

資料3 ディスカッション2

新しい映画上映のかたち～これから映画上映をはじめる人たちのために

登壇者：宮寄善文（松本CINEMAセレクト）

長島源（CINEMA AMIGO、CINEMA CARAVAN）

有坂壘（キノ・イグルー）

竹中翔子（シネコヤ）

松村豪太、近江志乃（ISHINOMAKI 金曜映画館）

松本CINEMAセレクト 一本でも多く映画を届けたい

宮寄：松本市には、1960年にできた「松本中劇」という映画館があり、400席のメイン劇場のほかに「中劇シネサロン」という名画座もありました。私は、高校生のころから、このシネサロンの映写と番組編成をするようになり、ミニシアターブームの89年から、夜ここを借りて、「松本CINEMAセレクト」の名義で、自主上映をやるようになりました。そこに通って来てくれたお客さんには、映画監督となった古厩智之、水島努、山崎貴さんなどもいました。

しかし、2004年に松本中劇が閉館してしまったので、自分で35ミリの移動映写機やプロジェクターを購入し、それらのかついで公共ホール等で自主上映を始めました。この頃から、松本CINEMAセレクトは、僕の個人的な上映活動から、上映に関心のある人たちと一緒にやる活動に変化していきました。eBay（アメリカ最大手のネットオークションサイト）でフィルムを買ったりもしていました。

2004年にコンテンツ振興法（「コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律」）が可決され、各地方のホールでのデジタル上映を推進する「デジタルdeくみんなのムービー」プロジェクト（デジタルコンテンツ協会による）が始まりました。これは、上映施設を持っているホールや自治体などと、上映してほしい作品をもっている団体（配給者）を結びつける事業で、無料でデジタルプロジェクター等の貸出を行うなど、デジタル素材での上映を加速させました。私も、このシステムを積極的に活用しました。映画作品を“コンテンツ”という言い方は、この頃から定着していきました。

松本CINEMAセレクト

運営者	理事長 宮寄善文
連絡先	長野県東筑摩郡山形村5128（理事長宅） TEL 0263-98-4928 FAX 0263-98-3900 HP http://www.cinema-select.com/ FB https://www.facebook.com/cinemaselect Twitter https://twitter.com/fb_cinemaselect
活動開始年	1981年、自主上映開始 1984年、『松本シネフレンド』名義 1989年、『松本CINEMAセレクト』名義 2006年、NPO法人化
活動拠点の環境	松本市人口…約24万人 長野市と並ぶ、長野県の中核都市。
活動の特徴など	詳細は本文参照。 2009年、松本市より『松本市芸術文化功労賞』受賞
上映会場	まつもと市民芸術館小ホール（288席）／松本市中央公民館Mウイングホール（300席） 松本市美術館オーデトリウム（80席）／Give me little more.（イベントスペース）
上映設備、素材	各施設の備品のプロジェクターほか／ブルーレイが中心
上映本数、観客数など	年間上映本数…長編約87作品、短編約15作品（毎週末上映） 年間観客数…約3,700人

市内の「エンギザ」という映画館を借りられることになって、そこで松本CINAMAセレクトの上映を続けていましたが、そのエンギザもなくなり、市内に映画館がなくなったので、現在は、まつもと市民芸術館のホール等で毎週末上映をしています。年間70～90本を上映していて、毎週末の上映会とは別に、ハレの上映をやろうと2008年から「松本CINEMAセレクトアワード」を始めました。

松本CINEMAセレクトは、2006年にNPO法人化しましたが、いまでも、映画を一本でも多く観客に届けたいという、私の個人的欲望で成り立っているという面もあります。映画はおもしろいと思って劇場に行く人が、一人でも増えたらいいなという思いで、30年間続けています。上映は、映画産業の最終出口の責任がある場所だと考えています。入場料収入が映画会社にいくらか戻って、新しい作品を買ったり、次の作品を作ったりすることの一助となる、そういう位置にいたいと思います。自主上映といっていますが、映画産業の一端を担うという意味では「興行」だとも思って上映しています。

CINEMA AMIGO シネマ・アミーゴ カフェ+シネマ

長島：僕は、映画業界にいたわけではなく、もともとミュージシャンで、海の家やカフェで、音楽イベントを企画したりもしていました。2007年に、当時働いていたカフェで、海への放射能の汚染水放出に苦しむ六ヶ所村の人々を描いたドキュメンタリー『六ヶ所村ラブソディー』(06)の上映会を行ったところ、地元のサーファーたちから大きな反響がありました。そこで、全国のサーファー向けにもこの映画を上映したいと思い、音楽イベントも一緒に組んで“WAVEMENT”というツアーを行いました。これが映画の力を認識するきっかけになりました。地元で何かやりたいと思っていましたが、音楽イベントはやりつくされていたので、映画を中心に、いろんなイベントや食を組み合わせた、地域のトータルカルチャースペースとしての映画館ができれば面白いんじゃないかと考えました。『六ヶ所村ラブソディー』のような、普通の映画館ではやらない映画をやり、マスメディアが伝えない情報を発信する、“オルタナティブ・メディアとしての映画館”、さらに、アーティストの表現の場ともなる、次の世代につながる情報発信の空間にもしたいと思い、「シネマ・アミーゴ」をつくりました。シネマ・アミーゴは、21席の小さな空間で、当初は映画館として1日2～3作品を上映し、映画上映がない時間はカフェとして営業していました。現在は、映画上映とカフェのスペースを別々にしましたが、カフェのメニューを食べながら映画を見ることができます。カフェでは、地元で獲れた野菜の販売なども行っています。やっと2年前からスタッフ一人を雇えるようになりました。

CINEMA AMIGO (シネマ・アミーゴ)

運営者	BASE LLC. (長島源／志津野雷)
連絡先	神奈川県逗子市新宿1-5-14 TEL 046-873-5643 FAX 046-845-9661 HP www.cinema-amigo.com
活動開始年	2009年
活動拠点の環境	逗子市人口…約6万人 ベッドタウンだが、団塊世代が退職し、高齢化が進んでいる。夏は観光客が多く訪れる。
活動の特徴など	本文参照。
上映会場	海の近くの民家を改装、1階が21席のマイクロミニシアター、2階がオフィス。
上映設備、素材	プロジェクター／ブルーレイが中心
上映本数、観客数など	毎日2～3作品を5回上映 観客動員数…1作品につき50人～200人程度、稀に400人を超えることも。
これまでの上映作品	これまででのヒット作は『世界の果ての通学路』『天のしずく』『ボブ・マーリー／ルーツ・オブ・レジェンド』『かみさまとのかみそり』『未来の食卓』など。
観客層	近隣の年配層や主婦層が多い。夏休みなどは若い客層も。
年間予算	約1,100万円 支出：家賃(240万)、光熱費(96万)、人件費(300万)、映画料(240万)、飲食経費(120万)、その他(84万)

CINEMA CARAVAN シネマ・キャラバン 野外フェスのような映画祭を

シネマ・キャラバンは、“WAVEMENT”ツアーがきっかけで始まった、野外移動上映の集団です。2010年に始めた「逗子海岸映画祭」は、毎年ゴールデンウィークの期間に開催していて、今年で6年目になります。メリーゴーランドや雑貨の出店もあり、映写室の外は子どもたちが遊ぶスペースになっていて、まさに、移動サーカスという雰囲気です。単なる野外上映ではなく、野外音楽フェスなどのような、映画以外にもいろいろな催し物を楽しめるようにしています。

シネマ・キャラバンは、ダンサー、ミュージシャン、大工など、様々なジャンルのクリエイター集団で、10人程のコアメンバーで運営していて、なんでも自分たちでできるというのが強みです。逗子をホームベースとしています。が、“キャラバン”という名称をつけたのは、いろいろな地域とつながっていき、という思いがあったからです。他の地域の人たちとコラボレーションすることで、逗子の活動が他の地域に影響を与え、僕たちも他の地域から吸収していきたいと考えています。これまで石巻や、名古屋、夕張、白川郷、静波海岸、生口島、軍艦島、越後妻有などでイベントを行いました。生口島では、『ブルース・ブラザーズ』(80)と『バック・トゥ・ザ・フューチャー』(85)の上映に加え、アート作品をスクリーンに投影したりもしました。夕張では、スクリーンの反対側に子どもが遊ぶ場をつくり、音楽と映画をコラボさせました。最近行った白川郷のプロジェクトでは、合掌づくりの伝統技術を使ってスクリーン枠をつくり、美濃和紙でスクリーンをつくるなど、できるだけ現地のものを用いた空間づくりに挑戦しました。

これまでで一番大きなプロジェクトは、スペインのサン・セバスティアン国際映画祭への参加です。向こうのアーティストを映画祭に招いたことがきっかけで、サン・セバスティアン映画祭へ招待されることになり、国際交流基金の助成を受けて参加しました。赤字にはなりましたが…。サン・セバスティアン映画祭では日本の縁日を模した空間を作って、日本映画を上映しました。これが縁となり、今年の逗子海岸映画祭にはサン・セバスティアンから10人も来てくれて、逗子とサン・セバスティアンの交流が生まれています。

CINEMA CARAVAN (シネマ・キャラバン)

運営者	BASE LLC. (長島源／志津野雷)
連絡先	神奈川県逗子市新宿1-5-14 TEL 046-873-5643 FAX 046-845-9661 HP www.cinema-amigo.com
活動開始年	2010年
活動の特徴など	「地球と遊ぶ」をテーマに、非日常の空間作りが特徴。地域交流を重視した活動を展開している。最近では自分たちで制作したドキュメンタリーの上映などもしている。
上映会場	逗子、石巻、名古屋、夕張、静波、生口島、軍艦島、サン・セバスティアン等
上映設備、素材	プロジェクター／ブルーレイが中心
上映本数、観客数など	2015年の逗子海岸映画祭の来場者…1日約1,000人(10日間上映)
これまでの上映作品	『ニューシネマパラダイス』『ET』『ゲーニーズ』といったメジャー作品や、日ごとにテーマを決め、インドーなら『きっと、うまくいく』、スケートボードデーなら、様々な映像作家による関連作品を上映。
観客層	逗子海岸映画祭は20代後半から40代が中心、普段映画館にいかない客層も多い。
年間予算	プロジェクトごとに予算が違うので、200万～2,000万と幅がある。映画上映以外の作り込み要素が多い為、予算の大部分は会場設営費となっている。

Kino Iglu キノ・イグルー 新しい移動上映のかたち

有坂：「キノ・イグルー」は、自分の上映場所を持たず、移動映画館として活動しています。活動を始めたのは2003年、今年で12年になります。なぜこのような活動を始めたのか、個人的なことからお話しします。皆さんは小さいときから映画が好きだったと思いますが、僕自身は映画がとても苦手でした。

初めて見た映画が、小学2年のとき親に連れられていった『グーニーズ』で、とても楽しかったのでもう一回見たかったのですが、次に連れて行かれたのが『E.T.』で、E.T.の顔が怖いし、すぐに飽きてしまって、もう二度と映画は見ないと思った記憶があります。3本目の映画を見たのは10年以上経った19歳のときで、恋人に誘われてしぶしぶ見た『クール・ランニング』でした。それが、本当に楽しくて、パンフレットを買って、その日のうちに何度も読み返すほどでした。それから映画が頭から離れなくなってしまう、次の日から一人で映画館に行き始めました。そして映画で何かしてみたいと考えるようになり、ビデオレンタルショップのアルバイトを始めたのが僕の映画キャリアのスタートです。

バイト仲間が、東京郊外に小さな映画館をオープンし、そこでイベントをやらないかと声をかけてくれました。これがきっかけとなって、2003年に中学の同級生と二人でキノ・イグルーを始めました。僕と、映画好きの友人と、あまり映画を見ない友人の3人で、好きな映画の話をしたとき、あまり映画を見ない人が『タイタニック』が好きだというと、映画好きの人は「あんなの映画じゃないよ」と言ったことがありました。あまり映画を見ない友人はそこでだまりこんでしまいました。このときに抱いた違和感は、ずっと続いています。

キノ・イグルーは、映画は好きだけどそんなに積極的には見ない、年に一回映画館に行くかな、という人を対象に想定しています。そういう人たちに届くイベントのフライヤーのデザインは、どういうものかを考えます。最初のイベントのとき、フィリップスというレコード会社のジャケットをイメージして、CDサイズで色と写真だけ変えたものを作りました。実際フライヤーがどこまで届くかが集客につながるので、映画館ではなく、インテリアショップや、カフェ、雑貨屋さんなど、来てもらいたいと思う人が出入りしているお店をピックアップし、全部自分の足で届けました。1万枚刷って、200ヶ所ぐらい飛び込みで置かせてもらううちに、お店の人たちとつながりができました。それから徐々に、カフェや別の場所でもイベントをやるようになりました。

これまでのイベントとしては、2008年から横須賀美術館で毎年8月に開催している、無料の野外上映会があります。ここでは、海が見える芝生広場にスクリーンを立てて上映をします。無人島で、高い縦長のトンネルの中間地点にスクリーンをはって上映したこともあります。こういうことは、映画館では体験できないおもしろさだと思います。

今年5月には、熱海の初島で1泊2日の野外上映会を開催しました。昼に到着し、午後はダイビングな

Kino Iglu (キノ・イグルー)

運営者	有坂 壘
連絡先	TEL 090-3800-0784 HP http://kinoiglu.com
活動開始年	2003年
活動の特徴など	本文参照。
上映会場	カフェ、海の家、パン屋、古書店、百貨店、無人島
上映設備、素材	プロジェクター／ブルーレイが中心
上映本数、観客数など	年間上映本数…80～100本 年間観客数…約15,000人(2014年)
これまでの上映作品	『ぼくの伯父さん』『3人のアンヌ』『グーニーズ』『クルテク』シリーズ、kino、セブンチャンス etc…
観客層	25～40代の女性が8割

どを楽しみ、夕方には温泉に入り、その後、部屋ごとにバーベキューをして、夜7時頃から『冒険者たち』を上映し、芝生にころがったり、ハンモックをつったりと、好きなスタイルで映画を見てもらいました。映画のなかの世界と自分たちが体験したことをシンクロさせたいと思って、無人島やフェリーに乗って移動するシーンがたくさん出てくるこの映画を選びました。上映中に波の音も聞こえてくるので、映画のなかの音か、リアルな音なのか区別がつかない、不思議な体験になりました。このとき参加した100人のうち、ほとんどが20歳代で、上映前に、アラン・ドロンを知っているか、と聞いたら、知っているのは5人ほどでした。これは、映画を届けるときの大きなヒントだと思います。ここにきた人たちは、アラン・ドロン主演の『冒険者たち』という名作だからきたわけではないのです。そこを考えることが大切だと思います。別の入り口を作ってあげることで、結果的にアラン・ドロンを知り、昔の映画を見る機会ができます。

また、「テント映画館」という企画では、多摩川の河川敷で毎年開かれる大きなマーケットの会場に、テントを立てて映画を上映します。買い物感覚で映画を楽しんでもらうため、短編を3本、あわせて15分ぐらいのプログラムをワンコインで見られるようにしています。「高くて長い」という、映画のネガティブな部分を反転させた企画です。

去年12月には、上野の東京国立博物館で『時をかける少女』のアニメーション版の無料野外上映会を開きました。この企画は、博物館の来場者が年配の方ばかりなので若い人たちに向けて新しいことをやりたい、ということで博物館から依頼されたものです。800席を用意したところ、2日間で1万人近く集まりました。制服姿の高校生もいました。スクリーン前はおだやかな感じでしたが、野外フェスのような雰囲気になりました。

キノ・イグルーは一期一会の姿勢で、声をかけてくれた方との縁を大切にしています。何よりも会場に来た人たちとの一体感を大事にしたいという思いで活動を続けています。

シネコヤ 藤沢にまちの映画館を作りたい

竹中：「シネコヤ」は、神奈川県藤沢市で、まちの映画館を作ろう、という活動をしていて、現在は、アイビーハウスという、コミュニティスペースとして開放されている民家を利用して上映会を開いています。活動を始めてから3年目で、毎月2本のペースで上映会を開催しています。毎月第1金・土

シネコヤ

運営者	竹中翔子
連絡先	TEL 080-6546-9432 HP http://cinekoya.com/
活動開始年	2013年
活動拠点の環境	藤沢市人口…42万人 年々増加傾向にあるが、都心まで約1 時間で行けるので、地元で遊ぶ人は少ない。
活動の特徴など	藤沢にあった「フジサワ中央」「藤沢オデオン」の閉館をきっかけに開始。 年に3回のイベントから徐々に活動を拡げ、現在は毎月隔週で上映会を開催。 詳細は本文参照。
上映会場	アイビーハウスという、コミュニティスペースとして開放されている民家
上映設備、素材	プロジェクター（ホームシアター程度のもの）／ DVD、ブルーレイが中心
上映本数、観客数など	年間上映本数…17本 年間上映回数…21回 年間観客動員数…約830名（2014年度）
これまでの上映作品	『オズの魔法使い』『アメリカ』『バグダッド・カフェ』『真珠の耳飾りの少女』『シンプル・シモン』『گران・ブルー』『ローマの休日』『カサブランカ』『死刑台のエレベーター』『冒険者たち』など
観客層	20～60代女性
年間予算	約320万円 収入：事業収入（230万）、寄付・協賛金（50万）、助成金（40万） 支出：人件費（60万）、上映権料（108万）、広告費・印刷費（25万）、会場費（60万）、通信費（5万）、ケータリング代（36万）、その他（26万）

曜日に「隠れ家シネマ」を、第3金・土曜日に「鵠沼シネマ」という、二つの企画で、1日3回上映しています。

「隠れ家シネマ」では、ミニシアター系の映画をセレクトし、あわせて映画に登場する食べ物をや映画をイメージした料理を作って楽しんでもらっています。『グラン・ブルー』(92)を上映したときはイタリアン、『トーク・トゥ・ハー』(03)ではスペイン料理のピンチョス、『ONCE ダブリンの街角で』(07)ではアイリッシュ・シチュー、『シンプル・シモン』(14)ではオープン・サンドをつくりました。

また、映画に登場するアイテムも再現していて、『真珠の首飾りの少女』(04)のときには、フェルメールのアトリエをつくってみました。『トレインスポッティング』(96)のときには、こっそり、トイレに、レントンが手にいれた座薬を用意したり、『バグダッド・カフェ』(89)のときには、ドリンクコーナーに黄色いポットを置きました。また、『木漏れ日の家で』(11)の上映のときは、自然に囲まれた家をイメージして、スクリーンの横に木を使った大きなセットを用意しました。このように、遊び心を持ちながら、映画館で映画を見るという魅力を届けたいと考えています。

もうひとつの上映会「鵠沼シネマ」では、40～60年代の名画をセレクトしています。近隣の商店に協力していただき、喫茶メニューを出したり、コーヒー回数券を作ったりして、常連さんとのコミュニケーションをとっています。

映画館は、感性や感動を共有する場所だと思います。お客さんだけでなく、運営側スタッフも含め、共有する楽しみを提供できる場所です。映画から得られる感動や学び、エネルギーを届け続けたいと願っています。

企画は会場のアイビーハウスの管理人さんと2人で考え、私がシネコヤを運営し、ボランティア・スタッフ11名がいます。先月いっきにボランティアが8名増えて、きょうも上映会なのですが、初めて現場を離れて、この会議に来ることができました。

いずれは常設のミニシアターを藤沢に作りたいと思っています。まちの映画館をめざして、イベント屋にならないことをポリシーとしています。松竹の大船撮影所があったことから、藤沢にも映画人がたくさん住んでいます。ロケ地としてもよく使われるので、映画にゆかりのある土地ならではの映画館が作れたらいいと思います。藤沢にも映画館が2館あったのですが、2010年に閉館してしまい、いまはシネコンが1館あるのみです。シネコンと違った形の映画館をつくりたいと思って活動しています。シネコンにはシネコンの良さ、ミニシアターにはミニシアターの良さがあるので、それぞれの相乗効果で地域の映画文化の灯火となっていけたらいいと思います。

ISHINOMAKI 金曜映画館 震災後の新たなコミュニティの場として

松村：「ISHINOMAKI 金曜映画館」は、ISHINOMAKI2.0とコミュニティシネマセンターが共同で運営しているプロジェクトです。ISHINOMAKI2.0は、石巻で、やわらかくおもしろいまちづくりをしようと震災後にできた団体です。石巻は、もともとは豊かな町で、世界三大漁場のひとつといわれる金華山沖があります。江戸時代には、宮城の米が石巻に集められて、船で江戸に運ばれる海の交通の要衝で、いろんな文化が入ってきました。芝居小屋が上方や江戸から入ってきて、そのあと映画館も、狭い石巻のまちなかにたくさんできました。魚は獲れるし、気候も温暖で作物は勝手に育つ。外からおもしろい人も来るので、石巻の人は、がんばることを忘れちゃったんですね。全国有数のシャッター通りが並ぶ、たそがれゆく町になっていました。

そこにとどめをさしたのが、3.11でした。震源地に一番近い自治体で、津波が市の中心部を襲い、壊滅状態になりました。多くのボランティアの方や自治体の支援をうけて、ガレキは2～3ヶ月でなくなりましたが、町が片付いてくると、若者が出て行って戻ってこないという、もともとの課題が浮かび上がってきました。外からきたクリエイティブな人、たとえば建築、都市計画、IT、デザインなどの専門家、そして僕みたいな課題意識をもっている地元の人間が、夜な夜な集まって話し合っていたことが、ISHINOMAKI2.0を始めるきっかけとなりました。僕たちはまちを変えたいと本気で思ってい

て、フリーペーパーを作って活動を外部の人にも見えるようにしたり、難しいワークショップでなく、エンタメ系の要素を入れた活動をして、ゆるやかな場をつくろうとしています。

広く外に向けた活動の最初が、2011年の夏に行った、“STAND UP WEEK”という、まちなかの空間を生かした実験的なお祭りでした。このお祭りの企画を考える中で、みんなで時間を共有して楽しめるものとして、映画上映という案が出てきました。けれど、北上川のそばにあった「岡田劇場」という歴史ある映画館は流されてしまっていて、どうしようかと思ったとき、ふと見たら、周りの建物がなくなってむき出しになったビルの壁があった。たまたま、メンバーがもっていたプロジェクターで、壁に投影したら、いい感じだったので、壁をスクリーンにして野外上映をやることに決めました。まだ自粛ムードがある頃で、真面目な団体だったらできなかったと思います。上映会に、多くの子どもがきて、笑い声をあげてくれたことは、この頃の石巻にとって、非常に重要なことでした。2012年からは、コミュニティシネマセンターとコラボすることになり、最初は活弁つきでサイレント映画を上映しました。そうして誕生したのが継続的プロジェクトとしての「ISHINOMAKI 金曜映画館」です。いろんな壁をスクリーンにしたり、コミュニティスペース、公民館などで上映活動をしています。人が集い、コミュニティと活気が生まれるような、“まちの映画館”を作りたいというのがISHINOMAKI 金曜映画館のビジョンです。

上映作品は、単館系の映画から昔の名画まで幅広く、いろんな方の意見を聞きながらやっています。まちの人たちを巻き込むのがまちづくりにとって大事なので、『ひまわり』(70) を上映したときには、種屋さんにひまわりの種を提供してもらったり、『冒険者たち』では乾物屋さんにかつおぶしを出してもらったりしました。映写は岡田劇場さんにやってもらっています。岡田劇場は津波で流されてしまったのですが、経営者の方は、いまでも興行主として、演歌コンサートなどを開いてがんばっています。そこのプロの方と協働して、35ミリフィルムやDCPの上映もしています。また、ワークショップで短い紙芝居形式の映画を作ったり、中村義洋監督にきてもらって映画づくりにまつわるお話をしてもらったり、みんなでISHINOMAKI 金曜映画館のCMも作りました。

近江：ISHINOMAKI 金曜映画館を担当している近江です。石巻市の内陸部にはシネコンがありますが、

ISHINOMAKI 金曜映画館

運営者	一般社団法人ISHINOMAKI2.0 一般社団法人コミュニティシネマセンター（シネマエール東北）
連絡先	宮城県石巻市中央二丁目10-2新田屋ビル1F TEL・FAX 0225-25-4953 FB https://www.facebook.com/kinyoueigakan.ishinomaki
活動開始年	2012年12月
活動拠点の環境	石巻市人口…約15万人 中心市街地…約3,000人
活動の特徴など	震災を契機に「世界で一番面白い街をつくろう」を合言葉に、まちづくりに取り組んでいるISHINOMAKI2.0と、「シネマエール東北」を行っていたコミュニティシネマセンターが共同して活動を開始。映画上映をきっかけとして、新しいコミュニティが生まれ、街なかに活気が生まれる「わたしのまちの映画館」となることを目指す。
上映会場	みやぎ生協文化会館「アイトピアホール」、IRORI 石巻、カフェ、野外（空き地）
上映設備、素材	ブルーレイ、DVD 上映…ホールのプロジェクター、スクリーン、スピーカー DCP、35mmフィルム上映…持ち込みでプロジェクター、フィルム映写機を用意
上映本数、観客数など	年間約10～11本を上映。
これまでの上映作品 ※太字は35ミリ、DCPによる上映	『ひまわり』『かぐや姫の物語』『レ・ミゼラブル』『冒険者たち』『マダム・イン・ニューヨーク』『昭和残侠伝 唐獅子仁義』『あなたを抱きしめる日まで』『6才のボクが、大人になるまで。』、 ドラえもん最新作（野外） 、黒澤明シリーズ、ミステリー映画傑作選など
観客層	幼稚園児～お年寄りまで（上映作品により異なる）主に30代～70代
年間予算	約320万円 収入：入場料収入（30万）、その他助成金等 支出：映画借料（70万）、映写技師料（100万）、スタッフ費（90万）、印刷費（15万）、謝金・デザイン料（20万）、旅費（20万）、通信費等（5万）

石巻の人たちは、なぜ、シネコンでなく「金曜映画館」に来てくれるのかと考えると、そこが地域の交流の場になっているからです。純粋に映画を楽しむ方もいらっしゃいますが、震災後、コミュニティがばらばらになってしまったので、金曜映画館は、再会の場、あるいは新しいつながりの場として、少しずつ認知されてきました。今後、どのように見せていくのが課題ですが、体験を共有できる映画に大きな可能性を感じています。震災を乗り越えて新しいまちづくりが進む中で、ISHINOMAKI 金曜映画館はまちの風景になってきています。物はなくなりますが、記憶や思い出は人の心に残っていくので、映画を通して人の思い出に残る映画上映を、今後も続けて行きたいです。

【映画館についてどう考えているか】

松村: 僕たちは、映画を通して人が出会ってつながる、おもしろい時間を作っていくことが目的です。映画館というものにこだわりはないですが、場所や人が集まる場所にはこだわりがあります。映画は、もちろん好きですが、人が集まるための理由やフォーマットとして映画を利用しているともいえるかもしれません。お金が生まれる仕組みが必要なので、被災地は震災後はなんでも「無料」に慣れてしまっていますが、映画を見て楽しい時間を過ごすことに対してはお金を払う、ということも広げていきたいです。

有坂: 僕の大きな目的は、映画をあまり見ない人たちに、映画っていいねと思う、最初のきっかけを与えたいということです。カフェ、雑貨屋、パン屋、テントなど、いろいろな場所で上映していますが、そういう場所で映画を見た人が映画館に行ったときに、パン屋さんと映画館の差異を考えるきっかけになると思います。どっちがいいとか悪いとかでなく、どちらの楽しみ方もできるところに、映画の可能性があると思います。

長島: 僕たちは、人とのつながりの方を重視しているので、興行をやりたいという発想や目的はないです。シネマ・アミーゴでは、1日5回上映していて、常設館に近いことをしていますが、映画上映だけが目的ではなく、カルチャーを発信することを考えています。映画はいろんなことを取り込むことができる、だから映画上映を続けたいと思います。

竹中: 私は、藤沢に映画館をつくりたい、ということからシネコヤをスタートしたので、映画館で映画が見せられればいいと思っていたのですが、シネマ・アミーゴやキノ・イグラーの活動を知ってから、従来の映画館のイメージにとらわれずに、もっと自由な発想で考えてもいいんだな、思うようになりました。映画館が、見せる側とお客さんとの共有の場であってほしいと思っています。

宮寄: 映画館をつくりたいという若者が来たときには、「あなた、山を持っていますか」と聞くぐらい(笑)、映画館を作るのは金がいるという時代がありましたが、いまは、DLPも安くなったし、映画館をつくろうと思えばそれほど難しくはないと思います。しかし、映画館をつくることと、運営していくことは、まったく別の話です。現在、松本CINEMAセレクトは、NPO法人として、理事10人、ボランティア10数人が無給で動いていますが、映画館を作ったら社員に年収200万円ぐらい払わないとにならないでしょう。若いうちは映画が好きだからそれでやっていけるかもしれませんが、その収入では結婚もできない。僕が82年に映画館で仕事していたときは、手取りで10万円位で10年間働きました。仲間の中には常設の場がほしいという人もいますが、劇場を持たないほうが継続できるんじゃないかと考えています。

僕自身は、映画館が好きで映画が好きになりました。いまは公共ホールで上映をしていますが、映画館とは音が決定的に違うので、映画を見せる場としていつも恥ずかしい思いがしています。

【観客層】

竹中：お客さんに対しては、「場を共有している」という感覚でいます。若い層にはSNSが広がっていますが、多くのお客さんが、映画を見たいからというより、その空間を味わいたいという感覚で来てくれていると思います。

長島：シネマ・アミーゴは、若い人が多いと思われそうですが、平日の上映は主婦層や高齢者が多いです。映画が目的ではなく、ランチを楽しみにきても、見終わると拍手喝さいで感動して帰っていかれることがあります。

有坂：会場によって20歳代が多かったり、高校生が多かったりします。毎回上映場所が違うのですが、カフェ、美術館など、その特定の場所のファンが常にいます。一回イベントに参加すると楽しいので、別の場所にも来てキノ・イグルーのリピーターになってくれます。普通と違う映画体験を求めてくる人が多いと思います。

松村：僕は、石巻の若い人たちには“かっこよく”なってほしいなと思っています。このまま何もしないと、クロックスのサンダルをはいてイオンに行くような若者がほとんどになってしまいます。背筋をのばして映画鑑賞をして、監督や俳優について語り合えるようなまち、社会にしたいのです。いま、ISHINOMAKI 金曜映画館の上映会にくるお客さんの9割が60歳代で、おしゃれな映画にはおしゃれなマダムが来ています。その世代のほうが、文化的素養が高いんです。

【上映者同士のネットワーク】

竹中：ひとつやってみたいのは、上映団体どうしでネットワークをつくることです。よく、あそこであの作品をやっているけれどうちでもかけたいな、と思うのですが、配給会社との個別交渉になります。その作品をやりたいところでネットワークを組んで、各地を回していけたら、いろんな作品が見られるのではないかと思います。TOHO シネマズで「午前十時の映画祭」というプログラムが全国を回っていますが、そのミニシアター版といったイメージです。

長島：僕は、作品のブッキングでつながりができたらいいと思います。プロジェクターの操作を覚えることは難しくないで、カフェの運営能力のある人だったらカフェ・シネマはできるのですが、僕に欠けているのはキュレーション能力です。既存のミニシアターに地域の映画上映情報のハブになってもらい、それぞれの作品の上映チラシを共通にしたら広告費の節約になるし、同じエリアでひとつの映画が長い期間上映されることも可能になります。こういうシステムがあれば、映画とか興行の知識が深くなくても、カフェで映画上映ができて、もっと普及すると思います。

有坂：僕は、それぞれ違うスタイルがおもしろいと思っているので、他とつながるというイメージはありません。こういう上映のしかたがムーブメントになればいいなと思っていますが、大きなムーブメントになったときに、それぞれのかたちや色の違いがはっきり出たほうが、全体の可能性は広がると思います。

全国各地でイベントをやっていると、移動映画館をやりたいという若い人がけっこういます。兵庫県の酒蔵でイベントをやったとき、30人ぐらいしかお客さんがいないなか、3人が移動映画館をやりたいと言ってきました。ミニシアターが減っているのは問題だとよく言われますが、彼らと話をしていると、ミニシアターはない、という状態から出発していて、映画館だけではなく、開かれた空間で映画を見るのが当たり前のようです。移動映画館をやりたい人が増えていて楽しみです。

松村：単発の取り組みより、カルチャーのすそ野を広げていくことが大事だと思います。他の町の映画館に行くことはあまりないかもしれませんが、僕は学生時代、90年代末頃ですが、仙台から東京のシネマライズやシネ・ヴィヴアン六本木にわざわざ行って得意がっていました。無駄な努力かもしれませんが、こういうことは重要だと思うのです。外に出ることは大事だと思います。このコミュニティシネマ会議のように、他の上映者となりができる場を持つことは素晴らしいと思います。楽しくデザインしながらこういう場を作ることが必要です。

(2015年9月5日 全国コミュニティシネマ会議2015 新潟市)



キノ・イグルー「ルーフトップシネマ」



シネコヤ



ISHINOMAKI 金曜映画館



逗子海岸映画祭