

映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査 【概要版】

調査の趣旨・目的

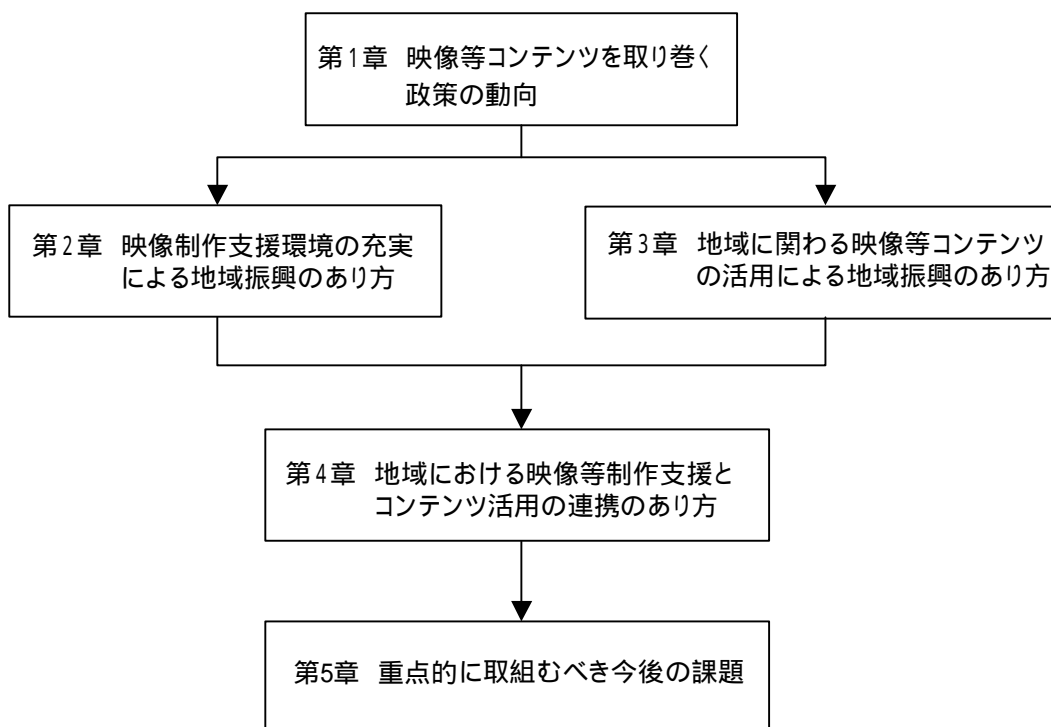
地域における映像等コンテンツの制作支援やコンテンツの活用方策について、地域における関連組織の実態調査、事例分析、モデル事業の実施などを通して、地域振興の面から検討すること。

映画をはじめとするメディア作品のロケ受け入れ機関（フィルムコミッション等）の運営方法等、映像制作支援環境の充実による地域振興のあり方を検討すること。

映画、ドラマ、まんが、アニメーションなど、地域に関わる映像等コンテンツの活用による地域振興のあり方を検討すること。

地域における映像制作支援と映像等コンテンツ活用に係る取組効果の向上に向けて、両者の連携のあり方を検討すること

調査項目



第1章 映像等コンテンツを取り巻く政策の動向

近年、映像等コンテンツの制作・活用が注目されている背景には、2002年の「知的財産立国」を契機として、価値ある情報としての無形資産に対する関心が高まり、様々な分野において関連政策が推進されたことがあげられる。

本章では、第2章以降の検討の前提条件として、「知的財産推進計画」「観光立国行動計画」「新産業創造戦略」「『日本映画・映像』振興プラン」等の関連政策について概要を整理する。

1. 「知的財産立国」に向けての取組

本調査が対象とするコンテンツと地域振興との関わりについては、「知的財産推進計画2004」第10章で地域等の魅力あるコンテンツの保存や発信強化に焦点があてられており、コンテンツの制作や活用の促進、フィルムコミッション等の映像制作活動の支援、地域における「コンテンツ戦略」に関する取組の奨励、支援等が位置づけられている。

2. 「観光立国」とコンテンツ

2003年7月に政府の観光立国関係閣僚会議において策定された「観光立国行動計画」では、「観光立国」「一地域一観光」に向けて、地域の魅力あるコンテンツを生み出す活動の振興とその活用が位置づけられることとなった。

具体的にみると、推進計画の「 . 日本の魅力・地域の魅力の確立」に関連して、メディア芸術の振興として、日本映画の製作・上映支援（文部科学省）、フィルムコミッションの活動支援（国土交通省）、コンテンツ産業振興（経済産業省）が位置づけられている。また、「 . 日本ブランドの海外への発信」に関連して、メディア招請（外務省、国土交通省）、ロケの誘致（文部科学省、国土交通省）が位置づけられている。

3. 新産業創造戦略

「コンテンツ」は、経済財政諮問会議の決定を受けて、経済産業省が2004年5月18日に公表した「新産業創造戦略」の中でも、「先端的な新産業分野」のひとつとして位置づけられ、「地域再生の産業分野」としても重視されている。

第2章 映像制作支援環境の充実による地域振興のあり方

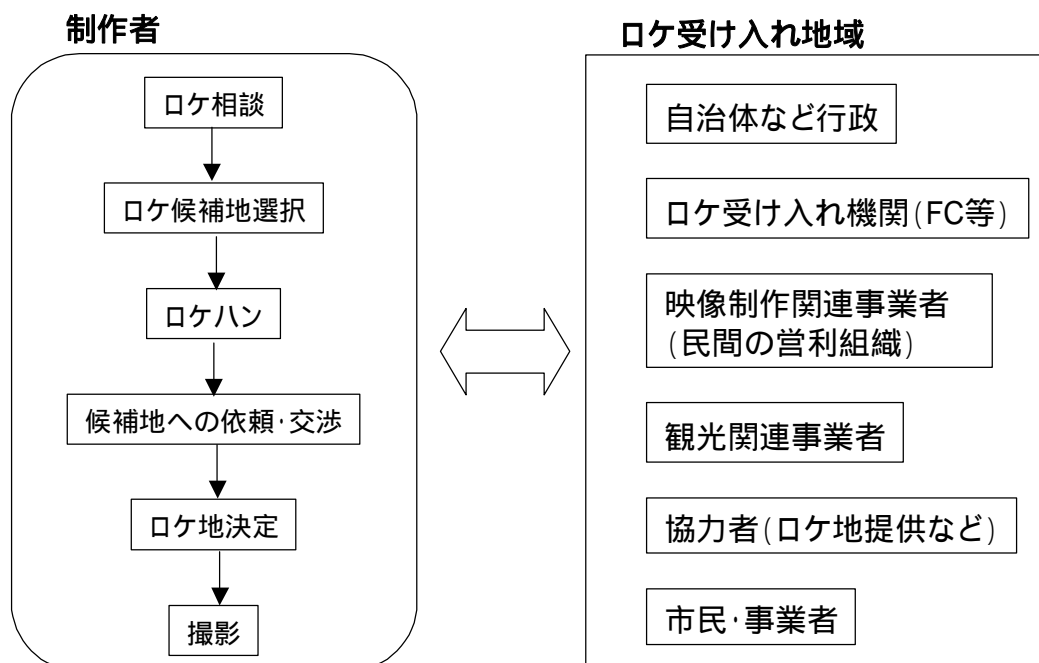
映像等コンテンツの制作を促進するためには、地域における制作支援環境を充実する必要がある。本章では、地域が主体となって、映像制作支援の取組を持続的に展開していくための課題と取組方策について検討する。

1. 地域における映像制作支援の関連主体

映像等の制作に当たって、制作者は、通常、ロケ受け入れ機関（FC等）に対するロケ相談、ロケ候補地の選択、ロケハン（ロケーションハンティング）、候補地への依頼・交渉を経て、ロケ地を決定し、実際に撮影を行う。

こうした映像制作支援にあたっては、ロケ受け入れ機関（FC等）をはじめとして、自治体、観光関連事業者、住民・事業者など多様な地域の関連主体の参加と連携が必要である。こうした地域における映像制作支援の関連主体は以下の通りである。

図表 地域における映像制作支援の関連主体



2. 制作者の地域との関わりと制作環境に関するニーズ

制作者とロケ地域と関わり、ロケ撮影における制作者のニーズについて、2004年度の経済産業省による調査「映像等ロケ支援によるデジタルシネマ普及等地域活性化調査」の一環として制作会社を対象として実施されたアンケートの結果を引用しながらとりまとめる。アンケートは、国内の映像制作者（会社）を1,600件抽出し、148件から回答を得ている。

制作者としてロケ受け入れ機関（FC等）に強く望むこととして、「撮影者が望む魅力的で多彩なロケ地の情報提供」、「撮影許可・届出・申請などの手続き」についての回答が5割を占めている。

また、円滑なロケ実施のために必要とされるロケ受け入れ機関（FC等）・行政機関の方策については、「許可申請等の際の行政や担当当局とのスムーズな交渉」、「規制緩和」、「地域住民の理解促進」に対するニーズが高い。

その他、行政、ロケ受け入れ機関（FC等）に望む取組をみると、ロケーション誘致が地域にもたらすメリットの共有、専門職の配置、民間事業者の連携によるサービス提供などについて指摘されている。

3. 地域の映像等制作受け入れ・支援の現状

地域におけるロケ受け入れの現状について経済産業省による調査「映像等ロケ支援によるデジタルシネマ普及等地域活性化調査」（2004年度）の一環で、ロケ受け入れ機関（FC等）観光協会を対象として実施されたアンケート調査を活用して分析する。

なお、映像等制作の受け入れ・支援は、フィルムコミッション等の専門機関が設立されていない場合は、観光協会が実施している場合も多いことを踏まえ、ここでは、アンケートに回答のあったロケ受け入れ機関、観光協会の合計（330箇所）を母数として集計・分析を行った。

ロケ受け入れによって、地域活性化等でどのような効果が見られますかという設問に対して、「ロケ隊による経済的効果が得られる」といった直接的な効果については、2割弱の回答率であるのに対し、「地域プロモーションに役立つ」、「地域資源や街の魅力の再発見につながる」、「観光振興になる」といった映像を通じた間接的な効果について期待する回答率が高くなっている。

また、ロケ受け入れ機関（FC等）にとって、円滑なロケ実施のための今後の重点課題として、「ロケ受け入れ機関（FC等）担当者の人材育成」、「地域住民の理解促進」、「ロケ受け入れ機関（FC等）内の組織力の向上」が上位に上がっており、ロケ受け入れ機関（FC等）の組織・人材、地域との関わりについての重視されていることがうかがえる。

4. 地域における映画祭開催の現状

国内各地において開催される映画祭は、地域における映画・映像文化の振興、地域住民の映画に対する興味・関心の向上、地域に関わる映像等コンテンツの発表機会の提供、映像関連の人材育成、集客促進、コミュニティの形成など多様な目的を有している。

現在各地で開催されている映画祭の多くは、地域文化の振興や地域住民の興味・関心の向上を図る目的のものが多く、中には優れた作品の発掘などを通じて、制作環境の向上に寄与する場としても機能している場合もあると考えられる。

映像等コンテンツの制作を支援するためには、ロケーション受け入れはもとより、こうした作品発表の場を制作の出口として整備していくことも重要である。そのため、映画祭開催の現状について把握するとともに、制作支援の場としての可能性について検討した。

映画祭の取組の実態を把握し、今後地域の人々の映画・映像への関心が高まることによる地域活性化や将来的な地域の産業振興への展開可能性について把握することを目的として、本調査においては、全国の映画祭事務局等を対象に、映画祭の取組の現状、今後の方針や期待について、アンケートを実施した。

調査対象

継続的に開催されている全国の映画祭の事務局及び主催団体

調査期間

2005年2月20日より2005年3月10日まで

アンケート回収結果

配布数 130票

回収数 60票

回収率 46.2%

(1) 映画祭開催の目的

映画祭開催の目的としては、「文化振興」、「住民の映画への興味を高める」、「街づくりの一環」などの回答率が高く、地域住民を対象とした地域の文化振興、まちづくりとして開催されている例が多いことがうかがえる。次いで、「人的交流の促進」、「観光振興」といった地域内外からの集客交流を目的として開催される例が多い。

また、「優れた作品の発掘」といった映画制作の向上に資することを目的として開催されているものも4割を占めている。

(2) 映画祭開催の効果

映画祭開催の効果を見ると、「住民の映画への興味が高まった」「人的交流の促進につながった」という回答が「文化振興につながった」「優れた映像作品の発掘につながった」という回答と並んで多い。また、本調査の実施期間中に映画祭を実施した小田原市でも、運営において市民ボランティアが活躍するなど、住民の関心が高いことがうかがえる。

また、「住民の映画への興味が高まった」の回答率が7割程度あるのに対して、住民の映画に対する興味が高まったと思うか、という設問に対して、「大いに思う」は4割程度にとどまっており、地域住民に対する映画の普及向上の面では、今後も改善の余地があるものと思われる。

5. 地域における持続的な制作支援環境づくりの方向

制作者のニーズに対して、地域のロケ受け入れ機関（FC等）は、幅広いサービスを提供し、一定の評価を得ている。その一方で、制作者側とのコミュニケーションの充実、ロケ受け入れ機関（FC等）の人材不足等の対応すべき課題が、アンケート等により指摘されている。

こうした状況を踏まえて、地域において、持続的な制作支援環境を形成するため、地域におけるロケ受け入れ機関（FC等）を中心として関連主体・機関の連携を促進し、多様なサービスの提供を図るとともに、制作支援の意義・地域が制作に協力することのメリットについて、住民・事業者をはじめとする地域において共通の理解を得ておく必要がある。

また、各地で開催されている映画祭については、地域の文化振興、映画に対する興味・関心の向上など、様々な目的を持って運営されているが、優れた作品の発表機会の提供による制作支援の場としても重要であると考えられる。

これらの点を踏まえると、今後、以下の方向のもとに地域において持続的な制作環境を形成すべきであると考えられる。

1) 撮影可能箇所数の拡大

制作者には、ロケの際に、撮影地を可能ならば一定のエリア内にまとめて、効率的にロケ撮影を実施したいというニーズがある。一方で、公共施設であっても、地域によって撮影が許可される場合と許可されない場合があり、制作側としては、対応可能な場所を求めて、複数箇所での撮影を余儀なくされるケースが多いといわれている。

こうした点を改善するためには、ロケ受け入れ機関（FC等）が行政関連機関との連携、民間事業者に対する協力要請を地道に進めるとともに、必要に応じて国等に対し

て規制緩和の推進を要望していくことが重要である。

国等に対する規制緩和推進の要望

行政関連機関との連携

民間事業者などに対する協力要請

2) ロケ受け入れ機関(FC等)における人材の確保・育成

ロケ受け入れ機関(FC等)の業務は、制作に関する専門的な知識、地域の現状に関する広汎な情報はもとより、関係者との人的ネットワークが求められるなど、経験が必要な専門的業務である。しかしながら、自治体など行政機関からロケ受け入れ機関(FC等)のスタッフが派遣されている場合、専門職制度が無いことなどから、人事異動により2~3年程度で担当者が代わり、蓄積されたノウハウの引継ぎが充分になされない場合が多い。

ロケ受け入れ機関(FC等)の業務を属人的に蓄積されたノウハウや人的ネットワークを活用して実施するためには、ロケ受け入れ機関(FC等)のサービス水準の維持・向上に向けて、業務を通じてスタッフのスキル向上を推進するとともに、担当者を専門職として確保していくことが望まれる。

専門職としてのスタッフの確保

ロケ受け入れ機関(FC等)の業務を通じたスタッフのスキル向上

ロケ受け入れ機関(FC等)のサービス水準の向上

3) 制作と地域のロケ受け入れ機関(FC等)のコミュニケーション強化

制作者は、ロケ受け入れ機関(FC等)の制作支援サービスの範囲を十分に把握していない例が多く、ロケ受け入れ機関(FC等)の役割を超えた過剰な依頼をしたり、せっかくロケ受け入れ機関(FC等)があるのに全く利用せずに撮影を実施したりするなど、行き違いのある場合があることが明らかになった。

ロケ受け入れ機関(FC等)が本来の機能を発揮するためにも、制作者とロケ受け入れ機関(FC等)とのコミュニケーションの充実を図り、ロケ受け入れ機関(FC等)のサービスの範囲について明確に伝えることが重要である。

また、ロケ受け入れ機関(FC等)についても、提供サービスの水準向上と平準化を推進するとともに、ロケ地情報と併せて、サービス内容について情報発信することが重要である。

制作者とロケ受け入れ機関(FC等)とのコミュニケーションの充実を図り、ロケ受け入れ機関(FC等)のサービスの範囲について明確に伝える。

各地のロケ受け入れ機関（FC等）におけるサービス水準の向上と平準化
ロケ地情報とあわせたサービス内容に関する情報提供の充実

4) 民間事業者との連携による多様なロケ支援サービスの提供

制作者がロケを行う場合、限られた制作費を有効に活用するため（宿泊費・食費などの節約のため）、地元の旅館や飲食店、交通事業者とのタイアップを図る制作者が多く、ロケ受け入れ機関（FC等）を利用せずに、直接事業者と交渉する場合も見られる。

地域としての制作支援環境を充実するため、地域のロケ受け入れ窓口としてのロケ受け入れ機関（FC等）の機能を充実するとともに、サービスの充実に向けて必要に応じて、民間の事業者と連携できる体制づくりを推進することが重要である。

地域でのロケの際は、まずロケ受け入れ機関（FC等）が窓口となって、必要に応じて、民間の事業者と連携する体制づくりを推進する。

5) 広域エリアにおける FC の連携

ロケ受け入れ機関（FC等）は、市町村レベルで設置されている場合も多い。その場合、ひとつの機関で紹介できるロケ地の範囲が限られることになり、制作者が多数のロケ受け入れ機関（FC等）にコンタクトする必要がある場合も生じていると考えられる。事実、制作がロケ受け入れ機関（FC等）にロケ候補地を問い合わせた際、当該ロケ受け入れ機関（FC等）が担当するエリアに適地がなくても、他のエリアのロケ地を紹介するサービスがあればありがたいという意見がある。

そのため、ロケ受け入れ機関（FC等）の広域的な連携を通じて、制作者側が求めるロケ候補地について柔軟に対応できる体制を組むことが重要である。

また、文化庁が作成を進めている全国版のロケ地データベースを活用することによって、個別地域ごとに保有しているロケ地リストの共有を促進することが望まれる。

ロケ受け入れ機関（FC等）による、制作者側が求める広域的なロケ候補地への対応。

個別地域ごとに保有しているロケ地情報の共有に向けた全国版ロケ地データベース（FC-DB）（文化庁において作成中）の活用。

6) 市民、まちづくり組織など地域との関わりの強化

エキストラなど、地域の制作環境を充実するためには、市民、まちづくり組織などの理解、共感、参画を促進することが重要である。

そのため、映画祭の開催などを通じて、住民にまちへの愛着心向上・まちの資源を再発見する機会の提供等の取組を推進し、ロケ受け入れ・制作支援活動への市民・事

業者などの理解や自主的な協力を促進することが望まれる。

こうした自主的な協力の促進方策としては、地域の人々がロケ受け入れ機関(FC等)を支えるしくみとしてサポーター制度を取り入れ、エキストラの協力以外にも、自主的な会報づくり、地元メディアとの連携などによる情報発信に取り組んでいる例等も参考になろう。

映画祭の開催等を通じた住民のまちに対するの愛着心向上、まちの資源の再発見機会等の提供

サポーター制度などによる、ロケ受け入れ・制作支援活動に対する市民・事業者などの自主的な協力の促進

7) 地域発の制作企画の提案・作品発表の場の提供

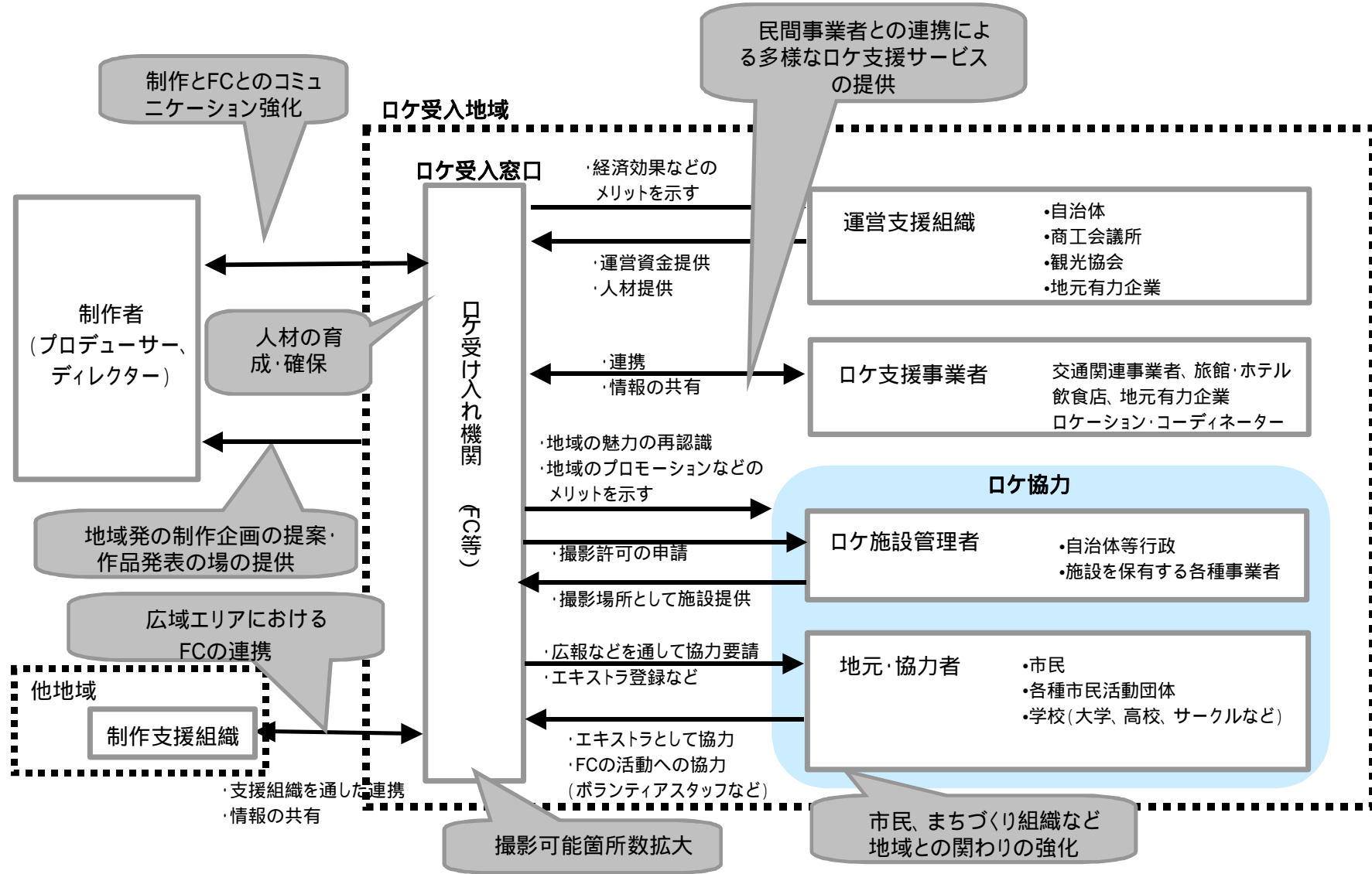
映画等の制作者は、地域の特性・地域にまつわる逸話など、企画につながる情報を求めており、こうした企画につながる情報を提供することによって、地域における映像等コンテンツの制作を促進することが可能になると考えられる。

また、地域における作品制作を促進するためには、映画祭の開催など、地域にゆかりのある作品の発表の場を充実することも重要である。

映像制作の企画段階から、制作への的確な情報提供など、地域からの働きかけを強め、撮影の誘致を図る。

作品の発表機会として、優れた作品の発表の視点に立った映画祭開催等の取組を充実させる。

図表 地域における持続的な制作支援環境づくりの方向



第3章 地域に関わる映像等コンテンツの活用による地域振興のあり方

「観光立国行動計画」を通じて、「観光立国」「一地域一観光」の取組が推進される中で、地域の魅力あるコンテンツの効果的な活用が注目されている。これまでもNHK大河ドラマを始めとして、映画・ドラマの舞台を観光資源として活用しようとする取組は多かったが、最近になって、「ラブレター」「冬のソナタ」「世界の中心で、愛をさけぶ」などの話題作が登場する中で、改めてその可能性が注目されている。また、映画をテーマにしたテーマパーク（ユニバーサルスタジオ）、アニメを活かした街作りなどの例にみられるように、集客要素としてのコンテンツの活用は、現実の世界を対象とした映画・ドラマにとどまらず、まんが・アニメ・ゲームも含めて拡大している。

ここでは、このような地域に関わるコンテンツ（映画、テレビドラマ、小説、まんが、ゲームなど）を活用して、観光と関連産業の振興を図ることを意図したツーリズムを「コンテンツツーリズム」と呼ぶことにしたい。

1. 「コンテンツツーリズム」に期待される効果

(1) 地域の経済振興・住民の愛着心の向上

地域の経済振興

住民の地域への愛着心向上に寄与することができる

(2) 観光資源の創出・魅力の向上

○地域独自の物語性を創出することができる

○時間消費型の余暇の過ごし方を提供することができる

2. コンテンツツーリズムの推進上の課題

(1) 観光資源の創出

コンテンツツーリズムの推進に当たっては、コンテンツを活用することによって、観光資源を創出することがその第一歩である。ロケ地ガイドマップの発行、案内板の設置やガイドの育成など、コンテンツが生み出す「物語性」「テーマ性」を活かすための創意工夫が望まれる。

(2) 住民の理解・共感・参加の促進

コンテンツについて、地域の住民が、その価値を理解・共感し、ガイド等として参

画することによって、それを様々な場で訪れる観光客に効果的に伝えることが可能になると考えられる。持続性のある取組とするためにも、住民の理解・共感・参加の促進に取組むことが望まれる。

(3)コンテンツを活かした観光プロモーション

コンテンツツーリズムの展開に当たっては、従来の観光振興にも増して、情報受発信に注力することが重要である。関連主体の協力のもとで、できるだけ多様なメディア、多様な場を活用し、コンテンツを活かした観光地域としての効果的なプロモーションを展開する必要がある。

(4)推進体制の確立

コンテンツツーリズムを進めていくには、地域やコンテンツのステークホルダー（関係者）の取組をコーディネートし、対外的に協力で情報発信することが重要である。

そのため、コンテンツの活用に向けたビジョンを共有するとともに、その実現に向けた推進体制を確立することが重要である。関係者が多岐に渡ることも多いことから、強いリーダーシップを発揮する地域のプロデューサーのもとで、積極的な取組を推進することが重要である。

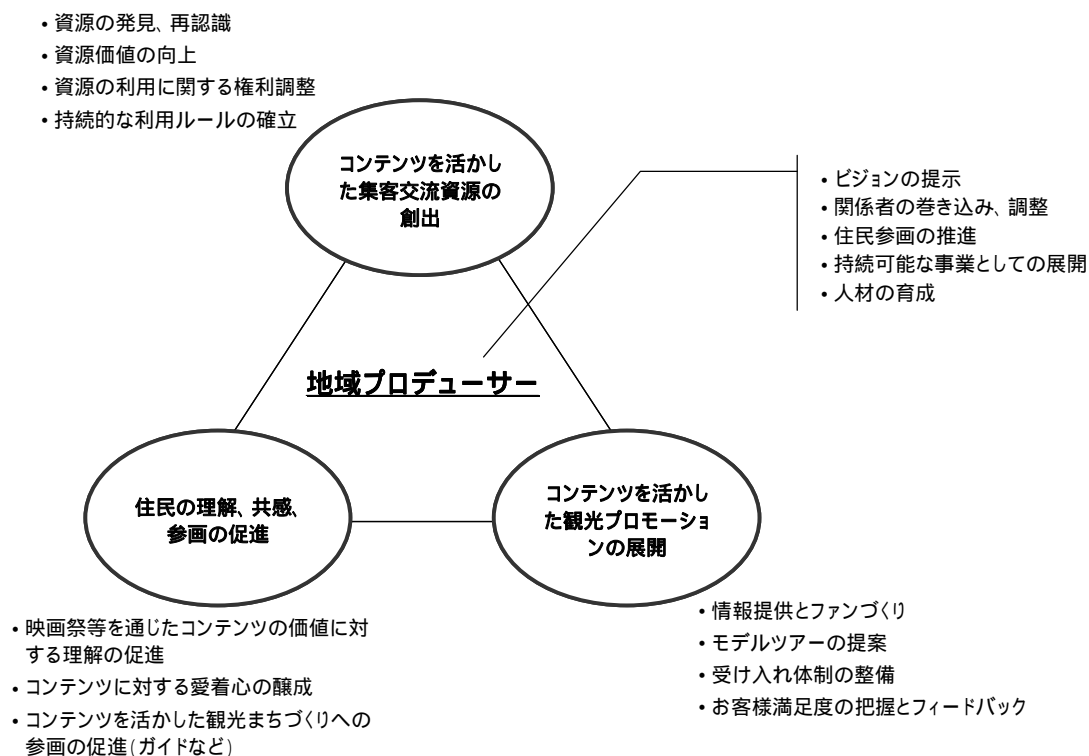
3. コンテンツツーリズム推進の方向

各地の事例検討からも明らかのように、コンテンツに着目して観光振興を図っていくためには、地域が主体となって、コンテンツを重要な観光資源として捉え、明確なビジョンのもとで、以下の課題に対応する必要がある。

コンテンツを活かした観光資源の創出
住民の理解、共感の促進
コンテンツを活かした観光プロモーション
○推進体制の確立

ここでは、これらの課題に対応したコンテンツツーリズム推進の方向を、各地の取組も参考にして整理した。

図 コンテンツツーリズム推進の方向



1) コンテンツを活かした観光資源の創出

コンテンツツーリズムの推進に当たっては、コンテンツを活用することによって、観光資源を創出することがその第一歩である。資源の発見・再認識、資源価値の向上、資源の利用に関する権利調整、持続的な利用ルールの確立に取組む必要がある。

- 資源の発見・再認識
- 資源価値の向上
- 資源の利用に関する権利の調整
- 持続的な利用ルールの確立

2) 住民の理解、共感、参画の促進

コンテンツツーリズムに限らず、まちづくりの中で観光振興を推進するためには、地域住民の理解・共感、参画を促進することが重要である。コンテンツについても、地域の住民が、その価値を理解・共感し、ガイド等として参画することによって、それを様々な場で訪れる観光客に効果的に伝えることが可能になると考えられる。

映画祭等を通じたコンテンツの価値に対する理解の促進
コンテンツに対する愛着心の醸成
コンテンツを活かした観光まちづくりへの参画の促進

3)コンテンツを活かした観光プロモーションの展開

コンテンツツーリズムの展開に当たっては、従来の観光振興にも増して、情報受発信に注力することが重要である。関連主体の協力のもとで、できるだけ多様なメディア、多様な場を活用し、コンテンツを活かした観光地域としての効果的なプロモーションを展開する必要がある。

情報提供とファンづくりを意図した広報活動
モデルツアーの提案
受け入れ体制の整備
お客様満足度の把握とフィードバック

4)地域プロデューサーを中核とする推進体制の確立

地域やコンテンツのステークホルダー（関係者）間の多様な協力が必要なコンテンツツーリズムを進めていくには、関連する取組をコーディネートし、対外的に協力的に情報発信することが重要である。そのため、取組のリーダーを地域プロデューサーとして位置づけ、関連機関の連携のもとで総合的な取組を推進することが望まれる。

推進組織の形態は、地域の実情にそって多様な形式が想定されるが、組織の形態に関わらず、以下の機能を具備する必要がある。

ビジョンの提示
関係者の巻き込み、調整
住民参画の推進
持続可能な事業としての展開
人材の育成

第4章 地域における映像等制作支援とコンテンツ活用の連携のあり方

第2章であつかった映像等制作支援と第3章で扱ったコンテンツ活用による観光振興は、活動の最終目的は違うものの、「魅力あるコンテンツ」で結ばれた一連の活動として捉えることが可能である。うまく連携することにより、相乗的な効果が上がることも期待される。しかしながら、近年、各地でFCが設立されるようになり、ロケ支援と観光振興がそれぞれの主体のもとで別個に推進されることも多くなってきた。別個に活動することによって、施設利用手続きの代行等のロケ支援サービスは確実に高度化しつつあるものの、ロケ支援と観光支援がうまく連携できていないケースも出てきている。

ここでは、このような問題にうまく対処し、ロケ支援とコンテンツ活用による観光振興の連携による相乗効果を高めるための方策について検討する。

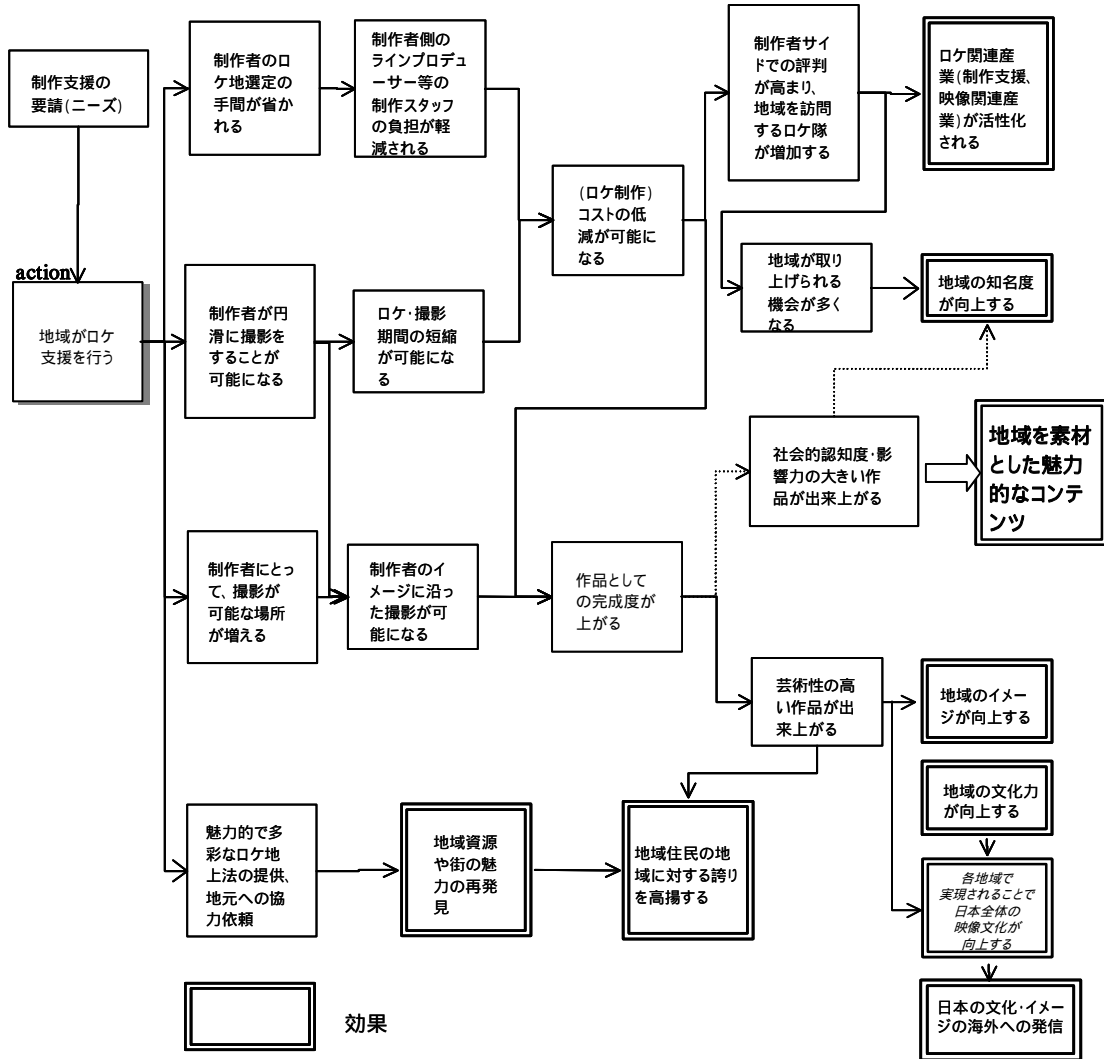
1. 地域における映像等制作支援とコンテンツ活用による観光振興の効果

ロケ支援とコンテンツ活用の連携による効果を検討するのに先立って、ロケ支援を通じて期待される効果、コンテンツ活用による観光振興に期待される効果、両者の連携によって期待される効果をそれぞれ再確認する。

1) ロケ支援による効果

- 地域を素材とした作品を通じた地域プロモーション・観光振興
- 地域資源や街の魅力の再発見
- 地域の文化振興への貢献
- 日本の文化・イメージの海外への発信への貢献
- ロケ隊の宿泊による集客交流産業の振興
- ロケ関連産業の活性化

図表 ロケ支援による効果



2)映像等コンテンツを活用した観光振興による効果

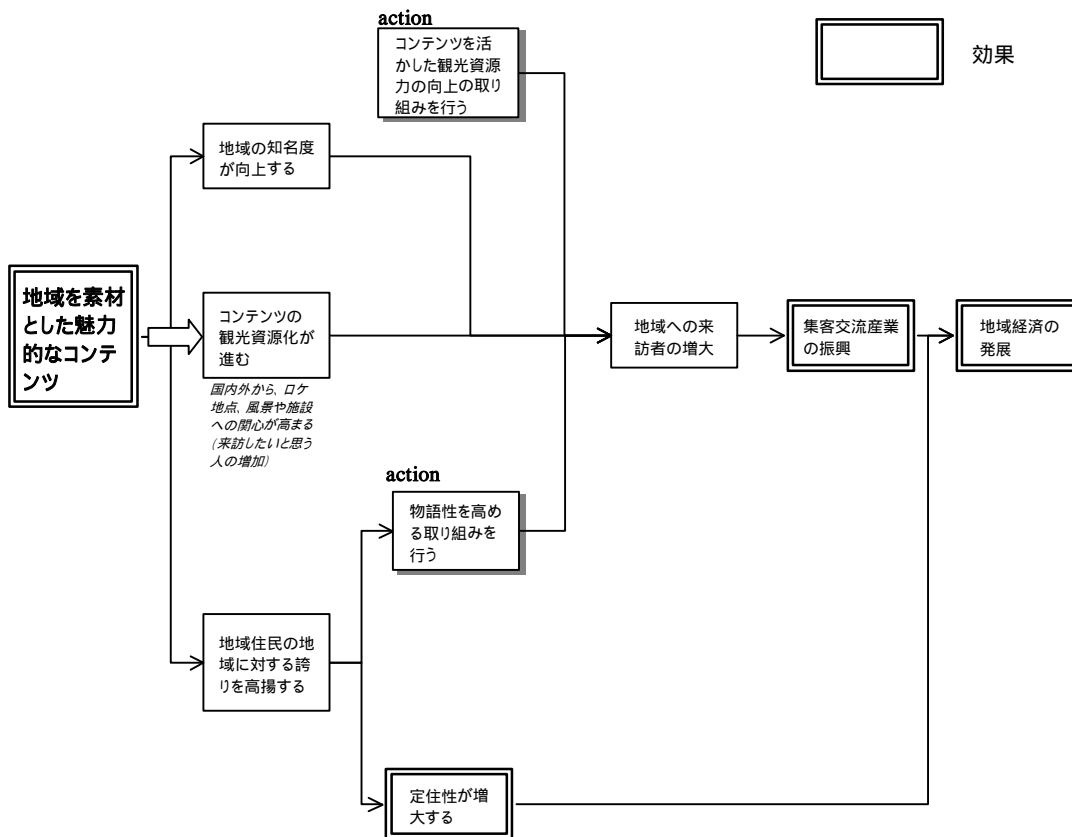
地域の知名度の向上

既存の観光資源の魅力向上

新たな観光資源の創出を通じた集客力の向上

住民の誇りの醸成

図表 映像等コンテンツの活用による観光振興による効果



3) 「ロケ支援」と「コンテンツの活用による観光振興」の連携による効果

以上のようにロケ支援とコンテンツの活用による観光振興は、地域振興の効果があると考えられる。さらに、これらは、活動の最終目的は違うものの、「魅力あるコンテンツ」で結ばれた一連の活動として捉えることが可能である。うまく連携すれば、相乗的な効果が上がることも期待される。

両者の連携を通じた相乗的な効果を、ロケ受け入れ機関、観光振興機関それぞれの視点から、整理すると以下のようにまとめることができる。

図表 ロケ受け入れ機関と観光振興組織の連携による効果

	ロケ受け入れ機関	観光振興組織
効果	<p>制作者に提供することのできる地域情報の充実</p> <p>支援作品のプロモーションの充実、社会的認知度の増加</p> <p>ロケ受け入れ機関としてのPR機会の充実によるロケ支援の問い合わせの増加</p> <p>活動を通して自治体からの期待に応える</p>	<p>認知度の高い作品を活かした地域プロモーションの充実</p> <p>映像作品を活かした既存地域資源の価値向上、新たな資源の創出（思ってもみなかったところが観光資源に）住民の観光振興に対する関心の向上</p> <p>ロケに伴う宿泊、消費効果の享受</p>

3. 連携に当たって克服すべき課題

ロケ受け入れ機関と観光振興組織との連携は、相互の得られるメリットが大きいと考えられるが、両者は目指す目的が異なることもあり、連携に当たって克服すべき課題もある。

1) ロケ受け入れ機関にとっての課題 - 支援業務に対する負担の克服 -

ロケ受け入れ機関（FC等）にとって大きな課題は、観光支援業務の負担が増すことによって、本来行うべきロケ支援業務に割くべき時間が不足してしまうことである。全日本フィルムコミッション協議会によれば、FCの過半数は、選任の職員がおらず、また職員数は選任・非選任あわせても2～4人と、組織的に脆弱である。多くのFCは、少ないスタッフのもとで、自転車操業的な運営を行っており、観光支援の余力がない場合も多いと考えられる。

そのため、連携に際しては、どこまでどのようなサービスを行う必要があるのかを具体的に整理しておくことが重要である。または、観光支援が可能となるように、FCのスタッフを充実することが課題といえる。

2) 観光振興機関にとっての課題 - 企画構想・調整能力の充実 -

観光振興機関にとっての課題は、ロケ地の物語性を観光振興に生かす企画構想・調整能力だと考えられる。多くの場合、ロケ地とはいっても作品のごく一部に登場する場合、作品における地域名が実際のロケ地とは異なる場合も間々あり（地区名でなく都市名が違う場合も多い）、地域のプロモーションには利用しにくいことも多い。

一方で、作品がヒットした場合についても、作品の著作権処理など、作品ロケ地であることを生かしたプロモーションや観光客の受け入れ準備ができておらず、場当たりの対応しかできていないケースも存在する。

こうした問題に的確に対応できるようにするためには、できるだけ早期にロケ情報を入手するチャネルを確保することと併せて、ロケ地の活用ノウハウを蓄えることや、ロケ地の活用を想定した地域の観光振興プロモーションを企画構想・調整する能力を充実する必要がある。

3) ロケ受け入れ機関、観光振興機関共通の課題 - 効果に対するリスク -

ロケ地を地域のプロモーション、観光振興に活用するためには、作品がヒットし社会的に注目されることが重要であるが、その可能性は必ずしも高くない。実際、わが国で公開される邦画本数は年間300本程度であり、その中でヒット作と呼べる本数は限られている。ロケ作品がヒットする可能性は高くないと考えた方がよい。

したがって、地域プロモーションを意図してロケを誘致しても、費用対効果は低い

可能性もある。ロケ受け入れ機関と観光振興機関が連携する場合は、こうしたリスクを前提で取り組む必要がある。

4. 地域における制作支援とコンテンツ活用の連携に向けた方向

以上の検討を踏まえると、地域におけるロケ支援とコンテンツを生かした観光振興の連携は、克服すべき課題はあるものの、大きな効果が期待される場合もあり、地域としては、可能性にチャレンジし機動的に対処できるようにしておくことが重要である。この場合、連携を通じた効果を高めるためには、以下の方策を推進することが必要だと考えられる。

1) 連携のメリットの明確化

ロケ受け入れ機関（FC等）と観光振興組織の連携を推進する前提として、連携のメリットを明確にし、関係者のイメージのすりあわせを図っておくことが重要である。

そのためにも、本稿で紹介した神戸市や香川県を始めとする連携の成功事例に関する情報を共有し、こうした連携を通じたメリットとその実現のノウハウの蓄積を深めることが重要だと考えられる。

また、映画祭など、ロケ受け入れ機関（FC等）、観光振興機関双方にとって、効果が期待されるイベント等を開催し、効果を楽しるとともに、相互理解を深めることも重要だと考えられる。

2) 連携を可能にする体制づくり

(1) ロケ受け入れ機関と観光振興機関の日常的な情報交換の場・仕組みの構築

神戸市や香川県の事例からも明らかなように、ロケ地を活用した地域のプロモーション、観光振興を効果的に行うためには、観光振興組織もシナリオハンティング、ロケハンティングなど、できるだけ早期の段階で参画することが重要である。

そのためには、ロケ受け入れ機関と観光振興機関が頻度高く情報交換する場や仕組みが構築されていることが望ましいと考えられる。

(2) 地域プロデューサーの任用とまちづくり推進組織の確立

地域で作成されたコンテンツをまちづくりに的確に生かすためには、既存の観光資源とコンテンツが提供する物語の追体験の価値をトータルに捉えて、地域の魅力を演出することが重要である。

そのためにも、自治体や観光協会など、観光振興機関がイニシアチブを発揮し、映像等の制作からその活用による観光振興まで、まちづくりをトータルに推進すること

ができる体制を確立することが望まれる。

また、一般的にこうした総合的な地域づくりに当たっては、取組のビジョンを提示し、その実現に向けて運動を引っ張るリーダーの存在が重要である。そのため、自治体や観光協会等が、こうしたリーダーとなる人材を「地域プロデューサー」として任用し、その構想のもとで組織的に取組めるようにすることが重要だと考えられる。

そのためには、国、自治体、大学等が連携することによって、プロジェクトマネジメント手法の修得などプロデューサー人材の育成のしくみや、地域プロデューサーの志願者と募集地域のマッチングを図るためのしくみ等を確立することが望まれる。

(3)地域の映像等ロケ受け入れ機関(FC等)の体制の充実

地域のロケ受け入れ機関(FC等)の体制が弱いため、連携しようにも人繰りが付かず、連携がうまくいっていない場合もあると考えられる。両者の連携を可能にするためには、連携による地域振興効果も考慮したうえで、専門職の任用、人員の増強など、ロケ受け入れ機関(FC等)の体制を充実することも検討すべきであると考えられる。

3)連携を通じた効果と配分ルールの明確化

(1)連携を通じた効果に関する情報共有

両者の連携を推進するためには、それぞれが連携を通じて得られる効果についてよく理解し、納得感を持っていることが前提となる。そのためにも、連携を通じた効果について、お互いに話し合い、共有しておくことが重要である。

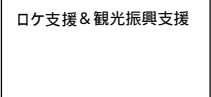
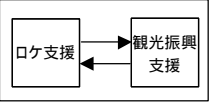
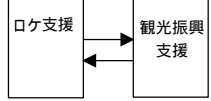
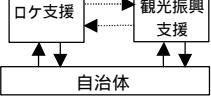
(2)サービスレベルアグリーメントの確立

連携に当たって、お互いが期待するサービス水準が矛盾しないようにするためには、相互に提供するサービスレベルをあらかじめすり合わせておくことが望まれる。トラブルを避けるためには、サービスレベルアグリーメント(SLA)をあらかじめ結んでおくことも検討すべきである。

(3)連携を通じて得られた効果配分のあり方の検討

連携を通じて得られる価値と負担を相互に配分するためには、その配分方式を明確にしておくことも重要であると考えられる。ロケ受け入れ機関と観光振興組織との関係も踏まえて、方式を検討することが望まれる(次表は、その一例である)。

図表 連携を通じて得られた効果配分方法例

タイプ	イメージ	特徴	検討すべき課題
同一組織推進型 	ロケ支援機能をもつ単一組織	<ul style="list-style-type: none"> ・同一組織の内部処理 	<ul style="list-style-type: none"> ・ステークホルダーに対する業務遂行の説明
内部取引型 	ロケ支援機能を持つ観光協会など	<ul style="list-style-type: none"> ・協力関係に基づくサービス提供が基本 ・コストの付け替えも考えられる 	<ul style="list-style-type: none"> ・SLA(サービスレベルアグリーメント) ・調整組織の明確化(縦割り対策)
外部取引型 	ロケ支援機関 観光協会、TMO(まちづくり組織)	<ul style="list-style-type: none"> ・金銭処理が基本 ・協力関係のもとでの処理も考えられる 	<ul style="list-style-type: none"> ・SLA(サービスレベルアグリーメント) ・金銭処理の可能性(FCは、サービスの対価を受け取れない?)
補助金型 	自治体などによる関係機関への補助	<ul style="list-style-type: none"> ・地域振興による税収増をベースとした間接的な価値の配分 	<ul style="list-style-type: none"> ・効果の明確化 ・充当財源の検討(宿泊税の充当など) ・納税者に対する説明

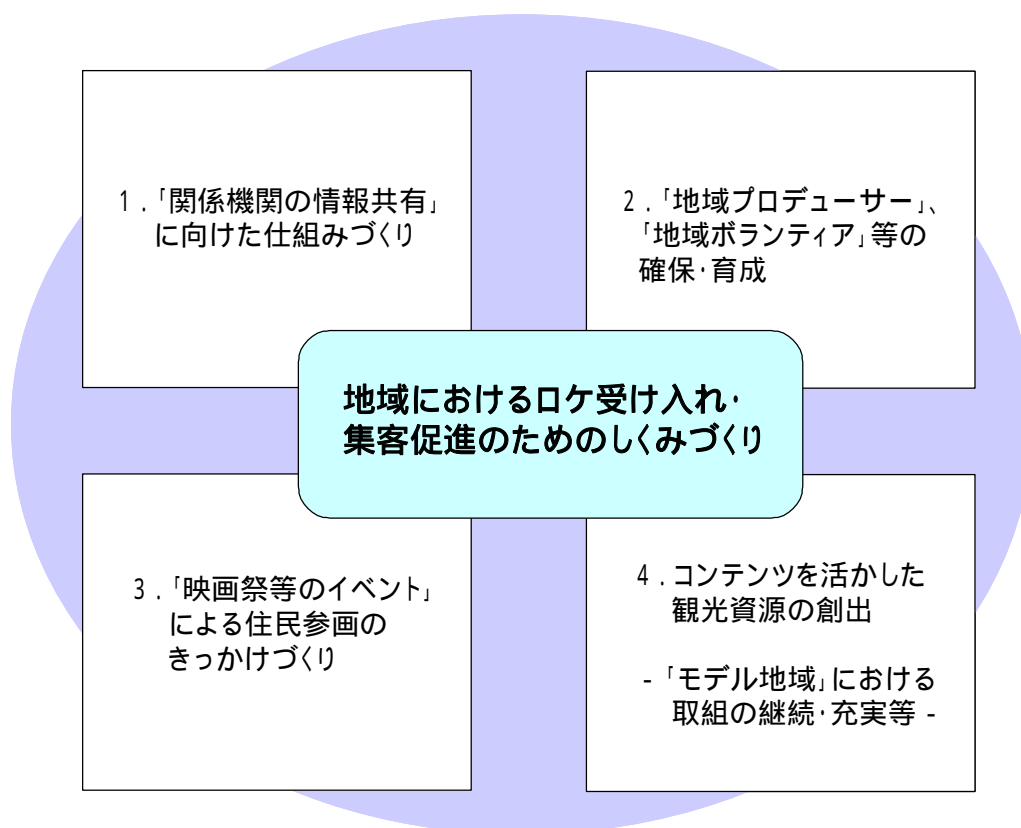
第5章 重点的に取り組むべき今後の課題

わが国における映像等コンテンツの制作支援やその活用による地域振興は、知的財産立国に向けて期待される取組であるが、まだ本格的な取組が始まってから時間が経っておらず、具体例も限られている。今後の展開に当たっては、様々な地域における、ロケ受け入れ等を通じた新たなコンテンツの制作や、こうした地域のコンテンツを効果的に活用する取組の実績を増やし、そのノウハウを共有することが重要である。

その場合、本調査のアンケート調査、事例調査等で明らかにされた映像等コンテンツの制作支援やコンテンツツーリズムの現状を踏まえるとともに、第2～4章で明らかにした方向性を踏まえて施策・事業を具体化することが望まれる。

特に、以下の事項は、制作支援、コンテンツの活用、両者の連携全般に関わる課題である。関連施策・事業の具体化に向けて重点的に対応することが望まれる。

1. 「関係機関の情報共有」に向けた仕組みづくり
2. 「地域プロデューサー」「地域ボランティア」等の確保・育成
3. 「映画祭等のイベント」による住民参画のきっかけづくり
4. コンテンツを活かした観光資源の創出 - 「モデル地域」における取組の継続・充実等 -



図表 重点的に取り組むべき今後の課題

【重点的に取り組むべき今後の課題】

1. 「関係機関の情報共有」に向けた仕組みづくり
2. 「地域プロデューサー」「市民ガイド」等の人材育成
3. 「映画祭等のイベント」による住民参画のきっかけづくり
4. コンテンツを活かした観光資源の創出
「モデル地域」における取組の継続・充実等

地域における持続的な制作支援環境づくりの方向(2章)	制作支援とコンテンツ活用の連携に向けた方向(4章)	コンテンツツーリズム推進の方向(3章)
<p>撮影可能箇所数の拡大()</p> <p>ロケ受け入れ機関(FC等)における人材の確保・育成()</p> <ul style="list-style-type: none"> ・専門職としてスタッフ確保 ・スタッフのスキル向上 <p>ロケ受け入れ機関(FC等)のサービス水準の向上</p> <p>制作とロケ受け入れ機関(FC等)のコミュニケーション強化()</p> <ul style="list-style-type: none"> ・制作者とロケ受け入れ機関(FC等)との相互理解 ・各地のロケ受け入れ機関(FC等)のサービス水準の向上と平準化) ・ロケ受け入れ機関(FC等)のサービス内容に関する情報提供 <p>民間事業者との連携によるロケ支援サービスの提供()</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ロケ受け入れ機関(FC等)と民間事業者との連携 <p>広域エリアにおける FC の連携()</p> <ul style="list-style-type: none"> ・制作者が求める広域的なロケ候補地への対応 ・全国版ロケ地DBの活用 <p>市民、まちづくり組織など地域との関わりの強化(、)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・映画祭の開催等を通じた住民の愛着心醸成 ・サポーター制度などによる自主的な協力の促進 <p>地域発の制作企画の提案。制作発表の場の提供(、、)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・映像制作に対する的確な情報提供 ・作品の発表機会としての映画祭等の開催 	<p>連携のメリットの明確化(、)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・成功事例に関する情報の共有 ・映画祭等の相互にメリットのあるイベント開催 <p>連携を可能にする体制づくり(、)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ロケ受け入れ機関と観光振興機関の日常的な情報交換の場、仕組みの構築 ・地域プロデューサーの任用とまちづくり推進組織の確立 ・地域の映像等ロケ受け入れ機関(FC)の体制の充実 <p>連携を通じた効果と配分ルールの明確化()</p> <ul style="list-style-type: none"> ・連携を通じた効果に関する情報共有 ・サービスレベルアグリーメントの確立 ・連携を通じて得られた効果配分のあり方の検討 	<p>コンテンツを活かした観光資源の創出()</p> <ul style="list-style-type: none"> ・資源の発見・再認識 ・資源価値の向上 ・資源の利用に関する権利の調整 ・持続的な利用ルールの確立 <p>住民の理解、共感、参画の促進()</p> <ul style="list-style-type: none"> ・映画祭等を通じたコンテンツの価値に対する理解の促進 ・コンテンツに対する愛着心の醸成 ・コンテンツを活かした観光まちづくりへの参画の促進 <p>コンテンツを活かした観光プロモーションの展開()</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報提供とファンづくりを意図した広報活動 ・モデルツアーの提案 ・受け入れ体制の整備 ・お客様満足度の把握とフィードバック <p>地域プロデューサーを中核とする推進体制の確立()</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ビジョンの提示 ・関係者の巻き込み、調整 ・住民参画の推進 ・持続可能な事業としての展開

注) 番号は、重点的に取り組むべき今後の課題との対応関係を示す。