

ようこそ！ 大阪シアターパークへ

関西は、能・狂言、文楽、歌舞伎、落語などの伝統芸能発祥の地である。民間人の発想とサービス精神でオリジナリティーのある宝塚歌劇や吉本ヴァラエティ（吉本新喜劇の前身）を誕生させた地でもある。独自の劇場文化を生み出してきた歴史的蓄積や進取の精神に富んだ地域性を生かし、多数の劇場やホールが集積する大阪城周辺を、「大阪シアターパーク」として打ち出す取り組みが始まった。



劇場文化が都市を活性化させる

世界の都市では、舞台芸術、美術、音楽、エンターテインメント、デザインなど、さまざまな分野の文化芸術活動が人と情報の交流拠点を形成し、文化芸術産業として経済的効果を生み出している。なかでも、劇場文化は、ニューヨークのブロードウェイやロンドンのウェストエンドに代表されるように、都市型産業として大きな経済効果を生んでいる。

文化・観光委員会は、劇場文化の興隆が、パーソナルマーケットによる新需要創出や都市の活性

化、あるいは人間性の回復などにつながることに着目し、2003年7月、報告書「一関西の未来は、劇場文化から一劇場文化をもっと人と街のなかへ」を取りまとめた。

報告書では、観客が、観劇とあわせて食事やショッピング、付近の散策などを楽しめるよう、ショッピングエリアや飲食エリア、ミュージアムなどの文化施設、観光スポット、公園、ビジネスエリアといった他の資源と劇場を組み合わせ、面的に一体感をもった「劇場文化コンプレックスの形成」を提案した。この一例として提唱されたのが、「O T P (O S A K A シアターパーク) 構想」である。



大阪城の周辺に劇場・ホールが集まっていることをイメージした、大阪シアターパークのロゴマーク

本構想は、大阪の歴史と観光のシンボリック的存在である大阪城の周辺に立地している規模や用途の異なる多様な官民の劇場、ホールが連携し、「大阪シアターパーク」という魅力ある劇場街として、関西を代表する劇場文化の創造と発信のエリアとなることをめざすものである。

大阪城周辺エリアの潜在力

大阪城周辺エリアのうち、大阪ビジネスパーク周辺には、最大1万6千人を収容する圧倒的な大空間と若手演劇人の小演劇を上演できるよう改造した西倉庫をもつ「大阪城ホール」、自由にレイアウトできる「大阪ビジネスパーク円形ホール」、コンサートや講演会、展示会に加えて演劇にも対応できる「松下IMPホール」、大阪MBS劇場をリニューアルした「シアターBRAVA!」、美しい音響・豪華な内装・行き届いた接客サービスが高く評価される「いずみホール」、男女共同参画社会の実現をめざす市民の活動拠点である「クレオ大阪東」が立地する。

大阪城公園南側の森ノ宮周辺には、多彩な催しに対応する「アピオ大阪(森ノ宮ピロティホール)」、若者の文化情報発信基地としての役割を担う「大阪府立青少年会館文化ホール・プラネットホール」、ホール・会議室など全24室をもつ市内有数の施設である「大阪市立中央青年センター」がある。また、谷町四丁目には、質の高い舞台づくりに定評のある「大概能楽堂」、最新のテクノロジーを駆使した「NHK大阪ホール」、府民の文化・生涯学習活動に寄与する「大阪府立文化情報センター(ほっとなにわ塾)」が、天満橋には、女性の文化表現事業を実施する「大阪府立女性総合センター(ドーンセンター)」がある。

このエリアは、演劇、舞踊、音楽などさまざまな舞台芸術活動が活発に行われているほか、若手アーティストや劇団の活動の拠点にもなってお

〈大阪シアターパーク〉



り、劇場文化の創造と消費の好循環につながるポテンシャルは非常に高い。また、一角には大阪ビジネスパークがあることから、企業のオフィスや商業・飲食施設も多く、JR、京阪、市営地下鉄など、鉄道網も充実している。

新しい劇場街の形成をめざす

関経連の呼びかけにより、大阪城周辺の官民合わせて13の施設が参加する「大阪シアターパークワーキングチーム」が05年4月に発足した。これまでに、施設の相互見学のほか、大阪シアターパークの地図や、一体感を醸成するためのロゴマークの制作を行った。05年7月25～27日に大阪ビジネスパーク地区で開催された「舞台芸術・芸能見本市2005大阪(PAMO)」にブース出展を行い、訪れた舞台芸術関係者や演劇ファンに、新しい劇場街形成の活動をPRした。

大阪城の近くを流れる大川の付近は、大阪府や大阪市、経済界などが進める水都再生プロジェクト「大阪花と緑・光と水事業」の核になるエリアでもあり、水辺空間を生かした観光と劇場文化の連携なども期待できる。

今後は、劇場関係者だけでなく、企業、地方自治体等とも連携し、文化機能とビジネス機能、そして、大阪城というエリア全体の魅力を活用し、大阪城周辺を「大阪版ブロードウェイ」として、にぎわいと活性化につながる地域づくりを推進していく。

大阪シアターパークへ行けば何かがある—— そう思ってもらえることをめざして

大阪シアターパークの盛り上がりに参加ホールや劇場の熱意は不可欠。
各施設ではこの動きをどうとらえ、これから何をめざしていこうとしているのか。
伊東いずみホール支配人、宇野シアターBRAVA! 支配人、明瀬MIDクリエイイト社長に
大阪シアターパークに対する思いを語っていただいた。



伊東 順一 氏
いずみホール支配人
(住友生命社会福祉事業団常務理事)



宇野 幹雄 氏
シアターBRAVA! 支配人
(毎日放送事業局局次長兼劇場運営部長)



明瀬 充夫 氏
MIDクリエイイト(旧バナクリエイイト)社長
(大阪ビジネスパーク円形ホール)
(松下IMPホール)

まずはできることから 連携を始めてみよう

明瀬：今から2年前にこちらへ赴任し、大阪ビジネスパーク(OBP)を活性化したいということで、OBP内にある集客を目的とした企業に声を掛け、OBP活性化委員会を作りました。委員会でもいろいろ議論していたところに関経連から大阪シアターパークの構想が出てきたわけです。

伊東：大阪の人はOBPを都心からちょっと遠いといいますが、私が東京に住んでいた感覚からいうと、とても近いんです。OBPにはいろいろな施設がそろっているのに、潜在的に眠っている宝を活用

しきれていないと感じていました。しかし、自分のホールだけでできることには限界があります。そう思っていたところ、1年前に明瀬さんや宇野さんから一緒にOBPの活性化をやりませんかと声をかけていただいて、これは自分のやりたかったことだと協力していくことにしました。

宇野：私は大阪シアターパークなどについて考えている、関経連の関西アートベンチャー・プロモーションフォーラムの企画委員会とOBP活性化委員会に参加しており、大阪シアターパークとOBPの活性化の両方を具体的に進めるにはどうしたらいいかを考えていましたが、OBP内にある距離的にも近く、施設の規模も似通っていて、何よりそれぞ

れの経営母体が民間企業である、いずみホール、大阪ビジネスパーク円形ホール、松下IMPホール、シアターBRAVA!の4館がまずまとまって何かをやり始めることが一番早いのではないかと思います、できるところから連携することになりました。われわれ3者が協力してやっていくことが結果的にエリアの発展につながっていけばいいと思っています。

明瀬:最初に共同で取り組んだのは、今年の3月に行われた、大阪府主催の「大阪アートフェスティバル」にあわせた“OBPの力”というポスター作りです。3者でアイデアと費用を出しあいました。

宇野:それから、5月にはシアターBRAVA!と松下IMPホールで連携して、イッセー尾形さんと桃井かおりさんの一人芝居、二人芝居というシリーズを企画しました。まず松下IMPホールでそれぞれの一人芝居の公演を行い、その後、シアターBRAVA!で二人芝居をやるという企画で好評でした。また、つい先日には、シアターBRAVA!を運営する毎日放送がいずみホールを借りて「ヤングピープルズコンサート」というイベントを行いました。これも連携の一つの形といえるでしょう。

明瀬:それに加えて、7月には大阪21世紀協会が主催の「舞台芸術・芸能見本市2005大阪」が、われわれの4館全部を使って開催されました。複数施設を会場に、点ではなく面的にOBPを使い、お客さんにまちを回遊してもらうというアイデアは大阪シアターパークの考えにも合致していて、いい企画だったと思います。

宇野:これからも大阪シアターパークを意識して、3者で共通のイベントやキャンペーンを積極的に展開していかなければいけないと思っています。

ロケーションに恵まれたOBPを国内外にアピールしたい

伊東:大阪は一つにまとまることのできる限界の大きさのまちだと思うんです。うまくまとめることさえすれば、関西や西日本をマーケットにしていくことも、アジアの国々に観光都市として開くことも可能です。まずOBP地区でまとまり、そこを核に徐々に面を広げていけばよいのではないのでしょうか。OBPでまとまるにあたって、大阪のシンボル

である大阪城がすぐそばにあるというのは有利ですよ。

宇野:大阪城は世界にアピールするうえでも大阪で一番わかりやすい場所ですからね。

明瀬:今は完全にビジネス街のイメージができてしまっているOBPですが、20年前、ツインビルができたころは観光客も来ていました。われわれはビジネス街としてだけでなく、アフターファイブや土日も含めてまち全体を活性化したいと思っています。大阪シアターパークはその起爆剤になるんじゃないかと期待しています。

宇野:あまり知られていないようですが、OBPには各国の領事館が多く、すごく国際的なエリアなんですよ。そういったこともアピールしてはどうかと。その一方で徒歩圏内に大阪らしいディープなまちである京橋があり、泥臭い芝居をみた後なんかにうってつけの居酒屋もある。これも劇場文化を支える一つの要素。ホント、恵まれたロケーションですよ。

伊東:でもOBPの中はチェーンの飲食店が多く、ローカル色のあるお店が少なく残念ですね。まちづくりの一つとして、特色のある飲食店の出店を促すような方策を考えたいですね。民間だけで難しければ、行政や財界も一緒になって取り組んではどうでしょうか。

明瀬:私もこのエリアの食文化はもう少し発展させなければと思いますね。当社グループもIMPビルなどの店舗営業をしていますが、家賃など商売ベースで考えるとどうしても経済力、体力のあるチェーン店が入るのが実情なのです。

伊東:食文化も一つの文化ですし、劇場文化と相乗効果を作っていくようにしなくてはいいですね。

宇野:劇場に来られたお客様に情報提供することで相乗効果があればとの思いから、うちでは京橋やOBP界隈の飲食店や劇場を入れたマップを作りました。お2人の施設にもお渡しするので、ぜひ有効活用してください。ささやかではありますが、こういう情報提供を行っていくことでこのまち全体が盛り上がり、それぞれのホールや劇場も盛り上がってくると思うんですよ。

行政も参加して、まちに面の広がり

明瀬：今年の7月の「大阪・アジアアートフェスティバル」の際には、まちに面の広がりを持たせようと、公開空地の利用や、歩行者天国とまではいきませんが、道路の開放を大阪府警にお願いしましたが、許可が下りませんでした。来年も引き続き交渉していきたいと思っていますが、大阪シアターパークの考えにのっとって、まちの面的な広がりに対する規制緩和をお願いしたいですね。

伊東：行政は、前例がないから許可しないというのではなく、まちづくりという視点から規制について真剣に考えてほしいですね。

明瀬：文化で大阪の元気を出そうと考えているのなら、行政も率先していろいろなことにチャレンジするべきです。われわれ3者は自分たちでできることはやろうとしています。私たちの活動に行政にも参加してもらおうと、もっと広がりをもった取り組みができて、波及効果も大きくなると思うんです。関経連にもぜひバックアップをお願いしたいですね。

伊東：大阪府や大阪市といった地方自治体の文化施策は主催公演を開催するのではなく、公演の内容は民間ホールや音楽事務所に任せて、その広告宣伝費を補助する施策を試してみるとか、駅にポスターを貼るスペースを確保して、文化関係の催し物の広報を行いたい人々に無料や低料金で宣伝の場所を提供するといったような知恵を出してほしいですね。

行政がそういう取り組みを続けていると、大阪の文化事業への熱心さが他の地域の人々に印象づけられることになり、主催公演をするよりももっと高い宣伝効果が期待できると思うのですが。

明瀬：それから、以前、伊東さんがいっておられた、観客や観光客を大阪に呼んでくるために四国や九州地方の県や市に広報を打つというアイデア、あれはおもしろいと思いますね。

伊東：それも民間の力だけではできません。行政と民間が協力して、一緒にやらなければうまくいかないでしょう。

宇野：関経連に始めてもらった大阪シアターパークはとてもいいきっかけです。これを一つの軸にした

がら、大阪府や大阪市といった行政が今よりももっと横の連絡を取り合い、大阪シアターパークの各施設も協力して活動を広めていくことができれば、まとまった動きになりますし、もっといろいろな展開が考えられます。

大阪シアターパークの連携— まずはお互いをPRしあうことから

宇野：OBP地区以外も含めた、大阪シアターパークに参画している施設どうして連携できることでまず考えつくのは、お互いのチラシなどを置きあって、それぞれの施設が今、何をやっているのか、これから何をやるのか情報共有することですね。大阪シアターパーク内のどの施設に来られたお客さんも他の施設の公演スケジュールなどを知ることができ、その情報によって、また別の施設へも足を運んでもらうというサイクルを作ることが最初の一步ではないでしょうか。

明瀬：“大阪シアターパークへ行けば何かおもしろいものがある”とあって、人々が集まってくれるのが理想ですね。イギリスのエディンバラの演劇フェスティバルのように、ある特定の時期に集中して企画性を持った催しをそれぞれの施設が開催するような動きができるようになれば最高です。

宇野：毎日放送が主催して、大阪城周辺で行う夏のイベント「オーサカキング」を大阪シアターパークの各施設にうまく利用してもらったらどうかと思っています。このイベントは昨年からはじめたのですが、昨年は43万人、今年には有料にもかかわらず47万人もの来場者がありました。「オーサカキング」の時期にあわせていろいろな催しを組むことができれば、人も大勢集まっていますし、お祭りのようになるはず。ただ、各施設で催しの中身も含めた連携をしようとする、2～3年先をにらんでの準備が必要になります。そこが問題ですね。

明瀬：そうすると、この大阪シアターパークでイベントを行う人々のまとめ役が必要になりますね。

イベントの連携の話とは別の次元の問題になりますが、それぞれの施設の備品を大阪シアターパークに参画する施設で共同購入するというような連携も考えてはどうでしょうか。うまくいけば各施設の運

用コストの削減につながります。実は、そういうバックヤードで使っている経費というのは、どの施設もかなりかかっているのです。

伊東：これから私たち3者で一緒にやろうかといっているアイデアの一つに“ジャズフェスティバル”があります。今年からいずみホールでは久しぶりにアコースティックなジャズを復活させることになったので、来年もし4館で協力できるのなら、みんなで夏に何かイベントを企画してみてもいいかなと。そのほかに、来年はモーツァルトの生誕250周年ということでモーツァルトイヤーなので、それにあわせて、モーツァルトに関する演劇をシアターBRAVA!でやってもらい、いずみホールではモーツァルトの楽曲のコンサートを開催して、お客さんに回遊してもらおうのもおもしろいんじゃないかなと思っています。

宇野：3人で集まる機会があると、よくそういうアイデアを出し合っています。いずみホールでクラシックのオーケストラをやり、そのピックアップメンバーに松下IMPホールやシアターBRAVA!でポップス的な楽曲の演奏会をやってもらうとかね。出演者に4館をまわってもらって、それぞれの施設の特徴を生かした公演をしようというのもアイデアとしてあります。あとは、松下IMPホールでは映画の上映ができるので、映画と映画に使われた音楽のコラボレーション企画なんというのもし

いかもかもしれません。

明瀬：公開空地や路上で出演者たちにPRのためのパフォーマンスをしてもらおうと、通りがかりの人たちにもアピールできます。公演のPRになるのはもちろんのこと、まちのにぎわいにもなって楽しいと思いますね。

関西には芸術を育てる力がある

伊東：話は変わりますが、「関西人には文化や芸術がわからない人が多い」という声を聞くことがあります。しかし、私は関西の方は逆に芸術にシビアだと認識しています。

宇野：私も同感です。東京では何をやってもたくさんのお客さんがすぐに集まってくれますが、大阪ではなかなか集まってくれません。しかし、一旦ついた大阪のお客さんは、今度は逆になかなか離れないんです。関西のお客さんは中身を全部わかって判断しているんじゃないかな。いいパフォーマンスに対するオーバーシヨンの大きさも日本の他の都市とは全然違いますし。本物がわかっているお客さんは関西のほうが圧倒的に多いです。

この大阪シアターパークには文化や芸術のインキュベーション的な役割もあると思うんです。ここには、芸術を志す人たちが卵からかえる段階、成長する段階、大きく羽ばたく段階—全ての段階に対応できる発表の場がありますからね。森ノ宮側にある



府立や市立の施設で実績を積んだ人々が最終的にシアターBRAVA!で1,000人の観客を相手にパフォーマンスをしたり、大阪城ホールで1万人以上の観衆を集められるまでに成長していくようになれば、ものすごくおもしろい動きが出てきますよね。森ノ宮側の施設にはぜひ芸術の卵を育てる活動に積極的に取り組んでほしいと思います。

ただ、これは残念ながら仕掛けてできることではありません。無数にある芸術の卵の中のほんの一握りが大きな鳥になっていく、その結果として大阪シアターパーク内でステップアップしていく現象が生まれるんだと思うんです。大阪シアターパークにはこれだけの施設が集積していますから、卵の数も他のエリアよりは多いはずで、大きな鳥に成長する可能性もより高くなっているはずなんです。

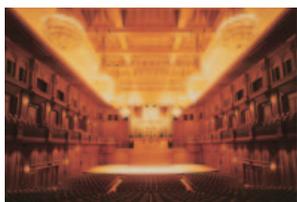
とはいえ、これまでにまったく例がないことを今

からやっつけていこうとしているわけではありません。シャ乱Qなど、この辺りのエリアを出発点に大きくなっていった例は結構あるんです。アマチュアのころもプロになった後も、大阪城という一つのエリアの中で活動を続けている成功例を、見せ方に工夫をしながら、外向きにうまくアピールしていけば、大阪シアターパークの認知度やブランドイメージが上がって、プラスの効果が出てくるのではないのでしょうか。

伊東：アピールするときの広報戦略は重要ですよ。ポディーブローのように何回も見せ続ける方法が効果的だと思うので、うまい方策を考えたいですね。

大阪シアターパークに必要なのは効果的なアピールと人を集める催し

宇野：大阪シアターパークというのは、このエリア



国際的なクラシック音楽専用ホール いずみホール

中央区城見1-4-70
TEL.06-6944-1190(チケットセンター)
<http://www.izumihall.co.jp>
席数：821

1990年4月に開館。シューボックス型の中規模ホールで最高の音響を誇る。リサイタルや室内楽、オーケストラやオペラなど幅広い音楽を提供している。主催企画公演は全国的な注目を集め、専属オーケストラ・いずみシンフォニエッタ大阪も評価が高い。豪華な内装、行き届いた接客サービスも自慢で、貸しホールとしての人気も抜群である。



ダイナミックな舞台を満喫 シアターBRAVA!

中央区城見1-3-2
TEL.06-6946-2260
<http://theaterbrava.com/>
席数：1136

2005年5月「大阪MBS劇場」から「シアターBRAVA!」としてリニューアルオープン。国内外の演劇をはじめ、ミュージカル・コンサート・ダンスパフォーマンスなどつねに話題を集める旬のエンターテインメントを演出している。舞台と客席がとても近く、臨場感あふれるダイナミックな舞台が楽しめる。



自由にレイアウトできる魅力 大阪ビジネスパーク円形ホール

中央区城見2-1-61
TEL.06-6941-0941
<http://www.mid.co.jp/panacreate/>
席数：550

円形だけに、自由にレイアウトできるのが魅力。これまでに大阪を代表するファッションショー「大阪コレクション」が開催されたり、客席と舞台の境がない蜷川幸雄演出の「ハムレット」が上演されたりしてきた。特色をアピールするために2005年4月OBP円形ホールに名称を変更した。



画期的なリニューアルに注目 松下IMPホール

中央区城見1-3-7
TEL.06-6941-0941
<http://www.mid.co.jp/panacreate/>
席数：857

これまで、コンサートや講演会、展示会を中心に使われてきたが、5.1chドルビーサラウンドシステムの導入や、演劇用に舞台奥行きを広げるなどリニューアルした。「第1回 OSAKA SHORT PLAY FESTIVAL 2005」が開催され、第2回目は2005年7月に開かれた。

に既にこれだけの文化集客施設があるという実態に気が付いて、これを「大阪シアターパーク」という名前でアピールすればもっといろいろな広がりが出るよねということで、今、動き始めているわけですよ。既にあるものをどううまくまとめてキャンペーンしていくかが問題だと思うんです。われわれ施設側はもちろん、自治体、財界にも加わってもらって一緒に考えていかないとイケませんね。

明瀬：大阪シアターパークにはPRと具体的な催しが必要でしょうね。いろいろな人たちに足を運んでもらって、大阪シアターパークを認知してもらうためには何か催しがあるでしょうし。催しの周知も含めた外に対してのアピールが重要だと私も思います。われわれも現場として努力しますが、そこは関係連の活動に大いに期待しています。シリコンバレエならぬ、アートバレエとして、芸術を志す人は大

阪シアターパークに行けば何かが始められるということが上手にPRできれば、自然に人々が集まってくるようになるでしょう。

宇野：大阪シアターパークに参画している施設の担当者が集まって立ち上げた「大阪シアターパークワーキングチーム」では、大阪シアターパークの存在を広く一般に周知していこうということで、ロゴマークを作るとともに、大阪シアターパーク内にある施設の紹介を入れたエリアのマップを作りました。これを一つのツールとして、OBP、京橋地区をはじめとする大阪はもとより、東京やそのほかの都市にも配布して、大阪にはこんなすごい動きがあるということアピールする活動を関係連とともに進めていきたいと思っています。



「大阪シアターパーク」の意義と課題

大阪シアターパークワーキングチームリーダー

松本 茂章 氏

(大阪商業大学・大阪経済大学非常勤講師)



大阪シアターパークには4つの意義があります。一つめには既存施設の活用をめざした点です。バブル経済期におけるハード主導や「ハコモノ行政」を脱して、ソフトやヒューマンリソース重視へと転換した試みなのです。二つめは官と民の施設が混在して参加している点です。地方自治法改訂(2003年)に伴う指定管理者制度導入のように、両者の交流は時代の潮流でしょう。三つめは施設の多様さです。評価の定まった商業演劇を上演する著名ホールだけでなく、舞台芸術のインキュベーター(孵卵器)になり得る小規模施設が加わっている点は極めてユニークです。芸術文化を育てるには小さな場所から中規模、大規模の劇場へとステップアップしていく「はしご」が欠かせないと強く思っています。

最後に、同パークの試みは大阪城公園周辺地域の活性化をめざす「まちづくり」「都市政策」である点を強調しておきたいと思います。21世紀に入って、官と民が協働した都市の特色づくり、地域アイデンティティの形成が促されています。「まちづくり」について同志社大学大学院の新川達郎教授(行政学、公共政策論)は「従来のように特定の担い手による活動が地域づくりの主要構成要素ということではなく、むしろ、多様な担い手が相互にネットワークを形成し連携協力しあいながら、それぞれの潜在能力を発揮していくという姿である」と語っています。今後は文化施設だけでなく住民、在勤者との連携が欠かせません。同パークは「コミュニティ・ガバナンス(地域共治)」の実験でもあるのです。