

# 日本劇場技術者連盟反版 号外

## 指定管理者時代を生きる 発想を変える！

日本中が文化行事で忙しい秋のさなか、11月12日（月）、日本劇場技術者連盟主催のセミナーが東京・千駄ヶ谷「国立能楽堂大会議室」で開催されました。

今回は、日本音響家協会の共催、日本演劇協会と埼玉県舞台技術協議会の後援を賜り、無事大盛況のうちに終えることができました。

北は北海道、南は九州まで全国各地から総勢52名の方々が参加されました。

このセミナーは、「指定管理者制度の光と陰」に焦点を当てており、公共の劇場やホールを支える人々が、問題意識を明らかにして考え、さまざまな情報を共有しながら解決策を探り、連携を深めて生き抜こうというのが目的です。

第一幕は、本連盟理事の八板賢二郎の基調講演「求められる営業力」で、これからの時代に生きるための劇場技術者の意識改革を訴えました。

続いて第二幕は、ポーズ株式会社代表取締役社長の佐倉住嘉氏に「経営力は創造力」をテーマに講演していただきました。苦難の道から人脈を広げ、さまざまな人気商品を開発された商売哲学を、ユーモアを交えてお話いただき、受講者に感動と勇気を授けてくれました。

最後のディスカッションは、指定管理者として厳しい経済状況下で、経営改革を断行し成功しているホールの実例などが紹介され、受講者からも近況報告と提案などがあり、互いに元気を与え合い、明日に希望を抱きつつ熱気の中、無事終了しました。

終了後、急きょ懇親会を開催することになり、そこで新しい出会いが生まれ、更に有意義な交流となり、商談に発展する人たちもいるなど、仲間意識がさらに高まりました。

(報告 / 日本劇場技術者連盟理事長・齋藤譲一)

## ■基調講演・劇場技術者の今昔 求められる営業力

本連盟理事、日本音響家協会会長  
八板賢二郎

私は最近、チラシの作り方やイベントの企画など、いろいろなセミナーを受講し勉強しています。役に立つかどうかは分からないのですが、60(歳)の手習いをやっています。

そのセミナーの中で、次のことが印象に残っています。

イベントを企画して、思うように集客できなかったときの言い訳で一番多いのは、「人がこないイベントだから私たち（行政や公益団体）がやるべきなのだ」です。次は「市民の意識が低いからだ」と来ない人を非難しているのです。本当は、そのような方たちに参加して貰いたかったのではないのでしょうか。そして次に、天気や交通の便などの悪条件を並べることが多いようです。これは補助金でやっている人たちの言い訳です。

### 1、農政にみる我が国の行政

お配りした新聞の切抜きは最近の話題として提供しました。

その中の一つ（日経）は、東京の問題でして、最近、民間と公立の劇場がたくさん出来て互いに競争になり大変だ、という記事です。棲み分けしないと相打ちになると危機を訴える人もいます。お金儲けの商業劇場と芸術追求の公立劇場では問題ないと思うので、棲み分けなどと甘えることは止めて、ガチンコ勝負をやって良いものを観せてくださいと申し上げたい。

本日のセミナーは、このような中央の景気の良い話ではなく、各地の多目的貸ホールや小さなホールの管理運営の問題を考える会です。

本日は、これが正しいという1つの方向を決めるわけではありません。皆さんの立場や条件によって、いろんな考え方があります。皆さんに適した方向が見つければよろしいのではないかと思います。

行政は全国を同じようにコントロールしますが、それでは駄目であると思っています。いろんな形で運営するホールがあってよろしいのです。逆方向、別方向に進む人がいてこそ発展するのです。

新聞記事のもう一つ（毎日）をご覧ください。「迷走する日本の農政」とあります。私は農家の生まれなので、高校生のころから日本の農政はダメだと思っていましたが、現在は破綻状態ですね。これが日本の行政の基本形です。例えば、昨年玉ネギが不作だと、今年は玉ネギを作れと行政は指示します。そして今度は作り過ぎて廃棄する、ということの繰り返しを続けてきたのです。そして、米は余っているので、米を作らなければ補助金を出すという策をとるのです。このようにコントロールされながら農業が減びてしまう。

ところが、最近では農業従事者も利口になって自立し、独自の方向に歩みだしたのです。東国原知事出身地の宮崎県都城市では、二十代の若者が農業を始めたのです。ベテラン農家が作成したパソコン・データをもとに作業をして、上手にお米を作ってる。また、山形県鳴子の農家は、旅館と提携するなどして地元にお米を売ることを第一と考えたのです。そして、お米の袋に製作者の写真

を貼り「私が作った米」という個人ブランドで各地に通信販売しています。「〇〇ひかり」とか「〇〇こまち」などという大きなブランドでなく、小さなブランドで信用商売を始めたのです。今、高級ブランドの老舗の偽装不祥事が相次いでいますね。有名ブランドだからといって、信用できない時代ですから、経営者の顔が見える小さなブランドのほうが信用されるのです。

また、団塊世代を農業に引っ張り込むなど、個性のある農業が、いくつもスタートしています。

私は、このような農政の動きと照らし合わせて、公共ホールのこれからを考えていく必要があるのではないかと考えました。

もう一つの新聞記事（東京）をご覧ください。これは歯科医師や弁護士が増えすぎて、法律を犯すようなことをしないと生計が成り立たないという記事です。これらのバランスをよくするのは政治や行政の仕事なのですが、その役目を果たしていません。無責任な法律を作って、庶民の首を絞めてくるのです。最近のニュースをみればわかるでしょう。

農業と同様に、全国の公立ホールも、そこで働く技術者も、おかしくなってきたと思います。舞台技術者の技能検定も、取得者数で優越を決めようとしていては不利です。需要と供給のバランスが悪いと、薄利多売を始めて、業界をガタガタにしてしまうのは世の常です。

東京の某劇場業務提供会社の若手社員が集団退社して、この業界から去っていきました。名古屋では、有能な技術者が会社を辞めて独立し始めたということなのです。いずれも生計が成り立たないからです。

では、指定管理者制度とは、なんなのかです。図書館・美術館・ホールなどの公共施設の運営を、これまでの運営財団だけでなく民間にやらせてもよろしいというのが、この制度、法律です。赤字の自治体にすれば願ってもないことで、民間にやらせて予算削除するのに好都合です。これ幸いと、文化行政から逃げてしまっている自治体もあるのです。これは悪性です。しかし、しっかりやっている指定管理者も多いです。

## 2、公共ホールの位置づけ

では、ここで公共ホールとはなにかを考えてみましょう

Hall は会館・公会堂・集会場という意味です。コンサートホールというと音楽をやるホールということになりますが、基本的に集会場です。人が集まって来る所です。ですから、芸術だけをやる必要はないと思います。集会などコミュニケーションの場であって、その中から新しい芸能が生まれたり、市民が演劇を始めたり、出会いの場所と位置づけすれば、地域住民の目線で運営しようとするようになります。

次に、公共ホールの役割についてです。

どんな役割をしているかということですが、有名な演出家を呼んで演劇やオペラをやる専門ホールであっても良いのですが、もっと住民のことを考える必要があるのではないのでしょうか。

地元の住民（納税者）は、自分たちのモノと考えています。カラオケ大会に使いたくても使えないでトラブルしている例もたくさんあります。

指定管理者の時代になったので、公共ホールのあり方をもう一度考えるチャンスが到来したのです。これは良性です。

まず、公共ホールは芸能を作るところでしょうか？ であります。自前の劇団や劇場を持つのなら別ですが、余所で作られた芸能を仲介するのが、もっぱらの事業となっているのではないのでしょうか。

自主企画といっても、東京などで作られた歌舞伎やオペラや演劇などを連れて来るということが主です。高い入場料のものを県や市の補助金で安く観せたりします。これは、立派な地域住民への税金の還元です。

また、いくつかのホールが共同で製作して、巡業することを始めたところもあります。

次の役目は、外部に演ずる場所を賃貸することです。外部のプロダクションやプロモータに場所を提供して、市民が東京や大阪に行かなくても一流の芸能を鑑賞できる。これも地域住民への素晴らしい提供です。

そして忘れてならないのが、地域住民に集会の場を提供することです。皆が集まりセミナーをやったり、また自発的に演劇をやったり、習い事の発表の場として、ホールにプロのスタッフを揃えて支援する。そのことにより、地域の人たちの文化意識が高まり、一流のプロの芸能を観たいと思うようになれば、その人たちは目の高い観客になるのです。公共ホールが新しくオープンすると、その地域住民の文化芸術に対する意識は高まり、いきいきとしてきます。それが公共ホールの第一の役目です。そのようにならないときは、そのホールの存在価値はなく、無用の長物化するのです。

## 3、地域住民との関係

公共ホールを所有する自治体の違いにより、地域住民の所有意識が違ってきます。国立、県立、市立、町立の違いで、それに対する国民の意識が異なります。区立や町立になると地域住民は、自分たちのモノという意識が高く、運営に対する監視は厳しいです。したがって、地元優先に運営しなければなりません。カラオケや習い事の発表会を優先します。利用料金の設定もそのようになっています。地域住民は低料金になっていて、有料の営業公演の場合の使用料は高額になっています。

ところが国立になると、プロの人たちの利用料は安く、素人の公演は高額になっています。そして運営に対する国民の監視は緩くなります。

ホール関係者は、市民からどのように見られているかということが気にしなければなりません。

一例ですが、指定管理者制度で危機を抱いたホール職員が、一軒一軒市民の家を回り、ご意見やご要望を聞いて歩いたという話があります。すると、「勝手に面倒な規則を作って、市民は置き去りじゃないか、そして君たちは2、3年で本庁に戻ってしまうのだろう」と罵られたのです。これを肝に銘じて改めれば、市民はホールを支援して、味方になってくれるのです。

公共ホールは、それを所有する地域住民をまず一番に考えることも忘れてはいけません。「世界へ発信」などという売り言葉など求めています。地域住民に発信して欲しいのです。

指定管理者と現場の技術者との隔たりもあります。今こそ、昔ながらの会館スタッフの悪いイメージを払拭して、指定管理者制度の導入を良い機会と捉えて、技術者のあり方を再構築する好機だと思えます。

ホールの意義を再認識して、指定管理者と劇場技術者が協力し合うことが重要です。そこで、劇場技術をビジネスと捉えて、自立すべきです。

#### 4、劇場技術者は労働者

さて、私たち劇場技術者はアーティストでしょうか？ 労働者でしょうか？

難しいところですが、そこを明確にしなければならぬ時期にきていると思います。都合に合わせてアーティスト、労働者を使い分けていたのでは、周囲からは分かりにくいのです。私は、労働者として堂々と確立すべきだと考えています。

アート労働者として、プロの技でバリバリやって稼ぎましょう。ブラブラはもういけません。

したがって劇場技術者連盟は、稼げるプロの場を構築する職能団体であるべきと考えています。

官は職能団体の一つにまとめようとしています。これもコントロールがしやすくなるからで、天下りの受け皿になってしまいます。本来は、職能団体はいくつもあって、チェック機能が働かないとくだらない業界になってしまうと思うのですが如何でしょうか。

このような村おこしの例があります。傷ついた柚子は見栄えが悪く売り物にはなりません、それをエキスにしてヒット商品にした村があります。その工場で、お年寄りがイキイキと働いて健康でいる。すばらしい村です。

ちょっとした知恵で、地域の小さなブランドが全国区の商品にできるのです。プラス思考で、石ころも磨けば売れる商品になるということです。

そこで私は、進化した公共ホール運営、そこで働く技術者も進化しなければ、これからの時代、使い物にならないと思うのです。業務がなくても毎日ホールに詰めていれば給料を貰えるという時代は終わったのです。

東京・千駄ヶ谷の津田ホールは、ここは民間のコンサートホールですが、5人全員が技術者です。

その人たちが営業も、経理もやっています。小規模のホールのスタッフは、一つの仕事の専門家ではなく、音響、照明、大道具の基礎業務はできるようにすべきです。そして営業も経理もやるのです。

ヨーロッパの劇場は、親方一人だけが打ち合わせに出てきて、全部の部門について細かな打合せをしています。すべてに精通しているからできるのです。劇場技術者は、オールラウンドプレーヤーでありたいです。

#### 5、海外の状況

ここで、海外について触れてみます。

アメリカのユニオンは、ご存知のように、自分たちの仕事を守るために、仕事の量に合った組合員数を置くのが原則で、強力な締めつけがあります。別の分野を侵すことはご法度です。舞台監督卓や音響調整卓にオペレータ以外の者が触れることはできません。そしてオペレータは、仕込み作業に手を出しません。日本から三味線演奏者を連れて行くと、その人数分のだけユニオンのミュージシャンを雇うことになります。そのようにして自分たちの仕事を、生活を守っているのです。そのようなユニオンですが、地方に行きますと頻繁に仕事がないので、日常はパン屋さんとか電気屋さんをやっていたりします。

日本では無理だと思います。そこには民族性の違いがあります。仕事をみんなで分けあうことができるかどうかです。一網打尽の日本人では無理のようです。山にいて美味しい木の実がなっていたらどうするかです。自分で食べるだけ採って食べて、次に来る人や小鳥のために残すか、それとも全部採って持ち帰るかの違いです。日本人は後者です。

イギリスやフランスのユニオン組織は、弱いですが、ただし、アメリカ同様にオペレーションの人、仕込みの人と別れていいです。照明のフォローをする人は、仕込み作業はやりません。リハーサル寸前に劇場にやってきます。

ワルシャワの国立劇場で公演したときのことで、昼のリハーサルと夜の本番スタッフが入れ替わるのです。仕事が少ないので分け合うのです、という説明でした。

日本にも立派なユニオン組織があります。能楽協会です。能楽協会に入っている人はプロです。協会に入っている人は、さまざまな決まりを守り、ユニオンとして機能しています。必要以上のプロを養成しないのも重要です。

旧東ドイツのハレというところに、津軽三味線公演を持っていったときのことで、主催者が観客を呼ぶのを忘れたというので驚きました。社会主義の延長で、イベントをやるときは役所に申請してお金を貰う、くれなかったら大騒ぎすると貰える。だから観客が入らなくても問題ないということです。補助金目当てやっていると、このような思考になるんですね。これでは、いつまで経ってもプロとして自立できないです。

私は40年前に職場のトップから、「劇場の敷居を低くしなさい」と言われましたが、まさにそのとおりだと思います。

ホールの中に、安くて美味しいレストランがあるとか、劇場の専門書などを販売しているとか、図書館があるとか、コンビニがあるとか、劇場専門知識の相談窓口があるとか、地域住民が集まってくる機能にすることが必要です。

独立行政法人が運営している文化施設もあちこちで頑張っています。行列のできるレストランを誘致して目玉にしているのは、六本木の新国立美術館です。

最後に、中野サンプラザの話をしたと思います。株式会社になってから、いきなり黒字になりました。そのためには、ロビーの奥まった暗い場所にあった結婚式場の受付を、見晴らしの良い階上に移動しました。夢いっぱい若い二人が打ち合わせるにはふさわしい場所です。

また使われていない会議室等を、貸事務所に改装して施設内の人口を増やし、レストランは一流ホテルのシェフを呼び上品にしました。

ホールの技術者も、営業や経理の仕事をするようになりました。技術者がホールの利用者に、レストランの弁当を勧めたり、打ち上げパーティーの予約を受けたりします。

ホールスタッフの言葉づかいや、接客態度も厳しく教育されて生まれ変わりました。

今年(2007年1月)になって、中野サンプラザの会議室で日本音響家協会のイベントを開催しました。協会の担当者が打ち合わせに行き、サンプラザの担当者の対応が素晴らしい、と感動して戻ってきました。本番当日、サンプラザのその担当者に手土産を持参したほどです。

本日のセミナーは営業をテーマにしていますが、「営業は民間に学べ」と申し上げて、前座を終わります。

## ■特別講演 商品開発の達人に学ぶ経営力と創造力

ポーズ株式会社代表取締役  
佐倉住嘉

経営力は創造力という難しいお話をさせていただきます。

経営は商売です。では商売とは何だといいますと、安く仕入れて高く売るとい原理です。上はトヨタから下は町の豆腐屋さんまで同じ原理です。

そう考えれば理解できます。安く仕入れて高く売るとい商売には、いろんな仕事があります。豆腐屋さんは大豆を蒸して叩いて、いろいろやって売り出します。しかしながら、必ず売れるとは限りません。

これは博打です。競馬と同じで、原理は博打です。まず最初に皆さんに知っていただきたいことです。

国家があって税金を取る。つまり国は胴元と同じです。ただし、博打は自分が儲けるため、ビジネスは社会や人に役立ててという違いを理解してください。

商売は、まず第一に自分が一所懸命に走る、第二に自分の腕を磨く、第三に運です。ビジネスは運が半分、残りの五割が一所懸命に走る。そして自分の腕を磨く(体力を付ける)が全てです。

私はこれまで17の会社をやりましたが、上手くいったものは2つ位です。運はタイミングです。

では運を付ける方法を教えましょう。それは、風が吹いたら桶屋が儲かるの理論です。風が吹けばホコリが目に入る、すると目が見えなくなる。目が見えなくなると生活するために門付(人家の門口で芸をして金品を乞うこと)をしなければならぬ。門付には三味線が必要になる、三味線には猫の皮がいる。そして猫が少なくなるとねずみが増える。ねずみは桶の中の穀物を狙って桶をかじる。桶が傷むから桶屋が修理をすることで桶屋が儲かるということにして、今やっていることはいずれ自分に戻ってくると思うのです。

人間にはツキと運があります。ツキは一日早く収穫したから二日後の台風で作物が全滅することが防げたなどということです。

運は、人がもたしてくるものです。ホールの技術者も営業をとおっしゃいましたが、営業とは人との付き合いですから、人が必ず運をもたしてくれま。

そして、会社というのは飛行機と同じです。エンジンやプロペラが止まったら飛行機は落ちます。会社は飛び続けていなければつぶれます。

ポーズの話をさせていただきます。MIT(マサチューセッツ工科大学)の教授だったポーズ博士が1964年に会社を興しましたが、当初は全く売れなかつた。

70年アメリカで製品が認知され71年ヨーロッパで成功し、73年に日本のラックスが代理店になり販売を開始しましたが失敗。

77年、独自で販売を開始したが、日本のマーケットの難しさに苦戦しました。その中で私に白羽の矢が立ちました。そして売るための販売戦略が始まりましたが、なかなか売れませんでした。ある日、営業で電気店を回っていたときに、壁に取り付けられるスピーカはないか? という言葉を聞いて、かつて飲食店を経営したときにスペースの問題で苦労したことを思い出し、スピーカを壁に取り付ける方法を開発したのです。



▲当時のポーズの吊りスピーカ(九段会館で今でも使用中)

その後、私はアイデアを次々と出しました。テーブルの上や天井に埋め込むスピーカ等さまざまなものでした。

しかし、アメリカ本社はなかなか動いてくれなかった。しかし、確信を持って自分のアイデアを実行に移し、その姿勢にアメリカ本社も数年後に動き出したのです。

商売はマーケティングですから、いろいろな方法でやり続けることです。営業と技術は車の両輪です。どちらが欠けても駄目です。物が良ければ売れるというのは技術者の考えです。しかし技術だけでは売れません。売るには、売れるだけの価値があることを伝えなければなりません。お客は、こちらの言うことをなかなか信じません。ですから、一生懸命しゃべり続けて、売る人間が相手から信頼してもらえるようになるのです。

そして商売の一番大切なことは、買った人に満足してもらうことです。

---

## ■ディスカッション・現実に立ち向かう

---

**座長** (八板賢二郎) 劇場技術者連盟は、劇場技術者としてオールラウンドプレイヤーになるための講習会を開いていく方針ですが、その点いかがでしょう。

**小川富市** パシフィックアートセンター (PAC) の小川です。埼舞協では、舞台・照明・音響と一線を引くのではなく、広い視点で見て講習会を開くなどして、最終的には各専門に分かれるが、互いに交流を図りながら各セミナーに参加するなどしております。

**座長** 宮崎県都城から参加の出井さん、あなたのホールはオープン時から指定管理者で始まりましたが、いかがですか。

**出井稔師** 都城市ウエルネス交流プラザの出井です。なかなかオールラウンドには出来ていませんが、併設のパーキング場の機械が故障したときの修理などをするなど、色々な事をしています。私は音響の仕事をして20数年やっていますが、最近ではその他のことで忙しく毎日が過ぎている状況です。

**座長** 渋谷公会堂 (渋谷 C.C.Lemon ホール) の指定管理者として、直接担当をされている小川さん。その運営方法などをお話いただけますか。

**小川** 昨年 (2006 年) の4月から指定管理者として受けております。それまでは区の直営で、舞台だけを私どもPACで、照明と音響は別の会社でした。

現在は一社代表という形でPACがやっています。設備・受付・警備などはアウトソーシングという形でPACの責任で維持管理しています。他の指定管理者の施設との大きな違いは区からお金が出ていないということです。つまり指定管理料は0円です。運営を利用料・備品料・延長料などの収入で賄っています。

したがって節約が大切です。また、維持管理や防火管理等いろいろあります。

スケジュールを調整して、できるだけ稼動日を作り貸し出す。利用者に景品をプレゼントするなどして、利用者への還元や、ホームページを利用してスポンサーを取るなど努力しています。

**座長** 自由にやらせて頂いている感じですね。レストランにも力を入れているようですが？

**小川** 隣が渋谷区役所なので、区の職員がよく利用するものですから、もっと安くしてもらえないかなどの要望もあって、少々難点もあります。区民の皆様が立ち寄れるようにしたいので、レストランが地下にあるため看板等を工夫したいと思っています。

**座長** 暗くて陰気くさく不味いイメージが、公共ホールのレストランですね。レストランがある施設は、そこを改革するのいいと思います。そこが変われば賑わいが違ってきます。

また、ホールの周辺と連携してゆくことが大事です。周辺の居酒屋に入場券の半券を持っていくと割引くとか、ドリンクをサービスするとか、いろいろな特典でホール周辺の方々とホールを育てるように仕掛けるといいですね。

それから携帯抑止装置でも、メーカーは売ることだけでなく、ほしいけど買えない施設にはレンタル方式を設けるとかするのが営業力です。これを考えたマクロスジャパンの河本さん、お話いただけますか。

**河本浩樹** マクロスジャパンの河本です。私どものは携帯抑止装置を作って9年になりますが、この装置を一番使う利用者はどこであるかをシュミレーションしました。そして、プロモータやプロデューサーなどの方たちの意見をとり入れまして、当社が設備をホールに常設しておいて、公演の都度、主催者の希望により有料で利用していただくようにしました。つまりレンタルです。

**座長** 昔の置き菓のシステムですね。置いといて使った分だけお金を払うという方式ですね。すごい知恵ですね。

他にご意見があればお伺いしたいのですが、ライトステージの木村さん。

**木村博之** 私は今、劇場コンサルタントをしておりまして、色々な館とお付き合いをさせていただいておりますが、その中で感じたこととお話させていただきますと、なぜ文化は自治体がやっているかということ、それは儲からないからだということです。また、担当職員に情熱がないのは、たまたまその部署にまわされたところに問題があると思います。これから大切なのは、情熱のある方がいるかどうかだと思います。

**小川** 今の木村さんのご意見に感心しました。これからの企画はどうするかをリサーチしながら発展的に独自のものを作っていくしたいと思います。

**座長** 札幌からおいでの上浦さんお願いします。

**上浦卓巳** 札幌市教育文化会館の上浦です。私どもは第三セクターでして、民間の立場で進行して

ゆかなければと考えています。まず、会館の看板を大きくするなど、市民が分かるものに変えたり広告をだしたりで暗中模索でやっているところです。例えば、貸公演のポスターでも自主公演同様に、大きな掲示板に張ったりするなど、とにかく市民の目線で改善すべきところは改善しています。

**座長** 大分県文化スポーツ振興財団の賀来さん、いかがでしょうか。

**賀来真** 大分から来ました iichiko 総合文化センターの賀来です。ネーミングライツでこういう名称になっています。自治体が指定管理をどう考えているのか、つまり経営努力でいいのか、地元へ貢献をしていくのがよいのかを明確にして欲しいというのが実感です。

**座長** そうですね、自治体ははっきりするべきです。次に、スタジオファームの原田さん。

**原田活義** 私どもは振興公社から委託をされているものですが、小屋付きとして、どう付き合っていくのかという点で、みなさまからお教えいただければと思います。

**座長** さいたま市民会館いわつきの押田さんいかがでしょうか？

**押田知彦** 私たちは財団で管理をしております4年目です。今回は公募となり現在、そのための営業活動をしています。職員もホール舞台技術を少しずつ覚えていっています。

**座長** 公共ホールは、入札ばかりしていて皆さん落ち着かないですよ。毎年、2月ごろになると次年度はどうなるのかという不安な時期がやってきます。そして、スパイラルに値下がりして貧しい予算になっていくのです。これではこの世界はいずれダメになっていくと思います。何かよい方法はないのでしょうか。連盟でも考えてお役に立てないかと思っております。よくやっている指定管理者の次の契約は5年にする。次ぎも良かったら7年にするとかご褒美をあげないといけませんね。ここで、畑違いですが、放送局の立場からご意見をいただきましょう。京都放送の深尾さんお願いします。

**深尾康史** 放送局も電波を使ったホールみたいなものです。私もプロデューサーや映像も営業もやりました。今の関西の情報をお話しますと、技術系の方がやっている指定管理者は比較的上手くやっている。管理系の方たちのやっている指定管理者は、自分たちの生き残りを優先していることが多いように思われる。こういった情報が多いです。

**座長** 若い技術者の方にも伺ってみましょう。岡崎さんどうぞ。

**岡崎正和** 岡崎と申します。今は川口市総合文化センターに勤務しております。先程からのお話でございしますが、オールラウンドプレイヤーを目指して走り続けている最中ございまして、これからも今日の講演会でのお話を参考にしていきたいと思っています。

**座長** 最後に大阪からおいでの山形さんをお願いします。

**山形裕久** 貝塚コスモシアターの山形です。子どものホールはいろんな事業展開をしておりますが、全ての問題にトライして指定管理者として頑張っております。貸し館が少ない分、主催事業の充実を計っております。

**座長** ありがとうございます。今、連盟は色々な形の事業をやっておりますが、少しずつ的を絞りつつ、これからもさまざまな活動をおして情報をお伝えしていければと考えております。

(この後、懇親会が開催され、より深い会話が飛び交い、参加者の瞳は新しい光を見つけたかのように輝いていました。)

## 《参加者からの声》

●先日は貴重な集まりに参加させていただきました。今後の当ホールの運営に活かしていきたいと思っております。

●先日のセミナー大変有意義でした。このような素晴らしい会に、もっと沢山の業界の方々に参加して頂きたかったです。

●有意義な会をありがとうございました、「勉強」だけでなく「コミュニケーション(懇親会)」の場も提供していただき、大変うれしく思っております。

## ■あしがき

「最も強いものや賢いものが生き残るのではない。最も変化に敏感なものが生き残る」とはチャールズ・ダーウィンの言葉である。

世間が変化したのに、いつまでもこれまでどおりを追いかけていては通用しない。このような時代変化で、様々なところで、これまでの序列が大きく変わるものである。世間の変化、政治の変化、世界の変化を常に読んでおかなければ商売は失敗します。

このセミナーで「商売は博打」「オールラウンド」という言葉が、参加者の頭脳に焼き付いたようである。

これが新しい波を生むキーワードである。(Y)

【文責：高橋三十四】

### 日本劇場技術者連盟 瓦版 号外

発行 日本劇場技術者連盟  
発行人 齋藤 譲一  
編集人 八坂賢二郎  
発行日 2007年12月1日  
事務局 東京都練馬区早宮 1-27-19  
http://www2.ocn.ne.jp/~teec  
teec@pure.ocn.ne.jp  
TEL&FAX.03-3991-6402