



文化庁平成27年度戦略的芸術文化創造推進事業

文化庁  
Agency for Cultural Affairs,  
Government of Japan

# オーケストラの マーケティング・リサーチと 芸術団体のための戦略プラン構築 および実施事業

東京交響楽団のコンサート来場者およびサポート会員向け  
アンケート調査結果(概要)



TOKYO SYMPHONY ORCHESTRA



TOKYO SYMPHONY ORCHESTRA

Jonathan Nott, *Music Director*

公益財団法人 東京交響楽団



文化庁平成27年度戦略的芸術文化創造推進事業  
オーケストラのマーケティング・リサーチと  
芸術団体のための  
戦略プラン構築および実施事業

昨年度に続き、文化庁からの委託事業として、私たち東京交響楽団は、「オーケストラのマーケティング・リサーチと芸術団体のための戦略プラン構築および実施事業」を実施いたしました。

世界的にクラシック音楽業界では聴衆の高齢化が進み、一方で芸術団体への公的助成や寄付の減少が問題となっています。我が国においても長期的な聴衆の確保や、経営基盤の安定を目的としたマーケティングやファンレイジングが芸術団体の課題として取り上げられ、各団体がさまざまな方法で取り組んでいると聞きます。

当事業は、文化庁が提示した6つの取組の中から(v)「芸術団体の経営基盤等の強化が求められており、それを解決する取り組み」という課題に対するものです。東京の一オーケストラが取り組むには、大きすぎる課題でしたが、私たち東京交響楽団が世界の一流を目指すとき、何が足りていて、何が足りていないのか。そもそも私たちがイメージしている「お客さま像」、「お客さまの満足」などは的を射ているのか、いないのか。具体例を言うと、世界的にも激戦地区の東京首都圏で、お客さまは何を楽しみに、何のために、何を期待して私たち東京交響楽団を選んで聴きに来ているのか。そのようなことを客観的に把握する必要があるのではないかと考えたのが、この事業に企画提案をしたきっかけでした。

今までオーケストラ事務局は、演目、ソリスト、開演時間等を長年の経験値に基づいて決めていました。もちろんそこにはそれなりの自信がありましたが、世の中の進歩は著しく、今やビッグデータの時代で、さまざまな現象を科学的に分析できるようになってきています。事務局の世代の変化もあり、今までの経験値に基づく事業の進め方を科学的に検証し、その正しさを証明し、さらに進化させたいという思いがあります。

昨年度は、コンサート情報の入手媒体、好きなジャンル、コンサート鑑賞の年間回数・費用などの基本情報を、東京交響

楽団の演奏会の中で、対象の異なる演奏会における来場者で調査し、比較しました。今年度はもう少し踏み込み、同一プログラムでの地域・会場が異なる公演を比較し、来場者の属性やその音楽の好み等にどのような違いがあるのかについて調査しました。このような項目を調査した理由は、東京交響楽団が川崎市とのフランチャイズで10年目、新潟市の準フランチャイズとして18年目を迎えるにあたり、今後の事業提携には地域差を意識した異なるアプローチが必要であると考えたからです。

実際に調査をしてみると、これまでの経験からそうだろうと思っていた通りのデータ結果が出て、“やはり正しかった”と自信になることもあれば、反対に経験則とは異なる結果となってしまう、“本当なのか”と驚かされることもあります。そういう意味で、毎回アンケートの集計結果が楽しみでもあり、また怖くもありました。それでも“これこそが客観的・科学的な事実である”ということをし、しっかりと受け入れなければなりません。

来年度の目標としては、これまでの調査研究を踏まえて、オーケストラ団体がマーケティング活動に取り組むうえでの心構えや、活動のフレームワーク、マーケティング・リサーチのヒントなど整理し、各団体の活動の参考となるハンドブックをまとめたいと考えています。そしてハンドブックやその他のデータを活用しながら、全国の芸術団体のみなさまと情報交換を行い、日本の芸術団体がマーケティングやファンレイジングを行う際の一助になることで、この事業を締めくくりたいと考えております。

公益財団法人東京交響楽団  
専務理事・楽団長 大野順二

目次

■ はじめに .....	1
■ 東京交響楽団の現状 .....	2
■ 本事業の趣旨・目的、内容 .....	3
■ 平成27年度の調査活動 .....	4
■ 来場者調査(0) 第626回 定期演奏会 .....	6
■ 来場者調査(1) 名曲全集 第109回 .....	7
■ 来場者調査(2) 第632回 定期演奏会 .....	8
■ 来場者調査(3) 川崎定期演奏会 第51回 .....	9
■ 来場者調査(4) 第635回 定期演奏会 .....	10
■ 来場者調査(5) 名曲全集 第112回 .....	11
■ 来場者調査(6) 東京オペラシティシリーズ 第89回 .....	12
■ 来場者調査(7) 第93回新潟定期演奏会 .....	13
■ 来場者調査(8) オペラ「魔笛」 .....	14
■ 分析(1) 地域・会場による違いを見る .....	16
■ 分析(2) 男女・年齢による違いを見る .....	18
■ 分析(3) 時系列で変化を見る .....	20
■ 分析(4) オペラ公演におけるオーケストラの位置づけ .....	22
■ ファンレイジングについての考察 .....	24
■ 今回の調査結果を踏まえた取組事例と今後の課題 .....	29





## 東京交響楽団の現状

平成27年度は、「サントリーホール定期演奏会」、「川崎定期演奏会」、「東京オペラシティシリーズ」、「名曲全集」、「こども定期演奏会」の5シリーズ全35公演が、文化庁「トップレベルの舞台芸術創造事業」の指定を受け、助成対象となりました。3代目の音楽監督となったジョナサン・ノットのシーズン2年目となり、その考え抜かれたプログラムと、さらに精度を増した演奏が高い評価を受け、新たなファン開拓に繋がっています。

川崎市のフランチャイズオーケストラとしては、2014年11月にミュゼ川崎シンフォニーホールの開館10周年をノット指揮のマーラー「交響曲第8番『千人の交響曲』」で祝った他、障害者支援施設、病院、特別養護老人ホーム等のアウトリーチ活動を積極的に行い、地域に根差した活動を進めています。準フランチャイズ契約を結ぶ新潟市では、新潟定期演奏会（年6回）の他、市内の小学校で楽団員が音楽を交えた授業を行う訪問授業の数が累計で約100校になり、りゅーとびあ新潟での「わくわくキッズコンサート」と併せて、地域の青少年に広くアプローチをしています。また、八王子市学園都市文化ふ

れあい財団とパートナーシップ協定を結んだ八王子市内では、コンサートの他、ユース弦楽アンサンブルや合唱団の活動が始まり、アンサンブルの指導は楽団員が定期的に行なっています。新国立劇場では、レギュラーオーケストラとしてオペラ、バレエでの演奏が高い評価を得ています。定期演奏会シリーズ、現代作品の演奏、青少年向けコンサート、オペラ、バレエと、多彩な活動が当楽団の特徴です。

財政面では、自主公演経費の増加と依頼公演の演奏収入の減少により、大幅な赤字転落となりました。ファンドレイジングの分野では、新しい寄付制度を機能させ、徐々に寄付者を増やしていますが、戦略事業において調査・研究をしたオーケストラのマーケティングの実践と共に、助成金、民間企業や個人からの寄付に対して、これからも力を入れていく必要があります。

東京交響楽団は、2016年4月に創立70周年を迎えます。これを記念して、秋にはウィーン楽友協会大ホールを含む5都市5公演のヨーロッパツアーを予定しており、世界最高峰の舞台で日ごろの成果を披露します。

### 平成26年度東京交響楽団演奏記録 (全165公演)

#### ■自主公演 48回

定期演奏会 (第619回～第628回)	10回
川崎定期演奏会 (第45回～第49回)	5回
東京オペラシティシリーズ (第79回～第84回)	6回
名曲全集 (第96回～第105回)	10回
こども定期演奏会 (第49回～第52回)	4回
特別演奏会	13回

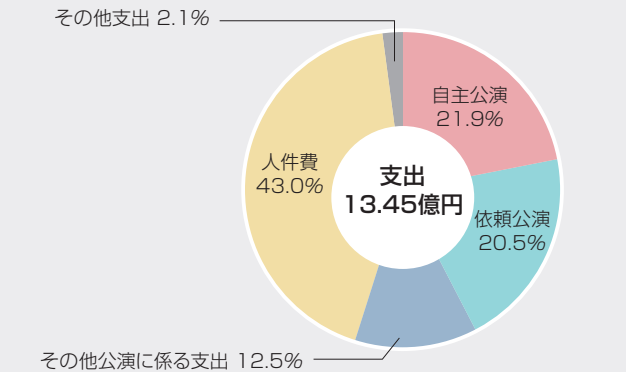
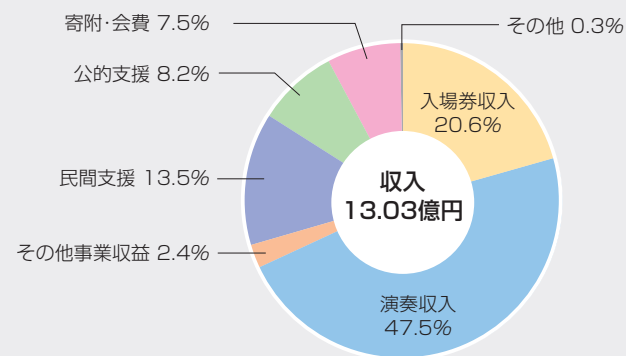
#### ■依頼公演 116回

新潟定期演奏会 (第83回～第88回)	6回
オペラ・バレエ公演	27回
音楽鑑賞教室・青少年のためのプログラム	25回
その他	58回

#### ■その他の事業 1回

放送録画	1回
------	----

### 平成26年度 東京交響楽団 収支



## 本事業の趣旨・目的、内容

我が国における芸術団体経営の現状と課題を踏まえ、東京交響楽団は「文化庁平成27年度戦略的芸術文化創造推進事業」の1つとして、「オーケストラのマーケティング・リ

サーチと芸術団体のための戦略プラン構築および実施事業」に取り組みました。本事業の趣旨・目的および内容は、以下のとおりです。

### 事業の趣旨・目的

- オーケストラをはじめとした実演団体において、事業収入の中核を占める演奏会については、**聴衆の高齢化や減少が問題**となっており、**若年層の開拓や育成**が求められている。
- 芸術文化発展のための創造活動や研究活動に加え、公的な役割として教育や社会貢献の分野での活動を行い、クラシックのコアなファンのみならず、**広く一般にも認知されること**がますます期待されている。
- 昨年度（平成26年度）に実施した調査研究をさらに推し進め、**鑑賞者拡大のためのマーケティング戦略**プランを構築し実施していく。
- オーケストラの公益性を明確にし、それを具体的に説明することで、**ファンドレイジングを強化**し支援者拡大を図る。
- これらの取り組みを通して、オーケストラ等の芸術文化団体が顧客分析をもとにした、**鑑賞者拡大と支援者拡大という二重のマーケティング**を展開するモデル開発を実践する。

### 事業の内容

#### マーケティング研究会の継続

コンサルタント、マーケター、学術経験者、IT専門家等と東京交響楽団スタッフによる戦略立案の拠点となる研究会を継続する。研究会では、昨年度（平成26年度）のマーケット・リサーチの分析結果を踏まえたうえで、「調査の企画」「調査結果の分析」「鑑賞者拡大及び支援者拡大に向けての戦略の検討」を行い、実施に繋げていく。

#### 東京交響楽団スタッフ

大野 順二（専務理事 楽団長）  
辻 敏（事務室長）  
梶川 純子（支援開拓本部 本部長）  
豊山 悟（企画制作本部 部長）  
高瀬 緑（広報本部 広報担当 課長）  
美濃部 敦（支援開拓本部）  
山田 道子（チケット販売本部）

#### 外部有識者

片山 泰輔（静岡文化芸術大学 文化政策学部 芸術文化学科 教授）  
河上 宏志（株式会社ライブ・マーケティング 代表取締役）  
三角 謙太郎（株式会社ライブ・マーケティング）  
稲生 裕二（株式会社フェイス 執行役員）  
箕川 智久（株式会社フェイス 第四企画営業本部 本部長）

#### 顧客等への調査

調査対象者：定期会員、1回券購入者、サポート会員

調査項目：演奏会や楽団に対する意識、鑑賞行動、支援に対する関心 等

調査方法：演奏会場での来場者調査、サポート会員への調査（アンケート調査、グループインタビュー）

#### 顧客管理・開拓事業

昨年度（平成26年度）の調査をもとに宣伝戦略を立案。新パンフレットを作成し、定期会員の募集を行なう。さらに一般企業の会員組織と連携した施策を開発し、新たな顧客獲得チャンネルの可能性を探る。

#### サポート会員開拓事業

楽団の歴史や文化的価値、社会的活動を訴求する新パンフレットを活用し、サポート会員を開拓する。あわせて音楽監督記者会見やマスコミ向け記者会見にサポート会員や定期会員を招待し、SNS等を利用した情報の拡大を行う。

#### 事業報告

研究会で検討した内容のうち、他の芸術団体等にとって参考となる知見を広く普及するための報告会を、芸術団体向けと一般公開の2回を実施する。



# 平成27年度の調査活動

昨年度は、オーケストラにとって最も重要な顧客である定期会員の意識・実態調査を中心に、若い世代との接点となる2つの公演とサントリーホールでの定期演奏会、特別演奏会「第九」の4つの来場者調査を実施しました。

今年は東京交響楽団に深いサントリーホール、ミュージアム川崎シンフォニーホール、東京オペラシティコンサートホール、りゅーとぴあ新潟市民芸術文化会館会場の4つの会場において、来場者アンケート調査を実施し、会場の違いにより、

来場者およびその音楽的嗜好やオーケストラ選好状況などがどう異なるのかを把握しました。また新国立劇場において、オペラ公演来場者に対するアンケート調査を実施し、主としてオペラ鑑賞を目的とする来場者が、オーケストラについてのどの程度意識しているのか等を調査しています。

さらにファンドレイジングの可能性を探るために、昨年に引き続きインタビュー調査を行うとともに、一部サポート会員へのアンケート調査を実施しました。

## ● 来場者アンケート調査の回収状況

公演	会場	アンケートインセンティブ	来場者数	回収数	回収率
①名曲全集 第109回	ミュージアム川崎	(全員)ミュージアム川崎特製ステッカーまたはカレンダー	1,699	713	42.0%
②第632回 定期演奏会	サントリーホール	(抽せんで5組10名)東京交響楽団主催公演のチケット	1,356	380	28.0%
③川崎定期演奏会 第51回	ミュージアム川崎	(抽せんで5組10名)東京交響楽団主催公演のチケット	1,335	286	21.4%
④第635回 定期演奏会	サントリーホール	(抽せんで5組10名)東京交響楽団主催公演のチケット	1,605	370	23.1%
⑤名曲全集 第112回	ミュージアム川崎	(抽せんで5組10名)東京交響楽団主催公演のチケット	1,356	316	23.3%
⑥東京オペラシティシリーズ 第89回	東京オペラシティ	(抽せんで5組10名)東京交響楽団主催公演のチケット	1,179	307	26.0%
⑦東京交響楽団 第93回新潟定期演奏会	りゅーとぴあ新潟	(抽せんで10名)CD「マーラー：嘆きの歌」(秋山和慶指揮)	1,102	448	40.7%
⑧魔笛 [4公演中2公演]	新国立劇場	(抽せんで10組20名)東京交響楽団主催公演のチケット	3,137	720	23.0%
合計(平均)			12,769	3,540	27.7%







# 来場者調査(0) 第626回 定期演奏会 ※平成26年度調査(参考)

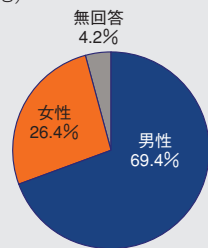
2014年12月13日(土) 18時開演(サントリーホール)  
指揮：ジョナサン・ノット  
ワーグナー：ジークフリート牧歌  
ブルックナー：交響曲 第3番 二短調 WAB103「ワーグナー」  
[1873年第1稿(ノーヴァク版)]

この調査結果は昨年実施したのですが、本年実施した各種来場者調査との比較のため、再掲しました。

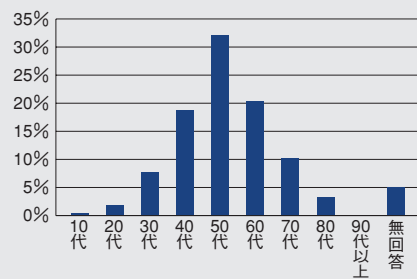
来場者の約7割は男性で、50代が約30%と50代以上で過半数を占めます。職業は会社員が35.5%と1番多く、パート・アルバイトを含めた有職者が全体の2/3となっています。居住地は東京都が過半数を占めています。

コンサート情報の入手媒体は、「演奏会場で配られるチラシ」(46.7%)が1番多く、次いで「演奏団体からのDM」(36.0%)、「演奏団体のHP」(32.9%)と続きます。好きな音楽ジャンルは、クラシック全般に幅広く広がっており、独逸系ロマン派を筆頭に、古典派や各国のロマン派が人気ですが、20世紀の音楽も約40%の方が「好き」と答えています。

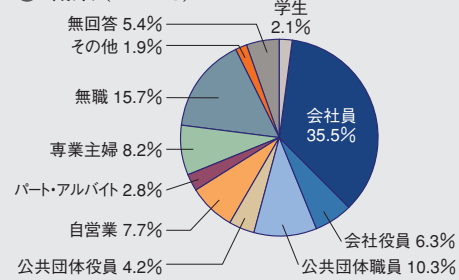
● 性別 (N=428)



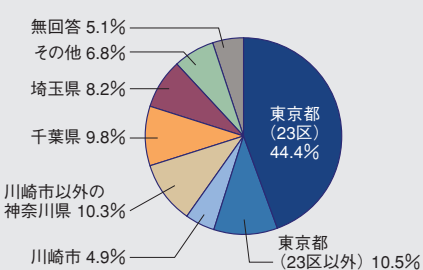
● 年齢 (N=428)



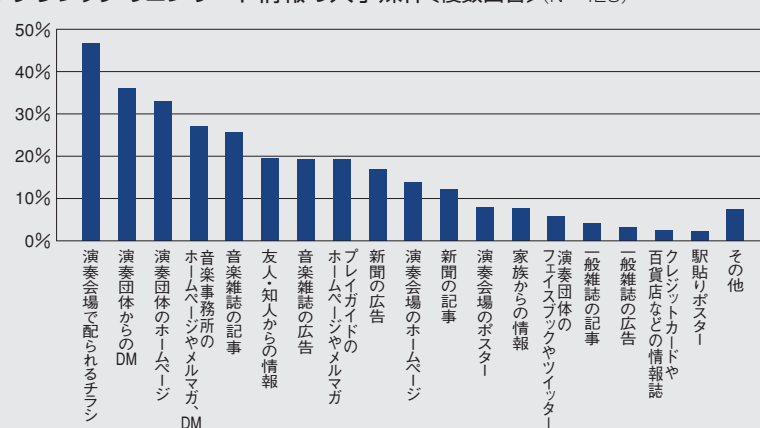
● 職業 (N=428)



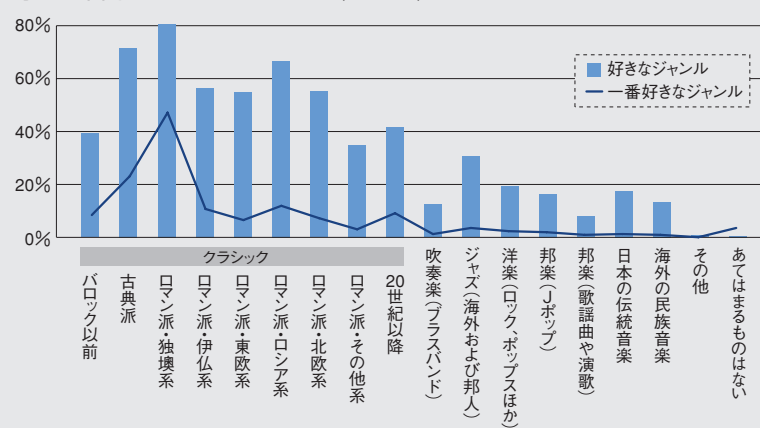
● 居住地 (N=428)



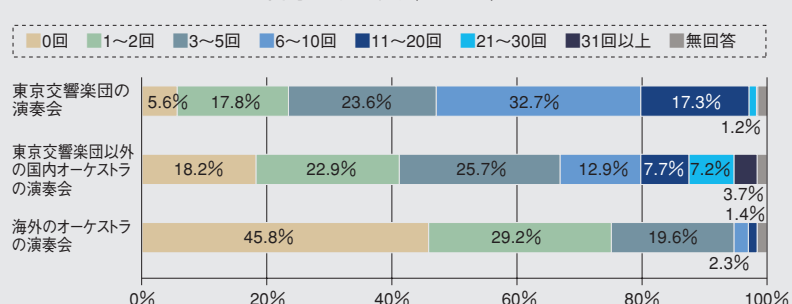
● クラシックのコンサート情報の入手媒体(複数回答) (N=428)



● 好きな音楽ジャンル(複数回答) (N=428)



● クラシックコンサートの年間来場回数 (N=428)



# 来場者調査(1) 名曲全集 第109回

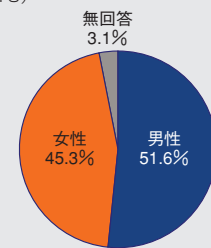
2015年7月5日(日) 14時開演(ミュウザ川崎シンフォニーホール)  
指揮：飯守泰次郎 ピアノ：アレクサンダー・クリツヒェル  
ボロディン：歌劇「イーゴリ公」より「ダッタン人の踊り」  
ラフマニノフ：ピアノ協奏曲 第2番 八短調 作品18  
シベリウス：交響曲 第2番 二長調 作品43

「名曲全集 第109回」(ミュウザ川崎)は、来場者の男女比はほぼ半々、年代別では60代が1番多く(27.1%)、次いで50代(25.4%)です。職業では、有職者比率が約55%で、専業主婦と無職の割合がサントリーホールより多くなっています。居住地は、神奈川県在住者が約60%を占めています。

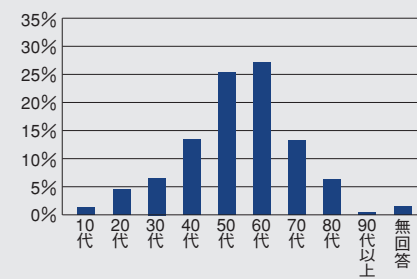
コンサート情報の入手媒体を見ると、1番多いのは「『ミュウ

ザ友の会』の会報誌」(44.6%)で、次いでチラシやDMなどの印刷媒体が上位を占め、「演奏団体のHP」「演奏会場のHP」はいずれも20%程度となっています。好きなジャンルは1位から独逸系ロマン派(71.9%)、ロシア系ロマン派(68.6%)、古典派(64.8%)の順で、20世紀以降の音楽は27.5%と、クラシックのなかでは最下位となっています。

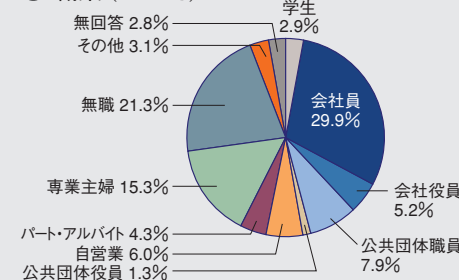
● 性別 (N=713)



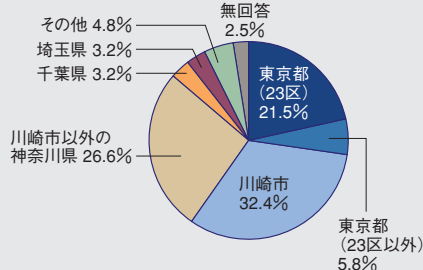
● 年齢 (N=713)



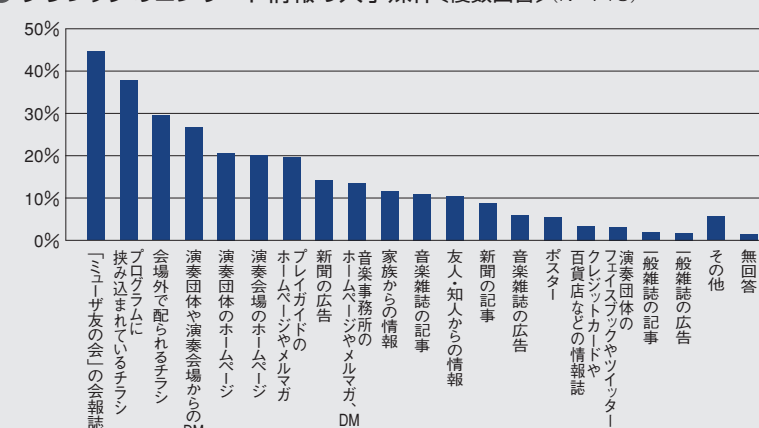
● 職業 (N=713)



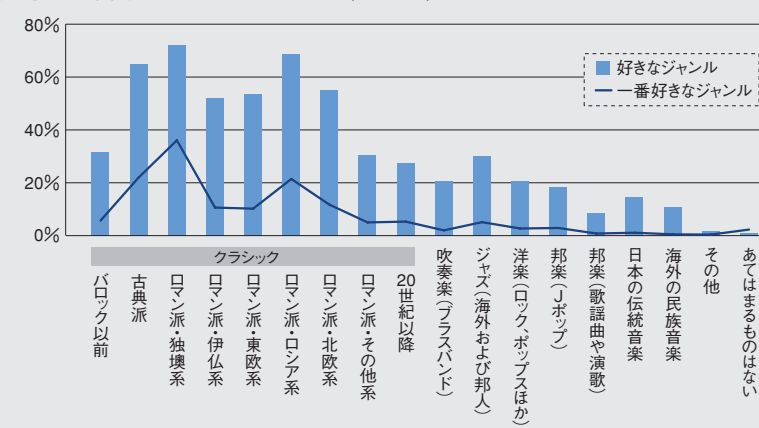
● 居住地 (N=713)



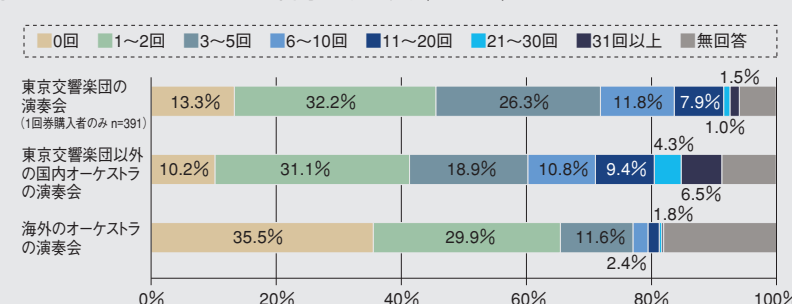
● クラシックのコンサート情報の入手媒体(複数回答) (N=713)



● 好きな音楽ジャンル(複数回答) (N=713)



● クラシックコンサートの年間来場回数 (N=713)





# 来場者調査(2) 第632回 定期演奏会

2015年7月16日(木) 19時開演(サントリーホール)  
指揮：ジョナサン・ノット ピアノ：デジャー・ラーンキ  
ストラヴィンスキー：管楽器のための交響曲  
バルトーク：ピアノ協奏曲 第1番Sz.83  
ベートーヴェン：交響曲 第5番 八短調 作品67「運命」

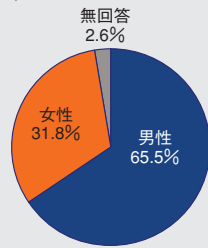
「第626回 定期演奏会」(P.6)と同じサントリーホールの来場者ですので、年代別でやや50代と60代が多い分、他の世代が少なくなっている以外は、男女比、職業、居住地では、ほぼ同じ傾向が見られます。

サポート会員制度の認知を訊いてみると、約半数が「知らない」「名前は知っているが、詳しくは知らない」という一方、

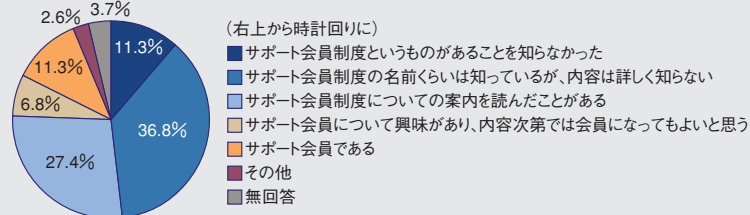
約1割はすでにサポート会員となっており、関心が高い特典の1位は「リハーサル見学」(43.0%)、次いで「演奏会への招待」(40.9%)、「ゲネプロ見学会」(36.6%)と続きます。

「東京交響楽団のイメージにぴったりだと思作曲家」を自由回答で記入してもらったところ、上位3人はモーツァルト、ブルックナー、マーラーとなりました。

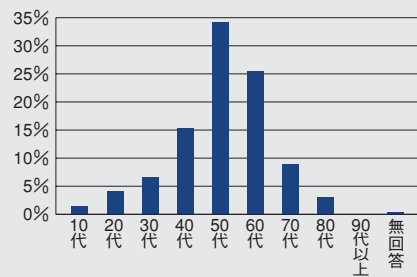
### ● 性別 (N=380)



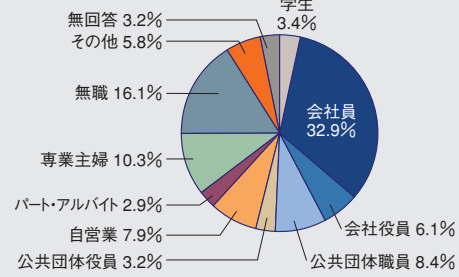
### ● サポート会員制度の認知状況 (N=380)



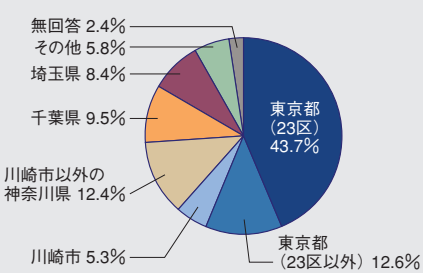
### ● 年齢 (N=380)



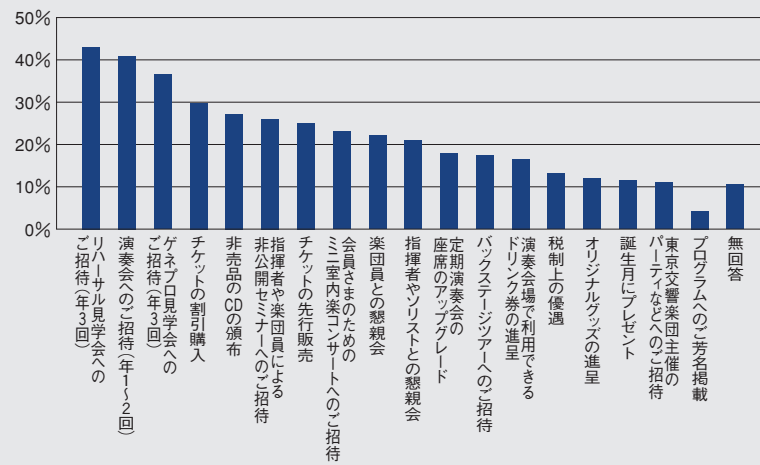
### ● 職業 (N=380)



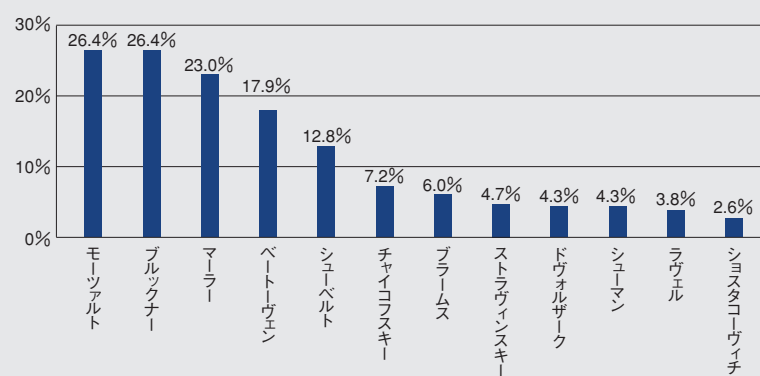
### ● 居住地 (N=380)



### ● サポート会員制度の具体的な特典への興味について (定期会員のみ n=235)



### ● 東京交響楽団のイメージにぴったりだと思作曲家 (複数回答(3つまで) / 上位12位までを抜粋) (定期会員のみ n=235)



# 来場者調査(3) 川崎定期演奏会 第51回

2015年7月18日(土) 17時開演(ミュゼザ川崎シンフォニーホール)  
指揮：ジョナサン・ノット ピアノ：デジャー・ラーンキ  
ストラヴィンスキー：管楽器のための交響曲  
バルトーク：ピアノ協奏曲 第1番Sz.83  
ベートーヴェン：交響曲 第5番 八短調 作品67「運命」

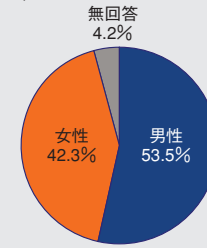
同じミュゼザ川崎での「名曲全集」(P.7)と比べ、男女構成はやや男性が多く、年代別では50代が1番多いなど、違いはあるものの全体的な傾向は似ています。

サポート会員制度の認知を訊いてみると、約半数が「知らない」「名前は知っているが、詳しくは知らない」というのはサントリーホール(P.8)と同じですが、すでにサポート会員となっ

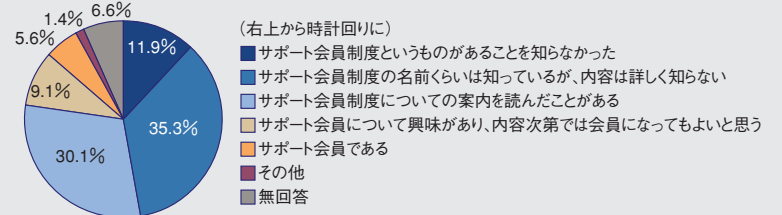
ている人は5.6%と、サントリーホールの約半分です。特典への興味は「演奏会への招待」「チケットの割引購入」「リハーサル見学会」となっています。

「東京交響楽団のイメージにぴったりだと思作曲家」の、上位3人はベートーヴェン、マーラー、モーツァルトと、サントリーホールでの調査(P.8)とは異なる結果となりました。

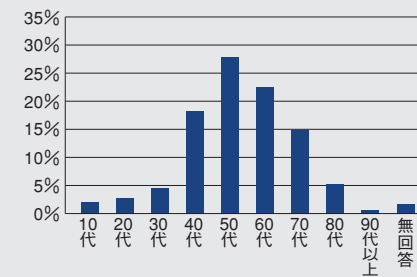
### ● 性別 (N=286)



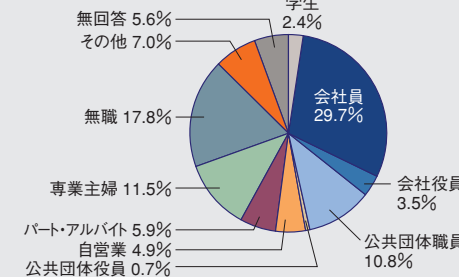
### ● サポート会員制度の認知状況 (N=286)



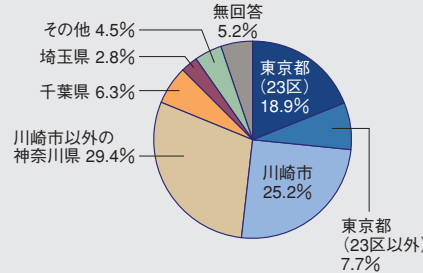
### ● 年齢 (N=286)



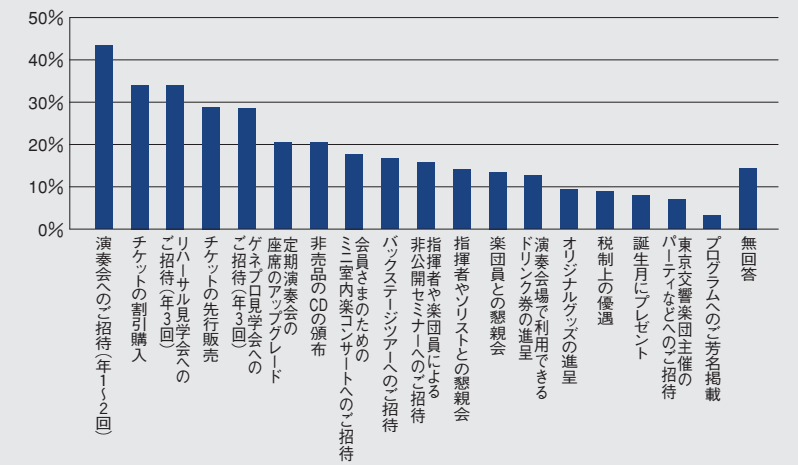
### ● 職業 (N=286)



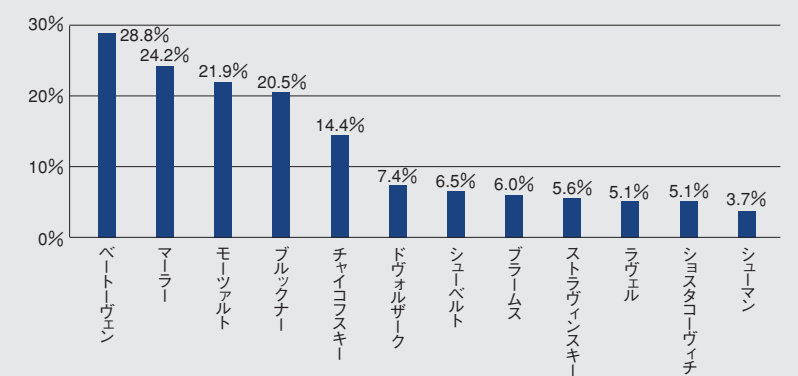
### ● 居住地 (N=286)



### ● サポート会員制度の具体的な特典への興味について (定期会員のみ n=215)



### ● 東京交響楽団のイメージにぴったりだと思作曲家 (複数回答(3つまで) / 上位12位までを抜粋) (定期会員のみ n=215)





# 来場者調査(4) 第635回 定期演奏会

2015年11月22日(日)14時開演(サントリーホール)  
 指揮：ジョナサン・ノット ピアノ：エマニュエル・アックス  
 リグティ：ボエム・サンフォニック ～100台のメトロノームのための  
 J.S.バッハ/ストコフスキー編：甘き死よ来たれ BWV478  
 リヒャルト・シュトラウス：フルレスケ 二短調 ～ピアノと管弦楽のための  
 ショスタコーヴィチ：交響曲 第15番 イ長調 作品141

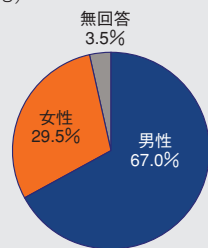
サントリーホールにおける「定期演奏会」の通算3回目の来場者調査です。回答者の属性は過去2回の調査と同傾向となっています。

この調査では「オーケストラの聴き比べ」ということに焦点を当てています。「現在、熱心に聴き比べしている」+「ときどき聴き比べする」が約半数を占めます。「1つのオーケストラ

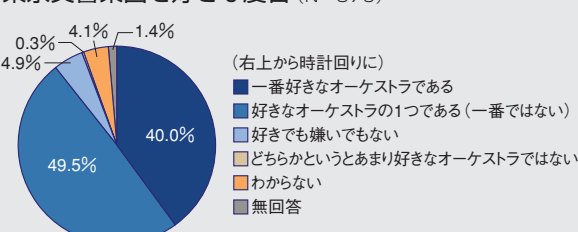
ばかり聴いている」という方は1割しかいません。

そして「好きなオーケストラの要件」としては、2人に1人が「演奏レベルが高い」(49.9%)ことを挙げており、次いで「プログラムが良い」(37.2%)、3位が「そのオーケストラの演奏に感動したことがある」(27.8%)となっています。「好きな指揮者が登場する」(27.2%)は4位でした。

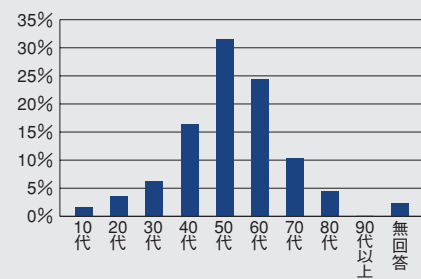
● 性別 (N=370)



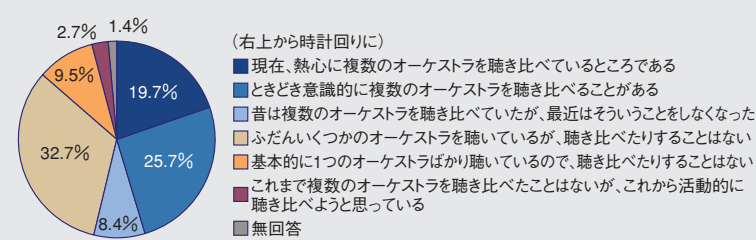
● 東京交響楽団を好きな度合 (N=370)



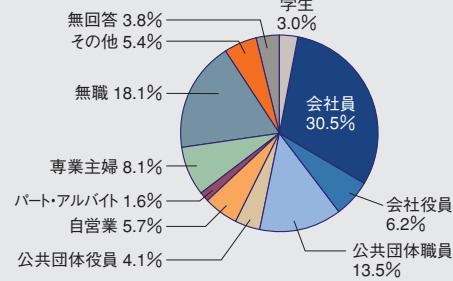
● 年齢 (N=370)



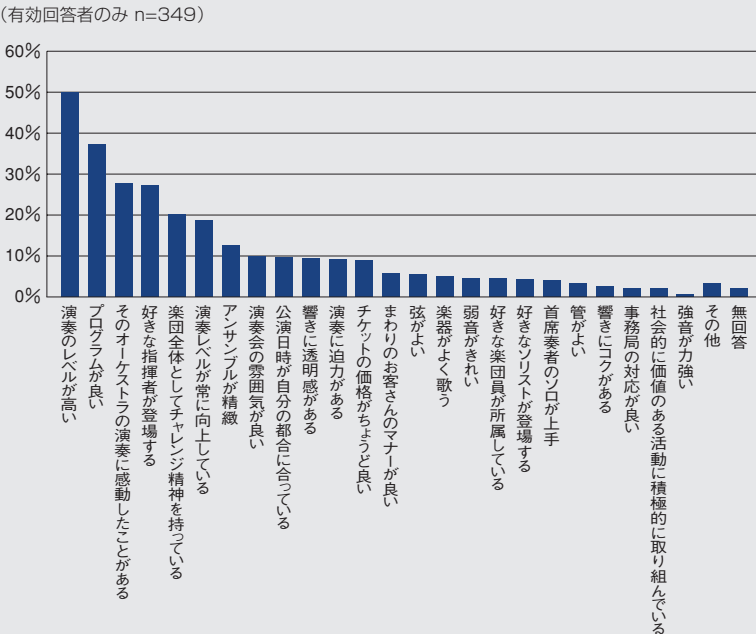
● オーケストラの聴き比べの状況 (N=370)



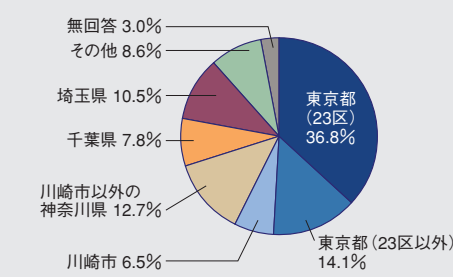
● 職業 (N=370)



● 好きなオーケストラの要件について(複数回答(3つまで)) (有効回答者のみ n=349)



● 居住地 (N=370)



# 来場者調査(5) 名曲全集 第112回

2015年11月23日(月・祝)14時開演(ミュウザ川崎シンフォニーホール)  
 指揮：ジョナサン・ノット ピアノ：エマニュエル・アックス  
 リグティ：ボエム・サンフォニック ～100台のメトロノームのための  
 J.S.バッハ/ストコフスキー編：甘き死よ来たれ BWV478  
 リヒャルト・シュトラウス：フルレスケ 二短調 ～ピアノと管弦楽のための  
 ショスタコーヴィチ：交響曲 第15番 イ長調 作品141

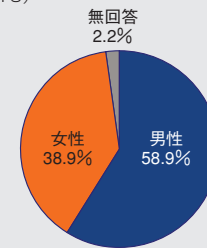
ミュウザ川崎の「名曲全集」での2回目の調査です。年齢構成は前回とほぼ同様ですが、男性比率が約6割と前回より1割増加し、神奈川県在住者も約65%と5%増えています。

「オーケストラの聴き比べ」の状況をサントリーホール「定期演奏会」(P.10)と比べてみると、「現在、熱心に聴き比べしている」+「ときどき聴き比べする」の合計が半数近いのは

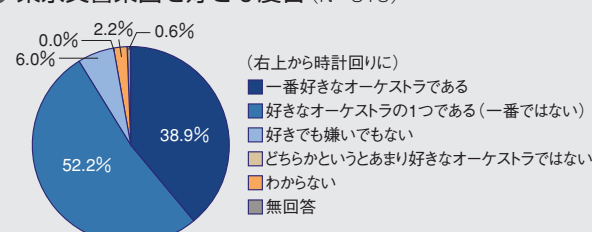
同じですが、「現在、熱心に～」という方は8.5%と1割少なく、「昔はしてたが、最近しなくなった」方が1割多くなっています。

そして「好きなオーケストラの要件」としては、「演奏レベルが高い」(56.2%)が大きく2位を引き離し、次いで「プログラムが良い」(32.2%)、「そのオーケストラの演奏に感動したことがある」(23.3%)と続きます。

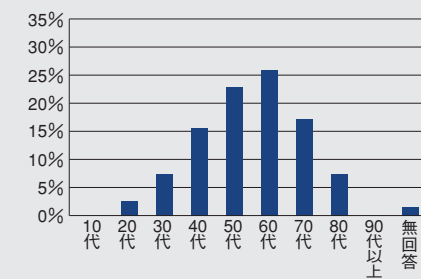
● 性別 (N=316)



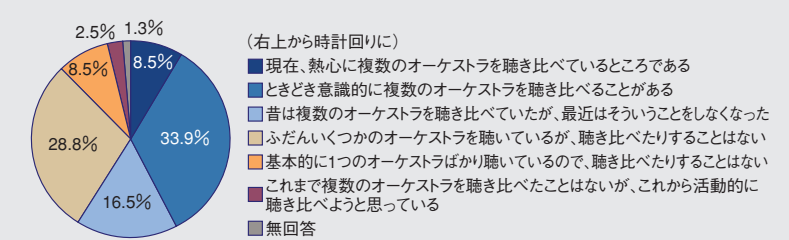
● 東京交響楽団を好きな度合 (N=316)



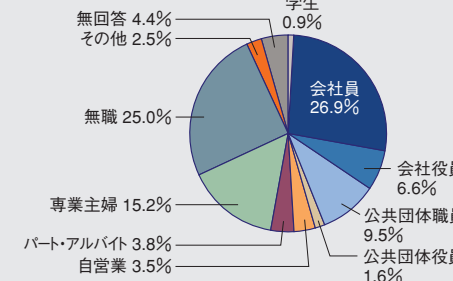
● 年齢 (N=316)



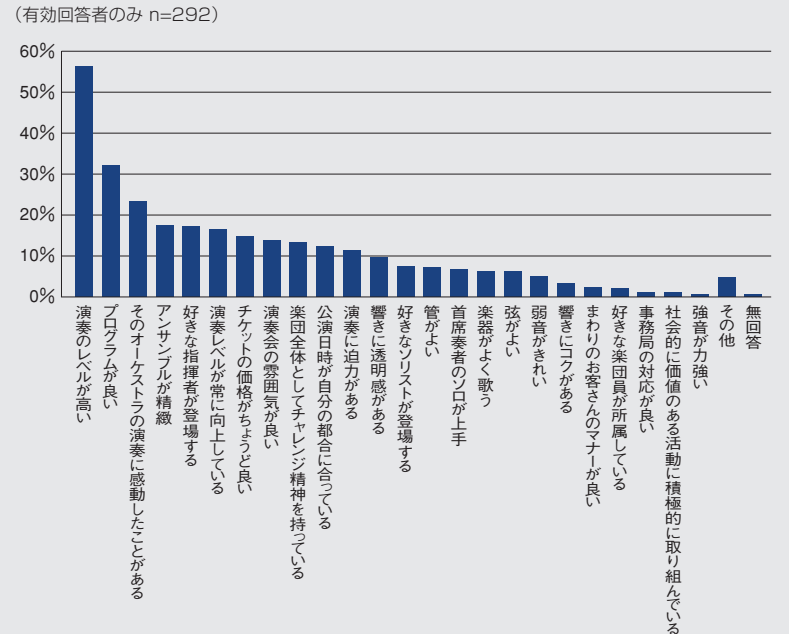
● オーケストラの聴き比べの状況 (N=316)



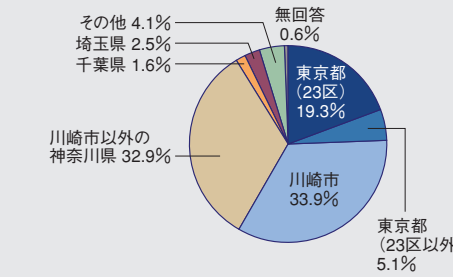
● 職業 (N=316)



● 好きなオーケストラの要件について(複数回答(3つまで)) (有効回答者のみ n=292)



● 居住地 (N=316)







# 来場者調査(6) 東京オペラシティシリーズ 第89回

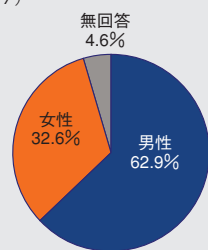
2015年11月28日(土) 14時開演(東京オペラシティコンサートホール)  
指揮：ジョナサン・ノット  
フェルドマン：ヴァイオリン・マイ・ライフII  
バルトーク：弦楽器と打楽器とチェレスタのための音楽 Sz.106  
ドヴォルザーク：交響曲 第8番ト長調 作品88

「東京オペラシティシリーズ」での来場者調査です。来場者の約6割は男性で、60代と50代が約25%ずつ、次いで40代が18%と、サントリーホールやミュゼ川崎の年齢構成とは少し異なります。職業構成は、会社員や公共団体職員の割合がサントリーホールに近く、専業主婦や無職はミュゼ川崎の割合に近い結果でした。居住地は、23区以外の東京都の方が

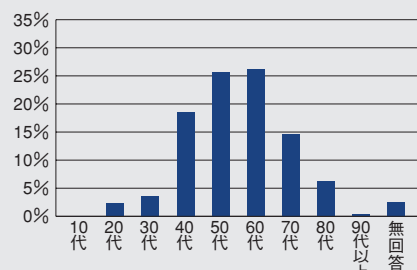
やや多いことに特徴があります。

コンサート情報の入手媒体は、「会場で配られるチラシ」(48.3%)、「演奏団体のHP」(44.2%)に加え、この調査から選択肢に加えた「ぶらあぼ」が36.7%で3位になりました。好きな音楽ジャンルもサントリーホールとミュゼ川崎の中間的な結果で、「20世紀以降」が45.8%と高いことが特筆されます。

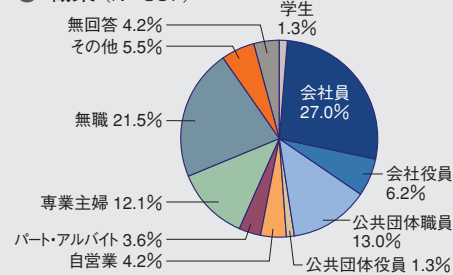
### ● 性別 (N=307)



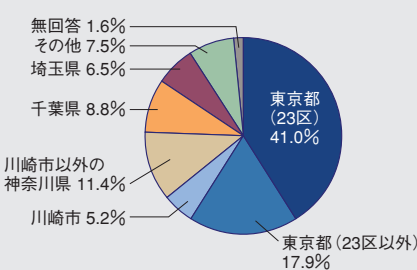
### ● 年齢 (N=307)



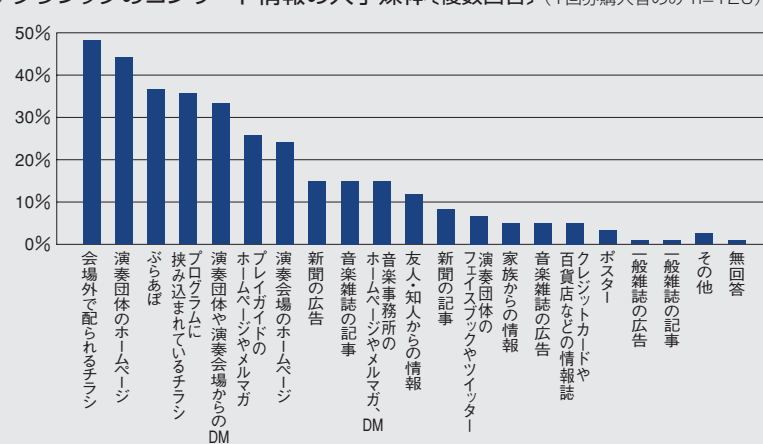
### ● 職業 (N=307)



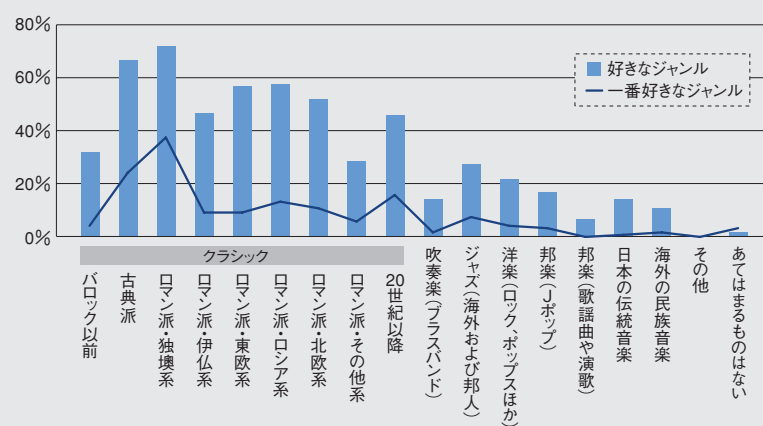
### ● 居住地 (N=307)



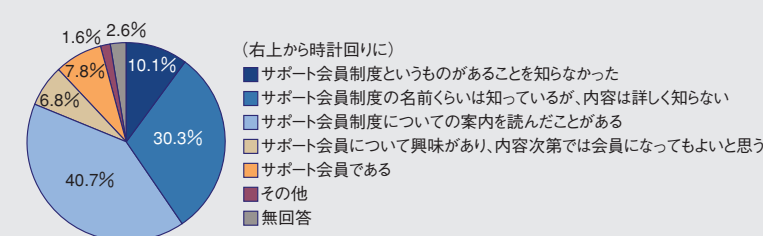
### ● クラシックのコンサート情報の入手媒体(複数回答) (1回券購入者のみ n=120)



### ●好きな音楽ジャンル(複数回答) (1回券購入者のみ n=120)



### ● サポート会員制度の認知状況 (N=307)



# 来場者調査(7) 第93回 新潟定期演奏会

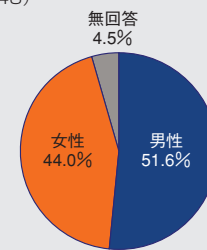
2015年11月29日(日) 17時開演(りゅうとぴあ 新潟市民芸術文化会館)  
指揮：ジョナサン・ノット  
フェルドマン：ヴァイオリン・マイ・ライフII  
バルトーク：弦楽器と打楽器とチェレスタのための音楽 Sz.106  
ドヴォルザーク：交響曲 第8番ト長調 作品88

「新潟定期演奏会」での来場者調査です。来場者の男女比はほぼ半々、年代別では60代が1番多く(29.9%)、次いで50代(27.2%)と、ミュゼ川崎「名曲全集」の男女比・年齢構成に似た結果です。職業構成も、専業主婦や無職は「名曲全集」に近い割合でしたが、他会場に比べると会社員が20.3%と低く、公共団体職員が15.2%と高いことが特徴です。居

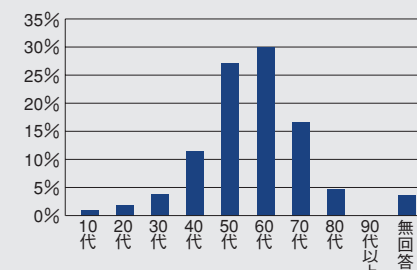
住地は新潟市内だけで8割近く、新潟県全体では約95%です。

コンサート情報の入手媒体は、「りゅうとぴあからの情報」(76.6%)に集中し、2位も「館内のチラシラックから」(37.7%)です。好きな音楽ジャンルは、1位の独逸系ロマン派、2位の古典派は他の会場での調査結果と同様ですが、「20世紀以降」が25.0%と低くなっています。

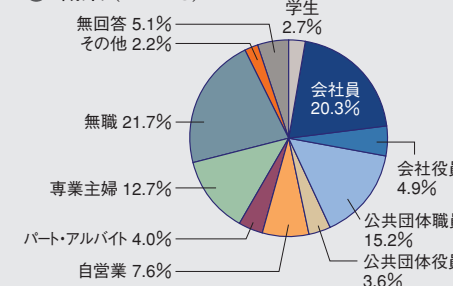
### ● 性別 (N=448)



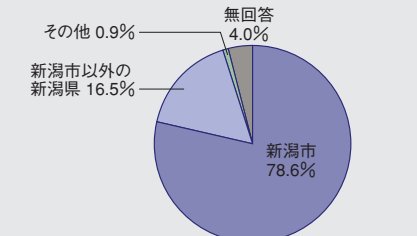
### ● 年齢 (N=448)



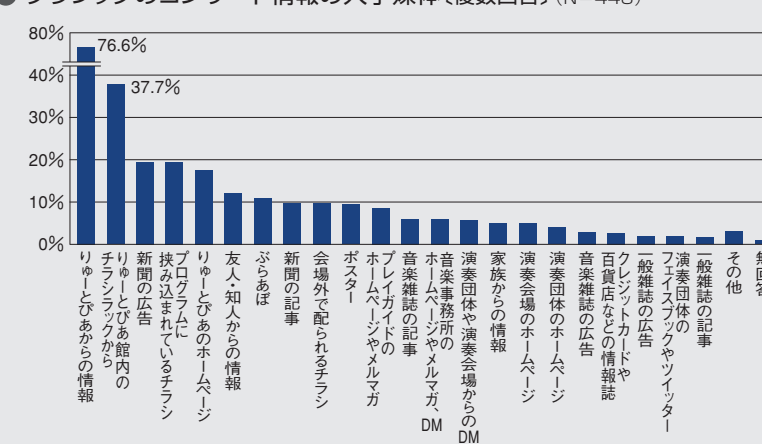
### ● 職業 (N=448)



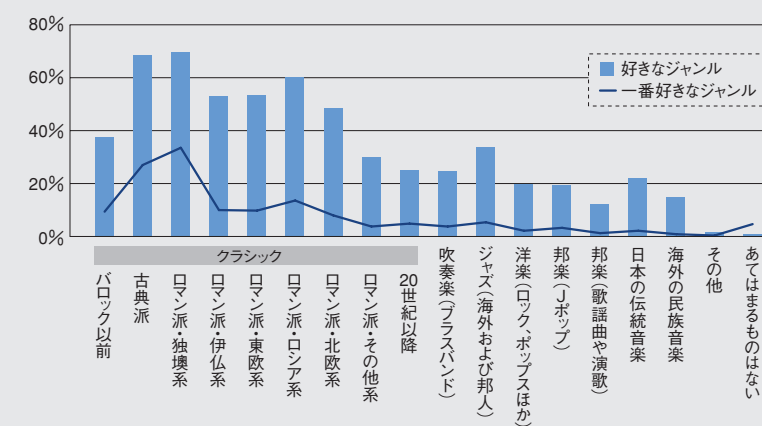
### ● 居住地 (N=448)



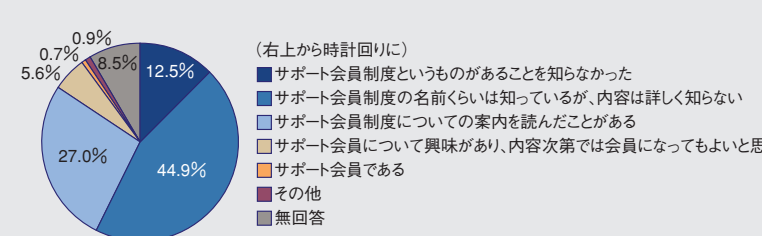
### ● クラシックのコンサート情報の入手媒体(複数回答) (N=448)



### ●好きな音楽ジャンル(複数回答) (N=448)



### ● サポート会員制度の認知状況 (N=448)







# 来場者調査(8) オペラ「魔笛」



2016年1月26日(火) 14時開演、30日(土) 14時開演(新国立劇場 オペラハウス)  
指揮：ロベルト・バーテル/ストロ  
管弦楽：東京交響楽団  
モーツァルト：オペラ「魔笛」  
全2幕(ドイツ語上演/字幕付)

この調査は、新国立劇場2015/2016シーズンの「魔笛」での来場者アンケート調査です。

これまで実施した来場者調査は、すべて東京交響楽団のオーケストラ演奏がメインとなる演奏会でのものでしたが、本調査は、①オペラ公演の一部としてのオーケストラはオペラ鑑賞のために来場したお客さまからどのように見られているのか、②オペラ公演の来場者はオーケストラ公演の来場者とのような違いがあるのか、等の把握を目的とするものです。

来場者の男女比率はほぼ半々で、年代別では50～60代が中心となっています。比較的「名曲全集第109回」(P.7)に

近い構成です。職業は専業主婦・無職の比率が低く、役員・自営業の割合がやや高くなっており、比較的サントリー定期に近い構成です。居住地では、同立地である「東京オペラシティシリーズ」に近いのですが、千葉県や埼玉県などの構成が若干多く、広域から集客していることが推察できます。

当日の来場理由を見ると、「オペラを観るのが好き」(75.1%)が1位で、2位の「オペラを聴くのが好き」(53.9%)を大きく引き離しています。続いて「演目」「作曲家」が上位に並びます。これは「一般的にオペラを選ぶときに重視するポイント」の上位と同じ傾向です。そして「重視するポイント」の6番

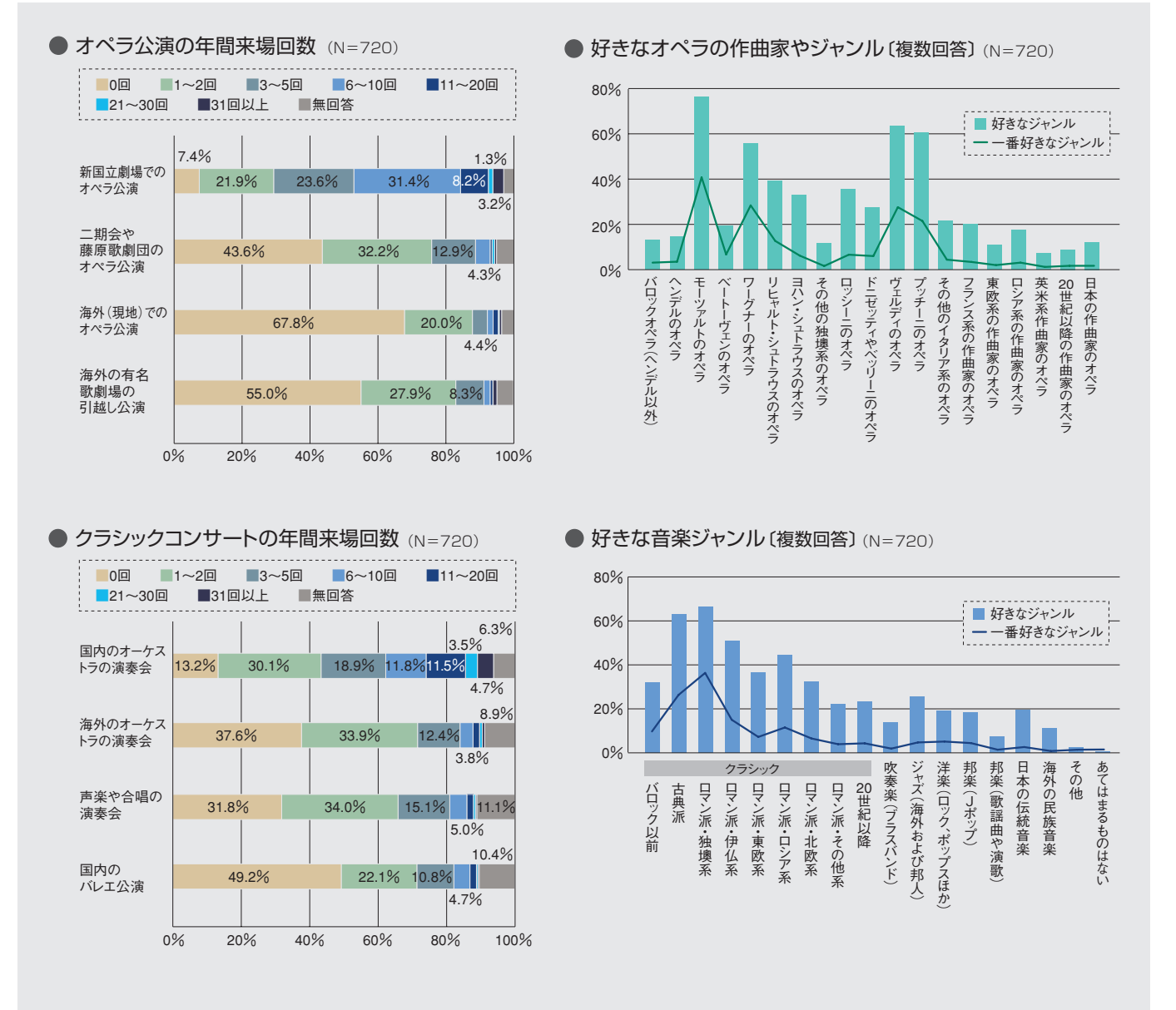
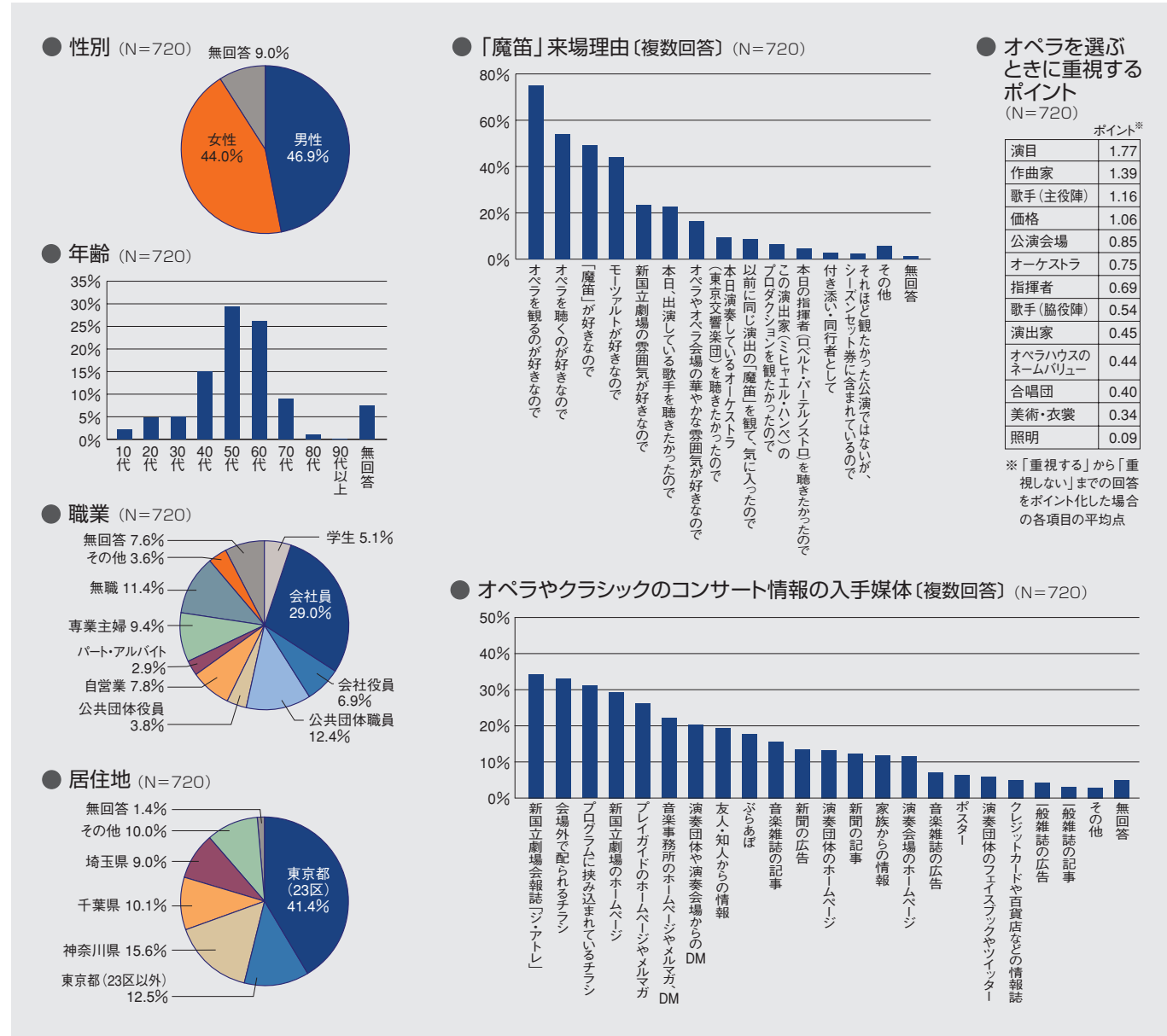
目にオーケストラが挙げられており、指揮者をやや上回る結果となっています。

コンサート情報の入手媒体は、やはり印刷媒体が強く、新国立劇場会報誌「ジ・アトレ」(34.3%)、会場外で配られるチラシ(33.1%)、プログラムに挟み込まれているチラシ(31.1%)が上位3つを占めています。

年間のオペラ公演の来場回数を見ると、今回の来場者はほぼ新国立劇場中心にオペラ鑑賞をしていることがわかります。一方、国内オーケストラの演奏会の来場回数を見ると、年11回以上が約20%、年間3～10回が約30%と、半数以上が国

内オーケストラの演奏会によく訪れていることがわかりました。

好きなオペラ作曲家は、調査当日の演目が「魔笛」であったこともあり、1位がモーツァルト(76.4%)でした。続いて2位ヴェルディ(63.6%)、3位プッチーニ(60.7%)、4位ワーグナー(55.7%)と続きます。好きな音楽ジャンルの1・2位は東京交響楽団主催公演の来場者と同様、独逸系ロマン派(66.5%)・古典派(63.1%)ですが、3位に伊仏系ロマン派(50.8%)が食い込んでいるところが、オペラファンらしいところと、また20世紀以降のクラシック音楽は23.1%とやや低い水準にとどまりました。





# 分析(1) 地域・会場による違いを見る

東京交響楽団は、サントリーホールでの定期演奏会のほか、ミュゼ川崎シンフォニーホールでの「名曲全集」や「東京オペラシティシリーズ」、さらに「新潟定期演奏会」と、地域と会場ごとに異なる“定期的な公演”を行っています。来場者の男女比率や年代構成をはじめとした調査の結果、少なからぬ差異があることがわかりました。

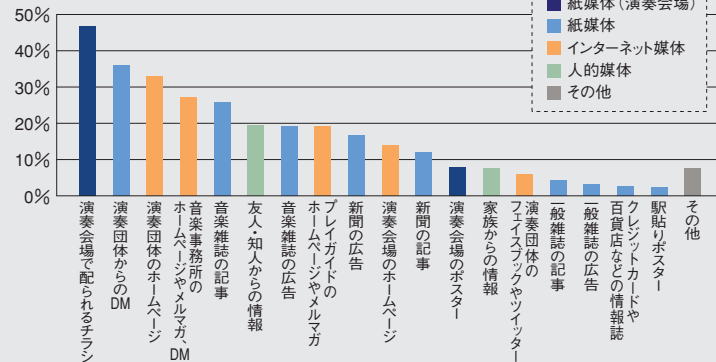
たとえば、コンサート情報の入手媒体を見ると、サントリーホール「定期演奏会」や「東京オペラシティシリーズ」のように“会場で配られるチラシ”が1番に重視されているところもあれば、「名曲全集」や「新潟定期演奏会」のように、会場が発信している会報誌等が重視されているところもあります。「新潟定期演奏会」の来場者は、あまりweb系の情報を重視していません。一方、総じて言えることは、チラシや会報誌といった印刷媒体が想像以上に重視されていることです。

もう1つ、好きな音楽ジャンルを見てみましょう。こちらは4会場を通じて、さほど大きな違いは見られません。強いて挙げれば、サントリーホール「第626回 定期演奏会」では独逸ロマン派が著しく好まれ、「名曲全集 第109回」ではロシア系ロマン派が好まれますが、これは当日の演目がそれぞれ“ワーグナー、ブルックナー”“ボロディン、ラフマニノフ”であったことを考えると、どちらかといえば演目による影響だと推察されます。一方、川崎と新潟では「20世紀以降」がやや少なく「吹奏楽」がやや多いことや、新潟で「日本の伝統音楽」がやや多いことなどは、エリアの音楽的好みを反映しているのかもしれません。

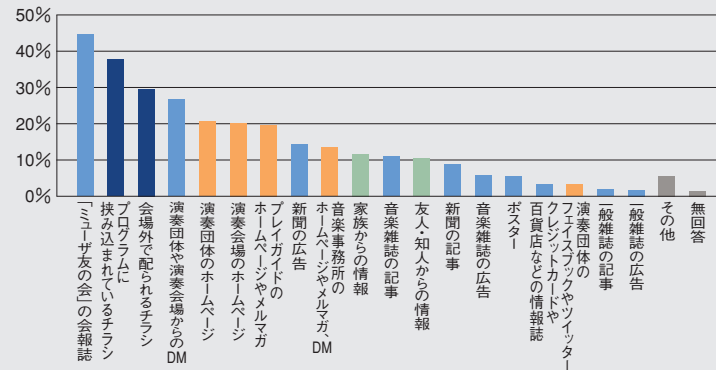
いずれにせよ、会場および地域による偏りであるのか、当日の演目による偏りであるのか、くわしく精査する必要があります。

## ● クラシックのコンサート情報の入手媒体(複数回答)

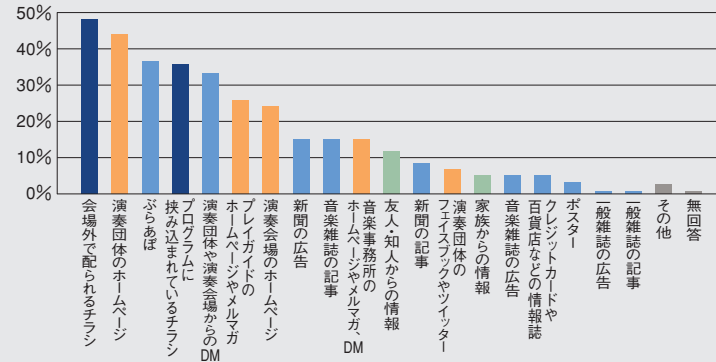
【第626回 定期演奏会】(N=428)



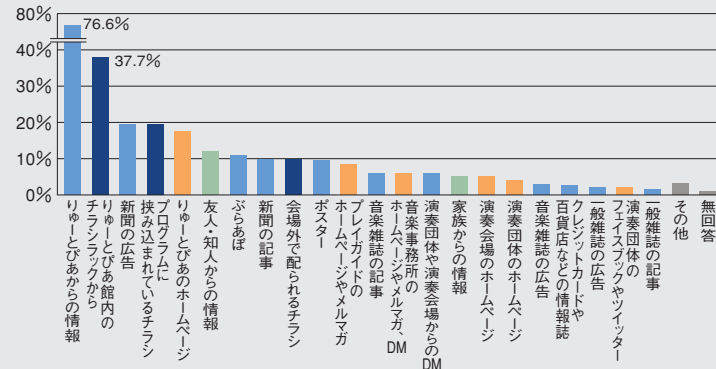
【名曲全集 第109回】(N=713)



【東京オペラシティシリーズ 第89回】(1回券購入者のみ n=120)

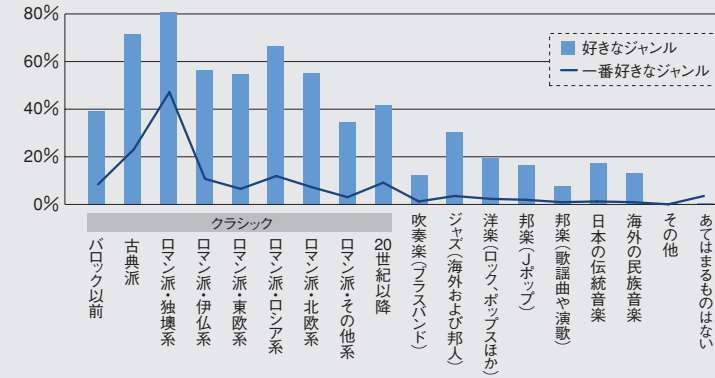


【第93回 新潟定期演奏会】(N=448)

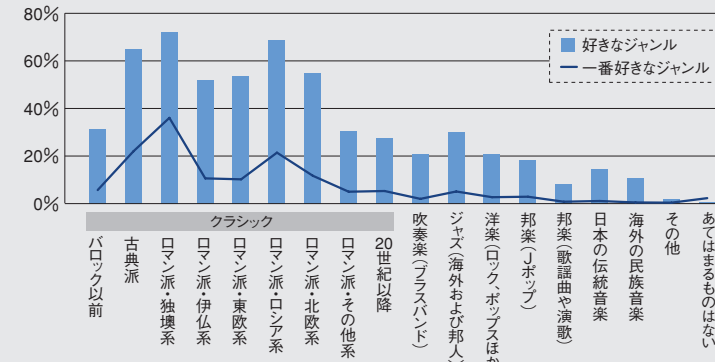


## ●好きな音楽ジャンル(複数回答)

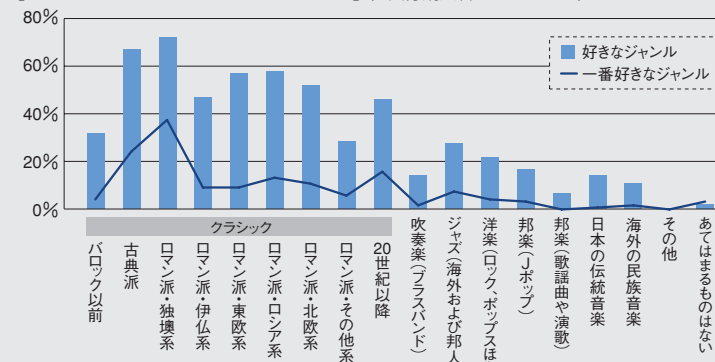
【第626回 定期演奏会】(N=428)



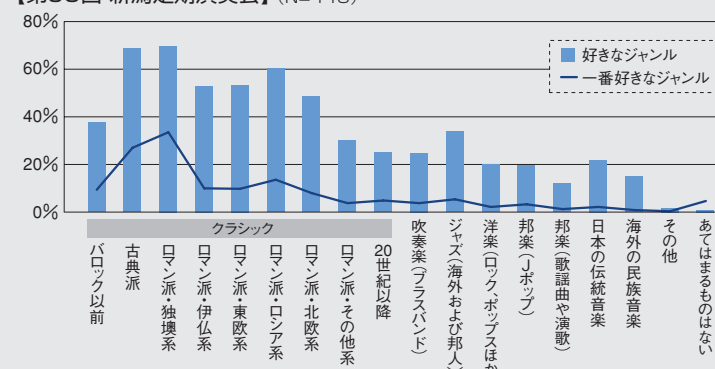
【名曲全集 第109回】(N=713)



【東京オペラシティシリーズ 第89回】(1回券購入者のみ n=120)

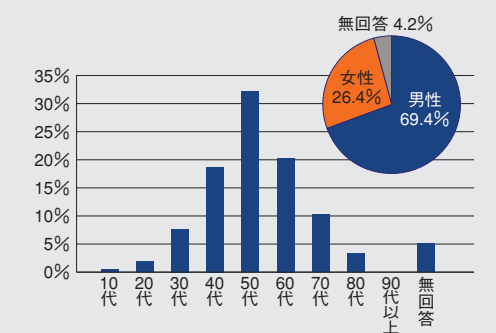


【第93回 新潟定期演奏会】(N=448)

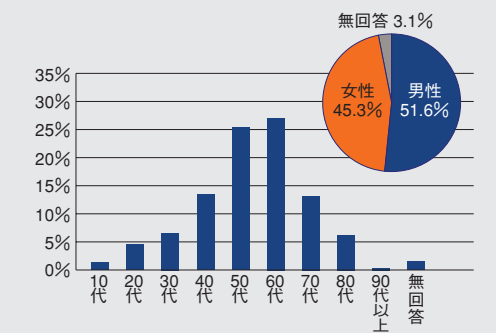


## ●参考:年齢と性別

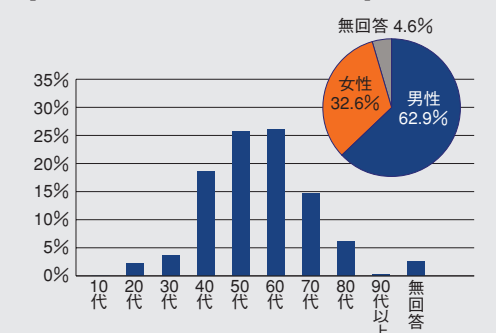
【第626回 定期演奏会】(N=428)



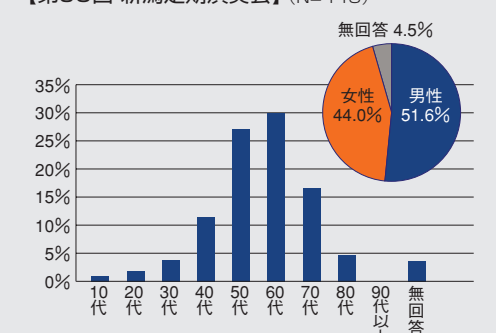
【名曲全集 第109回】(N=713)



【東京オペラシティシリーズ 第89回】(N=307)



【第93回 新潟定期演奏会】(N=448)





# 分析(2) 男女・年齢による違いを見る



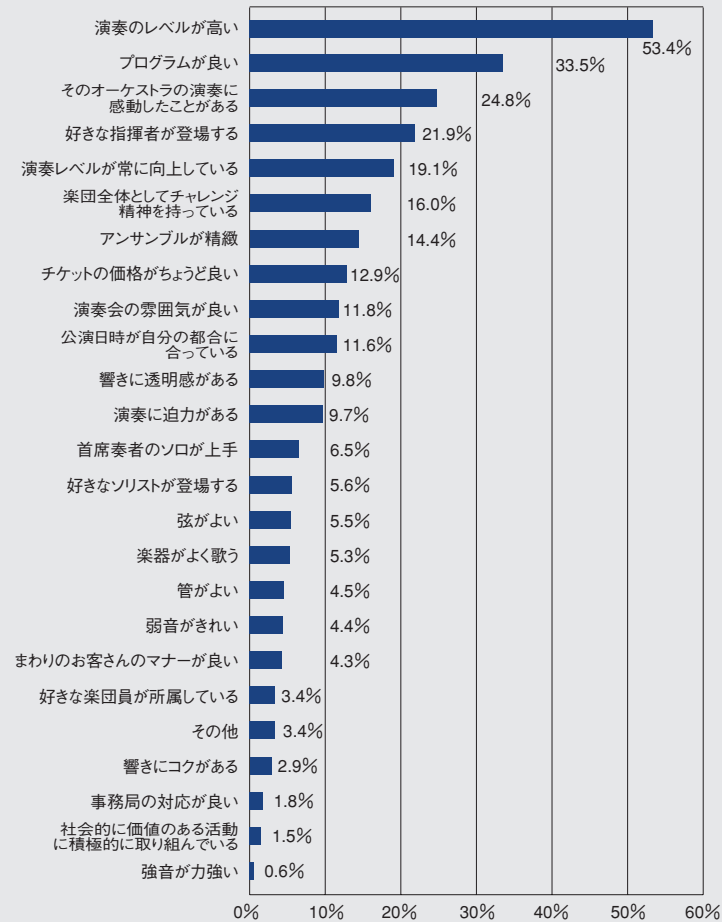
地域・会場での違いを見ていくとき、男女構成や年代構成に少しずつ違いがあることから、性・年代による違いの影響があるのかもしれないと考え、細かく分析してみました。なお、1回の来場者調査ではサンプル数が足りないため、サントリーホール「第635回 定期演奏会」とミュザ川崎シンフォニーホールでの「名曲全集 第112回」および「東京オペラシティ シリーズ 第89回」を合算し、男女別、男女年代別に再集計しています。

好きなオーケストラの要件として挙げている上位が、全体では「演奏レベルが高い」(53.4%)、「プログラムが良い」(33.5%)、「そのオーケストラの演奏に感動したことがある」(24.8%)となっています。

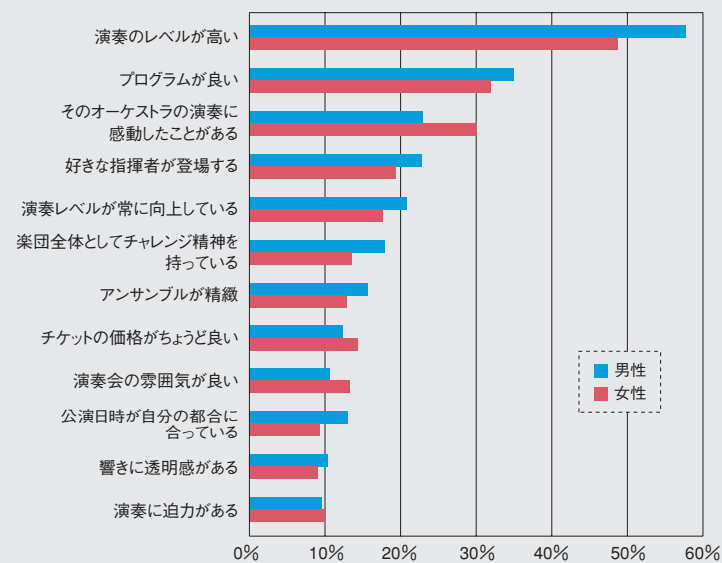
これを男女別に分解してみると、順位は変わらないものの、「演奏レベル」については男性が強く反応し、「そのオーケストラに感動した」については女性が強く反応していることがわかりました。男女で微妙に評価ポイントが違うようです。

さらに細かく見ると、「プログラム」(赤線)については、40代以下の男性では49.0%と重視しているのですが、年代が上がるにつれ徐々に低下し、70代以上では17.5%とあまり重視されなくなっています。女性も50代でやや上昇するものの、60代から70代以上になると、下がります。同様に「好きな指揮者が登場する」も、40歳以下男性では32.7%が重視していますが、これも年代につれ下がります。一方、女性の場合、50歳代では一旦下がるものの、60代、70代以上と年代が上がるにつれ、逆に重視されています。また、「演奏の迫力」は、全体としてはそれほど重視されるポイントではないのですが、70歳以上男性にとっては、「演奏レベルが高い」に次ぐ重視ポイントとなっています。

●好きなオーケストラの要件について  
〔複数回答(3つまで)〕(3公演※ N=817)

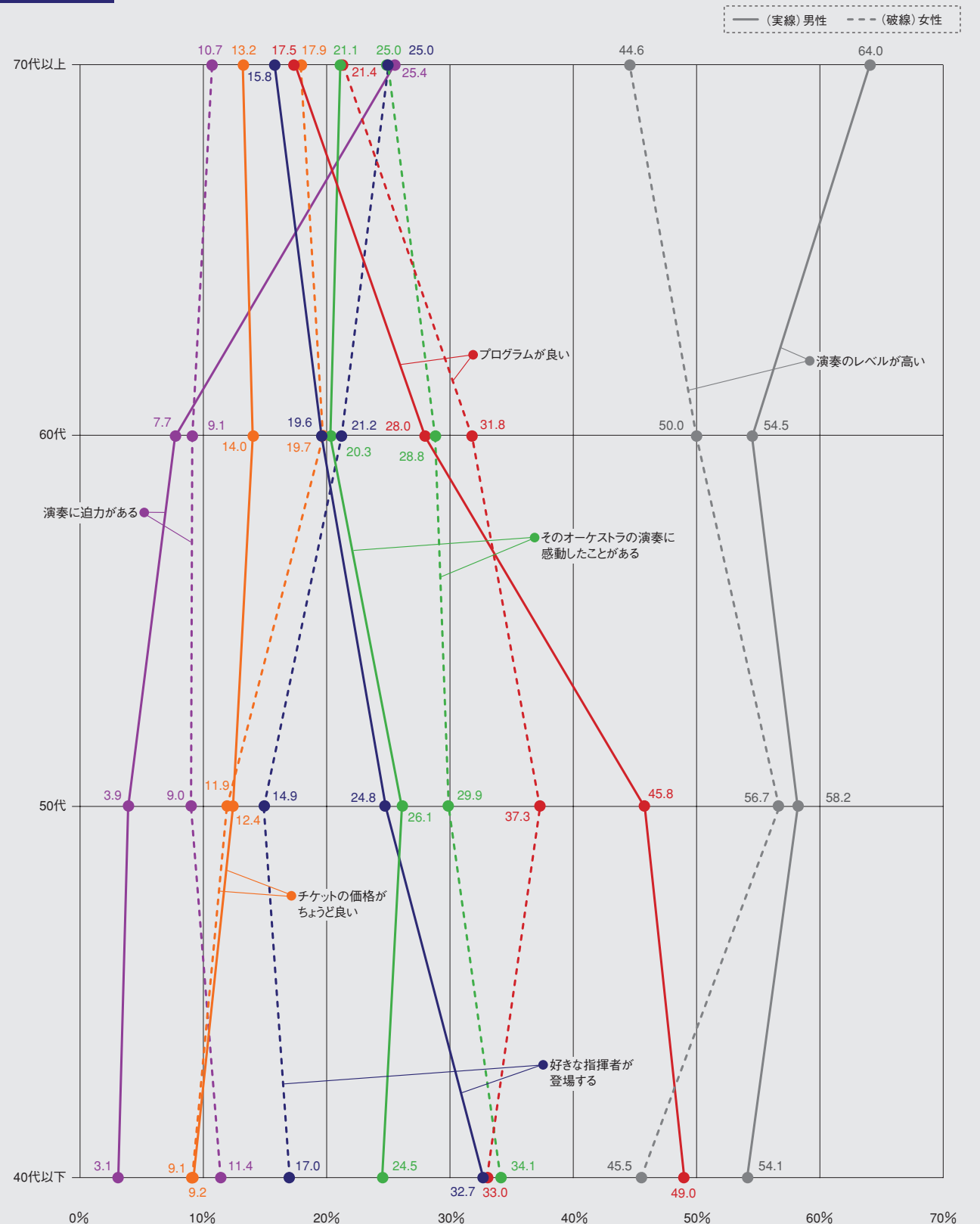


男女別 ●好きなオーケストラの要件について  
〔複数回答(3つまで)／上位12位までを抜粋〕(3公演※ N=817)



※「第635回 定期演奏会」、「名曲全集 第112回」、「東京オペラシティシリーズ 第89回」

男女年代別 ●好きなオーケストラの要件について〔複数回答(3つまで)／6項目を抜粋〕(3公演※ N=817)







# 分析(3) 時系列で変化を見る



継続して来場者調査を実施してきたため、同じ会場でのお客さまの評価を時系列で比較することができるようになりました。ここで紹介するのはサントリーホールでの「定期演奏会」(第632回と第635回)とミュゼ川崎シンフォニーホールでの「名曲全集」(第109回と第112回)です。

それぞれの演奏会で「A.曲目」、「B.指揮者」、「C.ソリスト」、「D.オーケストラ」および「E.全体評価」を調査しています。“良くなかった”=-2点、“あまり良くなかった”=-1点、“普通”=0点、“まあ良かった”=+1点、“良かった”=+2点、“大変良かった”=+3点と指数化し、平均値を算出したものが縦軸の値です。横軸は、それぞれの項目と全体評価との相関係数で、1に近づくほど“その項目の評価を上げることが全体評価に繋がる”ことを意味します。

さてサントリーホール「定期演奏会」では、第632回から第635回へ、いずれの項目も評価が上がり、全体評価も上がっています。一方「名曲全集」では、第109回から第112回において、全体評価はほとんど変わらず、「A.曲目」のように大きく評価を下げている項目もあります。

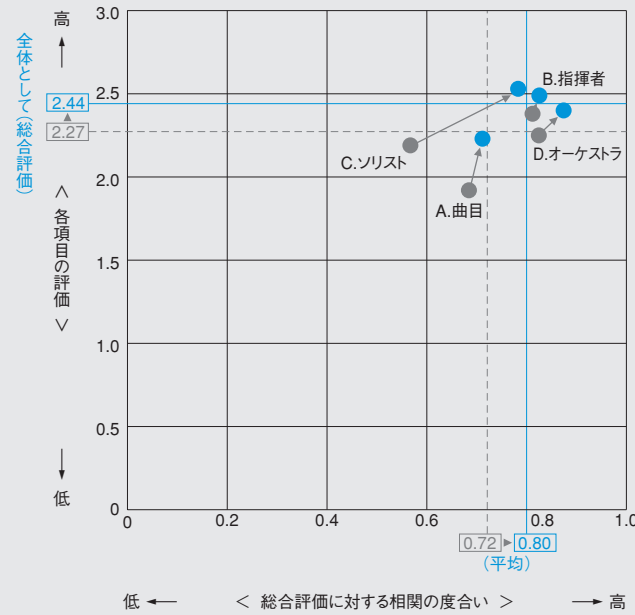
そこで定期会員(セット券)と1回券他の2つのグループに分けて、それぞれ再集計してみると、サントリーホール「定期演奏会」ではいずれのグループでも全体評価および各項目の評価が高くなっているのに対し、「名曲全集」では1回券のお客さまの評価は高くなっており、セット券で第112回の評価(とりわけ曲目)が悪くなっています。

またいずれの会場でも、定期会員(セット券)のお客さまは、「D.オーケストラ」の評価が全体評価に1番貢献していますが、1回券のお客さまは「D.オーケストラ」よりも「A.指揮者」の評価を重視していることがわかります。

## ● 総合的な満足度に影響する要因について

【定期演奏会】[第632回と第635回の比較]

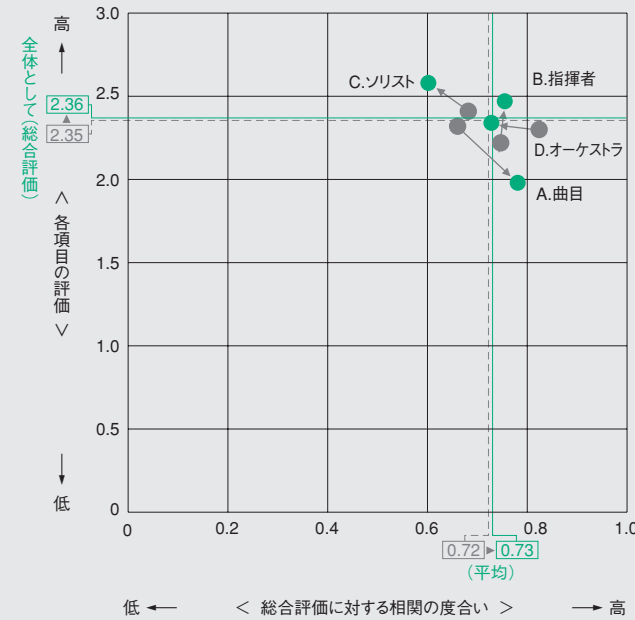
(●第632回 N=380、●第635回 N=370)



## ● 総合的な満足度に影響する要因について

【名曲全集】[第109回と第112回の比較]

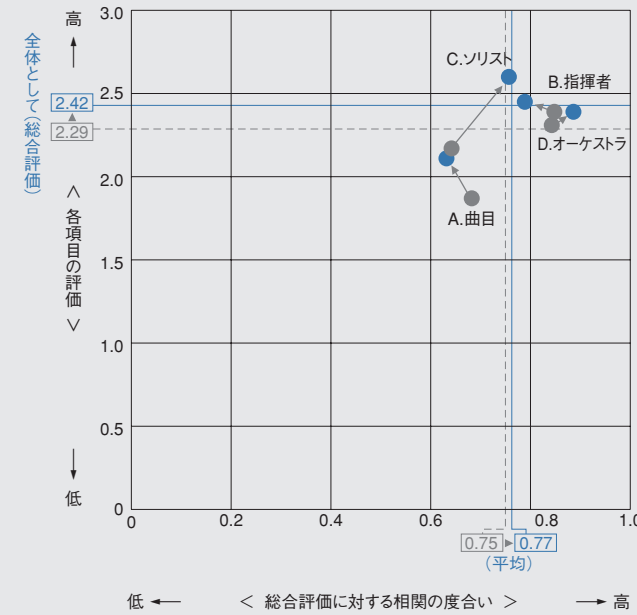
(●第109回 N=713、●第112回 N=316)



## ● 総合的な満足度に影響する要因について

【定期演奏会】[第632回と第635回の比較]

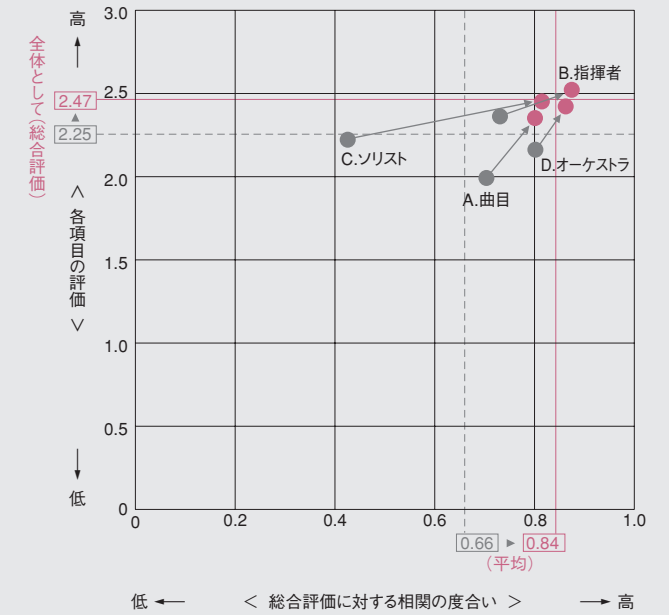
定期会員 (●第632回 n=235、●第635回 n=191)



## ● 総合的な満足度に影響する要因について

【定期演奏会】[第632回と第635回の比較]

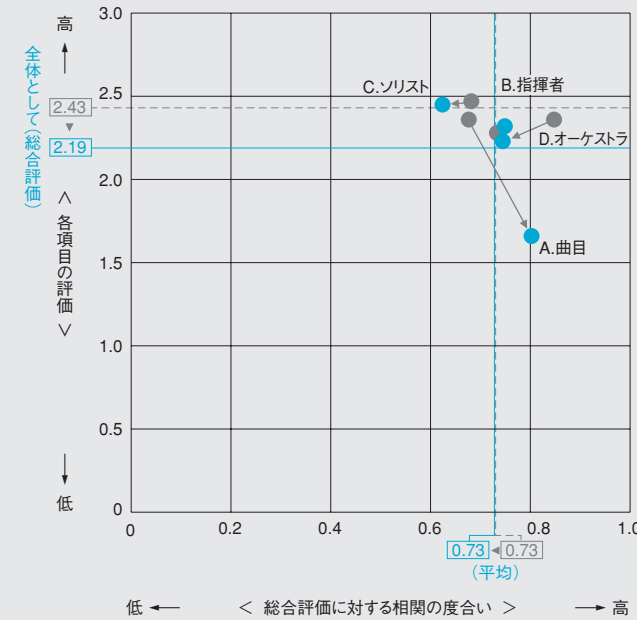
1回券他 (●第632回 n=145、●第635回 n=176)



## ● 総合的な満足度に影響する要因について

【名曲全集】[第109回と第112回の比較]

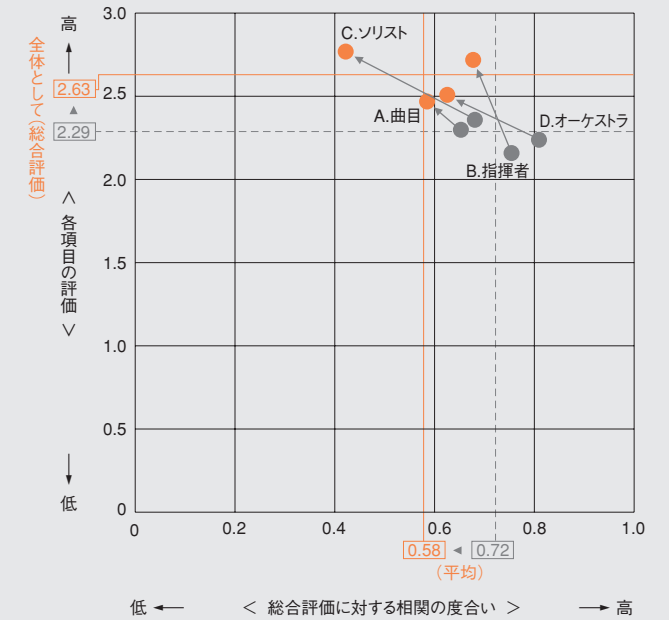
セット券 (●第109回 n=322、●第112回 n=195)



## ● 総合的な満足度に影響する要因について

【名曲全集】[第109回と第112回の比較]

1回券他 (●第109回 n=391、●第112回 n=120)





# 分析(4) オペラ公演におけるオーケストラの位置づけ

14~15ページで紹介している新国立劇場「魔笛」公演の調査結果を少しくわしく分析してみました。

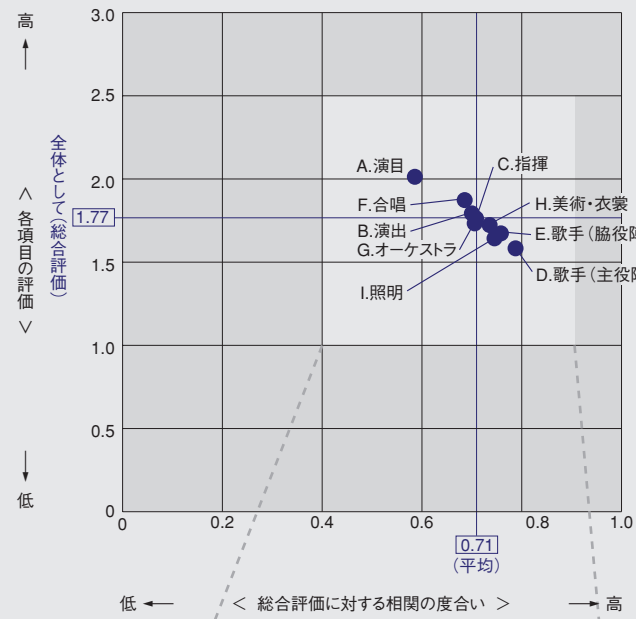
「A.演目」~「J.全体として」の10項目についての調査当日の公演の評価を、20~21ページと同様に指数化してプロットしました。全体として1.77と“ほぼ満足”の水準には達していますが、項目を細かく見るとバラつきがあります。拡大図を見ると、「A.演目」が左上にあり、右下の「D.歌手(主役陣)」へと右下がりな負の相関となっています。つまり左上の「A.演目」や「F.合唱」は、個々の評価は良いが全体評価にはあまり貢献しておらず、「D.歌手(主役陣)」や「E.歌手(脇役陣)」は全体評価への貢献度が高い項目なのに、この公演では他項目に比べてやや評価が低くなっています。「G.オーケストラ」は、一見可もなく不可もなく、貢献するでもしないでもない、中途半端なポジションに見えます。

これを「シーズン券/1回券他」での来場者別、「男性/女性別」の2つの視点で見たいものが23ページの図です。およそ女性や1回券他のお客さまは全体の評価が高く、男性やシーズン券のお客さまは全体的に厳しい評価だったことがわかります。「D.歌手(主役陣)」は、男性、シーズン券のいずれにおいても、他の項目と比較すると低い評価になっています。

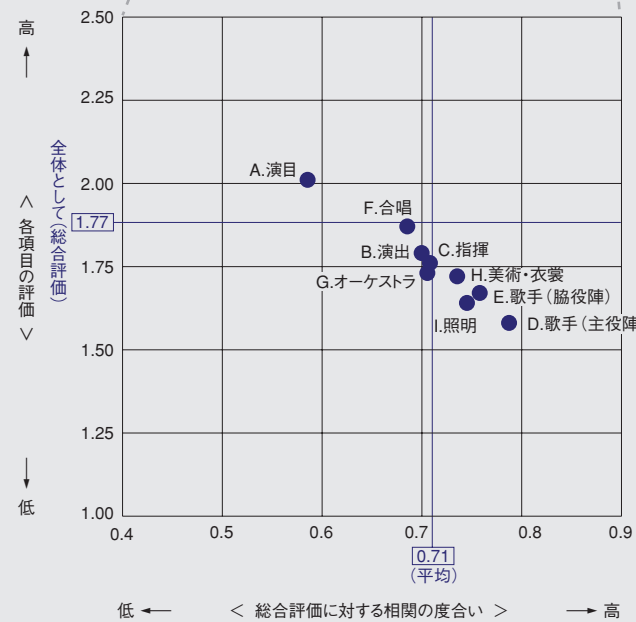
シーズン券のお客さまは、他のグループでは1番評価が高い「A.演目」よりも、「F.合唱」の評価が高くなっていることが特徴的です。また男性においては、「G.オーケストラ」が全体評価に貢献することがわかりました。

もちろんこの分析結果は、あくまでも2016年の新国立劇場「魔笛」公演の結果ですが、今後異なる演目や出演者等の公演で地道な調査を継続し、データが蓄積されることで、さまざまなことが見えてくることでしょう。

● 総合的な満足度に影響する要因について (N=720)

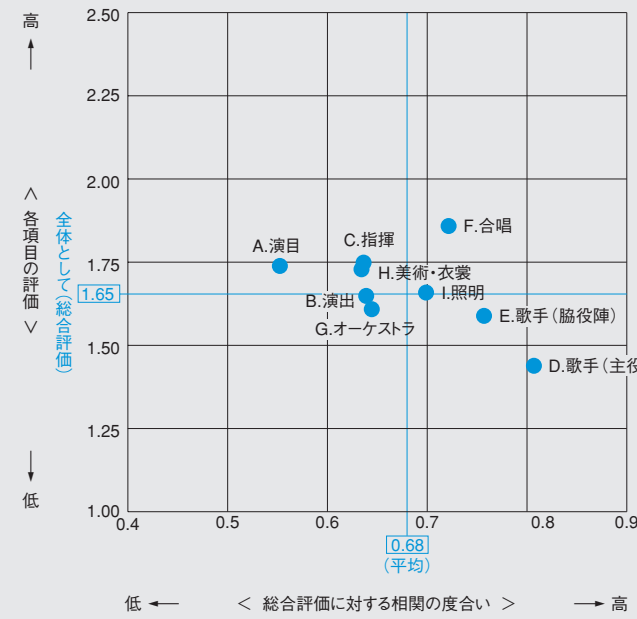


拡大図

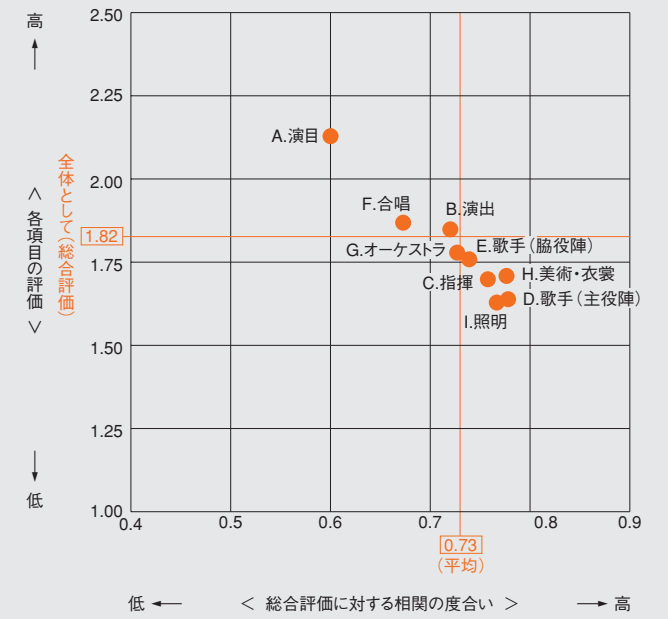


● 総合的な満足度に影響する要因について

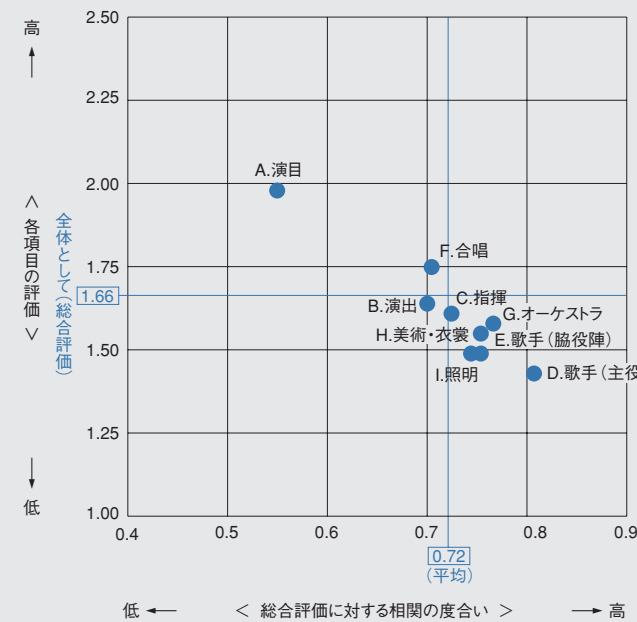
シーズン券 (n=215)



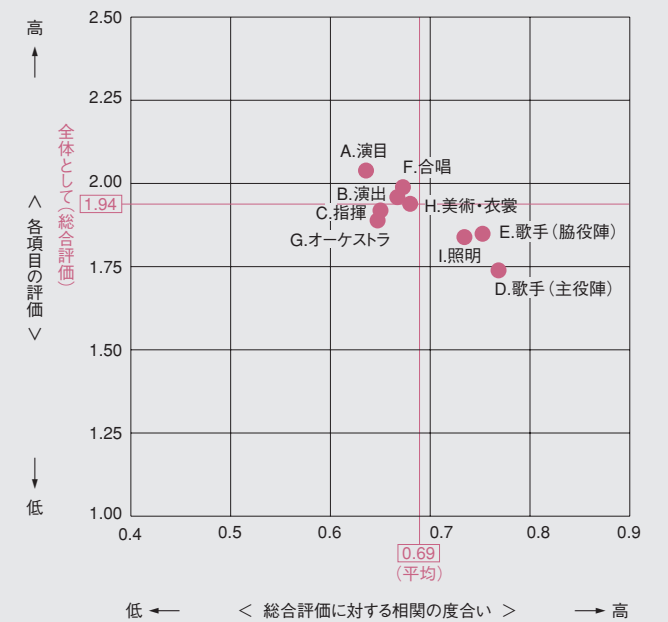
1回券他 (n=505)



男性 (n=338)



女性 (n=317)





# ファンドレイジングについての考察



東京交響楽団では、2014年度から新たなサポート会員制度（右ページ参照）をスタートさせましたが、本年度の事業では、そのうちのもっとも小額会費の категорияである「フレンズ1（1万円～29,999円）」の会員を対象としたアンケート調査を実施しました。「フレンズ1」の会員総数にあたる337名に対して調査票を送付し、174件の回答を得ました（回収率51.6%）。

## ○基本属性

年齢構成は50代が最も多く32.2%であり、60代（27.6%）、70代（15.5%）が続きます。

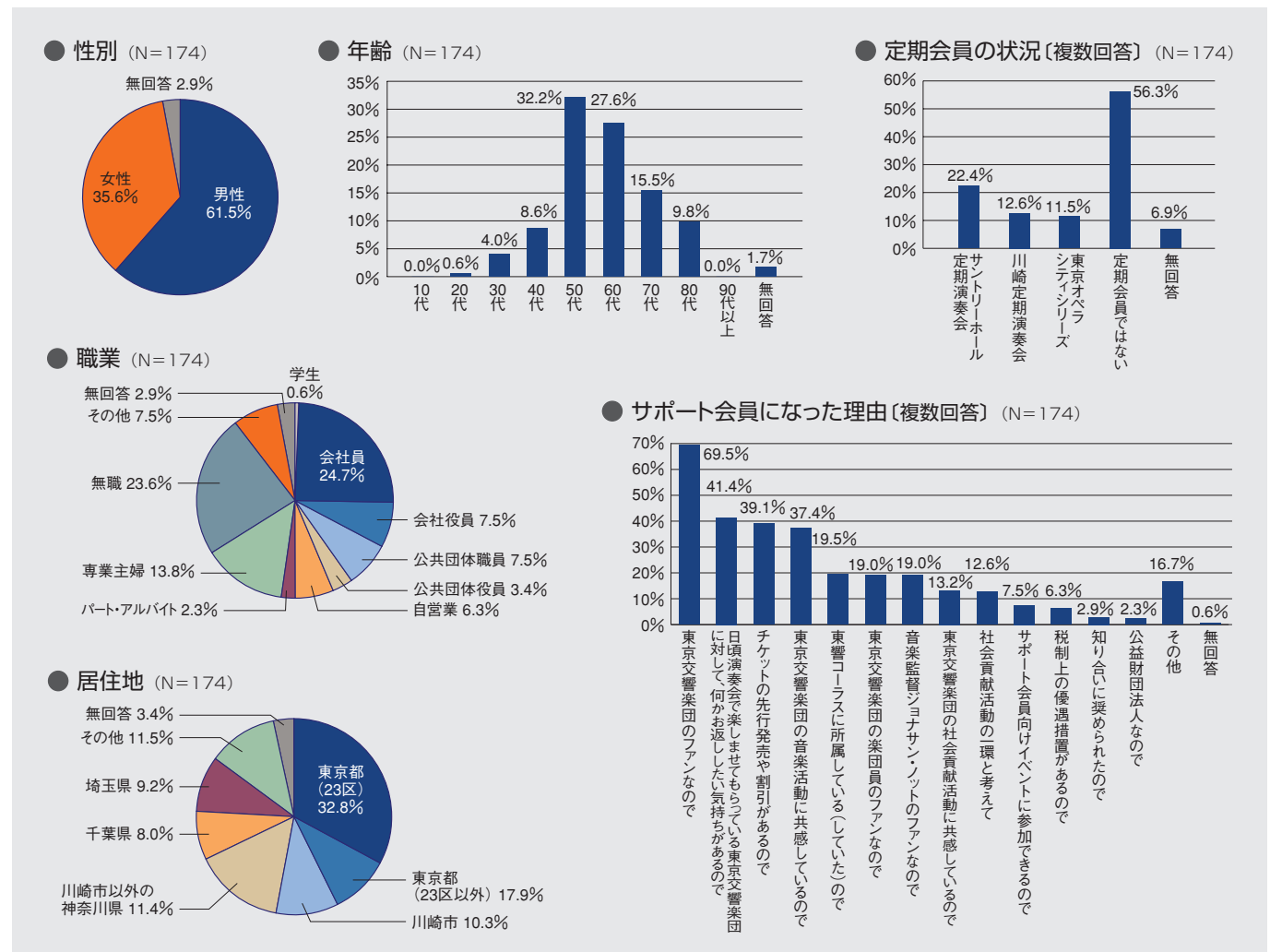
「定期演奏会（サントリーホール）」の会員になっている人が22.4%、「川崎定期演奏会」の会員が12.6%、「東京オペラシティシリーズ」の会員が11.5%であり、どの定期会員にもなっていないと回答した人が56.3%、無回答が6.9%である

ことから、「フレンズ1」の約6割は定期会員とは異なる層であることがわかります。昨年度に実施した定期会員調査における年齢構成では60代が32.1%と最も多かったことと比べて、若干若い世代の比率が高くなっています。

男女比率は、男性61.5%、女性35.6%、無回答2.9%となっています。

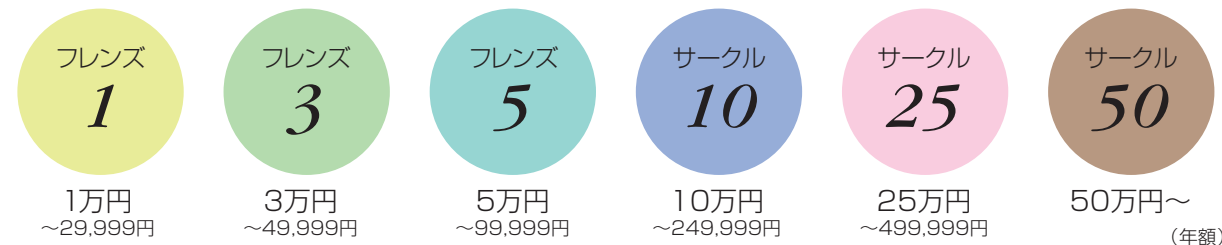
## ○サポート会員になった理由

サポート会員になった理由について複数回答で尋ねたところ、「東京交響楽団のファンなので」が最も多く69.5%、以下「日頃演奏会で楽しませてもらっている東京交響楽団に対して、何かお返ししたい気持ちがあるから」（41.4%）、「チケットの先行発売や割引があるので」（39.1%）、「東京交響楽団の音楽活動に共感しているから」（37.4%）となっています。



## 東京交響楽団のサポート会員制度のご案内

### 個人会員



### 法人会員



特典	フレンズ			サークル会員	法人会員
	フレンズ1	フレンズ3	フレンズ5		
主催公演へのご案内 ※1				○	○
出演者・楽員との懇親会				○	○
オリジナルイベント		○※2	○	○	○
ゲネプロ見学会のご案内(年3回以上)		○	○	○	○
リハーサル見学会のご案内(年3回以上)	○	○	○	○	○
プログラム等へのご芳名掲載	○	○	○	○	○
主催公演チケット先行予約 ※2	○	○	○	○	○
公演チケットとオリジナルグッズをご優待価格にてご案内 ※3	○	○	○	○	○

※1. 詳しい内容についてはお問い合わせ下さい。  
 ※2. 一部対象外もございます。  
 ※3. 東京交響楽団の主催公演とオリジナルグッズ、およびミュージアムザ川崎シンフォニーホール主催公演が対象です。一部対象外もございます。

## 税制上の優遇措置について

当楽団は内閣府より公益財団法人の認定を受けており、当楽団へのご寄付には税制上の優遇措置が施されます。

- ・個人の場合：寄付金額の内約40%～50%に当たる金額分について、税金(所得税・個人住民税)を控除される。また相続税にも控除が適用される。
- ・法人の場合：「損金算入限度額」が一定の算式に従い、拡大される。

※ただし、各該当法令で定められた限度があります。





○継続意思とランクアップ

サポート会員の継続意思については、「これからも可能な限り、東京交響楽団のサポート会員を続けたいと思う」が77.6%、「すぐに止めるつもりはないが、数年後には継続するか否か見直すとする」(9.2%)、「自分の暮らしの状況を踏まえて、毎年、継続の是非を見直すとする」(9.2%)となっており、継続の意思は全体的に高いものと捉えられます。

上記の3項目のいずれかに○をつけた167人に、サポート会員のランクについて尋ねたところ、「ずっとフレンズ1を継続したい」が64.1%、「特典の内容次第では、ランクアップしてもよいと思う」が23.4%、「徐々にランクアップ(寄付額を増や)していきたい」が13.8%となっており、約3分の1の会員はランクアップを視野に入れていることがわかります。

○「フレンズ1」の特典について

「フレンズ1」の特典については、「東京交響楽団の主催公演のチケットの先行予約」と「東京交響楽団の公演チケットをご優待価格でご案内」の支持率が高く、これらの特典を「必要だと思う」と回答した人は、それぞれ77.0%、76.4%となっています。「リハーサル見学会へのご招待」を「必要だと思う」と回答した人は40.8%ですが、「やや必要だと思う」をあわせると7割を超えています。一方、「プログラム等へのご芳名の掲載」については「必要だと思う」が19.0%にとどまり、「どちらでもない」が42.5%、「不要だと思う」が12.6%となっています。

寄付金に対する税制上の優遇措置については、「すでに活用している(活用したことがある)」が30.5%、「知っているが活用したことがない」が63.8%となっています。

○「フレンズ3」の特典について

サポート会員の次のランクである「フレンズ3」の特典についての意見を尋ねたところ、「ゲネプロ見学会へのご招待」に「魅力を感じる」と回答した人が35.1%、「出演者や楽団員との懇親会へのご案内」が23.0%、「オリジナルイベント(プログラム発表会、記者会見など)へのご招待」が21.3%という結果となりました。

○東京交響楽団について期待すること

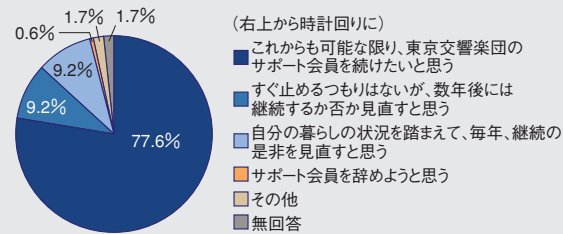
サポート会員が東京交響楽団の今後10年間の取り組みについてどのような点に関心を持っているのかについては、「世界のメジャーオーケストラと互角に勝負できる演奏力をつけること」と「国内外において、日本を代表するオーケストラの1つとしての名声を得ること」に「強い関心がある」と回答した人が

ともに63.8%で最も多く、「指揮者や演奏家、研究者等の専門家から高く評価される活動をする事」が55.7%、「チャレンジ精神をもった団体になっていくこと」が52.3%と、音楽面への関心の高さがうかがえます。

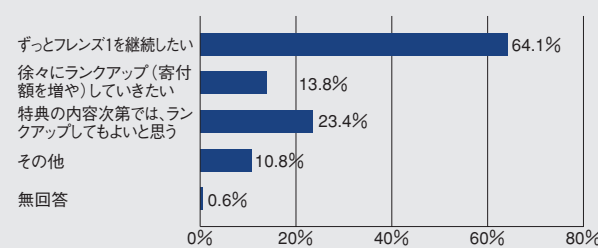
過半数には満たなかったものの、「特定の支援者だけでなく、市民や企業等から幅広い支持によって支えられる楽団となっていくこと」について、「強い関心がある」と回答した人が45.4%となっており、サポート会員としての自負が感じられます。

このほか、「強い関心がある」と回答した人が4割を超えた項目としては、「会員さまのお好みにあった魅力的な定期公演プログラムを編成すること」が43.7%、「楽団の歴史と伝統を大切にしていくこと」が41.4%、「子どもたちのための教育プログラムを行うこと」が40.2%が続いています。逆に、「コンサート以外に、会員さま相互の親睦や交流を深める催しを充実

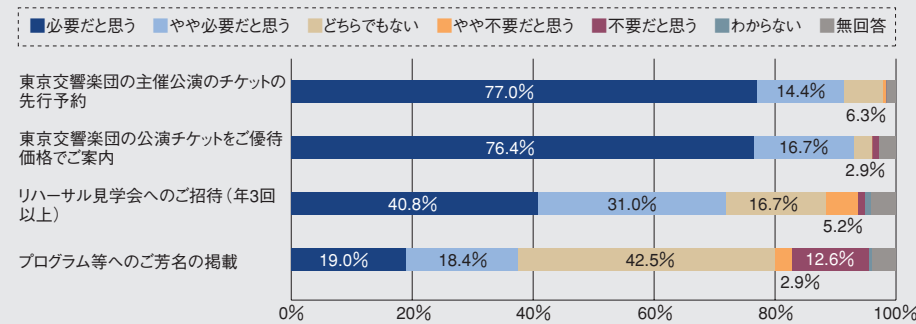
● サポート会員の継続意志について (N=174)



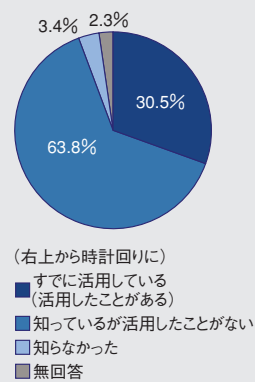
● サポート会員のランクアップについて(複数回答) (n=167)



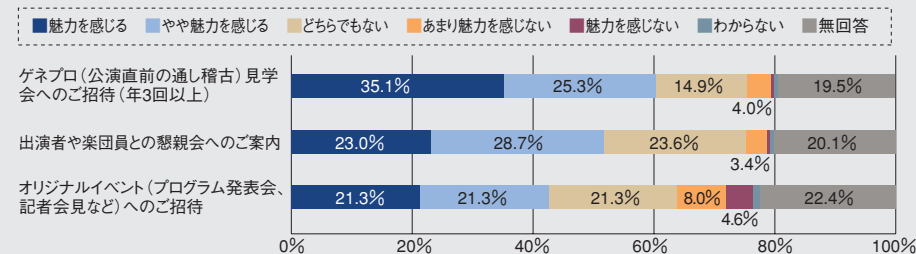
● フレンズ1の特典について (N=174)



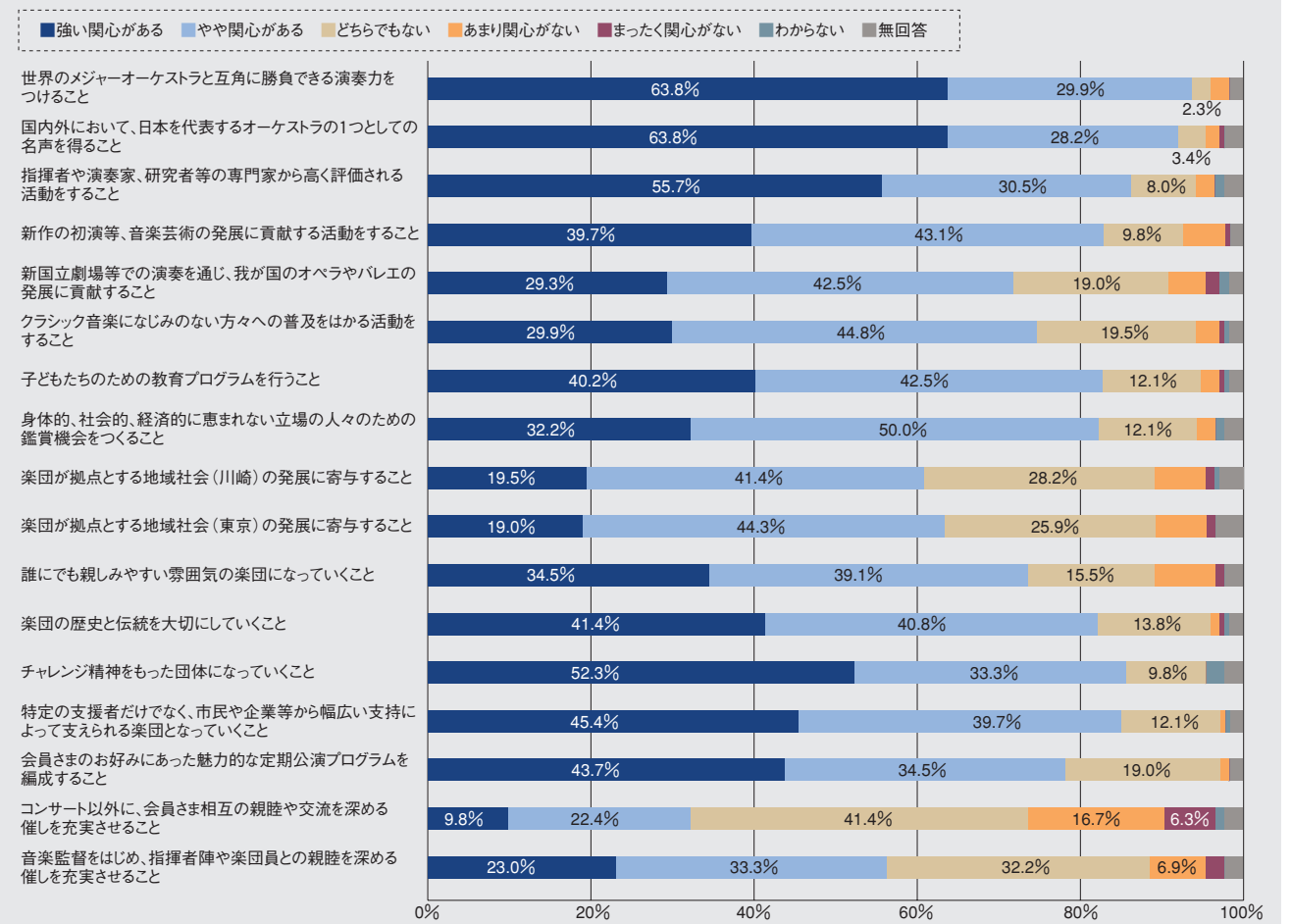
● 寄付金に対する税制上の優遇措置について (N=174)



● フレンズ3の特典について (N=174)



● 東京交響楽団について期待すること (N=174)





させること」については、「強い関心がある」と回答した人はわずか9.8%にとどまり、「まったく関心がない」「あまり関心がない」と回答した人はあわせて23.0%に達しています。「音楽監督をはじめ、指揮者陣や楽団員との親睦を深める催しを充実させること」についても「強い関心がある」と回答した人は23.0%にとどまっております、サポート会員の個人的な経験よりも、楽団そのものの発展に関心を持っていることがわかります。

○公演来場者のサポート会員についての意識

次に、将来のサポート会員拡大に向けて、現在、東京交響楽団の公演を鑑賞している人のサポート会員についての意識を公演ごとに比較してみます。

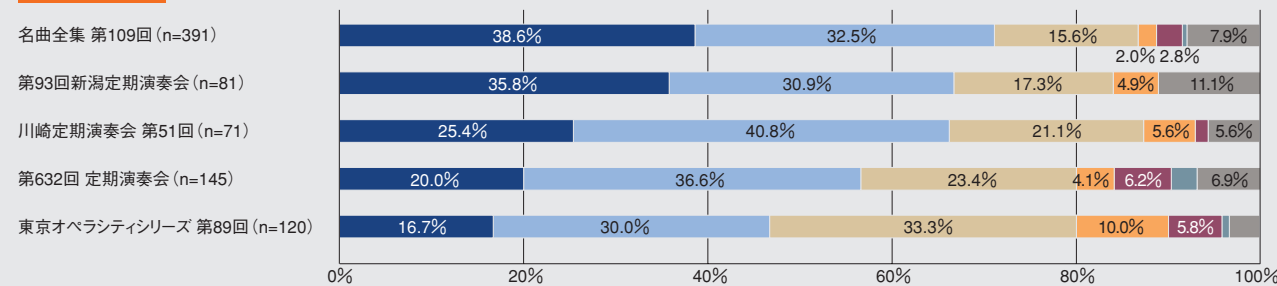
公演アンケートに回答した人が対象なので、もともと楽団に対する関心が高い層であることが想定されますが、「サポート

会員制度というものがあることを知らなかった」と回答した人は、「名曲全集の1回券購入者」においては38.6%、「新潟定期演奏会の1回券購入者」で35.8%、と比較的高めの比率となっているものの、「川崎定期演奏会の1回券購入者」では25.4%、「定期演奏会（サントリーホール）の1回券購入者」では20.0%となっており、制度そのものの認知度はある程度高まってきていることがうかがえます。一方、「サポート会員について興味があり、内容次第ではサポート会員になってもよいと思う」と回答した人も、公演・属性によっては10%を超えており、これらの潜在層をいかに取り込んでいくかが今後の課題といえます。

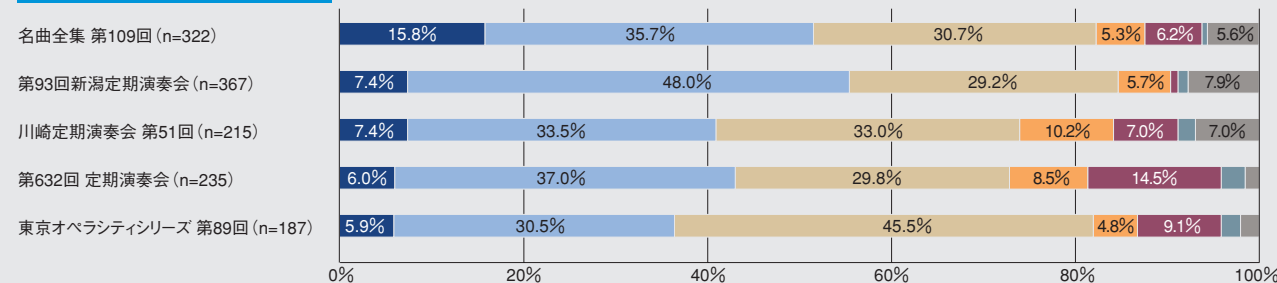
● サポート会員制度の認知状況

- サポート会員制度というものがあることを知らなかった
- サポート会員制度の名前くらいは知っているが、内容は詳しく知らない
- サポート会員制度についての案内を読んだことがある
- サポート会員について興味があり、内容次第ではサポート会員になってもよいと思う
- サポート会員である
- その他
- 無回答

1回券購入者



セット券購入者または定期会員



定期会員とのリテンション強化

2016年度定期演奏会に関する最初のニュースリリースとなる「2016年度ラインナップ記者発表会」に、定期会員を招待。次年度プログラムについてのノット音楽監督のメッセージを直接聞いてもらうことで、絆が深まり定期会員継続率アップにつながることを狙った。



2016年度ラインナップ記者発表会 (2015年9月7日 ミューザ川崎シンフォニーホール)

広告・宣伝戦略の見直し

認知媒体として新聞広告の位置づけが低いと、大型新聞広告を基本的に中止。一方、会場配布のチラシは、当初の予想以上に十分機能していることが確認できたので、内容や配布先をより考慮し、活用している。またSNSをはじめとしたweb広告の活用や、一時中止していたメールニュースの配信も再開した。

「こども定期演奏会」のコミュニケーション戦略の再構築

口コミでの認知が多かったこと等を踏まえ、SNS対策を強化するなど、抜本的に見直した。

- 新聞広告をやめ、ネット広告を利用
- Facebookの近況記事アップの頻度を増加
- こども定期のHP「こども定期演奏会ネット」をリニューアル (2016年4月予定)。

サポート会員獲得施策の強化

サポート会員制度に対する認知度が低かったため、定期演奏会プログラムや年間公演スケジュール冊子にサポート会員案内を詳細に掲載し、振込用紙を綴じ込んだ。さらにサポート会員との接点を増やすため、会員イベントを充実させた(バックステージツアー、有料での懇親会等)。

今後の課題

平成26年度、平成27年度と研究活動を継続したことで、蓄積されたデータをさらに分析し、より多くのお客さまに東京交響楽団の価値を伝え、広い層からの来場者の獲得、定期会員化の促進、サポート会員づくりを、今後とも推進します。また、東京交響楽団の事務局に蓄積されてきたマーケティング・リサーチの企画・実施・分析等に関するノウハウを一般化し、多くの芸術団体のみなさまの参考になるよう、ハンドブックづくりにチャレンジしていきたいと考えています。

本冊子へのご意見・ご質問等は下記までご連絡ください。

東京交響楽団〈川崎オフィス〉 〒212-8554 神奈川県川崎市幸区大宮町1310  
ミューザ川崎セントラルタワー5階  
TEL : 044-520-1518 FAX : 044-543-1488

文化庁平成27年度戦略的芸術文化創造推進事業  
「オーケストラのマーケティング・リサーチと芸術団体のための戦略プラン構築および実施事業」  
～東京交響楽団のコンサート来場者およびサポート会員向けアンケート調査結果(概要)～

2016年3月16日発行  
発行 公益財団法人 東京交響楽団 〒169-0073 東京都新宿区百人町2-23-5

禁無断転載・複製