

## 石原委員御提出意見

産業あるいは観光と連携したメディア芸術・映画の具体的振興方策について

## 御意見

丁度、事前に先日レポートした「6. その他」の項目で、私がコメントしていることが、半分は当てはまっているので、それをまずご参照ください。文化庁の主語は、あくまでもメディア芸術・映画の文化的な振興であり、深耕です。それが結果として観光に寄与したり、産業に寄与したりする場面が生まれることもあるかもしれませんが、そちらを主語に語ることには慎重にならないと思います。「メディア芸術祭」がもっと拡張・発展し、常設展やシンポジウム、ワークショップが生まれれば、そういう場を通じて、いろいろな価値（観光、産業、国際交流）が創出できると考えてはどうでしょうか。新しいネタやタマを考えるよりも、既存のものをもっと大きく育てることを考えてはいかがでしょうか。

産業あるいは観光と連携したメディア芸術・映画の具体的振興方策について

御意見

●産業振興

インターネットにおけるコンテンツの流通促進がそこかしこで叫ばれて久しいが、テレビ番組や映画などの既存のコンテンツを念頭において議論されることが多い。インターネットの特性は、インタラクティブ性、つまり、双方向性にある。インターネットで流通させるべき正しいコンテンツは、インターネット用に作成したコンテンツ、すなわち双方向性を具えたコンテンツが最も相応しいといえる。助成により「インターネットコンテンツ」の製作振興を促進し、媒体としてのインターネット産業をさらに活性化してはどうか。

●観光振興

例えば、NHKの「大仏開眼」は奈良に、「龍馬伝」は高知に、アニメは、その舞台に聖地巡礼という現象を起している。観光客の動員を意図的に狙ったコンテンツの企画を促進し、製作助成を実施してはどうか。

産業あるいは観光と連携したメディア芸術・映画の具体的振興方策について

御意見

1. メディア芸術スタジオ&ミュージアム・ネットワーク

「メディア芸術」の普及拡大と「メディア芸術祭」の認知を高めることを目的として、全国の廃校などを再利用して、メディア芸術の制作と展示・上映機能を持つ「スタジオ&ミュージアム・ネットワーク」を組織。同時に地域の商店街空き店舗などのスペースを同ネットワークの「サテライト」として活用。これらの全国ネットワークをインターネットで結び、ネットワークの公式サイト（ネット上のメディア芸術センター）を立ち上げ情報の共有と発信を図る。同ネットワークを利用した「アーティスト・イン・レジデンス」を実施し、海外のアーティストの招聘と地域を素材にした作品制作を奨励する。同ネットワークの地域オーガナイザーを育成するために、全国の大学など教育機関に専門講座を開設する。

2. メディア芸術師範学校

映画を含む日本のメディア芸術の国際化を担う人材を育成するために、まず、この分野での国際的なビジネス、マネジメントを専門とする優秀な教育者を養成する「師範学校」を設立する。講師は海外の専門家を招聘し授業は英語で行う。同時に研究部門を併設し、日本語でのカリキュラムを策定する。「師範学校」の卒業生を全国の教育機関が受入れることで彼らの出口を確保する。

3. 企画開発支援プログラム

映画、アニメーションの制作支援とは別に企画開発支援プログラムを策定する。映画化権の取得、調査、シナリオハンティング、脚本作成にかかる費用の一部を支援し、成果物は脚本とする。納品された脚本を審査し、優れた脚本に対しては制作支援を行う。脚本作りに時間をかけることで、物語の舞台となる地域での協力体制がしっかり組織できるという利点もある。可能であれば、制作支援を2段階に分け、撮影終了までの支援を第2年度、ポストプロダクション支援を第3年度とし、制作期間と支援年度の調整を図る。それぞれの段階をクリアしたものが次の段階の支援を受けられるものとし、作品の質の向上を目指す。

産業あるいは観光と連携したメディア芸術・映画の具体的振興方策について

御意見

情報の一元化と統計整備。

メディア芸術や映画に関する Culture technology の研究開発は民間では行えないため、大学や研究機関との連携し、大学が所有しているスタジオや機材施設を民間が利用できるようして、OJTにもなるようにする。

海外から日本の現代表現についてのビジネスについて相談できる一元的な窓口がない。海外の日本文化施設の有効利用。

現在の日本を体験したいという要望に応えられるような施設設備。

産業あるいは観光と連携したメディア芸術・映画の具体的振興方策について

御意見

◎経産省のイベント主体、ハード主体の地域商店街活性化支援策（例えばテナント・ミックスなど）と関連させながら、既存の美術館、図書館、街なか映画館、市民ギャラリー等の一部を、映画、マンガ、アニメ、ゲームを含むインタラクティブアートの、親子連れで楽しめるポップな常設展示の場「映像メディア・サテライト」として再整備、メディア芸術の展示およびリテラシー教育の場とすると同時に、街なかの賑わい創出の一助とする（イメージ例としては京都マンガミュージアム）

またそこが中心となってマンガ、アニメ、映画、ゲームなどの場面に登場する地域・店舗などの情報をデータベース化し、それを自由に利用してもらうことで、観光の新しいモチベーションを誘発する。

◎それらの施設に、メディア芸術全般の知識、プロデュースおよび展示エンジニアリングを習得した“映像メディア学芸員”を配置する（大学で約 5000 人の学生が映像学部・学科で学んでいるが、それを生かす職場がない）。基本は映像展示なのでコストが安く、学芸員の人件費も売上でカバーしやすい

◎コンテンツ産業での長期的ビジネス・スキームの構築には、日本独自の価値軸の創出、そして日本がその価値付けを含む情報発信の中心になることが非常に安価かつ長期的に有効です。例えば韓国や中国のアニメも、日本の価値軸をパスすることで世界に通用し得るというストラクチャーを目指す。そのためにはメディア芸術の研究機関の設置、外国研究者や創作者の定期的な受け入れと交流、世界に通用する発表の場の創出・充実が必須条件となります。

産業あるいは観光と連携したメディア芸術・映画の具体的振興方策について

御意見

・産業あるいは観光と連携したメディア芸術・映画の具体的振興方策について

2回目の会議で、“目玉”となるアイデア、意見を、というご要望がありましたので、それなりに考えてみました。基本方向は、“ソーシャルメディアの活用”です。“コンクリートから人へ”の、ひとつの回答でもあります。

・“メディア芸術・チャンネル”を、ニコニコ動画、USTなどに開設。トーク番組、作品紹介、メディア芸術祭・受賞作の発表…etc.の番組を流します。英語、中国語の”字幕”をタイムラインに同時掲載”。

・上記は”制作まで行う”イメージですが、それとは別に、“メディア芸術・ストリーミング・スタジオ”を交通至便な場所に開設し、一般からの活用法を公募、無償 or 低償で貸します。こちらは、機材と場所を提供するだけなので、中身には（ほとんど）タッチせず。

・海外のメディア芸術、日本ポップカルチャー関連イベントに、ソーシャルメディア・レポーターを派遣、日本国内に居るメディア芸術の専門家、クリエイターとつないで、現地から番組を配信。