

映画祭による地域連携と活性化の可能性

堀 聖司*・高嶋 啓*

The Potential for Regional Cooperation and Activation by Organizing Film Festival

Seiji Hori* and Kei Takashima*

抄 録

近年、地域の文化的、経済的な振興や人材育成等の目的を持って、日本各地で映画祭が多数開催されている。急速な ICT 技術の発展や制作機材の進化により、映像コンテンツの制作は誰もが試みる事が可能となり、インターネットの高速化、クラウドサービスの大容量化、視聴環境の多様化が、制作者の所在にかかわらず映像メディアを用いた作品発表や情報発信を可能とした。このような状況を背景とし、映像メディアを含むデジタルコンテンツが持つ情報価値がさらに重視されることとなり、それを地域振興と関連付けた国策の実施にも結び付くこととなった。本稿では、このような地域振興を目的とした映画祭の実践例として、筑波学院大学および筆者が運営に参画し、つくば市および地域各団体と連携・協働することにより開催している「つくばショートムービーコンペティション」の取り組みを通じた地域連携の可能性を報告するとともに、作品応募者の推移から地域活性化や情報発信に関する有効性、発展可能性と課題について明らかにする。

キーワード：映画祭、地域活性化、地域連携、映像コンテンツ活用、地域ブランディング、文化振興

1. はじめに

2002年の「知的財産立国宣言」を契機に、日本における映像メディア等コンテンツの情報資産としての価値に対する関心が高まり、映像コンテンツの制作支援や活用における関連政策が推進されてきた¹⁾。また、2003年に政府の観光立国関係閣僚会議において策定された「観光立国行動計画」では、地域の

魅力あるコンテンツを創出する活動振興、および、コンテンツを活用した地域からの文化的情報発信の重要性が位置付けられることとなった²⁾。さらには、2004年に経済産業省が公表した「新産業創造戦略」においても映像を含むコンテンツ産業分野は、先端的な新産業のひとつと位置付けられ、地域再生の可能性を持つ産業分野としても重視されている³⁾。

* 筑波学院大学経営情報学部、Tsukuba Gakuin University

こうした政策の動向を背景として、現在、国内各地において多数の映画祭や映像上映イベントが開催されている。これらの映画祭は、地域における映画・映像文化の振興、地域住民の映画に対する興味・関心の向上、映像等コンテンツの発表機会の提供、映像制作分野および上映イベント運営関連の人材育成、観光・集客促進、コミュニティの形成など多様な目的のもとで開催されている。また、映画祭の実施に対して、市民、自治体、学校、企業など立場の違った人々が目的を共有して連携し、優れた作品の発掘などを通じた制作環境の向上や人的交流に寄与する場としても機能している場合も考えられる。

本稿では、このような地域映画祭の実践例として、筑波学院大学および筆者が運営に参画し、つくば市および地域各団体と協働して2013年から現在まで毎年開催している「つくばショートムービーコンペティション」の内容と取り組みを紹介するとともに、地域活性化や情報発信に関する有効性、発展可能性と課題について明らかにすることを目的とする。

2. 地域映画祭

地域の活性化を目的として開催される映画祭は「地域映画祭」とよばれ、その多くは地域の名前を冠して開催されるが、その実施内容については多岐にわたる。ここでは、本稿の考察対象である「つくばショートムービーコンペティション」の特徴を明確にするために、地域映画祭の現況を概観する。

2.1. 地域映画祭の誕生と開催数の増加

日本における地域映画祭は、1970年代半ばに開催され現在まで続く湯布院映画祭が初期の例として知られるが、その後、地域の映画祭の全国に広がっていき、1980年代に地域活性化やまちづくりを主目的とする地方公共

団体の支援が始まるとともにその数も増加することとなった⁴⁾。コミュニティシネマセンターの調査⁵⁾によると2007年にはすでに100以上の映画祭の開催が確認されており、現在ではさらに増加して150前後の映画祭が存在している(図1)。また、この調査に含まれないような映像コンテストや上映イベント、単年または数年で開催が終了してしまうような短期的な地域活性化プロジェクトとしての映画祭も存在することから、その数はさらに多いものと考えられる。

2.2. 地域映画祭の目的

国内各地で開催される地域映画祭は、さまざまな目的と期待効果をもって開催されている。2005年に国土交通省・経済産業省・文化庁による「映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査」⁶⁾にお

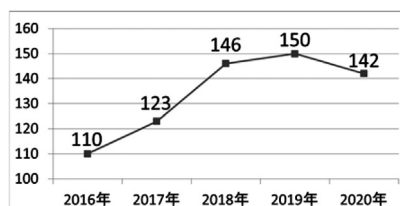


図1 地域映画祭開催数の推移 (コミュニティシネマセンター『映画上映活動年鑑』より筆者作成)

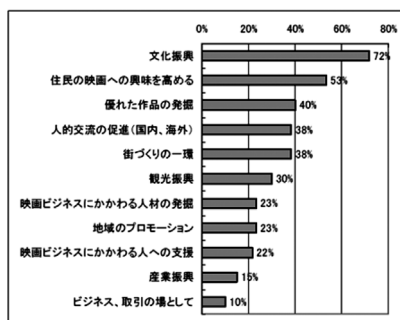


図2 映画祭開催の目的 n=60 出典「映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査」(2005)

いて実施された地域映画祭の開催主体に対するアンケートでも明らかとなっている（図2）。

地域映画祭開催の目的としては、地域における映画・映像文化の振興や、地域住民の映画に対する興味関心の向上といった、まちづくりとして開催されている例が最も多いが、優れた作品の発掘や発表の場の提供、および、映画ビジネスにかかわる人材の発掘・支援、人的交流の促進といった映画・映像を取り巻く製作環境の向上に資することを目的として開催されているものも多い。さらには、その地域の魅力をする発見・表現するような映像作品の制作の支援や、映画祭という文化的なイベントを開催することによる地域のプロモーションやブランディング、映画祭への集客を含めた観光振興といった効果を期待して開催されている例が多いこともわかる。

2. 3. 映画祭の実施形式による特徴分類

映画祭の特徴を明確にするために、開催形式や上映作品によって分類を試みる。

1) 開催形式

映画祭でどのような作品を上映するかという観点からは、既制作の作品を内容や作家などのテーマ設定に沿ってキュレーションし上映する「作品招待形式」での開催と、募集した作品の審査を経てノミネート作品や受賞作品の上映を行う「コンペティション形式」での開催に大別できる。この分類においては相対的に、前者が作品や作家の魅力による集客といった観客を主対象と考えることができるのに対し、後者が未知の優れた作品や人材を発掘する過程を観客と期待をもって共有する、といった制作者や制作環境の支援に焦点を当てたものであると考えることもできる。

2) ジャンルや形式の限定

以下のような観点で上映作品を限定するこ

とで、観客および制作者双方に対して映画祭の特色を打ち出すことが可能となる。

- ・使用技術（実写、アニメーション、コンピュータグラフィックスなど）
- ・上映時間（長編、短編、明確に作品時間の規定を設けるなど）
- ・テーマ（ドラマ、ドキュメンタリー、地域の魅力など）

3) 実施期間

映画祭の開催日数によって以下のように分類可能である。

- ・単日開催
- ・複数日開催
- ・期間開催

短期間に限定することで一度に多くの集客を期待する、または、一定期間に繰り返し持続的に上映することで多くの観客の作品視聴を期待するなど、様々なアプローチが考えられる。

4) 会場

開催会場によっては以下のように分類可能である。

- ・単会場開催
- ・複数会場開催
- ・オンライン開催

複数会場による開催においては、観客が地域内を巡回するといった移動が発生することから、人的交流や観光振興といった効果が期待できる。オンライン開催は実際に地域に足を運ばなくても視聴可能なため、今後の観光集客を期待した地域ブランディングやプロモーションといった情報発信の強化につながる。

実際の地域映画祭においては、それぞれの開催規模や目的、期待する効果などの要件に応じて、これらの分類要素を複合して開催されている例も多い。

3. つくばショートムービーコンペティションとは

つくばショートムービーコンペティションの概要と特徴は以下の通りである。

3. 1. 概要

「つくばムービーコンペティション」は、科学技術都市のイメージが強いつくばから映像文化に関する情報発信と次世代の才能豊かな人材の発掘を目指し、10分以内の短編映像の公募を行う映像コンペティションである。

産・官（つくば市）・学（筑波学院大学）・民（市民代表）が連携し実行委員会を組成し、第1回から第5回は高嶋が、第6回から第8回は堀が実行委員長を務め、運営・実施を行ってきた。筑波研究学園都市50周年を機に、2013年度の第1回から2020年度まで8回を開催し、現在も継続している（表1）。

第1回から第5回は「つくッペ」の愛称があったが第6回からは現在の名称に西暦を付けるスタイルに変更となった。

開催の目的は以下の3つが主なものとなる。

る。

- 1) つくば市からの文化発信によりつくば市の魅力を広くアピールし、地域の活性化を図る。
- 2) つくば市から映像クリエイターの人材を輩出する土壌作り。
- 3) 科学、芸術、伝統、自然、国際性など、つくば市の魅力を映像の力によって視覚化する。

これまでに最年少は11歳から最高齢は73歳まで、幅広い年齢層の制作者から応募があり、作品のジャンルも実写による人間ドラマ、ドキュメンタリー、手描きのアニメーションやコンピュータグラフィクス等多岐にわたっている。

募集部門は、当初、つくばをテーマとした「つくば部門」とテーマを限定しない「自由部門」の2部門であったが、第5回から作品時間3分以内の「ショートショート部門」を新設、さらに第8回からは、つくばエキスポセンターのプラネタリウムホールを上映会場に予定したことから、プラネタリウムの半球ドームに没入感のある全天周映像を投影する

表1 つくばショートムービーコンペティション実施概要 <https://www.tsukuppe.org/>

	作品募集期間	上映会・授賞式	会場
第1回	2013年7月20日～ 2013年10月10日	2013年11月10日	イーアスつくば
第2回	2014年8月1日～ 2015年1月16日	2015年3月21日	西武筑波店6階 つくば西武ホール
第3回	2015年9月1日～ 2016年1月8日	2016年3月5日	つくばサイエンス・インフォメーションセンター
第4回	2016年9月1日～ 2017年1月15日	2017年3月5日	つくばイノベーションプラザ
第5回	2017年9月1日～ 2018年1月20日	2018年2月24日	筑波学院大学
第6回	2018年9月1日～ 2019年1月20日	2019年3月2日	つくばイノベーションプラザ
第7回	2019年9月1日～ 2020年1月19日	2020年2月29日	つくば文化会館アルス (審査会のみ実施)
第8回	2020年9月1日～ 2021年1月17日	2021年2月27日	オンラインによる上映会実施および受賞作品の発表
第9回	2021年9月1日～ 2022年1月16日	2022年2月26日 (実施予定)	つくばエキスポセンター プラネタリウムホール



図3 上映会の会場（2019年3月2日）

「全天周部門」を新設した。

応募要件における特色としては、すでに他のコンペティション等で受賞歴のある作品は応募要件で除外している点がある。これにより、他のコンペティションで受賞や上映がされていない未知の作品や制作者を紹介することが可能となる。

全応募作品の中から、最終ノミネート作品を例年10作品程度選出し、無料の上映会・授賞式を開催している。上映会の際にノミネート作品を最終審査し、グランプリをはじめとする各授賞作品を決定、授賞式を行う（図3）。会場のキャパシティについては、例外はあるが例年100名程度の施設を選定しており、事前申し込み制の市民審査員と当日来場の一般観客で満席となり入場制限を行なっている。この状況をうけて会場規模の変更を検討し、つくばエキスポセンターのプラネタリウムホールでの実施を予定したが新型コロナウイルスの影響を受け中止となり実現していない。

授賞式終了後には、審査員と受賞者による交流会を実施し、審査員からの各作品に関する講評や制作者間の交流といったコミュニケーションの場を設けた。

3. 2. 運営スケジュール

映画祭の運営には、最終的な上映イベント・授賞式の開催までに、作品募集やイベント告知といった広報活動から、応募作品の審査によるノミネート作品の選定といった様々

表2 運営スケジュール（2020年度）

4月～5月	実行委員会立ち上げ
6月～7月	作品募集用リーフレット作成 ホームページ更新
9月1日から	作品募集開始 広報活動開始（つくば市報、SNS、 公募ポータルサイト）
11月～12月	上映イベント・授賞式用リーフレット作成
1月	進行台本作成 イベント運営人員配置などの準備開始
1月中旬	作品募集終了
1月下旬	上映イベント・授賞式用ホームページ更新
1月下旬から 2月初旬	一次審査会によるノミネート（上映）作品の決定 上映イベント用映像データの編集
2月	ホームページ更新（ノミネート作品発表、上映イベント告知） プレスリリース 市民審査員の募集開始
2月下旬	上映イベント・授賞式開催 ホームページ更新（授賞作品発表、 審査員コメントの掲載）
3月	実行委員会開催（反省会）

な活動が含まれる。第1回から運営の経験を重ねることによって、年間を通した活動スケジュールを確立することができた。以下にその概要を示す（表2）。

3. 3. つくばショートムービーコンペティションの特徴

地域映画祭の開催規模や目的の多様性と特徴分類（前述2の2.2および2.3）とも併せると、つくばショートムービーコンペティションの特徴は以下のように考えられる。

- 1) 単日、単会場開催の小規模映画祭である。
- 2) 過去の受賞歴のない作品に限定し上映作品の差別化を図っている。
- 3) 遠方からの観光集客より地元つくば周辺の住民を観客として想定している。
- 4) 制作者・応募作品の増加による地域の映像文化活動の発信を重視している。
特に4)の人材発掘や人的交流を目標に掲

げ、映画祭の活動全体を地域の文化振興や対外的な地域プロモーションとしてとらえていることが大きな特徴である。

4. 地域連携活動

つくばショートムービーコンペティションでは、自治体、教育機関、企業・団体、市民といった地域の産官学民が連携して実行委員会を組成し運営活動にあたっている。これは映画祭立ち上げ時点では、まだまだ例がなく、特色でもあった。ここでは、その連携活動に関する取り組みについて紹介する。

4. 1. 実施体制

以下に2020年度に実施した「つくばショートムービーコンペティション2021」の実施体制を示す(表3)。参画者それぞれが利点を生かした役割を担い、予算や会場、人的物的リソース等の提供を行い、相補的に円滑な映画祭実施が可能となるような体制作りを行った。

表3 実施体制 (2020年度)

主催	つくばショートムービーコンペティション 実行委員会 つくば市 筑波学院大学
共催	公益財団法人つくば文化振興財団
協賛	公益財団法人つくば科学万博記念財団 株式会社シンプルウェイ 株式会社ワコム、株式会社ウィットスタジオ
後援	一般財団法人つくば都市交通センター つくばコミュニティ放送株式会社(ラヂオつくば) 一般財団法人 研究学園都市コミュニティケーブルサービス (ACCS)
実行委員	一般社団法人つくば観光コンベンション協会 市民委員

4. 2. 地元企業・団体との連携

地元のケーブルテレビ、コミュニティラジオ局と連携して広報活動を行うほか、Webページの制作、保守・更新につくば市を拠点とする企業と連携を行っている。また、つくば市にサテライトスタジオを持つアニメーション制作会社であるウィットスタジオと連携し、アニメーション部門の賞を設けた。テレビ放送される商業作品を数多く手掛け、アニメーションの制作者に知名度のあるウィットスタジオが審査に参加することにより、制作者の応募意欲を高める効果を期待した。

4. 3. 教育機関との連携

作品募集やイベント告知においては、映画祭のロゴやリーフレットのデザインを筑波学院大学メディアデザインコースの学生が担当しているほか、上映用の映像データの編集、イベント実施用の映像・音声機材の提供を行った。上映会・授賞式の当日運営に際しては、大学の教職員および多数の学生がスタッフとして参加している。学生は、各々が会場設営、受付、上映・音響機材のイベント進行に沿った操作、つくば市のイメージキャラクター「フクン船長」に入っての当日観覧者の呼び込みなど多岐に渡る内容に携わる。また、制作者として作品応募を行う学生もあり、第5回では筑波学院大学の学生作品が市民審査員の投票による「観客賞」を受賞した。



図4 ロゴマーク



図5 作品募集リーフレット

学生にとってはロゴマーク（図4）や作品募集、上映イベント広報用のリーフレット（図5）といったデザインワークやイベント実施（図6, 7, 8, 9）、応募を目標とした映像作品制作などの活動を、より実践的に行うことが可能となった。こうした点は教育および人材育成という面で有意義だと考えられる。

4. 4. 地域との連携

審査員の人選に地域と縁のある人選を行った。審査員長にはつくば市出身の映画監督であり、多くの商業映画作品を手掛ける中村義洋氏を迎え、授賞式及び上映イベントの際には監督とグランプリ受賞者のトークセッションも実施した（図10, 11）。これにより、観客には著名監督の制作に関する様々なエピソードを聞くことができる機会を提供して集客を期待すると同時に、制作者には中村監督の講評が直接得られる機会をとって応募意欲を高める効果を期待した。

また、市民参加型の要素として、市民審査員を事前に募集し、観客賞の選考に参加してもらう取り組みを行った。対象者は中学生以上とし、上映会で上映される全ノミネート作品（10本程度）を視聴して評価作品に投票することを条件とした。

運営者としては、実行委員としてつくば市



図6, 図7 会場設営の様子



図8 観覧者呼び込み 図9. 上映機材の操作

広報やつくば観光コンベンション協会が参画することで、地域の魅力をアピールする観点からの意見を汲むことができた。またさらに各作品をつくば市役所の庁舎をはじめとした各施設で上映する機会を設け、授賞者にあらかじめつくば市のプロモーション映像の制作を依頼するといった、派生的な連携の取り組みにもつなげることが可能となった。

4. 5. 海外との連携

本映画祭の特筆すべき点として、つくば市がフランスのグルノーブルと姉妹都市であることから、グランプリ受賞作品にはグルノーブルで開催される『グルノーブル屋外短編映画祭』での招待上映を副賞として設定した。海外の映画祭での上映という副賞は、映画祭の独自性を高めるとともに、制作者にとって自身の作品に海外映画祭での上映歴を加えることが可能であるという大きなインセンティブを与えることとなった（図12, 13）。



図10 中村監督（中央）とグランプリ受賞者（右）によるトークセッション（2016年）



図11 授賞式（2019年3月2日）



図12, 13 グルノーブル屋外短編映画祭での上映 (2016年)

5. 実施推移調査

2013年度の第1回から2020年度の第8回までの開催データをもとに、その数値の推移から、映画祭実施における知名度の向上や地域活性化、地域プロモーションの効果に関する考察を試みる。なお、全8回を通した比較データが存在しない項目については、比較可能な回のデータをグラフ化している。また、本コンペティションの特徴が人材発掘と人的交流を重視する点にあることから、応募作品と応募者に関するデータを主対象とする。

5. 1. 応募作品数

第1回から第3回と比較し、第4回以降は順調に応募作品の増加が確認できる。直近の第8回は応募数としては第6回とほぼ同数に減少したが、これについては、新型コロナウイルスの感染が拡大する中で制作者の活動が大きく制限されていた時期であることが大きな要因であると考えられる(図14)。この減少幅については、前例がない事態下のため、評価が困難である。今後も感染防止対策を取りながらの制作状況になることが予想されることから、数値の推移を観察する必要がある。

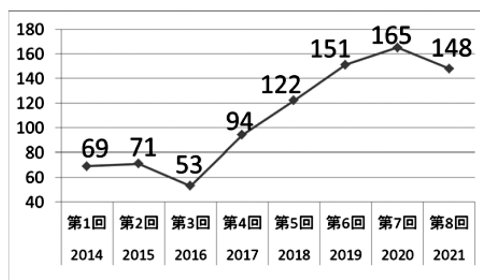


図14 応募作品数の推移 (筆者作成)

5. 2. 部門別の応募作品数

第1回から第4回までは、つくば市をロケ地とした作品やつくばの魅力映像化した作品を対象とした「つくば部門」と、テーマ不問の「自由部門」を設けたが、応募要件としては作品時間10分以内と共通していた。

これに対して、第5回では上映時間3分の短い作品を対象とした「3分以内のショートショート部門」を新設した。応募作品数の部門別推移を観察すると、「自由部門」の応募数がほぼ横ばいであるのに対して、「3分以内のショートショート部門」の応募数が第5回で上積みされ、以降増加傾向であることが明らかとなった(図15)。この数値変化については以下の要因が考えられる。

- 1) 応募要件に3分以内と明記されたことで、制作や応募に対する心理的なハードルが下がり、応募者が増加した。
- 2) 制作者が得意とする作品時間に違いがあり、3分以内を得意とする制作者の応募が増加した。作品の長さの違いにより、作品内に盛り込めるストーリー要素等に違いがあること、アニメーションやコンピュータグラフィックスを使用した作品はその作業量の膨大さから短尺になりがちである点なども関連している。

また、「つくば部門」については応募数が少なく、増加もしていないことが明らかとなった。これについては、つくば近郊を拠点

とする制作者に対する積極的な作品募集広報の必要性等の課題が存在すると考えられる。また、映像制作者の立場で考えた場合、その多くは1本の映像作品を制作した後、複数の映像コンペティションに応募する。したがって、つくばに特化したテーマや内容を持った映像作品制作は他のコンペティションへの応募が難しくなるという判断から、応募作品数が伸びないという可能性も考えられる。

全天周部門は、2020年度の上映イベント実施会場として、新たにつくばエキスポセンターのプラネタリウムホールが予定されたことを契機に新設された部門である。残念ながら、新型コロナウイルスの影響で上映イベントが中止となったが、引き続き第9回の開催が同会場で予定されていることから、映画祭の独自性を高める新要素として期待できる。

5. 3. 制作技術別の応募作品数推移

作品に使用されている技術のジャンル別の応募数の推移については、実写作品が一番多く、アニメーション作品がそれに次いでいる状況は基本的に変わっていない(図16)。

しかしながら、制作者の技術向上、機材の高機能化と廉価化などの要因から、実写映像においても部分的にコンピュータグラフィックスを使用している作品や、手描きのアニメーションとコンピュータグラフィックスを融合した作品など、このカテゴリーにあてはめにくい作品も増えてきている。

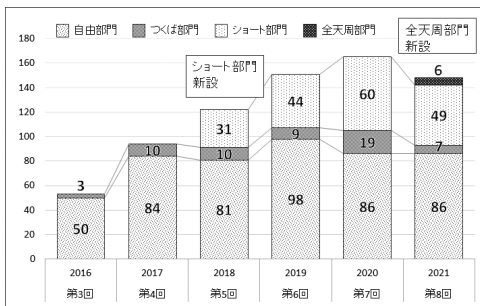


図15 応募作品数の部門別推移 (筆者作成)

5. 4. 応募者の年齢構成比

応募者の年齢別構成比においては、大学生～20代が中心となり、次に多い30代と合わせて60～70%を占めている。それと比して高校生以下の応募数の方が下がっていることが明らかとなった(図17)。

新しい才能の発掘や映像制作に関する人材育成の観点から、若い世代にも関心を持ってもらうことが課題となる。これまでは、授業での制作物を応募作品する例もあったことから、つくば市及び茨城県内を中心とした学校への広報活動も重要であると考えられる。

40代以上の世代は一定数の応募者が存在するが、今後、現在の主要世代の年齢層が上がることによって構成比も変化することが予想される。

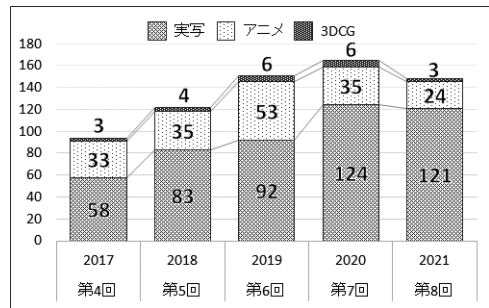


図16 応募作品数のジャンル別推移 (筆者作成)

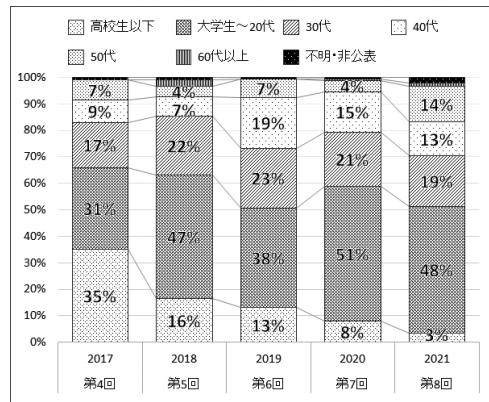


図17 応募者の年齢構成比の推移 (筆者作成)

5. 5. 応募者の地域別構成比

応募者の地域別構成比では、全体の応募数の増加にとともに関東以外の地域からの応募が増加傾向にあることが明らかとなった。コンペティションに関する広報活動を従来のリーフレット等の印刷物配布に加え、SNSや公募情報ポータルサイトへの投稿にも注力したことで、地理的制約がなくなり、遠方の映像制作者にもリーチしたと考察可能である(図18)。

プロ、アマチュアを問わず映像制作人口が多いと考えられる東京都や、関東(神奈川県、千葉県、埼玉県、栃木県、群馬県)についてはほぼ一定の割合であった。それに反して、茨城県内からの応募者が減少しており、今後どのようにして茨城県の応募者数を増やすかが課題である。

5. 6. 応募方法の推移

作品の応募方法には、作品をDVDに収めメディアを郵送する方法と、YouTubeに作品データをアップロードし、リンクを応募フォームに記載してエントリーする方法を準備した。

数値の推移を見てみると、メディアを郵送する方法は第4回以降急速に減少し、第8回においては98%がYouTubeへのアップロー

ドによる応募となった(図19)。

この点についてはネット環境の高速化と視聴デバイスの高解像度化が要因として考えられる。YouTubeでは、2009年からハイビジョン解像度(1080p)の映像のアップロードや視聴が可能となったが、その後、スマートフォンなどの携帯デバイスでも手軽に高解像度の高画質映像が再生・視聴可能となったことで、DVD画質が完全に旧世代のものとなったと考えられる。また、ファイルをダウンロードすることなく、視聴・確認が可能であるという利便性も作品の応募方法として実用的であると考えられる。

5. 7. 応募者の情報獲得手段

応募者がコンペティションの情報を得る手段についても推移を観察することで、ネット環境への移行が明らかとなり、今後の効果的な広報活動に対する方向性を確認することができた。ホームページへの掲載情報へのアクセスが最多ではあるが、facebookやTwitterといったSNSからの情報獲得も増加している(図20)。

また、従来からあった公募情報のポータルサイトである「登竜門」や「公募ガイド」は制作者への知名度が高くここから情報を獲得している応募者も依然として多い。第8回からは「登竜門」や「公募ガイド」に加えて、「コンペナビ」や「シネマプランナーズ」と

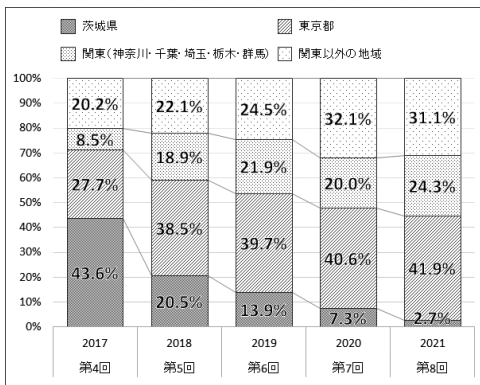


図18 応募者の地域別比率の推移(筆者作成)

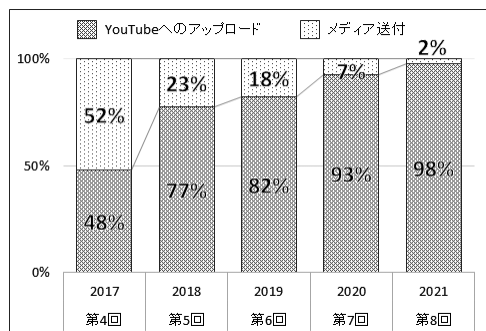


図19 作品応募方法の種別比の推移

いった公募情報や映像制作者向けのプロジェクト情報のポータルサイトも活用開始したところ、一定数の効果を確認することができた。これらのサイトは、登録したイベント情報を SNS に投稿してくれる機能を持ったものもあり、映像制作者に効率的に情報を届けることが可能な手段であると考えられる。

それ以外の情報獲得手段としては、知人や応募経験者からの口コミ、または、自身が応募経験者（リピーター）の場合があり、リーフレット等の印刷物からの情報はあまり効果が認められない結果となった。さらに、第8回においては例年のようなリーフレットの作成自体を行わなかった。これは、広報活動期間中に新型コロナウイルスの影響でリーフレットの配備対象であったつくば市等の施設が閉鎖されており、十分な広報効果が期待できないと判断したためである。この間にさらにインターネットを介した情報伝達の重要性は増したと考えられる。

しかしながら、今後の課題として明らかになった、地元茨城県内やつくば市の制作者、および、観客に向けた周知・広報活動においては紙媒体の配布先と期待効果の再検討を行う必要がある。可能性として考えられるのは、主要施設に掲示可能なポスターサイズの印刷物を作成し、QR コードによるアクセス

からホームページへ誘導するという方法である。

6. 映画祭の波及効果事例

映画祭での受賞を契機につくば市を舞台とした短編映画作品が製作され、その作品が複数の映画祭で上映されたことによって、地域の知名度向上やイメージアップに貢献したと思われる事例を紹介する。

6. 1. 「ASTRO AGE」作品概要

「ASTRO AGE」は小川貴之監督により2019年に製作した24分の短編作品である。

小川監督は第5回つくばショートムービーコンペティションにて、作品「つれない男」でグランプリを受賞、2018年2月に開催された上映会・授賞式で訪れた際に受けたつくば市の印象から物語の着想を得た。

ストーリーは、サイエンスライター的女性が宇宙飛行士へのインタビューの準備のために、身近にいる個性的な宇宙ファンの人々にインタビューをする中で、自身が持っていた宇宙への夢と再び向き合うという内容で、物語の舞台としてだけでなく撮影も全てつくば各地で行われた。

物語の主軸である宇宙に関連した施設である、宇宙航空研究開発機構（JAXA）筑波宇宙センターが登場する以外にも、主人公が宇宙ファンの人々にインタビューを行う場面では、市民に馴染みのある店舗や風景が登場する。

また、作品の音楽はつくばを中心に活動する DENSJI JISION のヨシダシゲル氏が担当している。小川監督がグランプリ副賞である屋外短編映画祭での作品上映のためにフランスのグルノーブルを訪れた際に、別のイベントに参加するために同地に滞在中のヨシダ氏と出会ったことが契機となった（図21）。

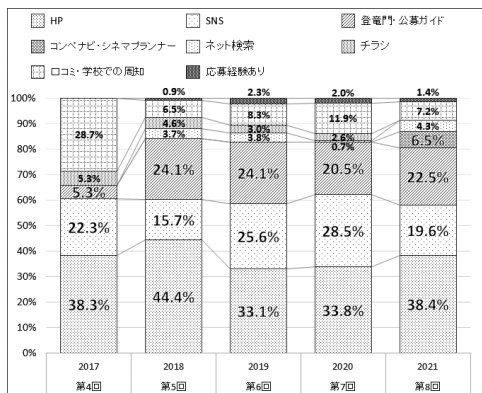


図20 情報獲得の手段の構成比の推移（筆者作成）

6. 2. 作品による地域プロモーション効果

「ASTRO AGE」は、国内外の様々な映画祭や映像コンペティションに出品され、2019年10月から2020年11月にかけて10の映画祭で上映作品に選出された(表4)。映像制作者はこの事例のように、制作した作品を国内だけでなく世界各地のコンペティションに応募することも多い。優れた作品は様々な映画祭やコンペティションで選出され、繰り返し上映が行われることにより、継続的に作品に関連した情報発信が行われることとなる。近年ではSNS等での情報拡散効果も重要であり、本事例のようにつくばに関連した要素が多い作品は、SNS上での様々な投稿とリンクして情報を拡散していくこととなる。また、作

者自身がSNS等を活用し上映情報を発信しており、作品や受賞に関連した過去の取材記事もハイパーリンク等でアーカイブ化しているため、過去の情報の閲覧が容易となるなど長期的な情報拡散効果も期待できる。

これまででもつくばショートムービーコンペティションでの受賞作品が、のちに他の映画祭等で上映されるケースはあったが、「ASTRO AGE」のように新たな作品として、つくばをテーマとし撮影まで行われた事例はなかった。制作者の関心と熱意、制作された作品の内容と質、その後の上映展開など、地域映画祭の開催に関する波及効果としては理想的な事例と位置づけることが可能であろう。



図21 「ASTRO AGE」リーフレット

7. 映画祭のオンライン対応

2019年末からの新型コロナウイルスの感染拡大により、国内各地でも多くの地域映画祭が中止や開催方法の変更などを行うこととなった。つくばショートムービーコンペティションも大きな影響を受け、大幅な開催方法の変更を余儀なくされたが、それによりオンライン化による新たな可能性も見出すこととなった。ここではその対応策から得られた知見をもとに映画祭の発展可能性について述べ

表4 「ASTRO AGE」の映画祭での上映

イベント名	会場	開催日
1 グアム国際映画祭	The Guam Museum	2019年10月19日
2 セントルイス国際映画祭	Tivoli Theatre	2019年11月11日
3 神戸インディペンデント映画祭	神戸三宮シアター・エートー	2019年11月30日
4 函館港イルミナシオン映画祭	函館市公民館	2019年12月7日
5 一般向け試写会	つくば市役所	2020年2月2日
6 ショートショートフィルムフェスティバル & アジア2020	オンライン開催	2020年9月16日 - 9月27日
7 Japan Film Festival Los Angeles	オンライン開催	2020年10月1日 - 10月4日
8 あわら湯けむり映画祭	オンライン開催	2020年10月17日 - 11月1日
9 Byron Bay International Film Festival	Palace Byron Bay	2020年10月30日
10 知多半島映画祭	東海市芸術劇場	2020年11月7日
11 福岡インディペンデント映画祭	福岡市科学館	2020年11月23日

る。

7. 1. 国内地域映画祭の状況

コミュニティシネマセンターによる映画上映活動年鑑をもとに、地域の映画祭実施数の推移を観察した結果、2020年では55件の映画祭が中止または延期となった。これは地域映画祭全142件のうちの約4割を占め、新型コロナウイルスの影響の大きさが明らかとなった。(図22)

また、2020年の映画祭実施状況を形態別に見てみると、リアル開催(対面開催)で実施した映画祭は65件と全映画祭の46%となった。オンライン開催は16件(11%)、リアルとオンラインを併用したハイブリッド開催は6件(4%)にとどまる(図23)。

オンライン開催への移行の難しさは、例年の開催規模に見合ったオンライン開催が可能かどうか、運営者のオンラインイベントに関する知識や経験、配信機材やスタッフの配備のための予算確保といった様々な要因が考えられる。

7. 2. つくばショートムービーコンペティションの対応

2019年度の第7回では、2020年2月29日開催予定であった上映会・授賞式を中止した。前例のない状況下に判断が難しく、イベント3日前の中止決定および発表となったため開

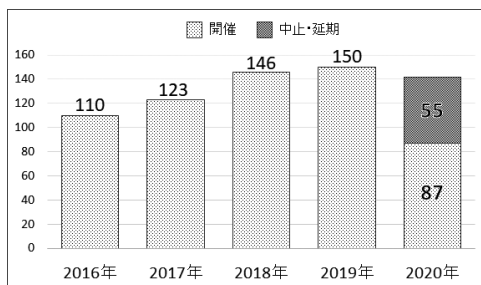


図22 地域映画祭開催数の推移 (コミュニティシネマセンター『映画上映活動年鑑』より筆者作成)

催方法の変更は困難であった。これにより上映会予定日に会場で審査員による少人数の最終審査会を実施し受賞作品の発表を行うのみとした。

翌2020年度の第8回では当初からオンライン開催を念頭に実施計画を進め、ノミネート作品の発表と同時にオンライン開催の告知を行った。

オンライン上映会の実施としては、2021年2月27日13時より映像の配信を行い、観客が同時視聴する形式とした。リアルタイムの実況等は行わず、司会進行と各上映作品を1本に編集した映像を準備した。この映像はアーカイブとして3月7日までの1週間視聴可能とした。審査結果の発表は初回配信の終了後に映画祭ホームページ上で行うと同時に、審査員コメントの映像の掲載も行った。

オンライン上映会の実施期間中の視聴数は約500であった。アクセス数の多寡や視聴者獲得に関する告知活動については今後の課題となるが、つくばショートムービーコンペティションは、単日開催、上映作品数が10程度の小規模な地域映画祭であるため、大幅なスケールダウンという印象を与えずにコンパクトなオンライン開催に移行することが可能

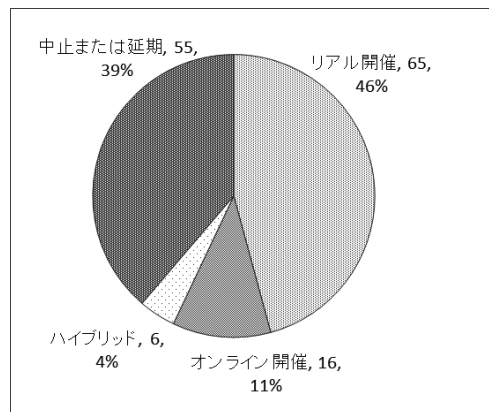


図23 2020年地域映画祭開催形態 (コミュニティシネマセンター『映画上映活動年鑑』より筆者作成)

であったと考える。また例年対面開催していた会場のキャパシティが100未満であることを考慮すると、その約5倍の視聴者を獲得でき、一定の成果を取めたとも考えられる。

今後の状況に応じて会場でのリアル開催とオンライン開催の手法を組み合わせることで、より多くの視聴者にリーチする発展可能性を獲得したと考える。

8. まとめ

今回、筆者たちが8回にわたって運営に携わってきたつくばショートムービーコンペティションの実施成果についてデータの推移を可視化することで、これまで体感的に得られていた開催効果を明確化できたと考える。

継続的な開催により、映画祭としての知名度が定着・向上し、近隣地域以外からの応募が増加している点では、地域プロモーションとしての効果が確認できる。相対的につくば市や茨城県からの応募数が伸び悩んでいる点は今後の広報・周知活動における課題である。また、ネット環境の向上やSNSの浸透とリンクした制作者の応募状況の変化も明らかとなり、今後の映画祭運営の方向性決定に資するものとなった。

さらに、前述6で紹介したように、派生的に制作された映像作品による間接的な地域プロモーションにつながる事例が出てきた点も重要な成果といえる。今後、制作者に対する支援や制作プロジェクトの提案など、地域に関連した映像コンテンツ創出の機会を増やすことにより、さらなる情報発信の効果が期待される。

【参考文献】

- 1) 首相官邸 (2002) 「知的財産戦略大綱のポイント」, <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki/kettei/020703gaiyou.pdf>
- 2) 観光立国関係閣僚会議 (2003) 「観光立国行動計画」, <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko2/kettei/030731/keikaku.pdf>
- 3) 経済産業省「新産業創造戦略」, <https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/minutes/2005/0613/item4.pdf>
- 4) 藤田修平. 地域の映画祭の起源と公共空間をめぐる考察. 映像学. 2017, 97 (0), p65-86.
- 5) 一般社団法人コミュニティシネマセンター (2016-2020) 「映画上映活動年鑑」, <http://jc3.jp/wp/research-reports/>
- 6) 国土交通省・経済産業省・文化庁 (2005) 「映像等のコンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書」, <https://www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/souhatsu/h16seika/12eizou/12eizou.htm>
- 7) 渡邊幸彦. 映画製作と地域振興 (2018-19). 同朋文化. 2020, 15 (0), p180-152.
- 8) 株式会社 JDN (2020) 「コンテスト白書2020」, https://www.jdn-inc.co.jp/documents/contestWP_2020.pdf
- 9) 亀山恵理子. 「地域に資する映画」とは：地域創造と映画の関係を考える. 地域創造学研究 = Journal of regional promotion : 奈良県立大学研究季報. 2019, 30 (1), p35-47.
- 10) 杉浦幹男. 特集, ユーザ中心のコンテンツ政策：コンテンツ産業の未来像を拓く～ショートフィルムフェスティバルの今日的意義～. 季刊 政策・経営研究. 2007, vol.1, p16-30.