

きらめく 映像ビジネス！

純丘曜彰

Sumioka Teruaki



集英社新書

0259

B

純丘曜彰(すみおかてるあき)

一九六二年東京生まれ。東京大学文学部卒業、東京大学大学院人文科学研究科哲学専攻修了。テレビ朝日報道局報道制作部ブレーンとして『朝まで生テレビ!』を手がける。九州東海大学応用情報学部情報マネジメント学科助教授。専門は、映画学(映像文法論)、行動論理学、経営倫理学。著書に『論理・行動・生活そして経営』(東海大学出版会)などがある。

きらめく映像ビジネス!

二〇〇四年九月二三日 第一刷発行

集英社新書〇二五九B

著者……純丘曜彰
すみおかてるあき

発行者……谷山尚義

発行所……株式会社集英社

東京都千代田区一ツ橋二一五一一〇 郵便番号一〇一八〇五〇

電話 〇三—三三三〇—六三九一(編集部)

〇三—三三三〇—六三九三(販売部)

〇三—三三三〇—六〇八〇(制作部)

装幀……原研哉

印刷所……凸版印刷株式会社

製本所……加藤製本株式会社

定価はカバーに表示しております。

© Sumioka Teruaki 2004

ISBN 4-08-720259-3 C0274

Printed in Japan



きらめく映像

江苏工业学院图书馆
藏书章

純丘曜

はじめに

なぜ会津や球磨くまのような山間やまあいで酒造りが盛んなのか。米がいいから。水がいいから。もちろんでしょう。けれども、味の能書きなどどうでもよいのです。そうではなく、造る側から考えてみてください。どんなにいい米がとれても、山を越えて行かなければ町で売ることができません。重い俵のままでは峠越えもままなりません。そこで、これらの地方では、米をしっかり磨いてじっくり寝かせ、無理を押しても町へと売りに行くに値する良い酒に凝縮させたのです。スコットランドやアイルランドのウィスキー、フランス西南部のブランデー、ケンタッキーのバーボン、どこも同じ事情から酒造りが行われました。

じつは映画や番組も酒と似たところがあります。あれがよい、これがおもしろい、というような評論めいた話も、みなさんはお好きでしょう。でも、映画や番組を作る側から考えてみてください。そこには、ビジネスとしてのまったく違った面が見えてきます。それはかならずしも、美男美女のスターたちが日夜、パーティを開き、スキャンダルを生む「業界」、などという華やかなものではありません。むしろ、その陰にあって、徹底して投資の採算性を検討し、その限られた予算の中でせいっぱいの演出を施そうと工夫を凝らす、ほんとうのプロフェッ

シヨナルな業界人たちの世界です。

その創生期以来、映像ビジネスの中心には、多くのユダヤ人たちが活躍していました。だからやっぱり映画やテレビはじつはすべてユダヤの陰謀なんだ、などというヨタ話は他の人に任せておきましょう。それより、なぜそうなったのか、を考えてみてください。ユダヤ人たちは、金持ちにしる貧乏人にしろ、異郷にあって長年の迫害を受け続けてきました。とくに十九世紀末になると、『屋根の上のバイオリン弾き』(70)に見られるように、東ヨーロッパからの追い出しが露骨になってきます。それゆえ、その多くが、イタリア人やドイツ人やアイルランド人に続いて新天地アメリカに渡りました。

しかし、そこにももはや新たな移民のための余地はあまり残っていませんでした。すでに南北戦争で解放されたアフリカ系アメリカ人は、あいかわらずの農家の小作のほか、スポーツやシヨールなどのエンターテイメントの分野に進出していました。後から来たイタリア系はかろうじてピザやパスタのレストランを開き、ドイツ系はハンバーガーなどの屋台を営み、アイルランド系はそれらを守る警察官や消防士になります。しかし、さらに遅れて来たユダヤ人は、その宗教的な規律、そして、何より彼らに対する根強い歴史的な差別のために、ふつうの商業や接客業に容易に入り込むことはできませんでした。そんな中で、自分の顔も名前も出さずにできる商売として、彼らは、劇場、そして、映画やテレビの裏方としてのビジネスに自分たち

の生き残りをかけたのです。

輝くスクリーン、煌めくスターの陰で、いまでも多くの裏方たちが、プロとしてつねに最高の仕事をしようとがんばっています。多くの会社の業務が終わってからその日一日のニュースをまとめ、みなが帰った夜にそれを放送する者もいます。深夜の宅送タクシーの戻りに乗って出勤し、朝一番の番組に備えるスタッフたちがいます。また、誰も見たこともないものを見てもらおうと、厳冬の雪山で長期ロケをしたり、何万時間もコンピュータに向かってCG処理をする仕事もあります。まして、アニメともなれば、何万枚ものセルをひたすら人海戦術で一枚一枚の色塗りをしていく、おそろしく古典的な労働集約型産業です。

スターにしても、カメラが回っていない日常の生活での食事制限や筋トレなど、本人がたいへんな努力をしています。それも、マネージャー（スケジュール調整）を中心に、エイジェント（売り込み）、メディアアドバイザー（芸風や仕事の助言）、顧問弁護士（契約や取材への対応）、ポイントレナー（発声指導）、コリオグラファー（振付）、ヘアメイク、フェイスメイク、スタイリスト（衣装やアクセサリーなどの手配）、付き人（雑用）、運転手、等々がチームを組んでやっと一人のスターをスクリーンの上まで担ぎ上げているのです。

プロが作る映画や番組は、このような巨大組織ビジネスですから、外見は同じように見えても、仲間内でやっている趣味の映画作りとは根本的に取り組み方が違います。まずは予算管理。

次が品質管理。そして、最後が自分の好み。つまり、いくら低予算を心がけるとはいえ、とにかくまず相応の資金調達と収益確保ができるのでなければ、プロ水準のものはけっして作る事ができません。そのために徹底して構想を練り込んで、良い作品を、ということになります。しかしこれもあくまでスポンサーが納得し、観客や視聴者が楽しんでくれるものを、ということであって、評論家の言うような高尚な芸術性だの文化性だのとはもとより無縁です。そしてこれらの制約をクリアできる範囲でのみ、せいっぱい自分のやりたいことに挑戦することが許されるのです。この割り切りができないと、自分一人が業界から干されるだけでなく、他のスタッフ全員をノーギャラに追い込み、映画館や放送局を赤字に引きずり落とし、売店の職員や警備員を失業に追いやることになります。

このようなチームプレーとしての責任の重みの上で映像がビジネスとして成り立っている自覚があつてこそ、この業界で大きな仕事も任されるようになり、自分の裁量で工夫できる余地も広がっていきます。そして、なにかたつた一つ優れた才能さえあれば、年齢も性別も国籍も容貌も経歴も関係なく、無条件で歓迎され、チームの一員として認められる世界です。かくいう私も、大学院生のとき、たまたまあるプロデューサーに出会って、テレビのことでおおいに話が盛り上がり、その翌日からずっと八年間、自分がテレビ局で番組を作る側になっていた、という業界飛び込み組の一人でした。

アメリカの西の果てのハリウッドから、小さく軽いフィルム缶として映画が全世界に売り出され、アジアの片隅の日本のマンガやゲームやアニメが国境を越えて注目を浴びるように、ソフトコンテンツビジネスは、究極の労働集約型の国際戦略的輸出産業として、今後の世界経済の最後の生き残りの切り札となっていくでしょう。それも、コンピュータの発達によって、撮影機材も格安となり、編集作業も簡便となり、インターネットでも配信できるようになると、もはや映像は、映画や番組だけでなく、ちょっとした会社案内やビデオレターでも気軽に使えるものとなり、今後、ますます活用されるようになっていくと思われます。そして、すでに結婚式などの記念ビデオ製作会社があるように、映像の普及にともなって、映画会社やテレビ局のほかにも、さまざまな映像ビジネスの世界が膨らんでいくことでしょう。

しかし、それはあくまでビジネスです。映画が好き、映画にいた、という程度のお遊び感覚でできるような甘い仕事ではけっしてありません。おもしろさを創る、という徹底したコンテンツ製造業、見る人を喜ばせるという究極の娯楽サービス業です。では、プロのビジネスとしての映像の業界とはいったいどのようなものなのでしょうか。それをこれから少しずつみなさんに御紹介していきましょう。

目 次

はじめに

3

第一章 映像ビジネスの歴史

15

映像技術の発見と発明／映画への長い模索／
ショービジネスへの飛躍／映画マフィア対フィルムパイレーツ／
ジャズエイジのムービードリーム／トーキー革命と大不況／
隆盛と憎悪／映画とテレビの主役交代／
テレビの革新と映画の低迷／コンテンツビジネスの時代へ／
デジタル時代の映像戦略

第二章 ひらめきが映画になるまで

41

まずは映画会社／プレプロ（製作準備）／ゴースサインと資金調達／
映画のお値段／コンテ作り／ブレイクダウン／
スタッフ集めとキャスティング／クランクイン／セットアップ／
アクション！／クランクアップとポストプロ／
ファイナルプレビュー／ロードショー／世界配給とロングラン

第三章

テレビの事情

テレビの場合／日本の放送局とネットワーク／ローカル局の経営難／

ローカル局生き残りへの道／テレビの番組フォーマット／

編成枠の割り振り／アメリカのシーズン制／

番組スタッフと出演者／チェックと見直し／生放送の現場／

ON AIR（放送中）！／視聴者応対も仕事のうち／

公共放送と教育番組／番組とスポンサー／スポットCM／

視聴率と広告費／CM業界の現在／CM制作発注の手順／

CMの撮影・編集・放送／視聴率の意味

第四章

映画のいろいろ

フィーチャー／映画のタネ／オリジナルストーリーの作られ方／

オフセットストーリーの作られ方①アイディアのオフセット／

オフセットストーリーの作られ方②ストーリーのオフセット／

Bムービースタイルの特徴／短編映画のそれなりの生き残り／

ポルノ映画の苦悩

第五章

お楽しみはテレビから

テレビィーチャー①TVピクチャー／

テレビィーチャー②スポーツ中継とスペシャル／

TVショー／映画番組／連ドラの種類／連ドラ①大河ドラマ／

連ドラ②トレンディドラマ／連ドラ③ソープオペラ／

連ドラ④シチュエーションドラマ／子供番組の種類／

アクションヒーローの変身もの／

アニメの商業化と無国籍高品質化／

子供番組と玩具の相互依存関係

第六章

番組・映像なんでもあり

おいしいテレビショッピング／報道番組の民放事情／

スポーツコーナーの秘密／

ニュースショーとニュースタレントの登場／天気予報の紆余曲折／

クイズショー・スキャンダル／ドキュメンタリーの現在と未来／

教養番組のショーアップ／CMという放送の宿命／

時代の鏡としてのCF／

ミュージッククリップとプロモーションビデオ／

商品案内・企業案内など／案内ビデオと動画カタログ／

ビデオアルバムとビデオレター／記者会見とテレビ会議／

技術発展と動画配信

おわりに 映像ビジネスの未来

映像ビジネスをさらに知るための文献

第一章

映像ビジネスの歴史



世界初の長編トーキー映画公開
(ニューヨーク、27)

Orion Press