

CLASSIC VICUS

2012 No.8

Vicus= ラテン語で地域、界隈の意



「劇場、音楽堂等の活性化に関する法律」が施行 タネ銭ない理念だけの活性化策

志村嘉一郎

「劇場、音楽堂等の活性化に関する法律」が6月末に施行された。この法律がどんなものなのか、法律で本当に劇場や音楽堂が活性化するのか、オーケストラやアーティスト、音楽マネージャー、音楽ホールにとって何かメリットがあるのか、検討してみたい。

7月14日、この法律について日本音楽芸術マネジメント学会の研修会が、東京藝術大学で開かれた。法律を推進してきた音楽議員連盟の築瀬進氏（元民主党参議院議員）が基調講演を行った。築瀬氏によると「博物館や美術館についての法律はあったが、劇場や音楽ホールの法律がなかった。公営の音楽ホールの自主公演が減っており、ホールに足を運んで芸術に触れる人が減っている。リスナーの質も低下している。指定管理者制度にも問題点があり、ホールの自主公演を増やし、劇場や音楽堂を活性化するために議員立法でこの法律をつくった」という。

関係者の連携・協力を求める

法律は長い前文と16条からなる。第1条は「目的」が書かれており、「文化芸術基本法の基本理念にのっとり劇場、音楽堂等の活性化を図る」ことで「実演芸術の水準の向上等を通じて実演芸術の振興を図るために、劇場、音楽堂等の事業、関係者や国、地方公共団体の役割や、基本施策等を定め」る、としている（「」内は条文からの引用。以下、同じ）。第2条は、劇場、音楽堂等の定義。「施設及びその施設の運営に係る人的体制により構成され」、「創意と知見をもって実演芸術の公演を企画し、行い、一般公衆に鑑賞させること」が目的、とする。第3条は、どんな事業を行うか、8つを定めている。①は自主公演、②が貸し館事業、③は実演芸術の普及啓発。④は他の劇場やホールとの連携した取り組み、要するに共同制作。⑤は国際交流、⑥は調査研究、資料収集、情報提供。⑦は事業に必要な人材の養成、⑧は地域社会の絆の維持・強化、共生

社会の実現に資する事業を行う。

第4条から7条までは、それぞれの「役割」が決められている。4条は劇場、音楽堂。5条が実演芸術団体、「自主的かつ主体的に、実演芸術に関する活動の充実を図るとともに、劇場、音楽堂等の事業に協力し、実演芸術の向上等に積極的な役割を果たすように努める」としている。第6条が国の役割。「環境の整備その他の必要な施策を総合的に策定し、実施する役割を果たすよう努める」。第7条が地方公共団体。「その地域の特性に応じた施策を策定し、実施する役割を果たすよう努める」。第8条は、4条から7条までの関係者は、「相互に連携を図りながら協力するよう努める」と、関係者は連携・協力しろ、としている。

財政、金融、税制上の措置

第9条がもっとも重要な条項。「国及び地方公共団体は、この法律の目的を達成するため、必要な助言、情報の提供、財政上、金融上及び税制上の措置その他の措置を講ずるよう努めるものとする」が全文。筆者は、浜離宮朝日ホールを立ち上げ、有楽町朝日ホールと両方の支配人・総支配人を10年間勤めてきた。ホール運営の経験からすれば、どんなに立派な法律ができても、政府や自治体が現実にカネを出さない限り、ホールは活性化しないのである。観客が喜ぶ自主公演を増やせといっても、そうした公演のほとんどは赤字公演で、カネがなければできない。地方のホールでクラシック公演でなく落語などをやる最近の風潮は、自主公演の予算がどんどん削られているからだ。オーケストラや合唱団の関係者によれば、自治体の公演予算是最盛期に較べ3割から4割も減っているという。この条文では「措置を講ずるよう努めるものとする」とあり、「努めたがダメだった」とも解釈できる条文なのである。

垂直より水平の金集め

「法律ができたのだから、野田政権は文化予算を増やしてくれるのか」と、築瀬氏に質問した。「音楽議員連盟としても、文化予算の位置付けを上げたいが、財政的には厳しい」という回答。築瀬氏は「文化庁の予算は、政府全体の0.12%、フランスの10分の1で韓国の0.7%より少ない。しかも文化庁の予算は文化財保護などハード面の予算が6、7割で、ソフトは3分の1だ。これから本格化する震災復興の予算などを考えると、文化予算の拡大はむずかしい」という。消費税を引き上げても、その分は福祉に使うので、文化予算には回ってくるはずはない。そこで築瀬氏は「垂直でなく水平で拡大しなければならない」と主張する。具体的には「寄付金に対する優遇税制で、個人や企業の寄付金を拡大すべきだ」というのだ。長い間、経済記者をやっていた筆者から見れば、寄付金がバンバン集まったのはバブルのころ。21世紀の日本経済は、「企業も個人も余裕がなく、カネ集めに努力しても結果が出ない」時代になっている。地方自治体の財政は、赤字債を発行して借金が自由にできないから、政府よりもっと厳しい。大阪維新の会が、大阪の文化予算をバサバサ削っているのを見れば、自治体のホールや実演芸術団体に補助金を増やすのは、ますます難しくなる。せめて、政府にやってもらいたいのは、「チケットの消費税を上げないでもらいたい」ことではないか。新聞協会では新聞代の消費税を上げないよう政府と国会に猛烈な運動をしている。こんどの消費増税で軽減税率が採用されるなら、文化に関する消費税減税も主張すべきではないか。

アートマネージャーの条文なし

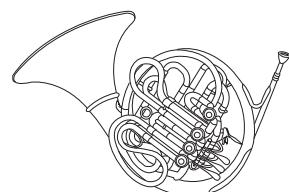
この法律がつくられる過程で、ホールにも博物館や美術館の学芸員と同じようなアートマネージャーを強制的におかねばならない、というような噂が飛んでいた。法律では第13条が人材の養成・確保。「国、地方公共団体は、制作者、技術者、経営者、実演家その他の劇場、音楽堂等の事業を行うために必要な専門的能力を有する者を養成し、確保するとともに、劇場、音楽堂等の職員の資質の向上を図るため、劇場、音楽堂等と大学等との連携及び協力の促進、研修の実施その他の必要な施策を講ずるものとする」と記されている。博物館法では「博物館に

専門的職員として学芸員を置く」と定められており、学芸員は文部科学省が所管する国家資格。劇場・音楽堂法では、アートマネージャーを置く定めや、国家資格の条文はなく、単なる噂にすぎなかったようだ。

第16条は、文部科学大臣がこの法律を具体化するために指針を定めることが書かれている。今年中に、指針が決められるので関係方面から要望書が出されているが、アートマネージャーの国家資格化や劇場や音楽ホールに強制的に置くことは、新しい法律にない以上、指針にも盛り込むことはできまい。アートマネージャーは、文字通りマネーをあやつる仕事が基本である。公演の企画や制作、実演は、マネージャーが方向性を決め、芸術家や専門家にまかせておけば具体化する。しかし、マネーをあやつるのは容易ではない。筆者もいくつかの大学でアートマネジメントの講座をもったが、浜離宮朝日ホール時代、自力で開発した金集めのノウハウは、教壇で教えられるものではない。ホール開館前に1億5000万円が予定されていた自主公演予算が、バブルがはじけた開館時には10分の1の1500万円となり、この予算で年間50の自主公演を実現させたノウハウは悪戦苦闘の上に編み出したものだったからである。

新しい法律は、劇場や音楽堂を活性化させる理念はうたっているが、活性化させるタネ銭を用意したものではない。したがって、オーケストラやアーティスト、音楽マネージャー、音楽ホールにとって、役所の規制がかかるばかりで、メリットはなさそうである。

[志村嘉一郎：本会監査、ジャーナリスト、前帝京大学教授、元浜離宮朝日ホール有楽町朝日ホール総支配人]



チケット購入時の手数料 顧客つなぐ諸刃の剣

2011年6月15日（水）勉強会
岩野裕一（音楽ジャーナリスト）



つの間にか、コンサートのチケットを購入する際の「発券手数料」「システム使用手数料」を利用者が負担することは、あたりまえとなってしまった。

JRにしても、飛行機にしても、発券やシステムの維持に要する費用を顧客に直接請求する、ということはないわけだが、実際には運賃や料金のなかにその費用が含まれているわけだから、コンサートのチケットの場合が特別に不合理なわけではない。しかも、コンサートチケットの場合は、その多くがチケットシステム業者に委託して販売しているため、チケット代から一定の料率で控除される「販売手数料」にこうしたシステム上の経費を賦課してしまうと、チケット代をべらぼうに上げるか、プロモーターが負担する手数料率をかなり上げなければならない。それゆえ、そのチケットがどうしても欲しいという受益者負担の形で「発券手数料」「システム使用手数料」というものが考え出されたわけで、ある種の合理性を持っているという見方もできるだろう。

また、従来の電話による直接のやりとりだと、利用者からすれば、予約後にチケット代を送金しなければならないし、チケットの郵送料もかかる、となれば、ネットで予約してコンビニでチケットを発券してもらう際の手数料というものに対して、ユーザーの側には「ちょっと高いよなあ」という多少の不満はあったかもしれないが、利便性と秤にかけてみれば「まあ仕方ないか」という許容範囲に収まっていたのが、現行のシステムだったわけだ。

ところが、3・11の震災で公演の中止が相次いだ際に、チケット代金はプロモーターが全額払い戻しをしたもの、チケット関連の手数料は払い戻さない（プロモーターからすれば、払い戻せない、ということだろう）というケースが続出したために、利用者から大きな不満の声が上がった。これは、利用者目線でいえば当然のことだが、チケット発券業者がその分をかぶらないとなると、ただでさえ公演中止で苦しいプロモーターとしては、さらに身銭を切ってお客様に還元することは経営的に難しかったに違いない。

この問題は、それぞれ立場が違うだけに、「こうすればよかった」という結論が出せることではないが、さまざまな手数料の存在について素朴な疑問を抱いていた利用者にとっては、釈然としない思いが高まったことは充分に考えられるし、だからこそ音楽プロデューサー協会の

例会でも、この件についての議論がなされたはずである。

この日、プロモーターの側である皆さんの議論を聞いていて、なるほど、と思ったのは、かつてはお客様からの電話を受けて、手作業で行っていたチケットの発券や管理業務というものが、いまの会社組織において、コスト的にまったく割が合わなくなっているということだ。プロモーターという業種も基本的には「手数料ビジネス」であり、製品在庫は持たなくてよい反面、利益率が一般的な小売業に比べて低いという構造を持っている以上、会社組織が大きくなればなるほど、人件費や一般管理費も重くのしかかるために、その負担に耐え得るだけの利益を出していくには、手数はかかるが利幅の薄いチケット販売を外注化するなどして、コストの削減を図らなければならないわけだ。

ただし、それはプロモーターにとっては諸刃の剣であって、お客様が「手数料を払ってでも買いたい」という人気のアーティストであればともかく、たとえばさほど人気のない演奏家のリサイタルで、3000円のチケットに手数料が500円以上、といったことになると、顧客はますます遠のく結果となるだろうし、あるいは手数料なしで買って予定が変わっても心配のない当日券に流れてしまい、集客の読みに苦労するという悪循環に陥ってしまっているのではないか。

もう一点は、この日の会合でベテランのチケット担当者から指摘があったように、「システム業者任せにしてしまうと、顧客の顔が見えなくなってしまう」という点については、もう一度それぞれの立場から考え直さなければならないだろう。売れない時代にものを売る場合、ツイッターやフェイスブックなどソーシャルメディアの活用が叫ばれる一方で、人間的なつながりやクチコミによるアナログ情報も再び重要なだけに、顧客との接点だったチケット販売をあまりにも合理化してしまい、管理コストまで顧客に負担を強いるというドライな関係がベースになってしまることが、ひょっとしたらお客様を失う結果につながっているのかもしれないという自省も、業界全体として必要なのかもしれないと強く感じた。

とくに今後、高齢化社会がますます進行していく中で、手数料の問題を含めて、チケットの買いやすさという顧客本位の姿勢が重要になってくるだけに、今回のような議論がさらに深まっていくことを期待してやまない。

フェイスブック

ソーシャルメディアを使えばタダで宣伝できる？

2011年12月14日(水) 勉強会

「『フェイスブック』を中心としたwebにおける広報宣伝について」という内容で勉強会を行いました。

まずは実際にクラシック業界でフェイスブック（以下FB）を利用して広報や宣伝をしている会社の方をパネリストに、FB やツイッター、ホームページ等をどのように運用しているのか、またはどのような効果があった、というようなお話をお聞きし、後半はゲストスピーカーをお呼びして、「FB とはどんなものなのか」という簡単な所から、広告代理店から見た『クラシック音楽業界における FB の可能性』というテーマで、ホームページとリアルメディアをつなぐ存在としての「ソーシャルメディア」の可能性について、専門家によるお話をお聞きしました。

PANELIST

◇長門 裕幸氏	ナクソス・ジャパン デジタル事業部 デジタル・ディストリビューショングループ部長
◇高瀬 緑氏	東京交響楽団 広報担当
◇南出 卓氏	ミュージックインク代表 ブルームカルテット & アンサンブル主宰（協会会員）

GUEST SPEAKER

◆絹村匡史氏　外資系広告代理店（株）I&S BBDO のグループディレクター。いろいろなメディアを活用した新しいマーケティング手法を提言する I&S BBDO プロジェクトチームメンバー。ソーシャルメディアの活用により、企業のコミュニケーションコストの軽減を目指している。<http://www.isbbdo.co.jp>

◆北風智子氏

世界展開する I&S BBDO のグループ会社、Proximity Japan（プロキシミティ・ジャパン）のアソシエイト・プランニング・ディレクター。デジタル領域を核としたコミュニケーション・デザイン設計のプロフェッショナル。<http://www.proximity.jp/>

► 長門氏の話

ナクソス・ジャパンでは、FB についてはまだ「独自の使い方」というものはできていないが、ツイッターも含めて、ファン=お客様と直接やり取りすることにより、新たなコンピレーション・アルバム「交響戦艦ショスタコーヴィチ」、「幻想魔人ハチャトリアン」を誕生させることができた（現在は第3弾も発売中）。どちらも、ツイッターやFB でお客様に話題にしてもらうことにより、口コミ的効果で大きな売上げをあげている。

末で 1200人超）のファン（「いいね！」というボタンを押して、當時東京交響楽団のFB を自分のページに表示させている方）がいて、大きな公演がある度にファンは増えている。この「ファン」の年齢層は主に 25～34歳で、定期会員にはなっていない方がほとんど。これらの方々が将来定期会員になってくれる事を願って発信している。

► 高瀬氏の話

東京交響楽団ではホームページの次にまずブログを始める。ある程度宣伝効果があることがわかったので、ツイッター、FB も始めていく。

FB では現在 897人（11年12月14日時点、12年6月

ツイッターでは写真は掲載せず、大まかな情報のみを掲載。FB ではその情報を写真を掲載し、ツイッターよりも詳しい情報を発信。そしてブログでは、FB よりも詳しい状況を掲載することにより、3つの違いを出している。また写真の掲載はFB のみで行っている。

FB の特徴的な使い方としては、最近 WEB 上の新聞記事には「FB ボタン」というのが付いているので、そ



<http://www.facebook.com/ProducerKyokai>

(音楽プロデューサー協会のフェイスブックページ)

れを直接押すことにより、すぐに FB ページに掲載できる所がとても便利。また、演奏会などの直接の情報よりは、FB 上のオリジナルの情報や話題を掲載した時の方が、「いいね！」ボタンを押す人が増える傾向にある。

今後は、FB でのキャンペーン（チケットのプレゼントや、記者会見参加など）をやっていきたいが、まだまだ手探りの状態。ただ無料で PR ができるというのが一番の利点である。

►南出氏の話

佐賀県の武雄市では『フェイスブックの武雄市』として、市自体のホームページを全て FB にしてしまった。それによるコストの削減は大きなものだろう。この武雄市の FB の使い方を大いに参考にしている。

南出氏が主宰している「ブルーム・カルテット＆アンサンブル」という女子のみの室内楽グループの FB ページを作成し、公演やリハーサルの様子、また団員達の情報を掲載することにより、実際に演奏会を聴きに来るファンを増やす事に繋がっている。また、実際に FB を通してチケットの申込みがあったことも事実である。情報は文字だけでなく、リハーサルや公演の様子を、写真はもちろん、動画サイト YouTube や Ustream と連動し、動画で演奏を発信することにより、ファンとの直接の反応があり、ファン獲得に貢献している。

►ゲストスピーカー 絹村匡史氏、北風智子氏の話（要旨）

フェイスブックのメリットとは？

- ・企業のホームページが無料で作成できる。
- ・企業に興味を持った人のみに見てもらえる。
- ・お客様またはファンの声を直接取り入れることができる。
- ・ホームページやブログと連携できる。
- ・YouTube と相性がよく、演奏等の動画を掲載できる。
- ・アンケートツールがあり、比較的簡単にアンケートが取れる。

・「チェックイン」という機能があり、誰がどこにいるかわかる。

→お客様が演奏会場にいる、または、何の演奏会に来た、というのがわかる。

新聞等の「企業広告」よりも「他人の口コミ」、それよりも「友人のお勧め・お墨付」という方が信頼性が高い。その「友人のお墨付」を情報として広げられる事が FB ができる一番の良さである。

フェイスブックのデメリットとは？

FB でホームページを作成してもニュースがなかったり、更新されなかったりすると、逆にマイナスのイメージになる。→実際、大企業でもあまり更新されない企業も多い。

それ以外にはデメリットはいまのところほとんどないと思われるが、日本の企業ではまだまだうまく使いこなせている企業は少ない。

ただし FB が万能で FB のみを使用すれば良いか、というと、そういう訳ではない。

- ・ペイドメディア=新聞・雑誌等お金を払う広告
- ・オウンドメディア（自社メディア）=自社のホームページ、ダイレクトメール、会報紙等
- ・ソーシャルメディア=ツイッター、FB、ミクシー、ブログ等

という 3 つのメディアを、全てうまく連携する事により相乗効果が生まれ、リアルメディア（実体験）=「演奏会を聴きに来る」、という事に繋がっていくのではないか。結局は「誰にどんな事を伝えるか」というような広告宣伝の設計を考えて、3 つのメディアをうまく使用していくなければ、ソーシャルメディアのみでの宣伝効果は期待できないだろう。しかしひペイドメディアを減らしていく事は、できるかもしれない。

[記録：丸田 朗]

音楽プロデューサー協会 2010年1月～2011年12月 活動報告

2010年1月20日 活動報告

協会会員14名、会員外28名にご参加いただき、名刺交換を行いながらの新年会を青学会館にて行いました。

2月17日 活動報告

会員のみで、①3月に行う勉強会の準備や内容について、②東京文化会館の利用者懇談会について、③新会員の勧誘について今後どのようにするか、を相談しました。

東京文化会館については、指定者管理体制となって1年が経ちますが、ホールの使い勝手、会場案内、プレイガイド等に関して、悪くなつた所がいくつかありました。特にプレイガイドにつきましては、売り上げの激減、精算システムの悪さと遅さ、いろいろと要望がございますので、その辺りを積極的に討論し、3月に行われる文化会館利用者懇談会で意見すべく相談しました。

3月24日 活動報告

ツイッターに関する勉強会を行いました。→詳細は前回の協会会報に掲載されています。Classic Vicus No.7(2010)をご覧ください。

4月21日 活動報告

会員のみで①親睦旅行について、②文化会館の利用者懇談会の報告、③ツイッターについて（前月の勉強会に来られなかつた方や、ツイッターがまだよくわからない方のために）、④今後の勉強会の方針について、などの相談を行いました。また、佐藤豊さんより、病気療養の為、退会のお知らせがありました。

5月19日 活動報告

会員のみで、①7月の親睦旅行について、②今後の勉強会について、③協会会報の送付について、相談しました。

③について。会報を配布するために以前は角2号判の封筒を、名前を入れて印刷していましたが、あまり需要が無く、枚数もそんなに多くを必要としないので、今後は既製の封筒に、プリンターでの印刷、またはシールを貼る事で対処する事に致しました。

6月23日 活動報告

①会員の志村嘉一郎さんに、「混沌としている日本経済の先行き」というテーマで、経済の話をお聞きしました。

日本経済の先行きは？世界経済もユーロ圏がギリシャの経済破綻をきっかけに危うい雲行きです。為替も安定せず一寸先は闇のような状態ですし、政権の行方も定かでなく不安は募るばかりです。これらの事を、プロデューサー協会会員で元朝日新聞経済部記者、元浜離宮朝日ホール総支配人、現在、帝京大学大学教授の志村嘉一郎氏に話をしてもらいました。

②指定管理者制度の成功者として、多くの賞も受賞されている、北沢タウンホール及び成城ホール（指定管理者アクティオ）の館長、野際恒寿氏と、演劇界で特に成功している、「演劇集団キャラメルボックス」の代表、加藤昌史氏のお二人をお迎えして、集客や宣伝についてなど、成功的秘訣をお聞きしました。クラシックの業界には無い発想とお考え、演劇業界のお話等、大変興味深い話がお聞きできました。3人から話をお聞きするにはちょっと時間が足りなかつたのが残念でした。

◆野際恒寿（のぎわ つねとし）

1944年静岡県生まれ。70年神戸大学経済学部卒業後、（株）講談社入社。『with』『ViVi』など女性誌の編集に携わり、後にノンフィクションの単行本、文庫、新書などの編集を手がける。2005年講談社退社。06年アクティオ（株）入社、世田谷区にある北沢タウンホール館長に就任、09年4月から新しくオープンした世田谷区の成城ホール館長を兼任し現在に至る。 <http://kitazawatownhall.jp/>

◆加藤昌史（かとう まさふみ）

1961年、東京生まれ。早稲田大学教育学部2年在学中に、劇団に入団。1985年に成井豊・真柴あずきらと【演劇集団キャラメルボックス】を創立。1991年には演劇製作会社、株式会社ネビュラプロジェクトを設立。代表取締役社長を務め、キャラメルボックスの製作総指揮、音楽監督を行う。劇団での過去20年を経た、『拍手という花束のために』（ロゼッタストーン社刊）という著書があり、それを読む事により、今回の勉強会でより突っ込んだお話ができると思われる。 <http://www.caramelbox.com/>

7月5日 活動報告

2年続けて、伊豆北川温泉「つるや吉祥亭」に行きました。

7月22日 活動報告

総会は会計報告、役員改選、及び今後1年の行事予定について。

○勉強会

今後も今まで通り行うので、幹事以外のご協力もお願いします。

○新年会

前回の青学会館は好評でしたので、来年も同じ所で行いたいと思います。

○親睦旅行

ここ数年参加者が大変少ないので、旅行はやめて、会員が集まりやすい都内で、親睦パーティのような形で行うということに決まりました。

9月21日 活動報告

ナクソス・ジャパン、モバイルブック・ジェーピーで活躍の佐々木隆一氏をお迎えして、「電子出版元年」といわれている、電子出版の現状を中心に、今後の音楽を含めた「デジタルコンテンツの方向とクラシック音楽について」というテーマでお話を伺いました。佐々木氏が「ここだけの話」としてお話をなった事が、10月に入りすぐに新聞で発表されたので、感心すると共に、改めて良いお話を聞いて良かった、と感じました。

◆佐々木 隆一（ささき りゅういち）

ナクソス・ジャパンの代表取締役、モバイルブック・ジェーピー代表取締役会長。音楽配信の円滑な事業活動を支援するプラットフォームの整備のため、配信事業者と著作権団体との、権利処理集中機構の設立などのために尽力している。

1967年ヤマハ音楽振興会に入社し、以後リットー・ミュージックや、ミュージック・シナー・ジェーピーなどを設立。現在のナクソス・ジャパンやモバイルブック・ジェーピーなど、たえず時代の先読みをはかり、先見性に富んだ事業に取り組んでいることで知られている。そのほか、音楽業界のために多くを捧げている。

10月20日 活動報告

会員のみで現在の状況をいろいろと情報交換しました。

1. 演劇方面でチラシまきサービスを行っている所と、チラシの撒き方や、宣伝などについて、情報交換ができればと思っています。どのように進めていくか相談しました。

2. 文化庁の予算削減に関して（東京混声合唱団の小林さんからご提案がありました）

民主党政権は国の来年度からの予算作成にあたり国民から各省庁の政策に対して、「国民の生の声」を繁栄させようという理由でインターネットによる皆様の声を集めており、その声の多さによって予算を分配しようとしています。文化庁予算もまたに乗っており、このままいくと主な芸術団体が受けている「特別推進」とか、「子供

のための本物の舞台公演」、海外への留学の助成が軒並み切られてしまします。

戦後ここまで少しづつ国の文化芸術関連の支援は増えてきましたが、ここにきて財政危機を理由に減らしたいという政府の下心が垣間見えます。皆様にもぜひ関心を持って頂いてご意見があれば出していただきたくお願い致します。まわりまわって必ずこの余波は音楽マネージャーにも関わってくること必至です。

ひとつは国内閣官房のホームページでの政策コンテストです。

もうひとつは文部科学省が独自でやっている「熟議力ケアイ」で、これは関係者で今後の文化政策を考え予算に反映しようとする、ものです。小林さんはここに意見をだしました。

http://jukugi.mext.go.jp/jukugi?jukugi_id=17

文化芸術までこのような中で決められるという事にはやはりどうかしているとしか思えません。こういう事が行われているという事だけでも知って頂きたくご覧頂けるとありがたいです。

11月17日 水 例会

会員のみで以下のことにについて話をしました。

1. 前回演劇方面でチラシ書きサービスを行っている会社の方にお話を聞きましたが、それもふまとてチラシの撒き方や、宣伝などについて、情報交換を行いました。

コンサートサービスにお願いするにしても、お願いする側がきちんと配布先（配る公演）を指定して撒いてもらわないと、適当に数字合わせのようなことをされる危険があります。または配つても意味のない事になってしまいます。その辺りを依頼する側が意識しないと無駄は省けないと思います。皆で無駄を省く方法を考えていきましょう。

また会員の主催公演にて、お互いの公演チラシの挟み込みをしあうよう情報交換する事となりました。

2. 東京文化会館チケットサービスとの話し合いの場を設けるための相談をする。

文化会館チケットサービスのチケットの売上は、余り芳しくないので、売り手側に問題があるのではないかと思います。勿論公演内容も吟味する必要はあると思いますが、その辺りを他の関係者からも話を聞き、改善を図ってもらえるよう意見交換をしました。

3. そのほか、1月新年名刺交換会についてや、今後の勉強会のテーマについて、相談しました。

12月16日 水 例会

会員のみで今後の勉強会のテーマとして、「チケット販売について」を取上げるべく相談しました。

前回の意見交換で出ました東京文化会館チケットサービスだけでなく、ほかのチケットサービスや、チケットの販売方法について、いろんな方の意見をお聞きし、懇談会を行ってはどうか、という事になりました。

その懇談会（勉強会）を行うにあたりまして、どのように行っていくか、どなたの話を聞くか、また、多くのチケットを売る為にどんな事をすべきか考える、などの下準備を行いました。また、会員、会員外問わず、いろんな方のお話を聞きし、チケットを買う側の意見もお聞きする事としました。

2011年1月12日 水 名刺交換新年会

協会会員 19名、会員外 23名にご参加いただき、名刺交換を行ながらの新年会を青学会館にて行いました。また、今回は初めて参加された方全員に一言ずつ挨拶をしてもらい、会員以外との親睦も図りました。

2月23日 水 例会

会員のみで、3月の勉強会の内容と、今後の行事について相談しました。3月の勉強会については、各プレイガイドや、東京文化会館チケット

サービスの担当者をお呼びして、また、お客様の立場としてプレイガイド等を利用している方をお呼びして、チケットの販売方法や手数料等について、ご意見をお聞きしたいと思っていますが、どなたをお呼びするのか検討しました。

そのほか、Ustreamの使用の仕方や今後についてと、「劇場法」が我々とどのように関係してくるかを、取り上げました。

3月16日 水 勉強会

勉強会の予定でしたが、3月11日に起きた大震災及び、原発事故の影響により、電車が動かず、計画停電により、会場の東京文化会館からの節電の為の会場利用自粛のお願いがあった為、予定を中止しました。

4月20日 水 例会

震災の影響が多くあり、会員のみで、「震災での公演中止による損害」、「各ホールの実際の被害状況」、「震災後の変化や今後の対応について」など、情報交換をしつつ、プロデューサー協会としての今後についても含め、相談しました。

5月18日 水 例会

4月に引き続き、震災の影響や、ホール等の情報交換を行いました。また、昨年まで行っていた親睦旅行に変わる親睦パーティについて相談し、7月の総会終了後に、会員のみで会費無料の親睦パーティを行なう事を決定しました。また、地方の会員に対しては、交通費を協会が負担する事で、多くの出席を願う事としました。

6月15日 水 勉強会

「チケット購入時の手数料についての考察」というテーマで、勉強会を行いました。

震災や原発の影響により、公演を中止にせざるを得なかった所も多くあるかと思います。その時にお客様に手数料も返したプレイガイドと、返さなかったプレイガイドがありました。皆様主催者の立場では、どのような対応をされましたでしょうか。余震の心配もあり、今後どのようにしていったら良いか、情報交換も含めまして、勉強会を行いました。

最近チケット購入時の手数料に、コンピューターのシステム使用料や発券手数料というものが加味され、プレイガイドでは額面でチケットを購入する事が出来なくなりました。これらの手数料は、公演中止になった場合返却されないプレイガイドもあり、今後のチケット販売の問題点になるのではないかと思います。

この問題に関して東京文化会館の里神大輔氏が、細かいデータを作成してくれましたので、それを配布し考察しました。またそれにプラスして、各プレイガイドの委託手数料と、各音楽事務所でチケットを購入した場合の経費もお知らせしました。

また、音楽ジャーナリスト岩野裕一氏にもご参加いただき、ご見とまとめをお願いしました。これにつきましては、別途岩野氏から文章を頂きましたので、3頁をご覧ください。

7月13日 水 総会と会員懇親会

総会は会計報告、役員改選、及び今後1年の行事予定について。

○役員改選及び勉強会

幹事以外の方や普段不参加の方も、できるだけ今後の運営にご協力していただきますよう引き続きお願いする。また、今回から若干の会員が幹事に加わる。

○新年会

来年も同じ青学会館で行いたいと思います。

○親睦旅行

ここ数年参加者が大変少ないので、旅行をやめて、今回総会後に「懇親会」を行いましたが、旅行にも参加したいという会員の意見も多かったので、今後隔年で、旅行と懇親会を行っていく事となりました。日曜→月曜の1泊なら参加しやすい、という意見も多かったです。

※会員の親睦会（パーティ）は地方からの参加者もあり、過去最高の20名の参加となりました。大変盛り上がり、旅行からパーティにした甲斐がありました。会費完全無料となると、こんなにも皆参加されるのか、と少々驚愕する部分もございますが、金額としては、旅行に参加した方が得なのですがね…。ということもあり、来年は旅行になります。

9月21日 例会

東京文化会館が節電対策で貸出しを中止したため、秋葉原の「喫茶室ルノワール」ニュー秋葉原店の会議室スペースにて、会員のみで今後について相談を行う予定でした。一番の課題は、「協会のホームページについて」。そして、少し発行に間が空いてしまった、この「会報について」。

しかしながら、大きな台風が直撃し、首都圏の電車のほとんどが止まり、参加者も大変少なかったため、実際には、雑談や情報交換で終わりました。また、参加したメンバーも電車が止まっていたため帰れず、夜9時過ぎまではお酒を飲みながらの情報交換や、雑談となりましたが、その中の話で夏に志村氏が元経済部記者として、他の日本のジャーナリストと共に北朝鮮に行ったお話しが、大変興味深いものでした。ただしこの紙面には内容を書けないのがとても残念です。

10月19日 例会

会員のみで、①今後の勉強会について、②協会のホームページについて、③会報について、④今後の例会の日時について相談しました。

- ①主にフェイスブックについてを12月に取上げる事に決まり、今後内容を詰めていく事になりました。
- ②「ホームページは可能ならあった方が良いが、ではどのようなものを誰が、そして作成した後の管理は？」という問題があり、結論が出ませんでした。いらっしゃらなかつた方のご意見もお

聞きしながら、今後も引き続き相談していくこととなりました。

③会報はできれば年明け1~3月を目処に発行することが目標となりました。

④最近東京文化会館の会議室は人気が高く、第3水曜日の午後という時間は、希望の部屋が予約できない現状となっています。ですから、できれば曜日の変更、または曜日に関わらず、指定した数字に決める（例えば、毎月15日で、土日祝の場合はその翌平日にするとか）等、別の日程を検討することとなりました。

11月17日 例会

会員のみで①12月の勉強会について、②協会のホームページについて、③1月の新年会について相談しました。

①12月は「フェイスブックを中心としたSNS等の無料で行える宣伝広報について」を勉強会で行ってはどうか、ということになり、内容について詳しく詰めました。

②協会のホームページについては、推進派から、「とりあえずこんな感じ」という「具体案」（実際の画像と印刷したもの）が提出され、それを見ながら検討し、ホームページ自体は作成することに決まりましたが、会員の少なくとも幹事数人が更新できるようなシステムを考えないと、なかなか難しいという課題も出ました。ただ既存のシステム（KDDIのjimdoや、フェイスブックなど）を利用することにより、解決できるのではないか、ということで、次回2月に引き続き検討していくこととなりました。（現在フェイスブックにて運用しています）

12月14日 勉強会

「『フェイスブック』を中心としたwebにおける広報宣伝について」という内容で勉強会を行いました。

内容は4頁に記載の通り。

[記録：丸田朗]

Classic Vicus 第8号 2012年8月 音楽プロデューサー協会発行

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
家永勝*	(株)家永音楽事務所 代表取締役
石川尚樹	(株)コンセールブルミエ 代表取締役
伊勢谷宣仁	オペラ季節館 代表
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	こぶくらぶ主宰 プロデューサー
小川光彦	アーツコム東京(株) 代表取締役
小尾旭	(株)ミリオンコンサート協会 代表取締役
兼岩好江	(有)アルシュ 代表取締役
博松大剛	ロングランプランニング(株) (カンフェティ) 代表取締役
黒川浩明	(有)大阪アーティスト協会 会長
小林信一	合唱音楽振興会／東京混声合唱団 常務理事・事務局長
境新一	境企画代表、成城大学教授
佐々木仔利子	(特)日本室内楽アカデミー 理事長
佐瀬亨	せきれい社（雑誌「サラサーテ」編集）代表取締役
志村嘉一郎	ジャーナリスト 前帝京大学教授 元浜離宮朝日ホール総支配人
白神克敏	(有)白神ピアノ調律、(株)ヴォイシング 代表取締役
戸部由起子	(有)エクレジアアーツ 代表取締役
中根俊士	(株)東京アーティズツ 代表取締役
萩生哲郎	ナクソス・ジャパン(株) デジタル事業部
平井満	鶴沼室内楽愛好会代表、港南区民センター

広瀬清	(有)新演奏家協会 代表取締役、(特)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
松本京子	おふいすべガ 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	ミュージック・インク 代表
村上雄一	(株)ユーラシック 代表取締役
村田亨	(株)テレビマンユニオン 音楽事業部
藪田益資	クラシック・ニュース プロデューサー
吉井實行	オーケストラ連盟 事務局長

*は名誉会員

代表幹事 中根俊士

幹事 蔡田益資、村上雄一、丸田朗、博松大剛、南出卓

監査 志村嘉一郎

事務局長 丸田朗

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

Tel: 047-335-2002 Fax: 047-335-2062

(有)マルタミュージックサービス内