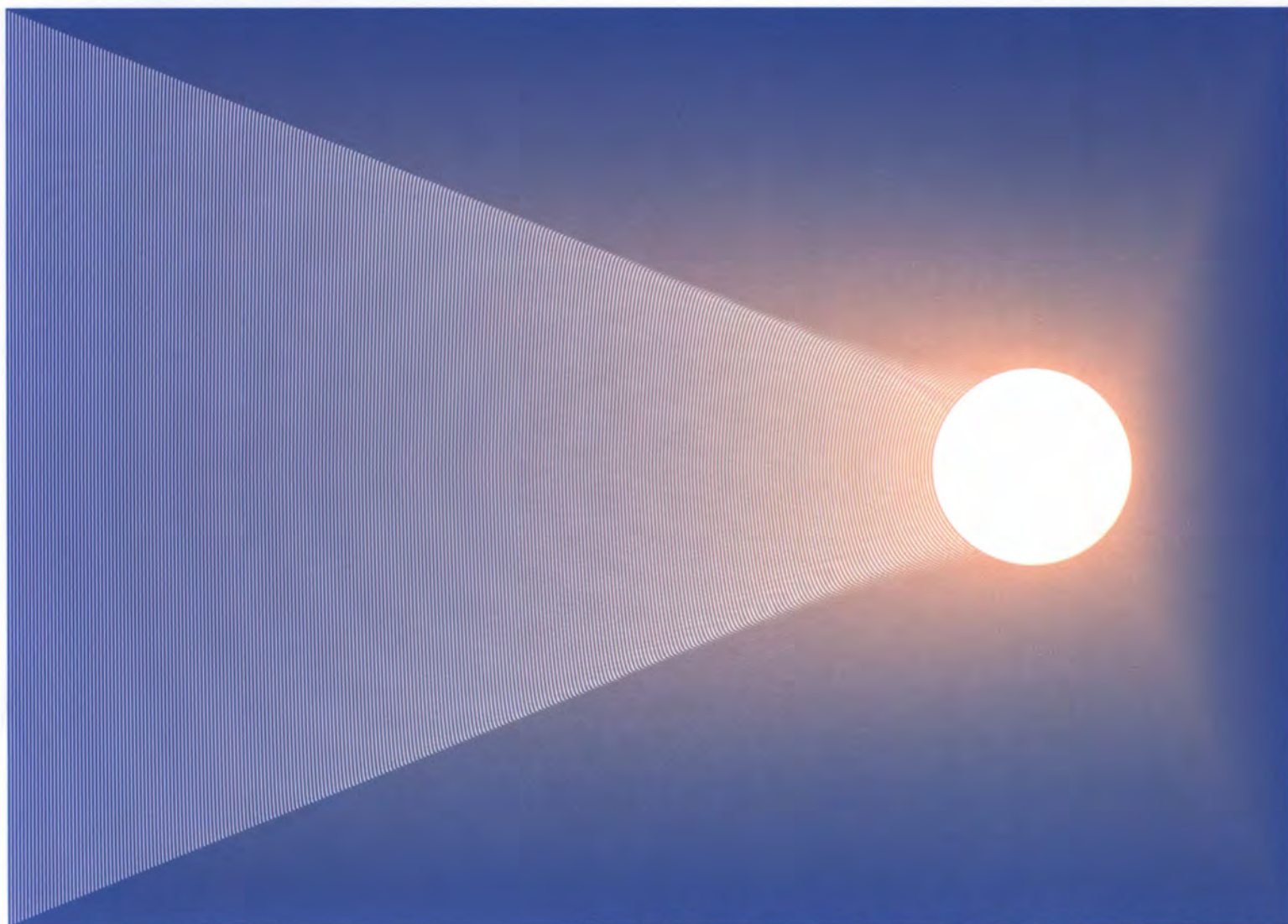


TIFF 18th TOKYO INTERNATIONAL FILM FESTIVAL



文化庁映画週間 Here & There



Bunka-Cho Film Week 2005 Here & There

会期 | 2005年 10月22日(土) ~ 10月28日(金)

会場 | 六本木ヒルズ [東京・六本木] (28日の第3回文化庁映画賞受賞記念上映会(文化記録映画部門)のみ渋谷・Bunkamura)

主催 | 文化庁

共催 | 財団法人日本映像国際振興協会(ユニジャパン)/特定非営利活動法人映像産業振興機構(VIPO)/全国フィルム・コミッション連絡協議会/
財団法人国際文化交流推進協会(エース・ジャパン)/コミュニティシネマ支援センター/財団法人画像情報教育振興協会(CG-ARTS協会)

Date : October 22 [Sat] → October 28 [Fri], 2005

Venue : Roppongi Hills, Roppongi, Tokyo

(except The 3rd Bunka-Cho Film Awards Commemorative Screenings on Oct.28 - venue: Shibuya Bunkamura)

Organized by : Agency For Cultural Affairs (Bunka-Cho)

Co-organized by : Uni Japan / Visual Industry Promotion Organization(VIPO) / Japan Film Commission Promotion Council /
Japan Association for Cultural Exchange / Japan Community Cinema Center / CG-ARTS Society

報告書/REPORT

第2回文化庁映画週間— Here & There

文化庁においては、従来より、日本映画の海外発信や人材育成を支援するなど、様々な観点から日本映画・映像の振興策を推進しているところです。

今年は、産業界においても、(社)日本経済団体連合会を中心に特定非営利活動法人映像産業振興機構が設立され、国を挙げて日本映画・映像の振興に取り組む基盤が整いました。こうした中、海外に向けても日本映画・映像を強力に発信すべく、昨年度に引き続き、第18回東京国際映画祭の中で「文化庁映画週間— Here & There」として各種事業を実施いたしました。

Bunka-Cho Film Week 2005— Here & There

The Agency for Cultural Affairs has been making a greater effort to address measures to promote Japanese films and visual images from various perspectives by lending its support to the training of human resources and dissemination of Japanese films overseas.

This year, the Japan Business Federation played a leading role within the private sector in establishing the specified nonprofit organization Visual Industry Promotion Organization, thereby providing a foundation upon which to promote Japanese films and visual images throughout Japan. In the midst of this and in continuation from last year, the Agency implemented various programs at the 18th Tokyo International Film Festival under the umbrella of “Bunka-Cho Film Week 2005 – Here & There” with the aim of actively disseminating Japanese films and visual images overseas as well.

CONTENTS

1	趣旨 Aims	106	第二部 プレゼンテーション「コミュニティシネマ事例報告」 Part2 Presentation "Report on Community Cinemas"
3	平成 17 年度 (第 3 回) 文化庁映画賞贈呈式及び受賞記念上映会 The 3rd Bunka-Cho Film Awards 2005	118	第三部 パネルディスカッション「コミュニティシネマは必要か」 Part3 Panel Discussion "Is Community Cinema Necessary?"
4	平成 17 年度 (第 3 回) 文化庁映画賞受賞一覧 List of the 3rd Bunka-Cho Film Awards 2005	131	メディア芸術祭優秀作品上映 Screening of Japan Media Arts Festival
5	文化記録映画部門・文化記録映画大賞 Documentary Grand Prize -Documentary Film Category	132	開催の趣旨と報告/上映作品 Aims & Report / Screenings
6	文化記録映画部門・文化記録映画優秀賞 Documentary Award -Documentary Film Category	136	平成 16 年度 (第 8 回) 文化庁メディア芸術祭受賞作品一覧 List of the 2004 [8th] Japan Media Arts Festival Award-winning Works
7	映画功労表彰部門 Commendation for Outstanding Achievement Category	137	付録 Appendix
11	映画功労表彰部門受賞記念上映 Commemorative Screenings, Commendation for Outstanding Achievement Category		
13	平成 17 年度 (第 60 回記念) 文化庁芸術祭主催公演 「日本映画名作鑑賞会—日本映画の巨匠たち」 2005(60th anniversary)the sponsored Performance at the Arts Festival, Agency for Cultural Affairs, Classics of the Japanese Cinema-Master of the Japanese Cinema		
14	開催の趣旨と報告 Aims & Report		
15	上映作品 Screenings		
21	第 2 回世界映画人会議 Tokyo Meeting 2005		
22	開催の趣旨と報告 Aims & Report		
23	出演者紹介 & 映画振興機関プロフィール Introduction of Panelists & Film Promoting Organization		
24	第一部 VIPO の使命と活動 Part 1 VIPO's Mission and Activities		
28	第二部 各国映画振興機関からのプレゼンテーション Part 2 Presentations from each country's Film Promoting Organization		
46	第三部 シンポジウム「国境を越える映画とは」 Part 3 Symposium "Films that cross the borders"		
59	第 3 回文化庁全国フィルムコミッション・コンベンション Bunka-Cho Film Commission Convention 2005		
60	開催の趣旨と報告 Aims & Report		
61	第一部出演者プロフィール Part1 Guests Profiles		
62	第一部 国内製作者プレゼンテーション Part1 Presentations by domestic producers		
71	第二部出演者紹介 & 団体プロフィール Introduction of Part 2 Guests & Organization		
73	第二部 「フィルムコミッション・ネットワーク」プレゼンテーション Part 2 Presentation "Important Roles of Film Commission Networks"		
84	第三部・第四部出演者紹介 & 団体プロフィール Introduction of Part 3 & 4 Guests and Organizations		
85	第三部 「フィルムコミッション・ネットワーク」シンポジウム Part 3 Symposium "Cross-border Collaborations of Film Commissions"		
92	第四部 「FC-DB」(全国ロケ候補地データベース) 構築中間報告 Part4 Special Announcement Interim Report on Establishment of "Film Commission Database"		
95	第 1 回文化庁コミュニティシネマ・コンベンション Bunka-Cho Japan Community Cinema Convention		
96	開催の趣旨と報告 Aims & Report		
97	出演者プロフィール Guests Profiles		
98	第一部 基調講演「プサン国際映画祭とプサン市の映画環境について」 Part1 Keynote Speech "The Pusan International Film Festival and the Cinema Environment of Busan"		



平成 17 年度 (第 3 回) 文化庁映画賞贈呈式及び受賞記念上映会 The 3rd Bunka-Cho Film Awards 2005

◎開催概要

■贈呈式

[日時] 2005 年 10 月 22 日 (土) 18:30 ~

[会場] 六本木ヒルズ「グランドハイアット東京」3F

※東京国際映画祭オープニング・レセプションと同時開催

■受賞記念上映会 文化記録映画部門

[日時] 2005 年 10 月 28 日 (金)

・『心の杖として鏡として』 11:20 ~ 12:35

・『平成職人の挑戦』 13:50 ~ 15:12

・『わたしの季節』 16:20 ~ 18:19

[会場] 渋谷 Bunkamura ル・シネマ 1

■受賞記念上映会 映画功労表彰部門

[日時] 2005 年 10 月 27 日 (木)

・『わらびのこう 蕨野行』 11:20 ~ 13:39

・『たそがれ清兵衛』 14:50 ~ 17:14

・『まあだだよ』 18:30 ~ 20:59

[会場] VIRGIN TOHO CINEMAS 六本木ヒルズ
スクリーン 3

[主催] 文化庁

◎ Outline

■ Award Ceremony

[Date] October 22, 2005 (Sat) 18:30-

[Venue] Roppongi Hills Grand Hyatt Tokyo 3rd floor

*Held together with the opening reception of Tokyo
International Film Festival

■ Commemorative Screenings, Documentary Film Category

[Date] October 28, 2005 (Fri)

・ "As Sticks and Mirrors of Our Hearts" 11:20-12:35

・ "Spirits of Wood and Metal" 13:50-15:12

・ "And Life Goes On" 16:20-18:19

[Venue] Le Cinema 1, Shibuya Bunkamura

■ Commemorative Screenings, Commendation for Outstanding Achievement Category

[Date] October 27, 2005 (Thu)

・ "Warabinokou-To the Bracken Field" 11:20-13:39

・ "The Twilight Samurai" 14:50-17:14

・ "Madadayo" 18:30-20:59

[Venue] VIRGIN TOHO CINEMAS ROPPONGI HILLS Screen3

[Organizer] Agency for Cultural Affairs (Bunka-Chō)

平成 17 年度 (第 3 回) 文化庁映画賞受賞一覧 List of the 3rd Bunka-Cho Film Awards 2005



■文化記録映画部門

〈文化記録映画大賞〉

『わたしの季節』

監督=小林 茂

製作者=有限会社協映

社会福祉法人びわこ学園

〈文化記録映画優秀賞〉

『心の杖として鏡として』

監督=萩原 磨

製作者=心の杖として鏡として製作委員会

〔株式会社プロダクション 135〕

〔株式会社ワールド映画〕

『平成職人の挑戦』

監督=乾 弘明

製作者=平成プロジェクト

〔有限会社山下ゆり〕

〔有限会社花組〕

〔株式会社スリー・アローズ・エンターテインメント〕

■ Documentary Film Category

〔Documentary Grand Prize〕

"And Life Goes On"

Director: Shigeru KOBAYASHI

Produced by Kyoei Production

(Social Welfare Corporation) Biwako Gakuen

〔Documentary Award〕

"As Sticks and Mirrors of Our Hearts"

Director: Osamu HAGIWARA

Produced by As Sticks and Mirrors of Our Hearts

Production Committee

〔Production 135 Inc.〕

〔World Films Inc.〕

"Spirits of Wood and Metal"

Director: Hiroaki INUI

Produced by Heisei Project

〔Yamashita Yuri plc.〕

〔Hanagumi plc.〕

〔Three Arrows Entertainment Inc.〕

■映画功労表彰部門

〔氏名/分野〕

小川 信夫/映画編集

河崎 義祐/映画監督・映画普及

島倉 二千六/映画背景

中岡 源権/映画照明

中山 義廣/映画録音技術

野上 照代/スクリプト

萩原 泉/映画撮影・映画普及

森川 和代/中国映画研究・翻訳

(敬称略・氏名 50 音順)

■ Commendation for Outstanding Achievement Category

Nobuo OGAWA / Film editor

Yoshisuke KAWASAKI / Film director and Promotion

Fuchimu SHIMAKURA / Scene painting

Gengon NAKAOKA / Lighting

Giko NAKAYAMA / Sound recording

Teruyo NOGAMI / Script

Izumi HAGIWARA / Cinematography and Promotion

Kazuyo MORIKAWA / Chinese film studies, translation
(Names in Japanese alphabetical order)

■開催の趣旨と報告

文化庁では、我が国の映画の向上とその発展に資するため、文化庁映画賞として、優れた文化記録映画作品（文化記録映画部門）及び顕著な業績を挙げた者（映画功労表彰部門）に対する顕彰を実施しています。

文化記録映画部門には 12 作品の申請があり、選考委員会における審査結果に基づき、3 作品（文化記録映画大賞 1 作品、文化記録映画優秀賞 2 作品）を受賞作品として決定し、各作品の製作者に対して文化庁映画賞として賞状及び賞金（文化記録映画大賞 200 万円、文化記録映画優秀賞 100 万円）が贈られました。

また、映画功労表彰部門は 8 名を決定し、受賞者に対して、文化庁長官から文化庁映画賞が贈られました。

■ Aims&Report

Bunka-Chō has established the Bunka-Chō Film Awards in order to contribute to the improvement and the development of Japanese film. There are two awards. One is the Documentary category to recognize documentary films. The other is the Commendation category to recognize outstanding achievement.

In the Documentary category, twelve works were considered. Based on the judgement of the selection committee, the following three films received awards, the Documentary Film Grand Prize, and two Documentary Prizes. Each film producer was given a testimonial and a cash prize; two million yen for the Grand Prize, and one million yen each for the other two.

In the Commendation category, 8 people were selected and given awards by the Commissioner of Cultural Affairs.

文化記録映画部門贈賞理由※解説文末の（ ）内は執筆した選考委員名

Reasons for awarding prizes in the Documentary Film Category *The name in brackets at the end of the comments is that of a selector

『わたしの季節』（2004 年/107 分）

"And Life Goes On" (2004,107min)

監督：小林 茂

製作：有限会社協映

Director:Shigeru KOBAYASHI

Produced by Kyoei Production

◎『わたしの季節』製作委員会

滋賀県にある重度の心身障害者施設「第 2 びわこ学園」に生活する人達を取材した希有な人間記録の映画である。学生時代、この学園を訪問した小林茂監督はそれ以来、人間を描く営みに開眼した。入園者と監督との 40 年間にわたる深い絆がここに登場する人達に余計な説明を付与せず、ありのままの姿として見せることになった。それぞれの（わたしの季節）を生きる入園者たちの姿は観客に対しても生きることの意味を静かに強く問いかけてくる。（渡部 実）



A rare human documentary about people living at Biwako Gakuen No. 2, an institution for people with severe mental and physical disabilities in Shiga Prefecture. A visit to the institution while a student opened the eyes of director Shigeru Kobayashi to activities that define human beings. The documentary simply depicts the deep ties forged over 40 years between the director and the residents without giving superfluous explanations about the people appearing. The appearance of each resident living in "And Life Goes On" quietly but firmly compels the audience to question the meaning of life. (Minoru WATABE)

『心の杖として鏡として』 (2005 年/60 分)

"As Sticks and Mirrors of Our Hearts"
(2005,60min)

監督：萩原 磨

製作：心の杖として鏡として製作委員会

Director: Osamu HAGIWARA

Produced by As Sticks and Mirrors of
Our Hearts Production Committee

© 心の杖として鏡として製作委員会

病院の精神科に設けられた「造形教室」で描かれる、柔らかなタッチの人間模様。絵画や詩作に取り組むことで、自らが抱える心の病が治るわけではないが、気持ちが楽になる効果を持つ自己表現を、まさに「心の杖として鏡として」生きる人々の姿を粘り強く見つめた構成が静かな感動を呼ぶ。人生観、将来への希望、淡い恋愛感情まで、誰もが身に覚えのある場面を巧みにすくい取っていく展開も、観る者に深い共感をもたらす。

(清水 浩之)



A tender human drama depicting a sculpture class set up in a hospital's psychiatric department. You can't fix your own emotional disorders by drawing pictures and composing poems but the tenacious way in which it observes people who use self-expression "as sticks and mirrors of their hearts" is quietly moving. Outlooks on life, hopes for the future and even faint romantic feelings - the eloquent way in which it deals with things familiar to us all affords the audience a deep sense of empathy. (Hiroyuki SHIMIZU)

『平成職人の挑戦』 (2004 年/67 分)

"Spirits of Wood and Metal" (2004,67min)

監督：乾 弘明

製作：平成プロジェクト

Director: Hiroaki INUI

Produced by Heisei Project

© 平成プロジェクト

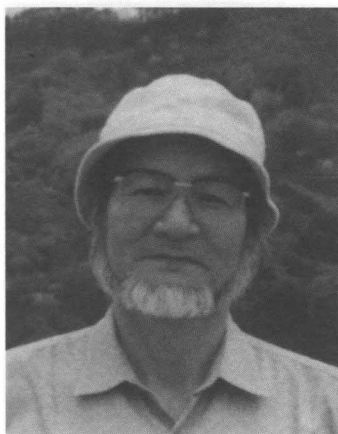
絢爛豪華な飛騨高山祭の主役「祭山車」の再現、新造に挑戦する名工と職人たちの真摯、誠実な〈職人芸〉と〈職人魂〉を力強い筆致で重厚な画面に描き出すドキュメント。制作工程も屋台の意匠・設計・施工から組み立てと解体、至難な材料選び等を克明に記録、10年にも及ぶ艱苦な仕事ぶりを通して〈平成職人〉の伝統芸への精進ぶりを問いかける。(半田 茂雄)



A documentary that strongly depicts the diligent and bona fide spirit and craftsmanship of the artisans who produce the festival floats that are the main attractions of the magnificent Hida Takayama Festival. It faithfully records the production process - from their planning, construction, and design through to the assembly and dismantling of floats, and the selection of hard-to-find materials and reflects on the Heisei Craftsmen's devotion to traditional arts through ten years of hard work. (Shigeo HANDA)

映画功労表彰部門贈賞理由

On Judging (Reasons behind Commendation for Outstanding Achievement Category Awards)



小川 信夫
Nobuo OGAWA

昭和 28 年東宝撮影所録音部入社、38 年編集部に移籍、42 年に編集技師となる。数々の名作、大作を担当し、主な作品に「父ちゃんのポーが聞こえる」(石田勝心 昭 46)、「青春の門」(浦山桐郎 昭 50)、「あにいうと」(今井正 昭 51)、「泥の河」(小栗康平 昭 56)、「駅 STATION」(降旗康男 昭 56)、「食卓のない家」(小林正樹 昭 60)、「わらびのこう 蕨野行」(恩地日出夫 平 15)、「埋もれ木」(小栗康平 平 17) がある。この間、若い編集者を育成し、多くの新進エディターを育てた。また、昭和 58 年の(協)日本映画・テレビ編集協会設立に際しては、多方面からの協力で設立の基礎を築き大きな貢献をした。

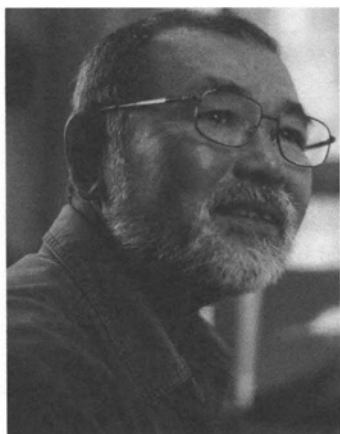
Joined the Recording Division of Toho Studios in 1953, transferred to the Editing Division in 1963 and became an editor in 1967. Edited numerous masterpieces and epics including "I Hear the Whistle" (Katsumune ISHIDA, 1971); "The Gate of Youth" (Kiriro URAYAMA, 1975); "Brother and Sister" (Tadashi IMAI, 1976); "Muddy River" (Kohei OGURI, 1981); "Station" (Yasuo FURUHATA, 1981); "House without a Dining Table" (Masaki KOBAYASHI, 1985); "Warabinokou - To the Bracken Field" (Hideo ONCHI, 2003); "The Buried Forest" (Kohei OGURI, 2005). During this time, he trained young editors and encouraged a lot of budding editors. He also played a significant role in establishing the Motion Picture and Television Editors Society of Japan in 1983.



河崎 義祐
Yoshisuke KAWASAKI

昭和 35 年東宝入社。助監督として黒澤明、今井正、岡本喜八監督作品につき、50 年「青い山脈」で監督デビュー。名作のリメイクをフレッシュな感覚で演出し、大阪市民映画祭新人監督賞を受賞した。「挽歌」「あいつと私」(昭 51)、「若い人」(昭 52)、「残照」「炎の舞」(昭 53)などを監督、「青春グラフィティ・スニーカーぶる〜す」「ブルー Jeans メモリー」「グッドラック LOVE」(昭 56) などアイドル映画に堅実な手腕を発揮。平成 9 年に映画の「出前上映」を、S・D・S (スクリーン・デリバリー・サービス) と名づけて開始、映画ファンだった高齢者たちに直接「感動」を届け勇気づける活動は高い評価を受けている。17 年 7 月に NPO 法人「シネマネットジャパン」を設立、その代表理事も務めている。

Joined Toho in 1950. Assistant director on films directed by Akira KUROSAWA, Tadashi IMAI and Kihachi OKAMOTO, and debuted as a director with "Beyond the Green Hills" in 1975. Awarded the Osaka Citizens' Film Festival New Director Award for demonstrating a fresh approach to remaking the masterpiece. Directed "Banka", "Aitsu to watashi" (1976); "Fresh Lovers" (1977); "Zansho" "Honoo no mai" (1978), and demonstrated his solid skills in idol films such as "Seishun Graffiti Sneaker Blues", "Blue Jeans Memory" and "Good Luck LOVE". Launched a film screening service called S.D.S. (Screen Delivery Service) in 1997. This highly regarded activity delivers "excitement" directly to and encourages elderly former movie fans. Established the NPO "Cinemanet Japan" in 2005, and holds the post of executive director.



島倉 二千六
Fuchimu SHIMAKURA

昭和 31 年から美術背景を担当、33 年に東宝撮影所特殊美術背景契約社員となり、数多くの作品を担当。背景画、特に「雲」の描き手として知られる。映画における背景画には、ライティングやフォーカスを考慮しつつカメラのレンズを通して効果的に表現することが求められ、豊富な経験と特殊な技術が必要とされる。エアブラシ一本で描かれた空、雲、海、山、森等の背景画は、深い奥行きと壮大なスケール感で高い評価を得ている。また、昭和 56 年にはアトリエを立ち上げて、その技を継ぐ弟子達を育て、スーパーリアリズムから抽象に至るまで背景表現を広げ、更に劇場や博物館等でも活躍を続けている。

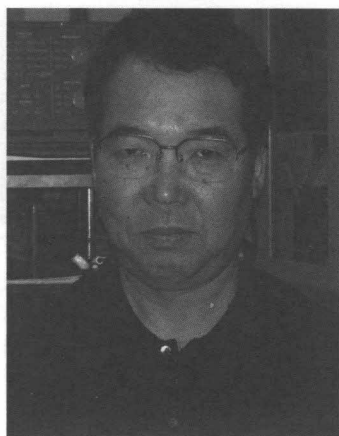
Directed art scenes since 1956. Joined Toho in 1958 as a special contract worker for scene paintings where he worked on numerous films. Known for his scenery painting, especially those depicting clouds. Scene painting for films demands consideration be given to lighting, focus, and effective expression when seen through the camera lens, and requires both special techniques and abundant experience. Scene paintings in which he depicts sky, clouds, sea, mountains and forests with a single airbrush are highly regarded for their depth and sense of grandeur. Opening a studio in 1981, he has been encouraging protégés following in his footsteps and broadening his scenic expression to encompass super realism through abstract, and remains active at theaters and museums.



中岡 源権
Gengon NAKAOKA

昭和 20 年大映京都撮影所に照明助手として入社。黒澤明監督「羅生門」(昭 25)に参加。28 年照明技師となる。伊藤大輔、森一生、三隅研次、田中徳三、池広一夫などの数々の名作、佳作の現場に臨み、約半世紀にわたって 100 本をはるかに越える作品を担当した。主な作品に「朱雀門」(森一生 昭 32)、「弁天小僧」(伊藤大輔 昭 33)、「沓掛時次郎」(池広一夫 昭 36)、「座頭市物語」(三隅研次 昭 37)等があり、伝統ある大映京都の時代劇を技術的に支えその成果を今日に伝える役割を担っている。松竹出身の山田洋次監督の「たそがれ清兵衛」(平 14)、「隠し剣 鬼の爪」(平 16)はその例でもある。日本映画テレビ技術協会、日本アカデミー賞協会などで数多くの照明技術賞、優秀照明賞を受賞している。

Joined Daiei Kyoto as a lighting assistant in 1945. Worked on Akira KUROSAWA's "Rashomon" (1950). Became a lighting technician in 1953. Lighting director for more than 100 films over 50 odd years, including noteworthy works and masterpieces by Daisuke ITO, Kazuo MORI, Kenji MISUMI, Tokuzo TANAKA, and Kazuo IKEHIRO. Main films include "Suzakumon" (Kazuo MORI, 1957); "Benten kozou"(Daisuke ITO, 1958); "Kutukake Tokijiro " (Kazuo IKEHIRO, 1961); "Life and Opinion of Masseur Ichi" (Kenji MISUMI, 1962), etc. He provided technical support for Daiei Kyoto's traditional historical dramas and currently plays a role in passing on these techniques. "The Twilight Samurai" (2002) and "The Hidden Blade" (2004), directed by Yoji YAMADA of Shochiku, are examples of this. Recipient of numerous MPTE (Motion Picture and Television Engineering Society of Japan Inc.), Nippon Academy-sho Association lighting technology awards and outstanding lighting awards.



中山 義廣
Gikoh NAKAYAMA

昭和 40 年日本録音センターに入社、フリーを経て、49 年日活撮影所録音部に入社。主に撮影現場の録音技術の改革とダビングシステムの改革に取り組み、モノからステレオ、アナログからデジタルと音のシステム改革、技術改革に積極的に関わり、映画録音における技術発展に貢献、新人技術者達の育成にも尽力した。また、中国映画に録音技術員として度々参加し、中国の技術者達と交流する等、日中交流にも貢献している。参加した主な作品に「菊豆」「紅夢」「霸王別姫」「始皇帝暗殺」「戲夢人生」などがある。現在、日活株式会社撮影所事業部スタジオセンター技術主任。

Joined the Japan Recording Center in 1965, and the Recording Division of Nikkatsu Motion Picture Co. in 1974 after a stint of freelancing. Mainly involved in developing on-location recording techniques and dubbing systems. Actively involved in developing sound systems and techniques for converting mono into stereo, and analogue into digital. Contributed to the development of recording technology for motion pictures, and was instrumental in training new technical personnel. Often works on Chinese films as a recording technician and contributes to China-Japan exchange through exchange with Chinese technicians. Major productions in which he participated include "JU DOU", "RAISE THE RED LANTERN", "FAREWELL TO MY CONCUBINE", "THE ASSASIN THE FIRST EMPEROR" and "THE PUPPETMASTER". Currently a technical manager in the Studio Center, Sales Division, Nikkatsu Studio.



野上 照代
Teruyo NOGAMI

出版社勤務の後、伊丹万作監督との縁で、昭和 24 年大映京都撮影所にスクリーンライター見習いとして入社。25 年、「羅生門」撮影で黒澤明監督と出会い、以降「白痴」を除く、すべての黒澤作品に参加する。黒澤映画を語る際には欠くことのできない存在。現在はプロダクションマネージャーとして、東京国際映画祭（平 15）を初め各地の映画祭で審査員やアドバイザーを務めている。平成 13 年「天気待ち ― 監督黒澤明とともに」(文藝春秋)を出版。

After working for a publishing company, NOGAMI joined Daiei Studios in 1949 as an apprentice scripter through her connections with director Mansaku ITAMI. Met Akira KUROSAWA in 1950 while filming "Rashomon", and worked on all of KUROSAWA's films thereafter except "The Idiot". NOGAMI cannot be overlooked when talking about KUROSAWA's films. Currently works as a production manager and as a jury and adviser at film festivals throughout Japan, including the Tokyo International Film Festival (2003). Published "Tenki machi - kantoku KUROSAWA AKIRA to tomo ni" (Waiting for the weather with Akira KUROSAWA) (Bungeishunju) in 2001.



萩原 泉
Izumi HAGIWARA

終戦後昭和 22 年新東宝に撮影助手として入社、29 年日活に移籍後、撮影監督となり、日本映画の全盛期を過し、その後映画界の衰退と他メディアの進出に対応しながら、劇場用映画 40 本、テレビ映画 500 本余、記録映画 50 本の作品カメラマンとして活躍した。

主な作品に「夕陽の丘」「男の紋章」がある。昭和 50 年以後は、日本映画学校の専任講師として、現在活躍中の多くの撮影監督の育成にも貢献した。また、日本映画撮影監督協会の事務局長として、その運営に当たり、技術の伝承にも尽力した。現在、映画スタッフ育成事業の事務局として学生と撮影現場をつなぐ重責を担っている。

Joined Shin Toho as an assistant cinematographer after the war ended in 1949 and became a cinematographer after moving to Nikkatsu in 1954. After the heyday of Japanese film, he adapted to the ensuing decay of the movie industry and advance of other media as he worked as cameraman on 40 theatrical films, more than 500 films for TV and 50 documentaries.

Major works include "Yuuhi no oka" and "The Symbol of a Man". He has worked as a full-time lecturer at the Japan Academy of Moving Images since 1975, and has contributed to the training of many cinematographers active today. Moreover, he manages the Japan Society of Cinematographers as its Secretary General and endeavors to pass on his techniques. As the secretariat for film staff training services, he currently bears the heavy responsibility of linking students with film sets.



森川 和代
Kazuyo MORIKAWA

昭和 19 年、父の転勤に伴い、「満映」のある旧満州新京（現中国長春）に移り住み、終戦後の 21 年から中国長春撮影所、上海撮影所で働き、28 年に帰国。42 年より、中国訪日映画人の通訳等として、日本の映画人との交流に尽力。中国映画の情報を提供する等、両国映画人の交流促進に多大な貢献をする。中国残留孤児の来日調査にも通訳として参加。また中国映画の字幕翻訳家としても活躍、「山の郵便配達」（平 11）、「シヨンヤンの酒家」（字幕監修・平 14）、「上海家族」（字幕翻訳協力）等の作品を手がけている。現在も、「第 4 回彩の国さいたま中国映画祭」実行委員会副委員長（平 16）、（社）シナリオ作家協会と中国電影協会との「日中シナリオシンポジウム」通訳（昭 60 第 2 回～現在）を務める等、日中両国映画人の交流に不断的の努力を続けている。（森川氏は受賞後の平成 17 年 11 月 24 日に死去されました。）

Moved to Xinjing, old Manchuria (currently Changchun, China) home to the Manchuria Motion Picture Studio in 1944 due to his father's work. Worked at film studios in Changchun and Shanghai in China from 1946, returning to Japan in 1953. Promoted exchange with Japanese filmmakers from 1967 onwards, accompanying them as an interpreter when they visited China. Contributed significantly to promoting exchange among filmmakers in the two countries by providing information on Chinese films, etc. Participated as an interpreter in a survey of Japanese war orphans left behind in China who returned to Japan. Involved in films such as "Postmen in the Mountains" (1999); "Life Show" (subtitle supervision, 2002); and "Shanghai Women" (cooperated in translating subtitles) as a subtitle translator for Chinese films. Vice-chairman of the executive committee for the 4th Chinese Film Festival in Saitama (2004). Interpreter for the "China-Japan Scenario Symposium" held by the Scenario Writers Association and the China Film Association (1985, 2nd Symposium ~ present). Continuously endeavored to promote exchange among filmmakers in Japan and China. (Ms. MORIKAWA passed away on November 24, 2005, after receiving this award.)

映画功労表彰部門受賞者の関連作品解説

Commentary on related works by award winners in the Commendation for Outstanding Achievement Category



©1993 角川映画/電通/黒澤プロ

『まあだだよ』 (1993 年/134 分)
"Madadayo" (1993,134min)

監督：黒澤 明
プロダクション・マネージャー：
野上 照代
背景画：島倉 二千六

Director: Akira KUROSAWA
Production Manager:
Teruyo NOGAMI
Scene Painting:
Fuchimu SHIMAKURA

小説家・随筆家、内田百閒とその弟子たちの交流を人間味豊かに描いた黒澤明監督作品。先生の長寿を祝う「摩阿陀会」に集う弟子たちと、先生、先生の奥さん。描かれるそれぞれのエピソードが滋味深く、深い観照を秘めたユーモラスで重厚な演出や、鋭い自然描写に目を奪われる。昭和18年から50年間、映画を撮り続けた「世界のクロサワ」の遺作となった。野上照代はプロダクション・マネージャー、島倉二千六は背景画として参加している。

An Akira KUROSAWA film that humanely depicts exchanges between an artist-cum-essayist Hyakken UCHIDA and his protégés. The protégés, UCHIDA and his wife gather at "Maadakai" to celebrate his longevity. Each episode depicted is deeply exquisite; profound yet humorous performances disguise deep contemplation; and diligent descriptions of nature catch the eye. Posthumous work from world-renowned KUROSAWA, who made films continuously for 50 years from 1943. Teruyo NOGAMI participated as production manager and Fuchimu SHIMAKURA as scene painter.



© 松竹株式会社

『たそがれ清兵衛』 (2002 年/129 分)
"The Twilight Samurai" (2002,129min)

監督：山田 洋次
照明：中岡 源権

Director: Yoji YAMADA
Lighting: Gengon NAKAOKA

藤沢周平の小説をベースに山田洋次監督が初めて演出した時代劇。幕末の庄内、海坂藩を舞台に、家庭を大切にする一見平凡な貧乏侍が、実は剣の達人であったために、藩を揺るがす事件に巻き込まれていく。映画が光と影のドラマであることを見事に示す殺陣や、細やかな心の触れ合いを見せる場面などが深い印象を与える。中岡源権は照明として参加、作品に深い陰影を付け加えた。

Based on the novel by Shuhei FUJISAWA, this was Yoji YAMADA's first period drama. Set in the Unasaka Domain in Shonai at the end of the Edo period, a seemingly ordinary poor samurai who is really a master swordsman becomes involved in an incident that rocks the clan. Theatrical fighting which magnificently illustrates that the film is a light and shadow drama, and scenes depicting delicate bonding make a deep impression. Participating in the lighting Gengon NAKAOKA added deep nuance to the film.



© 日本の原風景を映像で考える会

『わらびのこう 蕨野行』 (2003 年/124 分)
"Warabinokou - To the Bracken Field" (2003,124min)

監督：恩地 日出夫
編集：小川 信夫

Director: Hideo ONCHI
Editing: Nobuo OGAWA

江戸時代、東北地方のある村には60歳を迎えた老人は村を出て蕨野に移るといふ掟があった。そこは凶作に備えて老人が静かに死を迎える場所、姨捨の地であった。物語は蕨野に行く庄屋の母と残された嫁の対話で進んでいく。恩地監督はめぐる季節のなかで生きては死んでいく人間の姿を、いわば自然の営みとして映像のなかに刻みこみ、見るものに深い感銘を与える。日本の伝統的な死生観が結晶化した作品と言える。原作は村田喜代子の同名小説。小川信夫はこの作品の編集を担当した。

In the Edo period, a village in Tohoku had a code requiring people approaching 60 years of age to leave the village and move to Warabino. This is where elderly people quietly go to die as a provision against bad harvests. The story follows a conversation between the headman's mother who is going to Warabino and her daughter-in-law. Director ONCHI's depiction of the cycle of people living and dying as a matter of nature makes a deep impression on viewers. This film can be said to crystallize Japan's traditional views on life and death. Based on a novel by Kiyoko MURATA. Nobuo OGAWA was responsible for editing this film.

贈呈式 Award Ceremony



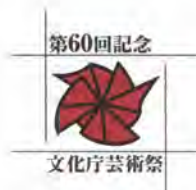
角川歴彦東京国際映画祭チェアマンによる挨拶
Speech by Tsumuhiko KADOKAWA, Chairman
of Tokyo International Film Festival



寺脇研文化庁文化部長による挨拶
Speech by Ken TERAWAKI, Director-General of
Cultural Affairs Department, Bunka-Cho

受賞の様 Award Ceremony





平成 17 年度（第 60 回記念）文化庁芸術祭主催公演
「日本映画名作鑑賞会—日本映画の巨匠たち」
 2005 (60th anniversary) the sponsored Performance
 at the Arts Festival, Agency for Cultural Affairs,
 Classics of the Japanese Cinema-Master of the Japanese Cinema

◎開催概要

■日時

2005 年 10 月 23 日（日）～ 10 月 26 日（水）

- ・『日本のいちばん長い日』 23 日（日） 10:20 ～ 12:57
- ・『人間』 23 日（日）
 - 新藤兼人監督トーク 13:40 ～ 14:10
 - 作品上映 14:10 ～ 16:07
- ・『喜びも悲しみも幾歳月』 24 日（月） 12:30 ～ 15:09
- ・『どですかでん』 24 日（月） 16:00 ～ 18:20
- ・『沈黙』 25 日（火） 10:30 ～ 12:40
- ・『いのちぼうにふろう』 25 日（火） 13:30 ～ 15:31
- ・『にあんちゃん』 26 日（水） 10:50 ～ 12:31
- ・『宮本武蔵 巖流島の決斗』 26 日（水） 13:20 ～ 15:21
- ・『反逆児』 26 日（水） 16:10 ～ 18:00

■会場

VIRGIN TOHO CINEMAS 六本木ヒルズスクリーン 3

〔主催〕文化庁

◎ Outline

■ Date

October 23, 2005 (Sun) - October 26, 2005 (Wed)

- "THE EMPEROR AND A GENERAL" 23 (Sun) 10:20-12:57
- "THE MAN" 23 (Sun)
 - Talk Show by Kaneto SHINDO 13:40-14:10
 - Screening 14:10-16:07
- "THE LIGHTHOUSE" 24 (Mon) 12:30-15:09
- "DODES'KA-DEN" 24 (Mon) 16:00-18:20
- "SILENCE" 25 (Tue) 10:30-12:40
- "INN OF EVIL" 25 (Tue) 13:30-15:31
- "My second brother" 26 (Wed) 10:50-12:31
- "Musashi Miyamoto Duel at the Ganryu Island" 26 (Wed) 13:20-15:21
- "THE CONSPIRATOR" 26 (Wed) 16:10-18:00

■ Date

VIRGIN TOHO CINEMAS ROPPONGI HILLS Screen3

〔Organizer〕 Agency for Cultural Affairs (Bunka-Cho)

平成17年度(第60回記念)文化庁芸術祭主催公演「日本映画名作鑑賞会—日本映画の巨匠たち」
2005 (60th anniversary) the sponsored Performance at the Arts Festival, Agency for Cultural Affairs, Classics of the Japanese Cinema-Master of the Japanese Cinema



■開催の趣旨と報告

文化庁で実施している芸術祭は、我が国の秋を彩る芸術の祭典として定着していますが、その主催公演の一つとして「日本映画名作鑑賞会」を毎年実施しています。

今年度、芸術祭が第60回という一つの節目の年を迎えるにあたり、その第60回記念事業として、また、日本映画の名作を海外にも発信するという趣旨から、長い芸術祭の歴史の中で初めて、東京国際映画祭の中で実施いたしました。

■Aims&Report

Bunka-Cho's Arts Festival has established itself as the festival of arts that highlights autumn in Japan, and "Classics of the Japanese Cinema" is one of the sponsored performances held every year.

Given that this year marked its 60th anniversary, the festival was held as part of the Tokyo International Film Festival for the first time in its long history, both as a 60th anniversary event and with the aim of disseminating Japanese film classics overseas.

『喜びも悲しみも幾歳月』

"The Lighthouse"

監督：木下 恵介

キャスト：佐田 啓二/高峰 秀子

松竹 1957 年/159 分

昭和 32 年度（第 12 回）芸術祭賞

Director: Keisuke KINOSHITA

Cast: Keiji SADA/Hideko TAKAMINE

Shochiku 1957/159min

1957 (12th) The National Arts Festival Prize



写真提供：松竹

一組の灯台守夫婦（佐田啓二、高峰秀子）の人生を北海道から五島列島まで、全国各地のロケーションを通して描いた叙情大作。昭和7年から32年にかけて、戦争をはさんだ激動の時代・昭和を、豊かな自然描写とともに夫婦愛の物語として描いている。同名の主題歌も大ヒットした。木下監督の代表作の一つである。

A lyrical saga about the lives of a lighthouse keeper and his wife (Keiji SADA/Hideko TAKAMINE) in locations throughout Japan from Hokkaido to the Goto Islands. Beginning in 1932, it showcases Japan's magnificent scenery as it describes the rapidly changing times of the Showa period over 25 years, including the war, through a love story about the couple. The theme song with the same title was also a big hit. One of KINOSHITA's representative works.

『にあんちゃん』

"My Second Brother"

監督：今村 昌平

キャスト：長門 裕之/松尾 嘉代

日活 1959 年/101 分

昭和 34 年度（第 14 回）芸術祭賞

Director: Shohei IMAMURA

Cast: Hiroyuki NAGATO/Kayo MATSUO

Nikkatsu 1959/101min

1959(14th) The National Arts Festival Prize



写真提供：日活株式会社

少女の日記（安本末子）を原作に、父を亡くした一家が長兄を筆頭に懸命に生きていく姿を描いている。佐賀県の小さな炭坑を舞台に、そこに集う様々な人物をリアルな演出でかつ人間味豊かに描き出しており、悲惨な現実に負けないバイタリティーを全身で示す末子の存在は、特に魅力的である。

Based on a girl's diary (Sueko YASUMOTO), it depicts the lives of a fatherless family which struggles to make ends meet with the eldest son at its head. Set in a small coalmine in Saga Prefecture, the convincing and highly personal performances depicting the people there, and the presence of Sueko who defies abject realities with great vitality are particularly impressive.

『反逆児』

"The Conspirator"

監督：伊藤 大輔

キャスト：中村 錦之助/岩崎 加根子

東映 1961 年/110 分

昭和 36 年度（第 16 回）芸術祭賞

Director: Daisuke ITO

Cast: Kinnosuke NAKAMURA/Kaneko IWASAKI

Toei 1961/110min

1961 (16th) The National Arts Festival Prize



© 東映

江戸幕府を開いた徳川家康の子、三郎信康の悲運を伊藤大輔が格調高く描いた時代劇の大作。信康の母は織田信長に討たれた今川義元の娘で、父家康がその信長の旗下に入ったことが悲劇の源となった。運命を受け入れて切腹していく主人公を中村錦之助（萬屋錦之介）が見事に演じている。原作は大佛次郎『築山殿始末』。

Epic period drama in which Daisuke ITO eloquently depicts the adverse fate of Saburo-nobuyasu. He is the son of Ieyasu TOKUGAWA who established the Edo Shogunate. Nobuyasu's mother was the daughter of Yoshimoto IMAGAWA who was killed by Nobunaga ODA and the fact that his father, Ieyasu, joined the banner of Nobunaga was the cause of his tragedy. Kinnosuke NAKAMURA delivers a superb performance of the hero accepting his fate and committing hara-kiri. Based on "Tsukiyamadono Shimatsu" by Jiro OSARAGI.

『人間』

"The Man"

監督：新藤 兼人

キャスト：殿山 泰司/乙羽 信子

近代映画協会 1962 年/117 分

昭和 37 年度（第 17 回）芸術祭賞

Director: Kaneto SHINDO

Cast: Taiji TONUYAMA/Nobuko OTOWA

Kindai Eiga Kyokai 1962/117min

1962(17th) The National Arts Festival Prize



写真提供：近代映画協会

野上弥生子の小説『海神丸』の映画化。嵐に襲われてあてもなく漂流する船の乗組員四人。性格も気質も異なる彼らが、乏しい食糧をめぐって対立する。やがてその食糧が尽きたとき、人の中の獣性が目覚めはじめる。新藤兼人監督がオール・ロケーションで極限状況下における人間に迫った意欲的作品。

Film of the book "Kaijinmaru" by Yaeko NOGAMI. Four sailors drift aimlessly after being hit by a storm. With different personalities and temperaments, they fight over their scarce food supply. When the food supply does run out they begin to realize the brute in man. Filmed entirely on-location, director Kaneto SHINDO ambitiously approaches human nature under extreme conditions.

『宮本武蔵 巖流島の決斗』

"Musashi Miyamoto
—Duel at Ganryu Island"

監督：内田 吐夢

キャスト：中村 錦之助/入江 若葉

東映 1965 年/121 分

昭和 40 年度（第 20 回）芸術祭奨励賞

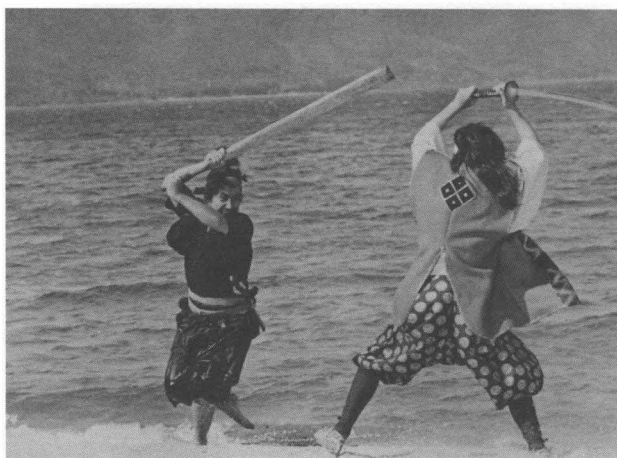
Director: Tomu UCHIDA

Cast: Kinnosuke NAKAMURA/Wakaba IRIE

Toei 1965/121min

1965 (20th) The National Arts Festival

Encouragement Award



© 東映

内田吐夢監督が昭和 36 年から 1 年 1 作で撮り上げてきた中村錦之助主演の「宮本武蔵」の最終篇。関が原の戦い以降を「戦後」と捉えて、その中を悩みながら生きていく青年として武蔵を描いたもので、「内田吐夢・中村錦之助」のシリーズでは決定版と評価されている。宿命のライバルである佐々木小次郎との対決が重厚に、かつスリリングに描き出される。

Final installment of "Miyamoto Musashi" starring Kinnosuke NAKAMURA by Director Tomu UCHIDA, who produced one film a year since 1961. This depiction of the life of the young Musashi as he struggles through the "post-war" period after the battle of Sekigahara is regarded as the classic of the "Tomu UCHIDA / Kinnosuke NAKAMURA" series.

The showdown with his lifelong rival Kojiro SASAKI is both profound and thrilling.

『日本のいちばん長い日』

"The Emperor and a General"

監督：岡本 喜八

キャスト：三船 敏郎/加山 雄三

東宝 1967 年/157 分

昭和 42 年度（第 22 回）芸術祭賞

Director: Kihachi OKAMOTO

Cast: Toshiro MIFUNE/Yuzo KAYAMA

Toho 1967/157min

1967 (22nd) The National Arts Festival Prize



写真提供：東宝

昭和 20 年 8 月 15 日、日本はポツダム宣言を受諾し戦争は終結した。その前日 14 日の玉音録音から始まる 24 時間を、岡本喜八監督がドキュメンタリータッチで描いた大作。関係する宮内庁、軍人、政治家、民間人の緊迫した行動が、戦後を決めるその日の緊張感を高めていく。三船敏郎をはじめ、当時の東宝男優のオールスター・キャスト作品である。

On August 15, 1945, the war ended with Japan's acceptance of the Potsdam Declaration. Director Kihachi OKAMOTO's documentary-like epic depicting the previous 24-hour period beginning with recording of the voice of the Emperor on August 14th. The strained behavior of the Imperial Household Agency, army officers, politicians and citizens involved in this heighten the sense of tension surrounding the day that determined the post-war period. Features Toshiro MIFUNE and Toei's all-star cast of actors at the time.

『どですかでん』
"DODES'KA-DEN"

監督：黒澤 明

キャスト：頭師 佳孝/伴 淳三郎

四騎の会 1970 年/140 分

昭和 45 年度（第 25 回）芸術祭優秀賞

Director: Akira KUROSAWA

Cast: Yoshitaka ZUSHI/Junzaburo BAN

Yonkinokai 1970/140min

1970 (25th) The National Arts Festival

Excellence Award



写真提供：東宝

電車好きの少年を主人公に、吹きだまりのような集落の住人たちの暮らしを、エピソードをつなぎ合わせるようにして描いた黒澤監督作品。街の片隅でひっそりと生きている人々への暖かい視線が、黒澤作品の別の一面を示している。俳優たちの演技、独特な色彩の美術も印象深い。原作は山本周五郎『季節のない街』。

A boy who likes streetcars is the hero in this KUROSAWA film depicting a series of episodes in the lives of slum-dwellers. The warm way in which people living covertly in the corners of society are viewed shows another side of KUROSAWA's work. The actors' performances and the uniquely colorful art are also impressive. Based on "Kisetsu no nai machi" by Shugoro YAMAMOTO.

『いのちぼうにふろう』
"Inn of Evil"

監督：小林 正樹

キャスト：仲代 達矢/栗原 小巻

俳優座 1971 年/121 分

昭和 46 年度（第 26 回）芸術祭優秀賞

Director: Masaki KOBAYASHI

Cast: Tatsuya NAKADAI/Komaki KURIHARA

Haiyuza 1971/121min

1971 (26th) The National Arts Festival

Excellence Award



写真提供：東宝

一膳飯屋の「安楽亭」に集う男たちは、その主人を筆頭に抜荷を商売にする無頼漢だった。八丁堀の同心が探索の網を狭めるなか、店に場違いな堅気の若い男が現れることによって波紋が広がっていく。山本周五郎の小説『深川安楽亭』を小林正樹監督が重厚な演出で映画化した。名優たちの演技、撮影、美術が調和して豊かな映像世界を作り上げている。

The men who gathered at the hash house "Anrakutei" belonged to the owner's gang of thieves who sold pilfered goods. The appearance of an honest young stranger as Hachobori's lower ranking samurai close in their search net has ever-expanding repercussions. Director Masaki KOBAYASHI delivers a solid performance in making a film of Shugoro YAMAMOTO's novel "Fukagawa anrakutei". Harmony among performances by famous actors, filming and art gives rise to a magnificent world of images.

『沈黙』
"Silence"

監督：篠田 正浩

キャスト：マコ 岩松/岩下 志麻

表現社・マコ・インターナショナル 1971 年/130 分

昭和 46 年度（第 26 回）芸術祭大賞

Director: Masahiro SHINODA

Cast: Mako IWAMATSU/Shima IWASHITA

Producer: Hyogensha/Mako International, 1971/130min

1971(26th) The National Arts Festival Grand Prize



写真提供：表現社

遠藤周作の同名小説の映画化。17 世紀の中頃、キリシタンの弾圧が激しい九州肥前に二人のポルトガル宣教師が到着した。彼らは布教とは別に、以前この地で消息を絶った宣教師を探す目的をもっていた。だが、長崎奉行の厳しい追及は彼らを追いつめていく。人間の転向していく姿を厳しい視線で見つめた作品である。

Film of a novel of the same name by Shusaku ENDO. Two Portuguese missionaries arrive in Kyushu where Christians are being severely persecuted in the mid-17th Century. Besides missionary work, they were also searching for missionaries who had gone missing in the area. But Nagasaki's magistrates' rigorous pursuit gets them cornered. This film takes an austere view on the aspect of a person's conversion.

「日本映画名作鑑賞会」チラシ

"Classics of the Japanese Cinema" flier

—— 平成17年度(第60回記念)文化庁芸術祭主催公演 ——

日本映画

Classics of the Japanese Cinema

名作鑑賞会

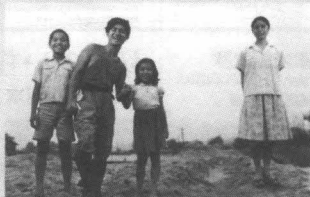
日本映画の巨匠たち

Masters of the Japanese Cinema

【芸術祭映画部門歴代受賞作品 Winners of National Arts Festival Awards】



喜びも悲しみも幾歳月 THE LIGHTHOUSE
(1967)/松竹
監督:木下恵介 keisuke kinoshita



にあんちゃん My second brother
(1969)/日活
監督:今村昌平 shohhei imamura



反逆児 THE CONSPIRATOR
(1961)/東映
監督:伊藤大輔 daisuke ito



人間 THE MAN
(1962)/近代映画協会
監督:新藤兼人 kaneto shindo



宮本武蔵 巖流島の決斗 Musashi Miyamoto
Duel at the Gearyu Island
(1966)/東映
監督:内田吐夢 tomu uchida



日本のいちばん長い日 THE EMPEROR AND
A GENERAL
(1967)/東宝
監督:岡本喜八 kihachi okamoto



どですかでん DODESKA-DEN
(1970)/四映の会
監督:黒澤明 akira kurosawa



いのちぼうにふろう INN OF EVIL
(1971)/俳優座
監督:小林正樹 masaki kobayashi



沈黙 SILENCE
(1971)/東映社 マコインターナショナル
監督:篠田正浩 masahiro shinoda

第138回文化庁芸術祭

collaboration T/FF

—— 文化庁映画週間 ——

東京
会場

ヴァージンTOHOシネマズ六本木ヒルズ

平成17年10月23日(日)~26日(水)

京都
会場

京都文化博物館 映像ホール

京都市中京区高倉通三条上ル片町623-1

平成17年11月24日(木)~27日(日)



文化庁芸術祭



文化庁芸術祭

お問い合わせ:東京国際映画祭ハローダイヤル TEL 03(5777)8600 (9/20~) 7:00~23:00

日本映画名作鑑賞会事務局 TEL 03(5550)3850 10:00~17:00(月~金)

主催/文化庁芸術祭執行委員会 共催/京都文化博物館 制作/社団法人 日本映画製作者連盟・協同組合 日本映画製作者協会 協力/財団法人 川喜多記念映画文化財団



第2回世界映画人会議 ＝「国境を越える映画とは」＝ Tokyo Meeting 2005 “Films that Cross the Borders”

◎開催概要

■日時

2005年10月23日(日) 13:00～17:30

■スケジュール

- 第1部 VIPOの使命と活動 13:00～13:30
第2部 各国映画振興機関からのプレゼンテーション
13:40～15:10
第3部 シンポジウム 15:25～17:30

■会場

六本木アカデミーヒルズ 49 「オーディトリウム」

[主催] 文化庁

[共催] 特定非営利活動法人映像産業振興機構 (VIPO)

◎ Outline

■ Date

October 23, 2005 (Sun) 13:00~17:30

■ Schedule

- Part 1: VIPO's Mission and Activities 13:00~13:30
Part 2: Presentation from each country's Film
Promoting Organization 13:40~15:10
Part 3: Symposium 15:25~17:30

■ Venue

Roppongi Academyhills49 Auditorium

[Organizer] Agency for Cultural Affairs (Bunka-Cho)

[Co-Organizer] Visual Industry Promotion Organization

第2回世界映画人会議 Tokyo Meeting 2005



■開催の趣旨と報告

2004年12月に、映画をはじめとする映像産業の発展を通じて日本の経済活性化に寄与することを目指した民間組織である「映像産業振興機構（VIPO）」が設立され、2005年6月には特定非営利活動法人となりました。一方、各国ではすでに映画振興機関が存在しており、様々な面からその国の映画文化・映画産業に寄与しています。

このシンポジウムは、世界に向けてVIPOをアピールするとともに、VIPOと各国映画振興機関とがともに国境を越えた映画の在り方を考えるため、3カ国の映画振興機関からゲストを招待し、開催しました。

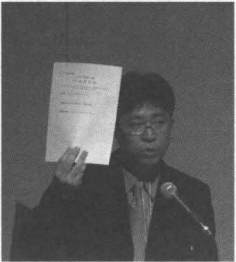
■Aims&Report

In December of 2004, a private organization, VIPO, was established in order to contribute to the vitalization of the Japanese economy primarily through the development of film and hence the visual industry, and in June of 2005, VIPO became a non-profit organization. Film promoting organizations have already existed in each country, contributing to its own country's film culture/film industry in different aspects.

This symposium was held to proclaim VIPO to the world and invite guests of film promoting organizations from three countries in order to collectively discuss what border-less film ought to be.

出演者紹介&映画振興機関プロフィール

Introduction of Panelists and Film promoting organization



■総司会

内山 隆

特定非営利活動法人映像産業振興機構 (VIPO) 理事
千葉商科大学商経学部 教授
専門はメディアとエンターテインメントの経営戦略と経済政策。

■ Master of Ceremony

Takashi UCHIYAMA

Director of VIPO
Professor in faculty of commerce and economics, Chiba University of Commerce
Specialization in corporate strategy and economic politics of entertainment and media



■出演者

迫本 淳一

特定非営利活動法人映像産業振興機構 (VIPO) 理事長
松竹株式会社 代表取締役社長
弁護士

■ Guest Speakers

Jay SAKOMOTO

Chairman of VIPO
President of Shochiku Co., Ltd
Attorney

*特定非営利活動法人映像産業振興機構 (VIPO)

日本の映画、放送番組、アニメーション、ゲーム、音楽等を国際競争力ある産業とし、映像コンテンツ産業の発展を通じて日本経済の活性化に寄与することを目的とする民間組織として、2004年12月に創立される。2005年6月NPO法人登記。

*Visual Industry Promotion Organization (VIPO)

Considering Japanese film, broadcast program, animation, game, and music as industries with international competitive force, VIPO was established in December, 2004 as a private organization to revitalize the Japanese economy through the development of the visual industry. Registered as a NPO corporate body in June, 2005.



アン・ジョンスク

韓国映画振興委員会 (KOFIC) 委員長

*韓国映画振興委員会 (KOFIC)

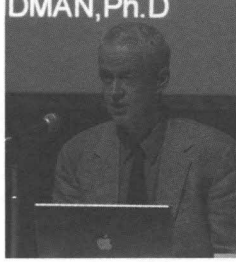
韓国映画の質を高め、韓国映画業界を振興することを目的に、1973年に韓国政府によって設立される。映画による文化交流を通じて知的理解を高めるため、韓国映画の国際市場を更に開拓するための資金調達、調査、教育、研修により、韓国映画の製作を支援している。

An Cheong-sook

Chairman of KOFIC

*Korean Film Council (KOFIC)

Established in 1973 by the Korean government to promote and increase the quality of Korean film. In order to raise mental awareness by cultural exchange through film, KOFIC supports the making of Korean film by means of fund-raising, investigation, education, and training to open international markets.



ジェイムズ・ハインドマン

アメリカ映画協会 (AFI) 顧問
フィルムアーツ社 社長

*アメリカ映画協会 (AFI)

映画教育、また、映画、TV、デジタルメディアなどの芸術の卓越性の認識と称賛にリーダーシップを発揮する全国的な機関。次世代映画製作者の研修、米国の映画遺産の保存、エンタテインメントや教育における新たなデジタル技術の追求などを行う。米国最大の非営利映画館主として上映も実施。AFIアワードでは、その年の最も優れた映画やTV作品を表彰し、「AFIの100年」のシリーズでは、米映画の古典への興味を喚起した。生涯功労賞は、映画界で働く人々にとって最高の荣誉となっている。

James Hindman

Executive consultant of AFI
President of Film Arts Foundation

*American Film Institute (AFI)

AFI is a national institution that exercises leadership in education of film and acknowledgement and accolade of excellence in film, TV, and other arts such as digital media. It promotes innovation through training of next-generation film makers, preserving of American heritage film, and advancing digital technology in entertainment and education. It also operates as the biggest non-profit movie theatre owner in the United States. At the AFI Award, it awards the year's most excellent film and TV show, and with the "AFI's 100 years" series, it reawakened the appeal of classic American film. The life achievement award is considered the highest distinction for people working in the film industry.



モニーク・バルバルー

文化通信省 行政官
フランス国立映画センター (CNC) 副代表長
*フランス国立映画センター (CNC)

1946年設立。フランスにおける映画振興政策を担う公的機関。主な使命は、映画に関する法や制度による規制、映画・映像・マルチメディアに対する経済的支援、映画と映像の公共的な普及促進、映画芸術的遺産の保護及び伝播。フランスの公的「映画振興制度」の中心機関。

Monique Barbaroux

Administrator of the Cultural Communication Ministry
Deputy General Director of CNC

*Centre national de la cinematographie (CNC)

Established in 1946, CNC is a public organization that carries out film promoting policies in France. Its main function is the regulation of laws relating film, financial support for film/image/multi-media, public promotion, and preservation and propagation of artistic heritage film. It is a central organization for France's public "film promoting system."



寺脇 研

文化庁 文化部長

1975年に文部省に入り、大田官房政策課長、生涯学習政策担当審議官を経て、2002年から現職。「文化力」により日本の社会を活性化させる「関西元文化圏」等を推進。映画評論の著述活動も行い、学生時代から「キネマ旬報」誌に投稿。著書も多数。特定非営利活動法人日本映画映像文化振興センターの理事も務める。

Ken TERAWAKI

Director-General of Cultural Affairs Department,
Agency for Cultural Affairs

Entered the Ministry of Education in 1975, and after being the director of the Policy Division in the Minister's Secretariat and Deputy Director-General of the Lifelong Policy Bureau, came to the current post in 2002. Promoted the "Power of Culture" that vitalizes the Japanese society, such as the "Power of Culture from Kansai". Participated in writing film criticism and contributed to the magazine, Kinema-Junpo. Serves as the director of the non-profit corporate body, Movie Culture Awaken Center as well.

司会者：昨年の東京国際映画祭で開催された「映像産業の振興政策ゼミナール」(主催：社団法人日本映画製作者連盟、財団法人角川文化振興財団)では、欧州各国のような映画産業を振興する機関の必要性が提起されました。それを受けて昨年12月、民間と政府の両方からの支援により映像産業振興機構(以下VIPO=ヴィーポ)が設立され、2005年6月にNPO法人として登記されました。

この後の第1部では、迫本淳一理事長よりこのVIPOについてご紹介申し上げます。

本年のこの会議では、「国境を越える映画とは」を統一テーマに設定しております。VIPOの設立もそうですが、昨今は、日本あるいは世界で、間違いなくコンテンツに対して熱いまなざしが向けられております。そうしたなかで、例えば、輸出状況は非常にわかりやすく判別しやすい評価指標ではないかと考えます。第2部では、そうした観点から、世界で何らかの強い存在感を示している韓国、アメリカ、フランスの3カ国からスピーチを賜ります。第3部では、Q&Aの後、これまでのゲストパネラーに加えまして文化庁寺脇研文化部長にお入りいただき「国境を越える映画とは」というテーマのもとにディスカッションを試みたいと考えております。

第1部

VIPOの使命と活動

特定非営利活動法人映像産業振興機構(VIPO)理事長
迫本淳一

■VIPO(ヴィーポ)誕生

このたびの企画は、文化庁の企画で我々が共催させていただくかたちになりました。特定非営利活動法人映像産業振興機構、略してVIPOになりますが、これを皆様にご紹介するため文化庁に特にご配慮いただきまして本当に感謝しております。

映画に絞っていきますと、今まで日本では国との関わりはそれほど多くありませんでした。しかし今日ゲストでいらっしゃる方々の国はといいますと、フランスのCNCは60年前、アメリカのAFIも40年前、韓国のKOFICも30年前に創立されて積極的な活動をされています。私は個人的にも思うことなのですが、映画を振興させるための一番の根幹は、映画製作者がどれだけお客さまに喜んでいただけるものをつくれるかという映画に関わる民間の自助努力が基本だと思っております。しかしながら、民間では及ばない制度の基盤や外交的な問題に関しては、やはり国との関わりは避けて通れませんし、むしろ積極的にやるべきではないかと思っております。そうしたところへ、今いろいろなハードやインフラが整ってきてまして、コンテンツ産業の重要性が見直され、昨年3月の日本経団連の提言がきっかけとなりまして、5月には、政府の「知的財産推進計画2004」において、アメリカのAFIやイギリスのフィルムカウンシルのように映像産業全体の振興に向けて、製作、助成等の諸事業を推進する民

Moderator : At last year's "Visual Industry Promotion Policy Seminar"(Organizer: Motion Picture Producers Association of Japan, Kadokawa Culture Promotion Foundation) that took place during the Tokyo International Film Festival, the necessity for institutions that promote the film industry, like that of institutions in Europe, was brought to attention. Hence, with both private and government support, VIPO was established last year in December and was registered as NPO in June, 2005.

After this, for Part 1, Chairman Jay SAKOMOTO will introduce VIPO.

For this year's conference, there is a unified theme that is set as "Films that cross the borders." Recently, in Japan and perhaps everywhere in the world, it is unquestionable that there is much attention on content, as the establishment of VIPO shows. In this situation, for example, one may consider that the export condition is not at a rating index where it is easily understood nor distinguished. With such kinds of perspective, for Part 2, there will be a speech from Korea, United States, and France; three countries that show a particularly strong presence in the world.

For Part 3, after a Q&A, Directorate Ken TERAWAKI from the Agency for Cultural Affairs will join the guest panel and we would like to hold a discussion under the theme of "Films that cross the borders."

Part 1

VIPO's Mission and Activities

Chairman of VIPO
Jay SAKOMOTO

■VIPO's Birth

This project is jointly organized with the Agency for Cultural Affairs. To introduce VIPO to all of you, we would like to greatly thank the Agency for Cultural Affairs for their consideration.

Regarding film in Japan, there was not much relationship with the government. However, in countries where the guests are from, the CNC, established 60 years ago in France, the AFI, established 40 years ago in the United States, and the KOFIC, established 30 years ago in Korea, have had active operations. I personally believe that the essence to promoting film is the independent efforts of the people involved in film in order for the film producers to create works that make the customers truly happy. However, for regulation and diplomatic problems which are out of reach of the people, the engagement with the country cannot be avoided, but rather, must be done. In doing so, the hardware and infrastructure has been prepared, the importance of the contents industry has been reviewed, and triggered by the suggestion of the Nippon Keidanren in March last year, by May at the government's "Intellectual Property Strategic Program 2004", the establishment of a private institution, like that of the United State's AFI and Great Britain's Film

間機関の設立を支援するという位置づけが行われました。そして昨年の12月には設立総会を行い、2005年5月に認証を受けまして、登記の完了とともに6月1日より正式にNPO法人として成立いたしました。

■VIPOが目指すこと

VIPOの活動内容は、ホームページもつくりましてご紹介させていただいております。大きく分けて柱が4つありますが、1つは人材育成を支援すること。2つめに作品製作を支援すること。3つめは起業の支援をすること。4つめは内外の市場の開拓を支援することです。このような活動を通じまして、我が国の映像コンテンツ産業が国際競争力のある産業として日本経済の活性化に寄与していくことを目指します。

この4本の柱の中で特に優先させたいと考えておりますのは、人材育成の支援とマーケットの拡大です。これは、いわば車の両輪みたいなかたちになると思います。松竹でも人材育成のために様々な教育をやりましたが、やはりいい人材を育成しても、その人材が活躍するマーケットがなければ、結局そのような努力も無駄になってしまうことが多くなります。また逆に、マーケットができてきた時にそれに対応できる人材がいなければ、けっしてきちんとしたマーケットの拡大にはつながらないわけです。ですから、人材の育成とマーケットの拡大は、表裏を成す非常に重要なことではないかと思っております。そういった意味でこの2点に注力しながら映像産業の振興に寄与できればと考えております。

■VIPOの活動内容と特徴

私どもの活動の特徴をあげると3点ほどあります。まず第1に、映画に限らず映像産業というくくりで業態を超えて設立されたことがあげられます。映画だけでなく、テレビなどの放送、ゲーム、アニメーション、音楽、これらの業界に関わる方々、さらにソフトだけでなくハードの業界にも関わること、で、会員理事には、東芝、松下、ソニーのようなハードのメーカーにも入っていただいております。ソフトの業界を横断的に取り込むということ自体あまり経験がなかったわけですが、そこにハードの団体も加わって映像産業の振興に取り組むかたちになったのは初めての試みで、大変ですが画期的なことではないかと思っております。このように横断的にやりしたのは、クリエイターの意図を汲みながらビジネスとして成立させていくプロデューサーの人材が不足しているとか、コンテンツを流通させていく上で海賊版や不正コピーに対して対策を講じる必要があるとか、ブロードバンド等の新しい媒体が出てきた時にそれを利用しやすくするデータベースをつくらうといったことが各業界に共通の課題になっております。ですから、映画だけでなく様々な業界が横断的に関わることは意義深いのではないかと考えております。このような課題を受けまして、政府も総理を本部長とする知的財産戦略本部が従来の所轄官庁の枠組みを超えて、コンテンツ振興策を立案しております。ですから、従来の所轄官庁の枠組みを超えて、他の省庁とも協力しあいながらコンテンツ産業の振興を図るかたちになっておりますので、業界の枠組みにとらわれない政策提言ができればと考えております。これがまず第1点目の特徴です。

第2の特徴としては、産業界、学界、官界の橋渡し役になり

Council, had begun in order to develop, support, and promote businesses and advance the entire visual industry. The institution ceremony took place in December of last year, the organization received acknowledgement in May of 2005, and after the registration the organization established itself as an official NPO corporate body in June 1st.

■VIPO's Aim

The activities of VIPO are introduced on the webpage. Categorized broadly, there are four pillars. The first is to support personal training. The second is to support film making. The third is to support start-up businesses. The fourth is to support the expansion of domestic and international markets. Through these activities, we aim to vitalize the Japanese economy with the visual contents industry as an industry that possesses international competitive force.

Of these four pillars, the highest priority is given to the support for personal training and market expansion. In fact, these act like the wheels of a car. At Shochiku, personal training involves many kinds of training. However, even if talent is created and there is no market for them to exercise the talent, the efforts can become futile. Conversely, if there is no talent for the available market, it does not lead to a successful expansion of the market. Therefore, personal training and market expansion complement each other and are of great importance. With that in mind, we would like to contribute to the promotion of the visual industry by focusing on these two points.

■VIPO's Activities and its Characteristics

Our activities have three characteristics. First, VIPO was established beyond the form of the film industry to the visual industry. By engaging with not only film but with television programs, game, animation, music, software and hardware industries, members include hardware makes such as Toshiba, Matsushita, and Sony. Incorporating not only the software industry but also the hardware industry, this is the first attempt for a preparation to promote the visual industry, and we believe that this is a difficult but revolutionary task. We took a traversing approach because each industry has common challenges to face, such as the deficiency of producer talent that incorporates both creator's intentions and business needs, the preparation of measures against pirated and illegal copies upon transporting contents, and the creation of a database in order to effectively utilize new media, such as broadband. Therefore, we believe that a traverse involvement of different industries has great significance. To take on this task, the government and the Intellectual Property Promotion Center is going beyond its precinct to project content promoting plans. Therefore, we would like to suggest policies that are not prepossessed by the industry. This is the first characteristic.

The second characteristic is that we strive to be the bridge between industries, learned societies, and officialdom. In Japan there was relatively some connection between industries and officialdom. Officialdom and learned societies also had some connections. However, we believe that,

たいと考えているということです。日本では今まで産業界と官界は比較的つながりがありました。また官界と学界とのつながりもあったと思いますが、産業界と学界とのつながりは、特に日本の映像産業に関しては弱かったと思います。それを踏まえてVIPOは、エンターテインメントコンテンツに関する産業界のトップに加え、映像の研究者である大学の先生や、弁護士、会計士の方々を理事に迎え、有識者の方々から情報提案を受けて産学の連携を図っていきたいと考えております。アメリカでは映像産業に限らず、産業界と学界の連携が非常に積極的に行われて、これが成功している例もありますので、我々は映像産業の分野で貢献できるように連携を推進する役割を果たしたいと考えております。

第3の特徴としては、VIPOは民間のNPO法人だということです。今日お話をいただく各国の方々は政府の機構の方たちですから、そこが大きく違うところだと思います。このことは、政府とのつながりが弱いという意味では他の機構より劣るかもしれませんが、私は、今後の映像産業は民間ならではの活動が非常に重要になってくるのではないかと考えております。そういう意味で、民間がどういうことを欲しているか、映像産業界のニーズを確認する作業をまずやりたいと考えておりますし、そのニーズをシンクタンクとして取りまとめしていくこともやりたいと考えております。また、それらを踏まえた企画、立案、折衝という、政府予算の獲得や制度環境整備への要求等も民間ならではの活動としてできることがあるのではないかと考えております。

機関自体の運営費は、原則として法人と個人の会費によってまかなっておりますから、国からの受託等を受ける場合もありますが、国と民間の橋渡し役として自立した民間団体の活動をしていくことを基本としております。

■活動状況報告

まだスタートしたばかりですが、スタッフはどんどん活動を始めておりますので、いくつか代表的なものをあげて今年の活動状況をご報告させていただきます。

まずは、文部科学省の公募である科学技術振興調整費にVIPOが幹旋した九州大学とデジタルハリウッド大学院・大学が委託研究事業として採択されましたので、2005年度から5年間にわたって事業を行います。

文化庁からは、韓国での日本映画上映事業を受託し、先日私も釜山に参りました。その時にKOFICのアン委員長とお話しして、10月にはソウルハイパーテックナダを会場にして「日韓子ども文化交流-これから一緒に歩く道-」を開催致しました。これは日本の子ども向け映画を韓国の子どもたちにも観てもらおう企画でしたけれども、青少年映画の上映を中心とした交流も行いました。

11月10日からは、同じソウルのメガボックスを会場として、今度は青少年映画ではなく一般映画を上映する「日本映画：多様な展開」を開催します。外国から日本映画はモノトーンだと見られる場合がありますが、日本人は多様性を持っていますし、映画自体も多様だということで、こういうテーマで一般映画を紹介することになりました。ここでは2週間で45作品が上映されます。

経済産業省のコンテンツ人材育成インターンシップ産学マッチング推進では、インターンシップのマッチングにあたり、民間のどういう企業に需要があり、学界からはどのような学生の派遣を望んでいるかを調査して、その仲人役的な仕事もしております。

especially for the film industry in Japan, the link between the industry and the learned society was weak. Taking this into consideration, VIPO seeks to receive information and to plan the cooperation between industries and the learned society, by welcoming members from the top industries of entertainment contents as well as researchers, professors, lawyers, and accountants, to the board of directors. In the United States, learned societies and industries that are not restricted to film are actively cooperating and have succeeded. We would like to contribute to the field of the visual industry and carry out the role of promoting collaboration.

The third characteristic is that VIPO is a private NPO. The guests today are from government institutions, and this is where we believe there is a big difference. We may lack a solid link with the government, and be considered inferior compared to other institutions. However, we believe that private activities may become significant for the visual industry hereafter. In that sense, we would like to identify the needs of both the people and the industry and take in those needs as a think tank. Further, taking these into consideration, projects, proposals, negotiations, acquirement for government funds, and requests for facilities can be carried out by private means.

The institution's administration fees would be managed by membership fees of individuals and the corporate body, although the institution may receive trusts from the government. However, the basic function is to be an independent private organization to act as the bridge between the country and the people.

■ Status Report

Still early in our development, our staff is beginning operations and we would like to outline this year's activity status.

Starting from 2005, with VIPO's intervention and with the Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology's public offering of the coordination fund for promoting science, Kyushu University and the University of digital content were selected as the delegated research facility, and they will conduct its service for the next 5 years.

From the Agency of Cultural Affairs, VIPO accepted the Japanese film screening project in Korea, and I was able to visit Pusan the other day. I spoke with chairman An and in October, held the showcase, "Japanese-Korean Cultural Exchange for Children /-The path to walk together-" at the Seoul Hypertech Nada. This project was intended for Korean children to view children-oriented Japanese films, but there were some exchange with the screening of youth films as well.

From November 10th, at the convention Megabox in Seoul, there will be a showcase of general Japanese films, "Diversity in Japanese Cinema." We introduced this theme, because although Japanese films may be considered as monotone, Japanese people possess variety and Japanese film can have diversification as well. Here, 45 pieces of work will be screened in the span of two weeks.

By researching projects that are in demand to the public

経済産業省関連では、東京国際映画祭の期間中、10月26日から28日まで国際共同製作の映像製作企画マーケット運営事業を委託されていますので「東京プロジェクトギャザリング」を開催致します。これは、実写映画のみならずアニメーション、コミック、CGなどの映像企画を内外の映像製作者に紹介して、外国と日本の製作者に出会いの場を設けることが目的で、初年度の今回は、日本から20企画を紹介する予定です。実写作品に加え、日本ならではのアニメ、CGをラインナップに加えておりますので、これも面白いものになると思います。そのうちの6企画はプレゼンテーション企画としてご紹介し、14企画はカタログ掲載というかたちでご紹介致します。これに個別のミーティングができるような場所を提供しまして、マッチングのお役に立ちたいと思っております。

平成18年度の政府予算への要望としましては、「知的財産推進計画2005」に映像産業界のニーズを数多く取りあげてもらえたので、今後はそのための予算を設定していただくべく、各省庁との折衝を行うところです。

以上概略をご紹介しましたが、今後の活動には、多くの方々のご理解とご協力が必要だと思っておりますので、今後ともぜひVIPOへのご指導、ご支援をお願いしたいと思います。今日はどうもありがとうございました。

and identifying the needs of the students that are sent from the learned society, we also do some intermediary services for the Ministry of Economy, Trade, and Industry's industry-university matching promotion for contents personal training internships.

Relating to the Ministry of Economy, Trade, and Industry, the market administration business of film making for the international co-production has been entrusted to us, so we are holding the "Tokyo Project Gathering" during the Tokyo International Film Festival from October 26th to October 28th. The goal is to introduce film, animation, comic, and CG projects, and to set up meeting opportunities for foreign and Japanese producers. We plan to introduce 20 projects from Japan for this first year. It would be interesting because we are including animation and CG that is specific to Japan to the lineup. 6 will be introduced as presentation projects, and the remaining 14 will be introduced as catalogue publications. There will be meeting booths prepared in hopes to benefit the matching procedure.

For 2006, the government has picked up the different needs of the visual industry through the "Intellectual Property Strategic Program 2005", so we are about to begin negotiations with the different ministries regarding the budget.

That is all for the introduction. We believe that the understanding and cooperation of many members are crucial and we would like to ask for further support and guidance for VIPO and its upcoming activities. Thank you very much.

第2部

各国映画振興機関からのプレゼンテーション

アン・ジョンスク

韓国映画振興委員会 (KOFIC) 委員長

■韓流 (ハンリュウ)の始まりから興行的な成功まで

私は、アジアにおける韓流と、今年の釜山国際映画祭で行われた青年教育プログラムAFAについてご紹介したいと思います。まずはじめに、韓流という言葉は韓国でつくられた言葉ではないということを申し上げておきます。そもそもの始まりは、韓国の映像作品が中国に大きな影響を与えたことから韓流がブームになり、それからアジア地域に広がっていきました。それは、韓国の映画がアジアにどのように伝播されていったかということとも非常に密接な関係があります。

韓国の映画が中国やアジア各国に紹介されたのは1997年でしたが、それに対して反響が起きたのは、ベトナムとか台湾だったと思います。台湾はちょっと変わっていて、まずコリアンポップソングが大きな反響を呼び、ベトナムの場合は、テレビドラマで爆発的な反響が起きました。そして韓国では知らないうちに、チャン・ドンゴンとかアン・ジェウクラ韓国の俳優やタレントがベトナムでものすごいファンをつかむようになっていました。それが韓流の始まりだったということを当時は韓国では誰も気づいていませんでした。それはなぜかというと、韓国は、アジア市場とか世界市場を考えて映画やテレビドラマをつくったわけではないということからきていると思います。ベトナムで始まった韓国ドラマ熱が、その後もっとも大きなシンдрームとして最終的に現れたのが日本だったと思います。2003年に『冬のソナタ』がNHKで放送されて爆発的な関心を呼び、そのタレントであるペ・ヨンジュンさんに対する関心が中年女性の間で爆発的に盛り上がった後、韓国でもついに、韓流はこのように大きな力があると気づいたわけです。

その後、そのドラマはアジア各国に大きな影響を与え、同じように映画にも関心が寄せられたことにより、韓国映画はアジアに根を下ろすことになったと思います。これは、ヨーロッパの場合とはちょっと違います。

ヨーロッパでは、これまで映画祭などで韓国の映画が紹介され、批評などによって素晴らしいという評価を得ました。そして、ベニスとカンヌとベルリンの世界の三大映画祭で韓国映画が大きな賞を獲得するようになったため、ますます韓国映画に対する関心が高まったといえます。それで韓国の映画は、ヨーロッパで着実に劇場上映されるようになりました。その速度は遅いですが、成果は徐々に積み上げられています。

ヨーロッパの場合、韓国やアメリカとは違って、様々な映画が観られる土台として芸術映画館というものがあります。またフランスやドイツには、これまで紹介されていない国の映画や素晴らしい芸術映画を上映する映画館に対する支援制度があります。それらが様々な趣向の映画や様々な文化圏で作られた映画を理解して受け入れる観客を育ててきたといえます。その結果、韓国はフランスに映画を輸出した国の第6位になったわけです。それは、そうした多様な文化を消化できる土壌がつくられていたからこそ可能だったと思います。

アジア地域ではドラマが先に紹介されてその後が映画でしたが、そうしたなかで韓国の映画を着実に紹介してきたのは日本です。日本はヨーロッパほどではありませんが、やはり多種多様な映画を上映できる空間があったからそれが可能

Part 2

Presentations from each country's Film Promoting Organizations

An Cheong-sook

Chairman of KOFIC

■ Beginning of Hanryu (Korean Wave) to its Success

I would like to introduce Hanryu in Asia, and the youth education program, AFA, that took place in this year's Pusan International Film Festival, but first, I must mention that Hanryu is a word that was not created in Korea. It began when works of Korean film gave a big impression in China, creating a Hanryu boom and then continued to spread in Asia. The popularity and spread of Hanryu has a close relationship.

Korean films were first introduced to China and the rest of Asia in 1997, but I believe that the only response was in Vietnam and Taiwan. Taiwan was a little different, where Korean pop songs first had a big hit, and in Vietnam, the television drama series stirred an explosive sensation. Without Korea even noticing, actors such as Jang Dong-kun and An Jae Wook captured a lot of fans in Vietnam. No one in Korea recognized that this was the beginning of Hanryu at the time. I believe that this was the case because in Korea, films and television dramas were not created towards the Asian and international market. The sensation that began in Vietnam later appeared in Japan as the biggest syndrome. With the "Winter Sonata" that was broadcasted by NHK in 2003, it called an explosive interest from middle aged women towards the actor, Bae Yong-joon, and finally, Korea realized that Hanryu had such kind of tremendous force.

Later, these dramas gave a big influence to the countries in Asia, and with the growing interest to film, Korean film was able to establish itself in Asia. However, this was not the case in Europe.

In Europe, Korean films were introduced at film festivals, and they received excellent ratings from critics. After receiving awards at the world's three biggest film festivals in Venice, Cannes, and Berlin, interest for Korean film grew even more. As a result, theatres in Europe steadily started screening Korean films. It was a slow process, but the accomplishments have gradually accumulated.

Unlike Korea and United States, Europe has theatres that show art films that act as a foundation to watch a variety of films. Further, in France and Germany, there are support programs for theatres that screen wonderful art films and films from countries that have not been introduced before. An audience that understands films of different taste and culture is brought up. As a result, Korea is number six of the countries that exported films to France. This was possible only because there was a foundation to digest different cultures.

In Asia, drama was first introduced and then film, but the only exception where film was steadily introduced was Japan. Although not as many as Europe, it was still possible because there was an opportunity to screen a variety of movies. Even before the popularity, presentation of movies such as

だったのだと思います。それ以前に『旅人は休まない』(1987)とか『風の丘を越えて—西便制(ソピョンジェ)—』(1993)が紹介されていたのは、映画を文化として受け止める日本の皆様の努力があったからだと思います。2000年には『シュリ』が日本で上映されて大きな成功を収めました。その後『JSA』(2000)とか様々な映画が公開されました。また『シュリ』ほどではありませんが、日本のファンの注目を浴びた作品として『八月のクリスマス』(1998)をあげる人もいます。しかし、2003年までは韓国映画の紹介は非常に散発的で、『シュリ』もいきなりワイドリリースしたのではなく、はじめは小さい映画館で上映して、だんだん大きい映画館になっていくという紹介の方式でした。ところが『冬のソナタ』の放映が始まった2003年を境に、皆さんもご存知のように状況が変わってきます。2004年に日本で上映された韓国の映画は33本のぼりました。日本で1年間に上映される海外作品が339編ですから、上映された海外作品の約10%が韓国の映画だったわけです。そして、これまでに『シュリ』が打ち立てた韓国映画の興行記録を『僕の彼女を紹介します』(2004)が超えました。『僕の彼女を紹介します』の興行収入は18億円でしたから、韓国の映画からしてみれば非常に大きな躍進だったといえます。しかし、例えば『ラストサムライ』は135億円の収益をあげたことを考えると、その6分の1ほどですから、まだそれほど大きいとは言えません。しかし韓国の映画にとっては特筆に値する出来事でした。韓国の映画は、ハリウッド映画とは違って外国市場を視野に入れていませんから、海外でこのような成果をあげたことは非常に勇気づけられるわけです。

■韓国映画に何が起ったのか

韓国映画の輸出額は、1995年に20万ドル、2004年度は5830万ドルに増えました。ハリウッド映画の輸出額に比べれば微々たるものかもしれませんが、映画産業の成長としては非常に驚くべきものだったといえます。韓国映画の国内における観客占有率は1993年度は16%にも満たなかったのですが、2004年度には50%を超えました。それを月別に見ても、興行成績がいい作品が出る月もあれば出ない月もあるわけで、月別に見ることにあまり意味はないかもしれませんが、極端な例として8月の例をあげたいと思います。2005年8月、韓国では『トンマッコルへようこそ。』という映画が封切られました。朝鮮戦争を基にした童話のような話です。南と北の軍人が出会い、落伍したアメリカの操縦士とともに力を合わせて戦争の影響を受けない平和な村トンマクを守るために努力する、というようなファンタジーのような映画です。この映画と、ベニスで上映されカンヌでグランプリを得たパク・チャヌク監督の『親切なクムジャさん』という作品と、チャン・ジン監督の『拍手する時に去れ』という3本の映画が同時に上映されました。その時の観客占有率は70%~80%近くになったわけです。これは特殊な状況ですから、他の月では観客の占有率は低くなるとは思いますが、ハリウッド映画が市場のほとんどを占めている他の国と比べてみた時に、非常に驚異的なことだといえます。つまりこれは、世界の市場や映画祭が韓国映画に注目する以前から、あるいは、アジアの国々で韓流ブームが起こる前から、韓国映画は国内の観客に愛されてきたことを示しているからです。1993年に16%にも満たなかった観客が、2004年、2005年の8月には、どうしてそれほど韓国映画を観るようになったのか、韓国映画に何が起きたのか、それは謎です。ハリウッド映画がほとんどを占めている他の国々とともに、私たちのこの経験を共有することには大きな意味があると思います。少し前に

"The Man With Three Coffins" (1987) and "Sopyonje" (1993) were made possible with the efforts of the Japanese people that understood film as culture. In 2000, the film "Shiri" was screened in Japan and it was a big success. Later, a number of films such as "JSA: Joint Security Area" (2000) were released. Some people say that "Christmas in August" (1998) is another work that drew a lot of attention in Japan, although not as much as "Shiri". However, Korean films were sporadically presented, and even for "Shiri", which was not a wide release right away, it was pattern where the film was screened at a small theatre first, and gradually moved onto bigger theatres. However, the situation changed dramatically as you all know with the broadcast of "Winter Sonata" in 2003. In 2004, the showing of Korean films in Japan climbed up to 33. In Japan, there are 339 foreign films that are screened in a year, so 10% of foreign films were Korean films. Then, "Windstruck" (2004) surpassed the record that was set by "Shiri". The revenue for "Windstruck" was 1.8 billion yen, which was a tremendous breakthrough for Korea. However, compared with such films as "The Last Samurai," which had revenue of 13.5 billion yen, it is only about one sixth so it is not as significant. However for a Korean film, it was an event worth mentioning. Because Korean films are not considering the international market like Hollywood films, it is very encouraging that such a result was accomplished overseas.

■ What Happened to Korean Film

Korean film exports increased from \$200,000 in 1995 to \$58,300,000 in 2004. Although it may seem insignificant compared to the Hollywood film exports, this growth of the film industry is phenomenal. The domestic audience occupancy rate for Korean film in 1993 was under 16%, but in 2004, it passed 50%. If the result is compared monthly, some months are better than others and there may be not much significance in doing so, but I would like to give an extreme case in August. In Korea, the movie "Welcome to Dongmakgol" was released. It is based on the Korean War and the story is like a fairy-tale. It is a fantasy-like movie where soldiers from the north and the south, together with an American pilot that survived a crash, all work to make a peaceful village, "Dongmakgol" that is free from the influence of war. This film, together with a Cannes grand prix director Park Chan-wook's new work called "Sympathy For Lady Vengeance" that was released in Venice and director Jang Jin's "Murder, Take One" were all released at the same time. The audience occupancy rate jumped to around 70~80%. The rate was lower for other months, but it is very surprising in a market where Hollywood films dominated in other countries. This shows that before the international market and festivals had noticed Korean film, or before the Hanryu boom in the countries in Asia, Korean film was loved by the domestic audience all along. It is still a mystery as to what happened to Korean film and how the audience started viewing Korean film that much in 2004 and August of 2005 when the rate did not even meet 16% in 1993. I believe that there is great significance in sharing our experience with other countries where Hollywood films are

ユネスコで「文化多様性条約」が締結されました。文化には映画も含まれますが、アメリカはこれに反対しました。この「文化多様性条約」は、各国の文化が固有に持っている価値を維持していくことが各国の文化の生命を失わせないことになり、そしてそれによって地球全体の文化が健康になるという発想をしています。ですから韓国と他のアジアの国とが経験を分かち合うことは大切だと思います。そのためにも、この席に私を呼んでくださった主催者の皆様にももう一度感謝したいと思います。

■検閲で衰退した韓国映画

1993年、韓国映画は最悪な状況にありました。1988年にはアメリカ映画の直配が始まっていましたが、似た状況にあった台湾と韓国の違いはどこにあったかといいますと、韓国にはスクリーンクォーター制度がありましたが、台湾にはそのようなセーフガードがありませんでした。スクリーンクォーター制度は、1年間の一定期間は国産映画を上映しなければならないというもので、国際法上も認められている制度です。韓国にはそのスクリーンクォーター制度があったにもかかわらず、1993年の段階で台湾に負けていたのはなぜかといいますと、2つの理由がありました。

1960年代の韓国では1年に150本の映画がつくれるほど活発な市場がありましたが、軍事政権ができて検閲が厳しくなり、シナリオを事前に検閲するようになりました。そのシナリオで映画をつくと、できあがったフィルムをまた検閲してはさみで切り刻んでいきました。これは象徴的な言葉としていうのではなく、実際にはさみでフィルムを切ったわけです。切られたフィルムは復元することができません。検閲機構には、中央情報部（KCIA）がいて、警察庁治安本部にも検閲官がいました。今では興味深い話といっていますが、その当時はそんなことはとてもいえない話もありました。『酔画仙』（2002）と『風の丘を超えて』（1993）をつくった監督の作品の中に『アラスカの狼』という映画がありますが、当時の検閲当局は「アラスカは北方である。寒い国、それは北だ、北朝鮮だ」となって、つまり韓国の表現として考えた時に北朝鮮を表しているとなるわけです。それで「なぜお前はアラスカという言葉を使ったのだ。北朝鮮への郷愁を呼ぶ映画ではないのか」といって『アラスカの狼』という題目を使うことを禁じた、というほど馬鹿らしい検閲がありました。その当時の韓国にどんな映画があったかというと、工場労働者が出てくる映画の中で一日三食ラーメンを食べている人がいると、検閲当局は「ラーメンは安い食べ物だから、主人公が一日三食ラーメンを食べるのはただ貧しいことを強調しているのではないか」とラーメンを食べる部分をカットしてしまいました。このような状況の中で、映画監督の創造力は制限され萎縮させられてしまいました。こんな状態でいい映画をつくることはできませんし、まともでない映画が好まれるわけもなく、観客は背を向けました。1960年代の監督の中で、70年代80年代の激しい検閲の時代を生き延びた監督は、イム・グォンテク監督一人しかいません。イム・グォンテク監督は、そうした厳しい時代に、劇場にかろうとかかるまいと秀作をつくらうという気持ちで映画をつくり続けましたが、上映されなかったものも多かったのです。ただ韓国映画を4本つくれば外国映画を1本輸入する権限を与えられましたので、ハリウッド映画を1本輸入して生活して映画をつくり続けました。そのような厳しい時間を監督は「私の秀作時代であった」といっています。監督だ

dominating. Recently, UNESCO approved the Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions. Culture includes film, but the United States opposed to this. This convention on cultural diversity retains the idea that by preserving the values that is held by each country's culture, the culture can survive and hence, the entire earth's culture can become healthier. Therefore, it is important for Korea and other Asian countries to share experience with one another. For that reason, I would like to thank the organizers once again for inviting me.

■ The Decline of Korean Film due to Censorship

1993, Korean film was at its worst condition. By 1998, the direct distribution of American film has begun, but there was a difference between Taiwan and Korea, even when they were placed in similar circumstances. Korea had the screen quota system, but Taiwan did not have such safe guards. The screen quota system is a system in which domestic film must be screened for some duration in a year, and is a system that is acknowledged by international law. In 1993, there were two reasons to why Korea was in a worse situation than Taiwan was in, even with this screen quota system.

In the 1960s, Korea had an active film industry where there were 150 movies that were created each year. However, after the military power was established, censorship became strict and the screenplays were inspected. After creating the movie with that screenplays, the film was censored again and cut by scissors; not symbolically, but literally cut by scissors. The film that is cut cannot be restored. At the censorship institution, there was the Central Information Agency (KCIA) and there were inspection officers at the national police agency headquarters. Now it may seem like an interesting story, but at the time, some things could not even be mentioned. The director who worked with "Chihwaseon" (2002) and "Sopyonje" (1993) also has a work called "The Alaskan Wolf," but the censorship authority at the time said, "Alaska is located north. A cold country, that means north, that is North Korea", so in other words, if considered in Korean terms, it represents North Korea. He continued, "Why did you use a word Alaska? Is it not a movie to remember North Korea?" and banned the title, "The Alaskan Wolf." There were such kinds of foolish censorship at the time. When a factory worker was eating ramen noodles three times a day, the censorship authority commented "ramen noodles are cheap food, so if the protagonist is eating ramen noodles three times a day, it emphasizes poverty," and the scene about eating ramen noodles got cut. In such circumstance, the originality of film directors becomes obsolete. Good film cannot be created in this condition, and there was no way anybody would embrace these censored movies. The audience turned their backs against them. From the directors since the 1960s, there is only one director, Im Kwon-Taek, that survived the extremely rigid period of the 70s and 80s. In such severe times, director Im Kwon-Taek continued to produce movies with the spirit to create excelling works despite the fact that they may never be shown, and there were many films that were not screened. If four Korean films were produced, he was allowed to import one foreign

けでなく俳優も同じような状況で、往年の俳優たちはみんな消えてしまいました。チェ・ウンヒという女優は、60年代に韓国最高のスターでしたが、ある時私が喫茶店で彼女に会ってインタビューしても、誰も彼女に気づかないんです。韓国映画は、統制の時代に韓国の人々に背を向けられ、監督も作品も俳優も忘れられてしまいました。観客の支持が得られなくなり、スクリーンクォーター制度があっても映画館も守ろうとしないとしたら、その法は何にもなりません。その最悪の時期だった1993年に、映画界の人々がスクリーンクォーター制度の監視団体をつくり、法律に則って韓国映画を上映させたわけです。それに先立つ70年代から80年代には、韓国の軍事独裁に抵抗する民主化運動が起こり始めていましたし、民主化と自由化の動きの中に、文化・芸術産業もありました。そのような映画界の動きはひとつの歌で表され、民主化運動に関わる人々は歌をよく歌いましたから、それが演劇や美術などの芸術へも伝わり、韓国の歌や美術や演劇は非常に多様なスペクトラムを持つことになりました。しかしそれでも、映画の検閲は非常に厳しかったため、そのまま死に絶えようとしていましたが、1980年から若い映画界の人たちがそのような状況に抵抗を始め、受身の姿勢から抜け出しました。光州事件をご記憶だと思いますが、文化に関心を持つ人々は、自分にカメラがあれば、あるいは記録できれば、あれを映画にできた。映像に記録することによってもっと力が得られたと考え始めたわけです。その当時刑務所にいて、その後監督になったチャン・ソヌ監督は『成功時代』(1988)という映画をつくりましたが、光州事件を扱った映画もつくっています。また、ソウル大学で映像サークルをつくった若者は、1988年に映画監督になりました。『チルスとマンズ』(1988)でデビューしたパク・クァンス監督です。88年までは歴史とノンフィクション映画は規制があったためにアンダーグラウンドでしたが、88年以降は、韓国映画の主流になっていきました。そしてそれを見ながら観客も変わっていったわけです。韓国映画もこういうことができるんだ、こんな力が持てるんだ、と観客たちが考え始め、そして観客が目覚めたことによって映画界の意識も変わり、青年たちが映画界に集まってきました。1993年にスクリーンクォーター監視団ができたのも、そうした若い人と映画界の先輩格の人々が手を結んだことによります。検閲に抵抗して映画がつけられる一方で、市場の基盤も整備されていきましたが、今改めて考えてみて重要だと思われるのは、軍事政権が終わって民政に移った後、つまり、キム・デジュン政権が立った後、映画への検閲が完全になくなったことです。

■成功するまでの道のり

キム・デジュン政権は、20世紀を文化の世紀と位置づけ、政策的な支援をする産業として映画を指定しました。それまで映画に対する国家の支援は非常に少なかったのですが、大規模な支援が行われるようになり、長い間純政府機構であった映画振興公社を現在の韓国映画振興委員会(KOFIC)に変

film, so he made his living with one imported Hollywood movie and continued his work. Despite his rough times, the director says, "it was my excelling days." Actors were also in a similar situation, and all of them have disappeared. Actress Choi Eun-hee was Korea's best star in the 60s, but one time when I interviewed her at a cafe, no one recognized her. The Korean people turned their backs against Korean film during the period of regulation and the directors, works, and actors were forgotten. Without the support from the audience and if the theatre is not protected, the screen quota system becomes meaningless. In that worst period, 1993, the people in the film industry created an observation organization for the screen quota system, and began screening Korean film according to the law. Before this, during the 70s and 80s, democratic movements were resisting against the military dictatorship and cultural and fine art industries were also part of the movement for democracy and freedom. The movement of the film industry was expressed as one song, and since the people who were involved in the democratic movement sang this, the movement transcended to drama, fine arts, and other forms of art. As a result, Korean songs, fine art, and drama gained a diverse spectrum. Yet, film censorship was still very strict, and the industry was about to die out. However, after 1980, the youth in the film industry began resisting the situation, and broke away from the passivity. You may recollect the Kwangju incident, and people who took interest in culture realized that it could have been made into a movie if they had a camera, or were able to record it. People began to recognize that they could gain power by recording onto a visual image. At the time being in prison and later becoming a director, director Jang Sun-woo made the movie "The Age of Success" (1988) but he has also made movies about the Kwangju incident. The young man, who created the film club at Seoul University, became a film director in 1988. It is director Pak Kwang-su who debuted with "Chilsu and Mansu" (1988). Until 1988, history and non fiction films had regulations and hence were underground, but after 1988, it became main-stream in Korean film. The audience changed as they watched these films. The audience realized that Korean film was capable of doing such things, having such power, and with the awakening of the audience and the changing awareness towards film, the youth gathered to the film industry. The screen quota observation group established in 1993 was made possible because the youth and the older people in the film industry worked together. As the market's foundation was being established by the resistance to censorship, what I consider significant after thinking back is that, after the military power ended and moved on to a civil government, that is, after the Kim Dae-jung government was established, film censorship was completely abolished.

■ Road to Success

The Kim Dae-jung government identified the 20th century as the cultural century, and selected film as the industry that would receive government support. Until then, government support was very limited, but with extensive support, the Korean Picture Promotion Corporation that was

えました。KOFIC の委員会は映画界の人々で構成されますから、政府は支援するだけで、現場の人々が自らすべて決定し、自主的につくった政策を実行するわけです。KOFIC は、映画の製作や配給を支援し、海外のマーケティングやプロモーションをし、海外の映画祭に韓国映画を紹介するための基本的なサービスも技術的な面でのプッシュもしています。重要なのは、そのような後押しで韓国映画が産業として確立された時には、市場もできていたということです。しかし、多様化の課題が残されており、産業的に成功の難しい映画に対する支援はまだ難しいところです。韓国の場合は外国映画の紹介ではヨーロッパとは事情が違いますし、多様な映画をつくるという部分は日本よりも遅れていると思います。そのため、芸術映画の支援とその配給の支援をしているほか、アジアやヨーロッパの特定国の映画を上映する映画館を支援し、マーケティング費用を負担する事業を続けています。

このような状況の中で韓国は、映画に対して新しい視野を持っている若い人たちの支援をしています。ご存知のようにニュージャーマンシネマが始まった頃、「父親世代の映画は死んだ」という言葉がありました。これは既存のドイツ映画を否定したわけですが、80 年代にアンダーグラウンドに入った韓国の若者たちは「我々には父親の映画がない」といいました。否定すべき父親世代の映画がないということです。そこには自由な表現の手段として映画を考えるような若者たちがいて、新たな決意を持って映画をつくり始めました。この時、次の4 つの条件があったわけです。

1. 自由な表現の手段として映画を考える
若者たちがいたこと。
2. スクリーンクォーター制度があったこと。
3. 検閲がなくなったこと。
4. 映画の支援策があったこと。

これらのうち検閲がなくなったことがもっとも重要でしたが、この4 つがあったことが、韓国映画の成功の秘訣でした。ですから、ある日突然、海外で韓流といわれるようになる前から、韓国映画は段階的な過程を踏んできたわけです。

こうしてできた映画は、中国ではドラマが先に紹介されて韓流としてもはやされましたが、残念なことに映画はまず海賊版で紹介されました。『猟奇的な彼女』(2001)という作品の場合は、違法なDVD が恐らく250 万枚は売れたと中国でいわれています。集計が正しいかには疑問がありますが、中国ではほとんどの韓国映画が海賊版で出回っています。少し前に青島に行った時にDVD ショップに行ったら、200 種以上の韓国映画の海賊版タイトルがありました。つまり、中国の劇場で韓国映画が紹介された時も海賊版だったわけです。中国では、著作権の問題はこれから整備されなければいけないと思いますが、最近、中国政府が海賊版DVD の問題に非常に積極的に取り組んでいるところから見ると、こうした問題はまもなく解決されるであろうと思います。

その他にベトナム、シンガポール、台湾などでも韓国映画は人気を得てきています。タイの場合は、劇場以外で紹介される場合もありまして、冗談のように「バンコク市民の40 %は韓国の映画を観ている」という人もいますが、すべてが正式な流通経路から入って上映されるわけではないので、それらを韓国からの輸出と見ることはできません。しかし、海外の市場を念頭に置かずにつくられた韓国映画がそれだけ海外で愛されているということに、私たちは非常に感謝しています。また、映画を通してどれほど文化が直接伝達されるかということも知っていますので、出会いを大切に

long a strictly government institution was changed to the present KOFIC. The committee of the KOFIC is composed of people in film, so the government only offers support. The people at the scene make the decisions, and carry out the policies which themselves have made. The KOFIC supports the making and distribution of film, does marketing and promotion overseas, conducts fundamental services, and pushes technological aspects for introducing Korean films to foreign film festivals. After such backup and establishment of the Korean film industry, what was important was that the market was also established. However, the issue of diversification remains, and it is difficult to give support to film that is tough to succeed industrially. Korea is in a different situation than in Europe when introducing foreign films, so I believe that Korea is still behind Japan in creating a diverse film. Therefore, besides the support for artistic films and its distribution, we continue the operation to bear the marketing cost and support theatres that screen films from Asia and specific countries in Europe.

In this situation, Korea has aided the youth that had a new perspective towards film. When the New German Cinema started, there were the words, "papa's cinema is dead." These words denied the old German cinema, but Korean youths in the 1980s said, "We have no papa's cinema." There was no old film to be denied. There were youths that considered film as a means to express freely and they produced movies with a new determination. At this point, there were the following four conditions.

1. There were youths who considered film as means
for free expression.
2. There was the screen quota system
3. Censorship was abolished
4. There were support measures for film

The abolishment of censorship was the most crucial, but the success for Korean film lie in these four conditions. Therefore, before the day when Hanryu was called for overseas, Korean film has taken a step-by-step process.

The dramas were introduced first in China and these were highly regarded as Hanryu, but sadly, movies were introduced as pirated copies. For "My Sassy Girl" (2001), the Chinese government suspects about 2.5 million illegal DVDs were sold. The tally maybe questionable, but most Korean films appear in China as pirated copies. Recently, when visiting the DVD shop in Qingdao, there were more than 200 pirated Korean movie titles. Therefore, the Korean movie presentations at the theatre were also pirated copies. I believe that the copy right infringement issue must be dealt with in China, but realizing the Chinese government active efforts against the problem of pirated DVDs, they may soon be resolved.

The popularity of Korean film is increasing in Vietnam, Singapore, and Taiwan as well. In Thailand, there are cases where the film is introduced outside the theatre and some people joke that "40% of citizens in Bangkok watch Korean movies," but not all movies are screened with the official distribution route. These cannot be considered as Korean exports. However, we are very grateful that these Korean films that were created without intention to the international

たいと思っています。韓国映画の輸出市場の77%はアジアですけれども、その中でもっとも大きなシェアを占めているのは日本です。ですから、韓国映画を広い心で受け入れてくださる日本の観客の皆様には心から感謝しております。韓国映画がアジア市場で愛されていることについては、AFIの方がいらっしゃる前で申し訳ないのですが、ハリウッド映画が世界を席巻しているように、我々KOFICがアジアに近づいていこうとすることを、ハリウッドは好まないのではないかと考えております。またアジアの映画も韓国に入ってきていただけないかと思いますが、歴史的な特殊性がありますので、まだまだそれは難しいと思います。それで、釜山国際映画祭では、アジアに対する窓口の役割を果たしたいと思い、アジアの映画がともに発展していくために人材育成を一緒にやっていこうという意味で、KOFICと釜山国際映画祭共同でAFAというアジアフィルムアカデミーを開設しました。これは、私たちのアイデアではなく、ベルリン映画祭でやっていたものをヒントに18カ国が集まってつくった小さな学校で、ハウ監督が初代の責任者となりました。まだ初年度ですから、成功したといってしまうと自画自賛になりますが、とにかく、アジアの若者が一カ所に集まって映画を通じて交流し、共同で作品をつくるということが、アジアの未来に向けた大きな第一歩になったと信じております。また、日本のユニジャパンとKOFICが固く手を結んで始めたAFIN（アジアフィルムインダストリーネットワーク）という事業があります。アジアの映像関係者が連帯して海外の映画祭で共同プロモーションをし、インターネット上で両方の情報を共有し、共同製作までいくことを目指して始めました。4カ国で4つの機関が一緒に始めましたが、さらに他の機関も参加していただくことを望んでいます。まだ小さいですが、今後のアジアの映画の共同発展の第一歩になればと思います。私たちは、一方的にある国がある国を文化的に支配するのではなく、相互交流し、相互発展していくようなアジアをつくるのが、ここにいらっしゃる多くの映画関係者や韓国の関係者の共通の望みだと思えます。長時間にわたりまして、ありがとうございました。

ジェイムズ・ハインドマン
アメリカ映画協会 (AFI) 顧問

■興行収入の動向と興行市場

アメリカ人を代表して、国際的な文化の文脈の中でお話するのは難しいこともありますので、その点についてのご理解をいただきたいと思います。

アメリカの興行市場は、およそ3年前まではアメリカを除いた世界全体の合計を上回っていましたから、世界の映画をアメリカが支配しているといわれ、そういう書物も書かれ、不満の対象にもなってきたわけですが、その状況は今大きく変わり、劇的な変化が起きています。アジア太平洋地域、とりわけ中国、インド、ロシアで今飛躍的に映画の興行収入の規模が拡大し、その合計額は、今年恐らくアメリカを上回ると考えられています。しかも、入場料はインドなどでは10円程度であることを考えると、巨大な数が動いているとおわかりいただけると思います。アメリカの興行収入の推移を見ますと、現在は横ばい、ないしは少々下がっております。また動員数で見た場合、数は下がっています。

market are loved so much overseas. We are also aware of how much culture can be directly communicated through film, and we would like to treasure these encounters. Although 77% of Korean film export market is Asia, Japan holds the biggest share. We truly thank the Japanese audience with their generous hearts for accepting Korean film. Regarding the Asian market that embraces Korean film, I would like to excuse myself for talking in front of the members of the AFI this way, but in the midst of Hollywood film engulfing the world, Hollywood does not seem to welcome us KOFIC approaching Asia. We believe that Asian films must enter Korea as well, but due to some particular historical nature, it may be difficult. We held the Pusan International Film Festival together with the Asian Film Academy called the AFA. This was not our idea, but ideas from the Berlin Film Festival were borrowed. 18 countries collectively made a school and director Hou became the first headmaster. This was our first year, and considering it a success will only be self-praise. However, we believe that by having the Asian youth collaborating on one piece and exchanging ideas through film was a big first step towards Asia's future. Also there is a project, AFIN (Asia Film Industry Network) where Japan's Uni Japan and KOFIC has tightly joined hands. We started the project for Asian film members to collaborate and have a joint promotion overseas, share each other's information over the Internet, and ultimately aim for co-production. 4 institutions from 4 countries have started, but we hope for other institutions to join as well. It is still small, but we hope it will be the first step to a cooperative development to Asian film hereafter. We believe that all the film members here and the Korean film members share a common hope to build Asia through mutual exchange and mutual development, and not a one sided cultural domination of one country over another. Thank you very much.

James Hindman
Executive Consultant of AFI

■ Revenue Trend and the Theatrical Market

Representing an American, I would like to ask for understanding with regards to having difficulty talking in an internationally cultural context.

Until about three years ago, because total box-office figure in the United States exceeded the total amount of the world excluding the United States, the United States was considered to be dominating film all over the world, as it was written in some books, and it has been subject to criticism. However, the circumstances have shifted, and there is a dramatic change that is taking place. In the Asia Pacific region, particularly in China, India, and Russia, the magnitude of box-office revenue has expanded rapidly, and that total revenue is suspected to surpass that of the United States. In fact, since the admission fee in India is merely 10 yen, one can suspect that a tremendous figure is moving.

ここではビジネスの問題を取り上げたいと思いますが、アメリカ映画は、誰も銃を向けられて強制されて観に行くわけではないということを考えれば、無垢なものだと思います。ごく最近まで、アメリカの大手映画会社は、国際市場を意識して製作していたわけではありませんでした。一貫性のあるかたちでそういったことはやらなかったわけです。そういうふりをしていたかもしれませんが、むしろ経済の面から、何がヒットになるかを考え、いわゆるクロスオーバーフィルムを求めていたわけです。つまり、狭い層の観客ではなくより広い年齢層、いろいろな社会階層、いろいろな民族にまたがって展開できる作品を求めてきました。アメリカの観客は非常に多様化していますから、小さなセグメントに至るまで普及することがヒット作品の不可欠な条件となります。3億ドル以上の成績を上げるメガヒットの映画では、それが必須の条件です。そういった意味では、アメリカ市場で広く成功できたら国際市場でも成功が保証されるということであり、アメリカの市場は国際市場と共通しているわけです。

■アメリカ映画の特徴

アメリカ映画についての批評では、しばしばある特定の価値観や姿勢がアメリカン・ナラティブ（語り調）としてあげられます。アメリカン・ナラティブは演劇的な世界であり、そういう価値観とか姿勢そのものから形成されるものが映画に描かれるわけです。最悪の場合、このような語り調は非常に陳腐で苛立ちの元となります。そういうありふれた映画はご覧になっていると思いますが、しかし、もっともいい状況では、名作がつくり出されることもあるわけです。明るく楽観的でポジティブな個人の成長や社会の変化を描いている作品や、柔軟性のあるダイナミックな社会が描かれ、その中で個人の苦勞に報いを与えるような作品も見られます。こうしたアメリカの語り調は、映画の中で描かれるにしても、いろいろな前提条件があります。人々は社会的に移動することができて、階級は容易にまたぐことができ、階級の違いは避けて通ります。そこで死について語られることはなく、苦しみや貧困というテーマは避けて通ります。さらに個人の権利を支持しているとか、他にもいろいろアメリカ映画の特徴はありますが、そういったものが実際に真のアメリカの姿を伝えているかどうかは別の議論になります。しかし、そのような語り調でアメリカの映画がつくれ、多くの若者はそういう世界に住みたいと考えるわけです。実際のところ、かなりの若いアメリカ人がそう考え、100分間の上映時間の中でそういった経験を得るために、相当いいお金を出して映画を観に行くわけです。

■ビジネスとしての映画と若者市場

若者市場に対するマーケティングは、1950年代にアメリカ人がつくり出したといわれています。広告主は1950年代に若者市場、つまり我々を発見しました。そして人々の情熱と若者の可処分所得をターゲットにできることを発見したわけです。その若者に対する究極的なマーケティングの延長上にアメリカ映画があるわけです。そこでは、今まで想像もできなかった数のブランド、スター、ファッション、音楽などが文化的に脈絡のあるものとして大々的にキャンペーンに利用されます。スター的な存在がいれば、週末に観客を動

Considering the progress of American box-office revenue, it has leveled out, or fallen slightly. Looking at the attendance number, it has fallen.

I'd like to pick up on the issue of business, and considering the fact that no one is forced to go watch an American movie with the point of a gun, it seems to be an innocent issue. Until recently, major film companies did not necessarily produce movies with the international market in mind. In order to keep consistency, they never did. They might have seemed to act otherwise, but from a business aspect, they were contemplating on what would become a hit product, that is, they were seeking for cross-over films. In other words, they were seeking a product that could develop over a wide age group and a variety of social classes and racial groups. The requirement for a hit product is to propagate to the smallest segment, because the American audience is so diversified. For a mega-hit movie with revenue over \$300 million, that is the crucial requirement. In that sense, if a movie were to widely succeed in the American market, its success in the international market is guaranteed as well, so the American market is common to the international market.

■ Characteristics of American Film

Critics of American film point out particular values or attitudes that often show up as American narrative. American narrative is a world of drama and certain values or attitudes are included into the film. In the worst case, these narratives can become trite and irritating, as you may have seen in some movies. However, masterpieces have been produced as well. Some works portray optimistic and positive individual growth or social changes. Others may illustrate a flexible and dynamic society in which an individual's effort may be fulfilled. When producing these films, American narrative has some prerequisites. People move freely in society, people stride over different social classes, and difference of social classes is avoided. Death is not mentioned, and themes such as suffering and poverty are avoided. Further, there are other characteristics in American film such as supporting individual rights, but it is a different question whether the film actually represents the reality of the United States. However, American film is created with such narrative, and many youths consider living in such a place. As a matter of fact, many young Americans think so, and to gain such experience with the 100 minutes of screening time, they pay good money to watch movies.

■ Film as Business and the Youth Market

In the 1950s, Americans created youth marketing. The advertisement industries found us, the youth market. They discovered that people's passion and the youth's expendable income can be targeted. American film lies on the extreme extension of youth marketing. Any cultural connection such as brand names, stars, fashion, and music are used in campaigns. A star presence would pack the theatre over the weekend, and cars, hairstyle, clothes, music, and any flashy style could be amplified by the movie screen. Therefore,

員することができますし、車とかヘアースタイル、洋服、音楽、あるいはいろいろな見栄えが巨大な映画画面の中でパワーを発揮しますから、アメリカ映画におけるブランドは、世界的にアグレッシブにマーケティングの対象となるわけです。映画が公開される前からそういったブランドによって映画は売り込まれていますが、人々はどのような動機で入場券を買うのか、映画のビジネスについて考えていきたいと思います。

映画は、アメリカでは非常に健全なビジネスです。もともと今回のスピーチのタイトルとして私が考えていたのは、ブルース歌手ビリー・ホリデイが作詞した歌の一節として有名な「持てる者はさらに手に入れる」という台詞から取ろうと思っていました。これはまさに世界の映画状況を反映しているもので「恵まれた子供に対して神の恵みあれ」というタイトルでした。

アメリカの大きな映画会社は、ビジネスとして映画を製作し、そのストックでフィルムライブラリーを構築しようとしています。映画会社はそれを持つことで商品化していくことができるのであり、さらにマーケティングすれば、細かく切り分け、パッケージを変えて再度それを販売することも可能です。そういう視点に立てば、国内の興行市場はビジネスのごく一部分でしかありません。それは健全な事業で、現に今後4年間毎年5.5%の成長率が予想されています。ただし、興行収入の成長は、多くの人が映画を観に行くことではなく、入場料の値上げによるものです。

■スクリーン数の過剰なアメリカ

アメリカではスクリーン数と劇場が多すぎるといわれています。現在約36000の映画のスクリーンがあり、今も増えています。ある専門家によると最低でも10000スクリーン多いということです。そうするとどうなるかといいますと、非常に活発な経済活動が見られますが、それが悪化した状況では、すべての市場で同時公開が進み、経済に大きなインパクトをもたらします。映画のプリントを製作して出荷するにはお金がかかりますし、市場でそれを宣伝するのも大変です。それからネガティブコストと呼ばれる映画製作そのものにかかるコストもかさみます。そうした投資が大きくなればなるほど、大きな前宣伝をしないと成功しません。5年前はそれを公開から8週間で回収していましたが、最近是最初の4週間という非常に短い間に獲得しなければなりません。そのためより多くの商品をより早く、迅速に展開しなければなりません。そのような状況になっても映画会社は保守的で、素早く変化することはできずにいますが、しかしいろいろな変化は起きています。例えば、共同製作や、製作コストの共有、配給コストの共有などです。それによってリスクが分散され、ヒットした場合はその分利益も生まれます。

スクリーンを埋めなければならないため、これまでなかったような多様性が見られるようになるという予想外のプラス面も見られます。小さな規模の映画やプレステージもの、あるいは映画祭を対象としたフェスティバル・ピクチャーと呼ばれる作品などがありますが、そういう作品は非常に小さな製作費でつくられています。アメリカには、大小の規模の違いはあるものの、約500の映画祭が存在しますから、そうしたところを対象に展開できるわけです。それでいい評論が出れば、ロサンゼルスやニューヨーク、ダラスやシカゴなどに小さな規模で配給されることになります。そういう市場では、製作費がかからない興味深い映画が好まれますが、そういう作品の数は増えています。場合によっては、特殊な映

brand names have been a subject of aggressive marketing. Even before the showcase of movies, the movie is advertised through brand names. Now I would like to discuss the business of film and the people's incentive to purchasing admission tickets.

In the United States, film is an extremely healthy business. Originally, I was considering one of the lyrics of the blues singer, Billie Holiday, "Them that's got shall get," as the title for this speech. This song truly reflects the current film status of the world and the title was "God Bless the Child."

Major movie companies in the United States produce movies as business, and construct a film library. With it movie companies can convert them to merchandise, and after further marketing, they can resell the bits and pieces with different packages. In that perspective, the domestic market is a small fraction of the business. It is projected that this healthy business would grow at a rate of 5.5% every year for the next 4 years. However, the growth in revenue is not because of more people going to watch movies, but rather due to the increase in admission fees.

■ Excessive Number of Screens in the United States

The United States is considered to have too many screens and movie theatres. Currently, there are about 36,000 movie screens and counting, but according to some experts, there is at least 10,000 too many. What happens then is that there will be a dynamic economic activity, but when that activity slows down, the entire industry may slip at the same time, causing an enormous impact to the economy. A lot of money is necessary when developing film prints and distributing them. Advertising to the market requires great effort as well. Furthermore, the cost for producing the film itself, which is called the negative cost, adds up. As the investment becomes larger, the pre-advertising procedure must be large scale as well in order for the film to succeed. 5 years ago, the investment should have been recovered 8 weeks after the release, but lately, it must be acquired in the first 4 weeks. Therefore, more products must be processed even quicker. Although the movie companies are conservative and unwilling to change quickly despite these circumstances, there are some changes taking effect. For example, there are co-productions, and shared film making costs, as well as shared distribution costs. Risk is dispersed, and the companies are still able to profit off of a hit product.

Because the screens must be used, there was more diversification that was never seen before, and an unexpected plus side was observed. They were festival pictures, which were works intended for small-scaled movies or film festivals, and are produced with a small film making budget. They can be presented at the about 500 different film festivals of different magnitude in the United States. If the movie receives good reviews, they can be distributed to major cities such as Los Angeles, New York, Dallas, and Chicago. In this

画館で公開期間が2、3 カ月になるなど、これまでのアメリカでは見られなかったような現象がアートシアターに限らず商業映画館でも増えてきてきました。

空いているスクリーンを埋めるために輸入する映画は大変多くなっています。例えば、カンフー映画やアニメ、ドキュメンタリー作品、それからインディーズ系のリレーションシップ・ムービーと呼ばれる人間関係を描いた映画などですが、2004 年のヒット映画の収益のうち50～65% はこうした海外作品がもたらしたものでした。なかでもドキュメンタリーは好調で、フランスの『皇帝ペンギン』(2005)は特に成績がよく『華氏911』(2004)のマイケル・ムーアの作品と同じくらい成功しています。ワーナー・ブラザーズは、今までドキュメンタリーをあまり配給していなかったのですが、信じられないような成功を収めました。

■ デジタル映画と二次利用市場の発展

様々な需要を満たすために、今アメリカではコストの低いデジタル制作が一般化しています。規模の小さなデジタル映画が、50 万ドル以下、場合によっては10 万ドル以下の予算で製作されるという状況も、そんなにまれではなくなっています。例えば、そういった作品の中で私がもっとも気に入っている作品は、いくつかの都市に配給されました。タイトルは『Me and You and Everyone We Know (私とあなたと私たちの知っているすべて)』(2005)とありますが、20 代の女性監督が初めての作品としてつくった美しい映画です。この作品の製作費や配給コストはすでに回収してよい評価も得ています。一般に、デジタル映画は35mm のフィルムにすると必ずしも美しくありませんが、この作品はゴージャスで美しく、そもそも我々はなぜ映画を観に行くのかということを思い起こさせます。

アメリカの興行状況におけるトレンドとしては、二次利用市場も爆発的に成長しています。これは映画館以外の市場のことで、例えば、国内のケーブル市場とかDVD レンタル、セル、ペイパービューといったものがあります。それらはだいたい興行収入の3 倍ぐらいの規模まで増えてきて、現在は300 億ドル規模です。レンタルは以前に比べて減ってきて、DVD のレンタルも下がっています。それからセルDVD も少し減少気味です。それらは今後数年間にわたって下がるといわれていて、市場では新しいものを待っているところですよ。恐らくいずれはホームシアターみたいなものが展開されて、オンデマンドによる限定的な視聴サービスが新しい成長市場になるでしょう。

■ 国際市場と国際戦略

国際市場の重要度について見てみますと、1994 年はヒット作による収益の1 割程度が海外からのものでしたが、2004 年には半分以上を占めるようになりました。またアメリカの8 大ヒット作は、昨年、国際市場で2 億5000 万ドルもの収益をあげ、これには映画会社が大変注目しました。そのため各映画会社は、今後の国際市場での戦略を考えたわけです。ご存知かもしれませんが、何年か前に、MGM、パラマウント、ユニバーサルをまとめたUIP (United International Pictures) という国際マーケティング組織ができました。しかし、MGM はソニーに買収されて今はなく、パラマウントとユニバーサルは仲良くできなくて別々の路線を歩むことになりました。このことから、共同でやるとかえってコストがかか

kind of market, there is an increasing number of works that are low budget but contain appealing content. In certain cases, specific theatres release the movie for a span of 2 to 3 months. A phenomena that was never seen before was increasing not only in art theatres, but in commercial theatres as well.

There was an increase in imported film in order to fill the screens as well. For example, there were martial arts movies, animations, documentary works, and relationship movies that depict human relationships. 50~65% of the revenue from the hit products in 2004 were foreign works. Documentaries were doing well, and the "March of the Penguins" (2005) had an exceptional result and succeeded as much as Michael Moore's "Fahrenheit 9/11" (2004) did. Warner Brothers have never distributed documentaries until then, but it achieved incredible success.

■ Digital Film and the Development of the Subsidiary Market

To satisfy a variety of demands, low cost digital production has been generalized in the United States. It is not rare to find a small-scale digital movie to be produced under the budget of \$500,000, sometimes even \$100,000. For example, my favorite movie of such film has been distributed to a few cities. The title is called "Me and You and Everyone We Know" (2005) created by a female director in her 20s. It is her first work and a beautiful movie. It has received appraisal that it has already recovered the film making and distribution costs. Generally speaking, digital movies transferred to 35mm film are not necessarily pretty, but this piece turned out to be gorgeous and beautiful, reminding all of us of why we see movies in the first place.

A trend in the American production situation is the explosive growth of the subsidiary market, which refers to the market besides the movie theatre. For example, there are the domestic cable market, DVD rentals, DVD sells, and pay-per-view. The revenues have grown to about three times that of the theatrical revenue to around \$30 billion. DVD rentals as well as sells are dropping compared to before. Although these are expected to drop in a span of a few years, the market is ready for new technology. Most likely a home theatre would be developed, and a selective on-demand viewing service will be the new growing market.

■ International Market and Strategy

Observing the importance of the international market, 10% of the profit from hit products in 1994 was from international market, but in 2004, international market accounted for over half the revenue of hit products. Also, the 8 American mega-hits drew in revenue of \$250 million from the international market last year, drawing the movie companies' attention. Therefore, the companies devised strategies for the upcoming international market. Some years ago, an international marketing organization, UIP (United International Pictures) that pulled together MGM, Paramount, and Universal was established. However, MGM was bought out by SONY, and Paramount and Universal went off to separate ways after

り、利害もあるので単独でやるほうがうまくいくという結論になり、それぞれの会社が単独でマーケティング活動を進めることになりました。

報道されているほど普及はしていませんが、ワーナーやソニーなどは現地の言語による製作の部門を設けています。いろいろな税優遇策や助成金などの制度がある国でそれを利用して映画をつくっていかうと考えたわけですが、これで成功しているところはまだありません。いったんアメリカの映画会社の資本が入ると、どうしてもコストが上昇してしまいますし、現地の製作ではうまく輸出することもできません。また広く配給したからといって投資を回収できるかどうか定かではないため、アメリカの映画会社としては、なかなかサポートしないわけです。国際市場でブレイクする作品である場合、例えば『HERO』(2002)や『LOVERS (ラヴァーズ)』(2004)、『ロングエンゲージメント』(2005)などはアメリカの映画会社のお金を引きつけることができますが、これらは映画の中の典型とはいえません。映画会社がなぜそれに投資するかといえば、それはアメリカ国内の配給で回収できるからです。

■世界同時公開というビジネス戦略

もう一つ興味深い現象として、映画会社が世界的な同時公開をさらに拡大しようとしていることがあげられますが、これはリスクの多いビジネス戦略です。世界各地で同時公開するには非常にコストがかかります。PR活動のためにスターを各国に行かせることはできませんが、スターがいなければメディアの注目度は下がってしまいます。またマーケティング・メッセージは、非常に早い段階で固めておいて、宣伝キャンペーンを展開しなければなりません。それぞれ国が違うわけですから、違ったキャンペーンが必要になりますが、それを一つにして同一のものを展開しなければなりません。これは大変リスクの多い戦略です。『スターウォーズ エピソード3』(2005)は、大きなモデルケースとして国際市場で同時公開が進められました。そうなった原因は、海賊版の出現があったからで、これによりアメリカのメジャー系は40億ドルもの巨額の被害を被っているわけです。しかし、だからといって国際同時公開が成功するかどうか定かではありません。

それでは今後、どういう方法が考えられるかといいますと、今よりさらに奇妙な状況が構想されています。つまりすべての市場に対して同時公開するというのです。映画公開も、DVDの展開も、ケーブルでの配信やオンデマンドの展開も全部同時ということです。そうすれば海賊版の出現には対抗できるかもしれませんが、本当にそういう状況は起こるのでしょうか。ディズニーのトップ、ボブ・アイガーは、5年以内にこういう状況が必ずやってくるといっています。映画館側はそうした状況を悲観的に考えるようになってきています。では解決策として何が考えられるかといいますと、映画館に来ていただくためのよりよい状況をつくるということになります。よい映画館をつくり、他のイベントも開催するとか、カフェを設けるとか、店を展開するとか、劇場は単に映画を観に行くところではなく、一つの体験を提供する場と捉えるわけです。しかしこれは、別の機会に独立したテーマで1週間ばかりで議論するくらいの話です。ほとんどの映画会社は音楽部門を持っていますが、音楽市場の崩壊がありましたから、同じような状況が映画にも訪れるのではないかと危惧しています。

failing to work together. It was concluded by companies that joint process can add cost and risk. They decided to independently conduct their own marketing schemes.

It is not well known, but Warner and SONY have local film production departments. They sought to utilize the system, such as the country's tax preference scheme and monetary support programs to produce movies, but there are no places where it has succeeded. Once there is capital from American film companies, cost increases inevitably, and local production suffers from exporting the product. Wide distribution does not necessarily mean automatic recovery of investment, and American film companies do not readily support the idea. Works such as "HERO" (2002), "Lovers" (2004) and "Long Engagement" (2005) have had international break-through and attracted money for the film companies, but these are not typical films. American film companies invest in films only because the investment can be collected from distribution within the United States.

■ The Business Strategy of Simultaneous World Release

When American movie companies try to escalate the simultaneous world release, it could have interesting effects, but it is a risky business strategy. Simultaneous release at different parts of the world is very costly. Stars cannot visit every country and conduct promotion activities, and without the stars, the media attention is low. Also, marketing slogans or messages must be solidified at an early stage, and advertising campaigns must be presented. Each country usually needs different campaigns but a unified campaign must be prepared. This is a strategy that is full of risks. "Star Wars : Episode III" (2005) was simultaneously released to the international market as a big model case. This was due to the appearance of pirated copies, and an estimated damage of \$4 billion was avoided by American major studios. However, even so, there is no guarantee whether a simultaneous release would succeed.

Then, what measure can be considered in the future. Something more peculiar than the current situation can be imagined, namely, simultaneous release for all markets: theatre, DVD, cable distribution and on-demand service all at the same time. Then, appearance of pirated copies can be counter measured, but can such a situation really happen? Disney's top, Robert Iger sees this situation in 5 years. Movie theatres are starting to consider this tragic situation. Then, as a solution plan, theatres must create an even better atmosphere and place for people to come. By building quality theatres, hosting events, adding cafes, and setting up shops, the theatre becomes not only a place to watch movies, but a place to offer the total experience. However, this is worth debating for a week with an independent theme at a separate occasion. Most film companies own a music department, and similar to the collapse of the music industry, they fear a similar situation for movies.

■ デジタルシネマの将来

映画館に人々を引きつけるため、あるいは海賊版などに向かうのを阻止する手だてとしては、デジタルシネマが考えられます。これについて私の考えでは、製作費はいっそう安くなり、そのための機器も容易に展開することが可能です。現在、品質的に35mm フィルムに匹敵するようなデジタルシネマを実現するための努力が進められています。このビジネスモデルは、映画館のオーナーにとっても、また映画会社にとってもうまくいきます。というのは、なぜ海賊版が広まったかといえば、映画館の数そのものが少なかったからです。特に中国やインド、ロシアなどでそういう状況が見られます。映画館の多い日本や韓国でも、市場の小さい作品向けのスクリーン数は限られています。アジアには大きな可能性がありますが、劇場数が少ないために上映できないという問題があるわけですから、その問題に対してデジタルシネマは一つの解決策になるでしょう。今中国政府はデジタルシネマの劇場をチェーンでつくろうとしていて、これから数年のうちに600 の新しいデジタル劇場が作られます。これはイギリスも支援しています。映画を観る時に、パーフェクトではないにしても、質の悪い海賊版の画像をテレビで見るよりデジタル劇場のほうがまだいいということになるはずで、50 インチのプラズマスクリーンの値段もだんだん下がってきていますから、ホームシアターは、たぶんこれから映画会社の最後の収入源になっていくと思います。オンデマンドの映画の価格が下がってくれば、将来は各家庭での視聴が増え、封切られたばかりの映画をホームシアターで観る時代がくるでしょう。

■ 映画文化を支える団体

アメリカの主要な非営利団体 (NPO) が、映画を支えるための活動を始めたのは他の国よりかなり遅れていました。スウェーデン、イギリス、フランス、オーストラリアなどの国々では、昔から直接的にNPO が映画業界を支える活動を政府の助成のもとに行っておりましたが、こういった国々にはもともと公的な映画協会があり、上映の助成金を政府から得たり、地域のフィルムアーティストを育成するための資金が調達されたりしていました。しかしアメリカでは、政府がこのような業界を支援することは歓迎されず、そういう意味では芸術のサポートは行われませんでした。映画のような華やかな世界を政府がサポートすることを、政府自体が懐疑的に見たわけです。一般にほとんどの業界は政府の規制を避ける傾向があり、もちろん自主規制もしないことが多いわけですが、米国映画協会は、1922 年にまず政府の検閲と戦いました。自分たちでレーティングシステムをつくりあげて検閲を避けようとしたわけです。第二次世界大戦後は保護主義に移りましたが、当時のヨーロッパには特に強い保護主義がありました。現在、米国映画協会はアメリカの議会では非常に大きな力を持っています。ジャック・バレンティをご存知の方もいらっしゃると思いますが、彼はおよそ 40 年にわたって米国映画協会で権勢を振るい、非常に強力なロビー力を持っています。

1927 年に設立された米国映画芸術科学アカデミーは、アメリカの映画業界を反映した業界団体ですが、独立系のコントラクターが集まってつくったアカデミーであって、企業ではないのが非常に面白い点です。アカデミー賞をご存知のとおり非常に認知度が高く、これがあるために映画芸術科学アカデミーは莫大な収入を得ています。現在はこの財政的な強さを背景に、映画の保存、修復も行っています。

■ The Future of Digital Cinema

To attract people to theatres or to stop pirated copies from circulating, digital cinema can be a solution. I believe that film making cost would be even cheaper, and instruments will readily be available. Currently, there is technology to realize digital cinema, matching the quality of 35mm film. This business model is beneficial for both movie theatre owners and movie companies, because pirated copies proliferated due to the lack of movie theatres around the world, especially in China, India, and Russia. Even in Japan and Korea where there are a lot movie theatres, the screens are limited for products that are intended for a small market. Asia has a big possibility of the problem of not enough movie theatres to screen those films but the problem may be solved with digital cinema. The Chinese government is planning to create a chain of digital cinema theatres, and within a few years, 600 new digital theatres will be built. England is supporting this idea as well. To watch movies at a digital theatre would be preferred over watching a low quality pirated copy on television. 50 inch plasma screens are gradually getting cheaper, so home theatres would probably be the last source of revenue. If on-demand movies drop their prices, the time will come when audience from home increase, and newly released movies will be viewed in home theatres.

■ Organizations that Support the Film Culture

Compared with other countries, the leading American NPO started its activities to support film considerably later. In countries such as Sweden, England, France, and Australia, there were NPOs that directly support the film industry with financial help from the government, and these countries already had public film associations, where the budget was raised from the government in order to show movies and train film artists. However, in the United States, it was not welcomed for the government to support the industry, and in that sense, there was no support for the arts. For the government to support a showy industry such as film, the government saw itself with skepticism. Generally, there has been a trend for most industries to avoid government regulation, and there were many cases for self regulation. In 1922, The Motion Picture Association of America (MPAA) conflicted with the government over censorship when it created its own rating system to avoid censorship. After World War II, there was a general shift to conservatism, and at the time, Europe was strongly conservative. Currently, MPAA has very strong influence in the American congress. As you may all know, Jack Valenti has wielded power in MPAA for 40 years, and has a very strong political influence.

The Academy of Motion Picture Arts and Sciences was established in 1927, and it is an industry organization that reflects the American film industry. It is very interesting, because it is an academy created by independent contractors, and not a business. The academy awards are incredibly famous as you all know, and with this, the Academy of Motion Picture Arts and Sciences earns tremendous profit.

古い映画の保存については、政府の団体である議会図書館が動き始め、またAFIは、世界中に散らばる古いアメリカ映画の収集にのりだし、現在までに約4万本を集めています。

■AFIの活動

現在アメリカで進めている古い映画の収集・保存は、AFIの創立者であるジョージ・スティーブン・ジュニアの提起で始められました。それ以前は、フィルムの保存に無関心で古い映画は古い新聞と同じように終わったら捨てられていましたから、1951年以前に作られたアメリカ映画の50%はもう完全に失われ、永久に取り戻すことができません。そこでAFIは今残っているアメリカの古い映画の収集を始めました。アーカイブのリサーチに何年もかかりましたが、現在は70年代までの映画を収集してカタログをつくっている最中です。また海外に出た映画が製作国に残っていない場合、その映画を元の国に戻して修復する活動も行っています。

アメリカの映画会社の徒弟制度は1960年代後半になくなり、それと同時に映画づくりを勉強する場所もなくなりました。そこでAFIは、世界中の学生を引きつけるような学校にするというコンセプトでAFI コンサーバトリーというアートスクールをつくりました。開校当初から学生の3分の1はアメリカ人以外の学生ですが、この学校が成功している理由の一つはそこにあると思います。卒業生には、デヴィッド・リンチ、テレンス・マリック、エド・ズウィックらがいるのをはじめ、撮影技師、脚本家などもたくさん輩出しております。

最後に「国際的であること」についてお話しします。これは、私がここに来ている理由でもあるわけですが、AFIは、アメリカ以外の他の政府や映画団体と協力することを非常に重要視しております。私は今、ヨルダンの政府と韓国の大学と協力しながら新しい映画のトレーニングプログラムを開発しようとしています。AFIはこうしたトレーニング活動を展開しようとしています。

時間がなくなってきましたので手短かに申し上げますが、これから先、新しい世代を牽引する強い業界であり続けるには、次の点が重要です。高等教育でメディアを使っていくこと。地方の映画祭を活用していくこと。アートシアターなどでいろいろなタイプの映画を見られるようにしていくこと。安価なデジタル製作をサポートしていくこと。そして、多様な観客層を集めること。商業映画への財政政策を自由化させ、優遇税制や助成金、投資プランをつくっていくこと。NPOがその地域のニーズに見合った活動をしていくこと。このようなアプローチで世界の映画文化はこれから先も発展していくことが可能となり、私たちは自らを誇りに思うことができると思います。ご静聴ありがとうございました。

Backed with this financial strength, it is also preserving and restoring film. For preservation of old film, the government organization, Library of Congress, has started to operate, and the AFI has also started collected American classic film that has been dispersed through out the world, to about 40,000 films.

■ The Activities of AFI

In the United States, the collection and preservation of classic films was proposed by the founder of AFI, George Steven Jr. Before the proposal, old films were treated like old newspapers and thrown away, and the people were indifferent to the preservation of film. 50% of American films created before 1951 has been totally lost, never to be retrieved. Therefore, the AFI stepped up to the collection of what old American films remain. Archive research took many years, but the AFI is now in the process creating a catalogue of films collected up to the 70s. Also for films that were distributed abroad, if those films were lost in the country where it was made, AFI conducted activities to recover those films back to the original country.

The apprenticeship of American Companies was gone by the late 1960s and at the same time, there were no more places to learn film making. Therefore the AFI decided to make an art school called the AFI Conservatory with the concept of a school that attracts students from around the globe. Since the opening of the school, about a third of the students are not American, which is one of the reasons why the school has been succeeding. Graduates include David Lynch, Terrence Malick, Ed Zwick's, and many cinematographers and screenplay writers have been educated as well.

Finally, I would like to talk about "being international." That is the reason why I am here, and the AFI emphasizes the cooperation with other non-American governments and film organizations. Right now, I am collaborating with the government of Jordan and a university in Korea, and developing a training program for new cinema, and the AFI is trying to develop such training activities.

I am running out of time so I would make this brief, but for the future, the following points would be significant for drawing in the new generation and sustaining the strength of the industry: use media for higher education, utilize local film festivals, make available the different styles of film at places like the art theatre, support cheaper digital production, gather a diverse audience, liberate the financial policies for commercial film and create tax preference systems, financial support programs, and investment plans, and also NPO should take corresponding actions that meets the regional needs. With this approach, further development of the global film culture can be made possible, and we can be proud of ourselves. Thank you very much.

■広い意味での文化と国家的戦略

これからフランスの文化財の輸出についてお話しますが、私のテーマは、文化の輸出の課題、戦略、手段、資金、方法についてですから、これまでの2人のスピーカーより幅の狭いお話になるかもしれません。

まず、なぜ文化財の輸出を促進するかといいますと、映画やレコード、書籍、著作権などいろいろな文化財がありますが、フランスではそういったものを国家で戦略の対象としております。その理由は、国際収支を改善するという経済的な理由もあります。また、映画や音楽などのプロデューサーたちを国際的に後押しするためとも考えております。この点でアメリカとフランスは映画や文化に対する考え方がまったく違いますので、私はアメリカの方のスピーチを大変興味深く拝聴しました。フランスにおける文化財の輸出は、何よりも国家的な戦略であり、これは経済的な面も含んでいるとはいえ、文化的な戦略の中にも入ってくるものです。つまりフランスは、常に自分の国の作家を広く知らしめたい、監督を世界に知らしめたいと考え、あくまでも、文化的な多様性の推進という観点から行われています。ですから、文化財の輸出の一番の眼目は文化的な問題であるわけです。

■横断的な協力と連携

文化財の輸出に関わるのは、私の働いている文化省が唯一の政府機関ではありません。他に外務省もありますし、貿易省も関与しております。また国外にも在外の今回の文化参事官とか映像アタッシェのような外交官がいるほか、通産省管轄のアタッシェがいます。日本などには文化省担当の文化参事官を派遣していますし、映画関係のアタッシェは各国の大使館に配置しています。このように各地の大使館にネットワークがあり、こういった外交官のネットワークを活用して文化財の輸出を推進しております。我々は省庁間での仕事を重視し、文化省の場合は、外務省と貿易省の二つの役所とよく仕事をするのですが、そこに問題もあります。といいますのは、文化省やCNCの文化的な観点は、必ずしも経済的な観点ではありませんし、また、外交官のネットワークの利益とも違います。したがって、外務省の外交的な利益が文化的なものより優先されることもあるわけです。

一つ日本の例からお話しましょう。2、3年前から、私たちは文化庁と仕事をしたいと思ってきましたので、我々は協力関係を築いていくという覚書きを交わしました。そして我々フランスの文化省としては、そこからさらに一歩進めたいと考えていたわけです。しかしフランスの外交官の方から「日本の皆さんは必ずしもフランス文化省と足並みをそろえていない」といつてきました。ユネスコでは、いわゆる「文化多様性条約」の採択をめぐる対立があったために我々と一緒に仕事ができない、ということになったわけです。韓国の場合も日本と同じような問題がありました。こうした問題は長い議論になりますが、議論の後で常に合意できることだと思えます。

■ Culture and National Strategy

I would like to talk about the export of French cultural assets, but my theme covers the issue, strategy, measures, funding, and means of cultural exports, so my speech may cover a narrower range compared to the previous two speakers.

First, there are different kinds of cultural assets such as films, records, books, and copyrights, and the reason why France encourages cultural exports is that cultural assets can be an object of national strategy. One reason is an economical one to improve trade balance. Also, producers of film and music can be supported internationally. American and French ideas towards film and culture differ in this way, and I listened to the speaker from the United States with much interest. The export of French cultural assets is a national strategy, and although it has an economical incentive, it also falls within the range of a cultural strategy as well. France constantly wants to make our writers and directors known to the world, and this idea stems from the standpoint to promote cultural diversity. Therefore, the focus for exporting cultural assets is a cultural issue.

■ Traversal Cooperation and Collaboration

The Ministry of Culture that I work for is not the only government institution that deals with the export of cultural assets. The Ministry of Foreign Affairs and the Ministry of Trade are also involved. Furthermore, out of the country, there are cultural counselors, diplomats like Visual attaches, and attaches in jurisdiction of the Ministry of International Trade and Industry. Film related attaches are stationed in each embassy, and in Japan, for example, there is a dispatched cultural counselor who is in charge of the Ministry of Culture. This network of embassies and diplomats is used to promote the export of cultural assets. We emphasize cooperation between ministries, and for the Ministry of Culture, we work with both the Ministry of Foreign Affairs and the Ministry of Trade. Here lies a problem. The cultural perspective of the Ministry of Culture and CNC is not necessarily an economical perspective, and it is also different from benefits gained from the networks of diplomats. Therefore, at times, the Ministry of Foreign Affairs' diplomatic benefit is prioritized over the cultural one.

I will give you an example in Japan. We always wanted to work with the Agency for Cultural Affairs (Bunka-Chō), and we exchanged a memorandum to build a cooperative relationship. All of us at the French Ministry of Culture wanted to take it one more step further. However, one of the French diplomats said, "Japanese people are not always acting in concert with the French Ministry of Culture." That is, due to some conflict over the UNESCO Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions, they said they were not able to work with us. We had a similar problem with Korea as well. This kind of problem may trigger a long debate, but it is always possible to reach an agreement after a discussion.

■文化輸出戦略の発展

輸出に関しては、私どもの政策もずいぶん変わりました。CNCは1946年に生まれましたので、まもなく60周年を迎えますが、最初は産業省の管轄でした。アンドレ・マルローによって1959年に文化省がつくられましたので、その年から映画とテレビ番組は文化省の中に入ってきました。文化財の輸出については、この時すぐに文化省の関心事になったわけではありません。最初はまず美術が中心となっておりましたし、59年当時の文化省では、クリエイターに対する支援をたくさん行っていました。フランスの観客を対象としたクリエイターの支援もありました。そうしたなかで、少しずつフランスのレコードや映画が輸出されるようになってきた時に、現在行われているような輸出支援も文化省の関心事となってきたわけです。現在の文化省は、文化財の輸出支援に割り当てている予算はほんのわずかです。2006年度予算については現在、検討しているところですが、1900万ユーロが国際活動のためにとられておりまして、その中にCNCが管理する助成金の予算として830万ユーロが組み入れられています。それに付け加わるものとして、独自の会計によるいわゆるCNCの特殊財源があります。文化財の輸出に対してCNCが出す金額は、文化省からくる1900万ユーロのうちの830万ユーロという少ないものです。これはたいした金額ではありませんので、CNCの独自の会計の方には2000万ユーロほどの金額があります。これが文化省の輸出政策です。

次に、この国の文化の輸出をめぐる戦略について追加いたしますと、来年度の優先項目が6つほど制定されておりますが、そのうちの3つは多少なりとも文化の輸出に関わっています。まず第一はヨーロッパであり、私たちはもっとヨーロッパを中心にした活動を展開したいと考えております。ユーリマージュ基金というヨーロッパ規模の基金がありますので、これを重視していくことが大事になります。第二に、フランスと相手国の間で交互に文化的な交流をする文化シーズンと呼ばれる活動を強化することがあげられています。これは例えば、フランスにおける日本年を開催するといったことです。中国の場合は、3年かけて中国年、フランス年をやってきました。といいますのも、中国では今非常にフランス映画が人気を得ており、一方フランスでも中国映画が人気を博しております。またブラジルとの間でも、現在フランス年、ブラジル年を開催しております。韓国もあります。一年中ではありませんが2007年に数カ月間、韓国の月が設けられます。こういう催しは、やはり文化財の輸出を優先して行われる催事となります。第三は、最初からフランスが信念として打ち出していることですが、文化の多様性の課題に取り組むということです。文化の多様性については、先ほどアン様からユネスコでの交渉についてのお話もありましたが、文化の部門、あるいはオーディオビジュアルの部門のすべてが自由化されるというのではなくて、やはり各国で、自国の文化に対する支援策が制定されるべきだと思っております。私は、これは絶対的に重要な条件だと思っております。これがあってこそお互いの協力による共同製作が可能になると思いますので、我々は文化多様性を支持する政策がある国と共同製作の協定を結んでおります。大変雑駁にご説明いたしました。これがフランスの文化輸出に関する戦略です。

■映画の輸出と輸入

文化財の輸出金額と輸入金額を見ていきますと、音楽などは今輸出も輸入も増えていて、文化財の輸入と輸出の差は

■ The Development of Culture Export Strategy

Our policies regarding export have considerably changed. It is almost 60 years since CNC was born in 1946, and it was first under the jurisdiction of the Ministry of Industry. In 1959, the Ministry of Culture was established by Andre Malraux, and after that year, film and television shows were placed under the jurisdiction of the Ministry of Culture. At the time, however, the export of cultural assets was not the immediate interest for the Ministry of Culture. In the beginning, the focus of the ministry was on fine arts, and in 1959, the ministry offered a lot of support to creators, which in turn benefited the French audience. As more French film and records were exported, supporting export, as it is done now, became an interest for the Ministry of Culture. Currently, the budget allocated to cultural assets export support is very small. The 2006 budget is currently under consideration, and out of 19 million euro that is reserved for international activities, 8.3 million euro is managed by CNC as subsidy budget. Added on to it is CNC's special resource fund. The amount that CNC provides for the export of cultural assets is 8.3 million euro out of 19 million euro from the Ministry of Culture, which is not much. Since this is not enough, CNC's own accounting keeps about 20 million euro. This is the export policy of the Ministry of Culture.

Regarding the strategy over cultural export, out of next year's six priority contents, three are somewhat related to cultural export. The first is to further intensify our activities in Europe. There is a European fund called the Eurimages fund and it is important to place more emphasis on this fund. The second is to strengthen the activity called the Cultural Season, where France and partner countries make cultural exchange, like holding Japan Year in France, for example. With China, we held China Year and France Year for three years. In China, French films are very popular, and in France, Chinese films are gaining popularity. We also have relations with Brazil, and currently holding Brazil and France Year. For a few months in 2007, we will hold Korea Month. In these events, priority is given to the export of cultural assets, as is expected. The third is to work on the issue of cultural diversity, which is France's principle from the beginning. Regarding cultural diversity, Ms. An has just made some discussion about the UNESCO negotiation, and I believe that each country should establish some measures to support their own culture, rather than liberating all of the cultural departments or audio visual departments. In fact, I believe that this is an absolutely important requirement. Co-production through mutual cooperation is not possible without this, so we have an agreement for co-production with countries that have policies to support cultural diversity. It has been a rather patchy explanation, but this is France's strategy for cultural export.

■ Export and Import of Film

Comparing the export and the import sum of cultural assets, both export and import of music are increasing, and the

小さくなってきています。映画やテレビなどの映像番組の輸出について見ていきますと、フランス映画の輸出金額は、2003年から2004年の間に20%も増加して非常に収益があり、2004年は2億2300万ユーロとなっています。こうした映画の輸出収入の78%が新作、つまり5年以内に製作された作品です。昔つくられてカタログに掲載されている旧作は22%以下ということです。

映画の主要な輸出相手国を見ていきますと、フランス側から見て顧客となっている国のトップ3は、ドイツ、イタリア、日本です。2003年と2004年のトップ3は変わらず、この3カ国だけで輸出の4割以上を占めておりまして、4番めにスペイン、その次にアメリカ、カナダなどが続いています。アメリカは非常に特殊ですが、先ほどハインドマンさんからお話がありましたように『皇帝ペンギン』が高い興行成績をあげていますから、恐らく2005年度の統計では、アメリカは4番めのスペインの前にくるでしょう。日本に関していうなら、フランス映画の輸出先としては非常にいいマーケットで、定期的に輸出されておりまして、また、コンタクトも定期的に行われておりまして、購入価格もかなり高い価格で買っただいておりまして、ここで今後数年間の動向について考えますと、他にも新しいマーケットが興隆しているといえます。こうした新しい市場は、自分たちの国の映画を支援しております。といいますのは、自国の映画を支援する国ほど、じつは外国の映画にも関心を示すからです。その点でアメリカだけは例外なのですが、韓国はそういう状況ですし、タイやシンガポール、それから中国からも多くの需要が出てきています。中国には検閲がありますが、マーケットの興隆がありますから、2005年から2006年には日本と中国の順位が少し変わってくるかもしれません。

次に、フランスの輸出関連企業の数を見ますと、映画の輸出会社は合計で18社しかありません。たいして数はないということで、そのうちの3社が収入全体の50%以上を占めています。

■テレビ番組の輸出と輸入

映画以外の映像、テレビ映像番組のほうを見ますと、こちらは映画ほど素晴らしい成果はあがっていません。2004年の輸出収益は、1億800万ユーロ増えてやや改善しましたが、2000年から4年連続で減り続けてきました。これに対するフランス文化大臣からの要請を受けて、CNCは危機脱出を図るための提案書を提出したところです。これは外部の専門家の力を借りまして、これ以上映像番組の売上げが下がらないようにするための対策をまとめたものです。

テレビ番組の中では、アニメが一番人気があり、ドキュメンタリーはほぼ安定していますが、フィクションやドラマはなかなか売れません。といいますのも、フランスにいらっちゃって、フランスのテレビでドラマをご覧になればわかりになることですが、明らかにフランス人向けにつくっているからです。また150分ではなく、90分というフォーマットでつくってまして外国の番組枠にはなかなか入りませんので、輸出するには非常にハンデがあります。こうしたテレビ番組の顧客については、映画の顧客と似通ったところもあります。まず経済的に豊かでテレビのあるところが輸出市場の主要なところですから、西ヨーロッパ、北米、それから日本が入ってきます。他の国では、韓国や中国などが有力で、今かなりテレビ番組が発展してまして、フランスからの購入にも興味を示しています。まったく買ってくれないところともフランスは協力関係を試みているのです

difference between export and import of cultural assets is getting smaller. For films and television programs, the export sum from 2003 to 2004 has increased 20%, resulting in a profit of 223 million euro in 2004. 78% of the export revenue of films was from new releases, that is, films that were produced within 5 years. Old films listed in the catalogue are less than 22% of the export revenue.

The top 3 export counterparts for French films are Germany, Italy, and Japan. The top 3 remained the same in 2003 and 2004, and these three countries account for more than 40% of the exports. The fourth is Spain, then the United States, and Canada. As Dr. Hindman has mentioned, "The March of the Penguins" made a big hit at the box office, so in the statistics of 2005, it is expected that the United States will come in the 4th in front of Spain. Japan is considered a very good market for French film export, and films are exported regularly. Also, we make contacts with Japan periodically, and they buy films from France for a fairly high price. Considering trends in the following few years, new markets will appear. These new markets support films of their own countries. The more support a country gives to its own films, the more interest it shows in foreign films as well. The United States is the only exception, but it is true in Korea. There are also increasing demands in Thai, Singapore, and China. Although there is censorship in China, there is a growing market there, so from 2005 to 2006, the order of Japan and China may change.

Now, looking at the number of French companies that are involved in export, there are only 18 businesses that export films. This is not a large number, and three companies account for 50% of the entire revenue of the film export business.

■ Export and Import of Television Programs

Compared with films, television programs are not as excellent. The export revenue for 2004 showed improvement, increasing by 108 million euro, but the revenue has been declining for 4 years in a row since 2000. By the request of the French cultural minister, CNC has submitted a proposal for getting out of this crisis. With the help from outside experts, the proposal suggests ideas to prevent the sales of visual programs from slipping further down.

Animation is the most popular among television programs. Documentaries are stable, but fiction and drama are not selling. If you see a French drama on television, you would realize that it is clearly intended for French audiences. Also, it is in 90 minute format, not 150 minute, which is a disadvantage for exporting them because it does not fit into the time frame of foreign programs. Clients for these kinds of television programs are similar to clients for films. One of the important aspects of being a good export market is to be economically wealthy and have TVs, so that definition would include west Europe, North America, and Japan. Korea and China also have potential, and they show interest in buying TV programs from France. France is also attempting to make a cooperative relationship with other countries, but Black Africa does not buy TV programs from France at all. This

が、それでもやはり買ってくれないのはブラックアフリカです。これは資金が足りないために公共テレビのシステムがうまく機能せず、なかなか番組を買えないわけです。それからインドは、お金はありますが、フランスの映画に対してもオープンではありません。もともとインドは非常に優れた映画産業を持っています。ということは、フランスの映画であろうとテレビ番組であろうと、インドはなかなか興味を抱いてくれないということです。

■映画振興政策を担うCNC

フランス国立映画センター（CNC）が行っている輸出支援は、全体的な映画産業支援政策の一部であり、実際は、製作、配給、興行、上映、輸出、国際協力など、さまざまな支援を行っています。国際的な局面では、これらがすべての段階で関係してきます。例をあげましょう。フランスのプロデューサーに対して、CNCは、支援会計というものを持っています。これは特別税が収入源となっていますが、例えば、テレビ広告から税を徴収するなど、だいたい年間5億ユーロの収入があります。それをプロデューサーと配給業者と興行主に分けていきます。製作プロダクションがある時は、CNCが管理している支援基金のほうから助成金を出します。つまり、支援基金から一部制作費をもらい、それから今度は映画を輸出するための財源としてそれをを使うわけです。つまり、製作、配給、興行、輸出すべての段階で輸出を促進することが考慮されています。これは、政府の積極的な政策です。以前はこのようなことをしていなかったのですが、現在は、映画というものは、フランス国内やヨーロッパだけで上映されるべきものではなく、国際的に上映されるべきという考えを考慮しています。これに加えてお話ししておきたいのは、CNCのシステムの中に映画に対する自動支援がある点です。これは、それまでにどれだけ切符が売れたか、何回テレビで上映されたか、ということに合わせて、自動的に助成金がもらえるか、あるいは、選別的な助成金がもらえるかのどちらかになるというものです。

輸出でいえることは、これまでのスピーカーの方も触れていましたが、輸出が盛んになるのは、やはり国内市場が繁栄している時です。国内で繁栄し興隆している産業がなければ、輸出も興隆を極めることはないのです。

フランスは、年間210本ほどの映画を製作しており、5500の映画館のスクリーンがあります。通算約2億人の観客がいて、様々な国の映画が上映されていますから、パリではいろいろな映画を年間650本観ることができます。国内市場は非常に強固なものとなっており、また非常に特別で、税も徴収することができ、それがまたプロデューサーにも回っていて、さらにそれを原資として輸出を促進しているわけですが、こうしたことは、私は映画の支援をする上で必要な条件だと思っています。ただこれだけで十分とはいえません。やはりコンテンツも検討しなくてはいけないんです。アメリカの場合はそれに非常にきちんと対応しているらしいです。映画をたくさんつくっているフランスでもそのメカニズムはできていますが、国際的なマーケットに合う映画を必ずしもつくるわけではないという傾向があります。ドキュメンタリーについては『皇帝ペンギン』もその例ですが、人気が高まっています。その他作家主義の映画やアニメーションもある、というふうに非常にバラエティに富んでいます。フランスの監督は、アジアのマーケットに合うかどうかまでは考えていません。しかしながら輸出のためのツールはそろってしまっていて、我々はアジアのマーケット

is because they lack funding for a public television system to function, and cannot afford to buy programs. India has money, but they are not open to French films. India already has an excellent film industry. Therefore, they do not show much interest toward French films and TV programs.

■CNC Takes a Major Role in Film Promotion Policies

The export support that CNC is conducting is only a part of the entire film industry support policies. We carry out various kinds of support, such as, production, distribution, exhibition, export, and international cooperation. All of these are involved at the international level. For example, CNC has something called support accounting for French producers. The revenue source for this is special taxes. Taxes are collected from television commercials, and there is revenue of about 500 million euro each year. This amount is split among producers, distributors, and exhibitors. When there is a film production, subsidies are provided from the support fund that CNC is managing. That is, a part of the production money is taken out of the support fund, and then it is used as a financial source to export films. Therefore, at all stages of production, distribution, exhibition, and export, it is designed to promote export. This is an aggressive policy of the government. Earlier, the government did not make this kind of action, but now, they think that films should be shown not only in France and Europe, but internationally. In addition, I would like to mention the automatic support for films that is part of the CNC system. This is an automated system that calculates how many tickets were sold and how many times a program was aired on television, and prioritizes where the subsidy would go and how much would be given.

As other speakers have mentioned, export becomes active when the domestic market is prospering. If there is no industry that is flourishing domestically, export does not prosper.

France makes about 210 films a year, and there are 5500 movie theatre screens. There is a total audience of about 200 million, and in Paris where films from various countries are shown, you can see about 650 films each year. The domestic market is very solid. It is also very unique. Taxes can be collected, which in turn circulate back to producers and also become funding for promoting exports. I think that this is necessary and important in supporting films, but this is not enough. Film contents should be considered as well, like in the United States where they take proper measures. In France where a lot of films are made, the mechanism exists, but there is a tendency that French directors do not always make films that are suitable to the international market. "March of the Penguins" is an example. Its popularity is increasing and there is a range of different genres including auteurism films and animations, but French directors do not care whether their films are suitable to the Asian market. Tools for export are there, and we think that we should be more open toward the Asian market, although it may depend on a give and take situation.

に対してよりオープンであるべきだと思うのですが、それはギブアンドテイクによるかとも思います。

■フランスと日本映画

昨日、とある質問を受けました。今の話とは逆で、フランスで好まれている日本の監督はどういった人たちでしょうか、というものです。私たちは外国の映画に対して非常に関心を抱いておりますので、1年前から現在まででヒットしている作品を調べてきました。フランスでは、宮崎駿さんや高畑勲さんの新作が発表されればみんな殺到しますから、これは日本の輸出金額を牽引するでしょう。ということで、フランスで一番人気があるのは日本のアニメです。その他には、作家主義の映画があります。黒沢清さんや北野武さんの作品のように、映画祭で上映されるような作品に対しては、フランスでは20万人から50万人ぐらいの観客がいます。フランスで北野さんは非常に人気が高いのですが、いわゆるコメディアンとしては知られていなくて、監督として知られております。その他に中田秀夫さんのものや、日本のホラー、幽霊関係も人気があります。それから文化遺産的なものも高く評価しています。といいますのも、フランスは日本映画を文化として享受してきましたから、成瀬巳喜男や小津安二郎、溝口健二らの監督作品の回顧上映がよくあります。こういった日本映画は今でもフランスで人気を得ております。今回のカンヌで日本とフランスが調印した協力覚書では、そういった先端的な作家主義の映画と、それからマスマーケット向けの映画の両面から取り組んでいきたいと思っているのですが、ではどういった映画がいいかということは、フランス側でも日本側でもまだ考えがまとまっております。ですからこれから検討していくことになります。

輸出と共同製作は当然に関係してくるもので、共同製作協定を調印した国が40カ国ありますが、そういった国についてはもちろん輸出がより簡単になります。最近調印した国には、ドイツ、イタリア、ベルギーなどがありますが、日本とは今話し合っているところです。これは協力と共同製作についての話し合いですが、輸出を促進する上での非常に重要なソリューションになります。

■映画の輸出に対する助成制度——方法と手段

輸出促進のための方法と手段については、フランスでは、あらゆる映画とテレビ番組を支援するための一種のバッテリーのようなものがあります。まず、企業に対する助成制度ですが、上流部門では、選別的な支援があります。そして下流部門では、配給に対する助成があります。2004年度には90万ユーロの助成制度がありまして、映画が製作された時や、上映された時に助成を受けることができます。上流部門では、撮影が終わった時、外国にその映画を輸出するための助成、つまり市場開拓の助成があります。これは世界中に活動の拠点があるユニフランスが直接に関わっています。ユニフランスは、750万ユーロの年間予算を持っておりまして、外国の配給業者をフランスに招いて、その配給業者とフランスの輸出業者との連携を取りもつ活動をしております。ですからこれは、フランスの輸出業者が日本にフランス映画を輸出する際、その助成金を日本の輸入者側に助成するというような制度でもあるわけです。CNCが資金を供出するわけですが、それを管理しているのはユニフランスになります。CNCは国の機関であり、文化省の管轄にある公的な機関です。プロモーションに関するものは、CNCから300万ユーロの資金支援を受けているTVFI (TV France International)と

■ France and Japanese Films

I was asked a question yesterday about what kinds of Japanese directors are popular in France. We have a strong interest in foreign films so we researched the works that made a big hit during the past one year. New works of Hayao MIYAZAKI and Isao TAKAHATA will attract everyone and drive Japan's export revenue. Therefore, Japanese anime is the most popular in France. There are also films of auteurism. Works shown at film festivals such as those created by Kiyoshi KUROSAWA and Takeshi KITANO will attract about 200,000 to 500,000 audiences in France. Mr. KITANO is very popular in France as a director, and not widely known as a comedian. Other popular films are Japanese horror films, ghost related films, and works by Hideo NAKATA. Works of cultural heritage are also high evaluated, because France has always enjoyed Japanese films as culture. Retrospective exhibitions of Mikio NARUSE, Yasujiro OZU, and Kenji MIZOGUCHI are often held. These Japanese films are still popular. We are thinking about including two aspects of films in the agreement memorandum that Japan and France signed at Cannes, where one is leading-edge films of auteurism and the other is mass market oriented films. France and Japan have not decided which films are suitable, and we are planning to discuss further options.

Export and co-production clearly relate to each other, and there are about 40 countries that signed the co-production agreement. Export is a lot easier for those countries. Countries that recently signed the agreement include Germany, Italy, and Belgium. We are now making negotiations with Japan about cooperation and co-production, and it will be an important solution for promoting export.

■ Subsidy System for Film Export - Means and Measures

In France, in order to promote export, there is a kind of battery that supports every film and television program. First, there is a subsidy system for businesses, and there is selective support for the upper division. For the lower division, there are subsidies for distribution. In 2004, there was a subsidy system of 900,000 euro, and you can receive a subsidy when you make or show a film. For the upper division, when filming is over, you can receive subsidies for exporting that movie to overseas. Those are subsidies to open up new markets. Uni France which has branches all over the world is directly involved in this. Uni France has a yearly budget of 7.5 million euro and they invite distribution businesses to France and introduce them to French export businesses. Therefore, this system can offer subsidies to Japanese import businesses when French films are exported to Japan. CNC provides the budget, and Uni France manages it. CNC is a national institution, and it is a public institution under the jurisdiction of the Ministry of Culture. For promotion, there is another association, TVFI (TV France International) that receives financial support of 3 million euro from CNC. The function

いう協会があります。この協会は、東京ショウケースや、ソウルショウケースのようなかたちで、その市場にいてその輸出業者と協力して仕事するのがその役割となっています。また、映画以外の映像作品に関して、その国の市場で起こっていることや情報を集めて提供するのもその仕事となっています。

もう一つの重要な点としてあげておきたいのは、フランスで気がついたことですが、映画と観光は関係があるということです。映画がフランスで撮影されますと、それを通してフランスに興味を持つことがあるとわかりました。フランスに観光客を呼ぶきっかけになると気づいたわけです。そのため、フランス国立映画委員会は、撮影がフランスの景色の中で行われるように、また、フランスに外国人が来るように、という方向で活動をしております。『ダ・ヴィンチ・コード』(2006 公開予定)はアメリカ映画ですけれども、現在パリで撮影中です。これは、ルーブル美術館やパリのあちこちで撮影をするという映画ですので、非常に困難が伴いました。ソフィア・ Coppola 監督がマリー・アントワネットの生涯を描く映画 (2007 公開予定) の撮影にあたっては、フランスの映画界もフランスで撮影を行うことが可能になるようにいろいろな支援をしました。そうした努力の成果として、映画がフランスで撮影され、その映画の影響で観光客がフランスにくるといふよい効果が出てくるわけです。最初に申し上げましたように、映画を輸出するということは、文化の輸出という幅広い意味で捉えるべきであると考えます。ご静聴ありがとうございました。

of this association is to be at the market and cooperate with export businesses, like at the Tokyo Showcase and the Seoul Showcase. Also, they research what is going on in that market and provide information on visual works other than films.

Another important issue that we noticed in France is that tourism and films are related to each other. When a movie is filmed in France, there are people who take an interest in France through that film. It can be a tool to attract tourists to France. Therefore, the French National Film Committee is asking directors to do filming with French sceneries in background, so that foreigners who see these films are attracted to France. "Da Vinci Code" (to be released in 2006) is an American film, but currently being shot in Paris. There was a lot a trouble while shooting the film because it includes scenes from the Louvre Museum and other places all over Paris. For the filming of Sofia Coppola's film about Mary Antoinette's life(to be released in 2007), the French film industry gave a lot of support to make it possible to do the filming in France. As a result, the movie was filmed in France, creating an effect of attracting tourists to France. As mentioned in the beginning, film export should be treated broadly in terms of cultural export. Thank you very much.

第3部

シンポジウム「国境を越える映画とは」

■文化の多様性を守っていくために

司会者：第3部では、文化庁文化部の寺脇研部長に加わっていただきます。寺脇部長は、学生時代から映画専門雑誌『キネマ旬報』等に投稿されるなど、映画に対して深い造詣をお持ちで、2002年より現職に就かれております。さて、第3部ではまず、皆様方からおあずかりした質問をいくつか披露させていただきましてお答えをいただきます。一つめは、韓国のアン委員長および、アメリカのハインドマン博士への質問です。スクリーンクォーター制が、多様な映画を観るチャンス奪っているとは考えられないでしょうか、というご質問です。

アン・ジョンスク：スクリーンクォーター制度が多様な映画を観る機会をなくしているとは思いません。正直に申し上げますと、韓国では、スクリーンクォーター制度があり、輸入量が規制されるため、20年間、人気の高いハリウッド映画だけが入ってくるという時代がありました。その人気が高かったために、かえって他の多様な映画を見る機会はなくなりました。その後、フランスのヌーベルバーグの映画が入ってくるようになりましたが、制度が変わって統制がひどくなり、ハリウッド映画と香港の一部の娯楽映画のみが入るような時代もありました。文化はそこに存在してこそそれを観る観客が出てくるわけで、映画自体が入ってこない観客も出てこないのです。ですから、日本の映画や他のアジアの映画やフランス映画が韓国に輸入されるためには、スクリーンクォーター制度はまったく制約にはなりません。むしろ多様な文化圏の映画が入るようにするために、KOFICでは市場のシェアが一定以下になっている国の映画についてはむしろ輸入を支援しています。ここにいらっしゃるフランス代表の方も、それから多くの映画界の方たちも韓国のスクリーンクォーター制度を支持しています。この制度は、むしろ韓国映画を生き延びさせ、世界の映画の多様化に寄与すると考えております。スクリーンクォーター制度に反対する国は、恐らく地球上に一つで、先ほどお話に出ていた強力なロビイスト、ジャック・パレンティが代表にいらっしゃる場所ですね。

ハインドマン：こういうディスカッションの中のアメリカ人は、サーカスの中でパイを投げつけられるピエロのような気がしてまいります。私自身は文化の多様性を大変重要視しております。単一的な文化ほど最悪なものはありません。そして、自分の信念となっていることは、文化のマーケットの自由が重要だということです。つまり人々は自由に自分の興味を追及するべきであり、そうする権利を持つべきだということです。その自由を奪うことは、人間性を妨げることになるわけです。ある特定の映画を観たいという人たちは、それがあるところを見つけてその市場に行きますから、そこないとしても必ずしもそれを阻害していることにはならないかもしれません。ただアメリカの配給システムと経済力を過小評価するつもりはありませんし、どういった映画が劇場にかけられて、どういった映画がかからないということに働く力があります。ですから、人々が自分の追求する文化を求める自由が確保されるべきということです。

Part 3

Symposium "Films that cross the borders"

■ In Order to Protect Cultural Diversity

MODERATOR: For part 3, Director TERAWAKI from the Agency for Cultural Affairs will join the panel. Since his student days, Director TERAWAKI has contributed to film magazines such as "Kinema-Junpo" showing a deep understanding of films. He has taken up his current post since 2002. I would like to introduce some questions that we received from the audience and ask you to answer them. The first question is for chairman An from Korea and Dr. Hindman from the United States. The question is: Do you think that the screen quota system is taking away the opportunity to watch a variety of films.

An Cheong-sook: I don't think that the screen quota system is taking away the opportunity to watch a variety of films. To be honest, Korea had the screen quota system, and there was a limit to the number of films that could be imported, so there was a period for about 20 years when we only had popular Hollywood movies that came into Korea. Those movies were so popular that in turn, there was no opportunity to watch other various films. Later, French nouvelle vague films started to come in, but the system changed toward more strict regulation, and there was also a period when only Hollywood films and a few entertainment films from Hong Kong came in. There would be no audience if no culture exists for them to see, and with no film coming in, there will be no audience. Therefore, the screen quota system does not restrain anything for Japanese, Asian, and French films to be imported to Korea. In fact, in order to make it possible to import culturally diverse films, KOFIC supports the import of films from countries where the market share does not meet a certain level. The representative of France and many people in the film industry support Korea's screen quota system. In fact, this system lets Korean film survive and contribute to the diversification of the worldwide film industry. There is only one country in this world that opposes the screen quota system, and as mentioned earlier, it is where the powerful lobbyist and representative Jack Valenti is from.

Hindman: I feel that an American in this kind of discussion is like a circus clown that gets pies thrown at. I personally attach importance to cultural diversity. There is nothing worse than a single culture. What I believe in is the importance of a liberal cultural market. That is, people have the freedom to pursue their own interests, and have the right to do so. To take away that freedom is to obstruct human nature. When people want to see a particular film, they will go to the market that shows it, and even if it is not there, it does not necessarily mean that it is being oppressed. I do not intend to underestimate the United States' distribution system and economic power, and there is a power to influence what films are shown and not shown in a theater. What I want to

司会者：奥の深いテーマですので、なかなか答えが出るようなものではないと思います。では、続いて2つめの質問です。フランスでは、文化の多様性を推進する政策が文化や映画の輸出入の大きな要因になっているらしいとわかり興味を持ちました。この政策についてより細かな説明がほしいという内容です。それではバルバルーさんから順番にお願いします。

バルバルー：我々のすべての支援策は、文化的な多様性を認知することから始まっております。一つの例を挙げましょう。CNCは、製作から配給、興行、輸出まですべてのレベルで自動的に支援を行っています。映画やテレビの上映や放映に応じてそのプロデューサーを支援する仕組みがあるほか、CNCのポリシーから選抜するものもあり、選抜的な支援には40%さかれています。これがあることで、例えば資金調達のむずかしい映画も支援できるわけです。その場合は興行前倒し金というかたちで支援します。こうしたことで文化的多様性を維持していくわけです。フランスはこの件に関しては、やはり選抜的な支援の金額が重要だと思っております。これは上映の成果とか経済的な問題ではなく、我々のほうで文化的ないしは芸術的な価値を考慮して選抜的に資金援助をしていくことが重要なポイントだと思います。

国際的な面での文化的多様性という概念は、最初は「文化的特例」とよく言われておりました。15年ぐらい前からフランスの「文化的特例」を守るための闘いが始まりましたが、この言葉はやや強引な概念と見られました。そして他の国とのコンセンサスを得るために、我々は文化的多様性という概念を使うことになったわけです。KOFICのアンさんも言及されましたが、数日前（10月20日）にユネスコで「文化多様性条約」が調印されました。これはユネスコのレベルで文化的な多様性を保障する条約です。つまり一方ではWTO（世界貿易機関）での交渉があり、同時にもう一方では、ユネスコの条約を考慮しなくてはならないことになります。映画などは、他のものと同じような商品ではないため、WTOでも文化的多様性を維持するため例外的な措置を取らなくてはならない。ここに至るまでには長い交渉がありましたが、各国が自国の文化を保護するためには、それぞれ自由に支援政策を実施していいということです。今後はWTOにおける交渉であっても、自国の映画やテレビ番組を守るための政策を無視することはできません。それはまた、別の二国間の条約によって妨害されないようにしていけるということにもなります。これには韓国の方もぜひぶん関与してらっしゃいますので、韓国の方からの補足もお願いしたいと存じます。

アン・ジョンスク：はい。韓国の場合もスクリーンクォーターを守るための運動が、のちに自然な形で文化の多様性を守るという運動に発展しました。文化的多様性については、フランスの代表がお話してくださいましたので、私は一つだけ申し上げたいと思います。「文化多様性条約」は、先ほどアメリカの代表がおっしゃった文化のマーケットを自由にしていくのとは対立する概念です。文化の自由な交流のためにも、各国の映画は同等の力を持たなければいけないと思います。ドイツの場合はようやく今20%ぐらいの観客占有率を持つに至っていますが、まだ1%以下の国もあります。その大部分を占めているのはほとんどアメリカ映画です。アメリカの国内では、これまで多くの場合その国内で有力企業がその市場を独占していましたが、公正な取引行為のために規制を設ける法案が1940年代以降たくさんつくられるようになり

say is that the freedom for people to seek after the kind of culture they wish to pursue should be secured.

MODERATOR: It is a profound theme so it may be difficult to get a definitive answer. Let us move on to the next question. The question is, it was very interesting to find out that the policy to promote cultural diversity is a big factor for export and import of culture and films. The person who asked this question wants a more specific explanation regarding this policy. I would like the panel to answer this question. Will you please start, Ms. Barbaroux?

Barbaroux: Our support scheme initiates from the acknowledgement of cultural diversity. For example, CNC automatically provides support at all levels from film production, distribution, exhibition, to export. Besides the mechanism to support producers based on showing and broadcasting of films and television programs, there are also selective support procedures based on CNC policy. About 40% is selective support, and this makes it possible to support films that are difficult to raise funds. In this case, we provide support in the form of early production money. This is how cultural diversity is maintained. Regarding this, France believes that selective financial support is important. This is not an issue of film showing results or an economic issue, but what matters is that we selectively provide financial support in consideration of cultural or artistic values.

The concept of cultural diversity in international aspects was initially called "cultural exception." About 15 years ago, struggle started to defend the French "cultural exception," and this word was viewed as a relatively aggressive concept. Therefore, to gain consensus from other countries, we started using the concept of cultural diversity. As Ms. An from KOFIC mentioned earlier, UNESCO signed the Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions a few days ago (October 20th). This is an agreement to guarantee cultural diversity at the UNESCO level. Therefore, on one hand, you need to make negotiations with the WTO, and on the other hand, you need to take the UNESCO agreement into consideration. Films cannot be treated in the same way as other products, and the WTO too must take exceptional measures to maintain cultural diversity. There had been long negotiations until we reach this level, but for each country to protect its own culture, it is OK to take any support policies they like. From now on, even during negotiations at the WTO, you cannot ignore policies to protect domestic films and television programs. It also means that these policies are not disrupted by agreements between other two countries. Korea is also involved in this situation and will you give us a supplementary explanation, Ms. An?

An Cheong-sook: Sure. Likewise in Korea, the movement to protect the screen quota naturally developed into a movement to protect cultural diversity. The representative of France already talked about cultural diversity so I would like to add one more thing. The Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions is a

ました。なぜそのような法律が作られたかということ、市場の競争だけにまかせると、公益が妨害されると考えたためだと思います。アメリカでは映画を商品といい、韓国では映画を商品とは言わず文化といっていますが、世界の映画市場を考えたときに、ある強い主体とそれを受け入れる客体の間には理論上自由な競争は存在しえないと思います。ですから「文化多様性条約」は、真の自由を保障するために必要なものだと思います。

司会者：マイナス材料は何かないのかという問いかけがきておりますが、いかがでしょうか。

ハインドマン：私どもが文化の多様性を信奉しておりますことは真であります。誰も文化の独占は望んでおりません。これは興行収益の点だけでなくもっと広い視点から見たいと思います。ミャンマーに数年前訪れたことがございます。最近ベトナムにも参りました。いずれの場合も35mmのフィルムは政府が規制とコントロールをしている正式な映画文化というのがあります。政府の統制が非常に強く、また大予算の映画は厳しい検閲を受けて配給されるわけです。そこで調べてみますと、ビデオを中心にしたオフィシャルではない映像文化があり、若いフィルムメーカーたちが面白い映画をつくっております。それをいろいろなところで紹介する非公式なビデオもたくさんありました。これは非公式な文化ですが、正式の映画館ばかりではなくて、いろいろなところで上映されていました。ですから、公式に語られるものだけが文化ではないわけで、ここでの会話が二極化するのはいくはないと思います。アメリカの文化は叩こうと思えば叩けますが、現在はメディアの文化は非常に深いです。ですから私どものことも広い視点から見るべきだと思います。フリーマーケット化、フリーの文化は私どもの目指す方向性です。

司会者：非常に歴史の長い議題ですのでなかなか簡単に答えが出るものではないというのは、皆様方ご理解されていると思います。最後に寺脇部長、この議題に関して日本はどういう立場にあるのでしょうか。

寺脇：日本は「文化多様性条約」に賛成して投票しているわけで、文化の多様性が素晴らしいものであることは争う余地のないことだと思います。ただ日本の場合考えなければならぬのは、実はこの「文化多様性条約」について、日本の国民はほとんどその存在を知らないということがあります。今私たちがやらなければならないのは、国として文化の多様性を認め、「文化多様性条約」に賛成しただけで終わるのではなく、国民の皆様さんに文化の多様性について考えてもらい、認識してもらう機会をつくっていかなければいけない。その上で例えば映画を見る時に、国民がどのような選択をしていくかということが出てくるのだらうと思います。フランスや韓国のように文化の多様性を国民全体が認識している国は、そういう意味でお手本にしなければならないと思うし、文化庁としても国民が文化の多様性をどう受け止めてどう行動するかという認識や議論を深めていく機会を、これから大いに設けていかなければならないと思っています。

司会者：文化の多様性をいかにして守るかは本当に根の深い、しかもなかなか解の出ない問題ですので、またこの後のレセプションで議論いただきたいと思います。

concept that stands opposite to what the representative of the United States has said about liberating the cultural market. Films from different countries must have equal power for free cultural exchange. Germany has finally reached an audience occupancy rate of 20%, but there are still countries where the rate is below 1%. American films take a big portion of that. In the United States, powerful companies used to dominate the market in many cases, but since the 1940s, a number of laws to regulate fair trade have been established. The reason why such laws were created was that there was a concern that it would be against the public interest to leave market competitions to take their own course. In the United States they call films as products, and in Korea, films are not products but culture. When considering the worldwide film industry, there is no theoretically liberal competition between a strong subject and a passive object. Therefore, the Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions is necessary to guarantee true freedom.

MODERATOR: There is a question if there are any negative factors.

Hindman: It is the truth that we believe in cultural diversity. No one wishes for a cultural domination. I would like to state this point not only in terms of production profit but also from a wider perspective. I visited Myanmar several years ago. Lately I also went to Vietnam. In both countries, they have a formal film culture where the government regulates and controls 35 mm films. The government control is very strong and high-budget films are distributed only after strict censorship. Upon investigation, there exists an informal film culture where videos are major products, and young film makers are creating interesting films. There were also a lot of informal videos to show these films in various places. This is an informal culture, and videos are played not only at formal theatres, but at various places. Therefore, culture that can be discusses in formal conversations is not the only culture, and it is not a good idea to polarize our conversations here. American culture can be criticized if one wishes to, but the current media culture is incredibly deep. Therefore, we should be viewed from a wider perspective as well. We aim at free market and free culture.

MODERATOR: I think that everyone understands that this issue has a very long history, and it is not easy to get an answer. Lastly, Director TERAWAKI, what position does Japan take regarding this issue?

TERAWAKI: Japan has agreed and voted for the Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions, so it is indisputable that cultural diversity is something wonderful. However, what Japan has to consider is that, in fact, Japanese citizens do not even know the existence of the Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions. What we have to do now is not only to support cultural diversity as a country and

agree to the Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions, but also to create an opportunity for our citizens to give careful consideration to cultural diversity and recognize it. At that point, for example when people see a movie, there is a question of what choice they make. We should learn from countries where citizens already acknowledge cultural diversity, such as France and Korea, and the Agency for Cultural Affairs must set up opportunities for our citizens to promote awareness and understanding regarding how we should accept cultural diversity and what actions we should make.

MODERATOR: How to protect cultural diversity is an issue that is truly deep and difficult to answer. We would like to discuss this matter again in the reception after this session.

■日本映画の海外でのステータス

司会者:ではこれよりパネルディスカッションに入りたいと思います。今回のテーマ「国境を越える映画とは」は、制度論的にアプローチしていきましょうということですが、まず最初に「日本映画の世界でのステータスはどういう状況か」を振り返っておくために、迫本理事長にプレゼンテーションをお願いします。

迫本:先ほどフランスの方がおっしゃったのは、映画に関して比較的作家性の強い自国の文化を出していくというパターン、それからアメリカの方がおっしゃったのは、マーケットに受け入れられるようにフリーにしていこうという流れだと思います。日本は、以前は作家性の強い映画が主流でマーケットはちょっとおざなりになっていましたが、今はどちらかというマーケットに受け入れられるものをつくっていこうという流れが出てきている状況だと思います。日本の映画に対する世界の評価は高くなっていますが、実際に日本の映画が外国で観られているかどうかはまた別の話です。まず世界で評価の高い日本のコンテンツは、やはりアニメに限られるということがあります。最近になってリメイクされた『呪怨』(2000)とか『Shall We ダンス?』(1996)などもありますが、基本的にはやはりアニメが中心です。映画を輸出の量から見ますと、アメリカの輸出額は約1兆7千億円、文化財の輸出を主軸に置くフランスは245億円。それに対して日本は66億円です。ですから日本は、映画の質の評価と量的評価の間にちょっと開きがあるというのが現在の状況ではないかと思っています。日本の映画の力をはかる上で見ていただきたいのは、ハリウッド映画の『ラストサムライ』(2003)です。これは日本を描いているにもかかわらず、ハリウッド製のほうが量的には多く輸出されているわけで、やはり日本映画の輸出力は残念ながら弱いのが現状です。これを乗り越えていくにはどうしたらいいかというのが今の日本映画側の共通の課題であると認識しております。

司会者:先ほど3カ国のゲストの方々からは、日本の市場は、それぞれにとってよい市場であるとおっしゃっていただきましたが、逆に、それぞれの国で日本映画はどんな位置づけにあるのか、3カ国のゲストの方にお伺いしたいと思います。それでは、ハインドマン博士よりお願いできますでしょうか。

■ The Status of Japanese Films Overseas

MODERATOR: Here I would like to move on to the panel discussion. The theme is "films that cross the borders," and we will take a systematic approach, but first, in order to look back on "the status of Japanese films in the world," I would like to ask chairman SAKOMOTO to make a presentation.

SAKOMOTO: The French speaker mentioned the pattern of presenting the film culture that has relatively strong auteurism, and the American speaker mentioned the movement of keeping things free so that the market would accept them. Previously, films with strong auteurism used for form the mainstream in Japan, and the market was treated rather perfunctorily, but now, there is an emerging movement to create films that the market would be willing to accept. The world's evaluation of Japanese films is getting higher, but it is a different story whether they are actually seen in foreign countries. After all, Japanese contents that are highly rated by the international community are restricted to anime. There are remakes such as "Ju-On: The Grudge" (2000) and "Shall We Dance?" (1996), but basically, anime is at the center. Looking at films in terms of the export volume, the export revenue of the United States is about 1.7 trillion yen, the export revenue of cultural assets of France is 24.5 billion yen, and the revenue of Japan is 6.6 billion yen. Therefore, the present situation of Japan is that there is quite a gap between quality and quantity evaluation of films. In order to measure the strength of Japanese films, I want you to see the Hollywood movie, "The Last Samurai" (2003). Even though it depicts Japan, the Hollywood version has been exported a lot more in quantity, and it shows that the export power of Japanese films is regrettably very weak. I think it is a common issue for Japanese films to think of ways to overcome this.

MODERATOR: Earlier, the guests from the three countries mentioned that the Japanese market is a very good market for them. Conversely, how are Japanese films positioned in these three countries? I would like to ask Dr. Hindman first.

Hindman: Simply put, Japanese films are treated as a special

ハインドマン：簡単に申し上げますと、一般的に日本の映画は、ちょっと特殊な商品として扱われ、最初は映画祭で紹介されるものです。場合によっては、そこからブレイクすることが考えられますが、アニメは例外です。アニメの場合、想像していたほど大きくはありませんでしたが、一つの観客層ができています。ホラー映画はアメリカとクロスオーバーしますが、文化的な現象としては、日本映画は商業段階で見られるよりも映画祭のような文脈のほうが多く披露されていると思います。

司会者：フランスではいかがでしょうか。

バルバルー：日本の映画は、古い映画の回顧上映であろうと黒沢清監督のように若い監督の作品であろうと、フランスで上映されますとすべて高い評価を受けます。映画祭でもそうです。今リストを見ておりましたが、フランスの映画祭で紹介される日本映画は3ページにわたっています。それ以外の日本映画で一番人気があるのはもちろんアニメ映画で、宮崎駿の作品を上映すれば200万人とか300万人集客すると最初からわかっているぐらい、よい興行成績をあげています。

質問としては日本映画の位置づけはどのようなものかということをしていただけたとしても、フランスにおける日本映画は外国の映画です。フランスの助成制度には2つ大きなものがあります。まずフランス語でつくられたもの、あるいはタイトルに出てくる名前の多くがフランス人であるといった規定を国がしているわけですが、そうした映画のプロデューサーや監督などが選別的な助成制度の対象になると、フランスで公開される可能性が出てくるわけです。現在のところ、日本の映画は公的な助成制度の対象になりませんが、それは価値の問題ではなく、日本との間で協定がまだ調印されていないということです。ですから日本の映画のステータスが規定に沿うようになるためには、どういう方向で進まなければならないかということをおわかりいただけたと思います。

司会者：それではアン委員長、韓国における日本映画のステータスについてはいかがでしょうか。

アン・ジョンスク：韓国では、韓国映画が50%以上のシェアを持っています。残りの多くはアメリカ映画ですが、その中で意味のある数字を出しているのは中国映画、日本映画、フランス映画です。韓国は今多様な映画が紹介されるチャンネルをつくっている過程にありますので、まだ満足できるものではありません。私たちが支援する映画は、観客シェアが1%未満の国の映画という規定がありますが、日本映画は韓国内で3~4%程度のシェアを持っています。日本の映画は、日本と韓国の歴史的な特殊性のために長い間輸入が禁止され、初めて輸入されたのが98年でした。アニメーションは2000年になって初めて市場が開放されています。ですから歴史が非常に短いわけです。それ以前から、釜山映画祭では多くの日本映画を紹介してきましたし、日本の監督がたくさん釜山を訪れました。北野武はいつも釜山に来ると大変な歓声に包まれます。岩井俊二は、どこの国の俳優よりも拍手が多いですし、塚本晋也とかは枝裕和、黒沢清、三池崇史らは、映画祭で常に話題の中心となっています。映画祭の熱狂を劇場までつなぐことにはまだ少し無理がありますが、多様な映画文化を促進するKOFICと映画界の努力が成功すれば、映

kind of products that are first presented at film festivals. Sometimes, some films get a break from there, but anime is an exception. Although not as big as expected, a certain group of audience is established. Horror films cross over with American ones, but as a cultural phenomenon, Japanese films are presented more often at film festivals than at a commercial level.

MODERATOR: How about in France?

Barbaroux: When Japanese films are put on the screen in France, whether they are old films for retrospective exhibitions or works of young directors like Kiyoshi KUROSAWA, they all receive high evaluation. That is also true at film festivals. I have just taken a look at the list, and Japanese films introduced in French film festivals extend to three pages. Other popular Japanese films are anime films, of course, and when a work by Hayao MIYAZAKI is put on the screen, you can easily expect that about 2 to 3 million people would come and a good box-office record always follows.

The question was about the position of Japanese films. In France, Japanese films are foreign films. In France, there are two main subsidiary systems. The government checks whether a film is made in French or many of the names in the title are French. When producers and directors of such films are subject to a selective subsidiary, then there is a possibility that these films are put on the screen in France. Currently, Japanese films are not subject to a public subsidiary system, but it is not a matter of value, but because there is no agreement between Japan and France. Therefore, I guess it is obvious what direction should be taken in order for the status of Japanese films to fit into the regulation.

MODERATOR: Then, Ms. An, how is the status of Japanese films in Korea?

An Cheong-sook: In Korea, Korean movies hold more than 50% of the share. The remaining is mostly American films, but significant figures are also generated by Chinese, Japanese, and French films. Korea is in the process of establishing channels for introducing various films, so we are not satisfied yet. There is a regulation in Korea that films we support must come from countries where the audience share is below 1%, but Japanese films hold about 3~4% share in Korea. Due to historical issues between Japan and Korea, Japanese films were banned for a long time, and it was in 1998 when the first Japanese film came to Korea. And it was only in 2000 when the Korean market was opened to Japanese animation films. So, the history is very short. Before the official market opening, many Japanese films were introduced at the Pusan International Film Festival, and many Japanese directors visited Pusan. Whenever Takeshi KITANO comes to Pusan, he is always surrounded by cheers. Shunji IWAI receives more applause than any actor from any country, and Shinya TSUKAMOTO, Hirokazu KOREEDA, Kiyoshi KUROSAWA, and Takashi MIIKE are always at the center of talks at the festival. It may be still difficult to bring the excitement at the film festival to theaters, but efforts

画祭の評価は市場の評価につながっていくと思います。可能性についてですが、宮崎駿監督は、日本のアニメが正式に輸入される前からアニメ界では常に好まれる監督でした。『ハウルの動く城』は、2005年の韓国の興行成績上位20本のうちに入っています。少し過去の話ですが岩井俊二監督の『ラブレター』(1995)という作品は非常に成功しました。その時、岩井監督は釜山の記者会見で「日本で20万人も入りました」とおっしゃったんですが、日本より人口の少ない韓国で60万人がそれを観ました。『世界の中心で、愛を叫ぶ』(2004)なども人気を博しました。ですから、市場のシェアがそれほど高くなくても、両国の文化的共通性などによって成功は可能であり、成長することも可能です。もう一つ申し上げたいのは、是枝裕和、塚本晋也、黒沢清監督らの映画を見ると、こういう映画を日本の観客がもっと観てくれれば監督たちも励まされるのに、と思います。日本の観客が日本の素晴らしい作品をもっと観られるようなキャンペーンをぜひ日本の中でやっていただきたいと同じ映画界の人間としてお願いしたいと思います。

■映画による交流を目指して

司会者：では寺脇部長にお伺いしたいと思います。世界の中で日本映画にどうなってほしいか、あるいは、どんな日本映画が世界に広まることが国益として望ましいとお考えかお聞かせいただければと思います。

寺脇：もし私が映画ファンの一人として、あるいは映画評論などを書く者として今のお話を聞くと、日本映画はアメリカでもフランスでも韓国でも映画祭で大事にされ、評価を受けているということだけで喜ぶ気持ちが沸いてくると思います。しかし、日本政府や映画界全体を考えると、それではまったく不十分です。文化の多様性は大事ですから、そういう中で、文化を伝達する力を持っている映画が流通するのは大事なことで、今映画祭などでの芸術的評価も一つの大事な要素ですが、しかしそれは要素の一つに過ぎないと思います。もう少し現実的に、文化財、財産としての商業的価値を考えると、先ほど迫本理事長がご紹介された輸出額みたいなリアルティのある世界で考えていかないといけない。だとすると日本は非常に残念な状況にあります。アメリカやフランスには遠く及ばず、年間60本ぐらいの映画をつくる韓国と比べたら日本はその数倍の数の映画をつくっているのに結果は韓国と同じだということです。さらに3つめの要素は、芸術的価値や商業的価値より大きな意味を持つので重要だと思うのですが、日本と日本人について他国の人たちに映画で理解してもらうということがあります。つまり日本映画の評価とか収益額以外に、日本という国のあり方や人間の生き方を世界の多様な国の人たちに知ってもらう必要があるわけですが、これは一番遅れているのではないかと思います。宮崎駿監督の映画が世界で量的に観られているのは事実ですが、そこに描かれているものは、今の日本や日本人の姿に必ずしも直結しにくいものがあります。むしろそれより、日本国内で暮らす人たちの一般的な恋愛や人生の悩みを描いた映画をどのように伝えられるかということを考え

being made by KOFIC and the film industry to promote various film cultures become successful, high evaluation received at the film festival should lead to high evaluation in the market. Director Hayao MIYAZAKI had been very popular in the anime world even before Japanese anime films were officially imported. "Howl's Moving Castle" is included in Korea's top 20 box-office records of 2005. This is a bit old film, but director Shunji Iwai's "Love Letter" (1995) had great success. At the press interview in Pusan, Mr. Iwai said "In Japan 200 thousand people saw it," but in Korea where the population is smaller than Japan, 600 thousand people saw the movie. "Crying out love, in the center of the world" (2004) was also popular. Therefore, even if the market share is not so high, success is possible through cultural commonality of the two countries, and even growth is possible. One more thing I want to say is, whenever I see films of Hirokazu KOREEDA, Shinya TSUKAMOTO, and Kiyoshi KUROSAWA, I feel that the directors would be greatly encouraged if more Japanese people see these movies. As a person from the film industry, I hope that the Japanese film industry holds a campaign to provide more opportunities for Japanese people to see these marvelous Japanese films more often.

■ Striving for Exchange through Films

MODERATOR: I would like to ask Mr. TERAWAKI. How do you want Japanese films to be in the world, in other words, what Japanese films do you think should be introduced to the world for the best interests of Japan?

TERAWAKI: As a film fan, or as a film critic, I feel very happy to know that Japanese films are highly appreciated at film festivals in the United States, France and Korea. However, from the standpoint as the Japanese government and the film industry as a whole, it is totally inadequate. Cultural diversity is important, so it is important to distribute films that are capable of conveying cultural messages. Artistic evaluation received at film festivals is an important factor, but it is only one of many factors. Being a bit more realistic and considering the commercial value as cultural assets, you should think about the future of Japanese films in a more realistic way like the export volume as Mr. SAKOMOTO said before. Then, the current situation of Japan is very disappointing. Japan is far behind the United States and France, and compared to Korea that makes about sixty films a year, Japan is making several times more but the result is the same as Korea. Furthermore, as the third factor, it is important for foreigners to understand Japan and the Japanese people through films, and I think that is much more significant than artistic value and commercial value. That is, besides the evaluation of Japanese films and revenues, we need to let the world know the way of life in Japan. However, I don't think we are making enough efforts. We are very behind in that sense. It is a fact that many people in the world see Hayao MIYAZAKI's films, but what is depicted in these films does not always reflect today's Japan and Japanese people. Rather, we must think of ways to distribute

ていかなければならないと思います。私が今日ここに遅れて来ましたが、今年93歳で現役の新藤兼人監督とのトークを他の会場でやっていたからですが、新藤監督は「日本の文化庁が日本の映画をもっといいものにしようとするならば、日本人の心を持ってつくられた映画が世界中の人の心に届くように奨励していくべきだろう」と私にいました。新藤さんをご存知のとおり、1961年に『裸の島』という低予算の映画が世界中に認められて売れたことによって、自分のプロダクションが倒産するのを免れたという話を今日していました。『裸の島』に込めたのは日本人の心だけでも、それを世界中の人たちにわかってもらえたことがもっとも素晴らしいことだといっておられました。今私たち日本は、特別な歴史的背景を持つ韓国との文化交流で多くのことを学びつつあります。先ほどアン委員長からお話があったように、日本の文化は韓国でシャットアウトされてきましたが、逆に日本は韓国の文化をシャットアウトしたことは一度もないのです。しかし少し前まで日本人は、韓国の映画やテレビドラマをほとんど観なかった。しかし韓流ブームで急激に短期間のうちに韓国の文化を受け入れるようになってきました。多様性をいうなら、まず文化の違いと価値を認め、そしてそれを受け入れていかないと日本の文化も韓国の人たちに受け入れてもらえない、ということに私たちは今気づきつつあります。韓流ブームの次の段階としては、日本の映画やテレビドラマを韓国の人たちに観てもらおう。そのためには、政府としてどのような支援をしていけばいいのか。恐らく私はこれがうまくいけば、日本は韓国以外の他の国々ともいい形で映画文化の交流ができると思います。日本と韓国の現在の関係は、文化の多様性を持つ世界の中で、日本がこれから映画や文化をどう位置づけていくかの試金石になるのではないかと思います。

司会者：今ご指摘がありましたように、交流にはいろいろな形があります。お互いに作品を受け入れる交流と、バルバルー副代表からお話がありましたように一緒に映画をつくってこうという交流、あるいは一緒につくる人たちを育ててゆくという手法もあるかと思います。国際共同製作協定はこうした交流を促進する一つのメソッドであり、また結果として貿易で成果を生み出す手段にもなっているというお話もありましたが、国際共同製作協定に関しては、やはりフランスが一番先進国ではないかと思います。そこでバルバルー副代表に伺いたいのですが、国家間の国際共同製作協定とはどういうものであるか、何か具体例をあげて教えていただきたいと思います。

バルバルー：共同製作協定は、フランスの外務省と相手国の外務省との間共同製作協定は、フランスの外務省と相手国の外務省との間で交わすもので、現在40ほど結ばれています。共同製作は20年前から始まりまして、現在40ある協定のうちの10ほどが本当に生きている協定です。といいますのも、共同製作協定の中には、北アフリカやセネガル、ナイジェリアと交わした協定は、フランス語圏の推進という政治的な意味合いがあり、それほど成果はなかったものが多いです。共同製作協定を結ぶ第一の条件としては、あらかじめ相手国の中に映画産業に対する支援制度が必要ですが、これは、製作、配給、興行などの少なくとも一部を支援する政策があるかということです。それは必ずしも助成金でもなくてもいいのであり、例えば税制上の優遇措置であってもいいわけです。あるいは地域の助成金であって国から

films that depict everyday romance and agonies of life of people living in Japan. I came late today because I was at another conference with director Kaneto SHINDO who is 93 years old and still actively working. Mr. SHINDO told me "if Bunka-cho (Agency for Cultural Affairs) wants to make Japanese films better, it must make efforts to promote films made with Japanese spirituality so that they reach the hearts of people around the world." At the conference, Mr. SHINDO said that his low budget film, "Naked Island" gained world recognition in 1961 and with its sales, his production company was saved from bankruptcy. He said that he poured Japanese spirituality into "Naked Island" and the most wonderful thing was the fact that people around the world understood it. Through cultural exchange, we are now learning a lot from Korea, which has a special historical background. As Ms. An just mentioned, Korea used to shut its door to Japanese culture, but conversely, Japan has never shut out the culture of Korea. However, until very recently, Japanese people had very few opportunities to see Korean movies and TV dramas. With the Hanryu boom, we accepted the Korean culture in a very short time. We are starting to realize that unless we acknowledge cultural differences and values of Korea and accept cultural diversity, Korean people will not accept Japanese culture. The next step of the Hanryu boom is to encourage Korean people to see Japanese films and television dramas. In order to do so, what kind of support should the government offer? I think that if this turns out to be successful, Japan can make good film cultural exchange with other countries as well. Japan's current relation with Korea would become a test to see where Japan should position its films and culture in the world full of cultural diversity.

MODERATOR: As it was just pointed out, there are many forms of exchange. There is exchange to accept each other's works, and there is exchange to make films together, as Ms. Barbaroux has said. Also, there are measures to educate and train people together. International co-production agreement is one method to promote these forms of exchange, and as a result, it is seen as a means to produce good results in trade. I think France is the most advanced in international co-production agreements. I would like to ask Ms. Barbaroux. What is an international co-production agreement between countries? Will you give us some specific examples?

Barbaroux: Co-production agreement is exchanged between the French Ministry of Foreign Affairs and the Ministry of Foreign Affairs of the partner country, and currently there are about 40. Co-production started 20 years ago, and out of the 40 agreements, there are about 10 that are still holding. Agreements with North Africa, Senegal and Nigeria had more political meaning for promoting Francophone Africa, and they did not produce much results. As the first condition for entering into a co-production agreement, the partner country need to have a system to support the film industry, that is, policies to support at least a part of film making, distribution, exhibition, and so on. It does not necessarily have to be subsidies, and for example, it can be

でもなくてもいいのです。2つめの条件としては、その国の経済が映画産業と同じようなもので、ある程度文化的なコミュニティがあるような国と協定を交わしやすいといえます。3つめの条件も重要で、こうした共同製作協定の推進役となるのは、おもにプロデューサーなどの映画界のプロか、あるいはCNCのような映画関係の組織からの働きかけです。一つ例をあげて説明しましょう。例えばイタリアと共同製作協定を交わしたとします。イタリアは映画産業の支援政策はあまりしっかりしてなくて少ししかありません。それで、フランスのプロデューサーが私たちのところに来て「興味のある作家がイタリアの広告プロデューサーをしていて、我々は共同製作をしたい。」といったことから、もし共同製作協定が交わされれば、イタリアから俳優とか、撮影技師を提供してもらえるかもしれない。あるいはイタリアでのロケが可能かもしれない。つまり、フランスで行われる支援が、イタリアでの作業に対しても与えられるわけです。そこから、先ほどの日本映画のステイタスの話につながるわけです。イタリアでつくった映画は、フランスでも認可される映画になって支援の対象となるわけです。また、イタリアの企業がフランスに子会社をつくれればフランスの法人とみなされる、というように、共同製作協定があると非常に有利です。つまり資金調達の時にも相手国とともにお互いの国の補助金などが共有できるわけです。これが共同製作の図式です。

共同製作には2種類ありますが、一つは伝統的な共同製作です。つまり映画のテーマがイタリアでありフランスでもあるもので、フランスとイタリアの俳優が参加するようなものです。そこでは資金を共有するだけでなく、チームも技術スタッフもイタリアとフランスの双方の人たちが一緒になります。しかしドイツのような例もあります。ドイツの映画はフランスではそれほど評価されていないのですが、同じくフランスの映画もドイツでそれほど評価されていないのです。しかしながら各国のプロデューサーは相手の国のお金を共有したいと希望していましたので、俳優や技術者はミックスせずにお金だけを共有する共同製作をしています。先ほどお話しした活発に活動している10ほどの協定のうちの3つは、資金調達だけの共同製作となっています。こういった共同製作契約に対して我々は混合委員会を設立して2年に1回どういう問題があるかを見直しています。フランスとの共同製作の中でよくある問題点や障害は、共同製作である以上最低限どちらかが20%の資金を提供しなくてはいけないことです。共同製作では半分ずつ出し合うケースもありますが、どんなに差があっても一方が2割、他方が8割出さなくてはならないのです。私としてはできるだけバランスの取れた資金拠出を要求しているのですが、イタリアなどはこの2割の資金拠出も難しいという状況です。さらにもう一つ問題があります。ルクセンブルクとかイギリスとかベルギーから着想を得た税額控除のシステムがあります。また、ドイツにならって地域からの助成金制度も導入しておりますので、3年前から映画に関する税額控除、タックスクレジットがありますし、テレビ番組についても税額控除があります。それから大半のフランスの地方自治体とも協定を結びました。これは地方が2ユーロなら、CNCは1ユーロ出すというような資金調達の協定です。2004年の統計を見ますと、こういった制度が導入されたことによって、フランスのプロデューサーはロケを外国でやらなくなり、また共同製作もあまりやらなくなってきました。つまり、わざわざベルギーと面倒臭いことをやって20%の資金を出してもらわなくても税額控除のメ

a tax break. Also, subsidies do not have to come from the national government and they can be regional subsidies. As the second condition, it is easier to exchange an agreement with a country where the economy is like the film industry, and somewhat cultural community exists. The third condition is also important, and the promoter of such a co-production agreement must be a professional from the film industry like a producer, or a member from an organization like CNC that is related to the film industry. For example, a co-production agreement is exchanged with Italy. However, policies to support the film industry in Italy are not solid and only a few policies exist. If a French producer comes to us and says "there is this interesting writer producing commercials in Italy and I would like to work with him," then a co-production agreement may be exchanged. If so, it may be possible for Italy to provide actors and cinematographers, or perhaps it can be filmed in Italy. Therefore, the support offered in France is also given to Italy. This connects to the status of Japanese films mentioned earlier. Films made in Italy are acknowledged in France, and become subject to support. Also, if an Italian business makes a branch in France, it is considered as a French corporate body. Therefore, it is very advantageous to have a co-production agreement. When raising funds, partner countries can share subsidies with each other. This is the mechanism of co-production.

There are two types to co-production. One is traditional co-production. That is, the theme is both French and Italian, and actors from both France and Italy participate. In this kind of co-production, not only funds are shared, but also teams and technical staff from Italy and France get together. However, there are cases like that of Germany. German films are not evaluated so highly in France and French films are not highly evaluated in Germany. However, producers of these countries wanted to share each other's money, so they have a co-production agreement to share only money and not provide actors and technicians. Out of the 10 active agreements I mentioned earlier, three are for co-production to merely raise funds. For these, we establish a co-supervising committee to look after problems once every 2 years. The most common problem or interference in co-production with France is that, as long as it is co-production, either party must provide at least 20% of the fund. There are cases where it is split fifty-fifty, but at the least, one side must provide 20% and the other side 80%. I think it is desirable to strike the best possible balance for funding, but in Italy, even 20% contribution is difficult. There is another problem. There is a tax deduction system derived from Luxembourg, England, and Belgium. There is a regional subsidy system based on a German example. Tax deductions and tax credits have been provided to films since three years ago, and tax deductions are also provided to television programs. Also, an agreement has been made with most of the French local autonomies. This is a fund raising agreement where if a local autonomy provides 2 euro, CNC will provide 1 euro. The statistics for 2004 show that by introducing these systems, French producers no longer shoot films in foreign countries, and they participate in co-production less often. Therefore, they do not have to take the trouble to make an agreement

リットが得られるわけです。それから地方自治体からの助成金があれば、共同製作しなくても充分資金調達ができます。ですからフランスの国内でやろうという議論がけっこう高まっているのです。共同製作は比較的に近隣諸国と私たちは行っておりまして、欧州内の問題が大きいのですが、ルクセンブルグとベルギーからずいぶん批判を受けています。よく機能していた協定を持っていたんですけれども、国内でのプロデューサーに有利なシステムができたことと、地方自治体との間で映画人を有利にする仕組みが導入されたことによって、共同製作の数が減っているのではないかとわれています。そうしたことから2003年から2004年にかけては、共同製作の本数が30%も減りました。それは税金が控除されるようになり、行政組織による助成金が入ってきたからなのです。しかしながら欧州以外の国ではまだ本来の共同製作が行われています。ジャン＝ピエール・リモザン監督は、日本をテーマにした映画のために日本でよくロケをしており『東京アイズ』(1998)などもつくっています。フランスの税額控除や助成金がどうであろうと、リモザン監督は、東京か日本のどこかでロケをする必要があるわけですが、新しい制度の影響はEU外の国に対しては及んでいません。これまでの共同製作協定はEUが中心でしたが、現在、イスラエルと新しく協定を結び、次はメキシコとの話があります。またブラジル、アルゼンチンとも共同製作の協定を結んでいます。カナダとの協定は非常にスムーズに機能しておりまして、映画だけでなくテレビ番組などにも適用されています。そのほかにドイツとの協定もうまくいっています。先ほどもお話ししましたように、ドイツとフランスはお互いに自分たちのナショナリティを維持していますが、ドイツの場合は選別的な制度を行っておりまして、フランスで200万ユーロ、ドイツで200万ユーロ出して、400万ユーロの基金を設け、ドイツとの共同製作には選別的にこの基金からさらなる助成金を出すことができるようになっています。イタリアももう一度この協定を実質的なものにしたいということで、産業界や映画人と話し合いをしています。今イタリアの映画産業はやや低迷しており、イタリアのプロデューサーはそれほどリッチではありません。

以上が共同製作協定の話ですが、ここで繰り返したいのは、共同製作にはいいことも悪いこともあるということです。税額控除のような新しい支援制度や、自治体からの助成金で共同製作協定は弱ります。私たちはとにかくいろいろ導入してきたため、前進したり後退したりするという問題があります。ただ、日本とはまだ協力覚書の段階であり、共同製作協定に進めば欧州外ですので問題はありません。韓国も同じだと思います。

■人材の育成による支援に向けて

司会者：今のご発言の中で協定国にはやはり支援制度がなければいけないという指摘がありました。そこで、寺脇部長に日本の支援制度の現状についてご披露いただければと思います。

寺脇：支援制度はいろいろなやり方があると思います。今日日本政府は映画の支援のために「日本映画・映像」振興プラン

with Belgium to get 20% contribution and still get the merit of tax deduction. Furthermore, with subsidies from local autonomies, they can get enough funds without participating in co-production. So, there is an increasing momentum to do it in France. We did a lot of co-production with neighboring countries, so it is a big issue in Europe, and we receive a lot of criticism from Luxembourg and Belgium. We used to have well-functioning agreements, but with the establishment of a system that is advantageous to domestic producers and the introduction of a mechanism to give an edge to the film industry in its relations with local autonomies, the number of co-production agreements is decreasing. In fact, from 2003 to 2004, the number of co-produced films decreased by 30%, due to tax deductions and subsidies from government organizations. However, in countries outside of Europe, co-production films are still being made. Producer Jean-Pierre Limosin often goes to Japan to shoot and he has made "Tokyo Eyes" (1998). No matter what tax deductions and subsidies exist in France, Limosin needs to shoot in Tokyo or somewhere in Japan, but the influence of the new system does not extend to countries outside the EU. So far, most co-production agreements were in the EU, but now, a new agreement has been signed with Israel, and there are talks with Mexico next. Also, there is an agreement with Brazil and Argentina for co-production. The agreement with Canada is functioning smoothly, and it is applied not only to films, but also to television programs. The agreement with Germany is going well, too. As I said earlier, Germany and France maintain their own nationality, but Germany has a selective system where France contributes 2 million euro, and Germany contributes 2 million euro to establish a fund of 4 million euro. For co-production with Germany, subsidies can be selectively provided from this fund. Italy wishes to substantiate this agreement all over again, and they are now making negotiations with people for the film and other industries, but currently the film industry in Italy is sluggish, and Italian producers are not that rich.

That is it to co-production agreement, and what I want to repeat is that there are merits and demerits in co-production. Co-production is weakened by subsidies from autonomies and new support programs such as tax deduction. We have had a problem of advancing and retreating because we adopted many different things. However, we are still at the stage of exchanging a memorandum with Japan, and there should be no problems when it advances to a co-production agreement because Japan is outside of Europe. The same can be said about Korea.

■ Towards support in the form of personnel training

MODERATOR: Our last speaker pointed out that member countries still need to have a support system, so I would like to ask Mr. TERAWAKI to introduce the current status of the support system in Japan.

TERAWAKI: Support systems can take many forms. The Japanese government currently allocates an annual budget

として年間25億円程度の予算をとっていますが、その予算をすぐさま映画の製作費補助に充てていいのかという問題があると思います。映画を育てるという時に作品をつくることももちろん大事ですが、その周辺の状況を整備していくのも大事です。また何より人材の育成こそ、政府のやることではないかと思うわけです。特に日本の場合、映画産業は民間独自の力で発展してきたという100年来の歴史があります。政府が映画に関与していた時期は極めて短いですし量的にも少ないです。そういう伝統の中で日本映画のいいところは、その自由闊達さにあると思います。政府が製作に関与すると、検閲とまではいわないまでも、お金をもらうからには政府の満足するようなものでなければ、というような考え方に陥ってしまう危険性があります。日本の映画人は、戦時中の特別な検閲を別とすれば100年にわたって自由に映画をつくり続けてきた歴史があるので、政府にコントロールされることに強い警戒心を持っている人たちも少なくありません。私たちはそういう警戒心にも充分注意を払いながら、製作の補助より、その周辺で補助していくやり方について考えていきたいと思っています。VIPO ができてうれしいのは、VIPO と文化庁の間で、こちらが援助するときどのような制約があるのか、国民の思いがどこにあるのか、というようなことを議論しながら実効のある形をつくっていけるからです。もちろん諸外国の援助のやり方も充分参考にしておりますけれども、日本の映画界の他の国とはちょっと違った歴史を頭の中に置くなら、日本型の政府援助について、これから迫本さんと議論を深めていって、25億円をさらに増やすにしても、どのような方向に増やしていくのかと考え続けなければならないと思っています。

司会者：日本としては製作支援より人材育成の支援をしていきたいというご発言でしたが、最後に国際的な共同人材育成に関して、国の経験をお聞かせいただきたいと思います。韓国はアジア・フィルム・アカデミーを通じてアジア地域での国際的な人材共同開発をなさっています。

アン・ジョンスク：人材開発、共同で人材を育成することについては、若者たちの育成と、今映画をつくっている人の製作費負担の問題解決の2つに分けてお話したいと思います。まず支援制度から申し上げますと、釜山プロモーションプラン（PPP）は、一種のフリーマーケットです。よい映画をつくるプロジェクト、シナリオはあってもお金がない監督たちに世界の投資家と配給会社を招待して、彼らのプロジェクトを見せてマッチングをする。そしてミーティングを拡大していくことによって、投資を拡大させる。映画はお金がなければつくれませんから、それが若い映画監督のための支援制度になります。また、アジア・フィルム・アカデミー（AFA）釜山では、人材の共同育成が始まりました。3週間でできることはそれほど多くないですが、一緒に作品をつくってアジアの有名な監督たちの指導を受けます。今回は、タイのノンスイー・ニミブット、台湾のホウ・シャオシェン監督、中国のユー・リクワイ撮影監督、韓国のパク・キヨン監督ら、アジアの素晴らしい監督たちが講師として活動しました。こうした監督たちのもとに集まってグループで映画をつくったという経験自体が重要です。彼らが監督やフィルムメーカーとして成長すれば、お互いのネットワークを発展させていくこともできると思います。ここで3週間の製作経験を共有した28人の学生の中から毎年2人選抜して韓国映画アカデミーで1年間育成する制度をつくりまし

of 2.5 billion yen for the Promotion Plan for Japanese Film and Video, but the question is whether that budget can be used to subsidize film production costs at short notice. Of course film production is important in terms of fostering films but it is also important to furbish the surrounding environment. Moreover, I think the most important thing for the government to do is to train personnel. The Japanese film industry in particular has been developed by the private sector over the last 100 years. The government has only involved itself in film for an extremely short time and in a very small way. The good thing deriving from this tradition is the free-wheeling nature of Japanese films. The danger of government involvement in production is that even if there is no censorship, it is easy to begin thinking that a film has to satisfy the government because they are providing money for it. Given that with the exception of special censorship during the war Japanese filmmakers have enjoyed freedom of expression over a period of 100 years, many are very wary of being controlled by the government. Rather than helping with production, we would like to think about ways of helping with surrounding factors whilst giving due consideration to this sense of wariness. One reason why I'm glad VIPO was realized is that when we provide aid, we can get together and discuss factors such as what kind of restrictions exist and citizens' thoughts on the matter, and formulate aid that will be truly effective. Of course we keep a close eye on the way in which aid is provided in various countries overseas, but bearing in mind that the Japanese film industry has a slightly different history from that of other countries, in terms of the kind of government support in Japan, and we are going to discuss this further with Mr. SAKOMOTO later on, even if they increase the 2.5 billion yen, we will have to continue thinking about the direction in which they should do so.

MODERATOR: Mr. TERAWAKI has said that Japan favors assistance with training personnel over assistance with production but finally, I would like to hear something about other countries' experiences with international joint personnel training. Korea engages in joint development of international staff for the Asia Region at the Asian Film Academy.

An Cheong-sook: I would like to divide my discussion of personnel development and joint personnel training into two: training of young people; and resolving problems concerning production costs borne by people currently engaged in making films. The Pusan Promotion Plan (PPP) comprises one kind of free market in terms of support systems. We invite global investors and distributors and show them projects for good movies belonging to directors without enough money even if they have the screenplays, and try to match them. Then by expanding the meeting, we expand the investment. Given that films cannot be made without money, this comprises a support system for young film directors. Moreover, we have started joint personnel training at the Asian Film Academy (AFA) in Pusan. There is a limit to what can be achieved in three weeks but participants make a film together under the guidance of famous Asian directors. Thailand's Nonzee

た。選ばれるのはおもに大学の映画学科や演出部の学生たちですが、28人中の2人というのは大きな比率です。韓国映画アカデミーは大変小さな学校ですし、予算も少ないですが、映画の現場の監督や撮影技師、美術監督など、現在韓国で最も活躍している人たちが講師として参加して学生たちが映画をつくるのを手助けしているということが重要です。1年に12人しか出していないのですが、これは大きな成果をあげておりまして、国際的にも名前の出ている現役の52人の監督が韓国映画アカデミーの出身者です。

AFAを始めたのは、実は私たちが知らない間にできていた韓流と韓国映画に対するアジアの関心が、我々のプレッシャーになったというのが正直なところです。韓国には「ともに生きる」、分かちあって生きていくという言葉がありますが、規模は小さくても大切なのは精神だと思います。寺脇部長にも先ほど申し上げましたが、釜山映画祭とまだ協議していませんけれども、日本もAFAのプロジェクトにぜひご参加いただければいいのではないかと思います。

国家の支援策については、韓国の場合は、メインストリームの商業映画と、芸術映画やドキュメンタリーなどに対する支援策を別々にしております。商業映画の場合には、我々が資金を提供して投資組合から映画に投資をさせるので、投資組合が解消される時には資金を回収します。これは純粋な支援ではなく一種の投資を促進させるためのものですが、それによって多くの韓国映画がつくられています。その一方で、回収を諦めて支援しなければならないものもあります。映画は大金がかかりますから、表現の手段として創造的な芸術としての映画は市場の中で生き残れない場合が多いからです。韓国が誇る監督の中には、キム・ギドクやホン・サンスという方がいらっちゃって、芸術性のある価値の高い映画をつくりますが、大衆的な人気のある監督とは違うために製作会社が見つからないという場合は、我々がシナリオを開発したり製作費を支援したりするほか、配給する時も支援します。にもかかわらず彼らの映画は観客を確保するのは非常に難しい状況があります。日本の場合にもそういうことがあると思います。

フランスとの共同製作協定は、非常に大切だと思って我々も努力をしているところです。ちょっと遅れていますが、早く結ばれるように望んでいます。

司会者：最後にハインドマンさんに伺います。AFIで受け入れている留学生たちに、どんなことを学んで本国に帰ってほしいかお答えいただければと思います。

ハインドマン：AFIに行けば、映画のためのトレーニング・プログラムを受けることができ、それによって一つの手法のコミュニティに参加することができます。これは、医大や法律学校に行くのと同じです。まず最初に我々の役割は何か、責任はどのようなもので、エチケットはどのようなものであるかを教えるわけです。そしてコラボレーション＝協業を教えます。我々はすでに反作家主義の立場に立ち、映画は共同作業であると考えて、チームで動く際はできるだけ広い視点を持つように努力してほしいと思っています。私の好きな監督の一人はロバート・ゼメキス監督ですが、彼によりますと、部屋の中にあるもっともいいアイデアが大好きで、それが誰から発生したアイデアでもよく、一番いいアイデアが映画に導入されるべきだといっていることです。それが仮に下のスタッフから出てきたアイデアだったとしても取り入れるそうです。どんな映画作品のクレジットを見ても、世界の人々が参加していますから、映画は国際言語です。そこで我々

Nimibutr, Taiwanese director Hou Hsiao Hsien, Chinese cinematographer Yu Lik Wai and Korean director Pak Ki-Yong, some of Asia's great directors, participated as instructors on this course. The actual experience of getting together and making a film as a group under the guidance of such directors is important. And provided participants develop as directors and filmmakers, they can develop a network among themselves. We have also created a system whereby every year, two of the 28 students participating in the three-week film making experience are selected and sent to the Korean Film Academy for a further year of training. Although most of the students selected belong to either the university film or production departments, 2 out of 28 is a fairly high ratio. The Korean Film Academy is a very small school and has a small budget too, but the fact that the people currently working at the forefront in Korea, such as directors, cinematographers and art directors actually involved on film sets, participate as instructors and help students is very significant. Only 12 students graduate each year, and the fact that 52 internationally known directors active today are graduates of the Korean Film Academy is quite an achievement.

To be honest, it is the Korean Boom and Asian interest in Korean films, which really transpired without us realizing it, that put pressure on us and gave rise to the AFA. There is a Korean phrase, which means sharing and living together, and even if it's on a small scale, I think it is the spirit this embodies that is important. As Mr. TERAWAKI mentioned earlier, although Japan is not yet in discussion with the Pusan Film Festival, we would very much like Japan to participate in AFA projects.

With regard to national support measures, Korea has separate support measures for mainstream commercial films and for art films and documentaries. In the case of commercial films, we provide funds and have an investment consortium invest in films, and we recover funds when the investment consortium is dissolved. Rather than providing straightforward support, this is designed to promote investments, and a lot of Korean films are made on this basis. On the other hand, there are some things that require irrecoverable support. Given that films are very expensive to make, and in many cases, films that are either a means of expression or a form of creative art cannot survive on the market. Kim Ki-duk and Hong Sangsoo are both directors Korea is proud of and they both make films of high artistic value, and when they are unable to find production companies because they are different from popular mainstream directors, not only do we provide support in the form of production costs and assistance with developing screenplays, we also provide support with distribution. Irrespective of this, the fact remains that it is extremely difficult to secure audiences for their films. Probably the same is true in Japan.

We regard conclusion of a co-production agreement with France to be of great importance, and we are currently endeavoring to do so. We may be a little late in doing this but we hope to be able to do so very soon.

は、この国際言語をより多くの人たちが活用して、共同作業を進めることができるようにしたいと考えています。

司会者：それでは最後に迫本理事長より、会の最後の言葉をいただきしたいと思います。

迫本：大変示唆に富むお話を伺えて非常に興味深く感じました。VIPO としましても国境の枠を超え、外国の方の心にも響く日本映画づくりに関われたらと思います。ただ日本の文化が特殊であるために難しいところもあると思っております。また日本人の外国文化に対する理解度は一般的に高いのに対して、外国の方の日本に対する理解度は少ないと常を感じております。こういう文化の多様性という話になっても、結局日本のお金が欲しいのではないかみたいな気持ちになるという話も聞きますので、今後外国に作品を出していく時に、そういうギャップをどう埋めていくかということは、我々VIPO としても考えていかなければいけないことだと思います。そういった意味で共同製作協定や制度的なことを継続的にやっていくことや、国際的な人材の育成もやっていかなければと思います。例えば、人材の育成では、AFI のようなところに日本人の中から出て行くのを支援するというだけではなく、幹事理事会での話に出ていたのですけれども、外国の中に日本のコンテンツをつくれるような人を育てていくとか、そういったことも地道にやっていけたらと思っております。乗り越えなければいけない山は大きいと思いますが、日本人の心が伝わる映画を外国に輸出すると同時に、外国映画輸入配給協会にも属している私は、日本人の心に響く外国映画の輸入も考えて、そこにVIPO も関わっていかれたらと思っております。本日はいろいろと示唆に富むお話を伺うことができまして本当に感謝しております。

司会者：これをもちまして第2回世界映画人会議「国境を越える映画とは」を終わらせていただきます。ありがとうございました。

MODERATOR: Finally, I would like to ask Mr. Hindman a question. Could you tell us what you hope foreign students studying at the AFI take back with them when they return to their home countries?

Hindman: Attending the AFI enables you to take a training program for film, which in turn enables you to participate in a community of approaches. This is the same as going to medical school or law school. First of all, they teach you things like what your role is, what your responsibilities are, what kind of etiquette is expected of you. Then, they teach you that collaboration = working in cooperation. We are already anti-auteurism, and I would like students to think of film making as a collaboration and to try to maintain as broad a perspective as possible when working as a team. One of my favorite directors is Robert Zemeckis, and according to him, he likes the best idea in the room, and rather than caring about who the idea came from, it is the best idea that should be incorporated into the film. He will incorporate it even if the idea came from a junior member of staff, for example. The credits for all movies acknowledge the participation of people from throughout the world, and accordingly, film is an international language. Hence, we would like to enable more people to use this international language and to promote collaborations.

MODERATOR: Finally, I would like to ask Chairman SAKOMOTO to say a few words in closing.

SAKOMOTO: I was extremely interested to hear such inspiring comments. VIPO would also like to support Japanese movies that reach beyond national boundaries and touch the hearts of non-Japanese people too. However, this can be difficult because of the unique nature of Japanese culture. And whereas Japanese people generally have a fairly good understanding of foreign culture, I am always aware that foreigners have very little understanding of Japan. When people start talking about diversity of culture, you often hear people wondering if it isn't just Japan's money people want, so I think VIPO has to think about how we can close this gap when releasing films overseas. Likewise, I think we have to continue co-production agreements and systematic measures, and engage in international personnel training. For example, rather than simply helping with personnel training, say by supporting Japanese people going to places like the AFI, and this did come up at the board of managing directors, we would also like to do things like train personnel capable of creating Japanese content overseas. I think we have some big hurdles to overcome but at the same time as exporting films that convey Japanese emotions overseas, given that I am a member of the Foreign Film Importer-Distributors Association of Japan, I would also like VIPO to become involved in importing foreign films that touch the hearts of Japanese people. I am delighted to have had this opportunity to hear so many suggestions today.

MODERATOR: This concludes Tokyo Meeting 2005 "Films that Cross the Borders". Thank you very much.

レセプション

Reception



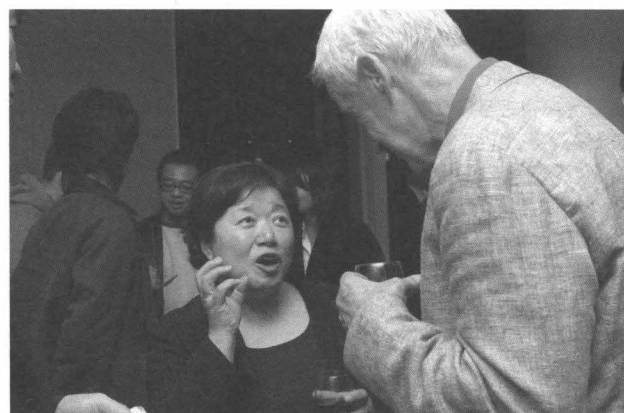
角川歴彦東京国際映画祭チェアマンによる挨拶
Speech by Tsuguhiko KADOKAWA,
Chairman of Tokyo International Film Festival



迫本淳一 VIPO 理事長による挨拶と乾杯
Greeting and toast by Jay SAKOMOTO,
Chairman of VIPO



角川歴彦チェアマンとモニーク・バルバルー CNC 副代表
Chairman Tsuguhiko KADOKAWA and
Monique Barbaroux, Depty General Director of CNC



アン・ジョンスク KOFIC 委員長とジェイムズ・ハインドマン
AFI 顧問
An Cheong-Sook, Chairman of KOFIC and
James Hindman, Executive consultant of AFI



第3回文化庁全国フィルムコミッション・コンベンション ＝「フィルムコミッション・国際ネットワークの新たな展開」＝

Bunka-Chō Film Commission Convention 2005

"New Developments in International Film Commission Networks"

◎開催概要

■日時

2005年10月25日(火) 14:00～18:00

■スケジュール

- 第1部 国内製作者プレゼンテーション 14:00～15:00
- 第2部 「フィルムコミッション・ネットワーク」
プレゼンテーション 15:00～16:20
- 第3部 「フィルムコミッション・ネットワーク」
シンポジウム 16:40～17:30
- 第4部 「FC-DB」(全国ロケ候補地データベース)
構築中間報告 17:30～17:50

■会場

六本木アカデミーヒルズ49「オーディトリウム」

[主催] 文化庁

[共催] 全国フィルム・コミッション連絡協議会

◎Outline

■Date

October 25, 2005 (Tue) 14:00-18:00

■Schedule

- Part 1 Panel
"What Film Producers Expect from Film Commissions"
14:00-15:00
- Part 2 Presentation
"Important Roles of Film Commission Networks"
15:00-16:20
- Part 3 Symposium
"Cross-border Collaborations of Film Commissions"
16:40-17:30
- Part 4 Special Announcement Interim Report on
Establishment of "Film Commission Database"
17:30-17:50

■Venue

Roppongi Academyhills49 Auditorium

[Organizer] Agency for Cultural Affairs (Bunka-Chō)

[Co-Organizer] Japan Film Commission Promotion
Council

第3回文化庁全国フィルムコミッション・コンベンション Bunka-Cho Film Commission Convention 2005



■開催の趣旨と報告

映画文化振興の基盤として、フィルムコミッション（ロケーションを誘致・支援する非営利組織）は世界各国で活発に活動していますが、近年の傾向としてアジア、ヨーロッパなどでは、各エリアでのネットワークが形成されるようになってきました。互いに文化の違いを共有しつつ、相互に撮影がスムーズにできるようにするためです。

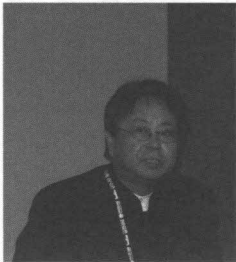
今回、世界で初めて、各エリアのフィルムコミッション・ネットワークが東京に集まり、今後の国際的映画製作に関する議論を行いました。

■Aims&Report

Film commissions (non-profit organizations that entice and support locations) comprise a foundation for promoting film culture and are vigorously active in countries throughout the world. However, a recent trend in regions such as Asia and Europe is for areas to form networks with the aim of facilitating mutual sharing of cultural differences and smooth filming.

On this occasion, film commission networks from each region convened in Tokyo for the first time ever and discussed international filmmaking for the future.

第1部出演者プロフィール
Part1 Guests Profiles



■総合司会
前澤 哲爾
全国フィルム・コミッション連絡協議会専務理事
AFCNet 諮問委員会委員
山梨県立大学国際政策学部助教授
日本映画テレビプロデューサー協会国際委員会委員
武蔵大学客員教授、電気通信大学非常勤講師
国際 NGO「シャプラニール=市民による海外協力の会」
評議員
政策学校 NPO「一新塾」理事・講師

■ Master of Ceremony
Tetsuji MAEZAWA
Executive Director of Japan Film Commission Promotion Council
Advisory board member of Asian Film Commission Network
Assistant Professor at Yamanashi Prefectural University
Member of the International Cooperation Committee of the All Nippon Producers Association
Guest professor at Musashi University
Part-time instructor at the University of Electro-Communications
Councilor of SHAPLA NEER=Citizens' Committee in Japan for Overseas Support
Board member of Isshing Juku



■司会
青木 真弥
株式会社キネマ旬報社出版部長

■ Moderator
Shinya AOKI
Executive Director Publishing Division,
Kinema Junposha Co., Ltd.



■出演者
安藤 親広
株式会社ロボット 映画部部長 プロデューサー
主な担当作品：
96年 7月7日、晴れ (監督：本広克行) ラインプロデューサー
98年 踊る大捜査線 (本広克行) プロデューサー
01年 サトラレ (本広克行) 同
02年 リターナー (山崎貴) 同
03年 踊る大捜査線 THE MOVIE 2
レインボーブリッジを封鎖せよ (本広克行) 同
04年 海猿 (羽住英一郎) 同
05年 容疑者 室井慎次 (君塚良一) 同
06年 海猿 2 (羽住英一郎) 同

■ Speakers
Chikahiro ANDO
Producer, ROBOT Communications Inc.
Filmography
1996 Seven of July Sunnyday (Dir. Katsuyuki MOTOHIRO)
Line Producer
1998 Bayside Shakedown (Katsuyuki MOTOHIRO) Producer
2001 Transparent: Tribute to a Sad Genius
(Katsuyuki MOTOHIRO) Producer
2002 Returner (Takashi YAMAZAKI) Producer
2003 Bayside Shakedown 2 (Katsuyuki MOTOHIRO) Producer
2004 Sea Monkey (Eiichiro HASUMI) Producer
2005 The Suspect Muroi Shinji (Ryouchi KIMIZUKA) Producer
2006 Sea Monkey 2 (Eiichiro HASUMI) Producer etc.



石田 基紀
プロデューサー
有限会社クロッキア・シネレーベル 代表取締役
主な担当作品：
93年 遙かな時代の階段を (監督：林海象) 制作進行
00年 独立少年合唱団 (緒方明) ラインプロデューサー
火垂 (仙頭尚美) 同
バトルロワイアル (深作欣二) 制作主任
01年 WASABI (J・クラブジック) 制作担当
03年 キル・ビル (タランティノー) 日本ロケ
ラインプロデューサー
最後の恋、初めての恋 (当摩寿史) ラインプロデューサー
04年 トニー滝谷 (市川準) プロデューサー

Motoki ISHIDA
Producer
President, Croquia Cine Label Inc.
Filmography
1993 Stairway to the Distant Past (Dir. Kaizo HAYASHI) PA
2000 Boy's Choir (Akira OGATA) Line Producer
Firefly (Naomi KAWASE) Line Producer
Battle Royale (Kinji FUKASAKU) Unit Prod. MGR
2001 WASABI (Gerard Krawczyk) Pro. MGR
2003 Kill Bill : Vol.1 (Quentin Tarantino) Line Producer
First Love, Last Love (Hisashi TOMA)
Line Producer
2004 Tony Takitani (Jun ICHIKAWA) Producer etc.,



氏家 英樹
血と骨 (04, 崔洋一) ラインプロデューサー
主な担当作品：
93年 月はどっちにでている (監督：崔洋一) 製作担当
99年 39 刑法三十九条 (森田芳光) 同
豚の報い (崔洋一) 同
オリンピックグロリー (キース・メリル) 同
01年 クロエ (利重剛) 同
02年 刑務所の中 (崔洋一) 同
03年 壬生義士伝 (滝田洋二郎) 同
04年 ニワトリはハダシだ (森崎東) ラインプロデューサー
クイール (崔洋一) 同 他

Hideki UJIE
Line Producer, Blood and Bone (2004/Dir. Yoichi SAI)
Filmography
1993 All Under the Moon (Dir. Yoichi SAI) Pro. MGR
1999 Keiho (Yoshimitsu MORITA) Pro. MGR
Buta no Mukui (Yoichi SAI) Pro. MGR
Olympic Glory (Keith Merrill) Pro. MGR
2001 Chloe (Go RIJU) Pro.MGR
2002 Doing Time (Yoichi SAI) Pro.MGR
2003 When the Last Sword Is Drawn (Yojiro TAKITA) Pro.MGR
2004 Chicken is Barefoot (Azuma MORISAKI) Line Producer
Quill (Yoichi SAI) Line Producer etc.,

第1部

国内製作者プレゼンテーション

総司会者：総司会の前澤と申します。私どもの組織は、全国フィルムコミッション連絡協議会といいますが、会員制をとってまして、現在フィルムコミッションの加盟数は全国で83あります。そのほかにフィルムコミッションに興味のある自治体が11、(協)日本映画監督協会や(協)日本シナリオ作家協会、日本観光協会などの関係団体が15、その他放送関係・CM関係などの企業の方が賛助会員として20社、個人会員でフィルムコミッションに興味ある方々が43名というかたちで協議会を構成しています。理事会がありますが、その他に委員会も5つほどあり、年4回ぐらい委員会としての活動を行っています。仕事の内容は、フィルムコミッションができる時の支援や、人材育成のための教育セミナー、調査アンケートとその発表などをやっております。その他海外のプロモーションとしては、香港で行われているフィルマート、それにサンタモニカ、ロサンゼルス近郊で行われているロケーショントレードショー、釜山で行われたBIFCOMと明日から始まるTIFFCOMへの出展などがあります。さらにベルリン映画祭、カンヌ映画祭、アメリカンフィルムマーケット等々でパンフレットをまいています。

第1部は、プロデューサーなど3名の方に集まっていたきまして「映画製作者がフィルムコミッションに求めるもの」というテーマでセッションを行います。モデレーターはキネマ旬報社の青木さんをお願いします。

司会者：『キネマ旬報』という映画雑誌をつくっている出版社の青木と申します。第1部は、現役で日本で映画をつくっているプロデューサーの方3名にお集まりいただきまして、フィルムコミッションを利用する側の立場から、実際にどう利用できたか、あるいはできなかったかなど、本音でお話していただければと思います。それでは3名の方をご紹介致します。株式会社ROBOT映画部部長の安藤親広さん、お隣がクロッキア・シネレーベル代表の石田基紀さん、続いて、フリーランスのプロデューサーの氏家英樹さんです。よろしくお願いします。

■氏家英樹『血と骨』

司会：氏家さんがラインプロデューサーとして携わった崔洋一監督の『血と骨』(2004)という作品は、戦後の日本を描いたドラマで、オープンセットのシーンがあります。これは、あちこちのフィルムコミッションに協力を得て撮影されたと思いますので、まずはその辺からお話していただきたいのですが。

氏家：この作品では、日本各地でたくさんの方にお世話になりました。メイキングの映像に出てきたオープンセットは、東京都財務局の管轄で5000坪ぐらいある土地の一部を

Part 1

Presentations by domestic producers

MC: My name is MAEZAWA and I will be the master of ceremony today. I belong to an organization known as the Japan Film Commission Promotion Council. This organization has a membership system which currently has 83 member film commissions nationwide. Additionally, the Council comprises 11 government bodies with an interest in film commissions, 15 organizations such as the Directors Guild of Japan, the Japan Writers Guild and the Japan Tourism Association, and 20 companies involved in broadcasting and advertising as associate members, and 43 individuals with an interest in film commissions as individual members. In addition to a board of directors, we have five committees which engage in activities about four times a year. Our work includes providing assistance when film commissions are being founded, holding education seminars related to personnel training, undertaking surveys and presenting our findings. Moreover, in terms of overseas promotions, we set up exhibits, etc. at Filmart in Hong Kong, the Location Trade Show in Santa Monica in the outskirts of Los Angeles, BIFCOM in Busan, and at TIFFCOM, which will be inaugurated tomorrow. We also distribute pamphlets at events such as the Berlin Film Festival, the Cannes Film Festival and the American Film Market.

For Part 1, we have invited three producers to make presentations on the theme "What film producers expect from film commissions". The moderator for this session is Mr. Aoki of Kinema Junposha Co., Ltd.

MODERATOR: My name is AOKI and I work for the publisher of the film magazine "Kinema Junpo". For Part 1 of this convention, we have gathered three producers currently engaged in making films in Japan to hear from the perspective of users of film commissions just how they were and were not able to use film commissions. I am hoping they will all share their real feelings with us. Let me introduce our three producers: Mr. Chikahiro ANDO, Producer at ROBOT Communications Inc.; Mr. Motoki ISHIDA, Producer and President of Croquia Cine Label Inc.; and finally, freelance producer, Mr. Hideki UJIE. Thank you very much for joining us today.

■Hideki UJIE "Blood and Bones"

MODERATOR: Director Yoichi SAI's film "Blood and Bones" (2004), for which Mr. UJIE was the line producer, is a drama depicting post-war Japan and involved some open set scenes. I imagine this required the cooperation of various film commissions. So could I ask you to start by saying something about this?

UJIE: Many people throughout Japan helped us with the making of this film. The open set appearing in footage of the making of this film involved borrowing part of a 16,500m²

お借りして、数カ月間にわたってつくりました。大阪の話なので、当然大阪ロケでは、大阪フィルムコミッションのお世話になっています。その他、信州上田、埼玉、群馬県わたらせフィルムコミッションなどたくさんの方たちの協力のできた映画です。

司会：必要なシーンを撮るために、まずロケハンをして決めたわけですか。具体的には、フィルムコミッションはどの段階から活用した形になるんですか。

氏家：これは時代物の映画ですから、古い建物がどこにあるかというのをロケハンしている段階で、例えば、わたらせフィルムコミッションの管轄にこういったものがあるとわかるとか、あるいは、よそのフィルムコミッションに行つてこういう建物がないかと相談するのが同時進行です。

司会：それは撮りたい土地や場所があつて、映画に合った風景や建物があるかどうかひとつ一つ回つていったという感じですか。

氏家：映画のつくり方はケースバイケースで、この映画のように大阪がメインであれば、本来なら全編大阪で撮ればそれに越したことはないのですが、昭和の初期と現在の風景は建物も違いますので、日本全国各地いろいろなところを回り、それに見立てていったというのが今回の映画のつくり方です。

司会：舞台は大阪で、それに合った街を探すためにあちこち回つたわけですが、フィルムコミッションを活用したメリットは、どういう点でしたか。

氏家：フィルムコミッションのメリットはたくさんあると思います。そういう組織がなかった時は、地方都市の市役所の観光課に行つて「こういう映画をつくりたい」と説明させていただいて、その土地でロケをしてきたわけです。しかし、フィルムコミッションがある今は、まず最初に「はじめまして」と名刺を渡す段階で、最初から味方になってくれる組織があるわけで、それだけでもスタッフにとっては大きなことです。またそこから紹介していただいた民間の施設に伺った時も、フィルムコミッションの方が同行してくださるだけで、少なくとも何をしにきたかをわかつていただいて撮影に入れるわけですから、スタッフにすれば大きなメリットだと思います。

司会：逆に、もっとこうだったらうまくいったのと思うことや要望というのは『血と骨』に関して何かありましたか？

氏家：もちろん映画ですから、ここがこうならこういう画が撮れたのということとはたくさんありますが、『血と骨』に限らず、私が今まで携わってきた映画の中で、フィルムコミッションのデメリットを感じたことはありません。

plot of land under the jurisdiction of the Tokyo Metropolitan Government's finance department, and several months of construction. Because this film is about Osaka, we shot on location in Osaka and we are greatly indebted to the Osaka Film Commission. This film was made with the cooperation of many people in Shinshu Ueda, Saitama and at the Watarase Film Commission in Gunma.

MODERATOR: Did you go location hunting to decide where to shoot the necessary scenes? Could you tell us in concrete terms from what stage you used film commissions.

UJIIE: This is a period film so from the time we start location hunting to find out where old buildings were located, we made simultaneous inquiries to find out what kind of buildings the Watarase Film Commission has under its jurisdiction, whether or not other film commissions had a particular kind of building, and so forth.

MODERATOR: Do you mean that you had a particular kind of land and places you wanted to shoot so you went to each FC in turn to see whether or not they had the scenery or buildings you wanted for the film?

UJIIE: Films are made on a case-by-case basis, but if the film is mainly about Osaka as in this case, normally nothing could have beaten shooting the whole film in Osaka. However, the scenery and buildings of the early Showa period differ from that of today, so we made this film by visiting places throughout Japan and used locations that looked the part.

MODERATOR: So the film is set in Osaka and you had to look around to find an appropriate city. What were the merits of using film commissions to do this?

UJIIE: I think there are lots of merits associated with film commissions. Before such organizations existed, we had to go to the tourism departments in local city halls and explain what kind of movie we wanted to make and that we wanted to use a particular piece of land as a location. However, now that we have film commissions, we have an organization that is on our side from the outset when we introduce ourselves and exchange business cards, and that in itself is a big plus for staff. Then, when we visit private facilities that they have introduced, the fact that someone from the film commission accompanies us means that at the very least, they understand what we came for and that we'll be filming, and that is also a big merit for the staff.

MODERATOR: In terms of making "Blood and Bones", is there anything you think they could have done better or anything you would have liked them to do for you?

UJIIE: It's a movie so of course there are many scenes you think could have been shot differently if only something else could have been different but I have never been aware of any demerits of using film commissions, not for "Blood and Bones" and not for any other film I've been involved in

■石田基紀『トニー滝谷』

司会：石田さんがプロデューサーを担当された『トニー滝谷』(2005)の撮影は、ほぼ1か所、横浜で撮ったものですね。

石田：もともと原作が村上春樹で、監督にはのっぺらぼうな空間にしたいという思いがありまして、脚本が上がってきた当時は台本の中では、土地を限定しない場所という設定になっていました。全体のスタッフィングをして制作部を集めた時に「じゃ、どこで撮影しようか」となって、とりあえず、プロデューサーと制作部でカメラを持ってあちこちぐるぐる廻って、イメージのベースとなる写真を撮ってきました。この映画では、背景が重要なポイントになっているので、その背景をどうつくるかということで、みんなが撮ってきた写真を集めて具体的なイメージをつくっていききました。その時に「小さな丘があって、遠くのほうに盆地みたいな広がりがあって、奥はふっと抜けているところがあつたらいいね」となり、そこはどこだといった時に、土地の形状や空の抜け方も含めて横浜がいいのではないかという結論になりました。そこからは、今はフィルムコミッションというシステムが日本に完全に浸透しているので、まず「コミッションに相談してみます」となります。そして制作部とコミッションが連携をとって、市で管轄している公園とか、一般の方が持っている空き地の大きい丘とかしらみつぶしに探していただきました。あちこち行きましたが、市川準監督が頑固者でなかなかOKが出なかったんです。ちょっと説明すると、普通の映画では、例えばAさんの部屋のシーンと、Cさんの部屋のシーンと、Bさんの通ってる会社のシーンがある場合、あちこち移動して撮影しますが、この映画では、1つの土地で東西南北の風景がまるで違うところを探して、そこに四角い舞台を立て、その1カ所で約8カ所以上のロケーションを成立させたんです。それぞれカメラを前に向ければ住宅地が見え、右に向ければ森が見えて、左に向ければ病院が見え、逆に向ければ公園が見えるというロケーションでした。やっと見つかった横浜のロケ地は絶好のポイントで、フィルムで撮影したときのレンズの後ろのぬけとか、ボケ味とかが素晴らしくて、制作部もここだったらいけるんじゃないかということで、監督やカメラマンも連れていったら一発OKが出ました。本来ならばあちこち移動することになりますが、移動もなくすべて1カ所でできますから、プロデューサーにとっては非常にうれしいことで、そこがほぼスタジオ状態になって毎日通うかたちで撮影をしました。一部東京の街中とかもあったんですけど、基本的に8割方はすべて同じ場所で違う風景の撮影をしていて、すごくよかったと思います。

司会：それはやっぱり、フィルムコミッションに意図を伝えて探してもらったわけですね。

石田：そうですね、フィルムコミッションの担当者の方は、この人と話をすればいろいろと引き出しから出てくるだろうとか、データベースがあるだろうと、撮影時は任せていて、もうスタッフの一員というかたちでやっていただいているとすごく感じましたね。僕がかつて制作部にいた時もそうだったんですが、ロケーションの相談は、これまではだいたい制作部だったんです。プロデューサーやラインプロデューサーが横のつながりでいろいろな制作部に電話して聞いて

hereto.

■Motoki ISHIDA "Tony Takitani"

MODERATOR: Produced by Mr. ISHIDA, the film "Tony Takitani" (2005) was shot in Yokohama, almost entirely in one location.

ISHIDA: Originally written by Haruki MURAKAMI, the director wanted to use a smooth and flat place, and when the screenplay was finished the script referred to a wide expanse of land. When all the staffing was done and the production department got together, the question of location was raised so the producer and the production department took a camera and visited various locations taking photographs that would become the base of an image. Given that the background comprised an important part of this film, the question was how to create it, so we got the photographs everyone had taken and put together a concrete image. The image arising from this was "somewhere with a small hill and a wide basin-like expanse in the distance that gradually disappearing into the horizon", and when it came to where we could find such a location, we concluded that Yokohama would be good, especially because of the lie of the land and its clear blue sky. Then, given that the system of film commissions has become firmly established in Japan, the first thing to do was to consult the commission. The production department and the commission then collaborated to search with a fine-tooth comb parks under the jurisdiction of the city, big hills on privately owned empty plots, and so forth. They went here and there but the director Jun ICHIKAWA is very stubborn and didn't give his approval easily. Let me say a few words about this. In a normal movie, say there is a scene in Mr. A's room, a scene in Mr. C's room, and a scene in which Mr. B is commuting to work, usually we would shoot them in various locations. But for this film, we searched for a place in which the scenery to the north, south, east and west was completely different and built a square set on it, thereby creating more than eight locations in one place. It was the kind of location where if you pointed any given camera forward you could see a residential area; point it to the right and you could see a forest; point it to the left and you could see a hospital; and point it behind you and you could see a park. The location we eventually found in Yokohama was perfect, and the effects achieved by drawing back the lens while shooting on film or blurring were outstanding, and given that the production department would be able to do as they pleased, we took the director and the cameraman there and got immediate approval. Usually we would have had to move here and there but the fact that we could film everything at one location without moving was truly wonderful from the perspective of a producer, and for all practical purposes, it became a studio to and from which we commuted for filming. A couple of scenes were shot in downtown Tokyo, etc. but basically speaking, 80% was shot using different scenery at the same location, and that was really great.

いましたけれども、最近はあまり相談されなくて、ほとんどコミッションに相談しています。そういう意味ではロケーションの引き出しの多さ、情報量の多さはコミッションに必要な要素だと思います。『トニー滝谷』のロケーションでは、そのフィルムコミッションが重要な役割を果たしてくれたと思っています。

■安藤親広『海猿2』

司会：安藤さんには、今ちょうど撮影中の新作『海猿2』のお話をさせていただきます。

安藤：まだ今撮影中でして、今日もまだ東宝スタジオのセットで撮影しているので、このあとすぐ戻らないといけないのですが、まだ映像がないので今日はトークだけです。

司会：それだけホットなお話をお聞きできるかと思います。『海猿2』はテレビのドラマもありますからご存知の方もいらっしゃると思いますが、まず、どういう映画かと、どこで撮影しているのかなどをお話いただければと思います。

安藤：海外からの方もいらっしゃるので通訳できるように言いますと、海上保安庁の潜水士という職種があって、人命救助をしたり、船が座礁した時に調査をしたりします。そういう専門職のダイバーである主人公がいろいろな困難に立ち向かっていくという映画で、これは2作目です。普通の海上保安官が潜水士になるには訓練を受けなければいけないわけですが、1作目では、その訓練の学校を卒業するまでの話を描いています。これはフジテレビの連続ドラマとして放映されました。映画の『海猿2』は、日本史上最悪の海難事故が起きるという設定で、主人公がその海難に挑んで人命救助でがんばるという映画です。

司会：撮影は今スタジオですが、その前はどちらだったんですか。

安藤：8月の下旬から9月の下旬ぐらいまで1カ月、宮崎と鹿児島でロケを大々的にやらせていただきました。台風があたりして、もう一度宮崎に戻らないといけないことになっていますが、なかなかスケールのある画になります。乗客が600人乗っていて、車が200台乗っているというフェリーが鹿児島港沖で海難事故に遭い、そのフェリーが沈んでいくなかで人を救出するという設定なので、人の協力がすご

MODERATOR: Of course, you found this because you conveyed your intentions to the film commission and had them search for it on your behalf.

ISHIDA: That's right. If you speak to the person in charge at the film commission, various things will probably come out of the drawers and they will probably have a database, so when it came to filming I could leave him to it, and I really felt as though he was participating as a member of staff. Hereto, it was the production department that made inquiries into locations, and that is certainly how it was done when I was in the production department. The producer and the line producer used to call various production departments to consult them on a fairly equal footing, but recently we seldom consult them as we mainly consult film commissions instead. In this sense, I think commissions comprise an essential factor in terms of both the number of location drawers and the amount of information. I think the film commission fulfilled an important role with regard to the location for "Tony Takitani".

■Chikahiro ANDO "Sea Monkey 2"

MODERATOR: Mr. ANDO is going to talk to us about "Sea Monkey 2", a new film he is currently engaged in filming.

ANDO: Given that we are in the process of filming and that we're filming on a set at Toho Studios today, I will have to return as soon as I'm finished here. Unfortunately, I can only talk to you today as we don't have any footage quite yet.

MODERATOR: We'll be delighted to hear about such a "hot" topic. "Sea Monkey 2" was also a TV drama so I imagine some of the audience are familiar with it, but could you start by telling us what kind of a film it is and where it is being filmed?

ANDO: I will speak in a way that facilitates interpretation for the benefit of foreigners here today. The Japan Coastguard employs divers to engage in rescue operations and conduct inquiries when ships have accidents. The main character of this film is a professional coastguard diver and the film is about various difficulties he confronts. This is the 2nd film. Becoming a diver for the coastguard usually involves training and the first film depicted things up until graduation from training school. This was broadcast as a drama on Fuji TV. In "Sea Monkey 2", Japan's worst ever maritime accident occurs and the hero has to do all he can to rescue people from the accident.

MODERATOR: You are filming in the studio now but where were you filming before that?

ANDO: We did large-scale shoots on location in Miyazaki and Kagoshima for about one month from the end of August till the end of September. We were hit by a typhoon so we have to go back to Miyazaki again for another fairly

くポイントになっています。そういう意味では、鹿児島とか宮崎の方に協力していただいですごく助かりましたね。

司会：それはフィルムコミッションというかたちですか。

安藤：宮崎は、NPO の宮崎文化本舗というところが『海猿2』のロケ受入委員会というのをつくってくれました。それと鹿児島は、観光課に一応フィルムコミッションというかたちもあるんですが、観光課は他の仕事もあってお忙しくて、JC の青年団の方が応援する会というのをつくってくださいました。そこを中心にボランティアのスタッフルームを提供していただいたりとか、いろいろ協力していただきました。

司会：今まさにつくっている最中だと思いますけど、映画を支援する組織や団体があることでメリットがあるという感じですか？

安藤：そうですね、ある種パニック映画なので、岸のほうに野次馬がいたり、いろいろな人や消防が出てきたり、救急車やらマスコミやら何百人単位の人が岸で右往左往している画を撮るわけですが、そういう時に、東京だったら単純にエキストラ会社にお金を払って人を雇えばいいんですけども、地方にはそういうものがないんです。そうするとフィルムコミッションの力をお借りしてエキストラの人集めなりをしてもらうことになりますが、消防や救急車は、通常の任務を行っているところに、県の方から口ぞえをしていただいて、現場に持ってきてもらうなど協力していただいて、非常にリアルな映像が撮れたのではないかと思います。

司会：来年公開ですよ。

安藤：はい、5月6日に公開します。

large scene. Given that the film is about a ferry carrying 600 passengers and 200 cars that is involved in an accident off Kagoshima Port and attempts to rescue the passengers as the ferry sinks, people's cooperation has been paramount. Accordingly, the cooperation people in Kagoshima and Miyazaki have extended to us has been a great help.

MODERATOR: Did you use their film commissions?

ANDO: In Miyazaki, an NPO called Miyazaki Cultural Inc. set up a Sea Monkey 2 Location Committee for us. In Kagoshima, the tourism department also fulfills the role of film commission but given that the tourism department is busy with other work, members of the Junior Chamber of Commerce formed a support committee for us. These organizations then played key roles in providing volunteer staff rooms and cooperated in various ways.

MODERATOR: I know you're still in the process of making it but do you think there are merits to having groups and organizations to support films?

ANDO: Of course. "Sea Monkey 2" is a kind of panic movie so we have to shoot scenes in which there are onlookers along the shore, various people and firemen appear, and be it ambulances or the media, there are literally hundreds of people running about in confusion on the shore. In Tokyo we would simply pay an extras company to employ people but there is no such thing in provincial areas. So we had to rely on the ability of film commissions to recruit extras. Ambulances and fire engines, however, have their regular duties to perform, so we got them to have a word with the prefectural authorities and ask them to cooperate by bringing them to the location, and we were able to shoot extremely realistic footage.

MODERATOR: This is going to be released next year, isn't it?

ANDO: That's right, it opens on May 6th.

ディスカッション

司会：お三方は、今お話していただいた作品以外にも、いろいろとつくられていて、いろいろなかたちでフィルムコミッションを活用されている現役の方なので、どの作品と指定はしませんけれども、実際に製作している立場から、メリットや助かっているといったお話を伺いたと思います。具体的な例を出しながら、まず安藤さん、お願いします。

安藤：4年前ぐらいの『リターナー』(2002)という金城武さんの主演の映画では、後半にオイルリグのシーンがあったんですが、そこは、姫路にある使っていない火力発電所で撮影をさせていただきました。シナリオ、製作の段階から、その当時今よりちょっと数が少なかったフィルムコミッションに「こういう場所を探している」とオファーをして、姫路の

Discussion

MODERATOR: All three speakers have made various films other than the ones they have been talking about, and they all use film commissions in a number of ways, so I won't specify any particular film but could you tell us about the merits of using film commissions and how they have helped you from the perspective of someone who actually makes films? Mr. ANDO, perhaps you could give us some concrete examples.

ANDO: There were some scenes on an oil rig in the latter half of the movie "Returner" (2002) starring Takeshi KANESHIRO, and these were shot at a disused thermal power plant in Himeji. From the writing stage we put out an offer

フィルムコミッションから返ってきたのが「火力発電所の中だったらどうだろうか」という提案だったんです。それで制作部などがロケハンに行ったら、ちょっと手を加えれば狙い通りのロケーションになるということなので、それならオイルリグという設定のままシナリオをファイナルドラフトまでつくって、ロケは最初からここでやろうと決めました。それから『交渉人 真下正義』(2005)という企画では、地下鉄がテーマだったので、神戸のフィルムコミッションにお世話になって、神戸の交通局に地下鉄のロケをお願いしました。『容疑者 室井慎次』(2005)は新宿の歌舞伎町で撮影したかったんですが、警察から許可が下りないので、いわきの駅のそばを歌舞伎町に仕立てて、そこで撮影させてもらいました。石田さんも言っていますが、情報がもらえるからこういうふうにつくっていけるわけで、すごく助かっていますね。

司会：歌舞伎町を再現するのにいわきを選んだのは、どういう要素からなんですか。

安藤：美術のデザイナーがいわき出身だったというのが一番なんですけど、いわきの駅前は静かなので、多少ロケがお邪魔してもご迷惑にならないということもあったのと、ちょっと手を加えれば歌舞伎町に見えるだろうという計算ができたので、ここでやってしまおうということになって、大々的な雨降らしなどやらせていただきました。今石田さんがやっているハリウッド映画だったら、そんなものはアメリカに渋谷の街でも何でもつくって撮影してしまえばいいと思うんですけど。日本の製作費はそこまで潤沢ではないので、やっぱり知恵や、とんちを使ってつくっていくしかないですね。今の『海猿2』でいうと、水がらみのいいスタジオが日本にはないんです。スタジオの中にプールがあるスタジオなんですけど、東宝にあるのは使い勝手が悪いんです。それでどうしてるかというと、5mの深さの飛び込み台のプールを借りて、そこに水中のセットをつくるというやり方をしています。そういういろいろなアイディアは、フィルムコミッションの方々が「こういう使い方はどうですか」と、こちらが「えっ」と思うような提案をしてくれる時もある、すごく助かります。あまり製作のやり方など知らない人が「こういう使い方はできないんですか」と提案してくれるのは、発想的に新鮮で僕たちにとってはすごくありがたいですね。

司会：石田さんの他の作品も結構フィルムコミッションをいろいろ使ったりしていますね。

石田：何度かお世話になっていますね。万博公園の太陽の塔のてっぺんに人が登るという設定は無理だろうと思ったんですが、なんと30年ぶりに開けていただきまして、上まで登ることができました。こんなことができるのかと思いました。いざ撮影となった時に、やっぱり中の掃除が大変なのと危険だということで、撮影隊のほうから断念したんですけれど、その太陽の塔の下で撮影する時に、約500人ぐらいのエキストラを集めないといけなくて、サラリーマンスタイルが何百人、普通の学生さんが何百人とこちらの希望を伝えたら、ほぼ希望通りの人が時間通りに集合してくれて撮影ができました。僕はちょっと勉強不足なのかもしれないんですけど、一般の方の登録制のエキストラ募集みたいなものが成立しているということを全然知らなかったものですから「エキストラはどうにかなりますかねえ」という話をした時に「大丈夫です。登録してますから」と言われて、ああそういう

to the film commissions, which were a bit fewer in number at the time than they are today, describing the kind of place we were looking for, and the Himeji Film Commission replied by suggesting that we filmed inside a thermal power plant. When the production department went to the location they realized that with a little touching up it could be used as the location of a narrow passage, and accordingly the oil rig setting could be kept as is, and the scenario could be completed in keeping with the final draft. We decided to use it as the location from the very beginning. The theme of "Negotiator Mashita Masayoshi" (2005) was the subway so a film commission in Kobe asked the Kobe Transport Agency if we could use their subway as a location. We wanted to film "The Suspect Muroi Shinji" (2005) in Kabukicho, Shinjuku but the police wouldn't grant permission so we adapted an area near Iwaki Station to resemble Kabukicho and shot it there. Mr. ISHIDA also mentioned this but receiving information is what makes these things possible and it really helps.

MODERATOR: What factors induced you to choose Iwaki for the recreation of Kabukicho?

ANDO: The main factor was that the art designer was from Iwaki, but another factor was the fact that the area in front of Iwaki Station is quiet so even if we got in the way a bit it wouldn't be too inconvenient. Also, we calculated that with a bit of touching up it would look like Kabukicho so we decided to do it there and we even got them to let us stage a massive downpour, etc. If it had been the Hollywood movie Mr. ISHIDA is doing now, they probably would have built Shibuya or wherever in America and shot it there. Japanese production costs aren't quite so abundant so we have to use our wisdom and wits. For "Sea Monkeys 2", there simply weren't any good underwater tanks for filming in Japan. Toho has a studio with a tank but it's difficult to use, so we rented a 5m deep pool with a diving board and build a set in the water. People at the film commissions came up with various ideas and suggested alternative ways of using things, some of which surprised us, but it really helped. Having people who aren't particularly familiar with how films are made suggest alternative ways of doing things is very spontaneous and fresh for us, and we really appreciate it.

MODERATOR: Mr. ISHIDA, you have used various film commissions quite a bit for other films haven't you?

ISHIDA: Yes several times. I thought having someone climb to the top of the Sun Tower at the World Expo Park would be impossible but somehow they managed to have them open it after 30 years and we were able to climb to the top. I was amazed they could do such a thing. Actually, when it came time for filming, cleaning the inside was both difficult and dangerous and the cleaning gang gave up. Filming at the foot of the Sun Tower required getting about 500 extras, so we said we wanted a couple of hundred dressed as businessmen and a couple of hundred as regular students, and we basically got the kind of people we wanted to come when we wanted them to, and were able to film them.

ことができてるんだって思いました。それはもちろん大阪に限らず各地でやっていらっしゃることだと思います。日本はアメリカやフランスとは違って、市が警察権を持っていないので、道路の封鎖がどうの爆破がどうのという時に、フィルムコミッションが警察を動かせるわけではないのですが、得意としているのは土地の人たちをいかに味方につけていくかということで、警察の協力が得られなくても、それに代わるものは得られる気がします。道路なら私道を持っている方もいらっしゃいますし、自治体の道路だってありますから、そういうところで撮影をさせてもらうことは過去にも何度かありました。ですから、今できる範囲で精一杯のことをやっていたいただいていると思います。

ただ撮影隊側の目的は、やっぱり映画の撮影であって映画の成功なんですね。しかし、フィルムコミッションは、立ち上げられた動機はそれぞれあるにしても、多くは観光課とか観光振興課から発展したものがフィルムコミッションになっていて、その最終目的は街の活性化や経済の発展、地域の興隆だと思うんです。そこはやはり映画の撮影隊とは目的が違います。我々はお邪魔する立場でえらそうな言い方はできませんが、1つの作品のために協力しあってやるにしても、やっぱり目的は別と考えた方がいいと思うわけです。フィルムコミッションをやってもお金にならないし、かえって出ていくとか大変なこともあると思いますけど、映画やコンテンツが街に来た時にそれをどう活かしていくかは、コミッションのアイデアとプロデュース能力にかかっているわけですし、最終的に街にどう活かしていくかは、フィルムコミッションの責任でやっていく必要があると思います。

司会：氏家さんは『血と骨』以外でこういうところがよかったというのはありますか。

氏家：公共機関はいろいろ制約があったりしますから、当然本来の目的以外の時間に撮影させていただきをお願いをするわけですが、内容によって、例えばサスペンスのような話だと貸したくないという話になりがちなんです。しかしフィルムコミッションの趣旨として、内容を問わないということになっていますから、映画の規模の大小や脚本の内容によって貸してもらえたり貸してもらえなかったりということとは少なくなったのではないかな、と思います。

司会：これからさらに映画を面白くしたり、国際的にも競争力をつけたりするためにフィルムコミッションの存在は重要だと思います。製作側からの意見として、もっとこうなればいいとか、あるいはこういういいところは残しておいて欲しいとか、そういう提案や要望があればぜひお話ししていただきたいのですが、安藤さんどうですか。

安藤：そうですね。まずどこのフィルムコミッションにも僕らがコンタクトを取った時には、だいたい基本ベースでは同じ認識でいただけると非常にありがたいです。例えば先ほど石田さんも言いましたが、ボランティアのスタッフとかエキストラもちゃんと登録になっているということとかは、結構大事なことなんですね。鹿児島、宮崎では一緒に立ち上げる場所からやって、やっぱり最初の準備に結構時間がかかったの、こちらのわがままですけども、撮影したい時に行けばその登録が既になされていて、何人だったら呼べますという体制になっていると、僕らとし

I guess I was a bit out of touch but I had no idea that a system for recruiting and registering the general public as extras existed, so when I asked whether something could be done about getting the extras I was told that it would be fine because they had them registered, and I realized that it could be done that way. Of course this is done everywhere, not just in Osaka. Japan is different from America and France in that cities do not have authority over the police so when it comes to sealing off roads or explosions, film commissions don't mobilize the police, instead they are rather good at persuading the locals, and we manage to achieve the same thing without police cooperation. When it comes to roads, there are both private roads owned by citizens, and local government roads, and I have been allowed to film in such place numerous times in the past. Hence, I think they are doing everything they possibly can for us at the moment.

However, at the end of the day, the film crew's goal is to shoot a film and to make it a success. So, although film commissions have been inaugurated for various reasons, most of them derived from tourism and tourism promotion departments, and their ultimate goal is to invigorate their town, develop the economy or help the region flourish. Obviously, these are different goals from those of the film crew. Given that we're the ones that get in the way we can't talk too proudly but I think it's better to recognize we have different goals even if we are only cooperating on one film. Running a film commission doesn't make money, rather it can be costly and challenging, so just how they use a film and its contents when one comes to town depends on the commission's ideas and their production ability, and the bottom line is that film commissions need to take responsibility for determining how it can be used to benefit the town.

MODERATOR: Mr. UJIIE, apart from "Blood and Bones", have you had any good experiences of film commissions?

UJIIE: Public organizations have various restrictions so of course we ask to be allowed to film somewhere when it isn't being used for its real purpose, but responses depend on content: for example, there is a tendency for them not to want to lend things for suspense stories. However, one of the objectives of film commissions is not to discriminate by content so these days, I think the question of whether or not a location is loaned has less to do with scale of the film or the content of the script.

MODERATOR: I think the presence of film commissions is important in terms of making films more interesting and making them more competitive internationally. If you have any opinions, suggestions or requests from the production side, such as how things could be improved or good aspects you would like to see maintained, I would very much like you to share them with us. Mr. ANDO, how about you?

ANDO: First of all, it's really helpful that whenever we've contacted a film commission they have all had the same perceptions on a fairly fundamental basis. For example, as

ては非常に仕事がやりやすいです。

すごく細かい話ですが、鹿児島でロケをした時のモラルの問題なんですけど、エキストラやボランティアスタッフが役者さんを携帯のカメラで撮っちゃったりしたんです。すみません、素人にそんなことやってどうするんだっていうのもあるんですけど、やっぱり、あくまでも映画の撮影で、お祭りではないので、それはちょっと、ということがあります。それで気を悪くする役者さんもいるんです。その辺のモラルや認識を、参加する方々にフィルムコミッションから説明していただけるとありがたかったという感じがしました。

それから撮影で、こういう場所をしたいとかああいう場所をしたいとお願いする時に、これは国の問題だと思うんですけど、管轄がいろいろ分かれていて、道路1つ借りるのに3カ所ぐらい手続きに行かなければいけないということがあります。あと、たらい回しにされることもあります。法整備とまでは言いませんが、もしフィルムコミッションでそういうことが1つの窓口でまとめられるようになって、ここに言えばこの道路は借りられるとか、この橋は借りられるとか、そういうショートカットができるようになるということです。使えるのか使えないのか回答が来るまでに1カ月かかるとなると、映画製作で準備の1カ月は命取りになりますので、そのあたりに少し力を入れていただけると非常に助かります。

司会：石田さんはどうですか。

石田：人についての話をすると、以前コミッションのない滝川市という北海道の町で撮影した時に、市役所の観光課の方と話をしたら、一人の男性が前に出てきて「この作品を担当します」と申し出てくれたんです。作品担当としてついてくれたその方が、それから約1年間の撮影全部にわたって市役所の一括した窓口になってくれて、ロケーションも彼が全部立ち会ってくれたことは、すごく重要なことでした。それから人材一人ひとりのレベルやスキルのようなものはすごく重要です、フィルムコミッションを確立したものにするという意味でも、個人のスキルはすごく大事だと思います。別に映画に詳しいとか、専門用語を知っているとかそういう問題ではなくて、やっぱり現場で「フィルムコミッションが彼だから」と自信を持っていえる人が撮影隊の中に1人いると、僕らとしても全く違って来るんですね。フィルムコミッションは、ロケーション全体のコーディネーターになってくるので、スタッフの一員ぐらいのレベルで考えなくてはいけません、実際は場所を紹介して終了というのがほとんどです。例えば、美術館を使いたくなったら「では、誰々さんが担当者ですからそこに行ってください」となって、そこから先は全部僕らがやるとなると、フィルムコミッションは、電話帳にしかならないことになるんです。先ほど氏家さんのお話にもあったように、僕らがプロダクションの名刺を持って「美術館を貸して下さい」といったところで貸してくれないわけで、例えば東京都とか、神奈川県とかの大きい町からの口添えがあれば話が通るわけですから、そういう公共団体の紹介があるのはすごく重要なんですけども、やっぱりそれだけではちょっと、と思います。

司会：氏家さんは困ったことはないと言っていましたが、ほかに何かありますか。

Mr. ISHIDA just mentioned, having volunteer staff and extras properly registered is quite important. In Kagoshima and Miyazaki, the film commissions helped us from the setting up stage. The initial preparations were quite time consuming so although I know it's selfish on our part, it's really easy for us to get things done if they already have everyone registered when we go to film, and they have a system whereby we can ask how many people they have available.

I know this is a small matter but we encountered a problem with ethics when filming on location in Kagoshima with extras and volunteer staff photographing actors with their cell phones. I know it may seem pointless to say something about it to a lay person but it is a film shoot after all, not a festival, and that kind of behavior is inappropriate. Some actors get very put out by things like that. I wished the film commissions could have explained such ethics and perceptions to the participants.

Then, when it comes to filming and you say you would like to film in this kind of place or a place like that, this is probably a national issue but jurisdiction is divided between various places, and sometimes you have to take out procedures at three places to use a single road. We're also sent from one place to another at times. I wouldn't exactly call it improving legislation but if film commissions could establish a single contact point where we could deal with these kinds of things, e.g., you can use this road or you can use this bridge... it would be great if they could achieve such a shortcut. When it takes a month to find out whether or not we can use a location, film production loses a month's preparation time so it would be absolutely fantastic if they could put some effort into this.

MODERATOR: What do you think Mr. ISHIDA?

ISHIDA: In terms of people, some time ago I was filming in Takikawa City in Hokkaido where there wasn't a film commission, and when I was talking to someone in the tourism department of city hall, a fellow stepped forward and said he would take charge of the film. The man who assumed responsibility for the film then became a general contact point for city hall throughout all of the filming done over the following year, and the fact that he accompanied us to all locations was very valuable. I also think factors such as individual people's levels and skills are very important. It's not a matter of whether they know a lot about films or know the terminology, having someone in the film crew with the confidence to say "because he's the film commission" makes all the difference to us. The film commission becomes the overall coordinator for the location so we need to think of him on the level of a member of staff, but in reality, they often only introduce us to the place. For example, if in the event that we want to use an art museum they simply tell us who's in charge and send us to meet him, and we are left to do everything from there, the film commission will be no more than a phone book. As Mr. UJIE mentioned earlier, we have business cards for production and just because we say "Can we borrow your art museum?" they may well not lend it to us. But, for example, if someone from a city hall in

氏家：撮影が多い都市と滅多に来ない場所は、それぞれ土地によっても状況が違うと思いますし、一概には言えない部分がありますが、撮影が滅多に来なくて慣れていないようなところで撮影するとなると、人や車がいっぱい来て、機材もいっぱい来て、ある意味イレギュラーなお祭りが突然起こるみたいなものなので、多かれ少なかれ住民の人には迷惑がかかります。そこで撮影が円滑にいくようにするフィルムコミッションさんの力があるといいなと思います。

司会：現場のプロデューサーやつくり手側とそれを受け入れるフィルムコミッションの人たちとが、話をしたり意見を交換したりする場はなかなかありませんから、例えばこういうトークの場を設けてそれを記録して残したり、見たりするのもいいきっかけになると思います。今後も何らかのかたちでフィルムコミッションと製作側のいい関係性が築けて、いい作品がつかれるように、つくり手側も受け入れる側も一緒になってやっていければと思います。3人のプロデューサーの方におかれましては、お忙しい中ご出席くださりまして、どうもありがとうございました。

Tokyo or Kanagawa Prefecture puts a word in for us, we'll get what we want, so, although getting an introduction from that kind of public organization is very important, that alone is not enough.

MODERATOR: Mr. UJIE says he's never experienced problems, but how about anything else?

UJIE: There are some cities that are often used for filming and other places where filmmakers seldom venture and I think the conditions vary according to their respective lands, and although it all depends, filming in a place that is unused to filming because filmmakers rarely come often ends up inconveniencing residents to a greater or lesser extent because lots of people and cars come, lots of equipment comes, and it is as if an irregular festival has suddenly arrived. At such times, a film commission with the power to ensure filming progresses smoothly is a good thing.

MODERATOR: Given that there are few opportunities for producers and people on the production side to meet with people from host film commissions to talk and exchange opinions, I think it would be a good idea to establish forums for discussing these kinds of topics, for example, which could then be recorded for future reference. I would very much like it if the film commission and the production sides could build a good relationship of some kind, and for the production side to cooperate with the host side to create good films. I would like to thank our three producers for joining us here today despite their busy schedules.

第2部出演者紹介&団体プロフィール

Introduction of Part 2 Guests and Organizations



■司会

田中まこ

神戸フィルムオフィス代表
AFCNet 副会長

大阪府生まれ。小学校～大学時代を日本と米国で過ごす。大学は UCLA と ICU でコミュニケーションを専攻。卒業後、東京で番組制作、ロケのコーディネート、海外渉外、通訳、DJ 等を手がけた後、2000 年より神戸フィルムオフィス代表、全国フィルムコミッション連絡協議会理事。2001 年～2003 年 AFCI 理事。2004 年より AFCNet 副会長。2004 年に国土交通省より「観光カリスマ」に選定される。

■ Moderator

Mako TANAKA

Director, Kobe Film Office
Vice-President, AFCNet

Born in Osaka and educated in Japan and the U.S. Majored in Communications at UCLA and ICU. Following graduation, worked in Tokyo in program production, location coordination, overseas PR, interpretation and as a DJ. Director of the Kobe Film Office and member of the Board of Directors of the Japan Film Commission Promotion Council since 2000. On the Board of Directors of the AFCI from 2001 to 2003. Vice-President of AFCNet since 2004. Designated "Tourism Carisma" by the Ministry of Land, Infrastructure and Transport in 2004.



■出演者

ビル・リンドストロム

AFCI 代表 (CEO)

■ Speakers and Organizations

Bill Lindstrom

CEO, Association of Film Commissioners International (AFCI)

* AFCI
(アソシエーション・オブ・フィルムコミッショナーズ・インターナショナル)

世界各国で映画、テレビ、ビデオ撮影などの映像作品の撮影を支援するフィルムコミッショナーを会員に持つ公式団体。教育を目的とする非営利組織であり、会員は国、州、県、地域、群、市などが任命したフィルムコミッショナーである。最も重要な教育事業であるシネポジウムとフィルムコミッション・ファンダメンタルズへの参加が AFCI の正会員になるための条件になっており、FC にとって最適の研修とされている。一方、AFCI が毎年開催するロケーションズ・トレードショーは、業界で最も長い歴史を持っており、世界各国から 260 以上の FC 及びロケーションサービス団体が参加している。

*AFCI (Association of Film Commissioners International)

The AFCI is the official professional organization for film commissioners who assist film, television and video production throughout the world. It is a non-profit educational association whose members serve as city, county, state, regional, provincial or national film commissioners for their respective governmental jurisdictions. Full membership of the AFCI is conditional on participation in its premier educational event, Cineposium and Film Commission Fundamentals, and this offers the best possible training for film commissioners. Its annual Locations Trade Show is the industry's longest-running locations trade event, and attracts the participation of more than 260 FC and location service organizations worldwide.



リノ・ピッコロ

カンパニア・フィルムコミッション代表

Rino Piccolo

President, Campania Film Commission

*カンパニア・フィルムコミッション

1998 年にイタリア・カンパニア地方の市町村によってカンパニア地方での撮影を支援する非営利組織として設立。企画からポストプロまでの支援、ロケーション・データベースの提供を行う。

* EFCN ユーロピアン・フィルムコミッション・ネットワーク

自治体が公認したヨーロッパの FC によるネットワーク。プロモーションツール及びノウハウの開発、デジタル及びアナログの広報誌の作成、情報交換及び海外でのフォーラムへの共同参加、官民の映像関係者にとって有用な研究の実施、制作者、プロデューサーと行政の集まりの定期的開催、フィルムコミッショナー及び映像制作者を対象にしたスキルアップを目的とする研修の実施などがその目的となっている。

*Campania Film Commission

Established in 1998 by municipalities in the Campania region of Italy as a non-profit entity to support projects and filmmakers interested in filming in the region. Services include supporting productions from planning through post production, and the provision of a database of locations.

*EFCN (European Film Commission Network)

A network of European film commissions endorsed by their respective public authorities. Established with the aim of enhancing promotional tools and know how, compiling a digital and paper PR magazine, sharing information, joint representation at forums overseas, engaging in research of benefit to public and private entities in the film industry, hosting regular meetings for filmmakers, producers and public authorities, and enhancing the skills of film commissioners and filmmakers.



チェ・フィル

ブサン・フィルムコミッション事務局次長

Phil Choi

Deputy Director General, Busan Film Commission

*ブサン・フィルムコミッション

国内外の映画をブサンに誘致するためのスタッフ、技術、金融資本の供給などを織り込んだ新しい映像産業のインフラ構築が目標。地元の経済力と文化財を最大限に生かし、「シネポート・ブサン」としてアジアの映像産業の新しい中心地になりつつある。韓国内8箇所のFCの先導者であり、アジア各国でのFC設立にも貢献。これまで各種支援制度を通して優れた映像作品の制作を実現してきたが、今後は映画の企画、撮影、機材レンタルに加えて現像、録音、CG等のポストプロが行えるワンストップの総合ポストプロ拠点を設置予定。

*AFCNet/アジア・フィルムコミッション・ネットワーク

アジア地域のFCの連携によって撮影関連情報（法規、保険、通関など）を共有し、広報・マーケティング活動を共同で行うことで、アジア地域のより良い撮影環境の整備を行うことを目的に2004年に設立。90年代後半からアジアでは2国間以上での合作映画の制作や相互のロケ地での撮影など、映画制作の新しいスタイルが増加。様々な文化や習慣、制度が混在することにより発生するトラブルを未然に防ぎ、アジアの映像産業及び映像文化の発展を促進させたいという趣旨に賛同したアジア8ヵ国22のFCが会員になっている。

*Busan Film Commission

Aims to build a new infrastructure for the film industry, incorporating the provision of staff, technology and financial capital, to attract domestic and foreign films to Busan. Capitalizing on local economic power and cultural assets, Cine-Port Busan is emerging as a new hub for the Asian film industry. As the role model for 8 FC in Korea, it has also contributed to the establishment of FC in countries throughout Asia. Having realized a number of outstanding films thanks to its various support systems, it now plans to supplement its film planning, shooting and equipment rental services with a one-stop general post-production hub to facilitate processes such as development, sound recording and CG.

*AFCNet (Asian Film Commission Network)

Established in 2004 to create a better filming environment in Asia by sharing production-related information (regulations, insurance, customs, etc.) among film commissions in Asia, and collaborating on promotions and marketing. The number of new styles of filmmaking, such as co-productions between 2 or more countries and filming in each other's countries, has been on the rise in Asia since the late 90s. AFCNet comprises 22 film commissions in 8 countries who have agreed to strive towards preempting problems arising from the existence of various cultures, customs and systems, and contributing to the development of a film culture and the Asian film industry.



ロビン・ジェームス

パシフィック・フィルム＆
テレビジョン・コミッション代表

Robin James

CEO, Pacific Film & Television Commission

*パシフィック・フィルム＆テレビジョン・コミッション

クィーンズランド政府が所有する会社。クィーンズランド内での映画及びTVの制作を促進し、撮影を誘致している。主な目的は、オーストラリアの映像産業の発展と支援。キャストおよびスタッフの人件費やポストプロへのインセンティブなどがある。支援作品として、豪英合作の「The Proposition」、「Samurai Ramen」、「Singapore Sling」、「ピーターパン」、「シン・レッド・ライン」、「スクービー・ドゥー」など。AFCI会員。

*AusFILM/アウスフィルム

オーストラリア政府、オーストラリアの各州政府が設置しているFC、40以上の企業会員が加盟している非営利組織で、理事は選挙により選出。シドニーとロサンゼルスにオフィスがあり、映画、TV、コマーシャルの主要ロケ地としてのオーストラリアを世界にPRし、ロケ地、インセンティブ、撮影スタッフなどの関連業者、そして高機能の施設やスタジオなど、映像制作に関わるすべての情報を提供している。

*Pacific Film & Television Commission

Owned by the Queensland Government, it promotes the production of films and television programs in Queensland and attracts people to film there. Given that its main objective is to support and develop Australian film industry, it provides incentives for cast and staff costs and post production. Projects filmed in Queensland with its support include the Australian/UK productions The Proposition, Samurai Ramen, Singapore Sling, Peter Pan, The Thin Red Line and Scooby Doo. Member of the Association of Film Commissioners International (AFCI).

*AusFILM

A non-profit organization comprising the Australian Government, Australian state film commissions and more than 40 corporate members, AusFILM has an elected board. With offices in Sydney and Los Angeles, it markets Australia as the world's leading destination for film, television and commercials and provides information on every aspect of filmmaking including locations and tax incentives, creative crew and services, and sophisticated facilities and studios.

第2部

「フィルムコミッション・ネットワーク」 プレゼンテーション

総合司会：現在は日本のフィルムコミッションは全国に83あります。たくさんフィルムコミッションができるのは大変ありがたいことですが、製作会社からすると、すべてに連絡しなければいけないのかということになります。したがって、広域化、ネットワーク化が急務になります。第2部のセッションのテーマは、そのネットワークをどうつくっていくかということです。ネットワークといっても国際的なネットワークや、地域的なネットワークなどがございますが、今回は海外でネットワークをつくっていらっしゃる方にプレゼンテーションをしていただきます。

では第2部の司会進行は神戸フィルムオフィスの田中まこさんをお願いします。よろしくお願いします。

司会：今回のコンベンションは、様々なフィルムコミッションの国際ネットワークの代表の方たちにお越しいただいています。そもそもフィルムコミッションが誕生したのは1940年代後半、50年以上前のことです。当時、ハリウッド映画が撮影所から外に飛び出して国立公園やハイウェイでロケをしようとした時に、なかなかスムーズにいかないということがきっかけで、アメリカにフィルムコミッションが生まれました。私たちより50年も先に始めていますから、今では派手なカーチェイスも爆破も当然になっていますが、それはフィルムコミッションが大きな貢献をしたためにできるようになったわけです。今日は、そのアメリカから、と言っても世界代表になるのですが、AFCIのビル・リンドストロムさんにお越しいただいております。AFCIは、日本語でいうと国際フィルムコミッショナーズ協会、フィルムコミッションの協会ではなくコミッショナーズの協会です。コミッションにおいて、いかに人が重要かということアメリカでは早くから気づいていまして、フィルムコミッショナーという資格制の職業があります。そんなフィルムコミッショナーが世界中から集まって、今では30カ国以上から300以上のフィルムコミッションの代表を務めるコミッショナーたちがこのAFCIに所属しています。今日お話をさせていただくビル・リンドストロムさんは、このAFCIの最高責任者CEOでいらっしゃいます。ご本人自らフィルムコミッショナーとして何十年も活動をされていて、その後AFCIが株式会社の形式になりまして、今はCEOという代表をしていらっしゃいます。それではビルさん、プレゼンテーションをお願いします。

AFCI

(アソシエーション・オブ・フィルムコミッショナーズ・
インターナショナル)

ビル・リンドストロム/アメリカ

ビル・リンドストロム：本日で出席の皆様方は、フィルムコミッションの役割をご存知の方であるかと思いたつので、フィルムコミッションの役割については最初に簡単にお話したいと思います。これはAFCIの役割と非常に深い

Part 2

Presentation

"Important Roles of Film Commission Networks"

MC: At present, there are 83 FC in Japan. It's great there are so many FC but production companies must wonder whether they need to contact all of them. Accordingly, the widening and the building of networks comprise urgent issues. The theme of Part 2 is how we should go about building such networks. The term "network" refers to both international networks and regional networks, and today, we have invited some people engaged in building networks overseas to make presentations.

The moderator for Part 2 will be Mako TANAKA, Director of the Kobe Film Office. Thank you very much.

MODERATOR: Representatives of various international film commission networks have joined us for this convention. The very first FC was established over 50 years ago, in the late 1940s. At that time, things never seemed to go smoothly when Hollywood films left the studio to film in a national park or on a highway, and this triggered the establishment of the first FC in America. Given that they started 50 years ahead of us, things like flashy car chases and explosions are commonplace now, but it is only because FC have contributed so much that such things are possible. Today, Bill Lindstrom of the AFCI joined us from America, although he really represents the world. Rather than being an association of film commissions, the AFCI is an association of film commissioners. Film commissions in America recognized just how important people were from early on, and they established a qualification system for the occupation of film commissioner. Such film commissioners hail from all corners of the earth, and more than 300 film commissioners representing film commissions in more than 30 countries belong to the AFCI. Bill Lindstrom, one of our speakers today, is the Chief Executive Officer of the AFCI. Bill was active as a film commissioner for decades before the AFCI became a joint-stock corporation, and he is currently its Chief Executive Officer. So Bill, would you like to give us your presentation please.

AFCI

(Association of Film Commissioners International)

Bill Lindstrom / USA

Bill Lindstrom: I think everyone here today is familiar with the role of film commissions so I will only mention this briefly. This is very closely related to the role of the AFCI. As you know, the AFCI's success derives from the fact that it actually started as a small network. This small network

関わりがあります。AFCIの成功は、実は小さなネットワークとしてスタートしたことによるものだということはおそらくご存知かと思いますが。小さなネットワークは、この30年間に大きなネットワークへと拡大し、40カ国に広がりましたが、引き続きフィルムコミッションは各地で成長を遂げ、それと同時にネットワークも拡大しています。

フィルムコミッションの成り立ちは、その数だけあると考えられますが、映像作品を通じた経済的な恩恵、または地域のクリエイティビティを高めることがフィルムコミッションの目的です。通常は、市、郡、州、県、地域または国家というレベルで設立され、例えば市長室、県・郡などの自治会、商工会議所、観光局、旅行局、委員会、産業経済振興局などがこれを運営し、またその資金を提供しております。一部のフィルムコミッションは民間や非営利の団体になっていますが、AFCIは基本的に、政府またはその管轄の組織、あるいは非営利の団体であることを求めています。フィルムコミッションはご存知のとおり、無料のサービスを提供することで知られているわけですが、情報の提供、ロケーションのハンティングないしは紹介、問題解決にあたり、撮影場所の意思決定のための情報を提供します。そしてそのための情報源として知られることになるわけです。

フィルムコミッションの歴史は、まさにネットワークの歴史です。前身は50年以上前から存在しています。まず最初はユタ州モアブのある個人のアイデアでスタートしました。これはアメリカの西部劇映画が非常にポピュラーであった時期と重なります。映画製作の機材が携帯可能となり、プロダクションがロケーションのために遠隔地まで移動を始めた時に、例えば西部劇の舞台となったモニュメントバレーといったところを見つけたわけです。そこは多くの映画の舞台となりました。その時、ユタ州の商工会議所のボランティアとしてモアブにいたチャーリー・ホワイトという人物がホテルを探したり、現地で必要とされる物やサービスを提供するために尽力したことに対して、映画のプロダクションは非常に感謝しました。プロダクションは、いい場所ならまたそこで撮影したいと思うわけです。ユタ州のモアブがポピュラーになったのは、この人物のおかげでした。それは1940年代後半のことです。第2の段階は、キャロル・スミスというコロラド州の観光局に勤めていた人物によってもたらされました。彼女はチャーリー・ホワイトの友達で、彼からユタで起きたことや、フィルムコミッションの役割について話を聞きました。それでユタ州の南部でチャーリーが起こしたことをコロラドでもできるのではないかと考えたわけです。そしてキャロルは、州議会と話を始め、予算の獲得を試みたわけです。それにより、1969年に初の政府出資型のフィルムコミッションモデルを確立するという、非常に重要なことを成し遂げました。その後、さらに重要なフィルムコミッション・ネットワークを形成しています。つまりキャロルとチャーリーの間で、初めてフィルムコミッションのネットワークがつくられたわけです。キャロルがつくったコロラド州のフィルムコミッションのモデルは、ローカルな地域で必要とされるサービスを構築したもので、30年後の今日にも十分に活用できるものです。5年後には20の州とカナダの2つの地域が同じような政府ベースのフィルムコミッションを設立しました。キャロル・スミスの成功は、結果的に2ダース以上の映画の誘致に成功しましたが、彼女は政府ベースのサービスの提供に注力し続けました。それを通じて知識の交流や交換ができれば、フィルムコミッションの役割をさらに高め

has grown over the past 30 years into a large network encompassing 40 countries - film commissions have sprouted up one after another in each region, and the network has grown accordingly.

There are probably as many reasons for establishment as there are film commissions but their main objective is to enhance economic benefits and local creativity through motion pictures. Film commissions are usually established on a city, county, state, prefecture, region or national level, for example, they are operated by entities such as mayors' offices, prefectural or county governments, chambers of commerce, tourism bureaus, travel bureaus, committees, industrial or economic promotion agencies, who also fund them. A number of FC are private or non-profit organizations, but the AFCI basically requires them to be endorsed by their government or respective governmental jurisdictions, or to be a non-profit organization. As you know, FC are known for providing services free of charge, and they provide information, location hunting and introduction services, and engage in problem solving to support decision-making on locations. They have become known as sources of information for such purposes.

The history of film commissions is synonymous with the history of networks. The former have existed for more than 50 years. It all began with an idea from a person living in Moab, Utah. This was at the time when American western movies were very popular. Film production equipment had become movable and productions had begun to travel great distances to shoot on location, e.g., they had discovered places like Monument Valley, which later went on to become a location for western movies, and was used as the setting for numerous movies. At the time, a Moab resident called Charlie White, a volunteer for the Utah Chamber of Commerce, looked for hotels and did whatever he could to provide the things and services needed on location, and the film production department was extremely grateful for this. The production department reckoned if a place was good they would like to film there again. The reason Moab, Utah became popular was largely due to this man. That was in the late 1940s. The second stage was brought about by a person called Karol Smith who worked at the tourism bureau in Florida. She was a friend of Charlie White's and had heard about what had happened in Utah and the role of film commissions. She started thinking that what Charlie had achieved in southern Utah could also be achieved in Colorado. Karol then approached the state legislature in an attempt to secure a budget. As a result, a model for the first legislated film commission was established in 1969, and this was an extremely important achievement. They then went on to build up an important network of film commissions. That is to say, Karol and Charlie created the first network of film commissions. The model Karol made for the Colorado Film Commission comprised services thought to be necessary in the local area and as such, it is just as useful today, 30 years on. Five years later, 20 states and 2 areas of Canada established similar government-based film commissions. Karol Smith's success was that although she succeeded in attracting more than two dozen movies to Colorado, she

ることができると感じたわけです。それで1975年に、初めてAFCIのシンポジウムというかたちで会合が開かれました。スコットランドのグラスゴーで、先月30周年を迎えたところですよ。その後、映画のコミッションは拡大しました。1988年には60のフィルムコミッションがありましたが、81年にはFCAがワシントンDCのNPOとして結成されました。2年後にはイギリス、フランス、オーストラリア、ドイツも加盟しましたので、名前も国際性を反映して、Association of Film Commissioners Internationalに改名されました。

できるだけ簡単にご説明申し上げたいので、そこから20年ジャンプします。現在のAFCIはといいますと、世界41カ国310のフィルムコミッションが加盟しておりまして、アジアの国もずいぶん増えております。

AFCIのサービスは、概念としては、関係づくり、ネットワークづくりにあり、それこそがメンバーが得られる最大のメリットだと考えております。フィルムコミッションは絶えず映画産業の変化に対応しなければなりません。そこでAFCIでは教育訓練を提供して変化に対応しております。また年に1回シンポジウムも行っています。さらにフィルムコミッション・ファンダメンタルも行っておりまして、この2つがAFCIの重要なネットワークの活動となっています。我々の成功の鍵はこのネットワークづくりにありますが、他のマーケティングプログラムのネットワークにも協力しています。例えば、ロケーショントレードショーも行っていますし、グローバルパスポートといった会員名簿をつくっていますし、ロケーション雑誌や広告も出しています。AFCIのサービスをまとめると、知識の交換とネットワークづくり、存在価値をつくることと、プロフェッショナルなスタンダードづくりということになります。

AFCIの使命は、グローバルな情報の交流を通してより理解を深め、世界的なプロのスタンダード入りをして業界を向上させることです。さらに各国に拡大していますので、AFCIについてもっと知りたい場合は、AFCIのウェブサイト (<http://www.afci.org>) を御覧下さい。ここにはお互いに協力していこうというメンバーの名前が出ています。

次にグローバル化による影響についてお話したいと思います。AFCIが成功したのは、伝統的なネットワークづくりに根ざしていたからで、世界中のフィルムコミッションのグローバル化に対応しています。グローバル化は広く一般化しており、政府にとってもフィルムコミッションにとっても大きな影響があります。AFCIには24のフィルムコミッション・ネットワークがあり、そこにはイタリアやドイツのフィルムコミッション・ネットワークが含まれています。つまり経済的にも相互関係があるという考え方に基づいてネットワークをつくり、相互に助け合うという考え方をしています。インターネットが経済、社会に影響を与えてきたことはご同意いただけると思います。コミュニケーションが非常に大きく変化してきましたので、情報交流するためには、インターネット——グーグルやE-mailを活用することが大切です。インターネットはもっと活用するべきです。統計をちょっと調べてきたのですが、アジアもヨーロッパも、現在は北米以上にインターネット人口が多くなっています。過去5年間でインターネットの活用が一番大きく伸びたのは中東、南米であり、AFCIの中で伸び率がもっとも大きいのが中東と南米というのも当然かもしれません。このようにネットワークに対してインターネットの与える影響力は大きなものがあります。技術はいずれネットワー

continued to focus on providing government-based services. She believed that if she could share and exchange knowledge in this way it could further enhance the role of film commissions. The first AFCI Cineposium was held in 1975 as a gathering of film commissions. Last month, the 30th such Cineposium was held in Glasgow, Scotland. The number of film commissions continued to increase, reaching 60 in 1988, and the FCA was established as an NPO in Washington DC in 1981. Two years later, England, France, Austria and Germany joined its ranks and the name was changed to the Association of Film Commissioners International to reflect its international nature.

I would like to keep this explain as simple as possible so I will jump 20 years. Today, the AFCI has 310 member film commissions from 41 countries worldwide, and the number of Asian countries has increased significantly.

In general, the AFCI's services comprise relationship building and networking. Accordingly, these services are regarded as being the greatest benefits we afford our members. Film commissions have to respond constantly to changes in the film industry. The AFCI responds to change by providing educational training. It holds a Cineposium and Film Commission Fundamentals once a year and both of these events comprise important AFCI networking activities. This kind of networking is the key to our success but we also cooperate with marketing program networks. For example, we host the Locations Trade Show; we have compiled a Global Passport directory of members; and we publish location magazines and advertisements. The AFCI's services can be summarized as being knowledge sharing and networking, creating existence value, and creating professional standards.

The AFCI's mission is to deepen understanding through global information exchange and improve the industry by incorporating global professional standards. Our membership is growing in each country but if you would like to know more about the AFCI, please visit our website <http://www.afci.org>. Here you will find a list of members willing to cooperate with each other.

Next, I would like to talk about the effects of globalization. The AFCI has been successful because its roots lie in traditional networking, and accordingly, it is able to respond to the globalization of film commissions worldwide. Globalization is spreading and becoming more general, and is impacting greatly on governments and film commissions alike. The AFCI has 24 film commission networks, including the Italian and German Film Commission Networks. In other words, we build networks based on the concept of reciprocal relationships, including economically, and helping each other. I'm sure you agree that the Internet has made an impact on both the economy and the society. Communication has changed greatly, so it is important to use Internet-based Google and E-mail to share information. We really should make more use of the Internet. I checked a few statistics before coming and both Asia and Europe have larger populations of Internet users than North America does at present. Over the past five years, the Middle East and South America have seen the fastest growth in Internet usage, and it is no wonder that the fastest growth seen

クの障壁を解決することになるでしょう。言語的、文化的な違いがあるからこそ独自性があるわけですが、それが障壁になることもあります。しかし多様性は歓迎すべきものです。AFCIは、ネットワーキングが問題解決や理解を向上させるいい方法であると考えており、それを有効にするのは、技術を適切に活用することだと思っています。しかしそれと同時に、ネットワークは、同質化するという危険性もありますから、ネットワークを使用して理解を向上させても、同化はしないというバランスを図るところに鍵があると思います。つまり、ネットワークは、情報のバランスをとる方法であって、そこから学ぶことがあっても、お互いに真似をする必要はないと思います。

EFCN

(ユーロピアン・フィルムコミッション・ネットワーク)
リノ・ピッコロ/イタリア

司会：AFCIには、現在日本から8つのフィルムコミッションが会員となっております。どなたでも条件を満たせばなれますので、詳しい情報をご希望の方は連絡協議会の方に聞いていただければと思います。それでは続きまして、ヨーロッパはイタリアのカンパニア地方のフィルムコミッションの代表をやっていらっしゃいます、リノ・ピッコロさんにプレゼンテーションをしていただきます。リノさんはAFCIの理事ですが、実はヨーロッパのフィルムコミッションのネットワークを構築しようと言い出した張本人の一人です。ヨーロッパは言語も様々ですし、フィルムコミッションの数や設立状況も異なっていますが、これから何のために、どんなかたちでヨーロッパにネットワークを構築していくのか、その辺について今日はお聞きしたいと思っています。実は日本同様ヨーロッパもここ数年で急激にフィルムコミッションの数が増えていまして、もうどこにいくつあるのかわからなくなってきている状態であるため、ネットワークをつくらうということになったと伺っています。それではリノ・ピッコロさんお願いします。

リノ・ピッコロ：では、イタリアのカンパニア・フィルムコミッションとネットワークのご説明をしたいと思います。カンパニア地方は、イタリア南部の地方で、例えばカプリ島やソレントなどがこのカンパニアに入ります。まず私が代表を務めるカンパニアのフィルムコミッションについてお話します。1999年に民間の映画協会や大学などによる構成で設立されました。当初は3つの団体から構成されていましたが、現在は150のメンバーから成っています。地方支部にはそれぞれオフィスがあり、本部が全体を統括した促進活動を行っています。地方支部はAFCIのメンバーでもあり、それぞれの地方のコンタクトポイント、つまり連絡所であると同時に、製作会社が提供する教育を実施する団体にもなっています。2002年からは全イタリアフィルムコミッションコーディネーターにも任命されています。また、ダヴィッド・ディ・ドナテッロ賞などのコミッションのメンバーも務めております。これは、イタリアの映画界の重要な賞で、アメリカのアカデミー賞のようなものです。

within the AFCI has also been in the Middle East and South America. Technology will eventually break down the barriers to networks. Linguistic and cultural differences afford us uniqueness but they can also be barriers. So saying, we should welcome diversity. The AFCI regards networking to be a good means of improving understanding and resolving problems, and that appropriate use of technology will make this effective. However, at the same time, networks also pose the danger of fostering homogeneity and the key will be to achieve a balance between using networks to improve understanding and not assimilating them. In other words, networks provide a means of balancing information, but there is no need to imitate each other simply because we learn from each other.

EFCN

(European Film Commission Network)
Rino Piccolo / Italy

MODERATOR: At present 8 film commissions from Japan are members of the AFCI. Membership is open to everyone provided they fulfill the requirements, and anyone wishing detailed information should contact the liaison council. Next, Rino Piccolo, a representative of the Campania Film Commission in Italy, Europe, will make a presentation. Rino is a Director of the AFCI, and is actually one of the first proponents of the formation of the European Film Commission Network. Europe has many languages and the numbers and establishment conditions of film commissions vary. Today, we are going to hear about the kind of network they aspire to build in Europe and what objectives they embrace. As in Japan, the number of film commissions in Europe has increased rapidly over the past few years, and I have heard that they decided to build a network because it was coming to the stage where it was difficult to keep track of how many existed and where they were! So Rino, if you would be so kind.

Rino Piccolo: Today I would like to talk about the Campania Film Commission and the Italian network. Campania is located in southern Italy, and encompasses places such as Capri and Sorrento. First, I will say something about the Campania Film Commission whom I represent. The Campania Film Commission was established in 1999 by private film associations and universities. Initially comprising 3 entities it currently has 150 members. It has offices in regional branches, and the headquarters coordinate promotion activities for the Commission as a whole. Regional branches are also AFCI members, and we are both the contact point or liaison office for each region, and the organization that implements production companies' education programs. We have also been appointed coordinator of the Italian Film Commission since 2002. Moreover, commission members also work for the David di Donatello Awards, etc. This is an important award in the Italian film industry, and is comparable to Academy

それと同時に、ユーロピアン・フィルムコミッション・ネットワークの大事なタスクフォースの役割も担っております。今後の計画としては、さらなる拡大とメンバーシップの増大を目指しています。活動面では、地方行政との協力関係とパートナーシップの構築から世界的なレベルでのパートナーシップの構築を目指しています。これまでに例えば、農業の団体とパートナーシップを組んでモッツアレラなどの地域特有の食品のプロモーションをするというイベントを行ってきましたが、これからは映画産業、映画業界に関係のない人たちのパートナーシップの構築にも努力していくつもりです。その他イタリアのフィルムコミッションと協力して、オーディオビジュアル・オブザーバーを設けています。これはリサーチプロジェクトで、例えば南イタリアの歴史を研究し、それを提供するという文化的な活動です。それと同時に、4月には全国レベルのデジタルフィルムコンベンションを開催しましたし、新しい技術の導入や紹介といったこともしています。また、プロフェッショナルのためのテクニカルな教育・訓練コースを設け、地方の製作会社などに人材を提供できるようなスキルを磨くコースを設けています。他に大学とのパートナーシップも構築しており、映画製作で必要とされるボランティアの養成もしています。

次にネットワークの形成についてお話しします。1999年にイタリアで最初に生まれたフィルムコミッションは、アメリカのモデルを踏襲していました。地方自治体などの理解を得た上で誕生したわけですが、2002年にはイタリアフィルムコミッション協会が誕生しました。当初は10団体がメンバーとなっていたのですが、現在24になっております。ほとんど全国を網羅するかたちですが、1つの地方だけフィルムコミッションを持っておりません。これらの法的な枠組みはそれぞれ違っておりまして、県庁、市役所といった役所が母体となっておりところもありますし、民間の関与があるところや、財団を背景としているところなど、母体となっているものは様々です。この24のフィルムコミッションを今後少なくとも3年間で倍にしたいと考えています。

フィルムコミッションの目的としては、ナショナルハブ的な役割を果たすことを目指しています。それにより世界の映像プロダクションに対してロケ地やスタジオの迅速な紹介先となることを目指しています。そのために会合を開催して情報や知識を交換し、それによって高いレベルのスタンダードのオペレーションやメンテナンスの実現を目指しています。また、イタリア全体のプロモーションや振興を目的に、フィルムフェスティバルやフィルムマーケットを開催したりするイベントを行っているほか、世界各地のフィルムコミッションと協力して、プロモーションや振興のための戦略を共有しています。さらに、ローカルのフィルムコミッションとのリエゾンの役割を果たしているほか、国家レベルの機関との協力関係も構築しております。

プロダクトとしては、それぞれのフィルムコミッションを紹介するDVDをつくっており、こういった映画やコマーシャルがイタリアで撮影できるのかといったことの参考にさせていただいております。また、芸術関係省庁や外務省とも協力して、イタリアのフィルムコミッション全体を代表するかたちで、国際的な振興やプロモーションのためのプロジェクトにも関与しています。その他イタリアの貿易振興協会とのパートナーシップも構築していますし、ロケーショントレードショーにも参画しています。通常はイタ

Awards in USA. The Compania Film Commission also plays a major role in the European Film Commission Network. In terms of future plans, we aspire to expand and increase our membership. Our activities are designed to build cooperative relationships and partnerships with local administrative authorities and global level partnerships. An example of past activities is an event held in partnership with an agricultural organization to promote foods such as mozzarella that are unique to the region, and we will continue to endeavor to build partnerships with people unrelated to the film industry and world of film. We are also cooperating with other Italian film commissions to set up an audiovisual observer. This is a cultural activity involving research projects whereby we study the history of Southern Italy, for example, and make this information available. We also hosted a national-scale digital film convention in April where we used and introduced new technologies. We also offer technical education and training and brush-up courses for professionals to enable regional production companies to provide human resources. We are also building partnerships with universities, and training the kind of volunteers needed for film production.

Next, I will talk about the formation of networks. The very first film commission established in Italy in 1999 followed the American model. It was established with the understanding of the local government authorities, and the Italian Film Commission (association of FC in Italy) was established in 2002. Initially it had 10 members but this number has since risen to 24. It covers almost all of the country, and just one region remains without a film commission. The legal framework for each commission differs, as does their parent body; some have a government entity such as the state government or city hall as its parent body; some involve the private sector; and some have the backing of a foundation. We would like to at least double our current membership of 24 film commissions in the next three years.

The Italian Film Commission strives to fulfill the role of a national hub with the aim of becoming a prompt contact point for film production companies worldwide looking for locations or studios. To this end, we intend to hold meetings to share information and knowledge, and realize a high standard of operations and maintenance. Moreover, in addition to holding events such as film festivals and film markets with the aim of promoting and developing Italy as a whole, we cooperate with film commissions throughout the world and share strategies for promotion and development. Moreover, in addition to fulfilling a liaison role with local film commissions, we are building cooperative relationships with national-level institutions.

In terms of products, we have made DVDs introducing each respective film commission, and these are being used as a reference for the kinds of films and commercials that can be filmed in Italy. Moreover, as representative of Italian film commissions in general, we've been cooperating with ministries and agencies concerned with the arts and the ministry of foreign affairs on a project designed to develop and promote Italy internationally. We have also been building partnerships with other Italian trade promotion associations and participating in location trade shows, where

リア政府とブースを共有してイベントの運営にも関わっています。さらに、ナショナルプロジェクト「フィルマーレ 2004」にも参画しました。現在のところはイタリアに税優遇政策はありませんので、新しい法整備にも関わっております。それから映画製作はどうしても予算が高くなりますので、助成金の供与といったようなことにも関わっています。その他、イギリスの旅行会社のイニシアチブによるものですが、フィルムプロデューサーに何日間かフィルムコミッションがある地域を訪れてもらい、その地方の美しさや素晴らしさを知っていただくという旅行を旅行会社と連携しながら行うという試みもしております。

イタリアのフィルムコミッションは海外でも代表を務めて、いろいろなイベントを企画して各国から製作者を招いているほか、ロシア、イギリス、フランスに出向いたりしてまいりました。そこではビデオを見ていただいてから製作者をディナーにお招きする催しも実施しました。そこでのもうひとつの目的は、AFCI との関係強化です。ロケーショントレードショーは非常に成功したイベントでしたので、今後はメンバー全員が参加できるように強化していこうと考えております。

ここでユーロピアン・フィルムコミッション・ネットワークの話に移ります。2003 年 12 月にスタートした時、ほとんどのヨーロッパのフィルムコミッションがスペインのフィルムコミッションに招かれましたが、その目的は、AFCI ヘッドとの交流を図るとともにヨーロッパ全体の興隆を図るということでした。そこでヨーロッパ、EU の映像戦略をどう発展させていくかという話し合いが行われました。第 2 回の会議は、ベルリン・フィルムコミッションが主催して 2005 年に開催されました。その時、こういった構造のためのタスクフォースをどうつくっていくかを決めました。そして、ユーロピアン・フィルムコミッション・ネットワーク (EFCN) に関心のあるフィルムコミッションが、この趣意書に署名しています。これには約 100 のフィルムコミッションが 20 カ国から参加しました。フィルムコミッションの法的形態は 70% が政府ですが、予算の規模を見ますと、ほとんどが小規模のフィルムコミッションだというのがわかります。

フィルムコミッション・ネットワークの目的は、映像産業に関わる範囲において EU の団体に対して経済的、社会的、文化的にロビーすること、それに、AFCI とのコネづくりです。そして可能性としては、知識や情報の交換、共通情報の画像データベース、ウェブサイトの構築、それから、ヨーロッパの国際的な製作会社を誘致する共通の戦略づくり、さらに、フィルムコミッションがヨーロッパの映像産業にとって重要だという認識を高めることなどです。というのも、ヨーロッパの映像製作会社が必ずしもフィルムコミッションのサポートを求めているという背景があるためです。その他ヨーロッパトレードショーを AFCI との共同で企画することや教育プログラム、ユーロピアン・フィルムコミッション関連の国家横断的な協力を行うことなどです。ベルリンでは宣言が発表されました。その内容は、EFCN は EU の原則の 1 つとなっているヨーロッパの文化の多様性の保護および推進をはじめとして、ローカルな映像部門の促進、観光業の振興、有資格者の雇用機会の創設などを行う、ということでした。AFCI との関係強化も入っていますが、メンバーに対しては、ヨーロッパの有力な機関からの直接的な援助や、ヨーロッパのイメージづくりに貢献すること、共通の企画を通してそれを実現することなど

we generally share a booth with the Italian government and manage events. We also participated in the national project "Filmarre". Italy doesn't have any tax incentives at present but we are working on new legislation. Given that film production always requires a large budget, we are also involved in the provision of subsidies. This was started on the initiative of an English travel agency but another thing we have been trying is to collaborate with travel companies to offer travel packages whereby film producers visit areas with film commissions for a few days to experience the beauty and wonder of their respective regions.

The Italian Film Commission also represents its members overseas; in addition to inviting producers from other countries to various events it has planned, it has visited Russia, England and France. Once there, we have held events whereby we invite producers to dinner after they have watched our video. Another aim behind this is to strengthen our relationship with the AFCI. Given that our location trade show was extremely successful, we intend to build it up to enable all members to participate.

Next, I will change the focus of my presentation to the European Film Commission Network (EFCN). When the EFCN was launched in December 2003, almost all of the European film commissions were invited to an event hosted by the Spanish Film Commission with the aim of promoting exchange with the head of the AFCI, and exchange with Europe as a whole. On that occasion, we discussed how European and EU film strategies should be developed. The Berlin Film Commission hosted a 2nd meeting in 2005, where we decided how to make a taskforce for this kind of network. Film commissions interested in the EFCN have signed a memorandum of intent. Approximately 100 film commissions from 20 countries participated in this. Although 70% of film commissions are government-based, looking at their budgets and size reveals that almost all of them are small in scale.

The objective of the film commission network is to lobby EU organizations, to the extent that they are involved in the film industry, about financial, social and cultural factors, and to build up influence with the AFCI. Possible outcomes could include sharing of information and knowledge, a visual database of shared information, development of a website, development of common strategies to attract international production companies in Europe, and enhanced awareness of the importance of film commissions to the European film industry. Behind this lay the fact that not all European film production companies were seeking the support of film commissions. Other possible outcomes included planning trade shows in Europe in cooperation with the AFCI, and international cooperation with regard to training programs and European film commissions. A declaration was announced in Berlin. This declared that the EFCN would protect and promote cultural diversity in Europe in keeping with one of the EU's principles; promote local film divisions; promote the tourism industry; and create job opportunities for qualified individuals. Strengthening its relationship with the AFCI was included but it announced that it would provide members with direct aid from powerful European

を発表いたしました。この宣言に調印し、ユーロピアン・フィルムコミッション・ネットワークの設立に合意しました。今後は、プロモーションツールやノウハウの開発についてのコーディネーションを行い、デジタルやアナログの広報資料を作成し、情報交換や海外のフォーラムへ共同参加し、映像関係者にとって有用な研究を行っていくことになります。さらに、製作者、プロデューサー、行政の会合を定期的で開催し、フィルムコミッショナーや映像製作者を対象にしたスキルアップを目的とする研修をAFCIと共同で行っていきます。かなり長いリストなのでこの辺までといたしましょう。資金調達については後ほどお話ししたいと思います。ありがとうございました。

AFCNet

(アジア・フィルムコミッション・ネットワーク)

チェ・フィル/韓国

司会：続きましてプサン・フィルムコミッション事務局次長のチェ・フィルさんをお願いしたいと思いますが、チェさんに関してはプサンのフィルムコミッションの活動も少しお話しいただいて、そして今日はネットワークということでAFCNet（アジア・フィルムコミッション・ネットワーク）代表としてお話していただこうと思っております。現在アジア8カ国の22のフィルムコミッションでAFCネットワークは運営されていますけれども、22のうち半分近くが日本のフィルムコミッションで、あとは韓国、中国、シンガポール、マレーシア、インドネシア、カンボジアといった国です。プサン・フィルムコミッションはサウンドステージも運営されている大きなフィルムコミッションですので、今事務局をお願いしています。それでは、チェさんお願いします。

チェ・フィル：現在アジアをはじめとする各地域別でフィルムコミッションのネットワーク活動が活発になっています。このような状況下で、こうしたシンポジウムを開催することは非常に意義があり、本当にリアルタイムなことだと思います。

AFCNetは2週間前、韓国のプサンで釜山国際映画祭の期間中に第2回の総会を開きました。その時に既存の18の会員国から4つ新たに加入しまして、現在はアジア8カ国22のフィルムコミッションが会員となっています。その8つの会員国は、韓国、日本、中国、シンガポール、インドネシア、ロシア、カンボジア、マレーシアです。今日は、AFCNetがつくられるまでの過程と、現在の活動、それから今後の計画について簡単に説明申し上げたいと思います。

AFCNetがつくられる過程については、8分ほどの映像資料を準備してきました。この映像は2004年につくられたものですので、映像の中では現在の会員数より少ない数になっています点はご了承くださいと思います。

プサン・フィルムコミッションは、毎年釜山映画祭期間中にBIFCOM、プサン・インターナショナル・フィルムコミッション&インダストリアルショーケースという、フィルムコミッションと映像産業の博覧会を開催しておりま

organizations and contribute to image of Europe by engaging in joint projects. Signing this declaration signified agreement with the establishment of the European Film Commission Network. Hereafter, the EFCN will coordinate development of promotion tools and know how, publish digital and paper PR materials, share information and represent the region in overseas forums and engage in research of benefit to people involved in film. The EFCN will also host regular meetings for filmmakers, producers and government authorities, and together with the AFCI, engage in training designed to raise the level of skills of film commissioners and filmmakers. The list of possible outcomes is very long so I will leave it here. I would like to talk about procurement of funds another time. Thank you very much.

AFCNet

(Asian Film Commission Network)

Phil Choi / Korea

MODERATOR: Next, we are going to hear from Phil Choi, Deputy Managing Director of the Busan Film Commission. Phil is going to tell us a little about the activities of the Busan Film Commission and then, given that we are talking about networks, I would like him to speak as a representative of AFCNet (Asian Film Commission Network). AFCNetwork currently comprises 22 film commissions in 8 countries. Nearly half of these are Japanese film commissions, and the remainder are from countries such as Korea, China, Singapore, Malaysia, Indonesia and Cambodia. The Busan Film Commission is a large film commission which also operates a sound stage, and they currently function as the secretariat for AFCNet. Phil, if you please.

Phil Choi: Film commissions in Asia and regions throughout the world are actively engaged in network activities. Given these circumstances, I think it is both very meaningful to hold a symposium like this, and very timely.

Two weeks ago, AFCNet held its 2nd General Meeting during the Pusan International Film Festival, Korea. During this meeting 4 new members joined the existing 18, so today we have a membership of 22 member film commissions from 8 countries. These 8 countries are Korea, Japan, China, Singapore, Indonesia, Russia, Cambodia and Malaysia. Today, I will talk briefly about the process leading up to the creation of AFCNet, our current activities, and our plans for the future.

I have prepared an 8-minute video describing the making of AFCNet. This was made in 2004, so please bear in mind that the number of members mentioned is less than our current membership.

The Busan Film Commission hosts a film commission and film industry exhibition known as BIFCOM (Busan International Film Commission & Industrial Showcase) during the Pusan International Film Festival each year. This year was the 5th such exhibition, and it is held for 3 days during the festival

す。今年で5回目ですが、毎年映画祭の期間中に3日間開催されております。今年のBIFCOMに参加されたのは、アジアの映画界の方500人ぐらいでした。15カ国から58のフィルムコミッションとメンバー企業が参加されました。BIFCOMを紹介しますと、BIFCOMはフィルムコミッションとしてだけでなく、映画製作に必要な各種の機器をつくっているメーカーやCG、コンピュータグラフィックスの制作会社やポストプロダクションの企業などの参加による、いわゆるマルチフィルムマーケットです。釜山映画祭の期間中、プレマーケットとしてプサン・プロモーション・プラン (PPP) と同時に同じ場所で行われました。ご参考までに申し上げますと、来年からはPPPとBIFCOMを合わせて、プサンでフィルムマーケットがつくられます。来年からはアジアフィルムマーケットとなり、完成された映画のためにプサンでバイヤーとセラーが会って交渉し、これまでのPPPとBIFCOMが拡大されたかたちでプサンの映画祭の中で行われる予定です。

2003年の第3回BIFCOMの期間中に、BIFCOMに参加したフィルムコミッションがアジア地域の中でのフィルムコミッションのネットワーク化の必要性を話し合いました。2004年2月には、プサンでAFCNet創立のための準備会議が開かれ、6月に日本の松本市で2回目の準備会議が開かれました。そしてBIFCOMの期間中に創立総会が行われ、アジアの18のフィルムコミッションが、正式な会員として加入いたしました。現在プサン・フィルムコミッションの事務室にAFCNetの事務局があります。そこには6人で構成される理事会があり、重要な事項はすべて最初に理事会で話し合われます。AFCNetで運営されているホームページは、アジア各国とリンクされており、会員国のロケーション情報の交流やデータベース構築のために緊密な協力がなされています。また今年アジア各国のロケーション情報をまとめたディレクトリがつくられました。フィルムコミッションの設立当時から韓国の国内では海外との共同制作や海外ロケーションについての問い合わせが非常に多くありました。プサン・フィルムコミッションに対する問い合わせが多かったので、自然にプサン・フィルムコミッションを通じて海外へと連絡するようになりました。AFCNetの目的は、アジアを中心にしたフィルムコミッション、および、撮影支援機関のネットワークを通してアジア各国の映画関連の法規、保険、通関各種の情報を共有し、海外ロケでのあらゆる問題点を解決し、制度を改善していくことにより、アジア地域に最適なロケーション環境をつくり、各地域の映画、映像製作によって、アジア全体の映画産業の発展に寄与しようというものです。アジアは世界の映画産業の中で、これまであまり注目されてこなかった地域ですが、最近数多くの国際映画祭でアジアの映画が紹介され、またアジアの映画が世界的に広がる時期にきていると思います。しかし、アジアには、言語や制度の違い、文化的な違いがあります。私たちは、これまでBIFCOMを通じてアジアのフィルムコミッションや多くの映像関連企業と十分なネットワークをつくってきたと思います。韓国においては、最近『タイフーン』や『アールポイント』などの映画が釜山映画祭で紹介されましたが、これらは海外のフィルムコミッションからの情報の提供によって、無事に撮影を終えることができました。このことに感謝しております。現在韓国では、あらゆる海外ロケの撮影窓口がプサン・フィルムコミッションとなっておりまして、海外から国内への撮影の問い合わせもプサン・フィルムコミッションを通し

each year. About 500 people from the film industry in Asia attended this year's BIFCOM, in which 58 film commissions and member enterprises from 15 countries participated. BIFCOM is really a so-called multi-film market, in which not only film commissions, but also manufacturers of various types of equipment needed by filmmakers, CG companies and post production companies participate. This was held as a pre-market during the Pusan International Film Festival at the same time and in the same place as the Pusan Promotion Plan (PPP). For your information, PPP and BIFCOM will be merged from next year to create a film market in Busan. From next year, the newly created Asia Film Market will take the form of an expanded PPP and BIFCOM, and provide a forum for buyers and sellers to engage in negotiations over completed films during the Pusan International Film Festival.

At the 3rd BIFCOM in 2003, participating film commissions discussed the need to create a network among film commissions in the Asia region. A preparatory meeting for the establishment of AFCNet was held in Busan in February 2004, and a second meeting was held in Matsumoto City, Japan in June. An inaugural meeting was held during BIFCOM and 18 Asian film commissions joined as regular members. AFCNet's Secretariat is currently located in the Busan Film Commission's office. This comprises a board of 6 directors, and all important matters are discussed by the Board first. AFCNet's homepage is linked to all Asian countries, thereby facilitating the exchange of information on locations in member countries and close cooperation towards the building of a database. This year, we will also publish a directory of information on locations in Asian countries. The number of co-productions filmed in Korea with foreign film companies and inquiries about locations overseas has increased significantly since film commissions were established. The Busan Film Commission receives a large number of inquiries so contacting counterparts overseas via the Busan Film Commission has become a matter of course. AFCNet strives to create an ideal location environment in Asia by sharing information related to laws, insurance and customs in each country through a network of predominantly Asian film commissions and organizations that support filming, resolving problems that occur at overseas locations and improving systems, and to contribute to the development of the film industry in Asia as a whole by producing films and videos in each region. Asia has not attracted much attention from the world film industry hereto but a large number of Asian films have been introduced at international film festivals in recent years and Asian films are beginning to spread globally. However, linguistic, cultural and systematic differences prevail in Asia. To date, we have used BIFCOM to build a fairly substantial network among film commissions and numerous film-related companies. Films such as "Typhoon" and "R-Point" have been introduced at the Pusan International Film Festival, and filming of these films was completed without a hitch thanks to information provided by film commissions overseas. We are very grateful for this. In Korea, the Busan Film Commission is currently the contact point for filming at all locations overseas, and overseas inquiries about filming in Korea also go through

て行われております。最近、アメリカのいくつかの広告会社やタイの長編映画、それに日本の映画が、プサンでのロケのために問い合わせをしてきましたが、これまでプサンでは、10編以上の海外映画のロケーションが行われております。先ほど AFCI と EFCN の発表がありましたが、私ども AFCNet もアメリカ、ヨーロッパとのネットワークを強化して、地域内外のネットワークの中で緊密な協力関係をつくっていきたいと思っています。ありがとうございました。

アウスフィルム

ロビン・ジェームス/オーストラリア

司会：それでは、このセッション最後のプレゼンターを紹介いたします。オーストラリアからロビン・ジェームスさんです。ロビンさんは、30 年間にわたって実際に製作をされていた方です。今回はアウスフィルムというオーストラリアのフィルムコミッションのネットワークについてお話していただきますが、実はオーストラリアの場合、あれだけ広い国ですが、フィルムコミッションがたくさんできているわけではなく 6 つしかありません。それはなぜかといいますと、自由にフィルムコミッションがつかれないように法律で決まっております、各州に一つ、国が公認する行政のフィルムコミッションしかないからです。そうしたオーストラリアのフィルムコミッションがまとまってネットワークをつくっているのは、ハリウッドをターゲットにしたマーケティングを主な目的としているからです。ですから、例えば教育がメインの目的になっている AFCI とはだいぶ異なりますので、その辺も詳しく聞かせていただければと思います。それではロビンさんお願いします。

ロビン・ジェームス：では、オーストラリア全体のフィルムコミッションのネットワークと、映像業界や産業についてお話させていただきます。オーストラリアでは、30 年前に一つの問題がありました。連邦政府レベルでたくさんのフィルムやテレビにファンドを提供していたのですが、プロダクションの十分な誘致ができなかったことに加え、映画業界で働く人たちの声を反映させることも十分にできませんでした。そのため十分な資格を持っている人たちにさえ、仕事を提供することができなかったのです。この問題を解決すべく、国家的なレベルでアウスフィルムという組織をつくりました。それによって、オーストラリアを世界へつなごうとしたわけです。ウィリアム・シェイクスピアは「世界が舞台だ」といいましたが、アウスフィルムは「世界はサウンドステージだ」「世界は私たちの舞台だ」と考えております。シェイクスピアには申し訳ないです。

さて、ここでアウスフィルムについて簡単にご説明申し上げます。他の皆様方の国レベルのネットワークと同じように、非営利団体となっています。それぞれの州の政府、行政の映像機関と民間企業、または、オーストラリアの連邦政府が連携しましてアウスフィルムをつくっております。そこには理事会が構成されておまして、私もその理事のひとりとなっています。このアウスフィルムが何をするかは、誰がメンバーになるかによりますが、まずフィルムコミッションがメンバーとなります。それ以外ではアウスフィ

the Busan Film Commission. In recent years, a number of American advertising agencies, Thai feature films and Japanese films have contacted us about locations in Busan, and more than 10 foreign films have been filmed in Busan to date. Earlier, we heard a presentation about the AFCI and the EFCN. We at AFCNet also want to strengthen our networks with America and Europe and build close cooperative relationships within both regional and international networks. Thank you very much.

AusFILM

Robin James / Australia

MODERATOR: Let me introduce the final presenter of this session: Mr. Robin James of Australia. Robin has been involved in production for 30 years. Today he is going to talk to us about AusFILM, the Australian film commission network. The fact is, despite the vast size of Australia, rather than having lots of film commissions there are just 6. The reason behind this is that the law restricts people from making film commissions freely, and there is just one nationally-recognized state film commission in each state. Marketing directed to Hollywood is the main drive behind Australian film commissions getting together to form a network. This makes it very different from the AFCI, for example, whose main purpose is training, so I hope we're going to hear more about this aspect as well. Well Robin, if you would like to begin.

Robin James : I would like to talk about the film commission network and the film industry in Australia in general. In Australia, we had a problem some 30 years ago. Film and television were provided with a lot of funds on a federal government level but not only were we unable to attract sufficient productions, we were unable to adequately reflect the voices of people working in the film industry. As a result, we were unable to provide even well qualified people with work. The organization AusFILM was created on a federal level to resolve this problem. The federal government tried to use this to link Australia to the world. William Shakespeare said, "The world is my stage." and AusFILM thinks "The world is a sound stage." and "The world is our stage." My apologies to Mr. Shakespeare!

Let me begin by explaining briefly about AusFILM. As with every other national level network, AusFILM is a non-profit organization. It is a collaboration of state governments, government film organizations, private companies and the federal government of Australia. It has an executive board, of which I am a member. Just what AusFILM can do depends on who becomes a member but firstly, film commissions are members. Thinking about who else could help AusFILM achieve its goals, we realized that people in the film industry, companies such as film production companies, for example, probably would help, and we decided we wanted people in the film industry to join our ranks. So, membership of

ルムの目的を達成するためには誰が助けとなるかと考えて、それはおそらく、映画産業に従事する方々、例えば映画の製作会社といったような企業だろうと考え、映画業界の人たちに参加してほしいということになりました。ですから映像製作会社またはフィルムコミッション以外は、このアウスフィルムには入れないことになっています。現在は50のメンバーとなっていますけれども、フィルムコミッションも企業もそれぞれの収益ベースを持って別の会計で経理を成り立たせています。そういう2つの別の組織体が一体になることによってできることがあるわけですから、連邦政府に対して「私たちはオーストラリアの映画業界をより大きくすることができる」といいました。それは他の国から製作会社を誘致することによってできるわけです。例えば、アメリカやヨーロッパから、あるいはアジアから、またカナダから誘致することによって、オーストラリアの映画業界を大きくできると連邦政府にいったわけです。しかしながらそのためには、もちろん資金を提供してもらわなければいけません。また事務的なサポートもしてもらわなければいけません。例えば日本のジェトロに似たようなオーストレイといういわゆる貿易振興のための団体があるのですが、彼らに対しても「オーストラリアの経済の振興のために私どもは協力できる。だから資金を提供してほしい」といいました。アウスフィルムは、オーストラリアの連邦政府と構成している民間の企業からの資金を元にして成り立っており、オフィスはオーストラリアのほか、ロサンゼルスにもあります。そこでマーケティング能力のある人を雇用して、その成果を売るということを国が行っているわけです。私どもの目的は非常に単純で、できるだけ多くの製作会社をオーストラリアに誘致したいということであり、フットルースと呼んでいるのですが、身軽に動ける製作会社を呼び込みたいと考えています。誘致の対象は主にアメリカからになるでしょうが、ヨーロッパもあるでしょうし、映画だけでなくテレビのシリーズやコマーシャルの製作会社といったところまで含めています。それと同時に、その仕事はプロフェッショナルでなければいけないと考えております。つまり、トップクラスの仕事を提供することで、全世界の映像関係者がアウスフィルムに來たいと思うようにしたいと考えております。オーストラリアで撮影をしたいと考えた時に、世界中のどこで提供されるサービスであれそのクオリティを提供したいと考えたわけです。私たちはグループとして政策さえも変えていける団体です。もしフィルムや映像の製作者たちにとって何か困難なことがあれば、私どもアウスフィルムが、それに関わる政策を変更するよう働きかけもしております。また、連邦政府の奨励策の提供にも努めております。例えば世界的な規模となる映像の制作は、奨励金が非常に有効なものになりますから、誘致する上でも役立ちます。こうした奨励金がなければ、プロダクションを誘致することはなかなかできません。オーストラリアでは、各州政府がそれぞれ奨励策を実施できますが、これは小さなものです。しかし連邦政府の奨励策は、税金の減免を含めた奨励策であるため効果としては大きいものになります。だからといって、他の国のすべてのスタッフや撮影隊を連れてきてもらいたいというわけではありません。オーストラリアとしては、国内の若い人たちを使ってもらいたいし、長年映画の製作に携わってきてスキルを持っている人たちの雇用も創出したいと思っているからです。これは私たちの目的の一つです。ですから映像製作会社には、スタートする段階で何人かの

AusFILM is limited to film production companies and film commissions. At present, we have 50 members, but both film commissions and companies have their own profit bases and use different accounting methods. There was something to be achieved by uniting these two separate types of organizations, and we told the federal government, "We can make Australian film industry bigger." We can do this by attracting other countries' production companies. For example, we told the federal government that we could make Australian film industry bigger by attracting productions from America, Europe, Asia or Canada but that they would have to provide funds in order for us to be able to do that. They would also have to provide administrative support. For example, Australia has a trade promotion organization known as Austrade, which is similar to Japan's JETRO, so we told them, "We can cooperate to promote Australian economy so we want you to provide funds." AusFILM operates on the basis of funding from Australian federal government and its private sector corporate members, and has offices in both Australia and Los Angeles. The country employs marketing specialists and sells their achievements. Our objective is very simple: we want to attract as many production companies to Australia as possible, and although they are called footloose, we would like to attract readily movable production companies. Although the main targets of our enticements come from America, some come from Europe, and they include not just films but also companies that produce television series and commercials. At the same time, we believe the work we provide must be professional. In other words, we think providing top class work will make people involved in film, TV and commercials worldwide want to come to AusFILM. We decided we wanted to be able to provide the quality of service available anywhere in the world in the event that they should decide they wanted to film in Australia. We are an organization that can even change policies as a group. If something proves difficult for a film or video producer, AusFILM endeavors to have the relevant policies changed. We also endeavor to provide federal government incentive measures. For example, incentives are useful in terms of attracting companies in that they can be extremely effective for global scale productions. It is quite difficult to attract productions without such incentives. In Australia, each state has its own incentive measures but they are all small. Federal incentive measures however, include tax exemptions and prove highly effective. So saying, this does not mean that we want them to bring all the staff and film crew from other countries. Ideally, Australia would like them to use young Australians and to create employment for skilled people who have been involved in film production for many years. This is one of our objectives. Accordingly, we would like film production companies only to bring a limited crew to Australia at the starting stage. We would definitely like them to procure other skilled staff, film crew, actors and actresses and other services locally in Australia. We can provide the benefits of incentive measures to production companies agreeing to do this. Each state has its own incentive measures and Queensland, the area I represent, for example,

クルーだけを連れてオーストラリアに来ていただきたいのです。それ以外のスキルを持ったスタッフや撮影隊、俳優、その他のサービスは、オーストラリアでぜひ現地調達してもらいたいわけです。製作会社がそれに同意してくれるなら、奨励策の特典を提供できることになっています。各州でも奨励策を設けていまして、例えば、私が代表している地域クィーンズランドでは、非常に寛大な税の優遇措置をとっています。

アウスフィルム理事会の構成ですが、フィルムコミッションが理事会のメンバーとなっています。これは私たちが一番最初に設けた規約でした。フィルムコミッションがアウスフィルムの理事会を構成し、それぞれの企業の代表が毎年理事会のメンバーになるということも規約の中に書かれています。オーストラリアの中ではこれが非常に効果的になっております。何故このようなかたちをとるかといえば、非常に明解です。それは、全世界的なシネマ市場を視野に入れて消費者の需要を見ていくと、アメリカにおいてはテレビの広告宣伝が非常に大きな市場となっていること、そして航空産業に続いてこの映画産業がアメリカでは大きな産業になっているということです。身軽に動けるプロダクションは、アメリカ国内だけでも40億ドル相当の稼ぎがありますが、そのうちの81%はカナダに行って制作しています。オーストラリアは大きな国ですけれども、人口は少ないので国内産業はそれほど大きくありません。ですから、地元の産業はかなり小さく、農産物については、国内生産より輸入のほうが大きくなっています。

では映画製作の例をあげてみましょう。『マトリックス』(1999)は、皆さんご存知のようにアメリカ映画ですが、オーストラリアで製作され、経済に与えた影響が非常に大きかったものです。製作会社の会計を見ますと、具体的にどれだけオーストラリアでお金を使ったかということがだいたいわかります。それをベースにして奨励策の特典が与えられています。これには現在製作中のものもあります。『スーパーマン・リターンズ』は、ワーナー・ブラザーズの今年最大の映画で、現在オーストラリアで撮影中です。その他の長編映画では『アクアマリン』という作品が現在ポストプロの段階です。

次に、マーケティングでどうしているかということをお話します。アウスフィルムはAFCIのメンバーでもありますので、そちらのイベントにも参加しております。フィルムコミッションの世界のネットワークに参加することは大変重要だと考えております。アウスフィルムは、オーストラリア国内の企画をサポートするのと同じように、AFCIが行っている企画についてもサポートしております。その他にも、例えばアジアで行われるイベントにも参加しています。そこで情報の配布や、そのイベントのホストをしているほか、ビザの獲得支援などをして合作に取り組んだりしています。合作というのは急成長の領域です。オーストラリアでは、例えば、カナダ、イギリス、フランス、ドイツ、アイルランド、イタリア、ニュージーランド等々と合作をしております。さらに現在は、中国、南アフリカとの共同制作を検討しているところです。

以上ざっと概要をご紹介いたしました。最後になりましたけれども、オーストラリアで製作された短い映画をお見せしたいと思います。これは、撮影クルーも、ポストプロも、映像の効果もすべてオーストラリア人、つまり製作のすべてをオーストラリアで行った場合に、どれだけのお金がオーストラリアにもたらされるかということがわかる簡単なDVD作品です。ご静聴ありがとうございました。

offers extremely generous tax breaks.

With regard to the AusFILM Executive Board, film commissions are members of the Executive Board. This was the first regulation we established. Our regulations also stipulate that representatives of individual companies become members of the Board each year. This has proved to be extremely effective within AusFILM. It is very clear why we chose to adopt this format. If you bear in mind the global cinema market when looking at consumer demand, you see that TV commercials comprise an extremely big market in America, and that the film industry is America's next biggest industry after the airline industry. Easily movable productions earn about \$4 billion in America alone, of which 81% are made in Canada. Australia is a huge country but its population is small and domestic industry is not all that large. Accordingly, local industry is very small, and import of agricultural products exceeds domestic production.

Let me give you an example of a film production. As you all know, "Matrix" (1999) is an American film but it was made in Australia and it made a huge impact on our economy. Looking at the production company's accounts give you an idea of just how much money they used in Australia. The benefits of incentive measures to be provided are calculated on this basis. A number of films are currently being produced: "Superman Returns" is Warner Brothers' biggest film of the year and is being filmed in Australia at the moment, and another full-feature film, "Aquamarine", is in the post-production stage.

Next, I would like to talk about what we do in terms of marketing. AusFILM is a member of the AFCI so it participates in their events. We believe it is very important to participate in world networks of film commissions. Whilst supporting projects within Australia, we also support AFCI projects. We also participate in events in Asia, for example, and other regions. In addition to distributing information and hosting events, we help people secure visas and engage in co-productions. co-production is a rapidly expanding field. Australia has been engaging in co-projects with countries such as Canada, England, France, Germany, Ireland, Italy and New Zealand. Moreover, we are currently considering co-productions with China and South Africa.

Today I have given you a brief overview of what we do. I have left it till last but I would like to show you a short film that was produced in Australia. The film crew, post production and visual effects were all done by Australians. In other words, it is a simple DVD that illustrates just how much money Australia can make if every aspect of production is done in Australia. Thank you very much for your attention.

第3部、第4部出席者紹介&団体プロフィール

Introduction of Part 3 & Part 4 Guests and Organizations



■第3部司会

山田 耕司

わたらせフィルムコミッション代表

■ Part 3 Moderator

Koji YAMADA

Chief Coordinator,
Watarase Film Commission



■第3部出演者

米田 裕昭

さっぽろフィルムコミッション課長

■ Part 3 Speakers

Hiroaki YONETA

Director,
Sapporo Film Commission

*さっぽろフィルムコミッション

平成15年4月、(財)札幌国際プラザ内に発足。AFCNet 正会員、北海道映像産業振興連盟 (HFA) 正会員。現在、北海道フィルムコミッションネットワークを準備中。登録ボランティアエキストラ数は、4500名。通常のロケ支援の他に、地元若手クリエイターに対する製作助成事業 (さっぽろムービースケッチ) や映像産業の人材育成事業 (HFA サポート会員制度) 等、多角的なFC活動をモットーとしている。

《主な支援映画》

- 05年 交渉人 真下正義 (東宝)
- 容疑者 室井慎次 (東宝)
- スキージャンプ・ペア Road to Torino 2006 (東宝)
- 04年 北の零年 (東映)
- 03年 天国の本屋〜恋火〜 (松竹)
- river (クリエイティブオフィスキュー)

*北海道フィルムコミッションネットワーク (HFCNet)

北海道内で活動するフィルムコミッション及び自治体によるネットワーク。(北海道ロケーションサービス・函館FC・小樽FC・旭川地域FC・とかちFC・オホーツク紋別FC・夕張市・網走市・石狩市・北海道映像産業振興連盟 (HFA)・さっぽろFC) 年4回程度、意見交換会を開催し、ALL北海道としてのロケ支援体制の整備・ロケ誘致 & PR・支援条件 & 支援方法の統一を当面の課題として、広域的なワンストップサービスの確立を目指している。また北海道映像産業振興連盟 (HFA) と連携することでロケ地支援に留まらず、制作スタッフ・インフラまでを含めた総合的な支援体制の確立を模索中。2006年2月のゆーばり国際映画祭において、HFCNetとしての一本化したプロモーション映像とパンフレットをもってPRブースを展開する予定。

*Sapporo Film Commission

Established inside the Sapporo International Communication Plaza Foundation in April 2003. Member of AFCNet and HFA (Hokkaido Film Association). Currently engaged in preparations for the Hokkaido Film Commission Network. Has 4500 volunteers registered as extras. In addition to regular location support services, the Sapporo Film Commission believes in being a multifaceted FC and offers services such as Sapporo Movie Sketch, a production support program for young local creators and the HFA Support Member System, a program for training film industry workers.

<<Major films supported by the Sapporo Film Commission>>

- 2005 Negotiator Mashita Masayoshi (Toho)
- The Suspect Muroi Shinji (Toho)
- Ski Jumping Pairs/Road to Torino 2006 (Toho)
- 2004 Year One in the North (Toei)
- 2003 Heaven's Bookstore (Shochiku)
- River (Creative Office Cue)

*Hokkaido Film Commission Network (HFCNet)

A network of film commissions and local governments in Hokkaido. (Hokkaido Location Service, Hakodate Film Commission, Otaru Film Commission, Asahikawa Area Film Commission, Tokachi Film Commission, Okhotsk Monbetsu Film Commission, Yubari City, Abashiri City, Ishikari City, HFA, Sapporo Film Commission). Meets approximately 4 times a year to exchange information. Establishment of a location support system; location marketing and PR; and standardization of conditions for and methods of support comprise urgent issues as it strives to become a wide-ranging one-stop service for Hokkaido. Seeks to collaborate with the HFA to establish a comprehensive support system that goes beyond just location support to include an infrastructure for production staff. Plans to set up an HFCNet promotion booth at the Yubari International Film Festival in February 2006 with a united promotion video and pamphlet.



■第4部出演者

泉谷 昇

えひめフィルムコミッション代表

■ Part 4 Speaker

Noboru IZUMITANI

Film Commissioner, Ehime Film Commission

第3部
「フィルムコミッション・ネットワーク」
シンポジウム

総合司会：第3部では、先ほどプレゼンテーションしていただいた4名の方に加えて日本の方にも入っていただきます。ここから司会をしていただくのは、わたらせフィルムコミッション代表の山田耕司さんです。ではよろしくお願いします。

司会：今日こんな着物を着ていますのは、半分はお客様に「日本へようこそ」という気持ちからなんですが、もう半分は、私の桐生という町はこういう繊維産業の町だからです。これは桐生で80年前に織られた布、こちらは60年前の布です。このように地域のことを考えながらフィルムコミッションに取り組んでおります。群馬県では、沼田と前橋にもフィルムコミッションができる予定で今話し合いを進めています。また、高崎、嬬恋、わたらせは、現状に合ったフィルムコミッションにしていこうため、行政にネットワークが必要ではないかという提案をしています。このように上からの発案で下部組織が生まれるのではなく、具体的な活動の中から次の組織づくりを提案しています。こちらにおいていただいた米田さんは、札幌でフィルムコミッションをやっていますが、その活動は北海道内だけでなく非常に広い展開をなさっていますので、まず地域のネットワークづくりのお話から伺って進めていきたいと思います。

米田：さっぽろフィルムコミッションの簡単な紹介をさせていただきます。正式な設立は2003年、札幌市役所の外郭団体である札幌国際プラザの一セクションとして設立されています。元々札幌ですから、北海道の一部の地域のロケーションを支援する組織として生まれたわけですが、実際に映画をつくる方は、別に札幌で撮影をしたくて来るわけではなく、もっと広い北海道を考えていらっしゃる。それに対して的確なサポートをしていく必要に今迫られています。北海道は日本の中では大きな島でも、8万平方キロメートルの島ですから、世界の中で見れば本当に小さな島だと思います。そこに今は10のフィルムコミッションがあります。これは世界から見ると異常なことなのだろうと思います。それで、10もできあがってしまったものをどう取りまとめていくかで今悩んでいます。すでにあるものをなくしてしまえとは、とてもいえません。ですから、すでにあるということを踏まえてそこからネットワークをつくり、そして製作者に対して行動をとっていくことが求められているのだと思います。これまでの具体的な活動としては、それぞれの置かれている立場を理解するために、定期的に集まって情報交換をしていました。ただ何か行動を起こそうという時には、単に情報交換をしているだけでは足りないと思います。具体的にいうと、さっぽろフィルムコミッションは先ほどチェさんから話が合ったAFCNetに加盟している関係で、韓国のプロダクションからコマーシャルフィルムやテレビドラマや映画の撮影のお問い合わせがよくあります。そういう時に北海道に求めているのは、「とてもきれいな雪」なので、札幌だけで手に入るものではありません。そうすると1つの作品の支援のためにいろいろなフィルムコミッションが協働しなければなりません。さらに、もっとたくさんの映画の製作を誘致しようとするなら、北海道全体のネットワークをつくってプロモーションしていくこと

Part 3
Symposium
"Cross-border Collaborations of Film Commissions"

MC: In Part 3, in addition to our 4 previous presenters, Japanese people are also welcome to join in. Mr. Koji YAMADA, Chief Coordinator of the Watarase Film Commission will be the moderator for this session.

MODERATOR: I'm wearing this kimono today half as a welcome to Japan for our guests and half because my hometown Kiryu is home to this kind of textile industry. This cloth was woven in Kiryu 80 years ago, and this cloth was woven 60 years ago. I always keep our region in mind when undertaking my duties for the film commission. In Gunma Prefecture, Numada and Maebashi have plans to establish film commissions and discussions are progressing towards this goal. Takasaki, Tsumagoi and Watarase have suggested that the government authorities need a network to keep their film commissions in tune with prevailing circumstances. In this way, rather than lower organizations evolving from an idea from above, creation of the next organization gets suggested during concrete activities. Mr. YONETA, who has kindly joined us today, works for the Sapporo Film Commission. Rather than being limited to activities within Hokkaido, his film commission's activities are very wide reaching, so I would like to start by asking him about the building of regional networks.

YONETA: Let me introduce the Sapporo Film Commission briefly. Officially inaugurated in 2003, it was established as a section in the Sapporo International Communication Plaza Foundation, an external organization of the Sapporo City Hall. The Sapporo Film Commission was established as an organization to support locations in one area of Hokkaido, but people who make movies often approach us with a broader idea of Hokkaido rather than because they want to film in Sapporo, and it has come to the point where we need to provide them with appropriate support. Although Hokkaido is the biggest island in Japan, it only has an area of 80,000 km², and it is only a small island if you think about it on a worldwide scale. Nevertheless, it is home to 10 film commissions. This probably appears unusual to the outside world. The problem is now that we have 10, how should we go about coordinating them. I certainly wouldn't want to say we should get rid of some of them. So, given that we have them, I think we need to build a network and take actions appropriate to the needs of filmmakers. In terms of concrete activities engaged in hereto, we have got together on a regular basis to exchange information with a view to understanding each other's respective positions. However, if we want to take some kind of action, simply exchanging information will not be enough. The Sapporo Film Commission is a member of AFCNet, which Mr. Choi discussed earlier, and we often get inquiries from Korean productions about the filming of commercials, television

が必要になってきます。フィルムコミッションのネットワークをつくることには誰も反対しないのですが、いざ実際に行動に移そうとすると、個別のフィルムコミッションの希望と、全体のネットワークとしての進み方には違いが出てきてしまいます。そういうことに出くわすので、今日ここにお越しいただいているネットワークの先輩に、もしそういう経験がありましたら、どう克服されたのかぜひ伺いしたいと思います。もうひとつは、ある地域の中でネットワークをつくったとしても、小さなフィルムコミッションのない地域もありますし、ネットワークがカバーしていけない場所も出てくることに對し、ネットワークとしては具体的にどのような対応をされているのかというのも伺いしたいと思います。北海道のネットワークは、2006年2月に夕張で行われる夕張国際映画祭の中で北海道のフィルムコミッションのプロモーションをしたいと考えています。それをきっかけに、より結びつきの強い活動、さらには海外へ向けたプロモーション活動をしていきたいと考えています。

司会：ヨーロッパは価値観の違う人たちが集まっていて、サッカーのチーム1つとっても、町と町が喧嘩していたりして難しそうですが、そうしたところでネットワークをつくるコツや、成功したポイントを、リノ・ピッコロさんに伺いたいと思います。

■ネットワークづくりのポイント

リノ・ピッコロ：サッカーチームは賞金をめぐって競争していますが、フィルムコミッションはお互いに競争しているわけではありません。地域のフィルムコミッションには違いがあるからこそ、地域で一体となって小さなフィルムコミッションをサポートしていかなければいけないわけです。そのためには、まず小さなグループをつくり、それぞれのフィルムコミッションがそれぞれに責任を持つようにして、そこから次第に映画の製作をサポートしていきます。大きなフィルムコミッションは、小さいフィルムコミッションを傘下に入れるかたちでサポートしていくわけです。私はいずれそうした方向に進むと思っています。私も今直面している問題は、地域によっては政府の財政援助がなく、町に根ざしているような小さなフィルムコミッションは、ほとんど予算がない状態だということです。ですからイタリアのネットワークは、小さな製作のサポートをして、そこから伸ばしていこうとしています。小さな製作に際しては、例えばAFCIのような教育を行っております。そうすることによって、小さな地域の製作から大きな地域の製作ができるように育っていく。そしてそこで得た知識を地域のフィルムコミッショナーに渡していけるようになれば、各地域のスタンダードがあがっていくと考えていまして、今それに取り組んでいるところです。

司会：行政も国であつたり地方都市であつたりするので、ネッ

programs and films. What they seek from Hokkaido is "perfectly clean snow", but that is not something you can get enough of in Sapporo. Accordingly, various film commissions need to work together to support a single production. Moreover, to attract a greater number of film productions we are going to have to build a network and promote Hokkaido as a whole. Nobody opposes building a network of film commissions but whenever you actually try to take action, differences arise in the aspirations of individual film commissions and how the network should proceed as a whole. We have been encountering things like this so if any of the network experts here today have experience in this area, I would very much like to hear about how they overcame them. Another issue that concerns us is even if you build a network within a given area, some small areas remain without a film commission and there are other places the network can't cover, and I would like to ask what exactly other networks do about such places. The Hokkaido Network wants to do a promotion for Hokkaido film commissions during the Yubari International Film Festival in February 2006. We intend to use the opportunity this presents to engage in more coordinated activities and engage in promotion activities targeting the overseas market.

MODERATOR: Europe is a melting pot of people with different senses of values and with fighting among people from different towns, not to mention on a single soccer team, building networks would appear to be very difficult. So, I'd like to ask Rino Piccolo for any tips he may have on building networks in such a place, and about any successes he has had.

■Tips on building networks

Rino Piccolo: Soccer teams compete for prize money but film commissions don't compete with each other. It is because film commissions in a given region are different that they have to get together as a region to support the smaller film commissions. To do this, first they have to form small groups with each film commission assuming its own responsibilities, and then they can gradually start supporting film production. Big film commissions support small film commissions by incorporating them into their sphere of activities. That's the direction I always take. The problem we're facing now is that the government authorities in some areas offer no financial assistance and small film commissions rooted in a town have almost no budget. The Italian Network encourages them to start by supporting small productions and to expand from there. Once they are supporting a small production, they may offer them training similar to that of the AFCI, for example. In this way, they can work up from small area productions to larger area productions. If the knowledge acquired is passed on to film commissions in the region, regional standards can be improved, and that is what we're trying to do right now.

MODERATOR: The government authorities can be national or regional towns and cities so networks can follow a

トワークにもいくつかパターンがあると思います。そこでチェさんに伺いたいのですが、韓国政府と釜山でいろいろなネットワークのつくり方をした経験があると思うのですが、今まで印象に残ったこと、日本の人に伝えたいことがありましたら、ぜひお願いします。

チェ・フィル：韓国には今8つのフィルムコミッションがありまして各地域で活動しています。今のお話で競争はないということでしたけれども、私も競争する必要はないと思います。韓国では、制作会社が1つの地域だけに行くのではなく、その制作会社が必要とする映像を探して各フィルムコミッションに打診して回ります。各FCごとにを見せてくれる映像が違いますので、競争ではなく、言葉通り協働で作業しています。プサン・フィルムコミッションはすでに5年間活動してきましたが、毎年長編30本ぐらいが釜山で撮影されています。問題点としては、ロケーションを支援する法的、制度的な体制が整えられていませんので、作品が入ってくるたびに私たちは該当する機関などに赴いて説明しなければいけないということです。こうしたロケーションサービス自体を産業化、商品化できるような支援を政府がやってくれるのが望みです。まだ法制的な決まりはないのですが、幸いなことに、釜山市庁や警察、消防その他の行政機関はこれまでの活動経緯から自然と支援しなければという流れになってきています。現在私もは法制化を目指していますが、ロケーション支援と商業化という認識がすでにありますから、問題なく仕事ができます。釜山は他の地域に比べると行政支援サービスがうまくいっています。特に市庁では、映画の依頼が1本入ってくると、釜山のFCではマネージャーが1人配置されますが、支庁や区庁その他の行政機関におきましても担当者が決まります。そして最初から最後まで責任を持って支援するようなシステムが構築されています。釜山は海もありますし、ちょっと古い街も現代的な都市の姿もあり、映画をつくる方が望む様々な画があります。こうした豊富なロケーション情報が得られますから、海外で映画をつくる方々が釜山を訪れるのではないかと思います。

司会：海外からオファーのためにやって来る人は、まず釜山を訪れることが多いわけですね。

チェ・フィル：今までのケースで見ると、ソウルに行く場合もありますが、釜山に来ることが一番多く、撮影はほとんど釜山で行われました。韓国の映画人は、海外での行事を通して、韓国のロケーション情報を必要とした時には、自然に釜山のフィルムコミッションに問い合わせをしてくるんです。プサン・フィルムコミッションは、実際のところ韓国国内のロケーション情報をもっともたくさん持っていると思います。

■なぜネットワークなのか

司会：オーストラリアのロビンさんに伺います。アウスフィルムが制作会社の人や政府の人たちと同じ目的を持って1つのことに取り組む時は、考え方などを翻訳する必要も生まれ

number of patterns. I would like to ask Mr. Choi, who has experience making different kinds of networks with the Korean government in Busan, to share with us anything that has made a lasting impression, or anything he would like to convey to the Japanese people.

Phil Choi: There are currently 8 film commissions in Korea and they are active in all areas of the country. Rino said there was no competition and I agree that there is no need to compete. In Korea, production companies don't just go to one region; they approach all film commissions in search of the image they need. The images each FC shows them are different, so rather than being a competition, they are working in collaboration. The Busan Film Commission has been up and running for 5 years now and about 30 feature films are filmed in Busan each year. One problem is that there is no legal or institutional system for supporting locations so we have to approach the relevant institutions and explain everything each time a production comes. We would like the government to provide the support needed to make location services into a product and an industry in its own right. Not only are there no legal regulations at present, we have been lucky in that circumstances surrounding activities hereto have ensured that the Busan city government, police and fire departments and other government institutions supported our endeavors as a matter of course. We are striving towards legislation, but because awareness of location support as a product already exists, we have no problem going about our business. Government support services in Busan are better than in other regions. In particular, whenever the city government receives a filming request, a manager is assigned to the Busan FC and persons in charge are decided in district and area offices and other government institutions. A system is being built to ensure appropriate support is provided from the beginning to the very end. With coastal areas, old urban areas and modern cityscapes, a wide variety of scenes sought after by people making films can be found in Busan. We have information on a wide variety of locations so I think there is real merit in people making films overseas visiting Busan.

MODERATOR: I think a lot of people who come with offers from overseas visit Busan first.

Phil Choi: Looking at the cases we've had hereto, although people do go to Seoul on occasion, they usually go to Busan, and most filming has been done there. When the need for information on Korean locations arises from overseas events Koreans in the film industry automatically contact the Busan Film Commission. I think the Busan Film Commission actually has the most information about locations in Korea.

■Why networks?

MODERATOR: I would like to ask Robin from Australia a question. When AusFILM engages in something with the same goals as the production company and the government,

てくるのではないかと思います、そういう時のキーパーソンは、どんなタイプの人で、またその活動のためにはどんなシステムが必要だとお考えでしょうか。

ロビン・ジェームス：核心に触れるいい質問です。これは私どもの仕事にどういう資金が提供されるかということに関係していますし、本日のテーマに沿うなら、なぜネットワークを構築するのかに言及しなければなりません。これには3つの大きな理由があります。1つ目は、もっとも大事ですが、ビジネス上の意思決定です。これはフィルムコミッションがすでに行っている活動の上に乗った意思決定で、必ずしもみんなにとって嬉しい結果となるものではありません。誰がよりよいパートナーになれるか、よい製作会社なのか、それは政府や省庁なのか等を見極めていくことであり、それがネットワークを構築する目的のひとつでもあります。またそうするのは、それがお客様の求めていることだからです。映像産業の中でお客様となるプロデューサーは、1つの情報源に行けば必要な情報を全部もらえとか、そのための手助けをしてもらえるということが大事です。つまりお客様にとっては、地域であれ国であれ、ネットワークされていることが大事なのです。これが2つ目の理由です。3つ目の理由は、政府との交渉が上手くなければならないということです。なぜなら、ほとんどの財政的な資金や、例えばスタジオのようなインフラは、政府の財政に依存しているからです。大きな政府と交渉するのに単独のFCでは難しいのですが、ネットワークであれば、より強力で交渉できます。例えば、私の出身の州クィーンズランドには、ワーナー・ロードショー・スタジオというスタジオがありますが、これはワーナー・ブラザーズとの共同で設立しましたが、これはワーナー・ブラザーズとの共同で設立しましたが、ここを拡張したいのですが「お金は出せない」といわれました。しかし拡張しなかったためパートナーになってもらうために政府に行きまして「スタジオの拡張のため、政府が新しいサウンドステージを建てる資金を出すべきだ」といって助成金を出してもらう要望を出したわけです。当然それによってスタジオは、生産性を上げなければ収益が減ってしまいます。ですから、スタジオにとっても、政府にとっても、政府が投資したお金の回収ができるようにする必要があるわけですが、そうしたこともネットワークがあればこそできる交渉なわけです。インフラは、フィルムコミッションの成功にとっても、またネットワークにとっても非常に大事です。

司会：では次にビルさんに伺いたいと思います。今このフィルムコミッションのネットワークの中で、教育はますます重要なポジションになろうかと思いますが、これからどういうスタイルの教育が行われようとしているのでしょうか。あともうひとつ、シネポジウムについても補足していただけるとありがたいです。

ビル・リンドストロム：そうですね、ロビン・ジェームスさんから出たネットワークの構築の目的に追加したいと思います。まず、ネットワークをつくるのは楽しいです。何年前かにAFCIが最初に設立された頃、ネットワークという言葉はまったく何の意味もなかったんです。テレビのネットワークくらいにしか思っていなかった。つまり、コミュニケーションすることをネットワークという感覚でとらえずに、お互いから学びあうことが楽しいとだけとらえたわけです。意見交換で自分が知らなかったことを知るとか、それによって問題を解決するとか、他の人に手助けしてもらって問題解決にあたるということで、これはビジネス的なアプローチであり、また教

I imagine the need to translate the way you think about things arises, but what kind of person becomes the key person at such times, and what kind of system is needed for such activities?

Robin James: That's a good question and it gets right to the heart of the matter. This is related to what kind of funds are provided for our work and, if I am to stick to today's theme I will have to mention it, why we build networks. There are three main reasons. Firstly and most importantly it is business decision-making. This is decision-making over and above the activities film commissions already engage in and it does not always produce results that please everyone. It involves assessing who will make the better partner or the better production company, and whether it could be the government, a ministry or and bureau, and this is one of the purposes of building a network. Whoever does this is doing so on behalf of their client. In the film industry, the producer is the client and it's important to him to be able to get all necessary information from one information source. Having someone help him do this is important. In other words, for the client, whether it's a region or a country, it's important that they have a network, and this is the second reason why we build networks. The third reason is that you have to be good at negotiating with governments. This is because we depend on government funding for almost all financial resources and infrastructure such as studios, for example. It's difficult for an individual FC to negotiate with a big government, but with a network, you are able to negotiate more forcefully. For example, in Queensland, where I come from, we have a studio called Warner Roadshow Studios, and this was established as a joint venture with Warner Brothers. We wanted to expand this facility but we were told the money would not be forthcoming. But we wanted to expand so we went to the government and convinced them to become a partner by telling them they should provide us with money to build a new sound stage to expand the studio and we got them to provide a subsidy. Of course, profits would fall unless the studio raised productivity as a result of this. Accordingly, both the studio and the government need to ensure that money invested by the government is recoverable but negotiations such as these are only possible if you have a network. Having the infrastructure is extremely important for both the success of the film commissions and for networks.

MODERATOR: Next, I would like to ask Bill Lindstrom a question. I imagine education is assuming an ever increasingly important position within film commission networks but what style of education are you planning to offer hereafter? Also, I would appreciate it if you could add something to this Cineposium.

Bill Lindstrom: I would like to add something to what Robin James said about the objectives of building networks. First of all, building networks is fun. A number of years ago, about the time the AFCI was first established, the word network had absolutely no meaning. Nobody thought about it except

育方法となったわけです。これは、AFCI が何十年という歴史の中で培ってきた方法です。つまり、インフォーマルな形での教育、一対一のコミュニケーションを通しての教育です。AFCI の歴史の中で、メンバーに対するもっとも大きなメリットは、AFCI のメンバーでいることでした。一対一の情報交換や提供、シネポジウム、セミナー、プレゼンテーションによる情報提供などは、どれも非常に有効なものです。シネポジウムのセッションは毎年評価をしています。この評価の中に必ず出てくるのが「セッション以外のところで一番価値ある活動ができた」という意見です。それはなぜかという、同じ世界の同僚と会って意見交換でき、必要な情報がもらえ、個人的にネットワークをつくることができたというような、つまり、必要な情報を正式なセッション以外のところで獲得できたところに価値があったというわけです。これがシネポジウムの成功の秘訣だと思っています。こういったレベルの一対一のコミュニケーションをさらに促進していきたいと思っています。

■ネットワーキング成功の秘訣

司会：ここで会場からのご質問をお受けします。ではどうぞ。

総合司会：私から参加者の方にお伺いしたいんですが、小さなフィルムコミッションの方は手を挙げていただけますか？

では皆様方がネットワークを構築する上で直面してきた問題等をまず伺いまして私どもと共有できればと思います。

飯田：東京の郊外にあります日野市でフィルムコミッションをやっております。完全な民のスタイルで官からの支援があまりなく、泣き泣きやっておりますが、官を巻き込んでいきたいというのが一番の願いなんです。その官の口説き方のポイントのようなものを教えていただけたらと思います。

ロビン・ジェームス：私もひとつ質問させてください。どなたか政府または公共団体を代表して来られている方はいらっしゃいますか？ いろいろなやり方があると思いますが、ひとつの方法としては、まず最初にフィルムプロデューサーにアピールする、つまり魅力的になることです。私どもが政府の官僚や、観光局や、芸術振興団体、ショービジネスなどにアプローチをした時、最初に「お金はいらない」というところからスタートしました。そうすると話をしてくださるんです。「お金が欲しい」といきなりいうと「時間がないので、また今度」といわれてしまうんです。ですからまずは、理解を得る、チャンスをもろうということです。それから、彼らの持っている機構やシステムを無料で提供してもらうことが大事です。例えば、空きビルをオフィススペースとして使わせてもらうとか、電話料金を2～3日間払ってもらうのは、製作会社にしてみれば大きな予算になるわけです。ですから「お金はいらないから、代わりに何か無料にしてくれないか」というところからスタートするんです。

in terms of television networks. In other words, people simply thought learning from each other was fun without connecting the concept of communicating with networks. Things like learning something new by exchanging opinions and resolving problems in this way or resolving problems by have someone else help you were more of a business approach, and later became a teaching method. This is a method that the AFCI has nurtured throughout its decades-long history. That is to say, informal education or education derived from one-on-one communication. Simply being a member of the AFCI has been the biggest merit of being a member in the history of the AFCI. One-on-one exchange and provision of information, and providing information through Cineposiums, seminars and presentations are all extremely effective. I evaluate Cineposium sessions every year and the thing that always appears in my evaluations is the opinion that the most valuable activities were to be had outside of sessions. This is because people were able to meet colleagues in the same industry and exchange opinions, receive necessary information, and build personal networks. In other words, I valued the opportunity to acquire necessary information outside of official sessions. I believe this is the secret to a Cineposium's success. I hope to promote more of this level of one-on-one communication.

■Networking - the secret to success

MODERATOR: Now I would like to take some questions from the floor.

MC: I have a question for today's participants so could people from small film commissions please raise their hands? I wonder if you could share with us your experience of problems encountered when building your networks.

IIDA: I'm involved in a film commission in Hino City on the outskirts of Tokyo. This is completely private sector with very little government assistance, and although we are doing our best, there is nothing we would like better than to involve the government. I'd love it if someone could teach me the trick to persuading the government.

Robin James: I would also like to ask a question. Has anyone here today come as a representative of their government or a public organization? I am sure there are many ways of doing this but one way could be to start by pushing the film producer, that is to say, make it sound an attractive proposition. Whenever we have approached government officials or the government, tourism bureaus, arts promotion organizations or businesses, we have always started by stating we don't need money. Then they are willing to talk to us. If you suddenly say you need money they will tell you they are busy and ask you to come back some other time. So the first thing you have to do is gain their understanding and get yourself a chance. Then, it's important to get them to provide the use of their organizations and systems free of charge. For example, getting them to let you use a

井上：先ほどチェさんからプロジェクトごとに各々担当者をつけるというお話がありましたが、ネットワーク全体をプロデュースする制度をすでに設けているところはあるのでしょうか。例えば、ヨーロッパの1つのフィルムメーカーが、アメリカ全体を視野においてアリゾナ州も、メイン州も、ハワイ州もあるという撮影をしたいという時に、AFCIではその各州を全部まとめあげるようなかたちで働かれる方はいらっしゃるでしょうか。

ビル・リンドストロム：確かに、各ネットワークの団体が紹介システムを持つておくことは必要だと思います。そのためには、かなり知識を持っていなければなりません。一人のフィルムコミッショナーに求められる知識以上のレベルが必要とされます。誰かから電話がかかってきた場合に、必ずちゃんと紹介するとか、助けになるようなかたちで対応しなければいけないわけですね。ネットワークとしては、個人でもスタッフでもオフィスでもいいんですけども、こういった種類の紹介に対応できる体制を取っておくことは必要だと思います。AFCIはどうかといいますと、組織として具体的な紹介はしないという方針を採っております。これは政治的にも大変デリケートな問題です。

司会：今ビルさんがお話されたように、AFCIが個々のフィルムコミッションを紹介するのは、誰が考えても難しいという気がします。でも例えば、我々が今直面しているネットワークは、非常に規模が小さいものです。恐らく、映画の制作者から見れば、1つの地域として存在していて欲しいような小さなエリアなので、例えばさっぽろフィルムコミッションにたまたまそういう依頼がきた時に、自分の地域のことだけを考えるのではなくて、もう少し広いネットワークをマネジメントしていかないと制作者のニーズには応えられないのではないかと思います。先ほどチェさんから、海外の制作者からは、まず最初に釜山のフィルムコミッションにコンタクトがあることが多いというお話がありました。釜山のネットワークは我々が目指しているネットワークより大きいですが、ちょっと近い気もするので伺います。釜山でほかのフィルムコミッションを紹介した時や、ほかの地域で撮影が行われることになった時に、最後まで関わっていたりするのでしょうか。

チェ・フィル：先ほども申し上げた通り、ロケーションの支援サービス自体が、大きな利益をもたらす事業ではないので、私たちに問い合わせが来たら、釜山以外の場所を無理に紹介する必要はないと思うのですが、釜山にはない映像を求めてきた場合には、ほかのFCを紹介します。ソウルで撮影すべきもののなのに釜山のほうに問い合わせが来たケースはありましたけれども、そういった場合はすぐにソウルのFCに連絡しました。最後まで責任を負っていくのは難しいですけども、同じ韓国国内についての問い合わせですので、関心を持って注視しています。

vacant building as office space or to pay for 2-3 days of you telephone bill can save production companies a lot of money. So you start by saying you don't need any money but asking if there is anything they could provide free of charge instead.

INOUE: Mr. Choi mentioned earlier about assigning various people to be in charge of each project, but is there anywhere that already established a system for producing an entire network? For example, when a European film maker with the whole of America in mind wants to film in places Arizona, Main or Hawaii, is there someone in the AFCI who can deal with these states all together?

Bill Lindstrom: Certainly each network's organization needs to have an introduction system in place, and you need a vast amount of knowledge for this. A level of knowledge over and above what can be expected of a single film commissioner is needed. If you get a telephone call from someone, it is imperative that you can introduce someone or respond in a helpful way. Every network, whether it's a network of individuals, member of staff or offices, needs a system capable of facilitating these kinds of introductions. The AFCI has a policy not to provide specific introductions as an organization. Politically, this is an extremely delicate issue.

MODERATOR: As Bill has just said and as anyone can imagine, it would be difficult for the AFCI to introduce individual film commissions. But say for example, the network we are currently interfacing with is extremely small in size. Probably, from a filmmakers' perspective, it's a small area that they want to exist as a separate area but, for example, should the Sapporo Film Commission receive such a request, they probably wouldn't be able respond to the filmmaker's needs unless rather than thinking solely of their own area, they managed a slightly broader network than their own. Mr. Choi mentioned earlier that filmmakers overseas often start by contacting the Busan Film Commission in Busan. The Busan network is larger than the one we're endeavoring towards but I have a question because they are not so dissimilar. When other film commissions are introduced in Busan or when filming is going to be done in another area, do you remain involved until the very end?

Phil Choi: As I said earlier, location support services themselves cannot turn over big profits, so when we get inquiries, although there is no need for us to go out of our way to introduce places outside of Busan, we do introduce other FC in cases where they seek scenery unavailable in Busan. There have been cases in which inquiries have been made in Busan despite the fact that the filming should be done in Seoul, and in such cases, we waste no time in contacting the Seoul FC. It's difficult to bear responsibility to the end but such inquiries are about places in Korea and we regard them with interest.

■志を同じくする人たちへのメッセージ

司会：そろそろ時間ですので、最後に一言ずつ皆さんにメッセージをお願いしたいと思います。

ロビン・ジェームス：映像ビジネスに情熱を持つこと、関係づくり、それから利害関係者とのパートナーづくりにおいては賢くあるということ、そして何よりも、一貫性があること、整合性があるということです。先に何があるかわかりませんので、必ず一貫性を持たせるということが大事です。

チェ・フィル：映画製作という作業自体、人々との出会いとコミュニケーションに関わる問題ですので、一番重要なのはコミュニケーションだと思います。映画ビジネスは、人間とのビジネスですので、人々と話し合いをするためのネットワーク構築が必要だと思います。

リノ・ピッコロ：ネットワークをつくる理由はいくつかあるわけですが、私が一番感動しますのは、ネットワークで他国と協働して文化の多様性を守っていくということです。現在はグローバル化が進み伝統を守るのは大変難しいですが、文化の多様性や文化のルーツを守るために、ぜひ一緒に取り組んでいきましょう。

ビル・リンドストロム：いいたいことは他の方たちが全部いつてくれましたので、一言だけです。「ネットワーキングは楽しい」というのが私のテーマです。

米田：今日のお話にあったように、ネットワークは政府との交渉のためにも必要だ、ということを考えると、いろいろな規模のネットワークがたくさんできることが必要になってくるのだと思います。私は今日この席に着くまでは、ほかの4人の皆さんのネットワークと我々が目指しているネットワークはあまりにも規模が違うので、お互いに共通するところはないかもしれないと思っていたのですが、今この場所でこの1時間余りを過ごして、ネットワークは規模の大きさではなくて、ネットワークをつくって何かをやっていくことは楽しいし、重要なことなのだと認識させていただきました。本当に貴重な1時間でした。どうもありがとうございました。

■ Message to likeminded people

MODERATOR: Time is running out so finally, I would like to ask everyone for a short message.

Robin James: Be enthusiastic about the film business, build relationships, be clever about building partnerships with interested parties, and more than anything, be consistent. There's no telling what lies ahead so it is important to always be consistent.

Phil Choi: The actual task of making a film involves meeting and communicating with various people so communication is the most important thing. The film business involves working with people so you need to build networks to facilitate talking with people.

Rino Piccolo: There are a number of reasons for building networks but the reason that impresses me the most is the use of networks to engage in joint projects with other countries whilst maintaining our cultural diversity. Globalization is spreading and it has become difficult to protect traditions, but let us work together to protect our cultural diversity and cultural roots.

Bill Lindstrom: Other people have said everything I wanted to say so I will just say one thing. "Networking is fun" is my motto.

YONETA: As was mentioned today, once you recognize the need for networks to negotiate with governments, you realize the need to be able to create lots of networks of various sizes. Until I took my seat here today, I wondered if I would have anything in common with the other 4 speakers given that their networks and the network I am endeavoring to create are so different in size, but having spent just over an hour here, I've realized that rather than the size of the network, is it the building of networks and doing something with them that is both fun and important. This has been an invaluable hour for me. Thank you very much.

第4部

全国ロケ候補地データベース 「FC-DB」

総合司会：昨年度から文化庁が予算をつけまして、日本全国のロケ候補地のデータベースの構築を開始しています。情報を集積して1つにまとめていくのもネットワークの1つであり、制作会社の方がいろいろなところに問い合わせをする前に、データベースで全国の情報を見ることができるようにしようというものです。私たちが情報を探す時に、地域性があるものについては、例えば雪の情報を沖縄に聞く人はいません。素晴らしい珊瑚礁を北海道にきく人もいません。しかし、例えば古めかしい小学校とか、昔ながらの路地とか、特殊なもので全国に点在しているようなものがあります。そういう地域性は問題ではないものがどこにあるかを知りたいというニーズはあるわけで、そういったことにも応えていけるデータベースが構築されつつあります。そのご報告を、この検討委員会の主査をやっていただいておりますえひめフィルムコミッション代表の泉谷昇さんをお願いします。

「FC-DB」(全国ロケ候補地データベース)構築中間報告 文化庁FC-DB 検討委員会主査 泉谷昇(えひめフィルムコミッション)

泉谷：データベースというのは、ご存知の方もいらっしゃると思いますが、復習の意味で申し上げますと、撮影側が望むロケ候補地などを登録・蓄積・更新できるインターネット上のシステムのことを指します。これについては平成16年度にフィルムコミッション関係者・制作関係者、技術アドバイザーなどを交えた研究会が6回開かれました。今年度はその研究会が検討委員会に発展して、データベースの構築に本格的に取り組んでいます。

フィルムコミッションは今、日本全国83カ所にありまして、数が多くなったのはありがたいことなのですが、同時にちょっと大変になることも起きています。例えば、利用者は各フィルムコミッション83カ所へ連絡しなくてはならないとか、ロケ情報が日本語のみのところと英語や韓国語もあるところがあるなど、大きな違いや差があります。その差による影響が出るようになります。収集がつかなくなってきています。そこで、そうした情報を1つのシステム上で共有しようというのがこのデータベースを構築する目的です。ですから、各フィルムコミッションがロケ地情報を登録・更新できるようにして、写真を含めた様々な情報をこのシステム上に蓄積していこうとしています。それを誰が使うのかというと、国内や海外の映像制作会社とその関係者、また、学生や研究者、さらに旅行業者も使えるのではないかと考えています。現在、私たちの持っている情報は各フィルムコミッションごとに縦割りですが、検索機能を使うことにより、すべての情報から横断的に必要な情報だけを抜き出すことができるようになります。また、英語版の構築によって海外への発信機能もより強化さ

Part 4

Database of candidate locations nationwide "FC-DB"

MC:Beginning in fiscal 2004, Bunka-Cho has secured a budget and embarked on the task of compiling a database of candidate locations throughout Japan. The collection and storage of information in one place comprises a kind of network, and our goal is to enable production companies to view information on the whole country via a database even before they make inquiries to various places. When we're looking for information, we ask about things that are particular to a specific region. For example, nobody asks for information on snow in Okinawa, and nobody asks about spectacular coral reefs in Hokkaido. However, some things like old-fashioned elementary schools and alleyways unchanged from times gone by are very special but they can be spotted around the country. There is also a need for information on the locations of things that are free of regional characteristics and we are building a database that can respond in this capacity as well. I would like to ask Mr. Noboru IZUMITANI, a representative of the Ehime Film Commission who is the project manager of the committee to report on this.

Interim Report on Construction of the "FC-DB" (Database of candidate locations nationwide) Project Manager, Bunka-Cho FC-DB Committee Noboru IZUMITANI (Ehime Film Commission)

IZUMITANI: This database, as I am sure many of you know, but I'll say it again to refresh your memories, refers to a system on the Internet whereby information on candidate locations desirable to filmmakers can be registered, accumulated and updated. A committee comprising people from film commissions, people involved in production and technical advisors has met 6 times since fiscal 2004 to discuss this matter. This year, the study group established a committee and officially began building the database.

There are currently 83 film commissions throughout Japan and although I'm delighted they have grown in number, some difficulties are beginning to crop up. For example, users have to contact all 83 film commissions and some big differences exist between them, such as some commissions only have information in Japanese whereas others have information in English and/or Korean. The effects of these differences will begin to appear and it will become difficult to collect information. Accordingly, the purpose of building this database is to share this kind of information on one system. It will enable each film commission to register and update location information and various information including photographs, will accumulate on the system. We envisage film production companies at home and abroad and people involved therein, students and researchers, and travel agencies as potential users. The information

れます。

全国に83あるフィルムコミッションの中で、ホームページを持っているところは9割以上ですが、データベースなど写真を紹介するシステムを持っているのは、9割の中の約3割です。残りは数でいうと50以上ですが、データベースがありませんので、このデータベースが構築されることで強力な発信機能を持つことになります。また、自分たちですでに立ち上げているフィルムコミッションのサイトと融合させることで、足りない機能を補ってより広く情報を発信でき、使い勝手もよくなるのではないかと考えております。

スケジュールと進行状況ですが、現在は初期データの収集作業と構築を同時に並行して行っております。今構築中のデータベースは、1月をめどに試験的に公開する予定ですが、その試験公開で表示されるデータのことを初期データと呼んでいます。現在は、検討委員会において構築中のデータベースのチェックと吟味、リクエストなどを行っています。そして、1月に試験運用開始、最終確認を経て3月には公開、運用開始を目指しています。その後、4月以降の運営と更新作業は、我々フィルムコミッション側に求められています。

このデータベースに掲載される情報は、カテゴリーと呼ぶ22種類の項目に分けています。例えば、名勝・神社仏閣、オフィス・商業施設、店舗・家屋、商店街・繁華街、公共施設・ホール、町並み・村の風景、山・河、渓谷および湖、温泉・保養地、交通・乗り物、公園・レジャー、道路および橋、屋内・室内、施設跡・廃墟、産業遺跡や空地、屋上、俯瞰、学校・病院・警察・消防、港・海辺・海岸、工場と倉庫などです。他に、何かのように見える場所や、夜間や夜景、ロケ地にはならないにしても、目に見えない地域の資源や特産品、行事・催事というものもあります。これらのどれにも当てはまらないものは、その他に分類しております。こうした22の大項目の中に、さらに中項目を設けてこれを細分化しておりまして、すべてのロケ候補地がどれかに該当するようになっています。

2005年10月18日現在、初期データとして12のFCから1547カ所、計6844枚の写真を預かっています。これは当初掲げた目標を大幅に超えています。まだ12FCという数えられる程度の情報ですので、10カ所でも20カ所でも情報をお持ちの方は、この初期データの収集にご協力いただきたいと思います。連絡協議会でも私のほうでもお問い合わせいただければすぐに返答させていただきますので、ぜひご協力をお願い致します。以上で終わらせていただきます。

we have at present is divided vertically between each film commission but use of search functions will facilitate cross-section extraction of necessary data from all data. Moreover, construction of an English version will reinforce our capacity to disseminate information overseas.

Of the 83 film commissions nationwide, more than 90% have homepages but only about 30% of the 90% have a database or some kind of system for introducing photographs. This leaves more than 50 film commissions without such a system and because they don't have databases, construction of this database will afford them powerful dissemination capabilities. Moreover, linking this to film commissions' individual sites will supplement missing functions, facilitate wider dissemination of information and probably make them more user-friendly.

With regard to our schedule and progress, we are currently collecting initial data and constructing the database in parallel. The database currently under construction is scheduled for a trial launch in January, but the data displayed during this trial launch will be called initial data. The committee is in the process of examining and checking the database and making requests, etc. Trial operation will begin in January and we hope to launch it and begin operations in March after final checks have been made. Film commissions are expected to take over its operation and keep information updated from April onwards.

Information to be listed on this database will be divided into 22 categories. For example, scenic spots; shrines and temples; offices and commercial facilities; shops and houses; shopping streets and entertainment districts; public facilities and halls; city- and village-scapes; mountains and rivers; gorges and lakes; hot springs and resort districts; transportation and vehicles; parks and leisure; roads and bridges; interiors and exteriors; derelict buildings and ruins; industrial relics and vacant plots; rooftops; bird's eye views; schools, hospitals, police stations and fire departments; airports, beaches and coasts; factories and warehouses; etc. Additionally, it contains places that look like something in particular, nights and night views, and even indiscernible regional resources and specialty products, events and functions that can't be regarded as a location. Things that don't fit into any specific category will be registered under "Others". Sub-categories will be established within the 22 main categories and all candidate locations will be registered under the appropriate categories and sub-categories.

As of October 18, 2005, we had received initial data on 1547 places and 6844 photographs from 12 FC. This greatly exceeds our initial target and given that this is the information received from just 12 FC, I would really like people with information on even 10 or 20 places to cooperate with our collection of initial data. We will respond whether you contact us directly or via the Promotion Council so I would like to take this opportunity to ask for your cooperation with this. Thank you very much.

レセプション

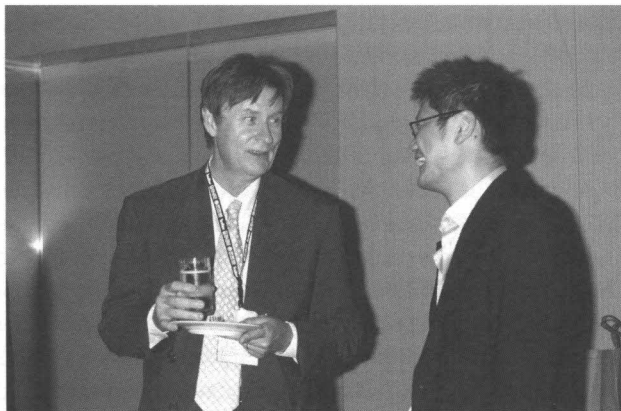
Reception



キム・ドンホー プサン国際映画祭ディレクターによる挨拶
Kim Dong-ho, Director of the Pusan International Film Festival, greeting the audience.



なごやかに語り合うパネリストやゲストたち
Panelists and guests in friendly discussion





第 1 回文化庁コミュニティシネマ・コンベンション

= 「コミュニティシネマと日本映画の未来」 =

Community Cinema Convention

"Community Cinema and the Future of Japanese Films"

◎開催概要

■日時

2005 年 10 月 27 日 (木) 14:00 ~ 18:30

■スケジュール

主催者挨拶 14:00 ~ 14:15

基調講演：

「プサン国際映画祭とプサン市の映画環境について」

14:15 ~ 15:15

プレゼンテーション「コミュニティシネマ事例報告」

15:30 ~ 17:00

パネルディスカッション「コミュニティシネマは必要か」

17:15 ~ 18:30

■会場

六本木アカデミーヒルズ 49 「スカイスタジオ」

[主催] 文化庁

[共催] コミュニティシネマ支援センター

財団法人国際文化交流推進協会 (エース・ジャパン)

◎ Outline

■ Date

October 27, 2005(Thu) 14:00-18:30

■ Schedule

Greetings from the organizer 14:00 - 14:15

Keynote speech:

The Pusan International Film Festival and
the Cinema Environment of Busan

14:14 - 15:15

Presentation: Report on Community Cinemas

15:30 - 17:00

Panel discussion: Is the community cinema necessary?

17:15 - 18:30

■ Venue

Roppongi Academy Hills 49 Sky Studio

[Organizer] Agency for Cultural Affairs(Bunka-Cho)

[Co-Organizer] Japan Community Cinema Center

Japan Association for Cultural
Exchange (ACE Japan)

第1回文化庁コミュニティシネマ・コンベンション Community Cinema Convention



■開催の趣旨と報告

コミュニティシネマの活動が本格的に始動して1年。全国各地でさまざまな形の“コミュニティシネマ”が生まれています。

今回のコンベンションでは、各地のコミュニティシネマの活動を紹介するとともに、その課題と可能性を探りました。

■Aims&Report

It has been a year since the full-fledged start-up of activities of the community cinema and various types of "community cinemas" have been created in many areas of Japan.

In this convention, details of the activities of such community cinemas all over Japan were presented and issues and future possibilities of the community cinema were explored.

出演者プロフィール

Profiles of the presenters



■基調講演

キム・ドンホー

プサン国際映画祭ディレクター

韓国映画界を代表する存在であるキム・ドンホー氏は、文化部の副長官や、韓国映画振興委員会会長の経験を持つ。プサン国際映画祭の地位を高めただけでなく、多様な文化経験によって、世界中の映画祭における彼の影響力は絶大であり、映画人の信頼も厚い。ロッテルダム映画祭での審査委員長をはじめ、ブエノスアイレス、ケララ(インド)、福岡、シンガポールなど、数多くの映画祭で審査委員を務めている。2001年4月にアジア映画振興機構(NETPAC)の副ディレクターに任命され、2000年12月にはフランス政府より文学芸術勲章を受賞している。

■ Keynote speech

Kim Dong-ho

Director of the Pusan International Film Festival

Mr. Kim Dong-ho, a representative of the Korean film industry, has previously served as Vice Minister of the Ministry of Culture and Tourism and the chairperson of the Korea Film Council. He has not only succeeded in elevating the status of the Pusan International Film Festival but through his diverse experience in cultural areas has also had a profound influence on film festivals all over the world. He is also highly esteemed by film makers. Mr. Kim Dong-ho served as the chief jury at the International Film Festival Rotterdam as well as on the jury committees at many international film festivals including festivals in Buenos Aires, Kerala (India), Fukuoka and Singapore. In April 2001, he was appointed deputy director of the Network for the Promotion of Asian Cinema (NETPAC) and received the Chevalier de l'ordre des Arts et de Lettres from the French Government in December 2000.

■プレゼンテーション Presentations



竹石 研二 Kenji TAKEISHI

NPO 法人市民シアター・エフ 理事長
President, NPO Citizens' Theater F



茂木 正男 Masao MOGI

NPO 法人
たかさきコミュニティシネマ 代表理事
Representative Director,
NPO Takasaki Community Cinema



神谷 雅子 Masako KAMIYA

株式会社 如月社 代表取締役
Representative Director,
Kisanagisha Co., Ltd.



中江 裕司 Yuji NAKAE

桜坂劇場 代表/映画監督
Film Director /
Representative, Sakurazaka Theater



真喜屋 力 Chikara MAKIYA

桜坂劇場 プログラムディレクター
Program Director,
Sakurazaka Theater



水野 昌光 Masamitsu MIZUNO

伊勢・進富座 支配人
General Manager, Ise Shintomiza Theater



小川 直人 Naoto OGAWA

せんだいメディアテーク
Sendai Mediatheque

■パネルディスカッション Panel Discussion



寺脇 研 Ken TERAWAKI

文化庁文化部長
Director-General,
Cultural Affairs Department,
Agency for Cultural Affairs

■司会進行/総司会 Master of Ceremony & Anchorperson



石坂 健治 Kenji ISHIZAKA

コミュニティシネマ支援センター運営委員/
国際交流基金
Steering committee member of Japan
Community Cinema Center /
Japan Foundation

■パネルディスカッション司会 Master of ceremony for Panel Discussion



内藤 篤 Atsushi NAITO

コミュニティシネマ支援センター運営委員/弁護士
Lawyer /
Steering committee member of
Japan Community Cinema Center

第1部 基調講演

プサン国際映画祭とプサン市の映画環境について

キム・ドンホー

(プサン国際映画祭ディレクター)

プサン国際映画祭は、1996年に始まり今年で10回目を迎えました。まず、映画祭がこの10年の間にどのようにしてアジアを代表する映画祭に成長したか、また、この映画祭がアジアや韓国の映画とコミュニティとしてのプサンにどのような影響を与えたか、さらに映画祭の今後の方向性について簡単にご紹介します。

まず、「なぜプサンか」からお話します。1992年、ピサロで開催されたイタリア映画祭では、韓国映画が30本ほど上映され、韓国映画界の人々が多く招待されていました。プサンで活動していた3人の大学教授と評論家がそこに行きまして、「小さくても権威のある映画祭を韓国でもつくってみよう」と3人は意見が一致しました。それから何回もの準備会議を経て、私のところに委員長として映画祭をつくってくれないかと依頼にきました。それで一緒にプサン国際映画祭を立ち上げたわけです。

■ プサン国際映画祭が掲げる目標

映画祭の性格と目標をどこに置くのかについては、非常に長い議論がありました。その結果、アジアで開催されるのだから「アジアの若い監督を発掘して世界に紹介すること」、そして「韓国の映画を海外に紹介すること」に重点を置くことが決まりました。これら二つの目標を立てて、最初の映画祭の準備を始めました。この映画祭が短期間の内に成功を収めたのは、これらの目的と目標が的確であったこと、そしてプログラムやプロジェクトが優れていたことが挙げられます。私たちは目標に向かい、コンペ形式ではない非競争型の映画祭として、アジアの優れた映画を発掘し、優秀な監督を探し出すことにこの10年間力を注ぎました。映画祭の中の「ニューフロンティア」という部門では、アジアの監督の中からひとりを選び、製作費として3万ドルを支給しています。日本の行定勲、中国のジャ・ジャンクー、韓国のキム・ギドクやイ・チャンドンなどは、この部門から世界的な監督へと育成された例といえます。

また、アジアの映画に焦点を合わせているため、第3回目から「プサン・プロモーション・プラン (PPP)」というプロジェクトを新たに創設して運営しています。このプロジェクトは大変な成功を収め、それによってプサン国際映画祭はアジアを代表する映画祭へと成長することができました。アジアの監督の多くは、製作費を集めるのに大変苦労しているようです。恐らく、日本の監督も商業映画が主の監督でない限り、インディペンデント・フィルムや芸術映画の場合は、やはり資金の調達が難しいのではないかと思います。PPPは、そうしたアジアの有望な監督のプロジェクトを私たちが事前にチェックし、その映画にふさわしい投資家と製作者をプサンに呼んで監督とのマッチングをし、製

Part 1 - Keynote Speech

The Pusan International Film Festival and the Cinema Environment of Busan

Kim Dong-ho

(Director, Pusan International Film Festival)

The Pusan International Film Festival (PIFF) began in 1996 and is now in its 10th year. To begin with, I would like to talk about how in this 10-year period it grew to be a film festival representing Asia, and the effect it has had on Asia and Korea as well as on Busan as a community. I would also like to briefly touch upon the outlook for this film festival in the future.

To begin with, I would like to answer the question "Why Busan?" In 1992, at the Italian Film Festival held in Pizarro, about 30 Korean films were presented and a large number of people from the Korean film industry were invited. At that time, three university lecturers and critics active in the industry in Busan were present and all three were of the opinion that they would like to hold a film festival in Korea which, even if it were on a small scale, would command authority in the industry. After holding a number of preparatory meetings, they came to me and asked if I would head a committee for creating a film festival. And that is how we came together to launch the Pusan International Film Festival.

■ The objectives set for

the Pusan International Film Festival

Initially, we had extremely long discussions on what the nature and the objectives of the PIFF should be. First of all, we decided that since the festival was being held in Asia we should focus on seeking out Asia's potential young directors and introduce them to the world and, second, to introduce Korean films overseas. So, after setting these two goals, we commenced preparations for our first film festival. The reason why this film festival achieved success in a very brief space of time was because its objectives and goals were appropriate, and the programs and projects were excellent. We approached our goals by pouring efforts into organizing the film festival for 10 years in a non-competitive manner, seeking out superior Asian films and superior directors. In the sector of the film festival called the "new frontier", we select one person from among Asian directors and provide that person with \$30,000 for production costs for a film. You could say that Isao YUKISADA from Japan, Jia Zhang Ke from China, and Kim Ki-duk and Lee Chang-dong from Korea are among examples of people from this sector who developed into world-renown directors.

Furthermore, since we were focusing on Asian films, from the third festival onwards, we established the Pusan Promotion Plan (PPP) and it is presently in operation. This project has had enormous success and, consequently, this film festival was able to develop into a film festival representing Asia. Many of Asia's directors have enormous difficulty getting the funding for production. In Japan, too,

作を可能にしていく後方支援プログラムです。このPPPを通して、多くの監督が作品を製作できるようになりました。また、それらの映画は世界中の映画祭でよい評価を得ています。たとえば、岩井俊二監督の『リリィ・シュシュのすべて』(2001)、石井聰互監督の『五条霊戦記』(2000)、阪本順治監督の『顔』(2000)などは、PPPから製作費を得たもので、世界的に高い評価を受けました。また、イランのジャファル・パナヒ監督の『チャドルと生きる』(2000)という映画も、このPPPから製作費を得て製作されたもので、ヴェネチア国際映画祭で大賞を受賞しました。そして、中国のワン・シャオシュアイ監督の『北京の自転車』という映画も、2001年のベルリン国際映画祭で受賞していますし、台湾のハウ・シャオシェン監督の『スリー・タイムズ』もPPPで資金を得て、2005年のカンヌ国際映画祭で上映されたほか、プサン国際映画祭のオープニング作品としても上映されました。このように、選定される映画とプロジェクトが優れていたために、「優秀な監督を発掘する」という目標と「製作を支援する」という2つの目標が達成され、結果としてプサン国際映画祭は世界の関心を集めることになりました。

もう一つ重要なことは、毎年映画祭を訪れるおよそ20万人の観客の熱気とプサン市民の声援があつてこそ成功だということです。観客の他、約400～500人のボランティアが毎年一緒に映画祭をつくっており、彼らの献身的な努力もプサン国際映画祭を成功させている力であるといえます。

昨年までの映画祭の予算は、およそ4億3000万円です。このうち中央政府が1億5000万円、プサン市が1億3000万円、残りの1億5000万円は企業からの協賛金というかたちで運営しています。入場料収益は6000万円ありました。

次に、プサン国際映画祭が韓国の映画産業や地域の産業にどのような影響を与えたかをお話します。この10年間、韓国の映画は大変なスピードで発展してきました。1993年に国産映画の上映シェアは15.9%にすぎませんでしたが、映画祭が始まる直前の1995年には20.9%になりました。その後、急速に成長し、1999年に37.1%、2001年には50%、そして2004年は56%となりましたから、恐らく今年は56%以上になると思われます。映画祭が始まる前は、韓国全体の観客数は4000万人の線を超えることができませんでしたが、2004年は1億7000万人を記録しています。つまり、観客数は大きく増えて2倍以上になったということです。特に輸出の面では非常に成長率が高く、1996年に20万ドルにすぎなかった韓国映画の輸出額は、1998年に300万ドル、1999年に700万ドルと倍々に増え、2004年には1年間で5800万ドルを記録しました。このように、プサン国際映画祭が歩んだ10年間は、韓国映画の高度成長の中にあつたと言えます。

I presume that directors who are not in the mainstream but produce independent films or artistic ones have difficulties in securing funding for their work. PPP is a scheme whereby we undertake a check on promising projects of Asian directors beforehand and match their films with suitable investors and producers. Essentially, we make production possible by providing logistic support. A number of directors have been able to produce their works through this PPP and their films are receiving recognition at film festivals throughout the world. For example, films like Director Shunji IWAI's *All About Lily Chou-Chou* (2001), Director Sogo ISHII's *Gojoe* (2000), and *Face* (2000) by Director Junji SAKAMOTO are the films which received PPP funds and world acclaim. Furthermore, Iranian Director Jafar Panahi's film, *The Circle* (2000) was produced using funds obtained from the PPP and received the Grand Prize at Venice's International Film Festival. The film *Beijing Bicycle* by Director Wang Xiaoshuai of China also won a prize at the Berlin International Film Festival in 2001. Hou Hsiao Hsien of Taiwan, Director of *Three Times* and also a recipient of PPP funds, presented his film at the Cannes Film Festival in 2005. In addition, it was also presented as the opening film at the PIFF in 2005. Because the selected films and projects are always in high-quality, we have been able to achieve the initial goals: to seek out excellent directors and provide assistance for film production. As a result, the PIFF has been attracting attention worldwide.

Another important factor is that the festival became a success thanks to the keen enthusiasm of a 200,000-strong audience who come to the festival each year and the strong backing of the people of Busan. In addition to the audience, there are also approximately 400 to 500 volunteers who join us in undertaking preparations for the festival. The contributory efforts of these volunteers can also be considered as the strength of the festival.

The budget for the festival up until last year was about 430 million yen. Of this, the central government provided 150 million yen, a further 130 million yen was by the city of Busan, and the remaining 150 million yen came from corporate sponsorship. There were also earnings of about 60 million yen from the box-office.

Next, I would like to talk about the effects the Pusan International Film Festival has had on the Korean film industry and local industries. During this 10-year period, Korean films have developed at an amazingly rapid pace. In 1993, domestically-produced films screened in Korea accounted for only 15.9% of all films. However, in 1995, just prior to the commencement of the first PIFF, the ratio had risen to 20.9%. Following that, it grew rapidly, reaching 37.1% in 1999 and 50% in 2001. In 2004, this ratio had risen to 56%. We can also expect this figure to be over 56% this year. Prior to the commencement of the film festival, the number of movie-goers nationwide in Korea was never able to exceed the 40 million mark, but in 2004 a record 170 million was reached. In other words, the number of attendance has grown dramatically, more than doubling from what it had been in the past. In film exports in particular, the growth rate has been even more dramatic. Exports, which in 1996 were worth only \$200,000, more than doubled to \$3 million in

■活気を取り戻したプサン

それでは、プサン国際映画祭が他にどのような影響を与えたかをお話します。まず、毎年20万人の観客と韓国の映画界の人々がプサンを訪れたため、一般の人の映画に対する関心を高めたことが挙げられます。また、世界の潮流や新しい傾向の映画に触れ、様々な情報を入手し、お互いに意見交換ができた結果、韓国映画の市場は自国の映画館内だけにあるのではなく、外にもあるということがわかりました。そのため、それまで目を向けていなかった海外の市場に目を向けるようになり、ミロビジョンという初めての配給専門会社が1998年に設立されました。その後、多くの映画配給会社が誕生し、現在では15余りの配給会社がありますが、その結果は数値にも現れています。この映画配給会社ができた前、1997年の韓国映画の輸出額は40万ドルでしたが、ミロビジョンができた翌年には300万ドルになり、そして2004年は5800万ドルになりました。これは、まさにプサン国際映画祭を通して販促活動と輸出が行われるようになった結果といえます。

プサン国際映画祭は、世界の他の映画祭同様、韓国の映画を紹介したり海外に輸出したりするための重要な窓口の役割を果たしています。カンヌ国際映画祭には、今年で57回目を迎えるほどの長い歴史がありますが、プサン国際映画祭が始まる以前にこの映画祭で韓国の映画が紹介されたのは3本にすぎませんでした。1983年にイ・ドゥヨン監督の『糸をつむぐ女』が紹介され、次に1989年のペ・ヨンギョン監督の『達磨はなぜ東へ行ったのか』が紹介され、プサン国際映画祭がスタートした1996年に若いヤン・ユノ監督の『ユリ』が紹介されただけです。しかし、プサン国際映画祭が始まってからは、毎年韓国映画が4～5本招待されていますし、今年は6本の韓国映画が招待上映されました。カンヌ国際映画祭に限らず、今日、韓国映画は海外の大小様々な映画祭で多数紹介されています。映画祭ではありませんが、リンカーンセンターでも韓国映画が40本上映されましたし、2005年の1月、2月の2カ月間にパリのユニフランス・パリではシネマテーク・フランセーズの主催で50本の韓国映画が紹介され、ベルリン映画祭ではイム・グォンテク監督の回顧展が開催されるなど、それ以外にも多数上映されています。このように、韓国映画のブームが起こったのも、その中にプサン国際映画祭があったからといえます。

一方で、プサン国際映画祭がプサンにどのような影響を与えたかについては、今日のテーマであるコミュニティシネマ運動とも無関係ではないと思います。まず、第1回の映画祭では、市民の文化に対する欲求や渇きを満たしてくれたと思います。映画祭ができる以前より、プサンは映画にゆかりのある都市でした。1926年に韓国で初めての映画会社チョソンキネマがプサンに設立されて『アリラン』(1926)等の映画が作られ、それを演出したナ・ウンギョや、製作のユン・ベンナムといった韓国映画のパイオニアたちはここで初めて仕事をスタートしました。1958年には、韓国で最初の映画賞も創設され、『釜山日報』がつくった釜一映画賞なども始まり、多くの俳優がプサンから輩出されました。しかし、ある時期以降、映画産業がほとんど壊滅状態となり、映画人も映画会社も映画監督もほとんどいない地域と

1998 and \$7 million in 1999. In 2004, in one-year period, this figure climbed to \$58 million. Therefore, the trend that the PIFF has followed for the past 10 years can be considered a time of high growth for Korean films.

■ Busan, a city which has regained its vitality

Now, I would like to talk about the effects the PIFF has had on other fields. First of all, because 200,000 people come to see the films at the festival and people from the domestic film industry visit Busan each year, the interest in films among the local communities has increased. People come into contact with new trends and directions in the cinema and obtain various types of information on it. They exchange views with each other and, as a result, they began to understand that the film market for Korean films is not limited to the theaters solely in their own country, realizing that there is interest in the markets outside Korea as well. Those who had previously not considered the overseas market have now begun to consider it for the first time. In 1998, the first dedicated distribution company, Mirovision, was established. Since then, a large number of film distribution companies have come into being. At present, there are more than 15 companies and the results are evident in growing figures. For example, in 1997, prior to the establishment of companies dedicated to film distribution, the export of Korean films amounted to \$400,000. In the year following the establishment of Mirovision, the amount rose to \$3 million and in 2004, it reached \$58 million. This, I believe, was quite simply a result of sales promotion through the Pusan International Film Festival and subsequent exporting thereafter.

Like other international film festivals, the PIFF plays an instrumental role as a point of contact for introducing and exporting Korean films to overseas markets. The Cannes International Film Festival has a long history and this year will mark its 57th anniversary. Prior to the commencement of the PIFF, only three Korean films had been screened at the Cannes festival. In 1983, the film *Spinning Wheel* by Director Lee Doo-yong was screened, followed by Director Bae Yong-kyun's *Why has Bodhi-Dharma Left for the East?* in 1989 and, in 1996, the first year the PIFF was held, the young Director Yang Yun-ho's *Yuri* was presented. However, after the inauguration of the PIFF, four to five Korean films have been invited each year, and a total of six Korean films received invitations and were screened at the Cannes film festival this year. In addition to the Cannes festival, a large number of Korean films are also shown at other large and small film festivals overseas. In addition to screenings at film festivals, Korean films are also shown at a large number of other international events. At the Lincoln Center, 40 Korean films were presented, and in 2005 for the two-month period of January and February, 50 Korean films were shown in Paris at the Unifrance Paris organized by Cinémathèque Française. At the Berlin Film Festival, a retrospective program of Director Im Kwon-taek's was held. The holding of the PIFF can be said to be one of the main reasons for the emerging Korean Film boom.

At the same time, the effect of the PIFF on Busan cannot be considered unrelated to today's theme of community cinema activities. I believe, the first film festival fulfilled the desire

なりました。文化活動全般で見ても、全国で最も低迷した地域となり、プサン市民は自分たちのことを自嘲して「プサンは文化の不毛地帯だ」と言っていたほどです。産業も、かつて盛んだった靴産業や繊維産業が停滞して多くの会社は倒産に追い込まれ、プサンは経済的にも文化的にも厳しい地域となってしまいました。そのような地域で半信半疑で始めた映画祭でしたが、これが成功を収めたことにより変化が起き始め、文化や国際行事に対する自信を市民に植えつけました。最近では、多くの国際文化行事がプサンで成功裏に開催されています。これは、国際行事や文化に対する意識が高まり自信がついて可能になったという点が非常に大きいと思います。

また、プサン国際映画祭が成功することにより、プサンに多くの映像文化が本格的に興り始めました。まず、1998年にプサン国際映画祭の傘下としてシネマテークプサンという小さな劇場ができ、ここから映画運動が始まりました。これは、コミュニティシネマ運動と似たものです。1999年の映画祭において、プサン映像委員会は「プサン・フィルムコミッション」の創設を発表し、2000年1月1日から、プサンで撮影する映画会社に財政的、行政的な支援をするとともに、ロケや撮影する場所をあっせんする活動を開始しました。昨年までの約6年間に、約90本の映画がプサンで撮影され、110本近い広告映像や映像作品がプサンで製作されています。その結果、プサンは「映画祭がある都市」から、「映画撮影をする都市」へと変貌してきました。また同時に、映画撮影を支援していると室内の撮影スタジオも必要となるため、2棟の室内スタジオが建設され、現在はその運営もしています。

こうした映画に対する熱気は、教育機関へも波及し、プサンにはなかった映画高等学校が2校創設されました。プサン国際映画祭ができるまでは、韓国では2校の大学に映像関連学科があるだけでしたが、今日では10校の大学に映像関連の学科が開設されています。韓国政府も、映画の教育機能に積極的に支援をし始め、2004年から5年間、プサンにあるトンソ大学の映像コンテンツ、アニメーション分野に500億ウォンの予算をつけています。

and thirst for culture in Busan. Prior to the PIFF, Busan was already a city, which had been connected with films in the past. In 1926, Korea's first movie company, Chosun Cinema was established, films such as *Arirang* (1926) were made and Korean film pioneers such as Na Woon-gyu (director), and Yun Baek-nam (producer), launched their first work in Busan. The first film awards in Korea were also established in Busan in 1958 with the commencement of the Buil Awards established by the Busan Daily News. As a result, a large number of actors began to emerge from Busan one after the other. However, after a while, the film industry almost disappeared from the city, and Busan became a region which produced few film-related professionals, film companies, or film directors. From a national perspective, the region had the least amount of cultural activity and even the people of Busan spoke critically of their own area saying that it was a cultural wasteland. Industries, which had previously been prosperous in shoe and textile, stagnated, too, so that Busan became both economically and culturally depressed, and companies were being forced into bankruptcy. Against this backdrop, a dubious film festival began. However, thanks to its success, changes began to take place and planted the seeds of confidence in culture and international events in the people of Busan. Consequently, a large number of international cultural events have been successfully held in Busan. I believe this is largely due to the people's heightened awareness and confidence as a result of the PIFF.

Furthermore, the success of the PIFF has led to a growing film culture in Busan. In 1998, a small theater, called the Cinémathèque Busan, opened under the umbrella of the PIFF, and many film activities commenced there. The activities there are very similar to community cinema activities. At the PIFF in 1999, the establishment of the Busan Film Commission was announced by the Busan Film Committee, and from January 1, 2000, the commission has been providing financial and administrative assistance to film companies shooting in Busan. The commission also promotes Busan as the location for shooting films. In an approximate six-year period up until last year, about 90 films have been shot in Busan and close to 110 advertising visuals and other visual works have been produced in Busan. As a result, Busan has transformed from "the city that has the film festival" to "the city that produces movies". At the same time, in the course of assisting shooting movies, a need for indoor studios arose. Consequently two sound stages, which the commission is now manages, have been built then.

This enthusiasm for movies flowed on to the educational authorities and two high schools for film studies, which had not existed in Busan previously, were established. Prior to the launch of the PIFF, there had been only two universities with film-related departments. Yet today, there are 10 universities with film-related departments. The Korean government has also initiated proactive assistance for the educational use of films and has appropriated a budget of 50 billion won for the studies of visual contents and animations at Dongseo University in Busan for a five-year period commencing 2004.

■映像文化の中心地へ

現在、映像産業は、プサンで新たに始まっている港湾物流産業とともに、市が定める4大戦略の一つとなり、今年のプサン国際映画祭開幕の翌10月7日に政府は、プサンを「映像文化の中心地」と宣言しました。韓国では、現在4つの拠点地域を設ける事業が展開されています。たとえば、クアンジュは「アジア文化の中心都市」、そしてプサンは「文化・映像都市」として、集中的に政府とプサン市が投資をして育てていくことになっています。プサンが映像の中心都市として生まれ変わる上で、プサン国際映画祭はその中心に位置し牽引する役割を果たしているといえます。

プサン国際映画祭は、今年で10周年を迎えましたが、現在は今後の10年に向けた新たな事業を展開しています。第一に、今年「アジア・フィルム・アカデミー(AFA)」を創設しました。これは、インドのように年800本の映画を製作している国でさえ専門的な映画教育機関が大変少ないなど、映画教育機関がほとんどないアジアで映画を志す人たちが専門的な教育を受けられるように創設したものです。このアカデミーは、韓国映画アカデミー、トンソ大学とプサン国際映画祭の3つの機関が共同で実施しています。今年は、アジアの10カ国から28人を選抜し、ソウルの韓国映画アカデミーで1週間、その後プサンで2週間の教育の場を提供しました。アカデミーの校長は、台湾の世界的な監督であるホウ・シャオシェン監督で、さらに韓国とアジアの巨匠といわれる撮影監督5人が直接この28人の指導を行いました。そして、生徒たちは映画2本を合同で製作して上映した後、帰国しました。この28人のうちの2人は、その後トンソ大学で2年間奨学生になることになり、別の2人は韓国アカデミーで2年間奨学生として教育を受けることになっています。このプログラムでは、トンソ大学がファンドをつくっており、生徒たちが母国に帰国した後にも映画をつくれるように支援していくことになっています。今年新設されたこのアカデミーは、多くの国から注目を浴びましたが、今後10年間さらに発展させていくことができれば、よい映画の実務教育機関になると確信しています。

さらに来年は、アジア・フィルム・マーケットをつくらうと考えています。プサン国際映画祭がプロジェクトマーケットであるPPPを運営してきた一方、プサンのフィルムコミッションが中心になってロケーション博覧会ともいえるBIFCOMを運営してきました。プロジェクトとロケーションと撮影、そしてこれらを同時にできるマーケット機能が1つになれば、トータルマーケットの機能を果たしていくであろうと思います。

韓国では、日本のお盆に当たるようなチュソクという先祖に対する祭礼期間があるのですが、それが旧暦で毎年日にちが変わるため、プサン国際映画祭の日程も毎年変わります。韓国では、チュソク前後に映画が封切られるのが慣例で、チュソクの間は映画館を借りることができません。ですから、チュソクが終わって3週間ほど経過しないと映画祭の開催は難しく、そのために映画祭の時期が定まらないのです。これまでも10月の初めになったり終わりにになったり、11月になったことも2回ありました。そのため、似たような時期にある他の映画祭から、プサン映画祭は自分たちの映画祭と同じ時期に開催する「ゲリラ映画祭のようだ」という話も聞きました。そのような不便をなくすために、専用の劇場を持つことが私たちの願いとなり、政府とプサン市の積極的な支援を受けて、今年、専用館であるPIFFセンターがつくられることになりました。これは間もなくこけら落としが行われる予定

■ The heart of film culture

At present, the film industry is one of the four major strategies established by the city of Busan, together with port logistics, which is recommencing as an industry. On October 7, the following day of this year's PIFF opening, the government declared Busan the "heart of film culture". In Korea, the industry is developing around four regional bases, which have been established. For example, Kuanxi is the hub of "Asian culture", while Busan is the city of "culture and film", and the government and the city of Busan have made commitments to nurture the development of these areas through the concentrated investment. The PIFF has been positioned to act as the driving force in Busan's rebirth as a central hub for film.

The PIFF marked its 10th anniversary this year, and it is now developing its operations for the next 10 years. First of all, we established the Asia Film Academy (AFA). There is a scarcity of educational institutions that provide specialized film education even in the country like India, where 800 films are produced each year. The academy was established to enable those persons in Asia who wish to pursue film as a career. In fact, there are hardly any educational institutes for film in Asia. This Asia Film Academy is the joint initiative of three bodies: the Korean Film Academy, Dongseo University, and the PIFF. This year, 28 persons from 10 Asian countries were selected and received training at the Korean Film Academy in Seoul for one week and two weeks in Busan. The president of the academy, Taiwan's world-renown Director Ho Hsiao Hsien, along with five directors of photography, who are considered masters in Korea and Asia, provided the training to the 28 students directly. The students then produced two films together, presented them, and then returned to their respective countries. Two of the 28 students became scholarship recipients of Dongseo University for two years and another two will receive scholarship for studying at the Korean Film Academy for two years. Under this educational program, Dongseo University provides funding to assist students so that they will be able to produce films after returning to their countries. The AFA, which was established this year, has attracted considerable attention from a number of countries. If it can develop further in the next 10 years, I firmly believe that it will become an excellent institution of practical education in film-making.

In addition, next year we hope to hold an Asian Film Market. While the PIFF has managed the PPP, the project market, Busan's Film Commission has had a central role in managing BIFCOM, which can be considered a location expo. We are hoping that this market will fulfil the role as a total market where the management of projects, location, shooting and marketing can be integrated.

In Korea, we celebrate *Ch'usok*, a festive period for honoring our ancestors. This is the same as *Obon* in Japan. As the dates for this festival go by the old calendar and change every year, the dates for the PIFF also change each year. It is the custom for the release dates for movies to be before or after *Ch'usok*, so during the *Ch'usok* period it is impossible to hire theaters. Therefore, it is difficult to hold the film festival for about three weeks following the end of *Ch'usok*. This is

で、2008年には完全に使えるようになります。

私たちは、プサン国際映画祭が韓国映画の振興はもちろん、アジアの映画産業を最大限に支援できる映画祭となるよう最善を尽くすつもりです。最後までご清聴ありがとうございました。

why we cannot set the period for holding the festival. This is also why it has been held at the beginning of October, the end of October and even in November on two occasions. When the PIFF has been set for similar dates as other film festivals, there have been reports of critical comments from those festivals describing, for example, the PIFF as "a guerrilla festival". To eliminate such inconveniences, we have longed to have a dedicated theater for the festival. This year, with the active support of the government and the city of Busan, the PIFF Center, a dedicated theater, will be built. There is a plan to hold the formal opening of the theater soon, and its facility is to be starting business in 2008.

We are doing our best to promote the Pusan International Film Festival not only as a festival for Korean films but as a festival which can give maximum assistance to the film industry in Asia. Thank you very much for listening.

質疑応答

観客：プサン国際映画祭は、1回目から委員長が変わらないことや、本部を移されてフィルムマーケットとPPPを一緒にするなど、常に4～5年先を見据えて映画祭を運営しているように思えます。そのようにできる背景をお聞きかせください。

キム：私の話では抜かしてしまいましたが、徹底した自主運営が成功した理由のひとつであり、文化行事で最も大切なのは自主性を確保することだと思います。私がディレクターを続けられたのは、映画祭を始めた時からそのような自主性が確保され、それが伝統となり、今では政府やプサン市も私たちに対して完全に運営権を任せているからだと思います。これからの大きな仕事として、「専用劇場が完成するまで」というのが、私が働ける期間ではないかと思っております。また、ひとりの人間が継続してやっていくことは、映画祭が一つのカラーやアイデンティティを維持していく上で有益です。最初に始めた時のプログラマーが現在まで一緒に働いていることも、プサン国際映画祭のアイデンティティやカラーを維持できた一因ではないかと思えます。

観客：映像中心都市とはどういうものですか。

キム：プサン市は、映像中心都市であると政府によって宣言されました。韓国では、中央にある大きな行政官庁が、現在各地方に分散移動していますが、映画の機構である映画振興委員会と、映像物等級委員会（ランクづけ機関）などがプサンに来ることが決まっています。ポストプロダクションの施設と博物館も2006年に着工しますし、2008年には専用劇場ができて、映画振興委員会もプサンに移り、同時に総合撮影所もプサンの近郊に移ってきますから、名実ともに映画中心都市として発展していくことになるのではないかと思います。

観客：韓国のスクリーンクォーター制度は最近106日になったという資料を見ましたが、事実でしょうか、またその影響があれば教えてください。

Questions & Answers

Question: Somehow we get the impression the PIFF has been undertaken with a four to five year vision. For example, the chairperson has never changed since the first festival, and the PIFF's headquarters is going to move, with the film market and PPP merging. Could you please tell us about the background of how this can come about?

Kim: I left that out of my talk, but one of the reasons for the PIFF's success is its thorough self-management. I believe that the most important aspect of cultural events is securing their autonomy. The reason why I have been able to continue as the director is that such autonomy was established from the festival's outset and has become a tradition - so much so both the government and Busan leave management to us completely. I think the next big project left for me is to complete the theater dedicated to the use of the festival. This job will probably mark the end of my period serving as director. Furthermore, having the same person at the helm continuously is beneficial in terms of maintaining the consistency and the identity of the film festival. The fact that the same programmer from the start of the festival is still working with us is also another reason why the identity and the consistency of the Pusan International Film Festival have been maintained until now.

Question: What do you mean by "a film-centered city" ?

Kim: The government declared the city of Busan as "the film-centered city". In Korea the important government administrative bodies are being decentralized and relocated to various areas in the country. It has been decided that film-related bodies such as the Korean Film Council and the Korea Media Rating Board (the film-ranking organization) will be relocated to Busan. Construction of post production facilities and a film museum will also commence in 2006. In 2008, a theater exclusively dedicated to the film festival will

キム：映画関係法施行令という法律により、「すべての劇場は年間の5分の2、146日以上を国産映画の上映に当てなければいけない」と規定しているのがスクリーンクォーター制度です。この制度は、各地方の人口によって40日間縮小できるように法律の中に緩みを持たせてあります。アメリカからは縮小の圧力がありましたが、映画界は非常に強く反対しました。最近ではユネスコの文化多様性条約がありますので、世界各国で文化を守るために連帯する方向に動いていますし、当分の間は圧力があっても維持されると思えます。

観客：資金援助されるプロジェクトはどのように選ばれるのでしょうか。

キム：今年選定されたプロジェクトは、韓国のプロジェクト7本を含む27本でしたが、その中でおよそ10本、特にすばらしい作品を企画している製作者や監督を呼び、全世界の投資家と3日間引き合わせる機会を設けています。そして、お互いに合意に達したら映画製作費を得ることになります。今年は1100人の国内外の映画製作会社や、監督といった方々が3日間プサン訪れ、600回余りのミーティングや商談を行いました。

観客：映画振興委員会がプサンに移転されるというお話でしたが、ソウルの芸術の殿堂やフィルムアーカイブもプサンに移転されるのでしょうか。

キム：行政首都がソウルから韓国の中央部のチュンチョンに移転すると決定したのに伴い、公共性の強い企業や行政機関は行政首都に移転し、それ以外は地方へと分散させるのが望ましいということになりました。電力公社や土地開発公社などが地方へと分散しますが、その一環として映画振興委員会と映像物等級委員会もプサンに移転することになりました。これはすべて映画関連機関だからですが、フィルムアーカイブはソウルに残ることになっていますし、文化観光部は多分チュンチョンドウに移転するのではないかと思います。

観客：日本の映画行政にどのような印象をお持ちかお聞かせください。

キム：私は、文化庁の寺脇文化部長とは大変親しい間柄です。3年前、プサン国際映画祭の成功の要因と東京国際映画祭についての見解などについて長い時間話しましたが、その結果、2004年から文化庁と経済産業省が中心となって東京国際映画祭に大きな支援をするようになりました。およそ4億円の支援でマーケットが開催されましたし、今年はプロジェクトマーケットを新たに始めるなど、積極的な支援を始められています。そして今日、このすばらしいセミナーを開催していらっしゃいます。また、今年で2年目となりますが、3月には韓国のインディペンデント映画を招待上映してくださっていますし、11月には日本の映画を韓国で集中的に紹介する予定です。このような面から見ると、最近文化庁が中心となって、日本の映像産業や東京国際映画祭を積極的に振興しようと非常に力を注いでいらっしゃると感じています。このように積極的に予算の支援をするのは大変結構なのですが、プサンを例にあげて申し上げますと、できれば文化庁が主導となるよりも、民間の映画団体が自主的

also be completed. The Korean Film Council has also been relocated to Busan and a comprehensive film studio is also to be located in the suburbs of Busan. In view of all of these factors, I believe that Busan will develop into a film-centered city both in name and reality.

Question: I have heard the information that the Screen Quota System was recently revised to 106 days in Korea. Is this true? Could you please comment on the effects it may have on the film industry.

Kim: The Screen Quota System is a regulatory system whereby all cinemas must show domestic movies for at least 146 days a year, or for two-fifths of the year, in accordance with the Motion Picture Law. This system will be relaxed to enable a reduction of 40 days depending on the population of local cities. There has been pressure from the United States to reduce restrictions, but our film industry has strongly opposed this. Recently, due to UNESCO's Universal Declaration on Cultural Diversity, there is a trend of solidarity regarding the protection of a country's own culture all over the world. Therefore, this quota system would be maintained for some time despite pressure from outside.

Question: How are projects for financial assistance selected?

Kim: There were 27 projects, including seven Korean projects, selected this year. We invited producers and directors of about 10 outstanding projects, and provided them with opportunities to meet film investors from all over the world for three days. If the two parties came to a mutual agreement, they would receive production funding. This year, 1,100 film production companies and directors from both Korea and overseas visited Busan for three days and participated in over 600 meetings and business negotiations.

Question: You mentioned that the Korean Film Council is being relocated to Busan. Are the Seoul Arts Center and the Korea Film Archive going to move to Busan as well?

Kim: Along with the decision to move the government seat from Seoul to Chuncheon in central Korea, it was decided that the highly public corporations and government organizations should move to the administrative capital, and for other organizations should be decentralized and move to local areas. As part of this move, organizations such as the Korea Electric Power Corporation and the Korea Land Development Corporation will therefore be decentralized and relocated to local areas. As part of this process, the Korean Film Council and the Korea Media Rating Board will be relocated to Busan. These are all film-related organizations. However, the Korea Film Archive is to remain in Seoul and the Ministry of Culture and Tourism will probably be relocated to Chuncheon Do.

Question: Could you please tell us your impression of the Japanese government's film administration.

にできるように支援し、運営に配慮して下さるのが正しい方向性ではないかと思います。

Kim: I am particularly close with Mr. TERAWAKI who is the Director-General of the Cultural Affairs Department, Agency for Cultural Affairs. I had a long discussion with Mr. TERAWAKI three years ago regarding the success factors of the Pusan International Film Festival and views on the Tokyo International Film Festival. As a result of this discussion, the Agency for Cultural Affairs and the Ministry of Economy, Trade and Industry became core bodies for providing significant support to the Tokyo International Film Festival from 2004 onwards. A market was held with their support of about 400 million yen, and these bodies began to provide active support by initiating a new project market this year. This wonderful seminar today was also organized with their support. Korean independent films have been invited for a public screening in March and this is the second time for this event to be held. In November, we are planning to introduce Japanese films in a concentrated manner. From this perspective, I get the impression that the Agency for Cultural Affairs is the central figure in devoting considerable efforts to promote the Japanese film industry and the Tokyo International Film Festival. It is great that these government organizations actively provide financial assistance. However, judging from the example of the Pusan International Film Festival, the Agency for Cultural Affairs could give its support to private film organizations to maintain themselves and give consideration to their management.

第2部
プレゼンテーション
コミュニティシネマ事例報告

■元銀行店舗を改装した市民映画館「深谷シネマ」
(埼玉県深谷市)

発表者 : 竹石研二 (NPO 法人市民シアター・エフ理事長)
劇場名 : 深谷シネマ「チネ・フェリーチェ」
オープン : 2002 年 7 月 (上映作品:『山の郵便配達』)
スクリーン数: 1
座席数 : 44 席とパイプ椅子 + 座布団
料金設定 : 一般 =1,000 円
 高校生 =900 円
 小中学生 =800 円
 幼児 =600 円
スタッフ : 専従職員 2 人
 アルバイト 3 人
 ボランティア 10 人
周辺環境/背景 :
 旧中山道沿の商店街で空店舗が目立っている。
 JR 高崎線「深谷駅」下車徒歩 5 分
 人口 15 万人の農村都市

▼沿革

2000 年 4 月、映画好きの有志が集まって NPO 市民シアター・エフを設立。5 月に洋品店の 2 階を借りて『愛染かつら』の市民上映会を開催したところ、お年寄りを中心に 1 週間で 1,200 人が来場し好評を博す。その後、その建物が使えなくなるまで 1 年近くそこで上映を継続したが、建物の老朽化や消防法の関係で撤退する。

2001 年 8 月、深谷市の中心市街地活性化計画に基づく、TMO (タウン・マネジメント・オーガニゼーション: まちづくり組織) 構想策定委員会があり、商店街の一員の NPO として参加。半年間の協議の中で、「空き店舗活用」によるミニシアターの設立が、TMO 構想の中心的プロジェクトとして位置づけられる。NPO 単独では借りられなかった銀行の空き店舗も、行政の手助けによって賃借が可能となった。

2002 年 7 月、行政と NPO の協働事業として TMO ルートで、店舗 (元さくら銀行) の改装、家賃補助、広報等の支援を受けることができ、あわせて市民・地元企業からの寄付 (「シネマ基金」一口千円) で集められた約 200 万円で中古の映写設備やイスを配し、30 年ぶりの街の映画館 (コミュニティシネマ)「深谷シネマ」チネ・フェリーチェ (幸せな映画館) がオープンした。

Part 2
Presentation
"Reports on Community Cinemas"

■ Fukaya Cinema (Fukaya City, Saitama)
— A community cinema in a refurbished bank building

Presenter : Kenji TAKEISHI
 (President, NPO Citizens' Theater F)
Theater : Fukaya Cinema "Cine Felice"
Opened : July 2002
 (Showing: *Postmen in the Mountains*)
No. of screens : 1
No. of seats : 44 seats and pipe chairs + cushions
Prices : General Public ¥1,000
 SHS Students ¥900
 Elementary and JHS Students ¥800
 Preschoolers ¥600
Staff : 2 full-time staff
 3 part-timers
 10 volunteer staff
Surrounding Environment/Background:
 Empty shops in a shopping area on the old
 Nakayama Road
 5-minute walk from Fukaya Station on the
 JR Takasaki Line
 Rural town with a population of 150,000

▼ History

In April 2000, film-loving volunteers got together to establish the NPO Citizens' Theater F. Renting the second floor of a clothing store, we held a public screening of *Aizen Katsura* in May. This proved very popular and attracted 1200, predominantly elderly, attendances over a period of one week. Continued screening films there for nearly a year until the building could no longer be used for reasons related to aging and the Fire Defense Law.

In August 2001, a TMO (Town Management Organization: town planning organization) Concept Planning Committee was convened in line with the Fukaya City Center Revitalization Plan, and Citizens' Theater F participated as an NPO member of the shopping area. During the subsequent 6 months of deliberations, establishment of a mini theater through the "use of empty shops" was regarded a key project in the TMO concept. Government assistance enabled the NPO to rent the empty bank premises, something it could not have done on its own.

In July 2002, using the TMO route enabled them to refurbish the premises (formerly Sakura Bank), and receive rent subsidies and assistance with PR as a cooperative project between an NPO and the Administration. We also acquired used projection equipment and chairs with the approximately two million yen raised through donations (¥1,000 unit deposits into the "Cinema Fund") from citizens and local industries, and opened a cinema (ie. community cinema), "Fukaya Cinema" Cine Felice (Cinema Happiness), for the first time in 30 years.

▼上映活動の概要

- ・ 中心市街地の銀行の空き店舗を活用し、客席 50 席のミニシアターを運営。
- ・ 懐かしの名画や国内外の多様な映画を、1 日 4 回上映（火曜日休館）。オープン当初は、1 回の上映に観客が 10 人前後の日もあったが、2 年後には 1 日平均 80 人、リピート率 3 割となり、現在は月平均 2,000 人の来場者がある。観客は、深谷市民が半分、周辺地域から半分くらいとなっている。
- ・ 商店街の割引券をプログラムにはさみ込むなど、地元との協力関係を築いている。それによって映画帰りに立ち寄るお客が増え、商店街にも賑わいが戻り始めた。
- ・ 作品選定にはアンケートを実施し、観客から寄せられた上映作品の感想は、ボランティアが手作りで冊子にまとめている。また、監督や出演者を招いた講演会の開催や、上映前のメッセージを通じて、観客が作品を身近に感じられるような企画を立てている。

▼コミュニティシネマとしての活動の概要

- ・ 区画整理事業に伴う移転を控え、駅前から新しく出来る仮称「にぎわい通り」に、2 スクリーンの「映画館」（日本映画専門館とミニシアター館）を今後 1 ～ 2 年での開設を検討中。
- ・ 「花の街ふかや映画祭」と「インディーズ・フィルム・フェスティバル」を TMO と協働して、軌道に乗せていく。（今年で 2 年目：自主制作は全国から 26 作品応募あり）
- ・ 近代資本主義の父「渋沢栄一」の映画化を市民発！で深谷から発信する。あわせて FC（フィルム・コミッション）の立ち上げを行政と協働して進める。
- ・ 県北地域での各種「映画会」を支援し、コミュニティシネマの普及とネットワーク構築をめざす。

▼ Outline of Screening Activities

- Uses the empty premises of a bank in the city center to operate a mini theater with 50 seats.
- Screens nostalgic classics and various films from home and abroad four times a day (closed Tuesdays). When it first opened some screenings only had more or less ten attendances but two years on, this had risen to about 80 attendances on average a day, 30% of whom were repeat visitors, and the theater currently has approximately 2,000 attendances per month. Half of the attendances are citizens of Fukuya; the rest come from surrounding areas.
- Builds a cooperative relationship with the local community by enclosing discount vouchers for the shopping area in programs, etc. This has increased the number of people stopping in at shops on the way home from the theater and the shopping area has begun to recover some of its bustle.
- Questionnaires about films to be screened are conducted, and volunteers have compiled customers' comments on films screened into a handmade booklet. Events to which directors and actors are invited to give lectures are held, and programs featuring pre-screening messages are being planned to make customers feel more familiar with the films.

▼ Outline of its Activities as a Community Cinema

- In anticipation of relocation in line with the city's re-demarcation project, we have been looking into opening a theater with 2 screens (a Japanese film theater and a mini theater) on a new street in front of the station provisionally named "Nigiwai-dori Boulevard" within the next year or two.
- Cooperating with the TMO to launch the "Flower City Fukaya Film Festival" and the "Indies Film Festival". (Held for the 2nd time this year. Applications for 26 independent films were received from throughout Japan)
- Citizens launched an effort to make "Shibusawa Eiichi", the father of modern capitalism, into a film and disseminate it from Fukaya. We are also endeavoring to set up a film commission in cooperation with the local authorities.
- Supports all sorts of "film events" in the northern part of the prefecture with the aim of popularizing community cinemas and building a network.

■コミュニティシネマの映画館オープンから 1 年
「シネマテークたかさき」(群馬県高崎市)

発表者 : 茂木正男
(NPO 法人たかさきコミュニティシネマ代表理事)
劇場名 : シネマテークたかさき
オープン : 2004 年 12 月
(上映作品:『珈琲時光』『天国の青い蝶』)
スクリーン数: 1
座席数 : 58 席
料金設定 : 前売り 1,500 円
当日 一般 =1,700 円
学生 =1,400 円
中学生以下 =1,000 円
シニア =1,000 円
会員 =1,200 円
スタッフ : 専従スタッフ 4 人
アルバイト 3 人
周辺環境/背景 :
JR 高崎駅西口から徒歩 5 分、
新町商店街にある 4 階建てビルの 1 階

▼沿革

「文化芸術振興基本法」が公布された 2001 年頃より、高崎映画祭スタッフを中心に、高崎にミニシアター設立を求める声があがり、NPO 法人「たかさきコミュニティシネマ」を設立。その後、数多くの市民・企業・団体の支援のもと、2004 年 12 月、高崎駅西口の新町商店街に「シネマテークたかさき」をオープンした。

開館にあたり、建物(元銀行)の改修費にかかった 4,300 万円の多くは、賛助会員の会費(個人:1 口 1 万円/団体:1 口 10 万円)より捻出した。今後は、2006 年 3 月までに返済する残り数百万円の支払が完了した段階で、2 館目開館に向けて活動する。その際は、再び設立賛助会員を募集し、活動資金を募る予定。2 館目は、現在の劇場が入っている建物の 2 階(現在はシンポジウムなどの時に借りている)を 40~50 席ほどの劇場にして、邦画の若手監督の作品を中心にしたスクリーンにしていきたいと考えている。

高崎駅東側には 8 スクリーンのシネコンもあり、集客には苦労もあるが、映画教育というかたちで、子どもたちだけでなく、一般の大人の観客にも、「この映画を観て欲しい」という上映側の気持ちを伝えて、作品の良さを認識してもらえよう活動を日常的に続けていく予定。また、市の教育委員会や PTA からや、広域で映画館のない市町村からの依頼に応えた上映も行っている。

■ A year after the opening of a cinema as a community
cinema "Cinémathèque Takasaki"
(Takasaki City, Gunma)

Presenter : Masao MOGI
(Representative Director, NPO Takasaki
Community Cinema)
Theater : Cinémathèque Takasaki
Opened : December 2004
(Screening Cafe *Lumiere* and
The Blue Butterfly)
No. of Screens: 1
No. of Seats : 58
Prices : Advance Tickets ¥1,500
General Public ¥1,700
Students ¥1,400
JHS Students & Younger ¥1,000
Senior Citizens ¥1,000
Members ¥1,200
Staff : 4 full-time staff
3 part-time staff
Surrounding Environment/Background:
5 minute walk from the West Exit of
JR Takasaki Station; 1st floor of a 4-storey
building in the Shinmachi shopping area.

▼ History

Calls for the establishment of a mini theater in Takasaki, predominantly among staff at the Takasaki Film Festival, began around the time the Basic Law on the Promotion of Culture and Arts was promulgated in 2001, and resulted in establishment of the NPO Takasaki Community Cinema. Later, with the support of numerous citizens, companies and organizations, Cinémathèque Takasaki was opened in the Shinmachi shopping area around the West Exit of Takasaki Station in December 2004.

When it came to opening the theater, most of the 43 million yen required to renovate and refurbish the building (formerly a bank) was raised through patrons' membership fees (Individuals: ¥10,000 units/Organizations: ¥100,000 units). The remaining few million yen will be paid back by March 2006, at which time we shall embark on activities towards opening a second theater. At that time, we plan to solicit patron members again and raise funds for our activities. The second theater will have from 40 to 50 seats and be located on the second floor of the building housing our existing theater (which we rent to hold symposiums, etc.); and we are hoping to screen mainly Japanese films by young directors.

There is an 8-screen multiplex cinema on the east side of Takasaki Station, and although it might prove difficult to attract customers, we hope to continue activities comprising an education in film on a daily basis and convey our feelings that these are films we consider worth seeing, not only to children but to adult members of the general public as well, and have them recognize their quality. We also intend to screen films in response to requests from the municipal board of education, PTAs and a wide area of municipalities without their own cinemas.

▼上映活動の概要

- ・アート系、文芸、ドキュメンタリー、インディーズ、群馬県内映像作家などの作品の上映
- ・映画監督の舞台挨拶
- ・コミュニティシネマに関連するシンポジウムの実施
- ・映画上映専門家養成講座の企画運営
- ・映画館のない地域での映画上映の企画運営
- ・群馬県立近代美術館との共催企画上映会の実施
- ・高崎フィルムコミッションとの共催企画上映会の実施
- ・地元商店街・デパートとのタイアップ上映会

▼コミュニティシネマとしての活動の概要

- ・事業の一環としてのミニシアターの開設
〈シネマテークたかさき〉
- ・他事業他芸術機関との連携
群馬県立近代美術館での上映、ロックフェスティバル、アート NPO フォーラム等
- ・地域上映
片品村、川場村、沼田等
- ・映画教育の実践
映画上映ワークショップの開催、映画史講座、学校上映
- ・群馬にゆかりある作品の上映
地元若手監督作品の上映、群馬県内フィルムコミッション提携作品の上映
- ・映像資料等のアーカイブ

▼ Outline of screening activities

- Screening of art and literary films, documentaries, independent films, and films made by visual media artists in Gunma Prefecture
- Stage appearances by film directors
- Hosting of a symposium on community cinema
- Planning and implementation of a training course for film screening specialists
- Planning and implementation of film screenings in areas without cinemas
- Hosting of film screenings in collaboration with the Museum of Modern Art, Gunma
- Hosting of film screenings in collaboration with the Takasaki Film Commission
- Screening tie-ups with local shopping areas and department stores

▼ Outline of activities as a community cinema

- Establishment of a mini theater "Cinémathèque Takasaki" as a part of our business
- Collaborations with other enterprises and art organizations
Screenings at the Museum of Modern Art, Gunma; RockFestivals, Art NPO Forum, etc.
- Local screenings
Katashina Village, Kawaba Village, Numata, etc.
- Implementation of film education
Holding of film screening workshops, lectures on the history of film and school screenings
- Screening of films associated with Gunma
Screening of films by young local directors and screening of films produced in cooperation with the Gunma Film Commission
- Archives of visual materials, etc.

■まちなかのミニシアターにおけるコミュニティシネマ活動
「京都シネマ」(京都府京都市)

発表者 : 神谷雅子(株式会社如月社代表取締役)

劇場名 : 京都シネマ 1、2、3

オープン : 2004 年 12 月

スクリーン数 : 3

座席数 : 104 席、89 席、61 席

(+ 各スクリーンに車椅子スペース 1 席)

料金設定 : プレミアム会員 =900 円

京都シネマ会員 =1,000 円

一般 =1,800 円

大学生 =1,300 円

高校生以下・シニア・障害者 =1,000 円

幼児 =900 円

このほか割引サービスあり

周辺環境/背景 :

京都の中心的一等地にあるビル(昭和 13 年築)
の 3 階を改築

■ Kyoto Cinema (Kyoto City, Kyoto)

— Community cinema activities in a mini theater
based in the city center

Presenter : Masako KAMIYA

(Representative Director,
Kisaragisha Co.,Ltd)

Theater : Kyoto Cinema 1, 2, 3

Opened : December 2004

No. of Screens: 3

No. of Seats : 104, 89, 61

(+ space for one wheelchair in each screen)

Prices : Premium Members ¥900

Kyoto Cinema Members ¥1,000

General Public ¥1,800

University Students ¥1,300

SHS Students/Senior Citizens/

Disabled Persons ¥1,000

Children ¥900

+ other discount services

Surrounding Environment/Background:

Renovated 3rd floor of a building on prime
land in central Kyoto

▼沿革

2003 年 1 月、15 年間営業を続けた「京都朝日シネマ」が閉館となり、同年 3 月、新しい映画館の設立に向けて、有限会社如月社を立ち上げる。かつて繊維商社であった古いビルのリノベーション計画を知り、オーナー会社と約半年間の交渉の末、リースの仮契約を結ぶ。2003 年末、株式会社に組織変更し、京都、東京や大阪の出資社(者)への増資依頼の受け皿を整える。

運営母体は会社組織にしているが、多くの市民に支えられてできた映画館であると広く知ってもらおうと共に、一人でも多くの市民に建設時から映画館づくりに参加してもらいたいとの思いから、2004 年の 6 月より 1 万円のプレミアム会員を募集したところ、開業前に 1243 名の入会者があった。

ビルの 3 階での開館となったため、設計には困難が伴ったが、2 スクリーンとほぼ同じ経費で多様な番組の展開が可能となる「3 スクリーン」の劇場とした。また、最大限「音」に配慮した設備を備えるため、音響コンサルタントにも依頼した。2004 年 8 月着工、12 月開業。

▼活動概要

日本映画の新作を上映しつつ、主にハリウッドのスタジオ作品以外のアメリカ、アジア、ヨーロッパをはじめ世界の映画を紹介。また、ドキュメンタリー、実験映画、学生映画、監督特集など新しい映像世界を紹介。そして、地域社会に対して、映画を柱として、文化的に貢献していく企画を積極的に展開していきたいと考えている。

▼ History

The Kyoto Asahi Cinema closed down in January 2003 after 15 years in business, and Kisaragisha was set up the following March with the aim of establishing a new cinema. Learning of plans to renovate an old building that had been used by a textile company, a provisional lease contract was signed after approximately six months of negotiations with the owners. Reorganized into a joint stock company at the end of 2003 in preparation for asking investors (companies and individuals) in Kyoto, Tokyo and Osaka for an increase of capital.

In order to make it widely known that although the holding company was a corporate organization, the cinema had been supported by numerous citizens and that we would like as many citizens as possible to participate in building the theater from the construction stage, premium members were solicited for 10,000 yen from June 2004, and 1,243 members had joined before the cinema opened.

Although there were problems associated with it being opened on the 3rd floor of the building, a 3-screen theater that could accommodate various programs was accomplished for approximately the same cost as a 2-screen theater. Moreover, a sound consultant was engaged to facilitate procurement of equipment that placed top priority on sound quality. Construction began in August 2004 and the cinema opened in December.

▼ Outline of Activities

Screens new Japanese films and introduces mainly non-Hollywood American films, Asian and European films, and other films from throughout the world. It also introduces new visual worlds such as documentaries, art movies, students' films, and directors' special features. Using films as our mainstay, we plan to actively organize events that contribute culturally to the local society.

*** 2005 年 1 年間の公開作品および観客動向**

- ① 公開作品本数：122 本
(学生作品および学生映画祭作品は除く)
- ② 観客動員数：150,000 人

*** 2005 年の主な活動**

- ・ 大学との提携。学生映画の支援。学生作品の定期的上映や研究発表の場の提供
京都造形芸術大学映像芸術コース生製作の映画館 CM をホワイエにて放映
京都シネマレτζウィークの開催
- ・ 大学コンソーシアム京都との共同企画の推進
映画講座の開設、京都国際学生映画祭への協力など
- ・ 「立命館大学国際平和ミュージアム」との共同企画の実施
映画を通して、平和や戦争、国際紛争などについて理解を深める機会を提供
- ・ 放送分野との連携
すぐれたテレビドキュメンタリー作品の上映など
- ・ 地域との連携
ホワイエを活用し、京都の新しいアートシーンを紹介(写真展、陶芸展等)
京都で自主製作された作品(『ターンオーバー〜天使は自転車に乗って』)の地元先行上映(その後『二人日和』と改題され、東京・岩波ホールでお正月上映)
東映京都撮影所製作協力作品(『森の学校』)の春休み上映(京都市教育委員会主催 高校生以下無料上映 1,600 人鑑賞)
- ・ バリアフリー上映会
視覚・聴覚障害者にも一緒に日本映画を楽しんでもらう(『ターンオーバー』『村の写真集』『八月のクリスマス』『カーテンコール』で実施 2006 年 2 月『ギミー・ヘブン』も上映予定)

*** Films screened and customer trends for the year 2005**

- ① No. of films screened: 122
(excl. students' films and films at students' film festivals)
- ② No. of attendance: 150,000

*** Main activities for the year 2005**

- ・ Collaboration with universities. Support for students' films. Regular screening of students' films, provision of a forum for research presentations
Screened the cinema commercial produced by students on the Visual Arts Course, Kyoto University of Art and Design in the foyer
Hosted Kyoto Cinema College Week
- ・ Promotion of joint events with the Consortium of Universities in Kyoto
Set up film courses; Support the Kyoto International Student Film and Video Festival; etc.
- ・ Joint events held with the Ritsumeikan University International Peace Museum
Films used to provide opportunities for deepening understanding of peace, war, international conflicts, etc.
- ・ Collaboration with the field of broadcasting
Screening of outstanding television documentaries, etc.
- ・ Collaboration with local society
Used the foyer to introduce Kyoto's new art scene (photo exhibitions, pottery exhibitions, etc.)
Local previews of independent films made in Kyoto (*Turn Over: tenshi wa jitensha ni notte*) (this was later renamed *Futari Biyori* and screened at Iwanami Hall in Tokyo at The New Year)
Spring vacation screening of *Mori no gakko*, a film made in cooperation with Toei Kyoto Studios (Free screening for SHS students and younger sponsored by the Kyoto Municipal Board of Education and attended by 1,600 people)
- ・ Barrier free screening
To enable hearing and sight challenged individuals to enjoy Japanese films with other people
(*Turn Over*; *The Village Album*; *Christmas in August*; *Curtain call*); screening of *Gimmy Heaven* planned for February 2006

■閉館した映画館を市民の力で改装オープン！
「桜坂劇場」の試み（沖縄県那覇市）

発表者：中江裕司（桜坂劇場代表/映画監督）
真喜屋力（桜坂劇場プログラムディレクター）
劇場名：桜坂劇場
オープン：2005年7月
スクリーン数：3
座席数：291席、100席、85席
料金設定：前売り=1,200円
当日 一般=1,600円
大学・高校生=1,300円
小中学生=1,000円
シニア=1,100円
幼児=600円
会員=1,000円
このほか割引サービスあり

周辺環境/背景：

那覇市中心街に最後に残された昔ながらの映画館
を引継ぎ、改装オープン

▼沿革

2004年秋、琉映の映画事業撤退が決定し、中江裕司（現桜坂劇場代表）に、琉映直営館であった劇場（桜坂シネコン琉映）運営の打診が来る。2005年、中江代表で劇場の引継ぎが決定し、新運営会社設立の準備が始まる。同年4月、桜坂シネコン琉映が閉館となり、運営会社として株式会社クランクを設立する。

2005年6月、改装スタート。人が集まり、停留する空間、そして、街と共存できるようなオープンな空間づくりをコンセプトに、表にあった受付を中に入れ、ロビーはパブリックスペースにしてショップやカフェを併設し、中古CD屋のテナントを入れるなど、全面的な改装を施した。また、沖縄ではかつて芝居小屋で盛んに映画が上映されていた歴史や、現在の場所も元々劇団の常設館であった経緯から、上映のみの「映画館」ではなく、大衆娯楽の発信地としての「劇場」であることにこだわり、2005年7月に迎えたこけら落としは、映画上映ではなく「おすぎのシネマトーク」を開催。

▼活動概要

- ・ライブイベントの実施。
 - 大島保克ライブ、与世山澄子ライブ
 - 8月世界こども映画祭（4週間、13本上映）、
 - 映画ゲスト：塚本晋也、早田英志、エンケン（12月予定）
- ・観客の掘り起こし
- ・幅広い上映作品

■Citizens' refurbishment and reopening of a closed down cinema! Attempt of "Sakurazaka Theater" (Naha City, Okinawa)

Presenter: Yuji NAKAE
(Film Director/Representative,
Sakurazaka Theater)
Tsutomu MAKIYA
(Program Director, Sakurazaka Theater)

Theater: Sakurazaka Theater
Opened: July 2005
No. of Screens: 3
No. of Seats: 291; 100; 85
Prices: Advance Tickets ¥1,200
General Public ¥1,600
University & SHS Students ¥1,300
JHS & Elementary Students ¥1,000
Senior Citizens ¥1,100
Children ¥600
Members ¥1,000
other discount services

Surrounding Environment/Background:

The last old fashioned cinema remaining in
Naha city center was refurbished and
reopened.

▼History

When Ryuei decided to withdraw from the film business in autumn 2004, Yuji Nakae (current Representative of the Sakurazaka Theater) was approached about operating the theater, which was then directly managed by Ryuei (Sakurazaka Cinecon Ryuei). Continued operation of the theater under the leadership of Nakae was decided in 2005 and preparations to establish a new managing company began. Sakurazaka Cinecon Ryuei closed in April the same year and Crank was established as the managing company.

Renovations began in June 2005. Renovations, in which every aspect of the premises were remodeled: the reception area, previously located in the back, was brought to the center; the lobby was changed into a public space with shops and a café, and a used CD shop was accommodated as a tenant, were carried out around the concept of creating an open space in harmony with the city where people would congregate and hang out. Okinawa has a history of lots of films being screened at playhouses, and given that the current venue was originally the permanent theater for a theatrical group, rather than a film only "cinema", we decided to establish a "theater" as a hub for popular entertainment, and the first performance held in July 2005 was "Osugi no cinema talk (talk event)" rather than a film screening.

▼Outline of Activities

- ・Live events
 - Yasukatsu OSHIMA concert; Sumiko YOSEYAMA Concert
 - August World Children's Film Festival
 - (4 weeks, 13 films screened)
 - Film guests: Shinya TSUKAMOTO, Eishi HAYATA, Enken
 - (scheduled for December)
- ・Digging up audiences

	上映本数	動員数
7月	24本	10,990名
8月	33本	6,421名
9月	19本	5,287名
合計	76本	22,698名

※シネコン(全19スクリーン)の1～8月の上映本数は56本。

- ・会員制システムの導入
 - 最初の一ヶ月の会員数 4261名
 - 現在の会員数 5221名(10/20現在)
- ・その他のサービス
 - 託児サービス(週1日)
 - 平日の駐車場2時間無料化デパートとの提携(デパートの会員証提示で割引)
- ・パブリシティ
 - 新聞広告、会報の配布、ラジオ番組、ケーブルテレビ、新聞映画欄に紹介記事出稿、新聞コラム連載

▼現在の沖縄の状況 配給会社の壁

- ・那覇市中心街の低迷
 - 中心街からお土産物街に変質した中心街(⇔地代の低下による店主の若返り)
 - 地元商店街、行政とのタイアップ
- ・ブロックブッキングの壁
 - メジャー会社の単館系がとれない
 - 劇場や観客の希望があっても、配給の縦割り構造により上映不可
 - 上映されないままビデオの発売、映画はお蔵入り

▼今後の方向性

- ・作品の選定
 - 特集上映、イベント上映
 - 映画を観ない高齢者層へのアピール
 - メジャー作品上映の交渉
- ・実践的ワークショップの開講
 - 映画製作、巡回上映、映画祭、さらに演劇、音楽、地域の文化など
- ・会員主催によるコミュニティ映画組織を支援

▼将来の展望

- ・沖縄県の映画、劇場文化の底上げ
- ・沖縄からの作品製作、発信。コミュニティシネマの組織化

・ Screening of a wide variety of films

	No. of films screened	Attendance
July	24	10,990
August	33	6,421
September	19	5,287
Total	76	22,698

※ Multiplex cinema (19 Screens) screened 56 films between January and August

- ・ Introduction of a membership system
 - No. of members in the first month 4261
 - Present no. of members 5221 (as of 10/20)
- ・ Other services
 - Creche service (1 day/week)
 - Tie-up with a department store facilitating 2 hours of free parking on weekdays (discount on presentation of department store membership card)
- ・ Publicity
 - Newspaper ads; distribution of company reports; radio programs; cable TV; publication of introductory articles in newspaper film sections; newspaper column series.

▼ Conditions prevalent in Okinawa, barrier of distribution

- ・ Stagnation in Naha city center
 - The city center has changed from being a downtown area to a souvenir center
 - (⇔ lower rents has led to rejuvenation of shop owners)
 - Tie-ups with local shopping areas and government authorities
- ・ Barrier of block bookings
 - Even if there are demands from the theaters and their customers, the vertically-divided horizontal construction of distribution prevents screening
 - Sale of videos before screenings; sidelining of films

▼ Future directions

- ・ Film selection
 - Screenings of special features, event screenings
 - Appeal to senior citizens who rarely watch films
 - Negotiate to screen major films
- ・ Holding of practical workshops
 - Film making; screening tours; film festivals; more theatrics; music; local culture; etc.
- ・ Support local film organizations sponsored by members

▼ Future developments

- ・ Enhance Okinawa's film and theater culture
- ・ Produce and disseminate films from Okinawa. Organization of community cinemas

■地域の映画館にできること
「進富座」の挑戦（三重県伊勢市）

発表者 : 水野昌光（伊勢・進富座支配人）
劇場名 : 進富座
オープン : 2002 年 7 月（再開）
スクリーン数 : 1
座席数 : 120 席
料金設定 : 一般 = 1,700 円
大学生・障害者 = 1,300 円
高校生以下・シニア = 1,000 円
このほか割引サービスあり
スタッフ : 専従スタッフ 1 人
アルバイト 1 人
周辺環境/背景 :
人口 10 万人弱の町で単館系作品を中心に上映

▼『進富座』の仕事

1. どこから

大正年間 寺田庄太郎、伊勢・古市で芝居小屋「長盛座」を
任される

昭和 2 年 「長盛座」焼失。伊勢・曾祢に芝居小屋
「新富座」を興す

昭和 21 年 芝居小屋「進富座」とする（仮小屋）

昭和 25 年 進富座柿葺落

昭和 28 年 映画館に転換、「進富映画劇場」に（東映専門館）

昭和 31 年 館名「伊勢東映」に

昭和 55 年 新館に建て替え

昭和 57 年 1 館増設

昭和 58 年 館名「伊勢レック」に

平成 9 年 閉館し、地元同業者に貸館

平成 14 年 映画館「進富座」再開

2. そこで

①その歴史を受け継ぐこと

②映画文化の多様性に応えること

③地域住民のニーズに応えること

④家族と従業員の生活を守ること

3. そんなある日

2003 年 9 月映画上映ネットワーク会議（大阪）パネラー

2004 年 6 月全国コミュニティシネマ会議（川崎）プレゼンテー
ション

4. そういう訳で

①単館系作品の公開

「単館系作品」を中心に、およそ 2 週間単位で一日 2 作品
を交互入れ替え上映

公開本数

2002 年	30 本（7 月 6 日開館）
2003 年	74 本
2004 年	65 本
2005 年	60 本（10 月 1 日現在）

②ゲストイベントの企画

映画監督や映画評論家などを招いてのトークライブなどを
不定期に開催。

③自主上映会、団体への支援

各種自主上映団体への貸館、上映、出張上映などによる

■ Things local cinemas can do
— Challenge of "Shintomiza" (Ise City, Mie)

Presenter : Masamitsu MIZUNO
(General Manager, Ise Shintomiza Theater)
Theater : Shintomiza
Opened : July 2002 (reopened)
No. of Screens: 1
No. of Seats : 120
Prices : General Public ¥ 1,700
University Students & Disabled Persons
¥ 1,300
SHS Students & Younger ¥ 1,000
+ other discount services
Staff : 1 full-time staff
1 part-time staff
Surrounding Environment/Background:
Screens mainly limited-release films in a
town with a population of nearly 100,000.

▼ Shintomiza's Work

1. In the beginning...

up to 1926 Shotaro TERADA entrusted with the playhouse

"Nagamoriza" in Ise-Furuichi

1927 "Nagamoriza" burns down.

Playhouse Shintomiza

established in Ise-Sone

1946 Japanese characters used in the name

"Shintomiza"

changed (temporary playhouse)

1950 Opening production at Shintomiza

1953 Converted into a cinema and renamed

"Shintomi Film Theater" (Toei Films)

1956 Renamed "Ise Toei"

1980 Rebuilt

1982 Another theater added

1983 Renamed "Ise Rek"

1997 Closed down and rented to a local business
in the same trade

2002 Cinema "Shintomiza" reopened

2. Then...

① Inherit this history

② Respond to the diversity of film culture

③ Respond to the needs of local citizens

④ Protect the livelihoods of family and staff

3. Then, one day...

Panelist at the Film Exhibition Network Conference (Osaka) in
September 2003

Presentation at the Community Cinemas Conference
(Kawasaki) in June 2004

4. As a result...

① Screening of limited-release films

Screening of mainly limited-release films, alternating the
screening of 2 movies a day for 2-week periods

No. of films screened

2002	30 films (when the theater opened on July 6)
2003	74 films
2004	65 films
2005	60 films (as of October 1)

支援と育成

【青春キネマ館&キッズシアター実行委員会】

「日本映画の旧作と名作アニメを定期的に提供してゆこう」と3年前約10名によって立ち上げた自主上映団体。
2〜3ヶ月に1度のペースで進富座休館日などを利用。

【尾鷲ロマン座倶楽部】

三重県尾鷲市の自主上映団体。もともと昭和60年代に閉館した「尾鷲ロマン座」の復興を目指して一昨年に立ち上げたが、諸般の事情で断念。現在は市街地活性化の一翼を担い、商店街の空き店舗を利用して2ヶ月に1回、新旧邦画の上映会を開催。

【その他】

伊勢市国際交流協会「国際理解講座」上映会など貸館多数

・『少女ヘジャル』上映&中川喜与志氏講演会

(クルド学研究者)

・『リトル・バース』上映&綿井健陽監督講演会

④地域小、中学校との協力

地元の小・中学校の体験学習授業などの受け入れ。

【2005年度の活動】

・私立中学校2年生「国際理解」の授業(映写室見学と講演)

・公立中学校2年生職場体験の生徒受け入れ

・自閉症児童(低学年)のための貸し切り上映会

⑤地元商店とのタイアップ

作品によって宣伝やイベント、キャンペーンなどの企画と協力

⑥会員制度

進富座の会員制度(年末更新で1年間)=小屋主と観客との契約

会費3,000円、240名(シニア会員30名)、割引制度、

月1回会報発行

5. どこへ

シネコンの過当競争時代→淘汰の時代へ

シネコンの差別化→上映作品の多様化→既存館の存在理由は?

①限られた作品幅で維持できる経営体質

②番組やイベントの充実

③高齢化社会への対応

④観客や地域住民とインタラクティブな関係→コミュニティのパーツとして

② Planning of guest events

Invite film directors and film critics to give occasional live talks.

③ Independent screenings and support for groups and organizations

Rent the theater to various independent screening groups and organizations, support in the form of screenings and dispatch screenings, and training

【Youth Cinema & Kids Theater Steering Committee】

An independent screening organization launched three years ago by a group of about 10 people wanting to "provide classic Japanese films and animations on a regular basis." Use Shintomiza once every two or three months on days when it is closed.

【Owase Romanza Club】

Independent screening organization based in Owase City, Mie. Launched a year ago with the initial aim of restoring the Owase Romanza, which closed down in the 60s, but abandoned the idea for various reasons. Currently involved in revitalizing urban areas, it uses empty shops in shopping areas to screen new and old Japanese films once every two months.

【Others】

Theater loaned to various organizations including the Ise International Exchange Association for screening of "International Understanding Lectures" on several occasions

・ Screening of *Heijar* and lecture by Kiyoshi NAKAGAWA (Researcher of Kurdish Studies)

・ Screening of *Little Birds* and lecture by Director Takeharu WATAI

④ Cooperation with local elementary and junior high schools

Cooperation with local elementary and junior high schools' experiential learning classes

【2005 Activities】

・ "International Understanding" classes for 2nd year students at a private junior high school (tour of the projection booth and a lecture)

・ Accepted a number of 2nd year public junior high school students on a work experience program

・ Private screenings for autistic children (lower grades of elementary school)

⑤ Tie-ups with local stores

Planning and cooperation with advertising, events and campaigns appropriate for different films.

⑥ Membership system

The Shintomiza membership system (annual membership renewable at the end of each year) = Contracts with theater owners and customers

Membership fees ¥3,000; 240 members (30 senior members); discount system; monthly newsletters

5. Where are we going...

Era of cutthroat competition in multiplex cinemas → Era of selection

Differentiation among multiplex cinemas → Diversity of films screened → Reasons for existence of existing theaters?

① Type of management that permits business based on a limited variety of films.

② Enhancement of programs and events

③ Coping with an aging society

④ Interactive relationship with the film audience and local citizens → As a component of the community

■公共施設の中のコミュニティシネマ
「せんだいメディアテーク」(宮城県仙台市)

発表者 : 小川直人(せんだいメディアテーク)
劇場名 : せんだいメディアテーク スタジオシアター
オープン : 2001年1月
スクリーン数 : 1
座席数 : 180席
周辺環境/背景 :

人口100万の政令指定都市。その中心部に立地したギャラリー、図書館、映像センターの複合施設。貸館、主催事業を行う

▼仙台市の映画文化をめぐる状況

- ①映画館 : 都心部の映画館の減少と郊外・近隣のシネコンの増加。
- ②公立文化施設 : 35ミリ映写機を常設する施設は3館。
- ③自主上映 : 自主上映グループは減少、単発の上映会は近年増加。
- ④教育・研究機関 : 大学・専門学校は多いが、そのなかに映画・映像関係学科は少ない。
- ⑤メディアなど : 地元テレビ・ラジオ局、新聞・タウン誌など。カフェやギャラリー。

▼せんだいメディアテークの概要

- (1) コンセプト
 - ①最先端の知と文化を提供(サービス)
: 利用者の需要にフレキシブルに対応。
 - ②端末(ターミナル)ではなく節点(ノード)へ
: ネットワークの利点を最大限に活用。
 - ③あらゆる障壁(バリア)からの自由
: 健常者と障害者、利用者と運営者、言語や文化などの障壁を乗り越える。
- (2) 施設機能
 - ①1階[プラザ]: 屋内型公開空地(スクリーン、プロジェクター常設)、カフェとショップ。
 - ②2階[インフォメーション]: 新着雑誌・インターネット閲覧、児童書、目や耳の不自由な方への閲覧環境支援
 - ③3・4階[ライブラリー]: 図書館
 - ④5・6階[ギャラリー]: 一般貸出可能なギャラリー(1150㎡+1380㎡)
 - ⑤7階[スタジオ]:
 - A) スタジオシアター(一般貸出可能)
座席180席、スクリーン(ピスタで約200インチ)、35mm・16mm映写機、ビデオ・プロジェクター(ハイビジョンまで再生可)、5.1chドルビーデジタル年間96日の上映会利用
(主催事業・貸館あわせ。2004年度)
 - B) スタジオa,b,c,d
パソコン、DVカムなど、市民の情報発信・表現活動に対し機材と場所を無償提供。
 - C) 映像音響ライブラリー/美術文化ライブラリー

■ Community cinema in a public facility
"Sendai Mediatheque" (Sendai City, Miyagi)

Presenter : Naoto OGAWA (Sendai Mediatheque)
Theater : Sendai Mediatheque Studio Theater
Opened : January 2001
No. of Screens: 1
No. of Seats : 180

Surrounding Environment/Background:

Government-ordinance-designated city with a population of one million. Centrally located complex comprising a gallery, library and visual media center. Rents out facilities and sponsors events.

▼ Status of Sendai's film culture

- ① Cinemas: falling number of inner-city cinemas / increasing number of suburban and neighborhood multiplex cinemas
- ② Public cultural facilities: 3 facilities with permanent 35mm projection equipment
- ③ Independent screenings: falling number of independent screening groups / increasing number of one-off screenings in recent years
- ④ Educational and research facilities: numerous universities and vocational colleges but few have film or visual media departments
- ⑤ Media etc.: local radio and television stations, newspapers and town magazines, cafés and galleries.

▼ Outline of Sendai Mediatheque

- (1) Concept
 - ① State-of-the-art knowledge and culture services
: Respond flexibly to users' demands
 - ② Towards nodes rather than terminals
: Make maximum use of the merits of networks
 - ③ Freedom from all types of barriers
: Overcome all barriers of language, culture, healthy and disabled, customers and operators
- (2) Facilities and functions
 - ① 1st Floor "Plaza": Indoor public space (permanent screen and projector), café and shop
 - ② 2nd Floor "Information": Access to new magazines and the Internet, children's books and environmental aid with perusal for sight and hearing impaired persons
 - ③ 4th Floor "Library": Library
 - ④ 5th & 6th Floors "Gallery": Gallery space for rent by the general public (1150m²+ 1380 m²)
 - ⑤ 7th Floor "Studio":
 - A) Studio Theater (rent by the general public is available)
180 seats; screen (200 inch vista); 35mm and 16mm projectors; video projector (facilitating HD system); 5.1ch Dolby Digital
Used for screenings 96 days in 2004 (including both sponsored events rental periods.)
 - B) Studio a,b,c,d
Provides use of space and equipment such as

一般むけの館内視聴・館外貸出ほか、学校教育向け視聴覚資料の貸出

PCs and DV cameras required for citizens' information dissemination and expression activities free of charge

C) Visual Media and Sound Library / Art Culture Library
Loans audiovisual materials to the general public for use both in and out of the building as well as for school education purposes

▼せんだいメディアテークの上映活動

(1) コンセプト

- ①観ること：多様な映像表現を提供する。
興行館では上映されない多様な作品を上映する。
歴史的に重要な作品を上映する。
- ②知ること：映像文化について理解を深める機会を提供する。
専門家によるレクチャーやシンポジウムを行う。
映像に関する/映像を用いた教育プログラムを作る。
- ③作り、つながること：「映像」というメディアを使ってコミュニケーションする。
制作や・企画などのワークショップを行う。
映画祭やアーカイブ利用などで交流の場を作る。

(2) 事業

- ①企画上映
例：「ペドロ・コスタ 世界へのまなざし」
「ドキュメンタリー：あの場所を生きる記憶」
「成瀬巳喜男監督特集」など
- ②ワークショップ
例：上映企画者養成、アニメーション、音声・字幕解説ボランティアなどのワークショップ、
子ども映画教室 など
- ③映画祭
- ④活動支援/施設貸出→コミュニティシネマとして

▼コミュニティシネマとしての活動

①市民との共同企画

例：仙台短篇映画祭、シネマバザール
(上映企画者養成ワークショップ参加者による)

- ②市内各所での自主上映会の企画・方法についての相談
- ③学校教育や国際交流、産業振興など他の行政部局への協力
- ④映画をめぐる地域のネットワーク：
「せんだい映画週間」ネットワーク

▼ Sendai Mediatheque's Screening Activities

(1) Concept

- ① Viewing: Provides a diverse range of visual expression
Screens various films that aren't screened at commercial cinemas
Screens films of historical importance
- ② Learning: Provides opportunities for deepening understanding of visual media culture
Holds lectures and symposiums by specialists
Makes educational programs about/using visual media
- ③ Making and linking: Communication through visual media
Holds workshops on planning and making visual media
Creates a forum for exchange on film festivals, the use of archives, etc.

(2) Services

- ① Planned screenings
eg; "Pedro Costa film retrospective"
"Documentary: Ano basho wo ikiru kioku"
"Special Feature on Director Mikio NARUSE"
etc.
- ② Workshops
eg; Trainings for screening planners, workshops for sound/subtitle commentary volunteers, etc.
Children's film classes, etc.
- ③ Film festivals
- ④ Support with activities/venue rental
→ as a community cinema

▼ Activities as a Community Cinema

① Joint events with citizens

eg; Sendai Short Film Festival, Cinema Bazaar
(organized by participants in the training workshop for screening planners)

- ② Consultation regarding planning and implementation of independent screenings at various locations within Sendai
- ③ Cooperation with other local government divisions and bureaus concerned with school education, international exchange, promoting industry, etc.
- ④ Regional networks concerned with film:
"Sendai Film Week" network

第3部

パネルディスカッション

コミュニティシネマは必要か

司会： 内藤篤（コミュニティシネマ支援センター/弁護士）
出席者： 竹石研二（NPO 法人市民シアター・エフ理事長・深谷）
茂木正男（NPO 法人たかさきコミュニティシネマ
代表理事・高崎）
神谷雅子（株式会社如月社 代表取締役・京都）
中江裕司（桜坂劇場 代表/映画監督・那覇）
水野昌光（進富座 支配人・伊勢）
小川直人（せんだいメディアテーク・仙台）
寺脇研（文化庁文化部 部長）

司会者： それでは、限られた時間ですので、端的に始めたいと思います。まず、このディスカッションのタイトルでもある「コミュニティシネマは必要か」という問いかけに対して、どうお答え頂けますか。

茂木： 私のところは、そもそも「コミュニティシネマをやる」ということで、NPO を設立し、映画館もつくったものですから、「コミュニティシネマは必要ない」と答えるわけにはいきません。

竹石： 私たちの場合、「はじめにコミュニティシネマありき」ではありません。「街の中に楽しめる映画館をつくりたい」というひとりの市民の思いを、記者クラブに行き発表させてもらいました。それが各社で記事になり、その記事を見た映画祭をやっている方や、他の賛同した市民の方々が県内から15人くらい集まってくださって、NPOの立ち上げに動きました。私ひとりの思いや願いが他の市民と共鳴してNPOになり、なんとか5年進んできて、今ようやくここへ来たのだと思います。街の中の映画館というものは、若い時から映画を見て育っている高齢者にとっては、私たち以上になじみのあるものです。あるご高齢の方からの要望で私たちが『愛染かつら』（1938）を上映した際も、観客のみなさんは、少女時代に戻って「あの時私はこうだった」という話をお茶を飲みながら嬉々として話していらっしゃいました。それを見て、「映画の力ってすごいなあ」と私たちは思い知らされましたし、その経験から「街には映画が必要だ」と今自信を持って言えるようになりました。また、このようにして深谷シネマができたことは、私たちの励みにもなっています。

Part3:

Panel Discussion

Is Community Cinema Necessary?

Moderator: Atsushi NAITO
Japan Community Cinema Center / Lawyer
Attendant: Kenji TAKEISHI
Director, Citizens' Theater F (NPO), Fukaya
Masao MOGI
Representative Director, Takasaki Community
Cinema (NPO), Takasaki
Masako KAMIYA
Representative Director, Kisaragisha Co., Ltd.,
Kyoto
Yuji NAKAE
Representative, Sakurazaka Theater,
Film Director, Naha
Masamitsu MIZUNO
General Manager, Shintomiza Theater, Ise
Naoto OGAWA
Sendai Mediatheque, Sendai
Ken TERAWAKI
Director-General, Cultural Affairs Department,
Agency for Cultural Affairs

MODERATOR: Since our time is limited today, I will focus my questions on key areas. First of all, can you tell us how and what you would say on the question, "Is community cinema necessary?", which also happens to be the topic of today's panel discussion.

MOGI: In the first place, we have already established an NPO and built a cinema to promote community cinema. So, we certainly wouldn't be saying that the community cinema was unnecessary.

TAKEISHI: For us, it was not a situation where there was a community cinema to begin with. We went to the press club to announce the wishes of the people to build a cinema in the town center that everyone could enjoy. Our announcement was picked up by several newspapers and, as a result, about 15 people in the prefecture who had been involved in organizing film festivals and others who agreed with our ideas got together to set up an NPO. It was a case of one person's ideas and wishes resonating with others which resulted in the establishment of an NPO. We have made it through five years to get to where we are today. A cinema located in the center of town is a sight very familiar to people of older generations who grew up watching films in such venues since they were young. This is the case more so with the older generation than with people in our generation. When we showed *Aizen Katsura* (1938) in response to a request from a senior citizen, senior members of the audience who came to watch the film could be seen afterwards talking happily over cups of tea at the

神谷：私たちは株式会社としてスタートしました。地域に対して文化的に貢献して、その地域の文化度を上げていくという理念を持った映画館であれば、運営母体を問わずそれは「コミュニティシネマ」であると私自身は思っています。また、そのような考えから、本日この会議に参加させて頂いています。そうした事業の内容として、京都シネマでは多様な映画の上映とあわせて、ホワイエというフリースペースで地元の陶芸家の作品を展示したり、キャンドルづくりで起業する方のキャンドルを展示・販売したりしています。私たちはそのような文化交流も少しずつ広げていきたいと思っています。

中江：「いろいろな映画を見たい」という観客の欲望は、凄まじいものがあるなあということを、私は劇場を運営しながら感じています。これは、既存のシネコンだけでは観客のすべての欲望には応えられない、ということです。私は映画の上映の形態は様々で構わないと思いますが、その多様な上映の形態をコミュニティシネマと呼ぶのならば、それはとても必要なものではないかと思っています。

水野：私は、（自分の映画館が）コミュニティシネマと呼ばれる前から映画館の運営をやっていたので、言われてみてそうだったのかという感じですが、私はただ、映画と映画館で人と人を結びつけられればいい、楽しいことができればいい、そして幸せな気持ちになっていければいいという思いでやってきました。それがコミュニティシネマと言われる所以なのですが、映画館がコミュニティシネマかどうかという問題は、地域の人が決めることだと私は思います。ですから、もしその映画館が立ちゆかなくなるとしたら、その地域にとっては要らないということになります。しかし、それだとそこで終わってしまいますので、映画がどれだけ心を豊かにするか知っている身としては、継続できるような何とかしたいわけです。そのためには、その街に誰がいるか、誰がやるか、ということだと思います。それは、NPO という形態や非営利などに関係なく、どのような形態であれ、その街の人に支えられて映画を見られる場所をつくっていければいいということだと思います。「コミュニティシネマは必要か？」ではなく「その街に必要な映画館がコミュニティシネマ」なのです。

小川：私はまず、コミュニティシネマは必要だと言っていますが、恐らく地域によって状況が違うと思います。「映像の世紀」と言われる 21 世紀は街の中に映像のインフラがあるべきであるということを前提に、映画館があるかないか、あるいは映画館はあってもそこで上映されているものは偏っているかどうか、という視点で見ると、地域の状況によってやるべきことは変わっていくと思います。ただ、映画を見ることは、単なる消費行動ではなくて、日常生活に根ざしたものだということを、今私たちは示していく必要があるのではないかという気がします。

司会者：そうしますと、コミュニティシネマは必要である、という当然の結論となるようですが、ここで意地の悪い聞き方をさせていただくと、コミュニティシネマであることの条件は、やっぱり「貧乏」であるということなのでしょう。逆に、街中に大手のシネコンが 1 館あったら、それではいけないのか、という聞き方をしたらいかがですか。

theater about seeing the same film when they were young girls. After observing the reactions of these people, we were reminded how powerful the impact of movies really can be. From this experience, we became confident that we could say that our town did indeed need a community cinema. In addition, the way the Fukaya Cinema came into being serves as a source of encouragement for us.

KAMIYA: We started by establishing our cinema as a stock company. I believe that if a cinema has the ideal of raising the cultural awareness of the local area by contributing to the area in cultural aspects, it is truly a community cinema regardless of its administrative organization. I came to this conference with this conviction. As part of our activities, we also exhibit works of local potters in an open space we call the foyer. We also have a person who has started a candle-making enterprise who exhibits and sells candles there. It is my intention to further develop this space for various cultural exchanges.

NAKAE: During my experiences running a cinema, I have been impressed by the strong desire of audiences who want to watch a variety of films. This is an indication that existing multiplex cinema alone cannot satisfy all the expectations and desires of audiences. I do not think that the films are screened necessarily matters, but I do think that way films can be varied in the way they are screened or scheduled. If this manner of varying film screenings is considered as part of the community cinema, I believe such needs are vital.

MIZUNO: I had been running my cinema for some time before it was called a community cinema. When it was pointed out by others that what I have is a community cinema, I realized that it was indeed. I have been running my theater with the simple desire to connect people with other people through films and the cinema, to have people engage in a pastime that they enjoy, or to just to make people feel happy through films. That is why it is called a community cinema. Whether a certain theater is a community cinema or not is something that should be decided by the people of that community. If such a cinema becomes unviable, it means that the existence of that cinema is not necessary for the community. However, if that is the case, the matter will end there and then. For persons like us who understand how much films enrich people's minds, we wish to do what we can to keep such cinemas alive. For this to happen, it all depends on the people in the town and who will take the initiative. In other words, irrespective of whether a community cinema is an NPO or a for-profit organization, no matter what form it takes, the idea is to create a place where films can be shown with the support of the people of the community. It is not a question as to whether a community cinema is necessary; a movie theater that is needed by a town becomes a community cinema.

OGAWA: First of all, I would like to say that I believe that community cinema is necessary. Probably the situation is different depending on the region, however. In the 21st

中江：コミュニティシネマだからといって、他で上映されていない映画をかけなければいけないとか、たとえば『宇宙戦争』（2005）をやる必要はないということとは違うと私は思っています。たとえば、沖縄の映画館のない島だったら『宇宙戦争』が見たいとか、『宇宙戦争』より「寅さん」が見たいという声があると思うのです。要するに、作品がメジャーかマイナーかということではなく、その地域にとっての映画環境をよりよくできるか、ということが重要です。恐らく、合理性で動いているシネコンは儲からなければやめますから、合理性以外のところで何らかの試みをしているかどうかということがコミュニティシネマの特徴だと私は思います。

水野：私は、劇場とは地域と時代からの預かり物だと思っています。小屋主はそれを預かっているという考え方で、何度も言いますが、そこで必要とされなくなったら仕方がないのです。私が平成9年に映画館をやめた時に何が起ったかという、伊勢の映画が好きな人たちの心にぽっかりと穴が空いてしまったのです。シネコンができてそれを補っていきましたが、やはり自分たちで自主上映をしたいという人がたくさん出てきました。でもそれは、イニシアティブを取っていく人がいないと難しいわけです。私は、四国の愛媛のはずれにある佐田岬半島にいましたが、そこにわざわざ伊勢から「劇場を続けてほしい」と言いに来てくれた方もいらっしゃって、「天の聲戸」のような話で私はとてもうれしかったのですが、実際は5年間も悶々としていました。映画好きと言われる方々には、「映画がなければ生きていけない」という方がいますが、私は生まれた時から映画館を生業として見ていましたので、そこまで映画好きではありません。ただ、そのような人が多くいるということは、私が再開する時の励みになりました。たまたま私は単館系のものを上映していますが、中江さんがおっしゃったように、地域によって映画館の使命は違ってくると思いますし、それは上映する作品によっても変わってくるのですが、今私たちが取り組んでいるやり方でこの国の映画状況を見ると、貧困だと言わざるを得ません。これをなんとかしていかないと、私の体も持ちません。ですから、それには工夫が必要だと思います。

神谷：やはり、(映画館は)「貧乏」ではなく、豊かでありたいですね。先ほど茂木さんが、従業員には地方公務員並みの給料を払っていきたいとおっしゃっていましたが、映画館で働いている人の待遇を平均賃金レベルまで持っていくことを目標にするのは、当然だと私は思います。現在私共の映画館は、かなりの初期投資をしていますので、借金を返済しながらの運営で、正直しんどいところもあります。でも目指すところは、スタッフにきちんと休みも取ってほしいし、給料も少しずつ上げていきたいし、一か月分でも年末のボーナスが出せたらいいなと思っています。私たちは作品選定とあわせて、作品ごとのきめ細かい営業展開や、いろいろと工夫してホワイエで販売をする新しい商品の開発、実際に韓流映画ブームにも少しあやかっ、韓流スターの誕生石を入れたプレスレットを売ったりしています。そして、京都シネマを支えてくれる観客を増やしていくということで、シネマクラブの会員を募集しています。会員数は、今のところ4,500人くらいですが、もっと大きくしていけば、映画館自体の安定経営にもつながっていくと思っています。

century, also called the "century of visual images", the idea is that an infrastructure for viewing films should be available locally. What a community cinema should do will depend on its particular circumstances, taking into consideration whether there is an existing cinema in the community already and, if there is, to consider if it has any particular bias. However, I feel that we need to show people now that watching films is not simply an act of consumption but more of a community activity rooted in our daily lives.

MODERATOR: So, it seems that an inevitable conclusion is drawn that community cinema is necessary. Now, if I may, I would like to ask a rather perverse question. Is being "poor" a condition for having a community cinema? Or, how about if I ask what is wrong with just having one multiplex cinema which is run by a major cinema chain in a town?

NAKAE: Just because it is a community cinema does not mean, I believe, that it has to show the kind of films that are not shown by the other cinemas. For example, I wouldn't say that it should not show a film like *War of the Worlds* (2005). If it were a community cinema in a remote island of Okinawa without cinemas, there may be requests from viewers who want to see a film like *War of the Worlds*, or a movie like Tora-san rather than *War of the Worlds*. In short, it is not a question as to whether a film is a major or minor work but whether or not it has the potential to improve the cinematic environment for that area. The multiplex cinema which is run on economic rationality is likely to stop showing particular types of films if they do not make money. Therefore, the existence of a community cinema, I believe, is to attempt to do something outside of the bounds of economic rationality.

MIZUNO: I consider theaters as something left in our care by the community and the era. A cinema owner is its caretaker and, as I have stated previously, if we are no longer needed there is nothing we can do about it. When I closed my cinema in 1997, it created a big hole in the hearts of those who loved films in Ise. A multiplex cinema, which was built afterwards, filled some of the gaps, but a large number of people who wanted to show films through an independent distribution channel by themselves also came forward. However, it is rather difficult to operate an independent cinema unless there is someone who takes initiatives. I was living in Sata Peninsula at the outskirts of Ehime Prefecture in Shikoku at that time. Some person came to see me all the way from Ise just to ask me to continue my cinema. I must admit that I was happy to be asked because it was just like the story of Amano Iwato. To be frank, I had been in a state of mental agony for five years since the closure of my cinema. Among those considered film addicts are persons who cannot go on living without watching films. In my case, my association with cinema began when I was little as a bread-and-butter job and business and I do not love films to the extent of film fanatics. However, knowing that there are some people who really love movies to that extent served as a source of encouragement when I restarted my cinema. It so happened that I was screening films that

このコンベンションのもう一つの大きな柱として「日本映画の未来」という問題が副題としてありますが、シネコンはほとんどメジャーな日本映画しか上映しません。ですから、年間300本以上つくられる日本映画の受け皿を担いたいと思っています。そして、制作者が観客と直接ディスカッションして、今の観客がどのようなニーズを持ち、どのような思いで暮らしているのかを肌で感じていただけるようにしたいと思っています。中江さんは全国をまわっていらっしゃいますが、そういうことが逆に映画の創作意欲にも反映されていくと思います。そうした取り組みを進めている映画館をコミュニティシネマと呼んでいただけるのであれば、観客の皆さんと一緒にぜひそういう映画館に育てていきたいと思っています。

茂木：高崎の場合、私たちがシネマテークたかさきをつくる19年前には4館8スクリーンありました。しかし、それらは結局すべて閉館し、5年前にシネコンが入りましたが、(高崎駅)西口には映画館がなかったのでそこにシネマテークたかさきをつくりました。ただ、それはこちらの都合で、市民の方が望んだかどうかは正直言って分かりません。どこもそうだと思いますが、「もっと映画が見たい」という人がいないと映画館は決して立ち上がりませんし、放っておいたら映画館がないままだったろうなと思います。また、ミニシアターも興行館ですので、フィルムを借りてきて、お客様に入ってもらい、配給会社にお金を返ししながら従業員に支払いをして、回転させていかなければいけません。ですから、収入は当然少ないよりは多い方がいいのですが、まるっきり観客が入らない映画でも、どうしても上映したいこともあるわけです。その部分をどうするかは、どこかで政策的にやっていかないと、放置したままでは解決しないだろうなと感じています。

司会者：敢えて意地の悪い言い方をしたのですが、コミュニティシネマの理念の一つとして「(作品の)多様性の確保」というものがあると思います。ただ、皆さんの活動を見ている限り、使命感というより、やはり楽しいからやっているように思えますが、そのような印象は間違っているのでしょうか。

茂木：はっきり言って、経済的なことを心配する必要がないのなら、楽しいですね。

中江：私は、自分が楽しいというよりは、観客の存在が大きいですね。観客がいなかったら、やっていません。映画をつくるのは、リスクばかりで自分はあまり楽しいわけではありませんが、ただ、観客の欲望を感じた時に「これは」と思います。使命感というのは、絶対に必要だという感じがします。

竹石：先ほどの貧乏の話に戻りますが、私たちは無給状態の1年から少しずつ時間をかけて人件費を払えるようになったのですが、一見、豊かそうな日本でそのようなプロセスを経たのは、とてもいい経験でした。商店街の中にある伊勢屋さんという団子屋で、私たちは一日の食事の3分の1くらいをお世話になってきましたが、夕方になるとマスターがさりげなくお赤飯を持ってきてくれたりしていました。ですから、映画館がオープンした当初から、映画館でその店の割引券を出していて、今までずっと共存共栄で

were only distributed to minor cinemas. As Mr. NAKAE mentioned before, the mission of cinema may be different from one area to another and the types of movies that are screened may be different, too. In view of the situation we are up against at the moment, I must say that we are really struggling. Unless we do something, I for one will not survive. Therefore, I believe that we will need to devise some sort of scheme to keep afloat.

KAMIYA: Nonetheless, we would prefer to maintain our cinema in prosperity rather than in poverty. Mr. MOGI mentioned earlier that he would like to pay his employees salaries on a par with local public servants. It stands to reason that we should aim to bring the working conditions of the people who work at cinemas to the average wage level. At the moment, however, after the expensive initial investment in our cinema and operating as we repay debts, I must admit that the situation is rather tough. However, what we are aiming and hoping for is to be able to provide our employees with their rightful holidays, to increase their salaries regularly, and to be able to give them even a one-month bonus at the end of the year. We are also developing new merchandise to sell in the foyer by selecting items that match the themes of upcoming films. We also devise specific marketing angles for each particular film. For example, we promoted bracelets with the birth stones of Korean film stars to capitalize a little on the Korean film boom in Japan. To increase the number of filmgoers who are very supportive, we are also recruiting the Cinema Club members. The number of club members at present is about 4,500; however, we believe that if we can increase the number, we will be able to manage our theater with greater stability.

Another important theme of this conference is the "Future of Japanese Films", which was cited as one of the sub-topics to be discussed here. Multiplex cinemas screen only mainstream Japanese films. If that is the case, we would like to be the recipients for screening the more than 300 Japanese films which are produced annually. We would like to provide our venues as places where filmmakers can have direct contact with their audiences. In this way, they could find out more about what their audiences are looking for in movies, and hear about their lives and ideals firsthand. Mr. NAKAE travels all over Japan, so I think that such interaction might be reflected in the creative motivation of his films. If the community cinema is a venue which promotes such interaction between people, I would like to cooperate with viewers to do what I can to turn our cinema into a place like that at all costs.

MOGI: In Takasaki, there had been four cinemas with eight screens nineteen years before we established Cinematheque Takasaki. However, they all closed subsequently and a multiplex cinema was established five years ago. Since there was no cinema on the west exit side of Takasaki Station, we set up our cinema there. However, we selected the site to meet our convenience and, to be honest, we do not know whether the community even wanted us to be there. I am sure it is the same everywhere, but cinemas will never get on

やってきました。それから、深谷は農村地帯なので、観客が野菜や果物を持ってきてくれたりするのうれしいですね。お金ではなくても地域の人々と交流ができますし、そういうプロセスを通して人件費が出るようになった時は、「白い御飯が食べられる幸せ」というのはこういうことか、と思いました。私の場合、以前たまたま日活の児童映画というところで仕事していたこともあって、映画館を始めることで地域のお役に立てるかなという発想をしましたが、身の丈に合った暮らしをして、みんなで助け合っていけばコミュニティは捨てたものではないと思います。私にとっては、映画館がそこにあるということがこれから一番の拠り所になるだろうと思います。私共の観客で、秩父から往復2時間かけて来てくださる常連の方がいらっしゃいますが、それはやはり埼玉の北部にはまだ映画館のないところがあるからだと思います。生活の中に上手に映画を取り入れている観客がいるわけですから、これからは自治体ももっと文化に力を入れて、文化を採り入れたまちづくりと一緒にしていくために、行政側でも支援する仕組みをつくっていただければ、そんなに苦勞をしなくてもコミュニティシネマが実現できるのではないかと思います。

茂木：私のところはミニシアターですが、興行収入だけで運営していくのが正しいやり方なのか、私は疑問に思っています。まだ1年しか経っていないので、自分たちの営業努力が十分なされているかどうかという反省点も含め、これからがんばらないといけないという点もありますけれども、正直なところ、このままで続けていけるかどうかという不安があります。(映画産業の) 仕組みとして、シネコンがあり、大手の配給会社があり、それとは別のミニシアターでそれ以外の作品を上映して、その収入が配給会社や製作に戻って回転していくわけですが、今のミニシアターが通常の興行収入だけで本当にやっていけるのだろうか、私には疑問です。最近では、配給会社から(映画料を)先払いにして欲しいと言われます。理由を聞くと、プリントを貸してもお金を払わないで逃げたところがあるからだと言われました。そうすると、前金で支払ってプリントを借りて、それでうまく回転させていくには、それが成り立つような手当を考えないと大変だと思うわけです。

神谷：私は京都朝日シネマ(*)の実績から、オープンの日「つくってくれてありがとう」とたくさんの方に言われて、映画館をオープンして本当によかったなと思いました。私自身は、安定した経営で映画館を運営していけると楽観的に思っています。配給会社から「シネコンがやると手を挙げているから貸せない」と言われて上映できない作品もたくさんありますが、どうしても上映したい作品は企画上映としてイベントで上映したりしていますので、割とこれをやりたいという作品をブッキングできています。イベントとしては、田中千世子監督の『みやび 三島由紀夫』(2005)という小品の上映の際、たまたま12月25日が三島由紀夫の命日で、監督と、その映画の中でトランペットを吹いているトランペッターの方に来ていただくことになっています。出演されている平野啓一郎さんにもお越しいたきます。当然、東京から呼ぶにはギャラが発生しますが、そのようなリスクを負いつつも、逆にそれを励みにもしています。日本映画だったらいろいろな企画ができるなと思っています。内藤さんの問いには、「自由に自分がやりたいことができる」という意味で、楽しみながら今の仕事をしてい

their feet unless there are people who have a desire to see more films. If we had not set up our cinema there, I am sure one would never have been established there. An art-house theater is also a commercial cinema, so we hire films, attract audiences, and keep the business running as we attempt to pay salaries to our employees and repay the film distributors. So, obviously, it is preferable to have more income than less. At the same time, there are films that we definitely want to screen even if they attract very small audiences. So, how do we resolve this problem? We strongly felt that unless we came up with some measures and tackled this problem, there would be no solution forthcoming.

MODERATOR: If I can venture a rather cynical comment and question here - while I believe securing diversity in films is one of the ideals of the community cinema, as far as I can see from observing what you say about your activities, I get the impression that you are doing what you do because they are fun for yourselves rather than from the sense of mission. Is my impression wrong?

MOGI: Frankly speaking, it would be really fun if we didn't have economic concerns.

NAKAE: For me, what is important is the presence of an audience rather than having fun. This means a lot to me. If it weren't for the audiences, I would not have done it. Making films involves risks from beginning to end and is not much fun as far as I am concerned. However, when I feel the strong wishes and desires of audiences, I cannot help but feel, "This is it!" In this sense, I feel that for people like me a sense of mission is an absolute prerequisite to running this sort of enterprise.

TAKEISHI: Going back to our talk about poverty, our cinema after one year of "no salary" status gradually improved to the stage where it could pay employment costs. It was a good experience going through such a process in a country like Japan, which deceptively appears to be affluent. A dango (rice dumpling) shop called Iseya in our local shopping area looked after about one third of our daily meals. Sometimes, in the evening, the owner of this shop would casually bring us servings of sekihan (festive red rice). In return for this generosity, we have been offering discount coupons for that shop at our cinema since the opening and we have been in a mutual relationship of prosperous coexistence.

Fukaya is in a rural area and, to our delight, some of our viewers often brought us fruit and vegetables. It was wonderful to have this form of interaction with local people not based on monetary means. And when we were finally able to pay employment costs, I began to understand the joy of being able to eat unadulterated white rice. In my case, I had worked in the children's film section of Nikkatsu Corp. in the past and therefore wanted to be able to contribute to the local community by starting a cinema. I believed that the concept of a community cinema was not a thing of the past - if we could live within our means and give support to each other. To me, the fact that a cinema exists here

て、かつ観客にも「ありがとう」と言われて、幸せな仕事をしているとお答えさせていただきます。

それからもう一つ、私たちは未来にこだわりたいと思っています。今はまだ、かつて映画館で映画を見た経験がある方に来ていただいています。将来、映画はビデオやDVDを家で見たことしかないという人たちがばかりになってしまったら、映画館に来ていただけなくなってしまいます。ですから、小学生の頃から映画館で映画を見る楽しさを知ってもらって、映画館で見ることを習慣づけていく取り組みを、継続的にやりたいと思っています。今年の春休みには、京都市教育委員会から助成をしていただいて、西垣吉春監督の『森の学校』（2002）という映画を3週間上映して、子どもは無料、大人は1,000円で約1,600人に見ていただきました。春休みは、できる限りこうした安い金額で、親子で映画を観る企画をやっていきたいと思っています。日本映画の未来を考えた時に、このような企画に公的なサポートをしていただきたいと切に希望します。

（＊1988年7月～2003年1月まで京都にあった2スクリーンミニシアター。神谷氏は1990年から閉館まで支配人だった。）

will serve as a cornerstone in the future. One person, who is a regular viewer, makes a two-hour return trip from the Chichibu area just to visit our cinema. The reason may be that there are areas in northern Saitama Prefecture where there are still no cinemas. There are some movie-goers who have made coming to the cinema an integral part of their lifestyle. Therefore, if the local governments could place more emphasis on culture and create a structure within their municipalities to support cinemas as a form of community-building which embraces culture, we should be able to succeed in our endeavors for community cinema without too many difficulties.

MOGI: My cinema is a so-called "mini theater" (ie. art-house cinema). However, I am questioning whether running it solely on box-office revenue alone is the right way. It has been only a year since we started operations and I do have questions as to whether we have been involved in enough marketing activities. To be honest, I still have qualms as to whether we will be able to continue running our operations. In the film industry system, there are multiplex cinemas and major film distributors. In addition to this, there are mini theaters which screen non-mainstream films. Revenue from such screening will revert to distributor and producers, and keep circulating. However, I have my doubts as to whether the present mini theaters will really be able to operate through general box-office revenues alone. Recently we have been asked by film distributors to pay for film rental fees in advance. When we asked the reason, we were told that they had problems with some cinema operators absconding without paying for rental fees. If these are the conditions we have to operate under, they are quite risky without appropriate strategies for achieving turnovers skillfully after making advance payments for film rental.

KAMIYA: Thanks to the positive results of the Kyoto Asahi Cinema (*), people paid me a lot of compliments and expressed their gratitude to me for setting up the Kyoto Cinema. This made me feel extremely happy when I had opened the movie theater. I tend to take a rather optimistic view that I should be able to run a cinema with solid operations. However, there are many films that we are not able to screen because we are told by distributors that they are not available due to prior schedules or interests expressed by certain multiplex cinemas for their own screening purposes. However, we often show films that we are particularly keen on showing as part of an event and we have been relatively successful in booking the films we have particularly wanted to show. For example, for the screening of *Miyabi* (2005), a small work by the director Chiseko TANAKA, documentary about Yukio MISHIMA, on December 25 just happens to be the anniversary of Yukio MISHIMA's death. We are planning to have the director and the trumpet player who played the trumpet in the film attend the screening. We are also going to have one of the persons in the film, Mr. Keiichiro HIRANO, in attendance. Naturally, we will need to pay guarantees to invite these people from Tokyo. However, while we take the risk of such expenses,

we also see such challenges as a source of encouragement. When it comes to Japanese films, I feel that there are a number of possibilities. To answer Mr. NAITO's question, I would like to say that I enjoy my current work in the sense that I am able to do what I want to do. And in the process of enjoying my work, I receive words of gratitude from people who come to see the films and this makes me feel that I am involved in very fulfilling work.

One more thing is, we would like to dwell on the future. At the moment, we are patronized by the audiences who had experiences of regularly going to movies in the past. However, in the future, if there are only people whose experience of film viewing is limited to watching videos and DVDs at home, they will stop coming to cinemas. Therefore, we would like to encourage people to discover the joy of watching movies at cinemas while they are in primary school and for it to become customary for people to go to see films at cinemas. With financial support from the Department of Education of Kyoto, we held a screening of a film titled *The Village Album* (2002) by the director Yoshiharu NISHIZAKI for three weeks during the spring school holidays this year. Entry was free for children while adults paid 1,000 yen and we had 1,600 people come to see the film. During spring school holidays, we would like to plan projects like this where children and parents can watch films for as little cost as possible. From the perspective of the future of Japanese films, we strongly hope that projects like this will receive official support.

(*NOTE: Kyoto Asahi Cinema was a 2-screen cinema in Kyoto, which was in business from July 1988 to January 2003. Ms. KAMIYA was General Manager of the cinema from 1990 to the time of closing down.)

■映画という文化を守っていくために

司会者：今、神谷さんより「未来の観客を育てる」という意味合いでの、映画館の位置づけが指摘されました。これは、映画教育的なものの重要性に着目されているということだと思います。また、皆さん楽しんでやっておられますが、「経済的な心配がなければ楽しい」という茂木さんの声に代表されるように、公的な助成の問題もやはりコミュニティシネマに欠かせないものだろうと思います。寺脇さんにその二点に関して伺いたいと思います。

寺脇：実は「コミュニティシネマは必要か」という問いは、私がぜひ聞いてみたかった質問です。期待した通り、皆さん嬉しい、いい答えを出して頂きました。実は、今日お集まりの方の中に、映画祭関係者の方があまりいらっしゃらないのが残念です。「映画祭は必要か」というようなこともお聞きしたかったからです。なぜ知りたかったかと言うと、先ほど映画を見ることの公共性といったお話も出ましたが、なぜ公共性があるのかと言えば、映画は文化だからで、日本映画という文化を守っていかなければいけないわけです。良いか悪いかは別として、文化庁では、ソウルで日本映画を上映する際、多様性を前面に打ち出しています。ひょっとすると、(日本映画は)世界の映画の中で一番多様性があるかもしれないと、外国の映画評論家の方から言われたりしますが、シネコンばかりになったら多様性という日本映

■ Preserving a culture of film

MODERATOR: You have indicated the role of the community cinema in terms of nurturing future audiences. I think this might more or less be focusing on the importance of something like film awareness education. Furthermore, while you all seem to be enjoying the running of your cinemas, as reflected in the comment from Mr. MOGI who said that it would be more enjoyable if there were no financial worries, the issue of financial support from public bodies is also essential to community cinema. If I can now call upon Mr. TERAWAKI, I would like to ask him to comment on these two points.

TERAWAKI: As a matter of fact, the question "Is community cinema necessary?" is a question I have longed to ask before. As I have expected, you are all strong in your convictions and provided excellent answers. To be frank, I am a little disappointed that not many people from film festival organizations are in attendance today, because I also wanted to pose the question: Are film festivals necessary? Someone mentioned earlier the public nature of film viewing and the reason why I posed this question has to do with why film viewing has a public nature. The answer is because movies are part of our culture and we must protect our Japanese

画の文化がなくなっていってしまいます。そうすると、多様性を持つ日本映画の文化を守っていくためには、自治体は住民のニーズに応じていくことが必要でしょうが、一方で、国としても何をやらなければいけないかが問題になります。国として日本文化・映画文化を守り、さらに実りある豊かなものにしていくことが必要ですが、お金は無尽蔵にあるわけではありません。それは、皆さん方も同様です。要するに、公的な部分でも、私的な部分でも、お金には限度があるということです。その中で民間のお金も公的なお金も含めて、どういう配分で映画に投入していくかという問題があるわけです。文化庁では、従来は映画製作の支援に多く配分していましたが、河合隼雄長官が就任してから、映画の振興のあり方について映画プロデューサーの方々と交えて議論した結果、むしろ上映の重要性をもう一度見ていく必要があるという流れになっています。したがって、年々製作を支援する割合よりも上映を支援する方へとシフトしています。また、製作支援は表現の自由を縛る可能性が常に存在しますから、それよりも、出来上がった映画の上映支援に完全にシフトする方がいいと私は考えています。ただ、簡単に一気にひっくり返すわけにはいかなないので、徐々に考えていかなければいけません。

映画の上映には、大きく分けて3つの形態があります。1日限りの上映会や映画祭といった短期的なもの、常設の映画館、そしてせんだいメディアテークのような公的な立場でそれらの折衷のようなところ。そのうちのどこに力を入れたらいいのかについて、今はリアルな議論をする時だと思います。実は、日本の映画支援というものは、昔は少なかったのですが、最近急に増えました。ある種のバブルです。映画支援バブルが生じた際、どこに支援金が渡ったかという、まず製作にいき、次に映画祭にきました。しかし、常設の映画上映のところにはまったく渡らなかったという事情があります。どこにどう配分していくといいのか、今もう1回、行政の側も、実際に上映していらっしゃる皆さん方も含めて議論していく必要があります。特に、常設でやっていらっしゃる方はリアリズムと向き合っていると思いますが、短期上映になればなるほどリアリズムと向き合なくても済みますので、リアリズムの議論から離れてしまう危険性があります。これは、この東京国際映画祭も含めての話です。そのことをどう考えていくのかという議論をしていかなければいけません。コミュニティシネマを「コミュニティに開かれたシネマ」と広く捉え、会社でも個人でもNPOでも同じと考えてこのような会議を催したのも、実はそこに鍵があるのではないかという気がしています。つまり、そういう（常設的な形態での）上映活動は、常にリアルな現実と向き合っていて、上映されている方が当然なんらかの責任を取りつつやっているという、そのところが鍵だと思うのです。単純に、「映画への愛」というような綺麗ごとだけでできる話ではないからです。

映画の話ではないですが、映画も同じだと思いますのでお話しします。オペラが好きな人がいますが、一般的に日本でオペラは成り立ちません。そのため国が援助することになり、映画と同じかそれ以上の援助をしています。そうすると、先日発覚した大阪のオペラ団体のように、援助される側にとって支援をもらうのが日常的になってしまい、領収書を偽装して国からの支援金を貯め、別の公演の時に使おうと年間3,000万円ほどを着服してしまうようなことも起こってしまいます。国は、映画の製作でも、オペラの製作でも同じで、そのようなことをひとつひとつチェック

film culture. Irrespective of whether they are good or bad, the Cultural Affairs Agency brought the diversity of Japanese films to the fore when it was showing Japanese movies in Seoul. It may well be that Japanese films have the greatest diversity in the world as we are often told by foreign film critics. If multiplex cinemas become the only venues for showing movies, the Japanese film culture of diversity will be lost. Therefore, to protect the Japanese film culture which embraces diversity, it is necessary for local governments to respond to the needs of the people. This leads to the question as to what role the national government should play.

Of course, it is necessary for the government to protect Japanese culture and its film culture. However, unlimited financial resources for such protection are not available. This is also the case for all of you here. At the end of the day, whether it comes from the public purse or a private purse, the fact is that there is a limit to the availability of money. The issue here then is the extent to which financial resources, both private and public, should be allocated for movies. In the past, the Cultural Affairs Agency allocated more resources to the production of films. However, following the appointment of Mr. Hayao KAWAI as Director General of the agency, discussions were held with various film producers concerning the state of film promotions. The outcome was the necessity to look at the importance of film screenings, and allocations for support have been shifting from film production each year to film screening activities. Because there is always a possibility of curtailing freedom of expression in giving financial support to productions, I think it is better to shift support entirely to screening completed films instead. However, this shift cannot take place all of a sudden. We need to take it one step at a time.

The screening of films can be divided into three main modes: short-term screenings such as one-day screenings or screenings for film festivals; screenings at permanent cinemas; and screenings at cinemas with a somewhat public position but enjoying a happy medium of the two modes above like Sendai Mediatheque. I believe it is time to hold serious discussions as to which area support should be provided. The fact is that there was very little support for films in Japan in the past but this has increased suddenly in recent times. It is a kind of "bubble" phenomenon. When this film support bubble occurred, where did the support money go? It went to film production first and then to film festivals. However, none of that money made its way to permanent cinemas. There is a need to have new discussions to determine who should receive support and through what channels. That includes both government administrators and the people who are actually involved in the screenings. In particular, the people who run permanent cinemas are constantly faced with the "reality". However, when it comes to screening films, the shorter the screening period the less the need to be confronted with the reality, so there is a danger of being disengaged from realistic discussions. The discussions should also include events like the Tokyo International Film Festival. We need to continue discussions to decide how to consider these issues. I believe this is the

することはできません。このケースは、決して自分の懐に入れようということではなく、「オペラへの愛」からいつの間にか始まったことだと思います。オペラが、実際にどれだけこの国のこの地域の中で求められているのかということが考えられなかった結果、そのようなことになったのです。映画がその轍を踏まないように、私たちはそのような事態が起こる前に考えていかなければいけないと思います。映画祭の数が増えている一方、支援の元は限られていますから、すべての映画祭を支援するとなると、個々の映画祭についての補助額が減ってしまうことがあります。そうすると、支援対象を絞り込んでいく必然性も出てきますが、その際、「映画への愛」が強いところが正しいのか、それとも地域の人たちに喜ばれているものがよいのかという議論も、きちんとしなければなりません。それは、私たちだけでなく、みんなで考えていかなければいけない問題です。ただ、その時のキーワードとして、「コミュニティシネマ」は非常に重要なものとなります。

韓国の映画界は元気で、プサン国際映画祭も素晴らしい映画祭です。しかし、一方で日本にあって韓国にないものは何かと考えると、それは恐らく「コミュニティシネマ」です。日本では、映画の黄金時代が過ぎ去った後の1960～70年代頃、映画館が次々に潰れて、映画館のない街ができました。湯布院映画祭のような映画祭が始まった時は、映画館がなくなることへのショートリリーフの役を果たしましたが、ショートリリーフだけでは不十分です。やはり、ロングリリーフで恒常的にやっていくコミュニティシネマに注目していかなければいけないと私は考えています。正直なところ、どのような形態を採用すべきかという問題がありますが、コミュニティシネマをすべて支援するのが一番よいという考え方もあるかもしれません。湯布院映画祭の映画プロデューサーの方々と議論していた際、国営の映画館という話が出ました。美術館でさえ指定管理者制度を採用しようとしている時に、国営の映画館という考え方は今の時代には合いにくいですが、これは、たとえば皆さん方が国の映画館の指定管理者であるとか、あるいは市場化テストでやっていると思えばいいわけです。全国のコミュニティシネマにとって、十分と言えるまではできないかもしれませんが、支援していくことによって幅を広げていくのが、現在のところは最善かもしれません。また、そのような問題を、総合的に議論していく必要があります。そして、自治体は「住民が何を求めるか」という論理になってもらわないといけないので、自治体自体が日本映画文化を守っていくという使命感を持つ必要はないと私は思います。支援のあり方については、今までのやり方に捉われずに、今後どうするかを、コミュニティシネマという面白くて新しい元気のある運動が息づいているうちに考えたい。10年経って、気付いたらすべてなくなってしまった、というような事態になるといけないので、ぜひ今、皆さんと考えたいと思います。

司会者：ありがとうございました。終わりの時間が迫って参りましたので、これだけは発言しておきたいということをお話してください。それでは、水野さん、どうぞ。

水野：映画館というのは、厚生労働省の管轄で、パチンコ屋や公衆浴場などと同じです。ですから、映画館が問題となる場合、本来でしたら厚生労働省が主導とならないといけないわけですが、実際のところそのような動きは全くな

reason this conference was held, embracing the community cinema more broadly as a theater which is opened widely to the community and why companies, individuals and NPOs were considered in the same framework. In other words, people involved in such screening activities (of the permanent cinemas) are constantly faced with the economic realities and naturally have to take responsibility for them. This is the real issue. And this is not the sort of issue which can be simply glossed over by the love of films.

I would like to mention the situation that is not about films but that we may relate to the community cinemas. There are many people who love operas. However, in general, operas are never be financially successful in Japan. For this reason, the government came to provide support for operas and has done so on the same level as films or even more generously. One company in receipt of this support, an opera company in Osaka, began to take government subsidies for granted as part of the ordinary affairs of life, and it came to light recently that it had embezzled 30 million yen annually by saving subsidies from the government for use for other performances by fabricating official receipts required for submission. The government, whether it is for film productions or operas, cannot possibly check every detail in each case one by one. In this case, what was initially motivated by a "love of opera" rather than an intention for personal gain somehow resulted in the embezzlement of assistance funds. The incident was a result of lack of serious consideration as to how much opera was really in demand within the community in Japan. To prevent films from ending up in the same pitfall, I believe that we must give careful consideration to allocations. In fact, the number of film festivals is increasing but the source of government support is limited. Therefore, if we are to provide support for every film festival, the amount of subsidies for each film festival may have to be reduced. Therefore, this will lead to a narrowing down of the target recipients. In this case, we would have to hold discussions in an appropriate way to decide whether, for example, the film festival which demonstrates the strongest "love of films" is the right recipient, or the festival which is most appreciated by the local population is the one. This is an issue that all of us, not only government officials, must give consideration to. However, as a key player in such circumstances, the community cinema will become a very important focus.

The Korean film industry is full of vitality and the Pusan International Film Festival is a wonderful film festival. However, on another front, when you think of what's available in Japan and not in Korea, that is likely be the community cinemas. In Japan, during the 1960s and 1970s, after the passing of the golden age of films, cinema after cinema went out of business and there were many towns without cinemas. When a film festival like the Yufuin Film Festival started, it served as a short respite from the loss of its cinemas. However, a short respite is not good enough. I believe that we need to pay attention to community cinemas as long-term players in permanent operation. In fact, to be honest, there is an issue as to what kind of framework we should adopt. One approach which may be considered

いというのはおかしい話だと私は思います。

また、それとは別に言っておきたいのは、支援のお金は必要ではない、ということです。私は、それよりも別のやり方があると思っています。たとえば、邦画で文部科学省の特薦や推薦を受けた作品を、私の映画館で上映しようとした場合、地元の教育委員会に許可をもらいにいくと、「営利団体である」という理由からほとんど受け付けてもらえません。それはおかしいと私は思います。そこを変えていただくだけでも、ずいぶんと劇場の経営はうまくいくはずです。私は、贅沢をしたいわけではなく、普通に生活して、普通に子どもを育てて、年金や税金を払って生きていくだけのことができれば十分だと思っていますので、それで人の感動する場に立ち会える映画館をやっていけるのならば、こんなに幸せなことはありません。私は、映画館は映画の演出の1%くらいを担っていると思っています。映画館というのは、そのくらい貴重なところなのです。問題は、お金ではなくて、そのような制度を含めたところにあります。最近聞いた話で驚いたのは、NPOの子育て支援ネットワークの方々が、県の教育委員会に野中真理子監督の『こどもの時間』(2001)というドキュメンタリー映画の上映支援をお願いした時のことです。彼らが10万円の借入金をお願いすると、教育委員会の担当者は「映画というのは娯楽であって、パチンコなどと一緒だから、文化ではない」とはっきり言われて、断られたそうです。未だにこのような担当者が存在すること自体、不思議に思えますが、そのような認識に風穴を空けていただけるだけでも、自主上映の人たちも助かるのではないかと思います。

寺脇：おっしゃる通りだと思います。支援というのは、お金ではない支援も大事なことです。営利企業だから許可しない、というのは今や廃れた30年くらい前の論理です。地方の教育委員会にはもっと勉強してもらわないといけないと思いますし、国もきちんとそういうことを言わなければいけないと思います。ただ、教育委員会はおろか、公的なシネマ・アーカイヴのような機関ですら、営利企業に許可を出さなかったりします。今も、青森市の教育委員会がまるで世界の悪者のように取りざたされていますが、これは国やその他公的な機関だけの問題ではありません。私たちの内なる官僚性や、映画に携わっている方々にも官僚意識がありはしないのかと考えていく必要があるでしょうし、それぞれの役割というものもあると思います。ある自治体の方が、「うちの町にも、(東京国立近代美術館)フィルムセンターに匹敵するようなフィルム・アーカイヴをつくりたい」とおっしゃっていましたが、それは自治体が携わべき仕事ではないと私は思います。自治体の仕事というのは、もっとコミュニティに密着して映画を観てもらうようにしていくことであり、最高峰の映画研究は国立のフィルムセンターがやるという役割分担をしていますが、ですから、先ほどの水野さんからのようなご指摘で、どんどん変えていかなければいけないと思います。

今年の、日本映画上映支援の制度にあがってきたものに、パネリストの皆さんのところがほとんど入っていないのは、営利企業だからということですが、それは、その営利団体が主催者になるからいけないのであって、その映画館を使って別の誰かが主催するやり方を考えるという手法もあります。それから文化庁自身も、どういう主体が、どういう主体に対して、どういうことをやっていくのかという問題や、その人が何をするのかということはチェックできますから、

is to support all community cinemas. While I was holding discussions with film producers at the Yufuin Film Festival, there was a suggestion of establishing national cinemas. The idea of setting up national cinemas is rather unsuitable at the time when even national museums are about to adopt a designated administrator system. However, in this case, another way of looking at the situation may be to regard all of you here as appointed administrators of such cinemas or this proposition as a market trial. We may not be able to provide support to a sufficient level for all community cinemas in Japan, but it might be the best measure at this moment to expand the scope by providing some sort of support at any rate. Furthermore, there is a need to discuss such issues in a comprehensive manner. We need local governments to think logically in terms of what local residents want. However, I do not believe it is necessary for local governments themselves to hold a sense of mission with respect to protecting Japanese film culture. In terms of support, I believe we need to think outside of the box beyond existing methods and consider what we should do for the future of community cinema while this exciting, new, and vigorous movement of community cinema is still alive. It would be regrettable if 10 years from now we realized what we had after we lost everything, so I would definitely like to give careful thought about this issue with all of you.

MODERATOR: Thank you very much, Mr. TERAWAKI. Well, time is running out, so could I please ask you to limit your comments to essential points that you really want to make. Yes, Mr. MIZUNO, please go ahead.

MIZUNO: The cinemas come under the jurisdiction of the Ministry of Health, Labor and Welfare and are treated the same as pinball pachinko parlors and public baths. Therefore, when an issue related to cinemas arises, the Ministry of Health, Labor and Welfare is supposed to take some sort of initiative. However, in reality, no such initiative is taken by the ministry and this is ridiculous.

What I would like to say in addition to this is that I feel there is no need for cash. I believe there are other ways of receiving support. For instance, when we want to screen Japanese films which come under the Special Film Selection or recommendations from the Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology at my cinema, and when we apply at the local board of education, most of the time our applications are rejected because we are "for profit" organizations. I think this is ludicrous. If you could change this situation at least, the running of our cinemas would improve. I am not trying to make a lot of money, but simply trying to lead a normal life and raise my children in a normal manner. For me, it would be enough to lead a life being able to pay for my pension and taxes. In addition to this, if I could run a cinema where I could play a role in promoting peoples' excitement for movies. That would be my ultimate happiness. I believe that even cinemas play a small but integral role in the overall rendition of a film. A cinema is that important a place. The issue is not about the money, but in areas which include the surrounding system. What astounded me recently

水野さんのお話のように、「お金は要りません」とまでおっしゃっていただく心意気に、応えていかなければいけないと思います。ただ、青森市教育委員会をただ悪者と言いつけるやり方は、それもまた問題を狭めていってしまいます。そこはむしろ、彼らのように理不尽なことを言う人を1度映画館に招いて、一緒に観てもらい、問題の作品に対する印象をひっくり返してしまうような取り組みがあればいいなと思います。

司会者：それでは、時間も押してきましたので、最後に茂木さん、お願いします。

茂木：私も、水野さんと同じことを指摘しようと思っていましたが、一点だけ違うのは、私のところは、それでもやはり支援金が欲しいかな、ということです。お金が欲しいというのは、要するにどういうふうにお金を使うかということだと思います。実は、シネマテークたかさきをつくった大きな理由は、高崎映画祭をやっていた時に、どうしても映画に関わりたいたいという優秀な人が東京に出て行ってしまったからです。それは、地元にはそのような場所がないからで、ひとりでも二人でも映画に関われるように、そして、東京まで行かなくても地元で映画関係の仕事ができるようにしていくことにお金を使っていけたらなあと思ったわけです。ですから、映画祭もシネマテークたかさきもそうですが、地元で映写技師などを育てながら、映画に関連した事業に関わっていけるようにしたいと思っています。そのために必要なお金は、絶対に欲しいと思っています。

寺脇：たまたま私の所に送られてきたので今お見せできませんが、金沢にある「駅前シネマ」というピンク映画館は、映画に関するプレスを出したりしています。私は、こども立派なコミュニティシネマだと思って応援しています。コミュニティシネマは、ここまでは正しくて、この一線を越えたら正しくないといった枠を設けずに、連携してネットワークをつくり、そのネットワークに映画祭のネットワークがつながり、公的上映施設や映画施設のネットワークがつながっていくような姿になることが大切だと思います。

司会者：限られた時間でしたが、それなりに充実した議論ができたのではないかと思います。ありがとうございました。

was the news that when the members of an NPO of a child support network requested assistance for the screening of a documentary film, *Children's Time* (2001) by the director Mariko NONAKA, at the prefectural board of education, the request was turned down. Requesting a loan of 100,000 yen, the NPO members were turned down by the person in charge of the Aomori Board of Education office on the grounds that watching movies was a form of entertainment, like pachinko, pinball games, and the like and not a cultural activity. The fact that there are still people with views like that in such positions in this day and age is unbelievable to me. I think that even if you could make a dent in perceptions like that, it would be a great help for people involved in independent cinemas.

TERAWAKI: You are absolutely right. Support other than financial support is also important. The logic that permission cannot be given because a cinema is a "for profit" organization is outdated by about 30 years already. We need to have the local boards of education update their knowledge. It is the responsibility of the national government to point out such matters in a more appropriate manner. However, not only the boards of education but also public organizations like the Cinema Archives sometimes refuse to give permission to commercial businesses. At the moment, the Board of Education of Aomori Prefecture has become embroiled in this hot issue and is being portrayed as the villain, but this is not an issue limited to government or other public organizations. We need to ask ourselves about our own bureaucratic attitudes and whether people engaged in films also possess such bureaucratic sentiments. It seems we all have our different, respective roles. A person from some local government once told me that he wanted to build a film archives equal to that of the National Film Center of the Tokyo National Museum of Modern Art in his town. I believe that this is something a municipality should not be involved with. The work of a local government is to encourage people to watch films in close proximity of their community while there is a division of roles for the highest echelons of film research which should be assumed by organizations like the National Film Center. Therefore, as pointed out by Mr. MIZUNO before, we must keep changing the system.

The reason why hardly any of you panelists today are being included in proposals of the system for supporting the screening of Japanese films is that you are "for profit" organizations. However, the problem is that "for profit" organizations are the organizers of the screenings. But there is also a way for screening films to be organized by other organizations using the same cinema. Furthermore, the Cultural Affairs Agency itself is capable of checking an issue like what kind of organization is going to be responsible for which organization, or what role this person is going to play, and we must acknowledge the spirit of those who make it clear that they are not looking for money, as Mr. MIZUNO stated. However, an approach such as berating a body like the Board of Education of Aomori Prefecture narrows the focus of the issue. In this case, I would rather like to see an approach that will make such people rethink their views

about the film in issue by inviting such people who make unreasonable comments like that to your cinema and have them watch the film together with you.

MODERATOR: Now, we are almost completely out time so Mr. MOGI, could you please wrap up the discussion by making a final comment.

MOGI: I was going to point out a similar situation as the one Mr. MIZUNO described. One point where I differ regarding our cinema is that I would like to be able to receive subsidies. The reason I would like such support has to do with how we intend to use such money. In this regard, the main reason we established the Cinematheque Takasaki was spawned when we were running the Takasaki Film Festival. Talented people who really want to be involved in films leave for Tokyo because there are no opportunities in Takasaki. At the time of the festival, I thought it would be nice if we could use such subsidies to make it possible for even one or two of those talented people to get involved in film-related work in the local area without moving to Tokyo. Therefore, with both the film festival and the Cinematheque Takasaki, while we train our own film projectionist, we would like to create film-related works in our area. Therefore, I am definitely interested in receiving funding necessary for that.

TERAWAKI: Actually, I have something here that I would like to show you. It is something that just happened to be sent to me. In Kanazawa, there is a cinema called Ekimae Cinema which specializes in blue films and it issues press releases about its films. I support this cinema because it is also a worthy community cinema. I think that it is important for community cinemas to create a network by uniting together rather than establishing a particular framework of standards about community cinema by saying that up to this point it is appropriate and once it goes beyond certain bounds, it is no longer appropriate. I think that it is important to form a network which links up with film festival networks and further links to a network of public screening facilities and other film facilities.

MODERATOR: Although our time for discussion was limited, I believe we were able to have a very meaningful discussion today. Thank you very much for your participation.

レセプション

Reception



左から寺脇研文化庁文化部長、角川歴彦東京国際映画祭チェアマン、キム・ドンホー 浦サン国際映画祭ディレクター
From left: Ken TERAWAKI, Director-General, Cultural
Affair Department, Agency for Cultural Affairs, Tsuguhiko
KADOKAWA, Chairman, Tokyo International Film Festival,
Kim Dong-ho, Director, Pusan International Film Festival

なごやかに語り合うパネリストやゲストたち
Panelists and guests engaging in discussion
in a friendly atmosphere





文化庁メディア芸術祭優秀作品上映

Screening of Japan Media Arts Festival

◎開催概要

■日時

2005 年 10 月 22 日（土）～ 10 月 28 日（金） 9:00 ～ 21:00

■会場

六本木アカデミーヒルズ 40「40 カフェ」

[主催] 文化庁

[共催] 財団法人 画像情報教育振興協会（CG-ARTS 協会）

◎ Outline

■ Date

October 22, 2005(Sat) - October 28, 2005(Fri) 9:00-21:00

■ Venue

Roppongi Academyhills 40 (40cafe)

[Organizer] Agency for Cultural Affairs(Bunka-Cho)

[Co-Organizer] Computer Graphic Arts Society
(CG-ARTS Society)

■開催の趣旨と報告

「文化庁メディア芸術祭」は、新しい表現方法や優れた芸術的表現などによる創造性あふれるメディア芸術作品を顕彰するとともに、先端的なメディア芸術の創造活動を広く紹介しているメディア芸術の祭典です。

アート、マンガ、アニメーション、ゲームなど、日本のメディア芸術作品に世界の熱いまなざしが注がれる今、既成の枠組みにとらわれず、新たな評価軸を確立しようとしている文化庁メディア芸術祭は、日本だけでなく、海外からの注目も高まっています。

今回、東京国際映画祭において初めて受賞作品、優秀作品を出展し、国内外の関係者に幅広く作品を紹介しました。

■ Aims&Report

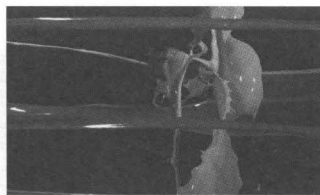
The Japan Media Arts Festival is both a contest that rewards highly creative works featuring new modes of expression and outstanding artistic expression, and a festival for showcasing a wide range of creative activities that use cutting edge media techniques.

Japanese works of media art such as art, manga, animation and games currently attract the world's fervent attention, and the Japan Media Arts Festival, which strives to establish new evaluation standards unconstrained by existing frameworks, also attracts increasing attention both in Japan and overseas.

The Tokyo Film Festival showcases new award-winning and other outstanding works, and introduces them to a wide range of interested persons from Japan and overseas.

作品紹介 /Lineup

アート部門 /Art Division



©Amoniak films / Simon Goulet

シーモン・グーレイ
Simon Goulet

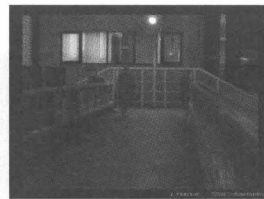
空間を飛び交う、色とりどりの絵の具。CGに見えるが、実は作者が撮りためた実写映像をデジタル編集している。変化自在の極彩色は見る人に恍惚感を与える。

優秀賞作品
Excellence Prize

『oïo』

oïo

Various colored paints splattered through the air. Although this appears to be CG it is actually digitally edited live footage. Changing vivid colors entrance the viewers.



©五島一浩 2004

五島 一浩
Kazuhiro GOSHIMA

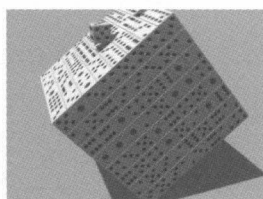
東京の日常風景を遠近感が異なる2枚の画をつないで連射風に見せた映像作品。ふたつの映像をつなぐ残像効果によって画面が立体的に感じられる。

優秀賞作品
Excellence Prize

『z reactor』

z reactor

A visual image that integrates two images of an ordinary Tokyo scene taken from different perspectives by showing them in rapid fire. The afterimage effect that integrates the two images makes the image appear 3-D.



©Hitoshi Akayama

赤山 仁
Hitoshi AKAYAMA

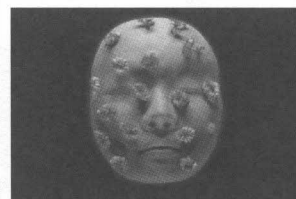
サイコロが転がりながら増殖を繰り返していく。大小入り混じったサイコロたちの動きは一種のマスゲーム的要素で見る人を魅了する。

推薦作品
Recommended Work

『dice』

dice

Dice multiply repeatedly as they roll. Viewers become mesmerized by the callisthenic-like movements of the large and small dice.



©Yoo Ji-young

ユ・ジョン
Yoo Ji-young

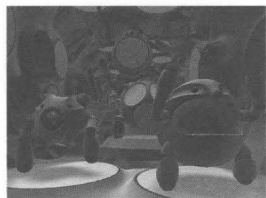
能面のような顔は、様々な表情を内に秘めている。それらをあらゆる手法で暴き出し、強烈に印象付けている作品。

推薦作品
Recommended Work

『Visual Network』

Visual Network

Faces like Noh masks conceal various expressions. This work uses various means to reveal them and makes a strong impression.



© 本木 秀明 / 音楽：松前公高

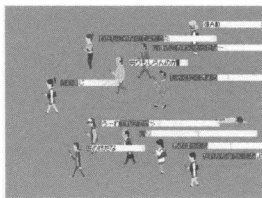
本木秀明
Hideaki MOTOKI

音にあわせて各楽器に扮したCGのキャラクターたちが行進する。表情豊かなかわいキャラクターたちの動きと音楽が魅力的。

推薦作品
Recommended Work

『ZOUNDS』
ZOUNDS

CG characters impersonating various musical instruments march in time to music. Both the movements of the cute expressive characters and the music are great.



© 小柳祐介

小柳 祐介
Yusuke KOYANAGI

シンプルなキャラクターと背景のアニメーションで現代の東京を的確かつエッジに表現。キャラクターの打つ携帯画面が流れる様子が面白い。

推薦作品
Recommended Work

『都市東京』
TOKYO CITY

Modern-day Tokyo is accurately and keenly depicted in an animation with simple characters and scenery. The way in which mobile phone displays produced by the characters flow is interesting.

エンターテインメント部門 /Entertainment Division



Character Samanosuke by
©Fu Long Production, ©CAPCOM CO., LTD.
2004 ALL RIGHTS RESERVED.

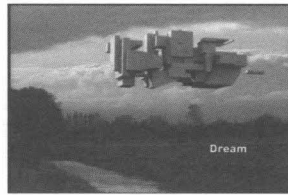
倉澤 幹隆
Mikitaka KURASAWA

人気ゲームシリーズのオープニング映像。壮大なスケール感とフルCGアニメーションの迫りに満ちたシーンはひとつの映像作品として高い完成度を備えている。

優秀賞作品
Excellence Prize

『鬼武者 3』
オープニング
シネマティクス
Onimusha 3
Opening Cinematics

Opening footage of a popular game series. Grandeur scenes rich in impressive full CG animation have been produced as a film with a high degree of perfection.



©YKK AP 株式会社 / 株式会社電通 / 株式会社東北新社

尹 剛志 / 井口 弘一
Takeshi YOON / Koichi IGUCHI

白い物体がゆっくりと形を変えながら、ヨーロッパの街並みを飛行していく。夕焼けの空にたどりつく物体は企業のロゴマークに。実写とCGの合成が印象的。

優秀賞作品
Excellence Prize

『YKK AP
EVOLUTION』
YKK AP EVOLUTION

A white object changes shape slowly as it flies through the streets of Europe and becomes a corporate logo when it reaches the sunset. Impressive combination of live-action film and CG.



© あかね丸

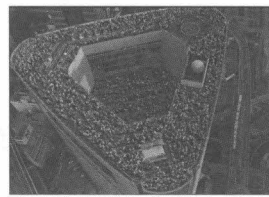
あかね丸
akane-maru

恋の胸躍る高揚感をフンドシ姿の男たちが叩く太鼓になぞらえたCGアニメーション。学ランとフンドシ。胸の鼓動と和太鼓の音。ユニークな対比が笑いを誘う。

奨励賞作品
Encouragement Prize

『あかね雲』
Cherry-Clouds

A CG animation that likens the elation of love to the beating of drums by men in loincloths. School uniforms and loincloths. The sound of hearts throbbing and Japanese drums. These unique comparisons invite a smile.



©Ki/oonRecords Inc.

田中 秀幸
Hideyuki TANAKA

石野卓球の音楽に合わせて、朝を迎える街角に、ビルの屋上に、人々があふれる様子を空撮した作品。合成とは思えないリアルな映像がインパクト大。

推薦作品
Recommended Work

『TAKKYUISHINO/
The Rising Suns』
TAKKYUISHINO/The Rising Suns

A work depicting crowds atop a building and on a street corner as the sun rises aerially filmed to go with music by Takkyu ISHINO. Unbelievably realistic images make a huge impact.



©DefSTAR/TOON

伊藤 有壹
Yuichi ITO

小さな龍と男の子の心の交流を描いた物語。一コマずつ撮影するパペットアニメーションが歌の世界に新しい世界観を加えている作品。

推薦作品
Recommended Work

『キミはともだち』

KIMI WA TOMODACHI

A story depicting the spiritual exchange between a little dragon and a boy. In this work, puppet animation, which is shot frame by frame, adds a new world view to the world of the song.



© 仲邦広

仲 邦広
Kunihiro NAKA

頭が豆腐の脱力系・宇宙人「豆腐星人」たちの日常をショートコント風に仕上げた作品。コントの締めは頭(豆腐の角)をぶつけること。

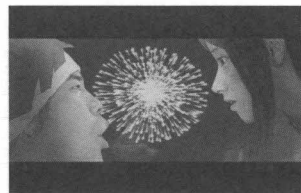
推薦作品
Recommended Work

『豆腐星人』

TOFU SEIJIN

A work depicting the daily life of "Tofu Seijin", feeling weak aliens with tofu heads, in short story style. The story ends with them bumping their heads (corners of tofu).

アニメーション部門 / Animation Division



©2004 MIND GAME Project

監督・脚本：湯浅 政明／原作：ロビン西
Masaaki YUASA/Robin NISHI

初恋の人、みょんちゃんと再会した主人公・西はその夜命を落としてしまう。やがて甦った彼はみょんちゃんと共にクジラの腹の中で暮らす羽目になるが…

大賞作品
Grand Prize

『マインド・ゲーム』

MIND GAME

Nishi, the main character meets his first love Myon again but dies the same night. By and by, the resurrected NISHI ends up living with Myon in a whale's stomach but...



© 東芝 EMI

西郡 勲
Isao NISHIGORI

版画のような力強い線や独特の色彩、ダイナミックなアングルで四季の移ろいや生命の輪廻を連想させる。音楽の世界観を壮大に表現したミュージックビデオ作品。

優秀賞作品
Excellence Prize

『ACIDMAN Short Film』

「彩-SAI-(前編)
/廻る、巡る、その核へ」
ACIDMAN Short Film
「SAI/Revolving...to the core」

Uses bold block print-like lines, unique colors and dynamic angles to evoke the changing seasons and the cycle of life. This music video magnificently depicts a world view of music.



©AFTRS

パク・セジョン
Park Sejong

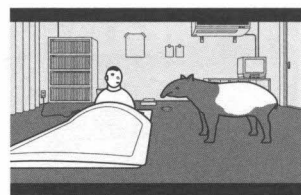
舞台は1951年、朝鮮半島のとある村。そこで暮らす男の子の誕生日を描きながら、身近に迫る戦争の足音を予感させるシーンが効果的に盛り込まれている。

優秀賞作品
Excellence Prize

『BIRTHDAY BOY』

BIRTHDAY BOY

Set in a village on the Korean Peninsular in 1951. Scenes evocative of the footsteps of the encroaching war are effectively included while depicting a boy's birthday.



© 新海岳人

新海 岳人
Taketo SHINKAI

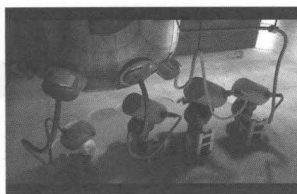
主人公が何度も夢から覚めては同じ場面に戻っていく。イラストタッチの作風、「夢オチ」を逆手に取った不条理な展開、そして予想を裏切る結末が印象的。

奨励賞作品
Encouragement Prize

『夢』

DREAM

The leading character returns to the same place however many times he awakes from a dream. Its illustrative style, absurd development - the reverse of "Dream Ochi", and surprise ending are impressive.



©all right reserved by Shim Beom-sik

シム・ポムシク
Shim Beom-sik

ラインでつながれたキャラクターが並ぶ工場。それぞれに合わせて調合された液体が注がれるとキャラクターが動き出すのだが…。ポップなCGアニメーション。

推薦作品
Recommended Work

『PGi-13』

PGi-13

Characters in a production line are lined up in a factory. Characters begin moving when a specially prepared liquid is poured over them but... Pop CG animation.



©1380098 ONTARIO INC/NATIONAL FILM BOARD OF CANADA

クリス・ランドレス
Chris Landreth

1960～1970年代に注目を浴びた伝説のアニメーターの栄光と挫折を、アニメーションで表現した作品。2004年度アカデミー賞短編アニメーション部門受賞作。

推薦作品
Recommended Work

『RYAN』

RYAN

Animated depiction of the glory and frustrations of a legendary animator of the 1960s-1970s. 2004 Short Animation Academy Award Winner.

マンガ部門 /Manga Division



©Fumiyo Kouno / 双葉社

こうの 史代
Fumiyo KOUNO

舞台は昭和30年代の広島。原爆投下から10年経ってもなお消えない心と体の傷。主人公の女性の視点を通して「ヒロシマ」を描き出す。市井の人々にとっての「戦争とは、原爆とは」を強く問いかけてくる作品。

大賞作品
Grand Prize

『夕風の街 桜の国』

YUNAGI NO MACHI
SAKURA NO KUNI

Hiroshima, in the 30's of the Showa Era. Even after 10 years there, still remains the scars on both body and heart, caused by the A-bomb. The author portrays "HIROSHIMA" through the eyes of a woman. The work asks seriously the meaning of the war to the ordinary people.



©戸部けいこ / 秋田書店

戸部 けいこ
Keiko TOBE

他者とのコミュニケーションが困難な自閉症。作品では、息子の「光」が自閉症児として誕生してからの苦悩や葛藤、そして喜びや成長を描く。障害のある子供とその親が抱える現実を真正面から取り上げている。

優秀賞作品
Excellence Prize

『光とともに…
～自閉症児を抱えて～』

HIKARI TO TOMONI...
～ Living with an autistic child ～

Autism-a child with this has difficulty of communications with others. In this work, Hikari, a son is born as an autistic child. Agony, conflict, and the joy of his growth are portrayed squarely facing the reality that disabled child and parents has.



©五十嵐大介 / 小学館 IKKI

五十嵐 大介
Daisuke IGARASHI

登場するのは魔女と呼ばれる、あるいははからずも呼ばれてしまう女性たち。彼女たちの「魔性」を通して人間の本性や世の中の真理をあぶりだす。緻密な画風でつむぎだすスケール感の大きな世界も魅力的。

優秀賞作品
Excellence Prize

『魔女』

WITCHES

All characters are those who are called witch or unexpectedly called so. Through their "devilishness", this work reveals the real nature of humans or the truth of life. Also fascinating is the large scale world woven with her fine style.

日韓学生アニメ・コラボレーション制作作品 /Animation collaboration between students of Korea and Japan



『日韓学生しりとリアニメ・コラボレーション
アンニョン・おやすみ』

第8回文化庁メディア芸術祭で開催された日韓の学生によるワークショップ。日本語と韓国語を重ねたりしりとをアニメーションで表現した作品。

Workshop conducted by Japanese and Korean students at the 8th Japan Media Arts Festival. Animated depiction of shiritori in Japanese and Korean.

※マンガ部門は作品展示

* The Manga Division become work exhibition.

平成 16 年度〔第 8 回〕文化庁メディア芸術祭受賞作品一覧
List of the 2004 [8th] Japan Media Arts Festival Award-winning Works

■アート部門/Art Division

賞 Prize	ジャンル Genre	作品名 Title	作者名 Artist	国名 Country
大賞 Grand Prize	インスタレーション Installation	3 minutes ²	Electronic Shadow	フランス France
優秀賞 Excellence Prize	インタラクティブ Interactive	GLOBAL BEARING	平川 紀道 Norimichi HIRAKAWA	日本 Japan
優秀賞 Excellence Prize	インタラクティブ Interactive	Sky Ear	Usman Haque	イギリス Great Britain
優秀賞 Excellence Prize	映像 Visual Image	Oi O	Simon Goulet	カナダ Canada
優秀賞 Excellence Prize	映像 Visual Image	z reactor	五島 一浩 Kazuhiro GOSHIMA	日本 Japan
奨励賞 Encouragement Prize	静止画 Still Image	life-size	scope	日本 Japan

■エンターテインメント部門/Entertainment Division

賞 Prize	ジャンル Genre	作品名 Title	作者名 Artist	国名 Country
大賞 Grand Prize	ゲーム Game	まわるメイドインワリオ Wario Ware: Twisted!	阿部 悟郎 Goro ABE	日本 Japan
優秀賞 Excellence Prize	映像 Visual Image	「鬼武者 3」 オープニング・シネマティクス "Onimusha 3" Opening Cinematics	倉澤 幹隆 Mikitaka KURASAWA	日本 Japan
優秀賞 Excellence Prize	ゲーム Game	Alice in Vivaldi's Four Seasons	Mirek Nisenbaum	アメリカ USA
優秀賞 Excellence Prize	遊具 Electronic Play Equipment	ピクトチャット PICTOCHAT	黒梅 知明 Tomoaki KUROUME	日本 Japan
優秀賞 Excellence Prize	映像 Visual Image	ワイケイケイ エーピー エヴォリューション YKK AP EVOLUTION	尹 剛志 Takeshi YOON	日本 Japan
奨励賞 Encouragement Prize	映像 Visual Image	あかね雲 Cherry-Clouds	あかね丸 akane-maru	日本 Japan

■アニメーション部門/Animation Division

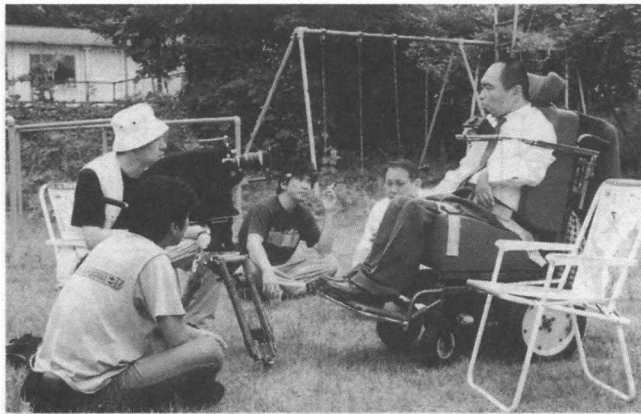
賞 Prize	ジャンル Genre	作品名 Title	作者名 Artist	国名 Country
大賞 Grand Prize	劇場公開 Feature Animation	マインドゲーム MIND GAME	湯浅 政明 Masaaki YUASA	日本 Japan
優秀賞 Excellence Prize	劇場公開 Feature Animation	ハウルの動く城 HOWL'S MOVING CASTLE	宮崎 駿 Hayao MIYAZAKI	日本 Japan
優秀賞 Excellence Prize	オリジナル ビデオ アニメーション Original Video Animation	まかせてイルか! MAKASETE IRUKA!	大地 丙太郎 Akitaro DAICHI	日本 Japan
優秀賞 Excellence Prize	短編 Short Animation	ACIDMAN Short Film ➡ 「彩・SAI (前編)/廻る、巡る、その核へ」 ACIDMAN Short Film ➡ 「SAI/Revolving...to the core」	西郡 勲 Isao NISHIGORI	日本 Japan
優秀賞 Excellence Prize	短編 Short Animation	BIRTHDAY BOY	Park Sejong	韓国/オーストラリア Korea/Australia
奨励賞 Encouragement Prize	短編 Short Animation	夢 DREAM	新海 岳人 Taketo SHINKAI	日本 Japan

■マンガ部門/Manga Division

賞 Prize	ジャンル Genre	作品名 Title	作者名 Artist	国名 Country
大賞 Grand Prize	ストーリーマンガ Story Manga	夕凧の街 桜の国 YUNAGI NO MACHI SAKURA NO KUN	こうの 史代 Fumiyo KOUNO	日本 Japan
優秀賞 Excellence Prize	その他 Other	バンド・スキュルテエ〜プラネット・サムライ〜 BANDE SCULPTEE La PLANETE des SAMOURAIS	夏坂 真一郎 Shinichiro NATSUSAKA	日本 Japan
優秀賞 Excellence Prize	ストーリーマンガ Story Manga	光とともに…〜自閉症児を抱えて〜 /HIKARI TO TOMONI...~Living with an autistic child~	戸部 けいこ Keiko TOBE	日本 Japan
優秀賞 Excellence Prize	ストーリーマンガ Story Manga	毎日があさん カニ母編 Mainichi Kaasan : Kanihaha-hen	西原 理恵子 Rieko SAIBARA	日本 Japan
優秀賞 Excellence Prize	ストーリーマンガ Story Manga	魔女 WITCHES	五十嵐 大介 Daisuke IGARASHI	日本 Japan
奨励賞 Encouragement Prize	その他 Other	昭和二十年の絵手紙 私の八月十五日 The picture letter in Showa 20 : August 15 which I experienced	私の八月十五日の会 The meeting on August 15 of 1945	日本 Japan

付録

Appendix



賞作品「わたしの季節」について語りたい。撮影に際してのエピソードを小林茂監督と映画のプロデューサーであり、録音も担当された田辺信道氏は次のように語ってくれた。以下は発言の要約（文責・渡部）である。

小林監督と田辺氏らスタッフはまず、「わたしの季節」のように重度障害を持つ人々が映画に登場するのは難しいことであると語る。そこで撮影に際しては入園者ご本人をはじめ、介護の担当者、親族、学園関係者一人一人に許可をとった。この撮影準備期間がけっこう大変であったと言う。しかし、入園者の日常のありのままを撮りたいとの思いが強かった。

「わたしの季節」はフィルムに写っていない空間を感じることが大切。施設のシステムを描くのではなく、人間記録として作品にしたかった。この映画の後半に一人の女性の入園者が、現在自分の置かれている状況を率直に述べた場面がある。

彼女はそれのことによって自分をアピールしたわけである。しかし、それが充分理解されたとはいえないかもしれないが、本人の介護の責任者が「いいことを言っているよ」とOKを出してくれた。もし、このようなこと——学園に置かれている状況への不満——の言葉を記録した場面をカットしなければならぬことになったら、僕も闘わざるを得ない。あの場面があることは学園の姿勢もある。私は学園を持ち上げている映画ではないと考えている。あの場面には、職員も施設の不十分な点を認識している。なので、学園の職員が喜んだ——と述べた。また田辺信道氏は「小林監督との付き合いは『放課後』など初期の作品群からのもので、小林監督は優しい人なので人の音声もはっきりと聞き取れる。だが今回は重度の心身障害の人々の肉声であったので、入園者の方々の言語がうまく伝わらないので、

言語を明瞭に採るといのが第一のことであった。撮影のフィルムが終わっても録音テープは回しっぱなしにしておいた。すると意味のある音が採れた」とも語った。私もこの映画の力の一つは迫真に満ちた録音にあると思う。

滋賀県にある重度の心身障害者施設に暮らす人々の生活を記録した「わたしの季節」は、既に現在までに数多くの賞を受賞している。今年の山形国際ドキュメンタリー映画祭でも上映され、東京上映をはじめ、地域上映の輪は広がりがつつある。受賞に際して小林監督は「この作品は人間としての『存在感』と『こころの声』をテーマにしたものですが、カメラの前に心を開いて、覚悟をもって自らを表現してくれた皆さんに感謝したい。この賞を何よりもびわこ学園の利用者の皆さんが喜んでくれると思う。決して福祉映画と規定しないで、人生に悩んでいる20代の人

たちに見てもらいたい。小さな子どもたちも最後まで見てくれた。障害者のストリートな生き方に子どもも共感をするのではないかと語ってくれた。私自身、映画ジャーナリストとして今年の夏に第二びわこ学園を訪問し、入園者の方々、職員の人々ともお会いした。特に若い20代の職員たちがとても元気で働いていることに驚いた。ここでは「年配の人が、今どきの若い者は——という言葉が通じない世界です」とは田辺氏の言葉だが、「平成職人の挑戦」と同じく、ここにも若者へのリクルートの世界が繋がっているかもしれない。

「わたしの季節」は完成してさほど年月が経っていないので、人間の年齢で言えばまだ若年と言えるが、既に映画が自力で自分の人生を開拓している様子が伺える。多くの観客に見てもらいたい作品である。（問合せ先 協映 TEL03-1568910181）

文化映画 紹介

渡部実

第3回文化庁映画賞 文化記録映画賞レポート

平成17年度の文化庁主催による文化庁映画賞が発表された。受賞の一覧を見ると文化記録映画賞と並んで、映画功労表彰部門の受賞者も発表されている。この部門は映画界で功績のあった人々を表彰する部門である。今年も映画監督、映画編集、スクリプト、映画普及等、さまざまな方が受賞されたが、長年、中国映画研究、翻訳をされてきた森川和代氏も受賞された。

森川和代氏は第二次世界大戦後の昭和21年より、中国長春撮影所、上海撮影所で仕事に従事され、28年に帰国、42年より中国訪日映画人の通訳等として日本の映画人との交流に多大の貢献をされた。当「文化映画」欄との関連でも、毎年レポートを掲載する「すかがわ国際短編映画祭」で来日される中国映画人との交流に、毎回多大な貢献をされている。受賞を心よりお慶びしたい。

今年で3回目を迎えた文

化記録映画賞は「日本映画の中から優れた文化記録映画を顕彰し、映画芸術の向上とその発展に資する」ことを目的として新設された部門である。キネマ旬報文化映画ベスト・テン、毎日映画コンクール記録文化映画部門と並んで、社会的、文化的な意義を持った作品を顕彰するまことに貴重な賞である。今回の文化記録映画賞への応募総数はかなり多かった。それは何より一般観客、それに製作側からの、この賞への期待の大きさを伺わせる。

今年の文化記録映画大賞は厳正な審査の結果、本欄でも紹介した長編ドキュメンタリー映画「わたしの季節」が受賞した。優秀賞は「心の杖として鏡として」、それに「平成職人の挑戦」の2本に決定した。映画賞の贈呈式は10月27日に東京国際映画祭の協賛事業である文化庁映画週間の催事にて執り行われた。受賞作品の受賞記念上映会も映画祭

開催中に行われ(10月28日)、観客の深い関心を集めた。なお、受賞式には第二びわこ学園の入園者の方もはるばる京都から来られた。また、式には前年までの映画功労者の方々が壇上に一堂に並び、あらためて参加者の熱い拍手を受けたこともご報告しておきたい。

文化記録映画部門の作品の応募傾向も、徐々にではあるが変化してきている。まず作品の分野が多岐にわたってきた。広く各種のコンクールを概観しても、近年では若者のリクルートをテーマの一つにした作品が目立って製作されるようになった。「平成職人の挑戦」などもその一つと言えるかもしれない。そして「わたしの季節」「心の杖として鏡として」等の作品のように、心身に障害を持つ人々の映画記録作品も作り手がそれぞれの個性的なアプローチが印象に残る作品が目立って著になってきた。

今回は例年通り、大賞受

キネ旬フロント

映画が《日韓》をつなぐ

30

映画祭とはなにか？ プサンから東京へ

文・寺脇研

プサン国際映画祭（PIFF）閉幕から一週間おいて10月22日が、わが東京国際映画祭（TIFF）の幕開けである。両映画祭の期間が接近しただけでなく、アジア重視という方針も共通して一貫するものとなった。オープニング作品に中国チャン・イーモウ監督が高倉健を主演に起用した「単騎、千里を走る」、クロージング作品に韓国ソン・ヘソン監督の下、ソル・ギョング、中谷美紀、藤竜也共演の「力道山」と、日韓中の映画界が急接近しているのを大きくアピールした。

首相靖国参拝直後の、日韓、日中の政治関係が険悪な時期にもかかわらず、映画祭の中ではそんな鬱陶しい空気は全く感じられなかった。角川歴彦チエアマンがPIFFに開幕式から数日間参加したのをうけてPIFFの総責任者キム・ドンホさんがTIFFに五日

間参加してくれ、両映画祭トップの密接な結びつきを印象づけたのをはじめ、そこかしこで日韓映画人の和やかな交流風景が繰り広げられたのである。

コンベティション部門など華やかな部分については各メディアで大きく報じられているから、ここでは「文化庁映画週間」と銘打った硬派の催しを紹介しておこう。

22日の開幕式では小林茂監督「わたしの季節」など文化記録映画の優秀作品と、スクリプターの野上照代さんなど日本映画を裏方として永年支えてきた映画功労者の表彰を行った。23日は「日本映画名作鑑賞会 日本映画の巨匠たち」を記念して新藤兼人監督のトーク。93歳にしてなお新作への意欲を燃やす新藤さんの映画への情熱を、聞き手のわたしも若い聴衆たちと一緒に胸熱く受け止めた。

同日には「世界映画人会議」と

して、わが国映画界のまとめ役になることが期待されるVIPO（映像産業振興機構）の迫本淳一理事長、KOFIC（韓国映画振興委員会）のアン・ジョンスク委員長、アメリカAFIのジェームス・ハインドマン顧問、フランスCNCのモニク・バルバール副代表の四人が語り合った。折しもユネスコで文化の多様性条約がアメリカ、イスラエルの反対2国を除くすべての国の賛成を得て採択された直後である。アメリカ映画

の一方的流入を阻もうとする韓、仏と米の立場ははっきり対立し、結構緊迫したやりとりもあった。日本は条約に賛成したが、この問題についての国民の皆さんの認識は乏しい。日本映画界でも、きちんと議論することが必要だと痛感する。

25日の「全国フィルムコミッション（FC）・コンベンション」では、日本国内で急速に広がっているFC活動が国際ネットワークへと展開するために、韓国プサン、イタリア・ナポリ、アメリカ・ニューヨーク州FCの代表者を招いての話し合いが行われた。27日は「コミュニティシネマ・コンベンション」。各地でユニークな常設映画館を営む方々の話に満場聞き入ったが、キム・ドンホさんによる講演「プサン国際映画祭とプサン市の映画環境について」が圧巻だった。映画祭が独善に陥ったり地域の映画環境と無縁の一過性イベントであってはならない、とし、公的資金援助に頼るだけでなく自分たちでスポンサー探しに奔走するなどの努力が不可欠、との言葉にPIFF成功の原点を知らされた思いがする。



映画功労者表彰で野上照代さんに花束を渡す小泉義史監督

視察レポート 03

第1回 文化庁 コミュニティシネマ
コンベンションに行ってきました

地域の映画文化振興を目指し、地域に根ざした映画的活動を行うコミュニティシネマ。文化庁が支援する「コミュニティシネマ支援センター」の加盟団体が、組織としてその活動を始めてから1年以上が過ぎた。今、コミュニティシネマはどのような状況にあり、どのような課題を抱えているのか？ 東京国際映画祭開催に合わせて行われた「第1回 文化庁「コミュニティシネマコンベンション」に参加した。発表者は埼玉県「深谷シネマ」、群馬県「シネマテークたかさき」、京都「京都シネマ」、沖縄県「桜坂劇場」、三重県「伊勢・進

富座」、仙台「せんだいメディアアテーク」の代表者6名と文化庁文化部長の寺脇研氏。それぞれが各自の劇場運営理念や状況を語る中、話題は「国によるコミュニティシネマへの支援」へ。伊勢・進富座の水野昌光氏は「支援はお金だけの問題ではない」と述べる。「以前、「こどもの時間」というドキュメンタリーを上映するため、行政に支援をお願いしたら、「映画はパチンコなどと同じ娯楽であるから支援はできない」と言われてしまった。こういう担当者が未だに沢山いるということ自体が問題。そこだけでも風穴が通って

くれれば」

それを受けて、寺脇氏は、問題視されるべきはその特定の行政機関ではなく、「行政のみならず、映画に携わる人たちが持ちえる官僚意識」であると言う。「もっと『みんなに映画を見せたい、観てもらいたい』という素朴で自由な気持ちを持って取り組みなければ」

劇場以外の場所で映画を観る手段が浸透し、映画を映画館で観ない世代が大人になっていく。これから「の日本映画界。コミュニティシネマは地域に密着した上映活動を行うことで、人々が持つ映画全体への意識を高めていこうとしている。その活動に対し、資金だけではない、国の支援が求められている。

文化通信 (速報) 17年10月31日 (13892号) 第三種郵便物認可

◎文化庁・コミュニティシネマ コンベンション開催

地域の映画上映活動、深谷シネマなど6館の代表参加

第18回東京国際映画祭の一環として、文化庁主催によるコミュニティシネマ コンベンションが10月27日、六本木ヒルズの六本木アカデミーヒルズ スカイスタジオで開催された。コミュニティシネマとは、地方で独自の映画鑑賞活動を行っている団体のこと。今回は、埼玉県深谷市、群馬県高崎市、京都市、沖縄県那覇市、三重県伊勢市、宮城県仙台市の6つのコミュニティシネマ代表者が集まり、以下それぞれの報告を行った。

▽深谷市・深谷シネマ(深谷市仲町2-25) 2002年7月にオープンした。生協を退職した竹石研二氏が、有志とNPO法人を設立し、地元の商店街の協力を得て、銀行跡地に映画館を開館した。市民、地元企業などから資金提供を受けた。

▽高崎市・シネマテークたかさき(高崎市新町60-1) 2004年12月にオープンした。地元の映画祭である高崎映画祭のメンバーが中心になって、NPO法人を設立。銀行跡地に、ミニシアターを開設した。総支配人は、茂木正男氏。市民、企業の支援を得る。

▽京都市・京都シネマ(京都市下京区烏丸通四条下ル水銀屋町620) 2003年1月に閉館した京都朝日シネマの元支配人の神谷雅子氏を中心に設立された会社が、2004年12月にオープンしたミニシアター(3館)。映画館の母体は会社組織だが、1万円の会費を払った会員の会費が大きな運営資金。

▽那覇市・桜坂劇場 2005年7月にオープンした。もともと、地元の興行会社の琉映が経営していて、2005年4月に閉館となった同映画館を改装して、映画監督の中江祐司氏が新たに運営することになった。会員制(現在5221人)による運営を行っている。

▽伊勢市・進富座 2002年7月にオープンした。1998年に閉館した伊勢レックを、リニューアル。会員制度によって運営。

▽仙台市・せんだいメディアアーク 映画館の運営ではなく、地元施設での映画上映活動を行っている。

了

文化通信 2005年10月31日

文化庁、「第2回世界映画人会議」開催
迫本理事長、VIPOを世界にアピール

文化庁主催、第2回世界映画人会議『国境を越える映画』は『THE FILM WITHOUT FRONTIER S』(TIFF協賛企画)が23日(日)午後1時から4時半にわたり六本木ヒルズ内で開催された。シンポジウム出席は迫本淳一映像産業振興機構理事長(松竹社長)、安貞淑KOFIC(韓国映画カウンシル)委員長、ジェイムズ・ハインドマンAFI(全米映画協会)顧問、モニック・バルバルーCNC(仏国立映画センター)副代表、寺脇研文化庁文化部長。

昨年12月に発足、本年6月にNPO認可された『映像産業振興機構』(VIPO)について、迫本理事長は『我が国は従来映画と国との関わりが大きくなかったし、映画製作者がどのように喜ばれる映画を作るのかは民間の自助努力でやっていくものだが、外交の面等で政府の協力は不可欠だった。しかし昨年経団連の提言を受け政府が民間機関の設立支援を打ち出して、VIPOは設立された。活動内容は人材育成、作品制作、起業、市場の整備それぞれの支援だが、特徴としては映画に限らず業界横断的に、業界・学界・官界の掛け橋となる、民間の法人だ。』と世界に向けてアピールした。また各国の映画振興機構からは各々の経験をもとに国境を越えた映画の在り方が提言された。

合同通信 2005年10月26日

全国Fコミッションコンベンション開催
文化庁主催で国際ネットワーク作り提言

アカデミーTIFF企画『文化庁映画週間 第3回全国フィルムコミッション(FC)・コンベンションーフィルムコミッション・国際ネットワークの新たな展開ー』(主催文化庁、共催全国フィルム・コミッション連絡協議会)が、10月25日午後2時から4時間にわたり六本木・アカデミーヒルズで開催された。

第1部『国内製作者プレゼンテーション』では安藤親広ROBOT映画部長(「海猿2」)、石田基紀クロッキアシネレーベル代表(「トニー滝谷」)、氏家英樹ラインプロデューサー(「血と骨」)が映画製作者の立場からフィルムコミッションに求める要望を提言、第2部『フィルムコミッション・ネットワークプレゼンテーション』では米AFCIのビル・リンドストロム、欧州EFENのリノ・ピッコロ、アジアAFNetのチェ・フィル、豪州AusFILMのロビン・ジェームズの各氏がそれぞれ各地域のFCネットワーク活動の現状と意義について講演、第3部『フィルムコミッション・ネットワークシンポジウム』では第2部の各プレゼンターと日本から北海道FCネットワークの米田裕昭氏がパネラーとしてFCの国境を越えた協働について提言、第4部『全国ロケ候補データベースFCIDB構築中間報告』では愛媛FCの泉谷昇氏が文化庁事業であるデータベース構築状況について報告が行われた。

合同通信 2005年10月28日

第1回『コミュニティCコンベンション』
文化庁主催、各地の上映活動関係者報告

アカデミーTIFF企画/文化庁映画週間のシンポジウム『第1回文化庁コミュニティシネマ・コンベンションーコミュニティシネマと日本映画の未来ー』が10月27日午後2時より5時間にわたり六本木アカデミーヒルズで開催された。主催文化庁、共催コミュニティシネマ支援センター、国際文化交流推進協会、ユニジャパン。

映画祭を含む各地の映画上映活動関係者が集まり、情報や意見交換、討論の場として今回初めて開催されたもので、第1部基調講演『プサン映画祭とプサン市の映画環境について』(キム・ドンホー プサン映画祭ディレクター)、第2部事例報告プレゼンテーション『銀行店舗を改修した市民映画館“深谷シネマ”』(埼玉県深谷市)『コミュニティシネマの映画館オープンから1年“シネマテークたかさき”』(群馬県高崎市)『まちなかのミニシアターにおけるコミュニティシネマ活動“京都シネマ”』(京都府京都市)『閉館した映画館を市民の力で改装オープン!“桜坂劇場”の試み』(沖縄県那覇市)『地域の映画館にできること“進富座”の挑戦』(三重県伊勢崎市)『公共活動の中のコミュニティシネマ“せんだいメディアテーク”』(宮城県仙台市)、第3部パネルディスカッション『コミュニティシネマは必要か』(前記プレゼン出席者と寺脇研文化庁文化部長)が行われた。

合同通信 2005年10月31日

東京国際映画祭の映画会談から

東京国際映画祭にあわせて、文化庁主催で映画振興に関する一連の会議が開かれました。それぞれ韓国の映画人がゲストとして発言し、参加者の注目を集めました。

一人は、「世界映画人会議」(十月二十三日)に招かれた、韓国映画振興委員会(KOFIC)のアン・ジョンスク委員長です。アン委員長は、映画振興をはかる立場から韓国映画成功の背景を語りました。

一人は、「世界映画人会議」(十月二十三日)に招かれた、韓国映画振興委員会(KOFIC)のアン・ジョンスク委員長です。アン委員長は、映画振興をはかる立場から韓国映画成功の背景を語りました。

アン委員長がまず強調したのは、映画振興を「ハリウッドと違い、国外市場を視野に入れていたわけではなく、まず国内の観客に楽しんでもらう」ようにしたこと。会議で、日本側がいかに国外で売り込むかを強調しただけ

に、予想外の発言ともいえました。

クォータ制生かす 民間監視団体発足

そのうえでアン委員長は、韓国映画が国内で『復活』し

観客が支持 政府が支える

韓国映画成功の背景と示唆

た歴史を紹介しました。実は、韓国映画の国内でのシェアは、一九九三年には15・6%にすぎず、大半をハリウッド映画が占めていました。それが二〇〇四年には50%をこえる急成長をとげたのです。

その背景として、アン委員長は、韓国の民主化をあげました。もともと韓国には自国映画の上映を義務づけるスクリーンクォータ制がありましたが、軍事政権下では機能していなかったといえます。八〇年代以降の民主化運動のなかで生まれた新たな作品を観客が支持し、かつスクリーン

その背景として、アン委員長は、韓国の民主化をあげました。もともと韓国には自国映画の上映を義務づけるスクリーンクォータ制がありましたが、軍事政権下では機能していなかったといえます。八〇年代以降の民主化運動のなかで生まれた新たな作品を観客が支持し、かつスクリーン

支援受けながらも 自律的映画祭運営

もう一人は、「文化庁コミュニティシネマ・コンベンション」(十月二十七日)に招かれた、釜山国際映画祭ディレクターのキム・ドンホーさんです。キム・ディレクター

二人は、日本の映画振興への支援について、控えめな表現ながら語りました。アン委員長は、「もっと日本のすばらしい作品を日本の観客にみてもらうような支援が必要」と指摘。キム・ディレクターは、官公庁の思惑だけですすめるのではなく、「映画団体の自律的な、独立性を生かした運営を配慮するのが正しい方向だ」と語りました。自国映画振興を成功させてきた発言だけに説得力があり、日本映画支援のあり方を考えるうえで示唆を与えるものでした。

クォータ制を機能させるための民間監視団体がつくられました。制度が存在するだけでなく、それをいかに映画人と国民の運動があり、民主化後の国の支援とあいまって力を発揮したといえます。

二人は、日本の映画振興への支援について、控えめな表現ながら語りました。アン委員長は、「もっと日本のすばらしい作品を日本の観客にみてもらうような支援が必要」と指摘。キム・ディレクターは、官公庁の思惑だけですすめるのではなく、「映画団体の自律的な、独立性を生かした運営を配慮するのが正しい方向だ」と語りました。自国映画振興を成功させてきた発言だけに説得力があり、日本映画支援のあり方を考えるうえで示唆を与えるものでした。

(辻慎一 党学術・文化委員会事務局次長)

ユニ 通信

2005 年
11 月 17 日 (木)
No.5073

1956 年 5 月 7 日 第三種郵便物認可
毎週月・木曜日発行 1ヶ月 ¥7,350 (税込)
発行：飯澤剛
編集：野本誠一 齋藤浩一

ユニ通信社

東京都千代田区神田司町 2-10
神田司町 AP ビル 2F 〒101-0048
TEL : 03-5256-1521
FAX : 03-5256-1525
E-mail : uni@uni-press.net

「第3回フィルム・コミッション・コンベンション」 テーマは「フィルムコミッション・国際ネットワークの新たな展開」 制作側にとってFCの存在は大きい

文化庁と全国フィルム・コミッション連絡協議会はこのほど、「第3回全国フィルム・コミッション・コンベンション」を、東京・六本木アカデミーヒルズで開催した。

これは、文化庁が日本映画の振興を図るため「文化庁映画週間— Here&There」を実施し



ているが、その一環として今年は東京国際映画祭の協賛事業として行われたもの。テーマは「フィルムコミッション・国際ネットワークの新たな展開」で、3部構成で行われ、第1部では「国内製作者がフィルムコミッションの求めるもの」と題して、ROBOT映画部部長の安藤親広氏（「踊る大捜査線 THE MOVIE」「踊る大捜査線 THE MOVIE2」「海猿」「交渉人 真下正義」「容疑者 室井慎次」「海猿 2」）、クロッキア・

シネレーベル代表取締役の石田基紀氏（「WASABI」「キル・ビル」「トニー滝谷」「ワイルドスピード 3」）、「血と骨」のライン・プロデューサーの氏家英樹氏をプレゼンテーターに迎えて行われた。

同コンベンションは、2003年10月に東京国立近代美術館フィルムセンターで第1回を開催、2004年には東京六本木のオリベホールにおいて第2回を開催し、今後のフィルムコミッションの在り方や、撮影関係者がより多くの場所で円滑に撮影を行うことを可能とするための規制緩和など撮影環境の整備について話し合うことを目的に開催している。

○「血と骨」でFCはどの段階で活用したのか？
氏家氏：時代物の撮影なので、ロケハンをしている段階で古い建物が何処にあるかを調べていたが、FCと相談をしながら同時進行で

制作を進めた。映画の制作はケースバイケースであるが、この映画はある程度大阪がメインの映画で、本来ならば全編大阪で撮影するところだったが、昭和の初期と現在の風景と



建物が違っているの、日本全国、各地でそれに見立てて撮影をさせていただいた。FCのメリットとしては沢山あると思う。特に、当然FCという組織がないところから撮影許可のための申請手続きは行ってきたが、FCができたことによって理解していただける味方がいるということだけでも、スタッフとしては大きなことである。そして、FCの紹介でロケ先に行っても、FCの人が同行していただだけで、少なくとも何しに来たかが分かっていただけるだけでも、スタッフとしてメリットがあると思う。

○FCのデメリットを感じたことは



氏家氏：私はFCのデメリットを感じたことはない。

石田氏：「トニー滝谷」の場合、芝居がどうできるかではなくて、どうやってこの映画のバックランドをつくっていくか、ということをお題において、みんなの撮ってきた写真からイメージしたのが、小さな丘があって、遠くの方まで見渡すことができれば良いということであった。「そこって何処だろう」となったときに、土地の形状、空の抜け方など含めて、横浜が良いのではないかという結論になった。この映画では、1ヶ所で約8ヶ所のロケーションを成立させるとして、1つの土地に四角舞台を建てて、舞台の東西南北の風景がそれぞれ違う場所をFCに探していた

だいた。一部は東京で撮らなければいけない箇所があったが、8割方がすべて同じ場所で違う風景を取り込んで撮影をしている。FCの人たちは、スタッフの一員としてすごく"気持ち"を感じた。FCはロケーションの引き出しの多さであり、重要なのはその土地の情報がどれだけあるかということである。そういう点で、FCは重要な役割を果たしてくれていると思っている。

安藤氏：「海猿2」は、8月の下旬から1ヶ月、宮崎と鹿児島でロケをした。600人の乗客と200台の車が乗っているフェリーが鹿児島沖で海難事故に会い、そのフェリーが沈んでいく中で、人を救出するという設定で、非常に人の協力が重要になっていた。そういう面では地元の人たちの協力があって助かった。また、多くの人や消防車・救急車が必要なことから、東京であればお金を払って人を雇えばよいが、地方ではそういうことがないので、FCの力を借りてリアルな作品を製作することができた。

○FCの良いところは

安藤氏：「リターナー」という作品で、後半にオイルリングのシーンがあり、使っていない火力発電所を使って撮影をした。シナリオを作成している段階で姫路のFCに「こういう場所はないか」と相談をし、使っていない火力発電所はどうかという提案があった。そこで現地を視察したところ、手を加えればロケ場所になるとして、シナリオを作成した。また、「交渉人 真下正義」では、地下鉄を利用するためにFCにお世話になったり、「容疑者 室井慎次」では新宿を撮影したかったが、警察から許可が下りないので、いわきの町で撮影をした。FCの多岐にわたる情報量の多さに大変助かった。日本の場合、ハリウッドとは違って潤沢に制作費があるわけではないので、知恵を使って制作していくことが

重要ではないかと思う。作品制作の中でどうしても、水のあるスタジオが必要であったが、室内にプールがあるスタジオは使い勝手が悪い。そこでどうしたかという、飛び込み台のプールを借りてセットを組み、水を入れて水中の撮影を行った。これも FC の力を借りて制作を進めた。制作していく過程でのアイデアや提案が FC からあり、逆に制作体制を知らない人の方が、色々な提案、発想が出てくることがある。そういうことが、制作する側にとっては有難いことである。

石田氏：撮影隊の目的は、やはり映画の撮影である。FC は観光課や観光振興課が発展して立ち上がっていると思うが、最終的な目的というのは町の活性化、経済の発展や地域復興ということがあると思う。そこは映画世界とは目的がまったく違っている。そこで如何にお互いが立場を理解しあうことができるか



である。同じ作品を両者で協力しあってやろうとしても、コミッションの方は最終的には地域であり、我々は地域よりも成功である。町ではそれを活かして何ができるかで、正直言って我々は町にとって何がメリットになるかはあまり考えていない。我々は、映画の撮影を如何にスムーズにさせるかがメインである。ロケ地をどう活かしていくかは、撮影隊が来るとなったとき、やはり FC のアイデアとプロデュース能力だと思う。FC の人たち



がどれだけ映画のスタッフになっていただけるかであるが、一方通行なのかなとも思う。

氏家氏：FCを通したことによって、大きなメリットがあったことの例をいうと、公共機関は色々制約があって、当然本来の目的以外の時間を費やすことになったり、作品の内容によっては貸さないということになるが、そうした問題が少なくなったと思う。

○製作者側が求めるFCとは

安藤氏：どこのFCにコンタクトをしたときにも、基本ベースは同じ認識で対応してもらえれば有難いと思う。例えば、ボランティアのスタッフもエキストラもちゃんと登録制になっていることは、非常に大事なことである。撮影をこうした場所ですしたいとお願いするときに、撮影場所が色々な管轄に分かれていて、1つの施設を借りるために許可をとるのが大変なので、各FCの方で窓口を1つにまとめられることができればと思う。法整備までは言わないが、「ここに言えば借りられる」とか、そうした手続きがショートカットできれば、大変有難いと思う。

石田氏：FCというポジションを統一すること、個人のスキルがすごく大事。別に映画に詳しいとか専門用語を知っているという問題ではなく、「この現場でFCは彼だ」と自信を持って言えるポジションになる人がその中に1人いると、また全然違うと思う。多くは、場所を紹介して終了というのがほとんど。FCはロケーションのコーディネイトではなく、スタッフの一員として考えなければいけないと思っている。例えば、美術館を借りたいというとき、「誰かさんが担当しているのだからその人が行ってください」で、そこから先は全部私たちがやる。それだと私

たちが必要とするFCは電話帳にしかなくなってしまう。FCと名乗るには、それだけのことをやることがあると思う。観光課なのかFCなのかの違いは大きいと思っている。これまで私がお世話になったFCは半分は観光課であった。そこが、これからどう変わっていくかが重要だと思う。

氏家氏：私たちにも問題は色々あると思うので、私たちはその地方なりに「撮影をさせていただく」という、そうしたスタンスでいることが大切ではないかと思う。当然、撮影が多い都市と、滅多に撮影に来ないという土地があつて一



概には言えないという部分がある。撮影が滅多に来ない慣れてない土地で大がかりな撮影をする場合、多くの人間と車が押し寄せるとなれば、ある意味でイレギュラーなお祭りが突然起こるというようなものである。多かれ少なかれ住民の人には迷惑がかかるし、それをすべての人が快く受け入れてくれているわけではないと言う状況も当然あると思う。

そこで円滑に撮影できるためには、やはりFCの力があると良いと思う。



そして〈現場のプロデューサーとか作り手側と、受け入れ側のFCの人たちと、話をしたり意見を交換したりする場というのがなかなかない。例えばこうしたシンポジウムで場を持ったりしてすることも貴重な機会の1つだと思う。今後もより良い作品が作れる状況、環境の構築を期待したい〉として、シンポジウムを閉会した。

文化庁映画週間公式記録 報告書

発行日： 平成18年3月25日
発行： 文化庁
編集： 株式会社ヒューマンメディア
東京都渋谷区神宮前3-6-5 2F
翻訳： 株式会社ディプロマット
協力： 財団法人日本映像国際振興協会（ユニジャパン）
社団法人日本映画製作者連盟
特定非営利活動法人映像産業振興機構
全国フィルム・コミッション連絡協議会
コミュニティシネマ支援センター
財団法人国際文化交流推進協会（エース・ジャパン）
CG-ARTS 協会（財団法人画像情報教育振興協会）
佐野恵津子
デザイン： 浅川友里江
印刷・製本： 公和印刷株式会社
©2006 文化庁 非売品

Bunka-Cho Film Week REPORT

Date of Publication: March 25, 2006
Published by: Bunka-Cho
Editor: HUMANMEDIA Inc.
3-6-5-2F Jingumae Shibuya-ku, Tokyo
Translation: Diplomatt Inc.
Contributors: UNI JAPAN
Motion Picture Producers Association of Japan
Visual Industry Promotion Organization
Japan Film Commission Promotion Council
Japan Community Cinema Center
Japan Association for Cultural Exchange (ACE Japan)
CG-Arts Society (Computer Graphic Arts Society)
Etsuko SANO
Design: Yurie ASAKAWA
Printed by: KOWA PRINTING CO., LTD
©2006 Bunka-Cho. Not for Sale

