

戦略的芸術文化創造推進事業
5年成果報告書

団体名称	上野の森バレエホリデイ実行委員会
担当者連絡先	(担当部署) 制作部 (氏名) 米津崇之 (電話) 03-5721-8081 (アドレス) yonezu@nbs.or.jp

1. 事業内容

課題	課題 i : 我が国の文化芸術による国家ブランドの構築と経済的価値等の創出や国際発信力を高めるための新たな展開に関する取組	
事業名	《契約件名》	「上野の森バレエホリデイ」
事業期間	平成30年4月1日 ~ 令和4年7月30日 ※契約期間を記載	
	<p><上野の森バレエホリデイ>は、「バレエと出会おう、バレエで遊ぼう」というコンセプトのもと、多くの人が集まるゴールデンウィークの上野の杜において、本格的な質の高いバレエ公演を中心に、バレエを観る、踊る、聴く、作る、知る、買うと、さまざまな角度から、どんな人でもバレエを楽しめるプロジェクトを開催した。会場は日本の舞台芸術の殿堂である東京文化会館を全館開放し、普段はチケット購入者のみ入場できるホワイエでは、マルシェやフリーイベントを開催し、広く一般に劇場文化やバレエ芸術に触れる機会を創造した。</p> <p>2年目からは、隣接する国立西洋美術館や東京国立博物館、国立化学博物館、上野公園でも関連イベントを実施。メディアにおいてもNHKのテレビ・ニュースや、朝日、読賣、毎日、日経、東京の各新聞でも紹介され、上野の文化の杜のブランドカアップにもつながった。</p> <p>普段、一同に会することのない、国内のバレエ団体やオーケストラ、メディアが集合し、上野の森バレエホリデイ実行委員会を形成したことも画期的なことだった。結果として、バレエ芸術とともに、国立西洋美術館の壁面でもプロジェクション・マッピング、「バレエ大学」や「ミュージアム・コンサート」、上野公園で開催した「パブリック・ビューイング」など、広がりをもった企画となった。</p> <p>2020年のコロナ禍発生では、いち早くオンライン・プログラム企画の可能性に取り組み、「ホリデイ@home」を実施、国内外のバレエ団やアーティストと連携、配信事業を開催し、その後のバレエ分野でのコロナ期間中の活動の指針を示した。2021年からはリアルとデジタルのハイブリットによる開催を実施した。</p> <p>5年間で<上野の森バレエホリデイ>に会場した総入場者数は下記である。</p> <p>2018年度 78,000名 2019年度 83,000名 2020年度 公式サイト訪問数：27万9千回 2021年度 4,362名 公式サイト訪問数：120,189名、動画視聴回数：428,009回 2022年度 61,038名 公式サイト訪問数：315,260名、動画視聴回数：91,004回</p> <p>合計：226,400名 公式サイト訪問数：714,449名 動画視聴回数：519,013回</p> <p>年度ごとの活動報告（別紙）</p>	
	      	

事業内容



URL

<https://balletholiday.com/2023/>
 ※成果報告の内容が分かるページを記載

(＜上野の森バリデイ2023＞ 本企画は継続して2023年以降も開催しています。)

1 公演数・観客数等定量的な成果について 各年度の実績及び次年度に向けての取組みについて記載。					
初年度における 5年後目標	(単位：)	H30	H31 (R1)	R2	
<p>科学技術の急激な進歩の一方で、人間の感性や思考力を養う必要があることは、広く認識されている。その点で舞台芸術の重要性は高まっているものの、気軽に舞台芸術に触れられる機会は多くない。若者たちはポップ・カルチャーを追いかけ、生の舞台芸術への関心が薄れてきている。いまわが国の舞台芸術界がこぞって取り組まなければならない課題は、新規観客の開拓だろう。昨年6月に制定された「文化芸術基本法」の趣旨にしたがい、観光、街づくり、国際交流、福祉、教育、産業等関連分野との連携を考えたとき、「上野の森バレエホリデイ」こそ、もっとも有効であり、発展性があると思っている。今回のこの「上野の森バレエホリデイ」では、東京文化会館の館内での本格的なバレエ公演のほか20余のイベントを予定している。そのほか上野公園を訪れる行楽客が無料で見ることができる屋外特設ステージにおける創作発表や巨大モニターでバレエの映像を流すライブ・ビューイングなど気軽にバレエに接することができる。この「上野の森バレエホリデイ」は2020年の東京五輪に向けた文化プログラムとして、また上野公園を拠点にした上野「文化の杜」にも、十分貢献できている。</p>	単年度目標	前年度に開催したイベントの来場者を増加し、企画の規模を拡大する。	前年度に開催したイベントの来場者を増加し、企画の規模を拡大する。	コロナ禍が発生した時期に、舞台芸術と芸術団体の活動、観客とのつながりを途絶えさせない。	
	実績	前年度の3万2千人から、7万8千人と来場者が倍増した。企画数も増加した。	前年度の7万8千人から、8万3千人の来場者が上野の森バレエホリデイに参加した。既存の国内のバレエ団の参加のほか、新潟からNoismが企画に参加するなど、企画数の幅が広がった。	R2年度に向けて…	国内の団体に先駆け、いち早くオンライン配信企画を立ち上げ実施した。国内外のバレエ団やアーティストと配信企画を実施の結果、公式サイト訪問数は27万9千回となり、要望によって開催時期を延長した。
	各年度における実績を元に、次年度に向けての課題や取組み	H31年度に向けて… 専用WEBサイトやSNSにおける告知の充実を図り、来場者増加に取り組む。	R2年度に向けて… 上野の杜の美術館、博物館と連携を広げ、来場者増加と企画のさらなる充実に取り組む。	R3年度以降に向けて…	R3年度以降に向けて… オンライン配信の可能性を追求し、新しいビジネスモデルを模索する。
	(単位：)	R3	R4	達成率	
	単年度目標	ライブ開催のメドがたってきたため、リアル公演の開催再開と、オンライン企画の二本立てで上野の森バレエホリデイの参加者を獲得する。	昨年はコロナ禍のため、ライブ企画はバレエ公演のみの開催だったが、当初の計画通り、バレエイベントや周辺企画を実施する。	90%	
実績	当初予定の時期は緊急事態宣言で延期となったが、2か月後に2年ぶりにライブ公演を実施し4362名が来場した。またオンライン企画でも120,189名のサイト訪問数、動画の総再生回数は428,009回を達成した。	コロナ禍発生前の企画を復活させ、公演来場者は61,038名を前年度から大幅に増加した。またオンライン企画も継続し、動画再生回数は91,004回、公式サイト訪問数は315,260回を達成した。	R5年度以降に向けて…		
各年度における実績を元に、次年度に向けての課題や取組み	R4年度に向けて… コロナ禍により中断した当初の計画を復活させて、観客が劇場に戻るよう促進する。	R5年度以降に向けて… 国内の来場者とともに、令和5年度は将来のインバウンド獲得に向けて、上野の森バレエホリデイの企画・告知に向けて動いていく。			
2 <課題解決>における成果について 「我が国の文化芸術による国家ブランドの構築と経済的価値等の創出や国際発信力を高めるための新たな展開に関する取組」について、各年度において課題解決するための取組目標及び事業実施による成果・変化、次年度に向けての取組を記載。					
初年度における 5年後目標と現状	(単位：)	H30	H31 (R1)	R2	
<p>科学技術の急激な進歩の一方で、人間の感性や思考力を養う必要があることは、広く認識されている。その点で舞台芸術の重要性は高まっているものの、気軽に舞台芸術に触れられる機会は多くない。若者たちはポップ・カルチャーを追いかけ、生の舞台芸術への関心が薄れてきている。いまわが国の舞台芸術界がこぞって取り組まなければならない課題は、新規観客の開拓だろう。昨年6月に制定された「文化芸術基本法」の趣旨にしたがい、観光、街づくり、国際交流、福祉、教育、産業等関連分野との連携を考えたとき、「上野の森バレエホリデイ」こそ、もっとも有効であり、発展性があると思っている。今回のこの「上野の森バレエホリデイ」では、東京文化会館の館内での本格的なバレエ公演のほか20余のイベントを予定している。そのほか上野公園を訪れる行楽客が無料で見ることができる屋外特設ステージにおける創作発表や巨大モニターでバレエの映像を流すライブ・ビューイングなど気軽にバレエに接することができる。この「上野の森バレエホリデイ」は2020年の東京五輪に向けた文化プログラムとして、また上野公園を拠点にした上野「文化の杜」にも、十分貢献できている。</p>	単年度目標	上野の森バレエホリデイが上野の文化の杜のブランド力をアップさせて、東京文化会館を中心とした上野の森周辺の文化発信地としての魅力をアップさせる。	本企画がゴールデンウィーク期間中の開催であるため、ファミリー層への認知度アップ、来場を目標とする。より幅広い層へのアプローチを目標とする。	コロナ禍が発生した時期に、舞台芸術と芸術団体の活動、観客とのつながりを継続することで、上野の森バレエホリデイの存在価値を国内外に広く発信する。	
	実績	主催に国内のバレエとともに、メディアや異分野のオーケストラも参加し、幅広い活動を展開。新潟のNoismは地方からの芸術団体の参加や国立西洋美術館ともコラボレーションを実施し、従来にないイベントの充実によって、本企画のブランド力がアップした。	本格的なバレエ公演とともに、親子で楽しむファミリー公演として「はじめての白鳥の湖」を実施。国立西洋美術館とともに、はじめて東京国立博物館とのコラボレーションを実施した。NHKのテレビ・ニュースや新聞などメディアでも大きく取り上げられた。	R4年度に向けて…	コロナ禍による劇場への影響が発生した翌月の開催だったが、国内外のバレエ団やアーティストとオンライン配信をコラボレーションし、世界でも先駆けてコロナ禍においても芸術活動の継続を広く配信し、公式サイト訪問数は27万9千回を達成し、本企画のアピールを強く達成した。
	各年度における実績を元に、次年度に向けての課題や取組み	H31年度に向けて… 上野の森バレエホリデイの企画の充実とともに、上野周辺の美術館や博物館とも連携を深めていく。SNSにおける発信も充実させていく。	R2年度に向けて… オリンピック・イヤーの来年に向けて、東京文化会館、国立西洋美術館とともに、東京国立博物館や国立科学博物館などの施設も連携し、協力者を増やして、貴アックを盛り上げていく。	R4年度に向けて…	コロナ禍により中断した当初の計画を復活させて、観客が劇場に戻るよう促進する。
	(単位：)	R3	R4	達成率	
	単年度目標	ライブ開催のメドがたってきたため、リアル公演の開催再開と、オンライン企画の二本立てで上野の森バレエホリデイの参加者を獲得する。	海外とのバレエ団のコラボレーションを実施し、大型公演の初演を実施することで、上野の森バレエホリデイの来場者増加と認知度を高める。	90%	
実績	コロナ禍発生から2年ぶりにライブ公演を実施。当初計画した時期は、緊急事態宣言で延期となったが、活動実施を示し、上野の森バレエホリデイの存在感を高めた。	海外とのコラボレーションを実施し、本企画にライブで関わる海外のバレエ関係者を増やし、公演を成功させることで上野の森バレエホリデイの認知度とブランド力を高めた。	R5年度以降に向けて…	(達成率の根拠) 当初、東京文化会館大ホールのみで開催した企画より、大ホール、小ホール、ロビーやリハーサル室まで含んだ全館開催へと拡大し、上野の周辺の国立西洋美術館や東京国立博物館、上野公園とのコラボレーションへと広がり、ゴールデンウィーク期間中の上野の文化の杜の恒例の文化イベントとして、質と来場者の量で大きく貢献した。事業の継続性も確保している。	
各年度における実績を元に、次年度に向けての課題や取組み	R4年度に向けて… 来年度に向けてアフターコロナ時代の活動を見据えて、海外とのコラボレーションを含めたより広がりのある活動を実施する。	R5年度以降に向けて… R5年度の開催では、日本人振付家による日本発の作品にも取り組み、国内来場者とともに、将来のインバウンドの来場に向けた活動を重視していく。			

3 戦略的芸術文化創造推進事業における課題解決への成果の他に、得られた成果や波及効果について			
(1) 成果内容		(2) 今後、成果を生かせる事業や取組	
<ul style="list-style-type: none"> ・上野の森バレエホリデイは、普段実施することの稀な、国内バレエ団がひとつの企画でコラボレーションを実施する新しい機会となった。 ・上野の森バレエホリデイ実行委員会の構成員は、国内バレエ団以外に、メディアや異分野のオーケストラも入ったことで、ひとつの企画で異分野とコラボレーションを実施する新しい機会となった。 ・上野の森バレエホリデイの企画で、初めて上野の杜の博物館や美術館とコラボレーションを実施し、より幅広い企画を実施した。 ・コロナ禍の発生後、オンライン配信企画に幅広く取り組み、成果を上げた。 ・大規模イベント実施のマニュアルや、運営の協力体制のノウハウを獲得した。 		<ul style="list-style-type: none"> ・国内バレエ団とのコラボレーションは、バレエの統括団体における各バレエ団の連携や関係強化につながった。この取り組みはアートキャラバン事業にも役に立った。 ・バレエ分野にとどまらない、魅力的な企画を異分野と協力し実施できる。 ・オンライン配信という新しい事業の柱の可能性が生まれ、また企画宣伝の新規の方法を獲得した。 ・大規模イベント実施のマニュアルやノウハウ獲得によって、新規企画の可能性をより具体的にイメージしやすくなった。 	
4 新型コロナウイルス感染症による影響と取組について			
(1) 影響	(2) 中止・延期をせず、事業実施するための努力	(3) コロナ拡大の影響を通して得たもの、知見	(4) 今後、同様の感染症拡大が起こったことを見据えた取組
<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍によって、国の緊急事態宣言や劇場閉鎖によって、ライブ公演が実施できない影響を受けた。 ・新型コロナウイルス感染症への対応が求められた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍の影響が発生後、1か月後にはオンライン配信企画を実施し、企画を中止せずに、活動を継続し続けた。 ・国内外のバレエ団やアーティストと協力し、活動人脈の幅を広げ、活動を実施した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・オンライン配信事業という新しいビジネスモデルの可能性が広がった。 ・広告宣伝の分野で、オンライン配信事業から活用できる新しい方法を獲得できた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ライブ公演とオンライン配信を併用した企画に取り組み準備を進める。 ・感染症対策マニュアルの万全な準備を備える。
5 1～4 以外に、貴団体において周知したいこと			
<p>上野の森バレエホリデイは、社会に広く開かれた芸術の普及活動を目的とし、そうした活動は、国内の芸術団体が実施すべき重要な活動である。将来の観客育成のために今後とも長く継続して実施し、ゴールデンウィークの上野の杜からの文化発信事業として今後も発展させていく。</p>			
<p>アンケートの結果、90%の来場者からよかったと回答結果、88%が来年度も参加したいという結果だった。</p> <p>・最近、バレエ団が一堂に会する機会があまりないので、とても楽しかったです。 各バレエ団の紹介映像は、バレエ団の個性が出ていたのと、なかなか見られないお稽古場を見ることができたのがよかったです。 ・ダンスクリエーションがクオリティ高く驚いた。有名バレエ団の団員が近い舞台上で踊るのがとても楽しく、有料でも観たいと思いました。 ・初めてバレエを鑑賞しましたが、ダンサーの方々の美しさに目を奪われ、ステージから目が離せませんでした。バレエ経験がなく、鑑賞するにあたって前知識が必要なかな～と心配でしたが、実際はそんな心配はなく、ただただ楽しい公演でした。声優さんの貴重なお話も聞けて、とても満足です!!!素敵なイベントをありがとうございます!!! ・今回アニメとのコラボイベントでバレエに触れてバレエに興味をもったので、今後も何かとコラボがあるとバレエに興味をもつ方が増えるのではないかと思います。 ・初めてバレエを見て、イベントも参加しましたが、とても楽しく過ごせました。 ・ロミジュリのクロストークのような作品を深く掘り下げるイベント、ダンサーや振付家の視点のトークイベントはとても良いです。今後も参加したい。バレエホリデイに限らず普段からこういうイベントがあると良いです。日本はバレエを踊る人向けのイベントは多いですが、鑑賞者向けのイベントが少ないと思います。 ・『ロミジュリ』が大好きなので名版クロストークがとてもためになり、ダンサーさんたちのお人柄も垣間見え楽しく拝聴しました。声優さんとのコラボはクリエーションが目当てでしたがあっという間にチケットがなくなり、危うく取れないところでびっくり。声優さんお二人がとても素敵でそれも納得でした。あんなにたくさんの方が初めて生バレエをご覧になったとは、バレエファンとして胸熱でした。 今後複数カンパニーのダンサーが登場するイベントが希望です。かつては考えられませんでした、今はクロス企画が増えてとても嬉しいです。 ・公開レッスンを見せて頂きましたが子どももプロの凄さを実感したようです。子どもがもう少し大きくなったらぜひ実際にバレエの公演を見に行きたいと改めて思いました。マルシェも子どもが大興奮でした。このような貴重な機会をありがとうございます。 ・バレエのイベントですがいろんな演劇やダンス、フィギア、新体操などのスポーツとも関わりが深いと思います。バレエだけではなく OSK 日本歌劇団やスポーツ種目などコラボが嬉しいです。バレエだけだと敷居が高くて気軽に行ける気がしません。 ・本当に気まぐれと物珍しさと声優トークに参加しました。声優さんの予備知識もなく、チケットを取った段階ではダンスールの原作も未読でした。場違いかもと、不安でしたが、やはり声優さんもダンサーと同じ表現者なんだと気付かされました。静の表現者と動の表現者のコラボとっても刺激になりました。また違う形でこの異種格闘技的な場が設けられればと願っています。 ・文化会館の中だけでは元々バレエに関心がある人しか参加しないと思うので、屋外で、美術館や動物園に行く人にも参加してもらえるようなイベントをするといいと思います。ダンスダンスダンスールのアニメも始まったし、男性ダンサーが純粋なクラシックのバリエーションを衣装など体の線が出すぎない格好で踊って見せたりしたら、興味を持ってもらえるのではないかなと思います。</p>			
感想・評判			