

Distribution Handbook for Emerging Performing Arts Professionals

作品の上演機会を広げるために
— 舞台芸術でこれから活躍する人たちのためのハンドブック



Everything You Always Wanted to Know
About Distribution (But Were Afraid to Ask)

作品のツアーについて知りたかった
(けれども聞くのをためらっていた) すべてのこと



Tanznetzwerk Schweiz
Réseau Danse Suisse
Rete Danza Svizzera
Dance Network Switzerland

ようこそ！

個人または集団が芸術的に発展していく過程では、最初の作品創作から舞台芸術の世界でプロフェッショナルな活動を確立するまでの間に、いくつもの重要な時期や瞬間があります。そのひとつが、より多くの観客に作品を届けるために作品のツアーについて考え始める段階です。

それは意味のある、健全な目標であると同時に、挑戦を伴うものでもあります。チームとしての継続的な取り組みが求められ、ゴールを設定して自身の取り組みを評価することが必要になります。忍耐強さと意欲も試されるでしょう。そう、やるべきことはたくさんありますが、やるだけの価値があり、最後には努力が報われるはずです！

私たちは様々な領域から集まり、このハンドブックを作成しました。これを読むみなさんがどのような立場—アーティスト、プロデューサー、またはそれ以外の役割—であれ、このハンドブックを通して、なぜ、どこで、どうやって作品を上演するのかという問いを自身に投げかけ、刺激的な冒険へと向うことを願っています。

ここに載っている内容は簡単なまとめであり、すべてを網羅しているわけでも、絶対的なものでもありませんが、みなさんにとって何かしらのきっかけとなり、抱えている課題の解決策へと後押ししてくれるはずです。

Before you start...

始める前に

作品をツアーするには、多くのエネルギーと時間が必要です。作品をより多くの観客に届けたい、作品をなるべく長く上演し続けたいという欲求は、正当なものであるだけでなく、作品を創り過ぎない、持続可能な作品創作にもつながります。

競争は熾烈で、ツアーをする上では、時には厳しい経済的、技術的な条件の中で、異なる状況に積極的に適応する人材が求められます。

さらには、すべての作品がツアーを前提としていない中で、あなたの作品がこういった独自性を国内外の関係者—フェスティバルや劇場といった公演主催者となる人たち—に提供できるかが、決定的に重要となります。

上演の規模、内容、言語について検討し、自分自身に問いかけてみましょう。

- 私の芸術活動は、ツアーできる段階に到達しているか？
- ツアーすべき作品か？
- そうであれば、ツアーのために創作面での妥協をする価値があるか？
- 自分たちのチームは、ツアーを行えるか、行う意思があるか、そもそもツアーに関心を持っているか？

上記すべての質問への答えが「YES」であれば、ぜひやってみましょう！大きな投資にはなりますが、将来のキャリア、多くの観客や異なる文化との出会い、アーティストとしての成長など、やる価値はあります。



作品をツアーすることは、その作品創作の当初から方向性や過程に織り込まれているべきで、それを見込んだ創作予算を策定しましょう。

どこで作品を 上演するのか？

作品を上演するということでは、作品のスタイル、テーマ、形式、そして言うまでもなくあなたが設定した目標、計画、意欲によって、数多の選択肢があります。すべての門を叩こうとするよりも、どのような物理的、文化的、地理的、または経済的状況があなたの作品にとって一番適しているのか、理解しておくに進めやすくなります。

例えば、作品が想定する上演会場は屋内なのか屋外なのか、あるいは大きな舞台の方が観客に届きやすいのか、近い距離で上演する方がいいのか。作品が、その場所の文化的文脈に当てはまるかも理解しておいた方がいいでしょう。

特定の観客に向けた作品なのか、あるいは幅広い観客が見られるのか。そして、公演主催者の芸術的志向に合っているのか。

作品のテーマはその地域や国の観客の関心を惹いたり、あるいは考えを揺さぶることできるのか、はたまた作品の内容は行き過ぎていて、傷つくと感じる人がいたり、不適切であったりするのか？

作品を検討してくれている公演主催者は、そもそも上演に必要な規模の会場を用意し、移動や運搬などにかかる経費を負担できるのか、または逆に会場の大きさに対して作品規模が小さすぎないか？



大切な人的資源や財源を投入する前に、どこに一番力を掛けると最大の効果が得られるのか、立ち止まって考えてみましょう。

どうやって始めるのか？

この問いに絶対的な答えはありません。アーティスト一人ひとりでも、公演主催者ごにも異なり、芸術的、文化的、社会的、そして政治的な文脈が多大な影響を与えます。

この長く、思い通りにいかない道のりの最初の一步は、到達可能な目標を設定し、活動に関わる全員—芸術監督から出演者、プロデューサー、テクニカルチームまで—の期待値を管理することにあります。

ツアー上演に投資するのは、リスクが大きく、常にうまくいくとはかぎりません。成功までには時間が掛かり、そのため計画は長期的なものになります。決してセオリー通りにいくものではなく、むしろ、対人交渉力やコミュニケーション力といったソフトスキル、忍耐、共感の組み合わせによるものです。しかし、決して魔法でもなく、時には運も必要になるでしょう。

様々な可能性の余地を残しながら、戦術的に進めることが肝要です。公演主催者の芸術的取り組みや他のアーティストとの会話に関心を寄せることで、時間を節約し、作品にふさわしい上演機会に注力することができます。



深い関係を構築することが一番の近道であり、人と人の中で直接的な良いインパクトを与えてくれます。最終的に、しかるべき人が、しかるべき立場からあなたを応援してくれるはずです。

関わる人は誰？

アーティストを支えるチームの中では、何人ものプロフェッショナルが、異なる役割を担い、異なる責任を負っています。それぞれの個人が、作品上演における芸術的側面、技術的側面、移動や運搬に関わる側面、そして法律的な側面にも対応します。それぞれが何に取り組んでいるのか互いに理解し、チームの中でも、そしてチームの外に対しても、明確に伝える必要があります。

同様に、劇場やフェスティバルにもスタッフがいて、自分たちの観客にとって重要な芸術プログラムを実施するための役割やシステム、手順が決められています。それらは、組織の規模、地理的な位置、あるいは歴史的経緯によって異なります。



誰が何をするのかを明確にし、公演主催者側スタッフとの役割分担を整理することは、一部の人にしか通じない肩書きを付けるよりも重要です。

この点の難しさは、異なる言語によって肩書きも変わるということだけでなく、同じ言語の中でも地域や分野領域によって違うということです。作品の上演機会を広げようとする際、特に海外展開では、常に誰に向けて話をしているのかということに留意しなくてはなりません。ですので、以下の用語解説も、あくまでも参考としてご覧ください。アーティスト側に関わる人については、そのアーティストの作品上演に特化した役割から考えるべきで、自分たちのチームの中でも、そして相手の公演主催者にとっても伝わりやすい肩書きを付けるようにしましょう。

アーティスト(artist) (場合によっては劇団等の芸術監督) は、活動全体の土台と言える創造的な部分についての責任を負います。しかし、ツアー上演の方向性を決めていくことも仕事のひとつです。アーティストは現実的な目標を設定し、持っている資源を振り分け、何よりもチーム全体を支えます。さらに、アーティストと公演主催者の直接の会話には多くの発見があり、素晴らしい関係構築の方法なので、怖がることなく楽しみましょう。

営業マネージャー(distribution manager) は、アーティストとプロモーションの戦略を練り、国内外で人的ネットワークを構築、維持し、業界関係者が集まるイベントに参加、作品を売り込み、関係者を呼び込み、アーティストが作品を発表する際にはキュレーターを迎え、対応します。営業マネージャーは交渉を行い、作品を売り込み、公演主催者との関係を築き、広報専門スタッフの仕事を監督し、多くの場合ツアーではアーティストに同行します。

一方、プロダクション・マネージャー(production manager) の仕事は、ツアーでの上演が決まり、契約や移動、宿泊などロジスティックに関わる事案が発生してから始まります。通常、プロダクション・マネージャーはアーティストに同行して人員やスケジュールを調整するほか、決められた時間と予算の中で契約が遂行されているか、公演主催者が責務を果たしているかを確認します。

テクニカル・ディレクター(technical director) は上演会場と連絡を取り合い、公演の技術面を統括します。作品が上演会場に合っているか、合わせられるかを判断するところから始まり、上演会場と機材の確認、搬入から仕込みまでの人員配置等について、公演主催者側の技術チームとの全体調整を行います。この中には、装置等の検証、リハーサル、上演から上演後の撤収作業、アーティスト側の機材の梱包、搬出までが含まれます。

広報マネージャー(communication manager) は、ビジュアル素材とテキスト素材を使って公演主催者やメディア関係者への情報提供を行い、正確に情報が掲載されているかを確認します。初日から楽日までの上演、記者発表、公演情報の解禁など、スケジュールが決められた仕事の他、例えばSNSなどを利用したアーティストに関するより長期的な広報活動を提案、実施、管理します。

事務責任者(administrator) は、客観的に動かしがたいデータ、そしてデリケートな案件を取り扱います。契約上の詳細や人事、経理、法務を管理し、時には助成金の申請と報告、関係機関へのフォロー、公演に関わるすべての人が法律の範疇で仕事をしているかの確認まで行います。事務責任者はアーティストのバックオフィス業務を担うだけでなく、背骨にもなり、大抵の場合、関わるすべての人を様々な側面から支えます。



プロダクション・マネージャーはツアー・マネージャーと呼ばれることもあり、特に小さなグループでは、営業マネージャーや時にはテクニカル・ディレクターがこの役割を任されることも珍しくありません。

私に最適な形は？

アーティストが仕事を進めるやり方はいくつもあります。フリーランスを選ぶ人もいれば、管理業務を任せるために他のアーティストと共同でスタッフを雇ったり、別の会社に外注したりする場合もあります。一方で、受けられる支援や収入状況にもよりますが、非営利組織や有限責任会社の形で自らのカンパニーを立ち上げるアーティストもいます。同様に、作品のツアーを行う際にも、いくつもの形式があります。突き詰めれば、内部か外部か—スキルと意欲を持った営業マネージャーがアーティストのチームの一員であるか、あるいは別の専門的な組織に属しているか—ということになります。

内部で

若手のアーティストは自分たちでプロモーション活動を行うことが多く、チームの誰かがその仕事にあたるか、外から営業担当者を招き入れることになります。誰かに公演主催者とのやり取りや作品のプロモーションを依頼することは、すでにチームの一員である人にやってもらうよりもお金が掛かるように思われるかもしれませんが、それでも留意すべきことは、このメンバーが担う営業の仕事は今まではやっていなかったことで、その人の仕事量が増える、あるいはその人が元々やっていた仕事が他の誰かに回されることになるのです。一方、新しくチームに加わる場合、どのようにアーティストやその価値観、作品を第三者に伝えるかを理解するまでに時間がかかりますが、多くの場合、それまでにない方法論とネットワークをもたらしてくれます。

最終的には、営業担当者を雇用することで、あなたの芸術的言語を完全に理解し、それを十分に代弁してくれる人が見つかることになります。価値観やビジョンを共有し、仕事のリズムを理解し、プロジェクトとともに成長する、そして公演主催者やキュレーターと長期的な関係を築いてくれます。ただ、どちらの場合も、仮に最初は常勤ではない関わりから始まったとしても、取り組みやネットワークの構築が実を結ぶまでの間、アーティストは金銭的な負担を負うことになります。この資金は、構造的な取り組みを支援する助成金や、ツアー営業の役割をプロダクションや全体の営業部門の中に位置づけることによって得られます。このモデルは、すでにあなたのカンパニーがこのポジションを十分に支えられるだけの活動を行っていて、チーム内で個人の成長を支援する余裕がある場合に最もうまく機能します。

外部に

ツアー営業の仕事は第三者に外注する場合は、どこまで仕事をやってもらうかにもよりますが、代理人やプロダクション・オフィスに相談します。どちらの選択肢も、あなたのカンパニーとは別の組織に依頼することになり、引き受ける側はあなたの代理者として、他に提携するアーティストと同様、自分たちが有するキュレーターや公演主催組織とのネットワークを活用し、多くの場合は演劇、ダンス、サーカス、パフォーマンスといった分野や地域を超えて、作品のプロモーションを行っていきます。この二つの方法はよく似ていて、使われる用語もほぼ互換可能なように思われますが、ここでは区別をします。代理人がツアーのための戦略や公演主催者との関係構築に注力し、プロダクション・マネジメントやツアーのコーディネートまで行うことがあるのに対し、プロダクション・オフィスは

長期的な計画作りや資金調達、人的資源や事務管理を含め、より幅広くアーティストを支援します。きちんとしたプロダクション・オフィスは、ただの事務責任者ではなく、戦略的なパートナーとして芸術分野における循環システムを理解し、アーティストとビジョンを共有します。

外部組織と契約すれば、合意した仕事の範囲に対して報酬を支払うことになります。プロダクション・オフィスの場合、発注された任務やそれを達成するために投入される時間や料力に基づき、アーティスト側は月ごとに、あるいは年単位で定額を支払います。それに対して代理人には、歩合制での支払いが行われ、どこまで業務を行うかによりますが(公演契約の締結までか、あるいはそこから先のコーディネートや準備まで行うか)、手数料は通常10～15%になります。もちろん、歩合制に最低保証の前払いを取り入れたリテナー・システムや、より少ない定額払いに率の低い歩合を組み合わるといったハイブリッド方式もあります。

あなたに適しているのは？

当然のことながら、どちらのモデルにもよい点と悪い点があり、舞台芸術の広い世界の中で作品を上演していくために、どちらもアーティストによる経済的な努力が求められます。

一般的には、内部で進める場合は小さく始めて規模を大きくしていくことができますが、関係性とネットワークを築く上で忍耐と創意工夫が必要になります。対して、プロダクション・オフィスであれば知識を提供してくれますが金銭的な負担が伴い、代理人は初期の費用は掛かりませんが、関わる前に「売れる」アーティストであるかどうかを示さなくてはなりません。



あなただけで判断を下すわけではありません。成功している代理人やプロダクション・オフィスは、芸術的なアイデンティティを持ち、自分たちが持つネットワークや市場への関わりに応じて提携するアーティストを導いてくれます。

Learning by doing

実践を通して学ぶ

ここまで背景や基礎的な問いを考えてきましたが、ここからは重要なツールと活用すべき様々な機会について検証していきます。

ツール

コネクションやネットワークといった無形の要素以外に、作品のプロモーション、公演の計画、実行する上で主催者とアーティスト双方にとって重要な、具体的なことがいくつかあります。



公演を行う上での最適な環境と最低限の条件を明らかにし、具体的なかつ柔軟に取り組むことを心がけましょう。

予算と値付け

作品を売り込もうとする際には、適切な値段を認識する必要があります。予算を組む中で、上演にあたっての最低限のコストと関わる全員への公平な支払いを行った上での「限界点」を常に押さえておきます。その後で、公演に伴う事務作業と営業業務のコストを回収できるよう、20%を目安にバッファを加味しますが、外部の営業担当者と仕事をする場合は、この部分をより明確にする必要が生じます。作品の値段設定では、この余白を作れるよう、多少の柔軟が必要となります。美術セット運搬を含む移動、宿泊、日当など、交渉において「プラス、プラス、プラス」と呼ばれる経費は、作品の価格には含めません。これらのプラス要素は、上演会場までの距離や、当然ながら、その地域の標準価格によって大きく変動します。ツアーの予算組は、通常の公演のそれとは異なるということを、覚えておきましょう。ツアーに出るチームは最低限の人数構成で、ひとりが複数の役割をこなします。小規模なチーム編成は、公演主催者にとっての価格や経費を抑え、環境負荷の軽減にもつながります。

テクニカル・ライダー

上記の「プラス、プラス、プラス」経費に含まれないのが、作品を上演するために公演主催者が負担する技術経費です。主催者が正確に経費を見積りできるよう、アーティスト側はテクニカル・ライダーを作成し、提供しなければなりません。テクニカル・ライダーは各種プランと図面（特に照明図面）を含み、上演に不可欠な機材を指定します。通常は、一般的な音響、照明、映像プロジェクターといった機材は公演主催者が用意し、特別な機材（上演用のプログラムを搭載したパソコン、特別な照明機材、作品の上演用に作られた吊り装置など、そしてもちろん作品の舞台美術と衣装）はアーティストが持ち込みます。テクニカル・ライダーは、これらの機材等を漏れなく詳しく記載し、必要であれば機材の製造元やレンズの種類、カラーフィルターの番号、現地で組み立てる舞台美術の詳細などを明記します。そして、テクニカル・ライダーを通して必要な人員の数と時間を公演主催者に伝えられるよう、可能であれば仕込みから撤収までの人員表を付けます。

上演契約

上演契約は、両者が合意した金銭的条件と技術的条件を明瞭な形で正式なものにし、テクニカル・ライダーを契約書の別表として添付します。この契約に基づき実務面および広報宣伝面の準備を進め、予期せぬ事態や中止の場合に備えます。この契約書は法的拘束力を持ち、違反があった時には効力を発揮すると同時に、法—国際ツアーを行う場合には、それぞれの上演国の法律—に則っていなければなりません。誰が契約書を準備するかは、厄介な問題です。誤解が起こることを防ぐため、小規模なチームしか持たないインディペンデントなアーティストは、自分たちの様式を使うことは好みますが、しばしば公演主催者側の事情が反映されていないこともあります。より重要な点は、契約書の管轄裁判所がどこにあるかという点です。感覚的にはそう思えないかもしれませんが、契約上の紛争が起こった際、その地の裁判所の方がよりよく対応できることを考えると、公演主催者の本拠地に位置する裁判所を指定することが望ましいのです。国際的に事業を行う際には、その国の税制にも注意し、契約書に明記する必要があります。例えば付加価値税がある場合には、アーティスト側で還付手続きができないものであれば、税抜き額で合意し、明記しておきます。一方、源泉徴収税（公演主催者の国で納税され、多くの場合はアーティストの居住国で行政手続きを経て還付される）から社会保険料（還付されるケースは限られる）まで、労働に関連する経費もあります。契約書には、著作権に関する条項も含まれますが、フランス方式とアングロサクソン方式と呼ばれる二つのシステムが一般的です。作品上演が、公演主催者による共同製作の一部である場合は、上演契約とともに共同製作に掛かる契約を別途締結します。

モビリティ助成

ツアー活動を支援する移動助成などへの申請可否を確認しておきましょう。必ず助成されるとは限りませんが、締め切りや必要な書類(公式の招聘状を含む)、助成機関の戦略的な関心などについても調べておくことで、助成を受ける可能性が広がります。これらについて事前に把握していれば、公演主催者を説得しやすくなり、よりよい申請書の作成が可能になります。

国境を越える

国境は依然存在し、入国にビザが必要であったり、上演するために労働許可が求められたりするかもしれません。交渉段階では、これらの取得プロセスにおいて、公演主催者からのアドバイスや必要書類の提供といった支援があることを確認してください。現在の情勢下では、特に異なるバックグラウンドのスタッフや出演者がいる場合、このプロセスを軽視しないこと。このことは、物品についても言えることです。税関職員は、あなたが持ち込む機材を物品税の課税対象と見なそうとするかもしれません。事前に調べておき、地元の商工会議所に行けば、一時的輸入物品をすべて記載するATAカルネ作成を助けてくれます。通常は、持ち込み品をすべて出発国に持ち帰るという保証金として、合計価値相当額の何%かを預けます。

プロモーション・パック

ここで紹介する最後のツールは、作品の記録に関係することです。質の高い上演写真(印刷のための高解像度)と上手に編集されたビデオ(フルレンスまたはトレーラー)は、実際の鑑賞体験には決してかきませんが、作品を紹介し、売り込む上で役立ちます。テキストによる作品紹介も重要です。公演主催者の関心を惹き、あなたに連絡するきっかけになるかもしれませんので、きちんと推敲することが必要です。作品のレビュー記事も重要です。作品への中立的な視点(実際はそうではありませんが)として、卓越さと成熟度の証明になります。これらすべてをひとつにまとめ、詳細なクレジット、高解像度写真データやビデオへのリンク、支援者のロゴを付けて、オンライン上でアクセス可能にしておきます。

様々な機会

公演主催者と時間を共有することは、特に直接会ってできれば、つながりと関係を作るための最良の方法です。幸いなくことに、仕事をしながら人に会う機会は数多くあり、それぞれの機会に異なる、相互補完的なメリットがあります。

レジデンス・プログラム

資金的な支援の有無にかかわらず、レジデンスはアーティストが自らの能力を研ぎ澄ませ、新たな表現を模索し、自身の創作活動への理解を広げるための時間と空間を提供してくれます。同時に公演主催者のチームと接したり、重圧なく気軽に話をしたりする多くの機会も与えられます。レジデンス場所が都市部であれば、公演を観に行ったり、劇場と連絡を取ったり、他のアーティストと交流したり、共通の価値観や関心を軸にして自身のネットワークを広げてください。ワーク・イン・プログラムの発表を行うことがレジデンス・プログラムの一環であれば、誰を招待するか、しなやか、自身の作品のことを考えて、検討してください。



最近では、プロデューサー対象のレジデンス・プログラムやキャンプも見られるようになり、あなたのチームメンバーが参加することで、プロフェッショナルとして一緒に成長することができるでしょう。

初演

作品の初演は「必ず知らせる」催しです。メールニュースは連絡先を知っている全員に通知するための簡単な方法ですが、しばしば迷惑メールボックスに仕分けられるか、ゴミ箱行きになります。とはいえ、送りましょう!

加えて、余裕があるタイミングで(最低でも2ヶ月前)、普段から連絡を取り合っている人、作品を見続けてくれている人、手がけているプログラムから判断して自分の作品に興味を持ってくれそうな人に向けて、時間を掛けてひとり一人に手紙(メール)を書きましょう。

共同製作者や助成団体といったパートナーに宣伝に協力してもらい、あなたの将来につながるような人たちを紹介してもらいましょう。支援対象となっている作品のプロモーションは、このようなパートナーにとっても関心事であるはずで



コンタクト・リストの更新や追加が必要な時、同僚はいつも素晴らしい情報源になってくれます。

ツアー中

ツアーに出発する前に、どの都市からであれば公演主催者や批評家、アーティスト、その他の関係者を招待して公演を観に来てもらえるか、地図上で確認します。来てもらえる場合は、チケットの手配を忘れずに。ツアー中も、将来のプロジェクトのパートナーになってくれそうな人とミーティングを持ちましょう。

あなたの上演がフェスティバルや特定の文脈に基づくプログラムの一環であれば、同時期に鑑賞可能な他の作品についても知らせましょう。泊まりがけでの訪問を検討する後押しになるかもしれません。公演の1ヶ月前には案内を送り、約10日前に、可能であればSNSのダイレクト・メッセージで再度お知らせしましょう。ただし、丁寧なフォローとうるさくならないバランスには留意してください。



公演最終日翌日の最終列車や最終便を予約し、上演を観た人たちと公演日の翌朝に話をする時間を確保しましょう。

アソシエイト・アーティスト

アーティストとの提携を行う公演主催者—特に劇場、フェスティバルが実施する場合も—もいます。これは本当の意味でのパートナーシップと考えられていて、理想的には施設や資金、ネットワークへのアクセスを提供し、一定期間展開する中で着実な進展が期待されます。様々な機会の中で最良の形とも言え、若手にも、実績あるアーティストにも可能性があり、提携相手も小さいところから大きな組織まであります。



この仕組みは相互に恩恵があり、公演主催者と組むことでアーティストの認知度が上がると同時に、公演主催者側はアーティストと提携しているということで信頼度が高まります。

企画されたネットワークの場合

—プラットフォームおよびマーケット関連の集まり

フォーマルなネットワークでは、ある程度定期的にプラットフォーム・ミーティングやマーケット関連の集まりを開催しています。これらは様々な団体や公演主催者によって1年を通して開かれていて、自身の作品が発表されていなくても、参加する意味があります。このような場に参加することがネットワークを広げる一番の方法ですので、参加者は誰か、主催者の芸術的志向やプログラムの内容、関連イベントなどから判断し、自分に合った催しを見つけてください。

自分の感覚を頼りに、無理なく、前向きな、友好的な姿勢で臨んでください。最初は雰囲気や圧倒されるかもしれませんが、やがて自分のペースで他の人とつながりを持てるようになるので、急がず、自分の意図を明確にし、自分自身に目標を課してください。全員を追いかけるよりも、公演主催者との内容があるミーティングをいくつか設定することを目指し、以前会ったことがある人と再会する時間も確保してください。流れに身を任せ、他のアーティストやプロデューサーともつながりを作り、予期せぬことにも即興的に応じましょう。



ネットワークに参加することは、コミュニティの一員となることです。多様で刺激的なバックグラウンドを持つ人たちとの新たな出会いがあります。

公の制度と関連したイベント

制度的、あるいは外交的な場から機会が生まれることもあります。二国間の周年事業や、広域な経済・政治的枠組みとの関連です。利用されるのではないか、あるいは適切ではない文脈で作品が紹介されるのではないかという懸念は正常なものです。他にはない学びの場にもなります。



機会を逃す必要はありませんが、公式参加者だけでなく、個人的、あるいはプロフェッショナルなつながりがある自身のゲストも招くようにしましょう。

ピッチか、会話か？

簡単に言えば、ピッチは数分の間に作品を売り込み、相手を説得しようとする行爲です。取引的なプレッシャーがあり、多くの場合、他の何千ものピッチとともに跳ね返されて消えていきます。作品またはあなた自身についてのピッチを行うべき唯一の機会、招待された時—ピッチ・セッションまたは単純に「どんなことをやっているのか教えて」と聞かれる—です。

それ以外の状況では、企画書は脇に置いて単純に目の前にいる人と関わるようにした方がいいでしょう。その人はあなたよりも力を持っているかもしれませんが、それでも人間です。楽しい会話や誰かと仲良くなること、芸術的に、政治的に、社会的に今何が起きているのかを話し合う、そういったことを楽しみにしているかもしれません。あなたにとっても、情報を得たり、自身の職業についての理解を深めたりするだけでなく、時には友だちになることもあるでしょう。

関係性と無限のプロジェクトをめぐるゲームの中で、説明された公演の詳細よりも、話し相手の顔や会話を覚えていることの方が多いものです。部屋に入ったとき、会ったことがある人、話したことがある人がいれば、安心できます。そして、自分のことばかり話して他の人には興味がない人物として記憶されるよりも、静かに聞き入っている方が効果的でしょう。

重要な情報

ミーティングやプラットフォーム、あるいはネットワーク・イベントの前、そして後に行うべきことの重要性は、アウサ・リカルスドッティルとリーネ・バン・ヘニングセンが2017年に出版した『会話から始まる一分かち合うことで自分の知識を疑う』(It Starts with a Conversation... Question Your Knowledge by Sharing...)で述べられています。この「重要な情報」は、国際的な共同作業にどのように取り組むかについての詳細なガイドとなっており、舞台芸術のすべての実践者に全編を読むことをお勧めしますが、ここではその一部をご紹介します。

準備

他のプロフェッショナルに会うイベントに参加するにあたっては、多くの準備作業が求められます。旅行に出掛ける前と同じように、地図上で訪れる町のホテルやレストラン、文化遺産といった場所を確認します。宿題として、行き先のこと、そこに参加する人たち、そして現地で誰が他の人を紹介してくれるのか、予め調べておきます。自分の目標と作品の関連性を明確にし、自身の芸術性に何が合うのかを見つけましょう。資料を更新し、可能であればデータファイルやQRコードで読み取れるようにしておき、ホテルの部屋のゴミ箱に捨てられるような紙資料を大量に持たないようにしましょう。最後に、事前に会いたいと思う人に直接メールを送っておきます。大事なものは、量よりも質。そうでなければ、相手の時間も、自分の時間も無駄にしてしまいます。

作品について話をする準備をします。あなたの作品が一番だと他の人を説得するのではなく、ビジョンや価値観、文脈や関心を共有するためです。将来の計画や直近の公演について話をしたければ、内容を自分の中で明確にしておきましょう。技術面と金銭面(助成金獲得の可能性)に関する理解は、公演主催者が作品を招聘できるかどうかを判断する上で助けになります。その場で契約書を交わすようなことはまず起こらないにしても。



すべての情報が集まったら、メモと頭の中を整理し、ピッチの場を与えられているなら練習をしておきましょう。(完璧ではない外国語で行う場合は、特に。)

当日

このようなイベントの場で常に忘れてはならないのは、結局のところ、みんな同じ人間だということです。正直に、礼儀正しく、文化の違いを尊重しましょう。何かを提供しようとするのではなく、その場にいることが大切です。あなた(だけ)のことではなく、同僚を助け、昔からの友人にも新しく友だちになった人にも場所を譲りましょう。問いを投げかけ、その答えに耳を傾け、伝えるよりも分かち合しましょう。人と関わる際の最も大事な3つのルールは簡単です。関わること、関わること、そして関わること。取引的な関わりよりも、共感レベルでつながることの方が、より満足感を得られます。誰かとの出会いにまつわるいい記憶は、悪い記憶と同じくらい忘れられないものです。

ミーティングの予約を入れすぎないこと。1回の充実した内容の会話は、100の急いで行うミーティングに匹敵します。そのためにも、その場にいることが大事です。ミーティングとミーティングの間にも、十分な時間を設けましょう。何が起ころかは誰にもわかりません。カクテル・パーティーや食事の約束が入るかもしれません。プラットフォームやネットワーク・イベントに参加する際は、公式ホテルに泊まり、朝食会場には必ず行くようにしましょう。忙しい一日の中で唯一時間が決められている食事で、多くの同業者や同僚たちが集まるからです。

メールには時間をかけ過ぎないこと。アポ依頼への返信が届いているかどうかを確認するだけで構いません。直接会うことや上演を鑑賞することに時間を使い、地元のアーティストに会ったり、町を探検したりしましょう。自分の世界を広げることは自身の成長につながり、食に関する知識は貴重な財産となります。



ミーティングの記録を残しておきましょう。誰と何を話し、相手は何に興味を持ったか、どういった資料を送ると約束したか。そして、人間としてどんな人たちだったのか。

フォローアップ

イベントが終わった後、自分が残した記録をもとに、会った人ごとにフォローアップをしましょう。次のプロジェクトへと関心が移って忘れられてしまう前に動きますが、慌てないこと。参加した人たちは誰もが戻って自分のチームと状況共有を行い、

たまったメールを処理しなくてはなりません。最新情報を送っても構わないかを尋ね、快諾してもらえたらメーリングリストに加えましょう。



次回のため、共有したり収集したりした情報を整理します、同じことを繰り返さず、次に会話する時に新鮮さを感じてもらえます。

全編版

『会話から始まる一分かち合うことで自分の知識を疑う』
(It Starts with a Conversation... Question Your Knowledge by Sharing...)

Copyright © 2017 Ása Richardsdóttir and Lene Bang Henningsen, 1st edition, April 2017

このガイドは、誰でも、個人であれ、団体であれ、ウェブサイトやメール、SNSを通して共有してもらえます。個人での使用のためであれば、印刷しても構いませんが、公共的な団体が印刷をして内容を使用する場合は、直接著者にご連絡ください。どんな形で、書面による著者2人の許可なく、内容の全部または一部を再掲することはできません。

このガイドは以下のURLより無料でダウンロードできます。



短距離走ではなく、マラソンである

私たちが集め、ここに示した情報は一見すると膨大でありながらも、不十分だと感じられるかもしれません。しかし結局のところ、そのプロセスは、ある社会集団や環境に新しく加わる際と大きく異なるものではありません。私たちは自らのことを話し、関わり、共有し、コミュニティから学ばなくてはなりません。

フェスティバルやプラットフォーム関連のイベント、ネットワークの集まりに友人や同僚と参加することで、雰囲気明るくなり、新しい扉が開かれ、有機的な方法でその一部となっていく。常に自然体でいること、決して売り込みだけを目的に行動しないこと。自身の視野を広げること自体が、大きな成果となります。

マラソンを走る準備をして、時折スプリントが必要になりますが、常に全力で走るわけではありません。これはチームによるレースなので、関わるメンバー全員が自分の役割とスキルを持って参加し楽しむことが不可欠です。ひとつだけ他よりも頭抜けている芸術表現というものがないのと同様、作品の上演機会を広げる活動にも完全な方法はありません。

状況やあなたの創意工夫、自由度、そして適応能力によって、自分なりの公式を見つけられることでしょう。そして、絶えず変化し続ける世界の中で、その公式は時間を掛けて磨かれていきます。上演機会を広げていく活動は常に続くので、あなたの仕事のサイクルの中に組み込み、作品を創る時にはツアーのことも視野に入れつつ、決してトレンドを気にするのではなく、自分の芸術的アイデンティティをしっかりと認識しましょう。

上演の機会を得ることは、長く、集中的な投資を必要とするゲームであり、最低でもできることは楽しむことです。憶測や懸念によって立ち止まることもあるでしょうが、問いを持ち、積極的に耳を傾けること、そして直感があなたを助け、もっと刺激的なプロセスにしてくれるはずです！

クレジット

互いに協力し合うことを求められるコミュニティの中で、共有することを止めないすべての舞台芸術マネージャーに大きな謝辞を送ります。

このハンドブックは、PAM Factory 2023での発案から生まれたものです。このレジデンス・プログラムは、スイス中から舞台芸術のプロダクションやツアーに関わるマネージャーが集まり、ティチーノ州のプレニオ・バレーにある、かつてのチョコレート工場を活用したレジデンス施設Cima Cittàで開催されました。PAM Factoryは、Reso—Swiss Dance Networkによるプロジェクトで、スイスのアーツカウンシルであるPro Helvetiaの支援を受けています。

プロジェクトの推進およびPAM Factory 2023参加者：Ramun Bernetta, Mauro Danesi, Charlotte Garbani, Marine Magnin, Susanna Plata, Adrian Schild, Rebecca C. Schnyder, Victoria Wuthrich.

プロジェクト・マネージャー：
Noémie Delfgou
エディター：Stéphane Noël
テキスト：Alexandros Vrettos, Damien Modolo, Stéphane Noël
テキスト監修：Victor Leclère
校正（英語版）：Wyndham Wallace

日本語版制作：特定非営利活動法人
舞台芸術制作者オープンネットワーク
(ON-PAM) <https://onpam.net/>

日本語版翻訳：齋藤啓

グラフィック・デザイン：Rocket Ruby,
Basel + Luzern

Published in 2025 by Reso • Dance
Network Switzerland under a Creative
Commons license CC BY-NC 4.0

このハンドブックの内容をすべて、または一部を掲載・利用される場合は、info@reso.ch宛にお気軽にご連絡ください。

日本語版ハンドブックについてのお問合せは、info@onpam.net 宛にご連絡ください。

schweizer kulturstiftung

prohelvetia