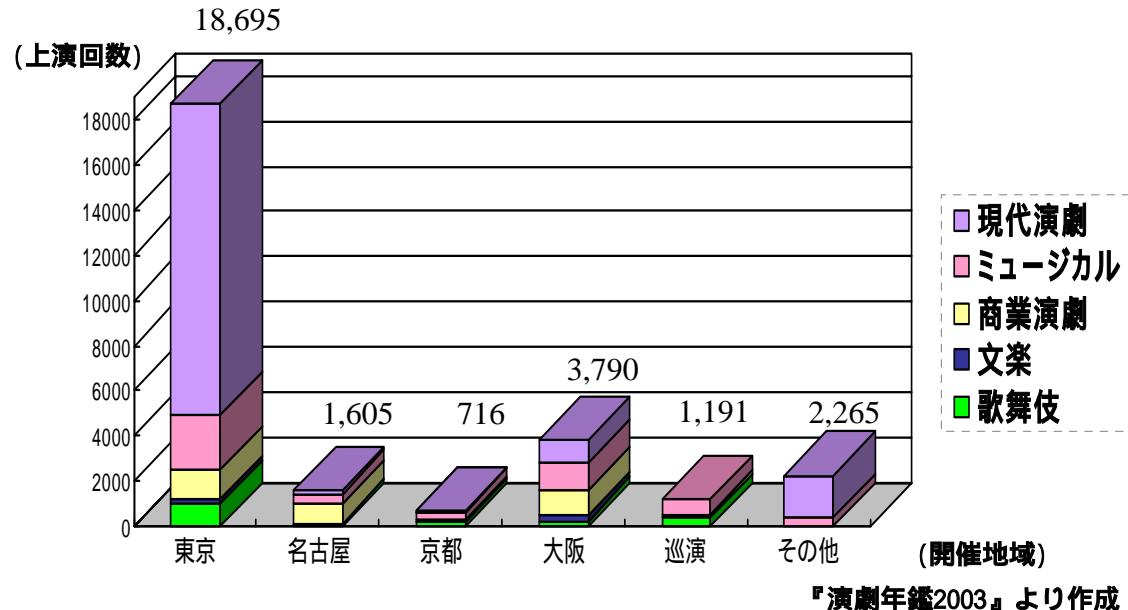


演劇の現状

能楽、文楽、歌舞伎など、古くから多様な舞台芸術が存在。大劇場でのロングラン公演では特に劇場周辺の地域に対する高い経済効果もあるが、米国との人口比でも市場は小さく、開拓の余地あり

<演劇の市場規模>



市場規模：約1200億円

一般に開催情報を告知あるいはチケット販売を行う
有料演劇イベント
(2003年；ぴあ総研調べ)

観客動員数：約1100万人

カンパニーベース(プロデュース公演は含まず)
(2002年；「演劇年鑑2003」掲載団体うち
432団体の集計 + 劇団四季分)

演劇、コンサート、スポーツ等のライブ・エンタテインメント市場規模1兆2000億円の10%を演劇が占める

劇場への交通費、飲食代、土産代、地方からの観客のホテル代等、周辺地域への経済波及効果も高い

米国の演劇市場は日本の約3倍の4000億円(2002年)

小劇場系を中心に東京一極集中傾向。能楽、文楽、歌舞伎等は専用の劇場・ホールが東京・大阪に集中

演劇の課題

舞台公演は大都市(特に東京)一極集中型、“売れる”公演の実現が難しい風土

舞台公演の大都市(特に東京)集中傾向

中小劇団は地方公演の実施が困難

自前の劇場を所有する一部の大興行主を除き、事業規模が小さくブランドイメージの定着していない中小劇団は、地方巡演や利益の出やすいロングラン公演が困難。公共ホールの活用にも限界あり

民間経営の劇場の相次ぐ閉鎖

不況に伴うスポンサー企業等の撤退で劇場の維持が困難となり、近鉄劇場・近鉄小劇場(2002年末)等、地方都市における劇場が相次ぎ閉鎖

一部の成功例を除きPR・マーケティング不足、前近代性、人材育成等の環境整備

「経営」と「芸術」のバランスをとることが困難

明瞭な会計システムを持ち、商業的成功を実現している劇団は圧倒的少数。また、商業的・人気主義的な劇団は公的な支援を得るのが困難

成功に向けたビジネスモデルが少ない

出演に関する明示の契約をする慣行なし

劇団との専属契約がある場合を除き、興行主と俳優等との明示の出演契約が無いことが多い。成功しても二次利用されても追加報酬の取り決めがない。そのため、無断録音・録画に対して迅速に対応できない

演劇子役の就労可能時間に制限

児童の福祉・道徳の保護や、心身の正常な発育に留意したうえで、2004年度中に21時までの延長が検討・措置されるが、興行主側は22時までの延長を要望

演劇の課題への対応策

事業者による「ビジネス化」

事業者の取り組みとして望まれる事項

劇団経営の近代化(「芸術」と「経営」の両立)、公的助成や投融資を受けやすくなるための情報収集・公開

興行規模や動員数などの基礎的な経営データ、統計をまとめるとともに、会計システムを明瞭化し、劇団経営の透明化を図ることにより、外部から支援を受けやすい環境の整備が必要

舞台出演契約締結の徹底

現状では、興行主と演出家等個々の創作者との間の権利関係が不明瞭。無断録音・録画への対処のためにも、契約による権利関係と収益分配ルールの明確化が望まれる

インターネットやその他のメディアとの連携など、興行の成功に向けたビジネスモデルの構築

ロングラン公演への取組み

舞台の仕込み(舞台美術・照明等の設置)にかかる期間の短縮、長期間の使用が難しい公共施設や貸館の利用以外の方法を探る等により、収益性の高いロングラン公演実現への工夫が望まれる

演劇の課題への対応策

公共のものを含む劇場施設の有効活用および税制整備などを通じた演劇分野のビジネス活性化を図る必要

政府が取り組むべき事項

文化施設の連携強化、見本市的な「場」の設定

- ・1回限りの公演では採算の取れない公演についても、複数の自治体・施設が連携して招聘することにより黒字巡演が可能となるよう連携の強化を支援
- ・公共施設の機能を強化し、施設同士のネットワークづくりを促進
- ・「発表の場」がない劇団、関連産業のヒト・モノ・情報が集まるブロードウェイのような「集積地」の設定

学校教育の場で劇場公演の鑑賞機会および創作活動参加への取組み支援

投資優遇税制の拡充など税制面での支援

- ・興行や作品への投資を活性化させるための個人・法人への税制優遇措置の検討
- ・劇場の固定資産税の軽減

演劇出演契約のひな型作成支援

舞台公演にかかる収益分配や無断録音・録画への対応にかかる業界の自主的なルール策定を促進するため基本契約のひな型作成を支援

演劇子役の出演する公演時間の多様化

芸術文化の振興や児童の福祉など幅広い観点を踏まえて検討