日本興行ニュース

発行　〒105-0004
東京都港区新橋6丁目8番2号
全国生衛会館6F
全国興行生活衛生同業組合連合会
日本興行ニュース
電　話　03（5408）5446（代表）
ＦＡＸ　03（5408）5447
編集兼発行人　臼井正人

興行界発展のため「ミニシアター部会」設立
夏興行に向けて期待される作品が目白押し
全興連令和7年度通常総会東海・北陸大会

全興連の令和6年度通常総会東海・北陸大会が5月20日午後3時30分から愛知県の名古屋観光ホテルで開催された。当日は会員45組合中33組合が参加、ＷＥＢで5組合が参加し、事前回答書提出が1組合の計39組合(理事会会員総数56名中42名が参加、ＷＥＢで7名、事前回答書提出が1名の計50名)で総会が成立した。岐阜県の大塚聖司理事長の開会の言葉で始まり、佐々木伸一全興連会長の挨拶(別掲)、来賓の大村秀章 愛知県知事の祝辞、小嶋雅代 名古屋市保健所長、大塚憲孝 厚生労働省健康・生活衛生局生活衛生課総括補佐の祝辞、伊東明彦 全国生活衛生同業組合中央会専務理事の祝辞に続いて議事審議に入った。総会後の懇親会では、打田由希子富山県理事長の挨拶が行われた。

■大塚聖司 岐阜県理事長
「本日は全国各地よりこの尾張名古屋にお越しいただきまして、誠にありがとうございます。心より感謝申し上げます。また、愛知県の大村知事様、厚生労働省の大塚総括補佐様、名古屋市の小嶋保健所長様、全興連の中央会からは伊東専務理事様の列席を賜りまして、かくも盛大に通常総会が開催されますことを心より感謝申し上げます。皆さんにとって、この尾張名古屋の印象はいかがでございましょうか？もしかしますと、なかには名古屋と言えば、東京や大阪への通過点ということで、なかなか降り立つことは少ないと言われる方もお見えかもしれません。でも、せっかく今日は尾張名古屋に足を踏み入れていただいたわけですので、まずはこの総会で忌憚のない活発なご意見をいただいて、実りある総会にご協力をお願いし、お楽しみの懇親会もございます。その後は二次会等で名古屋の街に繰り出していただく機会もあろうかと思います。どうか本日は、夜も含めまして尾張名古屋を十分にご堪能いただきたいと思います。また明日は、愛知県内の観光という企画もございます。もう少し時間がある方は、東海・北陸ブロックを構成している4県にもお立ち寄りいただければ幸いでございます。これより全国興行生活衛生同業組合連合会令和7年度通常総会東海・北陸大会を開催いたします。」

■大村秀章 愛知県知事
「本日は全国生活衛生同業組合連合会の通常総会がこうして盛大に開催されますことを心からお慶び申し上げます。また、この名古屋に全国各地から起こしいただき、心から歓迎を申し上げます。佐々木会長をはじめ、全国生活衛生同業組合連合会の皆様には日頃から興行業界の振興並びに衛生基準の向上にご尽力いただいておりますことに、深く敬意と感謝を申し上げます。興行場の皆さんは娯楽文化の身近な担い手として、人々の生活を豊かにする上で欠かせない役割を担っていただいております。映画を観ることで、楽しさ、感動、やすらぎといった様々な思いや気付きを呼び起こしております。引き続き、皆様には娯楽文化の提供を通じ、地域の賑わい作りを促進していただき、安全性確保のための環境整備にもご尽力いただきますようお願いいたします。

さて、愛知県での全国総会の開催は初めてとお伺いしております。興行業界を牽引されている皆様がこうして一同に会し、お互いの情報を交換されますことは大変意義深いことです。私ども愛知県は豊田自動車をはじめ、日本の産業県であるのは間違いないんですが、製造業の生産額が直近で50兆円を初めて超えるということで、過去最高を更新しました。一方でもっと楽しい街や地域を作らなければと取り組んでいる一つが、ジブリパークです。２０２２年11月1日にオープンしました。20年前に愛知万博をやった万博公園の中のパビリオンの土地です。22年秋に第2期、去年3月に第3期オープンし、三鷹の森のジブリ美術館と対になっていますが、規模的にはうちの方が何十倍もあります。また、エンターテインメントで言いますと、名古屋城の名城公園の中に愛知県体育館があり、大相撲の名古屋場所を開催する所ですが、前のオリンピックの時にオープンしてから61年が経って老朽化し、これを建て替えるということで、名古屋市さんの大変なご協力をいただいて、名城公園の北に巨大な『ＩＧアリーナ』を3月末に完成いたしました。これが6万３０００平米、オリンピックをやった東京の有明アリーナが４万７０００平米なので、35％大きいです。全部で固定席が１万５０００席、コンサートで約１万７０００席から２万席です。３階には40室の個室も作り、日本ではアリーナで個室があるところはうちだけでございます。ＮＴＴグループが設計から建設、運営まで行い、最新の音響、照明、世界最先端の５Ｇも引きました。２番手の出資者にロサンゼルスを本社とするアメリカ最大のスポーツ企業アンシュツ・エンターテイメント・グループ（ＡＥＧ）を入れて、スポーツ、コンサート、エンターテインメントをどんどんやっていこうということでございます。建設費が４６７億円ですが、ＮＴＴさんは２００億円出して下さり、その代わり30年の運営権としてコンテンツを自社で作って、全米に配信するコンテンツビジネスをやりたいと。だからＡＥＧなんだということです。内覧会も終え、今週の土曜日にハンス・ジマーさんの初来日コンサートで柿落としを行います。来週の土日は県のオープニングイベントとして、滝沢秀明さんプロデュースのイベントで盛り上げ、その後、7月の大相撲名古屋場所でグランドオープンします。桟敷も今までの１２０センチ四方を１４０センチ四方にします。３階の個室はセキュリティが万全なので、日本で初めて海外ＶＩＰも相撲が観られるようになります。8月のお盆明けには、レイカーズの八村塁選手が3日間、バスケットボール・スクールを行

（次のページへ）

佐々木全興連会長挨拶

「本年度は、映画興行業界の中長期的な発展を視野に入れ、全興連内にミニシアター部会を立ち上げました。今後はこのミニシアター部会が中小規模の興行会社ならではの視点で、興行業界の利点や問題点等を見落とさないよう活動できればと考えております。また、その流れで『中小企業省力化投資補助金(カタログ型)』への申請手続きを行っておりまして、シネマプロジェクター及びシネマサーバーのカタログ搭載が今夏にはなんとか出来そうでございます。

特に本年度に注力する全興連の事業といたしましては、このプロジェクターやサーバーの買い替えで、非常にご苦労なさっている興行会社様もあるかと思いますので、その事業支援の一助になればと考えております。一連の事業の手続きや時期が決まりましたら説明会等を開催し、組合員の皆様には、積極的なご利用をお願いできればと思っております。

今年の映画業界も1月から3月あたりは厳しいかなと思いましたが、4月、5月のＧＷ興行で『名探偵コナン 隻眼の残像』や先日先行が始まりました『ミッション：インポッシブル／ファイナル・レコニング』、これから夏興行に向けて期待される作品が目白押しだと思っております。是非また全興連としてこの一年間、業界を盛り上げていければと思いますので、皆様ご協力のほどよろしくお願いいたします。本日はご参集いただきまして誠にありがとうございました。」

（前のページから）

います。１日目と２日目の各日１５０人限定で中高生を集め、ツーショット写真も撮ります。３日目には八村選手と名古屋ダイヤモンドドルフィンズの共同チーム対中高生のチームでエキシビジョンマッチを行います。また、この前の連休中にラスベガスで井上尚弥選手のタイトルマッチがあって、次は『９月にやります！』とおっしゃり、スポーツ紙はＩＧアリーナでやるそうだと書いています。コンサートは９月にスティングが来ますし、Ｋ-ＰＯＰのトップアーティストが年内にいくつか入っています。12月はフィギュアスケートのグランプリファイナル、年明けは東京ガールズコレクションもありますので、しっかり盛り上げていければと思っております。また、今日は是非、名古屋飯もご堪能いただきながら、名古屋の街を楽しんでいただければと思います。結びに本総会の成功と興行業界の益々のご発展、並びにご参集の皆様のご健勝、ご多幸、ご活躍を祈願いたします。」

■小嶋雅代　名古屋市保健所長

「名古屋にようこそお越し下さいました。本来でしたら広沢市長が皆様にお祝い申し上げるところでございますが、本会議中でして、メッセージを代読させていただきます。

この度、令和７年度、

全国興行生活衛生同業連合会の通常総会が名古屋市において盛大に開催されますことを心からお祝い申し上げます。また、全国から名古屋市にお越しになりました皆様も心より歓迎申し上げます。全国興行生活衛生同業組合連合会の皆様方におかれましては、昭和32年の創立以来、68年の長きに亘り、業界の発展のみならず、地域住民の公衆衛生の向上に大きく貢献していただいておりますことに深く感謝を申し上げます。また、娯楽、文化の身近な場所として、地域住民の生活を豊かにする上で、欠かせない役割を果たされてきたことに、深く敬意を表します。映画館、劇場等の興行場は、地域における身近で手軽な娯楽サービスの提供の場として、年齢や障がいの有無にかかわらず、全ての地域住民が楽しめる拠点としての機能を担っていただいております。皆様方におかれましては、賑わいの創出による地域の活性化にお力添えいただきますと共に、利用者が衛生的な環境で快適に興行を楽しめますよう、引き続き施設の衛生水準の維持・向上にご留意いただきますようお願い申し上げます。さて、名古屋市ではこの春から『優しい、新しい、大名古屋』をスローガンとしまして、名古屋ブランドを確立する取り組みも始めました。住みたい、働きたい、訪れたい、投資したい都市として、人や企業から選ばれ、持続的な発生、発展、成長が実現することを目的とした取り組みです。市井のあらゆる分野において高水準で調和のとれた都市の実現に努め、効果的な施策、事業により育まれる都市としての幅広い魅力や価値を市内外へ効果的にプロモーションすることで、名古屋ブランドとして確立することを目指して参ります。本市の魅力を紹介する名古屋市シティプロモーションサイト『やさなご』を公開いたしましたので、是非、ご覧いただき、名古屋の魅力に触れていただけますと幸いです。最後になりますが、本大会のご盛会並びに全国興行生活衛生同業組合連合会の益々のご発展と皆様方のご健勝を心から祈念いたしまして、お祝いの言葉とさせていただきます。名古屋市長広沢一郎。」

■大塚憲孝　厚生労働省健康・生活衛生局生活衛生課総括補佐

「大臣の出席が叶いませんでしたので、直接祝辞を披露させていただきます。

本日、全国興行生活衛生同業組合連合会通常総会がこのように盛大に開催されますことを、心からお慶び申し上げます。全興連及び各組合の皆様におかれましては、佐々木会長のリーダーシップの下、映画などの国民に幅広く親しまれる身近な娯楽を提供し、国民生活を豊かにすると共に、映画館などの衛生水準の向上にも大きく貢献いただいていることに、深く敬意を表します。また、本総会の開催にご尽力いた

だいた生活衛生同業組合愛知県興行協会の服部理事長をはじめ、関係者の皆様に対し厚く御礼を申し上げます。現在、大阪関西万博が開催されております。国内外から多くのお客様が来場し、最先端の技術に触れ、新たな体験と発見を楽しまれていることと思います。近年の映画界においても、４Ｄ技術の導入など、五感を刺激し、作品への臨場感を更に高める演出で、新たな体験を可能にする施設が増えていると伺っており、興行場営業者の皆様の創意工夫と更なる興行の活性化に期待しております。さて、物価上昇や人材確保など、生活衛生関係営業を取り巻く環境は厳しい状況が続いています。厚生労働省としては、興行場をはじめ、生活衛生関係事業者の皆様からの物価上昇等に対応できるよう、生活衛生の各連合会による価格転嫁の円滑化に向けた取り組みを支援すると共に、経営課題の解決に向けた専門家による伴奏型の相談支援等を進めて参ります。さらに、日本政策金融公庫による税制措置など業界の振興や収益力の向上等の支援に引き続き取り組んで参ります。現在、物価上昇を上回る賃金上昇の実現に向け、政府をあげて取り組んでおります。興行場営業者の皆様におかれましても、着実な賃上げにご協力いただきますよう、お願い申し上げます。本日、皆様がお集まりになり、組合の社会的使命を確認し、今後の活動目標を共有することは、業界の発展のためにも大変意義深いことです。皆様がたにおかれましては、連合会を中心に、持てる力を結集され、業界の一層の発展にご尽力いただくと共に、引き続き多くの方が楽しめる映画館作りを通じて、国民の暮らしを豊かにし、地域の活性化にお力添えいただきますようお願いいたします。結びになりますが、本総会のご成功と業界の益々のご発展、皆様がたの今後のご健勝とご活躍を心から祈念して私の挨拶といたします。厚生労働大臣福岡資麿。」

■伊東明彦　全国生活衛生同業組合中央会専務理事

「大森理事長がこちらに参ることができませんでしたので、お預かりしております祝辞を披露させていただきます。

本日、ここに全国興行生活衛生同業組合連合会による令和７年度通常総会東海・北陸大会が、全国から多数の関係者の皆様ご参集の下、ここ名古屋市において盛大に開催されますことを心よりお祝い申し上げます。新型コロナが収まって、海外からのお客様も増え、売上は概ねコロナ前の状況に戻りつつありますが、長引く原材料費などの物価高騰により、利益ベースで見ると、まだまだコロナ前に戻れない生活衛生事業者の多くは今なお、厳しい状況に置かれています。また、小規模事業者が中心の生活衛生業界は大企業との競争が続く中で、経営者の高齢化や

後継者不足問題、さらにはデジタル化の推進、賃金引上げなどの経営の改善が求められ、依然として厳しい課題の対応が続いています。このような中で、全興連並びに生衛組合の皆様には平素から当全国生活衛生同業組合中央会の組織活動や初期費用の追伸に力強いご支援とご協力を賜り、厚く御礼を申し上げます。国民の日常生活に密着した営業である生活衛生業が、衛生水準の維持向上を図りながら、経営基盤を評価し発展していくためには、個々の営業者のたゆまぬ努力はもちろんのことですが、その取り組みを支援する体制整備が不可欠です。このため、当中央会としては、16業種の全国生活衛生同業組合が一致団結して、生衛組合の組織強化、活性化を推進し、業界振興のための各種施策の拡充に引き続き取り組んで参る所存です。結びに本日、晴れの表彰の栄に欲されます皆様に対しまして、深く敬意を表しますと共に、貴連合会並びに参加組合の更なるご発展と、組合員の皆様のご健勝、ご活躍を心からお祈り申し上げまして、私の祝辞とさせていただきます。全国生活衛生同業組合中央会理事長大森利夫。」

なお、議事では次の諸議案が全て原案通り承認可決された。

1．令和６年度事業報告
2．令和６年度収支決算書、貸借対照表及び財産目録承認の件
3．令和７年度　事業計画（案）の件
4．令和７年度　会費賦課額変更（案）の件
5．令和７年度　収支予算（案）の件
6．令和８年度　通常総会の開催について
7．振興指針の改正があった場合の理事会一任の件

■令和７年度事業計画

全興連は厚生労働省が定めた興行場営業の振興指針に基づき、令和７年度において興行場の振興を目的とした活動を行う。

【興行場の衛生・安全について】▽施設の衛生・安全のための取り組みを支援し、感染症拡大の事態にも備え、迅速な対応ができるよう関係各所と連携を継続し、営業者による自主的な感染対策を行う。▽自然災害（地震・水害等）への認識を強め、発生を想定し、対処するための予防の啓蒙を継続する（発生時の避難・対応／建造物の耐震等）。

【振興事業について】▽非組合員の組合加入勧奨運動並びに非常設館における映画上映対策を行う。▽アフターコロナの現状を踏まえ、弱まるところに手を差し伸べ、全ての映画興行が回復となるプロジェクトを一丸となって推進し、回復から成長へと導く。▽映画館のファーストウィンドウ及び、ＤＶＤ／ブルーレイ、配信・放送等の二次利用の適正な開始時期が保たれるための取り組みを行う。▽映画鑑賞方法の多様化に対し、映画館での映画公開が維持されると共に、動員を減少させないために、スクリーンを使用した中継や非デジタル映画コンテンツの上映を積極的に推進する。▽青年部の活性化と後継者の育成を行う。▽組合功労者並びに優良従業員の積極的な顕彰を行う。▽映画制作の持続可能性のために、日本映画制作適性化機構の理念を推進し、支援する。▽少子高齢化の人口減少に対応するため、特に幼少期の映画体験の機会を増やし、持続化するための事業に取り組む。▽ミニシアター部会を設置し、より現場に近い意見集約を行い業界の発展を目指す。

【関係省庁・外部団体への働きかけについて】▽危急の事態においては、政府及び自治体に対して事業継続に向けた支援を求める。▽（社）日本音楽著作権協会との契約の際には、業界全体の利益を優先に交渉にあたる。▽㈱日本政策金融公庫の融資制度の連絡、借入者に対する支援を行う。▽各都道府県の自治体とさらなる連携が図れるように組織強化を図る。

【法令・規制遵守について】▽都道府県に制定されている「青少年の健全な育成に関する条例」及び、映倫の「レーティング指定」を遵守する。▽組合員の振興・経営環境の安定化を図るため、自主規制指導センターを設け、各組合の自主規制指導員の活動を支援する。▽外国映画を上映する際は、ＪＡＳＲＡＣへ上映使用料が処理され、使用許諾が得られているかを確認する。未処理の場合は、配給会社に差入書の提出をするよう求める。▽「映画の盗撮の防止に関する法律」に基づき、盗撮防止措置への取組みを行う。

【興行場におけるサービス向上に関して】▽地域社会の福祉の増進（特に高齢者・障害者に対するバリアフリー及び補助犬）に関する事業を行う。▽体感型シアターなどの次世代上映システムに関する研究を行う。

【興行関係諸団体との連携に関して】▽「映画館に行こう！」実行委員会の事業に参画する。▽国立映画アーカイブの「優秀映画鑑賞推進事業」を促進するため関連団体と協力する。▽「映画の日」記念行事には全面的に参加、協力する。

【その他】その他上記に付帯する事業を行う。

■来年度通常総会の開催については、東北ブロック協議会の担当により開催される。

第56回全興連会長表彰等を発表
全国興行自由国民会議総会開催

全興連令和７年度通常総会で、恒例の「全興連会長表彰」と「厚生労働省医薬・生活衛生局長表彰式」の受賞者、また「春の褒章」受賞者が報告された。各受賞者は次の各氏。

■第56回「全興連会長表彰」受賞者（氏名、所属組合名の順）

▽中西三郎（全国）
▽岩本英夫（東京）
▽保苅茂（神奈川）
▽久我誠（福岡）

■第44回「厚生労働省健康・生活衛生局長表彰」（氏名、所属組合の順）

▽伊井彌州雄（福井）
▽上兼秀樹（東京）
▽福田泰介（広島）

■令和７年春の褒章（藍綬褒章）

▽吉岡一博（兵庫）

また、総会終了後、全国興行自由国民会議令和７年度総会が開催された。

■令和６年度事業報告書で主なものは次のとおり。

▽会員に関する報告＝会員数は15名（25口）。

▽会議に関する報告＝総会を令和６年５月21日、「鹿児島県鹿児島市　ＳＨＩＲＯＹＡＭＡ ＨＯＴＥＬ ｋａｇｏｓｈｉｍａ」にて開催。①令和５年度の事業報告書、並びに収支決算書を承認。②令和６年度の事業計画、並びに収支予算案を審議し、それぞれ原案通り承認、決定した。

▽事業の概要報告＝①国政補欠選挙、知事、市長選挙において、現地応援ならびに地元の生衛関係団体等に対する応援要請などの支援活動の協力を行った。②生衛業の振興及び発展に尽力をいただ

（次のページへ）

（前のページから）

いている生活衛生議員連盟に所属する、関係国会議員のセミナー、研究会、励ます会等に協力した。

③生じる諸問題（ＪＡＳＲＡＣとのインボイスの問題、字幕メガネの普及等）に対して、国会議員の協力を得ることで、解決を図った。

■令和7年度事業計画

1．興行業界の振興及び持続的な発展のため、都道府県の興行組合と連携をとりながら、全国生活衛生同業組合中央会政治連盟主導のもとに、生活衛生議員連盟に所属する議員との連携を強め、既存の支援助成制度の維持確保並びに興行界の各種要望の実現を図る。

2．業界の問題解決のため、全国生活衛生同業組合中央会政治連盟と連携のうえ、生活衛生議員連盟所属議員については、都道府県の興行組合の協力のもとに、そのセミナー、研究会、励ます会等へ積極的に協力し、政治活動を支援する。

3．起こりうる様々な諸問題の対処のため、生活衛生の枠にとらわれず、将来を見越してあらゆる分野での政治的な連携を図る。

各選挙に際しては、全国生活衛生同業組合中央会政治連盟と連携を図り、その活動を支援しつつ、地域における政治活動を推進する。

令和7年度全興連・青年部会

午後3時から全興連・青年部会を開催。美須アレッサンドロ青年部部長による令和6年度事業報告並びに令和7年度事業計画が報告された。

美須アレッサンドロ青年部長「3月末に青年部の活動がありました。今回は丸の内ＴＯＥＩが閉館の運びとなり、歴史のある映画館ですので、解体の前に是非、バックヤードツアーをしたいなと、開催いたしました。今年の活動に関しまして、何かアイデアがありましたら、是非この場で出していただければと思います。」

佐々木淳氏「オブザーバーの佐々木です。身体に障がいを持っているお子様やご家族が、なかなか映画館に観に行けないというお声があり、先日、ＮＰＯ法人のＡＹＡインクルーシブ上映会というのを愛媛県で開催いたしました。この上映会が取り上げられまして、結構反響がありました。ＮＰＯ法人の講演を聴くというのも、案としてあるのかなと思います。」

美須アレッサンドロ青年部長「ママズシアターなど赤ちゃんか騒いだりするので、同じ環境の方がみんなで観れば問題ない、というかたちで開催もしたりしていますけれども、障がい者の設備とはどうあるべきかという話が去年くらいからありますので、大変興味深いお話だと思います。」

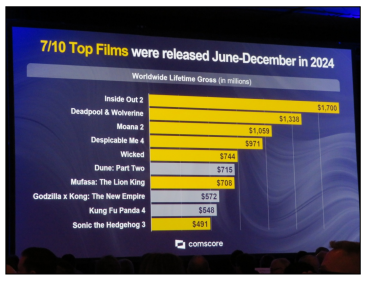
中島智彦事務局長「ＡＹＡインクルーシブさんの件ですが、2月に東京都で補助金をもらって活動を行っております。この後、総会でも提案しますけれども、全国の補助金も申請を出しているところです。佐々木さんからお話があったように、今まで映画館に行くことを躊躇されていた方も、一緒に観られて良かったという感想も出ていますので、入場人数の底上げにもつながるのかなと思いますので、非常に良い活動だと認識しております。」

柳裕淳氏「青年部のルールみたいなものを改めて見直したいなと思っております。定款みたいなもので、青年部はこうですみたいな。50歳までですとか、青年部長は1人、副部長は8人という設定になっているらしいです。現状はきちっとしたものは難しいと思いますので、青年部主催で勉強会を開催する時に、どうぞ皆さん好きに来てくださいという連絡網みたいなものがあれば、集まりやすいですし、実際年々、経営に携わったりする人たちが青年部の会に増えてきている印象があるので、年内に一度、相談したいなと思っております。」

インターナショナル・デイ基調講演
ＣｉｎｅｍａＣｏｎ２０２５速報③

米ラスベガスで3月31日から4月3日まで開催された映画興行者向けコンベンション「ＣｉｎｅｍａＣｏｎ２０２５」。初日に行われたインターナショナル・デイでは、興行会社と配給会社の代表者による基調講演が実施され、業界の現状と今後の展望が語られた。

プログラムの冒頭では、米調査会社ＣｏｍＳｃｏｒｅによる２０２４年の興行市場概況が発表された。24年の世界興収は３０３億ドルとなり、内訳は北米市場が87億ドル、国際市場が２１６億ドルだった。年間を通じた動向をみると、旧正月シーズンに世界的な盛り上がりを見せたものの、通年では起伏のある展開となったが、年末にかけては回復傾向が強まり、『モアナと伝説の海2』『ウィキッド　ふたりの魔女』『グラディエーターⅡ 英雄を呼ぶ声』など話題作の公開が市場を押し上げた。実際、年間トップ10作品の内7本が6月から12月にかけて公開され、興行成績を大きく牽引し、特に感謝祭の週に公開された『モアナと伝説の海2』は記録的なヒットとなり、米国内興収は年初の予測（80～82億ドル）を上回る87・45億ドルに到達した。25年は第2四半期以降も有力作が控えており、市場全体のさらなる成長が期待されている。

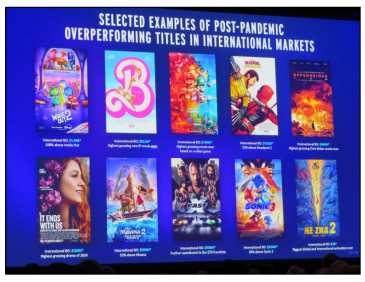


興行側の視点
劇場体験意義

■興行会社代表＝ヴァルミール・フェルナンデス氏（シネマーク・インターナショナル代表）

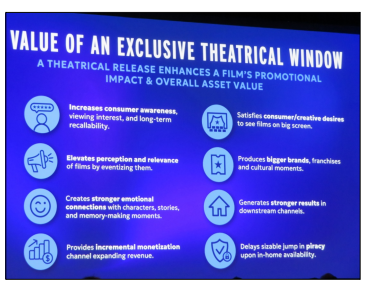
「映画鑑賞が世代を超えて共有される体験だという普遍的な魅力は、世界中の人々が劇場という空間で共に感動を味わい、没入するという純粋な熱意によって支えられている。現在、映画業界は回復の途上にあり、劇場が文化的に果たす重要な役割が改めて認識されている。スタジオが大画面での公開を支援することは、映画というユニークな表現形式に対する誠実な姿勢を示している。同時に業界が依然として困難な状況に直面していることも否定できず、この夏公開の強力なラインナップにより、回復の兆しが見られることを期待している。

データによると、国際市場は北米市場を上回るペースで回復しており、世界興収の3分の2以上を占める国際市場の健全性が、業界全体にとって極めて重要であることを示している。中でも注目すべきは、ラテンアメリカの回復の速さである。経済的に厳しい状況であっても、人々が映画館に足を運び続けている事実は、この地域における映画文化の根強さを物語っている。また、物価高の国々においても映画館は数時間の娯楽として適正価格を提供し続けており、世界映画館連盟（Ｇｌｏｂａｌ Ｃｉｎｅｍａ Ｆｅｄｅｒａｔｉｏｎ）の調査では、72％の観客が『映画館は映画鑑賞に対して良い価値を提供している』と回答している。さらに、主要作品の国際収益割合は２０１９年以降で2ポイント増加し、現在では62％に達している。この数字は、国際市場での認知が拡大していることを示し、多様な国際観客に対応した作品作りの必要性を強調している。興収の回復は、パンデミック前を超える動員を記録した複数の作品によって支えられている。ファミリー向けの『ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービー』や『インサイド・ヘッド2』、『ワイルド・スピード／ファイヤーブースト』といったアクション映画など、ジャンルや規模、観客層を問わず、広範な作品が成功を収めている。また、公開作品数が減少する中、代替コンテンツが重要な役割を果たしており、２０２０年には全世界興収の10％以上を占めるまでに成長した。これにより、観客が依然として映画館体験を求めていることが明らかとなった。映画館は、観客を新たな世界へと連れて行く没入感を提供し続けており、これは情報や映像だけでは決して代替できない体験である。特にプレミアム・ラージ・フォーマット（ＰＬＦ）、デジタル３Ｄ、モーションシート、スクリーンＸなどの技術が観客の感覚を刺激し、興行成績を後押ししている。ＰＬＦスクリーンからの収益は、パンデミック前と比べて４００ベーシスポイント上昇し、全体の13％に達している。スタジオや映画監督も、映画館での公開が作品全体の価値を高めることを強く認識しており、劇場公開に対する投資や注力が強まっている。これは単に観客の希望を満たすだけではなく、映画のブランド形成、消費者との感情的繋がり、そして将来的な収益にも好影響を与える要素である。映画館での公開は、プレミアム感、認知度、品質といった要素が観客にとって重要であり、『映画を観に行くこと自体が楽しみである』と多くの人が感じている。この傾向はストリーミングサービスが成長しているにも関わらず、劇場体験が依然として高く評価されていることを示している。25年には広範囲公開作品の回復が進み、パンデミック前の水準の約90％に達する見込みで、26年には更なる回復が期待されている。注目すべきは、こうした作品が大手スタジオだけでなく、Ａｍａｚｏｎ、Ａ24、ＮＥＯＮといった新興配給会社からも供給されている点だ。



この回復を確実なものとするためには、スタジオの協力が不可欠であり、3つの分野が特に重要である。第一に『一貫した公開スケジュールと作品データの提供』が求められる。観客調査によれば、来場の最大の障壁は『魅力的な作品の不足』であり、特にノミネート作品や恋愛映画、ドラマのジャンルでその傾向が強い。一貫性のあるスケジュールと多様なジャンル提供により、映画館は日常的な娯楽として再認識され、動員が促進される。第二に全ての作品に対して、『映画館で観るべき』という明確なメッセージを伴ったマーケティング活動が不可欠である。例えば『ワイルド・スピード／ファイヤーブースト』のグローバルキャンペーンでは、多様な文化圏で『劇場で観るべき作品』という印象を強調し、多くの観客を引きつけた。『デューン 砂の惑星 ＰＡＲＴ２』では、ラテンアメリカ市場においてＳＦではなくラブストーリーの側面を前面に出すことで、観客層の拡大に成功した。第三に映画は一定期間、劇場独占で公開されるべきである。例えばラテンアメリカでは45日間のウィンドウが一般的となっており、映画の認知度と興収を高める効果をもたらしている。このようなウィンドウの一貫した設定は、消費者の混乱を防ぎ、全体のメッセージを明確にするためにも極めて重要である。

映画館運営者もまた、動員数と興収の長期的な最大化に向け、品質の高い映画館体験を提供する責任がある。プレミアム・ラージ・フォーマットやリクライニングシートの導入、映像・音響技術の向上、魅力的な飲食メニュー、そして顧客の体験をよりスムーズにすることが映画館体験の向上に直結する。さらに、適切な価格設定を維持し、インフレや経済状況に応じた柔軟な対応が求められる。来場が落ち込む時期には、特別イベントや映画祭、価格戦略を通じた観客動員も有効だ。オムニチャネル戦略も重要であり、顧客データや多様なプラットフォームを活用することで、より広い層に効果的なプロモーションを展開できる。リワード制度や割引、個別プロモーションの導入により、リピーターやロイヤルカスタマーとの関係を強化することが可能で、実際、全世界で２４００万人以上のロイヤルカスタマーにアクセス可能な状況にある。



２０２５年の映画カレンダーは、作品数の増加と多様なジャンル構成により、希望に満ちた展望を与えてくれる。さらに26年には、人気フランチャイズの続編を含む多くの新作が公開される予定で、映画体験の未来は明るい。最後に、今後数日間に紹介される新たなコンテンツと共に、皆さんと協力し、『映画館での魔法のような体験』を創り出す旅を共有できることを心より楽しみにしている。」

観客の変化と多様性に対応

■配給会社代表＝スティーブン・バジル・ジョーンズ氏（ソニー・ピクチャーズ・エンタテインメント国際マーケティング担当ＥＶＰ）

「私は配給の立場から、過去1年半に亘って世界各地で見てきた映画市場の変化と課題について述べたいと思う。出張先はバンコク、オークランド、リヤド、中東諸国、ラテンアメリカ、メキシコシティ、サンパウロ、さらには西ヨーロッパの主要国など多岐に渡った。その中で、地域を超えて共通する多くの要素が見えてきた。まず特筆すべきは『映画館で観る価値のある作品』という概念の変化である。２０２５年現在、観客は映画を劇場で観るか家庭で観るかを自由に選び、いずれも成功し得る時代に入った。かつてのように『映画館で観ること』が当然ではなくなり、大作がますます興行的に成功する一方で、中規模作品は縮小傾向にある。現在は観客がリスクを避け、時間やコストを考慮して鑑賞する傾向が強まっている。そのため、映画は『体験』や『社交の場』としての価値を備えていなければ観客の選択肢に入らない。作品には『新しさ』や『鮮度』が求められるが、それは同時にリスクと隣り合わせでもある。『馴染み』が安心感を与える一方で、『陳腐』と捉えられる可能性もあるため、バランス感覚が重要だ。

観客層についても変化が見られる。若年層は子供を連れて映画館に戻りつつあり、再び映画を見分ける嗅覚を発揮している。一方、高齢層はまだ完全には戻っていないが、良い提案があれば復帰の可能性は高い。複雑で未知の作品であっても、それが『イベント』として成立すれば観客は集まる。反対に単なる『作品』として提供された場合には無視されるリスクを伴う。この変化の背景には、コロナ以降の生活様式の変化がある。自宅で高品質な映像コンテンツを楽し

（次のページへ）

（前のページから）

むことが当たり前となった今、観客は『わざわざ出かけて観る価値があるかどうか』を厳しく判断するようになった。現代の観客は『映画が観たいから』ではなく、『観なければ取り残される』というＦＯＭＯ（フィア・オブ・ミッシング・アウト＝見逃しへの恐怖）によって劇場に向かう。つまり映画は単なる『作品』ではなく、『体験』であり『思い出』になるものでなければならない。『感情への共感』や『確実な満足』が求められ、それを提供できるかが鍵だ。

次に配給側の課題について述べる。世界映画館連盟が昨年実施した調査では、６万８千人以上の観客から回答を得ており、多くの示唆を含んでいた。特に観客は、『より多様な作品』を求めていることが明らかになった。公開本数と興行成績には相関があり、２０２５年から26年にかけての本数が、２０１９年の水準に回復するという予測は心強い。但し重要なのは数ではなく質、つまり観客の欲求に応える内容であるかどうかが求められる。

どのような映画を作るべきか。それには『商業性』と『挑戦』のバランスが欠かせない。映画館に行くことが特別な行動になっている今、一度離れた習慣を取り戻すのは容易ではない。世界映画館連盟の報告では、ジャンルの『多様性』がはっきりと求められている。全世代に共通して人気なのは、アクション、アドベンチャー、コメディ、サスペンス。特に35歳以上や60代以上には、ドラマやロマンスのニーズが高く、男女で好みに明確な違いもある。我々の公開ラインナップを見ると、アクションやアドベンチャー、ホラーの供給は充実している。コメディも整ってはいるが、２０２６年まで勢いを保つ工夫が求められる。皆で笑える映画体験、例えば『メリーに首ったけ』や『ブライズメイズ』『ミート・ザ・ペアレンツ』のような作品が求められているのだ。一方で、女性向けのロマンスやドラマは供給不足が続いている。

観客は配信や上映スケジュールの混乱にも直面している。ウィンドウの短縮化に関する明確な指針が必要で、マーケティングも重要な課題である。予算を単に増やすのではなく、ターゲットを正確に捉えた統合的キャンペーンが求められる。幸いにも、最も影響力のあるマーケティング資産は今も『予告編』である。観客は『誰と、どこで観るか』を予告編を通して決めているのだ。しかし、予告編の時間帯が広告に侵食され、観客の多くが上映開始から20分から30分後に入場している現状では、その貴重な機会を逃している。今後はＹｏｕＴｕｂｅやＳＮＳ、オンライン動画がテレビ広告に代わる主要なツールとなる。多様なプラットフォームに対応したクリエイティブ戦略が求められる。

最後に、これは配給だけでなく、興行側への提案でもあるが、観客の体験価値を高めるためには、いわゆる『３つのＳ』とされる座席（Ｓｅａｔｓ）、視覚（Ｓｉｇｈｔ）、音響（Ｓｏｕｎｄ）への継続的な投資が不可欠である。プレミアムかつ多様なサービス提供によって、映画館が『観たい映画を観る場所』として唯一無二の存在であり続けることが必要だ。要するに、これからの映画界には次の４つが不可欠である。①映画の多様性の確保、②観客が戻りたくなる作品作り、③スマートかつターゲットを捉えたマーケティング、④映画館という場の魅力の再構築。これら全てが整えば、映画の未来は再び輝きを取り戻すはずだ。」

「第78回カンヌ国際映画祭」受賞結果
最高賞はイランのＪ・パナヒ監督作

「第78回カンヌ国際映画祭」が現地時間5月24日に閉幕し、コンペティション部門の最高賞にあたるパルムドールには、イランのジャファル・パナヒ監督が自身の投獄体験を基にした「イット・ワズ・ジャスト・アン・アクシデント（英題）」が輝いた。

パナヒ監督はイラン政府から自国での映画製作を禁じられるなど抑圧を受けながらも映画を作り続け、ベルリン、ヴェネチアを含む世界３大映画祭全てで最高賞を制覇した。「イット・ワズ・ジャスト～」は、小さな災難が引き金となり、連鎖的に問題が大きくなっていく顛末を描いている。本年度は審査員長を俳優のジュリエット・ビノシュが務め、審査員にはハル・ベリー（俳優、ジェレミー・ストロング（俳優、ホン・サンス（監督）らが名を連ねた。なお、日本からコンペティション部門に出品されていた早川千絵監督作「ルノワール」は惜しくも受賞を逃し、映画学校の学生たちによる作品を対象としたラ・シネフ部門で田中未来監督作「ジンジャー・ボーイ」が３等賞を受賞した。

▽パルムドール（最高賞）＝「イット・ワズ・ジャスト・アン・アクシデント（英題）ジャファル・パナヒ監督、イラン／フランス／ルクセンブルク）。

▽グランプリ＝「センチメンタル・ヴァリュー（英題）」（ヨアキム・トリアー監督、ノルウェー／フランス／デンマーク／ドイツ）。

▽審査員賞＝「シラート（原題）」（オリヴァー・ラクセ監督、スペイン／フランス）、「サウンド・オブ・フォーリング（原題）」（マシャ・シリンスキ監督、ドイツ）。

▽監督賞＝クレベール・メンドンサ・フィリオ（「ザ・シークレット・エージェント（英題）」、ブラジル／フランス／オランダ／ドイツ）。

▽脚本賞＝ジャン＝ピエール・ダルデンヌ＆リュック・ダルデンヌ（「ヤング・マザーズ（英題）」、ベルギー／フランス）。

▽女優賞＝ナディア・メリティ（「ザ・リトル・シスターズ（英題）」、フランス／ドイツ）。

▽男優賞＝ワグネル・モウラ（「ザ・シークレット・エージェント（英題）」、ブラジル／フランス／オランダ／ドイツ）。

▽特別賞＝ビー・ガン監督（「リザレクション（英題）」、中国）。

全米週末ランキング（5月16日～6月8日）

コムスコア調べ

■5月16日～18日

人気ホラー「ファイナル・デスティネーション」の最新作「Ｆｉｎａｌ Ｄｅｓｔｉｎａｔｉｏｎ Ｂｌｏｏｄｌｉｎｅｓ」が初登場１位に輝いた。シリーズ第６弾は家族を呪う死の運命と対峙する大学生を描き、前作から14年を経て公開された。この他新作では、ミュージシャンの〝ザ・ウィークエンド〟ことエイベル・ステファイが初主演したスリラーが６位にランクイン。７位には、ティム・ロビンソンとポール・ラッドが隣人同士を演じるダークコメディが、60館での公開ながらランクアップして初登場。10位には、毎年恒例となっている「スタジオ・ジブリ・フェスト」の１作品として上映された宮崎駿監督作「魔女の宅急便」が入った。

■5月23日～25日

暴れん坊のエイリアンと両親を亡くした少女を主人公にしたディズニーの人気アニメーションを実写化した「リロ＆スティッチ」（ディズニー配給）が、メモリアル・デイの週末記録を塗り替える好成績で初登場１位に輝いた。２位にはトム・クルーズ主演アクション最新作「ミッション：インポッシブル／ファイナル・レコニング」（東和ピクチャーズ配給）が、シリーズ史上最高のオープニング成績でランクインした。この他新作は、６位にエンジェル・スタジオ製作、ジョン・アヴネット監督のドラマ「Ｔｈｅ Ｌａｓｔ Ｒｏｄｅｏ」が初登場した（なお、累計興収は5月26日（月・祝）を含んだ成績）。

■5月30日～6月1日

「リロ＆スティッチ」が２週連続で１位を獲得。「ミッション：インポッシブル／ファイナル・レコニング」も２位を維持した。新作では、３位に「ベスト・キッド：レジェンズ」（ＳＰＥ配給、８月29日公開）が初登場。オリジナル版で主人公を演じたラルフ・マッチオとリブート版でカンフーの師匠を演じたジャッキー・チェンが初共演している。５位には「ＴＡＬＫ ＴＯ ＭＥ トーク・トゥ・ミー」のダニー＆マイケル・フィリッポウ兄弟監督によるホラー作品がランクイン。また、〝ＢＴＳ〟のメンバーであるＪ-ＨＯＰＥが京セラドーム大阪で５月31日に行ったライブの全世界配信も10位に登場した。

■6月6日～8日

「リロ＆スティッチ」が３週連続で１位をキープした。２位にはキアヌ・リーブス主演アクション「ジョン・ウィック」シリーズのスピンオフ作品「バレリーナ：Ｔｈｅ Ｗｏｒｌｄ ｏｆ Ｊｏｈｎ Ｗｉｃｋ」（キノフィルムズ配給、８月22日公開）が初登場。監督はレン・ワイズマン、主演はアナ・デ・アルマス。６位には拡大公開されたウェス・アンダーソン監督、ベニチオ・デル・トロ主演最新作「ザ・フェニキアン・スキーム（原題）」（パルコ配給、９月19日公開）がジャンプアップしてランクイン。８位には龍幸伸原作の人気ＴＶアニメ「ダンダダン」の７月から配信される第２期序盤エピソードが上映され初登場した。

《全米週末ランキング（5月16日～5月18日）》

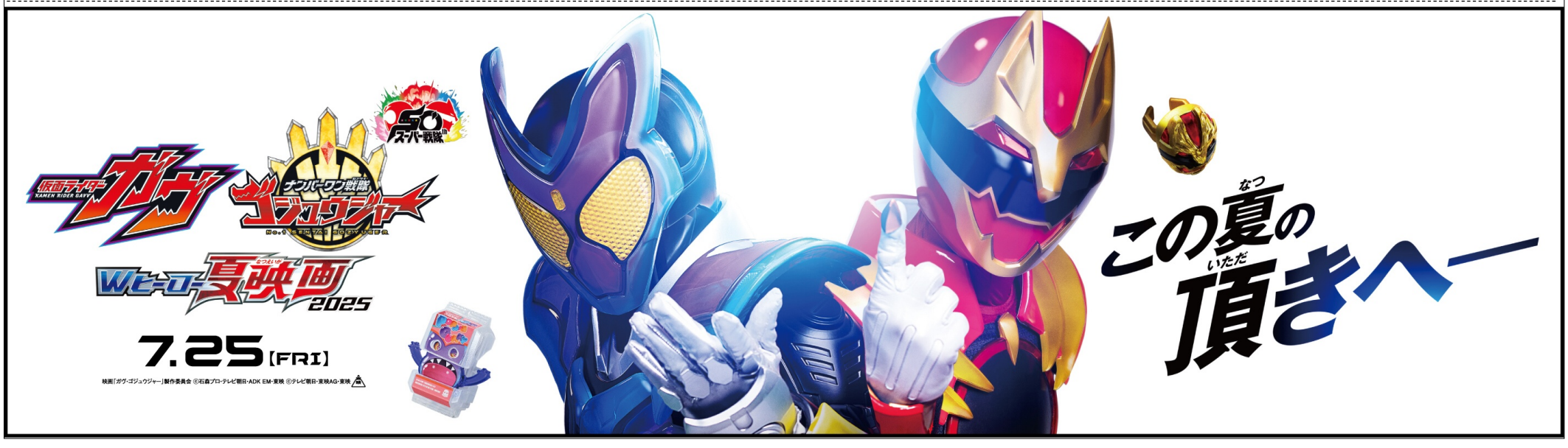
	作品	全米配給	週末＄	%	週	館	Ave	累計＄
1	Final Destination Bloodlines	WB	51,600,106	0%	1	3523	14,647	51,600,106
2	サンダーボルツ*	ディズニー	16,646,774	−49%	3	3960	4,204	155,538,417
3	罪人たち	WB	15,202,248	−31%	5	3518	4,321	240,572,795
4	マインクラフト／ザ・ムービー	WB	5,950,054	−22%	7	3357	1,772	416,720,013
5	The Accountant 2	アマゾンMGM	4,778,283	−29%	4	3229	1,480	58,891,629
6	Hurry Up Tomorrow	ライオンズゲート	3,312,692	0%	1	2020	1,640	3,312,692
7	Friendship	A24	1,398,030	214%	2	60	23,301	2,041,186
8	Clown in a Cornfield	IFCフィルムズ	1,355,202	−63%	2	2277	595	6,351,981
9	Until Dawn	ソニー	811,159	−58%	4	1706	475	19,634,190
10	魔女の宅急便（スタジオ・ジブリ・フェスト2025）	ファゾム・イベンツ	765,256	0%	1	1062	721	765,256

《全米週末ランキング（5月23日～5月25日）》

	作品	全米配給	週末＄	%	週	館	Ave	累計＄
1	リロ＆スティッチ	ディズニー	146,016,175	0%	1	4410	33,110	182,600,626
2	ミッション：インポッシブル／ファイナル・レコニング	パラマウント	64,036,428	0%	1	3857	16,602	79,041,120
3	Final Destination Bloodlines	WB	19,348,996	−63%	2	3523	5,492	94,279,971
4	サンダーボルツ*	ディズニー	9,691,478	−42%	4	3180	3,047	174,420,580
5	罪人たち	WB	8,630,371	−43%	6	2632	3,279	258,780,497
6	The Last Rodeo	エンジェル・スタジオ	5,426,885	0%	1	2205	2,461	6,936,725
7	Friendship	A24	4,591,384	228%	3	1055	4,352	8,391,255
8	マインクラフト／ザ・ムービー	WB	2,196,098	−63%	8	2087	1,052	421,548,135
9	The Accountant 2	アマゾンMGM	2,031,647	−58%	5	2002	1,014	63,600,662
10	Hurry Up Tomorrow	ライオンズゲート	688,023	−79%	2	1508	456	4,919,215

《全米週末ランキング（5月30日～6月1日）》

	作品	全米配給	週末＄	%	週	館	Ave	累計＄
1	リロ＆スティッチ	ディズニー	61,808,626	−58%	2	4410	14,016	278,930,108
2	ミッション：インポッシブル／ファイナル・レコニン	パラマウント	27,218,020	−57%	2	3861	7,049	122,536,128
3	ベスト・キッド：レジェンズ	ソニー	20,302,016	0%	1	3809	5,330	20,302,016
4	Final Destination Bloodlines	WB	10,900,678	−44%	3	3134	3,478	111,814,740
5	Bring Her Back	A24	7,132,548	0%	1	2449	2,912	7,132,548
6	罪人たち	WB	5,270,988	−39%	7	2138	2,465	267,133,256
7	サンダーボルツ*	ディズニー	4,790,816	−51%	5	2520	1,901	181,849,601
8	Friendship	A24	2,478,345	−46%	4	1293	1,917	12,278,064
9	The Last Rodeo	エンジェル・スタジオ	2,160,122	−60%	2	1995	1,083	10,767,307
10	j-hope Tour 'HOPE ON THE STAGE' in JAPAN: LIVE VIEWING	トラファルガー・リリーシング	942,088	0%	1	631	1,493	941,214

《全米週末ランキング（6月6日～6月8日）》

	作品	全米配給	週末＄	%	週	館	Ave	累計＄
1	リロ＆スティッチ	ディズニー	32,362,543	−48%	3	4185	7,733	335,658,888
2	バレリーナ：The World of John Wick	ライオンズゲート	24,501,663	0%	1	3409	7,187	24,501,663
3	ミッション：インポッシブル／ファイナル・レコニング	パラマウント	14,824,742	−46%	3	3496	4,240	149,041,695
4	ベスト・キッド：レジェンズ	ソニー	8,565,174	−58%	2	3859	2,220	35,305,990
5	Final Destination Bloodlines	WB	6,449,881	−41%	4	2867	2,250	123,514,504
6	The Phoenician Scheme	フォーカス・フィーチャーズ	6,271,652	1019%	2	1678	3,738	7,003,730
7	Bring Her Back	A24	3,410,635	−53%	2	2425	1,406	13,997,135
8	Dan Da Dan: Evil Eye	GKIDS	3,188,577	0%	1	1085	2,939	3,188,577
9	罪人たち	WB	2,824,813	−46%	8	1518	1,861	272,545,361
10	サンダーボルツ*	ディズニー	2,420,645	−49%	6	1955	1,238	186,413,438