

第8回 文化庁 映画週間 Here & There

Bunka-Cho Film Week 2011 – Here & There

公式報告書/Official Report

文化庁では、魅力ある総合芸術であり、かつ海外への日本文化発信の有効な媒体である日本映画の振興に、様々な観点から取り組んでいます。その一環として、映画をあらゆる角度から取り上げる「文化庁映画週間」を東京国際映画祭期間中に開催し、あらゆる立場の人々が映画を通じて集う場を提供しています。

今回、8回目となる「文化庁映画週間」は、優れた文化記録映画作品および永年にわたり日本映画を支えてこられた方々を顕彰する「文化庁映画賞贈呈式」や受賞作品による「受賞記念上映会」をはじめ、様々な映画人による「シンポジウム—MOVIE CAMPUS—」、映画関係者以外の著名人をナビゲーターに迎えた「映画ナビゲーターズ」を実施しました。

2012年3月

Bunka-Cho (Agency for Cultural Affairs) supports promotion of Japanese films from various viewpoints, including supporting film production, facilitating distribution and exhibition, as well as human resource development. As part of such efforts, Bunka-Cho holds the “Bunka-Cho Film Week” during the period of the Tokyo International Film Festival. It considers “films” from multiple angles and provides opportunities for many people involved with “films” to participate in the Film Festival.

This year, at the eighth occasion of the Bunka-Cho Film Week, the following events were held: an awards presentation ceremony to commend excellent documentaries and individuals who have supported Japanese films for many years, a commemorative screenings for prizewinners, and a symposium (“MOVIE CAMPUS”) with various people from the film industry. There was also a talk show event (“Film Navigators”) in which non-filmmaker guests served as “movie navigators.”

March, 2012





第24回 東京国際映画祭

映画でつながろう

第8回

文化庁映画週間

Here & There



会期:2011年10月22日(土)～10月29日(土) 会場:六本木ヒルズ+シネマト六本木
bunka-cho-filmweek.jp

平成 23 年度
文化庁映画賞



The Bunka-Cho
Film Awards 2011

文化記録映画部門

『ショージとタカオ』

『里湖 八郎潟物語』
さとみ

『夢と憂鬱 ～吉野馨治と岩波映画～』
けいじ

映画功労部門

岡安和子 (フィルムネガ編集) / 金田 正 (スチール) /
兼松照太郎 (映画撮影監督) /
小林七郎 (アニメーション美術) /
笹竹利行 (映画美術文字デザイン) /
高嶋利雄 (映画照明)

6

Documentary Film Category

Shoji & Takao

Satoumi Story of Hachiro Lake

Dream & Melancholy

—Yoshino Keiji and Iwanami Productions

12

Film Merit Category

Kazuko Okayasu (Negative Cutter) / Tadashi Kanada
(Stills Photographer) / Kitaro Kanematsu (Cinematographer) /
Shichiro Kobayashi (Animation Art Director) /
Toshiyuki Sasatake (Artwork Type Designer) /
Toshio Takashima (Film Lighting)

シンポジウム
— MOVIE CAMPUS —



Symposium

— MOVIE CAMPUS —

第一部:

20

Session 1:

「今、日本のアニメーション映画の
未来を考える」

パネリスト: 布川郁司 (一般社団法人日本動画協会 理事長 /
株式会社びえろ 代表取締役社長 / 東北芸術工科大学 客員教授) /
風早完次 (東映アニメーション株式会社 取締役 経営戦略本部
海外ライセンス事業部長兼海外戦略推進部長) /
沖浦啓之 (アニメーション映画監督) /
鈴木亜矢 (アニメーター) / 氷川竜介 (アニメ評論家)
モデレーター: 岡本美津子 (プロデューサー /
東京藝術大学 映像研究科アニメーション専攻 教授)

The Japanese Animation Industry
—Present and Future

Panelists: Yuji Nunokawa (Board Chairperson, The Association of
Japanese Animations / President, PIERROT Co., Ltd. / Visiting Professor,
Tohoku University of Art and Design) / Kanji Kazahaya (President and
COO, in addition to director of the International Department of TOEI
ANIMATION CO., LTD.) / Hiroyuki Okiura (Animation Film Director) /
Aya Suzuki (Animator) / Ryusuke Hikawa (Animation Critic)
Moderator: Mitsuko Okamoto (Producer / Professor,
Department of Animation, Graduate School of Film and New Media,
Tokyo University of the Arts)

第二部:

46

Session 2:

「映画でつながるために。
一風穴をあけつづける映画業界の挑戦者たち」

パネリスト: 阿部秀司 (映画プロデューサー / 株式会社阿部秀司事務所
代表取締役 / 株式会社 ROBOT 創業者・顧問) /
川村元気 (映画プロデューサー) /
梅津 文 (GEM Partners 株式会社 代表取締役 CEO)
モデレーター: 斉藤守彦 (映画ジャーナリスト / アナリスト)

The Challengers that Continue to Make
a Breakthrough in the Film Industry

Panelists: Shuji Abe (Producer / Executive Producer, Abe Shuji, Inc. /
Founder and Adviser, ROBOT COMMUNICATIONS INC.) /
Genki Kawamura (Producer) /
Aya Umezumi (President and CEO, GEM Partners Inc.)
Moderator: Morihiko Saito (Film Journalist / Analyst)

映画ナビゲーターズ



Film Navigators

『本田直之流・レバレッジ映画術』

ゲスト: 本田直之 (レバレッジコンサルティング株式会社
代表取締役社長兼 CEO)
モデレーター: Sascha <サッシャ> (J-WAVE ナビゲーター)

74

“Honda Naoyuki-Ryu: Leverage Eiga-Jutsu”
(Naoyuki Honda-Style Leverage Filmmaking)

Guest: Naoyuki Honda (President and CEO, Leverage Consulting, Inc.)
Moderator: Sascha (J-WAVE Navigator)

『忘れられない女たち』

ゲスト: 小島慶子 (ラジオパーソナリティ)
モデレーター: 松岡ひとみ (映画パーソナリティ)

88

Unforgettable Women

Guest: Keiko Kojima (Radio Personality)
Moderator: Hitomi Matsuoka (Movie Personality)

平成23年度文化庁映画賞 The Bunka-Cho Film Awards 2011

主催：文化庁 Organized by: Agency for Cultural Affairs (Bunka-Cho)



[写真上]

<前段左より>

岩崎雅典氏、小松弥生氏（文化庁文化部長）、迫本淳一氏（JAPAN 国際コンテンツフェスティバル実行委員会 副委員長）、近藤誠一氏（文化庁長官）、依田 巽氏（第24回東京国際映画祭 チェアマン）、井手洋子氏、桂 俊太郎氏

<後段左より>

岡安和子氏、金田 正氏、兼松熙太郎氏、小林七郎氏、笹竹利行氏、高嶋利雄氏



[写真下]

<写真左より>

贈呈式で挨拶をする、迫本淳一氏（JAPAN 国際コンテンツフェスティバル実行委員会 副委員長）、近藤誠一氏（文化庁長官）、依田 巽氏（第24回東京国際映画祭 チェアマン）

文化庁映画賞贈呈式

日時：2011年10月22日（土）18時00分～
会場：六本木ヒルズ「グランドハイアット東京」

文化庁映画賞受賞記念上映会

日時：2011年10月23日（日）10時30分～
会場：シネマート六本木 Screen 1

文化庁映画賞（優れた文化記録映画作品を顕彰する文化記録映画部門3作品および映画界で顕著な業績を挙げた者を顕彰する映画功労部門6名）の贈呈式を10月22日に、また翌10月23日には文化記録映画部門受賞作品の記念上映会を開催した。

Presentation Ceremony

Date: Oct. 22, 2011 (Sat) 18:00
Venue: Grand Hyatt Tokyo, Roppongi Hills

Commemorative Screenings

Date: Oct. 23, 2011 (Sun) 10:30
Venue: Cinemart Roppongi Screen 1

The awards presentation of the Bunka-Cho Film Awards (six people in the Film Merit Category, which recognizes the outstanding achievements of those working in the film industry, as well as three films for the Documentary Film Category, which recognizes outstanding cultural documentary films) took place on October 22. Commemorative screenings of the award-winning films were held on October 23.

平成 23 年度文化庁映画賞 受賞一覧

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）および我が国の映画界で顕著な業績を挙げた者（映画功労部門）に対する顕彰を実施している。

それぞれの選考委員会における慎重な審査の結果、文化記録映画部門では 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、各作品の製作団体に対して文化庁映画賞として賞状および賞金（文化記録映画大賞 200 万円、文化記録映画優秀賞 100 万円）が贈られた。また映画功労部門では 6 名が選定され、受賞者に対して文化庁長官から文化庁映画賞が贈られた。

文化庁映画賞 文化記録映画部門受賞作

文化記録映画大賞

『ショージとタカオ』



監督：井手洋子

製作：井手洋子

文化記録映画優秀賞

『里湖 八郎湯物語』



監督：岩崎雅典

製作：株式会社群像舎

『夢と憂鬱 ～吉野馨治と岩波映画～』



監督：桂 俊太郎

製作：記録映画「夢と憂鬱 — 吉野馨治と岩波映画」

製作委員会

文化庁映画賞 映画功労部門受賞者

岡安和子（フィルムネガ編集）

金田 正（スチール）

兼松照太郎（映画撮影監督）

小林七郎（アニメーション美術）

笹竹利行（映画美術文字デザイン）

高嶋利雄（映画照明）

平成 23 年度文化庁映画賞 選考委員

文化記録映画部門

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

映画功労部門

掛尾良夫（キネマ旬報映画総合研究所 エグゼクティブ・ディレクター）／華頂尚隆（一般社団法人日本映画製作者連盟 事務局 長）／出川三男（協同組合日本映画・テレビ美術監督協会 前理事長）／前田米造（撮影監督／日活芸術学院 専任講師）／山口康男（アニメーション評論家）

（敬称略・氏名 50 音順）

The Bunka-Chō Film Awards 2011 Winners

The Agency for Cultural Affairs (Bunka-Chō) has established the Bunka-Chō Film Awards in order to contribute to the progress and the development of Japanese film. There are two award categories: one is the Documentary Film Category, which recognizes outstanding cultural documentary films. The other is the Film Merit Category, which recognizes those who have contributed greatly to Japanese cinema.

Based on the deliberations of the respective selection committees, in the Documentary Film Category there were three films that received awards (one for the Documentary Grand Prize and two for the Documentary Award). Each film's producer was given a certificate of merit and a cash prize (2,000,000 yen for the Grand Prize and 1,000,000 yen each for the other two). In the Film Merit Category, six people were selected and given awards by the chief of the Agency for Cultural Affairs.

Bunka-Chō Film Awards: Winners of the Documentary Film Category

Documentary Grand Prize

Shoji & Takao



Director: Yoko Ide

Producer: Yoko Ide

Documentary Award

Satoumi Story of Hachiro Lake



Director: Masanori Iwasaki

Production company:

GUNZOSHA PUBLISHING CO., LTD.

Dream & Melancholy — Yoshino Keiji and Iwanami Productions



Director: Shuntaro Katsura

Production company:

Documentary Film "Dream & Melancholy: Yoshino Keiji and Iwanami Productions" Production Committee

Bunka-Chō Film Awards: Winners of the Film Merit Category

Kazuko Okayasu (Negative Cutter)

Tadashi Kanada (Stills Photographer)

Kitaro Kanematsu (Cinematographer)

Shichiro Kobayashi (Animation Art Director)

Toshiyuki Sasatake (Artwork Type Designer)

Toshio Takashima (Film Lighting)

The Bunka-Chō Film Awards 2011 Selection Committee

Documentary Film Category

Keiko Akechi (Editor-in-chief, Kinema Junpo) / Tomomi Katsuta (Journalist, Mainichi Newspapers) / Takeshi Tanikawa (Visiting Professor Graduate School of Political Science, Waseda University/Film Journalist) / Kiyomi Nakajima (Secretary General, Japan Association of Audiovisual Producers, Inc.) / Masaaki Nomura (Film Critic) / Mine Fujihisa (Broadcast Critic) / Izumi Yamana (Executive Committee Member, Sukagawa International Short Film Festival)

Film Merit Category

Yoshio Kakeo (Executive Director, Kinema Junpo Film Institute) / Naotaka Kacho (Secretary General, Motion Picture Producers Association of Japan, Inc.) / Mitsuo Degawa (Former Director, Association of Production Designers in Japan) / Yonezo Maeda (Director of Photography/Lecturer, Nikkatsu Visual Arts Academy) / Yasuo Yamaguchi (Animation Critic)



井手洋子監督

『ショージとタカオ』

Shoji & Takao

(2010/158min.)

監督：井手洋子 製作：井手洋子
Director: Yoko Ide Producer: Yoko Ide



©「ショージとタカオ」上映委員会

贈賞理由

1967年に茨城県・布川で起こった強盗殺人事件。その罪に問われ、29年間を獄中で過ごした桜井昌司さん（ショージ）と杉山卓男さん（タカオ）が仮出所してからの14年をカメラに収めたドキュメンタリー。このふたりが再審公判を勝ち取るまでの過程を軸に、社会にコミットしてゆく中年男の等身大がゆるやかに立ち上がる。冤罪、司法のあり方、失われた時間——等、深刻な問題を孕みながらも、それを決して声高に掲げることなくふたりに寄り添い、ふたりを凝視める視線が想定外の人間像を浮き彫りにするさまが出色。

（明智恵子）

Selection Committee Comments

The small town of Fukawa, Ibaraki suffered a robbery-murder in 1967. Accused of the murder, Shoji Sakurai and Takao Sugiyama spent 29 years in prison. This documentary follows the 14 years since they were released on parole. Revolving around their journey for a retrial, we witness the gradual emergence of two middle-aged men committed to their society. While it handles a variety of serious themes, including wrongful accusation, the legal process, and time lost, this masterful exposition humbly presents an unexpected view of humanity through its two main protagonists.

（Keiko Akechi）

上映会での挨拶

井手洋子 (監督)

映像の仕事をしている私に、桜井昌司さん（ショージ）と杉山卓男さん（タカオ）の支援者である知人から、たまたま支援コンサートの様子を撮影してくれと言われました。その時に初めておふたりが無罪だと訴えているのを知ったんです。それまで布川事件のことは全く知らなかった。冤罪に対して、一般的な興味ということぐらいでしかありませんでした。だからこの映画は最初から冤罪をテーマにしたわけではありません。支援コンサートはその時既に10年ぐらい続いていたので、おふたりに対してなぜこんなに多くの人がこういう支援活動を行っているのか、そして支援されているおふたりはどういう方たちなのかという興味が湧きました。それがこの映画の出发点です。

この映画を作っていて、司法と市民の距離がものすごく離れているのではないかと痛感しました。東京都民でも弁護士会館と検察庁が霞ヶ関の隣同士にあるということを知らない人が多い。「特別抗告」「確定審」などと言われても、その言葉の意味はよく分からない。だからこの映画で皆さんに少しでも司法に興味を持ってもらえるよう、裁判を追いかける構成にしたんです。

おふたりは全く証拠がないのにも関わらず逮捕されて、44年もの間市民権を奪われて過ごしてきた。映画を作っている途中で何度も挫折しそうになりましたが、それでも完成できたのはこの事実を皆さんに知ってもらいたいという気持ちがあったからです。おふたりはそういう厳しい状況に立たされていても、どこか明るい。社会経験がないということもあって、見た目はおじさんだけど心は20代のまま。すごくまっすぐでビュア。とても不思議な印象の方たちです。そのおふたりを通して、希望を持って生きていればいつか必ず救いの光が差すということを伝えたい。今、東日本大震災で厳しい体験をしている人はたくさんいると思いますが、同時代を生きる私たちにとってもおふたりの生き方というのは必ず共感を持ってもらえるのではないかなと思っています。



Comments at the Screenings

Yoko Ide (Director)

I usually make commissioned films for a living, and I happened to be asked by an acquaintance of mine to document some of the support concerts that were being put on for Shoji Sakurai and Takao Sugiyama. That was when I first learned that the two were maintaining that they were innocent. Up until then I knew absolutely nothing about the Fukawa incident, and I only had a general interest in the concept of false accusation. So I didn't exactly set out to make this film about that theme. What piqued my interest was that when I first became involved, the support concerts had already been going on for ten years, and I wondered about why so many people supported these two, and also about what they were actually like. That was the start of this film.

What I felt most strongly when making the film was how far apart the general public and the judicial world really are. Even among residents of Tokyo, I think there must be many people who don't know that the Tokyo Bar Association and National Police Agency are right next door to each other in Kasumigaseki. And most don't really understand legal terms like "*Tokubetsu Kokoku*" (special appeal) or "*Kakuteishin*" (final and binding decision). So in making this film, I hoped to encourage the public to take an interest in the legal system, if only even a little. That is why I structured the film to follow the trial.

Despite there being no concrete evidence linking these two men to the case, they were arrested, and were robbed of their civil rights for 44 years. There were many times during the filming that I felt that I wanted to give up. What drove me to complete the film was the desire to have everyone know the truth of this case. Even in such a difficult situation, the two of them were somehow cheerful. With no real experience working, the two look like old men, but they have the hearts of twenty-year-olds. They are so earnest and pure. They give an extraordinary impression. Through their story, I want to communicate that if you live with hope, at some point, eventually, help will come — the clouds will part and the sun will shine through. So many people have gone through hard times recently because of the Great East Japan Earthquake. I believe that everyone can really sympathize with the way these two have lived.





岩崎雅典監督

『里湖 八郎潟物語』
さとみ

Satoumi Story of Hachiro Lake

(2011/88 min.)

監督：岩崎雅典 製作：株式会社群像舎

Director: Masanori Iwasaki

Production company: GUNZOSHA PUBLISHING CO., LTD.



© 2011 GUNZOSHA

贈賞理由

“水1升到魚7号”、魚湧くといわれ、かつて琵琶湖に次いで日本で二番目に大きな湖だった八郎潟は、戦後の食糧増産を目的に、巨費を投じて干拓され、五分の一の調整池となる。その後も減反政策や水質の悪化など歴史の波に翻弄された八郎潟の全貌を、数々の動物映画の名作で定評のある岩崎雅典監督が丁寧に活写している。再生されつつある生態系に東日本大震災以降の微かな希望を見出すのは筆者だけだろうか。

(野村正昭)

Selection Committee Comments

Once the second largest lake in Japan, after Lake Biwa, and praised for its bountiful catch of fish, Hachiro Lake is now a reservoir measuring only a fifth of its former size; a considerable sum of money was invested to drain and reclaim land in order to increase food production after the war. Director Masanori Iwasaki, well-known for his animal films, has painted a vivid history of Hachiro Lake that recalls its storied past — from the policy of trimming rice production following reclamation to the decline in water quality. The gradually recovering ecosystem offers a sliver of hope following the Great East Japan Earthquake.

(Masaaki Nomura)

上映会での挨拶

岩崎雅典（監督）

私はこの映画の舞台となった八郎潟の近くの秋田県男鹿市で生まれて、高校まで過ごしました。干拓工事前の八郎潟にはよく遊びに行き、その頃のことは憶えていた。足で探ただけでもしじみが獲れたり、魚が手づかみで獲れたり。そういう体験をしていましたから、郷愁もあってできればいずれ八郎潟を舞台にした映画を作りたいという想いがありました。農業の問題は地元でもよく報道されていて、関心がある人は知っている。でも漁業、つまり湖からの視点で作ったテレビ番組や映画は今までなかったのではないかなと思います、この映画を作り始めました。今年（2011年）は東日本大震災があり秋田県では大きな被害はなかったけれども、同じ東北という意味ではやはり心の奥に引っかかるものがあります。ですからこの映画を観て「復興の希望が持てるような映画だ」と言ってくれた人がいたのは非常にうれしかったです。

これまで自分が作ってきた映画でもタイトルには気を遣ってきました。「里湖（さとうみ）」という言葉はまだ辞書にも載っていないと思います。今、里山は見直しをされていて、話題にもなっている。里山を復活させようと色々な試みがテレビなどでも紹介されて、写真集なども出版されている。里湖も人間と自然が関わってきたという意味で根本は同じなのではないかなと思います。八郎潟も人間の暮らしと非常に密接な繋がりがあった。だからこれからは里山だけでなく里湖にも注目してもらいたいなと思っています。

もともと私は野生動物が好きで、どうしてもその生態が気になる。だから今の八郎潟の動物の生態が一番驚いています。たぶん干拓工事を行った国も県も他の人たちも誰も予想しなかったことなのではないのかなと。自然の力は偉大だなと痛感しました。この映画はまだプロローグのような気がします。私も古希（70歳）を迎えてこれから先のことは分かりませんが、これで終わりではなくできれば八郎潟を舞台にした映画を作り続けていきたいなと思っています。



Comments at the Screenings

Masanori Iwasaki (Director)

I was born not far from Hachiro Lake, which is the setting of this film, in Oga City, Akita Prefecture. I lived there until high school. I used to go play around the lake before the government drained it, and I remember these times fondly. Back then, you could find clams by just looking at your feet, and you could catch fish with your bare hands. Having had that kind of experience and since this area is also my home, I have always thought that if I had the chance I wanted to make a film set in Hachiro Lake. Those with interest in the area know that the troubles of the agricultural sector are reported on a lot, but I don't think there has ever been a film or TV program made from the point of view of the fisheries industry, or rather the lake. Although Akita Prefecture didn't suffer that much damage during the Great East Japan Earthquake this year (2011), it's also located in Tohoku, and so I can't help but feel a deep connection to the event, and for this reason, I am so pleased to have heard from viewers that the film inspired them to have hope for reconstruction.

I have always been particular about the titles I use for my films. I don't think that the term "*satoumi*" is even in the dictionary. Right now a lot of people are talking about revitalizing *satoyama* (undeveloped woodlands in the Japanese countryside), and on TV you can see examples of so many different efforts that are going on for this. There have even been some books of photography published on the subject. I believe that the issue of *satoyama* and the issue of *satoumi* are fundamentally similar in the sense that they both involve the relationship between people and nature. There was once a deep connection between Hachiro Lake and the way people in the area lived. And for that reason I wanted people to consider the idea that we also have *satoumi*, that *satoyama* are not the only natural environments worth thinking about.

I have always like wild animals, and I have a persistent interest in their ecologies. So the thing that I was most surprised about was the ecology of the animals around Hachiro Lake. I have to think that this was something no one expected when they started draining operations, not the national government, not the prefectural government, and not anyone else. I really felt strongly the tremendous power of nature when I was making this film. And I have the feeling that this is just the prologue. I've reached my 70s, and I can't know what will happen in the future, but if I can, I want to continue making films around Hachiro Lake.



平成23年度文化庁映画賞

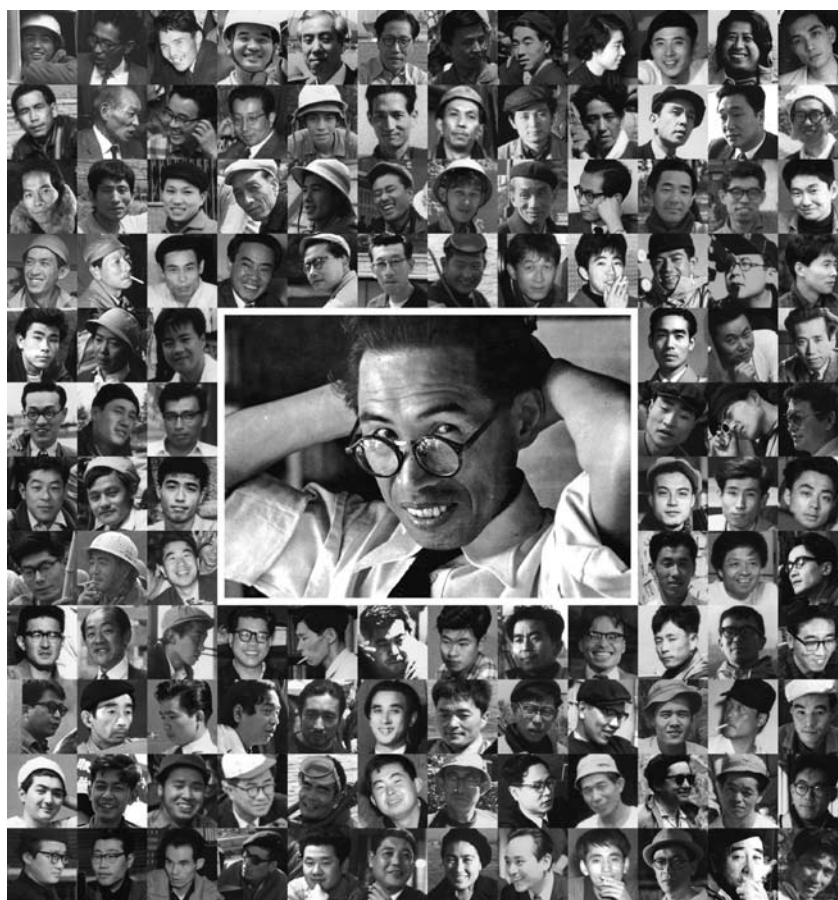
The Bunka-cho Film Awards 2011



桂 俊太郎監督

『夢と憂鬱 ～吉野馨^{けいじ}治と岩波映画～』
**Dream & Melancholy — Yoshino Keiji
and Iwanami Productions** (2011/122min.)

監督：桂 俊太郎 製作：記録映画「夢と憂鬱 — 吉野馨治と岩波映画」製作委員会
Director: Shuntaro Katsura
Production company: Documentary Film “Dream & Melancholy: Yoshino Keiji
and Iwanami Productions” Production Committee



© 記録映画「夢と憂鬱—吉野馨治と岩波映画」製作委員会

贈賞理由

記録映画保存センターが集めた資料を活用し、同センターと東京大学が共同製作した。優れた作品を残し、1998年に半世紀に及ぶ歴史の幕を閉じた岩波映画。その創設者吉野馨治と岩波映画の歩みを、資料映像と関係者の証言でたどる。理想と情熱にあふれた出発点、そこから輩出したキラ星のような人材。時代を映す作品群。そして科学を信奉しながら、スモンという病に侵された吉野の運命の皮肉。記録映画を切り口に、現代史の側面を描き出した。

(勝田友巳)

Selection Committee Comments

Jointly produced by the Documentary Film Preservation Center and the University of Tokyo, this film is based on the many resources assembled by the Center. Leaving a legacy of superb films, Iwanami Productions ended its half-century history in 1998. This film follows the history of its founder, Keiji Yoshino, and the company through images and the testimony of related individuals. Beginning with the company's birth out of idealism and passion and the notable personalities that got their start there, it traces the company's many films, which remain a valuable reflection of their time, and it concludes with the bitter irony of Yoshino's fate: The science he trusted could not save him from SMON (Subacute myelo-optic neuropathy), the illness that would take his life. From the vantage of documentary films, we are presented a page out of modern history.

(Tomomi Katsuta)

上映会での挨拶

桂 俊太郎 (監督)

この映画は、最初から映画にしようと思ってスタートしていません。吉野馨治さんというとても興味深い人物について自分が知っておきたいと思ったのが最初の動機です。岩波映画の関係者、特に吉野馨治さんを知っている方は皆さん 80 歳を超えています。だから映画ができあがった時の感想は、全く画面に華がないなど。ただ映画をご覧いただいたとおり皆さんとても元気で、まして自分たちが関わった作品について非常に強い誇りを持っている。インタビューに際しては皆さんに本当に話をよく聞いてもらいましたし、聞かせていただきました。私にとっては非常にためになるインタビューになりました。

これまで映画界では監督が注目され、その人の作品や生涯については様々な本もあります。でも映画は陰で支えた人、つまりプロデューサーの役割が非常に大きい。世間では“プロデューサーの時代”とも言われていますが、実際はそうなのではないと思います。そのプロデューサーの役割を全うされたに等しい吉野馨治さんが、いまだに無名である。だから世間の人たちに吉野馨治さんという人を紹介したいという気持ちがありました。そういう意味では岩波映画のスピリットの根幹には吉野馨治という人物のひとつの考え方みたいなものがある。それが様々な作用して、実は日本のドキュメンタリーが世界との繋がりを、国交性みたいなものがある程度進めたということとも言えるのではないかと考えています。

この映画は吉野馨治さんが亡くなった 1972 年で話は終わっています。次回作はその後の話を映画にしたい。ただ、これまで監督が注目を浴びていましたけれども、基本的には私はプロデューサーに焦点を当てた映画を作りたい。やはり映画作りというのは非常にお金のかかる話です。お金を集めたり、スタッフを集めたりして、映画の骨格作りをするプロデューサーにスポットを当てた映画を作って、ぜひプロデューサーの仕事というものをもう一度確認したいと思っています。



Comments at the Screenings

Shuntaro Katsura (Director)

I did not start off with the intention of making this into a film; rather, my motivation was to learn more about the fascinating Yoshino Keiji. Most everyone related to who knows about people from Iwanami Productions, and particularly those who knows Yoshino Keiji, is over 80 years old. That is why I thought the film lacked film appeal when it was finished. However, just as the film portrayed, everyone is really full of energy and tremendously proud of the films that they have been involved in. In the interviews everyone listened very carefully to what I said and shared a lot with me. The interviews were greatly beneficial for me.

Until now directors have been the center of attention in the film industry. There are even various books about the films and lives of certain directors. However, the person that works in the shadows to support the production of a film — i.e., the producer — is also in charge of a substantial role. Some have even referred to our day and age as the “era of the producer,” but I do not think that is accurate. Yoshino Keiji — a man that fulfilled a role tantamount to that of a producer — remains uncelebrated. That is why I felt the urge to introduce Yoshino Keiji to society. Seen in that light, it is the ideas of Yoshino Keiji that form the core of Iwanami Films’ spirit. I think it is safe to say that Yoshino’s ideas operated in various ways to actually allow Japanese documentaries to take on a certain degree of “diplomatic air” in their connection with the world.

This story in the film ends in 1972, the year that Yoshino Keiji passed away. For my next film I want to tell a story about the events after that time. At the same time, while the director has been the center of attention in the past, I want to make films that basically focus the spotlight on the producer. It is no secret that films take a lot of money to make. I hope to make films that draw attention to the person that is in charge of gathering funding and staff and putting together the supportive skeleton of the film — the producer — again drawing attention to the hard work for which producers are responsible.





岡安和子（おかやす かずこ） フィルムネガ編集

Kazuko Okayasu (Negative Cutter)

功績

昭和 30 年に日活撮影所製作部編集課にネガ担当として入社。前年に東京都調布市に新設された同撮影所は東洋のハリウッドと呼ばれる威容を誇っていた。ネガ編集とは作品の原基となる完成ネガを作製する映画製作の最後の工程であり、細心かつ丁寧な取組が必要とされる仕事である。同 45 年日活を退社後は、三船プロダクション等で活躍し、同 54 年に映画、テレビ等の映像編集会社、岡安プロモーションを設立し今日に至っている。担当作品に『戦国自衛隊』（斉藤光正 昭 54）『金田一耕助の冒険』（大林宣彦 昭 54）『楢山節考』（今村昌平 昭 58）『黒い雨』（今村昌平 平元）『あの夏、いちばん静かな海』（北野武 平 3）『うなぎ』（今村昌平 平 9）『ゴジラ 2000 ミレニアム』（大河原孝夫 平 11）『鏡の女たち』（吉田喜重 平 15）などがある。

Achievements

In 1955, Kazuko Okayasu entered the production department's editing division of Nikkatsu Studio as the head of negative cutting. Moved to Chofu City, Tokyo, the previous year, the film studio was lauded as the Hollywood of the East. A link in the post-production process, negative cutting involves cutting the film negative into its final, edited form, and requires meticulous, careful work. After leaving Nikkatsu in 1970 and working for a time at Mifune Productions, she founded Okayasu Promotions, a film and TV editing company, in 1979, where she has been ever since. Films she has worked on include *G.I. Samurai* (Kosei Saito, 1979), *The Adventures of Kosuke Kindaichi* (Nobuhiko Obayashi, 1979), *The Ballad of Narayama* (Shohei Imamura, 1983), *Black Rain* (Shohei Imamura, 1989), *A Scene at the Sea* (Takeshi Kitano, 1991), *The Eel* (Shohei Imamura, 1997), *Godzilla 2000* (Takao Okawara, 1999), and *Women in the Mirror* (Yoshishige Yoshida, 2003).



花束を受け取る岡安和子氏



金田 正 (かなだ ただし) スチール Tadashi Kanada (Still Photographer)

功績

昭和 34 年に松竹に契約者として入社、京都撮影所の宣伝部・スチール係に配属され、翌 35 年『命との対決』（酒井辰雄）でスチールマンとしての第一歩を記す。スチールは、ポスターのメインビジュアルはもちろん、チラシ、プレス、新聞広告などを飾る映画作品の分身であり、映画の宣伝に必要不可欠のツールである。同 37 年に大船撮影所に異動後も一貫してスチールを担当し、その後も大島渚、斎藤耕一、深作欣二、中村登、山根成之、野村芳太郎、木下恵介監督たちの名作の名場面を静止画で撮り続ける。なかでも、山田洋次監督作品に関しては「男はつらいよ」シリーズの第 41 作『男はつらいよ 寅次郎心の旅路』で初めてスチールを担当して以降、欠かせない存在となり、今も現役を続行中である。主な担当作品に『帰って来たヨッパライ』（大島渚 昭 43）『思い出の指輪』（斎藤耕一 昭 43）『君が若者なら』（深作欣二 昭 45）『愛と死』（中村登 昭 46）『同棲時代—今日子と次郎—』（山根成之 昭 48）『砂の器』（野村芳太郎 昭 49）『新・喜びも悲しみも幾歳月』（木下恵介 昭 61）『男はつらいよ 寅次郎心の旅路』（山田洋次 平元）『おとうと』（山田洋次 平 22）がある。

Achievements

Tadashi Kanada entered Shochiku in 1959 as a contracted employee and was assigned to the Kyoto studio's advertising department as the head of stills photography. The following year marks his first step as a stills photographer in *A Showdown against Life* (Tatsuo Sakai). Stills are an invaluable element of film promotion, being adopted in the main visuals of posters, flyers, press releases, and newspaper advertisements. After transferring to the Obuna studio in 1962, he fully headed up their stills, and took photographs for a great number of famous directors, including Nagisa Oshima, Koichi Saito, Kinji Fukasaku, Noboru Nakamura, Shigeyuki Yamane, Yoshitaro Nomura, and Keisuke Kinoshita. His long-term involvement with Yoji Yamada, continuing even today, began on the 41st installment of *Otoko Wa Tsurai Yo* (*Otoko Wa Tsurai Yo: Tora-San Goes to Vienna*). Additional projects of his include *Three Resurrected Drunkards* (Nagisa Oshima, 1968), *The Wonderful Ones* (Koichi Saito, 1968), *If You Were Young: Rage* (Kinji Fukasaku, 1970), *Love and Death* (Noboru Nakamura, 1971), *Living Together: Kyoko and Jiro* (Shigeyuki Yamane, 1973), *Castle of Sand* (Yoshitaro Nomura, 1974), *Big Joys, Small Sorrows* (Keisuke Kinoshita, 1986), *Otoko Wa Tsurai Yo: Tora-San Goes to Vienna* (Yoji Yamada 1989), and *About Her Brother* (Yoji Yamada 2010).



花束を受け取る金田 正氏





兼松熙太郎 (かねまつ きたろう) 映画撮影監督

**Kitaro Kanematsu
(Cinematographer)**

功績

昭和 32 年に松竹大船撮影所撮影課に入社。厚田雄春、小杉正雄師などに師事。小津安二郎監督の晩年の名作『彼岸花』（昭 33）『お早よう』（昭 34）『秋日和』（昭 35）の現場につく。他にも『秋津温泉』（吉田喜重 昭 37）『乾いた花』（篠田正浩 昭 39）『紀ノ川』（中村登 昭 41）などの作品に従事した。同 45 年退社後に撮影監督となり、劇映画、テレビ映画、CF、大型映像などを手がけて幅広く活躍する。この間、日本映画撮影監督協会にあっては、同 63 年に理事に選出され、その経営の健全化に貢献、平成 10 年には副理事長、同 14 年には理事長に就任した。日本映画の国際化と人材育成を主眼とした事業を多く提案し、なかでも、協会自らが後継者の育成を目指した「撮影助手育成塾」の立ち上げに尽力、塾長を務めるなど主導的立場でプロジェクトをリードしている。同塾は今年度で 8 期目を迎え、高い評価を受けている。主な映画作品に、『冒険者たち』（白井高瀬 昭 50）『渚の白い家』（斎藤耕一 昭 53）『不良少年』（後藤幸一 昭 55）『海よお前が一帆船日本丸の青春一』（蜷川幸雄 昭 56）『生きてはみたけれど 小津安二郎伝』（井上和男 昭 58）『自由な女神たち』（久世光彦 昭 62）がある他、多くのジャンルをこなしている。

Achievements

Kitaro Kanematsu entered the film division at the Shochiku Ofuna studio in 1957, where he studied under Yuharu Atsuta and Masao Kosugi. He worked on Director Yasujiro Ozu's final masterpieces, *Equinox Flower* (1958), *Good Morning* (1959), and *Late Autumn* (1960). Additionally, he was also involved on *Akitsu Springs* (Yoshishige Yoshida, 1962), *Pale Flower* (Masahiro Shinoda, 1964), *The Ki River* (Noboru Nakamura, 1966), etc. In 1970, he left Shochiku and became a cinematographer, and worked on numerous projects, from feature film and TV films to commercial film and large-scale images. During this time, he was elected as director of the Japanese Society of Cinematographers in 1988, and worked diligently to bolster the organization's management. In 1998, he was elected as vice chairman of the board of directors, and in 2002, he was elected as chairman of the board of directors. He proposed many projects that aimed to expose Japanese cinema to the world and train personnel. He also helped establish a training seminar to foster new assistant cinematographers, which was initiated to train the organization's own successors. In addition to being head of the training program, he found himself in many positions of leadership. The seminar celebrates its eighth term this fiscal year amidst high acclaim. Spanning many genres, his major film projects include *The Adventurers* (Takase Usui, 1975), *White House on the Shore* (Koichi Saito, 1978), *Troubled Youth* (Koichi Goto, 1980), *You, the Sea: The Early Years of Nipponmaru* (Yukio Ninagawa, 1981), *I Lived, But...* (Kazuo Inoue, 1983), and *Carefree Goddesses* (Teruhiko Kuze, 1987).



花束を受け取る兼松熙太郎氏



小林七郎 (こばやし しちろう) アニメーション美術

Shichiro Kobayashi (Animation Art Director)

功績

昭和 41 年に東映動画に入社。同 43 年有限会社小林プロダクションを設立し、TV シリーズの名作といわれる「ガンバの冒険」(昭 50) を初め、アニメーション史に残る数多くの名作を手懸けた。常にアニメーションの新しい美術の在り方に挑戦し創造し続けた姿勢は次代の担い手にも影響を与え、指導者としても、現在第一線で活躍する多くの優秀な美術監督を輩出しており、アニメーション界への貢献は非常に大きい。平成 20 年からは、神戸芸術工科大学の客員教授も務めている。主な映画作品に『ルパン三世 カリオストロの城』(宮崎駿 昭 54)『家なき子』(出崎統 昭 55)『あしたのジョー 2』(出崎統 昭 56)『うる星やつら 2 ビューティフル・ドリーマー』(押井守 昭 59)『冒険者たち ガンバと 7 匹のなかま』(出崎統 昭 59)『タッチ 背番号のないエース』(杉井ギサブロー 昭 61)『少女革命ウテナ アドゥレセンス黙示録』(幾原邦彦 平 11) などがある。

Achievements

Shichiro Kobayashi entered Toei Douga in 1966. He established Kobayashi Productions in 1968, and released numerous animation masterpieces, including the famous TV series “The Adventures of Gamba” (1975). His persistence to challenge the animation art form has become a great influence on the next generation. His contributions to the animation world are immense, training numerous prominent art directors. Since 2008, he has been a visiting professor at Kobe Design University. His major works include *Lupin the Third: The Castle of Cagliostro* (Hayao Miyazaki, 1979), *Nobody's Boy: Remi* (Osamu Dezaki, 1980), *Tomorrow's Joe 2* (Osamu Dezaki, 1981), *Urusei Yatsura 2: Beautiful Dreamer* (Mamoru Oshii, 1984), *The Adventurers: Ganba and His Seven Friends* (Osamu Dezaki, 1984), *Touch: The Ace without a Number* (Gisaburo Sugii, 1986), and *Adolescence of Utena* (Kunihiko Ikuhara 1999).



花束を受け取る小林七郎氏



笹竹利行（ささたけ としゆき） 映画美術文字デザイン

Toshiyuki Sasatake (Artwork Type Designer)

功績

昭和33年東宝に入社し、撮影所の美術課に配属となる。以降50余年にわたり、字書き一筋で様々な文字を手掛けてきた。字書き（映画美術文字デザイン）とは、映画の画面に映る文字を書く職種で、タイトル、看板、標識、文書や書状など様々な文字を手掛ける仕事である。多様な書体をこなし、字型やバランスの美しさが評価され、多くの作品を担当し、今もなお現役で話題作に携わっており、またその仕事を通して、若手助手の育成にも努めている。主な作品に、『天国と地獄』（黒澤明 昭38）『居酒屋兆治』（降旗康男 昭58）『帝都物語』（実相寺昭雄 昭63）『陰陽師』（滝田洋二郎 平13）『ALWAYS 三丁目の夕日』（山崎貴 平17）『武士の一分』（山田洋次 平18）『母べえ』（山田洋次 平20）『沈まぬ太陽』（若松節朗 平21）などがある。

Achievements

Toshiyuki Sasatake entered TOHO in 1958 and was placed in the studio's art department. In the fifty-some years since, he has been devoted to letter and character design. The art of film title design specializes in creating the letters and characters that grace the film screen —from the title and displays to signs, documents, and notes. A master of a multitude of font styles, highly praised for his beautiful characters and their balance, he is still involved in production today, in addition to training young assistants. His main works include *High and Low* (Akira Kurosawa, 1963), *Izakaya Choji* (Yasuo Furuhashi, 1983), *Tokyo: The Last Megalopolis* (Akio Jissoji, 1988), *Onmyoji* (Yojiro Takita, 2001), *Always: Sunset on Third Street* (Takashi Yamazaki, 2005), *Love and Honor* (Yoji Yamada, 2006), *Kabei: Our Mother* (Yoji Yamada, 2008), and *The Sun that Doesn't Set* (Setsuro Wakamatsu, 2009).



花束を受け取る笹竹利行氏



高嶋利雄 (たかしま としお) 映画照明

Toshio Takashima (Film Lighting)

功績

北辰電機製作所での勤務を経て、昭和 20 年東宝撮影所に入社し、照明助手となる。昭和 32 年の豊田四郎監督の『夕嵐』で照明技師を務めて以降、岡本喜八、本多猪四郎、千葉泰樹、古沢憲吾、堀川弘通、森谷司郎監督ら、東宝作品 54 作品を担当した。昭和 44 年の日本映画照明技術者協会（後 日本映画・テレビ照明協会）の発足に際しては出版担当の理事となり、機関誌「映画照明」（後「映像照明」）の発行に尽力した。平成 2 年から同 5 年までは事務局長を務め協会運営に手腕を発揮した。また、日本映画学校（現 日本映画大学）で講師を務めるなど、後進の育成にも力を尽くした。主な担当作品に、『結婚のすべて』（岡本喜八 昭 33）『モスラ』（本多猪四郎 昭 36）『二人の息子』（千葉泰樹 昭 36）『キングコング対ゴジラ』（本多猪四郎 昭 37）『君も出世ができる』（須川栄三 昭 39）『さらばモスクワ愚連隊』（堀川弘通 昭 43）『潮騒』（森谷司郎 昭 46）『八甲田山』（森谷司郎 昭 52）などがある。

Achievements

After working at Hokushin Electric Works Limited, Toshio Takashima entered TOHO Studios in 1945 as a lighting assistant. After working as a lighting technician on Director Shiro Toyoda's *Evening Calm* in 1957, he worked on 54 films for TOHO, alongside many great directors, including Kihachi Okamoto, Ishiro Honda, Yasuki Chiba, Furusawa Kengo, Hiromichi Horikawa, and Shiro Moritani. Upon the founding of the Japanese Society of Lighting Directors in 1969, he became the director of publications, working hard to bring about the release of their bulletin, "Image Lighting." Serving as executive director from 1990–1993, he was heavily involved in the management of the society. Additionally, he was dedicated to the education of the next generation, serving as an instructor at the Japan Academy of Moving Images (currently the Nippon Eiga Daigaku). His main works include *All About Marriage* (Kihachi Okamoto, 1958), *Mothra* (Ishiro Honda, 1961), *Different Sons* (Yasuki Chiba, 1961), *King Kong vs. Godzilla* (Ishiro Honda, 1962), *You Can Succeed, Too* (Eizo Sugawa, 1964), *Goodbye, Moscow* (Hiromichi Horikawa, 1968), *The Sound of the Waves* (Shiro Moritani, 1971), and *Mt. Hakkoda* (Shiro Moritani, 1977).



花束を受け取る高嶋利雄氏



贈呈式・上映会でのスナップ／ Photos from the Presentation Ceremony & the Screenings



シンポジウム—MOVIE CAMPUS—

Symposium—MOVIE CAMPUS—

主催：文化庁 共催：公益財団法人ユニジャパン
協力：一般社団法人日本動画協会／
一般社団法人日本アニメーター・演出協会
会期：2011年10月28日(金) 13:00～18:00
会場：六本木アカデミーヒルズ 49 タワーホール
料金：入場無料 ※事前申込み制

Organized by: Agency for Cultural Affairs (Bunka-Chō)
Co-organized by: UNI JAPAN
Supported by: The Association of Japanese Animations /
Japan Animation Creators Association
Date: Oct. 28, 2011 (Fri) 13:00–18:00 Venue: Roppongi
Academyhills 49 Tower Hall Fee: Free <Guests Only>



開催趣旨

「シンポジウム —MOVIE CAMPUS—」は国内外の映画製作活動や上映活動において、新しい取り組み事例や旬な映画文化の流れをアカデミックな視点で紹介するシンポジウムである。本年度は“映画でつながろう”をキャッチフレーズに、二部構成で実施。第一部では、アニメーションに焦点をあて、アニメーション映画の製作において、これから求められているもの、取り組むべき課題、目指すべき方向についてディスカッションを行った。また、第二部では、映画の力を見つめ直しつつ、新たに人と映画をつなげる取り組みやその可能性を探った。

第一部：「今、日本のアニメーション映画の未来を考える」

パネリスト：布川郁司／風早完次／沖浦啓之／

鈴木重矢／氷川竜介

モデレーター：岡本美津子

第二部：「映画でつながるために。」

— 風穴をあけつづける映画業界の挑戦者たち —

パネリスト：阿部秀司／川村元気／梅津 文

モデレーター：斉藤守彦

Symposium Theme

MOVIE CAMPUS is a symposium that introduces new approaches or film culture movements from an academic point of view. Our theme for this year is “Connecting People through Films” and it consisted of two parts. In part one, we focused on animation and what the animation industry needs, as well as the challenges that face the industry. The panelists also discussed the direction that the industry should be heading in. In part two, we discussed the power of films, and looked at various approaches that are being made to connect people and films, and the possibilities that these approaches hold.

Session 1: The Japanese Animation Industry — Present and Future

Panelists: Yuji Nunokawa / Kanji Kazahaya /

Hiroyuki Okiura / Aya Suzuki / Ryusuke Hikawa

Moderator: Mitsuko Okamoto

Session 2: The Challengers that Continue to Make a Breakthrough in the Film Industry

Panelists: Shuji Abe / Genki Kawamura / Aya Umezu

Moderator: Morihiko Saito



シンポジウム —MOVIE CAMPUS—：第一部

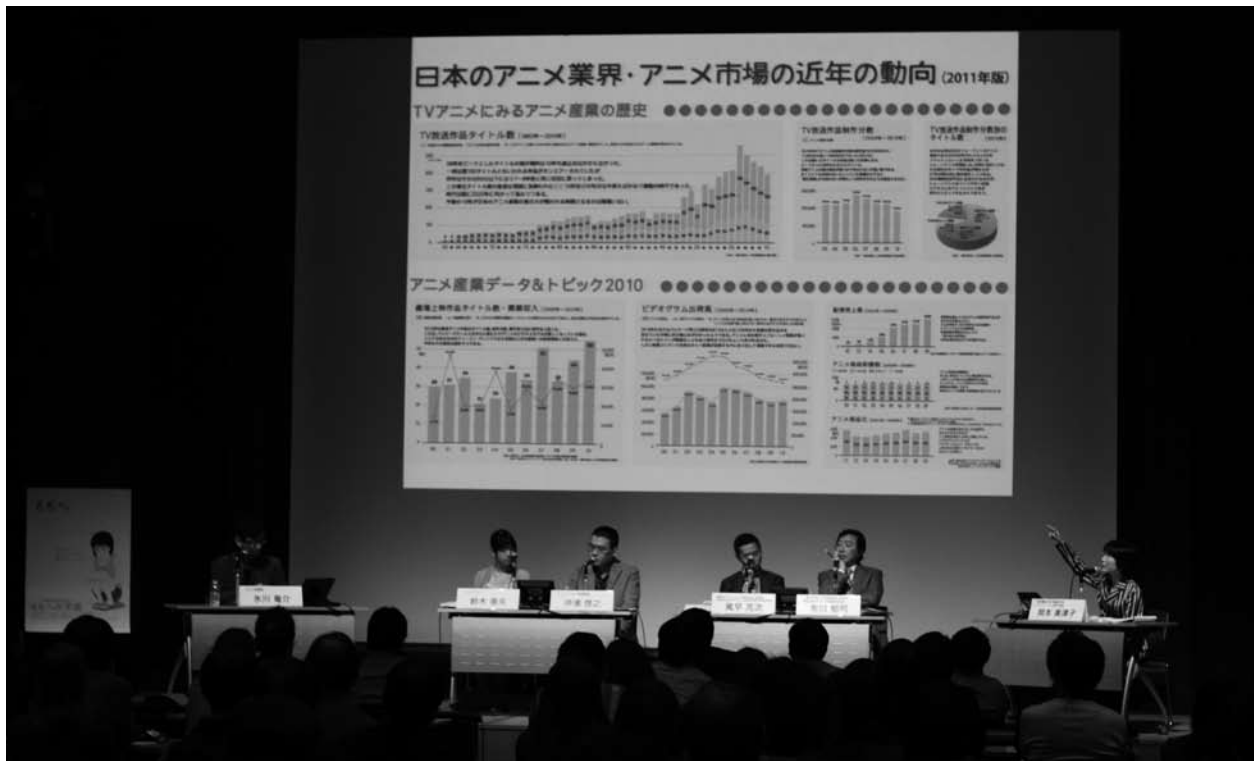
「今、日本のアニメーション映画の未来を考える」

パネリスト：布川郁司（一般社団法人日本動画協会 理事長／株式会社びえろ 代表取締役社長／東北芸術工科大学 客員教授）／

風早完次（東映アニメーション株式会社 取締役 経営戦略本部 海外ライセンス事業部長兼海外戦略推進部長）／

沖浦啓之（アニメーション映画監督）／**鈴木亜矢**（アニメーター）／**氷川竜介**（アニメ評論家）

モデレーター：岡本美津子（プロデューサー／東京藝術大学 映像研究科アニメーション専攻 教授）



司会：皆様、大変長らくお待たせいたしました。ただ今より「シンポジウム —MOVIE CAMPUS—」を始めさせていただきます。

この「シンポジウム —MOVIE CAMPUS—」は、国内外の映画の製作活動や上映活動において、新しい取り組み事例や旬な映画文化の流れをアカデミックな視点で紹介するシンポジウムです。本年度は“映画でつながろう”をキャッチフレーズに二部構成で開催いたします。第一部ではアニメーションに焦点を当て、アニメーション映画の製作においてこれから求められているもの、取り組むべき課題、目指すべき方向性などについてディスカッションを行います。そして第二部では映画の力を見つめ直しつつ、新たに人と映画をつなげる取り組みや、その可能性を探ってまいります。

それでは、初めに主催者を代表いたしまして、文化庁文化部長小松弥生よりひと言ご挨拶を申し上げます。

小松：皆様こんにちは。本日はお忙しいところ「シンポジウム —MOVIE CAMPUS—」にご参加いただきまして、誠にありがとうございます。それから開催準備や運営にご尽力をいただいておりますユニジャパンの皆様、またご協力をいただきました日本動画協会、ならびに日本アニメーター・演出協会の皆様、そして関係者の皆様に心からお礼を申し上げます。

文化庁では日本映画の製作や海外発信への支援、そして人材育

成やフィルム保存など日本映画の振興に様々な方向から取り組んでおります。その一環といたしまして東京国際映画祭の開催期間中に、映画製作活動や上映活動において新境地を切り開くような取り組みや映画文化について語り合っていただくシンポジウムを開催することといたしました。

先ほど司会の方からお話がありましたように、本年度は“映画でつながろう”をキャッチフレーズに実施いたします。今日はワクワクするようなお話が聞かせていただけるのではないかと考えております。

また、既にご覧になっていただいたかと思いますが、会場の外には東日本大震災の復興に向けて映画を通じて取り組みをしておられる「シネマール東北」の活動をご紹介します。ぜひご覧いただき、このような取り組みへのご理解とご支援をお願いしたいと思います。

最後にこのシンポジウムが皆様にとりまして実り多いものとなり、また今後の日本映画の振興・発展につながっていくこととなりますことを祈りまして私の挨拶とさせていただきます。今日はどうもありがとうございます。

司会：ありがとうございました。

それでは第一部「今、日本のアニメーション映画の未来を考える」



第一部 パネリスト：



布川 郁司（一般社団法人日本動画協会 理事長／株式会社びえろ 代表取締役社長／東北芸術工科大学 客員教授）

1947年山形県生まれ。1967年日本デザインスクール卒業後、アニメーターとしてアニメーション会社朋映プロ入社。その後、虫プロ、スタジオジャックなどを経て、竜の子プロダクションに入社。アニメーターから演出家となる。約6年の竜の子時代を経て、1977年4月にスタジオびえろを発足、「みつばちマーヤ」などを手がける。1979年5月には株式会社スタジオびえろ設立に至る。

最初の作品「ニルスの不思議な旅」から数えておよそテレビシリーズ72作品以上、映画15タイトルを製作している。2002年5月の日本動画協会設立時に監事に就任し、以後も協会活動に深く関わる。2003年に常務理事、2007年には副理事長を歴任後、2009年5月より理事長に就任、現在に至る。



風早 完次（東映アニメーション株式会社 取締役 経営戦略本部 海外ライセンス事業部長兼海外戦略推進部長）

1985年伊藤忠商事株式会社入社。日本初のケーブルテレビ局TITUS Communications設立に参画。2004年東映アニメーションに入社し、国際部長として海外ライセンス展開を担当。東映アニメーションの海外展開にあわせ、欧米亜のライセンス子会社の役員を兼務。2011年2月の組織改変に伴い、海外ライセンス事業部長兼海外戦略推進部長として、海外でのライセンス展開担当に加え、海外企業との共同製作を推進。



沖浦 啓之（アニメーション映画監督）

1966年大阪府生まれ。1982年作画スタジオ、有限会社アニメアールに入社。1984年テレビシリーズ「星銃士ビスマルク」で初作画監督。映画『AKIRA』（1988年 大友克洋監督）『ピーターパンの冒険』『老人Z』（1991年 北久保弘之監督）などの原画を務め、1991年上京。1992年の映画『走れメロス』（おおすみ正秋監督）でキャラクターデザイン・作画監督・絵コンテを担当。1995年には映画『GHOST IN THE SHELL／攻殻機動隊』（押井守監督）でキャラクターデザイン・作画監督を経て、初監督となる映画『人狼 JIN-ROH』を2000年に発表。ポルト国際映画祭1999での最優秀アニメーション賞・審査員特別大賞受賞をはじめ、他映画祭でも各賞を受賞。翌2001年には『カウボーイビバップ 天国の扉』（渡辺信一郎監督）でオープニングの絵コンテ・演出・原画で参加。2004年に映画『イノセンス』（押井守監督）でキャラクターデザイン・作画監督・原画を担当し、その後最新作『ももへの手紙』（2012年4月公開）へ着手。監督作品としては2作目となる。



鈴木 亜矢（アニメーター）

イギリスでアニメーションを学び、国際的に活躍するアニメーター。英国のボーンマス芸術大学（The Arts Institute at Bournemouth）で映画・アニメーションを専攻。2005年、学士号を取得。卒業製作作品『Wooden Island』はフランスのアヌシー国際アニメーション映画祭（フランス）、広島国際アニメーションフェスティバル、KROK 国際アニメーション映画祭（ロシア）、ANIFEST 国際アニメーション映画祭などで上映され、数々の賞にノミネートされる。卒業後、ジャンゴフィルムズに所属し、いくつかのシルヴァン・ショメ監督作品に関わる。4年間および長編アニメーション映画『イリュージョニスト』（2010年）のアニメーターを務め、同作品の絵コンテも担当する。2010年、東京に移住。マッドハウスにて今敏監督の『夢みる機械』の作画に取り組む。現在はアニメーターとして細田守監督の最新作『おおききこどもの雨と雪』（2012年7月公開予定）の作画を担当。客員講師として定期的に美術大学や専門学校で教えていて、イラストレーターとしての経験もある。



氷川 竜介（アニメ評論家）

1958年兵庫県生まれ。東京工業大学電気電子工学部卒業。在学中からアニメ特撮マスコミで、カメラマン、アルバム構成、執筆などの活動を行う。IT系企業での技術者・管理職経験を経て文筆業として独立。雑誌やビデオグラム、Webなどに多角的な解説文を提供。テレビ番組「BS アニメ夜話」では「アニメマエストロ」のコーナーを担当。バンダイチャンネルのネット配信作品解説、池袋コミュニティ・カレッジで講師を務めるなど多方面で活躍中。著書に「20年目のザンボット3」（太田出版）「アキラ・アーカイヴ」（講談社）など。



モデレーター：

岡本 美津子（プロデューサー／東京藝術大学 映像研究科アニメーション専攻 教授）

東京藝術大学大学院映像研究科アニメーション専攻教授。1987年NHK入局。NHK編成局、衛星ハイビジョン局などで番組開発やデータ放送、インターネット、携帯コンテンツの開発等を行う。2000年からデジタルアート作品の公募番組「デジタル・スタジアム」のチーフプロデューサーとして、若いクリエイターの才能発掘、育成に努める。2010年、佐藤雅彦氏とNHK教育テレビ番組「2355」「0655」を立ち上げ、そのチーフプロデューサーを務める。

を始めさせていただきたいと思います。モデレーターは東京藝術大学大学院映像研究科アニメーション専攻教授、岡本美津子先生です。それでは岡本先生、どうぞよろしくお願いいたします。

岡本: 皆様、ようこそお越しいただきました。私は今ご紹介に預かりました東京藝術大学大学院映像研究科アニメーション専攻で教授をしております岡本美津子でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

この第一部では「今、日本のアニメーション映画の未来を考える」という非常に壮大なテーマを掲げておりますが、目的はアニメーションの現状と課題を整理して、将来に向けて何かしらのヒントをパネリストの5人で探っていこうということです。今日は非常に豪華なパネリストの皆さんをお招きしておりますので、まずはそのパネリストの皆さんをご紹介しますと思います。

まず、布川郁司さんです。布川さんは日本動画協会の理事長であり、アニメ製作会社ぴえろの代表取締役社長も兼任しておられます。布川さんご自身はアニメーターのご出身でもありますから、今日は現場レベルの話からマネジメントにいたるところまで、幅広いお話が聞けるものと私もすごく期待しております。布川さん、どうぞよろしくお願いいたします。

布川: 私自身、約40年以上もアニメーション業界におります。業界では“生きた化石”と呼ばれつつありますけれども、色々な時代を切り取った経験則の中から今日はお話できればと思いますので、よろしくお願いいたします。

岡本: 次は風早完次さんです。風早さんは伊藤忠商事に入社し、2004年に東映アニメーションへ転職。国際部長として海外ライセンスの展開および国際共同製作などをご担当されています。風早さん、どうぞよろしくお願いいたします。

風早: ここにいるパネリストの皆さんと違って、私はどちらかというと言業畑の人間です。そういう意味では“売る”という観点での話がかかなり多くなるかと思えます。クリエイターであるパネリストの皆さんからすると「何だ、この野郎!」と思う場面もあるかもしれませんが、よろしくお願いいたします。

岡本: 次は沖浦啓之監督です。沖浦監督は2000年に『人狼 JIN-ROH』を監督。2004年の『イノセンス』ではキャラクターデザイン、作画監督、原画を担当。そして今年(2011年)は新作である『ももへの手紙』が完成したばかりと伺っております。日本でも数少ないオリジナル作品で勝負できる監督だと、実は密かに敬愛しておりました。どうぞよろしくお願いいたします。

沖浦: 今日はきっと現場の代表として呼んでいただいたんだと思いますが、だいぶしどもどろになってしまうと思いますので、よろしくお願いいたします。

岡本: 次は鈴木亜矢さんです。鈴木さんはイギリスの大学を卒業して、そのイギリスでシルヴァン・シヨメ監督の長編映画『イリュージョニスト』のキーアニメーターを務められました。その後、日本に帰っていらっちゃって、今敏監督の『夢みる機械』の製作に参加。そして現在は、細田守監督の最新作『おおかみこどもの雨と雪』(2012年7月公開予定)の作画を担当していらっしゃいます。どうぞよろしくお願いいたします。

鈴木: まだまだ駆け出しのアニメーターで、こんな若造がこの場にいいのかしらと思っていますが、海外と日本の生の現場を知っている人間として参加させていただいております。よろしくお願いいたします。

岡本: 次は水川竜介さんです。水川さんは知人ぞ知るアニメの評論家でいらっしゃるしまして、文化庁の「若手アニメーター育成プロジェクト」の公式ライターとしても積極的に参加していただいております。水川さん、どうぞよろしくお願いいたします。

水川: 私はアニメ評論家と名乗っていますが、どちらかというと観客と作り手を文字などでつないでいくマスコミの仕事をずっとやっております。実は2013年が『鉄腕アトム』がテレビで放送されてから50周年となります。その『鉄腕アトム』が放送された時は5歳。アトムから始まったアニメが子供だけではない観客層に大きく広がった作品『宇宙戦艦ヤマト』は、16歳の時に見ていました。

そういう日本のアニメーションの半世紀にわたる歴史を受け手としても享受してきましたし、また色々な現場の方ともお付き合いをしてきました。アニメを見てきた立場として、もう50年も経っているんだったら、その先の未来を考えなければいけない時期だと認識しておりますので、このようなテーマのシンポジウムに参加させていただくことに大きな喜びを感じております。よろしくお願いいたします。

岡本: 今日は5つのパートに分けて進めさせていただければと思います。ひとつ目が、日本のアニメーション映画の企画開発力をさらに高めていくにはどうしたらいいのかという「企画開発について」。それから、今後さらに製作体制を改善していくためにはどうことができるのだろうかという「製作体制・方法について」。それから、日本のマーケットが少子化の影響もあり、さらに縮小していく中で、アニメーション映画の海外展開力を高めていくためにはどうしたらいいのかという「海外展開について」。それから、やはり若手を育成しない産業に未来はないと私も考えておりますが、若手の育成について現場の皆さんがどう考えていらっしゃるのかという「人材育成について」。それから、最後の5番目といたしまして、一企業・一学校などではなかなかできない「アニメーション業界全体の基盤整備について」もぜひ議論をしていきたいと思えます。パネリストの皆さん、どうぞよろしくお願いいたします。

「企画開発について」

岡本: まず、ある共通項を持つふたつの映像を会場の皆さんにご覧いただきたいと思えます。沖浦監督の最新作『ももへの手紙』とスタジオぴえろの最新作『鬼神伝』の予告編です。

<『ももへの手紙』『鬼神伝』予告編上映>

岡本: どちらもすばらしいですね。沖浦監督、『ももへの手紙』の公開はいつですか？

沖浦: 来年(2012年)の4月下旬です。

岡本: すごく楽しみにしています。『鬼神伝』はもう既に公開をされていて、非常に話題を呼んだ作品です。何が共通項かはおいおい議論の中でお話させていただくとして、まずこちらのグラフ(資料①)をご覧くださいと思います。

左上のグラフはテレビ放送作品のタイトル数のグラフです。グラフはどんどんと右肩上がりに上がっていたと思いきや、2006年をピークに右下に下降の一途を辿っています。左下のグラフは劇場アニメの公開タイトル数の変化です。こちらは年によって製作のタイトル数の凸凹はありますが、大きな傾向として右肩上がりということが言えるかと思えます。テレビアニメは少子化の影響などが大きいと言われて、急激に減っている一方で、劇場アニメは以外と堅調だということがふたつのグラフでお分かりになるかと思えます。ここで水川さんに聞いてみたいんですけども、日本の劇場アニメは今ど

岡本: 先ほど氷川さんがおっしゃったように、日本の長編アニメ映画の中でオリジナルの単発作品というのは製作数もまだまだ少ないと思いますけれども。

氷川: このシンポジウムのテーマに“未来”という単語が付いていますが、未来とは何かというと、過去に見たことがないものが未来なんですよ。ということはオリジナルであるということが、アニメの未来にとってもものすごく重要になってくるのではないかと思います。

岡本: 布川さんに伺いたいんですけど、『鬼神伝』は小説が原作だと伺っています。それを監督や脚本家をはじめとするスタッフの皆さんが非常に消化して作った、ある意味で単発オリジナル作品であると言えると思うんですけども、一方で私も楽しみに観ている「NARUTO —ナルト—」シリーズはマンガ原作である。マンガ原作とオリジナル原作の両方で作品を作っている立場として、それぞれの長所・短所はどういったものがあるとお考えでしょうか？

布川: マンガ原作でも、オリジナル原作でも、もとはやはり「どうしてもこの作品を作りたい!」というクリエイターの熱い想いみたいなものが、我々経営者サイドに伝わってはじめて製作に着手するところがあります。

『鬼神伝』はアメリカとの合作です。合作はスタジオぴえろ自体も初めての経験でした。『鬼神伝』は日本独特の非常にファンタジー性の強い作品だけに、シナリオを作る段階、ストーリーを作る段階でアメリカ側とかなりもめたんですね。日本とアメリカではモノを作っていくステップが違いますから。良いか悪いかは別として、日本はわりと勢いで作っていく。アメリカとは時差もあって、完成までにものすごく時間がかかってしまいました。この作品で国をまたいでモノを作っていくことの大変さを我々はすごく感じざるを得なかった。そういう意味ではとても勉強になりました。それから、公開が今年（2011年）の4月だったので、3月に東日本大震災がありましたから、全くプロモーションができなかったのも悔いが残ります。でも、押井守監督が「『鬼神伝』は良かったよ!」と言ってくだったので、安堵しましたけれども。

岡本: 風早さんに伺います。海外で作品を販売する場合、オリジナルであることのメリットはどういうところにあるのでしょうか？

風早: 日本のアニメは、どちらかというとターゲットが絞られてしまう。広く子供たちに受け入れられるのは、ディズニー的なアニメですね。そういった状況の中で、スタジオジブリ作品は日本のオリジナルアニメとして非常にがんばってくださっていると思います。スタジオジブリ作品は、ファミリーに訴えていて、偏っていないところが受け入れられている要因なのではないでしょうか。

日本のアニメが海外展開する時にまず認識しなければいけないのは、日本のアニメは非常に偏った見方をされているということ。そうした状況で、日本のアニメのオリジナル性を伝えるというのはものすごく大きなエネルギーが要る。その時大事なものは、実はそれぞれのクリエイターの方が「俺は絶対にこの作品を作ってやるんだ!」という強い気持ちだと思います。その強い気持ちを最後まで貫くことによって、オリジナル性のある作品はできていくのかなと。オリジナル作品が、これからの日本のアニメ文化を支える重要な柱となるのは間違いない。ただ、それは片手間でできない。相当なエネルギーをもって臨まないと、そのオリジナル性は伝わらないと思います。

岡本: マンガ原作の作品は、監督のデビューを支えてきたという事実もあります。例えば細田さんが『劇場版デジモンアドベンチャー』でデビューしたり、原恵一さんが「クレヨンしんちゃん」で鮮烈な

作品を作られた。マンガ原作が果たしてきた役割にはいいところもあると思っています。布川さんのスタジオぴえろでは、マンガ原作とオリジナル原作のバランスは今後どうしていこうと考えていらっしゃるのでしょうか？

布川: その質問の答えになるか分かりませんが、日本は手塚治虫先生の時代から、わりとマンガ家の先生がアニメのプロダクションを起こしたんですね。それがルーツになっているところがあって、日本のアニメを語る上ではどうしてもマンガを切り離すことができません。

もちろん、日本のアニメーションには色々なジャンルがありますよね。それこそ41年間ファミリー層を支えてきた「サザエさん」というのも、まさに日本のひとつの大きなアニメーションの歴史ですし。「サザエさん」から始まって「ドラえもん」や「アンパンマン」など、いわゆるファミリー層を取り込んだひとつのジャンルがある。それから玩具メーカーとタイアップしたジャンル。代表的な作品で言えば、「ガンダム」などがその成功例として上げられます。次にマンガを原作としたジャンルがある。最近増えてきた、深夜に放送されているアニメというジャンルもある。これだけ幅広いジャンルが日本のアニメにはあります。

先ほどのグラフにありましたとおり、テレビで年間195タイトル、映画で年間55タイトルの作品が実際に作られている。日本動画協会は70社近くの会社が加盟していますが、70社がすべて製作会社とは限らないので、この数をどれだけのプロダクションが製作しているのかは分かりません。だから、アニメ業界にいる私自身、この数には驚かざるを得ない。世界が広いとはいえ、これだけの数を日本一国で担っているというのは、やはり海外から見れば脅威なのではないかという気がします。

グラフにもテレビで放送されたタイトル数が減少傾向にありましたけれども、これは本当に減少しているのだろうか。ノーマルな状態に戻り始めているのではないかという見方もあるんですね。数だけを見れば一番ピークになった時がアニメーション業界として一番いいのかというと、製作会社としては必ずしもそうではない。そうやって乱造して、結果的には作品の寿命を縮めてしまったという事実もありますし。作品の製作数の適正規模というのはなかなか難しいと思います。

当社は基本的にテレビアニメをメインに作品を作っていますが、やはり今テレビのオリジナル作品を作るのはなかなか厳しい。少子化もあり、玩具メーカーも昔ほどの勢いがなくなっている。だから、玩具メーカーとタイアップしたオリジナル作品もなかなか考えづらい。深夜に放送されているアニメは大体ビデオ化して売り出すことが前提となっていますが、そのビデオ業界も高止まりにきている。スポンサーも不況で決まらない。だから今、様々な理由で非常にテレビアニメを作りづらい、ビジネスとしては成立しづらい状況にあると思います。

ただ、やはり沖浦さんをはじめ、オリジナルで勝負できるアーティスト、監督が何人か出てきている。そういうひとつの熱、エネルギーが出てきたということは、それをどうビジネスにつなげていくかという課題があるにしても、日本のアニメーションの将来にとっては光明なのではないかなと思っています。

岡本: 沖浦さんは監督として、クリエイターとして、企画開発力を高めていくためには、どういったことを考えていけばいいと思っていますでしょうか？

沖浦: どうですかね。普段は何も考えていないんですよ（笑）。僕の場合はまた少し事情が特殊だと思います。自分の描く絵柄が



非常に地味なので、自分が描けるような作品が、自分が参加してありがたいと思ってもらえる作品が世の中になんというの、作品を企画する大きな理由としてあります。何が何でも自分たちで作品のベースとなる部分をコントロールできるようにしておかないと、自分に楽しく描ける状況を用意してあげられない。まず僕の場合は、作品を作り始めると自分で描かなければいけない。それが大前提となっていますので、その絵で自分と自分に近い感覚を持っている人たちが活かせる環境をどう作るかということも、作品を作る上では重要になってきます。

岡本: 沖浦監督に「どうして『ももへの手紙』の原作を考えられたのですか?」と聞いた時に、「自分のやりたいと思った世界を描きたいいい原作があったら、それをやったはずだ」と。「でもそれがなかったんで、自分で考えたんです」とおっしゃられたのがすごく印象的でした。むしろこれを世の中の人に訴えたい、世の中に出したいというパッションがすごく伝わってくるご発言だなと思ながら話を伺っていました。クリエイターの強いパッションと、それを支えていかなければいけないという経営者側の想いがすごくうまく噛み合っ、企画開発体制はより発展していくのではないかなと考えさせられました。

「製作体制・方法について」

岡本: 次に「製作体制・方法について」という議題に移らせていただきます。まずは鈴木重矢さんのご担当された『イリュージョニスト』の映像をご覧になっていただいて、議論に入りたいと思います。

<『イリュージョニスト』予告編上映>

岡本: この映画を拝見した時、アリス(『イリュージョニスト』のメインキャラクター)の本当に切ない、すごく無垢な姿に感動しました。アリスの絵を、まさかこんなに若いかわいらしい女性が担当していらしたとは、その時は全く思いもしませんでした。鈴木さんのように20代でメインキャラクターのキーアニメーターを担当するというのは非常に大抜擢な人選だと思います。鈴木さんはどうしてシルヴァン・ショメ監督のアニメーターという地位を獲得できたのですか?

鈴木: 私はイギリスの大学でアニメーションを勉強していたんですけど、大学からの薦めもあって夏休みなど長期の休みになると、アニメーションフェスティバルに参加していました。それで、広島国際アニメーションフェスティバルに、英語もできるということで通訳のボランティアとして参加した時に、シルヴァンの通訳を担当したのが最初のきっかけです。

その時、シルヴァンはちょうど『イリュージョニスト』の企画を考えていた頃でして、イギリスでアニメーターを探していると。私はイギリスに住んでいて、アニメーションを勉強しているということで、自分の作品を観せたところ気に入ってくださいます。ぜひ、アリスのコンテからデザインまで担当してほしいということになりました。日本と違ってイギリスはキャラクターシステム、つまりひとりのアニメーターがひとつのキャラクターに付くという考え方なんです。そうして2年間、シルヴァンと共に作業をしていました。

岡本: 今の話を伺って少しびっくりしています。シルヴァン・ショメという既に有名な監督に自ら売り込まれるわけですよね? そういうことは、イギリスでは当たり前なんですか?

鈴木: イギリスでは、スタジオから人を探すということはあまりありません。よほど有名なアニメーターだったら別ですけども。仕事は、例えばアヌシー国際アニメーション映画祭などのアニメーションフェスティバルへ行って、自分で探す。自分で自分をPRしなけ

れば仕事は見つかりません。

アニメーターは基本的に皆、自分の作品のポートフォリオと自分の原画のデモ・リールは持っています。イギリスではそれがアニメーターの命なので。まず自分で自分をプロモートできない人間は、海外のアニメーション業界で仕事をするのは難しいですね。

岡本: 今日の会場の中にもクリエイターを目指している学生さんがたくさんいらしていると思うんですけども、海外でアニメーターが仕事を得るのはかなり厳しい状況なんですね。

アニメーションは監督がひとりで作るわけではない。プロデューサーが作るわけでもない。むしろ皆で作っていくからこそ、スタッフィングがすごく重要な課題だと思います。その辺を沖浦監督に伺ってみたいんですけども、『ももへの手紙』のスタッフはどのように考えて構成されたんでしょうか? かなりのお歴々も参加されていると伺っていますが。

沖浦: やはりその時考えられる作品に合う、『ももへの手紙』だったら『ももへの手紙』に合っていると思われる人材をまずチョイスさせてもらいます。まずはそのスタッフを、自分が勝手に思い描く。その人たちにプロデューサーと一緒に声がけをして、会ってもらって話をする。スケジュール的にその人が担当できるのかどうかとか。ほとんどは監督とプロデューサーで動いてスタッフを集めていくというのが、普通なのではないかなと思うんですね。

氷川: アニメファンの間では、“スーパー・アニメーター”とか“カリスマ・アニメーター”という呼ばれ方をしている人がいるんですけど、『ももへの手紙』には、恐らくそのアニメーターのベストテンを上げたら、そのうちの7人ぐらいが入っているようなスタッフのラインナップです。

サブ監督は『千と千尋の神隠し』の安藤雅司。作画として井上俊之(『AKIRA』ほか)と井上鋭(『猫の恩返し』ほか)、本田雄(『崖の上のポニョ』ほか)、そして西尾鉄也(『人狼 JIN-ROH』ほか)と『サマーウォーズ』の作画監督である青山浩行という、アニメに少し詳しい方だったら皆さんのけぞるような錚々たるメンツなんですね。

岡本: 鈴木さんと以前にスタッフィングのお話をさせていただいた時に、日本のアニメーターの場合、スタジオから仕事の依頼が来るということがすごくびっくりしたとおっしゃっていましたけれども。

鈴木: そうですね。スタジオのほうから連絡が来て、お仕事のお話をいただいた時は、日本はアニメーターにとっては天国みたいなところだなと思いました(笑)。グラフで見せていただいたように、日本はまだ作品の数が多いい。アニメーターもいっぱいいるけど作品の数もある。海外では手書きのアニメーション作品の数は本当に少ないんです。ヨーロッパでも数本という感じで。アニメーターの数と作品の数のバランスが非常に悪くなっている。絵がうまくても仕事が取れないという人たちがいっぱいいるんですよ。

『イリュージョニスト』は、海外の作品では珍しく、本当に腕のいいアニメーターが揃いました。その腕のいいアニメーターたちの前の仕事が、手書きのアニメーションではないというケースのほうは実は多かった。皆3Dの仕事をしていたり、イラストレーションに移っていたり。人によっては本当にアニメーションの仕事がなくて、バスの運転手をしていたという人もいました。だから、自分のポートフォリオとデモ・リールを作って自分からアプローチしていかないと、海外では仕事が取れないという状況があるんですね。

布川: 今年(2011年)の東京国際アニメフェアが主催する東京ア

ニメアワードの公募作品でグランプリを獲ったのが、すばらしい作品（『Trois Petits Points』）で。それを作ったのがアリス（Alice Dieudonne）という、まだ20代で大学を卒業したばかりのフランス人女性でした。

この間、授賞式に参加するために彼女は来日して、その時に色々な話をしました。「大学を卒業して、今は何をやっているんですか?」と聞いたら、「仕事がない」と。「でも、フランスは国からお金をもらって色々な作品を作れるんじゃないですか?」と聞いたら、「いや、フランスではアニメなんて産業としては非常に小さい」と言っていて。少し驚きでした。外で観ているのとは中でやっている人たちというのは、やはり違うんだなと思いましたよ。

岡本:でも、ポートフォリオだけではその人が本当にどこまでできるのか、その力量が分かりにくいですね。マネージャーの立場としては、その辺のリスクがあると思うんですけど、布川さんはどう思われますか?

布川:今年（2011年）6月に初めてアヌシー国際アニメーション映画祭へ行ってまいりました。その時、フランスのゴブラン映像学校の生徒の作品を観る機会があったんですけども、絵のうまさにもうびっくりしまして。20代前半の若さで、あれだけ絵のうまい人、画力のある人は、あまり会ったことがありませんでしたから。日本の学校と海外の学校ではかなりレベルが違うんだなと思いました。その学生のひとりである先ほどのアリスが今年の東京アニメアワードでグランプリを獲ったんですけど。やはり、皆日本のアニメが大好きで、日本のアニメにすごく憧れを持っているんですね。

どうなのでしょう。我々の仕事はコミュニケーションを通わせなければ成立しない仕事ですから、そこにどうしても言葉や表現の壁があると障害になる。昔から比べればその壁は低くなったとはいえ。アニメーターと打合せするというのは、ひとつのニュアンスを伝える仕事ですから、やはり使っている言語が違ってたり、文化が違ってたりすると、なかなかそれを伝えづらいというものもあるんじゃないかなと思っているんですけど。鈴木さんはどう思われますか?

鈴木:時々日本のスタジオで仕事をしていまして、海外に比べると言葉の壁というのが、日本ではメンタルな壁のように感じるんですね。

『イリュージョニスト』の場合は、イギリスのエジンバラにスタジオがあったんですけど、イギリス人のアニメーターはほとんどいませんでした。半分ぐらいがスペイン人で占めていて、そのスペイン人たちはほとんど英語が話せなかったんです。スタジオが人材を募集した時に、英語が話せることは条件として必要なかったんですね。腕さえあればいいという。基本的に海外では日本のシステムのように、絵コンテがあって、それを皆に配って、読み合って描くという方法ではなく、アニメチックという絵コンテを撮影したものを見ながら、打合せをするという流れなんです。だから、アニメーターには言葉が必要ないんですね。

岡本:アニメチックは日本語で言うと、いわゆる動画コンテですよな。

鈴木:そうです。動画コンテを見れば、相手だってプロフェッショナルなアニメーターなので、はっきり言って言葉がなくても伝わるんですよ。アニメーターが持っているプロの勘が働く。どうしても日本の場合は「日本語が話せなければ、一緒に仕事はできない」となってしまう。私の海外の友達も、皆日本で仕事をやりたがっているんですけど、日本語が話せないから仕事を得ることができない。日本にはそういうメンタルなブロックがあると思っています。

岡本:今、アニメチックという動画コンテ主体の製作プロセスの話がありましたが、沖浦監督に日本の製作プロセスについて、お話いただければと思うんですけども。

沖浦:日本のアニメーションの場合は基本的にシナリオライターが書いたシナリオを元に演出家、これは監督とイコールの場合が多いんですが、演出家が絵コンテというものを描きます。アニメの絵コンテは、映像作品として作り出す前に編集がほぼ終わっている。そこがアニメと実写の違いの違うところだと思います。

その絵コンテの段階で編集を大雑把にやってしまわなければいけません。このカットはこういうことをしているという絵に、何をやっているという文章と、そのカットに必要な台詞などが書き込まれた、作品1本分の絵コンテを用意します。それを元に、各アニメーターや背景の美術や撮影など、色々なスタッフと打合せをします。絵コンテにないところは監督が口頭や身振り手振りで、これはこういうことだと説明をしてアニメーターに描いてもらう。それが監督の思い描いているものと少し違っていたら、改めて指示を出して修正してもらう。そうやって完成させていくのが、日本のプロセスだと思うんですが。

岡本:そうすると、絵コンテに書いてある説明や台詞は、すべて日本語で書かれているということですよね?

沖浦:もちろん、そうですね。

岡本:もうひとつ鈴木さんに伺いたいのは、イギリスでも大学や大学院を卒業したての若いアニメーターが現場に入ってくると思うんですが、現場での育成はどのようにされているのでしょうか?

鈴木:『イリュージョニスト』だけでなく、イギリスのアニメ業界はほとんどがそうなんですけれども、新人というのは大体アニメーション・アシスタントというポジションから仕事を始めます。日本で言うと第二原画を担当する人。わりと特定のアニメーターに付くというシステムを取っています。

アニメーターはもちろんそれなりに腕のある人ですから、アシスタントが付くのだったら自分の仕事はアシスタントに任せるので、その人を育てるというよりも自分の仕事を任せからうまくやってもらわなければ困るという考えです。だから、例えアニメーター自身にアシスタントを育てようという意識がなくても、自然と人を育てるようなシステムにはなっているんですね。

岡本:自分の責任の範囲内でアシスタントを使って、担当した仕事を仕上げなければいけないということですよね。沖浦監督、イギリスではキャラクターごとにアニメーターを立てるということなんです、日本の場合はどうなんですか?

沖浦:日本にそのシステムはないですね。これは元々が恐らく東映動画の長編作品の頃からのシステムが受け継がれていると思うんですが、当時からシーンごとにアニメーターが分かれていた。ここは宮崎駿さんのシーンだとか、ここは小田部羊一さんのシーンだとか、ここは大塚康生さんのシーンだとか。いまだに語り継がれるような名シーンと呼ばれているものが生み出されているように、シーンごとにアニメーターが分かれていました。なぜなんだろうかね。分からないんですけど(笑)。

鈴木:単価のシステムだと、どうしてもシーンごとにアニメーターを分けなければいけないと思います。イギリスではスタッフの大多数が会社に属して給料をもらっていて、単価のシステムはほとんどありません。



布川:それと、時間の問題もあると思います。先ほどのグラフにもありましたが年間 55 本も作っているんですよ。スケジュールが厳しい中、何本も作品を抱えている現場で、果たしてイギリスのようなシステムが成立するのだろうかという、恐らくしないでしょうね。やはり当社の場合でも現場は日々忙殺されている。単価ということもあるかもしれませんが、そういう時間の問題から日本のようなシステムにならざるを得なかったというのが、恐らく圧倒的な要因ではないかなという気がしますけどね。

氷川:日本では、そのカット単位で担当者が決まっていて、ともかく担当するカットが終了すれば仕事は完結する。それを最終的に編集された絵コンテどおり、パズルのようにはめていくんですよ。そういう作業工程の中ではアニメーターもカット単位で仕事が完結していたほうがいい。キャラクターごとに担当を決めると、例えばその担当者の仕事が遅れたら、そのパズルが埋まらないということが起こる。そのような事態は、現在の量産体制の中ではなかなか厳しいので、シーンごとに分けているという事情があると思います。劇場アニメとテレビアニメで違いはあると思いますけどね。

岡本:日本の場合は、そういうカットごとに割っていく製作体制、プロセスから言うと、なかなか後進まで育てていくところまで手がおよびにくいというのと、やはり総量の問題がある。製作本数が多すぎて、現場は新人を探るというリスクもなかなか抱えづらいということですかね？

鈴木:海外では、アニメーターはアシスタントに簡単なカットから少しずつ任せていく。作品に参加することでやはり上手になりますから、アシスタントから始めてアニメーターになっていった人たちもたくさんいます。私も日本のシステムで何十カットも担当させていたけど、時々自分で描いていてこれは本当に難しいなと思うカットや、半日で描けてしまうような簡単なカットまであるんですよ。

私は日本のシステムにも海外のシステムにも長所・短所はあって、どちらが正しいということはないと思っています。ただ日本のシステムだと、このカットは原画を目指している人が担当したほうがいいんじゃないの？と思うような仕事が、ちょこちょこ入っていたりする。そのほうが原画を目指している人にとっては勉強になるし。つまり、日本のシステムでは自分がやらなくてもいいと思われる仕事もやらなければならない。そこがマイナス点だと思います。

『イリュージョニスト』では、アリスというキャラクターを 4 年間追いかけていました。そうすると、2 年ぐらいで「この女は嫌だ。この顔はもう描き飽きた」となる(笑)。違うものが描きたいのに描けない。それが海外のシステムのマイナス点ですね。アニメーターの精神が力尽きてしまうんですよ。

岡本:それを聞くとそれぞれの製作体制やプロセスの成り立ちは歴史的な経緯など様々な要因があるんでしょうけれど、どちらが良い悪いという問題ではなくて、日本のほうが効率を重視した結果、こうなったということも言えるんですかね？

氷川:あともうひとつ言えることは、海外ではやはりアニメーターがアクター(役者)であるという認識がすごく強い。ディズニーなどもそうです。映画の最初から最後まで、ひとりの役者として演じているほうが、アニメーター個人の個性が反映されて映画に統一感も生まれる。そういう意味合いから海外のようなシステムになっているという経緯もあると思います。

鈴木:まさに氷川さんがおっしゃるとおり、海外ではアニメーターはアクターなんですよ。私も大学在学中にお芝居の勉強をしていました。ディズニー本社でもアクティング・クラス(役者養成の授業)のようなものがあります。だから、海外においてアニメーターは

アクター扱いなんですけど、日本の場合はカットをたくさん担当するから、どちらかというとひとりひとりが演出家扱いなんですよ。そこが大きく違うところだと思います。

「海外展開について」

岡本:次の議題に行ってみたいと思います。3 番目の「海外展開について」です。日本のアニメーション映画は今、「クールジャパン」などと非常に言われて、海外でも評価されています。ただ同時に、もっともっと日本のアニメーション自体が海外を向いていかなければいけないのではないかという問題意識もあります。まずは、風早さんのお話を伺ってからこの議論を始めたいと思います。風早さん、お願いいたします。

風早:ディズニーのミッキーマウスなど、海外のアニメーションの多くは擬人化したキャラクターがメインに立っています。それに対して、日本のアニメーションのキャラクターは、人がキャラクターになっている。そうすると、その人であるキャラクターが持っている文化的な背景など色々なものが凝縮されて表現されていなければならない。アニメにおいてはそれがかなり重たい要素になってしまいます。(資料②)

マンガは日本が生んだ素晴らしい文化です。そのキャラクターの文化的な背景が、絵やストーリーと一体になってでき上がっている。アニメーションはマンガという素晴らしい文化を、さらにもう一段高みに上げる起爆剤として役立ってきました。日本だけの閉じた世界で見ると、それは非常に良かった。ところが、日本のアニメーションが日本の文化を背負っていることによって、やはり海外では受け入れられづらいものになっています。

布川さんのスタジオぴえろが作った「NARUTO —ナルト—」や「BLEACH」(ブリーチ)などは、日本のイメージを「侍」「剣」という要素を使って分かりやすく描いているので、海外でも受け入れられています。でもそれはそれで問題がある。作品には刀が出てくるわけですから、「これは何のためのものだ？」と問われれば、当然これは人を斬るためのもの、人殺しの道具だろうと。だから規制されてしまう。そうすると、いわゆるマスに向けた子供向けのアニメーションとしては、なかなか展開がしづらくなっていく。日本国内では、血が出るシーンやお酒を飲むシーンが普通に地上波の公共放送で流れていても許されているんだけど、海外ではそういうシーンがあるアニメの放送は難しくなっているのが現状です。


また、日本のアニメが海外に進出する時、どうしても人種の壁というのが障害になってきます。そこは、パワーレンジャーやロボットアニメが、人種の壁を少し取り払うことができる。グローバル化しやすいひとつの側面でもあります。

今、日本のアニメ産業はかなりテレビに依存しています。つまり、テレビ依存ということはビジネスとしても成立しなければならぬ。けれども、ロボットアニメではやはり男の子向けのアクションフィギュアなど玩具関係の展開に絞られてしまいます。よって、その売上には限界があり、ビジネスとしても成立しづらい。だとすると、日本のアニメ関連会社もそこを飛び越えて、オリジナルな作品を作らなければいけない。それに対して、国として何らかの支援などがあつたほうが、若手がビジネスに入っていくためのバリアを乗り越えやすいのではないかと、そしてその支援は結果日本の文化を守ることににもなっていると思います。

日本では今、時代劇ドラマもなくなりつつあります。現代劇のドラマよりも製作費が高い時代劇は、不況からスポンサーが付かないなど経済的な理由で製作するのが難しくなっているからです。結果、どういうことが起きているかというと、同じ時代に別の国で


起きていた物語をドラマ化したものが、日本の地上波でも数多く放送されている。こういう事態を、日本人としては危機的状況だと認識して、日本の文化を守るためにはどうすればいいのかということを考えなければいけない時期に来ていると思います。日本の文化、それは時代劇かもしれないし、時代を捉えたスタジオえろの作品かもしれない。それを守るために、文化庁は国の機関として、一定の額を支援することで、また違った局面を迎えられるのではないかなと思っています。

欧米のテレビ番組を見ていて、日本と決定的に違う点があります。




日本のアニメーションの背景と課題

- ① (鳥獣戯画ではなくて)日本の近代アニメーションは(擬人化で成功してきた)Disneyなどの後。
 - ② <擬人化と異なる機軸として>主人公を人とする傾向が顕著。
 - ジブリ作品も基本として人が主人公。
 - <人>が主人公となるのでその生活・文化背景情報が重要
 - マンガがその背骨として有効である反面、<人>が背負う背景が展開力を制限。
 - デジタルによる多メディア化で日本アニメをよりニッチに追い込む枠組強化=有力地上波などにおける日本アニメ露出機会が減少。
 - 新作日本アニメTVシリーズからの展開を制限。=過去の認知がリメイクの可能性を担保=東映アニメーションのアドバンテージ
 - ③ (キャラクターが人そのものであることが多いので、その人種などの属性がグローバル展開においては)商品化権展開力を制限。
 - <人>主人公の延長線上にある巨大ロボットもの、戦隊ものは<人>と切り離れた世界が築けるのでグローバル性が高いが、擬人物(ミッキーなど)レベルの展開力はない。(アクションフィギュアなどの主要アイテムに集中。)



国としての取組課題

- ① 日本アニメの認知のペースはマンガベースのTVシリーズであり、ジブリなどを例外とすると、アニメーション製作会社は事業基盤として日本におけるTVシリーズの確保が鍵。
 - ハリウッドを中心に、劇場アニメ製作を事業基盤とする製作会社が多数存在。
 - 文化庁の奨励金などの対象条件の一層の可視化と拡大。
- ② 欧米のTV番組に対するレーティングは親に子供に見せてもよいアニメ>の選別を促進。
 - 日本ではく番組>個々へのレーティングがなく、作品製作に許されている自由度が海外での展開を制限。
 - 日本放送アニメに対し、ローレーティング(2-4歳向け推奨、3-6歳向け推奨など)を設定、その条件を満たす日本作品への製作支援(補助金提供など)及び該当作品の海外進出を支援。また、当該レーティングシステムを海外に周知。
- ③ 欧米の<マンガ類似>の王道である、マーベル・DCコミック作品についてもTV番組ではソフトに、映画化において、アクション性などを強化。
 - 日本のアニメ映画全般に対して、<TV番組でもあれだけアクション性が高いのだから、(Disneyが配給するジブリ作品を除けば)日本のアニメ映画は家族で、劇場で見るものではない。>との先入観をもたれていないか？
 - Disneyのアニメ映画と日本アニメ映画両方に対して、日本としてのレーティングシステムの導入と国際的な周知徹底。=日本アニメ映画への先入観の排除。



海外展開における製作者の課題と対策の確認

- ① どのような作品を、誰に向けて、誰と(単独で)作り、どのように流通するのか？
 - 今の日本アニメに対する先入観を前提にするものか、海外アニメと真っ向から対峙するものか？
 - 特に海外アニメと真っ向から対峙する場合、単独で対処可能か？
 - パートナーを設定する場合、どのように業務を分けるのか？
 - その業務分担における用語(絵コンテ、キャラクターデザインなど)の認識・製作手法は双方合致しているのか？
 - 何歳を主要ターゲットとするか？ファミリー？
- ② どのように採算を取るのか？
 - 日本で回収、+アルファ？
 - 海外での興行収入主体？
 - 商品化権展開などの複合？
 - TV放映も含めることで総合収益で採算？
- ③ 東映アニメーションの基本スタンス:海外配給に対応するパートナー確保によるリメイク+旧作活性化、商品化権展開などの総合収益実現

資料②

それは、番組ごとにレーティングが付いていること。「この番組は10歳以下の子供には薦めません」「この番組は7歳の子供向けです」「この番組は親と一緒に見なければいけません」などと各番組にレーティングが付いている。日本ではそういったレーティングがありません。

そうであれば、文化庁が各テレビ番組に「この番組は2歳~4歳向けです」とか「この番組は3歳~6歳向けです」とお墨付きを与えてほしい。日本の政府として「この番組は非常に教育的要素があるので、いい番組ですよ」と言っていたらとありがたいと思っています。例えば、「しまじろう」や「アンパンマン」は、非常に教育的な要素があるテレビ番組です。けれども、国からのお墨付きがないので、国内の教材として利用されているだけで、なかなか海外へ展開しきれないのではないのでしょうか。この辺はぜひ国としてサポートしていただきたいと思います。

欧米では、やはり映画産業が非常に強い力を持っています。だから、欧米の王道であるマーベル・コミックやDCコミックなどの作品でも、テレビではソフトな内容にして、映画ではかなりアクション性を強化した作品を作っている。テレビでは子供向けにレーティングを付けたやわらかい内容にしながらも、映画とはきちんと連動が図られています。日本の場合はその逆です。テレビ番組がベースとなって、視聴者にもう一度刺激を与えるために、テレビ番組にプラスアルファした映画を作っている。だから、テレビ番組であれだけアクション性が高いのだから、映画はもっとアクション性が高いのではないかと思われて、海外から敬遠されてしまうのではないのでしょうか。

だからこそ、日本のレーティングシステムを作ることが大きな意味を持つと思います。ただ、単に日本独自のレーティングを作ると、少し不足がある。まずは、日本で公開されているディズニー映画のレーティングを軸にして、文化庁としてのレーティングを決める。「このディズニー作品に相当する日本の作品はこういうレーティングです」と文化庁が国際標準となるようなレーティングを作る。そうすれば、作品を作る上での指針となり、非常に海外へ流通しやすい作品ができるのではないかなと思っています。

岡本:レーティングを付けることによって、海外の会社も購入しやすくなるということですね？

風早:そうですね。ディズニーなどは彼ら独自のレーティングを設けている。ただ、その設定条件は教えてくれません。なぜなら、そのレーティングは時々変わるからなんです。彼らのレーティングは、やはりFCC(アメリカ国内の放送通信事業の規制・監督を行う「連邦通信委員会」)の条件の中で設定されている。だから、FCCから何か注文があるとレーティングが変わってくる。日本でも、文化庁がまずディズニー映画に対するレーティングを作る。それに相当する日本のアニメ映画のレーティングを作る。国際的な評価に左右されない、日本独自のレーティングを作っていたらいいのではないかなと考えています。

アニメーターは日々生活するために、給料が安くても絵を描き続けなければいけません。与えられた仕事をこなしていかなければいけない。こなしながらも、自分の譲れないもの、作りたいものを、自分の中で整



理しておくことが大切なのではないでしょうか。日本の環境は、鈴木さんがいらっしゃったイギリスより、保障がある反面、ハングリーさを失いやすいところもあると思います。でも、やはり大切なのは、日々の生活の中で少ないながらも給料をもらって仕事をし続け、かつ自分の夢を捨てないこと。自分は何を目指して、どう行動するのかという自分のアイデンティティをきちんと持って仕事をすることは、素晴らしいことだと思います。

我々東映アニメーションの「宇宙海賊キャプテンハーロック」は、海外で、特にフランスでは「ハーロック」が「アルバートル」(Albator)という名前に変わって、非常に人気がある作品です。今、この作品の3D映画を製作しています。映画化しようと思ったのは、この作品で過去に培われた蓄積をもう一度映画化することによって、再活性化すると共に新しい命を吹き込んでいきたいという想いがあったからです。ですから、日本版のリメイクではありませんが、日本版とは少し違ったイメージで作られています。もちろん、原作者である松本零士先生にもご了解をいただきながら。

我々としては今後、「宇宙海賊キャプテンハーロック」のような海外に向けた作品、海外で成功した作品について、海外のパートナーを得ることで、色々な相互展開を図っていききたい、もう一度作品の活性化につなげていきたいと思っています。

岡本:今日は無理を言って、その新作3D映画『SPACE PIRATE CAPTAIN HARLOCK』のトレーラーをお借りしましたので、皆様にご覧いただきましょう。

<『SPACE PIRATE CAPTAIN HARLOCK』予告編上映>
※実際は3Dで製作しているが、当日上映したのは2Dの予告編

岡本:素晴らしいですね。ありがとうございます。

ちょうど今年度(2011年度)に産業革新機構が、新しい会社、オール・ニッポン・エンターテインメント・ワークスを立ち上げるという発表がされました。これは、日本のストーリーやキャラクターなどをリメイクして、世界規模の市場に向けて企画開発および事業展開するという会社です。まさしく今、風早さんがおっしゃったように旧作のリメイクや再活用をして、それを世界展開化するというのは日本のアニメーション産業において非常に新しい流れではないかと思います。

布川さん、「NARUTO —ナルト—」などは、世界のマーケットに進出していらっしゃいますが、世界で売れるコンテンツの条件は何なのでしょう？

布川:それが分かったらこの辺(六本木)にビルが建ちますよ、と言いたくなるんですけども(笑)。

ただ、我々がこの仕事を長くやってきて感じるのは、日本のエンターテインメントはすべて内向きだったと思うんですよ。その日本の人口1億3,000万人を相手にして作っていたモノ、つまり海外のマーケットのことはほとんど考えていなかったモノが、世界に飛び火していった。アニメに代表されるように。私も色々な国の現場を視察すると、日本のアニメはこれだけ人気があるのかと実感して、舞い上がってしまう。やはり、海外には市場があるということを、この数年で気付きました。果たして日本は、この市場を常に確保していく戦略をとっているのだろうかという、必ずしもそうでもない。

やはり、これからは日本国内のマーケットを大事にしつつも、視点を海外に向けていくことが重要になってくる。冒頭で私の会社が作った『鬼神伝』の海外戦略での色々なつまづきもあったという話もしましたが、それはこれから海外も視野に入れなければ

いけない上で、ひとつのトレーニングだったのではないかなと思っています。先の『SPACE PIRATE CAPTAIN HARLOCK』の予告編を観ても、完全に海外の市場を狙った作り方・観せ方をしている。そう考えると、今日の日本のアニメは過渡期に差し掛かっているのではないかと、人材育成を含めて先のことを見据えて考えていく時期なのではないかと痛感しています。

日本のアニメーションは、視聴率や製作本数の多さからも分かるように、過当競争の中で進化し続けてきた。その過当競争によって、マーケットや作品を見る目、作品を作っていく上でのアプローチの仕方は決して間違っていないかと自負しています。今度はそれを、国内だけに目を向けるのではなく、やはりもっともって国際的な視点を持って追求していくべきかなと思っています。

岡本:最初からグローバルな展開を狙うと、逆に日本のアニメの良さが損なわれるのではないかと、逆に日本人に合わなくなるのではないかと危惧があると思います。いわゆるバタ臭かったり、ニュアンスが伝わってなかったり。その辺について何かご意見ある方はいらっしゃいますか？

氷川:それは、非常に思います。例えば『千と千尋の神隠し』がアカデミー賞を獲得することができたのは、アニメーションの技術もさることながら、日本のある種の伝統的な文化を表現していたのが評価されたからです。やはり海外の人から観ると、あの世界はものすごくエキゾチックに観える。つまり欧米の文化とは違う、もうひとつの文化があるというような捉え方をされている。だからあまり海外にチューニングを合わせると、そこがどんどん損なわれてしまうということもあると思うんですね。

布川:私は日本のアニメーションの強みのひとつとしては、様々なジャンル性を持っていることだと思っています。『鬼神伝』というのはまさしく日本の歴史・文化をベースにした作品ですが、そういうジャンルがあってしかるべきだし。

先日行われた東京アニメアワードでは、「サザエさん」の声優チーム4人の方に功労賞を授与しました。「サザエさん」にある丸いちゃぶ台に7人の家族が正座してご飯を食べているあの風景が41年間も続いていることで、日本のお茶の間のベースになっているのは紛れもない事実なわけですよ。海外から見れば「サザエさん」は作品として何ひとつ評価を受けないのかもしれない。でも、日本で視聴率が毎週常にベスト10に入っている作品が41年間も続いている。これも日本のアニメーションのジャンルのひとつだと思います。

ヨーロッパでは、今でこそ「アルプスの少女ハイジ」を知らない子供たちはあまりいません。でも昔、ヨーロッパのテレビで放送された当初、児童教育者の人たちはかなり噴飯ものだったらしいんですね。目が大きくて、丸いほっぺたがあって、口が大きい、あのハイジの顔のつくりを見て。「我々の文化を罵倒する気か？」というぐらいの批判があったらしい。でも、実際に放送されたら、あの作品でヨーロッパ中の子供たちが涙を流し、ハイジのキャラクターがヨーロッパに根付いたという話も聞きます。そういう色々なジャンル性を持っているのが日本のアニメーションの強みなのではないかと、私は思っています。

岡本:鈴木さん、製作者として、海外展開をする際に必要な心構えみたいなものはありますか？

鈴木:その質問の答えになっているかどうか分からないんですけど、私は氷川さんの意見にすごく賛成なんです。『千と千尋の神隠し』は日本の文化をものすごく色濃く出していたからこそ認められた作品であり、観る側にとっても面白い作品であったと思います。

イギリスのアードマン・スタジオ（Aardman Studios）は今海外展開に力を入れていて、たくさんの作品を海外で観せています。でも、イギリスの文化をものすごく色濃く出して、それを売りにしているんです。その流れで、グローバルな展開を狙った『Flushed Away』というねずみの出ている作品を作った途端に赤字になってしまった（笑）。

一方で、アードマン・スタジオの代表作品「ウォレスとグルミット」（Wallace & Gromit）では、やはり代表的なキャラクターであるウォレスが一番人気なんですよ。イギリス人の田舎者で地味なおじさんであるウォレスが世界中の人たちを魅了している。イギリスの文化を表している作品を、世界中の人たちがいいと思っている。やはり、文化というものは、作品を観ながら探すのではなくて、作品から感じ取るものだと思うんですね。だから、海外展開をする時に、文化性をなくさないとお客さんが分かってくれないのではないかと考えながら作品を作ると、お客さんが掴むところがなくなってしまうと思います。

ピクサー・アニメーション・スタジオ（Pixar Animation Studios）の作品などは、やはりアメリカン・カルチャーを反映しているのが分かります。アメリカの歴史はまだ新しいものだから、それほど色濃くは出ていませんけれども。ピクサー作品はアメリカン・ライフスタイル、アメリカン・カルチャーがベースになっていると思うんですね。

日本の作品が海外展開を考える時、やたらとアメリカのマーケットを気にするんですけども、歴史の長さや文化を考えるとヨーロッパのマーケットのほうが日本と近いのではないのでしょうか。作品の作り方もヨーロッパのほうが近い。ヨーロッパでは、作品はディレクターのものであり、アメリカのようにプロデューサーとお金のための作品ではないんですね。だから、ヨーロッパのマーケットを視野に入れて、海外展開を考えたほうがいいのではないかと私は思います。

岡本:企画開発について、沖浦監督は何かコメントはございますか？

沖浦:先ほどお話が出た「アルプスの少女 ハイジ」が海外で受け入れられたのは、やはり一部の飛び抜けた才能を持ったアニメーターたちが作った作品だからだと思います。

今、日本人が海外を舞台にした今のリアリティベースのアニメを作ろうとすると、かなり無理が出てくる。まず、その国の生活習慣が分からない。例えばどこの国かは忘れてしまいましたけれども、ドアの横に小さな窓みたいなものがあって、それはいったい何かと思ったら、靴の泥をはらうものだったとか。たぶん、取材へ行っても分からないものが出てくる。そういうものがあると人の生活を描くことはできないのではないのでしょうか。深くそこまで描いてやっとなその世界に生きている人間を表現できるということになると思っています。

日本のアニメーションの良さを活かす活かさないということ以前に、やはり今リアリティベースで海外を舞台にしたものを描くことのリスクは、昔に比べるとかなり高くなっている気はするんですね。そうであるならば、今言われていたように、日本やアジアならではのものを発信していくべきだと思います。もしくは、SF など架空の世界を、ある程度誰が観ても理解ができるような世界を描くのは、ひとつの方法としてあるかと思うんですね。

岡本:先ほど風早さんがおっしゃった旧作の再活性化ということも、結局は日本のアニメをベースに展開していくということですよね？

風早:基本的には主体者が誰で、その主体者が何を作りたいかということが重要だと思うんですね。「宇宙海賊キャプテンハーロッ

ク」は、日本だけでなくフランスで非常に人気がありました。この作品に影響を受けた人たちが、新たな世界観を作っていきたいという思いがあって、今回の3D映画の製作につながったわけです。

これだけ世界の情報が入手しやすくなっている中で、自分だけが勝手に「俺はグローバルだよ」と思って作品を作っても絶対に失敗します。逆にフランス人やイタリア人など、日本のアニメ文化で育った人たちが、自分たちの解釈の仕方、作品をローカライズする。その際、作品の一部を日本人が手伝ってもいいと思います。

元は日本の作品なんだけど、結果として発信先がヨーロッパになる。ヨーロッパでも南欧など、目的地をある程度明確にして、周辺地域を取り込んでいくという形をとると、より色々な地域に広がっていくのではないのでしょうか。あまり一時流行った“グローバル”という単語に囚われるのではなくて、自分が本当に何を作りたいのか、その時に誰が手伝ってくれるのか、ということ考えるのが重要だと思っています。

「人材育成について」

岡本:次の議題に移りたいと思います。「人材育成について」です。まず最初に、昨年（2010年）から文化庁が行っている「若手アニメーター育成プロジェクト」がどういうものなのか、公式ライターとして勢力的に関わっていらっしゃる氷川さんのほうからご説明していただきたいと思います。

氷川:「若手アニメーター育成プロジェクト」は、通称ジャニカ（JAniCA）と呼ばれている日本アニメーター・演出協会に所属している製作会社から毎年企画を募って、そこから4社に絞り込んで、各社がテレビ尺の30分枠、ですから本編尺として24分ぐらいの作品を1本ずつ作る。その製作プロセスを通じて若手のアニメーターを育成するというプロジェクトです。このプロジェクトの事務局は、ジャニカが担当しています。

たぶん、「若手アニメーター育成プロジェクト」という名称が、非常にある種の誤解を招きやすい。まずそのひとつに、若手の秀作を見ることができるのではないかという誤解。それから、若手のアニメーターは日本でもわりと賃金が低いという報道が多いこともあって、若手のアニメーターに対して資金的に援助するのではないかという誤解。このふたつの誤解を私もしていました。

このプロジェクトはそうではありません。審査を通過した4社の作品は、それぞれ個性的なものができるだろうということは分かっていた。しかも、それは製作会社がオリジナルの提案をしているので、オリジナル作品が必ず4本もでき上がるというのが強みです。

それから、このプロジェクトは、経験があるベテランがきちんとした体制を組んで、その中でOJT（「On the Job Training」の略。仕事遂行を通して訓練すること）を通じて若手を育成します。その育成のプロセスはすべてヒアリングして、どういった点が今後業界の人材を育成していく上で核になるのかというノウハウをすべて抽出して、他の参加していない製作会社も含めて共有できるようにしていく。そのノウハウを、ある種の共通財産としていく。私もそういう意味での育成であると理解を深めて先の誤解が解け、その志に非常に共鳴し、お手伝いすることにしました。

文化とは英語に訳すと「culture」ですが、その「culture」には「耕す」という意味もあります。日本のアニメーションは先ほどのグラフのように、本数は増えていくんですが、段々土地が痩せていくような想いというのを、誰とは言わず皆さんもわりとうっすらと持っていると思います。アニメーションが持っている本来的な活力・エネルギーといった“土地”がもしかしたら非常に痩せていっ



ている時期なのかもしれない。テレビアニメが始まって約50年。50年は産業としては非常に大きな節目です。こういう土地が痩せていっている時期にこそやはり立ち止まって、現状を見直すことも重要です。そういう意味が含まれた育成であれば、私もお手伝いしようと思いました。

しかも、このプロジェクトは単年度では終わりません。数年間続けていきます。そうすれば、毎年4本ずつ作品が増えていく。それは、製作会社が考えたオリジナルの企画だけに、何となく日本のアニメが、自分たちがなりたい姿というのが表れてくるのではないかと、まさに未来を描くようなプロジェクトではないかと思いました。

私が公式ライターとして具体的に何をやっているかという、ポスターなど印刷物の作成に携わったり、キャッチコピーや作品のあらすじを書いたり、色々な取材もやらせていただいています。そこでとても大事にしているのはやはり“未来を作っていく”というニュアンス。「若手アニメーターの育成プロジェクト」という名称から、“育成”だけに意識が集中してしまっていますので、2年目の今年(2011年)からはそうではなく、“アニメの未来を作るプロジェクト”だという位置づけにして、「アニメミライ」というブランドを作っていくということになりました。

もう既に初年度(2010年度)の成果が上がっておりますので、その4作品の予告編を見ていただきたいと思います。

<「若手アニメーターの育成プロジェクト」参加作品予告編上映>
「キズナ一撃」(監督:本郷みつる/製作:アセンション)
「おちいさんのランプ」(監督:滝口禎一/製作:テレコム・アニメーションフィルム)
「万能野菜ニンニンマン」(監督:吉原正行/製作:P.A. works)
「たんすわらし。」(監督:黄瀬和哉/製作:Production I.G)

岡本:このプロジェクトの初年度として4本の作品が完成して、見てきたものは何でしょうか?

氷川:すごく個性的な会社の作品が4本揃って、日本のアニメーションのパラエティ、バリエーション、題材の豊かさというのは、絵柄も含めてそれぞれの会社で個性があるんだと実感しました。

日本のアニメーションは、ある種のリミテッド・アニメーションの一分野を日本流に解釈したリミテッド、つまり作画枚数はあまり使わない作品が多い。通常のアニメーターで3,000枚から4,000枚ぐらいの間で作っています。このプロジェクトでは、アニメーターの育成ということも考えて、とにかく絵を動かさなければアニメーター

ではないということから、最低作画枚数が1万3,000枚という通常の約4倍から約5倍の枚数を使っています。そのリミテッド・アニメーションのリミッターを外したらどうなるのかという、ある種の実験でもあるような気がしました。

先ほどのグラフにもあったように、現在作られている大量の本数を支えるために、今ものすごくアニメーターの分業化が進んでおります。例えば原画でも第一原画、第二原画、あるいはレイアウトマンが別にいるとか。ものすごく細かく分業化がされていくと、段々自分が何をやっているのか分からなくなる。スケジュール的にも厳しいから、とにかく仕事 came たらすぐに仕上げなければならない。本来のクリエイティブな仕事ではなく、作業のようになってしまっている現場を、ベテランの方が業界に入った頃のスタイルにもう一度戻そうとしています。非常にコミュニケーションを密にして、現場では監督中心に製作を進めていこうと。そうやって商業的なリミットを外した時に、日本のアニメは今更ながらにものすごく力を持っているんだと実感しました。ある種のアニメ業界本来の姿に戻りつつある。それはたぶんこのプロジェクトの意図にはなかったことかもしれませんが、でも、この土地が痩せていっている現状において、このプロジェクトがある種の栄養源になるといいなと思っています。

このプロジェクトに参加されたアニメーターの方々にも直接お会いしました。20代が中心だと思いますが、皆さんものすごく嬉しそうで明るい顔をしていた。だからこれはもしかすると、ずっと続けていくことによってこのプロジェクトで何かを掴んだ若手アニメーターが、3年後ないし5年後ぐらいに本当に驚くような作品を作って、我々の眼を楽しませてくれる可能性があるのではないか、そうであれば未来のビジョンを示すひとつの具体的な方法として、このプロジェクトは意義深いのではないかと感じています。

「アニメーション業界全体の基盤整備について」

岡本:同じく文化庁では、アニメーションのアーカイブの構築も事業として検討されています。私も教職という立場にあって、学生にこういう作品を見せたいと思う時に、すぐ手に入るアーカイブがあったらどんなにいいだろうと思う瞬間が何度もあります。

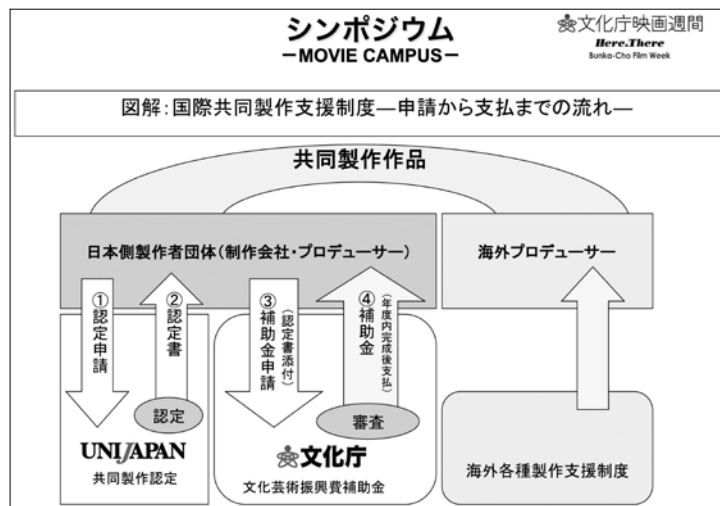
それからもうひとつ、文化庁ではこれまで国内の資本だけで作るアニメーション映画に対しての助成制度はありましたが、今年度(2011年度)から新たに国際共同製作についても助成を始めています。この制度を少しご紹介したいと思います(資料③)。

ユニジャパンとは、海外の英語字幕製作を助成したり、クリエイターが海外の映画祭に参加する際に支援をしている団体です。そのユニジャパンが、国際共同製作にふさわしいと認定した映画に対して、文化庁がその中から助成の対象を選び、そこに助成金を支払うという制度です。

この辺はぜひ布川さんに聞いてみたいんですけども、経営者という立場から、一企業では補えないものもあると実感しているんじゃないかと思います。そんな中、国や行政に対して期待するのはどうい



「若手アニメーター育成プロジェクト」パンフレット



資料③

国際共同製作支援制度

ころでしょうか？

布川：50 年というテレビアニメの歴史の中で、そのほとんどの時代がフィルムで撮影されています。それも当初は 35 ミリだったのが、段々と 16 ミリに変わってきました。このフィルムの原版が、もうかなり劣化していると聞きます。ですから、このフィルムのアーカイブをできれば急いでいただきたいなと思っています。

もうひとつは、この 50 年の間でライブラリーされていたものを、今後有効活用していくために、フィルムをデジタル化してマスターとして残しています。それは、ある程度資金力がある会社などは可能ですが、ほとんどの会社がやはりそのまま手付かずになっているというのが現状です。ですから、フィルムのデジタル化に関しても支援していただきたいというのが我々業界にとって痛切な願いです。

文化庁が実施しているアーカイブ事業は、昨年（2010 年）から始まり今年（2011 年）で 2 年目となりました。当然のごとくデータベースの作成から始めていくんですけども、やはりとてつもない量の映像をアーカイブするのはかなりの時間が必要です。本当にこれは数年単位の短い期間でできるものではない。だから、できるだけ長い期間、この事業を継続していただきたいとも思っております。

岡本：では製作者側から、基盤整備ということについて国や行政に対して期待することは何でしょうか？ 鈴木さん、何かありますか？

鈴木：日本のアニメーションは、日本国外の人たち、つまり海外の人たちのほうが日本の文化として受け入れているような気がしています。それは国の教え、導きが重要なのではないかなと思うんですよ。

私がイギリスの国の力はすごいと思うのは、例えばイギリスは美術館への入場がすべて無料なんです。だから、家族連れでどこかへ出かけようという、遊園地へ行くのではなく、映画を観に行くとか、美術館や博物館へ行くという人が多い。ある意味で国が国民を文化的な施設へうまく導いている。イギリスという国自体が、イギリス人に文化・歴史・アートというのは大事だということを頭に刷り込んでいる。それはとてもいいことだなと思うんです。

日本でも、もう少しアニメーションというのが今の日本の文化であるということ、それが恥ずかしい文化ではない、むしろ誇りに思える文化であり、これから歴史に残るものであるということを、国が先導して大事にしてほしいという気持ちがあります。少しほったらかしきみだなど。無礼ながらそういう風に思っています。

岡本：風早さん、何かございましたらお願いします。

風早：やはり日本人というのは厳しい自然の中で生活しているので、自然が奪うものはあっても、与えられるものはないと思っている。だから、役所で働く人たちを「お上」と呼んでいて、彼らが何かをしてくれると実は根底のところではそれほど期待していないのではないのでしょうか。

イギリスにしてもフランスにしても、アニメーションは人間の心に浸透する、ものすごく影響力のある文化だという認識の上で、世界に展開してきていると思います。だから日本でも、“クールジャパン”などと海外で評価されてはじめて、アニメを日本の文化として認めるのではなくて、文化庁など国の側から自主的に日本の文化としてのアニメを発信してもらいたい。その発信していく枠組みを作っていただきたいと思っています。

岡本：氷川さんは何かございますか？

氷川：今日のテーマにも“未来”というキーワードがありますが、未来という言葉には日本語だと「来る」という漢字が使われていて、日本人だと「過去が勝手にやって来る」と捉えている人も多いと思います。でも、英語だと未来を表す「will」には「意志」という意味も含まれている。つまり、ある人間の気持ちや心が未来を作っていくという考え方がある。だから、きちんとゴールを見据えて、ひとつずつ行動していった結果が未来であると思っています。

それから、未来は独立して存在しているではありません。現在が通り過ぎていって過去になり、未来へと進んでいく。過去・現在・未来は必ずつながっています。アニメに関しても 50 年というものすごい時間が過ぎている。その 50 年の蓄積をちゃんと体系化して、歴史化しなければならない時期期なのではないでしょうか。

「日本のアニメは海外で大評判」とマスコミが報道する度に、私は非常に不愉快に思っています。なぜ海外で言われたことが評価になるのか。「日本人が作っているアニメはこういう歴史があって、このような特徴があって、海外と比べるとこういう違いがある」「日本人はこのような考え方で今まで作っていたし、これからも作り続けていく」という自画像のようなものを、自信を持って国自ら宣言する。普遍的な歴史の言葉にして、未来を作っていきますと宣言する。アニメ自体は言葉にならない感動を描くものだとしても、日本は特に言霊の国でもあるので、そういった自画像を明確に言葉にした上で、先ほど言った「意志」に結び付けていく。そうすれば、きちんとした未来が描けるのではないかなと思います。

岡本：最後にパネリストを代表して布川さん、何かございますか？

布川：たまたま、今年（2011 年）の 9 月にオタワ国際アニメーション映画祭に行く機会があり、その前にカナダのモントリオールに少し寄って、カナダ国立映画制作庁（National Film Board of Canada）に伺いました。

私が昔アニメーションを最初に習う時に、手本としたのがノーマン・マクラレンというカナダの偉大なアーティストのテキストでした。だから、彼は私にとって神様のような存在です。その彼が、そのカナダ国立映画制作庁のアニメーション部門の責任者でしたから、伺った時はアニメの殿堂に入ったような緊張感がありました。カナダ国立映画制作庁は国立というぐらいですから、建物自体がものすごく広大です。ここで作られた数々の作品がアカデミー賞をはじめとする様々な賞を獲ったという歴史もある。やはり、アニメーションの製作に携わっている人間が、あの環境を見れば本当にうらやましいと思うに違いありません。

我々業界も 50 年以上のアニメの歴史の中で、国の資金援助を受けないでここまでアニメ産業を成長させたという自負があります。ただ、やはりこれから日本のアニメーションを底支えしていったり、新人の育成など未来を考えた時、どうしても単独のプロダクションだけで行える施策には限界があります。そういった面で、国はここまで発展したアニメーションという産業をもう少し支えてもらって、「やはり、日本はアニメーションの大国だよな」と言われるぐらいの規模を作ること、大事な役割なのではないかなと思っています。

岡本：ありがとうございました。皆さんの熱い想いが非常に伝わってくるシンポジウムだったと思います。パネリストの皆さん、長時間お疲れ様でございました。本当にありがとうございました。

（以上の文章はシンポジウムの模様を抜粋再編集したものです。）



Symposium — MOVIE CAMPUS —: Session 1

The Japanese Animation Industry —Present and Future

Panelists: Yuji Nunokawa (Board Chairperson, The Association of Japanese Animations/

President, PIERROT Co., Ltd./Visiting Professor, Tohoku University of Art and Design)／

Kanji Kazahaya (President and COO, in addition to director of the International Department of TOEI ANIMATION CO., LTD.)／

Hiroyuki Okiura (Animation Film Director)／**Aya Suzuki** (Animator)／**Ryusuke Hikawa** (Animation Critic)

Moderator: Mitsuko Okamoto (Producer/Professor, Department of Animation, Graduate School of Film and New Media, Tokyo University of the Arts)



MC: Thank you for waiting. It is my pleasure to commence “Symposium — MOVIE CAMPUS —.”

“Movie Campus” is a symposium that introduces new approaches or film culture movements from an academic point of view. Our theme for this year is “Connecting People through Films” and it will consist of two sessions. In Session 1, we will focus on animation and what the animation industry needs, as well as the challenges that face the industry. The panelists will also discuss the direction that the industry should be heading in. In Session 2, we will discuss the power of films, and will look at various approaches that are being made to connect people and films, and the possibilities that these approaches hold.

To begin, let’s hear a word from one of our organizers, Yayoi Komatsu, director general, Cultural Affairs Department, Agency for Cultural Affairs.

Komatsu: Hello, everyone. Thank you for taking the time to participate today. Additionally, I would like to express my deepest gratitude to UNIJAPAN, who worked tirelessly to facilitate this symposium, and The Association of Japanese

Animations, whose cooperation is greatly appreciated, not to mention the Japan Animation Creators Association and everyone else involved.

The Agency for Cultural Affairs is devoted to promoting Japanese film by supporting its production and internationalization, cultivating valuable personnel, assisting in film preservation, and a host of other activities. As a link



シンポジウム — MOVIE CAMPUS — Symposium — MOVIE CAMPUS —

Session 1 Panelists:



Yuji Nunokawa (Board Chairperson, The Association of Japanese Animations/President, PIERROT Co., Ltd./Visiting Professor, Tohoku University of Art and Design)

Born in Yamagata Prefecture in 1947, he graduated from the Japan Design School in 1967. After graduation, he entered Animation Tomoe Pro as an animator. After spending time at Mushi Production and Studio Jack, he entered Tatsunoko Production, marking his transition from animator to producer. Six years later, he founded Studio PIERROT in April 1977. After producing “Maya the Bee,” he established PIERROT Co., Ltd. in May 1979. From his first production, “The Wonderful Adventures of Nils,” he has been involved in over 72 TV series and 15 feature films. In May 2002, he became the auditor of The Association of Japanese Animations upon its establishment, the standing director in 2003, and assumed the role of vice president in 2007. Subsequently, he became the president in May of 2009, a position he has held since.



Kanji Kazahaya

(President and COO, in addition to director of the International Department of TOEI ANIMATION CO., LTD.) Entered Itochu Corporation in 1985. Participated in the establishment of Japan’s first cable TV station, TITUS Communications. In 2004, he entered TOEI ANIMATION CO., LTD. and handled global licensing as director of the international department. Coupled with TOEI ANIMATION’s global expansion, he also served as a board member on a licensing subsidiary for the West and Asia. Accompanying the organizational change of February 2011, he has worked to expand overseas licensing as head of the global licensing and business department, in addition to actively promoting joint productions with foreign companies.



Hiroyuki Okiura (Animation Film Director)

Born in Osaka Prefecture in 1966. He entered the production company Anime R in 1982. He made his animation-director debut in 1984 with TV series “Star Musketeer Bismarck.” After serving as key animator for *AKIRA* (1988, directed by Katsuhiro Otomo), “The Adventures of Peter Pan,” *Old Man Z* (1991, directed by Hiroyuki Kitakubo), and other films, he moved to Tokyo in 1991. On the 1992 film *Run, Melos!* (directed by Masaaki Osumi), he headed character design, animation supervision, and the storyboard. After working on character design and animation supervision on the 1995 film *Ghost in the Shell: S.A.C. 2nd GIG* (directed by Mamoru Oshii), he released his directorial debut *JIN-ROH: The Wolf Brigade* in 2000, which has won numerous awards at film festivals, including the Jury’s Special Prize at Fantasporto 1999 and the Fantasporto Fantasia ’99 award for the best anime. In 2001, he was involved in the production of *Cowboy Bebop the Movie: Knockin’ on Heaven’s Door* (directed by Shinichiro Watanabe), working on the storyboard, production, and key animation of the opening scene. In 2004, he worked on *Ghost in the Shell 2: Innocence* (directed by Mamoru Oshii) as character designer, animation supervisor, and key animator. He has since begun work on *A Letter to Momo* (slated for an April 2012 release), his second directorial effort.



Aya Suzuki (Animator)

Learning animation in the U.K., Aya Suzuki is an international animator. She majored in film and animation at The Arts Institute at Bournemouth in the U.K. In 2005, she earned her bachelor’s degree. *Wooden Island*, her graduation project, was shown at the Annecy International Animated Film Festival (France), the Hiroshima International Animation Festival, the KROK INTERNATIONAL ANIMATED FILMS FESTIVAL (Russia), and the International Festival of Animated Films AniFest, and was nominated for numerous awards. After graduating, she spent four years working at Django Films on Sylvain Chomet’s animated film *The Illusionist* (2010) as animator and head of storyboard.

In 2010, she moved to Tokyo. She worked at Madhouse on Satoshi Kon’s *The Dreaming Machine*. She is currently involved as animator on Mamoru Hosoda’s latest directorial effort, *Wolf Children: Rain and Snow* (released July 2012). She often teaches at art institutes and technical schools as a guest lecturer. Additionally, she has experience as an illustrator.



Ryusuke Hikawa (Animation Critic)

Born in Hyogo Prefecture in 1958, he graduated from the Department of Electrical and Electronic Engineering at the School of Engineering, Tokyo Institute of Technology. During that time, he was involved in camerawork, album composition, and writing in the field of animation and special effects media. After working as a technician and in a management position at an IT company, he established himself as a writer. His work has appeared in a host of media, including magazines, videograms, and the Internet. He hosts “Anime Maestro” on the TV program “BS Anime Night.” His work can be found on Bandai Channel’s Internet offerings and he additionally serves as an instructor at the Ikebukuro Community College. His books include “Twenty Years of Zambot 3” (Ohta Publishing) and “AKIRA Archive” (Kodansha).



Moderator:

Mitsuko Okamoto (Producer/Professor, Department of Animation, Graduate School of Film and New Media, Tokyo University of the Arts)

Professor at the Department of Animation, Graduate School of Film and New Media, Tokyo University of the Arts. After entering NHK in 1987, she has been involved in program development, data broadcasting, and development of Internet and cell phone content for NHK Program Production, NHK BShi, and others. Since 2000, she has been dedicated to discovering and nurturing young creative artists as chief producer of “Digital Stadium,” a TV program that solicits digital art. In 2010, she teamed up with Masahiko Sato to establish “2355” and “0655,” two NHK Educational TV mini shows, working as their chief producer.

in our efforts, we are proud to host this symposium during the Tokyo International Film Festival as a venue for the discussion of pioneering approaches and cinema culture within film production and screening.

Our theme for this year is “Connecting People through Films.” Listening to today’s introduction, I have no doubt that we will be treated to a fascinating discussion today.

Also, I am sure you saw it on your way in, but outside the venue is stationed an area introducing the activities of Cinema Yell Tohoku, a group employing the power of film to the Great East Japan Earthquake recovery efforts. It is our desire to increase awareness and support for worthy initiatives like this.

Lastly, it is my hope that this will prove a fruitful symposium for all and will contribute to the further promotion and development of Japanese film. Thank you very much.

MC: Thank you.

I would now like to begin Session 1 of our symposium: “The Japanese Animation Industry —Present and Future.” Our moderator is Professor Mitsuko Okamoto, from the Department of Animation, Graduate School of Film and New Media, Tokyo University of the Arts. So, without further ado, I would like to ask Professor Okamoto to start us off.

Okamoto: Welcome and thank you all for coming. As mentioned, my name is Mitsuko Okamoto, and I am a professor in the Department of Animation, Graduate School of Film and New Media, Tokyo University of the Arts.

The theme of Session 1 of our symposium, “The Japanese Animation Industry —Present and Future,” is a rather far-reaching topic. We would like to have our five panelists consider the current state of and challenges facing the animation industry and attempt to reveal some hints for the future. As we have quite a line-up today, I would like to begin by introducing our panelists.

First, we have Mr. Yuji Nunokawa, Board Chairperson of The Association of Japanese Animation and President of PIERROT Co., Ltd. Hailing from a background in animation, Mr. Nunokawa offers his broad expertise, from the ground level all the way up to management. Mr. Nunokawa, thank you for coming today.

Nunokawa: I have been in the animation industry for over 40 years. Nearing on being called a “living fossil,” I would like to speak from the various experiences that have served to guide me over these many years.

Okamoto: Next is Mr. Kanji Kazahaya. After entering Itochu Corporation, he transferred to TOEI ANIMATION CO., LTD. in 2004. He is in charge of global licensing and international joint productions as director of the International Department. Thank you for being here today.

Kazahaya: I differ a little bit from the other panelists today in that I come from the sales field. In that regard, my contributions will tend to center around “selling.” While this might not sit

well with the creators of our group, I look forward to our discussion.

Okamoto: Next we have Director Hiroyuki Okiura. Director Okiura released *JIN-ROH: The Wolf Brigade* in 2000. In 2004, he worked on *Ghost in the Shell 2: Innocence* as character designer, animation supervisor, and key animator. And this year (2011), he has wrapped up work on his new film, *A Letter to Momo*. I have great respect for him as one of Japan’s few directors of original pieces. Thank you for being with us today.

Okiura: I think I must have been invited today to represent the ground-level side of production. I will do my best to piece together something coherent.

Okamoto: Next we have Ms. Aya Suzuki. A graduate of The Arts Institute of Bournemouth in the U.K., Ms. Suzuki worked as the key animator of Director Sylvain Chomet’s *The Illusionist*. After returning to Japan, she worked on the production of Director Satoshi Kon’s *The Dreaming Machine*. She is currently involved as an animator on Director Mamoru Hosoda’s latest work, *Wolf Children: Rain and Snow* (to be released July 2012). Thank you for coming today.

Suzuki: Being up here with the other panelists, I’m not sure someone as inexperienced as me deserves to be here, but I hope to contribute as someone who has experienced the field both overseas and in Japan. Thank you for having me today.

Okamoto: Next is Ryusuke Hikawa. A respected animation critic, Mr. Hikawa is with us today as the official writer for the Agency for Cultural Affairs’ “Project A,” a program developed to cultivate young animators. Thank you for coming today.

Hikawa: While I operate under the title of “animation critic,” I think of myself more as connecting the viewers and producers through the written word. 2013 is actually the 50th anniversary of “Astro Boy”’s TV broadcast. I was five years old when it was first broadcast on TV. Marking the spread of animation to a wider fan base, “Space Battleship Yamato” came out when I was 16 years old.

In addition to being on the viewing end of a half-century of Japanese animation, I have also had the privilege of knowing many individuals on the production level. I am very excited to participate in today’s symposium. As fifty years have passed in my own history of watching animation, I am definitely aware of the necessity of thinking about its future. Thank you.

Okamoto: We would like to break today’s discussion into five main parts. The first topic will be “Planning and development,” where we discuss what can be done to increase the planning and development strength of Japanese animated film. We will then move to “Production systems and methods,” where we will discuss what can be done to further improve our production system. Moving on, “Exporting Japanese Anime,” where we will discuss what can be done to facilitate the export of Japanese animation, as Japan’s domestic market continues to shrink in the face of its lowering birthrate. Moving on, I feel that an industry that does not raise its own does not have a bright future; in “Nurturing Resources,” we will discuss the



issue of training youth with the ground-level producers. Lastly is “Developing the foundation of the animation industry,” where our discussion, facilitated by panelists hailing from a variety of backgrounds, will supersede the limits of approaching this topic from within a single corporation or school. I would now like to turn the discussion over to our panel members.

“Planning and development”

Okamoto: To begin, let us watch the trailers for Director Okiura’s newest project, *A Letter to Momo*, and Studio PIERROT’s latest film, *Legend of the Millennium Dragon*, two films with striking similarities.

<*A Letter to Momo* and *Legend of the Millennium Dragon* trailers>

Okamoto: They are both fantastic films. Director Okiura, when will *A Letter to Momo* be released?

Okiura: At the end of April of next year (2012).

Okamoto: I am greatly looking forward to it. *Legend of the Millennium Dragon*, on the other hand, has already been released and is making waves. We will discuss the similarities between the two films, but, first, please look at this graph (Figure 1 in Japanese).

The graph in the upper left is the number of TV-broadcast titles. While it looks like it is going to keep going up and up, after peaking in 2007, it makes a pronounced dive to the bottom right. The graph in the bottom left displays the change in the number of anime titles released in the cinema. While there are various ups and downs, the general trend is one of impressive growth. The decrease in TV-broadcast anime is attributed to the effects of the falling birthrate, which stands in contrast to the robust growth of cinema titles. Mr. Hikawa, what types of anime are released in Japanese cinemas and what trends can be ascertained?

Hikawa: I think they can be broadly divided into three categories. The first is the group of “Doraemon” and “Crayon Shin-chan,” which represent the staple series that has continued to put out an annual offering for the past ten years or more. The second is that which has its roots in a popular TV series, but has been re-edited for the cinema, positioned as a sequel, or simply refined for the big screen. This includes such famous titles as “Space Battleship Yamato.”



The third category is that of the stand-alone, original piece or the theatrical version of an original story that would be classified closer to the literature genre. This stands in contrast to the theatrical versions of bestseller manga. In other words, this category represents films whose original stories have diverged from typical anime pieces. They often represent original works or are teeming with the originality of the director. In recent years, this would include *Summer Wars*, *Mai Mai Miracle*, or *Colorful*.

Out of these three categories, the most suited for theatrical success is the third. The third category is the most rewarding of attention, considering the future of the animation industry, uniqueness within the industry, and concept of the director as an “author.”

Director Mamoru Hosoda is truly fantastic — anyone will allow that. But I was worried that if *Summer Wars*, which was Director Hosoda’s original story and production, did not prove to be a success, original animation would not have a place in Japan. That is why I assisted where I could. Thankfully, it proved to be a hit, which meant a bright future for Japan’s animation.

Okamoto: I hear that *A Letter to Momo* is Director Okiura’s completely original piece. Moreover, while *JIN-ROH: The Wolf Brigade* was based on a piece originally by Mamoru Oshii, I feel that Mr. Okiura was able to infuse the film with his own flavor as director. Can we hear about what kind of development went on at the planning stages for each film?

Okiura: A project I was working on before *A Letter to Momo* fell through; right when I was thinking about what I could do next, the idea just came to me. So I talked to the president of Production I.G., the production company of the film, and he sounded very interested. The next steps were writing up the project proposal and beginning the scenario development.

Okamoto: Was the story something that had always been in your head?

Okiura: No, I hadn’t thought of the intricate details at that time. I, of course, knew what I wanted to express, however. While I have been an animator for close to thirty years, ever since becoming a professional artist, I have not done much exercise in writing stories. Since a lot of difficulties arise when you try to actually think out a story, I relied on those around me and took my time in working out the intricate details.



Okamoto: Now, *JIN-ROH: The Wolf Brigade* was originally Mr. Oshii's story, is that correct?

Okiura: Yes. *JIN-ROH: The Wolf Brigade* was originally supposed to be made as a video series called "Kerberos Panzer Cop." I was invited to work on the production of one of them. Before I knew it, though, it was evolving into a theatrical anime. I asked Mr. Oshii if he couldn't make this into its own original story, and he developed a relatively unrelated story for the film. With that as the base, I was able to infuse my own feelings into it. I entered the actual production trying to think of ways to make it all easier for the viewers to understand.

Okamoto: Mr. Hikawa mentioned that there are still only a limited number of stand-alone pieces in Japan's repertoire of feature-length animated films.

Hikawa: Tying this into the theme of the symposium, what exactly is the "future"? The future is something unseen in the past. I take this to mean that the concept of something "original" is very important to the future of anime.

Okamoto: Mr. Nunokawa, I understand that *Legend of the Millennium Dragon* was originally based on a novel. I imagine that the director and screenwriter and all the other staff digested the original novel and set to working on the screen adaptation, which, in a way, seems like it could very well be considered a stand-alone original work in that regard. On the other hand, the "NARUTO" series, which I greatly enjoy, is originally based on a manga. As someone with experience working from a manga original story and one's own original story, what do you consider the strengths and weaknesses of either approach?

Nunokawa: Regardless of whether the material is from a manga or the director's own original story, we on the management side need to feel the creators' passion for the project to get things moving toward production.

Legend of the Millennium Dragon was a joint project with America. This was also Studio PIERROT's first experience in engaging in a joint production. The film is heavily imbued with fantastic elements unique to Japan, which caused trouble with the American side of things at the scenario- and story-making stages. The steps for creating things in Japan and America differ. Regardless of which is good or bad, Japan tends to create based on momentum. Add in the time difference between us and America, and the project took a very long time until completion. It made us realize the difficulty in creating something internationally. In that sense, it was a major learning experience. Also, as it was released in April of this year (2011), the Great East Japan Earthquake, which occurred in March, prevented us from doing any promotional work, which leaves me with some regrets. But just a little bit ago, Director Mamoru Oshii told me that he enjoyed *Legend of the Millennium Dragon*, and I felt relieved.

Okamoto: Mr. Kazahaya, are there any merits when marketing a film overseas to having it being an original story?

Kazahaya: Japanese anime actual has a pretty small base. What most children are watching is animated films from the likes of Disney. So, considering this, as original animation

from Japan, I think that Studio Ghibli is doing a wonderful job. I think their acceptance overseas stems from the fact that they are family-friendly, in addition to not being too much of a niche interest.

What needs to be realized as Japan's anime expands overseas is exactly that Japan's anime is viewed as a niche interest. Getting the originality of Japan's anime across, then, is going to require a great deal of energy. What is necessary is for each creator to approach the project with an unyielding determination to bring the project to fruition. I think that this determination will make films with originality a reality. These original works are undoubtedly the pillar that will support Japan's anime culture from here on out. This cannot be done, however, in our spare time. If we don't invest a considerable amount of energy, the originality of the projects won't get through to the audiences.

Okamoto: Films originally based on manga have long been the staple supporting directorial debuts. For example, Mr. Hosoda made his debut with *the Digimon Adventure* film and Mr. Keiichi Hara was able to produce a memorable project with "Crayon Shin-chan." Manga-based films have played a very important role until now. Mr. Nunokawa, at Studio PIERROT, how are you considering the balance from here on between manga-based projects and original films?

Nunokawa: I don't know if this will answer the question, but from the time of Osamu Tezuka, Japan has mostly seen manga artists heading up anime production. With this as the roots of anime production, it has been almost impossible to discuss Japan's anime apart from manga.

Of course, Japan's anime has a variety of genres. "Sazae-San" has been a staple of the family demographic for 41 years. This helped bring about "Doraemon" and "Anpanman" and a host of other family-marketed series, forming a distinctive genre. Additionally is the genre tied up with the merchandise manufacturers. Representative series include the "Gundam" series. Next is the genre of films based originally on manga. Lately, there is a genre of anime growing in popularity that is broadcast late at night. Japan's anime covers a considerably broad variety of genres.

Returning to the previous graph, 195 titles are broadcast on TV and 55 titles are released on the silver screen a year. The Association of Japanese Animations is made up of almost 70 companies, but as not all of them are production companies, I do not know how many production companies are involved in producing these numbers. But I, in the anime industry, cannot help but be surprised at this number. While the world is a large place, that Japan alone is sustaining this large a number of productions must be considered threatening to other countries.

We also realized from the graph that the number of anime being broadcast on the TV is shrinking. But are they actually shrinking? They could actually just be returning to their normal levels. Just looking at the numbers, you may think that a peak period is the best for the animation industry, but this is not necessarily true for production companies. Pumping out films in the end just lowers the life expectancy of the genre. I think it is relatively difficult to keep productions to a reasonable level.



My company mainly produces animation for TV, but it has been fairly difficult to make original projects for the TV. With the declining birthrate, toy manufacturers are having trouble keeping the same pace as before. This means that tie-up projects with merchandise manufacturers are a bit unrealistic. Late-night anime is usually sold straight on video, but the video industry has been sluggish. With the anemic economic conditions, sponsors are also difficult to pin down. So for a variety of reasons, I think it is a very difficult environment to be making anime for TV; as a business, it is not viable.

However, we are beginning to see artists and directors like Mr. Okiura pushing forward with original projects. While we need to think about how to channel this passion and energy into business, I consider it a ray of light for the future of Japan's animation industry.

Okamoto: As a director and as a creator, Mr. Okiura, what do you think we should be considering in order to raise our planning and production ability?

Okiura: That is a good question. I think that my case is a tad unique. The pictures that I draw are very plain and simple, meaning that I need to design projects to fit — there aren't projects already out there that fit with my style. No matter what, in order to secure an enjoyable work environment, I have decided that I need to be able to control the base of the story. In my case, if we start making the project, I need to draw it myself. As that is a major requirement, the issue of how to create an environment to make this work with people who have similar perspectives as me becomes very important as we create the project.

Okamoto: When I asked Director Okiura why he came up with the original story for *A Letter to Momo*, he said that he would have used an existing one if it expressed the same type of world that he had wanted to express. Since one didn't exist, he had to pioneer it, himself. This really stuck with me. Talking with him, his passion for bringing his film to the world was apparent. The creator's passion and the efforts by the managerial side, so invaluable to support the process, were in complete harmony — it made me hopeful for the further evolution of the planning and development system.

“Production systems and methods”

Okamoto: We will next move on to our next topic, “Production systems and methods.” We will begin our discussion after watching the trailer for *The Illusionist*, which Ms. Aya Suzuki worked on.

<The Illusionist trailer>

Okamoto: When I first saw this film, I was deeply moved by the sad, pure image of Alice (the main character of the film). I had no idea that Alice's picture was drawn by a young, attractive woman like this. It is amazing that someone in their 20s became the key animator for a film's main character. Ms. Suzuki, how did you become the animator for Director Sylvain Chomet?

Suzuki: At the time, I was studying animation at a university

in the U.K. Through the recommendation of the university, I was participating in animation festivals over summer vacation and other long vacations. Being able to speak English, I was working as a volunteer interpreter at the Hiroshima International Animation Festival when I became Sylvain's interpreter. That was the start of it all.

At that time, Sylvain was actually in the planning stages for *The Illusionist* and was searching for an animator in the U.K. Since I was living in the U.K. and studying animation, I had a chance to show him my work. He liked what he saw and invited me to work on Alice from storyboard to design. Unlike Japan, the U.K. has adopted the “character system,” where one animator will stick with one character throughout production. So I worked with Sylvain for two years on the project.

Okamoto: Listening to the story just now, I was surprised by one thing. You had to market yourself to Sylvain Chomet, a famous director. Is that typical in the U.K.?

Suzuki: In the U.K., studios do not normally search for people. Perhaps if someone was an extraordinarily famous animator, but it is not typical for studios to head up the search. People normally go to animation festivals, such as the Annecy International Animated Film Festival, and have to search for work themselves. You won't find a job if you don't do your own PR work.

Animators usually have their own portfolios and demo reels of original work. That is a necessity for animators in the U.K. People who don't take the effort to promote themselves will have a difficult time finding work in the overseas animation industry.

Okamoto: Among the audience at the venue today there are many students who aspire to become creators, but apparently it is extremely difficult for animators to find work abroad.

Animation films are not created by the director or the producer alone. In fact, they are the result of teamwork, so staffing is very important. Here, I would like to ask Director Okiura about his approach to selecting and organizing the staff of *A Letter to Momo*. I heard that a lot of big names have participated in the project.

Okiura: To begin with, I always try to select staff that best matches the work that I have in mind. For instance, for *A Letter to Momo* I chose people suited for that project. First, I visualize these people. Next, together with the producer, I contact them, arrange a meeting, and explain the project. We confirm schedules to see if they would be able to join the team and take over the proposed tasks. In most cases it is the director and the producer who recruit the staff.

Hikawa: There is a category of animation professionals who are known among animation fans as “super animators” or “charismatic animators,” and if we draw a list of the best ten such animators, probably at least seven of them will be members of the staff that created *A Letter to Momo*. That is how exquisite the lineup for this work was.

Masashi Ando of *Spirited Away* was the sub-director. The

animators' team includes Toshiyuki Inoue (*AKIRA*, etc.), Ei Inoue (*The Cat Returns*, etc.), Takeshi Honda (*Ponyo*, etc.), as well as Tetsuya Nishio (*JIN-ROH: The Wolf Brigade*, etc.) and Hiroyuki Aoyama, the animation director of *Summer Wars*. Obviously, the animation department staff features an impressive lineup of creators that can send any animation fan reeling with excitement.

Okamoto: When I spoke previously with Ms. Suzuki about staffing, she told me she was extremely surprised to hear that Japanese animators receive work requests from the film studios.

Suzuki: That is right. When a studio contacted me with a proposition for work, I thought that Japan was a heaven for animators. As illustrated by the diagram, the number of animation works in Japan is still quite large. There are many animators, but also quite a few animation works. Abroad, the number of hand-drawn animation works is really small. In Europe, it can be counted on the fingers of one hand. The balance between the number of animators and the number of works has deteriorated significantly. There are many talented animators who cannot find work.

In this respect, *The Illusionist* is an untypical case for a foreign animated film, as it was created by a team of extremely talented animators. In fact, the previous work of most of these creators had nothing to do with hand-drawn animation. They had worked with 3D animation, or shifted to illustration work. Some, like the one who worked as a bus driver, had been unable to find any animation-related work. Animators abroad find themselves in a situation where they cannot get work unless they create their own portfolio and demo reels and proactively approach the animation studios.

Nunokawa: In 2011, a wonderful animation film called *Trois Petits Points* won the Grand Prix in the category for open entries at the Tokyo Anime Awards, a competition sponsored by the Tokyo International Anime Fair. It was created by Alice Dieudonne, a 20-year old college graduate.

Recently, she came to Japan to attend the awarding ceremony, and I had the opportunity to speak with her. When I asked her what she was doing now, after graduating from university, she told me she could not find work. She pointed out my misconception that in France artists receive subsidies from the government to create various works, explaining that the French animation industry was extremely undersized. Her words

surprised me a little. I realized that looking at things from the outside is quite different from actually working on the inside.

Okamoto: But wouldn't you agree that a portfolio alone does not give a clear idea of an artist's true abilities and competence? From a manager's perspective, I believe there are some risks there. What is your opinion, Mr. Nunokawa?

Nunokawa: In June 2011, I attended for the very first time the Annecy International Animation Film Festival. There, I had an opportunity to observe the works of students of the French Gobelins L'Ecole de L'Image. Their skillful drawing truly amazed me. I had never before in my life met artists in their early 20s who could draw so well. I realized there was quite a difference between Japanese schools and foreign schools in terms of the level of their students. One of the Gobelins students won the Grand Prix at the Tokyo Anime Awards in 2011. It is a fact that most foreign animators love Japanese animation and are quite fascinated with it.

In our line of work, smooth and fluent communication is an indispensable element of successful work, so any language or expression-related barriers stand in the way of the creation process. Compared with the situation in the past, these barriers have become lower, but they still exist. In meetings with animators, it is vital to properly convey each single nuance, so I believe that if the participants use different languages or belongs to different cultures, it is rather difficult to correctly convey nuances. What do you think, Ms. Suzuki?

Suzuki: Every now and then, when I work at a Japanese studio, I compare the situation in Japan and abroad, and I feel that in Japan the language barrier is more of a mental sort.

In the case of *The Illusionist*, the studio was located in Edinburgh, the U.K., but there were almost no British animators on the team. Half of the animators were Spanish, and almost all of them spoke no English. When the studio was recruiting human resources, English language proficiency was not required, and instead the focus was on animation skills. In principle, the workflow for creating animation films overseas is different from the Japanese system, in which a storyboard is distributed to all team members, who read it together and then draw each scene. Instead, foreign animators use animatics as visual material in their meetings, and thus they do not need a common language.

Okamoto: Animatics are animated video storyboards, right?



Suzuki: Correct. Professional animators are able to understand each other even without words, just by looking at these animated video storyboards. Their professional sense comes into action here. Japanese, on the other hand, take the approach “If you do not speak Japanese, we cannot work together.” I have many foreign friends, who aspire to work in Japan, but cannot get work because they do not speak Japanese. This kind of mental barriers block the development of animation technology in Japan.

Okamoto: We just heard an explanation of the creation process based on animated video storyboards called animatics. I’d like to ask Mr. Okiura about the creation process in Japan.

Okiura: In Japanese animation, in principle the director creates storyboards based on the script written by the scriptwriter. The storyboards are almost completely edited before the start of the animation creation. This is one of the biggest differences between animation and live-action films.

Animation must be roughly edited at the storyboard stage. The drawings that describe what each cut is about need to be supplemented with text, which explains the action, and with the lines necessary for the cut. Next, these drawings have to be organized in storyboards that cover the entire animation film. Based on these storyboards, animators, staff members in charge of background art and shooting, and other relevant personnel hold meetings. As for the scenes that are not included in the storyboards, the director explains orally and with gestures what these scenes are about, and has the animators draw the scenes. If the finished drawings are not exactly what the director had in mind, animators are issued further instructions and asked to revise their drawings. I believe this is the process for completion of animation works in Japan.

Okamoto: This means that all explanations and lines on the storyboards are in Japanese, right?

Okiura: Correct.

Okamoto: I have one more question for Ms. Suzuki. I believe in the U.K., too, young animators fresh out of college or graduate school join the actual creation process, but how is their development fostered at the worksite?

Suzuki: The almost universal rule in the British animation industry is that rookies begin their professional development as animation assistants, a position equivalent to that of the person in charge of 2nd Key Animation in Japan. Normally, they are assigned to specified animators.

Of course, animators are skilled professionals, so when they are given assistants, they usually pass their work onto the assistants. So rather than fostering new human resources, they have to make sure that the assistants perform their tasks properly. The idea behind this system is that even if animators do not make conscious effort to foster their assistants, they naturally end up doing so.

Okamoto: So they use the assistants within the limits of their responsibilities in order to complete the work they are in charge of, is that correct? Mr. Okiura, in the U.K. each animator is in charge of a single character. How are things done in Japan?

Okiura: There is no such system in Japan. This probably stems from the Toei Douga tradition for full length animation projects, but animators were assigned to scenes, and not characters. Hayao Miyazaki would do a scene, Yoichi Kotabe would do another, and Yasuo Otsuka would do yet another. People still talk about these classic scenes, and the animators’ names are



associated with them. I have no idea why it started this way, though.

Suzuki: When the animators are paid per project, you have no choice but to assign per-scene. In the U.K., where the majority of the crew is employed by a company and work on salary, it is rare that you find that kind of pay-per-project system.

Nunokawa: There are also time constraints. As you saw in the chart, 55 animation features are made in a year. Scheduling is tight and the productions have to work on multiple projects at once. It's not possible to have a system like they do in the U.K. The staff who work at my company are also swamped. The per-project system might have been a factor, but I think the reason we have the system we do now is mainly because of time constraints.

Hikawa: In Japan people are assigned to a cut. When that cut is completed, their assignment is completed. Those cuts are ultimately fit into the whole feature in accordance with the storyboard like jigsaw puzzle pieces. With this kind of workflow, it's better to assign the animators to a cut rather than a character. If they were assigned a character and they stalled, it would be impossible to complete the puzzle. The industry is mass producing and there is not time for stalling. I think that is one of the reasons we assign people to scenes. Of course, it is not exactly the same for theatrical animation features and TV projects.

Okamoto: In this kind of per-cut system, it is hard to train the next generation of animators. So perhaps we are over-producing. Having too many projects also means that you can't take the risk of hiring newcomers, correct?

Suzuki: Outside Japan, animators have assistants who work on easier cuts. Assistants hone skills by working on projects like this, so there are many who later become animators. When I work on a Japanese project and go through dozens of cuts, I see that there are cuts that are hard to tackle and easy cuts that I can do in half a day.

I think both systems have their advantages and drawbacks. There is no right way of doing things. But when working in a Japanese system there are some jobs that would be more beneficial for those aspiring to be genga animators (key animators). So, in Japan, there is a lot more work assigned to you that you don't necessarily feel the need to do. I think that's one of the drawbacks.

On the other hand, with *The Illusionist*, I had to work on the same character, Alice, for 4 years. By the end of 2 years, I was already fed up with her. I didn't want to draw her anymore (laughs). I wanted to move on but I couldn't. That's the drawback in that system. It drains the animator dry.

Okamoto: I suppose each system has its historical backgrounds, and it's not a matter of which is better. But it seems that the Japanese system prioritizes efficiency more, and that is why we have arrived at this system.

Hikawa: Also, outside Japan, animators are looked upon as actors. That is how Disney works. Having the animator carry the

character from start to finish gives the character the animator's personal touch, and brings a unity to the whole project. I think this was also an important factor in molding the system in the West.

Suzuki: Exactly. Animators are supposed to be actors. I also studied acting while in college. Disney also offers acting classes. In Japan, where people are assigned to cuts, you're more of a director than an actor. That is a huge difference.

“Exporting Japanese Anime”

Okamoto: Let's move on to the third topic, “Exporting Japanese Anime.” What with the “Cool Japan” fad, Japanese animation is becoming a popular export. But there are also voices saying that animation in turn, also needs to be keener to overseas needs. Let's talk about this. We'll start with Mr. Kazahaya.

Kazahaya: Overseas cartoons are mainly personified animals. Japanese anime on the other hand, mainly depict humans. This means the character's vast cultural background is a big part of him/her, and of the whole piece.

Manga is a magnificent form of art that Japan gave birth to. It melds cultural background into the imagery and the story. Animation served as a form that elevated manga to a higher realm. This is fine if we're just thinking about the art form in Japan. But when we turn to look overseas, we realize that it's the Japanese cultural aspect that hinders accessibility.

Mr. Nunokawa's Studio PIERROT has created animes like “NARUTO” and “BLEACH” of which the “samurai” and “sword” elements are big part. Those are very accessible overseas. But it does have its problems. If one was to ask what the sword is for, to which the answer is of course, to slay people, that means censorship. That makes it less marketable to mass markets as a children's anime. You can show blood and liquor on Japanese TV, but not as much overseas.

The racial aspect can also be a hindrance in taking an anime overseas. So it's still easier to globalize robot franchises, or programs like the “Power Rangers.”

Presently, the anime industry is heavily dependent on TV. That means it has to be viable as a business to recoup TV costs. But robot anime business schemes are usually limited to boys' action figures, so revenue is limited. So, Japanese anime productions need to think outside the box. They must come up with an original scheme. And the government must support these efforts to make the business more accessible for the generations to come. That way, we can protect our culture.

Even live action period pieces are harder to make these days. Production costs are much higher than contemporary pieces, which makes it harder to attract sponsors, especially in the present economy. So TV broadcasters are now showing period pieces from other countries instead. I think we need to acknowledge this as a critical situation. Now is the time to start thinking about how we should protect our culture. By “culture” I mean period projects, or projects like those of Studio PIERROT. With more substantial support from the



government, namely the Agency for Cultural Affairs, we can do this, and push our industry into the next phase.

One stark difference between TV programming is the rating system. In the West, every program is rated, but not in Japan.

So it would help to have the Agency for Cultural Affairs rate and certify each program with a seal saying “ages 2 to 4” or “ages 3 to 6” etc. If a program is certified by the government as recommended and educational it would help us take programs like “Shimajiro” and “Anpanman” overseas, and greatly help the industry.

In the West, the strong film industry makes it easier for cartoon franchises. Iconic Marvel and DC franchises can be softened for TV so that it can be rated for children to see, but can be made more action oriented for the cinema. So there is a nice bridge that goes across multiple media. In Japan, the content is already action oriented for TV, and the creators have to enhance that to offer more stimulation for the audience. This makes it less approachable for foreign distributors as they presume the content is too violent.

That’s why I think it’s important to establish a rating system in Japan. But a Japanese rating system would not be enough. For example, the Agency for Cultural Affairs could create a rating system by using as a reference ratings for Disney features shown in Japan. If the Agency for Cultural Affairs set a certain rating for a picture that was equivalent of a Disney picture, and make it an international standard, it would be a good guideline for production. This would make it easier for us to make more exportable pictures.

Okamoto: So, a rating system would make animation more accessible for foreign distributors?

Kazahaya: Yes. Disney has its own rating system. But it won’t disclose the criteria because it changes from time to time. That’s because their ratings follow FCC regulations, and they must make adjustments in accordance with FCC orders. So it would make sense to have the Agency for Cultural Affairs first establish ratings for Disney films, and have a Japanese anime rating system that mirrors that. We need a rating system that is independent of international assessment.

Animators have to continue drawing, even at low wages. They have to earn a living, so they take what they can get. But it is important to have a creative core, and to be clear about what you really want to create. As Ms. Suzuki said, animators in Japan may have more security compared to those in the U.K., but that leads to lack of ambition. The ideal is to have both security and ambition. It is a great feat keep your identity and sense of direction, and still make a living out of it. I respect that.

TOEI ANIMATION is producing a 3D piece called “SPACE PIRATE CAPTAIN HARLOCK” which is very successful internationally, especially in France. The main character is named Albator in the French version. We decided to go ahead with this project because we wanted to breathe life again into our legacy. It’s a remake, but it has a new look of its own. Of course we do have approval from Reiji Matsumoto, the original author.

Looking towards the future, TOEI wants to create more internationally oriented projects like this one, and gain international partners to create good synergy. I think this will help rejuvenate our work.

Okamoto: Today I’ve asked a big favor to borrow the trailer for the new 3D film *SPACE PIRATE CAPTAIN HARLOCK*, so I’d like to have you all watch this.

<*SPACE PIRATE CAPTAIN HARLOCK* trailer>

*Actually filmed in 3D — shown today in 2D

Okamoto: Thank you.

Just this year (2011), Innovation Network Corporation of Japan announced a new company, “All Nippon Entertainment Works.” This company will remake Japanese stories/characters and market them on a global scale. As Mr. Kazahaya just said, I think the remake of old stories is a new trend in Japanese animation industry.

Mr. Nunokawa, what do you think makes films like “NAURTO” popular?

Nunokawa: If I knew that, I’d be able to erect a building here in Roppongi (laughs).

However, Japan entertainment used to all be focused inward. We didn’t think what we made for these 130 million people would leap to overseas markets. Anime is typical. It makes me excited to think about how popular it has become overseas. Of course we just noticed this overseas market in the last few years. One may think Japan has a strategy for holding on to this market, but that’s not certain.

It will be important to focus on overseas while to value the domestic market. I mentioned that at the beginning, there were mistakes in our overseas strategy for *Legend of the Millennium Dragon*, and I think that this was training for us to keep the overseas market in view. The preview of *SPACE PIRATE CAPTAIN HARLOCK* is completely aimed at the overseas market. Japanese anime has reached a transition. This is a time to consider the future including human resource development.

Japanese animation has evolved amid stiff competition. I’m proud that this has produced a successful approach to production. Now I think that this should be applied more and more not only domestically, but also focusing internationally.

Okamoto: If the overseas market were focused on too soon, I feel that the Japanese market might be lost. It might have a Western flavor or neglect to convey Japanese nuance. Does anyone have any opinions about this?

Hikawa: I strongly agree. The reason *Spirited Away* won an Academy Award was not only because of animation but also because of traditional Japanese content. It looks very exotic to Western eyes. It shows them that there are other cultures than Western. I think this would have been lost had it been tuned too much to international tastes.

Nunokawa: I think one of Japanese animation’s strengths

is its variety of genres. *Legend of the Millennium Dragon* was appropriately based on Japanese history and culture.

The voice team for “Sazae-San” received a merit award at the Tokyo Anime Awards. The scene of the 7 family members kneeling around the table has continued for 41 years. It may not receive appraisal overseas, but it’s been in the top 10 for 41 years. This is also an anime genre.

In Europe, there is none who doesn’t know of “Heidi, Girl of the Alps.” But long ago, European child educators were quite amusing. Look at her big eyes, round cheeks, big mouth. Other Europeans thought they were disparaging their own culture, but when actually broadcast, it seem that image took root. I think these different genres are one of the strengths of Japanese anime.

Okamoto: Ms. Suzuki, do you have any thoughts on overseas expansion?

Suzuki: I strongly agree with Mr. Hikawa. I thought *Spirited Away* was very interesting to audiences and strongly promoted Japanese culture.

Aardman Studios is putting much effort into overseas expansion, but they are strongly pushing English culture, trying to sell it. This is the reason that *Flushed Away*, with the mouse, went into the red right away (laughs).

Meanwhile, in their “Wallace & Gromit,” the main character Wallace is the most popular. The old, country English Wallace fascinates people around the world. People like it as a product representing English culture. Of course, culture is not something sought for in watching films, but something felt from films. So if you try to sell a film by omitting culture, you won’t get customers.

Pixar Animation Studios reflects American culture. American history is still new, so it doesn’t have a strong flavor. I think Pixar products are based in American lifestyle and culture.

We think America when thinking overseas expansion, but European culture and length of history are similar to those of Japan. Filmmaking methods are also similar. In Europe, the film is the director’s work, not something made for the producer and money. So it’s better to focus on European markets in overseas expansion.



Okamoto: Director Okiura, do you have any comments on development?

Okiura: I think one other reason for the success of “Heidi, Girl of the Alps” is that skilled animators created it.

If Japan now tries to create reality-based anime as done overseas, there will be obstacles. First, we don’t know the life customs of the country. There was an example of a small window beside a door that turned out to be for scraping mud off shoes. Some things might not even be apparent from research trips. It’s difficult to draw that type of lifestyle detail. It’s saying you can express the people who live that lifestyle.

Before talking about promoting the positives of Japanese anime, I think we should realize that the risk of screening reality-based anime overseas is higher than it used to be. If so, I think we should expand with Japan and Asia. Or, I think one method would be to go with fiction, such as sci-fi, that anyone can understand.

Okamoto: Mr. Kazahaya mentioned remaking old stories — this is to be based on Japanese anime, correct?

Kazahaya: I think the important thing is who the subject is and what the subject wants to make. “SPACE PIRATE CAPTAIN HARLOCK” was popular in France as well as Japan. People influenced by it will want to go on to make other things, and I think this is connected to the creation of 3D films.

Even with global information so easy to obtain, you’ll fail if you think you’re global yourself. Those raised with Japanese culture interpret it in their own ways, so I think Japanese people can help with some parts.

Japanese products are transmitted to Europe. Europe has many areas, and by specifying the target area, products can be better made to spread to others. Rather than being tied to the world “global,” I think it’s important to ask what you want to make and who you want to have help you.

“Nurturing of Resources”

Okamoto: The next topic is “Nurturing of Resources.” First, I’d like to have Mr. Hikawa explain the “Young Animator Training Project” that the Agency for Cultural Affairs started last year.



Hikawa: Every year the “Young Animator Training Project” takes four production companies that are members of the Japan Animation Creators Association (JAniCA) and offers training to young animators through creation of a 30-minute TV program (a 24-minute project). JAniCA manages the project office.

It’s easy to misunderstand the name “Young Animator Training Project.” One misunderstanding is that one will be able to see work made by young animators. There is also the misunderstanding that the project is a form of financial assistance for young animators with low wages.

This project is different. The four companies that are selected are each able to produce their own work. The strength of this is that it is guaranteed to produce four original works.

The project implements a system created by veterans, by which young animators are trained. The training process draws out know-how that will become central in the training of future industry resources, and this is shared even with companies who do not participate, becoming a common asset. Once my misunderstandings about these things were corrected, I resonated with it and began to assist.

The word “culture” relates to the word “cultivate.” As shown the number of Japanese anime titles will increase, but I think everyone understands that the soil will become barren. The “soil,” the essential vitality of animation may be very barren at this time - about 50 years since the beginning of TV anime, a critical juncture in the industry, and an important time to review the current situation. It was with this in mind that I wanted to assist.

However, this project won’t end in a single year, and it will produce four titles per year. I think that having production companies produce their own work in the form that they want makes this a project that literally draws the future.

As a writer, I help create printed materials, and rewrite catch copy, etc. What’s important there is the sense of creation of the future. The name “Young Animator Training Project” focuses on the “training,” so from this year (2011) it’s not that, but it’s become the creation of an “Animemirai” brand with a “Anime Future Creation Project.”

The results of 2010 are already ready, so I’d like to have you watch these four films.

<Trailers created by “Young Animator Training Project” Participants>

“Kizuna Ichigeki”

(Director: Mitsuru Hongo/Production: Ascension)

“Ojiisan No Lamp” (Director: Teiichi Takiguchi/Production: Telecom Animation Film)

“Banno Yasai Ninnin Man”

(Director: Masayuki Yoshihara/Production: P.A. works)

“Tansuwarashi”

(Director: Kazuchika Kise/Production: Production I.G.)

Okamoto: What did you learn through making these four films in the first year?

Hikawa: I was impressed at how these 4 different companies came together to make films that showed such variety and variation in Japanese animation.

Most Japanese animation doesn’t use a large number of images. Normally, animators create films from 3,000–4,000 images. In this project the minimum number of images used was four to five times that amount. I felt that this was a kind of experiment to see what would happen if the limited animation limiter was removed.

For large number of titles, the trend is division of labor among animators. For example, you have several levels of images, or a layout person. If labor is finely divided, people forget what they’re doing. Schedules are tight, jobs must be done immediately. We’re going back to the style of the time when the veteran animators were just coming on the scene, when it was still creative work. We’re trying to make workplace progress director-centered. So at this late hour I was impressed with the strength of Japanese animation. We’re going back to the essence of a type of animation. This may not have been the intention of the project, but I’ll be happy if the project can be a source of nutrients in today’s barren soil.

I personally met the animators who participated in this project. All were in their 20’s, and had bright faces. If these young animators continue on, they will perhaps brighten our eyes with surprising works in 3–5 years from now. If that’s the case, I feel that this project is significant as a future vision.

“Developing the Foundation of the Animation Industry”

Okamoto: The Agency for Cultural Affairs is considering construction of an Anime archive. In my position as a teacher, I often think about how great it would be to be able to get films from the archive to show to students.

This was a subsidization program for the Agency for Cultural Affairs to create animation with domestic capital, but from 2011 sponsorship of international co-production will begin. (Attachment 3, only in Japanese).

UNIJAPAN is an organization that supports creator participation at overseas film festivals. The Agency for Cultural Affairs selects from films that UNIJAPAN considers to be appropriate for co-production, and pays grant money for it.

Mr. Nunokawa, I think you know that there are things that only one company cannot provide. What do you think is expected by the government and administration?

Nunokawa: Some anime films from the early years of its 50-year history exist — 35mm, and then it changed to 16mm. The originals are deteriorating, so if an archive is possible, it should be built quickly.

Films made in these 50 years, are being digitized to preserve them for the future. This is possible for large companies, but most companies cannot afford it. So the request from the industry is also for support for digitization.

Archiving by the Agency for Cultural Affairs began in 2010. It of course began with creation of a database, but much time is required for archiving. This is not something that can be done in only a few years, so I ask that this be ongoing for as long as possible.

Okamoto: Ms. Suzuki, what are the expectations of government and administration regarding infrastructure development?

Suzuki: I feel that people overseas are accepting Japanese anime as Japanese culture. I think that the government's direction is important here.

I think it's amazing that it's free to enter art galleries in the U.K. When families go out, most go to films, art galleries, or museums. The government is skillfully directing the culture of the people. The U.K. as a country considers English culture, history, and art to be important.

I feel that government leadership is important in showing that animation is current Japanese culture that is important and will remain. This is a bit neglected.

Okamoto: Mr. Kazahaya, do you have anything to say?

Kazahaya: Japanese people live in severe climates, so they don't take it for granted. So I don't think they expect to understand the level of speech politeness used at government offices.

Whether in the U.K. or France, animation permeates people, and I think the power of this culture will spread around the world. Japan is coming to be assessed overseas, and rather than having anime recognized as Japanese culture, I'd like the government to actively promote anime as Japanese culture through organizations like the Agency for Cultural Affairs. I want to create that framework.

Okamoto: Mr. Hikawa, anything?

Hikawa: "Future" was a keyword, and this means "to come" in Japanese characters, so many people may think Japanese people think "time passes arbitrarily." But in English, the word future includes the sense of "will." So, some people feel the

need to create the "future." I think that if we keep looking forward there will be positive results in the future.

The future doesn't exist on its own. The present becomes the past. Past, present, and future are connected. 50 years is a long time for anime. Isn't it time to systematize that to give it a history?

I was unhappy to hear the media report the attention that anime was getting overseas. Why do we need to be evaluated from the outside? Have the country itself declare it with self-portraits like, "Japanese-made anime has this history, these characteristics, and differences from overseas products," "Japanese created it with these ideas in mind, and will continue to do so." Make it a universally-historical word. Even if anime doesn't become a word, Japanese has a characteristic power of language so clearly defining this self-portrait will connect it to that intention. If that happens, a definitive future can be drawn.

Okamoto: Lastly, Mr. Nunokawa. Do you have anything?

Nunokawa: I went to the Ottawa International Animation Film Festival in September, and went to the National Film Board of Canada while I was there.

When I began animation, I always kept a text by Norman McLaren, a great Canadian artist, at hand. He was like a god to me. I was exited about being in this anime palace. The National Film Board of Canada is a government institution, so the edifice was huge. It also houses various Academy awards for films it has won. People interested in anime production would be so envious to see that environment.

We have come to this far without government aid. However, when thinking of the future, there are limits to how far independent productions can go. So I think it's important for the government to support the animation industry.

Okamoto: Thank you. This symposium allowed us to exchange many views. Thank you, panelists, for your time.

(The above text is an edited extract from the symposium.)



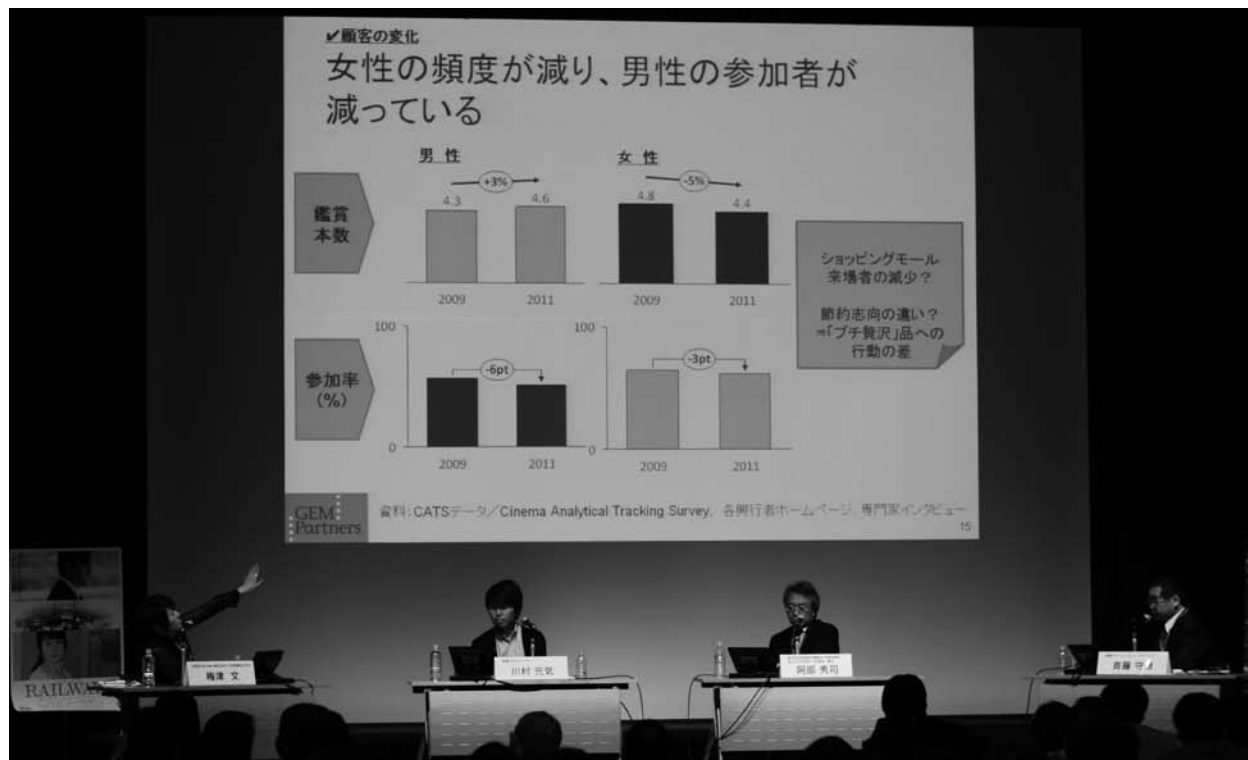


「映画でつながるために。 —風穴をあけつつける映画業界の挑戦者たち」

パネリスト：阿部秀司（映画プロデューサー／株式会社阿部秀司事務所 代表取締役／株式会社 ROBOT 創業者・顧問）／

川村元気（映画プロデューサー）／梅津 文（GEM Partners 株式会社 代表取締役 CEO）

モデレーター：斉藤守彦（映画ジャーナリスト／アナリスト）



司会：ただ今より第二部「映画でつながるために。—風穴をあけつつける映画業界の挑戦者たち」を開始いたします。

第二部のモデレーターは映画ジャーナリストの斉藤守彦さんです。ここからの進行は斉藤さんをお願いしたいと存じます。それでは斉藤さん、どうぞよろしくお願いいたします。

斉藤：映画ジャーナリストの斉藤守彦と申します。第一部が大変アカデミックな内容だったんですが、第二部も結構な論客が揃っていますので、スリリングな展開になることを期待してください。では、その論客の皆さんをご紹介します。自己紹介をお願いします。

阿部：阿部でございます。映画のプロデューサーをやっております。今日はよろしくお願いいたします。

川村：東宝で映画のプロデューサーをやっております、川村元気と申します。今日は、阿部さんにどれだけツッコミを入れることができるかというところに力点を置いてがんばりたいと思います（笑）。よろしくお願いいたします。

梅津：GEM Partners の梅津と申します。私の会社では、阿部さん、川村さんのような企画・プロデューサーの方たちだけではなく、宣伝を担当している方たちに向けた作品のポテンシャル分析、宣伝戦略の立案、その実行モニタリングの分析サービスを行っておりま

す。今日は、おふたりとは少し違う視点でお話させていただければと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

斉藤：阿部さんと川村さんのおふたりが他の方々と違う映画作りをしている一番の特長というのは、やはり企画だと思うんです。

何を映画にするか。これがこれからの映画界にとって、ものすごく大きな課題になってくると思います。というのは、私がジャーナリストとして取材している中で聞こえてくる声を総合しますと、恐らく今の3,400スクリーンのマーケットがこれから縮小傾向に向かうだろうと。もうこれから先、撤退してしまうシネコンや、売却されてしまうシネコンも出てくるというような話を各方面で聞きます。それからもうひとつ、映画に対して出資をする企業が確実に少なくなっている。これは例のリーマン・ショック以来、名だたる監督に作りたいという気持ちがあっても、企画があっても、出資が集まらない。だから、映画製作の話を解体せざるを得ないということが相次いでいます。これからそういう流れが、中規模・大規模いかに問わず、あらゆる作品にもおよぶのではないかとささやかれています。

やはり今、映画は製作・配給・興行ともにデジタル化の流れが強くなってきています。ですが、企画だけはデジタル化できません。なぜなら、企画を考えるのは人間の頭だからです。阿部さんが企画した作品は、阿部さんの趣味から派生して作られていることが多いんですけど（笑）。そういう、趣味性というのも企画の一番大事な部分であったりします。



第二部 パネリスト：



阿部秀司（映画プロデューサー／株式会社阿部秀司事務所 代表取締役／株式会社 ROBOT 創業者・顧問）

1949 年東京生まれ。1974 年慶應義塾大学卒業後、第一企画株式会社入社。同社企画制作局配属後、ライター、CM プロデューサー、クリエイティブディレクターとして多くの CM を手がける。1986 年退職後、株式会社 ROBOT を設立。1993 年映画部を併設し、『Love Letter』（1995 年 岩井俊二監督）を機に、『ジュブナイル』（2000 年 山崎貴監督）『ALWAYS 三丁目の夕日』（2005 年 山崎貴監督）『SPACE BATTLESHIP ヤマト』（2010 年 山崎貴監督）など多くの映画製作に関わる。2010 年株式会社 ROBOT の創業者・顧問に就任、さらに株式会社阿部秀司事務所を設立し、映画プロデューサー業に専念。最新作に、『RAILWAYS 49 歳で電車の運転士になった男の物語』（2010 年 錦織良成監督）のシリーズ第 2 弾『RAILWAYS 愛を伝えられない大人たちへ』（2011 年 蔵方政俊監督）『friends ものけ島のナキ』（2011 年 山崎貴監督）『ワイルド 7』（2011 年 羽住英一郎監督）『ALWAYS 三丁目の夕日 '64』（2012 年 山崎貴監督）などがある。



川村元気（映画プロデューサー）

1979 年生まれ。2001 年東宝株式会社に入社。2005 年『電車男』（村上正典監督）を企画し大ヒットを記録。その後も『スキージャンプ・ベア』（2006 年 真島理一郎監督）『デトロイト・メタル・シティ』（2008 年 李闘士男監督）などを企画。2010 年には『悪人』（李相日監督）と『告白』（中島哲也監督）を企画し、両作はキネマ旬報ベストテンの 1 位、2 位に選出され、日本アカデミー賞各賞を分け合った。また同年、米 The Hollywood Reporter 誌の「Next Generation Asia 2010」に選出され、2011 年には史上最年少で「藤本賞」を受賞した。



梅津 文（GEM Partners 株式会社 代表取締役 CEO）

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



モデレーター：

斉藤守彦（映画ジャーナリスト／アナリスト）

1961 年静岡県生まれ。映画業界紙「東京通信」記者（のちに編集長）を経て、1996 年からフリーの映画ジャーナリスト・アナリストに。以後多数の劇場用パンフレット、「キネマ旬報」「HiVi」「ザテレビジョン」「日経エンタテインメント!」「宇宙船」「スターログ日本版」「INVITATION」「東京カレンダー」などの雑誌に寄稿。現在、アニメ・ビジネスサイト「アニメ! アニメ!」にて「特殊映像ラボラトリー」を、投資家向けビジネス雑誌「フィナンシャル・ジャパン」で「戦略的映画マーケティング」を連載中。

2007 年「日本映画、崩壊 — 邦画バブルはこうして終わる —」、2008 年「宮崎アニメは、なぜ当たる — スピルバーグを超えた理由 —」、2009 年「映画館の入場料金は、なぜ 1800 円なのか?」、2010 年「『踊る大捜査線』は日本映画の何を変えたのか」（共著）を上梓。他の著書に「図解でわかるコンテンツ・ビジネス」1～4（共著）、「ソノラマ MOOK / ゴジラ・モスラ・キングギドラ 大怪獣総攻撃」（構成・執筆）などがある。また 2011 年 9 月には、電子書籍で「日本映画、飛躍と困惑の過去・現在・未来」を刊行した。

では、おふたりがこれまで作られた映画の企画は、どういう形で想定して、どういう形で開発していったのか。それを今日は聞いてみたい。私も24年間も長く、映画ジャーナリストをやっています。撮影や配給、興行の現場というのは入り込んで取材はできるんですけど、企画の現場は閉じられた世界なので全く分かりません。ですから、今日は企画に当事者として携わっている方々に、色々な話を事例として聞いてみようという目論見があります。

『BATADEN』から『RAILWAYS』へ

斉藤:まず、阿部さんにお話を伺うところから始めさせていただきたいと思います。阿部さん、ROBOTという会社はいつ設立されたんでしょうか？

阿部:1986年に設立したので、今年2011年で25年目ですかね。

斉藤:その後、ROBOTを辞められましたよね？

阿部:はい。僕は最初に第一企画（現アサツー ディ・ケイ）という広告代理店で12年間勤めて、そのあとROBOTで24年間勤めて、それで辞めました。

斉藤:今現在は阿部秀司事務所という、ご自身の事務所を立ち上げられて？

阿部:はい。60歳の時に「ROBOTは阿部さんが立ち上げた会社だから、定年がなくていいね」と人に言われたのが、何となく尾を引いて。「定年がないということは、いつまで仕事を続けられいいの？」と思ったことが、新しく自分の事務所を立ち上げるきっかけでした。あとは、ROBOTが、僕が考えていた会社よりも、段々と大きくなりすぎてしまって、モノを作るというよりもビジネスが優先になってしまった。自分はずっとクリエイターだと自負していたので、やはり経営の仕事をするよりも映画を作るということに専念したいなと思ったのも大きなきっかけではありました。ROBOTという会社も、24年間続いていれば立派な大人だなと。自分で生み出した会社が24歳になれば、もう立派な社会人なので、親の手から離れてもいいかなというような気もすごくして、自分の事務所を立ち上げることにしたんです。

日本の人口は、40年後には9,000万人台になると言われています。ということは、確実に映画というマーケットが縮小することは分かっている。その辺のことも考え合わせて、阿部秀司事務所としてこれからの映画業界のことを考えていかなければいけないかなとは思っています。

斉藤:阿部秀司事務所では、主に企画を立案しているんですか？

阿部:そうですね。自分の事務所では企画を立ち上げて、製作は基本的にROBOTに依頼しています。

斉藤:この（2011年）12月3日に「RAILWAYS」シリーズの2作目、『RAILWAYS 愛を伝えられない大人たちへ』が公開されます。この作品は、製作の幹事会社が松竹だということなんですけど、これは阿部さんのほうから松竹へ企画を持ち込んで、成立して、映画になったという流れなんですか？

阿部:基本的にはそうです。でも、「RAILWAYS」シリーズは、もともと違うタイトルの企画だったんですね。

最初は1作目の監督である錦織良成さんが、鳥根県の一畑電車を題材にした企画を松竹に持ち込みました。当初は『BATADEN』（パタデン）というタイトルで。その『BATADEN』というタイト

ルを聞いた時に、松竹はいい反応ではなかった。本当のことを言うと、松竹に断わられてしまったんです。「この企画を映画にするのは、やはり難しい」と。その時に、僕は「RAILWAYS」というタイトルがひらめいて、その場で僕が「『BATADEN』というのは仮のタイトルで、これは『RAILWAYS』というタイトルですよ」と言ったんです。その瞬間に、松竹の反応がいい方向に変わった。タイトルの魅力と言うんでしょうか。

『ALWAYS 三丁目の夕日』の時もそうですけども、映画はやはりタイトルがすごく重要だと思っています。タイトルはキャッチーでなければいけない。その「ALWAYS」という単語がずっと頭の中であって、「RAILWAYS」というタイトルを思い付いたんだと思います。結局、1作目は『RAILWAYS 49歳で電車の運転士になった男の物語』というタイトルになりました。他の人がこのタイトルを付けたら批判があっただろうけど、両作品に携わっている自分が付けたタイトルなので、すんなりと採用されました。

「RAILWAYS」シリーズの1作目は、ビジネス的にはそれほど成功はしていません。ヒットと言えばヒットなんですけれども、興行的には自分の目論見とは少し乖離があった。そんな中、2作目を作ることができたのはすごく幸せですね。

斉藤:阿部さんの目論見として、「RAILWAYS」シリーズの1作目はどういう方に観せたいと思って企画されたんですか？

阿部:僕は、世の中には鉄道ファンがいっぱいいると思っていたんですよ。自分が鉄道ファンなものですから。いっぱいいるのかと思っていたら、意外と少なかったという（笑）。それは冗談ですけど。

ある時、新聞に「不況知らずの鉄道ビジネス」という記事があった。鉄道ビジネスのマーケットは、それほど大きくはなかったんですけども、鉄道を支えているファンはすごく多くて、ビジネス的にも当たっているという記事を、「RAILWAYS」を企画する前に読んだ記憶がありました。自分が鉄道ファンだということもあるんですけども、その時から鉄道をテーマにした映画を作ることができればいいなと思っていて、企画を探していた。そうしたら、錦織監督が『BATADEN』という一畑電車の企画を持ち込んできた。僕が鉄道ファンだということを知って、彼が持ち込んできたのかもしれないんですけども。それで、この企画を映画にしてみようと思って、色々走り回っていたら松竹でやっていただけることになったというのが経緯ですね。

映画はタイトルが重要

斉藤:まだ『BATADEN』というタイトルではあったけれども、企画書は松竹に提出されました。通常、企画書にはどのような内容が書かれているものなんですか？

阿部:大雑把なストーリーと、予想されるターゲット、要するにメインのマーケットと、それから座組（出演者の構成）を大体書きます。

企画書の段階でも、タイトルはすごく大事だと思っています。先ほど「RAILWAYS」の話をしましたけれども、実は『ALWAYS 三丁目の夕日』の時もタイトルを付ける際に色々ありました。最初は「ALWAYS」と付いてなくて、単に『三丁目の夕日』というタイトルだった。僕は『三丁目の夕日』というタイトルは絶対ないなと思っていたんですが、周囲の人間からは「何で『三丁目の夕日』ではいけないんですか？」という声もすごくあって、『ALWAYS 三丁目の夕日』の時も、やはりタイトルにはすごくこだわりましたね。

斉藤:『ALWAYS 三丁目の夕日』は、企画の段階で社内でもすごく反対が多かったという。



阿部:社内というか、皆に反対されました。「マーケットがない」「誰が観るの?」「あの“4畳半”的な世界が、今受け入れられるの?」などと言われた。それから、あの原作コミック「三丁目の夕日」の時代を実際に体験している団塊の世代が、一番映画を観ていない。そういうネガティブな要素が、いくつもあったんですよね。

とにかく、映画のイメージにつながるものが、原作コミックしかない。それをどういう風に説得したかという、先にパイロット版を作って、まず作品の世界観を観せた。それが一番大きかったと思います。それから、新たなマーケットを作るということもすごく大事だと言いつけた。要するに、“映画を観ない”のではなく、“観る映画がないから観ない”のではないかと。観る映画を作れば、団塊の世代も絶対に映画館に来るはずだと思っていた。団塊の世代の人口は600万人とも800万人とも言われて、非常に大きな塊であるのに、その人たちが観る映画がない。であれば、団塊の世代をターゲットにした映画があってもいいのではないかと説得して、ようやく製作に入ることができたわけです。

横文字のタイトルが自分でも意外と好きなんだと最近思っています。『ALWAYS 三丁目の夕日』『RAILWAYS 愛を伝えられない大人たちへ』『ワイルド7』『friends ものけ島のナキ』とか…。考えてみたら全部タイトルに英語が付いているんですね。別に狙ったわけではなくて、結果的にそうなっているんですけども。僕は本当に企画をする上でもタイトルはすごく大事だとずっと思っています。

斉藤:1本の映画のタイトルというだけではなくて、そのパッケージタイトル、その世界観を表すタイトルが重要ということでしょうか?

阿部:そうですね。その世界観が一目で分かるようなものが、やはりお客さんも惹き付けるのではないかなと思っていますけど。

斉藤:私は、広告代理店(第一企画)時代のノウハウを、そこで活かしているのではないかなと思ったんですけども。

阿部:そういう意味では、タイトルを付ける作業というのは、コピーライターの仕事に近いものがあるかもしれませんね。

新たなシリーズ作品を目指す

斉藤:「RAILWAYS」シリーズの1作目は、興行的にそれほど成功していないと言われながら、なぜ2作目を作ろうと思ったんですか?

阿部:まずひとつは、全く新しいタイプのシリーズ作品を作ってみたかった。今までのシリーズ作品は、キャスト・スタッフ・話の設定がシリーズを通してすべて同じ。「寅さん」でも「踊る大捜査線」でも「海猿」でも。この「RAILWAYS」を、サブタイトルは変わっていくけれどもメインタイトルが一緒で、キャストと舞台となる地域は作品によって違うというシリーズ作品にできれば面白いなという想いがありました。

「RAILWAYS」シリーズの1作目が本当に評判のいい作品だったので、2作目は松竹からぜひやりましょうと言ってくださったのもあるし、応援してくださる出資者もいたので、作ることができました。「RAILWAYS」を、これからもずっと長く続くシリーズにしていきたいなと思っています。

そう考えるようになったのは、地域の過疎化の問題がひとつのきっかけとなっています。様々な地方へ行くと本当に“シャッター通り”が多くて、地方の地盤沈下が進んでいると痛感する。だから、この「RAILWAYS」シリーズが、地方にとって元気の源の種にな

ればいいなと思っています。島根県で1作目を作った時に、それをすごく感じました。映画を作ることによって、一畑電車の地元が盛り上がっていくのをすごく感じた。その地域ごとに私鉄は必ずあるので、それをモチーフに映画を作っていけば、全国に広がっていく新しいシリーズができるのではないかなということで、トライしてみよう。「RAILWAYS」がこれまでにない、全く新しいシリーズ作品になればいいなと思っています。

今回の2作目、『RAILWAYS 愛を伝えられない大人たちへ』の場合は、富山県の富山地方鉄道が舞台となっています。実は富山地方鉄道は、僕たち鉄道ファンにとって非常に魅力的な私鉄なんです。だから、僕にとって富山地方鉄道は、カードで言う切り札的存在。2作目にその切り札を使ったのは、とにかくこの作品で成功させたかったからなんです。

実は、富山地方鉄道にこの映画の企画を持って行った時、反応がすごく悪かったです。体制も非協力的で。あとで話を聞いてみたら、富山地方鉄道の社長が1作目を観て大好きになって、富山地方鉄道も映画の舞台になればいいなと思っていたところに映画の話が来たものだから、本当に「オレオレ詐欺」だと思ったらしんどですよ(笑)。そんなにうまい話があるはずないだろうと、最初は本当に冷たかった。今は富山地方鉄道をはじめ周辺地域の皆さんにもすごく協力してもらっていて、地元で非常に盛り上がっています。だから、この「RAILWAYS」シリーズを全国に広げていって、地方を元気にしたいなと思っています。

斉藤:とりあえず地方都市で電車が走っていることが、映画の舞台になる条件ですか?

阿部:そうですね。やはり「RAILWAYS」なので。電車がいないところで「RAILWAYS」と言っても成立しませんからね。今、本当に地方私鉄の経営は苦しい。でも、1作目の島根県では、一畑電車の利用客が10%ぐらい増えたり、観光客も増えている。やはり、映画の舞台となることで経済効果はそれなりにある。ただ、それを一過性のお祭り騒ぎにしてみらいたくないなとも思っています。「そのあとのことが大事ですよ」と、富山県でも言っています。

今、「RAILWAYS」シリーズの3作目はどこを舞台にしようかなと考えています。もちろん、2作目の結果次第で、3作目を作ることができるかどうか分からないんですけどね。

阿部秀司にとっての良い企画

斉藤:すごく漠然とした質問なんですけれども、阿部さんにとって良い企画とはどういうものですか?

阿部:やはり、新しいマーケットを作ることができるような企画は、僕らにとっては良い企画だと思います。それだけ質が良く、ジャンルに関わらず皆さんがいいねと評価する企画。映画はお客さんにお金を払っていただいて、2時間前後の時間を我々にいただく。お客さんに対して満足していただけるような映画を、ジャンル問わず作ることができれば、僕にとっては一番幸せかなと思います。

斉藤:ヒットした映画の企画が良いというわけではない?

阿部:そうですね。やはり、何でもかんでもヒットすれば良いというわけではない。ジャンルを問わず、ただただお客さんに満足していただける映画を作る。それが、僕たちの仕事なんだなとつくづく思いますね。

斉藤:ありがとうございます。

それでは阿部さん渾身の「RAILWAYS」シリーズ第2作、『RAILWAYS 愛を伝えられない大人たちへ』の予告編と、『ワイルド7』の予告編をここでご覧いただきたいと思います。

＜『RAILWAYS 愛を伝えられない大人たちへ』『ワイルド7』予告編上映＞

阿部:両極端すぎますね、本当に。でも、『RAILWAYS 愛を伝えられない大人たちへ』は、男性はぜひひとりで、奥様は友達と観ていただきたいと思います。夫婦ふたりで観に行くと、なかなか考えさせられてしまいますからね。

斉藤:『ワイルド7』は、どういうお客さんに観てほしいですか？

阿部:『ワイルド7』（2011年12月21日公開）は、今までの日本映画にはないような作品に仕上がっていると思います。ちょうど『ミッション：インポッシブル／ゴースト・プロトコル』（2011年12月16日公開）と、同じぐらいの時期に公開される。あえて公開を同じ時期にしたというところもあるので、2作品を見比べてもらいたいなと。日本でもこんなことができるんだと思えるような、ハリウッド映画にも負けないぐらいの作品になっていますので、ぜひ観ていただければと思います。

苦難を経て作られた『モテキ』

斉藤:ここからは川村元気さんに色々とお訊ねしていきます。まずは、『モテキ』の大ヒットおめでとうございます。

川村:ありがとうございます。

斉藤:一見するとこの映画は原作があって、テレビドラマがあって、映画化という流れを取っておりますので、いつもの製作委員会方式で、色々儲けたい方々がそろばんをはじいて映画にしたのかなという感じがしますが、実はプロセスが全然違っていたようですね？

川村:そうですね。『モテキ』はもともとマンガがあって、原作の久保ミツロウさんが、ドラマも映画も撮った大根仁監督の大ファンだった。それで、久保さんが「大根さんがやるのであれば、『モテキ』を映像化してほしいな」とTwitterでつぶやいたんです。大根さんがそのTwitterに「じゃあ、映像化のオファーが来たら、『監督は大根仁で』と指名してください」と冗談半分で返したら、本当にオファーが来て。結局、大根さんが監督することになったんですね。

でも、そこから苦難の道のりです。「モテキ」をドラマにするために、大根さん自ら企画書と脚本を持って色々なテレビ局に売り込んだんですけど、なかなか決まらなかった。最終的にテレビ東京が「面白い」とこの話に乗って、「ドラマ24」という深夜の枠でドラマ化することになったというのが最初の段階ですね。

僕は昔から、大根さんといつか仕事はしてみたいなと思っていました。大根さん自身、映画は1本も撮っていなかったのに、ぜひ映画を撮ってほしいなと思っていた。そのドラマ「モテキ」の第1話を見て、音楽の使い方や、その映像の自由さ、センスが本当に面白かったのに、僕から大根さんに「映画にしませんか？」とすぐにメールを打ちました。

もともと僕も、J-POPだけを使ったミュージカル映画みたいなものを作りたかった。ドラマ「モテキ」を見た時、ほとんどその要素をやられてしまっているなと思ったので、僕の持っているその企画と大根さんがドラマ「モテキ」でやっていることを合体させたら映画

になりますよという話をしたんですけども…。大根さんは「モテキ」を映画にするつもりは全くなくて。もう「絶対にやりません」という状態でした（笑）。原作の久保さんも映画用の原作は絶対に描かないよと。主演の森山未來君も映画には絶対出演しないよと。誰も映画化の話に乗ってもらえなかったんです。

そのあと、「EYESCREAM」というカルチャー誌の編集長が、誌上で大根さんと久保さんと僕の鼎談を企画してくれて。その鼎談をしていく中で、映画化について話が少し盛り上がった。それで、ようやく映画にしてみようかという機運が高まっていきました。だから『モテキ』は、意外と皆の腹が決まるまでに時間がかかった企画なんですよ。

脚本主義

斉藤:そうすると川村さんとしては、原作を読んだ時点では、映画にしようという考えはあまりなかったんですか？

川村:「モテキ」は、4人の女性が主人公の男性の前に次々に現れて、次々とその女性たちと恋愛して、うまくいったり、いかなかったり…という話です。だから原作を読んだ時、もう映画という2時間のスパンでは描ききれないなと思っていました。やはり、連続ドラマのほうが向いているだろうなと。誰か連続ドラマで「モテキ」をやってくれないかなと思っていたら、大根さんが監督でドラマ化されることになった。その時は、わりと客観的な立場で、毎週楽しみにしながらドラマを見ていましたね。

斉藤:ただ、このドラマは、深夜枠で視聴率が3%台と聞きました。そうなりますと、川村さんがいる東宝は非常に数字に対して敏感な会社ですので…。この企画を提案した時、社内はどういう反応だったんですか？

川村:『悪人』の時も『告白』の時も『デトロイト・メタル・シティ』の時も、僕が企画を提案した時の周囲の反応は「何じゃこりゃ？」というもののなんです。大体、僕の企画は“危険物件”としてスタートする。その“危険物件”がどれだけ“安全物件”なのかと説得するところから始まります。結局それは、作品ができて上がってみないと分からないことなんですけど。

ドラマ「モテキ」を映画にしたいと言った時も、当然のように「視聴率は何%だ？」と聞かれて、「3%です」と言ったら、周りがしーんとなった（笑）。でも、ドラマを見せたら、「面白い」「大根仁という監督には才能がある」という評価に変わりました。社内でも、映画として面白い脚本ができれば、映画化する価値はあるのではないかとこのころまでは何とか漕ぎ着けることができた。それからは、原作者の久保ミツロウさんが、マンガの形で映画の原作を描き、そのマンガができて上がったところまでを大根さんが脚本にして、その脚本をまた久保さんが読んで意見をしつつ、原作の続きを描くという作業を続けていきました。原作づくりと脚本づくりを同時に進行していた。その後、約1か月位で脚本の初稿まで作って、それを会社にプレゼンをしてGOサインが出て、映画化が決まったという次第ですね。

斉藤:脚本がある程度できてから、社内プレゼンをするんですか？

川村:うちの会社（東宝）は、ものすごく合議制の脚本主義なんです。社長ひとりが「やるぞ!」と言って映画化が決まる会社もあると思うんですけども、東宝は映像の担当役員が全員集まる会議で、脚本と監督や主演などある程度のことを書いた企画書をパッケージにしてプレゼンします。その役員全員が脚本を読んで、映画化するかどうかを決めるんですよ。だから、座組は良くても、脚本がつまらないと企画が通らないこともあります。



印象的だったのは、『下妻物語』の時ですね。当時、この作品の監督である中島哲也さんは世間にあまり知られていない存在で、しかもストーリーはロリータとヤンキーの友情物語。だから、深田恭子さんと土屋アンナさんが主演ではあったけれども、映画化に対して周囲はかなり懐疑的だった。でも、その役員が脚本を読んで「圧倒的に面白い」ということで、すぐに映画化が決まりました。そういう意味で東宝は、脚本主義ではあるんですね。

違和感から生まれる企画

斉藤：なるほど。それから、これは大根さんが書かれた「モテ記～映画『モテキ』監督日記～」という本で読んだことなんですけど、映画化の際の大根さんからの希望が、全国200スクリーン以上の東宝大メジャーであれば、監督は引き受けると言われたということです。

全国ネットではないテレビ東京の視聴率3%台の深夜ドラマを映画にして、メジャー感を出す。その方法論として、川村さんの中にこれだというものがあるのかあったんですか？

川村：まだ世の中に発見されていないけれども、抜群に面白いものを見つけて、それに映画という解釈を入れることでメジャーにする。これが、基本的に僕がどの企画でもやっていることなんです。やはり、ドラマ「モテキ」が視聴率3%台だということへの違和感が企画のスタートになっている。こんなに面白いドラマなのに、何で視聴率が3%台しか取っていないんだろうなというのを考えるところから、企画を始めるんですね。

「告白」も初版で読んだんですけど、当時はまだそんなに売れていなかった。こんなに面白いのに、売れていないのはおかしいなと思っていました。その違和感が、企画のモチベーションになるんですよ。逆にバンバン売れているものを映画化するとすると、なかなかモチベーションは上がらない。

大根さん自身も、「モテキ」は化けるんじゃないかという勝算が、心のどこかにあったのではないのでしょうか。視聴率3%台の深夜ドラマだから、単館系の映画にしましょうということだったら、映画化することに何の意味があるんだ？と思ってしまいます。視聴率3%台のドラマを映画化することでメジャーにする。それが、映画化することの面白さであるという想いは、大根さんと僕が共有していたところなんです。

斉藤：大根さんとしても、東宝でやるんだったら作品をメジャーにできるという期待があったのではないですかね？

川村：そういう意味では、大根さんもプロデュースセンスはあるなと思います。そこで映画になれば何でもいいですと魂を売ることでもできたと思うんですけど、「モテキ」を映画化するのであれば、東宝で200館メジャーでなければ駄目だと言った。東宝がNGならば映画化しないほうがいいし、成立するのであれば成功する可能性があるという賭けに出たんだと思うんですね。映画というのは、そもそもそういうものじゃないですか。だから、勝負師として大根さんは、正しい勝負を仕掛けたんだろうなと思います。

原作とオリジナル

斉藤：川村さんが企画・プロデュースされた作品のタイトルをずっと見ていると、全部原作ものですよね？

それはやはり、先ほどおっしゃられたように、何でもこんなに面白い原作が、それほど売れていないんだという気持ちから企画が始まっているから、原作ものなんですか？それとも、オリジナルをやりたい

という気持ちは、やはりあるんですか？

川村：その話は必ず出ます。オリジナル議論は皆さん好きですよね（笑）。

僕が原作ものを映画化するのには、基本的にふたつの理由があります。ひとつは、僕自身原作ものが好きなんです。海外の映画でも。例えばクリント・イーストウッド監督の作品だと『ミスティック・リバー』が好きなんですけれども、あれは原作がありますよね。最近の映画だと、ポール・トーマス・アンダーソン監督の『ゼア・ウィル・ビー・ブラッド』が大好きなんですけど、あれも「石油！」（アプトン・シンクレア著）という原作がある。

大体、僕が好きだなと思った洋画は原作ものなんです。原作者が考えた世界と映画監督をはじめとする映画チームのクリエイターが掛け合わさって、なかなか1段ロケットでは行けないところまで行っているのがやはり面白くて。例えば『ダークナイト』も、いきなり『ダークナイト』を撮るのは難しい。やはり、「バッドマン」という下敷きがあるから、あそこまで冒険した映画を作ることができるんだと思います。僕は、そういう土台があった上で冒険する映画のほうが、もともと個人的に好きなんです。

今、オリジナルをやっていないかと言われれば、やってはいるんですよ。でも、オリジナルをやっているのが偉いというのは、ちょっとおかしい。やりたい物語があるけど、残念ながら世の中にそういう物語を書いている人がいない、存在していないから、じゃあそれはオリジナルの物語を自分たちで作ろうという順番であるべきで。オリジナルをやるのがすごいんだという評価は、間違っていると思います。面白い映画ができることが大事で、観客にとってはそれがオリジナルものだろうが原作ものだろうが全く関係ないわけですよ。

僕が今やっているオリジナルものも、こういうのがやりたいなと頭の中で思っていたんですけど、色々と文献を調べてもやりたいことを書いている原作がないので、仕方がないから脚本家と何人かのクリエイターが集まってオリジナルで作ろうということになった。だから、僕はあまり原作とかオリジナルということにこだわっているのではなくて、どういう物語を世の中に提案できるかということだけに興味があるんですね。

斉藤：むしろ、オリジナルものにこだわっているのは、監督とか脚本家とか、そういう立場の方々ですかね？

川村：でも、中島哲也監督は、原作もので映画を作っているじゃないですか。あの人は自分で脚本も書いています。脚本家としても天才なんです。中島哲也という人は映像派とされていますけど、たぶん日本一うまい脚本家ではないかなと僕が思っているぐらい脚本が素晴らしいんですよ。

その中島監督に僕が、「オリジナル脚本で映画を作れるでしょう。やればいいじゃないですか」と言ったら、「そうしたら俺は4年に1本しか映画を撮ることができなくなる。俺は2年に1本ずつ映画を撮っていきたくらいから原作ものをやる」とおっしゃっていて。確かにそうだと思います。僕も今、オリジナルをやっていると感じますが、結局2時間の映画を作るのに2時間分のストーリーを作っても駄目で。10時間分ぐらいのストーリーを作って、それを泣く泣く映画脚本用に2時間にするという作業をやらないと、やはりストーリーが浅くなってしまいます。そうすると単純に時間が倍かかりますから、たくさんの映画を作ることができなくなる。だから、オリジナルものだけでなく原作ものもやるという事情はあると思います。

斉藤：阿部さんは、オリジナルと原作の関係について、何かご意見

はありますか？

阿部: 僕の考えは川村君とは少し違って、やはり映画はオリジナルストーリーでなければならないというのが基本ではないかなと思っています。例えば、山崎貴君と最初にやった『ジュブナイル』は全くのオリジナルで、あの世界観から作り始めました。ただ今の映画界において、オリジナルを作るというのは、やはりなかなか難しい状況なのではないでしょうか。

『ALWAYS 三丁目の夕日』の場合は、原作がありますがオリジナルと言えるかもしれません。あの作品は、逆にコミック「三丁目の夕日」を題材として借りたんですね。最初は僕が、建設中の東京タワーを映画で観たいよなと思って企画を考えた。つまり、そこはオリジナルなんです。だけど、それだけでは映画にする要素としては足りないで、その時代をちょうど描いているコミックを題材として借りることにした。それで、原作者の西岸良平先生のところへ行って、これを映画にさせてくださいと打診したんです。

自分の観たい世界と原作がうまくすり合わさった『ALWAYS 三丁目の夕日』のような作品もあるし、『ジュブナイル』や『リターナー』のように全くオリジナルで観たい世界を作った作品もある。山崎貴監督も、先ほど川村君の話にあった中島哲也監督のように、すごい脚本を書ける監督だと思っています。その監督と一緒にオリジナルの物語を作ったりする。やはり、僕たちにとっては必ずそういうオリジナルを作れる人も含めて、仲間がいないとできない商売だなとつくづく思いますね。

川村: そうですね。単純な原作ものや単純なオリジナルものはなかなか成功しないと思います。僕はもともと、J-POP ミュージカルみたいなものをずっとやりたかった。そこにマンガ「モテキ」という物語の発明、構造の発明があった。『モテキ』は、自分のオリジナル的にやりたいことと、原作の持っている要素を掛け合わせることで、企画として成立している。例えば『ウォーターボーイズ』も実話がもととあって、そこに物語を、監督がやりたいことを足していっている。『フラガール』もそうだと思います。だから、単独の要素だけで企画が成立することはあり得なくて、実際の事件なり、できごとなり、原作なりに、映画側として作りたいクリエイティブが掛け合わさらないと、たぶんあまりいい企画にはならないと思います。

阿部: 僕は川村君の『デトロイト・メタル・シティ』の企画を見て、すごいなと思った。それが、川村元気という存在を知った最初だったんだけど。いまやもう、誰のところへ行っても川村元気の話になるからね。

川村: ありがとうございます。でも、『デトロイト・メタル・シティ』は阿部さんの趣味とは全く違うじゃないですか。

阿部: だから、すごいと思った。その時 ROBOT にいて、部下を呼んで「おまえは何でこういう企画ができないの？」と言ったことがある。あの企画を目にした時はちょっとショックだったんだよね。

川村: 結局自分が企画する映画は、観てきた映画の、好きな映画の延長線上にしかないじゃないですか。たぶん、阿部さんの好きな映画は、絶対にハリウッドの名作だと思います。僕の好きな映画は、やはり『トレインスポッティング』だったり、スタンリー・キューブリック監督の作品だったりするんですよ。ハリウッド作品でも、アルフレッド・ヒッチコック監督の作品とか。

阿部: ヒッチコックは僕も好き(笑)。日本映画だと僕は、クレイジーキャッツが主演した一連のクレージー映画が大好きなんです。すごく映画っぽい映画だなと思っていて。何もハリウッドの映画は

かりじゃないですよ。

川村: 僕はわりとお行儀が悪い映画のほうが好きだったりする。阿部さんは趣味がいいというか。でも、たまにふたりの好みがクロスオーバーするところが面白いですよ。

阿部: そうだね。

「企画」という言葉が好き

斉藤: 川村さんの名刺を拝見しますと「映画企画部」という肩書きなんですが、今日のプロフィールには「映画プロデューサー」とある。企画とプロデューサーは全然違う役職だと思うんですが、東宝の場合は企画した人間がプロデューサーまでやらなければいけないんですか？

川村: 僕は、「企画」という肩書きでクレジットを出すことが多いですね。阿部さんもそうだと思うんですけど、企画をやる人間が一番大事だという自負を持って映画を作っています。これをこういう風にやったら面白いんじゃないかと、言い出した人間が大事というか。その人間は監督の時もあるし、プロデューサーの時もあるし、俳優の時もあると思うんですけど。やはり、映画は企画から始まるので、企画をやりたいんですよね。

プリプロダクションのところで、どれだけ面白いものを積み上げられるかというのが企画の大きな役割だと思っています。そこを自分でやり遂げたなと実感した時は、クレジットに「企画」として名前を出すことが多い。でも、企画の仕事はプロデューサーと同じなんです。現場にも行くし、監督と一緒に編集もやるし、宣伝もやる。結局全部やるんです。だから、企画とプロデューサーで仕事が大きく違うかという、変わらないんですね。

あとは、くしくもうち(東宝)の社長(島谷能成氏)も同じことを言っていましたけど、僕は「企画」という言葉が好きなんです。「こんな世の中に出したら、皆びっくりするんじゃないか？」と“たくらんではいる”感じが好きなんです。実際世の中の人は、あまりびっくりしていないんですけど(笑)。僕は、その“たくらみ”を考えているのが、結構好きなんです。

斉藤: 私たちが川村さんのお名前を知ったきっかけは、やはり『電車男』なんですが、それ以前に企画を出して却下されたことはあったんですか？

川村: それはもうたくさんあります。23歳の時に映画調整部という編成と企画を担当するセクションへ配属されました。最初の1年間は特にやることがないので、会社にかかってくる電話を受けながら、ひたすらマンガや小説を読んでいて。年に500冊ぐらいは読みましたね。とりあえず本を読むことぐらいしかやることがないので。原作を読んだり、ニュースを見たりして、ネタ探しをずっとやっていました。

ある時に気付いたのは、ベストセラー原作は先輩のプロデューサーが先に映画化してしまうと。それは絶対に先を越せない。そうであれば、先輩が目をつけていないところはどこだろうと考えた時に、Webは映画のネタにはなっていないと思ったんですね。それに、Webに載っている実話を映画化している人は、世界中見渡しても誰もいないことに気が付いた。今は『ソーシャル・ネットワーク』などがありますが。そこは世界的に見ても自分独自のオリジナリティになるんじゃないかなと思っていました。

ちょうどその頃、『ロスト・イン・トランスレーション』を観て、すごく好きだった。でも、新宿の街を外国人の視点から映像化された



ということにかなりのショックを受けていました。既に新宿は映画の舞台にされてしまったから、次に映画にして面白い街はどこだろうと考えて、秋葉原に目を付けたんですね。今でこそ秋葉原は、AKB48などで盛り上がっていますが、当時としてはやはり変な街だった。外国人も絶対に観光へ行くじゃないですか。その変な街である秋葉原を舞台にしたラブストーリーを映画にしたいと思っていて、ずっと題材を探していたんです。そこにちょうど「電車男」の原作がはまったというのはありますね。

川村元気にとって良い企画

斉藤:では、川村さんにも同じ質問をしますが、良い企画って何ですか？

川村:だから、その“たくらみ”を感じることができる企画が、良い企画だと思うんですね。例えば、「阿部さんの次の企画はこれらしいよ」と聞いた時に、「ああ、それはやられたな」と同業の人間も思ってしまう企画。もっと言えば、その先にお客さんがいるわけで、お客さんとなる一般の人たちが「それは確かに観てみたいね」と思う企画。そこにはやはり、“たくらみ”の度合いがかなり重要になってくると思います。

企画は、単純に物語の面白さもあるだろうし、そこにどういう監督が加わって、どういうキャスティングで、阿部さんの言うどういうタイトルにするのか、というのが重要になってくる。阿部さんがその場で思い付いて一言「タイトルは『RAILWAYS』です」と言っただけで企画が通るというのは、いかにも映画的な話なんですけど、それは本当に重要なことなのではないかなと思います。やはり、その場で阿部さんがたくらんだわけですね。だから、そのたくらみ度合いが感じられる企画が好きです。『ALWAYS 三丁目の夕日』は確かにそういう企画だと思いますよ。

阿部:だから、立ち上げるのはすごく難しかったけど。

川村:誰もやらないでしようという題材をあえて企画した(笑)。でも、山崎貴さんがあの作品を撮るということも既に企画になっているんですね。

阿部:もちろん。山崎君はSFとVFXが本当に大好きなんです。「スター・ウォーズ」シリーズを観て映画監督になろうと思ったぐらい。でも、すごいVFXの使い手でもあるその山崎君が『ジュブナイル』『リターナー』と作ってきて3作目を撮る時に、僕の中に「山崎君が3作目もSFを撮ったら、ずっとSFのレッテルを貼られる。それは良くない」という想いがあった。

当初は、山崎君本人がこの映画を撮るのを一番嫌がっていたんです。自分自身が生まれる前の話、見たこともない東京の話撮るのを。何しろ山崎君は1964年生まれなので。でも、ジェームズ・キャメロンだって、『ターミネーター』『ターミネーター2』と撮って、次に『タイタニック』を撮っている。それで、「『ALWAYS 三丁目の夕日』は山崎君しかできないから」と説得しました。自分の考えた観たこともない世界を作るのは得意かもしれないけど、現実にあった世界を撮るということもやったほうがいいんじゃないのかと。あの作品は監督である山崎君を説得するのが一番大変だった。でも、山崎貴じゃなかったら成功もしなかったとも思います。

川村:そこが最大の企画ですね。だから、阿部さんのプロデューサーとしての仕事は、正直山崎監督とあの作品を組み合わせた時点で、たぶん半分ぐらいは終わっているんじゃないですか？

阿部:いや、4分の1ぐらいかな(笑)。でも、ヒットしたという結果のことを考えると100%は終わっていたのかもね。あの作品は

違う監督と組んで作っても、なかなかうまくはいかなかったかなと。

川村:そうですね。

『モテキ』の成功要因

斉藤:その川村さんの企画・プロデュースされた『モテキ』の予告編をここでご覧いただきたいと思います。

川村:今、絶賛公開中(2011年10月28日時点)で、男性の方は騙されたと思って観に行ったらほうがいいと思います。50歳代までの方は身に覚えがある話だと思いますので。

<『モテキ』予告編上映>

斉藤:『モテキ』は興行収入も20億円を超えました？

川村:今、もうすぐ19億円です(2011年10月28日現在)。だから、最終的には20億円はいきそうですね(『モテキ』は2012年1月現在で22億2,000万円の興行収入を記録)。

阿部:すごいですよね。

斉藤:これはプロデューサーとして、成功要因をどう分析されますか？

川村:僕は一映画ファンなので、その時に自分が観たいんだけど、観ることができていない映画を作るとことはあります。昔は、エンタテインメントとして、エロスを感じる作品があったじゃないですか。例えば、ドラマ「北の国から」シリーズの「北の国から'87初恋」などでも漂ようなエロスがあった。映画も、それこそ昔の日話の映画なども含めて、あるエロスを感じる作品ができる作品が結構あった。最近、それがどんどんどんどん脱色されて、エロスを感じる作品がなかなかエンタテインメントに登場しなくなっていた。だから、そういうエロスを堂々と笑い飛ばしながら観るような作品を作ったかったんです。

この作品は、実はエロにまつわる話なんです。宣伝ではそう観せていないですけども。だから、エンタテインメントとして、自分が観たかったけど最近あまりなかったジャンル、少し不謹慎と思われるようなジャンルがあってもいいんじゃないかなとは思っていました。ドラマの「モテキ」を見た時にそういうエロスが、きちんとセンス良く発揮されているなと感じたので、そこが観客にうまくはまれば、ヒットするかもしれないなとは思ったんですけど。でも、最初からそんなに勝算はないですね。

今、こういうジャンルが珍しかったというのもあるかもしれません。今年(2011年)は邦画も洋画も少し真面目な感じの作品が多かった。だから、真面目なラインナップの中に、不真面目な『モテキ』が入って目立った、ワイワイ騒いで観る映画に若い子たちがうまくはまったというのはあると思います。

阿部:全国的なネットを持っていないテレビ東京のドラマを映画化した作品であるにも関わらず、全国の若者にうまく火を点けた。そこが大きいですね。やはりTwitterなどを使って、作品を相当若者に浸透させたんじゃないの？

川村:そうですね。映画は、とてもハードルの高いエンタテインメントだと思っているんですよ。わざわざ電車に乗って映画館へ行って、1,800円なりを払って観るものなので。だから我々も、わざわざ深夜0時の少しとんがったドラマを見ている視聴者と、どこかで寄り添えるんじゃないかなとはずっと思っていたんですね。視

聴率は3% 台だから、パイは小さいけど。あえて深夜枠のドラマを見ている人や、あえてそういう情報やエンタテインメントをチョイスしている人を、総取りできないかなというのは少し考えていました。そもそもそういうものに興味がない人は、もう最初から諦めていたところはあったんですけどね。

阿部: とも言え、興行収入が20億円ということは約200万人が観ていることになるから、それはすごいよね。

川村: そうなんです。最終的にフジテレビの「月9」ドラマを見ていたり、「ハリー・ポッター」シリーズを観ていたり、EXILEを聴いているような人まで観客層を広げることができれば、ヒットにつながっていると思っていました。だから、作品のテイストをオタクっぽくしないようには気を付けた。でも、そこはすごく難しいバランスですよ。

斉藤: ここにいらっしゃる阿部さんと川村さんが組まれた『friends ものけ島のナキ』が2012年のお正月に公開されます。この作品はおふたりで相談して作ったと伺ったんですけど。

阿部: 別に相談したわけではなくて。先ほどから話が出ている山崎貴監督が、やり始めて。これは、山崎監督の初めてのアニメーション作品なんです。

川村: 山崎監督が白組という会社にいらっちゃって、CGアニメを作ろうというプロジェクトがあった。それで、監督が自分で「泣いた赤鬼」(浜田広介作の児童文学)を脚色した物語とキャラクターを書いてきて。そのストーリーがすごくすばらしかったので、皆でコツコツと6年間ぐらいかけて作りました。

斉藤: やはり6年もかかりますか？

阿部: 結果的にね。最初から6年かけようというつもりはなかった。話が立ち消えそうになったり、また持ち上がった、色々なダッチロールを繰り返しながら完成させることができました。

川村: そうですね。脚本はじっくり時間をかけて作ったので、結果的に完成まで6年かかった。でも、それによってストーリーはすごく強度があるものになりました。

阿部: 日本のアニメもここまで来たかという感じの作品はできたと思いますね。

川村: やはり白組の技術はすごいですよね。この作品はもう既に6、7か国で売れたんですよ。5分間のダイジェスト映像を観せただけで。本編をすべて観せずに。海外で勝負するには、やはりアニメーションが近道なのは間違いありません。

斉藤: その『friends ものけ島のナキ』の予告編を、ここでご覧いただきたいと思います。

<『friends ものけ島のナキ』予告編上映>

減っていく興行収入

斉藤: 阿部さんも川村さんも、あまりマーケティングからものごとを発想しないということだったのですが、ここからは少し現実に戻りまして、日本のマーケットの現状を梅津文さんに報告していただきます。梅津さん、よろしくお願いいたします。

梅津: よろしく願いいたします。今年(2011年)は、映画の興行収入が減少しています。減少しているのは皆さん知っていて、そ

の原因も薄々気付いている。それをこれから数字に表して、分析してみたいと思います。弊社のスタッフに色々とデータをかき集めてもらって作った資料を元に、説明させていただきます。

このグラフ(資料①)をご覧くださいでも分かりますとおり、昨年(2010年)は興行収入が約2,210億円となっていて非常にいい年でした。それに比べて今年(2011年)は、1月からずっと平均約19%減で推移しています。このままのペースで行けば、今年の興行収入は約1,780億円になってしまうことが予想されます。

ご存知の方も多いかと思いますが、映画市場というのは、紅しょうがの市場規模とほぼ同じです。もうひとつ例を上げると、百貨店の伊勢丹新宿店1店舗の年商が約2,400億円なんです。これも映画の市場規模とほぼ同じなんです。

今年(2011年)興行収入が減った理由は、3D映画のバブルがはじけたとか、やはり東日本大震災の影響なのではないとか、あるいはヒット作が少なかったとか、色々と言われております。特に映画業界の経営層の方たちは、その原因が非常に気になっている。原因は、構造的なものなのか、何なのか。それを調べてみました。

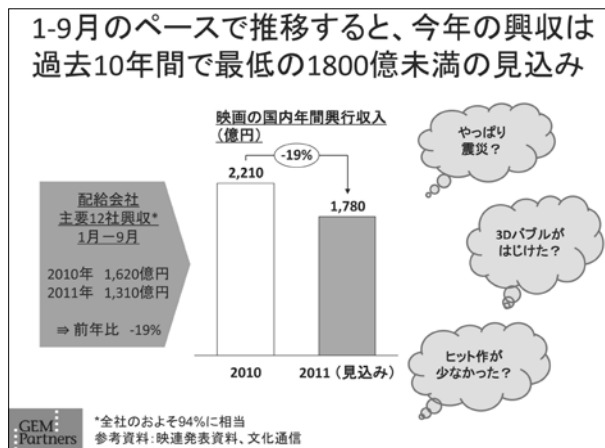
まず、東日本大震災の影響がどのくらいあるのかというのをグラフに表してみました。これ(資料②)は、2月をゼロとして、2月に比べて3月以降は全体的にどのような経済活動になっているのかを表したグラフです。このグラフには、色々な線がありますけれども、太い線が生活関連サービス業・娯楽業を表しています。こうして見ると、他のサービスに比べて、生活関連サービス業・娯楽業は非常に激しく落ち込んでいます。その娯楽業の中で、映画はどうだったかと細かく見ていくと、その落ち込みは実は他の娯楽と比べて小さいんですね。

このグラフ(資料③)も同じ見方で、2月をゼロとしています。映画館へ行った人を表している太線は、3月になると少し落ち込むんですけど、4月以降はすぐに上昇している。むしろ、2月より高くなっている月もあります。一番落ち込みが激しい娯楽は、遊園地・テーマパークですが、映画は他の娯楽と比べても東日本大震災の影響は実は限定的だったということが言えるのではないかと思います。

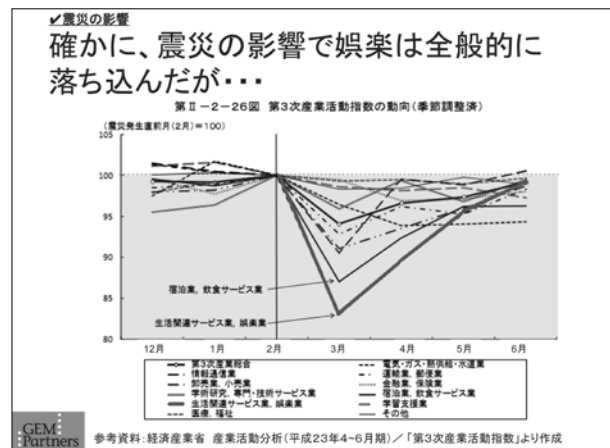
次に、3D作品の影響について調べてみました。このグラフ(資料④)の左側は昨年(2010年)上半期のトップ5の興行収入を積み上げた数字です。右側が同じく今年(2011年)のトップ5の数字を積み上げています。このグラフから分かるのは、3D作品の本数だけでなく、1本あたりの興行収入も非常に減っている。今年は、完全に3D作品で人が集まることはなかったと言える年だったのではないかと思います。昨年は、トップ5の興行収入の合計が約346億円なんですけれども、今年は約174億円ということで、約50%減という激しい落ち込みになっています。

もうひとつ、今年(2011年)の興行収入が減った大きな要因と言われているのが、夏休みとシルバーウィークの興行収入の落ち込みですね。このグラフ(資料⑤)は7月から9月に公開した作品、トップ10の興行収入を積み上げた数字を表しています。左側が昨年(2010年)の数字で、今年の数字が右側です。色が濃くなっている部分が、昨年も今年も公開された同系列の作品です。ピクサー・アニメーション・スタジオの作品(『トイ・ストーリー3』、『カーズ2』)、スタジオジブリの作品(『借りぐらしのアリエッティ』、『コクリコ坂から』)、『ポケットモンスター』シリーズが昨年も今年も公開しています。

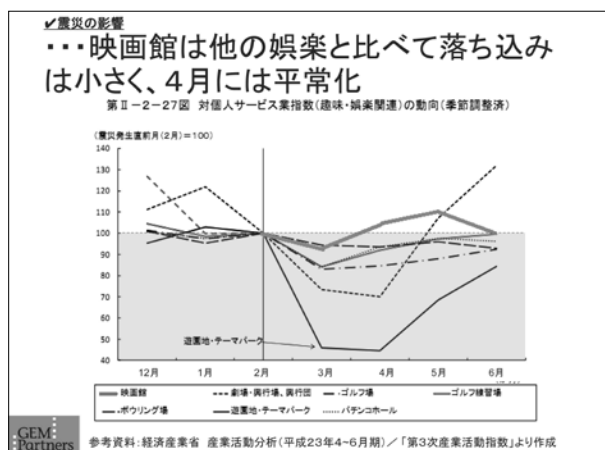
グラフを見ると「ポケットモンスター」は昨年(2010年)並みの興行収入なんですけれども、昨年稼いだ『トイ・ストーリー3』(約



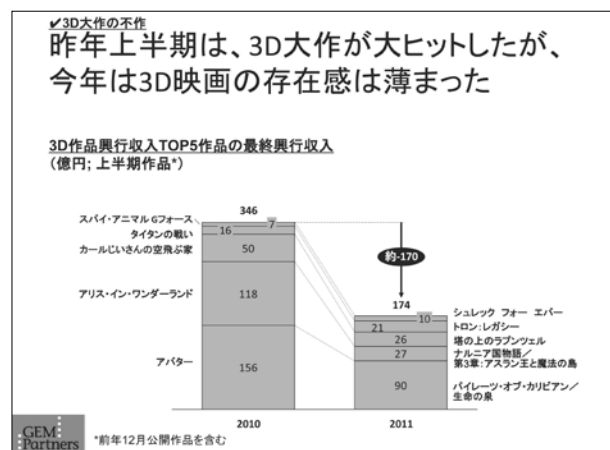
資料 ①



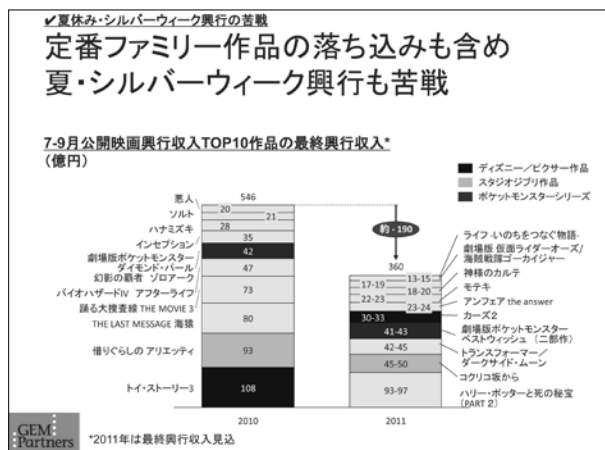
資料 ②



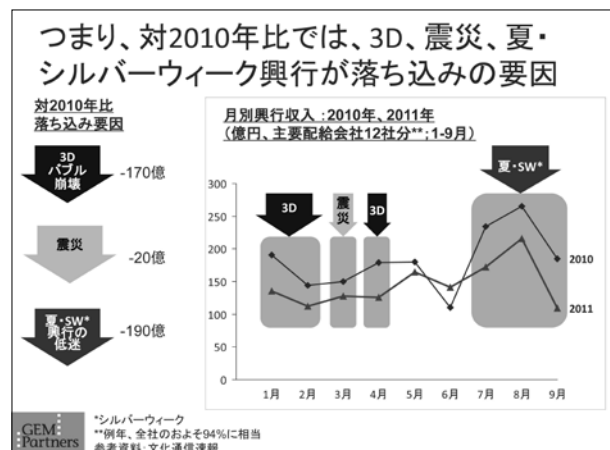
資料 ③



資料 ④



資料 ⑤



資料 ⑥

108 億円)『借りぐらしのアリエッティ』(約 93 億円)と、今年(2011 年)の『カーズ 2』(約 30 ~ 33 億円)『コクリコ坂から』(約 45 ~ 50 億円)を比べると、極端に減っていて約半分ぐらいの興行収入になっている。これらの作品で、約 120 億円ぐらい興行収入が減っているという計算になります。

これ(資料 ⑥)は、月別の興行収入を昨年(2010 年)と今年(2011 年)で比べて、どれぐらいの変動があるのか、を表したグラフです。先ほど申し上げたとおり、平均では約 19% のマイナス、合計の額としては約 380 億円の落ち込みとなっています。これは、3D 映画バブルの崩壊による約 170 億円、東日本大震災の影響による約 20 億円、夏休みとシルバーウィーク興行の低迷による約 190 億を足した数字です。

この現象は以前から起こっていることではないのか、ということ調べてみたのが次のふたつのグラフです。このグラフ(資料 ⑦)は、2006 年から 2009 年の平均と比べて昨年(2010 年)の月別興行収入はどうなっているのか、を表しています。昨年は 3D 映画と夏休み・シルバーウィークの興行が好調だったので、2006 年から 2009 年の平均より約 200 億円も興行収入が多い年でした。

一方、今年(2011 年)の数字を比べてみると(資料 ⑧)、1 月から 9 月で約 12% 減、年間だと約 230 億円のマイナスとなることが予想されます。この数字は、東日本大震災の影響による約 40 億円、夏休み・シルバーウィーク興行の低迷による約 90 億円を足しても約 230 億円にはなりません。つまり、このふたつの影響だけでは説明できないマイナスの要因がある(資料 ⑨)。これは、宣伝が



変わったからなのか、あるいは作品の様相が変わったからなのか、顧客が変わったのか。何が原因なのだろうと、色々な観点で調べてみたところ、いずれもマイナスになりそうな要因が見つかりました。

これ（資料⑩）は、作品の認知率とテレビの露出量の変化を表したグラフです。宣伝を担当している方は詳しいと思いますが、映画の宣伝をする際に非常に気になる指標として認知率というものがあります。認知率とは、その宣伝している作品が世の中の何%ぐらいの人が知っているのか、というのを表した数値です。2009年と昨年（2010年）と今年（2011年）で、100スクリーン以上で公開した作品の平均認知率が、公開週までにどのぐらい上がっているのか、という数値を表したのが（資料⑩の）左側のグラフです。これを見てみると、毎年きれいに少しずつ落ちていっている。要するに、そのひとつの作品を知っている人の割合が少しずつ減っている。よって、映画館に来てくださるお客さんも、当然少しずつ減ってくる。認知率が減ることによって、意欲率も少しずつ下がってきているんですね。

世間の人が映画の情報を得るその情報入手経路というのは、何と言ってもテレビなんです。（資料⑩の）右側は、テレビでどのぐらい映画の宣伝をしているか、という量を表したグラフです。数字は何時に告知されたのか、ということと、視聴率を掛け合わせて指数化しました。このグラフを見ると、CMでの露出も番組内での露出も減っている。つまり、テレビの露出が減ってきたことによって、映画の認知率が下がってきてしまったということが言えるかと思えます。

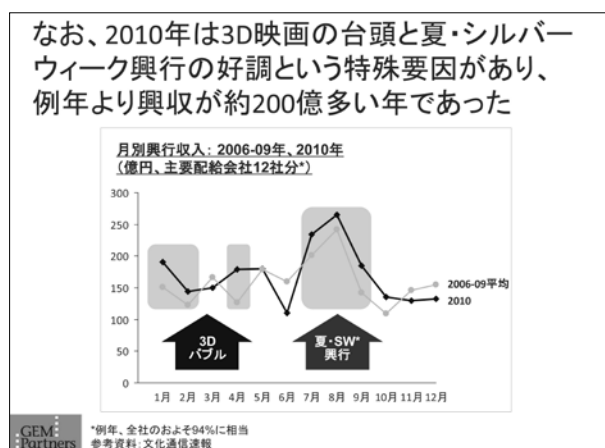
これまで、皆さんが観たいと思って劇場に駆けつけた映画というのは、テレビ局が出資した映画が多かったのではないでしょう

か。次のグラフ（資料⑪）は、2009年と今年（2011年）で、テレビ局の出資がある映画とない映画の公開本数の推移（資料⑪の左側）と、公開週の興行収入を足し上げた数字（資料⑪の右側）を表しています。このグラフを見ると、テレビ局出資映画というのは、本数が減っている。したがって、合計の興行収入も減ってきています。逆に、テレビ局出資がない映画は、本数も興行収入も少しずつ増えていますが、テレビ局出資映画の落ち込みを補うほどには増えていません。

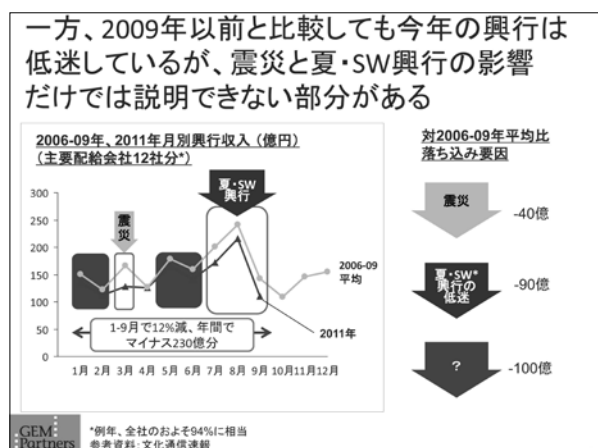
さらに、顧客の行動はどのように変化しているのか。これ（資料⑫）は、2009年と今年（2011年）のひとり当たりの鑑賞本数と、参加率、つまり1年以内に映画館へ行った人の割合を表したグラフです。左側が男性、右側が女性となっています。このグラフを見ると、まず、男性の鑑賞本数はあまり変わらないんですけども、参加率が減っています。映画館へ行かなくなっている人たちが増えている。一方、女性の鑑賞本数は少し減っているにも関わらず、参加率はそれほど減っていないことが分かります。つまり、鑑賞本数と参加率の減り方が男性と女性で少し異なっている。

この要因は何か。実は約60%ぐらいの映画館がショッピングモールに隣接もしくは併設されている中、ショッピングモールはこの数年で全体的に少しずつ売上が減ってきているんですね。顧客の行動を考えると、ショッピングモールの売上が下がったことによる影響も要因のひとつとしてあると考えられます。

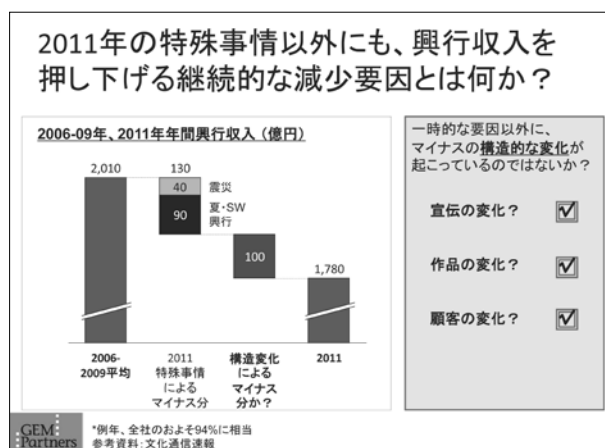
また、節約志向が男女で違うという話があります。男性は節約しなければいけないとなった時に、映画のようなちょっとした贅沢をそもそも辞めてしまう傾向がある。一方、女性というのはちょっとした贅沢を回数は減らしてでも少しずつ続けていく。そういう消費



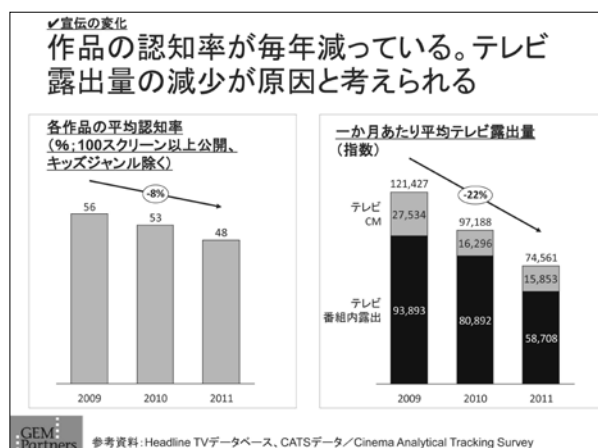
資料 ⑦



資料 ⑧



資料 ⑨



資料 ⑩



行動の違いが男女であるらしい。このグラフ(資料⑫)は、その違いにびったりとはまってしまったので、もしかしら節約指向の違いも要因としてあったかもしれない。これは、完全には検証しようがないんですけども。

次(資料⑬)も顧客の消費行動を表したグラフです。これは、2009年から今年(2011年)までに、男性と女性に分けて誰と映画館によく行きますか、というのを表したグラフです。これを見ると、男性は異性と映画に行かなくなっている。つまり、デートで映画は行かなくなっている。また、ひとりで映画に行く人は、男性も女性も増えていることが分かります。作品によって違いは出てきますが、複数で行く映画のほうが興行収入は伸びやすい傾向にあるので、この行動の変化もマイナスの要因として考えられると思います。

以上のように、3D映画バブルの崩壊、東日本大震災の影響、夏休みとシルバーウィーク興行の低迷、加えてお話ししたような消費行動の構造的な変化が重なり、昨年(2010年)と比べて今年(2011年)は約430億円のマイナスとなってしまったのではないかと考えられます(資料⑭)。

東日本大震災の影響が、それほど大きくないのは以外でした。もしかしら、東日本大震災の影響は、お客さんの出足よりかは、9.11が以降ずっと映画監督たちに影響を与え続けているように、クリエイターのマインドに大きな影響を与えているのではないかなと思いました。

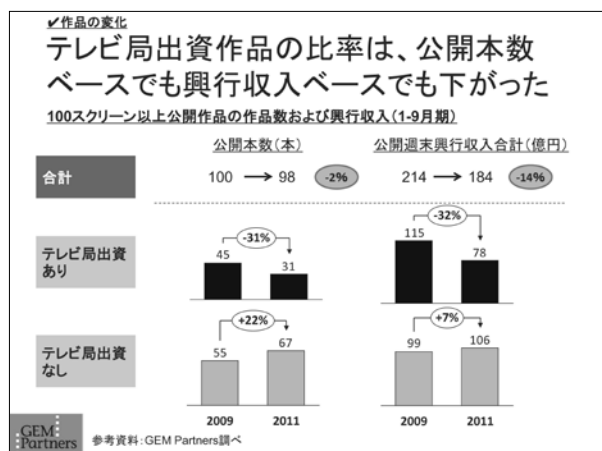
未来に向けて

梅津：次(資料⑮)は、来年(2012年)の興行収入を予想した

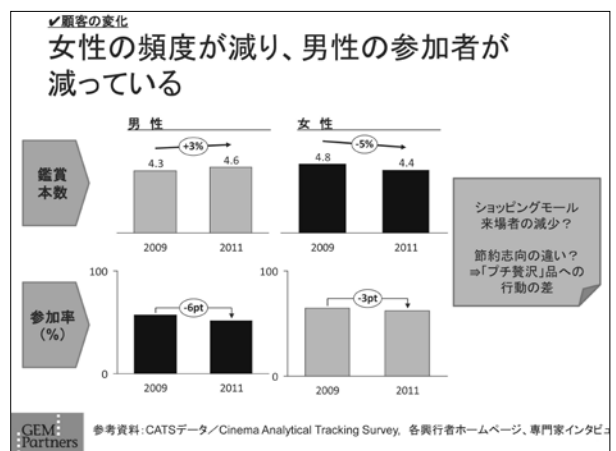
グラフです。構造の変化はずっと起こっていることなので、また来年も起こると考えたほうがいい。そうすると、今年(2011年)の数字約1,780億円から、さらに減ってくることが予想されます。ただ、約20%や約15%という規模で売上が落ちると、興行は損益分岐点はかなり高いビジネスなので、大きなインパクトがあるはずなんです。これは何としても盛り返していかなければいけない。では、何をすればいいのか。例えば、先ほどのグラフにもあったようにテレビの露出が減っているから、テレビの露出を増やそうということでもない。もう少し効率的な宣伝方法を考えたほうがいいとか、今はネットを利用してチケットを買っている人が多いので、そのデータを活かすことができないとか、色々な方策が考えられる。でも、やはり企画が一番大事だと思うんですね(資料⑯)。

結局ゼロは、どんな数字を掛けてもゼロになってしまいます。この状況にはやはり、今までにない新しい何かが現れて、興行を盛り立てていかなければいけない。例えば、昨年(2010年)の3D映画のように。その3D映画がヒットした要因というのは、その技術に興味があった人が多かったからヒットしたのではなく、新しい映像世界、観たことがない世界にお客さんが心を振るわせたからヒットしたのだと思います。今後の興行を盛り立てるには、観たことがない新しい世界を作る。だから、それができる企画が大事になってくるのではないのでしょうか。

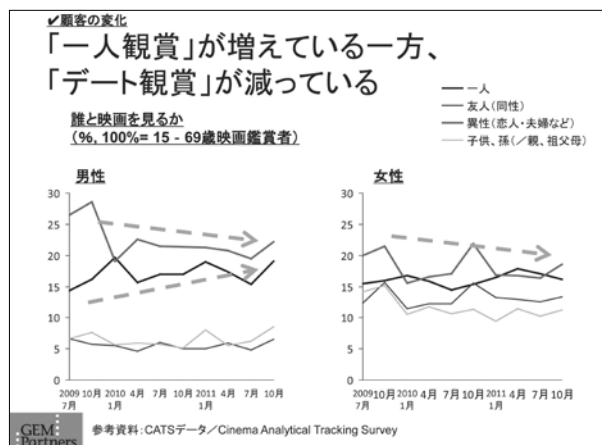
これ(資料⑰)は、過去20年間の興行収入の推移を表したグラフです。色が濃くなっている棒グラフは、前年比で約5%増えた年。それに対して、線で表しているのが、スクリーン数の増え方です。このグラフから分かることは、スクリーン数が増えても減っても、興行収入にはそれほど連動していない。スクリーン数が増えることは、興行収入にすごく影響しているように思ってしまうん



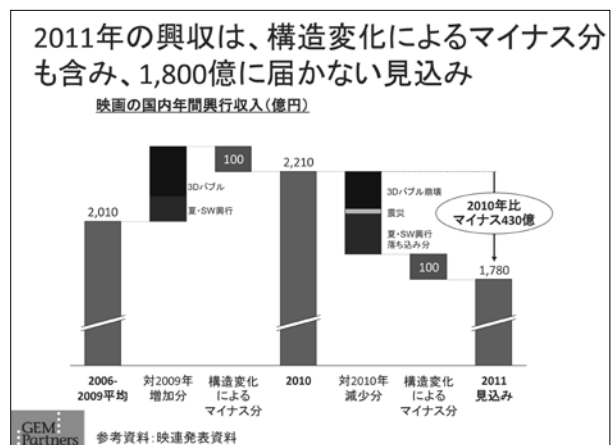
資料 ⑪



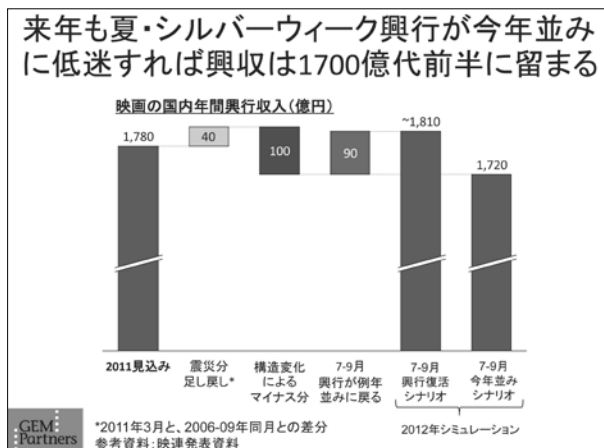
資料 ⑫



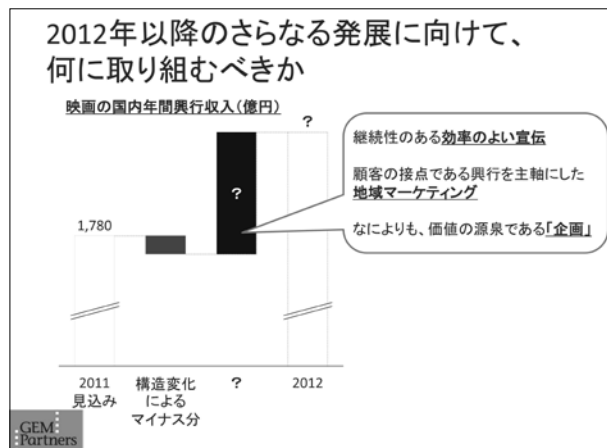
資料 ⑬



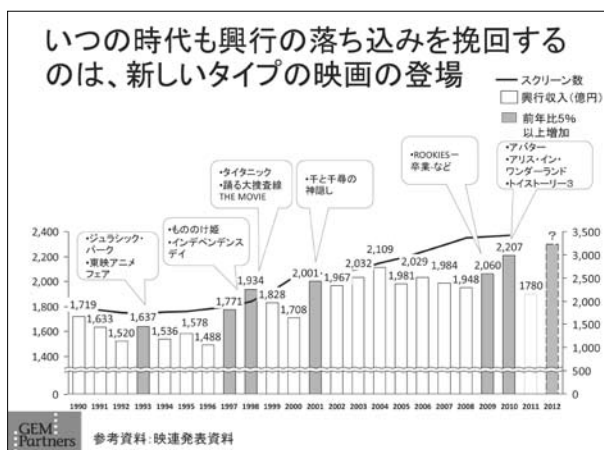
資料 ⑭



資料 ⑮



資料 ⑯



資料 ⑰

ですけれども、スクリーン数の増加によって興行収入が同じ量で増えているというわけではありません。それよりもむしろ、前年比で約5%増えた年を見ていくと、「あの年はあの作品があったね」というような新しい、斬新な作品が公開されている。

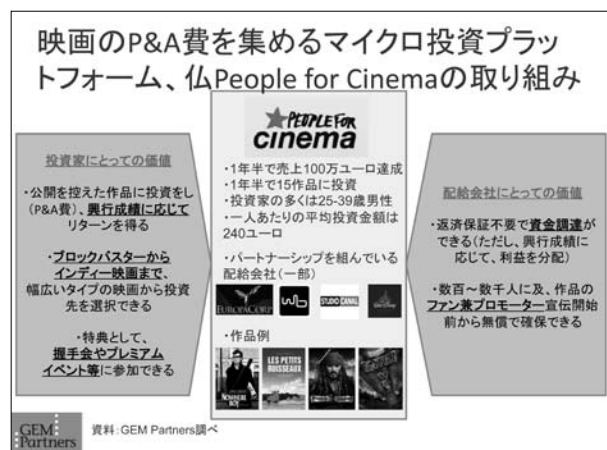
この20年間の流れを見ても、今年(2011年)は大きく落ち込む年になります。さらに来年(2012年)以降、映画産業を盛り立てるには、新しい機軸の映画が必ず必要となってくる。ということはやはり、映画という価値の源泉である企画、新しい世界を観せてくれる企画に期待していかざるを得ないというのが私の結論です。

斉藤:ありがとうございます。今年(2011年)の夏休み興行がかなりダウンした、人によると約15%ないし約20%ダウンしたと言われています。ファミリーが根こそぎ映画館へ行かなかったという話をすごくよく聞く。例えば、ファミリーが3D映画に対して飽きてしまった、それにファミリーで3D映画を観るのはお金の負担が大きいということの影響は、やはりあるんですか?

梅津:やはり、節約指向のファミリーにとって3D映画のチケット料金が安いというのは、夏の興行収入が減ったことの大きな原因となったかもしれないですね。お子さんを連れて、映画を観て、ポップコーンを買うとなると、もう簡単に1万円は超えてしまう。3D映画ならなおさら、ということはあったかと思います。

斉藤:『コクリコ坂から』は、そもそもファミリー目当ての映画ではなかった?

梅津:狙いはどうだったか分からないんですけど、あの作品は実は年配の男性の意欲率が非常に高かったんですね。興行の



資料 ⑱

データをきちんと見ていないんですけど、意欲率は非常に高かった。そこはこれまでのスタジオジブリ作品とは違う傾向だったのかもしれない。

斉藤:そうすると、2012年のお正月に3D作品の『friends ものけ島のナキ』で、ファミリー層を狙う阿部さんと川村さんとしては、この状況をどう見えていますか?

阿部:悪い情報しか出なかったね(笑)。

川村:やはり企画ですよ。それ以上でも、それ以下でもない。企画はマーケティングに合わせてやるわけにはいきません。マーケティングを裏切るのが企画だと思うので。ただ、宣伝方法は多少変えざるを得ないというのは、資料を見ていると思います。やはりこのシビアな状況、情報の入手経路などは参考にしなければいけないですよ。

阿部:僕は、チケット料金が1,800円というのは高いよな思ったりするんですよ。1,000円ぐらいで観ることができるというのと。でも、1,000円にしてしまっって、お客さんが倍になるかというのと、その確信もないし...

川村:チケット料金は下げる派ですか?

阿部:だから、そこは難しいんだよ。

川村:データを見ると、チケット料金を下げたところで、入場者数は変わらないというのが説として濃厚ですね。大体、「チケット料金が安いから行かないんだよ! 下げてくれればもっと行くの



に！」という人に限って、映画を観に行かないですからね。本当に。

阿部: まあね。ただ、ずっと持っている疑問なんだけど、製作費に100億円、200億円かけたハリウッド映画を、日本映画と同じ1,800円で観ることができるとなると、日本映画にとってはイメージ的に分が悪いかなという気がすごくするんだよね。僕はプロモーションを含めて考えると、映画館の近くまでは本当に結構な人数が来ていると思う。ただ、最後にそこを乗り越える、つまり実際に映画館へ足を運ばせるパワーが足りない。そこをブレイクスルーするのはすごく難しいなという気がしています。そこを乗り越えられない要因として、やはり最後の“チケット料金1,800円”というのが、大きな足かせになっているのではないかなという気がするんだよね。そこを何とかがんばって面白い映画を企画して、この状況を打破したいと思っているんだけどね。

変わっていく映画製作

斉藤: 最近では、企画以外の映画の作り方も少し変わった展開をみせておりますので、ここで少しご紹介したいと思います。

「ドリバス」というシステムがありまして、これはフラッシュマーケティングという広告の手法を応用したものです。例えば、お客さんが観たいと思う映画の候補として「ドリバス」が『ダークナイト』を上げて、その『ダークナイト』を観たい人はチケットを買ってくれとネット上で募集する。ある一定の人数が集まると企画成立ということになって、映画を観ることができるようになるというシステムです。その成立のボーダーラインを越えないと、上映はなくなってしまふ。リクエスト数によって、観ることができる映画が決まる。「ドリバス」はもう2年以上こういうやり方を実施しています。

この「ドリバス」を運営しているブルームという会社が、『夢の通り路』という新作映画の製作費を「ドリバス」のシステムを使って集めました。約3週間で416枚分の売上を獲得（1枚1,000円）。ですから、お金を払った方、チケットを買った方は、その映画のクレジットに名前が出るということです。このようなシステムを使って、お客さんからお金を集めて映画を作るというやり方が今は出てきました。

映画というのは製作・配給・興行という3つのプロセスに分かれています。お客さんはその興行の方々が行っている映画館で映画を観る。そうすると、川村さんの『モテキ』がどういう風にウケているとか、そういうことを一番肌で感じることができるのは興行の方なんです。であれば、興行の人間である自分たちが映画を作ろうというような流れも出てきました。

ユナイテッド・シネマという住友商事が所有しているシネコンの会社があります。この会社は何年前から、「みんなの映画プロジェクト」というのをやっていて、いよいよ『ペンギン夫婦がつくった石垣島ラー油のはなし』という映画を、自分たちで作ることになりました。来年（2012年）の春ぐらいの公開を予定していて、今現在、脚本準備稿を作って、製作委員会も組成しています。聞くところによると、製作費も集まったようです。興行の人間が映画を作るというのは、一見やりやすそうでいて、実はすごくハードルが高いので、なかなかできにくい。ですが、『ペンギン夫婦がつくった石垣島ラー油のはなし』はスタッフが熱心に舞台となる沖縄へ何度も行って、お金を集めて、ようやく成立した案件なので、これも注目に値すると思います。

もうひとつ、映画には製作費とP&A（プリント&アドバタイジング）というのが必要となってきます。P&Aとは、プリント製作費および宣伝費のことですね。例えば、2時間の映画の上映フィルムを1本焼くのに、大体30万円ぐらいかかりました。川村さんの『モ

テキ』は270スクリーンで上映されていますから、そのフィルムを焼くとなると270スクリーン×30万円＝8,100万円という費用がかかる。今はP&Aを製作委員会で負担していることが多いんですが、映画を作る上でこれがかなりの負担になっています。この負担を何とかしようという試みが海外にありますので、梅津さんのほうからご紹介していただきたいと思います。

梅津: はい。PeopleForCinemaという会社がフランスにあります（資料⑱）。これはどういう会社かという、インターネットでコミュニティ運営をして、コミュニティ利用者から出資という形でお金を集めている会社です。こういった会社は、音楽の分野では日本でもミュージックセキュリティーズという会社など結構ありました。寄付という形では、個人や法人の資金調達を支援するソーシャルファンディングが、東日本大震災以降かなり盛んになっています。

PeopleForCinemaが、映画の分野でこのシステムを使った秀逸なポイントは、宣伝費を集めているところ。今までは、製作費を集めることが多かったんですけども、既にできあがった作品の宣伝費を集めている。これが実は最大のポイントです。完成している作品の宣伝費を支援するということは、お金を出してからその作品が世の中に出る期間、公開までの期間が非常に短いんですね。

加えて、宣伝費なので、お客さんから宣伝のお金をもらいながら、映画の宣伝をしてしまうという仕組みが作りやすい。なぜなら、宣伝期間中に投資した人たちが、「自分が出資したんだよ」と口コミをしてくれる。PeopleForCinemaは、そういうインターネット上のプラットフォームを運営している会社です。この会社は、インディペンデント作品だけではなくて、フランスのローカルで『パイレーツ・オブ・カリビアン』などのメジャーな作品にも参画しています。この会社がやっていることは、これまでにない新しく面白い動きなのではないかなと思っています。

斉藤: 『パイレーツ・オブ・カリビアン』のフランス公開にあたってのP&Aをこの会社が調達したということですか？

梅津: そうですね。

阿部: P&Aは、やはり製作費に応じてかなりの額がかかってきます。例えば、2億5,000万円ぐらいで映画を製作しても、P&Aが3億円ぐらいかかってくるのが通例です。だから、そのP&Aが負担となって、それを回収するのがかなり大変なんですね。製作費が10億円だったら、40億円の興行収入が必要だというのは、やはり興行収入がそれぐらいないと、製作費とP&Aは回収できないというのが今の現状なんです。PeopleForCinemaのやり方が日本で定着できるかどうか分からないですけど、なかなか難しいのではないかなという気も少ししています。

質疑応答

質問1: 映画の持っているエンタテインメント力、映画ならではのバリューというのはどういうところにあるとお考えでしょうか？

川村: ストーリーと映像と音楽のすべてを楽しめるのが、映画のエンタテインメントとしての武器だと思っています。ただ、その音楽や映像を組み合わせる上での土台となるのが脚本です。その土台が曲がっていたり、崩れていたりすると、いい家は建たない。だから、もちろん組み合わせ部分が映画の魅力だということを前提とした上で、それでもやはり脚本が大事ということだと思います。

質問2: 自分が脚本家として映画にしてみたい企画がいくつかあるんですけども、そういった企画を脚本家側から提案させていた

だくということは可能なのでしょうか？

川村:もちろん、可能です。ご自身で書かれた脚本があるのであれば、日本映画製作者連盟が設けている城戸賞というシナリオコンクールにぜひご応募ください。その城戸賞に応募すると東宝、東映、松竹、角川の現役プロデューサーがその脚本を読むんですね。もちろん、僕もそのプロデューサーの中に含まれています。予備審査として、そのプロデューサー全員が応募された脚本を読む。ですから、城戸賞に応募していただくのが、映画を作っている側の人間の目に触れる機会、接点が一番多くなると思います。

そこで最終選考の10本に残ると、12月1日の映画の日に行われるパーティに、その10本に選ばれた脚本を書かれた方々をご招待しているんですね。そのパーティで、そこに来ている映画プロデューサーと名刺交換をしたりして、接点を持つこともできます。賞は獲れなくても、プロデューサーが気に入った脚本に関しては、プロデューサー自らその脚本を書いた人にアプローチしたりすることもある。だから、まずは城戸賞にご応募されるのが一番いいのかなと思います。

質問3: 海外との合作映画についての見解、そのモチベーションについて教えてください。

阿部: 日本の1億3,000万人という人口の多さから、今の日本映画は単独でもビジネスとして成立してしまっている。ただこれからは、確実にこの国の人口は減ってきて、マーケットが小さくなることは分かっているんで、海外との合作映画も増えてくると思います。例えば、韓国は人口が4,000万人ぐらいしかないんですね。そうすると、海外とのコラボレーションとか、海外へ出て行こうとする意欲は、日本と比べると高いと思う。今後日本も、シチュエーションでも設定でも映画として成功する条件が揃えば、海外とコラボレーションした映画が多くなることは十分に考えられるのではないのでしょうか。

僕はまだ、海外との合作映画は作っていません。でも、これから映画作りを目指す若い監督は、日本の人口が減ってマーケットが縮小することを念頭に置いて、海外とのコラボレーション、海外との合作も考えていったほうがいいのではないかなと思っています。

川村:僕は、合作映画の企画のご相談もよく受けるんですけども、いつも何か違和感があります。合作をやるのが優先されて、そこから物語を無理やりひねり出して、何となく俳優だけが外国と日本の相乗りという企画が多い。「この物語を本当にやりたいんですか？」と思ってしまう企画がものすごく多いんです。先ほどのオリジナル議論と一緒になんですけれども、やはりその順番が間違っていると思います。まず、やりたい物語、やりたい企画があって、それによって海外と合作することに必然性があるから、合作になっているという順番でないと絶対に作品として成功しないと思うんですね。

例えば今までの日韓合作の映画だと、これはキムチ味なのか、しょうゆ味なのか、分らないものがあったりする。結果、味が混ざった食べ物を、日本人も韓国人も食べない、ということになってしまっている。例えば、ポン・ジュノ監督を日本に連れて来て、日本の俳優を使って日本映画を撮らせてもいい。でも、それは日本映画である必要があ

る。日本人の監督が韓国へひとりで乗り込んで行って、韓国のスタッフと韓国の俳優を使って、韓国映画を撮ったっていいんです。でも、それはやはり韓国映画として作られるべきで。味が混ざった食べ物は観客にとってはあまりびんと来ないと思います。

海外との合作が、企画や物語にとって必然性がある、それが映画を観るお客さんにとって面白さにつながっているのだったら、海外との合作は大いにあるのではないのでしょうか。その順番だけは違えないようにしたほうがいいかなと常々思っています。

阿部:僕の言っていることは全く逆ですけどね。どちらでもいいと思っている。合作を成立させるために、あとから物語を作ってもいいような気もするけど。川村君は、結果として合作になることもあり得るということだよな。

川村:そうですね。色々なタイプの考え方があるとは思いますが。ただ、結局お客さんにとっては、合作だから観たいとか、観たくないということではないと思っています。もちろん、日本のマーケットが縮小して行って、海外に出て行かないとどうしようもない状態になるというのは間違いない事実だとは思っています。

阿部:今のままで行けば、本当に40年後に日本の人口は9,000万人と言われていきます。日本が9,000万人になっても、韓国に4,000万人、台湾に1,200万人、香港に何人と、近隣諸国を視野に入れば、また新たなマーケットができる。本当に近隣諸国の人たちも面白い物語をきちんと描くことができれば、皆が観る映画ができて、マーケットは広がるんじゃないかなという気がすごいですけどね。

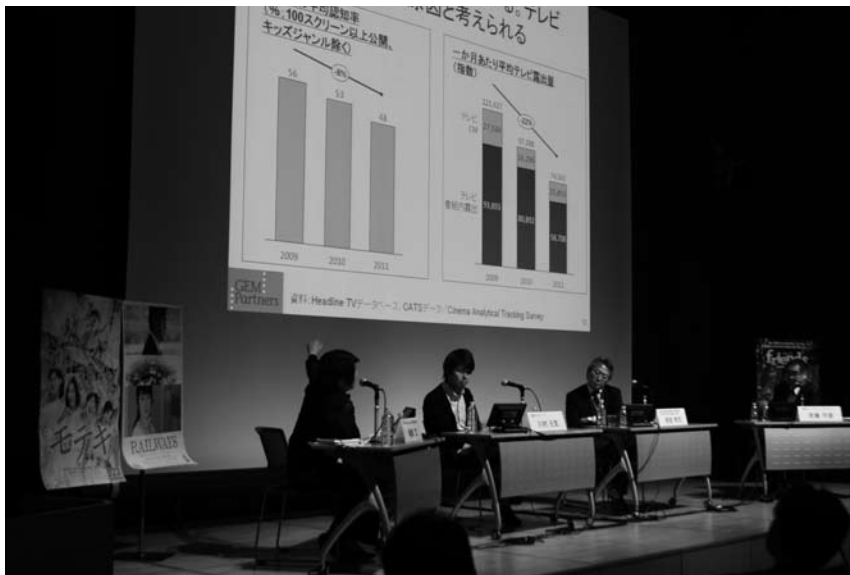
斉藤:日本だけですと紅しょうが市場を下回ってしまうわけですね。それは嫌ですね。

阿部:嫌ですよな。

斉藤:来年(2012年)もまた同じメンバーで今年(2011年)の成果を語り合うというのもいいですね。このシンポジウムはここで終了したいと思います。パネリストの皆さん、今日は長い時間ありがとうございました。

阿部・川村・梅津:ありがとうございました。

(以上の文章はシンポジウムの模様を抜粋再編集したものです。)



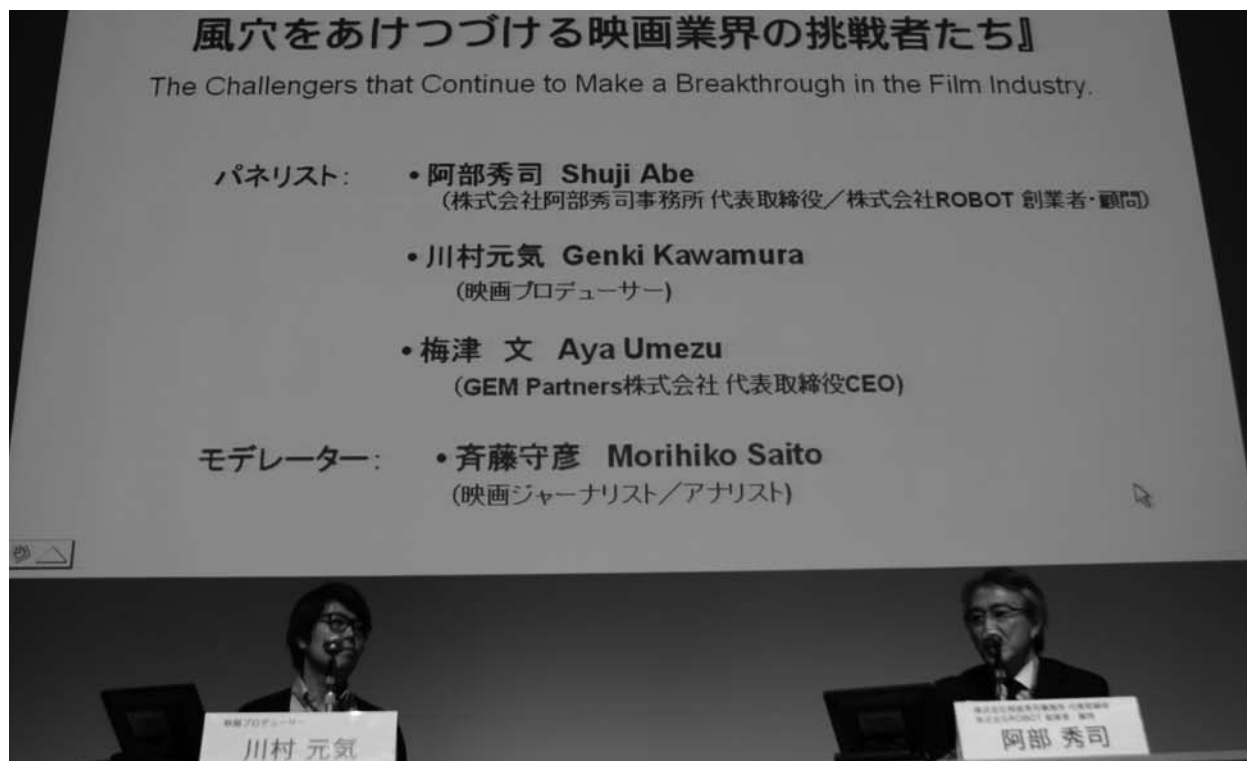


The Challengers that Continue to Make a Breakthrough in the Film Industry

Panelists: **Shuji Abe** (Producer/Executive Producer, Abe Shuji, Inc./Founder and Adviser, ROBOT COMMUNICATIONS INC.)／

Genki Kawamura (Producer)／**Aya Umezu** (President and CEO, GEM Partners Inc.)

Moderator: **Morihiko Saito** (Film Journalist/Analyst)



MC: Let's start our second section. We will talk about connecting through films, and the pioneers in today's filmmaking.

Our moderator for section 2 will be film journalist Mr. Morihiko Saito.

Saito: The first section was very academic, but section 2 should also be thrilling, as we have many prominent speakers here with us. So let's start by introducing them.

Abe: I'm Abe. I'm a film producer.

Kawamura: I'm Genki Kawamura, and I'm a producer for TOHO. I'll try to be as hard as I can on Mr. Abe today (laughs).

Umezu: I'm Umezu from GEM Partners. At our company we provide analysis on potential, marketing strategies, and monitoring services, not only to producers like Mr. Abe and Mr. Kawamura, but also to marketers and promoters. I might be able to offer a different perspective from my fellow panelists here today.

Saito: I think Mr. Abe and Mr. Kawamura stand out of the crowd in terms of their development process.

Choosing material for a film is going to be a huge issue from now on. From my work as a journalist, the sum of what people are saying is that the market, which presently comprises 3,400 screens, is going to shrink. There will be many cinema complexes that will leave the market or be sold. There will be lesser investors for films. There are still great directors who want to make films, and there are still projects to be realized, but not enough investors, especially after the Lehman shock. This usually ends up in the disbanding of projects. Many people are saying this trend will hurt big and small films alike.

The production, distribution, and exhibition process is becoming increasingly digitalized. But one thing you can't digitalize is the ideas. Ideas come from the mind. What Mr. Abe has produced stems from his taste. I think that's the most important ingredient in a project.

Today, I'd like to ask these two producers how they came about their projects and how they developed them. I've been a film journalist for 24 years. A journalist is able to cover the shooting, distributing, and exhibiting process, but project development goes on behind closed doors. So I'm very eager to hear your stories.



Session 2 Panelists:

Shuji Abe

(Producer/Executive Producer, Abe Shuji, Inc./Founder and Adviser, ROBOT COMMUNICATIONS INC.)

Born in Tokyo in 1949. After graduating from Keio University in 1974, he entered DAIICHIKAKU CO, Ltd. After being placed in the company's Design and Production Department and working as a writer, CM producer, and creative director for numerous commercials, he founded ROBOT COMMUNICATIONS after retiring in 1986. In 1993, he also established a Films Department, becoming involved in the production of numerous films, including *Love Letter* (1995, directed by Iwai Shunji), *Juvenile* (2000, directed by Takashi Yamazaki), *ALWAYS: Sunset on Third Street* (2005, directed by Takashi Yamazaki), and *Space Battleship Yamato* (2010, directed by Takashi Yamazaki). In 2010, he became the founder and adviser for ROBOT COMMUNICATIONS, established Abe Shuji, Inc., and has since focused on film production. His recent productions include *RAILWAYS* (2010, directed by Yoshinari Nishikori), *CROSSROADS* (2011, directed by Masatoshi Kurakata), *friends: Naki on Monster Island* (2011, directed by Takashi Yamazaki), *Wild 7* (2011, directed by Eiichi Hasumi), and *ALWAYS: Sunset on Third Street 1964* (2012, directed by Takashi Yamazaki).



Genki Kawamura (Producer)

Born in 1979. After entering TOHO CO., LTD. in 2001, he planned and produced *Train Man* (2005, directed by Shosuke Murakami), which became a major hit. He has subsequently planned and produced *Ski Jumping Pairs* (2006, directed by Riichiro Mashima) and *Detroit Metal City* (2008, directed by Toshio Lee). In 2010, he planned and produced *Villain* (directed by Lee Sang-il) and *Confessions* (directed by Tetsuya Nakashima), which ranked in the two top spots on the Kinema Junpo Best Ten and shared various Japan Academy Prizes. Additionally, he was selected for the "Next Generation Asia 2010" by the U.S. magazine The Hollywood Reporter, and in 2011, he was awarded the Fujimoto Prize, becoming the youngest recipient in history.



Aya Umezu (President and CEO, GEM Partners Inc.)

After graduating from the University of Tokyo Faculty of Law in 1997, she entered the National Police Agency. In 2000, she was awarded an LL.M (Master of Laws) at the law school of New York University and passed the New York state bar examination. After entering the Japanese branch of McKinsey & Company as a consultant in 2002, she has been active in start-up ventures, marketing, improving business operations, and promoting organizational change as a manager in the fields of communications and media. In March 2008, she founded GEM Partners Inc., whose operations include the support of marketing strategization for the major and independent sectors of the film industry, based on research and analysis.



Moderator:

Morihiro Saito (Film Journalist/Analyst)

Born in Shizuoka Prefecture in 1961. After working as a reporter (later editor in chief) for Tokyo Transmission, a film trade journal, he became a freelance film journalist and analyst in 1996. He has since published in numerous cinema pamphlets, Kinema Junpo, HiVi, The Television, Nikkei Entertainment!, Space Magazine Uchusen, Japanese edition of Starlog, INVITATION, and Tokyo Calendar. He currently writes a column ("Special Effects Laboratory") for the anime business site Anime Anime Japan, in addition to "Strategic Film Marketing" for Financial Japan, a business magazine for investors. He published "Japanese Film, Collapse: The End of the Japanese Cinema Bubble" in 2007, "Why is Miyazaki's Animation Popular: How it Became More Popular than Spielberg" in 2008, "Why Do Movie Tickets Cost 1800 Yen?" in 2009, and "The Effect of Bayside Shakedown on Japanese Film" (co-author) in 2010. Additionally, he has published "An Illustrated Guide to Contents Business" 1-4 (co-author) and "Sonorama MOOK/Godzilla, Mothra and King Ghidorah: Giant Monsters All-Out Attack" (format and content). Furthermore, he released "Japanese Cinema: Breakthrough and Bewilderment in the Past, Present, and Future" as a digital book in September 2011.



From *BATADEN* to *RAILWAYS*

Saito: Let's start with Mr. Abe. When did you set up your own company, ROBOT?

Abe: I founded the company in 1986. So we're in our 25th year.

Saito: Then you left the company?

Abe: Yes. I started out at an ad agency, DAICHIKIKAKU (presently Asatsu-DK Inc.) for which I worked for 12 years, then set up ROBOT and worked for 24 years, and then I left.

Saito: Now you have your own production, Abe Shuji, Inc.?

Abe: Yes. Someone mentioned that he envied me because with ROBOT, there was no retirement age, since I was the founder. On the contrary, I didn't want to be doing the same thing forever, so those words lingered in my head. So, I decided to start anew, and set up a new production. ROBOT had also become a huge entity, which means you have to prioritize business over creating. I always saw myself as a creator, so I wanted to concentrate on creating film rather than running a business. I decided my baby, ROBOT had grown up, and it was time to leave.

Japan's population is said to be estimated to shrink to 90 million in 40 years, which means the film industry will also shrink. This is one thing our production has to take into consideration in contemplating the future of the industry.

Saito: Is it mainly project development that Abe Shuji, Inc. does?

Abe: Yes. We develop the projects and then hand them over to ROBOT for production.

Saito: This coming December 3rd, you will be releasing *CROSSROADS*, the follow-up to *RAILWAYS*. Shochiku is the main producer for this film, but was it you who brought it to Shochiku?

Abe: Basically, yes. The "RAILWAYS" series was originally a project under a different title. The project for the first film was presented to Shochiku by its director, Yoshinari Nishikori. It was to be a film about the Ichibata Railways in Shimane, so it was titled *BATADEN*. But the title wasn't appealing to Shochiku, and they were about to turn the project down. So I just came up with the idea right then and there to tell them that *BATADEN* was only a tentative title, and that the film was to be officially titled *RAILWAYS*. Then they liked it. A title can be very attractive.

As was with *ALWAYS: Sunset on Third Street*, a title is imperative. It has to be catchy. I always had that title at the back of my head, and that's why I think I arrived at the title *RAILWAYS* for this one. Ultimately, we decided the first film should be titled *RAILWAYS 49-sai de Densha no Untenshi ni Natta Otoko no Monogatari* (*RAILWAYS — the Story of a Man Who became a Conductor at 49*). It was easy to push for this title, as I had earned trust with *ALWAYS: Sunset on Third Street*.

Business wise, the first "RAILWAYS" did not do that well. Yes, it was a hit, but I had higher expectations for box office sales. So I feel very happy to have been able to make the follow-up film.

Saito: Who did you envision showing *RAILWAYS* to?

Abe: Being a railway fan myself, I'd thought there must be many like me. I was wrong. No, no that was a joke (laughs).

Before starting *RAILWAYS* I remembered reading an article mentioning that the railway business was immune to economic stagnation. It wasn't a huge business, but it was a steady one with many fans. Being a fan myself, I wanted to make a film about railways, and I was looking for a project. Then Nishikori came in with the *BATADEN* project, probably because he knew I liked trains. So we ended up bringing the project to Shochiku.

The Importance of a Title

Saito: What do you usually include in a project proposal?

Abe: Usually, a synopsis, main target, and cast list.

Even in the proposal stage, the title is intrinsic. There is a back story to *ALWAYS: Sunset on Third Street* too. It was originally titled *Sunset on Third Street*. Everyone seemed fine with it, but it didn't sit well with me. I was determined to put *ALWAYS* in the title.

Saito: I heard there was much opposition against the project.

Abe: Everybody was opposed to it. They all said, "there's no market for this," or "who wants to see a film about tiny 4 tatami-mat roomed houses?" And the baby-boomers who actually experienced that era depicted in the original comic were the weakest demographic in terms of film-going.

The only key we had to create the film's image was the original comic series. So we made a pilot to show what this world would look like. I think that was a key turning point. We also kept saying that we need to create a new market. That it's not that people "are not going to films," but that "there are no films to see." If we made a film for them to see, the baby-boomers were sure to come to the cinema. It's said that this generation has a population of 6 million to 8 million. So we said it's time we make a film for them, and then we were finally able to start production.

I find I have an affinity for titles in alphabet, like *ALWAYS: Sunset on Third Street*, *CROSSROADS*, *Wild 7*, *friends: Mononoke Shima no Naki* (friends: Naki on the Monster Island). Not that all this was intentional, but again, the title is intrinsic in initiating a project.

Saito: And you're not just talking about one film, correct? You need to brand these as a package, and you need to convey the entire universe it depicts.

Abe: Yes. It's the ones that instantly tell you what it's about, that attract the audience.





Saito: Maybe you are putting the tactics you learned in your ad agency days to good use.

Abe: Yes, titling the film is like copywriting.

Trying to Create a Series

Saito: Why did you decide to make the follow-up when you knew “RAILWAYS” wasn’t a huge success?

Abe: First of all, I wanted to make a completely new type of series. Series like “Otokowa Tsuraiyo,” “Bayside Shakedown” or even “Umizaru” have the same cast, crew, and story setup. I wanted to create a series that has the same main title but different sub-titles, with different cast and different setting every time.

The first “RAILWAYS” film earned much accolade, so it was Shochiku who came to us the second time around. We had willing investors too, to make it possible. I do hope that “RAILWAYS” becomes a long living series.

This decision is underscored by the advancing depopulation of local regions, demonstrated by the increasing number of deserted neighborhoods and progressing subsidence. When creating the first film of the “RAILWAYS” series in Shimane Prefecture, I was driven by the ambition to provide a source of vital energy to regions throughout Japan by featuring different local railways and thus creating exciting opportunities to foster momentum for development. In that sense, my intention was to create a completely novel film series.

The story of the second film of the series, *CROSSROADS*, takes place in Toyama Prefecture. In fact, the local private railway is popular among railway aficionados all over Japan. I was sure that by using it as a set, I would secure the success of the film.

When we approached the Toyama railway company with the project, however, they responded very negatively and refused to cooperate. Later, we learned that their president was a huge fan of the film, and hoped to see the Toyama railway featured as a set. The timing of our proposal was so perfect, that it made him suspicious. He thought we were con artists. Today, the railway company staff and local people are very excited about the film and provide full cooperation. That is why I want to make it a nation-wide series that will feature various local railways, and then will serve as source of invigoration for local regions.

Saito: So the first condition for a regional town to be chosen as a

setting of the film is the existence of a local railway line, right?

Abe: Correct. After all, the title of the film is “RAILWAYS.” Nowadays, the management of such private local railways is extremely tough, but Shimane is enjoying the economic effect of the first film, demonstrated by a 10% increase in the number of passengers, and a rise in the number of visitors. Going forward, however, it is essential to not let this momentum fade out as a one-time festivity, but to utilize it as an engine for steady development.

Now I am considering where to shoot the third film in the series. Of course, first the second film must perform well in the box office.

Saito: So what do you consider a good film project?

Abe: That would be a project that can create new markets. A high-quality project that transcends genre limitations and is received with critical acclaim. I’d be happy if I could create such a film that will please spectators.

Saito: So you are not looking to make a hit film, right?

Abe: Right. Not every film has to be a hit. Our job is to make films that please spectators regardless of the genre.

Saito: Thank you.

Next, we will screen the trailer for the Mr. Abe’s spirited second film of the “RAILWAYS” series, and the trailer for *Wild 7*.

<*CROSSROADS* and *Wild 7* trailers>

Abe: The two film truly belong to the different ends of the spectrum. I recommend that men go see *CROSSROADS* by themselves, and women go see it with friends. If married couples see it together, they may get into too much thinking.

Saito: What kind of audience is *Wild 7* made for?

Abe: I believe *Wild 7* (released on December 21, 2011) is a unique film in Japan’s film history. We timed its release so that it roughly coincides with the release of *Mission: Impossible — Ghost Protocol*, (December 16, 2011), and I hope spectators will compare both films. Our goal was to create a film that will fascinate spectators and will not be second to Hollywood action films, so I recommend it to all cinema fans.

The Difficult Path to Making *Moteki*

Saito: Genki Kawamura, congratulations on the success of *Moteki*.

Kawamura: Thank you.

Saito: I understand that the process by which it came to be made into a film was completely different than the usual production committee method of various people doing their sums and calculating whether it would be a commercial success.

Kawamura: That’s right. *Moteki* was originally a manga by



Mitsuro Kubo, who is a big fan of Hitoshi One, the director of the TV drama and film. Mr. Kubo said on Twitter that he would like “Moteki” to be made into a film only if Mr. One was the director, to which Mr. One half-jokingly replied that he should appoint him as the director if he got a film offer. Then an offer did actually come.

But the difficulties still lay ahead. To make the “Moteki” TV drama, Mr. One’s own proposal and screenplay was taken to various TV stations. Finally, TV Tokyo showed interest and it was decided to dramatize it within the framework of the late night “Drama 24” program.

I had wanted to work with Mr. One for many years. On reading the first draft of “Moteki,” I thought his use of music, imagery, and the overall style were really interesting and I sent him an email asking if he wanted to make a film.

I had wanted to make J-POP musical-type films, but “Moteki” on TV, contained all of these elements so I talked to him about merging my proposal and Mr. One’s TV drama. At first Mr. One was completely opposed to the idea (laughs). Mr. Kubo also said he would not create an original story for a film, while the TV lead, Mirai Moriyama, said he didn’t want to appear in the film.

The chief editor of “EYECREAM” magazine arranged a joint interview piece with myself, Mr. One, and Mr. Kubo, during which we started talking a little more enthusiastically about making a film of *Moteki*. It took an unexpectedly long time until everyone was on board.

Focusing on Screenplays

Saito: So you didn’t think of making a film on first reading the screenplay?

Kawamura: In “Moteki,” the main character falls successively in love with four women. When I read the original story, I thought it would fit a drama series but couldn’t be done as a two hour film. It was then dramatized, directed by Mr. One. I enjoyed each week from a comparatively objective standpoint.

Saito: But the viewing figures in its late night slot were just 3%, and your company, TOHO, is known to be very sensitive about viewing figures. How did TOHO react to your proposal?

Kawamura: When I proposed *Villain*, *Confessions*, and *Detroit Metal City*, the reaction in TOHO was always, “What?” I always try to convince people that my proposal is actually a safe bet, But in fact, I am even not sure until I complete the work.

When I mentioned I wanted to make a film out of “Moteki,” I was asked, “What are the viewing figures?” and when I replied “3%,” they would give me a strange look (laughs). However, once they watched the drama their opinion changed, and they told me that Hitoshi One was a talented director. They started thinking that it was worth making the film if we make a quality screenplay. After that, Mitsuro Kubo and Mr. One worked together and the storyboard and screenplay went ahead at the same time. About a month later, the first draft of the screenplay was completed and so we presented it to the company and got the green light to go ahead.

Saito: So you made an in-company presentation once the screenplay was more or less completed?

Kawamura: TOHO is very focused on consensual decision-making on screenplays. In TOHO every member of the film committee meets for a presentation on a proposal, which will include details on the screenplay, director, and main actors. They read the screenplay, and together they decide whether to go ahead with film.

I remember when *Kamikaze Girls* came out, the director, Tetsuya Nakashima, wasn’t very well known. The story was a buddy film between a Lolita girl and a Yanki girl, with Kyoko Fukada and Anna Tsuchiya cast in the lead roles; but many were skeptical about turning it into a film. But a TOHO executive read the screenplay, loved it, and immediately decided to make the film.

A Project Starting with a Sense of Disconnect

Saito: I see. I have read “Moteki, the Diary of a Director” by Mr. One and he says in it that he wanted to be the director only if TOHO, which has more than 200 screens nationwide, took on the project. He was imaging a major release for a late night drama with viewing figures of 3% on a TV channel.

Kawamura: My impression was that the world had yet to discover “Moteki” but it had film potential. There was a sense of disconnect, and we started a project to find out why such a good drama had only a 3% viewing figure.

“Confessions,” a film was very similar to this. I am less motivated to make a film for a project that everyone wants to buy.

Mr. One also thought that “Moteki” could take shape and be a success. We both agreed that there is no point making a film in single-screen independent cinemas out of a late night drama with 3% viewing figures.

Saito: Did Mr. One expect that as this was a TOHO project, it was going to be a major release?

Kawamura: I think so. He has a good producing sense. Sometimes you would sell your soul just to get a film made, but he didn’t think there would have been much point unless it was done by a major company with 200 cinemas like TOHO. He thought that if TOHO didn’t give us the go ahead, it was



better not to make the film. This is pretty much the risk you take with all films and I think that Mr. One thought that the film was worth taking a risk.

Adapted Screenplays and Original Screenplays

Saito: Looking at all of the previous projects you planned and produced, they are all adapted screenplays. Is it because you are interested in finding the reason why some interesting works are not popular? Or do you want to create an original screenplay?

Kawamura: That is always talked about. Everyone likes talking about writing an original screenplay (laughs). I have two basic reasons why I make a film from the adapted screenplay. The first is I personally love films from adapted screenplays, including overseas films. For instance, I like Clint Eastwood's *Mystic River*, which was based on a novel. More recently, I really liked Paul Thomas Anderson's *There Will Be Blood*, based on the novel "Oil!" by Upton Sinclair. Usually the overseas films that I like are adapted screenplays. For me, what is interesting is the combination of the original author and the creative team commencing with the director to produce films which surpass the original works. For example, I think that an adventurous film like *The Dark Knight* would be difficult to make without the foundation laid by "Batman." Personally, I have always liked these adventurous films built on such a platform. Of course, I write some original screenplays. But I don't think it's necessarily admirable. The sequence of events for an original screenplay should be that there is a story that we want to tell, but as there is nobody available to write it so we write it ourselves. I think it is wrong to praise something just because it is original. What is important for a film is that the audience enjoys it; it has nothing to do with whether it is original or adapted. The original screenplays I have been doing are for projects I wanted to do but when I researched them, found that no original existed so had no choice but to get a screen writer and creative team together and for us to do it ourselves. So I am not that concerned whether a film is adapted or is original; rather, what interests me is whether the story is worth telling.

Saito: Don't directors or writers tend to be more preoccupied with having an original screenplay?

Kawamura: But Tetsuya Nakashima makes films with an adapted screenplay, doesn't he? He writes the script himself, he is a genius script writer. Nakashima has a real eye for images, but I think he is also perhaps the most talented script writer in Japan today, his scripts are incredible.

If I said to him, "Let's make films with original scripts" he would reply, "In which cases I would only be able to make a film once every four years. I like to make films once every two years, so I use adapted screenplays." I agree with this. Creating an original screenplay for a two hour film requires about ten hours worth of story, which is then condensed into a screenplay of about two hours. If this is not done, the story will be weak. So as this takes extra time it becomes impossible to make a lot of films. Therefore we use both adapted screenplays and original screenplays.

Saito: Mr. Abe, what is your opinion on adapted screenplays and original screenplays?

Abe: My opinion is a little different. I think that fundamentally a film should be an original story. For example *Juvenile* by Takashi Yamazaki was entirely original. However, I understand that in today's film business it is difficult to make original-screenplay films.

ALWAYS: Sunset on Third Street had an original story, but the film can be said original screenplay. It borrowed story elements from the manga "Sunset on Third Street." My thought for this project was that I wanted to see Tokyo Tower being constructed first in the film. So this was original. However, this alone was insufficient on which to base a film, so we borrowed the themes from the manga that depicted precisely that period of time. So we went to see the manga's author, Ryohei Saigan, and sounded him out about turning "Sunset on Third Street" into a film.

So there are works that skillfully combine an original perspective with an adapted screenplay, such as *ALWAYS: Sunset on Third Street*, and entirely original viewpoints, such as *Juvenile* and *Returner*. Takashi Yamazaki, just like Tetsuya Nakashima that Mr. Kawamura previously mentioned, is an incredible script writer as well as being a director and I would like to make an original film with him. I feel that in this business, films have to be a collaborative effort.

Kawamura: Yes, I think it's difficult to have success with a simple original screenplay. Previously, I only wanted to do J-POP musical films, but then we invented a story and a structure for the manga "Moteki." It succeeded as a project by combining my plan with an original story. Similarly, *Water Boys* was based on a true story, to which the director added his own story elements. *Hula Girls* was the same. A project won't be approved thanks only to a single factor, whether based on a true story. I think putting creativity into the film is essential to produce successful project.

Abe: I was impressed with you *Detroit Metal City* project by Mr. Kawamura. That was the first time I had seen your work. Nowadays, everybody is talking about you.

Kawamura: Thanks. But isn't *Detroit Metal City* completely outside your area of interest, Mr. Abe?

Abe: That is why I was so impressed by it. I was working for ROBOT when I saw it and called a subordinate and asked if he could do a project like that. I was quite shocked when I saw your plan.

Kawamura: A film we plan is ultimately an extension of the films you have seen and enjoyed, don't you think? I think that you probably like Hollywood films, Mr. Abe. My favorite films are *Trainspotting* and those by Stanley Kubrick or by Alfred Hitchcock in Hollywood films.

Abe: I like Hitchcock (laughs). As for Japanese films, I really like the series performed by Crazy Cats. I think they are proper films. I don't only like Hollywood films.

Kawamura: I like films that are in comparatively bad taste.

But I think both Mr. Abe and I find it interesting when our work crosses over.

Liking the Word “Planning”

Saito: Your title on your business card, Mr. Kawamura, is ‘film planner,’ but on your profile today it states you are a film producer, which I think are two different roles. Do film planners also produce at TOHO?

Kawamura: I often am credited with planning. Maybe you agree Mr. Abe, but I think that the planner often takes the most pride in the film. The person who says “I think the film would be interesting if we do it in this way” is extremely important. This person is sometimes the director, sometimes the producer, and sometimes the actor. A film starts with a plan, so it is something I like to be involved in. In the pre-production stage, planning plays an enormous role in determining how interesting the film is going to be. I really feel that I have played a part when I see my name next to planning in the credits. But for me, planning and producing are the same. I go to the set, work with the director on editing or publicity; basically I work on everything. So for me, my work isn’t that much different if I am working as a planner or producer.

TOHO President Yoshishige Shimatani has also said this, but I like the word “planning;” that “I like the feeling I get surprising people when I put this film out in our world.” Actually, they are not that surprised (laughs). I like to think about the design of a film.

Saito: I think we first heard your name, Mr. Kawamura, on *Train Man*. Had any of the projects you submitted before that been turned down?

Kawamura: Yes, lots. When I was 23, I worked in a department responsible for organizing and planning films. I didn’t have to do much in my first year so I mainly read manga and novels while I manned the phones. I think I read about 500 books or scripts in that year. As I had nothing else to do, I searched for ideas.

One day I realized that senior producers had already made a best-selling story into a film, and that I had to find ideas for films that they would never come across. So I thought, what about a film on the Internet? I then realized that there was no one anywhere in the world making films of true stories on the Internet. Today we have films like *The Social Network*, but at that time I thought that it would be something totally original. At precisely that time I saw *Lost in Translation* and loved it. But I was surprised to see a film about Shinjuku told from the viewpoint of a foreigner. As Shinjuku had already been the setting for films, I started thinking about what other locations would be interesting for a film and I thought, Akihabara. Today, thanks to groups like AKB48 Akihabara is flourishing, but at that time it was considered a slightly strange place. So I started looking for ideas for a love story set there and I came across the adapted screenplay for “Train Man.”

A Great Project for Genki Kawamura

Saito: What is a great project for you, Mr. Kawamura?

Kawamura: I also like projects where you feel you are designing the film. For example, when I heard about what Mr. Abe’s next project I thought that was the kind of project any person in the industry would want to do; to elaborate, a project that the average person would say, “I really want to see that film.” I think that the ‘design’ is very important in achieving this. On one, level planning is about having an interesting story, but on another level, it is about what director to use, the casting, and as Mr. Abe said, what title to have. All of these elements are essential. Mr. Abe hit on this when he talked about whether the project would get the green light based on just the title, “RAILWAYS.” This is a very film-insider type discussion, but I think it is very important. I enjoy this sort of planning, when I am involved in the overall design. I think *ALWAYS: Sunset on Third Street* was such a project.

Abe: And for that reason it was a really difficult project to start up.

Kawamura: Planning for a story that nobody else wants to touch (laughs). However, the plan already was for Mr. Yamazaki to direct it.

Abe: Of course, Mr. Yamazaki loves sci-fi and VFX films. He wanted to be a director after watching the “Star Wars” series. But even for a master of VFX like Mr. Yamazaki, I thought that if his third film after *Juvenile* and *Returner* was also a sci-fi, he would unfortunately end up being labeled as just a sci-fi director. At first, Mr. Yamazaki didn’t want to make the film at all; he was born in 1964, so it was a story from when before he was born in a Tokyo that he had never seen. However, James Cameron made *Titanic* after *Terminator* and *Terminator 2*. So we persuaded him that nobody but him could make *ALWAYS: Sunset on Third Street*. We said that his specialty may be creating a world out of his own imagination, but wouldn’t it be a good idea to film the real world too? The hardest job on that film was persuading him to be the director. But without him, I don’t think it would have been a success.

Kawamura: That was your biggest planning task; so by the time you started working with Mr. Yamazaki on that film, maybe about half your work as a producer was already done?

Abe: No, about a quarter (laughs). But I was 100% convinced that the film would be a success. I don’t think it would have been a hit if it had been made by any other director.

Kawamura: I agree.

The Reasons for the Success of *Moteki*

Saito: Can we now watch the *Moteki* trailer, which Mr. Kawamura planned and produced?

Kawamura: It has opened (as of October 28, 2011) and been favorably received, I think people should go knowing that men are going to be particularly taken with it, as I imagine it is a story that men up to 50 years of age are going to find familiar.

<*Moteki* trailer>

Saito: Have the *Moteki* box office takings surpassed 2 billion yen?



Kawamura: They are around 1.9 billion yen (as of October 28, 2011), so it looks like they will surpass 2 billion yen. (As of January 1, 2012, *Moteki* had taken 2.22 billion yen).

Abe: That's incredible.

Saito: As the producer, can you point to the reasons why the film has been a success?

Kawamura: I love films and there have been times that I made the films I wanted to see and weren't being made. In the past, even in general entertainment films, there were erotic elements, don't you think? For example, there was an erotic element in "From the North Country, 87; First Love" in the "From the North Country" series. So in films, including those films from Nikkatsu in olden days, there used to be an element of eroticism. Recently, this element has increasingly been lost and general-entertainment films with an erotic element are no longer being made. So I wanted to make a film that was funny but also erotic, in a dignified way.

The eroticism is actually a central theme in *Moteki*, although this was not readily apparent in the trailer. So I think that films in genres that recently we have not seen, or in genres that are considered a little indiscrete, can still succeed as general entertainment. When I saw the "Moteki" TV drama, I felt that it had perfectly captured this sense of eroticism and that if this was accepted by viewers, it would probably be a hit. But initially, it didn't seem to have much chance of being a hit.

Today, there are not many works in this genre. This year, many of the films being made in the west and in Japan seem a little serious. Therefore, the playful *Moteki* stood out within this line-up of serious films and it proved to be a big hit among the younger audience who go to the films for a fun night out.

Abe: The film was a hit with young people nationwide, even though the TV drama was shown on TV Tokyo, which is not a national network. Did word of mouth spread among young people on forums like Twitter?

Kawamura: Yes. The audience has to work hard to see a film compared to other forms of entertainment; they have to catch a train, go to the cinema, and then pay 1,800 yen. So we were constantly thinking about how to attract a film audience for a TV drama only shown after midnight. As the viewing figures were only 3%, our target audience seemed pretty small. We began to think we couldn't comprehensively target the kind of person who watches a late night drama while also targeting the kind of person who chooses a certain media or form of entertainment. So we ruled out people who from the start had no interest in this kind of film.

Abe: Despite this, the film has taken around two billion yen and about two million people have seen it, which is incredible.

Kawamura: That's right. We thought if we could expand the potential audience to those who watched Fuji Television's "Getsuku" drama or the "Harry Potter" films, or listened to EXILE, then we might have a hit. So we took care not to make it too laddish. It was very difficult to achieve the right balance.

Saito: *friends: Mononoke Shima no Naki*, on which Mr. Abe and Mr. Kawamura collaborated, will be released in the 2012 New Year. Did you two discuss when making this film?

Abe: We did not really have any specific discussions. The project took off thanks to Mr. Yamazaki. This was his first animated film.

Kawamura: Mr. Yamazaki had a project within a company, Shirogumi to create a CG anime film. He had written story and created characters adapted from "The Red Ogre's Tears" (a fairy tale by Hirosuke Hamada). The story was so wonderfully interesting so that it took 6 years for us to finish it.

Saito: It took 6 years?

Abe: In the end, yes. Obviously when we started we hoped it wouldn't take that long. The project would lose and gain momentum, but finally it was finished.

Kawamura: Yes, it took a long time to write the screenplay, so in the end it took 6 years. But for this reason I think it has a really strong story.

Abe: I think it shows exactly how for Japanese anime has come.

Kawamura: Shirogumi Inc. has amazing technologies. This film has already been sold to 6 or 7 countries based only on a 5 minute digest version; not the complete version. It is definitely the case that animation is an easier sell overseas.

Saito: So let's watch the trailer for *friends: Mononoke Shima no Naki*.

<*friends: Mononoke Shima no Naki* trailer>

Declining Box Office Revenues

Saito: I don't think that either Mr. Abe or Mr. Kawamura are that involved with the marketing side of things, but moving to the practical side a little bit, Ms. Umezu is going to explain to us the current marketing situation in Japan.

Umezu: Hello everybody. This year, revenues have been declining. While I think you all know this fact, and the reasons vaguely, I would like to analysis the decline using the figures compiled by the staff at my company from a range of data. As we can see in this graph (Figure 1 in Japanese), 2010 was an extremely good year for box office takings, at 221 billion yen. In comparison, starting in January, this year (2011) takings have consistently trended an average of 19% lower. If they continue in this manner, revenues for the year will be 178 billion yen. As you may know, the film market is about the same size as the beni shoga (red ginger) market. To give you another example, the annual turnover of the Isetan Shinjuku Store is 240 billion yen, which again is about the same scale as the film market.

Various reasons have been put forward for the decline in box office takings, including the bursting of the 3D film bubble, the Great East Japan Earthquake, and also the lack of any hit films. Management in the film industry is very concerned about these

problems and has been researching whether they are structural in nature.

First, let's look at a graph showing the impact of the earthquake. This graph (Figure 2 in Japanese) shows how overall economic activity trended from March onwards relative to February, which is set as zero. There are a lot of lines, but if you look at the thick line that shows the trend in the lifestyle services and entertainment industries, we see that compared to other industries, this sector has dramatically declined. Within the entertainment industry, the decline experienced by the film sector is actually not as severe as that experienced by other sectors.

In this graph (Figure 3 in Japanese), February is again set as zero. The thick line shows the number of people visiting cinemas, and while numbers declined slightly in March, by April they had already started to recover, with some subsequent months being even higher than February. The sector of the entertainment industry suffering the most is amusement and theme parks, while we can see that compared to the other sectors, the effects of the earthquake on the film sector have been limited.

Next, let's look at the impact of 3D films on figures. The left side of this graph (Figure 4 in Japanese) shows the totals for the top 5 films in terms of box office takings in the first half of 2010. The right side shows the totals for the top 5 films of 2011. We see that not only are there less 3D films, but the average revenues per film have also dramatically declined. 3D films in 2011 seem to be utterly failing to attract an audience. The total box office takings of the top 5 films of 2010 were about 34.6 billion yen; but this year, they are around 17.4 billion yen, down about 50%.

Another major factor is the poor performance during the summer holidays and Silver Week. This graph (Figure 5 in Japanese) shows the takings of the top 10 grossing films released in the July to September period. The left side shows the 2010 figures and the right side are 2011's. The darker part shows films opened last year and this year from the same studio. Pixar Animation Studios (*Toy Story 3*, *Cars 2*), Studio Ghibli (*The Secret World of Arrietty*, *From Up On Poppy Hill*), and the "Pocket Monster" series all opened both last year and this year.

Looking at the graph, we see that the "Pocket Monster" films took about the same amount each year, but comparing *Toy Story 3* (10.8 billion yen) and *The Secret World of Arrietty* (9.3 billion yen) in 2010, with *Cars 2* (3 to 3.3 billion yen) and *From Up On Poppy Hill* (4.5 to 5.0 billion), in 2011, then takings decreased dramatically, by about half, or around 12 billion yen.

This graph (Figure 6 in Japanese) shows revenues and the extent of the change for each month in 2010 and 2011. As mentioned, total revenues were down 19%, or 38 billion yen in total; of which, 17 billion was due to the bursting of the 3D bubble, 2 billion to the earthquake, and 19 billion due to the poor performance in the summer holiday and Silver Week periods.

The next two graphs show whether this phenomenon has ever

occurred before. This graph (Figure 7 in Japanese) compares the monthly box office takings of 2010 with figures from 2006 to 2009. Takings from 3D films and during the summer holidays and Silver Week were strong in 2010, and total 2010 revenues were about 20 billion yen higher than the average for the 2006 to 2009 period.

However, in comparison, in 2011 (Figure 8 in Japanese) takings were down about 12% in the January to September period, and are forecast to fall 23 billion yen for the entire year. Even when accounting for the earthquake (about 4 billion yen) and the poor performance in the summer holidays and Silver Week period (about 9 billion yen), it still does not account for the approximately 23 billion yen decline. In other words, the fall cannot be explained solely by these two negative factors (Figure 9 in Japanese). So what were the other reasons; a change in publicity, in the films, in the audience? After looking at the possible causes from a variety of viewpoints, we identified the following negative factors.

The graph (Figure 10 in Japanese) shows the changes in the rates of awareness and TV exposure for films. Those of you in publicity will be very familiar with this, but when publicizing a film the awareness rate is a very important indicator. It expresses the percentage of people who are aware of the film being publicized. The left side of the graph (Figure 10 in Japanese) shows data for how much the average awareness rate increased for films released on 100 screens or more up for the start of publicity to the time they were released in 2009, 2010, and 2011. It reveals that the rate slightly declined each year. In other words, the percentage of people aware of films is gradually declining. Accordingly, the number of people visiting cinemas is also gradually falling. We can extrapolate that the decline in the awareness rate is causing the percentage of people wanting to visit the cinema to decline.

People get information about films from the TV. The right side of the graph (Figure 10 in Japanese) shows the extent to which films are publicized on TV, expressed as an index calculated by 'the timeslot in which it appeared' multiplied by 'the viewing rate for that timeslot.' It shows that exposure from both ads and within programs has declined. In other words, we can conclude that the film awareness rate has fallen due to a decline in TV exposure.

Often, the films that we want to go to the cinema to see are those that TV stations have invested in. In the next graph (Figure 11 in Japanese), the left side shows the trends in film releases in which TV stations did or did not invest, while the right side shows the takings in films' opening week. From the graph, we see that the number of films in which TV stations invested has decreased and accordingly, their total box office takings have also declined. In contrast, the number of films in which TV stations did not invest and their total takings have slightly increased, but not enough to compensate for the decline in those in which TV stations did invest.

Next, how have audience numbers changed? This graph (Figure 12 in Japanese) shows the number of films watched per person during 2009 and 2011 and the participation rate (the percentage of people who visited a cinema within a one year period). The left side shows the data for men and the right side for women.



We see that while the number of films watched per male has hardly changed, their participation rate has decreased. On the other hand, despite the fact that the number of films watched per female has decreased, their participation rate is about the same. In other words, the declines in the number of films watched and the participation rates are slightly different for men and women. What is the reason for this? About 60% of cinemas are adjacent to or within a shopping mall and recently shopping-mall sales are slightly down. Considering consumer behavior, then we can imagine that the decline in shopping mall sales is one factor behind the above data. In addition, men and women economize in different ways. When a man economizes, he tends to give up little luxuries like going to the films. Conversely, women tend to reduce the number of times they consume these luxuries, but continue to consume them at a lesser extent. These consumer behaviors are typical of men and women. This graph (Figure 12 in Japanese) precisely reflects this behavior, so it seems that the different ways men and women economize is another factor behind the data. However, this has not been corroborated in any way.

The next graph (Figure 13 in Japanese) shows consumer behavior; specifically, data for men and women who frequently went to the cinema from 2009 to 2011. We see that fewer men are going to the cinema with women; in other words, less people are going to the cinema on dates. However, the numbers of both men and women going to the cinema by themselves have increased. While it depends on the type of film, normally the tendency is for box office revenues to increase when people go to the films with others, so this is a negative change in consumer behavior.

So this structural change in consumer behavior has exacerbated the negative factors of the collapse of the 3D bubble, the effects of the earthquake, and the poor performance in the summer holiday and Silver Week period. Consequently, compared to 2010, takings in 2011 declined by around 43 billion yen (Figure 14 in Japanese). Unexpectedly, the impact of the earthquake on revenues wasn't that large. We can speculate that rather than affecting the number of people visiting cinemas, the impact of the earthquake will be felt most creatively, in much the same way that 9.11 is continuing to influence directors today.

Toward the Future

Umezu: The next graph (Figure 15 in Japanese) shows forecast revenues for 2012. The structural changes will continue next year; therefore, the forecast is for revenues to fall below the



2011 figure of about 178 billion yen. The breakeven point in the film industry is relatively high, so if sales drop by around 15 to 20%, it will have an enormous impact. So the film industry has to bounce back at any cost, but what can be done? For example, as previously stated TV exposure is decreasing and it cannot easily be increased. It would be useful to think of more effective publicity techniques. These days, many people use the Internet to buy tickets, so we need a variety of measures to take advantage of this. However, I think that planning is extremely important (Figure 16 in Japanese).

No matter what you multiply it by, zero stays zero and so something must be done to restore box office takings. For example, the reason why 3D films were hits in 2010 was not because people were interested in this technology; rather, they appealed to filmgoers by showing them a new world they had not seen before. To restore box office revenues, films that can create this new world must be planned. This graph (Figure 17 in Japanese) shows trends in box office revenues in the last 20 years. The dark colored bar chart shows the years where revenues grew 5% year on year, while the line shows the increase in screen numbers. We see that revenues are not really correlated to increases or decreases in screen numbers. The tendency is to think that an increase in screen numbers will significantly affect revenues, but it is not the case that revenues increase in proportion to the rise in screen numbers. Rather, the years when revenues increased 5% year on year were those in which there were fresh and innovative films, about which people say, "That year was when that great film was released." Even looking at the last 20 years, we can see that the fall in revenues in 2011 was relatively substantial. Going forward, new types of films are required to regenerate the film industry. Which leads me to conclude that to achieve this, we have to put our hopes in planning, which is the source of films' value and that can take the audience to this new world.

Saito: Thank you. Revenues from the 2011 summer period were considerably down, between 15 to 20%. I often hear that families have completely stopped going to the cinema. If we consider the financial burden imposed on a family going to watch a 3D film, then we can understand why demand for these films seems to be sated.

Umezu: For a family trying to economize, the cost of 3D film tickets is high, which is probably a major reason for the decline in summer box office revenues. After buying tickets for everyone, popcorn, and so on, the cost will exceed 10,000 yen.

Saito: Wasn't *From Up On Poppy Hill* originally intended to be a family film?

Umezu: I am not sure who the target audience was, but it was very popular among older males. I cannot recall the exact figures, but the percentage of this audience who wanted to see it was very high. This is a different trend than usual for Ghibli Studios.

Saito: So Mr. Abe and Mr. Kawamura, what do you think of the situation for the launch of your 3D family film, *friends: Mono no Keshima no Naki* at the start of 2012.

Abe: Nothing but bad news (laughs).

Kawamura: It's about planning, nothing more nothing less. Planning must be coordinated with marketing, as poor planning can undermine marketing. But based on the data, then I think we must slightly change our publicity approach to take into account the tough conditions and the avenues by which people get information.

Abe: I think that the ticket price of 1,800 yen is high, that people would watch a film for 1,000 yen. But I am not sure if audience numbers would double even at this price.

Kawamura: So you are among those that thinks that ticket prices should be lowered?

Abe: This would be difficult.

Kawamura: Based on the data, there is a strong argument that audience numbers would not increase even if ticket prices are lowered. Roughly speaking, the sort of person who says "I would go to the films if tickets were cheaper" is not the type who goes to watch films.

Abe: Yes. But a question I have had for a long time is, how can a ticket for a film made in Japan cost the same as for a Hollywood film that cost 10 billion yen or 20 billion yen to make? I believe this gives a bad impression of Japanese films. Including promotions, I think that a considerable number of people are visiting places close to cinemas. But, that final push to get them to actually go and watch a film is lacking. I think that overcoming this final obstacle is difficult and that one reason for this is ultimately the 1,800 yen ticket price. I hope we can overcome this problem through planning interesting films.

Film Making is Changing

Saito: Recently, the way films are being made is changing, other than in planning. Can we talk about this a little?

The Dream Pass system uses flash marketing in its publicity. For example, Dream Pass customers might nominate *The Dark Knight* as a film that want to see again on a big screen. The tickets for this film are then sold on the Internet and once a certain quantity of tickets has been sold, arrangements are made for it to be screened. But if this threshold of ticket sales is not met, it is not screened. So films that are screened are decided by the number of requests. The Dream Pass system, which has been used for more than two years, is run by Bluem Inc., who uses the Dream Pass system to fund the production costs of new films in its *Path to Dreams* project. For example, in about three weeks, it sells 416 tickets (of 1,000 yen), and the names of the people who bought a ticket will appear in the credits of the film they helped to fund. So using this method, films are being made by raising funds from customers.

The film process is divided into three parts; production, distribution, and revenues. So the customer is responsible for revenues when it goes to the cinema to watch a film. So let's think of how this applies to Mr. Kawamura's *Moteki*. The people who can experience the thrill for this system are those paying to watch films. So we are seeing a trend when the people who pay for tickets are also funding the making of films.



United Cinema, part of the Sumitomo Group, has been conducting the UNITED CINEMA PROJECT for several years, through which it privately funded the film *Penguin Fufu ga Tsukutta Ishigajima Rayu no Hanashi*, to be released in the spring of 2012. I understand it has prepared a manuscript, formed a production committee, and has raised its production costs. It would seem extremely difficult to make a film by raising funds from filmgoers. However, the enthusiastic production staff of this film have gone to Okinawa, the setting for the film, many times, raised the funds, and are pressing ahead with the project; I think this achievement is worthy of our attention.

Also, in addition to production costs, a film needs to pay for P&A, which are the costs of print production and advertising. For example, it costs around 300,000 yen to make a single print for a two hour film. *Moteki* will be shown at around 270 screens, so 270 multiplied by 300,000 is 81 million yen. P&A costs are usually covered by the production committee, but nowadays there are various trial schemes in place overseas to meet these costs. Ms. Umezu, could you tell us about these.

Umezu: A French company, PeopleForCinema, is community managed over the Internet and raises funds from the community users. Music Securities, Inc. is active in the music field in Japan. Since the earthquake, a system of social funding to support fund raising via donations from individuals and corporations is being increasingly used.

PeopleForCinema raises funds for publicity costs through 'excellence points' by using this system in the film field. In the majority of cases in the past, funds were raised for production costs, but in this case, funds are raised to publicize films that have already been made. This is an important point. Helping to fund the publicity costs of a film already completed enables the time from which it is ready until it appears in cinemas to be very short.

In addition, as the funds are for advertising, a mechanism can easily be created for raising funds from customers to cover advertising costs at the same time as carrying out this advertising. The reason for this is that word-of-mouth is effective during the advertising period, with those who have donated telling other people about it. PeopleForCinema, which manages this Internet platform, does not only help to fund independent films, but also major works, such as the release in France of *Pirates of the Caribbean*. I think this company is doing something very interesting and that has not been tried before.



Saito: So the P&A costs for opening *Pirates of the Caribbean* in France were raised by this company?

Umezu: Yes.

Abe: P&A costs can be considerable, depending on production costs. For example, a film that costs 250 million yen to make can have P&A costs of 300 million. Therefore, when considering P&A and other costs, it is a difficult task to recoup the money spent on making a film. For example, if a film has production costs of 1 billion yen, it will need to take 4 billion at the box office to cover its production and P&A costs. I don't know if the method used by PeopleForCinema can take hold in Japan, but my feeling is that it will be rather difficult.

Q&A Session

Question 1: Films have the power to entertain. Where do you think the value that is unique to films resides?

Kawamura: I think the appeal of films is that the audience can enjoy the story, the images, and the music. The screenplay is the foundation on which the music and the images are combined. If this foundation is not solid, then the film 'house' cannot be built on it. So the combination of these elements is a prerequisite for an enjoyable film, but I also think the screenplay is very important.

Question 2: I have some projects that I want to make into films. But is it possible for a screenwriter to propose these projects?

Kawamura: Yes, of course. If you have written a screenplay yourself, then please apply for the Kido Prize Scenario Contest by the Motion Picture Producers Association of Japan. Screenplays submitted are read by producers, including myself, working at companies like TOHO, TOEI, Shochiku, and KADOKAWA. All the producers on the Steering Committee read the screenplays submitted to it. So I think that submitting an entry to the Kido Prize is an opportunity to get you name known among people making films. The ten finalists are invited to a party on December 1, where you will can meet and talk with the producers. So even if you don't win, you may find yourself being approached by a producer who likes your screenplay. So I think the first step is to submit an entry.

Question 3: Could you tell us your opinion on and motivation for overseas film collaborations?

Abe: Japan has a large population of 130 million people, so the Japanese film industry at the moment can survive independently. However, Japan's population is set to steadily decrease and the market will shrink, so I think overseas collaborations will increase. For example, the population of South Korea is about 40 million people, so I think their motivation to collaborate and have its films shown overseas is higher than in Japan. But in the future, as long as the conditions in terms of situation and setting are in place, then we can imagine that the number of overseas collaborations is likely to increase in Japan too.

I have not yet made a film as an overseas collaboration. However, when considering the shrinking size of the Japanese market, I think that it is a good idea for young directors in Japan wanting

to make films to consider overseas collaborations.

Kawamura: We often have offers for overseas collaborations, but my opinion on them differs a little to Mr. Abe. In the majority of proposals, priority is given to the collaboration and then it seems the story and a cast of overseas and Japanese actors is decided upon as an afterthought. For many plans, I find myself thinking, "Do they really want to make this story?" This applies to the previous debate on having original story, but I think the priorities are the wrong way round. First you should have a story and a project you want to make, then you decide whether an overseas collaboration is needed. If this is not the order of priorities, I absolutely do not think the film will be a success.

For example, in previous Japan–South Korea collaborations, I didn't know if they were kimchi (Korean) flavored or soy sauce (Japanese) flavored. I would be happy if a director like Bong Joon-ho, for example, came to Japan and made a film with a Japanese cast. But it would have to be a Japanese film. In the same way, if a Japanese director went by himself to South Korea and made a film with a South Korean creative team and actors, then it is fine to say that it is a South Korean film, but also it should be made for a South Korean audience. I don't think that films that mix the different national preferences are that appealing for audiences in either country. I believe that overseas collaborations are important if they essential to the planning and story and result in a more enjoyable film for the audience. But I think this should be the order of priorities.

Abe: That is completely opposite to what I said, but I think both opinions are valid. My feeling is that a story can be constructed later once the collaboration has been decided upon. This would ultimately still enable the collaboration to take place, don't you think Mr. Kawamura?

Kawamura: Yes. There are lots of different opinions on this. But I think that ultimately people will not decide to see or not to see a film just because it is a collaboration. But we are in a situation in which Japanese market is shrinking and we have to look to overseas markets.

Abe: At the current rate of decline, I have heard the Japanese population will have shrunk to 90 million people in 40 years time. But even if the population shrinks to this extent, we can still find new markets in neighboring countries, such as the 40 million people in South Korea, the 12 million people in Taiwan, and the thousands in Hong Kong.

Saito: The Japanese market is going to be smaller in size than the red ginger market; an unpleasant thought.

Abe: Indeed.

Saito: Hopefully, we can discuss the performance of the film industry this year with the same panel members next year. Let's conclude the symposium here. Thank you to all the panelists.

Abe, Kawamura, Umezu: Thank you.

(The above text is an edited extract from the symposium.)

映画ナビゲーターズ Film Navigators

主催：文化庁 共催：公益財団法人ユニジャパン
会期：2011年10月24日(月) / 10月29日(土) 19:00 ~ 20:00
会場：TIFF movie cafe 料金：入場無料 ※事前申込み制

Organized by: Agency for Cultural Affairs (Bunka-Chō)
Co-organized by: UNI JAPAN
Oct. 24, 2011 (Mon) / Oct. 29, 2011 (Sat) 19:00 - 20:00
Venue: TIFF movie cafe Fee: Free <Guests Only>



開催趣旨

映画ナビゲーターズは東京国際映画祭（TIFF）期間中にオープンしていた TIFF movie cafe にて開催した映画カルチャートークイベント。映画業界以外で活躍するゲストを招き、“映画で学ぶ、映画で知る”をコンセプトに、独自の視点や語りを通じて、映画作品が持っている奥深さや世代を超えた楽しみ方の秘訣をナビゲートしてもらった。

ゲスト：本田直之

（レバレッジコンサルティング株式会社 代表取締役社長兼 CEO）

モデレーター：Sascha <サッシャ>（J-WAVE ナビゲーター）

開催日：2011年10月24日（月）

ゲスト：小島慶子（ラジオパーソナリティ）

モデレーター：松岡ひとみ（映画パーソナリティ）

開催日：2011年10月29日（土）

Symposium Theme

Film Navigators was a film culture talk show event held during the Tokyo International Film Festival (TIFF) at TIFF movie cafe which featured figures from outside the film industry as its main guests. Guests acted as “navigators,” and through their unique perspectives and words explored the depth and secrets of the generation-spanning entertainment of cinematic works. Our concept for this year was “Learning from films, and discovering from films.”

Guest: Naoyuki Honda

（President and CEO, Leverage Consulting, Inc.）

Moderator: Sascha (J-WAVE Navigator)

Date: Oct. 24, 2011 (Mon)

Guest: Keiko Kojima (Radio Personality)

Moderator: Hitomi Matsuoka (Movie Personality)

Date: Oct. 29, 2011 (Sat)



映画ナビゲーターズ

ゲスト：本田直之

(レバレッジコンサルティング株式会社 代表取締役社長兼 CEO)



モデレーター：Sascha <サッシャ> (J-WAVE ナビゲーター) 開催日：2011 年 10 月 24 日 (月) 19:00 ~ 20:00



ゲスト：本田直之 (レバレッジコンサルティング株式会社 代表取締役社長兼 CEO)

シティバンクなどの外資系企業を経て、バックスグループの経営に参画し、常務取締役として JASDAQ への上場に導く。現在は、日米のベンチャー企業への投資事業を行うと同時に、少ない労力で多くの成果をあげるためのレバレッジマネジメントのアドバイスを行う。

日本ファイナンシャルアカデミー取締役、コーポレート・アドバイザーズ・アカウンティング取締役、米国 Global Vision Technology 社取締役などを兼務。東京、ハワイに拠点を構え、年の半分をハワイで生活するデュアルライフを送っている。著書はベストセラーとなった「レバレッジ」シリーズなど多数。

サンダーバード国際経営大学院経営学修士 (MBA) / (社) 日本ソムリエ協会認定ワインアドバイザー / アカデミー・デュヴァン講師 / 上智大学非常勤講師



モデレーター：Sascha <サッシャ> (J-WAVE ナビゲーター)

1976 年 9 月 22 日、ドイツ・ヘッセン州生まれ。

ドイツ人の父と日本人の母を持ち、10 歳までドイツで過ごし、その後日本に移住。

ドイツ語、英語、日本語を操るトライリンガルで、現在は J-WAVE「HELLO WORLD」(毎週金曜 22:00 ~) ナビゲーターを担当。NHK 総合「コネクト」(毎月第一土曜 25:00 ~) ナレーション、NHK-E テレ「テレビでドイツ語」(毎週火曜 23:25 ~) ナレーション & くまっち声出演、NHK-BS1「NEXT ウィークリー」(毎週土曜 21:45 ~) MC、日本テレビ「ハッピー Music」(毎週金曜 24:58 ~) プレゼンター出演、そして、2010 年に続き 2011 年もアーティスト Sound Horizon のライブツアーにナレーション出演するなど多方面で活躍中。ツールドフランスをはじめとする世界選手権などの自転車ロードレースの実況は 8 年目に突入し好評を博している。

『本田直之流・レバレッジ映画術』

ベストセラー作家でもあり、レバレッジ（てこの原理）を使って新しいライフスタイルや仕事術を独自に生み出し、多くの読者に影響を与え続けている本田直之流のレバレッジ映画術に注目した。

Sascha (以下 S) : 皆さんどうもこんばんは。この映画ナビゲーターズは映画業界以外の人が映画を語るというイベントで、今日はどんな会話になるのか僕も非常に楽しみにしています。それでは一緒に語っていただく、私も長くお世話になっている方を紹介したいと思います。「レバレッジ」シリーズでおなじみの本田直之さんです。どうぞ。

本田 : よろしくお願ひします。

S : 本田さんは映画を相当ご覧になっているみたいですね？

本田 : 結構観ていますね。映画は大学生の頃からすごく好きで、その頃は相当観ました。今ももちろん観ていますけど。

S : どういうジャンルの映画が多いんですか？

本田 : ドキュメンタリー映画が多いです。あとはネイチャー系とか、サーフィン系。それとコメディ。コメディも好きなので結構観ています。

S : いいですね。僕は映画に求めるものって、癒しか、考えさせられるか、どちらかかなと思っているんですけど。本田さんもそうですか？

本田 : そうですね。もちろん飛行機に乗っている時は娯楽作品を多く観ます。僕は毎月、月に1回以上は飛行機に乗っているの、飛行機の中で映画を必ず観るじゃないですか。多い時は3本とか。飛行機の中だけでも年間30本とか観ている。そうすると単純に楽しみたいから娯楽系というのが多い。じっくり座って観る時はドキュメンタリー映画だったり。

「2011年に観たお薦め映画」

S : そんな中で本田さんが2011年に観たお薦め映画は何でしょう？

本田 : お笑い系で言うと、去年（2010年）公開された『ハングオーバー！ 消えた花ムコと史上最悪の二日酔い』。今年（2011年）公開された2作目『ハングオーバー！！ 史上最悪の二日酔い、国境を越える』も面白かったんですけど、やっぱり1作目のほうが好きですね。あとはその流れで「ハングオーバー！」シリーズの監督（トッド・フィリップス）が撮った『デュー・デート～出産まであと5日！ 史上最悪のアメリカ横断～』。それからFacebookの物語を描いた『ソーシャル・ネットワーク』ですね。



『ハングオーバー！ 消えた花ムコと史上最悪の二日酔い』（ワーナー・ホーム・ビデオ）



『デュー・デート～出産まであと5日！ 史上最悪のアメリカ横断～』（ワーナー・ホーム・ビデオ）



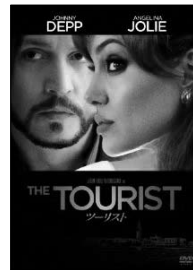
『ソーシャル・ネットワーク』（ソニー・ピクチャーズエンタテインメント）

S : 『ソーシャル・ネットワーク』はどこが、どう面白かったんですか？ 色々な起業に関わっている本田さんですから、僕らと観方が違うと思うんですけど。

本田 : もちろん脚色はしていると思うんですけど、やっぱり会社経営、ベンチャー企業を営んであれだけ会社を大きくしていく中で、色々なストーリーがあると思うんですよね。会社を営んでいる皆さんも色々なストーリーが毎日あると思います。それを映画で観ることができるというのは娯乐的にも面白いし、そこから学べるものもある。一石二鳥、一石三鳥にもなる映画だなと。こういう時に自分自身だったらどう考える？とか、そういう観点で観ることができたり。そういうのはすごく面白いですね。僕はFacebookに関する本もたくさん読んでいるんですけど、やっぱりあのストーリーを本で読もうと思うと僕でも3日ぐらいかかってしまう。映画だと2時間ぐらいいっぱい観ることができてしまうから、それがいいところですね。

S : 『ツーリスト』もお薦めの映画に上げていらしゃいますよね？

本田 : そうですね。『ツーリスト』はジョニー・デップとアンジェリーナ・ジョリーが出演している映画で。この作品も飛行機の中で観たんですけど、あまり期待しないで観たらものすごく面白くて。最後はどんでん返しがあるので、ストーリーは言えないんですけど。ジョニー・デップの意外な一面も観ることができて、とても面白かった。誰が出ているのかを知らないで観ていたから、最初はジョニー・デップが出演しているのは分かりませんでした。



『ツーリスト』（ソニー・ピクチャーズエンタテインメント）

この作品は2005年のフランス映画『アントニー・ジマー』というソフィー・マルソーが主演している映画のリメイクなんですけど。これも飛行機の中で観て、これはこれですごく面白かった。僕が知っているソフィー・マルソーはものすごく昔のソフィー・マルソーなんだけれども、すごく大人になられて（笑）。

S : リメイクですから基本的に内容は一緒だと思うんですけど、どちらも面白い？

本田 : 面白い。改めて観てもあのストーリーは大どんでん返しがあって、すごく面白かったですね。

S :僕は『猿の惑星：創世記 <ジェネシス>』をお薦めします。もともと僕は「猿の惑星」シリーズがすごく好きで。シリーズの第1作『猿の惑星』が製作されたのは1968年で、ちょうどベトナム戦争の時代。その頃のアメリカはベトナム戦争に対して全体的に“NO”という空気がなくて。もちろん音楽家では反戦を歌っている人はいたんですけど。ハリウッドは結構国の資本が入っていたので、当然反戦を訴えることができなかった。「猿の惑星」はもともとピエール・ブールというフランス作家の小説なんです。猿が人間を支配していて猿同士は殺し合わないとい



『猿の惑星：創世記<ジェネシス>』（20世紀フォックスホーム・エンターテインメント・ジャパン）





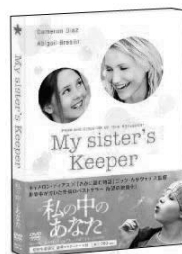
う物語を通じて、実は反戦・反ベトナムを高らかに語っている。実はそういう裏のメッセージがこの映画にはある。裏のメッセージを知るとまた違った映画として捉えることができて面白いんですね。

本田さんは色々な映画がある中で、この映画を観ようと選ぶ観点は何か？

本田：飛行機の中だとまずは最新のものが観たいと。まだ日本で公開していない映画を観ることができるわけじゃないですか。それをまず観てみる。ちょっと気分転換したい時はお笑い系を観て。あとはたまに感動的な映画を。昔はそういうのをよく観ていたんですけど、段々歳をとってきて涙もろくなって。僕はあまり泣かないんですけど、最近は結構映画を観て泣いてしまう。泣いている時にキャビンアテンダントに「お客様？」とか言われると調子悪いじゃないですか(笑)。だから飛行機の中では、感動的な映画をあまり観ないですね。最近は本当に涙腺がゆるくなってきたので。

S：最近観て泣いた映画だと、どの作品ですか？

本田：キャメロン・ディアスが主演している『私の中のあなた』。結構渋い内容だったんだけど、すごく面白い映画だったので泣きたい方はぜひご覧になるといいと思います。子供がいる人があの映画を観たらちょっとヤバイと思う。僕は映画の内容をすぐ忘れるので、内容はあまり覚えていないんですけど。因みに僕は「ゴッドファーザー」シリーズが好きで何回も観ていますけど、毎回楽しいんですよ。何回観てもあまり内容を覚えていなくて(笑)。



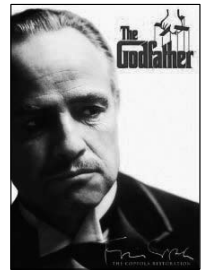
『私の中のあなた』
(ハビネット・ピクチャーズ)

「今まで観たお薦め映画ベスト3」

S：本当ですか？ 今の話で『ゴッドファーザー』が出てきたので、今まで観たお薦め映画ベスト3というのを語っていきいたいと思います

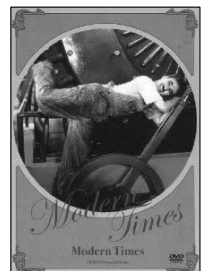
す。これのひとつ目に『ゴッドファーザー』を上げているんですね？

本田：そうですね。『ゴッドファーザー』を最初に観たのは大学生ぐらいで。アカデミー賞を獲った色々な映画をたくさん観ている時に『ゴッドファーザー』を観て。僕が大学生の時はDVDじゃなくてビデオだったんですよ。ビデオが2巻に分かれていたぐらい長い映画なので、ちょうど暇つぶしにいいなと思って観たらすごく面白くて。ああいう暗い雰囲気の中にも、家族愛だとか色々なドラマが描かれている。ロバート・デニーロとマーロン・ブランドの演技もすばらしくて、これはものすごい映画だなと思いました。それからマフィア系の映画をほとんど観ましたね。もちろん「ゴッドファーザー」シリーズも全部観ていますけど、『ワンス・アポン・ア・タイム・イン・アメリカ』とか『アンタッチャブル』とか。



『ゴッドファーザー』
(パラマウント ホーム エンタテインメント ジャパン)

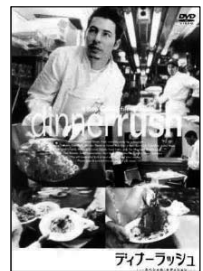
S：僕はチャーリー・チャップリンの『モダン・タイムス』を薦めたいと思います。あの時代(『モダン・タイムス』は1936年製作)に、機械化することで人情や人間の感情が失われてしまうということを示唆していたチャップリンはすごいなと思います。今現在でも全く同じメッセージが通じる映画を当時から作っている。あとチャップリンは作曲家としても非常にすばらしくて、映画のエンディングで流れる「スマイル」という曲の“どんな時でも笑顔で”というメッセージも含めて『モダン・タイムス』はすばらしいなと。チャップリンの作品は全部がお薦めですけど、ひとつ上げるとしたら『モダン・タイムス』かなと思いました。



『モダン・タイムス』
(紀伊國屋書店)

では、本田さんのお薦め映画の2作品目に行きましょうか？

本田：2作品目はニューヨークのレストランを舞台にした『ディナーラッシュ』という映画で。そんなに大きな映画館では上映しなかった映画なんですけれども、すごく面白い。



『ディナーラッシュ』
(ハビネット・ピクチャーズ)

もともと僕は飲食が好きで、飲食業にもちょっと関わっていて。たまたまその当時、飲食業界の「アリガット」というすごく面白い雑誌があったんですけど。そこが主催した試写会でこの映画を観て、すごく面白かった。これは何回も観ている映画なんです。映画の大部分をレストランの中で撮影しているんですよ。ストーリーもレストランにまつわる話で。親父が持っていたイタリアンのレストランを息子が継ぎたいんだけど、なかなか継がせてもらえない。でも息子はすごく才能があって、創作的な料理もできる。親父から息子にオーナーが代わっていくストーリーに加えて、色々な仕掛け・伏線があって、それが最後までどう結びついているのか気付かないんですよね。最後になって「ああ、こういうストーリーだったんだ」と分かるんですけど。

キッチンやフロアがせわしく盛り上がっている感じやストーリーも面白いんですけど、最後の最後で思っきり大どんでん返しがあって、エンタテインメントとしても楽しめる。これは非常にお薦めな映画だし、人にプレゼントしても喜ばれると思います。僕は映画のDVDをよく友達にプレゼントするんですけど、この映画のDVDは10枚ぐらい上げたかな。

S:そんなに？超お勧め映画ですね。飲食業をやっている立場から言うと、やっぱりその仕事の苦勞とかも見えてくるんですか？

本田:そう。その中で巻き起こる葛藤だったり、いざこざだったりとか。しかもすごくスピード感があって、面白いんですよ。どこか雰囲気のある映画で、とてもいい作品ですよ。

S:僕の2作品目は『スター・ウォーズ／帝国の逆襲』。「スター・ウォーズ」シリーズは本当に大好きなんです。1作目の『スター・ウォーズ』と新しい3作(『スター・ウォーズ／ファントム・メナス』『スター・ウォーズ／クローンの攻撃』『スター・ウォーズ／シスの復讐』)はジョージ・ルーカスが監督をしていて。ルーカスってストーリーテリングはすごくまいんですけど、人の描写は意外と苦手な人で。その中で『スター・ウォーズ／帝国の逆襲』はルーカスが映画の学校へ行っていた時代の先生だったアーヴィン・カーシュナーが監督しているんですね。ルーカスが『スター・ウォーズ／帝国の逆襲』を撮るにあたって、自分の師匠に撮ってもらいたいと。だから「スター・ウォーズ」シリーズの中では、あの作品だけ人間臭い作品になっているんですね。ちょうどハン・ソロとレイア姫とルーク・スカイウォーカーの恋の三角関係が描かれていたりとか。

映画の最後のほうでハン・ソロが炭素冷凍される時にレイア姫が「I love you. (愛しているわ)」と言って、それに対してソロが「I know. (分かっている)」と言う有名なシーンがあるんですけど。そのシーンの人の観せ方とか。「スター・ウォーズ」はとかくSF映画としてだけ語られる。ストーリーテリングがうまくても人間描写に関しては語られる映画ではないんですけど、この作品に関しては非常に細かい表情や台詞までうまく描かれている。新しい3作はわりと素直な台詞が多いんですよ。だけど『スター・ウォーズ／帝国の逆襲』はそうではなくて、ちょっとひねりが効いている。だからこの作品が「スター・ウォーズ」シリーズの中では一番好きなんですよね。

本田:Sascha はだいぶ深く観ているよね。もう内容は全部憶えているくらい？

S:「スター・ウォーズ」シリーズは100回ぐらい観ているので、大体憶えていますね。

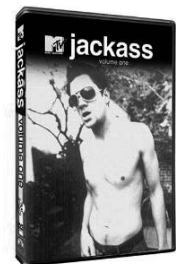
本田:僕はたぶん100回観てもストーリーを憶えられないと思う(笑)。「スター・ウォーズ」シリーズも何回も観たと思うんだけど、いまいち憶えていない。だからもう一度最初から観ても楽しめると思う(笑)。どんな好きな映画でも内容はほぼ憶えていない。

S:(笑)。たぶんそれはやることがいっぱいあって、憶えることがたくさんあるからです。

本田:でも「スター・ウォーズ」シリーズに関連した話をする、「ハリウッド脚本術」という面白い本があって。ハリウッドですごく売れた脚本の書き方の教科書みたいな本があるんですけど。僕が本を書く時にこの本をすごく読んだんですよ。色々な映画を分析しているんですけど、「スター・ウォーズ」のことも結構書いてあって。脚本術的なことを言うと、「スター・ウォーズ」ででき上がったものが色々なところに応用



『スター・ウォーズ／帝国の逆襲』(20世紀フォックス・ホーム・エンターテインメント・ジャパン)



『ジャッカス』(パラマウント ホーム エンタテインメント ジャパン)

されている。映画の撮り方ではなくて、脚本の流れというか。

S:ストーリーテリングの仕方ということですか？

本田:そう、仕方。この本は小説など本を書こうと思っていない人にとっても、何かにストーリーを語りたい時や会社経営の仕事をする上でも、脚本術というかストーリーの作り方みたいなものはすごく役に立つなと思って。ちょっと分厚い本なんですけど、読みたいところだけピックアップして読むとすごく面白い本です。

S:それはやっぱりプレゼンテーションとかでも見せ方が大事ということですか？

本田:そうですね。やっぱり自分の中にストーリーを持った上で人に話したほうが伝わりやすい。この本を読むと人と話す時にはこういう技法があるんだと分かる。映画を観て内容を知っているからより身近なんです。だから単に本だけを読んでも分からないかもしれないけど、映画を併せて観ると「なるほど。こういうパターンがあってあの映画は作られているんだ」というのが分かる。すごく学びの多い本ですよ。

S:いいですね。ぜひチェックしてみたいと思います。

本田さんの3作品目は？

本田:3作品目はちょっとおちゃらけているんですけど『ジャッカス』という映画で。

S:キター！これはもともとMTV(アメリカの若者向けケーブルテレビ・チャンネル)から飛び出した、主人公がかなり無謀なことに挑戦していくという映画ですね。観るだけで「痛い」。だけど腹の底から笑えますよね。



『ハリウッド脚本術』(フィルムアート社)



本田: 痛いこととか辛いことに挑戦しているのを観て笑う映画です。もうこの作品は単にアホですね。純粹にアホで腹の底から笑える映画なので、観ていて面白いし息抜きになる。これは昔から観ています。単に気晴らししたい時、時間をつぶしたい時、バカバカしい気分になりたい時には『ジャックス』はお薦めですね。

S:僕の3作品目は『グッバイ、レーニン!』。僕はドイツ人と日本人のハーフなので、ドイツ映画も入れたいと思って。



『グッバイ、レーニン!』
(グラッソ)

この映画はちょうど東西ドイツが統一する前の東ドイツの東ベルリンから話が始まります。主人公のお母さんが共産主義的な人で、東ドイツの支持派なんですね。だから西ドイツに対して否定的な人なんですけど、主人公である息子は若い世代だから反共産、反独裁のデモに参加している。それを見たお母さんはあまりにもびっくりして、その場で気絶してこん睡状態になってしまいます。その間に東西ドイツが統一してしまっ、ベルリンの壁が崩れて、東ドイツが否定される時代が来て。そこでお母さんがこん睡状態から覚めるんですよ。だけどお母さんは一度ショックで倒れているから、次にショックを与えると死んでしまう。もしお母さんが信じていた東ドイツが否定されると今度はショック死してしまうから、入院している病室の中ではまだ東ドイツが存在しているように皆が嘘をつくんですよ。窓から見えるコココーラの看板をはがしたりだとか。

映画の中ではそういうギャグ的な側面もあるんですけど。それだけではなく人の繋がりとかコミュニティを大事にするとか、仕事をガツガツするのではなくて家族と過ごす時間を大事にするとか、昔はそういういい部分もあったんじゃないのというメッセージが込められている。共産主義がいい悪いではなくて。我々も東日本大震災を経験して、今改めて価値観をものすごく考えさせられている時代だと思うんです。この映画はそういう「本当の幸せって何だろう？」とか「人生において大事なことって何だろう？」ということ

を教えてくれる。大笑いして最後は泣くという映画。歴代のドイツ映画の中で個人的にベストな映画だと思っています。

「やる気が湧くドキュメンタリー」

S:3 本紹介したところで、先ほどから画面に出ていましたけど、これ（資料）は「日経ビジネス Associé」の本田さんの記事ですね。この記事のテーマが「スキマ時間視聴法 & やる気が湧くドキュメンタリー」ということで、今日のお話の延長線上みたいな感じなんですかね？

本田:そうですね。お薦め映画を紹介するのは僕がどういう風に映画を観ているかという内容の記事で。映画の観方は Sascha と近いと思うんだけど。別に部屋の中だけで観るのではなくて、家の外で観るとか。

S: そうですね。Apple TV で途中まで観て、続きを iPad で観たりしますもんね。

本田：Apple TV は時間の節約にもなるので超お薦めですよ。

この記事でもお薦め映画を紹介していて。僕はよくドキュメンタリー映画を観るんですね。ちょっとビジネス書を読むのと近い感覚でドキュメンタリー映画を観る。もちろんエンタテインメント性があるのも映画なんだけど、ドキュメンタリー映画はそこから学べるものがたくさんあって。この記事ではドキュメンタリー映画が実話を元にした映画を中心に紹介しています。そういう映画は、例えば人間が極限状態にあったり何かすごい壁にぶち当たった時に、どういう風に考えてどうしてそういう風に行動するのかということを教えてくれる。それを観て自分だったらどうするかなということを考えられる。しかも2時間ぐらいで面白く観ることができる。だからドキュメンタリー映画はすごく得られるものが多いですね。もちろん、単純に娯楽としても映画は観るんですけども、それとはちょっと違う観点でドキュメンタリー映画を観ています。

[illegible]

特に映画になる話は極限状態のことが多いじゃないですか。人間ってこんなに大変な状況があり得るんだという。自分も会社経営をしていて色々なことが起こる。仕事をしていてもそうだし、人生でも色々なことが起こる。その時に「自分が抱えている問題は、この人たちに比べれば何てことないな」と思えるんです。「自分がこんなことで悩んでも仕方がない」「自分の抱えている悩みは何か小さいことだな」と思える。基本的に僕はあまり悩まないんですよ(笑)。

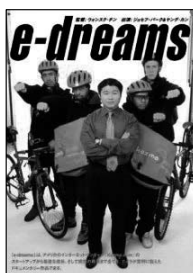
やっぱり映画は本よりも視覚的に入ってくるし頭にすごく残ります。自分が似たような状況の時に「あ、映画でこんなことがあったな」と思い出しやすい。僕は何事も忘れっぽいので本だとすぐに浮かんでこないけど、映画は映像で頭に焼き付いているからすぐに思い出せる。音もありますし。だからドキュメンタリー映画や実話を元にした映画はいいなと思います。

S: そのドキュメンタリー映画や実話を元にした映画で、お薦めの作品を紹介してください。

本田: 最初は『e-dreams』という映画で。

<『e-dreams』予告編上映>

本田: これはネットバブル直前ぐらいに製作された映画なんですけど。ある企業が立ち上がる時からずっとカメラを回している。まさにネットバブルが最高潮だった時のリアルドキュメンタリーで、とてもお薦めです。



『e-dreams』
(ニュースベース)

S: この映画は2001年に作られて、日本では2003年にDVD化された作品です。この映画はどのような話なんですか？

本田: 1998年に投資銀行のゴールドマン・サックスにいたジョセフ・パークという人がKozmo.comという会社を作りました。どういう会社だったかというと、自転車のメッセンジャーが個人に何かを、例えばレンタルDVDだったりスナック系の食べ物などを、どこにいても1時間で配達しますと。皆さんもこういう配達って今すぐ欲しかったりするじゃないですか。特にDVDなんかは今すぐ観たい。それまで食べ物系のデリバリーサービスは結構あったと思うんですけど、レンタルDVDなどはなかったので、当時この会社はものすごく評価されました。アマゾンに250億円もの投資をしてもらって、スターバックスとも大きな提携をして、ものすごく話題になった会社だったんですね。僕もこういうインターネット系のビジネスをやっていたので、面白い会社だなと思って注目していました。

この映画はすべてがリアルドキュメンタリー。会社を創立するジョセフ・パークがまだゴールドマン・サックスにいて、会社を作る直前の「こういう会社を作るんだ」と言っている頃から撮り始めている。最後は結局この会社は破綻してしまうんですが…。

S: ネットバブルがはじけたんですね。

本田: そう。IPO(新規株式公開)をするための申請は済んで、これからIPOをするという時にネットバブルがはじけてしまった。結局CEOのジョセフ・パークともうひとりの創立者であるヤング・カンが解任される。それなりにお金を集めて事業を展開していたんだけど、最後は会社をクローズしてしまったという。

まず一企業の創立前から閉めてしまうまでをずっと撮っていたというのが、ものすごく貴重なことなんです。企業の栄枯盛衰をずっと撮っていた。それはあり得ないことじゃないですか。その様子を

映像で捉えているのは、僕は後にも先にもこの映画しか観たことがない。『ソーシャル・ネットワーク』はその様子をドラマに脚色して映画にしたものなんですけど、この映画はそれのリアル版なんですよ。会社を作って、こういう理由で成長して、こうなってしまうと会社は駄目になっていくんだということを本を読むよりもリアルに学べる映画で。

この映画はちょうど僕が上場企業を経営している時の2003年にDVD化されて。日本はその2003年ぐらいが景気の底で、2005年にもう一度上場企業のパブがかった。その時にこの映画を観ていたので、Kozmo.comは何が良くなかったのかなと考えました。この会社は上場の申請をただで、まだ上場はしていないんですよ。にも関わらず創立者であるジョセフ・パークやヤング・カンはクルーザーを借りて盛大なパーティをやったり。「俺たちは金持ちだ」と調子に乗ってしまっていた。そうするとやっぱり気が緩んでいるし、景気も悪くなって会社の経営も危うくなって。それまで一緒に盛り上がって来っていた社員が一斉に「お前ら何だよ」みたいな感じになった。「俺たちをいつ金持ちにしてくれるんだ?」みたいな。もう社員もついて来なくなってしまっている。

会社経営って地に足が着いていないと、調子に乗ってしまうんだなと実感しました。ある意味で反面教師にもなった。ちょうど2005年は株価も上がって、世の中が皆調子に乗ってしまっていた時期だったからこそ、僕はこの映画を繰り返し観ました。Kozmo.comのようになってしまったらいけないと学んだ映画かもしれない。僕は景気がいい時にバブルが崩壊してこんなことが起こったという本をあえて読むようにしているんですね。そうやって引き締めていかないと、人間はやっぱり調子に乗ってしまうので。

S: いつまでもいいことが続くと思ってしまうですね。この作品は嘘偽りのない本当の事実を映した映画だからこそ観る価値はある。

本田: 本当にお薦めです。この作品のDVDも色々な人、経営者とかベンチャーを始めた後輩などにプレゼントするようにしていますね。

S: 続いて2作品目が？

本田: 2作品目は『クラッシュ』という映画。本も「クラッシュ——絶望を希望に変える瞬間」と「リバーズ——魂の戻る場所」という2冊が出版されていて、昔テレビのドキュメンタリー番組でも取り上げていました。これも実話でリアルに撮っている映画ですね。



『クラッシュ』
(東映ビデオ)



『クラッシュ——絶望を希望
に変える瞬間』
(幻冬舎)



『リバーズ——魂の戻る場所』
(幻冬舎)

<『クラッシュ』予告編上映>

本田: この作品は太田哲也というレーサーがフェラーリのレースで事故を起こしてしまうところから話は始まります。その事故で車は炎上して、太田さんは大やけどを負って死ぬ寸前までいって。そこから生還したんですけど、顔が溶けてしまったんですね。鼻も耳もなくなりました。本人は生還したから前向きにリハビリして

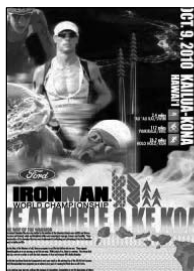


また車に乗るんだと思っているから、本人には顔を見せなかったんです。本人が前向きだったのは自分の顔を見るまでで、顔を見た瞬間にもすごく悲惨な状態だということを知って衝撃を受ける。これはもう駄目だろうと。大やけどってリハビリが壮絶なんです。傷口をたわしでゴリゴリこするみたいな治療で。手術も何回もやって、鼻もお尻の皮膚を移植して作ったりする。身体も全く動かない。家族もものすごく大変な思いをします。その家族の応援があっても本人はなかなか前向きになれない。最初はやっぱり家族に対しても辛くあたってしまふ。本当に悲惨な状態ですから。そのリハビリからまたレースに復帰できるようになるまでのストーリーをリアルにずっと撮っていた映画なんです。

この作品を観ると自分に降りかかってきていることって本当に大したことではないなと感じるんです。皆さんも色々な悩みがあると思います。でも太田さんほど大変な状況ではないじゃないですか。太田さんが闘っている苦しみを考えれば、今自分が置かれている状況というのは、大したことではないなと思えるんです。そういう意味で学びの多い映画。自分に何かあった局面ではいつもこの作品を思い出しています。これはDVDと本になっていますので、両方ご覧いただきたいですね。DVDよりも本のほうがもっと細かく描写されている。本はより壮絶なことが書いてあります。「クラッシュ——絶望を希望に変える瞬間」というのがこの映画に元になった本で、その第2弾が「リバース——魂の戻る場所」。今は両方とも文庫本になっています。色々なメッセージが詰まっているので、ぜひご覧いただきたいなと思います。

S: 3 作品目は？

本田:『2010 Ford Ironman World Championship』というアイアンマン・レースのドキュメンタリー映画です。



「2010 Ford Ironman World Championship」

S: トライアスロンよりさらに厳しいレースですね。アイアンマン・レースは距離で言うと？

本田: 水泳が3.8km、自転車が180km、ランがフルマラソン(42.195km) というのを1日でこなす、ハワイ島のコナというところを起点にやっているレースなんですけれども。僕も去年(2010年)アイアンマンのレースに出場して、今年(2011年)もまた参加します。これもリアルな映画ですね。

S: その距離を聞いても、アイアンマン・レースがいかに厳しいかということが分かります。この作品はレースの模様を撮っているわけですから出場している選手たちを追ったドキュメンタリーなんですよ？

本田: そうですね。でもアイアンマン・レースにはフィジカルチャレンジ、つまり身体に障害がある方もチャレンジしていて、その方々の出場枠もたくさんあります。例えば両足が義足の人とかが普通に出場できる。あとは癌を克服してチャレンジするとか。この映画はもちろんトップ選手を中心にフォーカスされているんですけど、その障害がある方々の物語も映画の中にたくさん入っているところがすばらしい。トライアスロンをやったことがある人は絶対観たほうがいいと思います。

アイアンマン・レースは先ほどの距離の話を知っていただいても分かる通り、ものすごく過酷なチャレンジなんです。この映画は人間が極限状態にある時の顔の表情だったり、苦しさを乗り越えているところをリアルに映しているから、トライアスロンをやったことがない人が観ても気持ちが分かると思います。何かにチャレンジ

したいなと思えるんじゃないかな。このレースには80歳の年配の方もチャレンジしていて、女性でも最高年齢はたぶん70歳台だと思いますけど、そのチャレンジはすごい。やっぱり自分も年齢を重ねるごとに段々とチャレンジしなくなってしまっているように思える。そういう時にこの映画を観るともっとチャレンジしてみようという気になったり、何か新しいことをやってみたいなという気になります。

ましてその過酷なレースにフィジカルチャレンジの人たちが参加するというのは信じられないですね。ある息子さんは小児麻痺を患って身体が全く動かないんですよ。首がちよっと動くぐらい。子供の頃は植物人間で意識もないと医者に言われていて。でも親父さんは「いや、この子には絶対意識があるんだ」と言って、健常者の子と同じように育てていた。それからコンピュータが発達したので、首の動きなどで文字を入力できるようなコンピュータを作ったら、全く普通の子と同じような意識があることが分かった。その子はユーモアがあふれる子供だったんだけど、しゃべることができない。見ることも聞くことはできるけど、しゃべることができない。ある日、その子がマラソンに出場したいと言って、マラソンから練習し始めた。親父さんがその子の車椅子を押しながらだけでも、ボストンマラソンに出場するんです。そのあとにこのアイアンマン・レースにチャレンジして。息子が泳ぐ時は親父さんがゴムボートを引っ張っていきます。親父さんが60歳ぐらいの時からアイアンマン・レースに挑戦し始めたんですけど、それまで彼は全く泳げなかったんですよ。

アイアンマン・レースには、そういう人たちがたくさん出場していて、彼らが最後に「君のチャレンジは何だ？」と言うんです。そこで考えてみるとやっぱり「そうだな。自分のチャレンジはまだまだ彼らに比べれば大したことではないな」と思えてしまう。自分がアイアンマン・レースに出場して苦しい時にも必ずこの作品を思い出します。何かにチャレンジしようと思って壁にぶつかっている人が観ても、すごくインスパイアされる作品。だから全くアイアンマン・レースに興味がなくてもご覧になるといいと思います。でもたぶん観たらアイアンマン・レースに出場したくなる可能性があるんで、その辺を注意しながら観てもらいたいなと(笑)。

先ほど話が出た『ゴッドファーザー』などは内容を忘れてしまうんだけど、こういったドキュメンタリー映画は心に残っている。全部を憶えているかというところではないんだけど、頭に刻み込まれているんですよ。色々な局面で自然と思い出す。本はメモを作っておかないと絶対忘れてしまうんだけど、映画は局面局面で映像が頭に浮かんでくるので、メモを作らなくてもいいのかなと思っています。それぐらい映像と音によって目と耳から入ってくるもののインパクトって大きいんじゃないかな。だからぜひこういう映画を観るといいと思いますよ。

S: すごくエネルギーやパワーを得られるような、自分の人生を見つめ直すことができるような作品をご紹介いただきましたね。3作品ともすべてリアルな話なので、実際に勝るものはないですから非常に印象に残りました。

今日は色々な映画をご紹介いただきありがとうございました。本田直之さんでした。

本田: ありがとうございました。

(以上の文章はトークショーの模様を抜粋再編集したものです。)



Film Navigators

Guest: Naoyuki Honda (President and CEO, Leverage Consulting, Inc.)



Moderator: Sascha (J-WAVE Navigator) Date: Oct. 24, 2011 (Mon) 19:00–20:00



Guest: Naoyuki Honda (President and CEO, Leverage Consulting, Inc.)

After working for foreign-based companies such as Citibank, Mr. Honda took part in management at Backs Group, leading the company to its listing on the JASDAQ as its managing director. Currently he is undertaking investments in US and Japanese venture firms and at the same time offering advice on leverage management, which offers high returns for little effort.

Mr. Honda is currently employed as a Director at such companies as the Financial Academy and Corporate Advisers Accounting in Japan, and Global Vision Technology in the United States. He splits his time between being based in Tokyo and Hawaii. He is the author of a number of books, including the best-selling “Leverage” series.

MBA from the Thunderbird School of Global Management/Wine Advisor, Japan Sommelier Association/Lecturer, Academie Du Vin/Part-time Lecturer, Sophia University



Moderator: Sascha (J-WAVE Navigator)

Born in Hesse, Germany on Sep. 22, 1976. Lived in Germany with his German father and Japanese mother until the age of 10, moving to Japan after that.

As a trilingual fluent in German, Japanese and English, he works as a navigator on the J-WAVE program “Hello World” (Every Friday, 22:00–). He is an active performer, doing narration for the NHK General TV program “Connect” (the first Saturday of the month, 25:00–), narration and the voice of Kumacchi for the NHK Educational TV program “Terebi De Doitsugo” (Every Tuesday, 23:25–), working as an MC for the NKH-BS1 program “NEXT Weekly” (Every Saturday, 21:45–), performing as a presenter on Nippon TV’s “Happy Music,” and doing narration work for the touring performances of the musical artist Sound Horizon. He has also been in charge of reporting on bicycle races around the world, including the Tour de France, for the past eight years, and is very popular with fans.

“Honda Naoyuki-Ryu: Leverage Eiga-Jutsu” (Naoyuki Honda-Style Leverage Filmmaking)

Best-selling author and innovator of new lifestyles and work styles maximizing the “leverage” theory. With his books, Honda continues to influence readers. Today, we focus on Honda Naoyuki’s style of leverage filmmaking.

Sascha(S): Hello everyone. “Film Navigators” welcomes people of note from outside the film industry to talk. Today we have one of my long-time friends, Mr. Naoyuki Honda, author of the popular “leverage” books. Hello Mr. Honda.

Honda: Hello.

S: I understand you’re quite a film fanatic.

Honda: Yes, I watch a lot of them. I’ve been a fan since college. I think that’s when I saw the most films. But I still watch many today.

S: Any genre in particular that you like?

Honda: I watch a lot of documentaries. Other than that, films that have to do with nature or surfing. And I also like comedies.

S: That’s nice. I personally seek films that heal or provoke thought. Are you the same way?

Honda: I suppose so. When it comes to in-flight films, I prefer entertainment. I fly at least once a month, and when you’re on a plane, you usually watch films, right? I sometimes end up watching three. So that alone adds up to 30 films a year. When I’m not on a plane, I usually watch documentaries.

Favorite films of 2011

S: Which film in 2011 would you recommend?

Honda: For comedy, I would recommend *The Hangover* which was released last year (in 2010). I also like the sequel *The Hangover Part II* released this year (2011), but the first one was still better. There’s another Todd Phillips film, *Due Date*, which I also liked. *The Social Network*, the film about Facebook, was good too.

S: What did you like about *The Social Network*? You’re an entrepreneur, so you might have a different perspective from mine.



The Hangover



Due Date

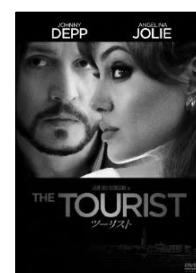


The Social Network

Honda: I’m sure it included some dramatization, but when someone runs a company, or a venture business like that and on that kind of scale, it is bound to be full of stories. I think people running businesses are likely to have stories to tell every day. It’s entertaining to see that on film, and you can learn from it. You can hypothesize about what you would do in the same situation. That’s exciting. I’ve read books about Facebook, but to read that story would take about three days. A film only takes about two hours out of your time, which I like.

S: I understand you also recommend *The Tourist*?

Honda: Yes. *The Tourist* stars Johnny Depp and Angelina Jolie. I saw this on the plane too. It has a surprise ending so I can’t talk about the story. I saw that there’s an unexpected side to Johnny Depp, so that was interesting to see. I wasn’t aware of the cast before I saw it, so it took me a while to realize Johnny Depp was the star.



The Tourist

The film is a remake of the 2005 French film *Anthony Zimmer* starring Sophie Marceau. I saw the original on a plane too. The Sophie Marceau I was familiar with was from a very long time ago, so I was impressed at how she had matured (laughs).

S: If it’s a remake it must have the same basic storyline. You think they’re both good films?

Honda: Yes. The surprise ending still grabs me.

S: I would recommend *Rise of the Planet of the Apes*. I’ve always been a big fan of the “Planet of the Apes” series. The first film was made in 1968, which was during the Vietnam War. As a whole, there wasn’t much of an anti-war sentiment in America back then, aside from the musicians who sang anti-war songs, of course. The film was heavily funded by Hollywood, so naturally they could not advocate any anti-war messages. “Planet of the Apes” is originally a French novel by Pierre Boulle. The narrative in which the ape rules man but does not kill within its own species is in fact a cry against war and what was happening in Vietnam. That was the subtext of the film. Seeing the subtext, you gain a completely different perspective of the film and can enjoy it all over again. What is your criterion in choosing a film to watch?



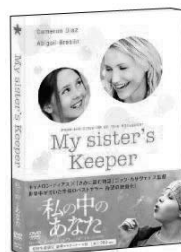
Rise of the Planet of the Apes

Honda: If I’m on a plane, I want to see the most recent one.

During flights, you can see films that have not opened in Japan yet. So I start with those. When I want a change of pace, I'll look for a comedy. Once in a while, I'll look for an emotional film. I used to watch a lot of those when I was younger, but I feel myself becoming weepier as I age. I don't want the cabin attendant to come and ask me what's wrong. So nowadays, when I'm on a plane, I basically don't watch those types of films.

S: What film made you cry recently?

Honda: *My Sister's Keeper* starring Cameron Diaz. The topic was a somber one, but it was a great film. If you're looking for a tearjerker, I would recommend it. I'm terrible at retaining the details of a film, so I only vaguely remember the content. I also like "The Godfather" films, and have seen them over and over.

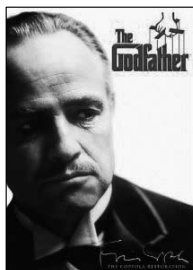


My Sister's Keeper

Honda's Top 3 Favorite Films

S: Well, since you mentioned *The Godfather*, let me ask you, what are your top 3 favorite films? I suppose *The Godfather* is one of them?

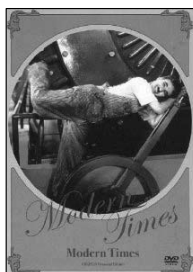
Honda: Yes. The first time I saw *The Godfather* was when I was in college. I was in a phase where I was watching Academy Award-winning films and *The Godfather* was one of them. Back then, films were on VHS and not DVD. It was such a long film that it had to be contained on two cassettes. I figured it would be a good way to spend the time, and I found it to be a great film.



The Godfather

For all its dark tones, it still manages to depict all the drama and the bonds within the family. Robert De Niro and Marlon Brando give great performances and I was simply bowled over by the whole film. That led me to a chain of Mafia films. I saw most of them like *Once Upon a Time in America* and *The Untouchables*.

S: I would recommend Charlie Chaplin's *Modern Times*. I think depicting how industrialization can kill emotion and humanity was a great feat, especially back in those days (*Modern Times* was made in 1936). He made a film that spoke of a warning that still resonates today. Chaplin was also a great composer — he composed the song "Smile" which you hear during the end credits. That message — to simply smile whatever the situation may be — is also what makes *Modern Times* a great film. I think all Chaplin films are great, but if I were to mention one, it would be *Modern Times*. So, what is your second favorite film?



Modern Times

Honda: My second favorite film is *DINNER RUSH*. It's about a restaurant in New York. It didn't have a very wide release

here but it's really interesting.

I like to dine out, and I've also been involved in the dining business. Back in those days, there was a very interesting food trade magazine called "Arigatt." The magazine hosted a screening for *DINNER RUSH*, and I loved it. I've seen the film so many times now. It's a film about running a restaurant, and the majority of the scenes were shot in a restaurant. A man runs this Italian restaurant which the son now wants to take over. The father is stubborn about this, but the son is a gifted chef, also with a talent for creating nouveau dishes. So the core storyline is how the ownership is handed from father to son, but there are many gimmicks and subplots which you don't know how they are related up until the very end. When it's over, you finally say to yourself, "Oh, so that's what it was about!" The storyline and all the bustling in the kitchen and on the floor make the film exciting, but there is also a big surprise at the end. I would highly recommend it. It could also be good as a gift. I like to give DVDs to friends as gifts, and I've given about 10 copies of this film to friends.



DINNER RUSH

S: That many? Then you do highly recommend it. So having had experience in the same line of business, you can sympathize with the characters' hardships?

Honda: Yes. I can understand their struggles and conflicts. It's excellently paced and done with good taste that adds a certain something to it. It's a very good film.

S: My second favorite film would be *Star Wars Episode V: The Empire Strikes Back*. I'm a huge fan of the "Star Wars" series. George Lucas directed the very first *Star Wars* film and the recent three films (*Star Wars: Episode I — The Phantom Menace*, *Star Wars: Episode II — Attack of the Clones*, and *Star Wars: Episode III — Revenge of the Sith*). I think he is a great storyteller, but surprisingly, he's not adept at portraying characters. For *The Empire Strikes Back* though, he had his film school teacher Irvin Kershner direct. Lucas wanted his mentor to direct. That's why it's the most human film in the series. It also shows the love triangle between Han Solo, Princess Leia, and Luke Skywalker.



Star Wars: The Empire Strikes Back





There is a famous scene towards the end where Princess Leia says “I love you” and Han Solo replies “I know.” The way they shot the characters was excellent. Oftentimes people talk about “Star Wars” only as a sci-fi picture. The story telling is great too, but few mention about how the characters are depicted. But in *The Empire Strikes Back* you can see how subtle the dialogue and the acting are. The three newer films have more straightforward lines. *The Empire Strikes Back*, on the other hand, has a bit of a twist to it.

Honda: You really look closely into the films you watch. Do you remember all the storylines?

S: I’ve seen the “Star Wars” films about a hundred times. I remember most of it.

Honda: I could see a film a hundred times and still forget the storyline (laughs). I’ve seen the “Star Wars” series several times too, but I don’t remember it well. But that means I can watch it all over again and enjoy it (laughs). It doesn’t matter how much I like a film.

S: (chuckling) That’s because you have a lot to do and a lot to remember.

Honda: But now that you mention “Star Wars,” it reminds me of an interesting book titled “Screenwriting 101.” It’s like a text book that teaches you the tricks to writing a successful screenplay. I read this book over and over when I wrote my own book. It analyzes various films, and it also talked about

“Star Wars,” and how many films after “Star Wars” gleaned from its formula.

S: Meaning how the storytelling went?

Honda: Yes, the storytelling. This book can be useful to you even if you’re not aspiring to write a book or a novel. If you want to tell a story, or run a business, there is a lot you can learn from screenplay writing or storytelling methods. It’s a thick book, but it can be an interesting read if you can pick out certain chapters that catch your attention.

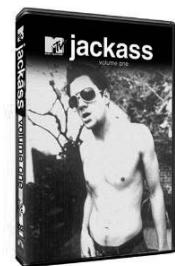
S: You’re saying it’s important to learn about appearance when you do a presentation, for example?

Honda: Yes. You have to own your story before you let others hear it. You can convey it better that way. You discover that there are certain methods in telling a story to someone. If you’re familiar with the films mentioned in the book, it makes it all the more accessible. You might not understand the book alone, but if you can use those films as a reference, then you start to see the principles that underpin certain films. You can learn a lot from it.

S: That sounds interesting. I’ll have to check it out. So, what is your third favorite film?

Honda: My third favorite film is a hilarious one called *jackass*.

S: *jackass*! That was originally an MTV TV series where the main guy tries to do the most outrageous things. It hurts to even look at it. But you end up rolling on the floor laughing.



jackass

Honda: You laugh at those people going through all that pain. It’s nonsense. But pure laughable nonsense is fun, and can be a good breather. If you want a break, want to kill time, want to laugh at nonsense, I would recommend *jackass*.

S: My third favorite film is *Good Bye Lenin!* I’m half German and half Japanese, so I wanted to throw in a German film, too.



Good Bye Lenin!

The film starts with the reunification of East and West Germany. The main character’s mother is a communist, so she supports East Germany and condemns West Germany, but her son is part of the younger generation, so he joins anti-communist and anti-fascist rallies. The mother is so appalled when she sees this that she faints right there and slips into a coma. Meanwhile, the Berlin Wall comes down and Germany becomes one country again, and everyone becomes anti-communist. But then the mother wakes up from her coma. She’s been in shock once and is now at risk of death if she has to face another shock. So the son can’t let her know that East Germany no longer exists for fear of losing her to shock-induced death. Everyone manages to keep lying as if East Germany is still there, while

keeping the mother in her hospital room. They pull stunts like stripping away the Coca-Cola ad they can see from the hospital window.

The film is full of laughs like that, but it's also about the importance of connecting, and of community, and of spending time with your family instead of working night and day. It alludes to the idea that maybe the old times had good aspects like that. It isn't necessarily about whether communism is good or bad. We've been through the Great East Japan Earthquake now, so I think we are at a stage where we have to heavily question our values. This film poses questions like "What is it to be truly happy?" or "What is most important in life?" You laugh a lot and cry a lot in the end. Personally, I think this is the best German film of all time.

"Inspiring Documentaries"

S: Now that we've covered your top 3 favorite films, let's take a look at your article in the Nikkei Business Associe magazine (chart). You write about "dividing your time into chunks and watching inspiring documentaries." I think this goes along the lines of what we're talking about now.



Honda: I suppose so. I touch on how I watch films here. I think my film watching style is close to yours. I don't limit it to watching at home. I take my films with me sometimes.

S: Right. You can start watching on Apple TV and pick up where you left off on your iPad.

Honda: Apple TV is great. It can be a great time-saver.

I write about films I recommend in this article, too. I often watch documentaries, though. I watch them in the same way I read business books. Of course documentaries also need to be entertaining to be a film, but there is so much you can learn from them. In this article, I mostly touch on documentaries or films based on true stories. These films teach us about how people think and act when they are pushed into extreme situations, or hit a serious wall. By watching these, you can put yourself in their shoes. It's also two hours of fun. I also watch films as pure entertainment, of course, but I seek a different experience from documentaries.

Films will depict people in the worst situations —situations so dire and beyond your imagination. In running a business, I bump into situations too, in both my professional and personal

life. But films give me perspective. I can say "What I'm experiencing now is nothing compared to those people on the screen." or "It won't do any good to brood over this." or "My problems are so trivial." That being said, I basically don't dwell over things.

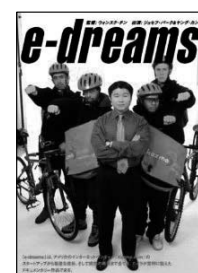
Films visualize the situation, so compared to books, they make a more solid impression on you. It's easy to associate a particular situation with a certain film you saw once. I'm the forgetful type, so I don't associate experiences with past books immediately, but film images are imprinted in your memory. Sound also helps you remember.

S: Are there any documentaries or true story-based films that you recommend?

Honda: My first recommendation would be *e-dreams*.

<*e-dreams* trailer>

Honda: This was a film made just before the dot-com bubble occurred. The camera follows an enterprise from its very beginnings. It's a very real documentary where you can see the dot-com bubble at its peak.



e-dreams

S: This film was made in 2001, and released on DVD in Japan in 2003. Can you tell us more about it?



Honda: It's about a guy named Joseph Park, who used to work at the investment bank Goldman Sachs. In 1998, he started a company called Kozmo.com. It was a company that offered B-to-C bike delivery services for rental DVDs, snacks, etc., to any given destination within an hour. It's a service anyone would want, especially if you're ordering a DVD, because you want to watch it as soon as possible. I think there were plenty of food delivery services by then, but none for rental DVDs. So this company was given a lot of recognition at first. Amazon.com invested an amount worth 25 billion yen into the company, and Starbucks also had a big tie-in agreement with them. It was the talk of the town. I was also involved in the IT business, so the company caught my attention.

Everything the camera shot is real. It starts shooting while Joseph Park, still at Goldman Sachs, is talking about what kind of company he wants to build. But in the end, the enterprise goes out of business.

S: The dot-com bubble burst?

Honda: Yes. They had finished their application for their IPO, but when the company went public, the IT bubble burst, and CEO Joseph Parks and co-founder Yong Kang were removed from their posts. They had collected a hefty amount of money for the company, but ended up having to shut it down.

First of all, I think it's rare to be able to capture a company from before its birth. It captures its rise, growth, and ultimate fate. This is the only film I know that has done this. Of course, there is *The Social Network*, but that is a dramatization of actual events. This one, on the other hand, is the real version. You see how the company was started, what factors made it grow, what factors made it fail.

The DVD was released in 2003, which is around the time I was running a public company. Japan's economy was at its lowest then, but another bubble for publicly traded shares came in 2005.

I saw the film around this time, so it made me think about where Kozmo.com went wrong. Joseph Park and Yong Kang were lavishly partying while they were still applying for their IPO. They hadn't gone public yet, but they went on parading saying "we're rich." They had their guards down. Then the economy suffered a downturn, so did their business. Other members who had shared their excitement were now critical towards their leaders. Their question was "Where is our money?" and they started to pull away.

Watching the film helped me realize that you have to be grounded when running a business; otherwise, you will get carried away. It was a good example of what not to do. It was because the stocks were rising again, and everyone was becoming elated that I watched the film again and again. I often make a conscious decision to read books about bubble bursts and their aftermaths when the economy is going well. You have to stay alert because you can't let success get to your head.

S: It's easy to think that good fortune will last. This film is worthy because it depicts the raw truth.

Honda: I really recommend it. I still give this DVD away to various people, and younger people who are seeking to run a business or establishing a start-up.

S: What is your second favorite documentary?

Honda: It's a film called *Crash*. Two books were published — "Kurasshu — Zetsubou wo Kibou ni Kaeru Shunkan (Crash — The Moment When Despair Turns into Hope)," and "Ribasu — Tamashii no Yadoru Basho (Rebirth — Where the Soul Lies)." A documentary program on TV once featured this story. So this is also a raw depiction based on a true story.



Crash

<Crash trailer>

Honda: This film starts where Tetsuya Ota, a race car driver, crashes his Ferrari in a race. The car bursts into flames and Ota is seriously burned, to the brink of death. He recovers, but his facial skin is singed. He loses his nose, too. No one wants to dampen his will to rehabilitate himself and return to the race track, so they do not reveal to him what has happened to his face. Ota remains hopeful until he discovers the truth. He is shocked when he sees his own face for the first time. He loses all hope. The rehabilitation process is painful beyond belief. Ota has to scour his scars with a scrubber and has to undergo multiple operations so they can transplant skin from his buttocks to his nose. He is immobilized. His family suffers a great deal too, and despite their moral support, Ota cannot gather the will to look ahead. He lashes out at his own family. The documentary tracks his recovery all the way up to the point where he finally returns to the race track.

The film helps you put your problems into perspective. Your problems are trite in comparison. Everybody has issues, I suppose. But not as harsh as what Ota had to go through. This is on DVD, and there is also a book, so I would recommend both. The book goes into even more intense detail. The film was based on "Kurasshu — Zetsubou wo Kibou ni Kaeru Shunkan" and the follow-up to that was the book "Ribasu — Tamashii no Yadoru Basho." Both are available on paperback now. They're full of messages.

S: And your third favorite documentary?

Honda: *2010 Ford Ironman World Championship*. A documentary about the Ironman Triathlons.

S: That's a race that is even more intense than a regular triathlon. How long is the distance for an Ironman race?

Honda: It consists of a 3.8-km swim, 180-km bicycle track, and a full marathon (42.195 km), all in a single day. It's held in Kona, Hawaii. I entered the race myself last year (2010) and am planning to enter again this year (2011). This is also a very real film.



2010 Ford Ironman World Championship



S: The distance alone makes you imagine just how hard it is. So this is about the race itself and it covers the contestants?

Honda: Yes. The race also has a wide slot for physically challenged people to participate as well. People wearing two prosthetic legs can still compete if they desire. You'll also see cancer recovery patients participating. Naturally, the film mainly covers the top athletes, but the side stories about the other disabled participants make the documentary an excellent one. If you've ever been in a triathlon, you should definitely see this one.

As you can gather from the sheer distance of the Ironman Race, it's a brutal ordeal. The film captures the facial features of people in their most excruciating state, and how they overcome that. So you don't have to be a former triathlon contestant to sympathize with it. It makes you want to take on a new challenge. You'll even find 80-year-olds entering the race. People tend to refrain from taking on any new challenges as they grow older, but this film makes you think otherwise.

It's unbelievable to see all these physically challenged people participating in this excruciating race. One young racer suffers from polio. Aside from his neck, his body is completely immobile. The boy was announced comatose when he was a child. The doctors said he was unconscious. But the father refused to accept this and raised him as he would a normal healthy child. Then, computers evolved, so that one could be made to enter letters on a keyboard using the movement of the neck. It was this that made all aware of the fact that the boy was conscious just like a normal child. He was a humorous boy, but could not move his mouth. He could see and hear, but could not express himself. Then, with the computer one day, the child expressed his wish to participate in a marathon. The father grants his boy's wish by pushing his wheelchair in the

Boston Marathon. After that, they try the Ironman Race. For the swim, the father pulls his son with a rubber boat. The father was 60 already when he took on the challenge, but up until then he couldn't swim at all.

There are many people like that in the Ironman Race, but they all ask in the end "What is your challenge?" This makes you realize how small your ambitions are. I always keep this film as a reminder to get through the Ironman Race myself. It would also be an inspiring film for anyone who has come up against a wall in the course of pursuing his or her endeavors. But, it might make you want to actually participate in the race (laughs).

As I said, I usually forget the storylines to films like *The Godfather*, but documentaries I remember clearly. I wouldn't say I remember everything, but they do leave a lasting impression in my mind. They just naturally come to me on different occasions. I need to take down notes to retain the content of a book, but films come back to you on different occasions. You don't need notes. I think the impact that images and sounds create when you absorb them can be huge.

S: Your suggestion sounds like it could serve as a good opportunity to reflect upon your life, and give you power and energy. And all three are based on true stories. There is nothing stronger than the truth I suppose.

Thank you for sharing with us your choices. Ladies and gentlemen, that was Mr. Naoyuki Honda.

Honda: Thank you very much.

(This is an edited excerpt of the talk show.)



映画ナビゲーターズ

『忘れられない女たち』

- ゲスト：小島慶子
ラジオパーソナリティ
- モデレーター：松岡ひとみ
映画パーソナリティ



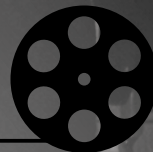
第24回 東京国際映画祭

※8日 文化庁映画週間

映画ナビゲーターズ

映画ナビゲーターズ

ゲスト：小島慶子 (ラジオパーソナリティ)



モデレーター：松岡ひとみ（映画パーソナリティ） 開催日：2011年10月29日（土）19:00～20:00



ゲスト：小島慶子（ラジオパーソナリティ）

1972年、オーストラリア生まれ。幼少期は日本、香港、シンガポールで暮らす。

1995年、TBSにアナウンサーとして入社。

1999年、第36回ギャラクシーDJパーソナリティ賞受賞。

2010年6月、TBSを退社しフリーに。

現在、TBSラジオの「小島慶子キラ☆キラ」（月曜～金曜 13:00～）のメインパーソナリティ、TBS「ゴロウ・デラックス」（毎週木曜 24:25～）などに出演中。雑誌でエッセイの連載も多数。2児の男の子の母親でもある。



モデレーター：松岡ひとみ（映画パーソナリティ）

愛知県名古屋出身。

中部地区を中心に映画パーソナリティとして新作映画の記者会見、舞台挨拶、試写会などの司会、テレビ & ラジオ映画番組のコメンテーター、新聞、雑誌、ウェブなどで映画ライターとしても活躍中。

毎日ほぼ映画三昧な日々を送る。

『忘れられない女たち』

ラジオを中心に活躍中の小島慶子さん。最近ではグラビアに出たりと、常に挑戦する彼女の生き方には同性からも一目を置かれている。そんな小島さんに映画にみる“女”たちについて語ってもらった。

松岡：本日はようこそ映画ナビゲーターズへお越しいただきまして、ありがとうございます。それでは今日のゲストでございます小島慶子さんをお呼びいたしましょう。大きな拍手でお迎えください。

小島さんはラジオのお仕事をやられていて映画の紹介することもあると思うんですけども。

小島：もちろんラジオで映画を観てとってもいい作品だった、私はこう思ったとか感想を言うことはあるんですけど、映画ファンの人は怖いですよ。よく怒られるの。「お前は番組で町山智浩さんが紹介した映画をまだ観ていないのか!」とかね。私にも私の都合があって色々大変なんですけれども。それから「お前がこの間話した映画の話は映画通からするとトンチンカンだ!」とか「これからDVDを観ようとしているのにネタバレじゃないか!」とかね。“俺ほど映画を愛している人はいない”みたいな映画ファンの人は皆さん厳しいので、今日はちょっとお手柔らかにお願いいたします。

松岡：映画館へも観に行きますか？

小島：子供と観る映画は映画館で観ていますよ。例えば『映画 忍たま乱太郎』とか『カーズ2』とか。子供がいなければ自分で観ようと思わない作品ですので、楽しいです。映画というのはたくさんの人が関わって作っているだけあって、どれを観てもやっぱり観なければよかったとは思わないですね。

松岡：ご結婚される前も映画はよくご覧になっていたんですか？

小島：それなりに観ていました。かっこつけて Bunkamura の映画館に通ってたり。『『アルマゲドン』を観た』とは決して言うてはいけないと思い込んでいた若い時期がありました。でもその時に観た映画もやっぱり忘れたいものがありますよ。理解できなかった作品もありましたけど。皆さんもそういう見栄っ張りな、勉強したがりな時期に観たからこそ印象に残っている映画があると思います。

松岡：そうですね。若い時に観た映画って本当に印象に残ったりしますよね。

『英国王のスピーチ』

松岡：今日は“忘れられない女たち”というテーマで映画を5本選んでいただきました。最初にご紹介するのが『英国王のスピーチ』。まずは予告編をご覧くださいましょう。

<『英国王のスピーチ』予告編上映>



『英国王のスピーチ』
(ハビネット・ピクチャーズ)

松岡：これはどんなところに感動されたんですか？“忘れられない女たち”ということで、主人公の奥様であるエリザベス妃役がヘレナ・ボナム＝カーターですけれども。

小島：これはとても好きな映画です。主人公であるイギリスの国王、ジョージ6世は吃音でとても悩んでいて、その吃音によって彼が今後国民から信頼を失ってしまう一件が起きてしまうかもしれない。

もちろん奥様であるエリザベス妃は心配してあちこち奔走する。それは家柄や身分に関わらず私たちと同じなんだなと思いましたけど、彼女は放っておいた。それはやっぱりなかなか勇気がいるなと思ったんです。言葉の問題というのは本人が乗り越えないと仕方がないものですから、彼女なりに苦しみはあったんだけど、彼をずっと信じて見守っているというところがいいなと思いました。彼が吃音になったのはお父様である先代の国王がものすごく強権的な人だったということと、あとは乳母に虐待されていたからだったんですね。食事を与えられなかったりして。そういうことが心の傷になっていて、吃音になっていたということが段々と分かってくる。

私にもこういうことがあったんです。中学、高校、大学、社会人になってからもずっと仲が良かったある女性がいて、私たちはちょうど同じ時期にふたりの子供を産みました。上の子も下の子も歳格好が同じで。よくお互いの家へ行き来していました。私は仕事をしていて彼女は仕事をしていなかったから、そのうち段々と生活のリズムが合わなくなって、ちょっと疎遠になっていた。

彼女はお子さんをわりとセブ感の幼稚園に入学させたんですよね。元々セブ感の人なんですけど。子供がそこに入学したことによってセブママ社会が生まれて、彼女はすごく苦勞していたと思う。ある日突然、彼女からメールが来たんです。「明日の夜、家にシェフを呼んでホームパーティをするんだけど、キャンセルが出たから来てくれない?」って。失礼ですよね。でもセブママ同士だとメンツがあるから、そんなことはきっと仲のいい人にしか言えなかったんだと思って。彼女もきっと穴が空くとその分のお金を負担しなければいけないから、辛かったんでしょう。もったいないなと思ったんだと思う。

私は「行ってもいいけど」と返信しました。それから「あなたはずっと前に家を2世帯にするとか、改装するとか言っていたけど、車はどこに停めればいいのかしら?」「うちの子たちは本当にうるさいし、下の子はまだおむつトレーニングの途中だから、本当にいいのかしら?」とごっくばらんにメールに書いたんです。そうしたら「そんなに色々文句をつけてくるなんて私への脅しのね! 来たくないなら来たくないって言えばいいじゃない!」とメールが来て。ギョっとしたわけですよ。こんなことを言う人じゃなかったのに、どうしたんだこの人はと思って。何か彼女に起こっていると思ったんです。

「家の改装は終わっています。家に車が5台停められることはあなたも知っているでしょう?」と書いてあったから、私も「はいはい、改装しても相変わらず広いお家だってことは分かっていますから、そこに停めればいいんですね」と返信したら、「車が5台停められることは自慢とも何とも思っていないわよ!」みたいなメールが返ってきたんで、「それを自慢とも何とも思っていないんだったら、あなたはよほど世間知らずだ!」と返して。もうけんかみたいになってしまっただけ。「じゃあもう来ないで! 残念だわ!」と断られて。誘われたと思ったら断られて、何だったんだろうって。それにしてもなぜ彼女はあんな言葉を遣ったのかなと。でもドタキャンされて腹が立っていたんだな、昔の親友だから甘えもあるだろうななんて思っただけ。

その時の彼女の文面がヒステリックでそれからメールが来るのがちょっと怖かったんで、私はメールアドレスを変えたんです。口調





がヤバイ、何かおかしいと思って。そうしたらしばらくして、番組のメールアドレス宛に彼女から本当に男言葉の罵詈雑言のメールが来たんですよ。ものすごく口汚いのしりメールが。びっくりしたわけですね。それでメールの一番最後に「それでも私と仲良くしたいならメールちょうだい」って書いてあるんですよ。メールするかつうの(笑)。それで彼女とは絶交になってしまったんですけど、ずっと気になっていた。あんなに大好きな友達が、あんなに温かいおらかな人だったのに、何があったのかなあと、ずっと引っかかっている。でもこの『英国王のスピーチ』を観て分かったんです。

ジョージ6世はとても上品なイギリスの王様ですよ。一流の教育も受けた方でしょう。そんな彼が吃音を治療するために通っていた言語聴覚士のライオネル・ローグの前で本当にひどい言葉を言い散らすんですよ。彼はそれをずっと心にためていたのね。父への怒り、乳母への怒り、自分の境遇の不自由さへの怒り、色々な怒りを彼はずっとため込んでいて、抑圧していた。それが結局、彼が音声表現として出す言葉も不自由にしていたわけだし、彼のパーソナリティの自由もすごく奪っていたんですね。その心にためていたものが、ライオネルによって表に出てきたのを観た時に、私の中にもそういうことがあるなと思ったんです。

私も相当言葉遣いが悪いですし、ラジオでは悪口ばかり言っているのが分かるんですよ。たまにしか言わないとか思っていたんですけど。誰でもそうですよね。頭の中で思い付いたことをそのまま口にはしていない。私も心の中では「ああ、道をふさいでいるのはいつもブス!」とか思っていますけど(笑)。でもそれを口にはしないじゃない。私だって「道をふさいでいるのはいつもブス!」なんて、今初めて音声化しますよ(笑)。そういうのを皆心の中にしまっている。そんなことを言ったらお終いと思って、心の中でしまっている。頭の中でとっさに思い付いた言葉を一旦しまっ、選別して、整形して、声に出したものは、実は自分の本当の言葉ではなくて、それは外に出すために加工を経たもの。本当の自分の言葉というの

は、声にしないで心にたくさんたまっているんですよ、全員ね。

その言葉の中には非常に汚くて決して人には聞かせられないものもあるけれども、それこそが自分の欲望や痛みや苦しみの声なんだということが、この映画を観て分かった。私にもそれがあるということは、仲が良かった彼女にもきっとあったんだろうと。私から見たら彼女の恵まれた何の不自由もないように見える環境の中に、私には分からない彼女の孤独や抑圧があったんだなと思って。それを私にぶつけた。だったら私はそれに応えてあげるべきだったと思ったんです。この映画の中で「Say to me as a friends. (友達だと言ってくれ)」という台詞があるんですけど、私は結局彼女の友達にはなれなかったんです。それがこの映画を観て分かって。だからこの作品は忘れがたいですね。

やっぱり心の中にある声に耳を傾けられる関係というのはごくごく限られていている。自分が心の声を聞いてあげられる関係になれる人はいったい何人いるだろうか、そして自分の心の声を聞いてくれる人はいったい何人いるだろうかと考えました。その関係が夫婦という形で成就しているから、ジョージ6世は非常に幸運だったんだなと思います。この夫婦の場合は、夫の心の中に孤独や痛みがあるということは分かっている、でも妻である彼女は夫の心の声を直接聞くのではなくて、聞くべき適材はいるはずだと街へ探しに行く。そこが彼女は夫に対する、夫の心に対する非常に思慮深い人だなと。私もそのように夫の気持ちを分かっているだろうかと考えましたね。

ただ言葉というのは表れているもので計っているけど、表れているものなんていうのは反射した光のようなもので、本当は光を放っているものというのは絶対に表に出てこないと思うんですね。暗い光でも、明るい光でも。だからその人の本当の言葉に耳を傾けるというのは、とても勇気のいること。だからもし相手の本当の言葉を聞くことができる人を自分の一生の中で見つけられれば、それはとても豊かなことなのではないかなと思いました。

『オーケストラ!』

松岡: 続いてご紹介いただくのは『オーケストラ!』。

小島: この映画はラジオで一緒にいるコラムニストの神足裕司さんに薦められました。最後に十数分間の演奏シーンがあるんですね。神足さんはそのシーンを観てものすごく感動して、DVDでそのシーンだけ100回以上観ているらしいんですけど。

ラジオでこの映画の話をしているうちにほぼ全編の内容をしゃべってしまっ、たくさんの映画ファンの方に叱られました(笑)。



『オーケストラ!』
(ハビネット・ピクチャーズ)

これはブレジネフ政権下で解散させられたロシア人のいんちき楽団がパリへ演奏に行くんですよ。全員が心に傷を抱えた、飲んだりや嘘つきや詐欺師たちが集まっている楽団。そのすっかりでたらめに成り下がった楽団と、心に傷を負ったアルコール中毒から立ち直るのに必死でおぼつかない指揮者が、有名楽団のふりをしてパリへ演奏旅行に出かけるというストーリーで。

<『オーケストラ!』予告編上映>

小島: 指揮者はかつてボリショイオーケストラで首席をつとめて天才と呼ばれた人なんです。でもブレジネフ政権下に楽団を解雇されて、夢を奪われて激しく心に傷を負っている。かつてオーケストラ仲間だった楽団員も音楽を一番愛して、それぞれ腕に覚えがあつて、人前で演奏することの喜びを知っていた人たちだけど、今や

全員落ちぶれてしまった。生きていくためにどれだけひどいことをして彼らが暮らさなければいけないのかということも、笑えないぐらいコミカルに描かれています。そんなでたらめなオーケストラだから、人前で演奏なんてできるわけがないじゃないですか。でもそのオーケストラにひとりだけ加わったヴァイオリニストのアンヌ＝マリー・ジャケが、ヴァイオリンを弾き始めたときに雰囲気がガラッと変わってしまう。

最後の演奏シーンには台詞がひとつもないんです。そこでは何の言葉も交わされていなくて、たったひとつ音楽が鳴っているだけです。でたらめなオーケストラにすばらしいヴァイオリンが乗っているだけ。でも彼女が様々なものを引き出していくんですね。彼女が全員に問いかけたり、誘ったり、挑発したり、なだめてみたり、抱擁したり、褒めたり、共感したり…。ヴァイオリンを弾きながら引き出していく。するとどんどん指揮者も自信を取り戻して…。

松岡：皆ビシッと変わるんですね。

小島：そう、変わるんです。私たちは色々な言葉を交わしますよね。「愛している」とか「君を信じているよ」とか「あなたってすばらしいわよね」とか。色々と言葉を交わしてお互いの気持ちを確かめあおうとするんですけど、その言葉って何なんだろうと考えさせられる最後の演奏シーンだったんですね。台詞はひとつもないので“声”という音はない。何かが鳴っているとしたら音楽が鳴っているから、音が鳴って気持ちが伝わるということにおいては同じなんですけど、言語ではない。じゃあ音楽って何なんだろうと考える。今度は音楽そのものから離れて、人の気持ちって何に乗って相手に届いて相手を変えたり、自分のところにやってきて自分を変えたりするんだろうと考える。それは目には見えない。耳に聞こえているのはチャイコフスキーという人が作った曲を弦を鳴らして出しているだけの音ですよ。でもなぜか気持ちが伝わる。これは何なんだろうというのを考えさせられる十数分間の演奏シーンでした。

私はラジオを通じて人に話かけたり、文字を通じて一生懸命話しかけたりする程度はしていますが、その気持ちが本当に伝わっているのかは分からない。「伝わりました」と言ってくださった方がいたとしても、どんな風に伝わったのかは死ぬまで確かめられないじゃないですか。だけどやっぱりこの映画を観ていると、皆がひとつの音楽になるとか、人がまさに目の前で変わっていくとか、誰にも呼び起こすことができずに眠っていたものが誰かと出会ったことによって確かに呼び起こされるとか、そういうことがあるんだよね。これは何だか分からないけど、そういうことは確かにあるなと思いました。

私は音楽もできませんし、音楽を聴く優れた知識もない。でも最後の演奏シーンで何かが起こっていることは分かったんですよ。でたらめ楽団と一緒に初めてこの曲を弾くヴァイオリニストと物見高い観客との間で、すばらしいものが立ち上がったのはやっぱり分かった。これは何と呼ぶのか分からないけど、でもそういうものがあるということは実感することができた。それを何と呼べばいいんだろう？何によって呼び覚まされるものなんだろう？と。

松岡：それはまだご自身でも分からない？

小島：たぶん言い尽くすことができないから、色々な人が小説を書いたり、映画を撮ったりしているんでしょうけど。でもそれを考えさせてくれたアンヌ＝マリー・ジャケを演じたメラニー・ロランがすばらしかったですね。ぜひこの作品はご覧いただきたい。役者というのはすごいなと思いました。

私だって毎日ラジオで仕様もないことしかしゃべっていません。仕様もないことしかしゃべっていないのに「今日の話は聞けて良かつ

たです」と言ってくれる人がいるのは、私は不思議で仕方がない。仕様もない話が本当に仕様もない話なのか、仕様もなく聞こえるのか。それも聞く人にもよるし、しゃべる人の気持ちにもよるし。それがうまいことピタッと調和した時に何かが起こるんだということまでしか私には分からない。でもこの映画を観て、やっぱりそれを信じていいんじゃないかという気にもなれた。本当に励まされた1本です。

『愛を乞うひと』

松岡：今度は原田美枝子さん主演の『愛を乞うひと』。これはやっぱり親子の話じゃないですか？

小島：今私のところにたくさんの取材が来るんです。何の取材かというと母子関係です。非常に母子関係で苦しんでいる人が多い。特に30代、40代の女性です。こんなに苦しんでいる人が多いんだったら、私はこの作品をぜひ観るべきだなと思っているんですけど。

主人公がひどいお母さんなの。ひどいお母さんに身体に傷が残るようなひどいことをされた娘が、意を決してお母さんに会いに行くんですよ。お母さんも娘もひとり二役で原田美枝子さんが演じているんですけど。お母さんは港町の寂れたところで美容室をやっていて、娘はお客さんのふりをしてその美容室に行く。でもお母さんに「私は娘よ」なんて言わない。娘は最後に「お前は娘だったか。あの時はごめんよ」と言ってくれることを期待していたんだろうけど、なかなか世の中そううまくはいかない。恐らく実際母子関係とか、男性でも女性でも親兄弟との問題を抱えている方はたくさんいるでしょう。この問題はそんなにきれいには解決しませんよね。この映画を観た時も「すごい映画だな。重たいな」という感覚だった。



『愛を乞うひと』
(東宝)



でもこの映画は希望の映画なんです。

私にも経験があります。私自身が自分の母親や姉や父との関係、生まれ育った家族が原因で不安障害という病気を患ってしまっただけでもそれを乗り越えたんですよ。乗り越えた時の一番の肝になった作業は、一度家族を諦めること。「私には温かい家族があったと思いたい」とか「お母さん、お姉さん、お父さんは皆いい人だったんだ。皆いい人になってくれたんだと思いたい」という期待を全部捨てたんです。もう家族を一度全部諦めた。

松岡:それは何歳の時ですか？

小島:33歳か34歳の時ですね。そのあとその人が誰かを考えるようにしました。自分の母親であるこの女性はいつ生まれて、どんな生い立ちで、どんな方法で家庭を持って、幸せになろうとしたのか。その旦那さんであるこの男性はどんな方法でこの家庭で幸せを得ようとしたのか。姉であるこの女性は…。そして私は…。

皆それぞれ幸せになりたくて、皆それぞれ育ってきた家庭で、どうしても見ないことにしないと生き延びられなかったものとか、どうしてもそうではないものと思いつくことでしか乗り越えられなかった傷とかを全員抱えていて。たぶんありふれたものですよ。今日会場にいる全員が何かしらそういうことがあると思うんですけど。その組み合わせが、たまたまお互い奪い合う関係になってしまったと。だから私にとっては辛かったんだと思った時に、彼らを受け入れられたんですよ。それで7年ぶりに姉に会いに行き、大丈夫だったんです。それで7年ぶりに両親に会いに行き、大丈夫だったんです。その時「ああ、私はようやく乗り越えたんだ」と思えたんですね。

それはやっぱりお互いこの距離だから、そしてこのような関係を受け入れられたから私たちはうまくいくんだというのが、私は分かったんですね。そこよりも距離を縮めない、そこから立場を変えないということが分かってから、うまくいったんです。それはつまり家族だからうまくいったんじゃないくて、周りを受け入れる、少なくとも相手を引き受ける作業によって自由になれた。家族って諦めることによって見える希望もあるんだということを実感したんですよ。その時に『愛を乞うひと』は希望の映画だったんだと、エンディングのシーンを観て思いました。

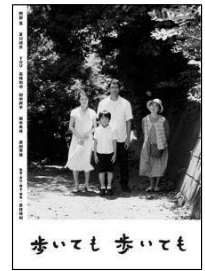
これは親子関係で悩む人は全員よく言うことですけど、相手のことは大嫌いなんだけど、でもどうしてもその人に承認されないと先に進めないというのが親子関係の因果なところで。大嫌いなんだけど世界で最も承認を与えてほしい人という。この矛盾に生きなくてはいけいない。この映画自体はその矛盾を乗り越えるところまでは描いていないんですけど、私は自分がそういうことを経験して、自分が生まれ育ってきた家族との関係をもう一度捉え直すことができた。じゃあきつと娘の彼女にもそのあとにそういうことがあったかもしれないと。そのためにはまずあの家族はどうにもならなかったんだと期待し続けることを辞める作業が絶対に必要なわけだから、そう考えると始まりの映画だと考えることができるなと思いました。親子関係で今まさに悩んでいる方は辛いかもしれないけれども、そのような観方ができる日が来るんじゃないかと思って。原田美枝子さんもひとり二役で本当にすばらしい演技をみせていますので、ぜひご覧いただければと思います。

『歩いても 歩いても』

松岡:続いてご紹介いただくのは『歩いても 歩いても』。これはどんなところ？

小島:色々な理由で大好きな映画なんです。映画全体として言える

ことは「家族ってこういう場だよな」ということですね。どの家もそうだと思う。親戚もそうですよ。ごく普通のありふれた会話、何気ない動作の中に、その人たちだけに、あるいは当人たちだけに、あるいは自分だけに読み解けてしまうものすごく辛いつな意味とか、えげつなさとか、生々しさとか様々なものが実は家庭の中にはあふれているんだというのが、本当にこの作品を観ると分かるんです。自分の目だと、目が見ているものしか見ることができないけど、映画は俯瞰です。俯瞰で捉えると「やはりそうであったか」と膝を打つことがいっぱいあるんです。



『歩いても 歩いても』
(パンダイビジュアル)

この映画の中の家族は人がひとり亡くなっている。しかも皆のホープだったお兄ちゃんが。期待される人だけあって、人を助けて死んでしまうわけですよ。その助かった子が毎年法事に来る。「僕を助けてくれた人の命日に」と言っている。どんな子かという（画面を指差して）あいつなんですよ。本当に素朴での子でいい子なんですけど、「君、いちおう立場的に家族の気持ちを分かってくれないかなあ」なんて思うような言動が多いんですね。毎年毎年彼は大きくなって、当時は子供だったのに今やもう成人していますよ。つまり家族は毎年その子を見ると「こいつを助けるために、お兄ちゃんは死んだのか!」と思うわけで。家族が「しんどいから呼ぶのを辞めなよ」って言ったのね。

よく考えたらその子を呼ぶのを辞めて、あとは毎年家族だけで集まって「お兄ちゃんはいいい子だったね」とか「いま生きていたらいくつだね」とか言って、墓前で終わりにしていればいいじゃない。そうしていればお兄ちゃんは家族のきれいな思い出になるのに、毎年あの助けられた子は法事に来る。当たり前ですけど大きくなっているものだから、家族にしてみれば腹が立つんですよ。彼の人生があって、尊い命ですけど。にも関わらず何で呼ぶのかとお母さんに聞いたら、やっぱりお母さんが呼びたくて呼んでいるの。お母さん役が樹木希林さんなんですけど。お母さんは「助けられた子はどうしようもないやつだな。こんなやつのために私の大事な息子は死んだのか!」という想いがあったんだというのが分かる台詞があるんですよ。

端から聞いたらただの親子の会話でも、その当人同士にとつたら、本当に闇を覗くような、人の怨念とか、執着とかを見てしまう瞬間って家族の中にもありますよね。それはとてもドラマティックで、特徴的な台詞立ての中で行われることではない。本当に茶の間とか、ドライブしている車の中とか、ごくごくよくある風景の中で、誰かが決定的に傷ついたり、誰かの悪意を見てしまったり、誰かの傷に気付いてしまうというのが家族なんだというのが、この映画で分かります。

家庭ってお互いよく分かり合っているようで、何でも話し合っているようで、肝心なところは表に出てこないんですよ。実は気持ちが交じり合っていて、お互いを探り合っていて、求め合っているんだけど、一番肝心なところが表れない場所が家庭。表れないんだけど、それによってちょっとずつ色々なものが変わっていくのも家庭で。でもこの映画のように、家族にああやって普段ないもの、その助かった子が入ってきてしまうことによって、一番肝心なところが見えてくる時があるというのは、皆さんもご経験があるんじゃないかと思うんですね。ああいうことは数えるぐらいしかないとはいえ、もしかしたら誰の家庭、誰の人間関係の中にも起こることなのかなと思ったりして。肝心なものなのに形に表れないってどういうことなのかな、それは何のために表さないようにしているんだろうなとは思いますが。



『エンディングノート』

松岡：最後にご紹介いただくのが『エンディングノート』という映画で。

小島：監督の砂田麻美さんは『歩いても歩いても』の助監督をやっていた人なんですよ。

松岡：そうですね。砂田麻美さんはまだ30歳台かな。主人公であるお父さんのキャラクターがすごくいいんですよ。



『エンディングノート』

<『エンディングノート』予告編上映>

小島：(画面を指差して) これがお父さんです。ただのおじさんですよ。砂田麻美さんは本当に変わったお嬢さんで、うんと小さい時からずっとカメラを回していた。お父さんの退職パーティとかまで潜入して、撮っているんですよ。子供の頃からカメラを回していて、それが全部残っているんです。実はこの映画は砂田麻美さんが、お父さんが亡くなったあとに近しい人たちにに向けてお別れ会の時に流そうと思っていた内輪の映像だったそうですね。お父さんはこういう人でしたよというのを1本の映像にしている。つまり親子口寄せなんです。お父さんの気持ちを娘がナレーションしているんですよ。

松岡：予告編ではお母さん、つまりお父さんの奥さんは出てこなかったですけど、また夫婦の関係も面白かったですよ。

小島：夫婦の仲が悪かったんですよ。お母さんは結構美人なの。お父さんはあんなに面白い顔をしているけど。お父さんが猛烈サラリーマンだからお母さんは大変でしょう。そういうお母さんはいませんでした？ 会場の皆さんもご自分のお母さんやご自分の奥さんがそうかもしれない。私の母もそうだったんですけど。そういう人を私は今まで“お母さん”としてしか見たことがなかったんですよ。

ね。当たり前ですけど、皆ひとりの“女性”なんですね。好きな人と結婚して、自分の人生を一生懸命生きてきた“女性”だったんだというのが映像からも分かります。お父さんを主人公にして記録したものなんですけどね。

お父さんにとってお母さんはどういう人だったかというのはもちろんですけど、お母さんにとって、つまりこの女性にとって愛する人との別れて何なんだろうとか、家庭って何なんだろうということが、とてもリアルに観て取れたんですね。それは他人から観たら「そんな言い方をしなくても」とか「もっと早く気付いておけば良かったのに」とか「もっと大事にしておけば良かったのに」とか、色々なことを言うのは簡単だけれども、夫婦でも親子でもそんなにいつもいつも相手のことをおもえばかって、いつもいつもベストを尽くした会話をしているわけではないじゃないですか。でも夫婦がずっと一緒にいて、ある日どちらかに何かが起きて関係が変わった時に、初めて“お母さん”だってひとりの“女性”の人生を生きているんだというのが、お母さんが主人公ではないにも関わらず、良く描かれていたなと思って。

松岡：本当に家族の姿がきちんと描かれていて、エンタテインメントとしても楽しめる映画だと思います。

小島：例えば皆さんが電車に乗っていると。そうしたら向かいに誰かが座っている。「うわあ、素敵なお人。ぜひ話してみたい」と思うことってめったにないじゃないですか。「わざわざ話しかけるほど興味もないよな」とか「追いかけてほしいほど魅力的でもないよな」とか。ほとんどの人は他人に興味はないわけですよ。私が渋谷で信号待ちしていて、このお父さんが横断歩道の向こう側に立っていても、「あの人、素敵」とは思わないわよ(笑)。だけどその人のことをとても大切に思っている誰かというのがいる。その人の立場になってみれば、私はこんな知らないおじさんにすら、やっぱり死んでほしくはなかったな、会ったことはないけど懐かしいなと思いました。

公開中だからそんなにしゃべってはいけなかった？



松岡：そう（笑）。しゃべってはいけないんですよ。

小島：ただ私は批判されるのを覚悟で大声で言いたいです。私が例え映画の筋を全部しゃべったからといって、その映画を観た時につまらなくなってしまうほど、あなたたちの感受性はだらしなくはないと思います！

<会場から拍手>

小島：だってそうでしょう？ 同じ物だって、同じ人だって、その人と自分の関係、その作品と自分の関係があるから、自分だけの感動があるんですよ。他人がした感動をどんなに饒舌に語られて分かったつもりになっても、自分が体験するのとは絶対に違うはずなんですよ。

映画だけに関わらず、すべてがそうだと思うんですよ。他人が体験したことを自分が情報として仕入れたからといって、それは知ったことにはならないでしょう？ 実際に体験することとは違うじゃないですか。『エンディングノート』を観たからといって、お父さんのすべてが分かったわけではない。映画として私はお父さんとの関係を体験して、私はお父さんを大好きになった。でも部下として体験したらどうだったかなとか、同級生として体験したらどうだったかなとか考えてみると、その感情は違うものになったかもしれない。それぐらい自分が何かと出会って生まれるものというのは、ひとつではない。それが正解だったかどうかとも分からない。それが唯一の答えだったかどうかとも分からない。ただ巡り合わせ上、自分にはその出会いしかなかったということなんじゃないかと思うんですね。

それは不安になります。私の持っているお父さん像って虚像なの？ とか。本で言えば私の読み取り方、作品の解釈は正解なの？ と気になる。でもそんなこと考えても仕方がないわけで。そうやって出会ってしまったという事実でしかないというのを、私は映画を観たり本を読んだりする度に思うんですよ。『エンディングノート』は有名な人は全く出演していない。だからこそ誰にとってもきっと何かしらの出会いのある映画なんじゃないかなと思いますので、強くお勧めいたします。

質疑応答

質問：一般女性として人に印象を残すことができるような魅力的な女性になるためには、どんなことをしたらよろしいでしょうか？

小島：相手の人の話を聞けばいいと思います。無口な人にも、人嫌いな人にも、おしゃべりな人であっても、胸の中に必ず誰かを待っている場所があるんですね。誰かが訪ねてきてくれたらいいのになと思っている場所がある。でもその場所はものすごく傷つきやすいので、色々な方法で隠したりしている。でも必ず人にはひとつその場所があるんですよ。

相手によってはそれを自ずとしゃべってしまうことがたまにある。しかもそれをしゃべった相手のことは忘れない。あの時自分の話を聞いてくれたんだと絶対に忘れない。この人もきっとそういう柔らかい場所があるはずだ、私がいきなり入っていきけるとは思わないけど、もし話してくれたら嬉しいなという風におもんばかって相手の話を聞いていれば、もしかしたらそういう話をしてくれるかもしれない。だから話を聞くことで、相手の心に残る人になれると思います。

松岡：今日は色々な話をしていただきまして、ありがとうございます。最後に何かございますか？

小島：（席を立て）ラジオだったら何十万人が聴いてくださって、テレビだったら何百万人が見てくださるんですけど、一番大変なのは身体を運んで来ることだと思うんです。お時間を割いて、こまでお身体をお運びいただいて、ある一定の時間を私の前でお過ごしくださったということを、本当に心から御礼申し上げます。ありがとうございます。

松岡：今日は本当にありがとうございました。小島慶子さんでした。

（以上の文章はトークショーの様態を抜粋再編集したものです。）





Film Navigators

Guest: Keiko Kojima (Radio Personality)



Moderator: Hitomi Matsuoka (Movie Personality) Date: Oct. 29, 2011 (Sat) 19:00–20:00



Guest: Keiko Kojima (Radio Personality)

Born in Australia in 1972. Lived in Japan, Hong Kong, and Singapore in her early youth.

Started work as an Announcer at TBS in 1995.

Won the 36th Galaxy Award in the DJ Personality category in 1999.

Left TBS in June 2010 and became a freelancer.

Currently appears as the main personality on the TBS Radio program “Kojima Keiko Kira☆Kira” (Monday–Friday, 13:00–) and on the TBS program “Goro Deluxe” (Every Thursday, 24:25–). She also writes a number of magazine columns, and is the mother of two young boys.



Moderator: Hitomi Matsuoka (Movie Personality)

Born in Nagoya, Aichi Prefecture.

Working mainly in the central region of Japan as a film personality, she also moderates press conferences for new films, stage performances, preview screenings and other events. In addition, she is active as a commentator on TV and radio programs and as a film writer for newspapers, magazines, web sites, and other publications.

She lives nearly every day engrossed in films.

Unforgettable Women

Known for her career on the radio, Keiko Kojima has begun branching out into the gravure world and her desire to accept any challenge has earned her the hard-won respect of many women. We asked her about women on the silver screen.

Matsuoka: Welcome to Film Navigators. Our guest today is Keiko Kojima.

I imagine you have the chance to talk about films on the radio.

Kojima: I'll sometimes mention films I saw or my impressions, but film fans can be a scary group — it seems like they are always upset with me, taking me to task for not seeing a certain film yet, or criticizing something I said. So please go easy on me today!

Matsuoka: Do you go to see films in the cinema, as well?

Kojima: Films that my children want to see we will watch in the cinema. Films like *Ninja Kids!!!* or *Cars 2*. It is fun because those are the type of films that I probably wouldn't see if it wasn't for my kids. Because so many people come together to produce a film, you never really see one and wish you hadn't.

Matsuoka: Did you watch many films before getting married?

Kojima: I saw my fair share. I even remember trying to show off a little by heading out to the Bunkamura Theater. There was a time when I was convinced that I shouldn't be telling people I had seen *Armageddon*. Some of the films I didn't understand at the time, but I think some films stick with us precisely because we saw them during that time in our life when we are concerned about our appearances and are out to learn things for ourselves.

Matsuoka: The films we see when we are young do indeed leave a lasting impression on us.

The King's Speech

Matsuoka: According to the theme of "unforgettable women," we've had you come up with a list of five films. Let's begin with *The King's Speech*.

<*The King's Speech* trailer>



The King's Speech

Matsuoka: What impressed you about this film? The protagonist's wife, Elizabeth, Duchess of York, is played by Helena Bonham Carter.

Kojima: I really liked this film. The main character is King George VI of The U.K., who suffers from a stutter that causes him to worry whether he can keep the faith of the people. His wife, Queen Elizabeth, runs around out of concern for him. Regardless of pedigree and rank, this is the same as any of us. She lets him be, which I think takes a considerable amount of courage. His speech problem was something that he had to

overcome himself; I was very impressed that she sacrificed her own feelings and stood by her husband. His stammer originally came about because of his very heavy handed father and the fact that he was abused by his nanny, who sometimes wouldn't even feed him. We come to understand that it was this developmental trauma that caused his stutter.

I had a similar experience. There was a woman I was close with all the way back from junior high. We both had our children around the same time, as well. Our older and younger kids were both the same age, so they would go over to each other's houses quite often. However, the rhythms of our lifestyles became disjointed and we began to lose touch with each other.

She began sending her kids to a high-class kindergarten, where she had to work very hard to keep up with the "celebrity mother" community there. One day, I received a message from her saying that she was having a house party and inviting a chef to cater. Someone ended up not being able to make it, so she asked me to fill their place. In that "celebrity mother" circle, she could not afford to lose face, and she probably could only ask someone she was close with. I can't help but wonder if it was worth it.

I replied that I guess I could go, but expressed my concern about parking, and about my children possibly being a distraction, going through potty-training and all. She replies, "Don't think you can scare me with all your complaining. If you don't want to come, just say so!" I was shocked. She was not the type of person who would have said something like that.

Since she had said, "You know we can fit five cars," I replied, "I guess I won't have any trouble parking since you live in a big place as usual." She comes back saying that she doesn't pride herself on the fact that she can park up to five cars. So I say that she must be out of touch with reality if she doesn't. It was turning into quite the fight. "You aren't invited anymore! Too bad," she said.

Her messages were hysteric and I was honestly a little scared of receiving any more. So I changed my address. I knew something wasn't right. After some time had passed, she sent a truly abusive message to me through a TV program's e-mail address. I was shocked. But at the very end, she said that if I still wanted to be friends, I should e-mail her back. That was the last straw; I cut all ties with her then. Nevertheless, it always stuck with me: How could someone so dear and so kind change so much? But I discovered something after watching this film.

George VI was a proper, refined British king, who had received the finest education. In front of the speech therapist, Lionel Logue, however, he goes off on a tantrum of truly horrible words. He had been keeping all of the anger towards his father, his nanny, his lack of freedom, and a host of other things, inside

all along. That all served to bind his tongue and hamper his personality. When I saw Lionel bringing all of that out of him, I realized that I have a little bit of that, too.

I actually have a rather dirty mouth, as well, and on the radio I am always name-calling. But I had thought I only said stuff like that once in a while. But everyone is like that — we don't say everything that pops into our heads. Sometimes we think, "Why is it always the ugly people that are blocking the road?" But no one actually says that out loud. We understand that we can't say stuff like that, and we store that away inside mold them into a respectable form, and then say them out loud. But these aren't our real words — these words have been processed internally. Our real thoughts are locked up inside.

This film helped me to realize that while the words we choose to not let out can be really horrible, it is in there that we find the voice of our desires, pain, and suffering. I realized that if this applies to me, surely it applies to that friend of mine, as well. What looked like a perfect, privileged environment to me on the outside could very well be full of loneliness and oppression. That is what she ended up bringing up against me. I realized that I should have responded to that. There is a line in the film: "Say it to me, as a friend." I realized that I hadn't become her friend.

There are only so many relationships in which you can let your inner voice out. It made me think about how many people there are in my life whose inner voice I can lend an ear to; on the other hand, I also wondered how many people there are who I can let hear my own inner voice. This relationship is fulfilled in a marriage. That is why I think George VI was extremely fortunate. Understanding that her husband is struggling inside with loneliness and pain, she sets out to find the right person to listen to his inner voice. She was very thoughtful of her husband and his feelings. It made me question if I was that thoughtful toward my husband's feelings.

We measure words, however, based on what is on the surface. But these words are like reflected light. The source of that light never actually breaches the surface. It takes great courage to listen to someone's true heart.

Le Concert

Matsuoka: The next film we are going to talk about is *Le Concert*.

Kojima: Yuji Kotari, a columnist whom I work with on the radio, recommended this film to me. At the end, there is a concert scene that lasts for over ten minutes. Mr. Kotari said that that scene had really touched him; he has apparently watched that scene alone over 100 times on DVD. He got carried away on the air and ended up telling almost the whole film, which many cinemagoers were upset about!

This film tells the story of a former Russian conductor who unites the old members of his orchestra disgraced under the Brezhnev administration to perform a concert in Paris. The orchestra is made up of drunks, liars, and con artists who all

bear scars in their hearts. This group of degenerates and their precarious conductor, who is working to overcome his own alcoholism, travel to Paris to perform a concert under the guise of a famous orchestra.

<Le Concert trailer>

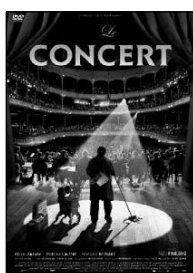
Kojima: The conductor was formerly the head of the Bolshoi Theatre orchestra and was once hailed as a genius. Under the Brezhnev administration, however, the orchestra was disbanded and the members' dreams crushed, leaving them with severe emotional scars. The former members of the orchestra were all talented musicians with a love for performing in front of people. Now they are only a shadow of their former selves. It seems ridiculous that a group like that could conduct a performance in front of a crowd. But the addition to the orchestra of a certain violinist named Anne-Marie Jacquet changes everything.

The final concert scene doesn't have a single line. There is only music: A lone violin atop that outrageous orchestra. She brings something out of them, she challenges and encourages and helps them. Seeing all of this, any conductor would regain his confidence.

Matsuoka: Everyone noticeably changes.

Kojima: Yes, they make a big transformation. We exchange many different words that express our feelings and confirm the feelings of our partners. But that final concert scene makes you wonder what all those words even mean. There aren't any lines, so you don't hear anyone's voice. All you hear is the sound of music. And while the presence of sound and the exchange of feelings is the same, it's not language. So, then, what is it? What do human emotions jump onto to reach other people and how do they change or influence people? The final ten-some-minute concert scene makes you ask these questions.

I communicate through the radio and writing as best I can through words, but I wonder if the sentiment really gets through. Even if someone were to tell me that it got through, I



Le Concert



would never know what form it took. But this film reminds you that everyone can be joined together by music, human beings can change before your eyes, and that a chance encounter can awake something inside of you.

I cannot make music, nor do I have any gift for listening to music, either. But I understood what was transpiring in that final concert scene: Something very special was born between that orchestra, the new violinist, and the curious audience.

Matsuoka: Are you still unsure what it is?

Kojima: I think people write novels and shoot films because they don't know how to put everything into words. Mélanie Laurent, who plays Anne-Marie Jacquet, was fabulous. I hope everyone has a chance to see this.

I say silly things everyday on the radio. Nevertheless, some people will thank me for talking about something and how they are glad they heard it. Something ridiculous might not seem so ridiculous depending on the persons speaking and listening, you know? At this point, all I know is that this happens when the speaker's heart and the listener's heart come into agreement. This film confirmed my thoughts.

Begging for Love

Matsuoka: Next, we will be talking about *Begging for Love*, starring Mieko Harada. This story is about a mother and daughter.

Kojima: Lately I have been getting a lot of interview requests for stories related to parent-child issues. A lot of women in the 30s and 40s are experiencing trouble in this area of their life. In light of that, I think this is an important film for them to watch.



Begging for Love

The main character is a horrible mother who abuses her daughter. Years down the road, the daughter decides to pay a visit to her mother. Both of these roles are played by Mieko Harada. The mother runs a beauty salon in a run-down port city, and one day the daughter pretends to be a customer. But she cannot bring herself to tell her mother who she really is. The daughter probably expected her mother to apologize, but things don't always work out as we want them to. These kind of issues don't just get cleaned up effortlessly. When I first saw this film I remember thinking how heavy it was. But this is actually a film of hope.

I actually had a somewhat similar experience: I suffered from anxiety disorder over my relationship with my mother, older sister, and father. The major reason I was able to overcome that was my decision to give up on my family for a time. I got rid of those optimistic expectations.

Matsuoka: How old were you?

Kojima: I was 33 or 34. After that, I began trying to think about who they were. When my mother was born, what her childhood was like, how she came to have her own family, if

she tried to become happy, how her husband tried to make his family happy... then about my older sister... and then about me, personally.

Everyone wants to be happy. Everyone has scars that they need to forget or convince themselves don't exist. I think everyone in the audience today can relate. So when I was having a hard time, I decided to accept them. I was fine when I went to go visit my older sister and parents for the first time in seven years. I was able to feel that I had finally gotten over it all.

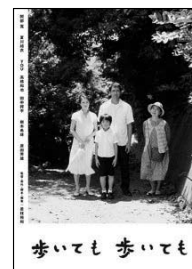
Because of our distance and because I was able to accept our relationship, things were able to get better. Things did not get better because we were a family, but because I worked to accept my situation. I realize that there is hope to be found in giving up for a time.

Everyone who struggles with family issues like this has sour feelings toward their parents or whoever, but feels like they can't move forward if they don't receive that person's blessing. We have to live within this contradiction of wanting acceptance from someone we dislike. From my own experience, I know that I was able to once again reposition my relationship with my family. Because it is absolutely necessary to come to terms with the fact that things with your family didn't work out, this film is about the new beginnings that arise after you accept that. I think that the day will come when you can think like this, too. Mieko Harada did a wonderful job in both roles.

Still Walking

Matsuoka: Next, we will look at *Still Walking*.

Kojima: I love this film for a variety of reasons. It paints a realistic portrait of family as a place where even the most basic of conversations or activities have harsh or raw emotions on a very subtle level that only those in the family can understand. If you only rely on your own eyes, you will have a limited perspective, but the great thing about film is that it shows you a bird's eye view.



Still Walking

The family in this film lost their eldest son many years back. He was the family's pride and joy, but he died to save another's life. Every year, the child he saved comes to the memorial service on, as he says, "the anniversary of the death of the person who saved me." He's a simple, carefree, good kid, but a lot of what he says and does makes you wish he'd be more considerate of the family. Every year he comes to the memorial service, so the family sees him getting bigger and growing older. This takes an emotional toll on the family and they propose not to invite him anymore.

If you think about it, they could just stop inviting him, gather together just as a family and reminisce about the eldest son—he would become a beautiful fixture in their memories. Seeing the boy that was saved naturally is upsetting for the family. When they ask the mother, played by Kirin Kiki, why the boy keeps getting invited, she says that she wants him to come. There is a certain line where we understand the mother's feeling of bitterness that her son died for this hopeless kid.

Many of their conversations seem like normal ones between family members, but for each other, there are moments where each other's true emotions, however dark, are vividly visible. But these aren't presented with histrionics, but subtly in scenes of daily life. Watching this made me realize all the emotions in everyday life within a family.

We often think of families intimately knowing the ins and outs of each other and being able to freely talk about anything, but there is actually a lot that doesn't come to the surface. Our emotions commingle and we search each other's thoughts out, but the place where the most intimate of intimate feelings don't arise is the home. But when the boy that was saved intrudes from the outside, they begin to see these deeply held feelings. It's a strange thing: Why is such an important thing not visible and why do we not reveal it?

Ending Note: Death of a Japanese Salesman

Matsuoka: Our last film today is *Ending Note: Death of a Japanese Salesman*.

Kojima: Director Mami Sunada was also the production assistant of *Still Walking*, wasn't she?

Matsuoka: Yes. I think Mami Sunada is still actually in her 30s. The main character — her father — is wonderful to watch.

<Ending Note trailer>

Kojima: Her father was a normal salesman. Mami Sunada was behind the camera from a young age, filming everything she could. The videos she put together for this film were all originally for personal use that she had taken over the years. She apparently had intended to play them at the memorial after her father passed away. Mami throughout the film narrates her father's thoughts.

Matsuoka: The relationship between her father and mother was interesting, as well.

Kojima: Her father and mother had a rocky relationship. This film helped me to realize that mothers are women, too; women who married someone they loved; women who give their all to life. Even though the film is telling the father's story.

This film gives us a candid glimpse into how the father viewed his wife, how Mami's mother approached her farewell with her husband, and into the nature of families. There are scenes that people looking in from the outside will think, "you didn't have to say that" or "why didn't you realize that earlier," but, if you think about it, families don't work like that; we don't always say or do what is best for the other party. While she isn't the main character, it shows the mother, when her relationship changes with her husband, living the life of not only the "mother," but also of a woman.

Matsuoka: Not only is a realistic view of the family presented, it is also enjoyable as entertainment, as well.

Kojima: For example, let's say there is someone sitting across from you on the train. We rarely think, "They are attractive; I want to go talk to them." But someone out there loves that person and finds them precious. So from the mother's perspective, I didn't want to see the father die.

I've probably said too much, but I don't think that it will affect your viewing experience. Everyone experiences things differently and uniquely. No matter how much someone tells you they were moved by something, it is completely different from when you experience it yourself, first hand. This is because you develop a unique, intimate relationship with it.

And just because someone relays to you an experience doesn't mean that you now "know" that experience. So just because you saw *Ending Note* doesn't mean that you know everything about the father. This film allowed me to have a relationship with the father and I grew to love him. But what if I experienced this as someone working under him? Or as a classmate? Your understanding and received impression are only one of a range of possibilities.

This can be concerning. Is my image of my father a myth? Compared to reading a book, is my interpretation or understanding correct? But this is just the nature of our relationship with books, films, and people. No one famous is starring in *Ending Note*, which is why I think everyone will experience some encounter or another through it. I strongly recommend this film.

Q&A

Question: What can a normal woman do to leave a positive and attractive impression?

Kojima: You should listen to what people have to say. Even people who are quiet or act like they dislike others, or even people who are talkative have a place in their hearts where they are waiting for someone, hoping for someone to come to them. But since that area is sensitive, they try to hide it in different ways.

Depending on who we are talking to, sometimes we find ourselves revealing many of our inner emotions. And we don't forget the people who listened to what we had to say. That is how you can leave an impression on someone just by listening.

Matsuoka: Thank you for sharing your thoughts with us today. Is there anything else you would like to add?

Kojima: If this were the radio, hundreds of thousands of people might listen. If it were TV, millions might be tuning in. But the hardest thing is to get up and go somewhere. Thank you everyone for coming all the way out here and spending time in the audience today.

Matsuoka: I would like to thank Keiko Kojima for coming today.

(This is an edited excerpt of the talk show.)



Ending Note: Death of a Japanese Salesman



**第 8 回 文化庁映画週間 —Here & There
公式報告書**

発行日： 2012 年 3 月 31 日
発行： 文化庁
編集： 公益財団法人ユニジャパン
デザイン： 株式会社アーバン・コネクションズ
翻訳： 株式会社アーバン・コネクションズ
写真： 岩崎 潤
吉田欽也
編集協力： 一般社団法人日本動画協会
一般社団法人日本アニメーター・演出協会
井手洋子
株式会社群像舎
一般社団法人記録映画保存センター
東映アニメーション株式会社
GEM Partners 株式会社
株式会社日経 BP
仲尾幸時 (CLOVER Graffiti)

**Bunka-Chō Film Week 2011 —Here & There
Official Report**

Published on: March 31, 2012
Published by: Agency for Cultural Affairs (Bunka-Chō)
Edited by: UNIJAPAN
Designed by: Urban Connections
Translated by: Urban Connections
Photographed by: Jun Iwasaki
Kinya Yoshida
Contributors: The Association of Japanese Animations
Japan Animation Creators Association
Yoko Ide
GUNZOSHA PUBLISHING CO., LTD.
Documentary Film Preservation Center
TOEI ANIMATION CO., LTD.
GEM Partners Inc.
Nikkei Business Publications, Inc.
Koji Nakao (CLOVER Graffiti)