

## シンポジウム 「日本映画の海外販路拡大戦略 ～特に独立系 作品の多様性と市場性の両立に向けて」

**伊達** 皆さん、本日はおいで頂きまして、ありがとうございます。これより東京国際映画祭と独立映画鍋の提携企画、シンポジウム「日本映画の海外販路の拡大戦略」を始めさせていただきます。私は、本日の司会の、特定非営利活動法人独立映画鍋の理事・事務局長をしています伊達浩太郎と申します。どうぞ最後まで宜しくお願い致します。

### 【特定非営利活動法人独立映画鍋について】

シンポジウムを始める前に、共同代表である土屋豊から、当団体について紹介をさせていただきます。

**土屋** 特定非営利活動法人独立映画鍋・共同代表の土屋豊と申します。受付で独立映画鍋についての簡単なパンフレットを配布させていただきました。独立映画鍋は独立系の映画、いわゆるインデ



写真左から、アダム トレル氏、高松 美由紀氏、長井 延裕氏、伊達 浩太郎氏

インディペンデント映画に関わる監督、プロデューサー、配給、劇場（映画館）、映画祭、あるいは役者など様々な人たちの互助会的な組織です。設立したのが2012年、今年で3年です。今回のようなシンポジウムや勉強会をほぼ毎月開催し、現在のインディペンデント映画の問題やその解決方法を皆で情報を共有しながら考えていくというグループです。今日は宜しくお願いします。

## 【本企画の趣旨。映画の国内販路から海外販路へ】

**伊達** 独立映画鍋は、東京国際映画祭で一昨年（2013年）から企画をやらせていただくようになり、昨年は「インディペンデントにとっての新しい出口戦略」というテーマで、映画の国内販路をどうするか議論しました。これは、大手の映画も独立系の映画も含めて、映画の国内販路が非常に狭いという問題意識があったため、国内での販路を考えようということで企画をしました。シネコン（映画館）最大手のイオンシネマの方、インターネットのほうで展開されているT S U T A Y A T Vの社長の方、あと自らの手で配給をやっている方という、流通ルートの違う三者を呼んで、国内の販路としてどのような可能性があるかの検討を企画としてやらせて頂きました。

今年は昨年に引き続き販路について、海外の可能性を検討していきたいと思っています。もちろん大手の映画もインディペンデントの映画も、個々の作品で努力しているわけですが、散発的に取り組むだけでなく、何か他の可能性はないのかということです。今回のゲストには、実際海外に行って映像・映画等の販路を広げることに具体的に取り組んでおられるお三方に来て頂きました。

まず株式会社海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）の長井延裕さん。次に、2013年から独立系コンテンツ・セールス・エージェンシーである株式会社フリーストーンプロダクションズを立ち上げた高松美由紀さん。最後に、映画配給の会社の社長で、日本の色々な作品を海外に持っていくなど、70作品を超える日本・アジアの映画に関わってこられたアダム・トレルさんです。

今日の進行としましては、高松さん、トレルさん、長井さんの順に15分ずつお話を頂き、その後ディスカッション、そして会場からの質疑応答を取っていききたいと思います。どうぞ皆さん、最後までお付き合いください。

## 【広報的な部分が日本映画界には欠如している】

**高松** フリーストーンプロダクションズの代表、高松美由紀です。皆さんからよく「フリーストーンプロダクションズって何屋さんなのですか」と聞かれるのですが、国内の映画の宣伝もしますし、海外の広報と同時にセールスもやります。映画の何でも屋、よろず屋として、チームを組んで動いています。

今の日本映画は海外セールスだけでは立ち行かない厳しい現実があり、このように色々手掛けることになりました。日本映画を海外に高値で売ることによって私たちが行き着いたのは、いかに日本映画を世界にプロモーションするべきかということです。そういう広報的な部分が日本映画界には欠如しているのではないかと思います。国内の宣伝と海外の広報を一緒にやっています。日本でこういうことを総合的にやっている会社は実はあまりなく、色々なところからお声をいただき、今に至っています。

インディペンデント映画のセールスでは、海外に売れそうだった映画は、監督やプロデューサー、配給会社、製作会社に連絡をして「海外のセールスは空いていますか」と独自に営業します。次に、どのような形で海外展開したいかということ聞かせてもらい、「弊社のほうで映画祭の出品のお手伝いができます」とか、「まずはこのようにプロモーションしたほうがいいですね」とか、「このように売っていきましょう」とか、一緒に海外展開を構築しながらやっていきます。

通常の映画配給会社の国際部がやっている版權管理に加えて、海外にどのように展開したらいいのかという長期的なアドバイスも含めて、総合的にやらせていただいています。色々な作品があってこそなので、これが売れるという決め付けはあえて言わないです。

今日は特別なゲストをお迎えしています。Japan Content Showcaseというマーケットに付随して来日された私の大事なクライアント、フランスの配給会社バージョンオリジナルの代表エリック・ルボットさんです。皆さん、拍手でお迎えください。

**ルボット** こちらの会社と弊社が関係を結んだのが、WOWOWが制作したテレビドラマを1本の長編映画にした黒澤清監督の『贖罪』です。この作品をフランスで購入、配給してもらったのが始まりです。『贖罪』はバージョンオリジナル社ができて1本目の日本映画で、私たちはお互い右も左も分からないまま「頑張ろう」と始めました。『贖罪』は約5時間と長いので1部2部分け、フランス40館で公開しました。最終的な入場者数が16万人を超え、フランスで日本映画歴代5位の記録を作りました。その後、同社は恐竜が出てくる同監督の『リアル』という作品を40館で公開しました。現在は同じ黒澤清監督の『岸辺の旅』をやっている状態で、これは70館公開で8万人の入場者数を記録しています。

**高松** フランスで日本映画を40館とか80館の規模でやるのはすごく珍しく、エリックさんの存在は日本映画界にとってはありがたい方です。今までフランスでは是枝裕和監督の知名度がとても高く、それなりに興行収入や配給も成功しています。

**ルボット** 『贖罪』や『リアル』、『岸辺の旅』でずっと黒澤清監督を発信し続けているので、これからもドンドン続けていきたい。また同社では『贖罪』が成功したこともあり、アジアの色々な国のいい作品も入手できるようになりました。これから動いていきたいと思っているのが同じくフリーストーンのセールス作品である『R100』という映画で、こういう日本のコメディはなかなか海外に受け入れられず難しいのですが、頑張って配給していきたい。

**高松** このような人がおり、日本映画を一生懸命配給&宣伝してくれていることを皆さんにお伝えしたくて、今回無理やりお呼びしてしまいました。エリック・ルボットさん、ありがとうございました。

最後に、日本の映画市場は確実に小さくなっていきます。人口が減り映画人口も減っているからです。若い人たちの人口が減り、リアルにマーケットが小さくなるので、海外マーケットは必ず考えなくてはならない。遅かれ早かれ直面することだと思いますが、今日来ておられる皆さんは、ここにいらっしゃるということは、いち早く気が付いているのかと思います。今日は色々情報交換していければと思います。