

| 事業区分 | 文化芸術事業 | | 鑑賞事業 | |
|---------------------------------|--|--------------------|---------------|----------|
| 事業名 | 桂雀松独演会 | | | |
| 目的・内容 | 県内では鑑賞する機会の少ない「落語」を開催することで、日本古来の笑いの文化を体感し、広く県民が古典芸能の良さに触れる機会を提供する。また、財団事業では鑑賞者の少ない男性顧客をターゲットに広報宣伝することで、男性鑑賞者拡大の事業展開を図る。 | | | |
| 開催日時 | 平成23年8月26日(金) 開演19:00 | | | |
| 会場 | 米子コンベンションセンター 小ホール | | | |
| 入場料 (友の会・団体) | 一般 3,000円 (2,500円) | 大学生以下・外国籍の方 1,000円 | | |
| 集客状況 | 入場者数 145名 | 設定席数 296席 | 集客率 49% | |
| 事業費状況 | 予算額 | 収入 780,000円 | 支出 1,244,000円 | 収支比率 63% |
| | 決算額 | 収入 392,500円 | 支出 980,993円 | 収支比率 40% |
| 来場者アンケート (主なもの) 回答者数 157名 | <ul style="list-style-type: none"> ・上方落語は初めてでしたが、思い切り笑わせてもらいました。年何回かは落語の企画をしてもらいたいと思います。 ・初めての生の落語。すごく笑ってしまいました。わかりやすく楽しかったです。 ・米子で落語を楽しめる機会はあまりなく今日は楽しい時間を過ごすことができました。またこうした機会を作っていただきたいと要望します。 ・伝統芸能はすごいです。感動しました。 ・話もわかりやすく、表情も豊かで楽しめた。TVで見るよりもよかったです。 ・かなりの空席が目につきました。料金等もっと検討しは。人集めの工夫が不足しているのでは。 | | | |
| 1次評価 (内部) | <p>[成果]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・男性鑑賞者の割合が46%と鑑賞者のほぼ半分であり、男性鑑賞者の拡大につなげることができた。 <p>[課題等]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・公演の満足度は高いので、落語の魅力をどう伝え、鑑賞者増に結び付けることができるか一考を要する。 ・不特定多数を対象としたテレビや新聞広告とは別に、直接売り込む販売促進をもっとする必要がある。 | | | |
| 2次評価 (財団評議員) | <p>[成果]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各方面に広く周知されていたが、やはり、若い世代が惹かれる「笑い」の質が違うせいか中高年層が多かったが、目標とした男性客を得られたことは評価したい。 <p>[課題等]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プレ公演、本公演、フォローの講座と充実しており、参加した者にとっては十分に満足できたが、興味のある人をそこに導く仕掛けが必要だと思う。 ・古典芸能部門の事業展開は、質の高い公演と人目を引く工夫、興味や関心をひく取り組みが必要である。 ・マーケティングの調査が不足しているため、ニーズを的確に分析し、興行成績を予め予測し、収支を考え、毎回ごとに調査結果を分析する「マーケティング部門」が必要である。そして、マーケティングに基づいて、事業に「メリハリを付ける」ことも必要。また、事前PRと同様に「事後PR」も大切であるし、インターネットからの誘客も取り組み不足に思える。 | | | |
| 今後の対応、 取組状況 | <ul style="list-style-type: none"> ・多くの方に鑑賞していただくために、興味や関心をひく取り組み（ソーシャルメディアの活用、男性を対象にチケット割引券のプレゼント、プレ事業の実施など）を行っていく。 ・公演ジャンルに係る関係者にはチケット発売前に情報を提供し、チケットの取りまとめを依頼する。また、販促先も紹介してもらう。 ・「マーケティング部門」の設置については、財団の組織体制に係るものであり、今後検討していくこととするが、当面は友の会会員や一般県民を対象にアンケートを実施して、ニーズを把握するとともに、収支の予測、実施結果の分析を行っていく。 | | | |