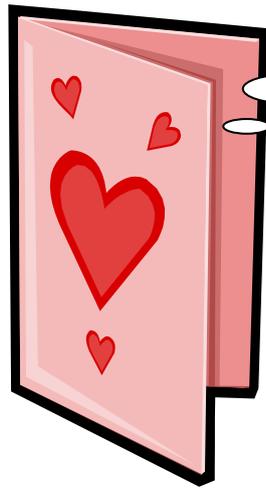


行政課題研究報告書



## テーマ

### 「自治体のメディア戦略」

～地域活性化の視点から可能性をさぐる～

- 第1章 研究テーマ
- 第2章 考え方
- 第3章 フィルムコミッション
- 第4章 先進地視察
  - 1. 松本市
  - 2. 諏訪圏フィルムコミッション
  - 3. 信州上田フィルムコミッション
- 第5章 考察（視察を終えて）
  - 1. 自治体単独でのF C
  - 2. 広域連合でのF C
  - 3. 公民協働でのF C
- 第6章 大阪ロケーション・サービス協議会
  - 1. 大阪府のF C
  - 2. ロケ現場見学
- 第7章 全国のF Cの現状
  - 1. 運営予算
  - 2. スタッフ数
  - 3. 他のF Cとの連携
  - 4. 許可申請代行先
- 第8章 提案
  - 1. 岸和田フィルムコミッション
  - 2. 設立による効果
  - 3. F Cの課題
- 第9章 おわりに

#### メンバー

建設指導課	頓花	和子
環境整備課	和田	啓資
保険年金課	蓮井	睦美
図書館	濱本	大士
環境整備課	松林	由典

## 「自治体のメディア戦略」研究概要

### 1. 研究をはじめるにあたって

本研究のテーマは「自治体のメディア戦略～地域活性化の視点から可能性をさぐる」です。

まず、「メディア戦略」「地域活性化」の二つのポイントから取り組み始めました。この言葉から思いつくことはそれぞれで、一つずつ深い意味合いのある言葉を、最終的に結びつけ、テーマに添うものにしていこうと考えます。

そこで、今回の研究の真意は、様々な岸和田の一面をたくさんの方に知ってもらうために、メディアに対して、または、メディアを利用し、情報を発掘・管理・発信するという責任が、自治体にはあると考えました。映像として取り上げられる岸和田のイメージの影響が大きいということから、映画やドラマのロケーション撮影を誘致する手段となるフィルムコミッションを研究することにしました。

また、私たちは、ロケ誘致をすることによって、「地域」を知り、親しみ、魅力を再発見し、そうすることで住民の意識に変化がおり「地域活性化」が見出されるのではないかと考えました。

フィルムコミッションを設立することで、「直接的経済効果」「間接的経済効果」および「地域文化の向上」等の様々な地域活性化のメリットも期待できることから、今回の研究テーマに即した研究ができると考えました。

### 2. フィルムコミッション

フィルムコミッション（以下FCという。）とは、映画やドラマなどのロケーション撮影を誘致し、映像制作会社の支援活動をする非営利団体のことです。撮影を希望する国内外の映像制作会社・団体の相談窓口になり、施設管理者との借用交渉、許認可手続協力、宿泊施設等の紹介、エキストラの手配・協力、ロケ対象施設・風景の紹介等のワンストップサービスを行う機関です。すでに全国で100以上のFCが存在します。また、全国のFCの連絡機関として、全国フィルム・コミッション連絡協議会があります。その協議会には95のFCが加盟しています。

### 3. 先進地視察

全国フィルム・コミッション連絡協議会に加盟しているFCから、長野県の3つのFCに視察にいきました。自治体が単独で事業主体となる松本市観光温泉課ロケ支援係、諏訪市から平成18年4月に諏訪地方観光連盟に業務委任さ

れ、広域連合でのF Cの諏訪圏フィルムコミッション、大正12年から撮影が行われている上田市を業務地域とし、その経験から市民との協働の体制がとれている信州上田フィルムコミッションです。それぞれのF Cの特徴や事業内容をうかがい、また、実際に映画やドラマの撮影に使われたロケ地を案内していただきました。

#### 4．大阪府のF C

先進地視察後、すでに、大阪全域を業務地域として活動している大阪ロケーション・サービス協議会にうかがいました。そこでは、実際に映画の撮影現場を見学させていただき、また、協議会および映像制作会社の取り計らいで、エキストラとしても参加させていただくことができました。実際にエキストラで参加したことによって、作品にもそのテーマにも強い興味が湧きました。エキストラ控室は、エキストラ同士の交流の場となっており、参加者同士で新たなコミュニティを形成することが期待されました。F C設立による様々な効果を肌で感じることができました。

#### 5．提案

F Cによる様々な効果を実感できた私たちは、改めて、岸和田でのF Cの設立は大きな意味のあるものだと考えました。また、大阪ロケーション・サービス協議会でのパンフレットには「大阪のロケーション」として、ミナミ・梅田・新世界に並んで岸和田の4箇所が紹介されています。岸和田市がロケ地として注目されており、需要があるということもわかりました。

岸和田市には私たちも気づいていない素晴らしいところがたくさんあります。まちが持つ伝統や歴史、地域性をどうこうする必要はないのです。今の岸和田市にとって、それらを再確認し、再発見していくことが大事なのです。F C設立はそのきっかけとなると考えました。

そこで、全国フィルム・コミッション連絡協議会が資料としてHPに掲載している、「第2回F Cアンケート集計結果」をもとに、F Cの現状を考察し、岸和田フィルムコミッション設立を提案します。

## 第1章 研究テーマ

全国ニュースで流れる「だんじり祭」、映画「BEAT KIDS」や「岸和田少年愚連隊」などメディアにとり上げられた岸和田のイメージが、人々のイメージになっています。まちのイメージに対するマスメディアの影響力は大きいものです。

まちのイメージを左右するものとしては、雑誌やケーブルテレビ、地域のラジオやミニコミ誌、インターネット、クチコミなど様々なメディアがあります。情報を受け取るだけでなく、情報を気軽に発信できるようになってきています。

まちも人も「いいイメージ」を持ってもらいたい、認めてもらいたいという欲求を持っています。自らのイメージを積極的につくるためにどのようにメディアと関わるのがよいのかを考える時代となってきました。

そこで、テーマである「自治体のメディア戦略～地域活性化の視点から可能性を探る～」からイメージすることをメンバーで話し合いました。次のような意見が出ました。

- ・福祉に重点を置いた「住みやすいまち岸和田」を、メディアを使いアピールする。
- ・岸和田出身の著名人を巻き込み岸和田をアピールする。
- ・岸和田名物の食べ物(水ナス、桃等)をメディアにとりあげてもらい広める。
- ・「アドベンチャーワールドと岸和田の笹」の事例がある様に企業との協働をテーマにメディアを通し協働事例を増やす。
- ・メールマガジンを発信し、ニュース・イベント情報を掲載する。また、市長・職員のコラム等を設け市民・行政との距離を近いものにする。選べるコンテンツとして防災情報・子育て情報・スポーツ情報等もつくる。
- ・フィルムコミッションを立ち上げ、地域の活性化・知名度アップ・観光客誘致等の効果を狙う。

今回の研究の真意は、様々な岸和田の一面をたくさんの方に知ってもらうため、メディアに対して、またはメディアを利用し、情報を発掘・管理・発信するという責任が、自治体にはあるということだと考えます。また、そこから、地域活性化の効果をもたらすために、自治体がどのような「メディア」に対する働きかけができるか、ということです。

しかし、メディアとのかかわりの中で「地域活性化」の視点をどう見出していけばよいかという問題を、なかなか打破することができませんでした。「メディア」「地域活性化」それぞれの言葉について、改めてテーマとして与えられると、ただ漠然とわかっただけで何一つ理解できていないことに気づきました。

# メディア戦略の考え方（イメージ図）

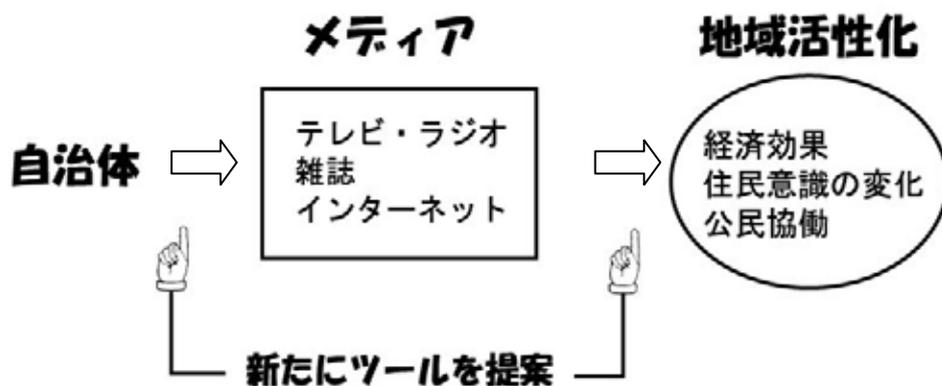


図1 メディア戦略の考え方

そこで、「地域活性化」について考えました。図1に示すように、まず思いつくのは、経済効果です。また、各公民館などにある自主サークルの行動から生まれる活力も「地域活性化」の一つだと考えました。それは、住民同士が交流することによって新たにおこる、住民意識の変化ということです。

その他に、岸和田市が策定した第3次岸和田市総合計画では、まちづくりの柱として公民協働のまちづくりを推進し、市民が公と協力して活動することそのものが地域活性化につながると示しています。

## 第2章 考え方

前章であげたメンバーの意見の中から、次の3点についてさらに詳しく話し合いました。

- ・「アドベンチャーワールドと岸和田の笹」の事例がある様に企業との協働をテーマにメディアを通し協働事例を増やす。

「アドベンチャーワールドと岸和田の笹」の事例というのは、アドベンチャーワールドの職員が、岸和田市を車でとおりかかったときに「岸和田の笹」を見つけ、当園で飼育しているパンダの餌にと市に相談をした話です。当初は市が協力し、伐採・運送をしていたのですが、今では園が直接伐採・運送をするようになりました。竹林の持ち主からすると伐採・処分の手間が省け、園とすれば新鮮なパンダの餌が無償で手に入る、という一石二鳥となった話です。まさに、公と民と企業の協働による地域活性化の話だと感じました。

また、この事例を知ったのは、新聞に取り上げられていたからです。これが、「メディア戦略」と「地域活性化」のつながりであると感じました。この研究を進めるにあたっての、「地域活性化」のイメージが膨らみました。このような事例を自治体として多く発信することが、メディア戦略ではないかと感じました。

- ・メールマガジンを発信し、ニュース・イベント情報を掲載する。また、市長・職員のコラム等を設け市民・行政との距離を近いものにする。選べるコンテンツとして防災情報・子育て情報・スポーツ情報等もつくる。

メールマガジンとは、電子メールを利用した発行される雑誌のことです。発行者が購読者に定期的にメールで情報を届けるシステムのことです。発行元に自分のメールアドレスを登録することによって、次回発行時から届くようになるというものとコンピューター用語辞典に記載されています。

自治体のメールマガジンの活用は、様々なところでされています。ホームページ（以下「HP」という。）の中でメールマガジンの登録を募集していることが多くあります。そこで、岸和田市でもHPをもっているのを、それらを充実させ、みだしのような内容を、メールマガジンとして発行することは容易だと考えました。この方法で、効率よく市民に情報を発信できるのではないかと考えました。

しかし、HPは、ページを開いてもらわないと情報を発信できない、という弱点があります。インターネットを利用する特定の限った人や一定の年齢層にしか情報を発信できません。また、受信料も発生してくるので敬遠されるのではないかと考えました。

- ・フィルムコミッションを立ち上げ、地域の活性化・知名度アップ・観光客観光客誘致等の効果を狙う。

次に、ニュースで取り上げられるだんじり祭、岸和田を題材とした映画が岸和田のイメージになっている、ということを利用できないかと考えました。メディアに、違う岸和田の一面を取り上げられるような働きかけを自治体からできる手段として、フィルムコミッションの設立を考えました。

映画やドラマのロケーション撮影を誘致する手段として、フィルムコミッション業務があることを知りました。取り上げられた映像を通して、「地域」を知り、親しみ、魅力を再発見してもらえないのではないかと考えたのです。そうすることで、住民の意識に変化がおり、新たな地域活性化が見出されると考えます。

以上のことより、「地域活性化」を見出すためのメディアとのかかわりとは、ごく身近に存在するものであることがわかりました。自治体が情報を発掘・管

理・発信する方法としては、メールマガジンやフィルムコミッションがあることがわかりました。

私たちは、「地域」を知り、親しみ、魅力を再発見し、そうすることで住民の意識に変化がおり「地域活性化」となることに重点を置き、そういった「地域活性化」が見出されると考えられるフィルムコミッションを採り上げ研究していきます。

### 第3章 フィルムコミッション

フィルムコミッション（以下「FC」という。）とは、映画やテレビドラマ、CM、写真などのロケーション（以下「ロケ」という。）撮影を誘致し、映像制作会社の支援活動をする非営利団体のことです。撮影を希望する国内外の映像制作会社・団体の相談窓口になり、施設管理者との借用交渉、許認可手続協力、宿泊施設・飲食店等の紹介、エキストラの手配・協力、ロケ対象施設・風景の紹介などのワンストップサービスを提供します。また、協力していただける地域の情報を地域・住民・企業から、提供してもらえるように働きかけをする組織です。

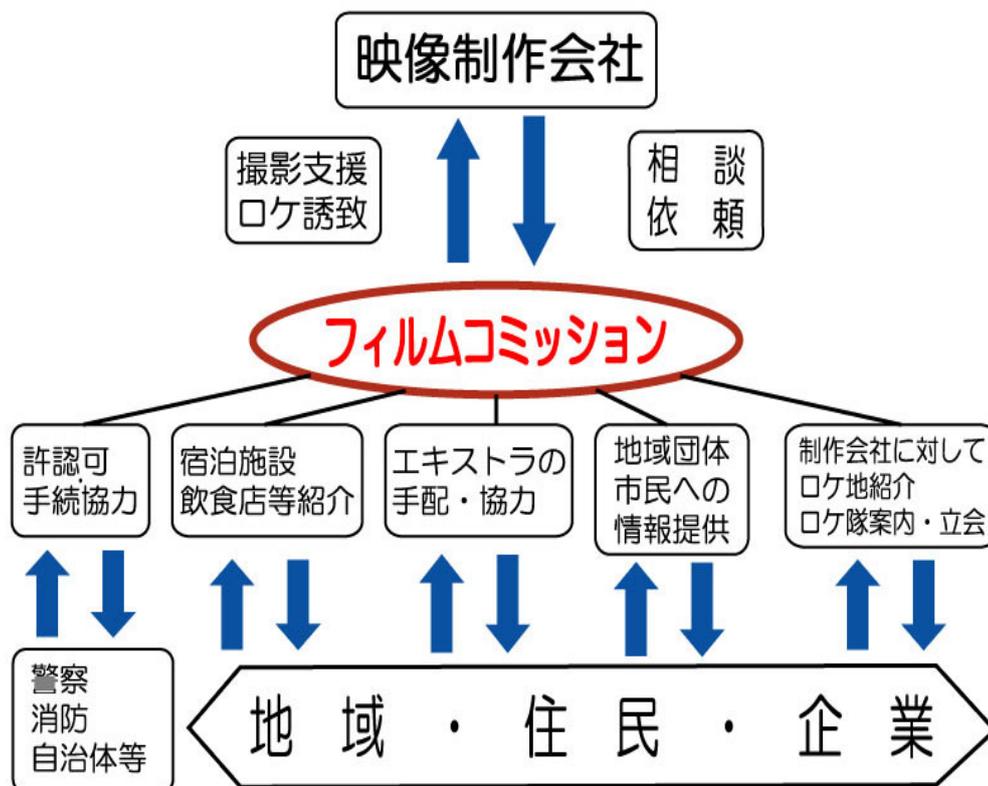


図2 フィルムコミッション業務

全国で設立されたFCの活動を支援し、映像文化の発展に資することを目的として『全国フィルム・コミッション連絡協議会』が平成13年に発足しています。

その会員は、正会員（F C、自治体、映像制作会社、観光振興団体など）、賛助会員（関連企業）、個人会員によって構成されています。現在（平成18年）では90以上のF Cが加入しています。その全国フィルム・コミッション連絡協議会のHPには次のような事柄が掲載されています。

・協議会の業務

各地域での新規F C設立のための支援

- ・資料・情報提供
- ・助言・相談

F Cの活動に関わる機能充実と環境改善

- ・F Cと制作者間での問題解決
- ・撮影に関する規制緩和の促進
- ・機能充実のためのセミナー実施

F Cの活動に関わる情報交換と連絡調整

- ・情報交換会などのイベントの実施および協力
- ・情報の収集とニュースレターの発行、ホームページの作成

F Cの活動に関わる人材育成と教育支援

- ・人材育成のための研修セミナー実施

その他、本協議会の目的を達成するために必要な事業

・F Cの三原則

地域の公的機関であること

サービスを無償で提供すること

内容や規模によって、作品をより好みしないこと

・F C設立のメリット

当該地域の情報発信のルートが増えます。

撮影隊が支払う「直接的経済効果」が見込まれます

作品（映画・ドラマ）を通じて観光客が増え、観光客が支払う「間接的経済効果」が見込まれます。

映像制作に関わることを通じて、地域文化の創造や向上につながります。

F Cには、上記のようなメリットがあることがわかり、今回の私たちの研究テーマに即したものであると考えられます。

## 第4章 先進地視察

提案すべき内容をより実用性のあるものに近づけるために、視察を検討しました。前述の全国フィルム・コミッション連絡協議会に加盟しているFCの中から、抜粋しました。

視察先を検討するにあたって、まず、電話で設立の目的等の問合わせをしました。その結果、映像制作会社が関東に集中しているため、立地条件が整っている関東圏はFCが多く存在しました。しかし、そのほとんどが設立以前からロケ撮影に協力しており、受け入れ体制を整えるためのものであることがわかりました。今回、提案しようとしているFCでは、一からの設立を前提としているため、参考になりにくいと考えました。当市と人口規模、立地条件が類似し、また、事業主体が様々な団体のFCが存在する長野県に視察に行くことにしました。

長野県には、ながのフィルムコミッション、松本市観光温泉課ロケ支援係、諏訪圏フィルムコミッション、信州上田フィルムコミッション、塩尻・木曾フィルムコミッションの5つのFCが存在します。その中で自治体が単独で事業主体となる松本市、諏訪市から平成18年4月に諏訪地方観光連盟に業務委任された諏訪圏フィルムコミッション、また、特に経験が豊富である信州上田フィルムコミッションの3つのタイプの違うFCを視察先を選びました。視察先の事業概要は次のとおりです。

### 1. 松本市

名称	松本市観光温泉課ロケ支援係
設立	平成13年10月1日設置
事業主体	松本市
職員数	職員2名(専任)
予算額	307万円(平成18年度 事業費のみ)
人口	228,842人(平成18年11月1日現在)
エキストラ登録人数	約380人(うち松本市民8~9割)

松本市のロケ支援係の設置目的は、いただいた資料に次のように掲載されています。

「松本」の映像が映画やテレビ等のロケ地になることにより、本市が国際的、国内的知名度を飛躍的に向上させることができ、観光客の増加が期待できること。

関連産業を通じて本市への経済効果と雇用の創出に貢献すること。

地域の人々がエキストラをはじめ積極的に参加することにより、文化の向上と地域振興の活性化が期待でき、映像文化の向上にもつながること。

また、事業内容は

- 映画製作会社、テレビ局への誘致
- パンフレット（制作済み）、チラシ制作
- ホームページ開設
- 全国フィルムコミッション連絡協議会加盟
- ロケ支援事業
  - ア、ロケ地の情報提供
  - イ、ロケ地案内
  - ウ、撮影に必要な許可申請の代行
  - エ、撮影する施設の許可交渉
  - オ、公共施設の使用料減免
  - カ、宿泊施設（温泉旅館・ホテル）や関連業者の紹介
  - キ、地元ボランティアエキストラの確保
  - ク、ロケ期間中の職員同行
  - ケ、撮影に関する各種相談

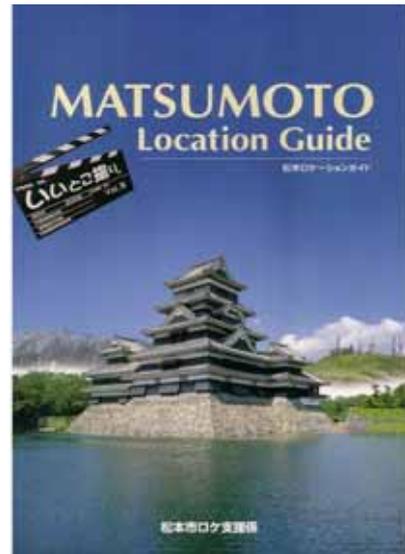


図3 松本ロケーションガイド

とあります。

松本市は、観光地としての土地柄故に以前からロケが行われていました。国際的・国内的知名度を高め、観光客の増加を期待できることから、全国フィルム・コミッション連絡協議会発足時（平成13年8月8日）から加盟し、平成13年10月1日にロケ支援係を設置しました。

事業主体は、自治体単独です。自治体が事業主体ということで、市民からの信用が得られやすく、ロケによる道路や施設の閉鎖等に対する市民の協力もあり、官民一体の支援活動が見受けられます。

職員数は、平成18年度より専任で2名となっていますが、平成17年度までは兼任で2名、嘱託員1名で業務をしていました。

予算の殆どは、ロケ地マップやロケーションガイドの制作費です。毎年1冊ロケーションガイドを発行しています。

松本市の特徴は、事業内容の の誘致活動をととても熱心にされていることです。全国フィルム・コミッション連絡協議会開催の全国ロケ地フェアへの参加や、映像制作会社へ直接、ロケーションガイドを持参することで、映像制作会社の担当者と会い、その年の映像制作の情報を収集し、また、常に新しい地域の情報を発信しているとのことでした。

また、自治体が事業主体となっていることで、 の支援事業での公平性を保つための努力をしています。例えば、宿泊施設・協力店舗の紹介では、それらをHPで募集し、一覧表にしたものを、紹介をもとめる映像制作会社に渡しています。

## 2. 諏訪圏フィルムコミッション

諏訪フィルムコミッションは、設立以前から諏訪市八ヶ岳をはじめとした観光地などの問合わせが多数あり、観光課の業務が過多となり、FCを立ち上げ

名称	諏訪圏フィルムコミッション（平成18年4月より）
設立	平成15年4月1日設立（諏訪フィルムコミッションとして）
事業主体	諏訪地方観光連盟（平成18年4月より） （平成15年4月設立当初 諏訪市）
職員数	観光連盟1名（専任）各市町村観光担当6名（兼任）
予算	500万円（人件費込）
人口	約209,770人（諏訪圏全域） （52,992人 諏訪市 平成18年7月1日現在）
エキストラ登録人数	約70人（うち諏訪市民約9割）

たとのことです。近隣5市町村（岡谷市、茅野市、下諏訪町、富士見町、原村）との市町村合併が検討される中、FC業務については諏訪圏全体にわたって多くのロケ地を把握し、他のFCにロケ隊を奪われることのないように、近隣5市町村の観光担当が協力し、諏訪地方観光連盟を中心としてFC事業を運営することとなったということでした。

平成17年度までは、諏訪市が事業主体として自治体単独で業務をし、平成18年4月より諏訪市に上記の近隣5市町村を加え諏訪地方観光連盟を立ち上げ、そこに業務委任され、諏訪圏フィルムコミッションとなりました。

職員体制は、各市町村の観光担当が兼任で各1名、諏訪地方観光連盟でFC専任が1名います。

平成18年度のFCの予算は、人件費込みで500万円です。諏訪市単独時の平成17年度は、事業費のみで190万円でした。

エキストラ登録は、約70名です。そのうち諏訪市民が約9割を占めています。

諏訪圏フィルムコミッションの事業内容は、前述の松本市ロケ支援係のものとは変わりはありませんでした。平成16年に公開された『いま、会いにゆきます』のヒットによりロケ地の問い合わせ等の業務が増えているとのことでした。

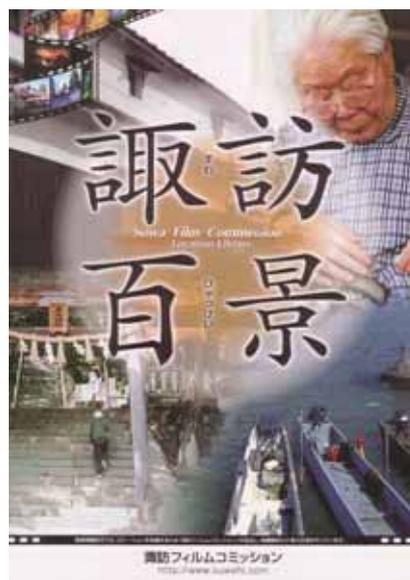


図4 諏訪フィルムコミッション  
「ロケーションライブラリー」

### 3. 信州上田フィルムコミッション

信州上田フィルムコミッションは、「上田市内の景観を映像により全国及び世界に発信することにより、市民が地域に対する自信と愛着を増し、精神面での地域活性化につながるとともに、上田市が映像制作に寄与することにより、多くの人的交流が生まれ、経済、文化、生活等あらゆる面で新しい刺激となる。」をFC業務のねらいと掲げています。

上田市では、大正12年から撮影が行われており、80年以上の歴史があり

名称	信州上田フィルムコミッション
設立	平成13年6月20日設立
事業主体	上田観光コンベンション協会
職員数	観光コンベンション協会職員2名(専任) 上田市観光課職員が兼務職員として随時応援
予算	54.9万円(事業費のみ)パンフレット制作費283万円
人口	163,331人(平成18年9月1日現在)
エキストラ登録人数	約350人(うち上田市民約8割)

ます。上田市在住の東映プロデューサー吉村氏(上田観光コンベンション協会専務理事)が、こうした事実を踏まえ、また、地元に戻った時、「地元には活気がない」「元気のある町にしたい」と思い、ロケを誘致し、映像に参加することで市民が元気に、上田市が映像に写ることで宣伝効果・知名度UP効果があると考え、上田市企画課へFC設立を提案しました。まず、「信州上田ロケ地ガイド」を発行し、映像関係者に配布しました。この頃、国内でFC設立の動きが出始め、設立研究会に上田市からも職員2名が参加しました。そして、それらの活動の重要性を確認し、平成13年6月に設立しました。

事業内容は、次のように信州上田フィルムコミッションのHPに掲載されています。

上田地域全体のロケーション紹介

必要に応じて、周辺市町村(東御市、真田町、その他)についても行ないます。

ロケーションハンティング時のナビゲーターと地元協力を得るための手配

自治体を含めたロケ地周辺の住民、自治会、商店会、団体等への協力手配。

ロケ時の弁当、ケータリングサービス、クラフトサービスの紹介

信州上田フィルムコミッションをサポートしているNPO法人によるフードサービスカーの出動要請等。

宿泊の紹介

撮影機材、車両、備品等のレンタル紹介

エキストラ手配

各種許可申請の代行および仲介

文化財等のロケに関する手配

ロケーション撮影時の同行

FCサポーター登録制度



図5 信州上田ロケ地ガイド

前述の2団体と比べると、80年余の撮影実績があるので、独特な事業内容が含まれています。特に、の地元協力を得る手配は、ロケ地を案内していただいたときの様子から市民・自治体・企業と全てが上手く連携されているのが

わかりました。まち全体で、受け入れ態勢が整っていように感じました。この市民とFCとの繋がりこそが、信州上田FCの特徴です。また、 については、市民が自発的にサポートNPOを立ち上げ、ロケ隊に暖かいフードを提供するフードサービスもできるようになっているとのこと。

事業主体は、上田観光コンベンション協会ですが、上田市役所内に設置され、協会職員FC専任2名と上田市観光課職員が兼務、という体制をとっています。官と民（上田観光コンベンション協会）で組織されながらも、それぞれの分担がはっきりしています。例えば、映画・ドラマなどのフィクションは、上田観光コンベンション協会が担当し、旅番組などのノンフィクションは、上田市観光課が担当しています。

また、FC事業は、上田観光コンベンション協会の3本の主要な事業の内の1本に位置付けられてあります。その協会の顧問には、警察・国土交通省・上田建設事務所の行政機関が加わっており、FC業務に必要な許可申請を、スムーズに行い易い組織になっています。



図6 真田坂キネマギャラリー幻灯舎

市の中心部には、市と委託契約を結び経営しているカフェ「真田坂キネマギャラリー幻灯舎」があり、映画のロケ地情報・エキストラ募集・ロケ風景の写真展示などが壁いっぱいには貼っていました。ここは、市民が映画のロケ撮影を通じて交流するコミュニティーの場所となっていました。

## 第5章 考察（視察を終えて）

### 1. 自治体単独でのFC

松本市は、事業主体が自治体単独という特徴を活かしながら成功しているFCのひとつだと感じられました。一見すると様々な規制があるために、自治体単独では不利のように考えられる事業主体でしたが、良い見本になり得るものでした。

松本市の特徴である自治体がFC事業を行っていることのメリット・デメリットは次のようになります。

### メリット

- ・自治体業務の一環ということから関係機関、民間施設の利用、個人等の協力を得やすい。

### デメリット

- ・職員の人事異動のため、映像制作会社との繋がりが切れる可能性がある。
- ・個人的な知識も後任に引継がなければならない。

メリットとして、市民の信頼が得られやすく協力的であり、道路や施設の使用許可等、関係機関との連携がスムーズに行なわれることです。例えば、道路使用許可を警察署に提出すると約10分で許可が出るとのことでした。また、申請の代行をすることで公の施設使用料を減免することもスムーズです。これは、映像制作会社の求めることの重要な部分でもあり、ワンストップサービスを可能にするものです。

自治体単独でFCを運営するためには、可能なことと不可能なことを明確にすることが大切なこととなります。なぜなら、自治体は「信用」というものを背負っており、市民と地域に対し不利益を与えないようにすることを一番に考えなければならないからです。撮影の実績を増やすことばかり考えてしまい、映像制作会社の無理な依頼に対し曖昧に返事することは、結果として相手にも迷惑をかけるとともに、地元にも迷惑をかけてしまうこととなるのです。FC業務のなかで市民の私有する建物を撮影のために借りる際、自治体が窓口になると撮影許可協力が得やすい場合がよくあります。これこそFCに必要な自治体の「信用」で、普段の業務や窓口の対応態度でつくられるものです。

FC設立以前から撮影の行われていた松本市でも、このようにFC業務には自治体の「信用」が重要だということは、撮影の歴史のない岸和田市で設立する場合も、自治体が主導で設立することが最も適していると考えられます。FC業務には市民の協力が何より重要なのです。まちぐるみでFCを支えており、エキストラの8割が松本市民であり市民参加率が高いということからも感じられました。

## 2. 広域連合でのFC

諏訪圏フィルムコミッションは、先に説明したとおり6市町村の広域連合で業務を行っているFCです。広域連合でFC業務を行うメリット・デメリットは次のようになります。

### メリット

- ・ロケ地情報の共有化が可能になり魅力が増す。
- ・複数の主体で運営するため1主体あたりの経費負担の軽減を図ることができる。

### デメリット

- ・各自治体によりFCへの取組に相当な温度差がある。そのためロケ撮影が殆どない所も出てくる。

メリットとして挙げたように、情報を共有化することによって各市町村での情報提供・情報交換が可能になります。また、複数の自治体でFC業務を行えば、ひとつの自治体で行うよりも経費の負担が軽減されるうえ、発信する情報量は多くなります。また、ロケ誘致に関しても、広域FCのなかでロケが完結することができれば、映像制作会社としても非常に便利なロケ地となり大きな武器となるのです。

デメリットについては、FC業務に対し協力的な自治体やそうでないところ等、温度差があります。そのことによって「ロケ地撮影が平等に行われない」「経済効果が各市町村によって差が出る」などの問題も生じます。

岸和田市を含む広域連合でFCの設立を考えると、本市を含む5市2町で組織している「華やいで大阪・南泉州観光キャンペーン推進協議会」等が適当であり、諏訪圏のように広域で協力しやすい状態にあります。広域になると岸和田市にはない素材（ロケ）が増え魅力度も増します。現在、その協議会は、観光展への出展を多数行っている実績もあることから、諏訪圏の抱えているような温度差の問題はあるとしても、広域での「効果」「魅力」を発揮させるための広域連合という選択は意味のあるものと考えられます。

### 3. 公民協働でのFC

信州上田フィルムコミッションは、先に述べたように市民の協力があるうえ、上田観光コンベンション協会の体制も協会役員が公民混在しているということで、FC業務にとって理想的な公民協働の体制となっていると感じました。

信州上田フィルムコミッションは、私達が目指すべきFCと考える姿であり、現場を見ることにより実感することができました。

公民協働でFC業務を行うメリット・デメリットは次のようになります。

#### メリット

- ・協働ですることにより細やかなサービスが可能になる。
- ・まち全体で一緒に作品をつくりあげようとする意識が芽生える。

#### デメリット

- ・大きなデメリットは考えられないが、特定企業に利益が偏らないように配慮が必要になる。

協働によるFCは、自治体だけでは行き渡らない細やかなサービスや、臨機応変な対応は民（市民や企業）との連携があるからこそできるものです。

人口も16万人と必ずしも大きな都市とはいえない上田市が、大正12年から数々の映画監督が上田を舞台に名作を残しているのは、FCを含めまち全体で「このまちに来たからには満足して帰ってもらいたい。」という思いをもっており、映像制作会社からすれば「また来たい」と思わせる『まち』＝『FC』だからなのです。

それは、そもそもの始まりが経済効果を狙ったものではなく、市民に活力を与えることだからです。「ロケがくる 特別な行事 まつりごと」といった風に

考え、度々まつりごとがあるということで活力が生まれるのではないかと  
いうことでした。

ロケ地として利用を重ねてもらうには、「何も特別なものはいら  
ないのです。その土地の心地よさが再びロケを呼ぶことになる。」とい  
うことでした。目に見えた経済効果だけ追求するのではなく、まずは『地  
域（市民）のためのFC』という姿勢が良く伝わってきます。

信州上田フィルムコミッションの業務の考え方は、いただいた資料から  
もよく読み取れます。

#### 屋根のないスタジオ

私たちは、今、ロケ撮影の伝統を未来に伝え、私たちのまちと自然を  
さらに多くの映像作品の中に記録してもらうために、昔から上田に  
伝わる映像作品の支援として「信州上田フィルムコミッション」を  
設立しました。

映画人が、親しみ、映画ファンが喜び、観光に訪れた人たちが  
いつか見た風景に出会えるまち、それが、信州上田です。

フィルムコミッションは映像製作の支援を通して、地域に経済・文化  
両面の活性化を呼び込み、上田を訪れる皆さんに夢をプレゼントします。

（信州上田フィルムコミッション資料より抜粋）

当初は、FCが地域活性化と繋がりがあるのか手探りで始めた研究でしたが、  
この視察を終えて、自分達が目指す地域活性化と繋がりがあるものだとい  
うことがわかりました。

次に、上田市で実際にロケ地として使われた風景の写真を数枚紹介します。



図7 上田市内の橋



図8 北国街道

図7は、大林監督が好んだロケーションです。図8は、平成18年に公開された犬神家の一族で使われました。この北国街道の掲示板にはロケ風景の写真がはられており、観光客が足を止めていました。

図9は、北野武監督が映画の一場面に使ったものです。

ロケ地を散策してみると、何のかわりもない普通の風景がロケ地になっていました。図7と図9については、特に観光地になっている場所ではありませんが、そういう場所だからこそロケ地になるとのことでした。

次の図10は、岸和田市民なら誰もが知っていると思いますが、岸和田市本町の紀州街道です。図11は、同じく本町の円成寺周辺です。挙げるときりがない程、岸和田にはこの他にもロケ地となり得る風景はたくさん存在します。写真になるだけで、今まで自分達が知っているはずの景色とは別の景色となるのです。写真1枚で印象が変わるのであれば、映画というメディアを通すともっとイメージが変わるのです。人間が目から受ける情報というのは想像以上の効果があります。

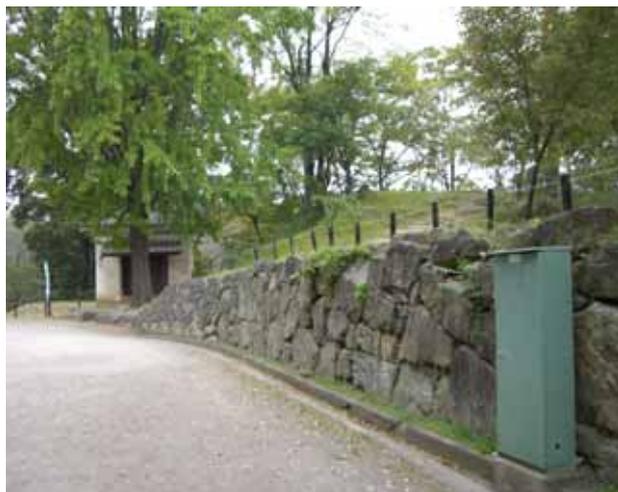


図9 上田城内



図10 紀州街道



図11 円成寺周辺

## 第6章 大阪ロケーション・サービス協議会

### 1. 大阪府のFC

岸和田でのFC設立を提案する前に、すでに大阪全域を業務地域として活動している大阪ロケーション・サービス協議会について紹介します。

大阪ロケーション・サービス協議会は、大阪府・大阪市・大阪商工会議所等の行政・経済界が協力して平成12年2月に設立した日本初のFCです。設立

名称	大阪ロケーション・サービス協議会
設立	平成12年2月23日設立
事業主体	大阪商工会議所、大阪府、大阪市ほか 事務局 大阪商工会議所
職員数	商工会議所より1名(専任) 事務員1名(専任) コーディネーター1名 (コーディネート会社と契約)
予算額	1,500万円(事業予算・人件費込み) 負担割合 大阪商工会議所・大阪府・大阪市各500万円
人口	8,824,678人(平成18年12月1日現在)
エキストラ登録	約3,800人

目的は「大阪の知名度向上と集客力の強化に資するとともに、当地に映像関連産業の集積を図る一助とするため、国内外の映画、テレビドラマ、コマーシャルフィルム等のロケーションを大阪に誘致する。」とHPに掲載されています。

広範囲にわたるFC業務では、情報量の蓄積・管理がとても重要で、「当協議会ではどうしても大阪市内での撮影が多くなり、業務地域が広範囲であるために映像制作会社側の要望に沿った場所があるにもかかわらず紹介できていないこともある。」とのことでした。

大阪ロケーション・サービス協議会で、すでに業務地域に岸和田市を含んでいるのであれば、改めて岸和田市で設立する必要はないのではないかとと思われるかもしれませんが、これまでの作品では岸和田のイメージが偏っているように感じます。これは、岸和田に関する情報不足が原因で、従前からのイメージしか映像制作会社がもっていないためだと考えられます。新しいロケ情報や違った岸和田の姿を提供していれば、違うイメージの岸和田ができあがるはずです。

先進地視察や上記のことから、広域業務では細かなロケ地の把握は困難であり、岸和田の魅力を引き出すためには岸和田市でFCを設立することに大きな意味があると考えます。

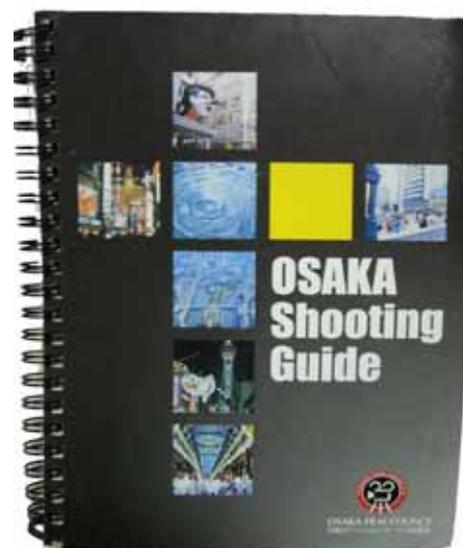


図12 大阪シューティングガイド

## 2. ロケ現場見学

長野県への視察の後、実際のロケ現場を見学するために協力を依頼したところ、協議会及び映像制作会社側の取り計らいでロケ現場を見学するだけでなく、エキストラとしても参加することができました。

エキストラの方々は皆さん楽しそうで、なかには常連のエキストラもいるようでした。その中で専業主婦の方は、家族から「外に出る機会もでき、楽しい趣味ができて良かった。」と言われていると、にこやかに話されていました。エキストラは会社員、主婦、学生、定年退職した男性等様々で、その控え室はエキストラ同士の交流の場となっていました。どの方も撮影に協力的で、撮影時間が延びても苦情が出ることもありませんでした。

映画制作のエキストラ参加体験を通じて、作品にもそのテーマにも強い興味が湧くと共に「ひとつの作品と一緒に完成させる！」という雰囲気、飛び入りの私達にも伝わってきました。

ロケ現場が、大阪府域という広範囲なところから集まった人達のコミュニティーの場に成り得るのならば、岸和田市でも映画等のエキストラ登録を募れば市民の交流の場になり、今まで繋がりがなかった人同士のネットワークができます。そして、このネットワークから地域活動を行うボランティア団体が生まれるなどの地域振興策が生まれる可能性も見出されました。



図13 大阪市内撮影現場  
(大阪国際交流センター)

## 第7章 全国のF Cの現状

全国フィルム・コミッション連絡協議会が、平成17年4月に加盟72FCに対しアンケート調査を実施し、70FCから得た回答を集計した結果(第2回FCアンケート集計結果)を基にFCの現状を考察します。

## 1. 運営予算

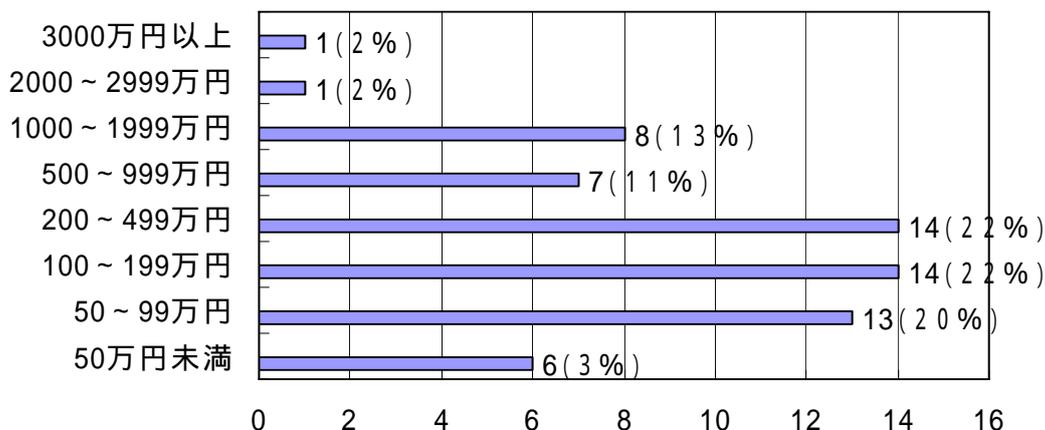


図14 2005年度予算規模

全国フィルム・コミッション連絡協議会「第2回FCアンケート集計結果」より

FCの規模には相当の違いがあり、1,000万円以上が10FC、500万円以下が全体の70%を越えています。100万円以上の高額予算のFCには人件費やパンフレット制作費が含まれているところが多く、映画誘致など活動が大きく見える割に、予算規模はそれほど大きいものではありません。

## 2. スタッフ数

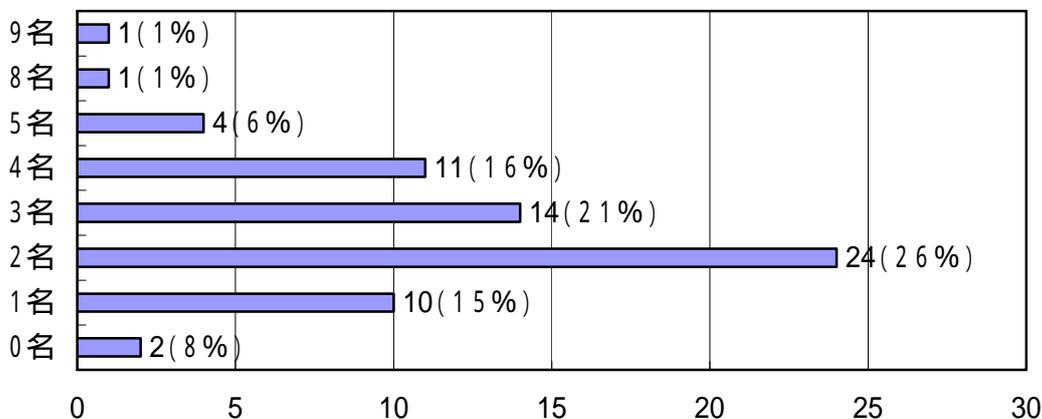


図15 専任+兼任のスタッフ数

全国フィルム・コミッション連絡協議会「第2回FCアンケート集計結果」より

FCを担っているスタッフは、専任・兼任様々ですが、1人～4人で運営しているところが全体の88%になります。なお、表にはありませんが専任を置いていないFCが43(62%)、またスタッフに映像制作経験者がいるFCは12(18%)あります。FCは他の業務と兼務で2人体制が多く、ほとんどが映像制作の経験がないスタッフといえます。

### 3. 他FCと連携

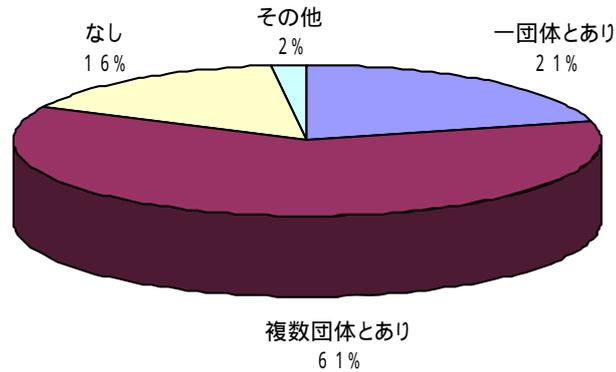


図16 他FCとの連携の有無

全国フィルム・コミッション連絡協議会「第2回FCアンケート集計結果」より

全国フィルム・コミッション連絡協議会では、近隣FCとの連携、ネットワークを推進しており、図16を見るとすでに60%以上のFCが複数のFCと連携を行っています。

長野県でも視察に伺った前日に、長野県内の5FCで信州フィルムコミッションネットワークを設立し、定期的に情報交換のために会議を行うことになったということでした。数多くFCが存在する中で、魅力度を増し、多く映像制作会社を呼ぶために連携することは必要となります。

大阪府下でもFCをつくる場合、大阪ロケーション・サービス協議会と連携することによって、今まさに求められている広域でのFC活動が可能となると考えられます。

### 4. 許可申請代行先

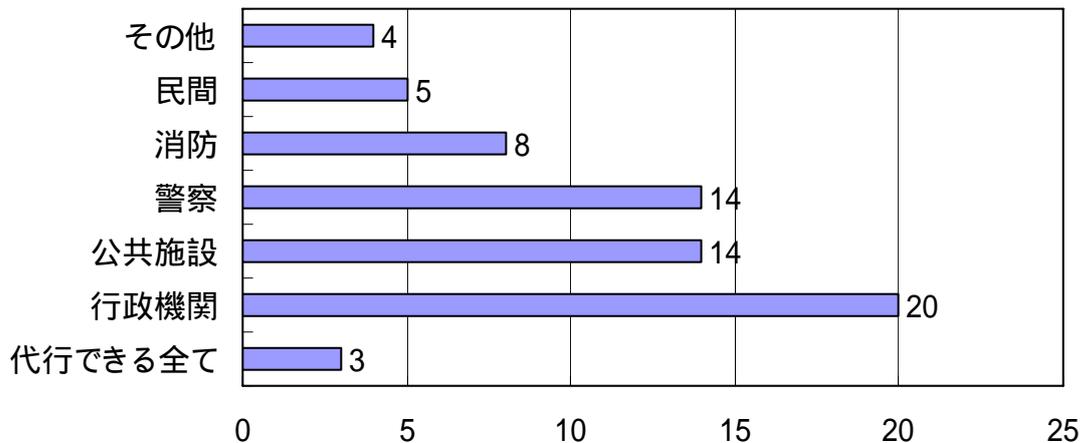


図17 撮影申請許可代行の対象（複数回答）

全国フィルム・コミッション連絡協議会「第2回FCアンケート集計結果」より

代行できる全てと答えたFCが3、警察への許可申請代行をしているFCは14あります。しかもFC自身が撮影許可申請をしているところが、過半数あるということです。FC自身の撮影許可申請や行政機関などへの代行が多いということから、FCの公的性をうかがうことができます。

## 第8章 提案

前章アンケート結果からもわかるように、予算・人数とも小規模なものです。新規事業予算の確保が困難な今、少ない予算で上田市のようにまちに活気がでるのならば、FC設立を地域活性化のためのツールとする価値は十分あると考えられます。

現在、大阪ロケーション・サービス協議会でのパンフレットには「大阪のロケーション」として、ミナミ・梅田・新世界に並んで岸和田の計4箇所が紹介されています。ということは、岸和田市がロケ地として注目されており、需要があるということです。

「信用」のある自治体だからこそ、映像制作会社が求めるワンストップサービスを提供することが可能であり、松本市のようにできること・できないことを明確にしなが、可能な限り協力することで先に述べたFCの三原則は守られると考えます。

以上のことから、私達は、岸和田フィルムコミッション設立を提案します。

### 1. 岸和田フィルムコミッション

表1 岸和田フィルムコミッション(案)

名称	岸和田フィルムコミッション
設立時期	平成19年4月1日設立
事業主体	岸和田市
職員数	市職員2名(兼任)
必要経費	全国フィルム・コミッション連絡協議会負担金 10万円 旅費(全国ロケ地フェア参加等) 5万円
人口	204,547人(平成18年11月1日現在)
エキストラ登録方法	岸和田フィルムコミッションHPで募集
サポーター会員登録方法	撮影協力商店、撮影協力住民など岸和田フィルムコミッションHPで募集
PR方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広報きしわだ・新聞・テレビ・HP</li> <li>・全国フィルム・コミッション連絡協議会に入会するとにより、加入FCを全国に紹介</li> <li>・チラシ・冊子・ロケ地マップ等を作成し、各施設にチラシを配布</li> <li>・映像制作会社へ誘致活動</li> </ul>

## 名称

名称は、岸和田フィルムコミッションとします。岸和田は既にだんじり祭・清原選手の出身地・コシノブランドなどで知名度があることと、誰もが知っている名前をつけることで、印象を残すこともPR戦略のひとつと考え、そのままの名前をつけます。

## 設立時期

設立時期は、平成19年4月1日とします。

## 事業主体

事業主体は、自分達のまちをよく知り、映像制作会社が一番望むサービスである「ワンストップサービス」を可能にするため、自治体が主体とします。また、今後岸和田を活性化させる事を共通の目的とし、商工会議所や観光振興協会と協力することで、信州上田FCのような細やかなサービスを提供することが可能となるはずで

す。担当部署については、全国のFCの動向を見ると殆どが観光関係の部署となっていますが、観光関係以外の部署で行うことにより、他とは違う特色を持つFCになります。例えば、秘書課でFCを担当します。そうすれば、市長の予定を調整し、誰よりも「市の顔」である市長にエキストラとしてより多く参加できるようにすることが可能になります。また、庁内の調整もしやすくなるでしょう。市長がいつもと違う姿で頻繁にエキストラとして参加することにより、市民は映像を通じ、FCはもちろん自治体に対し親近感をもちます。

## 職員数

職員数はアンケート結果からもわかるように市職員兼任2名で可能だと考えます。

## 必要経費

設立するにあたり最低必要な経費は、全国フィルム・コミッション連絡協議会負担金と、年に1度行われる全国ロケ地フェア参加の旅費のみと考えています。ただし、PR方法のチラシ・パンフレット作成については、まずロケーションデータを整理することが必要と考え、印刷製本費等は、設立段階では必要ありません。ただし、データ整理が完了する2年後を目安に予算計上を考えます。

## 人口

人口は、平成18年11月現在のものです。

## エキストラ登録方法

エキストラ登録方法は、HPからの申請です。データを管理し、映像制作会社からの要望によりメールや電話などで、当日参加していただけるエキストラを募ります。

## サポーター会員登録方法

商店・家屋等の撮影場所を提供していただける方や、ロケ地に関する情報を提供してくださる方をサポーター会員とします。登録方法は、エキストラ同様HPからの申請です。集まったデータのなかから、映像制作会社からの要望に沿った撮影場所を紹介します。

## PR方法

PR方法については、現在の広報公聴課が行っているような広報活動（広報・新聞・テレビ・HP）は従来どおり行います。また、全国フィルム・コミッション連絡協議会に入会することが、PR・ロケ誘致のひとつと考えられます。なぜなら、この協議会の会員・賛助会員には、全国90以上のFC、映像制作会社等が入会しており、登録するだけで定期的に出されている発行物に掲載されるからです。

設立後すぐには出来ませんが、ロケが多数行われるようになれば、ロケ地マップなどを作成し、ロケ地ツアーが可能になります。

PR方法の最後に挙げている映像制作会社への誘致活動については、映像関係の業界というのは横の繋がりが非常に強く、きちんとロケ支援を重ねることにより、映像制作会社自身が宣伝活動してくれることとなります。

## 2. 設立による効果

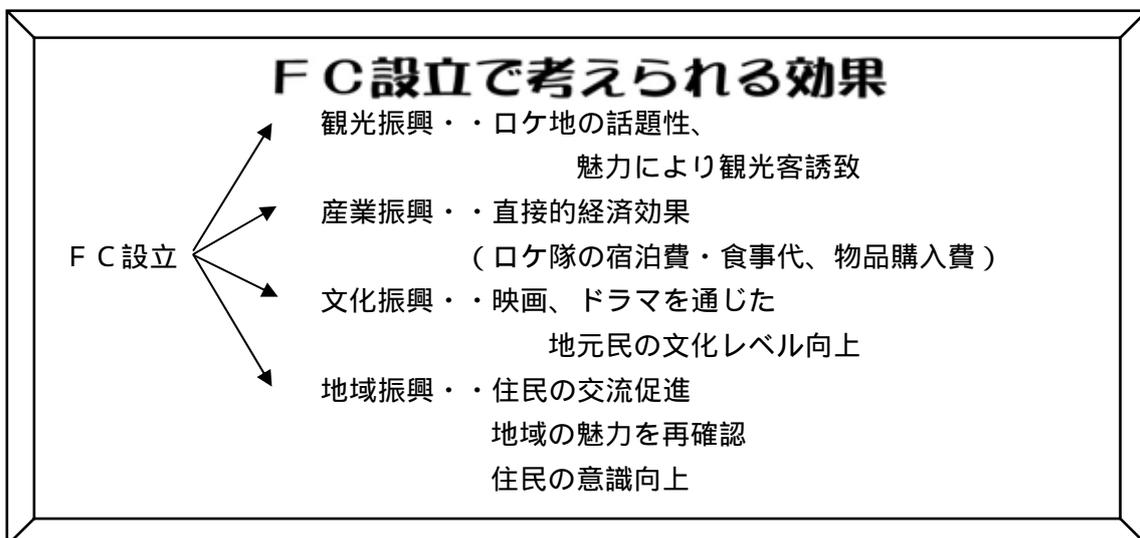


図18 FC設立効果

「岸和田FC」の設立によって、次の4つの効果が考えられます。

### 観光振興

ロケ地となる場所が、必ずしも観光名所であるとは限りません。例えば、図7のように何の変哲もないどこにでもあるような街角で日常のワンシーン

を撮影するためのロケが行われることも多々あるのです。そして、そういった風景が作品の公開によって、名場面と相まって話題性を増し、新たな観光地となり得るのです。

例えば...

04年5月から公開された「世界の中心で、愛をさけぶ」では、最も印象的な部分の撮影が行われた庵治町によると、映画公開から1年間に同町のロケ地を訪れた人は推計52,650人。同町全体の入込み客数は03年が88,844人だったのに対し、04年は132,771人と、50%近く伸びました。

(株)いよぎん地域経済研究センター：西日本レポートより

### 産業振興

いわゆる直接的な経済効果を指します。ロケ隊が訪れることによって、宿泊費及び飲食費を現地に投下してくれ、更にこれが滞在期間中ずっと続くわけですから、この効果も見過ごすことは出来ません。

例えば...

テレビドラマ「がんばっていきまっしょい」で、5月から9月までの撮影期間中、今治市大三島町や松山市で約70日間に渡ってロケが行われた。約45名のスタッフが70日の滞在期間中、宿泊費、食費その他で1日1万円消費したとすると、約3千万円が地元にもたらされたこととなります。さらにロケハンやセットの建設などで、撮影前にもスタッフは訪れているので、実際はそれを上回るかもしれません。

(株)いよぎん地域経済研究センター：西日本レポートより

### 文化振興

映像作品を通じた市民の文化レベルの向上を指します。例えば、映画館へ足を運ぶこと自体が文化振興と考えます。そのうえ、岸和田の古いまちなみを利用して時代劇を撮影したとすれば、その登場人物やその時代背景、更には本来の舞台であるその地域について興味を持ち、様々な方法で調べることによって文化レベルは向上する訳です。また、学校でも新たな調べ学習の題材となったり、高等学校等で映像学科を新設したりするなど、教育面での効果も文化振興へと繋がると考えます。

文化庁では、芸術創造活動推進施策を展開しており、そのなかでメディア芸術は芸術文化全体の活性化を促す牽引力として、「日本映画・映像」振興プランを推進しています。また、平成15年の「映画振興に関する懇談会」の

提言を受け、平成16年から全国のロケ候補地を紹介するデータベースに関する調査研究を全国フィルム・コミッション連絡協議会とともにを行い、平成18年度から全国ロケーションデータベースが稼動しています。

#### 地域振興

自分達の生活圏で撮影があれば、作品にもそのテーマにも強い興味が湧き、劇場での公開の際にはぜひ映画館へ出向きたいと思うでしょう。また、参加者同士で新たなコミュニティーを形成することが期待されます。

市民がエキストラとして参加するだけでなく、ロケ地の情報を提供するなど、様々な角度からロケに関わることによって、市民が自らの住むまちを見つめ直し、まちの魅力を再確認することも期待できます。さらに、ロケ隊や観光客が訪れることにより、上田市のように、市民がまちを美しくしようと心掛けることも立派な効果のひとつと考えられます。このように市民一人ひとりには程度の違いがあったとしても、まちに誇りを持ち、より良くしようとする、住民意識の向上が強く現れるでしょう。

### 3. F Cの課題

F Cにも課題はあります。

近年、全国各地で新たにF Cが設立されています。その中には、観光振興や経済効果など目に見えてわかりやすい効果だけを求めていたり、あるいは、余りにも性急に設立したがゆえに、撮影に協力する能力がなく、結局、映像制作会社の要望に応えることができずに終わっていたりする場合があります。

新聞報道（読売新聞 平成18年9月28日等）では、F C設立が濫立し過ぎているとの記事もあります。また、これからの撮影協力には、より広範囲でロケに適した場所を把握するなど広域にわたる対応が求められます。しかし、諏訪圏F Cに見られたような広域連合の問題点が浮上する可能性もあります。

岸和田市単独でのF C運営にはいろいろと不都合な面もありますが、私達がF Cに求めているものは、主要な効果だと言われる直接的な経済効果ではありません。繰り返しになりますが、市民が自らの住むこのまちの魅力を再確認することこそが、F Cに求められる最大の効果なのです。

以上のように課題もありますが、何よりもF Cは魅力ある今の岸和田を活かすことができるのです。この岸和田が映像として映されることによって、今まで気づけなかった姿を再確認することができます。

まちぐるみで自分達のまちに活気が生まれ、先に述べたような様々な活性化をもたらすF Cの設立は、地域活性化のための「自治体のメディア戦略」とするに足るものだと考えます。

## 第9章 おわりに

しばしば上田市をロケ地に用いている映画監督の大林宣彦氏が、「FCってのは、“まちづくり”じゃない。“まちおこし”でもない。“**まちいかし**”なんだよ。」と言ったそうです。実際に上田のまちを訪れ歩いてみると、自然とそう感じられました。まちの持つ伝統や歴史、地域性をどうこうする必要などないのです。現在のまちの姿に、もうひとつ新たな面を加えることがFCを活用することで可能になるということです。

私達は、研究テーマの「自治体のメディア戦略」のひとつとしてFCの設立を提案しました。しかし、自治体からの一方的な働きかけというのは、市民の理解を得られるわけもなく、市民・自治体・企業それぞれの協力があってこそ、地域が活性化されるのです。

岸和田市にはすばらしい所がたくさんあります。今の岸和田市にとって、それを再確認、再発見し**まちいかし**をしていくことが大事なのです。FC設立をその『きっかけ』とし、**まちいかし**のための手助けをすることが私達自治体のすべきこと、役割だと感じました。

## 《参考文献・資料》

報告書作成にあたり、参考文献・参考資料として以下のものがあります。また、インターネット上に掲載されている資料、新聞記事などを多数参考にしています。

### 文献

- ・田村紀雄『地域メディアを学ぶ人のために』世界思想社（平成15年）
- ・一新塾『大前研一の一新塾Part』プレジデント社（平成13年）
- ・岸和田市『平成17年度 市民意識調査結果報告書～岸和田型NPMの構築に向けて～』（平成18年2月）
- ・岸和田市『第3次岸和田市総合計画』（平成13年3月）

### 論文・特集

- ・上甲いづみ『映像で地域の魅力を引き出したい 四国各県のフィルム・コミッションの活動』「IRC」平成16年10月号（いよぎん地域経済研究センター）
- ・DBJ経済ミニレポート（鹿児島）『ロケ誘致と地域活性化～その効果と可能性～』平成18年1月19日（日本政策投資銀行南九州支店）
- ・全国フィルム・コミッション連絡協議会『第2回FCアンケート集計結果』（平成18年12月）

### 新聞記事

- ・朝日新聞「『FC設立研究会』旗揚げ」（平成12年2月29日夕刊）
- ・読売新聞「ロケ誘致FC - フィルム・コミッション - 続々」  
（平成18年9月28日朝刊）
- ・朝日新聞「フィルム・コミッション転機に邦画人気の影で悩む地方」  
（平成18年11月25日夕刊）

### URL（平成19年3月現在のもの）

- ・全国フィルム・コミッション連絡協議会 <http://www.film-com.jp>
- ・文化庁「全国ロケーションデータベース」  
<https://www.jldb.bunka.go.jp/>

### 視察先URL

- ・松本市観光温泉課ロケ支援係 <http://matsumoto.nagano.jp>
- ・諏訪圏フィルムコミッション <http://suwafc.com>
- ・信州上田フィルムコミッション <http://www.ueda-cb.gr.jp>
- ・大阪ロケーション・サービス協議会 <http://www.osaka-fc.jp>

上記視察先FCでいただいた資料も参考にさせていただきました。