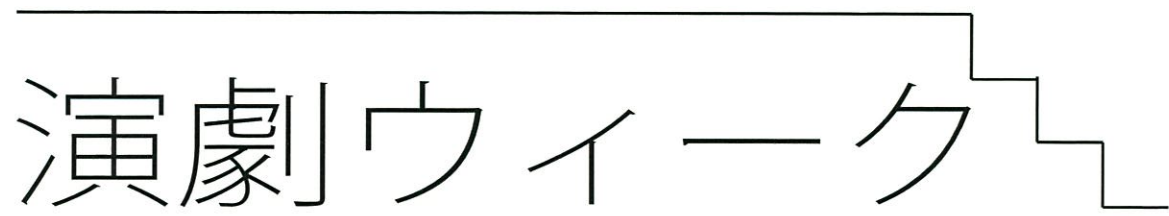




地下鉄

演劇ウィーク





## 地下鉄演劇ウィークとは

東京を網の目のようにつなぐ地下鉄。人々が交錯し、行きかう、身近な都市の足である。  
この地下鉄駅構内を舞台に、演劇パフォーマンスや上演のPRを行うイベントが「地下鉄演劇ウィーク」。

誰でも利用できて親しみやすい

# 地下鉄 × 演劇

世界演劇の日である3月27日の前後1週間、池袋、荻窪、新宿、渋谷、日本橋の5駅の広場にステージを設け、「ハムレット」「わが町」など世界的に有名な作品から抜粋されたワンシーンを上演。また期間中は、地下鉄各駅に、キャンペーン・フラッグやサインージなどを配置し、祝祭的なムードを展開。劇場・公演情報を掲載したパンフレットを配布するとともに、スタンプを集めると劇場での公演が割引になるスタンプラリーも実施。

『ステージカルチャー』を「より幅広い層に知って・親しんでもらう」きっかけを作り、実際に劇場に足を運んでもらうことを目指す。

雑多な場・地下鉄駅が演劇と人をつなぐ入り口になる。



## 背景

演劇に日常的に触れている人はどのくらいいるだろうか。

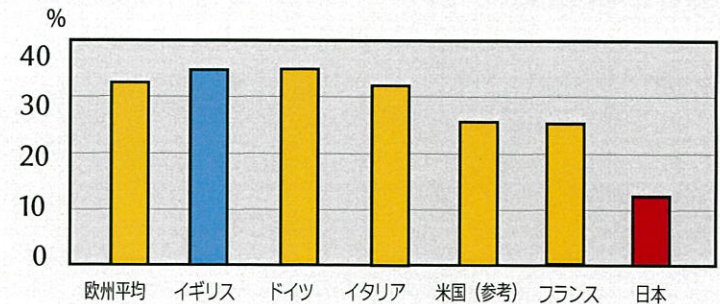
国内では近年、観劇ブームがひそかな盛り上がりを見せ、観劇人口も増えつつある。2016年の年間の観劇実施率は17%まで上昇している。(日本リサーチ調べ)とはいえ、世界の諸国に比べて国内ではまだまだ観劇文化は普及していない。(右図)

劇場に足を運ばない理由としては、「料金が高いから」36.5%、「興味がないから」34.2%と続く。またインターネット上では、「公演情報を知る機会がない」、「仲間内感が入っていきづらい」などの声も根強い。最初の一步が踏み出しづらい状況からは抜け出せていないように見える。

好きな人だけが演劇を観に行き、多くの人は劇場に足を運ぶきっかけをつかめないままという現状を変え、演劇をもっと生活の中に定着させることはできないか。

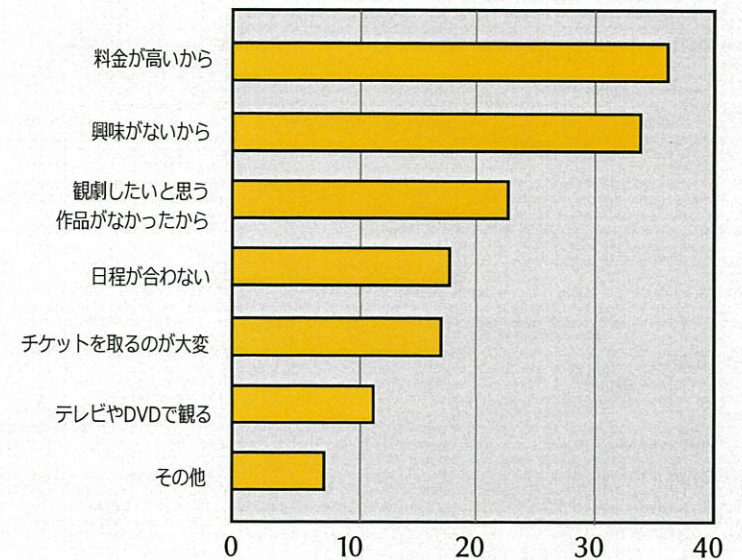
この企画は、誰でも気軽に劇場に足を運べるきっかけを作りたいという意識から生まれた。

### 全エンタテインメントに占める観劇への参加割合比較



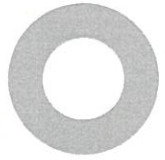
出典：早稲田大学井上ゼミナール2006年「ビジネスと芸術の狭間でー成功する演劇業界のビジネスシステム」

### 劇場に足を運ばない理由



出典：KOETOMO「演劇(芝居)に関するアンケート」より





## 概要

開催期間：2020年3月20日（金）～3月27日（金）

開催場所：丸の内線・千代田線・東西線・銀座線

### パフォーマンス

上演会場：池袋・荻窪・新宿・渋谷・日本橋のコンコース

上演時間：昼12時と夜7時の2回

上演演目：有名作品からワンシーンを抜粋した約20分程度の作品

### スタンプラリー

スタンプラリー会場：上記5駅を中心とした5エリア内の駅構内  
近隣の劇場紹介や公演PR・ポスターをサイネージ・壁面に掲示  
劇場・公演案内のパンフレットと一体化したスタンプ帳を配布し、  
4駅以上のスタンプを集めると、特定の公演が割り引きになる  
スタンプラリーキャンペーンを同時開催

### 世界演劇の日とは・・・

1961年に制定された演劇の記念日。毎年3月27日に世界中で関連行事が行われる。また、各国の演劇にまつわる著名人が毎年一人選ばれ、演劇と平和や文化をテーマにメッセージを発表している。これまでに、欧米はもちろん、南アフリカやナイジェリア・ウガンダ・ベネズエラ・グアテマラ・韓国などの演劇人55人がメッセージを発表してきたが、日本人はまだ一度も指名を受けていない。国内での知名度も低い。



上段：新宿駅／下段：池袋駅



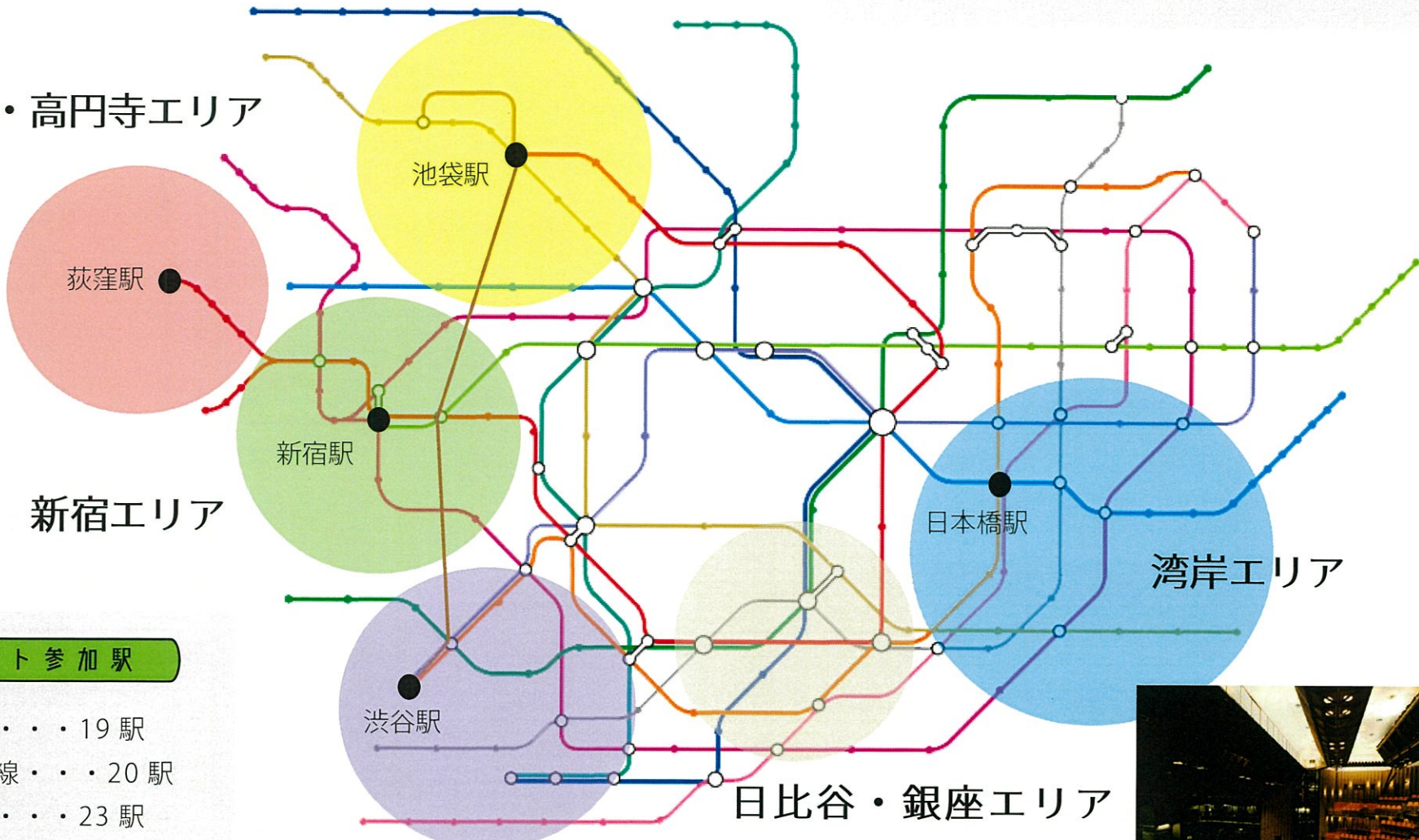


# エリア

東京都内には1000人規模の大型劇場が36箇所、その他中小劇場が100箇所以上ひしめいている。地下鉄の駅はこれらの劇場への入り口である。その入り口を6つのエリアに分け、駅と劇場への繋がりを促す。

## 池袋・早稲田エリア

## 荻窪・高円寺エリア



## 新宿エリア

## 湾岸エリア

## 日比谷・銀座エリア

## 渋谷・赤坂エリア

### イベント参加駅

- 銀座線・・・19 駅
- 千代田線・・・20 駅
- 東西線・・・23 駅
- 丸ノ内線・・・28 駅







## コンコースを劇場に

地下鉄駅構内でのパフォーマンスのターゲットを金銭に余裕のない学生と時間にゆとりのない社会人に設定。ターゲット層に馴染みのある「日常」、「社会」、「青春」といったテーマを扱う有名作品 10 本のワンシーンを 20 分程度にアレンジし上演する。一度はタイトルや台詞を耳にしたことのあるような作品を上演することで鑑賞のハードルを下げる。

### 上演作品

- 「わが町」ソートン・ワイルダー
- 「ハムレット」ウィリアム・シェイクスピア
- 「ロミオとジュリエット」ウィリアム・シェイクスピア
- 「幕が上がる」平田オリザ
- 「DOLL」如月小春
- 「木の上の軍隊」井上ひさし
- 「春のめざめ」フランク・ヴェーデキント
- 「レ・ミゼラブル」ヴィクトル・ユゴー
- 「RENT」ジョナサン・ラーソン

会場は、都内の中でも近隣に大小様々な劇場がある駅のうち、パフォーマンスが上演できるスペースを備える池袋駅・荻窪駅・渋谷駅・新宿駅・日本橋駅。買い物客などシニア層や主婦層などが多い昼帯と、学生や会社員の利用が多い夜帯の一日二回、上記の作品が上演される。タイムテーブルは使用路線全駅で配布されるパンフレットに記載。







# 地下鉄から劇場へ

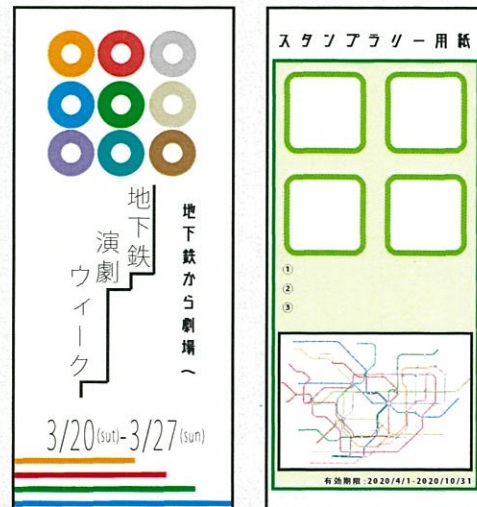
銀座線、東西線、千代田線、丸ノ内線の走る 86 駅のうち、急行の停車駅か乗換駅になっている 37 駅にスタンプ台を設置。86 駅構内のフリーペーパーラックで劇場・公演案内のパンフレットと一体化したスタンプ帳を配布する。

## 駅は劇場への大きな入り口

4 駅以上スタンプを集めると都内劇場で上演される作品が割引になるスタンプラリーを実施し、駅から劇場へと誘導する。割引になる公演は本イベントから半年以内に上演される作品で、どの作品が割引になるかはパンフレットに記載される。

## スタンプ例

丸ノ内線池袋駅に設置されるスタンプのデザイン。このほか、駅にゆかりのある演劇人や劇場がデザインされたスタンプが各駅に設置される。



## フラッグ例

千代田線赤坂駅などに掲示されるフラッグのデザイン。駅近隣の劇場の紹介をする。



## サインージ例







## 達成目標

演劇は、美術・身体表現・音楽の要素を全て備えた総合芸術である。作り手と観客が空間を共有し呼応することで毎公演違った一面を見せる。「生」であることの魅力から、劇場の建築そのものまで、1000年以上もの間、演劇が世界中で人の心ひきつける理由は多岐にわたる。

今年の春、ロンドンで「キンキー・ブーツ」という日本でも上演されたミュージカルを観劇した。そこで衝撃を受けたのは客層の幅広さと客自身のカジュアルさである。小学生ほどの女の子から老夫婦、会社帰りであろうスーツの男性まで、さまざまな世代の人々でひしめきあっている劇場。幕間にはハーゲンダッツの売り子が客席を回り、二幕からはアイスクリームを片手に鑑賞する人々の姿が見られる。観劇文化が日常に定着し、劇場が誰でも気軽に足を運べる場になっていたのだ。

日本でも大手芸能事務所の舞台芸術事業参入や地方劇場のプロデュース公演、2.5次元舞台などの登場で若い女性やシニア層を中心に浸透度は高まってきている。また、コミュニケーション能力の向上に資するとして、文部科学省でも2009年より学校教育に導入しているが、演劇教育への理解の獲得がまだ難しく、お遊戯会・学芸会の延長としてみられる面が強い。

一日に地下鉄を利用する人数は多い駅で一日に約20～50万人以上。このイベントを通じて、多くの人に演劇の魅力をアピールし、これまで演劇と接点の少なかった学生や社会人の男性などを新たな観劇層として取り込んでいく。



上段：劇場が多数ひしめくピカデリーサーカス/中段：ロンドン地下鉄駅  
下段：「キンキー・ブーツ」のラッピングタクシー  
左：ビッグベンと地下鉄の標識