



# 「組踊」に関する調査について

## ○調査趣旨

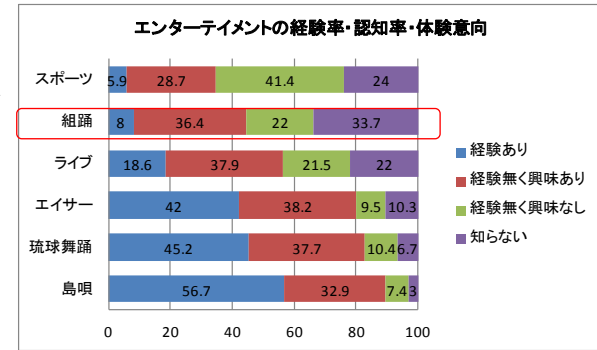
沖縄の歴史的、文化的に貴重なコンテンツである「組踊」については、沖縄県の調査によると「認知度が低い」との指摘があります。

「組踊」の認知度を高めることができれば、「組踊」の観劇を目標に一人でも多くの観光客が増え、観光にも寄与すると期待できますが、認知度を高めるためには、まずは沖縄県民が組踊に対し認知・理解等を深め、県民自らが観光客等へ組踊の紹介や説明等ができることが必要であると考えます。

そこで今回の調査では、「組踊」の認知度をさらに高めるため、①組踊の公演状況等に関する調査、②組踊の「観劇者」に対するアンケート調査、③組踊の普及等に取り組んでいる関係機関に対するヒアリング調査を実施しました。

## 【組踊の認知率】

沖縄県の調査によると、エンターテインメント（島唄、琉球舞踊、エイサー等）の中で認知率が低いのは「組踊」で66.3%。



※出典：沖縄県文化観光スポーツ部「平成25年度観光統計実態調査」

## ○調査結果の概要

### 【1. 組踊の公演状況等に関する調査結果(要約)】 【組踊の公演状況(公演回数及び入場者数の推移)】

①公演回数の推移

(単位：回)

公演会場	公演内容	平成24年度	平成25年度	平成26年度
国立劇場おきなわ	全公演	42	40	43
	うち「組踊」公演	22	17	22
	うち組踊以外の公演	20	23	21
那覇市ぶんかテンブス館	全公演	78	73	101
	うち「組踊」公演	9	9	9
	うち組踊以外の公演	69	64	92
「組踊」公演回数の合計		31	26	31

②入場者数の推移

(単位：人)

公演会場	公演内容	平成24年度	平成25年度	平成26年度
国立劇場おきなわ	全公演	16,618	15,224	18,112
	うち「組踊」公演	9,078	6,611	9,491
	うち組踊以外の公演	7,540	8,613	8,621
那覇市ぶんかテンブス館	全公演	7,309	7,673	17,047
	うち「組踊」公演	384	487	593
	うち組踊以外の公演	6,925	7,186	16,454
「組踊」入場者数の合計		9,462	7,098	10,084

### 【2. アンケート調査結果(要約)】

#### 【アンケート調査の実施概要】

- 調査期間 平成27年10月24日～12月19日
- 調査対象 組踊観劇者：718名
- 有効回答数：456名(回収率：63.5%)

#### 〔内訳〕

- 調査期間：第1回10月24日、第2回12月19日
- 調査対象：第1回385名、第2回333名
- 有効回答数：第1回269名、第2回187名
- 回収率：第1回69.9%、第2回56.2%

#### 〔居住地別の内訳〕

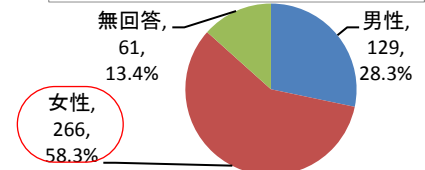
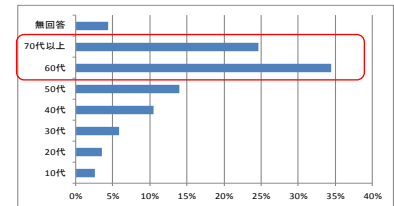
- ・県内：387名(84.9%)
- ・県外：42名(9.2%)
- ・海外：1名(0.2%)
- ・無回答：26名(5.7%)

### 【組踊観劇者の属性等】

#### ○年齢層等

年齢層については、「60代」が34.4%と最も多く、次いで「70代以上」が24.6%と、全体の半数以上が60代以上。

また、性別は、女性が半数以上(58.3%)を占める。



## 【組踊公演の感想】

### ○公演の感想

公演（第1回：久志の若按司、第2回：忠臣義勇）の感想については、いずれの公演も大半の人が「とても満足」「やや満足」と回答。

とても満足	35.3%
満足	41.2%
どちらともいえない	0.9%
やや不満	1.1%
不満	0.0%
無回答	21.5%

## 【組踊公演への来場の動機等】

### ①来場回数

国立劇場おきなわ主催公演への来場回数は、「10回以上」と回答した人が37.7%と最多。また「4～9回目」と回答した人も21.5%と多く、リピーターが根付いている。

来場回数	実績・比率	
初めて	87	19.1%
2～3回目	90	19.7%
4～9回目	98	21.5%
10回以上	172	37.7%
無回答	9	2.0%

### ②来場の動機

来場の動機としては、「組踊に興味あり」が48.9%と最多で、次いで「演目『久志の若按司・忠臣義勇』に興味あり」が37.1%となっている。

組踊に興味あり	48.9%
演目に興味あり	37.1%
家族や友人・知人の誘い	33.6%
国立劇場おきなわに興味あり	14.3%
出演者に興味あり	16.2%
その他	6.1%

### ③公演の認知経路

組踊の公演をどこで知ったか（認知経路）については、「友の会会報」が37.3%と最多で、次いで「家族、知人、友人」が34.0%と、この2つが主な情報源となっている。

友の会会報	37.3%
家族、知人、友人	34.0%
チラシ	16.0%
劇場HP	13.4%
出演者、関係者	6.8%
その他	5.3%
新聞	4.6%
ポスター	4.2%
メルマガ	1.1%
ラジオ	0.4%
テレビ	0.2%

## 【組踊観劇の満足度等】

### ①初めて組踊を観劇した際の動機

観劇した際の動機は、「沖縄の伝統芸能、文化に関心があった」が60.1%、次いで「家族、友人、知人に誘われて観劇した」が34.6%、「演目に関心があった」が23.0%の順。

沖縄の伝統芸能、文化に関心があった	60.1%
家族、友人、知人に誘われて観劇した	34.6%
演目に関心があった	23.0%
演者に関心があった	16.9%
招待券やチケットをもらった	11.0%
報道や広告等で存在を知り、関心を持った	5.5%
その他	4.4%

### ②観劇の魅力

組踊観劇の魅力は、「沖縄の歴史や文化、芸能についての教養を深めることができる」が77.2%、次いで「演者の動作や演技、技術が素晴らしい」が43.9%、「演目が面白い、興味深い」が31.4%の順。

沖縄の歴史や文化、芸能についての教養を深めることができる	77.2%
演者の動作や演技、技術が素晴らしい	43.9%
演目が面白い、興味深い	31.4%
好きな演者、応援している演者がある	25.2%
劇場の臨場感や雰囲気が良い	20.4%
演目の紹介や説明がありわかりやすい	18.0%
安価で手軽に伝統芸能を楽しむことができる	16.0%
友人や家族と、共通の話題や楽しみを持つことができる	15.8%
会場へのアクセスが良く、気軽に楽しむことができる	11.6%
劇場の設備やサービスが充実している	9.0%
その他	1.5%

### ③観劇の不満、改善点

不満を感じる点や改善して欲しい点は、「入場料が高い」が14.0%、次いで「敷居が高い感じがする」が10.3%、「会場へのアクセスが悪く移動が大変である」が10.1%の順。

入場料が高い	14.0%
その他	12.5%
敷居が高い感じがする	10.3%
会場へのアクセスが悪く移動が大変である	10.1%
演目内容に、現代人の感覚では共感できない点がある	3.9%
公演時間や日程に配慮がされていない	2.9%
演目がつまらない、よくわからない	2.2%
劇場の設備やサービスに問題がある	1.8%
劇場の雰囲気が悪い	0.4%

## 【組踊の認知度向上や更なるファン獲得に向けた取組等】

### ①組踊のファンを増やすためにターゲットとすべき年代

「年代は特に問わない」が36.0%と最多で、次いで「30-40代」が27.4%、「10-20代」が24.3%。全体的に、若い世代をターゲットとするのが良いとの回答。

10～20代	24.3%
30～40代	27.4%
50～60代	18.9%
70代以上	4.6%
年代は特に問わない	36.0%
その他	0.9%

### ②県内外及び外国人のファンを増やすために有効だと考えられる取組

#### 【県内】

「県内でファンを増やすために有効だと考えられる取組」としては、「伝統的組踊の見せ方の工夫（解説や説明等）」が50.0%、次いで「学校教育での題材化」が37.5%、「観劇できる機会や場所の増加」が34.4%の順。

伝統的組踊の見せ方の工夫（解説や説明等）	50.0%
学校教育での題材化	37.5%
観劇できる機会や場所の増加	34.4%
新聞テレビ等でのPR強化	31.1%
演者等の人材の育成	23.7%
新たな演目の創作	18.4%
（劇場以外でも）手軽に観劇できる映像作品等の制作	14.9%
現代音楽やダンスを採り入れた、「現代版組踊」の普及、活発化	13.6%
その他	5.5%

#### 【県外】

「県外でファンを増やすために有効だと考えられる取組」としては、「県外での公演やプロモーション強化」が52.4%、次いで「企画旅行とのタイアップ強化」が41.4%。

県外での公演やプロモーション強化	52.4%
企画旅行とのタイアップ強化	41.4%
他の伝統芸能（能楽・狂言等）のファンへのPR	32.9%
（県外でも）手軽に観劇できる映像作品等の制作	23.2%
県外の人を意識した、新たな演目の創作	15.6%
その他	2.9%

#### 【外国人】

「外国人のファンを増やすために有効だと考えられる取組」としては、「公演の多言語対応」が46.7%と最多で、次いで「海外での公演やプロモーション」が38.6%、「企画旅行とのタイアップ強化」が37.3%と上位を占める。

公演の多言語対応	46.7%
海外での公演やプロモーション	38.6%
企画旅行とのタイアップ強化	37.3%
（海外でも）手軽に観劇できる映像作品等の制作	20.2%
外国人を意識した、新たな演目の創作	16.9%
その他	3.1%

### ③組踊を初めて観劇する知人等を誘う場合、誘いやすくなる取組

「誘いやすくなる取組」については、「無料招待券等の配布」が48.2%、次いで、「初心者向けの公演」が38.2%、「組踊や演目等の理解が深まる資料等の配布」が36.0%の順。

無料招待券や割引券の配布	48.2%
「普及公演」のような初心者向けの公演	38.2%
組踊や演目、演者等の理解が深まる資料等の配布	36.0%
地元の公民館や自宅近くでの公演	22.6%
観光地や、イベント会場での公演	17.5%
その他	2.9%

### 【3. ヒアリング調査結果(要約)】

#### (国立劇場おきなわ)

(1) アンケート調査結果を踏まえた意見等

- ・組踊は、コアファンが高齢。若い世代がファンになってくれるかは不明で、危機感をもっている。
- ・観劇者のニーズを踏まえ、格安の「エコノミー席」を設けるなどの工夫を行っている。
- ・多言語対応のイヤホン等については調査の上、導入を検討。

(2) ファンの獲得に向けて

- ・組踊は現代版組踊のような親しみやすい取組も良いが、”本物”へ誘導していく必要がある。
- ・今後は興味がある人や旅行会社とのタイアップや本土への「お出かけ公演」などターゲットを絞りこみ、地道に広げていく。
- ・ファン獲得には長期的な取り組みやメディア(テレビ等)などを活用しPRすることも重要。

(3) その他

- ・劇場をより県民に身近な施設とし、組踊を”ハイクラスな娯楽”として位置づけ、営業に努める。

#### (旅行事業者A社)

(1) 組踊の認知度向上に係る取組の実施状況

- ・平成26年度より沖縄県の支援事業を活用し、組踊のモニターツアーを2度実施。平成27年度より組踊の着地型ツアーを商品化し、提供。(好評価を得ているがツアー参加申込数は停滞)

(2) 組踊の認知度向上に向けた意見等

- ・気軽に見に行くことができる雰囲気、きっかけづくりが必要。(特に若年層の集客には必要)
- ・歌舞伎では若い女性をターゲットに鑑賞とランチ、着物レンタルなど体験できる商品がある。組踊も同様の取組が必要。
- ・修学旅行生をターゲットとした貸切公演を実施。児童生徒が関心を持てば、親や家族の関心喚起にも繋がる。
- ・外国人観光客をターゲットとする場合は、字幕を英語等で出せるなら可能。

(3) 今後の取組(ツアー商品の継続)

- ・ツアーについては、次年度も継続で考えているが要検討。
- ・組踊バスツアー料金を下げても、参加者増になるとは疑問。(ただし、現在の値段設定でも参加者の満足度は高い)

#### (那覇市ぶんかテンプス館)

(1) 公演について

- ・公演は平成25、26年度は各9回開催。今年度も同様の開催を予定。
- ・公演は、初心者でも楽しめ、かつ、沖縄芸能ファンの裾野を拡げることが意識、工夫しながら公演を実施。
- ・公演来場者の多くは県内。県外の観光客向けの周知も行っているが、効果的な集客に結び付いていない。かつ、採算ラインに届いていない状況。
- ・うちな一芝居や琉球舞踊の観客が組踊に流れてくることを期待。

(2) 組踊の認知度向上、ファンの拡大等に向けて

- ・伝統のまま継承しようとするとうまくいかず、概ねすたれる。(組踊も同様、工夫が必要。)観光客の支持を集めるには、既存の沖縄芸能の概念を壊すような取り組みがある程度必要。
- ・県外公演やPRなど、まずは組踊を紹介・披露する機会が必要。(例:エイサーの様な取り組みで認知度向上を図る)
- ・まだ検討段階であるが、ホテルや観光関連施設のスタッフ等に組踊等を普及・PRすることで、ホテルスタッフ等自身が観光客へ組踊り等のPR(宣伝者)となるような仕組みを構築したい。

#### (旅行事業者B社)

(1) 組踊に関する取り組み等

- ・平成23年度に沖縄県の支援事業を活用し、5回観劇を開催。
- ・組踊は、県外の観光客等には認知度は低い。組踊を観た感想は「わかりやすかった」「満足した」といった前向きな意見があり、組踊自体にはポテンシャルがある。ただし、観光客の認知度がほぼゼロのため、現段階で観光商品とすることは困難。

(2) 「シネマ組踊」の制作

- ・「わかりやすく、お金がかからない組踊観劇機会の提供」というコンセプトで映像作品(2作品)を制作。
- ・シネマ化(映像作品)することで、通常の組踊公演よりもコストを抑え、普及促進することが可能。

(3) 組踊の更なる認知度向上・ファン拡大に向けて

- ・学校教育でのシネマ組踊の活用もある。学校関係者には好評を得ているが、まだ本格的な上映会の開催に至っていない。
- ・修学旅行は一定のニーズがあると思われるが、修学旅行向けに売り込むには、営業担当者が組踊を知らなければならない。
- ・演者の県外派遣や普及公演が行われているが、シネマ組踊はより安価で継続的なPRが可能。

## ☆ 「組踊」の認知度向上に向けて ☆

### 1. 組踊を取り巻く課題、問題点など

- ① 組踊のPR不足
- ② 組踊の見せ方(解説や説明等)の工夫
- ③ 組踊公演の開催日時、演目などの事前情報が少ない・情報発信が弱い
- ④ 入場料金(観劇料)が高い
- ⑤ 常設の公演会場への交通網、アクセス等が悪い

### 2. 認知度向上のための課題解決、改善を図るための取り組み

- ① 映像コンテンツの制作・上映、メディア等を活用したPRや組踊を紹介するプロモーションの強化
- ② 初心者や子供向け新作組踊などの充実、演目などの事前説明・解説等の徹底、組踊に関する資料の作成・配付の徹底
- ③ 観劇する機会を増やす(公演回数や公演場所の増加)、公演開催日等の事前情報発信の充実・強化
- ④ 組踊を幅広い人たちに親しみ、身近に感じてもらい、初めて観劇する人を誘いやすくするために入場料金(観劇料)のクーポン券の発行等の実施
- ⑤ 公演時間に合わせたバス運行ダイヤの変更のほか、駐車場の管理強化等の改善
- ⑥ 組踊公演を実施する施設や自治体及び旅行事業者等、関係団体間の連携強化、充実

### 3. 更なる認知度向上(組踊ファンの獲得)を図るための取り組み

- ① 地域のお祭りや観光施設などでの組踊の実演披露、映像コンテンツの利用やメディアによる組踊公演の放送など、幅広く組踊をPR
- ② 組踊演者と観劇者の触れ合う機会づくり(コミュニケーションの場の提供)など、ファン層獲得のためのサービスの充実
- ③ 組踊を学校教育等の一環として授業(カリキュラム)等へ取り入れるなどの工夫

上記を取り組むことにより、ユネスコの無形文化遺産に登録されている沖縄県の伝統芸能「組踊」の認知度向上が図られるのではないかと。

## 沖縄ミニ経済レポート調査一覧

### 【2013年】

- ・「那覇まちま〜い」の経済効果等について（2013年7月）

### 【2014年】

- ・沖縄における専業主婦の就労意識等について（2014年2月）
- ・島豆腐に関する調査等について（同年5月）
- ・沖縄リゾートウェディングに関する調査について（同年9月）
- ・「かりゆしウェア」に関する調査について（同年11月）

### 【2015年】

- ・「マラソンin沖縄」に対する県外ランナー意向等調査（2015年2月）
- ・沖縄県内大学生の就職に対する意識等調査について（同年5月）
- ・沖縄の通訳案内士等に関する調査について（同年9月）

○公表資料（URL）：<http://www.ogb.go.jp/soumu/3094/010099.html>