

令和5年度

劇場・音楽堂等活性化・ネットワーク強化事業

(地域の中核劇場・音楽堂等活性化)

成果報告書

団 体 名	一般社団法人わらび座	
施 設 名	わらび劇場	
助 成 対 象 活 動 名	公演事業	
内 定 額 (総 額)	12,145	(千円)
	公 演 事 業	12,145 (千円)
	人 材 養 成 事 業	0 (千円)
	普 及 啓 発 事 業	0 (千円)

1. 事業概要

(1) 令和5年度実施事業一覧【公演事業】

番号	事業名	主な実施日程	概要 (演目、主な出演者、スタッフ等)	入場者・参加者数(人)	
		主な実施会場		目標値	実績値
1	秋田・祭エンターテインメント「This is Akita! 2023」(仮題)	9月16~18日、11月3~5日、11日、12日	演目：秋田の伝統芸能創作エンターテインメントステージ 出演者：わらび座、地域の芸能団体	目標値	460
		あきた芸術村小劇場		実績値	398
2	わらび劇場夏公演「北斎マンガ」	8月5日~19日	演目：ミュージカル「北斎マンガ」 出演：わらび座 スタッフ：演出マキノノゾミ他	目標値	1400※2
		わらび劇場		実績値	1,035
3	冬の小劇場わらび座ファミリーミュージカル「新解釈・三湖伝説」(仮題)	12月2日~3月24日	演目：ミュージカル「新解釈・三湖伝説」 出演：わらび座 スタッフ：栗城宏、鈴木潤子他	目標値	2,500
		あきた芸術村小劇場		実績値	3,031
4	お正月特別公演 新春顔見世&ミュージカル「ワンス・アポン・ア・タイム・イン・アキタ」	1月1~3日	演目：新春顔見世特別公演ほか 出演：わらび座	目標値	750
		わらび劇場		実績値	456

※ …新型コロナウイルス感染症の影響があったもの

※2…交付申請時に内訳欄の数字記載ミスがあったため、交付申請時の数値から当該数字に変更。

2. 自己評価

(1) 妥当性

自己評価
ミッション（社会的役割等）・ビジョンや地域の特性等に基づき、事業が適切に組み立てられ、当初の予定通りに事業が進められていたか。
<p>「生活に感動を。いのちに芸術を。」をミッションに、「世界で最も帰ってきたくなる劇場」をビジョンに掲げ、目指すべき①～⑥6つのビジョン項目を設定し事業組み立てを行った。“①観光、教育と連携した取り組みを進める”では、ファミリー向けの作品の創作、修学旅行の取り組みの継続、交流人口の拡大を目的とした取り組みとして、ミュージカル「ワンス・アポン・ア・タイム・イン・アキタ」（助成対象外事業）やミュージカル「新解釈・三湖伝説」（事業3）のロングラン公演の開催により、修学旅行や県外からの観光客を取り込む取り組みを行った。また、“②市民自らが表現者、創造者となる機会の創出”では、事業1において地元飾山囃子の手踊り7団体が日替わりで出演し、コロナ禍で発表の場が減少する中、発表の場として地域文化の価値の再認識の機会として有意義な取り組みとなった。また、修学旅行生を対象とした踊り体験教室を行い、5,762人が参加した（助成対象外事業）。“③秋田、地方から世界に通用する舞台芸術を創造・発信する”では、秋田の地域文化を生かした日本オリジナルミュージカル「新解釈・三湖伝説」（事業3）含む新作3作を創作した他、祭りや民俗芸能を活かした祭りステージ「This is Akita!」（事業1）での新演出では、太鼓や提灯を客席1つずつに設置する参加型の舞台が外国人観光客にも好評を得た。“④次世代の舞台芸術を支える人材の育成を図る”では、事業2や事業4を通じたマキノノゾミ氏や鈴木聡氏他一流の創造スタッフを招聘により、レジデントカンパニーわらび座の実演者・創作スタッフ・舞台技術スタッフ・制作スタッフの育成に努めた他、若手の創作スタッフへの起用を積極的に行った（事業1、3、4）。“⑤持続可能な劇場運営のための確かな収入基盤をつくる”ではSNS広告へ新たに取り組むなどプロモーションの強化を進めたほか、各新作創作にあたってスポンサーの獲得に取り組んだ。“⑥地域や社会課題への解決へ取り組みをすすめる”では、仙北市子ども演劇教室やシニアミュージカルに取り組み、認知機能への影響を医学的に検証する取り組みを行った（助成対象外事業）。これらの事業は、心豊かな生活をおくることができる社会を実現するための場、芸術文化による感動体験を通じて、生きる活力を生み出し人々や社会と関わる喜びをひろげていく、世界へつながる広場を目指す劇場ミッションに基づき事業が組み立てられ、計画通り実施することができた。また、無形民俗文化財という豊かな地域資源を活用した交流人口の獲得や地域ブランドイメージの向上に貢献できる手ごたえをえるシーズンとなり、少子高齢化が深刻な秋田において地域のニーズに応える内容であったと考える。</p>
助成に値する文化的、社会的、経済的意義等が継続して認められるか。
<p>[文化的意義] 日本・秋田ならではの文化芸術資産特に民俗芸能を生かした、自主制作作品の創出はレジデントカンパニーわらび座を抱える劇場ならではの取り組みであり、コロナ後にも全国からの大きな支援により活動を継続できていることは、文化的意義への評価に他ならない。2023年度の事業でも、祭シアター「HANA」（助成対象外事業）では東北6大祭りを、「This is Akita!」では重要無形民俗文化財でもある「角館祭りのやま行事」や「西馬音内盆踊り等を盛り込み、新たな参加型の演出の工夫を行うなど、高い芸術性と広く観客を取り込めるエンターテインメント性双方の視点を重視し、新たな自主制作作品の創出に意欲的に取り組んでいる。[社会的意義] 今年には約8,525人の修学旅行生が観劇に訪れ、5762人が踊りのWSに参加した。教育との深い結びつきは45年以上の取り組みとなっており、当劇場の最も大きな社会的役割だと考える。[経済的意義] アンケートによると、一般来場者のうち約35%が劇場の観劇だけでなく観光をする、同じく約34%が宿泊をするという回答を得た。これらのことから、劇場来場者による一定の消費行動は地域経済へ一定のインパクトがあると考えられる。</p>

(2) 有効性

自己評価

目標を達成したか。

2023年度の公演事業においては、特に達成したいビジョン①③⑤⑥である下記の4つに照準を合わせ目標と指標の設定を行った。

【目標1】公演事業を通じて、フレンドリータウン協定を結ぶ自治体数を増やす。

【指標1】フレンドリータウン協定締結自治体を前年度プラス3自治体を目指す。

*達成状況：9自治体から、2023年度締結数12自治体となり、目標を達成した。

【目標2】舞台の質を高めていくことで、創造発信力を高める。

【指標2】2020～2022年の同規模類似事業のアンケート統計上の鑑賞満足度を各事業各3%アップ。

*達成状況：

事業1は81%で目標78%を大きく上回り達成した。

事業2は目標75%に対し、78%の実績で目標を上回った。

事業3は目標73%に対し、65%で目標に及ばなかった。

事業4は目標86%に対して77%と目標に及ばなかった

【目標3】収入におけるスポンサー・協賛金・寄付金等収入の割合をあげる。

【指標3】全収入におけるスポンサー収入・協賛金・寄付金の割合を3%増加させる。

*達成状況：2022年度スポンサー収入・協賛金・寄付金の全体の割合24.6%に対し、2023年度は27.6%で達成することができた。

【目標4】子どもの鑑賞者数を増やすことで舞台の感動による情操教育、ふるさと教育につなげる。

【指標4】わらび劇場・小劇場の子ども鑑賞者数を前年度対比5%アップさせる。

*目標4達成状況9137名の実績となり、昨年実績(8491人)の対比約7.5%のアップとなり、目標を達成。

指標1の達成により、各自治体との協働により3,012人の秋田県内の子どもたちの鑑賞が実現し、指標4の子どもの鑑賞者数の目標前年対比5%アップを達成した。劇場来場者数19,664人のうち44%(7852人※一般来場者数はアンケート調査より算出)が県外からの来場であり、一般来場者の55%が観劇の前後に観光をする、27%が宿泊をすると回答があり、劇場への来場が観光・教育と連携した交流人口活性化、県内児童・生徒への情操涵養の取り組みにつなげることができた。なお、観劇した子どものうち、5,762人の子どもたちに専属劇団の俳優による踊り体験ワークショップを行ったほか、シニアミュージカルを県内2自治体で行うなど、地域との関係性を深める取り組みが派生的に生まれ、少子高齢化が深刻な課題である仙北市において地域課題の解決に寄与する取り組みが広がっている。また、地方から世界に通用する舞台芸術を創造発信するというビジョン⑤に対しての大きな成果は、事業1で取り入れた観客1人1人が太鼓・提灯で参加する観劇スタイルが生み出されたことである。あらゆる年代や言語などのボーダーを超えて楽しむことができ、台湾の旅行会社やインフルエンサー、メディア等の視察においても大変好評だった。地元飾山囃子の踊り手の出演も取り入れ、地域の文化的資源を世界へ通用する舞台芸術の創造発信していく手応えを得た。観客のアンケートでも設問回答者の中で93%が大変良かったとの回答であり、他事業と比較して非常に満足度が高かった。なお、設問の回答を得た総数に対しての「大変良かった」の比率は、事業1は93%、事業2では89%、事業3では81%、事業4では91%であり、「大変よかった」と「良かった」の合計比率はいずれも98%～100%で高い水準であった。[ビジョン⑥持続可能な劇場運営のための確かな収入基盤をつくる]では目標数値を達成することができた。地元協賛企業や提携自治体職員等への演劇スキルを用いたコミュニケーションWS約35件の実践など関係を深める取り組みも行うことができた。

(3) 効率性

自己評価

アウトプットに対して、事業期間が適切で、当初の計画通りに進んだか。

全体の対象事業の来場者では5110人の目標に対し4920人（達成率96%）となり目標に及ばなかったが、事業の質・来場者の人数や満足度など概ね計画通りの成果を得ることができた。

事業1「秋田・祭エンターテインメント This is Akita!2023」公演数8回は、公演時期を5月から9月に一部変更を行った。今回は、客席へ太鼓と提灯を設置して参加できる新演出を取り入れるなどによる創造期間の確保のために変更を必要とした。結果、ファミリーや外国人観光客への訴求力のあるコンテンツが生まれたことから適切な変更であったと考える。広報面でも効率化を図ることができた。また、今回は入場者率は高かったものの、収益率が最も低い事業となった。創造性としては一定のアウトプットの成果がみえたため、今後はより立ち寄りや宿泊する観光客、外国人観光客を取り込める事業期間の設計を模索し、収益性改善に努めたい。

事業2「わらび劇場夏公演「北斎マンガ」公演数10回は計画通り実施することができた。目標来場者数1400人に対しては、1035人（達成率74%）で目標に及ばなかったが、夏休みの時期の一定期間の上演により、来場者の約47%が秋田県外からの来場へつながったこと、49%が50歳以下の来場者、51%が60代以上の来場者となり、かなり幅広い世代を呼び込むことができた点からも、事業期間としては適切であったと考える。

事業3「冬の小劇場わらび座ファミリーミュージカル 新解釈・三湖伝説」公演数49回は、機材トラブルにより50公演のうち、1公演を中止することとなったが、迅速な対応により最小限の影響でとどめることができた。来場者は3031人で、目標に対して達成率121%となり、収益率も計画より大きく改善し、最も効率性の高い事業実施を行うことができた。降雪地域の冬期間の集客は厳しい環境であるが、地方の過疎地域ならではの観光や教育と連携した劇場関係人口を生み出す事業として、また、レジデントカンパニーの存在の強みを生かした事業として評価している。

事業4「お正月特別公演 新春顔見世&ミュージカル ワンス・アポン・ア・タイム・イン・アキタ」公演数3回は計画通りに事業を実施することができた。来場者目標に対しては、456人（達成率61%）と最も厳しい結果となった。本事業の特徴である「お正月三が日公演」という点で、地域住民のリピーターが多く、アンケートにおいても88%が劇場へこれまでに足を運んだことがあるという回答で、作品が変わる度に見ているという回答が42%となった。過疎地の冬季に実施するイベントとして地域住民の期待が伺え、地域の新年を迎えるに不可欠なものになっている一方で、今後より一層の広がりを生み出すプロモーションや企画の工夫が必要と考えている。

アウトプットに対して、事業費が適切で、当初の計画通りに進んだか。

各事業の予算執行は、概ね当初予定通りに執行することができた。

<各事業の予算対比の執行状況>

事業1 78.54%

事業2 106.99%

事業3 92.41%

事業4 85.16%

事業合計では当初予定額に対して、91.69%の事業費となり、事業費を押さえつつ、当初予定から大きな乖離をなく実施することができた。事業1は実施日を秋に集中させることで、広報の効率化ができ、広報費を削減することができ、当初予定より事業費を抑えることができた。

(4) 創造性

自己評価

地域の文化拠点としての機能を最大限に発揮する優れた事業であった（と認められる）か。

◆第2回伊藤熹朔賞特別賞受賞、益社団法人日本照明家協会の第42回日本照明家協会賞奨励賞受賞

レジデントカンパニーで長年舞台技術班の班長として当劇場の制作に携わってきた、宮本博司が第2回伊藤熹朔賞特別賞を受賞した。選定理由には、「雪深い仙北の地、東日本大震災、コロナによる上演動員等の演劇環境の大変厳しい中、大道具製作部門の棟梁として数多くの道具製作・背景表現を製作指導し、若手の育成を担っておられる。舞台装置の完成度を高める努力に敬意を抱くと同時に、地域の舞台創作において頼もしい人故に特別賞を贈るに相応しい人材と考える。」とある。4事業すべての舞台美術の制作も担当している。また、同じく舞台技術チームの照明チーフとして活躍する、三重野美由紀が第42回日本照明家協会賞奨励賞を受賞し、2年連続の受賞となった。事業3の他、事業4では2部の照明プランを担った。

◆地域資源（祭りや民俗芸能）を活かした新たな価値の創造

レジデント・カンパニーである劇団わらび座により、日本の民俗芸能をベースにした他に類のない独自性をもった新作の創造、ロングラン公演を実施することができた。特に、事業1「秋田・祭エンターテインメント This is Akita! 2023」の事例では、秋田県の民族芸能の粋をあつめたエンターテインメントステージの創造に加え、各座席に1つずつ小型の太鼓と提灯を設置、客席に紅葉吹雪をふらせる新演出は今後の作品創作に手ごたえを得る成果を得た。地元自治体からも秋田県の魅力を凝縮した演目として評価をいただき、台湾からのインバウンドモニターツアーの立ち寄りを3回にわたって受け入れた。あらゆる年代や言語などのボーダーを超えて楽しむことができる演目として、台湾の旅行会社やインフルエンサー、メディア等の視察においても大変好評であり、次年度以降の創客へつなげていくよう継続したコンテンツの磨き上げに取り組んでいる。地方から世界に通用する舞台芸術を創造発信するというビジョンの実現に向け進めていきたい。

事業3「冬の小劇場わらび座ファミリーミュージカル 新解釈・三湖伝説」は、日本国内でも屈指の観光資源である田沢湖（仙北市）、十和田湖（鹿角市）、八郎潟（潟上市）を舞台にした「三湖伝説」では、秋田県内のファミリー層の観劇機会の拡大、子どもたちのふるさと教育素材としての活用、また秋田県内外の交流人口拡大へのニーズに応えることができ、地域のブランドイメージの向上に寄与する作品創造となった。芸術監督の栗城宏が演出を務めたが、脚本家にはレジデントカンパニーの若手俳優を起用し、より若者の満足度の高い作品を生み出すことができた。

◆レジデントカンパニーによる質の高い舞台芸術の提供による劇場関係人口の創出

わらび劇場の年間来場者数 19,664 人のうち 44%（7852 人※一般来場者数はアンケート調査より算出）が県外からの来場であり、一般来場者の 55%が観劇の前後に観光をする、27%が宿泊をすると回答があり、劇場への来場による観光・教育と連携した交流人口活性化に寄与している。レジデントカンパニーであるわらび座のファンやサポーターの広がり、同劇団の全国公演活動にともなって、日本全国からの誘客につながっている。特に事業2「わらび劇場夏公演「北斎マンガ」」では、アンケート調査から、約 47%が秋田県外からの来場である結果となり、全事業の平均より 26%高い結果となった。マキノノゾミ氏や鈴木聡氏をはじめとする創作スタッフの招聘による質の高い舞台芸術の創造発信の成果と言える。

◆教育と結びついた事業による、子どもたちの情操涵養への貢献

2023 年度は助成対象外事業を含む全体で 9137 名の児童・生徒の来場があり、芸術文化を通じた情操涵養の機能を大きく果たすことができた。なお、観劇した子どものうち、5,762 人の子どもたちに専属劇団の俳優による踊り体験ワークショップを行い、力を合わせる楽しさや表現する楽しさを伝えた。

自己評価

地域の実演芸術等の振興など、地域の文化芸術の発展につながった（と認められる）か。

◆地域の実演芸術振興

事業1では、「秋田・祭エンターテインメント This is Akita!2023」では、県内7つの芸能団体が出演した。プロの俳優との共演であるほか、照明や音響、舞台セットなどの舞台演出の中での実演は、祭りの本番とは異なる経験を得ることにつながった。9/16(土)郷土芸能角館飾山囃子保存会、9/17(日)藤美会、9/18(月祝)渡部幸子社中、11/3(金)田口民謡会、11/4(土)郷土芸能角館飾山囃子保存会、11/5(日)北浦仙北歌踊団、11/11(土)穂月会、11/12(日)高橋キヌ子社中が特別出演した。創造性の面でも、俳優だけでなく地域の子どもたちが出演することで、地域の裾野の広さや未来への希望を感じさせ、大きな感動につながった。観客のアンケートでも設問回答者の中で93%が大変良かったとの回答であり、他事業と比較して非常に満足度が高かった。

また、助成対象外事業においては、「あきた無形民俗文化財万博 カタチなきたからもの」や、「白岩ささら・切石ささら踊り体験プログラム」「あきた伝統文化親子体験フェスタ」のプロデュースを行うなど、劇場の制作機能を活かし、様々な地域文化や伝統文化を伝える場の創出、地域の人との出会いのプロデュースを行っている。その他、地元吹奏楽部の生演奏によるミュージカルも大きな感動を呼んだ。

◆日本オリジナルミュージカルの創出による地域の文化資源の発掘発信

当劇場が取り組んだ、2本の新作ミュージカルはいずれも秋田を題材にしたオリジナルミュージカルである。事業3の「新解釈・三湖伝説」は秋田の人も知らない人もいる地域に伝わる伝説で、秋田市出身のイラストレーター遠田志帆氏によるメインビジュアルの力も加わり新たなイメージを創出し、若者を中心とした新規劇場来場者の獲得につながった。「八郎瀧の近くに住む私にとっては身近な題材でとても親近感を感じました。」「今回で3回目の観劇でしたが、観る度に新たな感動を味わえるので、何度でも観たくなります（明日また観ます）地元の神社にも三湖伝説（八郎太郎）の一端があるので、興味深い作品です。」などの感想が寄せられた。事業4で鈴木聡氏脚本・演出に迎え制作した「ワンス・アポン・ア・タイム・イン・アキタ」は7世紀の秋田を舞台に多様な民族や立場を超えた交流を描いており「違いを乗り越える」「人を愛する強さ誇りに」という現代的かつ普遍的なメッセージが感動を呼んだ。それぞれ、地域の文化を掘り起こす取り組みとなり、地域文化芸術の発展にもつながったと考える。

◆民俗芸能の再創造による価値の再認識と魅力の発信

事業1、事業4では秋田や全国の民俗芸能を舞台芸術として再創造への挑戦となった。事業1では、秋田の財産である民俗芸能や民謡より、秋田竿燈囃子、男鹿のなまはげ、西馬音内盆踊り、角館祭りのやま行事、秋田節、生保内節、草刈り唄などを取り上げ、事業4では盛岡さんさ踊り、銚子囃子、大漁節、ソーラン節等全国の民俗芸能を取り上げた。レジデントカンパニーが直接芸能団体から踊りを学ぶ場を設け交流を深める取り組みも行っている。民俗芸能の担い手不足は少子高齢化の中で非常に深刻な課題であり、当劇場の創造発信により全国への発信、さらには次なる担い手の獲得に寄与できるように取り組みを進める。

◆地域課題、社会包摂の取り組み

助成対象外事業においては、稽古場で練習をし劇場ステージで発表を行う、踊り体験教室（教育旅行向けワークショップ事業約6,000人の子どもたちが参加）や、企業団体向けの演劇を用いたコミュニケーションワークショップの実施、アウトリーチの実施（小学校や支援学校、福祉施設、公民館施設など約50件）など様々な地域の要望に応じて取り組みを行ったほか、来場者が入場料を自由に決められるペイワットユーウィッシュ期間を設けるなど「すべての人に劇場体験を」という社会包摂のメッセージの発信も行った。その他、秋田大学医学部と連携しシニアミュージカルを県内2自治体で行うなど、地域との関係性を深め、少子高齢化などの地域課題の解決に寄与する取り組みが広がっている。

(5) 持続性

自己評価

事業を通じて組織活動が持続的に発展する（と認められる）か。

当劇場の運営体である一般社団法人わらび座は、2021年に前身の株式会社わらび座から事業承継を行った。事業承継の後、経営改善の施策として、①収入構造の改革（企業協賛やスポンサーシップの拡充）、②ユニット経営（ユニットごとの黒字化）を行い、決算1期目、2期目では単年黒字でおえることができた。3期目にあたる令和6年度は、改善施策の継続とともに、「チケット収入の拡大」「プロモーション強化」「舞台創造人材の育成・確保」への重点的な取り組みを開始し、安定的、継続的な法人運営の確立を目指し取り組みを進めている。

またコロナ禍に「一般社団法人わらび座」支援協議会を設立し、会長に秋田商工会議所の三浦会頭、名誉顧問に第27代東京大学総長の佐々木毅氏、教育評論家「尾木ママ」こと尾木直樹氏、脚本家の内館牧子先生を迎え、スポンサー獲得のための応援団、サポート体制を組織を継続運営している。スポンサー協賛メニューについてはスポーツビジネスを参考に、企業広告の公演会場での開演前スクリーン上映や、スタッフユニフォーム協賛、子ども基金（子どもたちに向けた活動に対しての支援）全国配布を目的としたパンフレットへの広告協賛など、多彩なメニューを用意して支援の輪を広げている。公演会場での寄付金の呼びかけ、わらび座の会（賛助会組織）の運営と規模拡大を行うなど様々なアプローチでファンディングに取り組んでいる。

【当劇場における主なPDCA機能】

★P（助成の趣旨や審査基準を踏まえた活動の企画）

・作品検討会議（年4回）…長期的な経営的視点・営業的視点でスポンサー事業部責任者、劇場運営的視点で劇場支配人、作品創造の視点で文芸スタッフや制作プロデューサー等の、組織図とは独立した横断的な組織メンバーで構成されている。作品創造の評価、集客、観客数、およびスポンサー獲得状況等を検証し、作品創造や作品選定に反映させている。

★D（助成対象活動の実施、助成対象外活動の実施）

・劇場事業部には、舞台創造を担う舞台創造課（作品制作班、文芸班、舞台技術班、演技班、制作スタッフ、講師班、養成所）、劇場での公演の運営を担う劇場運営課、劇場での公演事業以外の多様な地域のニーズに応える事業を行う事業企画課、教育の事業に特化した教育事業課の4つの部署がそれぞれ専門的な役割を担い、連携しあいながら誠実に事業を行っている。

・劇場プロジェクト（月1回）…複数の部署による事業実行プロジェクト。芸術監督、作品制作、俳優、舞台技術スタッフ、劇場、広報など各部署より横断的に意見を出し合い、目標達成に向けた各事業の方針の共有、計画の立案、進捗の確認を行っている。

★C（自己評価、観客アンケート、事後評価）

- ・公演鑑賞者への紙、WEBアンケートの実施、集計による分析
- ・作品制作室を各事業単位での総括会議、劇場プロジェクト（月1回）での振り返り

★A（チェックを活かした改善）

- ・作品検討会議への各部署からの提案、次年度新作提案と論議
- ・部署内チーム会議、毎日の部合同朝礼、課朝礼での改善策の周知、実行