

論点（案）についての各委員の御意見

<p>1. 質の高い作品の発表・鑑賞機会の確保について (論点例)</p> <p>○ メディア芸術祭の質的・量的充実を図り、より国際的なフェスティバルとして発展させるためには、どのような方策が考えられるか。</p> <p>○ メディア芸術の国民の鑑賞機会の充実を図る観点から、どのような方策が考えられるか。</p>	
石原委員	<p>1. 賞金額を大きくし、参加意欲を高める。</p> <p>2. 作家の出品作品の買い取りなどに積極的に応じる。</p> <p>3. 賞金だけでなく、客員研究員として制作ができる権利や作品制作環境などもプライズとする。</p> <p>4. より多くの地方美術館でも、巡回展や作家招聘によるシンポジウムなどを積極的に開催する。(現状の頻度よりも多く)。</p> <p>5. 少子化により廃校になる学校施設などを利用した巡回型メディアアートフェスティバルなども有効ではないか。作家の制作基地にもなれる。</p>
華頂委員	<p>日本のポップカルチャーは、「Cool Japan」と総称され、今や世界のトレンドとなり、評価されている。その「Cool Japan」の根幹となっているのは、多様なコンテンツの中でも、まさに、メディアアート、ゲーム、アニメーション、マンガであるといっても過言ではない。</p> <p>世界が日本のコンテンツに注目している今、さらなる発展のためには、東京で開催している「文化庁メディア芸術祭」をより一層充実させることはもとより、海外展開をさらに活性化させることも肝要である。</p> <p>他方、単発的に海外で展示や上映を行うだけではなく、当該国のしかるべき組織あるいは個人（キーパーソン）に対して情報の発信を継続し、日本のメディアアート、ゲーム、アニメーション、マンガを徹底的にすり込むことで、当該国の内部から日本のコンテンツへの理解を深めることも重要である。</p>
里中委員	<p>◎過去のメディア芸術祭入賞作の中から、可能な限り常設展示できる場が欲しい。ハコモノが無理なら世界に発信できる「web メディア芸術センター」を作り web 上で「常設展示」をする。</p> <p>世界中からのアクセスに答え、作品の利用の申し出にも答えられるようにする。</p> <p>◎メディア芸術祭そのものを web 上で中継(紹介画像でもいいし)解説もつける。(他言語で発信する、少なくとも英、中、スペイン語、仏、露、伊、アラビア語、ドイツ語、等は必要。</p>
西村委員	<p>「メディア芸術」そのものを観客が見たいと思う状況にはまだない。「メディア芸術」という言葉、イメージが一般に定着するには、まだ時間がかかるだろう。今は、内に向かっては質の高い作品を選ぶことに専念し、外に向かっては広報活動を充実することが必要と思う。</p> <p>「アート」「エンタテインメント」「アニメーション」「マンガ」という部門の境界をもっと融合させる方向に向かうことが「メディア芸術」に実体を与えることになる。そのためには、メディア芸術祭に参加するアーティストの交流がさらに進められるべきだろうと思う。</p>

浜野委員	<p>多くの日本のアート・フェスティバルが「国際的」と銘打って存在感を打ちさせないでいるのは、欧米の評価軸に寄り添ってしまっているからで、わが国独自の評価軸を打ち出していくことこそ、「国際的」フェスティバルに成長させるものとなる。拙速でいわゆる「国際的」なもの（欧米の借り物的なもの）を目指すと自らの評価軸を手放すことになりかねない。</p> <p>映画、テレビ番組、単行本は、現状でも閲覧可能だが、インタラクティブなアートやゲームは、定常的な触れる機会が提供されていない。メディア芸術祭の受賞作だけでもいつでも触れられる機会を作る。</p> <p>まず欧米のアートにしか関心が向かないような教育がなされている。</p>
堀越委員	<p>鑑賞機会の少ない地域で、利用の少ない既存の施設や商店街の空き店舗、街なか映画館などを活用しながら、小規模な「メディア芸術センター」的な施設を、各地域と協働しながら数年かけて整備する（名称はもっとキャッチーに）のはどうでしょう。特に大学進学で都会に出るまでの生徒にとっての刺激的なワンダーランド、知への入り口であることをコンセプトに。（規模のイメージとしては200坪くらい）</p>
榊山委員	<p>（メディア芸術祭の質的・量的充実を図り、より国際的なフェスティバルとして発展させるためには、どのような方策が考えられるか。）</p> <p>日本に限らず”メディア芸術”に興味がある層に親和性があるメディア（ネタ）を、特定しやすい時期が来ていると思います。直近の例でいえば、Twitter、UST、iPhone、Kindle、iPadなど。それらを、徹底的に活用すべき。</p> <p>低予算で、”より国際的”に発展させるためには、たとえば、フェスの期間以外でもUSTなどから、常にライブ性のある映像を流す、Youtubeなどでシンポジウムの映像を流す、などが考えられます。もちろん、基本は英語字幕つきで。</p> <p>（メディア芸術の国民の鑑賞機会の充実を図る観点から、どのような方策が考えられるか。）</p> <p>一般向けには、上にも書いたように、Webの2010年代的活用（特にTwitter+UST）がよいと思います。</p> <p>さらに専門的な興味がある層には、小さくてもよいので、メディア芸術祭の受賞作品が（完全な形ではなくても）、観られる、体験できる”ギャラリー”が、ひとつでもあるとよいのではないのでしょうか。</p> <p>たとえば、（狭義の）メディアアートに興味がある人であれば、今までならICCに行けば、何かのきっかけは得られたはずです。つまり、”そこに行けば、何かがある”という実際の場所。</p>
森山委員	<ul style="list-style-type: none"> ○ 公募充実—各国の国際フェスティバル芸術監督ら（既にメディア芸術祭でプレゼンテーション等招待済／予定のメンバーなど）にノミネート依頼する ○ 企画充実—毎年の芸術祭時に、テーマを設定して日本の表現に関する小規模企画展（国内キュレーターによる歴史展／海外キュレーターによる日本作家個展など）を併催実施する ○ メディア芸術祭に、作品だけでなく研究論文や書籍の賞を設ける ○ 鑑賞機会の拡充—メディア芸術祭と同時期に、国内各地の文化施設に呼びかけ、メディア芸術領域を取り上げる連携企画ウィークを実施する。その時期の当該分野企画展に対して助成する。（拠点形成・ラボラトリー支援事業など）

2. 作品の保存（アーカイブ）について

（論点例）

- メディア芸術関係資料のアーカイブを形成するためにどのような方策が考えられるか。
- 関係機関（国立国会図書館等）とどのような連携を図っていくべきか。
- 現物を所有しない状況でのデジタルアーカイブをどう考えるか。
- 近い将来、映画を含めた映像作品については、制作過程から最終成果品を含め、全てデジタル化されると予想されることから、デジタルデータのアーカイブ方策についてどのように考えるか。

石原委員

1. 「メディア芸術作品」をどう保存するか？と「メディア芸術関係資料」のアーカイブをどのように形成するか？はきちんと分けて考える。作品価値と資料的価値は違う。
2. インタラクティブ・アートは、鑑賞者が操作することによって成立するアートなので、デジタルアーカイブを形成することは難しい。また、そのインタフェースこそが重要な作品が多く、メンテナンスも難度が高い。そういった作品をデジタルアーカイブとしたいのであれば、その作者に「記録映像」を制作してもらうのがよいかもしい。
3. 映画鑑賞環境は、無声映画の時代から、現在の立体視映画まで様々なバリエーションが存在する。そういった鑑賞環境とセットでアーカイブを考えないと意味／価値が半減する。
4. デジタルアーカイブは、作品の中でデジタル化が可能な部分だけを便宜的／局所的に取り出してつくられる暫定的なものにすぎない。

華頂委員

映画の場合、デジタルシネマのデータ保存と超長期的なアーカイブについては、フィルム（ネガ）保存の数十倍の維持管理費用がかかると同時に、記録媒体の寿命も不確かであり、加えて原版を記録する媒体の移行（例えばHDからフラッシュメモリーへのマイグレーション）への対応など諸問題が山積している。

また、世界的にも認められた数々の名作のフィルムをデジタルアーカイブ化する際にも同様の問題が発生する。

世界標準としての映画のデジタル化の推進のためには、映画館のデジタル化とともに、これら諸問題の解決に向けての技術革新に係る調査研究を促進し、デジタルシネマのデータ保存を適切に行える環境を早急に整備する必要がある。

映画に限らず、デジタルコンテンツについては、同様の課題があるものと思料する。

里中委員

◎マンガのアーカイブに関しては「研究資料として、戦後すぐの頃～1960年代までの本と原稿の保存」について既に3年前から「(仮)web 日本マンガ資料館」の準備を文化庁の協力でスタートしている。しかし予算がつかなくて中断しているのでこれを本格的に運営に持って行く事を望む。(窓口はメディア芸術祭を運営しているCGアーツ協会)

○デジタル化は永久的に利用可能なフォーマットで作成すべきなので、統一の方式を決めておくべきではないか

○サーバーは国内に置き、バックアップもとるべき。

サーバーを置く場所の選定は安全第一で考えるべき。

西村委員

「フィルム」や「紙」などの「もの」としての保存と、「データ」としての保存を分けて考える必要があるのではないか。現在の時点では、おそらく両方が必要とされていると思う。

<p>浜野委員</p>	<p>作品そのものの形状や素材などが一定でないため、最もアーカイブが難しく、民間では無理だろう。消費財と思われてきたようなものもあるため、製作をした個人や会社でも保管はなされていない。アニメーションのセル画が大量にドイツをはじめとするヨーロッパに流出し、浮世絵と同じ事を繰り返している。</p> <p>アメリカのナショナル・アーカイブもまずは現物の保管を優先させているように、現物の保管こそ公的機関でないと不可能である。</p>
<p>榊山委員</p>	<p>(メディア芸術関係資料のアーカイブを形成するためにどのような方策が考えられるか。関係機関(国立国会図書館等)とどのような連携を図っていくべきか。)</p> <p>”ゲーム”に関していえば、商業製品として国内で発売される、家庭用・ハンドヘルドのハードウェア・インターフェイス・ソフトウェアは、国会図書館における本のように、すべてメーカーから寄贈していただくのがベスト。</p> <p>(現物を所有しない状況でのデジタルアーカイブをどう考えるか。)</p> <p>”ゲーム”に関しては、”現物”が無いとプレイブルではないので、映像記録としての価値のみになります。</p> <p>(近い将来、映画を含めた映像作品については、制作過程から最終成果品を含め、全てデジタル化されると予想されることから、デジタルデータのアーカイブ方策についてどのように考えるか。)</p> <p>”ゲーム”の場合、エミュレーターを、どこまで認めるかによって、方策がまったく変わってきます。エミュレーターがOKなら、ほとんどのゲームは、パソコン上でも原理的に稼働可能になります。(インターフェイスは別)</p>
<p>森山委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ アーカイブ充実—過去のメディア芸術祭受賞作品に対して、今後、拠点が整備される時点に向けて寄贈・寄託の検討を打診スタートする ○ アーカイブ・歴史研究に対して助成を行う ○ 既存の施設で実施されてきたすべてのメディア芸術領域活動を取りまとめ、分業・クラウドソーシングできる部分を再度確認する。 ○ 既に各館に存在する収蔵物の充実と、新規スタートの別を確認する。 ○ 各領域の物理的資料のみならず、必ずオーラル・ヒストリーを収集保存する。 ○ 例えばクリエイティブ・コモンズのポリシーなどを参考に、ネット上に共有することを前提に進めるべき

<p>3. 関係機関の連携及び国内外への情報発信について</p> <p>(論点例)</p> <p>○ 分野横断的なネットワークの形成や情報拠点の形成について、どのような方策が考えられるか。</p> <p>○ 産業や観光と連携しながら、メディア芸術を振興する方策としては、どのようなものが有効か。</p>	
石原委員	<p>日本が「アジアのパリ」「アジアのスイス」と認識されれば、新しい産業や観光業が発展する可能性は高い。日本のアート・アンド・デザインが、優れたものとして認識されれば、それを求める人々が訪れる場所になることもできる。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 質の高い作品や製品をつくる能力は比較的高いが、その制作環境は劣悪なケースが多い。あまり制作現場を見せるのは効果的でない。 2. 個々の作品レベルは高いが、それを系統だってプレゼンテーションする技術は極めて低い。ハコをつくってショールームをつくっても、見せ方が下手なので、かえって陳腐なものになる危険がある。 3. 外国人を引き込む政策を考える前に、日本人を巻き込むことが優先。日本人自らが誇れる、作品／製品／環境であって初めて効果的なプレゼンテーションができる。その意味では、国内で「メディア芸術」がしっかり根づく必要がある。若手芸人達の登竜門となっている「M-1」だの「S-1」と同じレベル(=媒体力／国民の注目度)でメディア芸術が競われれば、多くの日本人を巻き込むことができるかもしれない。 4. 例：「日本のマンガ／ゲームが世界で一番面白くて、売れているんだって」という評判を作り出すには、どうしたらよいか? を考える、等。
華頂委員	<p>現在、政府においては、観光立国の実現に向けて諸施策が積極的に行われているところだが、コンテンツは、外国人に対してわが国の文化への興味を喚起し、ひいては日本への観光客を増加させるための契機であり、それは米国のハリウッド映画や近年の「韓流」TVドラマが証左しているところである。</p> <p>日本のコンテンツに目を向けた場合、例えば、マンガでは、「らき☆すた」の舞台となった埼玉県・鷲宮神社には、国内外を問わずファンが巡礼?する現象が起こっている。また、「耳をすませば」では、舞台となった東京都・聖蹟桜ヶ丘に今でもファンが訪れ、毎年、映画にちなんだコンサートが開催されている。</p> <p>他方、メディアアート特区のようなエリアを構築し、税制の軽減や優遇措置を実施して創作の活性化を図る一方、そこに向けて来訪する外国人には入国審査の簡略化や外交人向けのインフラ設備等を施すなどを徹底し、グローバル化の一助としてはどうだろうか。</p>
里中委員	<p>◎海外の大都市のメインストリートに場所を借りて日本文化、ポップカルチャー、メディア芸術のPRと販売をかねた場を確保する。</p> <p>◎日本のドラマ、映画、アニメのDVD上映や販売のコーナー、マンガ、ゲームフィギアの販売コーナー、コスプレスタジオ</p> <p>◎日本への観光案内、旅行代理店(アニメやマンガ関連のツアーなど)</p> <p>◎アニメソングコンテスト、コスプレコンテストなどのイベント</p> <p>※ 現地の業者との提携が必要</p>

西村委員	<p>それぞれの分野の独自性についての理解がないままに連携しても形式で終わってしまふ。一方、それぞれの分野の中にいる者が外に対する関心を失えば、いずれは分野そのものが陳腐化するだろう。ネットワークの形成と拠点の形成を調和させるのは、結局はそれぞれの分野へのリスペクトとバランス感覚の問題だと思う。海外への情報発信に関しては、大きくまとまって行くこと、受信側のニーズを拾い上げることが絶対に必要。内部から発信したいものと外部が受信したいものの間には必ずギャップがある。</p>
浜野委員	<p>海外の多くのメディア芸術にかかわる表現者が日本で学び、働きたいという思いを抱いているが、受け皿が整備されていないのと、規制が多いため、実現が難しい。華々しいことも必要だが、これまでに地道に行われている努力（国際マンガ・サミットなど）を途切れられないようにすること必要である。</p> <p>地方自治体が行った試みはほとんど頓挫してしまい、継続性があるものが少ない。フェスティバルの真価は50回目からと言われている。</p> <p>メディア芸術だけではなく、他国（欧米）の文化については知っていて語れても自国の文化について語れないのが日本人なので、まずは日本人自身が、メディア芸術について歴史や意義などを理解しなければならない。自分たちが理解もせず、優れていると思ってもいないものを振興することはできない。</p>
堀越委員	<p>各分野の情報交換が自然になされる、メディア芸術全般に関するインスティテュートのような研究機関をいずれかの大学、もしくは大学間に設置する。</p> <p>そこには原則として所属研究者を置かず、国内外から招聘された、研究者、アーティストのみが所属し、一定期間そこを拠点に活動し、成果を発表することで、特に海外への情報発信の中心的基地とする。</p> <p>特に海外への情報発信は英語での発表とかに主眼が置かれるが、散発的な花火に終わりやすい。適正な“価値付け”を伴った情報のみが、リテラシーとなり、日本のメディア芸術の商品価値を高めることになると思います。</p> <p>特に海外の日本のメディア芸術の研究者、影響を受けたアーティストたちを招聘し研究させることで、彼らによって正確な情報が世界に広く、かつ長期的に各国にもたらされることになると考えられます（これはフランスの芸術振興の重要な考え方の一つです）。</p>

榎山委員	<p>(分野横断的なネットワークの形成や情報拠点の形成について、どのような方策が考えられるか。)</p> <p>”メディア芸術祭”を起点・基点とするのが、現実的かと思います。そこには、すでに”ゆるやかなネットワーク”がありますし、期間限定の”情報拠点”になっているからです。具体的な締め切りとゴールを設定することで、そのネットワークは方向性を持ち、活性化するでしょう。たとえば、小さいサイズの企画展をやるとか。Web上の番組を作るとか。</p> <p>情報拠点については、上でも書いたように”ある程度専門的に知りたい人向けの、ギャラリー”が、それに成り得ると思います。</p> <p>(産業や観光と連携しながら、メディア芸術を振興する方策としては、どのようなものが有効か。)</p> <p>”産業”については、”メディア技術+アート(独特の視点)”にこそ、次世代ビジネスの芽があるという認識を広げたい。GoogleもiPod+iTunesも、技術だけではなく、ビジョンや独自性があったからこそ成功したはずです。WiiやARなどは、ひと昔前のメディアアートを洗練させたものに見えます。</p> <p>”観光”について、良い機会なので、皆さんにうかがいたい。</p> <p>映画・メディア芸術分野の専門家の方であれば、東京(あるいは地元の地域)で、(主に外国人をイメージ)友人を案内する機会があると思うのですが、具体的に、どういう場所に行きたいという希望がありますか？また、実際に連れて行く場所は？</p> <p>私の例でいえば…(伝統的なものは、あえて除いてあります)</p> <p>友人の希望：村上隆、奈良美智、荒木経惟などの作品をまとまって見たい。ジブリ美術館に行きたい。ニンテンドウに行きたい。ポケモンセンターに行きたい。合羽橋で包丁や食器を買いたい。神戸ビーフ(と言われるもの)を食べたい。先端的なロボットが見たい。コミケに行きたい。若い新進アーティストの展覧会に行きたい。小津、黒澤、北野など、映画にゆかりの場所に行きたい。日本独特のポップミュージックのライブが見たい。伊藤豊雄、妹島などの建築が見たい。</p> <p>実際に連れて行く場所(上記で具体名が出ていない場所)：MOT、小山登美夫ギャラリーなど。科学未来館。</p> <p>アートに関しては、バイリンガルの情報媒体が、ART BEATなど、紙、Web、iappsなどで充実しているが、”メディア芸術”という括りのそれがあるべきでは？</p> <p>”メディア芸術”が盛んな国ならではの、”観光案内”システム・コンテンツを作っては？ARの活用？</p>
森山委員	<ul style="list-style-type: none"> ○ ハブ構想を構築し、該当する海外拠点(文化施設、研究機関)との提携協定を結ぶ ○ 上記をにらんだ国際会議の召集、キュレーターやアドミニストレータによるミーティングを組織する(公開の催事に限らず、実務を執り行うため招聘する) ○ ハブとなりうる公立の文化施設数館(副館長+担当者レベル)によびかけ、まず短期的にはメディア芸術の事業を実施するにあたって必要となる与条件を整理する。次にそれらに対する助成を整備する。さらに、当該事業の支援を行う。 ○ 公立文化施設におけるメディア芸術関連企画の機会を増やし、当該事業については東京国際アニメフェア、各種コミケ、ワンフェスなどの催事と企画・運営提携する。 ○ 文化庁「文化発信戦略に関する調査研究事業」などの成果を全国の施設に公開し、実施館を募る(例・美術館連絡協議会方式)

	<p>4. 人材の育成について (論点例)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 大学等の教育機関や産業界と連携・協力しながら優れた人材を育成するためには、どのような方策が有効か。 ○ 各分野特有の人材育成についてどう考えるか。 ○ 分野横断的に若手クリエイターが相互に刺激し合い、交流するための方策としてどのようなことが考えられるか。
石原委員	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「認識と制御」に関するコンピュータ・サイエンスは、画像／音像を扱う者、メディアアーティストにとって、最も重要な学習研究領域であり、共通して学べるテーマ。 2. 学校教育に於ける PC (パソコン) 教育プロセスは、絶望的なほどに遅れており、その先にあるコンピュータ・サイエンスに進めない。 3. 優秀なメディアアーティストを生み出したいなら、この入り口をなんとかしなければならぬ。 4. 「メディアアーティスト」を目指す優秀な子供がいたら、こども手当に加えて「こどもメディアアーティスト手当」を支給してはどうか。
華頂委員	<p>クリエイターには、天性の才能が求められるが、そのクリエイターを発掘し才能を開花させるプロデューサーについては、継続的に育成することが必要である。特に、国際的に通用するプロデューサーの育成は喫緊の課題である。</p> <p>このようなプロデューサーには、法務、財務会計、マーケティングといったビジネス関連知識に加えて、人的資源管理能力やプロジェクト・マネジメント能力、そして、英語による国際的なコミュニケーション能力など高度なスキルが求められる。</p> <p>この取組には、産学官連携が必須となるため、継続的な政府の強い支援が望まれる。</p>
里中委員	<p>若いクリエイターたちにとって「発表の場」を提供する事が励みになる。</p> <p>誰にもみてもらえない事程むなししいものは無い。</p> <p>今の市場の状況は発表の場が少ない。</p> <p>教育機関は教えて送り出すところであり、いくら育てても、受け皿が少なくて歯がゆい思いをしている。</p> <p>デジタル上の「メディア芸術センター」のようなものの中で新人コーナーを作り、発表の場を与える。</p> <p>人の目に触れる事で仕事にも繋がる可能性が生じる。</p>
西村委員	<p>クリエイティブな分野に限らず、人材育成の場に必要なのは自由な環境と教える側の力だろう。その意味で教える側の育成はもっと考えられていいと思う。クリエイティブな分野に関しては、マネジメントの教育が必要ではないか。出口を整備しないで、人材育成を求めるのは不十分だろう。</p>
浜野委員	<p>製作にかかわる人材育成は充実しつつあるが、研究開発では欧米や韓国 (culture technology) にかなり遅れをとっている。</p> <p>古い学術の枠を再検討し、衣食を文化や芸術の観点から組み直し、文化産業が多面的に寄与でき、幅広い研究ができるようにする。</p>

堀越委員	<p>特に映画に関してですが—</p> <p>単にプロフェッショナルが学生たちにその職業的技術を伝授するだけでなく、社会的、職業的な経験を積んだ若手のプロが、各分野の職能組合の推薦等によって選ばれ、生活費を保証されながら大学等の研究機関に一定期間再入学して、もう一度映画制作・映画ビジネスの在り方を考える制度を設けることで、学生たちにも技術以上の影響をもたらす大きな効果が期待でき、かつ見識をもったプロフェッショナルの育成にも貢献すると考えられます。</p>
榊山委員	<p>人材を育成するためには、どのような方策 >分野横断的に若手クリエイターが相互に刺激し合い、交流するための方策 議題” 1” でも書きましたが、予算をかけずに、すぐにでも実現できるのは、UStream、ニコニコ動画、YouTube などの活用です。識者が選んだオルガナイザー、モデレーターが、たとえば三ヶ月交替などで、月イチ（週末に2日連続とか）の座談会、ワークショップなどを開く。海外のクリエイターとも、UST などなら、交流しやすいはず。ゲームに関しては、中立的な組織が、あまり機能していない（東京ゲームショーは商用、Dev コンは専門家向け）ので、メディア芸術という括りで国が音頭を取る必然性が高いと思います。 >各分野特有の人材育成 ゲームに関していえば、”グラフィックやストーリー” など、映画・マンガ（的な伝統的メディア）からの類推ではわからない、”ルールメイキング” や”ゲームデザイン”、”ヒットチェックとインタラクション”などの概念を、小・中学校の段階で伝えられないものでしょうか。</p>
森山委員	<ul style="list-style-type: none"> ○ 既存のインターンシップ制度に加え、特にメディア芸術企画展・収集・普及事業の実施・展覧会エンジニアリングについてのインターンシップを特設する。 ○ 例えば産官学が一つの文化施設をプラットフォームに、若手クリエイターのメディアアートのITプロダクトの開発に対して期間限定的に助成・投資を行う。(MITメディアラボ方式) ○ 発信拠点としてのショールームを設置する。 ○ 制作拠点としてのスタジオを設置する。

5. 映画支援の在り方について

(論点例)

- 日本映画の多様性を担保していくために、どのような映画を支援すべきか。また、支援を行う作品数の規模をどのように考えるべきか。
- 現行の支援制度では、アニメーション映画（特に、小規模作品及び短編作品）については、ほとんど応募がない状況にあり、制度が現実合っていない可能性が高い。今後、良質なアニメーション作品が多数製作され続けるという状況を下支えするためには、どのような支援が必要か。
- 質の高い映画が製作されることを促すという観点から、支援を受けて製作された作品の質の評価をどのように考えるか。
- 今後も全国各地において多様な映画が鑑賞できる状況を確保するためにはどのような視点が必要か。
- 実写映画分野において既に実施している人材育成施策（インターンシップ、若手映画作家育成等）の効果も踏まえ、その充実方策としてどのようなことが考えられるか。

石原委員

私自身ビジネスとして、映画製作／興行に 13 年間携わってきました。その中で、大きな変化を感じているのは、メジャー館で封切られる邦画のほとんどが、TV アニメや TV ドラマからの派生、またその TV ドラマもマンガからの派生（マンガが原作）、ゲームからの派生になってきたことです。つまりオリジンが映画でないものが殆どです。

1. 私は、国が映画製作を支援するという仕組みもコンセプトも、よく理解していませんが、少なくともオリジナルでない派生物としての映画は、対象外ではないかと思えます。
2. 国が、映画製作を支援する理由は、それが文化的にも美術的にもユニークであり、他国とは違ったオリジナリティを主張できるコンテンツができる可能性があるからだと思えますが、今、私の中でそれに該当する邦画をなかなかイメージできません。

華頂委員

映画（アニメを含む）は、ビジネスを念頭においた商業用作品と芸術性を主眼とした非商業的な作品に大別できると考える。日本映画（アニメ）の多様性を担保していくためには、その両方を支援することが必要だが、支援の内容は異なるものと思料する。

例えば、商業用作品に対しては、製作する主体が企業であることが多く、そのような企業は、当該作品の利益を元に次の作品の製作につなぐサイクルを構築しているため、税制の軽減や優遇措置など法的な支援が適切ではないか。

他方、非商業的な作品については、製作過程及び完成後も金銭的な保証が担保されないため、製作費の直接的な支援が必要であると思料する。

このような支援体制が構築されれば、良質な作品の製作促進に結びつくのではないか。また、当該作品の「質」の評価については、委嘱した審査員等の判定に委ねるほかはないと思料する。

里中委員

いっその事国で※チャンネルを1つ確保して新人の映画、アニメーションを流してはどうか？

◎作者には契約料を支払う

◎外部から希望があれば映画館で上映機会につなげる

◎DVD化して販売する(ロイヤリティを著作者に支払う)

※チャンネルを持つのが大げさすぎるなら web 上の「メディア芸術センター」を作り、そこで海外発信をも含めた取り組みを考える。

西村委員	<p>現在の支援制度の問題は、単年度内に成果物を納入する仕組みの問題につきると思う。実写、アニメーションを問わず、企画開発、シナリオ制作の段階に最も時間が必要でありリスクも高い。作品の完成のためにすべてを犠牲にしている支援制度から、本来支援する側、支援される側が期待すべき成果は生まれないのではないか。</p>
浜野委員	<p>フィルセンターなどの機関に旧作上映機能だけでなく、新作の上映機能も付加したのだろうか。多くの公共施設が作られたが、それらを上映に活用できるネットワークを構築する。かつて、ヨーロッパのように大手の配給にのらない映画上映を支援するための国立映画館の構想が日本でもあったことは、橋本忍氏の『複眼の映像』で明らかにされている。ただ民業圧迫の観点から実現できなかったが、その点については議論が必要。</p> <p>技術革新によって制作は以前よりは改善されているが、多様な映画（アニメーションも）を公開する方法はますます状況が悪化している。製作だけを支援のではなく、公開する場の提供が必要である。</p>
榊山委員	<p>アニメーション映画（特に、小規模作品及び短編作品）については、ほとんど応募がない。これは初耳で、やや意外です。ネット上では（著作権の問題は置くとして）、短編ムービーは、数年前から人気コンテンツだからです。繰り返しですが、ネットをフル活用することでアクセス性を高め、賞金などでモチベーションを高め、その後の継続的な支援体制で定着度を高める、など、あたり前のことを行えばよいのでは？</p>
森山委員	<ul style="list-style-type: none"> ○ 短編アニメーション制作支援については、まだ情報が周知されていないことを考え、広報面も充実させる必要があるのではないか ○ 公立文化施設での収蔵を前提に、制作支援をよびかけてはどうか

<p>6. その他 その他、メディア芸術・映画の振興に関して、議論すべき論点がございましたら、以下に御記入ください。</p>	
石原委員	<p>「メディア芸術を振興するには？」というテーマで始まったのに「コンテンツ産業」という観点が入ると経産省、観光になると観光庁、国際交流となると外務省というように、別の組織の守備範囲に入った途端に、曖昧になって雲散霧消してしまう…同じ話をいろいろな所でしなくてはいけないが、そうかといって進展はしない。そういう経験が多くなると、議論が空しくなります。</p>
里中委員	<p>Web上の「メディア芸術センター」(項目5のところでも触れている) Web上の「日本マンガ資料館」(項目2のところでも触れている) 設立を目指して欲しい。</p>
浜野委員	<p>海外で評価が高いといわれているが、消費財として人気が高いのであって、文化・芸術としての文脈ではあまりとらえられていない。表象的な人気はブームに終わったり、さらに訴求力の強いものが現れれば、とってかわられる可能性は高い。海外だけでなく、日本人自身が日本文化としての文脈の中で捉え直す機会も持てないでいる。</p>
榊山委員	<p>国(文化庁)が、マンガ・アニメ・ゲームなどのポップ・カルチャーを支援するという文脈で、私が想起するのは、北京オリンピックの閉会式時です。次の開催地であるロンドン(英国)のシンボルとして、二階建てバス、サッカーのベッカムとともに、元レッド・ツェッペリンのジミー・ペイジが女性ヴォーカリストとともに登場し、30年以上前のヒット曲を演奏しました。仮に、東京(あるいは他の日本の都市)が開催地に選ばれたら、そこには、何を出すべきでしょうか?相撲?(モンゴル人多し…)、イチローや松井?マリオやポケモン?キティちゃん?プリウス?トトロ?寿司職人?…etc.。これは、頭の体操として、なかなか興味深い課題だと思います。仮に国民投票的なことがあったら、”メディア芸術”から、そのいくつかがノミネートされることは確実でしょう。どこかで、そういうアンケートをやっても、おもしろいかもかもしれません。</p>
森山委員	<p>○ 文化施設におけるメディア芸術領域企画展実施の振興 文化施設におけるメディア芸術領域企画展などの振興については、20年前と比べて開催数は増えたものの、企画側から見れば、実は外部から見るほどの実質的な進捗は見られない。 既存の建築与件(インターネット環境がない、電気容量が足りないなど)に加え、限られた人的リソース(領域を理解できる担当者が少ない、技術的に補助できる展覧会エンジニアがない)を以て困難ながら実施されている。 展示・普及が従来よりも領域横断的に実施されるべき分野である(インタラクションがある、参加体験型が多いなど)にかかわらず、縦割りの組織に合致せずうまく運営できない場合もある。 既存の芸術領域の価値観にあわないと判断され、人気のある企画に係らず、担当者らが組織内部の理解を得られない場合も多分に聞く。 今後はこのような課題を解決していくため、メディア芸術祭と同時期に開催できる枠として企画実施するなど、企画者側を支援し理解を深めるスキームも必要であると考えます。</p>

