

文化審議会文化政策部会
メディア芸術・映画ワーキンググループ 意見のまとめ(案)

- 本ワーキンググループでは、アニメーション、ゲーム、マンガ、メディアアート等のメディア芸術及び映画について、質の高い作品の創造、鑑賞機会の充実、保存(アーカイブ)、国内外への発信、産業や観光、教育研究との連携、人材育成等の観点から、その振興方策について検討を行った。
- 本ワーキンググループとして、メディア芸術・映画の振興のために、特に重視すべきと考える施策は、以下の5点である。

(1)メディア芸術祭の拡充と関連イベントとの連携

(2)メディア芸術に関する貴重な作品・資料等のアーカイブの構築

(3)新人クリエイターによる発表の場の創設等の人材育成の強化

(4)産業や観光、教育研究等との有機的な連携及び国内外への情報発信

(5)日本映画の振興に関する支援の充実

1. メディア芸術・映画を巡る現状と課題

- 我が国のアニメーション、ゲーム、マンガ、メディアアート等のメディア芸術は、優れた文化的価値を有しており、世界的にも高く評価され、我が国のソフトパワーとして国内外から注目が集まっている。例えば、毎年パリで開催されている JAPAN EXPO には、約17万人(2009 年)もの人々が集まるなど、日本のメディア芸術は世界の人々を引きつけている。
- 文化庁では、平成9年度から、優れたメディア芸術作品の顕彰、入賞作品の展示等を行う「文化庁メディア芸術祭」を開催しており、応募作品数と来場者数は年々増加し、第13回となった平成21年度では、応募作品数:2,592作品(海外の53カ国・地域からの673作品を含む。)、来場者数:約6万人にまで発展した。
- また、映画は、長い歴史の中で多くの人々に親しまれてきた総合的な芸術であり、娯楽としての側面とともに、その時代の国や地域の人々の思想や感情を含み込んだ文化的表現としての側面も有している。文化庁では、これまで日本映画の自律的な創造サイクルの確立を目指し、様々な施策に取り組んできた。

- メディア芸術は、新しい分野でもあり、これまで国による支援は限定的であったが、我が国のメディア芸術が今後とも世界に誇る魅力ある文化芸術として創造・発信され続けるためには、独創的な新たな作品やクリエイター等が生まれてくる環境を整え、人材育成を強化していく必要がある。
- また、諸外国の研究者等は、アニメやマンガ等を学問的な研究課題として取り上げており、我が国においても、資料やデータに基づいたメディア芸術に関する学問的研究が促進されることが必要である。
- メディア芸術に関する貴重な作品や関連資料等は、我が国が誇るべき文化遺産でありながら、計画的な収集・保存がなされておらず、劣化・散逸・廃棄などの危機に瀕していることも大きな課題である。

2. メディア芸術・映画の振興に係る方向性(政策目標)

- 我が国のメディア芸術・映画は、優れた文化的価値を有しており、我が国のソフトパワーとして国内外から注目を集めている。このようなメディア芸術や映画の振興は、我が国の文化振興はもとより、コンテンツ産業や観光の振興、国際文化交流にも大きな効果を発揮するものである。
- このようなメディア芸術の振興を図る観点から、文化庁が実施しているメディア芸術祭を質の高いメディア芸術作品を発信するための世界的なフェスティバルとして一層の充実を図ることが必要である。
- また、メディア芸術に関する作品や関連資料については、これまで計画的・体系的な収集・保存が行われてこなかったため、このままでは、メディア芸術に関する貴重な作品や関連資料等が劣化・散逸し、又は廃棄されるおそれがあることから、これらの計画的・体系的な収集・保存(アーカイブ)に取り組む必要がある。
- さらに、我が国のメディア芸術が今後とも世界に誇る魅力ある文化芸術として創造・発信され続けるためには、独創的な新たな作品やクリエイター等が生まれてくる環境を整え、これらの人材育成を強化する必要がある。
- 中国や韓国等のアジア諸国も、国を挙げてアニメーション、映画、ゲーム、マンガ、メディアアート等の振興に取り組んでおり、我が国も国として、これらの分野の振興により一層力を入れて取り組む必要がある。

3. 具体的施策

- メディア芸術・映画の振興に当たって必要な具体的施策に関する本ワーキンググループの主な意見は以下のとおりである。

(1)メディア芸術祭の拡充と関連イベントとの連携

①メディア芸術祭の拡充

- メディア芸術への理解を深め、芸術としての評価を確立していくためには、メディア芸術祭を質の高いメディア芸術作品を発信するための世界的なフェスティバルとして一層の充実を図ることが重要である。
- そのためには、メディア芸術祭の賞としての価値を高めることが必要である。例えば、賞金額を上げることや受賞者に対して創造活動に専念できる環境を提供することが効果的である。また、メディア芸術祭において、クリエイター同士の交流の他に、クリエイターと企業との交流の場を設け、そこで賞を取ることが活躍の場を広げることになる。
- また、人材育成の観点から、メディア芸術祭に新たに新人賞を創設し、次代を担う新人クリエイターの作品の発表の場をつくる必要がある。さらに、メディア芸術の学問としての研究を奨励・振興するために、メディア芸術祭に新たに論文賞を創設することも必要である。
- メディア芸術祭の受賞作品が一般に広く知られるよう、現在 Web 上に開設されている「メディア芸術プラザ」を拡充し、可能な限り受賞作品をWeb上で閲覧できるようにすべきである。特に、Ustream や Twitter などの最先端の情報通信技術の活用は、国内外への発信の面からも効果的であり、積極的に活用すべきである。
- また、メディア芸術祭をより一層盛り上げるには、メディア芸術祭の開催期間と同時期に、文化施設を中心に、メディア芸術の関連イベントが集中して行われるよう連携を図り、それらの企画に対して支援することが考えられる。さらに、メディア芸術祭が一層、世界的な知名度を獲得するには、同じ分野の海外のフェスティバルと連携を強化することが必要である。

②地域におけるメディア芸術の鑑賞機会の増加

- 現在、メディア芸術祭の開催期間は、非常に短く、東京において10日間程度に限られていることから、地域におけるメディア芸術に係る国民の鑑賞機会の充実を図る必要がある。例えば、地域の映画館や商店街の空き店舗、廃校等を活用し、時代の最先端を感じられるような小規模な「映像メディア・サテライト」をつくることが考えられる。
- また、文化庁と地域の文化施設が協力し、メディア芸術分野での連携企画展を実施することも効果的である。これらの施設が連携を図り、コンソーシアムを形成することも

考えられる。

(2)メディア芸術に関する貴重な作品・資料等のアーカイブの構築

①アーカイブの必要性

- 映画フィルム以外のメディア芸術に関する作品や関連資料については、これまで計画的・体系的な収集・保存は行われてこなかった。現状としては、国立国会図書館が納本制度に基づき保存を行っているものを除いては、その保存は制作者や制作会社、出版社等に委ねられている状況である。
- 過去に日本の浮世絵等の絵画が海外に多く流出したことがあるが、このままでは、メディア芸術に関する貴重な作品や関連資料等が劣化・散逸し、又は廃棄されるなど、歴史的に取り返しのつかない事態を招くおそれがあることから、歴史の過ちを繰り返さず、これらの計画的・体系的な収集・保存(アーカイブ)を行う必要がある。このような計画的・体系的な収集・保存は公的支援が不可欠である。
- 全ての分野にわたって、アーカイブ(作品や関連資料等の収集・保存)を行うことになれば、膨大な作業になることから、一方で、作品や資料等の所在情報の集積などを行うことが重要である。
- アーカイブを行うということになれば、その対象となる作品や関連資料等は膨大な量になることから、これらを整理・保存するには、保存するための場所及び多くの専門人材が必要であり、大変な作業になることに留意する必要がある。
- メディア芸術のアーカイブについては、メディア芸術祭の受賞者に対して、受賞作品の寄託・寄贈を依頼することが考えられる。また、作品の制作過程や展覧会の企画過程等に係る聞き取り調査記録(オーラルヒストリー)を保存することも重要である。

②分野ごとの特性を踏まえた検討

- メディア芸術のアーカイブについては、対象となる分野の性質の違いを踏まえて、そのアーカイブ方策等を検討するべきである。また、国立国会図書館における納本制度も参考にしつつ、各分野でこれまでに様々な大学や団体が保存しているものもあるので、それらと連携を図りながら検討する必要がある。
- アニメやマンガの原画は、日本のアニメやマンガの歴史を示す貴重な資料であるにもかかわらず、このままでは時間の経過とともに急速に劣化・散逸・廃棄が進んでしまう。これらの貴重な原画についてもアーカイブを行う必要がある。
- ゲームに関しては、現在、ソフトは国立国会図書館における納本制度の対象となっ

ているが、納本率はあまり高くない。また、ハードは、納本制度の対象となっていないため、ソフトからハードまで全てをメーカーから寄贈してもらい、保存することが望ましい。

- 映画フィルムは、東京国立近代美術館フィルムセンターで収集・保存されている。劣化した過去の名作映画を修復(デジタルリマスター)するには、かなり高額な費用がかかる。これらを含め、映画のデジタルでの保存をどのように行っていくかということについても調査研究を行うべきである。

(3) 新人クリエイターによる発表の場の創設等の人材育成の強化

① 新人クリエイターによる発表の場の創設

- 若手クリエイターの作品発表の場が少ないため、人材育成の観点から、Web 上に次代を担う新人クリエイターの作品発表の場をつくる必要がある。また、新人クリエイターに競争の中でその創造性を最大限発揮させる観点から、優勝したクリエイターには、その作品を商品化することを副賞としたコンテストを実施することも考えられる。
- クリエイターの育成には、制作の拠点としてのスタジオと、発信の拠点としてのショールームがあることが望ましい。また、クリエイター同士のコラボレーションや分野横断的なプログラムの推進も必要である。
- 映画分野では、若い人材を導くプロデューサーの育成を含め、そのキャリアパスの中に大学院等でのキャリアを位置づけていくことを考えるべきである。
- 「作り手」(クリエイター)の育成と同時に、「見せ手」(キュレーター、プロデューサー)や「受け手」(鑑賞者)の育成も求められている。例えば、展覧会エンジニア(メディアアートの展覧会における技術者)の育成も必要である。
- また、人材育成は重要であるが、育成された人材が働く現場の環境改善と職業としての活躍の場の確保も重要である。

② 学校教育段階の育成

- 日本人は、自国の文化に誇りを持ち、メディア芸術についても我が国の文化としての評価軸を確立し、保持していかななくてはならないが、そのためには、子どもの頃からメディア芸術に触れる機会を提供することが必要である。
- 情報科学を学んでいくための環境づくりが必要であるが、現在の学校教育における ICT 教育には課題があり、その改善も含め、初等中等教育段階からメディア芸術に関する教育に総合的に取り組むべきである。

- 大学の学部段階での人材育成としては、実際の展覧会や制作現場で、大学から単位として認定されるインターンシップの形で学生が派遣されることが有効である。

(4)産業や観光、教育研究等との有機的な連携及び国内外への情報発信

- メディア芸術を振興し、その芸術性を高めることは我が国のコンテンツ産業の競争力強化につながるとともに、その優れた作品の舞台としての日本に人々が訪れるなどの観光や国際交流の促進に極めて大きな効果を発揮するものである。
- 産業とメディア芸術は密接に関連しており、Google や iPod などのように、メディア技術に独創性や洗練されたデザインなどの芸術の要素が加わり、次世代のビジネスの芽が生まれる。
- 観光との連携については、最近、アニメやマンガの舞台となった場所を訪れる「聖地巡礼」が流行しており、このような動きも活用していく必要がある。例えば、映画の「ローマの休日」を観て多くの観光客がスペイン広場を訪れるように、観光につながるような、ありのままの日本を紹介する優れた映画、マンガ、アニメ等のコンテンツの創作を支援することも考えられる。
- 外国では日本のポップカルチャー人気が高いため、海外発信については、パリのJAPAN EXPOなど海外で既に行われているイベントを活用すべきである。また、現在の海外での人気が一過性のもので終わらないようにすることが重要である。
- メディア芸術は新しい領域であることから、大学等の教育機関における新旧のメディア芸術に関する分野横断的な研究(温故知新)を振興し、将来的にはメディア芸術学の確立を目指す必要がある。
- また、メディア芸術について、海外の研究者の主張や論文が世界の主流になってしまっていることから、我が国における大学等が連携し、国内外から集まった研究者が、分野を超えてメディア芸術に関する研究を行い、その成果を発信する機能(インスティテュート)を強化する必要がある。

(5)日本映画の振興に関する支援の充実

- 映画の製作支援については、日本では脚本家が育たなくなっていることが課題であり、製作支援とは別に、企画開発への支援として時間のかかる脚本づくりを支援することが考えられる。
- 国の支援対象とする映画は、独創性の高いものとするべきであり、最近日本で多く公開されるゲームやテレビドラマ、マンガから派生したオリジナルでない作品は支援対象

としての優先度は低いと考えられる。また、公開を前提とした映画に限定せず、小規模な作品や新たな企画提案を含む幅広い作品を支援対象とすることも考えられる。

- 国を挙げて映画を振興する観点から、放送との連携が重要である。テレビを通じた映画の普及がより促進されることが望ましい。また、海外においてもテレビを通じて日本映画が紹介されることが期待される。政府と企業が一体となって海外に売り込んでいく姿勢が必要である。
- 映画の鑑賞環境に関しては、東京と地方との格差とともに、若者が映画を観に行かない状況が憂慮される。今の若者はネット上で映像配信に慣れているので、映画館に行って観たいと思わせる工夫が必要である。
- 映画作品は、ビジネスを目的とした商業的作品と芸術性を主眼とした非商業的作品に大別できる。非商業的作品の振興には、製作費等の直接支援が必要であるが、公平性の観点から、商業的作品の振興には、税制面での優遇措置が望ましい。