

事業区分	文化芸術事業		鑑賞事業			
事業名	鳥取県民文化会館開館20周年記念事業 東西狂言会 野村家×茂山家					
目的・内容	<p>[目的] 東西の狂言会で一番の人気を誇る野村家と茂山家の狂言を県民文化会館開館20周年記念事業として実施する。県民に日本の代表的な古典芸能の鑑賞機会を提供することで、伝統文化への更なる感心と興味を持ってもらうことで鑑賞者拡大を図る。</p> <p>[演目] ①東西トーク、②蚊相撲、③蝸牛、④だんご聲(出演:茂山千五郎、茂山千三郎、野村萬斎ほか)</p> <p>[アフター事業] 『千三郎さんと、はじめての狂言』平成26年1月24日(金)／会場:とりぎん文化会館リハーサル室 内容:狂言講座・笑ワークショップ・狂言「柿山伏」・質問コーナー 来場者:77人</p>					
開催日時	平成25年11月1日(金) 開演18:45					
会 場	とりぎん文化会館 梨花ホール					
入場料 (友の会)	特等席 6,000円 (5,500円)	一等席 4,000円 (3,500円)	二等席 2,000円 (1,500円)	高校生以下 1,000円 (一等、二等席のみ)		
集客状況	入場者数 1,268名	設定席数 1,342席	集客率 94%			
事業費状況	予算額	収入 4,105,000円	支出 5,785,000円	収支比率 71%		
	決算額	収入 5,226,000円	支出 5,094,442円	収支比率 103%		
来場者 アンケート (主なもの) 回答者数 490名	<p>回収率39%、満足度89%、新規顧客獲得率17%</p> <p>・今日は着物を着てちょっとおしゃれをして日々の忙しさを忘れ、特別な時間の中に身を置いてうれしいひと時でした。(湯梨浜町 50代 女性)</p> <p>・佐治に住んでいるので「だんご聲」を観られてうれしかったです。「だんご」は佐治谷ばなしの代表的なものなので楽しく観られました。(鳥取市 10代 女性)</p> <p>・流儀によって違いがあることを初めて知りました。昨年同会館で茂山家がされた蚊相撲と今回の野村家がされた蚊相撲では違ったので面白かったです。(米子市 20代 女性)</p> <p>・東西の違いや共通していることなど、とても勉強になりました。だんだん耳が鳴れてきたし、始めの解説もあったので想像しながら観ることができました。また観たいです。(鳥取市 10代 男性)</p>					
1次評価 (内部)	<p>[成果] ・例年は茂山家、野村家どちらかを招へいすることはあったが、会館20周年記念事業ということもあり茂山家と野村家の両家が一同に招へいできたことで公演一ヶ月前にチケットが完売となったことは非常に良かった。 ・広報においては、湖山街道沿い、および鳥取駅から会場までの商店などの店舗の協力を得て、幅広く広報を行うことが出来た。また新聞広告を効果的に取り入れることで県民へ幅広く周知することができた。 ・販促においては、企業への訪問、今回の演目「だんご聲」原作の地である佐治町、その近辺の町村へ営業を仕掛けることで八頭町、智頭町、若桜町からの来場者数が毎回10名程度であったのが今回は40名近くの来場となった。昨年度から鳥取市隣接の町村への販促を強化しているが、「だんご聲」とのつながりもあり、大幅に来場者数を増やすことができた。 ・公演序盤のトークで、今回の狂言が初見という方も多く来場する見込みだったことから、誰にでもわかりやすい解説を行っていただくよう事前に注文をつけていたが、こちらの要望以上の所作や舞いなども披露していただき非常にわかりやすい解説となった。結果、観客はその後の演目へ集中することができた。 [課題等] ・今回は出演者の知名度が非常に高かったこともありチケットは完売となったが、次年度以降も今回のように多くの方に来場いただく公演を提供することが重要。本公演のアフター事業による、わかりやすい狂言を観ていただくことで、初見での鑑賞者をコアなファンに育成することも重要と感じた。 ・一般発売前にポスター・チラシを作成していた当時はテレビCM広報という幅広く県民に周知できる広報媒体が無い状態で満席にすることは極めて困難であると感じていた。ここまで反響が大きいとは思いもよらなかったことから、見極めを誤り、結果的に印刷物が余ってしまった。チケットの販売状況に応じてチラシの増刷を行うなどの計画を立てておく必要もあったかもしれません。 ・開場時間が45分と長かったことから、開場時に来場された方々が暇を持って余していたのを見て、開場時間を長めに設定する際にはホワイエでパネル展示などを行って来場者を飽きさせない仕掛けが必要だと感じた。</p>					
2次評価 (財団評議員)	<p>[量的成果] ・入場者達成率が目標より20ポイント以上高い達成(100%／1,000人→126.8%／1,268人)となり、顧客満足度、アンケート回収率ともに高く、来場され方には、特に初めての方には狂言に対して認識が変わり、おもしろさを十分に堪能していただいたのではないかと思う。友の会員率も高く、今後の友の会の会員からの口コミによる広がりも期待できる。開館20周年にふさわしい事業内容で、大成功といえよう。 [質的成果] ・知名度の高い狂言師のネームバリューを生かした販売推進や、地域性のある創作演目企画、マネジメントの質も高かった。 ・新規顧客が半数に上ったことは、これから狂言鑑賞の広がりを感じさせるし、広報の取り組みの成果だと考える。また、佐治谷ばなしなど地元の内容の話が上演されたこと、東西の狂言が一度に鑑賞できることも大きな魅力となり、ビーターを増やす要因となったのではないかと思う。 ・知名度の高い役者が出演していること、佐治谷話という鳥取を素材にした演目が含まれていること、狂言はそもそも喜劇であって親しみやすい内容であることなどから、より舞台芸術へのアクセスが厳しい男性や若年層へのアプローチを積極的に行ってみるという試みがあつても良かったのではないか。 [課題等] ・多くの新規鑑賞者に古典芸能鑑賞のきっかけを作ったことは、本公演の大きな成果といえる。新規鑑賞者を含め、多くの狂言ファンの方にも、他の日本の伝統芸能にも興味を持っていただき、他の伝統文化事業に導いていくよう、日本の文化、日本の心を養う講座(今回のアフター事業内容のよう)を多く企画し、身近なものになるよう長期的な取り組みが必要と思う。 ・狂言をきっかけに、他の古典芸能へ興味関心を持つ方が増えていくように、狂言を中心とした古典芸能の公演を継続していくことが大切であると感じている。</p>					
今後の対応、 取組状況	<p>・狂言等の古典芸能公演は県内実施数が非常に少ないことからビーターを育てることが非常に難しい。歌舞伎、文楽等含め、計画的に、そして継続的に鑑賞の機会を県民に提供していかなければならない。今回のようなブランド力が非常に高い公演以外でも、チケット単価を抑えるなど、来場しやすい環境を整えるべきだと考える。</p> <p>・来年度実施予定の狂言は現代語の多い狂言であり、幅広い年齢層に受け入れられやすい公演である。今回の広報・販促を生かしつつ、趣向を変え学校へのチラシ配布、家族が多く訪れる箇所でのイベント実施などと変化をつけ、これまでの実績やデータを活かしつつ、さらに意義のある公演となるような仕掛けを考えていきたい。</p> <p>・近年の狂言公演は2年間で本公演を2回、プレ及びアフター事業を3回、合計5回実施することとなる。古典芸能の枠組みからすると手厚く実施できているが、今後は淨瑠璃や歌舞伎といった実施から遠ざかっている事業の実施も必要かと考える。</p>					