

松竹(株)プロデューサー

# 手島 麻依子

食の扉を開く人

## 日本の食文化の真髄“築地”を 時代と国境を超えていく

築地市場の真の魅力を伝え、反響を呼んでいる映画「築地ワンダーランド」。企画プロデューサーを務めた松竹(株)の手島麻依子さんに、映画制作にまつわるお話をお聞きました。

—映画『築地ワンダーランド』の制作のきっかけは何でしょうか。。

元々食べるのが大好きで、もう一人のプロデューサーである奥田一葉さんとホームパーティーをよくやっていました。会社のすぐ近くに築地市場がありながら、それまで一度も行ったことがなかったため、週1回「朝練」と称して場内に通うように。そこで食べた魚は本当に美味しく、仲買人と話す中で、純粋に築地のすごさに驚かされました。日本の食文化を支える築地というものを、時代と国境を超えられる映画の形で伝えたいと考えたのです。

—資金調達に、クラウドファンディングも行っていましたね。

はい。日本の食文化は旬がキーであり、築地を描くには1年間密着する必要性があったこと、世界で配信するのに勝負できる映像のクオリティで撮影するため、足りない費用をクラウドファンディングで補おうと考えました。実際に330人の方の賛同を得て支援が集まり、その方々の期待に応える作品を作ろうという後押しにもなりました。

—移転問題も関係していますか。

移転は20年以上前から話があり、映画の企画を立ち上げた時は移転時期など具体的には決まっていなかったもので、映画には直接的な関係はなく、テーマでもありません。築地には各分野のプロが集結しており、行われることは日本の食の神髄の一つ。和食は失われつつあるから遺産登録されたように、築地がこうして今、注目されているからこそ、どのように食文化を支えてきたのかを伝え、和食の価値を再発見してもらいたいというのがねらいです。

—撮るうえで特にこだわった点は何でしょうか。

最近、食のドキュメンタリーは一人のカリスマシェフなど特定の人物にフォーカスするものも多いですが、今回の場合は、大勢の人たちがこれだけの信念と情熱を持ち、長い間支え、唯一無二の存在となっていることを描くという点ですね。情報番組的なドキュメンタリーより、築地がつないできた伝統をヒューマンドラマで伝わるように描きました。築地には青果市場もあり、そちらも取り上げたかったのですが、2時間以内に収めるには難しく、水産物に特化しました。食材は違っても、食に携わる方たちの使命感は同様であることが伝わることを願っています。また、取材を通して、魚を調理して食す人が減って文化が失われつつあることに築地の人たちが危機感を持っていることを知り、食育や食文化継承のテーマも重要と感じ、取り上げています。

—反響はいかがでしたか。

海外では8つの映画祭で、公開は香港、タイ、台湾などで上映しました。タイでは公開1週目に、ドキュメンタリー映画の歴代で一番来場数が多かったとか。スペインのサン・セバスチャン国際映画祭では、学校給食のシーンに若い人たちの関心が高かったです。美食の街と呼ばれる街ですら食文化継承への危機感はあるそうです。またシアトルでは現地の日本人に「日本人でよかった」という感想を聞きました。国内での反響もよく、映画にも登場していただいている服部幸應先生からは「20回泣いた。実は日本人が一番築地のことを知らないのかもね」と言われて。いいものを作ってくれてありがとう、といういろいろな方から言われた時は、ホッとしました。

—今後の展望を教えてください。

学校での上映や更なる海外での公開を考えており、今年の夏にはDVDも出す予定です。時代を超えて観てもらえる作品だと思っているので、食に携わる人はもちろん、もっと多くの人に、より長期間にわたり観て欲しい、それが私の願いです。



## MAIKO TESHIMA

兵庫県生まれ。2004年に松竹(株)入社後、映画のマーケティングに携わる。2008年『男はつらいよ』40周年プロジェクト、'11年木下恵介生誕100周年プロジェクトなどの企画宣伝プロデュースを担当。'13年、『築地ワンダーランド』の企画プロデューサーを務める。



『築地ワンダーランド』の宣伝ポスター。映画には、魚の目利きのプロが80人以上登場する。今夏、DVD・ブルーレイ発売予定。(発売・販売元：松竹)



銀座ろくさん亭の道場六三郎氏が買いつけに来ているシーン。撮影中の偶然で、取材に協力してもらった。

©2016松竹