

施設名	「ギア -GEAR-」 Ver.3.00
分類	ノンバーバルパフォーマンス（言葉を用いない舞台パフォーマンス）
担当者	統括プロデューサー：小原様、ディレクター：城戸様
住所	京都市中京区三条御幸町角 1928ビル3階
連絡先	<ul style="list-style-type: none"> <li>・代表TEL：075-254-6520</li> <li>・Website： <a href="http://www.gear.ac/">http://www.gear.ac/</a> (英語サイトあり、写真やその他情報もこちらでご確認ください)</li> </ul>
公演・施設情報	<ul style="list-style-type: none"> <li>・公演日時：昼、夜（曜日等の詳細は、上記Websiteからスケジュール参照）</li> <li>・座席数：約100席</li> <li>・ストーリー： おもちゃの「ドール」が人間化したロボット「ロボロイド」とふれ合い、あるきっかけによって人間の心を持つようになるという内容。</li> <li>・パフォーマンス： 世界レベルのパフォーマーがロボット、ドールに扮し、マイム、ブレイクダンス、マジック、ジャグリングを使い、アクション、表情、ダンス、音楽、映像などで、言葉を使わず五感を刺激することによって表現。</li> </ul>
現在の客層	主に国内観光客、GEARのリピーター
研究会ねらい	<p>セリフを用いない手法により性別や年齢、国籍の壁を超えて楽しめるパフォーマンスとして2012年より、現在の劇場でロングラン開始。</p> <p>海外の観光客からは、京都にはナイトライフが足りないとの指摘もあり、その観点からもこの試みは街に新しい魅力を付加する挑戦である。</p> <p>パフォーマンスを拝見し、京都を訪れる海外観光客を取り込んでいけるのか統括プロデューサーからお話をいただき意見交換を行います。</p>
意見交換会	<p>参加人数：11名 (ホテルコンシェルジュ、交通会社営業部、銀行業、飲食業営業、旅行会社、観光ガイド、エンターテインメント業営業 ほか)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティング・広報についてこれまでどのような取り組みしているか。 GEAR：国内外問わず、すでに何度か京都にきて社寺仏閣巡りだけでない京都を求める観光客を狙っていた。それが現在は30%の観客はギアのリピーター。 各パート毎にパフォーマー（ドール、マイム、ジャグリング、ダンス、マジック）が4～5人いる。それぞれが個性を持っておりパフォーマンスが毎回違うのが予想外のリピーター獲得につながっていると思われる。 広報・宣伝はクチコミがメイン。メガマーケティングはやらない。すでにクチコミでかなりの数が来てくれているから。予算的にできないという事情もある。</li> <li>・観劇するまでパフォーマンスのイメージが浮かばず期待をしていなかったが、非常に面白かった。まだ見たことがない人にどのように伝えるか。 GEAR：観客にアンケートをとっており、そこからの客観的なデータなどを広報で示すなどしている。ちなみに、演出家に「オンキヤクヨウ」とあるが、これは「御客様」の意。毎公演出演者とチェックして舞台に反映している。これが多くのリピーター獲得の一つになっていると理解している。</li> </ul>

- ・施設キャパが大きくないここでやっていけるのか？、大都市の劇場の方がいいのでは？  
GEAR：施設、スタッフ、脚本など外注することなくすべて自前。よって経費がそれほどかかっていないのでなんとかなっている。70名入れればやっていける。  
儲けるよりは続けられるか否かが重要。続けられて劇場数を増やすことができれば、他にも劇場をやろうという機運が高まり相乗効果を生み出すことができると思っている。  
大都市で大きい劇場を持ったとしても1000名キャパに400名しか入らないとカッコが付かない上にモチベーションも下がる。  
よって大都市でやる必要はないと考えているが、3~400名の劇場は持ちたい。  
「京都へ行けばGEARが見られる」とロングラン（定着型）ではなく、常設劇場を作りたい。  
ちなみに韓国ソウルではノンバーバル系コンテンツが10コンテンツ程あり、その中から選べる状態にまで発展しており、今やソウルを訪れる観光客の10%が劇場に行くというデータがある。そこが目指すところ。
- ・インバウンド的な取組みはされているか？  
GEAR：京都には外国人観光客が集まってくるので訪日観光客が読むガイドブックに掲載されるよう狙っている。広告よりも効果がある。ガイドブックでは、「京都の夜はどこで何をするか」など書いてくれるから。  
また今後は外国人を出演者に迎えたい。その国の人に来る可能性があるから。ここがノンバーバルのいいところ。出演者も観客も国籍を選ばない。
- ・外国人からの反応はどうか？ また、京都とギアの接点は？  
GEAR：かなり多くの外国人が作品は日本的だと言ってくれる。  
京都との接点で言うと少し弱い部分があるが、「ギア」という題名は実は日本の「歯車（ギア）＝調和」を意味しており、舞台では日本の精神文化であるアニミズムの要素など盛り込んでいるが、それを感じ取ってくれているのだと思う。この調和の精神は現在の世界が求めているものだと思う。それだけに各国の人に見てもらえるようにしたい。
- ・水族館を運営しているが、魚もノンバーバルだ。それを前にする観客は自分の気持ちと向き合っている部分がある。そうすると家族連れなどではそこに会話が生まれる。  
そのような環境を提供しているが、同じカテゴリーで観客にサービスを提供されているので見せ方など非常に参考になった。  
GEAR：水族館と同じく年齢・性別・国籍を問わず家族で見てもらえるのも強み。セリフがないので子供も一緒に飽きずに見てくれている。