

事業区分	文化芸術事業		鑑賞事業	
事業名	blast!2012 ジャパンツアー			
目的・内容	マーチングショーは山陰初公演となる。会場が音で埋め尽くされるような迫力あるマーチング特有の演奏を生で観て・聴いて・感じてもらうことにより、より多くの人に新しい文化芸術の形を体感していただき、愛好者の拡大を図る。 【使命】文化人口の拡大とレベルアップ 【事業の柱】国内外の質の高い舞台公演の鑑賞機会の提供を目的とした事業			
開催日時	平成24年9月12日(水) 開演18:30			
会場	とりぎん文化会館 梨花ホール			
入場料 (友の会)	SS席 9,000円 (8,000円)	S席 8,000円 (7,000円)	A席 6,500円 (5,500円)	
集客状況	入場者数 1,497名	設定席数 1,810席	集客率 82%	
事業費状況	予算額	収入 11,375,000円	支出 11,186,000円	収支比率 101%
	決算額	収入 1,114,245円	支出 36,216円	収支比率 3077%
来場者アンケート (主なもの) 回答者数 353名	<p>回収率23.5%、満足度91%、新規顧客獲得率37%</p> <ul style="list-style-type: none"> ・とても素敵すぎて感動です！こんな良い演奏をもっと聞きたいです。大人だけでなく子どもたちも聞いてほしいと思います。 ・速い動きをしながらの演奏が素晴らしかったです。一人がいろいろな楽器を演奏したり、活発な動きをしたりするなど、そのパフォーマンスに驚き感心しました。5歳の子どものも全身で楽しんでいました。 ・休憩時間のホワイエでのパフォーマンス、最高！ ・3Fからだったのでパーカッション（ステージ後方の山台で演奏）の足しか見えなかった。もう少し料金を下げても良かったのでは。 ・開場時間は定刻で。（舞台セッティング等により、開場が遅れた） 			
1次評価 (内部)	<p>[成果]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・目標入場者数にほぼ達し、多くの県民に上質で普段見ることのできないパフォーマンス系芸術の鑑賞機会を提供できた。 ・吹奏楽連盟、及びマーチングに取り組む高校吹奏楽部との連携(プレ事業「ココロのサプリ」)に出演)ができ、多くの学生の来場があった。 <p>[課題等]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・山台で演奏する演奏者の見切れの対策が、事前にできていなかった。 ・マスコミとの共催における、双方の役割分担の明確化が十分にできなかった。マスコミとの共催にもかかわらず、公演認知は「ロコミ」がトップで、テレビCMを上回った。 			
2次評価 (財団評議員)	<p>[成果]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・目標を上回る項目が多く、財団職員の頑張りがかがえる。 ・県民が優れたプラスバンドの醍醐味を味わうことができた。特に教育現場で盛んな吹奏楽へ、その楽しい魅力を知らしめた意義は大きい。 ・人間の本能を呼び覚まし全身に訴えかけ、ジャンルを越えた誰もがワクワクする公演であった。 <p>[課題等]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・他地区(中西部ほか)からの訪問者の声から、開演時間が早いとの指摘があった。今後の事業にむかって、検討してみたい。 ・プラスの魅力(パフォーマンス含む)を伝えることとを、いかに音楽性を支える技術面に繋げていくか、教育現場や周辺理解と環境整備が急がれる。 ・民間企業であるマスコミとの共催は財団側にもメリットがなくてはいけない。反省を踏まえ今後に繋げてほしい。 			
今後の対応、 取組状況	<ul style="list-style-type: none"> ・集客について、組織のマーケティング体制の強化が今後の課題。長期的計画で組織体制及び関係団体との協力体制を構築していく。 ・民間(マスコミ等)との共催について、事業選定、企画立案、共催契約において事業目的の十分な共有化と役割分担、広報・販促計画の明確な指針作成を行っていく。 ・SNS(フェイスブック等のインターネットツール)による広報の強化。 			