平成 24 年度東京文化発信プロジェクト事業の評価結果

平成 26 年 3 月

東京都と東京文化発信プロジェクト室（公益財団法人東京都歴史文化財団）は、東京芸術文化評議会の提案に基づき、「東京から世界へ　新たな文化の創造・発信」をキーワードに、平成 20 年 4 月に「東京文化発信プロジェクト」を立ち上げました。以来、東京に集積する人材・施設などの文化資源を最大限に活用しながら、以下の４つの目標を目指し、芸術団体やアートＮＰＯ等と協力して、幅広い分野の文化事業を展開してきました。

１　世界的な国際フェスティバルの開催を通じて、東京における芸術文化の創造活動の拡充を図るとともに、国際的な創造・交流拠点としての認知を高める。

２　次世代の担い手となる子供・青少年たちへ、芸術文化の多様な創造活動を体験する機会を提供し、創造性に満ちた豊かな感性の育成を目指す。

３　アーティストと市民が協働するプログラムをまちなかで展開するとともに、創造型ＮＰＯ等と協働し、教育、環境など他分野と連携しながら、地域の文化創造拠点を生み出す。

４　「世界的な文化創造都市・東京」を国内外にアピールするとともに、国内外の関係者が東京に集うプログラムや事業を展開し、ネットワークを強化する。

この「東京文化発信プロジェクト」の継続的な改善を目指し、平成 24 年度に実施した事業を対象として、事業評価を実施し、東京芸術文化評議会に提出しましたので、公表します。

東京文化発信プロジェクト　事業評価概要

１　対象

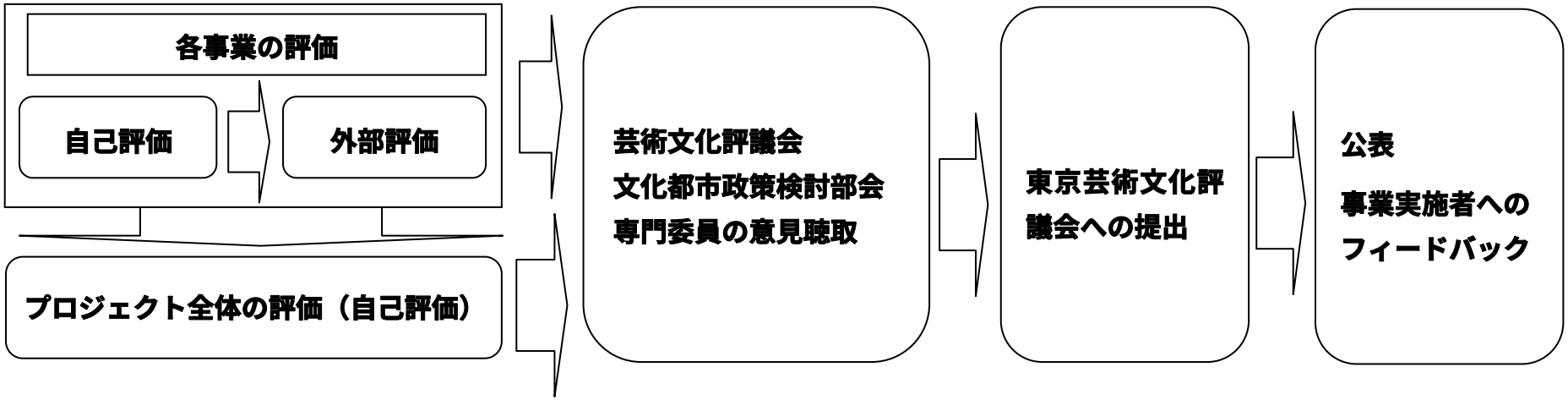
（１）東京文化発信プロジェクトで実施した事業のうち以下のもの（計 21 事業）

世界的な国際フェスティバルの開催を通じて、東京における芸術文化の創造活動の拡充を図るとともに、国際的な創造・交流拠点としての認知を高める事業	次世代の担い手となる子供・青少年たちへ、芸術文化の多様な創造活動を体験する機会を提供し、創造性に満ちた豊かな感性の育成を目指す事業
【伝統芸能】　・東京発・伝統 WA 感動　伝統芸能公演 ・東京発・伝統 WA 感動　東京大茶会 2012 【演劇】　・フェスティバル／トーキョー ・芸劇セレクション 【音楽】　・Music Weeks in TOKYO 2012 ・プレミアムコンサート ・サウンド・ライブ・トーキョー 【美術･映像】　・六本木アートナイト ・東京アートミーティング ・Tokyo Sonic Art Weeks ・恵比寿映像祭 【映画】　・Talent Campus Tokyo 2012 ・日本映画海外発信事業	・東京発・伝統 WA 感動　キッズ伝統芸能体験 ・パフォーマンスキッズ・トーキョー ・ミュージック＆リズムス　TOKYO KIDS ・TACT フェスティバル TOKYO ・青少年のための舞台芸術体験プログラム
	アーティストと市民が協働するプログラムをまちなかで展開するとともに、創造型ＮＰＯ等と協働し、教育、環境など他分野と連携しながら、地域の文化創造拠点を生み出す事業
	・東京アートポイント計画
	「世界的な文化創造都市・東京」を国内外にアピールするとともに、国内外の関係者が東京に集うプログラムや事業を展開し、ネットワークを強化する事業
	・国際会議「文化の力・東京会議」 ・国際招聘プログラム

（２）東京文化発信プロジェクト全体

2　評価の手法

（1）フロー図



（2）各事業の評価

① 評価者

外部評価者は下表のとおりである（五十音順）。

氏名	役職等（評価当時）
浅葉　和子	アートプロデューサー
岩渕　潤子	慶応義塾大学デジタルメディア・コンテンツ総合研究機構（DMC）教授
内野　儀	東京大学大学院総合文化研究科教授
大西　泰輔	財団法人軽井沢大賀ホール　常務理事　支配人
苅宿　俊文	青山学院大学ヒューマンイノベーション研究センター教授
篠原　弘子	株式会社プレノンアッシュ代表取締役社長
柴田　克彦	音楽ライター
鈴木　芳雄	BRUTUS　エディトリアルコーディネーター
芹沢　高志	P3 art and environment エグゼクティブ・ディレクター、AAF 事務局長
曽田　修司	跡見学園女子大学教授
荻原　康子	公益社団法人企業メセナ協議会プログラム・ディレクター
丸茂　美恵子	日本大学芸術学部演劇学科教授
村井　良子	PLANNING LAB.LTD. 代表取締役
山﨑　篤典	島根県立いわみ芸術劇場名誉館長
渡辺　弘	公益財団法人埼玉県芸術文化振興財団業務執行理事兼事業部長

② 評価の視点

目標	視点
1　世界的な国際フェスティバルの開催を通じて、東京における芸術文化の創造活動の拡充を図るとともに、国際的な創造・交流拠点としての認知を高める事業	1　事業の内容 2　芸術文化活動を支える人材の育成 3　広報（事前・事後） 4　協力・支援の確保 5　その他 6　総括
2　次世代の担い手となる子供・青少年たちへ、芸術文化の多様な創造活動を体験する機会を提供し、創造性に満ちた豊かな感性の育成を目指す事業	1　事業の内容 2　芸術文化活動を担う人材の育成 3から6まで　目標1と同じ
3　アーティストと市民が協働するプログラムをまちなかで展開するとともに、創造型ＮＰＯ等と協働し、教育、環境など他分野と連携しながら、地域の文化創造拠点を生み出す事業	1　事業の内容 2　パートナーとなる団体の育成 3から6まで　目標1と同じ
4　「世界的な文化創造都市・東京」を国内外にアピールするとともに、国内外の関係者が東京に集うプログラムや事業を展開し、ネットワークを強化する事業	1から6まで　目標1と同じ

東京文化発信プロジェクト　全体評価

【評価の視点】

目標	視点
世界的な国際フェスティバルの開催を通じて、東京における芸術文化の創造活動の拡充を図るとともに、国際的な創造・交流拠点としての認知を高める事業	・ジャンル ・手段（質が高く独自性のある国際芸術フェスティバルや文化イベントの開催） ・発信（広報、プロモーション） ・社会的インパクト
次世代の担い手となる子供・青少年たちへ、芸術文化の多様な創造活動を体験する機会を提供し、創造性に満ちた豊かな感性の育成を目指す事業	・ジャンル ・手段（本物の芸術文化･アーティストに触れる機会の提供） ・発信（広報、プロモーション） ・社会的インパクト
アーティストと市民が協働するプログラムをまちなかで展開するとともに、創造型ＮＰＯ等と協働し、教育、環境など他分野と連携しながら、地域の文化創造拠点を生み出す事業	・ジャンル ・手段（アーティストと市民が協働するアートプログラムを、まちなかで他分野とも連携しながら実施） ・発信（広報、プロモーション） ・社会的インパクト
「世界的な文化創造都市・東京」を国内外にアピールするとともに、国内外の関係者が東京に集うプログラムや事業を展開し、ネットワークを強化する事業	・ジャンル ・手段（国内外へのアピール度が高く、関係者が東京に集うプログラム等の展開） ・発信（広報、プロモーション） ・社会的インパクト
総括	事業全体の成果と課題、課題に対応するために今後行う取組

【評価】

成　　果	○伝統文化、演劇、音楽、美術、映像、映画など、多様な分野で事業を展開し、芸術文化の創造発信、芸術文化を通じた子供・青少年たちの育成、東京における多様な地域の文化拠点の形成、世界的な文化創造都市・東京のアピールと国際ネットワーク強化という４つの目標実現に向けて、戦略的な広報にも取り組みながら着実に成果を挙げた。 ○フェスティバル分野では、フェスティバル／トーキョーは参加型プログラムを実施し、六本木アートナイトでは地域との連携を深めながら集客性を高めるなど、更なる取組の充実が図られ、東京の創造活動の拡充に寄与している。 ○キッズ・ユース分野では、キッズ伝統芸能体験、パフォーマンスキッズ・トーキョーが、子供・青少年たちが本物を体験できる貴重なプログラムとして常に高い評価を得ている。 ○アートポイント計画は、それぞれのまちの特性を活かし、基礎的自治体とも連携しながら地域に根ざした事業展開を行い、それに伴い、現場での人材育成も図られ、人材育成講座も効果的に機能した。 ○ネットワーキング事業は、東京に集積している文化資源を十分に活かし、世界に東京の文化を発信するための国際ネットワークの強化に向け持続的に取り組んだ。
課　　題	○プログラムの中には、充実し、認知度の高まっているものもあるが、東京文化発信プロジェクト全体としては、海外に十分に認知されるだけの発信力は、まだ不十分であり、多言語化をすすめるなど、戦略的な広報展開に取り組んでいく必要がある。 ○フェスティバル分野では、回数を重ねたことにより、都民の間に定着しているものもあるが、伝統芸能や音楽分野など更なる魅力の発信が必要であり、発展的な継続のため新しい取組を検討する必要がある。 ○キッズ・ユース分野は、内容は充実しているが、各分野の将来的な担い手となる人材育成も促進し、より多くの子供・青少年たちに体験型事業を提供する必要がある。 ○アートポイント計画は、プログラムの実施だけでなく、継続的な事業運営を行うための実施体制の強化や、効果的な広報展開もできるよう、スタッフの人材育成を行うとともに、各共催団体の自立に向けた事業展開を図る必要がある。 ○ネットワーキング事業は、東京の芸術文化活動をアピールするため、秋に開催する国際会議等に向けて、国内外の議論を継続的に行っていく必要がある。

今後の取組	○オリンピックの東京開催決定を受け、文化プログラムの中に記載のある東京文化発信プロジェクトの効果をより高めていく。 ○そのことも踏まえ、これまで車の両輪として実施してきた東京文化発信プロジェクトとアーツ・カウンシルのパイロット事業について、その役割や機能の整理を検討していく必要がある。 ○５年間の実績をふまえて、個々のプログラムの見直しにより内容を充実させるとともに、スクラップ＆ビルドにより全体の再構築を図るなど、更に効果的な事業展開ができるよう取組む。 ○プロジェクト全体の発信力をより高めるため、他の分野とも連携しながら、東京クリエイティブ・ウィークスも含め、事業全体を包括した広報手段の強化など、更に効果的な戦略を検討する。 ○フェスティバル分野では、新たな観客層の獲得に向けた既存の枠組みに捉われない独自性の高い取組を行うとともに、国内外に向けた事業の発信を強化していく。 ○キッズ・ユース分野では、これまでの実践のノウハウを活かしながら、事業の担い手となる人材育成を強化するとともに、体験の機会を増やすなどの事業内容の工夫や、事業の意義及び成果を幅広く発信する方法を検討していく。 ○アートポイント計画では、プロジェクト実施及び人材育成講座を組み合わせた各共催団体の運営能力の強化を図るとともに、共催終了もふまえた自立運営に向けて支援していく。 ○ネットワーキング事業では、今後、オリンピックの文化プログラムの具体化に向けて、国際ネットワークの強化が重要となる。そのため、海外の文化・芸術関係者と国内関係者との一層の交流を図るとともに海外における情報発信をより高めていく。

事業名	東京発・伝統 WA 感動　伝統芸能公演	事業開始	平成２１年度
政策目標	世界的な国際フェスティバルの開催を通じて、東京における芸術文化の創造活動の拡充を図るとともに、国際的な創造・交流拠点としての認知を高める事業	ジャンル	伝統芸能
事業のねらい	長い歴史の中で育まれ、江戸・東京で受け継がれ発展させてきた伝統的な邦楽・日本舞踊・寄席芸などを、固定客層に対してだけでなく若い層や馴染みのない層も取り込み広く普及させるとともに、新しい創造を促し、日本独自の文化として世界に発信していく。		
内　容	「三弦　海を越えて―アジアから日本へ―」と題し、アジアに広がる三弦と、日本の三味線音楽の多彩な魅力を盛り込んだメイン公演を実施した。また、日本舞踊ワークショップや、落語、舞踊などの本格的な公演のほか、今年度は新たに、伝統の魅力をアニメーションや現代音楽などのユニークな切り口で紹介するトークと実演、ワークショップなども実施した。 【開催日及び会場】　菅原草紙 舞踊『菅原伝授手習鑑』 ／ ５月25日（金）、26日（土） ／ 国立劇場 解説と実演で知る〈日本舞踊と邦楽の世界〉 ／ ７月３日（火）、７月21日（土）、11月４日（日） ／ 江戸東京博物館 大江戸寄席と花街のおどり その二　ー江戸の遊びと粋ー ／ ８月19日（日） ／ 有楽町朝日ホール 芸の真髄シリーズ第 6 回「江戸ゆかりの家の芸 坂東三津五郎」 ／ ８月22日（水） ／ 国立劇場 Traditional +【vol.1～3】 ／ ９月９日（日）、10月23日（火）、1月12日（土） ／ スパイラルホール、東京都写真美術館 三弦　海を越えてーアジアから日本へー ／ 10月11日（木） ／ 東京芸術劇場 第 13 回多摩川流域郷土芸能フェスティバル ／ 12月２日（日） ／ 狛江エコルマホール 【来場者数】　８，560人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●解説を交えた公演や客席参加型の公演など、プログラム構成に工夫を凝らした。 ●それぞれの公演内容に特化した個別広報において様々な新しい試みが実施され、新しい観客層の発掘を促した。 ●一般の方にも伝統文化や古典芸能の存在が意識されるようなプログラムを実施し、一般社会に対して効果的な発信がなされた。 ●広報制作物への英語表記（本事業の概要、公演タイトル、日時場所等）により、各国大使館及び観光目的の外国人等にもアピールが行うことができた。	**■インターネットによる広報や有料広告出稿以外の PR 活動を工夫し、事業の認知度向上を図っていく必要がある。** ■メイン公演の券売が目標に達しなかった。また、**様々なプログラムを実施する中で、事業全体としての統一感をどのように見せていくかが課題となる。** **■伝統文化や古典芸能の制作に対して、若い世代や外国の方に、より興味を持ってもらう必要がある。**	今後、さらに広く海外や若い世代にも伝統文化の魅力を発信するために、広報を強化するほか新たな観客層の獲得に向けたプログラムを検討していく。

事業名	東京発・伝統 WA 感動　東京大茶会２０１２	事業開始	平成２０年度
政策目標	世界的な国際フェスティバルの開催を通じて、東京における芸術文化の創造活動の拡充を図るとともに、国際的な創造・交流拠点としての認知を高める事業	ジャンル	伝統芸能
事業のねらい	日本の茶文化についての理解と親しみを深め、今後の茶文化の継承発展と普及に努めるとともに、日本の代表的な伝統文化として観光を含めた海外発信を図る。		
内　容	伝統ある茶文化やお茶の文化を育んできた江戸・東京の文化を都民はじめ、東京を訪れる外国人や多くの方にも楽しんでもらうことを目的として、伝統文化・芸能の魅力を国内外に向けてアピールし、その普及と活性化を図る「東京発・伝統 WA 感動」事業のプログラムの一つとして実施。江戸東京たてもの園（10 月 7 日～8 日）と、浜離宮恩賜庭園（10 月 13 日～14 日）の 2 か所で開催した。 様々な流派による伝統的な茶席や野点のほか、2人1組でお茶を点てることから体験できる「茶道はじめて体験」や英語で解説をする「イングリッシュ野点」、高校生による「高校生野点」を実施。江戸・東京の粋な文化を紹介するお店が立ち並び、日本の伝統文化を楽しんでもらうステージイベントを設けるなどの工夫を凝らし、誰でも気軽に参加できる事業となった。また、浜離宮恩賜庭園では同時に開催されていた第 29 回全国都市緑化フェア TOKYO と連携して実施した。 【開催日及び会場】　10月7日（日）、8日（月・祝）　／　江戸東京たてもの園 10月13日（土）、14日（日）　／　浜離宮恩賜庭園 【来場者数】　22，000人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●子供や外国の方々にも日本の伝統文化・芸能に触れてもらうよい機会となった。 ●文化の集積地である東京ならではの会場を設定し、流派を超えた茶席を設け、質の高いプログラムを提供することができた。 ●東京大茶会独自のホームページを立ち上げ、茶席の事前申込をwebでも受付可能にして、参加を容易にする取組を行った。 ●東京都内の庭園や野外博物館を活用し、多くの参加者にその魅力をアピールできた。	■茶文化に触れる機会の少ない層が参加しやすいよう工夫が必要である。 ■茶席の申込が定員を超えていることから、多くの来場者が参加可能となるよう、事業の拡充をする必要がある。	今後、茶文化に触れる機会の少ない層の参加を一層増やすため、企画内容や事業内容の充実を検討し、国内外への広報等の方法を工夫することでお茶の文化とそれを育んできた江戸・東京の文化の一層の魅力発信を行っていく。

事業名	フェスティバル／トーキョー	事業開始	平成２０年度
政策目標	世界的な国際フェスティバルの開催を通じて、東京における芸術文化の創造活動の拡充を図るとともに、国際的な創造・交流拠点としての認知を高める事業	ジャンル	演劇
事業のねらい	舞台芸術の新しい価値を創造し、多様な人々にとっての出会いと対話の場を生み出し、アジアのプラットフォームとなるフェスティバルを開催することで、国際文化都市・東京ならではの創造性を国内外へと発信する。		
内　容	**「ことばの彼方へ」というテーマのもと、イェリネク三作連続上演をはじめ 12 作品を主催プログラムとして上演した。公募プログラムでは計 180 団体の中から選出された 11 団体（国内 5 団体、アジア地域 6 団体）が上演し、同時期に都内で行われている 6 作品 2 企画が連携プログラムとして参加した。関連プログラムとして映画上映、シンポジウム、ディスカッション、参加型プログラム等を展開した。** 【開催日及び会場】　10月27日（土）～11月25日（日） 東京芸術劇場、あうるすぽっと（豊島区立舞台芸術交流センター）、にしすがも創造舎、シアターグリーン、 池袋西口公園、ほか都内各所 【来場者数等】　**観客：４１，２４７人** **参加者数：６７４**人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●独自のプログラム構成により、日本のみならずアジアを代表する舞台芸術フェスティバルとして国内外から認知されるともに、舞台芸術を中心に、東京のプレゼンス向上に着実に寄与している。 ●アート全般に深く興味関心を持つ一方で、舞台芸術になじみの薄い層へ情報を届けるために、演目に関連する対談や批評を掲載したフリーペーパーを発行し、高い評価を得た。 ●意欲的なプログラミングにより事業の狙い・目的が一層明確化したことで、その達成度も高いものとなった。	■フェスティバルの裾野を広げ、地域との連携を図るとともに、東京の都市空間においてどのように祝祭的な時間・空間を生み出すかが課題である。 ■幅広い多様な層への情報の波及やメディアでの露出拡大が課題である。 ■フェスティバルの安定的な運営や規模拡大を図るためのファンドレイズの導入等が大きな課題である。	今後は安定的な運営を図るために資金確保などに努め、高い芸術性と社会性を備えたプログラムに加えて、親しみやすさや地域への波及効果を持つプログラムの拡充や、より多様な層へアプローチできる広報戦略、また、一層幅広くプログラム展開が可能な実施体制を検討していく。

事業名	芸劇セレクション	事業開始	平成２１年度
政策目標	世界的な国際フェスティバルの開催を通じて、東京における芸術文化の創造活動の拡充を図るとともに、国際的な創造・交流拠点としての認知を高める事業	ジャンル	演劇
事業のねらい	若手アーティストの育成、東京芸術劇場が自らプロデュースし、作品を創造発信する事業、海外のアーティストとの共同制作、そして海外からの良質な作品の招聘上演といった、多岐にわたるプログラムを実施し、当劇場の存在を国内外にアピールする。		
内　容	芸劇 eyes 若手育成は、若手カンパニーをフィーチャーし、今後の東京の演劇シーンを担うことが期待できるアーティストに、さらなる活躍を促すことを目的として実施した。創造発信事業は、企画性に富み、東京の現代演劇の面白さを世界にアピールできるような作品の創造を行い、展開した。国際創造発信普及事業は、これまで日本であまり知られていない世界の舞台の魅力を伝えることを目的として、良質な舞台の招聘及び国際共同制作を行った。 【開催日及び会場】芸劇 eyes 若手育成　芸劇 eyes 番外編「東京福袋」／ 9月2日（日）～9日（日）／ 東京芸術劇場 若手劇団提携　／ 9月～3月（全5公演）／ 東京芸術劇場 創造発信事業　3×3①「ポリグラフ」／ 12月12日（水）～28日（金）／ 東京芸術劇場 松尾スズキ演出「マシーン日記」／ 3月14日（木）～31日（日）／ 東京芸術劇場 国際創造発信普及事業　テルアビブ市立カメリ・シアター国際共同制作「トロイアの女たち」／ 12月11日（火）～20日（木）／ 東京芸術劇場、 12月29日（土）～1月5日（土）／ テルアビブ市立カメリ・シアター 海外招聘公演「ルル」／ 2月27日（水）～3月3日（日）／ 東京芸術劇場 ワークショップ「障子の国のティンカーベル」／ 5月6日（日）～21日（月）／ 芸能花伝舎、水天宮ピット 【来場者数】　42，197人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●日本の若手の作品から海外の優れた作品まで幅広い演目を上演し、東京芸術劇場の存在感と新たな出発を、国内外に強く印象づけ、今後の取り組みへの期待感を醸成した。 ●劇場全体の広報と、事業、公演の広報を同時に行うことで、リニューアル・オープンの一環として効果的な広報を展開した。 ●舞台制作の専門知識を持った人材を外部から多く登用し、意欲的な企画実施と安定的な運営を両立させた。	**■各公演の広報営業が遅れがちになるなど、広報及び営業体制の充実が課題である。** **■芸劇セレクション事業内で、公演時期が重なり、新聞雑誌等の露出を取り合う結果となった。** **■チケット収入以外の収入の多くが助成金で占められているため、助成金の性質上、運営の確実性・安定性が課題である。**	今後は、発信力強化を図り、広報計画を早期に策定し、連動する公演による相乗効果の波及など、戦略的なプログラム構成を検討していく。

事業名	Music Weeks in TOKYO 2012	事業開始	平成２２年度
政策目標	世界的な国際フェスティバルの開催を通じて、東京における芸術文化の創造活動の拡充を図るとともに、国際的な創造・交流拠点としての認知を高める事業	ジャンル	音楽
事業のねらい	世界的な音楽都市である東京でこそできる音楽文化の活性化、創造力の向上を目指し、「創造性」を柱とした「参加型」の事業を展開。併せて、次世代をリードする世界に通用するアーティストの養成を目指す。		
内　容	３年目を迎える24年度のメイン公演は、世界的な合唱指揮者ロベルト・ガッビアーニの指導により研鑽を積んだ一流の合唱団「スーパー・コーラス・トーキョー」の集大成として東京23区内の東京文化会館（台東区）と多摩地域のオリンパスホール八王子（八王子市）の2会場で開催した。また、都内の文化施設や第 29 回全国都市緑化フェア TOKYO とも連携して、芸術や音楽に親しみが持てる環境作りを目指し、地域に根差した「まちなかコンサート」を開催。さらに、次世代を担う音楽人材を育成する「東京音楽アカデミー」などの事業を展開した。 【開催日及び会場】 ・スーパー・コーラス・トーキョー特別公演　10月3日（水）／ 東京文化会館 、 10月4日（木）／ オリンパスホール八王子 ・まちなかコンサート　音楽会へ遊びに行こう！ ／ 10月6日（土）／ 立川市市民会館 芸術の秋、音楽さんぽ ／ 10月～3月 ／ 江戸東京たてもの園、東京文化会館ほか ・東京音楽アカデミー　マスタークラス 9月～2月 ／ 東京文化会館、トッパンホールほか ファイナル・コンサート 3月16日（土）／ 東京文化会館 プレミアムコンサートとの連携 12月8日（土）／ 福生市民会館 【来場者数】　15，229人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●多くの文化施設等との連携により、芸術や音楽に親しみがもてる環境づくりを促進し、多くの都民が音楽を楽しむ機会を創出した。 ●メディア・ミックスによる広報展開などを行い目標入場者数を大きく上回った。 ●アーティストの育成だけでなく、事業のマネジメント人材の育成も行うことができた。 ●海外からのトップアーティストの起用、人材育成、アウトリーチなど各々が充実しており、確かな成果をあげた。	**■公演の質の維持とともに、より多くの顧客層に支持を得るプログラミングを生み出すことが重要である。** **■音楽ファスティバルとしての更なる認知度向上を目指したプロモーションが必要である。** **■安定的に運営するための組織作りが課題である。**	今後は、音楽フェスティバルとしての魅力及びコンセプトを明確に発信し、事業展開の工夫により質の高いプログラムを提供するとともに、海外における教育普及プログラムの導入を積極的に行っていく。

事業名	プレミアムコンサート	事業開始	平成２４年度
政策目標	世界的な国際フェスティバルの開催を通じて、東京における芸術文化の創造活動の拡充を図るとともに、国際的な創造・交流拠点としての認知を高める事業	ジャンル	音楽
事業のねらい	子供から大人まで幅広い人々がクラシック音楽を身近に感じられるよう、「首都東京の音楽大使」である東京都交響楽団による観客参加型のコンサートを、多摩・島しょ地域などを含む都内各所で展開し、東京の音楽文化の発信に寄与する。		
内　容	東京の音楽文化の発信に寄与することを目的として、東京23区内での3公演（オーケストラ公演）、多摩地域での7公演（オーケストラ公演3、アンサンブル公演4）、島しょ地域の八丈島、青ヶ島での4公演（アンサンブル公演）を実施した。 【開催日及び会場】　5月～3月（全14公演） 八丈町立三根小学校、都立八丈高等学校、東京文化会館、スカイホール、ひの煉瓦ホール、日の出町立平井中学校、青ヶ島村立小中学校、奥多摩文化会館、檜原村やすらぎの里、武蔵野市民文化会館、福生市民会館、板橋区立文化会館、文京シビックホール 【来場者数】　7，227人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●クラシックになじみのない層にも楽しめるよう、楽器・曲の解説や指揮体験などプログラムを工夫し、音楽に触れる機会を提供した。 ●多摩・島しょ地域を含めた都内各所において演奏活動を行うことで、東京の音楽文化の発信に寄与した。 ●多摩地域・島しょ地域でのアンサンブル公演における若手奏者の積極的な登用など、人材育成においても成果をあげた。 ●都響関連の媒体やコンサートにおける情報の露出が顕著に表れ、事業の周知に寄与した。	**■展開する地域を他の音楽事業と区別することによる、厚みのある事業展開が求められる。** **■クラシック音楽を身近に感じることができるよう、観客参加型のプログラムの充実などの取組が求められる。** **■20～30歳代は来場者の1割前後と少ないため、その世代に有効な告知方法を検討する。**	今後は、全ての公演における体験・参加型企画の実施や、ブログやフェイスブックなど幅広い広報手段の活用を検討し、東京の音楽文化の醸成を図っていく。

事業名	サウンド・ライブ・トーキョー	事業開始	平成２４年度
政策目標	世界的な国際フェスティバルの開催を通じて、東京における芸術文化の創造活動の拡充を図るとともに、国際的な創造・交流拠点としての認知を高める事業	ジャンル	音楽
事業のねらい	音楽及び「サウンド」に関わる先鋭的な表現活動をジャンル横断的・国際的に紹介し、東京の文化発信力とハブシティとしてのキャパシティを示す。		
内　容	音楽や「サウンド」に関する重層的な体験となることを狙い、1会場、3日間で、世代、表現スタイルが全く異なり、かつそれぞれのジャンルで高い達成度を示しているアーティストが 7 組出演・参加する、密度の高いイベントを実施した。 【開催日及び会場】　菊地雅章ピアノソロ ／ 10月26日（金） ／ 東京文化会館（以下同会場） Project UNDARK+ディーター・メビウス（コンサート）／ 10月27日（土） 山下残演出・振付『ヘッドホンと耳の間の距離』（ダンス公演）／ 10月27日（土） 工藤冬里／ マヘル・シャラル・ハシュ・バズ（コンサート） ／ 10月27日（土） ドキュメンタリー『Baby Arabia』（HDCAM 上映）／ 10月28日（日） Baby Arabia（コンサート）／ 10月28日（日） サンガツ（コンサート）／ 10月28日（日） ティム・エッチェルス『ウォール・オブ・サウンド』（コンサート） ／ 10月28日（日） ティム・エッチェルス『ウォール・オブ・サウンド』（展示） ／ 10月26日（金）～28日（日） 【来場者数】　859人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●音楽に関する批評的なアプローチを持ったアーティストを対象とすることで、通常の音楽フェスティバル以上の水準で多角的なプログラムを実現した。 ●クラシック以外の高水準の音楽イベント、かつ音楽をジャンル外から見つめ直す機会も含んだイベントを東京文化発信プロジェクトの一環として実施したことは貴重な成果となった。 ●専門的なメディアに掲載された。	■プログラム情報だけでは価値を判断することが難しいような観客層にもアピールするためには、**サウンド・ライブ・トーキョー**というブランド価値の向上が必要である。 ■実施体制に不十分な面があり、特に制作と広報の人員に厚みを持たすことが必要である。 ■より広範囲のマスメディアへの露出及び集客数が課題である。	今後は、集客力の向上を目指し、情報発信方法などを見直し、より一般性の高いメディアでの露出拡大など広報戦略の工夫に努めていく。

事業名	六本木アートナイト	事業開始	平成２０年度
政策目標	世界的な国際フェスティバルの開催を通じて、東京における芸術文化の創造活動の拡充を図るとともに、国際的な創造・交流拠点としての認知を高める事業	ジャンル	美術 映像
事業のねらい	地域の各所に、複数のアーティストの作品（演技）を点在（回遊）させ、都市を行き交う人々が自然にアート作品に親しみ、理解を深める環境を創出する。地域内の 4 つの美術館のほか、美術館施設内に入らなくてもアートに触れる機会を提供するとともに、東京の内外、日本国内外から六本木を訪れる人々の「主要なデスティネーション（目的地）」になり得るような文化的な質と価値を創造する。		
内　容	地域の美術館の開館時間延長やスペシャルプログラム、屋外でのインスタレーション、街頭や商店街の店舗でのイベントなど多数のプログラムを実施し、延べ 83 万人の鑑賞者を集めた。来街者の利便性を考慮し、深夜バスの運行も行った。 【開催日及び会場】 3月23日（土）～24日（日） 六本木ヒルズ、森美術館、東京ミッドタウン、サントリー美術館、21_21 DESIGN SIGHT、 国立新美術館、六本木商店街、その他六本木地区の協力施設や公共スペース 【来場者数】 約 830，000人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●初めてアーティスティックディレクターを導入したことにより、一貫したテーマに基づいたトータルディレクションを実現した。 ●イベントの認知度が高まり、延べ鑑賞者数が増加した。 ●プログラムの一部は岩手県陸前高田市の協力を得ることによって実現し、アートを通じた震災復興支援を提案することが出来た。 ●広告換算は、前回の約 2.3 倍にあたる約3億 7,000 万円の費用対効果となり、増大なPR効果となった。	**■今回の成果を維持・向上させるためのアーティスティックディレクターの選出、組織体制の強化が必要である。** **■鑑賞者数の増加に伴う安全面の配慮、警備体制の強化が必要である。** **■地域との更なる連携や、区との共催など実施体制の拡充が必要である。** **■協賛獲得活動の推進体制の更なる強化が必要である。**	今後は、実施時期などの検討を含め、地域や区との連携強化等実施体制の拡充、安全面の配慮や警備体制の強化、組織体制の改善やプログラム内容の早期決定などマネジメントを強化し、事業全体のレベルを向上させるとともに、より幅広いエリアからの集客を図る。

事業名	東京アートミーティング	事業開始	平成２４年度
政策目標	世界的な国際フェスティバルの開催を通じて、東京における芸術文化の創造活動の拡充を図るとともに、国際的な創造・交流拠点としての認知を高める事業	ジャンル	美術 映像
事業のねらい	現代アートを中心に、音楽という異なる表現ジャンル、及びその他の専門領域が出会うことで、新しいアートの可能性を提示する。		
内　容	東京アートミーティングの第 3 回目となる本展は、坂本龍一を総合アドバイザーに迎え、音楽とヴィジュアルアートの領域をまたいだ表現を追求する国内外の作家たち 20 人（組）の作品を集めた。池田亮司のような現代の作家たちによる領域横断的な表現のみならず、ジョン・ケージ、ワシリー・カンディンスキーといった、美術史的にも非常に重要な作家の作品も含め、20 世紀の初めから、アーティストたちが音と視覚の問題をどのように扱い、表現しているのかを提示した。 【開催日及び会場】 アートと音楽－新たな共感覚をもとめて ／ 10月27日（土）～2月3日（日） ／ 東京都現代美術館 【来場者数】　　51，395人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●NHK E テレ「日曜美術館」への坂本龍一氏の番組出演協力を得られたことで、放送後の反響が非常に大きく、特に土日の来場者数が倍増した。 ●著名な音楽家を総合アドバイザーに迎え、美術ファンのほか、音楽に興味を持つ層にも訴求力のある内容となり、ジャンルを横断したテーマ設定の意義を明確に示すことができた。 ●現代における音楽とアートの新しい関係について問いかけることで、新しいアートの可能性を多くの人に示し、共感を得ることができた。 ●単に「見るだけ」の展示ではなく、来館者もともに参加する内容を提供することで、来館者の満足度が向上した。	■テレビ放映は大きな反響を呼ぶ一方で、放映の可否や時期について予め設定することが困難である。 ■来館者が体験・体感する大規模な展示は、来館者数が想定以上であった場合、会場内の運営、作品のメンテナンス、安全管理等の面で維持することが課題となる。	今後は、SNS の活用や動画配信など展示内容の魅力的なアピール方法を幅広く検討していく。

事業名	Tokyo Sonic Art Weeks	事業開始	平成２４年度
政策目標	世界的な国際フェスティバルの開催を通じて、東京における芸術文化の創造活動の拡充を図るとともに、国際的な創造・交流拠点としての認知を高める事業	ジャンル	美術 映像
事業のねらい	東京アートミーティングとテーマを共有しながら、若手アーティストの育成を目的とする公募コンペティションを主軸に、コンサートやシンポジウムを展開することにより、若手人材の発掘及び育成を図る。		
内　容	公募プログラムとして「Tokyo Sonic Art Award」を実施し、コンペティションのグランプリ作品は、「東京アートミーティング」の関連展示として東京都現代美術館に展示した。また、東京藝術大学で実施した「共感覚実験劇場」では、同大の教員、研究員、助手、大学院生、学部生、卒業生の作品が展示された。さらに、関連プログラムとして、カールステン・ニコライによるライブ・コンサートを実施した。 【開催日及び会場】 Tokyo Sonic Art Award 最終選考会 ／ ８月３日（金） ／ 東京文化会館 alva noto（カールステン・ニコライ）ライブ ／ １０月２８日（日） ／ 東京都現代美術館 アートと音楽「共感覚実験劇場」 ／ １月７日（月）～１７日（木）、１月１３日（日）～１４日（月・祝） ／ 東京藝術大学 【来場者数】 ２，８５７人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●公募展の開催や東京藝術大学での展示により、新進若手アーティストの発掘や育成を効果的に行うことができた。 ●ライブ・コンサートの実施により、現代音楽の分野に関心を持つ若い世代へのアピールとなった。 ●美術館と協働で開催することで、マネジメントスタッフなどの人材育成を図った。 ●「アートと音楽」展に併せて広報を実施し、効率的な広報展開を行うことができた。	■会期と共催者、会場の異なる事業を複数行う中で、全体の事業名「Tokyo Sonic Art Weeks」の認知度の向上が課題である。 ■準備が遅れがちになり、各共催者との調整の負担が増大したため、準備体制の強化が必要である。	今後は、東京アートミーティング事業と統合してより効果的に実施していく。

事業名	恵比寿映像祭	事業開始	平成２０年度
政策目標	世界的な国際フェスティバルの開催を通じて、東京における芸術文化の創造活動の拡充を図るとともに、国際的な創造・交流拠点としての認知を高める事業	ジャンル	美術 映像
事業のねらい	映像文化の創造、発信及び継承活動の活性化を促進し、文化発信拠点としての東京都及び東京都写真美術館の存在感をアピールする。		
内　容	東京都写真美術館全館及び周辺諸施設を会場に、展示、上映、ライヴ・イヴェント、レクチャー、オフサイト・プロジェクトなどを複合的に実施した。総合テーマを「パブリック⇄ダイアリー」と題し、国内外の新旧多彩な作家・作品及びゲストが集う国際的な映像アートのフェスティバルを開催した。 【開催日及び会場】　2月8日（金）～ 24日（日）　／　東京都写真美術館・恵比寿ガーデンプレイスほか 【来場者数】　68，554人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●毎年、新たな創意工夫、挑戦、発展を重ねながら、明確なミッションと専門性を有し質の高い作家・作品が国内外から集う場として、5 回にわたり成功裡に継続してきたことが大きな成果である。 ●時宜にかなったテーマ設定と、質の高いラインナップが来場者並びに、新聞や専門誌等で専門家から評価され、写真美術館の利用者層を拡大した。 ●映像表現を扱う専門的な文化施設としての写真美術館の認知度も高まり、東京における文化創造及び発信を担うフェスティバルとして存在感を示した。	■これまでの実績の有効活用や、新たな視点の検討、事業指針と来場者のニーズなどを検証し、発展的に継続することが課題である。 ■写真美術館改修にともなう休館期間中の実施形態について具体策を講じる必要がある。 ■Twitter などソーシャルメディアでの露出が少なかった印象がある。	今後は、事業の発展的な継続のため、ディレクター交代による企画の刷新及びこれまでの先駆的な成果の発信を強化し、写真美術館休館中の実施形態を検討していく。

事業名	Talent Campus Tokyo 2012	事業開始	平成２２年度
政策目標	世界的な国際フェスティバルの開催を通じて、東京における芸術文化の創造活動の拡充を図るとともに、国際的な創造・交流拠点としての認知を高める事業	ジャンル	映画
事業のねらい	映画作家とプロデューサーを目指すアジアの有望な若者を東京に集め、「世界で通用する人材」を育成する。参加者同士、参加者とプロの映画人がネットワークを構築する機会を提供し、東京を「映画人が集まり交流する都市」にすることを目指す。		
内　容	映画作家を目指すアジアの若者計 15 名を集め、ベルリン国際映画祭と連携し、国際的なネットワークを築き、講義やワークショップなどによる人材育成を、第 13 回東京フィルメックス会期中に実施した。 【開催日及び会場】　11月26日（月）～12月2日（日）　／　有楽町朝日ホールほか ※「第13回東京フィルメックス」期間中の7日間 【参加者数】　15人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●アジア映画に実際に取り組んでいる優秀な映画人を講師に招き、実践的な素養の体得が可能となった。 ●応募段階での企画提出の義務付けにより、前年より応募条件を厳格化したにもかかわらず、応募者が伸び、意欲ある参加者が集められた。 ●映画関係者を集めての企画プレゼンテーションに３０名もの業界関係者が集まったことは、日本の映画会社の制作部門が意欲的であることの表れであり、今後本事業がより一層現実的に両者をつなぐ役割を果たしていけることを期待させる。	■日本からの応募が少ない点が課題である。 ■映像を志す人材に、広く認知され、事業の魅力の理解につながる仕組みづくりが課題である。 ■フィルメックスの参加監督とのより活発な交流機会の創出や、それによって参加者たちがより実践的な能力を体得できるような仕組みづくりが必要である。	今後は、国内外での事業の認知度向上と日本人応募者の増大を図るとともに、参加者の実践的な能力の向上や企画実現のためのサポートの仕組みづくりを検討する。

事業名	日本映画海外発信事業	事業開始	平成２２年度
政策目標	世界的な国際フェスティバルの開催を通じて、東京における芸術文化の創造活動の拡充を図るとともに、国際的な創造・交流拠点としての認知を高める事業	ジャンル	映画
事業のねらい	日本映画の名作に英語字幕を付し、海外の映画祭等で上映することで、海外における日本文化の一層の普及・浸透を図る。		
内　容	これまで海外ではあまり紹介されていなかった映画作家・作品を発信する企画として、2012 年に生誕 100 年を迎えた日本を代表する巨匠、木下惠介監督の優れた作品を体系的に紹介するため、幅広いジャンルや年代から選定した作品の英語字幕付きプリントを制作し、第１３回東京フィルメックスで上映したほか、国際映画祭や海外シネマテークなどで上映した。 【開催日及び会場】 楢山節考 ／ ５月 ／ カンヌ国際映画祭[フランス] 楢山節考・女・婚約指環（エンゲージリング） ／ １１月 ／ リンカーンセンター[アメリカ] 楢山節考 ／ ２月 ／ アルセナル[ドイツ] 女・婚約指環（エンゲージリング）・歓呼の町・夕やけ雲・死闘の伝説 ／ ２月 ／ ベルリン国際映画祭[ドイツ] 婚約指環（エンゲージリング）・歓呼の町・夕やけ雲・死闘の伝説 ／ ３月 ／ 香港国際映画祭[中国] 【参加者数】 東京フィルメックス：１，５２４人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●これまで海外で上映機会の少なかった木下惠介作品を紹介し、日本映画の黄金時代の多様性を示すことができた。 ●過去 2 年間、日本映画の歴史の一側面に沿って紹介、発信してきたことで、木下惠介生誕 100 年の今年、大規模な展開に結びつけることができた。	■作品のデジタル化への対応が課題である。 ■企画に関するメディアの関心はあるが、本事業の訴求にまでつながらない面が多い。 ■海外映画祭等への情報発信が不足している。	今後は、引き続き事業の意義や関心を高める広報に注力するとともに、海外の映画祭に対して多様性に満ちた日本映画の作品を継続して発信していく。

事業名	東京発・伝統ＷＡ感動　キッズ伝統芸能体験	事業開始	平成２０年度
政策目標	次世代の担い手となる子供・青少年たちへ、芸術文化の多様な創造活動を体験する機会を提供し、創造性に満ちた豊かな感性の育成を目指す事業	ジャンル	伝統芸能
事業のねらい	子供たちが伝統文化を直接、深く体験することで、伝統芸能の世界に触れ、感性を涵養する機会を提供する。このことにより子供たち、ひいては家庭内の伝統芸能に関する興味関心や感性を高め、今後の伝統芸能の継承と発展を支える観客層等の充実を図る。		
内　容	能楽・日本舞踊・箏曲・長唄の一流の芸術家が子供たちを直接指導し、その成果をひのき舞台で発表した。能楽、日本舞踊、箏曲、長唄（三味線、囃子）の 4 つの領域で、小・中学生・高校生を対象に能楽 8、日本舞踊 3、箏曲 3、長唄 4 の全 18 コースを実施した。 【開催日及び会場】 お試し体験 ／ 7月21日（土）、22日（日） 開校式 ／ 9月23日（日） ／ 国立能楽堂 お稽古 ／ 9月～3月 ／ 宝生能楽堂、東村山市立中央公民館、芸能花伝舎、杵家会館、亀戸文化センター、新宿文化センター、町田市民ホール、武蔵野市民文化会館 発表会 ／ 3月20日（水・祝）、27日（水）・28日（木） ／ 宝生能楽堂、浅草公会堂 ユース特別版 ／ 4月～3月 ／ 都立王子総合高等学校、都立大江戸高等学校 次世代リーダー育成道場 ／ 9月23日（日） ／ 国立能楽堂 特別版　キッズ伝統芸能体験 ／ 3月2日（土）、3日（日）、9日（土） ／ 東村山市立中央公民館、亀戸文化センター、和光大学ポプリホール鶴川 【参加者数・鑑賞者数】　参加者数：1，164人　　鑑賞者数：2，572人（発表会1，822人、特別版750人）		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●体験できる領域は複数のジャンルにわたり、場所や期間、対象年齢等が異なるプログラムを組み合わせることで、環境や機会に応じて、より望ましいプログラムが提供できた。 ●特別版キッズ伝統芸能体験において、過去の参加者が再体験する「同窓会」の実施により、適度な間隔を置いて体験機会を提供する実効性が確認できた。 ●回数も十分で講師レベルも高く、期間、質量ともに優れたプログラムとなった。また、継続実施によってノウハウが蓄積されてきた。	■指導・運営等が固定化し、新鮮味のある事業の検討が必要である。 ■伝統芸能の魅力について、幅広い世代の人々に対していかに伝えていくかが課題である。 ■広くマスコミに取り上げてもらうため、マスコミ向けリリースは、より記事にしやすい内容にするよう、検討が必要である。	今後は、次世代に伝統芸能の魅力を伝えていくため、事業内容のより一層の工夫や、幅広い世代に関心を持ってもらえるような広報を検討する。

事業名	パフォーマンスキッズ・トーキョー	事業開始	平成２０年度
政策目標	次世代の担い手となる子供・青少年たちへ、芸術文化の多様な創造活動を体験する機会を提供し、創造性に満ちた豊かな感性の育成を目指す事業	ジャンル	演劇
事業のねらい	ダンスや演劇を通じた、子供たちの自主性・創造性・コミュニケーション能力の向上を図る。		
内　容	子供たちのアートに関する理解と感受性の育成、自主性・創造性・コミュニケーション能力の向上を目指し、ダンスや演劇のプロのアーティストを学校やホールに派遣し、ワークショップを行い、子供たちが主役のオリジナル舞台作品の創作、発表公演を実施した。 【開催日及び会場】　学校　／ 7月～3月 ／ 都内小学校（10校） 島しょ部　／ 7月～11月 ／ 大島町立つつじ小学校、利島村立利島小・中学校 ホール　／ 7月～3月 ／ 都内施設（5箇所） 児童養護施設 ／ 6月～3月 ／ 都内施設（5箇所） 【参加者数等】　参加者：665人　観客数：6，608人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●参加した子供たちの満足度が高く、子供たち自身の自主性・創造性・コミュニケーション能力の向上などの成果が見られた。 ●学校の先生、保護者等にとっても、事業に参加した子供たちのプラスの変化を目の当たりにすることで、本事業に対する信頼が増し、取り組みに対する満足度が向上した。 ●ワークショップと公演を合わせた本番日数が、延べ 212 日間に及び、都内全域各地でほぼ年間を通じて同時多発的に、アートと子供が出会う機会が提供された。	■より広い範囲の人たちへの告知及び PR が課題である。 ■アーティスト、コーディネーター、ボランティアスタッフなどの更なる人材育成や発掘が課題である。 ■ワークショップや作品発表に参加した人の評価をどのように教育学的に処理していくかを検討する必要がある。	今後は、事業効果のPRを含め、よりきめ細やかな広報活動を促進し、現場経験をもとにアーティスト、コーディネーターなどの人材育成を図っていく。

事業名	ミュージック＆リズムス　TOKYO KIDS	事業開始	平成２０年度
政策目標	次世代の担い手となる子供・青少年たちへ、芸術文化の多様な創造活動を体験する機会を提供し、創造性に満ちた豊かな感性の育成を目指す事業	ジャンル	音楽
事業のねらい	「野外体験・楽器作り」「合奏練習」「コンサート」と連続したワークショップ体験を通じて、自然のすばらしさ、工具を用いて自らの手で楽器を作ること、音楽・ダンス・唄など表現をする楽しさや難しさ、様々な音楽家・楽器・音との出会いを体験してもらい、ワークショップの集大成として音楽家たちとのコンサートを通じて、参加者全員によって生まれる日本の音・地球の音を東京より発信することを目指す。		
内　容	東京の自然のなかで、竹を使って自分たちの手で楽器を作り、音楽を生み出していくワークショップを積み重ね、その成果をプロの音楽家とともに発表した。 【開催日及び会場】　ステップ1　自然に触れよう！楽器を作ろう！　／　8月18日（土）、19日（日）　／　台場区民センター 8月25日（土）、26日（日）　／　高尾の森わくわくビレッジ ステップ2　合奏しよう！　／　9月8日（土）　／　台場区民センター 9月9日（日）　／　高尾の森わくわくビレッジ ステップ3　みんなで演奏会！（リハーサル＆コンサート）　／　9月16日（日）　／　東京都庁前都民広場 【参加者数】　291人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●地域における様々な音楽活動団体の参加により、コミュニティ間または子供たちによる出会いや交流の機会を創出した。 ●４年間の継続実施により参加者による評価を獲得し、そこから周囲への情報発信によってさらに参加希望者を増大させることができた。 ●子供たちと大人が１つとなり作品を創りあげていくプロセスは、子供たちの自信につながり、多くの学びを得ることができた。	■マスコミや教育関連関係者への現場体験機会の提供、新聞・雑誌などでの記事掲載（後パブ）などの機会創出が課題である。 ■事業の趣旨に理解・賛同してくれる若手音楽家やダンサーなどの人材の発掘が課題である。 ■協力団体との継続した関係維持だけに限らず、本事業の趣旨に理解・興味を示す団体との新たな関係構築が課題である。 ■様々な生きる智恵を学ぶ場として、机上の教育では得がたい体験であることを教育機関にさらに説明していく必要がある。	参加者数の伸び悩みや実施体制について検討した結果、平成24年度をもって事業終了。

事業名	TACT フェスティバル TOKYO	事業開始	平成２２年度
政策目標	次世代の担い手となる子供・青少年たちへ、芸術文化の多様な創造活動を体験する機会を提供し、創造性に満ちた豊かな感性の育成を目指す事業	ジャンル	演劇
事業のねらい	子供だけでなく大人が鑑賞しても楽しめる質が高く独自性がある海外の舞台作品を招聘、上演し、上質な舞台芸術に触れる機会を提供する。		
内　容	海外から招聘した一流の劇団による演劇の舞台公演や、作品の原作である絵本を使った関連企画を実施した。 【開催日及び会場】　ジャンク・オペラ「ショックヘッド・ピーター～よいこのえほん～」／ ９月１日（土）～９日（日） ／ 東京芸術劇場 「ひつじ」／ ９月１日（土）～５日（水） ／ 東京芸術劇場 絵本で遊ぼう！きみのとなりのもじゃもじゃペーター ／ ８月26日（日） ／ にしすがも創造舎 【参加者数】　３，171人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●東欧演劇に焦点を当てた作品選定に関して、演劇評論家等の専門家からその独自性を高く評価された。 ●東京芸術劇場リニューアル・オープンの一環で取り上げられることが多く、広報面で多く露出することができた。 ●有料演目と無料演目の開演時間の適切な設定により、会場間、さらには劇場全体で人の流れを作ることができた。 ●公演された作品は、いずれも質が高く誰もが楽しめる作品であった。	■作品・出演団体の日本国内での知名度が低い海外からの招聘公演の場合、特に有料公演に関しての集客が課題である。 ■親の世代に直接的に働きかける広報手段の開拓が課題である。 ■親子、演劇ファン、海外招聘ファンなど、ターゲットの絞り方を検討する必要がある。	今後は、有料公演への集客を強化し、他事業と連携した広報体制の整備や、親子や映画ファンなどターゲットごとの広報手段を検討していく。

事業名	青少年のための舞台芸術体験プログラム	事業開始	平成２１年度
政策目標	次世代の担い手となる子供・青少年たちへ、芸術文化の多様な創造活動を体験する機会を提供し、創造性に満ちた豊かな感性の育成を目指す事業	ジャンル	演劇 音楽
事業のねらい	若い世代が舞台芸術に対する興味や理解を深め、芸術分野の人材育成を行うための事業。		
内　容	教育普及事業の一環として音楽家が学校に出向いて行うアウトリーチ・コンサート及びワークショップを都内小学校で実施した。 また、自らが出演する等、舞台芸術により深く関わるワークショップ「オペラをつくろう！」では、東京文化会館主催公演　オペラ BOX『ヘンゼルとグレーテル』と連動したワークショップを実施した。 【開催日及び会場】 アウトリーチ・コンサート ／ ５月～１月 ／ 台東区内の小学校（8校） アウトリーチ・ワークショップ ／ ９月～２月／台東区内の小学校（3校） はじめての楽しいコンサート ／8月4日（土） ／ 東京文化会館 ワークショップ「オペラをつくろう！」 オペラの声になる！（児童合唱） ／ 8月～11月 ／ 東京文化会館、文京シビックホール（以下同会場） お菓子な家づくり！？（舞台美術工作） ／ 8月1日（水）～8日（水）、10月20日（土） 舞台デザインを学ぶ！（舞台デザイナー育成） ／ 6月～11月 【参加者数等】　４，698人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●「オペラをつくろう！」へは、計 100 名の応募目標に対して、314 名の応募があり、潜在的なニーズの大きさが判明した。 ●「アウトリーチ・コンサート」、「アウトリーチ・ワークショップ」については、学校現場での生徒の反応が非常によく、音楽会を通して感動の場を提供することが出来た。 ●本事業に関わった、演奏家や運営スタッフそれぞれにとって貴重な体験となり、スキルアップに繋がった。 ●地域の自治体や教育機関との関係を活用した広報は大きな効果をあげた。	**■参加者の増大により、ワークショップ運営側の人員配置やスケジュール管理において、安定した体制を構築する必要がある。** **■学校での事業に関して参加校が限定されることが無いように幅広く実施し、より質の高い内容で提供していくことが重要である。**	今後は、参加希望校の増大を図るために、プログラム内容の向上を図るとともに、実施体制を強化し、都内全域への広報を行っていく。

事業名	東京アートポイント計画	事業開始	平成２１年度
政策目標	アーティストと市民が協働するプログラムをまちなかで展開するとともに、創造型ＮＰＯ等と協働し、教育、環境など他分野と連携しながら、地域の文化創造拠点を生み出す事業	ジャンル	
事業のねらい	東京の様々な地域にある人・まち・活動をアートによって結ぶことで東京のさまざまな魅力を創造・発信することを目指す。都内各地に人・まち・活動の接点である「アートポイント」を作り出すことで、人々に新しい発見や創造の契機をもたらす。		
内　容	（１）東京全体及びまちなかの多様な地域資源をアートで結び、その魅力をアートプロジェクトを通じて創造・発信していく「アートプログラム」、（２）都内各地で人・まち・活動をアートで結び、「アートポイント」を作り出していく人材を育成する「人材育成プログラム」、（３）アートを媒介とした地域ネットワークづくりの中心となる、まちなかの具体的な拠点を形成する「拠点形成事業」を複合的に展開した。 【実施事業】（1）墨東まち見世 2012、（2）TERATOTERA、（3）ぐるぐるヤ→ミ→プロジェクト、 （4）小金井アートフル・アクション！、（5）としまアートステーション構想、（6）アートアクセスあだち 音まち千住の縁、 （7）三宅島大学、（8）三宅島在住アトレウス家、（9）川俣正・東京インプログレス―隅田川からの眺め、 （10）アーティスト・イン・児童館、（11）東京事典、（12）公園プロジェクト、（13）Tokyo Art Research Lab 【来場者数】　38，111人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●本事業の存在感が大きく高まるとともに、基礎自治体との連携が浸透し、人的及び物的により大きな協力を得ながらの事業実施が可能になった。 ●資金的、資金外の支援を問わず、後援や基礎自治体との広範な協働体制が生まれ、事業の安定感が高まった。 ●多数のドキュメントブック等が制作され、制作過程での検証行為や制作後の広報または学術的な情報ツールとして、今後の活用が期待される。 ●各プログラム発のさまざまなメディアが立ち上がり、全体を広報する「POD 通信」も大きな役割を果たした。	■個人情報流出事故に見られるように、担い手となる NPO の脆弱性が表出したため、アートプロジェクトのより基礎的かつ根本的な指導が必要である。 ■今後、共催事業として終了するプロジェクトに関して、適切な事業終了方法についても指針を定めていく必要がある。 ■プログラム発メディアの独自性及び多様性を尊重しつつ、その基盤となる東京アートポイント計画そのものの広報にも注力し、両者の相乗効果を生んでいくことが課題である。	今後は、各共催団体のアートプロジェクト運営だけでなく、基礎体力向上のプログラムなどを提供し、広報メディアの充実を図るとともに、共催事業として終了するプロジェクトに関しては、事業の終了方法についても検討していく。

事業名	国際会議「文化の力・東京会議」	事業開始	平成２３年度
政策目標	「世界的な文化創造都市・東京」を国内外にアピールするとともに、国内外の関係者が東京に集うプログラムや事業を展開し、ネットワークを強化する事業	ジャンル	
事業のねらい	「文化の力で社会変革」をテーマに、世界とのネットワークの中で文化の重要性とポテンシャルを考え、新しい社会像について議論する。		
内　容	東日本大震災以降様々な困難や危険な現実と向き合う中で、文化・芸術の持つ意味と力について考え、新しい社会像について模索する国際会議として実施。3分科会と本会議という構成にて実施。議論を深めるため事前に分科会ごとに準備会を開催し、課題や論点の洗い出しを行った。 【開催日及び会場】 分科会 ／ 10月19日（金） ／ 国際交流基金 JFIC ホール 本会議 ／ 10月20日（土） ／ 東商ホール 【来場者数等】 来場者：586人　Ustream 視聴者：209人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●多国籍・多分野のパネリスト・講演者を迎えてより実践的な内容の議論が展開され、具体的な提案がなされた。 ●「文化の力で社会変革」をテーマに、世界とのネットワークの中で文化・芸術のポテンシャルと可能性を議論し、新しい社会像について議論する本事業の意義に適った成果が得られた。 ●政策目標である「世界的な文化創造都市・東京」の内外へのアピールとネットワーク強化に貢献した。	**■より幅広い層への呼びかけ、同様の問題意識をもつ関係者の参加の拡大が課題である。 ■国際会議を機に形成されたネットワークをより確実なものとし、有機的に発展させるための方策を検討する必要がある。 ■議論の内容をいかに社会に発信しアクションに結びつけていくかが課題である。**	今後は、海外の文化・芸術関係者と国内関係者との一層の交流を図り、今後の東京の文化の発展につなげていく。

事業名	国際招聘プログラム	事業開始	平成２３年度
政策目標	「世界的な文化創造都市・東京」を国内外にアピールするとともに、国内外の関係者が東京に集うプログラムや事業を展開し、ネットワークを強化する事業	ジャンル	
事業のねらい	東京の文化の海外への発信と国際ネットワークの構築を図る。		
内　容	世界各国の若手の芸術・文化関係者 10 名を東京クリエイティブ・ウィークス期間中に招聘（平成24年10月21日（日）～29日（月））、主に都内の様々な文化事業・施設を視察、関係者やアーティストとの意見交換や交流を行った。 【開催日及び会場】　参加者プレゼンテーション ／ 10月23日（火） ／国際交流基金 JFIC ホール 文化事業視察 ／ 滞在期間中 関係者やアーティストとの面談等 ／ 滞在期間中 【来場者数等】　招聘者：10人　交流者数：約100人		

成　　果	課　　題	今後の方向性
●被招聘者との関係形成を通じて、欧州・アジア・南太平洋に今後東京の文化を発信していく足掛かりとなった。 ●専門家である被招聘者の東京の文化・芸術の現在に対する関心が深まり、インタビュー・批評記事掲載や相互のネットワークの拡大など短期的・中期的に大きな成果をあげた。 ●各国より発信力が高い若手のメンバーを招聘し、東京の多様なアートシーンを紹介したことで、参加メンバーによる記事掲載など東京の文化発信に貢献した。 ●参加メンバー相互の関係も生まれ、具体的な事業のプログラムに反映されるなど、国際的なネットワークづくりに貢献した。	**■現況・概略を語ることのできる各分野の若手キーパーソンとの面談・交流を強化し、さらなる発信につなげる必要がある。** **■アジア、南米等、他地域からの候補者もリサーチが必要である。** **■東京の文化の情報発信方法を検討する必要がある。**	今後は、東京の文化に関する理解を一層深めるプログラムを提供し、海外における情報発信を高めることにより、東京の文化の魅力のより一層のPRに努める。