

## 奇跡の映画「劔岳 点の記」(下)

観客数 **240万人**の報告

東映株式会社 プロデューサー 角田 朝雄

今回は、宣伝、興行面から映画「劔岳 点の記」を、少しお話しさせていただきます。

我々(製作サイド)に比べて、観客により近い興行の人間からよく言われるのが「作った側にとっては良い映画かもしれないが、実はそれはお客が決めることではないの?」という言葉です。映画は、クリエイターにとっては「作品」です。しかしながら、劇場での興行、そしてDVDなどの流通に携わっている側からすれば、映画は「商品」なのです。作り手がどう思おうと、客の興味を引かなければ「商品」としては意味がないということです。

実は、ここに落とし穴があります。極論すれば、お客は、別に映画なんか見なくてもよい人も大勢いるわけです。映画の力を信じられないと、題材と枠組みで、お客におもねる映画作りが増える。しかし、人はそんなものを、金を払ってまで見たいものなのでしょうか?

「劔岳 点の記」の出来映えに関しては、作り手である我々には確実な手応えがありました。ただ、出来がよくともヒットする訳ではありません。それをどうお客に伝え、劇場まで足を運んでいただくか? 「面白い」とか、「素晴らしい出来映えだ」と、宣伝でいくら声高に語っても、お客はそんな言葉に麻痺していて、なかなか反応してくれません。一時期は、圧倒的な宣伝量で観客を半ば洗脳する風潮もありました。大量のスポットをTVで流したり、局のTVのあらゆる機会を使って、観客にその作品を告知する。しかしながら、次第に観客は、その手には乗らなくなってきました。最近では、テレビ局主導の大量宣伝映画ですら、苦戦している作品はたくさんあります。大量宣伝が当たり前になっている昨今、ヒットしているのは、大量の告知が行き届いたうえに、かつ観客にとって興味を持てる作品になってしまいました。以前に比べるとハードルがより高くなったわけです。

そんな中、どうやって観客に、「劔岳 点の記」を伝えていくか? ここでも「自らの信じる“本物”の映画を作る」という、木村さんの信念を抜きには、この映画の成功は語れません。

前々回にお話ししたマーケティング的な映画作りの中で、「見ている間さえ楽しめればよい」、そんな「消費財」のような映画が圧倒的多数になってきました。市場の要求に対して小器用にまとめようとするので、どんなに作家の思いを

込めようとしてもそうならざるを得ないのです。そんな中、木村さんは、「映画は、観客に見てもらって『何か』を伝えるものだ」。映画の持つ「何か」は、人の人生すらも左右しうる力を持っているのだ!と、自らの映画に対する思いを賭けて、映画を作り上げ、そして宣伝の先頭にも立ちつづけました。

木村さんは、マスメディアの大量宣伝だけでは、自らの「思い」が伝わっていかないと、撮影中から自分が全国を回って、直接観客に宣伝したいというアイデアを語っていました。自分の車にフィルムを積んでシネコンを回って、地方のメディアを訪ねて宣伝をしたい。素晴らしいアイデアです。しかしながら手間も時間もかかる。言うのは簡単ですが、行うのはそれは大変です! それをアイデアどまりではなく、90日かけて、他人に運転させたのでは意味がないと、自ら運転して実際に全国都道府県をくまなくマイカーで回ってしまう。何千枚も名刺を作って、試写に来てくれた人に一人一人名刺を配る。

70歳を目前に木村さんは、自分の人生を賭けて取り組めるものを探していました。「この映画(の興行)がダメだったら、日本映画とはオサラバするよ」というのは、ホンキの言葉でした。自分が信じる映画を作って、それがダメなら自分がこの世界にいる意味がない。悔いの残らないように、できることはすべてやるんだ。俺が動いているんだから、お前らも努力しろというわけです。そんな木村さんを目の当たりにして、宣伝・営業の関係者は燃えに燃えました。

東映の映画にもかわからず、東宝や松竹のお歴々に、すぐにプリントを持ち込んで、見てもらう。木村さんにとっては、オレは「日本映画」を作っているのだから、他の映画会社も協力してしかるべきだ! そんなドンキホーテとも思えるような姿勢に、会社の枠組みを超えて映画業界の中にも応援してくださる方が現れてくる。

行く先々のメディアの方々も木村さんを応援し始める。番組で取り上げてくれた上に、ブログでも取り扱ったり、周りの人に語ってくれる。やがて、本誌をはじめとする応援団が、次第に出来上がっていきました。

残念ながら他人の情熱だけで、人は動くものではありません。ありがちな作り手の自己満足を越えた圧倒的な「何か」が、映画「劔岳 点の記」にあったのだと思います。人それぞれとは思いますが、その「何か」を感じてくださった

から、皆さん応援して下さった。映画は、決して「消費財」ではないという木村さんの信念。黒澤組をはじめとする「本物の映画作り」に触れてきた木村さんならではの信念。その映画への信念があったからこそ、こんな作品が出来たし、宣伝の先頭を走れたし、出来上がった映画を見た人に「何か」が伝わった。

映画という「商品」として価値のあるものは、人の思いがこもった「作品」であり、その作品を売る組織やシステムは、人の思いによって可塑的に変わっていくものなのだ。私は、「劔岳 点の記」のおかげで、そんな当たり前ながら、この時代にあっても夢のような出来事を目の当

たりにすることができました。たかが映画、されど映画。木村さん、本当におつかれさまでした。そして、ありがとうございました。みなさま、ご精読ありがとうございました。

ここで、少し、宣伝をさせてください。木村さんとその仲間達による「劔岳点の記」の製作ドキュメントが、「劔岳撮影の記 一標高3000メートル、激闘の873日」と題して、11月14日から東京、大阪、富山で劇場公開されることになりました。内容的には、山の中での撮影隊の苦闘のドキュメントです。物造りにかかわった、撮影隊の狂気にも似たパッションと人間ドラマ、ぜひともご鑑賞ください！👉

## トピックス **TopiCs** 劔岳 撮影の記 **11月14日 劇場公開**

# 劔岳 撮影の記 一標高3000m、激闘の873日—

本年6月20日に全国公開された映画「劔岳 点の記」は、7週間のファーストランを無事終え、なお全国各地でロングラン上映が続いている。

この11月に新たに劇場公開される「劔岳 撮影の記 一標高3000m、激闘の873日」は、ディレクター・大澤嘉工が、本クランクイン前から木村大作監督に密着、200日を超える山岳ロケすべてに同行し、合計320時間以上を収録

したものを2時間に編集したもの。もはや単なる映画製作と言えない過酷な2年間の日々と環境、そこに人生を懸けた活動屋たちの追真の魂のありように迫った「前人未踏のドキュメンタリー」である。

- 出 演 木村大作 浅野忠信 香川照之  
松田龍平 仲村トオル ほか
- 監督・撮影 大澤嘉工(よしのり)
- 製 作 「劔岳 点の記」製作委員会  
(東映・フジテレビジョン・住友商事・朝日新聞社・北日本新聞社)
- 上映時間 2時間
- 公開劇場 新宿バルト9・梅田ブルク7・TOHOシネマズ・ファボーレ富山

