

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



兵庫県立芸術文化センター芸術監督 佐渡 裕



20th anniversary

『心の広場』
20周年ありがとう!!

(m)
Sato

【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

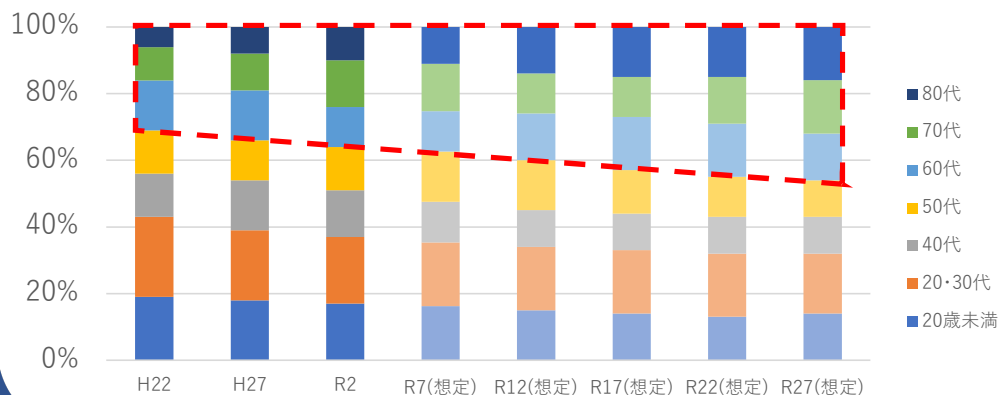
113 億円

(仮想評価法(R4))

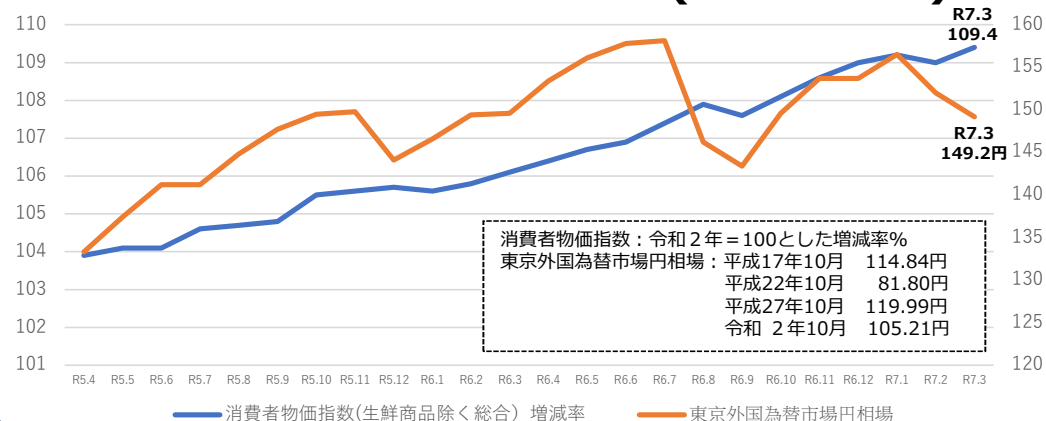
県民みんなの「心の広場」として、良質で多彩な芸術文化を県民に広く届けるという役割を、次の20年にも果たし続けていく必要がある

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

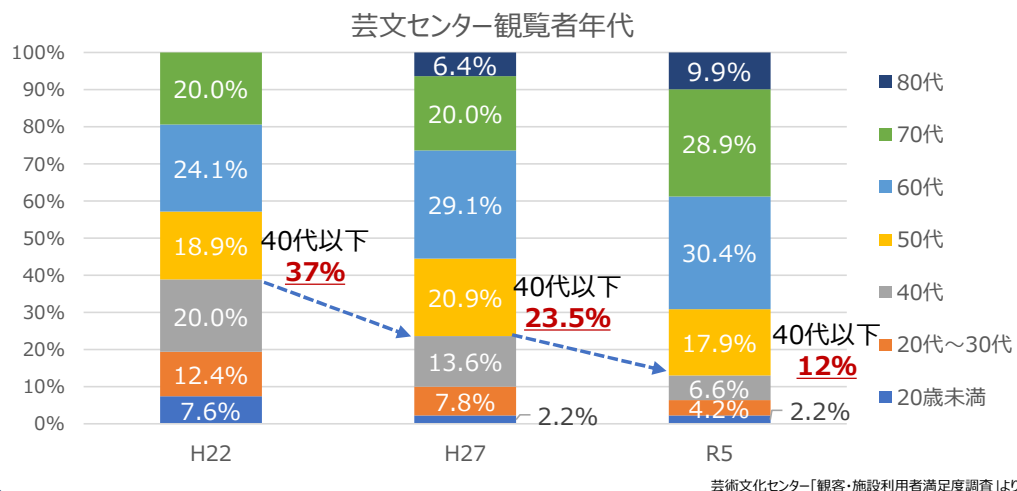
公益社団法人日本芸能実演家団体協議会資料より抜粋

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 新
- 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

〇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



〇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

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
- ・ネーミングライツパー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”の音楽会
（関西フィルの生演奏）



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周年オープナー（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

3 センター外でのファンの確保 新

- ・これまでのPACによるアクトリチ活動のほか、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アクトリチ実績（R5）
地方17回、小学校等27回）



【ライブビューイング（イメージ）】

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

〇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）
- ・リジカハントタ机（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
スぬいぐるみ（グッズ展）

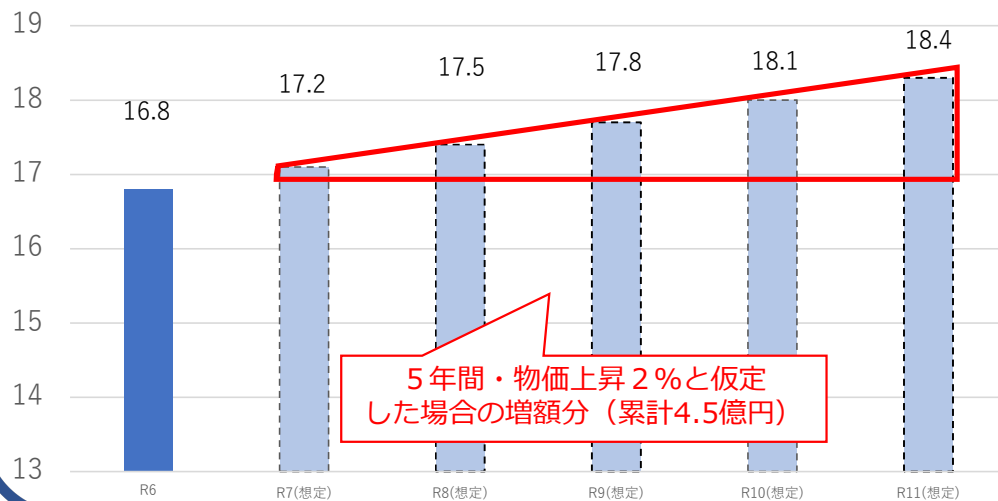
環境変化と対応②（経営環境）

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



目 標

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円(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] **新**
 - ・ ネーミングライツ料の引き上げ (R8～) ※交渉中
 - ・ 賛助会員 (ゴールド・シルバー・一般)

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