

評価事業報告書

2014

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・ネットワーク（以下トリトンアーツ）評価委員会の初めての報告書です。これまでの4期に渡る評価委員会の活動を踏まえつつ、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、お手伝いをさせていただきます。

第5期の評価委員会では、初めに、これまでの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、これまでの歩みを確認しました。そして、評価委員会では、3年間の評価期間について、評価する項目を活動全般、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組織体制と定め、それら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。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、2014年度については、『事業報告書2014(案)』と「2014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としました。特に、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しようと試みました。

まず、特筆すべきことは、2014年10月にトリトンアーツが認定NPO法人（特定非営利活動法人）として認定されたことです。多くのアート系NPOにとって、収入の一定割合以上の寄附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附した個人は寄附額を税額控除することができるようになり、企業も寄附額をより多く損金算入できるようになりました。トリトンアーツのミッション実現にとって、経営の観点から強いツールとなることでしょう。

委員が改めて強く認識したことは、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、という点です。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、トリトンアーツの活動の大きな特徴となっています。今後、コミュニティ事業と公演事業との連携についても、十分検討させていただければと思います。

第5期評価委員会の初めての報告書として、少しでもトリトンアーツの活動を支えるものとなっていることを祈念しております。

2015年7月

トリトン・アーツ・ネットワーク第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1年度目にあたる2014年度の委員会は2015年2月から6月にかけて4回行われた。2014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	東京学芸大学教育学部准教授
委員	並河恵美子	NPO 芸術資源開発機構 (ARDA) 代表理事
委員	内田 秋	公益社団法人企業メセナ協議会シニア・プログラム・オフィサー
委員	大久保広晴	公益財団法人読売日本交響楽団事業制作部制作課主任
委員	町田一雅	中央区文化・国際交流振興協会事務局次長
事務局	島岡未来子	早稲田大学研究戦略センター講師 博士 (公共経営)
	伊藤 葵	早稲田大学大学院公共経営研究科 博士後期課程

2. 2014年度評価委員会開催記録

- ・第1回 2015年2月3日(火) : 第5期評価委員会の評価方針について
- ・第2回 2015年4月14日(火) : 評価項目の検討など
- ・第3回 2015年5月12日(火) : 評価指標案の検討など
- ・第4回 2015年6月2日(火) : 2014年度トリトンアーツの活動評価について

3. 第5期委員会の評価活動について

- ・第5期委員会の中期間(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、トリトンアーツのミッション実現のための取組や、第一生命ホールが果たしてきた役割とその存在意義等を定量的・定性的指標により評価したい。
⇒別紙1: 第5期委員会の評価活動予定参照
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入れた提言を行う。

4. 2014年度の評価活動

- ・『事業報告書2014(案)』と「2014年度業務計画振返り」に対するコメントを中心とする。
⇒別紙1: 第5期委員会の評価活動予定参照
- ・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 1 第 5 期委員会の評価活動予定

評価ポイント <具体的な定量的指標の例>

	活動全般	ホール公演事業	コミュニティ事業	NPO 組織体制
短期 (2014年度)	『事業報告 2014(案)』と「2014 年度業務計画振返り」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
中期 (2014 ~ 2016 年度)		<ul style="list-style-type: none"> ・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<中央区内中・高校吹奏楽部生への意識調査> ・小学校高学年（家族連れ）や中・高・大学生が来場しているか？ <チケット購入者の年齢層（オンライン予約）、ヤング券の購入者数と購入割合、アンケートへの年齢別回答者数とその割合、集客の目標達成率をシリーズ毎に過去と比較> ・「晴れた海のオーケストラ」に関する評価 <演奏家と聴衆へのアンケート、同種オケへの聞き取り> ・若手アーティスト育成事業の意義 <アーティストへの調査> ・新たな事業について事業数、内容、反響、将来性を評価 ・広報宣伝活動の取り組みへの評価 <チケット売上など> 	<ul style="list-style-type: none"> ・サポーターがどの位関わっているか過去と比較 ・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 <親子向け公演などの入場者数を過去と比較、小学校アウトリーチ実施後のアンケート調査（第一生命ホールへ出かけたか？）、吹奏楽部入部など音楽へ関心を持つようになったか等> ・アウトリーチ活動へ興味を持つ演奏家が増えたか？ ・アートコーディネーターの育成 ・教育委員会との連携 ・高齢者施設の開拓 ・広報宣伝活動の取り組みへの評価 	<ul style="list-style-type: none"> ・サポーター（ボランティア）の育成の評価 <登録者数・年齢層・性別・職業・経験年数等の把握と、サポーターへの調査>
長期	東京オリンピック開催 (2020 年)			

第Ⅱ部 2014年度の評価活動

1.活動全般(全体の総括)

2014年度について、『事業報告書 2014(案)』と「2014年度業務計画振返り」から、「TAN（トリトンアーツ）ならではの活動を一層推進すると共に、広報により多くの方に TAN と第一生命ホールを知っていただき、活動を共有する」という年度目標は、認定 NPO 法人化を実現したことにもよっても達成できた、と高く評価したい。

具体的には、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、まさに「継続は力なり」である。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、ホール公演出演者がコミュニティ事業へ出演していることは、トリトンアーツのミッション実現にもつながると考えられる。今後も、次代を担う若い聴衆やボランティアの継続的な育成が必要である。

2. 自主企画公演事業（ホール公演事業）

<チケット販売について>

- ・主催・共催公演は購入枚数累計 8,799 枚と、購入目標をほぼ達成した(達成率 96.5%)。総入場者数は 13,174 名と、過去 3 番目の人数であった。
- ・チケット売上高は 24,350,000 円(102%)と、目標額を達成し、過去最高であった。
- ・チケット購入者（トリトンアーツ・チケットデスク購入者）の居住地は、東京都が 57.7%と圧倒的に多い。中央区と江東区を合わせて 20%と、地元のホールとして受け入れられていることがわかる。
- ・チケット購入者はリピーターが増えていることから、顧客から一定の評価を得ていることがわかる。
- ・すでに終了した事業について、目標達成率、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。
- ・多くの公演で学生席を設けているものの、公演によって販売や集客に差が見られる。今後も若い聴衆の育成に向けた取り組みが必要である。

<主な公演について>

- ・ライフサイクルコンサート(昼の音楽さんぽ、630 コンサート、オペラの楽しみ、子どもを連れてクラシック)は、各々、市民のライフサイクルに合わせて楽しく工夫されている。
- ・「昼の音楽さんぽ」で、これまでの「セット券」に加えて「お友だち割」を、「オペラの楽しみ」で、ヤング券を設定するなど、チケット販売に工夫が見られる。20-30 代の若い顧客層が増えている。
- ・「630 コンサート」は、周辺企業のトリトンアーツ知名度を高めるのに貢献している。
- ・「子どもを連れてクラシック」は、ほとんどの公演の達成率が 100%を超え、充足率も約 80~100%とかなり高い。安価な料金で子どもとその家族と一緒に気軽に音楽を楽しんでもらうという目的が達せられている。

・クァルテット・ウィークエンド(SQW)は、公演数が増え、チケット販売の達成率がすべての主催・共催公演の中で最も高く、リピーターも多い。コアなファンをうまく惹きつけている。他方、充足率を高める工夫も必要ではないか。

・「音楽のある週末」は、公演数が5公演と増加し、ヤング券の購入率で成果が見られる。

・「モーツァルト・ガラ・コンサート」は満席と、演奏者とともにモーツァルト人気の根強いことがわかる。

3.コミュニティ事業&教育普及事業

3-1 コミュニティ事業

・コミュニティ事業による受益者数 6,038 人、ボランティア数 288 人と、数字を記録しており、成果をわかりやすく表現している。

・「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。幼稚園・保育園での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。被災地支援でも活躍している。

・トリトンアーツの柱であるコミュニティ事業を、広報の充実により記事にできるとよい。

・今後は、教育委員会等とも連携して、幼稚園・保育園、小学校以外にも中学校や、区民センター、商店街等へも活動の場を広げてほしい。

3-2.文化ボランティア拠点づくり事業

・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。今後、サポーターをどのように活用するのか、人数や役割・位置づけを検討する必要がある。

・「オープンハウス 2014」では、イベントサポーターに高校生も参加していた。大学生も含むこうした若いボランティアの継続的な育成も検討すべきであろう。

3-3 人材の育成事業

・「室内楽アウトリーチセミナー」を同一校で3回実施することによって、音楽家のアウトリーチへの関心を高めることができている。今後は、第一生命ホールでの公演者としての活躍につなげたい。

・インターンシップ生の受入れは、アートマネジメント人材の育成につながるものである。

4.NPO 組織体制

<財務について>

・アート系 NPO の多くが寄附金増や収入増に苦労している折、トリトンアーツの認定 NPO 法人化(2014年11月)は特筆すべきものである。ただし、「2014 年度活動計算書」(案)によれば、2014 年度には法人寄附・個人寄附ともに増加はしておらず、今後の寄附継続と新たな寄附者開拓が必要である。

・2014年4月の消費税8%改定により、租税公課が2013年度実績比188%となった。今後の支出増に不安がある。

・経常費用増も経常収益増により経常増減額(赤字)は縮小したが、次期繰越正味財産額はその分減少した。
NPO といえども赤字縮小のため、経費削減は必要である。

<広報について>

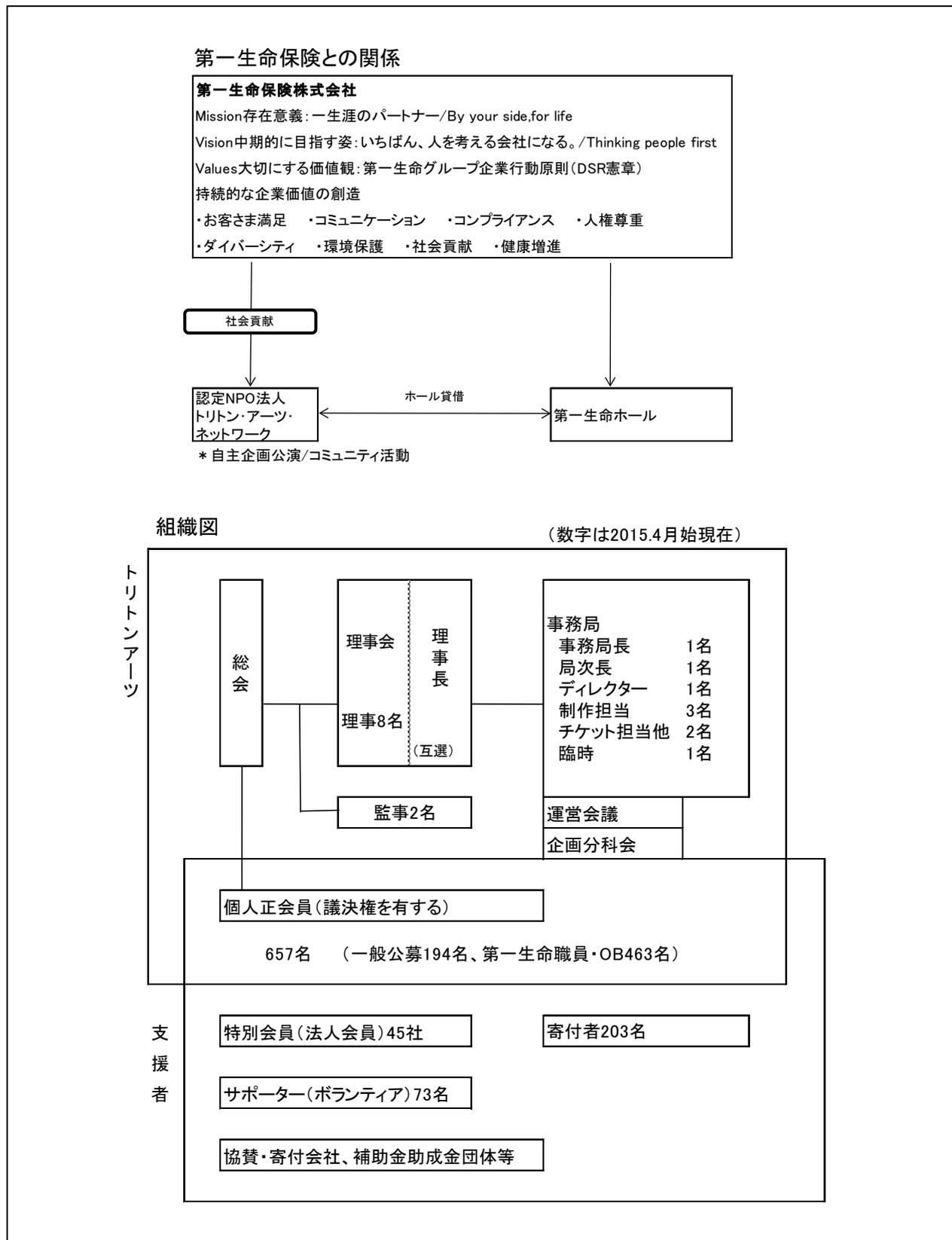
- ・ニューズレターの名称を、「かわら版」から「トリトンアーツ通信」へと改称したことの効果が大きかったと考えられる。
- ・若い聴衆育成の観点からも、ヤング券や青少年向けのプログラムについて、より積極的に広報してほしい。
- ・今後、トリトンアーツが社会的な信頼を獲得するためにも、公演や活動が専門誌やTVで取り上げられるよう、記者発表等、広報の充実が望まれる。

おわりに

トリトンアーツは2016年に設立15周年を迎える。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。

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）

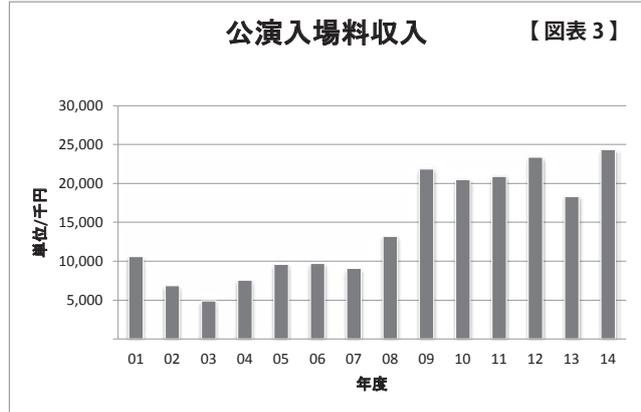
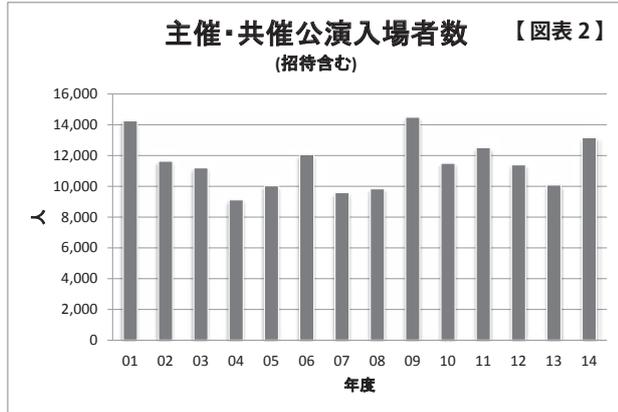


2. ホール事業

・公演入場料収入と入場者数

【図表 1】

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
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
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

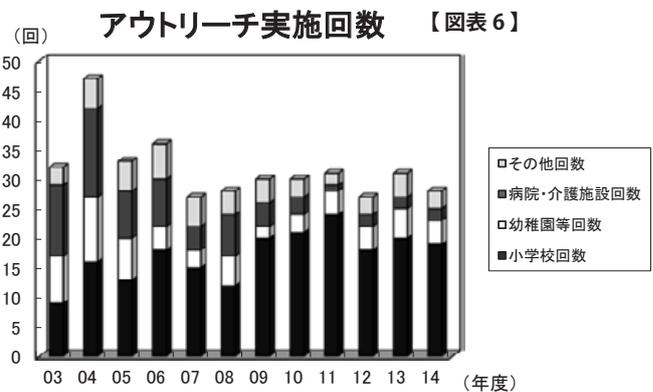
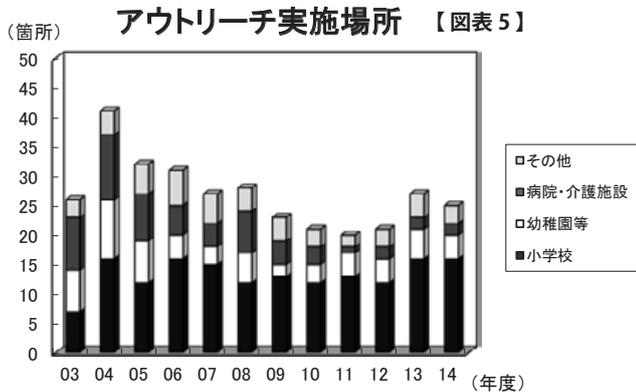


3. コミュニティ事業

・アウトリーチ実施場所・回数

【図表 4】

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



4. NPOガバナンス

・会員別年会費

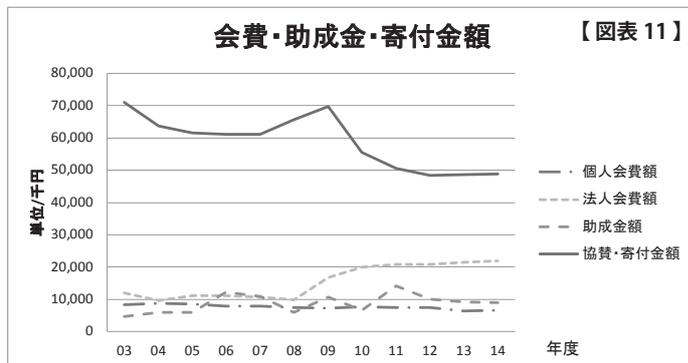
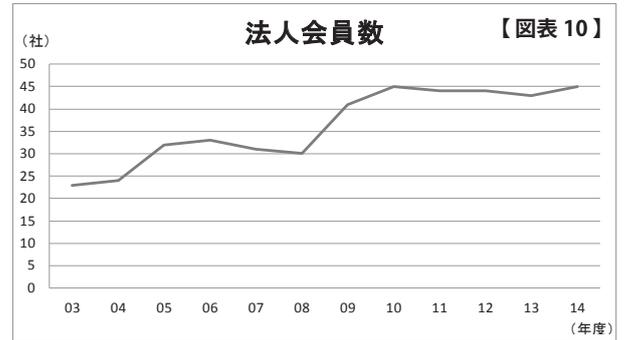
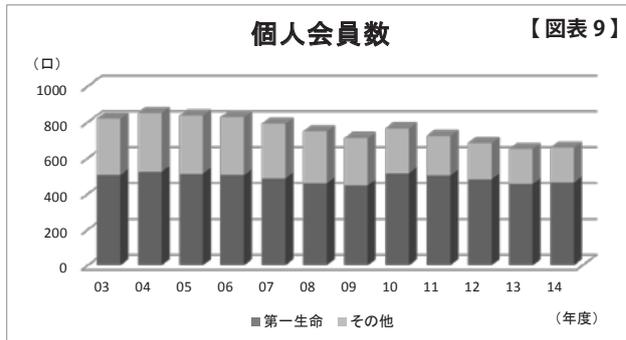
【図表7】

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

・会員状況、助成先、協賛先

【図表8】

分類 / 年度		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
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
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
分類 / 年度		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
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	194
法人会員		23	24	32	33	31	30	41	45	44	44	43	45
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
助成件数		5	8	6	10	8	4	7	6	9	4	3	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
協賛・寄付社件数		2	2	3	3	3	3	3	4	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
個人寄付者※内諾者含む申込みベース		—	—	—	—	—	—	—	—	—	153名	207名	200名
個人寄付金額	単位千円	—	—	—	—	—	—	—	—	—	28	1,329	1,337



5. 2014 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)

今回の集計は2014年度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実施。

■ 対象公演

2014 年度トリトンアーツ主催公演のうち、顧客分析対象公演は 24 公演。シリーズ別一覧は右図のとおり。

■ カウント方法

各図表のカウント方法は下記の通り。

(5-図表 2) ～ (5-図表 14)

⇒ **購入件数(延べ人数)でカウント**

■ リピーターの定義

『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**

■ 顧客の性別・年齢について

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。

■ チケット購入者の居住地(オンライン予約&Tel・来社他)

2014 年度主催公演チケット購入者 4,339 人の居住地内訳 (5-図表 2) は、東京都が 2,502 人でチケット購入者全体の 57.7%。東京都に続いて割合が高いのは、神奈川県 11.3%、千葉県 10.5%、埼玉県 6.9%。

購入者の居住地を市区町村別 (5-図表 3) に見てみると、購入者全体の約 6 割を占める東京都の中でも、第一生命ホールのある中央区が 587 人でチケット購入者全体の 13.5%、隣接する江東区が 6.5%。

2014年度顧客分析対象公演【5-図表 1】

SQW 7公演

1	5/10(土)	ミロ・クアルテット[延期公演]
2	9/27(土)	古典四重奏団 2014の1 [共催]
3	10/10(金)	古典四重奏団 2014の2 [共催]
4	10/26(日)	古典四重奏団 2014の3
5	11/30(日)	シューマン・クアルテット
6	2015/2/14(土)	エルデーディ弦楽四重奏団
7	2015/3/15(日)	クアルテット・エクセルシオ

音楽のある週末 5公演

1	5/18(日)	第18回 仲道郁代のモーツァルトI
2	7/5(土)	第19回 仲道郁代のモーツァルトII
3	10/25(土)	第20回 オイロス・アンサンブル2014
4	12/21(日)	第21回 若林顕 ピアノで聴く『第九』
5	2015/1/31(土)	第22回 千住真理子 イサイ無伴奏ヴァイオリン・ソナタ全曲演奏会

昼の音楽さんぽ 4公演

1	6/6(金)	第17回 佐藤美枝子ソプラノ・リサイタル
2	8/7(木)	第18回 北村朋幹ピアノ・リサイタル
3	12/10(水)	第19回 きりく・ハンドベルアンサンブルのクリスマス
4	2015/2/20(金)	第20回 ARCUS (アルクス) の『四季』

630コンサート 2公演

1	10/22(水)	本田雅人ジャズ・ナイト
2	2015/2/18(水)	ヴァイオリニストが選ぶ大人のためのクラシック

オペラの楽しみ 1公演

1	2015/3/1(日)	オペラの楽しみ
---	-------------	---------

子どもを連れてクラシック 4公演

1	9/23(火・祝)	「音楽と絵本」コンサート『おふるだいき』
2	12/14(日)	クリスマス・オーケストラ・コンサート(1回目)
3	12/14(日)	クリスマス・オーケストラ・コンサート(2回目)
4	2015/3/7(土)	子育て支援コンサート『うきわねこ』

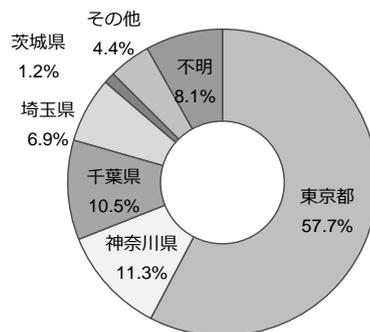
ガラ・コンサート 1公演

1	12/6(土)	モーツァルト・ガラ・コンサート
---	---------	-----------------

- ※1 12/14 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・11月、2015年2月各1公演) は集計対象外。
- ※3 共催公演 (4月・8月・12月・2月各1公演、11月2公演) は集計対象外。古典四重奏団2公演は共催公演なるも集計

2014年度 チケット購入者の居住地【5-図表 2】

都道府県別



(集計対象購入者数: 4,339人)

中央区と江東区で購入者全体の約2割を占める。また、世田谷区の割合が4.6%と高い。

神奈川県で購入者のうち約半数の242人(5.6%)の居住地が横浜市。

2014年度 チケット購入者の居住地(オンライン予約&Tel・来社他)【5-図表3】

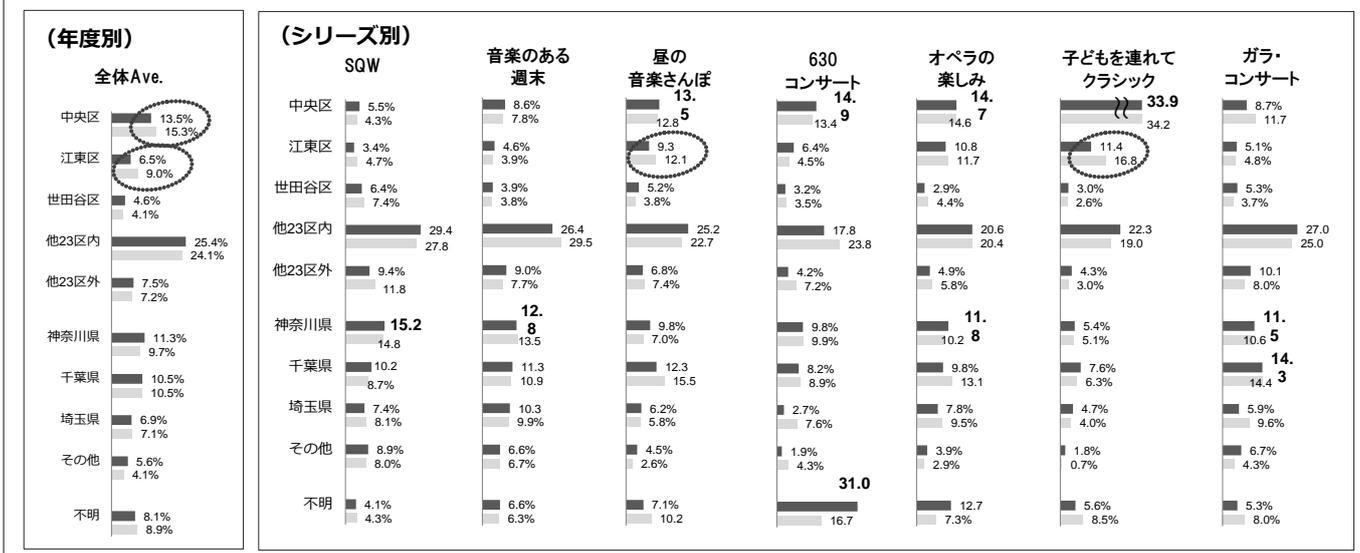
都道府県	人数	割合	東京都内訳			神奈川県内訳			千葉県内訳			埼玉県内訳		
			市区町村	人数	割合	市区町村	人数	割合	市区町村	人数	割合	市区町村	人数	割合
東京都	2,502	57.7%	中央区	587	(13.5%)	13.9万	横浜市	242	(5.6%)	370.9万	船橋市	75	(1.7%)	62.3万
神奈川県	490	11.3%	江東区	284	(6.5%)	49.4万	川崎市	145	(3.3%)	146.2万	柏市	62	(1.4%)	40.9万
千葉県	456	10.5%	世田谷区	201	(4.6%)	87.5万	その他市町村	103	(2.4%)		千葉市	58	(1.3%)	96.6万
埼玉県	299	6.9%	大田区	105	(2.4%)	70.7万	計	490	(11.3%)		市川市	50	(1.2%)	47.3万
茨城県	51	1.2%	板橋区	104	(2.4%)	54.5万	(前年+49.4%)			浦安市	39	(0.9%)	16.3万	
栃木県	40	0.9%	杉並区	98	(2.3%)	54.7万	千葉県内訳			松戸市	31	(0.7%)	48.7万	
静岡県	25	0.6%	練馬区	83	(1.9%)	71.5万	船橋市	75	(1.7%)	62.3万	その他市町村	141	(3.2%)	
長野県	22	0.5%	新宿区	80	(1.8%)	32.8万	計	456	(10.5%)		(前年+29.5%)			
群馬県	18	0.4%	文京区	72	(1.7%)	20.8万	埼玉県内訳			さいたま市	78	(1.8%)	126.1万	
山梨県	11	0.3%	品川区	65	(1.5%)	37.2万	川口市	34	(0.8%)	59.0万	その他市町村	187	(4.3%)	
福島県	9	0.2%	港区	61	(1.4%)	22.3万	計	299	(6.9%)		(前年+24.6%)			
福岡県	9	0.2%	豊島区	61	(1.4%)	27.6万	東京都内訳							
愛知県	8	0.2%	目黒区	60	(1.4%)	27.0万	八王子市	47	(1.1%)	56.1万				
新潟県	7	0.2%	目黒区	60	(1.4%)	27.0万	渋谷区	46	(1.1%)	21.7万				
青森県	6	0.1%	八王子市	47	(1.1%)	56.1万	足立区	44	(1.0%)	67.4万				
兵庫県	6	0.1%	渋谷区	46	(1.1%)	21.7万	江戸川区	41	(0.9%)	68.1万				
その他	30	0.7%	足立区	44	(1.0%)	67.4万	町田市	41	(0.9%)	42.6万				
不明	350	8.1%	江戸川区	41	(0.9%)	68.1万	墨田区	38	(0.9%)	25.8万				
計	4,339	100.0%	町田市	41	(0.9%)	42.6万	葛飾区	38	(0.9%)	45.0万				
(前年+28.9%)			三鷹市	32	(0.7%)	18.2万	三鷹市	32	(0.7%)	18.2万				
			調布市	32	(0.7%)	22.4万	調布市	32	(0.7%)	22.4万				
			その他23区内	107	(2.5%)		その他23区内	107	(2.5%)					
			その他23区外	175	(4.0%)		その他23区外	175	(4.0%)					
			計	2,502	(57.7%)		計	2,502	(57.7%)					
			(前年+24.6%)											

※都道府県内訳は30人以上の市区町村を抽出

チケット購入者の居住地割合を(5-図表4)の区分で昨年度と比較してみると、神奈川県で購入者の割合が増加し、江東区(9.0%→6.5%)・中央区(15.3%→13.5%)の居住者の割合が減少した。

シリーズ別に見てみると、子どもを連れてクラシックは中央区、江東区の居住者で購入者全体の半数弱を占めるが、昨年度よりも江東区の居住者の割合が減少。SQW、音楽のある週末は神奈川県在住者の割合が高い。屋の音楽さんぽは中央区に加え、千葉県の割合が高い。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。630コンサートは不明の割合が高い。これは630コンサートチケット販売総数812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102席、企業割と団体割利用数(座席数266)から第一生命の数をひいたものが118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【5-図表4】 ■ : 2014年度 ■ : 2013年度



■ チケット購入者の年齢層(オンライン予約)

2014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オンライン予約（購入者全体の42.2%）の男女比（5-図表6）をみると、男性59.5%、女性40.5%と男性の割合が高い。

年代別の割合（5-図表5）をみると、40代・60代がそれぞれ24.1%、50代20.8%でオンライン予約の約7割を占める。また男女別に年代をみると、男性は50～70代の購入者が多いのに対し、女性は40代を中心に30～50代が多い。

チケット購入者の男女比は昨年度と逆転。年齢層の分布（5-図表7）をみると、60～70代男性の割合が増加。

年齢層分布をシリーズ別に見てみると、SQWは50～70代を中心に男性が8割強を占める。音楽のある週末は50代男性の割合が高い。昼の音楽さんぽは60代男性、40～50代女性の割合が高く、40～60代が約7割を占める。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が、中でも40代女性の割合が高い。オペラの楽しみは60代が約4割。子どもを連れてクラシックシリーズは4歳以上の子どもを持つ親が主な購入者である為、30～40代の購入者が約9割を占める。ガラ・コンサートは60代男性を中心に、幅広い年代が購入。

■ チケット購入方法

2014年度チケット購入者のチケット購入方法（5-図表8・9）は、オンライン予約による購入が42.2%、Tel・来社・Faxによる購入が57.8%でオンライン予約利用者が4割強。

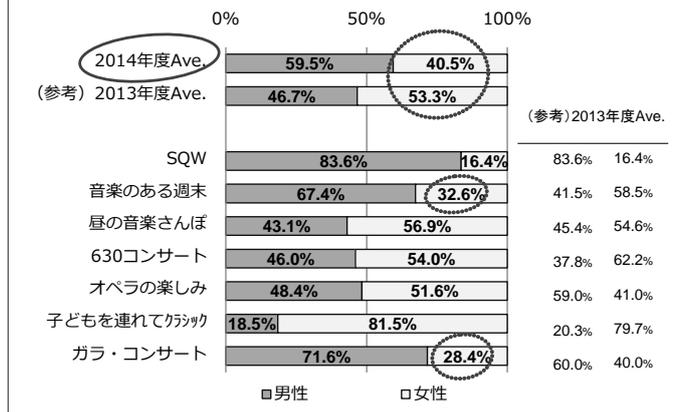
チケット購入者のうち、DM希望者を対象に実施した先行予約を利用した購入者が27.4%、一般販売を利用した購入者が72.6%で先行予約利用者が3割弱。（3/7子育て支援コンサートは先行予

チケット購入者の性別×年代（オンライン予約）【5-図表5】

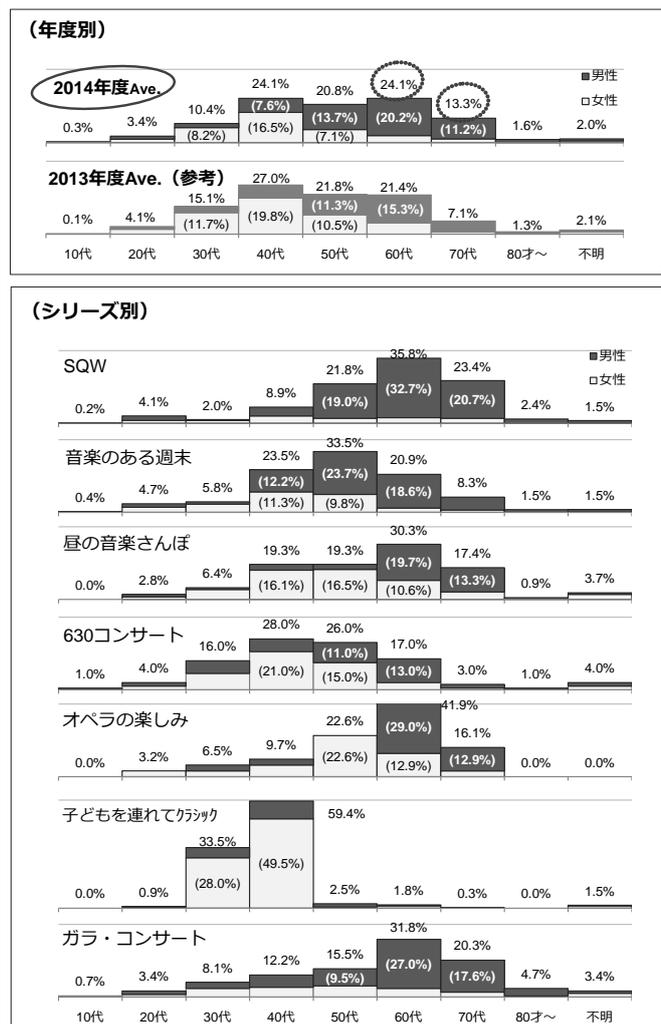
集計対象購入者数（人）

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80才～	不明	計
2014年度計	5	63	191	442	381	441	243	30	37	1,833
年度計	0.3%	3.4%	10.4%	24.1%	20.8%	24.1%	13.3%	1.6%	2.0%	100.0%
男性	1	31	41	140	251	371	206	29	20	1,090
	(0.1%)	(1.7%)	(2.2%)	(7.6%)	(13.7%)	(20.2%)	(11.2%)	(1.6%)	(1.1%)	(59.5%)
女性	4	32	150	302	130	70	37	1	17	743
	(0.2%)	(1.7%)	(8.2%)	(16.5%)	(7.1%)	(3.8%)	(2.0%)	(0.1%)	(0.9%)	(40.5%)

チケット購入者の男女比（オンライン予約）【5-図表6】



チケット購入者の年齢層分布（オンライン予約）【5-図表7】

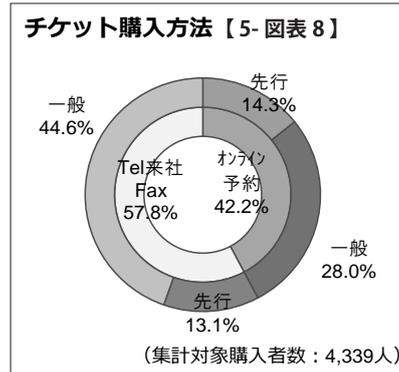


約実施なし。3/7 公演を除いた購入者のうち先行予約利用は 28.6%、一般販売が 71.4%

チケット購入方法の割合 (5-図表 10) を昨年度と比較すると、オンライン予約の割合は若干増加。一昨年は 38.6%だったので、オンライン予約の割合は年々増加している。シリーズ別に見てみると、オンライン予約の割合が比較的高いシリーズは、SQW、音楽のある週末、子供を連れてクラシック、ガラ・コンサート。

630 コンサート、オペラの楽しみ、昼の音楽さんぽ、は Tel・来社・Fax での購入割合が高かった。

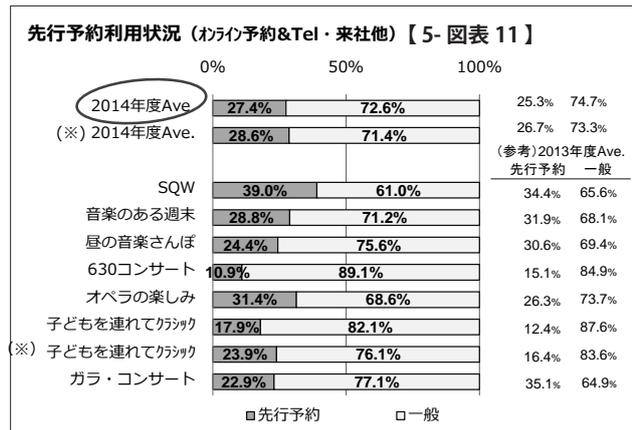
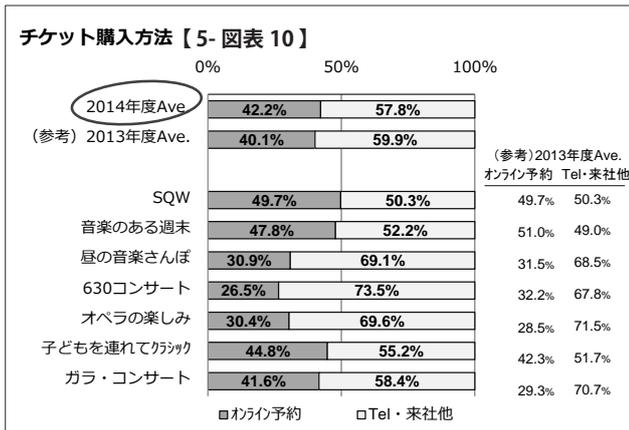
先行予約利用状況 (5-図表 11) をシリーズ別に見てみると、SQW、オペラの楽しみ、音楽のある週末は先行予約を利用した購入の割合が比較的高い。



チケット購入方法【5-図表 9】

	集計対象購入者数 (人)		
	先行	一般	計
2014年度計	1,189	3,150	4,339
	27.4%	72.6%	100.0%
オンライン予約	619	1,214	1,833
	(14.3%)	(28.0%)	(42.2%)
Tel来社他	570	1,936	2,506
	(13.1%)	(44.6%)	(57.8%)

※3/7子育て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



(※) 3/7子育て支援コンサート (先行予約なし) を除いた割合

■ 初購入者・リピーター(オンライン予約&Tel・来社他)

(5-図表 12) をみると、2014 年度チケット購入者 4,339 人のうち、初購入者 39.8%、リピーター 60.2%で、チケット購入者総数に占める割合はリピーターが約 6 割。昨年度は初購入者 44.6%、リピーター 55.4%だったので、昨年度に比べリピーターの割合が増加。

チケット購入者数は、昨年度 3,366 人に対して、2014 年度は 4,339 人と 1,000 人ほど増加。
(集計対象:2014 年度 24 公演、2013 年度 19 公演)

初購入者・リピーターの割合 (オンライン予約&Tel・来社他)【5-図表 12】

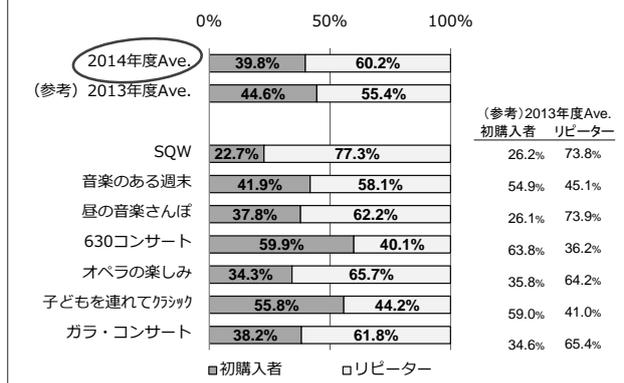
	集計対象購入者数 (人)		
	初購入者	リピーター	計
2014年度計	1,727 (39.8%)	2,612 (60.2%)	4,339 (100.0%)
2013年度計 (参考)	1,501 (44.6%)	1,865 (55.4%)	3,366 (100.0%)
SQW	247 (22.7%)	843 (77.3%)	1,090 (100.0%)
音楽のある週末	411 (41.9%)	571 (58.1%)	982 (100.0%)
昼の音楽さんぽ	267 (37.8%)	439 (62.2%)	706 (100.0%)
630コンサート	226 (59.9%)	151 (40.1%)	377 (100.0%)
オペラの楽しみ	35 (34.3%)	67 (65.7%)	102 (100.0%)
子供を連れてクラシック	405 (55.8%)	321 (44.2%)	726 (100.0%)
ガラ・コンサート	136 (38.2%)	220 (61.8%)	356 (100.0%)

シリーズ別（5-図表 13）に見てみると、SQW、オペラの楽しみ、昼の音楽さんぽ、ガラ・コンサート、音楽のある週末はリピーターの割合が高い。630コンサート、子どもを連れてクラシックは初購入者の割合が高い。ただし、初購入者（主に子どもを連れてクラシック）の中には、7月に開催したオープンハウスに来場した方や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、その他のトリトンアーツ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。

（参考：子どもを連れてクラシック購入者 726 人のうち、以前ロビーでよちよちコンサートに応募した事がある方 94 人。（12.9%））

初購入者数を公演別（5-図表 14）に見てみると、初購入者が最も多かったのは、12/6 モーツァルト・ガラ・コンサートの 136 人。10/25 オイロス・アンサンブル 118 人、10/22 本田雅人ジャズ・ナイト 116 人。12/14 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 203 人が初購入者。

初購入者・リピーターの割合（ワタイン予約&Tel・来社他）【5-図表 13】



初購入者（1,727人）の公演別内訳【5-図表 14】

				初購入者					
				初購入者	初購入者				
1	141206	ガラ	ガラ・コンサート	136	13	141130	SQW	シューマンQ	60
2	141214	子ども	クリスマス(1)	123	14	140705	週末	仲道郁代 II	58
3	141025	週末	オイロス	118	15	140807	昼さんぽ	北村朋幹	56
4	141022	630	本田雅人	116	16	141221	週末	若林顕	54
5	150218	630	大人クラシック	110	17	150220	昼さんぽ	ARCUS	53
6	140606	昼さんぽ	佐藤美枝子	108	18	141210	昼さんぽ	きりく	50
	150131	週末	千住真理子	108	19	150315	SQW	エクセルシオ	45
8	140923	子ども	おふるだいすき	104	20	150301	オペラ	オペラの楽しみ	35
9	150307	子ども	子育て支援	98	21	150214	SQW	エルデーティ	25
10	141214	子ども	クリスマス(2)	80	22	141026	SQW	古典四重奏団-3	20
11	140518	週末	仲道郁代 I	73	23	140927	SQW	古典四重奏団-1	19
12	140510	SQW	ミロQ	69	24	141010	SQW	古典四重奏団-2	9

認定NPO法人トリトン・アーツ・ネットワーク 2014 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 2014 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 2015 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>

