

京都市交響楽団における取組の現状と課題（戦略 1 関係）

<芸術団体として高みを目指すために>

① 文化芸術都市・京都を牽引する文化芸術の振興

プロの芸術団体として高い芸術性を追求しながらオーケストラの文化振興を図るコンサート

- 定期演奏会（毎月開催 17 回）（2000～5000 円）
- 大阪公演・名古屋公演（2 回）（3000～5500 円）
- 東京公演（隔年）（3000～6500 円）
- 特別演奏会（第九&ニューイヤー 3 回）（2000～5500 円）

【課題】定期演奏会の隔月 2 回化後の集客

- ・ 2015 年以降、隔月 2 回で開催しているが集客に苦戦

【課題】チケット単価のあり方

- ・ 5000 円以上のチケット価格を設定するとチケットの動きがにぶくなる傾向

【課題】東京公演のあり方

- ・ 隔年開催の東京公演を毎年開催にする場合、収支の検討が必要

京都市立芸術大学との連携

京都市立芸術大学との間で連携を深め、京都市の音楽芸術文化の発展に貢献するため、協定の締結を検討中。

（協定内容案）

- ①京響の演奏会に学生が出演すること
- ②京響・芸大の合同演奏会を開催すること
- ③京響の練習を学生が見学すること

② クラシック音楽・オーケストラの楽しさを実感できるプログラムづくり

幅広いファン層にオーケストラの楽しさを紹介するコンサート。

- スプリングコンサート（1 回） 対象：オーケストラ初心者（1500～2000 円）
- オーケストラディスカバリー（4 回） 対象：青少年 5 歳～18 歳を中心（1000～2500 円）
- みんなのコンサート（6 回） 対象：クラシックファン&一般（800～1000 円）

【課題】資金確保

- ・ いずれの公演もチケット価格を安価に設定。協賛等を得ても収支は厳しく、内容充実には助成金・協賛金が必須

人気の異ジャンルのアーティスト（岸田繁・西川貴教, Aimer, JUJU, 華原朋美など）とのコラボレーションにより、京都からオリジナル企画を発信し、クラシックファン以外へのアプローチをしながら京響＝オーケストラの魅力・楽しさを紹介。

- OKAZAKI LOOPS（年 1 回） ・ 対象：異分野アーティストのファン層（6500～7000 円）
- 京響プレミアム（年 1 回） ・ 対象：若いポップスアーティストのファン（6500～7000 円）

【課題】共催者・スポンサーなど、広報、資金面での協力者の確保

③ 国内外に向けた京響の音楽の発信

CD制作 広上氏と下記のCDをリリース。

(最近の制作CD)

- 名曲ライブシリーズ No.1 2010年 民間団体による助成
- 名曲ライブシリーズ No.2 2012年 民間団体による助成
- 第600回定期演奏会 2016年 (レコード会社制作)
- 岸田繁「交響曲第1番」「交響曲第2番」2016年, 2018年 (レコード会社制作)
- BEGIN×京都市交響楽団「島人シンフォニー」 2018年 (レコード会社制作)
- 広上淳一×京都市交響楽団 ラフマニノフ交響曲第2番 2019年 (レコード会社制作)

【課題】資金確保

- ・ 10年間で京響が自主制作した「名曲ライブシリーズ」2枚は民間団体の助成によって実現)

海外アーティスト・指揮者の積極的な起用

- ・ 海外へのPRも視野に入れて、積極的に海外からの指揮者・アーティストを起用。

<青少年の育成・地域の文化振興のために>

④ 子どもたちの豊かな心をはぐくむ教育プログラムの積極的な展開

小学生、中学生を対象にした音楽鑑賞教室を実施。

- 京都市小学生のための音楽鑑賞会(12000人鑑賞。1日2回×5日=合計10公演)
鑑賞費200円, 交通費学校負担
主催:京都市教育委員会・京都市音楽教育研究会・音芸文財団
協賛:ゼロホールディングス
- 京都市中学生のための「オーケストラ入門教室」(4000人鑑賞。1日2回×2日=合計4公演)
鑑賞費650円, 交通費生徒負担
主催:京都市立中学校教育研究会音楽部会 後援:京都市教育委員会
共催:京都市交響楽団

【課題】資金確保

- ・ 財団(ホール)や京響が共催者となり, 子どもたちの鑑賞費負担を減らすことで継続開催。

京都市立中学校&高等学校の吹奏楽部への楽器講習会(年2回)共催:京都府吹奏楽連盟

- 京都市立中学校(850名受講)
- 京都市内の高校(160名受講)

【課題】収入が見込めない事業と公演とのバランス

- ・ 開催日を生徒の都合の良い日程(日曜日)に合わせることで, 楽団の公演が開催できない。

青少年のオーケストラ活動の支援。

- 京都市ジュニアオーケストラ
 - ・ 財団(事業企画課)と京響(スタッフ)で運営。10歳~22歳までのメンバーが所属。設立から15年。卒団・退団生, 全員入れて, 延べ510名の青少年が参画。卒団後は, 京響応援団として演奏会に足を運ぶOG,OB, 友の会会員にもなっているケースもあり。

【課題】収入が見込めない事業と公演とのバランス

- ・ 指導日(土・日)には, 本体の公演業務が入れられない。指導日が増やせない。

⑤ より多くの市民に京響の音楽を届ける演奏機会の提供

訪問演奏，京都市内各所でのアンサンブル演奏を実施

- コンサートホールや文化会館へ足を運べない方のため，福祉施設などへの訪問演奏を年数回実施。
- 50周年や60周年には，市内各所（寺院，美術館，商業施設など）でアンサンブルコンサートを開催。
- 京響メンバーが個人で活動しているアンサンブル（京都シンフォニエッタ，ラビッシュアンサンブル，メリメロアンサンブル，弦五楼など）の公演
 - ・ 楽団員個人がコンサートホールや文化会館で開催しようとするものは，スケジュール調整や会場押さえについて，京響事務局スタッフが協力して実施。

【課題】収入が見込めない事業と公演とのバランス

- ・ アンサンブル公演を業務で行う場合，楽団の公演業務が入れられない。
- ・ 業務として行う場合は，開催日数の制約や参加する楽団員の偏りが起こる。
- ・ 楽団主導のアンサンブルと楽団員の自主的なアンサンブルの取扱い。

楽団員と市民の交流，日々の楽団の様子を見ていただく機会づくり

- 練習公開
 - ・ 毎月，市民しんぶんで告知。50名が練習場での練習を見学。

【課題】練習場の物理的制約から見学者数が限定される

演奏会への招待

- 市民（敬老）招待
 - ・ 毎年9月定期に100名を敬老招待（70歳以上）。
- 留学生招待
 - ・ 定期2回公演の2日目に，留学生100人程度までを招待

【課題】収入減少への対応

【課題】招待の対象者

- ・ 区ごとに対象者を限定して年間を通じて市民招待，大学新入生の招待など

<その他「演奏機会」に関するアイデア例>

	想定される取組例
①	身近に音楽を感じられる小さな演奏会，参加型公演，音楽体験，ワークショップの実施
②	ホール以外の場所でのオーケストラやアンサンブル等の演奏会を拡充
③	平日の昼間の演奏会など，夜や土日に出かけられない客層へのアプローチを行う
④	大人向けのクラシック音楽入門演奏会の実施
⑤	定期公演の完全2回化
⑥	学校など教育現場への参画

<クラシックファンの充実・拡大のために>

⑥ 京響ファンに喜ばれるサービスの提供と新たなファンの獲得

京響友の会会員へのサービスの充実

○友の会会員

- ・ 機関誌シンフォニーの発行、定期演奏会でのドリンク券プレゼント、チケットの斡旋割引、会員限定招待コンサートの開催など、工夫をして会員の確保、拡大を図っている。

【課題】会員サービスのあり方（何を充実できるか）

- ・ 充実すべきサービスの内容。その他、会員紹介制度の検討など

シニア向け平日開催コンサートの実施

○京都発見！クラシック

- ・ 2015年～2018年にかけて（合計8回）、シニア層のための平日コンサート”京都発見！クラシック“を開催。著名ゲスト（タモリ、茂木健一郎、山村紅葉、奥田瑛二、宮本亜門など）とのトークも入れた構成による名曲コンサート。

【課題】集客

- ・ 平日の集客が厳しかった。夏休みや春休みの時期に設定しても若者は少ない。土日の日程で、新規の自主コンサートを組み入れるのはスケジュール的に難しい。

楽団員と市民との交流

○レセプション

- ・ 常任指揮者出演公演時の演奏会終了後、レセプションを開催している。（㊸4回実施）

楽団員と京響ファンの共演

○京響コーラス

- ・ 現在約160名の団員が活動に参加。入団オーディションあり。公演ごとに出演オーディション。京響ファンも多く、友の会会員になっている人も。ジュニオケと同じく、市民が京響の活動に参画できる重要な事業のひとつ。

【課題】事業収支・実施体制

<その他「市民サービス・ファンサービス」に関するアイデア例>

	想定される取組例
①	聴衆以外の市民に向けた新たな取組（演奏活動）の企画
②	市内の学校に限定したりハーサル見学・バックヤードツアーの実施
③	レセプションやお見送りへの積極的な参加
④	お客様アンケートの結果分析と楽団内での共有
⑤	法人向けのPR（創立〇周年記念コンサートの実施など）
⑥	ホール練習の公開など

7 京響、楽団員を身近に感じる情報発信

○SNS の活用
・ Twitter, facebook を 2017 年より開始。市民や音楽ファンに関心を持たれる内容で配信。

【課題】 発信内容の充実と実施体制

○マスメディアとの連携
・ 京都新聞へのコラム掲載, αステーションでのCMスポット活用, αステーションへのアーティスト出演などで情報配信中。

○ポスターやチラシの設置
・ 地下鉄やホテル, 関連施設へのチラシの設置, ポスター掲示など

【課題】 広報協力者の確保

- ・ 市内の飲食店や施設でもチラシやポスターを設置するなど広く広報協力者を求めるなど, 露出を高めるための協力者・施設の充実が必要。市民ボランティアとの連携も。

<その他「広報」に関するアイデア例>

	想定される取組例
①	ホームページでの楽員紹介 (写真とプロフィールなどを掲載)
②	更なる SNS の活用 (若い世代へのアプローチ)
③	幅広い世代, 公演会に来ることができない方も考慮したマスメディアとの連携
④	国内ツアーや海外演奏会の実施
⑤	外国人 (日本人) 観光客向けの取組 (旅行会社との商品企画など)

「具体的取組」を検討するうえでの主な課題

体制強化

- 事業に対応するための事務局体制の確保

収入確保

- 公演やその他事業を行うための事業費は「公演料収入」, 「チケット収入」, 「協賛金」, 「助成金」で賄う必要がある。

収入が見込めない事業と公演とのバランス

- 公演料収入を上げるためには, 依頼公演をできるだけ多く入れることが必要。営業の成果もあり, 受託している公演数はスケジュール的には限界に近い。
- 依頼公演は土日希望されることが多い。限られた土日の取り合いになっている。