

# 木暮人国際映画祭におけるオンラインとリアルでの集客特性等の比較

Comparison of online and Theater viewing Characteristics of attracting the audience at the Kogurebito International Film Festival

若林 真 WAKABAYASHI Shin

デジタルハリウッド大学大学院 ヒットコンテンツラボ 研究員  
Digital Hollywood University, Graduate School  
Hit Content Lab Researcher

児島 正剛 KOJIMA Masatake

デジタルハリウッド大学大学院 ヒットコンテンツラボ 研究員  
Digital Hollywood University, Graduate School  
Hit Content Lab Researcher

吉田 就彦 YOSHIDA Narihiko

デジタルハリウッド大学大学院 教授  
Digital Hollywood University, Graduate School, Professor

自然と人間との関係を描いた映画作品だけに特化した木暮人国際映画祭は、これまで毎年リアルで7回開催してきたが、8回目の2020年はコロナ禍ということで、初めてオンラインのみで開催した。オンラインとリアルでの映画祭開催の強みと弱みを整理し、オンラインとリアル開催での映画祭自体の特性や観客の特性の違いを対比してまとめ、コロナ禍におけるイベント開催方法の可能性とニッチなコミュニティにおけるヒットコンテンツ作りの手法を検証した。

キーワード：国際映画祭、ニッチコミュニティ、リアルイベント、オンラインイベント、イベントプロデュース

## 1. 映画祭の概要

リアル開催の「第7回木暮人国際映画祭2019」(以下、映画祭2019)とオンライン開催の「第8回木暮人国際映画祭2020 Online」(以下、映画祭2020)の概要と当該映画祭を主催する一般社団法人木暮人倶楽部の特徴について説明する。

映画祭は、木に関係する専門家と生活者が集うニッチコミュニティである一般社団法人木暮人倶楽部<sup>[1]</sup>が主催した。

### 1.1 「映画祭2019」<sup>[2]</sup>リアル開催の概要

- (1) 開催日：2019年11月24日(日) 12時開始 16時終了
- (2) 場所：東京都港区立神明いきいきプラザ6階体育館  
観客席200席
- (3) 上映内容：アニメーション4作品、ドキュメンタリー6作品、ドラマ4作品
- (4) 受賞：グランプリ1作品、木暮人賞1作品、特別賞1作品
- (5) 座談会「森と和紙のキュレーターが語る日本の未来」  
杉原直吉 株式会社杉原商店 代表取締役社長  
小野なぎさ 一般社団法人森と未来 代表理事
- (6) 動員数：登壇者・関係者を含め延べ120名程度が参加
- (7) 広報実績：ネットワーク告知サービスのPeatix(以下、Peatix)を使用し集客強化。事前申込48名、その内来場者数は24名。
- (8) アンケート：会場で配布したアンケート(紙で配布し鉛筆等で記入する)は37枚回収

### 1.2 「映画祭2020」<sup>[3]</sup>オンライン開催の概要

- (1) 開催日：2020年11月21日(土) 13時開始 15時終了
- (2) 場所：オンライン(ZOOMウェビナーを使用)
- (3) 上映内容：ドキュメンタリー9作品、ドラマ1作品
- (4) 受賞：グランプリ該当作品なし、木暮人賞1作品、特別賞1作品
- (5) 上映方法(11月13日～11月21日まで申込者に対し特別サイトからYouTubeなどで個別に鑑賞可能とした)

(6) 動員数：オンライン上映閲覧者としてPeatixに112名の申込があり、その内56名が閲覧した。映画祭はPeatixに49名の申込があり、その内25名が参加した。

(7) 広報実績：ネットワーク告知サービス(Peatix、こくちーず、等)を活用し、事前申込制を採用して集客を強化した。

(8) アンケート：アンケート記入ができるサイトのURLを配布し、データを入力してもらうことで自動回収する方式を採用。映画祭の参加者からアンケートを45枚回収できた。また、作品応募者(監督)よりアンケートの回答を9枚得た。

### 1.3 映画祭2020(オンライン開催)を実現する為の要件

映画祭2020当日のオンライン開催を円滑に行う為に、約30人が集う2回の木暮人セミナーと作品募集のイベントを事前に開催して、オンライン開催の問題点や対策を関係者と共有し、アンケートを含めて予行演習を重ね、映画祭2020が開催出来た。

デジタルハリウッド大学大学院の2020年度のヒットコンテンツラボの履修大学院生(以下、ラボ生)にオンライン配信技術に長けた実務者がいたので、オンライン映画祭では必須のテクニカル面で強力な助言と機材提供が得られた。

映画祭2019から採用したネットワーク告知のシステムを活用し、過去の参加者を中心とした参加意欲の高い観客候補者に、過去の知見で得た情報提供のタイミング(1ヶ月前から集中的にコラムを12回配信する)と間隔(間隔を開けて1週間に2回)で配信することで、全国に点在する木暮人倶楽部の会員や映画祭関係者に開催情報等について告知し、期待感を醸成して事前申込につなげた。

### 1.4 主催団体と映画祭の特徴

- (1) 主催団体の会員は、全国各地の自然が豊富なエリアに分散する。
- (2) 映画祭は、自然と人間の関係を描いた作品に特化した映画を上映する。
- (3) 主催団体の会員は、林業・建築・癒しを森で求めるユーザーな

どの森と木(自然)を愛し熱く語る有志が集う。

(4) 主催団体の会員は約100名。映画祭には会員以外の集客が必要で、集客計画が重要になる。

(5) マス媒体の規模ではないニッチな広報計画を実施し、集客につなげる必要がある。

(6) 作品を世界から募集し、10作品程度を選出し、賞を選定する。グランプリ1作品、木暮人賞1作品、特別賞1作品等。

(7) 無料の映画祭だが、2019年度から事前登録を実施して、集客状況の見える化を実施した。

(8) これまで木暮人国際映画祭で公開された作品は、国連の「持続可能な開発のための2030アジェンダ」の持続可能な開発目標(SDGs: Sustainable Development Goals)に記載された2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標の17のゴールの中で、3健康、4教育、7エネルギー、11持続可能社会、13気候変動対策、15陸の豊かさを守るの6項目に該当する作品が多い。

## 2. 意義背景、ニッチなコミュニティの形成について

木暮人国際映画祭は、ニッチなコミュニティの人が集まる映画祭で、そのイベント集客のノウハウは以下に集約できる。

(1) 会員の他に映画祭のテーマに興味を持つ人のコミュニティの形成により、小集団に向けた効果的な情報提供によるイベント集客が行える。

(2) 同様なニッチなコミュニティを有し日本全国に点在する伝統工芸分野などの地域活性の一助になる可能性がある。

(3) 事前に参加者の参加意思を把握することで、広報計画の修正を行い新たな施策を行うことができる。

## 3. 映画祭のリアル開催及びオンライン開催の比較

### 3.1 映画祭2020の実施内容

映画祭2020は、コロナ禍でも安全に開催出来るオンライン開催の方法で、リアル開催同等の映画祭の開催を目指した。時間的な流れの順で実施した項目を以下に示す。

(1) 事前準備 場所の決定、共催・後援等の取得、映画祭の閲覧方法の決定、出品作品の著作権処理、宣伝チラシの制作・配布、ポスター掲示。

(2) 当日実行 映画祭のテクニカル機材設置、リハーサル実施、会場設営、案内、受付、会場等での観客の接遇、賞の選出、アンケート回収、写真等の記録。

(3) 開催後のまとめ作業 アンケート集計、記録作成、次年度に向けた提言のまとめ。

### 3.2 映画祭2019の観客申込状況<sup>[4][5]</sup>

映画祭2019のPeatixの事前申込の状況とWeb閲覧状況を図1に示す。時系列順の事前申込状況は、9月25日にWeb募集を開始したが、当初は、事前登録はなかった。10月9日にホームページと連動して、Peatixの写真を最新の映画祭告知に変更したところ、10月10日に8人の事前申込があった。また、10月16日から11月24日にメールマガジンとして映画作品を紹介した記事(以下、コラム)を13回配信したところ、それと連動して申込があった。ホームページのNEWSと連動し、木暮人倶楽部会員とメルマガ会員にコラムやCM動画などを配信する毎に事前登録数が増え、最終的にはPeatixの申込が48名になった。

### 3.3 映画祭2020の観客申込状況

映画祭2020のPeatixの事前申込状況とWeb閲覧状況を図1に示す。10月8日には作品鑑賞及び映画祭のWeb募集を開始した。また、10月12日から11月20日の間にコラムを12回配信し、ホームページのNEWSと連動し、木暮人倶楽部会員やメルマガ会員にコ

ラムやCM動画などを配信する毎に、それらと連動して事前登録があり、最終的には映画祭のPeatix申込が49名あった。

### 3.4 映画祭2019と映画祭2020の申込Web比較

Peatixを使用した申込数とWeb閲覧を重ねて表示して比較した(図1)。リアル開催とオンライン開催とで、ネットを活用した広報施策を同様に実施した結果、オンラインでもリアル開催と同程度に誘客が来た。オンライン開催では、作品を視聴する為に木暮人倶楽部のホームページ経由でアクセスする必要があるため、ホームページのページビュー数が2019年より204.78%に増えた(図2)。

また、映画祭の申込は、映画祭2019の場合、11月24日の3週間ほど前に急激に増加して、その後コンスタントに申込数が増加した。映画祭2020では、日移的な移動時間がなく自宅で観覧が出来て、1週間前に予定が決まると思われるのでそれ以降の申込の件数が増加することになったと考える。特に前日や当日の申込が多い傾向が見られた(図1)。

映画祭2019では事前に参加期待度の見える化を図り、Peatixを使用した告知方法を確立していたので、映画祭2020ではその考え方を踏襲することで、映画祭2019に来場した港区立神明いきいきプラザ利用者の減分を新たにWebからの集客でカバーし、ほぼ同数のWeb閲覧者を獲得できた。

### 3.5 リアル開催とオンライン開催のネットアクセスを比較し今回の映画祭や木暮人倶楽部の強みにつなげる要素を抽出<sup>[6]</sup>

(a) 木暮人倶楽部のホームページ、(b) 木暮人倶楽部のホームページ下の映画祭のホームページ/映画祭の作品鑑賞用のリンク集コンタクトポイントの閲覧数、(c) 関連する木暮人倶楽部のfacebookの閲覧数の3つのホームページ等の映画祭発信ページの直近3ヶ月のアクセス状況を比較した(図2)。

(a) 木暮人倶楽部のホームページの2019年と2020年のアクセス数を比較すると、2020年の方がページビュー数で204.78%まで伸びた。それと共に全体の訪問数も124.44%に増えている。また、滞在時間が減り、直帰率と離脱率も減っている。これはページを開いたままYouTubeにリンクされている作品を観に行っている人が多い為と考えられる。

(b) 映画祭のホームページ2019年と2020年のアクセス数の比較をみると、2020年の方がページビュー数で140.38%まで伸びた。映画祭のページ自体の訪問者数は72.89%に減じた。滞在時間が減り、極端に直帰率と離脱率が減っている。これもページを開いたままYouTubeにリンクされている作品を観に行っている人が多い為と考えられる。

(c) 木暮人倶楽部のfacebookの閲覧状況は、facebookはリーチ数が増えているが、軒並み数値が下がっていることから、あまり集客に寄与していない。facebookの映画祭閲覧の為にコンタクトポイントにならなかったと考えられる。情報は木暮人倶楽部のホームページのNEWSから発信したが、映画祭のCM等をfacebookから発信する等、色々なメディアでの発信を組み合わせる必要性を感じた。木暮人倶楽部のホームページは、オンラインで木暮人映画祭を開催することで、普段アクセスがない森林関連以外の異分野の閲覧者へPRが出来て、映画祭以外のページにアクセス数が増えている。ホームページで他の活動を見てもらう為にもイベントをオンラインで行う価値があることがわかった。

## 4. 結果 得られたリアルとオンラインの強みと弱み<sup>[7]</sup>

### 4.1 リアル開催<sup>[4]</sup>

#### 4.1.1 強み

(1) パブリック環境の映画館の箱が醸成する観覧者の共感や一体感が魅力。

- (2) 作品の上映は、映画館と同等の大画面で没入感が体感出来る。
- (3) ホワイエで関連の実物展示が可能で、体感を追加醸成出来る。

#### 4.1.2 弱み

- (1) 会場でのアンケートの配布・回収や観覧者対応などの接遇に多くの人力が必要。
- (2) アンケートがペーパー配布での記入の為、集計が迅速に出来ない。
- (3) 映画鑑賞と映画祭を1日で実施する為、拘束時間が長くなる。映画祭2019では開催時間が約4時間であった。
- (4) 会場が東京都港区の施設である為、首都圏の参加者に限定される。

### 4.2 オンライン開催

#### 4.2.1 強み

- (1) パーソナル環境でどこからでも参加出来る。
- (2) 集中して鑑賞することにより作品に没入出来る。
- (3) アンケートなどの情報収集をネットで行うので、催促や集計がスピーディーに出来る。
- (4) 作品を個別に自分の好きな時間に鑑賞出来る。
- (5) 全国から参加出来る。

#### 4.2.2 弱み

- (1) 参加者の一体感、臨場感を醸成しにくい。
- (2) 映画の鑑賞と映画祭が別日になる可能性が高いので映画祭に集中しにくい。
- (3) 高齢者の閲覧が難しい(例年リアルでの会場が東京都港区の高齢者サービス施設と併設されており、館内のポスター等で高齢者が来場していた実績がある)。

## 5. 考察・結論

### 5.1 映画祭2020で得られた事実と考察

- 初めて開催したオンライン映画祭で以下の様な結果を得た。
- (1) コロナ禍の影響から新作の撮影が出来ない状況で、思う様に作品が集まらなかった。
  - (2) 会場での観覧者投票が出来なかったことにより、審査員だけによる賞の選出となった。
  - (3) イベントの併催が出来なかったが、監督の作品に対するコメントに時間を取ることが出来た。
  - (4) オンライン開催でもリアル開催と同等程度の作品上映及び映画祭の閲覧数を得ることが出来た。
  - (5) リアル開催では、遠方の監督の映画祭への登壇が難しいが、映画祭2020では北海道、京都などの全国各地から監督がティーチンに登壇出来た。

### 5.2 結論

- (1) リアル開催とオンライン開催は、両極と言えるくらい強みと弱みが反転する。
- (2) テクニカルな対応が可能で人力を集められれば、リアルとオンラインのハイブリッドでの開催が理想的と言えるが、テクニカル設備は、ハイブリッドの場合、中継になり機材が一段と必要になる(複数台のカメラとスイッチャーが必要)。
- (3) 木暮人倶楽部の関係者は全国に広がっているので、映画祭のオンライン開催が出来るとその会員満足度や参加率が向上する。
- (4) オンラインでのイベント開催手法は、生活者になかなか伝わりにくい作り手の思いを伝えることや制作環境を伝え、制作現場への来場機会を促進する為に消費者が直にコミュニティ対象物に触れ合うことが可能になるなど、日本各地に点在する伝統工芸等のマイノリティ・コミュニティの観光誘致や情報拡散促進手法の一助になる可能性がある。

### 5.3 今後への示唆

- (1) オンライン開催時に10名程度の選抜された観覧者がいると機材に負荷がかからない程度でイベントの臨場感が期待できる。
- (2) 2020年度のラボ生の翌年の映画祭への提言の抜粋<sup>[6]</sup>  
前年に参加したラボ生から翌年に向けたオンライン開催への気付きを2020年度末のラボ発表会で得て、参考になる内容を次にまとめる。

ネットに精通したラボ生からは、リアルの力を信じリアル開催を望む声があった。他には中国からの作品応募者の為の中国向けの映画祭の閲覧配信(WeChatなど)の要望や、オンラインでも観覧者からの投票を望む声、オンライン映画祭で海外からの閲覧が増えたこと、作品を募集する方法として映画を教育テーマとする大学や専門学校への作品募集の強化などの貴重な気付きを得たことなどにより、継続的な改善を続け次年度につなげることができるとの意見が得られた。

## 6. 図表

図は、以下のページで閲覧できる。

[https://www.kogurebito.jp/hikaku\\_2019\\_2020](https://www.kogurebito.jp/hikaku_2019_2020)

図1 映画祭2019と映画祭2020のオンライン申込Web比較表  
リアル開催(第7回)とオンライン開催(第8回)の特徴

図2 映画祭2019年と映画祭2020Web閲覧比較表

- (1) 木暮人倶楽部ホームページ2019年と2020年のアクセス数の比較
- (2) 木暮人倶楽部ホームページの映画祭ページ2019年と2020年のアクセス数の比較
- (3) 木暮人倶楽部facebookページ

### 謝辞

一般社団法人木暮人倶楽部、映画祭参加者、ヒットコンテンツラボ関係者に心から感謝申し上げます。

### 参考文献

- [1] 一般社団法人 木暮人倶楽部  
<https://www.kogurebito.jp/>  
(参照2021年9月17日)
- [2] 第7回木暮人国際映画祭2019  
<https://www.kogurebito.jp/filmfestival2019>  
(参照2019年11月21日)
- [3] 第8回木暮人国際映画祭2020 Online  
<https://www.kogurebito.jp/filmfestival2020>  
(参照2020年11月17日)
- [4] 論文 ニッチコミュニティの認知度向上によるイベント集客手法(第7回木暮人国際映画祭2019を題材にして)  
4s.pdf(参照2020年11月17日)  
<https://www.facebook.com/groups/1010648293022028>
- [5] 報告書 2019映画祭実施報告書  
5s.pdf(参照2020年11月17日)  
<https://www.facebook.com/groups/1010648293022028>
- [6] 2020年度ラボ生の映画祭に向けた提言まとめ  
6s.pdf(参照2020年11月17日)  
<https://www.facebook.com/groups/1010648293022028>
- [7] 比較表 リアル開催(2019年)、オンライン開催(2020年)  
7s.pdf(参照2020年11月17日)  
<https://www.facebook.com/groups/1010648293022028>