

フィルムコミッション・映画祭・記念館の誕生

—— 映画・映像と地域社会の20年 ——

叶 堂 隆 三
加 来 和 典

目次

はじめに

1. 映画と地域をめぐる二つの社会事象—フィルムコミッションとアニメの聖地巡礼
2. 地方ロケ—映画・映像の製作とロケ地
3. フィルムコミッションと映画祭
4. ロケ地訪問—アニメの聖地の巡礼を手がかりに
5. 映画・映像と地域社会—製作・地域主体・ファン

はじめに

2000年以降、日本の各地で映画・映像をめぐる活発な動きが見られるようになった。そうした動きの一つが映画等のロケの活発な誘致、とりわけフィルムコミッションの登場であり、もう一つの動きが聖地巡礼と呼ばれるファンの映画・映像の舞台やロケ地への訪問である。

わずか10年のうちに自治体等が100を超えるフィルムコミッションを設立し、その主導によるロケ地の誘致はさながらオリンピックや博覧会の誘致合戦の様相を呈している。映画・映像の上映後には、作品の舞台やロケ地をめぐるファンの聖地巡礼がイベントのようにメディアで報じられている。

また、日本で開催される映画祭は全国で150を超え、その多くが地方の開催である。さらに近年、映画・映像の記念館・資料館が日本各地に設立され、その数は増加傾向にある。

本論では、映画・映像の製作形態および視聴方法の変容にふれた上で、地域社会に関わる主体を映画製作者、ロケ地誘致の受け皿であるフィルムコミッションや映画祭主催者・記念館および資料館、そして映画・映像ファンの3者とみなし、3主体の状況や関係性の把握を通して、地域社会における映画・映像をめぐる状況の理解と課題の検討をめざす。

1. 映画と地域をめぐる二つの社会事象—フィルムコミッションとアニメの聖地巡礼

1950年代後半のテレビの一般家庭への普及によって、映画産業の主要形態である興行は半世紀以上にわたり入場員数の減少・低迷状況にある。その中で、興行以外には出版物（原作・ノベライズ）が関連産業であった時代から、1970年代後半からは映画・映像がビデオテープ・レーザーディスク・DVD等の商品として流通し、映画の消費が映画館での鑑賞（視聴）から作品の購入やレンタルに広がっていく。

こうした映画・映像の消費形態の変化に伴い、映画の視聴スタイルが大きく変貌する。すなわち作品の個人視聴によって、第1は、興行（上映）の場所・時間にかかわらず、自分の好む作品の購入や借り出しが可能になったこと、さらに作品の流通の広がり、製作国から離れた国外で視聴が可能になったこと、第2は、集合視聴と個人視聴の繰り返し視聴によって、特定の作品に詳細な興味や関心が生まれ、作品の背景や製作者の世界観、そして作品の舞台やロケ地に興味が生じたと推測されることである。

映画・映像を取り巻く状況の変化の中、21世紀以後、映画・映像は、二次使用を有望なコンテンツ産業に位置づける日本の国家計画および地方自治体の取組みの対象にされている。実際、多くの広域・基礎自治体が各省の政策（文部科学省の日本映画の製作・上演支援、国土交通省のフィルムコミッション活動支援、経済産業省のコンテンツ産業振興）に後押しされる形で、映画・映像のロケの受け入れやサポートを担うフィルムコミッション等を設立し、多くの地域で映画祭が開催されるようになった。

一方、映画・映像ファンが、地域社会に関連して

メディアで紹介されるようになったのも同じ時期の2000年頃である。すなわち1990年以後に行われるようになったアニメの舞台の訪問が、2000年以後に書籍やガイドブックで活発に取り上げられ、聖地巡礼と呼ばれるようになる（岡本健 75・82頁）。

地方自治体の映画・映像に対する積極的な取り組みと映画・映像ファンのロケ地・舞台への訪問（地域社会への出現）が同じ時期に話題になったことで、以後、二つの社会事象は一連の事象、すなわち地方や地域社会におけるロケ地・舞台に関係する事象と認識されるようになり、自治体主導のフィルムコミッションの事業にロケ地訪問への対応が加わり、ロケ地マップが作成されていく。

本論の目的の第1は、映画・映像を有望な産業に位置づける国の計画に依拠した地方自治体の動向、すなわちフィルムコミッションや映画・映像関係の記念館・資料館の設立、映画祭の開催という取り組みの社会的特徴を解明することである。第2は、映画・映像の視聴形態の変容を確認し、アニメの聖地巡礼者に対する分析を参考にして、今日のロケ地や製作者ゆかりの地の訪問者の社会的特徴を推測することである。さらに第3は、地域の組織・施設と製作側、そして訪問者の関係を整理した上で、その三者関係を通して、映画・映像に関する地域社会の状況や対応の特徴とその社会的意義および問題点を検討することである。

上記の目的の解明をめざすとはいえ、本論は映画のロケの実状の紹介から開始する。その理由は、長い間、日本の映画・映像の製作会社の多くが東京（一部、京都）に所在し、撮影スタジオやオープンセット、東京および近接のロケ地で撮影されてきた歴史を明らかにすること、その一方で、諸理由で地方が映画・映像のロケ地や作品の舞台に選定される場合があり、それがフィルムコミッションの設立の背景になっていることを確認するためである。

そのため本論は、まず第2節でロケや作品製作の一端にふれる。次に第3節で21世紀以後、日本の各地に設立されたフィルムコミッションや地方で数多く開催されている映画祭の特徴を概略し、若干の事例を通して地域社会に関わる社会的特徴をさぐる。さらに第4節で、映画・映像の視聴形態の変化および映画・映像の記念館・資料館にふれ、ロケ地や作品の舞台の訪問者の社会的特徴を推測する。最

後に第5節で、映画・映像の製作側、フィルムコミッションや映画・映像の記念館・資料館を設立し映画祭を開催する地域主体、ロケ地を訪問する作品や製作者のファンの3者の関係をそれぞれ2者関係において把握した上で、地域社会に関わる3者の関係性の特徴および課題を検討していく。

2. 地方ロケ—映画・映像の製作とロケ地

映画は、撮影所のスタジオの内に作られたセット、撮影所の敷地内の屋外に建築したオープンセット、ロケーション（野外）、時としてロケ地の野外に建築したロケーションセットを組み合わせる。またロケ地や撮影日数は、映画の製作費（予算）やキャスト・スタッフのスケジュールによって規定される。

こうした映画の撮影に関して、まず製作・配給・興行が統合されていた時代の撮影所中心の撮影（調布市旧大映東京撮影所）と地方ロケ（松竹の野村芳太郎作品「張込み」の佐賀市ロケ）を見ていく。次に統合型の映画会社以外の映画製作が一般的になった時期の映画製作とロケ（およびロケ地選定）について、是枝裕和作品の「幻の光」と大林宣彦作品の「転校生」を見ていく。

加えて、製作・配給・興行が統合していた時代の地方ロケに関する製作者側からファン（消費者）への情報提供の一例として、山田洋次作品「男はつらいよ」のガイドブック、そして個人の視聴が広がった時期におけるロケ地の情報提供の一例として、下関フィルム・コミッションが作成したパンフレットに掲載された佐々部清の下関3部作等のロケ地の紹介を見ていく。

(1) 映画撮影所—調布の旧大映東京撮影所

まず、映画の撮影に関して、東京都調布市の旧大映東京撮影所（現角川大映スタジオ）の撮影状況を通して、製作・配給・興行が統合していた時代の撮影所中心の映画製作を見ていきたい⁽¹⁾。

大映東京撮影所の開設は、1932年に京都の東活映画社の社員（その後の調布市長）が東京撮影所の新設のために調布市小島を訪問したことが端緒である。当時の小島は東京市の近在で、小島を通る京王電気軌道多摩川線は多摩川で採取された砂利を輸送

する産業鉄道であった。沿線開発を進める京王電気軌道による21500㎡の土地の無償提供、そして撮影所立地の重要条件であるフィルム現像に不可欠の大量で良質の水が確保できることで、東活映画社は撮影所の設立を決定する。翌年、東活映画社を母体とする新会社（日本映畫株式會社）が、小島に無声映画用のステージ2棟を建設する。

1933年、東京で現代劇の撮影所を探していた日活が、京王電気軌道の幹線および新たな敷地の無償提供を得て、日本映畫のスタジオを15万円で購入し、「日活多摩川撮影所」（その後の大映東京撮影所）が誕生する（旧日活・大映村の会50-69頁）。翌年、スタジオの北側に社員用の社宅が建設されてスタッフや俳優が家族と居住するようになり、日活村、その後は大映村と呼ばれるようになる（旧日活・大映村の会194頁）。



角川大映スタジオ

大映東京撮影所では、スタジオ撮影は自社スタジオ内に造られたセットで行われたが、オープンセットの撮影にしばしば社宅が利用され、「オープンセットの建物の中に、社員達が生活している」（旧日活・大映村の会194頁）という状況であった。製作主任が社宅を突然訪れて、「明日からお宅の前で撮影したいのでよろしく」と言うことも珍しくなく、一軒家の社宅は歯医者・画家・弁護士宅として撮影に使われ、社員の家族が通行人等のエキストラに動員された。久松静児作品では、子どもたちが子役として出演している（旧日活・大映村の会194-5頁）。

当時、ロケーションも撮影所の周辺であった。撮影所の周辺に人家はなく、京王多摩川駅前に大きな池があり、多摩川沿いに土手道が続き松林もあって、ロケーション撮影に最適であった。そして多摩川の対岸（現神奈川県川崎市）には山や寺、茅葺屋根の農家、田畑、一面に広がるススキ野があり、神社・



日活調布撮影所

仏閣のある京都に似た場所であった。こうした撮影所の周辺は「舞台が中国でも……、青森でも……、その他の場所であっても」対応でき、慣れていることもあって同じ場所でロケーションが行なわれていたという（旧日活・大映村の会106-7頁）。

（2）松竹作品の地方ロケの状況—「張込み」の佐賀ロケ

次に、大手映画会社が製作・配給・興行を統合していた時代の地方ロケの状況について、松竹作品の「張込み」（野村芳太郎、1958年）の佐賀ロケを見ていきたい。

1957年、松本清張の原作小説の舞台である佐賀に、松竹からロケの協力要請があり、経済人・文化人が会合を開き、全面的な協力を決定する。佐賀側の対応主体の商工会議所・佐賀県・佐賀市の三者は、①朝市シーンの設営および販売者と買い物客のエキストラ300人、②県庁演劇サークル・佐賀銀行いずみ座・佐賀高校演劇部からのエキストラ50人、③祭りのシーンの踊りのグループ2組と幕・提灯の用意、④降雨シーンのための消防車4台の提供、⑤8月13日から10日間のロケ期間中のバス・ハイヤー・トラック各3台の提供、⑥佐賀市全景撮影のためのセスナのチャーター等を受け入れる（西村雄一郎88-9頁）。

ロケ隊の到着予定日の8月13日、佐賀県・市をあげてロケ隊を待っていたものの、松竹のロケ隊の

到着予定日はキャストिंगの変更によって9月3日、次に台風の影響で11日、他のロケ地のロケハンのため15日に延期となる。ようやく9月18日、ロケ隊は移動用の列車を一両貸し切り、車中シーンを撮影しながら博多駅に到着し、その夜、53人のロケ隊がバスで佐賀市に到着した（西村 89 頁）。

その翌日が佐賀ロケの初日で、二人の刑事役（ちなみに若い刑事役の大木実は大映村に居住していた）が佐賀警察署を出るシーンの撮影であった。この撮影には、神奈川県松竹大船撮影所から移送した大掛かりなクレーンが使用されている。ロケ地の佐賀警察署前の堀から商工会館付近まで見物人が溢れ、その数は1万人に及んだという。こうしたロケの情報は、佐賀新聞の「今日のロケ予定」というコーナーで紹介されていた（西村 104-5 頁）。

また、野村が呼子町（現唐津市呼子）を訪問した際に心惹かれた朝市を佐賀市に再現することになり、オープンセットが設置されることになった。50の屋台が用意され、近くの市場から魚や青果が運び込まれた。また300人のエキストラが用意され、朝市の売り手には青年会議所の関係者、買い物客には各商店街の女性（主婦）が配置された。このシーンの撮影に2時間30分がかけられたが、映画ではわずか30秒であった（西村 126-7 頁）。

その後、ロケ隊は一時佐賀を離れて熊本県と大分県の山間でロケをする。山間地ロケの延長のため1週間遅れで佐賀市に戻り、10月25日から市内ロケを再開し、10月31日にクランクアップする。つまり8月13日から10日間の予定のロケーションが、9月19日から10月31日というスケジュールの大幅な遅れと期間の大幅延長で終了している。なお、佐賀ロケ後は大船撮影所で撮影が続行され、二人の刑事が張り込む旅館と向かいの女性の家のオープンセットが建築された。ちなみに撮影所内のオープンセットのシーンは佐賀市民でさえロケ地での撮影と勘違いするほどであったという（西村 169-170 頁）。

(3) 独立系作品のロケ地の選定—「幻の光」のロケハン

さらに、大手映画製作会社以外の映画製作が多くなった時期のロケーションの状況について、是枝裕和の監督第1作の「幻の光」の製作過程を見ていきたい。

「幻の光」はテレビのドラマとして企画されたが、是枝は映画化をめざした。脚本家と一緒に修正した原稿を知人（プロデューサー）に見せたものの、「セットがいくつ必要なのか、ロケにどれくらいの日数や資金がかかるのか」という予算管理のない脚本で、知人から「このままでは三億円かかるから無理だよ」と言われる。その後、予算設定に基づいて改稿を重ねて、1億円以内で撮影できる内容に仕上げる（是枝 15-6 頁）。しかし、是枝が所属するテレビ制作会社の企画募集の出資額は予算の半分（5000万円）ほどで、残額を後払いにし配給会社・上映館が未定のみで撮影準備に入る。

宮本輝の原作の舞台は関西であったが、是枝は予算節約のため東京でロケ地を探すことにし、山手線内の雑司ヶ谷や根津といった建物が地面から生えたような存在感のある古い町並みを歩く。カメラを持って歩きまわって、主人公の自死した夫が働く工場を荒川区三河島の工場、主人公が子ども時代に住んだアパート周辺を川崎市の国道駅に決定する。なお地方ロケ地は原作通りに主人公が再婚して移り住む能登とし、輪島から車で30分の映像的に美しい漁村の廃屋を一軒借りたという（是枝 17 頁）。

(4) 独立系作品のロケ地—「転校生」の尾道ロケ

最後に、大手映画製作会社以外の映画製作の地方ロケの状況について、もう一つ、大林宣彦の「転校生」（1982年）の尾道ロケの状況を見ていきたい⁽²⁾。

「転校生」は大林の尾道3部作（他に「時をかける少女」「さびしんぼう」）の第1作で、「映画が封切られたら、見も知らない若者たちが一人、二人と尾道にやってきて、やがて列をなして歩きだした」（大林 167 頁）と大林自身が記すように映画ファンの尾道訪問の契機となった作品である。

尾道市は大林の出身地で、「転校生」をオール・ロケーションで撮影する企画を立てたものの（松竹株式会社事業部）、クランクイン直前にスポンサーの撤退という事態に見舞われる。しかし予定通りにスタッフをロケバスで尾道に向かわせ、大林は東京に残って金策に駆け回る。ATGのプロデューサーに面会する機会に恵まれ台本を手渡し、ATGからの出資が決定したという。ちなみにATGの出資金が届いたのは、映画の撮影後であったという（大林 162-3 頁）。また尾道の公共施設でのロケは、当初、



尾道の町並み

すべて撮影拒否であったという（大林 281 頁）。

大林は、尾道でのロケ地の選定基準を「観光絵葉書のような絵ではなくて、ぼくが子供のころさびしんぼう少年で一人さまよった路地裏、坂道、石段、崩れかけた土塀、ひび割れた屋根瓦のある風景」（大林 165 頁）として、自分の思いが表出するパーソナルな作品をめざしたという（大林 172 頁）。

しかし、こうした思いで撮った作品の尾道での試写会の反応は、そのためか、あるいは思いに反してか「尾道のきれいな景色を撮って観光客が来てくれるだろうと思ってみんな協力したのに、映っていたのは汚れて壊れた路地裏ばかりで、こんなものを観たんじゃ、観光客の足はますます遠のいてしまう」（大林 166 頁）と惨憺たるものだったという。

(5) ロケ地情報—制作サイドのガイドブックとフィルムコミッションの情報

映画・映像作品は、ストーリーの舞台と実際のロケ地が相違したり、ロケ地でなくスタジオやオープンセットで撮影することも多い。実際、呉フィルムコミッションでの聞き取りでは、深作欣二の「仁義なき戦い」シリーズはストーリー上の舞台である呉ロケの印象が強烈なもの、実際は、呉市でのロケはなかったという⁽³⁾。製作・配給・興行が統合していた時代、こうしたロケ地に関する情報は作品のパ

ンフレットにわずかに記される程度で、十分に提供されていなかった。

そうした状況であったものの、人気作品やシリーズ作品の中には出版物としてロケ地の案内が発行されるものもあった。ガイドブックが最も多く発行されたのが、松竹映画「男はつらいよ」シリーズ（山田洋次他、全 48 作、1969-95 年）で、その中の 1 冊『男はつらいよ 寅さんの歩いた日本』（1997 年）は、山田洋次監修、松竹株式会社映像交渉室・株式会社松竹プロモーション編集協力、近畿日本ツーリストの発行である。松竹の協力を得て「男はつらいよ」の映像をふんだんに用いた本のつくりで、冒頭に「寅さんの旅路マップ」、鎌倉シネマワールド（1995-8 年）内の東京都葛飾区柴又の帝釈天（題経寺）の参道と団子屋のセット、柴又付近が紹介され、本文では第 1 作から第 48 作まで各見開き 2 頁で作品のストーリー、みどころ、台詞、そしてロケ地紹介（柴又とロケ地の記された日本地図、市町村単位のロケ地の一般的な観光案内）が配置されている。

一方、21 世紀になると、各地のフィルムコミッションが映画・映像ファンに向けた舞台・ロケ地マップを制作するようになる。パンフレット「下関ロケ地マップ」もその一つで、2002 年に設立された下関フィルム・コミッションと下関市観光振興課の共同制作で 2003-7 年公開の 7 作品に関して、各作品の概要とストーリー、周辺地図を記した具体的なロケ地が掲載されている。



柴又参道入口

表1は、「下関ロケ地マップ」掲載作品のうち4作品を占める下関市出身の佐々部の作品のロケ地をピックアップしたものである。下関市が舞台の下関3部作（「四日間の奇跡」「チルソクの夏」「カーテンコール」）のロケ地がそれぞれ5～11ヶ所紹介され、映画のシーンの紹介とロケ地の地図が記載されている。また周南市と下松市が主な舞台である「出口のない海」の第二次世界大戦当時の海軍の学校の講堂や昭和初期の東京の町並みのロケ地として下関市内の4ヶ所が掲載され、以前の時代のガイドブックに比べて詳細である。しかし、例えば「カーテンコール」の主要ロケ地として著名になり、その後、他の

監督作品のロケ地にもなった北九州市八幡東区の有楽映画劇場（通称、前田有楽、2019年閉館）は残念ながら掲載されていない。

3. フィルムコミッションと映画祭

次に、各地に設立されたフィルムコミッションの設立と展開を見ていきたい。

21世紀以降、政府は観光・文化産業の育成に積極的に取り組み、映画・映像に関して、産業の振興とともにロケ地誘致等の地域社会の維持・再生に関連する政策をうち出していく。そこで、まず21世

表1 佐々部清監督作品の下関のロケ地

		ロケ地	所在地	ロケ地概要
1	四日間の奇跡	角島自然館	豊北町	療養センターとして登場
2		角島大橋		映画冒頭のシーン
3		角島灯台		療養センターに向う途中
4		大浜海水浴場		朝の散歩シーン
5		特牛駅		伊上畑駅として登場
6	チルソクの夏	茶山通り	旧市内	主人公の自宅。昭和の雰囲気
7		豊前田商店街		主人公の父が流しをしていた繁華街
8		下関港国際ターミナル（関釜フェリー）		離岸のシーン
9		赤間神宮		主人公のデート場所
10		下関陸上競技場		競技シーン
11		乃木神社	長府	初詣シーン
12		火の山公園	旧市内	日韓高校生の交流シーン
13		関門トンネル人道		
14		みもすそ川公園		
15		矢玉漁港	豊北町	主人公の新聞配達コース
16	恵比寿神社			
17	カーテンコール	下関駅	旧市内	主人公と編集長との電話シーン
18		笹山町の石段		幕間芸人宅付近
19		長門市場		取材相手の訪問のルート
20		唐戸ボードウォーク		取材後の立ち寄り先
21		カモンワーク		取材相手への聞き取り
22		老の山公園	彦島	海を見つめるシーン、デートシーン
23		竹ノ子島橋		幕間芸人の若き日の自転車疾走
24		一本道の灯台		幕間芸人と妻のキスシーン
25		檀具川	長府	主人公の中学時代の通学路
26		長府駅		主人公、好きだった人の家族を見つめる
27	出口のない海	上新地路地	旧市内	昭和初期の東京の設定
28		豊浦町海岸	豊浦	回天基地（光市）の設定
29		下関三井化学社宅	彦島	東京（中野）の主人公の実家の設定
30		下関商業高校	旧市内	海軍対潜学校の講堂の設定

注：山口県下関市（下関フィルム・コミッション及び下関市観光振興課）作成の「下関ロケ地マップ」のうち佐々部清監督作品の記載を抽出・整理・加筆したものである。

紀以後の映画・映像に関する国の方策を概略し、その上で各地に誕生したフィルムコミッションの設立と組織の特徴を明らかにする。加えて、数多く開催されている地方の映画祭にふれたい。

(1) 国・地方自治体の積極的対応

最初に、21世紀以後の映画・映像に関する産業政策を見ていきたい。

第一は、2002年の知的財産基本法の制定後、内閣府に設立された知的財産戦略本部が策定した「知的財産推進計画2004」である。その「地域等の魅力あるコンテンツの保存や発信強化を図る」という方策でフィルムコミッション等の映像制作活動を支援するとされている。

第二は、2003年の観光立国関係閣僚会議が策定した「観光立国行動計画」である。その「日本の魅力・地域の魅力の確立」という方策でメディア芸術の振興がとりあげられ、具体的には、日本映画の製作・上映支援（文部科学省）、フィルムコミッションの活動支援（国土交通省）、コンテンツ産業振興（経済産業省）が謳われている。また「日本ブランドの海外への発信」という方策でメディア招請（外務省、国土交通省）、ロケの誘致（文部科学省、国土交通省）がとりあげられ、「日本の魅力・地域の魅力の確立」という方策で日本映画をはじめとしたメディア芸術の創造（文部科学省、国土交通省）がとりあげられている。

第三は、経済産業省の「新産業創造戦略」（2004年）である。ここでは映画ソフト・ビデオソフト・テレビ番組等の「コンテンツ」が先端的な新産業分野の一つに位置づけられ、「地域再生の産業分野」に係る方策とされている（映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書1-8頁）。

加えて第四は、観光庁による「スクリーンツーリズム促進プロジェクト」（2010年）の開始である。

次に、映画・映像に関する文化政策を見ていきたい。

2001年に「文化芸術振興基本法」が制定され、「国は映画、マンガ、アニメーション及びコンピュータその他の電子機器等を利用した芸術（以下「メディア芸術」という）の振興を図るため、メディア芸術の制作、上映等への支援その他必要な施策を講

じる」とされている。翌年、文化庁に「映画振興に関する懇談会」が設置され、2003年に「これからの日本映画の振興について（提言）」がとりまとめられた。この提言を受けて、文化庁は①魅力ある日本映画・映像の創造、②日本映画・映像の流通の促進、③映画・映像人材の育成と普及等支援、④日本映画のフィルムの保存・継承の4つの柱からなる『日本映画・映像』振興プラン』を関係省庁と協力して推進するとした（映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書9-10頁）。

(2) フィルムコミッションの設立と展開

フィルムコミッションの設立と団体数

こうした諸計画のうち第一の「知的財産推進計画2004」および第二の「観光立国行動計画」の活動支援の対象であるフィルムコミッションが日本に最初に登場したのは計画策定のわずか数年前（2000年）で、大阪ロケーション・サービス協議会と神戸フィルムオフィスの設立である。前者の会長は大阪商工会議所の専務理事、後者の開設主体は神戸市産業振興局等である。そして同じ年に「フィルムコミッション設立研究会」が結成され、翌年、早くも全国組織（「全国フィルム・コミッション連絡協議会」）が設立される（永橋・神谷・宮西62頁）。なお全国フィルム・コミッション連絡協議会は、2009年から「ジャパン・フィルムコミッション」に移行している。

表2の地方別のフィルムコミッションの設立時期のように、2000年には大阪と神戸以外にも2団体（横浜フィルムコミッション・北九州フィルム・コミッション）が設立されている。2001年に13団体、2002年に25団体、2003年に18団体が設立され、全国フィルム・コミッション連絡協議会の加盟団体の約6割が4年間のうちに設立され、その後も2004年に8団体、2005年に15団体、2006年に10団体が設立され、2000年から2006年の7年間のうちに9割以上の団体が設立されている。すなわち最初のフィルムコミッション設立の数年後に国が政策に取り入れたことで、自治体の対応が加速したと見ることができ、フィルムコミッションの設立はブームといえる様相であった。

地方別では、映画・映像の製作会社の多くが所在

表2 地方別のフィルムコミッションの設立数

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	合計	2018年*
北海道		1	1	2		1				5	6
		(1)								(1)	
東北			4	2		3		1		10	14
関東	1	2	8	2	1	3	2	2	1	22	5
		(1)	(3)				(1)			(5)	
中部		6	1	4	3	1	1	2	1	19	30
					(3)					(3)	
近畿	2	2	2		3	2	3			14	22
					(1)		(2)			(3)	
中国		1	4	4		2	2		1	14	16
				(1)			(1)			(2)	
四国		1	2	1	1					5	5
		(1)	(2)		(1)					(4)	
九州	1		3	3		3	2			12	17
			(1)			(1)	(1)			(3)	
合計	4	13	25	18	8	15	10	5	3	101	115
		(3)	(6)	(1)	(5)	(1)	(5)			(21)	

注：全国フィルム・コミッション連絡協議会の加盟FCリスト（2009年）をもとに自治体そのものを除き集計したものである。
 ：（ ）内の数字は、県庁等の広域自治体が設立した団体数である。
 ：2018年はジャパン・フィルムコミッションの地域FCリストの参加団体のうち自治体そのものを除き集計したものである。

する東京に近い関東・中部が2割前後と多い。そのうち中部は2001年、関東は2002年という早い時期の設立が多い。関東では神奈川県（7団体）と群馬県（4団体）が多く、中部では長野県（5団体）と岐阜県（3団体）が多い。関東・中部以外の都道府県では兵庫県・広島県（6団体）で多くの団体が設立されている。また広域自治体が関与する都道府県単位のフィルムコミッションが21団体あり、関東（5団体）と四国（4団体）で多く設立されている。

なお、2018年は、新組織となったジャパン・フィルムコミッション加盟の団体数である。参考の数値ながら、中部・近畿・九州・東北で増加していることが分かる。一方、関東では東京都・千葉県・群馬県・栃木県・茨城県の5都県は、各1団体をのぞいて新組織には加入していない。こうした不参加の団体の多くが存続しているため、全国のフィルムコミッションはさらに増加していると推測される。

フィルムコミッションの組織

全国フィルム・コミッション連絡協議会のHPによれば、フィルムコミッションの目標（HPでは三原則）として、①非営利公的機関であること、②ワンストップサービスの提供、③作品内容は問わない、が謳われている。

また、2008年度のアンケート調査の結果として、職員の約9割が兼任で、その兼任職員数は0人（25%）、1名（29%）、2人（27%）、3人（10%）、4人以上（10%）と大半が小規模である。年間予算規模も50万円未満（18%）、100万円未満（15%）、200万円未満（17%）、500万円未満（27%）、1000万円未満（10%）、3000万円未満（8%）、3000万円以上（4%）で大半が1000万円以下、団体の半数が200万円以下である。

そして、フィルムコミッション設立後の映画の支援実績は0本（7%）、4本まで（46%）、9本まで（15%）、19本まで（15%）、20本以上（15%）で、フィルムコミッションの半数は設立後の支援数が4本以下であり、映画ロケの受け入れ頻度が低いことが分かる。その一方、非常に多くのロケ支援をしているフィルムコミッションも存在する。

尾道市とおのみちフィルム・コミッション

尾道市では、表3のように小津安二郎「東京物語」をはじめとして2016年までに48作品（おのみちフィルム・コミッション調べ）と非常に多くの映画ロケが行われている⁽⁴⁾。表4の時期別作品数を見ると、戦前に映画ロケが行われて以来、尾道はコンスタントにロケ地選ばれていることが分かる。志賀直哉

や林芙美子の文学作品の舞台になったことも影響していると思われる。

製作会社別では小津が所属していた松竹が多く、

小津以後の作品のロケ地選定に後輩監督のオマージュがうかがえる。一方、監督別では尾道出身の大林が11作品（尾道三部作・新尾道三部作等）で全体

表3 尾道で撮影された主な映画

	公開年	タイトル	制作・配給等	監督	出演者
1	1929	波浮の港	日活	木藤茂	徳川良子・竹下新・沢蘭子
2	1939	女の教室 学校の巻 七つの仏	東宝	阿部豊	千葉早智子・里見藍子・原節子
3	1946	恋三味線	大映	野淵昶	嵐寛寿郎・羅門光三郎
4	1949	薔薇はなぜ紅い	松竹	大曾根辰夫	浜田百合子・鶴田浩二
5	1953	東京物語	松竹	小津安二郎	笠智衆・原節子
6	1954	放浪記	東映	久松静児	角梨枝子・岡田英次・飯田蝶子
7	1954	女の暦	新東宝	久松静児	田中絹代・杉葉子・香川京子
8	1957	素足の娘	日活	阿部豊	南田洋子・長門裕之
9	1957	集金旅行	松竹	中村登	佐田啓二・岡田茉莉子
10	1958	悲しみは女だけに	大映	新藤兼人	田中絹代・京マチ子・宇野重吉
11	1959	暗夜行路	東宝	豊田四郎	池辺良・山本富士子
12	1960	裸の島	近代映画協会	新藤兼人	殿山泰司・音羽信子
13	1962	左ききの狙撃者 東京湾	松竹	野村芳太郎	石崎二郎・榊ひろみ
14	1962	憎いあんちくしょう	日活	蔵原惟繕	石崎二郎・浅丘ルリ子
15	1962	ぶらりぶらり物語	東宝	松山善三	小林桂樹・高峰秀子
16	1962	はだしの花嫁	松竹	番匠義彰	倍賞千恵子・寺島達夫
17	1963	波浮の港	日活	斎藤武市	吉永小百合・浜田光夫
18	1964	うず潮	日活	斎藤武市	吉永小百合・奈良岡朋子
19	1965	馬鹿っちょ出船	松竹	桜井秀雄	都はるみ・竹脇無我・香山美子
20	1969	かげろう	近代映画協会・松竹	新藤兼人	音羽信子・富士真沙子
21	1972	故郷	松竹	山田洋次	井川比佐志・倍賞千恵子
22	1978	お嫁にゆきます	ホリ企画/東宝	西河克巳	森昌子・大和田獏
23	1979	神様のくれた赤ん坊	松竹	前田陽一	桃井かおり・渡瀬恒彦
24	1982	転校生	日テレ・ATG/松竹	大林宣彦	小林聡美・尾美としのり
25	1983	男はつらいよ 口笛を吹く寅次郎	松竹	山田洋次	渥美清・倍賞千恵子・竹下景子
26	1983	時をかける少女	角川春樹事務所/東映	大林宣彦	原田知世・高柳良一
27	1985	さびしんぼう	東宝映画・アミューズ/ 東宝	大林宣彦	富田靖子・尾美としのり
28	1986	幕末青春グラフィティ Ronin 坂本龍馬	東京放送・電通/東宝	河合義隆	武田鉄矢・吉田拓郎
29	1986	落葉樹	丸井工文社 近代映画協会	新藤兼人	小林桂樹・音羽信子
30	1986	野ゆき山ゆき海ゆき	日テレ・バップ/ATG	大林宣彦	鷺尾いさ子・林泰文
31	1986	日本殉情伝 おかしな二人 ものくるほしきひとびとの群れ	フィルムリンク	大林宣彦	竹内力・南果歩・三浦友和
32	1986	彼のオートバイ、彼女の島	角川春樹事務所/東宝	大林宣彦	原田喜和子・竹内力
33	1991	ふたり	ギャラク・PSC・NHK	大林宣彦	石田ひかり・中嶋朋子
34	1992	濯東奇譚	近代映画協会・ATG	新藤兼人	津川雅彦・墨田ユキ
35	1995	あした	アミューズ・PSC・ プライドワン	大林宣彦	高橋かおり・林泰文
36	1997	瀬戸内ムーンライト・ セレナーデ	松竹・オフィストゥワン ・フジテレビ	篠田正浩	長塚京三・岩下志麻・羽田美智子
37	1999	あの夏の日 —とんでろおじいちゃん—	PSC・プライドワン /東映	大林宣彦	小林桂樹・厚木拓郎・勝野雅奈恵

38	2000	マヌケ先生	中国放送・バンダイビジュアル・PSC/PSC	大林宣彦	三浦友和・谷啓・南野陽子
39	2002	八月の幻	キングレコード・ギャガ・コミュニケーションズ/ギャガ・コミュニケーションズ	鈴木浩介	中根かすみ・水橋研二
40	2005	ちゃんこ	ドリームワン	サトウニシキ	須藤温子・渡部篤郎・西田尚美・東貴博
41	2005	男たちの大和/YAMATO	製作委員会/東映	佐藤純彌	反町隆史・中村獅童・仲代達矢
42	2007	転校生 さよならあなた	角川映画 / 日本映画ファンド	大林宣彦	蓮佛美沙子・森田直幸・清水美沙・厚木拓郎
43	2008	石内尋常高等小学校 花は散れども	近代映画協会 / シネカノン	新藤兼人	柄本明・大竹しのぶ・豊川悦司・六平直政・大杉漣
44	2012	瀬戸内海賊物語	製作委員会/松竹	大森研一	柴田杏花・伊澤征樹・葵わかな
45	2013	深く柔く	C&Iエンタテインメント/東宝	新城毅彦	長澤まさみ・岡田将生・波留
46	2015	探偵ミタライの事件簿 星籠の海	製作委員会/東映	和泉聖治	玉木宏・広瀬アリス・石田ひかり
47	2015	乱死怒町より愛を吐いて	PUNK FILM	島田角栄	後藤まりこ・KONTA・大塚明夫
48	2016	こいの婚活 クルージング	製作委員会/ KADOKAWA	金子修介	風間杜夫・片瀬那奈
49	2016	嘘を愛する女	製作委員会/東宝	中江和仁	長澤まさみ・高橋一生・吉田鋼太郎

注：「ようこそ、尾道へー尾道フィルム・コミッションについて」13-4頁を基に作成した。なお44-48の作品は資料に記された映画に製作/配給・監督・出演者情報を加筆したものである。

表4 尾道で撮影された映画の時期別作品数

	-1945	-1950	-1955	-1960	-1965	-1970	-1975	-1980	-1985	-1990	-1995	-2000	-2005	-2010	-2015	2016-	合計
撮影数	2	2	3	5	7	1	1	2	5	5	2	3	3	2	4	2	49
大林宣彦									3	3	2	2		1			11
新藤兼人				2		1				1	1			1			6
阿部豊	1			1													2
斎藤武市					2												2
久松静児			2														2
山田洋次							1		1								2
小津安二郎			1														1

注：「ようこそ、尾道へー尾道フィルム・コミッションについて」13-4頁のデータを基に作成した。

の2割強を占め、さらに尾道に居住経験のある新藤兼人の6作品を合わせると尾道にゆかりの監督作品が3分の1を超える。

2003年に設立されたおのみちフィルム・コミッションが関係する作品は、表4の2005年までの作品のうち「ちゃんこ」「男たちの大和/YAMATO」(いずれも2005年)の2作品、2010年までの2作、2015年までの4作、2016年の2作の合計10作品である。おのみちフィルム・コミッションは尾道市役所内に置かれ、設立母体は尾道市・尾道商工会議所・尾道観光協会、会長は市長である。そして活動内容は、誘致・プロモーション、ロケデータの収集、ロケーション情報の提供、ロケハン・シナハンの支援、ロケ希望地との調整、エキストラ募集のサポー

ト、各種許認可事項の確認、助言、ケータリング・宿泊先等の紹介、ロケ当日の支援である。なお、2017年の支援実績は、映画・プロモーションビデオ6、ドラマ1、CM4、情報・バラエティ番組54、ニュース等3、ドキュメンタリー4、その他(書籍含)24、紹介のみ11の合計107である(おのみちフィルム・コミッションについて12-7頁)。

おのみちフィルム・コミッションの関係する施設・活動が、2000年に尾道市が設立したおのみち映画資料館と東映作品の「男たちの大和/YAMATO」のロケセットの公開(2005-6年)である。おのみち映画資料館には、小津の「東京物語」や新藤の「裸の島」に関する資料、日活・松竹等の作品のポスターが展示されている。「男たちの大和/YAMATO」

のロケセットの公開は、尾道市内の日立造船向島西工場跡地に日本映画史上最大のオープンセットが建設され、その見学の要望が全国から寄せられたことから、尾道市・尾道商工会議所・尾道観光協会が協議し、オープンセットの所有者の東映と敷地の所有者の日立造船の許可を得て有料で一般公開したものである。255日の公開期間に約100万人が来場し、40億円の経済効果が推定されている（おのみちフィルム・コミッションについて21-4頁）。

なお、2010年には国土交通省の「ビジット・ジャパン地方連携事業」の全国初の海外ドラマのロケ誘致として、韓国SBSテレビのドラマ「サイン」のロケが行われている（おのみちフィルム・コミッションについて45頁）。

(3) 映画祭

表5は、地方別の映画祭の開催数である。全国で160の映画祭が開催され、関東が4割強でその6割強が東京都内の開催である。しかし表5のように関東以外の各地方でも映画祭が数多く開催され、都道府県別では、東京都（43）と神奈川県（13）以外にも北海道（8）、大阪府（7）、岩手県（6）で多くの映画祭が開催されている。国際映画祭は全国で35の開催で、約半数が東京都内の開催である。なお、国際映画祭は製作国やテーマの限定された企画が多い点に特徴がある。

映画祭は、国の諸計画のうちの第二の「観光立国行動計画—『住んでよし、訪れてよしの国づくり』戦略行動計画」（観光立国関係閣僚会議、2013年）のⅡ日本の魅力・地域の魅力の確立の1. 日本の魅力の維持、向上、創造の（2）魅力のうち②「伝統的なものと現代的なものが共存していること」の「伝統文化・文化等」に関する政策である優れた日本映画をはじめとしたメディア芸術の創造に位置づけられている。

2007年以降、文部科学省を関係省庁として国内映画祭の開催等への支援が開始され、2012年の映画祭の支援数は13件である。

映画のまち調布 シネマフェスティバル

角川大映スタジオ、日活調布撮影所、白組調布スタジオをはじめとする映画・アニメーション・映像関係の施設・企業が集積する調布市では、約30年前（1989年）から「シネマ・フェスティバル・イン・調布」が開催され、その後、「調布映画祭」（主催は調布市文化・コミュニティ財団）に引き継がれ、ショートフィルム・コンペティション等が開催された。2019年からは、現在の「映画のまち調布 シネマフェスティバル」（主催は調布市文化・コミュニティ財団・調布市）に展開し、大々的に開催されている。この企画運営や協力には上記の映画・映像関係の企業に加えて、石原プロモーション・ジャンゴフィルム・東映ラボティック・東京現像所等の会社

表5 地方別の映画祭の数

	開催数	区分		開催ベース	
		国際映画祭	地方映画祭	毎年	各年
北海道	8	3	5	8	0
東北	14	2	12	13	1
関東*	69	18	50	64	2
(東京都*)	(43)	(17)	(25)	(40)	(2)
中部	25	1	24	24	1
近畿	19	7	12	18	1
中国	9	1	8	7	2
四国	5	0	5	4	0
九州	11	3	8	10	1
合計	160	35	124	148	8

注：コミュニティシネマセンター編「映画上映活動年鑑2017年」（2018年）のデータを基に作成した。

：関東・東京の映画祭のうち1つの映画祭の区分と開催ベースは不明である。

：関東の映画祭の開催ベースには3の不明（うち東京1）があり、四国の映画祭の1の開催ベースは不定期である。

も関係し、映画都市の色合いが表れている。
2020年のイベントの内容が、表6である。イベン



映画のまち調布 シネマフェスティバル

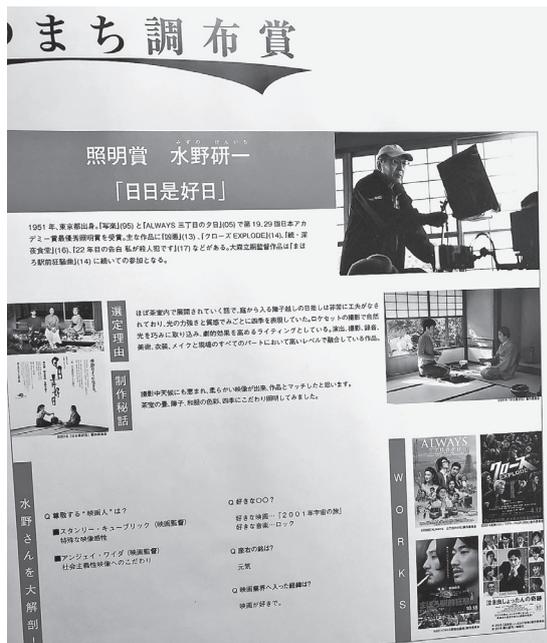
トの期間は2月14日～3月8日と長く、調布市文化会館内の映画上映、講演・展示・ワークショップ等、文化会館に近接の調布市グリーンホールでの映画上映・コンサートおよびイオンシネマシアタス調布での映画上映と授賞式等、盛りだくさんの上映会とイベントの内容である。

中でもメインのイベントは、「映画のまち調布賞」と「日本映画人気投票」で、このうち前者は作品賞に加えて、技術部門を対象とする撮影賞・照明賞・録音賞・美術賞・編集賞が設けられ、映画・映像の都市らしい特徴が見られる（映画のまち調布シネ

表6 調布シネマフェスティバルのイベント内容

	作品	発言者・付加内容・備考	会場
映画上映	Fukushima50 (フクシマフィフティ)	授賞式・特別上映会	シアタス調布
	新聞記者	ノミネート作品	くすのきホール
	日々は好日	ノミネート作品	
	こんな夜更けにバナナかよ 愛しき実話	プロデューサー・ノミネート作品	
	キングダム	美術担当・ノミネート作品	
	翔んで埼玉	ノミネート作品	グリーンホール
	新海誠作品 (雲のむこう、約束の場所・秒速5センチメートル・星を追う子ども)	プロデューサー・3作上映	
	アルキメデスの大戦	VFX ディレクター・ノミネート作品	
	ミュウツウの逆襲 EVOLUTION	ミニコンサート	くすのきホール
太陽を盗んだ男	録音担当		
特別上映	天空の城ラピュタ	グリーンホールで記念コンサート	シアタス調布
映画上映	羅生門	美術監督・展示あり	くすのきホール
シネマセレクション	Shall we ダンス?	監督・KADOKAWA 作品	シアタス調布
	いつでも夢を	日活作品	
	グリーンブック		
	若おかみは小学生!		
映画上映	海洋天堂	ミニトーク	シアタス調布
ちょうふ親子映画上映会	ハルのふえ / アンパンマンが生まれた日	やなせたかしシアター	グリーンホール
作品上映会	第15回高校生フィルムコンテスト in 映画のまち調布優秀作品上映会		映像シアター
ケベックシネマセレクション	さよなら、退屈なレオニー	ケベック映画プチ講座	大会議場
展示イベント	CINE-WORKS 展—映画制作の世界—	「アルキメデスの大戦」の戦艦大和の模型・絵コンテ	エントランスホール
	映画のまち調布賞 受賞者紹介展示	パネル展	
	「羅生門」展示	セットを10分の1のスケールで再現	北ギャラリー
	映画美術の世界へ	小道具の展示・映像	
	出張! 映画資料室	旧日活・大映村関連資料と解説。日活トーキー第1作「花嫁日記」上映	南ギャラリー
	久々之巻 集う輝き 映画館が「たちばな」になる	「仮面ライダー響鬼」のイベント。スタッフ・キャストのトーク	シアタス調布
	映画にまつわるエトセトラ	竹本孝之×調布シネフェス	エントランスホール
	撮影体験ワークショップ	ぼくらのたづくりスタジオ 2020	紫ホール

注:「映画のまち調布 シネマフェスティバル 2020」3-16頁の内容を要約したものである。なお、シアタス調布はイオンシネマシアタス調布の略である。



映画のまち調布賞

マフェスティバル 20201-6 頁)。

また、上映の多くの映画には関係者のトークが付き、技術スタッフが発言者として登壇するのもこの映画祭の特色である。こうした映画の技術スタッフのトークや撮影体験のワークショップなど、映画の視聴や情報の提供にとどまらず映画製作の担い手の育成にもつながる映画祭である。

小田原映画祭

小田原映画祭は小田原市主導の小田原映画祭実行委員会の主催で、2005年から隔年、その後は毎年開催されている。2009年以降、NPO法人おだわらシネマトピアの運営になり、小田原市および神奈川県から助成を受けている。

第1回の映画祭では、2つのテーマが設定されている。1つは小田原に何らかの関係があること、もう1つはショートフィルムコンテストの開催である。このうち前者に関して、小田原がロケ地になった「世界の中心で愛を叫ぶ」と「黄泉がえり」を上映し、また小田原出身の富野由悠季の「機動戦士ガンダム」を上映している(映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書 42-3 頁)。

主催のNPO法人の2018年の事業報告書によれば、この映画祭は小田原城での野外上映会、ショートフィルムコンテスト、小田原ゆかりの映画の上映によって構成されている。映画祭のHPの「第13

回小田原映画祭シネマトピア 2019」では、オープニング(野外上映会)が9月7日、街かど上映会が9月11日・13日・14日、ショートフィルムセレクションとその応援トークが15日という日程である。

このうち11日～14日の街かど上映会の作品は、20分以内の作品を対象としたショートフィルムコンテストとして受賞作品(グランプリ・審査員特別賞・阿藤快賞・市民スタッフ賞)10作品、優秀映画鑑賞推進事業(日本映画の名作)として「大誘拐 RAINBOWKIDS」「駅前旅館」(助監督が小田原出身の小田原ゆかり映画を兼ねる)「本日休診」の3作品、小田原ゆかりの作品として「愛と法」(監督が出身)「曙光」(ロケ地)の2作品、加えて外国映画の輸入販売会社のIVC提供の作品として「汚れない悪戯」「勝利の朝」の2作品である。

15日のショートフィルムセレクションでは、第10回(3作品)・第11回(4作品)・第12回(3作品)が3部に分けて上映され、応援トークが行われ、映画祭のクロージングは小田原で多くの童謡を作词した北原白秋の半生を描いた佐々部清作品の「この道」の応援上映というプログラムである。

4. ロケ地訪問—アニメの聖地の巡礼を手がかりに

映画・映像ファンが地域社会の文脈で紹介されるようになったのも、2000年頃からである。アニメの舞台になった場所へのファンの訪問がメディアで頻繁にとり上げられるようになり、アニメの聖地巡礼が社会事象として知られていく。

まず、映画・映像に関する消費形態の変化を社会的に確認し、次に製作側や行政主導によるロケ地やゆかりの地の観光資源化の事例を紹介する。さらにアニメの聖地巡礼者の分析を手がかりに映画・映像ファンのロケ地訪問の社会的特徴をとらえることにする。

(1) 映画・映像の消費形態の変化

19世紀後半、トーマス・エジソンによる個人視聴方式のキネトスコープとリュミエール兄弟によるスクリーンに投射拡大の集合視聴方式のキネマトグラフの映写機が発明される。20世紀後半までの映画・映像の視聴は、大量消費時代に対応する集合視

聴方式であった。しかし、1960年代以後、集合視聴方式の観客数および映画館が減少していく中で、1970年代後半からはビデオ、レーザーディスク、さらにDVD、ブルーレイディスク等の映画・映像の二次使用に伴う商品化によって、映画・映像の個人視聴が広まっていく。

客層の限定とジャンル映画の展開

出口丈人によれば、1960年代のアメリカではテレビの急速な普及によって、映画の世界に二極化が生じる。その過程は、幅広い観客を対象にしたそれまでの映画から特定の観客を対象にした映画の分岐である（出口145頁）。観客数が減少する中で、テレビで見られない大人の内容の映画を支持した客層は、主として10代後半から60歳ぐらいまでの可処分所得のある男性層であった（出口119頁）。

幅広い観客が映画を視聴していた時代にもミュージカル、喜劇、戦争、西部劇、犯罪（ギャング）、怪奇、アニメーション等、映画作品にジャンルが存在していたものの、1960年代以後には幅広い年代層に受け入れられる健全な価値観の作品は以前ほど上映されなくなり、成人男性を対象にしたポルノ映画や都会のインテリ層を対象にしたアートシアターでのヨーロッパの芸術作品の上映が目立つようになる（出口119頁）。

さらに、1970年代になると、この傾向が強まり、ファン層をさらに明確に限定したサブカルチャー化が進んでいく。いわゆる「ジャンル映画」と呼ばれるバイオレンス、セックス、SF、ホラーの作品が次から次に上映され、それぞれのジャンルや作品に固定ファンがつくようになる。

1970年代後半以降の視聴形態の変化とサブカルチャー化

1970年代後半からのビデオ、レーザーディスク、DVD、ブルーレイディスク等の映画の商品化について、長谷正人は『見る』文化としての映画内容が『パーソナル化』したことに連動して、……テクノロジーとしての映画装置自体にも『パーソナル化』の波が起きた」（長谷41頁）ととらえる。すなわち、人びとは映画館の中で大勢の観客とともにヒーローの活躍に胸躍らせるよりも、個室空間の中で性や暴力、恐怖の映像をパーソナルな感覚で強く感じることを求める傾向にあるという（長谷41頁）。

こうした新たな視聴の動向について、原田健一は

日本映画製作者連盟の推定によるビデオ等の映画の鑑賞者6億3694万人と映画館での観客数約1億5千万人、それにテレビ放映の映画視聴者数を合計して、映画観客数が最高であった1958年の11億2700万人（一人平均、年間12.3回）に迫る数字と見ている（原田203頁）。

今日の映画視聴の主流が集合視聴方式から個人視聴方式に移行しているのは確かである。しかし1950年代と同等の状況という原田の試算と異なり、1970年代後半以降の映画・映像の視聴数は、特定層が映画館で自分の好むジャンルの作品の集合視聴の上で、さらにDVD等の購入やレンタルあるいは録画に基づく個人視聴の重複がかなり程度含まれていると推測される。そのため今日の映画の視聴者の総計数は幅広い視聴者数としてとらえるよりも、すべてとはいえないものの、特定層の累積ととらえる方が実態に合っていると思われる。

そして、こうした視聴形態の転換は、映画・映像への接し方に変化をもたらしたと推測されよう。対比的に言えば、かつての映画の黄金時代の視聴は、通常、映画館での1度の集合視聴にとどまり、ストーリーの展開や主な登場人物の存在や言動に楽しみがとどまっていたものといえる。それに対して、今日の集合視聴と個人視聴の重複で、特定の作品のストーリーの展開だけでなく、作品への詳細な興味や関心が生まれていると思われる。それは、シーンやショットの繰り返し視聴を通じた作品の背景や製作者の世界観への関心であり、そこに映画のロケ地や舞台への興味が含まれていると思われる。

すなわち、こうした映画・映像の視聴形態の転換は、オーバーに言えばジャンルごとのサブカルチャーの誕生である。そしてサブカルチャー化の一端が、インターネットでの情報交換や映画館における集合視聴の場合の「応援上映」、ロケ地や舞台の訪問という現象に表象されていると見ることができよう。

(2) 映画関連の施設—テーマパーク・記念館・資料館

とはいえ、かつての長期シリーズの作品の場合、重複視聴と同じような興味・関心が生じていたと見られることもできる。実際、例えば人気シリーズの「男はつらいよ」は、多数のガイドブックの出版にとどまらず、1995年に松竹の100周年事業の一つ松竹大

船撮影所内に設立されたテーマパークの鎌倉シネマワールドのメイン企画であった。ファンの強い関心に応じて、3階建てのテーマパークの1階に作品の舞台である東京都葛飾区柴又の帝釈天参道と団子屋のセットが配置された（松竹映像本部映像渉外室33頁・山田洋次監修8-9頁）。なお、大船撮影所内のこのテーマパークは集客に苦しみ、わずか3年後に閉鎖されている。

ところが、同時期の1997年に東京都葛飾区が、「男はつらいよ」のロケ地および主要舞台である柴又に「葛飾柴又寅さん記念館」を設立する⁽⁵⁾。記念館は主人公寅次郎と妹さくらの銅像が立つ京成電鉄柴又駅から帝釈天参道を抜けて帝釈天に参拝後、徒歩で訪問できる場所にある。さらに2012年には同じ敷地に山田洋次ミュージアムが設立されている。記念館の東側の土手は全作品のタイトルバックでおなじみの江戸川の土手で、河川敷に矢切の渡しがあり、いずれの作品にも登場する場所である。この記念館内に鎌倉シネマワールドの閉鎖後に大船撮影所から団子屋のセットが移設され、さらに団子屋裏のたこ社長の印刷所が再現された。こうした記念館の立地と展示内容は、柴又駅下車後にロケ地である駅のモニュメントの見物や寺の拝観、参道での名物の購入、そして施設内でのセット等の見物、最後に江戸川の土手と矢切の渡しという申し分のないコ



葛飾柴又寅さん記念館・山田洋次ミュージアム

表7 映画資料館の所在地と設立（開館）年

地方	開設（開館）年										設立主体			備考
	～1969年	1970年～	1980年～	1990年～	1995年～	2000年～	2005年～	2010年～	2015年	地方自治体	非営利	営利		
全国	5	3	7	3	10	9	5	6	2	27	14	9		
北海道				1				1			1	1		
東北					1		2			1	1	1	青森1・福島1	
東京	3		3	1	5	2	1		1	7	5	4	千代田2・練馬2・調布2・9区各1・三鷹1	
関東*	1		3		2	1		2		5			神奈川3・千葉1・群馬1	
中部				1		1				5			三重3・愛知1・静岡1	
近畿	1	3	1			2	1	1	1	3	5	2	京都4・大阪3・兵庫3	
中国						3		2		4		1	広島2・山口1・鳥取1・島根1	
四国					1						1		香川1	
九州					1	1	1			2	1		福岡3	

注：「全国映画資料館録2015」（2016年）に掲載の50施設を整理したものである。なお設立年・開館年には資料の一部には資料の年を筆者が判断したものが含まれている。

：関東*は、東京を除いた関東の施設数である。

：掲載の施設の中には現在閉館したものが含まれている。

表8 映画資料館の設立（開館）年別の主体

地方	設立（開館）年									合計
	～1969年	1970年～	1980年～	1990年～	1995年～	2000年～	2005年～	2010年～	2015年	
地方自治体	1		5	1	8	6	2	4		27
非営利組織	4	1	1	2		2	2	1	1	14
営利組織		2	1	1	1	1	1	1	1	9
全国（合計）	5	3	7	4	9	9	5	6	2	50

注：「全国映画資料館録 2015」（2016年）に掲載の50施設を整理したものである。なお設立年・開館年の一部には資料の年を筆者が判断したものが含まれている。
 ：掲載の施設の中には現在閉館したものが含まれている。

ースである。

ここで、各地に設立された映画・映像の記念館・資料館の状況にふれたい。表7は、映画・映像の記念館・資料館の所在地（地方別）と設立年である。全国を見ると、1995年以降の設立（開館）の施設が全体の3分の2を占め、多くの施設が2000年前後から設立されている。とりわけ2000年以降の設立が4割を超え、地方別では東北・中国・四国・九州の全施設が2000年以降の設立である。また設立主体を見ると、地方自治体が5割強、次いで公益財団法人・一般財団法人・学校法人等の非営利組織が約3割である。営利組織は約2割で、最も多い東京の全施設は映画・映像関係の会社で、そのうち2施設は撮影スタジオのある調布・練馬に立地している。

さらに、表8で設立（開館）年別に設立主体を見ると、地方自治体の施設の多くが、1980年代および1995年（とりわけ2000年）以降の設立である。そのうち1995年以降は4分の3を占め、2000年前後は自治体による設立ラッシュといえる状況である。

(3) アニメの聖地巡礼

次に、映画・映像ファンのロケ地訪問の社会的特徴をさぐるために、アニメファンの状況を見ていきたい。

2000年以降、アニメの聖地巡礼を特集する書籍や雑誌などが出版されるようになる。岡本によれば、アニメ作品の場合、監督や原作者の出身地、旅行先の風景がしばしば作品に描かれ、作品に描かれた場所を訪ねる行動がファンの中で「聖地巡礼」と呼ばれるようになったという。なお、こうした行動自体は1990年代前半から見られるようになったものである（岡本75-90頁）。

しかし、それ以前から、漫画家ゆかりの地はよく知られている。例えば、東京都豊島区椎名町や世田谷区桜新町、宮城県石巻市、鳥取県境港市等が有名で、豊島区に「豊島区立トキワ荘マンガミュージアム」、石巻市に「石ノ森萬画館」、境港市に水木しげるロードと水木しげる記念館（以上、公設）、桜新町に「長谷川町子記念館」（私設）が設立されている。

2000年頃から話題になったアニメの聖地巡礼は、国民のだれもが知る大家ゆかりの地の訪問よりも、ファン層の年齢や関心が限定したサブカルチャー化した行動という印象が強いものである。岡本によれば、アニメの聖地巡礼者には次の5点の特徴が指摘できるという。すなわち第1は、アニメで描かれた風景を撮影し、情報をインターネットで発信する点、第2は、ノートへの書き込みやアニメ・グッズなどの巡礼の記念を残す傾向、第3は、現地の人やファン同士の交流を楽しむこと、第4は、リピーターが多く、高頻度の再訪者がいる点、第5は、社会的属性として10代から40代の男性という点である（岡本84-5頁）。

(4) 映画のロケ地・舞台の訪問者とは

映画・映像を共通の関心とするサブカルチャー傾向は、とりわけアニメーションのジャンルで顕著であるものの、アニメファンの聖地巡礼という社会現象は、ある程度、アニメ作品以外の映画ファンにも共通すると推測される。しかし、一般の映画とアニメ作品およびそのファンの社会層に相違点も想定される。両者の間の差異の若干を推定してみたい。

まず第1は、製作者に対する関心の差異である。アニメファンの場合、作品への選好が製作者（製作会社・監督・原作の漫画家等）に向かう傾向が見ら

れ、製作者が創り出す作品世界に興味を広がり、持続する傾向があるように思える。それに対して、一般の映画ファンの多くは、作品の大まかなジャンルやストーリー、出演俳優に興味をいだくことが多いと推測される⁶⁾。そのため、製作者が提供する作品世界を所与のものとし、製作者には関心・認識が向きにくい傾向にあると思われる。

例外といえるのが、一人の監督によるシリーズ作品や芸術性の高い作品である。そのうちシリーズ作品にふれると、松竹の山田が大半を監督した「男はつらいよ」シリーズと東映の鈴木則文の「トラック野郎」シリーズは、公開の年代と時期が重なり、さらに主人公の名前が「寅次郎」に対して「桃次郎」とライバル関係にあり、さらに作品世界の差異が強調されたことで、それぞれの作品のファンは作品世界に強い興味・関心をいだいていたといえる。また表1および表3で見たように、出身地を舞台にする大林の「尾道三部作」「新尾道三部作」をはじめとする尾道ロケ作品、佐々部の「下関三部作」等と呼ばれる一連の作品のファンの中に、地元をよく知る監督が選び出したロケ地が散りばめられた作品世界に対する強い関心が見られ、一連の作品のファンがロケ地を多く訪問するようになった。とはいえ、一般の映画の多くは単品として上映され、ファンの映画への関心は製作側に展開しにくいといえよう。

第2は、アニメの聖地巡礼者と映画のロケ地訪問者の間で、その社会的属性にズレが想定されることである。すなわち一般の映画のロケ地訪問者は、アニメの巡礼者に対して性別では女性、また年齢層では高齢者層に広がっていると推測される点である。この傾向は、ここ数十年の観客数や上映館の減少によって、新たなファン層が生まれにくい状況も関係していよう。一方で、若い年齢層の映画ファンのロケ地訪問者の場合、アニメの聖地巡礼者に似たサブカルチャー傾向を帯びているのは間違いなからう。

第3は、アニメファンの社会化の特徴である。すなわち、子ども時代における映画・映像作品の受容に由来する選好である。多くの家庭では、映画館でのアニメ作品の視聴が家族行事の一つに組み込まれ、子どもがアニメ作品に興味をいだく土壌が形成されている。その後も年齢に相応した作品が創られ、アニメへの関心が持続される傾向にある。それに対して、一般の映画の場合、子どもが視聴する機

会は少ない。1990年代、浅草の名画座に小学生と思しき少年が一人座り、藤田まこと主演の「西のペテン師 東の詐欺師」(東宝1971年)、宍戸錠出演の「東京ド真ン中」(野村芳太郎、松竹1974年)等の喜劇映画3本立てを観ていたので感心したことがあったが、例外中の例外である。中学生・高校生向けにはアニメ作品が用意される一方で、一般の作品の上映を視聴することなく成長する人も多いと思われる。

5. 映画・映像と地域社会—製作・地域主体・ファン

ここまで、第2節で映画・映像の製作の実状、そして映画・映像に関連する社会事象の地域社会への出現に関して、第3節でフィルムコミッション・映画祭、第4節でアニメの聖地巡礼と映画・映像ファンの状況等を整理・把握してきた。

最後に、第2節の映画・映像の製作状況を映画・映像の「製作側」、第3節のフィルムコミッションと映画祭および第4節のうち映画・映像の記念館・資料館を「地域の主体」、具体的には「地域の組織・活動・施設」、第4節のロケ地訪問者とアニメの聖地巡礼者を映画・映像作品の「ファン」の3者として位置づけ、ここまでの議論を3主体の間に生じた2者関係として整理・補足する。その上で、地域社会における映画・映像の製作および訪問者をめぐる状況と課題を検討していく。

(1) 映画・映像の製作側と地域の主体の関係

映画の製作は、長期間にわたり観客数が減少し、かつての製作・配給・興行の一体型による製作から独立の製作会社やアドホクラシー方式(製作委員会)という寄せ集め型の組織による製作が多数となる状況に転じ、映画の製作の多くは不安定な状況にある。その中で、2000年代に国から映画・映像をコンテンツとして重視する複数の産業(観光)政策が提示され、数多くの地方自治体が地域振興の目的で設立・開催したのが、フィルムコミッションや映画祭である。

フィルムコミッション

地方自治体が望みを託し設立したフィルムコミッションであるが、厳しい状況にある製作側に「いい

ように使われているのではないか」「FCはボランティア同然であって無償であるから、……多少の無理でもなんでもきいてくれる便利な存在」（水野博介 135頁）と思われているふしがある。確かに、国の産業政策であるロケ地の誘致に邁進し、ロケ地の誘致が地域間競争の様相を呈し、さらに地方自治体と映画製作者を仲介する営利企業までが出現しているため、フィルムコミッションは「手弁当によるもので……、費用も持ち出し」（水野 135頁）の上、作品の内容を問わずワンストップサービスを提供することが当然視されている。それでもロケの誘致が実現すれば、経済効果や観光客数増、宣伝効果として公表され、こうした短期の数値が独り歩きし地域活性化の指標（手柄）になる。

地域をあげた製作側へのサービス提供が競争のように繰り広げられているものの、実は、製作側がロケ地に映像的な魅力を感じない場合や地域の期待通りに作品で扱われない場合も多い。例えば、メインのロケ地で一部の撮影（道路封鎖等）が不可能なため、代替として撮影されるロケ地、予算や日程の都合でロケ地が選択され地域の魅力が映し出されない場合もある。中には、作品で設定されたロケ地の姿が地域にマイナスイメージを与えたという反発が起きた事例もある⁽⁷⁾。

一方で、地域の主体が主導するロケ地の観光資源化に製作者側が反発した事例もある。一例をあげれば、多数の映画ロケを通して尾道市に関わって来た大林が、おのみちフィルム・コミッションが関連する活動である「男たちの大和／YAMATO」のロケセット公開に反発し、おのみち映画資料館における自作の関連資料の展示を拒否した出来事である。大林は「セットはスクリーンに映し出されて初めてリアリティを持つ」ものであり、「大和のようにやればもうかるのだから、またセットを残してくれる映画を誘致しようというわけです。いま尾道はそうなっています」（大林 278頁）と尾道側を痛烈に批判し、表4の「転校生 さようならあなた」のメインロケ地を長野県に変え、以後、尾道でロケを行っていない。一方、尾道側は、ロケセットの公開は国の政策に基づく新たな観光資源の創出という目的に沿う活動であり、来場者が100万人を超えた成功事例と位置づけている（おのみちフィルム・コミッションについて 21-5頁）。

映画祭

21世紀に入って開催された多くの映画祭は国の文化政策に後押しされたもので、日本の各地で映画祭が誕生している。フィルムコミッションが製作側のサポートという受動的な立場であるのに対して、映画祭の開催は地域社会（地域団体・自治体）が主導性を発揮しやすい活動と見ることもできる。また地方映画祭は、製作側にとって新作の販売（集合視聴とその後の個人視聴）・PRの重要な場であり、大手の映画会社にとっても過去の作品（商品）の貸出と販売の機会でもある。

その一方で、映画・映像のジャンル化およびサブカルチャー傾向の中で、映画祭の企画や作品を判断・評価することが難しくなっている。とりわけ地域ゆかりの作品か特定のジャンルの作品か、また対象が地域住民か来訪者か、は主催者を悩ませる問題であろう。

是枝は数多くの世界の映画祭に参加し、その中の一つ、フランスのナント三大陸国際映画祭が文化教育に寄与する側面について、「映画祭の事務局を通して地元の高校生からの取材オファーがありました。……インタビューもカメラマンも照明もみんな高校生。……これは本当に嬉しい経験で、三件くらい受けました。まあ、保育園の先生が子どもたち40人くらいをつれて、アメリカの喜劇俳優バスター・キートンのサイレント映画特集を観せているのにも遭遇しました。……映画祭はそのような映画教育の場になっているのです」（是枝 256-7頁）と報告する。確かに、地方の映画祭が文化（映画）活動・教育を内包するイベントであることは、地域から上映館が消えていく中で、必要とされる役割かもしれない。その点で、地域社会と製作側の運営による調布市のフィルムフェスティバルの事例は、子どもや若い世代の映画への幅広い関心を涵養する興味深いイベントであろう。とはいえ、東洋のハリウッドと呼ばれた調布と同様の映画関係の資源をもつ地域社会は少なく、各地域がそれぞれの工夫で文化（映画）活動・教育を内包するイベントの開催をめざすことになるだろう。

記念館・資料館

映画・映像の記念館・資料館は古くからあったとはいえ、地方に広がっていくのは2000年前後からで、その大半は地方の自治体が設立した施設である。

地方の施設の多くは出身の映画関係者、ロケ等のゆかりの地に設立された施設であるが、廃業した映画館の資料や個人のコレクションを所蔵する施設もある。

しかし、こうした施設の所蔵資料の多くがポスターやスチール写真にとどまり、製作者からの資料の提供や収集が不十分な状況がうかがえる。またゆかりの作品の上映が年数回にとどまるか全くない施設も多い。小津安二郎紹介展示コーナーのある江東区古石場文化センターは年間38回と多いものの、アニメーション系の施設の杉並アニメーションミュージアムの日4回、三鷹市立アニメーション美術館(三鷹の森ジブリ美術館)の日24回には及ばない。そのため、ゆかりの地の施設を訪問したファンが肝心の作品を視聴する機会がないのが現状である。

さらに、近年、記念館・資料館の閉鎖という事態が起きている。例えば、北海道小樽市の石原裕次郎記念館が死後30年後の2017年に閉館、大衆娯楽作品とりわけ社長シリーズで著名だった松林宗恵の記念館(島根県江津市設立の松林宗恵映画記念館)が2018年に閉館している。実際、ゆかりの作品・製作者には、大衆文化の常として、いわば「賞味期限」というべき時期が訪れ、ファンの作品に対する興味・関心の減退、さらに作品への興味・関心の次世代への継承が困難な状況にある。加えて地方自治体の財政が厳しい中で、こうした施設の存続や新設が困難な状況にあるといえよう。



小津安二郎紹介展示コーナー

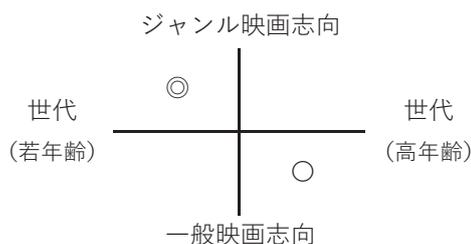
(2) 映画・映像の製作側とファンの関係

映画・映像の製作者とファンは、作品の消費(視聴)を通して形成される本来的な社会関係である。さらに今日における映画・映像の視聴スタイルの転換—特定層における集合的視聴と個人視聴の重層化—でファンがサブカルチャー化し、ファンと製作側は消費関係を基盤に文化的にも結びつく関係性を帯びつつある⁽⁸⁾。今日のサブカルチャー傾向の中で、この関係性の顕現といえるものに応援上映等のイベントがある。先にもふれた応援上映というイベントはファンが集合的なパフォーマンスを通して配給・興行を含めた製作側を支援する活動で、ファンが興味関心をいなく作品やジャンルを積極的に取り上げる上映館も関与している。

しかし、製作側の組織的・経済的な不安定性や広報予算の不足、また多くの製作がプロジェクト(アドホクラシー)方式という寄せ集め型の組織に移行している状況において、作品情報のファンへの発信が不十分であったり、持続できない場合もあるだろう。

こうした映画・映像のファンを世代別にみた場合、サブカルチャー傾向の若い年齢層と製作側の関係の他に、一般の映画のファンの多くを占める年配層と製作側の関係を見過ごすことはできない。図1は、映画・映像のファンの世代およびジャンル志向による類型化である。サブカルチャー傾向をもつアニメファン等の若い世代が目立つものの、年配で一般的な映画を志向する層も一定数存在することが想定されよう。こうした層も名作・旧作を上映する映画館での集合視聴、そしてかつて集合視聴した作品の購入やレンタル、TV視聴による個人視聴が重複する傾向が推測されよう。

図1 映画・映像ファンの志向性と世代



(3) 映画・映像のファンと地域の主体の関係

映画・映像作品のファンと地域の組織・活動は、本来、直接的な関係にはなく、映画・映像作品およびその製作者の媒介によって形成された関係である。しかしファンが作品の中で魅力的、印象的そして特徴的に描かれるロケ地や製作者ゆかりの地に興味をいだき訪問することは、文学作品が先行するとはいえ、以前から知られた映画・映像ファンの行動である。ロケ地の訪問の先駆けとして有名なのは、野村芳太郎の「ゼロの焦点」(松竹、1961年)の石川県の能登金剛周辺である。作品の公開後映画ファンの訪問が目立つようになり、さらにその地で自死を選ぶ女性が多く出現し社会問題になったほどである。

今日、映画・映像のファンと地域の組織・活動を媒介する作品の多くがジャンル化しファンがサブカルチャー傾向にあるため、地域住民はロケ作品やゆかりの作品の内容や製作の状況を十分に認識できない状況にある。岡本によれば、アニメの聖地巡礼の方が地域住民よりも作品の情報やゆかりの地の知識が豊富な場合もあるという(岡本 88 頁)。

また、アニメの聖地巡礼など作品のゆかりの地を訪問するファンが社会現象になっているものの、同時に年配で一般的な映画(とりわけ過去の作品やシリーズもの)を志向する層のロケ地訪問も想定できる事象であろう。

フィルムコミッション

国の産業政策に基づきロケ地誘致をめざすフィルムコミッションが、映画・映像ファンを対象に舞台・ロケ地マップを制作する傾向にある。フィルムツアーリズム、コンテンツツアーリズムに対応した活動の一環であるが、紹介作品やロケ地の紹介数が限定されたり、パンフレット等の内容の更新が少ない等、ロケ地誘致ほどには熱心といえない状況である。

映画祭

映画祭は、前述のように地域社会にとって地域の文化活動・教育にその意義を見出すことができるものである。しかし、もう一つの選択肢である特定のジャンルの映画というテーマの映画祭の開催にも一定の社会的意義を見出すこともできる。すなわち、こうした映画祭の開催が地域における同世代の地域組織・活動への関与につながり、地域社会への参加と日本国内外からの来訪者と交流に発展する可能性

である。

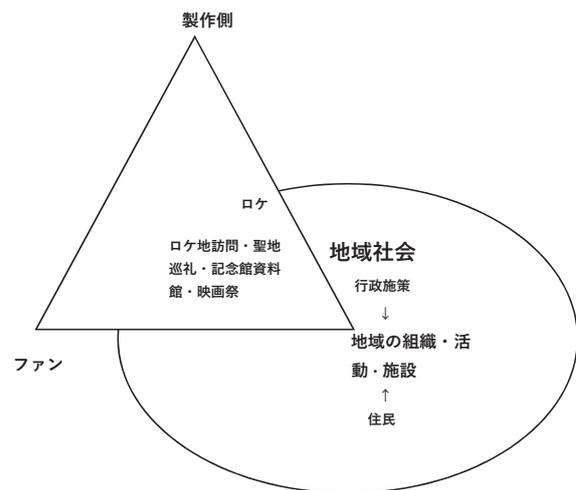
記念館・資料館

一般的な映画を志向する年配層にとって、自治体や非営利組織が設立する映画・映像関係の記念館・資料館はゆかりの地の訪問先の一つとして選定しやすい施設である。その場合、展示物の充実やゆかりの作品の上映回数の増加とともに、同じ関心をいだく同世代の住民がゆかりの作品や人物の紹介を担当し、来訪者と交流する役割を担うことが期待されよう。

(4) 地域社会が映画・映像に求めるもの

3者の間の2者関係において生じる事象—製作側のロケ撮影(地域の協力・誘致)、ファンのロケ地・アニメの聖地巡礼、記念館・資料館の訪問(自治体による設立)、映画祭への参加(地域の開催)—は、地域社会との関係において図2のように位置づけられよう。このうち地域の主体に関係するのが、行政(地方自治体)の施策とともに地域にゆかりの作品や製作者に対する住民の認知や評価である。こうした住民の認知やファンの評価を高めるために、地域組織と製作側との関係性の変容が期待されよう。

図2 地域社会に關係する映画・映像の3主体



地域住民の評価

地域の住民は、映画・映像の製作側とファンとの関係性と異なり、そもそも作品や製作側に対する認知や評価はそれほど高くなく、前述のように、映画・映像作品が特定層に向けたジャンル映画という傾向のため、地域社会にゆかりのある作品でも十分

に認知していない場合が多い。

また、映画・映像の製作側に協力するフィルムコミッションは国の産業政策に基づき自治体主導で設立されているものの、その大半は国や地方自治体の諸計画が期待する経済効果をもたらしていない。映画・映像は2000年代以後の国の産業政策の中で着目されたとはいえ、基盤が不安定な産業である上、多くが東京に立地していることが影響していると思われる。

フィルムコミッションが、現状のようにボランティア的なロケのサポートやロケ地の誘致競争にあけくれるならば、地域の住民の評価は厳しいものに転じる可能性がある。その場合、フィルムコミッションの中には組織の縮小や名称のみの存続、閉鎖といった組織の再編・淘汰が生じる可能性がある。同様に映画・映像に関する施設や活動に対する住民の評価が厳しい場合、映画祭の中止や記念館の閉鎖という事態が生じる可能性がある。

自治体の政策転換

国の産業政策に基づくロケ地の誘致競争は、いわば評価と賞味期限が未定の新製品の開発に関与（協力）する争いである。その上、開発協力した新製品が人気を得るか、さらにシリーズ化するかどうかは未知である。その一方で、ゆかりはあるが賞味期限の近いあるいは過ぎた旧作品が地域資源、とりわけ地域の文化資源として、地域社会に一定程度、一定期間、そして経済以外にも寄与する可能性も否定できない。

こうした状況の理解に基づいて、地方自治体が国の計画の産業政策・文化政策の位置づけを見直すことも方策の一つである。すなわち産業政策・文化政策を文化政策・産業政策の順に入れ換えることで、地域社会に対応した映画・映像政策への転換が可能になろう。平たく言えば、フィルムコミッションの管轄を経済部・産業課・産業観光課等から教育委員会等に移行し、短期間のロケ協力の誘致競争以上に映画祭の開催や記念館・資料館の運営を中心に置くことである。またロケ協力が数年に1回程度ならば、その都度、産業課・産業観光課等と連携して対応する方式をとることも可能であろう。

製作側に求めるもの

最後に、製作側へのサービスの無償提供という活動理念に反するものの、フィルムコミッションがロ

ケを行なう製作側に対して、関係の対等性（対称性）という観点から、記念館・資料館や映画祭への関連資料の提供（作品の貸借・資料提供等）を要求することも必要であろう。ゆかりの作品や製作者に関する興味深い資料の展示、とりわけ上映機会を充実させることで、地域の住民の映画に対する関心の広がりや映画・映像ファンの来訪が期待されるからである。

製作側も、自らが地域社会とファンをつなぐ媒介であることを自覚し、地域の組織等と互酬的な関係を構築することが、長期的に見て、製作側に利益をもたらすと認識すべきであろう。すなわち、消費文化の一つである映画・映像の商品価値は一定の期間にとどまる傾向にあり、年数とともに作品への関心・興味が低下していくものの、製作側の地域の主体への協力一逆に言えば、地域社会からの製作側への協力一によって、作品自体の商品・文化的価値を維持し次世代に関心を継承する効果が生じると想定できるからである。

注

- (1) 東京都調布市の映画スタジオおよび映画祭に関する調査は、叶堂・加来が2020年2月に実施した。
- (2) 大林宣彦氏へのインタビューは、雑誌のインタビュー記事のために東京都内で叶堂が1987年に実施した。
- (3) 呉地域フィルムコミッション（呉市産業部観光振興課）への聞き取り調査は、叶堂が2019年2月に実施した。
- (4) おのみちフィルム・コミッションへの聞き取り調査は、叶堂が2019年2月に実施した。
- (5) 東京都葛飾区柴又の地域および記念館（葛飾柴又寅さん記念館・山田洋次ミュージアム）の調査は、叶堂・加来が2020年2月に実施した。
- (6) かつてアメリカ映画には、社名やタイトル以外にクレジットは付いていなかったものの、多くの作品が製作され出演者への観客の関心が高まるにつれて、俳優の名前を記すようになったという（出口29頁）。
- (7) 森崎東の「女咲かせます」（松竹、1987年）のロケ地は、撮影の前年に町内の炭鉱が閉山した長崎県高島町（現長崎市）で、町をあげて撮影に協力したという。しかし西日本新聞によれば、映画の公開後、映画の中での島や地域住民に対する設定に町民の中から批判が起ったという。
- (8) これまでの長期シリーズの作品でも、ファンクラブ（例えば「男はつらいよファンクラブ」）が組織され、製作側とファンを結ぶ会報の中でシリーズ作品のピ

デオ・DVD等の販売促進とともに製作やキャストの情報が提供されていた。

文献

出口丈人、映画映像史—ムービング・イメージの軌跡、小学館、2004年。
 長谷正人編著、映像文化の社会学、有斐閣、2016年。
 原田健一、<第2版>映像社会学の展開—映画をめぐる遊戯とリスク—、学文社、2012年。
 是枝裕和、映画を撮りながら考えたこと、ミシマ社、2016年。
 旧日活・大映村の会編纂、旧日活 大映村—銀幕の昭和・文化発祥の里、編集ラミ、2015年。
 水野博介、大阪・神戸・岡山におけるフィルム・コミッションの活動に関する研究報告、埼玉大学紀要（教養学部）、第43巻第1号、2007年。
 永橋爲介・神谷雅子・宮西恵津子、2000年代におけるフィルム・コミッション論の検証、立命館産業社会論集148号、2011年。
 西村雄一郎、清張映画にかけた男たち—『張込み』から『砂の器』へ、新潮社、2014年。
 岡本健、アニメ聖地巡礼の観光社会学—コンテンツツーリズムのメディア・コミュニケーション分析、法律文化社、2018年。
 大林宣彦、僕の映画人生、実業之日本社、2020年。
 松竹映像本部映像渉外室、キネマの世紀—映画の百年、松竹の百年、松竹映像本部映像渉外室、1995年。
 山田洋次監修、男はつらいよ—寅さんの歩いた日本、近

畿日本ツーリスト、1997年。

資料・HP

コミュニティシネマセンター編、映画上映活動年鑑2017年、コミュニティシネマセンター、2018年。
 映画のまち調布 シネマフェスティバル2020、公益財団法人調布市文化・コミュニティ振興財団。
 叶堂隆三、英語のセリフが8割をしめる『漂流教室』の大林宣彦監督にきく、FENガイド34号、アルク、1987年。
 国土交通省総合政策局観光振興課・経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課・文化庁文化部芸術文化課、映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書、2005年。
 西日本新聞、1999年12月2日。
 おのみちフィルム・コミッション、ようこそ、尾道へ—おのみちフィルム・コミッション、2003年。
 小田原映画祭 (<https://www.odawara-cinema.com>)
 下関ロケ地マップ、山口県下関市（下関フィルム・コミッション、下関市観光振興課）。
 松竹株式会社事業部、転校生、松竹株式会社事業部、1982年。
 東京国立近代美術館フィルムセンター編、全国映画資料館録2015、東京国立近代美術館フィルムセンター、2016年。
 全国フィルム・コミッション連絡協議会・ジャパン・フィルムコミッション (<https://www.japanfc.org>)。