

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 5 月 27 日現在

機関番号：24602

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2012～2014

課題番号：24611013

研究課題名(和文) フィルム・ツーリズムに関する国際比較研究

研究課題名(英文) A Comparative Study on Film Tourism: the cases in U.K., New Zealand, and USA.

研究代表者

中谷 哲弥 (NAKATANI, TETSUYA)

奈良県立大学・公私立大学の部局等・教授

研究者番号：50285384

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,600,000円

研究成果の概要(和文)：今日、観光形態の一つとして定着しつつあるフィルム・ツーリズム(映画やテレビドラマなどの映像メディアの撮影地となったところを訪れ、映像の世界を追体験する観光)に関して、英国、ニュージーランド、米国の3カ国に関する国際比較調査を実施した。その結果、いずれの国においてもフィルム・ツーリズムが観光ビジネスとして確立され、各種のツアーが催行されていることや、その展開においてツアーガイドの役割が大きいことが判明した。また、フィルム・ツーリズムでは、映画等の追体験だけではなく、現地の歴史・文化や自然など、そもそも現地が有する魅力も合わせて堪能できることが継続性の鍵であることも明らかとなった。

研究成果の概要(英文)：Film-tourism is one of the most popular aspects of tourism today. This study revealed through the fieldwork in U.K., New Zealand, and USA some important factors which consist of film-tourism. First, film-tourism is an established tourism business in these countries. Secondly, tour guides play crucial roles to operate the tour. Lastly, it is indispensable to maintain film-tourism successfully that tourists can not only experience the virtual world of the films, but also experience the real world of history, culture, and nature of the locations.

研究分野：文化人類学、南アジア地域研究

キーワード：観光 フィルム・ツーリズム コンテンツ・ツーリズム フィルム・コミッション 観光社会学

1. 研究開始当初の背景

フィルム・ツーリズムは古くて新しい観光形態である。映画「ローマの休日」をみてローマのスペイン広場を訪れるような観光行動は以前から存在してきた。しかし、世界的に整備が進むフィルム・コミッションの活動との関わり、プレイス・マーケティング、マスメディアや多様なコンテンツ産業との関わりなどにおいて、フィルム・ツーリズムにはかつてないほどの進展が見られる。

一方で、とりわけ日本においては、この分野での研究は立ち遅れてきた。フィルム・ツーリズムの理論的研究とともに先進地における現地調査の必要性が高まっているといえる。

2. 研究の目的

今日、観光形態の一つとして定着しつつあるフィルム・ツーリズム(映画やテレビドラマなどの映像メディアの撮影地となったところを訪れ、映像の世界を追体験する観光)に関して、主として観光社会学的な観点から国際的な実態調査と比較研究を行うことを目的とした。

具体的には、先行研究を整理したうえで、先進事例として英国、ニュージーランド、米国の3カ国の現地調査を実施することで、フィルム・ツーリズムという特定の観光形態が有する独自の特徴について明らかにした。

3. 研究の方法

文献調査と現地調査の大きく2つの方法を採用した。文献調査ではフィルム・ツーリズム関連のガイドブック、パンフ、記事などの収集・分析、及びフィルム・ツーリズムに関する学術論文や図書の収集・分析を行った。

本研究の特色は国外のフィルム・ツーリズムの実態調査を行うことにあり、方法論的にはこの現地調査を主たる研究方法とした。2012年度にはロンドンを中心とする英国、2013年度にはオークランド、ウェリントン、マタマタなどのニュージーランド、2014年度にはロサンゼルスとサンフランシスコを中心として米国を対象とした。

現地調査では、フィルム・ツーリズム関連のツアーに実際に参加するとともに、ツアーパンフなどの現地資料の収集、ツアー事業者からの聞き取りを実施した。また、可能な限りツーリスト・インフォーメーション、政府観光局、観光関連省庁、フィルム・コミッションなどへのインタビューなどを行った。

4. 研究成果

(1)各国の事例

3つの国において、フィルム・ツーリズムの展開には、それぞれの際だった特徴が見られた。注目すべきコンテンツの点からすると、英国は映画「ハリーポッター」シリーズ、ニュージーランドは映画「ロード・オブ・ザ・リング」と「ホビット」、米国は特定の映画

というよりも、セレブと呼ばれる映画俳優や映画産業そのものがフィルム・ツーリズムの重要なコンテンツとなっている。それぞれの概要は以下の通りである。

「ハリーポッター」で巡る英国

映画「ハリーポッター」シリーズは、2001年の第1作以降、7作品が公開され、ロケ地はイギリス全土に及んでいる。現地では『ハリー・ポッター・オン・ロケーション』という、150以上のスポットを詳細に解説するガイド本が販売されている。

英国では日本よりもビジネスとしてのガイドツアーが盛んである。例えばブリット・ムービー・ツアーというロンドンの業者は、ハリーポッター関連だけでもロンドン、オックスフォード、レイコックを巡るバスツアー、ロンドンのウォーキングツアーほか5種類のツアーを催行している。ハリーポッター以外にも、007シリーズやテレビドラマの「ドクターフー」など、幾つものツアーメニューを催行している。

ロンドンのウォーキングツアーでは、ロケ地のひとつである地下鉄ウェストミンスター駅が集合場所となり、映画の小道具である魔法の杖を持ったガイドと合流して、2時間半ほどかけて8カ所のロケ地を巡る。各スポットでは該当するシーンの写真をガイドが見せながら、映像シーンと実際のロケ地の様子との違い(例えば、映画中には存在する電灯が実際にはない)などについて説明する。

ガイドツアー以外でも、鉄道のキングクロス駅構内には魔法学校への急行列車が発着する「9と4分の3」番線ホームを模したプレートとカートが壁に埋め込まれ、記念撮影のスポットになっている。2012年にはロンドン郊外に「メイキング・オブ・ハリーポッター」と銘打つワーナーブラザーズ・スタジオがオープンして多くの来訪者を集めている。

調査ではオックスフォードも訪問したが、こちらでは中世以来の大学の建築物がロケ地となっていた。ロンドンも同様であるが、ハリーポッターのロケ地を巡ることで、映画の追体験のみならず、英国の歴史や文化そのものを堪能できる点が魅力となっている。

劇中のミドルアース(中つ国)として国を宣伝するニュージーランド

ニュージーランドの場合には、フィルム・ツーリズムのコンテンツはほぼ映画「ロード・オブ・ザ・リング」に限定されているが、国を挙げてこれに注力している点が特徴的である。

同映画は2001年から公開された3部作で構成され、さらに関連映画「ホビット」も3部作として順次公開されてきている。撮影のほとんどは監督の出身国であるニュージーランドで行われ、ロケ地は全土に及ぶ。国を挙げてキャンペーンが展開されており、政府観光局はニュージーランドを映画に登場する「中つ国」として宣伝することでプレイス・マーケティングを行っている。フラッグシッ

プのニュージーランド航空は機体にホビットのペイントを施し、首都ウェリントンの空港では映画に出てくるゴラムという怪人の巨大なモニュメントが壁面から待合客を見下ろしている。このような演出が各所に見られた。国立博物館でも、売店に特設コーナーが設置されていた。

今日、ガイドツアー会社は35社を超え、150カ所ほどの訪問スポットが存在すると言われる。撮影スポットを紹介する『ロード・オブ・ザ・リング ロケーション・ガイドブック』という書籍も空港売店やみやげもの店などで販売されている。

日帰りのツアーから四輪駆動車を駆って数週間をかけて各地をくまなく回るようなツアーもある。例えば、ウェリントン・ムービー・ツアーという業者の日帰りツアーは、8時間半のツアー時間の中で7カ所のロケ地を巡り、最後には同映画の特殊効果を担当したウェタケープという特殊撮影専門スタジオを訪問する。

ツアー中は移動の車中で映像が流されるだけでなく、ロケ地でもガイドがパソコンで映像を流しながら説明がなされる。さらには、衣装、弓矢、杖、付け耳、調理道具など、様々な小道具が用意されていて、ツアーリストは登場人物に扮することができたり、ツアーリスト達があるシーンを再現してガイドがそれを写真におさめたりと、体験型のツアー設定がなされている。このような形で、ガイドツアーでは様々な仕掛けと工夫がなされている。

ハリポッターが英国の歴史や文化を堪能できるのに対して、こちらではロード・オブ・ザ・リングのロケ地を巡ることで、ニュージーランドの広大な景観や豊かな自然を堪能できる魅力がある。

セレブや映画産業ツアーが魅力の米国

米国においては、英国やニュージーランドのように特定の映画コンテンツがクローズアップされていない。これは、ハリポッターやロード・オブ・ザ・リングのように、近年の作品の中で米国全体の歴史・文化ないしは自然を表象するような特定の映画が不在であることが理由のひとつである。しかし、より大きな理由は、米国ではハリウッドをはじめとする巨大な映画産業の存在感が圧倒的であるので、むしろ映画産業や世界的な知名度を有するセレブ俳優などが、フィルム・ツーリズムのコンテンツとして有力なものとなっていることである。

調査ではロサンジェルス及びサンフランシスコを訪問した。ロサンジェルスには映画産業の拠点ハリウッドが存在している。ハリウッドのメインストリートには、映画俳優等の氏名をあしらった星形の敷石や著名俳優の手形や足形が残されている劇場がある。また、路上ではスパイダーマンなどの劇中人物のコスチュームをまとった業者がチップにより記念撮影に応じている。これらがロケ地以外のところでフィルム・ツーリズムの観光

対象を作りあげている。

ハリウッドを出発点としてツアーも催行されている。最も老舗と目されるスターライン・ツアーズ(1935年設立)は、幾つものフィルム関連ツアーを催行している。そのひとつムービー・ロケーション・ツアーは、天井部分もガラス張りとしたバスで3時間かけて22カ所のスポットを巡る。ハリウッド周辺が映画産業の集積地であるだけでなく、多数の映画のロケ地でもあることが分かる内容となっている。ムービー・スターズ・ホームズ・ツアーは、トム・クルーズなどハリウッド周辺に居住する著名俳優(セレブ)の自宅を巡るツアーで、外観を眺めるのみだが、これも20カ所以上を巡る内容となっている。ロサンジェルスには、テーマパークとしてのユニバーサルスタジオ以外に、パラマウント、ワーナーブラザーズ、ソニー・ピクチャーズなど現役のスタジオを見学するツアーもある。参加したパラマウントのツアーでは、敷地内を10人ほどのグループにガイドが1名添乗する形で、時間と場所をずらしながら多数のグループが同時進行で案内されていた。

サンフランシスコでは、3時間で80以上の映画に関連するスポットを巡るツアーなどが催行されている。どちらの都市においても、ツアーではロケ地のみならず、都市の繁華街や有名なスポット、都市を見下ろせる高台など、都市全体の様相も感じることができるよう周遊の工夫がなされていた。

(2) ツアーの特徴

まず、3つの国のいずれにおいても、フィルム・ツーリズム専門のツアー会社が運営されている点が日本とは異なっていた。ツアー催行の頻度は高く、ツアーの形態も2-3時間、半日、一日、あるいは泊まりがけなど、多様な形で提供されている。

次に、いずれの場合もツアーガイドの役割が非常に大きいことが特徴として挙げられる。映画やロケ地に関する知識に加えて、解説において様々なエピソードやジョークを織り交ぜるなどの話術にも長けている。自動車の運転とガイドは完全分業されているが、数十に及ぶスポットを巡るうえでの両者の連携も要されることである。

最後に、ニュージーランドのケースで顕著なように小道具を用いてのいわゆる「なりきり」体験のサービスが提供されている点も特徴的である。

(3) スタジオ見学ツアー

フィルム・ツーリズムの魅力のひとつは映画やドラマの舞台裏を覗くことである。この点では、ロケ地観光としてのフィルム・ツーリズムには該当しないものの、撮影スタジオの見学は最もこれに合致するといえる。

とりわけ米国のスタジオは歴史も古く、スタジオそのものが歴史性を有しており、貴重な観光資源となっている。近年の映画では特殊撮影の技術が欠かせないものとなっているが、この点でもニュージーランドのウエタ

ケーブなどは、特殊撮影現場の視察ツアーも可能となっているなど、技術的な制作現場という舞台裏を覗く機会を提供している。

(4) フィルム・ツーリズムの継続性

フィルム・ツーリズムを考える場合、一般に疑問視されるのが、映画がヒットして注目を浴びている間は客が訪れるが、ブームが去ればすぐに衰退するのではないかという継続性の問題である。この点で鍵となるのは、フィルム・ツーリズムが映像作品の追体験に留まらず、これを通じて現地がそもそも持っている魅力をどれだけ堪能できるかという点である。ハリウッドでは、ツアーを通じて英国の歴史や文化を堪能できる。ロード・オブ・ザ・リングでは、ニュージーランドの広大な景観や豊かな自然を堪能できる魅力がある。後者では、監督が母国を主要なロケ地として選択した理由は、物語の舞台である「中つ国」のイメージがニュージーランドの景観と合致していたからといわれていることから、映像と現地との親和性が重要であることが指摘できる。米国では、エンターテインメント大国としての米国の一面について映画産業を中心に体験できる。このような、両面での魅力が継続性において重要である。

(5) フィルム・ツーリズム研究の今後

先行研究によれば、フィルム・ツーリズムが独立した研究分野として認識されるようになったのは 1990 年代半ば以降である。主要な 2 つのアプローチとしては観光・レジャー研究とメディア研究があり、前者は定量的な手法にもとづき、映像作品がいかに関客の訪問者数や社会に影響しているかなどを主要な関心としてきたのに対して、後者は定性的な手法で観光地の表象やツーリストの経験と真正性の問題を扱ってきたとされる。

また、初期の研究はマーケティングや観光動機などビジネス関連の課題に集中していたが、今日では人類学や社会学分野での研究が進むとともに、文化交流や異文化理解などの視点を加えたり、ツアーガイドとツーリストとの感情的な紐帯に注目したりなど、新たなアプローチも出現していると指摘されている。

本研究では、国際比較により日本ではまだ未発達なフィルム・ツーリズムという観光事業の現状について明らかにした。今後は、上記の研究動向を踏まえて、さらに研究を進展させる必要がある。この点で、日本のフィルム・ツーリズムには、欧米のようなビジネス先行とは逆に、行政も含めた地域づくりといった興味深い面もあり、注目すべき点のひとつである。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計 1 件)

中谷哲弥「インドにおける中間層と観光の現状 観光行動に関する質問紙調査より」

『奈良県立大学研究季報』第 25 巻 1 号(地域創造学研究 XXIII), 査読なし、2014 年、pp. 1-36.

〔図書〕(計 2 件)

中谷哲弥「マヤーブル - 聖者の世界進出と聖地のグローバル化」星野英紀, 山中弘, 岡本亮輔編『聖地巡礼ツーリズム』弘文堂、2012 年、pp.136-39.

中谷哲弥「フィルムツーリズム」大橋昭一・橋本和也・遠藤英樹・神田孝治編『観光学ガイドブック-新しい知的領野への旅立ち』ナカニシヤ出版、2014 年、pp.184-87.

6. 研究組織

(1) 研究代表者

中谷哲弥 (NAKATANI, Tetsuya)
奈良県立大学・地域創造学部・教授
研究者番号: 50285384