

スクリーンツーリズム促進プロジェクト第8回ワーキング

日 時：平成23年3月3日（木）14:00～16:00

会 場：合同庁舎2号館16階 観光庁国際会議室

出席者：（敬称略）

山村座長、永井委員、四宮委員、松山委員代理、
攪上委員代理、瓦林委員

事務局：西村、梶浦、徳武（ユニジャパン）、室伏（JFC）

1. 議事

1) スクリーンツーリズム促進ガイドライン（案）について

事務局より「スクリーンツーリズム促進ガイドライン」についての説明があった。また、JFC北海道ブロック長の意見も紹介された。

（座長）

JFC北海道ブロック長からの意見は、映像を使って対外的に地域のイメージ戦略を打ち出していく方法と、地域向けの観光プロモーションや受入体制の話が混在しているのではないかという意見だった。それらの意見を踏まえて事務局では、「基本的な考え方」を2ページに整理している。

このことについて意見を頂戴したい。

（委員）

映画を製作している立場から考えているが、スクリーンツーリズム自体が実感として理解できていない。このようなガイドラインで実行してうまくいくかどうか想像がつかない。

（座長）

北海道ブロック長からの意見は、地域レベルの文化政策において映像を使い地域イメージをPRしていこうという広い観点である。これまでワーキングで議論してきたことは、作品をどのように作って共同プロモーションしてインバウンドを見つけていくかことであるので、レベルの違いがある。北海道ブロック長が言うように、作品がきっかけとなって中長期的に地域PRしていくことは必要であるが、入口の部分では現在ガイドラインとしてまとめているものが現実的なのだと思う。

（委員）

弁護士の立場から気になるのは、p22-23の二次創作活動の権利処理の部分ところだ。問題が表面化するの、二次的利用のときであるが、意識するものはもっと前の段階である。どのようなPR方法か、どのように公開するかにもよるが、二次展開を想定した権利処理は、初期段階から意識する必要がある。このガイドラインを一般のプロデューサー等に読んでもらうなら、もっと前段階に入れたほうが良い。公開の時に権利処理をしたいといっても、手遅れである。初期段階から権利処理をしておき、想定外のときには、その時点で交渉していくことが良いだろう。

(座長)

p2の基本的考え方は、地域の人が理解するように作られているが、製作側が意識できるような注意事項も基本的考え方として入れる必要があるだろう。

(委員)

p4の展開プロセスにも入っていた方が良いだろう。

(事務局)

『アテナ』は、支援する交換条件として、最低限の露出時間を決めるなどしっかり契約していた。

(委員)

製作者や受入側の意識啓発のためにも、契約については早めの検討を促す必要があるだろう。

(委員)

韓国ドラマを日本でマンガ化しようとしたら、突然、韓国の原作者が日本の出版社を訴えるという事例があった。よく調べてみると、韓国製作者と原作者との契約が不十分だったことが原因であった。このような事例は、コントロールしようがない例だが、日本に誘致して共同事業をしようとした場合には、一定のチェックが必要であることを示す例だと思う。

(座長)

p2の留意点に啓発をいれたほうが良いだろう。

(委員)

スクリーンツーリズムで重要でかつ難しいことは、「訪問意欲に転換すること」だと思う。製作側の視点だけでなく、全体を見ていく人材が必要に思う。作品に単純に興味を持ち鑑賞をした人たちの間に訪問意欲を喚起していくのは、特別な能力・技術が必要なのだと思う。人材を育成していくのは、どうしたらいいのか？経産省でも地域プロデューサー育成を行っているが、なかなか難しい面がある。

地域を分かり過ぎている人の場合、地域側に寄り過ぎてしまい、展開を考えられなかったり、地域以外、例えば東京の人の場合、地域が分から無いために展開が難しいことがある。コーディネーターというのかプロデューサーというのか、そのバランスをうまく取れる人たちを、このスクリーンツーリズムを通してどう広げていくのが重要なテーマであろう。

(事務局)

欠席の渡邊委員からの意見であるが、観光庁がスクリーンツーリズムプロデューサーを認定して立場を確保することも必要ではないかとの意見である。

(座長)

人材育成についてのご意見はあるか？

(委員)

人材育成は確かに重要なことである。ただ、人材育成には時間もかかるし、どのような人材をどのように育成していけばいいのだろうか？

現場をやりながら、永い目で見ていくしかないのだろうか？

(委員)

人材は、すぐには育成できない。経産省では、カリキュラム作成やセミナー開催などでコ

コンテンツビジネスプロデューサー育成事業を行っている。簡単にできるものではない。スクリーンツールズで必要なことは、クリエイティブの人材を育てることより、事例を積み重ねていって、共通事項を探していくことだと思うが、これは比較的やりやすいものだと思う。

ガイドラインの中にも、もっと事例集が入れればわかりやすいのではないだろうか？

(委員)

どのような能力を求められるのだろうか？

スクリーンツールズプロデューサーとして求められることはなんだろう？

(委員)

今の段階ではどんな人が求められているのだろうか？

(委員)

勝手な思いであるが、メディアプランナーのような PR のプロが重要だと思う。

先日、ファッション PR のプロのテレビ番組をやっていた。客観的な立場で評価して、広報の全体のプランニングをしていく女性の話だったが、そのような人に近いのではないかと思っている。製作現場も地域も分かっている人材で、例えば、その作品の配給計画を理解して、その中で連動できる企画を提案ができる人、そのような視点や PR 能力を持っている人だと思う。

どの能力が備わっていればいいのかと問われても難しいが、総合的な能力があるコーディネーターだと思う。

今後、事例などから共通項目が抽出されて必要な人材の考え方のベースはできると思う。しかし、そのベースの上に必要な能力は、個人によって異なる。アメリカなどでも、ベーシックなものだけは教育するが、それ以上のものは個人の能力によるのが実情である。

(委員)

宣伝プロデューサーが地域密着型の映画を作ろうとしたときには、地域の人を巻き込もうと考える。ただ、宣伝プロデューサーは、地域の外から人を呼び込むという考えはしないだろう。その両方を考えられる人がいいのだろう。

(委員)

特にスクリーンツールズは、海外から人を呼び込む取り組みであり、海外事情も知っていないなくてはならない。ハードルがとても高いと思う。

(委員)

韓国や中国の留学生は、ハングリー精神が高いので、留学生の中にそのような人材がいるかもしれない。日本人には、いるのだろうか？育成できるのだろうか？

(委員)

日本人には、なかなかいないかもしれない。日本人にこだわる必要も、その地域出身者にこだわる必要もないと思うが、その地域にコミットしていける能力は必要である。

(座長)

人に絞った事例集があってもいいのだと思う。そこから必要な能力が抽出できるのかもしれないが、能力については別のプロジェクトになるだろう。

今回は、新しい方法を提示したスクリーンツールズのガイドラインとして取りまとめる

ことが必要である。この形でまとめていきたい。

2) 今年度の支援結果の概要報告について

事務局より支援結果の報告があった。今回、初めての試みであり厳しいスケジュールだったが、応募作品数も少なくないし、様々なジャンルの作品の応募があった。今後の課題は、PRをどのようにするかである等の報告であった。

(委員)

キーパーソンがいないということであるが、適材適所にいないということなのか？

(事務局)

これらの作品がきっかけで、人材が見つかっていけば良いと思っている。

(委員)

「海峡をつなぐ光」は、積極的にプロモーションする人やキーパーソンがいない中でどのように進めていくのだろうか？

(事務局)

「海峡をつなぐ光」は、地域活性化については二次的目的で、ドキュメンタリーを作ることが第一の目的だった。現在は、事務局も協力して動いている状況だ。キーパーソンは、撮影の中心で動いている方など考えている。運輸局の協力の元、石川県輪島市、高山市、富山県などを巻き込んでやっていきたいと考えている。運輸局がサポートすることで人が見つかって動いていく可能性は大いにあると思っている。『アイリス』の例もあるが、韓国路線の地方発着便を動かしたいという地元の熱意があるので、事務局が間に入ってうまくリンクしていきたい。

(委員)

先行事例であるこの作品は、当初、地域振興やインバウンドは考えていなかったのだろうし、応募作品には、インバウンド観光まで考えて作った作品は少ないのだろう。今回、この作品を一事例として考え、地域振興やインバウンドを後付けにした場合、どのような展開になるのか。また、コーディネーターがいない作品が今後どのように動くか、興味深い。

(事務局)

事例の積み重ねということだが、スクリーンツーリズムまでつながった事例はまだ少ない。今回、採用された作品だけでなく、応募された作品も含めて、今後の動向に注目していきたいと考える。

(観光庁)

今回の事業は、大急ぎでやってきた事業なので矛盾点も出てきている。今後のガイドラインの運用、プロモーションの連動などを行ってうまくやっていきたい。

(委員)

来年度からは、文化庁と一緒に国際共同製作を行う。これから国際共同製作すすめていく上でのプロモーションなども連携して行っていきたい。

(事務局)

先日、インドに行ってきたが、インド側から言われたものは、日本を PR したいなら企画を持ってきて欲しい、その企画とインド側の目的が合致すれば製作しようと言われた。

観光と一口で言っているが日本側はどのような観光したいのか。その目標があって作品があるのではないかと思う。また、インドも共同製作にも関心を持っているが、日本は物価が高いため、物質的な提供やボランティアエキストラの提供などを含めた、製作費が圧縮できる支援もインドでは期待されている。

これらは企画の段階で地域がどう連携できるかが焦点になると思うが、製作側と地元を繋げる方法も、個人で難しいようであれば、組織的に動く必要があると考える。

(座長)

今回、インバウンドと一括りに考え議論してきたが、インド、韓国、中国など国ごと、地域ごとの目的や求めている条件も違だろう。この辺も今後の課題だろう。

2. その他

最終的なガイドラインの取りまとめは、今回のワーキングの意見を反映し、座長に承認を得て完了にしたい。

今後是非、皆様にアドバイスをいただきたい。

(観光庁)

映画・テレビの製作のリスクはとらずに、スクリーンツーリズムに結びつけたいというもので、難しいものであったと思う。スクリーンツーリズムは世の中の期待が大きいわりにははっきりしていなかったものを、このワーキングではっきりさせてもらった。今回ガイドラインをまとめたことで、スクリーンツーリズムというものが確立できるのだと思っている。今後、自信をもって進めていきたい。

去年は目的の1千万人には及ばなかったが、一昨年比べて外国人の観光客は30%増だった。スクリーンツーリズムの体制を整えて、外国人観光客増につながるようにしていきたい。

今後もみなさまのご指導をいただきたい。