

補足資料2：

採用活動にインプロ（即興コメディ教育手法の応用）を取り入れる意味とは

即興コメディショーの特性

第二部の即興コメディショーでは学生芸人さんに台本なし、打ち合わせ無しで、即興コメディゲームに挑戦してもらいます。即興コメディゲームではハイプレッシャーな環境に追い込むことで訓練した演技だけでは隠すことの出来ない素の部分を引き出すことが出来ます。

即興コメディ(インプロ)ゲームとは？

インプロとは improvisation (インプロヴィゼーション)の略で、「即興」の意味です。演劇、音楽、ダンス、コメディなどの世界において使われている言葉です。一般的な演劇は台本を用い、稽古期間を経て上演されますが、インプロでは台本や打ち合わせなしに、会話や動作、ストーリーをその場で創作します。演劇分野でのインプロの歴史は古く、その起源は、古代ギリシャやインドの宗教儀式にまでさかのぼります。その後、大衆化し、16世紀にはイタリアで「コメディア・デルラルテ」が流行し、ヨーロッパを中心に300年もの間盛んに行われ、演劇分野に大きな影響を与えてきました。20世紀に入り、世界中に広まったインプロは、アメリカ、イギリス、カナダなどで教育分野や演劇のトレーニング手法として体系化されてきました。近年では、ビジネスのトレーニング手法としても注目されています。スターバックス社、マイクロソフト社、ピクサー社などがインプロを企業トレーニングに積極的に取り入れていることでも有名です。現在、インプロは世界中でビジネスはもちろんのこと、教育、医療など様々な分野に応用されています。

実施ゲーム(参考ゲーム、予定)

□ 失敗を誘発するゲーム

- 『サ行禁止』: 会話の台詞の中に一回でもサ行(さ・し・す・せ・そ)が含まれた瞬間に強制終了するゲーム
- 『カテゴリー・ダイ』: カテゴリーにあるものをディレクターに指を指された瞬間にすぐ答えなければいけないゲーム

□ 自己開示ゲーム

- 『全面接』: 面接官役と応募者役に分かれ、自分の思う全力で面接に挑むゲーム。その際面接官はお題に沿った質問を3つその場で考え全力で質問し、応募者は全力で回答する。最後は必ず合格し喜びあって終わる。感情、テンション、声量など思い当たるものすべてを全力にすることがポイント。

□ 共創するゲーム

- 『ワンワード』: 1人が一文節ずつしか喋ることが出来ないゲーム。A,B,Cの3人で桃太郎をテーマに例を出すと、A「昔々」B「あるところに」C「おじいさんと」A「おばあさんが」B「住んでいました」のように一文節ずつ喋りながらストーリーを共創していくゲーム。
- 『スケッチ』: プレイヤーは上手下手に均等に分かれて、舞台に誰もいない状態を作る。一人一人が舞台に入っていく、「ここに○○○があります。」とその○○○の形を表現しながらその場所に置いて行く。何も無い場所に、喫茶店なら喫茶店の場所をイメージを共有しながら作っていくゲーム。

□ チャンスゲーム

- 『解決社長』: 4~5人組のチームを作り一人社長役を決める。他のメンバーは社員という設定にする。社長役は椅子に座って社員の報告を待っている場面設定とする。社員が「社長大変です！○○○が△△△となり大変です！」と問題を持ちかける。社長役はそれを聞いた後に必ず「それはちょうど良い！！」と言い、その場で思いついた解決策を言わなければいけない。

以上