

# 日本映画産業の現状と考察

～他国との比較から～

The present Condition and Consideration of Japanese Film Industry

~Compared with other Countries~

3年6組30番

平島 ちさと

3年6組6番

小林 佳史

3年5組34番

馬上 謙

3年7組5番

伊東 春歌

# 日本映画産業の現状と考察

～他国との比較から～

The present Condition and Consideration of Japanese Film Industry

~Compared with other Countries~

# 日本映画産業の現状と考察

## ～他国との比較から～

### The present Condition and Consideration of Japanese Film Industry

#### ～Compared with other Countries～

#### キーワード

映画産業 公的機関 政策

#### 要旨内容

映画産業は経済面、文化面において重要な地位を担う産業である。しかし近年、日本映画産業は衰退の一途を辿っている。それは、映画の需要が縮小したのではなく、大きな需要に日本の映画産業が応えられていないのである。そこで、アメリカ、フランス、韓国、イギリスの映画産業と日本映画産業を比較する。これにより、不完全競争市場や、ブロックブッキングシステム、配給システム、不十分な人材育成制度など、日本の映画産業の問題点が見出される。これらの問題点は、諸外国のように映画産業を統括する一元化された公的機関がないことに起因する。現在は、主導する3つの公的機関を中心にいくつかの機関が映画産業を監督しているが、それぞれ担当する分野は異なり、統一された方針はなく、強大な力を持つこともない。そのため、政府の政策に一貫性がなく、効果的に機能しないのである。また、日本政府は映画産業の支援に協力的であるとは言えない。日本も諸外国のように、映画産業を一つの重要な文化だと認め、国をあげて積極的に支援していくべきである。今後の日本映画の発展のために必要な対応策として、以下の3つを提案する。第一に、映画を専門に総合的に扱う一元化された公的機関を創設すること。そして、統一された方針の下、映画産業を改善する政策を打ち出していくことである。第二に、独占市場を促進し、営業努力を怠らせてしまうブロックブッキングシステムを廃止し、配給システムを変えなければならない。これにより、自由競争となり、観客の足を遠のかせている高額な映画館の入場料金の問題も解決する。第三に、スクリーン・クォーター制など映画制作を支援するためのシステム、人材育成のためのシステムを構築することである。政府が映画産業の文化的側面、産業的側面を理解し、積極的に映画産業の発展に努めていくことが、今後日本の映画産業の衰退に歯止めをかける唯一の手段である。

# 目次

## 序章 映画産業について

### 第一章 映画産業の需要

#### 第一節 映画館の衰退

#### 第二節 マルチユース市場

#### 第三節 アンケート

### 第二章 他国の映画産業

#### 第一節 ハリウッドの映画産業

##### (1) ハリウッドのファイナンス

##### (2) ハリウッドのフィルム政策

#### 第二節 フランスの映画産業

#### 第三節 韓国の映画産業

#### 第四節 イギリスの映画産業

##### (1) イギリスの映画産業の現状

##### (2) イギリスのフィルム政策の歴史と体制

### 第三章 日本の映画産業の現状

#### 第一節 料金について

#### 第二節 公的機関

#### 第三節 戦略リスクマネジメント

#### 第四節 配給システム

#### 第五節 ブロックブッキングシステム

### 第四章 結論

#### 第一節 他国と日本を比較して

#### 第二節 公的機関を一元化することにより見込める効果

#### 第三節 今後の展望

## 序章 映画産業について

近年、コンテンツ産業の重要性が強調されているが、その中で歴史的に見ても最も大きな影響力を持っているのは映画産業であろう。テレビの普及以前には映画が報道メディアとして活躍していたニュース映画の時代もあった。さらに、映画産業は文化の面だけでなく、経済的にも重要な地位を担っている<sup>1</sup>。映画といえばハリウッド映画が想起されやすいが、実は日本も世界でアメリカに次いで第二位の興行収入を誇る映画大国なのである<sup>2</sup>。

しかし、日本の映画産業はここ数年停滞している。本論文では、日本の映画産業の問題点を指摘し、他国と比較することによってさらなる映画産業の発展のための提案をしていく。

尚、本稿は主要参考文献、並びに NPO 法人映像産業振興機構の事業部事業室長である内山浩昭氏のインタビュー(2010年9月21日 11時30分から 13時 東京都中央区築地にて) に依拠しつつ、考察を進めていく。

## 第一章 映画の需要

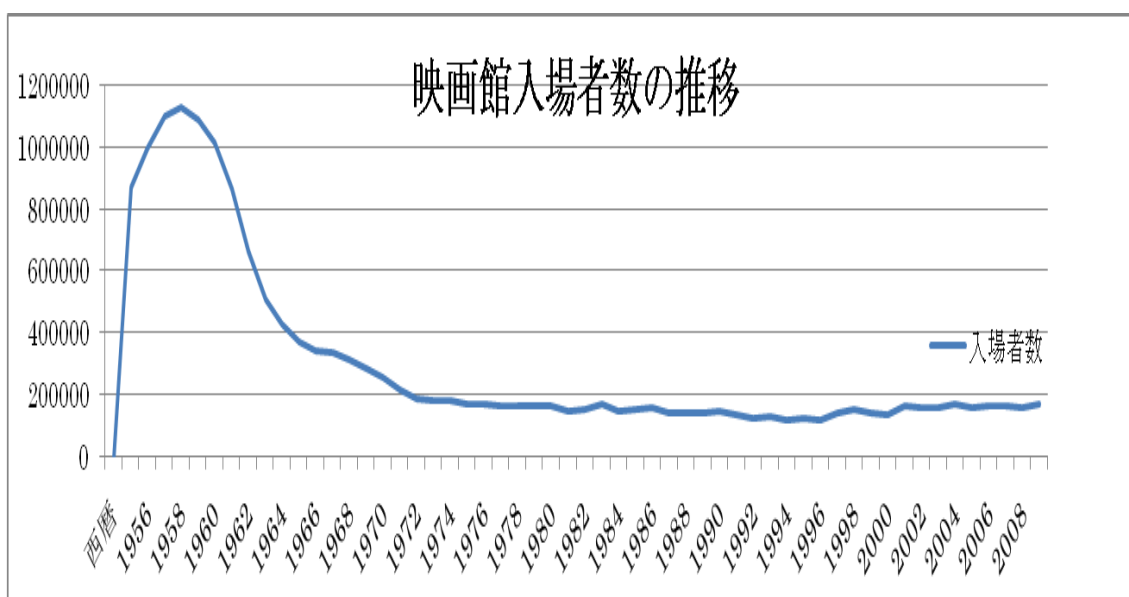
### 第一節 映画館の衰退

日本の映画の起源は1899年までさかのぼる。当初は活動写真としてその需要は限定的なものであったが、1930年代から1950年代にかけては東宝や日活、松竹などの映画会社撮影所が次々に創られ、国民的な娯楽として大成した。その後、1950年代、映画産業は黄金期を迎え、58年には入場者数1億2745万人と頂点に達した<sup>3</sup>。しかし、60年代後半からテレビが各家庭に急激に普及し、また旅行やパチンコなどの娯楽が多様化すると、映画市場は縮小を始め、停滞は長期化していった。それを救ったのが、シネマコンプレックスの台頭である。シネマコンプレックスは商業施設と映画館を併設し、また複数のスクリーンを用意することで、全国で公開されている映画を一か所

で観ることができる施設である。これにより、1993年に最少にまでなった映画館数は増加傾向に転換し、2004年まで増加の一途をたどる。しかし、成長は2004年で止まり、そこから再び衰退し始め、現在に至る<sup>4</sup>。

近年、再び好調であるように見えるが、それは3D映画の登場が大きな要因である。しかし、3Dテレビもこれから普及すれば、映画産業の打撃はさらに深刻なものとなる可能性が大きい。

図 1 映画館入場者数の推移



日本映画製作者同盟ウェブページ <http://www.eiren.org/> (情報最終確認 2010年9月24日)

## 第二節 マルチユース市場

映画館は衰退の一途を辿っていると述べたが、映画の需要がなくなったわけではない。実は映画館で映画を見る回数が減ったのであって、その他の方法により映画を鑑賞する需要はいまだに存続している。つまり、かつて映画館で映画をみていた消費者がマルチユース市場において映画を鑑賞するようになったというのが真実であろう。映画ソフトは、劇場で公開されるだけでなく、その後二次利用される場合がほとんどである。映画館で上映後、ビデオ(カセット・DVD)でレンタル・販売、衛星放送やCATVで有料放送、そして地上波で無料放送されるのが主な流れである<sup>5</sup>。最近では、ブロードバンドの普及に

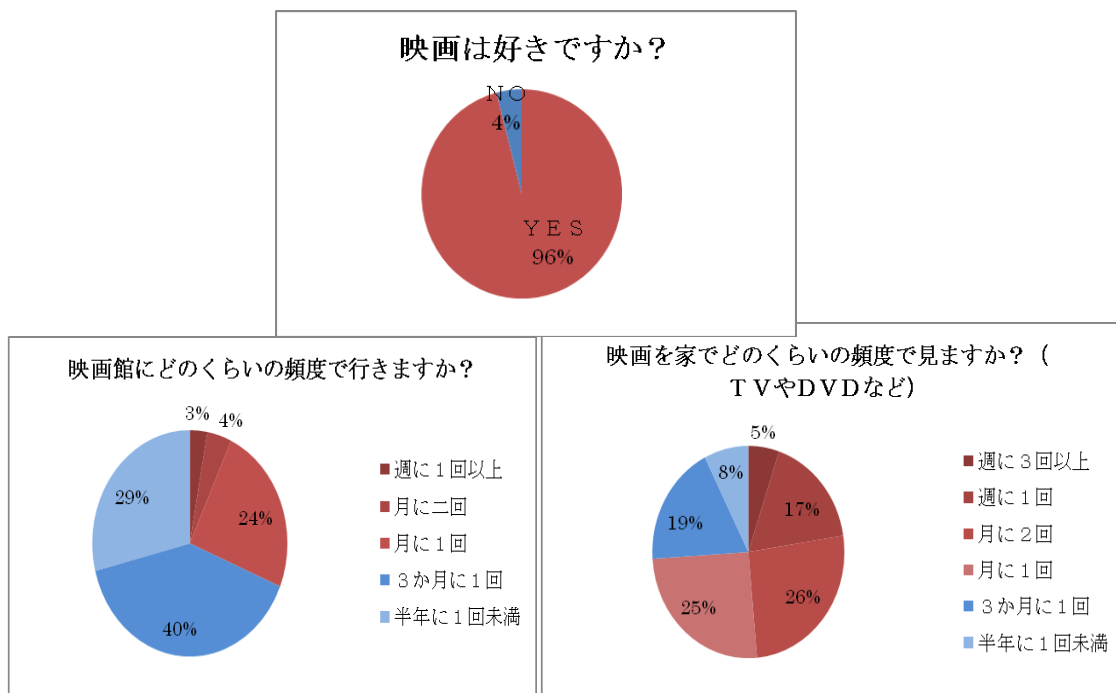
より、ブロードバンドサービス提供会社がインターネットで映画を配信するサービスも増えつつあることやDVDプレーヤーの普及などにより、映画ソフトのマルチユースが進み、さまざまなメディアで二次利用され、マルチユース市場が拡大しているのである<sup>6</sup>。

2007年度映画ソフトは、一次流通市場1984億円だったのに対し、マルチユース市場が5189億円とマルチユース市場が一次流通市場の約2.6倍となった。その中でビデオ販売、レンタルビデオが3107億円とマルチユース市場の約6割を占めている<sup>7</sup>。

### 第三節 アンケート

映画に対する意識調査を、大学生に対しウェブ上で行った。調査票は本論文の最後に掲載するが、230人にアンケートを行い、173人から回収した(有効回収率75%)。映画館の入場者数は減少しているとはいえ、映画を好きと答えた人は95.8%にのぼった。しかし、映画館を利用する頻度よりも、マルチユースを利用する頻度の方が高い人が多いことが判明した。

図 2.アンケート結果



注 2010年7月1日～14日実施 回答者数173人 回答率75%、ウェブ上による (<http://enq-maker.com/bSbVBjg>)。

18～22歳の大学生対象、男性59.5%女性40.5%

第二節・第三節から、映画館の入場者数は減少しているが、映画の需要が減っているのではないことがわかる。むしろ、大きな需要に日本の映画産業は応えられていないのが現状である。それは、映画産業の構造に欠陥があるからだろう。第二章では日本と映画産業が発達している国とを比較し参考にするために、アメリカ、フランス、韓国、イギリスの映画産業を紹介していく。

## 第二章 他国の映画産業

### 第一節 ハリウッドの映画産業<sup>8</sup>

#### (1) ハリウッド映画のファイナンス

ハリウッド映画産業では戦略リスクマネジメントが行われる場合がある。つまり、製作会社が資金を投資家や金融機関など業界外から調達することにより、リスクを免れる戦略である。その手法としてまず、ネガティブ・ピックアップとプリセールが挙げられる。前者は映画のプロデューサーが特別目的会社を立ち上げ、その会社によって配給会社と配給契約を締結し、その配給権を担保にして金融機関からプロジェクト・ファイナンス<sup>9</sup>を起こす。そして映画完成を保証するように完成保証会社に依頼する。そうすることで投下資本が大きくなってもリスクの限定化がおこなわれる。後者の手法は権利の前売りである。ハリウッドでは映画の企画段階から、海外輸出やDVD化を念頭に置いて製作を行う。その権利をあらかじめ他者に売り渡し、製作資本の調達にあてるのがプリセールである。これによって大規模な資本が必要でも小口で事前に資本調達が可能になる<sup>10</sup>。次に映画会社からすべての制作資金の提供を受ける方法がある。両社は PED 契約を締結することにより、映画会社は独自の判断で映画製作を遂行するか決めることが可能になり、一方製作会社は別の資金提供者へそのプロジェクトを売ることが可能だ。また、外国の配給会社や放送事業者が、配当目的のみならず映画の外国での配給権や放送権を取得する目的で、映画製作へ出資するスプリット・ライセンスという方法も存在する。



## (2) ハリウwoodsのフィルム政策

ハリウwoodsの映画ビジネスはテレビが普及するまでは、特に国家の支援もなく、拡大を続けてきた。しかし、第二次大戦後テレビの登場により、1950年代劇場や映画関連企業の倒産が相次ぐなど、初めての挫折を味わうこととなった。また60年代にはハリウwoods映画にも国際化の波が訪れることになった。こうして、戦後ほぼ20年に渡って過渡期を経験したハリウwoods、つまりアメリカ映画界を再び蘇らせ、古い映画を見直し、今後の発展につなげようと設立されたのがAFI (American Film Institute) である。AFIは、映画製作に携わる人材の養成と古い映画の保存を目的としている。現在の活動資金は、連邦政府からよりも映画テレビ業界などからの寄付や特定の事業における事業収入に負っている。しかし、米国連邦政府が財政赤字に陥っているなかで、最も強力な輸出品のひとつである映画およびその関連事業に連邦政府資金が割かれているということは注目すべきことである。ハリウwoodsの映画産業は政府と密接な関係があると考えられるといえる。

## 第二節 フランスの映画産業

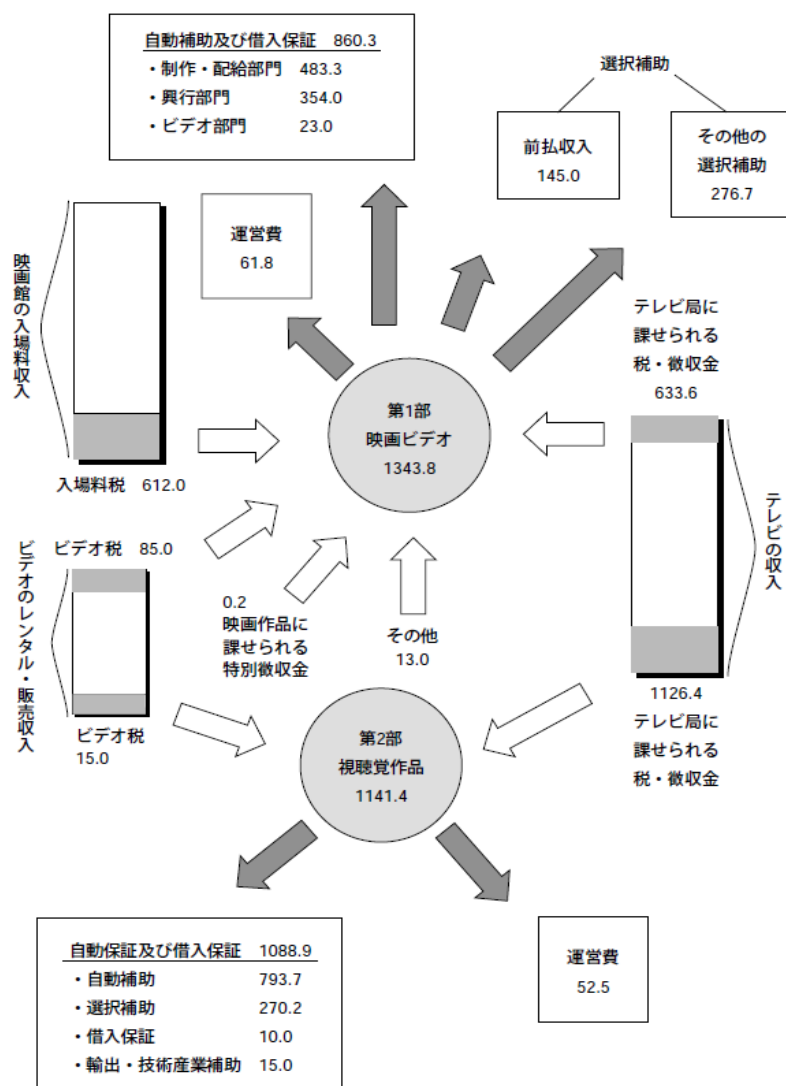
フランスでは映画が国内産業として成り立っている。EU諸国内に限って見ると、観客動員数・興行収入・製作本数・スクリーン数・公開本数においてトップである<sup>11</sup>。つまり、フランスの映画産業はEUの中で主導的な立場であるといえる。またフランス映画産業の特徴として、国内市場で鑑賞されている映画の国籍に偏りが少ないことが挙げられる。フランスと日本の自国映画のシェア率はほぼ同程度で健闘しているが、フランスでは日本のように自国かアメリカ映画かという状況ではなく、自国映画以外で鑑賞される映画に偏りが少ないのだ。またフランス映画は国外市場でも健闘しているといえる。アメリカ映画のシェア率が70%以上を超えるヨーロッパ市場にあって、フランス映画は二番手につけシェアも10%を超えている<sup>12</sup>。一見少ない数字に見えるが、次のイギリス映画のシェア(4.2%)の倍以上の数字になっているのである<sup>13</sup>。このようにフランス映画の成功を可能にしているのはこれから述べる映画支援の

制度と実態のおかげであるといえる。

1946年に映画産業の振興を統括する組織としてCNC(Centre National de la Cinematographi)が創立された。CNCの役割はフランス映画産業の助成・促進である。主な活動内容は映画・視聴覚産業に関する法規制、当該産業の助成・促進・普及、映画遺産の保護と普及である<sup>14</sup>。具体的には、フランス映画およびフランスとの共同制作作品の製作助成、新人監督の発掘・育成、映画館改築への費用助成、地方自治体と共同しての助成活動、その他100以上の映画組織や団体への協力、助成がある<sup>15</sup>。つまり、フランスでは政府と映画が連携しているのだといえる。

次にCNCの会計について述べる。CNCの財源は、映画産業国家支援会計によって運営されている。1999年度の財政規模は24億8520万フランに達している。CNCは、財源の25%を映画館の入場料に課す特別税(税率約11%)から、71%をテレビ関係から調達している<sup>16</sup>。支援会計の前身である支援法は、1946年のブルム・バーンズ協定によるアメリカ映画のシェア拡大を防ぐために誕生した。実質的にシェア拡大を止めることはできなかったが、映画館入場料税を設定しそれを支援会計の財源にすることで、アメリカ映画から得た収益もフランス映画産業の支援資金に転用する独自のシステムを確立することができた<sup>17</sup>。このようにフランスでは、政府が自国のアイデンティティーそして文化をいかに守るか、それをヨーロッパでいかに強めるかに関心を持ち、積極的に映画産業を支援することにより、今日の成功を掴み取ったのである<sup>18</sup>。以下の図は、フランスの助成金制度を端的にあらわしたものである。

図 3.CNC の補助金システム(数字の図表の数値は 1999 年の予算で単位は百万フラン)



(出典) 内山隆・湧口清隆「経済政策としての映像ソフト振興策—フランスの事例—」、『メディア・コミュニケーション』No.51、2001（慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要）p.85より転載

### 第三節 韓国の映画産業<sup>19</sup>

韓国の映画界は大きな視点を二つ持っている。一つは韓国映画上映義務(スクリーン・クォーター制)により、自国の映画を守る視点。二つ目は、映画は民族の文化であるという視点である。これらは韓国政府が行ったことであり、政府は、韓国国民は韓国映画を見るべきだというキャンペーンを実施した。

韓国はベトナム戦争時に、ベトナムでの建設事業の発注をアメリカから受け

てベトナム特需の恩恵を受けた。それにより農村人口の都市集中をもたらし、これにより映画産業の消費者が大量に増え、韓国映画の成長が見られた。そして1960年代に外国映画に対する韓国映画の市場占有率は50%に達し、栄光の1960年代と呼ばれるようになった。だがそこには文化的・芸術的な創造と普及の自由は存在してはいなかった。なぜなら時のパク軍事政権が1962年に最初の映画法を制定し、強権的な上からの映画統制に乗り出したからである<sup>20</sup>。

最初の映画法ではその目的を次の2点に定めた。①映画業勢遂行において国家の政策を反映し、映画業者を保護する制度的保障、②無秩序に乱立している制作会社を統合し、政策の秩序を確立し、映画の質的向上を図ること。これにより輸出、輸入の業者は登録制となり、映画の事前検閲が強化された。この映画法にたいして1966年に「現行映画法の廃止を求める建議書」が映画人全員の名前で発表された。政府の映画統制に対する映画人の反抗である。それは80年代になっても続き、85年の米韓映画協商によってハリウッドの韓国映画への介入が強くなると、映画人の反抗の動きはよりエスカレートした。

その後ソウルオリンピックのための民主化政策が始まり、90年代に入り軍事独裁が終焉を迎え文民のキム・ヨンサン、キム・テジュンが大統領に就任すると、民主化は本格化した。この影響もあり95年には映画振興法が制定され、長年の映画人のたたかいが実を結び始める。それに記載された条項のなかでも最も注目されるのが「韓国映画の上映義務」、つまり「スクリーン・クォーター制」である<sup>21</sup>。

スクリーン・クォーター制は、映画館は年間上映日数の5分の2以上韓国映画を上映しなければならないというもので、違反者には罰則も課せられる。昨今、韓国政府に対するハリウッド映画の輸入自由化を迫るアメリカ政府の圧力が強い中、この制度は国産映画の生存を確保する重要な手段の一つであると言える。スクリーン・クォーター制の制定により韓国映画の国内市場占有率は2003年にはついにアメリカ映画を上回った。ハリウッドは韓国映画がすでにスクリーン・クォーター制を必要としないと主張しているが、韓国映画側は継続して高い占有率を保持できるまでは韓国映画産業の安定性を確保できないと

主張している<sup>22</sup>。

日本の映画のヒット作にドラマの延長やアニメが多いのに対して、韓国映画のヒット作は朝鮮戦争や南北分断といった民族的悲劇と向かい合ったシリアスな力作が多い。韓国映画の国際競争力は近年確実に強化されているが、それは単なる商業主義的大作路線やハリウwoods的マーケティングの成功によるものではなく、そこには韓国国民の映画に対する思い入れの変化と成長、そして政府の多大なる映画への支援政策がある。政府から年間の予算を援助してもらっている映画振興委員会の2000年度の年間予算は日本円で100億円であり、それには映画製作の助成金の他に、制作施設の整備、技術開発、教育や研究費などが含まれている。その中でも映画製作助成金のための予算は40億円にも上る<sup>23</sup>。さらに映画振興委員会は、映画産業インフラ、映像体験教育センター、アニメーション技術支援センター、映像ベンチャーセンターを設立し、運営している<sup>24</sup>。

#### 第4節 イギリスの映画産業

##### (1) イギリスの映画産業の現状<sup>25</sup>

イギリスの映画産業の世界市場に占めるシェアは、アメリカ、日本に次いで世界第3位となっている。2004年以降はやや減少傾向にあるのだが、1998年～2004年までは映画館、ビデオなどのマルチユース、テレビ放送のいずれも着実に伸びていた。また、観客数、スクリーン数ともに増加している。さらに、映画への製作投資も1992年からの15年間で大きく伸びている。海外からの投資比率は15年間の合計で68%であり外貨獲得に貢献していることがわかる。これはイギリスのフィルム政策が強大なアメリカに対抗するのではなく、ハリウwoodsの投資を自国に誘致する方針をとった成果ともいえよう。以上のことから言えるようにイギリスの映画産業は近年成長している。

##### (2) イギリスのフィルム政策の歴史と体制

1920年代、イギリスではアメリカ映画に対抗するため、クォーター制<sup>26</sup>を設けた。1957年には興行収入の半分を課税対象とするイーディー税を導入<sup>27</sup>。この税収で映画産業を助成する政策が行われた。1980年代前半、サッチャー政

権のもと、文化政策の資金に対する施策は公的資金に代わり、民間主導の資金調達の促進へと変化した。これによりクォーター制は廃止され、フィルム保護、支援政策は大幅に縮小された。この支援政策の縮小の結果として政策本数が減少し、サッチャー政権の末期にフィルムに対する国家支援の在り方が議論されるようになる。1990年代前半に保守政権が再選され、文化行政を一括して管轄するDNH(Department of National Heritage)の新設、新たな財源として国営宝くじの導入、映画産業の再生政策の実施などの動きがみられた。そして1990年代後半、フィルムに対する支援策はより鮮明になった。クリエイティブ産業を振興するブレア政権のもと、1997年にDNHを改称し、DCMS(Department for culture, Media and Sport)が設立された。映画産業はこの中核を成すが、政府の支援なくして未来はないとDCMSは捉えている。DCMSは2000年にそれまで分散していた支援機能を集約するためのUK Film Council(以下UKFC)を設立した。制作基金の提供、国立映画・テレビ学校の運営などの役割のブリティッシュ・フィルム・コミッションへの資金提供をUKFC経由に改めた。また政府資金に加え、もう一つの重要な公的助成として、宝くじによるイギリスのフィルム制作者への助成がある。以上のように、イギリスのフィルム政策は現在UKFCを中心とした各種機関を通じて行われている。UKFCの主な役割は、映画製作、映画関連団体への公的助成である。UKFCには、毎年、政府と「ナショナル・ロタリー(National Lottery)の基金から資金提供がある。そしてそれが、映画製作やシナリオ作成、映画教育、映画祭等への助成金として配分される<sup>28</sup>。イギリス政府はこれらの機関の指導管理と資金提供を担っている。

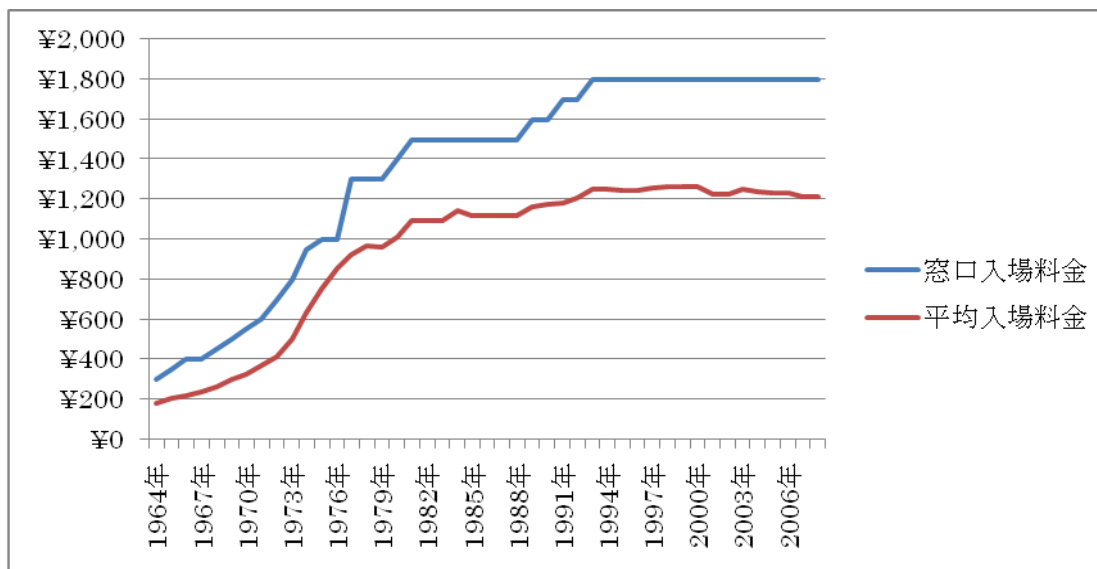
### 第三章 日本の映画産業の現状

#### 第一節 料金について

地下鉄料金や銭湯の料金同様、物価の上昇に合わせて映画料金も変動してきた。1964年の映画料金は300円であった。以後ほぼ毎年のように50円～100円ずつ値上がりを繰り返し、1975年に1000円の大台へ至った。そして93年

に現在の 1800 円となった。確かに物価も上昇したが、これは物価の上昇率以上の値上がりである。

図 4.各年度映画館入場料金



(出典) 日本映画製作者同盟ウェブページ

<http://www.eiren.org/> (情報最終確認: 2010年9月24日)

物価の上昇以外に料金が年々高騰していく理由には、観客動員の減少や映画製作費高騰もある。その差額を穴埋めするために入場料金を上げているのである。しかし、その 1800 円という数字が観客の足を遠ざけているという事実もある<sup>29</sup>。当日窓口料金の増加率に対し平均入場料の増加率が低いのは各種割引を設けて少しでも入場者数を伸ばそうとする映画館側の努力である。それでも入場者数を増やすことにはつなげていない。

次に海外に目を向けて、アメリカ・フランス・スペインといった先進国の映画料金と比較してみる。

図 5.各国の映画料金

	名目 映画料金 (ドル)	一人当たりの所得 (ドル)	映画料金÷ 一人当たりの所得	相対映画料金指数 (アメリカ=100)
日本	16.4	35.990	4.5	226
アメリカ	7.0	34.870	2.0	100
フランス	5.5	22.690	2.4	121
スペイン	3.8	14.840	2.6	127

(出典) 世界銀行『世界開発報告』シュプリンガーフェアラーク東京株式会社、2001年

名目的な映画料金や、各国の所得水準を考慮に入れた相対映画料金指数等を他国と比較した場合、日本の映画料金は外国に比べて割高であることは明らかである。

また、日本の映画料金がほぼ全国一律であるのは独占禁止法によって禁止されているカルテルという不法行為に当たる可能性がある。それに対し、国会質疑では、公正取引委員会は映画業界について、カルテルが形成されていると認識していないという立場を表明しているが、その真偽は更なる検討が必要であろう。このような日本映画の実情に対して、その発展のイニシアティブをとるべき機関ははたしてどのようなものであろうか。第二節では、産業として、文化としての映画の特性からくる監督官庁の錯綜状況を把握することにしたい。

## 第二節 公的機関

日本の映画産業を統括している公的機関はいくつかあるが、その中で文化庁と経済産業省、総務省の3つが主導している。しかし、この3つの担当する分野は異なり、目的も異なる。これにより、一元化された方針はなく、強力な力を持つこともない。日本の映像コンテンツ政策の曖昧さは、WTOとユネスコ文化多様性条約の相反する2つの事項への対応に見て取ることができる。

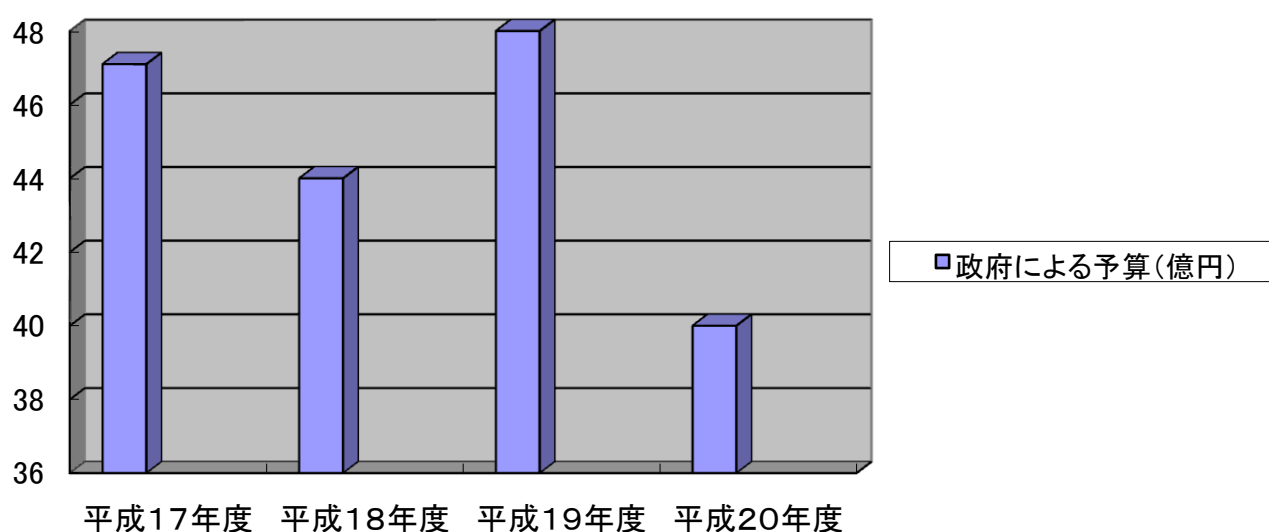
WTOとは、アメリカが中心に推進している制度であり、自由貿易を標榜している。また、その知的財産分野のTRIPS協定<sup>30</sup>もあり、日本はそのどち



らにも参加している。一方、ユネスコ文化多様性条約とは、世界での文化の多様性を追求するために、各国が文化保護のために国内振興制度や保護制度を導入することを認める条約であり、これにも日本は賛同している。世界でよく見られるクォーター制度のような対外排他的制度を持っていると、WTO条約とユネスコ条約のどちらにも参加しているという矛盾が表面化してくるであろうが、日本ではこのような制度を持っていないことから問題は表面化せずに済んでいる<sup>31</sup>。

また、日本の政府は、映画産業に協力的であるとは言えない。日本では、コンテンツ振興予算に関する特別会計はないため、一般会計に依存した形となる。予算規模は40億円前後で推移しており、年度ごとに増減はあるものの、減少傾向にある<sup>32</sup>。

図 6.各年度コンテンツ振興予算



財務省主計局「予算政府案 参考資料」各年度より抜粋

### 第三節 戦略リスクマネジメント

第二章 第一節で述べたように、ハリウッドではリスクを限定化し、さらにそれをうまくコントロールするための事業計画がすでに業界内で形式化されている。

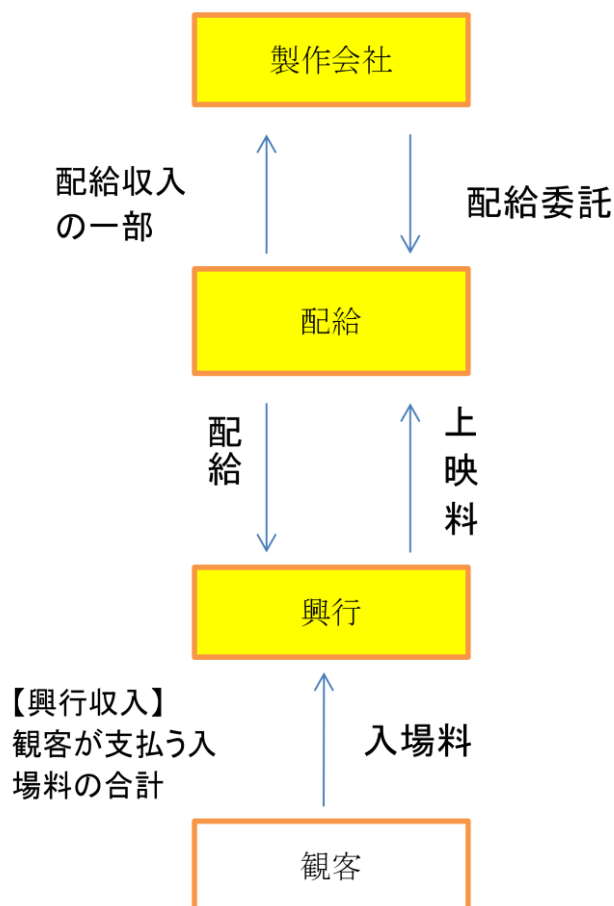
一方、日本においては製作委員会方式という形態が一般的である。製作委員会方式は映画関連業界各社が任意組合契約を締結したうえで、「制作委員会」を

組成し、各社が出資することで映画製作費及び諸経費をまかなう方式である<sup>33</sup>。両者はリスク分散の利いた共通点の多いモデルであるといえるが、ハリウッドが金融会社や投資ファンド等、業界外から多くの資本を調達し、その戦略リスクの統制を専門家にゆだねているのに対して、製作委員会方式では、専門的にリスクをコントロールする当事者が出資者である。しかも損失を生み出した場合は、出資者に無限責任を負わせる点で、ハリウッドのビジネス計画とは根本的に異なり、日本映画のほうがリスクである。戦略リスクマネジメントは事前に不確実性の高い状況において現段階でいかに固定収入を高めるかといったものであり、それによって初めて大規模な資金調達が可能となる<sup>34</sup>。

#### 第四節 配給システム

映画ビジネスは、製作・配給・興行の3つのパターンからなり、それぞれを担うのが製作会社（プロダクション）、配給会社、興行会社（映画館）である。製作から配給興行の流れを、その流通する資金面で追いかけてみると、以下のようになる。製作委員会を組成して、複数の企業から諸権利の窓口権と引き換えに出資を得る。製作委員会に配給会社が参加している場合が多く、その時点で出資と引き換えに配給権を得たものと捉えている。配給会社は映画館を営む興行会社を窓口、その興行収入の一部を映画料（配給会社から見れば配給収入）として請求することになる。この映画料の割合を「歩率」と称しており、配給会社と興行会社は上映前の段階で、この歩率を契約書によって取り決める。<sup>35</sup>これは固定率ではなくスライド式になっていることが多い。こうして計上された配給収入から、配給会社はP&A（上映用プリントの作成料と宣伝費）と配給手数料を優先的に徴収する。これを差し引いた額からさらに幹事手数料を制作委員会の中心となる幹事会社が10%前後徴収した残りが、劇場公開時における製作委員会の収入になるわけである。製作、配給、興行という映画のビジネスプロセスは、一つの商品を作り、その利益計上までを3つの異なった組織が分担しているわけで川上たる製作では、資金を投入するばかりで回収の手段がない。また川下である興行は、ひたすらその回収だけに専念する機能となっている。両者を結ぶのが配給となるわけだが、我が国の場合、配給と興

行が同一資本で経営されているケースが多く、そのため製作が投下した資金を配給と興行が「同じ財布」に入れてしまう。物流に例えるなら製作会社、配給会社、興行会社を生産者、卸売業者、小売業者と置き換えることができる<sup>36</sup>。本来ならば卸売業者と小売業者間では別資本による独立組織によって自由な商取引が行われるが、日本の映画産業は同一資本である点が問題である。



## 第5節 ブロックブッキングシステム

第4節で述べたように、配給と興行が「同じ財布」であるのは、ブロックブッキングシステムと呼ばれる流通形態がとられているからである。これは日本特有のシステムであり、問題点でもある。ブロックブッキングシステムとは、映画会社が製作・配給・興行の流れを系統化し、自社作品を独占的に系列映画館だけに配給するシステムである<sup>37</sup>。このシステムは自由競争を妨げているのである。アメリカでも以前は採用されていたが、大手の会社が独占的に上映するというシステムのため、独占禁止法を根拠に撤廃された。しかし日本では未

だにこのシステムが残っている<sup>38</sup>。たしかに計画通りに製造・消費されるこのシステムは、流通面では効率的なシステムに見える。しかし、以下に述べる問題点により、日本映画産業衰退の原因とも言われている。

ブロックブッキングシステムのもとでは、配給と興行が一体となって年間のスケジュールを決めているため、他社作品の上映や上映作品の自主的な変更は認められず、配給された作品をその興行成績に関わらず決められた日数上映し続けなければならない<sup>39</sup>。例え興行収入の良い作品でも、スケジュール通りに上映を打ち切らなければならないし、反対に興行収入の良くない作品でも決められた期間は上映する義務がある。映画は経験財であるために、観客自身が広告媒体となって評価が口コミ(word-of-mouth)で広がり、映画収入に大きな影響を与える<sup>40</sup>。しかし、上映スケジュールが決められてしまっているブロックブッキングシステムの下では、この口コミの効果が得られないのである。

また、上映する映画館は、配給された映画を上映するだけであり、意思決定権はない。故に営業努力をしなくなるという問題点がある。さらに、製作側も年間スケジュールに縛られ、決められたラインナップを埋めるための製作となり、必然的に映画の質は落ちてしまう。このように興行側、製作側の双方にモチベーションの低下を招き、映画産業衰退の原因となっている。

## 第四章 結論

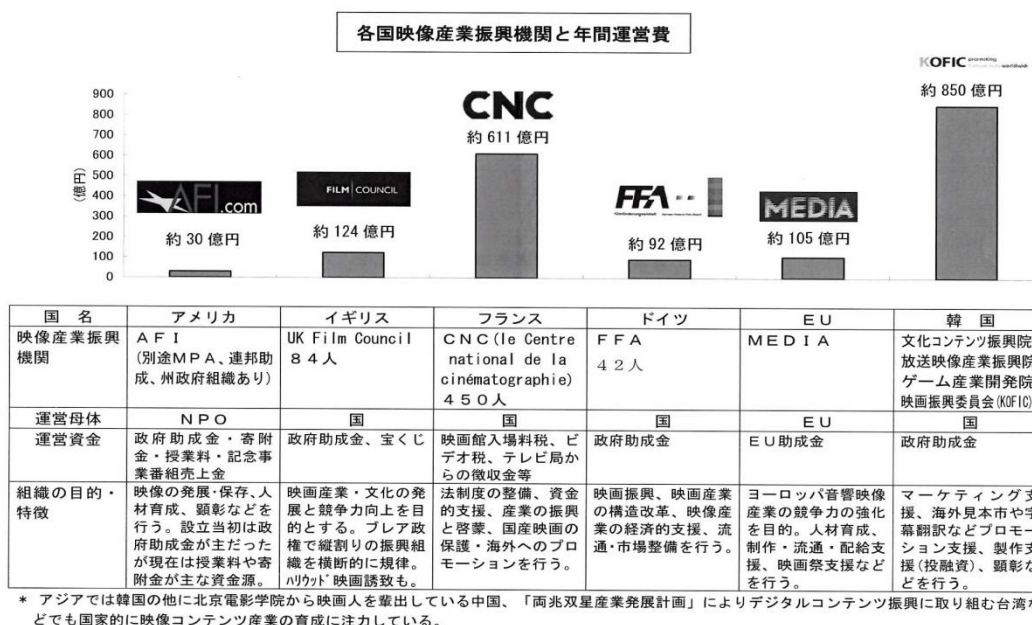
### 第一節 他国と日本の比較

これまで、日本を初め、アメリカやフランス、韓国、イギリスの映画産業の構造を見てきた。この節では、日本と他国の映画産業の構造を比較していく。私たちは、2010年9月21日火曜日11時半から13時まで東京都中央区築地においてNPO法人映像産業振興機構の事業部事業室長である内山浩昭氏にインタビューを試みた。この法人はJAPAN国際コンテンツフェスティバル(コ・フェスタ)の運営、短編映画作品製作による若手映画作家の育成事業、アジアにお

ける日本映画上映事業、当法人の政策検討委員会の開催等を、関係省庁、団体、教育機関と連携し取り組んでいる法人である。以下、当インタビューを通じて得られた資料を交えて議論を展開していきたい。

第二章で比較してきた各国はいずれも、映画産業を統制する一元化された公的機関が存在する。各国の公的機関である映像産業振興機関を示しているのが以下の図である。

図 7.各国の映像産業振興機関と年間運営費



出典 VIPO ウェブページ <http://www.vipo.or.jp/ja/pdf/about/kaku.pdf>

(情報最終確認日：2010年9月27日)

この図から分かるように、国に頼らなくとも市場が成立しているアメリカを除いて、すべての国に、国が運営母体である強力な力を持つ映像産業のための公的機関が存在する。これまで比較してきた国の中でアメリカを除き一番予算規模の小さいイギリスでさえ約124億円、また韓国にいたっては、約850億円の予算がある。この数字からも分かるように、他国では国が積極的に映画産

業を支援していると言える。アメリカにおいても公的機関を運営しているのは NPO であるが、映画産業と政府は密接な関係がある。第二章第一節で述べたように、米国連邦政府が財政赤字に陥っているなか、連邦政府資金が映画産業に割かれていることがその表れであると言える。さらに、どの国の公的機関も組織の目的の一つとして人材育成を掲げ、人材育成のための助成金制度を設けている。フランスの教育省は映画関係者を育成するため専門機関へ予算を出している。しかし、映画関係の仕事はプロジェクト単位で動くものであり、年間の雇用が不安定になりがちで、俳優、製作者も一つのプロジェクトに携わった後、仕事がない状態が続くという不周期性、不安定性が否めない。そこで厚生労働省に当たるような省庁が、社会政策としてある一定期間失業保険の給付を行うことで、不安定だが魅力的な仕事に関係者が安心して取り組める状況を作り出している。

一方、第三章で述べたように、日本では、3つの代表的な公的機関を中心とし、いくつかの映画産業を統括する公的機関が存在する。各機関は担当する分野、目的ともに異なるため、一元化された方針や強い権力を持たない。そのため政府の政策がうまく機能しないのである。また、日本にはコンテンツ振興予算に関する特別会計はないため、一般会計に依存していて、予算規模は40億円前後と他国と比較しても低い水準にある<sup>41</sup>。これはイギリスの約3分の1、韓国の約21分の1と他国との比較において非常に低い水準であることが分かる。つまり、日本の政府は、映画産業を支援することに協力的であるとは言えない。日本には人材育成のための私立大学や専門学校は存在するが、国が支援する人材育成のための国立学校がないのも、日本政府が映画産業の復興に非協力的なためであると言える。インタビューに協力してくれた内山氏も「韓国では政府がお金を出して監督志望の人にハリウッドの制度を学ばせている。日本でも例えば若手の監督志望者を対象にコンテストを開催して、若い才能を探す機会を増やし、優秀な人材にお金を投資するなどの取り組みをする必要がある。日本には映画監督になる方法、ノウハウがしっかり確立されていないためそれをしっかり作るべきなのである。」と語る<sup>42</sup>。以上のことから他国との比較において言えることは、方針を一元化した強力な公的機関が日本にも必要ではな

いのだろうかということである。内山氏も「公的機関が一つになれば、ビジネス面と文化面のバランスもとることが可能となり、日本の映画産業にとって大いに意義がある。」と言う<sup>43</sup>。さらには、第三章で述べたような日本の映画産業の発展を妨げる問題点も改善できるであろう。

## 第二節 公的機関を一元化することにより見込める効果

日本の現状を打破するには、ただ公的機関を一元化するだけではいけない。現在の配給システムや産業構造を変える政策を打ち出していく必要がある。それを前提に、公的機関を設立するメリットを述べていく。

まず、公的機関を一元化し、強力な力を持つことが出来れば、これまで上手く機能していなかった政府の役割が、経済面や文化面ともに果たせるだろう。政府の役割が上手く機能することにより、第三章第五節で述べたブロックブッキングシステムを廃止することが可能となるだろう。ブロックブッキングシステムは、独占市場を促進し、営業努力を怠らせてしまうためこれを廃止する。これにより市場を自由競争にすることができるという効果が見込める。自由競争にすることにより、第三章第一節で述べた入場料金の問題は自然と解決へと向かう。平均的な鑑賞料金が下がれば、これまで減少傾向だった入場者数も増加の見込みが出てくるであろう。また、興行収入やロコミの効果などによって上映期間などを変更したり、映画館ごとに上映する作品を選択することが可能になったり、柔軟な対応を取ることが出来るようになる。その結果、興行側は営業努力をするようになり、映画産業の発展につながるだろう。さらにこれは、興行側、製作者側、配給側の3つすべてのモチベーションの向上につながる。最終的に、それが映画の質を上げることにも繋がるであろう。また、政府が公的機関を中心とし、映画産業を積極的に支援する姿勢を取り、人材育成にも力を注ぎ資金を配分すれば、日本の映像コンテンツの質は向上するであろう。内山氏は、「例えばマンガの世界では多くの雑誌がしのぎを削り切磋琢磨しているため層が厚く、また多種多様なジャンルがあるため幅もある。その点で日本のマンガ界はハリウッドの様な市場が完成しているために政府が介入する必要もない。そしてその中から質の高いものが出てくる。そのため、日本のマンガは

ハリウッド同様世界に通用する。これは映画界でも同様であり、質の高い映画があれば世界に出すことができる。そのためには映画界の層を厚くし、幅を広げなければならない。」と語る<sup>44</sup>。ここで参考にすべきなのは韓国の映画産業への取り組みである。彼らは人材育成や若手監督に多くの機会を与える目的でスクリーン・クォーター制を導入している。日本の映画産業も他国の映画を制限して、自国の映画の上映を増やしたらどうだろうか。この制度はハリウッド映画の市場シェア率が高い日本にとって、今すぐに利潤を追求することは難しいだろう。しかし、長期的に見れば、才能ある新人監督を拾い上げる機会を多く作ることとなる。これにより、日本映画が成熟して、各映画館が質の高い日本映画を各々ピックアップし、自然と日本の映画産業に自由競争を促すことができれば、映画館の料金も下がり、また観客の日本映画に対する関心も強まり、将来的に映画館に足を運ぶ人も増え、映画産業の活性化が見込めるだろう。映画界のさらなる発展のためには人材の育成、若手の活躍の場の提供、日本映画界への競争力の植え付けが必要であると言える。

以上のように経済面、文化面ともに統一した考えを持つ一元化された公的機関が、映画産業の層と幅を厚くしていくことを目標に、充実した政策を打ち出すことが映画産業において最大の効果をもたらすと言える。

### 第三節 今後の展望

第一節、第二節では公的機関を一元化することの必要性、そしてその効果について述べてきた。以上のことから、今後日本の映画産業がとるべき具体的な以下の3つの対応策を提案する。

第一に、他国のように映画を専門に総合的に扱う一元化された公的機関を創設すること。第二に、配給システムを変えること。特にブロックブッキングシステムの廃止である。第三に、映画製作を支援するためのシステム、人材育成のためのシステムを構築することである。

以上の3つの対応策はいずれも、政府が映画産業の文化的な側面、さらには産業的な側面、双方を理解し、積極的に支援を行う姿勢を取らなければ成立しない。今まで日本の映画産業は、政府が非協力的であったため、民間の努力に



よって成り立ってきたと言える。しかし、今日の映画産業の衰退は、民間の努力だけでは解決できないだろう。今後日本の映画産業の衰退に歯止めをかけ、活性化していくためには、政府の協力が不可欠である。

- 
- 1 内山隆他編『映像コンテンツ産業とフィルム政策』、丸善株式会社、2009年
  - 2 CNC ウェブページ <http://www.cnc.fr/> (情報最終確認 2010年9月24日)
  - 3 上間創一郎著「観光事業としての映画興行の可能性—一九〇年代におけるシネマコンプレックスの台頭とその諸影響」『応用社会学研究』、No.51、2009、167
  - 4 日本映画製作者同盟ウェブページ <http://www.eiren.org/>  
(情報最終確認 2010年9月24日)
  - 5 情報通信政策研究所ウェブページ  
<http://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/seika/houkoku.html>  
(2010年9月24日最終確認)
  - 6 日本経済情報課『日本の映画産業の動向』「産業レポート」、2006年10月
  - 7 情報通信政策研究所ホームページ  
<http://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/seika/houkoku.html>  
(2010年9月24日最終確認)
  - 8 この項は内山隆他、前掲書に依拠する部分もある
  - 9 プロジェクト・ファイナンスとは、その映画が将来稼ぎ出すだろうキャッシュフローを担保にノンリコースで融資を取り付ける方法である。
  - 10 川上昌直著、前掲書
  - 11 CNC のウェブページ <http://www.cnc.fr/> (情報最終確認日:2010年9月24日)
  - 12 同上
  - 13 同上
  - 14 岡本さやか著『フランスにおける映画作品の共同製作』、慶應義塾大学湘南藤沢学会  
2006年
  - 15 同上
  - 16 内山隆・湧口清隆著「経済政策としての映像ソフト振興策—フランスの事例—」、『メディア・コミュニケーション』No.51、2001 (慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要)
  - 17 岡本さやか著、前掲書
  - 18 文化庁ウェブページ <http://www.bunka.jp/> (情報最終確認日 9月24日)
  - 19 この項は掛尾良夫 『CINEKOREA2001』「韓国映画が元気な理由」2001年に依拠する部分もある。
  - 20 山田和夫著『経済』「韓国映画再生への奇跡をたどる」2004年
  - 21 内山隆他編、前掲書
  - 22 山田和夫著、前掲書
  - 23 掛尾良夫 『CINEKOREA2001』「韓国映画が元気な理由」2001年
  - 24 J-pitch ウェブページ <http://j-pitch.jp/production/korea/support01.html> (情報最終確認: 2010年8月19日)
  - 25 この項は内山隆他、前掲書に依拠する部分もある。
  - 26 自国映画と他国映画の上映の割合を予め定めておくこと
  - 27 この項は木村めぐみ 『イギリス映画産業の地域・オーディエンスとの連携—フィル

---

ム・コミッションの展開と可能性に依拠する部分もある。

[http://ci.nii.ac.jp/els/110007468549.pdf?id=ART0009290529&type=pdf&lang=jp&host=cinii&order\\_no=&ppv\\_type=0&lang\\_sw=&no=1282215637&cp=](http://ci.nii.ac.jp/els/110007468549.pdf?id=ART0009290529&type=pdf&lang=jp&host=cinii&order_no=&ppv_type=0&lang_sw=&no=1282215637&cp=) (情報最終確認日 2010年9月24日)

28 深谷公宣著『イギリス・アイルランドにおける映画関連機関について』富山大学芸術文化学部、2010年2月

29 毎日新聞社『エコノミスト』1月18日号、2000.1.18 pp96~99

30 正式には知的所有権の貿易関連の側面に関する協定と称す。TRIPS協定の目的は知的所有権につき貿易上必要とされる水準の保護や権利行使手続の整備を加盟各国に義務付けることである。

31 内山隆他編、前掲書

32 同上

33 杉山慶子・鈴木雄一著『知的財産を活用したコンテンツ制作時の資金調達—映画産業における資金調達手段としての完成舗保証制度に関する考察—』社団法人情報処理学会研究報告、2006年

34 川上昌直著『戦略リスクマネジメントによる映画ビジネスの米日比較』国際ビジネス研究学会年報 2005年

35 斎藤守彦著『映画館の入場料はなぜ1800円なのか?』ダイヤモンド社 2009年

36 福井健策著『「映画ビックバン」の法的諸問題』NBL 1999.4.1

37 上間創一郎著、前掲書

38 内山隆他編、前掲書

39 『朝日現代用語「知恵蔵」2003』朝日新聞社、2003年 P. 913

40 内山隆他編、前掲書

41 内山隆他編、前掲書

42 NPO 法人映像産業振興機構 事業部事業室長 内山浩昭氏へのインタビューより

43 同上

44 同上

#### ～参考文献～

・菅谷実、中村清、内村隆編『映像コンテンツ産業とフィルム政策』丸善株式会社、2009年

・田中純一郎著『映像時代の到来』中央公論社、1980年

・柳下毅一郎著『興行師たちの映画史：エクスプロイテーション・フィルム全史』青土社、2003年

・総務省情報通信政策研究所『変貌するコンテンツ・ビジネス』東洋経済新報社、2005年

・大高宏雄著『東京人—渋谷はいかにして、ミニシアターの町になったのか』都市出版、2006年

・新村千穂著『ヒット映画はミニシアターから誕生する』東京歴史文化財団、2000年

・掛尾良夫著『映画興行は面白い(3)ミニシアター編』キネマ旬報社、2000年

・大高宏雄著『日本映画逆転のシナリオ』WAVE出版、2000年

・岡田裕著『映画創造のビジネス』筑摩書房、1991年

- 
- ・ CNC ウェブページ <http://www.cnc.fr/> (情報最終確認 2010 年 9 月 24 日)
  - ・ 上間 創一郎「観光事業としての映画興行の可能性—一九〇年代におけるシネマコンプレックスの台頭とその諸影響」『応用社会学研究』、No.51、2009
  - ・ 日本映画製作者同盟ウェブページ <http://www.eiren.org/>  
(情報最終確認 2010 年 9 月 24 日)
  - ・ 世界銀行『世界開発報告』シュプリングァーフェアラク東京株式会社、2001 年
  - ・ 情報通信政策研究所ウェブページ  
<http://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/seika/houkoku.html> (2010 年 9 月 24 日最終確認)
  - ・ コンテンツビジネス研究会編『最新版 図解でわかるコンテンツビジネス』日本能率協会マネジメントセンター、2002 年
  - ・ クリーク&リバー社『コンテンツ・プロデュース機能の基盤強化に関する調査研究：国際展開』経済産業省、2004 年
  - ・ 浜野保樹『表現のビジネス—コンテンツ政策論』東大出版会、2003 年
  - ・ 村上世彰・小川典文『日本映画産業最前線』角川書店、1999 年
  - ・ 総務省統計研修所『第 54 回 日本統計年鑑 平成 17 年』総務省統計局、2005 年
  - ・ ジョセフ・E・スティグリッツ『ミクロ経済学』東洋経済新報社、1995 年
  - ・ 高瀬進『映画館物語』冬青社、2002 年
  - ・ 波多野哲朗『映画監督になるには』ペリカン社、1993 年
  
  - ・ 佐野真一著『日本映画は、今：スクリーンの裏側からの証言』ティービーエス・ブリタニカ、1994 年
  - ・ 菅谷実、中村清編著；磯本典彰[他]共著『映像コンテンツ産業論』丸善、2002 年
  - ・ 植草益『産業組織論』筑摩書房、1982 年
  - ・ 日本経済情報課『日本の映画産業の動向』「産業レポート」、2006 年 10 月
  - ・ 毎日新聞社『エコノミスト』1 月 18 日号、2000.1.18 pp96~99
  - ・ 杉山 慶子・鈴木 雄一『知的財産を活用したコンテンツ制作時の資金調達—映画産業における資金調達手段としての完成舗保証制度に関する考察—』社団法人情報処理学会研究報告、2006 年
  - ・ 川上 昌直『戦略リスクマネジメントによる映画ビジネスの米日比較』国際ビジネス研究学会年報 2005 年
  - ・ 『朝日現代用語「知恵蔵」2003』朝日新聞社、2003 年
  - ・ 斉藤守彦著『映画の入場料金は、なぜ 1800 円なのか?』ダイヤモンド社、2009 年
  - ・ 福井健策著『「映画ビックバン」の法的諸問題』NBL 1999.4.1
  - ・ 増淵健著『B 級映画フィルムの裏まで』平凡社、1986 年
  - ・ ロバート・スクラー著、鈴木主税訳『映画が作ったアメリカ』平凡社、1980 年
  - ・ 岡本 さやか著『フランスにおける映画作品の共同製作』慶應義塾大学湘南藤沢学会 2006 年
  - ・ 内山隆・湧口清隆著「経済政策としての映像ソフト振興策—フランスの事例—」、『メディア・コミュニケーション』No.51、2001 (慶應義塾大学メディア・コミュニケーション)

---

研究所紀要)

- ・中川洋吉『生き残るフランス映画：映画振興と助成制度』希林館、2003年
- ・岡田晋著『映画の誕生物語：パリ・1900年』美術出版社、1980年
- ・内山隆・湧口清隆『欧州政府と映画振興政策』丸善、2002年
- ・文化庁ウェブページ <http://www.bunka.jp/> (情報最終確認日 9月24日)
- ・山田和夫 『経済』「韓国映画再生への奇跡をたどる」2004年
- ・藤本信介『韓国映画の観客占有率における急成長要因－1999以降の観客占有率の上昇を様々な視点から分析－』富山大学人文学部国際人文学科比較社会論コース平成14年度学部卒業論文(未公開)
- ・金鐘文著『韓国映画躍進の秘策：韓日文化交流の新時代』現代書館、2005年
- ・掛尾良夫 『CINEKOREA2001』「韓国映画が元気な理由」2001年
- ・J-pitch ウェブページ <http://j-pitch.jp/production/korea/support01.html> (情報最終確認：2010年8月19日)
- ・木村 めぐみ 『イギリス映画産業の地域・オーディエンスとの連携－フィルム・コミッションの展開と可能性』  
([http://ci.nii.ac.jp/els/110007468549.pdf?id=ART0009290529&type=pdf&lang=jp&host=cinii&order\\_no=&ppv\\_type=0&lang\\_sw=&no=1282215637&cp=](http://ci.nii.ac.jp/els/110007468549.pdf?id=ART0009290529&type=pdf&lang=jp&host=cinii&order_no=&ppv_type=0&lang_sw=&no=1282215637&cp=)(情報最終確認日 2010年9月24日)
- ・深谷公宣 『イギリス・アイルランドにおける映画関連機関について』富山大学芸術文化学部、2010年2月