

Ⅲ | [特集] 映画館(上映活動)の現状に関する詳細調査

資料 全国コミュニティシネマ会議2024

採録: ディスカッション

“学びの場”としての映画館Ⅱ：
映画館が「クリエイター」を育成する

イントロダクション

とちぎあきら(司会):

まず、きょうのディスカッションの主旨を説明させていただきます。
ミニシアターを主とする“コミュニティシネマ”と呼ばれる地域に根ざした映画館や上映活動は、多くの様々な映画を届けることによって、その地域に住む人たちが多様性豊かな文化や芸術に親しむ機会をつくっています。しかし、ミニシアターは非常に小さいビジネスであり、自助だけで継続的に事業運営するのは難しい。コミュニティシネマセンターの活動はある種の共助の仕組みでもあるわけですが、それだけでもまだ安定的に運営していくことが難しい。そこで、全国コミュニティシネマ会議では、公的な資金など何らかの財源を求めるため、コミュニティシネマにはどのような価値があるのかを提示し、具体的な支援策の提案を行い、頻繁に議論を行ってきました。しかし、これまで実現に至る突破口を見出すことはできませんでした。

「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画」

現在、首相が議長を務める「新しい資本主義実現会議」が、内閣府が取りまとめ役になって進められています。ここでは、映画を含めたコンテンツ産業を重要な産業として位置づけ、これをどのように活性化させていくのかということも議論されており、2024年4月に開催された同

登壇者

佐々木伸一[全国興行生活衛生同業組合(全興連)会長/佐々木興業株式会社会長]
志尾陸子[コミュニティシネマセンター代表理事/NPO法人たかさきコミュニティシネマ代表]
岨手由貴子[映画監督/action4cinema]
林健太郎[株式会社U-NEXT映画部部长]
青木俊介[経済産業省文化創造産業課総括係長]
田村順也[文化庁参事官(芸術文化担当)付芸術文化調査官]

司会:とちぎあきら[コミュニティシネマセンター理事/フィルムアーキビスト]



会議に是枝裕和監督と山崎貴監督が招かれ、是枝監督から具体的な提言が出されました。それを受けて6月に「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画2024年改訂版」が発表されました。その中で「3. コンテンツ産業活性化戦略」として、映画振興に触れられており、今後の映画振興に関する企画立案を集中的に検討する「映画戦略企画委員会」を設置し、コンテンツ産業の担い手であるクリエイターの支援について、発掘から、育成、製作、海外展開まで一貫通貫で支援できるよう、文部科学省(文化庁)・経済産業省が協働すること、クリエイター支援の強化を念頭に、教育・人材育成、労働環境整備、製作支援、国際展開支援、国内流通機能強化、国際プレゼンス向上等のカテゴリごとに実行するとされ、「国内の流通機能」を強化すべきだということもひとつの柱に挙げられています。→資料1

資料1:「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画 2024年改訂版」(令和6年6月21日)より抜粋

https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii_sihonsyugi/index.html

3. コンテンツ産業活性化戦略

日本発のコンテンツの海外売上げは、我が国の鉄鋼産業、半導体産業の輸出額に匹敵する規模である。また、キャラクターの世界ランキング上位の半数は、日本のものになっている。

アニメ・音楽・放送番組・映画・ゲーム・漫画といったコンテンツは、我が国の誇るべき財産であり、ここに下記の通り、「コンテンツ産業活性化戦略」を策定・明記し、政府を挙げて、官民連携による本戦略を推進する。この際、官は環境整備を図るが、民のコンテンツ制作には口を出さないという、官民の健全なパートナーシップを築くことを目指す。

(1) クリエイター・コンテンツ産業に関する司令塔機能の強化

クリエイター・コンテンツ産業に係る政府の司令塔機能を明確化した上で体制を強化

し、クリエイターの発掘・育成や海外展開支援に取り組む。

① コンテンツ産業官民協議会の設置

内閣府・文部科学省(文化庁)・経済産業省・総務省・外務省・公正取引委員会等の関係省庁等及びコンテンツ関係者(クリエイター、関係業界等)から構成されるコンテンツ官民協議会を設置する。事務局は内閣府知的財産戦略推進事務局とする。任務として、クリエイターが安心して持続的に働ける環境の整備に加え、クリエイターの海外展開・情報発信、デジタル化等に対応したコンテンツ産業の改革、海賊版対策、クリエイター・コンテンツ産業の支援制度の在り方等について戦略的な議論を行い、官民で進捗状況について共有・確認しながら、PDCAサイクルを回していく。

② 映画戦略企画委員会の設置

上記コンテンツ官民協議会の下に、映画に特化した映画戦略企画委員会を設置する。構成メンバーは上記の関係省庁及び映画関係者(クリエイター、関係業界等)とする。任務として、映画関連のクリエイターが安心して持続的に働ける環境の整備、映画に

関する支援制度の在り方、映画の海外展開・発信、映画のロケ誘致等について具体的な方策の企画立案を行う。

③横串機能の強化、個人の創造性支援の強化

コンテンツ産業官民協議会、映画戦略企画委員会を通じ、コンテンツに関する各種支援制度について点検しつつ、個人にとっても分かりやすいよう、メニューを一覧化する等、横串を通していく。

特に、創造性を有する個人のクリエイターが、企業という「プラットフォーム」を活用し付加価値を生み出していく経済構造への変化を踏まえ、クリエイター個人に対し、発掘から、育成、製作、海外展開まで一貫通貫で中期的に支援できるよう、文部科学省(文化庁)・経済産業省が協働して支援していく。

④コンテンツ政策に関する既存事業の統合・強化

クリエイター・コンテンツ産業に対する一貫的で強力な支援体制を構築するため、既存事業の主要なものについて、文部科学省・経済産業省の両省庁の施策を統合して執行する体制へと変革する。

具体的には、これまで両省庁で要求してきたクリエイター支援・事業者支援双方を束ね、「クリエイター支援基金」に統合する。クリエイター支援の強化を念頭に、教育・人材育成、労働環境整備、製作支援、国際展開支援、国内流通機能強化、国際プレゼンス向上等のカテゴリごとに実行するよう、体制を刷新する。

(2) 海外展開及び世界に通用するコンテンツの制作・流通の促進

海外展開を促進するため、海外への進出に際しての制作会社に対するビジネス展開の支援、国際見本市や国際映画祭における出展支援や、若い人に対する留学支援や国内での学びの場の整備等を実施する。

また、放送番組・音楽等の世界に通用するコンテンツの制作・流通とともに、海外での評価形成基盤の構築、地方での取組やコンテンツ産業の活性化等に取り組む。

①次世代を担うクリエイターの育成

コンテンツの競争力の源泉はクリエイターにある。このため、才能ある人材の育成プログラムとして、選抜されたクリエイターによるコンテンツ制作・発表・海外展開の支援と、メンターによる伴走支援を実施する。

若手クリエイターを海外に派遣し、世界に通用するコンテンツ制作の経験を積む機会を提供する。海外展開時の契約交渉にかかる弁護士や会計士等の専門家費用を支援する。また、国際舞台での活躍が期待されるクリエイターとプロデューサーの双方について、国際的なネットワーク形成や国際見本市や国際映画祭への出展支援を強化する。また、海外展開を目指すクリエイターや制作会社に対して、作品の翻訳や吹き替え等のローカライズの支援を検討する。

クリエイターを目指す高校生や専門学校生に対して、留学支援を実施する。

デジタル技術を活用してコンテンツを制作するデジタルクリエイターの育成(ゲームや映像制作のグローバルプラットフォームにおいて行う制作の支援)を図る。

②エンタメ分野の日本のスタートアップの海外進出

米国西海岸シリコンバレー等を含め、エンタメ分野のビジネスの海外進出に取り組む我が国のスタートアップに対して、その事業実施を支援する。また、他分野からの参入に積極的に取り組む企業を支援する。

③コンテンツ制作の支援

グローバルに通用する作品の制作の資金の確保のため、制作会社が自ら資金調達をして行う作品の制作支援を行う。

また、我が国の放送番組、映画の制作の現場では、VFX(撮影後の仕上げ作業時に行われる画面効果を高める技術)や3DCG等のデジタル技術の活用が十分進んでいない。i)映像上の背景や建築物等のデジタルアセットの制作とそのアーカイブ化の促進、ii)スタジオの民間整備の促進、iii)海外の大型作品の日本国内ロケ・制作の支援を行う。

④クリエイター育成のための高等教育機関の整備

アニメ・漫画・映像・音楽等の業界と教育界をつなぐ、スキル調査・フィードバックや、クリエイター育成のための基礎教育プログラムを提供するほか、クリエイター及びコンテンツ産業育成に必要な能力を得ることができる大学学部や専門学校のコースを創設し、振興する。また、関連分野での留学生の積極的な受入れを図り、国際的な人材の循環を作る。

コンテンツ産業分野における海外人材の獲得のため、特定技能制度の活用に向けて、どのような業務に従事する人材が必要であるか、当該分野が生産性の向上や国内人材の確保のための取組を行ってもなお人手不足であるか等についての検討を行う。

コンテンツ産業の海外展開を強力に推進するため、グローバル市場を前提としたプロデューサーの育成に取り組むとともに、コンテンツ単体への支援にとどまらず、分野を越えて連携したミックスカルチャーの取組を活発化させる支援体制を整備する。

⑤日本貿易振興機構及び国際交流基金等による支援

日本貿易振興機構(JETRO)の海外事務所を活用して、コンテンツ専門人材を採用・配置し、海外に進出するクリエイター・関連企業の現地におけるビジネス展開を支援、現地でネットワーク形成を進める。

また、アーティストが海外で認知を獲得するためには海外公演が重要であるが、事業者にとってリスクが高く、円滑な実施に課題もあることから、日本貿易振興機構等の海外拠点における関係機関と連携した現地サポートや、海外展開に係る補助金を活用した海外公演の開催支援を推進する。

さらに、コンテンツ振興のため、東京国際映画祭における映画人の交流のためのアジア交流ラウンジを含め、国際交流基金による支援を進める。

⑥放送番組・音楽等の世界に通用するコンテンツの制作・流通

放送番組の制作現場において、放送に関わる全ての人々に、ハラスメント、いじめ、長時間労働等が行われないよう、テレビ局等は自主的に取組を進める。

放送番組の制作取引において、一方的に著作権を発注者に帰属させることやハラスメント等が行われないよう、ガイドラインを整備し、遵守・徹底を図る。

世界に通用する放送コンテンツの制作・流通を推進し、クリエイターへの適切な対価還元を実現する。クリエイターのための4K設備・VFX等の利用環境整備、4K・VFX制作技術等のノウハウ習得のための人材育成や権利処理効率化を支援する。

我が国のコンテンツ産業の国際競争力を高めるべく、海外向け放送コンテンツの制作・流通を円滑化するため、日本放送協会と民間放送の共同による国内のインターネット配信プラットフォームの国内外への配信機能強化を後押しする。

⑦面的な海外展開に向けた窓口一元化と発信拠点整備

現在、文学、マンガ等の海外展開は、個別の作品ごとに行われ、1人の作家による作品といった包括的な形では進んでいない。海外からの問合せ窓口の一元化を図る仲介事業者(出版社・エージェント)の取組を支援する。

また、人々が国内外から集うような発信拠点の整備を検討する。

⑧海外での評価形成基盤の構築

マンガ、アニメ、美術、文学等について、i)コンクールやワークショップを開催し、翻訳や批評を行う専門人材を発掘・育成、ii)日本の作品を海外でライセンスアウト(売却・使用許諾)する際に、その営業や交渉において必要となる企画書の翻訳費用の支援、iii)世界的に影響力のある美術館での作品の展示機会の確保や推薦作品リストの作成支援の検討を行う。

海外での評価形成に当たっては、作品の質のみならず、熱心なファンコミュニティの形成に向けた戦略性が不可欠である。国際映画祭や国際見本市におけるジャパンパビリオンの出展とその場での作品のプロモーションを支援する。音楽についても、グローバルなプラットフォームを活用して現地の熱心なファンコミュニティ形成を後押しする。

⑨地方でのコンテンツ関連の取組の活性化

地方におけるロケ地誘致やコンテンツを用いたイベント開催は、海外からの観光需要の創出につながる。地方での取組を後押しする。海外制作会社による大規模映像作品のロケ撮影等の誘致は、地域経済活性化やインバウンド需要喚起のみならず、国内映像産業の高度化につながることから、特にVFX等デジタル技術を活用したプロダクションを伴う作品誘致を推進する。

⑩知的財産と異なる産業の組合せによる新たなコンテンツ産業の創出

デジタル化への移行を契機に、日本国内に眠る様々なコンテンツの利活用を進め、異なるコンテンツ・産業との組合せ等を通じて、新たな知的財産(IP)活用によるコンテンツ産業の創出を図る。

音楽については、日本ブランドのキュレーション(情報の編集・発信)の在り方の再構築に向けて、デジタル化時代に対応した過去のコンテンツの利用に係る権利の整理や適切な対価還元を実現するための方策について検討する。

アニメ・漫画については、海外プラットフォームが市場支配力を有する中、ブロックチェーン等の新たな技術を活用し、日本発プラットフォームを創出しようとするコンテンツ事業者を支援する。

アートについては、博物館同士の連携強化、博物館におけるデジタル・アーカイブ化の促進、博物館の資金調達能力の向上等を含め、我が国全体の博物館の機能強化に向けた方策を検討する。また、国際的な影響力を持つアートフェアとの連携強化、国内開催に対する支援等により、我が国アートシーンのプレゼンスの向上を図る。さらに、美術館における漫画、アニメ、ゲーム、メディアアート等の展示が可能となるよう原画等の収集、保存及び公開並びにデジタル・アーカイブ化の促進を図る。博物館等に対するクラウドファンディング等の活用に関する周知を図るとともに、博物館の資金調達力の向上に向けた方策を検討する。

① DAO や先端技術の利活用促進

映像等のコンテンツ製作やクリエイターへの対価還元において、DAO（分散型自律組織）の仕組みは活用余地がある。また、製作工程のDXや、映像等の魅力向上、翻訳の効率化による海外展開促進、さらにはクリエイターへの対価還元等において、テクノロジーの活用は非常に有効である。AIやVFX、web3等の先端技術の利活用を促していくため、コンテンツ事業者のデジタル技術の利活用を支援する。

② 海賊版に対する対策強化

日本のコンテンツの海賊版が生成AIにより学習されるおそれや、外国での被害も深刻化する中、国外犯処罰の導入検討も含め、国際執行を強化するとともに、日本企業による海外プラットフォーム買取等も活用しつつ、海外への正規版の流通を促進する。

（3）クリエイターが安心して持続的に働ける環境の整備

革新的なコンテンツの創造活動を行っていくためには、我が国でも、オープンで広い人的ネットワークのエコシステムを形成する必要がある。他方で、制作現場の労働環境や賃金の支払といった側面で、クリエイターが安心して持続的に働くことができる環境が未整備である。我が国のクリエイターの創造性が最大限発揮される環境を整備する。

クリエイターやアーティスト等を対象に、適切な収益還元や健全な労働環境等を阻害する労働慣行や取引関係の是正に着手し、官民の取組により、制作サイドに収益を還元するビジネスモデルを構築する。

① 優越的地位の濫用防止等と取引適正化

実演家等が働きやすい環境を作るためには、取引慣行を是正していくことが不可欠である。現下の技術革新の中で、コンテンツ産業については、個人の創造性に重点が移りつつあることに鑑み、公正取引委員会の協力の下、優越的地位の濫用等を防止し、個人を守ることに力点を置いて、音楽・放送番組の分野の取引慣行等について実態調査を行い、本年内に完了する。

この際、実演家・クリエイターの事務所移籍に際して、移籍前の事務所が在籍当時の過去素材の権利を所有し続ける場合、その許諾を拒否することで、その利用を妨げ、事実上、移籍後の仕事をできなくするといった慣行が見受けられないか、調査を行う。この調査結果を踏まえて、実演家と事務所との間の契約等を適正化する観点から、それに反する行為は独占禁止法に抵触するおそれがあることを示す指針の作成を図る。映画・アニメ等のクリエイター個人の創造性が最大限発揮される取引環境を整備するため、音楽・放送番組の分野の実態調査に続けて、年明けから、映画・アニメの制作現場におけるクリエイターの取引環境に係る実態調査を行う。

② その他の取引適正化に向けた取組

現在、クリエイターや制作会社の多数は多重下請構造の中にあり、制作現場には十分収益が還元されていない。エンターテインメント業界における実演家・クリエイターの権利保護や労働慣行は是正に向け、「文化芸術活動に関する法律相談窓口」の体制強化を図る。

また、クリエイターは発注業者との関係において劣位な立場に置かれることが多く、事前に業務内容や報酬額、支払時期等が十分に明示されないまま不利な条件の下で業務に従事せざるを得ない状況があるため、この秋施行されるフリーランス・事業者間取引適正化等法の活用を図る。

第一回映画戦略企画委員会

9月9日に「映画戦略企画委員会」の第一回の会合が開催されました。この会合で、委員である是枝監督から改めて提言がなされました。この中でも「ミニシアター～「鑑賞」の場の確保～」ということで、「…将来的にはこのミニシアターを地域の図書館と同じような映像文化発信基地として定着させ、ここにも映像学芸員として、映像系大学生が就

資料2-1：「新しい資本主義のグランドデザイン及び
実行計画 2024年改訂版案」
(2024年6月7日)より抜粋

（1）クリエイター・コンテンツ産業に関する司令塔機能の強化

- コンテンツ産業官民協議会を設置し、その下に、映画に特化した「映画戦略企画委員会」を置き、具体的な方策の企画立案を行う。
- コンテンツの創造力の源泉であるクリエイターの発掘、育成、製作、海外展開まで一貫通費で中期的な支援を行う。
- 文科省、経産省によるクリエイターと事業者双方の支援を束ねて、「クリエイター支援基金」に統合し、教育・人材育成、労働環境整備、製作支援、国際展開支援、国内流通機能強化、国際プレゼンス向上等を実行する。

（2）海外展開及び世界に通用するコンテンツの制作・流通の促進

国内での学びの場の整備等を実施する。

（3）クリエイターが安心して持続的に働ける環境の整備

年明けより映画・アニメの制作現場におけるクリエイターの取引環境に係る実態調査を行う。

職できるようにしたい」と、映画映像教育の現場として、ミニシアターを学校と連携する形で使っていくべきではないかということを提言されています。合わせて現在ミニシアターがデジタルシネマ機の更新という大規模な設備投資という課題に直面していることにも触れられています。この会合を受けた首相のコメントでは、映画戦略企画委員会や、経産省や文化庁に分かれている映画振興に関する予算をひとつにまとめた「基金」を創出し、そこから支援を行うことができないかということが触れられていました。→資料2

資料2-2：「映画戦略企画委員会」第一回会合（2024年
9月9日）における是枝裕和委員提出資料より

人材育成の場として、以下の観点からミニシアターへの支援を提案する。

- 学校での映像教育を、ミニシアターとの連携のもとに行う。
- DLPシステムの更新に対する公的助成を行う。
- 将来的には、ミニシアターを地域の映像文化発信基地として、映像学芸員を配置する。

以上を実行して、人材を増やしていくための土壌を豊かにすることが、業界のセイフティネットとなる。

「映画戦略企画委員会」第一回会合後の岸田首相のコメントから、注目点を抜粋

- 「クリエイター」とは「映画監督や制作現場の方々」を指している。
- 関係省庁の予算を統合する「クリエイター支援基金」は、クリエイター産業に対する一貫的で強力な支援体制を構築するため、クリエイター支援と事業者支援双方を束ねるものである。

そもそもクリエイターとか、我々を含め映画に関わる人間がどうやって育ってきたのかと考えると、映画館とりわけミニシアターで映画をたくさん見て、考え、人と話していく中で、映画の仕事をしたいと考えるようになったという人がほとんどだと思うのです。そのような、映画館が持っているある種の社会的な、教育的な機能を、しっかりとした言葉で語り、外部の方々に伝えていくためにはどうすればいいのかということを考えることが、本日のシンポジウムの出発点になります。

ディスカッション

とちぎ:

最初に、佐々木会長にお話を伺いたいのですが、全国コミュニティシネマ会議に、シネコンを中心とした興行界を代表する全興連の会長に登壇していただくということは本当に画期的なことで、非常に感慨深いことだと思います。佐々木さんご自身は、佐々木興業株式会社の会長でもあり、佐々木興業はシネコンを経営しつつ、札幌市では「サツゲキ」というミニシアターの経営も行っておられる、ミニシアターの重要性や経営の難しさもご自身で体験された上で、ミニシアターについてとても積極的に発信されている方ですので、その辺の経歴をふくめて、全興連の活動の全体像を踏まえながらミニシアターの意義や重要性について、お話をいただきたいと思います。

シネコンの経営とミニシアターの経営

佐々木伸一:

私ども、佐々木興業の本拠地は池袋にあり、「グランドシネマサンシャイン」がフラッグシップの映画館で、ここは5年ほど前にオープンしました。そのほか、現在17ヶ所の映画館を経営しています。ご案内いただいたとおり、2022年に「ディノスシネマ」という北海道の名門の映画館が民事再生法の適用となり、その再生スポンサーとして、私どもがお手伝いをさせていただくこととなり、現在、「サツゲキ」というミニシアターを運営しています。

経営感覚として申し上げれば、シネコンというのはひとつの経営のシステムに過ぎないと思っています。1館の映画館を運営するコストに対して、例えば、10スクリーンあってもその経費は単純に10倍にはなりません。感覚的に申し上げると1館の3倍程度で済むわけですが、このように経費を抑えて安定的に運営するというのがシネコンの経営システムです。シネコンの番組編成は8〜9割は自動的に決まります。要するに、配給会社が出す大型作品を消費する場所になっていますので、ほとんど自動的に決まってくるわけです。一方、ミニシアターというのはゼロから番組編成をしなくてはならないため、非常に手間がかかります。経費はシネコンよりも多くかかり、経営面で非常に厳しいということを頭では理解していたつもりでしたが、実際に経営をしてみて、その厳しさが実感として非常によくわかったところがあります。

全興連のミニシアター支援プロジェクト

佐々木:

「全興連(全国興行生活衛生同業組合連合会)」とは、全国の映画館を始め、「興行場法」が適用される演劇場や演芸場の集まりで、厚生労働省が所管しています。映画館が主なメンバーで、全国の映画館の98%を組織する団体で非常に組織率が高いのが特徴です。今年度の全興連の大きなテーマとして「全興連ミニシアター支援プロジェクト#ミニシアターへ行こう」を実施しています。主にミニシアターが行うクラウドファンディングを支援することと、ミニシアターを応援するユーチューバーなどアンバサダーを派遣し動画を配信することを行っています。残念ながら、あまりご参加いただけていないのですが、「高田世界館」という日本最古の映画館にクラウドファンディング第1号としてご参加いただき、目標額の850万円をはるかにこえる1250万円を集めることができました。今年度は、アンバサダーとクラウドファンディングの二本立てでミニシアターを支援していきたいと考えています。→図1

図1: #ミニシアターへ行こう ウェブサイトスクリーンショット



とちぎ:

全興連でミニシアター支援プロジェクトをやっているということで、全興連もコミュニティシネマも、同じ方向を目指しているという感じになっているのは非常に心強いと思っています。

配信と映画館

とちぎ:

本日は、配信の話もしていただきたいと思います。「U-NEXT」の林さんは、メディアでも様々な発言をされている中で、映画館での公開と配信での公開は決して対立関係ではなく、むしろ共存関係にあるということを明快におっしゃっています。具体的にはU-NEXTが事業展開の中で、配信で映画を見るお客さんをどれだけ映画館に取り込めるのか、どうすれば映画を見る観客の裾野を広げることができるのか、細かく制度設計されている点に非常に興味を持っています。

林健太郎:

配信プラットフォームでありながら、この場におよびいただけて光栄に思っています。きょうは、配信事業者であるU-NEXTが、映画文化・産業をどう見て、どう考えているかをお伝えしたいと思います。

まず、U-NEXTのサービス全体のことをお伝えします。有料の動画配信サービスは、SVOD（定額制＝見放題）とTVOD（都度課金＝レンタル）のふたつに分かれており、U-NEXTはこのふたつのハイブリッド型で展開しています。「Netflix」はTVODなしで、完全にサブスクで追加料金なくサービスを提供していて、「アマゾンプライムビデオ」は我々と同じハイブリッド型ですが、我々のセールスポイントは「ポイント利用」の部分にあります。→図2

SVODについては、全てのジャンルでカバレッジを高めることに取り組んでいます。圧倒的なカバレッジを目標にしており、洋画、邦画などのジャンルでは2位以下にダブルスコア以上をつける結果になっています。雑誌の読み放題は200媒体を超えており、4アカウントまで無料で視聴できる点では、ご家族で入っていただくには非常にお得なサービスだと思います。

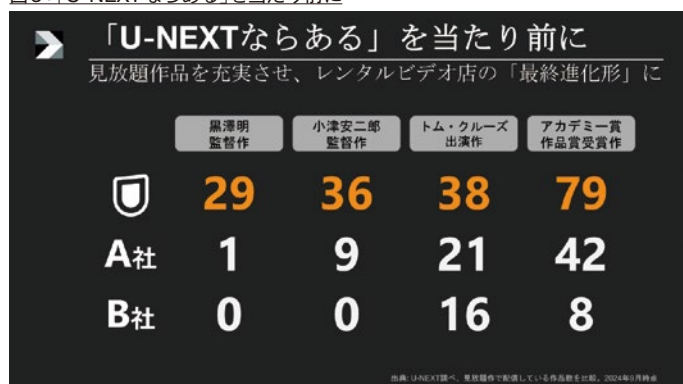
それに加えて毎月1200円分自由にご利用いただけるポイントが付与されます。このポイントの使い道としては、最新映画のレンタルやコミックの購入に加え、映画館のチケットに交換することもできます。

UNEXTは、国内のマーケットシェアでは二番手につけています。1、3、4、5位とすべて海外勢の中で、なんとかここも踏ん張ってポジションを保っている状況です。会員数は現在約430万人で、会員のサービス

図2: 有料動画配信の種類



図3: 「U-NEXTならある」を当たり前



利用状況を示すアクティブ日数は、30日間で平均8日間から9日間と、全サービスの中で最も高い数値を示しています。

“映画図書館”のようなプラットフォーム

ここからは映画ジャンルについてお話しします。カバレッジについては、2017年当時は各社横並びで、見放題作品数が約1500～3000本でした。3000本だとキュレーションしようにも全く不十分で、U-NEXTでは30,000本を目標として、作品を増やし続け、2024年現在、18,000タイトルが見られる状況となっています。

我々が目指しているのは、“ビデオレンタル店の最終進化系”です。ビデオレンタル店こそが、映画館と並んで街の映画文化を支えてきた存在だと認識していますが、90年代前半には全国で約15,000軒あったレンタル店は、現在では約2,000軒に減少しています。これによってできたレンタル店空白地帯に住む方々にも映画を楽しんでいただけるよう、作品数を揃えるとともに、デジタルの便利さをそこに付加することに取り組みたいと考えています。“映画図書館”といってもいいのかもしれませんが、貴重な映画資料にアクセスできるようにすることが、結果、クリエイターの育成にもつながるのではないかと考えています。→図3

TVODとSVOD

U-NEXTでは、TVODは最新作を見るためのものであると明確に整理しています。公開から月日が経ったアーカイブは見放題で見やすくする一方で、最新作は、TVODで課金して見る設計にしています。映画ビジネス的には、このTVODが非常に重要で、映画産業のあり方を健全に保つものではないかと考えています。

U-NEXTの映画ジャンルにおけるTVODの成長率は7年間で10倍と大きく伸びています。SVODの作品数を増やしたことで、映画ジャンルのお客様がどんどん増え、そうした方々の「課金してでも最新作を見たい」という需要に応えている形です。TVODにおける国内シェアを見ると、サービスを提供する事業者は国内に十数社あるのですが、U-NEXTがおおよそ6割程度を占めていて、かなり寡占化が進んでおり、あまり望ましくない状況にあります。

U-NEXTでは、映画館での公開から約半年経ったところでTVODをスタートして料金として399円いただき、そこから約一年経過したらSVODで見放題にするという循環を基本形としています。なお、映画会社の意向で、プレミアムVODとか高額TVODと呼ばれる399円より高い価格で、レンタルをすることもあります。いずれにしても、TVODで料金をいただき、それを権利元へ還元するというを行っています。一方、グローバル・プラットフォームは、映画産業のあり方を根本から変えようとしているように見えます。公開から早ければ数週間、あるいは3ヶ月ぐらいで、独占的にSVODで見放題にしてしまいます。これが定着すると、お客様が「映画は無料だ」と錯覚するようになります。そのうち、映画館に行かなくても、少し時間が経てば映画は無料になるという認識が広まる、まずい状況にきています。ここ4年間ぐらい

図4: 映画の一生、どちらが幸せ?

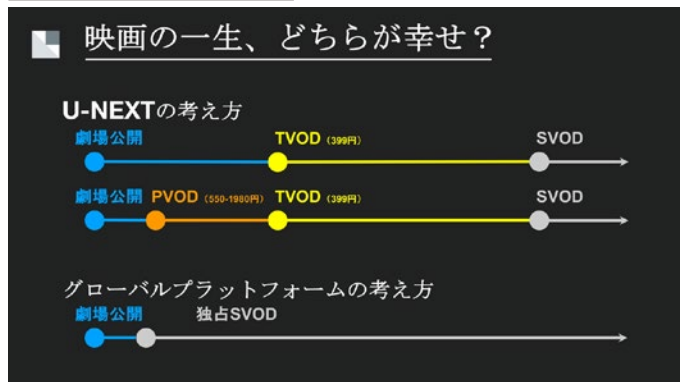


図5: ONLY ON U-NEXT映画は3年で180作品



はずっとこの戦いをしているのが現状です。→図4

この状況を放っておくと、注目作はすべてSVODで独占されてしまうため、我々が独占するときは必ず一定期間TVODを置くということをやっています。

また、2021年から、「ONLY ON U-NEXT」という冠をつけた独占配信をはじめまして、3年間で約180本、とにかくいい映画を集めようということで、そのために製作への出資も行っています。いい映画にコミットして、いい映画が生まれることのお手伝いできたという思いで取り組んでいます。→図5

とちぎ:

お話を伺い、配信を通して、これからどういった観客を育てていきたいのかということがはっきりわかる戦略をとられていることに関心を持って聴かせていただきました。

「action4cinema日本版CNC設立を求める会」の取り組み

とちぎ:

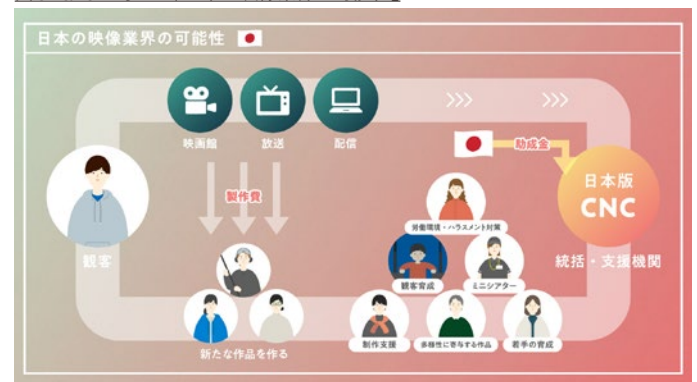
是枝監督が「新しい資本主義実現会議」で提言を出された背景には、「action4cinema (a4c)」という団体を組織し、そこで検討されてきたことがあります。a4cのメンバーである岨手監督に、この間の経緯を含めて説明を加えていただければありがたいと思います。

岨手由貴子:

クリエイターが何かを求めると、制作現場だけに助成を求めているよう

に受け取られがちなのですが、「action4cinema日本版CNC設立を求める会」では、日本にもフランスのCNCのような統括支援機関があって、興行収入の中から一定のパーセンテージをトップオフして、それが制作支援や、観客教育、若手の育成、映画館(ミニシアター)への助成など、必要なところに支援が行き届くような仕組みができれば、結果的に作り手が育ち、新たな作品が生まれ、それが観客のもとに還元されるという循環するシステムの実現できるのではないかと、そういうことが必要だということを訴えてきました。→図6

図6: a4cが考える「日本の映像業界の可能性」



この趣旨を、関係省庁をはじめ様々な方々に伝え、意見交換を続けてきましたが、やはり財源をどうするのかというところで、なかなか賛同が得られず、前に進まないという状況が続いていました。そんな中、今回、是枝監督が提言をする機会に恵まれました。まず、最初のステップとして、是枝さんが新しい資本主義実現会議に出席して、映画戦略企画会議とコンテンツ産業官民協議会という二つの会議が設置されることが決まりました。

a4cとしては、共助の仕組みを前提とした提言をしてきたので、新しい資本主義のグランドデザインで示された形は理想の形ではありませんが、文化庁と経産省の映画関連の施策を統合してクリエイター支援基金をつくるというのは、非常に大きな一歩だと捉えています。新たな資金が投入されるということではなく、いまある助成金やシステムをより使いやすく効率的に整理しなおすというものですが、そこから今後、その中身が拡充されていくことを期待しています。

私自身は映画監督です。長野県出身で、長野市の「相生座ロキシー」でたくさん映画を見て、映画監督になりました。7年前に金沢に移住しまして、現在はミニシアター「シネモンド」に通いながら、「こども映画教室」にも参加するなどしています。自分の仕事でもある映画が、自分の生活や子育てのツールとしてもすごく役立っています。「コミュニティシネマ」という考え方は、まさにいま、自分が金沢で実現していることです。本日の議論でいろんなお話を聞かせていただけることを楽しみにしています。

たかさきコミュニティシネマの“クリエイター育成”

とちぎ:

志尾さんはコミュニティシネマセンターの代表理事である一方、「NPO 法人たかさきコミュニティシネマ」の代表でもあり、高崎映画祭やミニシアター「シネマテークたかさき」を運営されています。高崎映画祭からシネマテークたかさきという常設の映画館が生まれたわけですが、一貫して日本におけるインディペンデント映画作家、若い作り手の作品を上映し、彼らの次の作品の製作にも関わるなど、映画作家を育てる“親”のような役割を演じてこられたように思います。そのことを含め、地域で映画の上映をするということと、今回の主題である人材を育成することの関わりを、お話しいただければありがたいです。

志尾睦子:

NPO 法人たかさきコミュニティシネマは2004年に設立されました。その原点となる高崎映画祭からお話しさせていただきます。1987年に始まった高崎映画祭は、2024年3月で37回を迎えました。16日間で80作品を上映していた時期もありましたが、時代の変化や自分たちが置かれている状況の変化もあり、2024年は9日間で51作品を上映しました。この映画祭のコンセプトは非常にシンプルで、東京に行かないとなかなか見られない映画を高崎でも見せたい、上映したいというところから始まっています。これは一貫していて、エントリー制ではなくコンペもないので、私たちが映画館や映画祭に出かけて行って、高崎映画祭の観客に見せたい作品を探し、上映するということをひたすら続けてきました。

新しい才能との出会いの場をつくる

上映作品の柱のひとつとして、“若手監督の発掘と育成”を第1回から掲げています。若手監督の作品だけを集めた部門を設けて、そこで新しい才能に出会ってきました。また、日本映画に対して独自の視点から賞を出しています。若手監督グランプリ(現在は新進監督グランプリ)の受賞者だけを並べてみると、このような名前が並んでいます。→資料3
新たな才能を地域の皆さんに届けることは地方の映画祭の使命だと思います。映画祭を続ける中で、日常的に映画を見られる場をつくりたいということで「NPO 法人たかさきコミュニティシネマ」という組織をつくり、「シネマテークたかさき」という映画館をつくりました。
シネマテークたかさきでも、映画祭からのつながりを大事にしていって、映画祭で授賞したり、若手監督特集で紹介した監督の作品は、地域の観客の皆さんへのご報告という意味で、意識的に追いかけて上映するようにしています。シネマテークたかさきで上映してきたインディーズの監督たちの初監督作品を一覧にしようと思ったのですが、膨大過ぎて頓挫してしまいました。やはり20年間やってきたというのは非常に大きいことなのだと改めて感じた次第です。

資料3: 高崎映画祭「新進監督グランプリ」受賞者

	回	受賞者	作品
1987	1回	山川直人	『ピリイ★ザ★キッドの新しい夜明け』
1988	2回	山本政志	『ロビンソンの庭』
1989	3回	長崎俊一	『ロックよ、静かに流れよ』
1990	4回	利重 剛	『ZAZIE』
1991	5回	松岡錠司	『バタアシ金魚』
1992	6回	竹中直人	『無能の人』
1993	7回	塚本晋也	『鉄男II BODY HAMMER』
1995	9回	廣木隆一	『800 TWO LAP RUNNERS』
1995	10回	岩井俊二	『Love Letter』
1996	10回	是枝裕和	『幻の光』
1997	11回	青山真治	『Helpless』
1998	12回	諏訪敦彦	『2/デュオ』
1998	12回	河瀬直美	『萌の朱雀』
1999	13回	中野裕之	『SF サムライ・フィクション』
2000	14回	塩田明彦	『どこまでもいこう』
2000	14回	石井克人	『鮫肌男と桃尻女』
2001	15回	緒方 明	『独立少年合唱団』
2001	15回	沖浦啓之	『人狼』
2002	16回	行定 勲	『GO』
2002	16回	古厩智之	『まぶだち』
2003	17回	天願大介	『AIKI』
2003	17回	万田邦敏	『UN loved』
2004	18回	西川美和	『蛇イチゴ』
2005	19回	紀里谷和明	『CASSHERN』
2005	19回	井口奈己	『犬猫』
2006	20回	成島 出	『フライ、ダディ、フライ』
2006	20回	萩生田宏治	『帰郷』
2007	21回	唯野末歩子	『三年身籠る』
2008	22回	群青いろ (廣末哲万/高橋 泉)	『14歳』
2009	23回	熊坂 出	『パーク アンド ラブホテル』
2011	25回	吉田恵輔	『さんかく』
2011	25回	真利子哲也	『イエローキッド』
2012	26回	砂田麻美	『エンディングノート』
2012	26回	入江 悠	『劇場版 神聖かまってちゃんロックンロールは鳴り止まない』
2013	27回	三宅 唱	『Playback』
2014	28回	小林啓一	『ももいろそらを』
2015	29回	安藤桃子	『0.5ミリ』
2016	30回	山崎樹一郎	『新しき民』
2017	31回	小路紘史	『ケンとカズ』
2018	32回	坂本欣弘	『真白の恋』
2019	33回	野尻克己	『鈴木家の嘘』
2019	33回	春本雄二郎	『かぞくへ』
2020	34回	広瀬奈々子	『夜明け』
2022	35回	三澤拓哉	『ある殺人、落葉のころに』
2023	36回	工藤梨穂	『裸足で鳴らしてみせろ』
2023	36回	森井勇佑	『こちらあみ子』
2024	37回	磯部鉄平	『風の憂鬱』
2024	37回	工藤将亮	『遠いところ』

映画祭から映画館、フィルムコミッションへ〜クリエイターを育てる

志尾:

梶手由貴子監督の作品も、ぴあフィルムフェスティバル2008で準グランプリを受賞された『マイムマイム』を第29回高崎映画祭で上映させていただきました。その後、『グッド・ストライプス』(2015)はシネマテークたかさきで上映しました。2021年の『あのこは貴族』は展開が大きな作品で県内のシネコンで上映されたため、シネマテークたかさきでは上映できなかったのですが、高崎映画祭で水原希子さんに最優秀助演女優賞を授与し、監督にも一緒に来ていただきました。2008年、2015年、2021年と継続的に紹介することで、映画祭や映画館の観客の皆さんに「あの監督の次の作品はこれです」「いまでも頑張ってますよ」と報告をするような気持ちで上映しています。それともうひとつ、私たちが映画を上映し続けるときには、できるだけ監督をお呼びして観客とお話していただくようにしています。それが、次の制作につながると信じています。

また、彼らの次のステップアップのときに何か役に立てないかと考える中で、“フィルムコミッション”という形で映画の制作支援事業を始めることになりました。現在も、次の高崎映画祭に向けて、ある若手監督と短編映画の制作を進めています。彼がインディーズ時代に自主制作でつくった映画をシネマテークたかさきで上映しました。そのときに監督をお呼びして「いつか何かやりましょう」と言っていたことが、7、8年経って実現することになり、来月クランクインします。先日脚本の読み合わせがあり、監督がキャストの皆さんの前で挨拶をされたのですが、その中で「高校生のときにシネマテークたかさきによく映画を見に行きました。ここは何とか少し変で、自主映画と言われる低予算の映画とか、とにかく上映している作品が変なんですよ。外国の映画もたくさん見ました。その中で、こんな映画を撮りたいと思うこともあり、特に様々な自主映画を見たときに、これなら自分でも撮れると思って、いつの間にか映画監督を目指していました」とおっしゃいました。これまで何度も監督とお話をしているのですが、まさかそのように思われていたとは全く思いませんでした。たまたま先日、そんな話をされて、この場でお話しするにはもってこいだと思いました。そんなことを言ってくれる人が育っている、20年間続けてきたことの意味を強く感じました。このお二人の監督のエピソードが、我々の理念と活動をお伝えするのに一番伝わりやすいと思い、お話しさせていただきました。

とちぎ:

高崎映画祭では、志尾さんが司会役で監督とトークをされるのですが、観客と監督の距離が非常に近いところでトークが行われている。双方をうまく繋ぐ役割として、映画祭のプログラマーとしての志尾さんの存在があるのだということを強く感じます。ミニシアターや映画祭という存在が、観客とクリエイターを近づけて、お互いに感じあいながら育ていくという環境がつくられていると感じます。

経産省、文化庁の映画振興策

とちぎ:

本日、経済産業省と文化庁から映画振興の担当の方にお越しいただいておりますので、それぞれの省庁で映画振興に関して取り組まれていること、とりわけ上映や普及活動に関して取り組まれていることをお話しいたきつつ、始まったばかりの映画戦略企画委員会で、これからどのような議論が進められるのかといったあたりを聞かせていただければありがたいと思います。

青木俊介:

まずは経済産業省の施策を簡単にご紹介いたします。

経済産業省の中の文化創造産業課が、映画をはじめ、ゲームやアニメ、漫画、音楽、アート、ファッション、デザインといったコンテンツを含む分野に対する支援を行っております。今回、コンテンツ産業について政府としても取り組むべきということで“新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画2024年改訂版”の中に盛り込まれています。経済産業省としても、コンテンツ産業が日本の誇るべき文化であり、それに加え“稼げる力”があるという点に特に着目しています。日本発のコンテンツの海外での売上高は半導体産業の輸出額などとも肩を並べるほど大きく、重要であると考えています。

ミニシアターへの支援とは直接結びつかないかもしれませんが、実行計画では、海外市場の獲得ということが念頭に置かれ、海外展開及び世界に通用するコンテンツの制作・流通の促進、国際舞台での活躍が期待されるクリエイターやプロデューサーの国際的なネットワークの形成、作品の翻訳や吹き替え等のローカライズの支援等が記載もございます。そのほかにも、エンタメ分野のスタートアップや、日本貿易振興機構(JETRO)の海外事務所の活用といったことなども記載されています。

コンテンツ産業への支援ということでは、経済産業省では「我が国の文化芸術コンテンツ・スポーツ産業の海外展開促進事業補助金(通称: J-LOX+, Japan content Localization and business transformation (X) Plus)」を整備しています。こちらの補助金は、大きく分けると、デジタル化支援、制作やロケ誘致の支援、プロモーション等の海外展開支援という3つのメニューがあります。例えばデジタル化支援では、Web3や生成AI等の新しいデジタル技術を活用したビジネスに対する補助などがあり、制作支援では、制作費の支援とともに、海外からの資金調達を促すためのピッチ開発等への支援をしています。ロケ誘致の観点では、海外作品の製作に日本の製作会社が参加し、その作品が日本で撮影されることにより、人材の育成につながるといった側面からも支援をしています。海外展開支援では、海外向けのローカライズ&プロモーション支援として、翻訳や吹き替え、海外の展示会でのプロモーションの支援といった補助金を用意されています。このほかにも、海外展開において現地拠点での支援がほしいというお声をたくさんいただいて

おり、経団連の提言等も踏まえて、一部ジェトロ海外現地拠点にコンテンツ専門の人材を配置するなど、海外展開・ビジネスマッチングの支援をしています。

経済産業省としては、実写・アニメ問わず、波及効果ということも含めて経済的に“稼げる力”があるという側面も重要視をしていきたいと考えています。

「映画上映活動年鑑」等で、コミュニティシネマのレポートを事前に拝見させていただいており、現在DCPの更新時期であること、ミニシアターの経営自体がかなり苦しいという状況の中で、経産省で何ができるのか、是非勉強させていただきたいと思っています。文化発信の拠点としてのミニシアターという側面をどのように発展させるのか、どのようにすれば映画館の経営改善ができるのかといったことについては、経済産業省としても、ミニシアターで映画を見てきた私個人としても大変興味があり、皆さんのお話を聞かせていただきたいと思います。

文化庁の映画振興策

田村順也：

文化庁では、大きな柱としては若手映画作家等の人材育成と製作支援、海外への展開を掲げ、日本映画の創造・振興プランに取り組んでいます。映画をつくる人を育てるという観点から、大学生や専門学校の学生に映画現場を経験してもらいインターンシップのような形で映画業界への第一歩を経験する支援をしています。また、短編映画の制作を通じて技術や知識を習得する機会を提供し、プロデューサーと連携して企画や脚本開発のサポートを行う「ndjc:若手映画作家育成プロジェクト」も実施しています。優れた日本映画や国際共同制作の映画の製作に対する支援を行い、多様な作品の上映に寄与しています。また、日本映画の海外発信として、カンヌ国際映画祭やアヌシー国際アニメーション映画祭、トロント国際映画祭にジャパンプースを出展するなどして日本映画の魅力を発信し、招待作品の渡航支援等も行っています。また、ジャパンプースを活用した海外の映画人との交流、ネットワーク構築などにも力をいれたいと考えています。

本年度からは、日本と韓国の芸術系大学を対象に映像分野におけるグローバルネットワークの構築を行っています。また、令和5年度補正予算として文化芸術活動基盤強化基金「クリエイター等育成・文化施設高付加価値化支援事業(クリエイター等育成プロジェクト支援)」も始まりました。クリエイター育成・支援は、世界に誇る我が国のマンガ、アニメ、音楽、現代アート、伝統芸能等の次代を担うクリエイター等による作品や公演の企画・交渉・制作・発表・海外展開までの一体的な活動を、5年程度の活動目的の下で、3年程度弾力的かつ継続的に支援するというものです。映画分野でも、海外の企画マーケットに参加し、国際映画祭への出品の機会や、ネットワークコミュニケーションの機会を増やし、国際的に活躍できる人材を育成したいと考えています。

こうした支援によりできた作品が、ミニシアターなどの映画館で上映さ

れることで、日本映画の文化の一層の振興をはかり、海外における日本映画に対する評価の維持向上と日本映画のブランドの確立を目指していきたいと考えています。上映や流通に関しては、海外発信力のある国際映画祭への支援、それから日本芸術文化振興会が実施している日本映画の上映活動に関する助成事業などがあります。各地のコミュニティシネマやミニシアターが行う独創的なプログラミングなど、日本映画の新たな魅力を発信する特色ある上映機会の支援を行っています。

クリエイター支援資金

とちぎ：

新しい資本主義の実行計画には、関係省庁の予算を統合する形で、いわゆる“クリエイター支援基金”をつくるということが書かれているのですが、各省庁から考えれば、いままで積み上げてきたことが、統合されることによって削られてしまうと、全然違った方向にいくのではないかという抵抗感があるのではないかと思います。いかがでしょうか。

青木：

統合されることで削られるという考えはありません。経済産業省と文化庁等の省庁が映画産業に対して支援メニューを持っていますが、支援メニューが複数の省庁に分かれていてわかりにくいということから、それぞれの予算がある程度統合されて示されることによって、どのような補助が行われているのかがわかりやすくなるのは、産業全体にとって非常に有益であると考えており、予算が削られるというような後ろ向きな考えはありません。

クリエイターの作品が上映される場としての映画館への支援の重要性

佐々木：

国の施策等では常に、クリエイター支援や海外展開に着目されます。クリエイターを育てるのが大事なことだというのはわかるのですが、ミニシアターをはじめとしたアートハウスがなければ育ったクリエイターの作品発表の場がなくなってしまいます。つまり、日本の重要な産業であるコンテンツ産業の新たな担い手が、ミニシアターがないと生まれてこないということは、割とわかりやすい文脈だと思うんです。今回も要望で入れさせていただきましたが、国のお金で育てたクリエイターの作品の発表の場に対する支援をなぜお考えいただけないのかと、いつも思います。現在も映画館では喫緊の課題として、デジタルシネマ機の買換えという大規模な設備投資が求められていることがあり、それに対する支援を要望すると、活用できる支援策として中小企業庁の持続化給付金等、既存の支援事業をご紹介いただくのですが、新たな販路拡大や経費削減というテーマがなければ、単なる機器の更新では補助をしていただけません。ミニシアターがないと、新たな日本のコンテンツの担い手が

育たないというのは明確な事実だと思いますので、ぜひそのあたりを考えていただきたいと思います。

とちぎ:

いまの佐々木さんの問いに対してはダイレクトにお応えしにくいと思いますので、少し回り道をして、林さんに配信事業者という立場から、人材を育てるということとどう結びついていくのかということについてお話いただけますでしょうか。

配信事業と人材育成

映画祭との連携

林:

U-NEXTでは、映画業界との取り組みのひとつとして、映画祭との連携を行っています。きっかけは2020年から拡大した新型コロナウイルスでした。日本全国の映画祭が開催中止となったり、規模縮小を余儀なくされたりする中で、われわれとして何かできないかと考え、“オンライン会場”としてU-NEXTを活用していただく取り組みを行いました。現地開催に合わせてTVODでオンライン配信することもできますし、映画祭が終わってしばらく経ってから見放題で配信することもできます。あるいは前年までの受賞作をU-NEXTで視聴できるようにして、最新作は映画祭に足を運んで見てもらうといった様々な方法で取り組みまして、現在、50の映画祭との連携が実現しています。各地域で映画文化を支えてこられたのが映画祭だと思いますので、そういった社会的な意義のある、若手クリエイターの育成や発掘の受け皿でもある映画祭のお手伝いができればと考えています。

また、U-NEXTの約430万人の会員のうち、約半分の200万人以上のユーザーが映画を定常的にご覧になっているのですが、アンケート調査によると、そのうちの約30万人はかなりのコアユーザーで1年間に12回以上映画館で映画をご覧になっている。ここは重要な映画コミュニティになっているのではないかと思います。U-NEXTでは、それぞれの映画祭の特集ページをつくり、その特集ページをSNSで拡散したり、その30万人の方々の目につくように、会期中はトップページに固定したりするなどして後押しをしており、監督や役者をはじめ作品に関わる方々には非常に喜ばれています。→図7

映画館との共存関係

映画館との連携という点では、U-NEXTポイントを映画館のチケットに交換できるサービスを2013年からスタートさせました。いまのところ大規模な映画館のみでミニシアターとの連携はないのですが、今後一層網羅性を高めていきたいと思っています。現時点では、80数%のスクリーンでU-NEXTポイントが利用でき、昨年は77万人の方々をU-NEXTから映画館へ送り込むことができました。これは、興行動員の約0.5%程度で、1%以上をU-NEXTから映画館に送ることができ

図7: U-NEXT映画祭応援ページ



図8: 2500スクリーン以上の映画館と連携

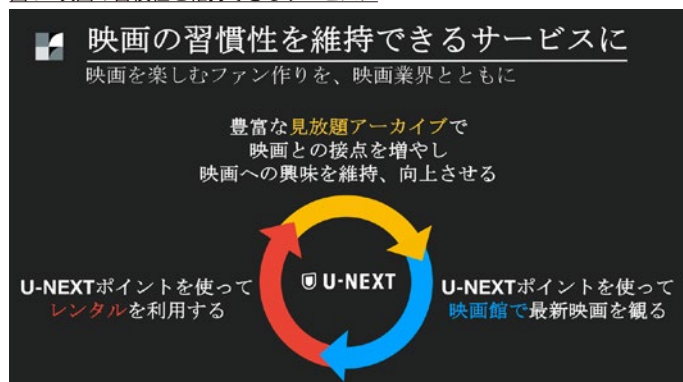


たという実績を早くつくりたいと考えています。

映画館と配信は競合関係にあるとよく言われるのですが、我々は完全に共存関係だと思っています。ただ、ここには先ほどお話しした、ウインドウと価格帯をしっかりと守れば、という注釈が付くと思います。実際、洋画大作が劇場公開からすぐに見放題配信されることが続いた結果、そのジャンルの映画興行が当たらなくなったという過去の事例もありますので、それだけはやってはならないと思っています。「映画館こそが、映画を映画たらしめている」ということを念頭に、これからも映画館と共存関係で取り組んでいきたいと考えています。→図8

最後に、U-NEXTがやりたいことのまとめです。まずアーカイブをSVODでとにかく増やして、多くの方々にアクセスしやすいようにすることで、若い人たちが新たな監督や役者、ジャンルにはまるというきっかけをつくり、その後、その監督や役者、ジャンルの新作が公開されたときにはU-NEXTポイントを使って映画館でご覧いただく。残念ながら映画館で見逃してしまったり、近くの映画館で上映されなかった場合は、TVODでご覧いただく。そしてまたアーカイブはSVODで見ていただく、という循環を生み出したいと考えています。映画は習慣性のエンタメだと思っていますので、習慣性を途絶えさせることがないように、この循環をぐるぐる回して、結果、日本の映画人口を増やしたいというのが、我々の最終目標です。→図9

図9：映画の習慣性を維持できるサービスに



映画館からクリエイターが生まれる

とちぎ：

配信側からの発言を受けて、逆に映画館の方から配信に対して何か提案ができるようになると、これから面白くなると感じます。本日の最初のセッションでもありましたが、子どもの頃から映画館に行って映画を見ることが習慣になり、映画の観客になったことによって、クリエイターが生まれるというのが当たり前のことかもしれません。クリエイターだけでなく映画を支えている人たち、上映者や配給に携わる人たちも、映画館で映画を見るところから生まれてくると考えれば、是枝監督もおっしゃっていましたが、“業界のセーフティネット”としてミニシアターを育てていかないと、人材が育たないのではないかとすることは、全くその通りだと思います。岨手監督には、先ほどのお話でも少し触れていただきましたが、作り手と映画館との関係についてもう少し補っていただけますでしょうか。

岨手：

先ほど佐々木さんがおっしゃったことには私も全く同感です。映画が非常に好きで、少しやってみて自分はやっていけるかもしれないという感触がある人をフックアップして育てるだけだと裾野は広がらないと思います。

クリエイター支援は非常に重要ですが、まずは観客を育てるという視点が重要だと思います。ミニシアターなどの映画館がない状況で育った若年層には映画監督になる可能性が断たれてしまいます。映画館で映画を見て友だちと感想を語り合うようなことは、映画を見るという体験・環境の底上げをしないとできないと思います。先日、ニュースで読書離れについて取り上げられていました。私にも子どもがいて、毎日読み聞かせをします。幼いときの読み聞かせの体験がないと、小学生になって児童書を読むことはないと思います。エルマーから始まり、ハリーポッターを読んで、ライトノベルを手にとるというステップがあるから、大学生になって、自分の好きな作家の本を読むという読書体験が継続するわけですが、読み聞かせで本に出会ったことがないのに、いきなりノーベル文学賞を取れと言われても、それは無理な話だと思います。つまり、まず、映画を見るという体験自体を広く普及させる必要があって、

映画を見るという習慣を底上げすることが重要です。優れたクリエイターの卵が海外留学の機会等を通じてブラッシュアップすることを支援する制度があることは非常によいとは思いますが、卵が生まれるにはやはりミニシアター、コミュニティシネマという存在が不可欠ではないかと思っています。

とちぎ：

これまでのご議論を聞いたうえで青木さんと田村さんからコメントを頂けましたら幸いです。

青木：

まずは映画を見る、見せることで、映画監督をはじめ映画業界に入りたいという人を増やし、映画産業が大きくなっていくという点で、ミニシアターの存在が重要ということには議論の余地はないと思います。そうした中で、政府として、いかに全体として映画産業を盛り上げていくかが重要だと認識していますので、映画戦略企画委員会が始まったばかりですけれども、今後の議論も踏まえ引き続き検討してまいりたいと考えています。

田村：

私自身も大学生の頃は1年に約200本を映画館で見て、映画というのは本当にいいものだと感じてきました。日本で年間1000本を超える作品が公開される中で、その大部分をミニシアターが上映しているという現状があります。先ほど上映された監督たちのメッセージでもミニシアターへの強い思いが語られていましたが、私自身も様々な機会にクリエイターからミニシアターの重要性について伺うことが多いです。世界的に評価の高い監督たち、作り手たちが育ててきた育成の場でもあるというところで、今後様々な方にヒアリングなどをしながらにはなるとは思います。今後研究してまいりたいと考えています。

佐々木：

映画戦略企画委員会の委員の中には、是枝監督や、東宝の松岡社長が入っておられますが、日本の映画文化を支えているミニシアター関係者の意見も吸い上げていただきたいと強く思っておりますので、是非メンバーのご推薦の機会がありましたら、そういうことでお願いできればと思います。

とちぎ：

是非ご検討いただいて、そのように進めていただけたら幸いです。

最後に、志尾さんから、今回のこの議論を踏まえ、コミュニティシネマセンターの代表理事というお立場でコメントをいただければと思います。

新しい映画振興策の実現

志尾:

この会議で何をお話ししようかと考えながら、この20年を振り返ってみました。“コミュニティシネマ”という名称で私たちが進み出した大きなきっかけとなったのが、2001年の「文化芸術振興基本法」の公布でした。映画がメディア芸術のひとつに位置付けられ、国の文化施策として振興されるべき対象となったということは、私たちは国の文化施策の一翼を担っているといえるようになったということであり、私を含め、ここに集まる日々上映活動をしている皆さんにとって重要な意味もっています。大変な状況で活動する中で公的な支援を求めたいというときに、我々は文化の一翼を担っているのだから、と言えるようになった点でも非常に大きかったことを思い出しました。

2003年には文化芸術振興基本法のもとに議論された映画振興策について「12本の柱」が設定され、私たちもその中にあって、多種多様な映画を見ることができる環境を整えること、地域格差を埋めるということ在必死にやってきました。日本映画はもちろんのこと、世界各国の映画を、多様な映画を上映するために、ただ、好きだからというだけでなく、私たちが映画文化を背負ってやっているのだと自負しながら取り組んできました。

けれど、映画館をはじめとした上映の場に対する支援はなかなか実現しませんでした。映画館支援の実現のために奔走する中で、なぜこの壁を突破できないのかと考えたときに、あんなに私たちが力を込めて力説してきた文化芸術振興基本法にも、そして12本の柱の中にも、“映画館を支援する”ということが謳われていないからだと感じたときの落胆は非常に大きかったです。

「12本の柱」から20年が経過して、映画を取り巻く環境はすさまじい勢いで変わっています。日本映画の振興をどうしていくのか、いままさに、新しい振興策の立案が進められようとしています。“クリエイター支援”というキーワードのもとに、映画振興について議論が行われています。先ほど佐々木会長が言ってくださいましたが、クリエイター育成という目的達成のための手段というところに、私たち上映者が確実に関わっているのだということを強く申し上げたいと思います。これから、この議論は様々な形で進んでいくのだと思うのですが、そうした中で製作支援や海外展開はもちろん非常に大事だと思うのですが、そこにとどまることがないように、抜本的な見直しができることを、希望を持って熱望したいと思います。

先ほど上映された監督たちのメッセージの中で、小田香監督が、映画をつくただけでは意味がなく、つくったあとに映画館で上映されたときに始まるという言葉の使い方をされていました。私自身も、人様に見てもらわなければ映画が完成したことにならないということを前代表や上映者の皆さんに教えていただきました。それは上映者や制作者を含めた多くの映画人が持っている感覚だと思います。そういう、映画を上映

する大事な場を私たちは守りたいし、その仕事に誇りを持ち続けたいと思っています。今後の映画業界に対する支援策において、映画館や映画を上映する場を守るということへの支援も是非とも取り入れていただきたいと思います。上映をする場所を守る若い人たちのためにも、その振興策の中に、映画館や映画上映の場という視点も入れていただけたら大変ありがたいと思っている次第です。(拍手)

とちぎ:

ミニシアターをはじめとした映画館は、観客に映画を届けるという社会的な責任をずっと果たしてきたことは、これまでの議論からも明らかです。その中には、新たなクリエイターを育てていくという働きもあり、それを継続させるためには、組織そのものが持続可能なものにならなくてはなりません。そのために具体的な施策として何ができるのかということに関係者の皆様、それから省庁関係の皆様と議論を続けて、具体的な成果が出るようにこれからも議論を継続させていただきたいと思っていますので、よろしくお願いします。本日は誠にありがとうございました。

(2024年9月19日 全国コミュニティシネマ会議2024イン川崎)

