

## はじめに

カルチャーとしての映画、アートとしての映画はこれからも細々と続いていくだろう。しかし、産業としての映画、とりわけ20世紀中盤から長らく「大衆娯楽の王様」であり続けてきたハリウッド映画は、確実に終焉しゆうえんへと向かいつつある。

アメリカのメジャースタジオが製作する娯楽映画、いわゆる「ハリウッド映画」を習慣的に観てきた人なら、2020年代に入ってから日本で劇場公開される作品の本数が極端に減少していることに気づいているだろう。2020年代は新型コロナウイルスの世界的なパンデミックとともに幕を開けた。日本でも一時期はほとんどの映画館が休業を余儀なくされて、営業を再開してからも一部のメガヒット作品を除いて映画館への客足はなかなか戻らなかった。新型コロナウイルスの影響は、当然のように世界各地で撮影されてきたハリウッド映画の制作体制にも及んだ。もしかしたら、「ハリウッド映画の劇場公開が減っているのは、その影響がまだ

続いているからではないか？」と思っている人もいるかもしれない。しかし、新型コロナウイルスは、時計の針を少しだけ早く先に進めるきっかけとなったに過ぎない。

映画というアートフォームが、テレビシリーズやアニメーション作品やドキュメンタリー作品といったほかの映像コンテンツと同じように、俗に言う「ストリーミング戦争」の波に巻き込まれることになるのは時間の問題だった。先行するネットフリックスやアマゾンプライムビデオやHuluに続いて、北米でディズニープラス、HBOマックス、アップルTVプラスをはじめとする大手ストリーミングサービスが出揃ったのが2020年。各プラットフォームが社運をかけて体制を整備し、過去の映画やテレビシリーズの配信権を囲い込み、数々の新しいキラーコンテンツの配信を準備していたところにちょうどやってきたのが、新型コロナウイルスのパンデミックだった。北米では映画館の休業が長引いたこともあって、2020年から2021年にかけて多くのメジャースタジオ作品やインディペンデント作品の権利が各ストリーミングサービスに売却されて、配信での公開となった。それが映画会社の一時的な損失を最小限にとどめる唯一の方法だったからだ。

しかし、新型コロナウイルスの感染拡大が落ち着いて（あるいは、それを許容するという社会的

コンセンサスができた) 2022年になっても、劇場公開されるハリウッド映画の作品数がそれ以前の水準に戻ることはなかった。そして、それは2023年以降も変わらないことが見込まれている。

具体的に数字を挙げていこう。サム・ライミ版の『スパイダーマン』1作目、スター・ウォーズのプリクエル3部作の2作目『スター・ウォーズ/クローンの攻撃』、ハリリー・ポッター・シリーズの2作目『ハリリー・ポッターと秘密の部屋』などが大ヒットを記録した2002年。ハリウッドのメジャースタジオは約140本の新作を劇場公開し、映画界全体では北米だけで約15億7500人の年間観客動員を記録した。一方、2022年に劇場公開されたメジャースタジオ作品は73本、北米の年間観客動員は約8億1200人だった。<sup>\*1</sup>つまり、この20年で公開本数も観客動員もほぼ半減しているわけだ。ちなみに2023年に劇場公開されるメジャースタジオ作品は2022年とほぼ同じ77本となる<sup>\*2</sup>ことが見込まれている。

さらに深刻なのは、その中身だ。140本から七十数本へと製作本数が半減することで、真つ先に削減されるのは、シリーズものではない作品、監督の作家性の強い作品、オリジナル脚本の作品といった興収の予測が立ちにくい作品だ。また、これまで若手監督の登竜門となってきた比較的製作予算の低いホラーやコメディなどのジャンルムービーの製作本数も、メジャー

スタジオ作品は近年減少傾向にある。

現状、大手ストーリーミングサービスによって配信されるオリジナル映画やテレビシリーズがそうした作品や作家の新たな受け皿となっているわけだが、メジャースタジオ作品のように製作予算の中に宣伝費が組み込まれて、作品ごとに世界中で周到なプロモーションがおこなわれることがないので、賞レースなどに絡めない大半の作品は、能動的に情報を取りに行く一部の視聴者にしか届かない。また、配信プラットフォームのオリジナル作品、あるいは配信プラットフォームが映画会社から独占配信権を買い取った作品は、再生回数が興行成績やソフトのセールス数のように開示されることがなく、配信後はどんなに作品がヒットしてもクリエイターや役者に利益が分配されることはない。そもそも、その利益を作品ごとに数値化すること自体が不可能なのだ。

結果として、メジャースタジオからリリースされる作品はシリーズもの（『フランチャイズ映画』ばかり、それも観客を呼べる有名スターたちが出演している作品が中心となり、年に数本のメガヒット作品が映画産業全体を支えるという傾向が年々強まっている。2021年に公開された作品で代表的なのは、北米歴代興収3位となった『スパイダーマン…ノー・ウェイ・ホーム』。2022年に公開された作品で代表的なのは、北米歴代興収5位となった『トップガ

ン・マーヴェリック』。歴代トップ5に入るような作品がここまで短期間に連続したのは異例のことだが、もしこの二つの作品がなかったら、パンデミック以降の映画館経営は北米だけでなく世界的にも壊滅的なことになっていただろう。

メジャースタジオが製作作品の「選択と集中」を徹底して、さらにそこで生き残った作品群の中から特定の作品に集客が極端なほど偏る。まさに新自由主義社会における「富の集中」と「格差」の問題そのままのことが現在の映画界で起こっているわけだが、実態はもう少し複雑な事情が入り組んでいる。

『スパイダーマン…ノー・ウェイ・ホーム』の配給はソニー・ピクチャーズ。『トップガン・マーヴェリック』の配給はパラマウント・ピクチャーズ（日本配給は東和ピクチャーズ）。ソニー・ピクチャーズは主要メジャースタジオで唯一、自社のストリーミングサービスのプラットフォームを持つことはないと公言しているスタジオで、パラマウント・ピクチャーズも北米などで展開しているパラマウントプラスのグローバル展開が遅れている。そんな2社の作品が世界中で突出したヒットを記録したのには「当分は映画館でしか観られない」という背景があった。

その一方、2020年から2022年にかけて、ディズニーやワーナーはいかに自社のストリーミングサービスの契約者の数を増やすかに経営の主軸をシフトして、自社作品の独占配信

公開や劇場公開との同時配信を推し進め、遅くても劇場公開から6〜7週間後にはほぼすべての作品を配信してきた。新作映画を製作して、宣伝して、劇場で公開して、その興行で一次収入を得る、というメジャースタジオのこれまでのビジネスモデルは、もはや自明のものではなくなっている。

そうした映画の産業構造そのものの激変期にあつて、必然的に映画の成り立ちや作品の内容も大きく変わってきた。トーマス・エジソンが個人のための映像視聴装置であるキネトスコップを発明してから130年。配信へのシフトによって、映画は大勢で「観る」ものから個人で「見る」ものへとある意味で先祖返りしつつある。その過程で、監督をはじめとする映画の送り手たちは、自らのアイデンティティを問われ、巨大企業のコマとなるか独立性を維持するかを選択を突きつけられ、一体いつまでこれまでのように映画を作ることができるとかについて逡巡<sup>しゆんじゆん</sup>し、映画というアートフォームの革新の必要に迫られている。

本書では「#MeToo」とキャンセルカルチャーの余波」「スーパーヒーロー映画がもたらした荒廃」「最後の映画」を撮る監督たち」「映画の向こう側へ」という4つのテーマから、それ

ぞれ4本の重要作品、もしくは象徴的な作品を取り上げて、その作品の内側と外側を検証しながら映画が置かれている現在地を明らかにしていく。その結論は書名に冠した通りだが、そこにいたるまでの各章では映画界の未来に向けた新しい視点や着目すべき兆候も提示している。で、結論のみに飛び付かずに最後まで付き合ってもらいたい。もちろん、ここで取り上げた16作品（すべての作品ではないが、ほとんどの作品は胸を張っておすすめてできる作品だ）の鑑賞の際の有益なガイドとなることも心がけた。