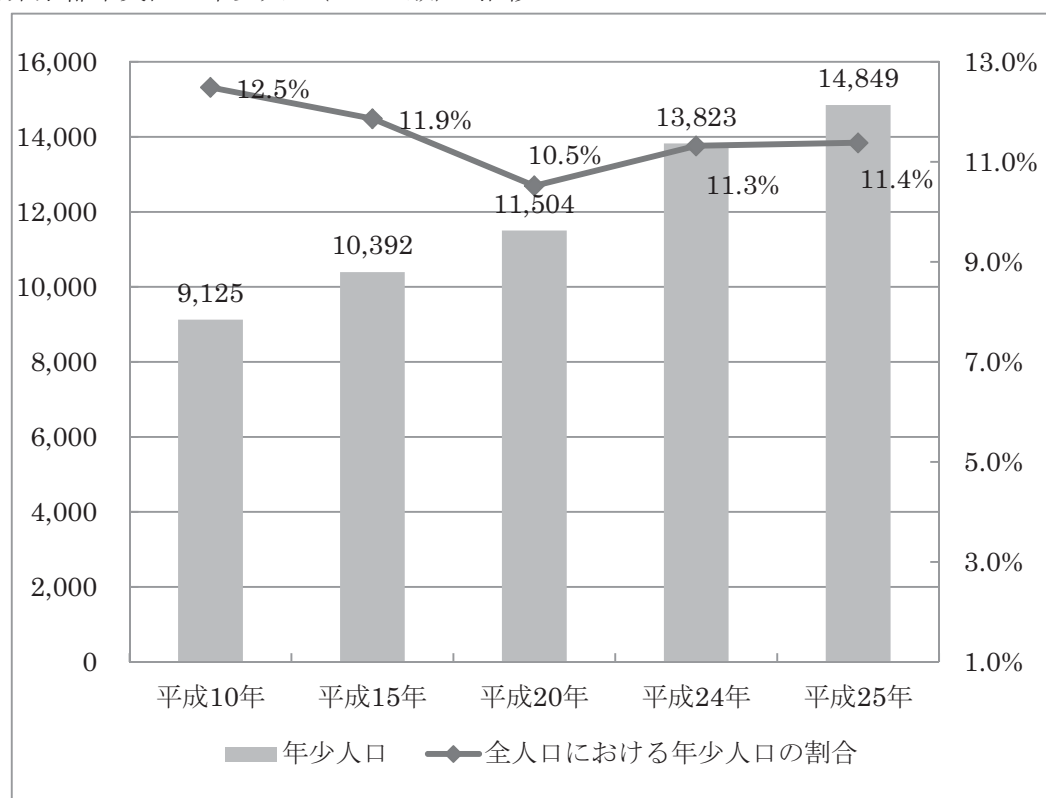
(住民基本台帳 平成25年6月1日現在)

③世帯数・人口の推移

区分	世帯数	人口			
		総数	京橋	日本橋	月島
平成10年	35,960	73,045	20,025	20,060	32,960
平成15年	46,746	87,598	23,227	24,508	39,863
平成20年	62,922	109,346	28,958	32,245	48,143
平成24年	70,603	122,118	30,605	36,593	54,920
平成25年	75,472	130,483	32,678	39,640	58,165

(住民基本台帳 各年6月1日調べ)

④東京都中央区の年少人口(0～14歳)の推移



(住民基本台帳 各年6月1日調べ)

5. 財務データ分析

本項では、2001 年度から 2012 年度の期間の財務データを分析した結果を紹介する。

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度
	平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
① 運転資本	31,228,714	27,268,758	29,907,394	23,876,534	21,210,812	20,532,460	19,818,926	19,787,928	33,777,742	36,795,914	43,324,283	49,035,160
② 支払可能期間	3.6945	3.1816	4.3730	3.2144	3.6895	3.1950	3.5450	3.7427	4.3085	4.3473	5.3071	6.1295
③ 負債・資産比率	0.0802	0.0808	0.1809	0.1621	0.3677	0.2997	0.3393	0.4318	0.2020	0.1613	0.2195	0.1637
④ 正味財産・収入比率	0.2230	0.2551	0.2913	0.2377	0.1996	0.1917	0.1979	0.1784	0.2566	0.3428	0.3585	0.4376
⑤ 管理費比率	0.4118	0.2769	0.3913	0.3846	0.3805	0.3293	0.3633	0.3639	0.3149	0.3380	0.1332	0.1158
⑥ 総資産回転率	4.1246	3.6027	2.8115	3.5247	3.1673	3.6523	3.3388	3.1845	3.1104	2.4468	2.1770	1.9112
⑦ 収益率	0.2205	-0.0381	0.0253	-0.0591	-0.0269	-0.0158	-0.0045	-0.0012	0.1069	0.0260	0.0510	0.0396
⑧ 社会的支援収入比率	0.8840	0.8859	0.9213	0.8767	0.8144	0.7929	0.8625	0.8630	0.7963	0.7558	0.6396	0.7535
⑨ 収入多様性指標	0.3349	0.3733	0.4196	0.4030	0.3566	0.3454	0.3653	0.3329	0.2762	0.2383	0.2180	0.2575

① 運転資本

流動資産－流動負債

② 支払可能期間

(流動資産／総支出) ÷ 12

③ 負債・資産比率

総負債 ÷ 総資産

④ 正味財産・収入比率

正味財産 ÷ 総収入

⑤ 管理費比率

管理費 ÷ 総支出

⑥ 総資産回転率

総収入 ÷ 総資産

⑦ 収益率

(総収入－総支出) ÷ 総収入

⑧ 社会的支援収入比率

助成収入合計 ÷ 総収入

⑨ 収入多様性指標

$\sum (r/R)^2$

上記の中には非営利組織の財務分析のために研究者が考案したものが含まれる。

⑤は総支出における管理費の割合であり、この数値が高すぎると非営利組織のミッション達成のための事業に費用を十分かけていないと解釈され、一定以下に抑えることが望ましいとされる。

⑦は総収入における利益の率であり、営利組織でも売上高利益率等類似した指標が使用されるが、非営利組織においては利益を最大化することが最終目標ではなく、ミッションを達成し社会問題を解決することが目的であるので、この数値は高い方が望ましいものの、これが高いだけでよしとするものではない。この数値は非営利組織の目的ではなく手段と考えるべきである。TANでは2004年度から2008年度まではマイナスの数値が続いたが、2009年度以降はプラスに転じており、一定の評価をすることができる。

⑧の社会的支援収入比率は助成収入の比率であり、どれだけ広く社会からの支持があるかを示すものとされる。この数値は高い方が望ましいとされるが、逆にこの数値が高いということは事業収入比率が低いということであり、自助努力が不足しているとの解釈もできる。TANにとって望ましい比率はどのくらいかを今後研究し見極めていく必要がある。

TANは芸術団体としては比較的高い数値を示していると思われる。(同業種、同一規模等の他団体との比較を今後していく必要がある。)

⑨の収入多様性比率は、どれだけ多種多様な収入を得ているかを示すものであり、この数値は低い方が多様性があるということになる。収入多様性が高ければ、1種類の収入が急激に減ったとしても安定を保ち、リスクが少ないとされる。TANでは2009年度以降は0.3台から0.2台に低下している。

(中尾知彦評価委員)

5. 事業報告関連資料

本項では、2012 年度の実績を過去データとあわせて、（１）ホール事業（２）コミュニティ事業（３）ガバナンスの３つの順に紹介する。（資料：TAN事務局作成の資料を基に評価委員会事務局が作成）

（１）ホール事業

①シリーズ別公演数

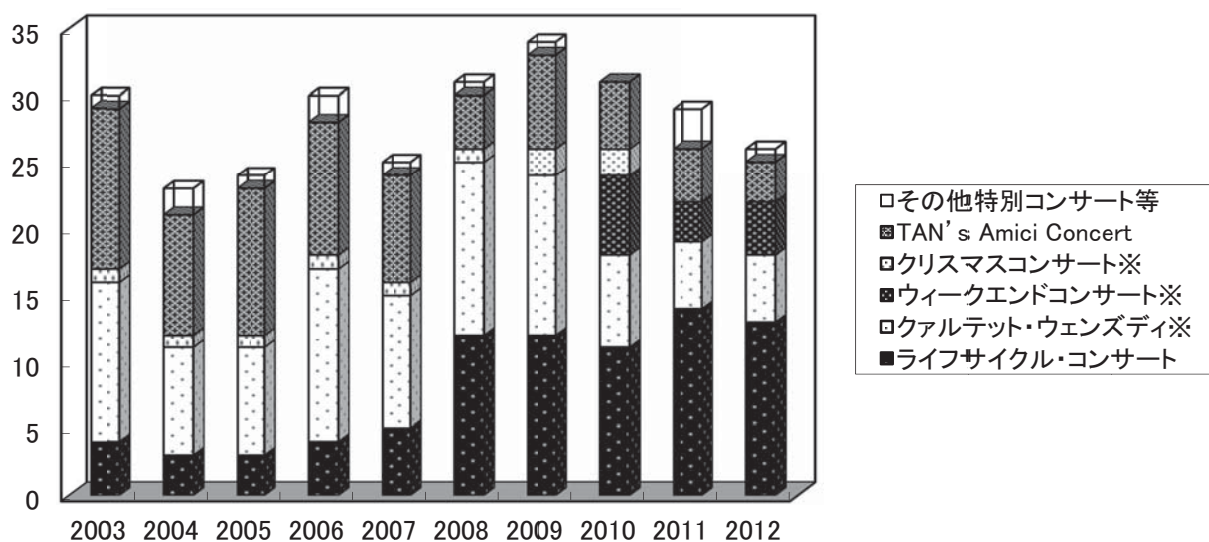
シリーズ名／年度	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
ライフサイクル・コンサート	4	3	3	4	5	12	12	11	14	13
カルテット・ウエズディ※	12	8	8	13	10	13	12	7	5	5
ウィークエンドコンサート※								6	3	4
クリスマスコンサート※	1	1	1	1	1	1	2	2	—	—
TAN's Amici Concert	12	9	11	10	8	4	7	5	4	3
その他特別コンサート等	1	2	1	2	1	1	1	0	3	1
計	30	23	24	30	25	31	34	31	29	26
うち主催公演	10	14	13	20	17	27	27	24	25	23

※カルテット・ウエズディは2008年度より開催曜日を変更してカルテット・ウィークエンドに名称変更。

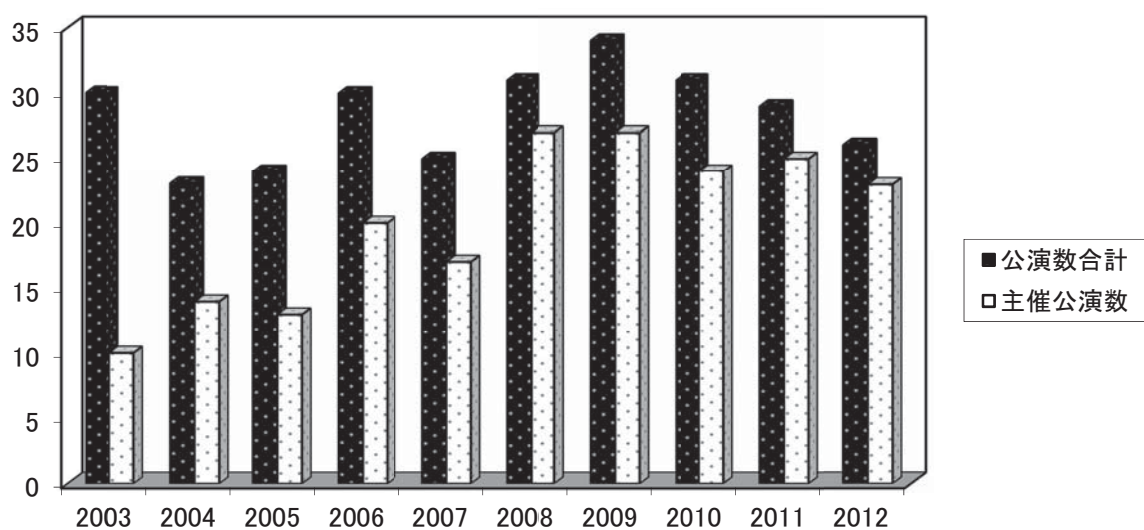
※アドヴェントセミナーのクリスマスコンサートは2011年度よりセミナー収束に伴い子どものためのクリスマスオーケストラコンサートに変更しライフサイクルコンサートに含む。

※ウィークエンドコンサートは2010年度よりスタート

②公演数推移



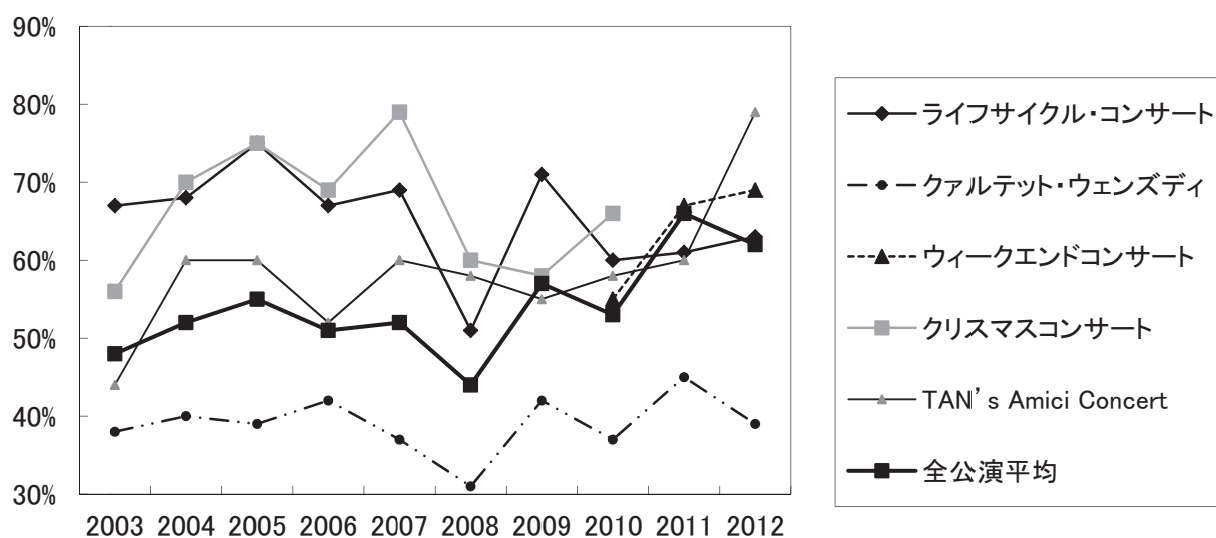
③主催公演の割合の推移



④シリーズ別充足率（総入場者）

シリーズ名／年度	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
ライフサイクル・コンサート	67%	68%	75%	67%	69%	51%	71%	60%	61%	63%
クアルテット・ウエンズディ	38%	40%	39%	42%	37%	31%	42%	37%	45%	39%
ウィークエンドコンサート							55%	67%	69%	
クリスマスコンサート	56%	70%	75%	69%	79%	60%	58%	66%		
TAN's Amici Concert	44%	60%	60%	52%	60%	58%	55%	58%	60%	79%
全公演平均	48%	52%	55%	51%	52%	44%	57%	53%	66%	62%

⑤充足率推移（総入場者）

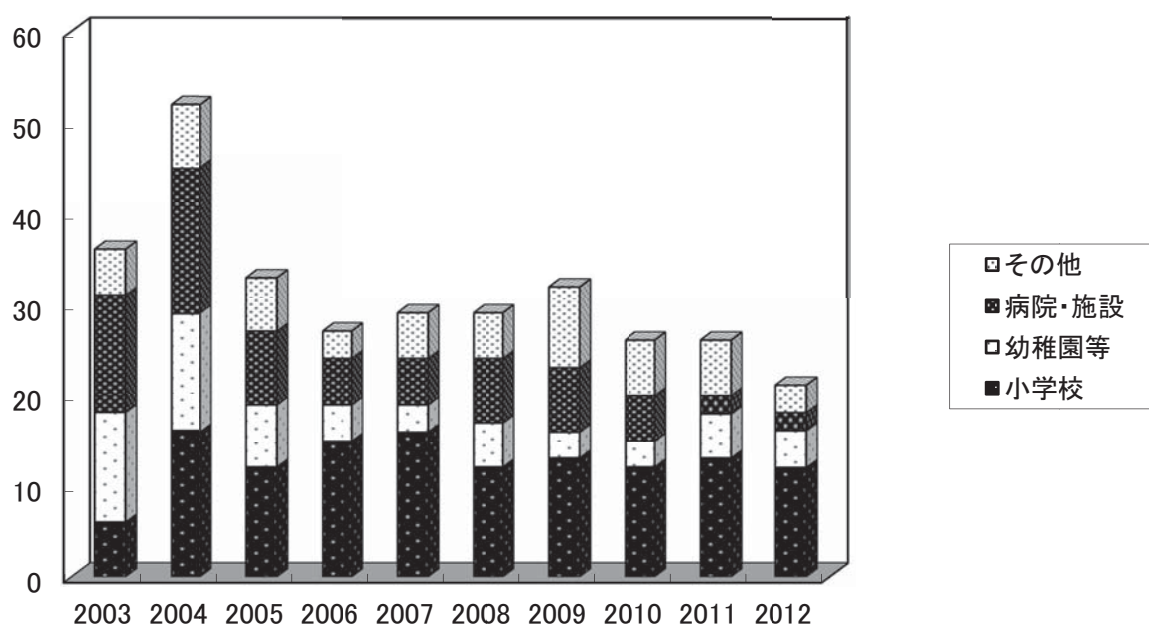


(2) コミュニティ事業

①アウトリーチ実施場所

場所／年度	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
小学校	6	16	12	15	16	12	13	12	13	12
幼稚園等	12	13	7	4	3	5	3	3	5	4
病院・施設	13	16	8	5	5	7	7	5	2	2
その他	5	7	6	3	5	5	9	6	6	3
計	36	52	33	27	29	29	32	26	26	21
協力	8	14	6	2	2	2	2	4	5	4

②アウトリーチ実施場所推移

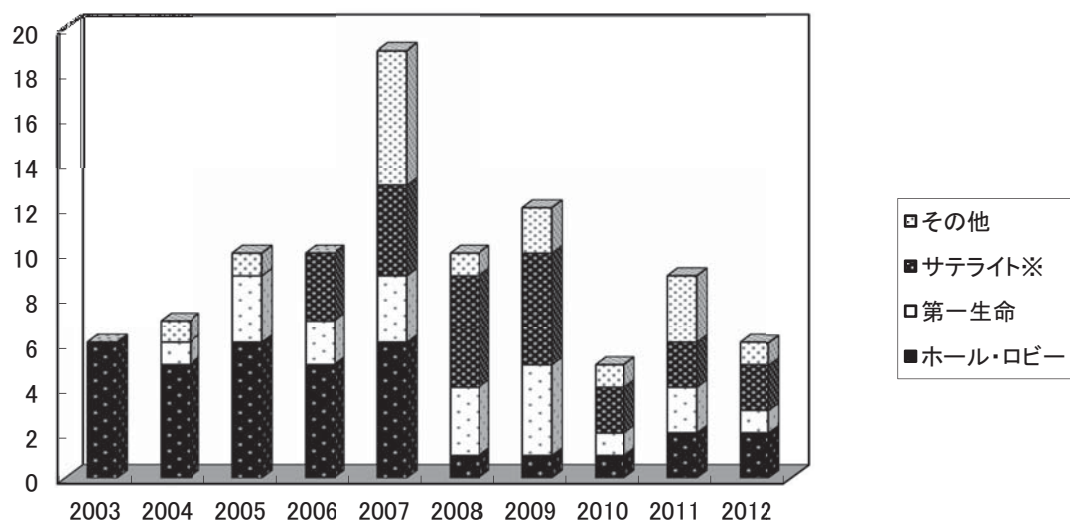


③ロビー・サテライト実施場所

場所／年度	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
ホール・ロビー	6	5	6	5	6	1	1	1	2	2
第一生命	0	1	3	2	3	3	4	1	2	1
サテライト※	0	0	0	3	4	5	5	2	2	2
その他	0	1	1	0	6	1	2	1	3	1
計	6	7	10	10	19	10	12	5	9	6

※2009年度よりハローコンサートに名称変更した。

④ロビー・サテライト実施場所の推移



(3) ガバナンス

①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	50万円
	ラズモフスキー・サークル会員	20万円

②会員状況、助成先、協賛先の推移

分類 / 年度		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
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
	内 第一生命	505	523	513	505	486	458	447	516	502	481
	内 その他	314	328	323	322	304	289	263	249	221	202
法人会員		23社	24社	32社	33社	31社	30社	41社	45社	44社	44社
助成件数		5	8	6	10	8	4	7	6	9	4
協賛件数		2	2	3	3	3	3	3	4	3	3
寄付者※		—	—	—	—	—	—	—	—	—	153名

※内諸者含む

③サポーター数の推移

分類/年度	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
サポーター数	143	141	128	87	84	77	68	69	58	61	73
うち中央区民	40	37	27	18	19	20	17	23	20	20	24
実働数	—	—	—	—	—	35	60	62	58	61	73

7. 顧客分析資料

2012 年度トリトン・アーツ・ネットワーク主催公演における顧客分析

今回の集計は 2012 年度トリトン・アーツ・ネットワーク主催公演のチケット購入者を対象に実施。

■ 対象公演

2012 年度トリトン・アーツ・ネットワーク主催公演のうち、顧客分析の対象公演は 21 公演。シリーズ別公演一覧は右図のとおり。

- ※1 12/24 子どものための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、12 月、2013 年 2 月各 1 公演）は集計対象外。
- ※3 共催公演（8 月 1 公演、11 月 2 公演）は集計対象外。

■ カウント方法

各図表のカウント方法は下記の通り。

（図表 2）～（図表 14）（図表 16）

購入件数(延べ人数)でカウント

（図表 15）（図表 17）

購入者人数(ユニーク数)でカウント

（図表 18）（図表 19）

チケット枚数でカウント

■ リピーターの定義

購入履歴のない購入者

＝ 初購入者

購入履歴のある購入者（2 回目以降）

＝ リピーター とした

■ 顧客の性別・年齢について

顧客の性別・年齢は Web 会員登録をしている顧客のみ集計。（Web 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。

2012年度顧客分析対象公演 （図表1）

SQW 5 公演

1	6月9日（土）14:00	アマリス弦楽四重奏団
2	2013年1月26日（土）14:00	クアルデット・エクセルシオ〜Quartet+（プラス）〜
3	2013年2月16日（土）14:00	エルデーディ弦楽四重奏団
4	2013年3月9日（土）14:00	オライオン弦楽四重奏団×関本昌平
5	2013年3月17日（日）14:00	古典四重奏団

音楽のある週末 4 公演

1	5月12日（土）14:00	第10回 仲道郁代〜ショパンの世界I〜
2	6月23日（土）14:00	第11回 仲道郁代〜ショパンの世界II〜
3	10月6日（土）14:00	第12回 森麻季 ソプラノ・リサイタル
4	2013年2月9日（土）14:00	第13回 長谷川陽子 無伴奏チェロ・リサイタル

昼の音楽さんぽ 4 公演

1	6月28日（木）11:30	第9回 徳永二男ヴァイオリン・リサイタル
2	9月20日（木）11:30	第10回 古部賢一 オーボエ・リサイタル
3	2013年1月31日（木）11:30	第11回 岡田将 ピアノ・リサイタル
4	2013年3月7日（木）11:30	第12回 林美智子 メゾソプラノ・リサイタル

630コンサート 2 公演

1	9月12日（水）18:30	寺井尚子ジャズ・ナイト・スペシャル
2	2013年2月6日（水）18:30	山田武彦 ピアノ・ワールド

オペラの楽しみ 1 公演

1	12月1日（土）14:00	オペラの楽しみ
---	---------------	---------

子ども向けコンサート 4 公演

1	9月23日（日）14:00	「音楽と絵本」アンコール！『ヘチとかいぶつ』
2	12月24日（月・祝）13:00	子どものためのクリスマス・オーケストラ・コンサート
3	12月24日（月・祝）15:30	子どものためのクリスマス・オーケストラ・コンサート
4	2013年3月24日（日）14:00	育児支援コンサート

ガラ・コンサート 1 公演

1	10月8日（月・祝）14:00	モーツァルト・ガラ・コンサート
---	-----------------	-----------------

Ⅰ チケット購入者の居住地(Web予約&Tel・来社他)

2012年度主催公演チケット購入者4,064人の居住地内訳は、東京都が2,305人でチケット購入者全体の56.7%。中でも第一生命ホールのある中央区が543人でチケット購入者全体の13.4%、隣接する江東区が8.3%。中央区と江東区で全体の約2割を占める。また、世田谷区の割合が4.3%と高い。

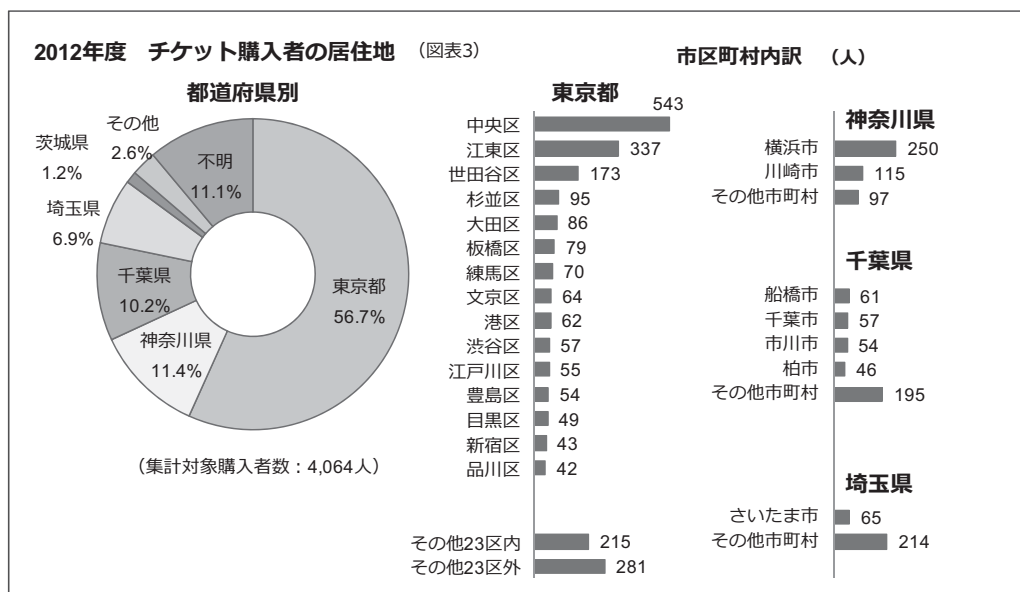
東京都に続いて割合が高い県は、神奈川県11.4%、千葉県10.2%、埼玉県6.9%。神奈川県の購入者462人のうち、過半数の250人（チケット購入者全体の6.2%）が横浜市に居住。

2012年度 チケット購入者の居住地（Web予約&Tel・来社他）（図表2）

都道府県	人数	割合	東京都内訳	市区町村	人数	割合	人口
東京都	2,305	56.7%	市区町村				
神奈川県	462	11.4%	中央区	543	(13.4%)	12.9万	
千葉県	413	10.2%	江東区	337	(8.3%)	48.0万	
埼玉県	279	6.9%	世田谷区	173	(4.3%)	86.1万	
茨城県	49	1.2%	杉並区	95	(2.3%)	53.9万	
栃木県	22	0.5%	大田区	86	(2.1%)	69.6万	
静岡県	18	0.4%	板橋区	79	(1.9%)	53.7万	
群馬県	10	0.2%	練馬区	70	(1.7%)	70.9万	
北海道	7	0.2%	文京区	64	(1.6%)	20.1万	
新潟県	6	0.1%	港区	62	(1.5%)	21.3万	
長野県	5	0.1%	渋谷区	57	(1.4%)	21.2万	
大阪府	5	0.1%	江戸川区	55	(1.4%)	67.4万	
山梨県	4	0.1%	豊島区	54	(1.3%)	26.8万	
愛知県	4	0.1%	目黒区	49	(1.2%)	26.5万	
その他	25	0.6%	新宿区	43	(1.1%)	32.0万	
			品川区	42	(1.0%)	36.6万	
不明	450	11.1%	その他23区内	215	(5.3%)		
計	4,064	100.0%	その他23区外	281	(6.9%)		
			計	2,305	(56.7%)		

市区町村	人数	割合	人口
神奈川県内訳			
横浜市	250	(6.2%)	369.4万
川崎市	115	(2.8%)	143.8万
その他市町村	97	(2.4%)	
計	462	(11.4%)	
千葉県内訳			
船橋市	61	(1.5%)	61.5万
千葉市	57	(1.4%)	96.3万
市川市	54	(1.3%)	46.8万
柏市	46	(1.1%)	40.4万
その他市町村	195	(4.8%)	
計	413	(10.2%)	
埼玉県内訳			
さいたま市	65	(1.6%)	124.5万
その他市町村	214	(5.3%)	
計	279	(6.9%)	

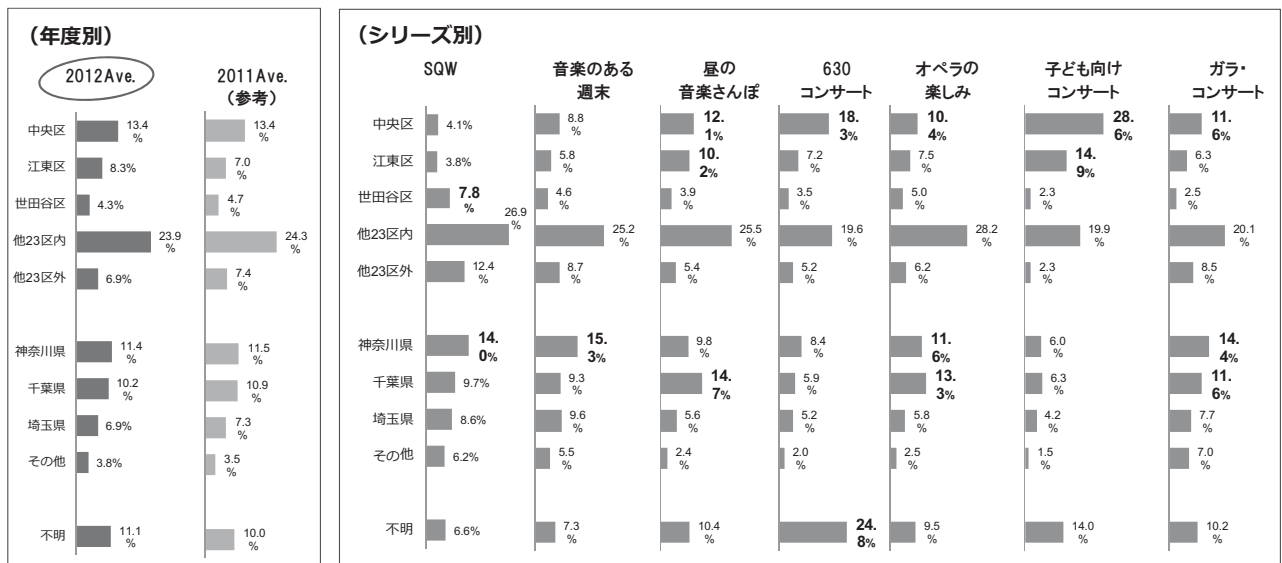
※都道府県内訳は40人以上の市区町村を抽出



チケット購入者の居住地の割合を（図表4）の区分で昨年度と比較してみると、ほぼ同じ割合。

またシリーズ別に見てみると、**子ども向けコンサート**は中央区、江東区の居住者で全体の約4割を占める。**SQW**は中央区、江東区以外の割合が高い。**昼の音楽さんぽ**は他シリーズと比較して千葉県の高割合。 **音楽のある週末、オペラの楽しみ、ガラ・コンサート**は近隣・遠方問わず集客している。また、**630 コンサート**は不明の高割合。これは**630 コンサート**チケット販売総数 838 席のうち、トリトンポイントカード会員割引を利用した購入が 136 席、企業割と団体割利用数（座席数）から第一生命の数をひいたものが 129 席あったことから、晴海トリトンスクエア内もしくは近隣の企業で働く方が事務所に来社して購入（居住地確認不要）した件数が多いと考えられる。

チケット購入者の居住地割合（図表4）



Ⅰ チケット購入者の年齢層(Web予約)

2012 年度チケット購入者のうち、性別・年代に関する情報が得られた Web 予約（チケット購入者全体の 38.6%）の性別をみると、男性が 54.6%、女性が 45.4%で若干男性の割合が高い。

年代別の割合をみると、40 代が 25.0%、50 代が 22.1%、60 代が 21.8%で Web 予約の約 7 割を占める。また男女別に年代をみると、男性は 50～60 代の購入者が多いのに対し、女性は 30～40 代の購入者が多い。

チケット購入者の男女比は昨年度とほぼ同じ。また年齢層分布は、Web 予約を利用した購入者の約 7 割を 40～60 代が占める点、男性は 50～60 代、女性は 30～40 代の割合が高い点は昨年度と同じ。

シリーズ別に見てみると、**SQW**は 50～70 代を中心に男性が約 8 割を占める。**音楽のある週末**は 50～60 代を中心に男性の購入者が多いが他シリーズと比較して 40 代の割合も高い。**昼の音楽さんぽ**は他シリーズと比較して 40～50 代女性の割合が高い。**630 コンサート**は性別・年代を問わず幅広い世代が購入している。**オペラの楽しみ**は 40 代を中心に女性の割合が高い。**ガラ・コンサート**は 50～60 代男性を中心に、幅広い年代が購入。

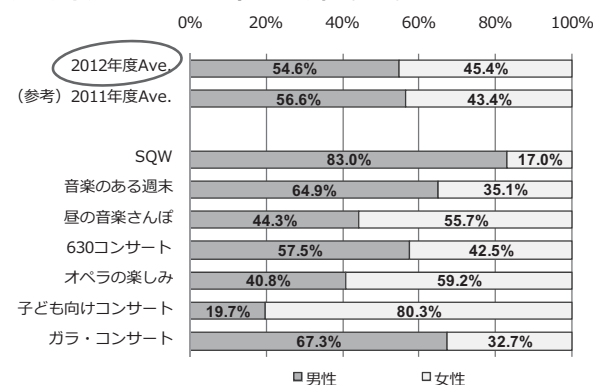
子ども向けコンサートは 4 歳以上の子どもを持つ親が主な購入者である為、30～40 代女性が約 8 割を占める。

Web 予約に限定されているとはいえ、この数字は性別×年代の趣味・嗜好を確認するうえで有効と思われる。

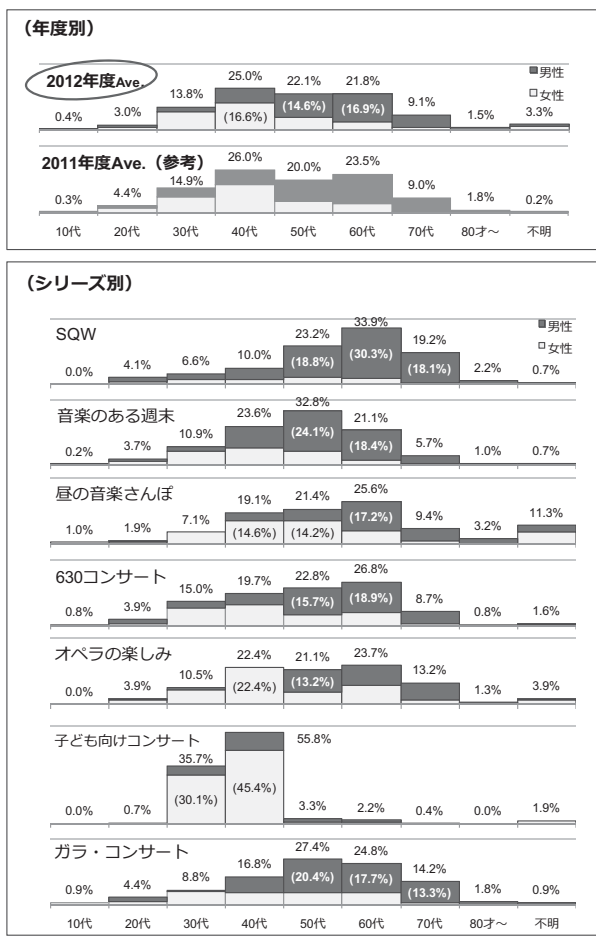
チケット購入者の性別×年代（Web予約）（図表5）

集計対象購入者数（人）										
	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80才～	不明	計
2012 年度計	6	47	217	392	346	342	142	24	51	1,567
	0.4%	3.0%	13.8%	25.0%	22.1%	21.8%	9.1%	1.5%	3.3%	100.0%
男性	1	21	41	132	229	265	123	24	20	856
	(0.1%)	(1.3%)	(2.6%)	(8.4%)	(14.6%)	(16.9%)	(7.8%)	(1.5%)	(1.3%)	(54.6%)
女性	5	26	176	260	117	77	19	0	31	711
	(0.3%)	(1.7%)	(11.2%)	(16.6%)	(7.5%)	(4.9%)	(1.2%)	(0.0%)	(2.0%)	(45.4%)

チケット購入者の男女比（Web予約）（図表6）



チケット購入者の年齢層分布（Web予約）（図表7）



Ⅰ チケット購入方法

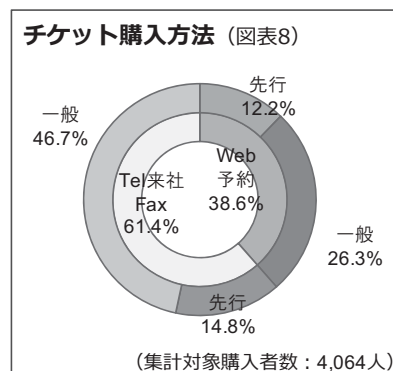
2012 年度チケット購入者のチケット購入方法は、Web 予約による購入が 38.6%、Tel・来社・Fax による購入が 61.4%で Web 予約利用者が約 4 割。

またチケット購入者のうち、DM 希望者を対象に実施した先行予約を利用した購入者が 27.0%、一般販売を利用した購入者が 73.0%で先行予約利用者が約 3 割。(3/24 育児支援コンサートは先行予約実施なし。3/24 公演を除いた購入者のうち先行予約利用は 28.2%、一般販売が 71.8%)

チケット購入方法の割合を昨年度と比較すると、昨年度は Web 予約が 30.6%だったので、昨年度と比較して Web 予約の割合が増加。

チケット購入方法の割合をシリーズ別に見てみると、Web 予約の割合が比較的高いシリーズは、**SQW、音楽のある週末、子ども向けコンサート、ガラ・コンサート**。また Tel・来社・Fax での購入割合が高いシリーズは、**昼の音楽さんぽ、630 コンサート、オペラの楽しみ**。

先行予約利用状況をシリーズ別に見てみると、**ガラ・コンサート、SQW、音楽のある週末、オペラの楽しみ**は先行予約を利用した購入の割合が比較的高い。

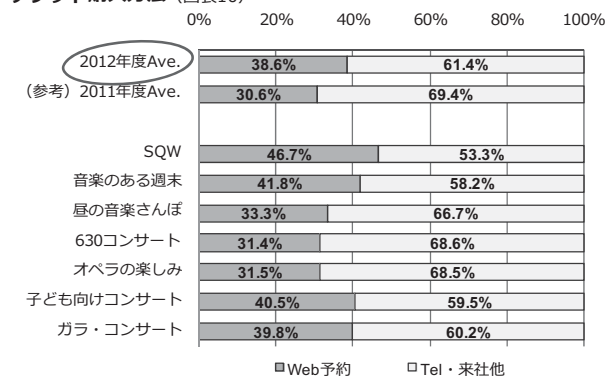


チケット購入方法 (図表9)

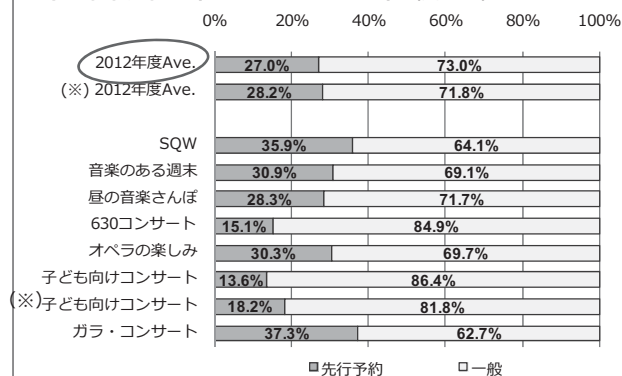
	集計対象購入者数 (人)		
	先行	一般	計
2012年度計	1,098	2,966	4,064
	27.0%	73.0%	100.0%
Web予約	497	1,070	1,567
	(12.2%)	(26.3%)	(38.6%)
Tel来社他	601	1,896	2,497
	(14.8%)	(46.7%)	(61.4%)

※3/24育児支援コンサートは先行予約販売なしの為、全て一般販売として集計

チケット購入方法 (図表10)



先行予約利用状況 (Web予約&Tel・来社他) (図表11)



(※) 3/24 育児支援コンサート (先行予約なし) を除いた割合

■ 初購入者・リピーター(Web予約&Tel・来社他)

2012年度チケット購入者4,064人のうち、初購入者が43.2%、リピーターが56.8%で、チケット購入者総数に占める割合はリピーターの割合が少し高い。

チケット購入者人数を昨年度と比較してみると、昨年度は3,971人だったので、昨年度に比べて増加。今年度のリピーター数は2,307人(2012年度チケット購入者全体の56.8%)、初購入者数は1,757人。昨年度のリピーター数は2,162人(2011年度チケット購入者全体の54.4%)、初購入者数は1,809人だったので、リピーター数は人数、割合共に増加したが、初購入者数は若干減少。

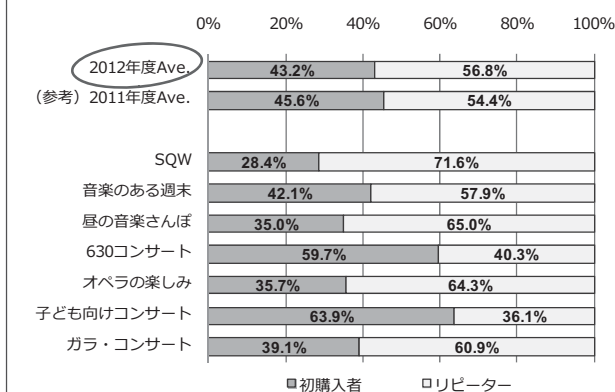
シリーズ別に見てみると、**SQW**はリピーターの割合が71.6%と高い。**昼の音楽さんぽ**、**オペラの楽しみ**、**ガラ・コンサート**もチケット購入者の6割以上がリピーター。**630コンサート**、**子ども向けコンサート**は初購入者の割合が高い。ただし、初購入者(主に子ども向けコンサート)の中には、7月に開催した**オープンハウス**に会場した方や1〜3歳児を対象にした**ロビーでよちよちコンサート**に以前参加された方、その他のTANのコミュニティ活動に参加後、初めてホール公演に足を運んだ方も含まれている。

初購入者数を公演別に見てみると、初購入者が最も多かったのは、**9/12 寺井尚子ジャズ・ナイト・スペシャル**の181人。続いて**5/12 仲道郁代〜ショパンの世界I**〜171人、**6/28 徳永二男ヴァイオリン・リサイタル**144人。**12/24 子どものためのクリスマス・オーケストラ・コンサート**は1・2回目合わせて257人が初購入者。

初購入者・リピーターの割合(Web予約&Tel・来社他) (図表12)

集計対象購入者数(人)				
	初購入者	リピーター	計	
2012年度計	1,757 (43.2%)	2,307 (56.8%)	4,064	(100.0%)
2011年度計(参考)	1,809 (45.6%)	2,162 (54.4%)	3,971	(100.0%)
SQW	165 (28.4%)	415 (71.6%)	580	(100.0%)
音楽のある週末	405 (42.1%)	557 (57.9%)	962	(100.0%)
昼の音楽さんぽ	325 (35.0%)	604 (65.0%)	929	(100.0%)
630コンサート	241 (59.7%)	163 (40.3%)	404	(100.0%)
オペラの楽しみ	86 (35.7%)	155 (64.3%)	241	(100.0%)
子ども向けコンサート	424 (63.9%)	240 (36.1%)	664	(100.0%)
ガラ・コンサート	111 (39.1%)	173 (60.9%)	284	(100.0%)

初購入者・リピーターの割合(Web予約&Tel・来社他)



初購入者(1,757人)の公演別内訳(図表14)

				(人)			
初購入者				初購入者			
1	120912 630	寺井尚子	181	11	120623 週末	仲道郁代Ⅱ	69
2	120512 週末	仲道郁代Ⅰ	171	12	130131 昼さんぽ	岡田将	65
3	120628 昼さんぽ	徳永二男	144	13	130307 昼さんぽ	林美智子	63
4	121224 子ども	クリスマス(2)	134	14	130206 630	山田武彦	60
5	121224 子ども	クリスマス(1)	123	15	120609 SQW	アマリリス	53
6	121006 週末	森麻季	121		120920 昼さんぽ	古部賢一	53
7	121008 ガラ	ガラ・コンサート	111	17	130209 週末	長谷川陽子	44
8	121201 オペラ	オペラの楽しみ	86	18	130126 SQW	エクセルシオ	40
	130324 子ども	育児支援	86		130309 SQW	オライオン	40
10	120923 子ども	ヘチとかいぶつ	81	20	130317 SQW	古典四重奏団	23
				21	130216 SQW	エルデーティ	9

Ⅰ 顧客の購入傾向

2012 年度チケット購入者人数（ユニーク数）2,808 人の購入公演数を見てみると、1 公演のみチケットを購入した方は 2,113 人（75.2%）でチケット購入者全体の約 3/4 を占める。2 公演購入者は 433 人（15.4%）、3 公演購入者は 112 人（4.0%）、4 公演以上の購入者が 146 人（5.3%）。

また、チケット購入者人数（ユニーク数）を昨年度と比較してみると、昨年度は 2,670 人だったので、昨年度に比べて増加。

1 公演のみチケットを購入した購入者（2,113 人）が購入した公演を見てみると、1 公演のみ購入者が最も多かったのは、**9/12 寺井尚子ジャズ・ナイト・スペシャル**の 221 人。続いて **10/8 モーツァルト・ガラ・コンサート** 164 人、**5/12 仲道郁代～ショパンの世界Ⅰ**～149 人。

2 公演以上購入者（695 人）の購入傾向を見てみると、同一シリーズのみ購入した方が 363 人で 2 公演以上購入者の約半数を占める。2 シリーズ購入した方が 241 人で約 3 割。（※参考 1 シリーズのみ購入者 363 人の内訳は、**昼の音楽さんぽ** 124 人、**音楽のある週末** 114 人、**子ども向けコンサート** 61 人、**SQW** 54 人、**630 コンサート** 10 人）

セット券設定のある公演について、セット券の利用状況を見てみると、**昼の音楽さんぽ**ではチケット販売総数 1,408 席のうち約半数の 654 席（46.4%）がセット券利用。また**音楽のある週末**では、同一出演者公演（第 10 回・11 回）のセット券利用が、チケット販売総数 1,082 席のうちの約 1/4 の 278 席（25.7%）を占める。

購入公演数（Web予約&Tel・来社他）（図表15）

	購入者人数（人）								
	1	2	3	4	5	6~8	9~10	11以上	計
2012年度計	2,113	433	112	77	41	27	4	1	2,808
	75.2%	15.4%	4.0%	2.7%	1.5%	1.0%	0.1%	0.0%	100.0%
2011年度計 (参考)	1,992	395	128	74	39	35	3	4	2,670
	74.6%	14.8%	4.8%	2.8%	1.5%	1.3%	0.1%	0.1%	100.0%

1 公演のみ購入者（2,113人）の公演別内訳（図表16）

1公演のみ購入者					1公演のみ購入者				
1	120912	630	寺井尚子	221	11	120923	子ども	ヘチとかいぶつ	92
2	121008	ガラ	ガラ・コンサート	164	12	120609	SQW	アマリリス	87
3	120512	週末	仲道郁代 I	149	13	130307	昼さんぽ	林美智子	81
4	121006	週末	森麻季	148	14	130206	630	山田武彦	73
5	121224	子ども	クリスマス(2)	145	15	130309	SQW	オライオン	64
6	121201	オペラ	オペラの楽しみ	143		130209	週末	長谷川陽子	64
7	120628	昼さんぽ	徳永二男	131	17	130126	SQW	エクセルシオ	50
8	121224	子ども	クリスマス(1)	130		120920	昼さんぽ	古部賢一	50
9	130324	子ども	育児支援	113	19	130131	昼さんぽ	岡田将	49
10	120623	週末	仲道郁代 II	101	20	130317	SQW	古典四重奏団	37
					21	130216	SQW	エルデーディ	21

2公演以上購入者（695人）の購入傾向（図表17）

	購入者人数（人）				
	1シリーズのみ購入	2シリーズ購入	3シリーズ購入	4シリーズ以上購入	計
2公演以上購入者	363	241	68	23	695
	(52.2%)	(34.7%)	(9.8%)	(3.3%)	(100.0%)

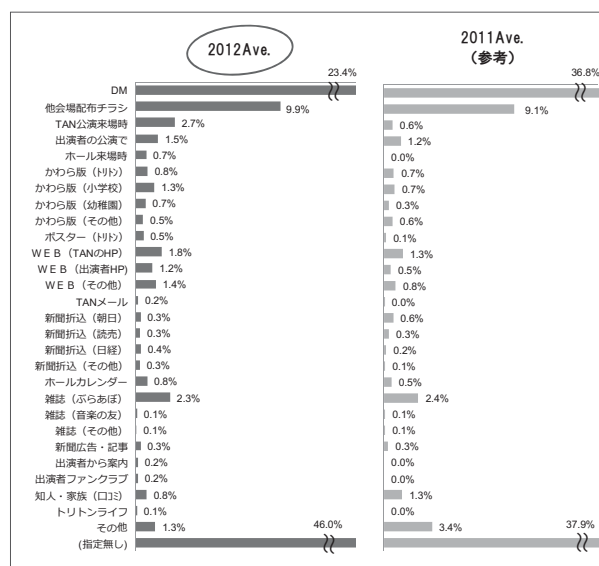
セット券利用状況（図表18）

	席数（席）		
	セット券販売数	販売総数	セット券割合
SQW	55	1,204	4.6%
全5公演セット券	11×5= 55	1,204	4.6%
音楽のある週末	348	1,796	19.4%
第10・11回	139×2= 278	1,082	25.7%
第12・13回	35×2= 70	714	9.8%
昼の音楽さんぽ	654	1,408	46.4%
第9・10回	176×2= 352	816	43.1%
第11・12回	151×2= 302	592	51.0%

Ⅰ 認知媒体の傾向

チケット予約時に公演の認知媒体を確認したところ、「TANからのDM」と回答した方が23.4%で約1/4を占める。(認知媒体を把握していないものが約半数) 他会場での配布チラシが約1割。その他、「TAN公演来場時」、「雑誌(ぶらあぼ)」、「TANのHPや出演者等のWebサイト」、「出演者公演」、「かわら版」から情報収集している方が比較的多い。

認知媒体 (図表19)



8. インタビュー調査資料

■インタビュー調査実施記録

1. [豊洲保育園] 2013 年 3 月 21 日 15:00～15:50

A 園長、B 主任にインタビュー

インタビュアー：弦間好文、戸沢 愛

2. [佃島小学校] 2013 年 3 月 28 日 16:30～17:20

音楽専任 C 先生にインタビュー

インタビュアー：戸沢 愛、山岸淳子

3. 「日本橋小学校」2013 年 4 月 16 日 13:45～14:15

元日本橋小学校音楽教諭 D 先生にインタビュー

インタビュアー：櫻井あゆみ 同席：田中玲子

■インタビュー項目

1. イントロダクション・・・ラポール(信頼関係)の構築。
2. 動機・・・なぜ今回のアウトリーチを実施しようと思ったか？
3. 満足点・・・どういう点が良かったか？プログラム内容について。マネジメント(打合せ、タイミングなど)。
4. 不満足点・・・逆に、良くなかった点がありますか？ 問題点、障害となった点、改善点。
5. ウォンツ、ニーズ・・・(顕在的なもの→潜在的なものへと) 今後も実施したいか。いつ、どのくらいの頻度で？
6. 他団体との比較・・・他の団体が同種の事業をしていたか？どのように考えて T A N を選んだのか？
7. 効果・・・何か園児の変化はあったか？音楽における反応。その他の反応、親からの反応、先生ご意見。
8. その他・・・第一生命が支援していることについてどう考えるか？等。

【評価事業に使用した資料一覧】

●TAN事務局手配による資料

- ・2011 年度TAN評価事業報告書
- ・2012 年度業務計画振返り
- ・2012 年度トリトン・アーツ・ネットワーク／第一生命ホール 主催・共催公演一覧
- ・2012 年度アウトリーチ実施確認書／コミュニティ活動実施計画書
- ・2012 年度SQW出演カルテット4 団体プロフィール
- ・2012 年度公演ごとのアンケート集計表
- ・2013 年1,3 月HP 閲覧状況
- ・平成 24 年度活動計算書
- ・平成 24 年度賃借対照表
- ・平成 24 年度財産目録
- ・2012 年度新聞掲載記事
- ・2012 年度公演顧客分析（評価事業報告書抜粋）
- ・TANのミッション・定款抜粋
- ・第一生命ホールとの関係・組織図

●評価委員事務局手配による資料

- ・自己評価へのコメントとインタビュー調査等を踏まえた評価
- ・総合評価と提言
- ・2013 年度以降の評価活動について
- ・認定NPO（仮）認定取得について
- ・地域の情報
- ・財務データ分析
- ・インタビュー調査資料

2012 年度 特定非営利活動法人 トリトン・アーツ・ネットワーク
評価事業報告書

著 者：TAN評価委員会

編 集：片山泰輔 石川緋名子 福嶋成美

発行日：2013 年 7 月

発行者：特定非営利活動法人 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 オフィスタワー X 棟 5F

TEL：03-3532-5701 FAX：03-3532-5703

URL：<http://www.triton-arts.net/>
