

ロングインタビュー

## 浅井 隆 (アップリンク)



最近「場」の力が増してきていると感じられてならない。そこにある人や物の「個」の力が威力を発揮しているというか。現実の空間でも。ネット上の空間でも。マーケティング業界的なコミュニティや口コミプロモーションという言葉とは違う感触で、何かが水面下でうごめいているのを感じてしまうのだ。そこには何かがあるのか、最近はずっとそのことばかり考えていた。

僕が属している音楽というジャンルだと、誰でも簡単にCDが作れるようになり、市場の流通網も整備された結果、レーベルが乱立し商品としてのCDが氾濫することとなった。最初は多様で個性的な作品の登場にインディーズという大雑把な括りのジャンルとして(趣味的にも、商業的にも)重宝されたが、やがて持て余す程の物量になった時、メディアやレコード店やリスナーがセレクトしきれない事態に陥った。結局は宣伝力(宣伝費)がものを言うようになって、手にしたはずの多様性や独立性を失った。全体としての質の低下も招いた。玉石混合の石が増えすぎてリスナーからも飽きられ、今ややんわりと市場から退場を求められているという始末である。もちろん自分でCDをリリースすることや、レーベルを運営するという行為が持っていたアドバンテージや意義も揺らいでいる。

加えて、パッケージメディアとしての商品性追求が音楽から芳醇さを奪い、多くの若者にとって音楽は、あったらあったでいいけど絶対に必要というわけではない趣味のひとつになってしまった。また、デジタル化された音源は、ちょっとした努力でタダで手に入られることを知っている世代が登場した。音楽(メディアとしての音源データ)は多くの者にとってタダでいいものになってきている。やっぱりみんな、お金を払わないと手に入られないものが、使い道としては当然優先なので。

クレバーで敏感な者達は「ワンレーベル・ワンアーティスト」のハンドリングの勝手の良さに気付いてい

る。その機動力を活かし、自分がやりたいことのみを昔ながらの「自主」で活動を始めている。(そして、注目を集めたところで、更なる活動の幅を広げる際には、対等の立場として他と組むか、あくまで自主でいくかを選択することになるのだが)。宣伝や利益の回収も自らで行う彼らに言わせれば「レコード会社なんていらぬ」ということだろう。

みんなが集まる場として機能している「ライブ・イベント」はCDパッケージ不況の影響を受けることなく、盛り上がりを見せているものが多い。損失の補填、もしくは、あらたな金脈として、音楽業界の一部からも注目を集めている(興行はそんなに簡単なものではないと思う)わけだが、まあ、そういったヤマ師の思惑は置いておいても、多くの音楽好きな者たちが何かを感じて、何かを求めてその場に集まっているのは確かなことだと思う。そこには「場」の持つ意義があるのだろう。そこからみんなの意識の変化がおぼろげに見えてきたのだ。

音楽業界に限らず、作品の受け手にとって、テレビに代表されるように上からの下々に落ちていく宣伝方法はまだまだ有効ではあるが、その背後にある資本関係やしごらみにも、みんな感づいて白け始めているはず。また、つらつらと多くの(自称)アーティストがブログで書き綴る駄日記から垣間見られる「実は隣にいたただのお兄さんとそう変わりはない」という彼らの素性にも興ざめしている者も多いはず。(本物は少ない!)。そこに加わって錯綜する真贋入り乱れたネット情報。それらをシビアに見ながら受け手は、自分なりの価値感で受け入れるのか、それともスルーするのかを判断している。誰が、何が、信用できるのかと。そういった状況で受け手が判断の基準にしているものは何か。それは情報への信頼感だと思う(この場合の信頼感とは作品の良し悪しにはあくまでも関係ないが)。では、その信頼感とは何か。

それは、自分と繋がっている人を通してやって来る情報への信頼感。言い換えると、自分へとボタンを渡してくれる相手が信頼できる人間かどうかということ。これがキーとなっている。そこには「個」から「個」への伝達がある。ビジネス誌的な口コミネットワークというキーワードはなんだか怪しくして嫌なのだが、「個」から「個」への情報の受け渡しを口コミと言うならば、これは口コミなんだと思う。不信感だったり失望感だったり漂う中、信頼できるのは自分と、繋がっている人間との間にある「個」の感覚ということか。自分達の欲しいものは自分達で選ぶと。

今、「場」というものに目がいつってしまうのは、この「個」が「場」の核の部分にあると思うからだ。既存のメディアに対するアンチで新たな発信力としての「個」が「場」となった熱気が強まっているからだ。そこには、ばらばらなものが集まって、混ざり合って起きる魔法のような化学反応があり、そこに希望が見える。「そこにいる」というひとつのハードルを既に越えているので、何を伝えに来て、何を得に来て、連帯感に基づいたエネルギーが生まれている。そして、場の持っている性質上、体感するには家にいてタダで手に入れるということはできない。だから触れたい人間は来ざるを得ない。ネット上のコミュニティを補充する生々しい瞬間の強さが「場」にはある。

アップリンクを主宰する浅井隆さんはいろいろなジャンルのエネルギーがひとつの「場」に混在することの強さや、多様性の面白さを求めてきた人だ。最初のキャリアの舞台監督を務めていた天井棧敷に惹かれたきっかけにしても、肉体的な表現と言語的な表現という2種類の表現を併せ持つという演劇の特性に惹かれたということであるし、なによりも演劇は、その瞬間にその場にはいないと体験できないという空間を作り出すものである。その後、数多く配給と制作を手掛ける映画にしても複数の表現を含むものだ。インデペンデントなカルチャー誌『骸子/DICE』のコンセプトもそう。加えて、実際の「場」も場所と形を変えながら築き上げてきた。制作事務所としてのアップリンク、上映・イベントスペースのアップリンクファクトリー、ミニシアターのアップリンクX、アップリンクギャラリー、飲食スペースのTabela、制作技術を教えるワークショップなどなど。常に「場」とともに自分の制作物や受け手を導いてきている。天井棧敷へアップリンクと日本のエッジなカルチャーシーンで「場」を意識しながら活動してきた浅井さんに、今、話を聞いてみたいのだ。

加えて、浅井さんに聞きたかったことはドキュメンタリーについて。先に述べたように音楽は機材やプレスの低価格化によって、CDが氾濫したことが必ずし

もいい方向に行っているとは思えないのだが、映像に関しては、それは個人での映画制作をかなり前進させるのではないと思う。特に、役者を揃えてセットを組んでということをしなないでいいドキュメンタリーだと、身体ひとつ、カメラ1台、被写体ひとつでフットワーク軽く制作できるのではと。最近、ドキュメンタリー映画が増えているのは、そのあたりとも関係しているのではと思う。また、「個」の重要性が増してきている今だからこそ、ドキュメンタリーの持つ特性が合っているのではないだろうかとも。

もうひとつ。今の世に出ている作品は、受け手に対して必ずしも上にはない。送られてくる作品をありがたく受け取る時代ではなく、その作品に対して、ネット上で制作者よりも詳しい趣味人が鋭いダメだしをできる(極1部の人間だが)。ひと昔前だったらそれは酒飲みの席で終わる話だったかもしれないが、今はそれを不特定多数に向け発信することができる。そうして受け手の作り手に対する畏怖のようなものは薄れていつている。それは作り手のアドバンテージをなくしてしまうことに繋がっていく。では、それに対抗できることは何かと考えていたのだが、それは「行動をしている」ということだと思ったのだ。多くのネット上の書き手と読み手ができないことは、実際に制作ということをやってみること。制作過程には体験した者でないと書けないドラマがある。それを見ることが、ひとつの表現になるのではないかと。どちらが上で下でという話ではないのだが、物事の過程のドキュメントに、今こそ有効なドラマが潜んでいるのではないだろうかと思ったのだ。そして、そのドラマ性が次の状況へと物事を動かしていくのではないかと。作り手も受け手も。

そう考えた時に、やはり浅井さんに話を聞きたい。なぜなら、現在進行形の過程のドキュメントとしても、浅井さんが語る今に至るまでの経歴の中には、この本を手にとってくれる人にとっての何かのきっかけとなるものがいっぱい潜んでいるのだろうと思うからだ。特に自分で何かを始めようと思っている人にとっては。

### <第1章>

天井棧敷での経験を経て  
アップリンクへと至るまで

山本(以下◆)まず、今の浅井さんの原点的な部分の話を聞かせてください。浅井さんは高校生時代に天井棧敷の舞台を観て衝撃を受けたということですが、それ以前から、そういったカルチャーには興味があったんですか。

浅井(以下◇)いや、そういう感じじゃなかったよね。

中学時代はラグビー部。その一方で陸上部で長距離もやっていたんだけど。で、当時は大阪に住んでいたの、一番のスターは吉本興業。毎週土曜日は家に帰って吉本新喜劇を見るという生活でした。他にもヤングオーオーを見たや、吉本の芸人が出ているオールナイトニッポンを聴いたり。大阪においては、吉本興業はメインカルチャーだったから。

◆意外ですね(笑)。

◇でも、音楽には興味があった。中学生の時にフォークソングブームが起きたんですよ。雑誌で言う『GUTS』とか『新譜ジャーナル』とかがあったりして。アメリカではウッドストックがあって、ジャニス・ジョプリンやジミ・ヘンドリックス、クリム、ボブ・ディランが出てきたり。それに遅れて日本では、岡林信彦やはっぴいえんどが出てきて。ロックを日本語で歌うことに意義を求めていた時代で、その洗礼を受けましたね。それがリアルタイムな中学生時代。今思うと、フォークもロックもいっしょくたの時代だった。

◆今の若い人達にとっては、その時代のロックにおける日本語論争とか、音楽文化と社会との関係性は不思議な話だと思うのですが、やっぱり当時の多感な子達にはなんらかの影響があったんですね。それをきっかけに、演劇と出会うことになったんですか。

◇まず、高校に行っても、そのままラグビー部だったんだけど、でも、このままスポーツ馬鹿になるのもまずいなと思ってたんで、文芸部にも入ったんだよね。その文芸部に入る要素はフォークソングの洗礼を受けて、言葉にも興味があったから。そうしたら、その文芸部の部屋に寺山さんの『誰が故郷を思わざる』とか『家出のすすめ』とかの本が置いてあって、読んだら単純に煽られた(笑)

◆僕も昔、寺山修司を「青春の起爆剤」と評したフレーズを目にしたことがあって、なるほどと腑に落ちたことがあります(笑)。で、そのフレーズに更に煽られました。浅井さんが天井桟敷の舞台を見たのはその頃ですか？

◇そう。寺山さんの主宰している天井桟敷が大阪にやってくるというので観に行った。場所はサンケイホールで『邪宗門』。演劇を解体するというので舞台の上で乱闘があったり、黒子役の人が俳優を操っているという設定で騒乱状態になったり、JAシーザーの呪術的音楽がホール中に鳴り響いていて。天井桟敷はすごいと興奮させられた。それから黒テントや赤テントとか、ロイヤル・シェイクスピア・カンパニーとか、大阪に来るたびに演劇といわれるものを観に行くようになったんだよね。同時にロックの外タレ、グランド・ファンク・レイルロードとかディープ・パープルとかレッド・ツェッペリンもやって来たので聞きに行った。ただいろいろ観た劇団の中でも『天

井桟敷』は特別だった。当時の若者のバイブルの雑誌『平凡パンチ』では、海外の演劇祭に参加した天井桟敷がロックスターの公演のように紹介されたりして、他の日本の劇団とは違って、日本の土着性に加えて海外のロックの匂いや世界のアートの匂いがすごかった。

◆天井桟敷の舞台を始めとした演劇の持っている何が、当時の浅井さんを捕らえたんですか。

◇演劇には肉体的な表現と言語的な表現の両方があったから。スポーツ馬鹿にはなりたくないし、かといって青白い文学青年にもなりたくないということを考えていた身としては、演劇は2つの表現が合体されていて面白いと思っただけですよ。

◆求めていた2つのものが上手く内包されていたのを見つかったわけですね。で、高校卒業後に浅井さんは天井桟敷に入団するわけですが、そんなにすぐに上手い具合に入団できるものなんですか。

◇高校を卒業した後、すぐに天井桟敷に入ったわけではなく、とりあえず目白にあるすいどーばた美術学院という美大系の予備校に通い出したんですよ。普通に勉強する気もなかったんで、デッサンでもしているほうが面白いかなと思って。半年くらい経ってから法政大学で天井桟敷の『盲人書簡』という公演があったので観に行ったら、天井桟敷新聞というタブロイド版の新聞に劇団員募集と載っていたんですよ。それで入団試験を受けた。天井桟敷が発行していた『地下演劇』という分厚い演劇理論誌を読んでいると、美術家だとか、音楽家だとかそういう人達が劇団に参加していて、読んでるだけで刺激的だったから、スタッフになりたかったんですよ。天井桟敷では舞台監督をやっていました。

◇入団試験では何をやるんですか？

◆基本的には面接。身体を動かしたりはなかった。何を聞かれたかはぜんぜん覚えていない。劇団員は劇団の維持費を毎月3千円とか5千円とか出しているけど、お金は1円も入ってこない。だから、劇団に入ってから、ビル掃除とか、大道具の仕事を見つけたとか、日雇いの土方とか、高田馬場に行って立ちんぼとかいろんなバイトをやったよね。天井桟敷では俳優の男性陣はわりと築地の魚河岸で働いていたし、女性陣はホステスをやっていることが多かった。でも、スタッフは、昼間は劇団の練習やミーティングがあるし、夜も遅くまで仕事をやっていたから、不規則な仕事で凌いでいた。

◇お金はないけど、充実した毎日が始まったと。

◆充実というよりは無我夢中。かれこれ30年以上前のことだけど、当時、住んでいた西荻窪のアパートは風呂なしトイレなしの三畳一間で7500円。でも、まあ、生きてはいけたよね。ちょこっとバイトをやって。パン屋に行ってパンの耳をただでもらってきたり。西荻

ロフトにも飲みにも行けたし。そういう生活を続けてたね。先の不安は考えなかった(笑)。今だと天井桟敷は伝説の劇団になっているけれども、その頃はアングラの変な人達と見られていたの、胸を張って天井桟敷の劇団員だいう感覚はなかったよね。

◇そうだったんですね。僕が高校生の頃は、所謂、伝説的な劇団というイメージが確立されていて、最初からすごいものだと思って本や映像に接してましたね。で、わかったり、わからなかったり(笑)。今もそうですが。天井桟敷でのいろいろな経験は、今の浅井さんの財産になっていると思うのですが、特に印象的だった経験はどういったことだったんですか。

◆天井桟敷は海外公演に行くことが多かったよね。1ドル360円の時代。まだ羽田から海外に発っていた時代。アムステルダムに『疫病流行記』という公演のために行ったのが最初だった。給料はもらえなかったけど、1、2年に1回、アメリカとかヨーロッパに行けた経験は今でもすごく財産になっている。日本ですべて公演をしていたら、経済的にも豊かになることは一切ありえなかっただろうし、精神的にも疲弊してたかな。海外ではモリス・ベジャールや太陽劇団といった一流の連中と同じ演劇祭に参加して、ピーター・ブルックの後に天井桟敷がやったりしていて。演劇界の世界のトップクラスの連中と同じ舞台で一緒の空間を体験できたよね。でも日本に帰ると、向こうに行っている間に溜まっている三畳間の家賃を払わないといけないというギャップがあるわけだけれども(笑)。

◇海外での実績もやはり生活費には繋がらないと(笑)。表現活動では往々にしてあるパターンですよ。海外の舞台での反応はどうだったんですか。

◆僕は海外の舞台でも日本語のままで押し通してやっていた。だから、言語的なコミュニケーションはほとんど取れていないんだけど、劇場の空間全体を作っていた。それは照明だったり、舞台美術だったり、俳優の肉体だったり、音楽だったり、そういうものを全部ひっくるめて作り出して、それが、そのままほとんどのお客さんに通用するということは面白かったね。

◇その後、浅井さんは自身の活動を始めるわけですが、どういったことから始めたんですか。

◆寺山さんが亡くなって天井桟敷が解散した後に、アップリンクシアターという劇団を始めたんですよ。中心メンバーは僕一人で、やっぱり天井桟敷の舞台監督をやっていたといっても、結局、天井桟敷のオリジナルなものは寺山さんがやって、J.A.シーザーが音楽や演出をやったという。やりがいのある仕事だったけど、ゼロから何かを自分の頭でクリエイトしているかといったら、そうではなかった。ただ、天井桟敷の劇団員だったというプライドもあった。だから、

自分には何ができるかなとなった時に、自分の考えたことをやりたいということで、演出をやろうと思ったんですよ。

◇浅井さんの主宰者としてのアイデンティティのようなものが、いよいよスタートとなったわけですね。アップリンクシアターが今のアップリンクの前段階にあたると思うのですが、どういった活動をしていたのですか。

◆当時はローリー・アンダーソンみたいに、ビデオとかのテクノロジーを絡めたパフォーマンスやダンスに興味があったから、そういうのを試みたんだよね。今で言うパフォーマンス・アートのもの。ラジカルTVとかも出てきた時代だったんだけど、もういった資本をかけた映像ではなくて、アップリンクシアターではテレビを電気屋から100台くらい拾ってきて、それを舞台に積み上げて芝居をやった。でも、公演を3回やった後は続けていくことができなくなって。個人の力の限界。あと1・2年やっていれば違ったかもしれないけど、劇団というゆるやかな集団を経済的に継続するのは不可能だった。公演のチケット代をみんなにノルマとして課して、制作費を捻出してたんだから、続くわけがないよね。宣伝も天井桟敷の時は、びあやシティロード、流行通信とかが公演の案内を載せてくれたり、朝日新聞や読売新聞に寺山さんのインタビューが掲載されたりしてたんだけど、アップリンクシアターは扱ってくれなかった。結局、寺山修司という名前があれば扱ってくれるけど、アップリンクシアター浅井隆は小さな演劇界でさえ何者でもなかったと。

◇寺山修司という名前が大きかった故の反動みたいなものですかね。活動の全体の維持費を捻出するというのも初めてだったと思いますし。経験や人とのつながりはゼロではないですが、活動自体は本当にゼロからのスタートだったんですね。

◆それで、いったん劇団の継続は無理だということで、編集プロダクションで1年くらい働いた。NHK出版の『サラリーマンライフ』というものを作っていて、自分の興味があるいろんなところに取材に行けた。それは面白かった。ただ、これを自分が一生やるのかなと思っていたときに、ちょうど、映画監督の山本政志が『ロビンソンの庭』を作るという話になって、プロデュースをやることになったのかな。

◆今ではたくさんの映画をプロデュースされている浅井さんですが、プロデュースはこの作品が初めてだったのですか？

◇そう。『ロビンソンの庭』は、ジムジャームッシュの『ストレンジャー・ザン・パラダイス』のカメラマンのトム・ディチーロが撮影で入ったんですよ。ちょうどその当時『ストレンジャー・ザン・パラダイス』が公開されていて気に入っていたので、トムとスタ

ップがコンタクトを取ったら「やる」という返事が来て。彼もその頃は貧乏で暇だったので日本までやって来たんだよね(笑)。まあ、しかしこれ以上あの我の強すぎる山本とやっても自分の得にならないと思ひ、離れました。

◆アップリンクシアターを始めた時も、自分で何かをゼロから始めてみたいということでしたからね。

◇そこでデレク・ジャーマン監督の『エンジェリック・カンパセーション』をBFI(プリディッシュフィルムインスティチュート)から買い付けた。買い付けといっても大袈裟なものではなくて、海外から気に入ったテールやレコードを輸入するという感じ。金額は当時で5000ドル、75万円くらいだったから輸入できただよね。映画はもともと興味があって海外に行った時も時間があるといろんな都市のシネマテークに行つてたし、天井桟敷でも寺山さんが製作する映画の現場に、10年間、僕はいたから。『田園に死す』、『上海異人娯館 チャイナ・ドール』、『ボクサー』や、16ミリで撮った短編映画とか。寺山さんが最後に撮った『さばら箱舟』は最初から最後までずっと参加していたし。上映会も天井桟敷のアトリエで16ミリプリントを借りてきて映写機で回していたし、演劇でお客さんを集める方法はチラシ撒きやポスター貼りということを知っていたので、それと同じ方法論で、演劇と同じように映画でもお客さんを集められるんじゃないかなという発想だった。だから海外と契約して買い付けても何とかなるかなと思っていた。もちろんちゃんとBFIと契約をしないといけなかったけれども、やろうと思えば誰でもできるよ。

◆僕は当時高校生だったんですが、ちょうどその頃にデレク・ジャーマンの名前を雑誌とかで見かけるようになって、そこにアップリンクのロゴがあったのを覚えてます。それがアップリンクの存在を最初に知ったきっかけでしたね。で、映画好きの友達と話題にしたりと。当時のデレクはどういう存在だったんですか。◇彼が天井桟敷のロンドン公演を観に来てくれたり、トニー・レインズという評論家の友人が彼の作品を紹介してくれたりして個人的には知っていた。日本ではスミスのPVを撮っている面白い監督がいるという程度の認知度はあったけど、ほとんど知られていなかった。

◇その『エンジェリック・カンパセーション』の配給が今のアップリンクのスタートになるわけですか。

◆そうですね。一人で始めて、映画関係の会社に勤めている友人が仕事が終わってからアップリンクに来て手伝ってくれて。1.5人くらいな感じでやりましたね。その後、アルバイトを雇って、2人になって、3人になって、そこから20年ずっとやっているのと。

<第2章>

いろいろなジャンルを  
ひとつの場所に混在させたい

◆アップリンクがスタートした時はどんな状況だったんですか。

◇目黒に家賃7万5千円の部屋を借りて、そこをアップリンクの事務所にした。ファクトリーを渋谷に作ったのはその10年後くらい。興味のあることはなんでもやってきた。映画の配給もやっていけたけれども、フィッシュマンズが主題歌を作ってくれたフジテレビの深夜の連続テレビドラマ『90日間トテムラブ』みたいなTV番組をロンドンで制作したり、『骸子/DICE』という雑誌を発行したり。上映イベントをやるスペースを作って、ギャラリーも作って。

◆『骸子』の創刊は印象的でした。尖がったカルチャー好きの友達の家に行っても、やっぱりありました。◇『骸子』はアップリンクの活動を宣伝するメディアが欲しくてね。ちょうどその頃、シティロードに毎月10万円で広告を出して、アップリンクニュースを載せて「こういうビデオを出します、こういう映画をやります」と告知していたんだけど、シティロードが潰れちゃったんだよね。で、インターネットも今ほどはない時代だったから、どうやってアップリンクのことを伝えればいいのかも思っていて。ちょうど、Macの価格が下がって、フォントとかの環境も整って、DTPで本が作れるようになってきて、何かできないかなと思っていた頃だったから、『骸子』を創刊することにした。当時はDTPでインディーズのマガジンがたくさん出てきた時代だよね。今は大半は消えちゃったけど。

◆ただ、大半の独立系の雑誌が消えたとはいえ、この時代をきっかけに雑誌の多様性や種類が広がって、取り扱ってくれる書店も徐々に増えていって、今に繋がっていると思うんですけど、当時の『骸子』を取り巻く状況はどうだったんですか。

◇海外ではインディーズマガジンでも総合カルチャー雑誌だった。欧米では総合カルチャー雑誌が文化として存在できる土壌もあったし。でも『骸子』を出してわかったことは、日本のマーケットの中では音楽だけを扱った専門誌のほうがその業界の広告が入ること。日本では総合カルチャー雑誌には広告が入らない。結局雑誌はある業界の宣伝ツールにならないと経済的に継続できない事がわかった。

◆『骸子』にはジャンルを限定せずにいろんな人や物が載っていましたよね。他の雑誌では取り上げないカルチャーシーンの動向が、かなり早いタイミングで載っていましたし。

◇『骸子』は自分のところの配給作品だけじゃなくて、他社の配給作品でも面白かったら扱ったし、いろんな

人物や音楽を紹介したし、ファッションもお店ができれば紹介したし、ギャラリーも紹介したし、面白そうなところをどンドン紹介した。いろんなジャンル全部と一緒に紹介できるメディアは雑誌かなと思って。そうやってメディアをひとつの場所にすることができたよね。

◆その『骸子』が持っているいろいろなものがあるという誌面の形を、現実の空間に置き換えると今のアップリンクになっているような気がします。今のアップリンクの前段階であつたというか。

◇そうだね。『骸子』から、今のアップリンクのコンセプトがはっきりした形になってきた。それはわかりやすく言えば、“ごちゃ混ぜ”。書き言葉で言えば、“多様性”。◆演劇に惹かれた理由もそうですし、複数の価値観が混在しているというところに、浅井さんの求めている形があるということですか。

◇やっぱり天井桟敷時代に行った海外ですごく印象的だったのが、カルチャーセンター的な場所が存在するということがあったんだよね。ロンドンだと天井桟敷の『奴婢訓』という公演をやったりバーサイド・スタジオや、テムズ川沿いのICAというスペース。カフェがあつて、シネマテークがあつて、ギャラリーがあつて、ダンスができる場所があつて、リハーサルルームもあつて。それがトータルでひとつの建物の中に存在していた。日本だと公会堂とか公民館のレベルだけど、それがもっとトータルに活動が行われているという場所を体験したんだよね。ニューヨークでも、今はなくなったCBGBの横にラ・ママという劇場があつて、その通りの角のフィービーズというカフェバーにみんなが集まっていたりいろんな話をしていた。そのゾーン帯に文化的な雰囲気は漂っていたね。ひとつのカルチャー、ひとつのジャンルだけではなくて、たかさんのジャンルが混在していて、それを僕は面白がっていた。だから、『骸子』では自分が肌で経験した、いろんなジャンルがひとつの場所に混在していることの面白さを実現しようと思つたし、アップリンクでもそういう場所を作ろうと思つて今の形態になっているんだよね。

◆やっぱり作品や思考が実際の場という力を持つと強いんですよね。人や物が集まるとメディアとしてのパワーもより増えますし、そこから新しいことも生まれてきます。特に今は場の力にみんなが魅力を感じて集まってきたと思うますし。制作事務所があつて、イベント・上映スペースのアップリンクファクトリー、ミニシアターのアップリンクX、アップリンクギャラリー、飲食スペースのTabelaという場所があつて、ワークショップも開催してと、今のアップリンクの形態はかなり浅井さんの目指してきたものに近いのではないですか。

◇でも僕が最初に体験したカルチャーショックを受

けたイギリスのリバーサイド・スタジオやICAのような場所に比べると全然規模が小さい。一中小企業が東京で賃貸できるスペースには限りがある。今のスペースは渋谷で地の利もいいけど、少し遠くても僕の原点である演劇も、もっと大きな音が出せるライブもできるスペースを持った施設を作りたいといつも可能性を探している。

◆外にある実際の空間ではないですが、ネットの空間も機能が発達してこれからますますクロスメディア化していきそうですね。口コミ的なネットワークも発達してきていますし。特に映像に関しては個人が作った作品を、本人がアップしてみんなに伝えていくという動きが加速するのではないかなと思っています。近いうちに今よりもいい画質で大きなフレームで、映像を見ることができるようし。テレビに近いものになると思います。となると、個人のTV局的なページも出てくるのではと。もともと映像は立体性がない2次元メディアですから相性もいいと思います。上映という難儀な問題もある程度解決されますし。もちろん劇場の迫力はないですが、逆にそれを生かしてフットワークのいい活動もできると思います。浅井さんは表現活動におけるネット上の可能性を、アップリンクとどうリンクさせていこうと考えていますか。

◇まさにそれは今考えてやろうとしているところで『webDICE』というプロジェクトを進めています。これは雑誌の『骸子』を休刊していたときからネットだと思つて、具体的にイメージができてから5年も経っているという僕の中ではなかなか進められなかったプロジェクトですが、なんと今今年中には形になります。やっとめどがたちそうなのは、いわゆるweb2.0の時代になり、僕がネットでやりたいことがはっきり見えてきたからです。ようするに今はweb2.0とかというマーケティング用語的な曖昧な言葉があるけど、その一番の特徴はCGM(コンシューマー・ジェネレーティブ・メディア)。要するにユーザー参加メディアが実現できるようになった。例えば僕はいまあるアップリンクのファクトリーやXやギャラリーそしてクペラをネットというCGM、要するに観客参加型の施設を運営してきている訳です。僕の原点でもある天井桟敷でも舞台の上で俳優が演じる演劇で完結するのではなく、観客参加という演劇のCGM化を常に模索し実験してきた。紙の雑誌では読者の声を反映させるのは物理的に1ヶ月以上かかったけどネットならすぐできるし、読者が情報を発信することができる。しかも多様な情報をネットなら無理なく扱え、検索することができる。ぼくの原理的なコンセプトである“ごちゃ混ぜ”“多様性”をネットなら難なく扱うことができる、それは従来の新聞や雑誌のような力を持ったメディアならではの一方的な発信で



はなくてユーザーがメディアの編集者と同等の力を持つCGMであるということ。ネットの技術が僕のやりたい事にやっと追いついたので『webDICE』が実現できる。

◆これからのネットが向かう先と浅井さんがもともと持っている原理的なコンセプトは合致していますよね。今のアップリンクは実際に外の空間での多様性を既に持っていますが、それを『webDICE』とどう連動させていけば、もっと面白くなると思いますか。その点でアップリンクの次の展開について考えていることはありますか。

◇海外で僕が体験してカルチャーショックを受けたのが複合型カルチャースペースで、もう一つは80年代当時のタウン誌、ロンドンなら『Time Out』、ニューヨークなら『Village Voice』でした。当時はネットがないのでそれらの雑誌が街で行われているイベントにアクセスする唯一の手段だった。そして、それらが日本の『ぴあ』と違ったのは、ジャーナリズムの視点があったこと。そこの街のニュースや特集を政治的、社会的な話題も扱い、文化情報と同等の視点で編集されていた。それに大体海外では『ニューヨーク・タイムズ』でさえ、編集者が面白い価値があると思えばそのイベントなり映画なりをどんなに小さなイベントでも紹介する。日本で小さなイベントや小さな映画を配給するときに、なかなか最適の宣伝方法が今のメディアにはない。「東京一館だけのレイトショーはちょっと、うちは全国誌なので、でも個人的にはこういうのが好きなんですよ」となる。でもそういう雑誌は、バリの小さなブティックのアクセサリを紹介していたりする。そのアクセサリに読者の何人がリアルにアクセスできるのか。なら東京の単館でしかやっていない映画でも読者に紹介する価値を編集者があると思えば紹介すればいい。また、雑誌は発行のコストがかかるから、カルチャー誌に取り上げてもらおうと編集部に行くと「紹介しますけど、広告を出してもらえますか」と編集者に広告営業をかけられる。

要するに日本のメディアまして情報誌にはジャーナリズムの視点なんてかけらもない。それならネットで自分たちのメディアを作ってやれと思ったわけです。ジャーナリズムの視点を持ったカルチャー系ポータルサイトを。今進めている『webDICE』は、東京のカルチャーシーンやライフスタイルにおいて最も重要なメディアにしたいし、なると思います。街で起きている小さなイベントも面白ければ価値があれば紹介していくし、イベントやユーザーが自ら発信できる仕組みを作っていく。僕が80年代に海外に行った時に必ず読みあさったタウン誌はそれだけでは完結するものではない。なにかを探したり、どこかにいくための情報を得るための雑誌で、常にそこに

は読者の行動が伴っていた。要するにセカンドライフ的なネットの世界で完結して社会と繋がるポイントがネットのお金をドルに替える事ができるという金儲けだけのweb2.0には全く興味がない。そしてアップリンクが他のIT企業と違うところは、映画館やイベントスペースといったリアルな「場」を持っているところであり、リアルな映画やイベントを作る力があるところ。だからアップリンクがIT企業になればユニークな存在になれると確信している。

『webDICE』のコンセプトは「書を捨てよ街へ出よう」ではなく「ネットにアクセスして街へ出よう」「街に出てネットにアクセスしよう」というネットとリアルな社会とを往復する行動を刺激する装置にしたい。◆リアルな場でのごちゃ混ぜ感、ネット上でのごちゃ混ぜ感、それらを単独で完結させて満足するのではなく、その2つを連動させて活発に相互的に行き来することで、みんなが自分なりのアクションを起こせば、今ならではパワーがその行動には宿りそうですよね。何か探究心や反骨心を持っている人にとっての、ひとつのきっかけになるというか。広告メディアになってしまっている日本のメディアの現状に対して刺激的なムーブメントが起こせそうだと思います。自分の情報発信も自分のメディアでやる、自分の言葉で伝えるというひとつの流れが今後ますます生れていくのは止めようもないですね。そういう意味でネットの可能性は個人に力を与えたいと思います。時代が迫ってきてきたということでしょうか、ずっと浅井さんが意識してきた、いろいろなものが混在する場というものはこれからどうなっていくと思いますか。

◇僕のいっていることはなんにもオ리지ナルなことではなく、例えば街自体はごちゃ混ぜだよ。でも行政側からすると風俗地域はここに押し込めておこうとか、ミッドタウンには世界のブランド店を集めようとか、インタビューを今しているここ下北はごちゃ混ぜすぎるから災害時には危険という理屈で大きな道路を造ろうとか、政治、経済の原理で管理され整理されていく。雑誌にしても結局はモノを売りたいから専門誌の方がターゲットがはっきりしているのでも音楽誌でレストランのことは扱わないし、映画雑誌で下北の問題は扱わない。人間は映画も見れば音楽も聴くしレストランにいくし、洋服も買うという基本的にごちゃ混ぜな行動をしているし、多様な価値観で世界は構成されている。それを政治と経済の理由で管理しやすさ、洗脳してモノを売りたいという理由だけで今の世界は“非ごちゃ混ぜ化”の力が大きく働いている。それは“自然”ではないということです。さらに地球単位で見ても均一の価値観を押し付けようとするグローバルイズム、多国籍企業の力、キリスト教の力、アメリカが標榜する民主主義の力による世界の均一化が働いている。今の社会で“自然”であるということとは

相当な力で“非ごちゃ混ぜ化”の力と闘わなくてはならないのも事実。実はアップリンクのやっていることはそういった“非ごちゃ混ぜ化”の力との闘いだと思っています。

◆映画も観れば、レストランにも行くし、服も買うしという普通の休日の過ごし方に対しての、既存の情報メディアの経済性を優先した洗脳にしても、下北沢のごちゃごちゃ感はけしからんという行政的価値観からくる再開発にしても、ひとりひとりが多様性を持っているという当たり前の個の在り方が、浅井さん言うところの“非ごちゃ混ぜ化”の力に攻め込まれているということなんです。自分の目の前にあるそういう状況が地球単位で行われている“非ごちゃ混ぜ化”の先端なんだし。でも自分の根源に関わる問題として気に掛けていない人が多いのかなとも、残念ですが僕は思っています。その一方でさっきのネットやリアルを行き来して、自分の価値感や言葉で個の持つエネルギーを発散していくこうとするアクションは、おかしいぞ、ということを変えていくきっかけになるのではという希望も持っています。結局は自分は何をやるのかということだと思うのですが、浅井さんのように、これから自分でカルチャーというジャンルで事務所を立ち上げようという人にとって必要なことや、気をつけたいといけないことはなんですか。

◇ナイキもいい事をいうときがある、Just Do It。自分の好きなようにまずやってみること。

◆そうですね。そこで、独立系の事務所が、自分達のやりたいことを継続していくためには、規模を大きくしすぎてはだめだと僕は考えています。自分のやりたいことをやっていたはずなのに、規模が大きくなるそれを維持するためにやりたくないこともやらなといといけないと思うので。大きなところと組んで規模を拡大する場合も結局は取り込まれるか、使い捨てという結末で終わることが多いでしょう。でも、大きくない規模だとやはり世間一般的にはカウンターなんだと思います。それを良しとするのでもいいと思うのですが、もし、各地にある各ジャンルのそういったところが、ゆるやかにできる範囲で連帯できたら、もっと「あつ」と言わせることができるのかなと思うのですが。

◇“多様性”をつきつめると、最後は人間一人一人違うということ、それは企業のような顔が見えない大きな単位とは全く違う人間一人のサイズだということですね。だから“多様性”をつきつめると規模を大きくしては駄目なのは自明です。最小の単位は個人になるべきです。ただ、個人だとできる事にも限界があるので同じ価値観を共有できる仲間と最小の集団を作ればいい。今は、インディーズのミュージシャンのゴールがメジャーレコード会社に所属することではなく、起業した会社のゴールがブランド大企業

の下請け仕事をする時代ではないということは、はっきりしている、そのためにはゆるやかに価値観を共有できる個人や事務所や会社とのネットワーク作りが大切だと思います。

アップリンクであつたことだけ、あるアーティストがDVDをリリースしたいと、それがいわゆる大手企業とアップリンクが競合する場合、大手の方が最初にお金を出すことができるのでそのアーティストはそちらと契約をしてしまう。大手DVDメーカーの担当者とアーティストは価値観の共有ができてても本当にその大手企業のトップの考えていることや外資ファンドが株主になっている大手企業のポリシーと考え方を共有できるのかなと思います。目先の金が大変なのはわかります。でもこっち側サイドと仕事をやろうよと思う。まあ、ちょっとこのケースは愚痴めくけど、言いたいことは独立系の事務所や会社は意識してネットワークを組まないし大企業の力には対抗できないということ。結局はとあえず資本主義社会においては、僕らが大手企業に最終的に対抗できるようになるには“志”だけでは勝てなくて、“金”で勝つ方法論を持たなくてはだめ。そのためには彼らに僕らの金を渡さない、僕らのネットワークでそれを廻すことが大切だと強く思います。

◆自分の“志”に基づいてやりたいことをやり続けるためには、浅井さんの言う“金”で勝つ方法論の確立は本当に大切だと思います。“志”も“金”も渡さない。今まで多くの独立系の事務所ができなかったことで、すし。今後は政治的・経済的な流れに沿ったものと、そうではないものに2極化していくんだろうなと思っているのですが、事務所ということに限らず、あらゆる場面で“個”のあり方がこれからの世界では重要になってきそうですね。“個”対反“個”という局面が多くなっていくというか、いろいろとお話を伺ったのですが、そこで、アップリンク全体としての今後の展望はどういったものになるのでしょうか。

◇会社の機能を「メディアであること」と「クリエイティブであること」の二つに分けて考えています。「メディアであること」としてはカルチャーセンターを本心に作りたい。そしてアップリンクだけに限らないメディアとして『webDICE』を始めることです。「クリエイティブであること」は映画やオリジナルのイベントをもっと加速して数多く作っていきたい。

### <第3章>

複雑な人間の感情や  
現実を映すメディアとしての映画

◆アップリンクでは設立から多くの映画の配給や制作を手掛けている。映画も浅井さんの言う多様性を



持っているメディアですよね。

◇今ある人間が作り出している表現手段の要素が総合的に入っているメディアが映画だよね。グラフィックの要素もあれば、音楽の要素もあれば、俳優は演じるわけだし、美術も作れる。まあ、時間軸を強制させられるとかまだ不具合はあるけれども。ただ現実的なレベルで言えば、かなり総合的なメディアだよね。

◆アップリンクファクトリーでは、日常的にたくさんドキュメンタリー映画を上映していますし、最近の特集上映も多くなっていますよね。浅井さんがパンフレットの中で「今はドキュメンタリーが時代を映している」ということを記していましたし。一方で今は邦画の劇映画が好調だとも言われています。テレビ局制作のものとか、原作小説を絡めてのメディアミックス・プロモーションを展開するものとか。今の邦画の劇映画は浅井さんにどう映っていますか。

◇今は現実の複雑さに対抗しきれない劇映画が多いよね。劇映画では、映画という機能をフルに使って作られていない。最近では興行の論理が勝ってしまっているよね。特に日本の場合には観客の感情に訴えて、泣かしたり、悲しませたりする「感動」というキーワードが観客の満足度を高めるということになってしまっているから。

◆純愛系で「泣く」のは、ホラー系で「怖がる」とことと並んでズーム以降も、基本形のひとつとして定着した感がありますからね。制作側も最初からそれを狙って、プロット段階から作家に本を発注しているでしょうし。しかも、そういった映画は、シネコンが整備されたという状況と相まって、家族やカップルの休日の過ごし方のひとつといった性格も持っています。やっぱりみんな、手取り早く感動し泣きたいんですかね。

◇そうだと思うけど、実際の人間の感情パターンでいうと、泣き笑いで悲しいとか、怒りながら笑っているとか、例えば、長い間寝たきりの親族が亡くなった時に悲しいけどほっとしたとか、複雑で簡単には言えないリアルな感情がそれぞれたの観客に経験値としてあると思うんだよね。恋愛にしても好き嫌いだけではなくて、嫌いだけど好きとか、複雑な感情がある。でも、それを今の映画はシンプルにしすぎていて、ケミカルなドラッグみたいにある部分だけを精製して観客に打っている。ナチュラル・ドラッグのように、複雑な効き方が長く続いたりするようなものを作ってくればいいんだけど、あまりにも即効性重視の覚せい剤みたいな劇映画が多い。現実はずっと複雑だし、映画はその複雑な現実をトレースしただけではない、想像力でさらに膨らませる事ができる表現メディアなのに、その作業をクリエイター側が怠っていると思う。理由は単純なほうが観客は喜ぶから。瞬間的にだけだね。テレビの演出がそうだね。ケミカルの方が

原価は安くでき、大量生産できて供給を安定させられるからね。

◆今の即効性や強い映画に飽き飽きしている人も多いんじゃないかとも思うんですけどね。製作者側の仕掛けにそろそろうんざりしている人も多いというか。それとも、その仕掛けもわかったうえで楽しんでいるんですかね。

◇僕もジェットコースター的な快感を求めるときはあるけど、そればかりというのに不満を感じている人も多いと思う。現にハリウッド映画の売り上げは落ちてきている。

◆では、今の劇映画に対してドキュメンタリーはどうですか。

◇ドキュメンタリーの場合には、生の人間が出てきているから、表情をひとつひとつも、演出家が演技指導しているわけでもないし、その人の人生が映ってくる。だから、かなり複雑な表情を観客に伝えることができると思う。例えば、人物ドキュメンタリーだったら、登場人物の複雑な考え方や感情に対して、観客が一通りじゃない感じ方をできるし。あるいは、優れたドキュメンタリーだったら、あらかじめある答えを観客に押し付けるんじゃないで、観客はドキュメンタリーを通した現実を見て、いろんな考えを持ったり、想像力をめぐらせることができる。今は、映画の機能を最大限に使いきっていない劇映画が多いから、ドキュメンタリーのほうが面白いことの方が多い。

◆DTPが発達して自分で雑誌が作れるようになったように、今は撮影機材も安くなったし、パソコン内で編集できるようになったので、フットワーク軽く、自分でドキュメンタリー映画を作ろうと思っている人も多いでしょうしね。劇映画だと役者やセットを揃えたりで、まだ大変だと思えますが、ドキュメンタリーに比べて、劇映画で複雑な感情の動きを表現するのは困難なことでしょうか。

◇それは違う。僕は劇映画を否定しているわけではないし、劇映画は複雑な現実を表現するのに最も適したメディアのひとつだと思っている。正確には、絵画や小説や音楽よりも、劇映画という表現メディアは、想像力を駆使して複雑な現実を更に作り変えるのにふさわしい特性を持っているということ。でも、今の作り手はそれを使いこなそうとしない。ある感情が即効で観客に効くということがわかれば、そこだけを強調しすぎる。それはジャンキーになったり、麻痺したり、悪影響を及ぼすんだよね。ナチュラルに作るほうが、難しいじゃない。シンセサイザーやサンプラーの音だって本物のピアノやまして人のボーカルを機械だけで再現するのが一番難しい。

◆今は、ドキュメンタリーのほうが映画の持つ現実を映す特性を、監督が使いこなせているということですか。

◇使いこなせているのではなくて、ドキュメンタリーのほうが、被写体がリアルで複雑ということ。それをそのまま写しているから、きちっと画に撮れてさえば、リアルで面白い人が映っているドキュメンタリーのほうが、劇映画よりも面白いでしょ。面白くない人を追いかけているドキュメンタリーは面白くないよ。で、面白くないドキュメンタリーは面白くない劇映画同様つまらない。

◆もし、現実を捉えた劇映画を作りたいなら、新聞の社会面を見て気になる事件をメモして脚本にすれば、面白いものが作れると思いますか。

◇それだと現実のトレースでしかないから。トレースしているだけで現実のほうが面白い。ニュースでも見て、自分の想像力を働かしていたほうがいいし。ニュースや新聞の記事からは見えてこないことを取材して、想像力を駆使して構成をして、映画にしていけないと面白くはならないと思うよ。

◆ニュースが伝えない背景にあるものを想像して、そこに作者として手を加えて物語化していかないと劇映画としてだめだ。では、最後に。単純で簡単な快感・快楽を与える劇映画が観客に大手を振っている状況で、今、複雑な現実をドラマツルギーとして作品化しようとドキュメンタリーや劇映画を手掛ける人、それらを好んで見ている人、こういった人が求めている快感・快楽とはどういったものだと思いますか。

◇それは知的好奇心を満たす快楽だよね。これは人間の持っている快楽のなかで一番好きないもので、男女年齢を問わず死ぬまで衰えない。食欲とか性欲とか生命力は落ちてくるけど、人間は一週間後に死ぬとわかってても人の話を聞くと思うし、食べた事のないおいしい料理を食べたいと思う。本を読むかも知れないし、映画も見ると思うし旅行に行くかもしれない。どうせ死ぬんだったら、世界のことをこれ以上知ってもしょうがない。遠い国のことを知ってもしょうがない。他人のことをこれ以上知ってもしょうがない。でも、世界のシステムがどうなっているかを知りたいという欲望は尽きないのではないかとと思う。人は必ず死ぬ、でも死ぬまで世界のことを知りたい、それは世界を知ることによって自分の存在が世界のどこにいるのかを認識できるからだと思う。要するに人は死ぬまで自分を認識する作業を繰り返している。逆にいえば世界の中で自分がどこにいるかを認識するために人は生きていく。

このインタビューを読んでいる大概の人はまだ死が遠い事と認識していると思います。そうすると先行きの不安から、今もし今自分のやりたい事でなかなか食えない場合、こんなに経済的に苦労したりしないで派遣に登録して仕事したり、企業に雇われた方が収入も安定するし生活も楽になるかもしれないと思ってしまうかもしれない。でも人には等しく死が訪れ

る、ならば、どうせ死ぬのなら本当にやりたい事をやる時間と金を稼ぐ時間を区別しないで自分の好きな事をいろいろ調べてトライ&エラーでやった方が精神的に健康になれるし、面白いでしょ。自分の知的好奇心を満たす欲望をフル回転させて“自然”に生きていけばいい。反対から見れば自分の知的欲望をフル回転させていない人は、生きていない、死んでいるも同然ということだね。世界を均一に管理しようと思っている側はそういう死んだも同然な人が多くいてくれた方がいいと思っている。その方が管理しやすいからね。そういう側は、知的好奇心なんか皆持ってくれなそうも思っていると思うよ。ましてや個人個人が自分が世界の中でどこにいるかをはっきり認識されたら世界を均一にしようとする側、非ごちゃまぜ化の側は困ると思う。そしてその自分が世界のどこにいるのかを認識するのに現時点での最適なメディアは映画館で見る映画だと思う。この論法で行くと映画は世界を変える可能性があるメディアである。だから僕は映画に惹かれるわけです。

## 浅井 隆(あさい・たかし) asai@uplink.co.jp

アップリンク取締役社長／映画プロデューサー。1955年4月18日、大阪生まれ、大阪府立池田高校卒。1974年より10年間演劇実験室に在籍、舞台監督を務める。1987年有限会社アップリンクを設立、渋谷区宇田川町に映画館、イベントスペース、ギャラリー、カフェレストラン複合させたスペースを運営。デレク・ジャーマン作品を日本に紹介し、ジャーマン監督の『ザ・ガーデン』『エドワードII』『ヴィトゲンシュタイン』『BLUE』では共同プロデューサーを務める。映画の(共同)プロデュース作品には『愛の悪魔：フランシス・ベイコンの歪んだ肖像』ジョン・メイブリー監督、『ふたりの人魚』ロウ・イエ監督、『I.K.U.』シュリー・チェン監督、『アカイミライ』黒沢清監督、『ストロベリーショートケイクス』矢崎仁司監督、『甲野善紀身体操作術』藤井謙二郎監督などがある。現在ロウ・イエ監督の企画でバレスチナを舞台にした映画を企画中。