

Classic Vicus

Vicus=ラテン語。地域、界隈の意。

普及のための取り組み

音楽における教育プログラム
そして、アウトリーチの現況

発想の転換で、 新しい音楽市場を 薮田益資(会員)

アメリカのサブプライムローンに端を発した金融危機。クラシック界にもさまざまな影響が、じわじわ現れはじめている。

そのような難しい問題を持ちながら、クラシック音楽の生命は永遠で不滅である。

第2次世界大戦の後ベルリンや、東京においても聴衆は音楽を求める廃墟の中から見事に蘇っている。

「客が集まらない」、「キップが売れない」。クラシックはだんだん下を向いているというような声を聞く事も多いが、料金やプログラムによって、多くの集客を得ているケースも見られる。

日常的に競争の激化で大事なコンサートのダブリがこのところ大変多い。同じ会社で2~3ヶ所重なるケースもざらである。それなりの理由はたくさんあるだろう。こういったことも考えながら従来のやり方にとらわれず、発想の転換を図って見ることも大切だ。

11月下旬に「ル・ジュルナル・ド・ショパン」(ショパンの音楽日記)というイベントが東京オペラシティコンサートホールで開かれた。

これは2005年から東京国際フォーラムで開催されている「ラ・フォル・ジュルネ」の仕掛け人、フランス人ルネ・マルタンのプロデュースによるもの。

4日間、14回のコンサートで、のべ1万人を超える聴衆を集めた。名古屋、大阪でも開催されたので延べ2万人ともいわれている。

1回のコンサート・プログラムは1時間に限定。入場料も2千円という料金だったことも成功につながった。聴衆の多くは女性客。年齢層も若いファンから年齢層の高いところまで幅の広がりが見られた。

音楽会に慣れない層から、コアな聴衆までが対象のようだった。ロビーには今をときめく華道家の假屋崎省吾の「ショパンに捧げる」というオブジェまで飾られていた。

全体として、アーティストのスター化で高い入場料をとる現況に発想の転換を迫る例である。

公演日によっては細かい時間配分で朝から夜までかかる。アーティストはステージに出た後、サイン会にも参加という身体的には少し厳しい状態も起こる。しかし聴衆とアーティストの距離感が近くなった様子を見て、それが非常に重要な事も理解できた。

当協会の勉強会も回を重ねて、それなりに成果もみられる。ここで08年の勉強会の内容を記す。

2月20日

永田音響設計の取締役特別顧問永田穂氏に話を聞く。同社は世界中のホール音響設計の最先端企業としてそのテクノロジーは他の追随を許さない。

「音」とは何かからはじまって、最新のコンサートホールの音響設計の問題まで興味深い話だった。1974年に創業。



2008年4月16日

音楽における教育プログラムの問題を取り上げた。4人のスピーカーがそれぞれの立場で発言した。

1、田中玲子氏(当時フィリアホール 現在はトリトンアーツネットワーク)

文化庁の海外研修で1年間、イギリスのノッティンガムの劇場で研修した。2児を連れての留学ということもあり、母親としての立場で劇場の教育プログラムの話を聞く。(別掲の原稿を参照)

2、会員の上野喜浩氏(すみだトリフォニーホール)

上野氏からは墨田区の「音楽都市づくり」の具現化の一環として実施している、ジュニア・オーケストラ(音楽監督・指揮、松尾葉子)の活動報告があった。反対の多かったショスタコヴィチの難曲も松尾氏の強いリーダーシップで成功に導いたことで、トレーナーとして参加する新日本フィルハーモニーのメンバーとも絆が深まったようだ。団費、文化庁からの補助、貸館料を充てるなどして運営費を捻出。公立ホールの自主事業等の活動に加えて、自らも演奏という創造活動にも取り組む。これから重要な仕事であると強く思った。

3、櫻井あゆみ氏（NPOトリトンアーツネットワーク）
　コミュニティ活動についてお話を聞いた。積極的なアウトリーチによるコミュニティへの働きかけの重要性を認識した。「演奏家と友達になろう」を合い言葉に、主催事業に出演した演奏家や日本音楽財団と協同で「音楽演奏家による公立小学校でのカリキュラム・サポート・プログラム」を実施するなど、全体の取り組みについてお話があった。（別掲の原稿を参照）

「子どもプログラムをやらないと契約しない」 　サイモン・ラトル

4、辻敏氏（（財）東京交響楽団）



7年目のシーズンを迎えた「子ども定期演奏会」は2008年もサントリーホールとの共催で、主に小学校高学年を対象として4回公演。テーマは「偉大なる作曲家」。ラヴェル、ベートーヴェン、チャイコフキー、そして、武満徹、山田耕筰まで多彩。指揮、お話しは大友直人。地域活動としては、学校の体育館や区民会館等々様々な場所で年70回開催。また、準フランチャイズの新潟でも「小学校5年生」というテーマで三日間6回のコンサートを実施。。07年には川崎アミューズ（前身は川崎産業会館）でも実施。「0才からのオーケストラ」と銘打った企画だったが、一ヶ月前には完売したこと。

子どもと接觸し、喜んでもらえるのはいいが、将来ホールに来てもらえない意味がないという本音も。

2000年、指揮者サイモン・ラトルがベルリンで契約する際、「子どもプログラムをやらないと契約しない」と言った事を紹介して結んだ。

子を持つ母親からの生の体験 そして実践から

■2008年6月19日

1、加藤ケイコ氏（会員）

2児の母として「今、求められる、こどもたちためのコンサート」をテーマに報告。4月20日、サントリーホール（小）で開催されたキッズプログラム「カーネギー・キッズatサントリーホール」の参加体験をベースに話をした。主催は首都圏に多数の教室を持つ大手受験産業のリソ教育（株）。

ホール内にはカーペットが敷かれ、子ども達は靴を脱いで座って鑑賞。保護者は後方に並べられた椅子に座る。

出演は金管アンサンブル。楽器紹介、ナレーションつき音楽物語（アニメーションを見ながら）等々の内容。

「キラキラ星」など親しめる曲が多かったが、子ども達が楽しんでいたかどうかは、後方からではわからなかった。

全体として、サントリーホールの持つパワーを感じたものの、「感動体験」が欲しかった。また教育産業と音楽事業者の提携、教育学の知識と上質な音楽が一体となった、真に理想的なプログラムの作成が望まれる、等々の感想が述べられた。

他に、宮川彬良&アンサンブル・ベガ（調布グリーンホール）、Kids meet Jazz（浜離宮朝日ホール）、伊藤康英の「音楽おもちゃ箱」（練馬文化センター、自社制作）等々について報告。

母親の視点と、制作者としての目でもとらえた報告に興味を持った。

●参加型の面白さ満載●

2、彌勒忠支氏（みろくただし、カウンター・テナー）

彌勒氏は、千葉大学大学院修了。東京芸大声楽科を卒業。1999年よりヨーロッパを中心にコンサート活動の後帰国。現在学習院生涯学習センター講師、東京芸大声楽科助手、また、「在日フェッラーラ・ルネサンス文化大使」の称号を持つ。著書に「イタリア貴族養成講座」。

彌勒氏からは、教育プログラムについて、氏が取り組んだ様々な事業の中から、横須賀芸術劇場で6月に開催された「オペラ宅配便シリーズ」「ママと一緒にオペラをどうぞ」を軸に、その制作過程、実際に参加者とふれ合う様子等々が興味深く報告された。



公演ボスター、スライドを駆使して熱っぽく語る彌勒氏。

これは「ワークショップ+オペラの一体化公演」がテーマの企画。客席と一緒に作りあげるいわば参加型による公演で、原作朗読会、舞台セット工作会、音楽用語実演ショー等々盛りだくさんの企画。

所要時間は約30分から一時間で、制作は二期会。

企画の段階から、子供たちだけでなく大人も巻き込み、演出上のアイディア、道具作りにも加わるなど、面白さ一杯で、今、求められているコンサートのあり方を考えるよい指針となっているようだ。

会員からの報告

■2008年10月15日

この日は会員の志村嘉一郎氏と南出卓氏。

志村氏からは昨今の経済パニックについて、改めてその深刻な状態を解説していただいた。

テーマは「経済界の動きとクラシック音楽界」。（別掲参照）

アメリカ発の世界的な恐慌は、ついに、すみだトリフィオニーホールのアイスランド交響楽団の公演キャンセルという事態に繋がったり、たちまち自分達の周りの問題となってしまったわけだ。

南出卓氏の活動報告は、自社オフィス・アルテの運営状況が主題。アーティスト・マネジメントの一方、音楽祭、宗次エンジェルス・ヴァイオリン・コンクールの事務局、このほか英国王立ノーザン音楽院の東京事務局の運営を行っている等の報告があった。

2008年12月の例会

■「新潟りゅーとぴあ」の小林淳一氏が、「鑑賞活動と創造活動について」報告。

■「いわき芸術文化交流館」の足立優司氏が「アリオスの鑑賞活動とコミュニティのリンクについて」報告。

2008年4月16日 音楽プロデューサー協会
教育プログラムを考える

イギリスでの体験から

田中玲子（トリトン・アーツ・ネットワーク）



イギリス、アイルランドで、平成18年度文化庁新進芸術家海外留学制度の研修員として研修しました。

研修先はイギリスのイーストミッドランズ（東中部）の都市ノッティンガムにあるロイヤル・センター・ノッティンガム。ここには2つ劇場があり、1つはシアター・ロイヤル（現在1186席／1865年オープン）、もう1つはロイヤル・コンサート・ホール（2499席／1982年オープン）です。



ロイヤル・センターは、クリスマス・シーズンのパントマイムを除くとオリジナルの主催公演は大変少なく、主な公演は、「キャッツ」や「スター・ライト・エクスプレス」といったミュージカルのツアーで、他にバレエや劇があり、クラシックのコンサートは売れないという理由から年間10本程度です。

教育部門は、2001年7月に設立されました。目的は、オリジナルの作品を作り、劇場に来るツアーカンパニーとも協力して、地域の人々とより近い関係を作り上げることです。

主なプログラム例として、ワークショップ（教師向け、55歳以上対象、学生、子供対象）、6歳以下対象のロビー・コンサート、法律事務所とタイアップした、遺言を考える劇とワークショップ、サマースクール、8歳から12歳を対象にした「Wider Opportunities」「Now Hear This!」（学校へ派遣されたオーケストラ団員から事前の楽器練習を数ヶ月にわたり受けた生徒たちと、プロオーケストラとの、コンサートホールでの共演）など。

音楽に特化した教育プログラムを見るため、アイルランドのダブリンにある、ナショナル・コンサート・ホールでも研修しました。「親とよちよち歩きの子供のためのワークショップ」（6ヶ月から3歳の幼児と親を対象）など。このワークショップをリードする人材は、Music Network主催“Continuing Professional Development Programme”などで養成されていました。

その他にも、ニューカッスルにあるホール、セイジ・ゲイツヘッドでは毎日のように、子供向けの教育プログラムが行なわれていますし、ロンドンの室内楽ホール、ウィグモア・ホールでも2歳～6歳向けの教育プログラムがありました。

（田中氏は4月時点、フィリアホールに在籍）

NPOトリトン・アーツ・ネットワーク

アウトリーチの現状と課題

櫻井あゆみ



NPOトリトン・アーツ・ネットワーク（以下TAN）は東京都晴海にあります“第一生命ホール”的主催事業と近隣地区での音楽によるコミュニティ事業を活動の2本柱として、2001年に設立されました。コミュニティ事業では、第一生命ホールに出演のアーティストと協同して、中央区及びその近隣地区の小学校や病院、福祉施設等へ年間40カ所程度、生の音楽を届けています。

今回はその中の「4年生はじめてのクラシック」についてお話をさせていただきました。TANでは小学校アウトリーチの場合はどの学校も小学4年生を対象に実施しています。なぜ4年生なのか？といいますと10歳という年齢は心と体が著しく成長する時期であり、音楽を受け止める素直な心がある反面、自我が出てきて自己主張が強くなるそうです。この時期にプロフェッショナルな演奏家による真剣な演奏を真に受けることで、大人が真剣に何かを伝えようとする姿を見ることは子供の今後の成長になんらかの布石を置くことが出来るのではないかと考えています。アウトリーチは基本的に少人数（50人以下、30名程度がベスト）で場所は音楽室、演奏家はラフな格好でお願いしています。

通常年に一度のアウトリーチですが、2007年度は日本音楽財団と協同し学校カリキュラムに演奏家とNPOが関わり、一緒に授業作りをするというプロジェクトを実施しました。



「演奏家と友達になろう！」を合い言葉に、ピアニストの田村縁さんが年間5回学校へ訪問し、4年生33名の子供達一人一人とアウトリーチを通して人対人の付き合いをすることによって、多感な時期の子供達に、

“クラシック音楽”を特別なものではなく生活の中にあるものとして普通に受け入れる心を養うという試みです。

コーディネーターの育成が課題

アウトリーチでは聴くことと合わせて、詩の朗読やハンドベルなど全員が参加出来るような仕掛け作りをし（代表者のみではなく）みんなと一緒に授業を作っているという感覚を重要視しました。また、交換日記帳を作り、一回終わるごとに子供達に感想を書いてもらい、それに対して田村さんがコメントを返すということを通して子供達の1年間の変化を見ることも出来ました。

ここまで丁寧なアウトリーチ作りというのは、NPOだからこそ出来る部分が多くあります。学校の先生、NPOスタッフ、ボランティアの方々すべてが真剣に子供と向き合い、それを楽しむということは資金や人に多少の余裕がないと難しいことです。

こういった活動をなるべく多くの場所で出来るよう、資金の確保と受け入れ先とアーティストを結ぶコーディネーターの育成が今後の課題となっています。また、アウトリーチを体験した子供達に、成長していく過程で聴いて欲しいと思うようなコンサートをホールで企画することも重要な課題であると感じています。

他団体の紹介と、08年勉強会の総括

このところ音楽事業者による、音楽の普及、教育を目的としたアウトリーチ(Outreach)が盛んに行われている。アウトリーチとは英語で直訳すると手を伸ばすこと。また、より遠くに達すること、日常の活動範囲から踏み出す等の意味で、つまり社会の様々な事業の中で、専門家が直接当事者に出向いて手を施す行為をいうわけだ。それには医療や福祉、そして、美術館や図書館の移動サービスもある。

類似のパブリック・インヴォルヴメント(Public Involvement)は、住民の意向を生かした政策をするため、行政が住民と意見交換し合意形成することで、「市長と語る会」などはそれにあたり、特に地方自治体では広く行われている。

さて、音楽プロデューサー協会が08年の勉強会で重点項目としてあげた「音楽における教育プログラムやアウトリーチの現状」は毎回多くの参加者があり、大いに関心を呼んだ。ゲストスピーカーのみならず、他の参加者や会員の多くも取り組んでいるだけに論議が活発で、勉強会を通して様々なことが明らかになってきた。事業そのものの有用性、課題も日々浮かび上がってきた。それらを総括する前に、他の事例も見てみたいと思う。

●●● 学生が主体

神戸女学院大学音楽学部は2001年度から、講座の一環として「音楽によるアウトリーチ」に取り組んでいる。

それは3年生後期からの選択制科目として取り入れられている。事務局には数人が常駐し、小中学校や美術館、病院等々と連絡をとり、学生を派遣している。02~04年の間に小中学校への派遣が24回、病院などが14回の他、子どものためのコンサートを11回開催。現在もそのペースで実施。これらの実績を踏まえ、05年、文部科学省の「特色ある大学教育支援プログラム」に補助申請。それが採択をされて(4年間)今日に至っている。

この事業は参画する学生のメリットも大きい。他者に教える立場から、自ら楽器の由来、歴史を調べるようになったり、演出面の工夫、マネジメントのコツ等々も実体験している。社会的評価も年々上がり、特に「子どものためのコンサート」は回を追って観客が増え、学生の真摯な姿に感銘を受ける人も多いとか。

年3回「アウトリーチ通信」を発刊し、活動内容を紹介しているが、アウトリーチだけに絞った機関誌の発行は全国的に珍しいのではないだろうか。

一方、周囲の環境としては少子化や高齢化、そして学校現場の授業時間の縮小等でこうした事業が取り組みにくくなっているという。

(取材協力: 神戸女学院大学 津上智実氏)

■■■ 果敢な取り組み

大阪センチュリー交響楽団はエデュケーション・プログラムの一環として「オーケストラ体感コンサート」を実施している。

同楽団は1989年大阪府により設立。2管、55名という中規模の編成で、緻密なアンサンブルを売りとしている。今年、府の厳しい財政状況のもと、運営費の削減という危機で話題にもなったが、毎年度当初に府内1500の

の小学校に参加を募り、オーケストラの仕組みを実体験させている。会場が団の練習場ということもあって、その生身の大迫力に参加者の評判も上々で、07年は16回、約2000人が参加。

時間は90分で、最初に各部屋でフルートやトランペットの演奏家と楽器の仕組みや奏法を学んだ後、実際にオーケストラの演奏を聴くというスタイル。

08年度からは、府内の市町村と連携し「センチュリーコどもコンサート」を実施。7市町村10公演で約6千人を超す小学生が鑑賞する。

その他、「中学生サマーセミナー」では主に吹奏楽員を対象にセミナーを実施、また「大人のためのおもしろオーケストラ教室」も毎回テーマを変えて開催し喜ばれている。

総じて<「子どもを対象とした音楽体感」><「中学生サマーセミナー」><「アマチュアによるユースオーケストラ」><「おとなためのおもしろオーケストラ」>の四つがシステムとして運用されている。大変手間のかかる事業のようだが、交付金が減額される中で起死回生の奮闘といえよう。(取材協力: 同楽団 植田雅彦氏)

演奏家自身の個性を大切に

岐阜県・多治見市文化振興事業団は、「アウトリーチ」事業を04年から開始。その名も芸術体験プログラム「おんがくのたね」。

市内の小学校を対象に器楽奏者が出向き、直接子ども達の前で演奏したり解説したりして接触、高い効果をあげている。一回100人程度を対象として年間15回ほど実施。基本的には受け入れ希望を募るが、場合によっては呼びかけもするという。

この特徴は事務局と学校の先生との連携がうまくいっていることで、それは事業実施に伴う理由付け、いわば哲学がしっかりしている点に裏打ちされている。

内容的には演奏者自身の個性を重んじ、なぜ音楽を始めたのか、なぜその楽器を選んだのか、演奏家の人生や日々の生活にまで及んで生徒との人間同士のふれ合いを大切にしているという。

また「ちゃわんだふる音楽宅配コンサート」も実施。これは、高齢者や障害者向けのもの。茶碗の町とワンダフルをミックスしたネーミング。

(取材協力: 多治見市文化会館 加藤愛氏)

これ以外にも東京二期会21は、別項の彌勒氏に関わるところでも紹介させて頂いたが「オペラ宅配便」という名の普及活動をスタートさせている。作曲家の松井和彦氏を中心として「二期会・新歌劇」を発足させ、観客の知的欲求や、教育的欲求に応えていくとしている。

作品としては<「イソップ物語三部作」>や松井氏作曲の「泣いた赤鬼」を掲げている。

また、それ以外にも<「初心者向けのオペラ教室」><「ワークショップ」>、そして声楽に興味を持つファンのための<「声楽の愛好家クラス」>も設け普及に務めている。

私事で恐縮だが、私の主宰するオペラ季節館は毎年オペラショウの市民参加を行っていて、07年度は八王子市で40人、豊橋市においては120人の子ども達が参加(希望は400人)。現地の指導者と、オペラ季節館のスタッフが協同し作品を創りあげている。09年1月も豊橋で実施予定。

Outreach

目に見えないものの彼方に

見えるもの

前ページにつづく

これらの取り組みにおける
課題を総括すると・・

- 大変な労力を要する
- その割に実利が見えないという現実
実利とは将来観客になって帰っててくれるかということ、勿論一回一回の利益。
- 受益者負担も病院や、養護施設などもあって馴染まないことも多々ある
- 従って民間では取り組みにくい非商業的事業だ
- だからそれをどこでどうカヴァーするのか
つまりスポンサーの問題
- 実態として公共ホールの運営が多いのは、納税者への還元やサービスが一つの使命という実状も一因だろう
- キッズプログラムはエリアが狭くなる
- 専門的なスタッフの養成も課題だ。

その他、子ども達を受け入れる際の安全の問題、行儀、選曲の問題等が種々意見交換された。

しかし、多くの困難・苦労を抱えつつも、誰もがその意義に深い関心を寄せているわけで、アウトリーチは今後もおおいに推進されるべき私達の大切な仕事だ。

その意義は多治見市の取り組みにおける、以下の言葉に収斂されるだろう。

「おんがくのたね」

こどものこころに音楽を
すべてのこどものこころは
さまざまな可能性を秘めています
たとえば、音楽に対する好奇心
わたしたちはこれを
「おんがくのたね」とよんでいます。
みずみずしい若葉のうちに
すぐれた作品や演奏家にふれることで
より力強く伸びていきます

・・・中略・・・

やがて子どもたちが
豊かな感性や表現力を身につけ
音楽を始めとする芸術があふれた
新しい多治見を創っていってほしい
それがわたしたちの望みです

(オペラ季節館代表
演出・作曲・アートコーディネーター)

新公益法人法がスタート

2008年12月1日より新公益法人法が施行される。

明治29年の民法制定以来110年ぶりの大改正だ。新制度への移行にともない旧制度での社団法人や財団法人は、今後新制度に向けて様々な変革を余儀なくされる。

これにともない全国の自治体は、説明会を行うなど対応に追われている。

全体として新制度はどういう制度なのか見てみたい。

- ◇主務官庁制が廃止される。
- ◇その代わりに内閣府に民間有識者からなる<公益認定等委員会>が置かれる。（合議制）
これは、都道府県にも置かれ、一元的に公益性の判断や監督を行う。
- ◇財団は<一般社団法人>と<一般財団法人>とする。
- ◇さらに<一般社団法人><一般財団法人>は公益認定を受けてそれぞれ<公益社団法人><公益財団法人>になることができる。
- ◇多額の基本財産の用意や、公益性の判断で設立が容易でなかったものが登記のみで設立できる。
(但し一般社団法人と一般財団法人)
- ◇一般財団法人を設立するには300万円の資産提供が必要。

さて、既存の財団法人は今後どうしなければならないのか。

法人は12月1日施行日の時点で<特例民法法人>、つまり特例社団法人、特例財団法人となる。

その特例財団法人は5年の間（平成25年）に一般法人になるのか、申請して公益法人になるのか選択しなければならない。もし何もしなければ解散したものと見なされる。

どこがどうちがうのか。一言でいうと公益法人は、公益性事業の経費が50%以上必要の他、種々シバリが多い。それがクリアされれば税制上の優遇措置がある。対して一般法人は税制上の優遇は少ないが、運営上の報告義務・監督も大幅軽減され自由裁量がきく。

どちらを選択するか。メディアの情報をちらちら拾い見る限り、既存の社団や財団は規制の緩やかな一般法人の道を選ぶ傾向にあるようだ。

尚、既存の<有限責任中間法人>は<一般社団法人>に、<無限責任中間法人>は1年以内に<一般社団法人>に移行しなければならない。

私達の周囲にも劇場、オーケストラ、バレエ、オペラ等、財団法人にしているところが多々ある。数億円という基本財産を積まれ、低金利の中の果実も少なく、運用もできない上に監督が厳しい。

一方、同じ音楽やりながら株式会社もあれば任意団体もあるし、そしてNPO法人もある。

要するに採算のとれにくい私達の芸術活動は、寄付、収益に対して税制上の優遇が得られればそれでいいのだ、と思うが、いかがだろう。

「公益法人よ、儲けるなというから、やる気の虫がチヂコマル」。（編集子）

危機をどう乗り切るか

チラシや出演料、
ホール代などコスト削減で

志村嘉一郎(会員)

08年秋にアメリカで始まった金融危機は、瞬時に欧州やアジアに波及、銀行や生命保険会社の経営破綻や株価暴落で、世界経済は100年に1度の危機に直面した。

日本は10年前の金融危機の経験があったため、欧米に比べ金融危機はそれほどではないが、アメリカの消費減退による輸出急減や円高で実体経済は縮小に向かっている。

日本の消費減退で、クラシックファンのサイフのひもも厳しくなることが予想され、コンサートにも危機が波及することは間違いない。年間に使うチケット代の予算を組んでいるファンでも、ますますコンサートの中身を吟味するようになるだろうし、収入が減ればコンサートに行かずCDでがまんする人も出てくるだろう。クラシックにそんなに興味を持っていない人は、コンサートに行かずに他の消費に小遣いを回すことになる。このような消費動向から、コンサートのマネジメントは厳しくなることが予想される。クラシック業界にとっても、危機がやって来るのは確実な情勢だ。

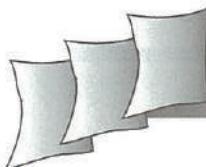
マネジメントの協調は可能か

この中で考えねばならないのは、コンサートのコスト削減である。外国から招聘する場合、為替レートの動向を注目せねばならない。欧米の通貨は危機前に比べ3割前後も下がっている。ヨーロッパ全域やアメリカも不況に突入しているので、音楽家の出演料もこれまでの2・3割安でよいはずである。円高と出演料値下げで、招聘費は危機前の半額程度で済むことになる。マネジメントの腕次第で、招聘コストが削減できる。国内の音楽家にしても、音楽会の回数が少なくなれば収入が減る。出演しないよりはしたほうが稼げるの、主催者の交渉次第で、値下げが可能だ。

問題はホール使用料。公的ホールの値下げは、頭の固い役人には難しいが、民間ホールなら値下げができるはず。それには、マネジメントが連名で値下げを要望するなど、行動することが必要である。民間ホールにとって、音楽会の数が減ることで使用料の売り上げが減るので、使用料を値下げして音楽会の数を増やせば、売り上げ減を防げる。このことに気づいた支配人が生き残るわけで、危機の時代には値下げしたホールのほうが勝ちなのである。民間ホールで値下げの動きが出れば、公共ホールも追随する所がでて来るだろう。

音楽会のコストの中で、広告宣伝費はかなりの部分を占める。これまで惰性で払ってきた広告宣伝費を見直す必要があろう。

新聞や雑誌の広告、チラシのコストを考えたことがあるだろうか。音楽雑誌に広告を載せた場合、その広告で何人のファンがチケットを買ってくれるかわからない。新聞広告でも広告が出た日にチケットを買う電話が殺到すればうれしい悲鳴だが、いまはそんなことはない。



コンサートチラシの効果は?

浜離宮朝日ホールが開館した1990年代初めは、朝日新聞に広告が出た日にはかなりのチケットが売れた。しかし、「失われた10年」の不況になった90年代後半になると、広告を出してもチケットはあまり動かなくなつた。不況でクラシックファンが固定し、新聞広告で衝動買いするいわば素人のクラシックファンが少なくなったからではないか。

一番わからないのは、チラシの効果である。チラシ1枚刷って配るコストは約10円。1万枚配って10万円。5000円のチケットが20枚売れて、やっと経費が出る。チケットの売り上げ手数料やチラシのデザイン料などの経費を考えると30枚くらい売れねば引き合わない。

最近は、100枚も入っているチラシの袋を受け取らないファンが増えてきた。あるいは、会場で興味のある何枚かを抜き取り椅子の下に置いて立ち去る人もいる。

ここ数年で、業者によるチラシ配布をやめた交響楽団や音楽事務所、チラシを配らせないホールも出てきた。

チラシは麻薬みたいなもので、効果がわからず惰性でまいているのではないか。その効果について科学的な効果測定結果はない。

チラシ配布をやめたコンサート主催者は、DMに頼つておりその効果に満足しているという。不況期には音楽ファンが固定化することを考えれば、対象を絞ったファンにDMを出したほうが、確かに効果があるといえる。

これから始まりそうな危機の時代。しかしその中にあって、コストを削減し中身の良いコンサートを企画すれば必ず成功する。クラシックファンは不況になつても年間に一定の予算をチケット代に振り向けるようとしているからである。それが、クラシックの魅力であろう。

(ジャーナリスト・帝京大学教授)

チラシ配布を 止めてみた

東京フィルハーモニーは、コンサート会場前でのチラシの配布を止めた。エコへの配慮、静かな会場で気になるチラシの音、そして座席に置きっぱなしにして迷惑をかける等々の理由の他、何よりも効果がないからのようだ。実際チラシを撒いていたときと中止した後を比較すると、売り上げはほとんど変わらなかつたという。今はプログラムに予定を刷り込む等で対応。プログラムへの挿み込みも極力減らす方向のようだ。

(東京フィルハーモニー：事業部長/高澤芳郎氏 談)

プロデューサーの性格と能力

プロデューサーとは、アートやイベントなど、作品の企画から完成までの一切を統轄する最高責任者であり、人を感動させる価値を創造し、提供することを目標とする。今日、プロデューサーを中心にイベントや事業を進めていくプロデューサー・システムが様々な分野で広がりつつある。プロデューサー・システムの特徴はメッセージの明瞭さ、責任の明確さであり、それは事業を活性化する有効な手段となり得る。現在の日本社会を覆う閉塞感を考えると、様々な分野でプロデューサー・システムの積極的な導入が図られるべきである。

本稿は、筆者自身が実行して経験してきたイベント（コンサート、学会、展示会など）のプロデュースの経験を踏まえてプロデューサーの性格と能力について、少々述べみたい。

プロデューサーの領域は大きく2つに分けられる。それはアート・プロデューサーとビジネス・プロデューサーである。

まず、アート・プロデューサーは基本的にはイベント、アート・プロジェクトを扱う。アート・プロジェクトの例としては、音楽会、展覧会、博覧会、テーマパーク、映像、芸術祭、スポーツ祭、メディアコンテンツ、上演芸術（演劇、オペラなど）、大学祭、市民祭、企画出版などがあげられる。

対してビジネス・プロデューサーは基本的にビジネス・プロジェクトを扱う。ビジネス・プロジェクトの例としては、新規事業、新製品・商品開発、企業買収・提携、起業、地域開発、商店街活性化、商業施設、文化施設、見本市・展示会、経営システム改革、新規市場開拓・導入などがあげられる。

アート・プロデューサーとビジネス・プロデューサーは、その資質や能力の点で同様の資質を要求されるが、同一とは言えない。それはプロデュースする内容と過程が異なるからである。アート・プロジェクトはビジネス・プロジェクトに比べ、プロジェクトのビジョン（夢）が抽象的であり、夢想的な計画が設定されることも多い。自由度が高く、創造性も要求される。一方、ビジネス・プロジェクトはビジョンが現実的であり、プロデューサーへのミッション（使命）が鮮明である。ビジネス・プロジェクトはプロジェクトの目標を数値化して設定することができる。新事業や新製品の開発では目標収益などの数値目標がある。

プロデューサーの性格は、相反する立場、思想、体質を併せ持つ。それは創造者と経営者、言い換えると、クリエーターとマネジャーである。

米国企業では、起業して大きく成長し、上場した後、起業家が経営者としてとどまる場合は10%程度に留まるとされる。つまり「事を起こすこと」と「経営すること」には全く別の資質が必要である。起業家に求められる資質は熱い情熱やカリスマ性、独創性、ある種の樂天主義である。かたや経営者には冷静な判断力、管理能力、合理性、緻密な戦術が要求される。それぞれに求められる資質は異なるのである。



境 新一（会員）

一方、イベント制作に関わるプロデューサーには、事を起こし、実際にそれを運営することであるため、起業と経営の両面を併せ持つことが要求される。プロジェクトを立ち上げた最初の頃は起業家であり、途中から経営者になる必要がある。プロデューサーは創造者と経営者の狭間において、両者は良好な関係とは限らない。同一人物の中で創造者と経営者という二重の人格に折り合いをつけることは困難を伴う。

道のないところに道をつける

プロデューサーに求められる能力には、分析力、企画力、概念創造力、表現力、シナリオ（筋書き）構成力、統率力、演出力などがあげられる。しかし、プロデューサーが当該能力を全て備えることは容易ではない。

特に、イベントをプロデュースするプロデューサーに重要な能力としては、主に4つがあげられる。

第1に、未確定要素を含めて、バランスのよい全体像を描く構成力である。仮説であっても全体像を描く必要がある。第2に、部分が全体に及ぼす影響を把握する分析力である。イベントでは、構成要素の一部が変化すると次々と他の要素も変化し、その結果、全体の姿まで変わることがある。一つずつの条件の変更が全体の姿をどのように変えるか、予測する力が必要である。第3に、合理的な修正計画を立案、構成する企画力である。全体を俯瞰して不足する部分を修正し、単なる思いつきや感情的な選択に走らず、合理的な計画を立てなければならない。

最後に、様々な要素と人を円滑に調整し統制する統率力である。道がないところに道をつけ、リーダーシップを発揮する人がプロデューサーである。

また、プロデューサーは、アートシーンやビジネスシーンを変える存在である。ただ、留意すべきことは、アート・プロデューサーとビジネス・プロデューサーは、異なる側面もあるものの、その資質や能力では相互に重なり合う点である。アート・プロジェクトにおけるビジネス側面、ビジネス・プロジェクトにおけるアート側面がある限り、両者は無縁ではありえないのである。

今後、アートとビジネスの両立は不可避の課題であり、アートとビジネスの両面を備えたプロデューサーの活躍と育成が一層期待されよう。

（境企画代表・プロデューサー、成城大学准教授）

「嬰ハ短調」とはなんぞや？

「音名」標記は必要か

ベートーヴェンの第五交響曲は「ハ短調」、モーツアルトの交響曲35番＜ハフナー＞は「ニ長調」。そして表題の「嬰ハ短調」はマーラーの第五交響曲。

ハニホヘトイロハは日本の「音名」。一方「階名」というのがあってこれが存じドレミファソラシド・・・でもこれは本来イタリアの「音名」。

「嬰ハ短調」とは何なのか、クラシックの専門家や、熱心なファンを除外すると、殆どの人が理解出来ないのでないだろうか。これはドに#がついて始まる短音階のことで、それを日本式の音名で表したもの。多少わかり易い説明と思われるが、それでもまだ解らないはず。#は半音上がること。半音上がることを「嬰」とし、逆に下がることを「変」と記す。

「嬰」の訓読みは「めぐる」「ふれる」「あかご」。逆鱗と同義語に「嬰鱗」というのがある。雅楽に「嬰商」というのがあって“臨時に音が高められる”ことを意味するようだ。つまり嬰鱗も雅楽も「ふれる」からきていると思われる。

嬰や変としたのは邦楽の流れから決められたものらしい。勿論、変は#と表記。

「きらきら星」をハニホヘトイロハで歌うとハハトトイット・・・（笑）

要するに楽曲の調整をハニホヘトイロハで表現するのは解りにくいし、現実の音楽現場ではほとんど死語。

イタリア、フランス、アメリカは音名も階名も一緒。

日本も階名にして一緒にすると・・・。

ハ短調=ド短調、英語読みならCマイナー。嬰ハ短調は#ド短調、同じく英語表記でC#マイナー。すると「ト音記号」は「ソ音記号」、低声部に用いる「ヘ音記号」は「ファ音記号」となる。わかりやすい！

さて、どうする？、わかりやすい？、難しい？、いまさら？、かえって混乱する？

これって、実はたいへん奥が深い。クラシックを分かりやすくする観点から、議論することも無駄ではあるまい。（伊勢谷）

○八年四月、「日本芸術マネジメント学会」が発足した。音楽芸術の振興及び保護に係るマネジメントや制作に関する研究を目指すという。理事長に川村恒明元文化庁長官が就き、事務局は昭和音大の舞台芸術センターに置かれた。現在個人会員は約一三〇名。さる十一月に東京芸大において最初の研究大会を開催。ミニシンポジウムでは「いま劇場では何が起きていているか」をテーマに議論が交わされた。分科会ではアウトリーチの問題を取り上げられる。一方、一九九八年に誕生した「日本アートマネジメント学会」の十周年記念全国大会が同じく十一月に昭和音楽大学で開催された。記念講演には青木保文化庁長官、この学会の活動趣旨も前述の学会と類似しているが、従来的なピラミッド型とせず、地方分権的な発想による地域間ネットワーク型の運営形態をとっているようとしているようだ。が、学問のための学問になつてはいけない。自戒を込めて・。はだせ。

音楽プロデューサー協会・会員

在原 勝	(株) 東京プロムジカ 代表取締役
石川尚樹	(株) コンセール・ブルミ工 代表取締役
家永 勝	(株) 家永音楽事務所 代表取締役 (★名誉会員)
伊勢谷宣仁	オペラ季節館代表 (演出・作曲・アートコーディネーター)
上野喜浩	すみだトリフォニーホール・プロデューサー
江藤昌子	「こぶしくらぶ」主宰・プロデューサー
大庭泰三	(有) メリットコーポレーション 取締役文化部長
小尾 旭	(株) ミリオンコンサート協会 代表取締役
加藤ケイコ	(有) レックス 代表取締役
黒川浩明	(有) 大阪アーティスト協会 代表取締役
小林信一	合唱音楽振興会常務理事・事務、プロデューサー
境 新一	境企画代表、成城大学准教授、プロデューサー
佐々木利子	特定非営利法人・日本室内楽アカデミー理事長
佐藤 豊	アートセンター代表、アートプラザ主宰
志村嘉一郎	ジャーナリスト、帝京大学教授
白神克敏	(有) 白神ピアノ調律所、(株) ボイシング 代表取締役
戸部由紀子	(有) エクレジア・アーツ 取締役
内藤克洋	(株) ショパン代表取締役・編集長、蒼土舎社主
中根俊士	(株) 東京アーティスツ 代表取締役 (協会代表幹事)
早瀬敏弘	(株) ベアート音楽事務所 代表取締役
広瀬 清	(有) 新演奏家協会 代表取締役、NPO日本青少年音楽芸能協会理事長
松崎三恵子	(株) シド音楽企画 代表取締役
丸田 朗	(有) マルタミュージックサービス 代表取締役
南出 卓	(株) コンサートオフィスアルテ
村上雄一	(株) ユーラシック代表取締役
藪田益資	インターネット「クラシック・ニュース」プロデューサー

◆08年早々、音楽界を揺るがすニュースがあった。一つはびわ湖ホールが県の財政難により六ヶ月間休館されるというもの。さらに大阪からは四つのオーケストラの補助金が大幅削減され苦境に喘いでいるとの報。幸いびわ湖ホールは運営を継続しているが、大阪は一昨年財界トップが「四つを統合しては」と発言して物議を醸し否定されたが、再燃しかねない情勢とか。◆そんな中の金融危機。経済の動向に右往左往させられるのは何も音楽界ばかりではない。こんな時こそ、知恵をしぼり汗をかき困難を乗り越えなければならない。◆08年創立十周年を迎えたイベント学会の総会で会長の堺屋太一会長は、「文化は儲からないから税金か寄付でやるというのは、規格大量生産の考え方。儲からないのは価値を創造していないから」と。

Classic Vicus 6号

編集・文責：伊勢谷宣仁 進行：大庭泰三

音楽プロデューサー協会

〒273-0037 千葉県船橋市古作3-1-15-308
電話：047-335-2002 FAX：047-335-2062
(マルタミュージックサービス内)