

Title	ブロードウェイ作品における成功要因分析：トニー賞の効果及び受賞要因について
Sub Title	
Author	金子, 愛(Kaneko, Ai) 村上, 裕太郎(Murakami, Yūtarō)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2018
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2018年度経営学 第3419号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002018-3419

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

論文題名

ブロードウェイ作品における成功要因分析
— トニー賞の効果及び受賞要因について —

主 査	村上 裕太郎 准教授
副 査	齋藤 卓爾 准教授
副 査	木村 太一 専任講師
副 査	

氏 名	金子 愛
-----	------

論文要旨

所属ゼミ	村上 研究会	氏名	金子 愛
(論文題名)			
ブロードウェイ作品における成功要因分析 ー トニー賞の効果及び受賞要因について ー			
(内容の要旨)			
<p>本研究では 2008 年～2018 年のブロードウェイ作品を対象として、①トニー賞の受賞がブロードウェイの公演存続期間及び興行収入に正の影響を及ぼしていることを検証すること、②トニー賞の受賞にあたって作品固有の効果以外にどのような要因が受賞に作用しているかを明らかにすることの 2 点を目的として研究を行っている。</p>			
① <u>トニー賞の受賞がブロードウェイの公演存続期間及び興行収入に正の影響を及ぼしていることについての検証</u> ：Cox 回帰ハザードモデルを用いた生存分析及び固定効果モデルを用いた重回帰分析という 2 通りの分析方法によって検証を行った。前者の生存分析では、トニー賞が公演存続期間に与える影響を分析し、結果トニー賞へのノミネート及び受賞は公演存続期間に正の影響を及ぼすことがわかった。さらに、有意水準の観点から見るとノミネートよりも受賞の方がより重要であることが判明した。また後者の回帰分析においては、トニー賞が興行収入に与える影響を分析し、結果こちらの分析においても、トニー賞の受賞のみ興行収入に正の影響を及ぼすことがわかった。したがって、トニー賞へのノミネートではなく、受賞がブロードウェイ作品において成功要因の一つとなることが明らかになった。			
② <u>トニー賞の受賞にあたって作品固有の効果以外にどのような要因が受賞に作用しているかを明らかにする</u> ：仮説を「①プレビュー公演の回数が多ければ多いほど、トニー賞を受賞しやすい、②トニー賞を受賞するまでの興行収入が高ければ高いほど、トニー賞を受賞しやすい、③上演開始のタイミングがトニー賞の受賞時期に近ければ近いほど、トニー賞を受賞しやすい」と設定し、二項ロジスティックモデルを用いた重回帰分析にて分析を行った。結果として、プレビュー公演数は統計的に有意にはならなかったが、それ以外の受賞までの動員率及び初回公演の時期は全て統計的に正に有意となった。さらに、公演時間に関してもトニー賞の受賞に統計的に正に有意となった。したがって、トニー賞の受賞には受賞までの興行収入、初回公演の時期、公演時間が鍵となることが判明した。			

目次

第1章 序論.....	1
第1節 研究の背景	1
第2節 研究の目的	2
第2章 ブロードウェイについて	3
第1節 ブロードウェイとは.....	3
第2節 ブロードウェイの起源及び発展	5
第3節 ブロードウェイの現状	5
第4節 ブロードウェイの制作工程及び収益構造.....	7
第3章 トニー賞について	10
第4章 先行研究	12
第1節 ブロードウェイに関する実証分析.....	12
第1項 公演存続期間に関する実証分析.....	12
第2項 興行収入に関する実証分析.....	13
第2節 映画に関する実証分析	13
第3節 本研究の特徴.....	14
第5章 仮説 1.....	15
第1節 分析（仮説 1-1）	15
第1項 サンプルの選択.....	15
第2項 検証モデル.....	16
第3項 分析結果	18
第2節 分析（仮説 1-2）	20
第1項 サンプルの選択.....	20

第2項 検証モデル.....	20
第3項 分析結果.....	21
第6章 仮説2.....	23
第1節 分析（仮説2）.....	23
第1項 サンプルの選択.....	23
第2項 検証モデル.....	24
第3項 分析結果.....	25
第7章 結論.....	26
第1節 まとめ.....	26
第2節 本研究の課題.....	27
付属資料.....	28
謝辞.....	32
参考文献一覧.....	33

第1章 序論

第1節 研究の背景

本研究に至る背景としては、筆者自身がもともと中学から高校にかけてミュージカル部に所属しており、ブロードウェイに馴染みが深いことに起因する。他の学校には珍しいその部活は、筆者達の学校において最も存在感を放つ大規模な部活であり、目玉は毎年4月に行われる文化祭での公演であった。この公演のために筆者達は1年をかけて一つの舞台を作り上げる。脚本やキャストはもちろんのこと、音響、振付、衣装、大道具小道具、幕等全て自分達の手で編み出す。一つの公演を作り上げるには多くの費用がかかってくる一方で、舞台系の部活は文化祭で売り上げをあげることが禁止されていたため、制作費は学校からの部費によって賄われていた。しかし、筆者達の文化祭公演は1日2公演を2日間の計4公演（1公演の最大キャパシティは900人）のみであり、たとえチケットを販売し売上を出したとしても、制作費用の回収は難しいのではないかとずっと感じていた。実際、ブロードウェイでは長期間公演を行うことで初期投資を回収し更なる利益を得るロングラン・システムを採用しており、長期間公演を行うことが出来るか否かが鍵となってくる。

また、ブロードウェイにはトニー賞というブロードウェイ版アカデミー賞のような賞が存在している。ブロードウェイにおいて、観客の3分の1は他人からの勧めによって公演を観賞するそうで、実際に筆者自身が海外でミュージカルを観賞する際にも、口コミや前述のトニー賞受賞の有無などを作品選択の際の基準としていた。そのような経験から、トニー賞は公演の長期存続あるいは興行収入に大きな影響を及ぼすのではないかと考え、本研究ではその検証を目的とした分析を行う。また、「トニー賞の受賞はブロードウェイの公演において成功要因の一つとなっている」という仮説のもと、さらに一步踏み込み、ひいてはどのような作品がトニー賞を受賞しやすいか、作品固有の効果以外の部分になにか共通項があるのではないかと考え、一つ目の仮説に加え、「①プレビュー公演の回数が多ければ多いほど、トニー賞を受賞しやすい、②トニー賞を受賞するまでの興行収入が高ければ高いほど、トニー賞を受賞しやすい、③上演開始のタイミングがトニー賞の受賞時期に近ければ近いほど、トニー賞を受賞しやすい」という仮説をたて、その検証もあわせて行っていく。

第2節 研究の目的

本研究の目的は大きく2つある。1つ目はトニー賞の受賞がブロードウェイの公演存続期間及び興行収入に正の影響を及ぼしていることを検証すること、2つ目はトニー賞の受賞にあたって作品固有の効果以外にどのような要因が受賞に作用しているかを明らかにすることである。本研究では上記の2項目を明らかにするために生存分析や重回帰分析を用いて、実証分析を行う。初めに用語の説明をしたのち、仮説及び分析に移っていく。

第2章 ブロードウェイについて

本研究ではブロードウェイ作品を対象に研究を行う。ブロードウェイでは、ブロードウェイ・リーグと呼ばれるブロードウェイ関係者による業界団体がブロードウェイに関するデータベースを保有しており、ブロードウェイの演劇が始まったとされる18世紀から現在に至るまでの作品に関する情報が豊富に揃っている。これらの情報はすべて公開されているため、これらの情報を基に本研究では分析を行っている。

以下、本研究で焦点となるブロードウェイについて記していく。

第1節 ブロードウェイとは

ブロードウェイとは広い道という意味を持っており、もともとはアメリカニューヨーク州 マンハッタン島内を南北に横断する20 km以上もの長い目抜き通りのことである。今日では、タイムズスクエアを中心とする劇場地区として一般的に知られており、南北は41丁目から53丁目、東西は6番街から9番街の間に500席以上の40余りの劇場が集中している。これらの劇場を中心にオンブロードウェイと呼び、周辺に群小劇場が散らばり、郊外になるにつれてオフブロードウェイ・オフオフブロードウェイを成していく。本研究では、一般的によく知られているオンブロードウェイをブロードウェイと定義し、話を進めていく。



図 1 : ブロードウェイの主な劇場

出所 : The Broadway Map (<https://www.thebroadwaymap.com/>)

図 1 における劇場で連日作品が上演されており、その中にはミュージカルだけでなく演劇も存在する。特にタイムズスクエアを中心とする 44、45 丁目付近には大型劇場が多く、「ライオンキング」や「オペラ座の怪人」といった有名作品が公演されており、夜の開演前には最もその場が華やぐ。また、ブロードウェイには音楽家、俳優、舞台装置家、小道具製作者等それぞれに組合が存在し、ブロードウェイで専門に仕事を行う人たちのユニオンがそれぞれ独立しながら仕事を行っている。

第2節 ブロードウェイの起源及び発展

ブロードウェイはニューヨークの人々の生活が北上していったのと共に北上したと言われている。1732年に最初の劇場と称されるものが姿を見せ始め、1820年半ばにはさらに大きな劇場が建てられた。この頃の客層は紳士淑女が主だったが、その後移民を中心とする労働者の増加により、より安価で庶民的な劇場が登場する。1870年代にはユニオン広場（15丁目4番街）が最初の劇場地区となり、その後人々の生活が北上すると共にブロードウェイも北上し、1900年代初頭にはタイムズスクエア（46丁目7番街）を中心とする今日の姿と同じ劇場地区が形成されたと言われている。この劇場地区が今日のブロードウェイの基盤となっている。

第3節 ブロードウェイの現状

ブロードウェイはニューヨーク市において最も重要な観光地のうちの1つである。2018年現在のブロードウェイ全体の総収入は約17億ドル（2017-18年シーズン）図2からも分かるようにその収入は年々増加している。これらの収入に加え、8万7000もの関連雇用を生み出しており、ブロードウェイがニューヨーク市にもたらす経済効果は約126億ドルだと言われている。これらの収入源は主に公演にかかる諸費用、劇場維持のための諸費用、観光客による諸収入と言われている。

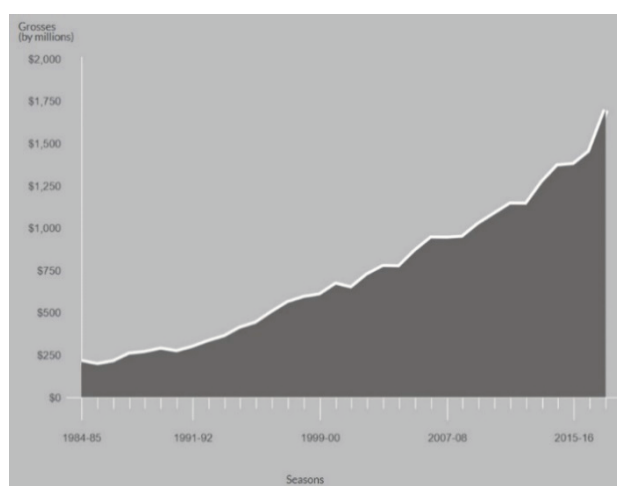


図2：ブロードウェイにおける総収入の推移

出所：The Broadway League (<https://www.broadwayleague.com/research/statistics-broadway-nyc/>)

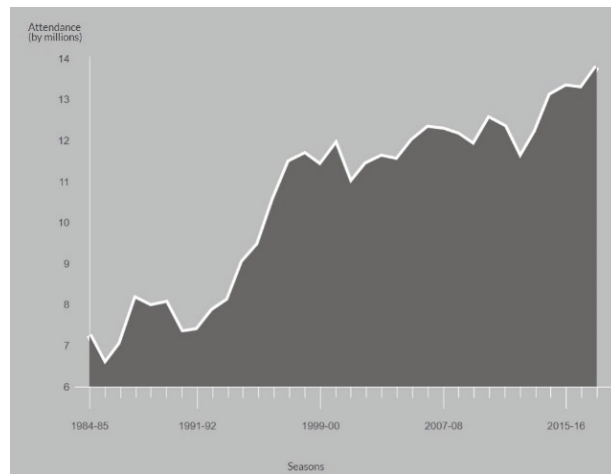


図 3：ブロードウェイにおける観客動員数の推移

出所：The Broadway League (<https://www.broadwayleague.com/research/statistics-broadway-nyc/>)

また、観客動員数も増加の傾向にあり、2017-18年シーズンの動員客数は約1380万人を記録している。その数は、ニューヨーク市及びニュージャージー州に存在する10のスポーツチーム（メッツ、ヤンキースなど）の観客動員数すらも上回る。観客の2人に1人はニューヨーク以外から観光に来た観光客であり、その割合は62.5%である。その他の37.5%はニューヨーク市に居を構える地域住民が占める。観光客の中でもその76.2%はニューヨーク市外に居を構える観光客で、残る23.8%が他国からの観光客である。全観客の3分の1は口コミや友人からの勧め、SNSといった他者からの意見を参考にしてブロードウェイに来るといふ。また、66%は女性であり、その多くがリピーターである。62%の人々は1シーズン中に最低2回は公演を見に来ているというデータもある。2017-18年シーズンに公演を15回以上見た人はブロードウェイ動員数の5.5%であるが、彼らのチケット消費額は全体の31%をも占める。最近の傾向として、昔のヒット作を再び上演するリバイバル作品やロンドン発ミュージカルの輸入が多く、オリジナル作品は減少の傾向にあると言われている。

第4節 ブロードウェイの制作工程及び収益構造

ブロードウェイはロングラン（長期連続興行）を基本としている。ブロードウェイで成功を収めると、全米ツアーや世界各都市での興行を行い、巨額の利益を上げることも可能である。下図はブロードウェイの制作工程をまとめたものである。

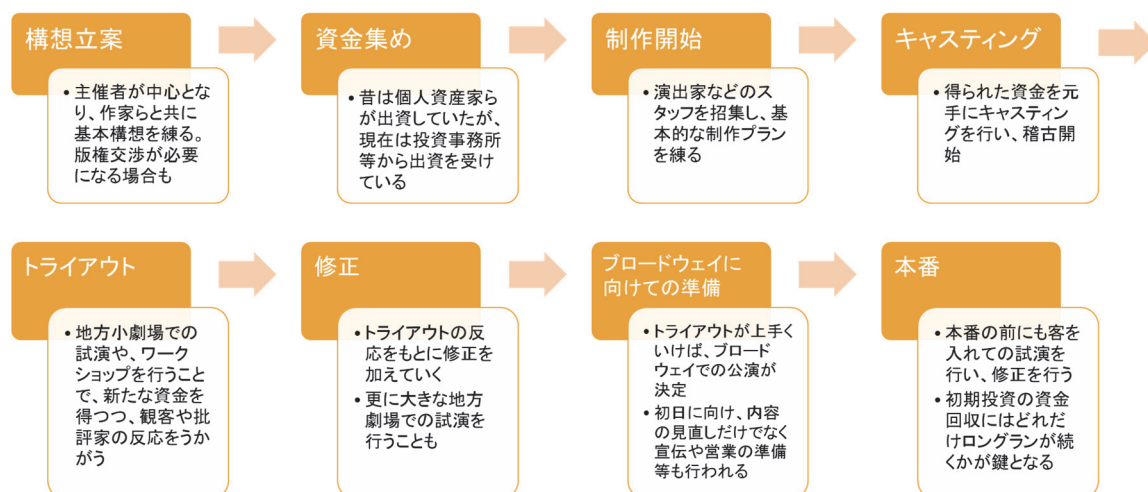


図 4：ブロードウェイ作品の制作工程

出所：筆者作成

ブロードウェイにおける演劇ビジネスでは、プロデューサー・システムが運営の基本的な原理になっている。すべての中心はプロデューサーであり、彼ないしは彼女を基に制作が行われていく。はじめに、プロデューサーが中心となり作家と共に舞台の基本構想を練る。予め作品となっているものを舞台化する際には、その著作権の交渉も行う。資金集めに際して、昔はバックヤーズ・オーディションと呼ばれるプレゼンテーションを行い、主題曲の披露や場面の朗読をすることで、エンジェルと呼ばれる個人投資家から出資を受けていた。しかし、今日ではそのような手法は珍しく、リミテッド・ライアビリティ・カンパニーという事業体を作り、出資者から小口で出資を募る方法が一般的である。また、個人資産家でもいまでは珍しく、出資者のそのほとんどが映画会社やレコード会社といった周辺エンタテインメント会社の機関投資家である。彼らは公演による収益だけでなく、作品の映画化権、ビデオ化権といった権利のオプションを目当てに投資を行う。これらの出資者は、作品が公演により初期投資を

回収できるまでは経常利益のほぼ 100%を、初期投資分回収後は利益の 50%を配当として受け取る。資金を得たのち、演出家や作曲家、舞台装置家といったスタッフを収集し、舞台制作にうつる。それと同時にキャストオーディションも行い、キャスティングした後、4~6 週間の舞台稽古を行う。舞台稽古を行ってもすぐに本番というわけではなく、トライアウトという地方小劇場での試演を行う。試演を行いながら、観客や批評家の反応をもとに、作品に修正を加えていく。地方の小劇場での試演が上手くいくと、次は地方の大劇場でのトライアウトとなる。ここでも同様に試演を行い、ここで成功してはじめて Broadway での公演が決定する。Broadway での公演が決まれば、本格的に大規模なキャストのオーディション、スタッフの見直し、重要な劇場のブッキング、宣伝・PR、マーケティング、営業等々、動くお金の額も段違いになってくる。公演の前にも、2 週間ほどプレビュー公演と呼ばれる、観客を迎えての試演が行われる。この間も、観客の反応を見ながら直前でも関係なく修正が行われる。そして、ようやく初日の公演を迎える。順調に公演がいけば、あとはどこまでロングランが続くかが鍵となる。Broadway でとられているこのロングラン・システムとは、予め公演期間を決めず、作品の動員率が損益分岐点を上回る限りは公演を続けるというものである。近年では 2 年~3 年ロングランが続けば、初期投資分が回収可能であると言われている。なお、公演打ち切りのボーダーラインは大規模な作品であれば稼働率が 70%、小規模な作品であれば稼働率が 60%程度となっている。この初期投資の回収もなかなか全ての公演において可能であるというわけではなく、打ち切りになる作品は少なくない。その中で初期投資の回収まで行うことができればヒット作と呼ばれる可能性も高くなる。なお、過去のデータにはなるが、福井 (2003) によると、1993 年~1994 年にかけて 37 作品が公開されたが、Broadway の公演だけで投下資本を回収できた作品は 2 作品のみとのことである。しかし、初期投資分が回収できれば、演劇界でのステータスも上がり、よりコストの低い全米ツアー公演に繰り出し多額の利益を得ることが可能となる。また、映画化等が行われれば多額のロイヤリティ収入も得られる。ヒットすればこのよううまみを得られるからこそ、常に制作中止になる大きなリスクを背負ってでも作品を作るインセンティブが湧いてくるのであろう。上述した初期投資には、キャストやスタッフの人件費、舞台の制作費、劇場や稽古場の使用料、広告宣伝費等が入ってくる。近年制作費は高騰の傾向にあり、それに伴いチケット価格も

ますます高騰している。制作費高騰の原因はロンドン発ミュージカルの特徴が大掛かりな舞台装置であることから分かるように、舞台装置の大型化や高度化、複雑化などセットが大掛かりになったことによるものや、オーケストラの人員増加によるものであるようだ。図5は、制作費とチケット価格を示したグラフである。近年の大作では制作費が1000万ドル（10億円）、超大作ともなると1500万ドル（15億円）以上のものも珍しくはない。チケット価格も1980年代では最高でも30ドルであったものが現在では最高価格が136ドルとなっている。

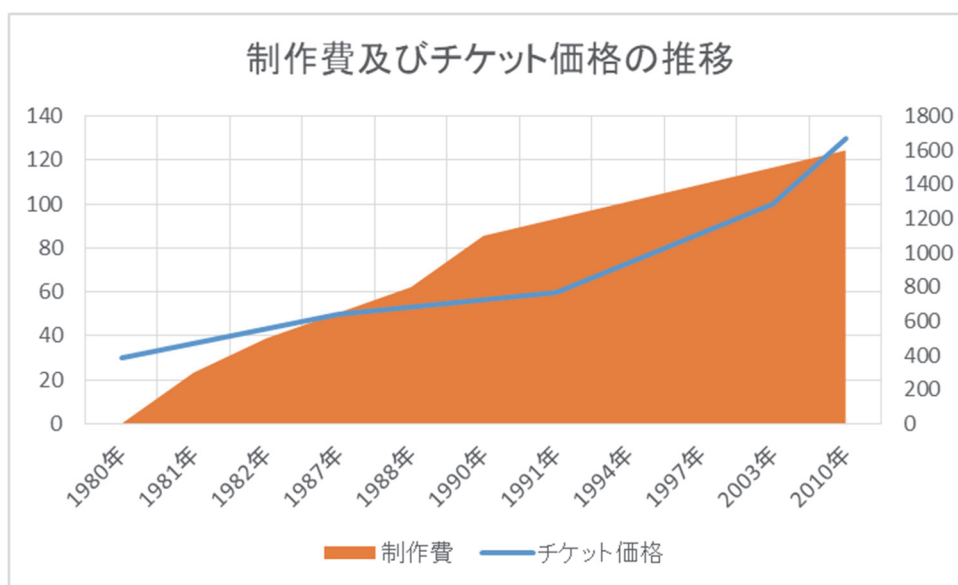


図5：制作費及びチケット価格の推移

出所：筆者作成

第3章 トニー賞について

演劇界にはその年の最も優れたブロードウェイ作品や俳優、女優、制作者に送られるトニー賞という栄誉ある賞が存在するトニー賞は1947年に創設され、ミュージカルだけでなく、ブロードウェイで行われる演劇、すなわちミュージカル・演劇共にトニー賞が贈られる。映画のアカデミー賞や音楽のグラミー賞に匹敵する演劇界のトニー賞は、アメリカのエンタテインメント業界の中でも重要な賞のうちの一つである。実際にその作品を見るまで作品の良し悪しが分からないという特徴を持つミュージカルでは、消費者の作品選択においてトニー賞へのノミネート及び受賞は口コミと同等かそれ以上の大きな役割を占める。トニー賞は毎年5月にノミネート作品が発表され、翌6月に受賞作品が公表される。



図6：トニー賞ノミネート及び受賞の流れ

出所：筆者作成

投票者は俳優労働組合の代表者やブロードウェイ作品のプロデューサー、プレスエージェントの団体などブロードウェイ作品の制作に携わる約850人の関係者である。投票者は全てのノミネート作品を見ることを期待されており、少なくともすべてのノミネート作品を見ていない場合は、そのカテゴリでの投票を控えるよう求められる。また、トニー賞が発表されるまでは誰にもその受賞作品名が知られないよう万全の注意が図られている。その対象となる作品は、定められた1年間のうちに初回公演が行われたブロードウェイ作品である。作品賞、主演男優賞、主演女優賞、脚本賞など27余りの様々な賞が存在している。

表 1：トニー賞の細目

ミュージカル	作品賞、リバイバル作品賞、主演男優賞、主演女優賞、助演男優賞、助演女優賞、 脚本賞、装置デザイン賞、衣装デザイン賞、照明デザイン賞、音響デザイン賞、演出賞、 振付賞、楽曲賞、編曲賞
演 劇	作品賞、リバイバル作品賞、主演男優賞、主演女優賞、助演男優賞、助演女優賞、 脚本賞、装置デザイン賞、衣装デザイン賞、照明デザイン賞、音響デザイン賞、演出賞

出所：筆者作成

トニー賞はテレビに大々的に放映され大きな宣伝となるため、多くの興行主や劇場経営者は、トニー賞獲得のために新作のオープンを3月まで待つと言われており、冬から春にかけて新作が次々と登場しているといっても過言ではない。以下は、直近10年間のトニー賞作品賞の受賞作品である。

表 2：直近10年のトニー賞受賞作品

	ミュージカル作品賞	演劇作品賞
2008年	In the Heights 『イン・ザ・ハイツ』	August: Osage County 『八月:オセージ郡』
2009年	Billy Elliot the Musical 『ミュージカル ビリー・エリオット～リトルダンサー～』	God of Carnage 『大人は、かく戦えり』
2010年	Memphis 『メンフィス』	Red 『レッド』
2011年	The Book of Mormon 『ブック・オブ・モルモン』	War Horse 『ウォー・ホース ～戦火の馬～』
2012年	Once 『ONCE ダブリンの街角で』	Clybourne Park
2013年	Kinky Boots 『キンキーブーツ』	Vanya and Sonia and Masha and Spike
2014年	A Gentleman's Guide to Love and Murder 『紳士のための愛と殺人の手引き』	All the Way 『オール・ザ・ウェイ』
2015年	Fun Home 『ファン・ホーム』	The Curious Incident of the Dog in the Night-Time 『夜中に犬に起こった奇妙な事件』
2016年	Hamilton 『ハミルトン』	The Humans 『ザ・ヒューマンズ』
2017年	Dear Evan Hansen 『ディア・エヴァン・ハンセン』	Oslo 『オスロ』
2018年	The Band's Visit 『迷子の警察音楽隊』	Harry Potter and the Cursed Child, Parts One and Two 『ハリー・ポッターと呪いの子』

出所：公開情報を基に筆者作成

第4章 先行研究

ミュージカルや映画といったコンテンツ産業に関する興行収入及び公演存続期間に焦点をあてた実証研究は少なくない。しかし、そのほとんどが映画産業に関するものであり、舞台系に関しての研究となると数が限られてくる。以下は主な先行研究をまとめた図である。

表 3：先行研究

	論文	データ	モデル	被説明変数	主要な結果
ブロードウェイ	Simonoff & Ma (2003)	1996年～2000年 クロスセクションデータ	Cox比例ハザード	存続日	トニー賞(+), ノミネート(-), レビュー(+), 初週動員率(+), ミュージカル(+)
	Boyle & Chiou (2009)	1996年～2007年 クロスセクションデータ	分布ハザード	存続日	トニー賞(+), ノミネート(+), ミュージカル(+)
		週次パネルデータ	多項ロジスティック	興行収入	トニー賞(+), ノミネート(+)
	Kulmatitskiy et al. (2015)	2000年～2009年 クロスセクションデータ	Cox比例ハザード Buckley & James regression	存続日	トニー賞(+), ノミネート(+), レビュー(+), 初週動員率(+), ミュージカル(+)
映画	浅井 (2006)	2004年～2005年 クロスセクションデータ	Cox比例ハザード	存続日	続編(+), キネマ旬報への掲載(+), 大手配給会社(+)
	兼子 (2015)	2000年～2011年 クロスセクションデータ	数量化理論1類	興行収入	上映時間(+), ジャンル(+), 続編(+)

出所：筆者作成

以下でその詳細について述べていく。

第1節 ブロードウェイに関する実証分析

ブロードウェイを対象にした先行研究は存在するが、その数は少ない。その中でも多くが公演存続期間に焦点を当てており、興行収入の観点から研究を行っているものは一握りである。以下、その2つの観点からみた先行研究について述べる。

第1項 公演存続期間に関する実証分析

Simonoff and Ma (2003) によると、公演の存続期間に影響を与えるものは劇のカテゴリー（演劇ではなくミュージカルであること）、リバイバル作品か否か（オリジナル作品ではなくリバイバル作品であること）、初週の動員率、

トニー賞受賞の有無（トニー賞を受賞していること）であると述べている。この論文では、1996年～2000年の作品を対象として、Cox 回帰ハザードモデルを使用し分析を行っている。また、Kulmatitskiy et al. (2015) は 2000年～2009年の作品を対象とし、経済的変数及び市場的変数をコントロール変数に加え、分析を行っている。さらに、モデルも Cox 回帰ハザードモデルだけでなく Buckley & James regression を用い回帰を行っている。結果として初週の動員数・トニー賞の受賞及びノミネートが公演期間の存続に正の影響を与えることが分かった。

第2項 興行収入に関する実証分析

Boyle and Chiou (2009) は、公演存続期間ではなく興行収入に着目し分析を行っている。分析対象は 1996年～2007年の週次パネルデータである。多項ロジットモデルおよび分布ハザードモデルを使用し、分析を行っている。結果として、トニー賞のノミネート及び受賞はブロードウェイ作品の興行収入に正の影響を及ぼすことがわかった。また、何がブロードウェイの公演存続期間を決定するのかという点に関しては、サバイバル分析の結果、トニー賞の受賞及びノミネート、カテゴリーがミュージカルであることが有意な要因であることが判明した。

第2節 映画に関する実証分析

上映存続期間や興行収入に関する実証分析として、映画に関連する研究も存在する。浅井 (2006) は上述した先行研究と同様、Cox 比例ハザードモデルを用いて映画作品の成功要因に関する実証分析を行っている。結果として、他のメディアで既に作品が公表されたものの映画化であること、続編ものであること、キネマ旬報に掲載されていること（評論家による評価）、大手配給会社による配給であることが映画のヒット（ランキング 10 位以内の存続）に寄与していることが分かった。また、兼子 (2015) は分析対象を興行収入が 10 億円以上の邦画に絞り、数量化理論 1 類を用いて研究を行っている。結果として、興行収入に影響力が強いのは「上映時間」「ジャンル」「テレビドラマ（テレビドラマの映画化）」「シリーズ（リメイク）」であることが分かった。

第3節 本研究の特徴

先行研究を踏まえたうえで、本研究の特徴として4点が挙げられると考えられる。1点目は、ブロードウェイの公演におけるトニー賞受賞の重要性を興行収入の観点から検証を行っているという点である。先行研究の中で、興行収入自体を被説明変数に設定している先行研究はBoyle and Chiou (2009)のみであり、他の先行研究のほとんどが存続日を被説明変数に設定している。確かに、ブロードウェイの公演においてロングラン方式の要となる存続日は重要であるが、興行収入もひとつの指標になると考え、本研究では興行収入を被説明変数に設定し、固定効果モデルを用いた分析を行った。2点目は、トニー賞に焦点を当てていることである。先行研究では、主に公演存続期間や興行収入に影響を与える一つの要因としてトニー賞が扱われる。すべての研究において、トニー賞が有意に働いているにも関わらず、どのような作品がトニー賞を受賞するかは焦点を当てた研究は見当たらない。確かに、トニー賞の受賞には作品固有の効果が大きいと考えられるが、作品固有の効果以外の部分に共通項としてトニー賞受賞に影響を及ぼす要因を本研究では明らかにしたい。3点目は客観的なレビュースコアの使用である。レビュースコアは、Simonoff and Ma (2003) や Kulmatitskiy et al. (2015) も説明変数として使用している。しかし、先行研究では、雑誌や新聞に掲載されているレビューをミュージカルに馴染みのある生徒3人に読んでもらい、作品の内容が詳細に書かれているかを5段階で評価し、その数字を変数として用いている。これらの評価は主観的であり、サンプル数も少ないため、本研究ではホームページ (Show Score) に掲載されている口コミスコアを利用し、より客観的かつ既に定量化されているレビュースコアを変数として用いる。4点目は、最新データの利用である。最も新しい研究である Kulmatitskiy et al. (2015) では2000年～2009年の作品を分析対象としている。本研究では2008年～2018年の直近10年間に公演が行われた作品を対象としており、より現在の環境に沿った分析が可能になると考える。

第5章 仮説1

第4章で述べた先行研究を踏まえたうえで、本研究ではまずトニー賞の受賞がブロードウェイの公演における成功要因の一つであることを大仮説として設定し、検証を行う。仮説は以下の通りである。

仮説1：トニー賞の受賞はブロードウェイの公演において成功要因の一つとなっている

1-1. トニー賞の受賞はブロードウェイの公演存続期間を長くする

1-2. トニー賞の受賞はブロードウェイ作品の興行収入に正の影響を及ぼす

この分析では、トニー賞の受賞がブロードウェイの公演存続期間及び興行収入に正の影響を及ぼしていることをそれぞれ検証する。仮説1-1は、Simonoff and Ma (2003) や Kulmatitskiy et al. (2015) の先行研究で既に検証されているが、データを新しくした状況下でもなお同様のことがいえるのかどうかを先行研究に則った分析で明らかにする。仮説1-2では、週次パネルデータを用いて分析を行う。本研究の特徴でも述べたように、公演存続日ではなく興行収入に焦点を当て、固定効果モデルを用いて分析を進める。

第1節 分析（仮説1-1）

仮説1-1. トニー賞の受賞はブロードウェイの公演存続期間を長くする

第1項 サンプルの選択

本研究では、米国ブロードウェイにおいて2018年7月末時点で2008年～2018年の直近10年間に公演が行われた作品408作品（ミュージカルも演劇も含める）を分析対象として設定し、その作品毎のクロスセクションデータを使用する。分析対象となるデータは、ブロードウェイの事業団体である The Broadway League (<https://www.broadwayleague.com/home/>)、その The Broadway League が運営を行っているデータベース Internet Broadway Database (<https://www.ibdb.com/>) 及びブロードウェイにて無料配布しているプログラムを発行する Playbill (<http://www.playbill.com/>) の3つのサイトから取得した。また、トニー賞のデータに関してはトニー賞の公式ホームページ (<https://www.tonyawards.com/index.html>) から取得した。

第 2 項 検証モデル

仮説 1-1 では、Simonoff and Ma (2003) 及び Kulmatitskiy et al. (2015) にならい、Cox 回帰ハザードモデルを使用した生存分析にて検証を行う。分析モデルは以下の通りである。

$$\begin{aligned}
 & H(t|x) \\
 & = H_0(t) \exp(\alpha_1 \text{TonyAwards}_t \\
 & + \alpha_2 \text{LosingNomnations}_t + \alpha_3 \text{Musical}_t + \alpha_4 \text{Revival}_t + \alpha_5 \text{FirstWeekAttendance}_t \\
 & + \alpha_6 \text{Review}_t + \alpha_7 \text{Release}(\text{Jun.} - \text{Aug.})_t + \alpha_8 \text{Release}(\text{Sep.} - \text{Nov.})_t \\
 & + \alpha_9 \text{Release}(\text{Dec.} - \text{Feb.})_t + \text{Year_Dummy})
 \end{aligned}$$

なお、説明変数は先行研究で使用されているものを使用している。レビュースコアに関しては前述のように、より客観性が高いと思われるブロードウェイの口コミサイト Show Score (<https://www.show-score.com/>) のレビュースコアを使用している。また、初回公演に関する変数は Simonoff and Ma (2003) の Opens in July のみであったため、3 か月ごとに年を区切ったダミー変数を使用した。年ごとの異常値をコントロールする変数に関しては、Kulmatitskiy et al. (2015) において経済的な変数と市場的な変数に分けて使用されていたが、年度のダミー変数を用いることで代用した。

表 4：先行研究との変数の比較

	Simonoff and Ma (2003)	Kulmatitskiy et.al (2015)	本研究
トニー賞 受賞	Tony awards	Tony awards	Tony awards
トニー賞 ノミネート	Tony nominations	Losing Nominations	Losing nominations
ミュージカルダミー (Musical/Play)	Musical	Musical	Musical
リバイバルダミー (Revival/Original)	Revival	Revival	Revaival
初週動員率 (動員数ベース)	First-week attendance	First-week attendance	First-week attendance
レビュースコア	Daily News Review	Daily News Review	Show-score review
	New York Timees Review	New York Timees Review	
		USA Today Review	
初回公演に関するダミー変数	Opens in July		Release (Jun.-Aug.)
			Release (Sep.-Nov.)
			Release (Dec.-Feb.)
年度に関するダミー変数		CPI	Year Dammy
		Unemployment rate	
		Prime rate	
		Number of shows	
		Possible gross (%)	

出所：筆者作成

変数の定義は以下の通りである。

表 5：【仮説 1-1】変数の定義

被説明変数	略称	定義	ソース
ハザード率	H	ある時点で持続している公演のうち、どの程度が次の時点で終了しているかを示す指標	
説明変数	略称	定義	ソース
受賞ダミー	Tony Awards	トニー賞を受賞した作品を1、していない作品を0としたダミー変数	Internet Broadway Database
ノミネートダミー	Losing Nominations	トニー賞にノミネートされたが受賞はしていない作品を1、それ以外を0としたダミー変数	Internet Broadway Database
ミュージカルダミー	Musical	ミュージカルを1、演劇を0としたダミー変数	Internet Broadway Database
リバイバルダミー	Revival	リバイバルを1、オリジナルを0としたダミー変数	Internet Broadway Database
初週動員率(動員数ベース)	First-Week Attendance	初週の動員数 / 週の最大キャパシティ	Playbill
レビュースコア	Review	0～100のうちの点数	Show-Score
初回公演(6-8月)ダミー	Release (Jun.-Aug.)	6-8月に公演を開始した作品を1、3-5月に公演を開始した作品を0としたダミー変数	Playbill
初回公演(9-11月)ダミー	Release (Sep.-Nov.)	9-11月に公演を開始した作品を1、3-5月に公演を開始した作品を0としたダミー変数	Playbill
初回公演(12-2月)ダミー	Release (Dec.-Feb.)	12-2月に公演を開始した作品を1、3-5月に公演を開始した作品を0としたダミー変数	Playbill
年度ダミー	Year_Dummy	2008年～2017年までの公演が行われている年を1、それ以外を0としたダミー変数	Playbill

出所：筆者作成

第3項 分析結果

分析結果は以下の通りである。

表 6：【仮説 1-1】分析結果

モデル：Cox回帰モデル		
被説明変数：ハザード関数		
説明変数	B	exp(B)
受賞ダミー	-0.983	0.374 ***
ノミネートダミー	-0.363	0.695 *
ミュージカルダミー	-1.163	0.312 ***
リバイバルダミー	0.731	2.077 ***
初週動員率（動員数ベース）	-4.713	0.009 ***
レビュースコア	-0.056	0.946 ***
初回公演（6-8月）ダミー	-0.425	0.653
初回公演（9-11月）ダミー	0.043	1.044
初回公演（12-2月）ダミー	-0.128	0.880
年度ダミー		yes
サンプル・サイズ		206

出所：筆者作成

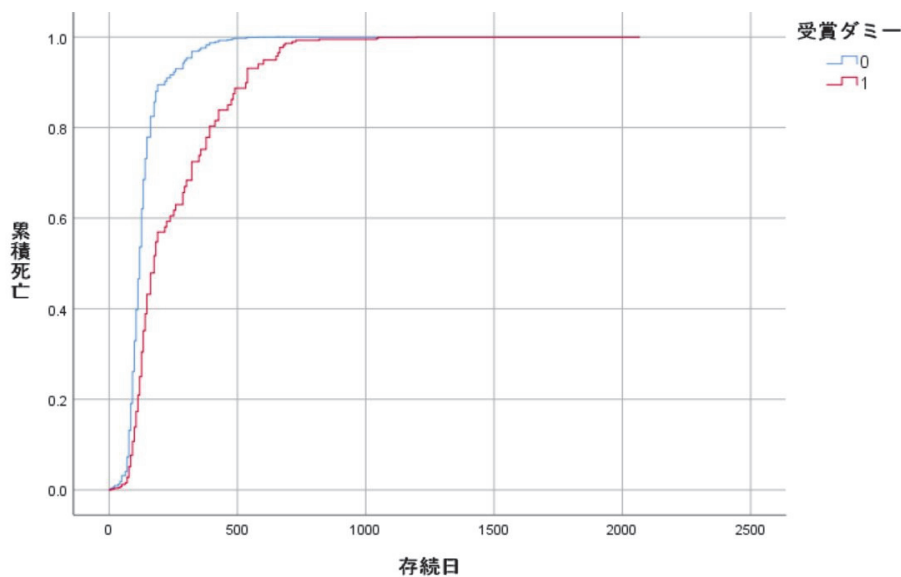


図 7：死亡関数

出所：筆者作成

表 6 から受賞ダミー及びノミネートダミーは統計的に有意であることがわかり、仮説通りトニー賞の受賞及びノミネートは公演存続期間を長くすることが検証された。有意水準の観点から見ると、トニー賞受賞は有意水準 1% で有意な結果になっているが、ノミネートは有意水準 10% で有意な結果となっている。したがって、ノミネートよりも受賞の方が重要であると考えられる。また、図 7 の死亡関数のグラフからもトニー賞を受賞した作品はそうでない作品に比べて死亡率が低いことが分かる。

以下の図表は先行研究と本研究の結果を比較したものである。

表 7 : 先行研究との結果比較

	Simonoff and Ma (2003)	Kulmatitskiy et.al (2015)	本研究
トニー賞 受賞	Tony awards - ***	Tony awards - ***	Tony awards - ***
トニー賞 ノミネート	Tony nominations +	Losing Nominations - ***	Losing nominations - *
ミュージカルダミー (Musical/Play)	Musical - ***	Musical - **	Musical - ***
リバイバルダミー (Revival/Original)	Revival +	Revival + **	Revaival + ***
初週動員率 (動員数ベース)	First-week attendance - **	First-week attendance - ***	First-week attendance - ***
レビュースコア	Daily News Review - **	Daily News Review +	Show-score review - ***
	New York Times Review +	New York Times Review -	
		USA Today Review -	
初回公演に関するダミー変数	Opens in July + ***		Release (6-8) -
			Release (9-11) +
			Release (12-2) -
年度に関するダミー変数		CPI -	Year Dammy yes
		Unemployment rate -	
		Prime rate -	
		Number of shows +	
		Number of seats -	
		Possible gross (%) +	

出所：筆者作成

上記からも分かるように、その他の変数に関してはほぼ先行研究と変わりない。本研究では先行研究と異なるレビュースコアを用いているが、統計的に有意な結果となっている。なお、Simonoff and Ma (2003) ではノミネートダミーの符号が逆になっているが、これはトニー賞にノミネートされた作品を 1 としたダミー変数であり、Kulmatitskiy et al. (2015) 及び本研究ではトニー賞にノミネートされたが受賞していない作品を 1 としたダミー変数を使用しているため、これらの設定方法の違いによるものであると考えられる。

第2節 分析（仮説 1-2）

仮説 1-2. トニー賞の受賞はブロードウェイ作品の興行収入に正の影響を及ぼす

第1項 サンプルの選択

仮説 1-1 と同様、米国ブロードウェイにおいて 2018 年 7 月末時点で 2008 年～2018 年の直近 10 年間に公演が行われた作品 408 作品（ミュージカルも演劇も含める）を分析対象として設定し、その作品を対象に、週次パネルデータを使用する。

第2項 検証モデル

仮説 1-2 では、固定効果モデルを用いた回帰分析にて検証を行う。本分析では週次パネルデータを用いていることに加え、作品固有の効果が非常に大きいと考えられるため、固定効果モデルを用いている。なお、ハウスマン検定を行った結果、固定効果モデルが支持されたためこのモデルは妥当であると言える。分析モデルは以下の通りである。

$$S_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 TonyAwards_{it} + \beta_2 LosingNominations_{it} + Quarter_Dummy + Year_Dummy + F_i$$

なお、説明変数は仮説 1-1 と同様の変数を使用しているが、ミュージカルダミー、リバイバルダミー、初週動員率（動員数ベース）、レビュースコアは期間を通じて変わらず作品固有の効果であると考えられるため変数から外している。また、コントロール変数として年のどの時期に公演を行っていたかを示す四半期ダミーを使用している。また、被説明変数である興行収入は分解していくとチケット価格及び動員数によって構成されているため、興行収入＝チケット価格×動員数と表すことが出来る。そのため、被説明変数には興行収入に加え、チケット価格及び動員数も用いた。また、その際に興行収入及び動員数に関しては全体のキャパシティで除した率を使用しているが、これは劇場ごとの席数の違いといった規模をコントロールするためである。変数の定義は以下の通りである。

表 8：【仮説 1-2】変数の定義

被説明変数	略称	定義	ソース
興行収入	Sales rate	週の売上 / 週の最大可能予想売上	Playbill
チケット価格	Ticket	週のチケットの平均価格 (自然対数)	Playbill
動員数	Attendance rate	週の動員数 / 週の最大キャパシティ	Playbill

説明変数	略称	定義	ソース
受賞ダミー	Tony Awards	トニー賞を受賞した作品を1、していない作品を0としたダミー変数	Internet Broadway Database
ノミネートダミー	Losing Nominations	トニー賞にノミネートされたが受賞はしていない作品を1、それ以外を0としたダミー変数	Internet Broadway Database
四半期ダミー	Quarrter_Dummy	一年を四期に分け(3月～5月、6月～8月、9月～11月、12月～2月)、公演が行われている期を1、それ以外を0としたダミー変	Playbill
年度ダミー	Year_Dummy	2008年～2017年までの公演が行われている年を1、それ以外を0としたダミー変数	Playbill

出所：筆者作成

第 3 項 分析結果

分析結果は以下の通りである。

表 9：【仮説 1-2】分析結果①

モデル：固定効果モデル		
被説明変数： S_{it}	S_{it} = 興行収入	
説明変数	B	t値
受賞ダミー	0.034	6.04 ***
ノミネートダミー	-0.001	-0.20
四半期ダミー	yes	
年度ダミー	yes	
調整済み決定係数	0.111	
サンプル・サイズ	11613	

出所：筆者作成

分析の結果、表 9 から受賞ダミーは 1%水準で統計的に正に有意な結果となったことがわかり、仮説通りトニー賞の受賞が興行収入に正の影響を与えることが検証された。しかしその一方でノミネートに関しては、統計的に有意ではないものの負の影響を及ぼしているという結果が出た。そのため、興行収入をさらにチケット価格と動員数に分解して分析を行った。結果は以下の通りである。

表 10：【仮説 1-2】分析結果②

モデル：固定効果モデル				
被説明変数： S_{it}	S_{it} = チケット価格		S_{it} = 動員数	
説明変数	B	t値	B	t値
受賞ダミー	0.177	26.11 ***	-0.048	-11.38 ***
ノミネートダミー	0.083	14.75 ***	-0.055	-15.50 ***
四半期ダミー	yes		yes	
年度ダミー	yes		yes	
調整済み決定係数	0.101		0.051	
サンプル・サイズ	11613		11613	

出所：筆者作成

すると、チケット価格に関しては受賞及びノミネート共に 1%水準で統計的に正に有意な結果となった一方で、動員数に関しては受賞及びノミネート共に 1%水準で統計的に負に有意な結果となったことが表 10 からわかった。これは、トニー賞の受賞及びノミネートによってチケット価格が上がり、動員数の減少に繋がったのではないかと考えられる。また、動員数に関しては一つの劇場での公演という特性上最大人数には限りがあり、どこまでも伸び続けることは考えづらいため、時間の経過によって負の影響が大きくなっていくのではと考えられる。つまり、興行収入を被説明変数においた分析結果に立ち戻って考えてみると、受賞ダミーに関してはチケット価格上昇の影響が動員数の減少による影響を上回ったため、1%水準で統計的に正に有意な結果が出たと考えられる。一方で、ノミネートダミーに関しては動員数減少の影響がチケット価格上昇の影響よりも大きくなったため、統計的に優位ではないものの負の符号を示しているのではないかと考えられる。したがって、受賞ダミーのみ統計的に正に有意であることから、興行収入に関しても公演存続日同様にノミネートよりも受賞の方が重要であることがわかった。

第6章 仮説2

前章では、トニー賞のノミネートではなく、受賞がブロードウェイの公演における成功要因の一つであることが検証できた。本章では、作品固有の効果以外の部分でどのような要因がトニー賞受賞に影響を及ぼすかを明らかにする。分析にあたり、仮説を以下のように設定した。

仮説2：

- ・ プレビュー公演の回数が多ければ多いほど、トニー賞を受賞しやすい
- ・ トニー賞を受賞するまでの興行収入が高ければ高いほど、トニー賞を受賞しやすい
- ・ 上演開始のタイミングがトニー賞の受賞時期に近ければ近いほど、トニー賞を受賞しやすい

1点目のプレビュー公演数に関しては、プレビュー公演の回数が多いほど観客や批評家の意見が作品に反映され、より良い作品となりトニー賞を受賞しやすくなるのではないかと考えた。2点目のトニー賞を受賞するまでの興行収入が高い作品は、ブロードウェイ関係者が内容を評価するような作品ではなく、大衆に受け入れられている人気作品の方がトニー賞を受賞しやすいと考えた。3点目の上演開始のタイミングに関しては、トニー賞の発表時期に近ければ近いほど、観客や投票者へのインパクトが大きく、印象に残ったまま投票に入るため、トニー賞を受賞しやすくなると考えられた。

第1節 分析（仮説2）

第1項 サンプルの選択

仮説1-1と同様、米国ブロードウェイにおいて2018年7月末時点で2008年～2018年の直近10年間に公演が行われた作品408作品（ミュージカルも演劇も含める）を分析対象として設定し、その作品毎のクロスセクションデータを使用する。

第2項 検証モデル

仮説2では、二項ロジスティックモデルを用いた回帰分析にて検証を行う。分析モデルは以下の通りである。

$$Pr_{TonyAwards}(y = 1|X) = \Lambda(\alpha + \beta_1 Rate_{before_Tony} + \beta_2 Time_t + \beta_3 Preview_t + \beta_4 Release(Jun.-Aug.)_t + \beta_5 Release(Sep.-Nov.)_t + \beta_6 Release(Dec.-Feb.)_t + Year_Dummy)$$

変数は以下の通り定義し、使用している。なお、トニー賞受賞前の興行収入に関しては、劇場ごとの席数の違いといった規模をコントロールするため変数として動員率を使用し、金額ベースのもの ($Rate_{before_Tony} = SalesRate_{before_Tony}$) と動員数ベースのもの ($Rate_{before_Tony} = AttendanceRate_{before_Tony}$) と2パターンを設定している。

表 11：【仮説2】変数の定義

被説明変数	略称	定義	ソース
受賞ダミー	Tony Awards	トニー賞を受賞した作品を1、していない作品を0としたダミー変数	Internet Broadway Database
説明変数	略称	定義	ソース
動員率(メイン受賞前、売上ベース)	Sales rate before_Tony	(トニー賞受賞前の) 売上 / 最大可能予想売上	Playbill
動員率(メイン受賞前、動員数ベース)	Attendance rate before_Tony	(トニー賞受賞前の) 動員数 / 最大キャパシティ	Playbill
公演時間	Time	公演時間(分)	Playbill
プレビュー公演数	Preview	プレビュー公演の数	Playbill
初回公演(6-8月)ダミー	Release (Jun.-Aug.)	6-8月に公演を開始した作品を1、3-5月に公演を開始した作品を0としたダミー変数	Playbill
初回公演(9-11月)ダミー	Release (Sep.-Nov.)	9-11月に公演を開始した作品を1、3-5月に公演を開始した作品を0としたダミー変数	Playbill
初回公演(12-2月)ダミー	Release (Dec.-Feb.)	12-2月に公演を開始した作品を1、3-5月に公演を開始した作品を0としたダミー変数	Playbill
年度ダミー	Year_Dummy	2008年～2017年までの公演が行われている年を1、それ以外を0としたダミー変数	Playbill

出所：筆者作成

第3項 分析結果

分析結果は以下の通りである。

表 12：【仮説 2】分析結果

モデル：二項ロジスティック				
説明変数	動員率（金額ベース）		動員率（動員数ベース）	
	B	exp(B)	B	exp(B)
動員率（メイン受賞前、金額ベース）	2.697	14.832 ***		
動員率（メイン受賞前、動員数ベース）			4.653	104.931 ***
公演時間	0.016	1.016 **	0.016	1.016 ***
プレビュー公演数	0.005	1.005	0.001	1.001
初回公演（6-8月）ダミー	-2.765	0.063 **	-2.561	0.077 **
初回公演（9-11月）ダミー	-1.363	0.256 ***	-1.175	0.309 ***
初回公演（12-2月）ダミー	-0.591	0.554	-0.500	0.607
年度ダミー		yes		yes
Cox-Snell R2 乗		0.194		0.190
Nagelkerke R2 乗		0.281		0.276
サンプル・サイズ		374		374

出所：筆者作成

まず、プレビュー公演数に関しては、統計的に有意とならなかった。つまり、プレビュー公演の回数はトニー賞受賞には影響を及ぼさないことが分かった。次に、受賞前の動員率に関しては、動員率が高ければ高いほど受賞に正の影響を及ぼすことが判明した。やはり、元々大衆に受け入れられているような、いわゆる人気作品がトニー賞を受賞しやすいのであろう。初回公演の時期に関しては、初回公演（12-2月ダミー）が統計的に有意ではないものの初回公演に関するダミー変数はすべて符号が負になっているため、仮説通りトニー賞受賞発表の直前である3-5月に初回公演が行われた作品が最もトニー賞を受賞しやすいことがわかる。公演の直後であるため比較的観客や投票者にインパクトが残りやすいということから納得のいく結果であるとはいえよう。また、仮説とは別に公演時間という変数も統計的に有意となっている。これは、公演時間が長ければ長いほど制作費をかけた大作の傾向があり、話題になることが多くなるためであると考えられる。

第7章 結論

第1節 まとめ

本研究では、まずブロードウェイ作品における成功要因分析をCox回帰ハザードモデル及び固定効果モデルを用いて分析し、その後、どのような要因がトニー賞受賞に影響を及ぼすかを二項ロジスティックモデルを用いて分析した。1つ目のブロードウェイ作品における成功要因分析における仮説1「トニー賞の受賞はブロードウェイの公演において成功要因の一つとなっている」に関しては、さらに仮説を「仮説1-1.トニー賞の受賞はブロードウェイの公演存続期間を長くする」「仮説1-2.トニー賞の受賞はブロードウェイ作品の興行収入に正の影響を及ぼす」の2つに分け、それぞれ生存分析、重回帰分析を行った。結果として、どちらの分析においてもトニー賞の受賞は統計的に正に有意となり、ブロードウェイの公演においてトニー賞へのノミネートよりも受賞の方が重要な役割を果たすことがわかった。2つ目のどのような要因がトニー賞受賞に影響を及ぼすかに関する仮説2「①プレビュー公演の回数が多ければ多いほど、トニー賞を受賞しやすい、②トニー賞を受賞するまでの興行収入が高ければ高いほど、トニー賞を受賞しやすい、③上演開始のタイミングがトニー賞の受賞時期に近ければ近いほど、トニー賞を受賞しやすい」に関しては、二項ロジスティックモデルを用いた重回帰分析を行った。結果として、プレビュー公演数のみ統計的に有意な結果にはならなかったが、それ以外の受賞までの動員率及び初回公演の時期は全て統計的に正に有意な結果となった。したがって、プレビュー公演の回数はトニー賞受賞に影響があるとは言えなかったが、受賞までの動員率及び初回公演の時期はトニー賞の受賞に正の影響を及ぼすことが分かった。さらに、公演時間に関してもトニー賞の受賞に統計的に正に有意な結果となったが、これは公演時間が長ければ長いほど制作費をかけた大作の傾向があり、話題になることが多くなるためであると考えられる。

第2節 本研究の課題

最後に本研究の課題を述べたい。本研究の課題は作品の特性にまで踏み込んだ分析ができていないという点にあると考えられる。ミュージカルや演劇はチケットが比較的高額であることに加え、実際に作品を鑑賞するまではその価値を知ることができないという特徴が存在するため、そういった点において、鑑賞するまでその価値を知り得ない作品固有の効果以外の項目で収益を左右できるような要因を見つけるという本研究は意義があるものと考えられる。しかしながら、作品の評価というのはあくまでも作品固有の公演内容やジャンルに大きく起因するのではないだろうか。本研究ではジャンルやキャストの有名性、映画化されているか否か、シリーズものであるか否かといった内容に踏み込んだ変数の作成までは至っていないため、この点をさらに深掘りできればより興味深い示唆が得られるのではないかと考える。

付属資料

表 13：【仮説 1-1】記述統計量

	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
存続日	408	7	2695	199.38	287.902
受賞ダミー	408	0	1	0.2549	0.43634
ノミネートダミー	408	0	1	0.37745	0.48534
ミュージカルダミー	408	0	1	0.45098	0.4982
リバイバルダミー	408	0	1	0.32353	0.4684
初週動員率（動員数ベース）	405	0.33109	1.03544	0.83985	0.14291
レビュースコア	206	45	97	80.9709	8.69141
初回公演（6-8月）ダミー	408	0	1	0.06373	0.24456
初回公演（9-11月）ダミー	408	0	1	0.32843	0.47022
初回公演（12-2月）ダミー	408	0	1	0.15196	0.35942

出所：筆者作成

表 14：【仮説 1-2】記述統計量

	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
興行収入（動員率）	11613	0.0327	1.5954	0.6528	0.2538
チケット価格（自然対数）	11613	0.2283	1.0585	0.8251	0.1537
動員数（動員率）	11613	2.6034	6.2337	4.4786	0.3636
受賞ダミー	11613	0	1	0.3402	0.4738
ノミネートダミー	11613	0	1	0.2194	0.4139

出所：筆者作成

表 15：【仮説 2】記述統計量

	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
受賞ダミー	408	0	1	0.2549	0.4363
動員率（メイン受賞前、金額ベース）	405	0.0491	1.2506	0.5604	0.2359
動員率（メイン受賞前、動員数ベース）	405	0.3167	1.0177	0.7908	0.1421
公演時間	375	65	450	133.5787	33.7822
レビュー公演数	408	0	182	24.7353	12.6553
初回公演（6-8月）ダミー	408	0	1	0.0637	0.2446
初回公演（9-11月）ダミー	408	0	1	0.3284	0.4702
初回公演（12-2月）ダミー	408	0	1	0.1520	0.3594

出所：筆者作成

表 6：【仮説 1-1】Pearson の相関

	存続日	受賞タミー	ノミネート タミー	ミュージカル タミー	リバイバル タミー	初週動員率 (動員数 ベース)	レビュー スコア	初回公演 (6-8月) タミー	初回公演 (9-11月) タミー	初回公演 (12-2月) タミー
存続日	1.000	.378**	-0.066	.312**	-0.087	.297**	.341**	-0.016	-.133**	-0.035
受賞タミー	.378**	1.000	-.455**	0.024	0.064	.156**	.514**	-.130**	-.205**	-0.028
ノミネートタミー	-0.066	-.455**	1.000	-0.025	0.024	-0.041	-0.104	-.100*	-0.071	-0.020
ミュージカル タミー	.312**	0.024	-0.025	1.000	-.174**	.203**	0.127	.167**	-0.088	0.028
リバイバルタミー	-0.087	0.064	0.024	-.174**	1.000	0.059	0.122	-0.073	0.041	-0.001
初週動員率 (動員数ベース)	.297**	.156**	-0.041	.203**	0.059	1.000	.160*	-0.057	-0.049	0.000
レビュースコア	.341**	.514**	-0.104	0.127	0.122	.160*	1.000	-0.104	-0.067	-0.051
初回公演 (6-8月) タミー	-0.016	-.130**	-.100*	.167**	-0.073	-0.057	1.000	1.000	-.182**	-.110*
初回公演 (9-11月) タミー	-.133**	-.205**	-0.071	-0.088	0.041	-0.049	-.182**	1.000	1.000	-.296**
初回公演 (12-2月) タミー	-0.035	-0.028	-0.020	0.028	-0.001	0.000	-0.051	-.110*	-.296**	1.000

**、相関係数は 1% 水準で有意 (両側) です。
*、相関係数は 5% 水準で有意 (両側) です。

出所：筆者作成

表 7：【仮説 1-2】 Pearson の相関

	興行収入 (動員率)	チケット価格 (自然対数)	動員数 (動員率)	受賞ダミー	ノミネート ダミー
興行収入 (動員率)	1.000	.865**	.822**	.307**	-.048**
チケット価格 (自然対数)	.865**	1.000	.592**	.327**	-0.012
動員数 (動員率)	.822**	.592**	1.000	.204**	-.065**
受賞ダミー	.307**	.327**	.204**	1.000	-.381**
ノミネート ダミー	-.048**	-0.012	-.065**	-.381**	1.000

** 相関係数は 1% 水準で有意 (両側) です。
* 相関係数は 5% 水準で有意 (両側) です。

出所：筆者作成

表 8：【仮説 2】 Pearson の相関

	受賞タミー	ノミネット タミー	動員率 (受賞前、 金額ベース)	動員率 (受賞前、 動員数ベース)	公演時間	レビュー 公演数	初回公演 (6-8月) タミー	初回公演 (9-11月) タミー	初回公演 (12-2月) タミー
受賞タミー	1.000	.427**	.253**	.284**	.236**	.112*	-.130**	-.205**	-0.028
ノミネット タミー	.427**	1.000	0.061	.178**	.242**	.298**	-.214**	-.249**	-0.041
動員率 (受賞前、 金額ベース)	.253**	0.061	1.000	.823**	.141**	0.034	-0.094	-0.017	0.036
動員率 (受賞前、 動員数ベース)	.284**	.178**	.823**	1.000	.175**	.156**	-.112*	-.138**	0.050
公演時間	.236**	.242**	.141**	.175**	1.000	.134**	-0.001	-.119*	-0.087
レビュー 公演数	.112*	.298**	0.034	.156**	.134**	1.000	-0.043	-0.068	0.013
初回公演 (6-8月) タミー	-.130**	-.214**	-0.094	-.112*	-0.001	-0.043	1.000	-.182**	-.110*
初回公演 (9-11月) タミー	-.205**	-.249**	-0.017	-.138**	-.119*	-0.068	-.182**	1.000	-.296**
初回公演 (12-2月) タミー	-0.028	-0.041	0.036	0.050	-0.087	0.013	-.110*	-.296**	1.000

**、相関係数は 1% 水準で有意 (両側) です。
*、相関係数は 5% 水準で有意 (両側) です。

出所：筆者作成

謝辞

本研究は村上裕太郎准教授の指導の下、作成された。村上准教授には、テーマ作成から論文作成まで終始ささいなことからご指導いただき、感謝してもしきれない。毎回研究室に伺う度に快く対応してくださり、分からないことがあっても優しく教えてくださった。村上准教授がいなければ私の論文完成は成し得なかったであろうと心の底から感じている。深い感謝の意を表したい。

また、副査としてご指導いただいた齋藤卓爾准教授、木村太一専任講師には毎回丁寧なアドバイスを賜り、異なる視点からの意見を伺えたことは本研究の作成にあたり非常に大きな糧となった。

東北大学の黄耀偉助教には、毎回のゼミにて鋭いご指摘を賜り、また、データ作成においてもご多忙の中、多くの知識を教えて頂いた。深謝の意を表したい。

そして、同じゼミ生として切磋琢磨した野村君、白沢君、秋元君、阿南君には日常の議論を通じて様々な知識や示唆を受け、論文執筆の苦しい時にもたくさんのお助けや励ましを受けた。今後も同じゼミの卒業生として恥じることの無いよう邁進したい。

最後に論文作成の間も多大なる応援をしてくれた両親に感謝の意を表し、謝辞の結びの言葉とする。

以上

参考文献一覽

- [1] Internet Broadway Database,[online], <http://www.ibdb.com/> (最終確認 2019-1-7)
- [2] Jeffrey S. Simonoff and Lan Ma,“An empirical study of factors relating to the success of Broadway shows” ,The Journal of Business Vol. 76, No. 1 (2003), pp. 135-150
- [3] Melissa Boyle and Lesley Chiou,“Broadway productions and the value of a Tony Award”, Journal of Cultural Economics Vol. 33, No. 1 (2009), pp. 49-68
- [4] Nikolay Kulmatitskiy, Lan Ma Nygren, Kjell Nygren, Jeffery S.Simonoff&Jing Cao, “Survival of Broadway shows: An Empirical investigation of recent trends”, Communications in Statistics: Case Studies, Data Analysis and Applications, Volume 1, Issue 2(2015) , pp. 114-124
- [5] NYC Theater Reviews Show Score, [online], <https://www.show-score.com/> (最終確認 2019-1-7)
- [6] PlayBill,[online], <http://www.playbill.com/> (最終確認 2019-1-7)
- [7] The Broadway League,[online], <https://www.broadwayleague.com/research/grosses-broadway-nyc/> (最終確認 2019-1-7)

- [8] The Broadway League, “Broadway facts”, [online],
https://www.broadwayleague.com/static/user/admin/media/facts_broadway_2017-2018_v2018-10-18.pdf (最終確認 2019-1-7)
- [9] The Broadway map, [online], <https://www.thebroadwaymap.com/> (最終確認 2019-1-7)
- [10] Tony Awards, [online], <https://www.tonyawards.com/index.html> (最終確認 2019-1-7)
- [11] 浅井澄子、『コンテンツの成功要因』、社会情報学研究：大妻女子大学紀要 社会情報系 / 大妻女子大学社会情報学部 編、15号(2006)、pp.1-13
- [12] あっとブロードウェイ, [online], <http://www.at-broadway-musical.com/> (最終確認 2019-1-7)
- [13] 石原隆司、『ミュージカル・劇場 解体新書 制作テクニックからマネジメントまで』、ヤマハミュージックメディア、2010
- [14] 小山内伸、『進化するミュージカル』、論創社、2007
- [15] 小山内伸、『ミュージカル史』、中央公論新社、2016
- [16] 越智道雄、『ニューヨークからアメリカを知るための76章』、明石書店、2012

- [17] 兼子良久、『邦画の興行収入と作品評価への影響要因に関する考察』、鹿児島経済論集、第55巻1-4合併号（2015）、pp.75-96
- [18] 金田由紀子、佐川和茂、『ニューヨーク 周縁が織りなす都市文化』、三省堂、2001
- [19] 亀井俊介、『ニューヨーク』、岩波書店、2002
- [20] 福井健索、『新編エンタテインメントの罫 アメリカ映画・音楽・演劇ビジネスと契約マニュアル』、すばる舎、2003
- [21] 藤田敏雄、『ミュージカルは好き？ 日本人とミュージカル』、日本放送出版協会、2005
- [22] マイケル・ショットレフ、絹川友梨、オーエン・ヒュース、『ザ・オーディション ハリウッド、ブロードウェイの有名プロデューサーが明かす仕事を獲得するために知っておきたい自己表現術』、フィルムアート社、2003
- [23] 山本勲、『実証分析のための計量経済学 正しい手法と結果の読み方』、中央経済社、2015