





## 初めての観客を増やすことができるるのは観客自身

演芸・演劇・舞踊鑑賞を年1回以上した15歳以上の人々は14.6%という調査結果があります<sup>\*1</sup>。多くの人にとって、舞台芸術はまだ遠い存在です。優れた作品を届けることで、すでに舞台芸術に関心のある人を繰り返し集めることは可能ですが、関心のない人が初めてアクセスするには、つくり手の努力だけでは解決しないことを示しています。舞台芸術の観客を広げていくのは、観客自身の周囲へのオススメではないでしょうか。

つくり手は、それを後押しするための仕組みを提供し、使ってもらうべきではないでしょうか。

\*1 平成28年社会生活基本調査結果(総務省統計局)

## 作品を広めてくれる観客に応える環境をつくろう

舞台芸術の観客を増やす仕組みとして、つくり手が劇場から街中していくアウトーチがあります。それと対をなす形で、観客が舞台芸術を贈る/誘うことで、新しい人を劇場に連れてきてもらう方法を考えませんか。すでに観客になっている方が、趣味・嗜好をよく知る家族・友人に對し、この作品なら気に入ってくれると思ったときに、気軽に舞台芸術を贈る/誘うことができればと思います。そのための新しい券種を、公演で実際に用意したらどうでしょう。まずは、そうした券種が常に存在する環境が大切だと思います。



## 招待券のように、あとから日時指定できるチケットを

舞台芸術を贈る/誘うときの大きなハードルは、早くから日時指定の前売券を購入することです。舞台芸術ファンなら、決められた日時まで過ごすことも楽しみの一つですが、初めての人を誘うならできるだけ都合を合わせてあげたい。だったら枚数だけ先に購入し、公演が近づいてから日時指定できる券種があればいいのでは。前売券とは別にギフトチケットという券種をつくるのです。スキームは広く行われている招待券と全く同じです。良席が最初から確保されていれば、観客の方にとって非常に魅力的な券種になるでしょう。

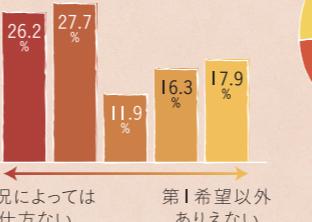
## いまある仕組みで導入できるギフトチケット

ギフトチケットの制度設計について、アンケートを実施しました<sup>\*2</sup>。遅くとも3日前までの日時指定で、第1希望が取れなくても許容できる人が過半数です。これなら公演規模を問わず、招待券と同じオペレーションで導入できるのではないかでしょうか。

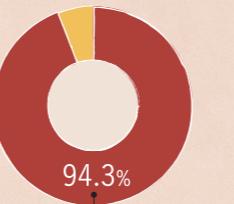
希望する特典では、「有料パンフレット・記念グッズ等の提供 52.8%」に次いで、「購入後キャンセル料を払うことでのキャンセル可能 47.9%」が2位でした(複数回答可)。キャンセルの仕組みが実現すれば、交通機関のチケットのように、さらに身近な存在になるかも。

\*2 2020年11月1日～12月15日にオンラインで実施(有効回答386件)

Q. 第1希望の日時指定が取れない場合、どれくらい許容できますか?



Q. 日時指定をあとからするチケットがあったら、使ってみたいですか?



## 券種を増やすことをもっとポジティブに考えよう

券種が増えると、票券管理の負荷も増えます。SNSの対応も増えている担当者にとって、悩ましいことかもしれません。一方で、見え方が異なるのに券種が細分化されていない舞台芸術のチケットに対し、アンケートでは観客の方から不満の声がありました。良席へのこだわりはつくり手の想像を超えるものでした。この二つは両立が可能ではないでしょうか。人気公演の場合、プレミアム価格にした売上を原資に格安席を設けたり、スタッフの待遇を向上できます。全体の収益と関係者の納得が得られれば、舞台芸術のチケットは変えられると思います。

## チケットの券種はそれ自体が社会へのメッセージ

舞台芸術で新しい観客を増やすことに成功した事例は限られます。それぞれの現場で、それぞれができる事を増やしていくしかありません。ギフトチケットは、それを自分ごととして考えるためのきっかけです。「U-25」というチケットが学生だけでなく若い世代にも割引があることを伝え、「託児サービス」が子育て世代にも劇場が開かれていることを伝えたように、ギフトチケットを券種に加えませんか。使われる機会は限られていても、存在することで舞台芸術を贈る/誘うという概念が広まることを願っています。

## 昨日までできなかったことが明日からできる世界

今まで贈れなかったものを贈れるようにすることで、新しい世界が広がります。他の業界でも、そして世界を広げてきました。新しい観客がいることが、作品の裾野や表現の可能性を広げていきます。ツアー先での出会いも生まれます。舞台芸術のある生活があたりまえになったらいいと思います。ギフトチケットはその最初の一歩です。