

新しい映画上映振興策について

■映画上映振興策の目的

スクリーンでの映画上映は、多様な映画受容のあり方の中でも最も重要なものであり、上映活動がいま以上に充実したものとなり、観客を育成・拡大・創造することになれば、それは映画受容のあり方全体をより質の高いものとするにもつながっていくと考えられる。

「スクリーン体験」をめぐる現状」でも書いている通り、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、新設するという動きが全国各地でみられ、新しい視点で、コミュニティを活性化させる映画の魅力、有効性に着目して、上映活動をはじめ若い世代も生まれてきている。新たな地域コミュニティの創造が模索され、空き店舗が目立つ中心市街地の再生が急務とされる中で、地域の映画館やミニシアターは「文化の拠点」として地域再生に重要な役割を果たしうる可能性をもっている。

地域の映画館や上映活動をコミュニティにおける重要な公共文化施設、公共的な文化事業として捉え直し、このような、映画上映の「場」あるいは「活動」が、地域の「文化の拠点」として、より充実した活動を行うことができるようにするのが、映画振興策の目的である。

■映画が上映される「場」を活性化させる

2012年に施行された劇場法（「劇場、音楽堂等の活性化に関する法律」）の趣旨には、「劇場、音楽堂等は、文化芸術を継承し、創造し、及び発信する場であり、人々が集い、人々に感動と希望をもたらす、人々の創造性を育み、人々が共に生きる絆を形成するための地域の文化拠点である」とある。この「劇場、音楽堂等」を「映画館」（映画が上映される場）に置き換えれば、これはそのまま新しい映画上映振興策の趣旨ともなりうる。映画上映振興策を考える場合にも、映画が上映される「場」（映画館に限らず、恒常的、継続的な上映活動の拠点となる場、活動）を政策的に焦点化し、そこに「地域の文化拠点」という文脈が導入される必要がある。

2003年の提言「これからの日本映画の振興について」では、「製作と上映の自律的創造サイクル」の確立が政策理念としてかけられていた。その理念は今もなお重要である。しかし、実際の施策は製作と上映の各々の分野で、その相乗の関係が問われることなしに、独立的に展開されてきた。特に上映分野の具体的な施策である「国内映画祭等支援」、そのうちに含まれる「日本映画上映支援」も、単発的な（期間限定的な）企画の助成にとどまっている。しかし、「製作と上映の自律的創造サイクル」の確立のためには、「創造サイクル」を発展させるための「場」（活動）が、全国諸地域において豊かな多様性をもって、「スクリーン体験」を提供し続けられることが重要である。

映画館はもちろんのこと、非劇場（博物館・美術館、図書館、公共ホールなど）も加えた全国諸地域の「映画上映施設」が地域の「文化拠点」としての役割を担い、その「場」に形成されるネットワークを基盤に、「製作と上映の創造サイクル」が各地域で「自律的」に展開されていくこと（こうした「場」には、できるだけ多くの人々に、つまり映画上映施設のない過疎地域にも映画を届けることが必然的に要請される）、そのための政策的支援がその地域に暮らす「観客」の視点から具体化されていくこと、こうした方向づけがこれからの映画振興に求められる。

■具体的な支援システムについて

新たな映画上映振興策においては、これまでのような単発の事業の計画を評価し支援を決めるかたちの支援システムではなく、実績を評価し、上映の「場」や「活動」を支援するようなシステムが採られることが望ましい。

諸外国の上映支援システム、特にフランス、英国のシステム等を参考にしながら、今年度のワーキンググループのミーティングの中で話し合われた具体的な支援システムに関する要点を紹介する。

- 活動レポートの内容

実績の評価のための、「活動レポート」には以下のような情報が盛り込まれる必要がある。

- ・基本情報
 - 立地地域の人口 / スクリーン数 / 活動頻度（年間〇日間上映など） /
 - 年間上映本数 / 年間上映回数 / 年間観客動員数
 - 年間収支 / 経営主体 / 周辺環境
- ・具体的な活動報告
 - 上映作品（それぞれの上映回数と入場者数）
 - 特別企画（内容と成果）

レポートのフォーマットは、そのまま評価（採点）シートになるようなものがよい。

- 基本的な情報（人口規模や活動頻度等）によって映画館や上映活動を分類（カテゴリー化）する

- [分類例] 立地地域の人口規模による分類
- | | |
|-----------------------|---------|
| 50万人以上の都市中心部の映画館・劇場 | カテゴリー A |
| 30～50万都市の中心部の映画館・劇場 | カテゴリー B |
| 10～30万都市の映画館・劇場 | カテゴリー C |
| 10万人以下の市町村の映画館・劇場 | カテゴリー D |
| 年間100日以下の上映館・活動（大都市） | カテゴリー E |
| 年間100日以下の上映館・活動（中小都市） | カテゴリー F |

カテゴリーごとに、ポイント加算の方法・基準を決め、各館（活動）を評価（採点）、点数に応じて支援金額を決定する

すべての活動・団体を一律の基準で評価することはできない。東京都心の映画館と、人口3万人の市町村の映画館を同じ基準で評価することはできないし、また、月に1回上映活動を行う団体と、毎日上映を行う映画館を同じ基準で評価することはできない。その活動が行われている地域の状況（人口規模）や活動の内容、活動主体の経営母体等を勘案し、自動的に適正な採点ができるようなシステムを構築する必要がある。

－活動「内容」の評価のポイント例

活動レポートの中の数値から自動的に採点するだけでなく、活動の「内容」を評価・採点することも必要である。諸外国の映画館や上映活動に対する支援制度においては、以下のようなことがプラス評価のポイントとして挙げられている。

● 上映作品の多様性 Specialized Film

- ・質は高いが、それに値する集客を得ていない作品
- ・映画表現における探求性と新しさをもっている作品
- ・日本では上映される機会の少ない国々の作品
- ・クラシック作品（リバイバル上映、特集上映）
- ・若い監督の作品

EX) 前年に公開された作品の中から、上記に該当する作品を選定→当該映画館の全上映作品における選定作品の割合を算出する→その割合によって加算ポイントが決まる というような方法もある。

作品の多様性だけでなく、地域に対する貢献、活動の多様性も評価する必要がある。

● 活動の多様性、地域活性化への貢献 特別な企画上映・イベントの実施

- ・ゲストトーク、解説付き上映など
- ・他の映画館との連携企画、ネットワーク活動
- ・子どものための企画 | お年寄りのための企画
- ・地元の他の文化施設や団体との共同事業
- ・特集上映や映画祭
- ・映画館がない周辺地域への移動上映
- ・ニュースレターの発行、ウェブサイトの充実
- ・ワークショップの実施

このような活動を熱心に行っている映画館・団体を積極的に支援するということになる。

しかしながら、実績のある館や活動を支援するだけでなく、新たに活動を始めようとする団体を後押しするような視点も必要であり、システムには細かな配慮がなされる必要がある。

このような細やかなシステムを構築していくことは容易ではないが、もし実現できれば、振興のための有効なシステムとなることが期待できる。

映画上映振興策を考えるうえで忘れてはならないのは、振興策＝支援策ではないということだ。支援策、助成制度を考えるというのは、その中の一部であり、すべてではない。もちろん、支援システムを考えることが振興策の大きな位置を占めることにはなるが、あくまでも「上映」活動を活性化することによって、映画文化全体の受容の質を高め、観客の育成と拡大を促し、映画文化全体を豊かなものにしていくことが映画上映振興策の中核でなければならない。

■映画館運営の現状と支援システム

上映者の中には、映画の上映（興行）はビジネスであって自立的に行われるべきで、公的な支援はなじまないと考える人も少なくない。当然、そうあるべきである。十分に自立的な運営を可能にするためには何が足りないのか、何が必要なのかを考えることが、映画上映振興策を考えることにつながる。

中規模都市の平均的な映画館の年間の収支サンプルをみてみる。

収入	
興行収入	3,500
支出	
映画料（チラシ代含む）	1,750
広告宣伝	120
交際費（月1万円）	12
会議費・諸会費（3万円）	36
旅費交通費（3万円）	36
以上事業費合計	1,954
家賃（30万円）	360
水道光熱費（15万円）	180
通信費（5万円）	60
送料（5万円）	60
消耗品費（7万円）	84
機材補填含む（5万円）	60
以上管理費合計	804
アルバイト費（750円×8時間×1.5人×30日×12ヶ月）	324
支出合計	3,082
残り	418万円

年間の収支の中で人件費に充当できるのは、418万円だけである。現在の日本における平均年収を考えると、この金額では1.5人の若いスタッフしか雇用することはできない。毎日のプログラム編成や、日常的な劇場運営（受付、映写、会計、清掃等々）、広報印刷物の作成、ウェブサイトの運営という最低限の広報宣伝、総務的な業務に忙殺される日々の中で、普及事業やファンレイジング、地域との連携事業などを企画、実施することは非常に困難である。

新しい支援システムが実現すれば、新しいスタッフを育成し、普及事業、広報やコミュニティ事業をより充実させる余力が生まれ、観客の増加も見込めるだろう。

映画館のない市町村でも、毎月1度上映会をやり、夏には野外上映や、季節ごとに地域の他の芸術団体やNPO、商店街と連携した上映会の企画、それに子ども向けのワークショップ、小規模な映画祭を実施するような団体があれば、その地域のスクリーン体験のレベルは格段に向上する。こういった活動は、近隣都市の映画館や公共の文化施設が地元のNPOと共同で行うことも可能である。このような活動の場合、もっとも重要なのは、年間を通してこの事業を担当する人を確保し、育てることである。新しい支援システムはこのような活動を可能にし、活性化することにつながるだろう。

また、基本的な問題として、興行を含む上映活動については、現状を把握するための資料が不足しているということがある。映画祭や公共施設での上映等のデータはほとんど把握されていない。新たな支援システムでは、年間の活動レポートの提出が義務付けられ、現在、所管省庁で十分に把握されていない上映活動の現状を把握することも可能となり、結果を公表することで上映団体の活動全体の評価もあがり、自治体や企業からの支援も得やすくなると思われる。

支援事業を運営する組織も重要であり、この支援事業を有効な形で運営するための予算もきちんと確保される必要がある。