

ニューヨーク市発展とブロードウェイ繁栄の関係性

法学部政治学科

4年C組

学籍番号 30763322

薮崎那菜

ニューヨーク市発展とブロードウェイ繁栄の関係性

目次

はじめに

第一章 ブロードウェイとは

- (1) ブロードウェイ地区
- (2) 劇場街としてのブロードウェイ
 - 1) 興行収入の入場者数の推移
 - 2) 客層
 - 3) TKTS
 - 4) ブロードウェイ演劇ビジネス

第二章 ニューヨーク公的文化政策の試み

- (1) ブロードウェイのはじまり
- (2) 1990年代 ジュリア ニ市長によるブロードウェイ再開発計画
- (3) 行き過ぎた公共政策
 - 1) 非営利芸術団体への助成金削減
 - 2) 9・11同時多発テロ後の反応
 - 3) 地価高騰により撤退する芸術団体
 - 4) 作品内容の均一化・幼稚化

第三章 危機に直面したブロードウェイ

- (1) 9・11同時多発テロ直後
 - 1) 事件後の作品の傾向
 - 2) ビジネス再生のための取り組み
- (2) 2008年金融危機後の影響
 - 1) 不況の影響を受けない訳

おわりに

はじめに

本論文では、ニューヨーク・マンハッタンにあるブロードウェイ地区の地域研究をもとに、地域繁栄の背景にあるニューヨーク市・州当局の公的援助や文化政策、そしてミュージカル・演劇産業の具体的な取り組みに焦点を当て、行政と民間の関係性と、そのブロードウェイ地区一帯の繁栄過程を考察する。

現在の華やかなブロードウェイの姿は、ニューヨーク市・州政府主導のもと行われた経済政策の結果であると言える。特に90年代、市・州政府が行った「ブロードウェイ再開発計画」は、経済政策と文化政策を並行して行い、大きな効果を生み出した。従来からニューヨーク市は、演劇に対し芸術・文化としての価値を付加し、積極的に公的援助を行ってきた。その結果ブロードウェイはアメリカ演劇の中心地として、またニューヨーク市のシンボリック存在の観光地として、年間来訪者は2600万人を超える一大産業地となった。2010年5月13日に業界団体 Broadway League により公表された「ニューヨーク市への経済貢献に関する報告書」によると、2008年-2009年期ブロードウェイがニューヨーク市の経済に貢献した額は98億ドル(1兆円)であったとされ、ニューヨーク市の経済発展に大きく寄与していることが明らかとなっている。¹

第1章ではまず、現在のブロードウェイをめぐる様々なデータをもとに、ブロードウェイ地域の現状を考察する。その中でも劇場街としてのブロードウェイに着目し、ミュージカル作品の興行収入や年間来場者数の推移を年代ごとに比較し、ブロードウェイでミュージカル作品が上演されるまでの制作過程にも言及する。

第2章では、演劇街として栄え始めた18世紀頃から現在までの歴史を追いながらブロードウェイの発展過程を概観する。1980年代以前のブロードウェイは、麻薬、エイズ、売春などが蔓延る一大歓楽街であった。しかし90年代に入り、ブロードウェイは政府の手による徹底された地区一帯の浄化と再開発によって生まれ変わった。「42丁目再開発計画(42nd Street Development Project)」と題されたこの大型プロジェクトは、地域一帯を商業地やビジネス街として活性化させるため、その地区の環境美化、警備強化、福祉サービスなどあらゆる戦略を投じ総合的再開発が行われた。プロジェクト成功後も政府の手によって、ディズニー社やMTVなどの大資本の企業誘致が進められていくこととなる。次第にブロードウェイは、誰もが安心して訪れることが出来る一大観光地として名をはせるようになっていったが、その一方で、ブロードウェイ演劇はより商業的になっていった。作品の内容は均一化し、家族連れの客層を取り込むためにより幼稚化の一步をたどり、反主流と呼ばれる演劇団体は活動の幅を狭める結果となった。本章の最後には、芸術に対する公的機関介入がもたらした弊害にも触れる。

第3章では、この10年の間にブロードウェイが直面した危機として、9.11同時多発テロと2008年のリーマン・ブラザーズ破綻による金融危機の時期を取り上げ、当時

のブロードウェイが被った被害と影響、そして対処法について詳しく考察する。2001年の同時多発テロ直後、9月16日のブロードウェイ劇場の総収益は346万ドルとなっており、前週の960万ドルから約74パーセントの落ち込みを見せた。しかし、それから1カ月もたたない10月7日の総収益を見れば1053万ドルと、事件前の収益を上回っていた。²また、2008年のリーマン・ブラザーズ破綻の際、金融危機の震源地でもあるウォールストリートとわずか6 kmしか離れていないところに位置するブロードウェイは、相変わらず収益を上げ続け活気づいていた。ブロードウェイ劇場街が、景気後退の影響を受けにくい理由は何か、また行政、民間、両方の手により行われた対策を取り上げ、ブロードウェイがどのように危機を乗り越えたのかを、二つの時期を比較しながら考察していく。

第1章 ブロードウェイとは

(1) ブロードウェイ地区

ブロードウェイと聞くと、ミュージカルの劇場街と華やかなネオンサインを即座にイメージすると思うが、「ブロードウェイ」という名前は、元はマンハッタン島を南北に横断する全長20km以上の道の名称である。一般的に使われている劇場街(Theater District)という意味でのブロードウェイは、42丁目タイムズスクエアから北の53丁目までの間にある約40の劇場が立ち並ぶ劇場街を指す。本論文では、後者の劇場街としてのブロードウェイをとりあげることとする。

年間2600万人の人が訪れるブロードウェイは、実に様々な顔をもっている。ニューヨークのシンボルとしての観光地の顔、荒れ果てた歓楽街であった過去の顔、世界一有名な広告塔としてのビジネス拠点の顔、そして、多数のミュージカルを毎晚上演する芸術街の顔である。この地域一帯には、約40の劇場のほかに、300軒の飲食店、ホテル、映画館、ショッピングモールなどが存在し、昼夜を問わず人で賑わっている。またABCやMTVなどといった人気のテレビ局のスタジオや、英ロイター通信などの本社もあり、欧米メディアの拠点として、また、ナスダック市場や銀行、証券会社などの金融ビジネス地域でもあり、ウォールストリートに次ぐニューヨーク経済の中心地とも言われている。

ニューヨーク市にとって、ブロードウェイは貴重な税収減であり、2010年5月13日に業界団体 Broadway League により公表された「ニューヨーク市への経済貢献に関する報告書」によると、2008年 2009年期ブロードウェイがニューヨーク市の経済に貢献した額は98億ドル(1兆円)であったとされ、84400人に雇用を与えたとされている。³実際にブロードウェイのショーを運営するために支払われた金額の内訳を見ると、観光客が支払った金額が52億ドル、プロデューサーや関係者が上演するために支払った額が9.5億ドル、そして劇場主が劇場を維持するために支払った額が0.3億ドル、計61.7億ドルが支払われた。だが、実際にはその支払われた額の1.5倍の額(98億ドル)の経済効果がニューヨーク市にはあったという。ブロードウェイはニューヨーク市の貴重な税収減として大きなウェイトを占めている。

(2) 劇場街としてのブロードウェイ

様々な顔を持つブロードウェイであるが、有名なのはやはり劇場街としての顔である。ブロードウェイ地域の中で最も有名なのが、毎日ミュージカルや演劇を上演している約40の劇場からなる劇場街(Theater District)であろう。42丁目タイムズスクエアから北の53丁目までの間に、現在38の劇場が立ち並び毎晩ミュージカルを観にきた人々で賑わ

っている。どの劇場でも平日は毎晩公演が行われ、週末ともなれば昼公演（マチネ）を含め一日二回公演を行う劇場もある。

ブロードウェイの作品は、「ブロードウェイ」「オフ・ブロードウェイ」「オフ・オフ・ブロードウェイ」の3ジャンルに分けられる。ブロードウェイとは、マンハッタン島ミッドタウン以北のブロードウェイ上に存在し、客席数が300席以上（1200席以上をミュージカル劇場、1200席未満で800席前後をプレイハウスと呼ぶ）の劇場で、大道具係や照明、俳優の加盟する組合の好労働条件が厳密に守られ、設定される広告料が高く、リーグに加盟している商業演劇の劇場および演劇を指す。⁴一方で、ブロードウェイ地域に存在しても、客席数、組合労働条件や広告料金などがブロードウェイの条件に満たない作品は、オフ扱いとなり、より前衛的で小規模な作品は非営利団体によって運営されるオフ・オフの作品となる。オフ・ブロードウェイ演劇とは、マンハッタン中に分散する約50件の比較的小さな劇場で上演されるものをいい、チケットは20ドルから50ドル程度である。オフ・オフ・ブロードウェイ演劇とは、ニューヨーク全体で200件ほどの小劇場、ロフト、教会などで上演されるものをいい、チケットは10ドルから30ドル程度である。

1) 興行収入と入場者数の推移

業界団体 Broadway League の調べによれば、2009年 2010年シーズンでブロードウェイを訪れた年間入場者数は1189万人であり、これはニューヨーク州とニュージャージー州の人気のスポーツチーム10チーム（ヤンキース、メッツなどのプロ野球チーム、ニックスなどのプロバスケットボールチーム等）の合計来場者数をも上回る人数であるというデータが出ている。スポーツ観戦が人気のアメリカだからこそ、観客数の多さをスポーツ観戦の観客と比較し、その盛況ぶりを伝えているのは興味深い。

近年のブロードウェイの興行収入や年間入場者数の推移をみると、どちらも右肩上がりである。表1-1は、1984年から2009年までの興行収入と入場者数、そして新作数をまとめたものである。2009年の1年間の興行収入は10億200万ドル（約1020億円）で、入場者数は1189万人であった。2008年の売上は9億4300万ドル（約943億円）、2007年は9億3800万ドルであったことから、年々売り上げが増加していることが見てとれる。また、入場者数も1990年代に大幅に増加し、2007年 2008年の1227万人をピークに、ここ10年は横ばいの数値となっているものの、依然として多くの観客を獲得することに成功している。⁵

表1-1

シーズン	興行収入 (単位:100万)	入場者数 (単位:万)	新作数
2009-10	\$1,020	1189	39
2008-09	\$943	1215	43

2007-08	\$938	1227	36
2006-07	\$939	1231	35
2005-06	\$862	1200	39
2004-05	\$769	1153	39
2003-04	\$771	1161	39
2002-03	\$721	1142	36
2001-02	\$643	1095	37
2000-01	\$666	1189	28
1999-00	\$603	1138	37
1998-99	\$588	1167	38
1997-98	\$558	1148	33
1996-97	\$499	1057	37
1995-96	\$436	946	37
1994-95	\$406	904	32
1993-94	\$356	811	38
1992-93	\$328	786	34
1991-92	\$293	738	38
1990-91	\$267	732	30
1989-90	\$282	804	39
1988-89	\$262	806	33
1987-88	\$253	813	30
1986-87	\$208	707	41
1985-86	\$190	653	34
1984-85	\$209	734	33

(出典) The Broadway League, Broadway Season Statistics

http://www.broadwayleague.com/index.php?url_identifier=season-by-season-stats-1

2) 客層

主なブロードウェイの客層は観光客とリピーターの二手に分けることができる。特にニューヨークを訪れた観光客が客層の中心である。Broadway League の調査によれば、1年間に約6万枚のチケットはニューヨークへの観光客、旅行者によって買われており、比率で言えば、観光客は全体の63%、地元観客はわずか37%であるという。そして全体の61%の客は1シーズンに最低でも2回以上ブロードウェイへ足を運びリピーターであり、典型的ブロードウェイファンと呼ばれる人々は、1シーズンに平均4作品以上を鑑賞しているという。⁶

更に細かく客層を分析すると、男性よりも女性の観客が多く、人種で分けると白人が圧

倒的に多い。そして、年齢別では40代、50代が最も多く、大学を卒業している観客が多いというデータもある。つまり、40代の大学を出た白人女性が最も多い観客層であると言える。

3) TKTS

ブロードウェイの演劇チケットは、『ウィキッド (*Wicked*)』や『ライオンキング (*Lion King*)』のような人気の作品をのぞけば、当日であっても簡単に手に入れることができる。当日券を入手する方法の代表格として、半額チケット売り場“TKTS”が有名である。TKTSは47丁目とブロードウェイ、七番街に挟まれた三角州に存在しており、現在ではダウントウンのサウスストリートシーポートにも支店を構えている。名前の由来は“Tickets”を省略した4文字の“TKTS”であり、「ティー・ケー・ティー・エス」ではなく「ティケッツ」と発音する。劇場開発基金 Theater Development Fund により運営されているこのTKTSでは、余っている当日のチケットを半額プラス数ドルの手数料を購入することができる。もとは最も高い席の半額の値段で販売されていたが、ここ数年、作品によっては、30パーセント引きや45パーセント引きと細かい割引率も提示されるようになった。毎回発売時間前には長蛇の列ができ、1時間待ちは当たり前なのだが、地元住民だけでなく、観光客にも買いやすいよう各国の言語での表記があり、列に並べば簡単に安くチケットを手に入れることができる。人々にとって手軽にブロードウェイのチケットを手に入れられるのも、魅力の一つだ。このように、地元住民も観光客も簡単に演劇のチケットを入手でき、チケットを入手してしまえば、TKTSから目と鼻の先にある劇場でミュージカルを鑑賞することができる。この手軽さや敷居の低さが、ブロードウェイミュージカルの人気の一つであり、多くの人々から愛され続けている理由であると考えられる。

4) ブロードウェイ演劇ビジネス

アメリカにおいて演劇ビジネスは、映画ビジネスと並んでエンターテインメントの主要産業となっている。ブロードウェイはそのビジネスの中心地として長年アメリカ演劇ビジネスを支えてきており、ブロードウェイの興行収入は年々最高記録を更新続けている。

たとえば、映画の歴史上、最高の興行収入を上げた作品は『タイタニック (*Titanic*)』で累計18億3420万ドル(約2200億円)を全世界で稼いだが、アンドリュー・ロイド・ウェーバーの代表的ミュージカル『オペラ座の怪人 (*The Phantom of the Opera*)』の全世界での興行収入は、2001年には累計20億ドルを超えて、これを上回ったうえ、現在でも記録を更新している。⁷

演劇ビジネスは、劇場での興行収入に加え、ミュージカルのキャストアルバム、公演の放送やDVD化のほか、アメリカ国内のリージョナル・シアターでの上演や、ヨーロッパや日本での各国語による、現地キャストを紀要して行う上演からのライセンス収入などがある。また近年では、『シカゴ (*Chicago*)』や『ヘア・スプレー (*Hair Spray*)』のように映

画産業と連携し、双方のマーケットを利用した新たなビジネスモデルも確立されてきている。ブロードウェイの作品が映画化されたり、逆にブロードウェイで人気の映画が舞台化されたりする事も多くなった。今後もブロードウェイとハリウッドの連携体制は強化され、アメリカのエンターテインメント産業界を生き抜くための共生関係が継続されていくと考えられる。

ブロードウェイにおいて、一つの作品を上演するには巨額のコストがかかる。大規模なミュージカルに至っては、製作費は600万から1200万ドルにのぼると言われている。だが、これは公演初日にこぎつけるまでにかかる初期投資「イニシャル・コスト」であり、これには、装置、衣裳、音響機材や照明機材のレンタル費などのステージ関連費用、キャスト、舞台監督や演出家などのスタッフ、ジェネラル・マネージャー、カンパニー・マネージャー、プレス・エージェントへのギャラや弁護士、会計士の報酬、宣伝費、および管理費、劇場や劇作家への前払金、俳優組合、その他の団体への補償金や各種の準備金などが含まれている。この他に、作品の公開中には「ランニング・コスト」というものが発生し、これにはキャストやスタッフの給料、劇作家、演出家やプロデューサー達へのロイヤルティ、劇場費、管理費および宣伝費などもかかってくる。一つの演劇作品を作りあげるには巨額な資金が必要なのだ。⁸

このような高額な投資額は、1か月程度の興行では回収できないため、日本とは異なる独特な「ロングラン・システム(long run system)」が取られている。ロングラン・システムとは、あらかじめ公演期間を区切らず、作品の動員率がランニング・コストを見込んだ一定の金額を上回り、利益が得られる限りは公演を続けるという方法である。作品の週間総収入がその週の損益分岐点を上回った場合、超過額がその週の「オペレーティング・プロフィット」として、初期投資に回収されていく仕組みである。だが、ランニング・コストは非常に高額にのぼるため、ロングランし続けるのはそう容易ではない。週間総収入が損益分岐点に達しないならば、公演を続ければ続けるほど赤字となるため、初期投資の回収を諦めて公演は打ち切りとなってしまう。特にブロードウェイでは動員率は70～80%以上のロングランを1年またはそれ以上も続けない限り、投資家は出資額を回収出来ないと言われている。ブロードウェイ演劇ビジネスで成功をおさめるのは難しく、非常にシビアな世界なのである。だからこそ、その中で勝ち抜きロングランを続ける作品には高い価値が置かれ、連日大盛況となる。これらのロングラン作品が周りを牽引し、ブロードウェイ繁栄に大きく貢献しているのである。

第2章 ニューヨーク公的文化的政策の試み ～荒れ果てた歓楽街からの復興～

(1) ブロードウェイの始まり

ブロードウェイの元は、先住民の踏みわけ道「インディアン・トレイル」であった。二

ユーラムステルダム植民地をつくったオランダ人が「ブロードウェイ」と命名し、その後独立戦争時には、英軍に敗れた独立軍撤退の道となった。その後、ブロードウェイと七番街通りが交差する42丁目付近一帯のタイムズスクエア界隈を「ブロードウェイ」と称するようになる。

1732年に「プレイハウス」と称する芝居小屋が登場し、1767年にはジョン通りに初劇場ジョン・ストリート劇場建設されたのをきっかけに、大きな劇場が相次ぎ建設され劇場街として発展していく。1830年には、初めて庶民向け劇場も登場し、移民や労働者などを主客として劇場街は益々栄えていった。1870年頃になると、歌と踊りのミンストレルショーや寄席演芸低なヴォードヴィル、サーカスなど様々な見世物が上演され、劇場地区“Theater District”と称されるようになった。そんな中、1895年、ミュージカルの祖として知られるオスカー・ハマスタイン2世の祖父であり、オペラ興行主であったオスカー・ハマスタインが、ブロードウェイと44丁目の角に屋上庭園付きの豪華な劇場「オリンピア・ミュージック・ホール」を建設したことで、より一層煌びやかなイメージがブロードウェイ地区に浸透していった。

20世紀に入ると、様々な企業がブロードウェイに本社を構え進出してくる。1904年には ニューヨーク・タイムズ社がタイムズスクエアに本社を構え、当時ニューヨーク地下鉄が開通し、タイムズスクエア駅が北と南の中間地点としてますます栄えていった。この年から毎年の大みそかに行われる盛大なカウントダウン行事が開催されるようになる。毎年数十万人の人が集まり、タイムズスクエアの一角で年を越す恒例行事となっている。

ブロードウェイ地区一帯は、巨大広告と派手なネオンサインが有名なブロードウェイであるが、1916年に、当時世界最大のネオンサインが登場し、この時期から巨大広告塔としてネオンサイン競争が始まっていった。1950年には8番街の40丁目から42丁目の間にポート・オーソリティ・バスターミナルが完成したことで、長距離バスの総合的な発着駅となり、地方からの観光客が増加、ブロードウェイ劇場に地方観光客が増加した。

(2) 1990年代 ジュリア ニ市長によるブロードウェイ再開発計画

ミュージカル産業が賑わいを見せる一方で、1960年頃からこの地域の治安は悪化していった。当時の42丁目は、ホームレスや浮浪者、麻薬の売人がたむろし、ポルノショップやストリップ劇場等あらゆる種類のポルノ産業が発展し、犯罪件数は増加する一方であった。ブロードウェイと聞けば誰もが抱くのは、悪臭法を放つ不潔なイメージであったという。1980年、とうとう市当局は当時のエドワード・コッチ市長のもとブロードウェイ再開発計画を計画する。しかし、当時の不動産市場が暴落したことで、計画は一度頓挫してしまう。

だが、1990年ニューヨーク市は州当局と共同で、80年代に構想されたものの頓挫していたタイムズスクエアの再開発に今一度着手した。市と州当局は共同で非営利組

織 “The New 42nd Street” を設立し、“The New 42nd Street Project”と題した大規模な再開
発計画を施行した。

まずは行われたのは、タイムズスクエア周辺にある古い劇場の改修と管理である。42
丁目にあって廃屋となっていた古い7つの劇場を改修し、それらを演劇劇場、舞台芸術セ
ンター、そして映画館とマダム・タッソー蠟人形館を併せ持つ巨大複合施設に作り変えた。

次に、1992年にもう一つの非営利組織 “Business Improvement District(BID)” を立
ち上げ、タイムズスクエアを商業地やビジネス街として活性化させるための事業を開始し
た。BIDとは各州で定められた「特別地区」の一種であり、商業地やビジネス街を活性化
させるためにその地区の不動産所有者や商工会議所、小売業者を中心に組織される非営利
団体が運営するもので、合衆国各地の都市に1200か所以上制定されている。タイムズ
スクエア BID は、警備、環境美化、観光案内、イベントの企画、ビジネス活動の向上と
維持、公共空間の規制、駐車場および公共交通の管理、都市デザイン、福祉サービスなど
あらゆる戦略プランを提案し、総合的再開発に乗り出した。⁹

1993年にルドルフ・ジュリアーニ氏はニューヨーク市長に当選すると、再開発計画
を更に積極的に推進し、市内の再開発の組織を再編成していった。

1994年市当局は、タイムズスクエア42丁目と7番街の角という一等地にありなが
ら廃屋となっていたニューアムステルダム劇場を2100万ドル年3%の低金利でウォル
ト・ディズニー社にローンし、ディズニー側と49年間のリース契約を結んだ。これに先
立ちディズニーは「美女と野獣」をもってブロードウェイに参入し成功を収めることとな
った。

これをきっかけ大資本の企業誘致が進み、大企業のタイムズスクエア地域へ参入が相次
いだ。MTV、ヴァージンレコード、ワーナーブラザーズなどのエンターテイメント産業や、
ヒルトン、マリオットといった大手ホテルチェーンによるタイムズスクエア地域でビジネ
スを展開し始め、また、42丁目通りには、ディズニーストアやサンリオショップ、トイ
ザラスなど大型おもちゃ店が店を構えたことで、家族でも安心して訪れることが出来る地
域へと変わった。

その結果、現在では犯罪件数は激減した。1993年と2000年を比較すると、この
タイムズスクエア地域の犯罪総数は60.8%減少し、とくに殺人、強盗、レイプなどの
凶悪犯罪の総計は81.7%も減少したと報告されている。(同時期のニューヨーク市全体
の犯罪総数がマイナス6.9%、凶悪犯罪はマイナス19%である。)¹⁰

このブロードウェイ再開発計画によって、ブロードウェイ地域は大きく変わった。目も
当てられないほど荒れ果てていた歓楽街から、夜でも家族で安心して出かけることが出来
る観光地へと生まれ変わったのだ。この再開発計画は、都市部での地域開発の成功例とし
て高く評価され、他の都市でも参考にされている。

(3) 行き過ぎた公共政策

ブロードウェイ地区の活性化は、ニューヨーク・州政府主導のもと文化政策としてもたらされた結果であるといえる。先にも述べたように、90年代に推進された「ブロードウェイ再開発計画」によって今やブロードウェイは観光客や家族連れが安心して出かけられるテーマパークのようなブロックに変貌し、周辺の劇場街は活性化した。だがその一方で、弊害を被った人々や団体も存在する。政府は、大資本のディズニー社を演劇界に誘致しミュージカル産業発展のための援助を続けていた一方で、オフおよびオフ・オフ・ブロードウェイなどの小規模劇場や、前衛・反主流団体に対しては風当たりを強くし、裏で公的援助の規制を進めていたのだ。

1) 非営利芸術団体への助成金削減

ブロードウェイ再開発に着手したのと同時期に、州当局はニューヨーク州芸術助成金(NYSCA)という非営利の芸術活動の助成予算を約半額に削減した。その結果、州内の非営利の芸術団体は深刻な財政危機に見舞われることとなった。その他にも、あるパフォーマンスに対し「活動内容が性的に露骨である」という理由で助成金交付を取り消すなど、公共の文化政策が特定の非営利の芸術活動に対して規制を強化するようになる。

アメリカの前衛演劇を研究する戸谷は、現在のオルタナティブな演劇やアートは、市場原理を基盤にした市や州の経済政策により、あるいは「モラル」を基準に介入を図る議会や政府の機関によって、制度的に排除される傾向にあると語っている。¹¹

2) 9.11同時多発テロ後の反応

小規模劇場や、半主流団体に対する政府の冷たい反応は、助成金削除だけに留まらない。9.11同時多発テロ直後、市内の交通は遮断され、舞台芸術公演も多くが中止となり、当日と翌日の合計3公演はキャンセルされ、ブロードウェイの劇場はすべて一時閉鎖となった。この2日間の損失は300万ドル~350万ドルであったといわれている。その後、劇場街は、ニューヨーク市および州当局からの100万ドルの援助を受け行われたキャンペーンによって客を呼び戻すことに成功し、結果2001年下半期の興行収入では前年度よりも良い成績を残した。

だが一方で、ブロードウェイと同じレベルの被害を被っていたオフおよびオフ・オフ・ブロードウェイに分類される諸劇場に対しての公的援助は、まったくと言ってよいほど行われなかったのである。ニュースでは、政府のブロードウェイに対する援助のみがクローズアップされ、ただでさえ観客を獲得するのに厳しいオフやオフ・オフ・ブロードウェイは無視された状態となった。ただでさえ観客数を獲得するのが厳しい時期であったが、これらの団体は厳しい立場に置かれていた。

3) 地価高騰により撤退する芸術団体

1980年代から1990年代にかけての再開発にともない地価が高騰し、多くの小劇団やギャラリーは地区の撤退を余儀なくされた。彼らはソーホー地区からチェルシー地区へと移動を続け、現在ではブルックリンのDUMBO(Down Under the Manhattan Bridge Overpassの略称)地区に移動しつつある。近年このDUMBO地区では、ギャラリーやスタジオが軒を連ね、倉庫街を改装して作られたDUMBOアートセンターでは、前衛のアーティスト達が作品を常時展示している。近年観光客の間では、オシャレな芸術の街として人気が高まっているという。日本からもツアーが組まれるほど、近年アートの街として注目されている。だがこの地域にも政府の規制が入るのも時間の問題かもしれない。

4) 作品内容の均一化・幼稚化

ディズニーが手掛けたミュージカルは現在までに5本が上演されている。いずれも大ヒットを記録し高い興行収入をたたき出している。だが、これらの作品のメインターゲットは家族連れであり、子どもにも分かりやすい作品内容と演出が施されている。それらに追随し、子ども向けの新作が相次いで上演されている。また、海外からの観光客を取り込むためには、セリフの中で難しい英語や言い回しは避けられる傾向にあり、近年ブロードウェイミュージカルの内容が幼稚化しているといった見方もなされている。

また外国でのミュージカル人気の高まりから、海外へ遠征公演を行ったり、劇団四季の例のような、現地団体に演劇作品を販売し輸出するビジネスモデルなどが確立してきた。その際、外国語に訳しやすく、現地の人々に受け入れやすいよう内容を取る場合が多く、作品内容が均一化してきているとも言え、それもまた批判の対象となっている。

これらに象徴的にみられるのは、ブロードウェイ劇場の活性化に力を入れる州および市当局の文化政策によって苦しい立場に置かれてしまった小規模芸術団体の存在であり、90年代に行われた再開発計画や文化政策は必ずしもニューヨーク演劇界に良い効果をもたらしてはいないという事実である。

再開発計画に関しては、地区一帯の活性化や経済効果など効果は多いにあったが、同時にブロードウェイとオフおよびオフ・オフ・ブロードウェイ劇場間の格差を広げ、非営利団体や前衛・反主流パフォーマンスがますます参入・昇格しにくい環境を作りあげたと言える。本来なら小さい作品や劇場を援助し守るのが政府の役割であるはずの文化政策が、芸術作品は内容や規模によって「選別」され、反主流芸術の周縁化が生じる状況が生まれてしまっている。また、ディズニー社を誘致や、海外からの観光客をターゲットにしたことで作品の幼稚化が進み、海外へ輸出しやすいよう内容の画一化が進むなど、ブロードウェイ側の主流演劇界にも弊害が出てきている。

毎年ブロードウェイ劇場の興行収入は右肩上がりであり利益を上げ続け、ニューヨーク市に大きな経済効果をもたらしている。だが利益を求めがあまり、ブロードウェイ演劇の質はより商業的に、そして芸術性からは遠のいていっているようにも思える。これらニューヨーク市の文化政策がもたらした効果は、良い面だけではなく、負の側面もあるという事

にも留意する必要がある。

第3章 危機に直面したブロードウェイ

(1) 9.11同時多発テロ

ここ10年の間に、ブロードウェイは2度の大きな危機に直面した。2001年に起こった9.11同時多発テロと2008年のリーマン・ブラザーズ破綻による金融危機である。危機に直面した際、ニューヨーク市からの援助や独自に企画されたキャンペーンなど、ブロードウェイは施策を打ち出し危機に対抗した。本章ではそれら施策と復興の取り組みを考察する。

2001年9月11日に起きた同時多発テロ事件は、ニューヨーク市全体で2749人の死者を出し大きな損害をもたらした。この事件によってニューヨーク市全体が被った経済的被害総額はおよそ10兆円～11.8兆円と言われている。¹²テロ直後は、ニューヨーク市内の交通は遮断されたため、ブロードウェイ劇場は全て閉鎖された。当日と翌日の合計3公演はキャンセルとなり、この2日間での損失は300万～350万ドルと言われている。表3-1を参考に、9.11前後1週間の観客動員数を見てみると、事件の起こる前は16万8000人いた観客数が、いきなり8万人へと半減している。これには、ブロードウェイの客層の中心でもあるニューヨークを訪れる観光客自体が減少したことで、売上は落ち込んだことが考えられる。

表3-1 9.11前後のブロードウェイ劇場の観客数と興行収入をまとめた表

	観客動員数	興行収入
2001年9/3～9/9	167,899人	\$9,603,505
2001年9/10～9/16	70,855人	\$3,647,734

(太平 2004:35)

また、テロ直後には劇場関係者や出演者の大規模なリストラが行われた。事件前から売上の芳しくなかった5公演がクローズし、新作も開演延期となったことで、100人近くの役者が失業へと追い込まれた。また人気作品も含め多くの舞台関係者の賃金はカットされ、舞台関係者は厳しい現実と直面した。

1) 事件後の作品の傾向

事件直後の上演された作品の特徴としては、愛国心を鼓舞する作品が歓迎された。『スウィング! (Swing!)』は、2000年にブロードウェイ公演を終了していたが、全米を回るツアー・カンパニーは大盛況であった。『スウィング』は1930～40年代のスウィング・

ジャズの名曲をふんだんに使ったレビュー形式のショーであり、古き良き時代のアメリカを彷彿とさせる典型的なアメリカンライフを表現したミュージカルである。

その他にも『プロデューサーズ(Producers)』、『マンマ・ミア！(Mamma Mia!)』、『フル・モンティ(The Full Monty)』などが人気を博し、ハッピーエンドのストーリーを持つ、希望を持てる明るい作品が人気傾向にあり、単純な善悪二元論のストーリーももてはやされた。

2) ビジネス再生のための取り組み

この緊急事態にライバル劇場同士の協力は不可欠であった。その当時まだ利益を得ていた作品『プロデューサーズ』の担当プロデューサーは、利益の大部分を他のショーの援助に充てた。また、各作品のプロデューサーが集合し、どのようにブロードウェイのショーを維持していくか今後についての話し合いの場が設けられた。

そして、ニューヨーク市からの積極的な援助が行われた。ニューヨーク市および州当局からの100万ドルの援助を受け観客を呼び戻すキャンペーンが行われた。また9・11同時多発テロの被害にあった人々や遺族、また救助活動で活躍した消防隊員とその家族を対象に、ニューヨーク市は50000人分のブロードウェイのチケットをプレゼントした。行政と連携をとって、テロ事件によって被害を受けた人々に対するチャリティー活動を通してミュージカル産業は活気を取り戻していった。

(2) 2008年金融危機後の影響

2008年9月リーマン・ブラザーズの破綻をきっかけに不況の波が世界中で押し寄せた。株価は暴落し、失業率増加などの社会不安をもたらし、アメリカ経済は下降・縮小していった。ニューヨーク・ブルームバーグ市長は会見で、「2010年までに30万の職が失われる」と述べた上で、ウォールストリートの企業の損失が今年末までで計472億ドルに上る見通しであると述べている。ニューヨーク市の経済だけでなく、雇用にも大いに貢献しているブロードウェイのミュージカルは、経済危機の影響を少なからず受けた。業界団体 The Broadway League のシャーロット・マーティン事務局長は、「いくつかのショーは、不況さえなければ、あと6か月や1年続けられた」と話した。¹³だが、不況の影響を多少受けたものの、金融危機の震源地でもあるウォールストリートとわずか6kmしか離れていないところに位置しているブロードウェイは、活気を失うことはなかった。

ブロードウェイの集客率、新作数の推移を見てみると2008年12月から2009年2月にかけて計18のミュージカルや演劇が打ち切りになっている。6年間続いた作品『ヘア・スプレー』も2009年夏まで公演を続ける予定であったが、秋以降前売り券の売上が減少し、予定を繰り上げて1月に打ちきりとなった。

1) 不況の影響を受けない訳

しかし興行収入はさほど落ち込まなかった。表3 - 2はThe Broadway Leagueがまとめた2006年から2008年までのチケット売上数、収益、新作数、チケット料金の平均を表に表したものである。それによると、2008年での1年間の興行収入は9億4300万ドル(約924億円)で、2007年の9億3800万ドルを上回っている。

また、上演された作品数は2007年では36作品(新作:19本、リバイバル16本)だったのに対し、2008年では43作品(新作:18本、リバイバル20本)と増加している。リバイバル作品の多くは、『ウェストサイド物語(*West Side Story*)』や『ヘア(*Hair*)』などの過去にヒットした経歴を持つものばかりであり、これには当たり外れが読めない新作よりも、実績のある旧作の方が収益を計算しやすいといったメリットが考えられることから、上演されるようになった。『ウェストサイド物語』にいたっては大成功を収めている。冬場は観光客も少なく、ブロードウェイの興行はかなり厳しい状況に追いやられるが、そんな中でレビュー第1週目は97%近い集客率を記録、たったの7公演で100万ドル超の興行収益をあげた。

表3 - 2

	2008	2007	2006
チケット数	12,146,525	12,266,585	12,311,745
収益	\$943,268,677	\$937,494,746	\$861,646,499
新作数	43	36	35
チケット料金平均	\$77.66	\$76.43	\$76.23

(出典)“Broadway Season Statistics” THE BROADWAY LEAGUE

http://www.broadwayleague.com/editor_files/81010Broadway%20Statistics%20at%20a%20Glance.pdf

リーマンショックの不況のさなかでも、2008年のブロードウェイの売り上げは好調であった背景には、チケット代値上げを行ったことが、全体の収益アップに繋がったと考えられる。表3 - 2に示されている通り、2006年から2008年にかけてチケット料金の平均はおよそ、1.43ドル値上げしている。しかしチケット代を上げるとなると、観客を獲得するのはますます困難になると言えよう。しかしブロードウェイが持つ独特な客層の特徴によって、それは克服された。

第一章でも述べたように、主なブロードウェイの客層は観光客とリピーターの二手に分けることができる。The Broadway Leagueによれば6万枚のチケットはニューヨークへの観光客、旅行者によって買われており、そして全体の63%の客は1シーズンに最低でも2回以上ブロードウェイへ足を運びリピーターであり、地元観客はわずか36%である。チケットを値上げしたとしても、根強いリピーター層や値上げ前の元値を知らない観光客が

らなる厚い客層によって、チケットの値上げは実行可能であり、結果収益を上げ続けることが出来たのだ。

とはいえ、ブロードウェイはこの危機に対しチケットの値上げと共に従来からの客層にだけ頼りきっていたわけではない。チケットの値上げと同時に、ブロードウェイは独自のキャンペーンや策を投じて、不況下での営業を続けていった。例として、毎月第1火、水曜日は、正規料金を支払った成人と一緒に6～18歳の観客を無料にする「18歳以下無料キャンペーン」を実施した。また、人気映画俳優 Jude Law が主役を務めるシェイクスピア作品『ハムレット (*Hamlet*)』を上演するなど、知名度の高い人気映画俳優を起用することで、新規の観客を取り込もうという作戦も取られた。

以上のように、不況のもとでもブロードウェイは健闘を続けた。その理由としては客層にリピーターが多い点、地元の人よりも観光客が多く劇場へ足を運び点などが挙げられる。そして、少しでも観客に飽きられないようするために、新作やリバイバル作品を投げ、新鮮味を出したり、若年層を呼び込むキャンペーンを打ったりなどと、独自の策を投げ不況を乗り切る努力がなされた結果であると言える。

9.11同時多発テロや金融危機といった不測の事態に直面したことによって、ブロードウェイは多くのことを学んだ。海外からの観光客に頼りすぎているといったブロードウェイの弱点や問題点が浮き彫りになり、ビジネス構造の根本的見直しが早急に行われることとなった。また、9.11後に行われたように劇場同士の協力体制や緊急時における対応策などの整備が進んだことは、大きな効果があったと言える。

おわりに

煌びやかなブロードウェイのイメージが定着し、一大観光地として成功を収めた背景には、市および州政府が主導した再開発計画が大きく寄与していることが明らかとなった。2度の危機に直面しても、すぐに復興できるだけの基盤が備わったのには、やはり90年代の再開発計画のおかげであると言え、ブロードウェイ劇場は毎年来場者数と興行収入を増やし続けている。貴重な税収減として位置づけられるようになったブロードウェイは、結果ニューヨーク市の経済発展にも大きく貢献することとなった。このように行政と民間の間には、持ちつ持たれつの相互扶助の関係が成立しており、今後も協力体制のもとブロードウェイへの公的介入は継続されるであろう。

だが、第2章の終わりにも述べたように、行き過ぎた文化政策は抑制されるべきである。本来なら小さい作品や劇場を援助し守るのが政府の役割であるはずの文化政策が、芸術作品は内容や規模によって「選別」され、反主流芸術の周縁化が生じる状況が生まれてしまっている。今後政府は、更なる積極的なオフやオフ・オフ・ブロードウェイに対する援助を行うことが求められている。一方でブロードウェイ側も商業的になりすぎないように抑

制し、小さな劇団や前衛芸術を保護する観点からも、より一層オリジナリティあふれる素晴らしい作品が生まれることが望まれる。

注記

¹ Broadway's Economic Contribution to New York City 2008-2009 Season

² The Broadway League Statistics

³ Broadway's Economic Contribution to New York City 2008-2009 Season

⁴ 戸谷 2002:29

⁵ Broadway League 2010, "Broadway Season Statistics"

⁶ Broadway League 2010, "Broadway Facts"

⁷ 福井 2003:223

⁸ 福井 2003:233

⁹ 戸谷 2002:24

¹⁰ 戸谷 2002:25

¹¹ 戸谷 2008:17

¹² Thompson 2002

¹³ 日テレ NEWS23 「NYブロードウェイ 観光客呼び込みに懸命」(2010年8月17日閲覧)

<http://www.news24.jp/articles/2009/02/01/10128176.html>

参考文献

アル・ハーシュフェルド(大平和登訳)「笑うブロードウェイ」1997、小学館
一之瀬和夫「ブロードウェイを通して見えてくるアメリカ演劇の動向」2008、
「テアトロ」、iss.809、pg14.16

大平和登「ブロードウェイ!ブロードウェイ!」1985、朝日新聞社

大平和登「ニューヨークのパフォーミング・アーツ」1989、新書館

大平和登「ブロードウェイの魅力」1994、丸善

大平和登「ブロードウェイを歩く」1995、豊文社

大平和登「ブロードウェイ 観客の変貌と実態 - 9.11のテロ異変とその後 - 」2004、

亀井俊介「ニューヨーク」2002、岩波書店

猿谷要「世界の都市の物語 ニューヨーク」1992、文藝春秋

伊達なつめ(2002)「今問われる、ニューヨークショービジネスの本質とは。ブロードウェイ
が見た9.11」 「東京人」、182号、pg.154-161

常山菜穂子(2004)「テロとブロードウェイ」「英語青年」

戸谷陽子「ニューヨークの都市空間と文化政策」2008

「テアトロ」、iss.809、pg17-19

戸谷陽子「1990年代ニューヨークの上演空間 - ニューヨーク市・州当局の文化政策をめぐって - 」2002、「総合文化研究」iss.6、pg22-35、

日本サインデザイン協会 「派手なサインをつけなさい?!ニューヨークを変えた驚きの逆規制に学ぶ。」 2005 智書房

福井健策編「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」2003、すばる舎

「悲劇喜劇」vol.57 iss.2 pg 34-37

リチャード・シェパード(笹口幸男訳)「ブロードウェイ・ブロードウェイ 街と人と時」1989、TOTO 出版

Broadway Season Statistics At A Glance by The Broadway League

Broadway Facts by the Broadway League

Broadway League: The Official Website of the Broadway Theatre Industry

<http://www.broadwayleague.com/>

William C. Thompson, Jr. (2002), "One Year Later: The Fiscal Impact of 9/11 on New York City,"

Johns Hopkins UP (2002), "A Special Issue on Tragedy: Forum on Theatre and Tragedy in the Wake of Sep.11, 2001)

日本経済新聞「米演劇界に不況暗幕 NY ブロードウェイ打ち切り相次ぐ」2009年3月1日

日本経済新聞「ブロードウェイ熱気戻る」2010年5月30日

Yahoo ジャパンニュース「海外より近場、ブロードウェイは不況の影響受けず」(2010年8月17日閲覧) <http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20090515-00000396-reu-ent>

ロイター通信「ブロードウェイにも金融危機の影」(2010年8月17日閲覧)

<http://jp.reuters.com/news/video?videoId=97204>

ダイヤモンドオンライン「米金融危機の打撃が大きいのはニューヨークよりもハワイ？」

(2010年8月17日閲覧) http://diamond.jp/series/money_market/10052/

日テレ NEWS23「NYブロードウェイ 観光客呼び込みに懸命」(2010年8月17日閲覧)

<http://www.news24.jp/articles/2009/02/01/10128176.html>

Broadway League "Broadway Contributed \$9.8 Billion To New York City In 2008 – 2009 Season" (6月30日閲覧)

http://www.broadwayleague.com/index.php?url_identifier=press-releases&news=broadway-contributed-9-8-billion-to-new-york-city-in-2008-2009&type=news

今回論文執筆にあたり、ご指導くださった常山菜穂子先生、執筆を終えるまで温かく見守ってくださった家族、そしてゼミ同期のみんなに、心からの謝意を捧げたい。

2011年1月

藪崎 那菜
