株式会社イヤンホガイド
代表取締役社長 久門隆さんインタビュー

いまや歌舞伎や文楽といった伝統芸能をはじめとする舞台公演にかかせない存在となっているイヤホンガイド。現在ではイヤホンガイドのみならず、舞台字幕Gマークも、LED字幕機、メガネ型字幕機やスマートフォンを利用するなど、様々な形で運用されています。創業者である先代社長がイヤホンガイドを始められた時のお話から今後の展開にいたるまで、社長の久門隆さんに色々にお聞きしました。

きっかけは飛行機の中

—今では歌舞伎公演をはじめ当たり前の存在になりましたが、イヤホンガイドの最初の利用者は少なかったそうですね。

一九七五年、東京の歌舞伎座で初めてイヤホンガイドを運用した際、用意した小型ラジオを利用したのはたったの七人でした。けれど、その時そばで見ていた先代の社長である父・久門郁夫は、説明を受けた方の半数が利用し、終演後に芝居が面白くなったと感想を寄せてくれたことで手応えを感じたと言います。同時解説の内容が一般に知られるようになれば、もっと利用者は増えるだろうと。その一年後に、朝日解説事業株式会社がスタートしました。

—先代は元々、朝日新聞社の新聞記者をされていたそうですね。

そうなんです。イヤホンガイドのきっかけとなった出来事も記者時代の経験からでした。フランス出張に出かけた折、飛行機で新作のフランス映画が上映されたんです。当時は吹き替えも字幕もないのでフランス語のセリフがまったくわからない。ところが隣席の同僚がすでに映画雑誌を読んで筋を知っていたので、時々耳元で囁いてくれた。その断片的な説明だけでも話がつながって楽しめたので、これを何かに活かせないかと思ったそうです。

—それが電波利用と結びついていったんですね。

新聞社から東京12チャンネル(現・テレビ東京)に出向した父は、これからの情報社会で電波をうまく利用する手立てを考えていて、「微弱電波を使って決まった範囲内に流す媒体を作っては」という助言を友人からもらったんです。それでまず地下鉄で試験車両を走らせて、微弱電波を出し放送する実験をして成功しました。「メトロラジオ」として事業化に乗り出そうとした時、オイルショックが起こりそのままたち消えになってしまいました。次に実験したのが競馬場の場内放送です。ところが配当金の不正騒ぎで大騒乱が起きてしまい、小型ラジオを渡したらお客さんたちが投げて危険だと、実施寸前で中止になってしまったんです。

歌舞伎座での運用開始

—その後、歌舞伎座でのイヤホン解説に目を向けられますね。

それからサッカー、プロレス、ゴルフ、相撲などにもあたり、国立劇場にも計画を持っていきましたが、歌舞伎は直接体験するものだからと当時は話が進まなかったそうです。そこで、商業劇場だし啓蒙的なイヤホン解説に興味はないだろうと思っていた歌舞伎座に話したら、「日本人向けに日本語で解説したい」という父の思いに、当時の支配人・堀内森夫さん(後に松竹株式会社専務)が賛同してくださいました。そこからテストを繰り返して、昭和五十年十一月から本放送に入りました。

父は社会部の記者だったので、物事の真実を追求する相当なリアリストでした。だから、目の前にあるものがわからないのにありがたがったり、自分のプライドでわかったふりをすることが嫌いな人だったんです。歌舞伎も素晴らしいものだとありがたがるだけで、じゃあどこがいいのかと聞いてもわからない、観ても理解できないという人が多いのはもったいない。何百年も残っているのだから良いものに違いなく、内容がわかれば誰もが楽しめるはずだと。フランス行きの飛行機での同僚のように、歌舞伎通の友人が隣で囁いてくれているような、そんなイヤホン解説ができたら面白いのではないか、と考えたんです。

歌舞伎の演目には、歌舞伎俳優、演出家、脚本家の何十年、何百年分の想いが込められていて、セリフひとつにもこだわりが詰まっている。でも初めての方には全然わからないですよね。ところが少しでも背景がわかってくると、「ああ、このセリフはあの人に対してのオマージュなんだな」とか、「だからもしかしたらこの演出はあの人に似てるのかな」など、どんどん広がりが生まれていって、観ている方は俄然面白くなってくる。そうすれば次も観てみたいという気持ちになりますよね。

時代とともに変化しているのは、昔の言葉を知らない層が増えてきたことです。今の若い方は、たとえばキセル、へっつい、長屋と言っても何のことかわからない。解説者たちと話し合いながら、時代にあわせたガイドになるようにと日々考えています。

最近よく聞く話があるのですが、若い方が海外へ出ると、向こうの方は自身のルーツや文化を皆しっかり語ることができる。けれど自分たちは日本文化を何も知らず何も話せなかったとショックを受けて帰ってくる、というんですね。グローバルな世界になればなるほど日本の文化を知ることは必要になってくるし、そういった時に歌舞伎に興味を持っていただき、その入り口にイヤホンガイドがなれたらと思うんです。

—イヤホンガイドだけではなく、早い時期から舞台字幕も手がけられていますね。

昭和五十年代から招聘もののミュージカル、オペラも手がけるようになりました。最初はイヤホンガイドで翻訳をつける形でしたが、徐々に字幕へ移行していきました。我が社では舞台字幕のことを「Gマーク」と呼称していますが、現在ではLEDやプロジェクターを利用するスタイルがあって、舞台の脇などに設置します。もう一つはパーソナル字幕機で、必要な方に貸し出して客席で使っていただきます。

けれど、どうしてもお客様の視線は字幕と舞台の間を行き来することになり、集中力が分散してしまう。お客様としてはもっと目の前の舞台とつながりたいと思われているのではないか

多くの舞台公演で愛用者の多いイヤホンガイド

と考え、より没入感を感じていただきたくて運用を始めたのが、メガネ型の字幕機(スマートグラス)です。劇団四季の『ライオンキング』『リトルマーメイド』で、このスマートグラスを使用した多言語字幕サービス」を運用しています。これによってお客様は舞台から目を離さずに観劇することができますし、聴覚障がい者の方の観劇支援にも活用されています。ただ、まだけっこう重量があるんですね。これからどんどん改良されていくと思います。

イヤホンガイドの再定義

—久門社長は、どのようなきっかけでイヤホンガイドで仕事をするようになられたのでしょうか。

私は現在十五年目ですが、先代である父はこの会社は一代限りだと言っていました。兄も研究者で全然違う分野に進んでいますし、私はIT系の商社に十一年、ベンチャー企業に四年在籍していました。でもやはり父のことは気になりますのでベンチャー企業に転職する際、父に「どうするの?」と聞いたら、「おまえに何か関係あるのか?」と(笑)。ところが、それから二年経ち、新たな事業部の立ち上げで大阪に転勤したところ、「いつまでそっちにいるんだ」と父から頻繁に電話がかかってくるようになって。何かと思えば、「会社を手伝わないか?」と。

私は父が四十五の時の子供なので、父親が現役でバリバリ働いている姿を見ていません。当然仕事の内容もよくわからず、父の生き様というか、この人はどういう思いで仕事しているのかを知りたくなった。それで一緒に仕事をしてみたいと思ったんです。前職に目処がついた二〇〇四年三月から、共に働くことになりました。八十六歳で亡くなるまでの四年間でしたが、父親はこういうことを考えていたんだということがよくわかったし、アプローチが違うだけで想いは一緒でしたから、喧嘩をしてもある意味建設的な喧嘩でした。一緒に仕事ができて本当によかったと思っています。〇五年には会社名を株式会社イヤホンガイドに改称し、〇六年、父は長年の活動に対して文化庁長官表彰をいただきました。翌年には創業三十周年のパーティーも行うことができました。

—社長に就任されてから、何か転機になったことはございますか。

父の代では、イヤホンガイドとは「解説をするもの」でした。けれど、仕事を引き継ぎ改めて今後のことを考えた時に、イヤホンガイドを定義し直したんです。それは、「気づきを与えるツール」だということ。そう定義し直したことによって、何にでも通用すると思えるようになったのは大きかったですね。イヤホンガイドをご存知の方は「歌舞伎や文楽のね」とおっしゃいますが、舞踊でも、現代劇でも、博物館だっていいんです。そういう考えから、これまでお付き合いのなかったミュージカルやバレエの分野でも使っていただくようになりましたし、能楽でも「能サポ」といって、端末をお貸ししたり、お客様のスマートフォンにダウンロードして使うタイプの字幕コンテンツに繋がっていきました。

劇場での字幕解説サービスの様子

新時代に向けて

—受け身の「解説」ではなく、「気づき」によってお客様が能動的に舞台と繋がっていける、そのお手伝いということですね。

はい。あくまでも主役は目の前の舞台であって、私どもの役割はいかに気づきを与え、お客様自身が感動を見つけていくかなんです。先ほどから表示器のお話をしていますが、メガネ型字幕機でもスマートフォン型でも、表示器はなんでもいいんです。バックヤード側の提供システムは全て共通で、今日はLEDの字幕で、今日はスマートフォンを使った音声でということができるので、ニーズ次第で表示器はいかようにも考えることができます。舞台とそれを楽しもうとするお客様、そのアナログな主役同士をうまくデジタルでつないでフックをかけることができれば、また観たいという方が増えて観劇の裾野もどんどん広がっていくと思うんです。

—今後も様々な展開が期待できますね。

歌舞伎のイヤホンガイドという知名度は上がりましたが、逆に難しい古典演目のために使うものだと思っている方もいらっしゃいます。けれど、スーパー歌舞伎Ⅱ『ワンピース』でも、八月南座超歌舞伎でもイヤホンガイドをつけたのですが、お客様の反応がすごくよかった。つまり古典に限らず、目の前で観ている舞台に込められた演出家や役者の意図などちょっとしたヒントを与えることによって、リテラシーが上がり舞台からキャッチするもの、吸収するものが増えるんですね。改めて、イヤホンガイドや字幕は、説明するツールではなく気づきを与えるツールなんだと手応えを感じました。

ポータブル字幕機では、字幕ガイドアプリ・G-marcを利用する

最近、町おこしの一環として演劇をやる自治体が多いのですが、それならイヤホンガイドで街案内を一緒にやってしまおう、なんていう取り組みもしています。演劇でも映画でもなんでもいいんです、具体的には私たちが提案して考えていきますから、業界のみなさんにはぜひ面白い使い道を考えていただきたい。新たな可能性がまだまだイヤホンガイドと字幕にはあると思っています。

取材・文／高橋涼子
写真協力／株式会社イヤホンガイド

■株式会社イヤホンガイド

一九七五年十一月、久門郁夫(前社長)がイヤホンガイドを発案・開発。朝日新聞社と歌舞伎座の協力を得て一年間営業を含めた試験放送開始。七六年八月、朝日解説事業株式会社設立、本格放送開始。同年十月国立劇場の歌舞伎公演、七七年二月新橋演舞場の歌舞伎公演で放送開始。七九年三月、来日の京劇・外国演劇で日本語解説開始。八〇年十二月、国立劇場の文楽公演で放送開始。八一年五月、オペラ・バレエ公演で日本語解説開始。八二年三月、歌舞伎座で英語版解説放送開始。八六年六月パリ歌舞伎公演でフランス語解説放送実施。以後、歌舞伎外国公演は現地語で同時解説放送を行う。九五年七月新電光字幕Gマーク機が完成し、九月ミュージカル『エル・フィリ』でデビュー。九六年五月小澤征爾指揮による新日本フィル・オペラ『蝶々夫人』に登場。二〇〇〇年九月フランス・リヨン歌舞伎公演に登場、海外初進出。〇五年一月社名を株式会社イヤホンガイドに改称。〇九年九月無線のポータブル字幕機のテスト運用開始。同年十一月博物館向けイヤホンガイドが稼働開始。一三年四月新開場歌舞伎座にてパーソナル字幕機「字幕ガイド」運用開始。一七年度経産省新連携事業に認定。一八年より劇団四季公演、能楽公演で新連携事業サービス稼働。