

act 43

art, culture, tradition

〔発行〕札幌市教育文化会館
アクト第43号

December 2022



プロモーションの考え方

プロモーションの考え方

札幌で沢山行われてる舞台公演。鑑賞するかどうかは作品に魅力を感じるか次第です。公演する側はそれを伝えるために様々なプロモーションを行わなければなりません。何を魅力と捉え、どう届けばうまく伝わるのか。プロモーションと一口に言っても考え方、やり方は千差万別。今回はプロモーションの考え方を紐解くとともに、教文での事例を紹介します。

協力：ELEVEN NINES



NOH EXHIBITION



札幌文化芸術交流センター SCARTS[能楽なう]アレイメント

開かれる幽玄の世界～能楽展示～

2019.7.12～7.15

能楽が持つ魅力から一部分をピックアップし、展示という気軽に体験しやすい形で行われた展覧会。4日間で約1,400名が来場し、多くの人が能楽に興味を持つきっかけになりました。

教文館内空間装飾

教文では近年、ガラス面や壁面を使った空間装飾、ホワイエでの展示などを行っています。
訪れる人の目的はそれぞれ違いますが、空間を用いてプロモーションすることで、訪れた人々全員に新たな文化の入り口を提供しています。



KYOBUN
SPACE
DECORATION

KYOBUN THEATER FESTIVAL



教文演劇フェスティバル 2022

2022.9.18

教文短編演劇祭は毎回テーマを設定して作品を募集し、最も優れた作品を決めます。
事前から審査員を1人ずつ発表したり、公開台本審査をするなど
興味が持続する仕掛けも。作品を上演するだけでなく、企画や宣伝を工夫することで
多くの人に伝わり、毎年多くの来場者で賑わっています。

もし「札幌の小劇場で行われる演劇公演」を プロモーションするとしたら

ひとくちにプロモーションといっても条件によってやり方は大きく変わります。そこで「札幌の小劇場で行う演劇公演」という、様々なパターンで使える条件で考え方をご紹介。実は伝えるためのヒントは身近なところにも沢山あります。本チャートを参考にしながら、1つ1つの項目を自分が取り組んでいることに当てはめて考えてみましょう。



1 情報の洗い出し

作品および関わる人達、これまでの取り組みやこれからの未来で思うことなど情報を洗い出します。これらはあくまで素材の段階。使えないと判断せず、まずは確認しましょう。

団体情報関係			基本情報	公演関連関係			社会情勢
他者から どういふうに 見られたいか	どういふ 団体にしてい きたいか	そもその 団体の知名度	作品の基本情報 ・いつ ・どこで ・だれが	この公演だけの 特別なことは あるか	作品内容・台本	原作者は誰で どんな人か	
繋がりのある 媒体はあるか	団体の ファン層	過去の 集客状況	稽古等 スケジュール	公演に至る ストーリーは あるか	出演者・ スタッフ等は どんな人か	過去に 同作品が上演 されたか	
SNSの 利用状況	過去に 行った宣伝・ その効果	団体の由来、 これまでの 歴史	広報予算	誰に 見てほしいか	今、この公演を やる意味は	社会との 接点はあるか	世の中の 状況・イベント など確認

2 情報を精査する

1で出てきた内容の中から、発信に使えるものがあるか、使える組み合わせを作れるか、複数の視点で精査します。

何を 届けられるか	誰の心に 刺さるのか	興味を 引きそうなこと があるか	売りに できることが あるか
--------------	---------------	------------------------	----------------------

3 接点をどう作るか組み立てる

精査された情報を、宣伝を見た人がどう受け取るかを想定し、出し方を組み立てます。2で精査された情報をそのままではなく、出し方を変えて接点に合わせることも多いです。

人・モノ	社会問題	旬もの	新規ファン 獲得ネタ
ビジネス的な 要素	新規性	既存ファン 向け	プレゼント キャンペーン

4 素材作成

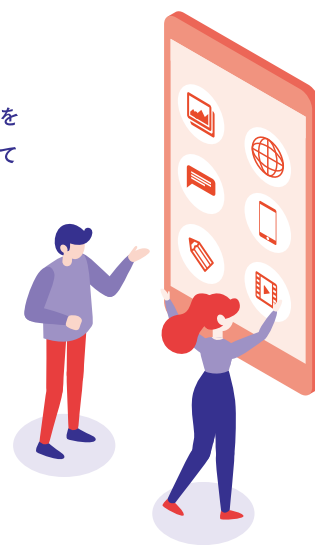
組み立てたものに合わせて必要な素材を作ります。宣伝のためのイベント・企画を作ることも。どの宣伝をどの時期に出すスケジュールも考えます。

写真	動画	言葉	イベント企画
デザイン	イラスト	ニュース リリース原稿	SNS キャンペーン 企画

5 発信

3で想定した接点を得意とする媒体に取り扱ってもらうよう連絡をします。また自分達で運営している公式サイトやSNSでも継続して発信を行います。

リリース (テレビ・ラジオ・ 新聞等)	各メディアの 担当者へ 直接連絡	ウェブメディア
有料広告枠	自前ウェブ	自前SNS



Q & A

宣伝をしていく中で思い浮かぶ代表的な疑問をQ&A形式でご紹介。正解がわからないからと立ち止まるよりも、わからなくてもやってみることが大事。まずは自分たちでできることをやってみましょう。

Q1 これといって宣伝になる
ネタがありません。

A1

自分自身で考えると取るに足らない情報だとしても、他者から見るととても価値のある情報である可能性があります。1人だけで判断するのではなく、誰かと話し合ってみてください。身近な人でも良いですが、舞台芸術に触れたことない人のほうが参考になる場合も。それでも出てこなければ、宣伝のための企画をゼロから作りましょう。

Q2 SNSで宣伝していれば
他はしなくてもいいですか？

A2

まずそのSNSのフォロワーはどれくらいいますか？ SNSは発信したい時だけではなく常に運用してフォロワーを増やし育てることで効果を発揮します。とはいえフォロワーは情報が欲しい人（既存客）が中心の為、こちらが情報を届けたい人（新規客）には届いてない可能性も。基本的には既存客に伝えるためのツールと考えましょう。

Q3 素材作りはやはりプロに
頼むべきですか？

A3

もちろんプロのほうが素晴らしいものを早く仕上げてくれます。しかし予算的に難しい場合もあるのではないのでしょうか。プロに頼めないからやらないではなく、それぞれ自分達の持つスマホやパソコンでできることを精一杯やることから始めても良いと思います。プロに頼むのは予算が確保できてからでも遅くありません。

Q4 公演の宣伝を頑張ったのに
集客が増えませんでした。

A4

1回の公演で集客につながりなくとも、その団体や主催者の取り組みを知る機会になっている可能性は十分にあります。お金を払って観たいと思ってもらえるまでにはいくつかの段階があり、存在を知ってもらうということは最初の一步として重要です。宣伝を続けることで観たいという段階までステップアップしていきましょう。