

「ベルリン国際映画祭 若手日本人監督海外プロモーション」

参加レポート

工藤将亮

前作までは海外の映画祭などに参加したときに、世界との「壁」を感じていました。海外では映画はコンセプトが重要視されています。自分は作っていた時はそんなこと意識もせずにガムシャラに作っていましたが演出的方法論であったり、映像的アプローチとはまた別の作品自体が持つ核である企画コンセプトです。

よく海外の作家やプロデューサーたちに「日本は良くも悪くも内向きな文化で、取り扱う題材や問題が海外の観客や批評家には分かりにくい」と言われたことがあります。

日本映画のテーマをもう少し大きく伝えるための機能を果たしているのが「コンセプト」だと分かったのは映画祭に参加してからでした。

コンセプトを意識して臨んだ新しい企画でしたが、とても大変でした。なぜ今、どうして自分が、主人公は何を超えていくべきか？など当たり前のことですが意識するととても難しく、プロデューサー的な視点が必要になってくるからです。

新しい企画のコンセプトが世界に通用するのか、とても心配でしたがベルリンに来てピッチングを通して不安が自信に変わって行きました。

ただ問題点や改善点も多く、それらを強化する必要があると気づかせてもくれました。企画を進めるにあたって意識をするのは「どこの国の人にも、どんな人にも伝わる日本の映画」です。自分は社会的な問題を題材に扱うことが多く、性質上とてもデリケートな内容である上に作品を作る必要性が高く求められます。その上で答えを見つけていかなければいけないのですが、世界中の人が見てそれをどう思うのかも考える必要があります。今回のコンセプトはそれを超えることができると確信したと同時に世界の人々にそれを見せたいと強く思うようになりました。

海外展開をする上で難しい点は共同で制作するプロデューサーが海外に通じているかなど、自分ひとりで制作するのではなく、同じ目標を持って海外を目指せるプロデューサーが必要であること、また国内だけではなく海外にもコプロダクションやコプロデューサーを展開するなどの必要もあり、それを実現するには英語力と、コミュニケーション力がマストな能力だと思いました。

特に日本では出る杭は打たれるという言葉が表す通り、出過ぎた真似をしないようにする意識が強くあり、言葉にもどこか自信ありげに言うと目上の人に強く非難されてしまう日本独自の文化に問題があると思いました。海外の人はプレゼンで自分を謙遜してしまうとプレゼンテーションされている企画そのものに自信がないように思うからです。

これも言葉と同様に大きく日本人が持っている大きなハードルになっていると感じました。

それらを乗り越えることで、海外での展開も視野に入ってくると感じると同時に、これからは海外と共同制作で乗り越えないといけないと強く感じました。国内だけでの映画制作は興行的な問題や、資金調達の問題などたくさんリスクを抱えていて、リスクを抑えるために規模が海外に比べてかなり小さいものになってしまいます。日本国内だけのシェアを狙っているとどうしてもこじんまりとした作品が多くなっていくと感じます。これらを乗り越えるためにも海外での展開はこれからの映画制作には必ず必要になってくると思います。それが故に今回の海外プロモーションはかなり収穫が大きく、新企画のプロモーションにも大きくプラスになったと思いますし、これからも継続して続けられるように自分の企画をちゃんと成立させようと思います。

