

《エッセイ》

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——

矢澤利弘

1 序

本稿は、まったくのゼロから新しい映画祭を創出した映画祭の主催者に対して、映画祭を始めた経緯や運営上の工夫などについて尋ねたインタビューの内容を紹介するものである。2つの事例の紹介によって、新しいイベントを開始する際に、創始者はいかなる行動を取るべきなのかという視点を提供することを意図している。

自治体や企業ではなく、一般の個人あるいは数人のグループが主体となって継続性のあるイベントを創設した事例としては、例えば、1992年から北海道札幌市で行われているYOSAKOIソーラン祭りなどが有名であるが、映画祭も個人の発意で開始されることが比較的多いイベントの一種である。

選択した映画祭の事例は、いずれも2009年に第1回目の映画祭が開催され、以降毎年開催を続けている下北沢映画祭と学生残酷映画祭である。

映画祭の運営に関しては、矢澤(2011)において、映画祭主催者と観客の間のマーケティング(エクスターナル・マーケティング)の特徴について、矢澤(2012a)において、映画祭主催者と出品者の間のマーケティング(インターナル・マーケティング)及び出品者と観客の間のマーケティング(インタラティブ・マーケティング)の特徴について、それぞれ考察した。

また、矢澤(2012c)では、マーケティングだけではなく、映画祭の運営について、学習と成長の視点、内部ビジネスの視点、財務の視点からの考察を加えたうえで、地域活性化のための映画祭の経営モデルを導出した。

本稿は、上記の論説を補完する位置付けのものであり、新しい映画祭を生み出す際のアントレプレナーシップを考察するための材料を提供するものである。

2 下北沢映画祭

下北沢映画祭は、下北沢映画祭運営委員会が主催し、東京都世田谷区の下北沢地区で開催されている映画祭である。

2006年10月にソーシャルネットワークサービスのmixi上で下北沢映画祭の呼びかけがなされ、2007年10月に現在の運営委員会の前身に当たる実行委員会が立ち上がった。だが、実行委員間に意見の相違などによって運営内容の変更がなされ、2008年

4月に実行委員会はいったん解散し、同時に新体制として現在の下北沢映画祭運営委員会が設立された。

準備期間を経て、2009年7月に第一回下北沢映画祭が開催され、以降、2010年9月に第二回、2011年11月に第三回、2012年9月に第四回の映画祭が開催されている。

以下は、映画祭をはじめたきっかけや運営方法の特徴などについて、第三回の映画祭開催当時の下北沢映画祭運営委員会の太田創代表、企画部の有賀香代子部長、広報担当の眞野雄次氏に対して行ったインタビューの内容を採録したものである。面接調査日時は2011年11月14日。なお、第四回の映画祭においては運営委員会のメンバー変更が行われている。

——映画祭を始めたきっかけはどのようなものだったのでしょうか。

映画が好き、イベントが好き、下北沢が好き、という色々な方が集まって、映画祭をやったら面白そうだというのが最初の動きで、最初はサークルのような雰囲気でした。集まっては話し合いを繰り返し、組織が固まるまでに2年半ほどかかりました。

映画祭を始めるに当たっては、まずメンバーが自腹を切らないということが大原則にしました。コンペティションにはエントリーフィーを1000円ずついただいており、チケット収入もあります。この2つを原資として、この範囲でできるスケールでやっていくことにしたのです。

——映画祭を開催するノウハウはどのようにして得たのでしょうか。

第1回目の映画祭を始める前の1年間に4回ほどコンペティション形式の上映会をやりました。当時はスタッフも全員が映画祭運営の初心者でしたので、とにかく経験を積まなければならないと思ったのです。今年の映画祭でも会場となっている北沢タウンホールの12階に少し広めのスペースがあります。まず、チラシを作って作品を募集し、下北沢映画祭0.1というタイトルを付けて、そこで上映会を行いました。

第1回の上映会のときには12作品ぐらいしか集まりませんでした。第2回で約40作品、第3回目が約70作品の応募がありました。3回目の上映会ではゲストをお呼びすることができたほか、会場も広くなり、赤字を出さずに本番に近いイベントをやることができました。その翌年の初めに、それまでの応募作品の中から未上映の良い作品をセレクトして4回目の上映会を開催しました。こうして上映会を4回開催し、その後ようやく正式な第1回下北沢映画祭を開催することになりました。このときは約200作品が集まりました。

——多くの作品が集まりましたが、作品を集めるためにどのような工夫をされたのでしょうか。

一番大きいのは下北沢というブランド力だと思います。また、映画祭には「既存概念にとらわれない」というコンセプトがあり、これが応募者の方々に受け入れられたのではないのでしょうか。ただ、コンペティション部門で上映された作品が本当に既存概念を砕いているものかといえば、そうだとは言い切れず、課題として残りました。

一般の映画祭とは違った色々な作品を幅広く紹介していきたいと思っています。ただ、例えばアートフィルム系の行き過ぎたものだと普通の人は受け付けません。入門的だけど、映画マニアが見ても面白いと思えるような幅の広さや、普通の人から見て違和感がなく、敷居が低いということが重要だと思っています。

下北沢という町がそういうカラーを持っています。ミーハーな方も来れば、マニアックな方も来るといったように、ごちゃごちゃしている町とこの映画祭の親和性があります。映画祭は山ほどあり、テーマも似ています。そのなかで下北沢というブランドと、ブランドに負けない内容で差別化していきたいと思っています。

——1回だけのイベントにはしたくなかったということですね。

「映画祭は続けることに意味があると思っています。実は、この映画祭を始める4~5年前にも下北沢で映画祭がありました。それは大手広告代理店がバックに入って大規模に開催したのですが、1回だけで終わってしまいました。投下する資本に対して採算が合わないということだったのではないのでしょうか。

応募していただく作家の方に意味があるものでないといけなと思います。幸い内容的にも企画チームのほうで、インディーズ系とメジャー系の間あたりの作品やゲストをうまく選んでくれています。

——予算面はいかがでしょうか。どのぐらいの予算をかけていますか。

舞台監督や音響などの技術系のスタッフの方々は、本来であればお金を払ってお願いしなければならないのですが、今はすべて手弁当でやっています。第1回の映画祭の予算は50~60万円でした。普通であれば広報予算にもならないぐらいの金額です。2年目からは約20万円の助成金が付き、運営が多少楽になりました。何にしてもやりたいという意識がものすごく大事で、すべての原点だと思います。

——人材面はいかがでしょうか。

スタッフは約30人です。イベントが好きか、下北沢が好きか、映画が好きか、というどれかですね。本番が近づくと人数が増えていきますが、何もない期間や準備期間が長く、その期間は中心となる5人から10人ぐらいが活動しています。

——作品の募集についてはどのような方法で行われてきたのでしょうか。

第1回のときは、モノクロのチラシを映像関連の学校や映画館に設置してもらいました。もう1つはウェブでの告知です。また、公募ガイドという雑誌に掲載してもら

ったり、その時々雑誌に載せてもらったりしました。一番効果が大きいのは「登竜門」というウェブサイトで、そこから情報を得て応募される方がほとんどでした。

——作品の選考はどのようにされていますか。

今年採用した形式についてお話しさせていただきますと、1次審査は5人のメンバーで全部の作品を見ました。そこで点数を付け、選ばれた作品を委員会内で協議します。最終的に上映作品が決まるまでには3カ月ぐらいかかります。

——会場を確保するのは難しくないのでしょうか。

第1回の映画祭で会場とした北沢タウンホールは、会場を使用する月の6カ月前に行う抽選会で予約しなければなりません。くじ運が悪く、会場の予約を取るまで結構の期間が必要でした。また、抽選に当たってそこから6カ月後が開催期間になるわけですから、その時点からダッシュしなければなりません。そのため開催時期が安定しないことと準備期間が短いことが課題となりました。第2回目ときには下北沢成徳高等学校のミモザホールという比較的新しいホールを借りることができることになり、第2回目は早い段階から準備ができました。

第3回の映画祭も本当はミモザホールを使う予定だったのですが、学校の都合でホールが使えないことになり、抽選会に行くことになりました。幸いこの時は1回で予約を取ることができましたが、会場を確実に押さえられるかどうかは非常に重要です。

——企画についてはどのようにされていますか。

基本、コンペティションがメインとなっているので、それに併せてゲスト審査員の方のトークショーがあります。その他、映像に関わる方々をお呼びしています。

ゲストには、基本的には企画者の呼びたい人をお呼びしています。毎回少しずつ厚みを持たせていきたいので2011年は紙芝居のイベントを加えて3日間の日程で開催することにしました。コンペティション部門では他の映画祭で賞を取ったり、ノミネートになったりしている作品もあります。モト冬樹さんといったいかにも芸能人といった方が来られるのも下北沢映画祭では初めてです。

——観客の方への期待があればお願いします。

下北沢が好きで、たまたまふらっと入ってきていただいても楽しめます。そこから映画や映像の世界が好きになるきっかけになればと思っています。

3 学生残酷映画祭

学生残酷映画祭は、大学、専門学校生の作品を募集し、上映するという自主制作映画祭の1つである。だが、募集作品はすべて流血や人体破損などの残酷描写があるということが条件となっている。日本には学生映画を主体にした映画祭は数々あるが、

この映画祭は、残酷表現のある映画に特化した唯一の学生映画祭だということができる。

第3回学生残酷映画祭は2011年12月11日に東京・阿佐ヶ谷の阿佐ヶ谷ロフトAで開催された。

以下は、映画祭をはじめたきっかけや運営方法の特徴などについて、第2回までの代表を務めた佐藤雄二氏と2011年の第3回映画祭実行委員会代表の文園太郎氏に対して行ったインタビューの内容を採録したものである。面接調査日時は2011年11月13日。なお、第4回目の映画祭は2012年12月9日に阿佐ヶ谷ロフトAで開催されている。

——映画祭を始めたきっかけについて教えてください。なぜこの映画祭を始めようと思ったのでしょうか。

佐藤：一番は残酷映画が正しく評価される場所を作りたいと考えたからです。自分自身ホラーが大好きで自主制作もしていたのですが、ホラーというだけで観るのも拒まれることがありました。学生映画は青春ものや恋愛ものがほとんどでジャンル映画は「どんなに真剣に向き合っても評価してもらえない」と常々思っていました。怒りに近かったと思います。その時、同じ様に思っている学生監督が日本中にいるんじゃないか、それならきちんと評価してもらえる場所を作ろうと考えたのが映画祭を始めたきっかけです。

——映画祭の立ち上げ時に苦労したことにはどのようなものがありますか。

佐藤：実は映画祭を企画する知識がまったくなく、手探りの状態でした。まずスタッフがいない。募集しても集まらない、宣伝費や会場費等負担も大きかったです。

——その後、文園さんが映画祭の運営を引き継がれたわけですね。

文園：学校で映画の勉強をしていて、色々な映画祭にも行っていました。佐藤君の友達が僕の友達だった関係で2人は知り合いました。僕たち2人しかいなかったのも、去年は2人で映画祭の運営をやったのですが、佐藤君が大学を卒業したため、僕が映画祭の運営を引き継ぐ形になりました。

——どのような観客、出品者を想定していますか。

佐藤：観客はホラー好きの学生、かつて学生映画を撮っていた方々ですかね。出品者は本気で残酷映画と向き合う人です。これは他の学生映画祭でも言えることですが、観客としてきた方が作品を見て嫉妬したり、「俺ならこうする」と考え、次回に今度は出品者として参加できたり、と言うのはイベント自体を盛り上げてくれていると思います。

文園：実は去年は、飛び抜けてすごい作品がなく、来年への期待を込めるという意味でもグランプリを授賞する作品はありませんでした。へたくそでも情熱のある突き抜けた作品に出会いたいですね。他の映画祭では上映できないような作品も上映しますし、そういうヤバイ映画がいっぱい来て欲しいです。

——映画祭を継続していくことをどのように捉えていますか。

佐藤：今、日本にスプラッターやホラーに特化した学生映画祭というのは1つしかないのです。これからも継続していくことは日本のホラー映画の未来のためにも重要だと考えています。

文園：長く続けていくというのが大事だと思います。その映画祭のために作るという人が出てきてくれるといいですね。この映画祭で賞を取って、作り手が有名になるということも期待しています。

——映画祭のスタッフはどのような人々で構成されていますか。

佐藤：学生が中心となっていますが、今までの学生映画祭参加者の方にもサポートしてもらっています。基本的に前回までは1~2人程度という少人数で行っていましたが、今後はきちんとした体制を作ればいかなと思っています。

——スタッフが少ないということですが、準備や当日の運営は大変ではないですか。

文園：当日手伝ってくれた人もいますし、1日だけなので、そんなに大変ではありません。後はゲストの方に協力していただいている、そのおかげでできているという部分が大きいです。

——映画祭を運営するに当たって資金ではどのぐらい必要ですか。

佐藤「会場費、宣伝費等かかりますが、節約しようと思えば数万円で開催できると思います。第1回目は5万円程度だったと思います。

——映画祭の始めるにはどのような手順を踏んだのでしょうか。

文園：難しく考えない方がいいと思います。僕はもともと音楽のライブの企画をやっていました。それと同じスタンスです。映画祭の場合、準備期間はかかりますが、場所を押さえて、告知をして、その後にゲストを決めるという流れは共通です。

この映画祭の場合、日時が未定の段階でホームページを立ち上げ、まず映画祭をやるという宣言をしました。そこから身近な人をお願いしてゲストの方に声をお掛けしたりしました。色々な方々に協力していただけることが学生の強みだと思います。

何から始めるかというよりも、まずコンセプトをはっきりさせるということが大事だと思います。例えば、残酷表現がある映画に限るとか、なるべく広すぎないようにして作品を集めるというコンセプトを考えるのが大事です。差別化を図り、一般に見ることのできない作品を見ることができるような場所を設けるのが大事だと思っています。

今は映画をネットでいくらでも発信できますが、それでは、そうした映画を人々が見るかと言えば、よっぽど有名人の作品でない限りまず見ないはずです。だったらきちんと映画を見せる場所を作らないとダメだと思いました。

——映画祭を運営するモチベーションは何でしょうか。

文園：やっていて楽しいということがまずあります。楽しく無ければできません。そしてきちんと映画を見せる場所を作るのが重要だと思うからです。こうした映画を見たいというお客さんがたくさんいるということが分かったので、そういう人たちのためにも続けていかなければならないと思っています。

——映画祭を通じて伝えたいことは何でしょうか。

佐藤：僕らは心から残酷表現を愛している。これにつきます。僕らの本気を見ていただきたいです。

——2011年の映画祭のアピールポイントはどんなところでしょうか。

佐藤：第3回目となる今回は新体制で運営されています。ゲストも新しい顔ぶれが加わりました。そして去年のグランプリなしを覆す作品は現れるのかに注目してほしいですね。（注：2011年のグランプリは佐藤周監督の『へんたい』が受賞した。）

参考文献

1. 矢澤利弘「映画祭のマーケティング」『Cre Biz クリエイティブ産業におけるビジネス研究』第6号, 映画専門大学院大学, 2011年, 3-24ページ.
2. 矢澤利弘「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—」『Cre Biz クリエイティブ産業におけるビジネス研究』第7号, 映画専門大学院大学, 2012年 a, 3-22ページ.
3. 矢澤利弘「地域映画祭を事例とした非営利組織の業績測定」花堂靖仁・高橋治彦編著『近未来の企業経営の諸相—2025年』中央経済社, 2012年 b, 295-309ページ.
4. 矢澤利弘「地域活性化のための映画祭の経営モデル」『第4回地域活性学会研究大会論文集』地域活性学会, 2012年 c, 19-22ページ.

矢澤 利弘（やざわ としひろ）

映画専門大学院大学准教授