企画２　グローバル化するポピュラーカルチャーと国際文化学

大衆演劇はグローバル化の時代をどう生き抜くか？

パネリスト　鵜飼正樹
Masaki UKAI
●京都文教大学教授
（社会学・大衆文化論）

はじめに

20世紀後半、爆発的な勢いで普及したテレビというマスメディアによって、大衆芸能は大きな影響を受けた。影響といっても、テレビによって飛躍したのはごく一部の芸能・芸人で、多くの芸能、とりわけローカルな「実演」の場を基盤とする芸能は、致命的な打撃をこうむった。テレビの普及だけがその原因とはいえないが、旧来の大道芸や門付芸の多くは、1960年代から70年代に日本から姿を消してしまった。そうした中で、21世紀の今日まで、大衆演劇が命脈を保ち続けていること自体、瞠目に値する。伝統芸能や民俗芸能などとして公的な補助を受けなかったにもかかわらず、大衆演劇が絶滅しなかったのはなぜか、そして大衆演劇は今後どのように変わっていくのか、考えたい。

１．ジャンルとしての大衆演劇

「大衆演劇」は、座長を中心とする、家内労働的色彩の強い小規模な一座によって、都市の下町・場末にある常打ち小劇場や地方の温泉、ホテル、ヘルスセンター、健康ランドなどの舞台を中心に、１年中ほぼ毎日休みなしで、上演されている芸能である。内容は、主として義理・人情をテーマとする時代劇と、舞踊・歌謡ショーで、演目は日替わりの場合が多い。常打ち劇場で1000円台、温泉などでは弁当・飲み物付きで2000円台という低料金で上演される。大衆演劇の役者の中には、自分から進んで飛び込んできた者もいるが、家業として、２代、３代にわたって従事する役者も少なくない（とくに座長）。かつては旅芝居、寄席芝居、ドサ回りなどと呼ばれていたが、1970年代から、このジャンルをさして「大衆演劇」の語が一般的に使用されるようになった

［鵜飼1996: 179 ～186］。

大衆演劇がマスメディアに登場することはあまり多くない。したがって、座長や役者の知名度は、一部をのぞけばきわめて低い。常打ち劇場や地方の温泉、健康ランドなどは、大きくても200人程度の定員である。こうしたことから、「大衆演劇」を称していても、大衆的な支持を得ているとはいえないのが現状である。

業界全体を統括する団体もなければ、統計もないので、大ざっぱな推測しかできないが、大衆演劇というジャンルの規模について概観しておこう（2011年７月現在）。

大衆演劇ファンの雑誌『演劇グラフ』の「座長・劇団名別」公演先案内のページに掲載されている劇団の数は、120劇団程度である。１劇団の平均の劇団員数を10人とすると、大衆演劇に従事している人の数は、全国で1200人ぐらいということになる。もちろん、劇団に所属している人がすべて役者として舞台に立っているわけではない。だが、少なくともそのうちの８割は役者であると考えてよいだろう。ということは、全国に大衆演劇の役者は約1000人いると推定できる。

観客動員という側面から見ると、１劇団あたり毎日200人の観客を動員していると仮定すれば、大衆演劇を見る観客は全国で１日に2万4000人という計算になる。これは日本の人口のわずか0･002％で、テレビの視聴率と比べると、大衆の支持どころか、マーケットとしていかに微々たる規模でしかないかがよくわかる。

しかしこの数字は、現代日本の芸能の１ジャンルとしてみれば、けっして小さくない。日本の伝統的演劇とみなされている歌舞伎と比較してみよう。歌舞伎の役者は約300人。役者の数もあって、歌舞伎が同時に公演できるのは３劇場が限度であるという。だとすれば、東京・（旧）歌舞伎座（定員約1800名）、国立大劇場（定員約1500名）、大阪・松竹座（定員約1500名）を、それぞれ昼夜満員にしても、歌舞伎の1日あたり最大の観客動員数は約8600名にすぎない。つまり、現代の大衆演劇は、役者の数においても、観客数においても、歌舞伎の３倍の規模を保持しているのである。ちなみに、吉本興業に所属する芸人の数は約700名、大相撲の力士の総数は約750名、落語家は650名。文楽や講談、浪曲などに従事する芸能人の数は、はるかに少ない。

2．20世紀後半の大衆演劇

（1）敗戦直後から1960年代

アジア－太平洋戦争直後、大衆演劇は黄金時代を迎える[(1)]。敗戦によって打ちひしがれ、娯楽に飢えた人びとを、大衆演劇が引き寄せたのである。関西の大衆演劇の関係者を取材した古川嘉一郎は、次のような話を書き留めている［古川1980a: 10］。

「開場の２時間ぐらい前から、２列縦隊のお客さんが100メートルぐらいの列をつくって劇場の前に並んだ」

「お客さんが来るわ来るわで、木戸口に置いたリンゴの木箱に、いただいた入場料を放り込んで、それがあふれそうになるので、上から踏んづけて、また放り込んで…汗びっしょりで応待（ママ）したことがありました」

その後1960年代前半までは、映画やストリップなどに押されつつも、大衆演劇は観客から一定の支持を得てきたようだ。『京都新聞』紙上での上演記録を見ていくと、現在ストリップ劇場である「ＤＸ東寺」の前身、東寺劇場で大衆演劇の公演が減少し、ストリップ公演中心になっていくのは、1958年以降のことである。また、大津市内にあった昭劇は、映画館を改装し、1958年３月から1962年７月まで、大衆演劇専門の常打ち小劇場となっている。

（2）テレビの普及と大衆演劇の衰退

冒頭に述べたように、テレビは芸能の楽しみ方を根本的に変えてしまう画期的なメディアであった。テレビ以前の芸能はすべて実演＝ライブによって、すなわち上演される時空を演者と観客が共有することによってしか、享受することはできなかった。しかしテレビは、家庭にいながらにして、芸能を楽しむことを可能にした。わざわざ劇場や寄席に足を運ぶ必要はなくなったのである。テレビの普及によって多くの芸能が衰退したのは、当然のことであった。

大衆演劇とて、大きなダメージを受けたのは事実である。断片的なデータしか提示できないが、1960年に55館あった関西の大衆演劇の常打ち劇場は、1963年には31館、1965年には20館、1966年には17館、1968年には14館、1973年にはわずか５館になってしまう[(2)]。古川が紹介している、ある劇場の支配人の「（昭和）47 ～48年ごろがどん底で、ひょっとしたら絶滅するのではないかと思った」［古川1980a: 10］という声も、この数字を裏書きしている。しかし、大衆演劇はこのどん底の時代から40年近くも生き延び、今日にいたっ

た。

（3）1980年代の「大衆演劇ブーム」

1980年代に入ると、大衆演劇はブームといっていい活況を迎える。1977年に大衆演劇の常打ち劇場として開館した東京・浅草の木馬館が予想外の集客に成功すると、福岡、北九州、広島、岡山、松山、神戸、名古屋といった大都市や地方中核都市にも常打ち劇場が相次いで開館する。

この大衆演劇ブームに関しては、二つの要因をあげることができる。

ひとつは、九州での座長大会の成功。1980年9月、福岡県飯塚市の嘉穂劇場で開催された「第１回全国座長大会」の模様が、同年10月のＮＨＫ特集『晴れ姿！　旅役者座長大会』として放送され、その盛り上がりぶりは全国の視聴者に強く印象づけられた。この番組は「大衆演劇ブームの発火点」となり、「この後関東および関西が倍旧的にうごきだすように」［橋本1983b: 88］なった。

もうひとつは、「下町の玉三郎」の異名をとる、梅沢富美男人気の全国区化。芝居ではとぼけた三枚目、舞踊ショーでは一転して妖艶な女形に変身する梅沢は、1978年に実兄が座長をつとめる劇団の副座長を襲名するが、すでに当時から関東一の人気役者だったという［橋本1983b: 114］。彼の名前と顔を広く世に知らしめたのが、1982年6月から8月にかけてＴＢＳ系で放映されたテレビドラマ『淋しいのはお前だけじゃない』である。大衆演劇を舞台とし、梅沢自身が劇団の女形役者の役を演じたこのドラマは、その年の話題作となった。同年10月にLPレコード『夢芝居』を発売した梅沢は、翌83年末のＮＨＫ『紅白歌合戦』に出場する。

以上に見たように、1980年代の大衆演劇ブームを駆動したのは、テレビだった。皮肉なことに、テレビによって衰退した大衆演劇は、テレビによってブームとなったのである。

３．大衆演劇の生き残り戦略

では、大衆演劇はどのようにしてテレビという逆風の中を生き残ることができたのか。以下の５点にまとめることができる。①ヘルスセンターという公演場所を拠点とすることによって、芸能の実践共同体としての劇団を維持できたこと。②公演による収入は低かったが、ヒイキ（贔屓）からのハナ（祝儀）がそれを補ってあまりある収入をもたらしたこと。③中高年女性客をター

ゲットに、特定少数の常連客を動員するという戦略をとったこと。④「ふれあい」「交流」という魅力を持っていたこと。⑤大衆演劇には生き残りを可能にする根強さがあったこと。

それぞれについて、以下で見ていく。

（1）劇団という実践共同体の維持とヘルスセンター

大衆演劇がその公演場所であった常打ち劇場をつぎつぎと失っていく一方で、新たな公演場所が浮上してくる。それがヘルスセンターであった。ヘルスセンターの先駆けは、1955年に開業した船橋ヘルスセンター（千葉県船橋市）だとされるが、大浴場を中心に、遊園地、ボウリング場、プール、宿泊施設などを併設した、家族、団体で１日楽しめる複合レジャー施設は、その後全国各地に建設された。ヘルスセンターには舞台付きの劇場、演芸場、大広間、ホールといった施設も必ずといっていいほど併設され、流行歌手のショーに多くの観客が集まった。しかし､それはあくまで特別な機会であり、それ以外の日の余興、いわば日常の舞台の埋め草として、大衆演劇が進出していくのである[(3)]。

とはいえ、飲食を伴う団体客を中心とするヘルスセンターでは、舞台に真剣に見入る観客は多くない。観劇中に酔っ払って騒ぐ観客もいる。こうした点で、ヘルスセンターより常打ち劇場の方が「本舞台」であると認識されていた。また、ヘルスセンターのギャラは安かった[(4)]。しかし、１ヶ月を単位とする出演契約のもと、ヘルスセンター側から食事が提供され、劇団員は寮に寝泊まりできた。つまり、ヘルスセンターで公演している間は、寝食付き最低限の生活が保証されたわけで、総体的に見れば、劇団での生活は以前より安定した。

何より重要なのは、ヘルスセンターを拠点とすることで、「劇団」という芸能実践共同体が維持できたことである。役者個人がテレビタレントなどとして生き残るのではなく、劇団として存続することによって、バリエーションに富んだ演目を、観客のニーズに合わせて上演すること、血縁・師弟関係や日常生活を通じて、演目や芸を伝承することが可能になった。

（2）ヒイキ客からのハナという支援

大衆演劇の役者の給料は、信じられないほど安い。私が大衆演劇の役者として舞台に立っていた1982年から1983年にかけて、毎月もらっていた給料はわずか1万5000円だった。これが特に少ないというわけではなく、1980年に

関西の大衆劇団を広く取材した古川も「取材を通して集めた情報によると、大体月額２万円～３万円程度である」［古川1980b: 15］としている。だが、独身で、楽屋や寮に寝泊まりし、提供される食事をとり、着た切り雀に徹し、なるべく外出しないようにして生活していれば、さほどの不足は感じなかった。

しかし、衣装や鬘を作ったり、家族を扶養したり、自動車や耐久消費財を購入したりしようとすれば、当然足りない。極端に安い給料を補い、舞台に必要なものを揃え、世間並みの、あるいはそれ以上の生活を可能にするものが、ハナ（祝儀）である。

大衆演劇では、芝居の後に舞踊・歌謡ショーが上演される。ハナはこのショーの中で、観客から直接役者に手渡される。衣装や帯、扇子、飲食物などの現物を手渡されることもあるが、「ハナ」と呼ばれるのは、現金（多くは１万円札）である。着物の帯にはさんだり、襟にピンで留めたり、レイのようにつないで首にかけたり、札束のまま無造作に舞台に投げたり、ハナの渡し方はさまざまである。

こうしたハナ＝経済的な支援を積極的にしてくれる観客を、ファンと区別してヒイキ（贔屓）と呼んでいる。ショーの演出の一つと心得て、お気に入りの役者が目立つような渡し方をするヒイキも少なくない。中には、目立ちたくないので楽屋でこっそり現金を渡すというヒイキもいる。このハナが、人気役者になると相当な額にのぼる。たとえば九州のある座長は、1983年のインタビューで次のように語っている。

「ポンと五百万いただいたこともあるし、（あるヘルスセンターでは）お客さんが四十日間泊まりつづけ、合計で一千万円いただいたこともあります」［橋本1983a: 86］

さらにヒイキは、別の形でも、役者を支援する。一緒に出かければ、食事やタクシー代はヒイキが持ってくれる。出かけた先では、服や靴を買ってくれる。衣装や鬘の代金も自動車のローンも代わりに払ってくれる。こうして、大口のヒイキがいれば、自分の懐を痛めることなく、相当な生活を送ることもできるのである。

ただし、ヒイキを作るためには芸や才能や美貌や甲斐性といったものが必要であり、大衆演劇の役者であればだれもが大口のヒイキを持っているわけではない。私にはファンはできたが、ヒイキはできなかった。

ハナは役者の人気・実力のバロメーターであり、ヒイキができることは、役者としてやっていく通過儀礼であるといってもよい。ヒイキがついた役者

だけが大衆演劇の世界で生き残っていけるのだ。生き残っていくために、大衆演劇の役者たちは、化粧をし、着飾り、芸を磨くのである。

（3）中高年女性の常連客を集客する

ヘルスセンターという公演の場が確保でき、ヒイキができたとしても、やはり肝心の公演にまったく観客が集まらないようでは、公演場所自体が存続できない。ターゲットを絞り、コンスタントに集客する必要がある。

大衆演劇がターゲットとした観客層は、中高年の女性である。しかも、ありていにいえば、ダサく、所得も学歴も高くない、しかし平日の昼でも芝居を見に行ける程度の所得と時間の自由がある、おばちゃん・おばあちゃん層だ。

彼女らは、高度経済成長期のマス・マーケットやマスメディアからは無視された人たちであった。たとえば昭和40年代初めまでのテレビには、こうした層の好奇心を満たす番組がほとんどなかった[(5)]。大衆演劇は、マスメディアの視界の外にあったニッチをターゲットにしていったのである。

ただ、都心の大劇場も、中高年女性客をターゲットとしていたという点では、大衆演劇と同様だった。だが、大衆演劇の常打ち劇場とは、集客の戦略が異なっていた。大劇場の戦略は、団体客を大量動員することにあった。団体客は、不特定多数の一見客といいかえることもできる。それに対し大衆演劇の常打ち劇場では、特定少数の熱心な常連客を繰り返し見に来させることを戦略としたのである。わかりやすくいえば、月１回、１万円で歌舞伎座に来させるのではなく、1000円で毎日、大衆演劇の常打ち劇場に通い詰めさせようというわけだ。

この集客の戦略は、まず公演形態にあらわれている。低料金で、演目は日替わりという大衆演劇の常打ち劇場での公演形態は、毎日見に来る観客がいることを前提としたものだ。

また、常連客を動員するために、徹底したサービス精神が発揮された。座長だけでなく、普通の座員までもが、芝居に舞踊に歌に、衣装や鬘を取り替えて、１日に何度も舞台に登場する。そして終演後の送り出しでは、役者が出口に先回りして、「ありがとうございました」と頭を下げる。

常連客は役者に顔や名前を覚えられ、送り出しで直接話しかけられる。役者から個人として認識されることは、さらにコアなファンとして深入りすることにつながる。

（4）「ふれあい」「交流」の魅力

大衆演劇そのものが持つ魅力についても指摘しておきたい。

役者、観客の双方が口にする大衆演劇の魅力が「ふれあい」「交流」である。小劇場での公演が生む一体感。芝居中も生じる舞台と客席とのざっくばらんなかけ合い。粗末な舞台に漂う生活感。送り出しでの私生活をめぐる会話。商店街で素顔の役者に出くわすこと。客席で隣に座った観客同士での世間話やお菓子のやりとり。「ふれあい」「交流」ということばで指し示されるのは、こうした大衆演劇特有の演者と観客との距離の近さからくる関係性やコミュニケーションのあり方である。

ここには現代社会では失われた人情が生きている、などというつもりはない。しかし、こうした関係性やコミュニケーションは、マスメディアでは構築できないのも事実である。

また、マスメディアに取り上げられないことも、大衆演劇の魅力として結果的にプラスに働いた面がある。九州、関西、関東のそれぞれのブロック内の、それも限られた常打ち劇場やヘルスセンターでしか公演しないことで、大衆演劇の役者は、「地域限定的」「知る人ぞ知る」スターとなる。観客はそのスターに、スクリーンやブラウン管を介することなく、ライブで、手を伸ばせば届きそうな距離で、接することができるのだ。

こうした条件は、ファンに「知っているのは私だけ」という特権意識をもたらし、「私のスター」として、役者への強い肩入れを生む。役者を応援する、現在の言葉でいえば、ファンというよりサポーターとしての肩入れである。プロによるローカルな実演芸能という側面は、もともと大衆演劇にあったが、マスメディアに取り上げられないことで、むしろその稀少価値が高まったといえる。

ただ、こうした魅力は、大衆演劇がマイナーなジャンルであることを前提としている。有名になって大劇場で公演したり、マスメディアを通じてブレイクしたりすれば、失われてしまうものである点にも留意しておきたい。

（5）根強さ

最後に述べておきたいのは、以上に見てきたような大衆演劇の生き残りは、業界がプロジェクトとして積極的に仕掛けたものではないという点である。情報発信や市場開拓にも、積極的に取り組んできたとはいえない。業界としても、個々の劇団としても、生き残るために選んだというより、時代の流れに押し流された先をニッチとして、結果的に生き残ったといった方が、適切

だろう。

ただ、ニッチで根を張り、生き残るためには、相当な根強さが必要である。大衆演劇にはこの根強さが備わっていた。そして、ニッチで根を張っていれば、独特の嗅覚を持った人たち（おばちゃん・おばあちゃん層やヒイキ）がかぎつけ、近づいてきて、ハマってくれたのだ。

4．大衆演劇はこれからどうなっていくのか？

その後も、何度か人気者がマスメディアに取り上げられながら、バブル崩壊後の「失われた時代」を乗り切り、大衆演劇は21世紀の今も健在である。もはや「消えゆく芸能」や「どっこい生きている」といったフレーズで語られることはなくなり、大衆演劇は大衆芸能の１ジャンルとして市民権を得ているといえる。

00年代に入り、大衆演劇の世界では、３代目世代の台頭がいちじるしい。戦後の黄金時代にデビューし、テレビの普及に伴う大衆演劇の衰退期を生き延びた世代（昭和10年代・1940年代生まれ）を初代世代[(6)]、80年代のブーム期に「若手」として台頭した世代（1950年代後半～60年代生まれ）を２代目世代とすれば、1980年代から90年代初頭に生まれた３代目世代が、座長や花形として活躍しはじめた[(7)]。

この世代交代は一座の中での座長の継承という形をとることが多い。先代は一座の中で敵役、老け役、太夫元[(8)]などに回って座長を支えるため、世代間闘争といった形にはなっていない。劇団という実践共同体を維持しつつ、世代交代が進んでいることから、マイナーな芸能として、少なくともあと15年ぐらいは、後継者の心配はいらないといえそうだ。

ホームページやブログ、動画投稿サイトでの情報発信は、大衆演劇の世界でもおこなわれている。ただ現在までのところ、それが大衆演劇の世界そのものを大きく変えることはなかった。新しい観客の開拓よりは、すでにある関係性を維持・強化するツールの域を出ていない。

むしろ、デジタル化された世界でのコピーが容易になったぶん、コピー不可能な体験が持つ意味はさらに大きくなったとも考えられる。この点で、実演＝ライブに徹する大衆演劇は強みをもっている。

「会いに行けるアイドル」として、秋葉原の専用小劇場でのライブ活動が中心だった初期のAKB48の売り出し方は、特定少数の観客に対する「ふれあい」「交流」を魅力とする大衆演劇のビジネスモデルを流用したともいえ

るのではないか。あるいは、デフレカルチャー、「和」ブーム、日本回帰・地元回帰、地下アイドル、ローカルアイドル、B級グルメなど、21世紀に入ってからブームや話題になったものは、一見すると周回遅れに見える大衆演劇が、じつは先取りしていたのだともいえるのではないか。

大衆演劇の将来の鍵を握っているのは、ターゲットとしてきた中高年女性の動向だ。私が大衆演劇にかかわり出した1980年代前半、心配だったのは、当時観客として見に来ていたおばちゃん、おばあちゃんたちがいなくなったら、この世界はどうなるのだろうということだった。しかし現在まで、この心配は無用だった。なぜなら、その後も新規におばちゃん層は観客として参入してきたからである。

しかし、これから先もおばちゃん層が観客として安定して供給される保証はない。先ほど、今後15年ぐらいは後継者の心配がないと書いたが、後継者がいても支持する観客がいなくなれば、絶滅せざるをえなくなる。

この点に関しては、以下の二つの仮説がありうる。

ひとつは、若い女性もいずれはおばちゃん化し、大衆演劇や演歌を好むようになるから、今後も観客は安定して供給されるという仮説だ。1980年代以降も大衆演劇が一定数の観客から支持されてきた事実の延長線上に、大衆演劇の将来を見る。00年代の韓流ブームに見られるように、その下地はあるようにも思える。

もうひとつは、大衆演劇のローカル性が薄まる中で、母集団が全国に拡大した結果の見かけ上、おばちゃん層が一定数参入しているだけで、絶対数としてはおばちゃん化する女性は確実に減少しているという仮説だ。かつては劇場に歩いて行ける範囲内で充分に集客できるほど、「地元」のおばちゃんの絶対数が多かったが、現在は電車やバス、自動車で遠方から来るおばちゃんの方が多い。これは、交通手段の発達がもたらした結果であり、大衆演劇に魅力を感じる潜在的人口は減少しているという仮説である。

どちらの仮説をとるのかで、大衆演劇の将来は分かれる。

〔注〕

（1）古川嘉一郎は、大衆演劇の黄金時代を、第1期が大正末から昭和14から15年まで、戦後22年から30年代の前半ぐらいまでを第2期としている［古川1980a: 9］。

（2）70年代まで常打ち劇場が残っていたのは関西（大阪・神戸）と関東（東京・横浜）のみで、「大衆演劇の本場」とされる九州では、すでに常打ち劇場はなくなっていた。なお、2011年7月現在、関西の常打ち劇場は、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県に合計20館。

（3）すべてのヘルスセンターに大衆演劇が進出したわけではなく、歌手や民謡一座、少女歌劇など、さまざまな芸能が上演された。大衆演劇を上演したのは、規模が小さく資本力のないヘルスセンターが多かったようだ。

（4）ヘルスセンターのギャラは、違法としかいえないほど安い場合もあった。橋本は次のような例を挙げている。「劇団より温泉センターの方が（数が）少なかったために、ギャラのダンピングが平然とおこなわれ、最悪のケースでは一ヵ月の出演料が八万三千円という具合いに、各劇団がみずからの首をしめる事態をまねいたのである」［橋本1983b: 56］。
（5）ワイドショーの最初とされる『木島則夫のモーニングショー』が1964年、午後のワイドショーである『アフタヌーンショー』は1965年、一世を風靡した人気番組『３時のあなた』は1968年に放映を開始している。
（6）話をわかりやすくするためにここでは「初代」としているが、すでにこの世代で、ジャンルとしての大衆演劇としては２代目、３代目にあたる。
（7）マスメディアで名前を知られている３代目世代の役者として、橘大五郎、早乙女太一らがいる。
（8）劇団の経営面での責任者のこと。

〔参照文献〕

鵜飼正樹　1988 「大衆演劇と見世物―比較大衆芸能論序説」『現代風俗'88-'89』リブロポート
鵜飼正樹　1996 「大衆演劇の輪郭」吉見俊哉編『都市の空間　都市の身体　21世紀の都市社会学４』勁草書房
鵜飼正樹　2008 「根強さの理由―今を生きる文化として」『上方芸能』170
内田忠賢　2002 「高度経済成長期の船橋ヘルスセンター」『現代風俗2002　20世紀の遺跡　現代風俗研究会年報24号』河出書房新社
橋本正樹　1983a 「大衆演劇■人気座長インタビュー」『新劇』360
橋本正樹　1983b 『旅姿　男の花道』白水社
古川嘉一郎　1980a 「大衆演劇が受け継いできた様々な芸能　戦前・戦後の断片的な記録を追って」『上方芸能』66
古川嘉一郎　1980b 「なんでも事典　これが大衆演劇の世界だ　その現状と側面を知るための15の解説」『上方芸能』66