

日本におけるロケ地めぐり観光研究の動向と用語の整理

A Literature Review on the Research of Film Tourism in Japan

臺 純子* 韓 志昊** 崔 錦珍***
DAI, Junko HAN, Jiho CHOI, Keumjin

Abstract: While both practice and research attention on film tourism have increased, research on film location tourism in Japan has a short history. This study conducted a comprehensive review on the previous research on film tourism in Japan focusing on research topics and definitions of terms; the need for academic research and empirical analysis is proposed.

Key words: ロケ地めぐり観光研究 (Research on film location tourism), 関連用語の整理と検討 (definitions of terms), 文献研究 (literature review)

- I 研究の背景と目的
- II 研究方法
- III 研究結果
 - 1) 用語の登場時期
 - 2) 検索ワードごとの記事・論文の傾向と特徴
 - 3) 実証研究論文数と調査対象
 - 4) 用語の整理
- IV 考察

I 研究の背景と目的

近年、日本においても、映画やドラマ、アニメなどの舞台となった場所を、観光客が訪れるようになるという現象や、それを期待した観光振興についての研究が行われるようになってきたが、歴史が浅いこともあって、研究対象・方法などに偏りがみられる。さらに映画やドラマ、アニメなどの舞台となった場所を、観光客が訪れるように

するという現象を直接的に示していると考えられる用語として、「コンテンツ・ツーリズム」、「フィルム・ツーリズム」、「メディア誘発型観光」、「スクリーン・ツーリズム」、「ロケーション・ツーリズム（またはロケツーリズム）」などが、整理・統合されないまま使われており、この分野の研究に対する理解の妨げになっている可能性も考えられる。

英語ジャーナルにおいても、Film-induced tourism (Beeton, 2005, p. 11), Movie induced tourism (Riley & Van Doren, 1998), Film tourism (Hudson & Ritchie, 2006), Film location tourist (Roesch, 2009, p. 7), Cinematic tourist (Rodanthi, 2007, p. 3) など、さまざまな用語が使われており、コンセンサスが得られているとは言えないように見受けられる。

映画やドラマ、アニメなどの舞台となった場所を、観光客が訪れるようになるという現象についての研究動向や先行研究を整理した論文としては

* 東京成徳大学人文学部・教授

** 立教大学観光学部・准教授

*** 九州国際大学国際関係学部・教授

「メディア誘発型観光」に関する英語論文を中心に整理した鈴木（2009）や、「コンテンツツーリズム」を観光社会学の枠組みでとらえることを提示する中で、先行研究を整理した岡本（2011）が挙げられる。

しかし現在、日本で行われているさまざまなロケ地めぐり観光研究全体の動向を、主として使われているキーワードによって整理した研究は見当たらない。

そこで本研究では、文献研究により、日本におけるロケ地めぐり観光に関する研究動向を概観するとともに、用語の整理を試みる。

II 研究方法

ロケ地めぐり観光現象に関わるキーワードとして、「ロケ地」、「フィルム・コミッション」、「コンテンツ・ツーリズム」、「フィルム・ツーリズム」、「メディア誘発型観光」、「スクリーン・ツーリズム」、「ロケーション・ツーリズム」の7つのキーワードを想定した。

しかし、実際に検索する中で、アンド検索も必要であることが分かり、前者をA群とし、「映画&観光」、「ロケ&観光」、「ドラマ&観光」をB群とする、計10のキーワードで、CiNiiの論文検索と国会図書館（以下NDLと表記）の雑誌記事検索を行った。（表1）。

これ以外に、たとえば「ロケ」というキーワードなども考えられるが、「ロケット」や「ロケーションシステム」など分野が異なる記事・論文がほとんどである7,234件の記事・論文が抽出さ

れてしまうことなどから、本研究では、A群・B群計10のキーワードに限定して、整理することとした。

III 研究結果

1) 用語の登場時期

CiNiiを基準に、A群のキーワードを見ていくと、「ロケ地」の初出は1953年、「フィルム・コミッション」は2000年である。映画やドラマ、アニメなどの舞台となった場所を観光客が訪れるようになるという現象を直接的に示す語であると考えられる「コンテンツ・ツーリズム」と「フィルム・ツーリズム」は2007年、「メディア誘発型観光」は2009年、「スクリーン・ツーリズム」、「ロケーション・ツーリズム」は2010年に登場した。B群では、「映画&観光」は1949年、「ロケ&観光」は2001年、「ドラマ&観光」は2003年（NDLでは2001年）であった。

2) 検索ワードごとの記事・論文の傾向と特徴

CiNiiで検出された記事・論文を基準として、検索ワードごとの傾向や特徴を整理した。学会や大学発行の雑誌に掲載された観光系論文を学術論文としている。

A群について

ロケ地

CiNii, NDLともに「ロケ地」の初出は、新藤兼人監督自身による島崎藤村作の『夜明け前』映画化にあたっての映画制作論といったエッセイで

表1 ロケ地めぐり観光に関する雑誌記事・論文数の検索結果

検索 キーワード	A群							B群			
	ロケ地	フィルム・コミッション	コンテンツ・ツーリズム	フィルム・ツーリズム	メディア誘発型観光	スクリーン・ツーリズム	ロケーション・ツーリズム	映画 & 観光	ロケ & 観光	ドラマ & 観光	
CiNii	本数	57	89	75	8	6	2	2	81	33	52
	初出	1953	2000	2007	2007	2009	2010	2010	1949	2001	2003
NDL	本数	49	80	43	5	4	2	2	46	22	34
	初出	1953	2000	2007	2007	2009	2010	2011	1949	2002	2001

（2014年9月20日現在のデータをもとに著者作成、以下表4まで同様）

あった。その後も、映画や芸術の専門誌での掲載が続くが、2000年代に入ると、ロケ地とフィルム・コミッションを取り上げた論文、記事が登場し始める。

学術論文としては、菊地（2009）、水野（2011、2012）、渡邊（2011）、根本（2013）、辻（2013）の5本が挙げられる。

フィルム・コミッション

フィルム・コミッションについては、河本（2000）や前澤（2000）が初出である。このキーワードで検索された記事の多くは『地域政策』や『ながさき経済』、『開発こうほう』、『季刊中国総研』、『自治体国際化フォーラム』といった、地域行政や地方経済をテーマにした雑誌に掲載されており、フィルム・コミッションを通じたロケ誘致による地域経済活性化、地域観光振興などの期待が大きかったことが分かる。

学術論文の中でも、フィルム・コミッションのロケ誘致による地域への具体的な影響や効果などについての研究は、櫻村（2005）と権（2012）の2本のみで、ほとんどはフィルム・コミッションの組織や運営方法、活動状況などをまとめたものであった。

コンテンツ・ツーリズム

「コンテンツ・ツーリズム」は2010年から記事・論文数が急増した（表2）。対象としている事例は、アニメ、まんが、ゲームなどであるが、映画やミュージックビデオを題材とするものも出てきている。

コンテンツ・ツーリズム研究においては、北海道大学観光学高等研究センターが一大拠点となっており、ほとんどが学術論文であることも、特徴的である。

フィルム・ツーリズム

「フィルム・ツーリズム」に関する8本の論文記事のうち、学術論文は5本あったが、1本は、

フィルム・ツーリズムそのものがテーマではないため除外し、さらにもう1本は、ロケーション・ツーリズムとして分類した。

中谷（2007）、中村（2011）、臺・崔・韓（2012）の3本の学術論文と、武智（2008）、鈴木（2012）の記事、計5本で取り上げていた事例は、『バルトの楽園』¹⁾、『世界の中心で愛を叫ぶ』²⁾、『ちゅらさん』³⁾、『Dr. コトー診療所』⁴⁾、中国映画『非誠勿擾』⁵⁾、韓国ドラマ『IRIS（アイリス）』⁶⁾など、すべて映画やドラマであった。

メディア誘発型観光

「メディア誘発型観光」は、「Media Induced Tourism」の日本語訳で、類語の「Movie Induced Tourism」は、すでに中村が2003年に紹介していた⁷⁾。しかし雑誌記事の初出は2009年である。6本すべてが学術論文で、そのうち3本は鈴木（2009、2010、2011）によるものであった。このほか蔡（2010）、朱（2012）、有馬ほか（2012）がある。

スクリーン・ツーリズム

「スクリーン・ツーリズム」の2本は、NHK連続テレビ小説『ゲゲゲの女房』や映画『桜田門外の変』の放映・公開前後を整理した朝倉（2010）と山形県でロケが行われた映画『スウィングガールズ』と『おくりびと』を事例とした岩鼻（2012）である。いずれも、観光庁（2010）が実施した「スクリーンツーリズム促進プロジェクト」について言及しており、観光庁の用語や使い方に沿っていると考えられる。

ロケーション・ツーリズム

「ロケーション・ツーリズム」の2本はどちらも木村（2010、2011）によるものである。「ロケツーリズム」は、観光庁（2014）が作成した「ロケツーリズム事例集」で使われたが、該当する記事・論文はない。

表2 「コンテンツ・ツーリズム」の記事・論文数

年	2007	08	09	10	11	12	13	14
CiNii	1	1	1	13	17	15	19	8
NDL	1	1	0	12	6	6	13	4

B群について

「映画&観光」

「映画&観光」の初出は1949年で、81本が抽出されたが、A群との重複を除外し、さらに学術論文に絞ると16本になる。このうち、映画の舞

台となった場所を観光客が訪れるようになるという現象に関する事例研究は、アニメ映画『サマーウォーズ』⁸⁾を扱った臺・兼子・宮川(2010)、『非誠勿擾』を扱った朱・松野(2014)の2本のみであった。

「ロケ&観光」

「ロケ&観光」の初出は2001年で、33本が抽出されたが、A群との重複や分野違いのものを除外し、さらに学術論文に限定すると、ロケ誘致による観光振興を論じた佐々木(2005)、観光メディア論や文化メディア論に基づいた理論構築を試みた山口(2013)の2本だけが該当した。

「ドラマ&観光」

「ドラマ&観光」の初出は2003年(NDLでは2001年)で、52本が該当する。このうち、NHK大河ドラマを対象としたものは23本と突出している。重複や分野違いなどを除外し、学術論文に絞ると14本が抽出され、このうち5本が大河ドラマを取り上げていた。

ドラマによる観光客増加や観光地の変化など具体的な事例を取り上げていたのは、深見(2009, 2013)、岩下(2010)、中村(2011)、井上ほか(2011)、江口・渡邊(2012)の6本であった。

3) 実証研究論文数と調査対象

ロケ地をめぐる観光現象についての事例研究

や実証研究と考えられる学術論文数を抽出した(表3)。全41本のうち、コンテンツ・ツーリズム分野が23本と半数を占める。

さらにこれらの論文における調査研究の主な対象を、①観光地・観光産業 ②観光者・観光行動 ③地域住民 ④その他 で分類した(表4)。ほとんどの論文で、観光地や観光産業を対象にした調査が行われているが、観光者や地域住民を対象にした調査は少ない傾向が読み取れる。

4) 用語の整理

ロケ地めぐり現象を直接的に示す語であると考えられる「コンテンツ・ツーリズム」、「フィルム・ツーリズム」、「メディア誘発型観光」、「スクリーン・ツーリズム」、「ロケーション・ツーリズム」について、初期の学術論文から、その定義を整理した。

増淵(2009)は、「コンテンツ・ツーリズム」について、国による「映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査」(国土交通省・経済産業省・文化庁, 2005)の「コンテンツツーリズムの根幹は、地域に「コンテンツを通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージ」としての「物語性」「テーマ性」を付加し、その物語性を観光資源として活用すること」(p. 34)という定義を用いている。中谷(2007)

表3 事例研究や実証研究の学術論文数

検索キーワード		事例研究論文数
A群	ロケ地	1
	フィルム・コミッション	2
	コンテンツ・ツーリズム	22
	フィルム・ツーリズム	3
	メディア誘発型観光	3
	スクリーン・ツーリズム	1
	ロケーション・ツーリズム	0
B群	映画&観光	2
	ロケ&観光	0
	ドラマ&観光	6

表4 調査・研究の対象

検索キーワード	調査・研究の対象			
	観光地	観光者	地域住民	その他
ロケ地				1
フィルム・コミッション	1		1	
コンテンツ・ツーリズム	18	11	6	
フィルム・ツーリズム	3			
メディア誘発型観光	3	1	1	
スクリーン・ツーリズム	1			
映画&観光	2	2	1	
ドラマ&観光	4	1	1	

*注：1本の論文で異なる対象を調査しているものがあり、表3の論文数とは必ずしも一致しない。

は、「フィルム・ツーリズム」を「ロケ地をめぐる観光」と措定した (p. 42)。鈴木 (2009) は、「メディア誘発型観光」を「情報媒体を契機にした観光現象」(p. 85) とし、新聞・雑誌の記事による誘発型観光にも言及している。岩鼻 (2012) は、フィルムツーリズムは「スクリーンツーリズムとほぼ同義」(p. 227) としたうえで、観光庁 (2010) の映画やドラマをきっかけとして作品の制作現場となった地域を訪れる「スクリーンツーリズム」を用いている。木村 (2011) は「映画の撮影地での観光現象を映画による「広告効果」としてとらえる」(p. 16) 「ロケーション・ツーリズム」を用いている。

さまざまな論文を検討したが、用語の定義なしに用いている論文が、思いのほか多かったことも、自戒をこめて記述しておかなければならないと考える。

IV 考察

以上の研究結果から、ロケ地めぐり観光についての研究は、「コンテンツ・ツーリズム」分野を除けば、学術論文がまだまだ少ないことが分かった。事例研究や実証研究となると、さらに限られる。岡本 (2011) は、「コンテンツツーリズムに関わる諸現象は、コンテンツ作品への深い理解や、旅行者がどのような経験に価値をおくかということに関する理解を抜きにして正確な把握は難しい」と述べ、さらに「ただ人気のコンテンツを観光活用すればそれで多くの人を訪れ、満足するものではない」(p. 11) とも指摘しているが、これはコンテンツ・ツーリズムに限ったことではなく、より多くの事例を研究する必要がある。そして「誰が顧客なのか?」、「何を求めて訪れるのか」というマーケティング視点なしに観光客誘致が成功しないとすれば、政策論的・観光開発論的な視点からの研究でも、観光者を対象とした研究の一層の積み重ねが求められる。

またロケ地めぐり現象を直接的に示す用語の定義をごく簡単に整理したが、この分野の研究をさらに深めるためには、用語の整理・統合も必要と考える。

付 記

本研究はJSPS 科研費 24611020 の助成を受けたものです。

注

- 1) 『バルトの楽園 (がくえん)』は 2006 年公開の映画で、第一次世界大戦中、徳島県鳴門市の板東俘虜収容所でのエピソードを描いた。当時の施設をリニューアルした鳴門ドイツ館は、鳴門市の観光資源となっている。
- 2) 『世界の中心で愛を叫ぶ』は作家片山恭一が 2001 年に発表した小説で、2004 年以降、漫画化、映画化、ドラマ化されるなど、一大ブームとなった。2004 年公開の映画は、主に香川県と愛媛県で撮影されている。
- 3) 『ちゅらさん』は、2001 年度 NHK 朝の連続ドラマ小説で、沖縄県小浜島で撮影された。
- 4) 『Dr. コトー診療所』は、2003 年放送のテレビドラマで、沖縄と那国島で撮影された。
- 5) 『非誠勿擾 邦題：狙った恋の落とし方』は 2008 年公開の中国映画で釧路、阿寒湖、厚岸、斜里、美幌で撮影され、中国人の北海道観光ブームを発生させた。
- 6) 『IRIS (アイリス)』は 2009 年 10 月から放送された韓国のテレビドラマで、秋田県で撮影された“雪と温泉”のシーンを求めて、同年 11 月から秋田を訪れる韓国人観光客が急増、「アイリス効果」と呼ばれた。
- 7) 中村 (2003)：観光におけるマスメディアの影響 (前田勇編著『21 世紀の観光学』、学文社)、p. 92。
- 8) 『サマーウォーズ』は 2009 年公開のアニメ映画で、長野県上田市を舞台としている。

文 献

- 有馬貴之ほか (2012)：長野県安曇野市におけるメディアの効果と地域の再編：NHK 連続テレビ小説『おひさま』がもたらすもの、観光科学研究, 5, pp. 1-14.
- 朝倉はるみ (2010)：スクリーンツーリズムのピフォー・アフター—誘客効果の継続に向けて、観光文化, 34 (6), pp. 18-21.
- Beeton, Sue (2005)：*Film-induced Tourism*. Clevedon: Channel View Publications.
- 臺純子・兼子彩香・宮川磨弥 (2010)：アニメ映画聖地化による観光への影響—映画『サマーウォーズ』の聖地巡礼ノート分析から、日本観光研究学会全国大会学術論文集, 25, pp. 149-152.
- 臺純子・崔錦珍・韓志昊 (2012)：秋田県の観光における「アイリス効果」とは?、日本観光研究学会全国大会学術論文集, 27, pp. 313-316.
- 江口祐美・渡邊誠介 (2012)：南魚沼市坂戸区まちづくりにおける大河ドラマの影響、日本観光研究学会全国大会学術論文集, 27, pp. 317-320.
- 深見聡 (2009)：大河ドラマ「篤姫」効果と観光形態に関する一考察、地域環境研究：環境教育研究マネジメント

- センター年報, 1, pp. 57-64.
- 深見聡 (2013): 大河ドラマ『龍馬伝』効果と観光形態に関する一考察, 日本観光研究学会全国大会学術論文集, 28, pp. 321-324.
- Hudson, S., & Ritchie, J. R. B. (2006): Film tourism and destination marketing: The case of captain corelli's mandolin. *Journal of Vacation Marketing*, 12 (3), pp. 256-268.
- 井上晶子・溝尾良隆・徳田将史ほか (2011): 観光地形成におけるメディア活用に関する視点: 朝の連続テレビ小説を中心にして, 日本観光研究学会全国大会学術論文集, 26, pp. 189-192.
- 岩鼻通明 (2012): スクリーンツーリズムの効用と限界—「スウィングガールズ」と「おくりびと」を事例に, 季刊地理学, 63 (4), pp. 227-230.
- 岩下千恵子 (2010): 観光地のマーケティングに関する基礎的研究 (1) 映画, アニメやテレビドラマなどの映像作品を活用した国際観光マーケティング, カナダ, プリンズ・エドワード島州政府観光局を事例として, 高崎商科大学紀要, 25, pp. 55-69.
- 観光庁 (2010) 「スクリーンツーリズム促進プロジェクト」スタート!, 報道発表資料, 2010年7月23日
- 観光庁 (2014): 「ロケツーリズム事例集」を作成しました!, 報道発表資料, 2014年4月1日
- 櫻村志穂美 (2005): フィルムコミッション成立による映像景観への影響とその背景—「北海道フィルムコミッション」を事例に, 茨城地理, 6, pp. 19-36.
- 河本健一 (2000): 施策紹介 フィルムコミッション (FC) 設立について, 地域政策, 10 (2), pp. 48-50.
- 菊地拓哉 (2009): アニメファンの情報収集からロケ地巡りへ至るまでの仮説モデル, 季刊地理学, 61 (3), pp. 196-197.
- 木村めぐみ (2010): フィルムツーリズムからロケーションツーリズムへ: メディアが生み出した新たな文化, メディアと社会, 2, pp. 113-128.
- 木村めぐみ (2011): 広告効果としてのロケーションツーリズム—プロダクト・プレイスメント効果に関する先行研究に示唆を得た映画の効果測定法の考案, 広告科学, 54, pp. 16-32.
- 国土交通省・経済産業省・文化庁 (2005): 『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査』
- 権俣基 (2012): 地域観光コンテンツの創造と国際観光の活性化: フィルムコミッションと地域の連携を中心に, 社会情報学研究, 広島文化学園大学社会情報学部紀要, 18, pp. 27-40.
- 前澤哲爾 (2000): 全国に広がるフィルムコミッション設立の動き~実質的な映画振興・地域振興へのプレイクスルー~, 映画テレビ技術, 579, pp. 26-31.
- 増淵敏之 (2009): コンテンツツーリズムとその現状, 地域イノベーション, 1, pp. 33-40.
- 水野博介 (2011): 都市メディア論 (7), 「都市と映画」(その3) 事例研究: 『男はつらいよ』をめぐって (資料編1) メイン舞台とロケ地 (第1~24作), 埼玉大学紀要, 教養学部, 47 (2), pp. 319-329.
- 水野博介 (2012): 都市メディア論 (8) 「都市と映画」(その4) 事例研究: 『男はつらいよ』をめぐって (資料編2), 埼玉大学紀要, 教養学部, 48 (1), pp. 283-294.
- 中村哲 (2011): 映画・テレビドラマの観光行動への影響: フィルム・ツーリズムへの試み, 敬愛大学総合地域研究: 敬愛大学総合地域研究所紀要, 1, pp. 43-58.
- 中村容子 (2011): NHK 大河ドラマを契機とした高知市の観光の取り組み, 観光学論集, 6, pp. 91-99.
- 中谷哲弥 (2007): フィルム・ツーリズムに関する一考察, —「観光地イメージ」の構築と観光経験をめぐって—, 奈良県立大学研究季報, 18 (1・2), pp. 41-56.
- 根本忠明 (2013): 地域活性化とメディア効果—ロケ地めぐりから聖地巡礼まで—, 経営情報学会 全国研究発表大会要旨集, 2013f (0), pp. 3-5.
- 岡本健 (2011): コンテンツツーリズムを研究する人のために: 研究レビューと研究枠組みの提示, コンテンツツーリズム研究, 創刊準備号, pp. 10-36.
- Riley, R., Baker, D. & Van Doren, C. S. (1998): Movie induced tourism. *Annals of Tourism Research*, 25 (4), pp. 919-935.
- Rodanthi, T. (2007): *The Cinematic Tourist: Explorations in Globalization, Culture and Resistance*. Routledge.
- Roesch, S. (2009): *The Experiences of Film Location Tourists*. Clevedon: Channel View Publications.
- 蔡美芳 (2010): 観光開発のあり方と地域の持続可能性: 台湾におけるメディア誘発型観光の発展についての考察, 経済論叢, 184 (4), pp. 81-100.
- 佐々木一成 (2005): 地域の魅力を生かした観光振興: 「ロケ誘致」を事例として, 地域経済政策研究, 6, pp. 147-151.
- 鈴木晃志郎 (2009): メディア誘発型観光の研究動向と課題, 日本観光研究学会全国大会学術論文集, 24, pp. 85-88.
- 鈴木晃志郎 (2010): メディア誘発型観光現象後の地域振興に向けた地元住民たちの取り組み: 飢肥を事例として, 観光科学研究, 3, pp. 31-39.
- 鈴木晃志郎 (2011): 日本におけるメディア誘発型観光研究の問題点, 立命館地理学, 23, pp. 11-25.
- 鈴木勝 (2012): 観光による地域活性化事例 (第7回) フィルムツーリズムによる地域の観光活性化手法: 北海道・道東&秋田編, 地銀協月報, 621, pp. 38-43.
- 武智公博 (2008): 地域情報 北から南から, 四国におけるフィルムツーリズムの取組み, 日経研月報, 359, pp. 56-61.
- 辻のぞみ (2013): メディアを利用した訪日観光プロモーション: タイ市場の状況の考察, 日本観光研究学会全国大会学術論文集, 28, pp. 57-60.
- 渡邊公章 (2011): ロケ地誘致による「経済効果に結びつ

ける観光客誘導戦略」NHK連続テレビ小説「ゲゲゲの女房」にみる安来市を事例として、国際研究論叢・大阪国際大学紀要, 25 (1), pp. 79-98.

山口誠 (2013) : 「ここ」を観光する快楽 : メディア時代のグローバルなロケーション (観光研究と文化論的転回), 観光学評論, 1 (2), pp. 173-184.

朱敏華 (2012) : メディア誘発型観光に関する研究 : 中国映画『非誠勿擾』による北海道の観光ブームを事例として, 大学院研究年報・総合政策研究科篇, 16, pp. 59-62.

朱敏華・松野良一 (2014) : 中国映画『非誠勿擾』が誘発した北海道観光ブームに関する研究, 総合政策研究, 22, pp. 109-122.

