初めて舞台芸術を観る人に贈る「ギフトチケット」 に関するアンケート調査結果

2020年12月29日

アンケート実施: **fringe** http://fringe.jp/

助成: 公益財団法人**セゾン文化財団**協力: ネビュラエンタープライズ

本調査に関するお問い合わせは、info@fringe.jp までお願いいたします。

調査結果を引用される場合は、fringe「初めて舞台芸術を観る人に贈る『ギフトチケット』に関するアンケート調査結果」を出典として明記してください。

アンケート概要

調査目的:「ギフトチケット」の実現可能性と制度設計の参考とするため。

「ギフトチケット」とは、先に必要な枚数だけ購入してプレゼントし、贈られた相手があとから日時指定出来るチケットです。相手の趣味・嗜好をよく知る家族・友人に贈ることで、舞台芸術に関心のなかった人に足を運んでもらうことを目指しています。小劇場演劇を支援するサイト「fringe」がこの概念を広めることを企画し、公益財団法人セゾン文化財団 2020 年度現代演劇・舞踊助成「創造環境イノベーション」の「課題解決支援」に採択されました。

調査対象:舞台芸術に関心のある方

調査期間: 2020年11月1日~12月15日

調査方法: Google フォーム

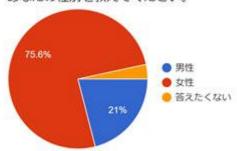
周知方法:サイト及び Twitter での周知

チラシ宅配サービス「おちらしさん」への周知チラシ封入

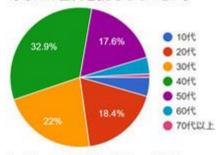
有効回答: 386 件

回答者属性:

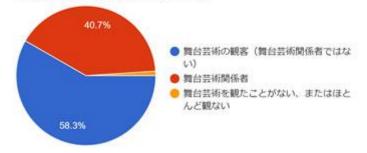
あなたの性別を教えてください。



あなたの世代を教えてください。



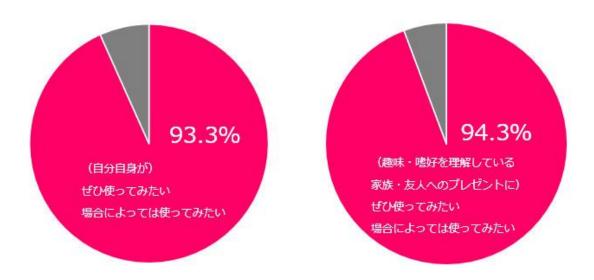
あなたのお立場を教えてください。



調査結果サマリー

日時指定をあとからするチケットがあれば、 自分自身・プレゼントともに使ってみたいが 90%以上

舞台芸術で「購入する枚数だけ先に確保し、日時指定は本番数日前まで可能なチケット」があったとしたら、「使ってみたい」「場合によっては使ってみたい」と回答した方の合計は、「自分自身」「趣味・嗜好を理解している家族・友人へのプレゼント」とも90%以上でした。



その条件として、座席が良席であることを指摘する方が目立ちました。あとから日時指定するので、売れ残り席だろうと思われている回答も散見されました。「ギフトチケット」は招待券と同じスキームなので、 良席を前売開始前から全ステージ確保した上で販売することを前提としています。これが周知されれば、「ギフトチケット」の価値は増すものと思われます。代表的な自由回答を一つ挙げておきます。

初めて観劇する人が集中できる座席を選択可能な場合。オペラグラスを使用しないと見えない席や、前列の人で舞台が見えない席、マナーを守れない舞台関係者の近くの席などでは、成功体験からは遠ざかってしまうと思うので。

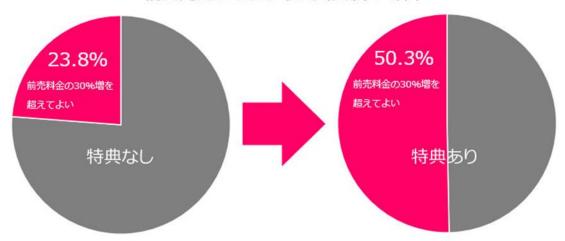
日時指定の締切は観劇日の7日前・3日前がほぼ同数、 第1希望が取れなくても過半数が許容

制度設計では、転売防止対策、日時指定の締切、第 1 希望が取れなかった場合の許容度、価格設定、特典などを詳しく質問しました。転売防止対策は「券面には購入者の氏名を印字し、使用者が異なる場合は券面に氏名を手書き」が最多だった一方、特殊な券種なので当日受付でのチケット引き換えにすれば抑止効果になるとの意見も目立ちました。日時指定の締切は「実際に観劇する日の 7 日前まで」「実際に観劇する

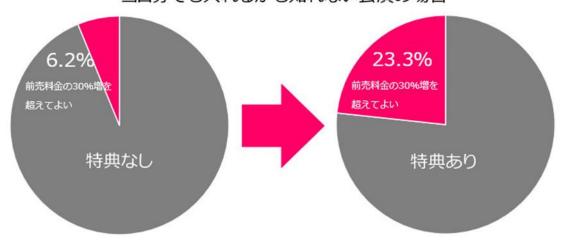
日の3日前まで」が並びました。第1希望が取れなかった場合、<mark>第2希望を求められても「状況によっては仕方がない」</mark>と許容に傾く回答が過半数を超えました。現在の招待状の運用に近く、公演現場でのオペレーションは可能であると考えられます。

価格については、前述の「あとから日時指定しても良席が確保されている」が周知されていないこともあり、なにも特典が付かない場合は「前売料金の30%増を超えてよい」層は少数でしたが、希望する特典が付いた場合は、人気公演では過半数を超えました。

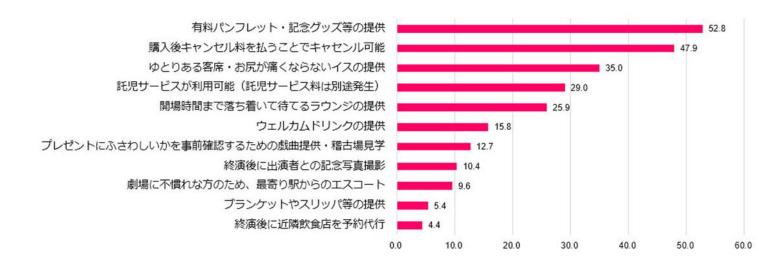
前売完売するような人気公演の場合



当日券でも入れるかも知れない公演の場合



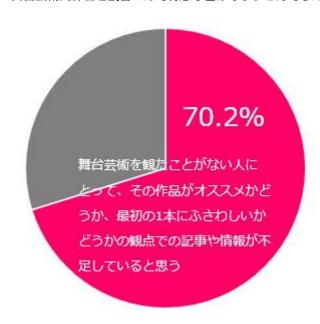
具体的な特典は次のとおりです(複数選択可)。「購入後キャンセル料を払うことでキャンセル可能」が 2 位に入っていることが注目されます。 プレゼントしたあとに使われない場合を考慮し、このような特典を 希望されていると考えられます。



プレゼントする側への特典は、あったほうがよいと「思う」「思わない」が並びました。具体的な特典は「限定グッズ」が最多でしたが、その他回答で「プレゼントした人との連席が取れる」「一緒に来れば割引」など、「贈る」だけでなく「誘う」を意識した回答が散見されました。

舞台芸術を観たことがない人に対する観点での記事や情報が不足していると思うは 70%

舞台芸術を観たことがない人にとって、「その作品がオススメかどうか」「最初の 1 本にふさわしいかどうか」の観点での記事や情報が不足しているかを質問したところ、不足していると「思う」が 70.2%でした。 舞台芸術関係者と観客の方で有意な差はありませんでした。



舞台芸術を観たことがない人を劇場へ誘うために必要なことを自由回答で質問したところ、真摯な長文の回答が多数寄せられました。非常に読み応えのある内容で、回答いただいた方々に感謝いたします。代表的なものを挙げますが、本調査結果 16 ページ以降に詳細を掲載していますので、ぜひご覧ください。ここでも「贈る」だけでなく「誘う」ことの重要性を指摘する意見が目立ちました。「ギフトチケット」を導入する場合は、具体的な利用シーンを説明し、このチケットの味方になっていただくことが大切ではないかと感じます。

(舞台芸術関係者より)

舞台鑑賞は堅苦しいものではなくエンターテイメントとして楽しめるものだと認識してもらうこと。生身の人間が同じ空間でパフォーマンスしていることの特別性。チケット代は確かに安価ではないが、それに見合う体験を受け取れる場であると体感してもらうこと。小劇場の場合は、劇場が内輪で盛り上がる雰囲気だけではなく知り合いがいないお客さんでも行きやすい雰囲気があること。

プレゼントできる事も大事ですが、初めて行くのに一人で行くと言うのは本来とても心細い事だと思います。なので、チケットの安い/高いもありますが、作品に関するティーチインがあったり、アフターでの解説があったりする事が大事だと思いますし、プレゼントする側と一緒に観劇して気軽に意見を言い合える事がとても大事だと思います。そう言う意味では Twitter などではなくて、いろんな人の感想が気軽に交換しあえるウェブ空間があるともっといいのかも知れません(既にあるけど活性化されていないと言う問題でもあるのかも知れませんが)。

舞台を観たことがないひとを誘うには、まずは自分が「舞台愛」を語ったうえで、当日もエスコートするのが一番だと思う。例えば、宝塚歌劇団に興味がなかった私が宝塚の舞台を観に行こうと思ったのは、友人の「愛ある宝塚プレゼン」がきっかけで、当日もしっかり友人にエスコートしてもらい、楽しめた。「ギフトチケット」は、初めて舞台芸術を観るひとに向けてのサービスというより、舞台芸術ファンの友人や家族に喜んでもらえそうなサービスのように思う。「ぜひ観てほしから、ギフトチケット贈るよ。自分で予約してひとりでいってね」は、観劇初体験にはちょっとハードルが高いように感じる。

(観客の方より)

チケットの取りやすさ(1週間前までは目的の日時の席が取れるようにしてほしい、3ヶ月や半年以上先の観劇のためにチケット代だけで5000円以上払うのが当たり前になっている現状のシステムは負担が大きすぎる)、価格の安さ(演劇は上演地域が東京に偏るため遠方からの観客の割合も大きい。カンパニーの利益とは関わりのないことを承知しているが地方の人間は交通費・場合によっては宿泊費と時間を捻出していることを考慮してほしい)

ローカルルール、暗黙の了解、常連の台頭等、初めての人が疎外感を感じたり、気後れをしてしまったり するような事がない観劇環境が必要。全ての観客を平等に扱い、全ての観客が観劇マナーや観劇の常識等 を何も知らないという前提において高いホスピタリティをもって接客することが大切。それができてない 公演は多い、特に小劇場。

舞台芸術のイメージを変える、あまり現実的な言い方じゃないかもしれませんが舞台芸術はみんなのものだという感覚だと思っています。お金持ちじゃなくても、学生でも、立派な洋服を持ってなくてもこの作品が気になるなと思ったら博物館や美術館を訪れるのと同じような感覚でアクセスできれば良いと思っています。現実的なものとしては、①今上演しているものが全てまとめてあるサイト(どこの劇場なのか、どんな作品か、チケットはまだ入手することはできるのかなど一目でわかるようになっていると簡単かなと思います。ミュージカル・演劇・歌舞伎など全てまとめてあって日付を押すとその日に見ることのできるものが時間順で並んでいる。映画館のサイトのような感じです)②初日あけてもチケットが取れる状況(自分が見て良いな、これはあの子好きだろうな、誰かに勧めたいなと思ってもチケットがないとどうしようもならないからです)

結局のところ、「やったことがないことに足を踏み出させる」ための強い動機付けがないと難しい。多くの場合それは好きな俳優やタレントが出ている、ということが多く、作品そのものの力で引っ張るのは相当困難だということを実感している。作品そのものの力で新規客を誘うには新作はハードルが高すぎ、ある程度名の知れたレパートリー作品、再演作品にならざるを得ない。小劇場においても再演に足る作品は数々あると思うが、それらをできるだけ長期のスパンで上演し、かつ再演の機会を増やすことを考えてほしい。

(舞台芸術を観たことがない、またはほとんど観ない方より)

映画や海外の演劇のように希望する座席を選んで購入できること、座席のエリアにより料金設定を変えること(私の場合これがなくて値段の割に不本意な席に割り当てられることに不公平感を感じるためよほどでない限り観劇に行かないので)、当日券(立ち見の安い券含む)の枠をあらかじめ確保しておくこと

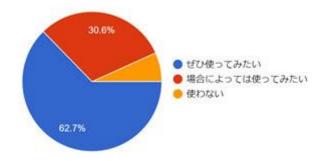
調査結果詳細

「ギフトチケット」の実現可能性

自分自身が「ぜひ使ってみたい」「場合によっては使ってみたい」を合わせると 93.3%で、良席が条件であることを挙げる方が目立ちました。あとから日時指定するということで、売れ残った席になることを危惧されているようですが、「ギフトチケット」は招待状と同じスキームですので、良席を前売開始前から全ステージ確保した上で販売することを前提としています。このことが周知されれば、「ギフトチケット」の価値は増すものと思われます。つくり手が当たり前だと思っていることも、丁寧に説明しないと観客の方に伝わらないと感じました。

趣味や嗜好をよく理解している友人や家族に贈ることは、「ぜひ使ってみたい」「場合によっては使ってみたい」を合わせると 94.3%で、自分自身と並びました。「ギフトチケット」という概念自体は広く受け入れられるのではないでしょうか。

Q1: あなた自身は舞台芸術で、「購入する枚数だけ先に確保し、日時指定は本番数日前まで可能なチケット」があれば、使ってみたいと思いますか。



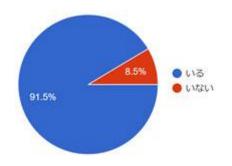
Q1-2: 「場合によっては使ってみたい」と回答した方へ。それはどんな場合でしょうか。

(回答 128 件のうち代表的なもの)

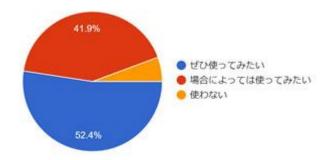
- 観たい気持ちはあってもスケジュールがわからないとき。
- 一緒に行きたい人を観劇に誘うとき、先にチケットがあると良い時がある。また、贈答用に。
- 地方在住で日時指定に複数の候補日を持てない場合が多いので。
- 本番間近に日時指定しても良席(前のほうの席)を獲得できる場合。
- 土日定休の職ではないので、数ヶ月先の予定が立てづらい。予定が確定したときに観劇の日を決められるほうが、チケット購入時のプレッシャーは低くなるし、人も誘いやすい。

- 直近の予定が定まらないがどうしてもその公演が観たい時。認識として矛盾しているが予約できる当日 券のような感覚。
- 座席が観にくい席(見切れや最後列など)でないことが約束されているなら。初めて観劇する人を招待するなら観やすさの経験も大切だと思うので。
- 自分の先の予定もわからず、友人と予定を合わせるとなると通常の前売りチケットだと直前で行けなく なって他の友人を誘うのが困難なので、演目によっては友人を誘いやすいので。
- 初めて観劇する人が集中できる座席を選択可能な場合。オペラグラスを使用しないと見えない席や、前列の人で舞台が見えない席、マナーを守れない舞台関係者の近くの席などでは、成功体験からは遠ざかってしまうと思うので。
- 有休の数がおぼつかない時に、シフトが出てから観劇の日程を決めたい場合に使ってみたいです。
- 北海道在住の観劇ファンです。劇場までの旅費がかかるので、どうしても観たい俳優や作品以外には 中々時間もお金も使えないというジレンマがあります。そのため、場合によってはという感じです。
- 中学生の子供と一緒に観に行きたい舞台があったのですが、学校や部活の予定が 1~2 週間前にならないとわからないことが多いので。
- 子連れの友達を誘うとドタキャンもあるので、慎重に考慮して購入予定にしなくてはならないから。

Q2: あなたには、相手の趣味や嗜好をよく理解している家族や友人がいますか。



Q2-2:「いる」と回答した方へ。このチケットをご自身ではなく、その家族や友人の都合に合わせて贈ることが出来るとしたら、プレゼントに使ってみたいですか。

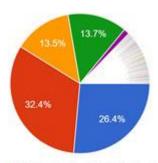


「ギフトチケット」の制度設計

《転売防止対策》

転売対策対策については、「券面には購入者の氏名を印字し、使用者が異なる場合は券面に氏名を手書き」が 32.4%で最多でした。これは手形の裏書をイメージして設けた選択肢でしたが、プレゼントとして正しく購入していれば、購入者と使用者の氏名を記載することに抵抗が少ないことがわかりました。その他回答では、「チケットは当日受付で本人確認してから渡す」「あり得ない席番を印字しておく」などの意見もありました。あとから日時指定するということは、そもそも購入時のチケットに日時や席番は印字出来ないため、それ自体で不正転売の抑止効果があると思われます。

Q3: このチケットを購入者以外でも使えるとしたら、不正転売を防ぐための仕組みが必要ですが、賛同する方法はどれですか。



- 券面に実際の使用者(プレゼントされる相手)の氏名を最初から印字
- 券面には購入者の氏名を印字し、使用者が異なる場合は券面に氏名を手書き
- プレイガイドの2枚印字機能を使い(本券+グッズ引換券などを発券する機能)、購入者が証明書を添付
- 枚数の少ない特殊チケットなので対策は特に不要(不正転売されたらわかる)

(その他の主な回答)

- ナンバリングによる確認。
- チケトレの購入証明のような不正転売ではないという確実な第三者的信用の担保がほしい。
- チケットレスでスマホ機能を利用。
- 電子チケットにして購入者の紐づけをきちんとする。
- 「チケット」は発行しない。当日受付で名前と身分証明書を提示する。
- シリアルナンバーと購入時に実際の使用者を氏名登録してチケットを管理し、印字はしない。会場で個人の特定できるもの(保険証や免許証、住基カード)にて本人確認する。購入時に本人確認が必要なことを明記する。
- 当日に座席がわかるようにし「特別招待券」のような券面にし、座席番の記載を架空列と架空番(Aから始まる列表記ならば、い列のようにし、番号も103のような存在しない数字)を印字しておけば(その列番で購入者特定できるようにする)、高額売買サイトやフリマアプリ、SNSでやり取りする際にややこしいことになるので転売目的者は面倒がって手を出さないのではないか。

- 名前を書くのは怖いです。(おけび!などで譲ることもあります) Web で転送できる QR コードなどが良いです。
- プレゼントされた人が気に入らない可能性も考慮し、対策をしないか、払戻しシステムをつくる。

《日時指定の締切》

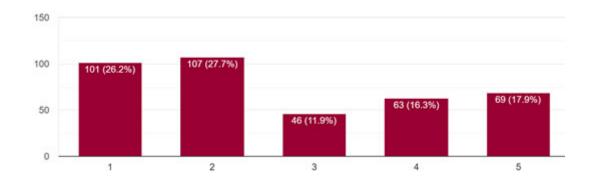
あとから日時指定するときの締切は、「実際に観劇する日の7日前まで」が30.1%、「実際に観劇する日の3日前まで」が30.3%と並びました。舞台芸術関係者と観客の方で有意な差はありませんでした。締切までに回答したのに、席が確保出来ずに第2希望を求められることに対しては、「状況によっては仕方がない」と許容に傾く回答(1~2を選択した方)が53.9%と過半数を超えています。現在の招待状も日時指定は3日前までが一般的で、第1希望がかなわないこともあります。それを考えると、公演現場でのオペレーションは可能ではないかと感じました。

Q4:日時指定の締切はどれが妥当だと思いますか。



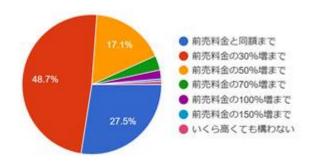
	7日前まで	6日前まで	5日前まで	4日前まで	3日前まで	2日前まで	前日正午まで
舞台芸術関係者	31.2%	0.6%	10.2%	0.6%	31.8%	10.8%	14.6%
舞台芸術の観客	29.8%	1.3%	14.2%	2.7%	28.4%	10.2%	13.3%

Q4-2:日時指定の締切までに回答したのに、席が確保出来ずに第2希望を求められることは許容出来ますか。(5段階から選択、1に近いほど「状況によっては仕方がない」、5に近いほど「このチケットではあり得ない」)

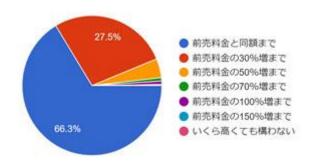


価格設定は、「前売完売するような人気公演」「当日券でも入れるかも知れない公演」に分け、それぞれ前売料金の何%増まで許容出来るかを質問しました。前述の「あとから日時指定しても良席が確保されている」が周知されていないこともあり、「前売完売するような人気公演」でも「前売料金の 30%増まで」が約半数の 48.7%、「当日券でも入れるかも知れない公演」では「前売料金と同額まで」が過半数の 66.3%を占め、この段階では金額にシビアな結果となりました。

Q5:購入する権利だけ先に確保し、日時指定は本番数日前まで可能にすると、通常の前売券より価格が上がると思いますが、どの程度まで許容しますか。まず、「前売完売するような人気公演の場合」でお答えください。



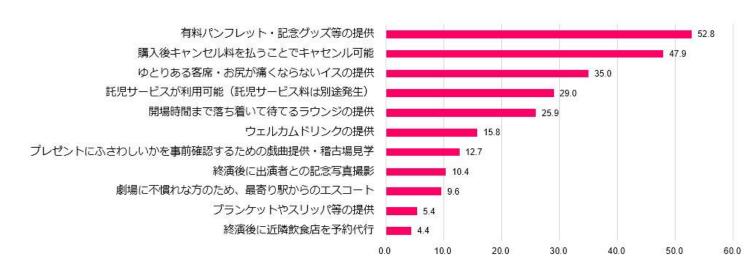
Q5-2:同様に「当日券でも入れるかも知れない公演の場合」でお答えください。



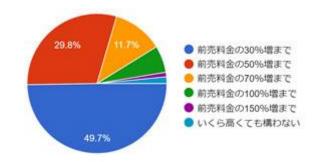
次に、このチケットに魅力的な特典が付いていた場合の変化を見るため、具体的にどのような特典が付いていればプレゼントに使いたいかを質問し、その上でその特典が付いていた場合の価格の許容を質問したところ、「前売料金の 30%増を超えてもよい」層(「前売料金の 50%増まで」~「いくら高くても構わない」を選択した方)が大きく増加しました。具体的な特典としては、「購入後キャンセル料を払うことでキャンセル可能」が 2 位に入っていることが注目されます。「ギフトチケット」は予定が決まってから日時指定するので、キャンセルは少ないと想定していましたが、プレゼントしたあとに使われない場合を考慮し、このような特典を希望されていると考えられます。

その他回答で特典は不要という意見は 2.8%でした。少数ですが「マナーに慣れていない初心者が来ても逆に迷惑」など、チケットをプレゼントすること自体にネガティブな意見もありました。

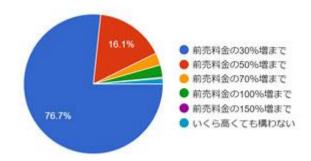
Q6:購入する権利だけ先に確保し、日時指定は本番数日前まで可能に加え、どのような特典が付いていれば、プレゼントに使いたいと思いますか。(複数選択可)



Q6-2:上記でチェックした特典が実際に付いていれば、価格はどの程度まで許容しますか。まず、「前売完売するような人気公演の場合」でお答えください。

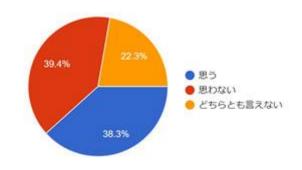


Q6-3:同様に「当日券でも入れるかも知れない公演の場合」でお答えください。

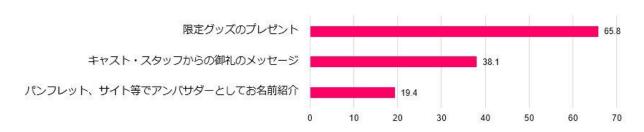


プレゼントする側への特典についても質問したところ、あったほうがよいと「思う」「思わない」が並びました。具体的な特典は「限定グッズのプレゼント」が 1 位でしたが、その他回答で「プレゼントした人との連席が取れる」「一緒に来れば割引」など、「贈る」だけでなく「誘う」を意識した回答が散見されました。

Q7: プレゼントに使う場合、プレゼントする側にもなんらかの特典があったほうがよいと思いますか。



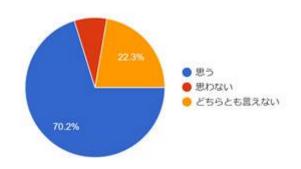
Q7-2:「思う」と回答した方へ。それはどんな特典でしょうか。(複数選択可)



舞台芸術に触れる人を増やすためには

舞台芸術を観る人を増やすため、「その作品がオススメかどうか、最初の1本にふさわしいかどうかの観点での記事や情報が不足していると思いますか」と質問したところ、70.2%の方が「思う」と回答しました。 舞台芸術関係者と観客の方で有意な差はありませんでした。

Q8:舞台芸術を観たことがない人にとって、その作品がオススメかどうか、最初の1本にふさわしいかどうかの観点での記事や情報が不足していると思いますか。



	思う	思わない	どちらとも言えない
舞台芸術関係者	69.4%	5.7%	24.8%
舞台芸術の観客	70.7%	8.4%	20.9%

舞台芸術を観たことがない人を劇場へ誘うために必要なことを自由回答で質問したところ、真摯な長文の 回答が多数寄せられました。非常に読み応えのある内容で、回答いただいた方々に感謝いたします。

「ギフトチケット」に対しては、初めて観劇する人だけで行かせるのではなく、贈る人が一緒に行くことが重要という意見が散見されました。その場合、贈る人(同伴する人)の価格設定もポイントになると思われます。「ギフトチケット」を導入する場合は、具体的な利用シーンを説明し、このチケットの味方になっていただくことが大切ではないかと感じます。

座席位置へのこだわりは想像以上に強く、1 階全部と 2 階前方が一律 S 席になることが多い舞台芸術の券種の在り方について、改めて考えさせられました。観客の方の二一ズに合わせ、プロスポーツのように多様な券種があってもよいのではないかと思います。その一つとして、「ギフトチケット」も存在出来るのではないでしょうか。

地域在住と思われる観客の方からは、ツアーとしての割引設定を求める声が散見されました。小劇場の身内感覚を批判する意見も複数あり、公演によって差があることを感じます。演劇情報ポータルは複数存在していますが、それが知られていないケースや、情報不足で観たいものにアクセス出来ないとの指摘も目

立ちます。1 本目がつまらなくても、そのことを公言出来て 2 本目を助言してくれる環境こそが必要との意見や、趣味嗜好に応じたマッチングシステムの開発も挙げられています。

Q9:舞台芸術を観たことがない人を劇場へ誘うために必要なことはなんだと思いますか。ご自由にお書きください。

(舞台芸術関係者の回答 115 件のうち代表的なもの)

- その人がその作品を楽しんでくれるだろうという確信。
- 舞台鑑賞は堅苦しいものではなくエンターテイメントとして楽しめるものだと認識してもらうこと。生身の人間が同じ空間でパフォーマンスしていることの特別性。チケット代は確かに安価ではないが、それに見合う体験を受け取れる場であると体感してもらうこと。小劇場の場合は、劇場が内輪で盛り上がる雰囲気だけではなく知り合いがいないお客さんでも行きやすい雰囲気があること。
- 常連客や舞台ファンだけに通じるルールや慣習などをこれ見よがしに前面に出さないこと。どんな観客 も大歓迎だと言葉と態度に表し、目に見える形で示すこと。
- 不慣れな手続きや当たり前になっていて説明されないなどの不明点で不安を残さないようにすること。 劇場でアウェイ感からくる疎外感を感じさせないこと(友人知人がアテンドする、初見の人を集めたご 案内席を作るなど)。
- 信頼している人や趣味が合う人からの推薦の言葉。交通の便の良さ。あらすじ等がきちんと書いてある 分かりやすいチラシやウェブサイト。
- 映画は観る前からある程度は「泣ける作品、笑える作品、怖い作品」等が分かる。演劇にはそれが不足 している。
- ①小劇場に関してはまず情報が少ない。行かない方は大人計画しか知らない。提供する側としてはあまりそんな売り方したくないかもしれないが、○○(有名な公演や TV や映画)に出ていた人だよ、という宣伝の仕方も場合によっては必要。②受付(いつかわからない)→開場→自由席で席を選ぶ(どこに座ったらいいかわからない)の流れが、ハードルが高い。はじめてガイドのようなものを各劇場が作ってほしい。③大事なのは最初の 1 本ではなくて、2 本目 3 本目だと感じる。最近の 1 本をつまらなかったと公言でき(招待やプレゼントでは言いにくい)、「わかる! つまんないよね!」「前の人の頭で見えないよね!」とか「だったらこっちの公演(劇場)好きかもよ?」と提案してくれるコンシェルジュや SNS での繋がりがあったら次に繋がる。④上記を踏まえて、(企画の趣意に沿わないかもしれない

が)プレゼントは「団体→お客様→お客様の友達で初めて観る人」だと、人間関係があって正直な感想がいいづらく2本目3本目に繋がらないので、「団体→コンシェルジュ→初めてのお客様」のように第三者(もしくはフローチャートでの"診断"みたいなもの)にオススメして欲しい。友達を誘う/誘われるは、それはそれでハードルが高い。

- ファースト割り、みたいな完全初心者むけの格安チケットを導入してみて頂きたい。観劇未経験の友人 知人を誘うとき、私は必ずチケット奢るようにしています。それぐらいハードルを下げないと、知らな い人は観ないと感じています。自己申告になりますし、わかるように若葉マークみたいなわかりやすい 認定証を作り、それを提示したら格安で買えるみたいな仕組みが必要ですが。
- その芝居を観劇することでなにが得られるか、価値観を届けられていない。また、宣伝する側もターゲット選定があいまい。チラシや SNS などの告知も、売り要素しか拡散されていないので、興味のない人にとっては押し売り感がある。今すぐ客を相手にするのなら、売り要素押しで効果がありますが、顕在・潜在層を相手にするなら、その芝居の価値を伝える必要があると思います。ただ、これを役者に求めるのは酷なことだと思います。売る側の人(劇団なら主宰側)が web や SNS の本質を理解して、段階的に小劇場全体でテストをしていく必要があると思います。
- 劇団の過去作品ダイジェスト、公演作品のトレーラーなど作風の分かる映像資料。映画、小説、美術など他のアート分野との関連でのリコメンド(「この系列の作品が好きならきっと気に入ってもらえる作品」)。もしくはこの作品を観た人はこの作品のチケットも買っています、など Amazon 的なおすすめ。作品に興味を持ってもらうというより、まずは休みの日の過ごし方の選択肢の一つとしての見せ方。映画や美術館に行くような感覚の提示。
- 押し付けでは人は興味を示さない。残念ながらテレビなどで顔が売れている人が出ているから、などきっかけはそんなもの。半沢直樹のドラマのおかげで猿之助の演目に「はじめて」の方が多く行かれたというツイートをしばしば見かけた。が、イケメン俳優の主演舞台には彼が出ていないシーンでおもむろにスマホをいじり出すお客がいたともきいた。私は、興味が向く人は自らアンテナを張り劇場へ来ると思う。我々演劇オタクの仕事は「チケットの購入方法」の指導程度、主催さんは「質の良い作品を作る」そうすれば劇場に人は来る。プレゼントしたいと思っても今のシステムのままで何か問題でも? これから e チケット化するならなおの事。
- プレゼントできる事も大事ですが、初めて行くのに一人で行くと言うのは本来とても心細い事だと思います。なので、チケットの安い/高いもありますが、作品に関するティーチインがあったり、アフターでの解説があったりする事が大事だと思いますし、プレゼントする側と一緒に観劇して気軽に意見を言い合える事がとても大事だと思います。そう言う意味では Twitter などではなくて、いろんな人の感想

が気軽に交換しあえるウェブ空間があるともっといいのかも知れません (既にあるけど活性化されていないと言う問題でもあるのかも知れませんが)。

- 誘う相手が興味を持てる題材の物語であること、その人が好きな俳優(好きになれそうな俳優)の出演などの要素があると誘いやすいと思います。相手の仕事の忙しさや学生だったら学業の状況なども考慮に入れてお誘いするとマッチした時に舞台芸術の良さを実感してもらえるのではと思います。
- 誘うためのプラットフォーム(LinkedIn のような「誘われたい」人と「誘いたい、薦めたい」人、「来て欲しい」人を仲介するサービス)
- 舞台芸術が身近にあること。昭和生まれ時代の舞台芸術関係者に多いエゴとマウントがなくなり、多くの見方が許容されること、アニメやゲームのキャラクター扮装で、高額化してゆくチケットとグッズを販売し続ける利益重視の公演が頻発している現状では、舞台がイロモノショーとしてみられてしまっていることの回避。
- 劇場に気軽に訪れることができるように、子どもの頃から舞台芸術に親しむ。そのためには学校での鑑賞教室を100%実施する。毎年、義務教育の期間中全児童生徒が鑑賞する。劇場での呼び込み型アウトリーチを公共劇場は幼稚園児、小学生に対して必ず行う。いつも校外学習で誰かが平日には来ているような場所に公共劇場がなるべき。
- 一般的に目にする機会がある種類の告知。Q8 への意見ですが、舞台関係者ですら、本当に面白くなるかは幕が開けるまでわからない。しかし、それこそが(一定のエンタメ性を担保されていないこと)、芸術としての舞台の本質ではないかと思います。
- 舞台を観たことがないひとを誘うには、まずは自分が「舞台愛」を語ったうえで、当日もエスコートするのが一番だと思う。例えば、宝塚歌劇団に興味がなかった私が宝塚の舞台を観に行こうと思ったのは、友人の「愛ある宝塚プレゼン」がきっかけで、当日もしっかり友人にエスコートしてもらい、楽しめた。「ギフトチケット」は、初めて舞台芸術を観るひとに向けてのサービスというより、舞台芸術ファンの友人や家族に喜んでもらえそうなサービスのように思う。「ぜひ観てほしから、ギフトチケット贈るよ。自分で予約してひとりでいってね」は、観劇初体験にはちょっとハードルが高いように感じる。
- マーケティングと顧客のセグメント化、ブランディング。劇団四季を知らない人はいないだろうし、好みや趣味に合う演劇ならいく層(特定の 2.5 次元演劇にいく人)はいる。しかしそれ以外の演劇において同程度の広報がなされているかは疑問に思う。そもそも観たことがない人に魅力的にリーチ出来ていないのでは?

(観客の方の回答 173 件のうち代表的なもの)

- なぜ観たことがないか(興味のある作品がないのか、育児等で時間がつくれないのか、劇場が近くにないなど足を伸ばしにくいのか etc)に合わせた勧め方。興味のある作品は趣味嗜好を知っている人が勧めたり、自分に合う作品を探せるチャートを作ったりするなど。時間が無い原因が育児なら託児所のある劇場を。劇場から遠い人へは交通費の割引・キャッシュバック等(アンケート Q6 にある"特典"として)。難しければ、その分のチケット代の割引など。(チケット代+交通費食費 etc の合計額を減らせるような方法)
- チケットの取り方がわかりやすい事、特別に何かに加入してなくてもメジャーなサービスからチケットを取れる事、過剰に個人情報を求められない事(ロッピーで買うとき程度の手間が限界)、見たいと思ってから 1 ヶ月以内の公演日チケットが入手可能な事。誰かしらこの人を見たいという人物が出演している事。難しそうに思わせないこと、自己満足な内容でない事、内輪のノリや暗黙の了解のない事。よくいく町の駅から遠くないわかりやすい劇場であること、又はすぐ近くに観光客向けの食事や買い物できるメジャーな施設がある事。チケットが高過ぎない事。
- チケットの取りやすさ(1 週間前までは目的の日時の席が取れるようにしてほしい、3 ヶ月や半年以上 先の観劇のためにチケット代だけで 5000 円以上払うのが当たり前になっている現状のシステムは負担が大きすぎる)、価格の安さ(演劇は上演地域が東京に偏るため遠方からの観客の割合も大きい。カ ンパニーの利益とは関わりのないことを承知しているが地方の人間は交通費・場合によっては宿泊費と 時間を捻出していることを考慮してほしい)
- 興味を持っても舞台に対して高いハードル (人気の作品は何ヶ月も前から予定を組む必要がある・気軽 に観られる作品を初心者が探すのは難しい・観劇マナーが分かりにくいなど) があって手を出さない方 もいると思うので、舞台を楽しむための案内人と入口となる作品を用意できればいいと考えます。例えば初めての観劇を楽しみたい方向けのパック旅行とか。
- ローカルルール、暗黙の了解、常連の台頭等、初めての人が疎外感を感じたり、気後れをしてしまったりするような事がない観劇環境が必要。全ての観客を平等に扱い、全ての観客が観劇マナーや観劇の常識等を何も知らないという前提において高いホスピタリティをもって接客することが大切。それができてない公演は多い、特に小劇場。
- 最低限のマナーを前もって示した上で、カジュアルに観劇できることをアピールする(自分もそうでしたが、観劇は映画とかと違って敷居が高いように感じます)

- 映画館のように当日どのくらい座席が空いているかネットで分かって、その日に行って買って観られる システム。
- お試しで観られる機会。動画や複数劇団のオム二バス公演など試しで観る機会。
- 観劇に時間が拘束されてしまうことが一番のネックだと思います。払い戻しができない、観劇の日付を変えられない、観劇中に途中退席ができない(しづらい)、チケットを発券する手間や手数料など、映画の手軽さに追いついていない部分が「観劇は面倒くさい」と敬遠されてしまう点ではないでしょうか。『特典』をつけるよりも、こういった手軽さを実現することが、誘いやすくなる方法だと思います。
- チケット発売時に上演時間が公開されていること
- 映画に比べて、舞台芸術は劇場で見ると¥5000 以上のチケットが多く、「なんとなく見てみようかな」というのが難しいと思います。そのため、まずはこのようにプレゼント企画でよい演劇を見てもらい、触れてもらうことが大事だと考えます。または、配信サービス(Netflix、Hulu など)で、大衆受けする作品を配信し、舞台芸術への垣根を低くすることもよいと思います。大衆受けというのは漫画の舞台化ではなく、キャラメルボックスやヨーロッパ企画などエンターテインメント性の高い舞台作品で、これらを配信することで邦画を見る層を取り込めるのではないかと思います。
- 結局興味はない人は全く舞台に行かないので、その人の他に興味を持っていること(例えばテレビや映画メインの俳優が出る、その人の好きな作品が原作など)に繋がる情報から引っ張っていくしかない。 あとはとにかくチケット代が高いのでいかに気軽に観られる値段にするか。
- ビジュアルがわかるトレーラーなどがまとまっている web サイトがほしい。ロンドンで舞台公演を見た際は、批評家の評価文やトレーラー、製作者インタビューなどが沢山まとまったサイトがあり、どれを観にいくか選ぶのにとても役だった。チケットが基本安くないので、自分や連れの好みに合うか事前に判断材料になるものがないと観劇をやめてしまう。
- 見切れ席などでいいので、千円くらいで取れるチケットを。
- 映画と同様な表現 R-18 などの記載
- オンラインでの稽古風景の公開/教育機関を通じた子供向け(少人数)のワークショップ
- 親しい人からの「あなたに見て欲しいという」言葉。つまり、自分で判断するのが難しいので、舞台芸術をよく知っている人に判断を委ねる事のできることだと思う。

- 小作品集のような歌舞伎の一幕見のような入場ができる舞台。いきなり休憩含め 2 時間 30 分~3 時間 拘束されると考えると躊躇するかもしれません。でも、30 分程度なら「ちょっと行ってみよう」と誘いやすいように思います。
- おもしろそうと思わせるだけの情報とそれを伝える熱量、現地に行く敷居の高さを感じさせないこと。また、初日過ぎてから購入できる予約当日券などのチケット。誘う側として、実際に初日を迎えて観てみないと本当に勧めるほど良いものかわからない不安もあります。自分で観る分には好みに合うか合わないかも観劇の楽しい部分でもありますが、人の大切な初めてに選んで良いものかわからないとなかなか誘えないです。当日券でも、わざわざ足を運んでもらったのに当日入れないでは申し訳ないので、前日に確保できると最高だと思います。いろいろ難しい点があるのは承知ですが、今後コロナ禍の中での観劇ということも考えると変わっていくべきところなのかなと。
- 観たいと思う公演のチケットが直前でも手に入ること。敷居が高いと思わせないこと。何着ていけば…と悩む人もいるので、客入れしている劇場の写真をアップするなど、雰囲気を伝えるといいと思う。
- 舞台芸術のイメージを変える、あまり現実的な言い方じゃないかもしれませんが舞台芸術はみんなのものだという感覚だと思っています。お金持ちじゃなくても、学生でも、立派な洋服を持ってなくてもこの作品が気になるなと思ったら博物館や美術館を訪れるのと同じような感覚でアクセスできれば良いと思っています。現実的なものとしては、①今上演しているものが全てまとめてあるサイト(どこの劇場なのか、どんな作品か、チケットはまだ入手することはできるのかなど一目でわかるようになっていると簡単かなと思います。ミュージカル・演劇・歌舞伎など全てまとめてあって日付を押すとその日に見ることのできるものが時間順で並んでいる。映画館のサイトのような感じです)②初日あけてもチケットが取れる状況(自分が見て良いな、これはあの子好きだろうな、誰かに勧めたいなと思ってもチケットがないとどうしようもならないからです)
- 平日ソワレの開演時間を 19 時以降にする。直前でも観やすい席が買える。 DVD などまずは舞台公演が どんなものか知ってもらうためのソフトが幅広くある。 ペア割引などチケット代の割引。
- 料金が高いと感じる価値観の違い(飲食やディズニーランドには 8000 円を出せるが舞台には出さない)を克服するにはハードルが高い。ちょっと興味を持った程度で、気軽にチケットを購入できるようなシステム(マンガ「はいからさんが通る」は知っているので宝塚でやるのを観たいと思っても完売している、みたいな)。
- 観劇 1 ヶ月前以内に (半年前だと予定がわからないと言われてしまう)、それほど悪くない席が買える こと。取れない可能性はあるけれど、劇団四季の前日予約は重宝しています。

- 私はよく観劇したことを SNS に上げるのですが、周りの友人達からはまずチケットの取り方が分からない、どんな作品がいま上演されているのかわからないと聞かれることが多いです。劇場に行く・行かない以前の問題だと思っています。プロモーションを打ち、作品の情報を知らせること、またプレイガイドまでの導線をわかりやすく提示してあげることが必要だと思います。
- 可能な範囲でゲネの動画をあげてほしい。作品によってなかったりあったり。見た人の感想リサーチかけて判断している。コンサートでいうアルバムでの予習みたいに確実に行く人がここだけは盛り上がれるみたいなポイントを作って欲しいとも思う。前情報が少ない気がして。
- まずは人気作品を、当日近い日程で見たくなった時に見られるシステムがあるといい。一度、好きな俳優が出ているからという観点でも見に行けば、アンサンブルの人を好きになったり次に繋がる。パンフレットと、次の機会のチラシとかセットでプレゼントできるといい。日比谷など、舞台観劇くらいしかいかないので、帰りに感想を話せるカフェのセットとか、お店の地図がほしい。
- 劇団やカンパニーの枠組みにとらわれず、初めての人におすすめな演目が紹介されているポータルサイト(演劇ファンでないとなかなか読まない類いのサイトではなく、もっと広い層にアプローチしたサイト)
- 敷居を高くしない。よく見ている人や制作側がお高くとまって初めて見る人を見下す態度を取らない。
 「よく知らないから行くのを躊躇する」という話はよく聞きます。
- いかに敷居を低くするか。マナーや観劇のポイントがイラストなどで分かりやすくなっていれば少し行きやすくなるかもしれないと思います。
- 週に何日かだけでも、終電から逆算した、平日ソワレの遅めの開演。独身も増えました。8時とか9時 開演なら見られるという人もいると思うんですね。それに合わせたプレシアターメニューセットもある といい。サンドイッチとコーヒーまたはちょっとしたスナックにビールとか。レイトショーで映画を見 るように、レイトシアターで劇場内で気持ちもリフレッシュできて贅沢な気持ちになれるよっていうの もいいですよね。
- 映画の予告編のような予告映像(舞台では、役者の宣伝コメント動画等はありますが、再演の時を除き、 舞台の内容が分かるような予告映像がある例は非常に少ないと思います)
- いかに非日常を味わえるか、その人個人に興味がある事に紐づけできるか。アーティスト追っかけして いた頃にその人に似ているからってヘビメタ連れて行かれた。

- 舞台芸術に対する魅力を提示する場、劇シネのようなものがもっと発展して欲しい(例えば劇団四季などの大きな劇団でも上映するなど)
- 結局のところ、「やったことがないことに足を踏み出させる」ための強い動機付けがないと難しい。多くの場合それは好きな俳優やタレントが出ている、ということが多く、作品そのものの力で引っ張るのは相当困難だということを実感している。作品そのものの力で新規客を誘うには新作はハードルが高すぎ、ある程度名の知れたレパートリー作品、再演作品にならざるを得ない。小劇場においても再演に足る作品は数々あると思うが、それらをできるだけ長期のスパンで上演し、かつ再演の機会を増やすことを考えてほしい。
- 手軽さ。何かのついでに観劇するといった具合になればもっと「特別なもの」という感覚は薄れるかと思う。観劇のためだけに移動するのは観たことがない人はなかなか腰が重い気がする。価値に対するチケット料金は、観たことのない人は理解しづらいと思うので、安価なチケットで最初の体験をしてもらい、価値を分かってもらえれば多少高価に思えるチケット代も妥当だと考えてもらえるようになるのではないかと思う。
- 魅力が伝わる粗筋。ネタバレにならない程度にして伝えるのは難しいが。原作物ならアレンジの程度や 役者の技量。勧める側が観たことがある作品が有利なのでリピート特典でもいいのかもしれないが、販 売時期と会期がそぐわないので現実的ではないが。
- 観劇は特定の人の特別なものではない、ということ。ただ、映像作品を見ることとは全く違う感動があることは伝えたいです。
- いつも思っていましたが料金が高すぎると思います。興味はあっても初めての人が合わないかもしれない舞台に1万円近く出さないです。もう少しお手頃なら観る人も増えるのに。舞台ってあまり、身近なメディアで紹介される機会がないので、もっと色々目につく場所でカッコ良く宣伝されてもいいかもですね。例えば映画館とか。
- かしこまらないでも鑑賞可能なことや映像とは違う LIVE 感を楽しめることの周知。もちろん、劇場の雰囲気を壊さないマナーはありますが。
- 『敷居が高い感じがする』『何を着ていけばいいか分からない』等聞くことがあるので、『初めて観劇するあなたへ』のような手引(例えば文字ばかりな冊子ではなく、親しみやすさやとっつきやすさを感じるようなイラスト中心なもの)があるといいと思います。

- チケットをプレゼントするだけでなく、一緒に行くことが第一歩だと思います。映画に比べてチケット 代が高いのがハードルの一つだと思うので、席種を増やして価格設定に幅を持たせてほしいです。
- 率直に言ってとてもハードルが高いと思う。ただその一つに「チケット代の高さ」「人気(キャスト) 公演でのチケットの取れにくさ」は感じるので、まず始めの一歩は「無料招待」「ビギナーズチケット」 など気軽に求められる券種を用意するという考えは確かにありだと思った。
- 普通は出演者や特別な体験(維新派、空中キャバレー)、歌舞伎、宝塚のように評価が決まっているなど、相手が好きそうな何かフックするモノが必要だと思います。物語、装置といった舞台そのものの魅力だけでは映画ですら難しいと思います。
- 誘う側がまずその舞台が好きなこと。そして、その舞台の出演者、主宰、テーマ等のいずれかが、誘われる側の嗜好に合うと思われることが必要。

(舞台芸術を観たことがない、またはほとんど観ない方の回答3件)

- 普段着で観に行っても良いという気軽な雰囲気作り
- 鑑賞経験のない人を誘うために必要なことは、出演者の知名度・キャラクター・バックグラウンドが必要だと思います。これは好きな芸人さんのお笑いライブを見に行くのと一緒で、その人をナマで見てみたいだとか、その場で高揚感を感じたいという人が見に行くのと同じことが言えると思う。そもそも、現代の教育制度において芸術を本格的に学ぶことはなく、我々の生活においてどのような価値を持っているのかを知るわけがないので、普通に生きていたら興味を持ちません。私は現在19歳ですが、つい最近まで興味が全くといっていいほどありませんでした。それこそきっかけは好きな人が出演していたからであり、それがなかったら今も足を運んでないと思います。なので、きっかけは出演者が魅力的かどうかが鍵になると考えています。
- 映画や海外の演劇のように希望する座席を選んで購入できること、座席のエリアにより料金設定を変えること(私の場合これがなくて値段の割に不本意な席に割り当てられることに不公平感を感じるためよほどでない限り観劇に行かないので)、当日券(立ち見の安い券含む)の枠をあらかじめ確保しておくこと

※誤字脱字、句読点を一部修正しました。

アンケート調査票



初めて舞台芸術を観る人に贈る「ギフトチケット」に関するアンケート

回答期間:2020年11月1日~12月15日(延長しました)

舞台芸術の観客が増えるためには、初めて観る人が「自分に合ったものとハズレなしで出会う」という成功体験が重要だと考えています。逆に言えば、舞台芸術ファンとは、この幸運な体験をすることが出来た限られた人ではないでしょうか。

劇場に足を運ぶ人を増やすためには、この成功体験を最初に味わうことが重要です。それを実現するため、相手 の趣味嗜好を知っている身近な人が、相手にマッチした作品のチケットを贈る方法があるのではないかと考えま した。

ステージ数が限られる舞台芸術では、人気作品はファンによって早々に完売し、初めて観る人は観劇する機会自体がありません。それ以外の作品でも、観劇日時を早くから決めなければならないことが、大きなハードルになっていると思います。

もし、観劇する権利だけを先に購入し、実際の日時指定はあとからゆっくり出来るチケットがあったらどうでしょう。初めて劇場に足を運ぶ人のためには、そんなチケットがあってもいいのではないでしょうか。さらに、劇場に足を運んでみたくなるような、特典が付いていてもいいのではないでしょうか。

そんなチケットを企画するために、観客の皆さんのご意見をお聞かせください。「U-25」という券種があることで若い社会人への割引があること、「託児サービス」があることで子育て世代も観劇出来ることが広まったように、チケットの券種はそれ自体がメッセージだと思います。

個人が特定される質問はありませんので、率直なご意見をお聞かせください。

アンケート実施: fringe http://fringe.jp/助成:公益財団法人セゾン文化財団

Q1: あなた自身は舞台芸術で、「購入する枚数だけ先に確保し、日時指定は本番数日前まで可能 * なチケット」があれば、使ってみたいと思いますか。

- ぜひ使ってみたい
- 場合によっては使ってみたい
- (使わない

Q1-2:「場合によっては使ってみたい」と回答した方へ。それはどんな場合でしょうか。

記述式テキスト(長文回答)

○ いない ○ いない ○ いない ○ この子ケットをご自身ではなく、その家族や友人の都合に合わせて贈ることが出来るとしたら、プレゼントに使ってみたいですか。 ○ ぜひ使ってみたい ○ 場合によっては使ってみたい ○ 体わない ○ 場合によっては使ってみたい ○ 検わない ○ 対象に実際の使用者(プレゼントされる相手)の氏名を最初から印字 ○ 券面に実際の使用者(プレゼントされる相手)の氏名を最初から印字 ○ 券面に実際の使用者(プレゼントされる相手)の氏名を乗割から印字 ○ 券面には購入者の氏名を印字し、使用者が異なる場合は券面に氏名を手書き ○ プレイガイドの2枚印字機能を使い(本券+グッズ引換券などを発券する機能)、購入者が証明書を添付 ○ 枚数の少ない特殊チケットなので対策は特に不要(不正転売されたらわかる) ○ その他 ○ その他 ○ 実際に観劇する日の7日前まで ○ 実際に観劇する日の5日前まで ○ 実際に観劇する日の5日前まで ○ 実際に観劇する日の5日前まで ○ 実際に観劇する日の2日前まで ○ 実際に知りませんできまり	Q2:あなたには、相手の趣味や嗜好をよく理解している家族や友人がいますか。 *
Q2-2: 「いる」と回答した方へ。このチケットをご自身ではなく、その家族や友人の都合に合わせて 贈ることが出来るとしたら、プレゼントに使ってみたいですか。 ぜひ使ってみたい 場合によっては使ってみたい 使わない Q3: このチケットを購入者以外でも使えるとしたら、不正転売を防ぐための仕組みが必要です * が、質同する方法はどれですか。 券面に実際の使用者(プレゼントされる相手)の氏名を最初から印字 券面には購入者の氏名を印字し、使用者が異なる場合は券面に氏名を手書き プレイガイドの2枚印字機能を使い(本券+グッス引換券などを発券する機能)、購入者が証明書を添付 枚数の少ない特殊チケットなので対策は特に不要(不正転売されたらわかる) その他… Q4: 日時指定の締切はどれが受当だと思いますか。 * 実際に観劇する日の5日前まで 実際に観劇する日の5日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の2日前まで 実際に観劇する日の2日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の2日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の2日前まで 実際に観劇する日の2日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで	○ いる
関ることが出来るとしたら、プレゼントに使ってみたいですか。 ぜひ使ってみたい 場合によっては使ってみたい 使わない の3:このチケットを購入者以外でも使えるとしたら、不正転売を防ぐための仕組みが必要です * が、賛同する方法はどれですか。 券面に実際の使用者(プレゼントされる相手)の氏名を最初から印字 券面には購入者の氏名を印字し、使用者が異なる場合は券面に氏名を手書き プレイガイドの2枚印字機能を使い(本券+グッズ引換券などを発券する機能)、購入者が証明書を添付 枚数の少ない特殊チケットなので対策は特に不要(不正転売されたらわかる) その他… Q4:日時指定の締切はどれが妥当だと思いますか。 * 実際に観劇する日の5日前まで 実際に観劇する日の5日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで	() いない
関ることが出来るとしたら、プレゼントに使ってみたいですか。 ぜひ使ってみたい 場合によっては使ってみたい 使わない の3:このチケットを購入者以外でも使えるとしたら、不正転売を防ぐための仕組みが必要です が、賛同する方法はどれですか。 券面に実際の使用者(プレゼントされる相手)の氏名を最初から印字 券面には購入者の氏名を印字し、使用者が異なる場合は券面に氏名を手書き プレイガイドの2枚印字機能を使い(本券+グッズ引換券などを発券する機能)、購入者が証明書を添付 枚数の少ない特殊チケットなので対策は特に不要(不正転売されたらわかる) その他… Q4:日時指定の締切はどれが妥当だと思いますか。 実際に観劇する日の5日前まで 実際に観劇する日の5日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の2日前まで 実際に観劇する日の2日前まで	
□ 場合によっては使ってみたい □ 使わない □ 使わない □ でいる方ケットを購入者以外でも使えるとしたら、不正転売を防ぐための仕組みが必要です * が、賛同する方法はどれですか。 □ 券面に実際の使用者 (ブレゼントされる相手) の氏名を最初から印字 □ 券面には購入者の氏名を印字し、使用者が異なる場合は券面に氏名を手書き □ ブレイガイドの2枚印字機能を使い (本券+グッズ引換券などを発券する機能)、購入者が証明書を添付 □ 枚数の少ない特殊チケットなので対策は特に不要 (不正転売されたらわかる) □ その他… □ マの他… □ マの他… □ 実際に観劇する日の7日前まで □ 実際に観劇する日の5日前まで □ 実際に観劇する日の3日前まで □ 実際に観劇する日の3日前まで □ 実際に観劇する日の2日前まで □ 実際に観劇する日の2日前まで	
 ●使わない ○3: このチケットを購入者以外でも使えるとしたら、不正転売を防ぐための仕組みが必要ですが、 賛同する方法はどれですか。 ● 券面に実際の使用者 (プレゼントされる相手)の氏名を最初から印字 ● 券面には購入者の氏名を印字し、使用者が異なる場合は券面に氏名を手書き ● プレイガイドの2枚印字機能を使い (本券+グッズ引換券などを発券する機能)、購入者が証明書を添付 ● 枚数の少ない特殊チケットなので対策は特に不要 (不正転売されたらわかる) ● その他… ○ その他… ○ 実際に観劇する日の7日前まで ● 実際に観劇する日の5日前まで ● 実際に観劇する日の3日前まで ● 実際に観劇する日の3日前まで ● 実際に観劇する日の3日前まで ● 実際に観劇する日の2日前まで 	○ ぜひ使ってみたい
	○ 場合によっては使ってみたい
が、賛同する方法はどれですか。 労面に実際の使用者(プレゼントされる相手)の氏名を最初から印字 労面には購入者の氏名を印字し、使用者が異なる場合は券面に氏名を手書き プレイガイドの2枚印字機能を使い(本券+グッズ引換券などを発券する機能)、購入者が証明書を添付 枚数の少ない特殊チケットなので対策は特に不要(不正転売されたらわかる) その他… Q4:日時指定の締切はどれが妥当だと思いますか。* 実際に観劇する日の7日前まで 実際に観劇する日の5日前まで 実際に観劇する日の4日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで	(使わない)
が、賛同する方法はどれですか。 労面に実際の使用者(プレゼントされる相手)の氏名を最初から印字 労面には購入者の氏名を印字し、使用者が異なる場合は労面に氏名を手書き プレイガイドの2枚印字機能を使い(本券+グッズ引換券などを発券する機能)、購入者が証明書を添付 枚数の少ない特殊チケットなので対策は特に不要(不正転売されたらわかる) その他… Q4:日時指定の締切はどれが妥当だと思いますか。* 実際に観劇する日の7日前まで 実際に観劇する日の5日前まで 実際に観劇する日の4日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで	
 労面には購入者の氏名を印字し、使用者が異なる場合は労面に氏名を手書き プレイガイドの2枚印字機能を使い(本券+グッズ引換券などを発券する機能)、購入者が証明書を添付 枚数の少ない特殊チケットなので対策は特に不要(不正転売されたらわかる) その他… Q4:日時指定の締切はどれが妥当だと思いますか。* 実際に観劇する日の7日前まで 実際に観劇する日の5日前まで 実際に観劇する日の4日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の2日前まで 	
 プレイガイドの2枚印字機能を使い(本券+グッズ引換券などを発券する機能)、購入者が証明書を添付 ↑ 枚数の少ない特殊チケットなので対策は特に不要(不正転売されたらわかる) ○ その他 Q4:日時指定の締切はどれが妥当だと思いますか。* ○ 実際に観劇する日の7日前まで ○ 実際に観劇する日の6日前まで ○ 実際に観劇する日の4日前まで ○ 実際に観劇する日の3日前まで ○ 実際に観劇する日の3日前まで ○ 実際に観劇する日の2日前まで 	券面に実際の使用者(プレゼントされる相手)の氏名を最初から印字
枚数の少ない特殊チケットなので対策は特に不要(不正転売されたらわかる) その他 Q4: 日時指定の締切はどれが妥当だと思いますか。* 実際に観劇する日の7日前まで 実際に観劇する日の6日前まで 実際に観劇する日の4日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の2日前まで	→ 券面には購入者の氏名を印字し、使用者が異なる場合は券面に氏名を手書き
 ○ その他… ○ Q4:日時指定の締切はどれが妥当だと思いますか。* ○ 実際に観劇する日の7日前まで ○ 実際に観劇する日の6日前まで ○ 実際に観劇する日の5日前まで ○ 実際に観劇する日の4日前まで ○ 実際に観劇する日の3日前まで ○ 実際に観劇する日の2日前まで 	○ プレイガイドの2枚印字機能を使い(本券+グッズ引換券などを発券する機能)、購入者が証明書を添付
Q4:日時指定の締切はどれが妥当だと思いますか。* 実際に観劇する日の7日前まで 実際に観劇する日の6日前まで 実際に観劇する日の5日前まで 実際に観劇する日の4日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで	枚数の少ない特殊チケットなので対策は特に不要(不正転売されたらわかる)
実際に観劇する日の7日前まで 実際に観劇する日の5日前まで 実際に観劇する日の4日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の2日前まで	○ その他
実際に観劇する日の7日前まで 実際に観劇する日の5日前まで 実際に観劇する日の4日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の2日前まで	
実際に観劇する日の6日前まで 実際に観劇する日の5日前まで 実際に観劇する日の4日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の2日前まで	Q4:日時指定の締切はどれが妥当だと思いますか。 *
実際に観劇する日の5日前まで 実際に観劇する日の4日前まで 実際に観劇する日の3日前まで 実際に観劇する日の2日前まで	実際に観劇する日の7日前まで
実際に観劇する日の4日前まで実際に観劇する日の3日前まで実際に観劇する日の2日前まで	○ 実際に観劇する日の6日前まで
実際に観劇する日の3日前まで実際に観劇する日の2日前まで	実際に観劇する日の5日前まで
○ 実際に観劇する日の2日前まで	○ 実際に観劇する日の4日前まで
	実際に観劇する日の3日前まで
○ 実際に組削する口の前口で欠まで	○ 実際に観劇する日の2日前まで
大塚に説例する日の別日正十まて	実際に観劇する日の前日正午まで

Q4-2:日時指定の締切までに回答したのに、席が確保出来ずに第2希望を求められることは許容 * 出来ますか。 (5段階から選択)
1 2 3 4 5
状況によっては仕方がない 〇 〇 〇 ○ このチケットではあり得ない
Q5:購入する権利だけ先に確保し、日時指定は本番数日前まで可能にすると、通常の前売券より * 価格が上がると思いますが、どの程度まで許容しますか。まず、「前売完売するような人気公演の場合」でお答えください。 前売料金と同額まで
前売料金の30%増まで(例:前売5,000円が6,500円)
前売料金の50%増まで(例:前売5,000円が7,500円)
前売料金の70%増まで(例:前売5,000円が8,500円)
前売料金の100%増まで(例:前売5,000円が10,000円)
前売料金の150%増まで(例:前売5,000円が12,500円)
(いくら高くても構わない
Q5-2:同様に「当日券でも入れるかも知れない公演の場合」でお答えください。* 前売料金と同額まで
前売料金の30%増まで(例:前売5,000円が6,500円)
前売料金の50%増まで(例:前売5,000円が7,500円)
前売料金の70%増まで(例:前売5,000円が8,500円)
前売料金の100%増まで(例:前売5,000円が10,000円)
前売料金の150%増まで(例:前売5,000円が12,500円)
() いくら高くても構わない

Q6:購入する権利だけ先に確保し、日時指定は本番数日前まで可能に加え、どのような特典が付 * いていれば、プレゼントに使いたいと思いますか。(複数選択可)
託児サービスが利用可能(託児サービス料は別途発生)
劇場に不慣れな方のため、最寄り駅からのエスコート
開場時間まで落ち着いて待てるラウンジの提供
□ ウェルカムドリンクの提供
※演後に近隣飲食店を予約代行
□ 有料パンフレット・記念グッズ等の提供
□ ゆとりある客席・お尻が痛くならないイスの提供
□ ブランケットやスリッパ等の提供
終演後に出演者との記念写真撮影
■ 購入後キャンセル料を払うことでキャセンル可能
プレゼントにふさわしいかを事前確認するための戯曲提供・稽古場見学
□ その他
Q6-2:上記でチェックした特典が実際に付いていれば、価格はどの程度まで許容しますか。ま * ず、「前売完売するような人気公演の場合」でお答えください。
前売料金の30%増まで(例:前売5,000円が6,500円)
前売料金の50%増まで(例:前売5,000円が7,500円)
前売料金の70%増まで(例:前売5,000円が8,500円)
前売料金の100%増まで(例:前売5,000円が10,000円)
前売料金の150%増まで(例:前売5,000円が12,500円)
○ いくら高くても構わない

Q6-3:同様に「当日券でも入れるかも知れない公演の場合」でお答えください*
○ 前売料金の30%増まで(例:前売5,000円が6,500円)
○ 前売料金の50%増まで(例:前売5,000円が7,500円)
○ 前売料金の70%増まで(例:前売5,000円が8,500円)
○ 前売料金の100%増まで(例:前売5,000円が10,000円)
○ 前売料金の150%増まで(例:前売5,000円が12,500円)
○ いくら高くても構わない
Q7:プレゼントに使う場合、プレゼントする側にもなんらかの特典があったほうがよいと思いま* すか。
○ 思う
○ 思わない
○ どちらとも言えない
Q7-2:「思う」と回答した方へ。それはどんな特典でしょうか。(複数選択可)
□ キャスト・スタッフからの御礼のメッセージ
□ パンフレット、サイト等でアンバサダーとしてお名前紹介
限定グッズのプレゼント
□ その他
Q8:舞台芸術を観たことがない人にとって、その作品がオススメかどうか、最初の1本にふさわ * しいかどうかの観点での記事や情報が不足していると思いますか。
○ 思う
○ 思わない
○ どちらとも言えない

Q9:舞台芸術を観たことがない人を劇場へ誘うために必要なことはなんだと思いますか。ご自由にお書きください。
記述式テキスト(長文回答)
Q10:あなたのお立場を教えてください。*
舞台芸術の観客(舞台芸術関係者ではない)
○ 舞台芸術関係者
舞台芸術を観たことがない、またはほとんど観ない
Q10-2:あなたの性別を教えてください。*
男性
○ 女性
○ 答えたくない
Q10-3: あなたの世代を教えてください。*
○ 10代
○ 201代
○ 30代
○ 40代
○ 50ft
○ 60代
○ 70代以上

以上