

文化映画 紹介

渡部実

映文連アワード2010 世界の優秀企業映像を見る会
International Corporate Films Showing 2010

今回は毎年開催されている短編映像作品のコンクール、映文連アワード2010（主催／公益社団法人映像文化製作者連盟）の催し物のひとつとして今回で4回目となる『世界の優秀企業映像を見る会』の報告をさせていただきます。

このコンクールも毎回、熱心なプロダクション、個人の作り手の応募のおかげで、北海道から沖縄に至るまでその存在が知られわたり、毎回、力作、秀作、注目作の応募があり、その年の短編映像作品の動向を全国規模で窺い知れるようになった。『世界の優秀企業映像を見る会』は、毎回、表彰式の日で開催されるもので、これはいつものようにドイツ・ハンブルクで開催される国際映像祭『World Media Festival』ならびに米国・ロサンゼルスで開催の映像祭『U.S. International Film and Video Festival』の参加作品のうち、注目を日本で紹介するという内容（今回は中国からの特別招聘作品も含めて全13本）

である。各国がリアルタイムでいかなる産業映像の短編作品を作っているか。今、世界経済が変動している時期に世界の作り手は、どのような表現・伝達方法を駆使しているのか。日本の製作者、ジャーナリズムにはとても興味のある上映会であった。そこで今回も印象に残った作品を中心に語りたい。

米国のいわゆるリーマン・ショック以来、欧米各国にあつては経済の緊縮政策の影響もあり、企業の手がける仕事、例えば大規模な建設、輸送などを描く作品はあまり見られなかった。世界的規模での大手企業のアピールは少なくなつた。その一方、不況とはいえ、ひとつの企業の製品が好況、不況の時代を乗り越え21世紀に入つても一貫して製造、発表されている例がある。いわゆる老舗の企業製品であるが、まずこれらの紹介作品から取り上げたい。車の分野では2本のドイツ製作の作品、まず『MERCEDES-BENZ F800 STY-

LE』（企画＝Atelier Markgrafen / 製作＝Barbecue Medientdesign GmbH / 3分）はベンツの新しい型を紹介した内容で、リズミカルな流線形の外観、車内の新しい内装にも目を見張らせる。これはジュネーブのモーターショーで上映。ナレーションはなく、3分の時間をただ見せることによつて新型車をアピールしている。

続く『UNLEASHED』（企画＝Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG/Kemper Kommunikation GmbH / 製作＝Doppelgänger Film / 7分）は少し工夫が見られ、ポルシェ車のデザインから始まり、ドラムの音楽テンポに合わせて旧モデルと新車のそれをリズミカルな編集で比較する。このような2本の短編は同じ題材の内容でも上映時間が数分、違うだけで構成がかなり異なる。同じくドイツでも産業に目を向けた『INDUSTRIAL GEAR UNITS FROM SEW-EURODRIVE』（企画＝SEW-EURODRIVE Gm-

mbH Co. KG / 製作＝Madness GmbH / 3分）は産業機械で使用されている「ギア・ユニット」を紹介した作品。空からひとつの箱が降りてくる。するとその箱はいろいろな形に変化し、建物のひとつの要素にったりする。今のユニット住宅と形容してもよいのか、そればかりか、その箱は重機械を扱う装置にもなったりする。3分間にあれよあれよという間にその多機能な面をアピールしている。

以上の諸作品は短時間に視覚的な戦略で自社の製品をイメージ付けている。また、シンガポールの『THE FUN CAPITAL OF



「STUDY IN HOLLAND」

金融フォーラム SIBOS（サイボス）のオープニング映像作品で時局を反映し面白い。冒頭、オバマ米国大統領が新聞紙面の顔写真から動きだし「世界経済の縮小に伴い失業率は上昇しており、各国の金融情勢は悪化している。これらの事実だけでは経済危機を語れない。国民の困難や不安が

THE WORLD』（企画＝Resorts World at Sentosa Private Ltd / 製作＝Moving Bits Pre Ltd / 8分）、それに『INCREDIBLE INDIA』（企画＝Ministry of Tourism, Government of India and Experience India / 製作＝Nirvana Films / 2分）はシンガポールとインドの観光誘致を目的とした作品で、次第に経済力を加えつつあるアジア諸国の前向きで明るい動向が窺われる。

各国の経済力といえば、『SIBOS ONE YEAR ON』（企画＝SWIFT / 製作＝Jack Morton Worldwide / 3分）は世界の金融機関が一堂に会して開催された

本場の危機だからです」と発言。その言葉を補足するように「経済不安により新規投資は低迷し続ける」（ティモシー・ガイトナー 米国財務長官）という発言が続く。それより各国の首相、経済担当者たちが一緒に経済危機を訴えるといった内容で、金融フォーラムのオープニング映像、デモンストレーション映像とはいえ、すでにフォーラムで議論する金融危機のテーマを簡潔に伝えていた。これは切れ味のよい作品であった。そこには世界の現状を率直に認めた主催者側の意図が明確だからである。明確な意図と言えば、『STUDY IN HOLLAND』（オランダ / 企画＝NUFFIC / 製作＝Steiz BV / 5分）が5分での意図を明快に伝えた作品。これはオランダ高等教育国際協力機構が企画、他国の学生にオランダ留学を勧める目的をもって製作された作品。おそらく世界各国でも自国への留学をPRする作品は数多く製作されているはずだが、

この作品はオランダという国をことさら誇張してPRしていない。まず歴史的、地理的事実だけを積み上げていく。いわく「オランダはオランダ語と英語を話す国民が暮らしています。その理由は16世紀以降、世界を旅した歴史にあります。オランダは世界の中心地だったのです。大規模な貿易網を確立し、1575年には初の大学が誕生、オランダ領であった頃のニューヨークの名はニューアムステルダムでした。背の高いオランダ人は一見、単純に見えて実はとても複雑です。」そこで画面は有名なサッカー選手と、その選手の言葉「どんな短所にも長所がある」との言葉を紹介。つづく教育機関の紹介では、「14の研究大学と応用科学に特化した40の大学が活かされています。オランダに暮らす人々の人種は多様でその国籍は190を超えます。オランダ人は開放的で自由を愛し外国人に寛容なのです。一方、オランダの国土は狭く、南北に3

00キロ、東西に170キロしかないながら世界第16位の経済規模を誇ります。国土の3分の2が海拔0m以下のオランダで人々は「合意」をモットーに生きて来ました」。画面は干拓地モデルを紹介する。国民的議論の果てにオランダ人は「水のプロ」になったと語る。またオランダは画家、作家、哲学者、科学者を多く輩出してきたとも語る。グッチデザインにも言及する。さらに教育現場でも意見の共有を重視。国内で行われる英語授業は1400。そこでは生徒と教師が自由に議論できる場が整っている。結論として「オランダ人にとつて議論なしの問題解決はあり得ない」と言う。教育機関のPRにもかかわらず、この5分の作品は鮮やかなオランダ論になっていくところに感心した。今回の『世界の優秀企業映像を見る会』に大いなる期待を持ちたい。（問合せ先＝映像文化製作者連盟 TEL 03-3279-10236）