

藤井 真也 (ふじい・しんや) 先生

株式会社集英社 第6編集部 6編企画室室長

1983年 (株)集英社 入社

雑誌「non・no」、「COSMOPOLITAN」編集部で

音楽・映画・演劇など、エンターテインメント系の企画や記事を担当。内外の多数のミュージシャン、俳優、アーティスト、タレントをインタビュー取材。

2004年より、映画雑誌「ROADSHOW」副編集長。

2006年より、2008年11月21日発売の「ROADSHOW」最終号まで、同誌編集長を務める。

現在、集英社 第6編集部 6編企画室 室長。

エンターテインメントを中心とした書籍・ムックおよび新規ビジネスの企画開発を担当。



〈講義概要〉

映画雑誌「ロードショー」の休刊まで編集長を務めた集英社第6編集部6編企画室室長の藤井真也氏が、日本における映画産業について講義を行った。

講義では、詳細なデータを提示の上、洋画と邦画の比較やそれぞれの問題点、その理由などを様々な角度から分析した。特に、映画とメディアの関係性について分かりやすい例を挙げ解説し、問題を提起した。同時に、文化・産業・金融商品としての映画のあり方を示し、映画産業の今後の課題を考えるきっかけを与えた。

さらに、エンタテインメントとは「体感した人の心に喜怒哀楽の感情を起こし、他の人と共有できる感動を与えてくれるもの」であると定義し、エンタテインメント産業のあり方を示した。藤井氏の姿勢から、今市場で起こっていることを冷静に正しく分析し、今後につなげていくことの重要性が伝わる講義となった。

《受講生の感想》

映画市場が今苦戦しているという話は最近よく聞きますが、どうして苦戦しているのか、なぜ打開できないのかがわからない部分があったので、今日お話しいただいた講義でとてもよく理解することができました。 同志社女子大学・学芸学部・2 回生

映画はほかのメディアと激しい競争をしています。映画館でしか味わえないところがあると思います。ホームシアターとはまた一味違う大きいスクリーンや、映画館なりのサービスをもっと積極的にアピールしてほしい。制作者と協力して上映期間でしか見れない場面を流したり、DVD と同様の映画館限定の何かがあったら良いなと思います。

立命館大学・産業社会学部・2 回生

「映画産業」として「産業」という言葉がつくことから、やはりビジネスであり利益という部分が大きく関わるということを改めて痛感しました。年間800本以上もの映画が公開されている中で、人々に浸透される作品は本当に僅かであり、配給会社もほとんど同じで...私たちは本当にメディアに左右されて毎日を生きているのだと少し悔しい気持ちになりました。

龍谷大学・社会学部・4 回生

映画を見る時は、金額が高いこともあって「よく知っている」ものを選びがちだと自分で思います。それが良いことかどうかはわかりませんが、宣伝の影響の大きさというものを、ランキングなどを見て改めて感じました。また市場がつけもの規模ということも非常に驚きました。

立命館大学・産業社会学部・3 回生

テレビ局が制作に大きく加わっている作品はテレビ局のバックアップがすごいので興行がのびていることが、レジュメの興行ランキングからも読み取れました。以前の授業で360°ビジネスにエンタテインメント産業は移行しつつあると言っていたので、これからもプロダクションやレーベル、TV局が出資する映画が増えていくと思います。

立命館大学・文学部・3 回生

エンターテインメントとして、様々な人々のニーズにこたえ収益を生むことは大切だが、少なくとも映画監督は映画館で観せることを想定して映画を作っている。一番ダイレクトに受け止めることが一番いいに決まっている。やはり映画というエンターテインメントは、映画館にあると思う。

成安造形大学・デザイン学部・3 回生

