

ロケ地としての高知県

1120391 橋本 真希

高知工科大学マネジメント学部

1 概要

ドラマ「北の国から」や映画「世界の中心で愛を叫ぶ」など、ヒットしたドラマや映画のロケ地となった地域には多くの観光客が訪れることが分かった。コンテンツで地域活性化は効果的である。高知県がロケ誘致に成功するためには、地方のロケ誘致を支えるフィルム・コミッションが、ロケ誘致をするだけでなく、ロケ地を訪れた観光客に楽しんでもらう仕掛けをするなどロケ地としてのメリットを全面的にアピールすることが重要だと考えた。

2 背景

近年、茨城県が舞台の「下妻物語」、山形県が舞台の「おくりびと」など地方映画のムーブメントが起こっている。四国地方でも「世界の中心で愛を叫ぶ」やドラマ「坂の上の雲」や「龍馬伝」など多くの四国が舞台の映画やドラマが撮影された。映像コンテンツにより地方が注目され、観光客の増大に繋がった。映画観光立県として、成功するためには地方ロケを支えるフィルム・コミッションの存在が重要である。

3 目的

ロケ誘致に成功している香川フィルム・コミッションと比較し高知県フィルム・コミッションのどの部分が遅れているかの明らかにし、高知フィルム・コミッションの遅れているところを向上させるための対策を提案する。

4 研究方法

香川フィルム・コミッションと高知フィルム・コミッションにインタビューを行い、各フィルム・コミッションの取り組み体制を調査した。

5 結果

現在映画観光立県として成功している香川県では、フィルム・コミッション設立以前は平成10年度、都道府県別 好印象調査で47都道府県中47位(最下位)だったのが、フィルム・コミッションを設立し、映画「世界の中心で愛を叫ぶ」や「県庁の星」などの映画のロケ誘致をし、平成21年度の「気になるロケ地ランキング」では7位に飛躍することになった。香川フィルム・コミッションでは、ただロケを誘致するだけで無かった。映画「UDON」や「きな子〜見習い警察犬の物語」では、ロケ地に訪れる観光客に楽しんでもらうためと映画のPRも兼ねて車体にラッピングをし、JRを利

用する人達を楽しませた。香川フィルム・コミッションは映画「八日目の蟬」のロケ誘致をきっかけに小豆島の伝統行事を復活させることにも貢献し、香川県民の誇りを取り戻すことができた。香川県にフィルム・コミッションの取組は、多くの香川県民から支持されロケ誘致による経済効果以外に県民の誇りを取り戻し、内側からの活気に繋がるなどのメリットをもたらす結果になった。高知フィルム・コミッションの場合、高知県民からの知名度は低いので、

映画のロケ撮影の場合のエキストラの募集に苦勞していた。

平成23年度に高知フィルム・コミッションでは、映画関係者のスタッフによる映画会社への営業を行うなどし、平成23年度に営業を行いロケ誘致に成功した映画「桐島、部活やめるってよ」では、スタッフ、出演者の約1カ月間の滞在費だけでも2000万円以上と大きな経済効果があった。

6 考察

高知フィルム・コミッションは香川フィルム・コミッションに比べると映画、ドラマの撮影回数も少なく認知度の低さから、県民とのコミュニケーションが取れていないと感じられた。香川県フィルム・コミッションでは、県民とのコミュニケーションが上手くとれているので、エキストラの募集や、ロケの情報提供なども協力的であるといえる。また、ジャパン・フィルム・コミッションの規定外活動に大きな差があると感じられた。

7 提案

①高知ブランドを認識し映画会社にアピールする。②掲示板などを高知フィルム・コミッションホームページ内に設立、県民と情報交換をしてコミュニケーションをとる。③高知フィルム・コミッションの最大の強みである映画関係者による営業を継続的に実施する。

参考文献

増淵敏行(2010)「What is CONTENTS TOURISM? 物語を旅するひとびとコンテンツ・ツーリズムとは何か」彩社。

平成 23 年度マネジメント学部卒業論文要旨

日経エンタテインメント 平成 22 年 8 月号。

石崎明彦(2007)「「フラガール」を支えた映画ファンドのすごい仕組み」 角川 ssc 新書社。

長島一由(2007)「フィルムコミッションガイド映画・映像によるまちづくり」 WAVE 出版社。

倉本聡(1982)「北の人名録」 新朝社。

富良野市公式 HP 。 <http://www.city.furano.hokkaido.jp/>

「八日目の蟬」 HP 。 <http://www.youkame.com/index.html>

「きな子～見習い警察犬の物語～」 HP。

<http://www.kinako-movie.jp/>

香川フィルム・コミッション。 HP

<http://www.kagawa-fc.jp/>

高知フィルム・コミッション HP。

<http://www.kochi-fc.jp/results/>

石井淳蔵 廣田章光(2009)「1からのマーケティング」 中央経済社。

和田充夫(2010)「地域ブランドマネジメント」 有斐閣。