1 対談「渋谷能」の制作 ――「渋谷能」の講座より

お　話　宇田真理子（セルリアンタワー能楽堂室長・東急文化村能楽堂運営室長）
ゲスト　友枝雄人（シテ方喜多流），成田達志（小鼓方幸流）
※ 2019 年 11 月 5 日（火）公演制作見学研修の第 1 回講座として実施

1 「渋谷能」の誕生まで

宇田　本日は「『渋谷能』の制作」というテーマでお話しますが，「渋谷能」に携わってきていただいている能楽師のお二人に助けていただきます。シテ方喜多流の友枝雄人先生，小鼓方幸流の成田達志先生のお二人です。

まず，セルリアンタワー能楽堂という劇場について説明します。劇場自体の運営と公演の企画を東急文化村が東急株式会社（旧東京急行電鉄）から委託されています。オーナーがいて，東急文化村が運営をする形になっていますので，オーナーから公演費用をもらい売り上げ等々をオーナーに返すという形の公演が，私たちセルリアンタワー能楽堂の基本公演です。私たちは，それを「オーナー収支公演」と呼んでいます。

しかし，「渋谷能」は，Bunkamura が 30 周年を迎えるにあたり，今年新たに始めた企画で，東急文化村が公演を主催しています。オーナー主催の公演ではなく，貸館公演の形になります。

能楽堂，オーチャードホール，シアターコクーンで統一したコンセプトで Bunkamura 30 周年を盛り上げること。そのコンセプトが若手の演出家や出演者の活躍抜てきの場をつくる，観客層の裾野を広げるというものでした。こうして能楽堂での「渋谷能」が誕生しました。

友枝　ホテルの地下に劇場があれば，宿泊している人たちからすれば，いつも何か公演をやっているのではないかと思うのが普通です。そういうデッドスペースをいわゆる興行とは別に，私たち能楽師も自分たちの研鑽になるように，また，ホテルに泊まっているお客様も，「ここに 1 週間泊まっているけど，劇場で 1 回も公演をやっていないや」ということがないようにしたほうが面白いのではないかということを話していました。

宇田　歌舞伎や文楽と違って，能は連続公演をあまりしません。1 公演が 1 日ずつなので，いつどこに行ったら観られるのか分かりにくいです。

そこで，例えば，毎週金曜日の夜とか，隔週金曜日の夜にセルリアンタワー能楽堂に行けば何かやっているという形にして，シンプルなかたちの能や狂言を見せられたら，という構想もありました。

ただ，毎週とか隔週の夜に公演をするとなると，出演料や舞台の使用料の関係から，とても無理ということになりました。

そして，2018 年 3 月に，五つの流儀で窓口になっていただける先生方にお願いして，積極的な若手の人たちに声をかけて集まってもらいました。「あくまでも一企業の東急文化村からのお願いです」と率直な意見の数々を聞きました。

その結果，五つの流儀が 1 回ずつシテをつとめて，最初と最後はオープニングとクロージングにする全 7 回の公演ではどうだろうか，ということになり，今回の「渋谷能」の形になりました。

演目は，それぞれの流儀の会で舞う演目と重ならない，ほかの流儀と同じ演目にならない，その流儀らしい演目をリクエストするなどして，半年前から演目や出演者を設定しました。

能は流儀でまとまってはいるものの，個人事業主です。ですから，シテ方の先生にはシテ方，地謡，後見を集めてもらい，ワキ方，囃子方，狂言方も，それぞれに人を集めてもらっています。

2 能楽師にとっての「渋谷能」

成田　私たち能楽師は，自分たちで企画・制作をすることが多いです。東急文化村のように一企業が企画・制作をして公演を打つことは大変まれな例です。東急文化村の社会貢献でもあると思い，協力しぜひ成功させたいと考えています。

私が入門した 40 年ほど前には，弟子もたくさんいましたが，素人の愛好家も少なくなりました。面白い企画をして，いい舞台をして，いかにお客さんを集めるかという工夫をしないと，能のいい公演を続けることができない時代になりました。そこに，この「渋谷能」の企画が出てきたので，私たち役者としては，出来る限り協力させていただき，主体的に関わっていきたいと考えています。

「この業界を何とか活性化するために，五流の若手から生きのいい，自由に動ける人を集めてほしい」ということでしたので，友枝雄人さんと私と能楽評論家の金子（直樹）さんの三人で，比較的自由のきく若宗家とか，とても実力のある若手として活躍している人に声をかけ，五流からそれぞれ 2 人か 3 人ずつ集めました。

宇田　よその能楽堂には，公共のものと流儀関係のものがあります。公共の団体が運営しているものには，国立能楽堂，横浜市が持っている横浜能楽堂，愛知県の豊田市能楽堂や名古屋能楽堂などがあります。流儀の関係では，観世流の観世会という一番大きなグループは，GINZA SIX の地下に入っている観世能楽堂を運営し，観世流の例会を毎月やっています。喜多流は，目黒にある喜多能楽堂で，流儀が運営している団体の公演や流儀の先生方が出演する公演を毎月やっています。

これらの能楽堂の多くは，出演依頼をしやすい立場です。国立能楽堂は，公演を月に 4 回ぐらい主催するだけでなく，特別な公演もしていますし，制作陣もしっかりしています。

友枝　国立能楽堂は，文科省が携わっている事業ですので，（企画制作課）養成係があります。歌舞伎や文楽も含め，私たちの道には世襲の形がありますが，それだけでは芸の伝承が力不足になります。そこで，国立能楽堂は，外からでもこの道にプロとして参加できるように，新しい次世代の養成事業に着手しています。

宇田　実は，今回の「渋谷能」に出演してもらうために声をかけて集まってもらったのは，30 代から 40 代半ばまでの能楽師です。実力はついてきているけれども，舞台に立つ機会が少ない，意欲的な人に集まっていただこうということになりました。

友枝　先ほどから「若手」という言葉が使われていますが，能楽界では，「50，60，はな垂れ小僧」と言われます。私たちは今 50 代ですので，本当のことを言うと，私たちもまだ若手です。若手というよりも若造です。

この道に次世代の人たちが入門してからの修業のサイクルを作る事業は，各流派や国立能楽堂がいろんな形で行っています。実は，入門からある程度の目鼻が付くまでの養成については，全国規模で結構熱心にやっています。

ところが，いわゆる入門課程の若手の修業が終わったあとの 30 代，40 代が，実は，見落とされがちです。

ある程度の目鼻が付いたあとにどうするかというところと「渋谷能」という企画がうまくマッチしました。ここに来て，30 代，40 代，50 代の若い人たちに日本の伝統文化を支えてもらいたい。そのためには，切磋琢磨して，そういう世代に舞台に立ってもらいたいと考えました。

私はシテ方ですが，日常，喜多流の中で役者同士がいろいろと意識し合いながら舞台に立っています。今回の「渋谷能」は，流儀を超えたところで，各流儀の同世代が，外の流儀はどのようにやっているのかということについて新たに意識し

ながら舞台に立ちます。

なおかつ，この渋谷の地に新しい能楽のファンを増やしたい，それも，「能を見たことはありますか」と聞かれて，手を挙げる人を増やすのではなく，リピーターというか，能を見ることが生活の中にある程度入り込んでくるような，能を見ることが好きで，いつもどこかで能が自分の生活の中に意識されているような人たちを増やしたい。それが，今回の「渋谷能」の一番のコンセプトであり，始動した大きな動機になっています。

3 能の観客層を広げるために

宇田　客層のターゲットとしては，「これから能を観たい」，または，「しばらく能を観ていなかったけれども，また観に行きたい」と言う人たちに来てもらいたいと考えました。最初は，「渋谷」ということもあり，20代，30代の若者にも来てもらえないかとも考えました。しかし，腰を据えて能を見る年齢は，やはり，もう少し上かもしれないということで，出演する能楽師と同じぐらいの年齢の人か，もう少し上の年齢の人に来てもらうことを考えました。舞台を見ることによって，お客様も観客として成長していきます。また，「『渋谷能』で初めて見た，あの能楽師がすてきだったから，ずっと追い掛けます」というように，その能楽師をずっと応援してくれたらいいなと考えました。

とはいえ，能の詞章は室町時代から変わりなく続いているものです。「源氏物語」，「平家物語」，「伊勢物語」など，能の演目の元になっている文学については，学校の授業で習ったり本で読んだり，基本的な教養として皆さん当然知っていました。しかし，今の若いお客様の中には古典を知らない人も多分多いと思います。

それにも関わらず，能楽の公演では，お客様が演目のことを当然分かっているものとして演じるのが常識です。初めて来る人を集めようとしている身としては，それは不親切だと考えました。

そこで，事前講座を行い，公演の最初には演目解説をしました。また，公演が終わったあとには，能楽師のファンになってもらいたいという思いもあって，能楽師が参加するアフターパーティーを開催しました。

まず，事前講座と当日の解説により，能楽や当日上演する曲を少し理解してもらいます。事前講座は，能楽評論家などが解説するのではなく，公演で主役をするシテ方の能楽師本人が講師となり，「当日は，こういうところをこういう思いで舞いますので観てくださいね」と進めます。

金剛流の公演のときには，公演に出演している宇高竜成先生が事前講座をしました。「ロックなどのコンサートに行ったときに，自分が知っている曲が演奏されると，『来た！』と思って一緒に歌ったりするでしょう？　だから，今日は盛り上がるところの謡をぜひ覚えて，明日の公演では，ここの謡になったら，『来た！』と思って心の中で謡ってください」という説明があり，とても親しみのある分かりやすい講座になりました。

また，アフターパーティーでは，「近くで見たら，写真よりも格好いい」とか，「案外，小柄なんですね」と話したり，「舞台を見た感想をどうぞご遠慮なく能楽師にぶつけてください」とアナウンスしますので，お客様が能楽師に感想を伝えることもあります。そうすると，お客様も能楽師に対して親近感が湧きますので，「渋谷能」ではない，ほかの公演でも，チラシで名前を見たら，「あ，この間お話しした人だ」と思って，見たいという気持ちになるのではないかということです。

また，「渋谷能」では，1回から7回まで全部の公演を見るという通し券も発売しました。通し券を購入した人は，基本的には毎回同じ席で見ますので，同じ人が隣に毎回座ることになります。そうすると，「またお会いしましたね」ということで交流が生まれることもあります。

また，アフターパーティーでも「今回の『渋谷能』で，いつも近くの席にいたから何となく話をするようになって仲良くなった」と言う人もいま

した。これは嬉しい思わぬ誤算でした。

4 新たに生まれたもの

友枝　「渋谷能」は，本当にゼロ発信で，私たちも，どういうところからどういう形になるかが分かりませんでした。役者の立場から企画について言うと，やはり，どの場所でいつ行うかが非常に大きなポイントになります。

まず，渋谷でやるから「渋谷能」という，がちんこな名前は，かえって新鮮なネーミングだと思いました。そして，200 人というスペースで，なおかつ渋谷という場所，セルリアンタワーという建物を，むしろ逆手に取るのが一番いい企画だと思いました。

広い劇場よりも逆に訴える力があります。訴える力があるということは，役者にとっては，それなりに粗を見せてしまう危険性があります。ですから，役者たちには，「その危険性を逆手に取って，自分の実力を発揮できる場所だ」と訴えました。運営会議の中では，そういう緊張感のあるものをしなければいけないということ，省略的で奥行きのない公演はやめようというところに話が行きました。

成田　私は関西を中心に活動していますが，レストランで能囃子のコンサートをするとか，新しい企画をどんどんやりました。でも，最終的には真髄を見せないと，お客様は絶対に食らい付いてこないというのが今の実感です。

特に古典芸能は，真髄を見せて，そこに共感することで初めて本当にいい観客になるという感じがします。

宇田　ありがとうございます。きちんとしたものを見せることで，それをお客様が好きになって，それが公演に来てくれることにつながることが大切だと改めて感じているところです。「渋谷能」では，「若い能楽師が活躍するのは，見ていて気持ちがいい」と言って継続的に来てくれるお客様もいます。コンセプトにきちんとのっとってお客様を集められたと思っています。

また，若手の人たちが，自分の役がない公演も見に来て，流儀を超えて刺激を受け合っているのを見て，「本当にいい公演になったな。来年，再来年も楽しみ」と思っているところです。

最後の 12 月の舞囃子の会は，五流そろって出演します。4 月から 10 月までの各会は，それぞれ一つの流儀が出演しましたが，そこで主役のシテ方をつとめた人のほかに，流儀の中から代表者をもう 1 人出してもらいました。その方が舞囃子を舞い，能の公演でシテ方をつとめた人は地謡で参加します。1 回目から 6 回目までを観て，最後の 7 回目を観ると，「この間，地謡で出演していたあの方が，今度は舞うんだ」ということで，総ざらいの公演になります。

5 新しい資金調達の方法

宇田　「渋谷能」に関しては，クラウドファンディングを実施しました。200 席分しか収入源がありませんので，それで費用を賄うためにチケット代が高くなるのは良くありません。また，若手の能楽師の出演ということや若いお客様にも来てもらいたいということもありましたので，べらぼうに高いチケット代にはできません。そこで，何とか協賛金を募りたいと思いました。

結果として 2 カ月弱の期間で 200 万円という目標金額に達し，費用として利用できることになりました。「何かを支援したい。応援したい」という気持ちの人に響いたのか，「能は全く観たことありません」とか，「本当に何十年も能を観ていないけれども，また能楽堂に行ってみたいです」とか，「若手の活躍をこれから応援したいです」というコメントをたくさんもらいました。

そして，そこから新しいお客様になってくださった方もたくさんいるように思います。「クラウドファンディングで支援したから来た」と言う人が 100 人ぐらいいました。そういう人たちは，いつも能楽堂に来ている「その流儀で稽古をしている弟子」という方々とは何となく雰囲気が違います。友枝先生，その違いが分かりましたか。

友枝　若い人が多いのは確かです。また，クラウドファンディングは，確かに私たち役者からしても非常に新鮮，かつ少しどきどきするというところから始めました。

宇田　資金の調達のことですが，実は，もう一つ，衆我財団が協賛しています。こちらは能楽にとても深く関わっている財団で，成田先生もご自分の会で何度か関わっておられます。

成田　衆我財団は，小林製薬という製薬会社の小林一族の奥様方が社会貢献のためにつくった財団で，日本にとって非常に大切な文化の一つである能楽を専門に支援しています。「渋谷能」のことを紹介したところ，来年以降も続けて支援していただけるとのことで，ありがたく思っています。

私たちは役者として「渋谷能」に関わりましたが，とにかくクラウドファンディングには本当にびっくりしました。今までは，毎年，文化庁の助成金の申請書と報告書を一所懸命頑張って書いてきました。しかし，「こんな方法でお金を集めることができるんだな」と大変勉強になりました。

6 実演　一調「屋島」

宇田　せっかく能楽師の先生がいらしてくださっていますので，このあと，実演を見ていただこうと思います。では，曲の説明をお願いします。

成田　本当に短い曲ですが，「屋島」という曲の一節を一調という上演形式で聴いていただきます。一調とは，謡一人，小鼓一人で，謡と鼓を聴いてもらう上演形式です。一調は，500 年ぐらい前の伝書にも載っていますので，かなり昔から行われている上演形式です。昔は主にお座敷のような所で行われたと思われますが，今は名人芸を見せるときに使われます。

友枝　「屋島」という曲は，「渋谷能」の今年の最終公演である 12 月の舞囃子の会で観世流の観世淳夫氏が舞う曲です。

「平家物語」に出てくる源義経は，悲劇のヒーローとして有名ですが，能楽「屋島」では，勝ち戦を続けた義経を主人公とする勇ましい曲としてよく演じられています。

この曲の台本を読むと，「非業の死を遂げた源義経が，昔の自分の武勲を思い浮かべて瀬戸内の壇之浦，屋島に亡霊として現れる」というテーマですので，そんなに勇ましい曲では決してありませんが，これから一調で謡う最後の所は，戦の場面を言葉巧みに表現しています。

―― 一調「屋島」の演奏 ――

一調は，普通の能の公演のときよりも鼓の手が非常に派手に華やかになり，その手に誘われるように謡を謡うという形式になっています。12 月の当日には，これに大鼓，笛，複数の地謡，舞手のシテが入り，一つの表現形式になります。

舞囃子や仕舞という形式は，能としての一つの演劇ではなく，クライマックスだけを見せますので，役者の身体能力や音楽性に特化して楽しんでもらえたらいいと思います。曲のストーリーなどを事前に少し垣間見ておくと，もっと楽しめるとは思います。ぜひ観にいらしてください。

7 質疑応答

質問者　今日は，どうもありがとうございます。私は，たまたま「渋谷能」を何回か拝見していますが，初めての人にも手加減しないところがすごく楽しくて，こちらにもコンセプトが伝わってきました。なぜ「渋谷能」を拝見したかというと，チラシがすごく目立っていたからです。今回，どうしてこういうチラシになったのかを教えてください。

宇田　ありがとうございます。能の公演のチラシは，出演者が演じている過去の舞台の写真を使うことが多いです。よその能楽堂も，「この演目をします」ということを分かりやすく見せることが多いです。

しかし，「渋谷能」はいつもと違った企画ということで，デザイナーも，いつもとは違うデザイナーにお願いしました。ただ，「こういうふうにしてほしい」と具体的に言ったわけではありません。6 回までの公演は，必ずしもその公演の演目

で当日使用する面というわけではありませんが，面を一面にドーンと載せるかたちのデザインにしました。目を引きたいということもあり，これはかなり冒険しました。

面は，能楽師の皆様にとって大事な道具ですので，それをデザインでいじってもよいものかどうかについては心配でした。もちろん，その公演に出演するシテ方には，「このようにしてよいですか」と意見を伺いましたし，世話役の友枝先生や成田先生やそのほかの方たちにも，「こういう面の写真の使い方は業界的にまずくないでしょうか」ということを何度も聞きながらデザインしてもらった次第です。このデザインが能楽界全体で良しとされているかどうかは分かりませんが，少なくとも今回関わっている人たちには，駄目だとは言われませんでした。

また，すごく明るい感じのビビッドな色遣いのものが多く，古典芸能にはないような雰囲気になっていますので，それを手に取って，観に来てくださった方々もたくさんいらっしゃるのではないかと思います[1)]。

友枝　少し補足すると，今回は，基本的な能の公演を五流で5公演やりましたが，選曲にあたっては，「勇気」とか，テーマがそれぞれ決まっていたんですよね。「熊野」の場合は「恋」でした。

そのほか，「家族愛」とか，曲目に沿うテーマをいろいろ決めていて，そういうコンセプトをチラシのデザイナーと話し合いながら作りました。顔文字のアイコンを裏に隠したりもしました。

チラシは最初のインパクトなので，私たち役者にとっても非常に大事な役割のものです。今回，若者が集まる街で上演する「渋谷能」では，非常に斬新なデザインが欲しいと思っていました。私たちの業界も，そんなに頑なではありませんので，これに関しては，「能楽界にあってはいけないようなデザイン」と言われることはなかったです。

成田　これは「藤戸」という曲のチラシですが，怒っているアイコンと涙とどくろが散りばめてあります。

友枝　チラシも，今回の「渋谷能」の成功の大きな原因の一つだと思っています。

質問者　今日は，貴重な話をありがとうございました。今回の「渋谷能」を制作するにあたっては，30代から40代をターゲットにしたということで，友枝先生も，「実際に若い観客が目立った」と話していらっしゃいました。実際のところ，どれぐらいの年齢層のお客様が来ていたのかが気になりますので，教えてください。

宇田　能の客層としては，60代，70代がとても多いので，それに比べたら若いということです。全ての人の年齢を具体的に伺っているわけではありませんが，返ってきたアンケートとか，会場にいるお客様の大体の様子を拝見すると，私たちの業界では若い，40代，50代のお客様が増えていると感じます。狂言の公演だと，気軽に来る人も多いので，年齢が少し下がりますが，普段の能の公演では，40代，50代は3割ぐらいです。しかし，「渋谷能」では，半分ぐらいが40代，50代でした。

宇田　それでは以上で，講座を終了したいと思います。本日は遅くまでどうもありがとうございました。

1) 2019年度「渋谷能」のチラシデザインは，以下からみることができる。
http://www.ceruleantower-noh.com/lineup/2019/201903.html

（文責　加藤富美子）