

踊る大捜査線に学ぶ！」大ヒットするには、ヒットする、何か理由がある！
その2・・・皆さん、この映画、見ましたか？

「踊る大捜査線The Movie」の魅力は“組織論”を描いているところにある！

組織の中にある葛藤の描写に力点を置くスタンスは変わらないが、描き方が変わった。

「今まで主人公らは、組織を半分否定しながら、もっとこうすれば良くなるのではないかなどと主張して、実践してきた。でも前作から5年も経ち、歳を取った。自分も部下を持ってそれなりに小さな組織を抱え、不満だけ言っていればいい年齢ではなくなってきた。若いうちは理想論を語ってりゃいいけれど、自分も組織の上に立つようになると、組織を否定ばかりもしていられなくなる。だから、今回は作り方を若干変え、“リーダーが良ければ”という但し書きはあるものの、主人公らは組織を認めたんです。今回は、それは僕らの計画のうちでした。そうすることで、今まで批判される側であったろう人たちが見に来てくれて涙してくれました。顧客の幅が広がった原因のひとつでしょう。各階層、各世代にファンがいなければ1000万人が見るということにはなりません。」亀山千広氏談

お巡りさんだってサラリーマンだ！
というアイデアから出発した！

「視聴者の立場に立ったところから生まれた。例えば素朴な疑問『交番のお巡りさんはいつも何か書いている。しかもIT化の時代に必ずボールペン。何をいったい書いているのだろうか？』と。それで交番に取材に行って書類の山を見て、『これ全部書かなければいけないのですか？』と聞くと『そうなんだよ、大変なんだ』と言われる・・・」

自分のやっている仕事に誇りを持つためには、自分の所属している組織にも誇りを持たなければいけない。その組織に疑問を持ったら自分はイライラしなければならぬ・・・

マーケティングの原点

顧客の立場に立つ

・・・それは、一言で言えば、顧客が「共感する」こと。

映画の中の非現実の世界だが、何故か？共感し、納得してしまう。
そんな場面をわざと多く演出している。

そして自分の仕事の意味、存在感・・・何のためにこの仕事をしているのか？
自問自答する場面が出てくる。

そして、最後に、理想の組織とは？やりがいとは？

・・・涙して、「見終わったとき」不思議に爽快な気分になった映画でした。