

「フィルム・コミッション活性化のための情報システム」

—GPS携帯電話と情報追記型GISの連携による“ロケハン”システムの開発と実証実験—

A study on the Information System for activation of Film Commissions:

— Development and experimentation of “location hunting” system  
which operated by cooperation of GPS and GIS —

細井 浩一 (立命館大学政策科学部教授)  
E-MAIL: hosoik@sps.ritsumei.ac.jp

山下 義弘 (株式会社ARCS・立命館大学講師)  
E-MAIL: yamashita.arcs@netaid.or.jp

秦 貴士 (立命館大学政策科学部)  
E-MAIL: ps026030@sps.ritsumei.ac.jp

松川 和正 (立命館大学政策科学部)  
E-MAIL: ps031032@sps.ritsumei.ac.jp

山中 圭介 (立命館大学政策科学部)  
E-MAIL: ps035039@sps.ritsumei.ac.jp

橋本 賢治 (立命館大学政策科学部)  
E-MAIL: ps025034@sps.ritsumei.ac.jp

1. はじめに

本研究の背景となるのは、立命館大学アート・リサーチセンターを拠点とする「映像制作者の視点を取り込んだSNS指向の次世代ロケハンシステムの開発」プロジェクト（略称MILSSプロジェクト）である。本プロジェクトは、GPS携帯電話と情報追記型GISの連携アプリケーションである「プトレマイオス」を開発した株式会社ARCSと立命館大学政策科学部細井研究室の産学連携プロジェクトである。プロジェクトは、今後急速に普及が見込まれるGPS機能付きの携帯電話を活用した簡便な映像制作者向けの画像データベースシステム（MILSS）を開発し、さらにそのデータベース構築に対して住民や旅行者の参加を促進させることで、地域フィルム・コミッションの活性化を実現することを目的としている。

この研究ノートにおいては、研究開発の背景となるフィルム・コミッションの現状と課題について整理した後、現在βバージョンとして開発しているMILSSの概要を説明する。そして、最後に、その機能と有用性について鳥取県で実施した予備調査の結果についても解説する。

2. フィルム・コミッションとは何か

2-1. フィルム・コミッションの概要

地域に対する政策は今までさまざまな視点で述べられていたが、近年は従来のハードウェアによって地域に経済効果を還元する方法よりも普遍的に存在する無形資産、コンテンツによって観光客が増加する等、地域経済に一定の効果があることが行政に認知されるようになった。国レベルでも、知的財産戦略本部が「知的財産推進計画2004」を策定し、「地域等の魅力あるコンテンツの保存や発信強化を図る」ことが謳われるなど、地域でのコンテンツ戦略を推進することを目的に、コンテンツをいかした地域づくりについて奨励されている<sup>1)</sup>。

特に映画等の映像コンテンツに関しては、映像制作者を誘致し、映像を制作してもらことで魅力を広く発信し、それによって「地域ブランド」を創出することなどが期待されている。国での認識の変化、地域での制作の変化に際して、地方自治体においても映像制作者を誘致するための組織を設立する動きが活発化している。

このように映像コンテンツを制作するアクター

に対して、地域の魅力を伝えることで誘致しようとする団体がフィルム・コミッション（以下FC）である。FCの設立要件は、1) 中立な公的機関であること、2) ワンストップサービスの提供、3) 内容や規模によって、作品を選び好みしないことが全国FC連絡協議会によって示されている。

FCの中立性については、FCは自治体自身、もしくは自治体と深い協力関係にある公的組織でなくてはならない。NPOでFCを設立することは可能であるが、1つの地域に対して1つのFCの原則があり、かつ、FCの重要なサービスであるワンストップサービスを実現するためには、当該地域の行政との緊密な連携が求められる。

ワンストップサービスの提供に関しては、映像制作者からFCへの収入はまったくなく、FC自身が制作資金を提供することもない。企業がFC活動と類似のサービスを行い、その対価を収入とする組織はロケーション・コーディネーターと言いい、FCとは言えない。撮影される映像の内容によって、受け入れを拒否しないことについてだが、FCは全ての撮影を受け入れることを原則にしている。

以上のように、FCはさまざまな場面において中立性が求められており、全国に86存在する（2006年2月現在）FCの約9割が地方公共団体の観光課の一部として自治体職員によって運営されている。

各地域でFCを設立する際のメリットだが、大きく3点あり、1) 情報発信ルートの拡大 2) 制作者による訪問等による経済効果 3) 地域文化の向上がある。1点目に関しては、映像コンテンツで地域が取り上げられることによって、広く全国に地域の情報を与えることができる。2点目の経済効果については、実際にその場所を撮影地として利用する際の宿泊、飲食代等の直接的な経済効果が存在する。加えて撮影が行われ、放映後、観光客がその地域に訪問することで得られる間接的な経済効果も存在する。

こういったFC活動に関しては米国が発端であり、ロケ地撮影に際して様々な行政機関からの協

力が必要で、その仲介役の必要性を映画会社が訴えていたことが起源となっている。その後自治体はその要望に応え、1940年代後半に始めてFCが設立され、自治体自らがロケーションをコーディネートするFCの重要性を認識し、各地でFCが誕生した。1975年には、数多くのFC同士が持つ情報と経験を交換し合い学ぶことを目的に、国際フィルムコミッショナーズ協会(以下AFCI)が設立される。現在世界では33カ国、300団体がAFCIに加盟している。

また日本においては、2000年に映画関係者らが集まり「フィルム・コミッション設立研究会」結成したことに始まり、同年には日本発の大阪フィルムオフィスが誕生している。また日本でも2001年には、映像文化の発展への貢献、各地域FCの活動を包括的に支援するための組織「全国フィルム・コミッション連絡協議会」が発足された。

## 2-2. フィルム・コミッションの問題点

こういったFCが各地で発足され、活動している状況であるが、実際には地域の魅力を十分に発信しきれておらず、制作者の誘致に至っていないFCも存在する。その一方で一部のFCにおいては映像制作者から依頼が多くあり、全国にあるFCにおいて差が発生している。その問題点は、組織の経営資源マネジメントという観点から考えると人的資源（ヒト）、利用資源（モノ）、運営資金（カネ）、運営ナレッジ（情報）の4点に整理することができる。

### (1) 人的資源

現在FC活動に携わる担当職員の人数が少なく、また携わる職員が他の業務と兼業の状態が多く、専任の人材が確保できていないことがある。また兼務している職員についても映像制作を経験していない。そもそもFCの業務は、制作者の要求を理解し、それに対して最適な撮影地や許認可の申請等のサービスの提供を行う必要がある。そうしたノウハウを持った人材がいないことは、FCが行うサービスに支障をきたしていることが予測される。

## (2) 利用資源

次に、FCは制作者らに対し、地域にあるロケ地やサービス内容をまとめて冊子やwebを用いて情報の発信を行っている。しかし、発信している内容が、制作者がロケ地に適応するかどうか判断のつくものが少ない。全国のFCにおいては、最多のFCが3万点のフォトライブラリを保持している一方で最小のFCでは21点しか保持していない状況があり、その差は非常に開いている。そうした情報発信の不足している状況に加えて、映像制作者の意図を踏まえた資料の編集が行われておらず、制作者にとって利用しがたい内容となっている。

具体的事例として、沖縄県の「沖縄フィルムオフィス」では、平成16年度の4月から10月にかけての支援依頼件数86件のうち、49%の情報入手先が同オフィスのwebであったという調査もある<sup>2)</sup>。このことから、webサイトを充実させることが、映像制作者を誘致するにあたって重要な要素であることが想定できる。

## (3) 運営資金

3点目に、FCが地域の公的機関（特に行政）であることが起因して、予算が不足しているために、実際に実施したいと考えているサービス内容の実現が難しいという現状がある。全国のFCで一番多く予算を計上しているのは、茨城FCで3750万円であるが、全体の7割が500万円以内と非常に少ない年度予算しか有していないのが現状である<sup>3)</sup>。

## (4) 運営ナレッジ

FCの業務は、映像制作のノウハウが必要なため、それに対応することの必要性、対応可能な人材の不足については先に述べた。ここでは、FCという組織に制作者に対応するノウハウ、映像制作に関するナレッジが蓄積されていない点に課題がある。行政においては、通常3年程度のスパンで人事異動が行われ、異動のたびにFCの担当職員が変わってしまう。すると、前担当者が蓄積

してきたナレッジが次の担当者に引き継がれることなく、経験によって得られる映像制作者との関係についても蓄積されにくい構造になっている。

## 3. 事例研究：「えひめFC」

我が国のフィルム・コミッションの現状とその課題を以上のように整理した上で、さらにその認識を深めるために、地域FCの中では比較的成事例という評価を得ている「えひめFC」<sup>4)</sup>に関してフィールドワークを行った（2005年11月1日～11月4日、専任担当者の泉谷昇氏へのインタビュー調査）。

「えひめFC」は、愛媛県を舞台とする映画やテレビドラマなどの映像メディアを誘致し、また、それによる地域の再発見を行うことを目的として設立されたFCである。現在「えひめFC」では全国の中でも最多となる約3万点のフォトライブラリと映像制作者の視点を加えたWebサイトにより、全国の中でも有数の地元画像ライブラリを保持している。また泉谷氏は映像制作の経験があり、愛媛県庁内で「えひめFC」業務を専任で行う嘱託職員である。

「えひめFC」は2002年7月1日に設立され、同年に12件依頼を受けて以降、年々誘致実績を伸ばしており、今年度の中旬には大規模な連続ドラマの撮影等、全国でも支援実績の多いFCとなっている。今年の中旬に行われた連続ドラマの撮影の際には、今治市大三島町や松山市で約70日間にわたってロケが行われ、45名のスタッフが滞在していた。その間、宿泊費や食費その他で、1日1万円を消費したとされており、単純に計算して3000万円程度の経済効果をもたらしたとされている。それ以外でも事前の準備のために制作者が訪問しているため、それ以上の経済効果が地域に還元されている。

ヒアリング調査の結果、「えひめFC」が他のFCよりも、映像制作者に対して全般的なサービスを提供できるのは、行政型の「えひめFC」以

外にNPO版のFCが存在し、行政とNPOとの連携と業務分担を効率的に行っているためであることがわかった。

そのNPO法人は、アジア・フィルム・ネットワーク（以下AFN）である。AFNは地域の大学生から50代までの約30名で構成され、国内外の映像作品の撮影誘致を支援することと、物語性あふれる地域づくりの機会創出を行うことを目的として、2002年4月1日に設立された。愛媛県内での活動においては「えひめFC」とAFNは業務の分担をしながら連携し、活動を行っている。「えひめFC」が制作者の依頼の窓口として存在しており、その他行政における許認可申請、市町村間とのやり取りなど行政側の立場を活かした活動を行っている。AFNは撮影現場においてエキストラの出演の整理等、県が管理する「えひめFC」では対応しにくい現場での活動を中心に支援している。

AFNはそれ以外にも、インターンシップの受け入れや、映画と愛媛の接点の検証を行う「えひめ映画塾」、地域の子供に映像制作を教える子供映画塾や、地域活性化企画の立案、実行を行い、県内の地域経済の活性化、芸術文化の振興や、物語性豊かな地域づくりの可能性を創出、根付かせようとしている。ヒアリング当時には、松山市内のある地域の活性化のために、青空市の企画・実行を行っていたところだった。

上述のような行政と市民との協働体制は、全国初であり「理想の活動体制」とし、県外（新潟、静岡、徳島、沖縄など）からも問い合わせや視察が訪れている。こういった協働体制について泉谷氏にヒアリングを行った結果、具体的に明らかになったのはこの協働体制は偶然によって発生したものではなく、泉谷氏がこういったモデルを意識して、「えひめFC」とNPO団体の両方を設立したところにある。

行政と地域住民による協働によって、FCの運営は、非常に効率的なものとなり、制作者にとってもより良いサービスが実現できると理解することができた。こうした「えひめFC」のケースは、

今後FC活動をより良いものにしていく上での貴重なモデルになると考えている。

#### 4. MILSSの開発とその特徴

このようなFCの現状を踏まえた上で、前述した問題点を解決することに資するシステムとして構想しているのがMILSS、すなわちMobile Interactive Location Search Systemである。これは、GPS機能付きの携帯電話で撮影した写真と撮影場所に関する文字情報、そしてGPSが自動計測した位置情報をまとめてサーバーに送信し、それらの情報をWEB上で地図と連動しながら確認することが出来る点に特徴をもつシステムであり、株式会社ARCSと立命館大学との共同研究により開発が進められている（図1）。

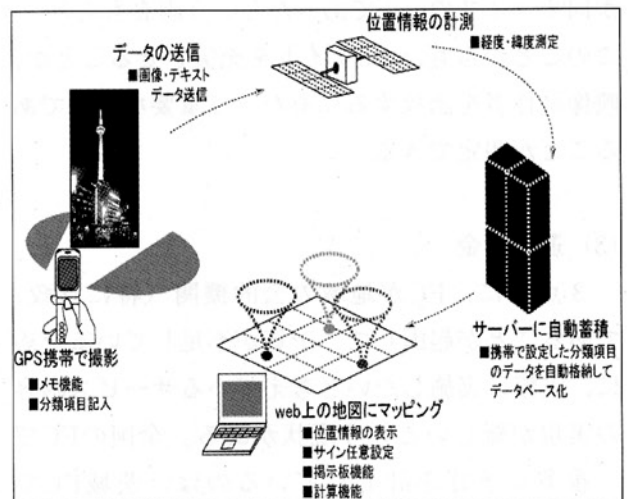


図1 MILSSの概要とシステム

このシステムの第1の特徴は、非常に高い機能を簡便な操作性において提供しうる点である。この特徴は特に携帯電話での利用に顕著に現れている。このシステムでは写真情報、それに関する文字情報（メタデータ）、位置情報の3つを携帯電話からまとめて送信することが出来る。

これらの操作に際し、起動から送信までの一連の動作をおおよそ4回の携帯電話のボタン操作によって行うことが可能である。またWEBページでも複雑な操作なく写真の閲覧から地図による位置情報の特定、編集を行うことが出来る。これら

により手軽な情報蓄積が実現でき、FC関係者に限らず、GPS機能付きの携帯ユーザーであれば誰でもロケ地として使えるような場所を撮影して送信できる（図2）。



図2 MILSS画像データベース

また、第2の特徴は、写真撮影と同時に映像制作者の感覚をベースとするメタデータが付与されることである。まずシステム自体が持つ特徴であるが、位置情報を写真撮影と同時に蓄積しているので、ロケを行おうと考えた際にその候補地の場所や周辺環境を地図上で把握できる。そして、撮影と同時に記入する項目には、その場所に関する管理者の連絡先や撮影の方角、あるいは実際のロケ時に必要となる周辺情報など、映像制作者の視点と行動から必要とされる情報を同時に選択式で入力することができる。

これにより、制作者がロケ地を判断するために必要な情報を携帯電話のみで詳細に記録することが出来る。そしてこれら項目は予め管理者によって設定することが出来るため、ロケ地に必要な情報について知識のない人でも携帯の項目に従うだけで送信できる。さらには、そのようにして蓄積された画像のメタデータをそれぞれの位置情報と連動させた上で、特定のパラメータに応じて全体

的に解析する機能も付加している（図3）。

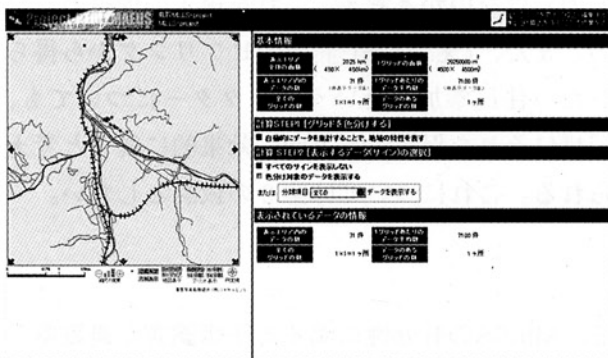


図3 画像メタデータの解析画面

最後の特徴は、携帯とWEBの連動性により、編集可能な画像DBが容易に地図上に構築できる点である。このシステムは携帯電話により撮影、入力した情報をWEBにおいて地図と連動しながら確認できるシステムであり、WEBでの編集も可能なことから、単独のインターフェースにおいて画像DBの蓄積・編集が容易であるといえる。

このようなMILSSの特徴から、このシステムによってロケ候補地に関するDBの構築・編集を容易に行なうことが可能になるとともに、一般住民あるいは一般旅行者も含めて、多くの視点、視線からの地域情報の画像化を図ることが可能になると思われる。すなわち、制作者の要望に応えた情報を住民の手によって、しかも少ない操作数によって蓄積することが可能になるのである（図4）。



図4 編集中の画像データとマップ

本システムが有する「操作性」「詳細性」「DBの蓄積・編集の容易さ」という3つの強みは、先述したFCの問題点、すなわち「ヒト」「モノ」

「情報」に関する諸課題の解決上、有効に機能するのではないかと考え、これを第1の仮説とした。また、「えひめFC」へのヒアリングから得られた「住民参加」というファクターについても、同様にそれを促進する方向に効果的に働くと考えられる。これについては第2の仮説としたい。

## 5. MILSSの有効性に関する予備調査：鳥取県

「MILSSシステムを住民が利用することで、FCの問題点を解決できるのではないか」という仮説を検証するために、本プロジェクト研究もコンソーシアムメンバーとして参加している鳥取県での地域映像制作事業<sup>5)</sup>において、住民らによる携帯電話の画像送信と映像制作サイドを交えてのWEB地図の利用、活用についてアンケート予備調査を行った。

### 5-1. 予備調査の目的及び概要

今回の調査は、MILSSの機能と効果についての本格的な実証実験の前段階として、①携帯電話による画像撮影から送信までの操作性、②WEB上の地図に記載された画像情報の有用性についての感想の2点について限定する形で、2005年11月19・20日の2日間行った。

①については、住民と制作スタッフ合わせて10名にGPS機能付き携帯電話を利用してもらい、鳥取県八頭郡智頭町及び中島集落内を散策・撮影を行い、その後質問項目をアンケートで回収した。②については、中島集落のPR映像制作メンバーと住民14名に対し、①で撮影送信した画像データベースをWEBページで閲覧の上、その効果についての感想をアンケートで回収した。

### 5-2. 調査結果

結果としては、サンプル数が限定された予備調査ながら、携帯電話・WEB共に肯定的な意見を多く得ることができた。特にWEBに関する検証では、位置情報との連動による位置特定が容易に

でき、かつ情報リテラシーが高いわけではない住民でも容易に利用できる点に対し高い評価を得た。

#### (1) 「携帯電話による画像撮影から送信までの操作性について」

予備調査参加者の多くが携帯電話に対してなじみがあったためか、使い方に関して軽い説明をただけで利用してもらうことができた。撮影から送信までの手順に関して簡単に理解を得られた。撮影から送信までの流れに関しては特に問題がなかったが、分類項目の記入に関して、似たような項目を何度も入力しなければならない点、方角を調べる必要がある点に関して不便であるという回答があった。映像製作者の視点と行動をメタデータとして採用しているため必要な項目ではあるが、より簡便性を追求する上で操作手順の改善や自動入力などを考慮する余地がある。

#### 【質問】

「全体として簡便だった」

はい：5票 いいえ：0票

「不便なところがあった」

はい：3票 いいえ：2票

#### 【不便である理由】

- ・方角がわからない
- ・毎回天気と季節を入力するのは手間
- ・画像送信に時間がかかる

#### (2) 「WEB上の地図に記載された画像情報の有効性について」

システムの有用性に関しては、ほとんどの対象者が役立ったと答えた。その理由は様々だが、写真と位置情報を同時に確認でき、対象との距離感が掴める点と、このシステムによって予知しない新たな候補地を見つけることができるという点におよそ集約できる。

#### 【質問】

「有用だった」 はい：13票 いいえ：1票

#### 【有用とする理由】

- ・対象との大体の距離がわかった
- ・ロケハン前段階での情報収集に役立った
- ・位置情報と画像を確認しやすい
- ・新しいアイデアを出すことができた
- ・画像を元にしっかりと話し合いができた
- ・ビジュアルで分かりやすい
- ・情報としてロケ地を絞りやすい
- ・知らない場所を知ることができた
- ・その場所の状況が良くわかる

#### 【有用でないとする理由】

- ・周囲の情報がもう少し欲しい

全体に「地図と連携して情報を確認できるため、詳細に画像情報を理解することができた」という意見が多かったが、これは全体的な視認性の高い地図情報と連携することによって、画像情報の個別性が薄まり、地域構造を立体的に把握する効果として理解してよいのではないかと考えられる。また、「普段日常的に生活していて気づかない地域の魅力に気づくことができた」という意見も複数あったが、この意見からは、ロケ地として利用可能な場所の探索だけでなく、観光客あるいは地元住民向けに、地域資源の再発見ツールとしてMILSSシステムを利用するという可能性もあるのではないかとこのサジェスションが得られた。

## 6. 今後の課題

予備調査の段階では、MILSSの操作性、有用性とも非常に高い評価を得ることができた。しかし入力項目の煩雑さや重複など、一般ユーザーの使いやすさを考える上で問題となる点についても指摘があった。また、一方で映像制作者が必要とする情報、メタデータの追求と、それらの有用性に関しても、映像制作者サイドの利用の促進を考える上で必要となる事柄である。

今後はこれら住民にとっての使いやすさと制作者にとっての使いやすさ、両者のバランスを考慮したシステムの開発を進めていく必要がある。この点に関しては、映像制作者へのヒアリング、住民に対する利用実験での検証をより規模を大きくして実施することが必要である。

また、幅広いユーザーに対して、どのようにこのシステムを活用してもらうのかに関してはより一層工夫が必要である。いかに操作性、情報の詳細性の高いシステムを開発したとしても、多くの住民や観光客が利用することのないシステムでは、FCの抱える本質的な問題は解決されない。この点に関しては、既存のBBS掲示板システムを活用する方向や、今後さらに大きな潮流となると考えられるSNS（ソーシャルネットワークワーキングサービス）と連動させる方向を中心として研究を進める予定である<sup>6)</sup>。

#### 【謝辞】

本研究を進めるにあたって、「全国フィルム・コミッション連絡協議会」を始め、「伊勢志摩フィルム・コミッション」や全国各地のフィルム・コミッションの皆様から貴重な情報提供、ご協力をいただきました。とりわけ、「えひめフィルム・コミッション」の泉谷昇氏（愛媛県観光交流課FC業務担当）には、フィールド調査、インタビューを快く引き受けていただき心より感謝いたします。なお、本研究の一部は、文部科学省オープン・リサーチ・センター整備事業「デジタル時代のメディアと映像に関する総合研究」のサポートによるものである。

#### 【注】

- 1) 知的財産戦略本部「知的財産推進計画2004」2004年5月27日。
- 2) 伊勢志摩観光コンベンション機構「伊勢志摩FCロケーション・データベース企画書」2005年1月。
- 3) 第2回「フィルム・コミッション・アンケート」(全国フィルム・コミッション連絡協議会)

の集計による。このアンケートは、05年4月1日現在で、全国フィルム・コミッション連絡協議会に加盟している72のFCにアンケート調査を実施して70のFCから回答を得ている。

<http://www.film-com.jp/enquete02.html>

4) 「えひめフィルム・コミッション」

<http://www.pref.ehime.jp/ehimefc/index.jsp>

5) 平成17年度「電源地域サービス産業人材育成事業」(地域映像人材等育成事業)産学連携地域映像人材育成事業 ①モデルカリキュラムの開発(鳥取)、経済産業省。

6) 例えば、総務省「ICTを活用した地域社会への住民参画のあり方に関する調査研究事業」(2005-2006年予定)では、公的個人認証サービス対応アンケートの実証実験に加えて、地域住民が中心となって参加するSNSについて研究が行われ、新潟県長岡市と東京都千代田区モデル地域として指定されている。このような地域住民を中心としたコミュニティ活性化事業を想定すれば、FC活動の支援以外にも、MILSSを活用して住民が防災マップを自発的に作成することなどのSNS的な拡張が容易に実現できる。

**[参考文献]**

- 1) 浜野保樹『表現のビジネス』東京大学出版会、2003年。
- 2) 菊田道夫監修『コミュニティイノベーション』NTT出版、2003年。
- 3) 村上世彰・小川典文『日本映画産業最前線』角川出版、1999年。
- 4) ミドリ・モール『ハリウッドビジネス』文春新書、2001年。
- 5) 監査法人トーマツ編『コンテンツビジネスマネジメント』日本経済新聞社、2003年。
- 6) 国土交通省『海外ロケ隊誘致のための調査報告書』平成14年3月。