

経済政策としての 映像ソフト振興策

- フランスの事例 -

内山 隆・湧口 清隆



▶ 問題提起 IT「普及後」に勝つために必要な 「インフラストラクチュア」

i IT普及後の時代の勝者はだれか？

我々は過去のいくつかの事例からハード・ソフト分離型サービスにおける市場支配（デ・ファクト標準）の法則を目にしてきたはずである。例えばゲーム機やビジネス用PCなど、いずれもハードの善し悪しが市場支配の決め手になるというよりは、キラー・コンテンツなどの概念に代表されるソフトの善し悪しや販売力、サービスの善し悪しが市場全体の支配の決め手として作用されてきたはずである。

ITにおいても、光ファイバーの設置補助など、ハードに対する様々な政策がIT普及に貢献することは否定しない。しかし普及率がある閾値に達した後にIT社会の勝者となりうるには、ハードの性能ではなく、魅力的なコンテンツがそこにあるか否かが問われるのではなからうか？あるいは、上記のハード・ソフト分離型サービスでの経験同様、ネット上で展開される魅力的なコンテンツ、ソフト、サービスこそが、ITの普及に対して最も強力に作用する要因ではなからうか？

ii ITコンテンツを魅力的にするには？

インターネットのコンテンツやサービスが魅力を発揮するには、文字通り内容が魅力的でなければならない。そのような魅力的な内容の背景にあるものは、おそらく「文化」としての価値を有するだろうし、逆に魅力的なコンテンツやサービスが展開されるには、魅力的な文化が必要である。

もちろん「コンテンツ制作技術」や「演出」によって、コンテンツを魅力的にみせることは不可能ではない。しかしそれはテクニックであって本質ではない。本質でないため、技術・演出によって一時的なヒットを上げたとしても、継続的なヒットを続けることは難しく、すぐに「死にページ」と化すだろう。

iii 無形財型インフラストラクチュアである「文化」

日本の貿易収支は黒字であるが、観光に限定すればむしろ赤字の拡大基調である。ま

た映像についてもアニメや特撮などの一部の輸出競争力はあるが、全体の収支としては赤字である。工業については戦後の日本の国家戦略「欧米に追いつき追い越せ」を達成したかもしれないが、観光や映像、情報など「文化」にかかわる項目についてはまだまだ輸入大国である。IT普及後の社会において、世界からのアクセスが集中しつづけるようなコンテンツ制作につながる「文化」を、日本は育てているのだろうか？

世界に認識される文化を持つことが、他の面への様々なプラスの効果を及ぼす事例は多い。ミッキーマウスとコカコーラ、マクドナルドがアメリカ文化を象徴するものとして、アメリカ企業全体の世界進出の先導役になってきたことは有名な事例であろう（マーケティング論的によく言われる言い方をすれば、アメリカはねずみと清涼飲料水とハンバーガーを輸出したのではなくて、アメリカの大衆文化をまず最初に輸出し、現地でのアメリカに対する親近感を創出することによって、その後の他のアメリカ企業の進出を容易にしたのである）。また「芸術の国」という文化的イメージを作り上げることに成功したフランスは、ことファッション関係の貿易や観光では相当の黒字という目に見える成果をあげている。

地域・国家が世界に認識される魅力的な文化を持つことは、実態面の様々な分野に正の波及効果を及ぼす。この波及効果が広い分野に影響を及ぼすことを考えるならば、それは国家としての「ブランド・エクイティ」である。また「インフラストラクチャ」を社会の広範囲で非排他的に利用されて正の外部効果をもたらす財と定義するならば、文字通り「文化」は、無形財であるものの、インフラストラクチャと見なすことができる。

iv 「文化」を育成するためにはどのような手段があるのだろうか？

本研究が狙いとするのは、「文化」を育成する方法にはどのような手法があるかを知ることにある。対象例として取り上げるものは、「映像（TV、映画）」である。映像産業を育成する上で、世界には二極の方法がある。ひとつは米国ハリウッドのようなレッセ・フェールのもとでの発展、他方はフランスに代表されるような政府が強い関与をもって育成する方法である。

市場での成果から判断する限り、映像分野は米国の一強多弱状態であり、彼らから学ぶべき点は多いと考える。一方で、popカルチャーを指向する米国とハイ・カルチャーを指向する欧州という対比を考えると、欧州が施している政策にも、それなりの「学ぶべき点」があるのではなかろうか？

▶ 1 映像制作振興への政策手法（一般論）

特に欧州では明確に定められた制度として映像制作振興政策が積極的である。その政策根拠をここで考察することは全くの紙面の不足となるため、次の論文の機会に譲る。本稿では表面的に観察される政策手法についてまとめる。

1-1 組織

政策手段として、まず専門組織の充実が図られる。その第一に挙げられるものは、「国立映画センター」とよばれる政府機関であり、様々な映像振興策のオペレーショナルな意思決定、運用の要として機能している。

またわが国では放送行政は総務省（旧郵政省）の所管であるが、放送についても政府から半独立の行政監督機関が設けられているケースがある。

これら専門組織の上位組織として文化省があり、ここが強い権益を持つ国が多い。ドイツのような連邦国家では、地方政府と連邦政府による補助が共に大きな意味を持つが、連邦政府による補助は文化省の役割となる。

1-2 政策手法の概要

映像の制作プロセスに則して、主に欧州全体で観察される政策を分類すると、以下のようになる。

- ・媒体への関与 (公共放送制度の維持)
- ・制作内容面への関与 (補助金審査委員会、映画祭の開催・表彰)
- ・制作の資金確保 (映画投資促進税制、債務保証銀行、直接補助金、TV局による映画投資義務、映画関連特別税による原資の確保)
- ・市場の確保 (国産映画配給・興行への優遇税制、クォータ、TV局による映画投資義務、国際共同制作促進、映画祭での表彰)
- ・経営資源の充実 (専門大学・大学院の設置、スクリプト開発への補助)

1-2-1 国営・公営、公共放送への関与

欧州においては80年代以降になって急速な民間放送事業者の参入が見られた。民営化の流れの中で公共放送を続ける経済理論的根拠は、「市場の失敗」に基づく市場補完が主たるものである。公共放送には市場原理では供給が難しい「価値財」的な種類の番組の供給が期待される(菅谷、内山他 [1997])。これによって、より多くの種類の番組が供給されること(多様性)が「文化の豊かさ」につながるという直観的な感覚は、言論機関として不可欠な一要件であろう。

1-2-2 制作内容面への関与

下記に説明する選択補助金は広く交付されるというよりは、専門委員会による審査によって絞り込まれた形で交付される。従ってその審査委員会がどのような基準で助成対象を選ぶかが、映画の内容について、国家としての望ましい方向性を示すことになる。また自動助成においても、助成対象になるか否かについての認証作業が、国立映画センターなどの専門組織によってなされている。

また文化振興策全般で広く取られている手法に、映画祭の開催・共催、出資がある。この映画祭での表彰もまた、映画の進化の方向性を暗示するものとなる。

1-2-3 制作の資金確保

制作資金が潤沢であればあるほど、人々の関心を誘う作品にすることが容易となる。しかし映画はハイリスクな事業とされるため、その資金調達は容易ではない。世界の資金は、より安全な投資先として、ハリウッド・メジャーに集中しがちである。

欧州では地元の制作事業者の資金的な劣勢を補完するために、様々な支援制度が準備されている。まず映画投資のリスクを軽減することによって、投資促進を図るための制度 債務保証銀行の設立や映画投資による税減免の制度 が導入されている。

直接補助金として、自動補助、および選択補助とよばれる制度がある。自動補助は、プロデューサーの前作の売上を算定式に当てはめることによって「自動的に」新作への補助金額が決まる制度である。また前作のない新人の制作補助のために選択補助とよばれる制度によって補完されている。これらの原資には、一般税、映画館入場者やTV局への特別税のほか、ロッチェ(英国)が用いられている。

さらにTV局に対する映画への投資義務がある。フランスの場合には法で定められる義務であるが、他国においても放送局の自発的な行動としてなされている場合が多い。後述するようにフランスでは映画産業を支える放送産業という位置づけが明確である。

1-2-4 市場の確保

制作された作品は、配給・興行される市場がなければならない。しかし配給・興行主は、より多くの聴衆が得られるハリウッド作品を好み、ハリウッド作品は欧州各国でも支配的な地位にある。これによって欧州作品が市場から退出させられることを防ぐために、いくつかの手段が取られている。

有名なものがクウォータ制度である。当初は映画とTVの両方の映像媒体に対して適用されていたが、映画については多くの国で撤廃されている。TVのクウォータは欧州指令により、放送の50%以上を欧州作品が放送されなければならないというものである。国によってはさらに厳しい制約を与えている。

また配給・興行業者への補助金制度が設けられている。この補助金も認定を受けた国産映画の配給とその売上に基ついて行われる。

そして映画祭の開催への関与がある。特にハリウッド・メジャー以外にとって映画祭での表彰による格付けが、その後の世界での配給・興行市場の確保に重要であることは、よく指摘されることである。

1-2-5 人的経営資源の育成

ハリウッドの競争力を説明するひとつの要因として、カルフォルニアやNYCの映像、メディア分野の専門大学、学部、大学院による人的資源育成があげられる。特に米国特有のものとして経営大学があげられるが、欧州でもEUのAV政策の一貫としてマドリッドにMedia Business Schoolが設けられている。

▶ 2 フランスの放送制度と公共放送の位置付け

2-1 フランスの放送事業枠組み

現在のフランスの放送制度の特徴は、〔制作〕〔企画・編成〕〔伝送〕というライン職能別に事業区分が区切られていることであり、その原型は、74年法にもとづくORTF (Office de Radio-Diffusion Télévision Française) の分割に端を発している。

〔制作〕 SFP (Société Française de Production)

〔企画・編成〕 TV 3社 (TF1, A3, FR3), ラジオ (RFO)

〔伝送〕 TDF (Télédiffusion de France)

〔研究開発, その他〕 INA (Institut National de l'Audiovisuel)

この発想はこれ以降に受け継がれており、現在も放送局は、一部の番組(報道, ドキュメンタリー, 教育の一部)を除いて、番組を制作会社に外注し、それを編成の後に、伝送をTDFへ委託する形をとっている。現在TDFはフランス・テレコム傘下の組織となっている。

2-2 規制機関

第二次大戦後のフランスの放送制度は、時の政権に「強く」揺り動かされるという歴史を持つ (Noam [1991], 北村 [1997])。これは84年までの国有TV放送の独占時代、84年以後の民営化の時代の双方においても、あまり変化がない。そのひとつの現れとして、

80年代の民営化導入期には、政権交代と共に規制機関は3度も変更があった。

1982年法では、社会党政権の意を受ける形で、それまでの文化省・総理府による規制は、政府から半独立の放送行政委員会のHA（Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle：視聴覚コミュニケーション最高機関）へ移された。その役割は、免許の交付、周波数分配、受信料管理、広告基準、番組制作の促進、バランスある番組の制作促進等であった。

1986年法では、先のHAから、独立行政委員会CNCL（Commission Nationale de la Communication et des Liberté：コミュニケーションと自由のための国民委員会）へと変わった。番組内容基準の策定・実行に強い権限が与えられた。また普及が始まったCATVに関する様々な規制を設けたのもCNCLであった。この背景にも社会党政権から保守党政権への政権交代があった。

社会党が再び政権に戻り、その意を受けた1989年法では、規制機関は3たび変更され、CSA（Conseil Supérieur de l'Audiovisuel：視聴覚最高評議会）へ変更され現在に至る。行き過ぎた規制緩和を行ったと判断した左翼政権は、再び規制権限を強化する目的で、改組した。

現在のCSAの権限範囲は以下のとおりである。

- ・放送免許付与
- ・放送事業者監督（公共性基準の策定、内容規制、義務違反の罰則等の各種規制）
- ・電波監理（放送用周波数割当て）

CSAの上位組織が文化・コミュニケーション省（以下、文化省）であるが、CSAの規制監督の規範となる政策立案はこの組織の業務となる。

2-3 フランスの公共放送（放送の民営化の流れ）

最初に、言葉の定義をしておく。本稿では公共放送を国営、公営を含めた広い意味で用いる。

欧州諸国の公共放送の多くは80年代に民営化議論がなされたが、フランスもその例に漏れない。82年を境にして急速な民営化が進んだ。多少の反動があり、現在は、それがいったん均衡した状態となっている。

放送の民営化という場合には、3つの視点がある。ひとつは①ストック（所有）に係わる点であり、既存の公共放送の所有の民営化、および新規民間放送事業者の参入という二つの内容を持つ。第二が②フロー（人頭税的な受信料以外の収入源の導入つまり広告収入や契約収入）に関する事項である。また内容規制などの③サービス内容への政府の関与の問題もある。

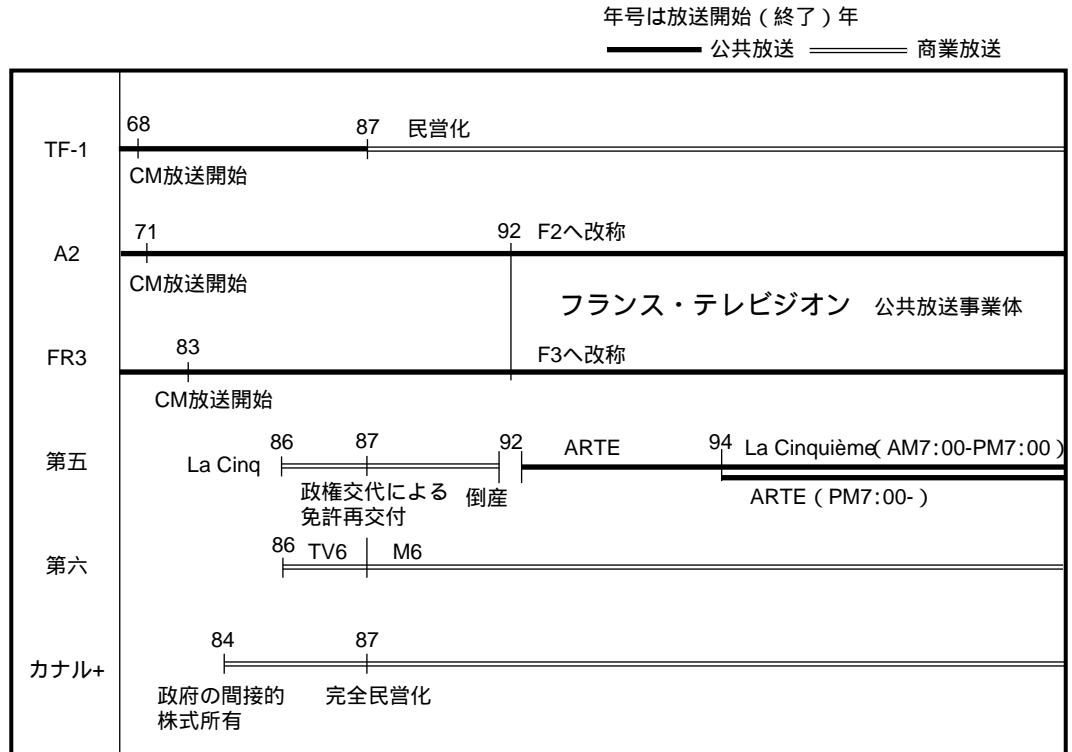
2-4 所有の民営化

現状では地上波TV 6波のうち、3波が公共放送（うち2つが国有、1つが半公有）、3波が民間放送（うち広告放送2、有料放送1）となっている。80年代の民営化の過程で、一時は、公共放送2、民間放送4となったが、激しい視聴率競争が再び公共放送のドメインを拡張させた。

2-4-1 公共放送の民営化と再参入

82年改革前までのフランスのTV/ラジオは、全て政府所有組織（国有）であった。この国有放送のうち、テレビについてはもっとも視聴率の高いTF-1が87年に民営化された。株式の50%を主要投資家、40%を一般投資家、10%を従業員へ放出した。残るフラン

図表1 フランス地上波TV放送の民間移行



ス・テレビジョン（F2、F3）についても、民営化の主張は絶えない。しかしそれが進展しない背景には、TF-1民営化後の激しい視聴率競争と、それがもたらした経営的不振があると言える。

第一チャンネルTF-1は第二次大戦以後、そして民営化前後においても視聴率のリーディング・チャンネルであった。それに競争を仕掛けたのは、86年に参入した民間放送局ラ・サンク（la Cinque）と公共放送A2（F2の前名）であった。しかしもたらされた結果は、TF-1の一人勝ち、ラ・サンクの倒産、A2の経営的困窮であった。このA2の経営的再建の過程で、公共放送A2とFR3が共通の会長の傘下に入り（89年制定、90年実施）、両者をあわせてフランス・テレビジョンと称し、各々の名称をF2、F3へ変更した（91年制定、92年改称）。以後、徐々に視聴率の回復が見られる。

民間放送局ラ・サンクは、倒産という事態に陥ってしまったが、その空きチャンネルには、再び公共放送局が参入した。92年に放送を開始したARTEはドイツとの合弁会社で、準国有組織である。ドイツ側は（第二）公共放送ZDFの出資である。ARTEの放送時間は午後7時以降で、それ以前は94年に参入したラ・サンキエム（La Cinquième；半公有会社）が放送をしている。その出資内訳は政府51%、公的機関44%、民間5%となっている。

2-4-2 新規民間事業者の参入

民間放送局の最初は、84年放送開始の有料放送カナル・プリュス（Canal Plus、以下カナル+）である。その財源は契約収入（有料放送形態）をとった。カナル+の主要出資者には広告会社Agence Havasがあるが、この当時、ハバスは半官半民所有の組織であっ

たため、政府は間接的にカナル+を支配する形で始まった。もっとも政府は86年法の方針に基づいてハバス株を放出している。

その86年法に基づき、新たにラ・サンク（仏伊合弁、フランス側シドー兄弟 Jerome Seydoux）、広告会社や制作会社、ラジオ局等の出資によるTV-6（現在のM6）の参入が認められた。これらは広告収入に依存する放送局である。このうちラ・サンクはTF-1との激しい視聴率競争により倒産、その空いたチャンネルを公共放送局ARTEとラ・サンキエームが、一日の時間を区切って、利用している。従って、民営化を進めて、それが少し後退した状況となっている。

TV-6は87年の免許更新の際にM6に改称している。現在の主たる出資者にはフランスの水道、ケーブル事業者大手のLyonnaise des Eaux、フランスの放送史に多大の影響を与えてきたルクセンブルクCLTなどの出資が見られる。番組内容はフィクション、ミュージック等の娯楽系が中心であるが、最近は総合編成の色彩を強めている。

2-5 運営の民営化 受信料以外の収入源（広告収入、契約収入、寄附金）

Chaniac [1999] は英・仏の放送民営化の対比を行っているが、そこでは公共放送にも広告収入を認めさせたフランスのような競争型モデルは、結果的に視聴率に基づいた番組編成を強いることになり、イギリスのように公共放送を独自の財源によって維持するフェア・プレイ型ほどには番組制作活動に基づいた経営（番組編成）ができないことが指摘される。放送の社会的使命を考えたときに、広告収入に大きく依存するシステムは、価値財的な性質の番組の供給に潜在的問題を抱えることになる。この点でフランスがTVに期待する社会的使命は、イギリスや日本ほどには高くないのかもしれない。

以上の点を鑑みても受信料制度の根拠は「市場の失敗」理論を背景としており、極めて「公共財負担のための税」的な性質が強い。放送局にとってのこれ以外の収入には、広告収入、契約収入、寄付が挙げられる。これらへの依存度が高いほど、より民間的色彩が強いと言えよう。

フランスの場合には、複数の公共放送局があり、受信料は経済・産業省によって徴収、文化省の予算として、ある算定式に基づいて、公共放送局と政府資本の放送事業者（ex. SFP, INA等）に分配される。その算定の基準は、視聴者の規模（視聴率）と番組の品質である。番組の品質は視聴者調査と審議委員会で決定される。

フランスの放送で広告収入が導入されたのは古く、68年という公共放送しかない時代まで遡る。従って公共放送も広告収入を得ている。他国と比較して相対的に安い受信料の水準、および幅広い受信料免除制度のために、激しい視聴率競争による番組調達コストの高騰という環境のなかで、F2は広告収入への依存度を高めている（豊田 [2000]）。競争がもたらす番組調達コストの上昇と広告収入依存度上昇の傾向は理論的にも指摘されるし（Waterman [1993], Wildman & Siwek [1993]）、またイタリアなどの民営化先進事例でも観察される事象である。

広告に対しては、放送時間についての上限規制（一時間あたり平均6分、任意の時点から60分以内に12分まで）、広告の放送番組への挿入についての規制が、各チャンネルごとに規制が設けられている。後者は日本で見られるように、ほぼ一定間隔で番組中に広告を挿入するのではなく、「番組の価値を損ねることがないように」広告を挿入しなければならない。つまり映画やスポーツ中継などでは、その本編、試合中に広告を挟むことを極めて難しくしているルールである。そして映像と音声によって番組とCMが明確に区別がつくようにされなければならない。またTV広告禁止業種が定められている。具体的には、アルコール飲料、タバコ、処方箋を必要とする薬品ならびに麻薬、文芸出版、新

聞・雑誌，スーパーなどの流通はTV広告が禁止されている。

契約収入は，テレビについては84年のカナル+が最初である。

寄付等については，ラジオの民間参入が認められた82～84年当初，重要な財源として考えられていた。その理由は，それまで広く行われてきた自由放送（違法ラジオ放送）の存在がある。82年の改革以前では，TVもラジオも国有のものだけが，正式に認められた放送であった。しかし実態は①隣国フランス語圏（ベネルクス，モナコ等）からの越境放送，②自由放送とよばれる小出力の違法民間放送が，相当量流されていた。82年法が積極的な民間ラジオ放送局の参入を求めたときに想定した経営モデルのひとつに自由放送があった。自由放送の多くは，非営利原則で運営されきたという経緯があり，寄付等の自発的支払いが重要視された。非営利ローカル放送局に対しては，政府から補助金が与えられた。

2-6 内容規制等

日本や米国ではあまり意識されないが，しかし他国において広く導入されている規制にクォータ制がある。フランスの場合には，テレビについては全放送時間のうち，60%以上をEU製の番組，さらに40%以上をフランス製の番組でなければならないという内容となっている。その詳細については4章を参照されたい。またラジオについては「シャンソン（フランス語表現の歌）」がクォータ制（40%以上，かつ半数が新曲）の恩恵にあずかることとなった。

また自国の番組制作能力向上のために，積極的な投資ルールが設けられている。収入のある一定割合以上の額を，自国の映画に投資しなければならないというルールである。これについても4章を参照されたい。

84年にカナル+の参入が認められた際に，この有料放送事業の支援を目的として，同チャンネルでの積極的な映画の放映を促進する政策がとられた。想定された経営モデルは，映画館やCATV等であったため，映画のような「対価を取れる」番組を集中的に放送するためである。具体的には，①他の地上波3局は，最新映画を放送しないことで同意，②SOFICA制度の導入，③CNCによる映画補助金制度の導入，④映画投資への義務づけ，等，現在の映像ソフト制作支援制度の原型が生まれたのが，このときである。

90年代後半に入ると，世界中で問題となった性的描写，暴力に対する規制が導入される。5段階（「問題なし」，「両親の同意が望ましい」，「両親の同意が不可欠」，「16歳未満の視聴禁止」，「放送禁止」）で番組の格付けを各放送局が行う。最初のクラスには何も表示されないが，次の3段階については，番組にその格付けを表示しなければならない。日本の放送内容規制とは異なり，規制機関であるCSAがその格付けに対する監視を行い，各放送局の格付けが適正かが検討され，公表される（cf. CSAホームページ）。

上述のように，フランスの放送史は時の政権に強く左右された歴史から，政治的多元性原則(Political Pluralism)が適用されている。この原則では，政府・政権党の発言・放送時間と野党の発言・放送時間のバランスを取ることを目的としており，野党の時間が政府・政権党の時間の二分の一を下回らないことが求められる。またCSAはその放送時間を監視し，逐次，公表している（cf. CSAホームページ）。

このようなCSAによる内容面での監督・規制の厳しさは，日本の比ではないようである（多賀谷 [1994]）。

▶ 3 フランスにおける映像（映画・視聴覚）産業支援政策

フランスにおける映像産業（フランスの場合には映画・視聴覚産業とよぶ）の振興政策は、映画だけでなくテレビ番組や新しいメディア媒体にまで、また制作部門だけではなく配給・放送，興行部門にまで及んでおり，水平的にも垂直的にも全方位的に強い関与が行われている。この章では各種支援政策の概要について紹介する。

フランスの映画・視聴覚産業支援政策は，CNC（Centre National de la Cinématographie：国立映画センター）を通じた各種補助金の支出と，税制上の優遇措置や債務保証を通じた民間資金による投資促進に大別される。以下に挙げる諸政策のほか，文化省本体による助成や，外務省，ユニフランス（Unifrance），TVフランス・インターナショナル（TV France International：フランス・映像ソフト海外輸出推進協会），フランス国立映画委員会（Commission nationale du Film France：フィルム・コミッション），地方政府による各種支援策も存在している。

以下，まずCNCの補助金政策を挙げ，次に投資促進政策を紹介する。続いて，これら一連の政策が，フランスの映画，視聴覚作品制作の資金調達にどのように反映されているのかを示す。なお，これら一連の紹介にあたっては，CNCや在日フランス大使館のHPを参照したが，本節であげる率や係数は，2000年12月のものである。これらの数値は細かな見直しが行われるようであり，調査中にも数値の変化がみられた。読者におかれては最新の数値を確認されることを勧める。

3-1 CNCを通じた支援政策

CNCは，1946年10月25日の法に基づき設立された，法人格と財政的自立性を与えられた管理的色彩の強い公機関で，文化・通信大臣の下に置かれている。CNCは，①規制，②映画，視聴覚，マルチメディアの財政的支援，③映画，視聴覚作品の制作促進とあらゆる公衆に向けたそれらの普及，④映画遺産の保護と普及という使命を与えられており，国から映画産業，視聴覚産業へ与えられる資金的支援と，文化省が認可した寄付金の運営をおこなっている。映画に関しては，作品の制作，配給，映画館の新設や近代化，映画技術産業への助成をおこなっているほか，視聴覚分野ではテレビ・ネットワーク（地上波テレビ，衛星テレビ，ケーブルテレビ）向けの番組制作への助成を実施している。近年になって，支援対象はさらに映像新技術部門（映像統合，光デジタル・ディスク，DVD，インターネット）にまで拡大している。これら一連の支援政策は，後述する租税上の優遇策（SOFICA）や，映画と文化産業の資金調達機関（IFCIC）を通じた投資促進政策と補完関係にある。このほか，CNCは国家の一般行政や文化省の映画・視聴覚政策も担っている。

3-1-1 CNCの歴史

CNCが設立された背景には，1930年代頃からフランスの映画産業が，資源の減少，資金調達費用の上昇，財政的不安定性，外国フィルムとの競争など，様々な困難に直面していたことが挙げられる。そのために，戦前から，規制機関を設けることが議論されていたが，戦後，これらの問題に対する永続的な解決策を与える目的でCNCが創設された。もともとの使命は経済的規制のみであったが，1947年以降，CNCは映画興行部門の収入の再分配を手始めに，市場の刷新に着手した。1948年9月23日の法律で，映画フィルム出荷時の課税を財源とする，制作と興行への自動的支援を目的とした暫定的な特別会計

制度が誕生した。1959年には、国家の資金による映画産業支援会計に発展した。この間、1949年に、現在のユニフランス（Unifrance；多くの映画関係者によって組織された国際市場におけるフランス映画の振興を目的とする公的機関）の前身にあたるCNCによる補助金制度が創設された。デクレによるフランス映画の規制を明瞭化するために、1956年1月27日に映画産業法典が誕生した。

1960年代から70年代にかけて、CNCは、それまでの経済的支援メカニズムに加え、文化面をより前面に打ち出した諸政策を実行に移してきた。その一つは、前衛的な（art et essai）作品への支援策の制度化で、これが契機となって、選択補助の誕生をはじめ、CNCの支援システム全般が大きく変更されることになった。もう一つは映画を「遺産」として保存する制度 - アーカイブ - の創設（1969年）である。

1980年代に入り、テレビやビデオの普及が進む中で、CNCは映画とテレビ、ビデオとの関係を規定する各種規則の制定を開始した。今日まで続くテレビ・ネットワークに対する映画作品の制作、放送に関する様々な義務はその一つである。一方で、国内での視聴覚作品の制作を促進するために、1986年に後述するCOSIPを創設し、主にテレビ・ネットワークに掛けられる税金を財源として、視聴覚産業に対する支援制度を開始した。また、これと並行して、SOFICAやIFCICに代表される投資促進のための諸機関の設立にも携わった。さらに、番組や映画配給の多様性を確保するための諸規則を制定している。

1980年代末以降、政府の地方分権化、国際化に合わせる形で、CNCも対応した政策の導入を開始した。一つは地方自治体との連携であり、もう一つはヨーロッパや世界レベルでの政策協調である。後者の具体的な政策として、『国境なき放送指令』に基づくヨーロッパで制作された映画作品の流通を保護するためのテレビ・ネットワークに対する数量規制や、発展途上国で作られた映画のフランス国内での上映を支援するための補助金などが挙げられる。

以上のような歴史的経緯の中でCNCによる映画・視聴覚産業支援システムは、1980年代終わりまでにほぼ形作られてきたと言えよう。以下、支援システムの概要を説明する。

3-1-2 CNCの支援概要

CNCによる映画・視聴覚産業支援システムは、支援分野、支援方法の2通りの観点から整理することができる（cf. 図表2）。

支援分野の観点からは、基本的に助成対象は映画と視聴覚作品（放送番組）に大別され、それぞれについていくつかの段階、分野に分けられるため、合計10の部門に分類される。まず、映画については、①制作、②配給、③興行に分けられる。また、視聴覚作品については、④制作、⑤創作（Création）に分けられる。このほか、両者に共通するものとして、⑥技術産業（Industries Techniques）、⑦新技術、⑧マルチメディア、⑨ビデオ、⑩国際という対象分野に分けられる。各部門には、さらに支援方法の違いに基づく複数の補助金、助成金制度が存在しているために、支援制度全体は非常に把握しにくいものになっている。本稿では、①～④の支援策について概略を述べる。

支援方法の観点からは、自動補助（Soutien AutomatiqueもしくはAides Automatiques）と選択補助（Soutien SélectifもしくはAides Sélectives）に分けられる。自動補助金は既存の事業者の継続的な活動を誘うための補助制度であり、補助金が実際に支給されることになる作品は、補助金申請者が次に制作する（制作、配給、興行に係る）作品である。

自動補助金は、制作、配給、興行の各段階で課せられる課税額を基準に、算定式に当てはめて「自動的に」補助金額が定まる形式をとる。一方、選択補助金は、自動補助金

図表2 CNCによる映画・視聴覚産業に対する支援システム概要		
部門	自動補助	選択補助
映画制作	長編映画制作に関する自動補助	<ul style="list-style-type: none"> 長編映画制作に関する選択補助 ・事前支払収入（対映画作品） ・発展支援（対制作会社） ・映画音楽支援（現在見直し中） ・発展途上国の映画制作支援 ・フランス・カナダ共同制作支援 短編映画制作に関する選択補助金 ・制作前の選択補助 - 資金調達への貢献 ・制作後の選択補助 - 優良作品賞
映画配給	配給に関する自動補助	<ul style="list-style-type: none"> 配給に関する選択補助 ・配給会社に対する支援 ・作品単位の支援 低普及映画に対する援助基金 （国内で知名度の低い外国映画の商業化支援）
映画興行	興行に関する自動補助	<ul style="list-style-type: none"> 興行に関する選択補助 ・映画館新設・近代化支援（過疎地域対象） ・興行が困難な映画館に対する補助 ・芸術映画・施策映画上演館への補助 ・アニメ促進奨励金
視聴覚作品の制作	COSIP（視聴覚番組産業支援勘定）	
	<ul style="list-style-type: none"> ・制作、制作準備のための再投資支援 ・資金不足の制作者に対する自動補助の事前支払（補完的再投資補助） 	<ul style="list-style-type: none"> ・投資支援 ・制作準備に対する補助 ・ビデオ音楽に対する補助
視聴覚作品の創作		<ul style="list-style-type: none"> アニメに特化した補助 フランス・カナダの視聴覚作品の共同制作計画発展のための補助 創造的ドキュメンタリーの執筆・準備の補助 視聴覚作品の音楽への補助
技術産業		<ul style="list-style-type: none"> 技術産業投資への補助 研究開発補助（産業省と共同して実施）
新技術		新技術導入に対する補助
マルチメディア		マルチメディア出版に対する補助
ビデオ	フランス映画のビデオ化に対する補助	文化的作品の発売に対する補助
国際		<ul style="list-style-type: none"> フランス映画の外国への販売を目的とした各種媒体による出版・発表の支援 フランス映画の国際流通の補助 視聴覚作品の外国への販促に対する補助

[出典] CNCのサイトに基づき著者作成

を受けられない新規参入者を主眼とした補助制度である。選択補助は、実質的な補助金であり、一定の条件を満たす希望者がCNCへ応募し、CNC内に設けられる審査委員会が審査をした後に、給付の有無、その補助金額が決定される。

具体的に、映画の制作、配給、興行、視聴覚作品の制作に関する支援制度の概要を述

べよう。

A. 映画制作に対する助成

A-1 自動補助

自動助成が対象とする映画とは長編を指し（35mmフィルム規格で1600m以上、あるいは1時間以上）、短編は含まない。短編については選択助成で対応される。

助成資格

制作者は、事前に作品をCNCへ登録し、助成対象となることの認定を受けなければならない（作品の登録・認定）。合わせてその作品の制作に携わるもの（個人：プロデューサー、サブ・プロデューサー等；制作会社）の登録も必要である（個人・法人の登録・認定）。これは自動助成が行われ、次の作品へ再投資する場合の権利保有者を確定する必要があるからである。

作品が助成対象となるには、欧州基準（barème européen：cf. 図表3）で18点満点中14点以上、及び助成基準（barème du soutien financier：cf. 図表4）で100点満点中25点以上を満たす必要がある。これらのポイントは制作の様々な要素（脚本、出演者、制作者、その他）を考慮して、どの程度欧州、あるいはフランスの関与が高いかを点数化するものである。また助成基準ポイントの点数の大小によって、助成される金額が変化する。国際共同制作のようにその国籍が複数にまたがる作品も、この2つの条件を満たさざり助成の対象となる。

助成対象

フランスで発生した作品ごとの売上に基づく課税額が助成額を決める基準となる。作品の売上が発生するウィンドウとして、映画館での興行、テレビでの放映、ビデオの3つが想定されている。それぞれのウィンドウごとに助成金額が決定される。その助成金額を次の作品制作に投資する場合に実際の助成が発生するが、再投資先の作品は、CNCによる認定を得た作品でなければならない。

算定

上記の3つのウィンドウごとに売上を把握し、各々の計算式に基づいて、1つの作品から発生する助成金額が決められる。

興行：係数×入場者数×入場料×入場料税の税率×140%

テレビ：係数×取得価格×12%（取得価格が200万フラン以下の部分）
+ 係数×取得価格×5%（取得価格が200万フランを越える分）

ビデオ：係数×売上・レンタルに課される税額×100%
（年初の暫定値、年度末に最終決定、1996年度は300%）

このうち係数は先の助成基準ポイントを反映するもので、フランスの関与が高くなればなるほど、高い数字をとる（cf. 図表5）。例えば興行部門では、劇場での売上に税率（約11%）が掛けられたものが、映画興行に対してかかる税である。この税額に係数と140%をかけたものが、ある作品を映画館で興行したときに発生する助成額である。

この助成は最初に映画が公開された日から、映画館興行5年間、テレビ放映8年の間、ビデオ6年間が対象期間となる。

再投資規制

自動補助金は、映画への再投資を目的としたものである。従って再投資が実際に行われる場合に実際の助成が発生する。またその再投資を行える権利保有者は、前作を制作したもの（個人、組織）が持つコード番号から判断される。また再投資額については、助成金に①助成金の25%以上の額、かつ②スタジオ制作でかかる費用の1%分に日数を

図表3 欧州基準

分野	項目
作者・監督（6点）	監督（3点）、シナリオ・ライター（2点）、 その他の著者（1点）
出演者（6点）	主演（3点）、助演（2点）、 出演料ベースで半分の出演者（1点）
作品制作の協力者（4点）	撮影（チーフとカメラマン、第1アシスタント）（1点）、 音響（技師、第1アシスタント）（1点）、 編集（チーフと第1アシスタント）（1点）、 美術（チーフと第1アシスタント）（1点）
技術産業（2点）	撮影スタジオ、編集・音響など（2点）

（ ）内は配点

[出典] CNCのサイトに基づき著者編集

図表4 助成基準

分野	項目
制作企業（10点）	
言語（20点）	
作者（10点）	監督（5点）、原作者・脚本家・台詞作家（4点）、 作曲家（1点）
出演者（20点）	作品の最低50%に登場する主役（10点）、脇役（10点）
技術者・協力者（14点）	助監督ほか（2点）、製作管理（2点）、撮影（3点）、 装飾（2点）、音響（2点）、編集（2点）、メイクアップ（1点）
スタッフ（6点）	撮影スタッフ（4点）、道具スタッフ（2点）
撮影、制作後（20点）	撮影場所（5点 - うち3点が撮影地、2点が撮影所）、 撮影の技術機材（5点 - うち2点が撮影、2点が照明、1点が舞台 装置）、撮影後の音響（5点）、撮影後の映像（5点）

[出典] CNCのサイトに基づき著者編集

図表5 係数表

助成基準 の得点	25 -70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80 -84	85-
係数	得点 /100	0.73	0.76	0.79	0.82	0.85	0.88	0.91	0.94	0.97	1	1.05

[出典] CNCのサイトに基づき著者編集

乗じた額（ただし上限50%もしくは200万フラン）を足し合わせた額，以上の再投資が求められる。また助成が計算された翌年1月1日から5年以内に再投資が行われなければならない。このような加算的な再投資規制は，理論的には制作資金規模の拡大と補助金依存度を高くしないことに狙いがあると思われる。

A-2 選択補助

初めて映画制作に携わるものは、当然、自動助成の恩恵を受けることができない。それを補完するように選択助成とよばれる補助金がある。これは作品ごとに当該委員会に申請し、委員会が審査の後に、助成の有無と助成額が決められるものである。年間およそ550位の申請のうち、採択されるものはその10%程度である。第一作目の場合は100万フラン、それ以外の場合には50万フランが助成の上限である。

- 選択助成委員会

委員長，4人の副委員長，および23人のメンバーで構成

- 資格

シナリオの作者または監督 (réalisateurs des films) がフランス国籍あるいはEU加盟国籍であること，かつCNCによって認定されている長編映画制作会社であること，またオリジナル版は，主にフランス語による制作であること。

助成額は，この委員会によって決められる。

B. 映画の配給に対する助成

B-1 自動助成

事前にCNCによる配給業者としての認定が必要である。自動助成の受給資格審査では，制作や編集に対して事前支払が行われ，その作品の配給に責任があるか否かが検討される。

受給額は，映画館の入場料に課せられる特別税（税率は入場料収入の約11%）の

150%（ただし売上700万フラン以下）

25%（ただし売上700万フラン超，2,000万フラン以下）

15%（ただし2,000万フラン超）

が補助される。また3年間の時限的措置としてカンヌ映画祭出品作品の夏季の興行収入に対する補助金上乘せが行われている。助成期間は最初に公開されてから5年である。また翌年1月1日から4年以内に再投資しなければならない。

B-2 選択助成

選択助成金は，配給事業者に対する助成，および作品ごとに対する助成に分かれる。申請のあった配給業者による投資総額の50%を上限として行われる。受給資格は，4本以上の映画に純投資額（補助金部分を除いた額）ベースで計160万フラン以上支払い，各対象作品に最低10万フランかつ制作投資額の25%以上を制作者に支払っている認定配給業者であることである。

C. 映画の興行

映画館に対する補助制度も，自動補助と選択補助から構成されている。

自動補助は，映画館の装置の工事や近代化，スクリーンの増設を目的としたもので，補助金額は各館ごとの入場料税収入に応じて定められる。金額の算出に用いられる係数は，各館の税収額とスクリーン数に依存する。

近年，フランスでもシネマ・コンプレックスが増加している。それに対し，CNCは上映される作品の多様性，特に自国の文化的作品の持続を確保する観点から地域の単独館の存続とそれに向けた保護に力を入れている。このような立場を背景に，1998年から補助制度も映画館をベースからスクリーン数をベースに変更している。

選択補助では，映画や映画館へのアクセスが不自由な地域を対象として，スクリーンの新設，近代化に対し補助が行われる。

C-1 自動助成

その助成額は、

$$\text{課税額} \times \text{免税率} \times \text{係数}$$

となっている。免税率は20%から80%の範囲（売上の増加に応じて小さくなる）、係数は1から最大1.25の値であるため、実質的には、補助ではなく減免税である。現在の制度では、係数を用いて、中小館を厚遇している。例えば、税収額が低い部分ほど補助率が高く、また、スクリーン数が9以下ではスクリーン数が増えるほど係数が大きくなる（係数1～1.25）が10以上では逆に係数が小さくなっている（係数1）。

C-2 選択助成

地域の劇場の質的向上を目指して行われる。従ってその審査には地方公共団体の代表者が入る。

D. 視聴覚作品への助成

これは主にフランス国内にむけて放送されるテレビ番組を対象とした助成である。補助金は、1986年に設けられ、現在、1995年2月のデクレ95-110の規定に基づいて運営されている視聴覚番組産業支援勘定（COSIP：Compte de soutien de l'industrie des programmes audiovisuels）から支出される。この勘定は、フランス国内のテレビ・ネットワーク向けの視聴覚作品の制作を促進することを目的としており、その財源は主に民放の視聴料収入や広告料収入、公共放送の受信料収入や広告料収入に課せられる税金に依存している（副次的にビデオ制作に課せられる税金にも頼っている）。このシステムは放送事業者の収入の一部をフランスで設立された制作事業者のために再配分しており、視聴覚番組制作の発展に寄与している。

補助金は、自動補助と選択補助の2つから構成されており、対象となる番組は図表6のとおりである。このうち、フィクションは長短（区分は1本の長さが45分）双方を対象としている。また、自動補助のうち「制作のための補完」は、資金不足の制作者に再投資のための補助金を事前に支払う制度である。

補助金額の決定について、毎年、過去1年間の実績を評価したうえでCNCより制作者に受給額が言い渡される。制作者はその補助金を2年以内に再投資することができる。その額の計算は

$$\text{係数} \times \text{放送時間} \times \text{分あたり放送時間価値}$$

という計算式によってなされる。係数は番組分野ごと、さらに制作金額によって異なる

補助金の種類	番組の種類	フィクション	アニメーション	創作ドキュメンタリー	レクリエーション+生番組	文化的趣向の連続番組	ビデオ音楽
自動補助（制作・準備）							
自動補助（制作のための補完）							
選択補助（制作）							
選択補助（準備）							

印の項目が補助の対象番組

値をとる。フィクションは0.5から3，レクリエーション+生番組は0.75から3，アニメ，ドキュメンタリーは最大2.5の値をとる。分あたり時間価値は1年ごとに定められる。

4分野の補助金の概要を紹介したが，これらの補助金制度の基軸は，制作能力の維持，向上にある。IT化の進展とともに映像ソフトのアーカイブや制作能力が一層重要視される中で，CNCは，これらの支援システムを通じて，かなり早い時代から，映画，視聴覚作品を問わず，映像ソフトの制作を主眼に置いた包括的な支援策をとってきたと言える。

3-1-3 CNCの財源

CNCは以上のような支援システムを運営しているが，その財政規模は1999年度で24億8,520万フランに達している。会計上，映画・ビデオ部門の第1部と視聴覚部門の第2部に分かれており，その財政規模はそれぞれ13億4,380万フランと11億4,140万フランとなっている（cf. 図表7）。

CNCは，財源の約25%を映画館の入場料に課す特別税（税率約11%）から，71%をテレビ関係から調達している。一方，補助金の支出面では，約54%が映画に充てられている。その意味で，テレビから映画にかなりの補助が行われていると言える。この事実は，第7芸術として位置づけられる映画とそうでないテレビに対する価値観の違いを反映しているだろう。なお，映画館の入場料にかかる付加価値税率は，一般の財の19.6%に対し5.5%に抑えられており，その分，国内映画産業の振興のために特別税として徴収される形になっている。

3-2 投資促進政策

フランスの映画・視聴覚産業振興策のもう一方の柱は，投資促進策である。懐妊期間が長く，かつリスクが大きい映画・視聴覚作品の制作において，長期間に引き出されることのない資本や借入れを確保することは，制作者にとってきわめて重要な問題である。この問題に対処するために，フランス政府は2つの施策を講じている。

3-2-1 SOFICA

その1つは，民間資金を映画・視聴覚産業に呼び込むための税制上の優遇策である。フランスには，映画，視聴覚作品の資金調達活動のみを目的としたSOFICA（Sociétés de financement de l'industrie cinématographique et audiovisuelle：映画・視聴覚産業金融会社）と呼ばれる文化省認可の株式会社が存在している。この会社に投資した個人・組織は，一定の条件のもとで，課税所得の算出に当たり，年間総所得から投資額分を控除できるという恩恵が受けられる。その目的から，SOFICAが投資できる対象は，CNCによって認定を受けている映画に限られる。

この制度は，米国やカナダ，オーストラリア，ドイツの制度を踏まえた上で1985年に導入された。この背景には，当時，フランスでは，制作資金として重要な配給事業者，放送事業者からの配給・放送権の前払金が急激に減少していたため，それを補完する目的で，広く国民から制作資金を積極的に募集する必要に迫られていたことがあげられる。設立当初の投資家には銀行や個人投資家が多く，いわば映画について素人の投資家であった。実際，減税分を考慮しても元本割れをする事例が多く発生したため，91年に制度の多少の緩和が行われた。その主目的は配給能力を持つ企業・組織による投資促進である（cf. 図表8）。これらの企業に25%以上の投資と配給，放送の保証を許した。この制

図表7 CNCの補助金システム

CNC [2000] p.81の [表 1] 1999年財政法に基づく支援勘定の予算 をもとに著者作成
図上の数値は1999年の予算で単位は百万フラン (1フラン = 約16円)

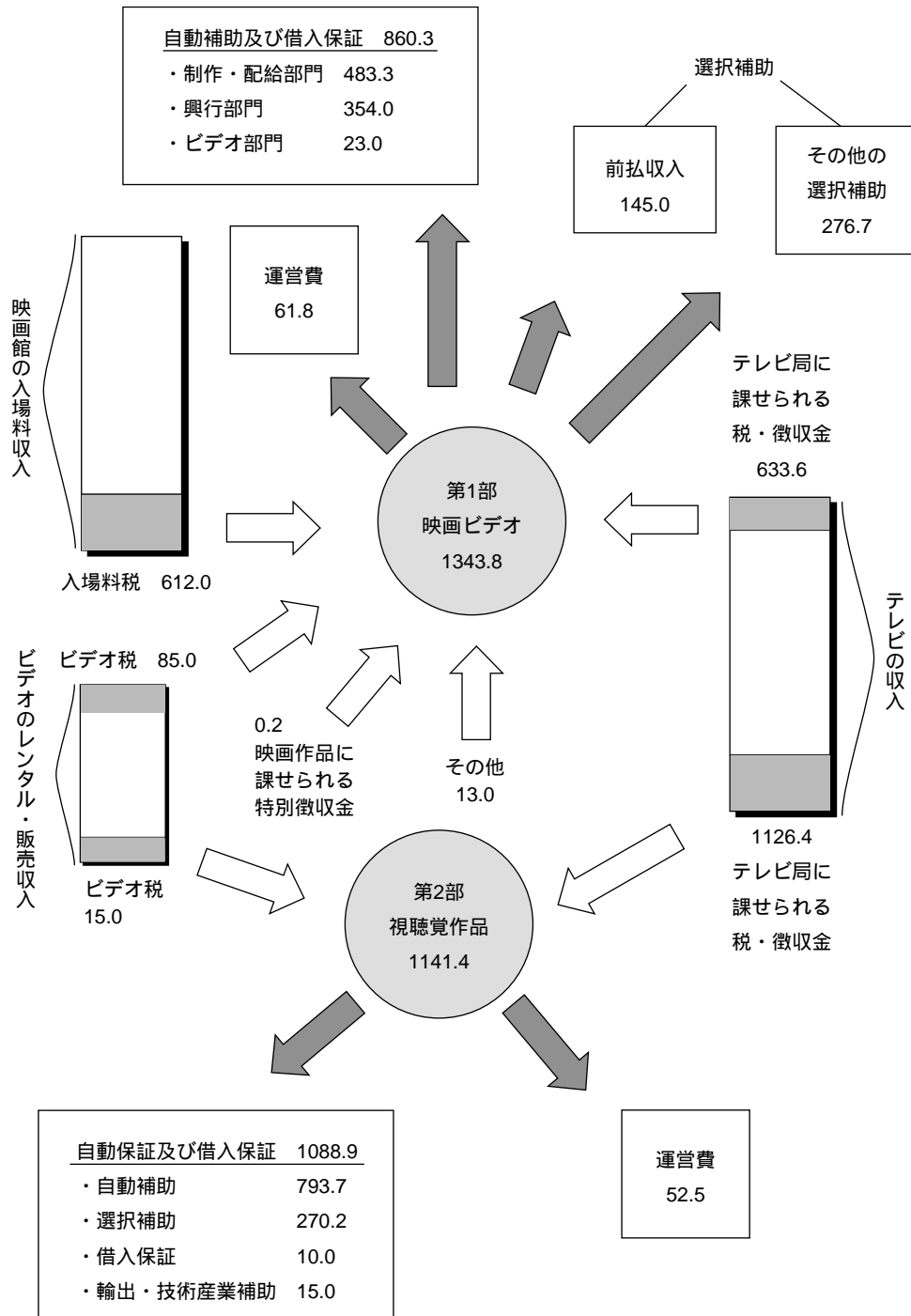


Figure
& Table



図表8 主要企業とSOFICA企業の例

S O F I C A 企業	出資メディアコングロマリットグループ企業
Studio Images	Le Studio Canal +
Sofinergie	CGE and UGC
BNP Images	Gaumont
Jaguar Invest	SFP
Sofilmka	MK2
Bymage	Ciby2000(Bouygues)

度改革の理由を理論的に解釈すると次のようになる。高いリスクを伴う投資の成否を判断するためには膨大な経験が必要である。その最も潤沢な経験の持ち主である配給業者や放送事業者の積極的参加を認めることは、間接的に素人の投資家に投資の収益性や安全性についてのシグナルを与えることになり、投資促進につながる、というものである。これは、米国においてハリウッド・メジャーが配給保証することが、インディペンデント・スタジオが資金調達する上での実質的な債務保証になっている理由（Hoskins, et al. [1997], ch.5）と同一である。この制度改革の結果、主要メディア企業が投資家の中核を占めることになったが、一方で資金投資が大手制作に集中し、独立制作事業者に回りにくいという欠点も指摘されている。

SOFICAへの投資によって利益を生み出すためには、実質5～7年の時間が必要であると言われる。最初の劇場興行で投下資本の回収ができる場合は稀で、2～3回目のテレビ放送でようやく利益を出せる場合が大半だからである。準備・制作に2年程度、興行開始からテレビ放映まで4年程度の時間が要することを考えると、最低5年間の保有という制度上の条件は実態を反映している。

とはいえ、財政学でよく指摘されるように、この種の制度は高額所得者の課税回避（Tax Shelter, Tax Haven）の色彩が強い。そのため次のような条件、制約が課されている。SOFICAの資本は経済財政省の認可を受けなければならないこと、投資は初期資本もしくは増資の払込みを通じて行われること、払込人が租税優遇を受けるためには、同社の株式の取得から最低5年間は株券を所有しなければならないこと、総所得から控除できる最大額は、個人の場合、12万フランもしくは総所得の25%のいずれか小さい額、法人の場合、投資額の半額までであることなどである。また、税務上の恩恵が大きいことから、SOFICAへの投資は、創業者がこうむった資本損失に関して規定されている控除や、中小企業の資本払込みに対して規定されている減税の対象から外されている。

これ以外の点では、税務上、一般の株式会社への投資とほぼ同様である。例えば、同社が上げた利益に対しては、国内株の配当と同じように扱われるし、5年以上保有した株式については、譲渡益課税は一般の有価証券の場合とほぼ同様である（5年未満の譲渡に対しては、上述の投資控除額を払い戻さなければならなくなる）。

米・英ではこの種の制度は1980年前後に廃止された。しかし、フランスのように映画を「第7芸術」、「ハイ・カルチャー」と位置づけるのであれば、SOFICAは多少の合理性を有するようになると思われる。なぜなら、「芸術」のパトロンは歴史上常に社会的地位の高い層であったからである。なお、99年度の実績は、67フィルム、1億7,110万フランである。

3-2-2 IFCIC

2つ目の施策は、借入れに対する信用の供与である。映画はハイリスクな投資対象なので、その債務保証は投資誘因の向上に有効である。IFCIC（Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles：映画・文化産業の資金調達のための機関）と呼ばれる公認の信用機関がこの目的のもとに、民間金融機関（13行、40%出資）と政府（20%）、政府系金融機関（2行、40%）の出資により、設立された。

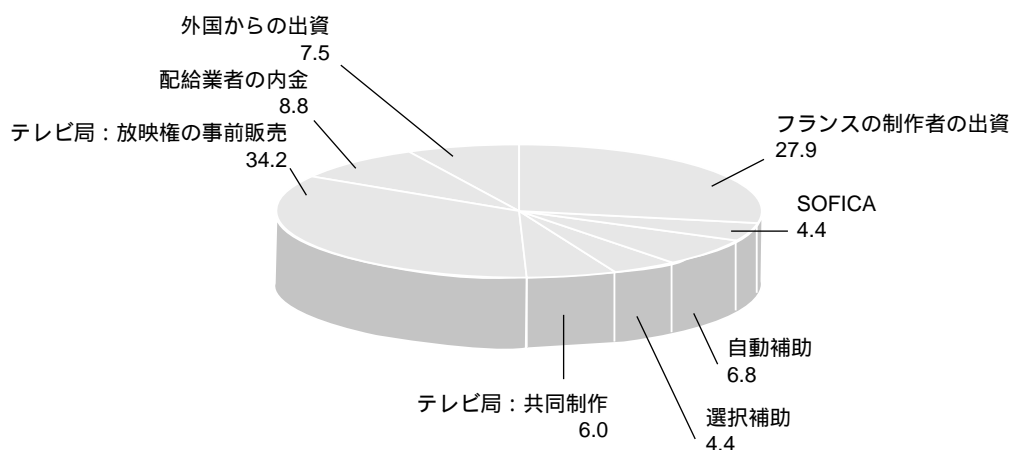
IFCICは映画、視聴覚、文化産業に属する企業が容易に資金調達できるように、通常、これらの企業の借入額の50%を保証している。手数料率は0.8%である。もし金融機関（融資の9割は映画専門の金融機関Sodete/UFCA, Coficine, Cofiloosirsの3機関による）が融資した映画が期待どおりの成果を生まず、融資の回収が不可能になったときに、この基金から補填を行う。その原資は文化省からの寄託金とその運用である。映画制作や視聴覚作品制作を目的とした主に短期の銀行借入に対する保証のほかに、中長期的なリースや銀行借入保証もおこなっている。これらの保証は、物的、非物的投資のための資金調達に加え、運転資金に対しても設定されている。

IFCICはまた、BDPME（Banque du développement des petites et moyennes entreprises：中小企業開発銀行）と文化産業の資金調達領域において協調的な運営政策をとることがとり決められており、300万フラン超の借入の保証に際し、SOFARIS（Société française de garantie des financements des petites et moyennes entreprises：フランス中小企業金融保証会社）の保証水準に従い、BDPMEと均等にリスクを負担している。

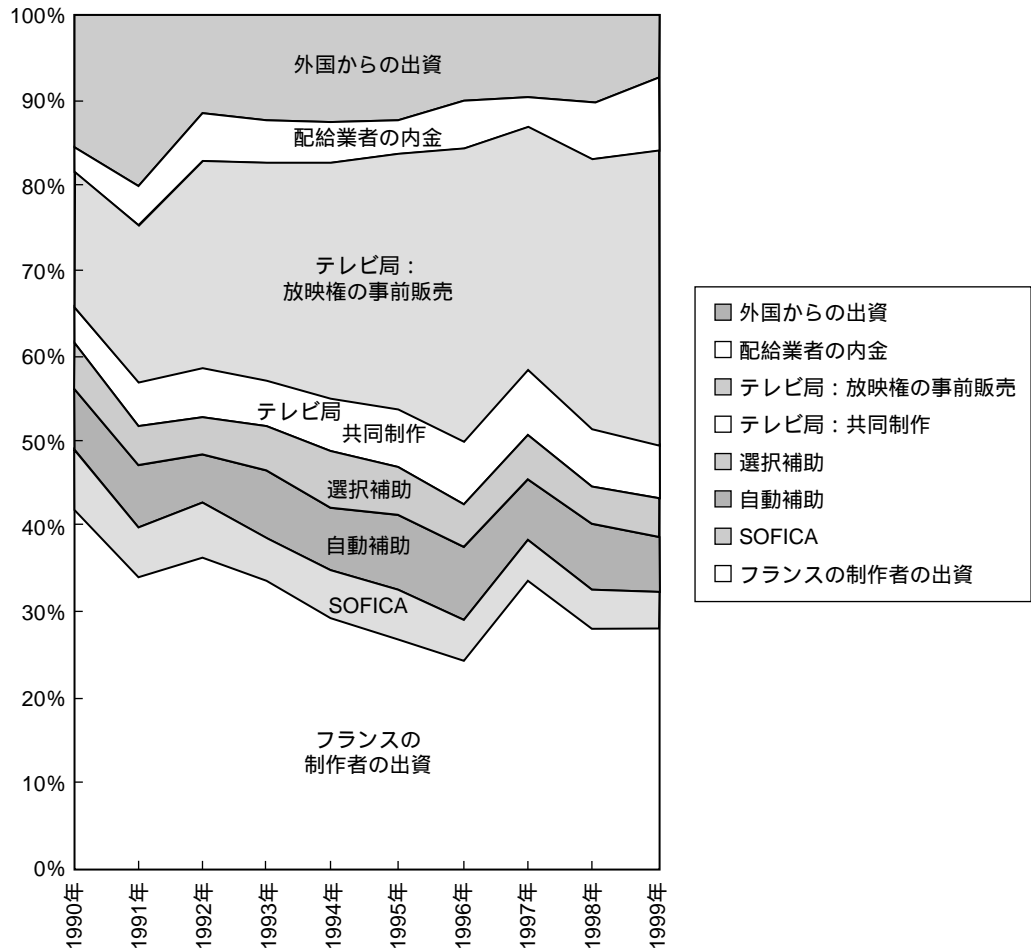
3-3 映画・視聴覚作品の資金調達

米国と比較してフランスの映像制作資金構成の特徴は、政府系の補助金、SOFICAに代表される税制優遇による投資信託組織からの資金の存在と大きさにある（cf. 図表9～11）。米国の場合には株式発行、コンビネーション・ディール、(リミテッド) パートナーシップ、銀行借入れ、事前販売、共同制作など、政府や公的基金は全くといってよいほど関与しない。このうちリミテッド・パートナーシップはSOFICAに相当する税制メ

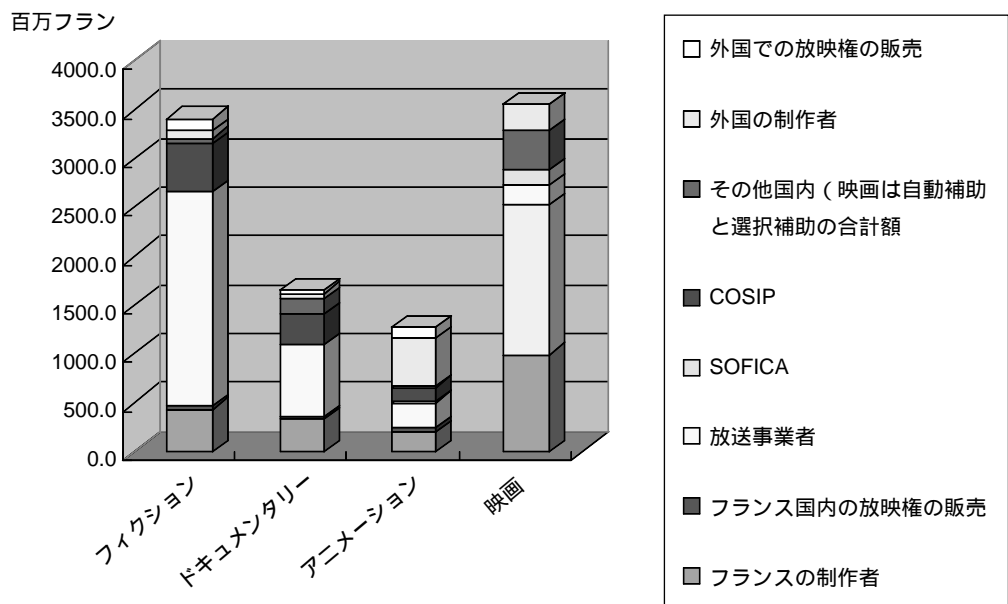
図表9 フランス映画の制作資金調達
(1999年:35億5353万フラン) 単位:%



図表10 フランス映画の制作資金調達の変遷(単位:%)



図表11 映画・視聴覚作品の資金調達(1999年)



リットを実現するために適した手段であったが、76年および86年の税制改正によって、税制優遇措置は撤廃されたため、現在はより広範なパートナーシップ募集による投資信託が指向される（Vogel [1993], ch3-2）。

逆に公的補助金が持続的に大きなウエイトを占めているフランスでは、補助金依存体質になっているという厳しい見方もできる。自動補助金などは、理論的に補助金依存度の定着や上昇の危険を有しており、フランスが実際に行っているように、自動補助金の再投資には様々な加算的な投資制約を設ける必要がある。

▶ 4 映画とテレビの社会的な機能

映画とテレビの関係は、国によって随分異なる。日本や米国での両者の関係は独立、対等、あるいは競争力のバランスからテレビのほうが交渉力を持つ場合が多いように思われるが、フランスでの主従関係は、全く逆である。テレビは様々な側面から映画産業を支えるという色彩が極めて強い。

4-1 映画とテレビの機能的関係

Mazdon [1999] によれば、テレビと映画の関係は代替的かつ補完的である。

テレビで放送される映画は、もともとの原作とは異なる物というアーチスティックな見方がある。例えば画面の枠取りの違い（Scanning and Panning）、広告の挿入（Advertising Break）、シーンの編集・カット（Cut in visual contents and dialogue）などによって、原作とは異なるものに変えられるというものである。また興行後にテレビで放映されることが一般的となった今では、経営的にはテレビは映画館の入場者数を大幅に減ずる存在とみることができる。

他方、テレビは映画に資金を提供し、また映画は視聴率を取れるコンテンツをテレビに提供する点で、補完的である。テレビは投資（up front buy, advance pay, co-production）、およびCNCへの納税（そしてCNCからの補助金）を通して、映画の重要な資金源となっている。またウインドウ戦略に基づき、（有料）テレビは追加的な視聴者、収入を獲得する媒体でもある。

4-2 重要な映画資金供給者としての放送事業者

放送事業者は欧州映画に対する最大の資金提供者である。このことは、この節で参照する全ての文献を含めて、多くの欧州映画についての文献で指摘される。フランスの場合、放送事業者による共同制作投資や放映権の事前払いが、映画の制作資金に占める割合は約4割となっている。この割合は90年代に入ってから急速に伸びた結果である。

放送事業者が資金提供する映画は、制作資金面でより多くの制作資金総額に達するとともに、視聴率に主眼のある場合が多く商業的成功と密接な関係をもっているため、ハリウッドへの対抗ができうる存在となりやすい。もちろんARTEのように、文化的価値にウエイトを置き、受信料依存度の高いテレビ局ならば、この限りではない。しかし他局のように広告収入への依存度を上げている場合には、視聴率での成功、つまり商業的成功を無視するわけにはいかない。

ただし米・英の放送事業者による映画投資は自発的なものであるのに対して、フランスのそれは制度（義務）として定められる点に特徴がある。そのため投資する放送事業者によって、その制作指向は随分異なることが指摘される（Jackel [1999]）。例えばTF-1は大作指向、フランス・テレビジョンは多種傾向（低予算作品から高予算作品まで）、

ARTEは賞をとれるような作品，M6は英語作品といった具合である。

4-3 映画とテレビの制度上の位置づけ（解釈）

ハリウッドでは，スタジオ（制作）が映画メジャーその他とテレビ・ネットワークの双方の仕事を請け負っている。つまり映画とテレビの双方の市場に映像ソフトを供給することによって，規模の経済性の追求によるコスト競争力向上（特にpre-production cost, below the line cost, post production cost で発生してくる固定費の分散），および作品のウインドウの確保が図られている。一方でフランスでは，より直接的に放送事業者に対して映画映像制作産業との取引を活発化させるためのルールが定められている。それは，クォータ制とよばれる，フランス・欧州映画の放送義務，および映画に対する投資義務規制である。

結果的には，共に装置稼働率向上による制作部門の規模経済性の追求が可能なシステムが出来上がっているが，しかし根底にある哲学は相当に異なる。米国におけるテレビと映画の関係は，独立的・あるいは対等なものであるのに対して，フランスのそれは，映画が主，放送事業が従であり，映画産業を支える重要な資金源とウインドウとしての放送事業という位置づけが鮮明である。その哲学感は，例えばCNCにおける課税から補助金支出のキャッシュ・フローにも観察される。前述のように，CNCの収入源の71%がテレビに対する課税であるのに対して，支出の54%が映画である。また映画に対しては文化的機能を多く期待するのに対して，テレビに対してはさほどでないことは，Chaniac [1999] の英仏の放送民営化の対比からも読み取れる。彼はイギリス型をフェア・プレイ型，フランス型を競争型と見ている。その差異は公共放送に広告収入を認めさせるか否かの差異であり，さらには民間放送との直接的な（視聴率）競争をさせるか，あるいは番組制作活動に基づく編成が可能な放送システムであるかの差異である。公共放送にも広告収入を導入し，直接的な視聴率競争に晒しているフランスでは，テレビにはイギリスや日本よりも相対的に低い文化的価値を置いていることが類推される。フランスのような文化至上主義の国家では，社会や政策におけるテレビの位置は，映画より低くなるだろう。

4-4 フランスのクォータ制と映画投資義務規制

放送される番組の60%以上がEU製，40%以上がフランス製（カナル+については45%）でなければならないことがクォータ制の中心にある規制項目である。このルールはEUの視聴覚政策の一貫としての『国境なき放送指令（Television without Frontiers）』に準拠するものであるが，この指令自体がフランスの意思を強く反映させたものであり，フランスほど強硬にさらなる規制強化を主張する国はない。この割合は年間を通して，さらに視聴好適時間帯（Heures de Grande écoute：ゴールデン・タイムに相当するもの，区分ごとの具体的な定義時間は異なる）とよばれる視聴者の多い時間内でも満たされなければならない。

さらに投資義務の規制がある。放送事業者は，各々の収入や番組予算に基づいて，映画への投資義務が課せられている。投資の方法は，放映権の前払い（up front buy, advance pay），もしくは共同制作（co-production）のいずれかによる。テレビ局による

脚注

『国境なき放送指令』は89年に定められたが，ここで定められるEU製番組の割合は60%ではなく，50%である。さらに条文のなかに「配分が可能ならば（where practicable）」という条項が加えられたため，強制力のない指令となっており，イギリ

スは「自由に」と解釈している（Collins [1999]）。フランスは終始一貫して，この条文の削除と配分比率の増加を求め続けているが，EUの足並みは揃わない。

映画の支配を避けるため、投資の規模は映画制作予算の10%以上49.9%以下、かつ直接投資ではなく子会社を通じた間接投資でなければならない。また放送事業者にはシンジケーション権も認められていない（Jackel [1999]）。従って、全額投資や直接投資はできないが、ここにも「映画産業を支援する放送事業者」という位置づけが観察される。

この規制の主管はCSA（視聴覚最高評議会）であるが、投資対象として認められる映画の選定はCNCに依るため、両者にまたがる規制項目である。放送局、あるいはケーブル等で放送されるチャンネルは、その編成内容や媒体に基づいて区分されたうえで、規制を受ける。各区分ごとに規制の詳細は異なる。

なおテレビが映画を放送する場合には、原則、初回上映から3年間はテレビでの放送が禁止されている。ただしテレビ局の映画への投資インセンティブを刺激するために、共同制作の場合には2年に短縮することが可能である。また興行成績が望ましくなく、文化省の同意がある場合には、18カ月でも放送が可能となる。カナル+は、共同制作ならば12カ月まで短縮できる。また1週間のなかに映画を放送できない時間が定められている。これはニュースや政治トークショーなど、他の番組種類を優先するためである。

4-4-1 地上波総合編成

これに該当する放送局はTF-1やフランス・テレビジョンなどの総合編成を行う局である。年間に放送できる映画の本数は192本に固定されている。さらに細かな制約条件がある。

1. 総放送本数の60%以上がEU製、40%以上がフランス製の映画であること
2. 視聴好適時間帯（20：30 - 22：30）においても上記の比率が守られること。
3. 同時時間帯では最大104本の放送が可能
4. 22：30以降の深夜帯で、追加52本が放送が可能
5. 映画放送禁止時間：水13 - 21時、金18 - 21時、土13 - 23時、日祝13 - 18時

映画に対する投資にも規制が設けられており、収入の3%以上（うち2.5%以上を仏製、0.5%以上をEU製）を映画制作の開発に投資することが求められる。さらにこのうちの75%は独立系制作の開発のために用いられなければならない。

4-4-2 地上波有料放送

この区分は、基本的にカナル+を想定して設けられたより規制内容の厳しい区分である。年間放送映画本数は日中から深夜にかけて年間最大365本の放送が認められているが、上記同様により細かな制約がある。

1. 総放送本数の60%以上がEU製、45%以上がフランス製の映画であること
2. 視聴好適時間帯（18：00 - 20：00）においても上記の比率が守られること。
3. 深夜から日中にかけて、最大120本までの再放送が可能。
4. 映画放送禁止時間：水13 - 21時、金18 - 21時、土13 - 23時、日祝13 - 18時。

投資規制についても、総合編成局よりも多くが求められる。VATを除く収入の20%は映画の放映権獲得のために用いなければならない。同時に最低9%はフランス、3%は欧州作品の獲得に用いられなければならない。またこのうちの75%はCNCの承認を受けている独立系制作による作品獲得に用いられなければならない。

カナル+の場合には、名目上25%となるが、「デコーダ費用の支出」を勘定すると、実質20%となる。

4-4-3 ケーブルTV

ケーブルで映画・視聴覚ソフトを放送する全てのチャンネルは、その放送時間、番組予算の最低10%は欧州製の映画獲得に投資されなければならない。

(1) 一般

上記の地上波総合編成と基本的に同一である。ただし視聴好適時間帯での放送本数は最大144本となっている。

(2) 映画専門

映画専門チャンネルでは、付加価値税を除く収入の20%以上がEU製、うち14%以上がフランス製映画の放映権のために使われなければならない。年間放送映画本数は最大416本で、2週間のうちに8回以上再放送をしてはならない。この区分の視聴好適時間帯は長く、(18:00 - 24:00)となっている。映画放送禁止時間は、金18 - 21時、土15 - 23時、日祝13 - 18時である。

(3) ペイ放送

年間放送映画本数は最大500本となっている。視聴好適時間帯は(20:30 - 22:30)となっている。映画放送禁止時間は、金18 - 21時、土15 - 23時、日祝13 - 18時である。

▶ 結 語

本稿の問題意識は、世界に通用する文化の育成に対して、政策としてできることには何があるかを調べることにあった。世界のその最たる事例として「映像分野 & フランス」という事例を取り上げた。

フランスでは全方的にかつ高いコミットメントによって政策介入していることが理解できる。しかしこれによってどのような成果がもたらされているかについては、言及できなかった。実はこの点については、GATTウルグアイ・ラウンドでの米仏の鋭い対立の背後にある決定的な価値観の相違に言及しなければならない。フランスが期待する成果は、米国、あるいは日本が期待するものとは、相当に異なると思われる。これについてはさらなる研究を積み重ねた上で、言及したい。

謝 辞

本稿の作成にあたり、Olivier BERARD (HEC経営大学院、一橋大学交換留学中)、大山奏子(津田塾大学学芸学部英文学科)各氏を研究メンバーとして迎え、多くの有益な議論を積み重ねた。また在日フランス大使館映像放送担当Mathieu BEJOT、およびJulie TINGAUDの各氏からも、専門的な立場から多くの情報をいただいた。これら多くの助言により本稿の完成を見ることができたことに対し、感謝の意を表したい。なお誤りは全て執筆者に帰するものである。

参 考 文 献

- ・浅田均 [1990], 「フランスにおける放送と電気通信の融合」, 電気通信政策総合研究所, 『欧米諸国における電気通信と放送の融合問題』。
- ・大谷堅志郎 [1993], 「フランス: 立ち直り見せる公共テレビの財政」, 『放送研究と調査』, 1993.7
- ・大谷堅志郎 [1994], 「フランス: 変動やまぬ多極的システム」, 『放送研究と調査』, 1994.8

- ・ 北村順生 [1997], 「フランス」, 菅谷・清原編 『通信・放送の融合 その理念と制度変容』, 日本評論社。
- ・ 菅谷, 内山他 [1997], 「多メディア乱立時代の公共放送」, 『公益事業研究』, 49 - 1。
- ・ 多賀谷一照 [1994], 「フランス放送法」, 根岸・堀部編 『放送・通信新時代の制度デザイン』, 日本評論社。
- ・ 豊田一夫 [1992], 「フランス：巻き返しはかる公共テレビ」, 『放送研究と調査』, 1992.8
- ・ 豊田一夫 [2000], 「フランス：受信料収入と広告料収入のはざままで」, 『放送研究と調査』, 2000.7
- ・ Chaniac, R., [1999], “ Two Programming Models,” in Scriven, M. & M.Lecomte eds. [1999], *TELEVISION BROADCASTING IN CONTEMPORARY FRANCE AND BRITAIN*, Berghahn Books.
- ・ Collins, R. [1999], “ The European Union Audiovisual Policies of the U.K. and France,” in Scriven, M. & M.Lecomte eds. [1999], *TELEVISION BROADCASTING IN CONTEMPORARY FRANCE AND BRITAIN*, Berghahn Books.
- ・ Hansmann, H. B., [1980], “ The Role of Nonprofit Enterprise,” *The Yale Law Journal*, 89(5), 835-901 .
- ・ Jackel, A. [1999], “ Broadcasters’ Involvement in Cinematographic Co-Productions,” in Scriven, M. & M.Lecomte eds. [1999], *TELEVISION BROADCASTING IN CONTEMPORARY FRANCE AND BRITAIN*, Berghahn Books.
- ・ Mazdon, L. [1999], “ Cinema and Television: From Enmity to Interdependence,” in Scriven, M. & M. Lecomte eds. [1999], *TELEVISION BROADCASTING IN CONTEMPORARY FRANCE AND BRITAIN*, Berghahn Books.
- ・ Noam, E. [1991], *Television in Europe*, Oxford.
- ・ Vogel, H. L., [1993], *Entertainment Industry Economics; A guide for financial analysis*, Cambridge.
- ・ Waterman, D. [1993], “ World Television Trade: The Economic Effects of Privatization and New Technology,” in Noam, E.N. & J.C. Millonzi eds. [1993], *The International Market in Film and Television Programs*, Ablex Pub, Ch.4
- ・ Wildman, S. S. & S. E. Siwek, [1993], “ The Economics of Trade in Recorded Media Products in a Multilingual World: Implications for National Media Policies,” in Noam, E. N. & J. C. Millonzi eds. [1993], *The International Market in Film and Television Programs*, Ablex Pub, Ch. 2.
- ・ CNC [1999], “ L ’agrement des films de long metrage,” mars 1999.
- ・ CNC [2000] : “ CNC info -Bilan 1999,” No 276, mai 2000.
- ・ CNCホーム・ページ (サイトアドレス <http://www.cnc.fr/>)
- ・ CSAホーム・ページ (サイトアドレス <http://www.csa.fr/avecflash.htm>)
- ・ 在日フランス大使館映画関係ホーム・ページ (ページアドレス ; http://www.ambafrance.or.jp/art_et_culture_jp/art_et_culture_jp/cinema_jp/cinema_main.html)

(内山 隆 千葉商科大学商経学部 助教授)

(湧口 清隆 一橋大学大学院商学研究科博士課程 (財) 国際通信経済研究所嘱託研究員)