

[横浜能楽堂]
令和6年度業務報告及び収支予算
[公益財団法人横浜市芸術文化振興財団]

※ 文中の事業欄において、
●:主催事業 ○:共催事業
を示します。
※ 文中の達成指標欄において、
□:定量的指標 ■:定性的指標
を示します。

1 施設の概要

施 設 名	横浜能楽堂
所 在 地	横浜市西区紅葉ヶ丘 27—2
構 造 ・ 規 模	鉄筋コンクリート造 地上2階地下2階建
敷 地 ・ 延 床 面 積	延床面積 5,695.93 m ²
開 館 日	1996年(平成8年)6月 28日

2 指定管理者

法 人 名	公益財団法人横浜市芸術文化振興財団
所 在 地	横浜市中区山下町2番地
代 表 者	理事長 近藤誠一
設 立 年 月 日	平成3年7月 10日
指 定 期 間	令和4年4月1日から令和9年3月 31日まで
現 指 定 管 理 者 の 管 理 運 営 開 始 日	平成8年6月 28日

3 指定管理に係る業務方針 指定管理業務実施にあたっての方針

(1) 基本的な方針

横浜能楽堂は、能楽を中心とした古典芸能の専門施設として古典芸能の普及と振興を通じて地域に貢献し、市民に信頼と期待を寄せられる横浜にとって欠くことができない拠点施設となることを目指します。これまでの運営経験とノウハウを活かし、次の5つの方針で施設の管理運営と事業実施に取り組みます。

1. 横浜能楽堂ならではの事業企画による能楽の普及と新たな観客の創造

能楽ファン向けの本格的な公演や初心者でも楽しめる工夫を凝らした普及公演、またワークショップや能楽講座など多彩なラインナップで幅広い観客の期待に応える事業を実施します。

2. 次世代育成事業の実施と次代を担う人材への働きかけ

学校や地域と連携し、子どもの創造性や感受性を育む事業を実施します。事業の企画力を担保するために職員の専門能力を高めます。

3. 利用者ニーズに沿った貸館対応と広報による施設の利活用の促進

稽古や発表会でも使いやすい施設となるように利用者の利便性を高め、また効果的なPRにより利用者を増やします。

4. 能楽堂の価値の発信を続け、エリアの魅力づくりにも貢献

文化財としての能舞台の保存と活用のバランスを取りながら、見学会等を通じて能楽堂という建物自体の価値を高め、能楽堂ファンを増やします。周辺文化施設と連携し、紅葉坂エリアの魅力づくりにも寄与します。

5. 施設の安全安心を確保し、安定的な経営を実現

施設の適切な管理、効率的な業務の実施、財源の確保、職員の効果的な配置により、施設経営の基盤を整えます。

(2) 令和6年度の業務の方針

ア 全体について

大規模改修による休館となり、能舞台から離れた場所での運営となりました。公演や魅力の発信は難しい部分もありましたが、開催場所にどらわれずに事業ができるという利点もありました。令和6年は、18区のうち10区で事業を実施しましたが、開催区内に在住の方に多く参加いただきました。今まで能・狂言に触れたことがない方に参加していただくこと、横浜能楽堂を知っていただくという18区での事業の目的を達成することができました。子どもを対象にした事業や、バリアフリー事業も地域施設で開催し、より参加しやすい環境で行うことができました。

また、みなとみらいのショッピングモールであるランドマークプラザにOTABISHO 横浜能楽堂をオープンし、能・狂言の普及に大きな役割を果たしました。これまでに横浜能楽堂に来館したことがある方だけでなく、能・狂言に触れたことがない方、20代30代の若年層、外国人の方などが入りやすいよう、展示方法や入口に工夫をし、多くの来場者を迎えることができました。

以上のように、市域に出ること、横浜の中心地でターゲットを変えることの2種類の方法で、普及に取り組みました。

普及活動と並んで力を入れてきた企画公演については、地域の特性をいかした事業を実施しました。過去から横浜能楽堂が取り組んできた琉球芸能公演を、沖縄にゆかりのある人が多く住む鶴見区で開催し、企画公演により地域の文化を知っていただくことにつながりました。

改修工事中の横浜能楽堂は、横浜市、工事会社と協力しながら、適切に管理を行いました。

イ 使命1 能、狂言その他の古典芸能の振興・発展に寄与する

休館中で能舞台が使えない状況でしたが、地域施設を使って、横浜能楽堂ならではの企画性を活かした事業を実施しました。また、商業施設に能・狂言のギャラリーを設け、新たな観客や能楽ファンを創造しました。(具体的には、「5使命の指標の達成状況と重点的取組事項」に記載)

ウ 使命2 能楽等に携わる人材を育む

子どもの創造性を育む次世代育成事業を実施したほか、次代を担う若手の演じ手をワークショップ、大学連携事業に起用し支援しました。横浜能楽堂の職員の育成にも取り組みました。

エ 使命3 能楽等をはじめとする市民の活動の場となる

休館中のため、OTABISHO 横浜能楽堂で、横浜能楽堂の取組を紹介するほか、市内各所での公演の際、横浜能楽堂の紹介映像を流すなどして、再開館後に向けた施設の周知に取り組みました。

オ 使命4 能楽等や施設の魅力の発信を行う

OTABISHO 横浜能楽堂での横浜能楽堂プロモーション映像の上映や、能舞台の模型を展示するなど、横浜能楽堂の周知に取り組みました。

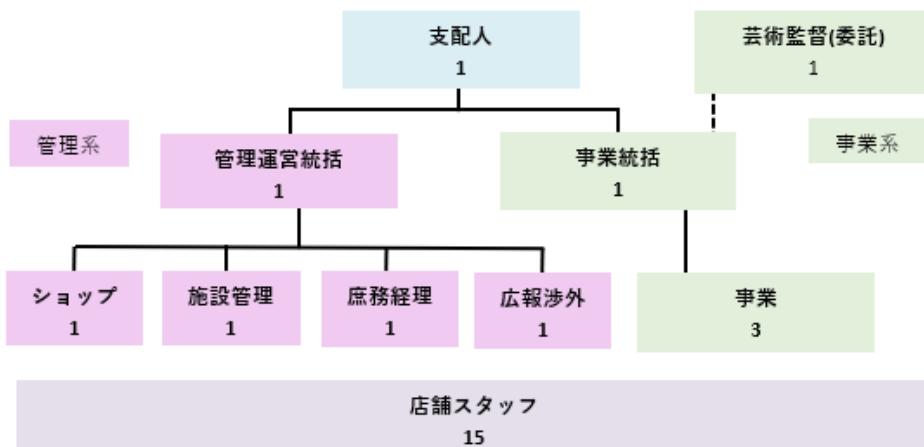
カ 使命5 持続可能性を高める施設運営を行う

休館期間中ならではの能舞台にとらわれない企画などに積極的にチャレンジするなどし、事業人材の育成をしました。また、OTABISHO 横浜能楽堂でショップを運営してぬぐいや金平糖などのオリジナル商品や能・狂言にちなんだ商品を販売し、能・狂言に親しんでいただくとともに、収益を確保しました。

キ 使命6 新型コロナウイルス感染症の影響を想定し、施設運営を継続する

コロナ禍の経験を活かし、新しい生活様式に対応した手法のもと、感染症対策と社会経済活動の両立を図り、横浜能楽堂としての活動を継続しました。

4 運営組織の構造、人員配置



横浜能楽堂全体の統括責任者として“支配人”を配置し、施設経営全体を統括します。“芸術監督”を配置し、能楽・古典芸能の専門施設としての芸術面での監修責任者とします。

支配人の下に、庶務経理・施設管理・ショップ、を実務統括し支配人を補佐する“管理運営統括”を配置、“事業統括”を置いて事業を担当します。日常の運営は支配人が統括しますが、勤務シフト上不在の場合には管理運営統括が代行し、有事の際には支配人及び財団事務局等と連携し、迅速に対応します。

5 使命の指標の達成状況と重点的取組事項

(★は提案者が提案した指標) (実績は各年度終了後に記載)

(1) 使命1 能、狂言その他の古典芸能の振興・発展に寄与する

ア. 定量指標

通番	項目	R4 実績	R5 達成指標	R5 実績	R6 実績	R7 実績	R8 達成指標	R8 実績
1	事業のメニューの実施数	7 メニュー	8 メニュー	8 メニュー	7 メニュー		11 メニュー	
2	自主事業の入場者数	9,432 名	7,600 名	8,387 名	8,015 人		9,500 名	
3	入場者の満足度(アンケート調査)	4.67	4.5 以上	4.68	4.82		4.5 以上	
4	総来場者数	13,790 名	13,6 00 名	13,972 名	31,441 名 (うち 23,426 名は OTABISHO 横浜能楽堂の来館者)		18,000 名	
5	各事業のターゲット設定及び事業参加者数に対するターゲットとなる参加者の割(アンケート集計)	88.7%	特別公演&企画公演 70%以上	86.9%	83.75%		特別公演&企画公演 70%以上	
		27.5%	普及公演 20%以上	20.5%	46.9%		普及公演 30%以上	
		98%	能楽ワークショップ、講座 50%以上	96%	68.4%		能楽ワークショップ、講座 50%以上	
6 ★	「バリアフリー能」への鑑賞サポートツール導入数	37 件	35 件以上 (2年間累計)	(実施なし)	(実施なし)		100 件以上 (5年間累計)	
7 ★	公演事業の設定座席数に対する入場率	83.8%	80%以上	92.6%	82.5%		85%以上	
8 ★	解説動画視聴数	5,201 回	2,000 回以上 (2年間累計)	14,054 回 (累計)	26,240 回 (累計)		5,000 回以上 (5年間累計)	

イ 定性指標(★は提案者が提案した指標) (実績は各年度終了後に記載)

通番	項目	達成指標と各年度の実績	
1	入場者の声(アンケート及びインタビュー調査)	R4実績	アンケート自由記入欄意見を全員で回覧、担当にて課題抽出
		R5達成指標	来場者インタビュー、アンケート自由記入欄意見の運営への反映
		R5実績	アンケート自由記入欄意見を全員で回覧、担当にて課題抽出
		R6実績	来場者の意見を参考に普及公演「眠くならずに楽しめる能の名曲」で字幕解説配信サービスを導入
		R7実績	
		R8達成指標	来場者インタビュー、アンケート自由記入欄意見の運営への反映
		R8実績	
2 ★	「バリアフリー能」に関する福祉団体等インタビュー調査	R4実績	調査を元に既存サポートに加え、「なんでもシェア会」や送迎車サービスを実施
		R5達成指標	サポート導入に反映
		R5実績	休館のため実施なし。R6 以降 WS の際実施。
		R6実績	11月実施「バリアフリーワークショップ」で障がいのある参加者にヒアリングを実施、当日のサポート体制を構築
		R7実績	
		R8達成指標	サポート導入に反映、被評価
		R8実績	

ウ 使命1を達成するために重点的に取り組む事項

能・狂言の普及活動に重点的に取り組みました。特に、今までターゲットとしてこなかった層へのアプローチとして、18 区での普及事業、OTABISHO 横浜能楽堂の運営に取り組みました。

令和6年度は、18 区のうち、鶴見区、西区、磯子区、緑区、都筑区、泉区で公演、西区、緑区、保土ヶ谷区、磯子区、港北区、青葉区、瀬谷区で講座と、10 の区で事業を行いました。緑区、泉区で、横浜狂言堂公演を実施しましたが、区内からの参加者がそれぞれ 48%、35%、初めて能や狂言を見たという方が 29%、36%となり、区民文化センターで実施したことで、あらたな観客を呼ぶことにつながりました。

また、開館時から力を入れてきた企画公演にも取り組みました。横浜市鶴見区には、沖縄をルーツに持つ人たちが戦前から移り住んでいます。こうした地域の特性を活かし、鶴見駅前の区民文化センターで琉球舞踊の公演を、沖縄からの一流の演者と地元の演者で実施しました。来場された地域の方には、琉球芸能のすばらしさを知っていただけでなく、街の歴史とあらたな魅力を発見していただくことにもつながりました。

エ 使命1の令和6年度実績、成果及び課題

項目	実績(アウトプット)	成果(アウトカム)	課題
観客層を意識した事業を行い、初心者から能楽ファンまで幅広い層へ向けて提供	横浜能楽堂・サルビアホール連携企画公演「琉球舞踊・鶴見ちゅらしま座」会場:鶴見区民文化センター 2回公演 584人	・沖縄と鶴見の演者による古典舞踊、明治・大正期に作られた雑踊、戦後に作られた創作舞踊などが演じられ、地域の方に地元の歴史を再発見してもらうことができた。 ・終演時、出演者が舞台から客席に降りてくるという横浜能楽堂では実現できない演出に、観客も喜び、出張公演ならではの効果となった。	・区民文化センターと連携したことで、地元に広報が行き届くことを期待したが、鶴見区からの観客が13%と予想よりも少なかった。琉球芸能という首都圏での上演が少ないプログラムだったため、他地域からの観客が多く訪れたことも考えられるが、より一層の地元広報の強化が必要。
能楽ワークショップや講座等、体験を通した能楽の楽しみ方を届ける	18 区つながる能楽プロジェクト 講座参加者合計 147 名 ・緑区「狂言体験講座」 参加 12 名 ・保土ヶ谷区「映像とトークで送る『能・狂言ゆかりの日本舞踊』」 参加 50 名 ・港北区「バリアフリーワークショップ」 参加 54 名 ・瀬谷区「やってみよう！能楽体験ワークショップ」 参加 31 名 ・OTABISHO 横浜能楽堂体験講座 全 10 回 参加 96 名	・18 区プロジェクトは、地域施設で開催することで、都心部まで出かけなくても、参加できる機会を作ることができた。 ・OTABISHO 横浜能楽堂講座は、仕事帰りなどに気軽に体験できるよう 1 時間で説明を短めにし、体験してもらうことを重視した。アンケートでは、「がいこくのひとにも、ほんのぶんかをつたえたいとおもつた。そのためにもぼぐもほんのぶんかをたくさんしりたい。(18 区瀬谷・小 1)」、「能に対して初心者ですが、今日の 1 時間だけで色々と知ることができました。(OTABISHO 講座・40 代)」などの声があった。 ・毎回違う会場で事業を行うことで、職員の対応力が向上した。	・連携した施設と話し合い、施設の特性や利用者層、地域ゆかりの人を起用した企画などを立て、18 区それぞれの事業を目指した。横浜能楽堂の「能楽の楽しみ方を届ける」を達成しつつ、連携先と話し合い、その地域や施設の求めるものを形にしていくために難しい部分もあつた。
能楽ワークショップや講座等、体験を通した能楽の楽しみ方を届ける	OTABISHO 横浜能楽堂能・狂言 ギャラリー&ショップ 4/18 オープン 展示:能装束 2、裂地 2(2か月毎に展示入替)、能面 3(1か月毎に展示入替)、能舞台模型、楽器・扇、道成寺の鐘(フォトスポットとして)、能・狂言相關図パネル、関連図書、展示パネル 入場者 23,426 人 横浜能楽堂を知らない人への来場割合 34.7%	・気軽に能・狂言を知ってもらうというコンセプト通り、前を通りかかって入る人が全体の 1/3 を占めた。能・狂言そのものに興味がなくても、能面と写真が撮れる、なんとなく面白そう、ということが入場理由だが、とにかく知ってもらうという目的を達成できた。 ・全国初の商業施設のなかの能・狂言紹介施設ということで、オープン時新聞やテレビ、ラジオでの取材が多くあり、メディア露出も多かった。横浜能楽堂の認知度向上にも寄与できた。	・多くの人に知ってもらうため、目標人数を達成する必要がある。そのためには、話題性のあるイベントを実施し続け、SNS に投稿し続ける継続性が重要。

(2) 使命2 能楽等に携わる人材を育む

ア 定量指標(★は提案者が提案した指標)(実績は各年度終了後に記載)

通番	項目	R4 実績	R5 達成指標	R5 実績	R6 実績	R7 実績	R8 達成指標	R8 実績
1	次世代育成を目的とした事業の実施回数	11回	計9回	12回	12回		計10回	
2	参加者の満足度(アンケート調査)	4.84	4.5以上	4.79	4.92		4.5以上	
3 ★	「こども狂言堂」設定座席に対する入場率	87.1%	90%以上	91.3%	77.6%		90%以上	
4 ★	「先生のための狂言講座」の参加者数	87名	100名以上	70名	9名		120名以上	
5 ★	学校見学会、教育旅行の問い合わせ数	10件	3件	6件	休館中のため対応なし		5件	
6 ★	狂言「柿山伏」を使った取組	準備中	3件 (2年間累計)	準備	1件		5件 (5年間累計)	
7 ★	プロデューサーによる「WEB版研紀要」掲載	ブログ執筆済、掲載準備中	4本以上 (2年間累計)	2本	2本		10本以上 (5年間累計)	

イ 定性指標(★は提案者が提案した指標)(実績は各年度終了後に記載)

通番	項目	達成指標と各年度の実績	
1	参加者の声(アンケート及びインタビュー調査)	R4実績	アンケート自由記入欄意見を全員で回覧、担当にて課題抽出
		R5達成指標	インタビュー/アンケート自由記入欄意見の運営への反映
		R5実績	アンケート自由記入欄意見を全員で回覧、担当にて課題抽出
		R6実績	「こども能楽研究所」で参加者からの質問に直接対応
		R7実績	
		R8達成指標	インタビュー/アンケート自由記入欄意見の運営への反映
		R8実績	

ウ 使命2を達成するために重点的に取り組む事項

今年度も子どもの創造性を育む次世代育成事業を実施しました。子ども向け公演、ワークショップ、小学校へのアウトリーチ、教員向け講座、大学生向けの講座、OTABISHO 横浜能楽堂での子どもを対象にしたこども能楽研究所に取り組みました。また、前年度から引き続いて、大学向けの授業も実施しました。

YouTube チャンネルで公開している狂言「柿山伏」の動画に英語の字幕をつけ、英語圏の方たちにも楽しんでいただけるようにしました。ウェブサイトで、プロデューサーによる能楽に関する解説文の公開を行うとともに、メディアにも積極的に登場し、職員の専門能力の向上も図りました。

エ 使命2の令和6年度実績、成果及び課題

項目	実績(アウトプット)	成果(アウトカム)	課題
子どもを対象とした公演・ワークショップ、教員を対象とした講座等	OTABISHO 横浜能楽堂において、夏休みと1月に、子どもを対象にした「こども能楽研究所」を実施 113人参加	・OTABISHO 横浜能楽堂という無料で気軽にに入る場所で、子どもたちに、能・狂言に触れてもらう機会を提供できた。	・開催を夏休みに直前決定したため、告知が行き届かなかった。 ・コンテンツを多くいれる工夫をしたため、1つ1つが精査できず、小さい子どもでは難しいものがあった。気軽に、ふらっと、入れるものと満足度がそれなりに得られるものの両立が必要。
自主事業を推進する専門職員(プロデューサー)等の育成を図る	・プロデューサーテレビ・ラジオの出演4件 ・プロデューサー執筆記事をwebに転載2件	・メディアで話しをするためのプレゼンテーション力の向上ができた。 ・横浜能楽堂の顔として表に立つ意識の醸成ができた。	・一般の人にわかりやすく能楽を伝えていくために、より多くの経験の場が必要 ・文章で伝えていく場をより多く創出。

(3) 使命3 能楽等をはじめとする市民の活動の場となる

ア 定量指標(★は提案者が提案した指標)(実績は各年度終了後に記載)

通番	項目	R4 実績	R5 達成指標	R5 実績	R6 実績	R7 実績	R8 達成指標	R8 実績
1	貸館利用者数	34,750名	34,000名	41,564人	休館中のため 実績なし		38,000名	
2	利用者の満足度(アンケート調査)	アンケート未実施	施設の快適性への満足度4.0以上	4.6			施設の快適性への満足度4.0以上	
3	貸館利用の相談/広報支援件数	10件	相談10件以上	10件	休館中のため 対応なし		相談20件以上	
		23団体、59件	広報支援20団体、30件以上	24団体、102件			広報支援20団体、30件以上	
4 ★	本舞台、第二舞台の利用率(日換算)	40%	本舞台39%以上	53%	休館中のため 実績なし		本舞台40%以上	
		60%	第二舞台52%以上	67%			第二舞台55%以上	
5 ★	利用料金収入額	12,989,435円	11,100千円以上	13,715,025円	0円 (休館中のため)		16,000千円以上	
6 ★	新規利用向け割引制度利用実績	12件	20件以上(2年間累計)	3件見直し	休館中のため 実績なし		60件以上(5年間累計)	

イ 定性指標(★は提案者が提案した指標)(実績は各年度終了後に記載)

通番	項目	達成指標と各年度の実績	
1	利用者の状況についての現状把握(利用者との意見交換等)	R4実績	稽古場代替施設に関するヒアリング:19団体
		R5達成指標	利用者インタビュー:年10団体以上(新規団体を含む)
		R5実績	稽古利用団体にアンケート実施:16団体
		R6実績	本舞台利用団体に対し、貸出手続き(期日延期、再開期日等)について問合せ対応
		R7実績	
		R8達成指標	利用者インタビュー:年15団体以上(新規団体を含む)
		R8実績	

ウ 使命3を達成するために重点的に取り組む事項

休館中のため、OTABISHO 横浜能楽堂で、横浜能楽堂の取組を紹介するほか、市内各所での公演の際、横浜能楽堂の紹介映像を流すなどして、再開館後に向けた施設の周知に取り組みました。

能楽をやってみたいという気持ちに応えるため、OTABISHO 横浜能楽堂で体験講座を開催しました。能関係の習い事に興味のある方がいた場合、団体を紹介したり、他施設を利用する際、能楽独特の道具を貸し出したりなどして、活動を支援しました。

エ 使命3の令和6年度実績、成果及び課題

項目	実績(アウトプット)	成果(アウトカム)	課題
「バリアフリー能」でのサポート開発、バーチャル見学等の取組	「横浜能楽堂 バリアフリーウークショップ」 共催:横浜ラボール 2日間 3回実施、54名参加	・障害者スポーツ文化センターという障害者がスポーツ、レクリエーション、文化活動を通じて、健康づくりや社会参加の促進をはかる、市域における中核施設と連携して開催したことで、利用者に周知ができ、横浜能楽堂とバリアフリー能の取組を知ってもらうことができた。	・バリアフリー能を四半世紀開催してきたが、障害のある方にまだ情報が届いていないことを実感した。今後、これまでの広報先のみならず、新たな広報先を開拓し、より多くの方に能楽やバリアフリー能を知っていただく。

(4) 使命4 能楽等や施設の魅力の発信を行う

ア 定量指標(★は提案者が提案した指標)(実績は各年度終了後に記載)

通番	項目	R4 実績	R5 達成指標	R5 実績	R6 実績	R7 実績	R8 達成指標	R8 実績
1	媒体ごとの 広報実績数	新聞・雑誌	49回	35回 以上	72回	32回	50回 以上	
		広報よこはま	5回	6回 以上	4回	2回	6回 以上	
		広報よこはま 西区版	7回	6回 以上	4回	0回	6回 以上	
		地域情報誌	36回	15回 以上	6回	14回	20回 以上	
		SNS(Twitter、 Facebook)※R6 (X、Facebook、 Instagram)	238回	250回 以上	499回	1527回	350回 以上	
		他社WEBサイト	68回	10回 以上	205回	69回	20回 以上	
2	能楽等や能 舞台、能舞 台の歴史・ 魅力を発信 する事業数	オープニング	1回	1回	1回	休館中 のため 実施なし	1回	
		定例見学会	9回	7回	7回		9回	
		特別見学会	3回	3回	4回		3回	
		バリアフリー 見学会	2回	2回	2回		2回	
		多言語対応 見学会	2回	1回	1回		2回	
		学校見学会	6回	6回	5回		6回	
		旅行企画見学会	0回	0回	1回		2回	
		和のものづくり、 ワークショップ、 見学会	10回	4回	8回		6回	
3	アフターコン ベンションの アプローチ 件数	問い合わせ、 見学	3回	5回 以上	7回	休館中 のため 実施なし	7回 以上	
4 ★	「伝統文化一日体験オープニング」 参加者数	725名	400名 以上	1,156名	450名 以上			
5 ★	「和のワークショップと能楽堂見 学」初来館率	28%	40% 以上	30.1%	50% 以上			
6 ★	横浜能楽堂の市民認知度	59.8%	65% 以上	60.9%	56.2%		70% 以上	
7 ★	「横浜・紅葉ヶ丘まいらん」での 連携の取り組み	—	5件以上 (2年間 累計)	3件	2件	休館中 のため 実施なし	12件以上 (5年間 累計)	

イ 定性指標(★は提案者が提案した指標)(実績は各年度終了後に記載)

通番	項目	達成指標と各年度の実績	
1	広報手法の分析	R4実績	分析手法についてリサーチを検討
		R5達成指標	実施
		R5実績	狂言堂動画配信の際、SNSコンサルタントによる支援により、効果的な発信を行い効果分析を行いました。
		R6実績	OTABISHO 横浜能楽堂への新規来場者取り込みを目標に、Instagramを中心としたSNS発信を強化
		R7実績	
		R8達成指標	実施
		R8実績	
2	アフターコンベンションメニューへの意見	R4実績	企業・旅行業者からの問合せ3件
		R5達成指標	旅行会社、会議運営会社、横浜コンベンションビューロー他から意見聴取し、メニューに反映
		R5実績	休館のため当該実績なし。
		R6実績	アフターコンベンションについてパシフィコ横浜、市観光協会と意見交換。インバウンド向け動画制作に協力(3件)
		R7実績	
		R8達成指標	旅行会社、会議運営会社、横浜コンベンションビューロー他から意見聴取し、メニューに反映
		R8実績	

ウ 使命4を達成するために取り組む事項

使命3と重複しますが、OTABISHO 横浜能楽堂で横浜能楽堂の取組を紹介するほか、市内各所での公演の際、紹介映像を流すなどして、再開館後に向けた施設の周知に取り組みます。OTABISHO 横浜能楽堂のリーフレットを、日本語と英語で作成し、パシフィコ横浜、近隣のホテルなどに周知しました。インバウンド客の取り込みのため、公益社団法人神奈川県観光協会のウェブサイトにプログラムの紹介動画を掲載しました。

エ 使命4の令和6年度実績、成果及び課題

項目	実績(アウトプット)	成果(アウトカム)	課題
広報活動の強化により能舞台の文化的価値や横浜能楽堂の魅力を更に発信	<ul style="list-style-type: none"> ・OTABISHO 横浜能楽堂での能舞台模型の展示 ・横浜能楽堂の PR ビデオを OTABISHO 横浜能楽堂で常時放映、2 公演の会場で放映 	<ul style="list-style-type: none"> ・横浜能楽堂のなかに入れないなかで、能舞台の魅力を伝えていく方法として、能舞台模型と PR 動画を選択。OTABISHO 横浜能楽堂の来場者全員の目に触れることができた。 ・ホールなどとは異なる形状と名称の能舞台を目で見て理解していただくことができた。 ・能舞台模型に、来場者のアクリルスタンドや人形などを置いて写真撮影ができるなどを推奨したため、撮影された写真が SNS などに拡散された。 	<ul style="list-style-type: none"> ・知ってもらった能舞台に実際に足を運んでもらうためのつながり、つなげる仕掛けが必要。
広報活動の強化により能舞台の文化的価値や横浜能楽堂の魅力を更に発信	<p>[広報実績] 161 件</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新聞 32 回／取材 14 執筆 4 記事 3 情報掲載 11 ・テレビ 7・ラジオ 5 ・ミニコミ等 14、能楽関係媒体 26、Web69、その他 8 [SNS] ・OTABISHO Instagram 投稿 113 回、ストーリーズ毎日、インスタライブ 4 回 ・横浜能楽堂 Instagram 投稿 47 回 ・X、Facebook 運営 	<ul style="list-style-type: none"> ・4 月の OTABISHO 横浜能楽堂のオープンによって、メディアの露出が増えた(R5 年度 108 件)ため、認知度の向上につながった。 ・SNS で毎日ストーリーズをあげることを地道に続けた結果、動画の再生回数が少しずつ増えた。最多再生回数は 12,248 回。 ・X では、OTABISHO 横浜能楽堂や横浜能楽堂についてポストした投稿が、情報として広がっていき、遠方からの来訪にもつながった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・休館中で定期的な公演がなくなり、友の会もいったん解散したなかで、事業のチケット販売は課題だったが、メディア露出や、SNS を強化し、券売は概ね良好だった。広報のアウトプットと、券売の直接の関係がわからないため、どの部分が最も効果があったかが見えにくい。
近隣文化施設5館で構成する「横浜・紅葉ヶ丘まいらん」で地域全体の広報活動	<p>県立音楽堂(M)、県立青少年センター(Y)、県立図書館(L)、横浜市民ギャラリー(A)、横浜能楽堂(N)5 館のまいらん(MYLAN)によるエリア連携。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・さんぽマップ新版作成 10,000 部 ・施設めぐりスタンプラリー実施による台紙配布 25,000 部。 5 館スタンプ満了でプレゼントに応募した参加者は 135 名 	<ul style="list-style-type: none"> ・紅葉ヶ丘の文教エリアに建つ県立 3 館、市立 2 館の文化施設連携を、地域の人に知ってもらうことができた。 ・現在横浜能楽堂がみなとみらいエリアにいることを逆手にとり、紅葉ヶ丘とみなとみらい地区の回遊を促すことができた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・県の施設との連携は事務処理などの面で難しい部分もあるが、毎年継続して実施してきたなかで、信頼関係を築いてきた。今後も継続して連携していくために、目的や目標の共有が必要。

(5) 使命5 持続可能性を高める施設運営を行う

ア 定量指標(★は提案者が提案した指標)(実績は各年度終了後に記載)

通番	項目	R4 実績	R5 達成指標	R5 実績	R6 実績	R7 実績	R8 達成指標	R8 実績
1	施設の管理瑕疵に起因する事故件数	0 件	0 件	0 件	休館のため実施なし		0 件	
2	法定点検等の実施率	100%	100%	100%			100%	
3	修繕予算の執行率	24.6%	90%	30%			90%	

イ 定性指標(★は提案者が提案した指標)(実績は各年度終了後に記載)

通番	項目	達成指標と各年度の実績	
1	施設の使いやすさや快適さについてのヒアリング	R4実績	アンケート自由記述欄を参考に、大規模改修の要望等検討
		R5達成指標	アンケート(来場者&施設利用者)、施設利用者インタビュー実施
		R5実績	施設利用者アンケート実施:16 団体
		R6実績	休館のため実施なし
		R7実績	
		R8達成指標	アンケート(来場者&施設利用者)、施設利用者インタビュー実施
		R8実績	
2	管理運営費推移の要因分析	R4実績	空調の運用見直し、植栽管理や設備管理の委託項目の精査を行った。
		R5達成指標	毎年度半期毎に分析実施
		R5実績	光熱水費についてモニタリングで推移と要因を報告
		R6実績	休館のため実施なし
		R7実績	
		R8達成指標	毎年度半期毎に分析実施
		R8実績	

ウ 使命5を達成するために重点的に取り組む事項

OTABISHO 横浜能楽堂で、休館前よりも規模を拡大したショップを運営しました。ショップでは、横浜能楽堂ならではのオリジナル商品(キャンディ、手ぬぐい1種2色、クリップ、金平糖、お茶)を開発し販売したほか、能・狂言にちなんだ和雑貨を販売しました。

横浜市、工事業者と情報を密にやりとりするための連絡者会議に参加しました。

エ 使命5の令和6年度実績、成果及び課題

項目	実績(アウトプット)	成果(アウトカム)	課題
効率的な経費の執行と収入増の取組	<p>OTABISHO 横浜能楽堂でのショップ運営 4/18 オープン 年中無休 ・346 日開店(休店日 2 日) ・オリジナル商品 5 種(手ぬぐい 1 種 2 色、クリップ、キャンディ、金平糖、お茶)を開発。</p>	<p>・売上 356 万円(R5 年度 182 万円、R4 年度 131 万円) ・利益 35 万円(オリジナル商品の初期投資がかかったため、利益率は 10% と低め)</p>	<p>・能・狂言にちなんだ商品という縛りをかけるなかで、売れ筋商品を見極め、オリジナル商品の開発や、あらたな商品仕入れを行った。ショップは、店舗に入つてもらうきっかけでもあるため、売れるだけでなく、見て楽しいものを心がけている。売上・利益と、お客様の満足度のバランスを考慮。</p>

令和6年度 横浜能楽堂会計 収支予算書及び報告書

収入の部

(税込、単位：円)

科目	当初予算額			決算額			差引			説明
	通常 (A)	移転費 (B)	合計 (C=A+B)	通常 (D)	移転費 (E)	合計 (F=D+E)	通常 (G=A-D)	移転費 (H=B-E)	合計 (I=C-F)	
指定管理料	166,843,968	15,640,000	182,483,968	167,065,293	15,640,000	182,705,293	-221,325	0	-221,325	
利用料金収入	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
自主事業収入	13,521,000	0	13,521,000	10,453,398	0	10,453,398	3,067,602	0	3,067,602	ショップ▲2,400千円、公演講座収入▲600千円
雑入	13,948,000	0	13,948,000	11,287,918	0	11,287,918	2,660,082	0	2,660,082	
自動販売機手数料	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
その他（コピー代、炭代）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
その他（開催協力金・助成金）	13,948,000	0	13,948,000	11,287,918	0	11,287,918	2,660,082	0	2,660,082	助成金▲3,800千円（文化庁の助成金）
その他（企業協賛金、寄付金）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
収入合計	194,312,968	15,640,000	209,952,968	188,806,609	15,640,000	204,446,609	5,506,359	0	5,506,359	

支出の部

科目	当初予算額 (A)	移転費 (B)	合計 (C=A+B)	通常 (D)	移転費 (E)	合計 (F=D+E)	通常 (G=A-D)	移転費 (H=B-E)	合計 (I=C-F)	説明
人件費	92,661,000	0	92,661,000	82,773,524	0	82,773,524	9,887,476	0	9,887,476	人事異動による変動、超勤の削減
給与・賃金	77,848,000	0	77,848,000	68,482,676	0	68,482,676	9,365,324	0	9,365,324	職員、ショップスタッフ給与
社会保険料	9,690,000	0	9,690,000	9,584,747	0	9,584,747	105,253	0	105,253	
通勤手当	2,167,000	0	2,167,000	2,622,518	0	2,622,518	-455,518	0	-455,518	職員、ショップスタッフ通勤費
健康診断費	26,000	0	26,000	49,304	0	49,304	-23,304	0	-23,304	
労働者福祉共済掛金	54,000	0	54,000	54,000	0	54,000	0	0	0	
退職給付引当金繰入額	2,876,000	0	2,876,000	1,980,279	0	1,980,279	895,721	0	895,721	
事務費	3,707,968	14,950,000	18,657,968	5,463,897	16,333,676	21,797,573	-1,755,929	-1,383,676	-3,139,605	
旅費	300,000	0	300,000	291,481	0	291,481	8,519	0	8,519	職員旅費
消耗品費	1,000,968	0	1,000,968	792,584	0	792,584	208,384	0	208,384	新聞、事務用品等
広告宣伝費	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
印刷製本費	100,000	0	100,000	25,410	0	25,410	74,590	0	74,590	名刺、封筒等印刷
通信費	1,452,000	0	1,452,000	1,409,715	0	1,409,715	42,285	0	42,285	事務所通信費、ネットワーク利用料、倉庫荷物運搬費
使用料及び賃借料	0	14,850,000	14,850,000	1,200,611	16,111,480	17,312,091	-1,200,611	-1,261,480	-2,462,091	
横浜市への支払分	0		0	0		0	0	0	0	
その他	0	14,850,000	14,850,000	1,200,611	16,111,480	17,312,091	-1,200,611	-1,261,480	-2,462,091	移転費内訳：仮事務所・倉庫等賃料15,833,400円、wifi等278,080円
備品購入費	0		0	0		0	0	0	0	
図書購入費	0		0	0		0	0	0	0	
施設賠償責任保険	0	100,000	100,000	0	222,196	222,196	0	-122,196	-122,196	仮事務所施設賠償保険
職員等研修費	0		0	0		0	0	0	0	
振込手数料	200,000	0	200,000	227,450		227,450	-27,450	0	-27,450	銀行振込手数料
リース料	555,000	0	555,000	1,278,108		1,278,108	-723,108	0	-723,108	PCリース料増
手数料	0		0	82,830		82,830	-82,830	0	-82,830	ネットバンキング利用料
負担金、会費	0		0			0	0	0	0	
雑支出	100,000	0	100,000	155,708		155,708	-55,708	0	-55,708	
その他	0		0			0	0	0	0	
事業費	60,117,000	0	60,117,000	44,817,005	0	44,817,005	15,299,995	0	15,299,995	
自主事業費	60,117,000	0	60,117,000	44,817,005	0	44,817,005	15,299,995	0	15,299,995	アーカイブ▲3,000千円（R7で実施予定）、動画配信▲2,000千円（SNS強化したため）、その他公演講座事業▲9,000千円、ショップ▲1,000千円等
管理費	12,300,000	770,000	13,070,000	16,735,768	2,552,349	19,288,117	-4,435,768	-1,782,349	-6,218,117	
光熱水費	0	660,000	660,000	1,073,230	757,890	1,831,120	-1,073,230	-97,890	-1,171,120	
電気料金	0	660,000	660,000	1,073,230	757,890	1,831,120	-1,073,230	-97,890	-1,171,120	能楽堂電気基本料金1,070千円が予算より追加
ガス料金			0	0	0	0	0	0	0	
水道料金			0	0	0	0	0	0	0	
清掃費			0	0	0	0	0	0	0	
修繕費	300,000	0	300,000	0	117,700	117,700	300,000	-117,700	182,300	OTABISHO 入口ドア修理
機械警備費			0	0	0	0	0	0	0	
設備保全費	12,000,000	110,000	12,110,000	15,473,118	1,676,759	17,149,877	-3,473,118	-1,566,759	-5,039,877	
空調衛生設備保守	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
消防設備保守	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
電気設備保守	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
害虫駆除清掃保守	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
駐車場設備保全費	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
その他保全費	12,000,000	110,000	12,110,000	15,473,118	1,676,759	17,149,877	-3,473,118	-1,566,759	-5,039,877	移転費：清掃費820千円、事務所整備費850千円 通常費：公園清掃1,600千円、残置物廃棄費520千円、電気工作物保安管理400千円等
舞台技術費	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
共益費	0	0	0	189,420	0	189,420	-189,420	0	-189,420	LMP組合費
公租公課	9,042,000	0	9,042,000	8,516,934	0	8,516,934	525,066	0	525,066	
事業所税			0	0	0	0	0	0	0	
消費税	9,026,000	0	9,026,000	8,395,587	0	8,395,587	630,413	0	630,413	予算額に対する事業規模の変動による差異
印紙税			0	0	98,000	0	98,000	-98,000	0	各種契約等にかかる印紙代
その他	16,000	0	16,000	23,347	0	23,347	-7,347	0	-7,347	法人税均等割
事務経費	16,405,000	0	16,405,000	16,405,000	0	16,405,000	0	0	0	
本部分	16,405,000	0	16,405,000	1						