

〔論 文〕

なぜ日本映画はアカデミー賞が取れないのか

日本映画の発展に必要なことは何か

——現状の問題点と各プレーヤーの役割を考える——

熊 野 雅 恵

目 次

はじめに

I 日本における映画市場のこれまで

1. 黄金期を支えた撮影所システム
2. テレビの台頭
3. アカデミー賞受賞の意味
4. アジア市場の台頭と日本市場のさらなる苦境

II 日本における映画製作の現状

1. 原作ものが中心の日本の映画界
2. シネマコンプレックスの隆盛
3. 作り手の意志が反映されにくい製作体制
4. 新人発掘に対する消極性

III 製作支援体制の多元性—映画の文化政策的位置付け—

1. 国家予算の拡充
2. 資金回収までの関与の必要性
3. 財源の工夫—他国の事例を例に—
4. 縦割り行政の弊害の解消

IV 戦前の文化政策の影と政府の関与の在り方

V 環境改善のために

1. 海外展開のために必要な施策
2. 公的資金の投入も視野に入れた海外配給の実施
3. 作り手の意志を重視した製作会社の設立
4. 人材育成の観点から

VI 結びにかえて

はじめに

2021年4月25日夕（日本時間26日午前）、2021年米アカデミー賞¹⁾の発表があり、最高の栄誉である作品賞はクロエ・ジャオ監督『ノマドランド』が受賞した。

監督賞はクロエ・ジャオが、主演女優賞は同

作主演のフランシス・マクドマンドが受賞し、『ノマドランド』が最多の3冠を達成。女性監督が監督賞を受賞するのは2人目であり、アジア系の女性監督の受賞は初めてだった。そして、韓国系移民2世であるリー・アイザック・チョン監督作品『ミナリ』で、ユン・ヨジョン氏が助演女優賞を韓国人俳優として初めて受賞。アジア系の女性2人が受賞するという前例にないアカデミー賞となった。

また、2020年の受賞作はポン・ジュノ監督『パラサイト 半地下の家族』。アジア出身の映画監督が2年連続でオスカーを受賞した結果となった。今回のアカデミー賞受賞作品は2つともアメリカの製作会社で作られたものであり、たまたま監督がアジア人であっただけともいえる。しかし、それらを差し引いても日本映画の元気のなさはかつての隆盛期と比べると否定できない状況にある。例えば、日本映画の全盛期であった1950年代には黒澤明監督『羅生門』（50'）、衣笠貞之助監督『地獄門』（53'）、稲垣浩監督『宮本武蔵』（61'）が、現在の外国語映画賞の前身である名誉賞を受賞していた。しかし、過去20年を振り返ると、アニメ部門の活躍は目に付くが実写映画はノミネート、受賞共にほばない状態である。

本稿²⁾では日本映画が現在の世界市場においてどのような位置づけとなっているのかに言及しながら、かつてのような勢いがなくなっている要因に言及し、改善のために必要な手法について若干の考察を加えるものである。

I 日本における映画市場のこれまで

1. 黄金期を支えた撮影所システム

日本で初めて映画が上映されたのは1896年、初期の映画装置である「キネトスコープ」(連続写真を記録したロールフィルムを光源の前でシャッターを切りながら高速移動させる装置)を神戸の鉄砲商人が紹介したことによるものだった。その2年後の1898年、小西本店(後の小西六写真工業、現コニカミノルタ)の浅野四郎が日本で初めて実写映画の撮影を開始したことをきっかけに商業映画の撮影が始まる。そして、1912年に横田商会・吉沢商店・M・バテー商会・福宝堂という4つの映画会社が合併し、現在の日活株式会社の前身、日本活動写真株式会社、略称日活を発足させたのである。その後、演劇興行を母体に1920年に松竹株式会社の前身となる帝国活動写真株式会社が、1932年には、阪急電鉄の創業者の小林一三が東宝株式会社の前身、株式会社東京宝塚劇場を設立し、1942年には政府主導の企業の統廃合が行われた結果、新興キネマ・大都映画・日活製作部門を軸に大映映画株式会社(2003年に清算終了)事業は現在のKADOKAWAに継承)の前身となる大日本映画製作株式会社が設立された。そして、東京急行電鉄の五島慶太が1949年に東映株式会社の前身となる東京映画配給株式会社を発足させ、戦後、日本映画はこの日活・松竹・東宝・大映・東映の5社と東宝から派生した新東宝株式会社の6社で娯楽映画を大量に生産していくことになる。

当時の6社は映画監督はもちろん、カメラマン、照明、録音、大道具、小道具担当などを社員として雇い、社内で製作のすべてを完結させる撮影所システムを採用していた³⁾。撮影所システムは先輩から後輩へ技術が伝承されていくため、当然質が高くなる。また、監督が社員のため、現在のように映画会社のプロデューサーが企画、台本を決め、俳優のキャスティングも決めてから、監督を依頼するというものもないために、監督が撮りたいものを撮れるシステムに

なっていた。そして、この6社が製作・配給・興行を一手に支配して、映画館で上映する作品の決定権を握り、その年間の上映日程が映画会社のスケジュールに沿って上映された。こうした方式はプログラムピクチャーと呼ばれるが、この手法によって日本映画は大衆が求める娯楽の欲求に応え、映画を量産していたのである。

プログラムピクチャーは、枠を埋めるために映画を量産するので、いわゆる「並みの作品」もたくさん発表されていたが、確実な動員が見込めるために、多少冒険的なテーマも扱えたという点に現在と異なる利点があったと言えよう。

2. テレビの台頭

こうした状況を激変させたのがテレビの台頭である。かつては、娯楽と言えば映画しかなく、その時代が半世紀以上続いていたところにテレビが台頭し、映画の鑑賞人口が少なくなってしまったのだ。1953年にテレビの商業放送が始まると、1950年代後半のべ11億人を記録した観客動員数は1960年代後半には4億人を切ってしまう⁴⁾。それに伴い、黄金期の映画の撮影スタイルも変化した。各映画会社は監督、スタッフを解雇し、正社員採用を停止する。そして、各撮影所も貸スタジオとして機能させ、テレビやCM撮影にも使用できるようにし、監督、助監督からなる演出部、撮影、照明、録音などを担当する技術部共に「技術の伝承」はなされない状態になった。

3. アカデミー賞受賞の意味

こうして、日本映画から黄金期は去り、アカデミー賞にかつてのように頻繁にエントリーされることはなくなった。一方、中国、韓国映画と共に世界三大映画祭(ヴェネツィア・カンヌ・ベルリン)では度々名前が挙がる。これは、世界三大映画祭は、優秀作を売買するマーケットとしての機能を有している一方で、アカデミー賞は「国際映画祭」ではなく、「アメリカ映画の発展を目的とした成果を称えるための映画賞」であり、アメリカ国内で公開された作品

Oct. 2021 なぜ日本映画はアカデミー賞が取れないのか 日本映画の発展に必要なことは何か

しか選考対象にはならないことによるものである。よって、アカデミー賞の受賞がないことを理由に日本映画の質を論じることは早計かつ不適切であることはいうまでもない。ただ、現実にはアカデミー賞が世界に与えるインパクトは大きく、同時に同賞にノミネートされるか否かは「巨大な全米市場で支持を得た＝商業ベースでの成功」ということを測定する基準ということと言えるであろう。そして、商業ベースでの成功によって製作関係者の経済的基盤が支えられ、冒険的な作品を含む多くの作品が増産されていることは否定できない。

4. アジア市場の台頭と日本市場のさらなる苦境

日本の映画市場がテレビの出現で興行的に苦戦する一方で、アジアの映画市場は隆盛を見せている。単純に興行収入の数字を見比べてみても、中国は日本を抜いてGDP世界第2位に躍り出たように、映画市場も世界第2位の市場になっている。2020年は新型コロナウイルスの影響を受けて興行収入が落ち込んだものの、8月公開の「八佰 (The Eight Hundred)」は興行収入4億6130万ドル(約436億円)で興行収入世界1位となり、トップ10には他に2作品がランクインしている(ちなみに、昨年の日本最大のヒットの『鬼滅の刃』は3億1840万ドル(約326億円)で第5位)。2021年の正月休みは12億8200万元(約204億円)に上り⁵⁾、正月休みにおける興行収入の歴代最高記録を更新している。そして、韓国映画の国内市場規模は人口差もあることから、中国には及ばないが、2020年のコンテンツ輸出総額は約126兆ウォン(約108億3000万ドル/約1兆1200億円)、そのうち映画の輸出総額は43.0%の54, 18兆ウォン(約46億5690万ドル/約5169億1822万円)⁶⁾であり、海外で好調なセールスを記録している。一方、日本映画の海外上映作品は2016年の資料でのべ134作品⁷⁾であり、好調とは言い難い状況である。なお、2020年の日本映画全体の国内の興行収入が約1432億円⁸⁾であることを考えると、韓

国は海外市場において日本が国内市場で稼ぐ3倍以上の興行収入を叩き出していることになる。なぜ、日本映画、特に実写映画は世界で戦えないのか。その理由を以下に述べる。

Ⅱ 日本における映画製作の現状

1. 原作ものが中心の日本の映画界

日本には世界で通用する実写版の良作を製作できる潤沢な予算・環境は皆無と言っても過言ではない。現在、東宝、東映、松竹の三大映画会社が製作・配給する映画は、マンガや小説などで一定の売り上げのあった原作ものが主流であり、中でもアニメが主流になりつつある。つまり、オリジナルの脚本で実写版の映画が製作されることは非常に少なくなっている。正直なところ、大人の鑑賞に堪え得る作品は少ないと言っても過言ではないだろう。娯楽性では遜色がないのかもしれないが、普遍的なメッセージや芸術性が薄く、三大映画祭をはじめとした国際映画祭にはノミネートされていない。

そして、大人が見ないということは、市場規模を狭くしていることにもなる。アニメファン、原作ファンなどある一定の層に向けて作り続けていれば確実に収益が上がるが、それ以上の売り上げを望むことは難しい。これは、3会社とも上場会社であり、収益を確保して株主の要求に応えなくてはならないことから、市場原理に従った映画製作を行った結果とも取れる。しかし、その安易な姿勢が日本映画の国際競争力を弱めているような気がしてならない。日本でそこそこ当たれば食べていける＝これ以上のものは目指す必要がない、という発想は映画市場の世界性という点からみたときに好ましいものではなく、産業そのものの衰退を招く要因ともなりかねない。

2. シネマコンプレックスの隆盛

また、原作ものが台頭する理由の一つには1990年代のシネマコンプレックス(以下、「シネコン」とする)の隆盛がある。シネコンとは一

つの建造物の中に複数の映画上映場をもつ施設を指すが、アメリカで広大な駐車場をもった映画上映施設として生まれ、日本では郊外のスーパーマーケットと提携する形で展開された。つまり、映画館はスーパーマーケットに映画を見に来る客の購買力に期待したのだが、この目論見は当たった。1990年代後半にシネマコンプレックスが全国に普及するにつれて全国の観客動員人数は増えて行ったのである⁹⁾。また、大手映画製作会社にとってのシネコンの運営は映画製作において入口から出口までのキャッシュフローをすべて把握することによって売り上げやコスト管理のシミュレーションが正確にできるという利点がある。

この動員数の向上及び予算管理における利点の2つが相俟って、シネコンは1990年代前半に誕生してから徐々に数を増やしてきた¹⁰⁾。

現在、シネコンには、イオンエンターテイメント株式会社が運営するイオンシネマが95館¹¹⁾、TOHOシネマズ株式会社が運営するTOHOシネマズ(東宝系)が68館¹²⁾、松竹株式会社が運営する松竹マルチプレックスシアターズ(松竹系)が25館¹³⁾、株式会社ティ・ジョイ(東映系)が運営するTジョイが18館¹⁴⁾があり、他には、ローソン株式会社のグループ傘下に入っているユナイテッドシネマ、また、東急不動産株式会社のグループ傘下に入っている109シネマズなどがある。

そして、日本全国のシネコンのスクリーン数は2020年12月時点で3192スクリーン¹⁵⁾にも上っている。つまり、1つのシネコンのスクリーンの動員数を平均350席と考えるとすべてのスクリーンを満席にしたければ、全国で1日112万人近い人数を動員しなければならないという計算になる。

シネコンはスーパーのイオンはもちろん、イトーヨーカドー(アリオ)などどれも大規模商業施設に併設されており、カウンタースタッフ、飲食販売や清掃等でかなりの数のスタッフを抱えている。コストをカバーして劇場を続けていくには、必然的にシネコンに存在する多く

の席数を埋められる作品を作らなくてはならない。こうして、確実に当たる原作ものが台頭し、そして必然的に家族で見に行けるアニメが増え、オリジナルの実写版は排除されるようになった。

実際、2020年の東宝の劇場公開作品の31作品のうちアニメ作品は13作品、実写版のオリジナルは2作品¹⁶⁾、同社2019年の公開作品38作品中24作品がアニメ、実写版のオリジナル作品は1作品¹⁷⁾、2020年の東映の劇場公開作品16作品中アニメ作品は7作品、実写版のオリジナル作品はゼロ¹⁸⁾、同社2019年の公開作品17作品中アニメ作品は6作品、実写版のオリジナル作品は2作品¹⁹⁾、2020年の松竹の劇場公開作品28作品中アニメ作品は6作品、実写版のオリジナル作品は1作品²⁰⁾、同社2019年の40作品のうちアニメ作品は8作品、実写版のオリジナル作品は1作品²¹⁾となっており、近時の3大映画会社の上映作品の数多くをアニメが占め、実写版のオリジナル作品は各社ゼロ、もしくは年に1、2本という状態が続いている。この状態はシネコンのスクリーンを埋めるために作品を作るという発想から来た結果と言える。しかし、オリジナルの実写版を作らないということは、海外の映画祭の賞レースに乗るような質の高い作品は生み出せないということも物語る。

3. 作り手の意志が反映されにくい製作体制

1. 2. ととも連動するが、原作ものを指定して確実に当たるものを作ろうとすると、監督、脚本家等作り手の意志より、映画会社のプロデューサーの意思決定が強くなる。この背景には映画会社、出版社、テレビ局、商社等から組成される製作委員会の形式で映画を作り、リスクを分散させようとしている現状がある。映画会社のプロデューサーが原作やキャストを指定した上で、映画監督を選定し、監督側はプロデューサーの指示通りに映画を撮る。これでは作り手が「本当に作りたい物語」は生まれにくいであろう。

ちなみに、冒頭で触れた本年度の米アカデ

Oct. 2021 なぜ日本映画はアカデミー賞が取れないのか 日本映画の発展に必要なことは何か

ミー賞の受賞作品『ミナリ』は韓国系移民2世のアイザック監督自身が自分の娘に自身の半生を伝えようとして監督自らが脚本を書いた。同じく1970年代に韓国からアメリカへ移り住んだ経験のある助演女優賞を受賞したユン・ヨジョン氏は、出演オファーを受け脚本を読んだ時に「この話は本当だ」とすぐに分かったと言いい、出演を即答したという。

こうした作り手たちの情熱が伝播しやすい状態が映画作りの理想的な環境と言えるであろうが、プロデューサー主導の日本ではこうした状態は生まれにくい。

なお、『ミナリ』を送り出したA24は、2012年設立の歴史の浅い会社であるが、既に100以上のタイトルをリリースし、アカデミー賞では前評判の高かった『ラ・ラ・ランド』(16')を制して、『ムーンライト』(16')が作品賞を受賞するなど、毎年賞レースの常連となっている。日本でも『ルーム』(15')、『20世紀ウーマン』(16')、『mid90s ミッドナインティーズ』(18')、『アンダー・ザ・シルバーレイク』(18')、『WAVES／ウェイブス』(19')、『ミッドサマー』(19')など、話題となったヒット作を連発しているが、その秘訣は、「作り手が作りたいものを作ることのできる製作体制」にあると言っても過言ではないだろう。

同社は、米資産運用会社グッゲンハイムパートナーズで映画財務を担当していたダニエル・カッツ他映画プロデューサー2名が、新しい映画作りを目指しハリウッドとは一線を画そうと、自分たちが慣れ親しんだニューヨークに本社を置いて活動を開始した。

同社の特徴は「インディーズ的な作風」を重視しながら、製作能力が高く、ある程度の規模の資本を動かすことのできる経営者がいたということであろう。実際、会社のスタートにあたってはダニエル・カッツが所属していたグッゲンハイムパートナーズが数百万ドルの資金を提供した²²⁾という。カッツは「ThinkFilm」という作り手の立場に立った同社で初めての映画ファンドの設立の経験があり²³⁾、金融マンとし

ても実績が同社の成功につながっていることは間違いない。

わが国でも作り手の意志を尊重できる資金力のある映画会社の登場が待たれるところである。

4. 新人発掘に対する消極性

日本のメジャー映画会社では監督、脚本家共にいわゆる新人が起用されることは減多にない。それは、新人を育てるのにコストと時間が掛かるからである。しかし、それは長期的な視点で見れば、業界の活性化にはつながらないであろう。

一方、今回の『ノマドランド』『ミナリ』のアカデミー賞受賞においては、同賞では存在感の薄いアジア人かつほぼ無名の彼らがノミネートされ、受賞に至っている。こうした事象がアメリカで起きているのは新人発掘をしようとする映画製作会社の姿勢の差による。今回アカデミー賞を受賞したクロエ・ジャオ監督は、同作で女優として主演を務め製作者として映画化の権利を獲得していたフランシス・マクドーマンドが見出した。トロント映画祭でジャオ監督の前作『ザ・ライダー』(17')を観て感動し、声を掛けたのだという。

今回の例に限らず、『ノマドランド』のサーチライト・ピクチャーズも『ミナリ』のA24も新人の発掘に力を入れている。サーチライト・ピクチャーズのヒット作『リトル・ミス・サンシャイン』(06')のジョナサン・デイトン&ヴァレリー・ファリス監督は、インディペンデント映画を対象としたサンダンス映画祭で発掘された。また、一方、A24も『ミッドサマー』のアリ・アスター監督、『WAVES／ウェイブス』のトレイ・エドワード・シュルツ監督など新人を発掘している。そして、『パラサイト 半地下の家族』を製作した韓国のCJグループもいち早くポン・ジュノ監督の才能を見出し、オスカー受賞にまで導いている。既に実績のある監督に頼らず、こうした新人を育てる努力がオスカー受賞につながっていることは見逃せない事実であ

ろう。

以上、海外の製作会社と比較しながら日本の映画会社の製作体制について論じたが、このような現状では日本映画が産業として成長することは考え難い。では、今後、政府によるサポートを含めてどのような施策を打つことが必要なのであろうか。

Ⅲ 製作支援体制の多元性 —映画の文化政策的位置付け—

1. 国家予算の拡充

興行成績によって次の作品に投資可能な予算は当然に変化する。ただ、世界的にみたときに、製作資金を興行収入のみで賄う例はさほど多いわけではない。映画をバックアップする政府の姿勢が興行収入において大きな影響をもたらしている例もある。

国家予算で比較すると、映画に割かれる国家予算は、日本が60億円(文化庁20億円、クールジャパン関連を40億円と推定)に比して、国民の人数が日本の半数以下の韓国の映画予算は、400億円である²⁴⁾。また、文化全体の予算をアメリカ、イギリス、フランス、ドイツ、中国、日本で比較した場合、日本は最下位となっている。韓国が2525億円、中国が1167億円のところ、日本は1040億円と少ない²⁵⁾(全体の国家予算に占める割合は5位、1位は韓国、2位はフランス、4位は中国)。

やはり、映画に割かれる国家予算そのものを拡充する必要がある。

2. 資金回収までの関与の必要性

海外で高い評価を受け国際映画祭の常連になっている、是枝裕和、黒沢清、河瀬直美、塚本晋也、諏訪敦彦、深田晃司監督はもちろん、若手では、ベルリン国際映画祭で銀熊賞を、カンヌ国際映画祭で脚本賞他4賞を受賞した濱口竜介監督の他、作品を出品した富田克也(カンヌ)、三宅唱監督(ベルリン)など現在の日本の

実力派監督などの作品を見ると、社会的なメッセージがあり見応えのある映画、つまり、世界に通用するオリジナルの脚本の実写版を作り続けている。

このことから海外展開の手段を確保すれば、『パラサイト 半地下の家族』のオスカー受賞のような偉業は難しいとは思えない。

しかし、現状は三大国際映画祭でノミネートや受賞があったような作品は、1都道府県に1つあるかないかのミニシアターと呼ばれる動員規模が非常に少ない映画館を回って、収益回収が終わることが多い。映画監督の知名度にもよるが、動員数はせいぜい3000人から多くても10000人といったところであろうか。映画館が回収する収益はチケット売り上げの50%、配給を入れた場合は配給の取り分は30%であるので、製作側には1人あたり1900円×20%=380円しか入らない。10000人動員があったとしても、わずか380万円しか回収できないのである。これでは次の作品を作ることは困難である。

一方、商業映画の製作費はミドルクラスと言われるもので3000万円から1億円、3大映画会社の作品、つまりいわゆる商業メジャー映画は3億円である。原作もののメジャー映画は3億円の製作費を掛けて作られ、シネコンで上映され、数10億円以上の収益を上げている。

世界で評価された作品が3000万円を掛けて製作されても、国内のみの収益は1000万円に届かず、原作ありきである意味オートマチックに作られた作品は億単位の利益を生んでいるという現実がある。

従来の日本政府の支援は制作費用の助成に限られていたが、こうした状況を打破するために、日本政府は「投下資本の回収」の側面においても何らかの施策を打つべき時期にあるのではないだろうか。

現行の助成金の運用も然りなのであるが、政府の考える映画政策は資金回収面までの配慮に乏しいことが多い。例えば、現行の助成金制度は純粋な制作費に対するサポートはあるが、映画のHP、チラシ等のコストである宣伝費に対

Oct. 2021 なぜ日本映画はアカデミー賞が取れないのか 日本映画の発展に必要なことは何か

するサポートがない。これでは1作品を作ったところで、動員がままならず、十分な資金回収ができない。従って、次回が作れないということにもなり兼ねない。政府は映画制作の局面ならず、どうしたら質の高い作品作りが持続可能なものになるのか、企画の立ち上げから回収までの全てを見渡して施策を打つべきではないのだろうか。

3. 財源の工夫—他国の事例を例に—

財源についても他国では日本とは異なる取り組みをしている例もある。

例えば、フランスや韓国の映画製作サポートの財源は純粋な税金ではない。映画入場料金の数%を徴収し、それを映画支援のための資金に充当する「チケット税」制度が導入され、映画人が映画人を支える仕組みが確立されている。

税金をいわゆる娯楽である映画に使うことに対しては抵抗を感じる人もいるかもしれないが、このように「映画業界の中」で費用を捻出し循環させる仕組みを作れば、国民の同意も得られ、また映画業界全体も発展していくものと思われる。

もちろん、こうした大胆な政策を打つベースを作ったのは、フランスが映画発祥の地であること、そして、映画界のサポートを受けて当選した韓国の金大中元大統領の存在などもあり同一視はできないが、日本もこのような努力が必要ではないか。

4. 縦割り行政の弊害の解消

最後に、以上に列挙したような現状を打破する「文化政策」のインセンティブを日本では誰が担っているのか、はっきりしない現状も指摘しておきたい。映画に対する投資を行うALL Nippon Entertainment Works (ANEW) の失敗²⁶⁾が顕著な例であるが、経済産業省が統括する海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)が5年にわたって純損失200億円を計上していたのは記憶に新しい²⁷⁾。では、なぜこのようなことが起きてしまうのか。

それは映画、アニメ等の「文化」の予算配分を担う担当省庁が、産業を統括する経済産業省と文化を統括する「文化庁」に分かれていることも大きいのではないか。芸術文化の助成制度は文化庁が所管しているが、日本のクリエイターと日々接しており実情に詳しいのは文化庁と見るべきであり、政策の立案実行は文化庁に舵取りをさせるべきではなかったのか。確かに、文化庁は文部科学省の下部組織であり、現場では経済産業「省」の意向が強くされてしまう傾向にあるのかもしれない。だとしたら、文化庁を文化省に格上げするなどの工夫も必要であろう。

また、日本には映画振興を支える独立した専門組織が存在しない。フランスでは映画振興組織CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée / 国立映画センター)、韓国ではKOFIC (Korean Film Council / 韓国映画振興委員会) という形で存在しており、各省の利益などに左右されずに映画に特化した施策を実行している。日本でもこのような組織を模倣することは可能なのではないか。

Ⅳ 戦前の文化政策の影と政府の関与の在り方

日本の文化政策が遅れてしまっている原因にも付言しておきたい。その原因の一つは、戦前の文化政策が、大政翼賛会などのナショナリズムとの深い関係があったことも挙げられる。国が「文化国家」の体裁を取り、文化に積極的に関与することはナチスドイツの政策と同じようなニュアンスを持つので、国家は文化とは敢えて距離を取るというスタンスが、戦後の文化政策の発達を遅らせて来た²⁸⁾。よって、文化が「産業」ではなく、もっぱら「教育」の文脈で捉えられてきた結果が現在の姿なのだが、時代は21世紀である。日本の成長戦略のために、民間の自助努力に任せきりにするのではなく、業界が健全に発展していくためにどのようなことが必要なのか、実りある政策の実行が要求されていると言えよう。

V 環境改善のために

1. 海外展開のために必要な施策

以上、文化政策の欠如や製作会社のスタンスについて概略を述べたが、今のところ、日本映画を海外で展開するためのサポート体制は構築されていない。世界三大映画祭へのノミネートや出品に代表されるように、海外で評価される日本映画の多くは低予算であり、海外展開する製作体制を持った作品は少ない。

では、今後どのようにしたら良いのだろうか。その方法には3つが考えられる。一つは日本の体力のある会社による海外配給や公的資金を投入したファンドの資金を元にした海外配給を実現すること、もう一つは、映画会社以外の体力ある会社が、子会社としてサーチライト・ピクチャーズやA 24のような作品性を重視した会社を設立し、製作・配給をすること、そしてもう一つは日本の映画監督が海外の製作会社と映画製作をできるようになることである。

2. 公的資金の投入も視野に入れた海外配給の実施

本来であれば、海外配給は日本の三大映画会社が担うべき役割であろう。しかしながら市場論理もあり、現在は確実に当たると言われているアニメのみが海外展開の対象になっている。

よって、この役割を映画会社以外が担うとするのであれば、海外配給のみを担当することが考えられる。具体的には、劇場の枠を買い取って広告を流し、会社のプロモーションに効果的な日本の作品を選んで上映するという方策が考えられる。また、半官半民のファンドを組成して、その資金で劇場の上映枠を買い、動員数に関係なくあらゆるジャンルの日本映画の良作を流し続けるという手もある。このようにすれば、世界中でファンが増え、また、上映作品以外にも動画配信作品を検索して視聴することも考えられる。また、現地の映画関係者が監督に映画製作のオファーをすることもあり得ることから国際共同製作の活性化も期待でき、業界全

体の収益向上につながるであろう。

3. 作り手の意志を重視した製作会社の設立

また、従来の日本の手法を脱却した新しいタイプの製作会社の成立については、『ノマドランド』のサーチライト・ピクチャーズと『ミナリ』のA 24の事例が参考になる。

『ノマドランド』の製作費は500万ドル（日本円で約5億円）、興行収入は現時点で610万ドル（日本円で約6億6000万円）である。『ボヘミアン・ラプソディ』の製作費が5000万ドル（約56億円）であり、全世界での興行収入が2019年5月時点で9億317万ドル（約1008億円）であることを考えると、スケールは劣るが、アカデミー賞の受賞で興行収入は伸びていく可能性がある。日本の市場規模を考えると収益の面からも成功した映画と言えよう。

また、『ミナリ』の製作会社のA 24もサーチライト・ピクチャーズと同じく、予算や話題性ではなく、作家性が勝負する作品を送り出そうとして作られたインディーズ・フィルムメーカーである。

従来、アメリカ映画と言えば、起承転結のはっきりした娯楽映画が中心だった。ハリウッ드의メジャー映画会社である5社（パラマウント／ユニバーサル／ソニー／ディズニー・「20世紀フォックス映画」が2019年に傘下に入った／ワーナー）は、古くは『タイタニック』（97'）の200億円に始まり、『アベンジャーズ』（12'～）シリーズなど高い製作費の作品を送り出しているだけでなく、アメリカ国内の興行収入の8割を稼ぎ出している。

大手5社の製作費の平均は50億円と言われているが、インディーズ映画は同じやり方では太刀打ちできない。そこで、3分の1程度の15億円前後の低予算作品を製作・配給し、アメリカ国内だけではなく、国際映画祭などの海外マーケットでの評価を得ることにより、大手映画会社とは異なる手法でマーケットを開拓してきたのである。

なお、A 24²⁹⁾が送り出した『ミナリ』の製作

Oct. 2021 なぜ日本映画はアカデミー賞が取れないのか 日本映画の発展に必要なことは何か

費は約200万ドル(約2億1600万円)、現時点での興行収入は1100万ドル(約12億円)。ハリウッド水準では低予算映画かもしれないが、利益率は高いと評価できる。

なぜ、このようなラインナップが可能なのだろうか。それは、原作ありきで巨額の製作費を募り、世界中でヒットさせることを想定して収益を出すハリウッド型と異なり、クリエイターたちが自らの頭で絞り出したオリジナル企画で勝負しているからである。都度クリエイター発で映画製作がなされることから、バラエティーに富んでいることはもちろん、時代の空気を反映させた作品になることもヒット作連発の理由であろう。

例えば、官製ファンドはもちろん、金融会社やIT企業などから出資を受けて、日本でもサーチライト・ピクチャーズやA24のような会社を作ることはその気になればできるのではないだろうか。

4. 人材育成の観点から

現在、映画を志す日本の若者たちは高校もしくは大学卒業後、映画美学校などの専門学校に通い、卒業後はテレビや広告の下請けの仕事をしながら脚本を書いて自主映画を撮り始める。そして頭角を表して海外の映画祭で受賞することもある。しかし、海外で評価されたところで、継続的に収益を上げる体制が整うわけではない。上述のように日本に帰ってきて、元々映画が好きな人たちが通うミニシアターで上映して終わる、というケースが多い。良作の観客の裾野が広がるような仕組みにはなっていない。

ちなみに、日本映画では4作撮る監督がほばいない³⁰⁾という話を聞いたことがある。1作目が当たれば勢いで2作目を作る。続いて3作目まで作ることができればいい方で、それ以降は金銭的な限界を感じて他の業界へ転向する、という。

また、映画監督になるには、テレビや広告でドラマディレクターやCMプランナーとして頭角を表し、映画の業界に入ってくるという方法

もある。お笑い芸人やミュージシャンなどから転身するケースもあるが、その構図は資金を集められるバックボーンがあったということに過ぎず、人材育成を真剣に考えるのであれば、これらの偶然性に大きく左右されるルートはひとまず脇に置いて考えるべきであろう。

こうした事態をふまえると、日本の映画監督が海外の製作会社で作品を撮れるようにするには、人材育成が不可欠であるが、そもそも映画専門の教育機関が日本には少ない。ようやく2005年に東京藝術大学に大学院映像研究科映画専攻ができ、先日、ベルリン国際映画祭で銀熊賞を、カンヌ国際映画祭で脚本賞他4賞を受賞した濱口竜介監督を輩出したが歴史は浅い。一方、中国には北京電影学院が、韓国にはポン・ジュノを輩出した韓国映画アカデミーという有名な映画の学校があり、専門的な教育を行いながら数多くのプロフェッショナルを輩出している。語学力やビジネス知識も視野に入れた世界で活躍できる映画人材の育成機関をもっと作るべき³¹⁾であろう。

もちろん、日本でも高校卒業後、アメリカに渡り南カルフォルニア大学(USC)の大学院で映画を学び、ベルリン国際映画祭において『37セカンズ』で2つの賞を受賞したHIKARI監督³²⁾のような人もいる。受賞後はハリウッドからのオファーが殺到しているというが、USCでの学びが大いに役立ったとのことだった。日本の映画の専門学校は「制作」しか教えないことは有名である。一方、アメリカのUSCのような名門フィルムスクールでは、ハリウッドということもあって、撮影テクニックなどの他に、契約書の書き方を含めたビジネスのことも叩き込まれるが、「クリエイティブなのはあなただから」と言って、学校は制作にはタッチしないという。極めて実践的な教育方法であると言えるが、日本にいたまま映画監督になったのではこのような結果は得られなかったかもしれない。

なお、人材育成については、2021年4月に出された経済産業省の『映画制作現場の適正化に関する調査報告書』によれば、現場からは「学

校卒業後に現場ですぐ使えるスキルがあるかという点ではなく、収入も不安定である」などの声が寄せられている³³⁾。そして、それを受けて同報告書内では、若手のプラクティカルトレーニング制度（見習い制度）³⁴⁾や人材データベースの創設³⁵⁾などが検討されているが、実現すれば現在の事態を改善するきっかけになる。制度の充実に期待したい。

Ⅵ 結びにかえて

以上、日本映画をとりまく環境について述べてきた。メディアでは製作のための助成金の少なさなどが度々話題となるが、映画を作った後、収益を回収するシステムが弱いということも問題ではないか。すでに述べた通り、いわゆる原作ものはテレビ等のメディアと連動し易いことから認知度が高く、収益が上がりやすいので、現在の映画製作はそちらが主流になっている。

一方、世界三大映画祭で評価されるような良作であってもオリジナルの脚本の作品となると、作品の周知自体が難しい。よって、国内のセールスは振るわないという現実があった。

そうであるならば、日本での興行成績に関係なく、最初から海外展開をできる体制を整えるべきなのではないか。そうした工夫をしない限り、アカデミー賞の賞レースに乗るような収益性の高い実写映画を世に送り出すことは難しいだろう。

なお、経済産業省から2020年3月『映画制作の未来のための検討会報告書』³⁶⁾および先に挙げた2021年4月『映画制作現場の適正化に関する調査報告書』が出ているが、現状の日本映画界改善のために、長時間労働問題改善に向けた製作体制の見直しについては議論が始まっているものの「収益回収手段」についてはまだ議論が及んでいないようである。

クリエイターの自助努力に頼る体制をいつまで続けるのか。その点を直視しなければ日本の映画界はかつてのような輝きを取り戻すことは

ないだろう。コロナ禍での助成金によるサポートや映画館に対する休業要請が話題になっているが、「人」と「作品」をどのように育てるのかについても考えるべき時が来ていると見るべきであろう。

注

- 1) 米アカデミー賞 URL <https://www.oscars.org/oscars>
- 2) 本稿は扶桑社のwebサイト「bizSPA!フレッシュ」に2021年4月30日付けで寄稿した原稿。『韓国・中国人がアカデミー賞で躍進。日本の映画界が負けている深刻理由』<https://bizspa.jp/post-447660/>に大幅な加筆修正を加えたものである。
- 3) 前出のアカデミー賞受賞の黒澤明は東宝へ入社、衣笠貞之助は元は映画俳優であったが、日活向島撮影所に女形俳優として入社後に映画監督に転身、稲垣浩も日活向島撮影所に俳優として入社した後、日活京都撮影所に監督として入社している。同時期の日本を代表する映画監督小津安二郎は、松竹キネマ撮影所で、ベネツィア国際映画祭で3年連続で国際賞と銀獅子賞を受賞した溝口健二は日活向島撮影所でキャリアをスタートさせた。下の世代だと鈴木清順や今村昌平、木下恵介、大島渚、篠田正浩、吉田喜重、山田太一らが松竹大船撮影所に、神代辰巳は松竹京都撮影所に大学卒業直後に入社している。また、市川崑も最初は東宝の前身の京都J・Oスタジオでアニメーターとして修業した後、助監督に転籍して上京している。なお、変わった経歴として挙げられるのは、大映の超ヒット作である勝新太郎主演の『兵隊やくざ』シリーズを手掛けた増村保造である。東大法学部を卒業した増村保造は東映に助監督として入社した後、東京大学文学部哲学科に再入学、イタリアに留学してフェデリコ・フェリーニやルキノ・ヴィスコンティに学び、帰国後は溝口健二や市川崑の助監督を経て映画監督として数々の名作を世に送り出した。
- 4) 前田耕作・細井浩一(2012)「映画産業における寡占の形成と衰退—日米における「撮影所システム」の黄金時代」の比較を通じて—(10P)
- 5) 2021年1月4日付webサイト「ナタリー」記事「中国映画市場が正月休みの興行収入歴代最高を記録、「崖の上のポニョ」は7位に」<https://natalie.mu/eiga/news/411299>
- 6) 2021年6月30日付webサイト「KBS WORLD」記事「韓国コンテンツ産業、コロナの影響で12年ぶりに減少… BTSや『パラサイト』らの善戦で輸出額は増加」<https://kbsworld.ne.jp/>

Oct. 2021 なぜ日本映画はアカデミー賞が取れないのか 日本映画の発展に必要なことは何か

- entertainment/view?blcSn=58111&rowNum=3
- 7) 首相官邸 「映画産業の海外展開に関する検討会議」 第4回会議 配布資料4 海外での興行収入については発表されていない。
 - 8) 一般社団法人日本映画製作者連盟 公式HP 「2020年(令和2年)全国映画概況」<http://www.eiren.org/toukei/index.html>
 - 9) 一般社団法人日本映画製作者連盟 前掲 「過去データ一覧表」 <http://www.eiren.org/toukei/data.html>
 - 10) 一般社団法人日本映画製作者連盟 前掲 「過去データ一覧表」 <http://www.eiren.org/toukei/data.html>
 - 11) イオンシネマHP <https://www.aeoncinema.com/theater/>
 - 12) TOHO シネマズHP <https://www.tohotheater.jp/theater/find.html>
 - 13) 松竹マルチプレックスシアター HP <https://www.smt-cinema.com/theater/index.html>
 - 14) ティ・ジョイ HP <https://tjoy.co.jp/theater>
 - 15) 一般社団法人日本映画製作者連盟 前掲 「全国スクリーン数」 <http://www.eiren.org/toukei/screen.html>
 - 16) 東宝 公式HP (2020年上映作品) <https://www.toho.co.jp/movie/archives/2020/index.html>
 - 17) 同上, (2019年上映作品) <https://www.toho.co.jp/movie/archives/2019/index.html>
 - 18) 東映HP (2020年上映作品) https://www.toei.co.jp/movie/mo_back02.html
 - 19) 2018年12月17日付Webサイト「ナタリー」
<https://natalie.mu/eiga/news/312572>
 - 20) 松竹HP (2020年上映作品) <https://www.shochiku.co.jp/cinema/lineup/?showing=showing-end&y=2020>
 - 21) 同上 (2019年上映作品) <https://www.shochiku.co.jp/cinema/lineup/?showing=showing-end&y=2019>
 - 22) 2018年3月3日付Webサイト「NewYorkTimes」
The Little Movie Studio That Could <https://www.nytimes.com/2018/03/03/business/media/a24-studio.html>
 - 23) 2007年3月5日付Webサイト「THE Hollywood Reporter」Guggenheim sets up film fund
<https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/guggenheim-sets-up-film-fund-131268/>
 - 24) 深田晃司 独立映画鍋 政策提言に向けて 多様な映画のために。映画行政に関するいくつかの問いかけ <http://eiganabe.net/diversity>
 - 25) 諸外国の平成24年度 文化庁委託事業諸外国の文化政策に関する調査研究(平成28年度一部改訂) 諸外国の文化予算に関する調査報告書 8ページ。
 - 26) ヒロ・マスダ(2020年)『日本の映画産業を殺すクールジャパンマネー 経産官僚の暴走と歪められる公文書管理』光文社 20-60ページ。
 - 27) 2020年7月19日付Webサイト「M&A オンライン」赤字が続く海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)とは?—M&A Online—M&Aをもっと身近に。 https://maonline.jp/articles/about-cooljapan_20200719
 - 28) 中村美帆(2018年)『小林真理編 文化政策の現在1 文化政策の思想』一般社団法人東京大学出版会 40-42ページ。
 - 29) A 24のHP <https://a24films.com/>を見ると、創業3年目の2014年以降は毎年10～20作品を世に送り出している。そしてジャンルも恋愛映画、ヒューマンストーリーなどのいわゆる王道映画に限らず、ホラーからドキュメンタリーと作風は幅広い。
 - 30) 2020年12月23日付webサイト「ハーバー・ビジネス・オンライン」記事 <https://hbol.jp/235053/>
 - 31) 例えば、『ミナリ』のリー・アイザック・チョンは米コロラド州デンバーに韓国系移民2世として生まれ、生物学を学ぶためにイエール大学に通うが、4年生のときに映画製作者を目指すようになり、ユタ大学で映画学を学んだ。一方、『ノマドランド』のクロエ・ジャオ監督は北京で生まれたが、その後ロンドンの寄宿舎学校に通った後、ロスアンゼルス的高校を卒業、大学で政治学士を取得した後、ニューヨーク大学ティッシュ・スクール・オブ・アートで映画を学んだ。映画を学んだ後は、2人ともアメリカでキャリアを築いている。アイザック監督はアメリカで生まれているが、ジャオ監督が祖国の中国を飛び出してアメリカで映画を学んだのはチャンスを掴む上で大きな転機になったことであると推測できる。
 - 32) 2020年2月9日付webサイト「ハーバー・ビジネス・オンライン」記事 <https://hbol.jp/pc/212629/>
 - 33) 経済産業省(2021年)『映画制作現場の適正化に関する調査報告書』 28ページ。
 - 34) 同上, 31ページ。
 - 35) 同上, 32ページ。
 - 36) 経済産業省(2020年3月)『映画制作の未来のための検討会』

(2021年7月16日掲載決定)