

The most  
beautiful  
love story  
ever told  
comes to life  
on  
Broadway



Disney's  
**BEAUTY AND THE BEAST**  
A NEW MUSICAL  
PALACE THEATRE

**PALACE**

EAST

BEAUTY & BE

BEAUTY & BEAST

BOX OFFICE OPENS DAILY AT 10:00 AM

BOX OFFICE OPEN DAILY

BRUCE WILLIS  
JANE MARCH  
**Color of NIGHT**

**EMBASSY 1**

BRUCE WILLIS  
JANE MARCH  
**Color of NIGHT**



McDonald's  
RESTAURANT AND DELIVERY SERVICE

OPEN 24 HOURS



716

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample

sample



## 慶應義塾大学ビジネス・スクール

### メイキング・オブ・ブロードウェイ

大型ミュージカルのトップを切ってこの3日に開幕したのは劇団四季の「キャッツ」。品川にキャッツシアターを建設し、東京では8年ぶりの上演になったが、昨秋に売り出した第1期第2期の前売りは即日完売、今は第3期と第4期を発売中。開幕前に1年間のロングランがすでに決定するという大人気になった。続いて5月に帝劇で「回転木馬」が開幕する。1945年にブロードウェイで初演されたロジャース&ハマースタインのコンビの作品だが、92年にロンドンでニコラス・ハイトナーの新演出でリバイバル、数々の賞を受けて大ヒット。今回はロンドンからオリジナル・スタッフを招いて東京で5ケ月上演、その後大阪、名古屋でも上演する。…これに次ぐのが劇団四季の「美女と野獣」だ。ディズニー・プロのブロードウェイ初進出で話題を呼んだ作品で、昨年4月にブロードウェイで開幕した…四季では「キャッツ」と同様に専用劇場を建設して、秋に東京で初日を開け、続いて大阪でも公演すると発表している。…このほか東宝の「サウンド・オブ・ミュージック」、「ラマンチャの男」、四季の「赤毛のアン」公演があり、東京だけでなく全国的にミュージカルはブームの状態である。 (平成7年1月13日毎日新聞夕刊)

1963年9月1日から29日まで、高島忠夫・江利チエミ主演でミュージカル「マイフェアレディ」が日比谷の東宝劇場で上演されて以来、日本の商業演劇は海外ミュージカルの日本人による上演という新しい基軸を導入することによって大きな変革を遂げた。また、毎日新聞の記事のように、今日では東宝と劇団四季を通じて再びミュージカル・ブームが起きようとしている。このような時期にあって、今ブロードウェイで新しい潮流の嚆矢となりつつあるディズニー・プロの「美女と野獣」の上演権を後発の劇団四季が獲得したことは注目に値する。

「キャッツ」、「レ・ミゼラブル」、「オペラ座の怪人」、「ミス・サイゴン」などブロードウェイ・ヒット・ミュージカルの日本におけるロングラン公演の成功は、正にブロードウェイ・ミュージカル・プロデューサーの世界戦略の成功を示すものであり、キャメロン・マッキントッシュやアンドリュー・ロイド・ウェイバーなどのブロードウェイ・ミュージカ

---

このケースは、シュバート・オーガニゼーション、東宝インターナショナル代表取締役大平和登氏をはじめとする多くのブロードウェイ・ミュージカル関係者のご協力によって教材として作成されたものであり、特定の経営状況の巧拙を論じるものではない。1995年8月

ル・プロデューサーの究極の成功を意味している。もちろん、これらのブロードウェイ・ヒット・ミュージカルの背後には数多くの失敗作が潜んでおり、ブロードウェイ・ミュージカルのヒットは千に三つの世界かもしれない。

5

## ブロードウェイ・ミュージカル

ブロードウェイと言えば、今日ではニューヨーク市マンハッタン区を斜めに走る大通りの呼称と言うよりは、世界の演劇の中心地もしくは演劇やミュージカルの舞台そのものといった色合いが強い。ブロードウェイを演劇用語で定義するならば、「演劇職能ユニオンが規定する特定地域（マンハッタンの34丁目から57丁目に至る東は六番街から西は八番街までの間に存在する）客席数300席以上の劇場」を指すことになる。従って、この地域に含まれない客席数の少ない劇場は、オフ・ブロードウェイ、オフオフ・ブロードウェイと呼ばれ、概して非営利団体や小独立プロ、あるいは実験的な公演場が多く、逆にブロードウェイは日本の商業演劇用の劇場に近い中規模な劇場を指すのである。なかでも、1,200席以上の劇場をミュージカル小屋と呼び、1,199席以下の劇場はプレイハウスと呼ばれ主に演劇が上演される。現在、ブロードウェイには30以上の劇場があり、そのうちのおよそ半数をシュバート・オーガニゼーションが所有しており、残りをニーダーランダー、ジュジャミスン、その他が所有している（付属資料参照）。但し、これらの劇場が常にミュージカルや演劇を上演しているわけではなく、さらにロングランの上演となると極めて限られている。現在、ブロードウェイでロングランを続けているミュージカルは、エイズ問題をテーマとした「エンジェルス・イン・アメリカ」、ディズニー・プロのブロードウェイ初進出作品「美女と野獣」、「キャッツ」、「クレイジー・フォー・ユー」、リバイバルものの「ガイズ・アンド・ドールズ」、カナダのプロデューサーによる「キス・オブ・ザ・スパイダーウーマン」、「レ・ミゼラブル」、「ミス・サイゴン」、「オペラ座の怪人」など極めて限られている。また、これらのロングラン公演のうち、「キャッツ」、「レ・ミゼラブル」、「オペラ座の怪人」、「ミス・サイゴン」は、いずれもキャメロン・マッキントッシュのプロデュースによるものである。

30

## メイキング・オブ・ミュージカル

ブロードウェイ・ミュージカルが日本の商業演劇と基本的に異なるところは、スター制

を取らないことである。現在も続演中の「キャッツ」は1982年10月の開演だし、「レ・ミゼラブル」は1987年3月開演のミュージカルである。製作も、日本の場合には帝国劇場なら東宝、歌舞伎座なら松竹、パルコなら西武と言ったように小屋主が行なう場合が多く、劇団四季は自社劇場を持たない例外的な存在である。日本の場合には、江戸時代の歌舞伎の看板興行の伝統を引き継いでか、一ヶ月興行が標準である。従って、「杉良太郎の何とか」、「高橋英樹の何とか」と、ストーリーは殆ど同じでスターが違うだけという場合が多く、特定のスターのファンとか団体客が客席を埋め尽くしているということになる。日本の商業演劇がこれでもやってゆけるのは、(1)ブロードウェイの劇場に比べて日本の商業演劇の劇場客席数が多いものの大劇場の数が少ないこと、(2)スター制を取っているので確実にある程度の固定客が見込めること、(3)演劇そのものよりも娯楽性が強いので団体客営業がしやすいことなどによるのである。

一方、ブロードウェイは、(1)劇場数が多く競争が激しいこと、(2)日本と比べて劇場の規模が小さいこと、(3)基本的にスター制を取らないので固定客を確保しにくいこと、(4)代役を常に待機させる、ユニオンが強いなどの理由によって人件費がかさむこと、などによって基本的にロングランが出来ないとペイ出来ない仕組みになっている。一般にはブロードウェイ・ミュージカルの標準的な客席専有率は70%といわれている。従って、ブロードウェイ・ミュージカル成功の基本は、どれだけ長く上演し続けられるか、そのためにはどれだけリピーターを創出することができるか、そしてそのためにどれだけ品質の良いミュージカルを作ることができるかということになる。

通常、ブロードウェイの劇場で上演されるミュージカルは、いくつもの段階を経て上演されるものが多く、ディズニー・プロの「美女と野獣」などはスクリプト・リーディングを経ていきなりブロードウェイで上演された例外の一つである。この他にも1994年秋に開演した「ショウボート」、1995年のトニー賞を授賞したヒット映画の舞台ものである「サンセット大通り」など、過去のヒット作品のリメイク再演などもこの部類に属する。このような例外を除くと、ブロードウェイへの道は長く険しいものであり、プロデューサーのアイデア探索から数多くのプロセスを経て生き残ったものがブロードウェイにたどりつくということになる。通常、ブロードウェイへの道は、テーマの発掘から数えると3年かかると言われている。さらに、たとえブロードウェイにたどりついたとしても、その多くは数週間もたたぬうちに打ち切りとなってしまいうのである。ブロードウェイ興行がギャンブルと言われる由縁がここにある。このようなこともあってか、ことミュージカルに限って言

例えば、新作の製作本数は1980年後半から1990年代前半にかけて確実に減少している。

間違いなくミュージカル作りの主役はプロデューサーである。もちろん、ブロードウェイの3大劇場主である、シュバート・オーガニゼーション、ニーダーランダー、ジュジャ  
5 ミスンはミュージカル製作の主役であるが、今日では独占禁止法の関係からシュバート・  
オーガニゼーションが積極的に製作を行なうことはなくなり（シュバートのような独占的  
な劇場主が自らミュージカルの製作を行なうことは禁じられている）、シュバートは新しい  
ミュージカルの製作には別組織で出資するか、あるいは小屋主として劇場貸しを行なうか  
のいずれかということになる。

10

プロデューサーの基本的な役割は、自ら発掘した作品を商業演劇として成立させる、つ  
まり商業的にあたるための手立てを工夫することである。従って、まずそのスタートは良  
い作品を発掘することである。多くの場合、作品の種は埋もれた原作にあたり持ち込み  
の脚本であったり、名もない地方の演劇グループの活動であったりする。たとえば、「キャ  
15 ッツ」の原作はT. S. エリオットの「おとぼけじいさんの猫行状記」であり、「オペラ座の  
怪人」はガストン・ルルーの同名の原作であり繰り返し映画化された作品である。また、  
「レ・ミゼラブル」はヴィクトル・ユーゴーの同名の原作があり、フランスの小さな田舎町  
の劇場で上演されているという情報をたまたまキャメロン・マッキントッシュが知り合い  
の女性からえてミュージカル化を思いついたものである。もちろん、ブロードウェイ・ミ  
20 ュジカルのなかには、トミー・チューン演出の「マイ・ワン・アンド・オンリー」（1983  
年5月初演、767回）などのようなオリジナル作品も存在する。

プロデューサーは、原作ものであれオリジナルものであれ、これはという作品が見つ  
かると、まずエージェントを通して作家を決めなければならない。この段階では作品がミ  
25 ュジカルになるかどうかは極めて不確定的である。また、作家がスクリプトを書き上げたか  
らと言ってすぐにゴーとなるわけでもない。米国ではスクリプト・ドクターという職業が  
存在しており、作家のオリジナル・スクリプトを何人もかけて面白くしていく。ハリウ  
ッドでは映画一本作るのに30人ものスクリプト・ドクターがつくという話もあるぐらいであ  
る。作家が書き上げたスクリプトは、スクリプト・ドクターの創意によってより良くなる  
30 と同時に、そのプロセスでミュージカル・シアター・ワークスのようなスタジオを持ちト  
レーニング・プログラムを持つような組織によってステージ・リーディングが行なわれる。  
さらに、ステージ・リーディングはワークショップへと進む。ステージ・リーディングは、

例えば、ミュージカル・シアター・ワークスのような組織の実験ステージで一般観客の前でスクリプト・リーディングを行なうことであり、ワークショップは背景・衣装、照明なしにステージで演技を交えてスクリプト・プレイを行なうものである。従って、オリジナル・スクリプトはスクリプト・ドクターの創意工夫によって修正されると同時に、リーダーによってあるいはアクターによって、場合によっては観客も含めてその作品の品質を吟味し改善が行なわれるということになる。ディズニー・プロも、ブロードウェイ上演の前に、ミュージカル・シアター・ワークスで2回のステージ・リーディングを行なっている。ミュージカル・メイキングのこのプロセスは、地方の劇団や大学の劇団による自主公演という形で行なわれているものが発掘される場合も多い。ジュジャミソンの基本的なアプローチはこのようなケースが多く、ジュジャミソンは恒常的にこのような地方組織に、いわゆるシードマネー（Seed Money）という形で資金援助を行なっている。

以上のようなプロセスを経てスクリプトが決まってくると、プロデューサーの次の仕事は、作曲家、振付師、コスチューム・デザイナー、舞台装置デザイナー、照明デザイナーを決めることであり、キャスティングをすることである。ここで、コーラスラインの情景に出てくるような、アクターやダンサーのオーディションが行なわれる。また、作曲家や振付師、衣装デザイナー、照明デザイナーなどの確保には、それぞれエージェントが存在し、弁護士を交えた契約の交渉が開始される。シュバート・オーガニゼーションのジョンフェルド会長およびジャコブス社長がいずれも弁護士である、というのは両氏がシュバート兄弟の弁護士だったからという背景があるからである。

プロデューサーのこの段階でのもう一つの大きな仕事は、資金調達である。この段階に入るとプロデューサーは、大枠の投資額を設定し、アラン・ワッサーのようなゼネラル・マネジャーと契約し具体的な予算設定を依頼する。伝統的にブロードウェイ・ミュージカルの資金は、エンゼルと呼ばれる個人出資者の資金に依存していた。ブロードウェイ・ミュージカルの製作費が100万ドルにも満たない時代には、500～600人のエンゼルの1人当たり200ドルから3,000ドルの出資でミュージカルの公演が可能であった。エンゼルにとって、ミュージカルは収益を確実なものにするビジネスであったり、当たりはずれを楽しむギャンブルであったり、はずれても社会貢献といった意識で行なわれていた。しかし、近年のように製作費が400万ドルから1,000万ドルという規模となると、とても個人のエンゼルの出資にのみ頼ることは出来ず、映画化やテレビ化をもくろむ映画会社、ネットワーク・テレビ局などが有力な出資元となってきている。サントリーが「ジェローム・ロビンズ・ブロー

ドウェイ」に出資したのも、このような背景があつてのことである。

## ブロードウェイ・ミュージカルの採算性

5

前述のようなプロセスを経て、いざ作品のブロードウェイでの上演が決定されると、ゼネラル・マネジャーとプロデューサーの間で詳細な予算作成の作業が始まる。ブロードウェイ・ミュージカルの予算は、大まかに分けて開演前までの諸活動に関わる(1)製作費予算と開演後に週単位で発生する(2)運営費予算とで成り立っている。従って、ミュージカルの

10 収益は、開演後の週単位の座席券収入から運営費を差し引いたものであり、まずこの週単位の収益によって製作費を回収し、それが終わると毎週毎週の収益がミュージカルそのものの収益となって、出資者に出资比例に従って配当される。「キャッツ」のように12年以上、600週以上上演されているミュージカルは、当然ながら既に初期製作費投資の回収は終わっており、毎週毎週の運営費を差し引いた収益がプロデューサーや出資者に還元されるという

15 ことになる。さらに、ブロードウェイにおける成功によって同一作品に複数のツアー・クルーが生まれ、米国の各地で公演するようになる。ツアー・クルーの公演の収益もまた、プロデューサーや出資者に還元される。前述のように、ブロードウェイでの成功によって、劇団四季が同一作品を日本で上演するように、オランダ、オーストラリアその他世界各地で上演されるようになると、上演収入の何パーセントというロイヤルティがプロデューサー

20 や出資者に支払われることになる。ちなみに、劇団四季が上演予定の「美女と野獣」では、入場料収入の20%以上がディズニー・プロに支払われることになる。

以下は、著名な振付師であるボブ・フォッシーの脚本・演出・振付、シューバート・オーガニゼーション他のプロデュースによって1986年4月に開演した「ビッグ・ディール」の製作

25 費予算と運営費予算の内訳である。残念ながらこのミュージカルは10週間もたたずに終演となり、ボブ・フォッシーも翌年1987年9月に亡くなってしまった。但し、ボブ・フォッシーは、「ビッグ・ディール」開演のすぐあとに、「スウィート・チャリティー」の再演ものを出し、これはヒット作品となった。

30



(1) ビッグ・ディールの製作費予算(ドル)

舞台装置	935,000	
衣装	415,000	
照明	135,000	
音楽	52,500	
<hr/>		
物理的な製作費計	1,537,500	5
前渡し手数料		
演出家	20,000	
振付師	15,000	
キャスト・マネジャー	5,000	
音楽ディレクター	10,000	
ゼネラル・マネジャー	17,500	10
その他	70,000	
加算	7,500	
<hr/>		
計	145,000	
リハーサル中の給与	414,000	
広告および広報	485,000	
その他費用	1,363,450	
演劇職能工団・ボット	147,000	15
<hr/>		
製作費合計	4,091,950	
予備費	908,050	
<hr/>		
総製作費	5,000,000	

以上のように、「ビッグ・ディール」の総製作費は500万ドルであり、1986年当時ではかなりな規模である。このような製作予算規模を組めたのも、ひとえにボブ・フォッシーという巨匠の演出ということになろう。製作費のなかで大きな比重を占めるのは、何といたっても舞台装置その他の物理的な製作費であり、演出家その他に対する手数料、リハーサルに関する費用、そして、役者や舞台監督以下の職能別ユニオンへの保証積立金もばかにならない。ちなみに、ブロードウェイ・ミュージカルのメイキングに関わる職能別ユニオン加盟者は35,000人とも言われ、そのうち現実的に仕事を常にえている人はごくわずかであり、ミュージカル上演に関わる費用に計上されるユニオン保証積立金によって生活を維持している人が大半である。次に、ミュージカル「ビッグ・ディール」の開演後の週単位の運営費予算についてみてみよう。

(2) ビッグ・ディールの運営費予算 (ドル)

	主役・裏方その他の給与	120,700
	舞台小道具その他レンタル	13,650
	広告および広報	42,750
5	劇場賃貸料・福利厚生その他	56,320
	<hr/>	
	運営固定費計	233,420
	ロイヤルティ	64,420
	<hr/>	
	運営費合計	297,840

10        なんとと言っても、運営費のなかの一番大きな項目は役者や裏方の給与であり、このなかには主役級の代役の給与も含まれている。ブロードウェイ・ミュージカルの場合、必ず主役級には代役が用意されており、主役の休演に備えて常に待機し給与も支払われている。但し、代役が舞台に乗ることは稀である。ここが日本の商業演劇と違うところであり、運営費予算のなかにはリスク管理予算が含まれていることになる。運営費のなかで次に大きな

15        部分は劇場使用料であり、また、広告およびマスコミ対策、そして、作家、作曲家、演出家、振付師、デザイナー、プロデューサーに支払われるロイヤルティである。「ビッグ・ディール」の場合、これらのロイヤルティの合計は入場収入の21%にもなっている。前述のように入場料収入から運営費を差し引いたものがミュージカルの収益となるから、「ビッグ・ディール」の場合、仮に客席数1,200席の小屋で一律チケット代65ドルとして、週8回公演と

20        すると、週単位の入場料収入は客席占有率70%として、436,800ドルとなる。ちなみに、「ビッグ・ディール」の上演は70回にとどまった。

「ビッグ・ディール」は、ボブ・フォッシーによるダンス・ミュージカル「ダンシン (Dancin')」以来8年振りの新作であった。「ダンシン」は、大阪大学教授山崎正和氏の提案

25        によって、サントリーがブロードウェイ・ミュージカル招聴プロジェクトとして初めて行なったミュージカルで、それなりの成功を達成した作品である。「ビッグ・ディール」失敗の原因は、振付家であるボブ・フォッシーが台本まで書いてしまったからというのがブロードウェイでの一般的な批評であった。補足ながら、「ビッグ・ディール」もそうであったが、ミュージカルをブロードウェイで上演する前に、一般にはブロードウェイでの上演に近い

30        形で、米国の主要都市シカゴやボストンなどで上演される。この場合の予算規模は、ブロードウェイ公演の3分の1以下で、同じクルーがツアー公演を行なう場合が多い。これを演劇界ではトライアウトと称しており、運営収益を確保できるかたちで予算が組まれる。最近

のブロードウェイ・ミュージカルに対する批判の一つとして、現在のブロードウェイ・ミュージカルのヒット作が、キャメロン・マッキントッシュやアンドリュー・ロイド・ウェーバーなどによって、ロンドンのウェストエンドから持ってきた「レ・ミゼラブル」、「オペラ座の怪人」、「ミス・サイゴン」などのロンドン・ミュージカルに限定されているということが言われている。これはキャメロン・マッキントッシュにとっては、ロンドン公演は製作費も運営費もブロードウェイの半分に近いのでトライアウト的な公演と考えていると理解することもできよう。やはりプロデューサーとして最終的に成功するための基本は、あくまでもブロードウェイでの成功なのである。

5

### ミュージカルのすべては初日

どんなに準備され前宣伝がされたミュージカルでも、初日こそが本当の成功の鍵と言えるかもしれない。初日のスケジュールを何度も変えて成功した最大の例は、「42nd ストリート」であろう。「42nd ストリート」の初日はなぜか4度も延期され、最終的に1980年8月25日という、ブロードウェイ・ミュージカルの初日にははにかわしくない日に開演された。そして、この時にこのミュージカルの製作にかかわった偉大な演出家であり振付師であったガワー・チャンピオンの死の報せがもたらされたのである。翌日、あらゆるメディアが才能豊かな演出家の死と「42nd ストリート」の初日開演を関連させて大々的に報道した。

10

15

ブロードウェイ・ミュージカルにとって、初日はすべてである。1960年代にブロードウェイに帝王のように君臨したプロデューサーであるディビッド・メルクは、「42nd ストリート」の初日の設定について、明らかにガワー・チャンピオンの死を演出したことを後に告白している。ブロードウェイ・ミュージカルにとって初日の話題性がどれほど重要かという一つの現れであろう。

20

25

ブロードウェイ・ミュージカルの初日の夜は、オープニング・パーティによってマスコミへの対応に振りまわされるのと同時に、翌日の新聞の劇評を不安を持って憶測する夜である。ニューヨークでは、かつて多数の新聞が存在した時代からニューヨーク・タイムスに集約されてしまった今日を考えると、ニューヨーク・タイムスのミュージカル批評が、その作品の成功か否かを決めてしまうというのが今日の定評である。ニューヨーク・タイムスの劇評は今日では絶対であると言われている。これまで、ニューヨーク・タイムスの劇

30

評でネガティブに書かれて成功したミュージカルは皆無に等しいとも言われている。少なくとも、ニューヨーク・タイムスにネガティブに書かれないことがブロードウェイでの成功の要件の一つとすることができるかもしれない。しかも、ニューヨーク・タイムスの劇評家たちは、演劇関連の有名大学の大学院を卒業したプロであり、彼らのなかには演劇学  
5 科を卒業した博士まで含まれている。演劇に対する評価はマスメディアのマス・マーケティングによって行なわれるというよりは、口込みによって行なわれる場合が多い。一度口  
込みでノーと判断されたミュージカルは、ロングランになりえないというのがブロード  
10 ウェイでの通説である。とも角、やはりブロードウェイでの成功の基本的な要因は、プロデ  
ューサーのこつこつとした探索努力、その後の作品の質の向上ということに思い知らされ  
るのである。

#### ディスカバー・ブロードウェイ \*

15 1994年5月のはじめに「ディスカバー・ブロードウェイ」と題した付録ページがニューヨ  
ークタイムスについた。これは、ブロードウェイで行なわれているミュージカルや演劇を紹  
介したものであるが、通常の広告と違うのは、すべて教育用のプログラムで子供や家族に  
その内容を紹介したものだ。このなかにも紹介されている非営利団体のミッドタウン・  
20 マネジメント・グループは、ニューヨーク市教育委員会、シュバート・オーガニゼーショ  
ンと提携して、1982年設立以来多くの中学生、高校生を無料でミュージカルに招待してき  
た。招待の対象となるのは、ニューヨーク近郊約350の中学校、高校で、招待する生徒の数  
は毎年3万人以上にのぼる。同グループの教育プログラムはまた、「キャッツ」の毎週水曜  
日のマチネ公演に13才から19才の少年少女を招くほか、「キャッツ」、「ミスサイゴン」、「レ・  
ミゼラブル」などの出演者や製作者との交流を目的としたワークショップやバックステ  
25 ジ・ツアーなど多彩である。

シュバート・オーガニゼーションは、ほかにもショー・ビジネス最大の非営利組織であ  
る「ザ・リーグ・オブ・アメリカン・シスター・アンド・プロデューサーズ」やニューヨ  
ーク市と提携して、ここ20年来公立高校の生徒をブロードウェイのミュージカルに招待してき  
30 た。シュバートではこれは社会貢献活動の一環であると述べている。ニューヨーク市教育  
委員会はこれらのプログラムのために年間40万ドルを支出しており、シュバートなどの劇場  
主やプロデューサー組織は切符代金を負担する形で活動を展開している。但し、市の予算

は最近の財政悪化で削減される傾向にある。

トニー賞創設者の「アメリカン・シアター・ウィング」もまた、ニューヨーク近郊の公立高校生を対象にしたプログラムを実施しており、これまで3万4,000人ものが参加している。このプログラムは毎回25ドルを払って観劇するシステムであり、「ブロードウェイの素晴らしさを知るには実際に舞台をみるのが一番だが、同時に見たい舞台を自分で選び、切符を買いにゆくという習慣を身につけることも欠かせない」という主旨で行なわれている。

米国の演劇や音楽・バレエなどのパフォーミング・アートを支援する非営利組織「シアター・デベロプメント・ファンド」は、ブロードウェイのど真中タイムスクウェアに「tkts」というチケット販売窓口を設け、当日のミュージカルその他のチケットを開演数時間前に半額で販売している。ニューヨークを訪れる旅行者なら午後のタイムスクウェアの「tkts」に並ぶ長蛇の列を必ず見ているはずである。

\*この部分については、日本経済新聞1994年6月5日版「文化を支える」欄を参照した。

## エピソード

ブロードウェイへの道は長く険しい。たとえブロードウェイにたどりついたとしても観客の目は厳しい。前述の「ビッグ・ディール」のように10週間近く続いたら未だ良い方かもしれない。なかには1ヶ月もたたないうちに幕を閉じてしまうものさえある。しかし、「キャッツ」や「オペラ座の怪人」のように何年も続くものからは輝かしい果実がえられる。これらの作品はブロードウェイにとどまらず、米国中を東から西へ、北から南へとツアーがかけめぐる。さらに、ブロードウェイから世界へとツアーがかけめぐり、その度に出資者やプロデューサーに収益が還元される。場合によっては作品が映画化されることさえある。

ブロードウェイ・ミュージカルで重要な役割を果たすのはプロデューサーである。良い作品や良い作家を見つけ出す、資金調達をする、良い作家、演出家、作曲家、振付師などを一堂に集める、さらにはミュージカルを運営管理することが求められるのである。ミュージカルの製作と運営には、「良い弁護士と良い公認会計士」が必要だと言われる。芸術的な

センスは秀れているが、製作力や経営力がないプロデューサーは山ほどいるだろう。プロデューサーという仕事は、企業の経営者よりもはるかに多くのことが求められる仕事なのかもしれない。

- 5 現在のブロードウェイにも問題がないわけではない。その一つは、「オペラ座の怪人」や「ミス・サイゴン」のように壮大な舞台装置を用いたものが増え、製作費がキャメロン・マッキントッシュやアンドリュー・ロイド・ウェーバーなどのプロデュースする作品を中心として大規模化してきたことである。このような傾向のなかで昨秋アンドリュー・ロイド・ウェーバーのプロデュースによる、かつてのヒット映画をミュージカル化した「サンセット大通り」によって入場料は70ドルへと値上がりした。また、「コーラスライン」の大ヒットを飛ばした振付師マイケル・ベネットがエイズで死ぬなど、有能な多くのタレントが失われていったことも今後の問題をはらんでいる。

- 15 ディズニー・プロ製作のヒット作「美女と野獣」は、いろいろな面でブロードウェイに波風を立てている。「美女と野獣」は、トニー賞を授賞していない数少ないヒット作の一つである。また、ニューヨーク・タイムスの批評も必ずしも好ましいものではなかった。伝統的なブロードウェイの住人たちからは、「あんなものはディズニーランドのショーをブロードウェイに持ってきたにすぎない。舞台装置とコスチュームだけが目立ち、芸術性のかけらも見られない」といった声さえ聞こえる。「美女と野獣」がブロードウェイで行なったことの一つに開演時間の変更がある。ディズニー・プロは、子供達のために通常のブロードウェイの開演時間である8時を7時にしてしまったのである。ビフォー・シアター・アフター・シアターのディナーをカップルで楽しむブロードウェイの街に、がやがやと騒々しい子供達を入れてしまったと批判されるのも当然である。ディズニー・プロへのこのような批判の一方で、娯楽性を強調したディズニー・プロのような大資本がブロードウェイを  
25 席卷してしまうのではないかという恐怖感が存在することも見逃せない。

- 30 ブロードウェイ・ミュージカルが芸術性を求めるべきか娯楽性で良いのかという議論が今後も続くことは間違いない。確かなことは、ブロードウェイ・ミュージカルが日本の能や歌舞伎のように一部の愛好家のものではなく、多くの大衆のものであるということである。ブロードウェイ・ミュージカルが、ビジネスなのかギャンブルなのか、社会貢献なのかということも議論を呼ぶ話題である。確かに、大資本が参入してきて舞台装置やコスチュームの豪華さや綿密な事業計画化によって確実にヒット作を生み出してゆくことが、ス

ストーリー性や芸術性を作品から奪い取ってしまい、ギャンブル性や社会貢献という喜びをエンジェルたちから奪い取ってしまう可能性は否定できない。

5

10

15

20

25

30

## 付属資料

### ブロードウェイの劇場

1. アンバサダー劇場(S)
2. ブルックス・アトキンソン劇場(N)
3. エセル・バリイモア劇場(S)
4. ビバン・ビューモント劇場
5. マーティン・ベック劇場(J)
6. ベラスコ劇場(S)
7. ブース劇場(S)
8. ブロードハースト劇場(S)
9. ブロードウェイ劇場(S)
10. サークル・イン・ザ・スクウェア劇場
11. コート劇場(S)
12. ガーシュウィン劇場(N)
13. ジョン・ゴールデン劇場(S)
14. ヘレン・ヘイズ劇場
15. インベリアル劇場(S)
16. ウォルター・カー劇場(J)
17. ロンゲイクル劇場(S)
18. ラント・フォンテン劇場(N)
19. ライセアム劇場(S)
20. マジエスティック劇場(S)
21. マーキース劇場(N)
22. ミンスコフ劇場(N)
23. ミュージカル・ボックス劇場
24. ニーダーランダー劇場(N)
25. ユージン・オニール劇場(J)
26. パラス劇場(N)
27. プリマス劇場(S)
28. リチャード・ロジャース劇場(N)
29. ラウンド・アバウト劇場
30. ロイヤル劇場(S)
31. セント・ジェームス劇場(J)
32. シュバート劇場(S)
33. ニール・サイモン劇場(N)
34. バージニア劇場(J)
35. ウィンター・ガーデン劇場(S)

※ Sはシュバート、Nはニーダーランダー、Jはジュジャミス

---

不許複製