

## ●目次

アートを起業する——米国のNPOの活動から 吉本光宏……………	1
国際交流の経験——ある戯曲が吹米でどのように上演され、受け止められたか 坂手洋二……………	7
第2期：制作実践セミナーⅣ「他業界から学ぶ観客開拓②—映画編」レポート……………	8

## アートを起業する ——米国のNPOの活動から

吉本光宏

「ここで国際的な芸術センターを始めようと思った人など一人もいない。不用になって閉鎖された小学校を地域住民とアーティストが植民地化し、芸術活動はまるで有機的に始まった」

実験的なダンスやパフォーマンスを手がけることで有名なニューヨークのP.S.122のディレクター、マーク・ラッセル氏は、P.S.122の発端をこう語る。彼のこの言葉を聞いたとき、そこには、わが国の文化施設や芸術機関と米国のそれとの根本的な違いが集約されているような気がした。というのも、わが国の劇場やホールでは、文化の発信基地、国際的な芸術活動の拠点づくり、云々といったお題目ばかりが先行している、と思うからである。

周知のとおり、米国の芸術機関は営利を目的としたコマーシャル劇場やコマーシャル・ギャラリーを除いて、そのほとんどがNPOとして運営されている。しかし、ひとことでNPOと言っても、リンカーン・センターやメトロポリタン美術館といった巨大な機関から、数名のスタッフが運営する小さなサービス・オーガニゼーションまで、活動の目的や内容、規模は千差万別である。そうした多種多様なNPOが互いの役割を補いながら、全体として、米国の多様な芸術活動を支えられており、その様はちょうど食物連鎖を想像させる。つまり、実験的、前衛的な作品やアーティストを発掘し、世に送り出すことを使命とする小規模なNPOが、その食物連鎖の底辺を支え、そこで発掘・育成されたアーティストや作品は、徐々に規模の大きな劇場にかけられ、やがて、より多くの聴衆に受け入れられるようになっていく。その中から、ブロードウェイの劇場でロングランにかけられ、大ヒットする作品も生まれる<sup>1)</sup>、といった具合である。

こうしたしくみは、何もパフォーマンス・アーツに限ったことではない。例えば美術の分野でも、ノンプロフィット・ギャラリーが若手のアーティストに作品発表の機会を与え、それがきっかけとなってコマーシャル・ギャラリーや美術館での展覧会へと結びついていくプロセスも、基本的には同じである。

実際、P.S.122同様、若手の振付家やダンサーの発掘・育成で大きな実績を持つダンス・シアター・ワークショップ(DTW)<sup>2)</sup>のデヴィッド・ホワイト氏は、こうしたNPOの活動について、次のように断言する。「大規模な

芸術機関には、我々のように、新しいアーティストや作品を発掘して育てることはできない。ちょうどダーウィンの進化論や食物連鎖のように、芸術の起源や底辺を支えているのは我々のような小さな機関である」と。

本稿では、セゾン文化財団の助成によってコロンビア大学留学中に実施した米国のアート系NPOの調査の中から、こうした芸術創造の底辺を支えるNPOの設立ストーリーや活動をいくつか紹介し、新しいアーティストや作品を生みだし、社会に送り出していく芸術インフラとしてのNPOのあり方について考察してみたい。

### P.S.122—芸術のインキュベータ

P.S.122の活動が始まったのは1979年。不用となって閉鎖されていた小学校がスラム化されるのを防ぐため、地域住民とアーティストが叩きあをこじ開け、占拠したのがそもそもの始まりである。当時は設備も老朽化し、ボイラーもろくに動かない状態で、周辺は危険なエリアだった。それでも、アーティストたちは安いスタジオを求めて使用料を支払い、スペースを利用し始める(建物は現在でも市の所有で、P.S.122は建物全体を管理する組合組織を通じて市に使用料を支払っている)。

当初はヴィジュアル・アーティストがスタジオとして使用していたが、スタジオとしては大きすぎるスペースをダンサーに提供し、パフォーマンス・アーツの活動が始まった。最初は練習施設として使われていたが、やがて週末に観客を集めてパフォーマンスが公開されるようになる。それも、市に支払う使用料を捻出するために始められたらしい。こうして活動が社会的なものになるにつれ、運営体制を整えるべきだと考えたアーティストたちは、83年4月にマーク・ラッセル氏を招請しマネージメントを依頼する。

「当時、銀行口座はあったが、法人化もされていない状態だった」とラッセル氏はいう。彼は3年かかりで法的な手続きをクリアし、NPOとして税制上の優遇を受けられる501(c)(3)の資格を取得する。「NPOの資格取得後、まず取り組まなければならなかったのは、自分の分も含め、スタッフに人件費を支払うためのファンドレイズだった」という<sup>3)</sup>。

最初はおぼろげに貸しスペースとして運営されていたが、彼が運営に参画してから、P.S.122は徐々に自ら事業を企画・実施するようになり、レンタル・ハウスからプレゼンティング・オーガニゼーションへと進化する。86年には、体育館として使われていた古いスペースを小規模な演劇のロングラン用スペースとして改修し、P.S.122の活動は加速度的に広がりを見せる。彼がディレクターを務めるようになってから、寄付金の額、聴衆の数とも3倍以上に増加したのだという。

P.S.122は、若手のアーティストにチャンスを与え、その作品を世に送り出すことを最大の目標としている。ラッセル氏が作成したという基本理念(mission)には次のような言葉が並ぶ。「P.S.122は革新を擁護し、芸術

的な表現や伝統的な形式、真実を解き明かす芸術のチャレンジを支援する。P.S.122の第一の目標は、アーティスト自身の個人的な創造のプロセスをサポートすること……。”

このミッションを達成するために様々なプログラムが用意されているが、その中心はプレゼンティング・シリーズと呼ばれるプログラム。これは、現在P.S.122が所有する二つのスペースのうち、主にダンスを対象にした上階のスペース(120席程度)でおこなわれる新作のパフォーマンスである。このプログラムに起用されると、劇場での20時間のリハーサル、2,000枚のDMカードがP.S.122から提供され、1週間のチケットの売り上げの50%(ただし1,000ドルに達しない場合は1,000ドルが保障されている)が出演料としてアーティストに支払われる。

P.S.122では、このプログラムを軸に、アーティストにチャンスを与えるためのプログラムが各種用意されている。もっとも初期段階のアーティストを対象にしたプログラムが、ニュー・スタッフと呼ばれるもので、一晩に3~4本の作品が公演されるしくみ。1作品に与えられる時間は約20分。そうして発掘されたアーティストは、次の段階でより長い時間が与えられ、世に送り出されていく。P.S.122で何度が上演され作品が洗練されたものになると、フィールド・トリップというプログラムによって、国内ツアー、場合によっては海外ツアーがおこなわれるといった具合である。

この他にも、制作中の作品に関して、他のアーティストからアドバイスや意見をもらえるコンサルタント・アーティストと呼ばれるプログラムも用意されている。例えば、あるカンパニーが、P.S.122で制作中の作品についてロバート・ウィルソンからコメントを聞きたいと思えば、P.S.122がそのための費用を支払い、ディスカッションの場を用意してくれるというのだ。もちろん、そうしたアドバイスを実際の作品に取り入れられるかどうかは、カンパニーサイドの自由。

作品やアーティストの選出はほとんどラッセル氏自身がおこなう。毎日アーティストから持ち込まれる山のようなプロポーザルを断るのが一苦勞という一方で、ラッセル氏は自らの視点で実験的な作品を常に探し求めている。「たとえ、みんながひどい作品だと言っても、何か新しいものが生み出される可能性があると思えば、彼らのためにこの実験室と我々の観客を提供する。そして、どんな作品が生み出されるかを見守る。重要なのは、公演が成功したか、あるいは多くの観客を集めることができたかではなく、彼らの作品の中に興味深い発想があるかどうかだ」と彼は言う。

ちなみにP.S.122の年間予算は60~70万ドル。そのうちの45~50%がチケット収入、残りは市や州政府、個人、民間財団や企業からの助成金や寄付金である。NEAの予算がカットされる前は、チケット収入への依存度は20~30%だったが、NEAの予算削減に伴い、現在では、ある程度、観客動員の見込めるプログラムを組み込まなければならなくなったという。

## The Kitchen—アーティスト・ラン・スペース

一方、パフォーマンス、音楽、ビデオ、映像、文学など、あらゆるジャンルのアートを対象に、常に新しい芸術表現を30年近く追求し続けているのが、キッチンである。このキッチン誕生のストーリーは、P.S.122にもまして興味深い。というのも、このNPOの活動は実際にあるホテルのキッチン・スペースから始まったからである。

70年代初頭、二人のビデオ・アーティストが、ダウンタウンの使用されなくなったホテルのキッチンで作品の公開を始めたのが活動の始まり。彼らには、自分たちの作品の公開だけではなく、いろいろなアーティストが出会える場を提供したいという思いもあったという。以後、新しもの好きのアーティストたちがこのスペースに集まりはじめ、そのスペースは自然にキッチンと呼ばれるようになる。やがてふたりのビデオ・アーティストは、コンサートホールでは受け入れられない実験的な音楽を演奏する友人の音



キッチンの建物。通りに面したドアを入ると、すぐにブラック・ボックスのパフォーミング・スペースとなっている。

楽家にも声をかけ、ビデオと音楽を中心としたキッチンの活動が展開される。

その後、74年にホテルは倒産し、キッチンがソーホーのロフトに移転したのを機に、アーティストたちはキッチンを組織化できないかと考え始める。彼らは、当時、ボーラ・クーバー・ギャラリーでアシスタントをしていたロバート・スターンに目を付け、キッチンの最初のディレクターを依頼する。彼が、キッチンを法人化してNPOの資格を取得するというプロセスは、P.S.122とまったく同様である。

彼が芸術監督の時代に、ローリー・アンダーソン、フィリップ・グラス、ステイブ・ライヒ、ビル・ビオラといったアーティストが彼の手によって見いだされ、キッチンから新しい芸術表現が生まれていった。「私たちには美術館やギャラリーはいらない。私たち自身で一緒にやればいい、というのが、当時のアーティストたちの考えで、キッチンにはいつも混沌と興奮が渦巻いていた」とローリー・アンダーソンは当時の様子を振り返っている<sup>9)</sup>。

ビデオと音楽で活動を開始したキッチンは、その後ダンスやパフォーマンス、さらにはジャンルを越えた芸術表現をも取り込みながら、ニューヨークのアート・センターとしての地位を確立していく。その後85年にキッチンは、チェルシー地区にある現在のスペースに活動の拠点を移している。それは、19世紀の末に建てられた製氷庫で、改装によって中には二つのブラックボックス型のスペースが設けられている。

前ディレクターのローレン・アマジーン氏は、キッチンの最大の特徴は、Artist-run-space(アーティスト自身によって運営されるスペース)だという。「もちろんディレクターはいたけれど、アーティストがいったんキッチンで取り上げられると、そのアーティストが他のアーティストを連れてくる。そう

やって、キチンはコンテンポラリー・アーティストを次々と巻き込みながら、常に時代の先端の芸術を提供してきた」のである。アーティストたちが自然と集まり、時には口論や意見の対立が起り、その中からアイデアが生まれ、芸術の表現形態もブレンドされ、伝統はしばしば捨て去られたのだという。

そうした華やかな過去と比べると、現在のKitchenの活動は地味に見えるが、それでもこうした「伝統」に裏打ちされ、アーティストからプロポーザルを受け入れることによって、新しい芸術表現を追求するというミッションは今でも堅持されている。

### 創造芸術家の育成—Playwrights' Center

米国では脚本家や振付家、美術作家、作曲家、作家など、芸術作品を生み出すアーティストを創造芸術家(Creative Artist)と呼ぶのに対し、俳優や演奏家、ダンサーなどは実演芸術家(Interpretive Artist)と呼ばれ、両者は区別されることが多い。実演芸術家の多くが、特定の芸術団体もしくはユニオンに所属し、ステージに立ちさえすれば出演料という形で最低限の賃金が保証されるのに対し、創造芸術家の多くは、個人での活動がベースとなっているため、社会からの支援をもっと必要としているアーティストである。

実際、財団や公的機関から個人のアーティストに支給されるフェローシップは、こうした創造芸術家だけを対象にしているケースも多い。以前はNEAもすべてのジャンルの個人アーティストに対してフェローシップを支給していたが、96年に予算が大幅削減されてからは、原則として個人に対する助成金は廃止され、創造芸術家の活動はますます困難な状況になっている。

こうした状況を、ニューヨーク芸術財団<sup>9)</sup>の事務局長バーガー氏は、「皆、芸術家が作品の構想を練ったり、作品のヒントを得るために必要な経験や時間に対して助成をしようと思わなくなった。今は、新しい芸術作品を生み出したり、新しいアーティストを育てる環境は、以前にもまして厳しくなった」という。

そんな中で注目できるのが、ミネソタ州<sup>10)</sup>のミネアポリス/セントポールにある二つのユニークなNPOである。ミネアポリスはフィランソロピーの都市と呼ばれ、数多くの財団や企業が積極的な芸術支援をおこなうことでも知られており、ガスリー・シアターやウォーカー・アート・センターのあることでも有名である。二つのNPOとは、脚本家の発掘・育成を目的に活動するブレイライツ・センターと現代作曲家のために様々なプログラムを提供するアメリカン・コンポーザーズ・フォーラムである。前者は脚本家の活動が、後者はミネソタ大学の学生作曲家の活動がきっかけで誕生したNPOで、ともにアーティストの活動が設立の発端となっている点は、先のP.S.122やキチンと同様で興味深い。

ここでは、ブレイライツ・センターに絞って、活動内容などを紹介しよう。センターの設立は1971年、5人の劇作家が自分たちの作品を創作するために、専門的なサポートを求め、俳優や演出家に集まってもらったのがセンターの活動のそもそものきっかけである。彼らのアイデアはごく単純で、ラウンド・テーブルを囲み、俳優に大声で作品を読んでもらい、演出家や批評家、観客たちと意見を交換するというものだった。

しかし、このときの活動が現在のブレイライツ・センターの哲学となって綿々と引き継がれているのだと現ディレクターのカルロ・クエスタ氏はいう。つまりそれは、「演出家や劇団、あるいはプロデューサーが作品の内容をコントロールするのではなく、脚本家自身がイニシアティブを取って作品づくりに取り組む」というものである。

彼は、このようなセンターのことを「脚本家にとって安全な場所」と表現する。以後、脚本家のニーズに沿ってセンターは様々なプログラムを開発・提供してきた。センターのミッションは、「脚本家や劇作をサポートす

るサービスを提供し、劇場にエネルギーを供給する(fuel)こと」に加え、「芸術性や脚本家の主体性、文化的多元性の実現。新進作家の発掘。劇作家および作品の啓蒙・普及。演劇の新しいビジョンの提示」というものである。これまでにセンターのメンバーとしてサポートを受けた劇作家の中には、ビン・チョンやオーガスト・ウィルソンの名前も並び、ビューリッツァ賞やトニー賞、オリビエ賞などの受賞作品も数多い。

プログラムの中心はセンターのメンバーシップ制度である。現在約300名のメンバーが所属し、メンバーの創作した作品約300本が、毎年全米の劇場で制作・上演されているという。その中には、ブロードウェイの初演作品から、コミュニティ劇場のものまで多種多様な内容が含まれている。

メンバーシップは3種類用意されており、コア・メンバーになると、現役の演出家や劇作家、俳優などによるリーディングやワークショップに優先的に参加できるしくみ。それに加え、専門家による作品批評や、センター内の劇場スペースの無料使用权(年間40時間)なども与えられる。しかも6年間メンバーの資格を維持できるとあって、コア・メンバーに採用されるのは非常に狭き門だという。

その他に、劇作家を対象にした5種類のグラントやフェローシップも用意されており、500ドルから最高1万ドルの奨学金が、毎年約25人の脚本家に与えられ、その総額は年間10万ドルに達するという。これらの奨学金の最大の目的は、劇作家に思考や創作の時間を確保するというもの。

センターのプログラムには、定期的開催されるパブリック・リーディング(一般に無料公開)、劇作家自身が選んだ演出家や脚本家、俳優による20時間のワークショップ、脚本家一人ひとりに対してセンター所属の劇作家が個人的なアドバイスをおこなうOne-on-Oneと呼ばれるもの、さらには、中堅の劇作家による講座などが含まれており、あらゆる手段をとって、劇作家の創作を支援する体制が整えられている。しかも、劇作家一人ひとりのニーズに個別に対応するため、所属の専門家以外に、センターは、200名のベテラン俳優、演出家、その他のアーティストと契約している。クエスタ氏によれば、ブレイライツ・センターがあることで、ミネアポリスにはニューヨークとロサンゼルスに次いで多くの劇作家が居住しているという。

ここで紹介した3つの例に限らず、全米には、アーティストにチャンスを与え、世に送り出すことを使命とするNPOが数多く存在している。そうしたミッションに共感する個人や財団、企業から資金を調達し、それを芸術の創造過程に再配分すること、あるいはその資金を使って芸術家やカンパニーの作品創造を支援するプログラムやサービスを提供することが、そうしたNPOの役割である。

前記の3事例の共通点は、いずれも、アーティストの活動が発端となってNPOが組織化されている点である。そこには、未分化なアーティストの活動や欲求がNPOとして社会化されていくプロセスが見て取れるが、その段階で、アーティスト自身によって外部からマネージメントの専門家がかき立てられている点も興味深い。

P.S.122のラッセル氏にこれからのビジョンを尋ねたところ、「とにかく生き延びること」という返答が返ってきた。彼は、ヨーロッパの芸術機関を訪問したときに「何かが根本的に違うと感じた」と言う。ヨーロッパでは多くの芸術機関が政府の予算で運営されているため、彼の目には、ただ淡々と仕事をこなしているだけ、という風に映ったというのである。それに対し、P.S.122では助成金やプロポーザルの締切に追われ、毎日がファンドレイズの戦いだという。

とにかく今まで見たこともないような作品やアーティストに出会いたい、そしてそれを世の川に送り出したい、という彼のたゆまぬ使命感のようなものが強く感じられた。米国のNPOの活力は、実はそうした個人の強い

使命感によって生み出されているのである。

わが国では、NPO制度は公益的な活動を担う、社会奉仕的なイメージで受け取られているように思う。しかし、米国の例をつぶさに調べてみると、ラッセル氏でなくとも、もっと積極的でどんな姿勢、ちょうど起業家が事業を興すような情熱とエネルギーが感じとれる。

そして、芸術の価値を高め社会に広めていこうという強い目的意識や使命感さえあれば、それが個人であろうと組織であろうと、その活動を支援育成していく社会的な制度や枠組みが米国には用意されている。それは、NPOの税制に代表される法制度であり、また、そこに資金提供を惜しまない個人や財団、企業などの存在である<sup>1)</sup>。NPOのリーダーたちは、そうした社会のしきみを活用し、極論すれば、資本家が株式市場で資本を調達するのと同様の発想で、個人や民間の“寄付金市場”からファンドレイズをおこない、使命を達成するために、最大限の努力を払っている。

残念ながら寄付や税制面で米国と同様のしきみが整っていないわが国が、米国のNPOから学ぶ点があるとすれば、まずは、このアートを起業する精神ではないだろうか。新しいアーティストや作品を発掘し、世に送り出そうとするNPOは、まさしく、アートを起業する機関として、米国の芸術活動の底辺を支えているからである。

- 1) 過去20年間にブロードウェイで上演された作品のうち、40%はもともとオフ・オフやオフのNPOによってオリジナル作品が制作されたものだという(Creative America, A Report to the President by the President's Committee on the Arts and the Humanities, 1997)。
- 2) DTWについては、佐東純一氏によるviewpoint第5号掲載記事「アーティストと社会の架け橋:ダンスシアターワークショップでの1年間」に詳しい。
- 3) 人件費に対する助成、寄付という日本では考えにくい、米国では、General Operating Support (GOS) と呼ばれる一般管理費に対する助成金が用意されている。最近では、使途の特定できないこうした寄付に対して、民間助成財団などは敬遠する傾向があるが、例えば、ニューヨーク州文化局(New York State Council on the Arts, NYSCA)では、3年間の継続助成を前提としたGOSの資金助成がおこなわれており、件数、金額とも最も大きい。
- 4) 彼はKitchenをやめた後、ミネアポリスのウオーカー・アートセンターの館長として、長年にわたり同センターのユニークな活動の指揮をとった。
- 5) The Kitchen and Lee Morrissey, The Kitchen Turns Twenty, 1992, p.37
- 6) ニューヨーク州によって設立された民間の助成財団。ニューYork州では州法によって州政府が直接個人に助成金を支給することが禁じられているために設立された財団で、個人の創造芸術家に対する助成を主な活動としている。
- 7) NPOを取り巻く法制度が、芸術機関にとってどのように機能しているかについては、拙稿「芸術活動の底辺を支える米国政府機関の文化政策、ニッセイ基礎研究所 所報 Winter 1999 Vol.8」を参照されたい。



吉本光宏(よしもと・みつひろ)

ニッセイ基礎研究所 主任研究員。1958年徳島生まれ。早稲田大学建築学科卒、同大学院修士課程(都市計画)修了後、(株)黒川玲建築設計事務所、(株)社会工学研究所を経て、89年より現職。世田谷パブリックシアター、東京オペラシティ、東京国際フォーラムアートワーク整備事業等、文化プロジェクトの開発計画の策定、事業化に携わる一方で、公共ホールの運営や文化政策、国内外の芸術フェスティバルの実態など、各種調査研究に携わる。97年7月から翌年6月まで、セゾン文化財団の助成によって、ニューヨークのコロンビア大学(アーツ・アドミニストレーション・プログラム)に留学。その間、米国のNPO芸術機関の実態調査にも取り組む。

## 国際交流の経験

—ある戯曲が欧米でどのように上演され、受け止められたか

坂手洋二

「洋行」が特別なことであった明治時代ならいざ知らず、年間のペー  
「万人を越える日本人が海外に出掛ける現代の日本では、三十歳を越えるまで国外に一度も出たことのない私こそ珍しい存在であって、海外公演の体験があるとはいっても、私以上に国際事情に精通した演劇人は枚挙に暇がないはずだ。この稿はあくまでも、海外に紹介された日本の現代演劇の、一つのケーススタディとして受け止めていただきたい。私の劇団である燐光群の『神々の国の首都』の過去三度のワールド・ツアーと、私の戯曲『くじらの墓標』がセゾン文化財団からの助成を受けてロンドン・ゲートシアターで英訳上演された際の体験に基づいて、提示された幾つかの項目について記す。

### ヨーロッパとアメリカでの同一作品の受容の相違

『神々の国の首都』は最初のツアーでオーストリア、スロヴァキア、ドイツ、二度目でオーストリア、ハンガリー、ブルガリア、マケドニアを回った。昨年に三度目のツアーとしてアメリカ四都市(ニューヨーク、シンシナティ、ニューオリンズ、ベンサコラ)で公演した。

初めてヨーロッパ公演に出掛けた時は国外公演を成立させるということじたいが大きな関門であり、ヨーロッパと他の地域の差異についてそれほど意識していたわけではない。

だが、その件について、やがてヨーロッパの演劇関係者からしばしば聞かされることになったことがある。それはアメリカに対する敵意の感情である。

一つは「伝統がない」ことに対する軽蔑である。こちらからそのような話題を切り出したわけでもないのに、多くのヨーロッパの演劇関係者が言うのは、「日本はよい。我々もよい。アメリカは駄目だ。トラディションがない」という論法である。芸術監督から現場の若いスタッフまで、多かれ少なかれ、そういう意識は一般的であるようだった。確かに二百年以上に溯れば、米大陸にあった独自の文化はネイティブ・アメリカンのものである。それが今のアメリカの演劇潮流に於いて中心的に受け継がれているわけではない。

つまりヨーロッパ人に言わせると、移民社会アメリカにとっての「トラディション」はヨーロッパに依存する。「アメリカのやっていることは本来借り物であり、泥棒まがいである」ということなのであろう。

おそらくこの場合の「トラディション」は必ずしも「古典」尊重主義のことではない。現在と隔絶した「過去」を「継承」することを指すのではなく、「伝統」に対する「相対化」の意識を持ちうるか否かというインテリジェンスの問題であると推察された。どうやらヨーロッパの人々は文化面では絶対にアメリカ人に負けたくないということらしい。

「日先の変化に対応して実利的に動く」というアメリカ型合理性や経済主義への批判もあるだろう。ユーロ通貨を導入して大國アメリカに対抗しようとする意識も同根であろうし、場合によってはイギリス演劇界をも対象に含んだ「英語圏演劇の商業路線」への批判にも繋がるのかもしれない。

『神々の国の首都』に出演したイギリスの女優シーラ・ハイドは「イギリスにも伝統的な演技法があったが、それがここ百年の間にスタンラフス

燐光群「神々の国の首都」  
作・演出：坂手洋二  
中央は川中健次郎  
1994年5月10日～15日  
ウィーン・アウゲンブリックス劇場



キー・システムの導入のため衰退した」という。スタニスラフスキー・システムが最も幅を利かせているのは、本家ロシアではなく、アクターズ・スタジオに代表されるように、それを映画演技の規範として流通させているアメリカなのだという反感もあったりする。誤解でなければ、テアトル・コンプリシテなどのイギリスに於けるフィジカル・シアターの台頭は、スタニスラフスキー・システムへの傾斜からの脱皮を、古典回帰とは別な形で探索するものだろう。

アメリカ公演に際しては、在米関係者からも、「ヨーロッパの観客とアメリカの観客は違う」と事前に指摘された。

『神々の国の首都』の場合、アメリカ上演を主催するジャパン・ソサエティのポーラ・ローレンス女史に要求されたことは、まず時間の問題である。「上演時間二時間十五分は長いので二時間以内に短縮すること」「上演時間二時間だとしてもアメリカの観客にとっては生理的に耐えられない長さになるので、インターミッションを入れること」。

短縮の問題については「私も短縮・省略したいと思っている部分があるので、その箇所については対応する」と答え、実際にそうした。短くなったのは五分程度だろう。

やはり一般的にはヨーロッパのほうが、前衛や難解に対するのと同様、長さに対しても許容量が高い様子である。英国立劇場のコッテスローやバービカンのTHE PITなどの小劇場でも四～五時間の大作がしばしば上演されている。

途中休憩については、欧米の演劇ではありふれたものであり、ウエストエンドやブロードウェイなど、幕間に劇場内にあるカフェが賑わうのも日常的な光景である。

途中休憩の可能性は前回の欧州公演でも考えたことであり、アメリカのやり方に従ったというだけではなかった。日本の心中の様式を表現する舞踏シーンの高揚感でいったん幕を閉じ、妻になる前のセツが主人公であるラフカディオ・ハーンを散髪している静かなシーンで再び幕を開けるのは舞台効果としても試してみたかったことだ。アメリカで試みたこの方法は、演劇として面白い効果にもなり、結果的に皆が満足のいく形で上

演できたと思う。

ポーラからはさらに「今回のカンパニーにはイギリスの俳優が出ているが、キングスイングリッシュでなくアメリカンアクセントで喋ってほしい」という要求があった。これはこちらも望むところであった。トニア・ショーヴェは日本を出発するぎりぎりまでその練習に苦しんでいたが、シーラ・ハイドは南部訛にも挑んで功を奏した。日本での打ち合わせ中には「アメリカ人の役なのになぜイギリスの俳優を連れてくるのか」という些か理不尽な質問も受けたが、実際にアメリカに行った際は、そのような疑問を持たれることはなかった。

アメリカにはあらゆるものを自分たちの価値観で見ているという主体性がある。そのことに対する自負もある。ただ、私の接したアメリカの人たちの態度は「自国こそが正しい」という文脈ではなく、概ね「アメリカはそのような社会・文化だから仕方ないのだ」という主旨だったと思う。

#### 欧米それぞれでの「大都市」と「地方都市」での受容の対比

私の印象では、ヨーロッパの「都市」は「大小」の区別なく文化的に自立していて、人口二～三十万人の都市でも独自の文化を持っている。

例えばウィーンは、人口じたいは八十万人と、日本でいえば大きめの地方都市、臨だが、一国の首都であるし、文化的な自立性によってアイデンティティを獲得している。

ウィーンの都市経済は、そこを訪れる者たちがお金を落とすような構造である。消費税(15%)や部屋代が高いのも道理である。これは自分たちの街に訪問者が来るだけの価値があるという自覚の産物である。ニューヨークの地代・部屋代の高さと違うのは、ウィーンが「文化都市」というアイデンティティを中心的に持っているところである。

アメリカでは、三十年ほど前に全国的にリージョナルシアター(地域演劇)を振興させようという策が取られたらしい。その結果、演劇活動が盛んな地域や俳優の多い劇団も出ているが、全国各地で「地域の独自性を誇る」という事態には至っていないようだ。

よく知られているように、英語圏では、ロンドンとニューヨークで、美術



EPITAPH FOR THE WHALES  
『くじらの墓標』  
作：坂手洋二  
演出：串田和美  
1998年3月1日～21日  
ロンドン・ゲートシアター  
Photo: Pau Ros 1998

や演出プランの全く同じ演劇が、俳優だけを変えて上演されているケースがある。それが可能なのは一種の「複製文化」として演劇がとらえられているからではないだろうか。そうなると、「オリジナル」を擁する大都市中心型の状況に陥りやすい。その辺りが、言語の相違が文化の多様性に結びついているヨーロッパの国々とは違うのだろうか。

アメリカの地方都市では、大学が地域の文化ステーションの役割を果たしている場合が多い。大学の中にある劇場はたいいてい設備も整っていて、学生以外の市民を対象としたプログラムをも重ねている。日本の「郊外」は、アメリカを模倣している面があると思うが、地方大学の役割はかなり違うようだ。

#### 欧米それぞれの地域において日本の劇団が巡演する際のポイント

海外公演に際しては、しばしば「日本国内初演と異なるバージョンに作り替えるのか」という質問を受けるが、「海外向け」作品が、ジャパネスク、オリエンタリズムを強調したものである必要などあるはずがない。私たちの場合はたまたま、海外に向かうタイミングで、言語よりもビジュアルで見せる、例えば舞踏で構成し直すことに積極的になった部分はあるが、それは必ずしも「日本的要素」を強調するものではなかった。

何が日本的か、何をもちって日本的とするか、それは私たちの創造そのものには関係がない。観客が自由に意識することである。

『くじらの墓標』でイギリスの観客の多くが「日本的要素」と指摘したものは、私たちが通常「日本的」と呼んでいるものではなく、私たちの「現在」、その普遍的感情が反映されている部分だった。観客にとって重要なのは「日本」という枠ではなく、「未知の創作者」と確実に出会ったという手応えだったのである。このことは私や関係者の自信となった。

初めてヨーロッパ公演をしたとき、「『新作』をつくるということはとても困難な作業である」「この『新作』の作り手たちはその困難な作業に果敢に

取り組んでいるだろうか」というヨーロッパ側の視点の存在を感じた。

ヨーロッパでは一般に「戯曲」というものが世に出るといふことに、困難さを感じているようだった。「上演台本」「テキスト」は「戯曲」と区別して考えられている。新作劇は多く書かれるかもしれないが、自立した「戯曲」として残るに値するかどうかについては、厳しい目があった。

そのぶんあらかじめ「芝居というものはだいたいこんなもの」という予断を持って作品に接する度合いは少ないと思われる。そして「新作」に対する期待が大きいぶんだけ、厳しい批評も出てくる。

要求されているものは、オリジナリティである。オリジナリティのあるものだけが普遍性を獲得するのである。

『神々の国の首都』の場合は美学とヒューマニズムが関心の対象となった。観客はそこに「未知」のものを見出した。

アメリカでは宣伝上、アメリカに在住経験のあるラフカディオ・ハーンの劇であるということ強調したが、結果として、伝記劇であることより、独自の舞台表現を持つ劇として受け入れられたと思う。観客たちは眺められた「ハーン関連の日本文化紹介」ではなく、確実に「日本の新作劇」を観て帰ったのだ。

『くじらの墓標』の場合は、観客の実験精神への関心も高かったが、民族伝承として、あるいはギリシア劇的な構造に於いて、普遍的な劇であるという反応が多かった。逐語訳に近い翻訳上演台本によって、想像したよりも遙かに多くのことが伝わっていることに、私は興奮した。

#### 翻訳というハードル

二作品の翻訳作業の過程を振り返ってみる。ロンドンのゲートシアターが日本の演劇関係者や結成されたばかりの日本劇作家協会に、日本戯曲の提供、推薦を求めた。扇田昭彦氏の推薦があったので、『くじらの墓標』を自主的に英訳することを決めた。PARCO劇場やT. P. T.のた

めに英語戯曲の和訳をしている常田景子が、英語版台本の直訳を担当した。その稿がゲートシアターによって上演戯曲に選定された。それをゲートシアターの委員である劇作家マーク・スバローが英語表現として自然なものに修正した。並行して、英リーズ大学の湯浅雅子助教授が日本研究セミナーの生徒たちと共に、オリジナルから一年をかけて新たに英訳した。これは今までに別役実、岩松了両氏の戯曲の英訳でも行った方式だという。イギリスの俳優とスタッフばかりのリハーサルでは、マーク・スバロー版を底本に、湯浅版を参照し、演出家串田和美が現場に合わせて僅かな省略と改変を加え、幾つかの疑問点に私が答えていく形で最終的な上演台本ができ上がった。

大幅な改変はお断りした。この上演のアソシエートプロデューサーであり、俳優としても出演したイギリス在住の伊川東吾が私に言ったのは、「シェイクスピアでさえ、台本通りに上演されることなんてないんだぜ!」ということであったが、私の頑固さはよい方に転んで、リロ・バウア(テアトル・コンプリシテ)をはじめとする俳優たちの表現力にも恵まれ、串田演出はそれまで私が接したあらゆる串田作品と違って、スティックでシンプルなテイストを醸し出し、戯曲と演出のオリジナリティがそれぞれ発揮されたと思う。

『くじらの幕標』でイギリス側が懸念したのは、耳掻きと歯ブラシを使うシーンである。登場する兄弟たちが母に耳掻きで耳掃除をしてもらった記憶を語りそれを相手に要求する場面があるのだが、かの国では母親に耳掻きをしてもらう習慣はもろろん、耳掻きという道具そのものが存在しない。だから他のものに変えてほしいといわれたが、「日本ではこういうものなのだと提示すればいい」として、譲らなかった。

そして兄弟たちが叔母の号令下、並んで一斉に歯ブラシを使う二つの場面は、「唐突に喜劇(フェルス)になる」として違和感を持たれたらしい。一種の不条理性の構造と、クジラの歯と耳の身体的な感覚、「並ぶ」ことの日本特有の杓子定規さへの皮肉として理解してもらったが、ラストシーンも歯ブラシで歯を磨く音が闇に残って終わるという、歯が一つのテーマを背負う戯曲だけに、「別なくさに変更できないか」とか、「割愛したい」という要求は飲めなかった。一つの歯磨き場面をかなり短縮したほかは、そのままやってもらった。

結果的には、耳掻きの部分はすんなり受けとられたと思う。歯ブラシの方は、喜劇への傾斜が他場面とのバランスを欠くという指摘があったことも確かだが、この劇の夢幻能的構造のテコになっていることはじゅうぶん理解されたと思う。

様々な試行錯誤を経て、翻訳上演テキストが完成したわけだが、これはこの年のこの座組のための台本であり、また別な形で上演されることになれば、また違う上演台本が作られるであろう。

先日、劇作家大会のシンポジウム「日本戯曲の翻訳について」で同席したデヴィッド・グッドマン氏がいうように、翻訳は常に新しく生まれ変わるものであって、「スタンダード」は存在しない。

作者がオリジナルの背景や意味が正しく伝わることに徹底的にこだわるなら、翻訳を疑う前に細密な注釈とメモを残せばいい。

『神々の国の首都』は、英語版を用意する前に、四つの言語の翻訳台本が出来上がっていた。どれも事前に適任の訳者を探し、ディスカッションを重ねて完成版をつくった。スロバキア以外では、訳者自らが同時通訳を担当してくれた。

最初に作ったドイツ語版はウィーンの本新聞支局で働いていた人たちが担当してくれた。

ハンガリー語版は日本大使館関係者の手息である大学生が担当してくれた。

ブルガリア語版はソフィア大学の日本語学科の学生たちが四人掛かりで訳してくれた。全員が女性だったが、彼女らの半数はその後日本の大

学に留学し、能や夏目漱石の研究に打ち込んでいる。

スロバキア語の場合には困難さがあった。スロバキア語と日本語を両方使える人は捜しても見つからない。そこで、ドイツ語とスロバキア語のできる、スロバキアの国際会議を一手に引き受けているかなりタフな同時通訳者に依頼した。まず彼女はドイツ語訳をもとにスロバキア語の粗訳を用意した。本番では、日本語とドイツ語のできるスタッフが俳優の日本語を聞き、ドイツ語訳の台本を読む。そのドイツ語を聞いた彼女がスロバキア語で観客に向けて喋る。この綱渡りのようにも思われる方法はなんとか成立した。

英語版は角田美千代が直訳したものをリオン・イングルスルドが同時通訳に適するようにより短く自然な英語に改変した。

台詞の言い出し言い切りのタイミング、細かなニュアンスの確認など、手間を惜しまなければかなりのことができる。同時通訳者との打ち合わせも、面白い作業である。

### 今後の国際交流の展望

海外との交流の方法について、今まで見過ごされてきたのが「日本戯曲の海外での流通」だと思う。「演劇の台詞は翻訳できない」という盲信が日本演劇の世界への紹介を遅らせ、輸入超過と自家撞着の停滞を招いている。戯曲という、翻訳可能だからこそ流通の可能性のある分野を、今まで見過ごしてきたのだ。

俳句や短歌が訳することで明らかに「別な創作」になってしまうことは、はたして表現ジャンルとしての「限界」を示しているだろうか。

『古池や 蛙飛び込む 水の音』を『Old pond / A frog jumping in / Sound of water』と訳しても、伝わるものはある。「日本語を解さない者にはわからない」が結論でいいのだろうか。伝えようとする、試行錯誤することじたいが表現の初心であると私は思う。「frog」と「frogs」のどちらが適しているかを最後まで迷ったラファティオ・ハーンの思索は、豊かな時間ではなかったのだろうか。

戯曲も同様で、言語を越えて翻訳しても伝わる思想や時間・空間感覚はあるはずだ。

誰もが手探りで一から始める必要はない。継続的、ネットワーク的な、日本戯曲を翻訳上演するシステムの確立を急ぐべきである。何よりもまず、翻訳者バンクとでもいべき層の厚い翻訳者の人材確保が肝要である。

それはそのまま、実際の上演についての諸問題にも対応できる組織になるはずだ。

日本のカンパニーの海外公演については、「通訳」の方法を整備することである。字幕とイヤホンセットのどちらが適しているか、どのような同時通訳者が適任かなどについて、情報の共有が必要である。

欧米の話ばかりしているようだが、アジアとの交流に際しても、有効なのは英語である。日本以外のアジア演劇のリーダーたちのほとんどが欧米で演劇を学んでいる。

アジアに多い複数言語の国々での作業や、同じ中国人どうしても地方の違いがある場合、英語で話したほうが早いということもあるようだ。

満足に英語を喋れない私が言うのもなんだが、アジアの演劇人のネットワークに日本がうまくクロスできないのは、まず英語力のなさが原因である(お恥ずかしい次第である)。

とにかく、井の中の蛙ではいけない。

日本の演劇人の耳には、相変わらずイギリス型の演劇に対して「突っ立って喋っているだけ」という偏見があるようだが、それがコンプレックスの裏返しにすぎないことをいいかげん自覚した方がいい。

最近もイギリスに留学したある演劇人が帰国報告で「やはり西洋の奴らは首から上だけで芝居をしている」というようなことを言っていた。ほん

とうにそうだろうか。

マイケル・ガンボンやジュディ・デンチに最も近い日本の俳優は誰かと想像してみると、白石加代子や平幹二朗だと思いがた。それはある種の身体感覚を獲得した者の魅力である。身体・内臓の形状が違うのだから、本来の発声法や立ち方が違うのは当然のことであるが、「舞台上にキリッと立つ」「喋ることのフィジカルさ」という身体の強度を求める演劇的志向には、両国に共通項を感じる部分もある。それはおそらく、洋の東西を越えて、「情景の劇」ではなく「広場の劇」を志向する原形に基づいている。共に島国である日本とイギリスの共通点もあるかもしれない。

そのように考えていくと、イギリスの演劇はなかなか面白い。先日、ニュージーランド生れイギリス育ち、日本在住中のマレーシアの劇作家と「日本とイギリスがいかによく似ているか」という話で盛り上がった。

問われているのは、海外との交流を「よそ行き」ではなく「自分のこと」として語りうるかどうかである。とりあえずそれが、異文化・異言語に囲まれたとき、手垢のついた価値観で自分自身を見失わないための方法であると思っている。



坂手洋二(さかて・ようじ)

1962年3月岡山県生。慶応義塾大学文学部国文学科卒。[転位・21]を経て1983年[燐光群]旗揚げ。1991年よりスタジオ「梅ヶ丘BOX」を運営。[燐光群]で「トキョー裁判」「カムアウト」「くじらの象標」「反戦自衛官」「沖縄ミルクプラントの最后」等を作・演出。「プレスレス ゴミ袋を呼吸する夜の物語」で第35回岸田國士戯曲賞受賞。他劇団への書き下ろしに、「火の起源」(青年座)、「海の沸点」(地人会)、「みみず」(文学座)、「定理と法則」(柄本劇団)等がある。日本劇作家協会理事・企画事業部長。「劇作家大会」では実行委員長を務める。日本演出者協会理事。現代演劇連絡会世話人。而立書房より戯曲集が刊行されている。近刊予定「小泉八雲劇場」(1999日本の面影)(仮題)/演出予定「喋る」(作=黒澤明)戯曲書き下ろし予定「東京アパッチ族(仮題)」(新宿梁山泊)。

## 第2期:制作実践セミナーIV

### 「他業界から学ぶ観客開拓②—映画編」 レポート



1998年11月27日

講師:篠原弘子

(株式会社プレノン・アッシュ代表取締役社長)

セゾン文化財団主催の制作実践セミナーでは、他の芸術業界から観客開拓の発想を学ぶシリーズ企画の2回目として、第1回の音楽業界編に続き、映画業界編を1998年11月27日に森下スタジオで開催した。このシリーズは、「新たな観客層をいかに掘り起こし定着させていくか」という、制作者にとって常に大きな課題である観客開拓をテーマに開催しているが、今回は映画「恋する惑星」「天使の涙」「ブエノスアイレス」などのウォン・カーウエイ監督作品の配給会社である(株)プレノン・アッシュの篠原弘子氏を講師にお迎えし、映画業界の実例をお話しいただいた。「恋する惑星」以降のカーウエイ監督作品の

ヒットに関してはご存じの方も多いと思うが、篠原氏が1988年に会社を設立された当時は、香港を中心とした中国語圏映画はあまり一般には知られていなかった。そこを、「いかに自分でマーケットを作っていくか」という視点を持ち、独自の方法で観客層を開拓して来られたわけである。以下に、当日のレクチャーの概要を記載したが、小規模な劇団やダンスカンパニーにも参考になる部分が多いのではないだろうか。

#### 映画祭の開催

中国語圏の映画が世界でトップレベルにいたころにいた時、たまたま香港に行くとそれを発見し、知らなくて申し訳なかったという思いと、香港が好きだなという思いが高じて、「香港ニューシネマフェス'89」という映画祭を日本で開催した。自信や実績があったわけではなく、イベントすら自分でやることも無かったが、何とかして知らしめたい、やらずにはいられない気分になった。情熱だけで開催を決めたしまったが、その後が苦難の道のりだった。映画祭というのは上映期間があり、キャパシティーがあり、どんなに客が満席になってもある限界がある。ところがお金は結構かかる。無料でプリントを借りたとしても、字幕を作るお金など1本あたり100万円は必要。交渉の結果13本借りられることになり、映画祭だからゲストも手配した。香港側も、マーケットの開拓になると考え、参加してくれた。パブリシティーに関しては初めてで、認知度が低いので、主要な雑誌出版社をローラー作戦で回った。おかげさまでお客さんは来てくれたが収支は真の赤字だった。赤字を背負って、プレノン・アッシュという会社はスタート。借金で大変だったが、この時、自分の天職を見つけたと

思った。自分が面白いと思った映画を喜んでいただけるというそれだけのものではない。お客さんの顔が下町札に見え、自分は興行屋だと思ってしまった。

#### 情報紙と会員組織

映画祭の後、引き続き香港映画の面白さを伝えるために「香港電影通信」という香港映画に関するフリーペーパーを配布したら200人から購読希望があった。今は会員が15,000人。その内、実働会員が8,000人。これが年会費6,000円を振り込んでくれる。毎月2週間くらい徹夜で作っていたが、インキュベーターとして別の果実を生んでくれた。会員の希望から通信販売を開始し、事務所の横に映画ショップも開店。その後、扱う商品が増え、今は東京・青山、大阪・心斎橋、そして福岡・天神に店舗を持っている。そうやってひとつの媒体が芽になって、気がついたら枝振り良く成長し、引いてみたら本になっていたという感がある。

#### マーケットの開拓

映画に関わらずこの世界ではあることだが、才能とお金はなかなか結びつかない。どうでもいいような作品にお金が集まることは特にバブルの頃に多々あった。しかし、そんなお金を使うくらいなら、こいつにお金を出せばもの凄く面白い映画が出来るじゃないかと思ったのが私たちのスタートライン。しかし、違う論理で覆われている世の中からお金を引っ張ってくることはできないので、自分たちの手でお金にできる環境を作るしかない。それは自分たちが配給会社としての力を持つということだった。自分たちの手でお客さんにチケットを買ってもらって、その本戸銭で売上が出来る、自分たちも食べていける、かけた

コストもカバーできるという環境を作る以外に方法はない。カーウエイの作品に関しては1本目の『欲望の翼』では、それは失敗した。プロとしての仕事が出来なかったという反省をもとに、次の『恋する惑星』以降、戦略を練り、やることは全部やり、何とかマーケットを育ててきた。

### 宣伝戦略の立て方

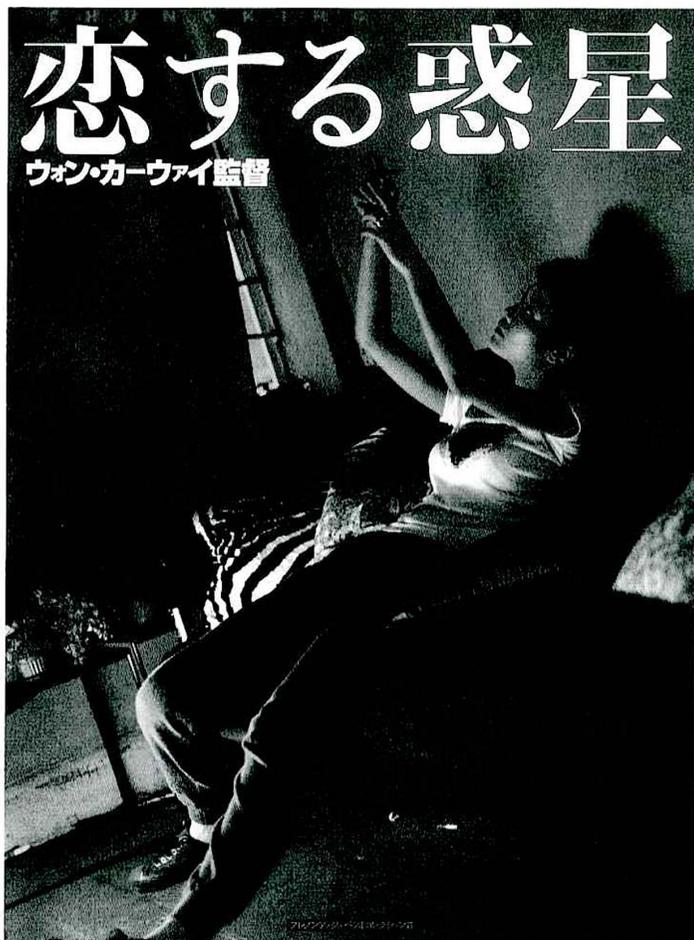
最初の作品である『欲望の翼』(92年公開)を配給する時にはあまりにも作品を愛しすぎてしまい、「こんなにステキな役者なの、こんなにいい映画なの、こんなに立派な監督なの!」と言ってしまった。結果、パブリシティーの数は多く、関係者からも一部の観客からも反応が良かったが、一般的にはあまりヒットせず、興行的には収支が厳しかった。そこで、次の『恋する惑星』(94年公開)は、どんなことをしてもヒットさせようと思った。出来上がったから公開までに1年あったが、その中で約7ヶ月を戦略作りに費やした。この作品は、かわいらしい映画なのだが、あまりにも起承転結が普通の映画と違う。そこでこの映画の売りを、作品の持つロマンチックな、ちょっと切ない“感覚”とした。

それまでのヒット作をリサーチした時に、2つの傾向が読みとれた。ひとつはどんなお話しなのか、どんなジャンルなのか、それが解らないとお客さんはどう観ていいのか解らなくて絶対に来ない。もうひとつは映画館に行く必要があるのかどうか。映画館に行かなければ味わえないということが伝わらなければいけない。例えば『タイタニック』のCGや、『プライベートライアン』の戦闘シーンのように劇場に行かないと生々しさや、リアルさが味わえないということが解る作品はヒットする。この2つの要素が両方無い物はヒットしない。

この法則を見つけ、タイトルをつける時に「恋」という言葉を入れたかったが、愛や恋のついたタイトルの映画は多数あるので、ひねりを入れなければと思った。だから『恋の惑星』でも、『恋の街角』でもダメ。タイトルというのは本当に勝敗を決する。タイトルが決まるというのは戦術が全部決まるということ。映画にとって邦題はとても重要。それともうひとつ大切なのはメインビジュアル。どういう雰囲気ややっていか、誰をメインに持っているかということ。『恋する惑星』の時は、人気とキャリアがすでにある出演者を使ったのでは絶対に広がりません。一度も香港映画を見たことが無い、香港映画なんてタサイと思っている人達にこの映画を見てもらいたい。それで歌手であり、インターナショナルに魅力が通用する新人女優のフェイ・ウォンをメインに使い、同じく新人の金城武を招聘した。この作戦は見事にはまって、映画は大ヒットし、ビジネス的に成功を収めることが出来た。

### ターゲットの絞り込み

勝因の決定打は、今までに香港映画を観たことの無い人に絶対見せようと思ったこと。映画の特徴からターゲットを絞っていったが、渋谷の街をブラブラしている女の子たち、逆に言うと、アジアというものに妙な偏見の無い子たち、面白い物なら自分のアイテムとして取り入れようとしている子たちを相手にしようと思った。香港映画ファンはほっておいても来てくれる。映画ファン相手にビジネスが出来たのは10年



『恋する惑星』(ビデオ、DVD発売中)パンフレット表紙

くらい前までで、当時のヒットのさせ方の方程式というのは今は全く通用しない。いわゆる映画フリークの人には東京でいうと3000人しかおらず、3000人×1500円では商売にならない。ではどこで勝負しなければいけないかという「映画も見るけどね」という子たち。音楽も好きなのは聞く、芝居もたまに見るかも、美術館も興味のあるジャンルに行く、で映画もデートでたまに行くかもね、という人たちを相手にしないと絶対ヒットに持っていけないと思ひ、ターゲットを絞り徹底的にやった。実際にやっていることと、気持ちというのは少しずつズレがあるものだが、例えば本当にこの映画の面白さを解っている映画の評論家が、力強い評論を書いてくれるよりも、ファッションライターみたいな女の子が「この主演の子ってとってもかわいくてキュート!」と言ってくれた方が、はっきり言って動員が上がる。その現実を認識しなければいけない。

### ロコミの威力

もうひとつその時思っていたのが、雑誌媒体の力がほとんど弱まっているということ。街で知りたり、ロコミなどに情報源が切り替わっている。あるいは自分がセンスを信頼している個人が熱を込めて「これは面白い!」と言うか。そこで自分たちは、レコード屋のサントラコーナーやアジアコーナーの人たちに映画を視てもらい、サントラを聞いてもらった。その人たちが作品を気に入り、店に来た子たちに話したり、頼みもしないのに予告編をエンドレステープで流してくれて

自家製宣伝マンになってくれた。そうやって火がついて行く。つくづくそれで思ったのは、自分たちの仕事というのは、いかにその映画の持つ温度、ポテンシャルを自分たちがキープしながらお客さんに届けていくかが大切であるということ。火付け役から火がつき伝わっていくというヒットの生まれた方があることを実感したのが『恋する惑星』だった。これは映画に限らず他のジャンルにも言えることではないかと思う。

### アーティストへの信頼と明確な役割分担

『ブエノスアイレス』(97年公開)からアソシエイト・プロデューサーという形で製作にも関わっているが、製作というのは出来ていない時点でお金を投資する。リスクが非常に大きく万が一の時にそのお金が返ってくる保証もない。契約書にこういう場合は返金されるという記述はあるが、リスクマネーであることは確か。カーウエイのようにスケジュールがきっちり決まらない監督というのは不安だが、彼なら仕上げるだろうし、良いものができるという信頼がある。我々が素晴らしいと思ってきた映画は、彼のスタイルでないと作れないタイプの映画だと解っていたので、早く撮影しろとか、脚本をちゃんと提出しろと言うつもりもなかったし、言えば実現しなかった企画だったと思う。仕上がった後にどうやって世の中に出していくか、ここからが自分の番。自分のスタンスとしては、「作るのはあなた、売るのは私!」ということを明快に持っていた。

## プラス面とマイナス面の分析

映画というのは必ず売りのプラスになる面とこれをやられたら絶対にバツというマイナス面がある。仕事の時にはこの両点を全部書き出して、マイナス面を潰す作業をまずスタートラインとして行う。私たちの場合は好きに監督が作った映画、出来上がった映画をどう売るかというところからスタートしており、ハリウッド映画のように予めマイナスポイントを脚本の段階で潰し、何人もの手を入れ、売れる商品に仕立ててから製作し始めるものではない。例えば『ブエノスアイレス』をゲームービーというタイトルをつけられて紹介され始めると、いきなりマーケットが小さくなる。それで絶対、同性愛やゲイといった言葉を使えないような仕掛けを考えた。ひとりひとりの書き手に使わないでくれという訳にはいかないのに、どうしたかという、まず試写の時のプレス・リリースに監督自身の「これはゲームービーとして受け取っている人もいられるけれど、私が描きたかったのはそうではない。たまたま愛した人が同性だったということ、これは愛についての、

生についての映画だ。」という言葉のをせた。これはカンヌ映画祭の時の発言だが、監督にこちらからお願いで強調してもらったもの。そうなる書き手も「ゲームービー」とは言えない。

次にプラス面の中でどの点を引き上げれば一番マーケットとして大きくなるかを考える。その時に映画のために一番良いことをやるのが私たちの仕事。では何が一番かという、それは一人でも多くの人に観てもらおうこと。その映画が持っている質の高さとか、アートとしての優れた点を言って3,000人になるくらいなら、そうではない点、例えば「裸の映画です」と言って10,000人になる方が良いのだという確信を持つということ。映画は作っただけでは単なるポリエステルのフィルム、環境破壊の粗大ゴミでしかないわけで、人に観てもらって初めて映画になる。一人でも多くの人に観てもらおうことが善だというのは、普通の宣伝をやっていたら来ない人が観て驚き、「えっ、こんな映画があってもいいの?」「何これ?」と思う。そうすればその人の中で映画という物の概念が変

わり次もまた観るかもしれない。その人の人生も豊かになるし、マーケットも豊かになっていく。その確信を絶対に持たなくては行けない。間違っている配給会社は、この映画はいかに質が高いかということを書いてしまい、どんどんマーケットを小さくしている。そこだけは自分には気をつけていて、作り手も自分たちの認識には賛同してくれている。しかし、戦略を立て、全て手を尽くしても、思った通りヒットするとは限らない。これはほんとに戦いに近い。

\*

もとより、商業ベースでの成功が見込める映画業界と、非営利事業が多数を占めるパフォーマンス・アーツの世界では差異も大きいことは確かである。しかし、アーティストの才能を信じ、その作品を一人でも多くの人に見てもらいたいというモチベーションの強さ、情熱は共通しているのではないだろうか。パフォーマンス・アーツの制作者も「やっぱり舞台では難しいよ」と悲観的にならずに、是非、前向きに捉え、戦略作りにチャレンジしてもらいたい。(1)

## viewpoint バックナンバー

### 創刊号 (96年10月発行)

- アーツマネジメントの視点 ジョアン・ジェフリー
- 劇団に運営戦略はあり得るか——青年団の軌跡を通じて 平田オリザ
- viewpointの発刊にあたって

### No. 2 (97年3月発行)

- トライングル・アーツ・プログラム—コンセプトとしての過程 サミュエル・A・ミラー
- チェホフを探して——ほくのロシア・東欧演劇選り 松本修
- 第1回制作実践セミナー「海外公演の実施と問題点」(講師:曾田修司・小山田徹)レポート

### No. 3 (97年7月発行)

- 目から鱗の落ちた体験——ジャック・コックのプロの演技教育 高橋昌也
- 演劇の力・文化の力 佐藤郁哉
- 第2回制作実践セミナー「ワークショップ活動の可能性——自治体との取り組みを中心」(講師:松本修)レポート
- セゾン文化財団 1997年度の現代演劇・舞踊助成対象者決定について

### No. 4 (97年11月発行)

- 米国立邦政府(NEA)の演劇・ダンス支援政策の軌跡 片田泰輔
- 芸術団体の法人化をめぐる——「第3の選択肢」としての合資会社 桑野雄一郎
- 日本のダンス教育と舞踊家養成のプロジェクトについて 米井澄江

### No. 5 (98年2月発行)

- イギリスにおける舞台芸術への支援策:地方分散、職業としての演劇、マネジメントの奨励 河島伸子
- 才能を覚醒させる装置としての交流 伊藤基子
- アーティストと社会の架け橋:ダンスシアターワークショップでの1年 佐東純

### No. 6 (98年5月発行)

- 演劇教育機関の逆説——芸術家はどのような環境の中から生まれてくるのか? 鴻英良
- アジア・カルチュラル・カウンシル——アジアと米国の文化交流支援の35年 ラルフ・サミュエルソン
- 第5回制作実践セミナー「地方公演のルート作り——効果的なアプローチとプレゼンテーションの方法」(講師:津村卓・坂手洋二)レポート

### No. 7 (98年8月発行)

- フランクフルト市立劇場におけるマネジメントの革新——W.フォーサイスを支えたマネジメントから我々は何を学ぶか 笹井宏益
- 演劇による国際交流の可能性——欧米とアジアでの活動から得た経験 宮城聡
- ジャパニーズ・シアター・ナウ——ジャパン・ソサエティによるNYでの日本現代演劇の紹介 ポーラ・S. ローレンス

### No. 8 (98年11月発行)

- レジデントシアター成立への課題——公設民営化とマネジメント・スキルの開発 術紀生
- 調和と対立の狭間にて——米国の法律家による芸術支援活動 福井健策
- 挑発するホスター 街に貼られた現代演劇——現代演劇ホスター収集・保存・公開プロジェクトの活動 笹目浩之
- 第2期制作実践セミナー「III「芸術団体にとってのNPO法」(NYにおける日本現代演劇の紹介)「他業界から学ぶ観客開拓」(音楽編)レポート

\*上記のバックナンバーは在庫がございますので、ご希望の方は当財団までご連絡ください。

## viewpoint

セゾン文化財団ニュースレター第9号

1999年2月25日発行

発行者:財団法人セゾン文化財団

編集人:片山正夫

発行所:財団法人セゾン文化財団

東京都中央区京橋1-6-13 〒104-0031

アサコ京橋ビル5F

Tel.03-3535-5566 Fax.03-3535-5565

\*次回発行予定:1999年5月末

\*本ニュースレターをご希望の方は送料(90円)実費負担にてセゾン文化財団までお申し込みください。