

フランス映画のこれから

—CNC とテレビ局・映画館・動画配信サービスとの関係—

高 羽 紫 帆

序論

大きなスクリーンに映像を映し出し、一般に公開する映画は、1895年12月28日、リュミエール兄弟の手によってフランスで誕生した。時代とともに、世界の映画文化がアメリカの基準で広まっていく中、なぜフランスは独自の映画文化の力を弱めることなく保つことができたのだろうか。また、現在、世界で動画配信サービス（Vidéo à la Demande、以下 V&D と呼ぶ）が急速に普及しているこの状況で、フランスは映画の国という立ち位置を今後も維持し続けることはできるのだろうか。

本論文では、映画の支援を行う CNC というフランスの機関の制度、そして映画館や動画配信サービスとの関わり合いについて考察することで、フランスが映画の国を確立し続けた理由と将来のフランス映画の在り方を検討する。

1. フランス映画を支える基盤

1.1. フランスの映画文化支援への動き

映画を支援する国立映画・動画センター（Centre national du cinéma et de l'image animée¹⁾、以下 CNC）は情報省や産業省の管轄で1946年に設立された²⁾。フランスが映画を守ろうとしたきっかけの一つとして考えられるのは、CNC 設立直前の1946年5月28日にアメリカとフランスとの間で成立した、ブルム＝バーンズ協定（Blum-Byrnes agreement）によるフランス国内へのアメリカ映画の流入だ³⁾。この協定では、第二次世界大戦によって打撃を受けたフランス市場にアメリカの輸入品を流通させることが提案された。これにより、フランスは20億ドルあった借金を5億ドルの融資で帳消しにすることができたが、アメリカ映画に有利な輸入条件を提示され、国内映画が押し潰されてしまいかねない危機的状況が生じた。しかし実際は、このよ

うな状況下によって業界内での国内映画の保護意識が更に高まり、業界内でフランス政府がアメリカの協定に従うことに反発する者たちが声を上げ始めたため、これがフランス独自の映画への公的支援の充実につながったと言える⁴⁾。こうして、戦争によって廃れてしまった映画産業の復興、そしてフランス映画を支える重要な役割を CNC が担うこととなる。

そして、現在 CNC を管轄する文化省 (Ministère des Affaires culturelles)⁵⁾ は、アンドレ・マルロー (André Malraux, 1901-1976) が初代文化省大臣となり、第五共和制の発足と同時に設立された。文化が持つ教育的側面に加え、商業的側面を合わせ、国民全体が地位や階層に関わらずに文化芸術に接することができる機会の向上を図り、マルローによって「文化遺産の保護と伝達」「芸術支援」「文化の民主化」⁶⁾ という三つの柱を基に政策が再構成された。そして、1981年に大臣に就任したジャック・マチュー・エミール・ラング (Jack Mathieu Emile Lang, 1939-) は、マルローの文化政策の対象をより一層広げて文化の民主化を進めた。マルローが掲げた国家予算の1%を文化政策に充てる目標は、1990年代に達成されている⁷⁾。加えて、フランスは1980年代より国内外に「文化的例外 (exception culturelle)」⁸⁾ を主張してきた。これは、文化が経済的側面を持つことは肯定するが、これは単なる商品ではなく、経済的分野において国家の保護を認め、例外的に扱うべきだという考えだ。マルローやラングの文化政策により、メディアのみならず、ファッション、写真、舞踊、芸術文化教育、フランス語など、人々にとって身近なものまでもが芸術としての側面を持ったことにより、国民の生活の中に文化が意識された。フランスが映画文化を築き上げ、維持し、文化の国というイメージを確立したのは偶然ではなく、CNC を設立し、映画やその他の文化を特別に保護する姿勢や考えを国内外に明確に示し、保護する動きを加速させてきたことが大きな要因だと言える。

1.2. CNC の支援先・支援方法

CNC の役割は、映画や動画産業、テレビゲームなどのマルチメディアを対象とした支援だ。時代とともに活動の幅も広がり、現在は主に製作のサポート、配給、宣伝、管理、保護、そして映画館や映画市場、技術の促進、雇用や収入までもを支援する。また、国立映画学校 FEMIS (Formation et Enseignement aux Métiers de l'Image et du Son) やフランス映画の海外宣伝団体のユニ・フランス (Unifrance) など、その他映画組織や団体への協力や助

成を行っており、フランス映画を国外の市場に広めるための支援の一つとして、世界的に有名なカンヌ国際映画祭⁹⁾へも資金を出す活動もある。これらから、CNCが作品を制作することだけで終わらず、作り手によって作品を生み出し、人々に届け、世に広めて後世にまで遺す、映画に関わることに全ての支援を目的としていることがわかる。作品の増加に伴い、管理する委員会が設置され、映画以外のコンテンツの誕生に合わせて、ビデオやアニメにまで支援の対象を拡大するなど、時代に合わせて支援策を増やしてきた。

1.3. フランス映画を生み出す助成金制度

CNCの代表的な取り組みである助成金制度には、自動助成 (aide automatique) と選択式助成 (aide sélective) の2つが存在する。まず、自動助成は、制作会社、配給会社、セールス、興行会社が支援対象の制度である。現在、100%フランス映画であろうと、海外との共同制作の作品であろうと、条件を満たした場合、映画館で商業を目的に公開するフランスの長編映画は自動助成支援の対象となり、全ての映画が支援を受ける資格を持つ。自動助成金の支援を受けるためには、CNCの総裁が公布する製作の許可が必要だ。支援額は、100点満点で作品を評価するポイントによって算出され、このポイントの合計が高ければ高いほど支援金が多くなる仕組みだ。この評価の項目には、撮影時の言語やスタッフの国籍に関するものが多く、フランス、そしてヨーロッパに関わる項目ほど高い点数が配点されている。つまり、このポイント評価で見られているのは、この映画がフランス的、ヨーロッパ的であるかどうかだ。どのような作品にも支援を受ける資格がある自動助成金制度だが、申請する会社がフランスに設立されていることや、その代表者がフランス国籍またはEU諸国の国籍を有していることなど、支援を受ける条件からフランス性を求められる。その上で、作品が完全なるフランス映画であったとしても共同制作作品であったとしても、ポイント算定の際にヨーロッパ的尺度とフランス的尺度が得られていることが必要であり、会社の国籍の問題などの条件を満たし、審査が通って初めて、助成金を受け取るに値する。

そして、選択式助成は、企画から脚本、制作、配給、興行、テレビ放映など、映画製作におけるあらゆることを対象とした支援制度だ。それぞれの支援によって異なる条件があり、その条件を満たした応募者の中からCNCによって選ばれたもののみが支援を受けることができる。中でも、最も注目すべき支援は、制作費を前貸しして与える制度だ。これは、映画館での最初の

公開を目的とした作品が対象で、1作目から3作目の監督の作品が対象に含まれる。この選択式助成によって、制作資金の少ない新人監督や商業的に成功することが困難なアート志向の監督は作品を生み出し公開することができた¹⁰⁾。アート系の作品を生み出すロベール・ブレッソン (Robert Bresson, 1901-1999) も、この選択式助成の前貸し制度を利用した監督の1人である¹¹⁾。この支援によって、興行的に失敗すると次回作へ取り掛かることが難しくなる監督や作品たちが、映画業界から消えることを防ぐことが可能となる。更に、この前貸し制度は、興行収入が振るわなかった場合は返済の義務がない。よって、実際は助成金としての役割をも担っていると言える。選択式助成によって新しい才能が生み出され、多くの人が好んで集まるような大衆映画や有名監督の作品に限らず、一風変わった作品も陽の目を浴びられるようになる。これが、フランスの映画業界が風化せず映画文化を守り続けられる理由でもあるのだろう。

1.4. 資金集めの仕組み

これほど強力な CNC のサポートには莫大な資金が必要だと想像できる。近年は毎年6億ユーロ前後の予算が集まり、その予算のうち、およそ半分は映画へ、残り半分はその他テレビゲームなどのマルチメディアの支援に充てられる。

この予算には複数の資金源があり、フランス特有の財源として、TSA (Taxe sur les places de cinéma) と呼ばれる映画館の入場税が挙げられる。これは CNC 設立の2年後、1948年から定められており、映画館入場料金に対して10.9%の税金を CNC に納めるもので、2019年には、TSA として1億5440万ユーロが集まっている。この金額は年による増減はあるものの、基本的に右肩上がりの数値を記録している。この納税は、フランスの映画に限らず外国映画にも適応されるため、他国で生まれた作品もフランスで上映することでフランス映画産業を支える源になっている。そして、CNC の予算の約7割を占めるのは、1986年から始まったテレビ局の税である TST (Taxe sur les services de télévision) だ。各テレビ局は全売上の5.5%を CNC に納めており、2018年からは納税金額が減少傾向ではあるが、変わらず CNC 予算の柱となり映画及びマルチメディアを支えている。今や CNC は、テレビ局の納税なくしてフランス映画のサイクルを巡らせ、そして支えることはできない。テレビ局が映画業界を担っていると言っても過言ではないだろう。また、1993

年から始まった、作品のDVDやBlu-rayなどの売上の2%を税とするTSV (Taxe sur la diffusion en vidéo physique et en ligne de contenus audiovisuels)は、TSAやTSTと比べて少額ではあるものの、TSVとして括られた動画配信サービス¹²⁾市場の勢いもあり、2018年の2億5700万ユーロを皮切りに急激に増加している。

以上のことから、豊富なCNCの支援が如何にして実現できたかが、この税制度の仕組みによって理解できる。映画にかかる税金は、映画文化を守って育てる目的を達するための一つの手段なのだ。CNCと映画館、テレビ、そして動画配信サービスとの関係については本論の第2章にて詳しく言及する。

2. 映画館・ビデオ・動画配信サービスと映画との関係性

2.1. 歴史ある映画館

フランスの人々が映画館を通して映画を身近に感じてきた要因として、主に2つの要素があげられる。1つ目が、入場料金だ。フランスは映画館入場チケット代が日本よりも安いと言われていたが、フランスの映画館の一般料金である14.2ユーロ¹³⁾の価格帯は、レートを考慮すると特別安価なわけではない。しかし、フランスには一定期間に無制限で映画館を利用できるシネマパスが存在し、26歳以下の利用者は101.40ユーロ(およそ14000円)で利用できる良心的なサービスもある¹⁴⁾。加えて、一部では誰でも映画を4ユーロで観られるLe Printemps du Cinémaというキャンペーン¹⁵⁾なども行われており、所属に関わらずに平等に割引料金を利用できるサービスが開催されている点でも、映画を身近に感じることができる。これは、子供達や困窮を理由に普段映画館に行くことができないような人々が来館するきっかけにもなるだろう。2つ目の要素は、スクリーン数が増加し続けていることだ。2019年は6114スクリーンで、10年前と比べおよそ700スクリーンも増えている。このチケットの価格やスクリーン数が高々人々にとって映画を身近な文化と感じさせる要因の一つだろう。安過ぎるとも言えるこの値段で映画館が無くならず維持し続けられるのは、CNCが映画館にも与える助成のシステムや、フランス映画館連名のFNCF (Fédération nationale des cinémas français) が全ての映画館を代表して、文化省やCNC、国会などの関係者などとの間で重要な存在として機能し、映画館を陰で支え続けたおかげだ。

2.2. CNC を支えてきたテレビ局

テレビが普及し始めた当時、テレビ局は多くの視聴者を得るために人々の注目を集められる映画作品を番組のプログラムとして求めていた。この時、映画館の観客者数は1950年代に記録した約4億人から、テレビの普及に伴って急激に減少し、1970年代には2億人を下回っていた。このような状況から、映画業界はテレビでの作品の放映によって、更に映画館への客足の減ることを危険視した。そこで、テレビ局に映画放映を許す代わりに、フランス映画やヨーロッパの作品を優先的に放映することや、映画館での公開と放送の間に5年間の待機期間を設けるなど、放映の条件を法制化することが決まり、1986年には、テレビ局が共同出資やプリ・バイ¹⁶⁾という形をとって、映画制作に資金面で協力しなければならないことも法律で定められた。これにより、映画はテレビ局という大きな資金源を手に入れ、テレビ局は新しいプログラムを手に入れ、双方にとって得のある共生的な関係性が生まれたのだ。1992年に、映画の観客総員数が1億1610万人と戦後最低の数値を記録した状況でさえも映画を作り続けることができたのは、間違いなくテレビ局の存在があったからだろう。地上波局の出資は売り上げの3%が義務とされている中、有料放送局のカナル・プリュス(Canal+)は20%の出資が義務付けられている。これは映画館、ビデオ、カナル・プリュス、地上波放送局の順で映画放映の優先権が与えられるためだと言える¹⁷⁾。つまり、放送局が映画や視聴覚制作の出資に参加すればするほど、より早い劇場公開後の放送が保証されるのだ。映画を番組の中心コンテンツとして据えている同局にとっては多額の出資は必要な出費であり、映画業界にとってもカナル・プリュスの大きな出資は映画制作するためには不可欠なはずだ。テレビ局の売り上げが映画の支援だけに流れているようにも思えるが、CNCの支援にはマルチメディアとしてテレビも支援の対象に当たる。映画が映画によって支援を受けているように、テレビ局もまた、この課税によってテレビ局自身を支えることができるというわけだ。

テレビ放送された映画作品は、1990年から2015年までにおよそ2倍以上の2630本に増えている¹⁸⁾。これらの数値から、年々、テレビ局が映画を強く求めてきたこと、そしてその要求によってCNCがテレビ局に支えられ、現在の豊富な支援に至っていることがよくわかる。しかし、2016年以降は4年連続でテレビ局での映画の供給が減少しており、これは動画配信サービスの流行によってテレビで映画を観る人が減り、映画によって視聴率を稼ぐこ

とが困難になってきたためだと考えられる。財源の多くをテレビ局に頼っている CNC は、自ずとテレビ局の売り上げの変化に左右されることになる。この予算減少の危機を脱するために、フランスでは動画配信サービスの力が必要になってきた。

2.3. 勢いのある動画配信サービス

近年、動画配信サービスの台頭により、特に若者を中心に映画を観る媒体に大きな変化が起きていることは周知の事実だろう。フランスにおける動画配信サービスの市場規模は年々拡大しており、2018年の市場規模は、2014年の2920万ユーロから約16倍の4億5500万ユーロにまで増加している。以降も前年の1.5倍から2倍ほどの増加を見せているほど、市場の拡大が止まらない。これほど V&D が急拡大している一方で、2020年のDVDとBlu-rayなど（以下よりビデオと記載）の売上は、前年から27.2%減の2億9620万ユーロであり、販売数量についても前年から23.1%減の4,450万枚であった。それぞれの数値は年々下がり続けており、V&Dとビデオの市場にはシェアの逆転が起きている。現在は、配信サービスが独自の作品を制作してサイト上で配信するなど、劇場公開作品だけに頼らずともオリジナル作品によって視聴者を確保できる体制が整っているために、ビデオよりも配信サービスが選ばれ、2つの市場のシェアの逆転が起こったのだろう。元々、フランスのビデオだけだったTSVの対象は、2004年にはCanal PlayやOrange VODなどのフランスの有料放送サイトに、そして2013年にはNetflixなど海外の有料配信サービスに、2016年にYouTubeなどの無料プラットフォームにまで拡大された¹⁹⁾。つまり現在は、有料や無料、国内外設立のサービス問わず、全てのビデオプラットフォームは、フランスで得た売上高に対して課税をしている。現段階で、CNCの予算の柱は変わらずTSTであり、TSVからの予算が全体の割合に対して大きく増加していることはない。しかし、ビデオの売り上げが下がっていることを考えると、その分をV&Dが賄っていると言える。TSVから毎年変わらない資金が集められているのは、今や動画配信サービスのお陰だ。このようなV&Dの貢献により、配信サービスへの支援の対象が拡大した。2008年にV&Dに対する選択式助成が取り込まれ、2014年には、テレビ放送局を持たないインターネットのプラットフォームが資金を提供する作品に対しても、自動助成の支援を行うこととした。これによって、フランスを対象とする外国のサービスは、フランスの管

轄下のサービスに適用されるものと同じく、条件を満たせば、作品制作における支援も受けられるようになった。この流れは、CNCが時代とともに繁栄するVaDの存在を、映画を支える重要なメディアとして認識した結果だと言える。

2020年、フランスで最も加入者の多いVaDはNetflixで、フランスでVaDに加入している人の61.9%、つまり半分以上の人が利用しているほどの圧倒的な人気を誇っている。2番目のシェアを誇るのはPrime Videoの30.1%の加入率であり、次にDisney +²⁰⁾が23.4%の加入者率を誇っている²¹⁾。この3社はいずれもアメリカ資本の会社だ。フランス国内の会社が運営するサービスである加入率4番5番手のOrange VODとMyTF1 VODは、2013年では1位と2位だった。しかし、上記のアメリカの会社の3つサービスに押され、2016年に互いに約29%あった割合は、現在、19.5%と18.0%と減少している。

VaDが国内で大きく成長している今、動画配信サービスの貢献がCNCの変わらない支援の大きな支えの一部となっており、動画配信サービスによって、人々と映画との関係はより密になっていくと考えられる。今後は、このサービスが映画支援の柱となっていく事は間違いないだろう。しかし、アメリカの会社による配信サービスが国内の配信サービスの市場を独占し始めているこの状況は、テレビ局や映画館などの国内の媒体での問題ではなく、過去にあったブルム＝バーンズ協定のような国としての問題になりかねない。現に、上記で述べたような国外のサービスにも課税をさせるなど対応策を設けているものの、この勢いは今後も加速するだろう。この流行に対抗、そして共存できる取り決めが今後も増えると予想できる。

2.4. 配信サービスが与える映画界全体への好影響

上記でわかったように、テレビ局での映画の供給やビデオの売上は下がった。しかし、動画の配信サービスが開始されてからも映画館の入場者数や興行収入は減ることなく増加傾向にあり、VaDが映画館の映画鑑賞者を奪っているわけではないようだ。2010年からの10年のうちの9年は入場者数が2億人を超え、2019年には2億1320万人にまで増加し、この数値は1966年以来3番目の高水準となった。それに付随して2019年の興行収入は約14億5000万ユーロにまで急増し、史上最高水準となった²²⁾。また、他の世代に比べて低かった若者世代の映画館来館率は、新型コロナウイルス流行による

映画館休業後には割合が高まった。これは、パンデミック中も動画配信サービスのおかげで映画への関心が薄れなかったことが理由と言えるだろう。この結果から、V&Dが流行してからもフランスの映画館が非常に安定した鑑賞者数と興行収入を獲得しているとわかる。

2020年には、CNCを代表とする文化省との合意により、Netflixと社会保護団体のAUDIENSは、コロナウイルス流行の危機によってフランス国内外の作品制作の全面停止で大打撃を受けた視聴覚、映画業界のスタッフのための新しい緊急支援基金を設立し、Netflixはこの基金の設立に100万ユーロを拠出した²³⁾。これは、関係者の中でも弱い立場のフリーランサーが対象になっている。現在、この取り組みに関する詳細はホームページに記載のリンクのページはなくなっている（2022年6月8日閲覧）ために確認することは不可能だが、基金設立のスピードと多額の支援は世界で多くの売上を誇るNetflixだからこそ可能になったことだろう。このNetflixの資金は当然ながら作品の生産力にも繋がる。Netflixはカナル・プリュスの50倍から60倍の予算でシリーズを制作するなど、フランスでは実行できないと考えられていた数々の企画を作品化することを可能にした²⁴⁾。監督や作家、出演者など映画を生み出す側の人々にとって、潤沢な資金や、作品を生み出す力を持ち、作品を人々に確実に提供される保証のある配信サービスの存在は希望であるだろう。

また、映画を人々に届ける立場として、V&Dとライバル関係にも当たるテレビ局だが、国内で人気のある有料放送局のカナル・プリュスが早々にこの配信サービスの流行を自身のサービスに取り入れた。カナル・プリュスは既存の作品をテレビ放送するサービスだったが、配信サービスのように、CANAL+SERIESとしてオリジナル作品を制作するようになった。人気放送局でさえも配信サービスの勢いを無視する事はできなかったようだ。

以上のように、映画業界の給与を支援し、作品の映画化を実現させ、テレビ局の放送方法にも影響を与えている動画配信サービスは、映画を鑑賞する人々だけでなく、フランス映画業界全体に新たな希望をもたらす救世主だと言える。

3. 双方の歩み寄りの必要性

3.1. CNC との対立

CNC の支援が徹底されており、全てが映画にとって前向きに進んでいるように考えられるが、Netflix は CNC に対して不満を感じる出来事があったようだ。2017 年、第 70 回カンヌ国際映画祭でポン・ジュノ（*봉준호*, 1964-）監督の『オクジャ』（*Okja*, 2017）が、最高賞であるパルムドールを競う長編コンペティション部門へ選出された。しかし、この作品は Netflix が全額投資して制作された作品で、同サイト内のみの配信だったため、劇場で鑑賞できない映画が、コンペティション部門に進出したことなどを巡り議論が巻き起こった。フランス映画館連盟は、フランス国内で劇場上映をせずに直接ストリーミング公開をすることに対して強く反発し、映画祭はこの作品に関して劇場で公開するよう Netflix に求めていたが、Netflix はこの要求を拒否したため合意には至らなかった。カンヌ国際映画祭の出品規定には、制作国以外で上映されていないこと、そして他の国際映画祭で紹介されていないことの 2 点であった。今回は『オクジャ』の出品が例外的に認められた。しかし、フランスには映画の配信は国内公開から 3 年後という規正があるため、最終的に組織委員会は 2018 年からのコンペティション部門出品作品をフランス国内の劇場で公開された作品に限定すると、ルールの改定を発表した。

カンヌ映画祭の運営資金である約 2000 万ユーロのうち、半分以上が CNC の支援金から賄われている。この運営背景によって、映画祭側が Netflix に交渉し、規定を守ろうとしていた理由が理解できる。この件に関して Netflix を擁護する意見も上がったが、映画界と政府や、CNC との間で絶妙にバランスがとられていることによって、映画祭が成り立っている状況を理解できれば、映画を守る方針を乱そうとするものに歩み寄ることは困難なことがわかるだろう。しかし、Netflix が容易に CNC の要求を受け入れなかったのは、ただの我儘ではないとも言える。Netflix は、フランスやヨーロッパの作品に出資することを義務付ける欧州の法令に従っているが、支援や視聴覚税控除を受けられていない。この法令を守る見返りとして CNC の補助金の恩恵も受けたいと考えている²⁵⁾。国外の会社による配信サービスではあるが、Netflix が与える映画への影響は大きいことを CNC も理解はしているはずだ。今後 CNC がこの要求を受け入れる姿勢を見せなければ、フランスは大きな映画の力を失いかねないだろう。

3.2. フランス映画という基準への疑問

前述でフランス性の高いフランス映画には助成金が与えられることを理解したが、フランス性が高いと判断できるような作品でも助成金を受け取ることができず、フランス映画の定義とは何かと疑問を抱かざるを得ない事例が存在した。それはジャン・ピエール・ジュネ (Jean-Pierre Jeunet, 1953-) の『ロング・エンゲージメント』(*Un long dimanche de fiançailles*, 2004) という作品だ。

彼は次の制作作品として、ワーナー・ブラザース (Warner Brothers) が映画化の権利を持っていた『ロング・エンゲージメント』を希望しており、ワーナーと協力して映画の制作をすることに決まった。主演にはフランス国籍の俳優であるオドレイ・トトゥ (Audrey Tautou, 1976-) を起用し、撮影グループもフランス人、撮影場所もフランスであり、映画で使われる言語もフランス語だった。それに加え、この映画の原作である『長い日曜日』(*Un long dimanche de fiançailles*, 1991) は、フランス人作家のセバスチアン・ジャプリゾ (Sébastien Japrisot, 1931-2003) が書いた第一次世界大戦中のフランス、ブルターニュ地方を舞台にした作品で、フランス性が高く、フランス映画だと疑いのような作品を作った。CNCからの助成金の承認を受け、映画制作としては高額な4580万ユーロを予算として用意し撮影に臨んだが、この映画制作にはその後大きな困難が待ち受けていた²⁶⁾。それは、フランスのプロデューサーたちの中でこの作品の資金調達に関する活発な論争が起きたことだ。なぜなら、アメリカが管理する会社の作品という疑念があったからだ。この作品に助成金を許可することで、フランス映画のための助成金がアメリカに流れる可能性があるとして、パリの行政裁判所に提訴された²⁷⁾。『ロング・エンゲージメント』がフランス映画として認められるために、この作品の制作会社である2003 Productionsがフランス人またはヨーロッパ人によって管理されていることの証明が求められたが、2005年5月31日、パリ行政裁判所は2003 Productionsはアメリカの会社であり、この作品はヨーロッパ映画とは認められないため、CNCの援助制度を受けられないと判断を下した。その結果、この作品はフランス国内で440万人を動員する大ヒットを記録したことに加え、フランスのアカデミー賞とも言われるセザール賞 (César du cinéma français) で助演女優賞、若手男優賞、撮影賞、美術賞、衣装デザイン賞を獲得したが、得られるはずであった助成金を受け取ることが叶わなかった。

この事例から、言語や出演者の国籍など、観客が受け取れるようなフランスの要素がどれほど集められていても、制作に参入している会社の国籍が助成金を得るための判断に大きく関わっていたことがわかった。

3.3. 『ムーラン』を巡る劇場の怒り

V&Dの存在が人々の映画への関心を引き立てているのは事実だ。しかし、動画配信サービスと対抗している相手はCNCだけではなかった。

2020年は新型コロナウイルスによって芸術文化へ触れる道が閉ざされていた時間が長かった。映画館は営業を再開するにあたり、多くの人が好んで観るディズニー作品が集客の糸口になると考え、2020年に公開を待ち望まれていたディズニーの最新作である『ムーラン』(Mulan, 2020)に期待を寄せていた。しかし、ディズニー側は『ムーラン』を劇場公開からDisney+内での配信に切り替えることを決めた²⁸⁾。この決定に世界中の映画館は猛反発し、中にはフランスの映画館のオーナーが、ディズニーへの抗議として劇場の広報展示物を破壊する出来事も起こった。その様子を撮影した映像が« La réaction d'un exploitant suite à la décision de Disney... #Mulan »という文章と共に、Destination Ciné (@destinationcine)のアカウントを通して2020年8月6日にTwitterにて発信、拡散されて話題にもなった。劇場公開をすることによって各所で得られていた収入をディズニーだけが独占するこの事態は、利益が一極化されてしまい、フランスで巡っている映画のサイクルが停滞する。しかし、このような問題は、今後増え続けることが予想できる。この先、NetflixやAmazon primeなど、各配信サービスによるオリジナル作品が各々の媒体でのみ配信に切り替わり、これが一般化されていくことになれば映画館の客足が遠のくため、映画界全体を盛り上げたとしても映画館側としてはV&Dの存在は喜ばしいものではないだろう。

結論

世界の国の国内映画作品がハリウッド映画に押される中、フランスが国外映画と国内映画とを共存させながら自国映画の勢いを維持することができたのは、映画の支援を専門に担うCNCが存在し、人々の映画への消費を映画制作に繋げる、映画のサイクルを国が注力して作っていたからだとわかった。

現在、TSVの納税率は2%だが、今後、動画配信サービスの市場が拡大するに従ってこの割合が上がるのが予想できる。フランスは法の力で強制的

に納税率を上げるのではなく、V&Dによって生まれる新たな作品や映画へのポジティブな効果に対して妥当な見返りを与えて協力関係を築く必要があるだろう。実際に、2022年2月22日、Netflixはフランスで発生する年間純収益の4%を使ってフランス映画に支援することを条件に、劇場公開作品を配信するために必要だった36ヶ月の待機期間を15ヶ月に短縮することが決まった²⁹⁾。配信サービスは映画を配信できるまで3年待たなければならなかったり、映画祭に出品できなかったりと、フランスでの映画活動に不便な面もあった。フランスで自由に動けない以上、フランスで配信をすることはあまりメリットがないためにV&Dオリジナルでフランス映画は制作されなくなり、配信も無くなるだろうと予想していた。しかし、実際はやはり一つの国、特に映画が人々にとって身近なフランスという国でそのような行為に走ることはビジネス的にも打撃を受けるのだろう。結果的に互いに意見を飲み込み、このような折り合いをつける形で決まりが締結したようだ。今回は、Netflixがフランス映画業界に対して大きな変革を起こしたが、この取り決め後のNetflixの業績によっては、今後、Netflixに続いてその他の配信サービスも同じような選択をしていくと考えられる。

今まで守ってきたフランスの映画文化を今後も守り抜くために、要求を頑なに拒否するのではなく、双方の求めに対して互いに折り合いをつけて歩み寄らなければならない。フランスの今までの姿勢から考えると、いかに壁が高くとも映画のためにより良い案を模索し、実現できるはずだ。映画作品がどの諸媒体で鑑賞されることが最良であるかは正解があるわけではない。これからも映画文化を守り、育て、映画が目先の商業的利益を追求するためだけに利用されないように、時代に合わせて制度を改善し、映画業界のサイクルを常に循環、進化させ続ける必要がある。映画文化が繁栄していく可能性を狭めず、自国の映画を世に生み出し続けるフランス映画界のこれからの注目していきたい。

注

- 1) 発足当初はCentre National de la Cinématographie（国立映画センター）であり、2009年に現在の名に変わった。
- 2) 1942年から存在した映画産業組織委員会（Comité d'organisation de l'industrie cinématographique, COIC）が後に名称を変えた映画職業局（Office National Économique, OPC）が、1946年10月25日法によって現在のCNCとなった。

- 3) 岡本さやか、堀茂樹 (2007) 『フランスにおける映画作品の国際共同製作：制度・実態・展望』、慶應義塾大学湘南藤沢学会、23 頁。file:///Users/takabashiho/Downloads/0302-0000-0600%20(9) .pdf (2022 年 8 月 24 日閲覧)
- 4) 湧口清隆 (2009) 「ネットワーク中立性とインターネット上で流通するコンテンツへの課金について：フランスの政策事例から」、『慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要』、慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所、No.59、43-50 頁。file:///Users/takabashiho/Downloads/AA1121824X-20090300-0043.pdf (2022 年 8 月 24 日閲覧)
- 5) 省庁は政権交代ごとに改編される。現在、文化省の名称は *Ministère de la Culture* である。その前は文化・コミュニケーション省 (*Ministère de la Culture et de la Communication*) であった。
- 6) « *préserver et transmettre le patrimoine, soutenir les créateurs et faciliter l'accès de tous à la culture* » Christine Albanel, France Archives, *Création du ministère des Affaires culturelles ; André Malraux ministre*. [tps://francearchives.fr/fr/](https://francearchives.fr/fr/)
- 7) *Ministère de la Culture. Ministère de la Culture : 60 ans d'action en 500 dates, Doublement du budget du ministère de la Culture*. <https://www.culture.gouv.fr/Nous-connaître/Decouvrir-le-ministère/Histoire-du-ministère/Ministère-de-la-Culture-60-ans-d-action-en-500-dates#/mercredi-30-septembre-1981-Doublement-du-budget-du-ministère-de-la-Culture>
- 8) 長塚真琴 (2014) 『文化的例外の第二幕 (デジタル時代の文化政策) - フランスのルスキュール報告書第 1 巻の構成と 80 項目の提言』、127 頁。 http://ngtk.no.coocan.jp/Ngtk_JI3_Lescure.pdf
- 9) 正式名称はフェスティバル・アンテルナショナル・デュ・フィルム (*Festival International du Film*、通称 F.I.F.)
- 10) 中川洋吉 (2003) 『生き残るフランス映画 映画振興と助成制度』、希林館、17-18 頁。
- 11) CNC (2019). *Comment fonctionne l'Avance sur recettes ?* https://www.cnc.fr/cinema/actualites/comment-fonctionne-lavance-sur-recettes_1105026#:~:text=L'avance%20se%20rembourse%20sur,%25%20de%20l'avance%20attribu%C3%A9e
- 12) 2010 年のオンデマンド視聴覚メディアサービスに関する法令によって、配信サービスも CNC に納税することが定められた。2011 年には、テレビ局を持たないインターネットプラットフォームが資金を提供する作品に対しても支援が行われることとなった。
- 13) フランスのチケット価格は、フランスの映画館運営業者で、スクリーン数と観客者数で共に 1 位の *Les cinémas Pathé Gaumont* のチケット価格を参考にした。
- 14) 一般料金は 1 年間で 238.80 ユーロ、2 人分のペア割引として 1 年間 406.80 ユーロのチケットもある。全て、*Les cinémas Pathé Gaumont* の *CINÉPASS* の料金。

- 15) 2022年3月20日から22日に行われたキャンペーン。
- 16) テレビが映画作品を自局のプログラムとして確保するために、作品の放映権を事前に購入する制度。プリ・バイ (pré-achat) と呼ばれる。
- 17) 中川 (2003)、75 頁。
- 18) CNC (2021). *BILAN 2020*, p.94. <https://www.cnc.fr/documents/36995/153434/L e + B i l a n + 2 0 2 0 + d u + C N C . p d f / d c 0 a 7 4 5 1 - 4 8 5 a - b b 4 9 - 4 4 b 5 - a 0 e e e 8 a e 1 7 5 5 ? t = 1 6 2 2 8 0 1 4 7 1 0 2 6>
- 19) CNC, *Une grande victoire pour l'exception culturelle*, septembre 2017, https://www.cnc.fr/cinema/communiqués-de-presse/une-grande-victoire-pour-l'exception-culturelle_110839
- 20) フランスでは2020年4月に、日本では2020年の6月にサービスを開始した。
- 21) CNC (2021) . p.138.
- 22) フランスのチケットの平均価格が10年で0.5ユーロ程度の値上がりしたことも理由だと考えられる。
- 23) Netflix (2020). *Netflix et Audiens établissent un nouveau fonds d'urgence en faveur des travailleurs de l'audiovisuel et du cinéma les plus fragilisés par la crise du COVID-19*. <https://about.netflix.com/fr/news/netflix-and-audiens-establish-new-covid-19-film-and-tv-emergency-fund>
- 24) Julien Baldacchino (2019). *Netflix, l'usine à séries que le cinéma déteste adorateur*, nectart #9, p.116-125.
- 25) Delphine Bernard-Bruls (2021). *Netflix souhaite bénéficier des aides publiques pour la culture*. <https://www.capital.fr/economie-politique/netflix-souhaite-beneficier-des-aides-publiques-pour-la-culture-1398410>
- 26) フランス映画の平均的な制作費は499万ユーロ、より高額な他国主体の共同制作作品であっても665万ユーロである。岡本、堀 (2007)、37 頁。
- 27) 林瑞絵 (2011) 『フランス映画どこへ行く ヴェル・ヴァーグから遠く離れて』、花伝社、249 頁。
- 28) サービスを提供していない一部の国では劇場公開された。
- 29) Julien Lausson (2022). *Comment fonctionne la chronologie des médias en 2022 ?*, numerama. <https://www.numerama.com/pop-culture/830137-comment-fonctionne-la-chronologie-des-medias.html>

(個別に日付の表記がある文献以外の URL は 2022 年 6 月 8 日最終閲覧)