

» Special Issue
2011年12月号

続・映画館の デジタル化



大手にはメリットも、
ミニシアター、小規模配給会社にとっては…

■ 大手が有利なVPFの仕組み

トピックジャーナル9月号において、映画のデジタル化について、ワーナー・ブラザーズ映画、営業部長、山田邦雄氏、ティ・ジョイ執行役員興行部長、紀伊宗之氏の対談を行った。ここでは、洋画メジャーの日本支社、日本の大手映画会社、そして大規模シネマコンプレックス・チェーンのような大きな規模で映画を扱っている会社にとって、劇場のデジタル化は歓迎すべき流れであることがわかった。まず、映画がデジタル化されることで、どのようなメリットがあるか、要点を復習してみる。

〈大手配給会社にとってのメリット〉

- ・上映素材が従来のフィルムからDCP（上映用のデジタルデータファイル）に変わることによって、プリントコストを大幅に軽減することができる。例えば「タンタンの冒険」のように800館を超えるような大規模公開作であれば、フィルムのプリント代は1億6000万円を超える。デジタル化によってフィルムがDCPに置き換わるわけだが、その製作費は200～300万円にすぎないため、その他の諸費用を勘定に入れても大幅なコストカットができるのは間違いない。
- ・重くかさばるフィルムと、コンパクトなHDDに収められたDCPでは、輸送コストや倉庫代などに大きな差がある。

〈大手シネコンにとってのメリット〉

- ・映画以外のコンテンツ（ODS）上映が容易になり、番組の幅や選択肢が拡大する。
- ・映写関係の人員費が削減できる。
- ・PC操作だけで上映スケジュールを管理でき、フィルムのやりくりなどのオペレーションが不要になるなど、上映管理の効率化をはかれる。

そして、配給会社やシネコンがこのようなメリットを得るためには映画館にデジタル用の上映機器を導入する必要があるわけだが、設備投資を強いられる劇場側には反発が強かったため、“VPF”という劇場の負担を軽減するシステムが米国に続き日本でも導入された。その仕組みは次のようなものだ。

配給会社と映画館のあいだにデジタル映写機器を提供するサービス会社が入り、機器を導入する。導入後は、配給会社と劇場の双方から利用料を受け取る。この利用料によって導入コストを償却する。配給会社は減少するプリントコストの一部を原資に、費用全体の約3分の2を負担し、映画館は残り3分の1程度を負担する。しかし、ランプなどの消耗品は映画館が負担するので、償却期間の負担は50対50くらいになると推定されている。因みにデジタル映写機に関わるコストは700～1000万円程度で、償却期間はおよそ10年。

現在、日本ではソニープロテクノサポート（SONY系）、ジャパン・デジタル・シネマ・サポート（GDC、ウシオ電子系）、デジタルシネマ倶楽部（ブロードメディア・スタジオ系）の3社がサービスを提供しており、各サービス会社の主な導入状況は以下のようになっている。

【ソニープロテクノサポート】

- ・ティ・ジョイ
- ・TOHO シネマズ
- ・イクスピアリ
- ・関西共栄興行
- ・千葉興行
- ・ヒューマックスシネマ
- ・東急レクリエーション

【ジャパン・デジタル・シネマ・サポート (JDCS)】

- ・ワーナーマイカル
- ・MOVIX
- ・角川シネプレックス
- ・フューレック (エーガル8シネマズ)

【デジタルシネマ倶楽部】

- ・フォーラムマルチプレックスシアターズ (フォーラム運営委員会含む)
- ・静活 (シネプラザ サントムーンほか)
- ・日映 (静岡東宝会館ほか)
- ・スバル興業 (シネマボックス太陽)
- ・中谷商事 (長野グランドシネマズ)
- ・北原 (シネマライツ8)
- ・伊井 (テアトルサンク)
- ・アレックス (アレックスシネマズ)
- ・金子興業 (J-MAX THEATER)

次ページの表の通り、VPFの利用料金はサービス提供会社によって若干異なる。基本料金はソニーが9万円、JDCSが7万7000円に設定されており、デジタルシネマ倶楽部は未発表のため推測額だが、前2社よりも安価と見られる。

VPF3社 設備利用料比較 (配給会社負担分)

| ソニープロテクノサポート (SONY系) | | | ジャパンデジタルシネマサポート (ウシオ・GDC系) | | | デジタルシネマ倶楽部 (BMS系) | | |
|--|---------|---------|---|---------|---------|--|---------|---------|
| 基本金額 | 90,000円 | | 基本金額 | 77,000円 | | 基本金額 | 76,500円 | |
| 1週目 | 100% | 90,000円 | 1週目 | 100% | 77,000円 | 1週目 | 100% | 76,500円 |
| 2週目 | 100% | 90,000円 | 2週目 | 100% | 77,000円 | 2週目 | 100% | 76,500円 |
| 3週目 | 100% | 90,000円 | 3週目 | 20% | 15,400円 | 3週目 | 100% | 76,500円 |
| 4週目 | 50% | 45,000円 | 4週目 | 20% | 15,400円 | 4週目 | 50% | 38,250円 |
| 5週目 | 30% | 27,000円 | 5週目 | 20% | 15,400円 | 5週目 | 30% | 22,950円 |
| 6週目 | 30% | 27,000円 | 6週目 | 20% | 15,400円 | 6週目 | 30% | 22,950円 |
| 7週目 | 10% | 9,000円 | 7週目 | 0% | 0円 | 7週目 | 10% | 7,650円 |
| 8週目 | 10% | 9,000円 | 8週目 | 0% | 0円 | 8週目 | 10% | 7,650円 |
| 9週目 | 10% | 9,000円 | 9週目 | 0% | 0円 | 9週目 | 10% | 7,650円 |
| 10週目 | 10% | 9,000円 | 10週目 | 0% | 0円 | 10週目 | 10% | 7,650円 |
| 11週目 | 10% | 9,000円 | 11週目 | 0% | 0円 | 11週目 | 10% | 7,650円 |
| 12週目 | 10% | 9,000円 | 12週目 | 0% | 0円 | 12週目 | 10% | 7,650円 |
| 13週目 | 10% | 9,000円 | 13週目 | 0% | 0円 | 13週目 | 10% | 7,650円 |
| 14週目 | 10% | 9,000円 | 14週目 | 0% | 0円 | 14週目 | 10% | 7,650円 |
| 15週目 | 10% | 9,000円 | 15週目 | 0% | 0円 | 15週目 | 10% | 7,650円 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・スクリーン数が最大の週を1週目と考える ・設備が高性能で解像度に優れており、主に大手シネコンに支持されている | | | <ul style="list-style-type: none"> ・スクリーン数が最大の週を1週目と考える ・3週目以降の利用料が低く設定されているため、ロングラン興行になるほど効率が上がる | | | <ul style="list-style-type: none"> ・スクリーン数に関わりなく公開週を1週目と考える ・公開週が1週目とカウントされるため、全国順次公開作や地方の映画館に向く | | |

例えば「タンタンの冒険」を、ソニープロテクノサポートのVPFを利用して12月1日の全国公開日から上映したとすると、配給会社は90,000円をソニー社に支払うことになる。また、公開初週には上映せず3週間後の12月22日から上映を開始した場合は、4週目の利用料金である45,000円を支払う。劇場が負担する利用料に関しては公開されていないが、仕組みはほぼ同様と見てよいだろう。

一見シンプルなようだが、実は非常に複雑で、1作品で3D、2D、字幕、吹替えの4バージョンがある場合の計算方式、1日の上映回数によっても算定方法が違うなど、まるでパズルのような計算が行われている。そして、今回のテーマとなるミニシアター、小規模配給にとってはこの利用料が大きな負担となっている。また、後述するが「1週目」をどのように考えるかということも問題になる。

■ 小規模配給会社にかかる負担

大手配給会社にメリットがあることは既に述べた通りだが、小規模作品の配給会社にとっては状況が異なる。このことは、フィルムのプリント代を概ね20万円、DCPの製作費を約200万円と考えるとわかりやすい。公開規模が5館程度の作品の場合、フィルムであればプリント代は20

万円×5館で100万円だ。デジタル化のためにDCPを製作すればコストは2倍となり、大手配給会社とは逆にコスト増になる。さらに上映時にはVPF利用料を支払うため、ダブルコストにもなる。しかも、DCPを製作すればフィルムが不要になるかといえばそれも違う。試写室や映画館以外のスクリーンで宣伝用に上映するためのフィルムは最低でも1本は必要になるので、これも加えればトリプルコストだ。そのうえ、DCP製作費を節約するため、クオリティを犠牲にしてブルーレイ上映を選択したとしてもVPF利用料は発生する。小規模配給会社にとってのデジタル化は、どうやってもコスト増から免れない袋小路と言えるだろう。

■ デジタル化に取り残されるミニシアター

一方、高い興行収入を得ることが難しいミニシアターにとっては、VPFサービス会社が「回収が見込めず」として機器の導入を拒否する場合があったり、自己負担で導入したとしても、配給会社がVPF利用料の負担と得られる配収が見合わないと判断し、上映を避けるということもある。結果的に、小規模な映画館はデジタル化から取り残されることになる。

ところで、少し話がずれるが、現在、デジタル上映機器の導入に頭を悩ましている公共ホールがいくつかあり、当研究所にも相談が持ち込まれている。近々、デジタル上映が可能なプロジェクターが300万円程度で発売されるという情報があるので、ギリギリまで待って安価な機材を導入するのがベストというアドバイスを考えていたが、VPFサービス会社によると、そうとも言い切れないらしい。つまり、技術の進歩は上映素材のDCPのハイスペック化も促進するというのだ。それは、最新のOSが古いパソコンで使用できないのと同じように、最新作のDCPは古いデジタル映写機では上映できないということを意味する。実際、夏の某大作映画でその問題が起こった。配給会社から届いたDCPが開かず、上映できない劇場が出てしまったのだが、このクレームに対して配給側は「VPFサービス会社と調整してほしい」と答えたという。VPFの利用料にはバージョンアップ費用が含まれているため、配給側の回答は正当なのだが、期待の大作が上映できない劇場の困惑ぶりは想像に難くない。しかし、このケースはまだましな方で、本当に困るのは自費でデジタル映写機器を導入したミニシアターで同じことが発生した時だろう。この場合はバージョンアップ費用も劇場の自己負担になるからだ。DCPが開かず、上映できなかったとしても自社以外に誰も責任をとる者はいない。費用をかけてバージョンアップするか、導入したデジタル上映機器を“置き物”にするかの二択になってしまう。この点でいま問題なのは、一昨年、経済産業省の助成でデジタル化を導入した街中映画館だという。起死回生のつもりで投資したデジタル化に、バージョンアップ費用という思いがけないランニングコストがのしかかってきたのだから。

さらにもうひとつ、映画館にとって厳しい点がある。それは、VPF契約を結んだ後5年以内に破棄した場合の条件だ。映画館が月々支払う利用料を、契約の残期間分負担するだけでなく、その機材から得られる予定の配給側の利用料も支払う義務があるという。映画のデジタル化というのは世界的な流れで、もはや止めることができないと理解していた。しかし、こういう事例を目の当たりにすると、頭では理解できても、何か割り切れない気分になってしまう。日本の映画館のデジタル化は2013年末には完了すると予想されているが、それまでに100館程度の映画館が廃業に追い込まれるのではと推測されている。その結果、劇場が減少し、配給側は作品を出す場

が減ることと、配給効率の悪化で窮地をむかえ、共倒れになるという悲観的な予測も出てきた。

■ 配給・ミニシアター共通の問題

配給会社、ミニシアター共通の問題もある。VPFサービス会社が、最大公開スクリーン数を1週目とカウントすることだ。前表のとおり、各社とも利用料が最大になるのは公開第1週であり、その後漸減していく。大作であれば公開初週の公開スクリーン数が最大で、かつ、興行収入も最大となるのが普通なのでこうした仕組みに矛盾はない。しかし、小規模配給の場合、東京で単館でスタートし、2週目に大阪、3週目は名古屋、4週目は福岡と札幌、5週目に各地方都市といったスケジュールで順次公開されるケースが多い。この場合、5週目あたりが最大公開スクリーン数になるが、ソニー、JDCSはその5週目を“1週目”とカウントし、各9万円、7万7000円という利用料を課すことになる。地方都市ではそれほど興行収入があがらないところに、最大の支払額を課せられることは配給、興行の双方にとって“ワリが合わない”条件だ。

このように、映画館のデジタル化は、小規模配給会社やミニシアターにとってメリットがないことは明らかである。一見、「無理のないデジタル化」に資すると思われた配給会社のVPF利用料負担は、大規模配給のように「プリント費の浮いた分」そのものがない小規模配給では、単純な負担増となる。劇場でも、大手シネコンでは上映番組を簡単に管理できるというメリットがあるが、上映本数の少ないミニシアターには無用の長物といえる。

■ デジタル化とは別の根本問題

日本の映画館のデジタル化は2013年末には完了すると前記したが、小規模配給、ミニシアターには目先の問題として、この過渡期をどう乗り越えるかということがある。しかし、根本の問題は、観客の入らない作品と、観客の入らない映画館であり、フィルムの時代から変わりはない。この中で小規模配給の苦境の背景には市場規模を超えて増えすぎた映画館数、公開本数の問題がある。ここ数年の増大した公開本数とそれを支えた2次利用市場の縮小だ。2006～2008年の3年間は、邦洋ともに400本を超える本数が公開されたが、これは明らかに供給過剰だ。この供給過剰で追いつめられたところにデジタル化が苦境の後押しをした。また、地方の街中映画館の問題は、郊外の大型ショッピングモールができたことで、駅前商店街がシャッター通りと化したことと同じだ。結局、映画館のデジタル化はこれらの流れを後押しし、顕在化させたに過ぎないとも言える。そういう意味では、実のところデジタル化にまつわる最も大きな問題は、映画文化そのものへの影響かもしれない。デジタル化によって35ミリフィルムの上映環境が減り、旧作の上映機会は減少してしまうが、そうした事態を回避するために大手映画会社がすべての旧作をDCP化することは考えにくい。彼らはデジタル化を推進する立場であるが、かといって大きなコストをかけてまで旧作をデジタル上映可能にするとは思えない。いずれ、過去の作品の多くが鑑賞不能となるわけで、映画文化を後世に伝えていくという視点に立てば極めて大きな問題であると言えるだろう。