

地域経済の振興等に資する外国映像作品 ロケ誘致に関する実証調査

実施報告書概要

令和2年3月
株式会社クオラス

第1章 調査の目的

1 本調査の目的

我が国において、インセンティブが海外からの大型作品のロケ誘致にどのような効果があるか、実際に海外から大型映像作品のロケ誘致を行って成功事例を創出し、またそれによる地域液剤の振興等を定量的・定性的に把握することを目的とする。

2 本調査の実施体制

本調査の実施にあたり、調査委員会を組成。

- ・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
 - 萩原 雄二 GT東京法律事務所 弁護士
 - 新藤 次郎 協同組合日本映画製作者協会 代表理事
 - 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 理事長（当時）
 - ダニー・チュー MIRAI株式会社 代表取締役社長
 - 沼田 通嗣 一般社団法人全日本テレビ番組製作者連盟 理事
- ・全体統括
 - 外丸 智宏 株式会社クオラス
 - 前田 桂志 株式会社クオラス
- ・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
 - 山田 徳彦 白鷗大学 経営学部 教授
- ・調査報告書監修
 - 小俣 充 東大街づくり大学院
- ・インセンティブ運営・調査事務局
 - 楨田 寿文 特定非営利活動法人 映像産業振興機構 事務局次長
 - 水越 浩司 特定非営利活動法人 映像産業振興機構
 - 嵐 智史 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

第2章 映画のロケ誘致と地域

1 映画の製作過程と地域

- ・「映画」と「地域」の関係について映画の製作プロセスを辿りながら整理。
- ・地域への波及効果は経済効果、社会効果の何れにおいてもロケ受け入れ時からの「直接効果」とロケ終了後から作品公開等までの「間接効果」がある。

2 映画のロケ誘致とフィルムコミッション

- ・全国のフィルムコミッションは毎年増加しており2019年6月末時点で335団体に。
- ・国内ロケの増加はフィルムコミッションの支援によるものである。
- ・一方、海外作品のロケ誘致については課題も多く、今後の改善と伸長が期待されている。

3 ロケ誘致による経済波及効果について

経済効果の種別、概念、発生過程について。

「直接効果」

地域内でロケを機会に消費や投資

「第1次間接波及効果」

地域内外からの原材料の生産額

「第2次間接波及効果」

次なる経済波及効果による生産額

「総合効果」

第3章 調査対象作品について

1 「唐人街探案3（僕はチャイナタウンの名探偵3）」

作品名	「唐人街探案3（僕はチャイナタウンの名探偵3）」
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／4800万円（消費税別）
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25日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。
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1年7月～11月
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	「唐人街探案（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42.17億円（約665億円）を超え、動画配信サイトでの総再生回数は100億回以上の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。 （日本では未公開）。シリーズ3作目となる本作は東京が舞台となり、日本でも公開が予定されている、妻夫木聡等人気キャストが出演するため、日本国内でも大ヒットが見込まれている。

2 「G.I.ジョー：漆黒のスネークアイズ」

「G.I.ジョー：漆黒のスネークアイズ」の作品概要は下記の様な内容であった。

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（消費税別）
支援申請主体	T社
公開時期と公開国・地域	令和2年秋頃より日本を含む全世界で公開予定
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月下旬～2月撮影
主要スタッフキャスト	監督／ロベルト・シュベング 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・ポーブ 主演／レイ・パーク
作品概要	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。 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。

第4章 事業報告

1 調査対象作品のロケ実績

2 調査対象作品のロケ受け入れの経済効果と社会効果

(1) 「唐人街探案3（僕はチャイナタウンの名探偵）」

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1年7月～11月における64日間								
支援金額	48百万円(消費税別)								
経済効果	<table border="0"> <tr> <td>直接効果</td> <td>30億93百万円</td> </tr> <tr> <td>第1次間接波及効果</td> <td>92億80百万円</td> </tr> <tr> <td>第2次間接波及効果</td> <td>927億98百万円</td> </tr> <tr> <td>総合効果</td> <td>1,051億71百万円</td> </tr> </table>	直接効果	30億93百万円	第1次間接波及効果	92億80百万円	第2次間接波及効果	927億98百万円	総合効果	1,051億71百万円
直接効果	30億93百万円								
第1次間接波及効果	92億80百万円								
第2次間接波及効果	927億98百万円								
総合効果	1,051億71百万円								
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。 								

(2) 「G.I.ジョー：漆黒のスネークアイズ」

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月中旬～2月下旬における55日間								
支援金額	96百万円(消費税別)								
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>第1次間接波及効果</td> <td>58億97百万円</td> </tr> <tr> <td>第2次間接波及効果</td> <td>589億79百万円</td> </tr> <tr> <td>総合効果</td> <td>668億42百万円</td> </tr> </table>	直接効果	19億66百万円	第1次間接波及効果	58億97百万円	第2次間接波及効果	589億79百万円	総合効果	668億42百万円
直接効果	19億66百万円								
第1次間接波及効果	58億97百万円								
第2次間接波及効果	589億79百万円								
総合効果	668億42百万円								
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。 ・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 ・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 								

第4章 事業報告

3 外国映像作品ロケ誘致における課題

(1) 撮影環境における課題

- ・フィルムコミッションや自治体の積極的誘致によりロケは増えている
- ・しかし大型作品となると様々な障害があり実施がなかった
- ・スタッフ、車両など規模の違いや文化の違いなどあるが、意思疎通ができればそれらは解決できる問題
- ・何より、受け入れ側の人材育成が課題。とりわけ製作経理を担う人材が必要

(2) 社会環境における課題

- ・諸外国のインセンティブの多種多様さの研究は引き続き必要
- ・また日本の税制の理解、映像製作者向けのビザ問題など国や省庁所管の問題も残存
- ・今後も更に誘致経験を積み、各所の課題への対応が図られ国内の撮影環境の改善に繋がることを期待

第5章 事業総括

1 外国映像作品ロケ誘致の効果について

★製作支援インセンティブの効果

「唐人街探案3（僕はチャイナタウンの名探偵3）」

- ・東京ロケ期間を延長出来た。
- ・名古屋ロケにおける滞在期間の延長。（8日→11日、9百万円の直接効果増加）
- ・撮影スタッフ、美術スタッフの100名増員（3千万円の直接効果増加）
- ・支援対象作品ということで、日本を代表する新たなロケ地を獲得することが出来た。（秋葉原、浜離宮、名古屋国際会議場等）

「G.I.ジョー：漆黒のスネークアイズ」

- ・撮影期間の大幅な増加（当初2週間予定の撮影が、8週間に増加、延長された。）
- ・国内製作費の増加（当初予算17億94百万円が1億71百万円増加し、19億65百万円となった。）
- ・映画の中の空爆のシーンの撮影を増やすことが可能になった。
- ・エキストラを増やすことが出来、映画のスケール感を拡張出来た。
- ・支援金申請作品であるため、地方自治体、警察、フィルムコミッション他への撮影申請がスムーズに図れた。

- ・製作支援インセンティブが呼水となり大きな効果をもたらした
- ・直接効果は**2億10百万円増加**、総合効果は**71億56百万円**

第5章 事業総括

2 本調査まとめ

- ・ 主要6カ国（日本、北米、韓国、フランス、英国、中国）の年間観客数は国内比の約22倍、興行収入は約14倍のマーケット
- ・ 外国映像作品ロケ誘致プロジェクトはこの膨大な鑑賞者と巨大なマーケットに向けて様々な波及効果が期待できるプロジェクトである
- ・ 支援対象の2作品の国内誘致により発生した直接的な経済効果は支援したインセンティブを大きく上回り、以後も映画ならではの大きな経済波及効果が発生することが予測される
- ・ 国内で新たなロケ地でのロケが可能になったり、ロケ撮影の文化的モニュメントとなり得るオープンセットが建設されるなど副次的な効果も多数分析された
- ・ 国内の映像制作者、フィルムコミッションの経験値となり、ロケ自体が地域貢献となった
- ・ これらは海外の大型映画作品であったからであることが考察される
- ・ また今後このプロジェクトにより把握された課題は、今後の経験を積むことで各所のさらなる進歩向上の機会を得ることに繋がると予測される