

短編映画祭における人材育成の現状と課題

矢 澤 利 弘*

1. はじめに

1895年12月28日にフランスのリュミエール兄弟が初めて映画をパリで人々に有料公開して以来、約10年の間は、映画はそもそも短編しか存在しなかった。例えば、リュミエール兄弟が製作した世界初の実写映画といわれる『工場の出口』(La Sortie de l'usine Lumière à Lyon) や、蒸気機関車が駅に到着する様子を撮影した『ラ・シオタ駅への列車の到着』(L'arrivée d'un train en gare de La Ciotat) はいずれも1分足らずの無声の記録映画である。

その後、物語構成を持った映画として、ジョルジュ・メリエス監督のフランス映画『月世界旅行』(Le Voyage dans la Lune) (1902) やエドウェイン・ポーター監督による『大列車強盗』(The Great Train Robbery) (1903) が撮影されたが、両者ともに15分以内の作品であった。

米国では、こうした短編映画は20世紀初頭に現れて流行となったニッケルオデオンと呼ばれる規模の小さい簡易な映画館で上映された。上映時間が70分を超える映画が現れたのは1906年になってからである。それ以後、長編映画が映画興行の主流になり、短編映画はニュース映画、文化映画、教育映画、産業映画を中心に製作が続けられた。

20世紀の前半、映画産業は急速に発展を続けていったが、1960年代以降、家庭にテレビが普及するに従い、映画産業は成長から縮小へと転じる。日本国内の映画館への入場者数は1958年

の11億2,745万2,000人をピークに、それ以降の10年間で3分の1以下にまで落ち込んだ(一般社団法人日本映画製作者連盟『日本映画産業統計』)。1970年代以降も映画人口は減少が続き、大手映画会社は助監督の採用を中止した。

こうした動きは日本に限ったことではない。米国では1960年代の映画館の観客数は1950年代のほぼ半分に落ち込み、1963年には史上最低の年間製作本数(121本)を記録する。多くの負債を抱えるに至ったメジャー・スタジオは1960年代に次々と映画以外の巨大産業に吸収・合併されていった。こうした経営形態の変質によって、映画会社は各々の伝統的特色を失い、映画のプロを養成しては継続的に働く機会を与える保護機能を失った(岡村, 2013)。

そのため、映画監督を志す者は、映画会社に就職して、映画監督に昇進するというコースを歩むのではなく、自主制作映画を撮って発表することによって、自らの才能をプレゼンテーションしていくという方法に活路を見いだすことになる。

そうした背景と相まって、映画祭の人材発掘及び育成機能が注目されてきた。特に短編映画は、比較的短期間で制作することが可能であり、作家性を強く表現できる表現手段であることなどから、短編映画祭は、若手監督の発掘機能が大きいとされる。

現存する最も歴史の古い短編映画祭のひとつとされるドイツのオーバーハウゼン国際短編映画祭に寄せられた世界的に著名な映画監督のコメントには、次のようなものがある。『水の中のナイフ』や『戦場のピアニスト』などで有名

* 広島経済大学経済学部教授

なポーランドの映画監督ロマン・ポランスキーは、「短編映画は新進のフィルムメーカーになるための偉大な第一歩であり、オーバーハウゼンは映画監督になるための重要なステップだった」、また『パリ、テキサス』や『ベルリン・天使の詩』などを撮ったドイツの映画監督ヴィム・ヴェンダースは、「若い時代、オーバーハウゼンで毎年映画を観るのを楽しみにしていたが、こうした出来事がフィルムメーカーになるという決意に重要だった」と述べている。

日本国内に視点を転じてみると、国内の短編映画祭では、新人の映像クリエイターを生み出すための人材発掘・育成の仕組みは有効に機能しているのだろうか。本稿は日本における短編映画祭の現状を把握し、その人材発掘と育成の機能を明らかにすることを目的としている。そのうえで、課題を抽出し、短編映画祭のあるべき姿を探っていく。

2. 短編映画と映画祭

短編映画とは、上映時間の短い映画のことである。奥村（2008）は、短編映画を「厳密には3,000フィート、すなわち1巻から3巻までリール数を持ち、上映時間が30分以内の作品を指すが、日本ではもう少し長い作品に対してもこうよぶことがある」と説明している。ただ、実際上は、長編と短編を分類するための公式の規定はなく、各映画祭などが独自に分類の基準を定めている。例えば、映画業界における権威のある賞として知られる米国のアカデミー賞では、短編映画賞にノミネートされるための条件として、クレジットを含めた上映時間が40分以下というルールが定められている。また、オーバーハウゼン国際短編映画祭の国際短編部門への応募条件は35分以内、フィンランドのタンペレ映画祭では、短編部門の応募条件が30分以内となっている。

別所（2009）は、短編映画祭は、無名若手監

督を中心とする映像クリエイターたちの登竜門的存在である、と述べる。一方、短編映画祭が拡大している背景として、杉浦（2007）は、映画の製作費の高騰と映画業界における慢性的な監督人材の不足という課題に対して、新しい才能を少ないリスクで発掘したいという制作サイドの思惑がある、と述べている。このように、クリエイターにとっても映画製作サイドにとっても、短編映画祭は映画人材の発掘と育成の観点からメリットを有する。

現在のような映画上映を中心とした形式の映画祭は、1932年に創設されたイタリアのヴェネチア国際映画祭がその起源である。その後、1946年にフランスでカンヌ国際映画祭が開始され、1951年にはドイツでベルリン国際映画祭が誕生するなど、映画祭は欧州を中心に発達してきた。

日本では、1976年に九州の小さな温泉町である湯布院で湯布院映画祭が開始され、大手の興行者が扱わない独立プロの低予算映画などを積極的に支持するところに特色を出した。この頃から同種の催しが全国的に広まり、地方の中小都市などで無数の映画祭が行われるようになった。これは従来からあった自主上映運動の拡大化といえよう（佐藤，1995，p.118）。

1977年に開始された「ぴあフィルムフェスティバル」は、応募された自主製作映画の作家の中からプロの映画監督を輩出するようになって重要な存在となった。1984年からはコンテストの入選者のなかから将来有望と思われる人材に資金を提供して長編を作らせるという制度も設けている（佐藤，1995，p.45）。これは日本における映画祭による人材の発掘・育成制度のさきがけといえる。

短編映画祭については、現存する最も古い映画祭のひとつが1954年に西ドイツ文化映画祭として創設されたオーバーハウゼン国際短編映画祭である。以降、1970年代から1990年代にかけ

て短編映画祭は世界中で数多く創設され、若手監督の作品発表の場として大きな役割を果たすようになる。

例えば、1979年に始まったクレルモンフェラン国際短編映画祭は、フランスではカンヌ映画祭に次ぐ規模を誇る映画祭であり、映画祭による異文化交流と街の活性化に成功している例として知られる。

そのほか、タンペレ映画祭（フィンランド）、セントキルダ映画祭（オーストラリア）、アジアナ国際短編映画祭（韓国）、バームスプリングス国際短編映画祭（米国）など、短編映画祭は世界中で定期的に開催されている。

映画祭には、上映される映画の認知度を高める機能がある。映画祭に作品を出品することによって、映像クリエイターは自らの才能と実力を広くプレゼンテーションすることができ、コンペティションにおいて受賞すればクリエイター自身あるいは映像作品に一種の権威が付与されることになる。映画祭の機能について、濱口（2013）は、「とりわけ1950年代などは、アメリカ映画は例外として、映画が製作された国の外で上映されるというのは容易なことではなく、国際映画祭が作品や映画人の発見の場となっていた。実際のところ、映画祭がなければ、日本映画やポーランド映画の世界的な認知は確実に遅れていたことだろう」と述べている。

また、映画祭に参加することによって、多くの作品に触れ、また関係者と交流することによって作家の創作に対するモチベーションが高まったり、新たな映画制作の端緒につながったりすることも期待できる。

3. 先行研究

映画祭については、映画専門誌などでの映画祭の紹介記事や各映画祭が作成・発行するカタログやパンフレットなどはこれまでも相当数が公刊されている。また、映画祭関係者による

講演や映画祭をテーマにしたシンポジウムもしばしば開催されてきた。だが、その成果を理論化する努力は少なく、映画祭は映画学研究において補助的に扱われる程度であった。また、映画祭に関する先行研究のほとんどは、上映作品に注目した人文科学の領域での研究であり、映画祭については、人材育成の面はもとより、産業論的な実態が分析されてこなかった。

ただ、2009年以降、米国では映画祭に関する学術論文集“Film Festival Yearbook”が毎年発行されるなど（Jordanova and Rhyne, 2009）（Jordanova and Cheung, 2010）（Jordanova and Cheung, 2011）（Jordanova and Torchin, 2012）（Marlow-Mann, 2013）（Jordanova and Peer, 2014）、近年になって映画祭の学術的研究が着実に進みつつある。

日本では2008年に、映画祭の実態についての基礎的なアンケート調査をベースにした『『映画祭』と『コミュニティシネマ』に関する基礎調査』報告書（コミュニティシネマ支援センター）が刊行された。それ以降、映画祭についての社会科学的な研究は徐々に進んでいる。

赤崎（2008）は、行政が支援するリゾート型の社交イベントから都市型映画振興政策イベントへ、さらには映画祭の多様化へと映画祭というものが時代的に変容していることを指摘する。

また、見玉（2009）は、映画には「制作－作品－鑑賞－社会的評価」という連関構造を持つ映画の「作品」としての側面と、「投資－商品－消費－リターン」という連関構造を持つ映画の「商品」としての側面があると指摘したうえで、この映画の二面性を踏まえて、映画祭を調査する際の視点として、①いかなる映画を上映することによって公に対してどのような情報を発信するのかという「映画上映」に関する視点、②映画祭の「マーケット機能」に関する視点、③映画祭自体をどのように「経営」すべきなのかという視点、④そもそも映画祭が『『祭り』足

りえているか」という視点、という4つを打ち出している。

畑中(2011)は、映像系フェスティバルには、以下のような教育文化支援環境としての意義があると指摘する。すなわち、①私的な空間からパブリックな空間へ作品をさらけ出すことで、作品に客観性が生まれ、観客側にとっても日常的に目にする事の少ない様々な表現の可能性に出会うことができる(Exposure, 露出)、②作り手、産業関係者、観客の相互交流を促進し、グローバルな視野を養うと同時に、自身の文化的アイデンティティの再認識の機会となる(Exchange, 交流)、③作品展示上映が、作り手のキャリア上での価値付けになると同時に、観客にとっても作品鑑賞を通じて、社会・時流の文化的価値観を養う(Evaluation, 評価)、④商業作品の枠内ではできない実験的な新しいアイデアを観客に問う「公開実験の場」となり、新しい芸術表現形式の発展に寄与する可能性がある(Experiment, 実験)、⑤楽しみを観客に提供し、一部の参加者にとっては、その経験が制作意欲につながる(Entertainment, 娯楽性)、という意義があるとしている。

矢澤(2011)は、サービス業のマーケティングの観点から映画祭のマネジメントを考察しており、矢澤(2012a)、矢澤(2013c)において分析を発展させている。また、矢澤(2012b)と矢澤(2013a)は、地域活性化の見地から、映画祭の経営モデルを導出した研究である。映画祭を新たに立ち上げる人的スキルについては、矢澤(2013b)がアントレプレナーシップの視点から2つの映画祭の事例を紹介している。

映画祭の開催による地域への経済波及効果については、秋吉(2013a)、秋吉(2013b)が、ひめじ国際短編映画祭を事例として推計を試みている。

こうした先行研究を受けて、本稿では、短編映画祭による人材発掘と育成面の機能について

考察する。

4. 分析方法

短編映画を対象にしている映画祭(以下、コンテストを含む)は、大別して、①短編映画のみを対象にしている映画祭、②映画祭の一部門として、短編映画部門を設けている映画祭、③特に短編だけの部門を設けずに、長編と短編を同等に扱って上映する映画祭、に分けることができる。②の例としては、SKIPシティ国際Dシネマ映画祭の短編コンペティション部門(上映時間15分から30分まで)、小田原映画祭のショートフィルム部門(同3分から20分まで)、米子映画事変の3分映画宴(同3分以内)、かつて存在した北信濃小布施映画祭の60秒シネマコンペティション(同オープニングから最終カット及びエンドクレジットまでちょうど60秒)など、作品の募集形態には様々な形式がある。

本研究では、①の短編映画のみを対象にしている映画祭を調査対象としている。調査対象の選定に当たっては、2013年11月から2014年10月までの1年間に日本国内で開催された映画祭のうち、映画祭名に「短編」あるいは「ショート」という言葉が含まれている映画祭をまず抽出し、そのほか、映画祭名にはこれらの言葉が含まれていないが、応募規定において、コンペティションへの応募対象を短編映画のみに限定し、長編映画を扱わない映画祭も調査対象に加えた。映画祭の一部門として、短編映画コンペティションを設けている映画祭(上述の②に該当)もあるが、本研究においては除外することにした。調査対象とした映画祭は、表1のとおり16の映画祭である。

これらの映画祭について、現地視察、関係者からの聞き取り調査、公式カタログと公式ホームページの閲覧、先行研究の検討によって、各映画祭の開催目的とコンペティションの実施内容等を調査し分類する。そのうえで、人材発掘

表1 本研究の分析対象とした国内の短編映画祭

映画祭名	開催地	創設年
広島国際アニメーションフェスティバル	広島県広島市	1985
すかがわ国際短編映画祭	福島県須賀川市	1989
ショートショート フィルムフェスティバル	東京都渋谷区	1999
仙台短編映画祭	宮城県仙台市	2001
水戸短編映像祭	茨城県水戸市	2001
山形国際ムービーフェスティバル	山形県山形市	2005
札幌国際短編映画祭	北海道札幌市	2006
那須ショートフィルムフェスティバル	栃木県那須郡	2006
ひめじ国際短編映画祭	兵庫県姫路市	2007
緑区 Short フィルムフェスティバル	神奈川県相模原市緑区	2010
行啓通ショートフィルムコンテスト	北海道札幌市	2011
知多半島映画祭	愛知県知多郡	2011
O!!iDO 短編映画祭	東京都武蔵野市	2011
シュニット京都国際短編映画祭	京都市中京区	2013
大塚ショートフィルムフェスティバル	東京都豊島区	2014
淡路島短編映画祭	兵庫県洲本市	2014

(出典：筆者作成)

と育成について、特徴を有すると考えられる映画祭について事例分析を行う。

5. 事例分析

本章では、事例分析の対象とした16の短編映画祭について、開催目的とコンペティションの実施内容について考察する。

5.1 映画祭の開催目的

調査対象とした16の短編映画祭のうち、9の映画祭が実施目的のなかに人材発掘・育成といった内容を明示的に示している。もっとも、16のうちコンペティション制度を設けている映画祭が13あるため、これらの映画祭は、明示的に人材発掘を開催目的として掲げていないとしても、コンペティションで賞を授与することによる一定の人材発掘機能を有していると考えられることができる。

人材発掘・育成以外の映画祭の開催目的としては、映画祭開催地のPRや地域活性化、短編映画の振興、映像教育などが掲げられている。また、国際交流と平和活動を開催目的に掲げる映画祭もあるが、それらは広島国際アニメーションフェスティバルや札幌国際短編映画祭といった、海外からも多数の作品応募がある比較的大規模な国際映画祭に限られる。

開催地域を対外的にアピールすることを目的に掲げている映画祭は、当該地域に何らかの関連のある作品や当該地域で撮影された作品などに応募を限定しているケースが見られる。そうした映画祭は応募可能な制作者も応募作品も限定されるため、プロを目指す人材による作品よりもアマチュアによる作品が集まるという傾向がある。

5.2 コンペティションの実施内容

本節では、コンペティションの実施内容を作品の応募方法、審査方法、受賞の方法、受賞後の支援、に分けて検討する。

5.2.1 応募

ほとんどの映画祭では、作品の応募は一般から広く受け付けている。もっとも、開催地域のPRを主目的にしている映画祭は、当該地域に関連のある作品でなければならなかったり、当該地域で撮影された作品でなければならなかったりといったように、作品の募集に一定の制約を課していることがある。また、短編映画祭である以上、映画の上映時間に関しては当然に制限がある。30分以内としている映画祭が目立つが、水戸短編映像祭のように、短編映画としては比較的長く50分以内としているものもある。一方、行啓通ショートフィルムコンテストや緑区 Short フィルムフェスティバルのドラマ部門のように、8分以内としているものなど、映画祭によって幅がある。

また、応募作品の制作年度は問わない映画祭もあるが、多くの映画祭は、映画の完成から一定の期間内（1年から4年程度まで）の作品のみを受け付けるという制約を課している。

特徴的な応募方式としてあげられるのが、札幌国際短編映画祭のフィルムメーカー部門である。ほとんどの映画祭では、1作品ごとに作品の応募を受け付ける方式を採用しているが、札幌国際映画祭のフィルムメーカー部門では、一人の監督が複数本の作品を45分以内にプログラムして応募することができるプログラムエントリー方式を採用している。

5.2.2 審査

調査対象とした16の映画祭のうち、14の映画祭でコンペティション（コンテスト）が実施されている。映画祭の運営主体にとって、短編映画は、長編映画に比べて作品一本あたりの審査に時間がかからないというメリットがあり、短

編映画祭だけではなく、長編映画を扱う映画祭においても、コンペティション部門においては、作品の上映時間に制限を設けている場合が少なくない。

多くの映画祭では、作品の審査は2段階あるいは3段階に分けて行われる。応募されたすべての作品を映画祭の開催期間中に上映することは時間的に不可能である場合が多く、また、作品の質が一定のレベルに達していないこともあるため、映画祭で上映する作品は、事前審査によってふるいにかけられる。そして、事前審査を通過した作品は、受賞の候補となるノミネート作品として映画祭のコンペティションで上映され、審査員によって評価される。

審査員の構成は、映画祭によって様々であるが、最終審査は著名映画監督や俳優、プロデューサー、他の映画祭のディレクター（あるいはプログラミング・ディレクター）などが審査員を務めることが一般的である。開催地域の活性化など特定の目的を持つ映画祭の場合は、当該分野に造形が深い専門家や関係者が審査員に含まれることがある。

海外からの出品の多い国際映画祭では、審査員は日本人だけではなく、地域を分散させた多国籍なメンバーによって審査委員会を構成することが多い。また、観客に投票用紙を配布し、その得票率などによって選考する観客賞を設けている映画祭もある。

5.2.3 受賞

調査対象とした16の短編映画祭のうち、コンペティション形式を採用していない映画祭は4件であり、他の12の映画祭は出品作品についてのコンペティションが行われて、グランプリなど、何らかの賞が選出されるシステムになっている。そして、グランプリなどの賞を受けた作品や人物に対しては、賞金や賞品を授与する制度を設けている。事例研究の対象とした映画祭においては、最高で100万円、最低は賞金がな

い映画祭まで、賞金の金額は映画祭の規模や運営主体によって幅が広い。

5.2.4 受賞後の支援

調査対象とした16の短編映画祭のなかでは、山形国際ムービーフェスティバルが、ノミネート作品から選ばれた上位受賞の監督から、東北を題材とした長編作品の企画書の提出を受け付け、企画書が優秀と認められた場合には制作資金を提供するといった制度を設けている。また、札幌国際短編映画祭が応募作品の売買の場であるフィルムマーケットを設けているのも、受賞後の支援の一形態といえるだろう。

ただし、大半の映画祭は、賞は授与するものの、受賞後の作品やフィルムメーカーに対して、個別の具体的な支援制度を用意しているわけではない。

5.3 人材育成の類型と問題点

映画に関する人材育成といえば、映像制作ワークショップや映像機器のレクチャーなどの実施による映像教育がまずあげられる。プログラムの中に、このような教育的プログラムを組み込むことで、映画祭は参加者に対する映像教育を提供することができる。

次に、映画祭で行われるコンペティションも人材の発掘と育成の機能を有している。児玉(2009)は、映画祭のコンペティションが有する機能として、①国際的に有名な映画祭のコンペティション部門で賞を受賞した映画作品の制作に関った者、特に監督や俳優は、映画祭から付与された権威により、映画界におけるその後のキャリアの道が大きく開けてくるという映画の作品面に対する「権威付与機能」と、②国際的に有名な映画祭のコンペティション部門で賞を受賞した映画作品は、同時に商品としての価値を高めることにもなり、劇場における興行成績やDVDの販売成績の飛躍的な向上を経て、それに投資した映画製作者に大きな利益をもた

らすことになるという映画の商品面に対する「商品価値付与機能」、という2つの機能を挙げている。コンペティションでの受賞作に携わった人材は、主に映画祭の権威付与機能により、いわばコンペティションでの受賞を名刺代わりにして、映画界でキャリアを形成していくのに役立つというメリットを享受することができる。

小川(2012)は、ファッションデザインコンテストにおける人材育成の手段を大別して、①受賞後の支援のような積極的手段と、②特に明確な支援を持たず、コンテストの審査そのものが育成に繋がるという消極的手段の2つに分類している。この分類方法は、映画祭における人材育成機能の考察においても適用可能であると考えられる。

以上より、映画祭における人材育成機能には、①コンペティションに応募するために作品を完成させるという作家のモチベーションの向上と作品を実際に制作することによる技術等の習得機会の提供、②コンペティションで審査員の評価を得る機会の提供、③コンペティションにおいて賞を授与することによる権威付与、という消極的手段による人材育成と、④コンペティション受賞後に、次回作の制作資金の助成を行ったり、映画の制作機会の提供をしたり、作品の商業的公開支援ルートを確保したりといった積極的手段による人材育成があることが分かる。

もっとも、積極的手段による人材育成を行うためには、映画祭の運営主体に相応の資金的な余裕が必要であるが、多くの映画祭運営主体にはそうした余裕がないという問題がある。

また、映画祭による賞の授与が権威を持つためには、映画祭自体に権威がなければならず、そのためには長期間に渡って映画祭が継続して開催されていることが権威付けの条件のひとつである。しかし、実際には、短期間で消滅あるいは中断してしまう映画祭も多く、映画祭が短

期間で消滅してしまえば、そもそも歴史の積み重ねによる権威付けがなされにくいという問題点も指摘できる。

6. 代表的事例の検討

本章では、人材発掘と育成に関して特徴的な側面を有すると考えられる映画祭として、①ぴあフィルムフェスティバル、②札幌国際短編映画祭、③広島国際アニメーションフェスティバルについて検討する。①は、短編に限定した映画祭ではないが、映画祭による人材育成事業の先駆的な存在である。②は、ユニークな作品のエントリーシステムとフィルムマーケットを設けている短編映画祭である。また、③は、アニメーション専門の映画祭として国際的に広く認知されている。

6.1 ぴあフィルムフェスティバル

6.1.1 概要

ぴあフィルムフェスティバル (PFF) は、「映画の新しい才能の発見と育成」をテーマに当時はまだ観る機会の少なかったインディペンデント映画の面白さを広く伝えるために1977年に東京で開始された映画祭である。映画祭の名称が示しているように、この映画祭は、1972年に映画やコンサートの情報誌「ぴあ」を創刊し、急成長してきたぴあ株式会社が主催して始められた。

同映画祭のメインとなるプログラムは、開始当初から続いている自主制作映画のコンペティションの PFF アワードである。PFF アワードは、作品のフォーマット、長さ、ジャンル、応募者の年齢、国籍などの制限のない、誰でも参加できるコンペティションである。これは1977年に東京で開催された「第1回ぴあ展」の映像部門の一企画として、一般公募した作品を上映したことから始まり、1988年から PFF アワードという名称に改められ、コンペティション形

式で行われている。入選作の作家の中から、石井聰互 (石井岳龍)、森田芳光、黒沢清、園子温など、後にプロの映画監督として活躍する人材が数多く現れ、新しい才能が集う場所として広く認知されている。2014年までの全36回の映画祭における総応募数は20,246作品であり、総入選数は592作品にのぼる。PFF アワードのように、若手のインディペンデントのフィルムメーカーの才能を発掘しようとするコンペティションのスタイルは、後に始められたゆうばり国際ファンタスティック映画祭のコンペティション部門などにも影響を与えていると考えられ、PFF は新人発掘機能を持つ映画祭のさきがけである。

また、コンペティション部門以外でも、通常の映画館では上映されることの少ない国内外の映画を紹介している。

6.1.2 人材育成

PFF による人材育成の特徴的なものとしては、PFF アワードの入選監督から企画を募り、製作から劇場公開までをトータルプロデュースする PFF スカラシップという制度があげられる。

1977年に映画祭が発足して以来、PFF では若手の作家を紹介し続けていたが、なかなかプロの映画監督として認められる人材が育たないままだった。そこで、1984年に PFF 自らが映画製作を援助することを目的として、「16ミリ映画制作援助作品」(第2回作品からは「PFF スカラシップ作品」)が作られることになった。自主制作映画の作家たちは、この PFF スカラシップを通じて、劇場用映画の製作から公開までの道筋を学ぶことになる。この制度は次のような手順で行われる。まず、PFF アワードでグランプリなどの賞を得た監督から企画を募り、PFF スカラシップ専任のプロデューサーらが企画を審査する。そのなかから、最も期待したいフィルムメーカー1人に対してスカラシップ権を与え、映画製作を援助する。PFF スカラ

シップ権を獲得した監督は、選ばれた企画を基に、約1年をかけて脚本を作る。その後、ロケハン、役者オーディション、撮影、編集などを経て、作品を完成させる。完成した作品は、ぴあフィルムフェスティバルでワールドプレミア上映され、その後、世界各国の映画祭で上映された後、映画館で劇場公開されることになる。

そのほか、1982年からは、海外映画祭との交流を開始し、PFF アワードの入選作品、PFF スカラシップ作品を世界中の映画祭で紹介している。また、2005年からは、PFF アワードに入選すると、早稲田大学大学院国際情報通信研究科に推薦入学を希望する権利を獲得できるという制度が設けられている。

6.2 札幌国際短編映画祭

6.2.1 概要

札幌国際短編映画祭（SAPPORO ショートフェスト）は、2006年に始まった北海道札幌市で開催されている短編映画専門の映画祭である（今泉、2009を参照）。

この映画祭が創設された源流は2000年に遡る。1999年に俳優の別所哲也の企画によって、本格的な短編映画祭である「アメリカン・ショートフィルムフェスティバル」が東京で開催された。北海道在住で、映画祭の創設に興味を抱いていた現・札幌国際短編映画祭のプロデューサー・フェスティバルディレクターの久保俊哉が別所哲也に面会して相談したところ、企画が進み、アメリカン・ショートショートフィルムフェスティバルのナショナルツアーとして、フランチャイズ形式による「アメリカン・ショートショートフィルムフェスティバル in 北海道」が2000年に開催された。当初は小規模だったが、事業収支は1年目から黒字を確保した。2001年は150万円に予算で運営したが、3日間の開催で500人を動員した。2006年には、入場者数が5,700人となり、東京会場を凌

ぐまでに成長した。そこで映画祭は、フランチャイズ形式から独自プログラムに移行し、映画祭の名称も札幌国際短編映画祭に変更した。その際、札幌市が主催に加わり、札幌市のコンテンツ産業振興事業のひとつとして、映画祭が位置づけられることになった。

映画祭の目的としては、以下の各項目が挙げられている。①産業創出として、映像関連産業の育成とショートフィルム売買を行うマーケットを設置する。②国際交流として、ショートフィルムと映像作家を通じた国際交流、平和活動をする。③映像教育・人材育成に関して、映像制作ワークショップや映像機器レクチャーなどを実施する。④地域活性化のため、地域コミュニティへのショートフィルム上映やイベント開催を行う。⑤ショートフィルムを通じた文化創造。⑥国際都市としての国際発信力の向上を行う。このように、同映画祭ではコンペティションのみならず、ワークショップやレクチャーなどによる映像教育や人材育成にも注力していることが分かる。

2014年に開催された映画祭では、95の国と地域から3,016本の応募があり、その中から29の国と地域の86作品を選出してコンペティション上映を行った。メイン会場となったのは、札幌市の繁華街である狸小路に所在する映画館「札幌プラザ2・5」である。

6.2.2 人材育成

札幌国際短編映画祭の人材育成上の特徴と考えられる点は、ユニークな作品のエントリーシステムとフィルムマーケットの設置である。

同映画祭では、映画制作者をトータルに評価し、作家自身に与える「フィルムメーカー部門」と作品を評価する「作品部門」の2つの部門に分けて、それぞれのグランプリ（最高賞）を競うシステムになっている。

作品部門は、1作品ごとにエントリーするス

タイトルを採用しており、こちらは他の映画祭でも広く行われている方法である。一方、フィルムメーカー部門は、映画監督が、自身の作品を3本以上、45分以内に組み合わせてエントリーするという方式を採用している。これは、個別の作品だけではなく、監督という個人に焦点を当てている点で、人材の育成と発掘という映画祭の機能に結びつくものといえる。

また、同映画祭では、開催期間中、メイン会場の近隣に、商談を目的としたフィルムマーケットを設けており、上映会場の近隣に設けられたマーケット会場で、映画を買い付けるバイヤーは応募作品を検索、閲覧することができるようになっている。例えば、カンヌ国際映画祭には大規模なフィルムマーケットが併設されているが、日本国内の映画祭で公式なフィルムマーケットを設けている映画祭は、この他に東京国際映画祭のほか、数少ない。

それに加えて、2008年には「spotrights」というインターネットを利用した作品の登録システムを構築した。このデータベースは、作品のオンラインマーケットとして機能しており、映画制作者は、自身の作品情報を登録することができる。また、バイヤーは、作品の視聴や、映画制作者への連絡をすることができるなどの機能を有している。作品のデータベースを設けている映画祭は、日本国内では非常に珍しい。

札幌国際短編映画祭は、クレルモンフェラン国際短編映画祭に2008年よりブース出展を行い、世界34カ国が加盟するインターナショナル・ショート・フィルム・コンファレンスに加盟するなどして、国際的なショートフィルムのネットワークを構築している。また、世界各国とのプログラムの相互交流によって、日本作品の海外へのプロモーションを展開するなどの活動を行っている。

6.3 広島国際アニメーションフェスティバル

6.3.1 概要

広島国際アニメーションフェスティバルは、広島県広島市において隔年で8月に開催されている国際アニメーションフィルム協会（ASIFA）公認のアニメーション専門の映画祭である。アヌシー、オタワ、ザグレブとともに、世界4大アニメーションフェスティバルのひとつとして知られている。同映画祭は、1985年に広島市の被爆40周年記念事業として始まり、「愛と平和」をテーマにして開催されている。第1回は広島市公会堂、第2回、第3回は広島厚生年金会館、第4回以降はアステールプラザが会場となっている。コンペティションのほか、特集上映、セミナー、シンポジウム、ワークショップ、エディケーショナル・フィルム・マーケットなどで構成される総合的な映画祭である。2014年の第15回大会では、世界74の国・地域から2,217本の応募作品が集まり、その中から選考審査を経て、コンペティション対象の59本が選ばれ、映画祭の期間中、4日間に渡って上映された。

6.3.2 人材育成

広島国際アニメーションフェスティバルにおいて、人材育成に関する特徴的な仕組みとしては次のようなものがあげられる。

コンペティションでは、一次選考審査を通過した作品を公開審査し、グランプリ、ヒロシマ賞、デビュー賞、木下蓮三賞、観客賞などが選ばれる。特にデビュー賞は新人のための賞である。そのほか、若手の才能を発掘することを目的として、「学生優秀作品特集」というプログラムが設けられている。

1994年の第5回大会以降、プロを目指す若手が自分の作品を持ち込んで上映することができる上映スペース「フレーム・イン」が設けられており、若手が自作をプレゼンテーションする機会を提供している。希望者は映画祭初日以降、日時を申し込めば事前審査なしで作品を上映す

ることができるシステムになっており、その際、大会に来場しているアニメーション関係者の批評やアドバイスを受けることができる。

教育現場の活性化と若い才能の発掘を主たる目的として開催されているフィルムマーケットの「エデュケーショナル・フィルム・マーケット」は、アニメーション制作を志望する若手にとっては、自らの才能を発表し、国際的な飛躍のきっかけをつかむ場として、また、プロダクションや企業にとっては、若い優れた才能を発掘する場として活用されることを期待して設置されている。

7. 考 察

前章までに検討してきたことから、短編映画祭には、若手のフィルムメーカーを育成するために、以下のような機能と意義があることが分かる。

- ①意欲の喚起：短編映画祭を訪れた映画制作に興味を持つ観客に対して、映像表現の自由さと豊かさを伝えることによって、映画制作への意欲を喚起する刺激を与える機能を有する。
- ②制作への動機付け：コンペティション部門を有する短編映画祭への応募や入賞を目指して、若手のフィルムメーカーが実際に作品を制作するための動機付けを与える機能を有する。短編映画は長編映画に比べて比較的低予算かつ短い日数で制作することが可能であり、プロを志望する若手のフィルムメーカーにとっては、短編映画を制作することによって、自らの能力を向上させていくことになる。
- ③作品発表の場：自主的に映画を制作したとしても、それを実際に発表する場がなければ、フィルムメーカーは、自らの才能と制作した作品自体を広くプレゼンテーションすることができない。短編映画祭は、一般の観客や新しい才能を発掘したいと考える映画製作サイドに対して、フィルムメーカーが自らの能力を

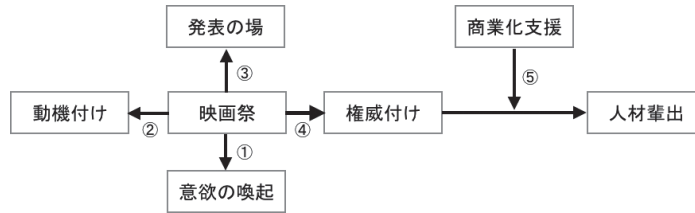
アピールする場として機能する。

- ④権威の付与：映画祭におけるコンペティションでは、審査員によって作品が評価されることになる。入賞した作品のフィルムメーカーには一定の評価がなされたと考えられることから、映画祭は、人材の才能や能力に対するある種の格付けを付与し、人材に権威を付与することで、人材育成を図る機能を有する。
- ⑤商業化支援：いくつかの映画祭では、コンペティションで入賞したフィルムメーカーに対して、長編映画を制作するための制作資金の一部を提供したり、実際に次回作の企画開発から劇場公開までを支援したりといったように、才能のあるフィルムメーカーがプロとして活躍するまでの足掛かりとなるような具体的な支援策が提供されている。また、映画祭にエントリーされた作品について、作品を売買するためのマーケットを設けるなどして、作品を商品として流通させるための仕組みが設けられている映画祭もある。そうした機能によって、若手のフィルムメーカーの育成に寄与するという意義を有する。

これらの一連の流れを示したのが図1である。短編映画祭で上映される作品は、長編の大作映画などに比べて低予算かつ短期間で制作できるものが多い。映画祭に参加した観客は、そうした自由で豊かな表現形態で作られた作品を鑑賞することによって、映画制作というものが決して遠い世界のものではないということを知ることになる。これが①の段階である。

短編映画の制作に興味を持った人々の中から、コンペティションを有している短編映画祭に自分の作品を応募するために、実際に作品を制作するフィルムメーカーが現れることが期待される。短編映画の制作は、フィルムメーカーの才能を開花させるための教育的手段として機能する。これが②の段階である。

フィルムメーカーが短編映画を完成させたと



(出典：筆者作成)

図1 短編映画祭における人材育成機能の流れ

しても、それを大衆の目に触れさせ、広く作品を伝えなければ、作品は社会から評価されることはない。フィルムメーカーの才能を発見するためのプレゼンテーションの場として、短編映画祭は機能する。これが③の段階である。

映画祭で上映された作品が優れたものであると評価されれば、短編映画祭は、フィルムメーカーに賞を授与し、彼らに対する権威付けが行われる。これが④の段階である。それと同時に、映画祭で上映された優れた短編作品に触れた新たな観客の一部は、映画制作が身近なものであるとの刺激を受けることになる。これが再び①へと向かうサイクルである。

また、優秀な人材は、映画祭による商業化支援を受けて、プロのフィルムメーカーとしての道を歩み始めることになる。これが⑤の段階である。

『仕立て屋の恋』(1989)や『髪結いの亭主』(1990)などで有名なフランス人の映画監督パトリス・ルコントは、短編映画と短編映画祭が自分に与えた影響について、次のように語っている。

映画を作ることなんて夢だと思っていた。ある日、住んでいた町で短編映画祭があり、そこで上映された短編映画を見ているうちに、ひょっとしたら映画を作ることにはそんなに遠い夢ではないのではないかと思い始めた。その後、映画学校に行ったが、何も学ばなかった。映画館で映画を見たり、安

い予算で短編映画を撮り始め、学んだことが多かった。

(「京都ヒストリカ国際映画祭」におけるトークショーにて、2014年12月6日)

このコメントに代表されるように、多くの若手のフィルムメーカーにとって、短編映画は、長編映画を制作するための登竜門として位置づけられ、短編映画を作るといふこと自体が、自らの能力を開発するための訓練の場として機能する。また、短編映画祭は、そうした若い才能をプレゼンテーションするためのショーケースであり、フィルムメーカー志望者に対する動機付けの場となっている。そして、映画祭による人材育成機能の循環により、新たな人材育成につながっていくことが期待される。ただし、現状では、⑤については一部の短編映画祭のみで制度が設けられているに過ぎない。

今後における人材育成の手段としての短編映画祭は、以上で述べたような人材育成のための各機能がシームレスかつ有機的に働くような制度設計を具備し、的確に運用していく姿勢が望まれよう。

8. おわりに

本稿では、日本における短編映画祭の現状について、主に人材育成機能の観点から検討した。第5章で考察したように、多くの短編映画祭では、若手のフィルムメーカーの作品を上映し、発表の機会を提供しており、かつ、優秀な作品

には賞を与えることによって、作品にある種の権威を付与しようとする姿勢を確認することができた。ただし、受賞後の支援にまで踏み込んだ映画祭はごく少数にとどまっていることも確認された。

それに対して、第6章で検討したように、数多くの人材を輩出しているぴあフィルムフェスティバルでは、コンペティションにおける賞の授与のみならず、PFF スカラシップなどにより、受賞後の人材育成や支援に手厚いことが分かる。また、札幌国際短編映画祭では、フィルムマーケットの設置や作品データベースの整備などにより、作品を商業ルートに乗せることへの支援が行われている。広島国際アニメーションフェスティバルでは、若手が自らの才能をプレゼンテーションする機会を提供しており、若手にとって、映画業界における人的ネットワークを作っていくための足がかりとなる場となっている。

短編映画祭を通じて、映画制作に関する人材を育成するためには、映画制作に興味を持つ人材に対して、映画制作への意欲を喚起するための刺激を与えることから始まり、商業化支援に至るまでの一連の流れを有機的かつ間断なくカバーしていくことが望ましい。しかし、多くの映画祭は、人的及び資金を含む物的な資源が不足しており、すべての機能をシームレスに発揮させることは難しく、特に積極的手段による人材育成は不十分な状態にある。

ただ、短編映画祭を中心とした映画祭による人材育成には新しい動きも出てきている。渡邊(2013)は、「2000年代以降の日本映画の動向を考える時に、比較的若い世代を中心としたインディペンデント映画をめぐる一定の規模の文化圏が形成されていることは見逃せない」と指摘する。例えば、芸術大学出身の若手女性監督作品を上映する「桃まつり」、大阪のインディペンデント映画を特集上映する「CINEDRIVE」、

若手映画監督と若手ミュージシャンによる新作音楽映画祭「MOOSIC LAB」などのインディペンデント映画の上映イベントは若い観客の動員にも成功している。こうした自主的な上映会も人材の発掘と育成に一定の寄与をしていると考えられる。

映画祭を通じた人材の育成に関しては、映画祭をめぐるマネジメント及び文化政策的な課題も多い。また、本稿では、考察の対象を日本国内の短編映画祭に限定したが、海外の国際的な短編映画祭との比較による国内映画祭のあるべき姿の考察も今後の課題である。

(本研究は JSPS 科研費26380556の助成を受けたものです。)

参 考 文 献

- Iordanova, Dina and Rogan Rhyne ed. (2009): "Film Festival Yearbook: The Festival Circuit", St Andrews Film Studies.
- Iordanova, Dina and Ruby Cheung ed. (2010): "Film Festival Yearbook 2: Festival festivals and Imagined", St Andrews Film Studies.
- Iordanova, Dina and Ruby Cheung ed. (2011): "Film Festival Yearbook 3: Film Festivals and East Asia", St Andrews Film Studies.
- Iordanova, Dina and Leshu Torchin ed. (2012): "Film Festival Yearbook 4: Film Festivals and Activism", St Andrews Film Studies.
- Iordanova, Dina and Stefanie van de Peer ed. (2014): "Film Festival Yearbook 6: Film Festivals and the Middle East", St Andrews Film Studies.
- Marlow-Mann, Alex eds. (2013): "Film Festival Yearbook 5: Archival Film Festivals", St Andrews Film Studies.
- 赤崎陽子 (2008) 「映画祭とは何か—映画祭の歴史と現在」『『映画祭』と『コミュニティシネマ』に関する基礎調査』報告書』コミュニティシネマ支援センター, pp. 54-67.
- 秋吉一郎 (2013a) 「2012年度「第5回ひめじ国際短編映画祭」に関する調査」『商大論集』第64巻第3号, 兵庫県立大学, pp. 1-26.
- 秋吉一郎 (2013b) 「2012年度「第5回ひめじ国際短編映画祭」の観光消費による経済波及効果の推計」『商大論集』第65巻第1号, 兵庫県立大学, pp. 25-40.
- 今泉大輔 (2009) 「札幌国際短編映画祭を通じたコンテンツ産業振興」『北海道東北地域経済総合研究所機関誌』No. 64, pp. 10-13.

- 岡村民夫 (2013) 「撮影所システムの凋落」村山匡一郎編『映画史を学ぶクリティカル・ワーズ (新装増補版)』フィルムアート社
- 小川裕子 (2012) 「日本におけるファッションデザインコンテストの現状と課題—人材育成の視点より—」『文化学園大学紀要服装学・造形学研究』第43巻, pp. 1-9.
- 奥村 賢 (2008) 「短編映画」岩本憲児・高村倉太郎監修 (2008) 『世界映画大辞典』日本図書センター
- 児玉 徹 (2009) 「日本の映画祭の現状と課題に関する調査報告—東京国際映画祭と湯布院映画祭に係る事例を機軸に据えながら」『芸術工学研究』第10巻, pp. 109-130.
- 佐藤忠男 (1995) 『日本映画史』第4巻, 岩波書店
- 杉浦幹男 (2007) 「コンテンツ産業の未来像を拓く—ショートフィルムフェスティバルの今日的意義—」『季刊政策・経営研究』vol. 1, pp. 16-30.
- 畑中朋子 (2011) 「教育文化支援環境としての映像系フェスティバルについて」『美術教育学研究』pp. 271-278, 大学美術教育学会
- 濱口幸一 (2013) 「映画祭」村山匡一郎編『映画史を学ぶクリティカル・ワーズ (新装増補版)』フィルムアート社
- 別所哲也 (2009) 『夢をカタチにする仕事力 映画祭で学んだプロジェクトマネジメント』光文社
- 矢澤利弘 (2011) 「映画祭のマーケティング」『クリエイティブ産業におけるビジネス研究』第6号, pp. 3-24, 映画専門大学院大学
- 矢澤利弘 (2012a) 「映画祭における3つのマーケティング—インターナル・マーケティングとインタラクティブ・マーケティングを中心に」『クリエイティブ産業におけるビジネス研究』第7号, pp. 3-22, 映画専門大学院大学
- 矢澤利弘 (2012b) 「地域映画祭を事例とした非営利組織の事業測定」花堂靖仁・高橋治彦編著『近未来の企業経営の諸相—2025年』pp. 295-309, 中央経済社
- 矢澤利弘 (2013a) 「地域活性化のための映画祭の経営モデル」『地域活性研究』Vol. 4, pp. 127-136
- 矢澤利弘 (2013b) 「イベント創出におけるアントレプレナーシップ—近時の映画祭創設者に対するインタビューから」『クリエイティブ産業におけるビジネス研究』第8号, pp. 23-29, 映画専門大学院大学
- 矢澤利弘 (2013c) 「映画祭のインターナル・マーケティング」『広島経済大学経済研究論集』第36巻第2号, pp. 1-14.
- 吉原順平 (2011) 『日本短編映像史—文化映画・教育映画・産業映画』岩波書店
- 渡邊大輔 (2013) 「若手インディペンデント映画シーンの活況」村山匡一郎編『映画史を学ぶクリティカル・ワーズ (新装増補版)』フィルムアート社