

独立行政法人日本芸術文化振興会 御中

国立劇場伝統芸能伝承者養成所 応募者確保のための調査

調査結果概要と今後に向けたご提案

2024年8月23日

調査目的

- ・国立劇場伝統芸能伝承者養成所の認知度向上
- ・継続的な研修生応募者の獲得

上記の課題に対する今後の対応策の検討に資するデータを収集する。

調査方法

インターネット調査モニターへのインターネット調査

調査期間

2024年2月

調査対象

全国15～24歳男女個人

- ・伝統芸能への興味・関心が高い回答者（関心層） 200サンプル
 - ➔ 伝統芸能に「興味・関心がある」と回答した対象者
- ・伝統芸能への興味・関心が高くない回答者（一般層） 1,000サンプル
 - ➔ 伝統芸能に「どちらかといえば興味・関心がある」「どちらかといえば興味・関心がない」「興味・関心がない」と回答した対象者

ご提案にあたっての考え方

回答者を3つのセグメントに分類し、「職業選択促進」と「興味関心向上」の観点からご提案します。

- (1) 伝統芸能を職業として検討する意向がある層
(具体的に検討している・具体的ではないが検討している・検討していなかったがこれから検討したい)
- (2) 関心層かつ伝統芸能を職業として検討する意向がない層
(過去に検討していたが今は検討していない・過去も今後も検討の予定はない)
- (3) 一般層かつ伝統芸能を職業として検討する意向がない層
(過去に検討していたが今は検討していない・過去も今後も検討の予定はない)



調査結果を受けてのご提案ポイント

- ① 職業選択の促進に向けた環境整備や情報発信
- ② 伝統芸能への興味関心の向上

伝統芸能の職業に関する情報発信

✓プロの仕事内容やキャリアについての情報の発信

➡プロの仕事に密着した内容やキャリア形成の手本となるロールモデルについての情報を発信

✓職業を目指す上での“始め方”についての情報提供

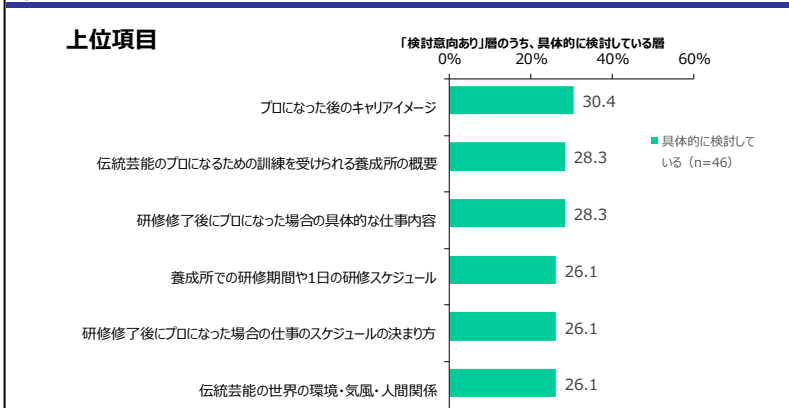
➡伝統芸能の職業に興味がある人に向けた相談窓口の設置や説明会を開催

✓SNSでの情報発信

➡具体的に検討している関心層に限らず 掲示やパンフレットを目にする機会がない一般層 に対しても情報に触れる機会を創出

調査結果より抜粋

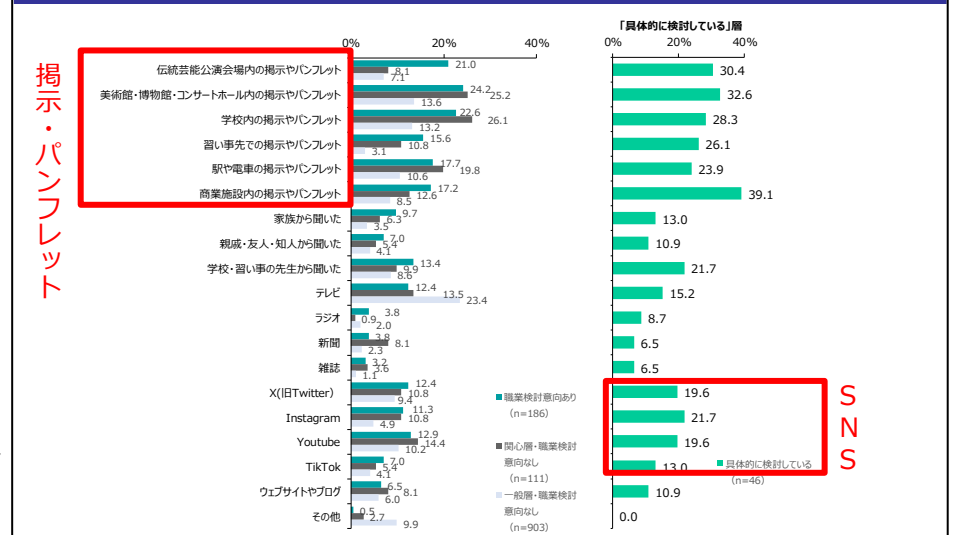
Q22.あなたが伝統芸能を職業として考える上で知りたい情報は何か。



◀職業検討の意向が高い層ほど、プロになった後についての具体的な情報を求める傾向にある。

- ・関心が低い層は劇場やホールに出向く機会が少ないこともあり、掲示やパンフレットを見る機会が少ない。
- ・伝統芸能の職業を検討している関心層には、SNSからも情報を入手している傾向にある。

Q23.あなたが伝統芸能の公演や体験、募集の情報を目にしたことがある、耳にしたことがある場面を選択してください。



SNS

養成所の通いやすさについてのアピール

- ✓養成所の存在をアピール
- ✓未経験から始められることをアピール
- ✓経済的支援やサポート体制の強化・アピール

- ➡養成所自体の存在の認知向上に加えて、伝統芸能に関心はあるが、職業として検討できていない層に対し、未経験から始められることをアピール
- ➡プロになるまでの経済的支援や修了後に仕事を受けることができるようにサポートする体制を強化し、職業検討者にアピール

調査結果より抜粋

Q19.あなたは、国立劇場養成所を知っていますか。

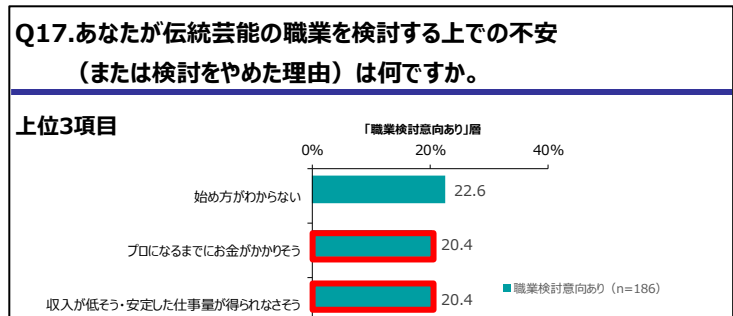
	(n)	%	
		知っている	知らない
全体	(1200)	13.8	86.2
職業検討意向あり	(186)	50.0	50.0
関心層・職業検討意向なし	(111)	21.6	78.4
一般層・職業検討意向なし	(903)	5.4	94.6

▲「職業検討意向あり」の層で、「関心層・職業検討意向なし」の層で約2割が養成所を認知

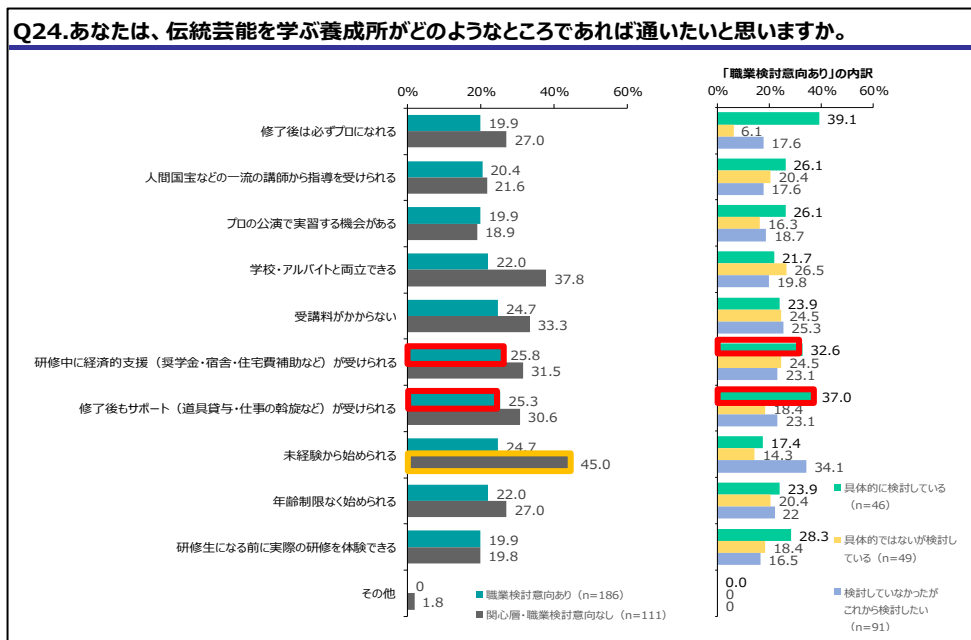
Q21.あなたは、一般人で経験が無くても国立劇場養成所の研修生に応募ができることを知っていますか。

	(n)	%	
		知っている	知らない
全体	(166)	59.6	40.4
職業検討意向あり	(93)	80.6	19.4
関心層・職業検討意向なし	(24)	41.7	58.3
一般層・職業検討意向なし	(49)	28.6	71.4

▲養成所認知者のうち、一般公募の認知者は「職業検討意向あり」の層において約8割の一方で、「関心層・職業検討意向なし」の層では約4割と低い。



◀職業検討意向がある層では、職業選択における不安として、「プロになるまでの費用」や「収入・安定性」について挙げられた。



- ▲職業検討意向がある層は、経済的支援（奨学金・宿舍・住宅費補助など）やサポート（道具貸与・仕事の斡旋など）が受けられる環境を希望している。
- 職業検討意向がない層は、「未経験から始められる」ことへの希望が45%と高い。

情報発信

職業検討意向がある層へ向けて

- ✓ **プロの仕事内容やキャリアについての情報の発信**
職業検討意向が高い層ほど、プロになった後についての具体的な情報を求めていることが読み取れた。そのため、**プロの仕事に密着した内容やキャリア形成の手本となるロールモデルについての情報を発信**することにより、職業検討者がプロになった後のイメージを深めることができ、職業選択の促進に繋がることが考えられる。
- ✓ **職業を目指す上での“始め方”についての情報提供**
伝統芸能の職業に興味があるものの、「始め方がわからない」という課題を抱える人の割合が2割以上と多い。**伝統芸能の職業に興味がある人に向けた相談窓口の設置や説明会を開催**することにより、伝統芸能の始め方がわからず職業選択に至らない人を減少させることができると考えられる。
- ✓ **SNSでの情報発信**
伝統芸能に関する情報に触れる場について、関心度が低い層は劇場やホールに出向く機会が少ないこともあり、掲示やパンフレットを見る機会が少ないことが窺える。また、具体的に検討している層は、「Instagram」「X(旧Twitter)」「YouTube」等のSNSからも情報を入手している傾向にあった。**SNSでの情報発信は、具体的に検討している層へリーチすることができるだけでなく、SNS広告などで不特定多数に情報を発信することで、掲示やパンフレットを目にする機会がない一般層の情報に触れる機会の創出**にもつながる。

アピール

関心はあるが職業検討意向がない層へ向けて

- ✓ **養成所の存在・未経験から始められることをアピール**
職業検討意向がある層においても養成所の認知は5割にとどまり、**養成所自体の認知度を向上**させる必要がある。職業検討意向がない層では、「未経験から始められる」ことを希望する割合が45%と高い。また、養成所の認知者であっても、一般の未経験の人でも応募ができることを認知していない割合が4割を占める。**「未経験から始められる」ことをアピール**することにより、伝統芸能の職業を選択肢の1つとして考える人の増加が期待できる。

職業検討意向がある層へ向けて

- ✓ **経済的支援やサポート体制の強化・アピール**
職業検討意向がある層では、経済的支援（奨学金・宿舍・住宅費補助など）やサポート（道具貸与・仕事の斡旋など）が受けられる環境を希望している。また、職業選択における不安として、プロになるまでの費用についてや収入・安定性についてが挙げられていた。**プロになるまでの経済的支援や修了後に仕事を受けることができるようにサポートする体制を強化し、職業検討者にアピール**することが求められる。

若年層に対するワークショップ等の体験機会の創出

✓教育現場でのワークショップの開催

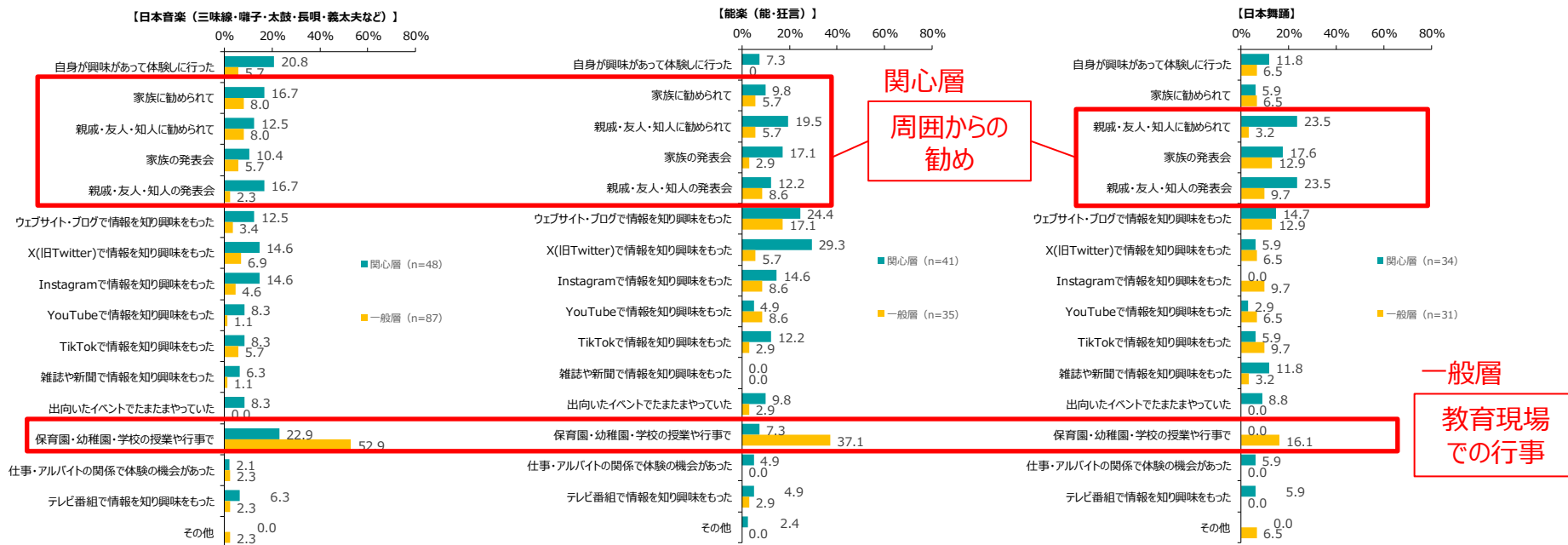
✓親子で参加できるワークショップの開催

➡教育現場において授業やイベント等で体験機会を創出することにより、関心度に関わらず、幅広い層に対して伝統芸能に触れるきっかけを作る

➡親子で参加することができるワークショップを開催し、保護者からの勧めをきっかけとして子どもに体験機会を与えるとともに、保護者の抱える疑問や不安も解消する

調査結果より抜粋

Q5.あなたが以下の伝統芸能を初めて体験したきっかけは何ですか。



関心層
周囲からの勧め

一般層
教育現場での行事

若年層に対するワークショップ等の体験機会の創出

✓幼少期からの機会創出

✓趣味と絡めた体験コンテンツの創出

➡12歳以下や9歳以下を対象とした体験機会を創出することで、幼少期から接点をもつ人を増やす

➡音楽関連のコンテンツや、美術や舞台芸術、写真撮影の趣味と絡めた体験コンテンツを創出することにより、趣味の延長として興味を促す

調査結果より抜粋

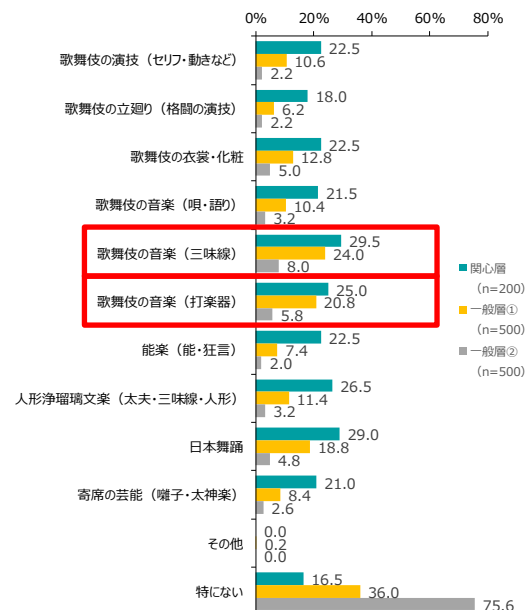
分野別 幼少期に体験したことがある割合

	9歳以下で 体験したことがある割合		12歳以下で 体験したことがある割合	
	関心層	一般層	関心層	一般層
歌舞伎	42.3*	15.8*	53.8*	52.6*
日本音楽 (三味線・囃子・太鼓・長唄・義太夫など)	37.5	19.5	62.5	56.3
能楽(能・狂言)	31.8	17.2	61.1	60.1
人形浄瑠璃文楽	35.7*	13.0*	67.8*	39.1*
日本舞踊	44.1	32.3	58.8	51.7
寄席の芸能 (落語・講談・太神楽・漫才・奇術など)	46.9	29.6*	71.9	51.8*
雅楽	27.6*	4.8*	86.2*	47.7*
組踊	56.5*	15.0*	69.5*	50.0*

※サンプル数が30以下のため参考値

▲関心層においては、12歳以下の幼少期から体験機会があった割合が一般層と比較して高かった。

Q13.次のうち、あなたが体験してみたいと思うものを選択してください。



◀本調査の対象者(15~24歳)においては、体験したいコンテンツとして「歌舞伎の音楽(三味線)」や「歌舞伎の音楽(打楽器)」の回答が多い。

若年層に対するワークショップ等の体験機会の創出

✓ 教育現場でのワークショップの開催

一般層では、保育園・幼稚園・学校の授業や行事が体験のきっかけとなっている割合が高かった。伝統芸能との関わりが無く、伝統芸能に関する情報を自主的に入手することがない人にとっては、教育現場での体験機会が接点となるケースが多いと考えられる。教育現場において授業の一環としてやイベント等で体験機会を創出することにより、属性や関心度に関わらず、幅広い層に対して伝統芸能に触れるきっかけを与えることができる。

✓ 親子で参加できるワークショップの開催

関心層においては、周囲からの勧めが体験のきっかけとなっている割合が高かった。ソーシャルメディアを通しての情報入手は関心度が低い人にとって接点を持ちづらい一方で、家族など周囲からの勧めは関心度が低い人に対するアプローチとしても比較的難易度が低いと考えられる。親子で参加することができるワークショップを開催することにより、普段伝統芸能に関わることがない子どもでも保護者からの勧めをきっかけとして体験機会を得ることができる。また、ワークショップを通して子どもだけでなく保護者の抱える疑問や不安を解消することにより、子どもが伝統芸能を行うことについての理解を得ることができると考える。

【実施の対象年齢・内容について】

✓ 幼少期からの機会創出

関心層においては、12歳以下の幼少期から体験機会があった割合が一般層と比較して高かった。12歳以下や9歳以下を対象とした体験機会を創出することで幼少期から接点をもつ人が増え、関心層の拡大に繋げることができると考える。

✓ 趣味と絡めた体験コンテンツの創出

本調査の対象者（15～24歳）においては、体験したいコンテンツとして「歌舞伎の音楽（三味線）」や「歌舞伎の音楽（打楽器）」の回答が多くみられた。音楽関連のコンテンツは伝統芸能自体に関心がない人でも音楽を趣味としている人を中心に興味をもちやすい内容であることが窺える。また、「歌舞伎の衣装・化粧」「日本舞踊」も比較的体験したいと回答する割合が高かった。美術や舞台芸術、写真撮影の趣味をもつ人が選択する割合が高かったことから、これらと絡めた体験コンテンツを創出することにより、趣味の延長として興味を促すことができると考える。