

事業区分	文化芸術事業		鑑賞事業	
事業名	宝塚歌劇 星組公演			
目的・内容	使命のうち、「文化芸術活動の発信と交流」に該当。 日本国内で高い人気を誇る宝塚歌劇団による一流の歌劇を招聘することで、老若男女を問わず本物の舞台を鑑賞し、舞台芸術の素晴らしさを体感する機会を提供する。併せて財団友の会の会員拡大を図る。			
開催日時	平成20年11月11日(日) 昼の部 開演14:00 夜の部 開演18:00			
会場	倉吉未来中心 大ホール			
入場料・参加費 (友の会)	S席一般6,500円 (6,000円)	A席一般5,000円 (4,500円)		
集客状況	入場者数 2,126名 〔 昼の部:1,038名 夜の部:1,088名 〕	設定席数 2,994名 (1,497席×2)	集客率	71.0%
事業費状況	予算額	収入 302,000円	支出 680,000円	収支比率 44.4%
	決算額	収入 376,300円	支出 472,558円	収支比率 80%
来場者 アンケート (主なもの)	<ul style="list-style-type: none"> ・迫力のある公演でした。ストーリーもすばらしかった。本公演に行きたくても行けない私には、地元に来てくれるのを楽しみに待っていました。地方だからって手抜きのない公演に夢の時間が過ごせました。 ・車椅子の方への対応も暖かく、土地の方皆さんで星組の公演を受け入れている暖かい雰囲気がとても素敵でした。 ・初めて宝塚を鑑賞しました。なんとなく自分とは縁遠い存在で見た事がありませんでした。とても興味深く鑑賞させていただきました。ものすごくファンになりました。 ・40分遅刻して来たのですが、親切な対応でとても気持ちよくなりました。 ・男性トイレも女性用にされて、良かったです。近くにコーヒーもとてもGOOD!! ・携帯電話の音や、となりの親子の私語でちょっと台無しでした。 			
1次評価 (内部)	<p>[成果]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・早い段階で広報を開始し、チラシ裏面に入会申込用紙を印刷し配布した結果、友の会の会員拡大につながった。先行予約枚数は平成17年度公演を上回ることができた。 ・収支バランスの向上のため、東部と中部に集中して販促を行った。目標を大きく上回ることができた。 ・家族・友人・夫婦での来場を促せた。 ・共催相手との連携・役割分担も円滑に行えた。 <p>[課題]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・財団に西部のチケット販売窓口がないため、西部の販促を見合わせざるを得なかった。共催の場合、止むを得ないが、改善できるとよい。 ・「ベルばら」という有名作品であっても、平成17年度公演より入場者数が伸びなかった。同じ団体を繰り返し招聘することが難しい地域性が表れた。 			
2次評価 (財団評議員)	<p>[成果]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・倉吉で“非日常”が味わえる。質的にも十分良かった。歌、踊り、表現力、ステージ、やはり質が高い。鑑賞後、十分満足感があつた。 ・顧客の開発については、成果が見られたと判断できる。 ・主婦、女性、一定の年齢層が多く、想定した観客層をターゲットとした公演として成功している。 <p>[課題]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成17年度の同歌劇団の公演時よりも入場者数が減少していることは課題。 ・共催が日本海テレビであったことのメリットが表面化していなかった。 ・販売促進のための成果につながる効果的な方法の検討が必要。 ・友の会の方々の意見どの程度まで意向を考慮するのか。組織として成り立つか。更に集客につなげる方策の検討。 			
今後の対応	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客開拓方法の抜本的な見直しが必要。 ・マスコミとの共催は、収支比率が高いため、公演内容を勘案の上、今後も行っていく。 ・協力体制を維持できるよう、今後も地域のマスコミ等とのよりよい関係を維持していく。 ・本公演による友の会拡大は図られたが、継続的な支援者としての会員の獲得など、友の会全体のありかたやニーズ分析を行っていく。 			