第９回文化庁映画週間　公式報告書

文化庁　CoFesta 2012　第25回東京国際映画祭

文化庁では、魅力ある総合芸術であり、かつ海外への日本文化発信の有効な媒体である日本映画の振興に、様々な観点から取り組んでいます。その一環として、映画をあらゆる角度から取り上げる「文化庁映画週間」を東京国際映画祭期間中に開催し、あらゆる立場の人々が映画を通じて集う場を提供しています。
今回 9 回目となる「文化庁映画週間」は、優れた文化記録映画作品および永年にわたり日本映画を支えてこられた方々を顕彰する「文化庁映画賞贈呈式」や受賞作品による「受賞記念上映会」をはじめ、様々な映画人による「シンポジウムーMOVIE CAMPUSー」、様々な分野で活躍するゲストをナビゲーターに迎えた「映画ナビゲーターズ」を実施しました。

会期　2013 年 10 月 20 日（土）～10 月 27 日（土）
会場　グランドハイアット東京／シネマート六本木 1／六本木アカデミーヒルズ 49／TIFF movie cafe
●主催　文化庁
●共催　公益財団法人ユニジャパン

目　次

平成 24 年度文化庁映画賞 4

文化庁映画賞贈呈式 5

文化庁映画賞受賞記念上映会 11

シンポジウムーMOVIE CAMPUS― 17

第一部「クラウドファンディングは本当に映画を救うのか？」 18

第二部「ショートアニメーションの密かな愉しみ～絵本との蜜月～」 35

映画ナビゲーターズ 50

「Laugh & Sports 映画筋トレ」 51

「Twitter と映画で遊ぼう」 56

平成 24 年度 文化庁映画賞

文化庁では、日本映画の向上と発展のため、文化庁映画賞として、優れた文化記録映画作品および永年にわたり日本映画を支えてこられた方々に顕彰を行っています。本年度の文化記録映画部門 3 作品および映画功労部門 6 名の贈呈式を 10 月 20 日に、また文化記録映画部門受賞作品について、受賞記念上映会を 10 月 27 日に実施。これらの贈呈式や受賞記念上映会を通じて、受賞作品と受賞者を広く知らしめるとともに、文化庁の映画顕彰事業への理解を促しました。

文化庁映画賞贈呈式

会期　10 月 20 日（土）　19:00～
会場　六本木ヒルズ グランドハイアット東京
●主催　文化庁

文化庁映画賞受賞記念上映会 ＜文化記録映画部門受賞作品＞

文化記録映画部門の受賞作品を上映すると共に、受賞者をゲストに迎え、作品が作り出された背景や製作秘話などを紹介しながら、映画のもっている可能性について語り合いました。
会期　10 月 27 日（土）　11：00～
会場　シネマート六本木 1
●主催　文化庁

文化庁映画賞　映画功労部門
～受賞者および贈呈式における受賞者挨拶～

赤松 陽構造 ＜映画タイトルデザイン＞

中学時代にソウル・バスが手がけた『ウエスト・サイド・ストーリー』のタイトルデザインに影響を受ける。昭和 44 年、父が経営する日映美術に入社。映画のメインタイトルやスタッフ名、キャスト名などのクレジットのデザインを一貫して手がけて今日に至る。その総数は 400 作品を越え、個々の作品内容を的確に把握し、その世界を効果的に表現してみせる独自の文字デザインは、多くの監督から信頼を受けている。本年 2 月には長年の映画界への貢献を評価され、毎日映画コンクール特別賞を受賞した。

主要作品に『ゆきゆきて神軍』（原一男　昭 62）『うなぎ』（今村昌平　平 9）『ＨＡＮＡ－ＢＩ』（北野武　平 10）『父と暮らせば』（黒木和雄　平 16）『それでもボクはやってない』（周防正行　平 19）『人間失格』（荒戸源次郎　平 21）『テルマエ・ロマエ』（武内英樹　平 24）など。

受賞者挨拶：

関係者の方々にお礼申し上げます。この受賞を機に「映画のタイトル」という後継者の少ない職能を伝える為にもこれからも頑張りたいと思っております。ありがとうございました。

明田川 進 ＜音響監督＞

昭和 38 年に虫プロダクションに入り、後に田代敦巳、杉井ギサブローとともにグループ・タックの設立に参加。その後、昭和 53 年に音響制作会社マジックカプセルを立ち上げ今日に至る。音響監督とは科白と音楽を除いた音のパートに責任をもつ仕事で、ＴＶシリーズでは「リボンの騎士」（昭 42）「天才バカボン」（昭 46）、近年の「名探偵ポワロとマーブル」（平 16）、映画作品では『火の鳥２７７２　愛のコスモゾーン』（手塚治虫　杉山卓　昭 55）『幻魔大戦』（りんたろう　昭 58）『銀河英雄伝説　わが征くは星の大海』（石黒昇 昭 63）『ＡＫＩＲＡ』（大友克洋　昭 63）などを手がけ、アニメーションにおける音の存在感を示した。

平成 21 年からは京都精華大学マンガ学部アニメーション学科の特任教授を務め、後進の育成にも尽力している。他の作品に『火の鳥　鳳凰編』『時空の旅人』（昭 61）『PiPi　とべないホタル』（平 8）など。

受賞者挨拶：

手塚治虫の虫プロに入ったのが映画界に入るキッカケになり、映像に対する音の重要さを知る事になる。音作りに携わる多くのスタッフの方々に支えられて私の仕事が成り立っております。此の度の受賞は皆さんの支えのもとに頂けたものと感謝しております。

井関 惺 ＜映画製作＞

昭和 41 年、日本ヘラルド映画に入社。宣伝部、国際部を経て、ヘラルドエースの設立と同時に取締役に就任。イギリスと共同製作の大島渚監督作品『戦場のメリークリスマス』（昭 58）やフランスとの合作になった黒澤明監督の『乱』（昭 60）に参加。その経験を経て独立し、香港と共同で柳町光男監督の『チャイナシャドー』（平 2）、中国とはチェン・カイコー監督『始皇帝暗殺』（平 10）、ジェイコブ・チャン監督『墨攻』（平 18）の大作を共同製作し話題を呼んだ。また、アメリカとは『レイン・フォール/夜の牙』（マックス・マニックス監督　平 21）を製作、一貫して国際共同製作のプロデューサーとして活躍してきた。リスクの高い共同製作に挑戦し、日本映画のグローバル化を目指すプロデューサーの先駆けとして貴重な役割を果たしてきた。

現在、タラ・コンテンツ代表取締役。他のプロデュース作品に、ベルリン国際映画祭で審査員特別賞を受賞した『スモーク』（ウェイ・ワン監督　平 7）など。

受賞者挨拶：

この賞は現場の人達が多く貰っているので、僕もスタッフとして認められたような気がして、本当に嬉しいです。リスクが高いと言われる国際共同製作映画をやっていますが、今日ここに来て文化記録映画大賞、優秀賞 3 作品の断片を見て、正直言って非常に強いメッセージがそこにあり、僕らもそういったものを作れないかと反省したところです。

佐々木 英世 ＜音響効果＞

昭和 34 年に日活撮影所に効果係として入社、同 49 年まで務めた後、日活の効果技師たちが結成した東洋音響効果グループに参加し、映画・テレビドラマ・アニメーションまでの幅広い作品を担当する。

平成元年（有）東洋音響を設立、現在までに劇場映画 120 本、テレビドラマ 400 本以上を担当し、国内の音響効果制作集団の中心的存在として活躍している。音響設計における柔軟な姿勢は多くの監督やミキサーから絶大な信頼を得るとともに、後進の育成にも尽力している。

平成の「ゴジラ」（東宝）シリーズなどの大作を担当、近年の担当作品には『アヒルと鴨のコインロッカー』（中村義洋　平 19）『夕凪の街　桜の国』（佐々部清　平 19）『闇の子供たち』（阪本順治　平 20）『剱岳　点の記』（木村大作　平 21）『一枚のハガキ』（新藤兼人　平 23）『この空の花　長岡花火物語』（大林宣彦　平 24）『あなたへ』（降旗康男　平 24）がある。平成 8 年日本アカデミー協会特別賞特殊技術賞受賞。

受賞者挨拶：

私の後輩達や音響効果の会社を設立している人、または個人で努力している人たちも含めた、代表としての受賞と考え、今後も若い人たちの育成に尽力したいと思います。音響効果の重要性を一般の人にも理解していただく機会でもあり、大変嬉しく思います。誠にありがとうございます。

芝山 努 ＜アニメーション監督＞

昭和 38 年、東映動画（現東映アニメーション）に入社。同 41 年にＡプロダクション（現シンエイ動画）へ移籍。テレビアニメーション「オバケのＱ太郎」「巨人の星」の原画などを担当、「天才バカボン」を経て「ど根性ガエル」で作画監督となる。「ガンバの冒険」ではシリーズレイアウト全カットを描き上げ、その精緻な絵コンテは多くのアニメーター・演出家に影響を与えた。同 53 年、亜細亜堂を設立。同 54 年『がんばれ！！タブチくん！！』で、劇場用映画を初監督。

特筆すべきは、テレビの人気アニメ「ドラえもん」の映画版の監督で、昭和 58 年の『ドラえもん　のび太の海底鬼岩城』から平成 16 年の『ドラえもん　のび太のワンニャン時空伝』までの 22 作品で監督を務め、その壮大なスケールと卓越したアイデアで、子供のみならず大人の観客も魅了した。他の映画作品に『忍たま乱太郎』（平 8）、監修として『忍たま乱太郎 忍術学園全員出動！の段』（平 23）など。

現在、亜細亜堂相談役を務めている。

受賞者挨拶：

アニメの仕事に就いて、来年で５０年。アナログからデジタルに変わりましたが、やっぱりアニメはアナログです。受賞はいいスタッフに恵まれ、いい家族と過ごせたことだと思います。大変嬉しゅうございます。

林 隆 ＜映画美術監督＞

昭和 38 年、日活撮影所美術課に美術助手として入社。西村昭五郎監督の『昼下がりの情事　裏窓』（同 47）で美術監督となる。この間、山本薩夫監督の大作『戦争と人間』３部作（昭 45～48）では美術助手を務めている。日活のロマンポルノ路線への転換とその後の展開に立ち会い、同 55 年美術管理室（美術センター）に異動、撮影所発注作品に携わる。独立プロが日活スタジオを用いて製作する膨大な作品の美術に関して、その具現化に向けた適切なアドバイスを与え、撮影所の美術技法を伝えるなど、広く映画美術の継承に貢献した。その真摯な姿勢は、平成 14 年の日活芸術学院の美術担当講師に就任後も変わらず、多くの後進を育成した。

また、日本映画・テレビ美術監督協会では長く理事を務め、とりわけ、同 18 年から始まった「映画美術スタッフ塾」の運営においても中心的な役割を果たし、人材育成と交流に尽力している。映画作品に『桃尻娘 ピンク・ヒップ・ガール』（小原宏裕　昭 53）『夢のまにまに』（木村威夫　平 20）『ムーランルージュの青春』（田中重幸　平 23）など。

受賞者挨拶：

映画美術は作品のイメージを具現化して被写体にすることですが、そのことを志して今まで歩んできました。今後はこの道を繋ぐ若い人材を育成することも大切と思い、映画界のため、微力ではありますが一層尽力して参ります。

文化庁映画賞　文化記録映画部門
～受賞作品および贈呈式における監督挨拶～

文化記録映画大賞『隣る人』
製作：アジアプレス・インターナショナル
監督：刀川和也

誰もひとりでは生きられない
親と暮らせない子どもたちと、隣り合う保育士たち。そして、子どもと再び暮らすことを願う親。8 年間にわたる撮影の中で、ある児童養護施設の日常から「人と人の関わり」を丹念に紡ぎだしたドキュメンタリー。

贈賞理由：
とある児童養護施設の記録である。カメラは子供たちと彼らを見守る職員に肉薄し、生き生きとした表情を写し取る。説明はほとんどないが、画面には無邪気だが不幸を抱える子どもたちの喜怒哀楽、献身的な職員の繊細な心情があふれ、困難な社会を透視する。なまじな劇映画よりもよほど豊かな情感とドラマも感じさせた。被写体との関係を丁寧に築いて息長く取材し、問題意識と共感を持ち続けた作り手の技術と姿勢を、高く評価したい。　（勝田友巳）

監督挨拶：
映画の舞台となった『光の子どもの家』で働く職員の方々、そこで暮らす子どもたち、それに関わる親御さんたちに感謝を申し述べたい。その方々が一生懸命生きていることが、映画を通して人の心を揺さぶるようなものになったと思います。この受賞をみなさんに報告して共に喜び合いたい。

文化記録映画優秀賞『医（いや）す者として～映像と証言で綴る農村医療の戦後史～』
製作：株式会社グループ現代
監督：鈴木正義

© Group Gendai Films Co.,Ltd

農民とともに　―若月俊一と佐久病院の 60 年―
長野県佐久市（旧南佐久郡）佐久総合病院。医師・若月俊一が貫いた医療と福祉を越えた活動と志は、今も多くの人々をひきつけている。はたして若月が築いてきた農村・地域医療の精神は引き継がれていくのだろうか？

贈賞理由：
地域住民と一体となり、先駆的な医療活動で知られる長野県の佐久総合病院には，映画部が存在し、そこでは 1950 年代から 30 数年にわたり、16 ミリフィルムで、出張医療、手術、患者会、啓蒙演劇など、あらゆる取り組みが丹念に記録されていた。本作は、約 30 万フィートにも及ぶ、の貴重なフィルムと関係者の証言によって構成された秀作であり、戦後日本の、そして未来に向けて刻まれた美しい記憶であり、勇気ある記録である。　（野村正昭）

監督挨拶：
佐久総合病院映画部のみなさんはもとより OB、OG を含めた病院関係者、地域住民のみなさんに、今日いただいた賞を捧げたい。

文化記録映画優秀賞『沈黙の春を生きて』

製作：坂田雅子、株式会社シグロ

監督：坂田雅子

© 2011 Masako Sakata/Siglo

ベトナム、アメリカ ――― いまだ癒えぬ枯葉剤の被害の傷痕

ベトナム戦争で散布された枯葉剤の被害は 50 年を経過し、アメリカにも広がっていた。片足と指が欠損して生まれた帰還兵の娘ヘザーは、ベトナムを訪ね、両国の被害者が連帯し、困難に向き合うことの大切さに気づく。

贈賞理由：

進歩の美名のもとに現代科学が創出し、制御不能のまま戦争に利用された放射能と化学薬品。これは人類に対する 20 世紀最大の犯罪といえよう。なかでも枯葉剤＝ダイオキシンによる被害は、数世代にも及ぶという。ベトナム帰還兵の子孫と、多数のベトナム人家族にふりかかった後遺症の苦難を正視し、感傷に溺れぬ確かなまなざしで告発したこの作品は、いま、新たな放射能禍に揺さぶられつつある日本に、大きな衝撃を与える。 （藤久ミネ）

監督挨拶：

アメリカ人の夫を枯葉剤の影響と思われる病気で亡くしたことが映画作りの契機となった。この映画は亡くなった私の夫が背中を押してくれて、ベトナムやアメリカの被害者の人たちがそれぞれの物語を語ってくれて出来ました。彼らのメッセージがみなさんに伝われば嬉しい。

文化庁映画賞贈式における主催者および来賓挨拶

文化庁長官・近藤誠一

文化記録映画は、今のように世の中が目まぐるしく変わり、人々の価値観も多様化している中で、社会のある部分の発展や変化の記録を残したもので、芸術的な意味のみならず社会的歴史的にも貴重な映像資産です。そうしたものを深く観察し、記録に残し、ひとつの映画にするということは並々ならぬ努力があると思います。また、映画功労者の方々は、それぞれの分野で永年にわたり映画に貢献をされています。こうした功績の蓄積が、語り伝えられることによって日本映画の質が高まっていくだろうと確信しております。受賞された皆様には、今後とも、日本映画の振興と発展のために、一層のお力添えを賜りますようお願い申し上げます。

第 25 回東京国際映画祭・依田巽チェアマン

これまで 9 回、文化庁映画賞贈呈式は東京国際映画祭のオープニングセレモニー当日に行われ、私たちは非常に光栄に思っています。東京国際映画祭も年々確実に進化を遂げていると考えておりますが、それもひとえに、映画を担う多くの先輩方の努力と汗の結晶だと思います。映画には文化的な面と、ビジネスとしての映画のセールスという面が存在します。これからも日本映画を支えていく良きパートナーとしてご一緒できると思います。受賞される皆様方の益々のご発展を願っています。

コ・フェスタ実行委員会・迫本淳一副委員長

この贈呈式をいつも楽しみにしています。文化記録映画の受賞作からは信念が伝わってきます。映画功労部門受賞者の方々の仕事、人生、思いを垣間見ることができて刺激され励まされています。本日はおめでとうございました。

平成 24 年度 文化庁映画賞選考委員

【映画功労部門】

小澤秀高（協同組合日本映画・テレビ美術監督協会理事長）／掛尾良夫（キネマ旬報映画総合研究所エグゼクティブ・ディレクター）／川上皓市（協同組合日本映画撮影監督協会副理事長）／富山省吾（日本アカデミー賞協会事務局長）／山口康男（アニメーション批評家）

【文化記録映画部門】

明智惠子（キネマ旬報編集長）／勝田友巳（毎日新聞社学芸部記者）／谷川建司（早稲田大学政治経済学術院客員教授・映画ジャーナリスト）／中嶋清美（公益社団法人映像文化製作者連盟事務局長）／野村正昭（映画評論家）藤久ミネ（放送評論家）／山名 泉（すかがわ国際短編映画祭実行委員）

文化庁映画賞受賞記念上映会
～監督によるティーチイン～

文化記録映画大賞『隣る人』
ゲスト：刀川和也（監督）
司会：西村 隆（公益財団法人ユニジャパン事務局長）

▼製作の背景と映画に込めた思い
児童養護施設は全国で 580 以上あり規模も形態も様々ですが、舞台となった「光の子どもの家」は小舎制と言われる１舎につき１２人までの児童が住む施設です。その中でも光の子どもの家の特徴は、親代わりの保育士が子どもたちと寝食を共にしていると言っても過言ではない働きをされていることです。
2003 年から約 8 年に渡って取材と撮影を行いました。最初は当時ニュースになっていた児童虐待という社会問題の中で児童養護施設を捉えようとしていましたが、2007 年から 2009 年、週の半分を一緒に暮らしたことによって、そこは特別な場所ではなく子どもたちにとっては日常生活の場だということに気付き、人と人とが暮らす場として焦点を当てるようになりました。朝起きて、朝食を一緒にとり、学校に送り出す。帰宅したら一緒に宿題をして夕食を食べ、小さな子どもとお風呂に入り、寝るといった毎日の繰り返しの中で起こる人と人とのやりとり、関わりの中に子どもだけでなく、人が生きていく上で非常に大切なものがたくさんあります。それを映画にしたいと思いました。暮らしを共にし、親密になればなる程ぶつかり合いも起きます。その中で、大人も子どもに許し許されて生きて行くこと。血縁関係はなくても様々な人がそれぞれの思いを抱えながら関わり、一緒に暮らすことで、互いに本当にかけがえのないと言える関係になれることを、実感を持って感じました。
本作はナレーションやテロップも音楽もほとんどなく、説明を極力省いています。それは観客の方々に、それぞれの見方、それぞれの感じ方で映画を観てほしいと思ったからです。児童養護施設が自分とは関係のないことではなく、自分たちと地続きの生活であり、私たちの話であると捉えてもらえる映画になっていれば幸いです。

▼児童との関係
週１回撮影に行くのと、毎日一緒に暮らすのとでは、見えてくるものが違いました。子どもたちには毎日なんらかの事件が起きています。カメラは毎日、何があろうとなかろうと回していました。そうしてカメラが生活の一部にならなければ、日常の暮らしは撮れません。最終的には小学生の子どもを中心に据えましたが、600 時間近い撮影をして色んな子どもたちを撮りました。子どもたちの信用を勝ち取るためにはいつもそこに居るということが大事でしたし、遊びを通してコミュニケーションをとり、子どもたちとの距離がなくなっていったと思います。

▼Q＆A
Q：タイトルをなぜ『隣る人』と付けたのですか？また、これから思春期を迎える子どもたちはどうなるのでしょうか？

A：取材のきっかけとなったのは、光の子どもの家の菅原哲男さんの著書「誰がこの子を受けとめるのか」を読んだことでした。様々な事情で施設を去っていく職員もいるけれど、何もできなくてもそこに居続けることが大事である。子どもたちが人を信頼できる人間に成長しくためには、いつもそばにいて、丸ごと子どもの存在を受けとめる大人の存在がなければならない。それを “隣る人”と表現していたことに普遍的なものを感じ、そのまま題名としました。主人公となったむっちゃんは今、中学２年生です(2012 年 10 月現在)。やんちゃな彼女と職員のまりこさんは今もぶつかり続けているようですが、逆に言えば本気でぶつかり合いながらも一緒に暮らせています。児童養護施設の子に限らず思春期の子どもたちは、人生を左右する可能性もある大変な時期にあります。それを何とかいい形で乗り切ってくれることを信じながら、自分も関わっていきたいです。

Q：劇映画と記録映画の監督の違いはありますか？

A：キャスティングをする劇映画とそこに居る人を取る記録映画という違いもありますが、ドキュメンタリーにも様々な形があり、監督、カメラマン、音声等がチームでやる方もいれば、本作の場合は 3 人で撮影を行いましたが、役割分担をするのではなく一人ひとりがバラバラに行って取材をしました。ジャンルだけでなく、それぞれの監督の考え方ややり方によっても違いがあります。僕は映画製作出身ではなく、ジャーナリストです。一人でカメラをかかえて撮影をするビデオジャーナリズムというものがあり、そこから映像に入りました。この映画の発起人は僕ですが、初めての映画製作で勝手も分かっていませんでした。何をどう撮るか事前にある程度想定して作り始める人もいると思いますが、僕はジャーナリズムの延長で、プランは立てず、まず現場に行って目の前にあるものを撮り始めました。ドキュメンタリーは生ものなので、製作過程で様々に変化していきます。僕は台本もない中で本当に映画として成立するのか悩んだ時期もありましたが、その中で新しい出会いや助けもあって、このような作品が出来上がりました。

Q：むっちゃんがお母さんの家で一晩過ごす場面がありますが、ふたりの関係について、むっちゃん、お母さん、光の子どもの家がそれぞれに思っていることは何だと思われますか？

A：作中でもあったように「お母さんのところに行けてよかった。でもこれが最後だと思う」とむっちゃんが言ったと、まりこさんは話してくれました。僕が思うに、児童養護施設での暮らしを望んでいる子は一人もいなくて、むっちゃんもお母さんとの暮らしを望んでいたと思います。一緒に暮らしていない分、お母さんとの暮らしに夢や幻想を膨らませていた部分もあると思います。お母さんにしても、かわいい我が子と一緒に暮らせば、もっと人生を良くしていけるのではないかなど様々な思いがあって、子どもも大人も思いが高まっていたと思います。そこで実際一緒に時間を過ごしてみて、出来事の詳細は見ていませんが、ぶつかり合うことがあったのではないかと思います。そこでむっちゃんの言葉を考えると、「もう親元には戻れないんだ。光の子どもの家で暮らしていくしかないんだ」と、彼女自身が考えたのではないかと想像しています。
人と人との関わりの中では、様々な選択に迫られます。むっちゃんはお母さんの家に泊まるか泊まらないか迷った末に泊まることを選び、その一晩はうまくいかなかった。けれどふたりの繋がりは切れるわけではありません。お母さんは菅原さんと連絡を取り続けているし、それ以来むっちゃんからお母さんという言葉を聞いたことがなかったけれど、中学 2 年生になった今「お母さんはどうしているんだろう」とポロっと漏らしたりします。そして今後どのような時期でどのような変化が生まれてくるかは、誰にも分かりません。こうありたいという思いの下に過ごしていても、人との関係を完全にコントロールすることはできません。それは常に現在進行形の中にあると思います。
子どもと暮らしていくことは本当に大変なことだと思います。決してハッピーなことだけではありません。表向きは一緒に暮らしているようでも、実際は心が離れ離れということもあります。僕自身も同じような経験を今でも背負い続けているので、光の子どもの家に向き合い続けることができたと思います。人との関わりでは、なぜうまくいかないのかもどかしく思う答えのない出来事がたくさんあり、その蓄積の中に人間関係があるとも言えます。むっちゃんとお母さんがうまくいかなかったところに、職員のまりこさんも僕たち撮影陣も立ち合ってしまった。でも、むっちゃんにとって、何かうまくいかずつらいことがあった時、ぶつかり合っても逃げずに一緒に居てくれる大人の存在があることが、隣る人という言葉にも通じるとても大事なことだと思いました。

文化記録映画優秀賞『医す（いや）者として～映像と証言で綴る農村医療の戦後史～』
ゲスト：鈴木正義（監督）、若月健一（佐久総合病院映画部　農村医療の映像記録保存会 代表）
司会：田中文人（東京国際映画祭スタッフ）

▼製作の経緯
鈴木監督：2006 年に若月俊一氏が亡くなった後、佐久病院の歴史を　振り返ろうという機運が高まったところで、御子息でもある若月健一さんを中心にした映画部がずっと記録していたフィルムに日を当てたいという話が健一さんからありました。それは若月先生の業績だけでなく、それを支えた人たちの記録も伝えたいということでした。
病院の地下の薬品庫にはドラム缶が 2 つあり、30 万フィートという膨大なフィルムが残っていました。ちょっとした映像プロダクションより凄い量です。30 分の映像は 1080 フィートですから、それを撮影する場合はその 3～5 のフィルムを使います。3000 フィートで 1 ヵ月くらいロケをするくらいが普通です。それと比較しても贅沢な量で、それをやる意味を理解していた俊一先生とそれを実践した映画部の方々は素晴らしいと思います。それとは別に、病院に 300 人くらいで映画が観られる教育ホールがあり、そこに 100 タイトル以上の作品が保管されていました。それは映画部と映画やテレビの諸先輩方が共同で作られた作品群です。それら 2 種類の膨大な映像をどう選びとっていくのか、非常に悩みました。医師住宅をお借りして自炊生活をしながらすべての映像に目を通し、どう編集していくか考えていた日々が長かったです。

▼佐久病院の映画部について
鈴木監督：医師たちが芝居をやっているは佐久病院ならではのことで、若月俊一先生の資質もさることながら、従業員の方々の活動で、単に医療機関というより地域の文化の情報発信基地という性質もあり、実際に演劇、映画部、音楽、軟式野球部など、佐久病院の活動を眺めていると日本の時代の動きが分かります。その 1 つに病院祭という地域の祭りと一緒にやるイベントもあり、今でも何万人の人が訪れています。医療だけでなく文化活動も含めて地域を高めていくことを若月さんは目指され、地域の住民自らが考えて生活や健康を高めていこうと伝えたかったのだと思います。
映画部を構成していたのは医師や医療事務の方など様々でした。毎年クリスマス会に、1 年間やってきたことを作品にして地域の方々に観ていただきますが、映画部の方々が秋から不眠不休で作られていました。それは自分たちのやっていることを愛していたのではないでしょうか。僕らのように生業として作っているわけではないですからお金にもなりませんが、それをやり続けていたことは尊敬に値します。そう思いながら映画部の方々とお付き合いさせていただいています。

▼Q & A
Q：監督ご自身が佐久病院と関わって映画を作るに至った経緯は何ですか？

A（鈴木監督）：30 年ほど前、最初にフィルム作品の演出をやらせていただいたのが佐久病院の作品だったというのが、私と佐久病院の関係の始まりでした。高齢者が寝たきりや痴ほう症にならないためにはどうしたらいいかという内容でした。グループ現代という会社に所属していましたが、私は映画人として佐久病院に鍛えられました。健一さんを始め佐久病院の映画部の方々は怖いんですよね。「映画というものは、ドキュメンタリーというものは・・・」と教えていただいて、それがとても勉強になりました。感謝しています。

Q：映画部が病院にあることに驚きました。若月俊一先生が映画に興味をもたれた背景は何でしょうか？

A（若月氏）：作品冒頭に出てきますが　昭和 27 年 1952 年に日本の医学学会の記録を取ったのが映画部の始まりです。最初は劇を行っていましたが、移動映画が流行り出し、寸劇では人気がなくなってきました。そこでスライドを経て 16 ミリで映画を撮り始めました。主に病院の発展の記録と、啓蒙教育的なものがありました。地域に医療の説明をしたり、治療方法や予防、新しい医療の提案などです。
映画部には 20 人くらいいて皆仕事をもっていました。検査技師、健康管理部、経営陣、ソーシャルワーカー、医師、看護婦など様々な職種が集まって編成されていました。けれど今は休部状態です。医療現場の勤務が厳しくて時間が取れないからです。今現在は秘書広報課が、ビデオで記録を残しています。

Q：　佐久病院のように、高度な映画部などを備えて地域の医療だけでなく福利厚生を担っている病院は、全国に例のないものでしょうか？

A（若月氏）：医療機関でも演劇などの文化活動を行っているところは他にもあります。ただ、地域に開かれた活動にしていくのは非常に困難で、病院側がいくら頑張っても人々の反響が得られず、地域との結びつきが築かれることは滅多にありません。そういった意味で、佐久病院の活動が他の医療機関の参考になればと願っています。

文化記録映画優秀賞『沈黙の春を生きて』
ゲスト：塚本雅子（監督）
司会：田中文人（東京国際映画祭スタッフ）

▼製作の経緯
第 1 作『花はどこへいった』を制作したのは、夫グレッグ・デイビスを枯葉剤の影響で亡くしたことがきっかけです。彼は 1967～70 年までベトナムで従軍し、10 年前に肝臓がんで亡くなりました。
それまでカメラを手にしたことがなかったし、映画というものをどうやって作るのか知らなかったので、無我夢中でした。完成した時、自分の中では区切りがついたので後は別のことをしようと思いましたが、上映会をしたり、お話をしたり、ベトナムの被害者を訪れるうちに、まだ物語は終わっていない、もっと語られなければならないことがあると思ったのです。
もう 1 つには、1 作目をアメリカで観てもらいたくてテレビ局に持って行った時、この話は個人的すぎるからテレビには向かないと言われ、もっと幅広く社会的、歴史的な観点から作ればアメリカでも観てもらえるのではないかと思いました。とにかくアメリカの人たちに観てもらうのが大事だと思って、もう少し自分の身から離れて全体を眺めたものを作ろうと思いました。
初めて枯葉剤の取材に行ったのは 2004 年で、当時私は、枯葉剤はもう昔のことで、被害者を探すのも山奥深くの村まで分け入って行かなければならないのではないかと思っていました。ところが、田舎でも都会でも至る所に様々な症状に苦しむ被害者が現れて、撮影が追い付かない程でした。
本作は、フランスの映画祭で賞をいただき、ロシアでもテレビ放映され、日本でも受賞しました。けれどアメリカでは、様々な映画祭に出したけれど何の引き合いもありませんでした。1 作目に続き、アメリカではなぜこうも難しいのだろうと残念に思います。

▼本作に込めた思いと未来への責任
ちょうどこの映画の編集を作り終えようとしていた時、3.11 が起きました。レイチェル・カーソンが化学薬品と放射能は人間の生命を脅かす不吉な存在だと書いた 50 年前から、状況はほとんど変わっていません。私たちが今、50 年後を見据えていかないと、後に大変な世界を残すことになるというメッセージを込めて本作を作りました。そこで福島の原発事故が目の前に起きてしまったのです。あの惨事は大きく自分に覆いかぶさり、原発、核兵器、放射能に関しての映画を作らずにはいられません。
環境問題も根は同じところにあると思います。放射能も化学薬品も第二次世界大戦中に戦争のために開発が進んたが、その後、平和利用というカモフラージュをされて、日々の生活に入り込んでしまいました。そういった宣伝に踊らされてこのような災害になってしまいました。いつも目を見開いていることがとても大事だと思います。
本作は 2011 年秋、岩波ホールを始め全国で巡回上映されました。その後、草の根運動をされている様々な市民団体の方々が自主上映会を実施してくださっています。日本では社会的なドキュメンタリー映画を観てもらう機会は多くはありません。時

には観客が 10 人くらいしかいない時もありますが、それでも次に繋がっていくと信じています。文化庁映画賞の受賞をきっかけに、また広がりが出ることを願っています。

▼Q＆A

Q：とても重いテーマでいたたまれない気持ちになりましたが、忘れてはいけない問題だと思いました。最初に出てきたベトナムの被害者の家は立派に見えましたが、ベトナム国内の支援体制はどんなものでしょうか？

A：ベトナムでは 2000 年過ぎに枯葉剤の影響が公表されましたが、それまでは隠されていて、先祖が何か悪いことが原因だと言われるなど被害者が肩身の狭い思いをしていました。ベトナム政府もアメリカとの関係性で枯葉剤問題を日の当る所に持ってこられなかったのです。2007 年ベトナムはＷＴＯ（世界貿易機関）に加盟したことによって、アメリカと対等に交渉できるようになりました。アメリカは自国の罪は認めていないものの、人道的な立場から支援をしようと環境のクリーンナップにはお金を払うようになりましたが、人道的被害については因果関係を一切認めず、支援をしていません。ベトナム政府が各県に枯葉剤被害者の会の支部を作って月々1 軒につき 2000 円くらいの補助をしています。被害者の自宅が割とよかったのもその補助に依るものでもあります。私も１作目の上映で２００～３００万円の利益が出たので寄付したところ、まず家を直すのに使わせてほしいとのことでした。1 軒につき２０万円くらいあると、萱ぶきの家がコンクリートになるなど、作中のようにしっかりした家になるそうです。

Q：米国、ベトナムと取材を行い、そして商業映画ではないので資金が大変なのでは？

A：費用は思われている程かからないんですよ。自分でカメラを抱えてエコノミークラスで移動し、１作目はほとんど一人で作りました。２作目は、１作目で少し出た利益をつぎ込みました。費用はかかりますが、テクノロジーが進歩したお陰で以前より簡単に作れるようになったことは大変喜ばしいです。

Q：ベトナムやアメリカで撮影した時、どうして日本人がこの映画を作るのかについて、何か反応はありましたか？

A：撮影時、日本人であることに私自身はこだわっていませんでした。アメリカの被害者たちは、私の夫が同じ帰還兵だったことで心を開いてくれたと思います。ベトナムでは誰が撮っているかを気にする余裕もなく、とにかく自分たちの窮状を知ってほしいという気持ちでいっぱいだったと思います。
アウトサイダーでありフリーランスのジャーナリストである私と、政治やビジネスとして国同士が関係を持つ場合とでは事情がかなり違い、直接の関係はありません。ただ日本はこれからどんどん経済的にベトナムに進出し、政治的にも大事なパートナーになって行くと思うので、そういった繋がりも深まるに越したことはないと思います。

シンポジウム―MOVIE CAMPUS―

映画製作や上映活動における新しい取り組みや映画文化の最新動向を、アカデミックな視点で紹介するシンポジウムです。映画業界がいま求めているもの、取り組むべき課題について、映画業界人、文化人、研究者を招いてディスカッションします。
シンポジウムはふたつのテーマで構成。第一部ではインターネットでポンサーを募る新たな資金調達のシステム、クラウドファンディングを取り上げ、従来の映画製作方法を変え得るのか、成功例と問題点を検証します。
第二部では、アニメーションと絵本の世界に注目し、その魅力に迫ります。絵本から生まれたアニメーション作品やアニメーション作家が描く絵本の世界について、貴重な作品の上映を交え、知られざる結びつきを再発見します。また、海外と日本の現状比較や人材育成など、アニメーションの未来について考えます。

会期　10 月 26 日（金）　13:00～
会場　六本木アカデミーヒルズ 49 タワーホール
●主催　文化庁
●共催 公益財団法人ユニジャパン

【テーマとゲスト】
13:00～　第一部「クラウドファンディングは本当に映画を救うのか？」
●登壇者
佐々木芽生（映画監督／プロデューサー）
小川真司（映画プロデューサー）
大高健志（MotionGallery 主催）
梅津 文（GEM Partners 株式会社 代表取締役）
カート・ヴォス（映画監督／脚本／製作／撮影）
●モデレーター
関口裕子（映画ジャーナリスト）

16:00～　第二部「ショートアニメーションの密かな愉しみ～絵本との蜜月～」
●登壇者
山村浩二（アニメーション作家）
ミムラ（女優）
●モデレーター
田中文人（東京国際映画祭スタッフ）

第一部「クラウドファンディングは本当に映画を救うのか？」

【パネリスト】

佐々木芽生（映画監督／プロデューサー）
北海道札幌市生まれ。1987年に渡米、以来ニューヨーク在住。NHKのニュースディレクターやレポーターとして活躍。世界40ヶ国以上を飛び回りテレビ番組の制作に従事する。2002年に自身のプロダクションFine Line Mediaを設立。初めて監督とプロデューサーを務めた映画*Herb & Dorthy*が2008年6月にアメリカで公開され、各地の映画祭で最優秀ドキュメンタリー賞や観客賞を受賞。日本では2010年11月より自主配給にて全国で劇場公開。続編となる『ハーブ＆ドロシーふたりからの贈りもの』はMotion Galleryにて2012年10月16日から2013年2月28日までクラウドファンディングによる資金調達を実施。915名から14,633,703円の支援を集めた。2013年3月30日より日本公開。その他、国際捕鯨論争をテーマにした作品も製作中。

小川真司（映画プロデューサー／株式会社ブリッジヘッド代表取締役）
1987年にアスミック入社。家庭用ゲームソフト等のプロデュースを経て、1996年から洋画配給宣伝部に異動、映画宣伝プロデュースを経験。1998年、アスミック・エース エンタテインメント誕生とともに映画製作部に所属。同年『リング２』(98)でアシスタント・プロデューサーを務め、『リング０～バースデイ～』(00)でプロデューサーとしてデビュー。 そして『ピンポン』(02)のプロデューサーを担当。アスミック・エース配給で単館系拡大ヒットとなり、邦画の概念を崩す新しい公開形態が大きな話題を呼んだ。日本アカデミー賞優秀作品賞を始め各映画賞を獲得。2003年には『ジョゼと虎と魚たち』を製作、第23回藤本賞・特別賞を受賞。その他の作品に『恋の門』『ハチミツとクローバー』『天然コケッコー』など。2011年には映画化不可能と言われていた村上春樹の大ベストセラー『ノルウェイの森』をトラン・アン・ユン監督で製作して話題になった。2012年7月、アスミック・エースを退職し、株式会社ブリッジヘッドを設立。

大高健志（MotionGallery 主催）
1983 年 東京生まれ。外資系コンサルティングファームに入社し、主に通信・メディア業界において、事業戦略立案、新規事業立ち上げ支援、マーケティング、オペレー ショ ン改善等のプロジェクトに携わる。
その後、大学院に進学し映画製作を学ぶ中で、クリエィティブと資金とのより良い関係性の構築の必要性を感じ、クラウドファンディング・プラットフォーム MotionGallery を立ち上げた。

梅津 文（GEM Partners 株式会社 代表取締役）

1997年東京大学法学部卒業後、警察庁入庁。2000年にニューヨーク大学ロースクールにてLL.M（法学修士）を取得し、ニューヨーク州司法試験に合格。
2002年マッキンゼーアンドカンパニー日本支社にコンサルタントとして入社後、通信・メディア業界においてマネージャーとして新規事業、マーケティング、業務オペレーション改善及び組織変革プロジェクト推進に携わる。
2008年3月GEM Partners株式会社設立。リサーチ・分析に基づくメジャー・インデペンデントの映画ビジネスのマーケティング戦略立案サポート、その他事業を推進。

カート・ヴォス（映画監督／脚本／製作／撮影）

アリソン・アンダースと共同監督した東京国際映画祭WORLD CINEMA部門上映作品Strutterは、米国の最大手クラウドファンディング・プラットフォームのKickstarterで製作資金のすべてを集めた。長年コンビで制作を続けており、本作は共同監督による南カリフォルニア３部作の最終章で、シリーズ第１弾のBorder Radio (1987)はクライテリオン・コレクションのなかの１作品であり、DVDはヤヌス・フィルムズよりリリースされている。
第2弾のSugar Town (1999)はサンダンス映画祭でプレミア上映され注目を浴びた。

【モデレーター】

関口裕子（映画ジャーナリスト／株式会社アヴァンティ・プラス代表取締役）

メディア開発・コンテンツ企画制作・ＰＲ・リサーチ会社、株式会社アヴァンティ・プラスを運営。東京学芸大学卒業。”キネマ旬報” 元取締役編集長。アメリカのエンタテインメントビジネス紙”VARIETY”の日本版”バラエティ・ジャパン”元編集長。批評や日本・アジア・米国におけるエンタテインメントビジネス記事の執筆・編集も行う。

第一部「クラウドファンディングは本当に映画を救うのか？」

莫大な製作費をかけられるハリウッド映画と異なり、世界中のインディペンデントの製作者たちは、今も昔も資金確保に苦労している。インターネットでスポンサーを募るクラウドファンディングは、従来の資金調達の方法を変え、現状の突破口となり得るのか？ それぞれ異なる立場で映画に関わるパネリストたちが、成功例と問題点を検証した。

クラウドファンディングの概況

▼クラウドファンディングとは

関口:クラウドファンディングとは、小額の資金を多数の出資によって集める仕組みです。寄付という発想から始まったので、大きな資金を集める期待はされずに始まったと思われます。その後間もなく融資という形でマイクロファイナンスのサイトもでき始め、現在では大きく種別すると、融資、投資、購入、寄付というそれぞれの特徴をもったプラットフォームが展開されていて、「群衆によるファンド」の造語として一般化し始めています。金融機関に出資し、その利息で回していく形のファンドで有名なのは、Kiva（キバ）、maneo（マネオ）などで、投資型ではミュージックセキュリティーズ。購入型ではすべてのクラウドファンディング・プラットフォームの規範となったと言っても過言ではないアメリカの Kickstarter（キックスターター）、日本では MotionGallery（モーションギャラリー）、CAMPFIRE（キャンプファイヤー）など。対価を得るものとは異なった寄付型では、GiveOne（ギブワン）等が知られています。＜資料 1、2>

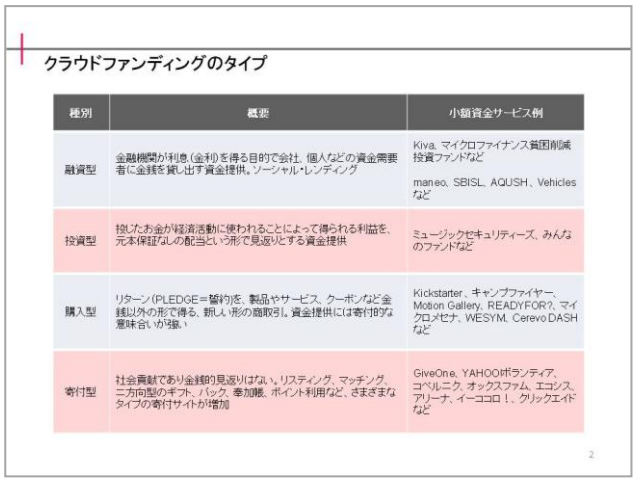
▼クラウドファンディングの拡大の流れ

驚いたのは、2011 年以降の急激な増え方です。それ以前は投資ビジネスとして期待を寄せるベンチャー企業が多かったと思われますが（資料３：赤丸印）、日本では 2011 年 3 月 11 日を境に、ソーシャルビジネスとして、対価は得ずにモノの形で購入するタイプのサイトが増えました。図の中で名前が灰色のものはサイトがすでにクローズしたところで、短期間で終わってしまっています。そこにクラウドファンディングの問題点があるのではと思っています。

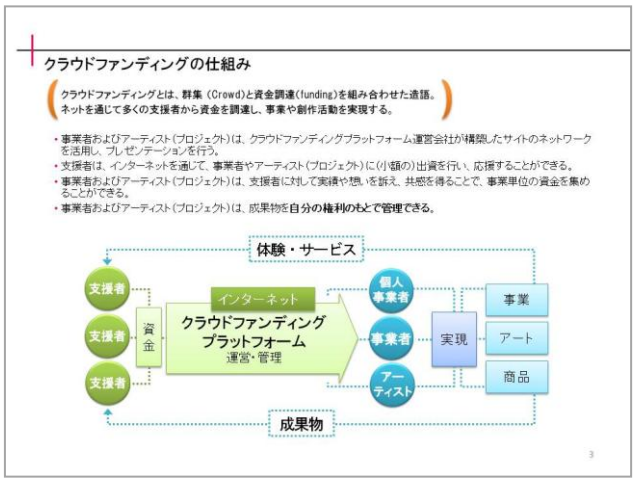
2008 年にアメリカで Kickstarter が始動しました。同年に日本では経済産業省によってソーシャルビジネスの推進を目的とした環境整備が行われました。その２つが、日本の投資型プラットフォームの増加に大きな影響を与えたと思われます。

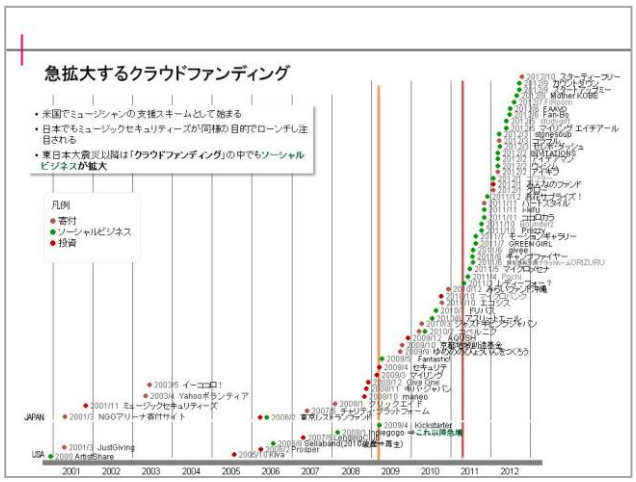
米国では、2011 年オバマ政権下で「スタートアップ・アメリカ・イニシアチブ」が発表され、今年 8 月「ジョブス法」として法制化されました。これが整うことで、起業と経済活動の活性化が期待されています。日本ではフィットしない内容もあり、同じものを日本で即適用することは難しいですが、米国での活性化にはつながったと思われるので、今後、日本独自の法制化に期待したいところです。

資料１



資料２





資料３

資料４

欧米以外でもクラウドファンディングは拡大しており、韓国、香港、シンガポールなどでもサービスが始まっています。市場は 2009 年には５億 3000 万ドルでしたが、2011 年には 15 億ドル、そして 2012 年は 28 億ドルに成長する見込みと言われています。

クリエイター支援としては音楽、ガジェット分野から始まったクラウドファンディングは、音楽以外のアートの分野へと拡大していき、最初は少なかった映画製作への支援も現在、増えてきています。映画での事例は、本日ご登壇いただく佐々木監督の『ハーブ＆ドロシー』やカート監督の『ストラッター』、アッバス・キアロスタミ監督の『ライク・サムワン・イン・ラブ』、『アイアン・スカイ』などが突出した事例として挙げられます。キアロスタミ監督作品は MotionGallery で資金が集められ、日本と海外の国際共同製作という形で国が支援した作品でもあります。国からの助成金とクラウドファンディングを使っての資金調達という２つの面についても、後ほどお話を伺って参ります。＜資料３＞

クラウドファンディングに関するマーケティングリサーチ

関口：では、最初のスピーカーである梅津さんと佐々木監督にご登壇いただきます。まず、梅津さんにはクラウドファンディングの可能性と未来についてお話を伺います。クラウドファンディングがどれくらい幅を広げていけるのか、またそのベースとなっているものは何か、ということも含めてお伺いします。

梅津：GEM Partners の梅津と申します。映画会社向けのマーケティングリサーチを行っておりますので、この後登壇される映画製作者の方々とは異なる立場で、顧客サイドはどのような状況なのかについてお話しいたします。

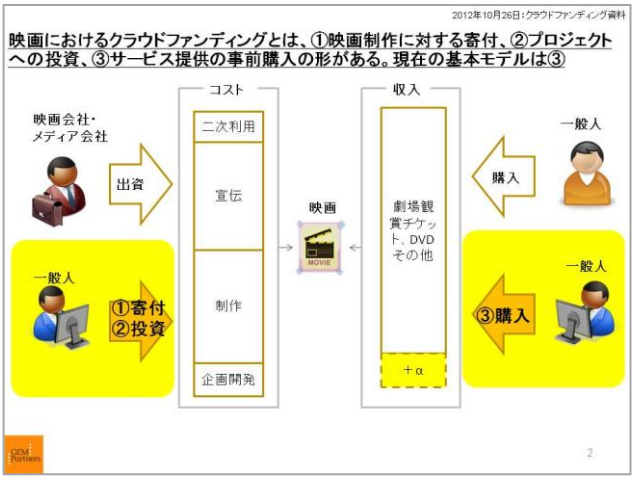
まず、現状のご説明です。クラウドファンディングのコンセプト説明が関口さんからありましたが、それを映画に当てはめるとどういうことなのか、という簡単な整理です。資料４の 2 本の棒グラフは、映画にかかるお金の種類を表しています。インタビューに行ったりロケハンなども含む企画開発費、製作現場でかかる費用、それらと同じくら

いかかる広告宣伝費・プリント、DVD 等の製作費がコストになります。その収入は、チケット代が大本の元手になっています。黄色以外の部分が従来の資金の仕組みで、映画会社が出資や融資という形でお金を出し、出来上がった映画に対して一般の方がお金を出して購入する、という流れです。この図の中でクラウドファンディングが当てはまる部分は３つあります。見返りを求めず寄付をするか、一事業者としてリターンを求めて投資をする場合、そして今現在広く行われている購入という形です。つまり寄付や投資といった金融活動としてというより、一般の劇場鑑賞券を買う人と同じように、買い物の延長とすて資金提供しています。その際には映画のチケット代を払うだけでなく、撮影現場に行けたりグッズがもらえるなどプラスアルファのサービスに対して対価を払う、参加意識やコミュニティ意識に対してお金を払うという購入型が一般的です。
＜資料５＞

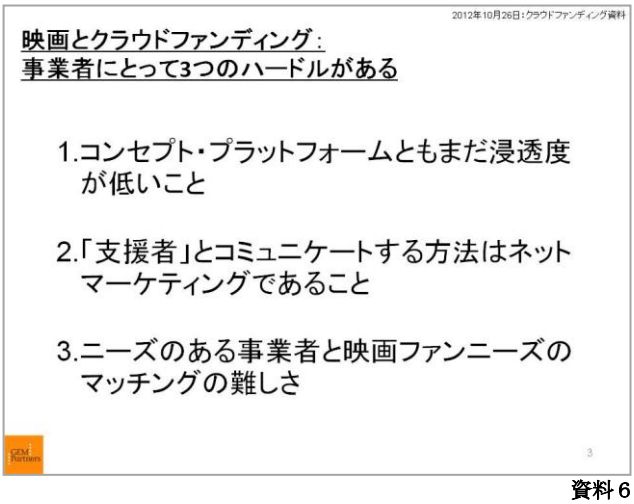
資料６のアンケートは、ここに掲げたワードを見せて、どれを知っているか、また興味があるかどうかを聞いたものです。この中でクラウドファンディングの浸透度はまだ低く、興味がある人は全体の５％程度にとどまっています。クラウドファンディングは「サスティナビリティ」と「フェアトレード」と同じくらいの新しいバズワードになっていますが、ビジネスになっているキーワードの「エコ」や「ロハス」には及ばないレベル。「インターネットショッピング」に至っては９割の認知度があります。

資料７はクラウドファンディングの各サイトについて、前出のインターネットショッピングである楽天やモバゲーなどと比較して、知っているかどうか、買い物や資金提供をしたことがあるのかという、どのくらいの認知と関与度があるかを調べた結果です。このグラフから分かる通り、クラウドファンディングのプラットフォームに関しては名前を知らない人が圧倒的多数です。CAMPFIRE や READYFOR?（レディーフォー）などが日本の先駆者として活躍していますが、まだ一般的にはその名前を知られていないのが現状です。フラッシュマーケティングは先程のアンケートでは認知度が低かったですが、グルーポンという名前はかなり知れ渡っています。一般化というと、認知度がここまで上がっていかないと、行為には結びつかないという感じがします。
＜資料７＞

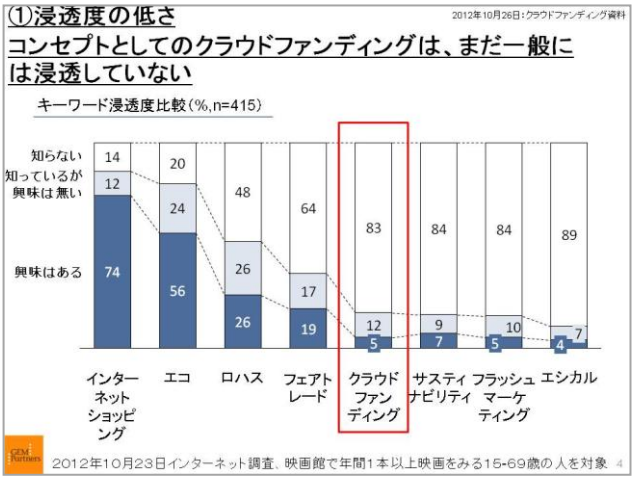
資料８は、映画を何で知ったかというアンケートですが、大規模映画と小規模映画でメディア別に集計しました。大規模な映画ではテレビが中心で、次に劇場です。小規模映画ではテレビの露出がなかなかできないので数字が低くなりますが、その代わりにインターネットが伸びてくるかというとそれ程でもなく、共通してネットがまだ強力な情報



資料５

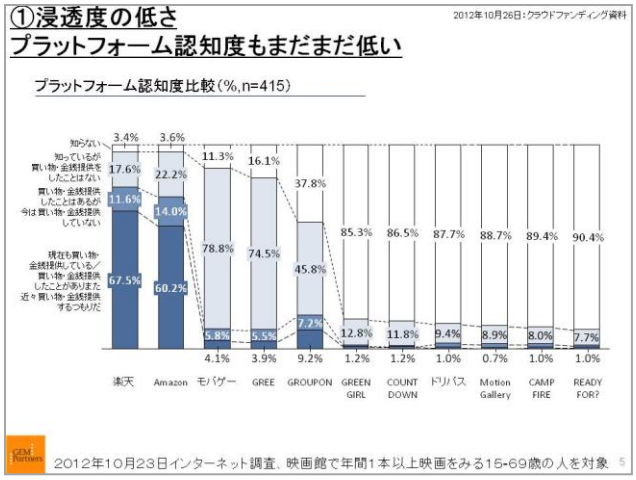


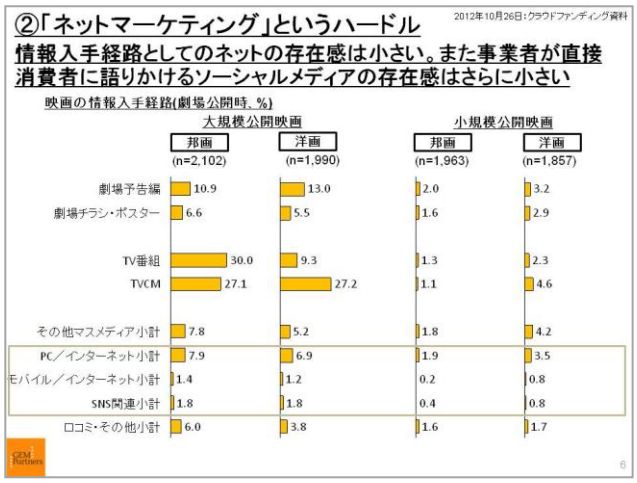
資料６

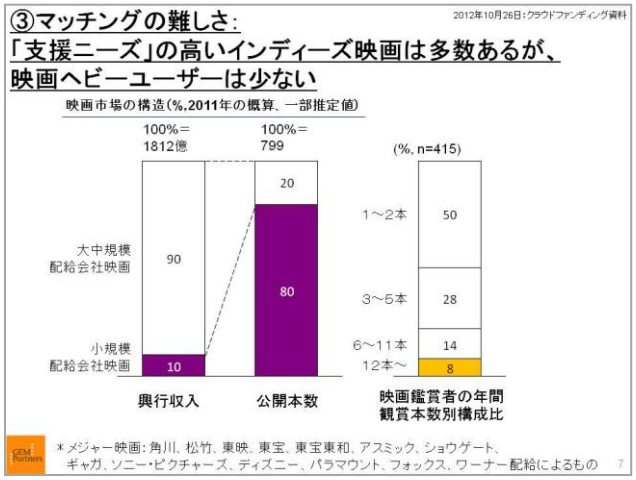


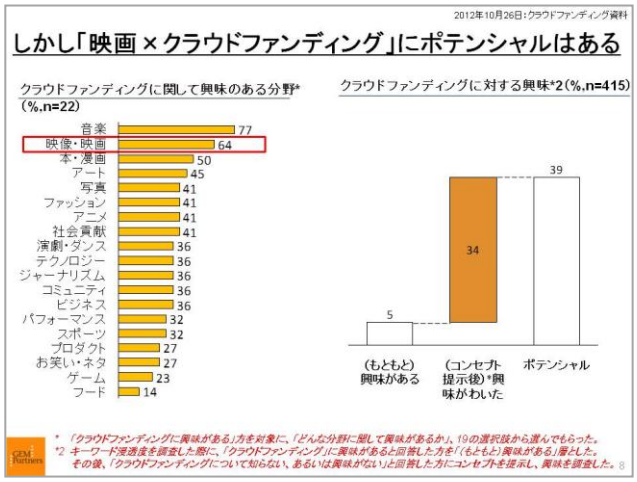
資料７

源になっていないことが分かります。ですから、ネットという狭いツールの中だけで認知を上げていくのは非常に難しいと考えます。









最後のデータは去年の概算で、約 1800 億円占めた大中規模映画会社（ディズニー等のメジャーからからギャガ、アスミックなど中堅インディペンデント会社まで）の興行収入とそれ以外の会社の興行収入と、公開作品数の内訳です。よく言われる二八の法則より寡占が進んでいて、独立系の支援が必要だとすると、月に１～２本観る人つまり年間 12 本以上観る人は全体の８％くらいしかいません。ですから非常に多くの映画作品と非常に少数の鑑賞者をつなぐ必要がある問題だということが分かります。

ではポテンシャルはどうかというとまだ期待できる部分があり、クラウドファンディングに興味があると答えた人に対して何の支援に興味があるか READYFOR?のカテゴリを引用して聞いたところ、映画・音楽への関心が高くなっていました。また、元々興味がある人は５％しかいないというデータがありましたが、ここにいる佐々木監督が『ハーブ＆ドロシー』のプロジェクトで使っているクラウドファンディングの定義を示し、それを読んだ後どう気分が変わったかを聞いたところ、コンセプトを提示した後に興味が湧いたという人は全体の３割程いました。したがって本来のポテンシャルはそれと同程度あることが見込まれ、現状はワード自体を知らない、コンセプトを理解していない、やったことがない人が多い状況なので、これから伸びていく可能性はあると言えると思います。

関口：ありがとうございます。梅津さんと私は映画製作者ではない立場から、クラウドファンディング概況についてお話しさせていただきましたが、ここからは実際クラウドファンディングを行った具体的事例についてお伺いします。まずは、なぜ映画製作資金をクラウドファンディングで集めようかと思ったか、というベーシックな部分から佐々木監督にお伺いできますでしょうか？

『ハーブ＆ドロシー ふたりからの贈りもの』の製作資金をクラウドファンディングで調達

▼初めての映画製作で資金調達の困難に直面

佐々木：『ハーブ＆ドロシー』は私にとっての初めての映画製作だった。映画製作というのは、カメラを持って撮影してできたものを編集すればできるもので、それほど資金

もかからないかなと思っていたが、膨大な資金が必要なことに、映画を作り始めてから気づいた。映画製作２作目であり続編ともなる『ハーブ＆ドロシー ふたりからの贈りもの』では、１作目の成功によって認知度もあり、難なく支援は集まるだろうと思ったが、大間違いだった。アメリカでは常に新しいものが期待されて続編は興味をもたれないため、１作目で支援を受けた国営放送の PBS も含め、数々の財団や企業を当たっても支援が得られなかった。アメリカの場合、Grants Organization（グランツ・オーガニゼーション）という助成金を交付する財団が非常に多数あるが、申請にはテクニックがいるので、Grants Writer（グランツ・ライター）というプロのライターを雇って申込みをするなど手を尽くしたが、最終的に２つの財団から少額の助成金をいただいただけで資金が間に合わなかった。そして 2009 年の３月、クラウドファンディングの存在を知った。

▼クラウドファンディング実施を決めた経緯

きっかけは Age of Stupid というイギリスのドキュメンタリー映画で投資型と寄付型を合わせたクラウドファンディングを実施し、一般の方から広くお金を集めて大成功した、というニュースレターが舞い込んできたことだった。そんな方法があるのかと驚き、ぜひ試してみたいと思った。一般の方ができる範囲の少額を出し合って１つの映画を作っていくことは、ごく普通の郵便局員と図書館司書の夫婦が素晴らしいアートコレクションを築いた『ハーブ＆ドロシー』の精神にも繋がるのではないかと思った。ごく普通の人たちができる範囲でアーティストや文化を支えていく、という意味でぴったり一致すると思った。そのうちに、アメリカのフィルムメーカーの友人から Kickstarter や Indiegogo（インディーゴーゴー）でキャンペーンをしていて支援を求めるメールが次々に送られてくるようになった。そして自分も Kickstarter でのプロジェクト実施を決意。2011 年 9 月 6 日からキャンペーンをスタートするまで、準備に 4 ヵ月かけた。ページを作成し、サポーターへの特典を準備し、知人友人にメールを送り、Twitter・Facebook を通じて告知すれば難なく資金は集まるだろうと思っていたが、それは全くの誤解だった。

▼経験から得た、クラウドファンディングで大事な３つのこと

１）まずは周到な準備。予算の内のいくらをクラウドファンディングで集められるのか、その予算を集めるためには何をすればいいのか、サポーターにどんな特典を用意できるのか、特典の金額設定、キャンペーン期間などを綿密に練る。作品の特性や監督の性質によっても変わるので見極めが必要。私の場合は Kickstarter のサイトで、高額のファンディングに成功した事例を徹底的に研究した。すべてのビデオや説明文、特典内容を調べ、自分の映画に当てはめるにはどうしたらいいかを何度もシュミレーションし、長時間かけてスタッフと何度もブレストして決めた。

２）体制作りも重要。それぞれのスタッフがどんな役割を持つのかをはっきりさせる。ソーシャルメディア担当者とニュースレター担当者を分け、ニュースレターは週 1 回送っていた。キャンペーンブログも作り毎日更新した。支

援者に対して、当初は私自身がすべてお礼のメールを書いていたがひとりでは手が回らなくなり、チーム・ハーブ＆ドロシーとしてメンバーが自身の名前を出し、自己紹介をして、キャンペーンのスタッフとして様々なメッセージを送る形にした。
スタッフがニュースレターや Facebook で広く呼びかける一方で、私は高額支援をしてくれる可能性のある方一人ひとりに対して、メールを書き、電話をかけ、できれば会ってお願いをするということを毎日アポを取って徹底的に行っていた。小額で支援をしてくださるマスの方たちと、高額支援をしてくださる方々は私が個人的にケアをするという 2 本立てでアプローチした。
そしてサポーターとのコミュニケーションを密に図ることが非常に大事だと思っている。資金をいただければ終わりということではなく、キャンペーンに加わっていただいた方々をどうやってフォローしていくのか。支援者の方々は皆さんの代わりに宣教師となって作品やキャンペーンを広めてくれるので、本当に大事にしなくてはいけない。ただお金をいただく人ではなく、一緒にプロジェクトを進めるチームメンバーと考えていくのがいいと思う。

３）精神的な心構え。軽い気持ちでも 10～20 万円の少額であれば集まるかもしれないが、100 万円以上の金額を集める場合は、それなりの準備と体制を整え、戦略を立て、気持ちの上でも責任感を持つことが大切。支援していただいて嬉しく思うと同時に、その 730 人の期待に応えられるのかという責任と、裏切ってはいけないという思い。素晴らしい作品を作ることはもちろんのこと、約束した特典は早く送る必要がある。私たちは 11 月にキャンペーンが終了し、DVD 以外の特典は年内にすべて発送した。それによって支援者にまず満足してもらう。キャンペーン中と終了後も合計 22 回の情報更新をし、ハーブが亡くなったけれど私たちはくじけず製作を続けることなど、支援者と密にコミュニケーションを重ね、私たちは支援者からの恩を忘れていないので映画完成までもう少しお待ちくださいね、ということを伝えていくことが非常に大事だと思っている。

▼金額と期間の設定
金額は５万５千ドルに設定。資金は 10 万ドル以上必要だったため本当は 20 万ドルに設定したいところだったが、Kickstarter の場合は All or Nothing で目標達成しなければ全額消えてしまうので、自分にとって無理のない範囲はどこかを考え、本当に必要な金額と自分が集められる金額のバランスはどこかをじっくり検討し、最終的には自分では控えめだと思う数字に設定した。
期間について Kickstarter で一番成功率が高いと勧められたのは 30 日だったが、Kickstarter の中でも当時多額な金額を短期で集める自信はなく、いったん 45 日に設定。そしてオープン間近となった頃、ドキュメンタリー映画で 15 万ドルを集めたジェニファー・フォックス監督の Kickstar 体験を聴いたところ、3 人のスタッフと自分の 4 人がほぼフルタイム体制で行ったと知り、自分の準備不足を実感。これだけの金額を集めるには、相応の覚悟と準備とスタッフ体制づくりと戦略が必要だと思った。最初から、誰に対してどの時期にどのように告知してフォローしていくのか。告知だけでなくサポーターになってもらった方々にお礼メッセージを送るなど、どうコミュニケーションをしていくかという体制づくりをきちんとしないと大きな金額を達成することはできないと分かった。ジェニファー監督は 90 日だったが、私たちは最終的に当時最長の 60 日に設定した。

▼支援を呼び掛けるビデオ作り
ファンドレイジングをする人が、プロジェクトの説明や支援の呼びかけをするためのビデオ作りが Kickstarter では非常に大事だと言われている。私は力を入れて４分半も作ってしまったが、あまり長いと観てもらえないので、2 分～2 分半くらいがベストと思われる。
私たちのビデオの冒頭は 1 作目の『ハーブ＆ドロシー』がどれくらい成功したのかという説明で、日本でもシアターイメージフォーラムで公開された際、公開２週間の動員が過去最高、興行成績も歴代２位となり、世界中でヒットした。そして映画の内容説明に移り、ハーブとドロシーのコレクションはナショナルギャラリーに寄贈されて、ふたりは普通の年金生活に戻って完結するかと思われたところ、4000 点ものコレクションは引き取れないということになり、作品を全国に分散させるというアメリカでも最大規模の寄贈プロジェクトに発展していく様子を追った作品ということが分かる流れになっている。

▼サポーターへの特典の準備
クラウドファンディングは内容や金額に関係なく、日本でもアメリカでも最初と最後の１週間が肝心だと言われている。最初の１週間から 10 日にどれくらいの金額を集められるか重要と言われるので、オープニングに注力する。私たちはオープン前に体制も特典内容もすべて準備した。特典は単に映画観賞券や T シャツだけでなく、例えば 10 ドルの支援者には、アートコレクションのための 10 のアドバイスをドロシーが直接メールするというものにした。それはお金がかからないけれどちょっと気が効いていると考えている。そのプロジェクトならではの工夫した特典をお薦めしたい。本作はアートコレクターのアートの話なので、映画に出演していただいたアーティストにアプローチして、あるアーティストには作品を寄付していただき、また別のアーティストにはオリジナルでデザインしてもらったスケッチブックを制作。アーティストにアプローチして、ギャラリーに許可を取り、このスケッチブックは日本で作って

アメリカに送るなど、その手間もコストも非常にかかるが、こういう物を作ることで PR にもなる。ある時期にプレスリリースを出し、週１回のニュースレターも毎回内容の異なるニュースを提供していく。キャンペーンのフェーズによって何を話題にしていくかを常に考えた。
Kickstarter で一番人気なのは 25 ドルのチケットと言われているので、私たちは戦略的にその特典内容を最後まで明かさなかった。キャンペーンが進んで行ってまだ資金が足りないとなった時、最後の２～３週間で内容を公開。それは作曲家のオリジナル音楽をダウンロードできるというもので、10 ドルの支援者に対してのみメールをして、10 ドルの支援に対するお礼と支援アップのお願いをする、という戦略だった。

▼目標達成までの道のり
最初の１～２週間である程度の金額は集まったが、その後長く小康状態が続き、ニュースレターやプレスリリースを出してどんなに努力してもなかなか支援が集まらず、疲弊し、胃が痛くなるような状態だった。そのうちスタッフにも焦りが出てきて、ドロシーまでも心配し始め、皆が不安になっていった。そうして全期間 60 日中の 45 日が過ぎ、その時点で集まっていたのは目標 5 万 5 千ドルに対して 3 万ドル以下だった。
『ハーブ＆ドロシー ふたりからの贈りもの』の資金調達について、それまで日本では一切告知をしていなかったが、最後の頼みの綱として 1 作目公開に際して名刺交換した 500 人に対して直接メールを送り、それまでの経緯を説明して助けを求めた。
Kickstarter はアメリカのサイトでかつ、米国アマゾンのアカウントを持っていないと参加できないシステムになっているため、日本人にはハードルが高くて支援を望めないと思っていたが、万策尽きて日本人に助けを求めたところ、翌日から金額が上がり始めた。そしてソフトウェア開発会社、ハイパーギアの本田克己社長から「僕が 2 万ドルを出すことで佐々木監督の夢が叶うなら出しましょう」という救いの手で勢いがつき、一気に目標金額を達成。最終的には 8 万 7 千ドルに到達。最終日にはニューヨークのバーでカウントダウンイベントを行い、ハーブとドロシーも来て Ustream 中継を行い、イベント来場者を始めとした最後の支援が集まり、87,331 ドルまで伸びた。
730 人中、日本からの支援は 109 人だったが、金額的には 4 万ドル弱、つまり達成金額の半分弱を日本在住の皆様に支援していただいたことになった。

▼クラウドファンディング実施で得たもの
Kickstarter で展開した 60 日間、ほかに何もできなかった。映画製作作業は一切できず、資金集めだけに奔走した。製作資金を集める仕事は、映画製作の中で精神的にも時間的にもエネルギー的にも一番つらい部分。クラウドファンディングをやって一番良かったなと思うのは、資金調達の筋肉が付いたこと。筋トレは何度もやっているうちに筋肉がついてくるのと同様に、何度もやっているうちに資金調達の筋肉がついてくる。
60 日間はファンドレイジングをしているとはっきりと外に向かって言える。そうすると税金免除にならない Kickstarter ではなく、税金免除になる方法で 5 千ドル出資すると言ってくれる支援者が出てくるなど、Kickstarter 以外でも 1 万ドル近く集まった。Kickstarter を始めることで、資金調達するというマインドセットをして、それに集中する期間ができたことは良かったと思う。

『ストラッター』の事例（ヴォス監督）

東京国際映画祭上映作品『ストラッター』の資金調達を Kickstarter で行ったカート監督が、佐々木監督との共通点や相違点について話した概要は以下の通りです。

▼クラウドファンディングを実施した経緯
ヴォス：25 年協業しているアリソン・アンダース監督と共同監督で作品を作ることになり、モノクロ映画で、まったく新鮮なキャストで一切スターを使わず、ふたりで脚本を書き、撮影しながら映画を完成していくという手法に決めた。ただ、このやり方ではハリウッドからは絶対に資金を得ることはできない。モノクロで、スターがおらず、脚本が完成していない映画に出資をすることはないからだ。アリソンは自身の主催する映画祭のために 6 千ドル集めたので、本作でも Kickstarter を使おうということになった。私は映画製作にお金が不可欠なものではないと考えている。意志と精神、そして愛があれば映画は作れると思っていた。今は面白い時代になったと思うが、映画作りというゲームの内容はすっかり変わってきていると言える。梅津さんから説明があったように、非常に多数の映画が出てきているので、たくさんの映画と競争しなくてはならない。１つの映画に注目してもらうのは大変困難なことです。しかしごく少額のお金で映画を製作することはできます。我々は 2 万 2 千ドルで映画を作ることができた。今までには例のないことだった。

▼スタッフの協力と 2 段階のプロジェクト
Kickstarter を使えば何もせずにお金が入ってくるという訳ではないことは分かっていた。それなりの価値を提供しなくてはならない。特典を用意し、プロモーションを考える必要がある。最初は 1 万 8 千ドルを製作費として集めた。プロジェクトは 2 度実施し、集めた資金でカメラや音響機器を購入。映画編集の友人やポストプロダクションのスタッフに対して、通常よりは少ないながらもギャラを払うことができた。限られた予算だったが、長年の交友関係のお陰で通常より低いギャラで仕事をしてくれたスタッフもいた。常に映画作家がこのような恩恵を受けられると

いう訳ではないが、私たちは様々な技術者の協力が得られた。佐々木監督と同様にビデオクリップを用意した。インターネットでは長時間興味を引き付けるのは難しいので、最初に 1 分 40 秒のクリップを作った。権利のない音楽を使ったので現在はそのクリップを掲載していず、製作資金調達の次に行った音楽の権利購入資金のためのビデオを流している。佐々木監督と同様、支援者に対して全力を尽くすことが必要だと考えている。そして映画を完成させなければならない。これは自分だけでなく他の映画作家に対しても責任がある。クラウドファンディングという制度を成立させるために、きちんとやらなければならないのだ。

▼オリジナリティのある特典

我々の場合はスタッフがいなかったので、アリソンと私がほとんどの Kickstarter の PR 活動をやった。特にアリソンは、非常に粘り強く社交性があり、ハリウッドで活躍しているので、興味深いスポンサーから特典を提供してもらうことができた。例えばコーエン兄弟は『ビッグ・リボウスキ』のボーリングボールを提供してくれたので、支援者にそれを提供することができた。またクエンティン・タランティーノからは映画の中で使ったものをいくつか提供してもらい、ユニークな特典となった。我々が提供できた特典は、支援金額に見合う価値があったと自負している。支援者に特典を提供することは、いわは支援に対する恩返しをするようなもの。クラウドファンディングのマイナス面は特にないと思う。課題はありつつも、若い映画作家が、プロデューサーや映画会社の制約を受けることなく映画を完成させることができるのは非常に開放的なこと。後で部分的に売却しなければならない場合でも前もってコミットする必要はないので、1 つの選択肢として考えることができる。ただ、DVD は特典に入れない方がいいと思う。コミットメントを守りたいが、前もって DVD を提供することにコミットしてしまうと、場合によっては映画の売り込に影響する可能性がある。あるいは DVD を再び低いコストで引き取らなければならない可能性が出てきてしまう。20 ドルの支援を確約した人が、後で DVD を 15 ドルで引き取ってもらおうとするかもしれないので、支援金額に見合った特典を考えなければならない。より少額の 10～15 ドルの場合には、映画タイトルの付いたバッジやギタービックなど、1 ドル以下で作れる細かい特典も考えられる。

▼ハリウッドの参入

ハリウッドもこのプラットフォームを活用して、資金の一部の予算を調達し始めている。この領域で、我々はハリウッドの人々と競争しなければならないのだ。『タクシードライバー』の脚本家であり映画を何作か監督したポール・シュレイダーも、作品の一部の予算 10 万ドル程を Kickstarter で調達した。デビッド・フインチャー監督も、デモリール製作のための 40 万ドル調達を実現し、ハリウッドスタジオから援助を受けられなかったある小説の映画化のために、観客がいることの証明として支援を募っている。このように大手の監督とも競争しなくてはならなくなった今、単に人々の親切心に頼るということはできなくなった。本当に関心のある人、自分のニッチなマーケットに合った人々をターゲットにしなくてはならない。音楽映画やドキュメンタリーを作る際はターゲットを絞る必要があ

り、場合によっては金額も少なくした方が賢明かもしれない。そして再度支援を求めるという手もある。短いティザーを作り、情緒的なインパクトを与えられれば、人の心を動かすことができる。2～3 分のビデオで感動させることができれば、更に寄付を募る可能性は出てくる。

▼配給の問題

それから注目すべき新しい課題として、こういった映画をどう配給するかがある。梅津氏のプレゼンテーションでは、クラウドファンディングへの認識が少ないことが示されていた。インディーズ映画のインターネット配信はまだそれほど多くないが、徐々に増えていくと推測している。特にアート系映画の興行はアメリカではうまくいっていないので、やがてはインターネット配信が中心になっていくだろう。この新しいモデルでは映画祭が１つのプラットフォームになり、劇場公開が映画祭に頼ることになると思う。その後、劇場公開は終わり、次にネット配信に代わっていくと思われる。今は過渡期であり課題が多いので映画作家としては着地点が分からない状況だが、映画作りというのは常に課題が多いもので、置かれた状況の中でやるしかない。

▼Web の重要性

Facebook は不可欠だと思う。アリソンは日常的に Web を使ってその特性をよく理解していたので、Facebook を常にアップデートして注目を集めていた。Kickstarter の更新も支援者に対する特典の提供も我々2 人だけで行っていた。そのため規律を持って作業を完成しなくてはならないが、それを実現すれば資金はなんとか調達できるのだ。

▼クラウドファンディングのプロモーション効果

映画批評家が我々のファンドレイジングについて Twitter で呟いてくれたため、我々は初期の段階からプロモーション効果を得られた。このプロジェクトによってかなりのパブリシティ効果があったと思う。ただクラウドファンディングで得られるこういった利益は徐々に少なくなってきたと思う。このフォーマットに皆が慣れてしまったためで、最初は皆が手法の珍しさでお金を出してくれたが、段々と選択的になっている。ここでのカギは、ニッチを作ること。社会的ドキュメンタリーを制作しているのであれば、チャリティー組織など自分たちの認知を広げてくれるところを探して組むなど、自分がいつもいる場所から外を眺めてみるのが大切。それが特典の提供につながってくる可能性もある。特典は物品の提供だけでなく、例えばヘアサロンでカットをしてくれるなどのサービスを提供してくれる人もいる。

MotionGallery での『ハーブ＆ドロシー ふたりからの贈りもの』のプロジェクトについて

佐々木：『ハーブ＆ドロシー』を 2 年前に日本で公開し、多くの方に観ていただけましたが、その時にはすでに続編の製作が進んでいて、1 日も早く続編も公開してほしいという熱いご要望をいただきました。そこで今回は日本での劇場公開にかかる宣伝と配給の費用をご支援いただきたく、このプロジェクトへの参加を募っています。

関口：クラウドファンディングのサイトはいくつもありますが、MotionGallery の特徴を教えてください。

大高：購入型のプラットフォームで、映画専門ではありませんが、映画にフォーカスしていて、アートなどその他文化的な活動全般を支援しています。そもそもなぜこのサービスを始めたかというと、映画製作に携わりたいという思いで大学院で映画製作を学び作り手の実情を知っていくうちに、興行収入が上がらないことや、有名監督でも資金が集まりづらくなかなか映画が作れない現状を目の当たりにし、文化として、まず作品を作って多くの人に観ていただく状況を整えることが必須ではないかと思い、その土壌作りに興味を持ちました。そこで Kickstarter などアメリカの新しい資金調達の流れを見て、企業や公的資金に加え、民間からのお金という流れができて 3 種の資金によるモノづくりができる社会が実現すれば、三本の矢の話のように、よりクリエイティブや映画が活性化するのではと思い、このサイトを立ち上げました。

関口：既にキアロスタミ監督の『ライク・サムワン・イン・ラブ』のように成功例が出ていますね。

大高：そうです。サイトがオープンした約 1 年前に日仏共同製作のキアロスタミ監督作品を扱わせていただき、560 万円という金額を集め、クラウドファンディディング草創期の当時はかなり話題になりました。

関口：全体の映画製作費の何パーセントを集めようとしたのでしょうか？

大高：この映画は日仏合計で 2 億円の予算で、そのうち 1 億円が日本の製作費だったので、その 1 億円の中の 500 万円で 5%ということになります。

関口：それは開発費、製作費、宣伝費など、何に使われたのですか？

大高：製作費として集められ、製作費として使われました。このプロジェクトは実際に映画が製作できるかどうか

の瀬戸際で行われました。全体の 5%とは言え、一般からの支持がこれだけあることを提示することによって企業の出資や助成金を集めやすくする、という考えの下に一緒にやらせていただいたものです。

関口：このプロジェクトは目標達成されていますが、サイト全体では何%くらいのプロジェクトが資金調達に成功していますか？

大高：本サイトでは確立が高く、72～73%が達成しています。

関口：キアロスタミ監督プロジェクトが 500 万円だったのに対し、佐々木監督は 1 千万という目標を立てています。その理由は何でしょうか？

佐々木：私はクラウドファンディングが、私たちのようなインディペンデントの映画作家の資金調達方法として日本でも広まってほしいと思っています。数 10 万円だと映画製作では大きな助けにはなりませんし、個人的に集められる範囲の金額ではこの手法を広めるきっかけにもなりません。映画を作るにはこれだけのお金がかかるということを、私は堂々と言いたかったのです。1 千万円ないと、『ハーブ＆ドロシー ふたりからの贈りもの』という作品は日本で公開できないと宣言したかったです。アメリカでは 1 億を超えるプロジェクトがどんどん出てきていますが、日本ではその 10 分の 1 の 1 千万円も達成していないのは残念に思っていたので、せっかくやるならきちんとした規模で、実際にかかる費用に近いものでやりたかったのでこの 1 千万円は配給宣伝費で、そこに含まれるのはドロシーが希望している日本への渡航費や、私やスタッフが来日する費用、先日ハーブが亡くなってしまい製作期間が 3 ヵ月延びた分のコストの一部などです。1 千万円という金額が集まれば、日本でしっかり PR した上で配給ができます。これは正直な気持ちで言っていて、達成された時にはきちんとすべて実行しなければならないという責任を持って臨んでいるので、私にとっても 1 つの挑戦なのです。以上のような意味を含めて非常に大きな数字ですが、何とか頑張って達成したいと思っています。

大高：MotionGallery ではキアロスタミ監督の 500 万円や『ペコロス』という映画で 120 万円ほど集まった実績があり、その金額は日本では最高峰です。逆に言えば日本の中ではそれが最大値になってしまっています。現状では映画製作に一般の方々から 500 万円集まるのはすごいことですし、日本の個人の寄付市場はアメリカの 100 分の 1 程度しかないので、そこから考えると適正とも言えますが、この規模でやっている限り本当の意味での映画製作支援にはなりません。商業映画ではその額では製作費の足しにあまりならないし、インディーズでもクラウドファンディングで全製作費を賄えるくらいになることが実質的な映画支援に繋がると思うので、佐々木監督の仰るように 1 千万単位で支援が集まることを目指していきたいと思っています。

クラウドファンディングの課題と可能性

関口：大作映画も製作しているプロデューサーの立場から、小川さんはクラウドファンディングをどう思われますか？

小川：僕が関わってきた商業用映画とインディペンデントでは大きな違いがありますが、商業用として劇場で一般公開する作品で言えば、1 千万単位でお金が集まらないと、手間暇も考えて効率的ではないと思います。どの国でも映画を作る際は、映画産業の業界の中で配給会社や制作会社、プロデューサーなど色々なプレーヤーが関わって、その中で資金調達していきます。逆に言うと、佐々木さんのように全く業界外の方にとっては、努力次第で映画を作るチャンスがクラウドファンディングにはある、という意味があると思います。
今の業界の肌感覚で言うと、全製作費の 20%が集められると、商業映画もバリエーションが出てくると思います。商業映画 1 本の製作費は平均して 2 億円くらいなので 4 千万円ですね。劇場公開作だと最低でも 1 億円かかるので、2 千万～4 千万円くらいを集められるといいと思います。低予算映画だと 4 千万円あれば 1 本作れるので、そのくらいの金額が集まるようになれば、商業映画の製作状況が変わってくると思います。

佐々木：さすがに 4 千万円は今の私には無理ですね。1 千万円でも苦しんでいるので、まずはそこをクリアしたいところです。私たちのプロジェクトは始まって約 10 日で、集まったのは 100 万円です（※1 月 17 日現在、約 490 万円）。1 作目がヒットしてもう少し盛り上がると期待していたので、正直残念な状況です。

大高：ただ日本の状況から言うと、10 日で 100 万円はかなり早い集まり方です。

関口：前回は映画を 1 本作るくらい注力されていたということでしたが、今回も同様でしょうか？

佐々木：そうですね。ただ前回の経験があるので、精神的には少しゆとりを持てるかなと思っています。資金調達をするプロデューサーとしての考えと、監督としての考えを自分の中できっちり分けていかないと非常に難しいです。

関口：佐々木さんのプロジェクトをご覧になっていて、他の方との違いや共通点は感じられますか？

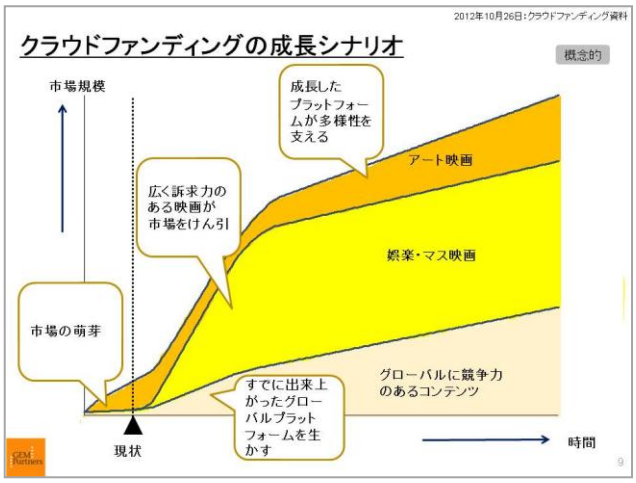
大高：まだ 10 日なのでこれから差が出てくるのかなと思っています。他のプロジェクトでも日常的に様々な場所で告知をして懸命にやられていると、目標金額を超えても集まり続ける例がいくつもあったので、やはり熱意や主体性、それに対する我々のサポートのスパイラルが回ってくると、支援が集まるという実感があります。
関口： Kickstarter で行った時とのプロモーションの違いはありますか？

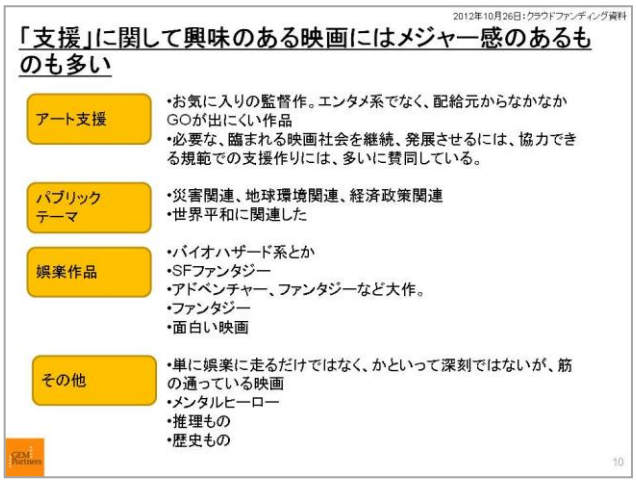
佐々木：Kickstarter の時は資金不足で製作が止まってしまっていたため、それを助けてくださいという内容でした。今回は、もうすぐ完成する作品の日本公開のお手伝いをしてください、というものです。アプローチの仕方は寄付を募るのとは違っていて、私たちと一緒にこの映画を育てて公開し、一人でも多くの方に観ていただくためのチームに参加してくださいといった形です。映画への参加を呼び掛けるという意味では、Kickstarter も MotionGallery も同じだと思います。

関口：クラウドファンディングは巻き込み型の BtoC の考えですね。今まで映画製作の資金調達は BtoB が当たり前でしたが、その転換に関してどのような課題や取り組みが考えられますか？

小川：私は 25 年間勤めたアスミックエースを退職して、自分の会社を始めました。インディペンデントのプロデューサーとして思うのは、商業用映画を作ろうとすると、まず開発費が必要になります。本来であれば一番大切な部分ですが、手弁当でやることが往々にしてあります。そこで佐々木さんが仰っていたように、このチームに参加する、この企画に賛同するという運動型のクラウドファンディングは、公開時にはプロモーションにもなり、有効だと思います。ただ、これをマネージしていく人が必要になるでしょう。佐々木さんのように製作と資金調達を両立するのは非常に困難なので、それをフォローしてくれる機関や組織が出てくると利用する側にとってはありがたいですし、購入する側にとっても中身が見えやすくなると思います。クラウドファンディングの運営母体がそこまでマネージするという手もありますね。そこで注意が必要なのは、お金を支払うということは、ある期待値をお金と交換する消費行動なので、資金提供者へのフォローが重要になります。通常の買い物であれば買った時点で終わりですが、体験談でもあったように購入後もフォローが必要になり、大きな金額を調達すればする程、フォローするべき人数も労力も大きくなり、漏れが生じる懸念もありますね。

関口：そう考えると、佐々木監督の行われている 1 千万円というプロジェクトが、映画製作者自身がすべてをマネージする最大規模なのかなという気がしますね。小川さんの仰った 2 億円の映画で、他の出資者やスタッフ等へのケアも考えると、監督がすべてをコントロールしていくのは不可能になりそうです。それ以上の規模では、別途専任





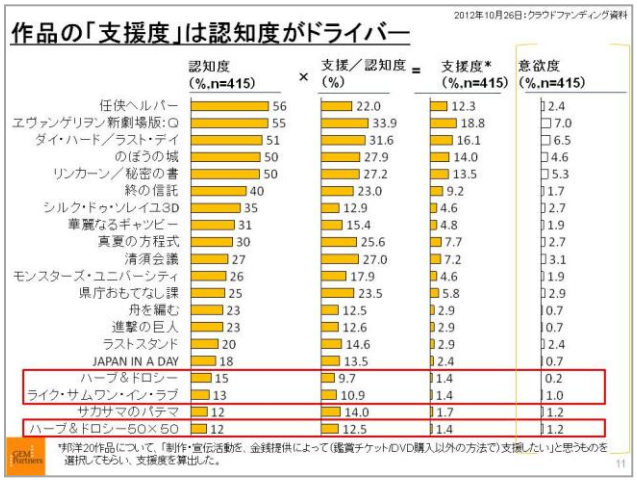
のスタッフなり機関なりが必要になってくるということですね。

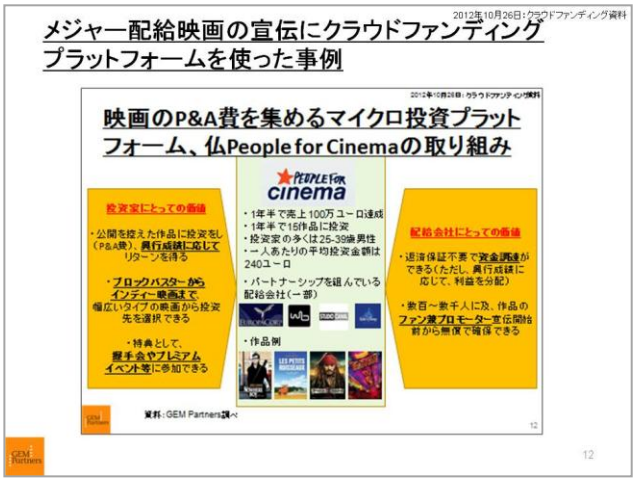
小川：その意味では、既存のプラットフォームがあるところ、例えば何万人も会員を持っているような組織とタイアップすることも考えられると思います。クレジットカードやポイントカードのポイントで寄付するといったような方法も含めて、コマーシャルベースにどうやって着地させていくかということも、これからの課題になるでしょう。一方、クラウドファンディングの強みと言えばやはり、インターネットを介することで世界中どこにいても同じ条件でリーチできることです。日本の場合は言語の問題で英語圏とは異なる部分はありますが、世界中にファンがいるような作家やアニメーションのプロパティなどを取り扱った企画の場合は、国内はもちろん、世界中のファンに低コストでリーチできる可能性があります。ですからグローバルな企画はアドバンテージがありますね。

関口：クラウドファンディングの認知を上げていくという話が梅津さんからありましたが、ネットユーザーの参加が増える可能性など、未来への希望を含めてお話をいただけますか？

梅津：小川さんが仰ったようにクラウドファンディングが 4 千万円を集められるようなものに成長するためのシナリオを考えてみました。資料 11 は概念的な図ですが、縦軸が市場規模で上に行くほど大きくなり、横軸は時間です。時間の流れと共にこのように変わっていくのではないかと考えました。『ハーブ＆ドロシー』のようなスターが出ているわけではないが嗜好性の高い作品、アクション大作などの娯楽映画、小川さんの仰ったようなグローバルに競争力のあるもの、という 3 つに映画を大きく分けてみると、キアロスタミ作品のようにエッジの立った作品が今までクラウドファンディング市場で成功例を出してきました。しかしこれから市場が大きくなっていくには、より多くの人の認知があり、大きな夢がある作品など、コンテンツがプラットフォームを育てていく必要があると思います。クラウドファンディングの未来に関して、GREEN GIRL（グリーンガール）というプラットフォームの方のお話が興味深かったです。例えば富士山を世界遺産にしようといった夢のあるプロジェクト、多くの人が賛同し楽しいと思うコンテンツがプラットフォームを育て、プラットフォームが大きな土壌となって成長した後に、アート映画など様々なプロジェクトをプラットフォームが支えるようになる、という流れが理想なのかなと考えました。その理由は、映画のクラウドファンディングに興味があると答えた人にどんな作品を支援したいか聞いたところ、アート映画や社会支援的な映画への関心より、『バイオハザード』などの娯楽作品を支援したい人の方が多数だったからです。楽しい映画を、単にチケットを買うということを超えて、金銭提供によって映画の興行や DVD 制作なりを支援したいという声が多かったからです。

次は、アンケートの中で作品タイトル、監督名、ジャンル、メインキャスト名のリストを見せ、その映画を知っているかどうか、知っているが興味がないのか、劇場で観たいと思うか、興味がある作品に対して通常の劇場鑑賞券・DVD 購入以外の方法で金銭的支援をしたいかどうかを聞いたものです。そこで再認識したのは、認知がないとどうにもならないということです。リストは近日公開作品と公開まで時間がある作品をランダムに入れ、上から認知度の高い順に並んでいます。作品を認知している人の中で支援したいという人の割合を支援度で表していますが、作品によってバラバラです。『エヴァンゲリオン』のように非常にコアなファンがいる作品では、その作品のためならいくら出したいという人たちがいるんだろうなという気がします。この結果から、世の中に映画を支援したいという人がどのくらいいるのかと言うと『任侠ヘルパー』以外は概ね





認知度の高さ、即ち作品が今もっているポテンシャルの限界に引っ張られるところは否めません。もちろんニッチな作品でも応援したい層が厚い場合もありますが、クラウドファンディングが一般化する際にはどの作品を支援するかが大事になり、多くの人が観たい、関わりたいという作品がプラットフォームを育てることになるだろうと思います。

商業用の大作は製作資金が必要なわけではないので、そういう場合には宣伝のためにクラウドファンディングを使う、あるいはファン・サービスとして使う方法もあると思います。AKB48 が分かりやすい例ですが、商品を買うだけでなく、大好きなコンテンツに関われるのであればいくらでもお金を出したいファンもいます。その機会を提供するプラットフォームという使い方もできるのではないでしょうか。実際フランスでは（資料 14）、『パイレーツ・オブ・カリビアン』の宣伝のためにクラウドファンディングが使われました。スタジオ配給映画なので資金が必要なわけではありませんが、話題性を高めたりファン・サービスのために使った事例もあります。こういったことが日本のメジャー配給作品でも行われる可能性が十分にあり得ると思います。

以上のように、そもそもプラットフォームを大きくする必要があり、その可能性は十分あるのではないかということ、『ハーブ＆ドロシー』や『ストラッター』に続く成功例がもっと出てくるために、1 つの成長のシナリオをデータをベースに考えてみました。

関口：クラウドファンディングで資金調達をするのがインディーズやアート映画だけではないという捉え方ですね。

大高：キアロスタミ監督の事例で配給会社の感想と自分が思ったところを言いますと、製作費を集める以外に宣伝になることは大きな利点だと思います。その理由として、今までのようなマス広告や純広告が観客に刺さりづらくなっている中、ソーシャルネットワークなどの Web プロモーションが注目されていますが、映画においてはまだうまく対応できていないというのが現状だと思います。その解決法としてクラウドファンディングが有効ではないでしょうか。まず、タイミングの問題です。ソーシャルネットワークでは一般の方の自主的な呟きに依るところが大きく、映画の場合は、劇場公開されてから実際に観て「面白かった」というような呟きが始まることが多いです。けれど現代人が日常に追われて時間がなく、その映画が流行り始めた頃にはスケジュールが埋まっていたり公開終了間近になっているような状況で、劇場に足を運ぶにはリードタイムが短いです。通常、ニュースが出てつぶやきが始まるのは公開直前から公開後ですが、クラウドファンディングは製作資金や配給宣伝費を集めるので、公開のだいぶ前からネットに情報が載っていて、お金を集めているという話題で皆が呟き始めるので、映画を観る予定を立てる段階で作品について知ることができ、情報を広めるきっかけにもなります。Twitter や Facebook ページは映画単体でアカウントを取ることが多いので、映画と共に終わってしまいファンやコミュニティが蓄積されません。そこで MotionGallery のように映画に軸足を置いているクラウドファンディングであれば映画ファンが待っているところに情報を載せていくので、1 つ 1 つの作品アカウントから発信するより多くの人にリーチでき、PR 効果は大きいと考えています。

佐々木：2 年前に公開した『ハーブ＆ドロシー』は、日本の配給会社にすべて断られました。日本と全然関係のないドキュメンタリーを劇場でかけても誰も観に来ないという理由でした。ですから自主配給という形になった時、どうすればこの映画を観てもらえるかを突き詰めて考えました。資金がなかったので広告は一切出しませんでした。その時

に助けられたのがソーシャルメディアであり、口コミです。この映画のコアの観客層はアートを好きな方だけでなく、例えば老夫婦で楽しい老後を過ごしたいと思っている方たち、もうすぐ定年を迎える人。そしてどんなところにこの映画の情報を持っていけば彼らに届くのか。水脈を探り当てるようにコア・オーディエンスを探して行きました。非常に大変な作業でしたが、それが功を奏してたくさんの人に観ていただくことができました。クラウドファンディングでは、それが 500 円であっても支援してくださった方には「これは私の映画なんだ」と思ってもらえます。コアオーディエンスが形成されていく訳です。私たちと一緒になって宣伝をしてくれる仲間という意味で、非常に心強く、インディペンデントの作家にとっては、映画を公開する時点でそのサポーターが何百人、何千人といるのは、非常に大きな力になります。

Q & A クラウドファンディングは本当に映画を救うのか？

「クラウドファンディングは映画にとって救いの手となるのか？」という会場からの質問に、各登壇者が次のように答えてシンポジウムは幕を閉じた。

佐々木：クラウドファンディングが映画の希望になってほしいと願っています。お金を集めることも非常に大変ですが、それ以上に気をつけなければならないのは、集まってくださった支援者に対してどれだけのフォローとケアができるのかです。クラウドファンディングで資金集めをしようとする人たちは、それだけの責任を背負えるのか、心構えをもって行う必要があると思います。

小川：救いとなるかどうかは、送り手の努力次第かなと思っています。ネット社会における 1 つの方法論が提示されたという段階で、まだ目の前には荒野が広がっている状況だと思います。そこに乗り出していく知恵と工夫と熱意があれば、救うことができるかもしれません。クラウドファンディングが完全に普及すれば、市場原理にすべてが晒されることになるので、安易にお金が集まる訳ではありません。自分次第で何とかなる世界が 1 つできたと考えるべきかと思います。

大高：映画を救えるかどうかは分かりませんが、発信者と協力し合いながら、救うために努力し続けています。ターニングポイントに関しては梅津さんの分析に同感で、マス向けの映画や映画会社のご協力もいただいて、広げていきたいです。小川さんの仰る市場原理は必ず働くと思いますが、映画製作者と映画ファンとのエンゲージメントを進めるコミュニティ作りをすることで、単にお金を集める場でなく、映画を楽しむ文化を作っていきたいと考えています。

梅津：クラウドファンディングが、映画を「救う」かどうか、という質問に対しては、NO だと答えます。映画を「救える」のは、クリエイターと観客だけだと思っているからです。ただ、映画はクラウドファンディングを利用する余地が大いにあるとは思います。そもそも映画が支援してもらう必要のあるものなのかというのが疑問ですし、「支援」と位置付けたときにその広がりのポテンシャルは限定的だと思います。、映画の新しい楽しみ方、参加の仕方というコンセプトでクラウドファンディングは新しくブランディングされ直す必要があるのではないでしょうか。私は『ハーブ＆ドロシー』に心の底から感動したので、続編のプロジェクトに参加したいと思い、Kickstarter を通じてお金を出しました。それは佐々木監督と繋がりたいと思ったからであって、支援という意味とは違うなと感じています。

関口：クラウドファンディングは資金調達のツールなので、ツール自体は時期がくれば飽きられていくものだと思います。飽きるか飽きないかという問題を払拭できるのは、１つひとつのコンテンツの面白さだと思います。ツールが普遍化していくなかで、新しいフェーズで市場をどう発展させるか考えていかなければならない。それはコンテンツ力を伴うもので、コンテンツをいかに充実させていくかという根本に戻っていくと考えています。ですからツールとしてのクラウドファンディングは映画を救うことはできないけれど、映画が魅力あるコンテンツである限り、救うきっかけになる可能性はあると思います。

（以上の文章はシンポジウムの模様を抜粋再編集したものです）

小川 真司

佐々木 芽生

14:47
大高 健志

dynabook
関口 裕子

CAPS
KANA
14:20
芽生
カート・ヴォス

梅津 文

第二部「ショートアニメーションの密かな楽しみ～絵本との蜜月～」

【パネリスト】

山村 浩二 （アニメーション作家）
1964 年生まれ。東京造形大学卒業。2002 年『頭山』がアヌシー、ザグレブをはじめ世界の主要なアニメーション映画祭で 6 つのグランプリを受賞、第 75 回アカデミー賞にノミネートされる。また『カフカ 田舎医者』がオタワ、シュトゥットガルトなど 7 つのグランプリを受賞。これまで国内外の受賞は 80 を越える。2011 年カナダ国立映画制作庁との共同制作で『マイブリッジの糸』が完成。アジアアニメーション映画祭にて優秀アーティスト賞受賞(2006)、アルビーン・ブルノフスキー名誉メダル(2008)、 第 30 回川喜多賞(2012)受賞。日本アニメーション協会副会長、ASIFA 日本支部理事、ヤマムラアニメーション有限会社代表取締役、東京造形大学客員教授、東京藝術大学大学院映像研究科教授。

ミムラ （女優）
1984 年、埼玉県生まれ。2003 年ドラマ「ビギナー」のヒロインとしてデビュー。その後、女優としてドラマや映画、CM などで活躍する。絵本とキャラクターの雑誌「MOE」で連載したエッセイをまとめた書籍「ミムラの絵本日和」「ミムラの絵本散歩」を出版し、絵本の魅力を独自の目線で伝えている。主な出演作品は、映画『わが母の記』('12/原田眞人監督)、NHK 連続テレビ小説「梅ちゃん先生」、NHK 「恋するハエ女」主演（11 月 6 日より放送）など。

【モデレーター】

田中文人 (東京国際映画祭スタッフ)

第二部「ショートアニメーションの密かな楽しみ～絵本との蜜月～」-

本年度の文化庁映画週間のアートワークを描き下ろしていただいたアニメーション作家の山村浩二氏と女優で絵本に造詣の深いミムラ氏を迎え、絵本を切り口としたアニメーションの魅力に迫った。貴重な作品の上映やたくさんの資料を交えつつ、世界のショートアニメーションの歴史がひも解かれた。
実際に会うのはこの日が初対面ながら、子どもの頃から山村氏の作品をいくつも観ていたというミムラ氏に、印象に残っている絵本について伺うことからシンポジウムはスタートした。

▼子どもの頃、印象的だった絵本について

田中：1990 年代 NHK 教育テレビ（現・E テレ）「おかあさんといっしょ」で放送されていた山村監督のクレイアニメーション『パクシ』（1995）が大変お好きだったそうですね。

ミムラ：小さな頃、『パクシ』の時間を楽しみにしているというより音楽が流れてくると怖くて（笑）。イルカが人間に進化した独特の風貌や不思議な世界に、テレビにかぶりつきで観て浸っていました。

田中：今日お越しの皆さんも同じ経験があると思うんですが、子どもの頃に惹かれるものは決してかわいいものだけではありませんよね。『パクシ』は全くその通りで、山村監督のほかの作品にも繋がるのではないかと思いますが。

山村：喜んでいいのでしょうか（笑）。ある意味では意識的にやっていましたけれど。1990 年代でしたが、今思い返すと NHK さんが非常におおらかで、やりたいことを自由にやらせていただいたお陰で、あのような一風変わった世界を表出できたかなと思います。

ミムラ：『パクシ』あたりから、あの時間帯にあるショートアニメーションやクレイアニメーションの枠がすごく自由になりましたよね。

田中：そうですね。アニメーション作家の実験的作品の発表の場のようになっていましたね。ところでこのシンポジウムについてお二人に打診した時、こういった作品はご存知ですかという山村監督からの長い質問をミムラさんに送ったところ、その倍くらいのお返事が返ってきました。山村監督の作品がいかに好きかということや、アニメーション化したい絵本など様々な内容でした。その中で印象的だった本について伺ったところ、おどろおどろしい作品をいくつも挙げられていました。

ミムラ：印象的だった本とお尋ねいただいたので、好きだったというより心に強烈に残っているものを挙げてみました。また周りの人にも聞いてみたところ、単純に好きだ

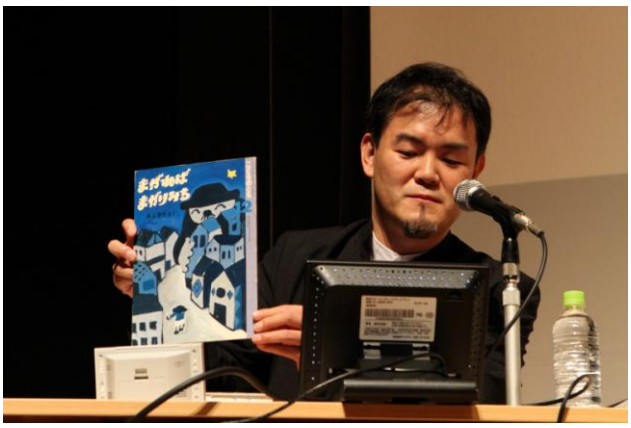
ったものだけでなく、当時は怖くて嫌だったけれどなぜか好きと言う人も多かったです。私の場合、４～５歳の時に読んだ井上ようすけさんの「まがればまがりみち」（1999）がそうです。＜写真１＞まがりみちを曲がると色んなモノが出てきて非常に楽しいかわいらしい本ですが、その中にブランコ男というページがあります。巨大な背中の男性でブランコに乗っているだけですが、この人は一体誰で何をしているのかが恐ろしくて、そのページだけシールで留めて見えないようにしていた程でした。鮮明に覚えていますし、いま見ても怖いです。おばけの表紙が有名な、せなけいこさんの「ねないこ だれだ」を強烈に怖かったということで挙げた人も多く、読んでもらうと泣いていたという人もいました。山村監督の短編アニメーション『バベルの本』（1996）も、小さい頃に観てすごく怖かったので記憶しているという人も多かったです。ガッと心に踏み入ってくるという意味で、絵本とアニメーションの印象の残り方に似たところがあるのかなと思いました。

山村：『バベルの本』は自分では怖いものを作っている意識がなく、好きなものを作ってみたら、子どもたちが怖い怖いと言いながらもクギづけになってしまうようで、じーっと集中してくれるものが出来上がったのです。絵本もアニメーションも引き付けて巻き込んでいくメディアだと思いますが、単に子どものためにという訳ではなく、大人が作りたい、見せたいと思って創作されたものは、特に求心力が高いのではないかと思います。

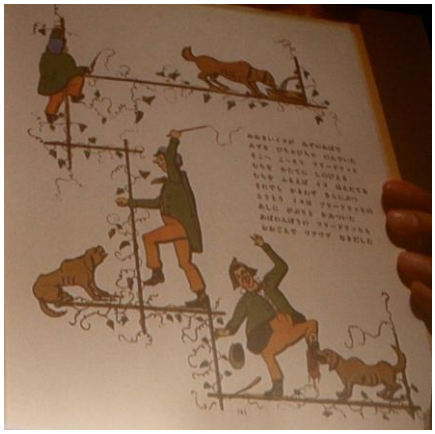
ミムラ：「もじゃもじゃペーター」（1847）という絵本は、ドイツの医師が息子に躾を教えるために書いたものだそうですが、絵柄がまず怖いですよね。お行儀が悪くて躾がなっていないペーターを反面教師としていい子になりましょうという教育的な本ですが、案外こういったものは珍しくて、大人は自分のために作品性だけで作っていて、それがたまたま子どもの心のどこかに引っかかるという感じがして、面白く感じました。＜写真２＞

山村：「もじゃもじゃペーター」は 1847 年作で、絵本の形になったものの中でもかなり古い本ですが、アニメーションと絵本の関係という視点で見てみると、アニメーション的です。いわゆる一枚絵のイラストではなく、ページをめくっていくごとに動きがあったり、1 つのページの中に動きが展開しています。

ミムラ：「アパートのまど」（1980）は大人になってから友人に勧められて、ヒヤっとするものがあったほうが記憶に残るね、という話をしました。外からアパートの窓を見ていて、赤や黄色の楽しそうな窓もあれば、ふんわり白いカーテンの窓は病弱な子が寝ていることを暗示しているとか、文章は少ないけれど画で伝えてきます。最後に真っ



＜写真１＞



＜写真２＞

黒な窓が出てきて、“あなたの窓です。これで何をしますか？”と問いかけて、子どもの想像力をかき立てます。好きな本というと様々なジャンルがありますが、印象的というとこのような楽しいだけではない作品が多くなります。

▼大人になっても惹かれる絵本

田中：ミムラさんは「ミムラの絵本日和」「ミムラの絵本散歩」という、約 5 年に渡ってお好きな絵本についての連載をまとめた著書が 2 冊あります。その中の写真にあるように、絵本だけの部屋があるほど、絵本がお好きです。

山村： 1 冊目は「ふたりはともだち」（1987）を取り上げていて、すぐに、あ！と思いました。そして最後は僕の『年をとった鰐』（2005）。このセレクションで信用できる人だと思いました（笑）。近年の絵本は教育的な目的意識のあるものが多いですが、それだけではなく作者が身近に感じている人間の世界の様々なトピックをうまく表現しているものが入っていました。ある意味では子どものことは考えていないような絵本というか。後ほど紹介する『年をとった鰐』の原作者レオポルド・ショヴォーも、子どもに向けてお話をするために描いたストーリーではありますが、まったく子ども向きじゃないんですよね。ある意

味では子どもを怖がらせてやろうとか、眠れなくさせてやろうとか、何の教育目的もなかったりして。そういう作品の方が面白いんですよね。

ミムラ：そうですね。大人になってからも長くつき合いたいと思う本は、目的をもって作られたものではなく、作りたいものがあって、そこに向かって走っていったものという気がして、不思議と読者もそれを受け止めるんだろうなと最近思います。

田中：昔の絵本は、深い部分では人間の孤独であったり、テーマが重いですよね。

ミムラ：昔の絵本は作家と画家がタッグを組んで書かれていることが多かったんですよね。プロとプロが 1 対 1 で作品を作りあげるんです。今は絵本作家やイラストレーターの方が文章も書かれていることが多いので、絵本作家に課されていることが深いと思います。今までであればもう一人のプロのパートナーがいたのが、全部自分でやらなければならないとなると、そのハードルもあると思います。

田中：ミムラさんの芸名は「ムーミン」のミムラ姉さんから取られていて、2 冊目の本は、半分くらいがミムラさんによる「ムーミン」の解釈ですね。

ミムラ：1 冊目では「ムーミン」への言及を実は避けました。書籍化の方からは勧められましたが、とんでもないとお断りしたんです。というのも、「ムーミン」を好きな方に評価をされるのが怖いと（笑）。私が思う「ムーミン」はこうなのよ、という哲学的とも言える意見がしっかりある方が多いので、自分の中で「ムーミン」についてもう少しきちんと話せるようになってからという気持ちがありました。2 作目でトライしてみたところ、意外と好意的に受けとっていただけたようなのでよかったです。でも書くときは緊張しました。「ムーミン」は大好きですが、それについて話す時はいつも緊張するんです（笑）。

▼絵本にまつわる世界のアニメーション作家

―フィンランド―

山村：ムーミンの話が出たので、作者のトーベ・ヤンソン（1941-2001）さんのお話から始めます。今日は大きなテーマとして、アニメーションの魅力を絵本という切り口で語りたいと思っています。昔から絵本とアニメーションはどちらが先ということもなく、両者が相互的に依存しながら成長してきました。その点で「ムーミン」（1953-）は日本で特にポピュラーです。フィンランド等でもアニメーション化されていますが、日本でも 1960 年代から手塚治虫さんの虫プロダクションや東京ムービーで映像化されて、原作は読んでいなくても、岸田今日子さんの吹き替えでムーミンをご存知の方も多くいらっしゃいますね。元は絵本というより漫画としての連載でした。いわゆる日本で言うアニメーションというものは、特にテレビアニメーションがそうですが、漫画を映像化していくことによって一般化したという経緯があります。その関係は大変深いです。また漫画と絵本はどう違うのか、というのも実は大問題です。トーベ・ヤンソンさんも絵本も漫画もたくさん描かれています。元々風刺画家であり、画家としても活躍されています。今日はその辺りのテーマについても折に触れて話していきたいと思います。絵本についても、絵と文字が並んでいてページで構成されているものが絵本かというと、最近は文字のない絵本もあったり、コマ割りされているのも絵本と呼べるのか？その境目は非常にあいまいです。ここでは印刷物か映像として流れるものかという一番大きな違いの部分で、お話したいと思います。

＜写真３＞

写真３はトーベ・ヤンソンさんの作品で、左上は「ムーミン」のカットです。右側は 1940 年代に「GARM」という風刺雑誌の表紙で活躍されていたころのものです。ナチの風刺や当時のシビアな社会的イラストを手掛けられています。これを見ると構図などが似ていて、自身の画家としての歴史の中で培われたものが「ムーミン」という世界に反映されているのではないかと思います。僕はたまたま初めていったヨーロッパの国がフィンランドで、ムーミン博物館ができる前にヘルシンキの図書館でムーミン展をやっていて、2 度目にフィンランドを訪れた時にも偶然、国立美術館でトーベ・ヤンソン展をやっていました。その時に見た油絵が素晴らしく、画家としての力量がある作家だというのを感じました。大きな画がたくさんあり、抽象画もあったり、常にものを作りながら考えている人なんだなと展覧会を見てよく分かりました。

―アメリカ―

山村：絵本に関わる様々なアニメーション監督をご紹介します。細かく言うとアニメーションも絵本も非常に幅広く

＜写真４＞

＜写真５＞

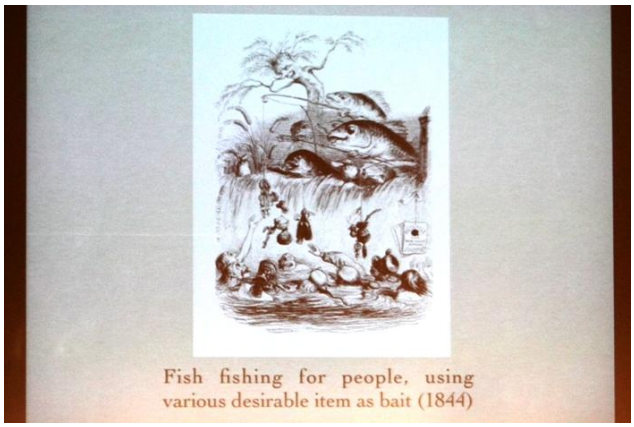
て２時間ではとても紹介しきれませんが、まず映像大国であるアメリカから話したいと思います。ウィンザー・マッケイ（1871 もしくは 1869 - 1934）は生年がはっきりしていませんが、10 代の頃はサーカスの巡業に加わってポスターや看板の画を描くことを仕事にし、やがて才能が認められて、地元紙で漫画を描くようになります。1880 年代後半、アメリカでもフランスでも新聞の風刺漫画が盛んで、画家たちの生業の１つになっていました。なぜかというと、当時はまだ写真メディアがあまり発達していませんでした。今は新聞だとニュースには写真を載せますが、その代わりが風刺画でした。また当時、文字が読めない人も多かった。日本は識字率が高いですが、特にフランスでは意外と文字が読めず、風刺漫画を読んで社会情勢を知ることも多かったようです。その後ニューヨーク・ヘラルド・トリビューンの日曜版で「夢の国のリトル・ニモ」（1905-1911）を連載し、人気を博していきます。そのうち、映画製作に乗り出します。『恐竜ガーディ』（1914）＜写真４＞はアニメーション史の初期に登場する必見の作品の 1 つです。当時まだ映画の黎明期で、高い表現力で完成して、当時の人々を驚かせました。まさに画が動くことで驚異的な力をもった作品です。映画というメディアの発達と共に生まれ、映画史の最初に活躍した偉大なアニメーション作家です。彼の業績の後、アメリカで漫画映画が産業化するのが 1920～30 年代にかけてで、ウォルト・ディズニーをはじめフライシャー兄弟などによってたくさんのカートゥーンが作られ、アニメーションが世界中に知られてゆきます。マッケイは静止画を見てもメタモルフォーゼや動きがあって、とてもアニメーション的です。1 コマの中に時間の変化や形の展開を非常に感じさせます。

マッケイの活躍があって初めて、ウォルト・ディズニー（1901-1966）が台頭してきます。最初のミッキーマウスの映画『蒸気船ウィリー』（1928）＜写真 5＞はトーキーで、最初ミッキーの声はディズニー本人がやっていたらしいです。ただ、彼は画は描いていなくてプロデューサーです。ミッキーは最初からアニメーションとして作られましたが、古くから漫画本もあって、いかにミクスト・メディアで展開していくかを追求し、最終的にはディズニーランドまで行き着きます。それを 20 年代当初から行っていて、特にキャラクターに固執していました。自分自身が最初のキャラクターで失敗して権利をはく奪されたので、その後に作ったミッキーマウスの権利は必死で守ろうとして発展してきた部分もあります。

田中：ライセンシングを初めて行使したのがウォルト・ディズニーですね。筆箱から何でもグッズ化の権利をすべて持っているわけですね。

山村：著作権がミッキーマウス法と言われるほど、ディズニーの都合で著作権の寿命を延ばしています。メディアで力をもった人の影響で法律も変わるんですね。ディズニーには批判される部分もあって、元々の童話や原作をディズニー流に変えてしまうところがあります。くまのプーさんは原作とかなり違う画でしたが、人気が出てから逆に原作に近い画に戻しています。そういった調整をしたのはミッキーに次ぐ人気キャラクターだからで、たくさんのグッズ展開をして著作権料も大きい稼ぎ頭だからです。
＜写真５＞

ウォルト・ディズニーはプロデューサーなのでミッキーは右腕のアニメーター、アブ・アイワークスが描いていますが、うまくアーティストを使う才能があります。その影響がはっきり出ているのが『シリー・シンフォニー』（1932）という音楽に合わせて木々や植物が歌う初期の作品です。僕が大好きな J.J.グランビル（1803-1847）というフランスの画家がいて、この作品は彼の直接的な影響を受けています。これはディズニー本人も認めていて、ミッキーが売れてヨーロッパ旅行をした時に欧州の優れたイラストレーションの本を買い集めます。これを自社のお雇いアーティストに参考資料として見せていた訳です。比較



＜写真６＞

＜写真７＞

すると似ているのは明らかですが、ある意味では毒がなくなってしまっています。グランビルの方は結構強烈で、僕は擬人化の天才と呼んでいますが、あらゆるものを人に見立てています。元のフォルムは変えず、今では気持ち悪いとさえ思われてしまうような擬人化をしています。＜写真６＞は逆転劇で人間を釣る魚たちが描かれています。彼は幻想的な絵画に移行していき、晩年にはアニメーション映像ができる前にメタモルフォーゼ、つまり形が変化していくようなイラストを描いていて、アニメーションに影響をもたらした先駆的な作家だと思います。ディズニーに影響を与えただけでなく、アニメーション前史として重要で、映画史の中でももっと語られるべき画家だと思います。

ディズニーにまつわるもう一人の画家として、デンマーク出身のカイ・ニールセン（1886-1957）がいます。ヨーロッパで活躍した後にアメリカに渡り、ディズニーに協力して『ファンタジア』（1940）の“はげ山の一夜”のシーンや“アヴェ・マリア” ＜写真９：IMG_0652＞のシーンのアートワークをニールセンが描いています。ニールセンは元々1890 年代前半からロンドンで、クリスマスなどに贈る大人のための豪華ギフトブックの画家として活動していました。このギフトブックと言うのは非常に装丁の凝った、きれいなイラストの付いた本で、アーサー・ラッカムやデュラックが天才的イラストレーターとして有名です。彼らの陰に隠れがちですが、ニールセンの画も素晴らしいものでした。一時はそれなりに活躍しましたが、並み居る競合に押されて職を求めてアメリカに渡り、その後アニメーション関係者に多大な影響を与えた『ファンタジア』のアートワークを手掛けるに至ったわけです。

そしてモーリス・センダック（1928-2012）。生まれが1928 年でミッキーの『蒸気船ウィリー』と同年で、本人もディズニーをかなり意識していました。ポーランド系ユダヤ人でニューヨークの貧民街に住んでいましたが、漫画映画を見て育ち、一番影響を受けたのが『ファンタジア』でした。絵本作家として大成しますが、実はアニメーションも作っています。これがご存知『かいじゅうたちのいるところ』（1963）で、スパイク・ジョーンズが 2010 年に長編映画化もしています。別のアニメーションもあります。アメリカのテレビ局 CBS からクリスマス企画としてアニメーションを作らないかと持ちかけられ、自ら脚本、原画、監督も手掛けて『リアリー・ロージー』（1975）を作りました。これから観ていただく『まよなかのだいどころ』（1970）は別のディレクターが付いていますが、センダック自身も脚本、原画も描き、アニメーション制作にも少なからず携わった絵本作家です。話が戻りますが、ウィンザー・マッケイの「夢の国のリトル・ニモ」の画と比べて、ミムラさん、何か気づかれますか？＜写真７＞

ミムラ：縦の分割でお月さまが時間経過を表していますね。そしてベッドのデザインも、冒頭シーンの構図とまったく同じですね。

＜ここで『まよなかのだいどころ』を上映＞

田中：これは実写化したらデヴィッド・リンチの映画のように、かなりシュールになりそうですね。全裸の男の子が「コケコッコー！だからパンが食べられるんだよ」って（笑）。

山村：そうですね（笑）。1987 年にジーン・ダイッチ監督によって、かなり絵本に忠実に映像化されました。

ミムラ：最初に見た時、日本語のナレーションが付いているのも知らなかったので、小林克也さんの声を聞いてびっくりして、子どもが最初に叫ぶ「うるさい、静かにしろ」という声のかわいくないことに驚きました（笑）。でも、それを安易にかわいらしい男の子の声とナレーションとに分けず、あのトーンの声のままやっているのが、本当

にセンダックの作品が好きな方が小林克也さんに依頼したんだろうと思われ、拍手したい気持ちです。

山村：今日は日本語版を観ていただきましたが、英語版のナレーターも小林さんそっくりの声の方です。声の質で選ばれたというのもあるでしょうね。センダックのテキストがうまくリズムを刻んでのっていくところが、映像化として成功している要因の１つかなと思います。

ミムラ：そうですね。質感というか世界観として、やはりちょっと怖いところがありますね。おじさんの三つ子などドキッとしますよね。楽しいはずなのにちょっと違和感を残すところがありますね。

山村：おじさんの大きさがよく分からないのも怖いですね。巨人のようでもあり…

ミムラ：本当にそうですね。その怖い部分と男の子の楽しい夢が共存しているところが凄いですね。

山村：これはディズニーの影響なのか、主人公の名前がミッキーなんですね。そして先程のようにウィンザー・マッケイの影響もすごく感じられます。「夢の国のリトル・ニモ」も毎回夢落ちで、ニモが眠りに落ちると夢の世界が展開して、ベッドから落ちて、ああ夢だったというパターンの繰り返しです。その大きなストーリーの構成も同じです。幼い頃、マッケイの新聞漫画に熱狂していたに違いないと思います。

―ロシアー

山村：続いてロシアについてです。長編のアニメーション映画には『雪の女王』（1957）、『せむしのこうま』（1947）などがあり、オールドファンの方はディズニーに次いで思いだされるでしょう。元々スターリンはミッキーマウスが大好きだったのです。まだロシアにアニメーションスタジオがなかった時に、社会主義のプロパガンダや国民の啓蒙という意味合いも含め、アニメーションはこれほど人の心を熱狂させるので役立つのではということでソユーズムリトフィルムという国営スタジオを作り、1950年代、数々の監督たちが素晴らしい技術力で作品を作りました。ここ最近人気なのが『チェブラーシカ』（1969～）です。＜写真８＞原作がウスペンスキーの児童文学で、彼は文章を書いています。原作ではチェブラーシカが主人公ではありませんでした。これが一番最初の 1966 年に出版された絵本で、左側は日本語版の挿絵ですが、左の黒い塊がチェブラーシカです。＜写真９＞本のタイトルも「ワニのゲーナとその友達」というような感じで、ゲーナの方が主人公でした。ウスペンキー氏の解説によると、自分が子ども時代に持っていたクマのような何の生きものか分からないお気に入りのぬいぐるみがモデルになったそうです。またチェブラーシカとは“ばったり倒れ屋さん”という意味で、いとこの 4 歳の女の子が大人の毛皮のコートを着て、うまく歩けずにコテンコテンと転んでいた様子からイメージされているそうです。ワニのゲーナの絵本だけだったらマイナーだったでしょうが、アニメーション化されて初めて、ロシアでも国民的なキャラクターになりました。絵本の真っ黒なものも個人的には好きですが、アニメーション版の外見になったからこそ広い人気を得られたということがあると思います。

『チェブラーシカ』も著作権でもめています。というのは、原作者がいますが画を描いているわけではなく、挿絵も今とは全然違います。ですからレオニート・シュヴァルツマンが、現在、皆が知るアニメーション版の原型を作った自分が著作者だ、と主張しています。けれどアニメーションの成功には、ロマン・カチャーノフというロシアの人形アニメーションの先駆的作家の力も大きく、『チェブラーシカ』は１人の作家の手によって生まれたというより、様々なアーティストたちの合作と言えます。カチャーノフは映画史のかなり初期に人形アニメーションを作っています。民話や古い話がテーマにされることが多かった時代に、『チェブラーシカ』は当時の現代ロシアの世相を描きました。『ミトン』『ママ』といった作品も当時の団地の鍵っ子の話だったり、モダンな描写で人形アニメーションの新しいスタイルを築いた彼の力が、『チェブラーシカ』の人気の最大要因だったのではないかと思います。

＜写真８＞

＜写真９＞

『チェブラーシカ』にはその後のロシアアニメーションの歴史を作っていくアニメーターも参加しており、ユーリ・ノルシュテイン（1941－）もその１人で、現代アニメーションの最高峰の監督の 1 人だと思います。ノルシュテインは長い下積み生活があり、20 年以上、ソユーズムリトフィルムで 1 スタッフのアニメーターとして勤めました。社会主義なので階級制度で、様々な階級を経ていかないと監督はやらせてもらえません。その下積み時代に携わった作品の１つが『チェブラーシカ』で、そのある種一番魅力的なキャラクターであるワニのゲーナを動かしていたのが彼です。ロシアを語るには外せない作家で、代表作の『霧につつまれたハリネズミ』（1975, 2000）は長い下積みの後に制作した 2 作目の作品です。ロシアではクリスマスになると必ず TV で流れるような誰もが知っている作品で、Hedgehog in the fog と英語でも韻を踏んだタイトルですが、小さなハリネズミがさまよって森の中をウロウロして道に迷うという話なので、道に迷ったり、ふらふらしている酔っぱらいのことを“ヘッジフォッグインザフォッグ”と慣用句に使われる程ポピュラーになっている作品です。セルゲイ・コズロフというロシアの児童文学者の作品を原作にしていますが、ノルシュテインが映像化して初めてポピュラーになり、オリジナル作品と言ってもいいほど昇華された作品です。ですが絵本になったのは 2000 年の福音館書店のもので、それまでロシアでは絵本化されておらず、ロシアでは日本の絵本が翻訳されて、逆輸入になっています。日本は絵本好きの人が多いのか、世界中どこにも絵本になっていないものが絵本化されていますよね。

ミムラ：気に入った絵本を原語で読んでみたいと思って探すと、ないことがありますね。

山村：日本の人が海外の人に依頼をして作ったり、まだ絵本になっていない映像を絵本化するなどもあります。カナダの「木を植えた男」というフレデリック・バックの有名な絵本も日本でしか出ていません。絵本が出ているせいか、カナダよりも日本での方が有名なんですよ。

―チェコ―

山村：続いてチェコです。絵本と言えばチェコで、チェコと言えば人形アニメーションですね。その巨匠がイジー・トルンカ（1912-1969）です。この『兵士シュベイクの冒険』＜写真 10＞は元々小説で 1921 年に出版され、1954 年に人形アニメーションとして映像化したのがトルンカです。小説は誰もが親しみを持っている国民的作品で、ユーモア作家が描いた小説です。

キャラクターの原型ともなった小説のイラストを描いたのがジョセフ・ラダというチェコの有名な絵本画家です。アニメーションといえばチェコというくらい日本でも人気が

＜写真 10＞

出てきていますが、その礎を築いたのがトルンカという人形作家で、彼もアニメーション作家として活躍する前はイラストレーターとして幅広く活動しており、世界的には絵本の方が有名だったりする程です。絵本で活躍していて、世界大戦後にチェコにも国営スタジオができ、その所長に任命されたのがトルンカです。ですからチェコの国営スタジオの長であり、優れた芸術的な人形アニメーションをたくさん制作していましたが、キャリアは絵本画家から始まっています。最初は特に、ソビエトと同様そのころ手本にできるのはディズニーだけなので、最初はディズニー風のセルアニメーションを何本か作っていましたが、そのうちにトルンカがオリジナリティを発揮し始めたのは人形アニメーションでした。チェコには人形劇の文化もあり、トルンカの演出家としての芸術性の高さやこだわりで人形アニメーションを芸術の域まで高めた作家です。同時にアンデルセン賞を受賞するほど優れた絵本画家でもあります。アニメーションと言えばディズニーしかないような時代に、カンヌ映画祭などでも評価され、世界にチェコと人形アニメーションを知らしめた偉大な監督でもあります。日本では残念ながら最近亡くなられてしまった川本喜八郎さんが、日本人で唯一トルンカに弟子入りしてその芸術性と意志を継いだ日本を代表する人形アニメーション作家です。トルンカは国営スタジオの所長と言うこともあり、多くのチェコの監督たちに影響を与えています。

ヨゼフ・ラダ（1887-1957）は個人的に好きなのでこれは個人コレクションですが、脱力せざるを得ない魅力があるんですよね。日本ではまだ知られていないかもしれませんが、チェコでは大変人気の作家で、もう少し知られてもいいかなと思います。

山村：最近日本で人気があるのがズデネック・ミレル（1921-2011）です。ミムラさんも著書で書かれていましたね。

ミムラ：「もぐらとずぼん」（1967）と「もぐらとじどうしゃ」（1969）を姉と一緒に買ってもらって、私には

＜写真 11＞

「じどうしゃ」の方だったのですが、「すぼん」が大好きなあまり数年経ってこれは自分の本だと記憶が変換されてしまって、姉と大喧嘩したことがあります。「もぐらとずぼん」は初期の頃と画が違って、グッズを見るとよく分かりますが、目が離れていたのがくっついてしまったんですよ。私は初期の頃が好きです。

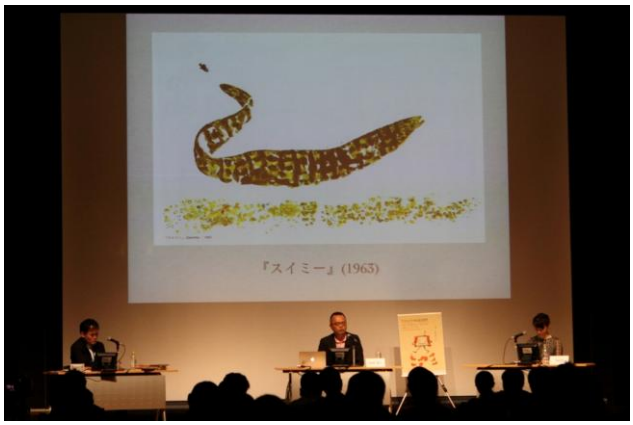
山村：「もぐらとずぼん」シリーズは、トルンカの影響下でズーリン地方にあった国営スタジオで、最初アニメーションとして制作されました。1960 年代から 2000 年代にかけて 50 本くらい、日本で言えばドラえもんのように長い期間テレビ放映されて人気が出ました。日本ではまず絵本として紹介されましたが、元々はミレル監督がアニメーションとしてキャラクターデザインをしてストーリー展開をしたのが元になっています。

ミムラ：だから動きがちゃんとしてるんですね。これはズボンを作る話ですが、動きがあるのが面白くて、そこに惹かれたんだと思います。

山村：絵本のために描いた画ではなくて、アニメーションの 1 コマを切り取っているので、動きのある瞬間が捉えられています。

ミムラ：このページでは口の周りの灰色のところがありませんが、アニメーションが元だったという話を聞いた時、シーンを切り取った時にここだけそうなってしまったのだろうなと思いました。普通の画だったらあり得ないですよね。＜写真 11＞

山村：もしくは、単なるアニメーターの間違いの可能性もありますね。一人の人が描いていると間違いが少ないですが、アニメーションの場合たくさんの人手がかかるので、こういった手違いも起きやすいです。



＜写真 12＞

―イタリアー

山村：次はイタリアです。まずはジュリオ・ジャニーニ（1927-2009）とエマニュエーレ・ルツァーティ（1921-2007）という監督です。元々2 人組でも制作していますが、どちらかというとルツァーティの方が画を描いて絵本の仕事もしており、ジャニーニも色々なアートディレクションやＣＭの仕事もしていますが、アニメーター（動かす方）です。絵柄としてはパステル調の画を切り紙で動かす作品を作っていますが、日本では残念ながらまだ映像ソフトも出ていませんし、映像を観ている方も非常に少ないです。絵の魅力もさることながらジャニーニの画を動かす力が素晴らしく、同じ切り紙アニメーションを作っているロシアのユーリ・ノルシュテインがかなり影響を受けたアニメーターです。動くタイミングの気持ち良さやそのテクニックが素晴らしいです。イタリアで最も知られている絵本画家の 1 人にレオ・レオニ（1910-1999）がいます。この 2 人はレオ・レオニとも仕事をしており、『スイミー』（1963）＜写真 12＞や『フレデリック』（1969）といった代表作もすべてジャニーニの手によって映像化されています。イタリアはアニメーションの世界では飛び抜けた注目を集める作品は少ないですが、こういった地味に良い絵本と映像作品が残っています。

―日本ー

山村：最後に日本についてです。漫画とアニメーションの違いの話もありましたが、絵本もどこから絵本と呼ぶのか歴史が深く、『鳥獣戯画』は最も古い絵巻物で、12 世紀から日本にはこういったある種、物語が展開して画が語る、宗教やファインアートとは異なり、物語るための画は、12、13、16 世紀には非常に幅広い種類がありました。そして文字と画の関係についても、1 つの画面の中で画と文字をどのように美しく見せていくか、絵本の原型となるものも既に多く描かれていました。オナラで有名になった老人を真似して失敗するという笑い話の「福富草子」や、更にばかばかしい「放屁合戦絵巻」（1449）＜写真 13＞な

＜写真 13＞

＜写真 14＞

どは日本人の底抜けのユーモアが表れています。今の漫画やアニメーションといったポップカルチャーにも通じるように、決して高級なものでなく、庶民が大笑いするようなものが既に作られていました。まだ印刷技術がない時代だったので、巻物つまり原画で残りました。19 世紀末にイギリスで大人向けギフトブックのブームがあったように、当初本は高価だったので子どもが読むものではありませんでした。やがて出版が定着していき、1800 年代後半（大正時代）から子ども向けの本が徐々に出てきました。代表的作家が「子供之友」の表紙をずっと描いていた北澤楽天（1877-1956）です。子ども向け絵本作家の最初期の画家であり、コマ割りがあってセリフがあってストーリーがページで展開する近代的な漫画の元祖を描いた画家でもあります。これ以前に江戸時代、北斎漫画など漫画という言葉は存在しましたが、現代的な具体的な意味で初めて使ったのが楽天です。日本で最初にアニメーションが作られたのが 1917 年の大正期で意外と古いです。最初にアニメーションを作った監督が下川凹天や幸内純一などで、皆、楽天の教えや影響を受けて日本の最初のアニメーション映画を作り、今の漫画やアニメーションの礎を築いた、語られるべき画家だと思います。

「子供之友」繋がりで、村山知義（1901-1977）に移ります。これはミムラさんが大好きな「３びきのこぐまさん」です。＜写真 14＞最初の打ち合わせで、この作品はマニアック過ぎるので解説の中だけで紹介しようと思っていたら、ミムラさんからもお話が出てきたので驚きました。

ミムラ：元々村山さんがすごく好きで、最初は「おなかのかわ」が家にあって、奥様とアニメーションも作られていると知ってすごく観たいと思い、婦人の友社から発売されていた VHS をわざわざ取り寄せたんです。友達にも観てほしかったのでデッキと一緒に貸したりしていて、今でも貸し出し中です（笑）。初めて他の方から、それも山村さんからこの作品について話したいと言われて、すごく嬉しくて興奮してしまいました！

田中：村山知義は、前衛芸術家であり、舞台美術家であり演出家であり、のちには『忍びの者』などの小説も書き、アニメーションも作り、ありとあらゆる活動をしたマルチクリエーターです。最近では世田谷美術館で展覧会があり、再評価されています。妻の籌子（かずこ）とともに描いた絵本をふたりで映像化しています。

山村：この作品はなかなか観る機会がないので、ぜひ皆様にご覧いただきたいと思います。

＜『三匹の小熊さん』を上映＞

田中：（上映を終えて）もう、想像を絶するとはこのことで・・・（場内爆笑）

ミムラ：最初に見た時に「なぜと言って」「気の利いた角砂糖さん」というナレーションの言葉遣いにまずハッとしました。早く走る時だけ熊が四本足であとは二足歩行とか、面白いですよね。皆さんに笑っていただけてよかったです！段階を踏んでオチを付けているところなど、ちゃんと笑わせてようとしているユーモアがいいですね。

山村：これが昭和 6 年に作られたとは、本当にハイセンスですよね。演出家がいるのでその意向も若干あると思いますが、奥様の村山籌子さんが文章を書かれ、知義さんが画を描かれています。２人ともある種クールなんですよね。サービス精神があるようでないというか、その突き放し方が惹かれますね。牛乳の邪悪な顔とか。

ミムラ：牛乳といってもこの時代は脱脂粉乳だったので角砂糖さんが必要なんですね。子どもにとってはマズくて嫌われものだったので、あのような邪悪な顔になったのでしょうね（笑）。

山村：この作品は、1930 年代の独特のモダニズムが突き抜けていると思います。さて、次はチェコのトルンカに師事した人形アニメーションの川本喜八郎（1925-2010）さんです。インディペンデントのアニメーションの作家として 1970 年代、『鬼』（1972）『道成寺』（1979）『火宅』（1979）の不条理三部作など優れた作品を残しています。喜八郎さんの履歴を振り返ると、人形アニメーションの作品制作を始める前は、1950 年代初頭からずっと絵本の仕事をされていました。凸版印刷から出された絵本のシリーズがあります。ミツワ石鹸などテレビコマーシャル初期の仕事もされました。そしてトルンカの作品に衝撃を受けたために、30 代後半になってから商業的成功を捨ててチェコに単身渡りました。トルンカにチェコのアニメーション芸術を学びましたが、日本にも素晴らしい文化があると気づかされ、文楽や能の世界に注目し、自分自身の作品世界を作り上げていきました。その後は NHK 人形劇『三国志』など皆さんもご存じの活躍です。アニメーション芸術としての力を 70 年代に築いた個人作家という業績は素晴らしく、その礎には絵本の仕事がありました。

1970 年代に川本喜八郎さんとパペットアニメーションのよきライバルだったのが岡本忠成（1932-1990）さんです。チェコやロシアは国営スタジオですから、国民のためということで国の予算で芸術家が時間やお金を潤沢にかけて思いのたけを作品にぶつけられた訳です。だからこそ 1950 年代から 70 年代、共産圏の時代に素晴らしい作品ができました。その後はペレストロイカや民主化が進んでいくと国営スタジオの予算が賄えなくなり、残念ながらアニメーションがやや衰退しているというのが現状です。　日本で短編アニメーションを制作する場はあまりなく、唯一あるのが文化映画という教育向けの短編ドキュメンタリーや映画ですが、岡本忠成さんは子ども教育という名目を借りつつアニメーションの可能性を探って行きました。『モチモチの木』（1972）や『おこんじょうるり』（1982）など、他の作家の絵本をアニメーション化する仕事をたくさんされています。

短編アニメーションで重要なのが、1960 年代にアニメーション三人の会で作品をたくさん作った久里洋二(1928-)さんです。トリスの CM で活躍した柳原亮平さんや真鍋博さんというイラストレーターと共に、自主制作のアニメーションの会を定期的に草月ホールで行いました。それを観た和田誠さん、横尾忠則さん、宇野亜喜良さんなどそうそうたるグラフィックアニメーターたちがアニメーションを作り始めました。皆アニメーションの作り方を知らないので、久里さんが教えて、彼らが原画を描いてきたら久里さんのスタジオでそれを撮影してあげるなど、交友関係の中で非常に幅広いグラフィックの人たちをアニメーションの世界に巻き込んでいきました。久里さんは漫画家で画も

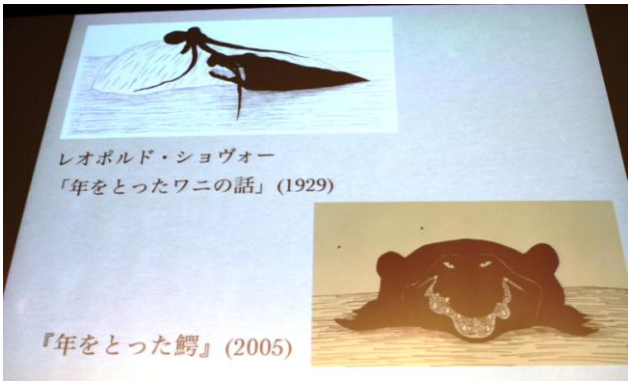
＜写真 15＞

描かれますが、ミムラさんがお好きな井上洋介さんのイラストで『アオス（AOS）』（1963）『The Sun is Down』（2009）などたくさんアニメーションを作っています。

この三人の会に刺激を受けた 1 人が手塚治虫（1928-1989）さんで、ご自身もおっしゃっていましたが、三人の会のインディペンデント作家たちや、川本喜八郎さん、岡本忠成さんに憧れをもっていました。久里さんとは同じ年生まれですが、商業アニメーションの礎を築いた手塚さんですが、虫プロの最初の作品『ある街角の物語』（1962）などは絵本調のグラフィックの色彩が強いです＜写真 15＞。元々はディズニーに憧れてカートゥーンの世界を目指していましたが、その反面、なぜか当時、絵本というのがグラフィックとして高級だという意識があったのか、絵本作家やインディペンデントのアニメーション作家はハイ・アートに近いと考えていたんじゃないかと、僕は手塚さんの仕事を振り返るとよく感じます。絵本作家として活躍されていたやなせたかしさんとも 1970 年代に一緒にアニメーションを作っています。『やさしいライオン』（1970）はミュージカル調のシリーズにしたかったそうですが、残念ながら 1 本だけの作品になりました。

そして、たむらしげる（1949-）さんは、元々は漫画家として「ガロ」で活躍され、その後は絵本の世界で素晴らしい成功をおさめました。マルチメディア CD やアニメーション制作にも乗り出し、『銀河の魚』（1993）や『クジラの飛翔』（1998）など作られています。

宮崎駿（1941-）さんも実は絵本原作の作品を作っており、中川李枝子さんの作品がお好きなようです。ジブリ美術館で上映されている短編『くじらとり』（2001）という作品は中川李枝子さんの「いやいやえん」(1962)が原作で、他にも『そらいろのたね』を、近藤喜文さん監督で制作しています。『魔女の宅急便』も実は角野栄子さんの児童文学ですね。宮崎さんは元々、日本のディズニーを目指した



＜写真 16＞

東映動画（現・東映アニメーション）のメンバーでした。岩波少年文庫がお好きで、子どもの文学を映像化したいという思いが強いそうです。

最後に恥ずかしながら私・山村浩二（1964-）です。僕は学生時代、作品を作り始めた頃に岡本忠成さんに作品を観ていただいたり、川本喜八郎さんにも親しくしていただいて、日本のインディペンデントを引っ張っていた作家さんたちに憧れていました。絵本の仕事もしていますが、絵本作家ではなく絵本画家としてあくまで画の仕事として関わっていると考えています。多くの絵本画家に影響を受けており、中でもレオポルド・ショヴォーが好きな作家の 1 人で、彼の「年をとったワニの話」（1929）をアニメーション化しています。＜写真 16＞

田中：今日は、なかなか日本で上映する機会のない英語版の『年をとった鰐』（2005）を上映いたします。ナレーションは日本版と同じくピーター・バラカンさんです。

＜『年をとった鰐』を上映＞

田中：画がユーモラスだからいいようなものの、こんな不条理な話がありますかね（笑）

ミムラ：エンディングで混乱しますよね。ワニが死ぬわけでもなく…

山村：たぶん後半は、まだこういう怖いワニが生きているんだ、とショヴォ―が怖がらせたかったんだと思います。

ミムラ：「謙虚だったワニはさらに謙虚になるだろう」というナレーションが重いですよね。

山村：ショヴォ―はかなり皮肉屋のようで、原作のフランス語を翻訳家の方と新たに読み直してもらったら、相当にキツい皮肉の言い回しが随所にあるそうです。

ミムラ：タコの足は元々8 本なのに、タコもワニも数が分かっていないですね。

山村：相当引いた目線で、どちらに対しても冷たい目線で見ていますね。どちらにも思い入れを入れず非常に残酷な話ですが、そこに惹きつけられます。ストーリーだけでなく画の魅力もそこにあって、引きの視線です。たぶん僕がショヴォ―の画に惹かれたのはクールな部分と、カメラ・アイに近い映像的な視点と感じたことです。内側から温かい目線で描いている画というより、客観的にタコやワニを描いています。また、アニメーション化してみて分かりましたが、一見すごく省略されて単純に見える画も、ワニの骨格やタコのフォルムもすごくリアリスティックです。

ミムラ：だから動いているのを観た時に、どうして動画を観たことがないのに動き方を知っているんだろう、と思ったくらい動きが画にはまっていて、とても良かったです。

山村：ありがとうございます。立体的に動かすために、最初粘土で作ってみました。画家は自分が描いた絵を立体的に把握しているところがあって、それを立体にした時に、頬の膨らみが違うなとか詳細まで感じるものですが、元々が他人の画なので、その立体感を捉えるためにまず立体で作ってみました。それをしなくても、1 枚絵のなかにしっかりした骨格やフォルムが埋め込まれていて、ある種解剖学的な視点でショヴォ―は見て描いているんだなと、作ってみてよく分かりました。

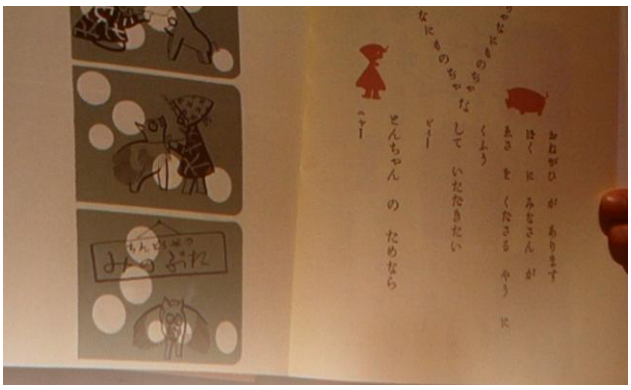
ミムラ：それと性格と言うかキャラクターもよく描かれていて、タコはああいった瞬きをするだろうなという、絵本を読んだことがある人ならたぶん皆がイメージする通りに動いていたので、それも気持ちよかったです。

山村：ありがとうございます。

▼アニメーションと絵本の相関関係

田中：これを映像化したら面白いはずだという絵本をミムラさんにお伺いします。

ミムラ：単純に素人考えで観てみたいと思った本と、アニメーション的に考えられると思った本と色々あります。まずは「パパがサーカスと行っちゃった」（2005）というイスラエルの絵本です。絵が伸び伸びしていてすごく好きで、サーカスというものがアニメーションに向いているのかなあ、と思いました。また絵本は子ども向けのものが多いので子どもが主人公のものが多いですが、これはパパが主人公です。語りが娘と息子ですが、パパがサーカスに感化されて家を出て行ってしまい、最終的にはパパがサーカスの団員になって帰ってきて、家の中で皆で大道芸のよ



＜写真 17＞

うなことをするという話です。ショートアニメーションのジャンルで大人が破天荒なことをするのが好きなので、この映像も観てみたいと思いました。

山村：これはすぐにアニメーション化できそうな画ですね。もしかしたら既に着手している人がいるかもしれませんね。最近のヨーロッパの短編アニメーションによくあるタイプの画ですね。

ミムラ：物語で見せる長編と違って、ショートストーリーではオチで見せると言うか、カタンと何かがハマってハッとして終わるような構成があると思います。そういう枠で「たべるトンちゃん」（1937）という初山滋さんの本があります＜写真 17＞。トンちゃんが「たべるブー、たべるブー」と言って色んな物を食べる繰り返しの先に、トンちゃんがとんかつにされて食べられてしまうというお話です。こんなにかわいい絵柄で、こんなに楽しい繰り返しで、数遊びがあったり絵本的な本なのに、最後にストンと落とすという（笑）。これはアニメーションになったらどうなるんだろうと、子どもの心にどう映るかという意味で、観てみたい作品です。初山さんが他の本で挿絵をされている時は、線と水彩で描かれた透明感のある図式的な画で、全然違うイメージだったので、この本が復刊されて読んだ時に驚いてしまって。絵本作家さんや絵本画家さんの何を考えているか分からない、それを探るような面白さは、この絵本で出会ったように思います。

田中：日本の 1930 年代から 40 年代初頭くらいの絵本は、非常にシュールでイマジネーションが非常に豊かですね。

ミムラ：「こどものとも」のタイトルが平仮名になって間もなくの頃は、表紙が黒だったそうです。そして書店を回って売り込もうとした時、断られることが多かったそうで。なぜかというと絵本は赤くないと売れないと言われていたんですって。それくらい一辺倒に見られていたもので、そこを打ち破ろうとした人たちが何人もいた、ということだろうなと思いました。

後は絵本というと外せない長新太さんの「がんばれさるのさらんくん」（1958、2006）があり、表紙がメモ帳になるなどデザイン的な発展もしているものです。これは単純に線がかわいいので動いたところが観たいと思っています。

ショートアニメーションも一昔前はチーム制作で、大人数が関わらないとできないものだったと思いますが、山村監督の若き日の作品を拝見して、ものすごい制作期間がかかりそうにお見受けしたのですが、初期の頃の作品はどのくらいかかったのでしょうか？

山村：作品によってですが、一番かかったのは『頭山』（2002）ですが、これは本当に自主制作でプロデュースがつかず、制作に集中する資金がなく他の仕事をしながら作ったので、10 分の作品に 6 年かかっています。

ミムラ：そのようなことを知らないと、昔のアニメーションは 1 カット 1 カット人手も時間もすごくかかって作ったイメージですが、今はツールが向上して 1 人でも作れるようになりましたよね。その辺りで変わっていくものもあるのでしょうか？

山村：社会主義の時代はスタジオワークで大きなスタジオの人間関係の中で作られていました。2000 年代後半くらいからパソコンが普及し始めたので、それまでプロが使っている大きな機材を使わなければできなかったのが身近なところでできることになり、若い層でアニメーションを作りたいという人が爆発的に増えています。それも以前はある種マニアというかアニメーションのことだけ考えている人でないと入りにくかった世界でしたが、今は色んな分野から出発している人たちが関わりやすくなった時代になってきているとは思います。

ミムラ：どのジャンルも間口が広がったので、色んなことができる人たちが増えたというのがありますね。昔は優秀な人が率先して色んなことに着手していましたが、今は新人の頃から色んなことができるようになりましたね。監督の絵本を拝見した時に、扉絵がキャラクターたちがスポーツジムなどに入って行く背中というシーンになっていて、これはアニメーションをやって来られた方じゃないとやらないやり方かなと思いました。扉絵に添えられる画はただかわいいとかきれいなだけの画が多く、ストーリーを感じさせる画は大事だから後に取っておく作家さんが多いと思うんですね。一枚絵で考えている人とストーリーを動画として考えている人の違いなのかなと素人ながらに感じました。個人的に思うのは、これだけ簡単に着手できるようになったのだから、絵本作家になったとしても、一度アニメ

＜写真 18＞

ーションにも触ってみてほしいなと思います。自分で作ってみて、その中で絵本になってみてどうだろうとか、できることや見えてくるものが変わってくるんじゃないかと。

山村：おっしゃる通りです。それぞれの分野をやっていないと気づかないことがあって、同じように物語を展開することには違いはないですが、実際携わってみて思うのは、できることが違うんですね。逆に片方でしかできないことがもう片方で応用できることもあります。僕は絵本の世界はあまり詳しくありませんでしたが、絵本に携わるようになり絵本の世界も見ていくと、自分はカメラ・アイで捉えているところがあると気づきました。

ミムラ：それにきちんと質感があるのも特徴だと思います。絵本だと一枚絵としてのまとまりだけ考えて、カボチャはゴツゴツしている、スイカはツルっとしている、ソラマメはツルっとしているようでよく見るとゴツゴツしているとか、なかなか個々を追いかけられません。けれど山村監督の絵本用の絵では、物としてのそれを一度考えてから画の中に入れているので、それぞれの質感を捉えられているのだろうなと思いました。

山村：映像だとシズル感と言いますが、その感覚が伝えるものが多いと思うので、グラフィックだけで考えていると、確かにこういう描き方はしないかもしれないですね。＜写真 18＞

▼短い作品に込められた大きな表現

田中：今までお話を様々にお伺いして参りました。ここで唐突ですが、絵本の魅力とは、一体何なのでしょうか？

ミムラ：大きな質問ですね（笑）。やはり、作っている人が大きな勝負を仕掛けてくるものだと私は思っています。ページ数も限られている中で何をぶつけてこられるのか、というワクワク感があります。山村監督がおっしゃたように少子化の時代で子どもが減っていて、絵本というものを売ろうとすると、針の穴に糸を通すように狙うマーケティング的な見方もあると思います。けれどやはり、100 年残ることもあるメディアで、このサイズの中に何を込めるか、その勝負をかけている感じに惹きつけられるのだと思います。小説は長いからそうではないという訳ではもちろんありませんが、絵本やショートアニメ―ションの“よしやるぞ”という感じが好きです。私も絵本を作らないかと声をかけていただくことがありますが、怖くてとてもじゃないけどできないと思いました。表現者として自分が求められる物の深さに畏怖を感じて。その分作っている人の頭の中を想像すると、すごいなぁと仰ぎ見て楽しいというのがあると思います。

山村：絵本にしてもアニメーションにしても短い世界ですが、大きな表現をすれば、やはり人生をかけないと 1 本や 1 冊になりません。そこに自分の生きる哲学とすべてがのっていないと、なかなか突き抜けられないと思います。

ミムラ：一度、その年に日本で出版された本をほとんど読んだことがあります。それで読んだ 1,000 近くの数の本から順調に重版される作品数は 4 冊くらいだというのを聞いた時、なんと厳しい世界なのだろうと思いました。もちろん作り手としてはずっと読んでほしいという思いで作るのに、その中で残って行くものというのは、運や作品性、時代とマッチしたかどうかもあり、復刻されるものもあると思いますが、やはり出したその時に評価されたいですよね。そう考えると本当に狭き門だなと思いました。単純に私は小さな頃から絵本が好きで仲良しの友達のように思っていましたが、クリエイターにとっては闘いの場なのだなと思いました。

山村：すべてのモノ作りに通じると思いますが、今はマーケティング的な考え方からモノを作りだそうとすることが多いですが、それだと本当に残るものは出ないのではないかと思います。

ミムラ：見る側も舌が肥えていて、批評家になるつもりはないけれどモノをよくご存知の方が多いので、ドラマや映画を制作していても、どこかで見たことがあるとか、あれの真似なんじゃないかと言われるのも怖くて、ついつい“私が思うに”というような前置きをつけて作ることが多くなったような気がします。あるいは原作があるものに力を借りたり。でもそうではなくて、“どうだー！”とドーンと出す方が、作品として参加するとすごく楽しいんですよね。多くのクリエーターさんがそういった熱に浮かされて作れる期間が若い頃にあるといいな、そういう体制がどこかにあってほしいなと願います。

（以上の文章はシンポジウムの模様を抜粋再編集したものです）

『さみしがりやのクニット』(1960)

映画ナビゲーターズ

東京国際映画祭（TIFF）期間中にオープンする TIFF movie cafe で開催する、映画カルチャートーク・イベントです。様々な分野で活躍するゲストを招き、“映画で学ぶ、映画で知る”をコンセプトに、独自の視点や語りを通じて、映画が持っている奥深さや世代を超えた楽しみ方の秘訣をナビゲートしていただいた。

会期　10 月 2 4 日（水）／10 月 27 日（土）19:30～
会場　六本木ヒルズ TIFF movie cafe （ヒルズ カフェ/スペース）
主催　文化庁
共催　公益財団法人ユニジャパン

【ナビゲーターとテーマ】
10 月 24 日(水)　「Laugh & Sports 映画筋トレ」
●ナビゲーター
大畑 大介 （元ラグビー日本代表／神戸製鋼コベルコスティーラーズ アンバサダー）
村上 純 （しずる／お笑い芸人）

10 月 27 日(土)　「Twitter と映画で遊ぼう」
●ナビゲーター
Twitter Japan 株式会社
　牧野 友衛 （ビジネスデベロップメント ディレクター）
　シャディア ブッタ （オペレーションチーム）
榎本 憲男 （映画監督／脚本／プロデューサー）
まつゆう* （アーティスト／モデル／ブロガー／コラムニスト／プランナー）
松江 哲明　（映画監督／プロデューサー）

映画ナビゲーターズ「Laugh & Sports 映画筋トレ」

【ナビゲーター】

大畑 大介

元ラグビー日本代表／神戸製鋼コベルコスティーラーズ アンバサダー

1975 年 11 月 11 日、大阪府出身。小学校 3 年生からラグビーを始め、大学時代から日本代表に選出される。1998 年に神戸製鋼入社し、日本のトライゲッター、エースとして活躍。決定力を世界に印象づけた。2001 年～03 年は海外のクラブでプレー。2003～04 年シーズンからは神戸製鋼コベルコスティーラーズとプロ契約。その後、日本代表キャプテンを務めるなど 2 度の W 杯出場を果たす。更にはアキレス腱断裂を乗り越え、代表試合トライ数世界新記録を樹立、2010 年～11 年のシーズンをもって現役を引退。現在はラグビーの普及や人材育成、またラグビー協会と共に 2019 年のラグビーW 杯日本開催を成功させるべく、メディア、講演等で精力的に活動中。加えて 2012 年より追手門学院地域文化創造機構の客員特別教授に就任しスポーツを通じた人材育成や街づくりに関する活動にかかわりながら、五輪を目指す女子女子ラグビー選手をプロデュースしている。

村上 純

しずる／お笑い芸人

1981 年 1 月 14 日、東京都出身。2003 年池田一真とともにお笑いコンビ『しずる』を結成。『THE THREE THEATER』(CX)、『爆笑レッドシアター』（CX）、『不可思議探偵団』(NTV)などの番組で圧倒的な人気を博し、様々な番組、ライブ、ラジオなどで活躍している。『キングオブコント 2009』、『キングオブコント 2010』『キングオブコント 2012』(TBS)と三回、決勝に進出。木村祐一監督『ワラライフ！！』で映画初主演を務める。

「Laugh & Sports 映画筋トレ」

お笑い界、スポーツ界で活躍するゲストに、その道で闘い続ける不屈の精神を、お薦め映画を通じて語っていただいた。
両氏は盛大な拍手の中で登場。映画は好きでよく観るものの、それほど映画に詳しいというわけではないと言う二人。なぜ自分たちが映画トークショーのゲストに抜擢されたのか未だに分からないと言いつつも、「みんなでこの場を作っていきましょう！」と観客に呼びかけ、冒頭から和やかな雰囲気でトークが始まった。

▼映画はどこで観る？ 劇場派？ 自宅派？

大畑：最近は劇場によく行くものの、いわゆる超大作はあまり観ないですね。一人で集中して観たいものは家で観ることが多いです。部屋を真っ暗にして、自分のペースで観るのが好きです。劇場が狭いシートの場合、肘かけの取り合いが気になってしまうんですよ。職業柄、自分のポジションを取られるのが嫌いで(笑)

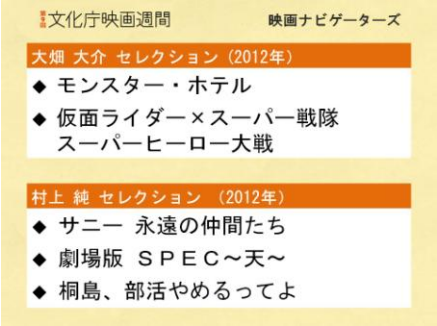
村上：僕は劇場の方が多いですね。『M:i:III』なども観ましたが、やっぱり劇場ならではの迫力がすごいです。

▼2012 年のおススメ映画は？

大畑：最近は、子どもを連れてアニメやヒーローものを観に行くことが多いです。今年の夏は 6～7 本を劇場で観ました。子ども向けの作品でも、親も一緒に楽しめるストーリーでした。

村上：奥さんに誘われて行った『サニー 永遠の仲間たち』にハマってしまい、最初は全然興味なかったはずなのに、結局 4 回も劇場に行きました(笑) しかも Twitter で『サニー』について結構話していたら配給会社の方の Twitter と繋がって、イベントをやりましょうということになり、『サニー』好きの先輩芸人と上映後にトークしたんですよ。ストーリーは説明なしにぜひ観ていただきたいですが、子ども時代と現在の差や、哀愁漂う雰囲気、80 年代の音楽も交えた昔の描写も素晴らしく、コメディタッチなところもすごく面白くて、完璧な映画なんです！

『桐島、部活やめるってよ』も、みなさん観に行ってほしい映画です。群像劇で、高校時代、俺はコイツだったな～と思える登場人物が必ずいますよ。学年におけるポジショニングやセリフなどすごくリアルで、自分はあれだったな、



これだったなと重ねて見られるところがすごく面白い。学園生活のあるあるって今も昔も変わっていないと思うので、この会場にいらっしゃる大先輩も含め(笑)、老若男女問わず楽しんでもらえると思います。ハリウッドのアクション超大作も好きですが、言葉がきちんと理解できる邦画が一番好きです。

▼今まで観た映画のベスト３

大畑：すべて現役で日本代表入りしていた頃に観たものですが、ゲーム前や少し時間が空いたときに DVD を観ることが多かったです。ひとりになるのが結構好きで、どこかに出かけるより、映画で息抜きすることが割とありました。ラグビーは 15 人でやる競技ですが、実は団体行動は苦手なんです。グランドやクラブハウスなどラグビーをする時の団体行動はいいのですが、普段はひとりが大好きで。だから映画観に行くのも一人ですし、DVD も１日３～４本観たりしていました。インドア派です(笑) 一番落ち着ける空間はお風呂で、お風呂でゆっくり本を読むのが大好き。最近だとテレビやハードディスクを持ちこんだりしてますよ。

比較的、洋画を多く観ますが、ヒューマンドラマや実話を元にしたものが好きです。やはりスポーツをしていたので、アメリカ映画ならアメリカンフットボールを題材にした『タイタンズを忘れない』や『ルディ』、ボクシングの『ザ・ハリケーン』『ザ・ファイター』など、自分と重なる部分もあったり、映画でもなかなかできないようなストーリーが実話だったりするのが好きですね。

『ノッティングヒルの恋人』は一般人が大女優と恋をする、男子は誰もが憧れる“ザ・ラブストーリー”。当時、日本代表ではありましたが、それでも大女優は遠い存在でした。

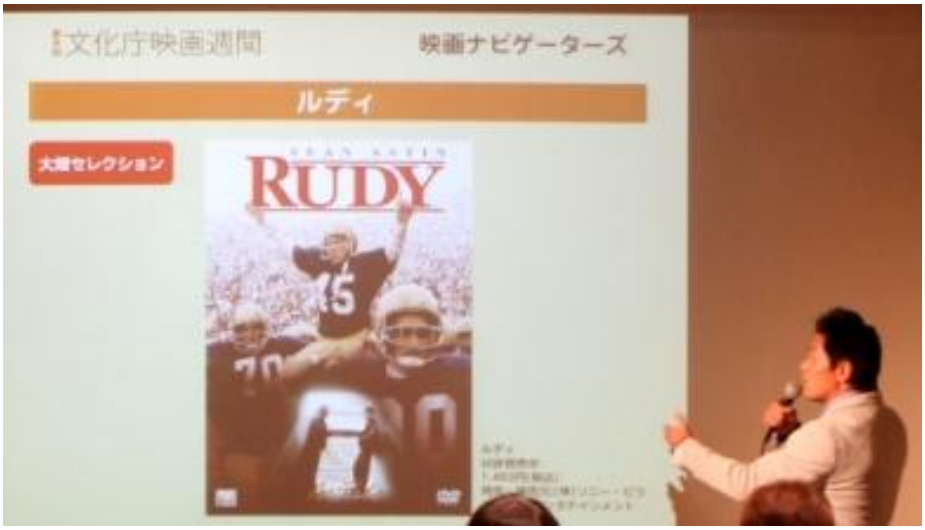
そもそも僕がラグビーをうまくなりたかった理由は「モテたい」ですからね(笑) ラグビー選手の中で誰よりモテる男になろうと。大阪ってラガーマンがめっちゃモテるんですよ。大阪代表のカバンを持っていると、女子高生にキャーキャー言われる。そのカバンを持っているだけでモテちゃう。それが欲しくて欲しくてたまらなかった(笑) それでやっと手に入れたカバンだったんですが、自分の高校は学校指定のもの以外は持てない規則で、使えなかった(笑)

村上：すごいオチですね(笑) でも男ってそんなものですよね。お笑いでトップを取っている人はモテるし、面白い人が好きっていう女の子も多い。僕もお笑いを始めたことに不純な動機なかったと言えばウソになります。

▼観ると必ず魂が燃え上がる闘魂テーマの映画

大畑：サクセスストーリーに自分を照らし合わせて、奮い立たせることはありました。『ルディ』はアメリカの大学のアメリカンフットボールの話ですが、劣等生だったルディが、挫折や人間関係のいざこざを乗り越えて、チームの中で認められていくストーリー。僕もラグビー選手としては体が小さい方。20 歳以下代表の時は、体が小さいという理由で代表から外されたことがあるし、セレクションの土俵にすら上がれなかったこともある。その時、体が小さいことが悪いのではなく、選手としての短所が多いからそういう風に見えたんだ。だから長所をとことん伸ばそう、と思いました。ルディも体が小さくて劣等生なのに必死で頑張る姿を見て、「俺も頑張らなあかんな」と思わせてくれた映画のひとつです。

村上：『ルディ』は友情もテーマなんですよね？ でも先ほどのお話だと、団体行動が苦手でひとりが好きという、、、



大畑：自分ができないけど求めているものなんでしょうね。みんなで盛り上がっているのがうらやましいけど入れない。だからそれを映像としてひとりで観るのが好き、みたいな。 ひとりになりたい寂しがり屋(笑)

村上：(笑)大畑さんのイメージと違うから逆に親近感がわきますね！先ほど楽屋で聞きましたが、ラグビーでスクラムを組む順番が、普段の生活にも影響しているそうですね。

大畑：みなさんそうだと思いますが、人の右側が落ち着くとか、恋人同士でも座り順とかあるじゃないですか。ラグビー選手はポジションによってスクラムを組む順番が決まっています。それで、ご飯を食べに行っても同じ順番に座るんですよ。それが落ち着くというか。僕は一番端のポジションで、常に人を客観的に見てしまいます。試合中も、左側ではスクラム組んでいても右側は空いていて、客観的に全体を見てるんですよ。試合中はお客さんの声や、カメラの位置や写り方ばかり考えていました(笑) 映画のように試合にも流れがあるので、時間の流れをイメージするんですよ。相手の集中力が落ちる瞬間を狙ってプレーしたり、こういう時間帯にこういうプレーをすると相手の心が折れるだろう等、すべて計算するんです。そしてグランドに出た瞬間、カメラの位置を確認！カメラの多いところまで走ろうとか、わざわざ遠回りをしたり、考えてやっていました(笑)

村上：すごい！今の話の中で、純粋にプレーを考えている話は１％もないですね(笑)

大畑：元を正せば「モテたい」ですよね。だから試合前はものすごいイメージトレーニングをするんです。次の日の新聞にどう写るかとか(笑)

村上：スター性・ヒーロー性があるということですね(笑) そういう意識がないとスターになれないと思います。でも僕も、気持ちは分かります。高校時代なんか、体育祭で女子が見ているだけで 50 メートルが１秒早く走れますもんね。

▼映画をヒントに生まれたお笑いネタ・トレーニング

村上：４月に『劇場版 SPEC～天～』を観た時に、「これはコントにできる！」と思ったんですよ。神木くん演じる一（ニノマエ）の「時を止める」能力がいいなぁと。でも時を止めたら映画そのままだから、ちょっとずらして「時を戻す」能力にして。それでネタを作ったら意外とハマって。キングオブコント決勝の能力を使うネタはそこから来ています。だから『SPEC』がなかったら今年、決勝に行けなかったと思って、堤監督にありがとうという気持ちでいっぱいなんですよ(笑)

▼出演するならこんな映画

大畑：映画に出るってどんな気分ですか？ コントもその役になりきるという意味では同じですよね？

村上：僕ミーハーなんですよ。小さい時からテレビを観ていて、テレビに出てワーキャー言われたいという気持ちの延長でこの道に入りました。元々はお笑いじゃなくて「テレビに出たい」ですから、共演者の方々がすごくて、正直、役に入り込むなんて無理なんですよ。たとえば吉川晃司さんは兄世代の大スターで、香椎由宇ちゃんなんて旦那はオダギリジョーだぜ、みたいな。香椎由宇ちゃんに膝まくらしてもらうシーンでは、役柄の古川修一じゃなく村

上純として「香椎由宇の膝の上でしあわせだな～」と思っていました(笑) 頑張ってやりましたし、貴重な経験でした。
　キム兄（よしもとの先輩芸人・木村祐一氏）が監督ですが、現場では役者として扱ってくれるんですよ。お笑いの現場でもそれほど厳しくされることはないけどピリッとはしていて。でもそれとは全然違ってすごく優しくて、皆さんのイメージとはたぶん 180°違うアットホームな雰囲気で撮影していました。
大畑さんは映画出演の話がきたことはありませんか？

大畑：シーズン中の一番忙しい時期だったのでお断りしましたが、一度、体育の先生役でオファーをいただいたことがあります。でも、いかにも体育会系をイメージされる役より、せっかくなら現実にはできないことをやってみたいです。

村上：ヒットマンとか？

大畑：殺される役とか犯人役とか、普段の生活では絶対出来ないものを。刑事だと「短パンデカ」「ラガー」とか呼ばれそうなので避けたいですね。「マッスル」「ボーダ

村上：演技の時は別ですからね！でも、写り方もいろいろ考えちゃうかな。「大畑くん、そこカメラ目線いらないから」とか(笑)

大畑：「死んだヤツがアピールするのやめてくれる？」とか(笑)

村上：大畑さんがイメージと全然違ってめちゃくちゃ面白いです！

大畑：改めてやりたい役はありますか？

村上　僕も主人公より、第二・第三の男といった役柄がやってみたいですね。たとえば僕が清掃員で、悪役は僕を排他的に扱うに一方、主人公は優しく接してくれる。そして実は僕がどこかの御曹司ということが分かって主人公の株が上がる、、、そんなちょっとした役をやりたいです。

大畑：全然チョイ役じゃなくて、だいぶ重要な役じゃないですか(笑)

初対面と思えないほど意気の合った 2 人のコンビは、時には映画の話から逸脱して盛り上がるほど。大畑氏の意外なキャラクターや独自の考え方が語られると、映画を楽しみつつもコントのネタを見い出す村上氏の鋭い観察眼も明らかになった。異色のコラボレーションは、パワー全開の異種格闘技ともいえる楽しい 1 時間となった。

（以上の文章はトークショーの模様を抜粋編集したものです）

映画ナビゲーターズ「Twitter と映画で遊ぼう」

【ナビゲーター】

牧野　友衛

Twitter Japan 株式会社 ビジネスデベロップメント ディレクター

2011 年 12 月入社。Twitter の日本におけるユーザー拡大を目的とした事業開発、パートナーシップを担当。 Twitter 入社以前は 2010 年 9 月に株式会社 ByFlow を設立、ソーシャルサービス「byflow」の提供を行ない、2011 年 11 月に事業売却。2003 年 4 月から 2010 年 8 月までグーグル株式会社でビジネス開発担当として Google や YouTube の新規プロダクトの開発、提供などに携わる。AOL ジャパン株式会社でサービス開発およびビジネス開発業務を担当し、国内における AOL タイムワーナー提携後のグループ連携にも従事した経歴も持つ。

シャディア ブッタ

Twitter Japan 株式会社 オペレーションチーム

Twitter が重視する企業文化を担うオペレーションチームに所属。オフィスコーディネーターとしてオフィスの環境、空間づくりを担当。社内で毎月行うムービーナイト担当者でもある。

Twitter 入社以前はコスメティック／ネイル業界にて、エリアマネージャーとして販売促進、売上対策、店内の空間づくりのアドバイスなどを行った経験も持つ。

榎本 憲男

映画監督／脚本／プロデューサー

劇場支配人、プロデューサー、脚本家などの豊富な映画業界キャリアを経て東京テアトルを退職後、2011 年に長編『見えないほどの遠くの空を』で監督デビュー。同年、ワルシャワ国際映画祭正式招待。最新作『何かが壁を越えてくる』が第 25 回東京国際映画祭に出品。

まつゆう＊

アーティスト／モデル／ブロガー／コラムニスト／プランナー

1998 年より独自目線で「かわいい」をテーマにファション・ビューティ・カルチャーなどの情報発信を始め、ブログ・SNS・ストリーム中継などで活躍するデジタル時代のアーティスト。
2008 年には米 Wired.com が「日本のセレブブロガー」の 1 人として紹介。Glam.com でブログが英訳・韓国語訳されている。Ustream 映画番組『生シネ』(2010 年～)でメイン MC をつとめるなど、映画にインスパイアされたファッションやヘアメイク、雑貨についてのコラム執筆も多数手がける。著書に『iPhone キレイ撮りカメラ入門』(共著：小学館)ほか

松江　哲明

映画監督／プロデューサー

99 年、日本映画学校卒業制作として監督した『あんにょんキムチ』が、山形国際ドキュメンタリー映画祭アジア千波万波特別賞、平成 12 年度文化庁優秀映画賞などを受賞。2009 年『あんにょん由美香』で第 64 回毎日映画コンクールドキュメンタリー賞、前野健太が吉祥寺を歌い歩く 74 分ワンシーンワンカットの『ライブテープ』で第 22 回東京国際映画祭「日本映画・ある視点」部門作品賞、第 10 回ニッポン・コネクション ニッポンデジタルアワードを受賞。最新作『フラッシュバックメモリーズ 3D』が第 25 回東京国際映画祭コンペティション部門に出品。

【司会】

田中文人（東京国際映画祭スタッフ）

「Twitter と映画で遊ぼう」

ソーシャルメディアを通じて映画について語り合う楽しさや、映画を通じて人と人とがつながる面白さについて、Twitter Japan 社、第 25 回東京国際映画祭上映作品監督、カリスマブロガーのゲスト５名が、それぞれの立場から語っていただいた。

まず始めに、Twitter Japan 株式会社のビジネスデベロップメント ディレクターの牧野友衛氏と同社オペレーションチームのシャディア・ブッタ氏が登場し、映画と Twitter の関係についてプレゼンテーションを実施。その後、まつゆう*氏、映画監督の榎本憲男監督、松江哲明監督も加わり、映画と観客、映画を届ける人と観客の新しい関係が見えてきた。

＜注記＞
※1: フォロー
特定のユーザーの投稿が閲覧できるよう、登録すること。その投稿は自分のホーム画面のタイムラインに表示される。

※2: タイムライン
複数のツイートが時系列に並ぶログ全体を指す。ホーム画面には、フォローしているユーザーのツイートで構成されるタイムラインが表示される。

※3: ツイート
Twitter(ツイッター)における 140 文字以内の投稿。もしくは投稿すること。一般的に「つぶやき」と呼ばれることが多いが、正式には「ツイート」と呼ぶ。

※4: リツイート
他のユーザーがしたツイートを再投稿して、自分のフォロワーにも届ける仕組み。

※5: フォロワー
あるユーザーをフォローしているユーザーのこと。A さんと B さんの二人が互いをフォローしている場合、A も B も互いにフォロワーといえる。

※6: ブレ撮り感
スナップ写真などにある、ピントが合っていないけれど笑顔が良く撮れている感じをイメージした、まつゆう*氏の造語。

※7: ムーブ・オーバー
ある映画館で上映していた映画を、その劇場での上映が終了した翌日から別の映画館で引き続き上映すること。大ヒット作品がロングランしているときに行われることが多い。

※8: 公式リツイート
他のユーザーがツイートしたものを、原文そのままで再投稿すること。これに対して「非公式リツイート」とは、誰かのツイートに自分のコメントを付けて投稿すること。

※9: 連投
続けて何度もツイートすること。

※10: togetter(トゥギャッター)
Twitter 上の投稿を、特定の誰か、あるいは特定の話題ごとに収集してまとめる Twitter とは別の独立したサービス。人為的に投稿を取捨選択して新しいコンテンツとできるところが、Twitter 上での検索やハッシュタグでのまとめと異なる。

※11: ハッシュタグ
#記号と文字列で構成される文字列で、発言内に「#○○」と入れて投稿すると、その記号つきの発言が検索画面などで一覧できるようになり、同じイベントの参加者や、同じ経験・興味を持つ人のさまざまな意見が閲覧しやすくなる。

※12: SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)
社会的ネットワークをインターネット上で構築するコミュニティ型の会員制 Web サービス。友人・知人間のコミュニケーションを円滑にしたり、インターネット上の新たな人間関係を築く場を提供する。
代表的なソーシャル・ネットワーキング・サービスとして、日本最多の会員数を持つ mixi（ミクシィ）、モバイル向けの GREE（グリー）、Mobage（モバゲー）、世界最多の会員数を持つ Facebook（フェイスブック）、それに次ぐ Myspace（マイスペース）、LinkedIn（リンクトイン）などがある。

「映画と Twitter」

（Twitter Japan 牧野氏・シャディア氏によるプレゼンテーション）

▼映画の情報を集める

Twitter 上でしか得られない情報や、今・その場で起きていることに反応し、ユーザー同士でシェアできるのが Twitter の魅力（シャディア氏）

・映画監督、評論家、映画情報メディア、映画館などが Twitter アカウントを持って情報発信している。公式サイト等には載らない Twitter でしか出ない情報もあり、握手会やサイン会などファンにうれしい情報もある。
・アカウントを多数フォロー(※1)すると、タイムライン(※2)上での情報の選別が難しくなる。そこで「リスト」)機能を使い、情報をグループ化して整理すると便利。
・口コミ情報として、個人がツイート(※3)している映画の感想をチェックすることも有効。Twitter 上の検索ボックスで検索すると、リアルタイムに口コミ情報が収集できる。

▼オープン・コミュニケーション

意外な出会いが起こるのも Twitter の特徴（牧野氏）
・Twitter の大きな特徴となるのが「オープンなコミュニケーション」ができること。上記の方法で集めた情報に「返信」や「リツイート(※4)」してリアクションを起こすと、監督や出演者など、通常はコンタクトできない情報発信者と直接コミュニケーションすることもできる。

・「浅野忠信ナイト」の開催
俳優・浅野忠信氏が自身の Twitter 上で、日本全国の映画館が新作公開に合わせて自身の出演作品特集をしてくれたら助かる、という内容のツイートをしたところ、広島の劇場が直接返信し、本人登壇によるオールナイト上映が実現した。

▼ツイート数と興行成績の関係

・映画.com では、ツイート数の多い映画のランキングを発表している。<http://eiga.com/ranking/twitter/>
・米国には、映画の興行ランキングとツイート数の関係を研究しているインターネットデータ分析会社がある。
・米国の研究では 97.3%の確率でツイート数から映画公開週の興行成績を予測できるという説もある。
・Twitter 上での話題を増やして動員数増加を狙う試みとして、米国パラマウント ピクチャーズが『SUPER 8／スーパーエイト』にて、Twitter 限定先行上映実施。その結果、予測を 52%も上回る約 38 億円の興行収入を達成。

▼Twitter でのプロモーション事例

情報を流すだけではなく、ユニークなプロモーション自体が話題となって、映画が認知や話題が伸びるような取り組みがされている（牧野氏）
・米国ソニーピクチャーズが『アメイジング・スパイダーマ』で、未公開動画を Twitter で公開。リツイート（観た人がツイートして拡散する）効果があった。
・米国ワーナーブラザーズ“The Apparition”で主演女優が Twitter ユーザーの質問に答える LIVE チャットや、試写で主演女優に会えるコンテストを開催。
・日本では『SP』で Twitter でイベント告知し、そのこと自体が話題となって 300 人以上を集客した。
・映画『モテキ』DVD 発売時、大根監督が普段は見られないオフショット写真を自身の Twitter 上で公開。それ自体が広がって話題となり、映画の話題作りになっていくことがある。

▼総括

★日本では映画作品ごとの公式アカウントを取って宣伝展開することは定着しているが、アメリカの事例のように、マーケティングデータやキャストをうまく生かして戦略的に Twitter を利用している例はまだ少ないと思われる。映画ファンは完成した作品だけでなく、作る過程やスタッフ・キャストの現場の状況や雰囲気なども興味があると思うので、映画会社や作り手側はそういった面も踏まえた情報発信を検討されてはいかがだろうか？　いい映画がより多くの人に知られるきっかけになるはず。
★観客は、その映画についてほかの人がどんなことを言っているのかなど口コミを参考にしたり、様々な使い方をしてほしい。（牧野氏・シャディア氏）

――ここから、第 25 回東京国際映画祭のオフィシャルライターのまつゆう*氏が登壇。約 19 万人のフォローワー(※5)がいる Twitter とブログを駆使して映画祭ビギナーのためのレポートをされている氏に、Twitter の使いこなし方について伺った。

▼Twitter ならではの情報発信方法

まつゆう*　フォロワーなどいろんな方に好評だったのは、グリーンカーペットの中継です。iPhone だけを使って写真を撮ってどんどん Twitter にアップするというリアルタイム・ツイート中継をしました。オフィシャルカメラマンやマスコミの方もたくさんいましたが、私が女性ということもあると思いますが、iPhone を向けてたとえば石原さとみさんに「石原さん、お願いしま～す！」と言うと、iPhone だからか構えずに皆さん手を振ってくださり、その写真がかなりいい感じに撮れていたようで、たくさんの方にお褒めいただきました。それはもしかすると、Twitter だからできた“プレ撮り感(※6)”なのかなと思いました。

牧野　記事としてアップすると Web でもタイムラグが出てしまうが、Twitter を使ってその場で聞き込みのような形にしていただくと、リアルタイムに皆さんに情報を知っていただけるという利点がありますね。

まつゆう*　それに Ustream だと画像の切り出しができませんが、例えば石原さんのファンの方は石原さんだけの写真が見たいというのがあったりします。そうすると、Twitter にアップした写真をリツイートして周りの石原さんファンにも情報を広めてくれるので、そんなところもいいですね。

▼知られざるいい映画や俳優を発掘・発見するツールとして使える Twitter

まつゆう*　最近 Twitter 発で人気が出て、上映館が増えたりムーブオーバー(※7)している映画があります。町山さんや水道橋博士がツイートした作品はだいたい当たるという状況ができていますが、　韓国映画の『サニー 永遠の仲間たち』は、著名人だけでなく一般の方がたくさんツイートしたことでヒットした例だと思います。インディペンデント映画でも、そうやって映画が広まっていくことがあるので、もしやってらっしゃらない方がいたら、皆さん映画を観て感想をどんどん投稿してください。

牧野　そうですね。皆さんに感想を書いていただくということが非常に大事で、フォロワー数が多い少ないということは、実はあまり関係ありません。フォロワーが少なくても、人に薦めたいと思うものがあれば感想を書いていただくと、ほかの人が見てリツイートしたり、検索して情報を見つける方もいらっしゃいますので、ぜひやってみてください。

まつゆう*　私は今、フォロワーが約 19 万人いますが、検索していい映画を見つけたら、知らない方の情報でも公式リツイート(※8)しちゃうんです。だから自分のフォロワーが 100 人だとしても、ご自身のフォロワー100 人と私の 19 万人の合計 19 万 100 人に情報が届くことになりますよ。ですからフォロワー数は気にしないで、自分の思ったことは素直に書いていただくと、すごく活性化すると思います。

――ここで、第 25 回東京国際映画祭コンペティション部門『フラッシュバックメモリーズ 3D』の松江哲明監督と、日本映画・ある視点部門『何かが壁を越えてくる』の榎本憲男監督も登壇。
インディペンデント映画にとって、マスの宣伝だけなく、個の宣伝に注力していくかがいかに大事かということについて、全ゲストで語っていただいいた。

▼映画監督は Twitter をどのように使っているのか？

松江　僕は昨年の東京国際映画祭の時点(10 月)では Twitter を使っていませんでした。natural TIFF 部門の『失われた大地』を 1 回目の上映で観て、正直そんなにお客さんが入っていませんでしたが、観終わったあと本当に興奮して、その年に観た同映画祭の作品の中でも一番素晴らしいと思いました。それを田中さん(司会者・映画祭スタッフ)に伝えたところ、「それ、Twitter で書いてください」と言われたんですよ。でも僕は Twitter をやっていなくて。だから僕はコメントを 140 字以内で書いて送って、田中さんが 2 回目の上映に向けて Twitter にアップされたんですよ。
僕が Twitter をやっていなかった理由は、Twitter をやると観客との距離の縮まり方が、昔やっていたブログなどとは全く異なるものだと思ったからです。それはたぶん映画監督だからではなく、ドキュメンタリーを撮っているからです。僕はある種、私生活に近いところで自分を作品化しています。そこで更にプライベートな目線を Twitter 上で常に作品化してアップしていると、それに対して皆さんから言われたことに影響を受けやすいというか、距離が近くなりすぎてしまうんです。劇映画の監督がフィクションとして描いたものに皆さんが感想を書いて、それに反応する

ということとは違うんですね。それで僕はやらないと決めていました。

けれど４ヵ月前に Twitter を始めた経緯は、来年に向けて作っているインディペンデントのアニメーションのプロデューサーを始めた時に、一緒にやっているプロデューサーや監督から「監督としてやらないのはいいけれど、プロデューサーは観客と近くないといけないのでやってほしい」と言われたからです。自分の中での決まりとしては、直接顔を知っている方からの意見や感想に対しては、メールの返信のような感覚でが対応していますが、直接知らない方の場合はうれしい意見であってもリツイートなどせず、自分の中だけで留めています。

それと、140 字以内の感想というのが難しいですね。ほかの監督作品のコメントを書くことがありますが、コメントで書けることと書けない内容ってあるんですよね。端的には言えない微妙なニュアンスもありますし、「泣けた」「最高傑作」など、短い言葉は意味が強くなってしまう。だからそこで語られていることだけを過信することには疑問があります。140 字でまとめられないものを作っているつもりなので・・・プロデューサーとして宣伝に使うというのはすごく合っていると思いますが、作り手としては少し距離をとらなければならないなと、実際に使ってみても感じています。

榎本　僕は割と早く 2008 年から始めました。プロデューサーをやっていた作品で、宣伝の方から勧められて作品のアカウントを作ったのがきっかけです。それから個人的にアカウントを取って、最初は自転車ロードレースの海外レーサーのつぶやきを英語で読んでいました。しばらくして、映画に関することをつぶやき始めるとリツイートが多かったので、今はほとんど映画のことに集中してつぶやいています。僕の場合は特にシナリオの書き方につぶやいた時にかなり反響が大きかったです。プロの方からも「読んでいるよ」と言われたので、多くの人が実際に Twitter を使っているんだなという手ごたえがありました。

Twitter 上の映画の宣伝というのは、難しいところがありますね。つまり作り手が自分の映画を「いい」と言ったり「見てほしい」と言うのは、当たり前だし軽いと思います。自分自身としては、宣伝のことよりは、映画について本当は自分自身がどう考えているかや、その映画をどのようにとらえているのか、ということに関してもつぶやくようにしています。『フラッシュバックメモリーズ 3D』については「泣いた」と書いたきりですが、公開が迫ってきたら自分の考えを連投(※9)していきたいと思います。僕は“togetter(※10)“ というものを使って自分の連投つぶやきをまとめています。言葉が軽くなりがちな Twitter を重くする、という通常とは逆行したタイプの使い方ですね。

牧野　榎本監督がおっしゃられたように、ブログ的にTwitterを使われている方もいて、140字で書く方と、それを「続く…」という形でつなげて長く書かれるケースもあるので、２パターンありますね。

▼日本でのインターネットプロモーションの現状

榎本　大まかに言うと、2000年頃から映画の宣伝部員たちが慌て出したんですね。昔だと、まず新聞を押さえて、雑誌・女性誌を押さえて、という具合に宣伝の組み立てができましたが、それが分からなくなってきたと、雑誌の告知力が落ちてきたのではないかとささやかれ始めました。その後インターネットの時代が来ると言われながらも、ネットを無視していいのか無視できないのか分からない状況がしばらく続きました。現在はインターネットが無視できないという状況になったものの、どの程度の告知力を持っているかについては、それほど大きくないという人と、かなり影響力があるという人と、意見が分かれています。大まかにいうと、メジャー系はネットの力をさほど大きく見積もっていませんが、僕らのように宣伝費がそれほど大きくないインディペンデントの場合は非常に興味をもっています。けれど、どう使っていけばいいのか。ただ単に、「自分の映画が完成したので見てください」というだけでいいのか。観客に届ける言葉をネットという空間でどう獲得していくかが、これからの課題です。

まつゆう*　最近だと、『桐島、部活やめるってよ』という映画のタイトル自体がTwitterで非常に流行りました。時事ネタと絡めて「石原、都知事やめるってよ」とモジられたり、ハッシュタグ(※11)もできました。それをきっかけに映画を観に行く人が出てきたり、逆に言葉はたくさん使っているのに観たことのない人もいますが、その作品がすごく有名になるという現象が、公式アカウントとは別に流行り言葉として起きました。また、元々『キック・アス』の公式アカウントをやっていた方がものすごく映画が好きな方で、『キック・アス』にフォロワーがたくさんついたんですね。映画公開やソフトのリリースを終えてアカウントをどうするかとなった時、「アカウントを別のものに変えるより「宣伝ダディ」と名乗って自分が引き継ぎ、映画ファンの皆さんのお役にたてるよう、好きな映画を応援していきます」と言って、自分が宣伝を担当していない情報まで書くようになったんです。そういう面白い事例もあります。

▼SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス※11)でのプロモーションは、すべての映画に適応できるのか？

松江　Twitterでの宣伝も作品によりけりだと思います。『モテキ』の大根監督が自分で写真をアップしたりするのは、映画の内容と合っているからですよね。映画自体がTwitterやインターネットとリンクした時に活用できるのだと思います。逆に、例えばロングショットや長回しが多かったり、じっくり観なければ分からないような作品は、紙媒体や新聞の方が強いかもしれないですね。大先輩の監督が大長編の作品を撮られて、「宣伝のためにTwitterをやりたい」と相談されましたが、作品のイメージとかけ離れていたので「監督はやらない方がいいと思いますよ」と僕は答えました(笑)

榎本　僕はどんな映画でもやるべきだと思いますよ。今、映画批評というものが軽くなっていて、Twitterも本質的に気軽なつぶやきが基本ですね。すると映画というものがどんどん軽く語られることになって、その軽い流れに乗りやすい作品だけが残る。それはよくない。ただ、Twitterというものが既にこれだけの力を持っているのだから、Twitterが軽くなるという流れに抗って重くする、ということが必要だと思います。

松江　『童貞。をプロデュース』(2007 年)の公開時、ブログや mixi が盛んだった頃で、作品と非常にリンクしました。映画の中でも mixi を使っていましたし、映画を観てくださった方々に僕が直接メッセージを送るととても喜んでくださって、またお客さんが来てくれることもありました。今は Twitter でやっていることですが、当時はほかに誰もやっていなかったので、特別にリンクした感じがありました。
そのあとの『ライブテープ』(2009 年) の公開時も僕は Twitter をやっていませんでしたが、Twitter で話題になっていると言われたんですね。その映画は全編 74 分 1 カットの作品で、吉祥寺で撮影して、吉祥寺のバウスシアターで上映したものですが、Twitter などで比較されたのがなんと『アバター』だったんですよ。3D で観て疑似体験をするという映画を観た人が、『アバター』より『ライブテープ』のほうが面白かった！と言ってくださったんです。
だから、作品そのものだけでなく、世の中の状況や流行とリンクして強い言葉が出てきたときに、インディペンデント映画でもお客さんが動くんだと思いました。『桐島～』もそうだったと思いますが、そういったリンクで映画が口コミで育っていったんだと思います。ですからインターネットや Twitter で宣伝するということは、そこまで読んでやるべきなのかなと思います。

▼コアファン以外にも映画を届けるために、SNS を活用する方法

榎本　例えば、タルコフスキーやでデプレシャンのようなコアファンはいるけれど観客のパイが小さいアート系映画は、元々市場が小さい上に今はますますそれが小さくなっています。まず必須なのは、小さくなったパイをすべて獲得することです。まずは告知が大事。「知っていたら、行っていたのに」という人には確実に知らせることが肝心です。もう一つは啓蒙です。「君たちは知らないかもしれないけれど、この映画は面白いんだ。なぜならば」ということを語るための言葉が必要です。「この映画はグッド!」と記号のように言い続けても情報はどんどん流されていきます。ただ単に「いい映画」と言われても、どういいのかも伝わっていない。「いかにいいのか」「ひょっとしたらこれは自分のための映画ではないか」と気づきがあるような言葉を投げかけていけば、小さなパイは広がる可能性があります。価値観が多様化していると言われているにも関わらず、超大作ばかりが勝ち、小さな映画は非常に小さなところでしか勝負できない、価値観があまりに多様化していると、人は常に情報の洪水にさらされます。情報を取るか流すか間断なく判断を迫られるのです。その時、人はどうしても味付けの分かりやすいものに手が出やすい。巨大な広告戦略で煽ってくる映画に、乗せられやすいのです。そうではない言葉をどう獲得していくのかが大事で、それは「一生懸命作った映画なので観てください」という以上の言葉を作り手が持つ必要があります。紹介する側も、「どういう風にいいのか」「どんな人にとっていいのか」「これはあなたのための映画なんだ」という風に発信していかなくてはならないと思います。

牧野　おっしゃる通りですね。また Twitter の場合は、「興味がある人・モノをフォローする」という特徴があります。自分が興味がある人がいいと言ったコトには興味を持ちやすいものなので、映画が広がるきっかけになる可能性は十分あると思います。

▼顔が見えない人との繋がり

松江　インターネットをやっている人が、インターネットだけが好きなわけではありません。今、音楽関連では当たり前に行われているのが、知らない人同士でも音楽の感想や意見を SNS 上で言い合って、ライブに行った時に実際に会って友達になることです。そういった繋がりを、自分の映画を上映した時に実感しました。人間関係の本質は変わらない。会いたいから会話するし、ネット上だけの会話だけで満足する人は多くはありません。映画はどんなに頑張っても 1 年に 1 本の上映ですが、ミュージシャンは 1 か月に 1 回くらいはライブをしているので、その感覚、スピード感が、ネットとリアルライフがつながるのにちょうどいいのかなと感じています。音楽をやっている人やライブハウスで起きていることに、ヒントがあるのではないかと思います。

牧野　音楽と Twitter の相性はいいですね。映画を観ている最中にツイートする人はほとんどいないと思いますが、野外フェスの場合、演奏の合間に感想を書く人も多く、今、その場にいる人たちがどんなことを感じているか共有できます。

松江　僕は『エヴァンゲリオン』も『踊る大捜査線』シリーズも必ず早めに劇場に行きます。それは、映画館に熱気があるからです。みんながネット上や噂話でワクワクしていた雰囲気が映画館に充満しています。Twitter などで同じ映画について盛り上がっていた人たちがここに集まっているんだなと感じて、それまで顔が見えなかったからこそ、顔が見られた時に余計にうれしい、という感覚があります。それは家で観る場合には感じられないものだから、映画館に行くんですよね。

▼映画を盛り上げるために、あるとうれしい Twitter の機能

榎本　「映画界隈」とでも呼べるようなものができないでしょうか？　Twitter は人と人との繋がりが網の目のように広がっていますが、個々は自分の中の小さな世間のようなものをタイムライン上で直線軸で見ています。それらが重なり合う広場・界隈となる部分がもう少し強固に分かりやすく存在するシステムがあると、面白いことになるかもしれないと思います。それが逆に Twitter の良さを損なうことになるかもしれませんが。

牧野　確かに現状、ピンポイントなリアルタイム検索はできても、「映画全般」などのカテゴリー検索や、映画関連の会話やアカウントがまとまるような機能はありません。現状あるのは、「おすすめユーザー」でフォローしているアカウントに近い人を紹介することです。映画関係のフォローが多ければ、更に同様のアカウントを紹介しています。

▼インディペンデント映画の振興に、Twitter がどう活きるのか

牧野　監督やプロデューサーだけでなく、出演者にも Twitter を使ってもらうのも大事ではないでしょうか。アメリカの新聞ニューヨークタイムズでは記者全員に個人のアカウントで Twitter をやらせています。というのも、ニューヨークタイムズ自体のフォロワーに加えて、記者それぞれのフォロワーがいれば、記者それぞれが書いた記事もツイートされて、より大きな広がりができるからです。同様に、ひとつの映画に関わる監督、スタッフ、出演者がひとりでも多く Twitter を使うことで、作品がより一層広がっていくということがあると思います。

松江　先ほども出た『桐島、部活やめるんだってよ』と『サニー 永遠の仲間たち』は、まさに Twitter で盛り上がった映画ですが、一見、２作品に共通項は全くありません。でも、２作品を面白いと感じる人は共通しています。奇しくも、その２作が早稲田松竹という映画館で２本立てで上映されます。それはきっと Twitter の影響だと思うんです。そして単館映画館が厳しいと言われている今、ヒントになると思います。この２本の同時上映は絶対に当たると思います。では、なぜこの２本なのか？　以前の名画座は、劇場が作品を選び、この２本立ての組み合わせが面白いという劇場のこだわりが特徴でしたが、お客さんの要望や力で選ぶのもアリだと思うし、早稲田松竹もそれが狙いだったのではないでしょうか。そして、そういうものが出てきた時に、早稲田松竹という名画座を知らないお客さんも来てくれたらうれしいし、それを Twitter 自体がクローズアップしてくれたら、早稲田松竹がすごく広がる可能性があると思う。メジャーは別にして、インディーズの映画監督が Twitter をやっても１万人以上フォロワーはつかないと思います。インディペンデント映画で１万人動員するというのはすごいことですから。だから映画監督が Twitter 使うことで広がる可能性より、映画館自体や、『サニー～』や『桐島～』のような育つ映画を Twitter が長く応援してくださると、実際に映画を観に行くことにつながって、大きな可能性を秘めていると思います。

まつゆう*　その２作品が流行った時の状況を見ていると、それほど有名ではないけれど映画が好きだったり、映画の解説やライターをやっている人たちが関わっていて、一般の人たちもいました。最初に『サニー 永遠の仲間たち』が流行った時に、有名人が言わなかったけれどみんなで流行らせたということで、すごく結束していました。それがとても心地よい感じで。それから『桐島、部活やめるってよ』も同じような人たちが飛びついて、また流行った。となると、有名人が関わらなくても映画は流行るんだ、みんなで流行らせたんだ、という連帯感がすごくよかったんだと思います。

松江　早稲田松竹はデジタル設備がないので今後もフィルム上映が続きます。そんな映画館にとって、『サニー～』と『桐島～』の２本立てのような企画は非常に可能性を感じます。そういう劇場は残っていくはずです。でもそういった動きを作るのは、作り手ではなくお客さんです。お客さんのつぶやきによって育つものなのです。映画監督は自分で頑張っていくしかないけれど、映画館という場所は絶対になくしてはいけない。そして願わくば、例えば大根監督が次の作品をシネコンで公開した時に、単館で『モテキ』を上映してトークショーをやるとか、メジャーとインディーズが連動していってほしい。その間を繋ぐのが Twitter などの SNS ではないかと思います。

映画と Twitter の関係から始まったトークは、フィルムからデジタル上映に移行する単館映画館の窮状を突破するヒントも含む、映画全体を見通す広がりとなった。Twitter などの SNS によって、観客の影響力が強く明確になった今、自分の好きな映画を自分たちの手でヒットさせる、映画を通じて人と人が縦横無人につながっていく、観客と映画の新しくてワクワクする関係が見えた１時間となった。

（以上の文章はトークショーの模様を抜粋編集したものです）

発行日： 2013 年 3 月 31 日
発行： 文化庁
編集： 公益財団法人ユニジャパン
資料提供： 株式会社アヴァンティ・プラス
GEM Partners 株式会社
ヤマムラアニメーション

©2013 文化庁