



コラム 映画が好きだ

# 危機的状況



学生記者 山口大介(法学部4年)

## 映画館が「入場料を払って見る巨大TVプロジェクター施設」に変化した

TBS系日曜劇場「半沢直樹」が42.2%という“平成一”の高視聴率をおさめ、今またテレビドラマが世間を騒がせている。高視聴率ドラマにすぐにでも映画化の話が舞い込み、メディアがまたそれを大きく取り上げる。

こうした現象に私は少し違和感を覚えている。今回はドラマの映画化について考察したい。

ヒットしたテレビドラマの映画化が当たり前ようになったのはいつごろなのか。ドラマの映画化の始まりは、テレビ放送が始まり、高度経済成長へと入っていく55年ほど前といわれているが、さほど頻繁ではなかった。

1997年に織田裕二主演のフジテレビ系「踊る大捜査線」が大ヒット。水谷豊主演のテレビ朝日系「相棒」劇場版の成功が続き、テレビ局は次々に映画を作り始め、興行成績を伸ばしていった。

ドラマ映画化の最大のメリットは宣伝にある。自社のテレビを使って大々的にPRができる。視聴率がある程度取れているドラマなら観客にも安心感があり、良い興業収入が見込めるのだ。

これらの複合的な手法は、メディアミックスと呼ばれる。

テレビドラマに限らず、漫画・アニメの映画化にもこの手法を余すことなく使っている。

読者の皆さんにご興味があれば、映画ポスターの「製作」というところを見ていただきたい。テレビ局のクレジットが入っている作品が多い。東宝などの映画興行会社は「配給」とどまっている。

テレビ局が映画を作るなどとは言わない。商業的な映画を作る以上、作品の質はもとより、ビジネスとして成功させなければならない。テレビ局と手を組んで映画を作ったほうが宣伝にも力が入るし、ビジネスプランも成り立つ。

しかし、知名度に身を任せ、作品自体のクオリティを下げているような映画を作り続けていたら、観客はいつしか映画館で見ることに違和感を覚え、日本映画の歴史や伝統が途絶えてしまう懸念が生じる。

低予算の制作費で作った駄作に、莫大な宣伝費を使って興行成績を伸ばしても、長い目で見れば、映画界の繁栄にはならないだろう。

ぜひとも、映画館でしか見られない映画の復活を望むばかりである。



2013年09月06日

## 高等教育機関ランキング 世界第27位にランクイン

英教育専門誌「タイムズ・ハイヤー・エデュケーション」が発表した、高等教育機関100校のランキングにおいて、中央大学は世界第27位にランクインしました。日本からは9校が選出され、中央大学は日本で5番目の大学としてランクインしました。

このランキングは、毎年「世界大学ランキング」を発表している同誌による初の試みで、世界的な大企業トップの出身者数で順位付けを行った結果を発表したものです。米経済誌「フォーチュン」の世界企業500社番付に入っている企業の最高経営責任者（CEO）が卒業したり学位を取得したりした大学を調査し、人数別に順位付けを行ったもので、経営する企業の売り上げ規模なども加味しています。

企業経営者の輩出について評価した英誌のランキング(日本抜粋)

東京大学(2位)
慶應義塾大学(9位)
京都大学(18位)
早稲田大学(20位)
中央大学(27位)
一橋大学(43位)
東京工業大学(52位)
大阪大学(74位)
法政大学(100位)