

令和8年2月

# 芸術文化センターのあり方について ～さらなる20年の持続・発展に向けて～

兵庫県芸術文化課



Hyogo  
Prefecture

# 芸術文化センターの歩み・現状

- 阪神・淡路大震災からの**心の復興・文化の復興のシンボル**として平成17年に開館し、令和7年10月に開館20周年を迎えた
- 世界的指揮者である**佐渡裕芸術監督**のもとで良質で多彩な舞台芸術を県民に届け続け、**高いホール利用率とチケット券売率**を維持
- 公営ホールとしては**最も成功しているホールの1つ**として評価されている



20th anniversary

心の広場  
20周年ありがとう!!

  
Seiji Ozawa

兵庫県立芸術文化センター芸術監督 佐渡 裕

## 【主な実績】

累計公演入場者数  
**900** 万人  
(R7.3突破)

自主公演チケット券売率  
**91** %  
(R6年度) ※開館以来90%を維持

ホール利用率  
**98** %  
(R6年度)

わくわくオーケストラ  
累計 **83** 万人  
(R6年度末)

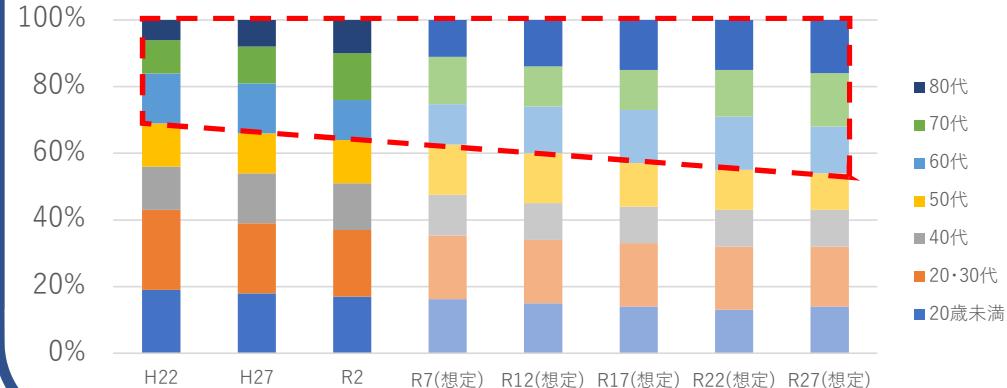
1公演の入場者数 (PAC)  
**1** 位 (東京都の3楽団除く)  
NHK交響楽団、東京フィル、読売日本交響楽団

社会便益効果  
**113** 億円  
(仮想評価法(R4))

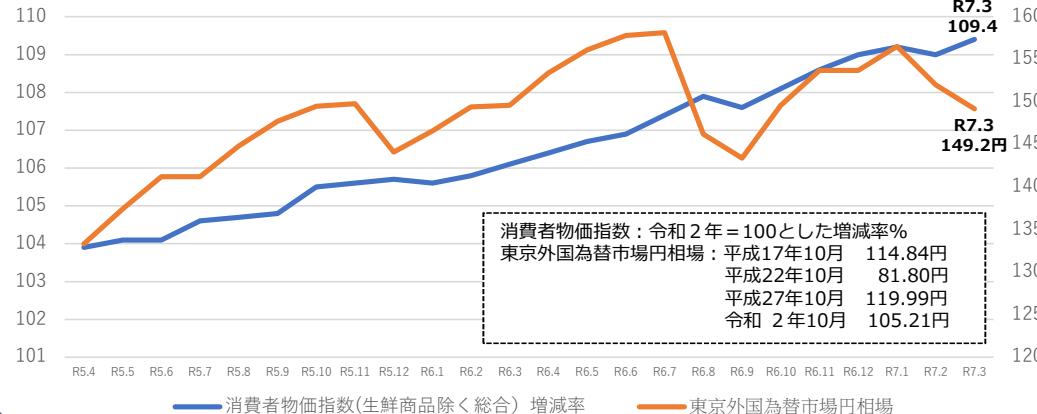
県民みんなの「心の広場」として、良質で多彩な芸術文化を県民に広く届けるという役割を、次の20年にも果たし続けていく必要がある

# 取り巻く環境の変化

## 少子高齢化の進行



## 物価高騰及び為替の変動(R5~6年度)



## 主要な財政指標(R5)

実質公債費率 16.3% (全国ワースト3位)

将来負担比率 321.5% (全国ワースト1位)

## 財政フレーム(R7当初変更)

・令和10年度までの収支不足額は、前年度から55億円改善 (215億円→160億円)

区分	R7当初	R8	R9	R10
収支不足額	0	△60億円	△60億円	△40億円

## 相次ぐ劇場の閉鎖・改修

種類	ホール名	状況	席数	用途
ホール	川口総合文化センター	休館中/R6.3～R7.12	2002/600	音楽、伝統芸能
ホール	横須賀芸術劇場	休館中/R6.7～R8.3	1806	音楽、オペラ
大中小劇場	東京芸術劇場	休館中/R6.9～R7.9	1999/834 324/270	音楽、演劇
ホール	神奈川県民ホール	休館中/R7.4～不明	2493	コンサート、オペラ
ホール	ベイシア文化ホール(群馬)	閉鎖	1997/499	音楽
大中劇場	東京文化会館	R8.5～休館予定	2303/649	オペラ、バレエ

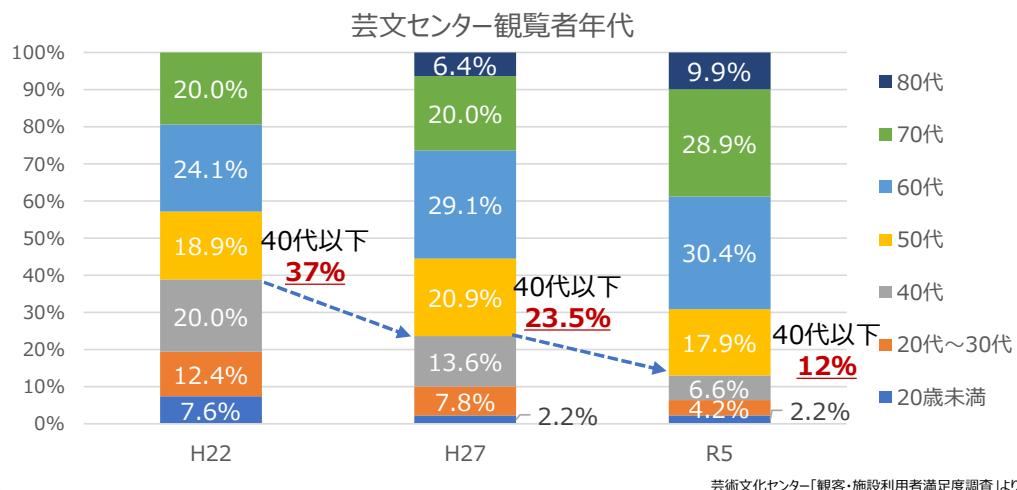
公益社団法人日本芸能実演家団体協議会資料より抜粋

# 環境変化と対応① (顧客層)

## 現状

### 熱心なファンによる高い券売率

↔【課題】ファン層の固定化・高齢化



## 対応

### 新たなファン層の獲得

→「若者・Z世代」や「ファミリー層」へのアプローチ

#### 具体的対応(例)

- ① **SNSの強化・拡充** 新  
若者目線、民間ノウハウ
- ② **若者世代向け公演の充実**  
「U-25チケット」を先行実施 (R7.10)
- ③ **阪神間以外でのファン確保**  
PAC演奏の地方ホールでの生配信
- ④ **新たなオリジナルグッズの制作** 新  
地元企業等とのコラボ



## 目標

目標① 40代以下の来館者比率を5年で +5%、10年で +10% (※) をめざす

(※) 今後10年かけて10年前の水準 (23.5%) 近くまで戻すことで、持続可能な年齢構成を形成

# 新たなファン層の獲得 (具体的イメージ)

## 1 SNSの強化・拡充 新

- ・従来（会報誌等）では届きにくい層へのリーチ
- ・若年層や子育て世帯、観光客への到達率の向上

### ○様々なチャンネルを活用

X 総フォロワー 15,977人

Instagram

総フォロワー 5,537人

楽団公式YouTube

チャンネル登録 4,620人



### ○感性が近い若手職員などによる投稿

フォロワー数の倍増

## 3 センター外でのファンの確保 新

- ・これまでのPACによるアトリ-チ活動のほか、新たに、遠隔地ホールでPAC公演の生配信で、新たなファン層の拡大を図る
- PACアトリ-チ実績 (R5)  
地方17回、小学校等27回



【ライブビューイング（イメージ）】

若手チーム主導で立案  
相乗効果を期待

## 2 若者世代向け公演の充実

- ・演劇など若者世代に人気がある演目を充実
- ・一部公演でU25チケットを導入することで誘客を促進
- ・ネーミングライバ-トナーと協力して子育て世代向けイベントを実施



演目：明日を落としても  
出演：佐藤 隆太、牧島 輝  
備考：U25チケット導入



生で聴く“のだめカンタービレ”  
（関西フジの生演奏）



演目：東京六人組  
出演：上野由恵（ほか）  
備考：U25チケット導入



20周年オープンデー（入場無料）  
・阪急電車 鉄道模型走行  
・こどものためのコンサート  
・佐渡監督 絵本読み聞かせ

## 4 芸文センターオリジナルグッズの制作 新

- ・センターのイメージアップ、愛着や満足度の向上を図るため
- ・国内外の劇場などを参考に子育て世代に刺さるグッズなどを開発

### ○現在の芸文センターグッズ

- ・佐渡監督アクリルキーホルダー（売上348個）
- ・リジナルハンドタオル（売上149枚）
- ・20周年Tシャツ（売上576枚）など

※売上個数は11月時点



ミッフィー夜のカフェテラス  
ぬいぐるみ（ゴッホ展）

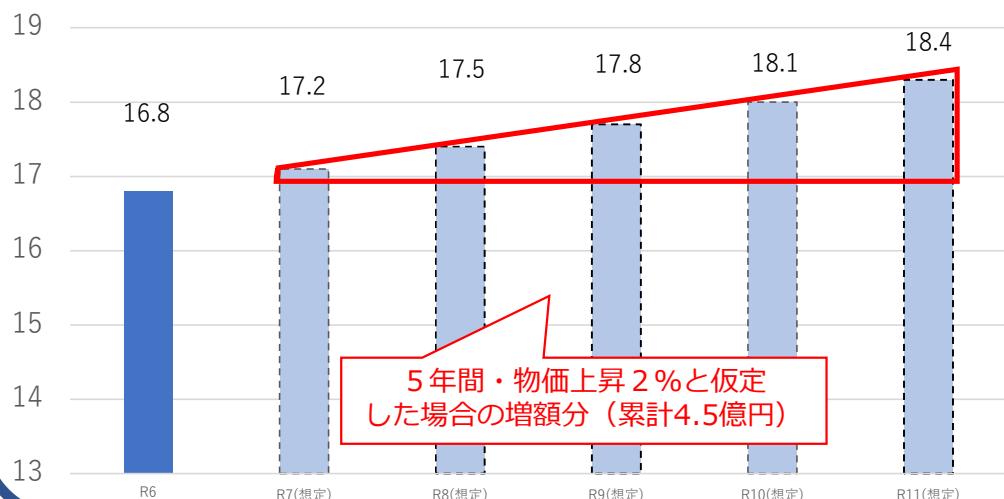
## 環境変化と対応② (経営環境)

### 現 状

#### 入場料収入など多様な財源を確保

⇒ 【課題】県財政も厳しい中、物価高などに対応するには更なる財源の確保が必要

事業関連の支出実績及び見込み



### 対 応

#### 新たな財源の獲得

県財源に加え「チケット代等の値上げ」や「寄附等幅広い支援」で対応

##### [具体的対応(例)]

- ① 物価上昇対応としてのチケット値上げ [センター]
  - ・オペラ:13,000円→15,000(R7~)
  - ・PAC(通期券):27,000円→32,000円(R6~)
- ② 個人寄附のメニューの追加 [県・センター] 新
  - ・遺贈寄附(新)
  - ・ふるさとクラファン(新)
- ③ 法人寄附の働きかけ [県・センター]
  - ・ネーミングライツ料の引き上げ (R8~) ※交渉中 新
  - ・賛助会員 (ゴールド・シルバー・一般)

### 目 標

#### 目標② チケット代等の値上げや寄附等の更なる促進により増額分（※）の確保をめざす

（※）物価上昇率を2%と仮定した場合の創造公演事業の増額分は4.5億円と算出