

舞台芸術の魅力「ギリシャ悲劇からオペラ座の怪人」Ver. 04

福島学習センター
人間と文化コース 佐藤和光

1. [オペラ座の怪人]のビッグショービジネス

『オペラ座の怪人』は、アンドリュー・ロイド・ウェッバーの代表作品である。1986年、ヒズ・マジェスティーズ劇場（ロンドン）で初演される。1988年には、マジステック劇場（ニューヨーク・ブロードウェイ）でも初演されて大ヒットとなる。2023年2月18日に終演を迎えたが、その間、約35年にわたって上演され、世界で最も多くの観客が見たミュージカルなのである。



アンドリュー・ロイド・ウェッバー (1948年3月22日 -)	キャメロン・マッキントッシュ (1946年10月17日 -)
『オペラ座の怪人』など数多くのミュージカルを大成功を収めたビートルズと並ぶ「音楽で世界を征服したイギリスの作曲家」	『オペラ座の怪人』など数多くのミュージカルをヒットさせた世界を代表する演劇製作者



His Majesty's Theatre



Majestic Theatre

マジステック劇場（ニューヨーク・ブロードウェイ）の興行成績 (1ドル=130円)		
上演回数	観客数	興行収入
13,981	19,800,000	\$1,300,000,000
¥12,087,833	¥8,535	¥169,000,000,000

世界30か国151都市
推定観客数
140,000,000
¥1,194,949,494,950

・劇団四季によるミュージカル「オペラ座の怪人」 [オペラ座の怪人／劇団四季](#)

上演回数（2020年12月時点）	観客数
7,200	7,210,000
¥8,547,208	¥61,539,898,990



2. 「オペラ座の怪人」が世界的なビッグショービジネスになった理由。

1. 物語の普遍性：「オペラ座の怪人」は、愛と嫉妬、美と醜さ、善と悪といった普遍的なテーマを扱っていて、文化や時代を超えて人々に共感を呼びます。
2. 音楽の力：アントニー・ロイド・ウェバーの「オペラ座の怪人」は、その壮大で感動的な音楽で知られ、観客の心に深く響き、物語をより一層引き立てる。
3. プロダクションのクオリティ：舞台装置、衣装、照明など、「オペラ座の怪人」は非常に高品質である。これらの要素が組み合わさって、観客は豊かで鮮やかな視覚体験を得ることができる。
4. キャストの演技力：「オペラ座の怪人」の成功は、彼らの優れ卓越した演技力が、物語を生き生きと描き出している。

3. ビッグショービジネスにするには

1. 観客動員数：観客動員数が多いほど、興行成績は良好となる。
2. 興行収入：チケット販売から得られる収入を示します。高価なチケットを多く売ることができれば、興行収入は増加する。
3. 広告宣伝費：公演の宣伝にかかる費用を示します。広告宣伝費が多いほど、より多くの観客を動員する可能性がある。
4. プロデューサーの役割：プロデューサーは題材に合わせて脚本家を選定し、公演日時を決め、予算内で劇場の予約を行います。また、制作スタッフを確定し、稽古場の確保、オーディションを組みキャストを行う。

4. いろいろな宣伝活動

「オペラ座の怪人」は、その独特の雰囲気とミステリーから、さまざまな宣伝企画が展開された。

1. 映画版「オペラの怪人」 (1925年): このサイレント映画は、オペラ座の舞台裏で繰り広げられる物語を描いている。宣伝活動では、映画ポスターや新聞広告を駆使して観客を引き寄せた。
2. ミュージカル「オペラ座の怪人」 (1986年): アンドリュー・ロイド・ウェッバーのミュージカルは、世界的なヒット作となった。宣伝活動では、テレビCM、ラジオ広告、劇場ポスター、プレビューショーなどを行い、観客を舞台に引き込んだ。
3. 小説の再刊: ガストン・ルルーの小説「オペラ座の怪人」は、何度も再刊されており、その際には新たな装丁や解説文を活用した宣伝が行われた。
4. 映画リメイクやテレビドラマ: さまざまな時期に「オペラ座の怪人」の映画やテレビドラマが制作されて、それぞれの公開時に宣伝活動が行われてた。

以上の要素がうまく組み合わせることで、ミュージカル演劇の興行成績は向上する。しかし、これらの要素はすべて相互に関連しており、一つの要素だけが優れていても、他の要素が不足していれば興行成績は必ずしも良好とは言えない。したがって、成功した興行を行うためには、これらの要素すべてをバランス良く管理することが重要となる。



子どものための世界文学の森

ガストン・ルルー (作), 村松定史 (訳), 若菜等 (絵), K i (絵)