

# 映像産業の将来

開催日：2005年7月6日

講師：尚美学園大学教授 鈴木 常恭

(司会) 鈴木常恭氏においでいただいております。鈴木様は長年共同テレビでテレビ映像制作のプロデューサーを務めてこられた方でございます。この研究会の趣旨は、オープンリサーチのサービスグループの研究の一環でございます。ほぼ今年度スタートでございますけれども、要するに将来川崎で展開される可能性のある都市型ビジネスの可能性というものをみんなで研究していこうというものでございます。その第一弾で鈴木様に映像産業の可能性、将来性というものについてお話ししていただくということで今日機会を設けたわけでございます。おそらくこういったテーマでの話というのは滅多に聞けることではないと思いますので、非常にわれわれにとっても関心のあるものでございます。

それから、きょうの研究会は今やっているとおりでございますが、遠隔システムの実験を兼ねているわけでございます。神田と生田の2地点間を結んで同時中継をするわけでございます。それから先ほど松田先生から案内が行きましたように、後でオンデマンドで映像と音声を再現できますように、メディアサイトラボを使って収録も同時に、生田で行っております。そういう意味でも非常に興味深いテーマに合った形式になっているかと思えます。

それでは時間もだいぶ過ぎておりますので鈴木先生に、よろしく願いいたします。

## 鈴木常恭氏

私は、今年の3月まで32年間、総合制作会社共同テレビジョンでディレクターとプロデューサーを20年余り制作として番組づくりに関わり、後半の10年程を技術コーディネーションという立場で番組制作及び映像制作における技術とコンテンツの制作の融合役をしながら映像に関わってきました。それが今年の4月から、ご案内のありましたように、尚美学園大学で映像制作論の講座を受け持つことになりました、私は、以前からいつか学生たちに教えてみたいと思っていました。

32年間にわたり番組制作をしてきたわけですが、それはテレビというメディアを中心でした。私自身は、まだ学究者という立場ではありませんので、今日はこれまで制作直接現場で感じたことを踏まえながら「映像産業の将来?現在から新時代へ」からということをお話しさせていただきます。

## 映像産業が抱える問題点

まず、映像産業をベースにしたコンテンツ産業はどのくらいの市場規模かということを示したいと思います。

これは2003年のコンテンツ産業の市場規模です。この中には、出版業も入っています。キャラクターはテレビ番組など映像制作によって生み出されたキャラクター商品の販売等をベースにしてカウントしたものです。また、音楽産業も入っています。

私に関わってきた放送業界は、思ったほどのことはないというのが現状です。今年のはじめあたりに世の中を騒がせた、フジテレビはNHKもCATVもBS放送も含めた数字です。売り上げトップと言われているフジテレビでも3,000億前後で、某自動車メーカーほどではないことが分かります。

このことを頭に入れていただき次に映像産業の直面する問題をお話ししようと思います。これが今回の全体を流れていく基調になるテーマです。それは、経済的問題、人材開発の問題、コンテンツ開発の問題、権利の問題、新たなメディアへの対応などです。

経済的な問題のいちばんのポイントは、制作費の調達をどうするかです。

映像産業における技術革新は、ハードウェア・ソフトウェアが大きな規模で行われます。現在は、デジタル化に伴いこれに関わる資金調達をどのようにするかが問題となります。ソフトウェアひとつを変えるだけで1,000万とか、場合によってはその数倍のものまであります。これが1つだけではなくて同じようなものが日本全国のいろいろなスタジオで使われていることを考えると大変大きな規模になることが分かります。これは、以後にお話していく制作プロセスのコストに当然のようにね返ってきます

特に、地上波デジタルが本格稼働することで、現行の機材を基本的に変えていかなければなりません。これもテレビ局各社や他関連企業に大きな負担を強いているというのが現状です。ローカル局レベルで地上波デジタルに移行の設備投資額は、30億円位一気にかかると言われていいます。この30億かけた機器やソフトウェアがどれくらいもつかというと、それ程の長い期間もちません。機器としてある程度の期間は運用できますが、ソフトウェアについては、2年、3年で新しいものに更新しなければいけないというのが現状です。

このへんが悩ましいところなのです。これは、下手をすれば一般の企業だったら傾いてしまうのではといわれる状況にあるように聞いております。

次に人材開発、人材登用というのが大きな問題となっています。これは後にふれる教育や研究に関わることになってきますので、後のほうで詳しく話したいと思います。

コンテンツの開発というのはいわゆる作品・番組内容のことです。ドラマも、情報番組も最近少し曙光が見えたような状態ですが、いつも新しいアイデアの注入をしていかなければなりません。

最近よく言われていることですが、私が3月までいたところでも社内でもライツということを開かない日はないぐらいにライツ、ライツと言いました。権利開発についてです。

コンテンツの著作権収入やビデオグラム権など様々な周辺の諸権利開発の動きが顕在化しています。これがどのように展開するかが、先のコンテンツ産業の市場規模にも当然反映してきま

す。興味ある問題です。

新たなメディアへの対応ですが、ブロードバンドテクノロジーなどが活況を呈していくと、インターネット上でテレビ番組の放送が視聴できるようになります。この視聴が正しいことかどうか、大いに疑問を持たれています。

## 映像制作プロセス

映像がどのようなプロセスで作られていくのかをお話しします。

このプロセスが、実は先ほどお話しましたイノベーションなどに大きな関わりを持ちます。

番組、映像のコンテンツ作りスタートは、企画開発です。企画開発については、またこれも3月までいたところの話で恐縮ですが、スタッフの顔を見ると「企画はないのか」「企画書を出せ」「企画書を書け」と毎日のように言われていました。今の7月の時期は、少し落ち着いていると思います。10月のオンエアされる番組の多くは、決まっているためです。

しかし、8月になると再び、「企画書」と言われます。これは、年末年始、来春の企画を出すということで、またまたスタッフの頭を悩ませていることになります。

企画を作ることが、映画でも、テレビでも、これが一番の勝負どころです。

これが大きな展開軸を出せるところなのです。スタッフが心血を注いで、他社と違う新規性を出していこうと血眼になって考えていく時期です。単に企画を出せばいいだけではなくて、企画内容をどのようにリサーチをするのかということによって、企画が決まっていきます。製造業の商品開発とよく似ていますが、ただ「もの」が見えないので、本当に当たるのかどうなのか、大変微妙なところがあります。それに他社との関係です。

放送番組では、放送される日の同じ時間帯の隣のチャンネルとの差別化をどうするのか。これを私たちは、「横」と言っていました。しかし、差別化できれば視聴者が、新企画の番組として受け取ってくれるかということとそうでもないのです。似て非なるものをうまく創り出すというのがこの企画立案のミソで、かつてトレンドドラマのトレンドというような言葉で使った、トレンドの掴まえ方になってくると思います。このあたりを企画立案でうまく組み込んでいかなければなりません。

当然企画を出すということは、だれが出演するかをこの時点である程度のイメージ候補をつくりながら企画立案をしています。また、だれがディレクター・監督として演出するのか、即ち、どのディレクターを起用し、成立させるのかの候補も考えます。これを正確にしておかないと番組として企画を買ってくれ、提供してくれるスポンサーや、映画では、出資してくれる人たちの反応を取れないのです。まずは、ここが大きなポイントになります。

この時点でプロットという、筋立てをどうするのかということを考え書きます。基本的にプロデューサーとかディレクターが、シナリオライターと、テレビの場合はそこに編成の担当者が、加わりプロットの作成をしていきます。

次に、脚本・シナリオ化という作業に入ります。まず準備稿、別名「たたき台」と言って、粗い展開でプロットに少し書き込まれたぐらいのもので、これを持ってスポンサーを見つけていくという作業に入っていくことになります。また、この時点で制作予算見積もりも作られます、いくらで制作できるのか、当然のように制作費を出すスポンサーは言ってきます。

その次に、見積もりを作りましたから、当然収支のバランスを非常に大雑把なバランスシートも作られます。

映画の場合ですと資金調達というのは大変大きな問題になりますが、テレビの場合だと逆に企画書を買ってくれさえすれば資金は、スポンサーが出してくれますので、ここまでくれば一段落です。映画の場合はそうはいかないのでなかなか難しいところがあるようです。

スポンサー、番組枠の決定により制作費の目途がつくと、はじめてプリプロダクションという現実的な作業に入ります。ここからが、一般的に言われている「番組制作」となります。映像制作の第2のスタートラインです。ここで再び、企画書段階でイメージしたキャスティングが、本当に正しいかなど精査されます。

次が、現場スタッフの編成です。企画立案のところでは、監督レベルしか決めていませんが、この段階でアシスタントの助監督やADと言われる人たちを選抜したり、その他の制作スタッフを決定していきます。因みに、この時点でのスタッフ編成を間違えると制作費にダメージを出す結果になるため真剣勝負です。現場制作レベルでは、先ほどの準備稿を決定稿、そして撮影稿（撮影台本）を作っていきます。撮影稿（撮影台本）と決定稿はどう違うかという、撮影稿では「割り本」と言って撮影に準じた形でカメラをどういうふうに着けるか、どう画を割っていくかなどが、書き込まれたものを撮影稿（撮影台本）と言っています。

撮影の準備に入ります。ロケハン（ロケーション・ハンティング）もこの時点で行います。並行して各種の打ち合わせも行われます、場所が決り、撮影（収録）スタッフが決まると、どのような機材を使い映像効果を上げるか、カメラを何台で、特殊機材をどのように活用していくかなど検討するのがこの時期です。最近では、映画で同じようだと聞いていますが、テレビドラマの場合CG（computer graphics）が多く使われています、かつて私が関わった『ロング・ラブレター・漂流教室』というフジテレビのドラマでは、CGが占める割合が大変多くて、事前の打ち合わせを十分に済ましておかないと、後のポストプロダクション段階で大きな時間的・経済的なダメージを受けます。即ち、この段階で後の作業のための打ち合わせを念に入れておかないと、仕上がりのクオリティを維持できません。

撮影（収録）前は、美術の打ち合わせ、リハーサルなどが行われます。制作サイドがいちばん忙しい時期です。

ロケハンでロケの場所が決まり、キャスティングが決り、スタッフの人数が決まると、予算の全容がより明確になります。この段階でも予算チェックが再度なされます。制作費の範囲で効果的に映像表現が、実行できるかのチェックです。因って、この段階で切られるものは切られ、場合によればシナリオの一部を切るということも行われます。

プロダクション段階、収録という段階に入っていくための実効的なスケジューリングに作業も行われます。どこでどのシーンを何時撮影したらいいのかというようなことを行います。最近ではスケジュール管理だけをやっていく「スケジューラー」というディレクターが存在するようになりました。この人の能力によってロケの運行がうまくいき、ロケ現場の雰囲気がよくなることも悪くなることも、スケジュールの出しによります。この作業には、基本的にあまりディレクター・監督が拘わらない作業です。プロデューサーとスケジューラーというスタッフが行います。

キャスティングもキャスティング担当のディレクターというものが、存在するようになっていきます。これから、実際的な撮影段階のプロダクションになります。現実に撮影をしていくという作業です。これはもう皆さんご存じの通りなので私が、余りお話しする必要ないと思います、

収録系が終わるとポストプロダクションという作業に入ります。編集を中心にした仕上げ作業です。この段階で作品の質（完成度）が決ります。正に、最後の仕上げの段階です。

編集作業は、アットランダム（断片的）に撮影したものを、シナリオに基づきながら演出意図・プランに沿ったエディティング（編集）がなされます。また、必要に応じてCGと実写との合成を行い1つの画像上に処理をすることもこの段階です。

フィルムの場合はオリジナルのフィルムに直接ハサミを入れて編集すると、完成度の高い作品がきません。そこでオリジナルのフィルムからプリントをとり編集用ラッシュフィルムというものをつくります。このフィルムで編集を進め、この作業終了後、「ネガ合わせて」というプロセスをへてオリジナルのフィルムをつなぎ完成プリント作ります。

ビデオでは、収録したオリジナルのビデオ・テープの映像を、コンピュータのハードディスクに取り込み映像データを作る「デジタイズ」という作業を第一段階で行います。

次に取り込んだ映像データをコンピュータ上で編集を実行します。編集は、時間軸（タイムライン）に対して行われます。ハードディスク容量の関係で映像データをすべて取り込めない場合があります。この場合は、映像データは圧縮されます。圧縮された画像では、画像品位に問題が生じます。そこで「オフライン編集」と言われる作業を間に挿みます。これは、先に触れたフィルムにおけるラッシュフィルムを介した編集にあたります。

次に、このオフライン編集のあとデータを基に圧縮していない映像データで完成プリントを作ります。これを「オンライン編集」と言います。また、このようにコンピュータのハードディスクを介して行われる編集システムを「ノンリニア編集」と言います。これに対してテープを媒介にして作業をする「リニア編集」と言います。ハードディスクを介しての編集方式が導入される以前は、「ノンリニア編集」が、中心でした。この方式では、画像処理などでは、多段階のステップを踏むことで画像劣化が生じ、当初の結果を得ることが困難でした。また、作業時間もかかりました。私の実作時代は、この方式が中心でした。

編集が終わると、MA（マルチオーディオ）です。このプロセスは、効果音を入れたり音楽を入れたり、場合にはボイスオーバー、アフターレコーディングなどを行います。ドキュメンタリー番組などでは、ナレーションなどをこの段階で行います。MA段階でもコンピュータを媒介にした作業プロセスが導入され、作業時間の短縮化が進んでいます。MAが終るとプレビューを行い完成となりますが、この段階で基本的な経費の支出が終わったこととなります。とりあえず制作レベルでのバランスシートはここで精査できます。これが放送番組を中心にした制作の大きな流れです。

映画も作業プロセスは、フィルムとVTRの MATERIAL の違いはありますが、基本的に同じです。違いは、制作資金の調達法と配給です。

映画は配給をしなければなりません。テレビ番組と同じように映画内容を広く知ってもらうための宣伝・広報活動が必要になります。これを疎かにすると視聴率と同じようにお客さんの

入りが悪いという結果を生じます。そこで必死に広報宣伝の方法をどのようにするかを考えていきます。その一つとして行われているのが、テレビ局との制作提携です。作品の制作費は、制作側が持ち、広報・宣伝はテレビ局側が負担するとケースです。これにより制作側は、宣伝広報費を肩代わりしてもらい、作品のメイキングや予告編などのスポットなどが放送され周知させることができるという効果を得ることができるのです。やっと初日が開くと、この日に何人入ったかというのがその後の状態に大きな影響を与えます。それは、この入りがマスコミに取り上げられるためです。話題性を得るという相乗効果を得るための宣伝・広報の役割は大きいのです。制作側にとっては、いま宣伝・広報費は、大きな負担になっています。

私が制作から技術へ移りつくづく感じたことは、制作のプロセスマネジメントの思想が、非常に希薄であるということでした。結果、制作会社のバランスシートは、思われるほどよくないのが実情です。早急に、プロセスのシステムマネジメントとファイナンス感覚を確立しなければいけないと思います。

## コンテンツと権利ビジネス

最近、「ライツ」「ライツ」と業界では、喧しく言われています、「権利ビジネス」のことです。折角作ったコンテンツだからからもう少し稼げないだろうか、VP（ビデオパック）の制作、最近VPはあまりやりませんけれども、DVDにするなどビデオグラム化ということを意味します。では、このビデオグラム化は、視聴率とか公開して当たったかなどの結果を基に、市場をニーズ見ながら行われます。

また、ドラマのノベライズ化もあります。ドラマのシナリオを小説化して出版化することです。最近、少し下火のような気がしますが、一時期、盛んに行われていました。

映画などは、公開1年後ぐらいで、放映権が売買されています。テレビドラマは、東南アジアで放送権が販売されています。インターネット権と言われるものもあります。それにマーチャンダイジングということで、キャラクターとか関連グッズの販売。実はこの収入が大変今大きなウェートを占めています、フジテレビを見ると、このキャラクターの商品化が大変大きな収入源になって、報道番組よりこっちのほうがよいと言われることがあります。本末転倒の気がしますが。

最近ハリウッドの傾向ですが、日本の作品を買おうということで、完成したコンテンツとしての作品を買わないで、著作権だけを買うということです。最近の例ではリチャード・ギアが主演した『Shall We Dance』は、周防正行監督で役所広治さんや竹中直人さんが出演して話題になった『shall We ダンス?』の映画の著作権だけ買ってリメイクすることが行われています。

また、映画化したものをテレビ化する動きです。『海猿』は先に映画となり、それをテレビドラマ化され放送されています。(2006年には、映画化されヒットしました。)『踊る大捜査線』はテレビから映画化という逆のケースで大ヒットした好例です。『電車男』もこのような形で制作されるように聞いています。先走った言い方になりますが、映画で当たっているならテレビでも客層も読めているのでこのほうが良いという考え方が、根底に感じます。因みに、『踊る大捜査線』の場合は、映画のほうがよりダイナミックにできるだろうということからヒット

たようにも思います。

このように権利ビジネスの開発は、いまテレビ・映画を中心とした映像産業界で最大の関心事となっていれかも知れません。

## 映像産業を取り巻く人々

ここからは、どのような人たち番組作りに関わっているかです。

テレビの立場からお話します。テレビは、映画でもそうでしたが、産業として完成する時期までは各映画会社の撮影所やテレビ局内のスタジオで作られていました。フジテレビならフジテレビの自社のスタッフで全が、制作していました。TBSでもTBSのスタッフで制作されていました。映画も同じようで、松竹は脚本部があり、シナリオを書く人も社員として松竹に所属していました。橋田寿賀子さんもここに所属していました。監督も助監督も同じでしたが、映画は早い時期に、監督も助監督も独立せよ、またシナリオ作家も独立せよということになりました。映画会社は、撮影所というシステムだけを運営していくことになりました。これは、60年代の早い時期から行われました。

テレビは、1970年代に入ると、今で言う分社化が行われました。これは、プロダクション化＝制作部門を独立させ別会社にすることでした。この考えの基、テレビ局は番組を編成するところで、番組の制作は外注化し、営業は番組を売っていくというシステムだけになり、いわゆる“電波塔論”なる考え方が一部の局で実行されました、しかし、この考え方に対しやはり番組は内部で作っていくべきだという考え方が大勢を占め80年代に入ると再び統合されました。

さて、スタジオで作られるドラマは、自社のスタジオで撮っているところは少なくなり外部のスタジオを借り上げて制作されるケースが大半です。また、番組を作るのも制作会社が、テレビ局から制作費を受け、この中で作るというようなことを大半になっています。(ドラマ制作は、これの傾向が顕著です。)ディレクターは、制作会社自身のスタッフのケースもありますし、また、外部から招聘しその番組をつくるためにディレクターを、自社の所属というケースもあります。

技術についても元々は、局の中にあっただのですが、これも外部の技術会社に委ねているのが現状です。私のいた共同テレビにも技術のセクションがありました。私もこのセクションで技術のコーディネーションをしていました。

それから、ポストプロダクションを担う編集やMAの最終仕上げする専門の技術会社があります。このような会社が成立するようになったのは、1970年代に入ってからです。VTR収録が盛んになり、相応なコストで機器の導入、人材の確保が可能になった1970年代半ばごろからどんどん増えてきました。それから美術会社です。これも元々局の中にあっただのですが、美術会社も別会社になりました。NHKにもNHKが設立した美術会社があり、民放の美術セットを組むケースも出ています。CGも別会社になっています。それから助監督とかADなどの制作スタッフを社内で登用していくと大変いうことで、人材派遣会社に登録されたスタッフを派遣してもらうなど人的な部分でも外注されるようになっていきます。メイク、衣装、大道具なんかも同じです。俳優もタレント事務所とかも出属しています。

この他に、間接的に映像制作を支える部分では、フィルムコミッションというのが最近盛んになっています。これは地方公共団体などによって設立され、ロケの場所の斡旋や提供をしてくれるところもあります。

最後に、映像制作を支える機器メーカーもステーションと共同したり、制作会社・技術会社のパートナーとして、技術支援・開発を担っています。

これがテレビ番組制作現場を取り巻く周辺関係です。映画の場合も概ねこれに近い状態です。映画の場合は、人間的な個々の人のつながりが強くなっているようです。映画は何々組と言うような人間的な関係で成立している映像産業です。

## 資金調達の方法

映像制作の資金調達はいま大きな問題になっています。民放テレビの場合は、広告代理店があり、局の営業が営業活動により制作費と電波費を調達します。番組制作会社の場合は、制作のための資金調達ということは余り行いません。

映画の場合は、これを映画会社自身が行う場合と、会社などの組織に属さない場合は、制作の都度、制作サイドが資金調達している状況です。

自己資金だけで全てできるというケースは、余り多くないと思います。自己資金で制作できたケースでも、次の映画をつくれないという問題点が、惹起されるケースが多々あります。

最近では外部の資金を導入する「制作委員会方式」という任意組合をつくって映像作品を作っていくケースも多くなってきています。それに、もう1つの流れとして、「特定目的会社」を設立して制作するケースもあります。また、信託法が改正になり、権利信託して資金調達することも可能になっています。また、ファンドを組む方式も出てきています。

「制作委員会方式」の場合は、映画を制作する映画会社や制作会社と、宣伝や広報活動するためにステーションが組み、後に放送権を与えたり、また、ビデオグラム権を持ちたいところが組んだり、窓口権のもとに、この他出版権、商品化権、配信化権などを取得するために資金を出し合うシステムです。この方式には、いい面と悪い面があり、利益を分配するというよりも、各々の権利だけが主張されることで、権利の分散が行われるという弱点があります。「特定目的会社」を設立し、出資額に応じて利益を分配することも行われはじめています。これは著作権の保持にも大変効率的です。著作権を中心した権利が、分散する恐れを払拭できるからです、しかし、これも任意組合に近い状態なので、組める範囲が限定されてしまいます。より広く資金調達を行う目的で「ファンド方式」の活用が考えられています。

ここまでは、映像制作のプロセスとその周辺の問題、資金調達の方法などについて考えてきましたが、次に、我が国の映像メディアがどのように形成されについて触れていきたいと思えます。

## 日本における映像産業の形成と京都

日本における映像産業の発端となる映画は、1895年、フランスのエミール兄弟がパリで映画を発表してから2年後の1887年、京都で公開されています。実は、これの公開場所について諸説あって、大阪だという説もありますが、97年だけは確かなようです。



1910年になると本格的な撮影所が、京都にオープンします。これは牧野省三という監督が始めたものです。20年代になると次々に撮影所や制作プロダクション、現在の松竹も含めて京都に次々とできます。撮影所だけで10か所ほどできました。この時期は、役者が映画制作のプロダクションをやっていたケースもありました。この頃になると多くの撮影所やプロダクション、そして当然、この周辺に映画に関わる業者や人材が、太秦周辺に集まってきます。

東京でも松竹が、蒲田や大船を拠点に映画づくりをしていたのですが、1923年の関東大震災で被災し、京都に人材を含めて移りました。

この頃になると京都は、日本の映画の中心と位置づけられるようになります。映画産業を支える小規模なフィルム現像所が、1905年に京都にできます。1932年には、本格的なフィルム現像所、極東現像所が作られました。これは、現在の東洋現像所イマジカの前身です。ここは、アメリカからコダックのフィルムを輸入していた長瀬産業という貿易系の会社が起こし、太秦に現像所を作りました。何で太秦とか言うのと、極東現像所の横を宇田川が、流れていて現像液の処理がし易いということからのようです。いまなら、廃液の垂れ流しで問題となると思います。

第二次世界大戦後も映画は、国民の一番の娯楽でした。映画産業は、1950年代頃まで全盛で多くは、京都で作られていました。我が国の映像産業の人材は、この京都によって育まれてきました。が、テレビの出現した1950年代後半になると映画産業は、徐々に衰退してしまうわけです。

ここで私がみた京都の映画産業の遺伝子の継承についてお話ししたいと思います。

3、4年ぐらい前、フジテレビの『怪談』という時代劇のテレビドラマシリーズのポストプロダクション部門の技術プロデュースをしました。このシリーズは、京都で収録され、時代劇の経験豊富な京都のスタッフが多く登用されました。

このときに『ちょっと待てよ』という程の感銘を受けたことがありました。それは、東京で撮ると京都で撮る違いを如実に見せられたことです。技術レベルの話ですが、映画もテレビも皆さんご存じのようにカットという断片で撮っていきます。そのカットの断片を編集して作品・番組になります。その前段階が、先に触れたオフライン編集がなされます。ここでカットを繋ぎシーンを構築し、次にシークエンスが構築されます。このような作業を逐次進めて物語を形成して一本の作品になります。基本的に同一シーン内の照明は、1つの狙いの基になされなければなりません。そこで同一シーン内でカットが変わっても、照明による明暗が変わったり、照明の基点が動くことはよいとされません。これを言うと東京の照明さんに怒られるかもしれませんが、敢えてその危険を犯して言うと、私が東京で撮影された多くのケースと見た経験から云うと同一シーン内のカット、カットで色が違うのです。

これは、照明が被写体に対する当て具合によって変わってしまう結果です。このようか状態が随所に見られました。『怪談』の場合は、京都撮影され仕上げを東京でした番組です。京都撮影されたオリジナルテープを見たときに、同一シーン内の照明による明暗や絞りの変化がありませんでした。この結果、「オフライン編集」でカットをつないでも同一シーン内の統一された照明となります。これは、一体どうしてだろうと思い、京都に行っていたスタッフに聞いてみました。京都では照明の地位が、非常に高く位置づけられていることでした結果でした。因

みに、東京では、比較的カメラマンの地位が高いと言われています。京都では照明は、カメラマンがこのシーンは、この絞りでいきたいと言うと照明は、全てその絞りにぴったり合わせる習熟した技術が、継承されていることの証明だと思えます。明暗のばらつきがある場合は、ポストプロダクション時点でカラーコレクションという技術を使い補正をしています。京都の技術は、これを必要としませんでした。

## 東京における映像産業の集積性

ここからは、映像産業の集積性についてふれていきたいと思えます。

東京の映像産業の集積性は、良くないのでは思い調べてみました。結果は、思ったほど分散はしてないということでした。テレビ局と収録スタジオということで見てみると、一番外側に東京圏を外れたところ、次に、環八の外周と環八の内とに分けて考えてみました。すると大体、この3つの圏内に集約されていました。テレビ局で見るとNHKが渋谷にある以外は全て港区に集まっています。収録を中心にしたスタジオを見てみると、東映が練馬。角川大映と日活が調布、東宝が世田谷区の砧に集り環八の外周近くに位置しています。TMC（東京メディアセンター）は東宝と隣接する砧にあります。TMCは、テレビ番組をベースにしているところです。これらと離れた場所に緑山スタジオが、横浜市の緑区あります。また、渋谷のNHKの隣接する渋谷テレビスタジオは環八の内周にあります。

これらのスタジオは、基本的にドラマを中心に運営されているスタジオです。渋谷スタジオとTMCは、バラエティ番組などの収録にも使われますが、概ねドラマ収録です。ドラマの大半は、局のスタジオでなく、このような外部のスタジオで収録されています。

技術会社や制作会社、ポストプロダクション会社というと、港区周辺に集まっています。これは、近年この周辺に集まる傾向です。この傾向は、大きな機材を持つ必要がなく、局に近いところが様々な点で都合が良いという視点に立った判断だと考えます。

いま私は、思ったほど分散はしていないなと言いましたが、しかし、より集積したほうがよいのではと考えています。それは私が、実際にスタジオを使っていったときの経験から、美術セットや駐車場などのインフラやアメニティに多くの問題があるのではという思いからです。この危惧を一応の実現しているのが、緑山スタジオです。ここは、『子どもの国』近くにあり、スタジオ棟、ここにはポストプロダクション部門も收容されています。そして美術セット倉庫も併設されています。また、屋外は、オープンセットが組むのに十分な広さがあります。また、アメニティとしての駐車場などの周辺整備も進められ大変良い制作環境だと思えます。が、まだまだ集積性の問題は、解決されていません。

このような結果から見ますと集積性は、考えていたより良と感じられます。しかし、より集積し、機能化していくべきだとも考えます。それには、ソフトウェアとハードウェアの融合を念頭に置きながら集積性を高めていくべきだと考えます。特に、スタジオとポストプロダクションの集積が進められていくことで、より合理的な作品・番組づくるが行えると考えます。

## 映像産業の公共団体支援

近年、地方自治体が映像コンテンツの支援体制を作ってくれています。歴史的に古いのは、1990年代に発足した「マルチメディア研究センター」が、長野県の丸子町にあります。ここは最近独立行政法人になった情報処理推進機構が運営しています。ポストプロダクションをベースにした映像加工ができる施設です。

鳥根の松江には、「テクノアークしまね」があります。これは日本海側の映像制作の支援を行う目的でつくられた施設です。ここはHD（ハイ・ビジョン）対応のスタジオ、ポストプロダクションが一貫して行えるようになっています。

沖縄には、北谷町の「美浜メディアステーション」があります。ここにもHD対応のポストプロダクションと一部収録ができるスタジオがあります。

それに先週行ってきたのですが、埼玉県川口市に「SKIPシティ彩の国ビジュアルプラザ」があります。ここにもHD対応スタジオがあり、ポストプロダクション、300名以上の観客を収容できるデジタルシネマ・シアターが完備されています。感想としては、大変よくできていると思いました。このほかにもいくつかありますが、現時点で私が取材できているところはこの辺のところですよ。

どこも問題を抱えています。クリエイターたちの多くが東京近郊にいます。発足当初「マルチメディア研究センター」の長野県丸子町まで出向きましたが、次第に足が遠のいているという状況です。また、私のかつての同僚が開設当初の「テクノアークしまね」に行っていたのですが、仕事量などでなかなかうまくいかないと言っていました。これらの問題は、立地等の設立当時の精査の仕方に問題があるのではと思います。

直接見たSKIPシティに関しては、設立して2年目か3年目ですが、イノベーションが早い分野です、これにどう対応していくのかに少し疑問を感じます。ここは埼玉県が資金を出しているの、県予算の稟議が通らないと機器の更新できないという問題点があります。

映像に関わっている立場の人にとっては大変ありがたいのですが、映像に関わる人間たちというのは、わがままで、より新しく、スピード感があり、アメニティの良いところで作業を進めたい人種です。このようなニーズに対して設立・運営を考えたおかなければいけないと思います。

## メディアの拡大

時間がなくなってきたので、メディアの拡大についてお話しをしたいと思います。

映像は、これまでは、映画館へ行かなければ見ることができない。テレビの前に座らなければいけないということでしたが、近年携帯電話などモバイルメディアで見ることが実現されています。メディアは増々拡張しています。また、蓄積型の映像システム開発により、リアルタイムで見る必要が無く。タイムシフトしての視聴が可能になっています。

私の世代は、テレビが床の間にあった世代ですが、いまテレビは床の間ではなくて、パソコンで見る事が可能になっています。これからの学生たちは、携帯電話などの液晶モバイルシステムで見るのだらうなと思います。このように映像メディアは、携帯性が高くなり、いつでもどこにでも持っていけるという時代になってきています。この拡張性をどのように捉えていくかを強く意識しなければならいと考えます。そして、それぞれのメディアのポジションをどの

ように意識していくかがポイントになると思います。映画はエンターテインメントであり、流通コンテンツとしてパッケージングのコンテンツとして考えられます。地上波テレビは、日本の映像メディアを牽引してきた最強で何から何まで毎日、こんなにいろいろな情報・エンターテインメントを見せてくれるものはありません。これは、総合編成というコンセプト放送されているからです。地上波テレビは、このポジションで良いと考え位置づけます。エリア重視はローカル局が、地域性を出した番組編成をしていくべきだと思います。それに移動体メディアを加味していくポジションがあると考えます。また、CATVはブロードバンド化テクノロジーの基に、装置産業として存在し、アグリゲーション機能、情報集約機能と理解し、またインターネットの端末として位置づけてもよいと考えます。

BS放送は、衛星波で全国カバーできます。そこで全国規模の総合編成で地上波テレビより文化度の高い、質の高い映像を送り出すべきだと考えます。また双方向機能化・インタラクティブの機能の新たな展開が、BSの存在感を示すキーになると考えます。

CS放送は、より番組コンテンツのセグメント化を早急に進める必要があります。そして、非常にきめ細かい福祉・介護番組とか、囲碁や俳句というような地上波、BSが取り上げにくい生活に密着したコンテンツや特定スポーツなどを継続的に放送を進めていくことで、蓄積型に対応する可能性を考えていくことも必要だと考えます。

## 人材の育成と教育機関

最後に、先にふれた地方公共団体などが作っている映像制作支援システムがあるのですが、ここで欠けている部分について話をさせてください。

これらには映像教育や研究の機関が、中核に置かれていません。特に学校、私は芸術系という位置づけの大学で映像制作を教えているのですが、このようなところと切り離されています。大学は大学で独自の研究、教育がなされています。

日本でも近年、いろいろな大学で映像学やメディア学といった学科や講座が設けられていますが、単一の講座のケースが多く、かつまた座学が中心です。実践的教育がなされているケースは多くない状況です。アメリカでは、映画、テレビなどのメディアに関わる教育を行う学部やフィルムスクールが、639校あると言われています。

これは、学部レベルと大学院レベルに分かれますが、特に有名なのは70余年の歴史をもつ南カリフォルニア大学（USC）の映画学科は、ジョージ・ルーカスなどを輩出しています。同じカリフォルニアのUCLAには、F.コッポラなどを輩出している映画学科があります。UCLAは、ハリウッドに隣接するロケーションにあります。近年はニューヨーク大学に映像作家たちや映像志望の学生たちが世界各地からが集まってきています。

また、韓国は金大中大統領時代にコンテンツ振興政策というのをやったため、アメリカに続く映像・メディア関連の教育機関の充実が図れています。

ヨーロッパには、フランス、イギリスにも歴史と実績のある教育機関が完備されています。イギリスには、ロンドンフィルムスクールというが有名です。また、フランスには、国立フィルムテレビジョンスクールというのがあります。イタリアには国立映画学校というものがあり、ここから多くの映像作家や映像関連スタッフを輩出しイタリア映画を支えています。

さて、我が国の映像産業の発展の方策は、映像産業をより高度に集約したエリアの開発を進めることは重要なポイントだと考えます。そして、その中核には、教育・研究機関を置き次世代の人材を育てていくことが急務だと考えます。

どちらにしても、今まで私は、テレビの番組制作に関わってきたました、教育機関や研究機関と一緒に番組作りをやってきたことはありませんが、これらと有機的なコラボレーションが組めたらと考えることが何度もありました。特に、コンピュータ・グラフィックスの分野では、学校レベルと組んで、コンピュータなどの多様なマシンを共有しながらコンテンツ開発を進める方が、研究者をはじめとした人材の活用と連携ができ、また、学生たちには、実践的なインセンティブを与えることができると考えます。将来的には次世代のクリエイターをこのような実践作業を通して輩出することが期待できると考えています。教育・研究機関、映像産業界、地方公共団体など組み、集約的・集積的にいくことが、今後の日本の映像産業から国際的な活躍できる人材を輩出できるように思います。

この辺で終わらせていただきたいと思います。どうもありがとうございました。

(司会) せっかくの機会ですので質問を受けたいと思うのですが。

宇津木先生のほうから質問をしていただけないでしょうか。

(宇津木) 大変広範囲にわたった映像関係の情報量の多いお話でした、ありがとうございました。特にこのプロジェクトの関係から見ますと、例えば横浜のみなとみらいに市長が、特に新しいキング軸を中心に、映像関係の1つの集約をしたいということがありまして、現実に横浜のみなとみらいを背景にしたさまざまなテレビドラマとか映画が今行われていますし、キング軸には大きな劇場ではなく小さな劇場でやるようなフィルムをたくさん流したいと。特に港の最先端にはそういった機関を集約したいというふうなことをお話されています、川崎のほうを私たちは担当しているのですが大変うらやましく思っておりまして、そういったものが地方の中でできてきているわけですね。

今のお話をうかがうと東京は港区にほとんど集中しているようなきらいがありまして、横浜市のそういった試みというのは果たしてどういうふうにも評価されるのかということと、もう一つは、私たちがいる川崎というところで映像産業の可能性があるとすればどういうふうなことが考えられるのかと。ポストプロダクションなのか、単なるお手伝いのスタジオなのか、あるいは今専修大学で抱えている情報ネットワーク学院というのはまさにコンテンツを主体とした新しい学部なわけですね。そういう意味では先ほど先生がおっしゃったように、教育というものがまさにここで行われているわけでありまして、何か川崎の中にある専修大学がそういうコンテンツ産業に対して何か提案できるものがあるのか、あるいは締結できるような可能性はあるのか、この2点についてお話をうかがいたいと思います。

(鈴木) まず、横浜ですが、大変おもしろい取り組みをしていると思います。横浜市はフィルムコミッションというものがあります。これは、映画やテレビの撮影場所などロケ地を市の経済局が斡旋してくれものです。私もドラマの制作に関わった時、何度か使わせてもらいました。このあたりが起爆剤になり、市長の発案で、東京芸大のアニメーション科が、みなとみらいに誘致されたのではないかと思います。私は、おもしろい取り組みだと思い興味をもってい

ます。現時点では、クリエイターたちを集合させようというような考えではないかと思っています。もう少し詳しく調べてみたいと思います。

川崎ですが、横浜がどちらかというソフトベース、人的ベースでいくのであれば、川崎は、総合的にスタジオ、それにポストプロダクションまでを入れたかたで臨海部辺りに集約できないかと、私は、以前から考えています。

その場合は、やはり大学などの教育研究機関が、中核を占めていくべきだと思います。ここが映像産業のいい意味の拠点となり、知恵袋のような役割を担いソフト面もハード面も含めてやっていくことで川崎は、より東京に近いので可能性は高いと思いますが。

(宇津木)　そこで気になるのは、クリエイターが港区に集結しているというのは、先ほど先生がおっしゃったように、1つのアメニティが非常に高いところだと。みなとみらいも東京ほどではないけれどもある程度アメニティが強いところですけども、問題を川崎の臨海部は何もないところでありまして、そういう点においていかがでしょうか。

(鈴木)　トータルで開発しなければいけないとは思いますが。アメニティと言いましたのは、住環境などの居住環境を含め、制作プロセスを含めて、制作支援の作業環境という意味で、横浜に準備できているかというそのへんは少し疑問です。先ほどふれたように世田谷へ行ったり、練馬へ行ったり緑区などに行っているという状況です、この状態を踏まえた形の集積できたらよいと思います。

それを実行するには、中心となるインフラを整備して、ものを作る場所とスタッフなどの居住地域が近くなると良いのですが。例えばハリウッドでは、隣接するように居住地域ビバリーヒルズがあり、このようになるとよいと思います。

(宇津木)　その話は、先ほどもっと集積を行えばいいというお話と若干矛盾するような気がするんですけど。

(鈴木)　集積の考え方だと思いますね。私はもっと装置産業的なスタジオ、その周辺部に制作会社、そして制作サイドの居住空間がマッチするような形で解決ができないかと思っています。

(宇津木)　そうしますと例えば神奈川の中では川崎とか横浜とか港区で、ネットを結びながら、それぞれの拠点で集積が行われて、それをネットワークで結ぶというようなことも考えていらっしゃるのでしょうか。

(鈴木)　それも考えてよいと思います。テレビ番組は、局の所在地の関係で港区と渋谷区で送出されています。今は、ここまで完成したテープを人が、搬入しています。

話は少しそれますが、フジテレビが2007年を目途に、お台場地区に新しい収録スタジオを作っています。ここでは、収録から仕上げのポストプロダクションまで一貫し、収録テープや各ステップの素材を人が、直接的に搬入しないで光ファイバーのテクノロジーを介して運用することが考えられています。

川崎に収録からポストプロダクションやCGの制作までの拠点をつくっていくというのも1つの考え方だと思っています。

(宇津木)　ありがとうございました。

(司会)　こちら側からどなたか。

(質問者)　きょうは非常に興味深いお話をありがとうございました。

最後にお話のあった人材の養成のところでお伺いしたいんですけども、人材の養成機関というものを1つの核にしたいというお話がありました。その話と、前にもうかがったのですが、例の京都の照明の話、そういう技術継承というものがどういう形で行われてきたのか。京都だからかわかりませんが、職人の世界みたいな、そういうところがあったのではないかという感じがして、それを教育機関で鈴木先生が前に立って教えられて、そうやって育っていった若い人が入っていくという、そういうカルチャーが、そういうふうに関後変わっていくんだろうということも含めて、特に日本で別に映画とか映像に限らずOJTでやっていると。学校で学んだことというのはたいてい役に立たないというのが大部分というのが産業の実態だと思っていますけれども、それがそういうふうに関、特にこの職人の世界という感じのする、こういう分野で、そういうきっちり体系だった教育を受けて、そういう人たちが映像をつくっていくという状況になるんだということを見通しを聞かせていただければと思います。

(鈴木) 正に、おっしゃる通りです。京都には、風土的に職人の技の伝承性があるのかなと思います。

映像作家たちや他のスタッフでも、日本ほど専門的なトレーニングをなされていない国はないと言われています。アメリカの例がすべて正しいとは思いませんが、アメリカの場合は、先ほどお話ししたコッポラにしてもルーカスにしても、他にも大半は専門教育機関で本格的なトレーニングをされています。日本に合うかどうかこれから研究しなければいけません。アメリカの教育メソッドを導入することを検討する価値があると思います。この場合、単なるアメリカのメソッドコピーをするのではなくて日本的に、日本の職人的な部分を加味できないかを今考えている最中です。

人材の育成というのは、教育するほうの人材も育成いかなければいけないと思います。日本の教育メソッドもつくらなければいけないかなと思っています。私は、できると思っています。できたほうがもっと良いコンテンツが、効率よく創出できるアイデアやイメージが考えられると思います。

これは、個人的見解ですが、学生たちと話してみて感じたことですが、彼らが余り映像作品を見ていないのです。それは、映像作品をアーカイブしていくシステムが不十分で、見たい作品がアーカイブになかったり、施設が遠かったりということによると思います。やはり、教育・研究機関には、アーカイブ施設を併設し学生をはじめ、研究者や市民に広く開放しることが必要だと思っています。多くの過去の作品のアーカイブを見たり、作品作りの現場に近いところに行けば、当然そこで刺激されるものも多くあると考えます。アーカイブで一番問題になるは、知財戦略の強化により研究者や学生などの視聴が難しくなっていることです。本当に悩ましい問題です。権利保護を踏まえながら、映像産業の振興という見地からやはりきちんとした体系の整備をしていかなければいけないと思っています。

(質問者) いまの件ですが、たしかジョージ・ルーカスだったかスティーブン・スピルバーグが忘れましたけれども、学校の中でのすごく量を見ているみたいですね。黒澤明の映画、『七人の侍』を含めて、いわゆる古典的な名画というのは全部見て、その中から『スターウォーズ』も出てきているわけです。そういう点ではやはり、アーカイブがちゃんと学校のシステ

ムの中に入っているわけですね。日本の場合はどうかと思うと、横浜の例の日本大通りのNHKのライブラリーに行っても、川口にもライブラリーがありますね。そこまで行かなければいけないんですけども、現実にはぼくたちがちょっとしたいい映画を見ようとすると、T S U T A Y Aとかそういうところへ行ってビデオで買うしかない。そういうのではない形での、公的なアーカイブがあって、そこからできればオンデマンドで、光ファイバーで流してくる、そういうふうなシステムをどこかにつくってほしいし、例えばそれは横浜でなくても川崎でもできるような気がするんですけど。そういうふうなシステムができあがりますと、本当の意味での映画の技術の継承、文化の継承というのは、草の根レベルでできるという気はするんですね。

(鈴木) おっしゃっている通りです。2001年に黒澤明監督関係の資料を調べる必要からUCLAにスタッフを出したことがあります。そでは、本当に貴重で素晴らしい資料がアーカイブされました。私の知人がUCLAの映画学科出身だったので彼に仲立ちをしてもらいUCLAの学生たちにインタビューしてみると。やはり黒澤作品をよく見て、的確な評価していました、これのインタビューを見て私は、アーカイブを含めた研究施設というものを充実していかないとけないと強く思いました。私も同感です。

川口のSKIPシティの中にNHKのアーカイブがありますが、ここでも著作権問題で公開できない過去のテレビ番組が数多くあります。無料ですが公開できません。著作権問題いまNHKのアーカイブも悩ましく思っているような状態です。この辺は、特別な法的処置を考えないと、映像産業の健全な伸びを期待できないと、先週SKIPシティの活動を見て強く感じて帰ってきました。

(司会) うちのゼミ生も聴講していますので、こういう機会ですので質問を。

(質問者) きょうはとてもすばらしいお話をありがとうございました。とても初歩的な質問で申し分けないんですけども、先ほどテレビ局の中で行っていたポストプロダクションとか美術会社が分離して派遣会社からテレビ局に派遣されているようになっていっているというお話があったんですけども、そうなるにつれてこれからテレビ局内では、そういうADや助監督さんの育成とか、そういう問題はどうなっていくのかなと思って。これからテレビ局の社員などは減ってってしまうのかなというのを疑問に思ったので、お願いします。

(鈴木) 私が見てきたケースから考えると、やはり今後も制作スタッフとプランニングやマネジメントに専念するスタッフに分かれることが多くなっていくと思います。現在も編成という番組の内容を決定、番組企画プランニングをする人たちが多くなっています。いわゆる現場仕事は、制作会社や派遣会社の人たちが担っているケースが多いというのが現況です。私は30年ほどテレビ局の周辺から見ていると、何年ごとのサイクルで内部制作しなければいけないという声が上がります。これは、社員スタッフが制作現場で直接番組作りに関わり人材を育てなければ、力のある企画マンは育たないという声です。

確か1975年前後にフジテレビは、局の中から制作部門を別会社にして切り離しました。しかし、1980年代になると再び、社内に制作部門を戻しました。そして、視聴率が上がってきたというケースがありました。これは、やはり社員の意識改革と組織改革に因る危機意識を喚起した結果だと思います。何年かすると分離したり、戻したりという考えが出てくると状態が続いて



います。

制作系では、局から独立して制作会社を興したり、フリーの演出家となるケースがあります。以前は、局外に出ると制作費の問題や思ったものが作れないとかで逡巡するケースがありましたが、制作環境が局外でも整備されてきたことで独立して行く方もいます。結果、局内での演出技術や制作技術の継承が弱体化して来ていることは、否めないことだと思います。この状態は、もう少し、いやより加速化するかも知れません。

AD業務は、やっぱり基本的に人数が必要です。その人員を局が、社員としてどこまで抱えるかという難しい問題があります。このような訳で、局内では必要最小限の人員を育成し、それ以外は、制作会社が独自で行ったり、派遣会社で行うということが続くと思います。答えになっているかどうか分からないですが、

(司会) 長時間ありがとうございました。

鈴木先生はオープンリサーチのプロジェクトには当初からかかわっておられますので、またこの続編と申しますか、きょうを出発点にして、先ほど望月先生からお話のありました、川崎にどういう可能性があるか、今のお話だとどれくらいのマーケットがあるかというのを把握すれば可能性があるかなという感じもいたします。そういったことも含めて、これからまた一緒に研究を進めさせていただければと思います。

どうもありがとうございました。

〔了〕