



フジテレビ「おふくろ、もう一杯」の撮影風景。島に伝わる「隠岐そば」を隠岐ならではの一杯として紹介。

客を目指して交流人口の拡大を狙うものです。平成二四年度から体制づくりを開始。二五年度にはジャパンフィルムコミッションにも加盟し、ネットワークの構築も少しずつ広がってきました。

関係業界へ配布するための島のCM用プロモーションシヨートムービー『スマイルアゲイン』もつくりました。島の各所をロケ地に使い、地元の方々がエキストラとして参加、撮影隊は東京からプロの会社に来てもらい、完成させました(詳細は本誌二二八号参照)。ホームページも立ち上げ、ひたすらオフアワーを待ち続ける日々が続きました。もちろん

「全国ロケ地フェア」に参加したり、東京へ出かけて営業活動も行うなど、積極的に売り込む努力をしてきました。「隠岐の島にフィルムコミッションあり！」と認識してもらうための、初動期間であったように思います。努力の甲斐あってか、少しずつ、問い合わせが来るようになり、アテンド(介添え)のノウハウ

も高まっていきました。

◆経済効果も期待できる島でのロケ

事前の打ち合わせやロケーションハンティング(以下、ロケハン)から始まり、船や飛行機を利用しての往来が活発になります。いよいよ本格撮影になると、撮影スタッフ本隊やタレントさん、その関係者の滞在による宿泊、食事、移動のための交通機関の利用など、町内での経済効果につながっていくことに気づきました。

最近の例でいうと、某有名グループの今年九月発売の新曲のミュージックビデオ(以下、MV)は、全編隠岐島での撮影です。先乗りスタッフは五、六日間は滞在し、準備に取りかかります。もちろんその前に、ロケハンなどですでに何回も来島されています。撮影監督、カメラマン、録音エンジニア、スタイリスト、メイク、機材車の運転手、タレント、事務所関係者など総勢六、七〇名もの方々が島に滞在し、島内各所を走りまわり、観光パンフレットには掲載されていない、島後らしいオリジナリテイあふれる風景を実体験していただきました。これらは、MVで見事に表現されていると思います。

島内での経済効果も獲得しながら、全国に向けての情報発信をしていく——ようやくその意味や影響力の大きさをわずかですが実感できたような気がします。



BSジャパン「にっぽん原風景紀行」では島の風景とともに、漁業なども取材。

でじわじわ広がっていく、島ならではの苦労もあります。

しかも、オフアールは突然来ることがほとんどです。電話を受けたら「即答」。相手さんのリクエストにすばやく応えていく情報知識の蓄えを修得しておくなど、日頃の勉強は欠かせません。

◆ 交付金を活用し、ロケの宿泊費や 航路運賃への助成を検討

これからの課題としては、島はやはりロケ地として経費と時間がかさむという点をどう解消するかです。タレントは忙しく、スケジュールは極めてタイト。そのためロケは、タレントの拠点地である東京から近いところが得てして好まれるそうです。

そこで、ロケ地として選択されやすいような、インセン

もちろん大変なこともありま
す。有名タレントが絡むと、直
前までシークレットですすめる
ことがほとんどです。撮影のた
めの道路通行規制や使用許可な
ど二、三ヶ所を回っただけで、
小さな町の、口コミユニケーシ
ョンシステムにより、「誰か
が来るらしい」との噂が水面下

ティブ制度の設置を考えはじめています。もちろん予算が
関わってくる話なので、費用対効果の検証をしつつ、有効
な制度設計を検討しなければなりません。現在、FC運営
事業費として、FCの活動費などに離島活性化交付金が活
用されていますが、今後は離島航路の料金や、宿泊経費、
島内の移動手段などのサポートへの活用も検討しています。
これらによって交流が活性化し、かつ島の魅力が全国、全
世界に発信されるよう、さらに体制や制度の充実を図って
いきます。

一〇月には、有名俳優さんの一時間の旅番組で、隠岐の
島町が紹介されます。そこには、何の飾り気もない子ども
たちや町の皆さんの笑顔、島でしか食べられない食材も登
場します。来年には、海外の映画の撮影が本格化する手筈
も整ってきました。

隠岐の島町の自然環境はもちろん、そこに息づく人まで
もが隠岐オリジナルです。これらの素材が全国屈指のクリ
エーターの力によって魅力的に表現され、それを契機に交
流が拡大されていく。また、島内の人材も育てられていく。
これからもまだまだ緊張感を持って取り組んでいきたい事
業だと考えています。

でも、一番忘れてならないのは……

「隠岐は絵の島花の島、磯にや波の花咲く、

里にや人情の花が咲く」