

# 大阪フィルム・カウンシル資料

(大阪フィルム・カウンシル チーフコーディネーター 大野 聡氏)

### 映画『交渉人 the MOVIE タイムリミット高度10,000mの頭脳戦』（2009年）

湾岸工場地域の道路封鎖とカーアクションの撮影。

### 映画『プリンセス トヨトミ』（2010年）

市内道路封鎖、一晩で5000人を超えるボランティアエキストラの動員。

### 映画『ミュージアム』（2015年）

市内道路を封鎖し、車の横転シーン等のカーアクション。

### 海外映画『マンハント』（2016年）

大阪市内での水上アクションシーン等。

### 海外映画『THE OUTSIDER』（2016年）

市内道路封鎖を行い、路面電車の運行させての撮影。

国内と諸外国の撮影事例を調査・比較しても

**日本が特別に撮影が出来ないわけではない**

しかし現実問題として、国内外の映像製作者から「日本は撮影の許可が下り辛い」「日本は撮影し辛い」と捉えられているのは何故か？

## これまで取り組んで来た課題点

マラソンやイベントは道路封鎖が出来るのに映画撮影が道路封鎖しづらい原因とは？  
→ **同じ道路封鎖という言葉でも封鎖内容や条件が大きく違うため**

### 根本的な違い

- ・ 封鎖を提案し撮影するまでの準備期間。
- ・ 撮影によって道路封鎖の区間や内容が全く変わる為、前例が意味を成しにくい。
- ・ 道路交通法が適用されないように行う封鎖（道路性の否定）が必要な場合がある。

### 金銭面の違い

- ・ 撮影での道路封鎖は長時間である事や、撮影に関係のない人をコントロールしなければならない場合が多い為、マラソン等の警備に比べ警備代がかかる。

### 主催者（申請者）の違い

- ・ 市民マラソン等は多くの場合、主催者が実行委員会や協議会形式であり、自治体が主催者側にいる。
- ・ 映画（映像）撮影行為が文化的な価値や意味と、企業の営利目的の行為であるという両面性を持っているため、自治体が主催者に名を連ねることが難しい。

道路封鎖を伴うマラソンやイベントでは前例や経験の積み重ねがあり、やらなければいけない事が一定のレベルで**明確化**されている。それに比べ撮影行為は道路封鎖をテンプレート化出来ないため、ハードルが高い道路封鎖になってしまうのが実情。

**同じ道路封鎖という言葉でも封鎖内容は大きく違う**という事を、フィルムコミッションと映像製作者が理解し適切な準備をしていく。地域の知識や経験の面はフィルムコミッションがサポートし、映像製作者がどのような準備をしていけばいいか判断できる材料を提供する。

### 期間の明確化

準備期間

### 費用の明確化

適正な見積もり、予算の確保

### 規模の明確化

撮影内容と自由度のバランス

フィルムコミッションが**早い段階で適切な情報や準備手法を提示**できれば、映像製作者は**その準備を出来るか出来ないかで判断が可能**となる。ただし映像製作者に道路封鎖などの大規模規制に必要な知識やノウハウが蓄積されれば、必ずしもフィルムコミッションが必要というわけではない。

**多くの大規模撮影が行われた結果、一部のフィルムコミッションや映像製作者は既に次の課題に取り組んでいる。**

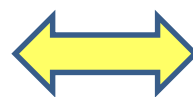
### 新たな課題

公共の場で大規模な撮影を行う場合、地域へ及ぼす影響を考慮すると封鎖等の調整を行う前に、撮影に**「公益性」**が認められるかどうか**が重要だが「撮影の公益性」が明確化されていない**ため、映像製作者が潤沢な製作資金や準備期間を用意出来たとしても、今の日本では法律や規制が問題になる以前の段階で大きな壁にぶつかってしまう。

## 撮影許可に関する基本的な考え

### 撮影を行う事で生じる**損失**

- ・ 交通の妨害
- ・ 地域住民への負担
- ・ 雑踏により発生する事故や混乱



**比較裁量**

### **公益性** (撮影がもたらす良い効果)

- ・ 経済効果 (直接的、間接的)
- ・ 観光誘客
- ・ 地域PR効果

→ 損失面は他の事例などから算出可能。

## 撮影の公益性を巡る問題点

- ・ 実施者 (主催者) が自治体ではない。
- ・ 撮影が国や地域の為になるという事がわかりにくい。
- ・ 公益性が認められるかは作品ごとの判断になり、迅速に調整を進めていく事が難しい。
- ・ 公益性が認められるかどうかの基準が無い。
- ・ 誰にでもわかりやすい言葉や数字で評価されていない。

撮影の公益性について「**裁量の余地の少ない客観的で明確な要件**」で定められていない。

- 予算や時間、人材が無くても一定のレベルの撮影は出来る環境。
- 予算や時間があればどんな撮影でも出来る環境。

**映像製作者が選ぶことができる環境（都市）である事が重要**

海外作品の支援を通じてわかった事は「日本は撮影の許可が下り辛い」「日本は撮影し辛い」と捉えられている大きな要因が、今の日本は「**予算や時間があればどんな撮影でも出来る環境**」ではない事。

「予算や時間があればどんな撮影でも出来る環境」を醸成するには、撮影の**公益性**を見える化をしていく必要がある。

### 現在の取り組み

撮影が地域にもたらせる**文化的な価値**や**観光への効果**は**確実にある**ものの、大阪の様な大都市はその効果が**客観的な評価**につながる様な**明確な数字**になり辛い。**客観的な評価（数字や数値）**で示しやすい要素にスポットを当て「撮影は地域にメリットがある」という事を**見える化**させる取り組みを実施。

- ・ 受益者拡大のためのシステムや制度の構築。
- ・ インセンティブ制度、またはそれに準ずる制度の設置検討。

# 大阪フィルム・カウンシルの取り組み

受け入れ体制を構築・強化し、撮影が行われる事で生じる**地域へのメリットを大きくしていく事が、地域の受益者を拡大**させていく事にも繋がる。

	対象	客観的な評価をしやすいメリット	大阪の取り組み
地域の受益者	一般企業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 撮影協力での収益</li> <li>・ 新規事業の創出</li> <li>・ 企業のPR効果（宣伝広告含む）</li> </ul>	大阪ロケーション誘致部会 民間企業のロケーションサービス（鉄道会社など）
	地域住民	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 映画、ドラマに出演できる。スターに会える。</li> <li>・ 観光、地域振興など様々な波及効果。</li> <li>・ 映像産業が拡大していけば雇用の対象となる。</li> </ul>	ボランティアエキストラ 地域への情報発信 その他、啓蒙活用
	映像関連企業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域の雇用創出、実績の蓄積</li> <li>・ 売り上げの増加</li> <li>・ 知識や経験の蓄積、技術向上</li> </ul>	今後の課題

## 大阪ロケーション誘致部会

大阪への映画やテレビドラマなどのロケーション誘致を図るため、**オール大阪**として情報を共有し、映像制作者のニーズに応じた情報提供・協力を行い、ひいては地元とのタイアップの提案ができるような情報交換が主な活動目的。

大阪府内の**自治体 27 団体、企業等 23 団体**が参加。年 4 回の会議の他に勉強会や制作者との交流イベントなども開催。

大阪ロケーション誘致部会全体での支援作品数の推移（括弧内は大阪 F C のみの数値）

平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
811(188)	747(138)	851(142)	1020(149)	993(135)	1086(129)

平成 28 年度内訳(回答23団体)

	映画	TV	CM	ビデオ	スチール	その他
平成28年度	70(17)	628(52)	50(15)	85(39)	109(6)	151(0)

※WEB、企業VP、MVなどはビデオに分類。1作品であっても複数の団体が支援した場合、2件以上にカウントされる場合があります。

# インセンティブ制度の必要性

映像製作者がインセンティブ制度の恩恵を受けるためには、**制度創設者（都市など）の定めた認定基準**や**申請要件**をクリアする必要がある。

インセンティブ制度は映像製作者と地域（制度導入都市）の双方に大きな恩恵をもたらせるが、それ以外にも自治体で把握できなかった効果や数字を見える化させる効果がある。

## 経済効果

撮影における支出は直接的な経済効果だが、自治体が支出の明細は通常入手できない。しかしインセンティブの税還付を受けるためには最終的に製作結果概要、**最終的な支出詳細**及び付属の書類（最終の支出明細など）を提出する必要がある。

## 地域雇用

地域人材の雇用をインセンティブの認定基準に設ける事で、雇用の促進につながる。製作者は雇用の証明をする必要がある為、**地域雇用の全体概要が把握可能**となる。

**インセンティブを受けるための条件をクリアした作品は公益性が高いと認められる。**

**国や自治体が公益性が非常に高いと担保した作品である事**を客観的に示せるようになる事は、大規模な撮影が行える環境を整えることに繋がる。

撮影が増えれば**観光振興、文化振興、地域振興、地域プロモーション**などデジタル化し辛い要素でも、地域に自然と浸透していき次の段階へ進めやすくなる。



# 大阪フィルム・カウンスルが目指すもの

短期

## フィルムコミッションが中心となって受け入れ環境や制度を整備

制度やシステムは映像製作者の自由を奪う為ではなく、自由な作品作りの為に必要なもの。映像製作者と地域を繋ぐフィルムコミッション（自治体）が地域の状況に合わせWIN-WINとなるような内容で整備していく。

中期

### 環境（受益者の拡大）

地域の理解度向上  
地域産業の拡大  
大規模な撮影が可能な環境



繰り返すことで双方の規模は大きくなる



### 撮影の実施

直接的な経済効果など  
ノウハウや実績の蓄積  
様々な負担の軽減

長期

市民や都市が映像産業を支えている



相互理解・相互作用

映像産業が市民や都市を支えている

撮影や映像産業が地域に欠かせないものとして評価する街

→産業、文化、観光、人などすべてが密接に連携する都市