

静岡
SHIZUOKA

さあ来い、ハリウッド!!

～沼津市で市民主導のロケ誘致活動～

映像ロケの誘致は、撮影隊が消費する直接経済効果のみならず、長期的な故地観光の増大や視覚的なPR効果、知名度の向上など波及的な地域経済貢献が大きい。各地でFC(フィルムコミッション)事業が取り組まれているが、先進国のなかでは日本は出遅れている。ロケ誘致には①優れたロケ地環境の保持、②関係諸機関への迅速な手続き調整の仕組み③地域住民の好意的な理解が必須であるが、官主導では、名勝的観光地もしくは官製箱モノ施設の押し売りが目立ち、住民の理解は後回しにされ、行政組織内でも新設機関が縦割りシステムに埋没し停滞することが多いのが実情だ。

そのなかで、沼津市の「さあ来い、ハリウッド!大作戦 ロケでまちが元気になるプロジェクト実行委員会」の活動は異色で、昨年10月の東京国際映画祭会場でも話題を呼んでいた。当実行委員会(略称ハリプロ実行委)は、平成21年度地域資源∞全国展開プロジェクトに事業案が採択され、地元沼津商工会議所に事務局を置き「ロケに優しいまちづくり」を推進している。



特産品を盛り込んだ「ロケ弁」コンテスト

①インターネット上にロケ地情報をデータベース化したロケーションライブラリーの構築を主軸とし、②特産品を盛り込んだ「ロケ弁」コンテストの開催、③ロケ地探索キャ

ラバンや、ロケ地投稿コンテスト、ロケコーディネイト・セミナー、④映像制作者を招待するロケ地ツアーの企画運営など、多彩な活動が展開されている。

特徴的なのは、当市で過去8年間ロケ支援を継続し、誘致作品180本超、エキストラボランティア登録3,500余名を有するNPO団体(フィルム微助人)が、ハリプロ実行委の中核を形成し、市民主導で事業が成り立っている点である。

事業の中間報告的に開催された「ロケ弁コンテスト」と「ハリプロ・アワード」には、のべ650名の市民が参加し、マスコミの注目を集めた。ロケ弁コンテストには70余の作品応募があり、市長や地元出身映画監督らとともに100名の市民審査員が、出来映えを吟味した。優秀作品は現在、複数の仕出し弁当事業者により商品化が試みられている。目標5,000件の映像データ蓄積を目指すライブラリーには、現在2,800近くの市民投稿が既に集まっている。就任一年の沼津市長も、この自発的な動きに大きく期待し、行政としての仕組み作りを指揮している姿が伺える。

市民が自ら住み慣れたまちの魅力を再発見し、新たな気持ちで「おもてなし」に心を尽くす「ロケに優しいまちづくり」は、まだ緒に就いたばかり。事業の詳細は、ハリプロ実行委のWEBサイト(www.holypro.jp)で、実況中継的にのぞき見できる。個人宅、事業所、近隣の風景、伝統技術など、ロケ地情報は継続して収集中であり、誰でも投稿できる。読者のご近所にハリウッドスターが撮影に来る日も遠くはないかもしれない。

神奈川
KANAGAWA

「第2のクルーズ元年」へ

～日本籍客船が相次ぎ改装 外国籍客船の横浜港発着も～

「クルーズ元年」といわれた平成元(1989)年から20年。バブル崩壊の荒波を乗り越えて、横浜港を拠点とする日本籍客船が、相次ぎ改装に乗り出した。同港初の外国籍客船の発着クルーズも、2010年春スタートの予定。日本人のライフスタイルの変化を見越して、「第2のクルーズ元年」の火ぶたが切って落とされた。

商船三井客船の「にっぽん丸」(2万1,903トン)は、1990年の就航以来初めての大改装を2009年11月から約4カ月間かけて実施。船内施設の再配置により、船室を現在の184室から202室へ、乗客定員を268人から298人へと増やす。スイートルームも7室増やし、合計9室とする。

また、横浜港を母港とする郵船クルーズの「飛鳥Ⅱ」(5万142トン)も、2010年1月に最上級の客室「ロイヤルスイート」(4室)の改装を行う。飛鳥Ⅱは郵船グループの在外クルーズ会社が運航していた「クリスタル・ハーモニー」を日本市場向けに転用したもので、今回は室内設備の配置転換を伴う大規模改装になるという。

一方、米国の客船会社ロイヤル・カリビアン・インターナショナルは、7万トン級の「レジェンド・オブ・ザ・シーズ」を用いた横浜港発着クルーズを2010年5月から開始する。外国籍の大型客船が、同港を拠点に運航されるのは初めて。横浜市も「客船母港化の呼び水になる」と期待している。



大改装後の「にっぽん丸」のイメージ。船体の色は白からロイヤルブルーになる。

国土交通省の調べでは、国内のクルーズ人口はバブル崩壊により、1995年の22万5,000人をピークに増減を繰り返し、2003年には14万人まで下落した。ところが、「飛鳥Ⅱ」が就航した2006年は17万7,000人と前年比約13%も増加。その後も2007年18万4,000人、2008年19万人と増え続けている。

この背景としては、景気の緩やかな回復のほか、団塊世代が徐々に第一線から外れてクルーズの潜在人口が増加していることが挙げられる。新たなライフスタイルを切り開いてきた団塊世代が完全にリタイアする数年後を見据え、内外の客船会社は顧客の囲い込み戦略を練り始めた。

●「クルーズ元年」とは
日本の船会社がこぞって新造客船を建造、あるいは計画した平成元(1989)年のこと。この年に就航した昭和海運の「おせあにつくぐれいす」は、米国に身売りして「クリッパー・オデッセイ」と改名した。現在運航されている日本のクルーズ客船は、同年就航の「ふじ丸」をはじめ「飛鳥Ⅱ」「にっぽん丸」「ばしふいっくびいなす」の計4隻。