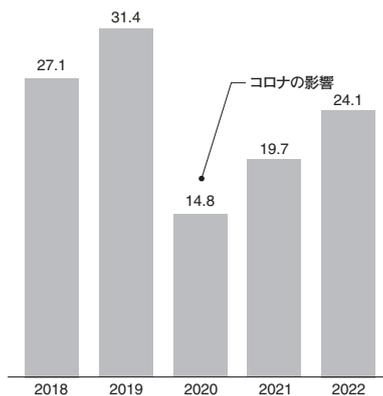


## プレゼンテーション2

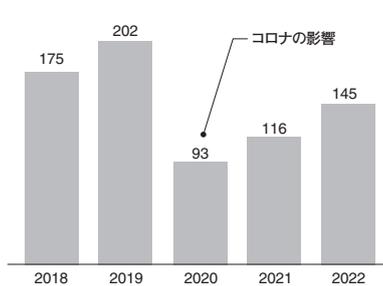
### シネコン「ミッドランドスクエア シネマ」の試み

酒井幸治 | ミッドランドスクエア シネマ / 中日本興業株式会社興行部部長

ミッドランドスクエアシネマ  
興収推移グラフ (億円)



ミッドランドスクエアシネマ  
動員推移グラフ (万人)



「中日本興業株式会社」は2025年で創業70周年を迎えます。名古屋で映画館をやってきました。17年ほど前、2006年に名古屋駅前に複合商業ビル「ミッドランドスクエア」ができる際に、シネコン「ミッドランドスクエア シネマ」も開館しました。当初は7スクリーンでスタートし、2016年に新しいビル「豊田シンフォニービル」が建つ際に「ミッドランドスクエア シネマ2」をオープンし、現在は計14スクリーンの2館体制で運営しています。もう1館、名古屋空港の空港ビルの中に「ミッドランドシネマ名古屋空港」12スクリーンがあります。この14と12というスクリーン数にはこだわりがあります。通常のシネコンでは、都市型で12スクリーン、郊外型では10スクリーンあれば十分と言われていますが、弊社の社長は「プラス2」にこだわっていました。映画を盛り上げていくために「裾野」を広げることが必要であると考え、その裾野である商品(映画)のラインナップを増やすために、プラス2スクリーンを設けています。といってもそんなにうまくいくわけもなく、基本的には観客が入りそうな作品をできるだけ集め、キャパや回数を考えながら進めてきました。

コロナ前の2019年の興行収入は約2600億円と過去最高を記録しましたが、ミッドランドスクエアシネマも過去最高の興行収入(31.4億)、動員(202万人)となりました。翌2020年にはコロナ禍でほぼ半分くらいに落ち込みました。そのとき、作品が来ないと我々はどうすることもできないのだと痛感しました。お客様が減る中で何をすべきかを考え、それまで受け身だった体制から能動的にやっつけねばならないという考えに至りました。我々の中では、「まずはやってみる」がキーワードになっています。できない理由を考えるのではなく、とにかくまずはやってみることを大事にしました。

#### 予告上映&宣伝大会、月イチトークライブ

これまでに行ってきたイベントをご紹介します。

まずひとつ目が「予告上映&宣伝大会」です。これは予告編を上映して、お客様にこれから公開される映画を紹介するイベントです。松竹、東映、東宝東和、ギャガなどの宣伝の担当者に来てもらって、6月には夏公開の作品を、11月には年末～お正月の作品を紹介してもらいます。予告編はお金を得るためにつくられているものではないので、有料でやってよいのかグレーな部分もありましたが、やっていただける配給会社と進めました。一回目は予告編をつくっている人たちに予告編のつくり方や見方を話していただき、字幕翻訳者の戸田奈津子さんに来ていただいて、字幕のつけ方や映画への思いをお話していただきました。予告を見せるだけでなく、映画を楽しんでいただくためのいろいろな切り口をプラスアルファで行ったイベントです。

名古屋在住の映画パーソナリティの松岡ひとみさんと組んだ月イチトークライブ「松岡ひとみのシネマコレクション」も始めました。最初は160席のシアターでお客様は30人くらいだったのですが、50回と回を重ねるうちにようやく120-160人にきてもらえるようになりました。このイベントでは映画の紹介に加えて、普通の舞台挨拶とは違う切り口のトークショーを行っています。『劇場版ねこ物件』を取り上げたときには作品に登場した猫をゲストに迎えました。

#### 月イチ35ミリフィルム上映会

ミッドランドスクエアシネマが開館した当時、7スクリーンはすべて35ミリフィルムで上映していましたが、その後すべてデジタル映写機に変わり、フィルム映写機は撤去しました。けれど、2016年にミッドランドスクエアシネマ2を建てた際に、フィルム映写機を再導入しました。いろいろな上映形態があったほう



フィルム上映会チラシ

がお客様に楽しんでいただけるのではないかと考えたからです。2019年から月に1週間、毎日1本フィルム上映をする「月イチ35ミリフィルム上映会」を始めて、2022年までに44作品を上映し、約4600名に来場していただきました。興行収入でいうと550万円、毎回100人ほどが来場されている計算になります。旧作はデジタル化されていないことも多く、監督たちにも非常に喜んでいただけます。作り手のほうから「こういう作品をぜひ上映してください」とお声がけいただくこともあり、イベントの継続につながっています。また、フィルム上映会に参加してくださったお客様の中から応募を募って「バックヤードツアー」、フィルム映写室見学も行って、好評を得ています。

**ネイティブ言語上映会**

また、「ネイティブ言語上映会」という企画を貸館で行っています。例えばインド映画の字幕なしの母国語上映、観客は近隣に住んでいるインド人の方々と、インド映画を扱っている配給会社がSNSなどを通してコミュニティ向けに発信しています。インド映画の上映は、2021年11月に始まり、これまでに10回行いました。新作も上映していて、インドでの公開と同時にミッドランドスクエアシネマでも上映されるということもあり、日本に住む方が、現地の方と共有して楽しむことができると好評です。10-11月にはネパール映画のネイティブ言語上映会を行います。

インド映画の母国語上映会をやった感じたのは、映画館がインド人の方が集まる場となっているということです。現在、領事館に協力をしてブラジル映画祭の準備をしていますが、領事館の方自身は日本に来て6年たつが映画館には一回も行ったことがないといえます。ポルトガル語の字幕が見つからないので映画館には行かないと。愛知県には約6万人のブラジル人が住んでいるのです。映画館としては、もったいないなと感じると同時に、何かできることはないのかなと思います。

ライブも行っています。昔はアイドル系のライブをやっていましたが、今は吉本さんと一緒になって2週間に一回お笑いライブ「よしもと名駅四丁目ライブ」を実施しています。

「パイロットフィルムフェスティバル」というのは、上映が始まる前のCMの時間を使って、新しい若い作り手の「パイロットフィルム作品」(5分以内)を上映するものです。随時、作品を募集して、応募作品を我々が審査し、2週間に1本のペースで約3ヶ月間かけて上映しています。ミッドランドスクエアシネマは年間で150万人が来場する映画館なので、若い映画作家、アマチュアの作品を発表する場を提供したいと思っています。

映画館の下にはドーナツの店舗をもっていて、映画館と連動して上映中の映画とコラボ商品をつくっています。ひつじのショーンを型取ったドーナツや、シティハンターの100トンのハンマーをかたどったものなどもつくりました。

このように我々は「まずはやってみる」ということで進めてきました。当然失敗もありますが、成功も失敗もまずは数を増やすことかなと思っています。やれない理由を探すより、どうやったらやれるかを考えながら取り組んでいます。

**北條**

名古屋では、今年「名演劇場」と「名古屋シネマテーク」という二つのミニシアターが閉館しましたが、名古屋のシネコンからミニシアターはどのような存在として感じられるのでしょうか。

**酒井**

先ほど申し上げたとおり、我々は映画の裾野を広げることが大事であると思っています。ですから、その2館が閉館、休館したと聞いて映画館で見られる作品数が減るのではないかと心配しています。映画の裾野を広げるために、ミニシアター、シネコン、それぞれが取り組んでいくことが必要だと思います。名古屋地区の映画の裾野を広げたいという気持ちが一番ですね。