

エンターテインメントの魅力が凝縮した世界!

映画 に関わる仕事

取材・文/伊藤敬太郎 撮影/平山 諭 イラスト/桔川 伸

多様な分野のクリエイター・職人や
ヒットを仕掛けるビジネスのプロなどが活躍!

物語、映像、演技、音楽など、エンターテインメントのさまざまな要素を総合した映画の世界では、多様な分野のクリエイター・職人から、プロジェクトをまとめ、ヒットを仕掛けるビジネスのプロまで幅広く活躍。「製作」「配給」「興行」という映画産業のそれぞれのプロセスに、どのような会社・職種が関わっているのかを紹介しよう!

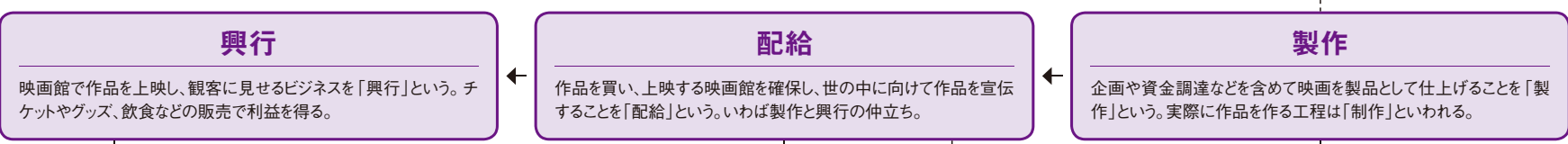
映画製作会社以外にも
映画作りに関わる会社は
たくさんある!

CG制作会社 実写映像やアニメのCGパート、VFX(特殊視覚効果)、フルCG作品などを専門的に制作。CGクリエイターなどが所属。	美術制作会社 映画、テレビ、舞台、イベントなどのセットや装飾、小道具の制作などを専門的に手掛ける。美術デザイナーなどが所属。
ポストプロダクション 撮影・作成した映像、録音した音声、作曲家が作った音楽などの素材を編集し、映画として完成させる。編集技師などが所属。	芸能事務所 俳優・タレントなどをマネジメントする事務所。担当マネージャーが、所属俳優のスケジュール管理や出演料交渉を行う。

●映画の製作に関わる主な仕事

映画の製作には専門性の異なる多くの職種が関わっている。下で紹介している他では、監督をサポートする助監督、照明、音響、編集などの技術職、映画音楽を手掛ける作曲家などがある。

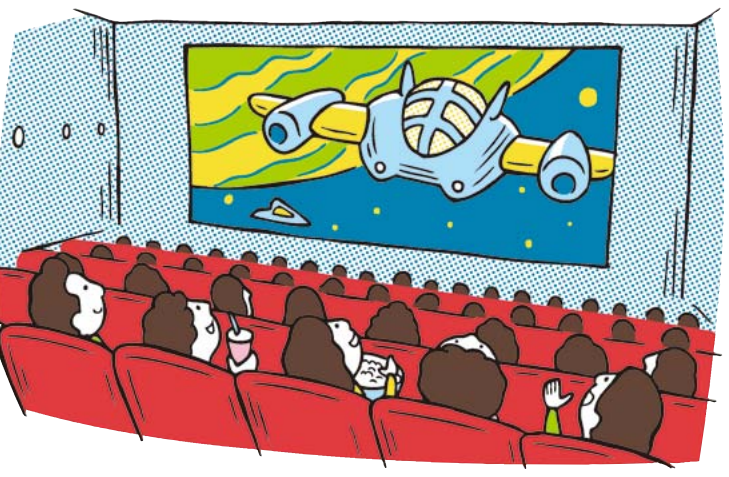
映画カメラマン 脚本のイメージに沿って映像を撮影する仕事。監督や美術・照明などのスタッフと話し合っ適切な構図やカット割、カメラワークなどを決め、専用のカメラを使って撮影する。	プロデューサー 映画製作プロジェクトのトップ。作品の企画から、資金調達、監督・脚本家などの主要スタッフ選び、出演者選び、製作工程全般の管理、配給会社との交渉まで仕事は多岐にわたる。
脚本家 シーンを説明する「ト書き」とセリフで構成される脚本(シナリオ)を執筆する専門家。映画のストーリーや人物造形を組み立てる重要な役割。フリーで活躍する人がほとんど。	映画監督 映画の撮影を統括する責任者。作品の方向性を決め、それに沿って俳優への演技、カット割、カメラワーク、美術、照明、編集などを指示。作品によっては、企画・脚本から携わることも。
俳優 脚本に沿い、監督の演出に従ってカメラの前で役を演じる。依頼を受けてキャスティングされる場合もあれば、自らオーディションを受ける場合もある。芸能事務所や劇団に所属。	美術スタッフ 監督の演出に沿って、撮影スタジオ内のセットなどを作る仕事。美術デザイナーがデザインし、大道具と呼ばれるスタッフが組み立てる。小物を用意するスタッフは小道具と呼ばれる。



映画興行会社 映画館を経営する会社。複数のスクリーンを持つ「シネコン」を経営する会社、大手映画会社の系列に属する会社、独自にミニシアターを運営する会社など、規模や経営スタイルは多様。	映画宣伝会社 映画配給会社から作品ごとに依頼を受け、宣伝戦略の企画・立案や、メディアで取り上げてもらうためのPRを専門に行う会社。この他、出演者を招いたイベントの企画や運営も手掛ける。	映画配給会社 映画の配給を手掛ける会社。東宝、東映、松竹などの大手グループは、配給だけでなく、製作・興行も行う。一方で、大手製作ではない魅力ある作品を発掘する個性的で小規模な配給会社もある。	アニメ制作会社 テレビ、映画、OVA(オリジナル・ビデオ・アニメーション)などのアニメ作品の企画・制作を手掛ける会社。アニメ専門の監督やアニメーターが所属。企画は行わず下請けに特化した会社もある。	映画制作会社 実写映画の企画・制作を手掛ける会社。プロデューサーや監督の他、助監督、映画カメラマンなどの制作スタッフが所属。映画配給会社や芸能事務所が映画製作を行うことも多い。
---	--	---	--	--

●映画の配給に関わる主な仕事

宣伝 作品ごとの宣伝戦略の企画、ポスター・チラシなどの作成、広告の出稿、メディアへのPRなどを行う。映画配給会社や映画宣伝会社で活躍。	営業 映画配給会社の営業担当。自社が配給する作品を上映してもらえるよう映画興行会社に売り込み、上映館数や上映期間などを交渉する。	買い付け 海外の映画祭などに出向き、洋画を日本で上映する権利を買う仕事。ヒットする作品を見抜く力や語学力が問われる。映画配給会社で活躍。
---	--	--



最新の業界事情

海外市場でも注目される
日本のアニメ映画

2016年の日本国内における映画の興行収入は2355億円(一社 日本映画製作者連盟調べ)。3年連続での上昇となった。なかでも『君の名は。』は国内で歴代4位となる大ヒットを記録し、大きな話題に。また、同作は中国やアメリカなど海外でもヒット。今後は拡大する海外市場に対して日本映画をどう売り込んでいくかが映画産業発展のカギを握るが、その大きな可能性を示した。また、立体感や奥行きを感じられる3D、香りや振動、風などが体験できる4Dなど、映画の楽しみ方も多様化が進んでいる。

職種 PICK UP!!

映画宣伝

株式会社マンハッタンビープル
映画宣伝グループ
金 紀恵さん(26歳)



静岡県立浜松北高校、早稲田大学政治経済学部国際政治学科卒業。新卒で大手IT企業に就職し、1年半営業職として働いた後、2017年1月に25歳でマンハッタンビープルに転職。当初は事業部に所属していたが、4月に希望が叶って映画宣伝グループへ。今までに担当した作品は『関ヶ原』『鋼の錬金術師』など。

メディアを通じて
映画の魅力アピール

金さんは中学生時代からマスコミ業界志望。大学卒業時には大手IT企業に入社したが、夢を諦め切れず、1年半後、映画宣伝会社のマンハッタンビープルに転職した。「もちろん映画も好きでしたが、マスコミと直接やりとりできる仕事というところに魅力を感じました」。宣伝は公開の半年〜1年以上前から始まる。作品情報をまとめたリリースを作成し、担当するテレビ・ラジオ・新聞・雑誌各社をこまめに訪問。番組や誌面で作品を取り上げてもらおうと働きかける。作品の観客層に効果的に訴求できるように、どのメディア・番組・雑誌に重点を置くか戦略を練ることも重要な仕事。「その他、作品公開前後のイベントや舞台挨拶の企画・運営も手掛けます。出演者からメディアで取り上げてもらいたいという言葉を引き出せる質問を考えたりもするんです」。テレビ局のディレクター、雑誌の編集者、俳優など、普通なら会えないような人たちと一緒に仕事ができるのが映画宣伝の魅力だと金さん。また、自分の工夫や努力次第で

「この職業に就くには、映画について学べる大学の学科、映画系の専門学校、スクールなどを卒業して就職する人もいますが、基本的には出身学部学科などが問われることはあまりない仕事。ただし、映画配給会社、映画宣伝会社は就職希望者が多いため、非常に狭き門。小規模な会社は新卒採用をしないことも多く、金さんのように社会人になってから再挑戦する人も少なくない。