

# グローバル・コンテンツとしての映画—英国映画産業にみるその可能性 (2010)

## “Glocal Contents”—British Film Industry as a model of the Japanese Film Industry (2010)

木村 めぐみ<sup>1</sup>  
Megumi KIMURA

<sup>1</sup>名古屋大学大学院国際言語文化研究科 博士後期課程 日本学術振興会特別研究員  
The Graduate School of Languages and Cultures, Nagoya University,

**要旨**…本発表は、英国映画産業を日本映画産業の一モデルと位置づけ、英国映画産業の近年の放送局・政府機関・地域の映画組織の連携体制に基づく「グローバル」戦略を見出し、そして、日本映画産業の今後の課題を示すキーワードとして、「グローバル・コンテンツ」という言葉を提案しようとするものである。

**キーワード** グローバル、コンテンツ、英国映画産業、日本映画産業

### 1. はじめに

本発表は、日本映画産業の今後の課題を示すキーワードの一つとして、「グローバル・コンテンツ」という言葉を提案しようとするものである。この言葉の着想の背景には、これまでの筆者の「日本映画産業の一モデルとしての英国映画産業」に対する考察がある。英国映画産業史を俯瞰してみると、日本と英国映画産業から多くの共通点を見出すことが可能である。たとえば、Hillは、英国映画産業が長く抱えてきた問題として「米国映画産業への迎合」、「国内市場への依存」(74)を指摘しているのだが、日本映画産業も同様の悩みを抱えてきたともいえる。というのは、英国映画産業は「製作」「興行」レベルで米国映画産業との関係に悩まされ、日本は英国のように英語圏ではないこともあって、「製作」レベルでの対米関係の悩みというのは目立ちしなかったものの、日本が米国映画産業にとって国外で最も重要な市場であるとされてきたことは、戦後日本の映画興行史において、また現在公開される「洋画」のなかでの米国映画の圧倒的な本数をみれば、明らかである。

このことは「国内市場への依存」とも関連し、日本映画産業は「国際展開への弱み」を長い間の課題としてきた。また上間が指摘するように「テレビジョン媒体の一般家庭への普及に伴う映画状況の衰微は、六〇年代初期から他の先進諸国においても共通して見られるが、映画館入場者数がピークから十分の一にまで減じた国は、わが国と英国の二国のみである」(168)。

筆者は以上のような日英映画産業史上の共通点を踏まえ、これまで日本映画産業の近年の特徴を①放送局（をはじめとしたメディア企業などで構成される製作委員会方式）による映画製作、②地域における映画製作として、英国映画産業と放送局、地域の映画組織、映画政策との関連で考察を進めてきたのだが、そうした中で気づかされたのが、近年の英国映画産業の「グローバル戦略」なるものが、「米国映画産業への迎合」「国内市場への依存」「映画館入場者数の減少」といった日本映画産業と共通する課題解決の方法として示唆をあたえるものであったということである。

そういったわけで、英国映画産業が日本映画産業の一モデルとなりうることを示唆し、そして日本映画産業の今後の課題のキーワードとして「グローバルコンテンツ」という言葉を提案しようとしているのだが、本発表ではまず、この言葉の意味について考え、そして英国映画産業の近年の特徴から「グローバル」戦略を見出し、日本映画産業の課題として位置付ける「グローバルコンテンツとしての映画」の可能性を追究していきたい。

### 2. グローバル・コンテンツとしての映画

「グローバル・コンテンツ」という言葉を提案するに当たり、本章ではまず、この言葉の意味合いについて整理しておきたい。尚、コンテンツという言葉、そしてその中に映画が含まれる事に関しては、既に日本国内では十分に浸透していると考え

られるのだが、英国では「コンテンツ」というような呼称は用いられていない。日本の「コンテンツ産業」にあたる産業としては、「クリエイティブ(創造)産業」であろうが、そこに、日本の「コンテンツ産業」はすべて含まれている。「コンテンツ (Contents)」を直訳すれば、「内容」を意味し、これまでのコンテンツ研究のなかで扱われてきたコンテンツの定義には、金・生具は「我々人間の表現活動の産物」(183)、柴田はソフトウェア産業におけるそれに「ソフトウェアを介して伝えられる形のない情報・知識の内容」(128)といったものがあり、「個々の創造性、技術、才能に基づく知的財産の開発により富と職を生み出す潜在能力がある産業」と定義されるクリエイティブ産業とは共通する点も多い。

コンテンツという言葉よりも本稿が目指したいのが、「グローバル」という言葉の方で、山脇はこの言葉が、我が国において、多方面で多様な解釈のもとに使用されてきたことを指摘し、その理由を「グローバリズムとローカリズムの二項対立を超えるような視点を確保できるからである」(40)と述べている。グローバルという言葉がグローバルとローカルという言葉によって成り立つ造語であることはよく知られているが、たとえば広辞苑によれば、グローバルは「世界全体にわたるさま。世界的な。地球規模の」、ローカルという言葉は「ある地方に限定されるさま。地方特有の。地方的」という意味をもつ。

グローバル、グローバリゼーションに対する「ローカル」の考え方は大きく分けて二つあげられる。それはグローバルとローカルという概念が二項対立のものという考え方、すなわち「グローバリゼーション」について扱う初期の研究の中で「グローバリゼーション」が「ナショナリズムやローカリズム、部族主義(トライバリズム)といった局地的な勢力と戦って西洋文明を普遍化する不可避的なプロセスだ」という印象を読者に与えてしまった(マンフレッド 1-2)一連の考え方、そしてその考え方にたいする批判的な立場をとりグローバルとローカルというのが相互補完の関係にあるという考え方である。本発表はローカルという言葉を中心に置いており、その注目は後者だが、そのなかで日本映画産業の課題としてこの言葉の概念を利用しようとしているなかで、とりわけロバートソンのグローバルについての考え方、すなわち「世界化すると共に、地方化すること」(16)という考え方の着想に日本語の「土着化」という言葉が大きな影響を与えたということは明記すべき点である。

グローバルという言葉に対する一般的な興味関心が表れたのは“*Think globally, Act locally*”という標語の発表かもしれない。中村によれば「1972年の国連環境会議に向けて提起され、1992年の地球環境サミットで広く知られるようになった」(v)というが、その趣旨、すなわち「グローバル化する諸問題について、その解決のためにはローカルからの取り組みこそ必要であり、そうしなければ地球規模での問題解決は望めない」(vi)ことを理解したうえで、中村はその逆の発想、“*Think locally, Act globally*”の必要性を提起している。グローバルという言葉は確かに多様に解釈されてきたが、この言葉が組み合わせられて生み出された、その事実こそがグローバルとローカルの二項対立の考え方から相互補完という考え方へのシフトを象徴する出来事ではないだろうか。

さて、映画がグローバルなコンテンツであるという考え方は特に批判的な意見に晒されることもなかろう。我が国の映画産業は米国とフランスからの輸入品を売り出したことから始まり、現在でも興行される映画の大半は海外作品である。一方で、日本の映画監督が世界的に評価を得たという経験も、彼らの作品が「国境を越えた」ためである。

だが、日本映画産業は長い間「国際展開」という悩みを抱えてきた。日本映画市場は、約半分を(そのうちの大半が米国映画)海外作品が占めており、2004年の総務省による報告書では、日本映画産業の輸入過多な状態がグローバル時代と呼ばれる今日でも顕著であることが示唆されている。経済産業省の発表したプロデューサーカリキュラム(「国際展開」)では、『①映画のテーマや作風そのもの問題、②人材育成や助成など政府の産業支援の問題、③海外からの権利購入などの申し入れを受け付ける公的な統括窓口がはっきりしていない』(31)点が指摘されているが、様々な要因をもって、そのグローバル展開という課題は課題のままとなっている。そういった意味で、「グローバル・コンテンツ」の製作というのは我が国の映画産業にとって長い間の目標であったかもしれない。

しかし、日本映画産業の課題を「グローバル・コンテンツ」ではなく、「ローカル・コンテンツ」、すなわち「ローカル」という言葉を付け加えることで、(ロバートソンの言葉を借りれば)土着化の重要性を主張しようとするのは、映画がグローバルな面だけでは語りえないコンテンツと考えるからである。現在、我が国では全国に3396のスクリーン(2010年1月現在)を有している<sup>1</sup>。もちろん、人口によって地域によるスクリーン数には差があるものの、映画の興行は地域レベルで行われていることを忘れてはいけない。我が国の映画が海外に輸出された場合、そして海外作品が輸入された場合も同様で、より多くのオーディエンスが映画を鑑賞する、すなわち、より興行的成功を収めようとする場合には、ローカルなレベルでの展開こそが必要なのである。そういった意味で、映画興行という映画の生産、流通、消費といった過程の一つだけをとっても、グローバル展開における「ローカル展開」の重要性をも示唆するのである。

さて、日本映画産業の国際展開という課題への意識は多くの場合、「配給」「興行」面にのみ注視していたともいえる。映画は製作、流通、消費の過程、すなわち、プリ・プロダクション、撮影、ポスト・プロダクション、配給、興行、鑑賞、その

後の様々な展開とさまざまな過程を経る商品であり、制作物であり、文化、芸術である。ここで言わんとすることは興行面においてグローバル性とローカル性が同時に見られることがあるように、一つの映画が経る様々な過程のなかにも同様のことが言えるのではないかということである。グローバルがグローバルとローカルの組み合わせによる造語であり、それが同時にかつ補完性をもちながら進行されることがグローバルを意味するときには、「映画」は「グローバル・コンテンツ」となりうる。

さて、昨今の我が国の映画製作において、2000年以降に全国的に地域での映画製作を支援するフィルムコミッションなる組織が相次いで立ち上がったことなどを含め、「地域」での映画製作が積極的に行われているように思われる。かつてスタジオの全盛期には、スタジオ内部に製作者の意図に沿った「風景」が作られることも可能であった。しかしながら、2000年の松竹の大船撮影所を含めスタジオの閉鎖が相次ぎ、それも一つの要因としてスタジオではない場所での撮影が盛んになっているように思われる。そしてその場所における観光現象さえ報告されているのである。

2010年に観光庁が「スクリーンツーリズム促進プロジェクト」を始動したことが象徴するように、観光促進や地域活性の契機として映画への期待が高まっていることを示唆しているものの、そうしたなかで、実際、映画が地域内部の盛り上がりで完結してしまう例もあれば、これまでに筆者がフィルムコミッションに対して行った調査には、映画の効果に懐疑的な意見も多数見受けられた(木村2010、175)。地域における映画製作が非常に漠然とした期待に基づいて行われているようにさえ思われる中で、地域における映画製作というのは今後ますます期待されようことが推測できる反面、残された課題も多い。そういうこともあって、「Think Globally, Act Locally」、「Think Locally, Act Globally」という考え方のもとでの日本における映画製作の今後の課題として「グローバル・コンテンツ」というキーワードを提案するわけである。

### 3. 英国映画産業の「グローバル」戦略

前章では、「グローバル・コンテンツ」という言葉について、グローバルという言葉へのより広い視点での捉え方を試みた上で、映画の製作過程にグローバルという言葉を当てはめて考えてきたわけなのだが、それはいってしまえば単なる「あとづけ」ともいえる考察であり、実際に筆者は既に英国映画産業に対する考察の中からその着想を得ていた。

本章ではこのグローバル・コンテンツの着想のもととなった英国映画産業の現況から、その「グローバル」戦略について見出ししていきたい。そうするためにここでUK Film Councilがホームページ上で公開する「Putting UK film on the global stage (英国映画をグローバルステージへ)」<sup>2</sup>の内容を抜粋したい。

- 2億人以上が鑑賞し、世界中で7億ポンド以上の興行収入を記録した900以上の映画(長編、短編問わず)公共投資を行い、最高の英国映画文化と才能を世界中に知らしめた。
- 新たな英国映画を作り上げ、人々に技術向上と労働の機会をあたえるために、また英国中のオーディエンスに鑑賞機会を与えるために、国家宝くじによる出資のうち、7400万ポンドを費やした。
- 新たに創出された映画政策者を支援し、彼らがオスカー(米国アカデミー賞)、英国アカデミー賞(BAFTA)、カンヌ、ベルリン、サンダンス映画祭などの国際的な受賞の場で成功を収めた
- UK Film Councilは『ベッカムに恋して』、『ナイロビの蜂』、『ゴスフォードパーク』、『Happy-Go-Lucky』、『マン・オン・ワイヤー(ドキュメンタリー映画)』、『Red Road, This is England, Touching the Void』、『ヴェラ・ドレイク』、そして『麦の穂をゆらす風』などを支援した
- 英国人監督の国際舞台での活躍を手助けした。
- 新たな公共投資を創出し、批判的、商業的、成功映画を支援した。そのなかで、UKFCが支援した映画は300の賞を受賞し、400を超える賞にノミネートされた。
- 映像、劇場、テレビが新たな視点、アイディア、創造性をもって、幾人かの映画監督の作品に出資、協働することで映画化される際の手伝いをした。
- 投資によって、革新的な英国、才能、と国際的に重要なイベント(カンヌ、ベルリン、エディンバラ、ダイナード)によって、英国の国際的な立場とイメージ向上をもたらした。2009年には英国映画の輸出額は13億ポンドにまで達した。
- インド、ジャマイカ、南アフリカ、モロッコと共に新たな協働製作協定を結び、英国の製作者が共有する歴史を反映した映画を生み出せる環境を整えた。

以上のように、UK Film Councilは、英国映画のグローバル化を目指し、戦略的かつ積極的な姿勢を見せている。その設立は、

2000年のことであり、「クール・ブリタニカ」や「クリエイティブ産業」といった新たな概念を創出し、また英国で始めて「文化」を冠した政府機関である文化・メディア・スポーツ省(Department for Culture, Media and Sport)を設立したブレア政権時の出来事である。もっとも、ブレア政権後のブラウン政権が2010年に行われた総選挙において保守党に敗れ、政権が保守党にかわったことで、同年7月にUK Film Councilの廃止が通告された。しかしながら、UK Film Councilの設立を含め、ブレア政権時に構築された映画産業に対する「支援・協働体制」(図1)というのは、UK Film Council廃止後も期待可能である。

その「支援・協働体制」というのは、図1のような体制であり、民間ではない放送局(BBCやChannel4)、1933年に設立された国立の映画機関でUKFC設立後は教育、文化保存という役割を強く持っている英国映画協会(British Film Institute: BFI) EUレベルでの芸術支援プログラムであるMEDIAの英国支部、クリエイティブ産業全体の技術向上のための専門機関であるSkillset、若者に対して映画製作の機械を提供するFirst Light それからUK Film Councilが設立の2000年に発表した「Film in England」というレポートで提言されるかたちで、設立されたイングランド内9拠点のRegional Screen Agency(以下、RSA)、スコットランド、ウェールズ、北アイルランドのNational Screen Agency(以下、NSA)などの映画に関するパブリックセクターによるもので、各組織間での協働が多く見られる。たとえば「This is England」という映画では、放送局Channel 4、RSAであるEMMEDIAやScreen Yorkshire、そしてUK Film Councilが製作に関与している、というようにである。

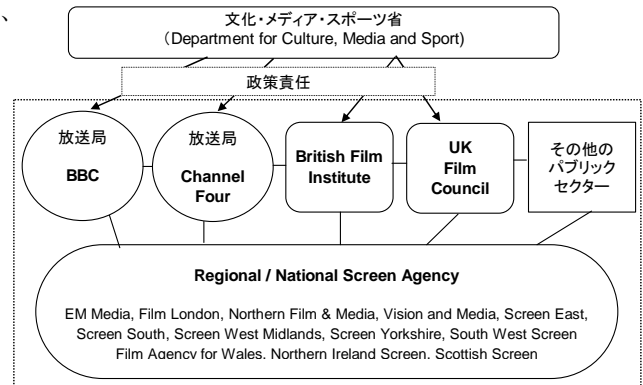


図1 英国映画産業をめぐる「支援・協働体制」

まずこの体制から英国のグローバル戦略を見出すことが可能である。とりわけRSAとNSAに注目したとき、先にあげた「グローバル」戦略の結果がRSA/NSAとの協働によるものであった例が幾つも見出すことが可能なためである。RSAに関してはシンクタンクDEMOSが発表した「The Big Picture The Regional Screen Agencies building: community, identity and enterprise」というレポートにおいて非常に詳しい考察がなされているのだが、それによればRSAは「地域と映画製作者の間」(Holden 16)で、「先導をとり、専門知識を与え、つながりを生み出し、開発を推奨する」(Holden 17)組織であり、そうしたなかで映画製作に限定されず、「オーディエンス・ディベロップメント」、「地域のプロモーション」、「文化保存」<sup>3</sup>といった展開がなされている。

RSA/NSAはUK Film Councilにとって、ファンドパートナーという位置づけにあり、先の文面との関連でその機能を説明しようとするのであれば、公共投資、国家宝くじによるファンドの地域の窓口ともなっているし、オーディエンスへの鑑賞機会の提供や技術向上、労働の機会の提供なども中心となって取組んでいる。英国全土を網羅するRSA/NSAの設立は、近年の英国映画産業にとって非常に大きな出来事といえ、同時に英国のグローバル戦略におけるローカルの補完性、重要性を示唆している。

また、こうした体制だけではなく、近年の映画政策のなかにはほかにも「グローバル戦略」を見出すことが可能である。それは、政策としての「英国映画」の定義<sup>4</sup>であり、現在は2007年に導入されたカルチュラルテストという点数化システムのもとに「文化的内容」(Cultural Content)、「文化的貢献」(Cultural Contribution)、「文化的中心」(Cultural Hubs)、「文化的従業者」(Cultural Practitioner)という4つのセクション全16項目に割り当てられた31点中16点を満たすと、「英国映画」と認められ、税制上の優遇措置が適用されるというものである。本発表がカルチュラルテストのなかでもっとも注目したいのだが、もっとも点数配分が高い「文化的内容」で、その内容が以下である。

表1 カルチュラルテストのセクションAの内容と配点

A	文化内容 (Cultural Content)	16
A1	英国を舞台にした作品 (Film set in the UK) 4 : 75%以上、3 : 66%以上、2 : 50%以上、1 : 25%以上	4
A2	主要登場人物が英国国民英国住民 (Lead characters British citizens or residents) 4 : 2、3人以上の主役級登場人物全員が英国国民住民 2 : 2人以上の主役級登場人物のうち、1人が英国国民住民 1 : 3人の主役級登場人物のうち、1人が英国国民住民	4
A3	主題/原作が英国 (Film based on British subject matter or underlying material) (a)主題、テーマが英国に関する(例: 歴史)(b)本・物語・ゲーム・オリジナル脚本の原作者が英国国民住民	4
A4	映画の使用言語が英国公用語(Original dialogue recorded mainly in English language) 4 : 75%以上、3 : 66%以上、2 : 50%以上、1 : 25%以上	4

カルチュラルテストにおいては、その元となった1985年映画法 Schedule 1 が最も重視していた、製作者の国籍、人件費、英国内での支出の割合よりも、表が示すように、英国の風景、人、文化、言語を描くことを求めているように思われ、セクション A だけで16点を満たすことが可能である。結果として、UK Film として認められた映画が2007年以降増えており、近年ではハリウッド映画のみならず、とりわけインド映画の英国における製作も盛んであり、年間あたり8本のハリウッド映画のヒット作品が英国で撮影されているという。そうしたことで、英国への米国人やインド人観光客の増加も報告されている。近年、映画は映画を用いた観光客誘致に非常に積極的であり、2007年に発表された「英国映画産業の経済効果 (*The Economic Impact of the UK Film Industry*) 」というレポートでは、「英国を訪れる10人に1人が英国映画の影響によって英国を観光していると考えられる」(40)とも書かれている。

このことは、映画産業に限らず、観光産業などへの貢献も示唆するのだが、このような映画が製作される際に重要な役割を果たすのが、前述の〈支援・協働〉体制なのである。

#### 4. 英国映画産業にみるグローバルコンテンツの可能性

前章では、英国映画産業の現況より、グローバル戦略を見出した。本章では、これまでの考察を踏まえたうえで、日本映画産業の課題と位置づけた「グローバル・コンテンツ」という課題の可能性を追究していきたい。

まずはじめに、日本の映画政策をめぐる体制について整理しておきたいのだが、今日、放送局が映画制作に積極的であることは既に指摘したのだが、ここ数年の我が国の映画史上で日本映画の上位作品(10億円以上作品)のほとんどすべてが放送局によるものである。また、政府機関として、映画に関連する政策を扱うのは、文化庁、経済産業省、観光庁、総務省である。

現時点では課題は多く見受けられるフィルムコミッションだが、その全国的な組織であるジャパン・フィルムコミッションは「全国の撮影支援ネットワークを強化し、国内外の映画・映像作品の製作支援をはじめ、フィルムコミッションや映像関係者の人材育成支援、映像産業の振興、映像文化の普及、地域資源の評価などの資する事業を行い、国や地方公共団体、FC、映像関係企業や団体、職能者組織などと協力・連携し、日本の撮影環境の発展に寄与することを目的とする団体」<sup>5</sup>とその事業概要を説明している。この概要説明からは、RS/NSAの業務内容と類似性を見出すことができる。

つまり、今日の日本の映画製作もまた、放送局、政府機関、地域の映画組織の関与が見受けられるのだが、ここで指摘したい問題点が各組織間での〈支援・協働体制〉なのである。といっても、日本の製作委員会方式は日本独特のものであって、英国に対して逆に示唆を与えうる可能性を持つし、英国の映画産業をめぐる体制は時の政権によって、産業の状態が大きく左右されると言う意味で英国同様の方法を取り入れることが必ずしもよいとは限らない。一方、英国の〈支援・協働体制〉をモデルとしながら、我が国独自の連携モデルを構築することによって、英国にも増して産業強化が見込めると考えられるのである。

また前章で「グローバル」戦略の二番目として、「英国映画」の定義について言及したのだが、これは日本にはない税制上の優遇措置である。観光庁のスクリーンツーリズムプロジェクトには、「海外映像作品に対する日本初の本格的かつ効果的な支援制度創設の可能性を検討する」という項目<sup>6</sup>があり、以下のような説明書かれている。

日本においても文化振興の観点から海外作品に対して助成等を行う制度が展開されているところであるが、その支援内容が欧米各国の取り組みに比べて海外の製作制作者の期待に十分に応えているとは言えない状況にある。この差異は欧米各国と日本の税制の違い等に起因するものであるが、本業務ではその差異を乗り越え海外の製作制作者のニーズに応える日本独自の支援策のあり方を検討する。

この記述が示唆するように、税金を免除することによって、映画製作者を誘致してきた英国に対し、スクリーンツーリズム促進プロジェクトは、今後の展開に非常に注目すべき展開が期待される。しかし、この政策に対する懸念は、その対象が海外にばかり向けられている点である。

英国は、米国と並んで唯一の映画輸出黒字国であり、2010年に発表された統計をみると、貿易収支における黒字は年々増加している。その多くは、米国との共同製作によるものである。たとえば2009年にはハリウッドメジャー関与のある英国映画が16本、それ以外のインディペンデント映画は94本であった

このことは、英国映画産業のもう一つのグローバル戦略でもあり、今日の英国映画産業は、米国との共同製作によって、映画産業全体の収益をあげる一方で自国の映画に対して支援、すなわち海外制作者を受け入れる一方で、自国の映画文化を守ることが今日の英国映画産業の大きな特徴としていえる。その根底に映画産業をめぐる支援・協働体制があるのである。つまり、我が国の映画産業の課題としての「グローバル・コンテンツ」の理想というのは、地域をベースに、日本の文化であ

ることを前提としたグローバル展開であり、そのなかでの地域における映画制作環境やオーディエンス・ディベロップメント、地域のプロモーション、文化保存といった展開と考えられるのである。

## 5. おわりに

本発表では、我が国の映画産業の今後の課題として、「グローバル・コンテンツ」というキーワードを提案し、映画製作における「地域」「ローカル」の重要性について示唆した。筆者はこの課題の実践的取組として、15分間のショートフィルムを製作した。それは、ニュージーランド人留学生と日本人学生を主人公とし、名古屋市にある<円頓寺商店街>を舞台に、名古屋大学大学院国際言語文化研究科の学生と、多数の地域の方々のご協力のもとに製作された。また大半が英語のせりふで構成され、今後、中国語、韓国語、フランス語、マレー語などの字幕を作成し、海外での上映活動も行っていく予定である。

グローバルと言う言葉が多様に解釈されていると同様、グローバルコンテンツとしての映画製作にもありとあらゆる方法が想定できる。しかし、そうしたなかで、*Think Globally, Act Locally, Act Globally, Think Locally*と言う思考に基づく映画製作は、今後の日本映画産業の発展のために非常に重要であると考えるのである。

---

## 補注

<sup>1</sup> 日本映画製作者連盟産業統計<<http://www.eien.org/toukei/index.html>> (最終アクセス：2010年10月15日)に基づく

<sup>2</sup> UK Film Council ホームページ<<http://www.ukfilmcouncil.org.uk/globalstage>> (最終アクセス：2010年9月30日)より抜粋。

<sup>3</sup> オーディエンス・ディベロップメントとは教育（若年層に対する映画製作の機会の提供やメディアリテラシー教育など）、トレーニング（製作者を目指す人々への機会提供、インターンシップなど）、上映イベント（過去に上映された映画野リバイバル上映や、教育的要素の強い映画祭など）などが含まれる。地域のプロモーションというのは、映画の撮影地を誘致し、撮影現場での補助を行うなど、映画製作過程における支援、それから地域において撮影された映画の撮影地マップを配布することなどして、観光客を誘致しようとする取組みである。そして文化保存とは、表象によって地域の歴史や景観を記録することや、いわゆるマイノリティの人々専門の映画祭、歴史ある映画館の建物の保存やアーカイブなどである（木村2009、51-53）。

<sup>4</sup> それは1985年映画法の別表1(The Film Act 1985 Schedule 1)として初めて法文化されたものである。この法律がサッチャー政権時に施行されたことは言うまでもないのだが、「定義」を定めた背景には、英国で既に確立しつつあった税制上の優遇措置を受けられる映画の対象を規定することがあった。法の施行によって、「英国映画」は減少し、1980年代後半は、英国の映画会社が相次いで倒産するなど苦境に陥った。サッチャーに続く、メージャー政権、そしてブレア政権というのは、1985年映画法による厳しい定義をそれぞれの方法で緩和した。メージャーは定義の改正こそ行わなかったが、税制上の優遇措置を受けられる映画の範囲を拡大し、ブレアは1999年と2007年に定義を改正した。

<sup>5</sup> 全国フィルムコミッション連絡協議会ホームページ <<http://www.japanic.org/film-com/090329/about.htm#0>> (最終アクセス2009年10月30日)

<sup>6</sup> 観光庁「スクリーンツーリズム促進プロジェクト推進事業事業計画(案)」第一回ワーキンググループ資料p3

## 参考文献

- 上間創一郎(2009)『観光事業としての映画興行の可能性—九〇年代におけるシネマコンプレックスの台頭とその諸影響—』『応用社会学研究』No51、pp.167-174、
- 金正勲・生貝直人(2006)「創造経済におけるコンテンツ政策」『慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要』No.56、pp.183-197
- 木村めぐみ(2009)「英国映画産業の地域・オーディエンスとの連携フィルムコミッションの展開と可能性」情報文化学会誌第16巻1号、pp.47-54、
- (2009)「英国映画産業の社会的機能に関する一考察」『名古屋大学大学院国際言語文化研究科年報』p.33
- (2010)「フィルムコミッションの現状と課題」『地域活性研究』pp.175-184、
- 柴田高(1996)『コンテンツから見たソフトウェアの事業戦略』『北陸先端科学技術大学院大学年次学術大会講演要旨集』11号、pp.127-131、
- マンフレッド、B.スティーガー(2005)『グローバリゼーション』櫻井公人、櫻井純理、高嶋正晴訳、岩波書店。
- ロバートソン、ローランド(1997)『グローバリゼーション—地球文化の社会理論』、阿部美哉訳、東京大学出版会。
- 山脇直司(2004)「公共哲学とは何か」千葉大学『公共研究』第1巻第1号pp.29-46
- Hill, John, (1999) "Cinema" The Media in Britain: current debates and developments. Ed. Jane Stokes, Anna Reading pp.74-87
- Holden, John "The Big Picture The Regional Screen Agencies building community, identity and enterprise," DEMOS, London, (2006).
- Oxford Economics, "The Economic Impact of the UK Film Industry," Supported by UK Film Council, and the Shepperton PLC,
- UK Film Council, "British Film Certification Schedule 1 to the Films Act 1985 Cultural Test Guidance Notes," UK Film Council, (2010).
- "Statistical Yearbook 2010" (2010)