

「演劇制作勉強会」報告書

はじめに

静岡市内に新しい劇場「人宿町やどりぎ座」が出来たことをきっかけに、2018年11月より、「演劇制作勉強会」を開催してきました。これは、静岡など地方都市の劇団が「制作」について考えようと思ってもどこから手を付けていいかわからないので、とりあえず「演劇の制作」をテーマに勉強会と称して集まりを続けてきたものです。

勉強会は3月末で8回を数え、思った以上に有意義な会になったので、広くみんなで共有しようと思い、「報告書」としてまとめることにしました。

足りない部分も多々ありますが、「地方都市で演劇を企画しようと思っている人」「地域劇団で活動している人」の参考になりそうな議題を中心にまとめていますのでご覧ください。

制作とは？

大きく以下のように分けられるのではないかな？

「企画」：公演企画の概要を作り予算立てをする。座組を作る。

「広報」：公演の告知。

「稽古場運営」：役者、演出が作品創りに集中できるような環境を作る。

「当日フロント業務」：観客対応。

地域劇団の場合、集団の規模が小さいので「企画」は劇団代表者や劇団会議で、「稽古場運営」は役者や演出自身で賄っていると思われる。「広報」は担当者を付ける場合もあるが、多くが役者兼任という場合が多く専任を置くところは少ない。「当日フロント業務」も劇団内に担当者はいるが、実際に現場を回すのは「外部からのお手伝い」という場合が多い。これらの現状から「制作」というと「広報」「受付」担当をイメージすることが多いが、大きな公演では制作と言ったら「企画（プロデューサー）」であると思う。

企画

企画を立てる

まずは企画を立てなければいけないが、どこから手を付けてよいかわからない。そこで参考に以下のチェック項目を提案したい。

【必要事項 5 W2H】

- ・いつ (When) : 準備(稽古)期間、本番日時、上演時間
- ・誰が (Who) : 出演者、共演者、スタッフ(お手伝い、誰に何を頼む?)
- ・どこで (Where) : 劇場(公演会場)、稽古場
- ・何を (What) : 題材(演目)
- ・なぜ (Why) : この作品を世に問いたい、劇団の存在を知らしめたい
- ・どのように (How) : 演出、広報、制作
- ・いくらで (How much) : 予算、チケット代、参加費

【具体例】

「朗読会をやってみたい」: 仕事をやりくりしながら、限られた稽古時間の中で表現活動を続けているが、出来たら小さくてもよいので公演をうちたい。

- ・なぜ? (目的) ⇒ 目標をもつことでモチベーションを上げたい。成果発表の場として。
- ・誰が? ⇒ 活動している仲間を出演者として、スタッフ(お手伝い)は友人に頼む。
- ・何を? ⇒ 小説短編集より。
- ・いつ? ⇒ 稽古期間 (週1×2か月)、本番日時(土曜夜)、上演時間(1時間以内)
- ・どこで? ⇒ 知り合いのカフェで貸し切りのような形で。
- ・どのように? ⇒ 共同演出、まず知り合いに広報する。
- ・いくらで? ⇒ 稽古場代は参加者の頭割。会場費は1ドリンク付きのチケットで賄う。
(上演許可料が必要か?も確認)

企画書

具体的に公演を開催するための指針となるものを一つ作っておくとよい。「チラシを作る」「チラシを置いてもらう」「後援をもらう」「客演を頼む」「お手伝いを頼む」などの際、参考にできる。場合によっては企画書から抜粋した書面を相手に渡すことでスムーズに事が進む。

項目は以下のものがあるとよい。これに必要な応じてチラシに掲載する内容などを足す。

【概要】

- ・公演タイトル・日時・会場・主催(劇団)名・チケット代など

【企画目的】

- ・この公演をうつつ意味 (今の時代、この土地、誰に伝えたいか)
- ・劇団としての意味 (地域・社会に対するアプローチ)

【劇団紹介】

- ・自劇団の基本コンセプト、特徴、公演実績など。

【添付】

- ・過去公演のチラシ、予算書など

劇団のブランディング

企画書に書く「劇団紹介」をさらに深く掘り下げる必要がある。企画書の説得力を増す目的もあるが、直接「チラシ作成」「広報」「演出」などの方向性に関わってくる。劇団で共通認識を持っていた方がよいだろう。

「どんな団体か?」「何を目指しているのか?」「自分たちのウリは何か?」「劇団のキャッチコピーは?」などみんなで話し合おう。(劇団の「テーマカラー」「象徴的なモチーフ」なども考えられたらより広がる)

お金の話

【予算を立てる】

ケースバイケースですが、大きくは

「劇場代がいくらかかるか?」「稽古場代、舞台美術(セット・衣装など)、広報(チラシ・宣伝)にいくらかけるか?」でおおよその支出が見えてきます。その金額を「会場キャパ(8割くらいの観客数で考える)×公演数」で割って「チケット代」を設定します。ここで自分たちの作ろうとしている舞台作品に適正なチケット代か?を考察することになります。

順番は様々ありますが、これで一応の予算書ができます。後は個々の項目を精査していきます。

「おおよその支出」を「適正なチケット収入」で賄いきれそうになかった場合は、他の収入も考えます。「団費」の投入、助成金の申請(多くは赤字補填で、支出として認めてくれない項目も多いので要注意)、広告料、公的機関や企業との共催(劇場費の割引、舞台セットなどの提供、広報支援など現金ではないが支出を抑えられる)、グッズ販売(グッズ制作に新たにお金がかかる場合は公演とは別予算で組む方がよい)などが考えられます。

【基本的な支出項目】

劇場：会場費、備品代

稽古場：いつも使う稽古場の料金×稽古予定日数でおおよそ目安を立てる。

広報：チラシ代(印刷費、デザイン費)、チケット・パンフ印刷費、郵送代(DMなど)、

舞台美術：材料費、デザイン費

照明・音響：機材費、人件費

衣装・メイク：材料費、制作費、デザイン費

謝礼など：振付、演出、お手伝いの弁当代、上演許可料・JASRAC、など

雑費：コピー代、台本印刷、記録(写真、映像など)、他

【チケット代】

チケット収入を考える時、「各券種が占める割合」がわかっていると金額が大きく変わってきてしまいます。自分たちの舞台の客層などを把握しておくことも必要です。そのため過去公演の券種割合、アンケートなどがあると便利です。

チケット代を決める際考えておきたい項目を以下に。

- ・「一般」のみか？「〇〇歳以下」「〇〇歳以上」「学生(大学生？高校生?)」「未就学児」などの券種も作るか？金額はどうするか？
- ・前売り金額、当日金額の差はどうするか？予約の場合はどちらの金額にするか？
- ・割引を作るか？ 早割り、セット割りなど

【劇場】

本番の時間帯だけ確保して予算を立てることの無いよう。仕込みにかかる時間も考えて枠を確保したい。下見だけでなく「小屋入り前に、実際の会場でリハーサルをしたい」という要望も出たりします。それらも加味しましょう。

「会場費」は本番が有料だった場合、その区分だけ倍になったりしますので、確認を。会場の備品、特に照明・音響機材などもいつから使用料が発生するのか確認してください。仕込んだ時点、リハーサルを始めた時点、本番のみ、会場費に含まれている、などありますので。

広報

「誰でもいいからたくさんの人に観にきてほしい」という気持ちもわかりますが、まずは「どの層の観客に、より届けたいのか？」という優先順位を考えておきましょう。その上で、「何の広報ツールを」「いつ・どのくらいの頻度で」「どこで」「どこに向かって」広報していくか。劇団で広報会議をしてもらおうとよいでしょう。担当者を決めたととしても、広報はみんなで行いましょう。

チラシ

ネットでの広報が一般的になりつつありますが、やはり今でもチラシは基本となる広報ツールだと思います。必要と思われる記載事項をあげますが、これらの事項はネット広報でも同様なので、同じようにまとめておきましょう。

【チラシ記載事項】

	必須事項	詳細事項
タイトル	劇団名、作品名	企画名、パフォーマンス種(演劇 or ダンス or 朗読など)
公演日時	年月日(曜日)、開演時間	開場時間、上演予定時間(終演予定時間)、受付開始時間など、見やすい表として掲載できるとよい。
公演会場	会場名	住所、地図、アクセス、交通手段
チケット	券種、値段	前売り、当日、発売開始日、入手方法(プレイガイド、ネット予約など)、取扱窓口、予約方法

内容	イメージ(写真、イラストなど)、 あらすじ、	キャッチコピー、見どころ、推薦文、
問い合わせ先	メール、電話番号(担当者名)	劇団サイト、Twitter、facebook
関係者	作者、演出者	出演者、スタッフ、客演
主催・後援	主催、共催、後援	協力
その他		団体紹介、あいさつ文、関連イベント

【チラシ配布先】(静岡の場合)

	まずは	さらに
置き	SPAC、やどりぎ座、あそ viva! 劇場、公的施設(ホール、生涯 学習センター)	飲食店、小売店、民間施設、イベント、
挟み込み	近隣の演劇公演	コンサート、講演会、
郵送	顧客名簿、高校演劇部	テレビ、ラジオ、新聞、フリーペーパー、 重要人物、劇団
手配り	知り合い	イベント、各種会合など

【検討事項】

あいさつ文、封筒の用意。チラシサイズ(DMにも使えるはがきサイズ)、チラシ枚数、質、印刷屋の検討。チラシ管理(どこへ何枚チラシを使うか、使ったか)。

ネット広報

ネットが重要な広報ツールになってきています。しかしまだ発展途中のツールでもあるので、この場でまとめきれません。以下は勉強会にて話題となったことを参考程度に。

- ・劇団サイト：あるとよい。
- ・facebook：関係者に近い人たちへの念押し。仕事関係。広告としても使える。
- ・Twitter、インスタ：繋がりのあまりない人へのアプローチ。若い人向け。写真付けるとよい。公式Twitter、リプライ、タグ付け。
- ・Line@：メールマガジンのような使い方。

情報はいつ、どれだけ出すか？ネタバレはよいか？NGは？あまりネタバレを恐れず、なるべく情報は多く出した方がよいのではないか？

マスコミ

新聞、テレビ、ラジオなどに取り上げてもらえるとう集客にむずび付きやすいが、「演劇をやっている人が、演劇の公演をやる」というだけでは当たり前すぎて取り上げにくい。「+α」があればそれを押していく。しかし、それがなくても「公演やります」という告知は続けていくと先方の企画に引っ掛かる場合もあるので、焦らず地道に告知は続けよう。

稽古場運営

小規模の団体であれば、専属を付ける必要なく各自で何とかやれてしまうことと思いますが、今一度以下の仕事は誰がやっているのか（やるのか）を確認しておくと思います。また、大きな企画を立てる（関わる）ことになった場合は以下の担当が必要になると思いますので参考にしてください。

連絡網(スケジュール管理)

LINE、Messenger、メールリングリストなどを使っていると思います。そこで「稽古スケジュール（稽古の出欠）」「業務確認」など、情報を共有したいことを流します。活発な議論に発展しそうな情報は直接会って話す方が良いでしょう。特に客演さんがいる場合、内向け・外向けと必要になるかも。

稽古場の確保

公民館など場所を確保しなければならない時は、誰かが手続きしなければいけません。独自で稽古場を持っていても「リハーサルは広い会場を」という話も出ますよね。どこをホームグラウンドとして使うかも大事だと思います。

また、借りた場所を稽古できる状態にする（備え付けの椅子・机を片付ける。床に場ミリをする。道具類を配置する。など）仕事もここに含まれると思います。（演出助手、舞台監督の仕事にしてもよい）

稽古場対応

見学者、取材、来客の対応。

スタッフ、お手伝いの稽古見学。

舞台監督・演出助手との連携

稽古場運営・当日フロント業務は、舞台監督や演出助手の役割と重なる所が多いです。「ここは誰が指示を出すのか」役割分担を決めて連携を取り合って進めていけるとよいですね。

当日フロント業務

当日フロント業務として考えられる項目を以下にあげます。実際には劇団外の方にお手伝いを頼むことが最も多い業務だと思います。その方々への説明・割り振りの参考にしていただけたらうれしいです。

受付

- ・会計（当日券、当日精算券、払い戻し）
- ・配券（取り置きチケット、招待券）
- ・もぎり（整理券配布、半券集計）
- ・パンフ渡し
- ・グッズ販売窓口、差し入れ・荷物預かり、取材対応

会場案内

- ・観客誘導（空き席、見切れ席の把握、未就学児対応、場外誘導）
- ・避難誘導（避難経路確認）
- ・注意事項（前説）
- ・場内アナウンス（前説）
- ・開演判断（舞台監督－フロントの連絡）

当日バックヤード業務

- ・楽屋受付（関係者チェック、楽屋訪問窓口）
- ・楽屋ケータリング（おやつ、お弁当の手配）
- ・舞台記録（写真、映像）
- ・買い出し（会計）

票券管理

チケットの管理も制作の大事な仕事です。この延長に「当日フロント業務」があるわけです。

【配券計画・管理】

- ・プレイガイド、手売り用に何枚必要で、今何枚どこに発券しているか？の把握。
- ・ネットでの決済。Livepocketなどのサービスの利用。
- ・予約数の把握。当日精算にする場合のキャンセル率。
- ・招待券を出すかどうか？ 割引をどうするか？

おわりに

地域劇団の活動で「演劇制作」は後回しになることが多いです。しかし、劇団の活動を発展的に継続していこうと思ったら、今一度「演劇制作」について考えてみてください。

この報告書を参考に、少しでも皆さんの演劇活動が楽になったら幸いです。

「演劇制作勉強会」

2018年11月19日(月)～2019年3月25日(月)・計8回

人宿町やどりぎ座にて

報告書まとめ：伽藍博物堂（佐藤剛史）