



舞台芸術ギフト化計画  
活動報告書

2020 - 2022年度



# 舞台芸術ギフト化計画 活動報告書

2020—2022年度

舞台芸術には観客が不可欠で、新しい観客がいなければ、やがてジャンル自体が衰退してしまいます。誰もが頭では理解しながら、実際には目の前の「集客」で手一杯で、未来につながる「創客」が継続的に行われていないのが、現実ではないかと思えます。

これは、つくり手だけで「創客」しようとしていた面が大きいのだと思います。少なくない出費と時間を伴う舞台芸術へのアクセスは、最初の出会いが肝心です。細分化され、事前の情報量が少ない舞台芸術は、評判になったころにはチケットが完売になっています。そんな状況で、観客自身が気軽に家族や友人を誘える仕組みが必要ではないかと考えました。本当に「創客」ができるのは、既存の観客自身なのです。

このシンプルな発想を形にするため、舞台芸術ギフト化計画は生まれました。公益財団法人セゾン文化財団の助成を得て活動した、スタートアップの3年間をまとめました。

## index

活動概要	2
ギフトチケットとは	4
観客への提言	6
つくり手への提言	8
[寄稿] ギフトチケットの可能性 斎藤 努	10
ギフトチケット実施公演	12
[寄稿] ギフトチケットをさらに拡げていくために 植村純子	16
アンケート結果	18
[寄稿] ギフトチケットを導入するメリット——。たとえ販売数が少ないとしても。 高橋孝志	24
広がるために	26
[寄稿] ギフトチケット導入の課題 奥田安奈	30
[おわりに] ギフトチケットは観客自身によるアウトリーチ 荻野達也	32

小劇場演劇の制作者を支援するサイト「fringe」では、2015年から「演劇の創客について考える」を連載しています。「創客」は、それぞれの立場の方ができることを積み重ねていくしかない——そうした考えから参考となる事例を集め、提言を続けてきました。2019年3月、シーエイティブロデュース『BLUE/ORANGE』で出演者の成河さんが個人による大規模なカルチベートチケットを実施し、大きな反響を呼びました。これに注目して、2019年8月にfringeでもカルチベートチケットを提供する実証実験を行い、ギフトの可能性を継続していける仕組みについて考え始めました。

「創客」は舞台芸術共通の課題です。観客の固定化・高齢化が進んでいるジャンルでは、早急に取り組む必要があります。既存の観客自身がチケットを贈ることで、持続可能な「創客」のサイクルが生まれるのではないかと感じました。比較的安価で、過去作品も楽しめるメディア芸術と異なり、数をこなすこと自体が難しい舞台芸術では、最初の成功体験がとても重要です。相手の趣味・嗜好をよく知る家族・友人が贈れば、「そこまで言うなら一度観てみよう」という気になるでしょう。公演期間の限られる舞台芸術は、日時指定や座席位置の制約もあります。それを考慮したギフト専用の券種があれば、人々の意識が変わっていくのではないかと考えました。

2019年10月、「舞台芸術の観客拡大策」を課題解決テーマに掲げる公益財団法人セゾン文化財団「現代演劇・舞踊助成」プログラム「創造環境イノベーション」に企画書を提出し、2020～2022年度の3年間に渡って採択いただきました。2020年度はワーキンググループによる制度設計と提言リーフレット発行、2021年度はそれを具体化したギフトチケットの周知と導入支援、2022年度はギフトチケットが実際に使われることを目指して、実施公演を紹介する合同チラシを3回発行し、全国で約11万枚を折込・配布しました。企画書に書いた舞台芸術ギフト化計画の骨子です。

**贈ること自体が難しい舞台芸術に対し、紹介したい相手に気軽に贈れるスキームを立案し、公演主催者・芸術団体と観客双方に「こうすれば舞台芸術を贈ることができる」と周知し、実際の公演で票券管理に組み込んで使ってもらい、それによって舞台芸術に関心のなかった人に足を運んでもらうこと——それが「舞台芸術ギフト化計画」である。**

この3年間はコロナ禍とも重なります。2020年度前半は最初の緊急事態宣言と第2波で、芸術団体の存続自体が危ぶまれる状況でした。「創客」という行為に意味があるのかとささ感じました。そんな2020年秋の公演シーズンに、多くの公演が定員を半分にしながらも開幕したことは、関係者が粛々と公演準備を進めていたことを示す出来事で、改めて舞台芸術の未来を信じ、自分にできることを続ける大切さを痛感しました。コロナ禍で「観に来てください」と言えない状況で、「ギフトチケット始め

ました」なら周知ならできるという声もありました。この冷やし中華のような言葉が、コロナ禍における「創客」という断崖絶壁を、わずかでも緩やかにしてくれたのであれば望外の喜びです。

ギフトチケットの導入に苦戦する芸術団体が多かったことも想定外でした。従来の招待券と同じスキームを転用することで、制作者なら説明不要で導入できると考えていたのですが、なにかシステムを提供すると思われた方も多かったようです。制作業務の分業化・外注化が進み、票券管理がブラックボックスになっていること、コロナ対策やSNS更新に追われて、制作者が新しい施策に手が回らない現実がありました。コロナ禍の定員削減で、余ったチケットを当日券として販売できないことも悩ましく、こうした運営に対するアドバイスも、ギフトチケット普及のために欠かせない活動でした。

どうすれば、一過性のキャンペーンではない持続可能な「創客」ができるのか。ギフトチケットはその答えです。芸術団体が仕組みを用意し、それを使って観客自身が新しい観客を広げていく、観客自身によるアウトリーチなのです。もちろん、すぐに新しい観客が増えるわけではありません。全く使われない公演もあるでしょう。しかし仕組みがあることで、それを目にした既存の観客の心に留まり、いつか機会があれば使ってみたいと思うかも知れません。仕組みが先になれば、なにも始まらないのです。ギフトチケットがあたりまえの券種になれば、舞台芸術が日常の選択肢になることも、決して夢ではないと思います。

timeline

---

2020年	4月	新型コロナウイルス感染拡大による緊急事態宣言で企画公表を延期
	6月	企画公表
	7月	制作者有志による勉強会開始
	11月	コロナ禍での計画修正、リモートによる分科会でギフトチケット制度設計開始 オンラインアンケート実施
	12月	観客へのヒアリング実施 オンラインアンケート集計結果発表

---

2021年	1月	制度設計がまとまる
	3月	ギフトチケットのロゴマーク配布開始 ギフトチケット提言リーフレット（観客向け、つくり手向け）2種類発行
	5月	特設サイト開設、公式Twitterアカウント運用開始、導入方法のアドバイス開始 公演への導入開始

---

2022年	2月	「ギフトチケット実施団体振り返りの会」開催
	3月	<b>導入数が50公演に達する</b>
	8月	ギフトチケット実施公演合同チラシ [2022夏/秋] バージョン配布開始 簡易マニュアル発行
	10月	ギフトチケット実施公演合同チラシ [2022秋/冬] バージョン配布開始
	12月	ギフトチケット実施公演合同チラシ [2023冬/春] バージョン配布開始 <b>導入数が100公演に達する</b>

# ギフトチケットで、 あの人も劇場に 誘ってみませんか。

舞台芸術との新しい出会いを **もっと** 広げていきたい。

それができるのは、舞台の魅力を知っている観客のみなさまです。



舞台芸術は、表現の振りがとても大きい世界です。

まだ体験したことがない方に、これなら気に入ってもらえると思った作品を、気軽に贈ったり、誘ったりすることができれば、その方の人生を変える出会いになるかも知れません。

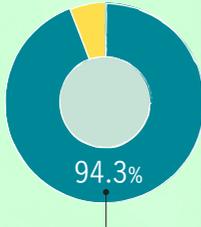
ギフトチケットは、先に必要な枚数だけ購入してプレゼントし、贈られた方があとから日時指定できる券種です。あとから日時指定しても売れ残りのお席ではなく、初めての方に楽しんでいただけるお席をご用意してお待ちしています。

全く新しい出会いを増やすには、つくり手だけでは限界があります。相手の方がどんな作品に興味を示すのか。どんな作品なら足を運んでみようと思うのか。それがわかるのは、身近にいる方だけではないでしょうか。

毎日、数え切れない作品が上演されている日本で、どうしたら人と作品が巡り合うことができるのか。ギフトチケットは、つくり手から観客のみなさまへのメッセージです。これをきっかけに、素敵な出会いが生まれますように。

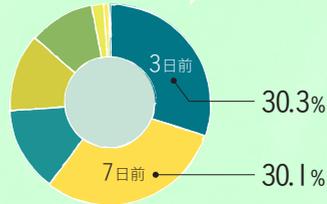
ギフトチケットの制度設計について実施したアンケート\*では、遅くとも3日前までの日時指定で、第1希望が取れなくても許容できる人が過半数です。これなら公演規模を問わず、招待券と同じ考え方・オペレーションで導入できるのではないのでしょうか。

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？



趣味・嗜好を理解している  
家族・友人へのプレゼントに  
使ってみたい

Q. 日時指定の締切はいつまでならいいと思いますか？



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？



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。コロナ禍で実現していませんが、飲食を伴う特典や出演者との交流も、実施できれば劇場へ足を運ぶ大きな楽しみになると思います。

\*2020.11.11-12.15 オンライン実施 有効回答386件

## 観客のみなさまへ

舞台芸術は限られた人だけの特別な趣味ではなく、  
日々の生活の中にある選択肢の一つです。

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。

観客の皆さん自身が、  
舞台芸術を好きになってくれそうな  
家族や友人を劇場に連れていける。  
そんな環境をつくり手と一緒に考えてみませんか。

## 舞台芸術にハマるかどうかは最初の一本で決まる

自分に合ったものとハズレなしで出会う——表現の振りが大きい舞台芸術でこれがどんなに大変なことかは、観客の方なら痛感していると思います。だからこそ、刺さる作品と出会ったときの喜びは、何物にも代え難いのではないのでしょうか。舞台芸術ファンとは、こうした体験を積み重ねることができた幸運な人たちなのです。劇場に足を運ぶ人を増やすためには、最初の成功体験が非常に重要だと私たちは考えました。趣味・嗜好をよく知る家族・友人に対し、この作品なら気に入ってもらえると思ったときに、気軽に舞台芸術を贈る/誘うことができればと思います。

## 評判のよい作品ほど観ることができない舞台芸術

演芸・演劇・舞踊鑑賞を年1回以上した15歳以上の人は6.8%という調査結果があります\*。多くの人にとって、舞台芸術はまだ遠い存在です。たとえ作品の評判を耳にして観たいと思っても、舞台芸術の場合はすでにチケットが入手困難なことがほとんどです。時間や場所の制約を受けずに鑑賞できるメディア芸術(映画・出版等)とは、ここが決定的に違います。舞台芸術の醍醐味である「劇場で同じ時空を体感すること」を、より多くの人に知ってもらいたい。そのためには、初めての人が興味を持てる作品に、気軽にアクセスできる仕組みを用意することが不可欠だと思います。

## 🎁 枚数だけ購入し、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チケット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。あとから日時指定しても、見やすい座席が確保されていれば、安心して贈る/誘うことができるのではないのでしょうか。

## 🎁 舞台芸術はもっとチケットの券種があってもいい

アンケートでは、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、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作り手の想像を超えるものでした。舞台芸術もプロスポーツのように、見え方やサービスによって多様なチケットがあるべきではないのでしょうか。その一つとしてギフトチケットという券種も存在できると思います。主催者を動かすことができるのは、観客の方の声です。作品の内容だけでなく、券種についてもぜひ主催者にご意見をお寄せください。舞台芸術のチケットは変えられると思います。

## 🎁 新しい観客がいることで舞台芸術は成長していく

ギフトチケットは一つの手段です。舞台芸術を継続させるためになにができるのか、観客の皆さんも一緒に考えてみてください。なぜ、自分ごとにしなれないのか。それは、舞台芸術が観客の方がいて初めて成立する表現だからです。チケットが取りづらくなることやマナーを心配する方もいるでしょう。けれど、新しい観客がいないと、やがて舞台芸術は衰退していきます。誰もが最初は初心者です。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

いままで贈れなかったものが贈れるようになることで、新しい世界が広がります。他の業界でも、そうして世界を広げました。相手の人生を変えるような作品を、あなたが紹介できるかも知れません。舞台芸術に同じステージは二度とありません。この体験をもっとシェアできるといいと思います。ギフトチケットはその最初の一步です。

## つくり手のみなさまへ

すでに舞台芸術に関心のある人を集める「集客」ではなく、

これまで舞台芸術に

触れる機会のなかった人が訪れる「創客」。

それは舞台芸術に関わるつくり手全員の願いだと思います。

「創客」はつくり手だけでなく、観客の方の協力も必要です。

そのための環境を

つくり手自身が生み出していきませんか。



### 初めての観客を増やすことができるのは観客自身

演芸・演劇・舞踊鑑賞を年1回以上した15歳以上の人は6.8%という調査結果があります\*。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。

### 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に出ていくアウトリーチがあります。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・友人に対し、この作品なら気に入ってもらえると思ったときに、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。

## 📄 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、悩ましいことかも知れません。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、それぞれができること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

いま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、そう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步です。



## ギフトチケットの可能性

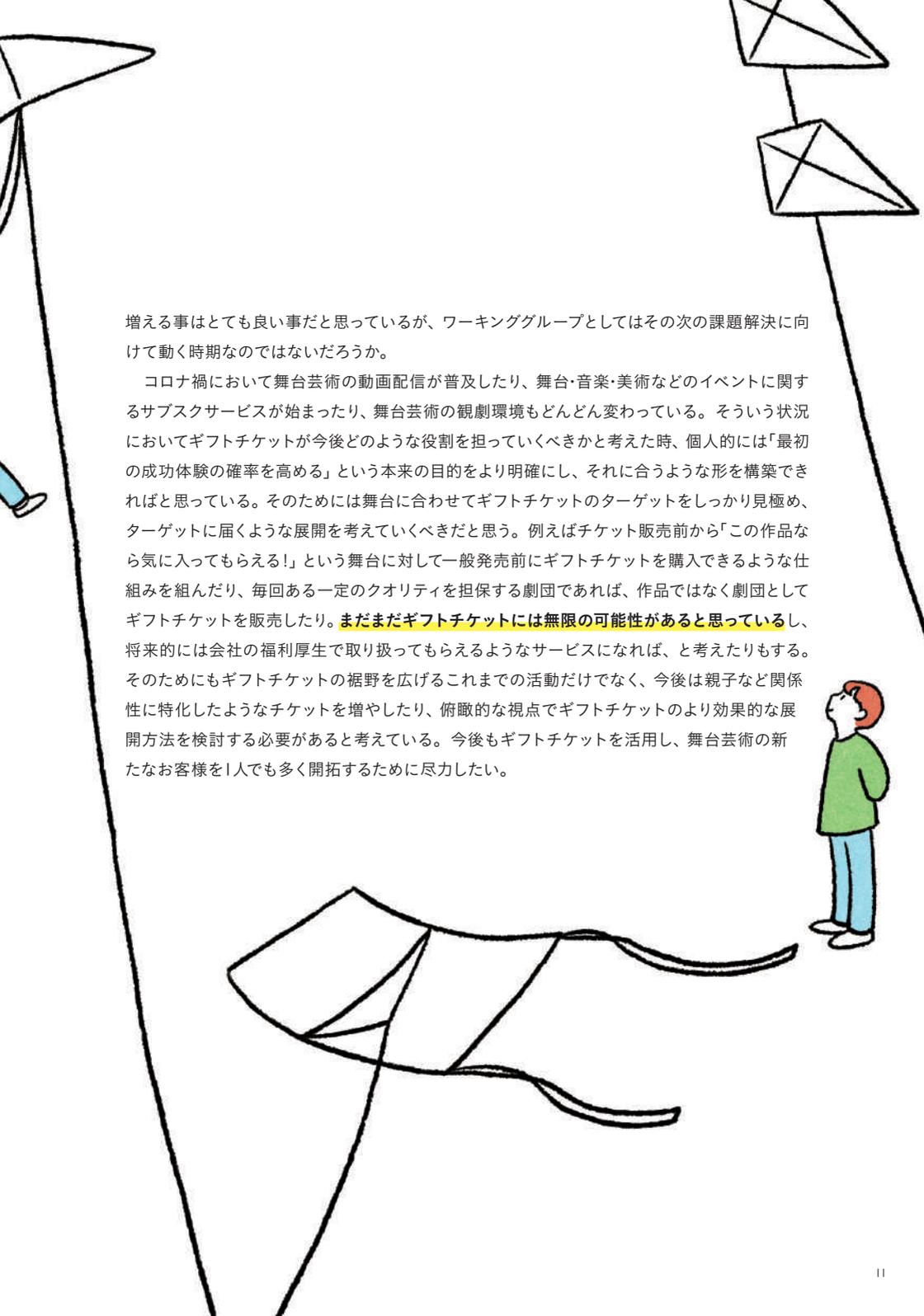
斎藤 努 Producer (風姿花伝プロデュース 制作)

「舞台芸術ギフト化計画」に関わって早3年。最初は概念を広めるという漠然としたものだったが、ワーキンググループで様々な意見交換を行い「ギフトチケット」が少しずつ舞台業界で認知されつつあると感じている。

自分自身が制作として関わっている「風姿花伝プロデュース」でもこれまでに2回ギフトチケットを実施した。最初に実施した『ダウト ～疑いについての寓話～』(2021年12月3日～12月19日)は**ギフトチケット購入枚数は0枚だった**。ギフトチケットの価格を一律6,900円の高額設定(風姿花伝プロデュースは観劇時期によって3段階のチケット価格を設定)にした事や宣伝不足などが要因だと思われる。2回目は『おやすみ、お母さん』(2023年1月18日～2月6日)にて実施。ギフトチケット購入枚数は2枚(1月31日時点)であり、2枚とも今回から購入可能に設定した割引チケットであるU-25(2,500円)だった。やはりギフトチケットの価格も重要だと思った。さらにギフトチケットを「誰に」贈るのか、という事も大事な要素なのだと感じる。『おやすみ、お母さん』でギフトチケットを購入したお客様とメールにて少しやり取りをする事ができたのだが、その方は娘さんにU-25のギフトチケットを購入し、一緒に観劇したい!との事だった。親子でのギフトチケットの活用は一般的にも需要がありそうだし、そういう関係に特化したギフトチケットを作成しても良いかもしれない、とも考えた。

風姿花伝プロデュースにて実際に制作としてギフトチケットを扱ってみて、**正直な気持ちとして「ギフトチケットの理想と現実のギャップ」に悩んでいる**。ギフトチケットの目的として「最初の成功体験」の確率を高めたいという思いがあり「この作品なら気に入ってもらえる!」という舞台のギフトチケットを購入してもらいたい、と考えているものの、実際そういう舞台はチケット販売も好調なため、ギフトチケットの宣伝に力を入れる必要があまりない。むしろ「ただ熱心なファンがいる劇団」がチケット販売数を伸ばしたいためにギフトチケットを積極的に宣伝した場合、本来の目的と乖離してしまう可能性もあるのでは?と心配になったりもする。もちろんまずは「舞台芸術を贈る/誘う」という概念が広がる事が大事なので、ギフトチケットを導入する団体が





増える事はとても良い事だと思っているが、ワーキンググループとしてはその次の課題解決に向けて動く時期なのではないだろうか。

コロナ禍において舞台芸術の動画配信が普及したり、舞台・音楽・美術などのイベントに関するサブスクリプションサービスが始まったり、舞台芸術の観劇環境もどんどん変わっている。そういう状況においてギフトチケットが今後どのような役割を担っていくべきかと考えた時、個人的には「最初の成功体験の確率を高める」という本来の目的をより明確にし、それに合うような形を構築できればと思っている。そのためには舞台に合わせてギフトチケットのターゲットをしっかりと見極め、ターゲットに届くような展開を考えていくべきだと思う。例えばチケット販売前から「この作品なら気に入ってもらえる!」という舞台に対して一般発売前にギフトチケットを購入できるような仕組みを組んだり、毎回ある一定のクオリティを担保する劇団であれば、作品ではなく劇団としてギフトチケットを販売したり。**まだまだギフトチケットには無限の可能性があると**思っているし、将来的には会社の福利厚生で取り扱ってもらえるようなサービスになれば、と考えたりもする。そのためにもギフトチケットの裾野を広げるこれまでの活動だけでなく、今後は親子など関係性に特化したようなチケットを増やしたり、俯瞰的な視点でギフトチケットのより効果的な展開方法を検討する必要があると考えている。今後もギフトチケットを活用し、舞台芸術の新たなお客様を1人でも多く開拓するために尽力したい。


**2021年度**

1	DULL-COLORED POP 『丘の上、ねむのき産婦人科』	〈東京〉ザ・スズナリ	2021.8.11(水) - 29(日)
2	IN SITU×KAIKA 『アルカディア』	〈京都〉THEATRE E9 KYOTO	8.13(金) - 15(日)
3	ラポチプロデュース ぶらすのと☆えれき 『我が生涯、痛恨のダ・カーポ』	〈東京〉小劇場楽園	8.27(金) - 29(日)
4	世界劇団 『ひとよとよに呱呱の声』	〈三重〉重あけぼの座	9.4(土) - 5(日)
5	アマノウズメ企画 『Our Land』	〈京都〉KAIKA	9.10(金) - 12(日)
6	世界劇団 『ひとよとよに呱呱の声』	〈伊丹〉AI・HALL	9.11(土) - 12(日)
7	ブルーエゴナク 『眺め』	〈北九州〉北九州芸術劇場小劇場	10.1(金) - 3(日)
8	ブルーエゴナク 『眺め』	〈京都〉THEATRE E9 KYOTO	10.8(金) - 10(日)
9	unrato 『楽屋へ流れ去るものはやがてなつかしき〜』	〈東京〉赤坂 RED/THEATER	10.16(土) - 24(日)
10	BQMAP 『サイコな姫と耳の長いオレ』	〈東京〉シアター風姿花伝	10.20(水) - 24(日)
11	iaku 『フタマツツキ』	〈東京〉シアターラム	10.28(木) - 11.7(日)
12	serial number 『すこたん!』	〈東京〉ザ・ポケット	10.28(木) - 11.7(日)
13	あやめ十八番 『音楽劇 百夜草』	〈東京〉東京芸術劇場 シアターウエスト	10.29(金) - 11.2(火)
14	SPOTTED PRODUCTIONS×momocan×AOI Pro. 『水深ゼロメートルから』	〈東京〉「劇」小劇場	11.3(水・祝) - 7(日)
15	アマヤドリ 『崩れる』	〈東京〉シアター風姿花伝	11.4(木) - 8(月)
16	コトリ会議 『スーパーポチあしあと』	〈金沢〉金沢21世紀美術館 シアター21	11.5(金) - 7(日)
17	匿名劇場 『10年分の短編集』	〈大阪〉ABC ホール	11.6(土) - 7(日)
18	阿佐ヶ谷スパイダース 『老いと建築』	〈東京〉吉祥寺シアター	11.7(日) - 15(月)
19	正直者の会 『卒塔婆小町』	〈京都〉THEATRE E9 KYOTO	11.12(金) - 14(日)
20	iaku 『フタマツツキ』	〈大阪〉ABC ホール	11.12(金) - 14(日)
21	二兎社 『鵜外の怪談』	〈東京〉東京芸術劇場 シアターウエスト	11.12(金) - 12.5(日)
22	劇団フルタ丸 『ねむる広告塔』	〈東京〉APOC シアター	11.19(金) - 21(日)
23	燐光群 『シアトルのフクシマ・サケ(仮)』	〈東京〉座・高円寺 I	11.19(金) - 28(日)
24	劇団晴天 『雨が止むのは知ってます』	〈東京〉上野ストアハウス	11.25(木) - 12.5(日)
25	風姿花伝プロデュース 『ダウト〜疑いについての寓話』	〈東京〉シアター風姿花伝	12.3(金) - 19(日)
26	燐光群 『シアトルのフクシマ・サケ(仮)』	〈名古屋〉愛知県芸術劇場 小ホール	12.8(水) - 9(木)
27	燐光群 『シアトルのフクシマ・サケ(仮)』	〈伊丹〉AI・HALL	12.11(土) - 13(月)
28	タカハ劇場 『美談殺人』	〈東京〉駅前劇場	12.16(木) - 20(月)
29	アマヤドリ 『水』/『青いポスト』	〈東京〉新宿シアタートップス	12.16(木) - 26(日)
30	福岡・九州リージョナルシアター 2021 FPAOPプロデュース 『世界は右側でできている』	〈福岡〉レノラ NTT 夢天神ホール	12.18(土) - 19(日)
31	烏丸ストロークロック×五色劇場 『新平和』	〈京都〉THEATRE E9 KYOTO	12.24(金) - 26(日)
32	Dance Company JAZZcolle. 『とある滞留者の手記』	〈名古屋〉昭和文化的小劇場	2022.1.22(土) - 23(日)

**2021年度の実施団体ヒアリング結果**

- ・1公演でのギフトチケット設定枚数は、上限20枚が多いようです。
- ・1公演での販売枚数は、報告いただいている団体では0～9枚。特典を設けた公演では、それ以上に販売した例もありました。
- ・ツアーの場合、本拠地にいる既存の観客の方が、ツアー先の友人に薦めるケースが目立ちました。ツアーへの導入は利用される可能性が高いと感じます。



公演中止・延期 一部公演中止

配信によるギフトチケットを実施

複数券種でのギフトチケット

ギフトチケットに特典を組み合わせる実施

33	ほろびて 『苗をうえる』	東京 OFF・OFF シアター	2.16 (水) - 23 (水祝)
34	アマヤドリ 『純愛、不倫、あるいは単一性の中にあるダイバーシティについて』	東京 シアター風姿花伝	2.18 (金) - 27 (日)
35	EPOCH MAN 小沢道成ひとり芝居 『鶴かもしれない 2022』	東京 本多劇場	2.23 (水祝) - 27 (日)
36	conSept 『アーモンド』	東京 シアタートラム	2.25 (金) - 3.13 (日)
37	DULL-COLORED POP 『ブルーフ/証明』	東京 王子小劇場	3.2 (水) - 13 (日)
38	烏丸ストロークロック×五色劇場 『新平和』	東京 こまばアゴラ劇場	3.3 (木) - 6 (日)
39	世界劇団 『天は蒼く燃えているか』	広島 JMSアステールプラザ 多目的ホール	3.5 (土) - 6 (日)
40	世界劇団 『天は蒼く燃えているか』	東京 調布市せんがわ劇場	3.10 (木) - 11 (金)
41	MONO 『悪いのは私じゃない』	東京 吉祥寺シアター	3.11 (金) - 20 (水)
42	烏丸ストロークロック×五色劇場 『新平和』	富崎 三股町立文化会館ホール	3.12 (土) - 13 (日)
43	劇団スポーツ 『怖え劇』	東京 王子小劇場	3.16 (水) - 21 (月祝)
44	アナログスイッチ 『白片つづく』	東京 駅前劇場	3.16 (水) - 22 (火)
45	やみ・あがりシアター 『マリーバードランド』	東京 北とびあ べガスホール	3.17 (木) - 21 (月祝)
46	オイスターズ 『日本語おじさん辞典』	名古屋 ささしまスタジオ	3.17 (木) - 21 (月祝)
47	劇団綱鑑 『泣くな研修医』	東京 東京芸術劇場 シアターウエスト	3.18 (金) - 23 (水)
48	劇団 120 ○ EN 『歌舞伎デカ前田刑事』	福岡 キョウワグループ・テルサホール FTホール	3.20 (日) - 21 (月祝)
49	MONO 『悪いのは私じゃない』	大阪 ABC ホール	3.23 (水) - 27 (日)
50	複合創作ユニット wakka 『phantasma alley』	東京 王子スタジオ I	3.24 (木) - 27 (日)
51	第 27 班 『下品なジョン・ドール 笑顔のベティ・ドール』	東京 王子小劇場	3.24 (木) - 28 (月)
52	世界劇団 『天は蒼く燃えているか』	京都 ロームシアター京都 ノースホール	3.26 (土) - 27 (日)
53	ソノチ 『風景によせて 2021 かわのうち あわい』	愛媛 惣河内神社及びその周辺	3.26 (土) - 27 (日)
54	劇団短距離男道ミサイル 『Ultimate Fancy Ojisan』	東京 王子小劇場	3.31 (木) - 4.3 (日)
55	かるがも団地 『なんとなく幸せだった 2022』	東京 北とびあ カナリアホール	3.31 (木) - 4.3 (日)



## 2022 年度

56	コンプソンス 『イン・ザ・ナイトプール』	東京 王子小劇場	4.5 (火) - 10 (日)
57	佐藤佐吉演劇祭 2022 実行委員会 『見本市』	東京 北とびあ カナリアホール	4.7 (木) - 10 (日)
58	佐藤佐吉演劇祭 2022 実行委員会 『三六間市』	東京 王子小劇場	4.11 (月)
59	佐藤佐吉演劇祭 2022 実行委員会 『王子落語会チャレンジ』	東京 王子小劇場	4.12 (火)
60	route.◎ 『放課後、ミドルノート』	東京 王子スタジオ I	4.14 (木) - 17 (日)
61	南京豆 NAMENAME 『リディキュラブ』	東京 王子小劇場	4.15 (金) - 18 (月)
62	劇団普通 『秘密』	東京 王子小劇場	4.20 (水) - 24 (日)

### 新聞記事掲載

朝日新聞、共同通信の取材を受け、持続可能な「創客」への取り組みとして、紹介していただきました。  
スキーム図やリーフレット、チラシなどの写真も掲載されました。



朝日新聞東京本社版 2022年9月22日付夕刊  
大阪日日新聞 2022年10月8日付  
西日本新聞 2022年10月12日付夕刊  
中国新聞SELECT 2022年10月14日付  
岩手日報 2022年10月16日付朝刊  
神奈川新聞 2022年10月21日付本紙  
徳島新聞 2022年10月22日付  
山陽新聞 2022年11月1日付朝刊  
信濃毎日新聞 2022年11月11日付朝刊  
神戸新聞 2022年11月18日付夕刊

63	シアターキューブリック 『葡萄酒いろのミストラル』	(東京) 恵比寿・エコー劇場	5.27(金) - 6.1(水)
64	ほろびて 『心白』	(東京) 調布市せんがわ劇場	6.1(水) - 5(日)
65	劇団印象-indian elephant- 『ジョージ・オーウェル〜沈黙の声〜』	(東京) 駅前劇場	6.8(水) - 12(日)
66	アマノウズメ企画 『Our Land』	(京都) KAIIKA	7.2(土) - 3(日)
67	DULL-COLORED POP 『岸田國士戦争劇集』	(東京) アトリエ春風舎	7.5(火) - 19(火)
68	ラポチプロデュース のと☆えれき 『葉桜とセレナーデ』	(札幌) 扇谷記念スタジオ シアター ZOO	7.15(金) - 18(月・祝)
69	アマヤドリ 『抹消』/『解除』	(東京) スタジオ空洞	8.2(火) - 4(木) 8.23(火) - 24(水) 9.6(火) - 7(水)
70	iaku 『あつい胸さわぎ』	(東京) ザ・スズナリ	8.4(木) - 14(日)
71	一茶企画 『命日オブション』	(東京) 萬劇場	8.10(水) - 14(日)
72	iaku 『あつい胸さわぎ』	(大阪) インディペンデントシアター 2nd	8.18(木) - 22(月)
73	劇団綱鑑 『ふしぎな木の実の料理法〜こそあとの森の物語〜』	(東京) シアターグリーン BIG TREE THEATER	8.26(金) - 9.2(金)
74	あやめ十八番 『空蝉』	(東京) 東京芸術劇場 シアターウエスト	9.1(木) - 4(日)
75	オイスターズ 『劇玉V』	(名古屋) 愛知県芸術劇場 小ホール	9.1(木) - 4(日)
76	文学座 『マニラ瑞穂記』	(東京) 文学座アトリエ	9.6(火) - 20(火)
77	庭劇団ベニノ 『笑顔の誓』	(東京) 吉祥寺シアター	9.10(土) - 19(月・祝)
78	劇団シアターホリック 『夜明け前 与 Lost Generation』	(名古屋) G/Pit	9.11(日)
79	齋藤さっこ&劇団有機座 『音×朗読劇〜レストラン 4景〜』	(東京) フェアリーテイルズサロン	9.19(月・祝)
80	庭劇団ベニノ 『笑顔の誓』	(三重) 三重県文化会館 小ホール	9.24(土) - 25(日)
81	ツレツレ 『ともだちが来た』	(京都) 京都場 KYOTOOba	9.30(金) - 10.2(日)
82	conSept 『SERI』	(東京) 博品館劇場	10.6(木) - 16(日)
83	世界劇団 『ひとよとよに呱呱の声』	(広島) JMSアステールプラザ 多目的ホール	10.8(土) - 9(日)
84	箱庭円舞曲 『ひとはなれていく』	(東京) 浅草九劇	10.19(水) - 23(日)
85	ソノノハナバレプロジェクト 『Walk Installation ARUKU vol.3』	(横浜) 象の鼻テラス	10.21(金) - 23(日)
86	世界劇団 『ひとよとよに呱呱の声』	(東京) こまばアゴラ劇場	10.21(金) - 30(日)
87	劇団シアターホリック 『夜明け前 与 Lost Generation』	(松山) シアターねこ	10.22(土) - 23(日)
88	ツレツレ 『ともだちが来た』	(大阪) 大阪市立芸術創造館	10.28(金) - 30(日)
89	オイスターズ 『ちんちん』	(名古屋) 愛知県芸術劇場 小ホール	10.29(土) - 31(月)
90	文学座 『欲望という名の電車』	(東京) 紀伊國屋サザンシアター TAKASHIMAYA	10.29(土) - 11.6(日)
91	AUBE GIRL'S STAGE 『サイバーガール 2〜カリスマになれないもう一人の天才〜』	(東京) ザ・ポケット	11.2(水) - 6(日)
92	ラポチプロデュース ぶらすのと☆えれき 『沼部、陸へ上がる』	(札幌) 扇谷記念スタジオ シアター ZOO	11.3(木・祝) - 6(日)
93	トブトリ企画 『この道はいつか来た道』	(名古屋) 名古屋市青少年交流プラザ ユースクエア プレイルーム	11.4(金) - 6(日)
94	ユニット美人 『ゴドーを待ちかたつた』	(京都) KAIIKA	11.4(金) - 6(日)



### 主催者に託したギフトチケット

贈る相手を購入者が決めるのではなく、主催者に託して新しい方向へのギフトチケットに使われるケースもありました。オイスターズ、山口浩章×KAIIKA、下鴨車窓、Ring-Bongが独自にカスタマイズして実施しました。

若者向けに実施した公演では予想を上回る枚数を販売したものもあり、Ring-Bong制作の最首志麻子さんは、「不安だったが、これほど買っていただける」とは(中日新聞・東京新聞2023年1月18日付夕刊)と語っています。

公演中止・延期 一部公演中止

配信によるギフトチケットを実施

複数券種でのギフトチケット

ギフトチケットに特典を組み合わせる実施

95	ツカ★ガール 『モルファウスの魔境』	■	〈東京〉シアターグリーン BIG TREE THEATER	11.9 (水) - 13 (日)
96	劇団恋愛 『白花卉の歌』		〈伊丹〉AI・HALL	11.11 (金) - 13 (日)
97	劇団シアターホリック 『夜明け前≒Lost Generation』	■	〈東京〉RAFT	11.13 (日)
98	オイスターズ 『ちんちん』	■	〈東京〉王子小劇場	11.18 (金) - 20 (日)
99	二兎社 『歌わせたい男たち』	■	〈東京〉東京芸術劇場 シアターイースト	11.18 (金) - 12.11 (日)
100	妖精大図鑑 『ASAKUSA THUNDER GATE』		〈東京〉浅草九劇	11.25 (金) - 27 (日)
101	明後日の方向 『長い墓標の列』	■	〈東京〉王子小劇場	11.28 (月) - 12.4 (日)
102	山口浩章×KAIKA 『特急寝台列車ハヤワサ号』	■	〈京都〉THEATRE E9 KYOTO	12.2 (金) - 4 (日)
103	ラポチプロデュース ぶらすの☆えれき 『沼部、陸へ上がる』		〈大阪〉インディペンデントシアター 1st	12.2 (金) - 4 (日)
104	コトリ企画 『みはるかす、くもへい線の』	■	〈伊丹〉AI・HALL	12.2 (金) - 4 (日)
105	創造 Street 『theatrum gala#1 Pandora』	■	〈大阪〉布施 PE ベース	12.3 (土) - 4 (日)
106	文学座 『文・分・異聞』	■	〈東京〉文学座アトリエ	12.3 (土) - 15 (木)
107	オイスターズ 『日本語おじさん辞典』	■	〈名古屋〉ささしまスタジオ	12.15 (木) - 25 (日)
108	ラポチプロデュース ぶらすの☆えれき 『沼部、陸へ上がる』		〈東京〉シアター711	12.16 (金) - 18 (日)
109	下鴨車窓 『微熱ガーデン』		〈高知〉蛸蔵	12.17 (土) - 18 (日)
110	福岡・九州リージョナルシアター 2022 FPAP×ZZB プロデュース 『かみがたりぬ』		〈福岡〉福岡市立南市民センター	12.17 (土) - 18 (日)
111	下鴨車窓 『微熱ガーデン』		〈松山〉シアターねこ	12.20 (火) - 21 (水)
112	Ring-Bong 『さなぎになりたい子どもたち』		〈東京〉座・高円寺 1	2023 1.18 (水) - 22 (日)
113	風姿花伝プロデュース 『おやすみ、お母さん』		〈東京〉シアター風姿花伝	1.18 (水) - 2.6 (月)
114	とぼらぼ 『しっ』	■	〈東京〉新生館スタジオ	1.28 (土) - 29 (日)
115	TRASHMASTERS 『入管収容所』		〈東京〉すみだパークシアター倉	2.17 (金) - 26 (日)
116	MONO 『なるべく派手な服を着る』	■	〈伊丹〉AI・HALL	2.22 (水) - 26 (日)
117	創造 Street 『言い訳のカフネ』		〈大阪〉大阪市立芸術創造館	2.24 (金) - 26 (日)
118	イワントモリ 『山の声 ある登山者の追想』	■	〈東温〉東温アートヴィレッジセンター シアター NEST	2.24 (金) - 26 (日)
119	MONO 『なるべく派手な服を着る』	■	〈東京〉吉祥寺シアター	3.3 (金) - 12 (日)
120	シニアミュージカル発起塾 『2×4』		〈大阪〉アカルスタジオ	3.5 (日)
121	劇団なかゆび 『文化なき国から喜劇一幕』		〈京都〉THEATRE E9 KYOTO	3.10 (金) - 12 (日)
122	文学座 『挿話～A Tropical Fantasy～』	■	〈東京〉文学座アトリエ	3.14 (火) - 26 (日)
123	劇団太陽族 『群羊』		〈伊丹〉AI・HALL	3.17 (金) - 19 (日)
124	劇団銅鑼 『アウトカム～僕らがつかみ取ったもの～』	■	〈東京〉東京芸術劇場 シアターウエスト	3.17 (金) - 21 (火・祝)
125	イワントモリ 『山の声 ある登山者の追想』	■	〈高知〉蛸蔵	3.18 (土) - 19 (日)
126	アマヤドリ 『天国への登り方』		〈東京〉シアタートラム	3.23 (木) - 26 (日)
127	イワントモリ 『山の声 ある登山者の追想』	■	〈松山〉シアターねこ	3.24 (金) - 26 (日)
128	シニアミュージカル発起塾 『星空～ガンちゃんのこと～』		〈京都〉京都市東山 いきいき市民活動センター	3.25 (土)

## 2021年度実施団体による「振り返りの会」

2022年2月27日、ギフトチケットを実施した8団体の関係者がセゾン文化財団森下スタジオに集まり、「ギフトチケット導入団体振り返りの会」を開催しました。実際に実施してからの感想や、これから導入するためのポイントが話し合われました。主催者の負荷を少しでも下げるために、ここで意見の出た簡易マニュアル、観客の方に実施公演を知っていただくための合同チラシが、2022年度に具体化しました。団体ごとに様々な状況がある中で、制作者から率直な意見が寄せられ、ギフトチケットの理念を改めて確認することができました。



## ギフトチケットをさらに拡げていくために

植村純子 劇団衛星 プロデューサー/アートコミュニティスペースKAIKA 制作

これまで6つの公演でギフトチケットを取扱させてもらった。情報を知った人からは、その取り組みを面白いとの意見を多く頂くことができたが、**存在自体に気づいていなかった方や、今いち使い方がよくわからないと言う声**も聞いた。実施していることの周知と、わかりやすく説明する工夫はもっと必要だなと感じている。

私自身は、これまで自劇団の公演において、多種多様な割引や購入後に日時指定、公演当日に座席指定するチケットなど、様々な券種の販売をしたことがあった。そのため、「ギフトチケット」という新しい券種にも、特別な抵抗感なく始めることができた。しかし、実際に多くのお客さんに活用いただくことは難しかった。

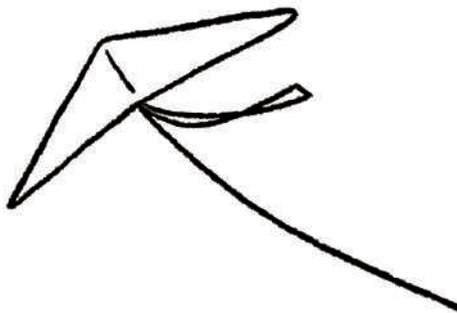
私が担当する公演は、**週末の数日間に行われる公演がほとんどである**。長い日程の公演であれば、購入時ではなく、ギフトを受け取った方が来場日時を決めて、予約の連絡をするということの意味が増すのだろうが、週末だけの公演の場合は、その公演を観に行こうと考える時点で、すでに行ける日時が決まっていることが多いと思われる。そのため、**「後から日時指定ができる」ことのメリットは少ない**と言わざるを得ない。

特にこのコロナ禍では、大きな規模の公演開催が難しく、長い日程の公演でのギフトチケットも試してみたいと思っているが、実現できていない。また、急に状況が変化することもあって、広報期間も短くなりがちだった。

2022年の冬に開催した公演では、少し早い時期から広報を始めることができたので、積極的なギフトチケットの取り扱いをやってみることにした。先行販売期間に、後から日時指定ができる「先行ギフトチケット」を販売した。また、先行価格と一般価格の差額を25歳以下の若い世代へギフトできる「サポートギフトチケット」も販売した。先行期間での販売枚数分、一般発売開始後に割引価格のチケットを販売する、**間接ギフトチケット**である。

気軽に安い価格で購入できることで、早い時期に前売券を買っていただくことにつながったほか、**旧知の企業が協賛の代わりにギフトチケットを購入してくれたケース**もあった。現時点では





まだ広く活用されているとは言えないギフトチケットだが、継続して存在させていくことが大事だなと感じている。

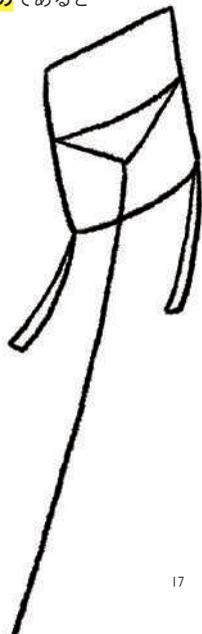
**その他の改良点としては、座席指定の問題がある。**私が携わる多くは自由席の公演である。初めて演劇を観る方の体験をより良いものにするため、ギフトチケット購入者には「観やすいお席をご用意します」とお約束するようにしたが、そのためには指定席をつくらなければならない、それが難しい側面があった。

一部分だけ指定席を設けるやり方は、結果的にその購入者が多くない場合は、逆に問題なかったのだが、ある程度多くの方にご購入いただいた際には、公演当日の会場での案内が複雑になった。ここは改善の余地があり、事前に想定して検討しておく必要があったと反省している。

今後、ギフトチケットをさらに広げていくためには、**劇団や公演主催者側だけの努力では、限界がある**のかもしれないと思う。ギフトチケットの趣旨として、観る人が家族や友達を誘うということが重要である。

最近、私の周りに山登りを趣味とする人がいるが、最初に始めた人が後続の仲間に、その面白さを熱く語ったり、服装やグッズなどのアドバイスをしたり、互いに情報交換したりして楽しんでいる。**同じ趣味の仲間が増えると嬉しい。**そういう意欲で観客自身が取り組むものであると良い。そんな動きを促進するために、創り手側の私たちには何ができるだろうか。

私自身も、大好きな劇団や作品を、仲間へぜひ観に行きたくて欲しいと薦めたいことがある。その劇団が特にギフトチケット等を設定はされていない場合も、勝手にギフトチケットができるような、何か新しい仕組みができないだろうか。……ということ、この原稿を書こうとして考えていて、今、思いついた。



## ギフトチケット 実施公演アンケート結果

実際にギフトチケットを実施した公演で、上演団体の協力を得てアンケートを実施しました。ギフトチケットの認知度は29%で、知っていた方は86%が「使ってみた/今後使うかも知れない」と回答しています。知らなかった方は74%が「機会があれば使ってみたい(贈ってみたい)」と回答しています。

その理由を尋ねた自由回答では、自分が好みの公演を贈ることの是非が多く見受けられました。ギフトチケットは自分の好みを押し付けるのではなく、身近な人が相手の趣味嗜好に合った作品を贈ることを提唱しています。この主旨がギフトチケットの存在と共に伝われば、もっと可能性が広がるのではないかと感じています。

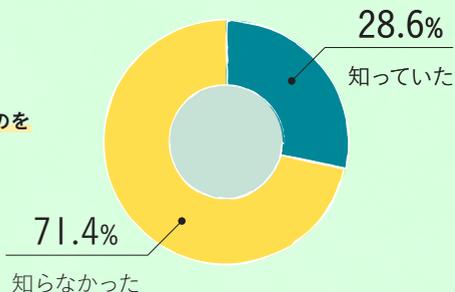
### 〈アンケート実施公演〉

二兎社『歌わせたい男たち』 2022.11.18-12.11 東京芸術劇場シアターイースト

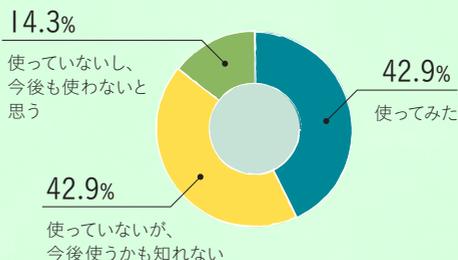
山口浩章×KAIKA『特急寝台列車ハヤワサ号』 2022.12.2-12.4 THEATRE E9 KYOTO

風姿花伝プロデュース『おやすみ、お母さん』 2023.1.18-2.6 シアター風姿花伝

Q. 本公演でギフトチケットを実施していたのをご存知でしたか。



Q. 知っていたと回答された方へ。ギフトチケットを使ってみましたか。



※四捨五入のため、合計が100%ではありません。

**Q. よろしければ、その理由を教えてください。**

**「使ってみた」とした方の代表的な回答——**

- ・ 出演者におすすめされ、早めからチケットの確保ができると思ったため。

**「使っていないが、今後使うかも知れない」とした方の代表的な回答——**

- ・ 感動をお裾分けしたい。喜んでもらえると思うから。

**Q. 知らなかったと回答された方へ。  
ギフトチケットを使ってみたい(贈ってみたい)  
と思いますか。**

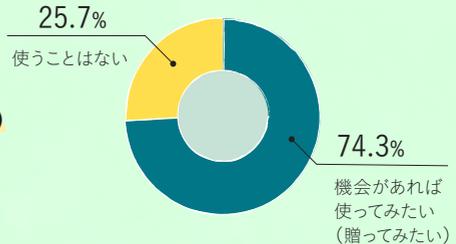
**Q. よろしければ、その理由を教えてください。**

**「機会があれば使ってみたい(贈ってみたい)」とした方の代表的な回答——**

- ・ おすすめの作品や知り合いに広めたい作品を気軽に贈れる。
- ・ 「おもしろかった」と言うだけだと、ちょっとつまらないから。
- ・ 演劇に興味はあるけど、なかなか実際に足を運ぶところまでは……というような友人に贈ったら喜ばれそう。
- ・ 観劇する楽しみ自体を知らない人にきっかけとして。ただし、自分にギフトチケットを購入する財政的余裕がある場合に限る。
- ・ 観劇が好きで友人が喜んでくれそうだから。
- ・ お芝居好きの母へのプレゼントや、尻込みしている友人にも勧めてみたい。
- ・ 誘う人、贈りたい人の都合の良い日時を、後日、本人が決められるのが便利。
- ・ 二兎社さんの舞台が好きで、知人に勧めたいから。今回も上司を誘ったので使ってみた。
- ・ 観劇のきっかけになったら嬉しいから。
- ・ 自分が観て優れた作品ならオススメしたいので。
- ・ 演劇を知らない人にきっかけを与えたいから。またモノよりも心に残るものを贈りたいから。

**「使っていないし、今後も使わないと思う」とした方の代表的な回答——**

- ・ チケットをプレゼントするという行為が、“押し付けがましい”と感じるから。見ないことを選択できないのは抵抗がある。



- ・ 演劇に興味はあるがあまり行かない人を誘いやすくなるため。

- ・ 自分がお金を払っても観てもらいたい場合に、あらかじめ日時を決めなくてもいいので誘いやすい。

**「使うことはない」とした方の代表的な回答——**

- ・ 芝居は好き嫌いがあるので、プレゼントとして贈りづらい。
- ・ 自分の好みを友達に強制したくないから。
- ・ 観劇に興味のある人が近くにいない。
- ・ そこまで演劇好きの友人がいない。もし、興味があれば、一緒に公演にさそうから。
- ・ 贈りたい相手とは一緒に観に行き、同じ空間で感じた事を語り合いたいので、ギフトではなく、普通に連番でチケットを購入すると思います。
- ・ 演目によっては、贈る人を選ぶ必要があるので。
- ・ 相手の好みに合うかどうか難しいため。

有効回答:49件

※回答者が特定される記述、誤字脱字、句読点を一部修正しました。

## ギフトチケット オンラインアンケート結果

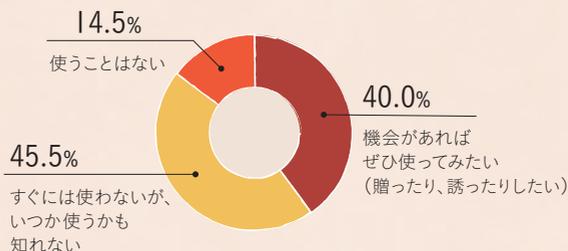
ギフトチケットの導入が始まって間もなく2年。改めてオンラインアンケートを実施しました。ギフトチケットのスキームを紹介した上で利用意向を尋ねたところ、観客の方は86%が「ぜひ使ってみたい/すぐには使わないが、いつか使うかも知れない」、舞台芸術関係者の方は66%が「導入してみたい」と回答しています。

その理由を尋ねた自由回答では、ここでも観客の方は自分が好みの公演を贈ることの是非が問われています。舞台芸術関係者の方は「創客」の重要性を理解しつつも、具体的な運営の課題を挙げています。

舞台芸術の観客を広げることに関しての自由回答では、地域在住の方からの声が多数寄せられました。自由に作品を選べる東京とのギャップを痛感します。舞台芸術が少しでも身近な存在になるよう、参考にいただければ幸いです。「とても難しい問題だと痛感していますが、集合知に期待しています」という声に励まされました。

### 観客の方へ

**Q. ギフトチケットが公演に導入されていれば、どうされますか。**



**Q. よろしければ、その理由を教えてください。**

「機会があればぜひ使ってみたい(贈ったり、誘ったりしたい)」とした方の代表的な回答——

- ・人にオススメしたいと思っても、お金を払って観てもらうことはハードルが高いと思うから。また、個人的には私がお金を払ってでも人に観て欲しいことが多いので、贈れるものがあると難しいから。
- ・自分自身、舞台というものを初めて見た時、この熱量のものが今目の前で行われていることにとても

感動したので、その感動を他の人にも味わってもらいたい。また、自分が見た面白い作品を他の人も共有したいので。

- ・一緒に観に行けなくても、自分が観た公演の素晴らしさを共有できると思うから。
- ・職場の若者や友人などに何かプレゼントする際に選択肢としてあれば良い。
- ・友達への誕生日でよく一緒に観劇をした時の分を払っていたから。

- ・意外と舞台上に興味がある人はいるけれど、敷居が高いと感じている人が周りに多い気がします。しかし、自分の分以外を確保するのは、どうしても後になり、良い席が取れないし、その席を送ることに抵抗があったりしたので、今回のように気軽に送って、席や日程を後で決められるのは良いかなあと思いました。

**「すぐには使わないが、いつか使うかも知れない」とした方の代表的な回答——**

- ・完全な初心者への最初の一本のすすめが難しい。
- ・自分で舞台を見てみて面白かったら他人に勧めたいので、舞台自体を面白いと感じて、且つ勧めたい相手が自分の中で想定できたら使いたい。只、友達も大概みんな趣味が合うので私が勧めるまでもなく同じ舞台を既に観劇する予定を立てている可能性があるので贈る相手が見つかるかはわからない。
- ・ギフトのための席の確保が一般予約者の席の確保に与える影響が分からない。もらってくれそうな人が近くにいない。
- ・「自分が相手におすすめしたい」「相手にも楽しんでもらえそう」と考える公演じゃないと、ギフトチ

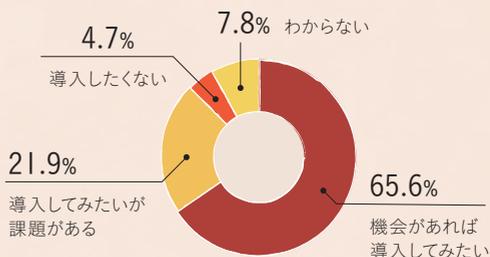
ケットを贈る決心がつかないため。小劇場演劇は、初めて観た人が「面白かった」と思うには、観客と劇団の相性は重要な要素だと、自分の体験から思っているのですが、自分の観劇経験も少ないので、マッチングを考慮したおすすめが、まだできないなあと思っています。

**「使うことはない」とした方の代表的な回答——**

- ・相手の好みやスケジュールの把握が難しい。公演期間いつでも観劇OKだとしても、小劇場は1週間程度。その間にお誘いする方が観劇可能な時間がとれるのかは、チケット予約時には分からない。
- ・友人・知人がお金を払いチケットをプレゼントされるのは、困ってしまうからです。特に興味のある公演ではなかった場合でも、「観に行かなければいけない」「チケットをくれた相手にお返しをしなければいけない」「プラスな感想を言わなければ」と思ってしまうそうです。
- ・もし初めて観劇する人なら、チケットは私が用意して一緒にいきます。プレゼントするから、日にちが近づいたら、自分で日時指定してね！っていうのはプレッシャーになると思うし、面倒だと思うので。

舞台芸術関係者の方へ

**Q. あなたの関係する公演に、ギフトチケットを導入してみたいと思いますか。**



**Q. よろしければ、その理由を教えてください。**

**「機会があれば導入してみたい」とした方の代表的な回答——**

- ・新規顧客開拓の素晴らしいシステムだと思いつつ、新作は誘いづらく需要がないのではと思っていました。今年自信作の再演を予定しているので、ぜひ導入したいです。
- ・どんな方法でも、お客さんを増やすためのことを

挑戦してみたいからです。

- ・普段観劇の機会がないような方に観てもらおうチャンスや、見て欲しいと思う方を中心に観劇の機会が広まっていくのはとても良いと思うから。
- ・ギフトチケット、という名前のように、来て欲しい相手にあげやすいと感じる。見やすい席が確保されているのも特別感があっていい。

- ・公演地や主催者の都合などで、ギフトチケットの導入でプラスの効果を得難いケースがあり、そういった場合は見送るが、基本的には導入したい。

「導入してみたいが課題がある」とした方の代表的な回答——

- ・運用の問題が一番大きいと感じる。個別の対応に割ける人員がコスト上どうしても割けない。また、演劇という単価の高いチケットという性質上、招待枠自体のリスクは付いてまわる。関係者のマナー違反が目立つという意見も多数寄せられる状況で「招待」された人の観劇マナーの心配はある。劇団四季など学生誘致をしている団体もあるが、狭い顧客をターゲットにしている団体は、どうして

も今の顧客が嫌がる可能性があることに手を出すことが難しい。

- ・100席以下の小劇場での公演が多いため、そもそも見やすい席を沢山確保しておけない。

「導入したくない」とした方の代表的な回答——

- ・普通に販売して埋まる公演しか打たないので不要。埋まらない舞台は、価格や質、宣伝努力が伴っていないから淘汰されるべきだし、そんな舞台にギフトで誘っても舞台を好きになる人が減る。
- ・価格の高低で観る舞台を選ぶか?と自分事として考えた時に、タダだから観る、とはならないと思うため。

Q. これまで舞台芸術を観たことがない方に、初めて劇場に足を運んでいただくためには、なにが重要だと思いますか(複数選択可)。



Q. 舞台芸術を観たことがない方に、配信チケットを贈ることはどう思いますか。



Q. 舞台芸術の観客を広げることに、ご意見をご自由にお書きください。(代表的な回答)

- ・今の舞台芸術は間口が狭過ぎると思っています。チケット代が高過ぎるため、ある程度生活に余裕がある人しか劇場に足を運ぶことが出来ないのに加え、公演についての情報をどこから知るか、チケットをどうやって取るのか、劇場でのマナーは、などが多くの人に周知されていないと感じます。
- ・美術館なども試行錯誤しているように、舞台芸術もフォーマットから見直す必要があると感じている。舞台へのこだわりを逆にどれだけ捨てられるか、そこにも突破口はある気がします。ただ、こだわる人もカッコいい。今後個人の思考が色濃く反映されていく気がします。

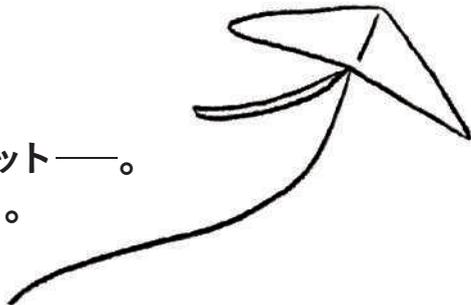
- ・シフト制で働いている人地方の人子供がいる人仕事で忙しい人貧しい人……舞台が好きでも観劇を卒業しなければいけない人ばかりです。いままでそのような人達にどれだけ配慮をしていたでしょうか。特に地方切り捨てはひどい。舞台は都心に住んでいる人だけのものですか？ 何万円もかけて遠征できる人だけのものですか？ 多くの人が興味を持ったなら当たり前前に観にいける仕組みを目指す事から始めてほしい。
- ・まず興味を持ってもらうことだと思うのですが、事前にある程度の作品内容がわかれば興味を持てるかどうかの判断材料になるのかな、と思います。口コミで徐々に観客が増えていく作品もありますが、小劇場系の公演期間が短いものはそれが間に合わないことがあるので、そこに工夫があればとも思います。
- ・日本全国を視野に入れると生活範囲に「劇場がない」ほうが当たり前の生活なので、配信を含めなんらかの「舞台芸術」というものがあるというのが視界に入るような話題づくりが必要だと思います。そのレベルにまでなるには「舞台芸術っていうものが他の様々なエンタメに混ざって常に視界範囲にある」環境が必要。劇場のない地域在住者が劇場に直接いくのはとてもハードルが高い(お金と時間がかかるので期待値を上げざるをえない)ので映像で見える舞台作品が「ありふれたもの」レベルになって欲しいし、実際劇場に行く創客の可能性のあるものとして捉えてほしい。
- ・やらなければいけない問題だと思う。現在大学在学中だが、全然周りに観劇をする人がいない。このまま放置し続ければ衰退してしまう。
- ・学校で舞台の話をする時「大人な趣味だね」とか「お金かけられるのすごいね」とか言われることがあるのですが、私の学校はバイト禁止で自分なりに学割やチケブレを使ってできるだけ多く観劇しに行っているのですがその気軽さや敷居の低さみたいなものをみんなにも知って欲しいな、と思います。そのためにもっと様々な作品で学割がきくようになってほしいです。
- ・コロナ前の「ライブやフェスなど、体験にお金を払う流れ」が戻れば、とも思います。大きく観客が広がるきっかけには、やはりムーブメントが必須だと思うので、注目の作品や注目の人物が現れて、そこから広がっていくのでは、と思います。そういう偶然性に頼らず、自分たちが(カンパニー単位)でできることというのは一体何なのでしょう……ずっと考えていますが、難しいです。別ジャンルの方が来るきっかけは、「推し」の存在にキーがあるのかなと思っています。ただ、安易に「推し=人気の俳優」と考えると本来届いてほしい客に届かなくなるのでは、という危惧もあり(杞憂かもしれませんが)、キャスティングで集客力のある役者を入れることの功罪を考えて立ち止まってしまう。ハード(演目や団体)が強固になればソフト(出演者等)の幅が広がっても観客が一変するということが起きにくくなるのかなと。ハード面を磨き上げて、ソフト面を強化する、ということでは徐々に新しい人達に触れられる機会を増やすことは、自カンパニーで考えればそこに糸口があるように感じます。
- ・人気の作品や有名作品こそ、初めての人に観てもらいたいと思うのですが、競争率が高くて、演劇ファンが確保するのに苦労する位なので、本当に初めて観劇するのかを証明するのは難しいですが、何か方法はないかしらと思います。あと、周りに舞台をしている人がいない限り、たとえ興味があっても1人で劇場に行くのはかなり敷居が高いです。話をすると行ってみたいのだけれど……という人がスゴク多いです。どうやってチケットを買うのか？というところから、教えてあげられるなにかがあれば……と思います。
- ・比較的毎回、少人数でも演劇を観たことがない方に足を運んでいただけるようはたらきかけをしていますが、チケットの買い方、予約受付の意味がわからない、自由席であることなど、私たちは普通とすることがゼロである場合がままあります。その場合、大切なのは細やかで丁寧なフォローアップです。そういった意味で、公演そのものが始まる前から、演劇の印象付けは始まっているのかもしれませんが。個のお客様との細かな連絡のやり取りは、時間やある程度の接遇の知識を要します。小規模で興行を回している団体、経験の浅い制作者では困難に思うところもあるのではないかと思います。時間に追われるとどうしても面倒なことは後回しになってしまいますので、既存のお客様への販売を優先させることになってしまいます。課題はたくさんありますが、本当に演劇の力を必要としている人は、今劇場に居ない人ではないだろうか、というわたし自身が制作者をするうえで心掛けていく問いを、忘れず詰めずこつこつと進めていきたいと思っています。

調査期間:2023.1.30-2.8 有効回答:120件

※回答者が特定される記述、誤字脱字、句読点を一部修正しました。

## ギフトチケットを導入するメリット——。 たとえ販売数が少ないとしても。

高橋孝志 PINstage代表 NPO法人FPAP事務局長



福岡の地域演劇プロデューサーの高橋といいます。

2021年12月と2022年12月の福岡でのプロデュース公演で、ギフトチケットを導入しました。

福岡・九州リージョナルシアター 2021 FPAPプロデュース 『世界は右側でデキている』

福岡・九州リージョナルシアター 2022 FPAP×ZZBプロデュース 『かみがたりぬ』

<https://www.fkrt.net/>

公式サイトやチラシで、通常のチケットと並びでギフトチケットの情報を掲載。公式サイトからギフトチケットの詳しい説明を見ることができるようにしていました。

しかしながら、実際のギフトチケットの販売数は芳しいとは言えないものでした。

ギフトチケットを導入する団体は福岡ではまだ少なく、ギフトチケットといってもお客さんにはなかなかイメージが湧かないと思います。そのため、ギフトチケットが飛ぶように売れるという状況は考えていませんでした。

ギフトチケットの趣旨には賛同していましたが、導入の決断をしたのは、ギフトチケットの公式Twitterやギフトチケットの合同チラシなどで公演のPRをしていただけたということが大きかったです。

少し話が外れるようですが、たとえば福岡で行われる公演であっても「公演が存在する」ということは遠方の方にまで知ってもらいたいと考えています。

「そういえば、どこかで見たことあるな……」という薄い記憶であっても、それがあつたのとなひとは、将来その地での公演することを考えると大きな違いがあると思っています。その伏線がきれいに回収されるということはないわけですけども、この制作的な伏線は張りっぱなしが許されます。地方の劇団にはコストをかけずにできるこのような伏線はほとんどん張ってほしいと思います。





その点でいいますと、Twitterや合同チラシなどは、福岡以外のお客さんに公演の存在を知らせることに効果があったと考えています。ギフトチケットの導入に踏み切るための後押しがあったことは大変ありがたいことでした。

スマホやネットでのサブスクメディアが発達し、新型コロナウイルス感染症やチケット代の高騰など、小劇場系の演劇公演を見に来る観客は減っているのではないかと思います。もしかしたらコロナ禍もこの先10年以上続くかもしれません。

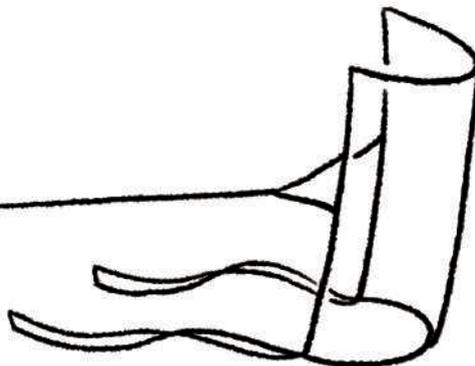
しかしそのような中でも、**我々はこちらにいると声を上げることは、大切なこと**だと思います。同様に、ギフトチケットで「お知り合いを誘って見に来て下さい」「多くの人に見てほしいと思っています」という意思を表明しつづけることも大切なことだろうと思います。

販売数は芳しいとは言えませんが、結果としてギフトチケット導入による事務コストはほとんど発生しませんでした。逆にこういう券種を用意することのハードルの低さを発見しました。

もし、販売数が芳しくないとするば事務的なコストが殆どかかりません。一方、たくさん売ればそれはより多くの人に見てもらえるということで、多少のコストは回収できるものだと思います。

少々、強弁かもしれませんが、いずれにせよ**ギフトチケットの導入は公演のフックをひとつ増やせるだけでもおトク**のかなと思います。

なにごと事業をはじめて定着するまでが本当に難しいことです。ギフトチケットという券種を用意する主催者が増えることで、全国の花店が長年かかって生花を贈る仕組みをつくった花キュービットのように、この券種が国内の演劇シーンに定着してほしいと思います。他地域に先行して福岡にギフトチケットが定着することは難しいだろうと思います。関東や関西では公演数も多く、ギフトチケットを導入する団体も増えているようです。関東や関西でギフトチケットを導入する流れが定着し、やがて福岡にもその流れが来ることを期待しています。

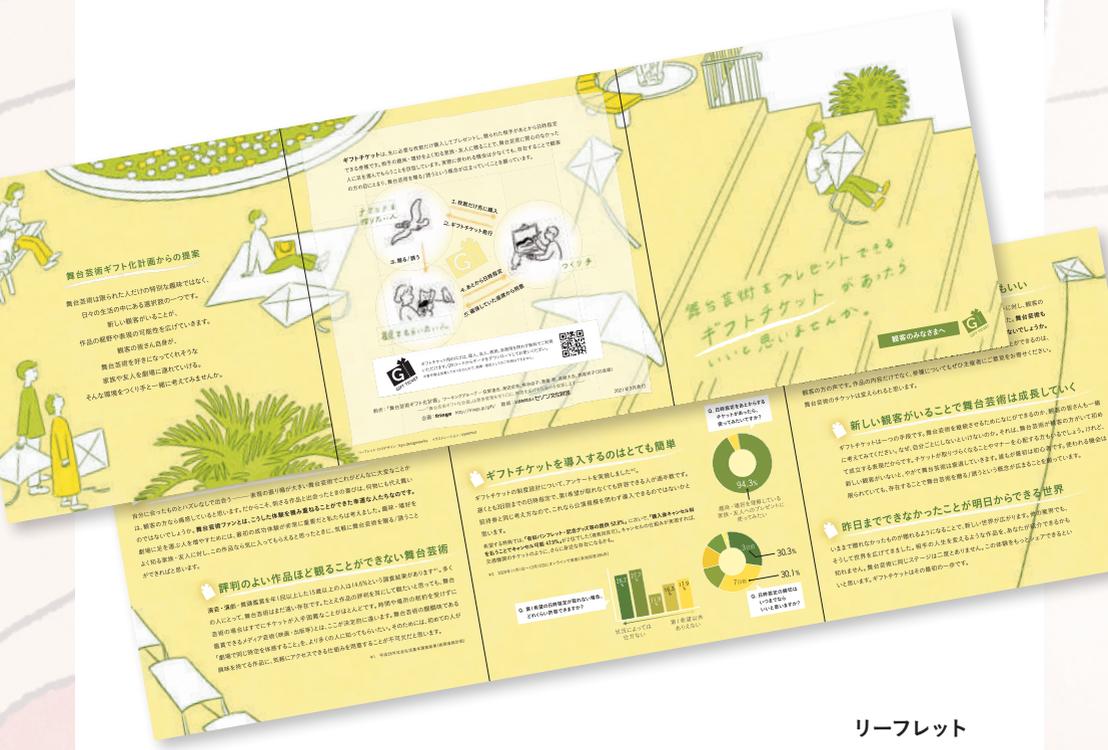




ロゴマーク

ギフトチケット実施公演に無料で利用できるロゴマークを、データで配布しました。

デザイン:kyo.designworks



舞台芸術ギフト化計画からの提案

舞台芸術は限られた人々の嗜好を軸ではなく、日本の生活の中に存在する芸術の一つです。新しい観客を呼ぶこと、作品の観賞や消費の可能性を広げます。観客の裾野をさらに広げ、舞台芸術を好んで楽しむ家族や友人を劇場に連れて行く。そんな価値をつくり出す一助を考えてみました。



ギフトチケットを導入するのはとても簡単

ギフトチケットの制作設計について、アンケートを実施しました。調査と回答までの日数わずか、且つ準備が済んでおけば誰でも導入できるという点、期待値と現実との差が小さいので、これから公演場数を増やして導入できるのではないかと考えます。



観客のみなきまへ、つくり手のみなきまへ、それぞれの価値が異なる。それぞれの価値をどう活かすか。



新しい観客がいることで舞台芸術は成長していく

ギフトチケット一つの導入で、舞台芸術を軸とせず幅広い層に受け継がれる。観客の裾野をさらに広げ、新しい観客を呼ぶことで、舞台芸術の裾野が広がる。観客の裾野を広げ、新しい観客を呼ぶことで、舞台芸術の裾野が広がる。観客の裾野を広げ、新しい観客を呼ぶことで、舞台芸術の裾野が広がる。

昨日までできなかったことが明日からできる世界

これまでできなかったことが明日からできる世界。観客のみなきまへ、つくり手のみなきまへ、それぞれの価値をどう活かすか。観客のみなきまへ、つくり手のみなきまへ、それぞれの価値をどう活かすか。

リーフレット

観客、つくり手それぞれに向けた2種類のリーフレットを発行。2種類は対になるデザインで、三つ折りを広げると表面は一つのイラストレーションに。それぞれの立場の方のきっかけになることを願って作成しました。

左(黄)観客のみなきまへ 10,000部、PDF配布 右(赤)つくり手のみなきまへ 7,000部、PDF配布  
デザイン:kyo.designworks イラストレーション:oyasumr





## 簡易マニュアル

誰でもわかるギフトチケット導入方法の  
マニュアルを目指し、マンガで作成しました。

「ギフトチケットをはじめよう」PDF配布  
作画:あさのい



## 特設サイト・公式Twitterアカウント

2021年5月に開設・運用開始し、ギフトチケットの概要や導入方法を  
伝えると共に、実施公演の紹介や具体的な運営方法を詳しく紹介し  
ました。公演関係者以外の観点で新たな見どころを伝えるものと  
して、実施団体からも注目していただきました。





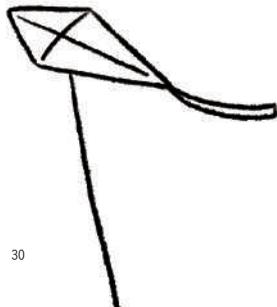
## ギフトチケット導入の課題

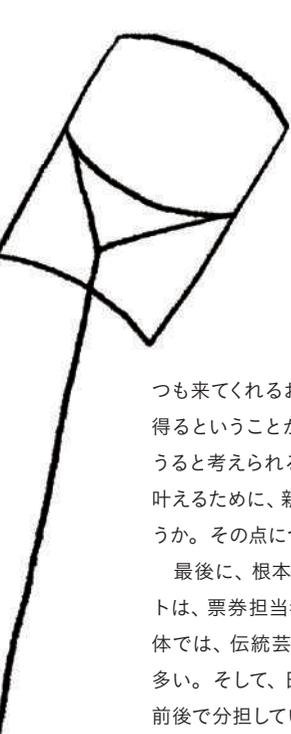
奥田安奈 パフォーミング・アーツ・マネージャー、フリーランス

私がギフトチケットの活用を特に働かかけたいと考えたのは、伝統芸能の分野だった。その理由は、伝統芸能は全体的に観客層の高齢化と観客数の減少に苦しんでおり、どの舞台芸術分野よりも新規観客開拓が喫緊の課題だと考えられるからである。現代演劇のギフトチケット導入団体と並んで紹介されることで、興味を持つ層が生まれるかもしれない、という期待もあった。そして実際にある団体に働きかけてみた。結果としては、検討はしたものの導入は見送るという結論を団体側が下した。この経緯を通じて、いくつかの問題が見えてきた。今後、ギフトチケット拡大を通じて舞台芸術の新規観客を様々な分野で開拓していくために、私たちが向き合わねばならない点に焦点を当て、以下に気づいたことを述べてみたい。

最初に指摘したいのが、**長期的な展望が思い描けていない**、という問題である。5年・10年後にどのような団体になりたいのか、どんな活動に力を入れていきたいのか。そのためにはどれくらいの活動資金が必要で、その資金を得るためには年間通してどれくらいの数の観客を呼び込み、どれくらいの収入をチケット売上から得る必要があるのか。その目標は現状とどれくらいかけ離れていて、あとどれくらいの数の新規観客を今後何年間で開拓する必要があるのか、その新規観客はどのような層でありうるのか。こういった点が団体の中で突き詰めて考えられておらず、漠然と「観客が増えたらいいな」くらいの認識にとどまってしまっていて、ギフトチケットをどのような観客を得るためにどのような戦略の元で活用していくか、が考えにくい。これは、各団体で活用方法を考える必要のあるギフトチケットの導入においては、致命的だと考えられる。

次に挙げたいのが、**既存客を優先するあまり、新規客の開拓を犠牲にしている**、という問題だ。私が働かかけた団体は、つい最近までプレイガイドを導入していなかった。理由を尋ねたところ、数人の重要な固定客がその時々で欲しがる席が異なるので、希望の席に対応するために手元に多くのチケットを持っていなければならずプレイガイドに出せないのだ、という。同じ理由で、ギフトチケットのための良席数席を常に確保しておくことも難しいかもしれない、ということだった。これは、タニマチ的な観客がいる伝統芸能で特に起きがちなことだと思われるが、「い

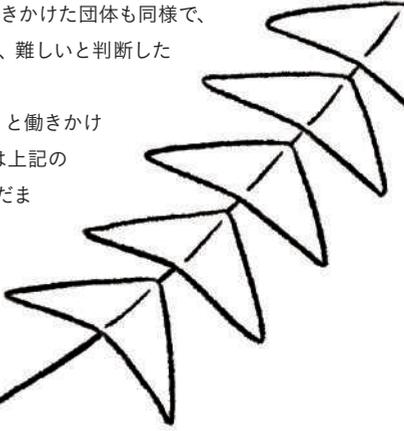




つも来てくれるお客さんより、後からギフトチケットを使って申し込んだ新規客の方がいい席を得るということがあって良いのか」という声を他の分野で聞いているので、どの分野でも起こりうると考えられる。既存客は確かにとても大切な存在だ。しかし、既存客からの要望を無限に叶えるために、新規観客の開拓を犠牲にすることは、果たして団体の将来にとって有益なのだろうか。その点については、あまり深く考えられていないと思われる。

最後に、根本的なこととして挙げたいのが、**慢性的な人的リソース不足**である。ギフトチケットは、票券担当者にとって、手間が増えることは否定できない。日本の中・小規模の舞台芸術団体では、伝統芸能か他の分野かにかかわらず、多くの場合は制作者が票券を兼ねていることが多い。そして、日本の多くの団体の制作者は、例えば私が身を置くアメリカにおいては10人前後で分担している作業量を、2・3人で担っていたりする。私が働きかけた団体も同様で、新たな手間が増えることと新規観客開拓とを天秤にかけた結果、難しいと判断した側面は大いにあったと推察された。

今回の経緯を通して、ただ「ギフトチケットを導入しませんか」と働きかけるだけでは、なかなか広まらないということがわかった。そこには上記のような問題が潜んでいる。ギフトチケットは生まれたばかりでまだまだこれからだが、導入を働きかけるにあたっては、これらの問題にも向き合わねばならないと痛感した。



## ギフトチケットは観客自身によるアウトリーチ

荻野達也 fringeプロデューサー

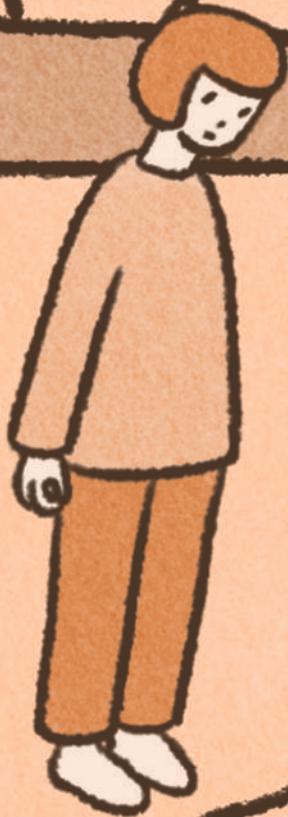
舞台芸術ギフト化計画の3年間は、コロナ禍の3年間でした。計画を発表しようとした矢先に非常事態が宣言され、その後も落ち着いたかと思えば次の感染の波が訪れ、「創客」どころか「集客」や舞台芸術関係者の生活自体が立ち行かなくなる状況でした。もし、何事もなく劇場に足を運ぶことに不安のない時期だったら、ギフトチケットはどんな展開を見せていたのだろうと考えることもあります。飲食との組み合わせや出演者との交流など、当初想定していた様々な特典で、新しい舞台芸術の楽しみ方を提案出来ていたかも知れません。**ギフトチケットという券種を使って、ぜひこれから「創客」の扉を開き続けてください。**

寄稿でも触れられていますが、私たちがインスパイアされた事例の一つに、生花を遠隔地に贈るための「花キュービット」があります。宅配便のない時代、有志8軒で始まった配達ネットワークは、15年かけて全国に広がったそうです。新しい観客を広げる試みも、先に仕組みがなければ観客が利用出来ません。たとえ使われなくても、仕組みが用意されていることで目に留まり、いつか使ってみようと思うのではないでしょうか。公演の運営に手一杯で、手が回らないのはわかります。**しかしどんなに大変であっても、つくり手の側から新しい仕組みを提供していくことが、観客がいないと成立しない舞台芸術の宿命なのだと思います。**

これまで「創客」と言われる試みは、その多くがつくり手だけによる一過性のキャンペーンだったのではないのでしょうか。そのときは盛り上がりも、予算がなくなり、担当者が変われば長続きしません。本当に持続可能な「創客」を目指すなら、既存の観客の方を巻き込み、観客自身が新しい人を劇場に誘う必要があると思います。この発想がないと、「よい作品をつくれれば人が集まる」と過信してしまい、既存の観客を奪い合うだけの「集客」に終わってしまうと思います。舞台芸術は、まだまだ知られていないのです。他の趣味では、その分野の先輩が興味を持ちそうな人を引き入れようと、親身になってアドバイスし、お古の道具を譲ることがめずらしくありません。私は、ギフトチケットにその姿を重ねたいのです。**ギフトチケットは観客自身によるアウトリーチです。**

最後に、舞台芸術ギフト化計画は公益財団法人セゾン文化財団の支援がなければ具体化しませんでした。創造環境整備を対象とする複数の助成制度にも申請しましたが、採択されたのはセゾン文化財団だけでした。近年、舞台芸術でも働く環境の改善が目され、その研修等への助成がトレンドになっています。もちろんそれも重要ですが、それと同時に舞台芸術にとって、新たな観客を増やすことは表現の存続に関わる根幹の課題だと思います。アンケートに書かれた**「現在大学在学中だが、全然周りに観劇をする人がいない。このまま放置し続ければ衰退してしまう」という声に耳を傾けてください。**新たな観客を増やす施策について、助成団体や中間支援団体が強い関心を持っていただこう、願ってやみません。

ギフトチケットは持続可能な「創客」のための仕組みです。これからも、多くの芸術団体があたりまえの券種として導入することを期待します。



---

## 舞台芸術ギフト化計画活動報告書

---

発行:舞台芸術ギフト化計画ワーキンググループ  
2023年3月

デザイン:kyo.designworks

イラストレーション:oyasmur

舞台芸術ギフト化計画

企画:**fringe**

ワーキンググループ:荻野達也、奥田安奈、熊谷由子、  
齋藤 努、高橋孝志、西尾祥子 (50音順)

助成:公益財団法人 **セゾン文化財団**



舞台芸術ギフト化計画

<http://fringe.jp/gift/>

