

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 9 月 28 日現在

機関番号：11501

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2012～2014

課題番号：24520884

研究課題名(和文)映画を通じた地域活性化の日韓比較研究

研究課題名(英文)The Study of Comparison of Regional Vitalization between Japan and Korea through films

研究代表者

岩鼻 通明(IWAHANA, Michiaki)

山形大学・農学部・教授

研究者番号：20167282

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,100,000円

研究成果の概要(和文)：映画を通じた地域活性化に関して、先進国である韓国の事例を日本と比較しながら、現地調査を実施して、研究を行った。具体的には、映画祭、フィルム・コミッション、映画館の三者を比較検討の材料とした。

その結果、韓国においては手厚い公的支援によって、地域活性化が推進されているが、日本では公的支援が充実している例は少なく、地域活性化の効果も十分とはいえないことが明らかとなった。

研究成果の概要(英文)：Regarding regional vitalization through films, I conducted regional examination comparing examples in Korea, which is a developed country, with those of Japan. I focused on film festivals, film commission and movie theater for the comparison.

As a result, it is revealed that there are few examples which show that the public support is satisfying and the effects of regional vitalization are not sufficient in Japan while it is promoted by a firm assurance of support from the government in Korea.

研究分野：人文地理学

キーワード：地域活性化 映画祭 フィルム・コミッション コミュニティ・シネマ 映画館

1. 研究開始当初の背景

研究代表者の岩鼻は、これまで、日本の山岳信仰および社寺参詣を中心として、歴史時代における文化・観光地理学的研究を継続してきた。

その一方で、現代の観光開発の動向にも着目しつつ、長野県戸隠高原の観光開発の変化過程に関して調査を継続してきた。

このように、現代の観光地理学研究を含めた形で、長年にわたって着実な調査研究を推進してきた経験を、国際的な比較研究に活用した。それに加えて、三度の韓国派遣によって、韓国地域研究をも手がけ始めた現在、日韓の比較研究に向けて、文化・観光地理学に関する独創的な調査研究を推進した。

さて、研究代表者は、この10年余りにわたって、韓国における歴史的景観に関する調査研究を進めてきた。その成果は、2008年春に『韓国・伝統文化のたび』と題して刊行したが、現地調査の過程で、これらの歴史的景観が、映画やテレビドラマなどのロケに活用されており、映画上映やドラマ放送によって、観光客がロケ地を訪問するといった地域活性化に結びつく効果が存在することを認識するに至った。いわゆる「冬のソナタ」現象は、その典型例といえよう。

一方で、韓国においては、映画やテレビの撮影にロケ地を紹介する、フィルム・コミッションと称される組織が90年代末に釜山に誕生し、アジア最大の映画祭に成長した釜山国際映画祭とあわせ、地域活性化に大きく貢献している。このフィルム・コミッションは、地方自治体や観光協会などの公的機関の中に設置されることに特徴があり、同様の組織が日本にも導入されつつあり、今後の地域への波及効果が期待されている。このフィルム・コミッションは、地方自治体が映画業界と連携しながら、地

域活性化をめざして取り組み始めた試みであり、これまでは、自治体職員と映画業界人との連携で成長してきたが、一定の役割を果たすようになった現在、その効果を地理学的に検討することは、今後の安定的発展のためにも必要であるといえよう。

このロケ地観光は、上述のように、いわゆる韓流ブームの一環として発生した側面を有しており、日本と韓国の関わりの中で考察することに大きな意義が存在し、ロケ地観光のみならず、映画を通じた地域活性化という、より大きな枠組みで、フィールドワークを踏まえた調査研究を行うことが重要となる。

2. 研究の目的

本研究は、映画およびテレビなどを含めた映像産業が、地域活性化に、どれだけ寄与しているかを、韓国と日本を比較しながら、解明することを目的とする。日本と韓国に共通する都市地理学的現象として、都市の郊外化の進展によって、人口のドーナツ化現象が生じ、中心市街地の空洞化がめだつようになってきている。中心市街地を活性化させる方策が各方面から試みられているが、本研究は映像産業を活用した中心市街地の活性化を研究課題とするものである。

それに加えて、人口の大都市圏集中にともない、地方では過疎化・高齢化が進みつつあるが、そのような地方の活性化をも含めた可能性を探求することが目的となる。

まず、映画やテレビのロケが行われることによって、撮影スタッフの滞在費などが地域経済に貢献し、映画の公開によって、興行収入による直接的経済効果がもたらされ、さらに映画やテレビドラマのヒットによって、観客ないし視聴者が観光客としてロケ地を訪問することによって、もたらされる間接的経済効果も上乘せされる。

さらに、映画祭などの関連行事が実施さ

れることによって、関連業者や観客が集まるという相乗効果も期待できる。映画祭は国際的な規模になれば、外国人観光客を誘致する意義をも有することになるし、国内外の映画配給業者が集まることによって、映画を外国に輸出し、外貨を獲得する契機にもなりうる。

また、日本では、地方都市の中心市街地活性化の対策として、コミュニティー・シネマと称される、ミニシアターを空き店舗に誘致することによって、人の流れを回復させようとする試みが群馬県高崎市などで実施されており、2006年の「まちづくり3法」の改正ともあいまって、日本の映画館の立地は郊外型のシネコンから、中心市街地のミニシアターへと移行してゆくことが予想され、中心市街地の映画館は地域文化の中心地となりうる可能性を有している。

以上のような「映画が地域を元気にする」可能性を、日本と韓国を比較しながら現地調査を行うことによって、追い求めたい。

3. 研究の方法

上述の研究目的を達成するための研究方法の概要を簡潔に記すと、まず、日韓で開催される映画祭の参与観察を実施して各種の資料を収集すること、そして、日韓のフィルム・コミッションを訪問し、資料収集および聞き取り調査を実施すること、次いで、日本各地に展開しつつあるコミュニティー・シネマの現地調査を実施すること、さらに、文化庁や経済産業省、全国コミュニティー・シネマ会議の総会やジャパン・フィルム・コミッション（全国フィルム・コミッション協議会が改組）などの主催するシンポジウムやセミナーに参加し、最新の情報を入手することであり、最後に日韓の国際映画祭に付随して開かれるマーケットの場に参加して、情報収集を行うことが

あげられる。特にマーケットについては、韓国がリードしている現状にあることから、現地における参与観察調査を実施する。

4. 研究成果

(1) 映画祭の日韓比較

映画祭は映画の百年余りの歴史の中で生み出された近現代的祝祭であり、現代民俗の研究対象となりうる。一般的には新作映画のお披露目（いわゆるプレミア上映）の場であり、その中から優秀な作品に対して賞が与えられるコンペティション部門が設定されることもある。

映画祭の担い手は、国際映画祭などの大規模な場合は映画業界人が中心となるが、地域で開かれる映画祭では、地域住民がスタッフとして支える例がしばしば存在し、多くの場合はボランティアとしての活動となっている。

一方、映画祭の観客は、業界人に加えて、シネフィルと呼ばれる、いわゆる映画ファンが集まる場となるが、映画祭と連動して、その地元で制作された地域発信型の作品が上映されることもあり、その場合はエキストラとして出演した地域住民たちが数多く上映に集まる現象がみられ、地元と密着した映画祭となり、地域活性化に寄与する効果が大きいといえよう。

さて、日韓の映画祭の歩みを比較すると、日本ではテレビの普及にともない、映画が不況になって、大手映画会社が撮影所を維持できなくなった1980年代に入り、映画産業の復活を賭けた宣伝の場として、東京国際映画祭などが立ち上げられたものと憶測される、

現存する映画祭で、最古の歴史を有するのは、大分県の湯布院映画祭で、今夏で40回目を数える。小規模で、地元観光業界のサポートが得られ、日本映画の特集が組まれることから有名な監督や俳優がゲスト

として来場し、毎晩ゲストを招いた交流パーティーが開催されることなどが息長く継続できた要因といえようか。

それに対して、韓国では、多くの映画祭が前世紀末以降に立ち上げられた。1997年末に起こったアジア通貨危機によって、国際通貨基金の管理下に置かれた韓国は、折りしも誕生した金大中政権下で、輸出産業の奨励政策を断行せざるをえなかった。

その柱のひとつがIT産業育成であり、もうひとつが映像産業の育成であった。いわゆる「韓流」ブームは国策として推進されたのであり、まず東南アジアの華僑を含めた中華圏がターゲットとされ、日本にブームが到来したのは、2002年のW杯日韓共催の後で、ブームの掉尾を飾るものとなった。

韓国政府は映画産業にさまざまな支援を実施し、その一環として多くの映画祭も誕生することとなった。韓国三大映画祭として、釜山国際映画祭・全州国際映画祭・富川国際ファンタスティック映画祭をあげることができるが、いずれもソウル以外の地方都市で開催されていることが大きな特徴となっており、地域振興の役割も担っている。

一方、ソウルでは、ソウル国際女性映画祭など、人権や環境といったテーマ別の映画祭がいくつも存在しており、女性映画祭は仁川や光州でも近年に始まり、結果的にソウル国際女性映画祭が凋落するに至っている。韓国古典映画の上映を中心に据えて始まった忠武路映画祭のように数年で消滅した映画祭もあるが、日本に比べると、全国各地で新たな映画祭が立ち上げられており、地方自治体が地域活性化を目的に映画祭を支援する例が多い。

映画祭の予算は、金東虎釜山国際映画祭前委員長によれば、公的支援・民間支援・自己収入が均衡する比率が望ましいとされ

るが、実際には釜山のような大規模映画祭においても、入場券などの自己収入は一割程度にすぎない。

韓国の映画祭の多くは公的支援の比率が大きいのが、日本では例外的であり、手弁当によるボランティア運営の映画祭が多くを占め、しかも自治体による支援は縮小の傾向にある。

また、国際映画祭は、自国の映画を海外に輸出する絶好の機会でもあることから、映画のマーケットが開催される。とりわけ、釜山国際映画祭のマーケットは大規模であり、2011年にはマーケットが開催される国際展示場に近接して映画祭専用劇場の「映画の殿堂」がオープンした。この専用劇場は屋根をかけた巨大なオープンステージを有し、数千人の観客を収容することができ、開幕・閉幕上映を天候に左右されずに行うことが可能となった。

一方、東京国際映画祭は六本木をメイン会場に開催されてきたが、近年、マーケット部門がお台場開催に分離された。釜山が映画上映とマーケットを一体化して、相乗効果を高めたのに対して、東京が映画上映とマーケットを切り離したことは不可解であるといえよう。

(2) フィルム・コミッションの日韓比較

韓国では、1996年にスタートした釜山国際映画祭を追うように、1999年に釜山フィルム・コミッション(以下FCと略記)が立ち上げられた。釜山の市街地でのカーアクションや大火災シーンの撮影をフォローした実績が高く評価され、またオール釜山口ケ・釜山弁の映画「友へ チング」が当時の観客動員記録を塗り替える大ヒットとなったことなどから、多くの商業映画のロケが釜山に集まることとなり、2000年代前半には、劇場公開される韓国

映画の半数近くが釜山でロケされるに至った。

釜山に少し遅れて、全州でもFCが立ち上げられ、国際映画祭と協調しながら実績を積み重ねてきた。ただ、近年は仁川や京畿道FCが立ち上げられ、ソウルFCも2004年に公開された「僕の彼女を紹介します」では、国会議事堂前でのカーアクションと爆発シーンの撮影をサポートするなどの実績をあげ、ソウル近辺でのロケが多くなりつつある。

日本でも、釜山FCに刺激を受けて、2000年代に入ると、雨後の筍のようにFCが続々と立ち上げられた。神戸FCは映画「GO」の地下鉄駅の線路内シーンの撮影をサポートし、首都圏では撮影不可能だった原作小説の重要な場面の再現をフォローし、高い評価を得るに至った。

しかしながら、日本では諸外国のFCが実施している戻税の制度が税制上から実施困難であり、海外から大規模なロケを誘致することは難しい。2009年にジャパンFCが設立されたものの、大規模なハリウッド映画ロケの誘致には至っていない。

(3) 映画館の日韓比較

映画を上映する場となる映画館も大きく変貌してきた。テレビが普及する前は小都市にも映画館が存在したが、今日では人口10万人以下の地方都市で商業映画館を維持することは非常に困難となりつつある。

また、1990年代以降は、シネコンの台頭とミニシアターの出現によって、スクリーン数は旧に復した。

初期のシネコンは郊外の大規模小売施設に併設して設置されたが、近年では大都市の都心部に鉄道ターミナルの再開発などともなって設置されるようになり、立地傾向が変化しつつある。シネコンの小規模スクリーンでアート系映画が上映されたりす

ることから、ミニシアターの経営が厳しくなっている。

もうひとつ、映画館に大きな変革の波が押し寄せている。それは、この数年で急速に普及したデジタル上映である。デジタル上映設備の導入には一千万円単位のコストを要するとされる。シネコンにメリットがあっても、ミニシアターには大きすぎる投資が必要となり、ほとんどの新作映画がデジタル配給となったために、地方の映画館の閉館が相次いだ。

一方、韓国では、日本よりも急速にシネコン化とデジタル化が進展した。2014年夏に公開され、観客動員記録を大幅に塗り替えた時代劇「鳴梁」の上映時には、映画館の多くのスクリーンが、この作品に独占され、同時期に公開された映画をほとんど鑑賞できないという事態に陥った。

今の韓国では、映画制作会社がシネコンを経営するスタイルになっているため、かつての日本映画のように、自社の上映館で重点的に自社作品を上映する傾向が強まっている。もちろん、大ヒット作品は他社作品でも数多く上映するのではあるが、低予算映画や不人気映画は短期間しか上映されなかったり、しかも早朝と深夜しか上映が行われないといった極端な不公平が生じるに至っている。

そのために、KOFICが支援して、大都市では低予算映画やインディペンデント映画を上映するスクリーンが確保されているものの、観客は非常に少ないという課題が顕在化している。

(5) おわりに

韓国へ地域調査に訪問する間に、映画を通じた地域活性化が政策的に実行されていることを認識したことから、日本との比較研究を行うようになって、10年余りが過ぎた。この間、韓流ブームが起こるなど、

日韓ともに映画をめぐる変化の波は顕著なものがあった。

しかしながら、この波は頂点を過ぎたように思われてならない。映画のデジタル化とともに、ネット配信の新たな波が到来しつつある。かつては、ビデオやDVDで鑑賞するようになった映画が、いまやパソコンの画面上で容易に鑑賞できるようになりつつある。

もちろん、画質などの面で不満は残るものの、わざわざレンタルで借りるの必要もなくなりつつある。DVDの百円レンタルによって、映画館の観客が減少したともされるが、それ以上の危機が映画館に迫りつつある。

実は映画産業は、劇場公開のみでペイする作品は少なく、DVDやテレビ放送などの二次使用から得られる収入で補われてきたところが大きかった。韓国では、日本以上の高速ネットの普及もあって、以前から二次使用料が激減しているとされ、映画制作費を抑制せざるをえなくなっている面があるとされる。

日本においても、テレビ局が制作に加わっていない映画は予算をかけられない状況下であり、質的な低下を免れることが困難になって、観客も入らないという悪循環になりかねない。これらの課題を克服することは次世代にゆだねられているといえようか。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計4件)

- 1 岩鼻通明、震災映像と被災地上映、季刊地理学、64-2、2012、pp74-75
- 2 岩鼻通明、被災地をめぐる現代民俗—映

画館の観客アンケートを通じた試論、村山民俗、27、2013、pp.57-64

3 岩鼻通明、震災特集上映をめぐる現代民俗—映画祭の観客アンケートを通じた試論、村山民俗、28、2014、pp.14-21

4 岩鼻通明、映画館をめぐる現代民俗—鶴岡まちなかキネマを事例として、山形民俗、28、2014、pp.7-14

〔学会発表〕(計5件)

1 岩鼻通明(2012年5月27日):東日本大震災と映画館—被災地の観客アンケートを通して、東北地理学会春季学術大会

2 岩鼻通明(2012年11月18日):鶴岡まちなかキネマと中心市街地活性化、人文地理学会大会

3 岩鼻通明(2013年3月30日):「山形県におけるコンテンツの発信 映画祭における震災特集上映を中心として」日本地理学会春季大会情報地理研究グループ研究集会

4 岩鼻通明(2013年9月29日):「観客アンケートにみる震災特集上映」日本地理学会秋季大会

5 岩鼻通明(2015年5月16日):「映画祭を通じた地域活性化—日韓の比較から」東北地理学会春季大会

〔図書〕(計1件)

1 岩鼻通明「地方における映画文化の育成と活用—映画祭・フィルムコミッション・映画館の連携—」『コンテンツと地域』所収、ナカニシヤ出版、近刊。

〔産業財産権〕

出願状況(計0件)

取得状況(計0件)

〔その他〕

ホームページ等

<http://blog.goo.ne.jp/imichiaki>

山形大学農学部岩鼻通明研究室より

6. 研究組織

(1)研究代表者

岩鼻 通明(IWAHANA,Michiaki)

山形大学・農学部・教授

研究者番号:20167282

(2)研究分担者 なし

(3)連携研究者 なし