

デジタル時代に向けた大型外国映像作品
ロケーション誘致に関する実証調査事業
(外国映像作品ロケ誘致プロジェクト)

調 査 報 告 書

令和5年3月

特定非営利活動法人
映像産業振興機構

目 次

はじめに	1
第1章 調査の目的と実施体制	2
1. 本調査の目的.....	2
2. 本調査の実施体制.....	3
第2章 調査の前提となる社会状況について	4
1. 今後予想される時代状況	4
2. デジタル時代へ向けて	6
第3章 調査対象作品とロケ実施について.....	7
1. 調査対象作品について.....	7
2. 調査対象作品のロケ実施について.....	9
第4章 調査対象作品における効果測定	12
1. ロケ誘致による効果.....	12
2. まとめ	13
第5章 本実証調査事業の総括	15
1. 令和元年度調査	17
2. 令和2年度調査	27
3. 令和3年度調査	30
4. 令和4年度調査	32
5. 国内映像制作環境における課題	38
6. 調査事業総括.....	46
7. おわりに	51

はじめに

令和元年にスタートした外国映像作品ロケ誘致プロジェクトは本年、最終年度を迎えることが出来た。

本調査事業が開始されてまもなく、令和2年初頭から本格化したCOVID-19(新型コロナウイルス)の感染拡大は我々の社会に大きなインパクトを与え、その影響は国内そして世界のメディア産業や映像作品の製作状況にも波及することとなった。

世界的に蔓延した新型コロナウイルスの感染拡大状況の中で、実地のロケ撮影は一時は世界的に休止されていたが、その後、徐々に回復を見る様になった。結果的に本調査事業においても、支援対象作品の選定と海外大型映像作品のロケ誘致を行った上での実証調査を幸運にも継続することが出来た。

諸外国においては、各国が海外作品のロケーション誘致のための製作インセンティブを競い合っているような状況があるが、本調査事業においても内閣府知的財産戦略推進事務局のインセンティブによるロケーション誘致が発現する経済効果の規模について、また、ロケ誘致から生じる様々な社会効果について効果測定を行うことが可能となり、また、今後、我が国が継続的に海外大型映像作品のロケ誘致を行うための国内映像制作環境における課題について継続的な検証を行うことが出来た。

映画やドラマなどの映像コンテンツは、アニメ・マンガ、音楽、ゲーム等のコンテンツと同様に大きな経済的そして文化的な影響力を持つ。それらの映像コンテンツは海外へ我が国の魅力を伝え、クールジャパンの代表的な要素となり、我が国へ大きな経済的利益をもたらす可能性を秘めている。

本調査事業が今後の外国映像作品のロケ誘致の振興や発展、そして国内映像産業や各地方、地域の発展、そして海外への日本の魅力の発信によるインバウンド観光の増加等に寄与することが出来ればこの上ない喜びである。

これまで本調査事業の実施及び調査報告書の作成にあたり、ヒアリング調査等で国内映像制作者の皆様や、地方自治体や各地域フィルムコミッションの皆様他、多数の方々にご支援とご協力を頂いた。

この場をお借りして、各位のご支援、ご協力に深く感謝申し上げる次第である。

令和5年3月
特定非営利活動法人
映像産業振興機構

第1章 調査の目的と実施体制

1. 本調査の目的

本調査事業では、日本においてインセンティブが海外大型映像作品のロケーション誘致にどのような効果があるか、またそれによる経済効果がどの程度あるのか、どのような社会効果が把握されるのか、その他国内映像制作環境の改善に与える影響等、実際に海外から大型映像作品の撮影ロケーション誘致を行って定量的、定性的に分析することを目的とする。また都市部のみならず、地方への撮影ロケーションの誘致を目指し、地方自治体や地方フィルムコミッションが関与することで、フィルムコミッションの機能強化や地域内・地域間連携等の促進による撮影ロケーションの更なる改善と地域のPR力の拡大を図ることも目的としている。

また今後の海外映像作品のロケ支援数の増加は①雇用創出・産業育成、②人材育成、③インバウンド・観光誘客といった効果が期待されており、平成29年よりスタートした「ロケ環境の改善に関する官民連絡会議」の内容を踏まえ、海外からの大型映像作品のロケ誘致を今後実際に行っていくための国内の撮影制作環境の課題を抽出すると同時に、改善への方向の道筋を指し示すことも本調査の目的としている。

2. 本調査の実施体制

本調査を進める上で、以下のメンバーからなる調査実施委員会を組成し、調査方針の決定や方向性について随時協議を行った。本調査の実施委員会のメンバー及び役割については下記の通りである。

「デジタル時代に向けた大型外国映像作品ロケーション誘致に関する実証調査事業」 調査実施委員会構成メンバー

ロケ誘致検討委員

内山 隆	青山学院大学 総合文化政策学部 教授
荻原 雄二	GT 東京法律事務所 弁護士
木次谷良助	東映株式会社 執行役員
田中 まこ	特定非営利活動法人ジャパン・フィルムコミッション 顧問
沼田 通嗣	一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟 理事

ロケ誘致活動・効果測定

関根 留理子	特定非営利活動法人ジャパン・フィルムコミッション 事務局長
--------	-------------------------------

効果測定・調査報告監修

小俣 充	東大まちづくり大学院
------	------------

全体統括・インセンティブ運営・調査事務局

槇田 寿文	特定非営利活動法人 映像産業振興機構 事務局次長
吉田 佳代	特定非営利活動法人 映像産業振興機構
高橋 正紀	特定非営利活動法人 映像産業振興機構
和泉 吉秋	特定非営利活動法人 映像産業振興機構

第2章 調査の前提となる社会状況について

1. 今後予想される時代状況

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の社会的蔓延は、我々の社会に大きな閉塞状況と経済的不安を産み出したが、「With コロナ」の生活によって生じた生活の変化は、従来社会的な方向性として指し示されていたネットワーク化、デジタル化を結果的に急速に押し進める結果となった。

「巣ごもり消費」の中で有料動画配信等のネットワークサービス、ゲーム等のデジタルコンテンツの消費は増大し、ライブエンターテインメントのオンラインライブも増加する中で、自宅にいながら世界中のライブやコンサートが楽しめるようになった。また Zoom や Google Meets 等でのオンラインコミュニケーションも一般化し、コロナウイルス収束後も引き続きこの状況が続くことは想像に難くない。

この様にコロナ禍は我々の社会において、「人と人との接触」を抑制し、人々が「集う」という従来の社会的行動を著しく減少させた。その一方で「一個人」として楽しむメディア消費の方式が増え、また SNS のより一層の普及に見られる様に、個人レベルで容易に世界中の人々と繋がれる様な社会状況が生まれている。社会的なメディア消費の在り方や、メディア産業の構造はビフォアコロナと明らかに変化していることが想起される。

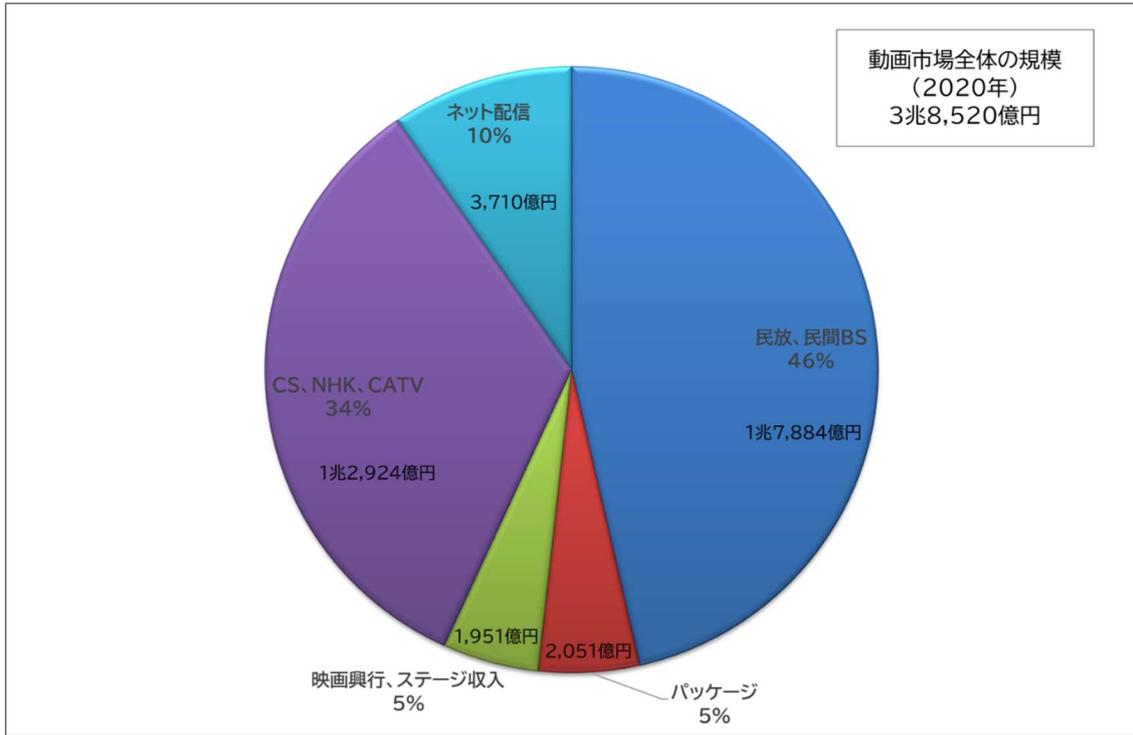
今後の社会はメディアコミュニケーションにおいてより新しい変化が起きると言われており、具体的には「Web3.0」の時代を迎えると言われている。「Web3.0」とは、バーチャルなインターネット空間を指す「メタバース」、デジタル資産に唯一無二の価値を構築する「NFT」（非代替性トークン）、その他に Web 上の新たなコミュニティの形態として提言されている「DAO」（分散型自律組織）も含んだ総称として用いられている。

さらに大きなマクロ的な状況に目をやると、世界における SDGS 等のエコロジー思考の一般化も反映して現代は企業の市場価値に占める無形資産価値の割合は有形資産と比較し高まっており¹、今後の時代は企業の知財・無形資産の投資・活用が鍵とされている。そして今後の社会は「意欲ある個人・プレイヤーが社会の知財・無形資産をフル活用出来る経済社会への変革」が時代を拓く鍵になると言われている。

この様に社会は今後よりネットワーク化、デジタル化が進むことが予見されている中で、映像メディアにおける今後の将来性について記しておきたい。

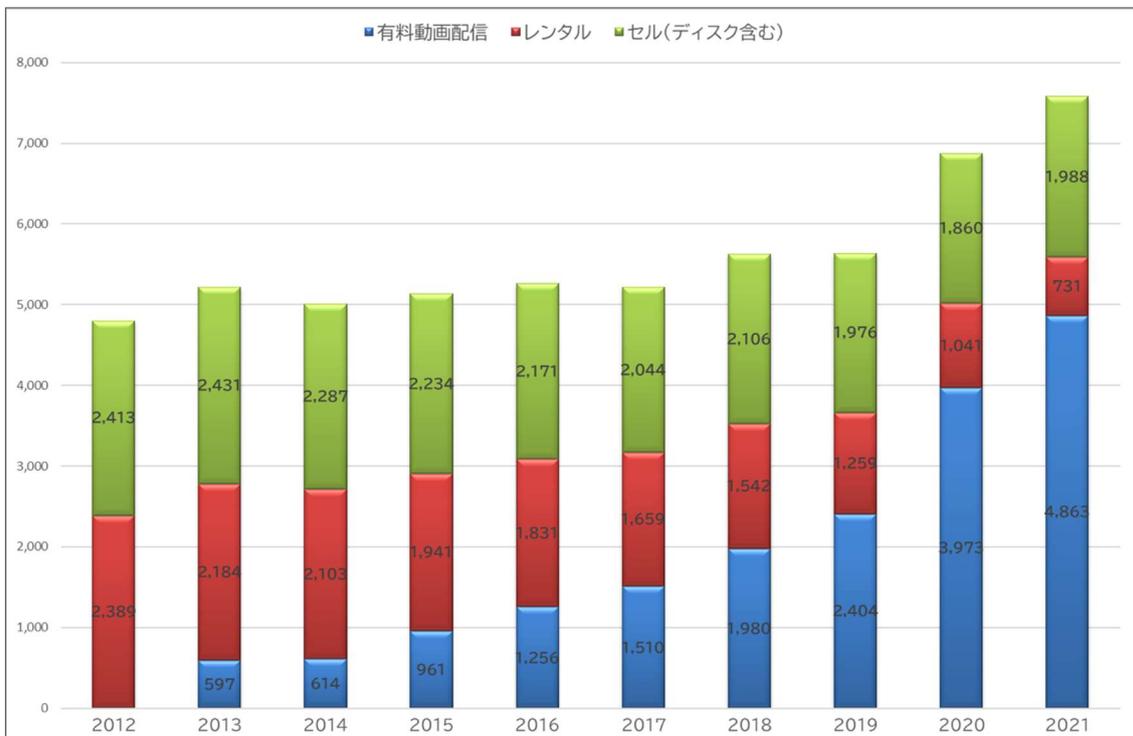
¹ 内閣府知的財産戦略推進事務局「知的財産推進計画2022」

図表 2 - 1 動画市場の規模（2022年）



(資料出所 「動画配信市場調査レポート 2022」 一般社団法人デジタルコンテンツ協会)

図表 2 - 2 国内映像ソフト市場の推移



(資料出所 「情報メディア白書 2023」 電通メディアイノベーションラボ)

コロナパンデミックが直撃した2020年の動画市場において、「ネット配信」による消費は「映画興行、ステージ収入」を上回っているが（図表2-1）、「ネット配信」（いわゆる「有料動画配信」等）の増加分を含め、コロナ禍における映像消費全体の市場の増加も見られる（図表2-2）。

これは、配信メディアが牽引する映像メディア、映像エンターテインメント自体の社会的需要の高まりを示している。また、Instagram、TikTok の様な SNS の社会的普及が個人の映像メディアへの関心の高まりを後押ししている状況も推測される。

今後さらに世界メディアのネットワーク化とデジタル化が進み、知的財産自体の市場価値が高まる社会の中で映像メディアのさらなる需要と市場価値の高まりが予想される。

2. デジタル時代へ向けて

世界において映像産業は年間（2019年）で1420万人の新規雇用と約45.3兆円の経済効果を創出しており、多くの地域で経済効果を促進する強力な産業と言える。² 世界での年間ロケ支出は4.6兆円（推定）ほどと大規模であり、ロケ誘致することで経済効果を創出するポテンシャルがある。ハリウッド映画等の海外大型映像作品のロケを誘致すると、1作品で数百億円以上の経済波及効果を創出するポテンシャルがある。

先述の様に今後も映像メディア需要は右肩上がりの増加が見込まれる中で、様々な映像制作技術の進歩向上はあるものの、やはり実景を含めたロケ撮影の需要の増加は当然予想される。

日本でのロケに憧れを抱く海外の映像製作者も多く、また最近では映画資本に加えて、配信メディアが世界各国で大型映像作品を製作するケースも増えている。

我が国は海外大型映像作品のロケ誘致により、自国の産業発展、外国からの投資、観光需要などの効果を享受する可能性を秘めている。そして、世界的なメディアのネットワーク化、デジタル化が進む中で、我が国の魅力が映りこんだ映像は世界同時に多くの人々へ向けてスピーディーに配信されることとなる。

よって今後迎える社会状況の中でも、海外大型作品のロケーション誘致が我が国の魅力を世界に発信する良き機会となり、将来的な観光効果を含め大きな経済効果が見込まれることが期待される。

² 映像産業振興機構「映画・ドラマロケによる経済波及効果に関する調査」

第3章 調査対象作品とロケ実施について

1. 調査対象作品について

本調査事業においては、令和4年12月2日～12月7日の第一次申請期間に申請された作品の中から、ハリウッド映画『Gran Turismo』が調査対象作品に選定された。

ハリウッド映画「Gran Turismo」の作品概要は下記のとおりであった。

作品名	『 Gran Turismo 』
作品形態	ハリウッド映画
製作国	米国
製作費及び支援の規模	総製作費／150億円 日本国内製作費／2億15百万円 支援金額／6千万円
申請主体	T社
公開国・時期	ソニーコロンビアの配給映画として、米国の映画館3千館は2023年8月11日に、日本は2023年秋、その他全世界の映画館数千館で順次公開。
日本国内でのロケ地・撮影時期	令和4年12月17日～19日の3日間 東京を中心に撮影。(海外ではブタペストを拠点にヨーロッパ各地で撮影)
支援FC	東京ロケーションボックス
主要スタッフ キャスト	監督／ニール・ブロムカンプ 脚本／ジェイソン・ホール、ザック・ベイリン エグゼクティブ・プロデューサー／山内一典、ハーマン・ハルスト、ジェイソン・ホール、マシュー・ハーシュ 主演／アーチャー・マデクウェ、オーランド・ブルーム、デヴィッド・ハーバー、ダレン・バーネット、ジェリ・ハリウエル・ホーナー、ジャイモン・フンスー

本調査対象作品『Gran Turismo』は同名のドライビングシミュレーターゲームソフトの実写映画版である。

ゲームソフトである「GRANTURISMO グランツーリスモ」は、言わずと知れた、ソニー社のゲームハード「プレイステーション」の中で長年愛され続けるゲームソフトであり、1997年の第1作目から、2022年の最新作「グランツーリスモ7」まで全世界累計8500万本の売上を誇るトップヒット作品である。

開発者の山内一典氏は、自身がレーシングドライバーであることから、ゲーム開発にあたり、車の挙動や路面状況に至るまでを忠実に再現し、映像・操作性など極限までリアリティを追求した。それが本ゲームソフトの大ヒットの要因となっている。

今回、本ゲームソフトの実写映画化に伴い、ハリウッド大手であるソニーピクチャーズが製作にあたった。

映画はグランツーリスモを毎日プレイすることでドライビングスキルを鍛えたティーンエイジャーの主人公が、コンテストを勝ち抜き、プロのカーレーサーになる夢を叶えるまでを描くサクセスストーリーであり、同時に様々な試練を乗り越えながら成長を重ねる主人公の姿を描くヒューマンドラマとなっている。

映画のストーリーは「ある日、マーケティングの一環として、『優勝すれば来シーズンのGT世界選手権に日産自動車のバックアップを得て参戦できる権利を獲得できる』というコンテストが日産主催で開催される。主人公はほかの11人のレーサーと競い合い、GTアカデミーでトレーニングを受けるチャンスを得るため順調にのし上がっていく。しかし、あるレースで大事故に巻き込まれ、コントロールを失った自身の車で観客を死なせてしまう…。心に傷を負いながらも、果たして最終レースのル・マンで優勝することはできるのだろうか。」という実話に基づいた観る者の心躍らせる内容となっている。

監督は『第9地区 (2009)』をはじめ、『エリジウム (2013)』や『チャッピー (2015)』等を手がけたニール・ブロムカンプが務める。脚本は『アメリカン・スナイパー (2014)』のジェイソン・ホールと『ドリームプラン (2021)』のザック・ベイリンが担当し、プロデューサーにはホールのほか、のゲーム開発者の山内一典氏らが名を連ねている。出演は『ロード・オブ・ザ・リング (2001～2003)』『パイレーツ・オブ・カリビアン (2003～)』シリーズでスターの座を手に入れたオーランド・ブルームや、マーベル作品『ブラック・ウィドウ (2021)』に出演したデヴィッド・ハーバーなどが布陣を固める。

総製作費150億円を投じ、最新型の撮影用カメラや撮影技術を駆使しゲームの世界観をモチーフにしなが、全編あくまでリアルでの撮影に拘った作品である。

カメラや映像機材の世界的なトップランナー企業が提供する最新の映像製作技術により未だかつてない新しい映像が期待されている。

本編撮影はブタペストから撮影開始し、ヨーロッパを巡って最後はドーハを経て日本へ至っている。国内では成田空港周辺、渋谷、新宿、銀座等の日本の景観として分かり易い場所で撮影されており、最新の映像技術により、我が国の魅力が新しい形で世界へ配信されることが期待出来る。

本映画作品は令和5年8月より全世界で公開される予定である。

2. 調査対象作品のロケ実施について

調査対象作品『Gran Turismo』の国内ロケは令和4年12月17日～19日の間に成田空港周辺及び都内（渋谷、新宿、銀座）で行われた。

12月17日は渋谷スクランブル交差点での撮影が行われ、主演の2人が交差点を往復しながら演技し、周囲のスタッフを含めてよりよいタイミングを見計らいながら撮影が進んだ。

12月18日は新宿で、西新宿や思い出横丁でロケ撮影が行われた。東京ロケーションボックスも協力し、警察と令和4年8月頃から調整が行われ、当日の現地ロケが実現した。ロケ地となったエリアの飲食店舗には協力金が支払われて貸切られ、その内一部の店舗は各制作チームの控室や機材置き場として利用されていた。

12月19日には銀座の飲食店を貸切りし撮影が行われた。このシーンではゲーム開発者の山内一典氏も、カメオ出演を果たす等、現場は良い意味で和気あいあいとした、終始とても良い雰囲気での撮影が進行した。ロケ撮影は米国側スタッフ60名、日本側スタッフ140名、俳優・3日間のエキストラを含め延べ約300名の編成で行われた。

『Gran Turismo』の国内ロケの状況

■撮影期間 令和4年12月17日～19日（撮影日数3日間）

■日本人制作スタッフ数 140人

■ロケ地及びFCの支援状況

<千葉>

・成田空港付近

<東京>

・渋谷スクランブル交差点

・西新宿繁華街（通り）

・新宿駅西口（思い出横丁）

・銀座（寿司店舗）

<支援FC>

・東京ロケーションボックス（東京都）

■撮影レポート 『Gran Turismo』

【令和4年12月17日 渋谷スクランブル交差点（東京都渋谷区）】



（上／演技中の主演2人・下／信号横の撮影機材）（画像提供 T社）

最も気を配る必要があった渋谷スクランブル交差点での撮影。主演の2人が交差点を往復しながら演技し、周囲を含めより良い撮影タイミングを調整して撮影が進行した。

【令和4年12月18日 新宿 思い出横丁／ヨドバシカメラ西口本店前（東京都新宿区）】



(左／ヨドバシカメラ新宿西口本店前での撮影 ・ 右／新宿思い出横丁で撮影するオーランド・ブルーム)
(画像提供 T社)

新宿思い出横丁は撮影箇所が細かく指定されており、丁寧に撮影は進められたが、夜から深夜にかけての撮影は非常に早く進行した。

【令和4年12月19日 銀座久兵衛（東京都中央区）】



(銀座久兵衛での撮影後記念写真) (画像提供 T社)

本作の最後の撮影現場である銀座は良い意味で和気あいあいとしており、終始とても良い雰囲気での撮影が進んだ。中央の料理人の恰好をしている人がゲーム「グランツーリスモ」開発者・山内一典氏であり、現場ではカメオ出演を果たした。

第4章 調査対象作品における効果測定

令和4年度の調査対象作品である『Gran Turismo』の国内ロケ誘致により派生した効果についてまとめて見たい。

1. ロケ誘致による効果

実写版映画『Gran Turismo』は、総製作費150億円のハリウッド映画である。制作主体となった国内制作会社・T社からのレポートにより、国内で使用された製作費は2億15百万円であった。

投下された直接効果2億15百万円をベースとして推計された経済波及効果を試算すると「ロケによる経済波及効果」が3億55百万円、「観光による経済波及効果」は156億30百万円、以上を合算した総合効果は162億円と推計された。

作品に対して支援された製作インセンティブの金額6千万円と比較し、直接効果は3.6倍、そして総合効果は270倍と試算された。

また、直接効果としての特色は西新宿や思い出横丁等の飲食店に対しては営業補償を支払い多数の店舗を貸切にした為、新宿エリアにおける直接経済効果が大きかった。

そして、本作は世界中にファンを持つ人気ゲームソフトシリーズの実写映画化であり、また著名なハリウッドスターが日本ロケに来日したことで、話題性と注目度が期待される。このことから、作品をとおした日本のプロモーション効果が期待でき、映画公開後は、観光等による非常に高い経済波及効果が予測される。

社会効果としては、まず配信向けのドラマではなく、総製作費150億円のハリウッド映画を、オープンロケセットではなく、東京にリアルロケの形で誘致することが出来たことが挙げられる。

また、ゲームと映像音響機器の世界的なトップランナー企業による最新鋭のカメラや映像技術を駆使した映像に成田空港、新宿、渋谷といった日本の代表的な都市景観をのせ全世界へ発信させることが今後可能となったこと、そして、本映画の最終の撮影地として、本作のゲーム発祥の地である日本でのリアルロケが実施されたことによって、我が国へのリスペクトが作品に加味されたことも社会効果として挙げられるであろう。

『Gran Turismo』における効果測定まとめ

撮影地	成田空港付近及び東京都内(渋谷、新宿繁華街、思い出横丁、銀座すし店)								
撮影期間	令和4年12月17日～令和4年12月19日(撮影日数 3日間)								
支援金額	6千万円								
経済効果	<table> <tr> <td>直接効果</td> <td>2億15百万円</td> </tr> <tr> <td>ロケによる経済波及効果</td> <td>3億 55 百万円</td> </tr> <tr> <td>観光による経済波及効果</td> <td>156 億 30 百万円</td> </tr> <tr> <td>総合効果</td> <td>162億円</td> </tr> </table>	直接効果	2億15百万円	ロケによる経済波及効果	3億 55 百万円	観光による経済波及効果	156 億 30 百万円	総合効果	162億円
直接効果	2億15百万円								
ロケによる経済波及効果	3億 55 百万円								
観光による経済波及効果	156 億 30 百万円								
総合効果	162億円								
社会効果	<ul style="list-style-type: none"> ・配信向けのドラマではなく、総製作費 150 億円のハリウッド映画を、オープンセットではなく、東京にリアルなロケを誘致することが出来た。 ・映像音響機器の世界的なトップランナー企業による最新鋭のカメラや映像技術を駆使した映像に成田空港、新宿、渋谷といった日本の代表的な都市景観をのせ全世界へ発信させることが今後可能となった。 ・最終撮影地として本作のゲーム発祥の地である日本でのリアロケが実施されたことで我が国へのリスペクトが作品に加味された。 								

2. まとめ

本調査対象作品における効果測定のまとめを行うと、先ず経済効果については、僅か3日間の国内撮影期間に関わらず、本調査事業における他の調査対象作品と同様に、支援した製作インセンティブ額と比較して総合効果は270倍という高い経済効果を測定することが出来た。

また社会効果については、調査対象作品がゲームや映像機材における世界的トップランナーである企業グループによって製作される総製作費150億円のハリウッド映画であり、また日本が最後のロケ地であったという作品の製作の背景に拠る部分が大きかった。

本調査対象作品は、世界公開後は映画ファンのみならず、世界的人気ゲームの実写版として、ゲームファン層を含め幅広い客層の支持が見込まれる。また、最新の技術と撮影方法を駆使した作品として、未だかつてない映像のクオリティーが期待出来、そこに映り込む日本の姿を含めて、注目を集めることが予想される。そしてクオリティーの高い映像でリアルに撮影された日本の景観は、世界に新しいプロモーション効果を生み、今後、我が国へのインバウンド観光等の二次的経済波及効果に繋がっていくことも期待されている。

そして、今回このような価値のあるロケ誘致の機会に我が国が恵まれたことも、製作インセンティブという「呼び水」があったからこそだと認識される。

また、本調査事業と並行して、JFC 主幹で「人材育成実証調査」及び「人材育成制度調査」（以下、人材育成実証調査）が行われた。これは今後の海外大型映像作品のロケ誘致を見据えた上で懸案の課題である受入れの土台となる国内人材の育成を目的としたものである。

人材育成実証調査は令和4年12月12日～令和5年3月31日の期間に、1期と2期に分かれて行われた。内容は座学講義と実際に映像制作現場で国内映像制作者の指導の下、実習カリキュラムが行われた。1期目はアイスランド製作の映画『Touch』の現場にインターン2名が、2期目はハリウッド製作の海外配信ドラマ「Tokyo Vice2」に5名のインターンが派遣されそれぞれ実習が行われた。

人材育成実証調査の結果は、参加した実習生のスキル向上はもとより、改めて、国内の映像制作現場の人手不足の状況が明らかになると共に、受入側の国内映像制作者にとっては、今回のように業界未経験者を対象とした研修を行うことで労務管理に対する意識が変化するという副次的な効果も測定された。

今後も、人材育成実証調査事業が継続的に行われることで、今後の日本の映像業界の人材不足解消につながり、海外大型映像作品の誘致や国内の映像業界の発展に繋がることが期待される。

第5章 本実証調査事業の総括

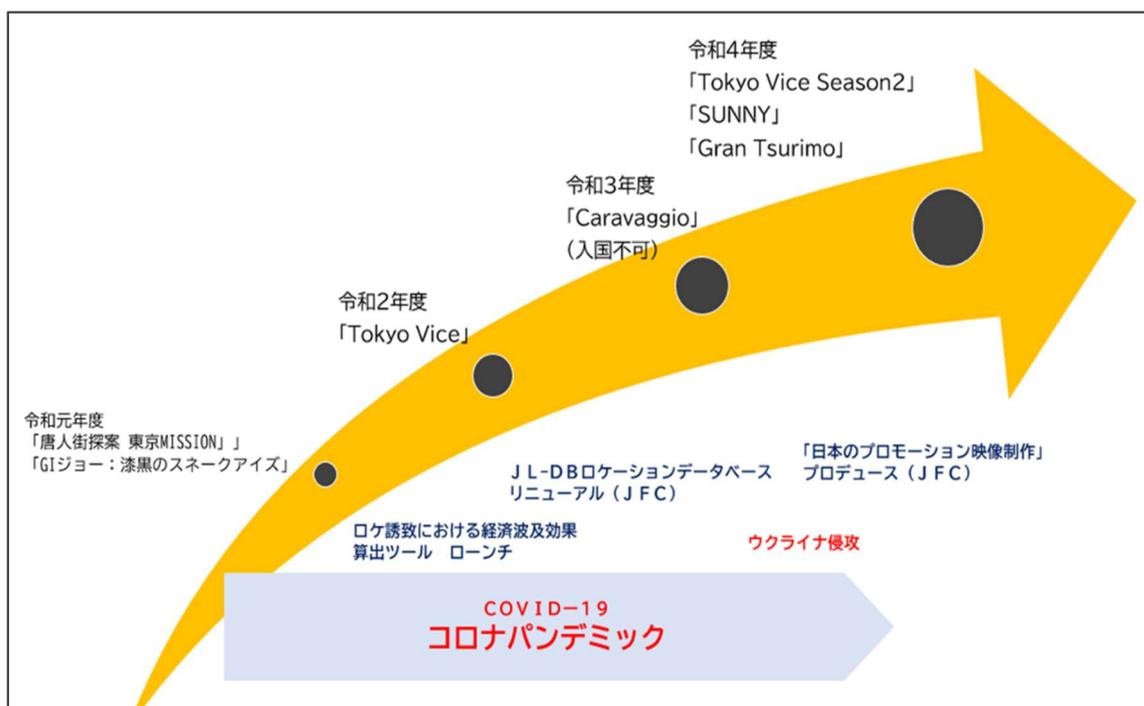
令和元年度にスタートした本実証調査事業は、本年度が最終調査年度となる。本調査事業は製作インセンティブを活用することにより、実際に海外大型映像作品のロケ誘致を行い経済効果、社会効果について定量的、定性的な効果測定を行うと同時に、今後の海外大型映像作品のロケ誘致の伸長を見据えて国内映像環境の課題や改善点についても把握を行って来た。

本調査報告書が最終報告書になるにあたり、本調査事業全体の振り返りと総括を行いたい。

調査開始年の令和元年度は、中国映画『唐人街探偵 東京 MISSION』とハリウッド映画『G.I.ジョー：漆黒のスネークアイズ』の2作品を調査対象の支援作品とし、国内誘致することが出来た。しかしながら、『G.I.ジョー：漆黒のスネークアイズ』のロケ終了時である令和2年2月から新型コロナウイルスの感染拡大が世界的に拡がり、ロケを中断する社会的状況が暫く続いた。この様な状況の中でも、令和2年度にはハリウッド大作の海外シリーズドラマ「Tokyo Vice」を支援対象作品とすることが出来た。

その後も社会的にはコロナ禍が続く状況の中、令和3年度には、ハリウッドのアクション映画『Caravaggio』（プロジェクト名）が支援対象に内定した。

図表5-1 外国映像作品ロケ誘致プロジェクトの振り返り



しかしながら国内でも緊急事態宣言が続く様な状況の中、海外からのロケ隊は入国を果たせず残念ながら国内ロケは中止となった。

令和4年度調査においては令和2年度に誘致した「Tokyo Vice」の続編である「Tokyo Vice Season 2」、同様に海外配信ドラマシリーズの「SUNNY」、有名ゲームソフトの実写版のハリウッド映画『Gran Turismo』を調査対象作品とし国内誘致することが出来た。

製作インセンティブを活用し、実際にロケ誘致を行った6作品を対象に、経済効果や地方のPR効果を含む社会効果、FC業務の課題から国内映像制作環境の改善点まで幅広い範囲で、今後の海外大型映像作品のロケ誘致を見据えて、実地的な検証調査を継続した。

結果的に本調査事業においては、我が国の今後の海外大型映像作品のロケ誘致を検討する上で得難い知見を得ることが可能となった。

そして本調査事業は製作インセンティブを活用し、国内へ海外大型映像作品のロケを誘引すると同時に、海外映像製作者の我が国への関心の惹起や、国内へのインバウンド観光の増加を目的として見据えている。

この様な本調査事業の目的と連動する形で、調査主体者側でも数々の業務改善が行われた。令和2年度には本調査事務局において、新たにロケ誘致における経済効果を可視化する為の「新算出モデル」を構築した。令和3年度にJFCはVIPOと協働で、文化庁により開設された全国ロケーションデータベース(JL-DB)のホームページをリニューアルすると共に、令和4年度には内閣府の「日本プロモーション映像の制作事業」のプロデュースを行い、インターネット上で海外向けに日本の文化や景観の魅力を伝える間口を拡げた。

この様に本実証調査事業と並行して調査主体者側においても本実証調査事業の目的に適合した数々の取り組みが行われたことも追記しておきたい。

以下、調査年度順に支援対象作品と国内ロケ誘致の状況、ロケ誘致の効果測定等について振り返りを行いたい。

尚、令和4年度の調査対象作品であるハリウッド映画『Gran Turismo』の作品概要、国内ロケ誘致の状況、効果測定等については本調査報告書の第3章から第4章に既に記載済みのため割愛をさせて頂く。

1. 令和元年度調査

調査開始年度である令和元年度には、5月20日～6月10日の第一次募集において中国映画の人気シリーズ最新作である『唐人街探偵 東京 MISSION』が、6月14日～7月16日の第二次募集においてはハリウッド映画の人気シリーズ最新作である『G.I.ジョー：漆黒のスネークアイズ』がそれぞれ選定された。

① 『唐人街探偵 東京 MISSION』

中国映画『唐人街探偵 東京 MISSION』の作品概要は下記のとおりであった。

作品名	『唐人街探偵 東京 MISSION』
製作国	中国
製作費及び支援の規模	総製作費／65億円 日本国内製作費／31億円 支援額／48百万円
支援申請主体	D社 ※本作の日本ロケを目的に設立された日本法人（SPC）
公開時期と公開国・地域	令和2年1月より世界公開予定であったが新型コロナウイルス流行が原因で公開延期となる。その後令和3年2月に中国本土で公開後、世界公開され日本では7月に公開された。
日本国内でのロケ地・撮影時期	東京タワー、レインボーブリッジ、浜離宮、秋葉原他 令和元年7月～11月（撮影日数64日間）
主要スタッフ キャスト	監督兼脚本／陳思誠 プロデューサー／尚娜（中国）、古澤佳寛・川村元気（日本） 主演／王宝強、劉昊然 日本人キャスト／妻夫木聡、長澤まさみ、三浦友和
作品概要	『唐人街探偵（僕はチャイナタウンの名探偵）』シリーズは前2作品で累計興行収入42.17億元（約665億円）を超え人気シリーズである。各国に存在する中華街（唐人街）を舞台に、天才的な能力を持つ少年探偵が事件解決に奮闘するストーリーが人気を呼び、シリーズ3作目となる本作は東京が舞台となり、日本でも公開された。

中国映画『唐人街探偵』シリーズは前2作品で累計興行収入42.17億元（約665億円）を超える人気シリーズである。各国に存在する中華街（唐人街）を舞台に、天才的な能力を持つ少年探偵が事件解決に奮闘するストーリーが人気を呼び、シリーズ2作は中国のみならず世界各国で公開された。

支援対象作品はシリーズ第3作目であり、東京を舞台にしたストーリーで日本人キャストが多数起用されている、製作予算は邦画の常識を遙かに超える規模であった。

本作品を制作するにあたり Wanda Media、上海驕亜（Shanghai Shin Asia）、壹同制作（イトン）の共同出資により、日本での映画製作用資産管理会社D社（SPC）が設立された。同社は、実際の日本での映画制作会社としてS社を設立するとともに、同社全体の財務管理と税務の業務をB社に委託するという製作スキームを採用した。これは、出資会社による製作委員会方式が多くを占める国内の映画製作スキームとは一線を画すものであった。

国内ロケの状況

中国映画『唐人街探偵 東京 MISSION』の国内ロケの状況は下記の様な状況であった。

『唐人街探偵 東京 MISSION』の国内ロケの状況

■撮影期間 令和元年7月～11月（撮影日数64日間）

■日本人制作スタッフ数 346人

■ロケ地及びFCの支援状況

《東京ロケーションボックス》

〈ロケ地1〉秋葉原中央通り（上り3車線のうちの2車線を完全通行止め）

〈ロケ地2〉新宿歌舞伎町 シネシティ広場（ゴジラ前広場）

〈ロケ地3〉浜離宮恩賜庭園

《なごや・ロケーション・ナビ》

〈ロケ地1〉名古屋国際会議場

〈ロケ地2〉名古屋市役所

《栃木県フィルムコミッション・足利市》

〈ロケ地1〉宇都宮市 オリオン通り、オリオンスクエア、東武デパート屋上

〈ロケ地2〉足利市 オープンセット

《姫路フィルムコミッション》

〈ロケ地〉圓教寺

《浜松フィルムコミッション》

〈ロケ地〉浜松市 有楽街周辺

実証調査における効果測定

実証調査において測定された経済波及効果やロケ誘致によるは下記の通りであった。

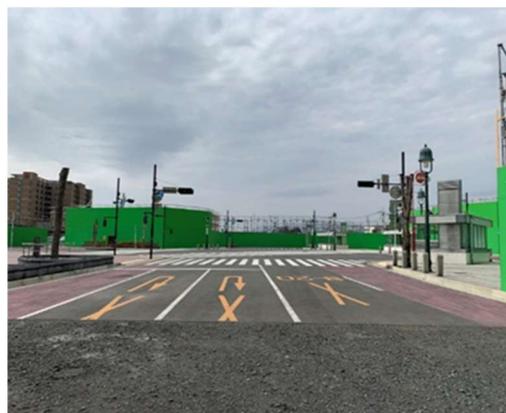
『唐人街探偵 東京 MISSION』ロケ誘致における効果測定まとめ

撮影地	東京タワー、浜離宮、名古屋国際会議場他 (東京都、愛知県他 11 都道府県)
撮影期間	令和元年 7 月～11 月 (撮影日数 64 日間)
支援金額	48 百万円
経済効果	直接効果 30 億 93 百万円 ロケによる経済波及効果 50 億 80 百万円 観光による経済波及効果 1,136 億円 総合効果 1,217 億 73 百万円
社会効果	<ul style="list-style-type: none"> ・足利市「渋谷スクランブル交差点」オープンセットの誕生 撮影終了後直ぐに、他 2 作品が撮影された。 市民や周辺地域の関心の高まり。今後観光行動が誘発されることも期待される。 ・国内映像制作者や地域フィルムコミッションにおける 経験値やスキルの向上 海外大型映画作品の誘致の貴重な経験がスキルの底上げと人材育成に繋がった。 ・ロケ隊と地域住民の交流による住民意識の向上 秋葉原ロケ・宇都宮ロケ他。

『唐人街探偵 東京 MISSION』の国内ロケ誘致における社会効果のトピックスとしては、本作ロケ誘致をきっかけとして栃木県足利市に渋谷スクランブル交差点のオープンロケセットが誕生したことが挙げられる。



渋谷スクランブル交差点オープンロケセット撮影時の様子
(2019 年 9 月)



常設化後の足利スクランブルシティスタジオ
(2022 年 3 月)

渋谷スクランブル交差点を精巧に模したオープンロケセットを市の所有地に建設、撮影終了後に取り壊す予定であったが、映像制作会社からセットを残し活用したい旨の相談があり、最終的に制作した映像美術会社が、市の指定管理者として、オープンロケセットを常設のスタジオとして運営管理することとなり、現在も「足利スクランブルシテイスタジオ」の名称で利活用され継続稼働中である。

作品完成後の動向

2020年1月に公開予定だったが、コロナ禍の中で公開が1年以上延期された。その後、2021年2月に中国本土で公開後、世界公開され、日本では7月に公開された。中国本土をはじめ全世界における興行収入は6億86百万ドル（754億88百万円）を記録する大ヒット作となった。日本国内における興行収入は7000万円と推計される。

世界公開時におけるワールドワイドでのWeb媒体での映画紹介記事は146記事を数え、日本ロケの様子が世界に報じられた³。そして、日本公開時には、国内において雑誌、新聞、TV、ラジオ合計で100記事のパブリシティ効果が見られ、広く国内においても作品が周知された。

『唐人街探偵 東京 MISSION』作品完成後の動向

作品名	映画『唐人街探偵 東京 MISSION』
公開月	(中国) 2021年2月 (日本) 2021年7月
興行収入 (世界)	760億37百万円
興行収入 (日本)	70百万円 (推計)
公開時パブリシティ (世界)	146記事 (オンライン)
公開時パブリシティ (日本)	雑誌41・新聞17・TV26・ラジオ16 合計100記事 (オンライン記事含まず)

³ IMDB PRO https://pro.imdb.com/news/title/tt10370822/?ref_=tt_trending_news

② 『G.I.ジョー：漆黒のスネークアイズ』

令和元年度のもう一つの調査対象作品であったハリウッド映画『G.I.ジョー：漆黒のスネークアイズ』の作品概要は下記のとおりであった。

作品名	『G.I.ジョー：漆黒のスネークアイズ』
製作国	米国
製作費及び支援の規模	総製作費／102億円 日本国内製作費／20億円 支援額／9600万円
支援申請主体	T社
公開時期と公開国・地域	令和3年2月に中国本土で公開後、世界公開され、日本では7月に公開された。
日本国内でのロケ地・撮影時期	姫路城、圓教寺、若江立抗、京橋商店街他 令和2年1月6日～2月28日撮影（撮影日数28日間）
主要スタッフキャスト	監督／ロベルト・シュベンゲ プロデューサー／ロレンツィオ・ディ・ボナヴェンチュラ ジョージナ・ポープ 主演／レイ・パーク
作品概要	<p>世界ヒットコンテンツ「G.I.ジョー」の実写映画シリーズに登場するキャラクター「スネークアイズ」に焦点を当てたスピンオフ映画。これまでにシリーズ2作が製作され、日本を含む世界各国で公開され、シリーズ累計興収は6.7億ドル（約737億円）を記録している。</p> <p>本作のストーリーの大半は日本が舞台となっており、ハリウッドメジャーのアクション映画としては稀なケースである。映画は悪の組織コブラから、日本を拠点とするテロ対策組織「嵐影（アラシカゲ）」を殲滅する命を受けた忍者戦士スネークアイズが、戦いの苦悩の中で大事なものに目覚めていくという正義のストーリーとなっている。</p>

国内ロケの状況

ハリウッド映画『G.I.ジョー：漆黒のスネークアイズ』の国内ロケは下記の様な足取りであった。

『G. I. ジョー：漆黒のスネークアイズ』の国内ロケの状況

<p>■撮影期間 令和2年1月6日～2月28日（撮影日数 28日間）</p> <p>■日本人制作スタッフ数 499人</p> <p>■ロケ地及びFCの支援状況</p> <p>≪岸和田市≫ （ロケ地）岸和田城・五風荘</p> <p>≪姫路フィルムコミッション≫ （ロケ地）姫路城、書寫山圓教寺、亀山御坊本徳寺</p> <p>≪大阪フィルム・カウンスル≫ （ロケ地1）京橋商店街、上方落語協会会館、尻無川、岩崎橋 （ロケ地2）東大阪市若江 寝屋川南部地下河川 若江立坑</p> <p>≪映像のまち あしかが≫ （ロケ地） スクランブル交差点オープンロケセット（足利競馬場跡地）</p> <p>≪茨城県 つくばみらい市≫ （ロケ地） ワープステーション江戸</p>

実証調査における効果測定

映画『G.I.ジョー：漆黒のスネークアイズ』の国内ロケ誘致による、経済効果、社会効果についての効果測定を振り返りたい。

『G. I. ジョー：漆黒のスネークアイズ』ロケ誘致における効果測定まとめ

撮影地	姫路城、圓教寺、若江立坑、ワープステーション江戸等 （東京都、兵庫県、大阪府、茨城県の4都県）								
撮影期間	令和2年1月6日～2月28日（撮影日数28日）								
支援金額	96百万円								
経済効果	<table border="0"> <tr> <td>直接効果</td> <td>19億66百万円</td> </tr> <tr> <td>ロケによる経済波及効果</td> <td>29億60百万円</td> </tr> <tr> <td>観光による経済波及効果</td> <td>244億40百万円</td> </tr> <tr> <td>総合効果</td> <td>293億66百万円</td> </tr> </table>	直接効果	19億66百万円	ロケによる経済波及効果	29億60百万円	観光による経済波及効果	244億40百万円	総合効果	293億66百万円
直接効果	19億66百万円								
ロケによる経済波及効果	29億60百万円								
観光による経済波及効果	244億40百万円								
総合効果	293億66百万円								
社会効果	<ul style="list-style-type: none"> ・ロケ地の文化芸術的モニュメントになりうる大規模ロケ『ブラックレイン』『ラスト・サムライ』等の歴史上のメモリアル的なロケに加わり、さらなるロケツーリズムを生む可能性。 								

	<ul style="list-style-type: none"> ・公共インフラにおけるロケの実施 ロケ地である若戸立坑（東大阪市）は公共施設であり普段耳目を集めることは少ない。今後ロケ地として注目されると共に、新たなインフラ・ツーリズムに繋がる可能性もある。 ・映像制作者や地域フィルムコミッションの成長機会獲得 初めて製作規模が世界スケールの映画作品に関わることが得難い成長の機会となった。 ・ロケ撮影による地域貢献、地域住民との良好な関係構築 姫路ロケ・大阪京橋ロケ他
--	--

映画『G.I.ジョー：漆黒のスネークアイズ』のロケ誘致の社会効果の一つとして大阪・京橋地区での地域活性化事例が挙げられる。ハリウッド映画『G.I.ジョー：漆黒のスネークアイズ』の誘致は、京橋地区にとって映画『ブラックレイン』以来30年振りのハリウッド映画のロケ誘致であった。ロケ誘致後の京橋地区はハリウッド映画のロケ地として注目度が増し、大阪府都島区の区報「広報みやこじま」G.I.ジョースネークアイズ特集号は6万3千部配布された。

またロケ誘致後、商店街の人々もハリウッド映画のロケ地となったことを誇りにしており、お店に「ロケ地マップ」を常備しているお店も多い。現在も「ロケ地マップ」は商店街の良き宣伝ツールとなっている状況である。



大阪府都島区区報・広報「みやこじま」(2021年10月G.I.ジョー特集号)
(資料提供 大阪フィルム・カウンシル)

作品完成後の動向

作品完成後、2021年7月に全米で公開され、日本国内においては10月21日に公開された。全世界の総興行収入は目標予算の88百万ドル（97億50百万円）に対して40百万ドル（44億32百万円）と下回った⁴。国内興行収入は、6753万円であった。世界におけるインターネット上の媒体露出は407記事に及び、また国内における作品の媒体露出はTV（21番組）、新聞・雑誌（57件）、オンライン記事（358件）となっており、TVパブリシティーにおける露出は、6億6945万円の広告費換算の効果が試算されている⁵。

『G. I. ジョー：漆黒のスネークアイズ』作品完成後の動向

作品名	映画『G. I. ジョー：漆黒のスネークアイズ』
公開月	(全米) 2021年7月 (日本) 2021年10月
興行収入 (世界)	97億50百万円
興行収入 (日本)	6753万円
公開時パブリシティー (世界)	407記事 (オンライン)
公開時パブリシティー (日本)	新聞・雑誌57・TV21・オンライン358 合計436記事 (TVパブリシティーは広告費換算 6億6945万円の媒体効果)

③ フォローアップ調査について

令和元年度の調査対象作品である映画『唐人街探偵 東京 MISSION』と映画『G. I. ジョー：漆黒のスネークアイズ』については、令和3年度にそれぞれの作品のロケを誘致した全国地方都市のその後の変化についてのフォローアップ調査が行われた。

ロケ隊が地域で直接使う制作費や宿泊・飲食などの消費等の直接的な経済効果、またロケ隊との交流、ロケ支援などの地域の協力によるコミュニティ意識の活発化等のロケ誘致時に発生する社会効果を併せて「直接効果」と呼ぶが、フォローアップ調査において計測された効果は、作品公開後の地域の知名度アップや地域ブランディングの効果などの、「直接効果」と比べると比較的長い時間軸で発現していく「間接効果」である。

フォローアップ調査において調査対象となったロケ地、地域フィルムコミッションは

⁴ IMDb https://pro.imdb.com/title/tt8404256/?ref_=recent_view_4

⁵ 作品紹介時間のGRP（延べ視聴率）をCM出稿した場合の広告費に換算し試算

下記のとおりであった。

フォローアップ調査対象のロケ地・FC等

大阪府岸和田市
岸和田市観光振興協会・岸和田市 魅力創造部観光課

大阪市
大阪フィルム・カウンスル（FC）

兵庫県姫路市
姫路フィルムコミッション（FC）

栃木県足利市
映像のまち あしかが（FC）
足利スクランブルシティスタジオ（屋外スタジオ）

茨城県 つくばみらい市
ワープステーション江戸（撮影施設）



映画『G.I.ジョー：漆黒のスネークアイズ』公式ロケ地マップ⁶

⁶ 画像出典 JFC ホームページ <https://www.japanfc.org> より抜粋

フォローアップ調査の対象ロケ地において海外大型映像作品のロケ誘致後に生じた変化等は下記の通りであった。

フォローアップ調査において把握されたロケ誘致後に生じた変化

調査対象ロケ地・FC等	海外大型映像作品のロケ誘致後に生じた変化
岸和田市 (G. I. ジョーロケ地)	<ul style="list-style-type: none"> ・岸和田城がハリウッド映画ロケ地となり、オリジナルロケ地マップ2万部を配布 ・市内映画館との連携（通常映画館での配布物の設置は難しいケースが多い） ・特製コラボポスターで南海電鉄全車両をポスタージャック ・市が日本忍者協議会へ加入し、新ブランディング始動
大阪フィルム・カウンスル (G. I. ジョーロケ地)	<ul style="list-style-type: none"> ・京橋地区商店街がハリウッド映画ロケ地として注目された（地域活性化団体と連携） ・ロケ誘致で新たなディープ大阪のロケ地が発掘された（尻無川・岩崎橋） ・ハリウッド映画という大型ロケ作品の支援実績が出来、今後のロケ誘致の可能性が広がった
姫路フィルムコミッション (唐人街・G. I. ジョーロケ地)	<ul style="list-style-type: none"> ・姫路ロケ作品の新たな伝説追加 ・『唐人街』中国本土へ大量のロケ地マップ送付。『G. I. ジョー』インバウンド用ロケ地マップ1万部配布 ・『G. I. ジョー』公開記念イベント開催（ロケ弁フェア含む）
映像のまち あしかが 足利スクランブルシティ スタジオ (唐人街ロケ地)	<ul style="list-style-type: none"> ・撮影で使用したスクランブル交差点オープンロケセットの継続活用 ・2020年12月、オープンロケセットを一般市民に公開 ・リモート撮影、オンラインイベント実施等、施設活用の幅拡張
ワープステーション江戸 (G. I. ジョーロケ地)	<ul style="list-style-type: none"> ・ハリウッドアクション映画誘致による新たな作品領域の獲得と、国内時代劇専門施設からの変貌 ・海外作品専門の制作会社との関係構築 ・海外から見て日本有数の撮影施設を目指すというビジョンの獲得

各地域共、製作インセンティブの効果により誘致された海外大型作品のロケの機会を自らの地域のPRの機会として、現在も積極的に活用している状況が検証された。

今後は対象作品のさらなる世界的な周知により、各ロケ実施地域の観光誘客効果、インバウンド効果等の大きな経済効果に繋がっていくことが期待される。

2. 令和2年度調査⁷

令和2年度の本調査事業においては9月28日～10月30日の第一次申請期間の応募状況の中から、海外シリーズドラマ「Tokyo Vice」が調査対象作品に選定された。「Tokyo Vice」の作品概要は下記のとおりであった。

作品名	「Tokyo Vice」
作品形態	シリーズドラマ 全8話
製作国	米国
製作費及び 支援の規模	総製作費／90億円 日本国内製作費／45億円 支援額／1億円
申請主体	R社 ※本作の製作を目的に設立された日本法人（SPC）
公開国・時期	北米ではHBO Max(ストリーミング配信)で令和4年に配信された。その他地域も順次配信予定。
日本国内でのロケ 地・撮影時期	令和2年11月～令和3年6月迄 東京都内を中心に全編日本撮影。(新宿・渋谷・赤羽エリア他)(撮影日数115日間)
支援FC	東京ロケーションボックス
主要スタッフ キャスト	監督／マイケル・マン(エピソード1) 脚本／J・T・ロジャース プロデューサー／ジョン・レッシュャー、アランポール 主演／アンセル・エルゴート、渡辺謙、伊藤英明、菊地凜子他

調査対象作品の「Tokyo Vice」は米国のストリーミング配信サービス HBO Max にて配信される全8話のシリーズドラマである。

ドラマはジェイク・エーデルステインというアメリカ人の若者が、1990年代に日本の新聞社で実際に記者として働いた経験を元に作られたフィクションを原作として、社会部の事件記者に抜擢された主人公が、刑事を通じて日本の警察と犯罪者の複雑な結びつきを知り、闇の真相を追うために裏社会を駆け巡るというストーリーで、ディープな東京、深く入り込んだ者だけが描くことができるリアルな日本へ、視聴者を案内する

⁷ 本調査事業においては令和2年度～3年度は2年越しの調査プロジェクトであったが、本報告書においては便宜上区分した。

内容となっている。

第1話の監督に、世界的巨匠マイケル・マンを迎えるなどハリウッドの一流の制作者が撮影を陣頭指揮し、主演は次世代のハリウッドスターと呼び声の高いアンセル・エルゴートが演じ、刑事役は日本を代表する世界的俳優の渡辺謙が演じ、その他伊藤英明、菊池凜子らも脇を固め出演している。この様な豪華な制作陣、キャストで全編を日本で撮影するという前例のないハリウッド大作のドラマ企画である。

作品の製作スキームについてであるが、米国での出資製作は、HBO と 4 大エージェンシーに数えられる William Morris Endeavor グループである Endeavor Content が行った。日本製作の直接的な製作出資は米国のプロダクション LLC である Tokyo Rock LLC が窓口となっており、Tokyo Rock LLC は国内企業 B 社が設立した SPC・R社と製作業務委託契約を結び、日本の既存の製作会社を介せずに製作を進めている。製作スキームの特長としては日本でもハリウッドモデルを踏襲し、製作を一元管理するため SPC 方式を採用し、製作経理における予算組みから工程管理に至るまで国際スタンダードが導入された。

国内ロケの状況

海外シリーズドラマ「Tokyo Vice」の国内ロケは下記の様な履歴であった。

コロナ禍の中でのロケ再開（2021年11月）にあたり、都内における円滑なロケ実施のために、マイケル・マン監督とプロデューサーのジョン・レッシャーが小池都知事へ表敬訪問を行い、撮影支援の協力を求めた。

「Tokyo Vice」国内ロケの状況

- 撮影期間 令和2年2月～令和3年6月（令和2年3月～10月はコロナで中断）
- 撮影日数 115日間
- 日本人制作スタッフ数 244人

- ロケ地及びFCの支援状況
支援FC：東京ロケーションボックス

<東京都内ロケスポットの一部>

- ・渋谷スクランブル交差点・バス停
- ・渋谷百軒店
- ・新宿歌舞伎町
- ・新宿バッティングセンター
- ・新宿ゴールデン街
- ・六本木 瀬里奈前
- ・赤羽 商店街

実証調査における効果測定

海外シリーズドラマ「Tokyo Vice」国内ロケ誘致による、経済効果、社会効果についての効果測定の確認を行いたい。

「Tokyo Vice」ロケ誘致における効果測定まとめ

撮影地	(東京都内) 渋谷、新宿歌舞伎町、六本木、赤羽他
撮影期間	令和2年2月～令和3年6月(令和2年3月～10月はコロナで中断) (撮影日数 115日間)
支援金額	1億円
経済効果	直接効果 10億27百万円 ロケによる経済波及効果 17億31百万円 観光による経済波及効果 220億15百万円 総合効果 247億73百万円
社会効果	<ul style="list-style-type: none"> ・ハリウッドの大型予算映像作品を誘致が難しいと言われる東京に誘致することが出来たという文化的、社会的意義。 ・制作現場のスタッフの約80%が日本人であり雇用促進の社会効果が見られた。 ・映像制作スタッフは普段経験出来ない海外大型映像作品の現場の経験とスキル向上の機会を獲得することが出来た。 ・映像制作スタッフは海外一流の制作陣と一緒に仕事をすることが出来たことが将来のモチベーションアップに繋がった。 ・ロケを支援したFCのスキルと経験値が向上した。 ・新型コロナウイルス感染防止対策においてハリウッド基準の安全対策を参考にすることが出来た。 ・製作経理等、国際スタンダードの作品管理方法を吸収することが出来た。 ・今後の海外映像作品のロケ誘致へ向けて、国内映像制作環境における更なる具体的な課題の抽出が進んだ。

作品完成後の動向

シーズン1は、米HBO Maxで配信され視聴率も好成績であった。日本国内では、2022年4月7日よりWOWOWで放送、配信された。海外でもカナダ、フランス、オーストラリア、西アジア、北アフリカなどがHBO Maxとライセンス契約を締結した。また今後も世界各国へ向けて配信される予定である。

3. 令和3年度調査

令和3年度の支援対象作品は助成申請期間における応募状況により米国映画作品である『Caravaggio』（プロジェクト名）に決定した。しかしながら、折からの新型コロナウイルスの変異株であるオミクロン株の感染者増大により、海外スタッフの入国が不可能となり、残念ながら本作の日本ロケは中止となった。『Caravaggio』の作品概要は下記のとおりであった。

プロジェクト名	『 Caravaggio 』
作品形態	劇場用長編映画（アクション映画・シリーズ続編）
製作国	米 国
製作費及び支援の規模	日本国内製作費予算／2億74百万円 支援予定額／6千万円
申請主体	L社
公開時期	2023年3月予定（当初は2022年5月予定）
公開国	世界公開（過去シリーズは全世界100ヵ国以上で公開）
予定撮影時期 予定ロケ地	2022年1月20日～22日 大阪・奈良ロケを予定していた。
主要スタッフ キャスト	監督／チャド・スタエルスキ 主演／キアヌ・リーブス、イアン・マックシェイン他
作品内容	2014年に公開された米映画のシリーズ続編4作目となる。 引退した凄腕殺し屋の復讐劇を描くアクション物語
シリーズ過去作	オリジナル作品（2014年） 製作予算 約20億円／世界興行収入 約95億円 シリーズ第2作（2017年） 製作予算 約40億円／世界興行収入 約190億円 シリーズ第3作（2019年） 製作予算 約75億円／世界興行収入 約362億円

2020年11月、調査対象作品である『Caravaggio』の米国エグゼクティブ・プロデューサーから日本側の制作プロデューサーへ「本作品の日本ロケを2021年春か、秋に行いたい」旨の連絡があり、年明けの2021年1月には、日本側の受け入れ制作会社をL社とすることで合意が成立し、ロケ誘致に向けて準備が進められていた。

2021年11月27日、世界保健機関（WHO）はオミクロン株を「懸念される変異株」に指定し、日本政府は11月30日に外国人の新規入国を停止することを発表した。その後、2022年1月11日に外国人の入国禁止体制が2月末迄延長されることが発表され、日本ロケは正式に中止となった。

結論として、たとえコロナ禍の中ではあっても「入国禁止措置によるロケの中止」ということが今後も続く様な事があれば、我が国から海外大型作品のロケーション誘致を益々遠ざける結果となるリスクを想起せねばならない。また同時に、この様な措置は我が国が映画や映像芸術の持つ経済的重要性への認識や、文化的価値への理解が低い、リスクが無いという世界的な評価をされることに繋がるのではないだろうか。長期にわたる海外からのロケ誘致を考える第一歩として、まずは海外映像制作者を尊重し、その立場に立って考えることが重要であると思われる。

令和3年度の本調査事業はこのような示唆と教訓を残した様に思われてならない。

4. 令和4年度調査

令和4年度の本調査事業においては、5月12日～6月10日の第一次申請期間に申請された作品の中から海外配信向けのシリーズドラマである「Tokyo Vice Season 2」と「SUNNY」の2作品が調査対象作品に選定された。

(1) 「Tokyo Vice Season 2」

海外シリーズドラマ「Tokyo Vice Season 2」の作品概要は下記のとおりであった。

作品名	「Tokyo Vice Season 2」
作品形態	海外シリーズドラマ 全8話
製作国	米国
製作費及び支援の規模	総製作費／100億円 日本国内製作費／56億円 支援金額／7千万円（非課税）
申請主体	R社 ※本作の製作を目的に設立された日本法人（SPC）
公開国・時期	北米はHBO Max(ストリーミング配信)で令和5年配信予定。 その他地域は現在交渉中。
日本国内でのロケ地・撮影時期	令和4年11月～令和5年5月迄 東京都内（赤坂、赤羽）を中心に、長野、静岡もロケ地として、全編を日本で撮影、約145日間を予定。（一部を一週間米国で撮影）
支援FC	東京ロケーションボックス ながのフィルムコミッション
主要スタッフ キャスト	監督/アラン・プール、ジョセフ・クボタ・ヴラディカ、福永壮志 脚本/J・T・ロジャース エグゼクティブ・プロデューサー/マイケル・マン、渡辺謙 主演/アンセル・エルゴート、渡辺謙、レイチェル・ケラー、 菊地凜子

「Tokyo Vice Season 2」は令和2年度の調査対象作品であった海外シリーズドラマの続編である。本作品は前作と同様に米国のストリーミング配信サービスHBO Maxにて配信される予定である。

巨匠マイケル・マンをはじめハリウッドの第一線で活躍し続けているクリエイターた

ちが再び東京に集結し、主演のアンセル・エルゴート、渡辺謙、菊地凜子らの日本を代表して世界で活躍する俳優陣が引き続き参加している。作品の製作スキームについても前作と同様であり、今後国内の製作現場の国際化や海外大型作品の製作ノウハウの向上に寄与することが引き続き期待されている。そして、今回東京のみではなく静岡、長野でもロケ撮影を行っている。

また本作においても、前シリーズ撮影時と同様に、メインでのロケ撮影が東京都内となる為、また、コロナ禍でのロケ撮影にあたり都内における円滑なロケ実施の為に、海外製作陣、そしてエグゼクティブ・プロデューサーと主演を務める俳優・渡辺謙らによる小池百合子都知事へ表敬訪問が行われ、撮影支援の協力のお願いがなされた。

そして今回は都知事のみならず国会議員の支援、協力を得ることが可能となった。クールジャパンに関連する複数議員にロケ現場の視察をしてもらい、都内ロケへの強力を仰ぐことで、結果的に撮影許可が降りにくい場所でもスムーズに撮影が進められたのである。

国内ロケの状況

海外シリーズドラマ「Tokyo Vice Season2」は完成に向けて現在もロケを行っているが、現在迄のロケの履歴は下記のとおりである。

「Tokyo Vice Season2」国内ロケ誘致の状況

- 撮影期間 令和4年11月～令和5年5月終了予定
- 撮影日数 145日間（予定）
- 日本人制作スタッフ数 326名（作品全体）

■ 「Tokyo Vice 2」の主なロケスポットと支援FC

<東京>

- ・憲政記念公園
- ・神田駅前（路地）
- ・外務省前通り
- ・赤坂（繁華街）
- ・赤羽（飲食店等）
- ・渋谷（ホテル等）

<支援FC>

- ・東京ロケーションボックス（東京都）
- ・ながのフィルムコミッション（長野県）

実証調査における効果測定

海外シリーズドラマ「Tokyo Vice Season2」国内ロケ誘致による、経済効果、社会効果についての効果測定の確認を行った。

「Tokyo Vice Season2」ロケ誘致における効果測定まとめ

撮影地	東京都内(憲政記念公園、神田駅前、外務省前、赤坂、赤羽) 長野、静岡								
撮影期間	令和4年11月～令和5年5月(撮影日数145日間予定)								
支援金額	7千万円								
経済効果	<table> <tr> <td>直接効果</td> <td>14億72百万円</td> </tr> <tr> <td>ロケによる経済波及効果</td> <td>24億85百万円</td> </tr> <tr> <td>観光による経済波及効果</td> <td>220億15百万円</td> </tr> <tr> <td>総合効果</td> <td>259億72百万円</td> </tr> </table>	直接効果	14億72百万円	ロケによる経済波及効果	24億85百万円	観光による経済波及効果	220億15百万円	総合効果	259億72百万円
直接効果	14億72百万円								
ロケによる経済波及効果	24億85百万円								
観光による経済波及効果	220億15百万円								
総合効果	259億72百万円								
社会効果	<ul style="list-style-type: none"> ・総製作費100億円のハリウッド大作ドラマシリーズが東京を中心に全編日本でロケされた社会的・文化的意義 ・都知事訪問や国会議員のロケ現場視察等により、海外大型作品のロケ誘致事業の社会的認知が向上し、ロケ誘致がスムーズに進んだ。 ・作品全体で総数326名の日本人制作スタッフの雇用促進効果、また、国内映像制作スタッフのモチベーションとスキルの継続的に向上した。 ・所轄警察との信頼関係構築により、前作以上に都内でのロケの許認可がスムーズになった。 ・前作に引き続き制作経理(予算管理含む)、契約法務等のバックオフィス業務の「世界標準スキル」の取り込みが進んだ。 ・インターン5名が研修として制作現場に参加し、今後の海外大型作品の誘致に照準を合わせた人材育成が進んだ。 								

④ 「SUNNY」

海外配信向けドラマ「Tokyo Vice Season 2」の作品概要は下記のとおりであった。

作品名	「SUNNY」
作品形態	海外シリーズドラマ 全10話
製作国	米国
製作費及び 支援の規模	総製作費／70億円 日本国内製作費／40億円 支援額／6千万円
申請主体	T社
公開国・時期	北米、日本を含む全世界向けに、Apple TV プラスで令和5年に ストリーミング配信予定。
日本国内でのロケ 地・撮影時期	令和4年7月～12月迄、京都、東京、関東近郊で全編を撮 影。
支援FC	京都市メディア支援センター
主要スタッフ キャスト	監督／ルーシー・チェルニャック 撮影監督／ラリー・スミス 脚本／ケイティ・ロビンズ エグゼクティブ・プロデューサー／ルーシー・チェルニャ ック、 ケイティ・ロビンズ、ラシダ・ジョーンズ 主演／ラシダ・ジョーンズ、西島英俊、国村隼、YOU、 ジュディ・オング

米国ドラマシリーズ「SUNNY (邦題)」は、米国 Apple 社が提供している動画配信サービス「Apple TV+」のオリジナルシリーズとして令和5年に配信開始予定の作品である。

ストーリーは2050年の近未来の日本が舞台となっており、京都に暮らすアメリカ人の未亡人スージーと人型ロボット「サニー」との交流に軸に据えたユニークなSFダークストーリーとなっている。

製作スキームは令和元年度の調査対象作品である『G.I.ジョー：漆黒のスネークアイズ』の国内制作を担当したT社が米国製作会社A24より制作を受託している。

監督はNetflixオリジナル作品など数々のドラマシリーズを手がけるルーシー・チェルニャック、キャストは主演のスージー役にラシダ・ジョーンズ、日本人の夫・マサ役にはアカデミー賞国際長編映画賞を受賞した『ドライブ・マイ・カー(2021)』でその演

技力を高く評価された西島秀俊が起用されている。

本作品は米国の動画配信サービスとしては過去に例を見ないほどの規模と長期間の日本国内ロケを行う結果となった。京都や東京で撮影された庶民的な日常風景等が、我が国の魅力として世界に発信され、新たなプロモーションとなることが期待されている。

国内ロケの状況

海外配信向けドラマ「SUNNY」の国内ロケの履歴は下記のとおりである。

「SUNNY」国内ロケ誘致の状況

■撮影期間 令和4年7月11日～12月26日（撮影日数101日）

■日本人制作スタッフ数 250名

■「SUNNY」の主なロケスポット（エリア）と支援FC

<京都>

- ・京都国際会館
- ・古川町商店街
- ・祇園新橋
- ・祇園南側地区

<東京近郊>

- ・神奈川県藤沢市（寺院）
- ・神奈川県横浜市 山の手地区
- ・千葉県鴨川市 里山地区
- ・千葉縣市原市 上総大久保駅
- ・埼玉県川越市 小江戸伝建地区
- ・山梨県南都留郡 山中湖

<支援FC>

- ・京都市メディア支援センター

実証調査における効果測定

海外配信向けシリーズドラマ「SUNNY」の国内ロケ誘致による、経済効果、社会効果の効果測定は下記のとおりであった。

「SUNNY」ロケ誘致における効果測定まとめ

撮影地	京都(国立京都国際会館、祇園甲部、新橋)、東京(霊友会) 関東近郊								
撮影期間	令和4年7月11日～令和4年12月26日(撮影日数101日間)								
支援金額	6千万円								
経済効果	<table border="0"> <tr> <td>直接効果</td> <td>40億円</td> </tr> <tr> <td>ロケによる経済波及効果</td> <td>67億52百万円</td> </tr> <tr> <td>観光による経済波及効果</td> <td>220億15百万円</td> </tr> <tr> <td>総合効果</td> <td>327億67百万円</td> </tr> </table>	直接効果	40億円	ロケによる経済波及効果	67億52百万円	観光による経済波及効果	220億15百万円	総合効果	327億67百万円
直接効果	40億円								
ロケによる経済波及効果	67億52百万円								
観光による経済波及効果	220億15百万円								
総合効果	327億67百万円								
社会効果	<ul style="list-style-type: none"> ・伸長著しい海外配信メディアによる、邦画大作を遥かに凌ぐ予算規模のシリーズドラマが日本を象徴する景観である京都、そして東京近郊で全編国内撮影されたことによる文化的意義 ・作品設定が2050年の近未来の京都であり、外人女性とAIロボットとのストーリーという作品の斬新さにおける芸術的価値の創造と日本の新たな世界プロモーションの獲得 ・コロナ禍で停止していた海外大型作品のロケ誘致が再開され、6ヶ月にも及ぶ長期の国内ロケが敢行され、常時、日本人制作スタッフ250名体制による雇用促進効果が発生した。 ・日本人制作スタッフは世界標準の映像制作技術の習得し、また地域FCは京都ロケを中心に経験値とスキルが向上した。 ・海外ドラマシリーズの大規模な製作予算により、国内では通常使用されない京都国際会館や都内の宗教施設が新たなロケ地として海外映像制作者から注視された。 ・海外のバジェット管理の専門家が常駐し、最新の制作予算管理、制作経理を経験、習得することが出来た。 ・5億円のコロナ防疫予算をかけ独自の感染防止プロトコルに準じた安全対策が行われたことにより、国内に例を見ないロケ現場の安全対策を学ぶことが出来た。 								

5. 国内映像制作環境における課題

本調査事業では、日本においてインセンティブが海外からの大型映像作品の撮影ロケーション誘致にどのような効果があるのか、実際に海外から大型映像作品の撮影ロケーション誘致を行って定量的、定性的に把握することを目的とすると同時に、平成29年よりスタートした「ロケ環境の改善に関する官民連絡会議」の内容を踏まえて、海外からの大型映像作品のロケ誘致を今後実際に行っていくための国内の撮影制作環境の課題を抽出することを目的としている。

令和元年度の調査開始から令和4年度迄、調査対象作品のロケ誘致において海外映像製作者と制作現場を共有する中で、今日ある国内映像制作環境における課題や改善点が把握された。以下、各課題項目について共有を行いたい。

組織風土

海外の大型映像作品と国内作品では平均すると制作スタッフが3倍以上になるため、シーンに関わらず撮影は大がかりになる。また国内作品で使用する車両は普通20台であるが海外の現場では100台位の車両が普通に使用される。

そして、このような現場規模の相違から組織風土も大きく異なり「海外の制作チームはタスクフォースをベースにした大企業的な組織であり、今迄の日本の制作チームは助け合いをベースにした手工業、もしくは中小企業的な組織である」と言うことが出来る。そのため、海外作品の現場は職務分掌が徹底されており、職務以外のことは担当しない。またセーフティスタッフやクラフトと呼ばれるお茶場担当等、国内の現場にはない部門が存在する。

また、同じ名称の職務の内容も、海外と日本では異なっていたりする。例えば日本方式、海外方式どちらにおいても1st～3rdのADは存在するが担っているミッションが異なるのである。日本においてADは現場の細かい部分まで掌握するが、海外方式では日本においては製作プロデューサーに近い立ち位置の統括的な立場である。

また海外の現場ではクリエイティブな部分でスタッフ同士の対立があると部署異動によって解決を図る。このような点は、昨今ハラスメントが問題になりがちな日本の映像制作現場においても参考になるやり方である。

今後も国内においてハリウッドスタイルの大作ロケが増加することを考慮すると、国内方式に固執することなく、世界標準の組織風土やスタイルを理解し受け入れて行くことが重要だと思われる。

「海外の制作現場を経験して、日本映画の徒弟制の様な現場のシステムから脱却しようとする若手が増えて来ている。最近では外資系の配信事業会社がその様な日本の人材の受け皿になって来ている。」

(令和2年度「Tokyo Vice」日本制作プロデューサー)

国際人材

海外大型映像作品のロケを受け入れて行く上で、現在国内のバイリンガルスタッフ数が絶対的に不足している。海外大型作品の撮影が入ると、バイリンガルスタッフの多くが同じ作品に参加してしまい、同時進行で作品が来た場合は、スタッフの取り合いになり兼ねない。国内では現在、2作品の受入れが限界である。

この様な国際人材の不足が原因で、日本でのロケを希望していながら、結局他国で撮影を行った様なケースも多い。だからこそ今後の海外大型作品のロケ誘致の伸長へ向けて、国際的な人材の育成が急務である。そして海外との共同制作を進めて行く上で求められるスキルは語学だけでなく、映像制作に関する知識と、海外映像制作者と対等の立場で交渉出来たり、コントロール出来る主体性も必要とされる。

また海外映像製作者とロケ現場を繋ぐフィルムコミッションの現場においても、グローバルなスキルを持つ人材は不足している。自治体職員が多いフィルムコミッションの担当者は、人事異動で変わることが多く、知識や経験、人脈の引継ぎが難しい。また、言語対応ができるスタッフが所属する組織も少ない。そのため、経験とスキルの高いスタッフを継続的に確保し、広域的にサポートできる体制を日本全体で進める必要がある。

上記の様に、制作現場、F C共に高いスキルを持つ国際人材を育てて行くことが喫緊の課題である。その様に育成された国際人材が、今後の海外作品のロケ受入れにおいて確かな受け皿となってゆくであろう。この様な状況を背景として現在J F Cが主幹となり人材育成実証調査事業が始動している。実際に海外大型映像作品の現場の実習生を派遣し研修を行うものであるが、今後は産学が連携した中長期的な視点において人材育成のプロセスが検討され、人材育成を基盤とした国内映像産業の発展が図られることが期待されている。

労務管理

海外の映像制作現場においては組合が存在し、労働条件が協定によりしっかりと定められている。例えば、労働時間（10時間ルール）や報酬（オーバータイム支給）が規定されている。その一方、日本の制作側に強力な組合がないので、国内作品にその規則はなく、実態は現場の進捗が優先される過酷な労働実態がある。

本調査事業の現場においても、海外の映像制作スタッフは本国に組合があり、日本においても安定した雇用条件の下で働いているが、日本人の制作スタッフの雇用契約の中には労働時間やオーバータイム手当は規定されておらず、実態は国内の映像制作現場と同様の現場優先のハードな制作作業を行っていることが把握された。また、オーバータイム手当等の追加報酬は海外製作者側と交渉は可能であるが、日本の制作スタッフは従来の働き方に慣れてしまっている為、このような交渉のテーブルに乗っていない現実も把握された。

しかしながら今後の海外大型作品のロケ誘致が継続して行くためには、日本人スタッフが海外スタッフと同条件の下、働けることが重要である。その為には日本人スタッフ側にも条件交渉を行う交渉力が必要となる。その改善が適わなければ、国内の映像制作産業と同様に海外作品の受け皿となる人材がより一層枯渇していくリスクがある。

契約法務

海外の映像制作現場においては、「口約束」における契約は事後に法的立証が非常に困難であるため、すべてにおいて基本的に契約書を交わす。それは「エキストラ参加」の様な項目にまで及んでいる。

また海外では映画は「金融商品」であることが多いため、その価値が棄損しない様に、ロケにおいてもあらゆる相手先と「ロケーションアグリーメント」と呼ばれる契約を結ぶ。このようにして、後々クレーム等の問題が発生することが無い様に契約によって作品をプロテクトする。この様な海外制作の実態を日本の制作側は理解しなければならない。また英語での契約書を確認して交わせる必要があるため、バックオフィスにおいてもバイリンガル人材が必要である。

製作経理

日本の製作経理の現状は未だ世界標準とは程遠い状況にある。先ず製作の予算書を国内では未だエクセルフォーマットで作成しているケースが多いが、世界標準では Movie Magic 等の専門ソフトを使用して予算書を作成する。事後改竄可能なエクセルフォーマットの予算書を海外プロデューサーは先ず受け付けない。国際標準では会計ソフトも週次決算（国内は月次決算が標準）が可能な Smart Accounting と呼ばれるソフトを使用している。今後の海外映像作品のロケ誘致が継続し、この様な世界標準の製作経理に習熟する人材が増加すれば、以後海外作品の受け入れはよりスムーズになることが予想される。

また海外において映画は多くの場合、金融商品である。それ故に、製作費における予算管理製作費の執行の内訳は厳格なオーディッド（監査）を受け、その管理には「透明性」が求められる。その一方で日本の既存の製作経理は、映画の出資者と制作者が同じ会社や人物であったり、ある作品で発生した損失を別の作品で帳尻を合わせたり、作品会計と法人会計が混在していたりと「ブラックボックス化」する傾向がある。その様な中で令和2年度「Tokyo Vice」の国内製作の為に SPC を組成したことは、この様な世界標準の製作経理の基準に因應するためだったとも言える。

そしてロケ誘致の実地の現場では、令和4年度「Tokyo Vice Season2」においてシーン毎にコスト管理がされており、日本の製作予算の様に、作品の全体予算を超過しなければ良しとする様な緩さは無かった。しかも全ての予算決裁は事前承認が必要な状況であった。

令和4年度「SUNNY」においては海外からコストコントローラーが常駐し、現場全体を俯瞰しながら予算管理が行われ、日本側経理スタッフも10人体制で対応した。

上記の様な海外では普通に行われている予算申請業務と特殊な映画製作経理を理解し習熟している国内人材は希少であり、今後の海外作品の受入れの為には急速な人材育成が必要である。また、製作経理においても語学力が必要とされる為、現場と同様にバックオフィスにおいてもバイリンガルの人材が必要とされている状況である。

著作権システム

ハリウッドでは映像作品の権利は永久に製作会社に帰属し、日本の様に2次利用の度に、著作権がパブリックドメインとなる迄の長期間、個人印税が発生する様な複雑さは無い。この様な作品利用に係る著作権システムの相違が海外との共同製作が進まない一因であるという指摘もある。今後の海外大型映像作品のロケ誘致の伸長を目標とするのであればハリウッド等の世界標準に合わせた、海外映像製作者がそのビジネスにおいてスピーディーな意思決定を図れる様な著作権システムの改変が望まれる。

撮影許認可

クールジャパン等の成功から、日本に魅力を感じ国内でのロケを希望する海外映画人は多いが、「日本は公共道路や公共交通の撮影許可がなかなか降りず、撮影が難しい」と言われ、この様な「日本の撮影地確保の困難さ」「撮影のハードルの高さ」から日本ロケを断念し、日本をテーマにした作品でありながら、わざわざ別の国に赴いて撮影する様なケースが後を断たない。ロケにおける撮影の許認可申請においても世界標準と比較すると国内の状況は現在、未だ改善途上にあると言える。

実態としては建物の撮影許可を得るための制度が確立されていないことや、道路使用許可においても撮影許可のルールが整備されていない為、結局、その時の警察担当者の属人的な差配に委ねられているという様な指摘もある。また、文化的に日本は、結果を出すまでに様々な根回しを必要とし、回答までに時間を有してしまうのも要因と言える。

令和2年度「Tokyo Vice」と令和4年度「Tokyo Vice Season2」における都知事への訪問や国会議員からの支援は撮影許認可に一定の効果があったが、結局、現状も許認可においては属人的な要素も多分にあり、抜本的な制度の改善には至っていない。実際、作品関係者からは「(撮影許認可が)現状のように制作側の人脈や経験によるところが大きくなればなるほど、海外大型作品にとってわかりづらいシステムとなり撮影地として敬遠される理由となってしまう」という意見もあった。

今後の海外作品のロケ誘致の為にはスピード感と手続きの簡便さを兼ね備えた撮影許認可の為の「システムやルール」を作っていく必要がある。そしてその撮影許可を得るための「システムやルール」は客観的で安定感があり、再現性が高くなければならない。

海外の映画人、映像製作者の目線からは早急な改善が求められていることは言うまでもなく、改善されない限りは今後も、日本を舞台にした題材でありながら、実際は海外諸国で撮影を行うという様なケースが頻繁に起こることが予想される。

安全対策

海外の制作現場における安全基準はハリウッドの製作会社や俳優組合等の感染防止の安全基準に準拠しており、そこにはスタッフや役者の生命、安全を守ることを最優先とする姿勢がある。そして撮影現場での危険物管理や、保険加入なども徹底している実態がある。

令和2年度「Tokyo Vice」のロケにおいては、全スタッフに週3回のPCR検査が義務付けられ、PCR検査の費用だけで億単位の予算が付けられた。また、ヘルス&セーフティーチームと呼ばれる感染防止のためのスタッフが常時50人単位で編成され、制作スタッフのみならず、ロケ先の店舗の人々にも全員にPCR検査を行うという徹底

した感染防止対策が行われていた。

また令和4年「SUNNY」の撮影現場においては5億円のコロナ防疫予算が製作費の他に設定され独自のプロトコルに準じた感染防止対策が実施され、制作ゾーン別に週1～3回のPCR検査が行われた。

国内の制作現場ではコロナ禍の中で十分な安全対策が取られないまま撮影が進められ地域とのトラブルが生じたケースも散見され、安全対策としては大きな乖離がある。現場においても出演者やスタッフへの安全配慮を優先するハリウッドの姿勢に国内映像制作者も学ぶべき点が多い様に思われる。

上記の様に海外作品のロケ現場においては国内のレベルを遥かに超えた安全対策が実施されている。そして今後の海外大型映像作品のロケ誘致の現場においても海外の安全基準と同等のレベルの安全対策が求められることを想定しなければならない。

大型スタジオ建設

『Tokyo Vice』では長期の撮影期間、東宝スタジオを利用したが海外大型作品の誘致を前提にすると日本には現在、圧倒的に大型スタジオ施設が不足している。」
(令和2年「Tokyo Vice」日本側制作プロデューサー)

「撮影許認可の困難さ」と共に、海外制作者から声上がるのは、国内に海外大型作品の撮影を、余裕を持って受け入れることが出来る大型スタジオが不足していることである。過去には海外の大作のレベルの撮影に対応出来るスタジオが日本に無いため、ロケ誘致を逃したというケースもあった。また海外制作者を国内最大の東宝スタジオへ案内したところ、「狭過ぎる」とコメントされたという逸話もあった。

今後の海外作品のロケ誘致のためには、海外大型映像作品を、余裕を持って迎え入れることのできる大型スタジオ及びロケセットの建設が必要と思われる。

令和4年度「Tokyo Vice Season2」においては、東宝スタジオの他に東京近郊の廃校の体育館をスタジオユースとして貸し出している場所を利用しているが、遮音等に苦心し、音響設備を完備し、十分に屋内の高さがある専門スタジオの利用が渴望された。

令和4年度「SUNNY」においては長期のロケ撮影のため、継続して帯で空いているスタジオが国内に無いため、東宝、日活、大映角川、東映京都の4スタジオに分け分割して撮影を行った。

上記調査対象作品に生じた状況の様に、海外大型作品を今後スムーズに国内に誘致するためには余裕のある大きさと専用設備を備えた大型スタジオを国内に建設、確保していくことが強く望まれており、状況を変えて行く為にはスタジオ建設等に国が投資減税

を施すことも一つの方策と言えるであろう。

また、スタジオではないが本プロジェクトによる誘致された作品が、契機となって栃木県足利市に建設された渋谷スクランブル交差点のオープンロケセットは、同作品の撮影終了後も頻繁に、他の作品の撮影に利用されている。ロケセット建設の成功事例と言えるものであるが、耐久性や維持に関する課題はある。そのため、例えば恒久的に撮影に利用出来る都内の代表的景観のオープンロケセットを地方に造ることができれば、撮影誘致の観点だけでなく観光効果も含めて期待出来るアイデアとも言える。

製作インセンティブ

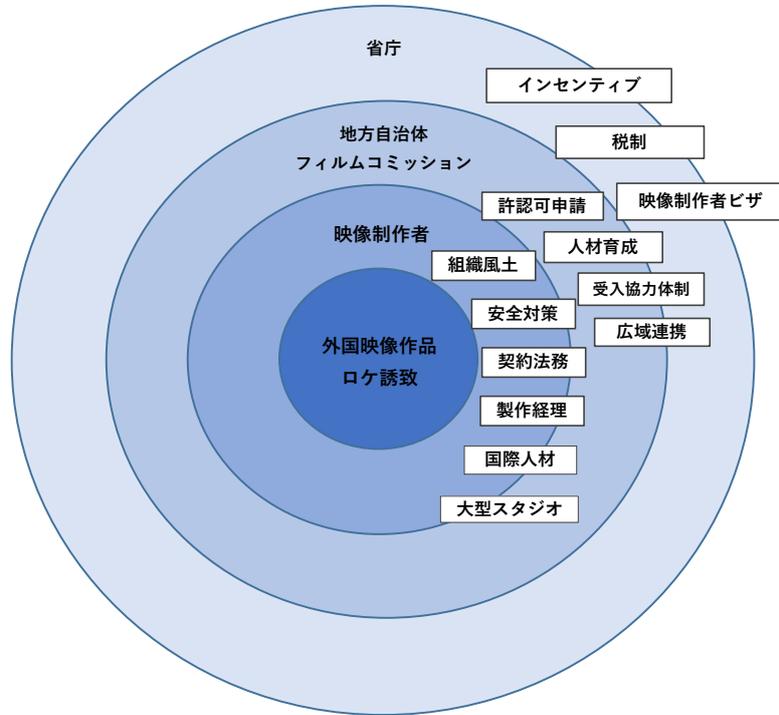
海外の映像制作者がロケ候補地を検討する場合、撮影誘致インセンティブの有無は大きな意思決定の要素となり得る。「日本で撮影したいがインセンティブがない」その様に海外の映像製作者から言われている状況が、日本ロケから遠ざけている要因の一つである。

多大な経済効果が見込まれる大型作品のロケ誘致は、全世界が積極的に行っており、誘致した作品に対してインセンティブを設けているのはもはや常識であり、諸外国ではインセンティブ制度導入により大規模作品のロケ誘致を実現させ、ロケ誘致により数百億円にも上る経済効果を楽しんでいる。例えば、韓国、台湾、タイ等の近隣アジア諸国では、国内での一定の消費を条件に、製作費の15～30%をインセンティブとして支給するインセンティブ制度を導入している。本調査事業においても、既に拠出したインセンティブの金額を遙かに凌ぐ、経済効果が実証されている。もはや、我が国が官民一体となって国際水準かつ長期的な運用が可能なインセンティブ制度を導入することに迷う余地は無いと言えるであろう。

今後、海外諸国で繰り広げられているロケ誘致合戦に打ち勝ち、我が国において海外大型作品のロケ誘致の伸長を図って行くためには、やはり諸外国の様に海外映像製作者にとって魅力的に映り、国際水準かつ長期的に運用可能なインセンティブ制度を、国の主導で制度設計し導入して行くことが必須である。

そうしなければ我が国は、ロケ誘致において世界から取り残される一方である。

図表 5 - 1 認識された課題例



6. 調査事業総括

本章においては令和元年度の本調査事業のスタートから、令和4年度の調査迄、掘り返しを行った。

本調査事業は、製作インセンティブを活用することにより累計で6作品の海外大型作品を実際に国内にロケ誘致し経済効果、社会効果等について定量的、定性的な効果測定を行うと共に、海外からの大型映像作品のロケ誘致を今後実際に行っていくための、国内の撮影制作環境の課題の抽出を行って来た。

以下、調査対象作品における効果測定の総括を行いたい。

① 調査対象作品の内訳

本調査事業における調査対象作品の累計の内訳は、中国映画1本（『唐人街探偵 東京 MISSION』）、ハリウッド映画2本（『G.I.ジョー：漆黒のスネークアイズ』、『Gran Turismo』）、海外配信向けのドラマシリーズが3本（『Tokyo Vice』、『Tokyo Vice Season2』、『SUNNY』）であり、累計の調査対象の支援作品は6作品であった。

調査対象作品の内訳

作品内訳	本数
中国映画	1本
ハリウッド映画	2本
海外配信ドラマ	3本
合計	6本

② 支援フィルムコミッション

本調査事業は海外作品のロケ誘致を通しての地方の活性化も目的の一つとしていたが、調査対象作品のロケ誘致を支援した全国のフィルムコミッションは累計で9団体であった。

調査対象作品を支援したフィルムコミッション

<p>■関東地区 東京ロケーションボックス 栃木県フィルムコミッション 映像のまち あしかが</p> <p>■甲信越静地区 ながのフィルムコミッション 浜松フィルムコミッション</p> <p>■中部地区 なごや・ロケーション・ナビ</p> <p>■近畿地区 大阪フィルム・カウンスル 京都市メディア支援センター 姫路フィルムコミッション</p>	(以上9団体)
--	---------

③ 国内撮影日数

調査事業を通しての調査対象作品別の国内撮影日数は下記の通りであり、本実証調査を通しての撮影日数は456日であった。(尚、原則移動日等は除く本隊撮影日の日数とした。)

調査対象作品の国内撮影日数

作品名	国内撮影日数
唐人街探偵 東京 MISSION	64日
G.I.ジョー:漆黒のスネークアイズ	28日
Tokyo Vice	115日
Tokyo Vice Season2※	145日
SUNNY	101日
Gran Turismo	3日
合 計	456日

※「Tokyo Vice Season2」は撮影終了までの予定日数。

④ 日本人制作スタッフ数

本調査事業は海外大型映像作品のロケ誘致の効果による雇用創出、人材育成等も目的としていたが、支援対象作品の制作に従事した日本人制作スタッフ数は下記のとおりであった。調査事業全体で合計1,805人の雇用促進効果が分析された。

日本人制作スタッフ数

作品名	日本人制作スタッフ数
唐人街探偵 東京 MISSION	346 人
G.I.ジョー:漆黒のスネークアイズ	499 人
Tokyo Vice	244 人
Tokyo Vice Season2	326 人
SUNNY	250 人
Gran Turismo	140 人
合 計	1,805人

⑤ 経済効果

本調査事業において分析された経済効果について総括を行いたい。

支援対象6作品の支援額合計4億34百万円に対し、直接効果は117億73百万円、「ロケによる経済波及効果」は193億63百万円、「観光による経済波及効果」は2,197億15百万円、以上を合計した総合効果は2,508億51百万円と試算された。

直接効果は支援した製作インセンティブの金額の27.1倍、「ロケによる経済波及効果」は44.6倍、「観光による経済波及効果」は506.3倍、総合効果578倍と推計された。

すなわち製作インセンティブ1円当たり27.1円の直接効果、44.6円の「ロケによる経済波及効果」、506.3円の「観光による経済波及効果」、578円の総合経済効果を分析することが出来た。

この様に経済効果については製作インセンティブを活用した海外大型映像作品のロケ誘致によって、非常に大きな経済効果が期待出来ることが本調査事業により実証された。

調査対象作品のロケ誘致における経済効果 (単位：百万円)

作品名	支援額	直接効果 (a)	ロケによる経済 波及効果 (b)	観光による経済 波及効果 (c)	総合効果 (a+b+c)
唐人街探偵 東京 MISSION	48	3,093	5,080	113,600	121,773
G.I.ジョー:漆黒のスネークアイズ	96	1,966	2,960	24,440	29,366
Tokyo Vice	100	1,027	1,731	22,015	24,773
Tokyo Vice Season2	70	1,472	2,485	22,015	25,972
SUNNY	60	4,000	6,752	22,015	32,767
Gran Turismo	60	215	355	15,630	16,200
合 計	434	11,773	19,363	219,715	250,851

⑥ 社会効果

分析された社会効果については、まずハリウッドの大作映画のロケ誘致自体がロケ地にとって社会的インパクトを持つことが確認された。またロケ撮影後のレガシーとしては、現在もロケに活用されている足利市の渋谷のスクランブル交差点を精巧に模したオープンロケセット様な分かり易い社会効果も確認された。

海外大型映像作品は制作に従事するスタッフ数も多いため先述の様に、国内映像産業における雇用促進効果が見られた。また同時に、全ての調査対象作品において、未だかつて経験することが無かった、海外大型作品の現場を海外映像製作者と共に共有することで、国内映像制作者のモチベーションとスキルの向上が見られ、またスキルと経験値の向上という点ではロケ誘致を支援するF C側にも同様の効果が見られた。

そして、今後の海外大型映像作品のロケ誘致を見据えての、現在の国内映像制作環境の課題や改善点においてはロケ誘致に実際に参加することで具体的に抽出することが可能となり、国際人材の育成から製作経理、懸案の製作インセンティブの制度設計まで幅広く、多種多様な課題が認識される結果となった。

この様な制作環境における課題において、日本で当たり前と思われている状況は、実は世界標準からは大きくかけ離れており、ロケ誘致において実は今まで機会損失を生んでいる状況が存在した。本調査事業に付随して行われた令和3年度の海外映像作品ロケーション誘致調査事業においては様々な要因から、過去に「日本でのロケが断念された作品」について、機会損失した我が国へ生じるはずであった経済効果は2,574億円であったと試算されている。

今後の海外作品のロケ誘致を検討する上で、各課題について「世界標準」に合わせた「ルールと仕組みづくり」を行っていく必要があることが今回の実証調査において認識することが出来た。

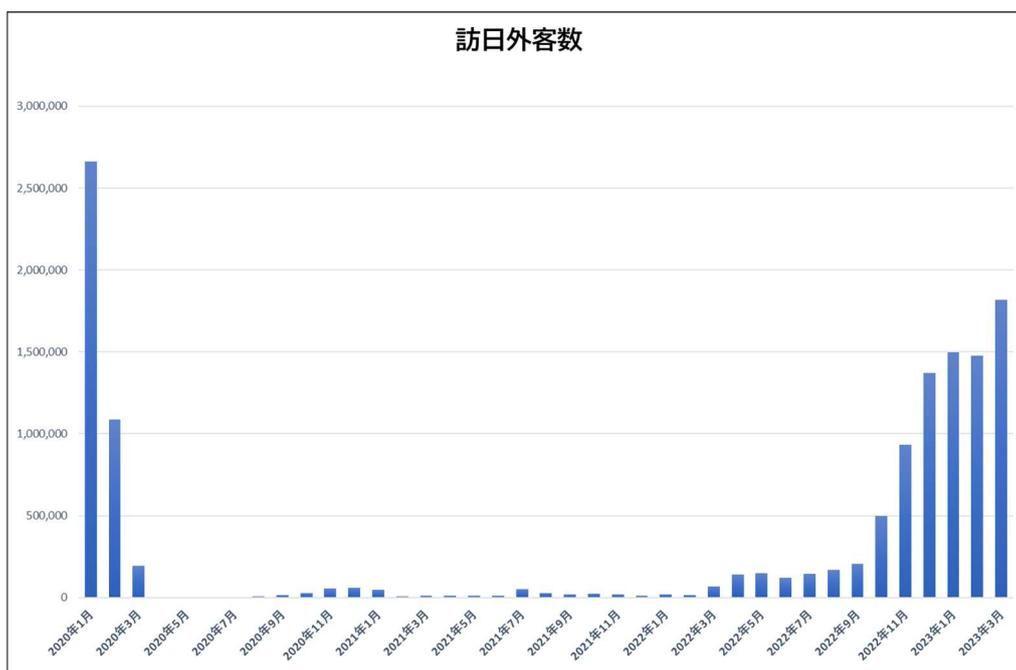
そして、この様な課題に今後取り組んで行くことは、平成29年よりスタートした「ロケ環境の改善に関する官民連絡会議」の内容を踏まえた、海外作品のみならず国内の映像製作環境の改善に繋がってゆくことが期待される。

また令和3年度調査においては、支援対象作品の国内ロケがコロナ禍における入国制限の為、中止を余儀なくされた。中止に至る経緯、顛末において、我が国の海外映像製作者へのリスペクトの欠如や、映画をはじめとする海外大型映像作品の国内ロケ誘致における経済的そして文化的価値についての社会的な理解促進を図る必要性が認識された。この様な社会的課題についても認識を深めることが出来たことも本実証調査事業の社会効果の一つと言えるであろう。

7. おわりに

令和元年に始動した本実証調査事業は、新型コロナウイルスの世界的パンデミックの中で、長らく大きな目的の一つである海外からの観光需要の増加について出口が見い出せない中で推移して来たが、令和5年に入りようやく海外からの国内入国条件が緩和され、ビフォアコロナの社会状況を背景として現在再び国内インバウンド観光の伸長の兆しが生じている。

図表5-2 訪日外客数の推移



(資料出所 JNTO 日本政府観光局 統計データ)

本実証調査事業においては、製作インセンティブを活用し実際に海外大型映像作品のロケーション誘致を行うことで、ロケ誘致による経済効果や社会効果について定量的、定性的な分析を行ってきた。また都市部のみならず、地方への撮影ロケーションの誘致を目指し、フィルムコミッションの機能強化や国内撮影ロケーションの更なる改善と地域のPR力の拡大を図ることも目的として調査事業を進めた。

海外には日本でのロケ撮影に惹かれる映像製作者も多い。我が国はロケ誘致により、「自国の産業発展」、「海外からの投資」、「インバウンドによる観光需要」などの大きな経済効果を楽しむ可能性を秘めている。

また今後の世界の映像製作の状況においては映画に加え、海外配信事業者等がワールドワイドの作品を大規模予算で製作することが予想され、益々、海外映像作品のロケ誘

致における経済的価値が増大する可能性がある。そして諸外国ではインセンティブ制度導入により既に大規模ロケ誘致を実現させ、ロケにより数百億円にも上る経済効果を受している状況がある。

結論として本実証調査事業において、海外大型作品のロケ誘致事業が実際に莫大な経済的利益を産み出すことが明らかとなり、また国内映像産業による雇用促進や人材育成、ロケ地の地域PRの向上等の様々な社会効果が分析され、また同時に海外大型映像作品のロケ誘致の具現化への国内における課題や道筋も検証された。

また、本実証調査事業に付随する形で始動したJFC主幹の「人材育成実証調査事業」は、今後は平成29年にスタートした「ロケ撮影の環境改善に向けた官民連絡会議」と連動する形で情報共有され、国内映像産業の人材育成が進むことにより、我が国における海外大型映像作品のロケ誘致の受入体制が強固なものになることが期待されている。

今こそ、我が国が製作インセンティブの制度設計や人材育成等の国内の環境整備を進め、海外大型作品の積極的なロケ誘致へ向けて着実な一步を踏み出す時であることを提言し本実証調査事業の結びとしたい。

(参考資料) 外国映像作品ロケ誘致プロジェクト概念図



(参考資料)
令和元年度～令和4年度
外国映像作品ロケ誘致プロジェクトのまとめ

■調査対象作品

中国映画1本、ハリウッド映画2本、海外配信向けドラマ3本 累計6作品

■支援 FC 累計9団体

■国内撮影日数 456日

■制作に従事した日本人スタッフ数 1,805人

■経済効果

支援インセンティブ額 4億34百万円

直接効果 117億73百万円

ロケによる経済波及効果 193億63百万円

観光による経済波及効果 2,197億15百万円

総合効果 2,508億51百万円

※製作インセンティブ1円当たりの総合経済効果は578円

■社会効果

国内映像産業育成、雇用促進効果。人材育成。FC スキル向上。ロケ地 PR 効果。
世界へ向けて日本の魅力発信。国内映像制作環境の課題把握等。

■本調査事業の結論

製作インセンティブを活用した海外大型映像作品ロケ誘致で高い経済波及効果実証と、
国内映像産業、全国地域FC、映像制作環境等、多方面への社会効果を把握。
今こそ、我が国は海外大型映像作品ロケ誘致へ向けて舵を切るべきである。