

ロケツアーリズム事例集

平成26年3月

ロケツアーリズム連絡会

目次

【類型Ⅰ】行政・フィルムコミッションの取組

①	山形県	1
②	東京都	2
③	神奈川県藤沢市	3
④	長野県上田市	4
⑤	富山県	5
⑥	神戸フィルムオフィス	6
⑦	北九州フィルムコミッション	7

【類型Ⅱ】民間事業者の取組

①	伊豆急ロケーションサービス（L S）	8
②	デイ・ナイト株式会社	9

＜概要＞

山形県内では、「スウィングガールズ」や「おくりびと」、藤沢周平作品の映画化などがきっかけとなり、各地域でロケ誘致が活発になった。ロケ支援サービスや撮影後のセットの公開を行う民間企業も設立され、官民協力しながらロケをきっかけとした観光誘客に取り組んでいる。

①ロケ支援度向上のための取組

- ・県内で4つのFCが活動している。ロケセット公開と制作支援を行う企業も立ち上がっている。
- ・一定の条件を満たせば、制作費の支援をする制度がある（県・一部市町村）。
- ・各FC間で地域内の情報共有等を行っている。

③ロケ地域との連携のための取組

- ・多くの作品で県内先行試写会等実施していただいている。
- ・「スウィングガールズ」の記念イベント「東北学生音楽祭」は継続しており、先ごろ10回目を迎えた。

②ロケ地行楽度の向上のため取組

- ・「おしん新聞」(ロケ地マップや撮影レポートなど)を15万部作成し、首都圏を中心とした全国の劇場で配布(「おしん」)。
- ・その他の作品でもロケ地マップを作成している(製作側とはプロモーション活動としてタイアップすることが多い)。

④観光客増加・リピーター確保のための取組

- ・舞台となったローカル線に「ガールズ列車」を運行、ロケ地ツアーも含めて旅行商品化(「スウィングガールズ」)
- ・庄内映画村がオープン(ロケセット公開とロケ誘致)し、観光とロケを融合した施設ができている。

観光客増加



ガールズ列車(フラワー長井線)



庄内映画村

- ・ガールズ列車→9月公開後、10月～12月に土日祝運行。その後イベント時など断続的に運行(地上波初放映後まで)。弁当も映画に出てきたものを再現。
- ・庄内映画村→常時公開しているセットのほか、資料館ではロケを行った映画の資料や撮影時の写真などを展示。

取組体制

- ・県内では、4つのFCが活動中。市の観光部門、広域観光組織、NPOなど運営形態は様々である。

実績・成果

- ・主な県内ロケ映画：「スウィングガールズ」、「おくりびと」、「たそがれ清兵衛」、「隠し剣鬼の爪」、「蝉しぐれ」、「必死剣鳥刺し」、「ICHI」、「十三人の刺客」、「おしん」など
- ・最新ロケ映画として「るろうに剣心 京都大火編／伝説の最期編」、「超高速！参勤交代」など

＜概要＞

東京都では、2001年より都内でのロケーション撮影の円滑化を図り、映画やドラマの映像を通して、東京の魅力を発信することを目的とし「東京ロケーションボックス」を設立した。都内でのロケーション撮影に関する相談を受けるとともに、都内撮影環境の整備にも取り組んでいる。

①ロケ支援度向上のための取組

◆東京ロケーションボックスの運営

- ・ロケーション撮影ができる都立施設・都内民間施設の情報を制作者に提供する。また、特に支援が必要な場合、申請手続きのアドバイスやロケーション撮影の立会いなどを行う。

【平成24年度実績】

- ・ホームページアクセス総数112万件（のべ35万人）
- ・問合せ数1,768件　うち許可件数111件
- ・ロケ地登録施設数856箇所

◆フィルムコミッション設立・運営支援アドバイザー派遣

- ・自治体等がFCを設置する際などに専門家を派遣する。
- ・都内フィルムコミッション＜平成26年3月末日時点＞14地域（区3、市9、町2）

◆ロケ受入担当者育成講習会の開催

- ・円滑なロケーション撮影受入ができるように、自治体・民間施設のロケーション撮影受入担当者の育成講習会を開催し、受入ノウハウを学ぶ。

【平成25年度実績】

- ・全5回開催、のべ参加者数370人（先進事例を持つ他県自治体・企業の参加を含む）

②ロケ地行楽度の向上のため取組

- ・水の都TOKYO LOCATION MAPの作成、配布。

③ロケ地域との連携のための取組

- ・地域FCの活動や支援作品を紹介するイベントを都庁展望室内で実施。
- ・東京都広報誌による都事業・地域FCの紹介

④観光客増加・リピーター確保のための取組

- ・雑誌への記事型広告の掲載によるロケ地東京のPR

取組体制

- ・東京ロケーションボックスは、東京都から（公財）東京観光財団に運営委託＜職員2名で運営＞

実績（平成24年度）

- ・ハリウッド映画「ウルヴァリン：SAMURAI」ロケ撮影支援など、約100作品の製作を支援



配給会社からの提供写真を、東京都広報紙に掲載し、事業をPR
（都内約130万世帯へ配布）

<概要>

藤沢市では、ロケ誘致による観光振興、地域活性化を目的に、2002年9月にフィルムコミッションを設置（事務局：藤沢市観光課内）。年平均150件程度のロケ支援実績があり（24年度は172件）。その結果、平成24年の藤沢市の観光客は約1500万人となり10年前の約1.8倍に増加しており、直接効果で約3,500万円、テレビCM広告料に換算した間接効果で約54億円の経済効果があった。

①ロケ支援度向上のための取組

- ・警察署や交通事業者など多くの地域関係者からなる組織を設置し、円滑な関係者調整を実施。
- ・経済効果など活動成果を具体的な数字で示し、取組に対する議会等の理解を得ている。
- ・行政職員が営業マンとして、制作側と信頼関係を構築することが大切。

③ロケ地域との連携のための取組

- ・地元高校とのコラボイベントの開催（アニメ声優による公開録音、学生による合唱等）。

②ロケ地行楽度の向上のため取組

- ・ロケ地マップを10万部作成し、6割を首都圏の劇場、4割を藤沢市内で配布（「陽だまりの彼女」）。なお、著作権交渉は、PRでの活用も含め撮影前に綿密に実施。
- ・映画にゆかりの記念モニュメントを設置。
- ・地元ゲーム会社と連携し、ロケ地巡りアプリを無償配信（アニメ「つり球」；約9,000ダウンロード）

④観光客増加・リピーター確保のための取組

- ・スタンプラリーにより周遊性を高め、滞在時間を伸ばすことに成功（アニメ「TARI TARI」）。また、オリジナルグッズ（クリアファイル、サイダー）を地元商店街で販売（経済効果：600万円）。

ロケ地行楽度の向上（例）映画『陽だまりの彼女』



“恋愛成就の鍵”
（龍恋の鐘・江の島）



江ノ電とのタイアップ
企画



江の島限定販売
オフィシャルノートブック

※上記の他、映画ポスターの市内各所での掲出やロケ地マップの作成・配布などを行い、作品のファンが訪れたいくなるような企画を展開した。また、地元辻堂の映画館「109シネマズ湘南」での試写会の開催や各メディアの取材協力を積極的に行うことで、話題性を高めた事も行楽度向上に繋がった。

取組体制

- ・フィルムコミッションは、藤沢市から（公社）藤沢市観光協会に運営委託（全額市の負担金）。
- ・職員は、同協会からの出向による専属の常勤職員3名。

実績・成果

- ・ロケ支援実績：172件<765件> ※24年度<過去5年計>
うち、映画11件<54件>、ドラマ10件<59件>、最近の代表作は、映画「陽だまりの彼女」やテレビドラマ「流れ星」など
- ・観光客（藤沢市）：1,515万人（H14:855万人）
- ・経済効果：直接効果 3,526万円<1億5,333万円>
間接効果 54億円<375億円>

＜概要＞

上田市では、記録上大正12年より個人がロケ誘致を行っていたところ、ロケ誘致による観光振興、地域活性化を目的に、平成13年、信州上田フィルムコミッションとして組織化した。今までで累計123本の映画、77本のTVドラマのロケ実績がある(平成25度は映画2本、ドラマ3本)。ロケ誘致の主な代表作は「サマーウォーズ」というアニメーション映画や「青天の霹靂」。これにより、官民で協力し合い、市民まつりとのコラボレーションやスタンプラリー、ロケ地マップの製作という取組を行った。

①ロケ支援度向上のための取組

- ・地元エキストラ登録者の募集(平成26年2月現在372名)
- ・インターネット上で利用可能なロケ地検索システムをホームページに構築中(平成27年度の稼働を目指す)
- ・要求されるロケーションがなくても、代替案を提示することで新たな発見に結びつける。

③ロケ地域との連携のための取組

- ・住民の要請に応じて、出前講座を開催。FCの取組みやロケ実績、ロケ秘話などを紹介し、地域住民の理解を得る。
- ・対面コミュニケーションを心がけるなど、地域住民とのコミュニケーションを密にし、信頼関係を築くことでロケの協力を得やすい風土を醸成している。

②ロケ地行楽度の向上のため取組

- ・ロケ地マップの作成
- ・スタンプラリー、クイズラリーの実施
- ・私鉄発着音に映画のテーマ曲を利用(作品中に上田電鉄別所線が登場することから、駅発着音にサマーウォーズ主題歌である山下達郎の「僕らの夏の夢」を使用)
- ・市民まつりとのコラボレーション(サマーウォーズのコスプレを着て参加する枠を設けている)

④観光客増加・リピーター確保のための取組

- ・スタンプラリーやクイズラリーにより周遊性を高め、滞在時間を伸ばしている(アニメーション映画「サマーウォーズ」)。また、同作品オリジナルグッズを観光会館にて販売。
- ・年1回の市民まつりへの参加を口実としたサマーウォーズファン参集機会の提供。
- ・上田市に訪れたサマーウォーズファンが想いを綴る「聖地巡礼ノート」を、監督直筆の表紙絵で用意。

取組体制

- ・上田観光コンベンション協会内に信州上田フィルムコミッションを設立。全額市の負担金により運営。
- ・職員は、協会職員のうち2名が専属で担当。
- ・市観光課職員が必要に応じて応援をする。

＜工夫した点＞

行楽度向上

DVD初回生産版にロケ地マップを同梱。ロケ地マップは作中のシーンと実際の上田市の写真とを並べて掲載し、より身近に作品を感じることができる。



実績・成果

- ・誘致した映画数 123本、ドラマ77本(平成25年末時点)
- ・観光客 平成21年(サマーウォーズ公開)476万人
→平成24年 501万人

＜概要＞

富山県では、ロケ誘致による観光振興、地域活性を目的に、平成23年に県のフィルムコミッションの総合的窓口として「富山県ロケーションオフィス」（富山県観光課内）を発足。これまでに11作品を誘致し支援。直接的経済効果はもちろん、地域全体を巻き込んだロケ支援で県民の郷土愛の醸成にも貢献。

①ロケ支援度向上のための取組

- ・各市町村のFC関係部署とはもちろん、警察署や教育委員会などの組織との関係もよく、ロケ許認可の交渉が円滑。
- ・ロケ照会に対する迅速で丁寧なレスポンスで制作サイドとの信頼関係を構築。
- ・作品のロケ終了後も、宣伝活動における作品素材等の活用で地域振興にも役立てている。

②ロケ地行楽度の向上のため取組

- ・映画公開に合わせロケ地マップ作成し、首都圏の劇場を中心に配布（「RAILWAYS」「あなたへ」「おおかみこどもの雨と雪」「脳男」）。
- ・県内62箇所撮影したAKB48の「恋するフォーチュンクッキー-富山県Ver.」を作成。（YouTube再生回数40万回越え）
- ・28年ぶりのインド映画の日本ロケ「Work Like Fire KUMARU」の誘致に成功。ブログでロケ地を英語で紹介。

③ロケ地域との連携のための取組

- ・映画「脳男」で爆破シーンのロケ地となった廃病院でロケ地見学会を実施。参加者には地元で食事してもらえ仕掛け作りをした。

④観光客増加・リピーター確保のための取組

- ・アニメ「おおかみこどもの雨と雪」では主人公が住む家のモデルとなった古民家が新たな観光地としてブレイク。「古民家での暮らし体験」を実施したりイベントも行い、年間約1万5千人が訪れるほどに。

ロケ地行楽度の向上



① “ロケ地見学会”
（映画「脳男」）



② “名水ポーク弁当”
（映画「RAILWAYS」タイアップ）



③ “富山県観光ポスター”
（映画「あなたへ」）

取組体制

- ・富山県観光課内に設置
県職員主幹1名、兼務で主事1名、専属嘱託職員1名で構成。

実績・成果

- ・ロケ支援実績（平成23年～25年度）
映画11件、ドラマ・CM7件
- ・平成26年6月14日には映画「春を背負って」が全国ロードショー。
- ・「おおかみこどもの雨と雪」の舞台のモデル「上市町」が「ロケーションジャパン大賞」に。

①普段は入ることのできない廃病院を特別に公開し、ロケ地見学会を行った。県外からもお客さんが参加。

②あまり県外では食べられない貴重な名産物「名水ポーク」を使用したタイアップ駅弁を作り、東京駅などでも販売。

③映画公開時期をうまく利用し、高倉健さんが県の観光ポスターに！

<概要>

洗練された市街地のほか、海や山、温泉、田園など豊富なロケーションがコンパクトに集まり、日本における映画発祥の地でもある神戸市では、映像プロジェクトの誘致やロケ支援を目的に、2000年9月、「神戸フィルムオフィス」を開設。国際フィルムコミッションズ協会(AFCI)に正式会員としても日本で初めて認定された。これまでのロケ支援実績は2,000件を超える。

①ロケ支援度向上のための取組

- ・代表の田中まこ（ジャパン・フィルムコミッション副理事長、観光カリスマ）は、国内はもとより海外のフィルムコミッショナーやエンターテインメント産業に幅広いネットワークを持ち、映像制作の経験の豊かさを活かした活動を展開。
- ・地下鉄線路内、港での夜間の銃撃戦、公道での車の爆発炎上シーンなど、国内では困難な撮影を可能にしてきた、全市的な協力体制。
- ・KFOS（神戸フィルムオフィスサポーター）登録制度による市民エキストラの紹介。現在 約6,000人が登録。
- ・ロケーション・ハンティングのために神戸を訪れる国内外の映像製作プロジェクトに対して、費用の一部を助成。
- ・日韓の映像制作者を交えた相互ファムツアーや意見交換会など、海外のフィルムコミッションとの連携。
- ・神戸100年映画祭の中で、若手映画監督や学生たちが映画を制作する「未来の神戸映画プロジェクト」に協力。

②ロケ地行楽度の向上のため取組

- ・これまでのロケ地を紹介した「神戸シネマップ」のほか、各作品のチラシやパンフレットでもロケ地マップを掲載。
- ・神戸港にあるメリケンパークに映画記念碑を設置（「映画記念碑を建てる会」による）。

ロケ地紹介ツールの例



神戸シネマップ



「ゲノムハザード」
ロケ地マップ

取組体制

- ・（一財）神戸国際観光コンベンション協会内に事務局を設置。
- ・神戸市から協会に運営委託。
- ・現在、4.5人体制。

実績・成果

- ・ロケ支援実績（撮影済）
2012年度 115件（映画 14本、TVドラマ 15本）
2013年11月までの累計 2,123件（映画 148本、TVドラマ 127件）
- ・最近の代表作：「アウトレイジ BEYOND」、 「黄金を抱いて翔べ」、 「少年H」、 「ゲノムハザード」 など
- ・直接経済効果：2億1,553万円

<概要>

北九州市は、都市イメージの向上を目的に、平成元年広報室イメージアップ班として、撮影誘致及び支援を開始。平成12年に商工会議所ほか市内5団体を加えて北九州フィルム・コミッションに改称、事務局を広報室報道課内に設置。

空港内エプロンでの撮影や2日間にわたる両側4車線の交差点封鎖など大規模撮影に積極的に取り組んでいるほか、平成24年度からは支援作品やロケ地を活用した『ロケ地修学旅行』を開始、県外の修学旅行生を積極的に誘致している。

①ロケ支援度向上のための取組

- ・警察署や地元自治会、商店組合等とのきめ細かな関係者調整により、街中や空港での大規模撮影を実現。
- ・九州・沖縄の有志FC共同で韓国の制作会社・プロデューサーを集めたソウルプロモートを実施。
- ・24時間フルサポート！早朝・深夜ロケも全て立会い、現場でのトラブルや急な要望にも臨機応変に対応。
- ・街中での大規模撮影や爆破シーンの撮影などにも積極的に支援。

②ロケ地行楽度の向上のため取組

- ・監督や主演俳優による舞台挨拶付き試写会を実施。
- ・作品毎のロケ地マップを製作、多様なプロモートツールを観光案内所や主要駅に設置し、露出を図る。

③観光客増加・リピーター確保のための取組

- ・ロケ地修学旅行を国内で初めて開始！

支援実績・成果

（平成26年1月末現在）

- ・ロケ支援通算実績：174本（映画74本、ドラマ100本）
- ・今年度の主な公開作品
映画「図書館戦争」、映画「共喰い」、映画「ジンクス!!!」、映画「黒執事」、ドラマ「オリンピックの身代金」など
- ・H25年度直接経済効果：約2億3,500万円
- ・H25年度撮影日数：延べ136日、総宿泊数：延べ12,238泊

【北九州市ロケ地修学旅行教育プログラム】H24年度～

①講義

- ・テーマ：「映画のまちづくり
～北九州市のフィルム・コミッション事業～」
- ・講師：フィルム・コミッション職員
- ・内容：映画製作の流れ、FCの意義、FC事業の効果など

②ロケ地巡り

- ・学校の希望に応じてコースを設定

③寸劇

- ・市民エキストラに参加による実際にロケで使われている劇用車を用いた寸劇の実施。



劇用車にステッカーで
高校名を表示



市民エキストラ
による寸劇



FCスタッフ
による講義

ロケ地修学旅行誘致実績

- ・平成24年度：2校 計380名
名古屋工業高校（120名）、静岡県立静岡商業高校（260名）
- ・平成25年度：2校 計430名
和歌山県立新宮高校（250名）、城南静岡高校（180名）

<概要>

伊豆急LSは、伊豆の活性化・観光振興を目的に、平成24年8月に伊豆急グループのロケ窓口を一本化し発足（鉄道ロケは20年以上前から実施）。沿線（伊東市・東伊豆町・河津町・下田市）の各機関とも協力してロケを受入。観光振興にロケを活用し始めている。

①ロケ支援度向上のための取組

- ・ハードルが高いとされる鉄道ロケを全社を挙げて全面協力。
- ・社員やその家族からエキストラを募集。
- ・ロケ隊へのおもてなしを実施（ご当地ドリンク等）
- ・制作者と沿線行政機関の間に入り、ロケ地決定のための交渉や調整も行う（伊豆急沿線がメインロケ地となるよう、制作者に沿線のロケ地を積極的に紹介）

②ロケ地行楽度の向上のため取組

- ・映画「大人ドロップ」では「ロケギャラリートレイン」等の運転の他、主演俳優を招いた駅電車イベントを平成26年3月23日（日）開催予定（トークショー・ミニツアー列車など）
- ・アニメ「夏色キセキ」でも、ラッピング電車の運行（声優アナウンス・車内ミュージアム）やスタンプラリーを実施。
- ・駅に、撮影風景写真・ロケ美術セット・サイン等を展示。

③ロケ地域との連携のための取組

- ・映画「大人ドロップ」では製作委員会と地元との調整を行い、応援隊を結成（河津サポーターズ・城ヶ崎高校応援隊）。主演俳優を招いた凱旋試写会開催。
- ・ドラマ「孤独のグルメ」では、河津の地元メシ「わさび丼」が放送によりブレイク（弊社から制作者に紹介）。さらに、町内にて、わさびを使用したご当地グルメ開発も進む。

④観光客増加・リピーター確保のための取組

- ・映画「大人ドロップ」では、映画館で販売される映画プログラムに「伊豆のロケ地マップ」を出稿。
- ・記念乗車券（ロケ地をご案内する台紙付き）やグッズも販売。また電車でロケ地にみえた方に、駅でポストカードをプレゼントするなど現地に足を運んで頂く仕掛け作りを行った。
- ・受入作品ごと『伊豆急ロケ通信』を作成し、交通広告（駅・電車）に掲出（著作権交渉し俳優画像・シーン写真が使用可能に）

<工夫した点>

行楽度

ロケギャラリートレインの運行（車内でロケ地をご案内するギャラリー展を開催）



観光客増加

映画館で販売されるプログラムに、「伊豆のロケ地マップ」を出稿



取組体制

- ・平成24年にグループのロケ窓口を一本化。
- ・担当者は1～2名ほど（専属はなし）

実績・成果

- ・初年度の平成24年度実績55件、平成25年度実績67件（2月末現在）（主な作品：映画「真夏の方程式」（福山雅治主演）・TBS「とんび」等）→社内および地域での認知度アップ
- ・アニメ「夏色キセキ」ファンの来場効果
→ポストカード配布12,000人超え 聖地巡礼が電車利用増に！
- ・ドラマ「孤独のグルメ」によるわさび効果
→わさびの町としての河津認知度UP ご当地グルメ開発をアシスト！

<概要>

デイ・ナイト株式会社（NTT都市開発関連会社）では、民間企業としては初の取り組みとして、昭島ロケーションサービス（東京都昭島市）の運営を平成25年12月より実施し、昭島市および観光まちづくり協会、商工会などとの連携により、ロケ誘致をオール昭島市で取り組むことにしている。

①ロケ支援度向上のための取組

- ・昭島市内における撮影可能場所の開拓
昭島市保有施設（市庁舎、学校、公園、競技場、体育館）
民間施設（昭和の森、A病院、F電機、Aガス、一般店等）
- ・ロケ弁、ケータリング手配ルートの確立
- ・撮影金額の交渉、ロケハン～撮影終了まで担当者がすべて対応

②ロケ地行楽度の向上のため取組（今後の展開）

- ・観光まちづくり協会HPやFacebookを活用した情報発信
- ・市の広報にて市民への発信
- ・市役所における展示会
- ・観光案内所におけるロケツアーマップの配布（当面手作りベース）
- ・MOVIX（昭島市）での試写会の開催

③ロケ地域との連携のための取組

- ・昭島ロケーションサービス協議会（仮称）発足（H26.4）
- ・シーン写真、キャストサインの取得などの著作権活用策
- ・ロケに対する理解度を高めるための勉強会、講演会の開催

④観光客増加・リピーター確保のための取組（今後の展開）

- ・多摩地区は、市町村の横のつながりもあり、水平展開（現在国分寺市と協議中）するとともに、多摩地区全域での地域活性の施策を模索
- ・観光まちづくり協会との連動（町あるき、ツアーガイド）

<工夫した点>

- ・藤沢市の先行事例を参考に組織化
- ・市として取り組むことをPR
- ・副市長に対し、ロケツーリズムの意義を提案し、H26.4に発足する昭島ロケーションサービス協議会（仮称）のメンバーに副市長他の市の要職者、JR、警察、消防、商工会、青年会議所等委員就任依頼済み
- ・昭島以外の撮影可能施設も拡大（オフィスビル、ホール、工場など）し、相乗効果を狙う

<https://www.facebook.com/akishimals>

取組体制

- ・昭島市の窓口を産業活性化室とし、現地事務所は観光まちづくり協会内に設置（専担2名）
- ・デイナイト社の他ロケの拡大とともに、情報交換

実績・成果

- ・撮影可能場所 約100施設（4月までに150目標）
- ・撮影問い合わせ28本（H26.1～2）
- ・誘致したドラマ1本、PV1本（55万円）