

西日本インカレ（合同研究会）2016 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報に記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）オオサカシツダイガク	フリガナ）ショウガクブ	フリガナ）タムラゼミ
大阪市立大学	商学部	田村ゼミ

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ）イシベキンキチ	フリガナ）カネオカ リョウヘイ	7	有
石部金吉	金岡 涼平		

研究テーマ（発表タイトル）

GEAR ～成功への Challenge～

※必ずく企画シート作成上の注意＞を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

京都には資金や巨大な劇場を持たないにもかかわらず、5年間で1500公演を達成した小劇団がある。その劇団の名前はギアである。なぜこの小劇団がこれほどの人気を得たのだろうか。その仕組みを探り、縮小しつつある小劇団業界が活気を得るためのヒントにしたいと考える。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

「ギア」とは、日本発、日本初のノンバーバルパフォーマンスを行う小劇団である。光やプロジェクションマッピングなどの最新技術とパフォーマンスを小劇場ならではの至近距離で体感できる。1日に2回公演である。劇では、パントマイム・ブレイクダンス・マジック・ジャグリング・バレエ各分野から1人ずつ、計5人が出演し、ストーリーに沿ってパフォーマンスを披露する。一つの分野に3人～6人所属しており、1日の公演ごとにパフォーマーの組み合わせが変わる。また、100回以上見に行った人も100人以上おり、リピーターが1回の公演で30%を超えていた時期もある。加えて海外で人気なサイトであるトリップアドバイザーで京都の伏見稲荷を抑えて1位になったこともある。

3. 研究テーマの課題

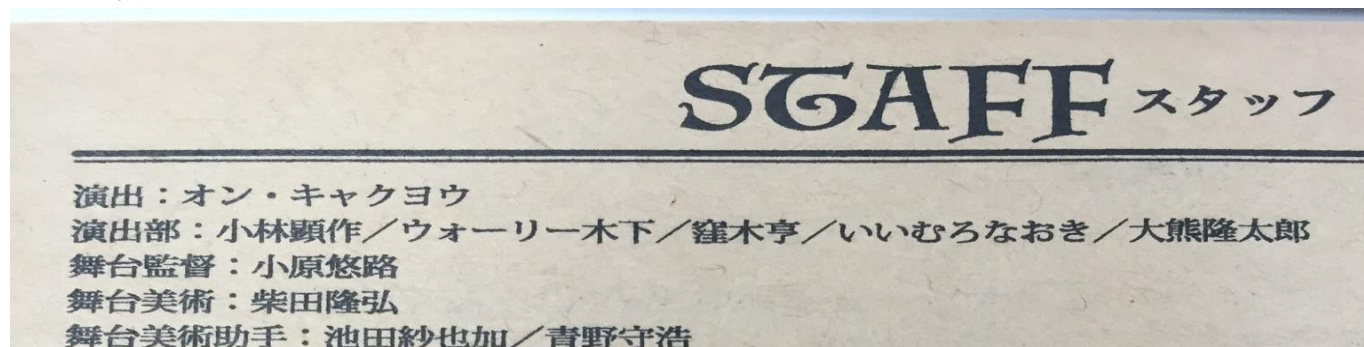
なぜギアが長期にわたって観客を惹きつけ続け、人気を維持しているのか。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・解決策など）

新規顧客を獲得するためにギアは、従来の劇団とは異なったプロモーションを行っている。演劇に興味がある層をメインターゲットにするのではなく、外国人に限らず、観光客をターゲットにしている。京都への観光客は10回以上訪れている人が最も多く64.9%である。そういった京都を何度も訪れる観光客がお寺や神社の次の観光地としてギアを訪れることを狙い、そして確実に見てもらえるようにホテルやゲストハウスにチラシやポスターを置いてもらったり、外国人観光客がよく訪れる伏見稲荷の最寄り駅に英語のポスターを設置したりしている。小劇団として資金が少ないことからこのようにターゲットを絞り、ピンポイントな対策をしているといえる。このように新規顧客を獲得する工夫をしているが、重要なのはその新規顧客を囲い込むことである。ギアは様々な工夫をして人々を引き付けているといえる。ギアが人々を魅了する特徴として、作りこまれた空間と作品の質の高さを維持し続けるシステムがある。ギアは劇場をその作品専用にして客席も含めた会場全体をセットとして作りこんでいる。また、シルク・ドゥ・ソレイユなどの他の劇団は、ストーリーがなく、MCがつかないでいるだけのただ見せるだけの内容であるが、ギアは、迫力のパフォーマンスで感動の

ストーリーを描くとともに、セリフを使わないノンバーバルという演出により小さな子供や外国人まで、誰もが楽しめるようにしている。そのために、舞台と客席の境目をなくして、一体感・臨場感を体感できるように会場から演出している。つまり場を作りこんでいるということである。このギアの世界観は一度体験すると必ずと言っていいほど引き込まれる。一度引き込まれた人を飽きさせない要素として、毎回の公演に変化があることがあげられる。しかし、毎回の公演に観客の意見をアンケートから反映させて強化させていくことは、質が低下する、すなわち、観客が納得しない劇が生まれる可能性がある。だが、ギアはその変化によって質が低下することがほとんどない。この仕組みとしては、公演後に必ず反省会を行い、そこでキャストだけでなく、テクニカルスタッフやパフォーマー、来客対応のアルバイトも参加し、公演について改善点を出し合う。この反省会の様子は録画され、その日の公演に出ていないパフォーマー・スタッフ等全員に共有される。お昼の公演の反省会で出た意見がその日の夜の公演で活かされるというように、ここで出た意見は即座に反映され、次の公演には変化が現れる。また、公演後に観客に記入してもらうアンケートがあるが、このアンケートの回収率は80%を超える。アンケートを気軽に記入してもらえるように、記入用紙の置き方や、回収方法に手を加えている。このアンケートの自由記入欄に書かれた意見もまた反省会でも取り上げられ、また新たな変化へとつながる。アンケートを通じて、受け手である観客が作り手の立場になりうるのである。また、観客の立場にいながら作品を作り上げることに携われることが、リピーターを生み、観客をさらに増加させていく要因ともなる。

このように観客が、アンケートを通じて新たな意見を生み、ギアはさらに進化し続ける。観客にアプローチをかけ、御客様をもじった、演出：オンキョクヨウ（※下画像参照）としてギアの歯車の一部にしてしまうのである。ギアには脚本家が存在しない、つまり、パフォーマー、製作スタッフ、そしてこのオンキョクヨウが劇自体を生み出していく要素そのものである。ギアではこの方法を重要視しており、アンケートに書かれた内容は全員がすべてに目を通し、次の公演までに意見を反映させていく。この反映させるスピードと意見の反映度がギア最大の特徴であり、これが内容の向上につながる。このことが、オンキョクヨウとして関わった観客にとって重要であり、その観客を劇団に取り込むことになる。このことが小劇団であるギアが継続してリピーターやコアなファンを増加させるカギであり、人気の秘訣であると考えられる。



5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

- 9/12 現地調査 ギア鑑賞、総括プロデューサー 小原さんへの取材
- 9/21 総括プロデューサー小原さんへの電話取材
- 9/28 現地調査 制作・音響スタッフ 高畠さん、パフォーマー(ジャグリング担当) 渡辺さんへの取材

以下メールでの取材

制作スタッフ林さん宛

8/4、8/5、8/9、8/12、8/20、8/23、8/28、8/31、9/1、10/1、10/4、10/7、10/10、10/12、10/19、10/20

総括プロデューサー小原さん宛

9/16、9/17、9/20

制作・音響スタッフ高畠さん宛

11/1

6. 結果や今後の取り組み

小劇場で、潤沢な資金や人的資源に恵まれているのはまれである。限られた資源でどのようにプロモーションを行うのか、観客を集め続けるにはどのような戦略をとるべきか。ギアは日本独自のロングランモデルを作り上げるのに見習うべき、重要な事例であるといえる。小劇場では潤沢な資金や人的資源がない分観客を継続して集客し続けることは容易なことではない、そのため、ギアが

行っている、オンキヤクヨウという観客を劇のシナリオなど劇の一部に取り込み、コアなファンへと変貌させるという手法はあらゆる小劇団にとって有効なものになると考えられる。しかしこの手法は一朝一夕でできるものではなく、ギアの取り組みが今後の基本軸として活用されていくと考えられる。

7. 参考文献

- 唐沢昌敬(2002)『創発型組織モデルの構築-構造によって支配された静態的秩序から、人間の意志によって支配された動態的秩序へ』慶應義塾大出版会
- 九鬼葉子(2016)『関西小劇場の熱闘 ～演劇は何のためにあるのか～』晩成書房
- 劇団四季(2003)『劇団四季半世紀の軌跡-62 人の証言』日之出出版
- 佐藤郁哉(1999)『現代社会のフィールドワーク-芸術生産の文化社会学』東京大学出版会
- 森下信雄(2015)『元・宝塚総支配人が語る「タカラヅカ」の経営戦略』(one テーマ 21) 角川書店
- 山崎泰孝(2000)『劇場の計画と運営-やわらかい建築へ』鹿島出版会
- 山本昭二(2007)『サービス・マーケティング入門』(日経文庫) 日本経済新聞出版社

西日本インカレ事務局への連絡事項

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、西日本インカレ事務局への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、3 ページ目までを渡します。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限ります。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※その他、注意点については「企画シート・パワーポイントの作成および提出について」をご参照ください。