

月の観劇本数による傾向と分析

福岡の演劇批評誌「NTR」の協力を得て、2003年12月発行の11号で行った「制作に関するアンケート」をさらに掘り下げて、月の観劇本数による傾向と分析をまとめた。

劇団の行動基準になるような有意な結論を多く導き出せたとはいいいがたいが、眼力のある人が見れば、より有意義な結論を出せるかも知れない。その際はこのレポートにも書き加えたいので、ぜひご一報ありたい。

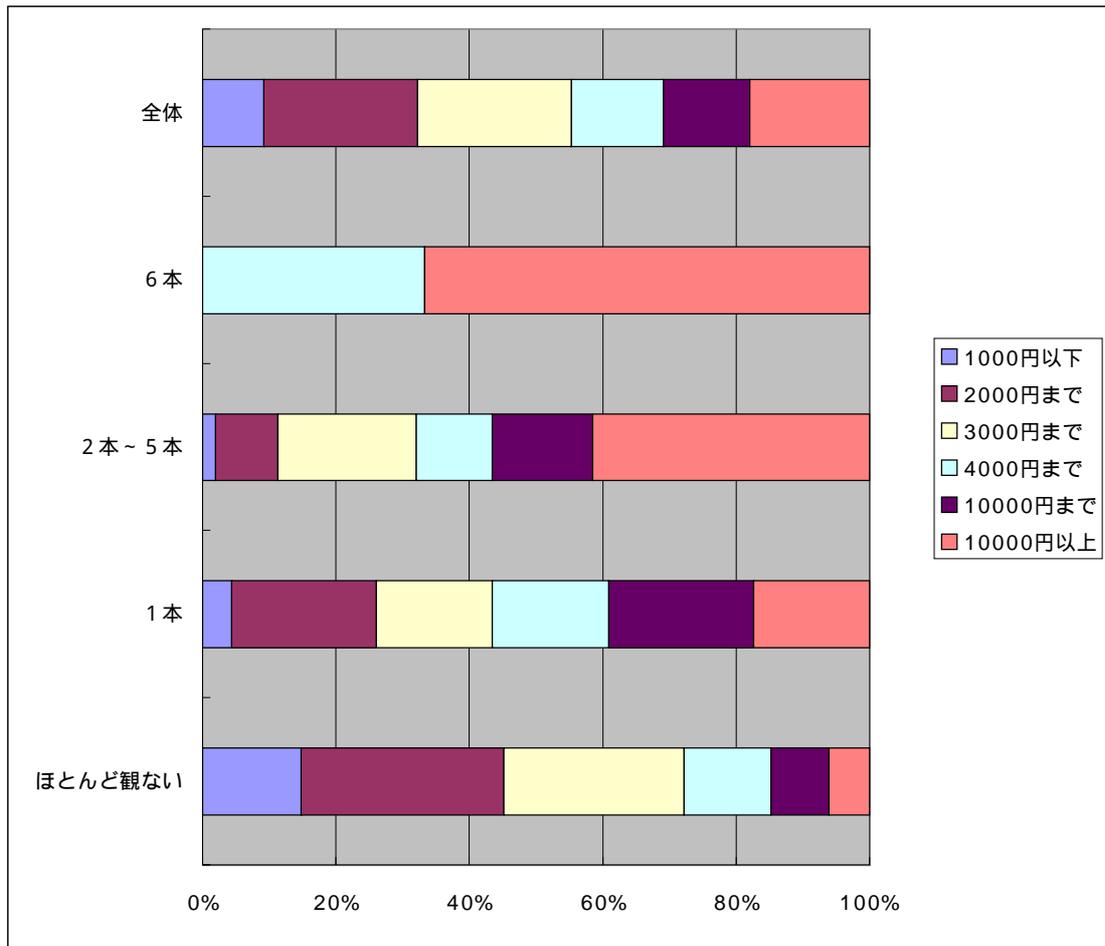
このアンケートは「NTR」により2003年11月14日～2003年12月1日まで、福岡市内の劇場及び北九州市芸術劇場で実施された。

複数回答の取り扱い等で、全体合計が「N・T・R」と一致しない部分もあるが、誤差僅少のため全体の傾向には影響がないものとする。

協力：「NTR」

NPO法人FPAP事務局長 高崎大志

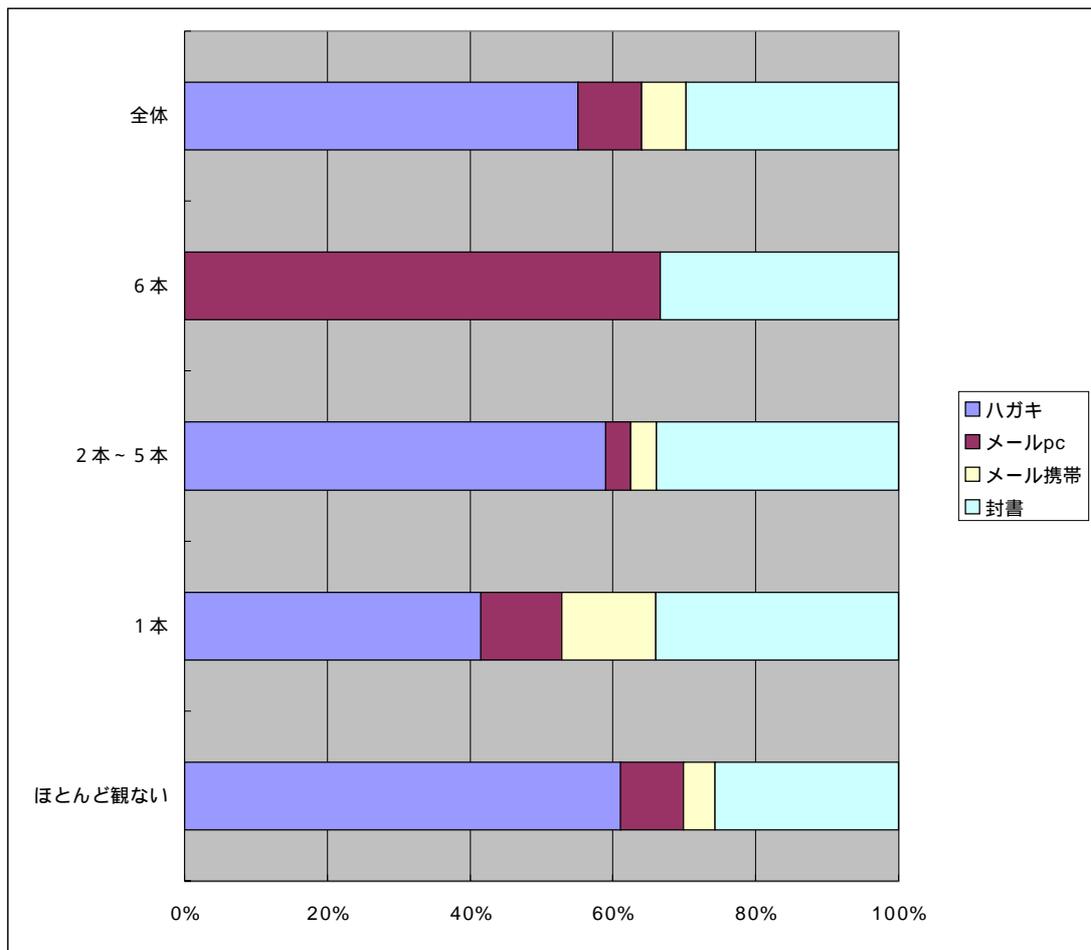
Q 1 あなたが月に一度だけ演劇を観る場合、チケット代にいくらまで払ってもいいと思いますか
 (選択回答制)



月の観劇本数	ほとんど観ない	1本	2本~5本	6本	全体
1000円以下	17	2	1	0	20
2000円まで	35	10	5	0	50
3000円まで	31	8	11	0	50
4000円まで	15	8	6	1	30
10000円まで	10	10	8	0	28
10000円以上	7	8	22	2	39
合計	115	46	53	3	217

月の観劇本数が、多いほど払ってもいいと思えるチケット代が増加傾向にあるが、これは当然の結論といえよう。芝居の規模（海外のオペラと地元団体の公演など）により値頃感が変わってくるはずなので、この統計自体は公演の金額を直接決めるための大きな要素にはならないかも知れない。

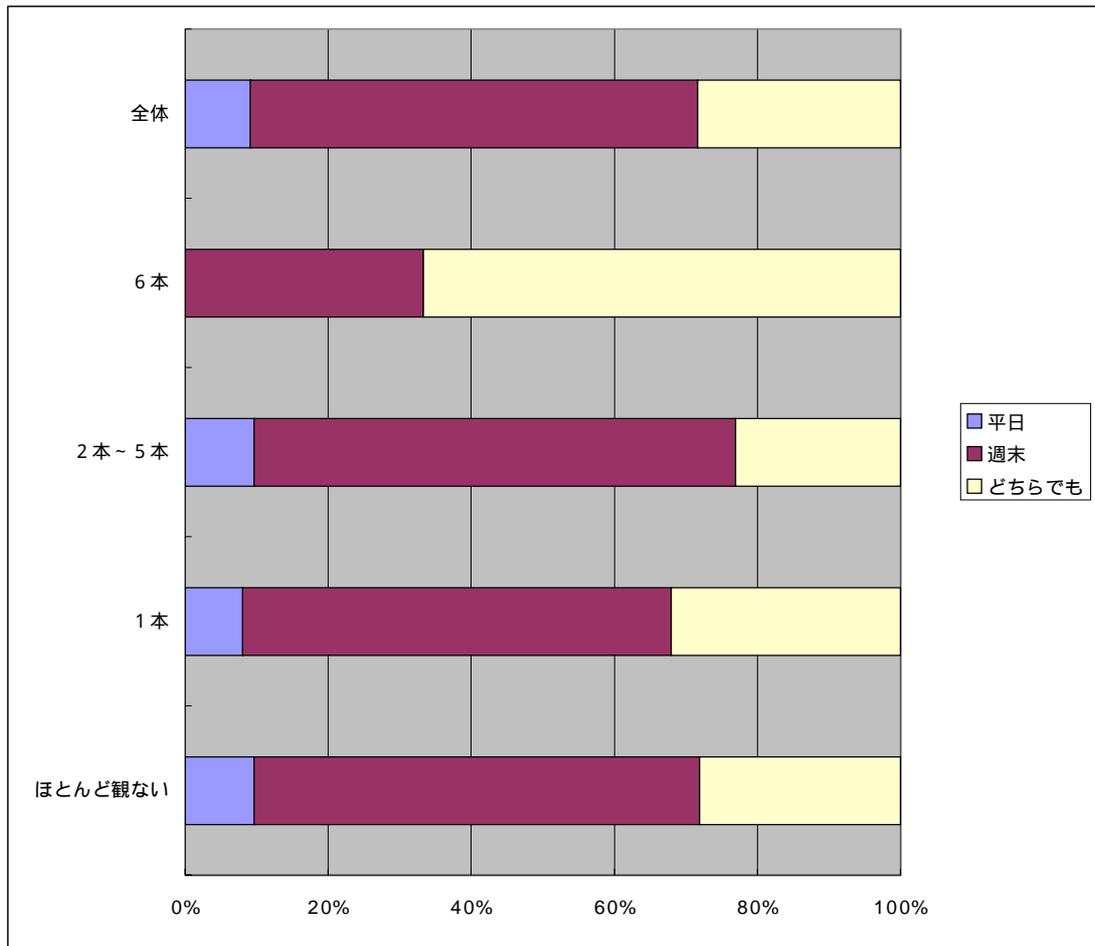
Q2 DMは何でもらうのが一番うれしいですか
(選択回答制)



月の観劇本数	ほとんど観ない	1本	2本~5本	6本	全体
ハガキ	69	22	33	0	124
メールpc	10	6	2	2	20
メール携帯	5	7	2	0	14
封書	29	18	19	1	67
合計	113	53	56	3	225

メールPCとメール携帯は、個人の持つメール媒体に左右されるので、PCと携帯あてのメールを一本化できるとしてもメールによる告知は主流にはならないようだ。メールでの告知は副次的なものになりそうだ。
ハガキ・封書がDMの基本になるのは動かないようだ。

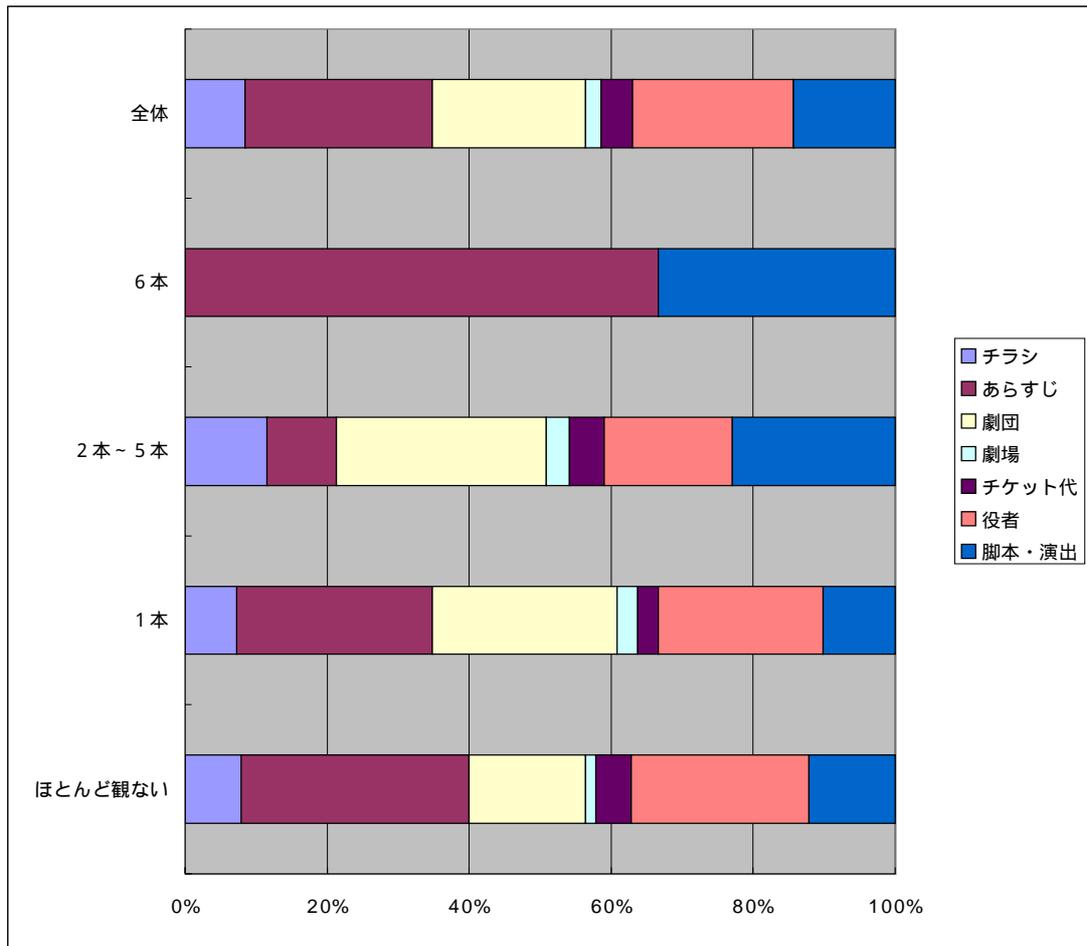
Q3 公演の日曜日はいつがいいですか
(選択回答制)



月の観劇本数	ほとんど観ない	1本	2本~5本	6本	全体
平日	11	4	5	0	20
週末	71	30	35	1	137
どちらでも	32	16	12	2	62
合計	114	50	52	3	219

やはり、週末公演が望まれているという状況は明らかだ。平日がいいという意見とどちらでもよいという意見を合わせると約40%になっており、平日公演もさほど遜色ないという見方も可能だろう。

Q 4 演劇を観ようと思う1番の決め手は何ですか
(選択回答制)



月の観劇本数	ほとんど観ない	1本	2本~5本	6本	全体
チラシ	11	5	7	0	23
あらすじ	45	19	6	2	72
劇団	23	18	18	0	59
劇場	2	2	2	0	6
チケット代	7	2	3	0	12
役者	35	16	11	0	62
脚本・演出	17	7	14	1	39
合計	140	69	61	3	273

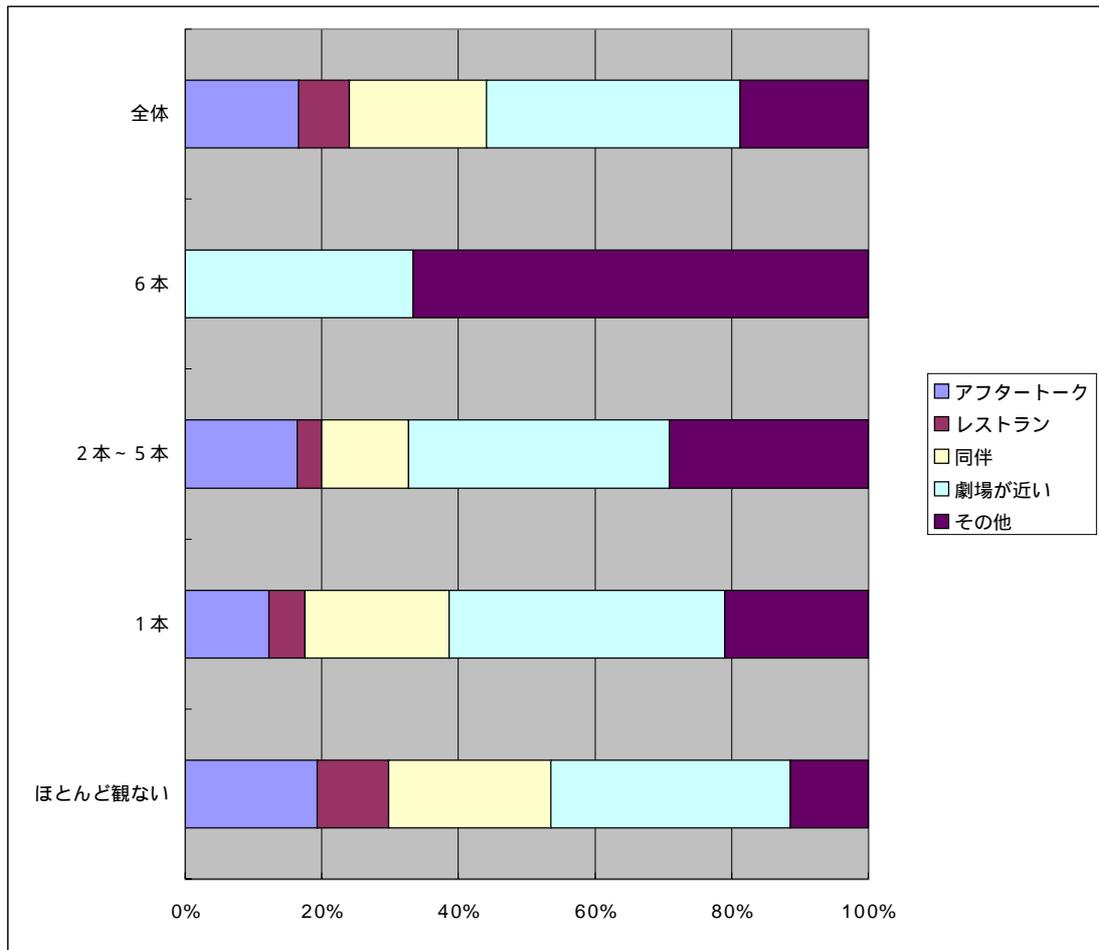
あらすじ・劇団・役者が主要な要素となっているようだ。ほとんど観ない層の「役者・劇団」はテレビに出ているような役者や、全国的に名の通った劇団であることが想定されるため、ほとんど観ない層にとっては無名といえる地元団体の「役者・劇団」は大した影響を与えないと考えるほうがよいだろう。

月に2本~5本観ている層(年間20~60本観劇)は「劇団」を決め手としている意見がもっとも多い。この層は頻繁に観劇している層で、劇団のブランドイメージを築き上げていくことが動員への要素となっているようだ。

あらすじについては劇団の規模と関わりなくアピールすることが可能なので(ストーリー性のない公演は除く)積極的にアピールした方が良さそうだ。

チラシの占める割合が少ないが、あらすじ等の情報を周知するには、やはりチラシの力が必要なので、チラシの重要性が低いとは読めないだろう。

Q 5 演劇を観るときに、作品以外に重要な要素は何ですか
 (選択回答制)



月の観劇本数	ほとんど観ない	1本	2本~5本	6本	全体
アフタートーク	22	7	9	0	38
レストラン	12	3	2	0	17
同伴	27	12	7	0	46
劇場が近い	40	23	21	1	85
その他	13	12	16	2	43
合計	114	57	55	3	229

劇場が近いという選択肢が占める割合が多い。近いというのは交通の便がよいと読み替えるしかないとして、劇場選択の重要なポイントになりそうだ。

同伴者がいるという選択肢が、月の公演回数が少ないほど大きな要素となっている。日頃、劇場に足を運ばない層を引きつけるには、同伴者を誘いやすい方策(チケット2枚買うと、割引になるなど)の検討も有効なようだ。同伴者がいる場合、公演が面白くなくても、その公演の悪口を言い合うという娯楽もある。また動員向上にもつながるため、積極的に検討してもらいたい。

観劇本数が多くなるほど、観劇以外の要素の締める割合が少なくなっているようで、裏を返せば観劇本数が少ないほど、観劇以外の要素(食事や同伴者いるなど)の必要性が高くなっていると言えそうだ。