

Title	映画館における視覚障害者のための鑑賞環境整備に向けた一提案
Sub Title	A proposal to improve moviegoing environment in film theatres for visually-impaired person
Author	野村, 真也(Nomura, Shinya) 西村, 秀和(Nishimura, Hidekazu)
Publisher	慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科
Publication year	2010
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	<p>本論文では、日本での映画館における「バリアフリー」対他として、視覚障害者の映画鑑賞について、現状を分析した上で、課題解決のための提案を行うことを目的としている。</p> <p>はじめに、映画鑑賞に欠かせない映画作品と映画館について、社会的な位置づけを明確化し、映画館で鑑賞することの意義を分析している。視覚障害者の映画鑑賞をサポートする「音声ガイド」に関して、わが国ではボランティア団体による「ライブ」方式の上映が中心であり、映画会社が「録音版」を用意するケースは極端に少ない。そこで、視覚障害者の鑑賞環境改善のためには、「録音版」方式の普及率を引き上げ「ライブ方式」との両輪体制をとることが望ましいとの仮説を立てた。</p> <p>仮説検証のために、わが国における「音声ガイド」上映について6方式の分類比較を行い、「音声ガイド」ができるまでのプロセスを分析している。そして、代表的なボランティア団体が行っている「ライブ」方式上映と、映画会社が提供する「録音版」方式上映の具体例を提示し、前者によって視覚障害者の映画鑑賞環境が強く支えられている現状を明らかにしている。しかしながら、コスト・機動性・品質を考慮すると、「ライブ」「録音版」のいずれか一方への統一は現実的な解ではない。そこで、「録音版」普及プロセスを検討するために、CVCA (Customer Value Chain Analysis) を用いた「日本モデル」を定義している。</p> <p>次に「音声ガイド」(録音版)の先進国である英国の事例を取り上げる。ここでは、英国担当者との意見交換をもとに、同国でわずか5年のうちに環境が整備された経緯を分析し、CVCAを用いて「英国モデル」を定義している。そして、同国との比較および日本における音声ガイド上映関係者へのインタビューをもとに、わが国において克服すべき課題を、資金確保・認知度向上・付加価値開拓の3点に絞り込んでいる。このうち、鑑賞環境改善に要する資金確保のために「1 Yen Moviemment」を提案している。</p> <p>そして、「1 Yen Moviemment」の実現性を検討するため、MID_ACT (Movie in the Dark @ Campus Theatre) 2010を企画した。そこでは、ともに暗闇の中で映画に触れ、共通体験としての映画鑑賞について改めて考えることを目標とした。「音声ガイド」上映を体験してもらい、パネル・ディスカッションを経て、「1 Yen Moviemment」に対する理解度・賛否を問うことで、実現可能性について検討した。</p>
Notes	修士学位論文. 2010年度システムデザイン・マネジメント学 第51号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40002001-00002010-0041

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文

2010 年度

映画館における視覚障害者のための
鑑賞環境整備に向けた一提案

野村 真也

(学籍番号：80933451)

指導教員 西村 秀和

2011 年 3 月

慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科
システムデザイン・マネジメント専攻

A Proposal to Improve Moviegoing
Environment in Film Theatres for
Visually-Impaired Person

Shinya Nomura

(Student ID Number : 80933451)

Supervisor Hidekazu Nishimura

March 2011

Graduate School of System Design and Management,
Keio University
Major in System Design and Management

論 文 要 旨

学籍番号	809933451	氏 名	野村 真也
論文題目： 映画館における視覚障害者のための鑑賞環境整備に向けた一提案			
<p>(内容の要旨)</p> <p>本論文では、日本での映画館における「バリアフリー」対応として、視覚障害者の映画鑑賞について、現状を分析した上で、課題解決のための提案を行うことを目的としている。</p> <p>はじめに、映画鑑賞に欠かせない映画作品と映画館について、社会的な位置づけを明確化し、映画館で鑑賞することの意義を分析している。視覚障害者の映画鑑賞をサポートする「音声ガイド」に関して、わが国ではボランティア団体による「ライブ」方式の上映が中心であり、映画会社が「録音版」を用意するケースは極端に少ない。そこで、視覚障害者の鑑賞環境改善のためには、「録音版」方式の普及率を引き上げ「ライブ方式」との両輪体制をとることが望ましいとの仮説を立てた。</p> <p>仮説検証のために、わが国における「音声ガイド」上映について6方式の分類比較を行い、「音声ガイド」ができるまでのプロセスを分析している。そして、代表的なボランティア団体が行っている「ライブ」方式上映と、映画会社が提供する「録音版」方式上映の具体例を提示し、前者によって視覚障害者の映画鑑賞環境が強く支えられている現状を明らかにしている。しかしながら、コスト・機動性・品質を考慮すると、「ライブ」「録音版」のいずれか一方への統一は現実的な解ではない。そこで、「録音版」普及プロセスを検討するために、CVCA (Customer Value Chain Analysis) を用いた「日本モデル」を定義している。</p> <p>次に「音声ガイド」(録音版)の先進国である英国の事例を取り上げる。ここでは、英国担当者との意見交換をもとに、同国でわずか5年のうちに環境が整備された経緯を分析し、CVCAを用いて「英国モデル」を定義している。そして、同国との比較および日本における音声ガイド上映関係者へのインタビューをもとに、わが国において克服すべき課題を、資金確保・認知度向上・付加価値開拓の3点に絞り込んでいる。このうち、鑑賞環境改善に要する資金確保のために「1 Yen Moviemment」を提案している。</p> <p>そして、「1 Yen Moviemment」の実現性を検討するため、MID_ACT (Movie in the Dark @ Campus Theatre) 2010を企画した。そこでは、ともに暗闇の中で映画に触れ、共通体験としての映画鑑賞について改めて考えることを目標とした。「音声ガイド」上映を体験してもらい、パネル・ディスカッションを経て、「1 Yen Moviemment」に対する理解度・賛否を問うことで、実現可能性について検討した。</p>			
キーワード (5語)			
バリアフリー、視覚障害、映画館、映画鑑賞、音声ガイド			

SUMMARY OF MASTER'S DISSERTATION

Student Identification Number	80933451	Name	Shinya Nomura
Title <p style="text-align: center;">A Proposal to Improve Moviegoing Environment in Film Theatres for Visually-Impaired Person</p>			
Abstract <p>The purpose of this report is to analyze current situation of moviegoing environment for visually-impaired persons in Japan. Also, it is proposed solution for issues from the view point of “barrier-free” at film theatres.</p> <p>“Movie” and “Film Theatre” are essential for moviegoing. Initially, their social positions are clarified and the value of enjoying movies at theatres is analyzed. “Audio Description” (AD) is the support solution for visually-impaired to enjoy films. In Japan, “Live Performance” (LV) by volunteers is a major method compared to limited “External Solution” (ES) by movie companies. Accordingly, a hypothesis is generated that ES should become more common that would drive better environment with LV.</p> <p>To confirm this hypothesis, six AD methods and their preparation processes are analyzed. Concrete examples of LV by volunteers are compared with ES by movie companies. It elicits that LV supports visually-impaired strongly. However, due to cost, mobility and quality, it is not realistic to select only one solution either LV or ES. So, to evaluate ES circulation process, “Japan Model” is defined with CVCA (Customer Value Chain Analysis) diagram.</p> <p>Then, it is focused on the situation of UK that is known as the leader of AD (ES) in the world. Based upon exchange of opinions with person in charge, it is analyzed how they succeeded to promote AD environment in 5 years, and “UK Model” is defined with CVCA. Through the comparison of the situation in two countries and interviews with person in charge in Japan, three issues are identified to be solved; securing of financing, increase of visibility and finding of added-value. To secure financing, one idea called as “1 Yen Movement” is proposed.</p> <p>MID_ACT (“Movie in the Dark @ Campus Theatre”) is special event planned to confirm feasibility of “1 Yen Movement”. At MID_ACT, it is expected that every audience attends movie together in the darkness and thinks watching movies as common experience. After enjoying movie with AD and panel discussion, audiences are requested to respond to questionnaires. It is reviewed whether “1 Yen Movement” is feasible through their responses.</p>			
Key Word(5 words) <p>barrier-free, visually-impaired, audio description, film theatre, moviegoing</p>			

目次

1 緒論	7
1.1 本研究の背景と概要.....	7
1.2 本研究の目的.....	9
1.3 本稿の構成.....	9
2 映画館での映画鑑賞におけるアクセシビリティ	12
2.1 映画のおかれたポジション.....	12
2.2 映画館における映画鑑賞.....	14
2.3 映画鑑賞のサポート手段.....	16
2.3.1 聴覚障害者へのサポート.....	16
2.3.2 視覚障害者へのサポート.....	16
2.4 映画鑑賞におけるバリア.....	17
2.4.1 映画館のバリア.....	17
2.4.2 上映作品のバリア.....	17
2.5 本稿での考察対象.....	19
3 音声ガイド映画をめぐる日本での現況	21
3.1 音声ガイドの聴取対象者.....	21
3.2 音声ガイドの特徴.....	22
3.3 音声ガイドの方式.....	23
3.4 音声ガイドを担っている関係諸団体.....	29
3.5 音声ガイド制作プロセス.....	31
3.6 音声ガイド映画の上映形態.....	36
3.7 音声ガイド映画のコスト.....	46
3.8 音声ガイド上映作品の位置づけ.....	47
3.9 録音版音声ガイド上映における日本モデル.....	49
4 英国の事例をもとにした「1 Yen Movement」の提案	52
4.1 英国での音声ガイド普及経緯.....	52
4.2 英国での音声ガイド普及モデル.....	56

4.3 日本と英国の比較	58
4.4 日本での音声ガイド普及における問題点	63
4.5 「1 Yen Moviemment」の提案	64
5 自主企画「MID_ACT 2010」における音声ガイド上映の実践と「1 Yen Moviemment」の 検討	68
5.1 「MID_ACT2010」企画概要	68
5.2 企画準備	70
5.2.1 全般	70
5.2.2 音声ガイド制作	71
5.2.3 宣伝告知	85
5.2.4 パネル・ディスカッション	91
5.3 当日	93
5.4 アンケート	98
5.4.1 事前アンケート	98
5.4.2 当日アンケート	102
5.5 まとめ	113
6 結論と今後の方向性	117
6.1 結論	117
6.2 今後の方向性	118
Appendix 1 : パネル・ディスカッション	125
Appendix 2 : 事前アンケート	140
Appendix 3 : 当日アンケート	148
Appendix 4 : 比較アンケート	159
文末脚注	162

1 緒論

1.1 本研究の背景と概要

バリアフリーという言葉が公に用いられるようになったのは、1974年の国連障害者生活環境専門家会議だったという¹。以来、わが国でもこの言葉は広く使われ、2006年には法律の通称にさえ用いられるようになった（「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律」。通称、バリアフリー新法）。

そもそも、バリアとは何を指すのか。1974年の時点で挙げられていた物理的障壁と社会的障壁は、その後の変遷を経ていくつかに細分化されている。森ほかは、近年の事例を4つのバリア—物理的な障壁、制度的な障壁、文化・情報面の障壁、意識上の障壁—として振り返り、これらを生み出している要素を、無知・無理解・無関心・無責任として引き出したうえで、「認識のバリア」という概念を提出している（森、後藤、2005）²。「認識のバリア」とは、「地域社会、あるいはそこに暮らす住民が“障害”というものをどのようにとらえ、対応して行くかという基本的な姿勢の中に存在する“ズレ”とか“誤解”を指す」という。枠組みとしては整備されていても、十分な機能を果たすかどうかは運用する側の認識いかんによって大きく異なってくる。そして、残念ながら、バリアフリーという言葉の定着率と正しい認識に基づく実現率は必ずしも一致していないのが実情であろう。

映画館における映画鑑賞環境もその一例である。映画館は、バリアフリー新法の対象建築物のひとつに指定され、果たすべき建築物移動等円滑化に関する基準（最低限のレベル）および誘導基準（望ましいレベル）が明示されている³。確かに、基準に照らせば「ハートのあるビル」（国土交通省パンフレットのタイトル）は作られるのかも知れない。しかし、ハートが込められるのはあくまで建築物であり、上映される映画とは別物である。ハード（映画館）にはハートがあってもソフト（映画）にハートがなければ、いわゆる箱物行政にも似たような状況に陥るであろう。

では、ソフトである映画にハートを込めるためには何が必要なのであろうか。森ほかは、聴覚障害者用の字幕と視覚障害者用の副音声を解消すべき文化面のバリアとして挙げている⁴。このうち、視覚障害者用の副音声（「音声ガイド」等と呼称。以下「音声ガイド」）つき上映は、ボランティア団体が中心となり主に自主上映の形で展開されてき

た。代表的な団体であるシティライツでは 2001 年に上映会を開始し、ここ 2、3 年は年間 30~40 回ほどの鑑賞会を催している。また、上映運動は他の団体にも広がり、質量ともに 10 年前とは比べ物にならない形で広がりを見せている。

そこで主流となっている上映方式は、上映される画面を見ながらその場でナレーションをつけていく「ライブ方式」だが、ライブゆえ繰り返し上映を行うのが難しい。繰り返し上映を可能とするのは「録音版方式」となるが、この方式はほとんど普及していない。2008 年度の実績では、公開された邦画 448 作品中、録音版音声ガイドがつけられた映画はわずか 1%だという⁵。普及を阻んでいるもっとも大きな理由は、1 作品のガイド制作+上映にあたり 300~500 万円ほど要するコストだと考えられる。

では、他国での実態はどのようなのだろう。ここに音声ガイド上映の先進国である英国の実例がある。スタートしたのはやはり 2000 年頃であるが、瞬く間に環境が整備されていった。現在、国内全スクリーンの 4 割が音声ガイド対応となっており、公開されている映画もたとえばハリウッドのメジャー系作品ではほぼ 100%に録音版音声ガイドが用意されているというⁱⁱ。この英国の成功例をモデルにして、日本での普及策を講じることはできないだろうか。

そこで、発案したのが「1 Yen Moviemment」である。一人あたりの映画館入場料金から 1 円を徴収すると、年に 1 億 6~7 千万円の資金が集まる計算になる。これを元に約 100 本の映画に録音版音声ガイドをつけることができると試算した。だが、果たして、当制度に実現性はあるのだろうか。実態の認知度が低いまま制度を導入したところで、真の効果を発揮できるかどうかは疑わしい。先に触れたように、「魂」が入らなければただの「枠」に墮するおそれがある。

そこで、一般観客に実際に音声ガイド上映を体験してもらったうえで、「1 Yen Moviemment」をともに考え賛否を問う場として、「MID_ACT 2010」(MID_ACT)ⁱⁱⁱを企画した。MID_ACT では、既存の劇映画に実行委員が作成した音声ガイドをつけて上映し、観客全員に音声ガイドつき映画を鑑賞してもらった。そのうえで、音声ガイドおよび「1 Yen Moviemment」の実現可否を主題としたパネル・ディスカッションに臨んでもらい、終了後アンケートを募った。アンケートでは、主に音声ガイドの出来や体験し

ⁱ第 3 回 City Lights 映画祭プログラムより

ⁱⁱ Rai, Sonali; International Development Officer, Media and Culture Department, RNIB からの回答に基づく

ⁱⁱⁱ “Movie in the Dark @ Campus Theatre”の略

てみた感想、「1 Yen Moviemment」への理解と賛否を尋ねた。これを集計のうえ、「1 Yen Moviemment」受容の尺度とした。

1.2 本研究の目的

以上より、本研究の目的を TO-BY-USING にて記す。

TO：視覚障害者が、映画館でより自由に映画を鑑賞できるような環境を整備するための提案を行うこと

BY：録音版音声ガイドの普及率向上により

USING：英国での普及成功例をモデルに用いて

音声ガイドの先行研究は大きく2つに分かれる。ひとつは技術的な分野について、映画・上映機構に注目したもの（浅野ほか 2004⁶）、音声ガイド記述や配信に着目したもの（佐藤ほか 2006⁷、内野ほか 2008⁸）などが挙げられる。もう一方は、ガイド作成に着目したもので、兵働ほか（2007）⁹では具体的な作成例をまとめている。また、映画館での映画鑑賞については、加藤（2006）¹⁰が詳細な分析を行っており、映画鑑賞をひとつの例として人工物の価値を論じた福原ほか（2008）¹¹など、ユニークな研究も存在する。

しかし、社会システムの観点から、映画館における音声ガイド上映に焦点をあて、方式を比較検討したうえで現状課題と解決策を論じた研究はない。

1.3 本稿の構成

上記を踏まえた次章以降の構成は以下の通りである。

第2章では、映画の占めるポジションについて論じる。誕生後1世紀を経た映画が、とりわけ戦後の過程でどのように受容され変容してきているかを、娯楽・文化の両面で概観したうえで、映画館での映画鑑賞が家庭での視聴とはまったく異なる体験の場であることを論じる。続けて、映画館での映画鑑賞を妨げているバリアの存在を、映画館と映画作品の両面から概観する。そして、本稿での考察対象として、視覚障害者の映画館での鑑賞を妨げる上映のバリアにつき、現状 (As Is) とあるべき姿 (To Be) を提示する。

第3章では、音声ガイド映画を方式別に比較し、実際の上映例に即して特徴を比較する。特に、ボランティア団体が行っている「ライブ方式」上映と、映画会社が提供する「録音版方式」上映の違いを上映形態やコストの面から論じ、後者の制作・上映プロセ

スを「日本モデル」として提示する。そして、「日本モデル」の活性化が視覚障害者の映画鑑賞環境の向上に資することを結論づける。

第4章では、音声ガイド映画上映の先駆である英国に目を向ける。キー・ファクターの結びつきを明らかにしたうえで、制作・上映プロセスを「英国モデル」として提示する。続けて、日英の比較を試み、日本での問題点を解消するための提案である「1 Yen Movement」につき説明する。

第5章では、「1 Yen Movement」の実現性検証と、その前提となる音声ガイド上映体験の場として企画した「MID_ACT 2010」につき詳述する。当日までの準備を、特に音声ガイド制作を中心に具体的に記述した後に、成果として得られたパネル・ディスカッションでの発言とアンケートの集計結果をまとめている。当章は、実行の記録が相当の分量を占めるが、すべて音声ガイドの認知度向上のための施策であると考え、詳らかにするものである。

第6章では、本稿の結論と今後採るべき方向性を述べる。

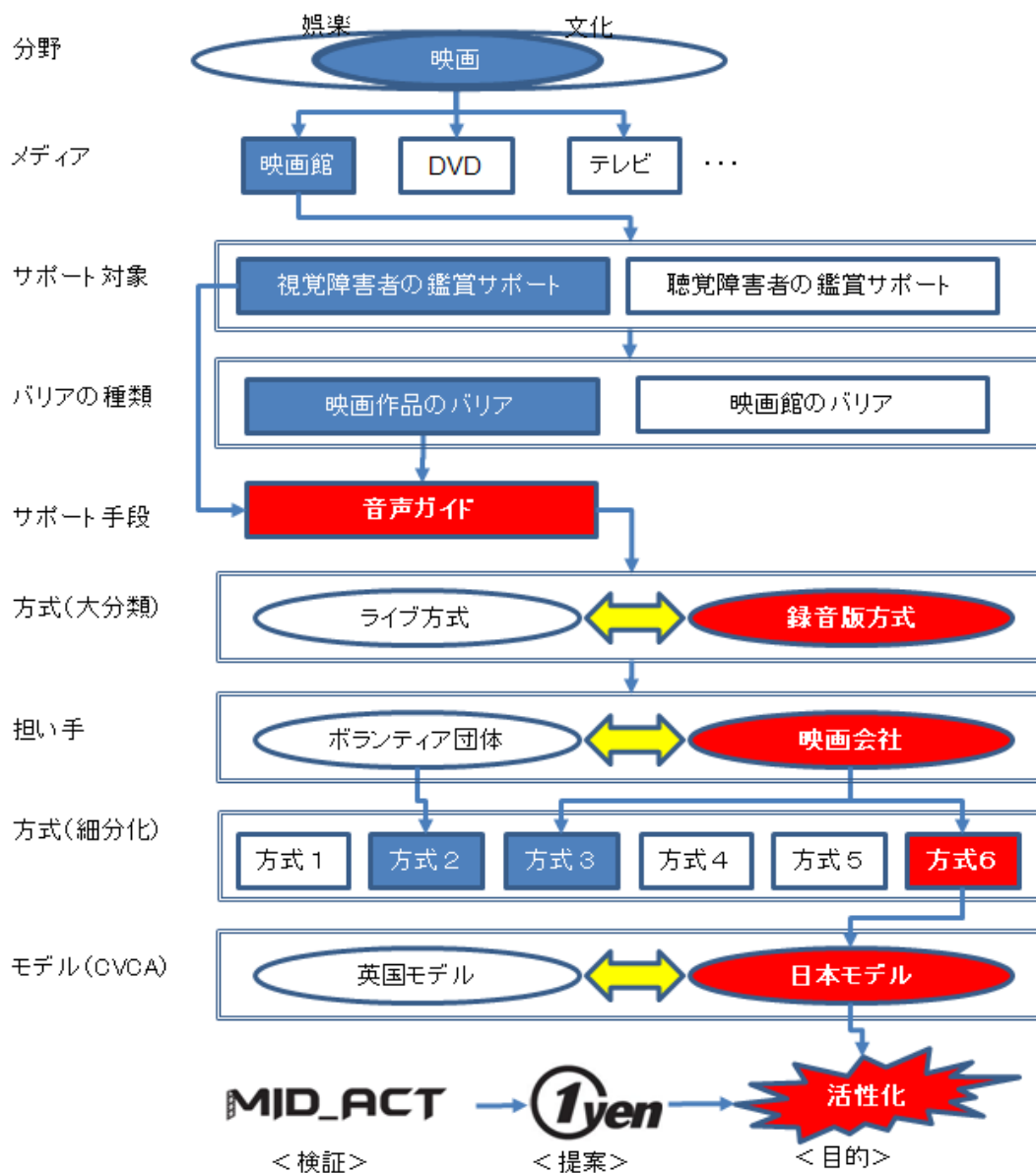


図 1-1 本論文の構成

2 映画館での映画鑑賞におけるアクセシビリティ

2.1 映画のおかれたポジション

かつて、映画は娯楽の王様と言われ、日本でも戦後最大時には7,457ものスクリーン数を誇り（1960年）、年間11億2千万人以上の観客動員を記録した（1,127,452千人、1958年）。これは、第二次世界大戦がもたらしたさまざまな制約の反動から来る面が大きい。戦時中輸入禁止の憂き目にあっていた大量の欧米映画の流入、映画会社の国策映画製作からの解放、戦地に駆り出されていた映画人たちの復員、そして何より娯楽に飢えていた国民のニーズなどが挙げられる。しかし、テレビの勃興をはじめとする娯楽の多様化に押され、その地位は年を追うごとに低下していった。ピーク時に比べ、90年代に入るとスクリーン数は4分の1に（1,734、1993年）、観客動員数は実に1割近くにまで落ち込んだのである（119,575千人、1996年）。だが、1990年代後半を底として、21世紀に入ってからの年間動員数は1億6～7千万人にまで回復してきている。これには、ひとつのロケーションに10前後のスクリーンを備えたシネマ・コンプレックスの登場が大きく寄与している¹²。

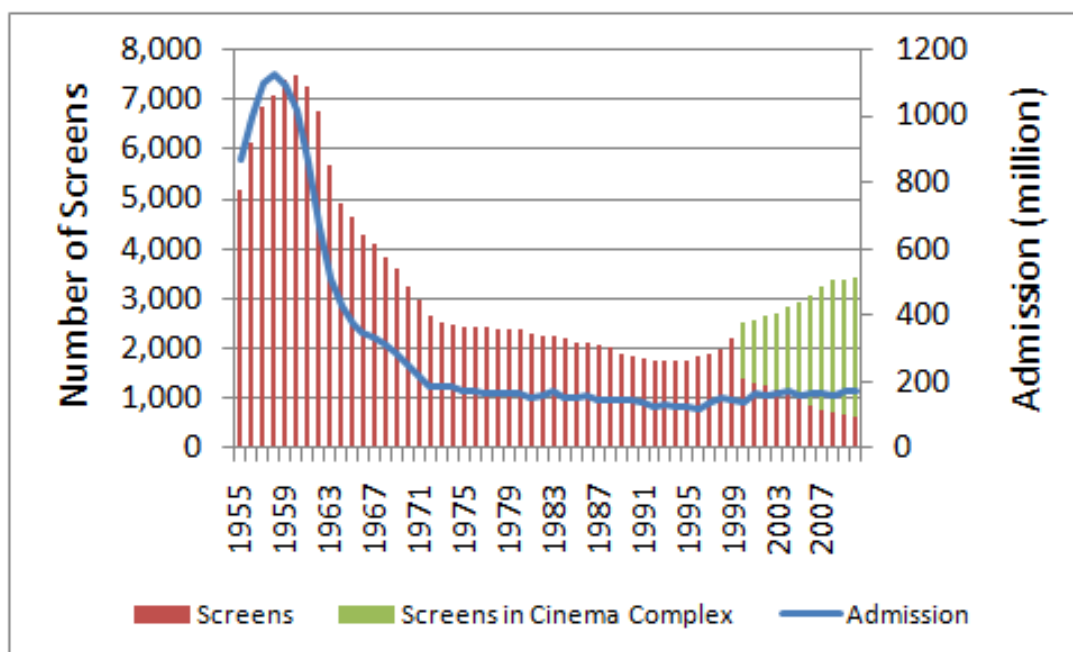


図 2-1 観客動員数・映画館数（スクリーン数）・シネマ・コンプレックス数の推移

^{iv} 「ゴールデン・ウィーク」とは、もともと映画興行の稼ぎどきから生まれた言葉として知られている。大手映画会社各社がプロ野球球団を所有していたことも往時の隆盛を物語る

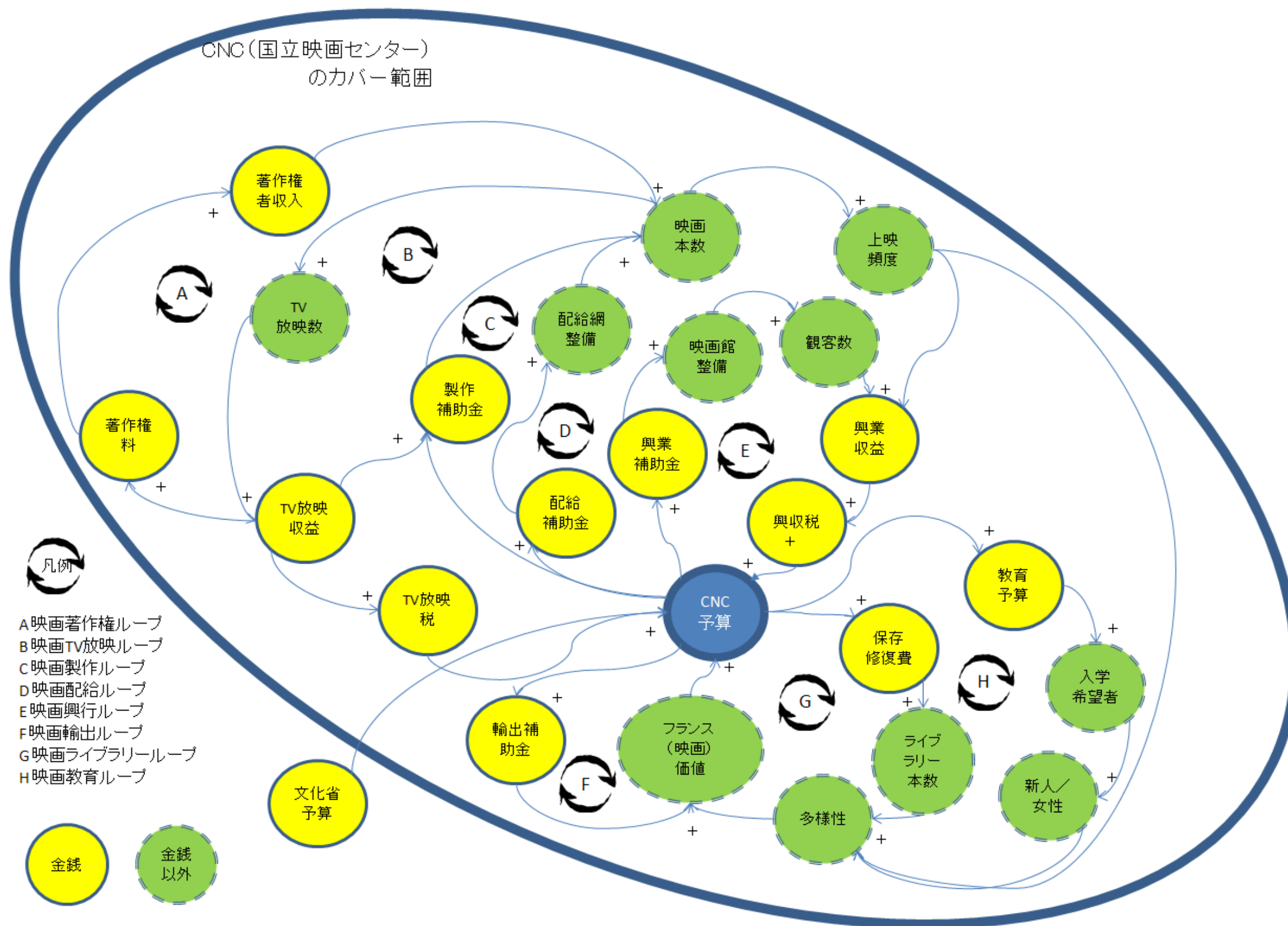


図 2-2 CNC 予算を中心とした、補助金類と映像関連事業の因果関係図

内山 隆、菅谷 実、中村 清「映像コンテンツ産業とフィルム政策」(丸善 2009)、中川 洋吉「生き残るフランス映画—映画振興と助成制度」(希林館 2003)、清水 馨「しねま・ふらんせ 100 年物語」(時事通信社 1995) 等を参考にして作成

娯楽的な側面に加え、文化的な比重の高さもまた映画の大きな特徴である。最盛期からの観客の減少は日本だけに限った話ではないが、各国とも映画を自国文化のバロメーターと位置付け、いかに保護し発展させるかに知恵を絞っている。映画大国を自認するフランスでは、1940年代に国立の映画大学を設立し、世界中から才能ある人々を集めてきた。その後、テレビに押された構図は日本と似ているが、国が後ろ盾となりテレビ界にも資金拠出を義務付ける形で映画を育てている。図 2-2 は、CNC（国立映画センター；Centre National de la Cinématographie）が、政策としていかに広範に映画に関与しているかを、因果関係図で示したものである。

映画は反権力の象徴としての貌も持ち合わせている。国の内外からの圧力を受けながらも、作り手の自由な芸術表現や意見表明の手段として機能している例は、現在まで枚挙にいとまがない^{vi}。

このように世界各国で作られた映画は、ときにハリウッドをはじめとするメジャー作品とはかなり趣を異にした。それゆえ、国際映画祭などでは高い評価を受けながら、興行的にはマイナー扱いされ、なかなか上映の機会を得られなかった作品も多い。しかし、70年代に開館した岩波ホール（神保町）¹³に続き、80年代に生じたミニシアター・ブームによって、独自性を打ち出す映画館が登場し、それまでは見過ごされてきた小規模な映画や芸術性の高さゆえ敬遠されてきた作品にも、陽の目があたるようになった。そして、日本は世界各国の映画がもっともバラエティ豊かに見ることのできる国のひとつにまでなった。

その後、2008年のリーマン・ショックを経て、アート系映画の配給・上映不全が徐々に深刻さを増しているが、映画製作者が自由を求めて映画を作り続けてきたように、ミニシアターが自ら配給に乗り出す動きも出始めている¹⁴。

このように、映画は娯楽性と文化性・芸術性を同時に提供しながら現在に至っているのである。

2.2 映画館における映画鑑賞

一般に、映画を娯楽の王様から凋落させた最大の原因はテレビの普及にあるといわれ

vi ナチス傀儡のヴィシー政権下においてもなお、自由な精神で映画史上の傑作「天井桟敷の人々」を完成させたフランス映画人、旧ソ連で反体制の烙印を押され海外へ亡命しながらも、芸術性の高い映画を撮り続けたアンドレイ・タルコフスキー監督の例など

ている¹⁵。テレビの視聴は、娯楽の多様化・分散化とともに個人化を推し進める契機となったが、そのテレビ・プログラムにおいても映画は重要なコンテンツとして位置づけられてきた。その後登場したビデオ・DVD・ブルーレイ等の流通や、ケーブルテレビ・衛星放送における多チャンネル化、インターネット経由での配信などを通じて、いまや映画は各家庭のすみずみにまで行きわたったといっても過言ではない。

それでも、なお人々が、わざわざ入場料を支払ってまで映画館に赴く理由はどこにあるのであろうか。それは、映画が映画館において上映されることで、その価値を最大限に発揮するからである。テクノロジーの側面から、映像や音響の効果を十二分に引き出すための設計がなされているのは言うまでもない。音響設備の高度化や映像のデジタル化・3D対応などの絶えざる技術革新は、たしかに人々を映画館にひきつける大きな要因になっていると考えられる。だが、それ以上に重要なのは、映画館が共通体験を得られる場として機能していることである。この点について、加藤¹⁶は以下のように述べている。

「テレビ優位の時代においてもなおシネマ・コンプレックスが多チャンネル・テレビ番組と共有できる理由は」「シネマ・コンプレックスの観客が、テレビ視聴者とはちがって、他の共同体構成員と直接交流する喜びをあたえられているというところにある」（加藤 2006、pp156）

「他の共同体構成員と直接交流する喜び」^{vii}について、福原ほかは、映画館での視聴行動の動機として友人や家族など他者からの誘いを受けた際に映画館に行く人の比率が高いことに注目している（福原ほか、2008）¹⁷。このように、映画館での鑑賞行為は社交の一形態としても機能し続けているのである。

人々を映画館に駆け込ませようとするテレビコマーシャルの大量出稿は、特に大手の映画会社の宣伝手法としていまや定着している。「本年度最大の話題作」「全米初登場第1位」「アカデミー賞確実」といったキャッチコピーは、さんざん使い古されていながらいまだによく目にすることから、人々の消費意欲を刺激してやまない宣伝文句として引き続き効果を発揮しているようである。ロコミや観客動員の多さが新たな話題を呼び、それが更なる動員を生んでいくのが映画会社の理想とするパターンであり、公開後のテ

vii 「構成員との直接交流」が、ときに人々を扇動する形で機能したのも事実である。「言うまでもなく彼女（筆者注：レニ・リーフェンシュタール監督）は、（中略）ナチズムの美学を最も巧みに表現した映画作家である。しかも、それらの作品は世界的名声を獲得したことも忘れてはなるまい」（長谷正人「視覚文化叢書2 映画というテクノロジー経験」（青弓社 2010年）

レビ等での2次利用にいかに関与させていけるかがポイントとなっている。映画館における興行成績は、その後の収益を占う試金石となっているのである。

以上のように、映画館は、映画会社にとって収益の柱でありかつ作品のショーケースとしての役割を担っている一方、観客にとっては話題の作品をいち早くしかも共通の体験として触れられる場として存在している。

2.3 映画鑑賞のサポート手段

映画は総合芸術のひとつだといわれ、鑑賞者の視聴覚に強く訴えかける。そこで、視覚・聴覚が不自由な人々の映画鑑賞をサポートするさまざまな方法も導入されてきた。

2.3.1 聴覚障害者へのサポート

聴覚障害者のうち、難聴者への対応として磁気誘導ループ（ヒアリングループ）という手段があげられる。磁気発生用アンプによって映画の音声を磁気に返還し、あらかじめ映画館の床下に這わせておいた磁気発生ワイヤーを通じ、補聴器ユーザーによりクリアな音を届けることができる。また、音がまったく聞こえない人には、「画面字幕」という方法がある^{viii}。これは、映画につけられたセリフ・音楽・効果音等の音声を全て文字であらわし、スクリーンの隅あるいは外側にこれを映し出すことで、画面の展開を説明するものである。また、この字幕を手話に置き換えた手話通訳つきの上映も知られている。

2.3.2 視覚障害者へのサポート

従来、視覚障害者が映画を楽しむ手段として用いられてきたのが「囁き」である。「囁き」は、晴眼者が画面に映る内容を隣に座る視覚障害者の耳元で囁き、いま何が起きているのかをリアルタイムに伝えるものである。だが、これでは同伴者が映画をゆっくり楽しめないばかりか、周囲の人間の鑑賞の妨げにもなってしまう。そこで、登場したのが副音声を利用した映画解説（「音声ガイド」）である^{ix}。音声ガイドとは、「映像だけで表現されている光景や、登場人物の動き、表情や場面転換などについて、セリフとセリフの間にいれる言葉による説明のこと」¹⁸で、画面に映る内容をナレーションする形をとる。外国語などを翻訳した日本語字幕付きの映画の場合、このナレーションに字幕の音

^{viii} 京都リップルでは「日本語字幕」と表現。ここでは、外国映画につけられる字幕と区別するために「画面字幕」と呼称。

^{ix} ほかに、「副音声」「音声解説」「シーンボイスガイド」などと呼ばれることがある（出典：視覚障害者の映画鑑賞要望に関する調査研究 平成17年度報告書）

読情報も加わることになる。

2.4 映画鑑賞におけるバリア

では、映画館そして映画館で上映される映画は、全ての人に対してどこまで開かれているのであろうか。以下、映画館と上映作品に分けて、バリアの存在を考えてみたい。

2.4.1 映画館のバリア

映画館で映画を鑑賞する場合、物理的に映画館の客席まで自らの身体を移動させなければならない。その際にまず問題となるのは、居住場所と映画館をつなぐルートにおけるバリアである。車や人の往来の激しさ、幾多の段差の存在や掲示・アナウンスなどの不全が、スムーズな移動を阻む壁として立ちはだかる。ただし、これらの多くは行政や公共交通機関の問題に帰される。

だが、映画館の入る建物に一歩足を踏み入れれば、映画館（を含む建物）の運営者の責任範囲となろう。入口を入ったとしても、シネマ・コンプレックスの場合、目的とする映画館まではまだ道のりがある。そして、映画館にたどり着いた後も、窓口がわかりにくかったり、複数のスクリーンから目指す映画の上映場所を探し当てるのに苦労がいる。確かに車椅子ユーザーにとって、ゆったりした作りのシネマ・コンプレックスのロビーであれば、移動は比較的楽かもしれない。しかし、ひとたび客席内に入ると、すぐさま段差が控えており、移動は著しく制限されてしまう。したがって、ほとんど座席選択の余地なく、あらかじめ定められたエリアで鑑賞するしかないのが常である。このとき、同伴者がどこに座るのかといった問題もある。一方、視覚障害者にとって、座席指定制度はどんなに混雑した映画館の中でも着席して映画を鑑賞することを可能にする。しかし、肝心の席にたどり着くまでの場内が暗く、普通の照度のもとでは移動に何の問題もない弱視の人でも、席に着くのに苦労しているとの声もある^x。

2.4.2 上映作品のバリア

次に、映画館で上映される作品における、画面字幕・音声ガイドへの対応状況を記す。図 2-3 は、年間の公開映画（邦画）において、製作・配給会社によってあらかじめ画面字幕や録音版音声ガイドがつけられた作品の比率を示している。

^x 「新しい映画館は必要以上に照明を暗く設定しているようですが、視覚障害者に限らず老化で目の機能の衰えた方にも気苦労なのではないでしょうか」（女性 40 代・視覚障害になった年齢 10 代）（視覚障害者の映画鑑賞要望に関する調査研究 平成 17 年度報告書）

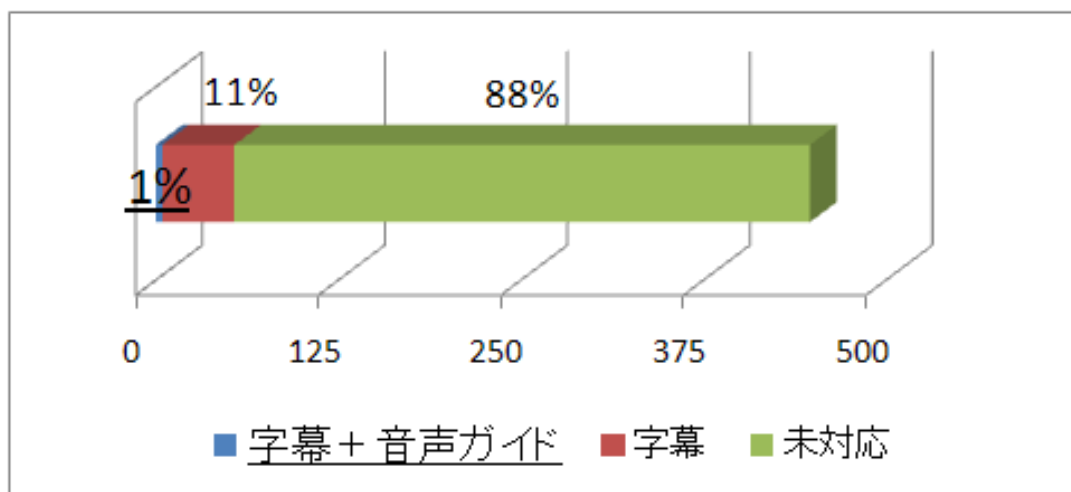


図 2-3 字幕、音声ガイドの割合（2008 年公開の全邦画 448 作品中）^{xi}

画面字幕・録音版音声ガイドともその対応率はきわめて低い、とりわけ音声ガイド対応率の低さ（公開される全邦画の 1%）が目を引く。ちなみに洋画も邦画とほぼ同数が公開されているが、洋画における録音版はほぼゼロに等しい。

このような状況に対し、もしも「映画を楽しむ場を、映画館に限定する必要はないのではないか」と現状を追認する声があるなら、それは「認識のバリア」¹⁹のあらわれと言えよう。

実際、視覚障害者における家庭での映画視聴ニーズ（DVD やテレビ等）は映画館同様に高いのも事実である^{xii}。だが、先述したように、映画館での映画鑑賞とはあくまでも共通体験の「場」であり、家庭での視聴とは全く異なるものとして存在している。また、タイムラグの問題もある。映画の流通プロセスは、通常映画館での公開を起点にしており、DVD 等の 2 次利用までに一定のタイムラグがあるのが通例である。もしも映画館での鑑賞を断念するなら、話題となった映画に実際に接することができるタイミングは、半年、1 年と大きくずれこむであろう（図 2-4）。話題の作品を、あくまで自分の好きな場所とタイミングで鑑賞できる環境を真のノーマライゼーションとするなら、現状はま

^{xi} 「字幕・副音声、監督自ら制作—バリアフリー版良質な映画探る」（日本経済新聞 2010/12/13 夕刊）を参考に作成

^{xii} 「音声による解説をいちばん充実してほしいのはどれ（映画媒体）ですか」（単一回答）という質問に対しては「映画館での映画」と「テレビ放送の映画」は共に 38.1%、「ビデオ・DVD の映画」は 16.1%であった（視覚障害者の映画鑑賞要望に関する調査研究 平成 17 年度報告書）

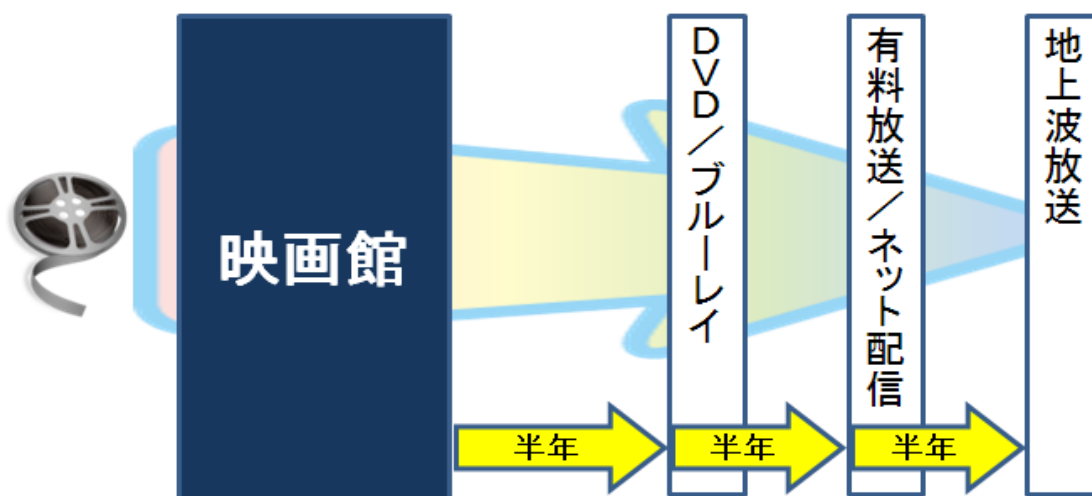


図 2-4 劇場公開後の一般的なスケジュール^{xiii}

だまだ遠いところにあると言わざるを得ない。

以上より、本稿では映画館における音声ガイド映画の普及に絞って論考を進めていく。なお、ここで映画館とは「映画を上映して観客にみせる常設の場所。映画劇場」²⁰とし、特筆しない限り、一般ホールや図書館等での上映は除外する。

2.5 本稿での考察対象

現在、状況を少しでも改善するために、各地のボランティアやNPO 法人が音声ガイドつき上映の機会を増やしている。しかし、上映される映画を見ながらその場でガイドをつけていく「ライブ方式」が中心であり、多くの場合一度きりの上映に限定されることが多い。「自分の好きな場所とタイミングで鑑賞できる環境」の実現には至っていないのが現状なのである。この「ライブ方式」での提供は継続しつつ、繰り返し上映を可能にする「録音版方式」を充実させ、二つの方式による両輪体制により理想に近づけるのではないか。このような仮説のもと、映画館における音声ガイド映画の現状 (As-Is) と理想とする姿 (To-Be) を図 2-5 として提示する。

次章では、日本での音声ガイド映画の現状を分析し、当該仮説を検証する。

^{xiii} 「映画携帯配信広がる」(日本経済新聞 朝刊 2010/3/11 朝刊)を参考に作成

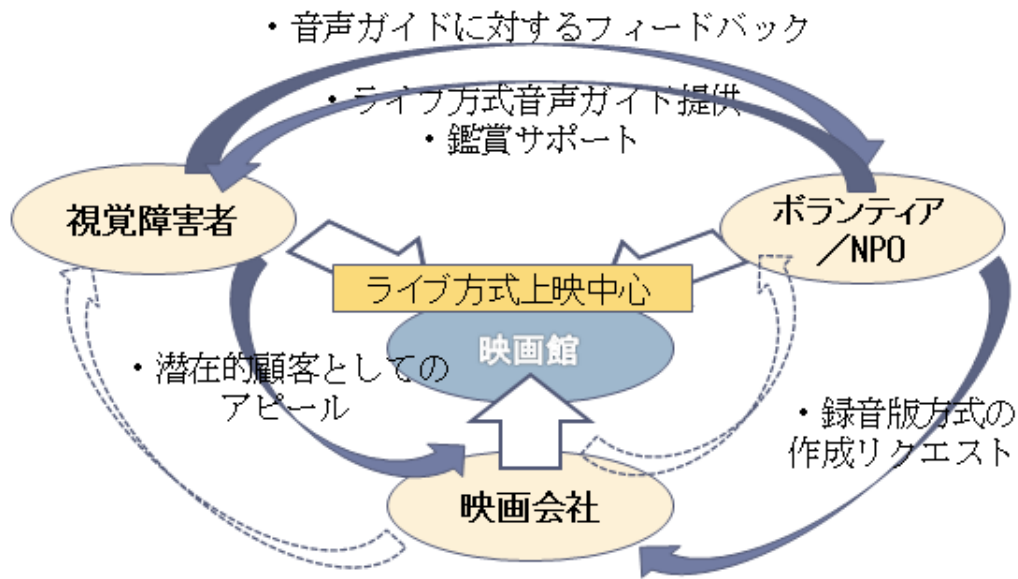


図 2-5 (a) 映画館における音声ガイド映画上映 (As Is)

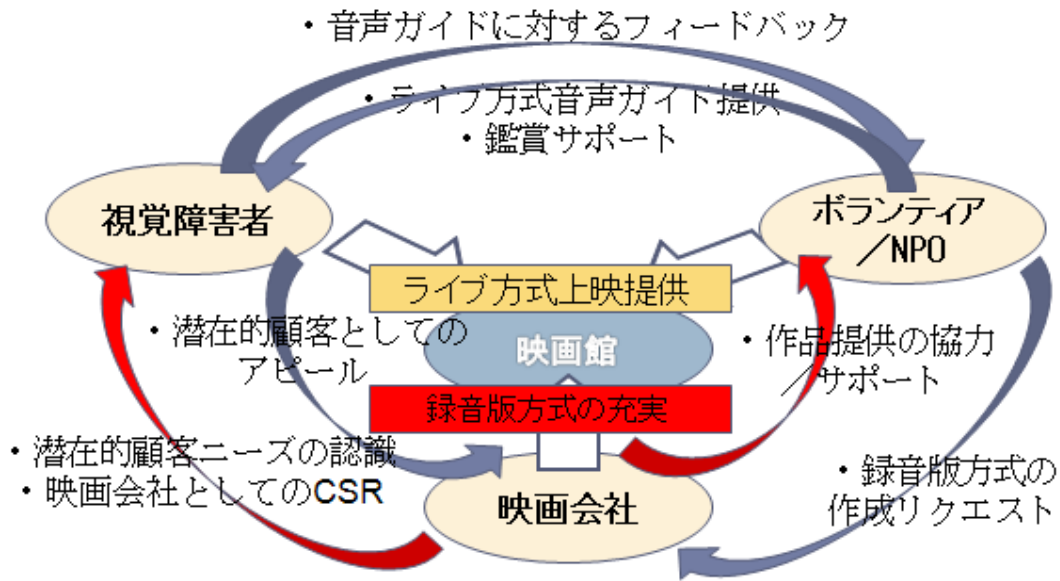


図 2-5 (b) 映画館における音声ガイド映画上映 (To Be)

3 音声ガイド映画をめぐる日本での現況

3.1 音声ガイドの聴取対象者

音声ガイドの聴取対象者として大半を占めるのは視覚障害者である。視覚障害とは、身体障害者福祉法で次のように定義されており、厚生労働省によると障害者手帳を取得している視覚障害者数は約 31 万人である²¹。

別表 一 次に掲げる視覚障害で、永続するもの

- 1 両眼の視力（万国式試視力表によって測ったものをいい、屈折異常がある者については、矯正視力について測ったものをいう。以下同じ。）がそれぞれ〇・一以下のもの
- 2 一眼の視力が〇・〇二以下、他眼の視力が〇・六以下のもの
- 3 両眼の視野がそれぞれ一〇度以内のもの
- 4 両眼による視野の二分の一以上が欠けているもの

一方、日本眼科医会によれば、視覚障害とは、視力（ものを見分ける能力）・視野（ものが見える範囲）・色覚（色を見分ける能力）の3つの要素のいずれかに障害を持つ者と定義される。さらに、障害者手帳の交付率は必ずしも高くないとし、米国基準^{xiv}を用いて、ロービジョン者（良い方の視力が 0.1 以上 0.5 未満。144 万 9 千人）と失明者（良い方の視力が 0.1 以下。18 万 8 千人）の合計約 164 万人を視覚障害者と推計している（2007 年時点）²²。この中には、先天性・後天性のいずれも含まれるが、視覚記憶の有無で物事の認識が異なる点に留意する必要があるだろう。

視覚障害の原因疾患の 2 位に挙げられているのが糖尿病網膜症であるが、糖尿病を強く疑われる人が約 890 万人、糖尿病の可能性を否定できない人が約 1,320 万人、計約 2,210 万人が予備軍として推定されている²³。さらに、高齢に伴う視力の衰えもあわせて考えるならば、対象とすべき人々のすそ野はかなり広いと言えよう。「音声ガイド」は、このように背景がさまざまに異なる人々のニーズにこたえるものでなければならない。

^{xiv}ロービジョン：良い方の視力 0.1 以上 0.5 未満、失明：良い方の視力 0.1 以下、視覚障害：ロービジョン+失明（本邦の視覚障害者の数 現況と将来予測（社団法人 日本眼科医会、2009/9/17） http://www.gankaikai.or.jp/info/20091115_socialcost.pdf



図 3-1 日本における視覚障害者

3.2 音声ガイドの特徴

音声ガイドのルーツはテレビにあり、一般に「解説放送」と言われ副音声チャンネルを通じて視聴する形式となっている。1983年に音声ガイドつきドラマが放映されて以来、現在は局により0.3～9%程度の普及率となっている^{xv}。映画における音声ガイドと大きく異なる点は、達成率が具体的な数値目標として示されている点であり、平成29年度までにNHK総合および在京キー5局等で10%、NHK教育で15%となっている²⁴。

また、両者の大きな違いは、音声ガイドとコンテンツのシンクロのさせ方にもあらわれている。音声ガイドは、「セリフとセリフの間にいれる」ことが必須条件となっているが、厳密にはセリフに加え音楽や効果音もガイドに優先させるのが原則となっており²⁵、その微妙なタイミングが最終的なクオリティーの決め手となる。テレビの場合、あらかじめ番組と副音声完全にシンクロされた形で作られており、かつ解説放送を必要とする人が選択できるので問題はないが、映画の場合、上映方式によってはマニュアルでシンクロさせなければならない(後述)。せっかく質の高いガイドを用意しても、タイミングがずれては観客の満足を得ることができないのである^{xvi}。

^{xv} 解説放送時間の割合は、2006年度でNHK総合3.7%、NHK教育8.8%、在京キー5局平均0.3%となっている(障害者白書 平成22年版 内閣府)

^{xvi} “A range of solution exists but synchronization is key” (Cinema Access Technologies for People with sensory impairments, BFI 2002)

3.3 音声ガイドの方式

映画館における音声ガイド上映は、画面説明のためのシナリオを事前で作るディスクリイバー (describer)、シナリオを読み上げるナレーター (narrator)、そして上映会場で機器を操作するオペレーター (operator) によって成り立っている (方式により、オペレーターは不要の場合あり)。そして、ディスクリイバー・ナレーター・オペレーターによって構成される「送出サイド」(音声ガイドを送り出す側) と、「聴取サイド」(音声ガイドを聴取する観客側) それぞれに複数の方式がある^{xvii}。

(1) 送出サイド

- A) ライブ方式：上映中の画面を見ながら、その場でシナリオを読みガイドをつけていく方式。
- B) 録音版方式：あらかじめ録音した音声ガイドを用意しておく方式。以下のような方式が併存している。
 - (a) フィルム焼き付け方式：上映用フィルムの映画本来の音声 (以下、サウンドトラック) にガイドを焼き付けておく方式 (“Burnt in solution”)
 - (b) 別メディア方式：上映用フィルムとは別のメディア (CD-ROM 等) にガイドを用意しておく方式 (“External solution”)

(2) 聴取サイド

- A) オープン方式：観客全員が聴取する方式。映画館のスピーカーを通じ、サウンドトラックとともに館内全体に音声ガイドを流すため、観客全員が対象となる。
- B) クローズド方式：音声ガイドを必要とする人だけが聴取する方式。通常は、館内に音声ガイドをのせたFM電波を飛ばし、ラジオ受信機を装着した観客がこれを聴取する。

これらの組み合わせによる特徴は以下のとおりである。

<方式1>ライブーオープン方式

コスト的には、もっとも安価で上映できる方式。送出サイドの機動性に富み、映画館のスピーカーをそのまま使用するため聴取サイドでも特別な機器を必要としない。音声

^{xvii} Cinema Access Technologies for People with sensory impairments, BFI 2002 を参考に日本での実態を加味して分類

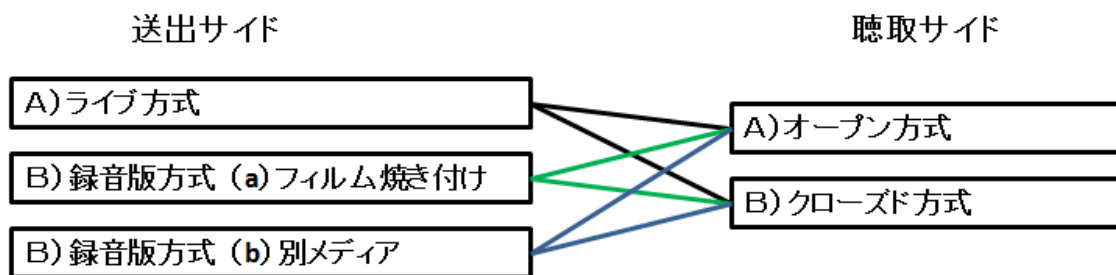


図 3-2 映画館での音声ガイド上映方式の組み合わせ

ガイドの初歩的な紹介や映画祭などのイベントに向くと考えられる。

<方式2>ライブクローズド方式

現在ボランティア団体主催による上映会で主流となっている方式。送出サイドではFM送信機が、また聴取サイドではFMラジオの受信機が各々必要となる。継続的な上映の為にいったん機器を用意しておけば、その後はFM送信機を操作するオペレーターの負担以外、<方式1>と同等の機動性を確保できる。

<方式3>フィルム焼き付けーオープン方式

映画会社がロードショー作品で音声ガイドを提供する際に主流となっている方式のひとつ。フィルムに直接焼き付けるためプリント代がかさみ、ライブ方式はおろか次に述べる別メディア方式に比べても制作にかかるコストが圧倒的に高くなっている。また、フィルム焼き付けの際にガイド音声とサウンドトラックを切り離すことができず、結果的に聴取サイドがオープン方式となってしまう。サウンドトラックと一体となっているため、音声にズレは生じないが、観客全員が音声ガイド聴取対象となることに慎重な映画館側に配慮し、通常は一般上映用フィルムとは別のプリントを用意せざるを得ない。したがって、おのずとガイド用プリント本数は少なくなり、1作品あたり300本程度のフィルムが用意される大規模公開作品でも1~2本のフィルムを全国の上映拠点で使いまわすのが普通となっている。

<方式4>フィルム焼き付けークローズド方式

テレビの「解説放送」は言わばこの方式にあたるが、<方式3>に述べたように、フィルム焼き付けは必然的にオープン方式となってしまう。そのため、この方式は割愛する。

<方式5>別メディアーオープン方式

フィルムとは別のメディア（通常はCD-ROM）にガイドを用意するため、制作のため

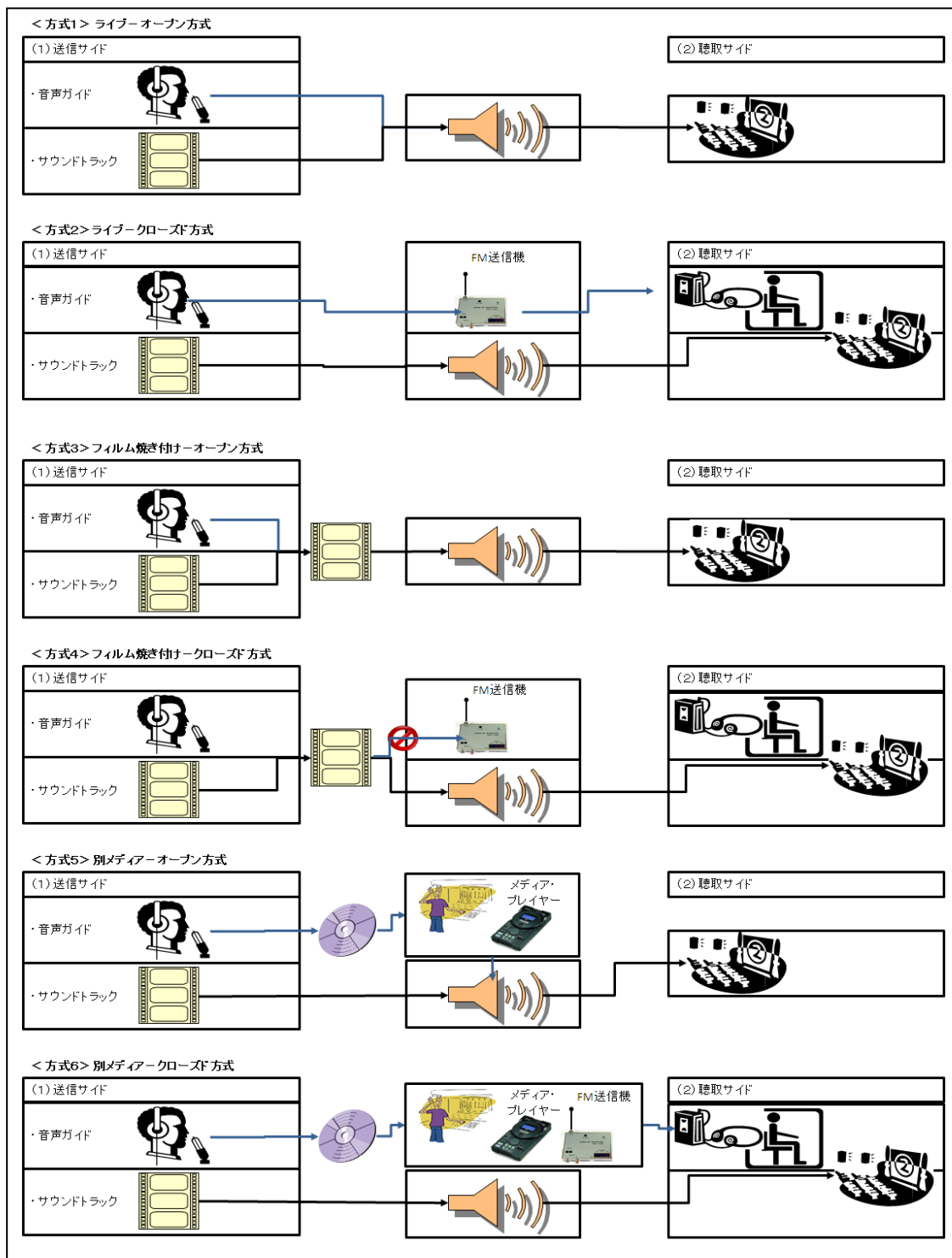


図 3-3 音声ガイド上映方式の 6 パターン

のコストはフィルム焼き付けほどかからないが、上映時に画面とシンクロさせるためのオペレーション負荷が高い。これは、上映用のフィルム（通常は 35mm フィルム）とガ

イド用のメディアが異なるメカニズムにより駆動し、全編を上映する際にどうしても速度にズレが生じてしまうことによるものである。このような両者の同期を自動で行なうために、浅野らは音響分析による再生ピッチ送出手提唱しているが（浅野ら 2004）²⁶、映写機のタイプに応じた分析を必要とするであろうこの方式では、一般的な普及は難しいと思われる。

これに対し、あらかじめフィルムとガイド用データにタイムコードをつけ、両者を自動でシンクロさせる映写システムが 2000 年代半ばに登場した（Dolby 社の ScreenTalk や DTS 社の DTS-CCS など）。これらの機器ではシンクロのための特別なオペレーションが不要なため、たとえば英国では一気に普及した（後述）。しかし、日本ではこのメカニズムを利用した音声ガイド上映の事例がないため、本稿での〈方式 5〉は、〈方式 6〉とともにあくまでオペレーターを介した方式とする。なお、音声ガイドをサウンドトラックと別に送出手提できるメリットを生かすため、聴取サイドではクロズド方式を選択する〈方式 6〉の上映形態が一般的である。ただし、後述する自主企画「MID_ACT 2010」では、あえて当方式を採用した。

〈方式 6〉別メディアークロズド方式

〈方式 5〉に加え FM 送受信機を必要とする。映画会社がロードショー作品で音声ガイドを提供する際に〈方式 3〉とともに主流となっている方式であり、岩波ホールで上映される作品のほとんどには、この方式での音声ガイドがつけられている。

以上の各方式について、評価軸を設定し分析した Pugh Selection の結果を示す。分析結果からは、ボランティア団体や NPO が自主上映を行う場合には、制作負荷や機動性を重視しつつガイド不要者への対応を考慮した〈方式 2〉を、映画会社や映画館が多少手間（コスト）をかけてもより品質を重視する場合には、〈方式 6〉を採用しがちであることが分かる。

表 3-1 (a) 音声ガイド上映方式分析結果 (Pugh Selection) : サマリー

	方式 1	方式 2	方式 3	方式 4	方式 5	方式 6
制作負荷	+++++	+++++	D	S	+++	+++
送出負荷	-	--	A	N/A	---	----
機動性	+++++	+++++	T	N/A	++	++
品質	---	---	U	S	-	-
反復性	---	---	M	S	-	-
ガイド不 要者対応	S	+++		+++	S	+++
総合評価	1S, 10+, 7-	0S, 13+, 8-		N/A	1S, 5+, 5-	0S, 8+, 6-

表 3-1 (b) 音声ガイド上映方式分析結果 (Pugh Selection) : 詳細

	<方式1>ライブオープン方式	<方式2>ライブクローズド方式	<方式3>フィルム焼き付けオープン方式	<方式4>フィルム焼き付けクローズド方式	<方式5>別メディアオープン方式	<方式6>別メディアクローズド方式
送出サイド・オペレーション	上映中の画面を見ながら、その場でガイド	上映中の画面を見ながら、その場でガイド	特になし(フィルム映写と同時にガイドも自動再生)	特になし(フィルム映写と同時にガイドも自動再生)	フィルム映写にあわせ、ガイドを再生。上映中、シンクロさせるよう調整	フィルム映写にあわせ、ガイドを再生。上映中、シンクロさせるよう調整
聴取対象者	観客席全体	受信機装着者のみ	観客席全体	受信機装着者のみ	観客席全体	受信機装着者のみ
制作負荷	++++:シナリオ作成のためのソフトウェア程度	++++:シナリオ作成のためのソフトウェア程度	録音用ソフト(あるいは録音スタジオ)、現像所	S:録音用ソフト(あるいは録音スタジオ)、現像所	+++ :録音・編集用ソフト(あるいは録音スタジオ)	+++ :録音・編集用ソフト(あるいは録音スタジオ)
1. ガイド用シナリオ準備	ナレーターが理解できればOK	ナレーターが理解できればOK	ナレーターだけでなく編集担当者にも理解できる様式で	ナレーターだけでなく編集担当者にも理解できる様式で	ナレーターだけでなく編集担当者にも理解できる様式で	ナレーターだけでなく編集担当者にも理解できる様式で
2. 練習	○	○	○	○	○	○
3. ナレーション	上映当日の1回きり	上映当日の1回きり	何度か録り直しあり	何度か録り直しあり	何度か録り直しあり	何度か録り直しあり
4. 編集	不要	不要	必須	必須	必須	必須
5. フィルム焼き付け	不要	不要	必須	必須	不要	不要
送出負荷	- :マイクテスト	-- :マイクテスト・電波状態チェック		N/A	--- :プレイヤーチェック、シンクロ状態モニター	---- :プレイヤー・電波状態チェック、シンクロ状態モニター
1. 音量調整	マイクテスト、ミキサー調整	マイクテスト、ミキサー調整	不要	N/A	プレイヤーチェック、ミキサー調整	プレイヤーチェック、ミキサー調整
2. 発信調整	マイクテスト	マイクテスト、FM送信機の電波状態チェック	◎特に不要	N/A	プレイヤーチェック	プレイヤーチェック、電波状態チェック
3. 速度調整	不要	不要	不要	N/A	上映中、シンクロ状態のモニター要	上映中、シンクロ状態のモニター要
機動性・スピード	++++:1週間	++++:1週間	3か月(録音・編集・焼き付けのプロセスは回避不可)	N/A	++ :2ヶ月(△録音・編集のプロセスは回避不可)	++ :2ヶ月(△録音・編集のプロセスは回避不可)
品質	---	---		S	- :シンクロにつき、多少オペレーションに左右される部分あり	- :シンクロにつき、多少オペレーションに左右される部分あり
反復性	--- :シナリオを残すことは可能	--- :シナリオを残すことは可能	単純反復可	S:単純反復可	- :シンクロにつき負荷あり	- :シンクロにつき負荷あり
ガイド不要者の評価	S	+++		+++	S	+++
評価	1S、10+、7-	0S、13+、8-		N/A	1S、5+、5-	0S、8+、6-

D
A
T
U
M

3.4 音声ガイドを担っている関係諸団体

我が国における音声ガイド上映を主動しているいくつかの団体と、その活動内容を概観する。

(1) ボランティア・NPO 団体

(A) シティライツ (City Lights) ²⁷ : 2001 年より活動を開始したボランティア団体。

「シアター同行鑑賞会」という形で、視覚障害者のリクエストに基づき、劇場側と交渉し上映会を企画。企画は、チーム企画と個人企画の2種類があり、チーム企画は、月1回、川崎・有楽町・池袋・新宿・渋谷の5チームが月交代で鑑賞会を開催し、個人企画は、会員・非会員に関わらず、個人から要望があがり、音声ガイドの担当者や受付係など必要なスタッフを集めて企画する。上映会の形式は、自らライブで音声ガイドをつける形態（＜方式2＞）がメインとなっているが、劇場側で音声ガイドを用意している場合（＜方式3＞＜方式6＞）には、参加者を募り鑑賞会を催している。

(B) 京都リップル²⁸ : 2003 年 5 月設立。目や耳の不自由な人のための音声ガイド・日本語字幕を付けた映画の上映を行う一方で、視覚・聴覚障害者による講演等を行うボランティア団体。音声ガイド・日本語字幕制作用に京都市が発行したマニュアル「ユニバーサル上映をつくろう」（後述）の執筆にも協力。

(C) シネマ・アクセス・パートナーズ (CAP: Cinema Access Partners) ²⁹ : シティライツでの活動経験をもとに、音声ガイドの制作と普及を目指し 2006 年に設立された非営利活動法人。映画会社がロードショー公開時に音声ガイドをつける場合（＜方式3＞＜方式6＞）、CAP に依頼して制作するケースが多い。

(D) ヨコハマらいぶシネマ（「ハマらいぶ」）³⁰ : 2008 年 4 月にシティライツが横浜で開催した音声ガイド上映をきっかけに設立。横浜市中区にある名画座「シネマ ジャック&ベティ」を拠点に、毎月第一日曜日に音声ガイド上映を定例実施するとともに、リクエストに応じた企画を随時行っている（＜方式2＞＜方式6＞）。

(E) 全国バリアフリー上映サポートネットワーク (ABC-net: All Japan Barrier free Cinema support Network) ³¹ : バリアフリー上映に関わる全国のボランティア組織が、バリアフリー上映のさらなる普及と推進をめざし、相互援助を行うネットワークとして 2008 年に設立したもの。音声ガイド上映のお知らせや、上映

会の開催ノウハウを提供。

(F) メディア・アクセス・サポートセンター (MASC: Media Access Support Center)

³²: 2005年、DVDに聴覚障害者用字幕を入れる活動からスタート。その後、問題の根本的な解決には業界各社の協力と公共的なアーカイブの概念が必要と判断し、2009年6月に特定非営利活動法人として設立。大手映画会社4社（東宝（株）・東映（株）・松竹（株）・角川映画（株））が賛助企業として、また関連諸団体（社団法人 日本映画製作者連盟・全国興行生活衛生同業組合連合会（全興連）・社会福祉法人 日本盲人会連合等）が賛同団体として名を連ねている。2010年5月より1年間、蒲田の映画館2館で東宝・東映のロードショー作品に対し毎日曜に音声ガイドと画面字幕をつけて上映（＜方式6＞）。

(2) 映画会社、映画館

(A) 岩波ホール³³: 神保町駅上に位置する映画館（客席 200）。都内でもここだけで上映されるラインナップを用意し、観客動員数の多寡による上映期間内での途中打ち切りを行わない原則を貫いている。シティライツは、録音版を作成するために当ホールヘデータの提供をリクエスト。ホール側では、日本語字幕に情景描写を加えたデータを提供しており、できあがった録音版をもとにロードショー期間中1度の音声ガイドつき上映を実施している（＜方式6＞）。

(B) シネマ ジャック&ベティ³⁴: 横浜市中区にある名画座で、ボランティア団体「ヨコハマらいぶシネマ」と共に「音声ガイドの日」（毎月第一日曜）ほかで音声ガイド上映の機会を提供。劇場側でFMラジオ受信機を用意し、＜方式2＞を主流とするが、岩波ホール等の上映作品（＜方式6＞）を提供する場合もある。

(3) その他一般企業

(A) 住友商事株式会社³⁵: 「バリアフリー映画への取り組み」を社会貢献活動の一環として行っており、年に数本の劇場公開作に画面字幕・音声ガイドをつけている。特筆すべきは、自社による経済的負担とともに、同社の事業投資先であるアスミック・エース エンタテインメント株式会社（映画製作・配給会社）およびユナイテッド・シネマ株式会社（シネマ・コンプレックス）とのネットワークを活かし、グループ全体で音声ガイドの製作・配給・上映を行っている点である。

上記以外にも、各地のコミュニティシネマやミニシアターなどがボランティア団体と

良好な関係を築き、音声ガイド上映を継続的に行っているケースが知られている。埼玉のシネプレックスわかば×声なびシネマわかば、浜松のシネマイーラ×シーンボイス浜松、大分のシネマ5×バリアフリーライフシネマ大分などがそのケースだが³⁶、ここでは上記各団体のうち首都圏における実績を中心に見ていくこととする。

3.5 音声ガイド制作プロセス

上記各グループへのインタビューや公式サイトの情報をもとに、音声ガイドの制作プロセスをまとめる。まず日本語のみの映画について記し、そのあとで日本語以外の言語が用いられる映画について記す（本章では、日本映画のなかでも部分的にせよ日本語以外の言語が用いられる場合は後者に属し、外国映画でも日本語吹き替え版の場合には前者に属することにする）。

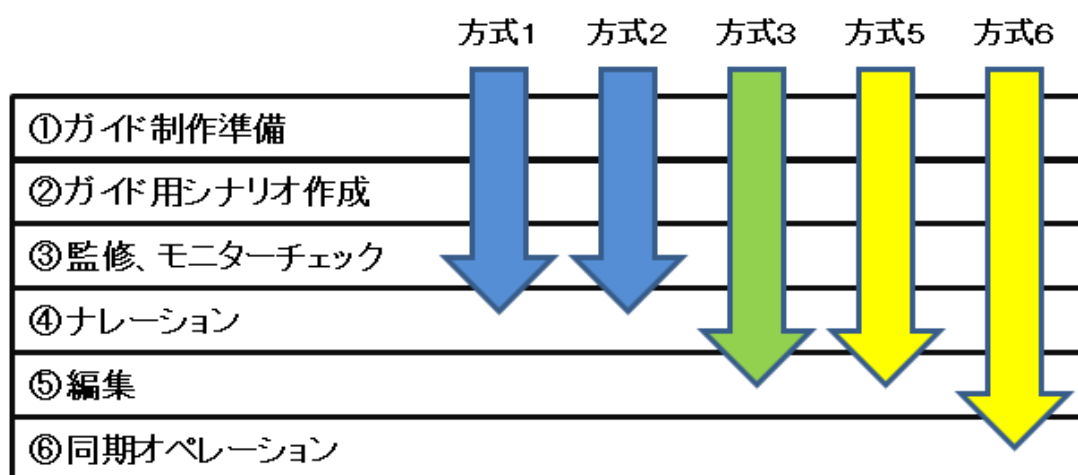


図 3-4 音声ガイドができあがるまで^{xviii}

(1) 日本語のみの映画の場合

① ガイド制作準備

ガイド制作にあたり、映画の撮影に用いられた脚本の使用可否はその後に要する時間・コストを大きく左右する。脚本（の提供）がない場合、特に録音版方式（＜方式3＞～＜方式6＞）を採用するケースでは、まずセリフの書き起こしが必要だと考えられ

^{xviii} シネマ・アクセス・パートナーズ公式サイトを参考に作成
<http://www.npo-cap.jp/what/index.html#c2>

る。これは、音声ガイドを「セリフとセリフの間にいれる」ために、やむを得ない手順となる（次に述べる②「ガイド用シナリオ作成」と一体化した作業になることも予想される）。ただし、一口に脚本と言っても、映画製作前の準備段階のもの（準備稿）・製作開始時の決定稿などさまざまな種類がある。映画が完成した後の最終完成版以外、通常は脚本とできあがった映画の内容に違いが生じていることに留意する必要がある。また、脚本にはセリフ以外の音（音楽や効果音など）まではなかなか書ききれない。音声ガイドは、これらが付された部分も避けるのが原則であるため、脚本だけでは挿入箇所を100%特定できない点にも注意が必要である。

入手できた脚本が、印刷された台本形式（ハードコピー）なのかデータ（ソフトコピー）として扱えるのかによっても、その後の時間・コストが異なってくる。データとして使用可能な場合には、ト書きやセリフを極力応用して、ガイド用シナリオ作成の負荷を減らすことができる。ただし、これは脚本（家）の著作権にも触れる部分であるため映画製作サイドとの調整が必須である。ちなみに、データ化されたセリフは、特に聴覚障害者用に画面字幕を作成する際に大きな効果を発揮する。

なお、混同を避けるため、以下では映画製作に用いられた脚本を台本、音声ガイドのナレーション用原稿をガイド用シナリオ（または、単にシナリオ）とすることにする。

② ガイド用シナリオ作成

音声ガイドの品質を左右するもっとも大事なフェーズであり、もっとも時間を必要とする。シナリオの作成は、ディスクリバラー（**describer**）が担当する。単独で行うかチームで行うかは、費やすことのできる時間により異なってくるであろう。ただし、後者を採用する場合には、表記やトーンの統一といったプロセスが必要となる。

作成にあたり、公式のガイドラインやマニュアルは存在しないが、国内外でいくつかの資料が用意されており、インターネットを通じ入手可能である。ここでは、各々1例ずつあげておきたい。

(A) ITC Guidance On Standards for Audio Description ³⁷

英国のITC（Independent Television Commission；独立テレビジョン委員会）が、テレビ番組の副音声作成にあたり90年代半ばに実施した大規模なリサーチを基に、2000年5月に公表したもの。留意すべき詳細なポイントを具体的な事例とともに示し

ており、“excellent resource”^{xix}となっている。第5章に述べる「MID_ACT」におけるシナリオ作成では、当該資料をベースにしたチェックリストを作成し、ディスクライバー担当者の自己チェック用に使用した（以下、「ITC Guidance」と記述）

(B)「ユニバーサル上映をつくろう」³⁸

京都市保健福祉局保健福祉総務課みやこユニバーサルデザイン推進担当が、2010年に発行。2003年5月の設立以来、目や耳の不自由な人のための映画上映を担ってきたボランティア団体「京都リップル」の協力を得て作成したもので、音声ガイドとともに聴覚障害者用の画面字幕作成にあたり留意すべき点を、具体的に培ってきたノウハウを基に記述している。

シナリオを記述するためのソフトウェアについて、デファクト・スタンダードと言われるものはまだ、いくつかのベータ版の評価が行われている最中だという³⁹。

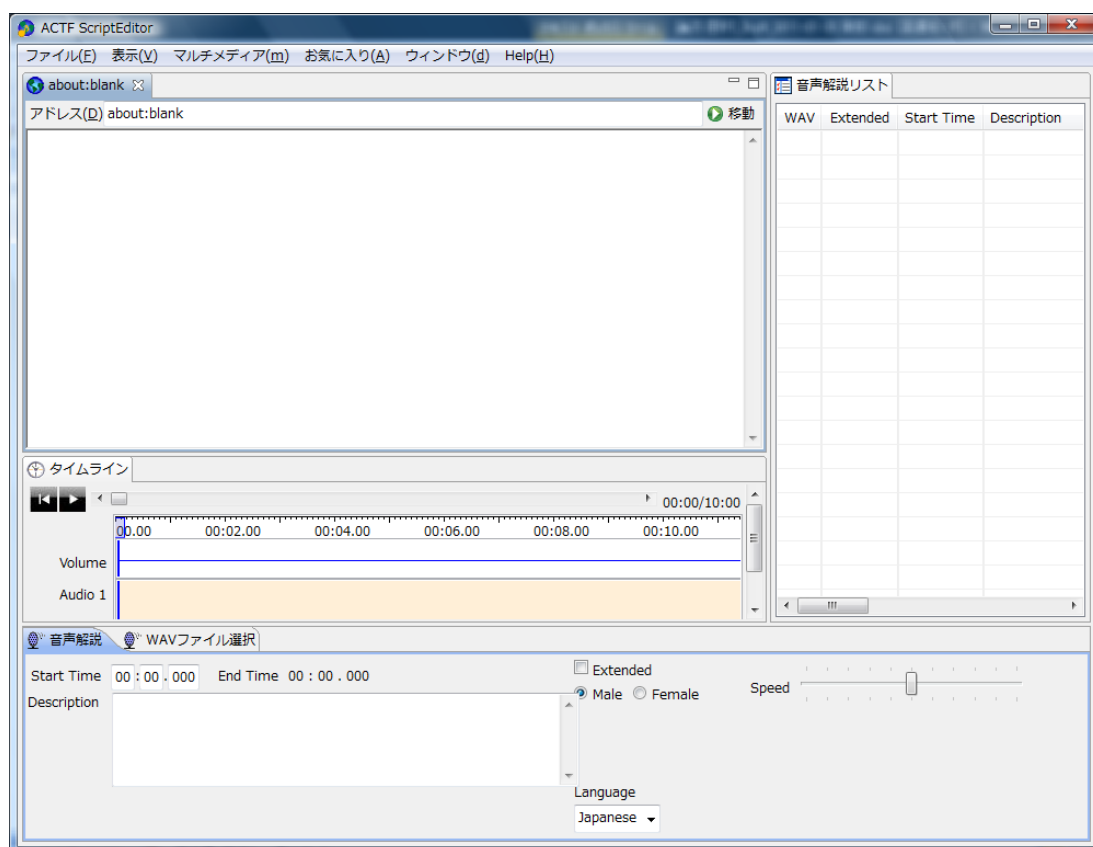


図 3-5 Script Editor サンプル画面

^{xix} “The ITC document serves as an excellent resource that explores in considerable detail (with practical examples) “<http://www.washington.edu/accessit/articles?48>

そのひとつである”Script Editor”は、障害を持つ人のアクセシビリティを高めるために活用される ACTF (The Accessibility Tools Framework)を用いたアプリケーションとしてプロトタイプが提供されている⁴⁰。これは、入力した画像データの音声を読み取り波形表示させることで、ガイドすべき個所を特定しやすくする。シナリオはテキストとして入力していくが、これを人工音声で試し読みする機能もついている。試してみると、日本語は機能表示のみで音声読み上げができないなど開発途上の印象は強い。だが、音声ガイドはサウンドトラックの合間を縫って行うため、ナレーションを挿入できる箇所をいかに素早く見いだせるか、そして、そこで話す長さ・速度をいかに適確に決定できるかが処理効率化のキーとなってくる。ガイド作成にあたり、できるだけコストを低く抑えるためにサポート・ツールの普及が待たれるゆえんであり、このようなアプリケーションが無償で提供されるのであれば、シナリオ作成の迅速化・標準化に大いに資するに違いない。

だが、このようなサポート・ツール類を適宜使用しつつも、日本語に対する感性が重要なことは言を俟たない。したがって、最終的にはガイドのノウハウや表現力を鍛える場が必要である。現在、いくつかの団体がディスクライバー養成のための講座を開催している^{xx}が、その拡充もまた音声ガイドを広め根づかせていくための課題となろう。

③ 監修、モニター・チェック

作成中のシナリオが、映画本来の意図を汲んでいるか、あるいはガイドを必要とする人にとってわかりやすい内容になっているかを確認するフェーズである。論理的には、当フェーズなしでも作業を先に進めることはできよう。しかし、どんなにベテランのディスクライバーでも、シナリオ作成にあたり同じ映画を何度も繰り返し鑑賞しているうちに、いつの間にかひとりよがりになってしまうことが往々にしてある。また晴眼者ゆえに、視覚障害者の欲している情報とは別の説明になってしまうことも少なくない。そのため、映画のスタッフや視覚障害者に立ち会ってもらい、作成中のシナリオの監修やモニター・チェックを行うのが常である。一度の機会では足りなければ、いったんフィードバック分を反映させたくうえで、再度チェックを行うことも十分考えられる。

④ ナレーション

こうしてできあがったシナリオに、文字通り息を吹き込むフェーズである。〈方式1〉〈方式2〉では、上映の際に映写室かモニターを備えた別室に入り、映し出される画

^{xx} シティライツ、シブヤ大学、神奈川県映画教育協会等において、講座開催の実績あり

面を見ながらナレーションを行う。〈方式3〉～〈方式6〉では、映像を見ながらシナリオを読み上げ録音を行う。吹き込みは自宅でも可能だが、クオリティーを重視するならば録音専用のサウンドスタジオを使用するのがベストであろう。

⑤ 編集

録り終わった音声を、実際に映像に合うように編集していくフェーズで、ノイズを消したりサウンドトラックにかぶらぬよう音声データを切り貼りしていく。より高いクオリティーを目指す場合にもっとも細かい作業を要することになり、「日本映画の場合、30時間を要する」^{xxi}。この後、〈方式5〉〈方式6〉の場合にはできあがった完成版の音源をCD-ROMに焼き付ける。このとき、編集を終えた音声ガイドとともにサウンドトラックも左右のチャンネルを分けて焼き付ける。これは、続く⑥「同期オペレーション」のために必要な情報となる。一方、〈方式3〉で音源をフィルムに焼き付けるフェーズは、現像所でのみ可能な作業となる。音ネガを用意して最終的にフィルムに焼き付けるプロセスに多大な時間と費用がかかることになる。

⑥ 同期オペレーション

〈方式5〉〈方式6〉の場合、上映の際に映画と音声ガイドをシンクロさせるためのオペレーションが必要となる。具体的には、上映中の映画を見ながら、⑤で作成したCD-ROMを聞き、映画とCD-ROMのサウンドトラックが常に同期が取られているよう確認する。客席には、CD-ROMのデータのうち音声ガイドを収めたチャンネルからのみ音声流れるようにしておくことで、結果的に映画のサウンドトラックと音声ガイドの同期を図ろうとするものである。この操作があるために、せっかく録音版を用意しても上映時にオペレーターの手間が生じ、単純な繰り返し上映ができない状態となっている。

(2) 日本語以外の言語を使用する映画の場合

日本語以外の言語が用いられる場合（ほとんどは外国語であろうが、動物や機械音あるいは心の声などに日本語字幕がつけられるケースも想定される）、ナレーションとは別に字幕を読む必要が出てくる。これを「字幕読み」などと称してナレーションとは区別している。ナレーターは、通常1回の上映につき1名が通して臨む（〈方式1〉〈方式2〉の場合でも2名程度）が、「字幕読み」は複数で臨むことが多い。これは、実際

^{xxi} シネマ・アクセス・パートナーズ公式サイト「音声ガイドができあがるまで」より
<http://www.npo-cap.jp/what/index.html#s8>

のセリフのやりとりにあわせるためだが、それでもせいぜい男女数名ずつでこなすのが大半であろう。厳密には配役それぞれに別の「字幕読み」担当者をあてるべきだが、現実的でないことは言うまでもない。「字幕読み」担当者が多くなるほどスケジュール調整に時間を要しコストがかさむほかに、＜方式1＞＜方式2＞の場合では、上映時に、ナレーターに加え「字幕読み」担当者を収容できる作業スペースが限られるという物理的な制約も大きい（以降、ナレーターと「字幕読み」担当者を含める場合には、朗読担当者と記述）。

なお、ナレーターには全編を通じアナウンサーのようなトーンの統一が求められる一方、「字幕読み」担当者には声優のように感情をこめることが求められる。

3.6 音声ガイド映画の上映形態

これまでに述べてきたプロセスを経て用意した音声ガイドが、実際にどのような形で上映に用いられているのか、具体的にいくつかのケースについてまとめる。

(1) 「シネマ ジャック&ベティ」とヨコハマらいぶシネマ

映画館（「シネマ ジャック&ベティ」）側が音声ガイド上映を積極的に後押しし、ボランティア団体（ヨコハマらいぶシネマ）が呼応する形で上映会が行われている。クローズド方式を採用し、自分たちでライブ解説を行う＜方式2＞が8割強を占めている。

作品は、第1日曜日の上映予定映画の中からリクエストを募り決定されるが、リクエストが強ければ第1日曜の他にも上映会が行われる場合がある。リクエストは、メールマガジンを通じ視覚障害者・晴眼者の双方から観たいと思う（あるいは、観てほしいと思う）作品があげられる。ただし、当館では1日のうちに数本の入れ替えを行っているため、日曜日だけでも3～4作品の候補があがる。また、映画館の常として、他の作品の興行成績等によってスケジュールが変動するため、作品決定から上映まであまり時間がないことも少なくない。これは、作品の告知と音声ガイドの準備にかけられる時間が短くなることを意味するため、担当者の負担が重くなってしまう。

それでも、あらかじめ日にち（毎月第1日曜日）と場所が決まっているメリットは極めて大きく、ボランティア側・観客側双方にとって予定を立てやすい。当館ではFM受信機を無料で貸し出しているため、上映当日にふらりと飛び込んでも音声ガイドを体験することができる。上映前の準備段階では、映画館側から資料（可能であれば、DVD等）が貸与され、モニター・チェックのための部屋・機材も提供されており、自主上映

表 3-2 ヨコハマらいぶシネマによる音声ガイド上映実績

	2008年	2009年	2010年	合計	備考
ライブ	2	17	16	35	2008年11月スタート
録音版	—	3	4	7	
合計	2	20	20	42	

としてはひとつの理想形と言えよう。

作品決定後、＜方式2＞の場合であれば、①ガイド制作準備 ②ガイド用シナリオ作成 ③監修、モニター・チェックの手順で作業を進める。日本語のみのケースではナレーター1名が、日本語以外の言語が用いられるケースではナレーター1名＋「字幕読み」担当者の朗読担当者数名があたる。朗読担当者がディスクライバーを兼務しており、各自が自分のパートをこなせるように思い思いの形で準備を進めるため、特にシナリオの様式を定めてはいない。1回きりのライブ方式ゆえではあるが、今後、他の上映会でもシナリオを応用できるように資料を残していくことを考えていくなら、標準化に向け改善の余地がある。

準備を進めている間に、作品紹介・上映時間のお知らせ・鑑賞希望者および当日ボランティア（駅と映画館のあいだの誘導係）の募集が行われる。主だった手段はインターネット・サイトおよびブログでの掲示とメールマガジンを通じた告知となっている。各種の情報のなかでも、音声ガイドをより楽しんでもらうための予備知識の提供は重要である。映画の公式サイトでは、映像を重視するために趣向を凝らしたものが多い。そのためにFlashも多用されるが、ウェブページの内容を音声化する読み上げソフトでは、Flashに対応できていないものが少なくない。また、登場人物の背格好や服装などは、映像や写真の掲示で済ませているケースも容易に想定される。いったん上映が始まったから説明する時間がないようなこれらの情報で、あらかじめ知っておいた方が映画をより深く楽しめるようなものが提供されるのである。視覚障害者に向けたテープ雑誌への投稿なども可能だが、締め切りから発行まで1か月程度を要し、更に発行後から上映日までのゆとりも見なければならぬため、現在のルーチンではなかなか採用するのが難しい。インターネットをあまり使わない人にかに情報を伝えていくかは、今後の課題である。

図 3-6 に、＜方式2＞による上映当日の流れを図示する。

• 上映当日の流れ

- ① 最寄駅から、映画館(場内座席)への誘導
- ② 音声ガイド付き上映(ナレーション(十字幕読み))
- ③ 交流会(フィードバック)
- ④ 最寄駅への誘導

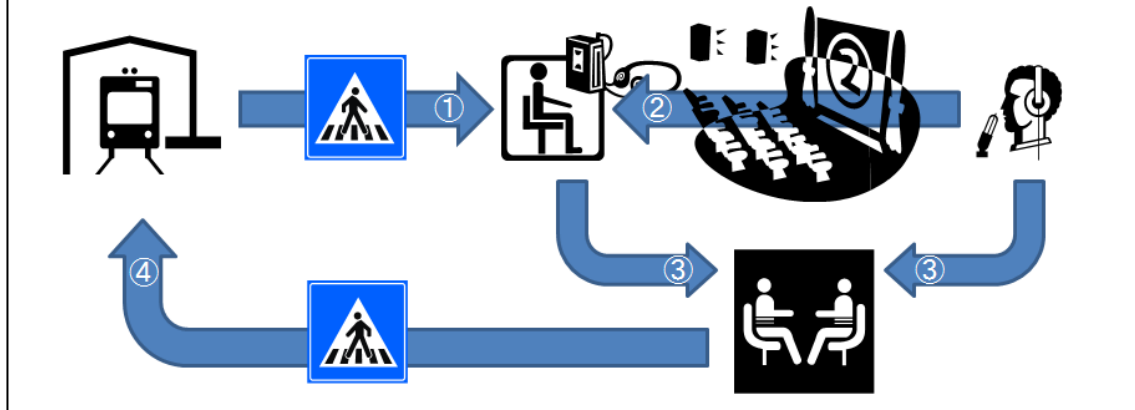


図 3-6 音声ガイド上映当日の流れ<方式 2>

重要なことは、上映会全体が視覚障害者と聴覚者の共同作業となっている点であろう。フィードバックの場(図中③)では、事前のモニター・チェックに参加したメンバーから、「モニターの時点と比べ、この点が上達していた」といった感想が述べられる。あるいは、当日初めて観た観客からは「〇〇がわかりにくかった」といった意見が出るかも知れない。これらの指摘は、多くの場合、より本質的な見方を示唆している。単純に見過ごしていたり、視覚に頼りすぎて、見えていたと思っていたものが実は見えていなかった(見ていなかった)りするなど、本質からずれてしまっていたことに気づかされる場面を、筆者も身をもって何度も体験してきた。それらのひとつひとつが、次の音声ガイドを、そして物事の見方をより深くしていくのである。これが自主上映での得がたい魅力であり、互いに得るものがあるからこそ、次へとつながる原動力となりえているのであろう。この点には、1989年にドイツで始まった「ダイアログ・イン・ザ・ダーク」との類似が垣間見える。

「みえない。が、みえる！ダイアログ・イン・ザ・ダークは、まっくらやみのエンターテイメントです。(中略)参加者は完全に光を遮断した空間の中へ、何人かとグループを組んで入り、暗闇のエキスパートであるアテンド(視覚障害者)のサポ

ートのもと、中を探検し、様々なシーンを体験します。その過程で視覚以外の様々な感覚の可能性と心地よさに気づき、そしてコミュニケーションの大切さ、人のあたたかさを思い出します」（「ダイアログ・イン・ザ・ダーク はじめての方へ」。

下線部、筆者）⁴¹

なお、図中の①④における駅と映画館のあいだの誘導は、映画作品以外のバリアが存在していることを意味している（「2.4.1 映画館のバリア」参照）。

（2）シティライツ（City Lights）による「シアター同行観賞会」

視覚障害者の映画鑑賞サポーターとして、シティライツが果たしてきた役割は大きい。映画館の協力をとりつけるために地道な交渉の末に拠点を拡充するとともに、自ら上映会を組織し（「シアター同行観賞会」および年1回のCity Lights映画祭）、音声ガイド映画の魅力を広めてきた。自らの活動拠点は首都圏であるが、メールマガジンでは全国の上映会活動を幅広く告知するとともに、勉強会を開催し、ディスクリイバー・朗読担当者・オペレーター育成にも力を注いでいる。

前述の「ヨコハマらいぶシネマ」はシティライツを出身母体としているため、「シアター同行観賞会」における音声ガイド作成のプロセス（①ガイド制作準備 ②ガイド用シナリオ作成 ③監修、モニター・チェック）は似通っている。主な相違点は、上映決定までおよび上映当日のプロセスやルールである。

● 企画の主体

（A）チーム企画・・・月1回、川崎・有楽町・池袋・新宿・渋谷の5チームが、月交代で開催

（B）個人企画・・・会員・非会員に関わらず、個人の要望に基づき必要なスタッフを集めて企画

● 日時：土日祝の昼あるいは午後の回が大半（後述する岩波ホールでのケースを除く）

● 映画館：リクエスト作品を上映中の映画館で、特別な協力を得られるところ。協力の内容は、ライブ用の機材セット、映写室への朗読担当者の立会、座席の事前確保、一般観客より優先的な案内など。

● ルール（チーム企画、個人企画共通）

➤ 完全予約制（専用受付のメールアドレスへ申し込み）

➤ 鑑賞会当日は、参加者全員が劇場の最寄り駅に集合し、映画館まで移動。

1人で参加した視覚障害者と晴眼者がペアになり同行。

➤ GW、お盆、お正月の繁忙期には、行わない。

● ルール（個人企画のみ：2009年7月より導入）

➤ 朗読担当者・オペレーター以外に、当日参加できる晴眼者サポーターを募集（「企画応援団」：鑑賞会当日、誘導やラジオの貸出、集金などをサポート）。

➤ 「企画応援団」が、鑑賞会開催2週間前までに5人集らなければ、上映会を不成立とする。

2008年～2010年の「シアター同行鑑賞会」実績（1日の上映を1回とカウント。表3-3）から、以下のような特徴を見てとれる。

実行回数は微減している（2008年：44回、2009年：41回、2010年：35回）。

しかし、「シアター同行鑑賞会」以外の音声ガイドは増加傾向にある。特に、メディア・アクセス・サポートセンター（MASC）が2010年5月末に始めた蒲田の映画館2館における毎日曜の上映をカウントするなら、音声ガイド上映回数は全体として増えているため、このことだけに注目し悲観する話ではないであろう（ただし、蒲田での上映はあくまで1年間の期限付きであることに留意したい）。

- 2010年は、中止となったケースが3件あった（上映の早期終了・誘導担当者の不足・応募人数の不足が各1件ずつ）。中止自体は残念な事態だが、音声ガイド上映回数の増加に伴い選択肢が増えたことによる、ポジティブなものと考えたい。
- 2009年、音声ガイド上映に協力的だった新宿の映画館2館が閉館された（テアトルタイムズスクエア、新宿ジョイシネマ）。同エリアにおける「シアター同行鑑賞会」が、2008年・2009年の6回から、2010年に0回となってしまったのは、この影響が大きいものと考えられる。なお、恵比寿でも、ユニークな映画を上映し続けてきた恵比寿ガーデンシネマ館が休館となった（2011年1月末）。
- 特定の映画館での実施率は高く、JR川崎駅近くにある川崎チネチッタと西武豊島園駅目の前にあるユナイテッド・シネマとしまえんの2館で、全体の約半数を占めている（2008年：47.7%、2009年：51.2%、2010年：48.6%）。

表 3-3 シティライツによる「シアター同行観賞会」映画館別一覧（2008～2010年）

エリア	映画館	2008	実施率	2009	実施率	2010	実施率	備考
有楽町	TOHOシネマズ 日劇	1	2.3%	1	2.4%	0	0.0%	
有楽町	丸の内ピカデリー	0	0.0%	0	0.0%	3	8.6%	
有楽町	TOHOシネマズ 有楽座	1	2.3%	0	0.0%	0	0.0%	
有楽町	ヒューマンラストシネマ有楽町	0	0.0%	2	4.9%	0	0.0%	
日比谷	TOHOシネマズ シャンテ	1	2.3%	1	2.4%	0	0.0%	
銀座	丸の内TOEI	0	0.0%	1	2.4%	0	0.0%	
銀座	シネスイッチ銀座	1	2.3%	0	0.0%	1	2.9%	
銀座	銀座テアトルシネマ	0	0.0%	1	2.4%	1	2.9%	
渋谷	渋谷TOEI	1	2.3%	1	2.4%	0	0.0%	
渋谷	ユーロスペース	1	2.3%	1	2.4%	0	0.0%	
渋谷	ヒューマンラストシネマ渋谷	0	0.0%	0	0.0%	1	2.9%	2010年の中止1件は除く
渋谷	アップリンクX	0	0.0%	0	0.0%	2	5.7%	
新宿	新宿武蔵野館	2	4.5%	3	7.3%	0	0.0%	
新宿	新宿バルト9	1	2.3%	1	2.4%	0	0.0%	
新宿	テアトルタイムズスクエア	1	2.3%	2	4.9%	0	0.0%	2009年閉館
新宿	新宿ジョイシネマ	2	4.5%	0	0.0%	0	0.0%	2009年閉館
恵比寿	恵比寿ガーデンシネマ	1	2.3%	2	4.9%	1	2.9%	2011年1月閉館予定
恵比寿	東京都写真美術館	0	0.0%	1	2.4%	0	0.0%	
神保町	岩波ホール	4	9.1%	3	7.3%	4	11.4%	
豊島園	ユナイテッドシネマとしまえん	7	15.9%	9	22.0%	6	17.1%	
東中野	ポレポレ東中野	0	0.0%	0	0.0%	1	2.9%	
下高井戸	下高井戸シネマ	0	0.0%	0	0.0%	1	2.9%	
足立	TOHOシネマズ西新井	0	0.0%	0	0.0%	1	2.9%	
上野	上野東急2	0	0.0%	0	0.0%	1	2.9%	
錦糸町	TOHOシネマズ錦糸町	1	2.3%	0	0.0%	1	2.9%	
川崎	川崎子ネチッタ	14	31.8%	12	29.3%	11	31.4%	2010年の中止2件は除く
横浜	シネマ・ジャック&ベティ	5	11.4%		0.0%		0.0%	2008年11月以降は、「ヨコハマらいぶシネマ」が主催
	実行回数計	44	100.0%	41	100.0%	35	100.0%	
	対応映画館数	16		15		14		

最後の点について、この上位2館のみが他館より充実した施設を備えているかどうか

見てみたい。

インターネット・サイト **Movie Walker** では、車イス専用駐車場・車イス専用スペース・聴覚補助システム・バリアフリー設計対応・バリアフリートイレの有無および補助犬同伴の可否の 6 項目を公開している⁴²。仮に各々の項目の加点を 1 とするなら、チネチッタ川崎・ユナイテッド・シネマとしまえんとも+5 止まりであり、より上位の+6 を得ている映画館は東京都内に 6 館存在する（表 3-4）。ただし、6 館のいずれにおいても音声ガイド上映は行われていないようである。これは、「バリアフリー」という言葉が映画館（ハードウェア）のみで語られ、映画作品（ソフトウェア）まで視野に入れられていない証左ではないだろうか。「バリアフリー」という言葉を用いることの難しさを暗に示している。

表 3-4 東京の映画館一覧

Movie Walkerサイト (http://movie.walkerplus.com/theater/tokyo/)										
住所	エリア	映画館	車イス専用駐車場	車イス専用スペース	バリアフリー設計	バリアフリートイレあり	補助犬同伴が可能	聴覚補助システムあり	得点 点	得点 率
1	千代田区	有楽町	TOHOシネマス 日劇	○	○	○	○	○	4	
2	千代田区	有楽町	丸の内ピカデリー	○	○	○	○	○	5	
3	千代田区	有楽町	丸の内ルーブル	○	○	○	○	○	3	
4	千代田区	有楽町	TOHOシネマス 有楽座	○	○	○	○	○	4	
5	千代田区	有楽町	ヒューマンラストシネマ有楽町	○	○	○	○	○	4	
6	千代田区	有楽町	有楽町スバル座	○	○	○	○	○	2	
7	千代田区	日比谷	TOHOシネマス シャンテ	○	○	○	○	○	5	
8	千代田区	日比谷	TOHOシネマス スカラ座・みゆき座	○	○	○	○	○	5	
9	千代田区	神保町	岩波ホール	○	○	○	○	○	3	
10	千代田区	神保町	神保町シアター	○	○	○	○	○	3	
11	中央区	京橋	東京国立近代美術館フィルムセンター	○	○	○	○	○	3	
12	中央区	銀座	丸の内TOEI	○	○	○	○	○	2	
13	中央区	銀座	シネスイッチ銀座	○	○	○	○	○	1	
14	中央区	銀座	銀座テアトルシネマ	○	○	○	○	○	1	
15	中央区	東銀座	東劇	○	○	○	○	○	5	
16	中央区	東銀座	銀座シネパトス	○	○	○	○	○	0	
17	渋谷区	渋谷	流東シネタワー	○	○	○	○	○	4	
18	渋谷区	渋谷	渋谷TOEI	○	○	○	○	○	0	
19	渋谷区	渋谷	渋谷東急	○	○	○	○	○	1	
20	渋谷区	渋谷	シネセゾン渋谷(2011年2月閉館予定)	○	○	○	○	○	2	
21	渋谷区	渋谷	渋谷シネパレス	○	○	○	○	○	2	
22	渋谷区	渋谷	渋谷HUMAXシネマ	○	○	○	○	○	1	
23	渋谷区	渋谷	シネクイント	○	○	○	○	○	5	
24	渋谷区	渋谷	シネマライズ	○	○	○	○	○	1	
25	渋谷区	渋谷	ル・シネマ	○	○	○	○	○	3	
26	渋谷区	渋谷	シネマ・アンジェリカ(2010年11月閉館)	○	○	○	○	○	0	
27	渋谷区	渋谷	シアターN渋谷	○	○	○	○	○	0	
28	渋谷区	渋谷	ユーロスペース	○	○	○	○	○	4	
29	渋谷区	渋谷	シネマヴェール渋谷	○	○	○	○	○	3	
30	渋谷区	渋谷	シアター・イメージフォーラム	○	○	○	○	○	1	
31	渋谷区	渋谷	ヒューマンラストシネマ渋谷	○	○	○	○	○	2	
32	渋谷区	渋谷	アップリンク・ファクトリー	○	○	○	○	○	3	
33	渋谷区	渋谷	アップリンクX	○	○	○	○	○	3	
34	渋谷区	恵比寿	恵比寿ガーデンシネマ(2011年1月閉館)	○	○	○	○	○	2	
35	新宿区	新宿	テアトル新宿	○	○	○	○	○	1	
36	新宿区	新宿	K's cinema	○	○	○	○	○	3	
37	新宿区	新宿	新宿武蔵野館	○	○	○	○	○	4	
38	新宿区	新宿	角川シネマ新宿	○	○	○	○	○	1	
39	新宿区	新宿	シネマート新宿	○	○	○	○	○	2	
40	新宿区	新宿	テアトルタイムズスクエア(2009年8月閉館)	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	
41	新宿区	新宿	新宿バルト9	○	○	○	○	○	4	
42	新宿区	新宿	新宿ピカデリー	○	○	○	○	○	4	
43	新宿区	新宿(歌舞伎町)	新宿ジョイシネマ(2009年5月閉館)	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	
44	新宿区	新宿(歌舞伎町)	新宿ミラノ	○	○	○	○	○	3	
45	新宿区	新宿(歌舞伎町)	シネマスクエアとうきゅう	○	○	○	○	○	2	
46	新宿区	飯田橋	飯田橋ギンレイホール	○	○	○	○	○	0	
47	新宿区	高田馬場	早稲田松竹	○	○	○	○	○	2	
48	豊島区	池袋	シネマサンシャイン池袋	○	○	○	○	○	3	
49	豊島区	池袋	池袋テアトルダイヤ	○	○	○	○	○	3	
50	豊島区	池袋	池袋HUMAXシネマズ	○	○	○	○	○	2	
51	豊島区	池袋	池袋東急	○	○	○	○	○	0	
52	豊島区	池袋	シネ・リーブル池袋	○	○	○	○	○	3	
53	豊島区	池袋	池袋シネマ・ロサ	○	○	○	○	○	1	
54	豊島区	池袋	新文芸座	○	○	○	○	○	4	
55	港区	お台場	シネマメディアージュ	○	○	○	○	○	2	
56	港区	品川	品川プリンスシネマ	○	○	○	○	○	2	
57	港区	新橋	新橋文化劇場	○	○	○	○	○	0	
58	港区	六本木	TOHOシネマス 六本木ヒルズ	○	○	○	○	○	5	
59	港区	六本木	シネマート六本木	○	○	○	○	○	3	
60	目黒区	恵比寿	東京都写真美術館	○	○	○	○	○	5	
61	品川区	目黒	目黒シネマ	○	○	○	○	○	1	
62	品川区	大森	キネカ大森	○	○	○	○	○	3	
63	板橋区	東武練馬	ワナー・マイカル・シネマ板橋	○	○	○	○	○	6	○
64	練馬区	豊島園	ユナイテッド・シネマとしまえん	○	○	○	○	○	5	○
65	練馬区	大泉学園	T・ジョイ大泉	○	○	○	○	○	4	
66	中野区	東中野	ポレポレ東中野	○	○	○	○	○	3	
67	杉並区	阿佐ヶ谷	ラビウタ阿佐ヶ谷	○	○	○	○	○	0	
68	世田谷区	下高井戸	下高井戸シネマ	○	○	○	○	○	1	
69	世田谷区	三軒茶屋	三軒茶屋シネマ	○	○	○	○	○	0	
70	世田谷区	三軒茶屋	三軒茶屋中央劇場	○	○	○	○	○	0	
71	北区	王子	王子シネマ1	○	○	○	○	○	2	
72	北区	王子	王子シネマ2	○	○	○	○	○	2	
73	葛飾区	亀有	MOVIX亀有	○	○	○	○	○	6	○
74	台東区	上野	上野東急	○	○	○	○	○	1	
75	台東区	浅草	浅草新劇場	○	○	○	○	○	1	
76	台東区	浅草	浅草中映劇場	○	○	○	○	○	0	
77	台東区	浅草	浅草名画座	○	○	○	○	○	0	
78	足立区	西新井	TOHOシネマス 西新井	○	○	○	○	○	5	
79	足立区	北千住	シネマブルースタジオ	○	○	○	○	○	3	
80	墨田区	錦糸町	楽天地シネマ錦糸町	○	○	○	○	○	4	
81	墨田区	錦糸町	TOHOシネマス 錦糸町	○	○	○	○	○	5	
82	江戸川区	船堀	船堀シネパル	○	○	○	○	○	3	
83	江東区	豊洲	ユナイテッド・シネマ豊洲	○	○	○	○	○	5	
84	江東区	木場	109シネマズ木場	○	○	○	○	○	6	○
85	大田区	平和島	シネマサンシャイン平和島	○	○	○	○	○	3	
86	大田区	蒲田	テアトル蒲田	○	○	○	○	○	1	
87	大田区	蒲田	蒲田宝塚	○	○	○	○	○	1	
88	武蔵野市	吉祥寺	吉祥寺東亜興行チェーン	○	○	○	○	○	3	
89	武蔵野市	吉祥寺	吉祥寺プラザ	○	○	○	○	○	0	
90	武蔵野市	吉祥寺	吉祥寺パラスシアター	○	○	○	○	○	1	
91	立川市	立川	シネマシティ/CINEMA・TWO	○	○	○	○	○	4	
92	武蔵村山市	武蔵砂川	ワナー・マイカル・シネマむさし野ミュージー	○	○	○	○	○	5	
93	昭島市	昭島	MOVIX昭島	○	○	○	○	○	5	
94	八王子市	八王子	ニュー八王子シネマ	○	○	○	○	○	3	
95	八王子市	南大沢	TOHOシネマス 南大沢	○	○	○	○	○	4	
96	西多摩郡	秋川	ワナー・マイカル・シネマズ日の出	○	○	○	○	○	5	
97	調布市	調布	パルコ調布シネマ	○	○	○	○	○	4	
98	府中市	府中	TOHOシネマス 府中	○	○	○	○	○	6	○
99	多摩市	多摩センター	ワナー・マイカル・シネマズ多摩センター	○	○	○	○	○	6	○
100	町田市	南町田	109シネマズグランベリーモール	○	○	○	○	○	6	○
音声ガイド実施回数合計										
対応映画館数			21	64	43	58	65	18		
対応映画館率			21.4%	65.3%	43.9%	59.2%	66.3%	18.4%		

(3) 岩波ホールでのロードショー作品

岩波ホールでは、ロードショー公開する映画のパンフレットに、ほとんどの場合「採録シナリオ」を掲載している。「採録シナリオ」には、配給会社を通じて上映作品の製作者サイドから了承を得られた場合にのみ、上映用の日本語字幕データに独自の情景描写を足したものを用いている。シティライツには、録音版作成用にこのデータを提供している。

「採録シナリオ」用データは、岩波ホールでの封切タイミングを目指して作成されているため、できあがりは封切間近となるのが常である。シティライツによる音声ガイド制作はここからスタートするため、ロードショー期間中の上映実施を考慮に入れ、上映が2カ月以上に及ぶ場合にのみ制作を行なっている。

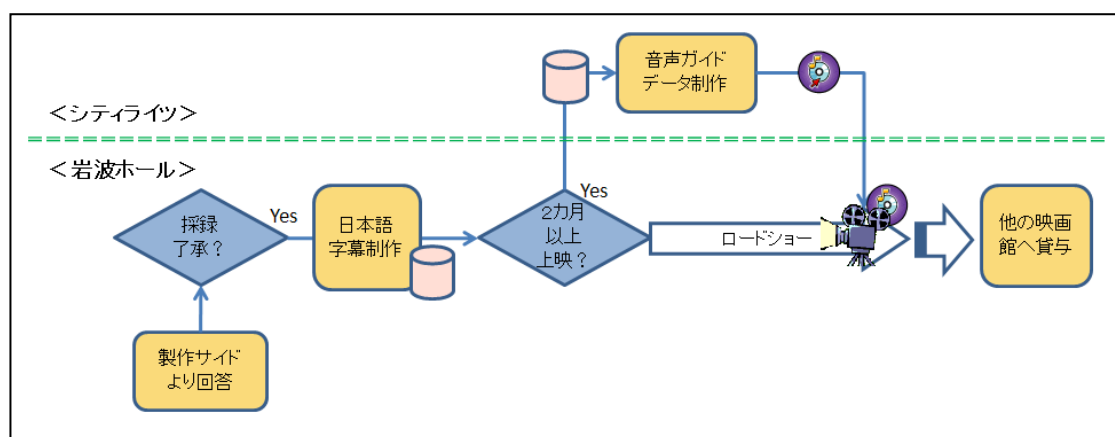


図 3-7 岩波ホールにおける上映作品への音声ガイド作成・上映プロセス

岩波ホールで実際にこの音声ガイドを使って上映するのは、ロードショー期間中に1回のみとなっており（期間後半の月曜夜の回）、シティライツでは「シアター同行鑑賞会」の対象としている。1回の上映に集まる視覚障害者の観客数は数十人程度という^{xxii}。

月曜夜の1回の上映なのが惜しまれるが、制作された音声ガイドは別の映画館で上映される際に貸出可能で、シネマ ジャック&ベティでも過去4作品を上映している。地味な扱いではあるが、録音版のメリットである反復使用は確かに実践されているのである。

^{xxii} 同ホール担当者への電話インタビュー（2010/07/06）に基づく

(4) 映画会社提供による録音版の上映

映画製作・配給会社によって録音版が作成される場合、限られたフィルムが全国で使いまわされるケースが多いため、どうしても1箇所での上映日数は限定されてしまう。更に、<方式3><方式5>の場合には館内全体に音声ガイドが流れてしまい、<方式6>の場合にはオペレーターの負荷が高くなってしまうため、限られた上映日数の中でも、上映回が1、2回程度に抑えられることが少なくない。

また、公開初日から何日後に音声ガイド上映が行なわれるかという点も考慮されてしかるべきであろう。テレビスポットで大量のコマーシャルを流すような映画の場合、まず公開初日に的を絞り「〇月〇日大公開」と宣伝した後、スタートするや「大ヒット上映中」に切り替えるパターンが非常に多い⁴³。テレビ会社が映画製作に関わっている事情と大いに関係しているとは言え、四六時中連呼されれば多少なりとも気になるのが人情であろう。逆に、口コミでじわじわと人気を広まっていくような場合もある。このようなケースでは、むしろ評判になってからの鑑賞リクエストの方が高いかもしれない。

以上の観点から2010年に録音版上映が行われた4作品について、公開時のスクリーン数と公開初日からの経過日数の関係を図3-8に示す。この中で、もっとも理想的なパターンは「春との旅」になろう。59スクリーンでスタートした時点で音声ガイド上映は全国10箇所ではか予定されていなかったが、その後評判を呼び、数か所での上映が追加された。逆に残念だったのは、「座頭市 THE LAST」であろう。新宿における平日昼間1回の上映で、果たして何人の観客の満足を得られたであろうか。

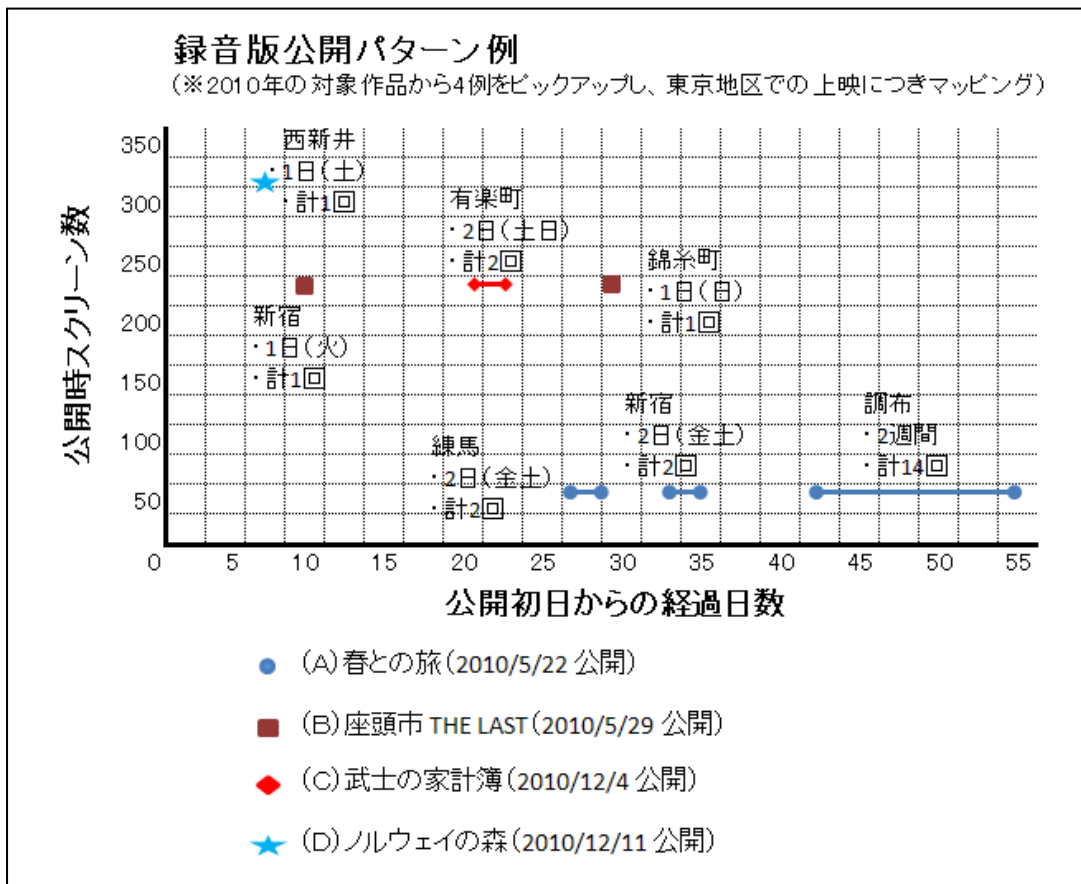


図 3-8 録音版公開における公開初日からの経過日数パターン

3.7 音声ガイド映画のコスト

では、音声ガイド作成から上映に至る時間とコストはどれくらいかかるのだろうか。方式によりかなり差があるが、ヒアリングの結果表 3-5 のような結果を得た。

1 作品あたり 300～500 万円のコスト増がかなりの負担となるのは容易に想像がつく。これを入場料金のみで回収しようとする、およそ 2500～4100 人の動員増を図らねばならないのである (2009 年の 1 人あたり平均入場料金 1,217 円⁴⁴より単純計算)。自助努力は確かに大切であろうが、継続性をいかに確保するかが検討されなければならない。

表 3-5 音声ガイドの作成・上映にかかるコスト

	担い手	時間	コスト	計算内訳（前提）
A) ライブ方式	ボランティア	2週間	N/A	
B)-a) 録音版：フィルム 焼き付け方式	映画会社	3か月	500万円	・シナリオ作成～編集：100万円 ・フィルム焼き付け：300～400万円（音声ガイド用プリントを2本作成） ^{xxiii}
B)-b) 録音版：別メディア 方式	ボランティア の場合	1～2か月	N/A	
	映画会社の場合	2か月	300万円	・シナリオ作成～編集：100万円 ・同期オペレーション：200万円（全国10箇所オペレーター派遣） ^{xxiv}

3.8 音声ガイド上映作品の位置づけ

音声ガイド上映が視覚障害者の日々の生活にどれだけ貢献しているかは、観客ひとりひとりが個々の映画に接した後の評価にゆだねられ、一概には論じがたい。ただし、情報アクセスの平等性の観点から、少しでも世評の高い映画あるいは話題性の大きな映画について、音声ガイド上映が行なわれているかどうかという点は注目に値しよう。そこで、映画の持つ娯楽性と芸術・文化性の2面を考慮して、各々の上位作品に対する音声ガイド上映カバー率を示したのが表 3-6 である。ここでは、娯楽性の高い映画を興行収入上位作品とし、芸術・文化性の高い映画を、各年の優秀作を選定する指標として定着しているキネマ旬報ベストテン作品として、2008年・2009年につき調査した。

（1）興行収入上位作品の音声ガイド上映カバー率

両年とも録音版での上映はなく、ライブ方式に基づく上映会のみであった。年により変動はあるものの、直木賞受賞原作（「容疑者 X の献身」）や累計 2800 万部⁴⁵を超える漫画の実写作品（「20 世紀少年」）、世界的ベストセラー（「ハリー・ポッター」）など、

^{xxiii} ホームページのバリアフリー化と DVD 収録費用を含む

^{xxiv} 同上

表 3-6 (a) 興行収入ベストテン作品と音声ガイド対応 (2008、2009 年度)

A. 興行収入ベストテン

邦画部門(2008年度)				洋画部門(2008年度)			
順位	作品名	ライブ	録音版	順位	作品名	ライブ	録音版
1位	崖の上のポニョ	○		1位	インディ・ジョーンズ クリスタル・スカルの王国	○	
2位	花より男子ファイナル			2位	レッドクリフPart1		
3位	容疑者Xの献身	○		3位	アイ・アム・レジェンド		
4位	劇場版ポケットモンスター ダイヤモンド・パール ギラティナと氷空くそら>の花東シェイミ			4位	ライラの冒険 黄金の羅針盤		
5位	相棒-劇場版- 絶体絶命! 42.195km東京ビッグシティマラソン	○		5位	ハンコック		
6位	20世紀少年 第1章	○		6位	ナルニア国物語/第2章 カスピアン王子の角笛	○	
7位	ザ・マジックアワー	○		7位	魔法にかかけられて		
8位	映画ドラえもん のび太と緑の巨人伝			8位	ナショナル・トレジャー リンカーン暗殺者の日記		
8位	マリと子犬の物語	○		8位	ウォンテッド		
10位	L change the WorLd	○		10位	アース		

7/0
カバー率
2/0
カバー率

邦画部門(2009年度)				洋画部門(2009年度)			
順位	作品名	ライブ	録音版	順位	作品名	ライブ	録音版
1位	ROOKIES-卒業-			1位	ハリリー・ポッターと謎のプリンス	○	
2位	劇場版 ポケットモンスター ダイヤモンド・パール アルセウス 超克の時空へ			2位	レッドクリフ Part II 未来への最終決戦	○	
3位	20世紀少年<最終章>ぼくらの旗	○		3位	マイケル・ジャクソン THIS IS IT		
4位	エヴァンゲリオン新劇場版:破	○		4位	WALL・E ウォーリー	○	
5位	アマルフィ 女神の報酬			5位	2012		
6位	名探偵コナン 漆黒の追跡者(チェイサー)	○		6位	天使と悪魔		
7位	ごくせん THE MOVIE			7位	ターミネーター4		
8位	余命一ヶ月の花嫁			8位	マンマ・ミーア!	○	
8位	ヤッターマン			8位	地球が静止する日		
10位	クロースZERO II			10位	ベンジャミン・バトン 数奇な人生		

3/0
カバー率
4/0
カバー率

映画の枠を超えて話題となった作品がカバーされている功績は大きい。

(2) キネマ旬報ベストテン作品の音声ガイド上映カバー率

録音版での対応状況も考慮すると、総じて興行収入上位作品よりもカバー率が高い。これは、子供向けのアニメーションやビジュアルを重視する SF 映画・アクション映画などが少ないこととも関係していよう。邦画では録音版があるが、洋画も含めるとライブ方式に多くを負っている構図は (1) と変わらない。

もちろん多様性の観点からは、一般的な話題作ばかりでなく、広く様々な分野・観点からの映画が音声ガイドつきで上映されるのが望ましいことは言うまでもない。その意

表 3-6 (b) キネマ旬報ベストテン作品と音声ガイド対応 (2008、2009 年度)

B. キネマ旬報ベストテン

邦画部門(2008年度)				洋画部門(2008年度)			
	作品名	ライブ	録音版		作品名	ライブ	録音版
1位	おくりびと	○	○	1位	ノーカントリー		
2位	ぐるりのこと。		○	2位	ゼア・ウィル・ビー・ブラッド	○	
3位	実録・連合赤軍 あさま山荘への道程	○		3位	ダークナイト		
4位	トウキョウソナタ	○		4位	イントゥ・ザ・ワイルド		
5位	歩いてても 歩いてても	○		5位	ラスト、コーション		
6位	闇の子供たち	○	○	6位	イースタン・プロミス		
7位	母べえ		○	7位	その土曜日、7時58分		
8位	クライマーズ・ハイ			8位	エグザイル/絆		
9位	接吻			8位	つくない	○	
10位	アフタースクール	○		10位	チェチェンへ アレクサンドラの旅		

6 4
カバー率
2 0
カバー率

邦画部門(2009年度)				洋画部門(2009年度)			
	作品名	ライブ	録音版		作品名	ライブ	録音版
1位	ディア・ドクター		○	1位	グラン・トリノ	○	
2位	ヴィヨンの妻〜桜桃とタンポポ〜			2位	母なる証明		
3位	綱岳 点の記	○		3位	チェンジリング	○	
4位	愛のむきだし			4位	チェイサー		
5位	沈まぬ太陽	○		5位	レスラー	○	
6位	空気人形		○	6位	愛を読むひと	○	
7位	ウルトラマラクルラブストーリー			7位	アンナと過ごした4日間		
8位	サマーウォーズ	○		8位	戦場でワルツを		
9位	誰も守ってくれない	○		8位	スラムドッグ\$ミリオネア	○	
10位	風が強く吹いている	○		10位	イングリシアス・バスターズ		

5 2
カバー率
5 0
カバー率

味で、2010 年には小規模ながら 2つの注目すべき動きがあった。ひとつは、ファッションとタイアップさせグッズの売り上げを音声ガイド制作費に充てた「時をかける少女」であり⁴⁶、もうひとつは成人映画 2 本に音声ガイドをつけた「エロバリ」（エロティック・バリアフリー・ムービー）である⁴⁷。いずれも話題性先行の感は否めないが、硬軟取り混ぜた選択肢の増加は世論を喚起する意味においても歓迎されてしかるべきであろう。

3.9 録音版音声ガイド上映における日本モデル

ここまで、日本における音声ガイドの状況を概観するなかで、ボランティアの手によ

るライブ方式に基づく自主上映が中心であり、映画会社による録音版対応は極めて限られてしまっている現状が見てとれた。

このような状況を前にして、録音版方式への片寄せは現実的な解とは言い難い。現在、わが国においては、毎週猫の目のごとく新作が封切られている（年 800 本が毎週等しく封切られるとすると、1 週あたり 15～16 本）。邦画 400 本についてさえ約 1%の作品にしか録音版音声ガイドがつけられていない現状を、一足飛びに変革することはコスト的に難しい。量産効果で 1 本あたりのコストが低減化できたとしても、今度は品質の劣化が懸念されよう。更に、対象は新作だけではない。旧作を上映する名画座は数少なくなってきたとは言えいまだに映画ファンの熱い支持を得ており、シネマ・コンプレックスさえその魅力をあなどりがたく感じている^{xxv}。これらあまたの作品を前にした時、ライブ方式の機動性は捨てがたい。だが、繰り返し上映ができない点は先に述べたとおりであり、日本国中で展開するわけにはいかないのも、また動かし難い事実である。やはり、ライブ方式の上映形態は維持しつつ、録音版の普及率をあげる両輪の体制こそがありうべき解決策（To Be）であるという前章の仮説をもとに、今後の方策を考えていくべきであろう。

録音版をめぐる当事者と当事者間相互の関連はどのようになっているのであろうか。図 3-9 は、これを CVCA（Customer Value Chain Analysis）によって図示したものである。音声ガイド作成には、実績のあるシネマ・アクセス・パートナーズ（CAP）をおいた。また、公開時に作成した音声ガイドはその後の DVD にも大抵使用されると聞き、DVD に関するパスも加えている。なお、音声ガイドに直接関与する管轄省庁は特にないと認識している（文化芸術振興費補助金という形で映画製作を助成している文化庁あたりを念頭に置いている）。これを本稿では「日本モデル」と呼ぶことにする。

では、コストを回収しながら、録音版方式の制作・上映をより広めていくためにはどのような方策が考えられるのであろう。次章では、英国の事例に目を向けたうえで、あらためて日本での普及策を考えてみたい。

^{xxv} 「午前十時の映画祭 何度見てもすごい 50 本」は、「映画の黄金時代（1950～70 年）を中心に外国の傑作娯楽映画 50 本を選んで全国 25 の劇場で 1 年間にわたり連続上映する」もので、2010 年 2 月～2011 年 1 月に行われた。好評につき、2011 年 2 月より第 2 弾がスタートしている（<http://asa10.eiga.com/2010/>）

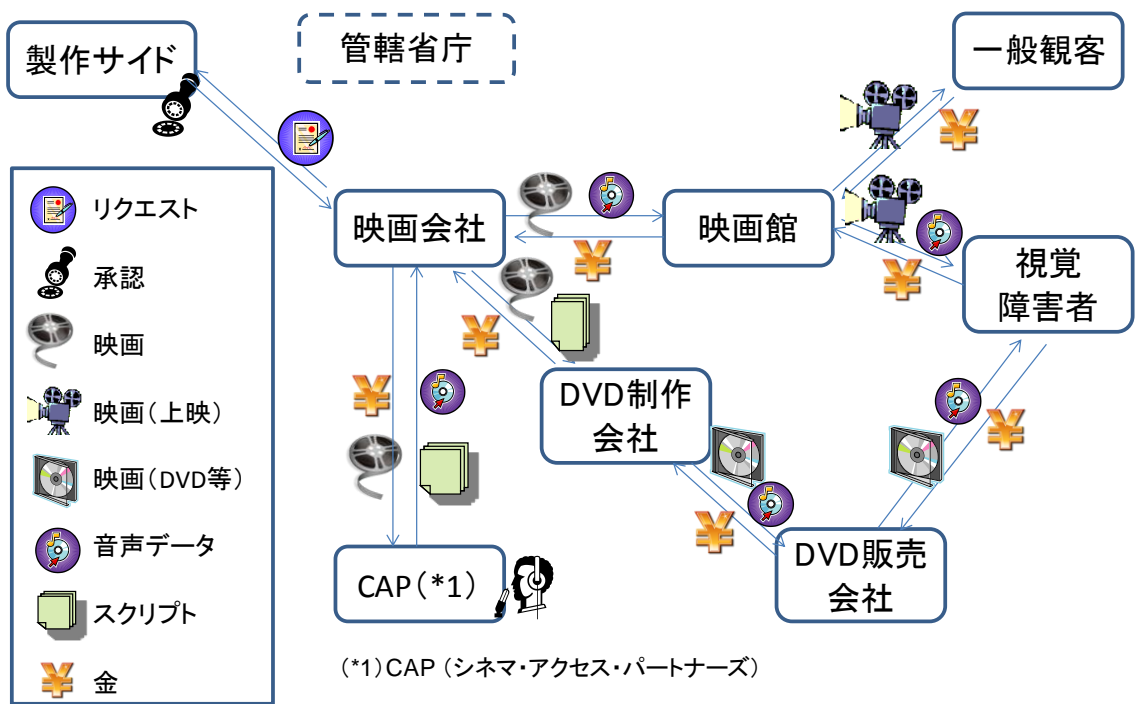


図 3-9 録音版音声ガイド映画の製作・上映における日本モデル

4 英国の事例をもとにした「1 Yen Moviemment」の提案

英国は、自他ともに認める音声ガイド普及先進国である（英国では、Audio Description、あるいはADと記す）^{xxvi}。シネマ・アクセス・パートナーズ（CAP）では「現在、音声ガイドを取り巻く環境が最も整っているのはイギリスであることが判明した」と結論付けた⁴⁸。実際、英国で全盲・弱視の人々をサポートしている慈善団体RNIB（Royal National Institute of the Blind；英国王立盲人協会）の担当者との質疑でも、当協会をはじめとする関係諸団体のネットワークが効果的に機能し、同国内での普及を後押ししてきた経緯が確認できた。

そこで、本章では同国での普及経緯を概観したうえで英国モデルとしてまとめる。そのうえで、日英両国を比較し、日本での音声ガイド普及に欠けている要素を導出のうえで、「1 Yen Moviemment」を提案する。なお、同国では現在<方式6>での音声ガイドが一般的なことから、ここではすべて<方式6>として取り扱う。

4.1 英国での音声ガイド普及経緯

CAPによる報告書および英国国内での音声ガイド情報発信の中心を担っているインターネット・サイト「yourlocalcinema.com」、そしてRNIB担当者からの回答をもとに、2000年前後に始まった英国での普及経緯を以下にまとめる。

（1）制度・政治的背景

1996年、ITC（Independent Television Commission；独立テレビジョン委員会）は、放送条例（Broadcasting act 1996）に基づき、デジタル・プログラム・サービスを通じて視覚障害者が内容を理解し楽しむことができる、番組提供促進に関する規約を作成し整備することを求められた。そこで、ITCでは、視覚障害者へのアンケートや面接を基にガイドラインを作成し、2000年5月に公開した（“ITC Guidance On Standards for Audio Description”）。これは、テレビでの副音声番組作成をメインターゲットとしていたが、広く映画やDVD等の作成にも参考になるものとしてRNIBサイト等で紹介されている。その後、ITCは2003年12月にOfcom（Office of Communications；情報通信庁）へ発展的解消を遂げたが、同ガイドラインは引き続き有力なソースとなっている。

^{xxvi} 英語では audio description (AD) が一般的なようだが、アメリカでは、video description, descriptive video, descriptive video service, DVS などとも呼称する (<http://www.washington.edu/accessit/articles?1079>)

なお、この時期、労働党が18年ぶりに政権についている(1997年～)。若きトニー・ブレア(Tony Blair)率いる労働党は、従来の国有化政策を放棄し、福祉政策と市場主義経済の両立を目指す「第三の道」を提唱。「New Labour」を標榜し、保守党から政権の座を奪い返した。

(2) 観客からのリクワイアメント

観客サイドの動きとしては、「yourlocalcinema.com」の創設が大きい(<http://www.yourlocalcinema.com/>)。きっかけは、2000年、聴覚障害をもつ一人の子供が字幕つき映画「チキン・ラン」を観た後で、なぜ全ての映画を字幕付きにできないか尋ねたことにある。同年7月には、この子の親がインターネット上に「yourlocalcinema.com」を開設した。そして、ネットを通じたキャンペーンを展開し、映画業界に「アクセシブルな映画館」という市場があることを証明していったという。このキャンペーンの成功は、RNIBの他に、経済的・文化的・教育的な観点から同国の映画に関する政策を一手に引き受けているUK Film Council(英国映画協議会；2000年創設)や映画製作・配給・上映に関わる諸団体による緊密なネットワークの奏功にも大きく依っている。

(3) 技術的な進展と資金援助

2000年前後は、インターネットが爆発的に普及した時期にあたっており、「yourlocalcinema.com」の成功もこれに負っている。また、デジタル技術を応用した新しい映写システムが登場している。映画フィルムと音声ガイドデータの双方にタイムコードを持つことで、音声ガイド普及のネックになっていたサウンドトラックとのシンクロ問題の解消に道筋をつけたのである。2003年、UK Film Councilは大規模なファンド(Cinema Access Programme、£350,000 = 2009年の対GBP購買力平価⁴⁹¥179/GBPで6265万円。以下、いずれも同レートにて換算)を組成した。設備を新設・増強しようとする映画館にコストの半額を助成するもので、その後も、Cinema Exhibition Fund for Small Capital Projects(2006年、£800,000 = 1億4300万円)およびCapital and Access Fund for Cinemas(2007年、£500,000 = 8950万円)と矢継ぎ早にファンドを組成し、音声ガイドおよび字幕対応を積極的に後押しした。2007年には、Digital Cinema Networkも£12,000,000(21億4800万円)でスタートしている。これは、従来映写機が扱ってきたフィルムをすべてデータに置き換え上映するもので、210の映画館で240スクリーンに適用された。今後は年を追うごとにデジタルシ

ネマ・プロジェクターへのシフトが予想される^{xxvii}。

このように UK Film Council が強力なイニシアチブを発揮した結果、2010年時点で4割強のサイトで音声ガイド対応が実現されている（複数のスクリーンを持つシネマ・コンプレックスは1サイトとしてカウント）。ちなみに、UK Film Council の原資は、宝くじ（The National Lottery）の収益金に負っている。

（4）音声ガイド作品の供給

映画館・設備というハード面が整っても、映画作品というソフトが継続的に供給されなければ意味がない。しかし、当時の DDA（Disability Discrimination Act；障害者差別禁止法）には、映画配給会社に全ての映画をアクセシブルにすることを強制する力はなかった。そこで UK Film Council は、同協議会が全てまたは一部を出資したどの映画も音声ガイド対応とするよう主張した（ちなみに、UK Film Council は 2007 - 2009 年度に、54 本の映画に対し計£216mil（約 387 億円）を投資している）。小規模の配給会社についてはコスト援助が得られるよう、同協議会への補助金交付申請の仕組みも用意した。現在では、たとえばハリウッド映画ならほとんど 100%の音声ガイド対応率が実現されている。

（5）情報提供の仕組み

インターネットの普及は、情報発信を適時に行なううえで大きく貢献しており、リクワイアメントを大規模なキャンペーンに発展させることに成功した「yourlocalcinema.com」は、その後も情報発信の中心を担っている。2004年からは英国の映画関連団体の幅広いサポートを受け非営利の運営を続けている。サポーターとして名を連ねているのは、UK Film Council の他に大手映画館や配給業者を束ねる film industry trade associations、また音響システムとしてデファクト・スタンダードとなっている Dolby 社や DTS 社(Digital Theater Systems, Inc.)も含まれている。同サイトのコンテンツとして、音声ガイド対応の映画館リスト（対象は、スコットランド、ウェールズ、北アイルランドを含む英国全土およびアイルランド）と現在公開中の音声ガイド映画情報を提供し、どの映画館でどの作品が上映されているかのデータを常時アップデートしている。また、同サイトでは音声ガイド映画の予告編へのリンクや DVD リス

^{xxvii} デジタルシネマへのシフトは、撮影用のカメラから上映にいたるまで映画製作・上映の様々なプロセスにおいて見られるが、本稿での「デジタルシネマ」とは、映画館におけるデジタルシネマ・プロジェクターの導入・置換を指すものとする

トも掲載し、情報提供のワンストップ化が図られている。

(6) 映画鑑賞促進のための施策

ハード・ソフトの両輪をそろえるだけでなく観客を増やすことについても熱心な活動を継続させている。

- CEA カードの発行：視覚障害者に Cinema Exhibitors' Association (CEA) カードを発行し、携帯者には同伴する鑑賞者の料金を無料としている（1年間有効。手数料は£5.5 = 約 984 円）。
- National Schools Film Week：全国の小中学生に対し、音声ガイドおよび字幕付き映画鑑賞の機会を無料で提供するもの。最寄りの映画館で上映されている映画のうち学年にふさわしいものが提供される。毎年行なわれており、2010年（第15回）には、473,000人の生徒が560館で計2,800回の上映に参加したと報告されている⁵⁰。RNIBのチーフ・エグゼクティブ Lesley-Anne Alexander は、「英国中の目の不自由な子供たちが、目の見えるクラスメートと同じように映画体験を享受できることを嬉しく思います」と述べている^{xxviii}。
- International Audio Description Initiative：輸入公開される外国映画に対し音声ガイドをつけようとするプロジェクト。「ボリウッド」(Bollywood) と呼ばれるインド映画からスタートし、欧州（フランス、スペイン、イタリア）、ナイジェリア、中国の映画と、その対象範囲を広げている。
- DVD情報のアクセスポイント拡充：インターネットでの小売り大手アマゾンに対し、長年のロビー活動の結果、DVD検索クライテリアとして”Audio Description”を追加させることに成功した。RNIB担当者によれば、世界のアマゾンの中でも同国のサイト (amazon.co.uk) のみで実現できたとのことである。同様に、HMV や lovefilm.com 等のサイトでも AD つき DVD がリスト表示可能になっている。

こうして、2000年前後に起きたいくつかの事象が有機的に作用し、英国においては極めて短期間のうちに、映画館での音声ガイド上映が、飛躍的な普及発展を遂げることになったのである。以上を図示したものが、図 4-1 である。

^{xxviii} National Schools Film Week より、筆者訳
<http://www.yourlocalcinema.com/ad.nsfw.2010.html>

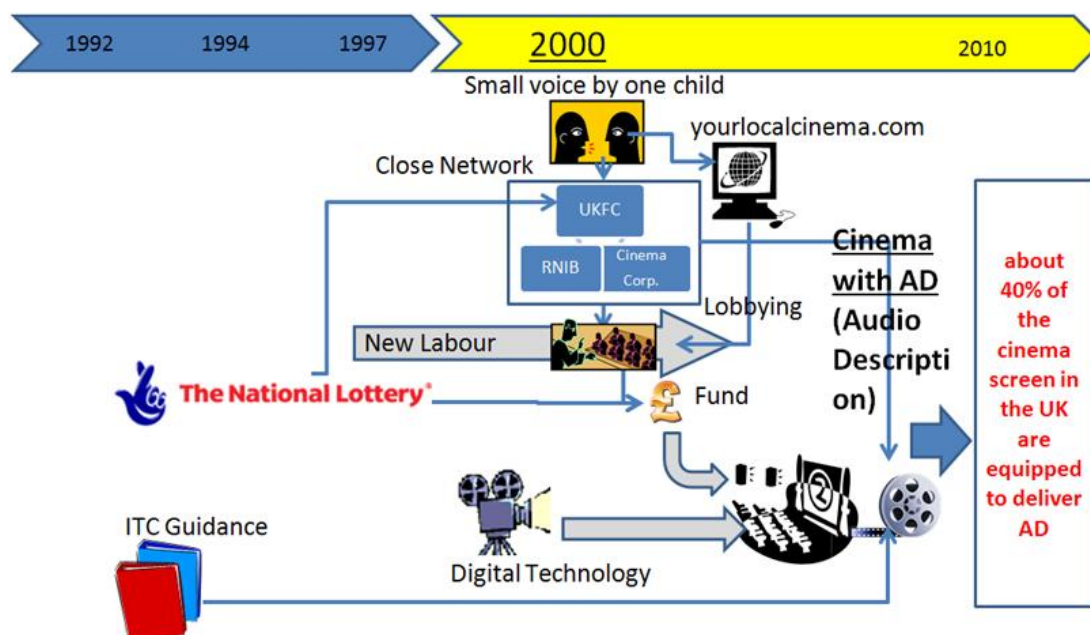


図 4-1 英国での音声ガイド普及におけるキー・ファクター関連図

4.2 英国での音声ガイド普及モデル

前節に、RNIB（英国王立盲人協会）、UK Film Council（英国映画協議会）、「yourlocalcinema.com」、そして映画関係諸団体による緊密なネットワークが奏功したと記した。しかし、関係者はこれにとどまらない。音声ガイドを制作しているのは RNIB ではなく、AD Provider といわれる専門のプロ組織であり、RNIB は発注者である配給会社に対し、AD Provider を紹介する役割に徹している。そして、作成された AD は、音声ガイドの所有権を持つ配給会社を通じて、DVD 等別メディアで再利用されている。関係者の役割分担がはっきりしているからこそ、全体が効率的に機能しているであろう。これら利害関係者の関連を CVCA によって記したものが、図 4-2 である。これを、先の「日本モデル」に対応した「英国モデル」と呼ぶことにする。

では、これだけのステークホルダーが、音声ガイド対応にあたり一体どのような姿勢でかかわっているのでしょうか。驚くべきは、商業的な利潤を期待してはいない点である。たとえば、映画館に対し、ファンド“Capital and Access Fund for Cinemas”（2007 年実施）への申し込みを勧奨する「yourlocalcinema.com」では、サイトで以下のように述べている。「収益をあげるためではなく、コミュニティの中で少しだけ特別な手助けを必要としている人々が、映画が提供するサービスを楽しむように」制度を積極

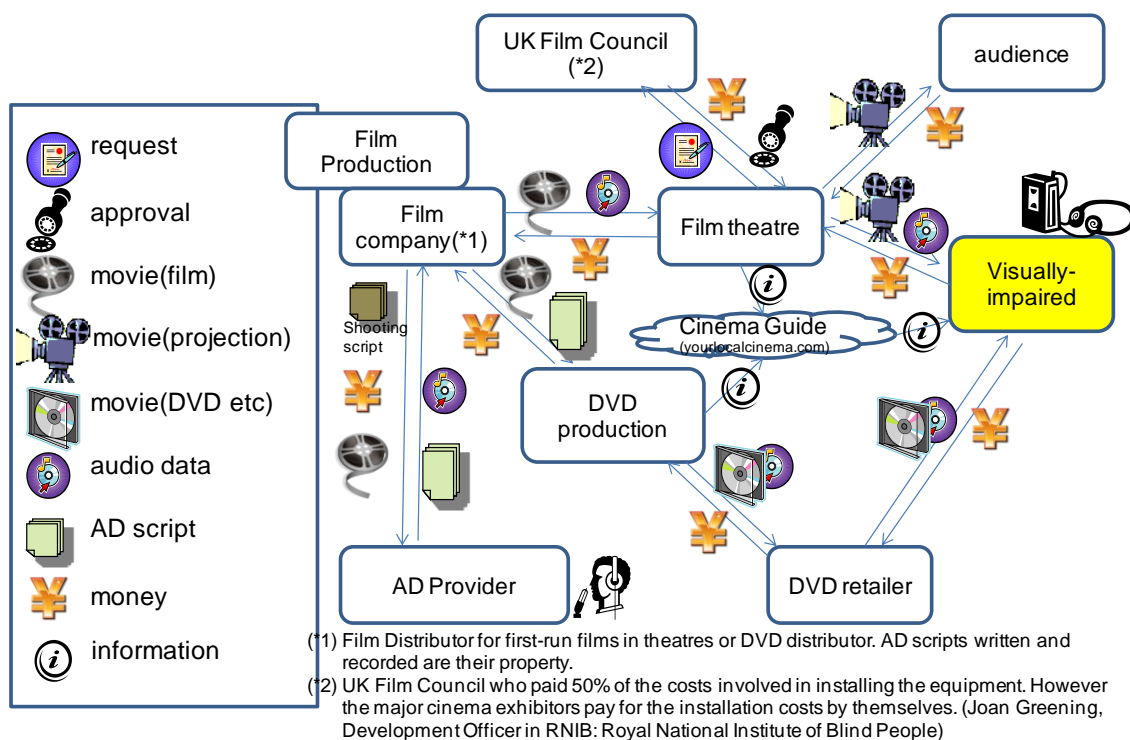


図 4-2 録音版音声ガイド映画の製作・上映における英国モデル

的に利用して映画館の音声ガイド対応を進めてほしい、と（訳・下線部とも筆者）⁵¹。

ところで、この時期の労働党／ブレア政権（第1次、1997～2001年）のひとつの特徴について、永田は、「ボランティアセクターを政府と対等のパートナーとして遇した」と指摘する⁵²。事実、文部科学省委託調査においても、当時のブレア政権が市民のコミュニティへの積極的関与を奨励し、従来からの社会奉仕活動を補強するために打ち出した施策の数々を列挙している⁵³。たとえば、1999年1月に開始された「ミレニアム・ボランティア事業」では、地域のために持続的に貢献したいという16歳～24歳の青少年を対象とした活動プログラムを提供している。これは、従事したボランティアの活動時間に応じ賞を与えるもので、進学や就職の際の履歴への記入対象として認められるとともに、活動希望者を受け入れたボランティア団体にも補助金が交付される。活動内容として挙げられている事例は以下の通りである（下線部、筆者）。

- 教育（授業中および放課後の低学年の子ども達への手助け。特に、読み書きや計算能力、あるいは、障害児を含む児童活動）
- 個人的な社会サービス（例：患者や高齢者、障害者と共に働く）
- 地域環境の向上・改善

- スポーツや芸術、他人のためになることへの興味を助長するのを助ける
- 人種間の平等の促進や、人種間・宗教間の調和の改善

当プログラムには、2001年3月までに20,725人の申し込みがあったとされる。

ボランティア活動の奨励が、音声ガイドの普及発展に寄与したとの直接的な証左はない。しかしながら、このような施策および文化的な背景が、商業的な利益とは次元の異なる公益・共生といった要素を受け入れる素地を作りだしてきたと見ることは、あながち的外れとは言えないであろう。

4.3 日本と英国の比較

しかし、仮にボランティア精神に裏付けられていたとしても、それだけで事業を継続するのは困難である。そこで、本節では、日英両国の映画市場を鳥瞰する。なお、特筆しない限り、本項でのソースは以下に拠った。

- 日本：日本映画産業統計（日本映画製作者連盟（映連））⁵⁴
- 英国：2010 Statistical Yearbook (UK Film Council)⁵⁵

（1）人口構成、人口動態

最初に、母数たる人口を比較する。表4-1に、国際連合経済社会局人口部作成資料に基づき両国の年齢別人口割合を抽出した⁵⁶。2009年の英国の人口は、日本の人口の2分の1弱に過ぎない。しかし、日本では少子高齢化が言われているように、若年層（0～14歳）の割合が60歳以上の半分以下（45%）なのに対し、英国では4分の3以上（78%）となっている。

また、両国の今後の予想人口推移はまったく逆のトレンドを示しており、日本の人口が減少していくのに対し、英国では微増を続け、2050年時点の英国の人口は日本の7割強にまで近づくことが予想されている。

表 4-1 日英の人口比較（2009年）

	人口（千人）	14歳以下の人口割合		60歳以上の人口の割合	
日本	127,156	13.3%	16,912	29.7%	37,765
英国	61,565	17.4%	10,712	22.4%	13,790

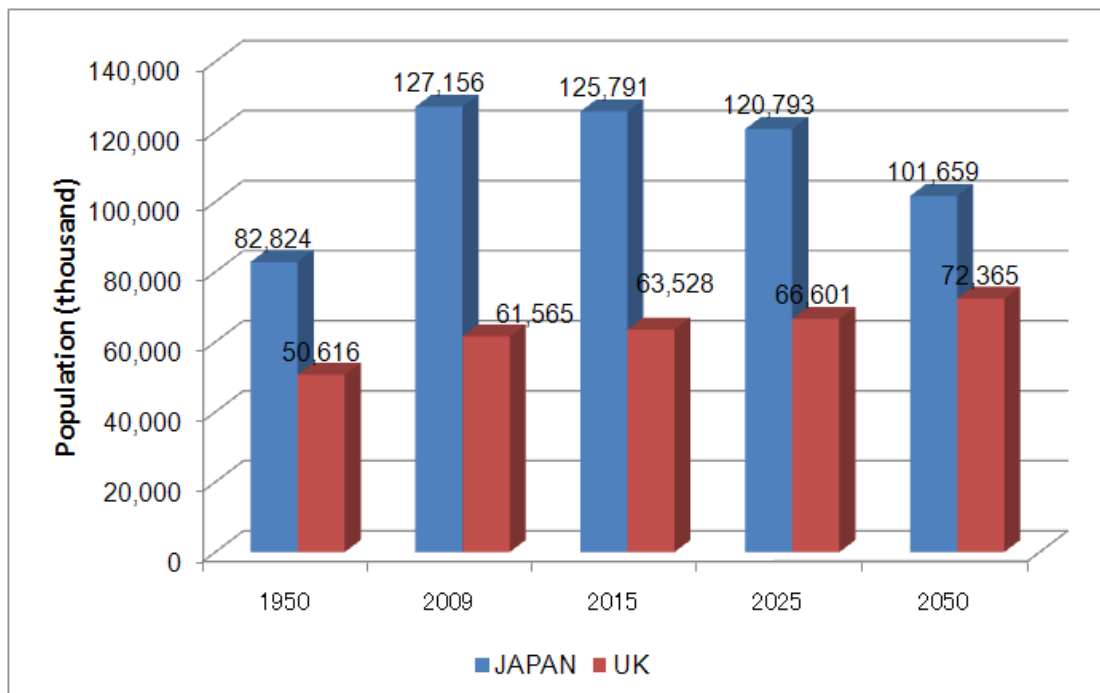


図 4-3 日英の人口推移および予想（1950～2050 年）

現在、視覚障害者の割合は、日本で 164 万人と推計され⁵⁷、全人口の 1.3%にあたる（「3.1 音声ガイドの聴取対象者」参照）。一方、英国での割合は 200 万人と言われ⁵⁸、人口の 3.2%にあたる（いずれも、アメリカ基準に基づく推計値）。全人口に占める視覚障害者の割合が、英国では日本の 2 倍以上となっている。

（2）スクリーン数と入場者数

両国とも、シネマ・コンプレックスの隆盛を受けこの 10 年でスクリーン数は一貫して増えているが、日本の方がより伸び率は高く 2009 年のスクリーン数は、2000 年に比べ 34.5%増となっている（英国は 23.6%増）。入場者数の増減は年ごとに変動が激しく、一定の傾向を読み取ることが難しいが、近似曲線は極めて似たような軌跡を示しており、なだらかに上昇してきたことがうかがえる。そして、2009 年にはともに 1 億 7 千万人前後の観客動員を得ている。

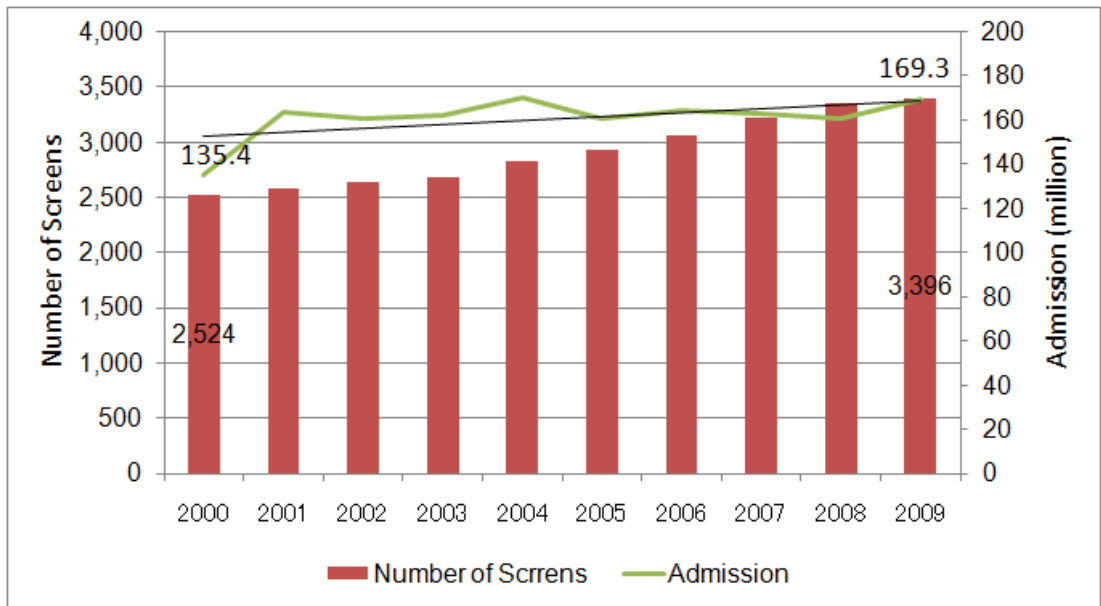


図 4-4 (a) 日本におけるスクリーン数と観客動員数の変遷 (2000～2009 年)

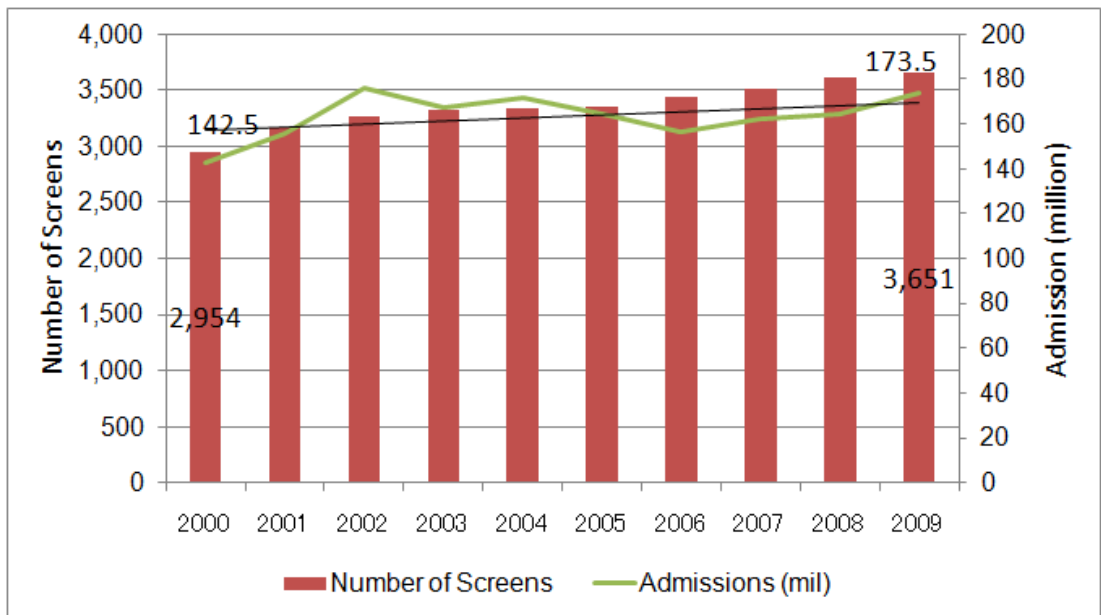


図 4-4 (b) 英国におけるスクリーン数と観客動員数の変遷 (2000～2009 年)

(3) 公開本数と収益割合

2009 年、日本で公開された映画は、邦画 448 本・洋画 314 本の計 762 本となっている。

邦画で使われている言語のすべてが日本語と仮定すると、日本語作品は全体の 59%

にあたる。興行収入も同様の傾向を示しており、全体の 56.9%となっている。

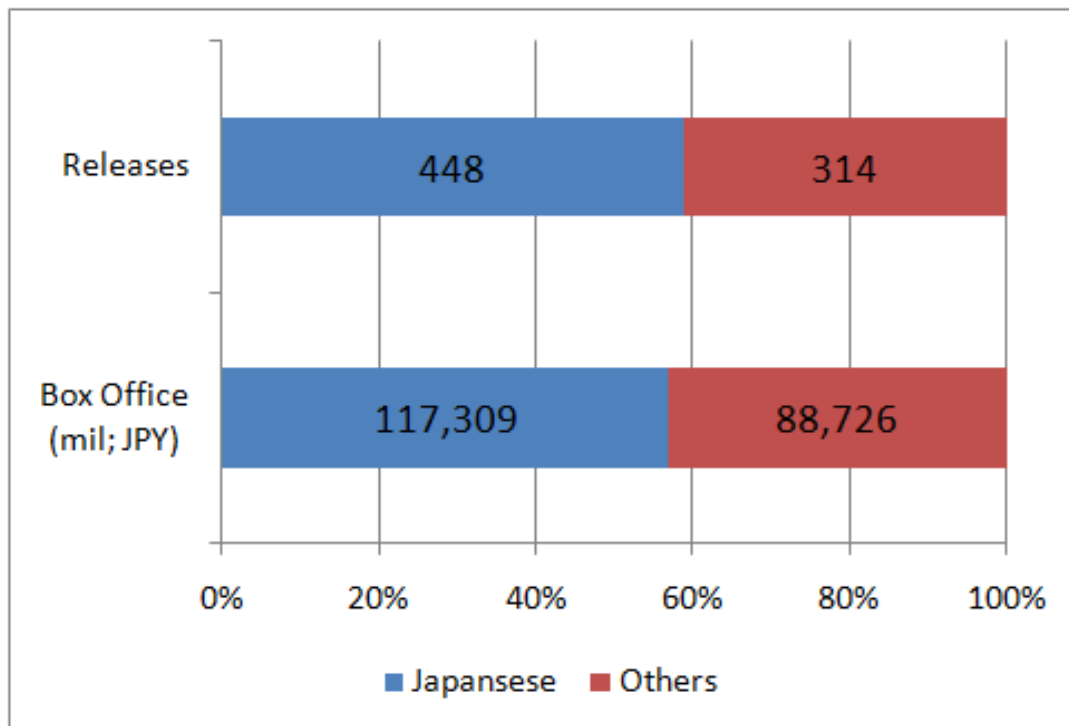


図 4-5 (a) 日本映画の公開本数および収益割合 (2009 年)

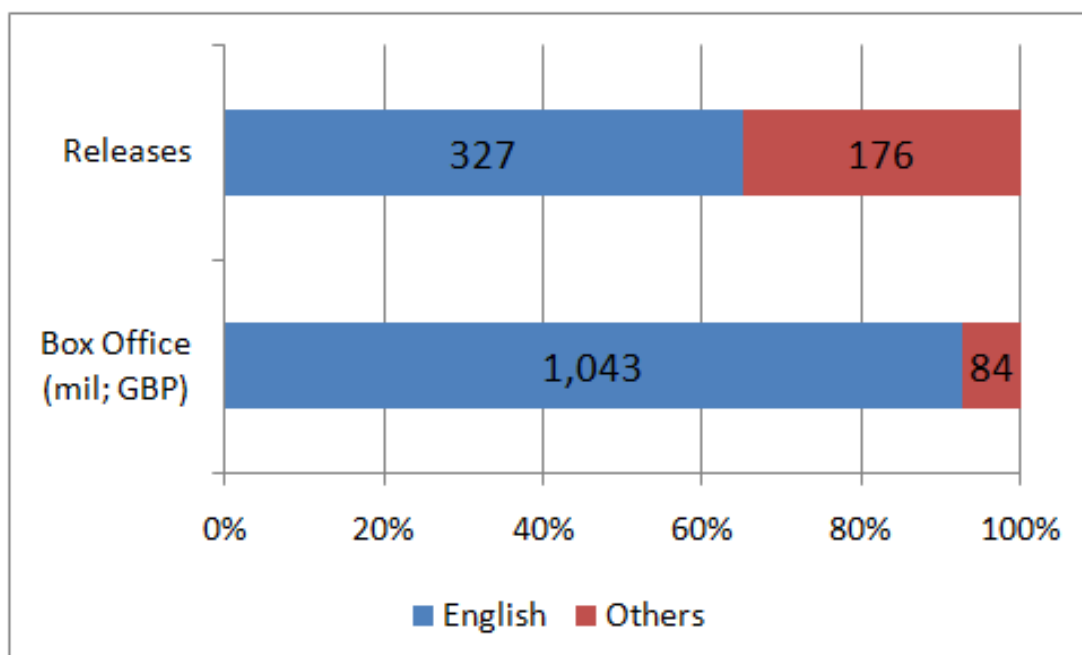


図 4-5 (b) 英語作品の公開本数および収益割合 (2009 年)

一方、英国では2009年に503本の映画が公開された。このうち、英語使用の映画が327本あり全体の65%にあたるが、興行収入に至っては、実に全体の92.5%を英語作品が占める計算となる（ここには、英語+ヒンズー語等の多言語作品15本は含まれていない。これを加えると、興行収入の97.7%を占めることになる）。このうち、英国製の映画となると極めて数が限られ、2009年度の実績では他国との合作分を合わせても93本（英語作品全体の27%）にとどまっている。残りの多くを「外国映画」である米国映画に負っているが、結果的に大多数の見る映画が母国語映画となっている。

英国では65%の作品に音声ガイドをつけることで9割強の観客に音声ガイドを提供できるため、効率がいいのは事実である。ただし、「外国映画」たる米国映画についても音声ガイド自体はすべて英国側で作成している点に留意する必要がある。公開されるハリウッド映画のほぼ100%に音声ガイドをつけているのはあくまで英国の配給会社であって、米国からの輸入はないという^{xxix}。

なお、単純に1作品あたりの収益を比較すると、日本では2.7億円なのに対しUKでは£2.2万（約4億円）となっている。

（4） 入場料金

2009年の平均入場料金は、日本の場合は1,217円、英国の場合は£5.44（約974円）となっている。

以上より、英国の特徴を日本との比較でまとめてみると以下の通りとなる。

- 一人あたりのスクリーン数は日本の2.19倍
- 一人あたりの年間の映画鑑賞回数は日本の2.15倍で、スクリーン数にほぼ比例している。ただし、一人あたりが支払う入場料は、1.7倍にとどまっている。

そこで、次のような仮説を得た。

- 英国では、映画が日本よりも身近なものになっている（スクリーン数の多さ、入場料金の安さ）
- 英国では、英語作品の人气が圧倒的である。英語（＝母国語）作品に音声ガ

^{xxix} この点に関し、現在国を跨いだADのシェアが可能かどうかリサーチ・プロジェクトを進めており、最初のステップとして、米国側で作られたADを英国の視覚障害者がどう感じるかテストを行う予定という（Rai, Sonali 2011-01-12）

表 4-2 日英の映画状況比較

	人口 10 万人あたり スクリーン数	一人あたり 年間映画鑑賞回数	一人あたり 年間入場料支出
日本	2.7	1.3	¥1,620
英国	5.9	2.8	¥2,727

イドをつけることにより、かなりのカバー率を実現することができる

- 以上より、視覚障害者も映画を楽しむやすい環境ができている

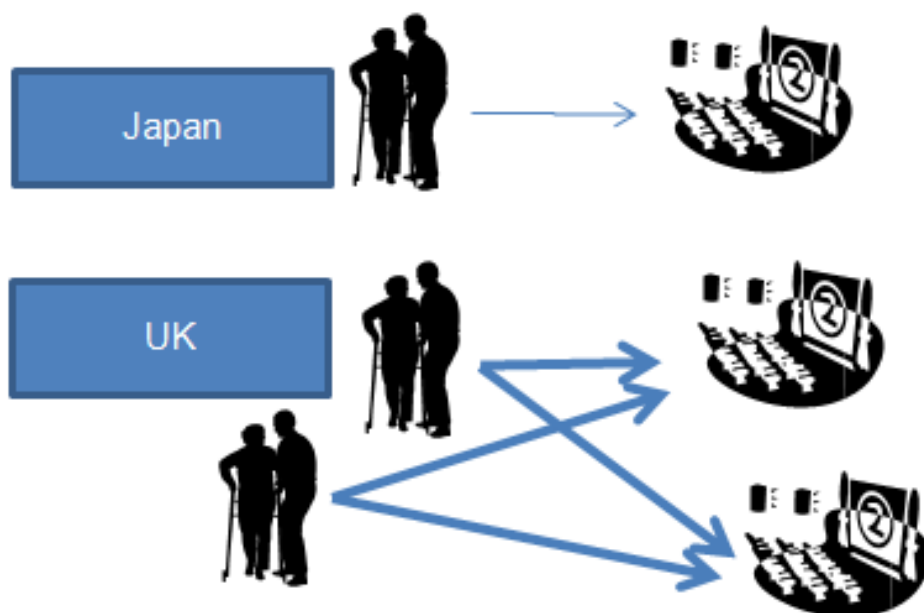


図 4-6 日英での人々と映画館との結びつき

4.4 日本での音声ガイド普及における問題点

日本における現時点での映画環境および今後の人口推移のいずれにおいても、英国を上回る要素を見つけることは難しい。

では、日本において、録音版音声ガイド上映があまり進んでいない主な要因を関係者はどのように捉えているのであろうか。インタビューによって得られた回答は以下のとおりである。

- もっともネックになっているのは資金。問題は、制作にかかるコストをすべ

て自己負担（洋画は配給会社、邦画は製作会社）で行わなければならない点にあるのではないか（cf. 映画製作には助成制度があるが、音声ガイド作成にはない）（NPO 法人担当者）

- 一般的な認知度の低さ。たとえば、DVD に音声ガイドをつけると、事情を知らないお年寄りから「わずらわしい」とのクレームが来ることもある（映画会社担当者）
- 劇場が楽しければ人が来ないはずがない、とも思う。本当に魅力があるのなら、おのずと活性化するのではないだろうか。「場」としていかに盛り上げていけるかがカギ（音声ガイド普及をサポートしている一般事業会社 A 社）
- 技術のスピードや海外の成功例なども念頭におきながら、日本のバリアフリー上映について考えていくべきである。また、バリアフリー上映の認知度を上げる工夫が必要（音声ガイド普及をサポートしている一般事業会社 B 社）
- 配給会社が、このような施策によって新たな顧客を開拓することが必要なのだと認識するかどうかポイント（音声ガイド上映を行っている映画館担当者）

これらを要約し、得られた結論は以下の 3 点である。

【録音版音声ガイド普及へ向けて、不足している点】

- < 1 > 制度を継続させるための資金（助成制度の欠如）
- < 2 > 映画会社・観客双方における音声ガイドの認知度、浸透度
- < 3 > 付加価値の開拓・追求

このうち、< 1 > について考案したものが「1 Yen Movement」である。

4.5 「1 Yen Movement」の提案

「1 Yen Movement」は、次章に述べる「MID_ACT 実行委員会」（以下、「実行委員会」）におけるディスカッションの中から生まれてきた仕組みである。以下に導出までのプロセスを述べる。

映画会社主導による音声ガイド上映の理想形を< 方式 6 > とするとき、音声ガイド制作から上映にかかるコストは 1 作品あたり約 300 万円であった（全国 10 箇所へのオペレーター派遣を前提。「3.7 音声ガイド映画のコスト」参照）。このうち、音声ガイド自

体（シナリオ作成～編集）を作成するコスト（100 万円）は今後とも避けられないが、上映に際しての同期オペレーション（200 万円）は、デジタルシネマ・プロジェクターの普及によって不要となる。そして、デジタルシネマ・プロジェクターは今後広範な普及が予想され、2018 年にはほとんどのスクリーンが置き換わるとする予測もある（デジタル 2D：1900 台、デジタル 3D：500 台。計 97.8%）⁵⁹。

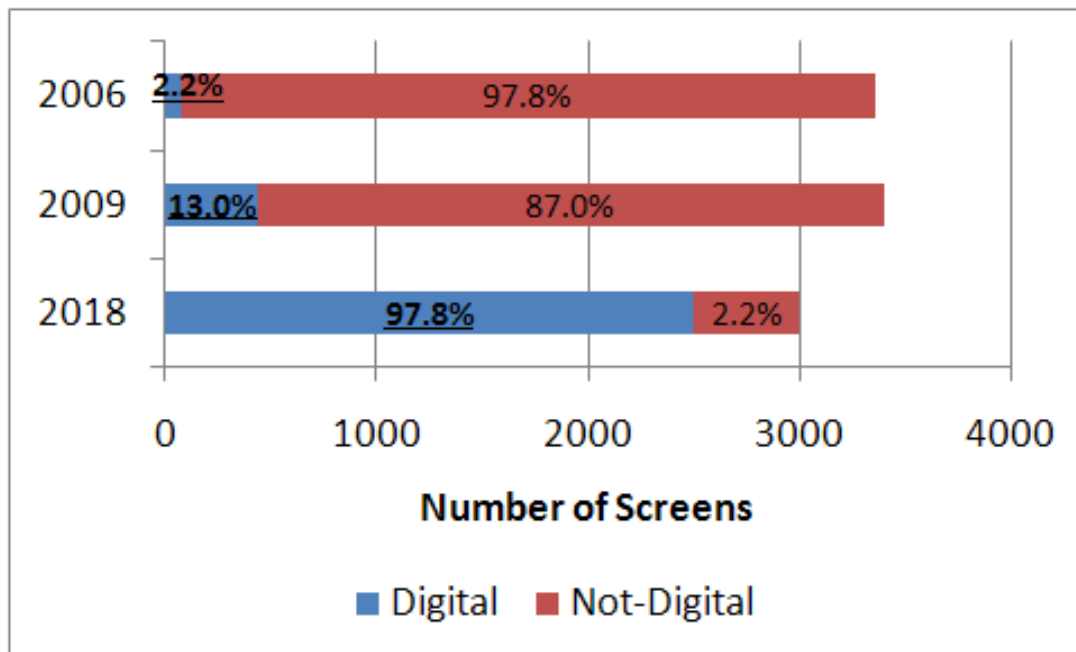


図 4-7 日本におけるデジタルシネマの普及率（予測を含む）^{xxx}

現在、スクリーン数の約 8 割をシネマ・コンプレックスが占めているため、上記予測を加えるなら、程なくシネマ・コンプレックス内のスクリーンのいくつかが、従来のフィルム用映写機からデジタルシネマ・プロジェクターへ置換されると考えられる。そこで、ここでは、音声ガイド普及にかかるコストを、音声ガイド作成（シナリオ作成～編集）のコスト（＝1 作品あたり 100 万円）ととらえる。また、制度を継続させるのに必要な金額の規模を、年 1 億円規模（＝約 100 作品分）と仮定する。

では、誰がコストを負担すべきだろうか。

音声ガイドつき映画を商品として提供するのであれば、第一義的には映画会社（製

^{xxx} 各年のデータ出典は以下の通り。2006 年（実数）「デジタルシネマに関する調査研究報告書」（財団法人デジタルコンテンツ協会 2006）、2009 年（実数）「2010 Statistical Yearbook」（UK Film Council 2010）、2018 年（予測値）「国内のデジタルシネマと 3D シネマの普及予測（シード・プランニング 2009）」

作・配給)が費用を捻出すべきであろう。だが、年度ごとに、また映画ごとに興行収入が大きく変動する作品群に対し、一律自費による音声ガイドの作成・付加を制度化しようとした場合、かなりの抵抗が予想される。映画館も資金の出し手として考えられるが、まずは先述のデジタルシネマ対応が優先される。せいぜい貸与可能なFMラジオ受信機を何台か常備してもらおうとしても、上映される音声ガイド作成にまでは手が回りそうにない。なお、日本の大手映画製作・配給会社は、その関連会社が映画館を運営しているケースが多い^{xxxi}。グループ企業として見た場合、デジタルシネマ対応に加え更なる出費を期待するとなると、更にハードルはあがりそうである。

次に考えられるのは、公的な支援に訴えることであろう。しかし、財政における財源の不足が声高に叫ばれ、既存事業でも「仕分け」の対象となってしまう昨今である。一時的に予算が確保できても、その後継続される保証はどこにもない。一方、メセナ等の一般企業からの資金援助も、多かれ少なかれそのときどきの景気の影響は避けられまい。

そこで、目をつけたのが観客である。先にみたとおり、映画館への年間の入場者数は、年ごとの増減はありつつ年1億人以上を維持している（これまでの最低は、1996年の1億2千万人）。「1 Yen Movement」は、この観客1人から1円ずつ徴収し年1億円以上の資金を確保しようとするものである。ネーミングには、「映画 (Movie) 観客自身による、映画観客のための運動 (Movement)」との象徴的な意味を込めている。

具体的には、観客が支払う入場料金の中から自動的に1円ずつ徴収する仕組みを導入することで、観客動員に応じた収受が可能となる。飲料メーカーが自社製品の売り上げに応じ社会還元を行う例がよく知られているが^{xxxii}、ここでは1企業を超えた業界全体が取り組むことおよびその目的が業界の環境改善を目指しているところに特徴がある。

映画会社・映画館にとっては、確かに一時的な売り上げの減少にはなろう。しかし、音声ガイドをつけることによる新たな観客層の開拓も期待できる。たとえば、弱視者問題研究会⁶⁰のメンバーへインタビューを行った際にも、オープン方式による上映は知っていてもクローズド方式での上映方式を知らない方がいた^{xxxiii}。また、視覚障害者だけ

^{xxxi}東宝 (株) における TOHO シネマズ (株)、松竹 (株) における (株) 松竹マルチプレックスシアターズなど

^{xxxii} ダノンウォーターズオブジャパン社が、ミネラル・ウォーターの売り上げの一部を用いて、アフリカで飲料水を確保するための井戸づくりやメンテナンスを行うキャンペーン「1 litter for 10 litter」など <http://www.volvic.co.jp/csr/1lfor10l/index.html>

^{xxxiii}東京都障害者福祉会館 (三田) にて実施 (2010/9/18)

でなく、高齢者や日本語を学ぶ人々へのアピールも考えられる。更に家庭での視聴用（TVその他）への応用など、まだまだ訴求対象や範囲の拡充には十分検討の余地があるはずである。

そして、ここには聴覚障害者へのアプローチも含まれる。実際、英国では RNIB が音声ガイドに携わっているように、聴覚障害者を支援する RNID（Royal National Institute for Deaf People；英国王立聴覚障害者協会）が聴覚障害者用の字幕サポートに携わっている。ここまでの議論は視覚障害に的を絞ってきたが、制作から実装において両者を敢えて分けるようなムダはむしろ極力排除すべきである。

こうして、「1 Yen Movement」を通じ資金というエネルギーを継続的に供給できたとき、「日本モデル」も英国並みの普及モデルたりえよう。

では、「1 Yen Movement」は、一般観客にどのように受け取られるのであろうか。2010年に内閣府が行った社会意識に関する世論調査では、65%の人が「日頃、社会の一員として何か社会のために役立ちたい」と思っているという⁶¹。果たして、当方式についても同様に受容されるのであろうか。次章では、この点を検証するために実施した自主企画「MID_ACT 2010」につき詳述する。

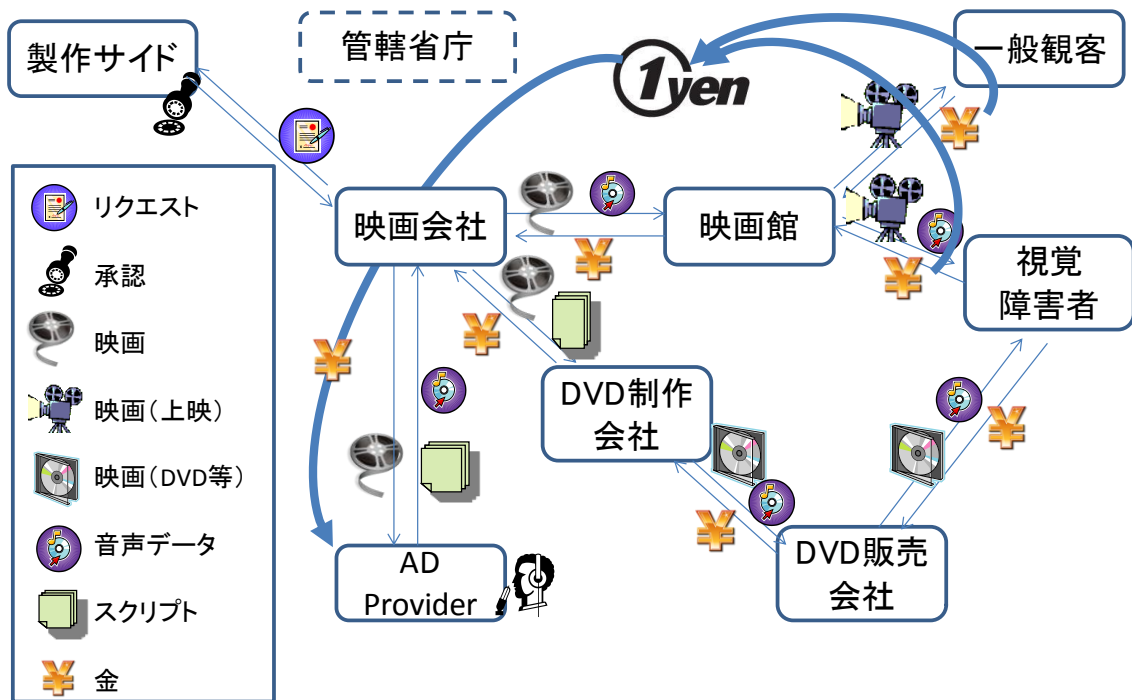


図 4-8 録音版音声ガイド映画の製作・上映における日本モデル+1 Yen Movement

5 自主企画「MID_ACT 2010」における音声ガイド上映の実践と「1 Yen Movement」の検討

本章では、実際に音声ガイドをつけて映画を上映するとともに「1 Yen Movement」の実現性を検討した自主企画「MID_ACT 2010」についてまとめる。

5.1 「MID_ACT2010」企画概要

(1) 企画名称

企画の名称を「MID_ACT 2010」とした。MIDは“Movie in the Dark”の略、ACTは“@ Campus Theatre”の略で、ともに造語である。MIDは、先に述べた「ダイアログ・イン・ザ・ダーク(Dialog in the Dark)」に敬意を表しつつ、「暗闇の中で映画を見ること」を表している。また、ACTは、「身近な場で楽しむ」との趣旨で、ここでは大学キャンパスを指している。ちなみに、英語で、midは「真ん中で」を、actは「演ずる」「活動する」を意味するところから、MID_ACTは「(音声ガイド普及を進めるうえで)真ん中で演じ活動する」とのダブル・ミーニングにもなっている。

(2) 趣旨・目的

本企画の趣旨・目的として以下を掲げた。

- キャンパス内に設けた会場を映画館に見立て、障害者が映画を楽しむためのバリアがどこにあるのかを考えてみる
- 具体的に音声ガイド上映に触れることで、視覚障害者にとっての映画鑑賞を体験してみる
- 障害者と健常者が、ともに暗闇の中に身をひそめて映画に触れることで、共通体験としての映画鑑賞について改めて考える
- どのようにすれば、障害者が映画館で、より自由に映画を楽しむ環境を作り出していけるか、討議すること

(3) 主催、実行委員

慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科 (SDM) ユニバーサルデザインラボ (代表: 西村秀和教授) 有志である SDM 院生 10 名が「MID_ACT 実行委員会」を結成し主催した (実行委員: 河崎 純一、櫻井 智明、高橋 哲郎、中島 円、肥後 尚之、穂苅 正樹、三木 卓典、三原 日吉、八木田 寛之、野村) なお、音声ガイド映画については、野村が数回体験したことがあるのみであった。

(4) 日時、場所、プログラム

当日のプログラムは以下のとおりである。

- 日時：2010年11月13日（土）13:30開演（16:30終了）
- 場所：慶應義塾大学日吉キャンパス協生館 藤原洋記念ホール
- 当日のプログラム
 - 第1部：音声ガイド解説
 - 第2部：音声ガイドつき劇映画上映：松竹映画「しあわせ家族計画」
 - 第3部：パネル・ディスカッション：音声ガイド普及に向けた「1 Yen Movement」について
- プログラムの構成趣旨

前章で、録音版音声ガイドの普及が進んでいない理由として、以下の3点を挙げた。

- <1> 制度を継続させるための資金（助成制度の欠如）
- <2> 映画会社・観客双方における音声ガイドの認知度、浸透度
- <3> 付加価値の開拓・追求

プログラムの第1部・第2部は、観客に<2>を図るためのものであり、そのうえで第3部において<1>の実現性を論ずる形式をとっている。

（5）対象者、応募方法

対象とする観客の条件設定や制限は設けず、在学生か否かにかかわらず誰でも無料で参加できる形をとった。参加を期待した観客層は以下の通りである。

- 幅広い年代
- 音声ガイドを初めて体験する人
- 目の不自由な人。特に、そのためふだんあまり映画館に行く習慣がない、あるいはほとんど映画館に出かけない人

また、事前登録を推奨した。これは、事前に、おおよその人数と駅からの誘導を希望する視覚障害者の有無を把握しておくための措置であり、誘導サポートが必要な場合、最寄り駅の2つの路線のうちどちらを利用するかを尋ねている。インターネットでの登録を基本としたが、使い慣れない人のためにメールでの直接申し込みおよび問い合わせ用の電話を用意した。

（6）後援団体

日ごろから音声ガイドに深い理解を示し、シティライツが行っているCity Lights映画祭にも協賛している「日本映像翻訳アカデミー」に後援をいただいた。

(7) 協力団体

趣旨に共感いただいた団体と主なご協力内容は以下のとおりである。

- 松竹株式会社：松竹映画「しあわせ家族計画」の上映許可、音声ガイド作成におけるモニター・録音・編集、上映会場における音響調整、パネル・ディスカッションへの参加
- ヨコハマらいぶシネマ：音声ガイド作成におけるアドバイス、モニター、横浜市立盲特別支援学校との調整
- 慶應義塾大学 ボランティア団体「ライチウス会」：上映当日の視覚障害者誘導とアンケート補助
- 慶應義塾大学 声優研究会：上映当日の視覚障害者誘導とアンケート補助

(8) 評価のポイント

以下を評価のポイントとして設定した。

<評価ポイントA>

実行委員会の手で質の高い音声ガイドを作成し、つつがなく上映を行うこと

<評価ポイントB>

一定数の観客を集め、音声ガイドつき映画鑑賞およびパネル・ディスカッションへの参加を得ること

<評価ポイントC>

参加者からの声をアンケートの形で集計し、音声ガイドおよび「1 Yen Movement」の受容度合いを検証すること

5.2 企画準備

5.2.1 全般

約4か月間の所要期間内で、「音声ガイド制作」と「宣伝告知」の2つの大きな作業を並行的に進めた。プロジェクト・マネジメントの手法に則り、スケジュール管理表を準備したうえで、タスクごとに進捗管理を行った。ミーティングは基本的に土曜午後に行い、具体的な作業は各自が適宜実施した。

Movie in the Dark @ Campus Theatre (MID_ACT):スケジュール表

		7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	8	
凡例 ★=タイミング特定 ☆=タイミング未定(先方都合で前後)		17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1
		土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日
タスク	サブタスク																
マイルストーン																	
フェーズ																	
1 藤原洋記念ホール	各種手続																
	会場費工面																
2 慶應義塾創立150年記念事業																	
3 松竹																	
4 音声ガイド																	
5 宣伝告知	メール																
	Web																
	ポスター・チラシ																

図 5-1 スケジュール管理表 (部分)

5.2.2 音声ガイド制作

評価ポイント「< 1 > 実行委員会の手で質の高い音声ガイドを作成し、つつがなく上映を行うこと」を目標に、音声ガイド制作にかなりの時間を費やした。以下に詳述する。

(1) 上映方式

上映方式には、< 方式 5 > (録音版+オープン方式) を採用した。企画立ち上げ当初は< 方式 2 > (ライブ+クローズド方式) を前提としていたが、その後の検討により、ガイドの品質を高めることと観客全員に確実に体験してもらう点を重視し、方式を変更したものである。

(2) 上映作品

以下のような観点から、上映作品は松竹映画「しあわせ家族計画」(1999年松竹映画、阿部勉監督作品) を選定した(以下で、本作とは当該作品を指すこととする)。

- 録音版音声ガイドが存在しないこと
- 観客の年齢を問わず、誰でも楽しめる内容であること
- 一定数の観客を集められるよう、普段あまり触れる機会のない作品であること
- 日本語作品であること(音声ガイドについて初心者である実行委員が、でき

るだけクオリティーの高いガイドを作れるよう、「字幕読み」が不要で、ナレーションに特化できる日本語作品を対象)

こうして選定した本作は、国内では DVD が発売されていないが、国際交流基金によりオーストラリアで日本語教材用 DVD が発売されているので、英語字幕付きの予告編を告知サイトで紹介した⁶²。以下に、本作のあらすじを紹介する（慶應義塾大学プレスリリースより）。

「可もなく不可もなくのサラリーマン生活を過ごしてきた主人公・川尻富士夫（三浦友和）は、ある日突然リストラを通告されてしまう。社宅を追い出された川尻家の面々は、和菓子屋を営む妻（渡辺えり子）の実家に転がり込むが、富士夫には再就職のあてもなく一家は夢も希望も見失ってしまう。そんななか舞い込んできたのは、テレビ番組「しあわせ家族計画」の出場の知らせだった。富士夫に与えられた課題は、ピアノで「ホーム・スイート・ホーム」を完奏すること。一家は沸き立つものの、不器用な富士夫は、果たして一週間でピアノ曲をマスターし、見事に賞金を射止められるのだろうか・・・？」

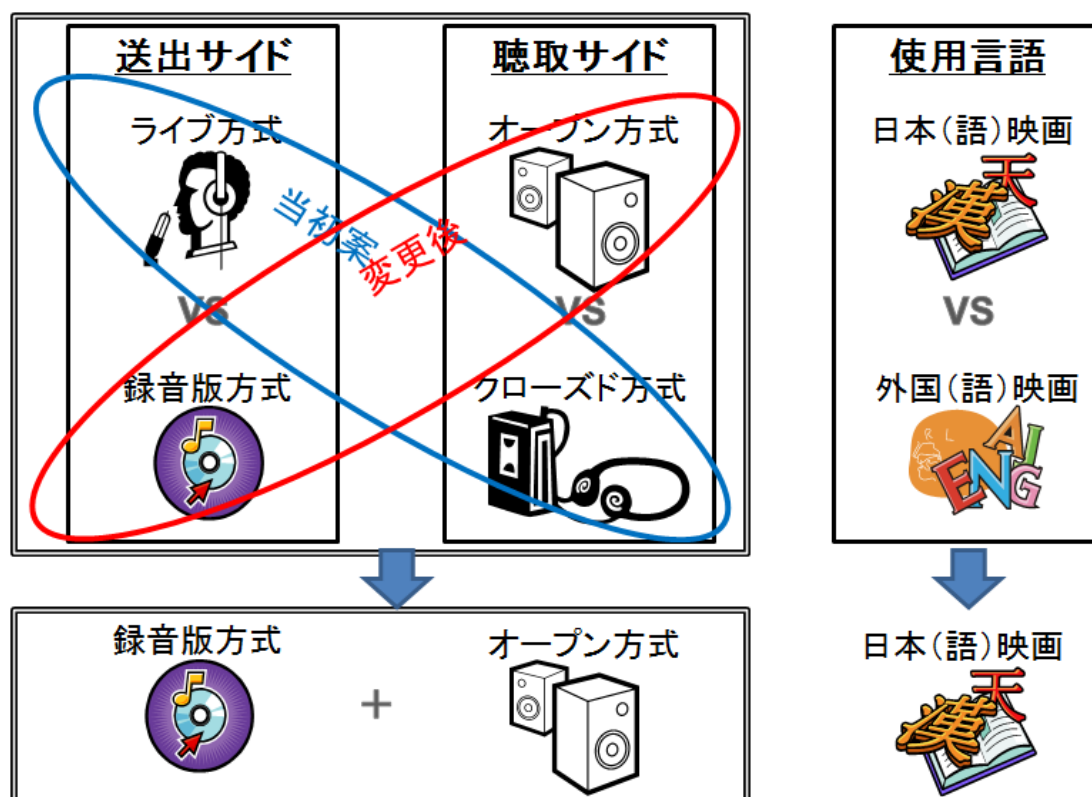


図 5-2 MID_ACT2010 における音声ガイド方式

(3) 音声ガイド作成経緯

音声ガイドは、「3.5 音声ガイド制作プロセス」で詳述した手順で行った。

① ガイド制作準備

松竹（株）より、本作を収めた DVD の貸与とともに完成台本（紙フォーマット）をご提供いただいた。そこで、本フェーズでは、ガイド用シナリオの制作着手前に当該台本のデータ化（Excel フォーマットへの落とし込み）を実施した。これは、当該台本が本作の最終的な映像内容とほぼ一致していることを前提に、その後の作業内容を効率化させるために行ったものである。

また、シティライツに対し、音声ガイド作成用の日本版マニュアルの有無や「ITC Guidance」の有効性を問い合わせたところ、以下のような回答を得た^{xxxiv}。

- 公式の日本版ガイドラインはまだ作成段階にはない（大きなプロジェクトを組み、他団体とも共同研究すべきものと認識）
- 「ITC Guidance」では、自分たちが経験上大事だと思う部分の認識がほぼ共通しており、方針や払うべき配慮が正しかったことが確認できた。
- したがって、個々の音声ガイド作成は、今までどおり自分たちの経験則とモニター・チェック、映画制作者のチェックを頼りに実施し、「ITC Guidance」は実際の制作に利用していない
- 音声ガイドをはじめて作る際に、「ITC Guidance」をもとにした事例は聞いたことがないので、ぜひやってみていただきたい

日本版マニュアルとして、京都市と京都リップルが作成した「ユニバーサル上映をつくろう」がインターネットで公開されていることは先に述べた（3.5 音声ガイド制作プロセス ②ガイド用シナリオ作成の項、参照）。しかし、こちらは実際に京都で行われてきた音声ガイド作成ノウハウに基づき作られている。そこで、シティライツからのコメントに従い、MID_ACT では「ITC Guidance」を参考とした。実際には、当該文書を訳した報告書⁶³をもとに、(A) キーポイントと (B) 規則を抽出したチェックシートを用いている（以下で、ページ数は同報告書内のページを指している）。

^{xxxiv} メールでのやりとりに基づく（2010/7/20）

(A) キーポイント

1. 3つの原則 (P18)
 - a. 画面上にあるものを口述すること
 - b. 個人的な偏見で口述しないこと
 - c. 会話や解説と重ねて述べないこと
2. 編集者や経験者による批評の必要 (P19)
3. 音レベルの調整 (P19)
4. 言葉の明瞭さ (P20)
5. 全体の首尾一貫性 (P20)
6. ”絵に色を付ける” (P20)

(B) 規則

1. 現在形の使用 (P22)
 - 現在形と現在分詞を併用しているか (併用することで、より物語的な感じを与えることができるが、単純な現在形のみではぶっきらぼうな感じになりうる)
2. 優先情報 (P23)
 - 同じ言葉を繰り返し使っていないか (頻出する言葉は気を散らす)
 - 人称代名詞を使っていないか
 - 同時に数人が話している場合、誰が話しているかを明確にしているか
 - 正式名称を繰り返し使っているか (安易に短縮していないか)
 - 明確さよりも、比喩や上品な言い回しを優先させていないか
 - 適当な「間」を入れているか (過剰なガイドはムードを薄める)
3. 補助情報・追加情報の提供 (P25)
 - 補助情報が、恩着せがましくなったり、説明がましくなっていないか
 - キャラクターの特定や追加情報を提供するタイミングを熟考しているか
 - 情報の解釈をしたり、あらすじを無責任に与えていないか
 - 主要人物を早期に紹介しているか (ただし、演出的な意図で紹介を遅らせる場合は除く)
4. 動作を示す、予言する (P28)
 - 画面と説明のタイミングがずれるときは、やむをえない場合に限っているか

5. 明瞭なことを言う (P28)

- 音で判断できるような場合（波の音、携帯の呼び出し音など）にも、説明を入れていないか
- 特定できないような場所を明示してしまっていないか

6. 音響効果 (P29)

- 音響効果へと続くイベントは、適切なタイミングを考慮し、事前に説明したり動作の後に行っているか
- 音が背景の雰囲気の一部である場合や重要な情報が説明されなくてはいけない時には、背景音にかぶさるような形になっても、適切にガイドを入れているか

7. 正式名称と代名詞 (P30)

- 誰が何をしているかをはっきりさせるために、名前を繰り返し使用しているか

8. 形容詞 (P31)

- 記述的形容詞を適当に用いているか
- 肉体的な魅力をコメントする場合には、それが本当に必要なものかどうか再考したか（人物が魅力的かどうかは、個々人によって判断されるべき、との議論あり）

9. 副詞 (P31)

- 副詞は慎重に用いられているか

10. 色／人種 (P32)

- 色（髪や皮膚の色、その他さまざまな色）を適切に表現しているか

11. 動詞 (P33)

- 繰り返し、同じ言葉を使っていないか

12. ロゴとオープニング・タイトル (P33)

- 後で伝えるべき情報でなかなかタイミングを見つけられない場合には、オープニング・タイトルの場を使って説明するなどの有効な措置をとっているか

13. キャスト・リスト／クレジット (P34)

- はじめと終わりのクレジットを読み上げているか

※特にコメディにおいて (P42)

- 視覚的ギャグの説明をどこに入れるかを、注意深く見極めたか
- 喜劇的場面を表現するのに、面白い言葉を使うよう努力したか

② ガイド用シナリオ作成

本作はフィルム数で7巻分に相当する（上映時間は100分）。そこで、実行委員内でひとり1巻を割り振る形でディスクライバーを決め、計7名でシナリオを作成した。

作成にあたり、事前に本作の鑑賞と他の音声ガイド映画の参考視聴を行うとともに、先に挙げたチェックシートを用い、ディスクライバーがある程度セルフチェックできる体制をとった。

以下では、チェックシートの元となった「ITC Guidance」が有用か否かを判断するために、実際にガイド制作を通じ気付いた部分をコメントする（一部は、次フェーズである「③監修、モニター・チェック」でのコメントを先取りしている）。かなり具体的な場面も引用するが、有用性検討のために必要な描写との判断に基づいている。

(A) キーポイント

「1. 3つの原則」は、音声ガイドの大原則と言えるが、この中で技術的にもっとも難しいのはc「会話や解説と重ねて述べないこと」であろう。後続のモニター・チェックにて指摘を受けたのは、「画面が切り替わった際には、時間・場所を明示すること」というもうひとつの原則である。確かに、回想シーンなどが頻出する映画の場合、その都度、時間・場所を示さないと話の流れがつかめないであろうことは容易に想像がつく。しかし、この原則と上記cはしばしばバッティングしてしまい、どちらをどのように優先すべきか非常に悩んだ点である。本作の場合、特に前半は、場面転換をわざと頻繁に行いリズムを作ろうとしている（阿部監督談）。しかも、映像が切り替わる前に音が先行する「ずり上げ」も多用されているため、コメントを入れるタイミングを見いだしにくい部分がかかなりあった。もしも、開発中のツール（Script Editor等。「3.5 音声ガイド制作プロセス」②ガイド用シナリオ作成、参照）などを用いれば、タイミングと長さのサポートは得られようが、いかに描写するかを検討や推敲には、引き続きかなりの時間が要求されよう。

「1. 3つの原則」のa「画面上にあるものを口述すること」およびb「個人的な偏見で口述しないこと」は、cと異なり、わかっているがらつい反してしまいがちなもの

である。これは、やや大げさにいえば、各自がモノをいかに見ているかという認識の問題に根差している。結局、a～cのいずれも、経験とスキルが大きくものをいう部分であることを改めて痛感した。

「2. 編集者や経験者による批評の必要」は、後続のモニター・チェックにて実施した。

「3. 音レベルの調整」「4. 言葉の明瞭さ」は、後続のナレーション～同期オペレーションにて実施した。

「5. 全体の首尾一貫性」は、今回ディスクライバーを分担して進めたため、特に気を遣った点である。明示的には、登場人物の呼称（名前と「父」「娘」等の続柄のいずれを使うのか、姓と名のどちらを用いるのか等）・場所やモノの呼び方（茶の間と居間、食堂とダイニング、テーブルとちゃぶ台等）等、表現の統一を図った。より難しかったのは、トーンの統一である。文章の長短や「間」の取り方などは、実際にモニターを通じて調整を行った。

「6. ”絵に色を付ける”」は、報告書での表現をカッコつきで抜き出したものである^{xxxv}。その直前に「ナレーションは、その声に注目を集めるのではなく、番組全体の首尾一貫した要素として成り立たなくてははいけません」とあるため、「(独自の解釈を織り込まずに) 詳細を説明すること」と解釈した。

(B) 規則

「2. 優先情報」のうち、「同時に数人が話している場合、誰が話しているかを明確にしているか」は、今回苦労した点のひとつである。3世代の家族6名（ときに、更に数名）が、会話を賑やかに繰り広げる場面が多い本作において、誰が話しているかをいちいち明示することはときに不可能だった。演出意図として「会話のテンポを重視した」（監督）そうなので、登場人物の声になじみが出てきた後は、無理矢理ナレーションをさしはさむのは控えた箇所もある。これは、「適当な「間」を入れているか」の適用例にもなる。

「3. 補助情報・追加情報の提供」における「キャラクターの特定や追加情報を提供するタイミングを熟考しているか」「主要人物を早期に紹介しているか」について、肝

^{xxxv} 原文では “to paint pictures”

心の主人公である父親をどのタイミングで紹介すべきかは、議論のあった点である。少し長くなるが、この部分を本作から抜粋してみる。

- 父親は、息子が自宅で「お父さん・・・」と言及した直後に、初めて画面に登場する。
- 場面は自宅からスーパー店内に切り替わるが、登場した男性が果たして件の父親なのかどうか、この段階ではわからない。
- 画面が切り替わった瞬間から、男性と営業先であるスーパーの売り場主任(女性)によるセリフの応酬が始まり、ナレーションをいれることはほぼ不可能だったため、この場面では断念。議論の末、丁々発止のやりとりに委ねることにした。
- 続いて、映し出されるのは、携帯電話で営業成果を報告する男性をとらえた戸外の場面である。しかし、ここでも男性が一方向的に話し続けるため、過剰な説明は避けた。ここでは、むしろ画面が次に切り替わる直前に聞こえる音に注目した。受話器の向こうで予期せぬ話が飛び出したため、ドアを開ける手が止まり、一瞬の「間」の後で再びセリフ・・・というのが一連の流れである。目の不自由な人は、こういう音に対して「何が映っているのか」気になる場合があるという(ヨコハマらいぶシネマ担当者談)。結局、音の直後に「車のドアを開ける」と入れただけで、このシーンでも男性の素姓を明かさなかった。
- 続く場面は、勤務先の人事部である。ここで、突然解雇を言い渡され、主人公の心理状態を暗示する空白の時間が生まれる。そこで、ようやく「呆然とする川尻富士夫」と名前を紹介した。

この部分は、次の「4. 動作を示す、予言する」にある「画面と説明のタイミングがずれるときは、やむをえない場合に限っているか」に該当する。もしも、「やむをえないが妥当である」と判断した理由を問われるならば、次のように回答できよう。①息子の「お父さん・・・」に続く一連の場面である、②「お父さん・・・」の次の場面は、男性と女性の掛け合いであることが声から判別できる。その後が続くのが男性の描写であることから、どちらの人物を指しているか誤認する恐れがない(この場面での対話の相手が男性であれば、別の判断を迫られた可能性あり)、③その次の場面で映し出されるのは男性ひとりであり、前の場面における営業の結果報告であることがセリフから自

明である、④ここで、男性が「人事部が・・・？」と訝った直後に、切り替わった場面の冒頭で「夜、人事部」とナレーションを入れており、話題が連続していると判断できる、⑤人事部で対向しているのは上司の男性であるが、話の展開からどちらが呼び出しをうけていることが説明なしでも判別できる。なお、映画本編では、この段階でも当該男性が主人公であることや名前が明示されるわけではない点に留意したい。すなわち、視覚的には主人公然として撮られていても、サウンドトラックや字幕で名前を告げている訳ではないのである。しかし、①次の場面では、自宅で一家4人が朝食を囲んでいる、②男性を除く3人は家族であるとすでに説明済み、③朝食のシーンから再び会話が弾みナレーションを入れることが難しい、などの点により、このタイミングで入れるしかないとの結論に至った。

「5. 明瞭なことを言う」のうち「音で判断できるような場合（波の音、携帯の呼び出し音など）にも、説明を入れていないか」に該当する今回の例は、足音であろう。具体的には、主人公の妻が猛然と2階へ駆けあがってくるシーンや、娘が駆け下りて家を飛び出すシーン、あるいは、主人公が緊張しながら一步步ピアノに近づいていくシーンなどが挙げられる。そのときどきで聞こえる足音から感情が伝わってくるが、いずれも当初はシナリオを用意してみた。しかし、演出意図をうかがい「音で判断できるような場合」と捉え、削除したものである。特に、最後に例示したシーンは、「6. 音響効果」の「音響効果へと続くイベントは、適切なタイミングを考慮し、事前に説明したり動作の後に行っているか」の事例ともなっている。コツコツと響く靴音を聞かせるために、「緊張した表情の富士夫、ゆっくり歩き出す」と説明した後は、効果音に描写を委ねている。

「5. 明瞭なことを言う」の「特定できないような場所を明示してしまっていないか」についてディスカッションを行ったのは、冒頭とラストに映し出される新宿駅南口の取り扱いである。巨大な街頭ディスプレイは、見慣れた人にとってすぐさま場所を言いあてられるほど特徴のある光景となっている。しかし、駅名や場所がセリフや字幕で表現されるわけではない。議論の末、「新宿 クリスマスの夜」とナレーションを入れた。構図による場所の特定が容易である以外にも、「新宿 クリスマスの夜」との説明が、雑踏や繁華街を描写した意図にふさわしいとの判断にたっている。

「6. 音響効果」の「音が背景の雰囲気の一部である場合や重要な情報が説明されなくてはいけない時には、背景音にかぶさるような形になっても、適切にガイドを入れて

いるか」については、カラオケルームでの送別会のシーンが挙げられる。送別会のシーンにはカラオケが四六時中流れているが、よく聞くとセリフが流れる部分では音を弱める音響設計がなされている。しかし、ナレーションをセリフにかぶせるわけにはいかなないので、シーンが切り替わりひと呼吸おいて、ある程度ざわついた雰囲気を感じ取られた後で説明を入れた。

「8. 形容詞」の「記述的形容詞を適当に用いているか」における「記述的形容詞」^{xxxvi}は客観性を持たせることを意図しており、事例として以下が挙げられている（下線部、筆者）。

- 良い例：「彼女は虫食いのある濃緑色のソファに座る」
- 悪い例：「彼女はぞっとするような虫食いのある濃緑色のソファに座る」

実際にソファの穴が映し出されていれば、「虫食い」は客観的な描写と言えるが、一歩進んでこれを醜悪と感ずるかどうかは個人の解釈の領域だと論じており、続けて「肉体的な魅力をコメントする場合には、それが本当に必要なものかどうか再考したか」と述べている。

この点に該当する事例には、妻の実家（老舗の和菓子屋）でかつて和菓子屋職人として働いていた若い男性が、突然舞い戻ってくるシーンが挙げられる。台本に「苦み走ったいい男」と書かれている通り、男性には、登場の瞬間から妻のあこがれの人物だったことが明らかな演出が施されている。その後も、何事につけ不器用な主人公との対比が強調されているため、議論の末「背の高い二枚目」と加えることにした。

「9. 副詞」の「慎重に用いられているか」についても補足が必要であろう。再度「ITC Guidance」の事例を引用する。

- 良い例：「ぶっきらぼうに」「慎重に」「用心深く」「陽気に」「熱心に」「横柄に」「心配して」等、記述的で具体的なもの
- 悪い例：「特徴的に」「明確に」「本能的に」「ほぼ間違いなく」「うまく」等、曖昧で説明的なもの

これは、正直判断が揺れる部分だと思われる。たとえば、「陽気に」「熱心に」「横柄に」^{xxxvii}などが、曖昧でないと言い切れるだろうか。文脈や描写によって決められるべきものだと考える。

^{xxxvi} 原文では “descriptive adjectives”

^{xxxvii} 原文では、”jovially, eagerly, haughtily”

最後に、「特にコメディにおいて」の「視覚的ギャグの説明をどこに入れるかを、注意深く見極めたか」「喜劇的場面を表現するのに、面白い言葉を使うよう努力したか」はもっとも難度の高かった規則であることを付言しておきたい。音声ガイドでは同時性を重要視する。他の観客が泣いたり笑ったりする、まさにそのタイミングで同じ気持ちを得られるよう、いかにナレーションをつけるかはディスクライバーの腕の見せ所である。本作でも該当するシーンが何箇所かあった。たとえば、ピアノがまったく弾けなかった主人公が、課題のピアノ曲を突然スラスラと弾き出したと思わせるシーンがこれに該当する。カメラがぐるりと回りこむと、陰に隠れていた少女が弾いていたというオチが待っているのだが、表現内容と云いだすタイミングに苦心惨憺した。

以上、本作の具体的なシーンを引き合いに出して説明してきたように、「ITC Guidance」の有用性は確認できたように思う。ただし、英語特有の表現について説明を付加したり、日本語特有の用法（日常会話においては省略しても特に違和感のない主語を、必ず使うようにする等）に言及する必要はあろう。マニュアルの存在が音声ガイド作成の垣根を低くし品質の標準化をもたらすのであれば、送出側だけでなく聴取側にとってもメリットが大きい点は主張されていい。

また、具体例を長々と説明したのは、時間にしてわずか十数秒程度の場面について、シナリオの妥当性を判断するために、相当の時間がかかってしまうことを強調したかったためでもある。このあたりの手間がボディブローのように効いて、ガイド制作のコストにはねかえってしまうのは事実であろう。しかし、一律に削減することは難しいし、また無理に行うべきでもない。安易なコスト削減がクオリティーを下げるとして作用するなら、本末転倒のそしりを免れまい。少なくとも、何が必要なコストなのかを認識しておくために紙幅を割いた次第である。

こうして、いったん各自が作成し、セルフチェック・修正を行ったものを持ち寄り、表記方法やトーンの統一について話し合った後で、再度修正を行いモニター・チェックに臨んだ。

③ 監修、モニター・チェック

モニター・チェックは、以下の要領で実施した。

- 日時：2010/10/23（土） 10時～18時

- 参加者：阿部監督、ヨコハマらいぶシネマ（鳥居氏、米谷氏）、実行委員
- 手順：映像を映し出し、担当したディスクライバーが自身で用意したシナリオを読み上げ、コメントをいただく手順で実施

大部分の指摘事項は前項ですでに触れているため、監督およびヨコハマらいぶシネマメンバーそれぞれからの指摘事項の中で印象深いものを記す。

監督からは、セリフの聞こえ方・聞かせ方についてコメントがあった。娘が話しながら部屋を出て行くシーンで、当初のシナリオでは画面に映るままに「部屋を出て行く」と説明しようとしていた。しかし、それまで正面を向いていたときと背中を向けた後ではセリフの聞こえ方が違うのだという。なるほど、よく聞きなおしてみると、後者からはどこかに向かいだしていることがわかる。初心者のディスクライバーは画面に映るものすべてを等しくとらえ伝えようと意気込んでしまうが、短い時間の中で何を本当に説明すべきなのか、音による説明を効果的に使っているか、などを考えさせられた。

ヨコハマらいぶシネマメンバーからの指摘では、該当事例が多かった件について記したい。それは、主語と述語の位置関係について、行為や様子の描写を先に述べ「○○をしている誰々」とするよりも「誰々が○○をしている」の方がわかりやすいというものである。たとえば、「赤いコートを着て、寂しそうに川を眺めている少女」とすると、はじめに「赤いコート」が思い浮かぶが、果たしてどういう人物が着ているのかはその後にならないとわからない。これに対して、「少女が、赤いコートを着て寂しそうに川を眺めている」と描写すると、イメージしやすいのだという。実際には個人差もあろうし、他の作品を鑑賞した際に倒置された説明もあったが、指摘を受けなければ思いも及ばなかったに違いない。

④ ナレーション

モニターでのチェックにより、大きく修正を施したシナリオは、ヨコハマらいぶシネマメンバーに最終的な監修をいただいた。これを完成版として持参し、録音版作成のためのナレーションを実施した。

- 日時：2010/10/31（日） 10時半～17時
- 参加者：阿部監督、録音技師（鈴木氏、早川氏）、実行委員
- 場所：松竹サウンドスタジオ（鎌倉市大船）

- 手順：映像を映し出し、ナレーター（実行委員：櫻井）が用意したシナリオを読み上げ、録音していく形で実施。

ライブ方式から録音版方式へ、途中で方針を大きく変更したため、録音・編集についての手順確認が追いついていなかったのが実情である。だが、監督の申し出により、結果的に本作のオリジナル・スタッフである鈴木氏に録音および次フェーズの編集を引き受けていただいた。このとき、鈴木氏からは「お客さんにきちんと伝えるために、最低限やらなければならないことがある」とのコメントをいただいている。お借りした松竹サウンドスタジオは「映画のダビングスタジオとしては国内トップレベルの環境」（監督談）とのことで、いずれもうれしい誤算であった。

ナレーターは、実行委員の中で、かつてラジオのパーソナリティーを務めたこともある櫻井が担当した。モニター・チェックの際に、低くよく通る「渋い」声音は「音声ガイドではあまり例のないケース」とのコメントを得ていたが、斬新な試みはむしろ望むところであった。

作業は、監督も立会いの下で、巨大な画面と対峙しながら進めていった。スクリーンに映し出される映像を見ながら、ナレーターがシナリオを読んでいく。途中、ナレーターもしくは後方で音を拾っている録音技師2名が再録すべきと判断したら手を挙げ、いったん中断のうえ、録ったばかりのナレーションを聞きなおし、判断を加えていくといった手順である。鈴木氏は手慣れた手つきでモニターに映し出された音源データをカット&ペーストし、サウンドトラックの隙間にナレーションをおいていく。空調の音すらもノイズとして除去する繊細さと、一息に読み上げたナレーションを2つに割ってセリフの前後に配する大胆さの前に、素人が出る幕はまったくなかった。こうしてラフな割り振りを行った後、より詳細な編集へと進んでいった。

⑤ 編集

一切を鈴木氏・早川氏にお任せしてしまったフェーズであり、仕事と並行させてどのように作業を行われたのかは明らかではない。ただ、イントネーションや発音でどうしても納得できない箇所がいくつか見つかったとの報告を受け、結局一部を録音しなおすために再度スタジオを訪れた。ここに、学生主催のイベントであろうが、細部を決しておろそかにしないプロとしての矜持を見た思いがする。あるいは、俗な言い方をすれば、作品はわが子同然に手塩にかけねばならないということだろうか。いずれにせよ、この

ように手間暇をかけた映画だからこそ、暗闇で一定時間没入するだけの価値があるということにもなる。

先に述べた音声ガイド上映までのプロセスでは、編集を経てできあがった録音版は上映本番を待つだけとなる。だが、ここでもプロの魂に触れることになった。上映当日の環境で音を聞いてみなければと、下見に立ち会ってくださったのである。

作品を携えた会場の下見は、計2回実施した。

- 1回目 2010/10/5 (火) : 阿部監督・五十嵐氏 (松竹。DVD 等のメディア担当) の立ち会いにより、DVD に収めた本作を上映し、画質・音響を確認した。ここで、画面サイズと画質の問題が発覚し、Blu-Ray への焼き直しを決めている。また、音声ガイドを会場全体のスピーカーから流すべきかが論じられ、とりあえずの結論として「音声ガイドは、舞台上においた臨時のスピーカーを使用し、サウンドトラックと分離する」ことに決めた。なお、この時点ではライブ方式という前提であった。
- 2回目 2010/11/10 (水) : 阿部監督・五十嵐氏・鈴木氏の立ち会いにより、録音版の音質・バランスを確認した。先に仮決めしておいたスピーカー分離案は、何度かの試行の末にバランスの悪さを解消できず見送りとした。また、映像と音声ガイドの頭だしのタイミング確認、全編を通じた同期オペレーションの可否、ラストでの音量調整オペレーション詳細を確認した。3点目の音量調整は、劇中と同じレベルでラストのクレジットを流してしまうと、音楽の盛り上がりでナレーションがかき消されてしまうために絞り込みが必要というもので、曲調の変化と音声ガイドの有無を考慮し、何度かレベルを変更するよう指示を受けた。このあたりが、「⑥同期オペレーション」における手間の一種なのであろう。

ともかくも、こうして上映本番を待つことになった。以上のプロセスを図示する。

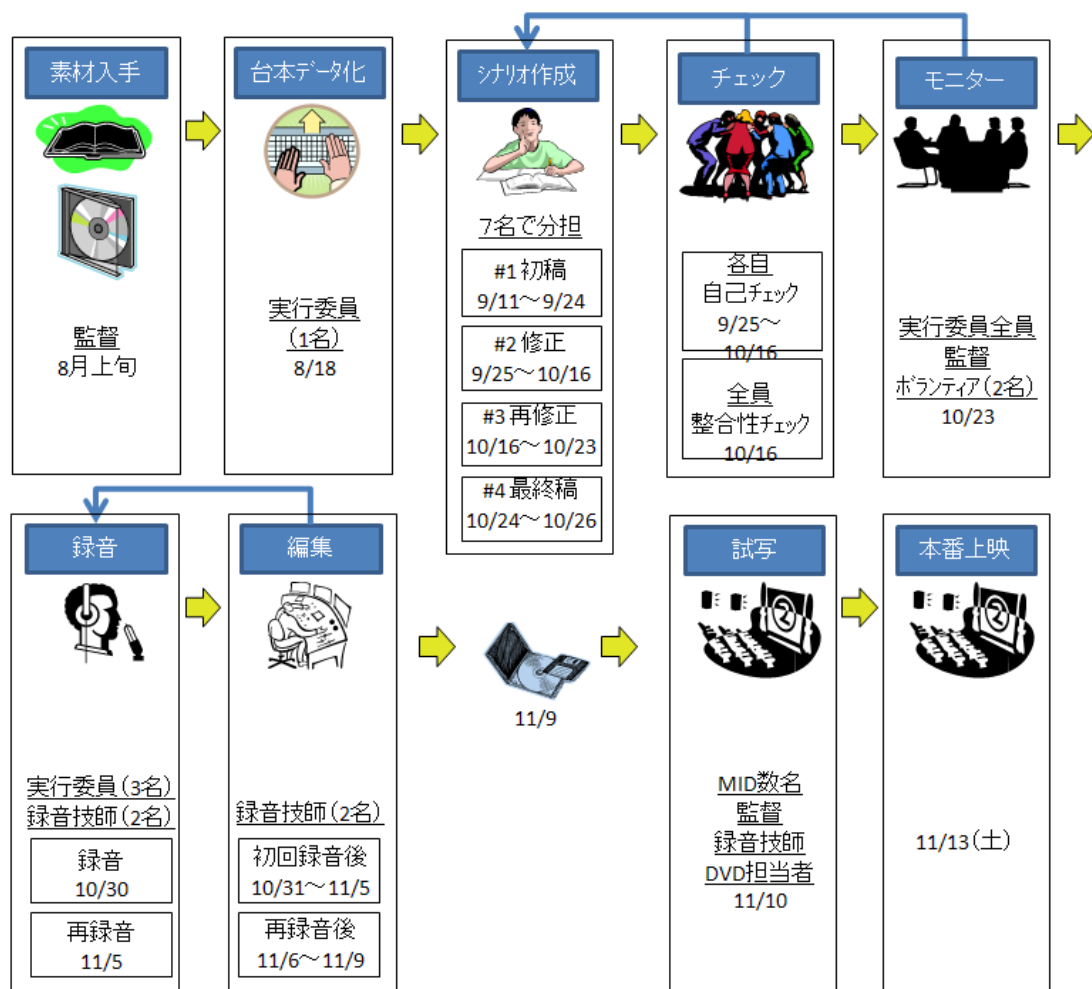


図 5-3 MID_ACT における音声ガイド制作プロセス

5.2.3 宣伝告知

苦勞して用意した音声ガイドも、実際に体験してもらわなければ意味がない。なじみがあるとは言い難い音声ガイドを、いかに魅力あるものとして伝えていくかは、【録音版音声ガイド普及へ向けて、不足している点】として挙げた「< 3 >付加価値の開拓・追求」にも関係しよう。評価ポイント「< 2 >一定数の観客を集め、音声ガイドつき映画鑑賞およびパネル・ディスカッションへの参加を得る」ために展開した、宣伝告知を項目別に詳述する。

(1) 記念イベントへの認定

2008年に創立150年を迎えた慶應義塾では、記念のイベントを継続して実施してきた。企画のテーマには、以下を掲げている。

1. 創立 150 年を記念した、また、次の 150 年に向けた志を育む参加型イベント
2. 総合学塾にふさわしい学術的イベント
3. スポーツ大会やフェスティバルなど、塾外にも開かれたイベント
4. コンサートや美術展などの文化的イベント
5. その他、創立 150 年のテーマである「未来への先導」や、基本テーマである「独立と協生」を喚起させるイベント

MID_ACT の意義は当テーマに沿うものと判断し、登録申請を行った結果、2010/7/23 に「慶應義塾創立 150 年記念イベント」の認定を受けた。これにより記念ロゴマークの無償利用や、創立 150 年 Web サイト (<http://keio150.jp>) を通じた情報発信が可能となった。また、マスコミや後援の申し入れなど、対外的な信用を必要とする場面において効果を発揮した。

(2) キャッチコピー

いかにして、人々の記憶に残る言葉を生みだし届けるかをめぐり、かなりの時間を費やした。視覚障害者を対象とすることにより必然的に言葉の重みが増したと同時に、晴眼者へのアピールとどうバランスを取っていくかが議論の中心であった。

立ち上げ時のコピーは「耳で聴く映画をご存知ですか」。これは、後に後援をいただいた「日本映像翻訳アカデミー」へ最初に説明にうかがった際に、響いた一節である。

その後、実行委員も増えたところで、改めてキャッチコピーを検討した。外部からの視点を重視し、プロのコピーライターに無償で参画いただいた。ミーティングに招き、実行委員の考えや思いなどを伝えた後で受け取った文案は以下の通りである。

- **Movie+Movement =Moviement**
- 耳で観る映画を、知っていますか？
- どうぞ目を閉じて、ご覧ください。
- 目を閉じると見える、しあわせがある。
- いちばん近いスクリーンは、まぶたです。
- 私を導く声がする。
- 映画を聴こう。
- すべての人に、初耳です。
- 見るだけじゃ、見えない映画。
- しあわせが聴こえる。

- みみで、みてみて。
- 耳は目の、かわりになれると思う。
- 百見は一聞にしかず。

いずれも甲乙つけがたかったが、この中から「目を閉じると見える、しあわせがある。」を採用した。上映作品「しあわせ家族計画」にも言及している点と、聴覚の過度の強調は聴覚障害者への配慮を欠いていると受け取られかねないことを危惧した結果である。

(3) ロゴ

ロゴは視覚に訴えるものではある。しかし、企画意図を適確に伝えるためにデザインを重視し、プロに制作を依頼した。「MID_ACT」と「1 Yen Movement」につき、各々3案を得ている。ここから1組を選び出し基本デザインとした。

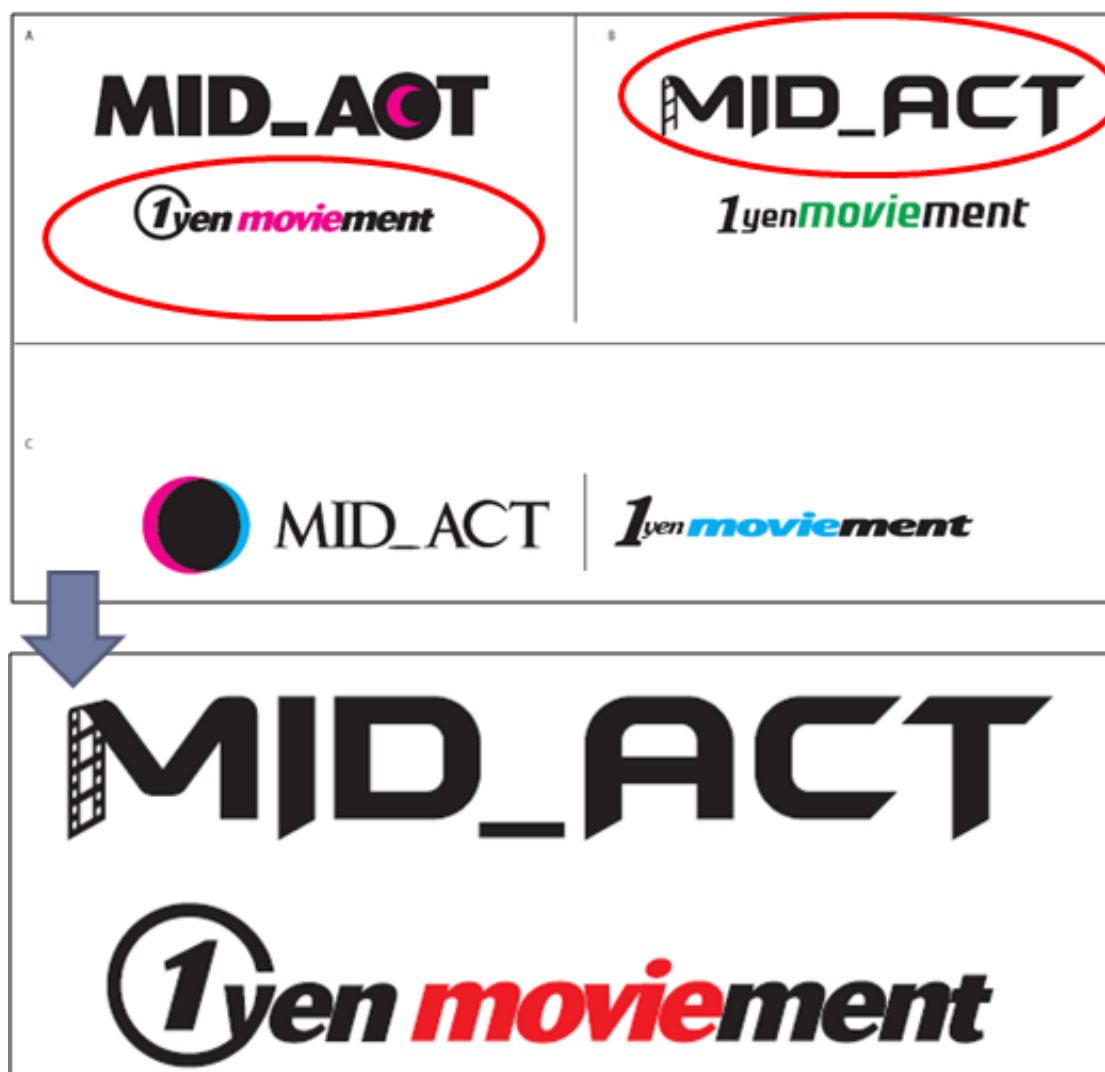


図 5-4 (a) MID_ACT / 1 Yen Movement ロゴデザイン (1)

カラーについては、色覚障害の方の見え方を考慮してテストを行った。デザイナーから提示を受けた4つのパターンに対し、インターネット上で無償提供されている富士通(株)のソフトウェア「Color Doctor」⁶⁴を用いて表示内容を比較した結果、もっともオリジナルに近い見え方を確保できると考えられる配色(青色)を選んでいる。

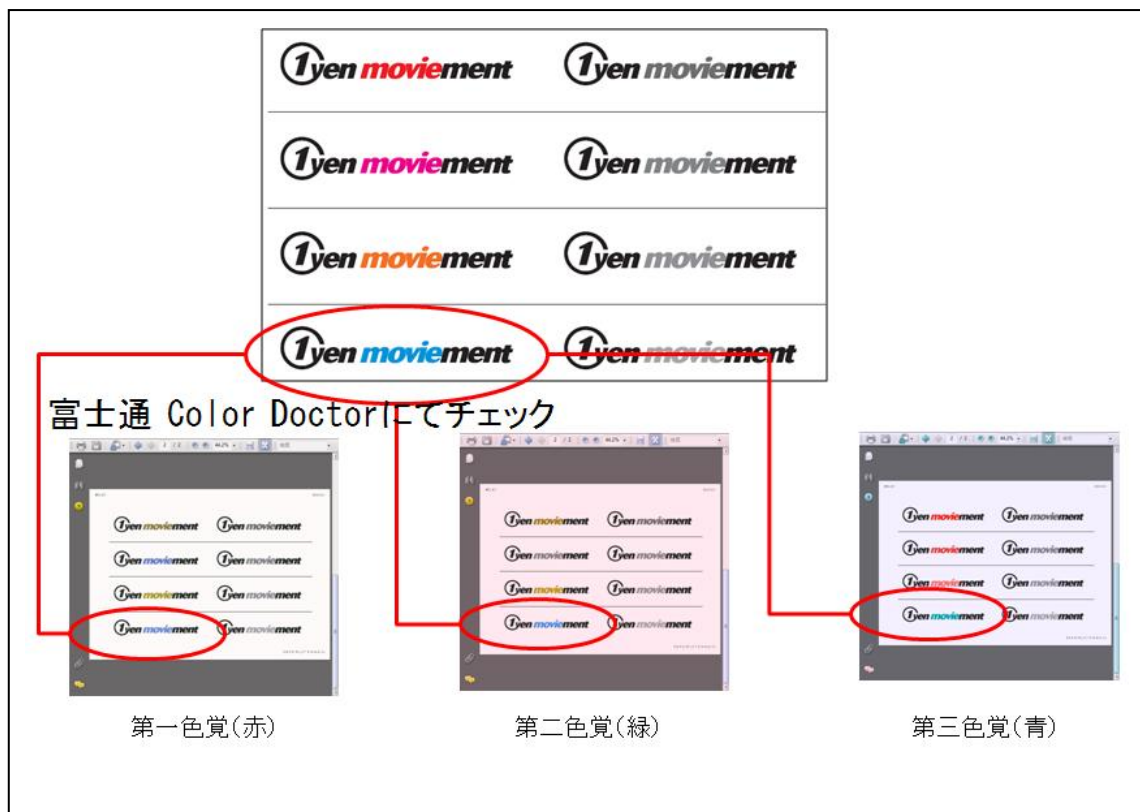


図 5-4 (b) MID_ACT / 1 Yen Moviemment ロゴデザイン (2)

(4) ポスター

キャッチコピーとロゴがそろったところで、ポスターの制作に着手した。これも実行委員の伝手を頼って、外部のデザイナーに無償で協力を依頼している。あらかじめ、企画の意図を伝えておいたうえであがってきたデザイン案は、光がはじけているA案と、人物の顔を大写しにしたB案の2種であった。



図 5-5 (a) MID_ACT ポスターデザイン：A 案（左）と B 案（右）

このうち、よりふさわしいのは B 案としたうえで、ふたたびいくつかのカラーバリエーションの提示を受けた。最終的に採用したのはもっともシンプルな白地のデザインである。



図 5-5 (b) MID_ACT ポスターデザイン：カラーバリエーション 3 種

(5) インターネット・サイト

インターネット上に、3つの告知用サイトを設けた（公式サイト・SDMサイトのイベント内・慶應義塾150年記念サイト内）。それぞれから、申込画面に飛べるようにリンクを張り、申込後は確認メールを送るとともに、アンケート画面を表示し回答を促した（アンケートは後述）。また、視覚障害者の利便性を考慮し、メールでも申し込めるようサイトにその旨を記載した。なお、実行委員からの依頼に対して、メディア・アクセス・サポートセンター（MASC）サイト内、および本作の主演女優（渡辺えり）が主宰するオフィス300（さんじゅうまる）のブログにて、慶應義塾150年記念サイト内のMID_ACT告知にリンクが張られた⁶⁵。

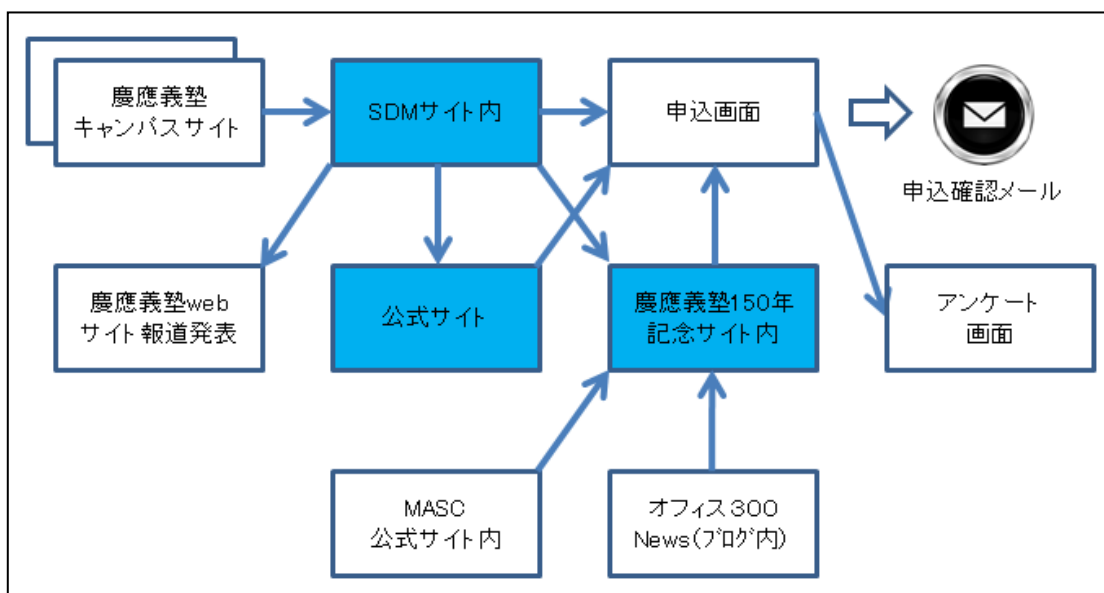


図 5-6 MID_ACT の告知に関するインターネット・サイト関連図

(6) マスコミ

慶應義塾広報室を通じプレスリリースを行うとともに、実行委員の個人ルートを通じ、マスコミへの接触を図った。MID_ACTの意義と当日の来場を訴え、以下の形で告知された。

- ケーブルテレビ ITSCOM「暮らしのダイジェスト」(10/31(日)～11/6(土)、30秒テロップ、計13枠)：静止画・音楽のみ(ナレーションなし)
- ラジオ 文化放送「吉田照美ソコダイジナトコ」(11/5(金) 7:55～、1分30秒)：対談による内容紹介

- インターネット・ラジオ JBS 日本福祉放送
(<http://www.jbs.or.jp/index.php>)「イベント情報」(11/9(火)より、毎日12:00~12:15「JBS ニュース」枠内、3分程度)
- 神奈川新聞 朝刊(11/10(水)):横浜で行われる文化・芸術イベントのひとつとして紹介(同社ホームページ「カナロコ」(<http://www.kanaloco.jp/>)バザール欄には、11/4(木)夕方から掲示)

(7) 個別アプローチ

想定する観客層の来場を促すために、先述の宣伝材料を適宜用いながら個別のアプローチをとった。

(A) 視覚障害者向け

- 弱視者問題研究会(インタビュー時の企画説明)
- シティライツ(メールマガジンへの投稿)
- ヨコハマらいぶシネマ(メールマガジンへの投稿)
- 横浜市立盲特別支援学校(生徒・父兄へのチラシ配布と協力要請)

(B) 学生向け

- SDM内(室内へのポスター掲示、講義時間前アナウンス)
- 日吉キャンパス内(学生食堂でのチラシ配布、アカデミック・スキルズ講義時間内およびライチウス会総会での告知)

(C) 近隣住民向け

- 日吉駅前商店(ポスター掲示、チラシおき)
- 日吉本町界限(全国紙2紙の日曜朝刊に、2,000部ずつチラシを折り込み)

(D) 映画ファン向け

- 映画館(岩波ホール(神保町)、ギンレイホール(飯田橋)、シネマ ジャック & ベティ(黄金町);チラシおき)

(E) その他全般向け

- Twitter (アカウント mid_act)

5.2.4 パネル・ディスカッション

音声ガイドつき映画の鑑賞後、「1 Yen Movement」の実現性を検討するために、4

名のパネリストに登壇いただいた。うち、3名は当テーマに関係のある分野から、あらかじめ参加を要請し快諾を得て、ポスター等でも告知を行った。以下、五十音順にプロフィールを記す。

- 阿部 勉 (ABE, Tsutomu)

1957年宮城県生まれ。東北大学経済学部卒業後、松竹に入社。『男はつらいよ』シリーズで知られる山田洋次監督の助監督を務めた後、99年『しあわせ家族計画』で監督デビュー。同作は、翌2000年のヒューストン国際映画祭でファミリー・チルドレン部門金賞を受賞し、注目される。2010年2月、立命館大学映像学部と松竹の共同制作作品『京都太秦物語』（共同監督：山田洋次、阿部勉）は第60回ベルリン国際映画祭に出品され、公式上映がすべて満席となり追加上映が行われるほど好評を博した。同作は、現在も海外の映画祭で上映されるとともに、国内各地で順次公開中。

- 内山 隆 (UCHIYAMA, Takashi)

青山学院大学総合文化政策学部教授。専門は「映像コンテンツ産業の経営戦略と政府経済政策」。千葉商科大学専任講師、助教授、教授を経て、現職。この間、(財)電気通信政策総合研究所(現、国際通信経済研究所)嘱託研究員、慶応義塾大学新聞研究所／メディアコミュニケーション研究所・研究員、フロリダ大学訪問研究員、特定非営利活動法人映像産業振興機構理事等を兼務。

- 梶原 俊幸 (KAJIWARA, Toshiyuki)

1977年横浜生まれ、吉祥寺育ち。慶應義塾大学卒業後、4年ほどライブハウスに勤務。その後、学習塾やIT企業勤務を経て、2007年3月、2人の仲間とともに株式会社エデュイットジャパンを設立。シネマ ジャック & ベティの運営を開始し、同館の支配人となる。2008年に始めた音声ガイド上映は、翌年7月から「ヨコハマらいぶシネマ」に名称を変更。毎月第1日曜を「音声ガイドの日」に制定するという定期上映は全国的にも珍しく、着実にファンを増やしている。

それぞれ、映画製作・映画政策・映画上映の立場からの発言を期待したものである。また、本番間近のタイミングで、目の不自由な方おひとりに観客代表として参画いただくことになった。ノンちゃん（プライバシーに配慮し、本人同意の上でハンドルネームを使用）は弱視で字幕はまったく読めないというが、音声ガイドつき映画を中心に年50本程度を鑑賞されている、とのこと。耳の肥えた観客が本作の音声ガイドをどう受

け取るかという点からしても、ふさわしいと判断した。

5.3 当日

(1) 設営

「MID_ACT2010」当日は、実行委員に加え、協力団体の「ライチウス会」より 5 名、声優研究会より 9 名のサポートを得た。彼らには、駅から会場に向かう来場者の誘導と、イベント終了後のアンケート記入の際に、視覚障害者のサポートを依頼した。その他にも、学生仲間や知人に、司会・受付・写真撮影・会場設営を担当してもらった。実行委員のアイデアで、全員が鈴を身につけ、来場者が音でスタッフを判別できるよう工夫した。



図 5-7 (a) MID_ACT 会場入口

入口近くには、本作のスタッフ・キャストを点字で紹介したパンフレットを置いた。実行委員の親戚による渾身の作である。時間と予算の関係から一部しか用意できなかったため、展示し自由に触れていただいた。



図 5-7 (b) 「しあわせ家族計画」点字パンフレット

映写・音響の機器調整は 12 時ころから開始し、開場直前に準備を終えている。このときにも監督に同席いただいた。

(2) 入場者

入場者は、主催者も含め計 146 名を数えた。このうち、一般入場者がアンケートの対象となる。

表 5-1 MID_ACT 当日入場者内訳

カテゴリー	人数	備考
一般入場者	113 名	うち事前登録者 48 名 (登録者の 87%)
パネリスト	4 名	
ボランティア	19 名	
実行委員	10 名	

(3) プログラム第 1 部—音声ガイド紹介

第 1 部に「音声ガイド紹介」を置いたのは、音声ガイドがなぜ大切だと考えるにいたったのかを、携わってきた素人の目線で説明しておきたかったためである。もちろん、

上映後のパネル・ディスカッション参加を促す意図もあったが、まずは音声ガイドを偏見なく体験し楽しんでもらいたいことを力説したつもりである。

壇上での最初の一言は「いま、皆さんの目の前では、中年男性が、右手にマイクを持ってやや緊張しながら舞台に立っています」。これこそ音声ガイドと信じたためである^{xxxviii}。続けて、企画の意図や音声ガイド制作を通じて学んだこととして、先の「②ガイド用シナリオ作成」で受けた指摘事項などを例示した（「5.2.2 音声ガイド制作」（3）音声ガイド作成経緯、参照）。

（4）プログラム第2部ー音声ガイドつき作品上映

音声ガイドをほどこした「しあわせ家族計画」は、途中一度のトラブルもなく無事上映を終えた。同期オペレーターを務めたのは、誰よりも本作のガイドに慣れてきたナレーター自身である。上映のあいだじゅうヘッドフォンをつけ、最前列で画面を凝視しながら音のずれに耳をすませ続けたが、ほとんど速度調整を行う必要はなかったと話している。また、舞台袖ではエンド・クレジットが始まってからの音量調整を行ったが、指示通りにオペレーションできたと実感している。その評価は、後述のアンケートで触れたい。

（5）プログラム第3部ーパネル・ディスカッション

ここでは、鑑賞したばかりの音声ガイドへの評価・音声ガイド一般をめぐる発言に続き、「1 Yen Moviemment」の実現性・課題につき意見をうかがった（司会：野村）。以下、発言内容より要約を記載する（詳細は Appendix1 参照）。

（A）音声ガイド「しあわせ家族計画」上映の評価

- オープン方式で、しかもガイドの声が男性というパターンは珍しい。
- 若干違和感があるかと思ったが、聞いているうちに慣れてきた。
- 量的にはよくバランスがとれていた（以上、ノンちゃん）。
- 映画館で聴覚障害の方も視覚障害の方も一緒に観られるというのは、考えてみれば当たり前のこと。日本語の分からない方も含め、なるべく大勢の方が一本の映画を、一緒の空間でしかも同時に鑑賞できる本来の映画のあるべき姿を体験できた。そういう意味で非常にいい体験をさせてもらった（阿部氏）。

（B）音声ガイド上映のきっかけと苦労

^{xxxviii} 終演後、盲導犬を連れた方から「着ている服の色も説明すべきだった」との指摘を受けている。音声ガイドは難しい

- 築 20 年のビルで映画館（シネマ ジャック & ベティ）を運営しており、設備のバリアフリー対応は難しいが、これ以外にできることを探す中で音声ガイド上映と出会った。
- 音声ガイド上映をしたからと言って、すごくお客さんが増える訳ではないため、劇場のスタッフが片手間で対応しているのが正直なところ。貸し出し用のラジオを場つなぎで借りてきたりしている状況は、何らかの形で改善していかなければならないと考えている（以上、梶原氏）。
- 聴覚障害者用の字幕作成にかかわったことはあったが、音声ガイドつき映画を劇場で見るのは今回が初めての体験。興味半分で来たが、おどろきまた面白かった（阿部氏）。

（C）「1 Yen Movement」の現実性・実現性

- 80～90年代にかけて、ヨーロッパでは政府の補助金により映画館の近代化を実施した。そこでは、公的資金の受け取りという形ではなく、納付する税額の一部還付というスキームをとったりしている。たとえば、フランスでは標準の基礎付加価値税率が 19.6%のところ、映画に関しては 5%に引き下げているが、別途 11%を特別税とし映画政策の原資にしている。これは映画を非常に大切な文化ジャンルととらえるところからきている^{xxxix}。
- 日本で公的な援助を仰ごうとすると、以下のような隘路に陥る可能性大。
 - 政府が集めると、国庫管理の観点で一般財源か特別会計の議論になってしまう（前者では他部門への流用が懸念され、後者の選択はいまの世の流れからは採りえないというジレンマ）
 - 一方、基金をベースにした活動だと、政府に召し上げられる恐れあり（俗に言う「霞が関埋蔵金」扱い）
 そこで、公を頼らず民間ベースで資金を募るという考え方が出てこよう。
- 「1 Yen Movement」が絵に描いたモチかどうかは、観客が賛同するかどうかにかかっている。あとは、誰がどういう形で集めどういう基準で製作側に配分していくかというテクニカルな問題（以上、内山氏）。
- 1円、2円でより多くの方にみてもらえるなら、誰でも「出しましょう」となるのではないか。

^{xxxix} 本稿の図 2-2 を参照されたい

- 今後、デジタル上映の普及により、音声ガイドをデータの空きチャンネルに埋め込んでおくような方式で、手軽にできるようになるのではないか。標準作りのチャンスが、フィルムからデジタルに切り替わろうとするこの2、3年以内にくる可能性がある（以上、阿部氏）。

(D) 「1 Yen Movement」の課題

- 入場者ひとりあたり1円ずつと計算していくと、年間1億6千万から7千万円の原資ができる。ただし、その原資では年に公開されている800本（邦画・洋画約400本ずつ）の映画すべてに音声ガイドはつけられないため、どういった作品に音声ガイドをつけるかという基準を設定していかなければならない。公平性をいかに担保するか考える必要あり（内山氏）。
- シティライツは、どちらかというと同じ観客の立場で、一緒に見るために必要なことをちょっとずつ手助けしている団体。「1 Yen Movement」が実現しても、日本で公開される年間800本の映画すべてに音声ガイドをつけるのが無理だとすると、MID_ACT やシティライツなど、いろんなアプローチが必要なのだろうなと思っている（ノンちゃん）。
- アプローチの対象として、製作・興行・配給といった映画関係各社以外に、ぜひ付け加えて頂きたいのが映画ファン。日本の映画産業において、売上げの6割は大体2割の観客で支えられている。この人達がマーケティングでいうところのアーリー・アダプターであり、彼らに賛同し啓蒙してもらえれば、残り的人々がフォロワーとしてついてくる可能性はある。映画に造詣の深いファンを巻き込むような仕掛けもあると、実行しやすいのではないかと（内山氏）。
- 映画を作っている小さなプロダクションに対し、100万、200万かけて強制的に音声ガイドを作れというのは酷な話で、何らかの仕組みが必要。それが今日のテーマでもあり、何とか皆で考えて行ければと思う（阿部氏）。
- 音声ガイドに対応した映画がでてくるとともに、音声ガイド付き上映を望まれる方がどんどん増えていかななくてはいけない。映画をあきらめてしまっている方に、音声ガイド付き上映を体験できる機会が増えるのだというアピールが必要（梶原氏）。

5.4 アンケート

MID_ACT 実施にあたり、2種類のアンケートを実施した。

5.4.1 事前アンケート

MID_ACT 参加には事前予約制を採用した。その際、ネットからの申し込み登録後に、アンケート・サイトに飛んで回答をうながすような構成をとった（図 5-6 参照）。

(1) 概要

- アンケート・サイト構築ツール：Qualtrics Survey Software（SDM 研究科にて導入）⁶⁶
- アンケート収集期間：2010/10/24（日）～2010/11/13（土）
（※後日、別途メールで受け取っていた回答 3 件を追加）

(2) 設問

本アンケートは計 13 問から構成されている。うち、質問 3～11 は、2005 年から 2006 年にかけてシティライツが行ったアンケート⁶⁷を下敷きとしている。同アンケートの集計後 5～6 年を経て、同じ質問に対する回答の変化等を収集すべく、今回許諾を得て採用したものである。これにオリジナルの設問を追加した。

設問 1 あなたは、音声ガイドのついた映画があることをご存知でしたか。

設問 2 あなたご自身は、映画を鑑賞する際に音声ガイドが必要ですか。

設問 3 あなたは、音声ガイドのついた映画を見たいと思いますか。

設問 4 あなたが音声ガイドを充実してほしいと思う映画は、次のどれですか。

設問 5 設問 3 の回答の中で、いちばん充実して欲しいのはどれですか。

設問 6 あなたは普段、映画をどれくらいの頻度でご覧になりますか。

設問 7 視覚障害者の皆さんが普段映画館で映画をあまり見ない理由は何だと思われませんか？

設問 8 あなたは、今後、音声ガイドつき映画の情報をどこから得られると便利だと思いませんか。

設問 9 あなたが映画館に行くまで、または劇場内で、バリアはどの程度ありますか。

設問 10 あなたが考える映画館に行くまで、または劇場内でのバリアは何ですか。

設問 11 あなたは、映像や情報でどんな分野のものに興味がありますか。

設問 12 映画館の多くが音声ガイドに対応していないのはなぜだと思いませんか。

また初めから音声ガイドがつけられた映画がほとんどないのはなぜだと思いますか。

設問 13 私たち MID_ACT では、「音声ガイド」映画の上映を活発にするため、「1 Yen Moviemment」という考え方を提案します。これは、入場料の中から1円を集めることで、年間 100 本の映画に「音声ガイド」をつけていこうとするものです。このような提案に対するご意見をお聞かせください。

※設問 1～設問 12 は選択式、設問 13 は自由記述式

本アンケートは 2 つのパートから成り立っている。パート 1 (設問 3～11) は、映画鑑賞時に音声ガイドを必要とする人への設問であり、目の不自由な方からの回答を想定したものである (設問 2 で、音声ガイドが「必要である」「必ずしも必須ではないが、あった方がよい」と回答した人にものみ、質問を行った)。パート 2 (設問 1・2・12・13) は、視覚障害の有無にかかわらず回答者全員を対象としている。このうち、設問 12・13 は「1 Yen Moviemment」に関する問いとなっている。

(3) 回答状況と分析

集まったデータは以下の通りである (詳細は Appendix2 参照)。

- サイト申込者数：55 名
 - うち、アンケート回答者数：37 (申込者数の 67.2%)
 - うち、アンケート有効回答数：26 (申込者数の 47.2%)
 - うち、映画鑑賞時に音声ガイドを必要とする方からの回答数：6 (申込者数の 10.9%)

(A) パート 1

残念ながら、パート 1 について、かつて行われたアンケートとの違いを分析するほどのサンプルを収集することはできなかった。未完了のままの回答が 10 件あったが、そのうち、音声ガイドが「必要である」「必ずしも必須ではないが、あった方がよい」(質問 2) と答えていた人が 5 件を占めていたことを考えると、アンケート・サイトが目の不自由な人にとって使いにくかったことが考えられる。当サイトの使用勝手について、実際に試してもらった視覚障害者のアドバイスに従い「戻る」ボタンをつけるなどしたが、使用を喚起するには至らなかった。視覚障害者のインターネット使用状況調査⁶⁸に

よれば、「インターネットをほぼ毎日利用する」という回答が最も多い（77.7%）が、個別の質問に答えていくアンケート・サイトそのものにはなじみがなかったのであろうか（ちなみに、シティライツにおける前述のアンケート調査では、電子メールと電話を併用していた）。

結果的に回答数が極めて限られてしまったため、以下では前回アンケート結果との比較は控え、各人の回答内容を見ていくにとどめることにする。

音声ガイドが「必要である」と答えた4人全員が、これまでに音声ガイドつきで映画を見たことがあり、また「とても見たい」と回答している。一方、音声ガイドが「必須ではないがあった方がいい」と答えた人は、2人とも音声ガイド未体験であり、音声ガイドを「やや見たい」と答えるにとどまっている。

見たいと思う映画は、映画館・テレビ・DVD・インターネットいずれも同じ程度だったが、いずれかひとつとなると映画館を選ぶ人が多かった。音声ガイドが「必要である」と答えた人のうち3人が年に20本以上の映画を見ており（テレビ等を含む）、他の回答者も年に2本程度以上は鑑賞しているため、今回の回答者はいずれもかなりの映画好きだったようである。

このことから、「視覚障害者の皆さんが普段映画館で映画をあまり見ない理由」は、自身ではなく知人について答えたものと思われる。「一般の映画を見ても、音声だけではうまく理解できないから」と「家から映画館に行く途中や劇場内にさまざまなバリアがあるから」という答えがもっとも多かった。また、その他自由回答として「障害者も歓迎している旨のメッセージがない」「好きなジャンルの映画に音声ガイドがついていないと観に行きにくい」の2つの回答があった。

便利だと考える映画情報の入手経路は、インターネット（ホームページ）・Eメール等の回答が、従来のメディア（テレビ・ラジオ）を上回っていた。やはり、インターネットを集客に使おうとしたことは間違っていなかったように思われる。ただし、当該アンケート自体がインターネットを通じて行っていることには留意したい。オフラインでの情報提供は、別途考える必要があるだろう。なお、自由回答で「支援組織からの情報入手」も挙がっている。

映画館におけるバリアでは「窓口や上映場所がわかりにくい」との声が大きく、その他として「行列に並ぶのが難しい」との記述もあった。窓口について改善の余地があるようだ。

(B) パート 2

音声ガイドを特に必要としない人にとってその認知度は低く、20人中12人が「知らなかった」と回答している。

そのような人々が多数を占める母集団に対し、音声ガイドが必ずしも普及していない原因を尋ねても、印象でしか回答しえないであろう。ただし、回答の傾向は音声ガイドを必要とする人たちのそれと大きく違わなかった。参考として、表 5-2 を掲げる。

表 5-2 「映画館の多くが音声ガイドに対応していないのはなぜだと思いますか」

回答	音声ガイド要否		合計
	必要	必要ではない	
1.対応するための資金が足りないから (助成制度がないから)	5	11	16
2.行政の指導がないから	3	7	10
3.映画館側の努力が足りないから	1	4	5
4.映画会社の努力が足りないから	3	7	10
5.音声ガイドが知られていないから	4	13	17
6.音声ガイドに魅力がないから	0	2	2
7.その他	1	6	7
8.わからない	0	0	0
合計	17	50	67

その他として挙げられた具体的な内容は以下の通りである。

- 法制度としての確立
- コストパフォーマンスが極めて低いから
- サポートボランティア不足
- 一般に視覚障害者を対象にしていないから
- 収益が見込めないから
- ニーズがどれだけあるかわからないから
- 需要が少ない。つまり興行的に不採算

回答から言えるのは、これまで論じてきた部分と大きくは変わらないということであり、先に列挙した以下の【録音版音声ガイド普及へ向けて、不足している点】に収斂されよう。

< 1 > 制度を継続させるための資金 (助成制度の欠如)

< 2 > 映画会社・観客双方における音声ガイドの認知度、浸透度

< 3 > 付加価値の開拓・追求

最後に「1 Yen Moviemment」への期待度を尋ねた。事前に詳細な説明を行っていないため、言葉の響きや「入場料の中から1円を集めることで、年間100本の映画に「音声ガイド」をつけていこうとする」アイデアへの直感的な印象を尋ねたことになる。反対の声は一切なかったが、その中で以下のコメントを挙げておきたい。

- 特に反対ではないが、客が無意識的に1円を渡していても、音声ガイドが浸透するとは思えない。それをきっかけにして、目の見える人が、目の見えない人を感じる必要があると思う（下線部、筆者）

ここには、実行委員がMID_ACTに込めた思いが共有されている。また、1円と言わず、もっと上乘せしてもいいのではないかとの意見が3名から出されている（各々、具体的な金額として、3円・5円・10円を挙げている）。

なお、朝刊への折り込みチラシの裏面にもアンケートを印刷し、持参した来場者から回収した（設問は3問で、事前アンケートの質問1・12・13）。回収は3通のみだったがやはり先に述べたのと同様の傾向を示している。すなわち、「映画館の多くが音声ガイドに対応していない原因」として複数人が挙げたのは「資金」と「認知度」だった。

5.4.2 当日アンケート

MID_ACT 当日のイベント終了後に、今回の企画および「1 Yen Moviemment」についてのアンケートを実施した。

（1）概要

- 入場時に配布したアンケート用紙（A3サイズ2つ折）に対する記入式
- アンケート収集タイミング：MID_ACT 終演後

※視覚障害者には、ボランティア・スタッフが適宜サポートを実施

（2）設問

- 設問1：本企画の情報入手先
- 設問2：時間について（時間帯、曜日の適切性）
- 設問3：会場について（駅から会場までの経路、ホール内でのバリアの有無）
- 設問4：音声ガイドについて（鑑賞経験有無、ガイドの音量・分量・内容・方式に対する評価、今後の鑑賞希望有無）
- 設問5：「1 Yen Moviemment」について（理解度、賛否、入場料への上乗せ可否）

(3) 回答状況と分析

集まったデータは以下の通りである。なお、パーセンテージは設問ごとの有効回答で集計し、無回答は数値としてのみ記す（詳細は Appendix3 参照）。

- アンケート対象者数：一般入場者 113 名
 - うち、アンケート回答者数（有効者数）：86（一般入場者数の 76.1%）
 - うち、視覚障害者手帳を持っていると回答された方：10（有効回答数の 11.6%。以下「手帳保有者」と記述）
- 性別：男性 41（52%）、女性 38（48%）、無回答 7
- 年代構成：図 5-8

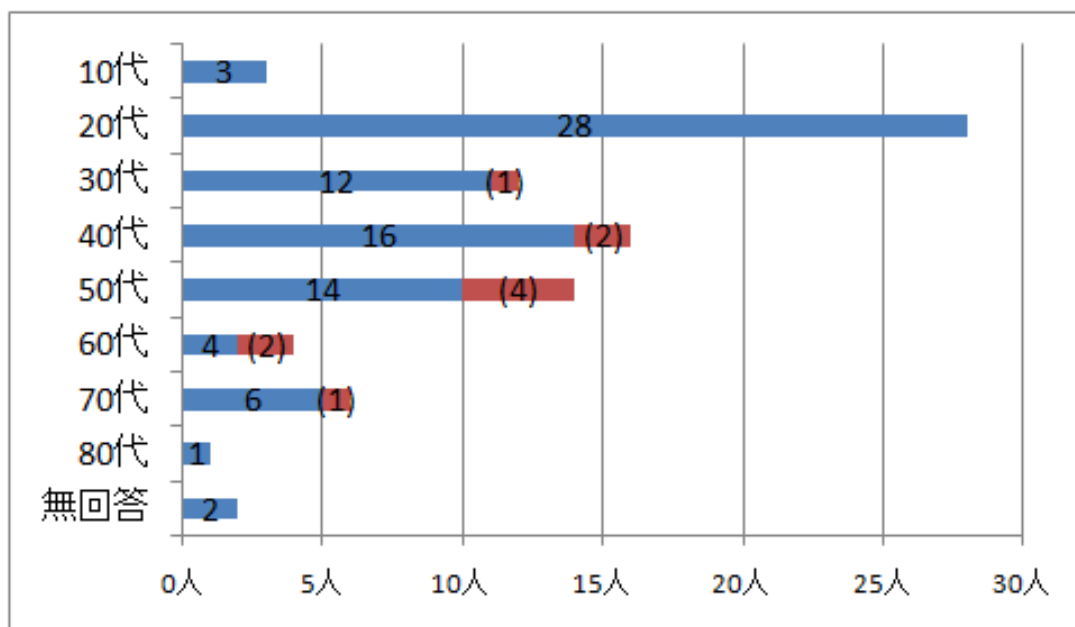


図 5-8 入場者の年代構成（カッコ内は、うち手帳保有者。以下、同様）

男女ほぼ半分ずつで、年代は 10 代～80 代まで分散している。期待する観客層のうち「幅広い年代」は確保できたと考えられる。

(A) 本企画の情報入手先

回答者の半数以上（54.7%）が、知人・友人を通じて本企画を知ったと回答している。大学で実施したこともあるであろうが、思いのほか高い数値であった。ここにメールや Twitter 等を加えると、対人関係がいまだに重要な情報源となっていることがわかる（計 73.3%）。手帳保有者にとっても同様の傾向がうかがえる。

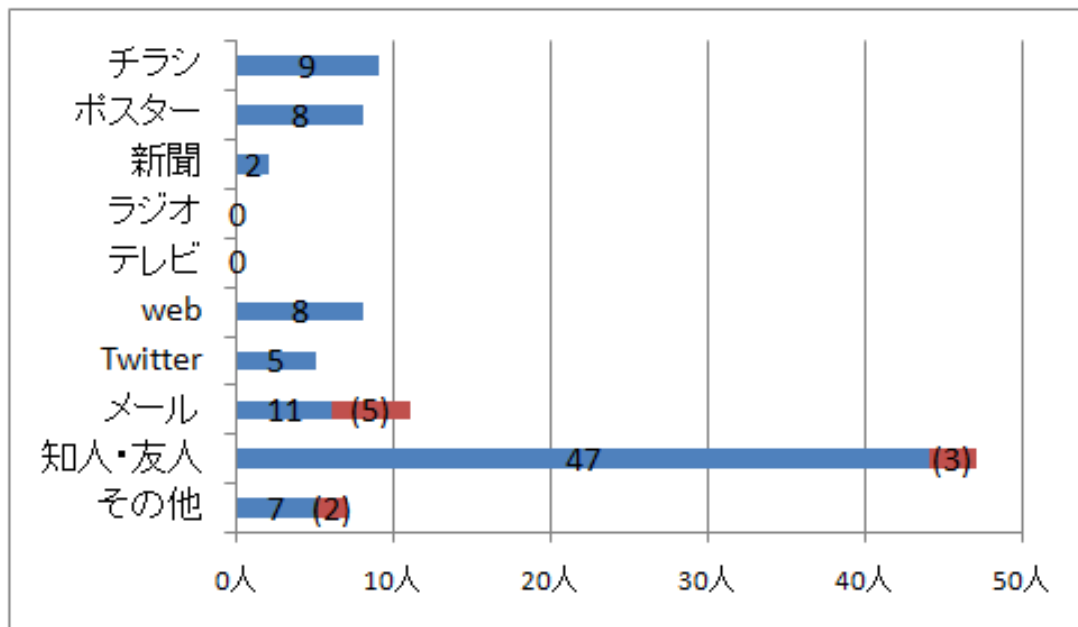


図 5-9 本企画の情報入手先（複数回答あり）

また、インターネット（メール・Twitter・web）の合計が 27.9%に達しており、あらためて浸透度が確認できた。一方、これまでの主メディア（旧メディア）である新聞・ラジオ・テレビはかなり分が悪い（計 2.3%）。しかし、これら旧メディアで展開したのは一過性の告知に過ぎず、大量にコマーシャルを出稿しているわけではない。この一事をもって旧メディアの退潮とまでは言えまい。

（B）本企画の開催時間設定

開催した曜日（土曜）および時間帯（午後）について、「いつでもよい」を加えると各々92%・89%を占めている。ただし、都合の悪い曜日・時間帯に無理を押してまで来場した人がほとんどいなかったということはおおいにありうる点に留意したい。

（C）本企画の開催場所

駅から会場までのアクセスについて、「特に問題ない」との回答が 91%を占めている。会場となった藤原洋記念ホールは、日吉駅（東急線、横浜市営地下鉄グリーンライン）の目の前にあり、徒歩 5 分程度でアクセス可能である。東急線改札を出た場合、国道を横切るものの特に危険ではなかったようである（わかりにくい：7%、危険なところがある：0%）。

ホールについても、86%の人が特に問題ないと回答している。ここには手帳保有者も含まれるが（1 名は無回答）、手帳を有していない（手帳の有無を回答していないケー

スも含む)人で、ロビーおよびホール内の照明について不適切との回答が若干数あった(ロビーが明るすぎる:1名、ホール内が明るすぎる:1名、ホール内が暗すぎる:1名)。それ以上に多かったのが、段差についての意見である(危険:6名、滑り止めがあるべき:1名、車椅子での2階へのアクセス可否:1名)。確かに、ときおり場内の暗さが指摘される映画館に比べ(「2.4.1 映画館のバリア」脚注参照)、コンサートをメインとして設計された当ホールはかなり明るいですが、段差は映画館・当ホールとも同じ様に存在している。因らずも両スペースの共通点・相違点が浮き彫りになった。

(D) 音声ガイドについて

音声ガイド映画鑑賞は、来場者の4分の3が未体験であった。これにより、期待した観客層の2点目である「音声ガイドを初めて体験する人」は、かなりの数を獲得できたと言えよう。ただし、手帳保有者10人は、いずれも鑑賞体験済みであった。

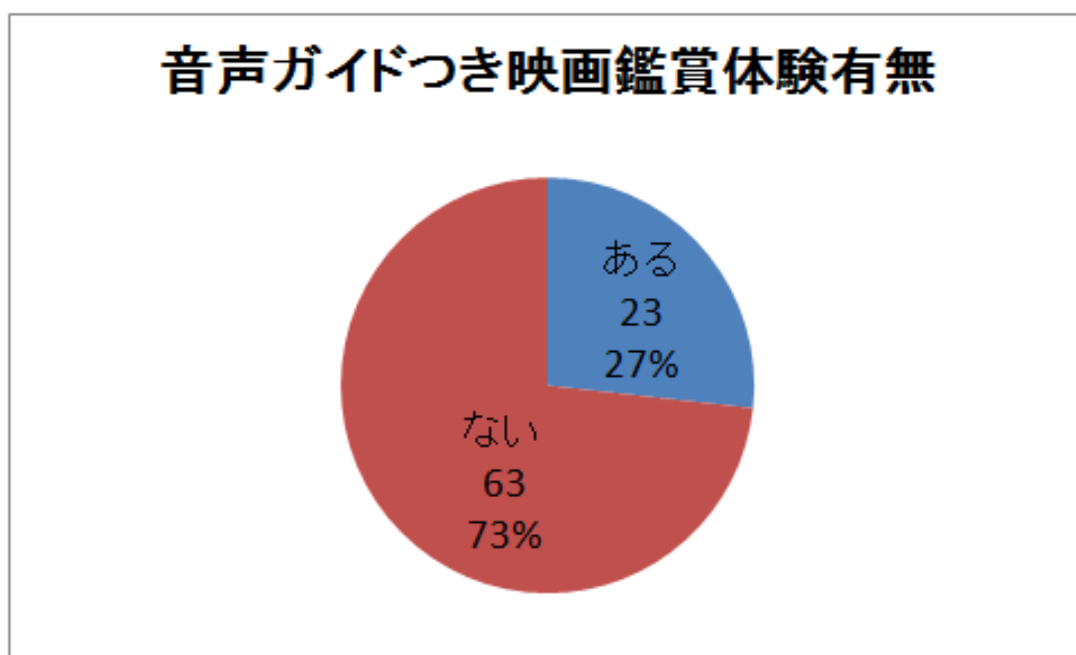


図 5-10 音声ガイドつき映画鑑賞の体験有無

(D) - 1. 「しあわせ家族計画」の音声ガイド

今回作成した「しあわせ家族計画」の音声ガイドにつき、音量・分量・内容の3点から質問を行った。

音量について、サウンドトラックに比べ大きすぎると感じる人が予想よりも多かった(34%、無回答:3)。手帳保有者のあいだでも全体と同様に6対4で評価が分かれてい

る。

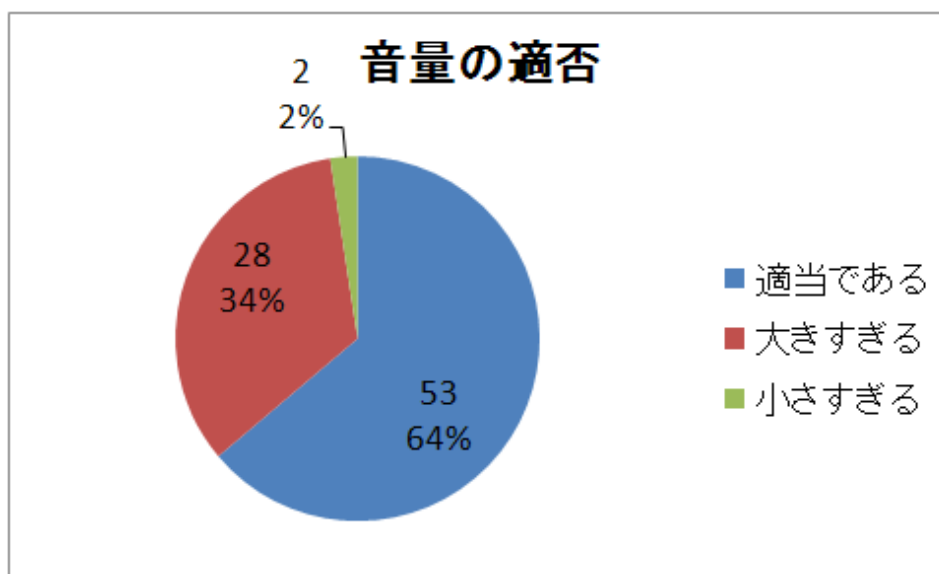


図 5-11 (a) 「しあわせ家族計画」の音声ガイド：音量の適否

また、音声ガイド体験者23人中でも大きいと感じた人が8人おり(体験者の34.8%)、体験の有無とは無関係に、音量に対しては賛否が分かれる結果となった。

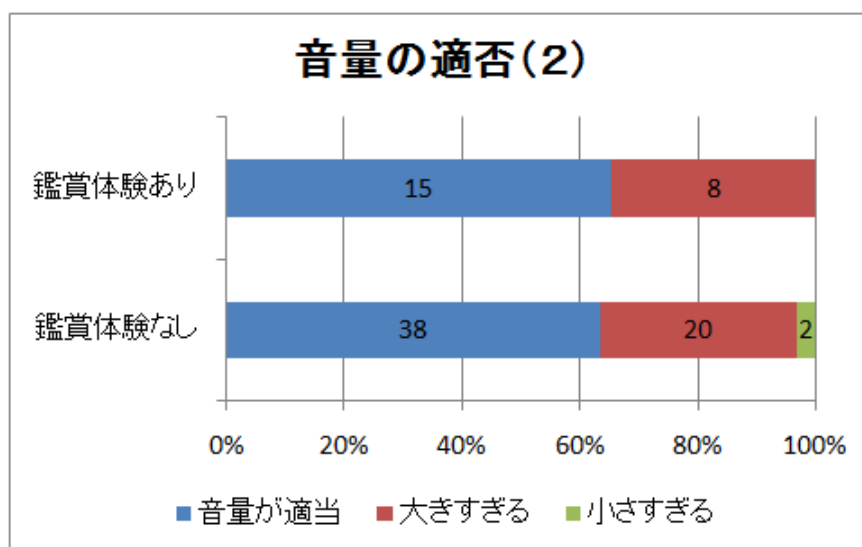


図 5-11 (b) 「しあわせ家族計画」の音声ガイド：音量の適否 (2)

逆に、音声ガイド未体験者でも6割の人は音量が適当と回答しており、未体験がゆえに拒否反応を引き起こし、音量が大きい(わずらわしい)と答えているわけではないことが確認できた。

次に、分量および内容についての回答は、どちらも同様の傾向を示している。

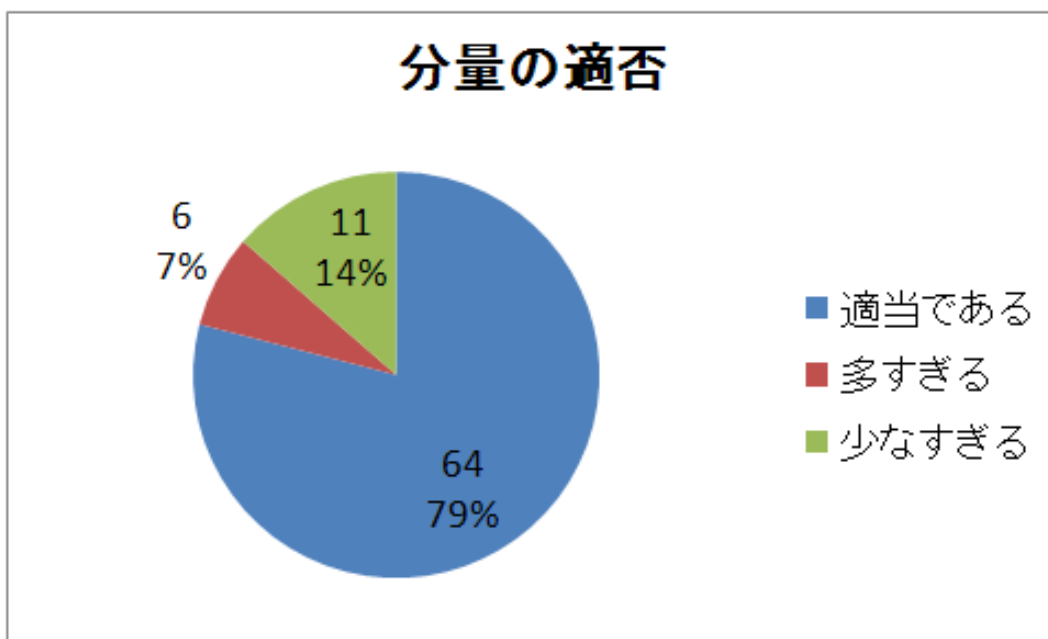


図 5-12 (a) 「しあわせ家族計画」の音声ガイド：分量の適否

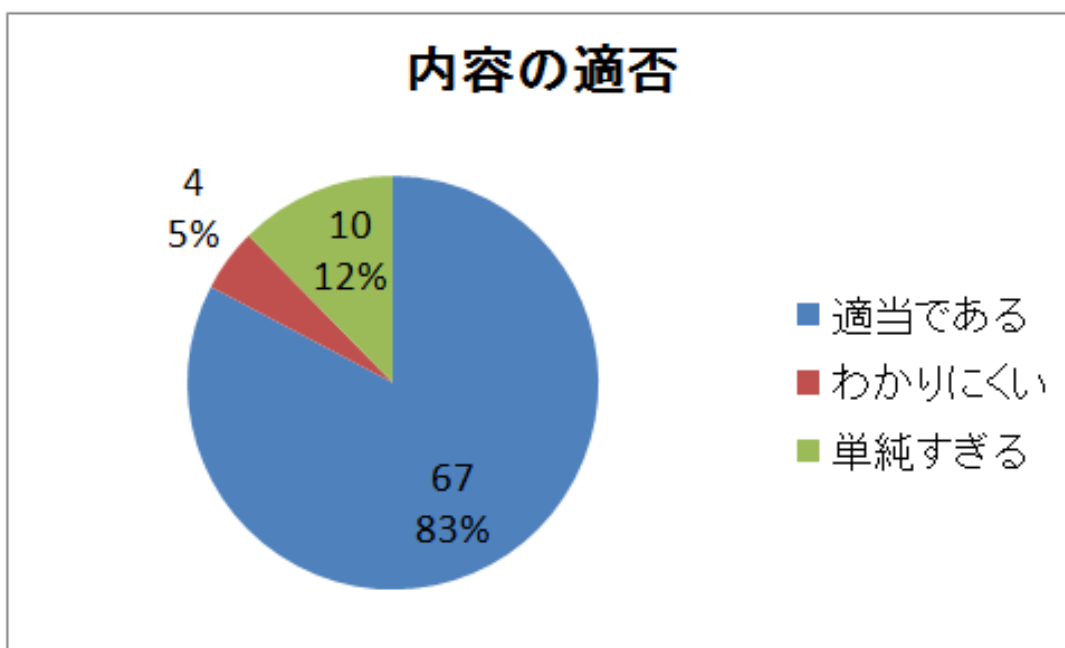


図 5-13 (a) 「しあわせ家族計画」の音声ガイド：内容の適否

まず、ともに全体の8割前後の人が適当であると答えている(無回答は、各々5ずつ)。そして、残りのうち、少なすぎる(分量)・単純すぎる(内容)と回答した人の割合が、多すぎる(分量)・わかりにくい(内容)と回答した人の約2倍となっている。

これらも、音声ガイド鑑賞体験の有無に左右されるのであろうか。そこで、音量と同様に、鑑賞体験の有無との関連で比較したものが、図 5-12 (b)、図 5-13 (b)である。

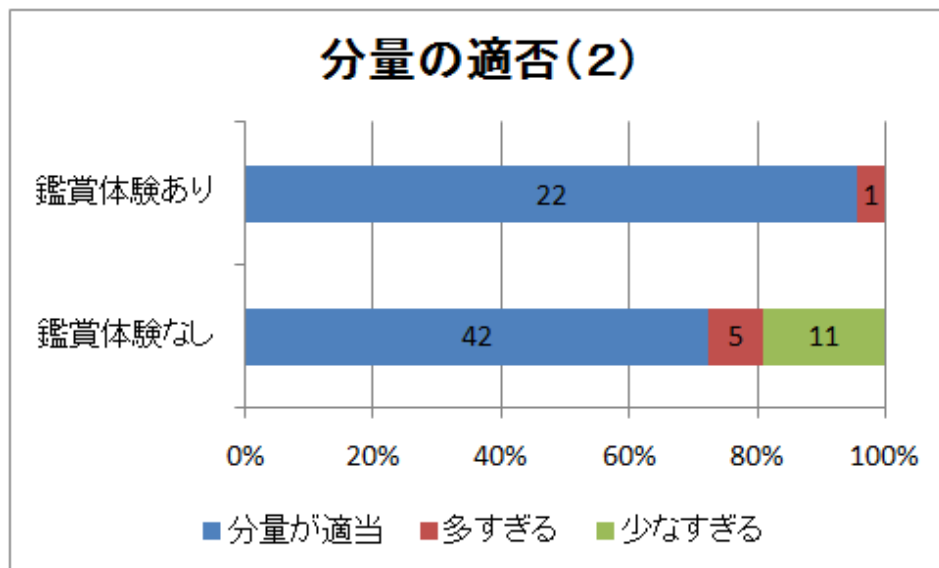


図 5-12 (b) 「しあわせ家族計画」の音声ガイド：分量の適否（2）

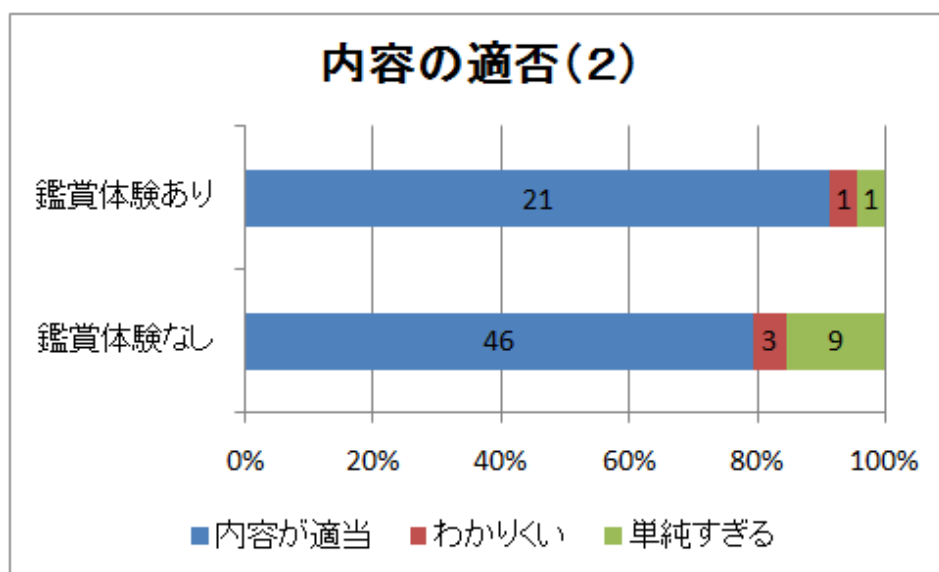


図 5-13 (b) 「しあわせ家族計画」の音声ガイド：内容の適否（2）

分量・内容ともに、これまで音声ガイド鑑賞体験のある人は大部分が適当だと感じたようである（分量に関しては96%、内容に関しては91%が「適当である」と回答）。一方、今回初めて音声ガイドを鑑賞した人は、いささか物足りなく感じたのであろうか。

分量に関しては19%が「少なすぎる」、内容に関しては16%が「単純すぎる」と回答し、それぞれ「多すぎる」「わかりにくい」を大きく上回っている（無回答は各々5）。

そこで、分量・内容について、いずれかを「適当ではない」（「適当である」以外）と回答した人の分量と内容に対する評価の関連を見ることにする。図5-14は両者の分布を図示したものであり、人の数がそのまま回答者数22人をあらわしている（いずれかの設問に対し、無回答分を除く）。

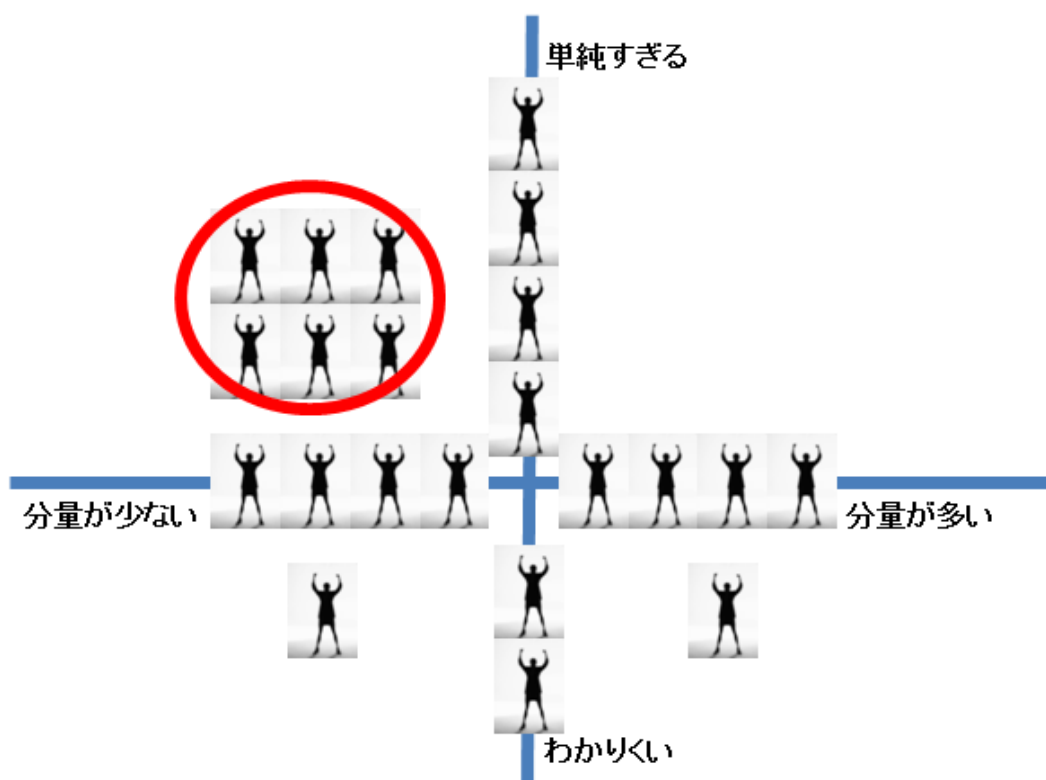


図5-14 「しあわせ家族計画」の音声ガイド：分量と内容の相関

ここからは、「分量が少ないために、内容が単純になってしまっている」と感じた人が多かったことがわかる（図中の丸印箇所）。だが、これはあらかじめ予想されたことでもあった。シナリオ作成時点で、かなりの内容を削り音や「間」に委ねた点は先に述べたとおりである。もしも危惧する点があるとしたら、画面展開が速く登場人物の多い本作において、削りすぎにより理解できない人・わかりにくいと感じる人が多数出てくることであったが、幸い内容が適当であると答えた人は8割を超えている（手帳保有者全員がここに含まれている）。

では、内容がわかりにくいと感じたのはどのあたりだったのであろうか。当設問につ

いて、特に自由記述欄を設けてはいなかったが、4人中3人がわざわざコメントを記しており、いずれもが聞きづらさについて触れている（「聞きとりづらいところもあった」「聞き取りづらい表現が少しあった」「聞き取りづらい表現が多い」）。実際、この4人中2人が音量についても適当ではないと回答している（大きすぎる1人、小さすぎる1人）。この点については、コンサートホールゆえの音響が影響しているように思われる。残響可変カーテンにより調整は行ったものの、本物の映画館で鑑賞すれば異なった感想を得られる可能性も少なくない。

なお、本作の音声ガイドへの評価として、自由記入欄に記された次の一言が印象に残る。

「視覚障害者である娘（7歳）がたのしんでいたのが本当によかったです。本人より「ストーリーや、今誰が何をしているかよく分かった。音声がおもしろかった。」とのこと」

(D) - 2. オープン方式とクローズド方式

この質問も、音声ガイド体験有無と関連が強いと判断し、当該要素を加味して分析を行ったところ、鑑賞体験の有無にかかわらず、オープン方式よりもクローズド方式を推す声の方が多かった。

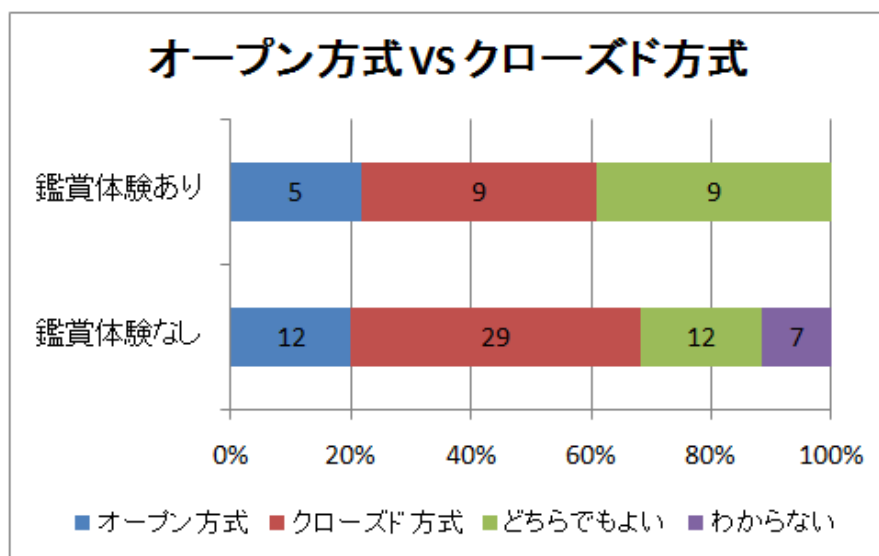


図 5-15 オープン方式 vs クローズド方式

オープン方式を支持する人のコメントには、「違和感がない」「誰でも一緒に楽しめる」「（視覚障害者に対する）来場者への理解につながる」などが挙げられている。一方、ク

ローズド方式を支持する人は、「必要のない人がいるから」を挙げる人が10人ほどいた。ただし、「目の不自由な人以外にも、映像の細部の理解を得たい人にアピールすると思う」などの声はいくつかあり、単に音声ガイドが必要な人＝視覚障害者にとらえているわけではないことがうかがえる。

その中で、オープン方式では「"無音"の演出に影響が出る」という指摘について触れておきたい。本作でも沈黙に任せたシーンが何箇所かあるが、これはオープン／クローズドを越えた音声ガイド全般について言えることであろう。オリジナルの演出意図をどう汲み、どう音声ガイドに反映させていくかは、質の向上や普及度にも影響する要素だと思われる。

(D) - 3. 音声ガイド映画の鑑賞ニーズ

「今後、映画館で音声ガイド上映があれば、見てみたいと思いますか」との設問は、ある意味で今回のアンケートにおいてもっとも重い意味を持つ。特に音声ガイドを初めて体験した来場者に対して、本作の音声ガイドによって培われたガイド観を問うことになるからである。

結果として、「どちらかといえば観たくない」「観たくない」をあわせても8人(9%)に過ぎなかった。一方、はじめて体験した人のなかで「ぜひ観てみたい」「どちらかといえば観てみたい」は66%にのぼっているため、まずは所期の目的を達することができたのではないかと考える(無回答:1)。

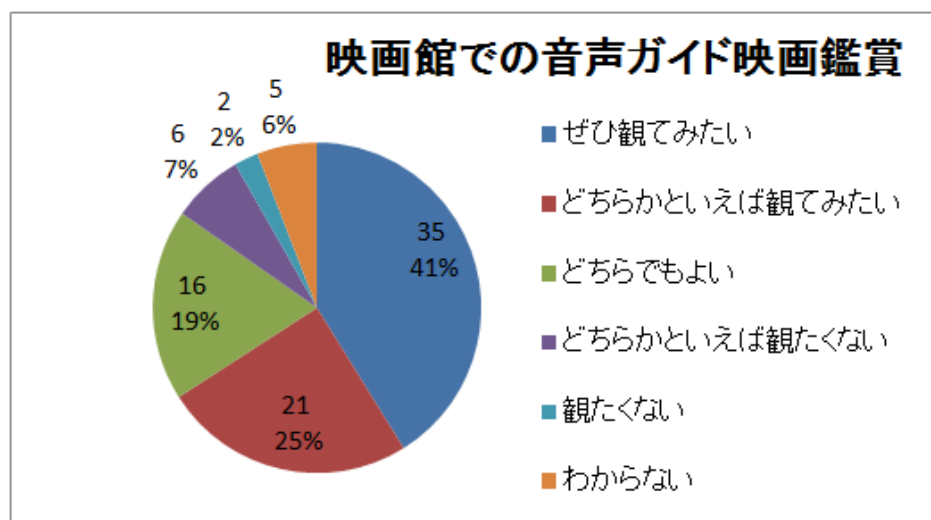


図 5-16 映画館における音声ガイド映画鑑賞について

ここまで、今回制作した音声ガイドの評価を分析してきた。＜評価ポイントA＞にあ
げた「質の高い音声ガイド作成」は達成されたと判断したい。

(E) 「1 Yen Movement」について

最後に、パネル・ディスカッションで取り上げた「1 Yen Movement」について尋ね
たところ、9割以上が理解できた（「よく理解できた」「理解できた」と回答し、また9
割弱からの賛同が得られた（無回答は、各々10ずつ）。

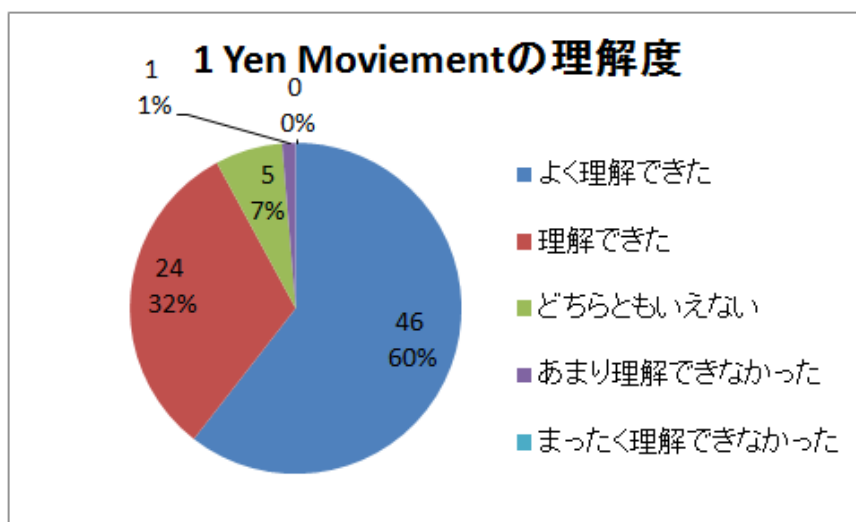


図 5-17 1 Yen Movement の理解度

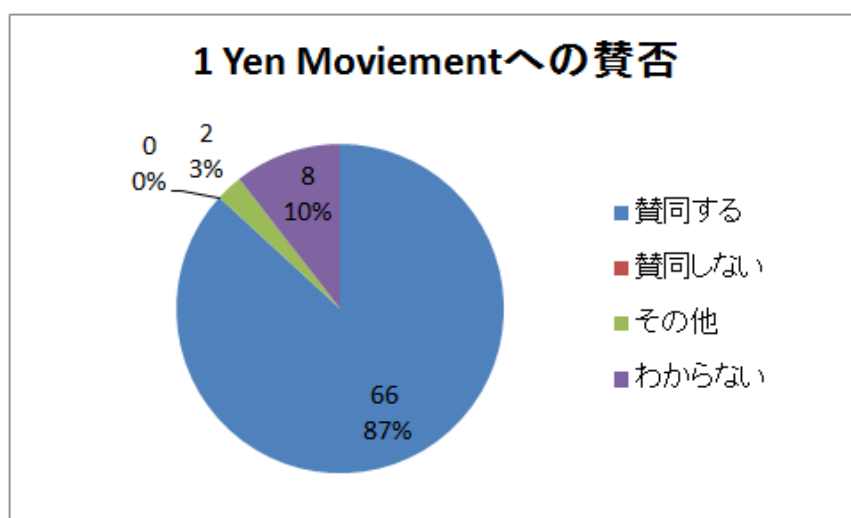


図 5-18 1 Yen Movement の賛否

とりわけ印象深いのは、賛同しない人が1人もいなかったことである。パネル・ディスカッションにおける『1円、2円でより多くの方にみてもらえるなら、誰でも「出しましょう」となるのではないか』（阿部氏）との発言を裏付けた形となった。一方で、無回答数が他の設問に比べ多かった（各々10ずつ）点にも留意したい。このことは、1度きりの説明ですべての人にあまり理解してもらい難しさも示していよう。

アンケートでは、更に入場料への上乗せ可否を尋ねた。これは、収入の目減りを危惧する映画会社への対案という側面と、観客の更なる積極性を確認する2つの意味を重ね合わせている。

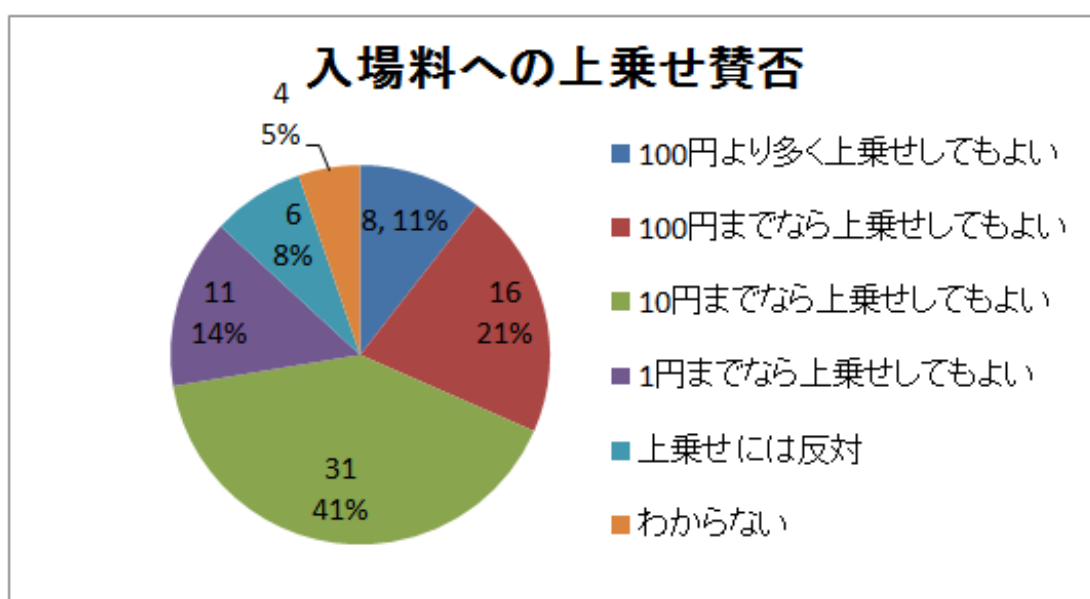


図 5-19 1 Yen Movement のための、入場料への上乗せ可否

9割近くが「上乗せ可」と回答しているなか、興味深いのはひとつ前の設問で「1 Yen Movement」への賛同を留保（「その他」「わからない」「無回答」）した20人の声である。彼らの誰一人として上乗せに反対していないばかりか、8人が上乗せへの賛意を示している。やりたいこと・望まれていることの中身を正しく地道に伝える努力を続けていけば、きっと合意が得られるのではないか。最後の回答を分析し、意を強くした次第である。

5.5 まとめ

MID_ACTとは、音声ガイドの「日本モデル」を遂行するにあたり考案した「1 Yen

「1 Yen Moviment」の実現性を問う場であった。そして、十分に検討に値する提案であることが確認されたと考える。パネル・ディスカッションでの発言を再掲するなら、以下のとおりである。

まず、「絵に描いたモチかどうかは、観客が賛同するかどうかにかかっている。あとは、誰がどういう形で集めどういう基準で製作側に配分していくかというテクニカルな問題」(内山氏)であり、実際に拍手で呼応した観客に向かって「1円、2円でより多くの方にみてもらえるなら、誰でも「出しましょう」となるのではないか」(阿部氏)との力強いフォローがあった。そして、タイミングとして、「(音声ガイドの)標準作りのチャンスが、フィルムからデジタルに切り替わろうとするこの2、3年以内にくる可能性がある」(阿部氏)とのコメントがあった。

ただし、日本で公開されるすべての映画に音声ガイドをつけようとするのが難しいのであれば、残りの作品、特に「小さなプロダクションに対し、100万、200万かけて強制的に音声ガイドを作れというのは酷な話で、何らかの仕組みが必要」(阿部氏)である。すなわち、“テクニカルな問題”として「どのような作品に音声ガイドをつけるか(中略)公平性をいかに担保するか考える必要」がある(内山氏)とともに、「MID_ACTやシティライツなど、いろんなアプローチが必要」(ノンちゃん)との指摘もあった。

そして、活動を維持発展させていくためには「映画に造詣の深いファンを巻き込むような仕掛け」(内山氏)を施すとともに、映画館を運営する現場からの発言として「音声ガイド付き上映を望まれる方がどんどん増えていかななくてはいけない。映画をあきらめてしまっている方に、音声ガイド付き上映を体験できる機会が増えるのだというアピールが必要」(梶原氏)とのコメントを得た。

発言にあった「観客が賛同するかどうか」は、そもそも観客が音声ガイドを知らなければ成り立ち得ない。MID_ACTは、前提となる音声ガイド映画の鑑賞体験の場であり、そのうえで「1 Yen Moviment」への理解・賛意を促す場もであった。当日アンケートの分析で詳述したように、その目的は十分に達成できたと考える。

念のために、MID_ACT実施にあたり設けた評価ポイントと実行結果を、あらためて以下に記す。

<評価ポイントA>

「実行委員会の手で質の高い音声ガイドを作成し、つつがなく上映を行うこと」

<実行結果>

一切トラブルなしで上映できたことに加え、観客も満足したことがアンケート結果から読み取れる。

<評価ポイントB>

「一定数の観客を集め、音声ガイドつき映画鑑賞およびパネル・ディスカッションへの参加を得ること」

<実行結果>

残念ながら、当ホールの1階の収容人数（約300名）を埋めきることはできなかった。しかし、視覚障害者や留学生を含む100名を超える人々が一堂に集い、音声ガイドつき映画を鑑賞し、パネル・ディスカッションに臨んだのは紛れもない事実である。アンケートの回収結果から、性別・年齢に大きな偏りがなかったことがわかっている。

<評価ポイントC>

「参加者からの声をアンケートの形で集計し、音声ガイドおよび「1 Yen Movement」の受容度合いを検証すること」

<実行結果>

終演後の「1 Yen Movement」への賛同は、直前に体験した音声ガイドの良し悪しにも影響されると考えて差し支えあるまい。その意味で、「1 Yen Movement」に賛同しない人がいなかったことは、音声ガイドの出来自体も容認されたことを雄弁に物語っていると見えよう。

以上より、「MID_ACT2010」において、当初の評価ポイントはいずれもクリアすることができたと判断した。

なお、「1 Yen Movement」への評価・賛意が、音声ガイドに特段関心のない層にどこまで受け入れられうるかを、比較アンケートとして事後に収集した（詳細は、Appendix 4 参照）。ここでも音声ガイドについて見たことのない人は9割近くにのぼったが、「1 Yen Movement」の支持率は高く7割以上が賛同し、賛同しない人は0であった。そんななかで、「1 Yen Movement」への支持につき「その他」と回答した以下のコメントを取り上げておきたい。

「とても失礼な言い方になるかもしれませんが、眼の不自由な方が、映画なり映像を楽しむ際の補助、という情景が想像しにくいのです。美術館や歌舞伎などで活

用されている音声ガイドを想像すれば良いのかなと思いますが、それらは目に見えている状況をより深く理解する手助けになるものです。見えにくい状況を音声で解説するというのは、ラジオドラマと同じことになってしまうように思われます。映画は目で見えるもの、という前提にとらわれすぎているのかもしれませんが、どのような人たちを想定しているのかがちょっとわかりにくいので、この「その他」にしました。しかし、多くの人が映画を楽しめるような工夫を進めていく運動という趣旨には大賛成です」

このような回答者にこそ、MID_ACTのような場を提供する意義があろう(ちなみに、この回答者は、入場料金に「10円までなら上乘せしてもよい」との回答を寄せている)。説明すれば理念で共感を得られ、実地での体験を踏まえることによって更に理解が深まる層の存在を確信させる回答である。

6 結論と今後の方向性

6.1 結論

本研究における結論を述べる。

日本において、視覚障害者がより自由に映画館で映画を鑑賞できるようにするためには、鑑賞をサポートする音声ガイドをつけた上映作品の選択肢を増やす必要がある。そのためには、現在ボランティアによる「ライブ方式」中心となっている上映形態に加え、映画会社が用意する「録音版」の数を増やし、ライブ／録音版の両輪体制を取ることが望ましい。

英国のようにごく短期間のうちに、環境整備をなしとげた国もある。しかしながら、同国の普及モデルをそのままわが国に適用するのは難しいことを明らかにした。とりわけ、「録音版」作成を増やすために乗り越えるべき大きな課題として、音声ガイド制作上映のための資金確保・認知度向上・付加価値の開拓が挙げられる。このうち、資金確保の手段として観客の支払う入場料金に着目した提案が「1 Yen Moviemment」である。すなわち、年間の映画館入場者から1回の鑑賞あたり1円を徴収すれば、1年でおおよそ1億6千万円の資金が集まる。これを用いて100本の映画に音声ガイドをつけることができるかと試算した。

そこで、本提案の実現性を検討する場としてMID_ACTを企画した。会場に集った観客に音声ガイドのついた映画を実際に鑑賞してもらい、パネル・ディスカッションでの意見交換を耳にもらったうえで、「1 Yen Moviemment」への賛否を問うたものである。

MID_ACTでの上映用として、自分を含むまったくの素人集団が劇場公開作品に音声ガイドをつけた。具体的な音声ガイド作成を通じて、良いものを作ろうとするほど時間・コストがかかるものの、適切なガイダンス（マニュアルによるチェック、モニターによる指導）があれば、一定のクオリティーを持った音声ガイドが作れることを実証した。

MID_ACTには、文字通り老若男女の集客を得た。100名以上の観客の中には、目の不自由な人もいれば、海外からの留学生も含まれる。そして、終演後のアンケートからは、音声ガイドへの認知度向上および「1 Yen Moviemment」への高い理解と賛意を確認することができた。更に安定的に音声ガイドの普及をはかるため、現在の入場料金への上乗せ可否を問うたところ、9割以上の高い支持を得た。こうして、新たな映画観客が

増え、音声ガイド上映の機会が広まれば、音声ガイドの品質向上・標準化・安定化にも寄与しよう。これらを踏まえ、当日アンケートで得られた声とともに、「1 Yen Movieiment」を以下の通り提案する。

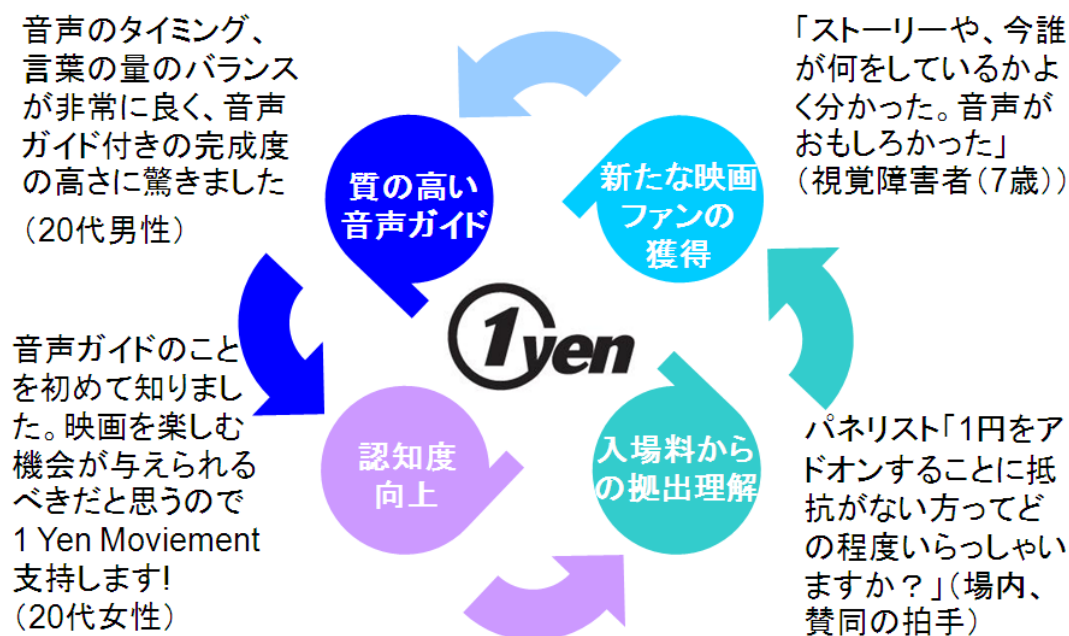


図 6-1 1 Yen Movieiment による、録音版音声ガイドの上映普及サイクル

6.2 今後の方向性

2010 年も年末になり、都内の老舗ミニシアター2 館の閉館が相次いで報道された。うち1 館は、シティライツの「シアター同行観賞会」でもおなじみの劇場だったことは先に触れた通りである。記事には「シネコンで作品を選ぶのが当然の時代。1 館で1 映画という形態はウケない」との館主の談話が載っている⁶⁹。だが、シネマ・コンプレックスですら淘汰の時代を迎えているとの報道もある⁷⁰。限られたパイの奪い合いを演じていられるほど、事態は甘くないのである。

そんな中、業界首位のシネマ・コンプレックスである TOHO シネマズが、入場料金値下げを試験的に導入すると発表した。関係者は「利用者の裾野を広げるには価格そのものの見直しが必要」と考えている⁷¹が、果たして問題は入場料金なのだろうか。確かに、斉藤は、興行サイド（映画館）が入場料金の度重なる値上げで観客動員の目減りをカバーしてきた経緯を明らかにし、五月雨的なサービス価格の導入が価格体系を複雑にしていること、そして映画館側がそこにあぐらをかき続けてきたことを批判し

ている⁷²。今回の値下げは、このような批判への回答にはなっていない。だが、より根の深い問題は、若者が映画離れを起こしているのではないかという指摘である。

キャンペーン「高校生友情プライス」は、高校生3人以上であれば1人1,000円で映画を観ることができるというもので、2005年7月～2009年6月末に開催された(主催:映画関連4団体(映連、全興連、外配協、MPA)による「映画館に行こう!」実行委員会)⁷³。目的は、ズバリ「未来の映画ファンを育てるため」であった。だが、その評価は賛否が分かれ、「作品によっては4%を超える高い利用があり、公共交通機関に近い劇場でそれなりの利用実績あり」としながら、「ただし、全国平均で見ると平均利用率は1%弱と、全体的には低調な利用で推移」だったという⁷⁴。

背景にあるのは、映画(館)体験の希薄化であり、「これからは映画の見方も保存しなくてはいけないかも知れない」(東京国立近代美術館フィルムセンター 岡田主任研究官)との声すらあるという⁷⁵。このような状況を前にして、日本を代表する映画監督のひとりである小栗康平監督は、「好きか嫌いかというレベルの問題ではない。映画が110年かけて獲得してきた文化を、私たちの財産として認識するかどうかの問題」だと語っている。ことは再び文化のレベルに戻っていくのである。

しかし、悪い話ばかりではない。2010年1月に改正著作権法が施行された。「障害者の用に供するために必要な方式による複製(中略)をより円滑に行えるようにするための措置」⁷⁶を目的としたもので、法律上は権利者の許諾なしに音声ガイドの付加が可能となった。また、オリジナルの脚本使用の可否が音声ガイドの質と時間(コスト)に大きな影響を与える点を「3.5 音声ガイド制作プロセス」で言及したが、脚本を「文化資源」と捉えアーカイブ化し活用しようという動きも出ている⁷⁷。

一方、デジタルシネマ・プロジェクター化への移行については、「4.5 「1 Yen Moviment」の提案」にて触れたとおり、今後の一大テーマとなるだろう。無論、導入を果たしただけでは事態が変わらないのは言うまでもないが^{x1}、まずは下地が作られるには違いない。このような環境の変化に呼応するかのように、本稿脱稿間近のタイミングで大手配給会社の洋画(東宝東和配給「ロビンフッド」日本語吹き替え版)に対し、初めて録音版で音声ガイドがつけられるとのニュースが飛び込んできた。事態は確実に

^{x1} 「3,000スクリーンのうちの100スクリーンを超える程度のシェアではあまりに少なく、実際にはデジタルの上映設備があったとしても同時に備え付けられているフィルム映写機によって上映しているケースも多い」(財団法人デジタルコンテンツ協会 2008年3月)

動いているのである。

そして、その先には「障害者権利条約」の批准が控えている。障害を持つ人々に対する差別を禁止し、等しい社会参加の実現を目的とした「障害者権利条約」(Convention on the Rights of Persons with Disabilities)は、2006年末に採択され、2008年5月3日に発効された。その第三十条「文化的な生活、レクリエーション、余暇及びスポーツへの参加」には、障害者が「利用可能な様式を通じて、テレビジョン番組、映画、演劇その他の文化的な活動を享受すること」「文化的な公演又はサービスが行われる場所(例えば、劇場、博物館、映画館、図書館、観光サービス)へのアクセスを享受(後略)」とうたわれている⁷⁸。残念ながら日本はいまだに批准していないが(2011年1月現在)、機は熟しつつあると言えるだろう。

このような環境激変の中で、今後音声ガイド上映を、映画会社・映画館にどのように訴えていけばよいだろうか。視覚障害者の観賞をサポートすることにより新たな映画ファンを開拓するサイクルは、前章で述べたとおりである。これに加え、付加価値の提供が挙げられよう(「4.4 日本での音声ガイド普及における問題点」参照)。本稿では大きく取り上げることのなかった分野だが、たとえば日本語の学習や日本文化への理解を促すツールのひとつとしての可能性が考えられる。たまたま「しあわせ家族計画」がオーストラリアで日本語教材に採用されていることから、パネル・ディスカッションにおいて阿部監督により披露されたエピソードはそのヒントになろう(詳細は、Appendix 1参照)。また、MID_ACT 実行委員のあいだでは、音声ガイドに特化したアイドル、すなわち「ガイドル」を育成することにより、音声ガイドに耳をすませることを主目的としたファン層の開拓といった極めて日本的なアプローチも検討されている。

このような付加価値の検討も含め、「1 Yen Movement」の発想は新たな枠組みを提供する視座となりうるに違いない。Movementとは、1人のバカ者が追随者を得ることにより始まるのだという(Sivers, 2010)⁷⁹。幸い、インタビューやMID_ACTを通じて、一見突拍子もない発想に興味を持ってくださった方々とのコネクションが生まれている。そこで、今後は関係者とのつながりの中で、今回の知見を役立てる場を見いだしていきたい。確かに一朝一夕とはいかないであろう。しかし、いつの日か「MID_ACT2010」という小さな種が芽吹くの信じて筆をおくことにする。

謝辞

目の不自由な人が映画を楽しめる「バリアフリー映画館」の夢を語るシティライツの言葉が、本研究の出発点となった。本稿で取り上げた音声ガイド全般へのコメントや上映会の情報確認、MID_ACTにおける音声ガイド制作や集客にも貴重なアドバイスをちょうだいした。ここに厚く御礼申し上げたい。何も知らないまま、ガムシヤラに音声ガイド上映を進めてきた実行委員に対する「その勇氣に脱帽です」の一言は、何よりの勲章になった。無論、分析対象の選定等、一切の文責が筆者にあることを念のためお断りしておく。

シティライツと同様に音声ガイド上映を推進しているメディア・アクセス・サポートセンター (MASC) 代表の川野氏・矢木氏、岩波ホールの小泉氏からは、現場に携わる方ならではの話をうかがうことができた。また、住友商事株式会社の小野氏・菅谷氏からは、企業の社会貢献の立場に立った音声ガイド推進の難しさにつきご教示いただいた。一方、観客側の当事者である弱視者問題研究会有志の方には、SDM ユニバーサルデザインラボの谷田氏を通じ、直接お会いする機会をいただいた。いずれも音声ガイドの素人には、新鮮で刺激的な情報を得る場となった。ここに御礼申し上げる。

英国 Royal National Institute of Blind People (RNIB) に所属する Joan Greening 氏と Sonali Rai 氏のお二人には数限りない質問を浴びせ、その都度丁寧な返事をいただいた。ここにも彼の国の互助精神を見た思いがする。本稿の英訳こそがお二人の志に報いる道だと考えている。

MID_ACT の開催は、極私的なノスタルジィに起因している。30 年前に「キャンパス・シアター」の名のもとに大学構内で映画を上映していた頃から、折に触れ映画に対する想いを口にされてきた阿部勉監督の協力なしでは、本企画は入口前で立ち往生していたに違いない。自身の新作公開時期と重なりながら、陰に陽に助けていただいたご恩は忘れられない。その熱意は同僚の五十嵐氏、鈴木氏、早川氏にも確実に伝わり、望外の音声ガイドとなって結実した。世界で唯一の「作品」誕生の場に立ち会えたことには、深い感動を禁じ得ない。映画の貸与・上映を快諾された母体の松竹株式会社ともども、重ねて感謝申し上げたい。

監督と一緒にパネル・ディスカッションに参加いただいた、青山学院大学 総合文化政策学部の内山隆教授、映画館「シネマ ジャック&ベティ」支配人の梶原俊幸氏、そして観客代表のノンちゃんには、司会の未熟さを補いながらご自身の体験に根差した意

見を披露していただいた。「1 Yen Movement」の理解度・賛同の高さは、パネリストの皆さんの貢献なしには考えられない。登壇のご決断には心から謝意を表したい。

日本映像翻訳アカデミーの新楽代表には、当校の生徒だったころから、人の心に響く翻訳が努力からしか生まれてこないことを教えていただいた。その教えは今回の音声ガイドにも生きている。MID_ACTの意図を説明するや、二つ返事で後援を引きうけていただいた懐の深さには、いまもって驚きを隠せない。本稿への写真をご提供いただいた池田氏には、音声ガイド・モニターとMID_ACT当日の2度にわたり、素敵なレポートを用意していただいた。お二人のご厚意に触れ、当校の卒業生であることを何よりも誇りに感じたのは言うまでもない。また、文化放送編成局の片寄氏・清水氏には、MID_ACTの概要のみならず「1 Yen Movement」のコンセプトについても意見をちょうだいした。初めてメディアに取り上げていただく形で実を結んだことをうれしく思う。

ヨコハマらいぶシネマの鳥居代表、米谷氏には、具体的な音声ガイドのいろはを指導いただいた。阿部監督による演出意図の説明とあいまって、実行委員の映画の見方、更にはもの見方にまでインパクトを与えたと言っても言い過ぎではない。「しあわせ家族計画」の音声ガイドに対して多くの観客から満足が得られたのは、お二人の監修に負うところが大きい。御礼を述べるとともに、当日ご覧いただけなかった本作をいつかどこかで鑑賞できる日が来るよう切に願うのみである。平野氏、立石氏、マキコ氏が、各々キャッチコピー・ロゴ・ポスターでクリエイティビティを存分に発揮された結果、MID_ACTに膨らみをもたらされた。木戸氏による点訳パンフレットが会場に呼び込んだ温かさも忘れ難い。

MID_ACTの開催に向けて、慶応義塾創立150年記念事業室の宮氏、協生館運営センターの芳賀氏、SDMにおける矢向氏を始めとする学事の皆様、秘書室の皆様にも幾度となく力強いサポートをいただいたおかげで、支障なく当日を迎えることができた。また、当日の運営にも内外からご協力をいただいた。慶應義塾大学の「ライチウス会」および声優研究会の有志からは、若者の生真面目さが伝わってきた。三菱重工業株式会社の山田氏、SDMの牧野氏、森島氏、資延氏、そして司会の醍醐氏にも、色々と無理をお願いした。誰ひとりけが人を出さずに、無事MID_ACTを完了できたことには感謝の言葉もない。

実行委員には実に多彩な顔ぶれが集まった。自身の体験から貴重なアドバイスを寄せてくれた穂苅氏、常に熱いハートで周りを鼓舞し続けた八木田氏、当日は受付に徹する

など影から支えてくれた肥後氏、柔軟な発想で全体を見回し MID_ACT 終了後も目配りを怠らなかつた中島氏、若い力を十二分に発揮し驚異的な宣伝を展開した高橋（哲）氏、知人とともにデザイン面を担当しアンケート集計にも尽力してくれた三木氏、大船との往復をいとわず Twitter でつぶやき続けた三原氏、着実に会計事務をこなし財務上のトラブルを回避してくれた川崎氏、渋い美声で音声ガイドの新たな一面を拓いてみせた櫻井氏。誰が欠けても成功はなかつたと断言できよう。音声ガイドのベテランに「その勇気に脱帽」と言わしめながら、大胆な試みとも知らず一気に突き進んでいった 10名の集団。つい臆面もなく、十勇士を名乗りたい衝動に駆られるゆえんである。当日、壇上からメンバーの名前を読み上げられなかつた苦い悔恨を抱きながら、MID_ACT を実行委員に捧げたい。本来の研究時間を少しずつ削りながら、注いでくれた情熱に見合うだけの果実を得られていたなら幸いである。

慶應義塾大学の先生方には、いずれも丁寧にご指導いただいた。ユニバーサルデザインラボのメンバーでもある経済学部 中野泰志教授には、視覚障害全般について助言いただいた。法学部佐藤元状准教授には、アカデミック・スキルズ講義時間の一部をお借りし、学生に MID_ACT をアピールする時間を提供いただいた。SDM の日比谷孟俊教授には、研究倫理審査担当の立場から、記述内容につき相談に乗っていただいた。副査を務められた小木哲朗教授、佐々木正教授のお二人には、まったく異なる視点からの指導をいただいた。いずれのアドバイスにも、多視点の重要性を再認識した次第である。

SDM 西村研究室の皆様には 2 年間にわたり常に有益なアドバイスをいただいたが、とりわけ博士課程の本間氏には数々の建設的な示唆をいただいた。慶應義塾創立 150 年記念イベントへの申請等の具体的なアクションも去ることながら、文理融合を身を持って示された研究姿勢に間近に接しえたことが何よりの収穫であった。

そして、指導教官である SDM 西村秀和教授にはひとかたならぬお世話になった。確かな根拠も欠いたまま信念だけで訴え出た MID_ACT に承認をいただき、初めての論文執筆にあたって、初心者としての作法からシステムデザインの観点に基づく構成に至るまで、全般にわたり指導いただいた。MID_ACT を成功に導くため、ときに強引な挙に出てしばしば閉口させてしまったが、これもひとえに音声ガイドの魅力を伝え、研究を成功に導かんがための振る舞いであり、笑って水に流していただけるなら本望である。その成果が、何らかの形で、先生が代表を務めるユニバーサルデザインラボに少しでも資することができたなら、これに勝る喜びはない。

最後に、MID_ACT の実現および本研究にあたり、ときに客席の片隅からそして家庭において黙って見守ってくれた妻には心から礼を述べたい。

Appendix 1 : パネル・ディスカッション

パネリスト

阿部 勉氏（「しあわせ家族計画」監督）

内山 隆氏（青山学院大学 総合文化政策学部教授）

梶原 俊幸氏（映画館「シネマ ジャック&ベティ」支配人）

観客代表ノンちゃん

司会：野村

（司会）

それでは、第三部パネル・ディスカッションを始めたいと思います。まずですね、チラシの方にはあらすじといいましょうか、その考え方を記したペーパーをご用意しておきましたのでご覧いただいている方もいらっしゃると思います。我々、今回のこの音声ガイドを、いかに普及させていくかを考えた時に、「1 Yen Moviemment」（1円ムービーメント）という言葉を考え出しました。その背景を簡単にご説明します。

イギリスでは2000年以降、音声ガイドというのが急速に普及しまして、劇場の全国4割で音声ガイド対応がなされている。ハリウッド映画ですと、ほぼ100%音声ガイドがついている。ですから、いつでもどこでも（と言ってもその4割ですけれども）、好きな映画が楽しめるという、そういう環境が整っているということです。

日本ですけれども、先ほどご覧いただいたような形で、あらかじめ音声録音されているものというのは非常に少ないです。1%という話も聞いております。今回は、映画の音とそれからガイドの音を同時に流す方式をとりました。これも色々なやり方がありますが、大体はイヤホンで劇場内でお使いいただいて、音声ガイドが必要な方にだけ副音声として情報が届くというやり方が、イギリスでもそうですし、日本でも例えばシティライツさんあたりがやられている。あるいはジャック&ベティでやっている上映会もそのような形をとっております。ですから、その設備のためにまたお金がかかる、ということで、これもなかなか日本で普及しない原因なのかな、という風に考えております。

そのお金、先立つものをどうするのかと考えた時に、今日本ですとやれ「仕分けだ」とかということで、なかなか調達しようにもできないという状況の中ですね、観客から徴収しました鑑賞料金、今ですと大体一般1800円という料金の中で1円だけ集めたらどうなるか

ということを考えてみました。そうしますと、今、年間1億6000万の映画観客がおりますけれども、単純に計算して1億6000万円が集まる。その1億6000万円を元手に音声ガイドを作っていたら、ということで極々大雑把に計算して、100本の映画に年間音声ガイドがつけられるじゃないか、という、そんな結論に至りました。

ですから、その「1 Yen Moviemment」—ムービーメントという言い方もこちらで作った造語で、ムービーと、運動を示すムーブメントを掛け合わせてですね—何かそういった動きが起こせないだろうかと考えてみたわけです。

今日はまずご覧いただいた「しあわせ家族計画」の音声ガイドの感想も含めてですね、この「1 Yen Moviemment」って現実性があるのかどうか、そこを議論していきたい、というふうに思っております。まず、「しあわせ家族計画」を観終わった直後でなんですけれども、感想をノンちゃんからいただければと思います。

(ノンちゃん)

先ほどご紹介いただいた時に、年間50本の映画を観ているっていうふうに言われていたんですけど、そのくらい多分ここ何年間かは観ています。映画を観始めてからはそんなに長くなくて、10年くらいで観たものの数はそんなに多くはないと思います。今日の映画も初めて観させていただいたんですけど、すごいこうわりと自分の知っている役者さんがたくさん出ていて、小栗旬さんが出ているっていうので、どこだろう？って思って、最後まで分からなかったんですけど、可愛い可愛いっていう頃から出ていたんだなと思って、そのへんもおもしろく観ました。内容としてはコメディなので結構笑ったシーンもあったんですけど、一方でホロリとするようなシーンもあって、すごい楽しめました。

(司会)

音声ガイドについては、いかがでしたか？

(ノンちゃん)

すみません。そのへんを言わなきゃいけませんね。私は、シティライツの副代表で、シティライツで映画観に行くことも結構多いですし、一人で行くこともあるので—そういう時は当然音声ガイドないんですけど—、今日みたいにオープンで、イヤホンじゃなくて全員聞くって形で観る機会って割と少ないです。最初ちょっと、しかもガイドの音声は男性の声

っていうのも珍しかったので、若干違和感あるかなと思ったんですけど、聞いているうちにだんだん慣れてきて、量的にはすごいバランスよく入ってたかなと思います。

(司会)

ちなみに音声を担当された櫻井さん、今その最前列に座っておりますけども。かなり洪い声で、私自身はこのガイド良かったかなというふうに思っております。皆さんはどうお感じになりましたでしょうか？

阿部さんにはですね、今回この音声ガイドを作るにあたって、ダメ出しといいますか、指導いただきました。これまで伺っているところでは、聴覚障害の方向けに映画を作られ字幕をつけられたご経験はあったということで、そのあたりと比較して、難しさ、あるいはこういうところが新たに分かったみたいなお話がもしあればお願いいたします。

(阿部氏)

はい。実は恥ずかしながら、音声ガイドで映画を観るのは今回が初めてでした。DVDについてるとは聞いていたのですが、劇場でこういう形で観るとするのは初めての体験で、とてもびっくりしました。おもしろかったですね。

今、ご紹介いただきましたが、映画に日本語字幕をつけるという仕事は十数年前、まだ日本映画でもあまり一般的ではなかった頃にやったことがあります。その当時、テレビ番組に日本語字幕をつけてるボランティアの方達がいらして、その方達と相談しながらやったのですが、最初はずいぶん喧嘩をしました。そのボランティアの方達は、こういう風に字幕をつけないと理解できませんよとおっしゃるんですが、映画を作ってる僕らの立場からすると、映画のバランスを崩してるような面もあって、そこまで説明しなくてもわかるんじゃないかと思ったりしました。まあ、回を重ねるごとに、いい形に収まってきたんですけれどね。

そういう意味で音声ガイドってどんなものかなという、興味半分で来たのですが、途中で一度、字幕をつけている作業を拝見させていただきました。翻訳の状況ですとか、どういうタイミングで入れるのかというのは、その時見ていたのですが、全体を通して観るのは今日が初めてです。そういう意味では非常にいい音声ガイドが完成したんじゃないかと思います。ただ、僕の場合は比較する対象がないので、先ほど男性の声が珍しいとおっしゃってましたけど、そういうことも僕は知らずに観ていました。

映画は何がおもしろいかというと、一人ではなくみんなで見るから楽しいというところが原点だと思うんですね。一人で見るとじゃなくて大勢で観る。そのために映画館、ホールという空間で観るというところが、映画のそもそもの出発点なんです。パーソナルな鑑賞とは違う芸術だといえます。そういうことからすると、映画館で聴覚障害の方も視覚障害の方も一緒に観ることができるというのは、考えてみれば当たり前のことです。たとえば日本語の分からない方も含めて、大勢の方が一本の映画を、一緒の空間で同時に鑑賞できる。そういうことは本来の映画のあるべき姿だと今日改めて思いました。ほんとに非常にいい体験をさせていただきました。ありがとうございました。

(司会)

今回松竹さんには非常に無理をお願いしてしまっていますので、そう言っていただくと、ちょっとほっとする思いがいたします。今、字幕の話でましたけれども、阿部監督のこの「しあわせ家族計画」実はオーストラリアで DVD で販売されております。ネット見ていただければ出てきますけれども「happy family plan」ですか？

(阿部氏)

そうですね。もう十年以上前の映画なので、今日僕も久しぶりに観て、平山あやちゃんとか小栗旬君とか可愛かったなあなんて思いながら、観てたんですけども。いかりやさん、もう亡くなっちゃたとかね。

その映画が最近オーストラリアの方で、外務省の外郭団体である国際交流基金、**Japan Foundation** の目にとまって、日本語学習教材として使われています。こんな映画が教材になるんですかって聞いたのですが、オーストラリア中、シドニー中の大学に、この DVD がたくさん入っているらしいです。

日本語学科の学生が、この映画を観て日本語を勉強している。で、ちょっと見せてもらったのですが、例えば、いかりや長介さんが、「これ」(注)小指を立てる)ってやったりとか、三浦友和さんが、片岡鶴太郎さんのマンションに行って、「ちょっとどうですか」とお猪口でお酒を飲むマネをする。日本人独特のしぐさっていいですかね、そういうところが日本文化の紹介としておもしろいという、不思議な利用のされ方をしているようです。

(司会)

今回もほんとうは英語字幕付のものを上映したかったんです。ちょっと間に合わずに残念だったのですが、それはまた別の機会に、ということにしておきます。こちらにいらっしやいます梶原さんは、先ほどの紹介にもありましたけれども黄金町のジャック&ベティという映画館で、毎月一回音声ガイド付上映をされてます。これはどういった経緯からやられてますか。ちょっとご説明していただけますか。

(梶原氏)

はい。最初にどういう劇場かだけ簡単に。宣伝です。

黄金町から歩いて5分くらいのところにあるのですが、シネマ ジャックとシネマベティと、ふたつそれぞれ名前がついた映画館があるのが特徴のミニシアターなんですね。ジャックの方は、今、横浜最後の名画座でして、誰々監督特集とか二本立てでやる劇場が今横浜は、ないんですけど、そういうやり方をまだジャックの方はしております。ベティの方は、ミニシアター系の作品を東京が終わった後に、横浜はうちが独占でやったりといったことが結構あります。そういう二つのスクリーンでそれぞれカラーを変えてやっている劇場でございます。

実はですね、50年ほど前からずっと映画館のある場所ですけども、20年ほど前に老朽化でビルを建て直して、そのときからシネマ ジャック&ベティって名前になっているんです。なので、今建物がちょうど20年くらいですね。実は前の会社が解体してしまった関係で引き受けて、今ちょうど4年目ですけども。20年経った建物ですから、実はあまりバリアフリーでないわけですね。入り口も階段が中心で、一応エスカレータはあるんですが、エレベータはないと。トイレなんかも段差があったりとか、手すりがなかったりとかという状態ですね。小さい劇場なので、多く色んなお客様に来てもらいたい、色んな意味でのバリアフリーに取り組みたいと前々から思っていたんですけども、例えば上り下りの機械をつけたりとか、段差を全てはずすというような工事は、どうしても費用がかかることで、小さい映画館にはなかなかできないことなんですね。

でも、それ以外でも何かできることがあれば、少しでもやっていこうと思って、シティライツさんが他の劇場でやっている音声ガイド付き上映を拝見させていただいて、音声ガイド付き上映っていうのがあるということを知ったというわけです。

今日は劇場内で流れるパターン音声ガイドでしたけれども、うちで今普段やらせていただいているのは、映写室の中からFMの電波で送って、劇場の中は映像も音声も普通の

上映なんですけれども、FMラジオをつけた方だけ、その音声ガイドを聞けるという仕組みですね。それであれば、送信機とラジオを準備することができれば、いつの回でも手軽に始められるなあというのがきっかけで始めさせていただきました。最初のうちからシェイライツさんの協力をいただいて進めていたんですが、そののちに、うちの上映に合わせて、ボランティアの方が「ハマらいぶ」というチームを結成してくださって、その活動のなかで、月一回定期的に、第一日曜日にですね、音声ガイド付上映をしてくださる。

私のせいで、(ジャック&ベティでは) すごい複雑なスケジュールを毎月組んでるんですね。色んなたくさんの作品を上映しているんですけども、その中からどの作品が音声付き上映でやるのがふさわしいか、ボランティアの方に決めていただいて、それで毎月第一日曜日に間に合わせるように準備してくださって、実際は、映写室の中から実況中継っていう形で音声ガイドを読み上げていただいているんですね。準備の関係でその作品が決まるのが2ヶ月くらい位前、準備するのが1ヵ月間くらいっていう形ですので、当然習得したりとか、次に繋げる形っていうのは、まだ模索しなければいけないのかもしれないけれども、今はライブにこだわってやっている形ですね。

(司会)

ご苦労されてるところは、いくつも多分おありだと思います。私達が考えるに、今おっしゃったその作品を、ライブでやればそれに越した事はないでしょうけど、一回ぼっきりっていうのは、非常にもったいないな一って、思ったりもします。ですから、ライブの魅力を感じさせてくれるガイドがいる一方で、今回のように録音したものっていうのがあれば、両輪でいけるんじゃないかなとちょっと考えたりもするんですけども、日曜の上映も一部一回きりですかね？

そのあたりのご苦労あるいは、お客様からのリクエスト、もっとここをこうして欲しいみたいなのが何かあるんでしょうか。

(梶原氏)

そうですね。何が大変かっていうお話ですけど、正直ボランティアの方達の活動が一番大変だと思います。劇場としては、ほんとうに多くの方に観ていただきたいってことでバリアフリー上映、音声ガイド付き上映をやっているんですが、それで正直言って、すごくお客さんが増える訳ではないんですよ。お客さんがすごく増えれば、そのぶんで例えば

ラジオを準備したりとか、あるいはその録音する機材を購入したりできるんだと思うんですけども、今は来てくださった方達にちゃんと観ていただくっていうところでしかないので、なかなかそういった録音の話も、ほとんど劇場の人員が厳しいなかで片手間でやっているというのが、正直なところですよ。録音の知識もないし、設備もないし、また貸し出し用のラジオも、場つなぎで色んなところから借りてやっているという状態なので、何らかの方法で改善していかなければと思っています。

(司会)

そのあたり資金的な裏づけがあれば、もう少しゆとりをもって環境を設定してうまくできるということですね。ラジオにしてもそうですけれども。それで先ほど申しました、「1 Yen Movement」の話に入りたいと思います。内山先生は各国の事情にお詳しくて、今回私達がこういうことを考えたことって、まったく絵に描いたモチなのか、それともある程度こういう風にすればうまく行く、あるいは諸外国でこういう面があるよというようなところを、お話をいただければと思いますがいかがでしょうか。

(内山氏)

はい。ありがとうございます。絵に描いたモチかどうか？というのは多分私が判断するより、会場の皆さん方にお聞きした方が良いと思うんです。実際にどんな形で、例えば飛び込みで映画館に行って定額 1800 円払うとか、あるいはレディースデーに行かれて 1000 円払うとか、あるいは前売り券で 1300 円でお買いになられて行かれる方、そういう形で実際に映画館へ行かれてると思うんですけども。そこに、1 円アドオンしましょうと。1801 円とか、1001 円、1301 円とか、という風になった時に、気にせずに、社会的に役に立つとか、ある意味で映画仲間を増やすような動きに対して、1 円というのをアドオンすること自体に対して、抵抗がないとお感じの方ってどの程度いらっしゃいますかね。拍手をしていただけるとありがたいのですが。

※場内、賛同の拍手。

(内山氏)

多分、この拍手が結局、根本的には実現性があるか、どうかというところになるかなと

思うわけですね。あとはもうテクニカルな問題になってきます。つまり、実際にプラス1円というのをどういう形で集めていきますか、誰が集めますか、あるいは、集めたものをどういう基準で作品作る人達に配分していきますか、かなりそういうテクニカルなお話になってくるかと思います。

ちょっと一旦話を切り替えます。ぱっと見たところ比較的年配の方も多いのですが、今の映画館って大体シネコンというイメージ、比較的綺麗で、スクリーンも10個位あってとイメージされる方が多いと思います。シネコンが普及する前の80年代とか、90年代冒頭くらいの映画館っていうのはイメージがなんか汚かったとか、古臭いあの時代にはあっていたのかなと。日本に限った話でなくて、世界中、そういう傾向ってあったんですね。

映画館の近代化というのは、世界中のトピックになっていた時がありました。北米と日本とヨーロッパと、それぞれのゾーンごとで違ったアプローチがありました。北米では、シネコンと民間の自助努力の中で拡大していく動きが強かったわけですが、ヨーロッパは政府の補助金が入って、映画館を近代化していったという側面がある。

映画ってエンターテインメントでしょ、娯楽産業でしょ、そんなところに政府の補助金を入れるのはどうかという意見がある。ただヨーロッパはそれぞれの国、民族、長年続けてきたフランスなどはそうですが、パリと地方の間で映画文化の格差があってははいけないという考え方があって、だから（パリほどにはならないですが）地方でもちゃんと映画を見れるようにインフラを整えていこうという考え方がいまだにあります。映画館をちゃんと整備するということが当然あって、その時になにも健全者だけの問題の話ではなくなるわけですね。近代化といったときに、対象として何も椅子を新しくするとかでなく、スクリーンを新しくするのではなく、今のように映写機を4K プロジェクター導入のような形に留まらず、そんなことだけが近代化の範疇ではない。このシンポジウムでテーマになっているような音声ガイドを入れようとか、足の不自由な人のためのスペースをしっかりと設けていきましょうとか、あるいはそういう人たちがアクセスしやすいように例えばバリアフリーにしていましょうとか、そうしたことにも補助金を入れるような仕組み。仕組みとして、いちいちお役所に相談して、今回これこれこうだから、お金を頂戴よという形の補助金というのももちろんあります。しかし、賢いなど思うのは映画館というのはなにがしかの法人税をかけられるのですが、その法人税の一定パーセントを還付しましょう、その還付はあくまでも映画館自身を近代化するという事のために還付する。もちろん贅沢するだけなら還付されませんが、映画館がそういうまっとうな理由の中で例えば設備をよくし

ましょう、こうした付加的な設備を追加していきましょう、あるいはその文化色の強い作品を地方でかけましょう、こんなときに、それを国中で映画文化を維持するという大義名分の中で、かけられた税金の一部というのを還付していきましょう、そういう考え方があります。

還付されたお金をどうするのか、国ごとに意志のカラーというものがでてくるんじゃないかなと思う。それを日本でという風に考えた時、また難しい問題があるなあと思うわけです。つまり、国が集めると、自治体とかもそうですが、政府が集めるという形になると、どういう言いかえても税金になってしまう。税金として集めてしまうと当然国庫としてどう管理していくかという問題が出てきます。一般財源の方に入れてしまうとそれが道路整備にまわったり、他のことにまわる可能性が当然あるので、他のことにまわらないように、映画で集めた特別な税金だから映画のために使いましょう、というという風にすると、当然これは特別会計の話ということになる。ご存知のとおり特別会計という仕組みは正直作れない、逆に特別会計はなくそうという時代だから、それはそれでひとつ難しい。

別に霞が関の人を弁護する気は全くないのですが、特別会計が難しくなった時代ということで、いろいろな基金というのを作ってその基金をベースとして特定の施策のためにいかしてしていきましょう、ということをしていろいろな分野でやっていました。しかし、最近その基金というのを「霞が関埋蔵金」という言い方をされて、政府の方々にめしあげられるという対象になってきている。そういう意味では、非常に長期施策に立った形での財源確保が難しい時代だというのはいつわらざる事実ではあります。そうすると、あまり国とか自治体を徴収人として（資金を）集めるというような考えではなくて、もっと民間ベースで集めるような仕組みを考えた方がいいんじゃないかというのがあります。

それからもうひとつ、先ほど言った問題点といいますか、課題のひとつとして、例えばご提案されているように一入場者一円ずつと計算していくと、年間1億6千万人から7千万人がのべ映画館に足を運んでいますので、そのくらい（＝1億6千万～1億7千万円）原資がでてくる。その原資ですべての映画はやっぱりさすがに音声ガイドをつけられないわけです。つまり、一応統計上は年間邦画で400本、輸入物で400本、合計800本、国内で供給されているということになりますが、その800本すべてには（資金を）かけられない。そうすると自ずと、一部の作品にガイドをつけるという話になってきますので、じゃあどうという基準でこの作品にはつける、この作品にはつけません、という基準を設定していくかという公平性の問題というのはある程度どこかで考えなくていけないと思います。

(司会)

いまの話の中で、いくつかキーワードが出てきたと思います。1円、1円に限らないのですが、その映画をご覧になったお客さんの入場料の中から一部を引き落とすということは、他の国でもわりかしみられる仕組みなんではないでしょうか？

(内山氏)

こういう考え方があるんですね。ご存知のようにヨーロッパに非常に日本の消費税に相当する付加価値税が高いゾーンになるわけで。16%、19%、高いところだと25%の付加価値税がかかっています。一部の生活必需品は高いレートを下げているんですね。たとえば食品だったら0%、5%とか。で、映画の場合こういう計算ですね。例えばフランスですけど基礎付加価値税率は19.6%です。ただ映画に関してはそれを5%に下げてます。

つまりさっき言ったように、あの国にとっては映画というのは非常に大切な文化ジャンルなので、意図して普及させなくてはいけない思想がありますから、標準税率19.6%を5%に下げるという判断をしています。ただし5%に下げたうえで、別途11%という特別税をのけていると。つまりお客さんは合計16%、払っているわけですが、この11%というのは、フランス政府がいろんな政策を打つ時の原資になっています。だからさっき申し上げた、映画館を近代化していきましょう、といったときのこの原資が大きな元出となっている、ということです。

(司会)

ありがとうございました。

先生は、先ほどのご紹介にもあったかもしれませんが、映像産業振興機構、こちらの理事をなさっていますが、その振興機構としてこうやっていこう、そういう動きなどを作り出せるのでしょうか？

(内山氏)

手前味噌な話になるのですが、映像産業振興機構というのは純然の民間の組織として5年前に作ったものでございます。NPOという法人格でやっておりまして、会員企業の方々の会員収入で運営している団体でございます。阿部監督にもいろいろなところでアドバイ

スいただいている団体ではありますが、残念ながら会員収入からだけではとてもじゃないけど、音声ガイドのための経費を出していくというのは正直不可能です。

ただ VIPO は、略称で VIPO と呼んでいますが（注）Visual Industry Promotion Organization）、VIPO はその立ち上げる当初から積極的にある意味で政府に対してアピールしていった、いろんな政府の見地を後押しし社会政策の映像コンテンツというより社会政策のためにいかしていくやり方をとっています。VIPO 自身が積極的に政府に訴えかけていった、その理解を得ていく、ひとつのやり方としてあります。

政府を介さないで民間でやった方がいいとなってくると、私どもも出ないわけではないですけど、当然ながら私どもでやる以前に、ある意味でお伺いしないといけないご相談しなくてはいけない団体等があると思いますので、それらの団体との協力が得られれば、不可能な話ではないと考えます。

（司会）

ノンちゃんはシティライツの事務局をされています。私は、シティライツを日本の音声ガイドの草分けじゃないかと思っていますが、今後アピールしていこうとされているのでしょうか？

（ノンちゃん）

もともと何でシティライツが、というところからお話しした方がわかりやすいですね。

代表の平塚が、自分が映画によって救われたというような体験をしたことが、人生の中で印象的な出来事としてあって、それを共有できない人がいるんだったら、じゃあ一緒に何かちょっと手助けすることによってできるかもしれないと思ったことがたぶんきっかけで、できたと思うんですね。だから、私たちが音声ガイドを作る必要が、それを職業として自立していけるようにとか、配給がちゃんとお金を出してくれて、きちんと興業するときにはバリアフリーで興業するのか、とかそれを正しいとして運動しているんじゃないんですね。そういうことをしている団体も他にあるので、もちろん応援しているし、私たちができることがあれば一緒にやることもあるんですけど。どちらかという、同じ観客の立場で一緒に見るために必要なことをちょっとずつ手助けしている団体とさせていただいたほうがいいかなと思います。先ほどの話で日本での公開は1年間で800本ということで、多分「1 Yen Moviemment」が実現したとしても全部の映画には（音声ガイドをつけるのは）

無理でしょうね、という話があったと思うので、いろんなアプローチが必要だろうな、という風に思っているんですね。

(司会)

おっしゃる通りだと思います。東京ですとこのシティライツがメジャーですし、横浜ですとジャック&ベティ、ヨコハマらいぶシネマがありますけれど、どうもホームページ等を見ていると各地で色々そういう上映が行われているようなんですね。多分その地域地域で非常に盛り上がっているのかなと思うのですが、私達としてはそれを一方の車輪の軸として、もう一方で例えば先ほどイギリスの例を申し上げましたけれども、ロードショー映画だったら、普通に最初から音声ガイドがついていればボランティア団体が作る自主的な—例えばそれがライブな形かもしれませんが—ライブ上映と同じ形で全体年間 800 本のうちの何百本かに音声ガイドがつけられればいいかなと考えたりします。

そうしますと、今たまたま映画館の方、それから映画の作り手が来ていますけれど、皆で声をあげていくという、それが一番の近道ということになるのでしょうか、先生いかがでしょうか。

(内山氏)

はい。もちろんその製作者、興業者、配給といったところに、プラスしてぜひ付け加えて頂きたいのが映画ファンの方々ですよね。実をいうと、今日午前中も授業でそういう話をしていたんですけれども。

日本の映画産業において、大体アバウト年間 2000 億円の興業収入、チケットの売り上げ総額というものがありますけれども、その 6 割というのは大体 2 割の観客で支えている。つまりその 2 割は非常にリピータの人達で、年間十何回どころか何十回行かれてる方々がいて、その上位 2 割の方々、リピータの方々がその 2 千億の売り上げの 6 割を支えている。俗に言う、28 (ニッパチ) ルール、パレート法則にはなっていないんですが、2 割の人が 6 割の人間を支えている、非常にある意味ではマニアといった、よりファンの人達が支えている産業という側面があります。ある意味では、この上位 2 割の人達が賛同して、(映画界は) かなり儲けるといいます。この人達がマーケティングでいうところのアーリーアダプターであったり、この人達が、啓蒙といいますか賛同して頂ければ、残りの方々が一緒にフォロワーとしてついてくるということがあると思います。是非その上位の方々といいま

すか、映画に対して造詣の深いファンの方々を巻き込むような仕掛けというのがあると、同時に実行しやすいのではないかなと思います。

(司会)

そういう意味ですと今日ご覧頂いた映画、かなりオールスターキャストですし、そういったところに訴えていきたくったのですが、私たちのチカラ不足もありましてお越しいただけなかった方も多いのです。せっかく今回音声ガイドを録音版で作ってますので、今のところ世界でたった一度の上映ということになってしまいそうなのですけども、これを今お話のあったコアファン、そこから更に広げて一般の映画ファンに広げていきたいなという風に考えております。

たまたまなんですけれども、松竹の会長さん、社長さんが慶應の出身ということで、ここにいらっしゃる梶原さんも慶應なのですが、ちょっとこの慶應からですね、何かそういったことを起こせないかなんていう風に思ったりするんですけども。

(阿部氏)

そうですね、学閥で世の中が動くというのはいいのか悪いのかわかりませんが、使える時には使った方がいいんじゃないでしょうか。鈴木寛さんも慶應大学の先生から文部科学副大臣になったんですよね。例えばそういう方にも応援してもらい、菅総理も音声ガイドやりますって言ったら支持率上がるんじゃないでしょうか。

(司会)

では、この場にいらっしゃる方々ですね、ツイッターでも何でも使って、ちょっと訴えていていただけたらと思います。

(阿部氏)

ふと思いついたので忘れないうちに言うておきます。僕も映画の演出の立場なので機械のことはそれほど詳しくないんですが、ひとつ大きな転換期が近づいているということがあります。

日本の映画館は、おそらく 3 年以内にデジタル上映に切り替わっていく。フィルムの方がいいとか、好き嫌いの問題もありますが、その流れは止められないと思います。今回、

音声ガイドの制作過程を一部拝見したんですが、10 数年前だったら難しいというか今の何倍もの労力がかかっただろうと思いました。それこそ僕が「男はつらいよ」の助監督をやっていた頃の音声の編集は、テープをはさみで切ってセロテープでくっつけるということをやっていました。ところが今そういう作業は一切なくなって、PCのデータ上でのカット&ペーストによる編集に変わっています。

何が言いたいかというと、かつてはフィルムを映画館にかけて映画を見るしかなかった。そこに音声ガイドを加えようとするれば、同時に流すにせよ、イヤホンを使うにせよ、別に音源を用意してそれをシンクロさせる工夫が必要でした。それがデジタル上映になると、チャンネル数が増え、空きチャンネルが出てくる。最新のデジタル上映のフォーマットはよくわからないので正確ではありませんが、音声に 8 チャンネル分あるとすると、ドルビーデジタルは 5.1 で、6 チャンネルですから、2 チャンネルは空いている。

これが今後 10 とか 12 に増えてくる可能性もありますが、そうした空いている部分にあらかじめ音声ガイドを埋め込んでおける。そこからワイヤレスで飛ばすなり、劇場で今日のように一緒にスピーカーで出していく、ということは簡単にできる。そういう仕組が標準で作られるというチャンスが、ここ 2、3 年以内にくるのではないか。フォーマットを決めてしまえば、音声ガイド付きの映画があたり前になる可能性も出てくる。

そうすると残るはお金の問題だけです。冒頭で内山先生の話で 1801 円出せますか？と聞いたらみなさん拍手していただいて僕も嬉しかったのですが、誰でも 1 円、2 円追加することでより多くの方にってもらえるようになるなら出しましょうってなりますよね。

ところが、音声ガイド制作には 100 万、200 万のお金がかかります。そうすると強制的に音声ガイドを作りなさいといわれても小さいプロダクション、例えば若松さんところの「キャタピラー」⁸⁰などは相当苦勞して作っているようですから、そういうところに 100 万、200 万かけて強制的に音声ガイドをやれというのは酷な話です。何らかの仕組が必要なんだと思います。そこが今日のテーマでもあるわけなので、みんなで考えていければと思います。

(司会)

ありがとうございました。確かに今デジタル化の話ありましたけど。イギリスの方にお聞きしてもデジタル化というのはひとつの大きなきっかけだったというお話です。それがイギリスですと 2000 年ちょい過ぎくらいらしいんですけど。そういう波をとらえて、とい

うのは確かにおっしゃる通りだと思うんです。

そろそろ時間ですけれども、他にございますか？

(梶原氏)

そうですね、是非劇場とこうやっている皆さんと協力して、と思っています。1801円の1円をお預かりしておいて使わずにいれば、(基金が)実現するという話ですが、それくらいのことなら劇場でもできるのかな、と思います。ただちょっとだけ思いましたのが、たぶんシティライツさんもすごく努力されていることだと思いますが、音声ガイドが対応した映画ができていくとともに、音声ガイド付上映を望まれる方がどんどん増えていかなくはないと思うんですよね。うちの劇場なんかでも、例えばうちの劇場でやっていることを知って初めて音声ガイド付き上映に参加したという人とか、少し目が悪いのでという方で参加する方もいらっしゃると思いますので、そういう意味で映画をあきらめてしまっている方に、音声ガイド付き上映を増やして行って、体験される機会が増えるんだというアピールをしていくことで、うまく全体が回ればいいと思いました。

(司会)

ありがとうございました。大変残念ですが、これにて MID_ACT2010 を終了したいと思います。

Appendix 2 : 事前アンケート

- アンケート収集期間 : 2010/10/24 (日) ~2010/11/13 (土)
- サイト申込者数 : 55 名
 - うち、アンケート回答者数 : 37 (申込者数の 67.2%)
 - うち、アンケート有効回答数 : 26 (申込者数の 47.2%)
 - うち、映画鑑賞時に音声ガイドを必要とする方からの回答数 : 6 (申込者数の 10.9%)

※設問 1 ~ 設問 12 は選択式、設問 13 は自由記述式

設問 1 あなたは、音声ガイドのついた映画があることをご存知でしたか。3つのうち、ひとつだけお答えください。

1. 知っていたし、見たことがあった 6 (25%)
2. 知っていたが、見たことはなかった 6 (25%)
3. 知らなかった 12 (50%)

設問 2 あなたご自身は、映画を鑑賞する際に音声ガイドが必要ですか。(「3. 必要でない」とお答えいただいた方には、設問 12 へ進んでいただきます)

1. 必要である 4 (17%)
2. 必ずしも必須ではないが、あった方がよい 2 (9%)
3. 必要ではない 17 (74%)

設問 3 あなたは、音声ガイドのついた映画を見たいと思いますか。5つのうち、ひとつだけお答えください。

1. とても見たいと思う 4 (67%)
2. やや見たいと思う 2 (33%)
3. どちらとも言えない 0 (0%)
4. あまり見たいとは思わない 0 (0%)
5. まったく見たいとは思わない 0 (0%)

設問 4 あなたが音声ガイドを充実してほしいと思う映画は、次のどれですか。6つのうち、

あてはまるものをいくつでもお答えください。

1. 映画館（劇場）での映画 5（83%）
2. ビデオ・DVDの映画 4（67%）
3. テレビ放送の映画 5（83%）
4. インターネットの映画 3（50%）
5. その他。具体的にご記入ください 1（17%）
6. 特にない 1（17%）

設問5 設問4の回答の中で、いちばん充実して欲しいのはどれですか。

1. 映画館（劇場）での映画 3（50%）
2. ビデオ・DVDの映画 1（17%）
3. テレビ放送の映画 1（17%）
4. インターネットの映画 0（0%）
5. その他 1（17%）
6. 特にない 0（0%）

設問6 あなたは普段、映画をどれくらいの頻度でご覧になりますか。映画は劇場・TV放送・DVD・ビデオなどの、音声ガイドつき・音声ガイドなし、のすべてを含みます。7つのうち、ひとつだけお答えください。

1. 1年に20本以上 3（50%）
2. 1年に11～19本程度 0（0%）
3. 1年に5～10本程度 1（17%）
4. 1年に2～4本程度 2（33%）
5. 1年に1本程度 0（0%）
6. 2～3年に1本程度 0（0%）
7. 3年以上見ていない 0（0%）

設問7 視覚障がい者の皆さんが普段映画館で映画をあまり見ない理由は何だと思われませんか？普段あまり映画を見ない人は、あなた自身のことをお答えください。普段よく映画を見る人は、視覚障がい者のかたの状況から考えてお答えください。10

のうち、あてはまるものをいくつでもお答えください。

1. 一般の映画を見ても、音声だけではうまく理解できないから。 4 (67%)
2. 音声ガイドのついた映画があることを知らないから 1 (17%)
3. 音声ガイドのついた映画の作品がほとんどないから。 2 (33%)
4. 音声ガイドのついた映画の情報がないから。 1 (17%)
5. 音声ガイドのついた映画をさがすことができないから 1 (17%)
6. 家から映画館に行く途中や劇場内にさまざまなバリアがあるから。 4 (67%)
7. 誘導ガイドやサポートをお願いするのが難しいから。 2 (33%)
8. 入場料金が安いから。 0 (0%)
9. その他。具体的にご記入ください 2 (33%)
 - 障害者も歓迎している旨のメッセージがない
 - 好きなジャンルの映画に音声ガイドがついていないと観に行きにくい
10. わからない。 0 (0%)

設問8 あなたは、今後、音声ガイドつき映画の情報をどこから得られると便利だと思いますか。9つのうちあてはまるものをいくつでもお答えください。

1. テレビ 3 (50%)
2. ラジオ 4 (67%)
3. 新聞 2 (33%)
4. 点字・音声情報誌 4 (67%)
5. 家族・友人 3 (50%)
6. インターネット（ホームページ） 5 (83%)
7. Eメールやメーリング・リストなど 4 (67%)
8. その他。具体的にご記入ください 1 (17%)
 - 支援組織
9. 特に必要ない 0 (0%)

設問9 あなたが映画館に行くまで、または劇場内で、バリアはどの程度ありますか。5つのうち、ひとつだけお答えください。

1. とてもバリアがある 2 (33%)

2. ややバリアがある 1 (17%)
3. どちらとも言えない 0 (0%)
4. あまりバリアがない 2 (33%)
5. まったくバリアがない 1 (17%)

設問 10 あなたが考える映画館に行くまで、または劇場内でのバリアは何ですか。8 つのうち、あてはまるものをいくつでもお答えください。

1. 誘導ガイドやサポートをお願いするのに困ることがある 2 (33%)
2. 交通機関利用時の不安 0 (0%)
3. 道路、建物内を問わず段差が多い 1 (17%)
4. 劇場内が暗い。歩きにくい 1 (17%)
5. 窓口や上映場所がわかりにくい 4 (67%)
6. トイレに行くとき大変。トイレが使いにくい 0 (0%)
7. 映画館のスタッフに、質問をしたりサポートを依頼するのがためられる 0 (0%)
8. その他。具体的にご記入ください 1 (17%)
- 行列に並ぶのが難しい

設問 11 あなたは、映像や情報でどんな分野のものに興味がありますか。15 のうち、あてはまるものをいくつでもお答えください。

1. アクション 0 (0%)
2. SF 0 (0%)
3. アニメ 0 (0%)
4. コメディ 2 (33%)
5. 社会派 5 (83%)
6. 青春 3 (50%)
7. ドキュメンタリー 6 (100%)
8. ヒューマンドラマ 5 (83%)
9. ファンタジー 1 (17%)
10. サスペンス 1 (17%)

11. ホラー 0 (0%)
12. 恋愛 1 (17%)
13. 日本映画全般 3 (50%)
14. 外国映画全般 2 (33%)

設問 12 映画館の多くが音声ガイドに対応していないのはなぜだと思いますか。また初めから音声ガイドがつけられた映画がほとんどないのはなぜだと思いますか。8つのうち、あてはまるものをいくつでもお答えください。

1. 対応するための資金が足りないから（助成制度がないから） 16 (67%)
2. 行政からの指導がないから 10 (42%)
3. 映画館側の努力が足りないから 5 (21%)
4. 映画会社の努力が足りないから 10 (42%)
5. 音声ガイドが知られていないから 17 (71%)
6. 音声ガイドに魅力がないから 2 (8%)
7. その他。具体的にご記入ください 7 (29%)
 - コストパフォーマンスが極めて低いから
 - サポートボランティア不足
 - 法制度としての確立
 - 一般に視覚障害者を対象にしていないから
 - 収益が見込めないから。
 - ニーズがどれだけあるかわからないから
 - 需要が少ない。つまり興行的に不採算。
8. わからない 0 (0%)

設問 13 私たち MID_ACT では、「音声ガイド」映画の上映を活発にするため、「1 Yen Moviemment」という考え方を提案します。これは、入場料の中から1円を集めることで、年間100本の映画に「音声ガイド」をつけていこうとするものです。このような提案に対するご意見をお聞かせください。

- 特に反対ではないが、客が無意識的に1円を渡していても、音声ガイドが浸透するとは思えない。それをきっかけにして、目の見える人が、目の見えない人を感じ

じることが必要だと思う。

- 素晴らしいと思います。
- 音声ガイドを周知させるためにもよいアイデアだと思います。活動の際に 資金管理団体についてや映画一本当たりの音声ガイド作成にかかる費用と時間を提示されるとより多くの人に理解を求められると思います。
- 大変良い活動だと思います。今後も活動を継続し、認知度を上がるとさらに発展すると思います。
- とても良い提案だと思います。音声ガイドのある映画はその作品についてより内容が理解しやすくなると思うので、必要な人はあると便利だと思います。
- 素晴らしい取り組みと思います。年間 100 本の映画（新作上映でしょうか？）に音声ガイドが付けられると、有名どころの映画がフォローできるのではと思っています。（新作映画は年 400 本くらいでしょうか？）逆に 4 倍の 4 円にすると全新作映画をフォローできる計算なので、5 円くらいの寄付が可能であれば皆様との「御縁」とかけて寄付してもらうのも面白いと思います。
- もう少し多くてもよいかと思いますが。例えば 3 円ぐらい
- 一人一人がたったの 1 円を寄付することによって、視覚障害の方々が楽しく映画を体験できるようになれば、凄くいい事だと思います。
- 大変良い方法だと思います。賛成します。
- とても良い提案だと思います。1 円と言わず 10 円でも良いです。色々な団体が音声ガイドに関する活動をしていますが、行政や映画会社がもっと動いて、統一した活動ができるともっと普及するのでしょうかね。映画だけでなく、テレビのドラマやアニメ、舞台などにも、もっと音声ガイドがつけられるといいですね。
- 素晴らしいとおもいます。
- 達成して欲しいと思う。
- 面白いと思う
- 誰もがみんな一緒に映画を楽しめるのは素晴らしいことだと思いますので、入場料の一部が音声ガイド普及に充てられることに賛成します。
- 素晴らしいアイデアだと思います。ぜひ実現してください。DVD などの販売からも寄付が得られればいいですね。
- とても素敵だと思います。

- とても素晴らしい提案だと思います。実際にイベントを体験してどういうものかを知りたいと思っています。
- 非常に良いアイデアだと思う。
- ビジネス的に成立するかどうかはともかく、アイデアとして面白いと思う。
- 提案としては大変興味深いと思います。まだ遠い将来の理想ですが、1本の映画に対して複数のガイドが用意され、気に入ったものを選び、そのデータを持って劇場にいつでも行けたら素晴らしいと思います。ガイドは難しくても、洋画の字幕読みであれば実現できそうに思いますし、それは視覚障害者だけでなく文字を読むことが苦手な人には役立ち、劇場へ足を運ぶ人が増える可能性も秘めているように思います。
- 賛成です。実現するといいな。
- 活動の継続と夢の実現を願います。

*朝刊への折り込みチラシの裏面によるアンケート (MID_ACT 当日持参) : 3名

※収集数がわずかであることから、パーセンテージは併記しない

設問1 あなたは、音声ガイドのついた映画があることをご存知でしたか。

1. 知っていたし、見たことがあった 0
2. 知っていたが、見たことはなかった 2
3. 知らなかった 1

設問2 映画館の多くが音声ガイドに対応していないのはなぜだと思いますか。また初めから音声ガイドがつけられた映画がほとんどないのはなぜだと思いますか。

1. 対応するための資金が足りないから (助成制度がないから) 3
2. 行政からの指導がないから 2
3. 映画館側の努力が足りないから 0
4. 映画会社の努力が足りないから 1
5. 音声ガイドが知られていないから 2
6. 音声ガイドに魅力がないから 0
7. その他 0

8. わからない 0

設問 3 私たち MID_ACT では、「音声ガイド」映画の上映を活発にするため、「1 Yen Movement」という考え方を提案します。これは、入場料の中から1円を集めることで、年間100本の映画に「音声ガイド」をつけていこうとするものです。このような提案に対するご意見をお聞かせください。

- 初めての経験なので回答できませんが、効果のある御提案で良い結果が出るならば、どんどん提唱されてはと思います
- 良いと思います
- 良い提案と思いますが、音声ガイドのみでどこまで場면을想像できるものなのか不明ですが、多方面よりサポートあるといいですね

Appendix 3 : 当日アンケート

- アンケート対象者数：一般入場者 113 名
 - うち、アンケート回答者数（有効者数）：86（一般入場者数の 76.1%）
 - うち、視覚障害者手帳を持っていると回答された方：10

- ・性別：性別：男性 41（52%）、女性 38（48%）、無回答 7
- ・年代：10代 3（4%）、20代 28（33%）、30代 12（14%）、40代 16（19%）、50代 14（17%）、60代 4（5%）、70代 6（7%）、80代 1（1%）、無回答 2
- ・視覚障害者手帳をお持ちの方で、差し支えなければ等級をお知らせください
1級 8（9%）、2級 2（2%）、無回答 76（88%）
※本設問に関する限り、無回答は「手帳を持っていない」ものとほぼ等しい可能性があるため、敢えて集計

設問 1：情報へのアクセスについてうかがいます。

今回の企画を何で知りましたか？いくつでもお答えください。

1. チラシ 9（10%）
受け取った場所：朝日新聞（2）、青山国際教育学院、学校、大学、協生館、日吉
2. ポスター 8（9%）
見かけた場所：協生館（3）、大学、日吉
3. 新聞<11/9（火）神奈川新聞> 2（2%）
4. ラジオ<11/5（金）文化放送「吉田照美ソコダイジナトコ」><JBS 日本福祉放送「JBS ニュース」> 0（0%）
5. テレビ<ITSCOM 「暮らしのダイジェスト」> 0（0%）
6. Web サイト 8（9%）
具体名：大学（2）、SDM、慶應義塾大学、渡辺えりさんのホームページ、日本映像翻訳アカデミー
7. Twitter 5（6%）
8. メールマガジン 11（13%）
具体名：シティライツ（7）、sdm_all、ソーシャルベンチャーパートナー東京、ジャック&ベティ、ヨコハマライブシネマ、JBOS、シネマ・クラブ

9. 知人・友人からの誘い 47 (55%)

10. その他 7 (8%)

具体名：青山国際日本語センター、横浜市立盲学校のプリント、シティライツの勉強会、ヨコハマライブシネマより、メールパソコン、三田映画祭、サークルでの取材、メール

設問2：日時についてうかがいます。

A. 時間帯は適切でしたか。ひとつだけお答えください。

1. この時間帯がよい 66 (78%)
2. 午前中の方がよい 2 (2%)
3. 夕方以降の方がよい 7 (8%)
4. いつでもよい 10 (12%)

* 無回答 1

B. 曜日は適切でしたか。ひとつだけお答えください。

1. 土曜日がよい 56 (67%)
2. 日曜日の方がよい 5 (6%)
3. 平日の方がよい 2 (2%)
4. いつでもよい 21 (25%)

* 無回答 2

設問3：会場についてうかがいます。

A. 日吉駅から藤原洋記念ホールまでの経路はいかがでしたか。あてはまるものをお答えください。

1. 特に問題ない 77 (91%)：コメント「目立つ目印か案内の人が立っていてほしい」「良い立地」
2. わかりにくい 6 (7%)
3. 危険なところがある 0 (0%)
4. わからない・日吉駅は使わなかった（自家用車・バス・自転車など） 2 (2%)

* 無回答 1

B. ホール内はいかがでしたか。あてはまるものをお答えください。

1. 特に問題ない 74 (86%)
2. ロビーの照明が不適切 1 (1%) 「明るすぎる」
3. ホール内の照明が不適切 2 (2%) 「明るすぎる」(1)、「暗すぎる」(1)
4. 段差があり危険 6 (7%)
5. その他 3 (3%)
 - 車いすで2階には上がれない？2階で見たい人はどうしましょう？(会場の詳細は把握していませんが)
 - 上映後に入場してしまったからなのですが、階段がほとんど見えず怖かったです。
 - 階段に滑り止めがあった方が良くと思います

設問4：音声ガイドについてうかがいます。

A. この企画の前に音声ガイド上映をご覧になったことがありますか。ひとつだけお答えください。

1. ある 23 (27%)
2. ない 63 (73%)

B. 今回の音声ガイドについて、各問ともひとつだけお答えください。

(a) ガイドの音量について

1. 適当である 53 (64%)
2. 映画の音に比べ大きすぎる 28 (34%)
3. 映画の音に比べ小さすぎる 2 (2%)

* 無回答 3

(b) ガイドの分量について

1. 適当である 64 (79%) コメント「あくまで健常者として」
2. 多すぎる 6 (7%) コメント「やや微妙に・・・ほんの少しですが」「少し」
3. 少なすぎる 11 (14%)

* 無回答 5

(c) ガイドの内容について

1. 適当である 67 (83%) コメント「あくまで健常者として」「具体的には忘れてしまいましたが、2か所不要と感じました」
2. 全体的にわかりにくかった(文章が長い、聞き取りづらい表現が多い・難しい言

葉が多いなど) 4 (5%) コメント「聞きとりづらいところもあった」「聞き取りづらい表現が少しあった」「聞き取りづらい表現が多い」

3. 全体的に単純すぎた(表現に工夫が足りない、簡単な言葉が多いなど) 10 (12%)
コメント「表現に工夫が足りない」

* 無回答 5

C. 今回は会場全体に音声を流しましたが、ラジオ受信機を用いて音声ガイドを必要とする人だけに届ける上映方式の方が多ようです。この違いについて、ひとつだけお答えください。

1. どちらでもよい 21 (25%)

2. 会場全体に流した方がよい 17 (20%)

- 本編の内容も理解できる。初めてだったけど邪魔とは思わなかった。
- 違和感がないから
- コストの問題
- 耳にいい。他の人にも目の見えない人の知りたい所がわかるのでよい。
- 受信機だと、家で聞いていれば良いというようなさみしい気分になるだろうから、映画館で見ている楽しさが減るだろうから。目の見える人にとっても、映画独特の沈黙が良い意味でガイドに消されて、場がなごみリラックスして楽しめる。
- 上映会の企画がそもそも"目の見えない人"にも楽しめるもの→目の見える人にも意味を伝えるべき。普通の映画上映ならラジオを用いて良いと思う。
- 誰でも一緒に楽しめるため
- 少し時間が経過すれば邪魔にはならない
- 来場者の理解につながる
- 視覚障害者と同じ感覚になれる

3. ラジオを用いた方がよい 38 (46%)

- 先にガイドに内容を言われてしまう
- 映像と同時だとくどく感じる部分があった。
- 抵抗が大きい人が多いと思われ導入の障壁となる。元の音声の一部かき消えてしまう。
- "無音"の演出に影響が出る
- 多くの人が見ることを考えると

- クライマックス等役者の演技で魅せる部分にガイドが入ると健常者はしらける可能性がある。個別に受信した方が聞き取りやすそう。
- 映画自体の音声との違いを明確にするため
- 必要とする人としらない人が同時に同じ空間にいてリアクションすることが大事だと思うから
- 必要とする人には提供できる環境が望ましい
- 音声に集中してしまうことが多いため
- いろんな人と一緒に観てリアクションを味わった方がよい
- どちらの人にとっても一緒に楽しめる方がいい
- 通常は映画主体のものなので
- 健常者には必要ないから
- 必要とする人だけの方が本人も聞きやすいし他の人も映画を見やすいと思います
- イヤホンで音声を聞いた方が聞きやすいと思うから
- 健常者には情報が多くなりすぎてしまうし、視覚情報が無い人には会場の笑い声と自分の耳だけの情報による場面の印象の間に違和感を感じてしまう印象をもったので、選択可能な状態にした方がいいと思う。会場の声がけっこう耳に入ってきてしまい、耳を頼りにしている人には会場の音を遮断しつつ音声ガイドが聞ける環境にした方が良くのかなとも思いました。
- セリフと重なってしまう
- 必要ない人には聞こえない方がいいだろう
- ガイドによって、想像力を働かせる楽しみは減ると思うので、晴眼者でも欲しい人といらない人で分かれると思う。
- ガイドが不要
- 一般の観覧者への配慮
- 必要ない人もいるから
- 必要な人とない人がいるから
- ロビーにはロビー本来の懇談の目的あり、それをさまたげかねないため

4. わからない 7 (8%)

- いろいろな人が同時に映画を楽しむ為に、音声ガイドは個人の選択に任せるのが良いのではないか。音声ガイドを必要とする人が会場全体とラジオ使用上で映画

の楽しみ方にどれくらいの違いが生じるかがよく判らないので回答できない

* 無回答 3

D. 今後、映画館で音声ガイド上映があれば、見てみたいと思いますか。ひとつだけお答えください。

1. ぜひ見てみたい 35 (41%)
2. どちらかと言えば見てみたい 21 (25%)
3. どちらでもよい 16 (19%)
4. どちらかと言えば見たくない 6 (7%) コメント「必要ないので」
5. 見たくない 2 (2%)
6. わからない 5 (6%)

* 無回答 1

設問5：「1 Yen Moviemment」（1円 ムービーメント）についてうかがいます。

A. 「1 Yen Moviemment」の趣旨はご理解いただけましたか。ひとつだけお答えください。

1. よく理解できた 46 (61%)
2. 理解できた 24 (32%)
3. どちらともいえない 5 (7%)
4. あまり理解できなかった 1 (1%)
5. 全く理解できなかった 0 (0%)

※ 無回答 10

B. 「1 Yen Moviemment」の考え方に賛同しますか。ひとつだけお答えください。

1. 賛同する 66 (87%)
 - 私は留学生ですから安い方がいいと思います。
 - 誰もが参加可能であるから
 - 日本はエンターテイメントに対してサポートが遅れているから
 - Good Idea です。
 - 負担とは思わないので
 - 良い企画だと思います
 - 多くの人が楽しみを持つことは良いことだと思う。
 - 貢献を認識できる

- 必要な取り組みだと思ふ
 - 安くなったら人気がありますよ
 - 特に賛同しない理由がないから
 - ガイド上映が当たり前になるといいと思うので
 - より多くの人と作品を共有できるから
 - 同じ立場で楽しめる
 - バリアフリー上映を今よりも増やして欲しい
 - 映画を楽しみたい
 - バリアフリーの活動に少しでも協力したい
 - もっとたくさんの人にひらかれるべき
 - 映画が一人でも多くの人に観てほしいと思うので
 - 資源が足りないから音声ガイドが普及できないというのはもったいないから
 - 多くの方に同じ機会を与えていただきたいです
 - ただ、必要なリソース（資金、人員）のイメージとその調達手段についてはより深い議論が必要
 - 多くの方に文化を楽しむ平等の機会をもたせる為
 - 音声ガイド付き映画が増えてほしいと思うから
 - 音声ガイドの必要性を考えればとても有意義だと思う
 - ニーズがある。ただ、+1 というのは難しい。1801 円だと会計がめんどう
 - 集まれば大きい
 - 価値ある取り組みだと思ふ
 - 社会の一員として参加できたら嬉しい
 - それほどの出費ではないが役に立つ
2. 賛同しない 0 (0%)
3. その他 2 (3%)
- 難しいのかなと考えます。課金システム、対象映画の選別。
 - インディーズじゃ 1 円で音声ガイド無理
4. わからない 8 (11%)
- * 無回答 10

C. 今回の提案は、入場料の中から 1 円を自動的に引き落とそうとするものです。もしも、

入場料に上乗せするとしたら、どうお考えですか。

1. 100 円より多く上乗せしてもよい 8 (11%)
 2. 100 円までなら上乗せしてもよい 16 (21%)
 3. 10 円までなら上乗せしてもよい 31 (41%)
 4. 1 円なら上乗せしてもよい 11 (14%)
 5. 上乗せには反対 6 (8%)
 6. わからない 4 (5%)
- * 無回答 10

最後に、今回の企画に対してご意見があればご自由にお書きください。

- 視覚障害の人にはどうやってアンケートを取る？楽しい試みでした。
- 金額が多いと視覚障害者は賛成するが晴願者は反対するので10円以内がいいと思う。
- 素晴らしい活動だと思います。この活動がさらに、他の障害者や高齢者へと広がって、本当の意味でのバリアフリーが実現すると良いと思います。
- 音量が大きかったのが気になった。音はもう少し控えめの方がよいと思う。内容やタイミングはよかった。俳優さんの声がきちんとききたかった。
- 今まで生きてきた中で、まったく未知の世界を体験できてよかった。生まれもつての視覚障害者に対するアプローチは非常に難しそうと思った。「白いピアノ」と最後にあったが、想像できるのかと思いました。運営面、コスト面が大変そう。利益が出ないとボランティアのみでやっているボランティアの人に負担が大きくなりそう。(e.g.自業務に支障をきたすなど)。国からの援助も含め、まだまだ達成する問題は多いと感じた。SDM の学生がちょっと少なかったのが残念!! (ALPS 前というのもあるが、オール日本語なのに留学生が来ていたのは非常に素晴らしい、感動しました!!)。これからも頑張ってください。年に1回は行きたいと思いました。
- 自動的に～円引く等は良いが1801円とハンパになるのはめんどうと感じる人が多いと思う
- 私自身、本年4月に失職して共感するところが大きかった。ストーリーが粗いところが見られたが全体としては、視聴者に訴えかけるところがあると思う。一家

の主人が稼ぐことに、是非はともかく、重大な意味があると考える。

- 今日のガイドの声は荘重な感じのお声で心に●●●ものがありました。御苦労様でございました。有り難う。
- 目の不自由な方がどのように感じたか伺いたい。たいへん良い体験ができました。ありがとうございました。
- 視覚障害者である娘（7歳）がたのしんでいたのが本当によかったです。本人より「ストーリーや、今誰が何をしているかよく分かった。音声がおもしろかった。」とのこと
- 開始直後は音声少し耳触りでしたがすぐに慣れました。
- 素晴らしい取り組みだと思うので、もっとたくさんの人に知ってもらえるようになると良いと思いました。
- 目を閉じて”Dark”を体験する勇気がなく、普通に見てしまった。Dialog in the Darkのように強制的に（映像を流さず）"Dark"を体験させて欲しかった。1 Yen Moviemment の話題が中心で期待はずれだった。"目が見えないこと"と"芸術"の関係などを期待していた。（映画も実際に見たわけなので）
- もっと宣伝に力を入れてたくさんの人に参加してもらえるようにした方がよいです。1回で終わらせずに続けて行って欲しいです。
- 実際に目の見えない方の満足度、理解度を聞いてみたい。（満足だったようで。小栗旬がわからなかったそうで。健常者でも一瞬分からなかった。
- 視覚障害者の方も楽しめる映画作りは必要だと思う。一方でこのホールは視覚障害者の方にとっては段差があり若干危険な感がした。
- 音声のタイミング、言葉の量のバランスが非常に良く、音声ガイド付きの完成度の高さに驚きました。
- 不明瞭で聞き取りにくい部分があったこと、エコーが効き過ぎだと思いました。「博士の愛した数式」のガイドが良かったです。（イヤホンで）。監督に参加いただいて、音声を入れられて良かったと思います。
- 普段、音声ガイドを聞く機会はないのですが、今回は映画を見ることと同時に音声ガイドを体験することができた。体験することで、健常者であっても感じることもあると思う。
- 音声ガイドを通すことにより、作品は別の形に変わると感じた。「理解できる」説

明と含みを与えて「想像させる」もの「何を音声でガイドするのか」によって、作品は全く別のものになる。これは、音楽にどんな歌詞をつけるかで別の作品になることに似ていると思う。

- 良い文化を広げることにつながると思います。頑張ってください!
- 技術発達の利益は、まず障害者の方々が享受しなければならないと感じた。ただ、法的拘束力がない現状で、どこまで実現可能性があるのか疑問も残った。
- 障害のない自分でも障害のある方も同じ条件で楽しめる良い機会だともいます。健常者がおこがましくも障害者の求める以上のことをし過ぎてはいないでしょうか。かえって障害者の方が世間で生きにくいような活動にならないと良いと思います。
- 映画は目で見るものという想いがあったので
- 知らなかったことで今後の成功を祈ります
- 音声ガイドの存在をもっと広くいろいろな方に知ってもらいたいと思うのでこのような企画は是非今後も続けてほしいと思います
- 映画は本当にリピーターが多い。1900円でも観るだろうから1800円に1円と言わず100円上乗せをしても良いと思う。
- 音声ガイドのことを初めて知りました。映画を楽しむ機会が与えられるべきだと思うので1 Yen Moviemment 支持します!
- 今回全編目を閉じて鑑賞させていただきました。状況が理解できなかつたり観ている人は笑っているけど観ていないとよくわからないといったこともありました。しかし、だいたいは理解できたのでこのような活動が広がり音声のバリアフリーも広まっていけば良いなと思いました。
- 音声ガイドの普及が目的であるならば、音声ガイド製作について（過程、時間、費用、マンパワー等）細かい話が聞ければより「1 Yen Moviemment」へ近づける気がしました。音声ガイドを聞いてどう思ったかということについてももう少し多くの方の意見を事前に集めて紹介していただきたかった。でも、色々と初めての経験をさせていただきこのイベントに感謝します。ありがとうございました
- シンポでの梶原さんの指摘された「観たい人を増やすこと」は意識的に取り組みたいことです。諦めている人、初めから可能性が無いと思っている人は多いはず。今回の企画でスタッフの方が鈴を付けているのがステキだと思いました。

色々なトライをお願いします。

- 素晴らしい機会をありがとうございました。もっと告知したら良いと思う。さらに見える人も、真っ暗闇で観るのがいいのでは？
- 続けて実施して下さい
- 別途寄付制度があってもいいのでは？

Appendix 4 : 比較アンケート

- アンケート収集期間 : 2011/1/30 (日) ~2011/2/19 (土)
- 当日の来場者とは別に、インターネットを通じアンケートを募ったもの
 - ▶ アンケート回答者数 (有効者数) : 18

・お住まいの地域をお選びください。

1. 北海道地方 3 (17%)
2. 東北地方 3 (17%)
3. 関東地方 9 (50%)
4. 甲信越地方 1 (6%)
5. 北陸地方 0 (0%)
6. 東海地方 1 (6%)
7. 近畿地方 0 (0%)
8. 中国地方 0 (0%)
9. 四国地方 0 (0%)
10. 九州・沖縄地方 1 (6%)
11. その他 0 (0%)

設問 1 : あなたは、音声ガイドのついた映画があることをご存知でしたか。3つのうち、ひとつだけお答えください。

1. 知っていたし、見たことがあった 2 (13%)
 2. 知っていたが、見たことはなかった 7 (47%)
 3. 知らなかった 6 (40%)
- ※ 無回答 3

設問 2. あなたは、音声ガイドのついた映画を映画館で見たいと思いますか。5つのうち、ひとつだけお答えください。

1. とても見たいと思う 3 (18%)
2. やや見たいと思う 3 (18%)
3. どちらとも言えない 4 (24%)

4. あまり見たいとは思わない 3 (18%)
 5. まったく見たいとは思わない 4 (24%)
- ※ 無回答 1

設問 3. あなたは普段、映画館で映画をどれくらいの頻度でご覧になりますか（映画は、音声ガイドつき・音声ガイドなしのいずれも含みます）。7 つのうち、ひとつだけお答えください。

1. 1年に20本以上 5 (28%)
2. 1年に11～19本程度 0 (0%)
3. 1年に5～10本程度 2 (11%)
4. 1年に2～4本程度 7 (39%)
5. 1年に1本程度 0 (0%)
6. 2～3年に1本程度 2 (11%)
7. 3年以上見ていない 2 (11%)

設問 4. 日本では、あらかじめ録音された「音声ガイド」を用いた映画上映が、公開される日本映画のうちの約1%に留まっています。これを活性化させるために、昨年 "Moviemment" という考え方を提案しました。"Moviemment" は、入場料の中から一定金額を集めることで、「音声ガイド」つき映画を増やしていこうとするものです（上映方式は、音声ガイドを必要とする人だけがFMラジオ受信機を装着して、副音声として聞く形を前提としています）。あなたは、"Moviemment"の考え方に賛同しますか。4 つのうち、ひとつだけお答えください。

1. 賛同する 13 (72%)
 - 共生の考え方に賛同
 - 様々な形態の映画を上映することは、底辺を広げていくことにつながると思う。
 - 視覚障害のある子どもたちの喜ぶ姿に接したい
2. 賛同しない 0 (0%)
3. その他（具体的にご記入ください） 2 (11%)
 - とても失礼な言い方になるかもしれませんが、眼の不自由な方が、映画なり映像を楽しむ際の補助、という情景が想像しにくいのです。美術館や歌舞伎などで活用されている音声ガイドを想像すれば良いのかなと思います、それらは目に見

えている状況をより深く理解する手助けになるものです。見えにくい状況を音声で解説するというのは、ラジオドラマと同じことになってしまうように思われます。映画は目で見るもの、という前提にとらわれすぎているのかもしれませんが、どのような人たちを想定しているのかがちょっとわかりにくいので、この「その他」にしました。しかし、多くの人が映画を楽しめるような工夫を進めていく運動という趣旨には大賛成です。

4. わからない 3 (17%)

設問 5. 設問 4 で「賛同する」とお答えいただいた方にうかがいます。

実際に” Moviment” を行うにあたり、現在の入場料金との関係をどのようにお考えですか。6 つのうち、ひとつだけお選びください。

1. 100 円より多く上乗せしてもよい 2 (13%)

2. 100 円までなら上乗せしてもよい 5 (33%)

3. 10 円までなら上乗せしてもよい 6 (40%)

4. 1 円なら上乗せしてもよい 0 (0%)

5. 上乗せには反対 (入場料金の中から引き落とすのであれば賛成) 2 (13%)

6. わからない 0 (0%)

文末脚注

- 1 日比野正己編著「図解バリア・フリー百科」(TBS ブリタニカ 1999/11, p206)
- 2 森正、後藤恵之輔「認識のバリアから5つのバリアフリーへ」(長崎大学工学部研究報告 第35巻、第65号 2005/7, pp. 46)
- 3 ハートのあるビルをつくろう(国土交通省 2007)
<http://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/build/barrier-free.files/12panfuretto.pdf>
- 4 文末脚注2に同じ
- 5 「字幕・副音声、監督自ら制作—バリアフリー版良質な映画探る」(日本経済新聞 2010/12/13 夕刊)
- 6 浅野大介、和田守美穂、飯塚育生「音響分析による映写機の再生ピッチ抽出法」(電子情報通信学会技術研究報告. EA, 応用音響 104(497), 2004/12, pp55-58,)
- 7 佐藤大介、高木啓伸、浅川智恵子「視覚障害者への動画の音声解説提示インターフェースの試作」(第14回インタラクティブシステムとソフトウェアに関するワークショップ 2006)
http://www.wiss.org/WISS2006Proceedings/papers/An_Experimental_Interface_to_Present/daisuke_wiss2006.pdf
Systems and Software: WISS2006)
- 8 内野每美、松井祐太郎、坂根裕、祓川友宏「字幕アーカイブ構想を考慮した字幕・音声ガイドの記述様式の検討」(映像情報メディア学会技術報告 32(30), 2008/07, pp93-97)
- 9 兵働真未子、矢代由佳、渡辺隆行「映画の音声ガイド—初心者用ライブ音声ガイドマニュアルを作る—」(電子情報通信学会技術研究報告. WIT, 福祉情報工学 107(368), 2007/11, pp103-110)
- 10 加藤幹郎「映画館と観客の文化史」(中公新書 2006)
- 11 福原知宏、竹中毅、森下壮一郎、鈴木正昭、西野成昭、藤井信忠「人工物工学における価値創成研究：映画を題材として」(2008年度人工知能学会全国大会(第22回) 2008)
- 12 日本映画産業統計(日本映画製作者連盟(映連)) <http://www.eiren.org/toukei/index.html>
- 13 岩波ホール：公式サイト <http://www.iwanami-hall.com/contents/top.html>
- 14 「凍えるアート映画(上) ミニシアター閉館ラッシュ」(日本経済新聞 2010/12/29 朝刊)
- 15 宮田一乗、人間主体の知的情報技術IV「3.8 フルデジタル化に向かう映画」(財団法人 日本情報処理開発協会 2001)
- 16 文末脚注10に同じ
- 17 文末脚注11に同じ
- 18 バリアフリー映画鑑賞推進団体 City Lights「視覚障害者の映画鑑賞要望に関する調査研究 平成17年度報告書」pp.23
- 19 文末脚注2に同じ
- 20 広辞苑 第五版(岩波書店 1998)
- 21 障害者白書平成22年版(内閣府 2010, pp256)
- 22 本邦の視覚障害者の数 現況と将来予測(社団法人 日本眼科医会、2009/9/17)
http://www.gankaikai.or.jp/info/20091115_socialcost.pdf
- 23 平成19年国民健康・栄養調査結果の概要について(厚生労働省 2008/12)
<http://www.mhlw.go.jp/houdou/2008/12/h1225-5.html>
- 24 重点施策実施5か年計画(後期5か年計画)(平成19年12月25日 障害者施策推進本部決定)((障害者白書 平成22年版 内閣府)
- 25 「ユニバーサル上映をつくろう」

-
- (<http://www.city.kyoto.lg.jp/hokenfukushi/page/0000061369.html>) ほか
- 26 文末脚注 6 に同じ
- 27 シティライツ：公式サイト <http://www.ne.jp/asahi/city/lights/index.html>
- 28 京都リップル：公式サイト <http://kyoto-ripple.sakura.ne.jp/index.htm>
- 29 シネマ・アクセス・パートナーズ：公式サイト <http://www.npo-cap.jp/index.html>
- 30 ヨコハマらいぶシネマ：公式サイト <http://ameblo.jp/yokohama-live-cinema/>
- 31 ABC-net：公式サイト <http://abc-net.org/>
- 32 メディア・アクセス・サポートセンター：公式サイト <http://npo-masc.org/>
- 33 文末脚注 13 に同じ
- 34 シネマ・ジャック&ベティ：公式サイト <http://www.jackandbetty.net/bariafuri.html>
- 35 住友商事 公式サイト「社会貢献 Vol.3 映画のバリアフリー化に向けて」：
<http://www.sumitomocorp.co.jp/society/contribution/activity/act01.html>
- 36 City Lights 会報 2010 年夏 No.27
http://www.ne.jp/asahi/city/lights/2010_No.27.pdf
- 37 ITC Guidance On Standards for Audio Description
http://www.ofcom.org.uk/static/archive/itc/itc_publications/codes_guidance/audio_description/index.asp.html
- 38 「ユニバーサル上映をつくろう」
- PDF 版 <http://www.city.kyoto.lg.jp/hokenfukushi/page/0000061369.html>
- HTML 版 <http://www.city.kyoto.lg.jp/hokenfukushi/page/0000061325.html>
- 39 「ワークショップ～音声ガイドの標準化および普及に向けて～」(主催：日本アイ・ビー・エム株式会社 東京基礎研究所、2010/12/9)
- 40 ACTF ScriptEditor
<http://www.eclipse.org/actf/downloads/tools/ScriptEditor/index.php>
- 41 ダイアログ・イン・ザ・ダーク <http://www.dialoginthedark.com/forv/index.html>
- 42 Movie Walker 「全国の映画館を探す」 <http://movie.walkerplus.com/theater/>
- 43 JCC 株式会社公式サイト「CMの研究 第2回 「秋の新作公開シーズン到来！映画のテレビCM考」」 <http://www.jcc.co.jp/kenkyu/cm-kenkyu02.html>
- 44 文末脚注 12 に同じ
- 45 原作の出版元である小学館のサイトより <http://www.shogakukan.co.jp/20cen/>
- 46 映画「時をかける少女」for「NEXTIDEVOLUTION」ネクスタイドとのコラボレーションプロジェクト <http://www.jpubb.com/press/137575/>
- 47 「エロバリ」(エロティック・バリフリー・ムービー) とは
<http://cine.co.jp/erobari/what.html>
- 48 シネマ・アクセス・パートナーズ「映画音声ガイドのガイドライン作成に関する調査研究 平成 19 年度報告書」 pp.8
- 49 Purchasing Power Parity for GDP
<http://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=PPPGBP>
- 50 National Schools Film Week: the worlds' largest festival for cinema & young people <http://www.nationalschoolsfilmweek.org/>
- 51 £500,000 FUNDING AVAILABLE FOR SUBTITLED CINEMA!

<http://www.yourlocalcinema.com/cinema.access.fund.07.html>

52 永田祐「ブレア政権のボランティアセクター政策 —「格下のパートナー」から「対等なパートナー」へ?—」(医療福祉研究 第2号 2006、pp42)

53 文部科学省委託調査「社会奉仕活動の指導・実施方法に関する調査研究」(平成13年9月 株式会社日本総合研究所)

54 文末脚注12に同じ

55 2010 Statistical Yearbook (UK Film Council) <http://sy10.ukfilmcouncil.ry.com/>

56 World Population Prospects: The 2008 Revision
<http://esa.un.org/unpd/wpp2008/index.htm>

57 文末脚注22に同じ

58 Cinema Access Technologies for people with sensory impairments (issued by bfi, Dec 2002)に記載。RNIB 担当者に確認

59 「2018年に国内デジタルシネマ率83%、3D率20%へ —シード・プランニング予測」

http://av.watch.impress.co.jp/docs/news/20090717_303273.html

60 弱視者問題研究会 <http://jakumonken.sakura.ne.jp/index.shtml>

61 社会意識に関する世論調査 (内閣府大臣官房政府広報室)

<http://www8.cao.go.jp/survey/h21/h21-shakai/index.html>

62 “Happy Family Plan” Trailer <http://www.happyfamilyplan.com/trailer.html>

63 シネマ・アクセス・パートナーズ「映画音声ガイドのガイドライン作成に関する調査研究 平成19年度 報告書」2.海外事例の翻訳

64 富士通 Color Doctor <http://jp.fujitsu.com/about/design/ud/assistance/colordirector/>

65 MID_ACT 公式サイト http://lab.sdm.keio.ac.jp/udlab/mid_act/

SDM サイト内 <http://www.sdm.keio.ac.jp/news/2010/10/22-090551.html>

慶應義塾150年記念サイト内 <http://keio150.jp/events/2010/20101113.html>

メディア・アクセス・サポートセンター内 <http://npo-masc.org/pg116.html>

オフィス300 ブログ内 <http://news.office300.moo.jp/?eid=17>

66 Qualtrics <http://www.qualtrics.com/>

67 文末脚注18に同じ

68 渡辺ほか「視覚障害者のパソコン・インターネット・携帯電話利用状況調査2007」(財団法人電気通信普及財団 平成19年度 研究調査助成 成果報告書)

http://www.nise.go.jp/kenshuka/josa/kankobutsu/pub_d/d-267.html

69 文末脚注14に同じ

70 「シネコン乱立 淘汰始まる」(日本経済新聞 2010/11/23 朝刊 地方経済面 神奈川)

71 「TOHOシネマズ、映画料金を1500円に下げ、利用伸び悩みで」(日本経済新聞 2011/01/19 朝刊)

72 斉藤守彦「映画館の入場料金は、なぜ1800円なのか?」(ダイヤモンド社、2009年)

73 「映画館に行こう!」キャンペーン 高校生友情プライス <http://www.eigakan.org/yujo/>

74 「高校生友情プライス」、09年6月30日終了 若い映画ファンの育成が最重要課題のひとつ (文化通信 2008/06/13) <http://www.bunkatsushin.com/news/article.aspx?id=1396>

75 「映画体験を子供にあふれる映像、進む劇場離れ」(日本経済新聞 2005/08/06 朝刊)

76 著作権法の一部を改正する法律案 改正理由 (文部科学省)

http://www.mext.go.jp/component/b_menu/other/_icsFiles/afieldfile/2009/03/11/125191

[6 4 3.pdf](#)

⁷⁷ 「TV脚本を「文化財」に——使い捨て・非公開ではもったいない」（日本経済新聞
2010/04/03 朝刊）

日本脚本アーカイブズ <http://nk-archives.com/contents/globalnavi1182241681734.html>

⁷⁸ 外務省：（仮訳文）障害者の権利に関する条約

http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/treaty/pdfs/shomei_32.pdf

⁷⁹ Sivers, Derek “How to start a movement”

http://www.ted.com/talks/derek_sivers_how_to_start_a_movement.html

⁸⁰ 若松プロダクション製作の日本映画。2010年、ベルリン国際映画祭にて最優秀女優賞（銀熊賞）受賞