

ロケツーリズムで関西のインバウンドを促進

映画やドラマのシーンを追体験することを目的にロケ地を観光する新たな旅行形態の一つである「ロケツーリズム」。映像作品を通じて、観光名所だけではない、地域のリアルな魅力を海外に広めることにより、観光客の拡大につなげる方策として注目されている。ロケツーリズムの必要性と関西での取り組みを紹介する。

関西を海外にPRする方策の一つ —ロケツーリズム

関経連では、官民一体となってインバウンドを促進するため、2014年に関西のブランディングのコア・コンセプトである「はなやか関西」を表現したシンボルマークを策定し、“KANSAI”の魅力発信に努めている。ほかにも、当会の都市創造・文化観光委員会のもとに設置した広域観光研究会において、アジア地域(タイ・中国・台湾)に向けて“KANSAI”をPRする独自のテレビ番組を制作し、放映するなどの取り組みを行ってきた。

しかし、テレビ番組の制作・放映は総務省や観光庁からの補助金なしで実施することが難しいという現状がある。

例えば、海外でのメディア展開が困難である理由として、関西10府県をまとめた番組を作るには、制作日数・放映時間が長くなり、費用もかさむことがあげられる。また、観光産業はすそ野が広い分、受益者も薄く広い上、PR効果が発揮されるまでに時間がかかるため、投資対効果が不明確で、企業も協賛しにくい実態がある。ほかにも、国ごとにニーズやメディア市場が異なるため、国ごとに展開方法を

変えると効果的であるものの、積算的に費用がかかることも課題としてある。

そこで、広域観光研究会の下部組織である「関西のブランディングワーキンググループ」では、関西を海外にPRする別の手段として、ロケツーリズムを取り上げ、その有効性について検討し、昨年度から取り組みを進めている。

これまでの取り組みとしては、観光庁が立ち上げた「ロケツーリズム連絡会」に参画し、インバウンドを視野に入れたロケツーリズムによる観光振興について情報・意見交換を行った。また、映像制作関係者が多数購読するロケツーリズム専門誌『ロケーションジャパン』2015年10月号にて、30ページにわたる関西特集を掲載するにあたり協力を行った。さらに10月には、観光庁や上述の専門誌の編集長らを招き、ロケを誘致する意義や可能性について講義するロケツーリズムセミナーを会員企業向けに開催した。



ロケツーリズムセミナーの様子

ロケツーリズムのメリットと 他地域の取り組み

ロケツーリズムで成功した有名な事例としては、イタリアを舞台にした映画「ローマの休日」や韓国の大ヒットドラマ「冬のソナタ」などがあげられる。ほかにも英国、ニュージーランド、トルコなども大作映画のロケ地となることが多く、それらの観光地を訪れた際にガイドから説明を受けた人も多いだろう。

映画やドラマの象徴的なシーンとして撮影された場所は、地元の人にさえ知られていなかったところでも、それをきっかけに多くの観光客が訪れる人気スポットになることが少なくない。それ以外にも、ロケを誘致することで期待されるメリットとして、主に以下の3点が考えられる。

〈ロケを誘致するメリット〉

●シビックプライド(都市に対する市民の誇り)の向上

映画などのロケ地となることによって、住民があらためて地域への誇りを高める。

●低リスク、高リターン

撮影や放送などは制作・配給側が自ら行うため、ロケ地側で負担する費用は少ない。

●地域への直接的な経済効果

大作となれば、制作関係者や出演者などが長期間滞在するため、宿泊、交通、飲食等の費用や撮影中の機材レンタル費、警備など、地域への直接的な経済効果も高い。

これらの効果を期待し、海外からロケを誘致するために、国や自治体では滞在にかかる費用の半額を補助するなどの支援制度を整備し始めており、世界的なロケ誘致競争が起こり始めている。ただし、ロケ地として選ばれるには金銭的支援だけでは十分でない。例えば、撮影がしやすいかどうかということも重要である。撮影中はどうしても立入り禁止、通行止、静音が求められることが多く、地域の理解と協力が欠かせない。行政や住民からの協力を得やすいかどうかロケ地を選ぶ際に重視される点である。

現在では、ロケ誘致の取り組みが盛んな神戸をはじめ関西各地で、撮影候補地の提案や現地での交渉の代行などの支援を行う団体、フィルム・コミッション(FC)やロケーションサービス(LS)が立ち上げられている。関西での撮影件数は確実に増えてきており、京阪神だけでも実は年間400本以上もの作品の撮影が行われている。関西は、都市、農漁村、空港、鉄道、山や海などの景勝地、寺社仏閣・学校といった歴史・文化施設など、さまざまなシーンに対応できる魅力あるロケ地が点在する日本有数のエリアである。そうした関西に海外のロケを誘致することができれば、関西の魅力をさまざまな作品を通じて広く世界に伝えることができ、観光客の拡大につながるもの

と期待される。

海外ロケ誘致の効果が大きかった例として、2008年に公開された北海道が舞台の中国映画「狙った恋の落とし方。」が有名である。北海道の美しい映像が中国人の琴線に触れ、ロケ地を訪ねる中国人が増加し、2007年度に2.7万人であった中国人観光客数は2009年度には10万人強へ急増した。

最近では、北九州FCが補助制度を設けるなどし、タイの連続ドラマのロケ誘致に成功している。その結果、日本人あまり訪れないところにタイ人が多く訪れるなど、すでに成果が上がっている。こうした各地域の取り組みもあり、アジアを中心とする制作側からはロケ地としての日本に関心が高まってきている。

30年ぶりに海外大作ロケが関西に



「あべのハルカス」で行われた映画制作発表会

過去、関西がロケ地になった海外の大作映画は、約30年前の米国映画「ブラック・レイン」までさかのぼる。この映画は大阪を舞台としつつも、実際に大阪で撮影された場面は少なく、多くのシーンはスタジオで組まれたセットや他の地域で撮影されたものである。「ブラック・レイン」以降、長らく関西は海外の大作映画のロケ地に選ばれていなかったが、香港・中国合作映画「追捕 MANHUNT」のロケ誘致に成功し

た。1976年に公開された高倉健氏主演の「君よ憤怒の河を渉れ」を、「ミッション：インポッシブル2」や「レッドクリフPart I & II」などで世界的に有名な映画監督であるジョン・ウー氏が再映画化したものである。同作品は、福山雅治氏と中国の俳優チャン・ハンユー氏のダブル主演で、すでに6月から大阪各所で撮影が始まっている。

これを機に、大阪府・市、大阪観光局では、大阪の知名度向上と集客力強化に伴う観光振興や地域振興、さらには雇用機会の創出なども含めた産業振興など、大阪の地域活性化に大きく寄与すると見込まれる作品については、今後も支援していく方針を固めた。具体的には、大阪府・市、大阪観光局および大商が「追捕 MANHUNT 連絡協議会」を立ち上げ、ロケに関するさまざまなサポートを行っている。当会も協議会に参画し、ロケ候補地の紹介や、会員企業に対しロケ地として施設などの使用依頼を行うなどしている。

こうした支援により、監督や制作チームが撮りたいと思えるシーンを撮影でき、かつ映画を見た人に大阪の魅力をより感じてもらえれば、関西にとっても、映画制作会社にとっても相互に恩恵が得られる。さらに、映画を見た国内外の映像監督や制作会社の関係者が、関西がロケ地として魅力的な地域であるとあらためて認識してもらえれば、さらなるロケの誘致につながり、結果的にインバウンドが拡大する。ロケツーリズムを推進することでこのような好循環を作り出し、関西広域の観光振興をはかりたい。

(産業部 南部達彦・石井輝彦)