

資料1

映画上映の現状

1. 映画館数・スクリーン数・観客数

わが国の、映画館観客数が最も多かったのは、1958年（昭和33）、11億2745万人で、当時、全国に7000館をこえる映画館があった。戦後の復興が進み、大手五社による映画の製作体制が確立し、次々に映画が撮られ、多くの人が映画館に押し寄せた。映画が“娯楽の王様”と呼ばれた時代である。この年にテレビ放送が開始され、皇太子ご成婚（59）、東京オリンピックの開催（64）といった国家的大イベントを機に、1960年代にはテレビが急速に普及する。それに併行して映画観客動員数は急降下し、1968年には58年の約3分の1の3億1339万8千人、20年後の1978年には、最盛期の約7分の1である1億6604万人にまで減少する。それ以降、観客動員数には大きな増減はなく、現在に至るまで概ね横ばいで推移している。

観客動員数が最も少なかったのは1億2560万人だった1993年で、この年に日本初のシネマ・コンプレックス（シネコン）がオープンし、この後、興行形態がドラスティックに変化する。（1館に多スクリーンをもつシネコンが増えたため、映画館数＝スクリーン数としてカウントされてきたものが、2000年以降、「スクリーン数」と、映画施設ひとつを数える単位としての「館数」または「サイト数」と、言い分けられるようになる。）

1993年以降、スクリーン数は増加を続け、93年の1734スクリーンから2013年は3318スクリーンと、数値としては、20年で倍増している。毎年1月に行われる日本映画製作者連盟の「日本映画産業統計」の発表をうけて「スクリーン数は年々増加している」と報道されると、多くの人が「映画館は増えている」と考えがちであるが、スクリーン数が増えること＝映画館が増えることではない。

映画「館数」をみると、1993年に1400館以上あった映画館は、10年後の2003年には900館に、2013年には約600館となっている。20年間で、800館をこえる映画館が閉館し、映画館数はほぼ3分の1にまで減少している。

映画館の種類別の推移をみると、シネコンが大幅に増加し、ミニシアターは数字だけみるとほぼ横ばい、従来型の興行館や成人映画館は激減している。スクリーン数全体に占めるシネコンの割合は年々増加を続け、2015年には86.5%がシネコンとなっている。

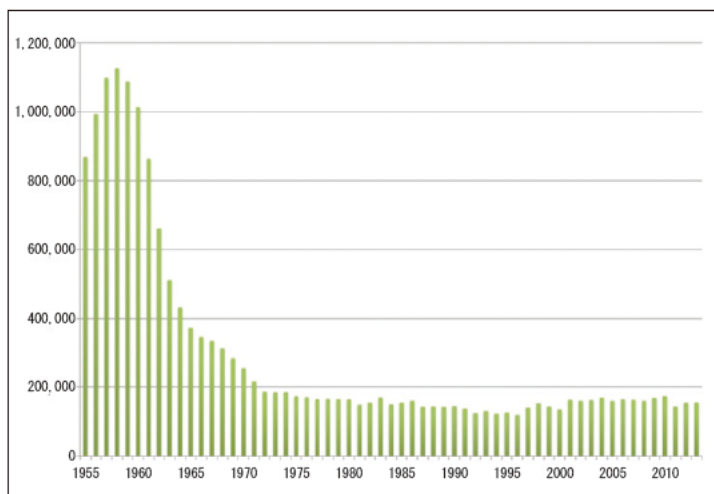


図1 観客動員数の推移

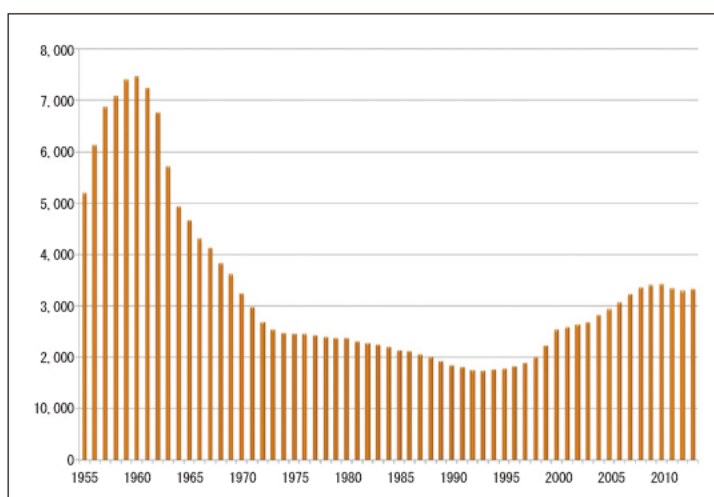


図2 スクリーン数の推移

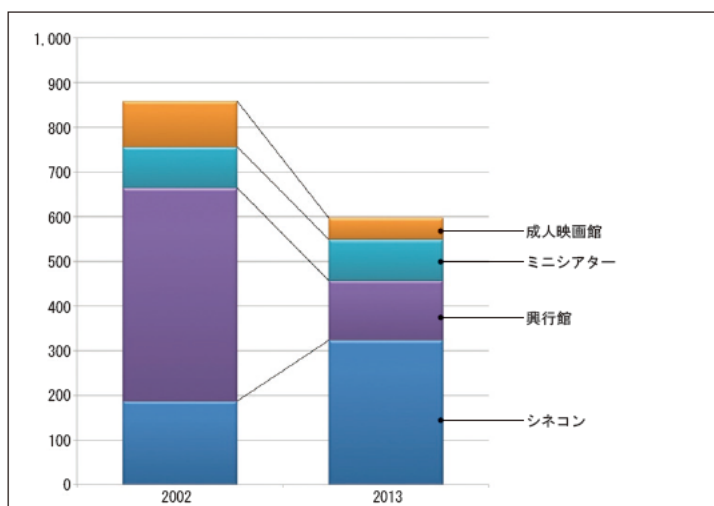


図3 種類別映画館数の変化

2. 映画館の偏在と空白地域の拡大

この20年、スクリーンは増えているが、観客が増えず、映画「館」は減っていくという傾向が続いている。二つの映画館地図(図4、図5)を見てみると、全国に点在していた映画館が都市周辺に偏在し、空白地帯が広がっていることがわかる。

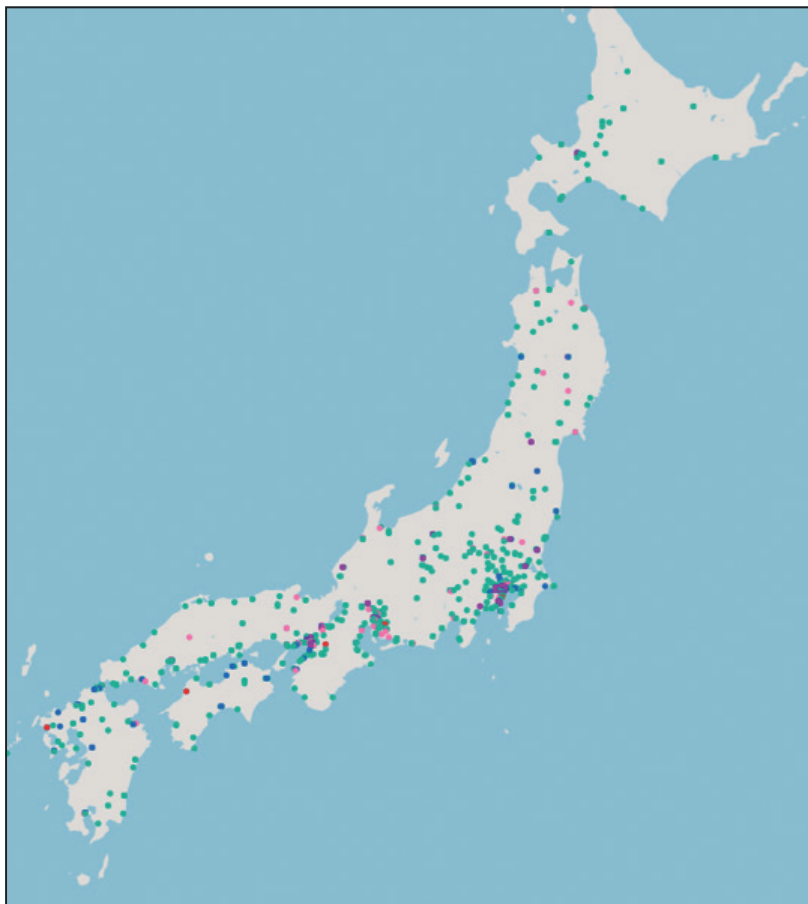


図4 映画館地図(1993)

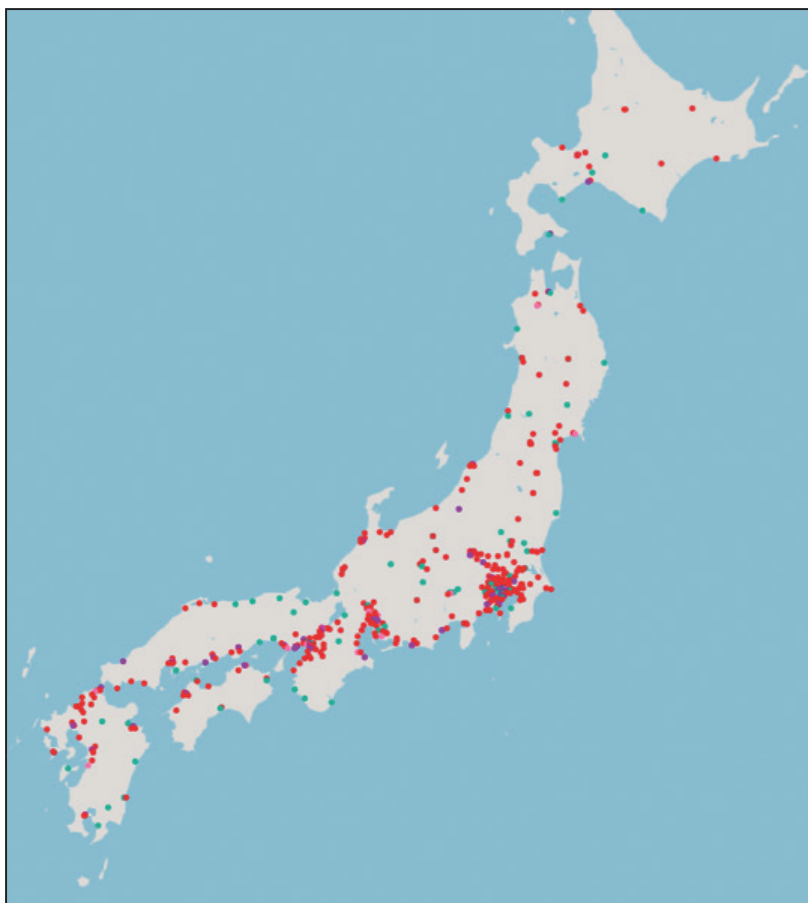


図5 映画館地図(2013)

映画館空白地域の拡大は、特に中小都市に顕著に表れる。

徳島県の人口は76.2万人、徳島市の人口は26.1万人。2002年の時点ですでに、県庁所在地の徳島市周辺にのみ映画館が集中しているが、内陸部のつるぎ町に昭和7年開業の貞光劇場が営業していた。しかし、10年間で徳島県全体で8館あった映画館は2館に減少している。徳島市内の映画館も多くが閉館、一時的には映画館のない県庁所在地となる危機的状況に陥った。

島根県の人口は69.6万人、松江市は20.6万人である。

2002年には、松江市から海岸沿いに映画館が5館あったが、2013年までに、江津、浜田、益田からは映画館が無くなり、現在は、出雲市と松江市に1館ずつ残るのみである。そもそも、内陸には映画館がない島根県で、さらに映画館空白地域がひろがり、スクリーン体験が非常に特別なことになっているのではないかと懸念される。

東京のベッドタウンでもあり、現在も人口が増えている埼玉県。県の人口は723.9万人、さいたま市の人口は126.1万人である。2002年にすでにかかなりのシネコンができているが、まだ地元興行館も数多く存在している。2013年になると、シネコンが大半を占めるようになるが、映画館数は減ることはなく、39館から42館に増加している。スクリーン数は、2002年の156スクリーンから、2013年には330スクリーンに、2倍以上に増えている。

中小市町村の映画館が閉館する一方で、大都市とその周辺には次々にシネコンができ、スクリーン数が増えている。都市部と、小規模都市の、あまりにも大きな違い、文化享受の格差が拡大していることがわかる。大都市周辺では大きなスクリーンで映画を楽しむことができるが、中小の町からは映画館は遠くなり、スクリーンで映画を見る機会が失われている。



図6-1 徳島県の映画館（2002）



図6-2 徳島県の映画館（2013）



図7-1 島根県の映画館（2002）



図7-2 島根県の映画館（2013）

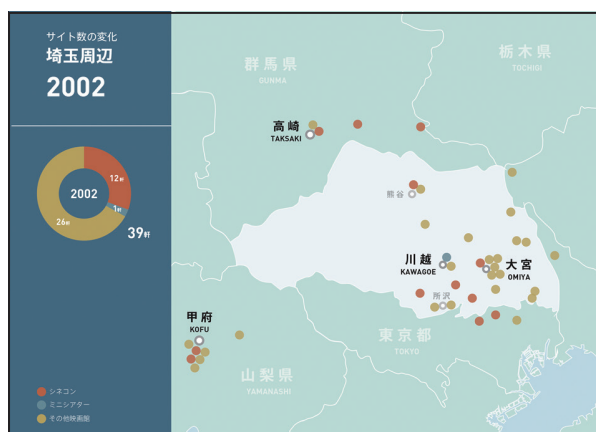


図8-2 埼玉県の映画館（2013）

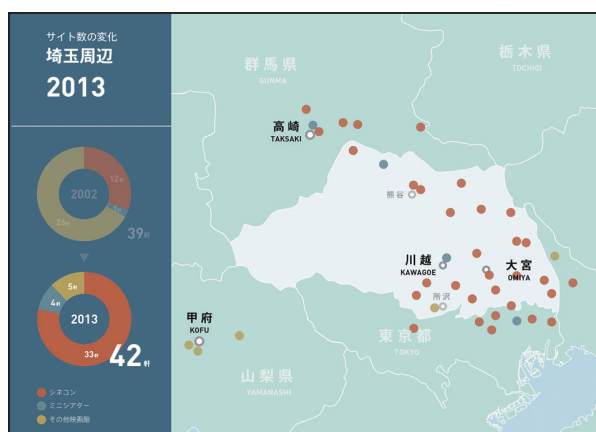


図8-1 埼玉県の映画館（2002）

3. 製作・公開本数の激増

デジタル技術の導入による映像メディアの刷新が、映画の制作予算の低廉化を進行させ、製作本数も公開本数も爆発的に増加している。映画を教える大学が増え、公的な製作支援システムが整えられていったこともこの傾向を強めた。公開本数は、2013年には10年前のおよそ2倍（2003年＝622本、2013年＝1117本）となっている。

前述の通り、スクリーン数も、2003年の2681スクリーンから2013年の3318スクリーンに増加しており、1館に多スクリーンをもつシネコンでは、これらのスクリーンを埋めるための多くの作品が必要となる。このことが日本映画だけではなく、外国映画の公開本数の増加をも招来する結果となっている。しかし、この間の観客数は、ほぼ横ばいであり、単純に考えると、1作品当たりの観客数は半減、収入も半減していることになる。

増大した日本映画の多くが超低予算で制作されるインディペンデント映画であり、これらの作品の主な受け皿になっているのは、各地の都市圏に立地するミニシアターである。元々公開本数の多かったミニシアターが、これまで以上に多数の映画をめまぐるしく上映することとなり、1週間1日1回上映という限定的な公開となる作品も少なくない。この傾向は、インディペンデント映画の製作者にとっても、映画を大切に育てたいと考える上映者にとっても、さらには観客にとっても、必ずしも望ましいものとはいえない。

	2003	2011	2012	2013	2014
公開本数	622	799	983	1,117	1,184
日本映画	287	441	554	591	615
割合	33%	54.9%	65.7%	60.6%	58.3%
外国映画	335	358	429	526	569
割合	67%	45.1%	34.3%	39.4%	41.7%

図9 公開本数の推移

4. 諸外国との比較

この状況を、諸外国（イギリス、フランス、韓国）と比較してみよう。

－ 観客数

2013年の、年間観客動員数をみると、最も多いのは韓国で、2億1335万人で、日本はこの4ヶ国の中では最も少なく、1億5589万人である。日本の人口は1億2730万人で、他の3ヶ国の約2倍であることを考えると、他の国に比べて観客数がかなり少ないといえることができる。

国民1人が1年間に映画を見る本数を比較してみても、日本は非常に少ない。トップは韓国で4.17本、アメリカ、オーストラリアでも大体4本を見ているのに比べ、日本人の年間鑑賞本数は1.2本にとど

	2003	2013	
韓国	1億1,948万人	2億1,335万人	約80%増
人口	4,839万人	5,022万人	
フランス	1億7,350万人	1億9,374万人	約12%増
人口	6,182万人	6,533万人	
イギリス	1億6,730万人	1億6,550万人	約1%減
人口	5,964万人	6,411万人	
日本	1億6,235万人	1億5,589万人	約4%減
人口	1億2,762万人	1億2,730万人	

図10 観客動員数の比較

まっている。データの取り方等が一樣であるとはいえず、単純に比較することはできないにせよ、これらの数値をみる限り、日本人は他の国民に比較して映画を見る本数がかなり少ない。しかし、また、このことは、日本にはまだ観客開拓の余地があるということを示している。

－ 映画館数・スクリーン数

2014年の「スクリーン数」をみると、4ヶ国の中でスクリーン数が最も多いのはフランスで、5653スクリーンである。いずれの国も、シネコン化が進み、この10年間でスクリーン数は増加している。特に韓国の増加率は著しく、10年間で2倍になっている。人口をスクリーン数で割った数字「1スクリーン当たりの人口」をみてもみる。この数値が少ないほど、スクリーンが多い、身近にスクリーンがあると考えられる。この数字によると、日本は、4ヶ国の中で、もっとも「映画館が遠い」、身近に映画館がない国だということができる。日本は3万7738人に対して1スクリーン、最も多いフランス（1万1640人に1スクリーン）の3分の1以下で、韓国に比べてもかなり少ない。

中小都市から映画館が無くなったのは、観客数が減少したことによる。しかし、日本の場合、シネコンの増加、スクリーン数の増加、映画館の都市周辺への集中は、観客数の増加につながっていない。映画館が身近にないから映画館に行かない、行けない、だから観客が増えないという見方もできるだろう。

「1スクリーン当たりの観客数」をみると、最も多いのは韓国で、1年間の観客数が9万4283人、日本の4万7894人の約2倍である。日本はスクリーンが増加しているにも関わらず観客は増えていないので、スクリーン当たりの観客数は、大きくその数字を下げている。フランスは、スクリーン数の増加に伴い観客が増えているので、1スクリーン当たりの観客は4000人も増えている。

－ 多様な「スクリーン」（映画館）のあり方

フランスの「スクリーン」には、多様なスクリーンが含まれている。スクリーン＝映画館（日本の興行館（毎日6回上映するような興行館））ではない。パリ近郊オーヴェルヴィリエ市にある市民文化会館付属の映画館（市営映画館）は、木曜日は休館日で、月、火、水、金曜日は1日2回または1回上映、土曜日は3回、日曜日は2回上映という運営をしている。パリ市が運営する「フォーラムディマージュ」には、3つの上映用のスクリーンがあるが、毎日4回上映をしているのは1スクリーンのみで、このスクリーンでは、毎月テーマを決めて特集上映が行われている。また、パリにある映画館「ユルシュリース」は、“子どものための映画館”として運営されており、学校が休みの水曜日と土曜日のみ開館している。他の日は、学校の団体鑑賞などに使われている。こういった、多様な映画館＝スクリーンのあり方が、日本の4倍というスクリーン（映画館）の存在の背景にあることを見落としてはならない。イギリスも、フランスほどではないにせよ、スクリーンのあり方は多様である。運営主体も様々であり、多様な映画館を支える文化政策、上映振興制度も存在している。（註）

－ 入場料金・興行収入

入場者数では下位にある日本であるが、興行収入はアメリカ、中国に次いで世界第3位となっている。ここで目立つのが、他国に比べて入場料の平均が1200円と飛びぬけて高いことである。アメリカで637円、フランスは659円、イギリスでさえ808円である。映画館の入場料は、他の物価と比較して高いとはいえないという見方もあるが、他国と比較すると非常に高額であることがわかる。フランスでもアメリカでも入場料が1200円以上の映画館は存在する。入場料金の「平均」が637円なのである。他国の場合、映画館のあり方が多様であると同時に、入場料金の設定も多様である。

また、1スクリーン当たりの興行収入に注目してみると、日本が約6000万円であるのに比して、フラ

【註】「21世紀の芸術振興策を考える－芸術振興のための法と制度 中間報告書 ヨーロッパの映画振興を中心に」（2002）
「諸外国及びわが国における映画教育に関する調査 中間報告書」（2005）参照

ンスは2400万円、イギリスは3600万円とかなり低い。これらの国の映画館の収入の中で、興行収入が占める割合は日本ほど高くなく、興行収入以外の収入（公的な支援や他の事業収入等）がかなりの割合を占めている。やや古い情報になるが、前出のオーヴェルヴィリエの市民映画館の場合、総収入のうち入場料収入は約30%で、それ以外は市や県、国の助成金である。また、イギリス・ブリストルにある映画館「ウォーターシェッド」は、入場料収入の割合は10%ほどである。公的な助成は25～30%で、国、地方、市、EUと様々なレベルで支援を受けている。カフェ収入が25%、貸会場収入が25～30%と、他の事業収入の割合が高い。

	2003	2008	2013
韓国	2.5	3.04	4.17
アメリカ	4.8		3.8
オーストラリア	4.5		3.7
フランス	3.0	3.2	3.2
イギリス	2.8	2.7	2.6
スペイン	3.2		1.7
ドイツ	1.8		1.6
イタリア	1.5		1.6
日本	1.3	1.3	1.2

図11 年間鑑賞本数の比較

		2003	2013	2014	
日本	スクリーン数	2,681	3,318	3,364	25%増
	人口/スクリーン	47,601	38,366	37,738	
韓国	スクリーン数	1132	2184	2281	100%増
	人口/スクリーン	42,747	22,995	22,503	
フランス	スクリーン数	5,299	5,588	5,653	6%増
	人口/スクリーン	11,667	11,726	11,640	
イギリス	スクリーン数	3,318	3,867	3909	18%増
	人口/スクリーン	17,974	16,578	16,525	

図12 スクリーン数の比較

	2003	2013	2014
日本	60,555	46,983	47,894
韓国	105,548	97,688	94,283
フランス	32,742	34,671	36,966
イギリス	50,422	42,798	40,292

図13 1スクリーン当たりの観客数

	興収(円) 1ドル=80円※2012年	入場者数	入場料平均	スクリーン数	1スクリーン興収
アメリカ	7,825億6千万	12億2,900万	637	39918	1,960万
日本	1,951億9千万	1億5,516万	1,258	3290	5,932万
中国	2,164億5千万	4億7,000万	461	14482	1,494万
フランス	1,341億4千万	2億344万	659	5502	2,437万
イギリス	1,394億5千万	1億7,250万	808	3858	3,614万
インド	1,275億5千万	26億4,124万	48	11065	1,152万
韓国	1,034億3千万	1億9,489万	531	2081	4,970万

図14 興行収入・入場料金(2012年)

－ シネコンの割合

全スクリーンに占めるシネコンの割合をみると、いずれの国でもシネコンは増えている。特に韓国は、シネコンが94.9%を占め、映画館のほとんどがシネコンとなっている。フランス、イギリスもシネコンは増えているが、その割合は、韓国ほど高くない。フランスは非常に低く39%、イギリスでも75.7%で、シネコン以外の映画館も25%を占めている。両国では、現在も多様な形で、全土にスクリーンが点在しており、それを可能にする制度的な背景も存在している。

－ 公開本数

前述の通り、日本の公開本数は、この10年間で倍増している。日本映画製作者連盟発表の数字によると、2003年は622本、2014年は1184本となっている（図9参照）。韓国は10年前の240本から、2014年には1095本と約5倍という異常な伸びを示している。イギリス、フランスは増えているとはいえ、日本や韓国ほど急激な増加はない。特にフランスは、現在も663本で、1本当たりの入場者数もそれほど下がっていない。

5. 上映環境の変化と「新しい」「上映」

この20年で、映画上映を取り巻く環境は大きく変化した。最も大きな変化は、「デジタル化」である。2000年代後半から、DCP（デジタル・シネマ・パッケージの略称。デジタルシネマ・サーバーを使ってDLPによってスクリーンに映写するための複数のデータ・ファイル一式がパッケージされたもの）での上映が広がり、2013年に、興行館においては、フィルムからDCPへの移行がほぼ完了した。

もう一つの大きな変化は、これまで見てきたように、映画館の86%が、1館に多スクリーンをもつシネコンとなったことである。シネコン化によるスクリーン数の増加は、映画館数（サイト数）の減少を伴うものであり、映画館は大都市とその周辺に集中し、身近に映画館がない、映画館のない町を増加させている。

映像メディアの多様化、受容方法の多様化も進行している。1950年代は映画を見ること＝映画館に行くことであった。テレビで映画が放映されるようになって、映画館が映画鑑賞の柱であることに変化はなかった。しかし、80年代半ば以降、レンタルビデオ店が全国にでき、90年代にはレンタルされる素材はビデオからデジタルのDVDに移行、2000年代半ばにはブルーレイも一般的になり、ホームシアターの質は格段に向上した。さらに、近年では、HuluやNetflixといった、オンラインでの定額映像ストリーミング配信サービスが始まり、パソコンや、タブレット、スマートフォンでの映画鑑賞も一般化しつつある。映画体験は、時間／空間が選択可能な私的なものとなりつつある。

このような変化の中で、これまでとは異なる映画館のあり方、スクリーン体験のあり方を模索する動きも始まっている。

		2003	2013	2014
日本	スクリーン数	2,681	3,318	3,364
	シネコンスクリーン	1,533	2,831	2,911
	割合	57.2%	85.3%	86.5%
韓国	スクリーン数	1,132	2,184	2,281
	シネコンスクリーン	—	2,072	2,164
	割合	—	94.9%	94.9%
フランス	スクリーン数	5,299	5,588	5,653
	シネコンスクリーン	1,549	2,171	2,219
	割合	29.2%	38.9%	39.3%
イギリス	スクリーン数	3,318	3,867	3,909
	シネコンスクリーン	2,362	2,915	2,959
	割合	71.2%	75.4%	75.7%

図15 シネマ・コンプレックスの割合

－ 地域・コミュニティの映画館

多くの従来型の映画館が閉館する中、閉館した映画館を新たなコミュニティスペースとして再開する動きが全国各地で起きている。まちづくり協議会やNPOといった公益法人や、これまで興行には関わったことのない市民が、商店街再生の拠点にしようと、映画館を再開、新設している。

これらの映画館は、1990年代に地方都市で数多く開館したミニシアターの系譜に連なるものではあるが、上映環境の変化に応じて“コミュニティ”や“まちづくり”“地域の活性化”を、より強く意識したコンセプトのもとに設立されている。

－ 映画体験を「共有」する、コミュニティスペースの創造

映画でコミュニティを盛り上げようという、新しいタイプの映画祭や上映会も生まれている。映画祭や移動上映、自主上映といった「非映画館」での上映活動、公共上映活動は、映画館での興行同様、長い歴史をもち、各地で行われてきた。国内で継続的に開催されている映画祭は大小含め120以上あり、映画館のない町で興行者が行う公共ホールでの興行、行政やシネクラブ等によって開催される上映会なども多数あり、それらの観客も多く存在している。これらの従来型の公共上映に加え、ここ数年、新しいタイプの上映者が増えつつある。

この動きを後押ししているのが、上映の「デジタル化」である。デジタル化以前には、特に大手の配給会社はフィルムで公開された作品は、原則として公共上映に対しても、上映用素材としてフィルムのみを提供していた。しかし、DCP上映が定着するにつれ、映画館以外の公共上映に対して、ブルーレイやDVDでも上映素材を提供するようになり、自主上映・ホール上映を対象に映画の二次配給を手がける業者も増えている。映写機という重い機材・専門的な技術が必要とするフィルム上映から解放されたことは、映画上映のハードルを下げ、門戸を大きく広げることとなった。

さらに、映像受容メディアの多様化が、多種多様な映画映像情報（コンテンツ）の個人的鑑賞の可能性を広げる中、逆に、スクリーンで映画を「体験」すること、その体験を「共有」すること、体験する「場」をつくることへの評価、関心が高まっている。

デジタル化によりフィルム上映の「重さ」から解放され、近隣から興行館が失われた地域で、映画体験を共有する場をつくらうとする人たちによる、「新しい映画上映」（新しいというよりも、最近増えてきている映画上映の傾向といったほうがよいかもしれない）は、東日本大震災以後の、コミュニティやコミュニティデザイン、まちづくり等への関心の高まりとも相まって、確実に増加している。「新しい映画上映」では、映画以外の別のフックを用意し、映画ファン以外の人々も観客として取り込もうという試みが行われている。イベントとしての「野外上映」の再評価、アートフェス・ミュージックフェスのような映画上映、映画だけじゃない映画館（シネマカフェ / カフェシネマ…）、映画＋〇〇（映画＋食など）、コミュニティスペースとして上映の場をつくる、等々は、近年の映画上映の傾向を示すキーワードである。スクリーン上に写し出される映像だけでなく、それを上映する場を有機的な空間として演出することにより、観客（参加者）の層を広げるとともに、映画を軸にしたゆるやかなコミュニティをつくらうとしているのである。

（新しい映画上映の事例については、31ページ参照）

－ フィルムでの上映環境

最後に、フィルム上映の現状についても触れておきたい。新作劇場映画についてはDCPへの移行が完了し、多くの映画館では35ミリフィルムの映写機が撤去され、映画館でフィルム上映をみる機会は急速に減少している。その中で、映画のオリジナルの形態であるフィルムで、映画を体験する場をどう確保するかという問題が浮上している。100年をこえる映画の歴史の中で生み出された膨大な作品の中で、DCP化されたものはごくわずかに過ぎない。上映フィルム、映写機や映写技師といった上映環境が失われれば、膨大な映画作品をスクリーンで見ることができなくなる。まだ多くの映画館が35ミリの映写機を残しているが、使用される機会はほとんどなく、このままでは、これを残すこと自体

東北地方	御成座	秋田県	大館市	2014年7月	株式会社日本コンプリート
	鶴岡まちなかキネマ	山形県	鶴岡市	2010年5月	(株) まちづくり鶴岡
関東地方	シネマテークたかさき	群馬県	高崎市	2004年12月	NPO法人 たかさきコミュニティシネマ
	川崎市アートセンター	神奈川県	川崎市	2007年10月	川崎市文化財団グループ
	ブリリアショートショートシアター	神奈川県	横浜市	2006年11月	(株) ビジュアルボイス
	アミューあつぎ映画.comシネマ	神奈川県	厚木市	2014年4月	映画.com
	CINEMA AMIGO	神奈川県	逗子市	2009年8月	BASE LLC.
	横浜シネマリン	神奈川県	横浜市	2014年12月	(有) 横浜シネマリン
	深谷シネマ	埼玉県	深谷市	2002年7月	NPO法人 シアター・エフ
中部地方	十日町シネマパラダイス	新潟県	十日町市	2007年12月	夢シネマ(株)
	フォルツァ総曲輪	富山県	富山市	2007年2月	まちづくりとやま
	シネマイーラ	静岡県	浜松市	2008年12月	(株) 浜松市民映画館
	伏見ミリオン座	愛知県	名古屋市	2005年12月	スターキャット・ケーブルネットワーク(株)
	名演小劇場	愛知県	名古屋市	2003年2月	(株) 名演会館
近畿地方	京都シネマ	京都府	京都市	2004年12月	(株) 如月社
	福知山シネマ	京都府	福知山市	2007年8月	シマフィルム(株)
	立誠シネマ	京都府	京都市	2013年4月	京都市、シマフィルム(株)
	元町映画館	兵庫県	神戸市	2010年8月	一般社団法人 元町映画館
	シネ・リーブル神戸	兵庫県	神戸市	2001年9月	東京テアトル(株)
	豊岡劇場	兵庫県	豊岡市	2014年12月	(有) 石橋設計
中国地方	八丁座	広島県	広島市	2010年11月	(株) 序破急
	シネマ尾道	広島県	尾道市	2008年10月	NPO法人シネマ尾道
	萩ツインシネマ	山口県	萩市	2004年12月	NPO法人萩コミュニティシネマ
四国地方	アイシネマ今治	愛媛県	今治市	2006年4月	(株) テイクワン
	ufotable CINEMA	徳島県	徳島市	2012年3月	ユーフォーテーブル(有)
九州地方	シアター・シエマ	佐賀県	佐賀市	2007年12月	(有) 69'nersFILM.
	宮崎キネマ館	宮崎県	宮崎市	2001年4月	NPO法人宮崎文化本舗
	ガーデンズシネマ	鹿児島県	鹿児島市	2010年4月	一般社団法人 鹿児島コミュニティシネマ
	飯塚シネマセントラル	福岡県	飯塚市	2009年3月	NPO法人 もっといいづか
沖縄	桜坂劇場	沖縄県	那覇市	2005年7月	(株) クランク

図16 2000年以降に開館したシネコン以外の映画館

も難しくなっていくと懸念される。

これは、映画「文化」の問題であり、地域の美術館や、フィルム・アーカイブ、映像ライブラリー、図書館等の公共機関、文化行政が関与すべき領域である。現在、恒常的あるいは定期的に上映活動を行っている公共文化施設は全国で10数館にすぎず、映画専門の学芸員が存在する場所はさらに限られている。文化行政の中で映画、殊に「上映」の重要性が十分に認知されているとはいえない。特に、地域の文化行政においては、映画に対する文化的芸術的評価は他の芸術分野に比較するとまだまだ低いものにとどまっている。地域の映像の収集・保存、そして豊かな映画遺産の系統的な上映がオリジナルの形で行われる環境を整えることが急務である。

(Fシネマ・プロジェクトについては、42ページ参照)

わが国で、“コミュニティシネマ”という言葉が初めて使われたのは、2001年のことである。それから15年、上映環境の変化に伴い、コミュニティシネマのコンセプトも、更新が必要な時期を迎えている。とはいえ、「上映環境の地域格差の是正と上映作品の多様性の確保」「メディアリテラシーの向上など教育的使命を実現すること」「地域に対する貢献」を使命として掲げたコミュニティシネマの理念はいまなお有効である。

「新しい上映活動」を包含するコミュニティシネマの活動が、映画館空白地域に新しい上映の場を生み出し、多様な形のスクリーン体験を持続可能なものとする、それを支えるために新しい映画上映振興制度が実現することを期待したい。