



『TRIP OF LOVE』トライアウト公演(4月4日～5月14日)

界限は、ニューヨークでいえばタイムズスクエアだったんですね。劇場があって、レストランがあって、巨大な看板やネオンサインがある。お洒落して、食事を楽しんで、お芝居を観て、一杯飲んで帰るという流れがありました。劇場のほうも「隣の劇場に負けんように、もっと面白いもんを考えようやないか」って、自分たちで脚本家を探し、芝居を作るなど創造の意欲に満ちていました。しかし近年、劇場がどんどん減って集客力が落ち、かつての賑わいが見られなくなりました。劇場間で切磋琢磨することもなく、ミュージカルにいたっては、ニューヨークで流行ったものの輸入に頼っています。こうした状態が続くと、作り手もお客様も、大阪の演劇文化への接し方を忘れてしまうんじゃないかと心配ですね。「大阪の演劇文化はこれだ」と分かってもらえるようなものをつくっていかない限り、お客様は戻ってこないだろうし、大阪から日本中に、ましてや世界に発信することはできないでしょう。また現在、多くのアーティストが大阪や関西から東京に出て行っています。大阪にはその人たちを引き止める力がないんですね。気持ちのうえで東京に負けているんです。そこで大阪発のものが東京を飛ばしてニューヨークで知られば、大阪人の自信が取り戻せるんじゃないか。今回の公演が、そのきっかけになればと思っています。

堀井 まったく同感です。トライアウト公演は大阪を元気づける快挙だと思います。ところで、道頓堀というと中西さんもミナミ活性化委員会ではいろいろな活動をされていますね。



『大阪ミナミ芸術祭』の舞台となる道頓堀商店街

中西 ミナミ活性化委員会は、平成14年に大阪府・市をはじめ、道頓堀商店街や戎橋商店街といった地元商店街、在阪の電鉄会社、経済界などで設立されました。現在、会員数は100余りで、「伝統・文化」「緑化」「観光」「国際化」などをキーワードに、大阪の再生を目指して年間数十の事業を行っています。とりわけ力を入れているのが、今年秋に第5回を迎える『大阪ミナミ芸術祭』です。大阪の文化力を示すものといえば、映画と食と音楽。ミナミは映画興業発祥の地であり、私たちは地域や商店街の連携によって手作りの映画祭を実現しました。「食」の分野ではミナミビールやミナミワインといったミナミブランドを、地元アーティストがラベルのデザインを手がけるなどして発信しています。また、ミナミといえば日本のジャズの発祥地。その誇りをもつ地元ジャズメンに、海外のジャズバンドや若いバンドたちも加わって、数十か所でライブ演奏をくりひろげようと考えています。

出口 そうした文化の力こそが、まちを元気にするんですね。本来大阪には、新しいものを作って競い、広めていく土壌がある。文楽や歌舞伎が日本中に広まったのも、そんな気概があったからです。

ブロードウェイ流の作り方

堀井 出口さんは、今回のミュージカルをどのようにして作られたのですか。

出口 ブロードウェイミュージカルの作り方は、日本とはぜんぜん違います。まずは一昨年秋、アメリカから5人のクリエイターを伴って大阪にやって来ました。キャストは大阪、東京、福岡、ニューヨークの4か所でオーディションを行い、515名のなかから選ばれた第一線のプロが30名。そして4週間缶詰めで稽古して、ミュージカルの土台をつくりました。それが終わるといろんな振付けやシーンのストックをいったんニューヨークに持ち帰り、演出家とどの部分をどう使うか検討し、まるでプラモデルを作るようにショーを組み立てていきます。そして今度は、全米オーディションでアメリカ人のキャスト16名を選び、大阪で稽古した振付けをもとにニューヨークでリハーサルを7週間やりました。そして再び大阪にやってきて、日本人キャ