



滋賀ロケーション
オフィス

ロケ地誘致で、県の魅力発信 撮影が増え、経済・観光も活性化

映画やドラマの中に、滋賀県内で撮影されたシーンが数多く登場していることにお気づきだろうか？ 映像制作者たちの間で、滋賀県は今、非常に人気の高いロケ地になっている。撮影の増加の背景には、県の魅力を発信し、誘致に取り組む滋賀ロケーションオフィスの熱意あふれる活動があった。

今も昔もロケ地で撮影中

滋賀が選ばれる理由

NHK連続テレビ小説『マッサン』、大河ドラマ『江〜姫たちの戦国〜』、最近の映画ならば『駆込み女と駆出し男』『寄生獣』など、県内で撮影があった作品は枚挙にいとまがない。これほどまで多くの撮影が行われるのは、琵琶湖とそれを囲む山々の豊かな自然、彦根城、近江八幡市の八幡堀などの歴史的な建造物・街景など、映像制作者を刺激する景観に恵まれているのももちろんだが、「滋賀ロケーションオフィス」の果たしている役割も大きい。

滋賀ロケーションオフィスは、2002

年、県と県下の市町などが設置した非営利組織。映画、ドラマ、情報番組、CMなどの撮影の誘致・支援を通して県の魅力を発信し、地域の活性化、観光振興につなげる活動を行っている。

その内容は映像制作者へのロケ地情報の提供と案内、撮影の許認可手続きのサポート、地元との調整、撮影の立ち会いから、完成後には支援作品のPRまで、多岐にわたる。

映像制作者の要望にすばやく対応 熱意で信頼関係を育む

「どんな映像を撮りたいのかを把握し、臨機応変な対応が求められる。おもてなしの心を忘れず、熱意を持ってあたるこ

とが一番大事。そうして信頼を得ることが次の撮影につながる」と油木清明事務局長は話す。

を募集。主にエキストラとして撮影に参加するほか、生け花の指導など特技を生かした協力や自宅や所有する土地、店舗などをロケ地として提供する人もいる。登録者は現在、2500名余りに達し、

現在の、同オフィスで蓄積しているロケ地データは2万件以上。映像制作者からの「○○寺を」といった具体的な要望や問い合わせにこたえるだけでなく、制作者のイメージに合わせてロケ地を提案することも多い。結果、当初県内1カ所ですべていた撮影場所が複数カ所に増え、制作者も効率的に撮影することで制作費用を抑えられるなど、双方に良い結果をもたらしている。



映画「利休にたずねよ」の三井寺でのロケーション風景

県内に撮影を支援したいという共感が広がっている。また、エキストラも撮影回数を重ねるにつれて経験が増え、サポーターとしての質が上がり、映像制作者から滋賀ロケーションオフィスのサポーターを起用したいとの指名もあるそうだ。

滋賀県がグランプリを受賞

「ロケーションジャパン大賞」

滋賀ロケーションオフィスの誠実な取り組みの積み重ねと、地域の協力的な姿

勢もあって、14年度の支援作品数は、映画・ドラマ・CM等合わせて、年間164本にも上り、設立初年度の77本から倍以上に増加した。

さらに、昨年^{*}第5回ロケーションジャパン大賞で「るるるに剣心 京都大火編」／伝説の最期編でのロケ地として滋賀県がグランプリを受賞。撮影地と作品の舞台が同一のいわゆる「ご当地作品」以外の地では初の受賞となった。国宝や重要文化財を含む難しい撮影を可能にした



サポーターがエキストラとして多数出演した映画「火天の城」。撮影場所：安曇川



滋賀の業者により施工され、大きな経済効果をもたらした映画「源氏物語」のオープンセット

撮影誘致の経済効果を検証 作品通じて地元再発見も

「撮影誘致による経済効果には、撮影に関わる機材レンタルや警備、弁当、宿泊などの直接的な1次効果と作品を通じてロケ地巡りの観光客が増えるなどの2次効果がある」と油木事務局長は説明する。

「公開から4カ月程度で、映画の2次効果は薄らぐ。これをどのように継続させるかなどの課題もみえてきた」と同オフィスの和田英之さんは分析する。

同オフィスでは、これらの経済効果を測定。1次効果については、ロケ終了後、制作者に県内で使った費用についてアンケート調査を依頼している。その調査によると、最も1次効果が大きかったのは

「撮影誘致が地域にもたらすものは経済効果だけではない。映像制作を通じて、地域の方々が地元の良さを再発見することが地域活性化につながる。私たちの仕事は地域の方々に笑顔にする仕事でもあるんです」と油木事務局長。滋賀ロケーションオフィスの活躍とともに、ますます多くの名作が湖国から生み出されることだろう。

11年。映画『源氏物語 千年の謎』の撮影のために、平安時代の宮殿の大がかりなオープンセットが組まれることになり、その製作を地元業者が受注したことが貢献した。セットの製作では、制作会社が以前から発注している業者を指名することも多いが、この作品では、同オフィスが宮大工や造園の技術を持つ地元業

者が推薦したことによって県内業者への発注が決まった。2次効果については、支援作品の公開に合わせて、関連観光地の入場者数調査などを行っている。その結果、09年公開の安土城築城を描いた映画『火天の城』で、安土城跡の入場者数が5倍になるなどの効果が確認された。

※ロケ地情報誌「ロケーションジャパン」が毎年、まちの観光を活性化させた作品とその地域を表彰する日本で唯一のロケ地大賞。2,000名のアンケートによる「作品&ロケ地の支持率」のほか、「ロケ支援度」「ロケ地の行楽度」「地域の変化」の4つの指標をそれぞれポイント化し、総合的に評価している。

※写真は全て「滋賀ロケーションオフィス」提供。