

京都における映画映像活性化に向けた政策提言
～京都から新たな「映画都市」モデルを発信するリノベーション・プラン～

京都映画映像活性化委員会

2014年5月31日

はじめに

2012年、京都映画祭が第8回をもって終了した。

日本映画発祥の地として100有余年の歴史をもつ京都は、これまで時代劇を中心に、優れた日本映画とその作り手を数多く生み出してきた。京都映画祭は、予算規模が大幅に縮小された第4回（2004年）以降、メイン会場を祇園会館に、京都が生み出してきた数多くの過去の映画の中から特集を組んで、京都映画の歴史的文化的価値を検証する機会を用意してきた。しかしながら、この映画祭が、映画の現在のあり方から遠く離れて、輝かしい時代を刻んだかつての「映画」への回顧的な視線しか提供できず、観客層を高齢者に固定化していく傾向にあったことは否めない。第8回は、こうした過去の作品群を現在の立脚点から読み解くよう試みるべく、近年再評価の著しい中島貞夫監督の作品の特集を組むとともに、若手の映画作家の作品をピックアップして、現在の映画状況を「配給・宣伝・興行」の視点から検証するシンポジウムと、彼ら若手作家が中島作品の魅力語るシンポジウムを併催した。これらのシンポジウムから、さまざまな政策的課題が提出され、それを受けた継続的な議論が求められる中、その矢先に、映画祭は終了することになった。

終了の原因はここでは言及しない。しかし、この映画祭を通じて、それぞれに多くの課題を抱える映画関係者の横のつながりが見えてきた。現状をふまえて、京都の映画環境をより発展的方向へと導くために、京都映画祭の企画委員を含む、さまざまな業務に関わる京都の映画関係者が集って、2013年から京都映画映像活性化委員会（以下、「委員会」）が立ち上がることになった。

委員会では、準備会も含め、6回にわたる議論を行い、また11月にはその議論の場を市民に開くため、京都と縁の深いインディペンデント映画の特集上映（および関係者によるティーチイン）や、その年の1月に逝去された大島渚監督の追悼特集を含む「京都映像フォーラム」を1週間にわたって開催した。このフォーラムでは、ゲストを数多く招いて、政策課題を討議するシンポジウム「地域発信の映画の可能性～配給・宣伝・興行の視点から」、「京都映画の原点／現在～京都における映画制作」、「京都から大島渚を再考する」を実施している。この文書は、これらの活動の成果を集約し、政策提言の形式にまとめ直したものである。京都市がこれらの提言を真摯に受け止め、実現に尽力することで、京都における「映画創造の場」が再び活気を得るようになることを強く望みたい。

1. 創造都市論／創造産業論の文脈

京都における映画映像振興政策を検討するにあたっては、近年の創造都市論およびそれと密接に結びついた創造産業（クリエイティブ産業）論を無視することはできない。政策課題としての「創造都市」については、ここ 20 年来の研究と実践の蓄積があり、その理論的パースペクティブは今でもその有効性を失っていない。創造都市論の第一人者である佐々木雅幸の定義に基づくなら、創造都市とは、「市民の活発な創造活動によって、先端的な芸術や豊かな生活文化を育み、革新的な産業を振興する「創造的な場」に富んだ都市」ということになる¹。日本では金沢、横浜、神戸、名古屋、大阪などが、創造都市をコンセプトの中核に据えた政策を展開しており、またユネスコ（国連教育科学文化機関）が、こうした創造都市のネットワーク化に取り組むプロジェクトを進め、日本では神戸、名古屋、金沢がユネスコによる認定を受けている。

創造都市論の要点は、次のとおりである。第一に、創造都市論は、政策対象として文化と産業を分断せず、産業振興の枠組みに「文化的価値」の視点を織り込んだ。第二に、地方都市の活性化施策を、その歴史的・地理的文脈を尊重しながら構築することを可能にし、これによって、各都市の政策が、大都市中心の産業構造から相対的に距離を置くことができると同時に、均質的でない都市空間の整備を図ることができる論点を用意した。第三に、上記の点と関連して、創造的な文化集積が果たされている場合には、創造性の担い手が内発的に集まり、そのことが創造産業クラスターを形成する環境を醸成していくことを、事例研究を通じて明らかにし、営利性に直結するとは限らない創造活動が産業のイノベーションをもたらしていることを実証した。

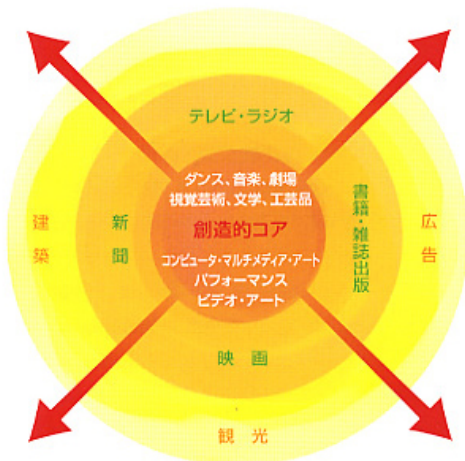


図1 創造産業同心円モデル

出所 佐々木雅幸「創造産業による都市経済の再生」
『季刊経済研究』第26巻第2号、2003年

佐々木は、デイヴィッド・スロスビーによる文化産業（ホルクハイマー＝アドルノ的な意味ではなく、ここでは「創造産業」と同義）の同心円モデルを図示しつつ（図1）、そのモデルの中核にある「創造的アイディア＝創造的コア」が、「放射線状により広い産業部門に拡散している様子」を描き出す²。その上で、佐々木は「このように、同心円の中心から周辺の既存産業群に向けて創造性が波及してゆくプロセスを念頭に置けば、営利性に乏しいが先端的な仕事に従事するアーティストやクリエイターが個人とし

¹ 中牧弘允、佐々木雅幸、総合研究開発機構編『価値を創る都市へー文化戦略と創造都市』NTT出版、2008年、26頁。佐々木雅幸『創造都市への挑戦ー産業と文化の息づく街へ』岩波書店、2001年、40-41頁も参照のこと。

² 「O-bay. Interview 特集 創造都市の実現へ。大阪湾ベイエリア開発への提言。」における佐々木雅幸へのインタビューより。http://www.o-bay.or.jp/page/magazine25_1.html（2014年3月30日アクセス）。

て、または組織として自在に創造性を発揮できる条件が創造産業の発展には不可欠であることがわかる」と述べている³。

ただし、スロスビーは、この文化産業同心円モデルを芸術分野に基づいて区分しており、その点に注意が必要である。コア芸術（同心円の中心にあり、佐々木の言う「創造的メディア」と同義）には、非営利セクターとして認知されているダンス、音楽、劇場のようなパフォーマンスアートその他、文学や工芸品に加え、ビデオアートやメディアアートのような先端的・実験的な映像芸術表現が含まれる。映画は、この中核のすぐ外側、この中核を取り巻く輪の中に、テレビ・ラジオ、新聞、出版とともに配属されており、このグループは「文化的商品として評価できる生産物を造り出す産業分野である反面、それ以外の非文化的な財やサービスも生産して」といわれる⁴。さらにその外側に、「実質的に文化領域外で運営されているが、その生産物がある程度文化的な文脈を有すると論議される」広告、観光、建築といった、生産物の商品性が高い産業が配置される⁵。

このモデルにおける「映画」の位置はいささか古めかしい印象を与え、映画をマスメディアとしての分類に単に従属させたようにも見える。スロスビー自身、映画の位置づけには迷いがあり、「このカテゴリーに映画産業を含めることには問題が多いかもしれない」と述べている。映画を「コア芸術グループに配置する人もいる」し、「メディアとエンターテインメントのカテゴリーに入れる」人もいるからである⁶。その上で、スロスビーは「映画産業のセクターをあれかこれかのカテゴリーに割り当てるためには、映画の種類にかんする下位区分が必要であるだろう」と述べている⁷が、この点は示唆的である。

簡単に言えば、映画には「コア芸術」を構成する領域と、より広い生産環境をもった領域（狭義の文化産業であり、メディア産業、あるいはエンターテインメント産業と呼び換えてもよい）に区分することが可能である。前者の領域は他の芸術分野と同様、それ自身経済的価値を生み出すこともあるが、しばしば先端的・実験的な表現であるがゆえに、非営利の文化セクターに分類されるものが含まれる。佐々木は、映像芸術について、その複製性が営利性に直結せずに、むしろインスタレーションなど、場固有の（サイトスペシフィックな）形で先進的な表現活動を行っているものを「コア芸術」に位置づけている⁸が、そのようなメディアアート作品ばかりでなく、映画についても、その複製性にも関わらず、その表現内容および形式によって、大きな市場を形成できない、先進的な活動を考えることができるし、スロスビーの指摘を待つまでもなく、実際、そのとおりである。複製性は、その意味で、経済的価値の必要条件ではあっても、十分条件ではない。映画を産業と文化

³ 同上、43頁。

⁴ デイヴィッド・スロスビー『文化経済学入門—創造性の探求から都市再生まで』中谷武雄、後藤和子監訳、日本経済新聞社、2002年、179頁。

⁵ 同上。

⁶ 同上。

⁷ 同上。

⁸ 中牧他前掲書、42頁。

にまた裂きする原因はこの見誤りにある。創造産業論に立脚する限り、映画における「コア芸術」の活性化施策を欠いては、その創造性のスピルオーバーを減退させ、映画産業の発展を阻害することにもなるだろう。

では、映画における「コア芸術」とは何か。約 1,800 億円の映画市場は、そのうち、大手映画配給会社のシェアが 94%を占め、それ以外の 6%が公開本数においては、全体の約 8割を供給する状況になっている⁹。これらの作品の多くがいわゆる「インディペンデント映画」と呼ばれるものになる。大雑把な計算ではあるが、この小さな市場を支える作品の 1本あたりの興行収入平均を考えると、約 1,400 万円であり、5割で配給・興行が分配される前提であれば、約 700 万円以下の製作費でなければ、収入を蓄積することができない。加えて、この製作費には宣伝費も計上しなければならない（これらの映画が、ほとんど宣伝費を考慮しないことの原因でもある）。この種の映画は、極めて低予算の製作形態を余儀なくされており、収益の見込みもほとんど立たない。スロスピーの同心円を「映画」にあてはめたとき、こうした「インディペンデント映画」こそ「コア芸術」を構成する領域であることは明らかであろう。

2. 近年の映画振興政策の文脈

この 10 年は、文化庁が映画振興の方針を策定し、多様な施策を展開してきた時期にあっている。2001 年の文化芸術振興基本法の施行を受けて、2002 年に発足した「映画振興に関する懇談会」には、映画製作会社、映画職能団体、映画配給会社、映画祭、映画雑誌など、幅広い領域・業務に即して、専門家が集められた。懇談会は、映画に関わる文化政策の課題を「これからの日本映画の振興について」（2003 年）という文書にまとめたが、この提言は、現在も文化庁の映画振興施策の方向に反映されている¹⁰。しかし、この 10 年に、デジタル技術の導入、高等教育機関における映像教育機会の拡大などで、映画を取り巻く環境が大きく変化したこともまた事実であり、この政策フレームには、今もなお有効な方針が含まれているとはいえ、その見直しが図られるべき時期にきていることは間違いない。

この提言が示した政策理念のうち、ここで触れておくべきなのは、「映画界における自律的な創造サイクルの確立」であろう。すなわち、「日本映画の振興のためには、日本映画の創造活動を活性化させ、多様で優れた日本映画作品の生産を継続し得る、製作と上映の創造サイクルの確立を目指すことが基本である」。確かに、創造活動の活性化が公的資金によ

⁹ GEM column 「クラウドファンディングは本当に映画を救うのか」

<http://column.gempartners.com/?p=4236> (2014 年 3 月 19 日)。2011 年の統計による。大手配給会社は、角川、松竹、東映、東宝、東宝東和、アスミック、ショウゲート、ギャガ、ソニー・ピクチャーズ、ディズニー、パラマウント、フォックス、ワーナーの 13 社。

¹⁰ 文化庁ホームページの「これからの日本映画の振興について～日本映画の再生のために～」を参照。以下の記述もこれに基づく。

http://www.bunka.go.jp/geijutsu_bunka/03eiga_shinkou/korekara_nihoneiga_shinkou.html (2014 年 3 月 25 日)。

る製作支援にのみ依存するならば、その傾向は映画と観客との乖離を促進しかねない危険性を内包しており、その結果、映画産業の活力が阻害されることにもつながりかねない。この製作＝上映のサイクルを自律化させるための政策的フレームが構築されることが望ましく、そのためには両者の関係にこそ注目しなければならない。しかし、現在の文化庁の映画振興政策は、製作支援と上映支援が明確に切り分けて実施されており、「創造的サイクル」にどれほど忠実であるか疑わしい。

映画に即してこの政策フレームを考えた場合、次のような課題があることに気づかされる。すでに述べたように、映画は創造産業のコアを取り巻く周縁に位置づけられている。その理由は、複製技術によって流通に関わるコストをおさえることができ（その点が演劇などのパフォーマンスアートと異なる）、そのため、大きな収益をあげる可能性をもっていて、こうした構造が産業の基盤になっているからである。スロスビーが映画について、分類の迷いを表明しているのは、この点に関わる。現在の映画振興の政策フレームは、文化的価値から経済的価値へのグラデーションを伴う移行（中核からの創造的アイデアの放射）を、製作と上映（配給・興行）の職種にそのまま重ね合わせているように思われる。つまり、コアにあたる「創造的アイデア」を拡散させる、その周縁の文化産業という具合に。しかし、こうした切り分けは適切だとは思われない。業態の差異よりも、映画の下位区分によって、この文化的価値から経済的価値への移行を説明する必要があるのだ。

どの芸術分野においても同様であるが、作品はプレゼンテーションの場を得て、観客の目に触れることではじめて完成する。映画の場合、市場から回収される資金によって、新たな作品の製作が促進されることが、「創造的サイクル」の意味するところであろう。簡単に言えば、文化的価値の相対的に高い創造的中核セクターにおいても、このような創造的サイクルの自律化を促す政策フレームを模索することは可能である。なぜなら、映画は構造的に複製物を頒布することによって成り立つ表現分野であり、その頒布性がそのまま産業が体現する経済的価値のみを意味するわけではないからである。

誤解のないように付け加えておけば、こうした製作支援が必要ないと言っているのではない。そもそもこうした助成がなければ、世に産み落とされることのなかった映画も数多くあるであろう。しかし、創造的サイクルを確立するのであれば、それとあわせて、市場での流通を支える政策フレームが検討されねばならない。これまでの「文化的価値」の高い創造的中核セクターに対する支援は、（映画に限らず）製作資金を助成する施策が一般的であった。若手人材育成を図る地方自治体の施策も同様である（映画祭のコンペティションを通じて、選定された作り手に次作の製作資金を補助する取り組みなど）。広域的な宣伝が不可能なインディペンデント映画であっても、上映される地域ごとに適切な宣伝活動を行い、それによって興行収入を回収し、これを次の製作につなげていくことが、本来の創造的サイクルの謂いであるはずだ。「上映」に関わる文化セクターが、映画に関わる、あるいは映画が好きな創造的人材を結びつけ、都市における「創造の場」の形成に寄与する機能を持ちうるものが、一貫して政策的に軽視されているのは、奇妙なことである。

懇談会からの提言に基づく文化庁の映画支援施策のうち、映画上映に関係するものは、芸術文化振興基金による国内映画祭・日本映画上映活動支援しか見当たらない。映画祭支援は、地域において上映される映画作品の多様性を確保する意味でも、創造産業の振興につながるマーケットを提供する意味でも、極めて重要な施策ではあるが、これだけでは、恒常的な上映の場の機能は政策対象から抜け落ちてしまう。もう一つの日本映画上映支援は、地域によっては上映されていない日本映画の鑑賞機会の向上を、その目的に設定していたはずだが、残念ながら、これも恒常的な上映の支援としては機能せず、単発的な特集上映や、公共ホールにおけるバリアフリー上映などに支援が向けられることにとどまっている。上記の創造都市論／創造産業論の文脈においては、こうした政策が十分な役割を果たしていないことは明らかだろう。

ここでは、映画における製作と上映を、文化生産と文化消費の関係として捉え直すことが肝要である。都市における創造産業クラスターの形成に対する「文化消費」の側面の重要性について、佐々木は、ロッテルダム（オランダ）のヴィッテ・デ・ヴィストラット地区の「文化による都市再生」の事例をあげつつ¹¹、この地区が「麻薬と犯罪の街」から「芸術街」へと政策的に転換することによって、「多数のフェスティバルやイベントが企画され、多様なショップやカフェ、レストラン、文化施設やギャラリーが、創造産業クラスターを形成するようになった」ことを指摘した上で、次のように述べる。「このようにして形成された創造的産業を構成するのは従業員 10 人以下のマイクロ企業であり、その特徴は互いの存在が立地において重要性を持ち、知識や情報の交流という「関係性」が重要な資産となっていることである。とくに、この地区では文化の生産というよりは、文化の消費に基づく相互依存関係が独特の創造的雰囲気を作り出し、このことがさらに文化的なマイクロ企業をひきつけるという累積的効果を生んでいる¹²」。この指摘は、今までほとんど等閑に付されてきた「上映」の側面を、映画振興政策に位置づける上で、大きな示唆に富む。すなわち、上映の場もまた、公共的に開かれた空間として、そこに集う人々の関係性資産を育み、文化の（なかんずく映画の）「創造的雰囲気」を醸成するポテンシャルを有しているということである。

このようにして、創造的コアの振興を文化消費の側面から捉え直したとき、新たな課題になるのは、それ自身で自律的な創造サイクルを有する中核を周縁へと波及させていくファクターはどのようなものであるべきなのかということである。というのも、すでに述べた方向でスロスビーのモデルを読み換えることが可能であるならば、文化消費としての上映がそのまま周縁への波及を意味するものではないからである。ここまでの考察で抽出された映画振興政策のモデルを図示すれば、図 2 のようになる。

¹¹ 中牧他前掲書、41 頁。ヴィッテ・デ・ヴィストラット地区の成功については、後藤がより詳しく紹介している。後藤和子『文化と都市の公共政策—創造的産業と新しい都市政策の構想』有斐閣、2005 年、249-250 頁。

¹² 中牧他前掲書、41 頁。

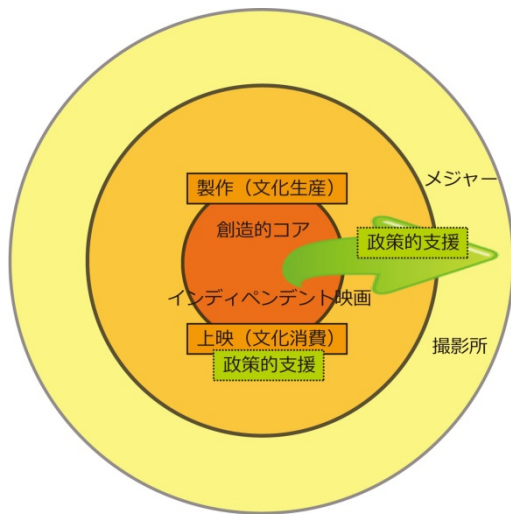


図2 映画振興の同心円モデル

この観点から、京都の映画産業クラスターについて分析した水鳥川和夫の論考に言及しよう¹³。水鳥川は、クラスターの意味を、同一地域にある企業相互や関連産業・支援機関との間で「取引コストの低下といったネットワーク外部性が働いていること」に見て、こうした定義に基づいて、スタッフ、俳優といった人材、現像所、古道具屋などの関連企業が同一地域にあって、取引コストの低下に貢献していた戦前の京都では、映画産業がクラスター化されていたと述べる¹⁴。しかし、すでに1940年代後半には、東京への人材の流出が進んでおり、京都のクラスターの衰退は、1953年のテレビ放送開始より前にすでに始まっていたと言う¹⁵。水鳥川は、こうしたクラスターの維持と発展には、創造活動に従事する人材の集積が欠かせず、東京に比べて、人口規模が小さい京都では、「意図的に人材を集め育成していく仕組みがとられる必要があった」が、こうした仕組みを継続的に立案し、展開していく機関が京都には不在であり、それが京都の映画産業クラスターの発展を阻害したとしている¹⁶。その上で、水鳥川は、京都映画産業クラスターを再構築するために、「クラスターの核となる機能を整備すること」の必要性を説き、その「核」に、現在の映画技術にマッチしたポストプロダクション機能をあげている¹⁷。この指摘をこれまでの議論に接合するなら、波及のファクターは、水鳥川の言う「意図的に人材を集め育成していく仕組み」であり、この仕組みを継続的に実施する「機関」であるということになる。

3. 政策理念としての「シネマ・ランドスケープ」

京都が「映画都市」であることに疑いを挟む人はいない。それは、さしあたり、撮影所を「核」として映画産業クラスターが存在し、時代劇が大量生産されてきたことを意味しているだろう。しかし、現在の京都においては、こうした「時代劇優位」のクラスター論を展開しても、それが再び「映画都市」の相貌を獲得するための有効な政策的戦略になるとは思われない。今もなお京都には撮影所が存在し、東京を除く他都市に比して、「映画」を作るための文化インフラが整備されているにもかかわらず、こうした戦略は、かえって、京都で「現代劇」を作ることを阻害する危険性すらある。一方、ロケーションの制約なし

¹³ 水鳥川和夫「コンテンツ産業の東京集中と地方展開」、山崎茂雄・宿南達志郎・立岡浩編『知的財産とコンテンツ産業政策』水曜社、2008年、201-238頁。

¹⁴ 同上、205-209頁。

¹⁵ 同上、209-212頁。

¹⁶ 同上、215頁。

¹⁷ 同上。

に、CG合成を舞台背景に活用する時代劇が生み出されている状況においては、水鳥川が指摘するように、ポストプロダクション機能が充実している東京の撮影所の方が、今後、「時代劇」に対してすら、優位性を持つ可能性が高く、実際、すでにそのような状況になりつつある。

現在の京都における映画活性化を考えるためには、「映画都市」の概念を捉え直さなければならない。これまでの考察をふまえれば、その捉え直しには、文化消費の側面を取り込みつつ、「創造の場」として京都の都市空間を捉える視点が要請される。このことはしかし、実は京都が「映画都市」になった原点を再確認することでもある。富田美香は、映画の伝来から定着に至る19世紀末から20世紀初頭の京都の映画環境を活写し、アントレプレナーシップを有したクリエイティブな人材、地場で育まれていた伝統産業の発展、交通インフラストラクチャーの整備、見世物文化の蓄積、それに京都府の殖産興業政策が、奇跡的に、しかし必然的に融合・連動し、「映画」という近代的メディアへと集約されていったプロセスを明らかにした¹⁸。興味深いのは、野村芳国（のちの映画監督野村芳亭）の京都座が催した連鎖劇の事例に触れながら、富田が「映画都市」を、映画のメディア性によって地域表象を生産する「景観都市」としても捉え返している点である。野村芳国の京都座は、「新聞連載小説を原作とする新作連鎖劇『柵』の映画部分を京都でロケする旨、連載紙上の記事を通して宣伝し、成功をおさめた¹⁹」。読者は、あらかじめ新聞で知らされたロケ地を訪ねて、撮影を見学した上で、京都の光景が映し出された作品を体験しに劇場へ足を運ぶ。「この『柵』は、日常の光景が物語空間として現前することに対する関心を喚起し、物語の再現性以外の価値として、地域表象自体をアトラクション化した点が画期的であった²⁰」。ここには、興行やジャーナリズムのような文化消費の場も連動した、活力に満ちた近代の映画都市京都の姿がある

「映画と景観」を政策的キーワードとして考えたとき、現在のドイツに事例を求めることは無駄ではない。ドイツ連邦政府内に設置され、映画振興政策を担っている「文化とメディアに関する連邦政府委員会（Beauftragter der Bundesregierung für Angelegenheiten der Kultur und der Medien: BKM）」は、その政策目的を次のようにまとめている。「連邦政府は、ドイツ映画とドイツの映画産業を振興しています。毎年、3000万ユーロ以上の予算が、映画振興プログラムと映画賞に投じられています。連邦政府は、それによって、ドイツ映画の質と多様性だけでなく、ドイツにおける濃密な映画景観（die dichte Kinolandschaft）を支えています。今年、連邦政府は、2007年に設立された「ドイツ映画振興基金」—全映画産業にプラスの効果を与えた成功モデル—に対し、さらに7000万ユー

¹⁸ 富田美香「古都から映画都市創生のトポロジー」、黒沢清・吉見俊哉・四方田犬彦・李鳳宇編『日本映画は生きている第3巻 観る人、作る人、掛ける人』岩波書店、2010年、121-144頁。

¹⁹ 同上、137頁。

²⁰ 同上。

ロを出資しました²¹。さしあたって「映画景観」と訳した“Kinolandschaft”は、狭義の“Kino”を指す「映画館」の置かれた環境だけに限定すべきではない。この言葉は、ドイツ国内の映画に関わる様々なセクター（営利・非営利、生産・消費を問わず）が空間的に点在し、それらが相互に関わり合う文化環境をイメージさせるだろう。この関わり合いを「濃密」にすることが映画振興政策の目的なのである。

この概念を京都に適用できないだろうか。撮影所、制作会社、録音スタジオ、編集スタジオから、映画館、博物館・美術館、映画祭、教育機関まで、さまざまな映画文化資源が展開する映画都市を「シネマ・ランドスケープ」として捉え直し、それらの濃密な相互関係を構築していくこと。こうした「関係性」の資産を重視し、「製作と上映の自律的創造サイクル」を内発的に発展させるための「創造の場」をいかに形成できるかが、京都を「映画都市」として再生させる鍵になる。

ここに提言される政策の目的を一言で表すなら、「京都におけるシネマ・ランドスケープの維持と発展」ということになる。現在において、京都で展開されているさまざまな映画創造活動を評価した上で、それらの連携を濃密にしていく施策が求められる。少なくとも、そうした連携の土台を構築することが急務であろう。

4. 政策：5本の柱

以上の考察を前提に、佐々木の見立てに従って、政策的方向性を抽出すれば、次のようになる。第一に、創造産業の育成振興の課題の筆頭には、コア芸術（佐々木は「創造的コア」と言う）の振興があげられる²²。これは、映画に即して言えば、非営利文化セクターであるインディペンデント映画を「創造的コア」として振興することにあたる。佐々木が、このように正の外部性の高い「創造的コア」に対する支援の充実を主張するとともに、その支援の透明性と公平性を担保するために「アーツカウンシル（芸術評議会）制度」の導入を強く推奨している²³こともあわせて考慮に入れておきたい。これは、すでに引用した水鳥川の提言とも重なる点である。

第二に、佐々木はスロスビーが言うところの「文化的価値」と「経済的価値」の二面を有する創造産業においては、両者を架橋しながら、バランスよく両者を差配する編集者や

²¹ 文化とメディアに関する連邦政府委員会ホームページ

http://www.bundesregierung.de/Webs/Breg/DE/Bundesregierung/BeauftragterfuerKulturundMedien/medien/filmfoerderung/_node.html（2014年3月25日アクセス）。ついでに言えば、イギリスの英国映画協会（British Film Institute: BFI）の上映支援政策においても、“film exhibition landscape”という概念が登場する。「BFI Neighbourhood Cinema」（<http://www.bfi.org.uk/about-bfi/partnerships/bfi-neighbourhood-cinema> 2014年3月25日アクセス）の取り組みを参照。ドイツ語の“Kino”が狭義には「映画館」を意味することを考え合わせても、この「ランドスケープ」という概念が文化消費の側面と深く結びついていることは明らかである。

²² 中牧他前掲書、43頁。

²³ 同上、44頁。

プロデューサーの存在が重視されることになる」と指摘する。しかし、この説明は、映画に限れば、その製作（文化生産）過程にのみ着目したもので、視点が限定的である。後藤和子は、より広く、こうした架橋を果たす職種を文化的アントレプレナーと呼び、二つの価値の間でのコンフリクトを調停しながら、創造性のマネジメントに従事する仕事一般を、考察の対象にしている²⁴。これには狭義のプロデューサーだけでなく、いわゆるキュレーターや教育関係者なども含まれる。このことが示唆しているのは、都市政策から映画を考察するとき、その映画が上映される場もまた無視すべきでないということであり、こうした上映の場を編成し、地域の関係者を有機的に結びつけていく「文化的アントレプレナー」の存在が重要であるということである。作り手（プロデューサー）もちろん重要であるが、同時に、映画館の館主、大学の教員や学生、美術館の学芸員、映画祭のディレクターといった人々の存在とその役割もまた、映画振興において考慮されなければならない。

第三に、佐々木は、創造産業が他の産業に比べて、多くが小企業にとどまりながら、「関連企業との間で独特の暗黙知の取引を密接に繰り返すために、特定の創造的な雰囲気のある場所を好んで集積・集塊する傾向が強い」ことを指摘し、創造産業が「本来クラスターを形成しやすい」と述べる。佐々木は、それゆえ、創造産業振興のためには、「創造的な場」を醸成するための都市政策との連携が欠かせないことを主張している²⁵。すでに述べたヴィッテ・デ・ヴィストラット地区の事例がそうであったように、「文化の消費」に力点を置いたクラスター論は、地域における創造産業の発展を考える際に、重要な示唆を与えていると思われる。

最後に、佐々木は「都市固有の文化的評価軸が確立したオープンな市場」の必要性について述べ、具体的には「デザイン産業などの創造産業の分野ではとりわけ、世界的に評価される見本市の存在が重要」であると主張している²⁶。「都市固有の文化的評価軸」という言葉がいささかわかりにくいのが、佐々木が「金沢ファッションウィーク」を事例にあげていることを考え合わせると、都市が育んできた文化蓄積に基づき、こうした歴史的な文脈を尊重した「見本市」を実現しつつ、これを国際的に開かれたマーケットにして、その場で、文化製品の取引が活発に行われるとともに、そうした製品の価値づけが客観的に提示され、地域に共有されていく過程を指していると思われる。これはまさしく、映画産業の分野における「国際映画祭」の機能にほかならない。

これらの政策的方向性に加えて、京都には今もなおメジャーの東映、松竹が経営に関わる撮影所が存在していることを重視しなければならない。とりわけ、上記の最初に触れた「創造的コアの振興」に関連して、こうした中核の周縁への波及を促進させる観点から、インディペンデント映画と撮影所の交流を活性化させることで、京都のシネマ・ランドスケープを濃密化させる方策が検討されるべきであろう。

²⁴ 後藤前掲書、237-238頁。

²⁵ 中牧他前掲書、44頁。

²⁶ 同上、44-45頁。

以上の要約を取り込む形で、「京都におけるシネマ・ランドスケープの維持と発展」を目的とした政策を、(1)文化消費の観点による映画振興（創造的コアとしてのインディペンデント映画を重点的対象とした映画上映および映画保存支援）、(2)創造的コアの波及の促進（撮影所における文化蓄積の活用への支援）、(3)文化的アントレプレナーの育成（映画に関するアート・マネージャーの育成）、(4)国際映画祭、(5)政策組織の 5 本の柱にわけて提案する。

(1) 文化消費の観点による映画振興（創造的コアとしてのインディペンデント映画を重点的対象とした映画上映および映画保存支援）

前提：映画は上映されなければ収入をあげることができない。制作に対する公的支援は、国から地方自治体まで、さまざまな取り組みを見出すことができるが、上映（配給・宣伝を含む）に対する公的支援は十分とは言えない。なぜなら、映画祭は恒常的な上映活動ではなく、また特集上映などの企画も、単発的な営みにとどまっているからである。安定的な「出口確保」が、創造的コアを構成するインディペンデント映画の活発な制作活動の下支えになる。あわせて、国内の映画上映環境（シネマ・ランドスケープ）に、東京一極集中的な偏在性が見られることも指摘されなければならない。上映環境の地域格差解消のための政策が提起される必要があり、そうでなければ、京都ひいては関西圏の上映環境改善につながらない。消費者側には、東京や大阪を凌駕するようなインディペンデント映画を享受できる環境が整備されることは文化消費の充足につながり、住民にとって京都の都市魅力の多彩さを増すことに貢献すると考えられる。さらに、国内のマーケットを活性化させる意味で、こうした作品の海外販路の開拓も模索される必要がある。

また、映像メディアのデジタル化が進行する中で、メジャーからインディペンデントまで、ほとんどの映画がデジタルで制作されるようになった。しかし、いまだデジタル保存の将来的見通しが定かでないにもかかわらず、現在、陸続と生み出されている映画の保存に対する意識は乏しい（とりわけインディペンデント映画）。今のところ、35mm フィルムにコピーすることが保存方法として最も望ましい。その上で、適切な保存方法を模索しつつ、デジタルマスターのアーカイブを構築していく必要がある。しかしながら、こうしたアーカイブ活動には巨額な予算が要求されるため、国レベルでの取り組みが不可避であろう。そのため、こうした事業の必要性を社会的に認知させる政策フレームのあり方のみが、ここでは検討される。

政策 1：非映画館における映画上映の拡大とそのネットワーク化

映画館は集客性の高い場所に立地せざるをえない。それゆえ、国全体だけでなく、ローカルなレベルで見ても、映画館のない地域は数多い。複数の観客によるスクリーン体験を提供できるようにするために、こうした地域では、非映画館（公立の文化会館や博物館のホールなど）を活用した映画上映を実現していくことは、映画の「出口」を安定的に確保す

るだけでなく、映画観客の開発の観点からも重要であろう。現状では、こうした施設での上映は、単発的な（市民有志あるいは業者の）企画に対する貸館業務の一環にとどまっているため、これらの施設を関西圏でネットワーク化し、映画上映の受け皿としていく方策を試みる。2012年に施行された劇場法を根拠に、貸館から自主企画への転換が要請されている状況の中で、その自主企画のうちに、演劇、音楽ばかりでなく、映画の上映を取り込ませることは可能であろう。とりわけ、地方都市では限られた上映回数にとどまらざるを得ず、興行収入の見込みがほとんど立たないインディペンデント映画の振興の一助とする。

政策2：映画批評サイトの創設

シネマコンプレックスの展開に伴って、東京一極集中の宣伝体制はいっそう強固なものになっている。これによって、関係者は東京に集まらざるをえず、そのことと相乗的に映画市場は東京に集中化される。これを地域へと拡散させるには、地域固有の映画ジャーナリズムを形成するほかない。1980年代のミニシアターの発展と批評との密接な結びつき、映画体験が多様化している現在の映像環境を考慮に入れるなら、ここで必要とされるのは、「映画」の定義を絶えず刷新していく批評の機能の再構築である。民間および大学の知的資源を活用しながら、発信力に乏しいインディペンデント映画／地域映画の批評ポータルサイトを起ち上げる。インディペンデント映画の情報のハブとして機能し、批評的価値を発信するポータルサイトは現状存在しておらず、その必要性は大きい。これにより、インターネットを活用して、京都を新たな映画の情報拠点および評価中枢として位置づけることができる。

政策3：試写会開催支援、広報支援

関西の映画ジャーナリズムが後退しつつある証として、試写会の開催回数が減っている傾向にある（もちろん、DVDなどで作品を見るライターが増えたということもあるが）。しかし、そもそもインディペンデント映画の場合、関西の上映にあわせて、試写会を積極的に組織する余裕がない場合が多い。見本市のようにパッケージ化した形で、インディペンデント映画の試写会を展開して、宣伝機能を高めると同時に、批評のプラットフォームを形成する一助にする。また、市の有する宣伝媒体を通じて、これらの作品を積極的に広報し、さらに、記者会見場などを用意して、プレスに対する情報発信を支援する。

政策4：映画館／非映画館における（定例的な）ゲスト招聘の助成

映画を取り巻く様々な文化事象を紹介し、当該映画作品の社会的歴史的な位置づけに対する考察を促すには、映画を単に上映するだけでなく、上映にあわせて、用途に合わせ、さまざまなゲストを招聘することが望ましい。とりわけ、インディペンデント映画の監督、スタッフの招聘については、彼らの作品を上映するミニシアターに予算を用意する体力がなく、配給会社も同様であるケースが多い。全国各地の上映施設に監督、スタッフが足を運

ぶことは、集客性を高める観点からも、また彼らが各地の映画館／非映画館と交流を深めるという観点からも重要である。

政策 5：英語字幕制作、海外映画祭へのエントリーの支援

国内での流通を促進する意味でも、インディペンデント映画の海外映画祭への出品は欠かすことのできない活動である。しかし、海外映画祭への出品にはさまざまな条件があり、英語字幕はもちろんのこと、近年では DCP（デジタル・シネマ・パッケージ）による出品を義務づける映画祭もある。インディペンデント映画は、こうした経費を制作予算に組み込んでいないケースが多く（手持ちの資金でせいっぱいの製作を行うため）、こうした政策へのニーズは高い。

京都発のインディペンデント映画のパッケージ化を行い、これらを海外映画祭へプロモートしていく方策も必要であろう。一案として、海外映画祭のプログラミング・ディレクター、プロデューサーなど、登録したフィルムプロフェッショナルの会員のみがアップロードされている作品を閲覧できる FESTIVAL SCOPE (Festivals On Demand For Film Professionals World Wide)²⁷ や、カンヌ国際映画祭の参加者データベースから発展し、現在では世界中のプロフェッショナルが参加して、映画のマーケットに関する情報の交換だけでなく、会員限定で、アップロードされた作品を鑑賞し、シェアすることもできる（映画祭プログラマーが、こうしたシェアを通じて、作品選定の議論をすることができる） CINANDO²⁸ などのオンデマンドサイトに、京都発のインディペンデント映画（英語字幕つき）を、英文のアクセス情報（配給会社およびその担当者）とともに登録していくことが得策であると考えられる。

政策 6：デジタルで撮影された映画のマスター保存とフィルムレコーディング

近年のデジタル制作映画について、その保存方法の適切性が議論されているとは言い難い。このままでは、現在と同様に大量の作品が生み出され、消費されていたサイレント期の日本映画と同じアーカイブ環境に陥りかねない。米国の映画芸術科学アカデミーの試算では、4Kのデジタルマスターを1年間保存するコスト（12,514ドル）は、フィルムのマスター素材を1年間保存する場合（1,059ドル）の約11倍になるとされている²⁹。初期投資の必要はあっても、デジタルマスターのフィルムレコーディングが行われることが望ましい。しかしながら、予算基盤が脆弱なインディペンデント映画においては、こうした保存問題が

²⁷ FESTIVAL SCOPE <https://www.festivalscope.com/>（2014年3月30日アクセス）。

²⁸ CINANDO <http://www.cinando.com/>（2014年3月30日アクセス）。

²⁹ 映画芸術科学アカデミー科学技術評議会「ザ・デジタル・ジレンマ デジタル映画素材のアーカイブ化とアクセスに関する戦略的課題」慶應義塾大学デジタルメディア・コンテンツ統合研究機構訳、2007年、1頁、http://wwwlab.dmclab.jp/digitaldilemma/DigitalDilemma/Digital_Dilemma.html（2014年3月25日アクセス）。

考慮されることすらない可能性がある。これを支援するためのフレームづくりが急務であると考えられる。なお、文化財保存のリスク管理の点から、保存環境は分散的であることが望ましく、上記の方針に沿って、マスターとしてのフィルムが作成されるのであれば、そのフィルムは（東京だけでなく）分散的に保存される環境が構築されるべきであろう。

政策7：デジタルマスターのアーカイブ化

国際的水準のもとで、日本映画のアーカイブ化を進め、文化庁の映画振興政策において重要な位置づけにある東京国立近代美術館フィルムセンターが、さしあたって、フィルム保存に特化した活動を展開していることを考えると、上記政策6とあわせて、デジタルマスターのアーカイブが、フィルムアーカイブとは自立的に、国レベルで構築される必要があるだろう（フィルムにコピーしたからといって、デジタルマスターが破棄されてよいわけではない）。一案として、従来コストの面から「保留」されていた国会図書館法に基づく映画の納品制度（リーガル・ディポジット）を復活させ、コピーにコストがかからないデジタル媒体のみ、国会図書館に納品させるあり方が検討されるべきである。加えて、上記政策6と同様に、文化財保存のリスク管理の点から、国会図書館分館のある京都府において、こうしたデジタルアーカイブが構築されるよう、国に働きかけていくことが喫緊の課題であると考えられる。

(2) 創造的コアの波及の促進（撮影所における文化蓄積の活用の支援）

前提：京都では、今なお東映京都撮影所、松竹京都撮影所が映画制作のために稼働している。このことは他の地方都市にない大きなアドバンテージであり、両撮影所に関わる人材資源の長年にわたる文化蓄積が積極的に活用されるべきである。しかしながら、創造的コアとしてのインディペンデント映画の製作基盤は極めて脆弱であり、とりわけ美術制作に割かれる予算は圧倒的に少ない。インディペンデント映画が、美術に関して、映画の質を高めるためのノウハウが長年にわたって蓄積されている撮影所を活用できるようになるには、近年急速に撮影所の協力体制が築かれつつある中で、いまだ埋め合わせることのできない予算のギャップを小さくするための支援が不可欠である。こうした政策を通じて、インディペンデント映画と撮影所との人材交流が促進されなければならない。

さらに、水鳥川が指摘したように、京都には十分なポストプロダクション機能が整備されていない。映画館での鑑賞に耐えうるクォリティで上映素材を作成するためには、インディペンデント映画でさえ、東京でポストプロダクションを行わなければならない現状にある。京都に再び映画産業クラスターを生み出すためにも、また上記の人材交流を促進するためにも、こうしたポストプロダクション機能の充実が政策的に欠かせない。

政策1：撮影所を活用した美術制作予算の補助

予算基盤の脆弱なインディペンデント映画にも撮影所を活用できる環境を醸成するため、

美術予算を補助する。具体的には、コンペ形式で企画・脚本を募って、入選した作品に、撮影所を利用する条件で、製作予算を支援する（京都府および VIPO が実施している「京都映画映像企画市」に類似したフォーマットであるが、この「企画市」は、企画の審査により、パイロット版製作を行うだけにとどまっている）。

政策 2：京都映画人材データベースの構築

そもそも京都において映画に関わる仕事に従事する人材がどれほどおり、またどのような活動をしているか、その情報が集積されていない。人材交流を促進するためには、こうした基礎的なデータベースが不可欠であり、それによって、これまで接点のなかった映画関係者相互のアクセシビリティを高めることができる。また、京都の映画産業クラスターのポテンシャルを測定する上でも、意義が大きい。

政策 3：ポストプロダクション機能の整備

水鳥川は、東映京都製作による『男たちの大和／YAMATO』（2005 年／監督：佐藤純彌）を事例に、4K、5.1chに対応したポストプロダクション機器が「東京にしかなく、すべての編集は東京で行わざるを得なかった」と指摘している³⁰。水鳥川は、これを受けて、「このまま推移すれば京都の映画機能は失われ、一層衰退を余儀なくされるであろう」と述べている³¹が、今もなお、この状況に変化はない。ポストプロダクション機能の充実は、インディペンデント・ドキュメンタリーのプロデューサーである向井麻理が、「京都映像フォーラム 2013」におけるシンポジウム「地域発信の映画の可能性」で提案していることでもある。向井は、撮影から仕上げまで、一貫して映画制作を行える環境が京都に存在することが京都映画のブランディングに寄与することを主張している³²。次代の京都における映画産業クラスターの「核」として、ポストプロダクション機能が整備されれば、インディペンデント映画と撮影所の人材交流がいつそう促進されることになるだろう。

(3) 文化的アントレプレナーの育成（映画に関わるアート・マネージャーの育成）

前提：若手の監督や主要スタッフの育成に関わる人材育成事業は、国および地方自治体によって、さまざまな形で行われてきたが、映画を見せることに関わる人材育成事業はほとんどない（シネマカレッジ京都の配給・宣伝クラス、コミュニティシネマセンターによるシネマ・マネジメント・ワークショップなど）。劇場法の施行（2012 年）に伴い、大学と公共ホールの協働によるアートマネジメント人材育成事業（文化庁「大学を活用した文化芸

³⁰ 水鳥川前掲論文、216 頁。

³¹ 同上。

³² 参考資料「京都映像フォーラム 2013 シンポジウム 1「地域発の映画の可能性～配給・宣伝・興行の視点から～」における向井麻理の発言による。

術推進事業」アートマネジメント人材育成プログラム)が本格化している状況を鑑みれば、京都の映像資源に基づくマネジメント人材(後藤が言うところの「文化的アントレプレナー」)の育成もまた急務である。なぜなら、こうした人材によって、恒常的かつ安定的な映画上映環境(シネマ・ランドスケープ)が実現でき、これを土台に制作セクターとの連携が深められるからである。

政策1: ワークショップの助成

映画を見せる仕事に特化して、これに関連するワークショップの開催・運営を助成する。配給・宣伝の他、上映(映写技術を含む)、批評、公共ホール運営(照明卓、音響卓の操作技術を含む)などが考えられる。

政策2: 映画に関わる教育機会の創出

映画文化の浸透と映画観客の育成を目的に、「総合的な学習の時間」を活用して、初等教育・中等教育における映画制作および映画鑑賞の機会の創出を図る。あわせて、こうした教育実践に携わるエドゥケーター(教育者)の育成を行う。

(4) 国際映画祭

前提: 東京と並ぶ映画都市であった京都にふさわしい国際映画祭が実現されるべきである。一般的に、日本で開催される国際映画祭の目的には、「映画マーケットの形成・定着(日本映画の海外への販路開拓、外国映画の国内配給買付)」、「日本映画の歴史的・文化的遺産の国内外への発信」、「国際共同製作のための企画マッチング(企画市)」、「次代を担う若手人材の発掘・育成」、「映画関係者、市民の国際交流」といったことがあげられる。こうした目的を効果的に実現するためには、ワールドプレミア作品を確保した「長篇劇映画を対象にした国際コンペティション」が映画祭の柱になることが必要である。こうした質の高い国際コンペティションを行なうことにより、国際映画祭として発信力を高めることができる。

政策1: ディレクター制による、競争力のある国際コンペティションの実施

「長篇劇映画を対象にした国際コンペティション」を柱とする国際映画祭を実現するには、国際的な交渉能力を持ち、映画の鑑識眼を有する(と周囲が認めている)ディレクターの存在が不可欠である。ディレクターによって、世界各地の国際映画祭の間で映画作品の取引が行われ、こうして組織されたコンペティションの質の高さを通じて、映画祭の国際的認知が高められていくことになる(国内外で認知されているプロフェッショナルなディレクターを擁することは、映画祭の質を充実させることにつながると同時に、世界水準の映画祭としての対外的なプレゼンスを担保するものであり、長年にわたる国際的な映画祭のヒエラルキーが確立されている状況において、ディレクターを媒介とした人的なネットワ

ークを活用することは映画祭の発展に不可欠である)。京都が、この国際映画祭を通じて、国内外から注目を集めるようになれば、映画マーケットが京都に展開されることになり、京都における映画の創造的サイクルの実現にとって、映画祭が大きな支えとなるだろう。

政策 2：国際映画祭を担うマネジメント人材の育成

上記政策 1 が実現すれば、国際映画祭の継続的運営を通じて、ディレクターの育成が図られることになる。そこでは、国際映画祭を支えるマネジメント人材の育成が重要なミッションの一つになるだろう。もともと、京都には 1997 年から開催されている「京都国際学生映画祭」があり、その運営には京都周辺の現役学生が実行委員として関わっている。こうした学生の進路の一つとして、この国際映画祭が受け皿の役割を果たしていくことも期待される。

(5) 政策組織（アーツカウンシル）（創造的コアの振興における透明性、公平性の確保）

前提：営利・非営利に関わらず、現在の京都ではさまざまな映画関連事業が展開されている。京都府においては、**Kyoto Filmmakers Lab** の人材育成事業や、京都文化博物館におけるアーカイブ活動、京都市においては京都市フィルムオフィス（現在は、メディア支援センターに統合された）、さらに民間レベルでは **VIPO** による京都映画映像企画市および **ndjc**（若手映画作家育成プロジェクト）、立誠・シネマ・プロジェクトおよびシネマカレッジ京都、新京極商店街の京まちなか映画祭、京都シネマや京都みなみ会館の恒常的な活動、撮影所による映画制作、大学での映像関係学部／学科の活動など。しかし、現在の文化行政には、これらの活動を統一的な政策理念（シネマ・ランドスケープ）のもとに評価し、横断的なネットワークを形成していく力が欠けている。こうした「横断性」を確保しながら、クラスター形成につながる「創造の場」を構築することに寄与し、定期的な政策フレームの見直しを図り、刻々変化する映画環境に対応した政策提案を継続的に実施できる主体として、京都フィルムカウンシルの設立を検討する。

政策 1：京都フィルムカウンシルの設立

京都フィルムカウンシルは、府市連携を前提として、アームズ・レングスの原則のもとに、専門家の評議会によって、映画に関わる政策立案を行い、これを実行する団体である。政策の公共性は、映画の専門家による集団的な討議によって保証する。カウンシルは、府市からの予算と寄付によって運営され、専門性の高い専任の職員がその運営のために配置されることになる。これによって、産業、観光、文化といった行政課題の縦割りを解消し、映画の側から、地域における映画活性化のための有効な施策を実質化することが可能になる。

政策 2：京都映画白書の発行

基礎調査として、京都における創造産業の集積状況や、労働環境の実態、京都で制作された作品のリスト（学生映画も含める）などを含む京都映画白書を毎年作成し、政策を更新するための検討材料とする。この白書を通じて、「京都映画」の定義を試み、京都における映画文化資源のポテンシャルを絶えず測定する。

政策 3：京都映画ポータルサイトの運営

上に提起した政策のうち、(1)の政策 2：映画批評サイトの創設、および政策 5：英語字幕制作、海外映画祭へのエントリーの支援、(2)の政策 2：京都映画人材データベースの構築、(5)の政策 2：京都映画白書の発行は、すべて Web ベースで実現が可能なものであり、またその方が利便性も高い ((1)の政策 7：デジタルマスターのアーカイブ化も運動が可能かもしれない)。これらを統一的に運営するポータルサイトを起ち上げることで、京都の映画創造の現状（京都のシネマ・ランドスケープ）を可視化することが可能になるだろう。

謝辞 京都映像フォーラム 2013 にご参加いただいた方々をはじめ、関係各方面から、本提言書にご意見をお寄せいただいた皆様に深く感謝申し上げます。

以上