

「映画のまち・尾道」の認知度と観光行動 —ロケ地観光の持続可能性—

和田 崇

Film City Onomichi:
brand awareness and tourist behavior

Takashi WADA

1. はじめに

映画は一般に、企画や脚本、キャスティングなどのプリ・プロダクション工程、撮影などのプロダクション工程、録音や編集などのポスト・プロダクション工程を経て制作される。制作企業のほとんどはロサンゼルス（ハリウッド）やロンドン、パリ、東京、ムンバイーといった大都市に集積するが、プロダクション工程を中心に制作活動の一部がしばしば大都市から離れた場所でも行われる（ランナウェイ・プロダクション）。そうした活動の中心は、制作企業等の所有するスタジオで行ってきた撮影をスタジオ外で行うロケーション撮影（以下、ロケ）である。映画のロケは当初、制作コストの削減を目的に始められたが、結果的に作品内容に地理的リアリティを与えることにもなり、観客にも受け入れられたことから、映画制作手法の1つとして定着した¹⁾。

映画のロケは、スタッフの滞在や観光客の訪問に伴う観光収入、関連産業の集積と発展、地域イメージの向上など、その受入地域にさまざまな効果をもたらす可能性がある。そのため、各国の政府や自治体などはロケ誘致に積極的で、近年は補助金支出や税制優遇など経済的手段も用いたロケ誘致競争が激化している（Christopherson, 2006）。受入地域における制作支援方法も、未熟練労働力による輸送やケータリング、清掃などのロケ支援だけでなく、近年は特殊効果などの専門サービスや録音・編集などのポスト・プロダクション工程も担う都市もみられるようになっていく（Christopherson, 2006）。そして、カナダのバンクーバーに代表されるこれらの都市には映画関連産業が集積し、映画のサテライト生産基地として位置づけられるようになった（Scott, 2002）。これについて Lukinbeal（2004）は、映画制作が行われる都市・地域を、①ハリウッドに代表されるグローバルな映画制作の中心都市、②特定の市場に供給するローカルな映画を制作する都市、③関連産業が集積し、多様なロケニーズに対応できる都市、④映画制作都市に近接し、経済的理由によるロケが頻繁に行われる都市・地域、⑤創造的理由によるロケが時折行われる都市・地域、の5つに分類した。

ロケが活発になり、ロケ地の景観がスクリーンに映し出されるようになると、映画鑑賞者の中にはロケ地を実際に訪問して、日常生活の現実から逃避し、鑑賞した映画の作品世界を体験したり、人気俳優などスターの名声を感じたりする者がみられるようになる（ロケ地観光²⁾）

(Beeton, 2005)。これについてRiley and Van Doren (1992) は、映画『クロコダイル・ダンディ』(1986年公開)によってオーストラリアを旅行するアメリカ人が増えたことを報告した。またRiley *et al.* (1998) は、ハリウッド映画8作品のロケ地12ヶ所を訪れる観光客数を調査し、映画公開後少なくとも4年間は公開以前より平均40～50%増加したことを明らかにした。日本でも、『スウィングガールズ』(2004年公開)と『おくりびと』(2008年公開)により山形県を、『世界の中心で、愛を叫ぶ』(2004年公開)により香川県庵治町(現・高松市庵治町)を、『狙った恋の落とし方』(2008年公開)により北海道道東地域を訪れる観光客数が増加したことが報告されている(岩鼻, 2012; 天野, 2011; 金, 2015)。ただしこれらの研究では、観光客数の増加は映画公開から数年間に限られることや十分な経済効果が得られなかったケースも報告されており、ロケ地観光は集客の持続性や経済効果に限界があることを示している。さらに、映画公開等をきっかけとした観光客の増加によって、物価の上昇や交通渋滞、治安の悪化、住民プライバシーの侵害など、ロケ地に負の影響が生じたケースも報告されている(Riley *et al.*, 1998; Suzuki, 2011)。

ロケ地観光の目的地(訪問先)となるのは、Lukinbeal (2004) が示した5類型のうち、③、④、⑤に該当する都市・地域である。これについて、映画のロケが頻繁に行われ、映画公開をきっかけに多くの観光客が訪れるようになった都市の中には、「映画のまち(町・街)」(以下、映画のまち)と呼ばれるようになったところがある。「映画のまち」をキーワードとしてGoogle検索を行うと³⁾、日本では北海道夕張市、群馬県高崎市、東京都調布市、兵庫県神戸市、広島県尾道市、福岡県北九州市などが上位に表示される。このうち調布市は制作企業の立地、夕張市と高崎市は映画祭の開催を理由にそう呼ばれており、ロケ地観光の目的地であることを理由とするのは神戸市と尾道市、北九州市の3市である。このうち神戸市と北九州市は21世紀に入り都市政策の一環としてロケ誘致に力を入れ、戦略的にロケ地観光の目的地となることを目指したのに対し、尾道市は20世紀半ばから制作者の主体的判断により映画ロケが相次いで行われ、全国に先駆けてロケ地観光の目的地となった点に違いがみられる。

全国に先駆けてロケ地観光の目的地となった尾道市は、いかにして「映画のまち」の名声を得たのか。また、ロケ地観光の持続性を疑問視する既存研究が多い中で、「映画のまち」の名声を得た尾道市は、ロケ地観光によって集客し続けることができているのだろうか。そして、尾道市の「映画のまち」としての名声は今後も保ち続けられるのだろうか。本稿はこれらの疑問に対する回答を得ることを目的に起稿するものである。すなわち本研究の目的は、「映画のまち」の名声を得た尾道市を例に、ロケ地観光の持続性を検証することにある。

本稿執筆に先立ち、資料調査とヒアリング調査、アンケート調査を行った。資料調査では、尾道市役所やおのみち映画資料館(以下、資料館)の尾道ロケ映画やロケ地観光に関する資料を収集・分析した。ヒアリング調査は、2015年10月から12月にかけて、尾道市内の映画サークル、映画館、映像作家など9人/団体を対象に行い、映画にかかわる活動の現状と課題、今後の展望を聴取した。アンケート調査は、資料館への来館者を対象としたアンケート調査(以下、来館者調査)と、日本各地に居住する不特定多数の者(20歳以上)を対象としたWebアンケート調査(以下、ネット調査)の2つを実施した。このうち来館者調査は2015年7～8月に留置法により実施し、147人から回答を得た。一方、ネット調査は㈱マクロミル⁴⁾の協力を得て2016年12月

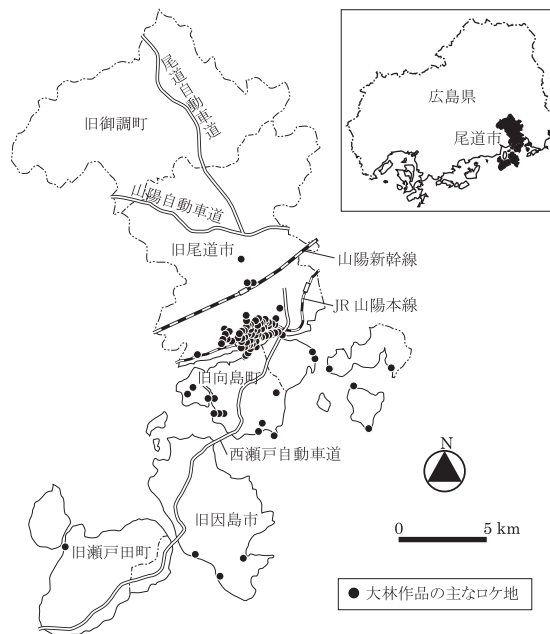
6～7日に実施し、515人から回答を得た。

以下、第2章では、資料調査とヒアリング調査の結果をもとに、尾道市が「映画のまち」と呼ばれるようになった経緯と近年の状況を概観する。続く第3章ではネット調査結果から尾道市でロケが行われた映画等の認知状況を、第4章ではネット調査結果および来館者調査結果から尾道市におけるロケ地観光の実態を示す。第5章は本稿のまとめであり、得られた知見を要約するとともに、今後の研究課題を示す。

2. 「映画のまち・尾道」の成立過程と近年の状況

尾道市は広島県東南部に位置する、総面積285.11km²、人口約14万の地方都市である(第1図)。平安時代から港町・商都として発展し、海を望む階段や坂道、路地からみえる尾道水道、点在する寺院などが特徴ある景観をつくり出している。こうした歴史と景観にひかれ、志賀直哉や林芙美子、小林和作といった文人墨客が足跡を刻んだほか、近年は数々の映像作品の舞台ともなってきた。またこの景観は、「尾道水道が紡いだ中世からの箱庭的都市」として2015年に日本遺産の認定を受けた。

尾道市が「映画のまち」と呼ばれるようになった理由は、尾道市内で映画のロケがいくつか行われるとともに、それらの映画に登場した場面を訪ねるロケ地観光が全国に先駆けてみられるようになったことにある(末永, 2010)。1929年から2008年までの80年間に尾道市内で撮影された映画は45本のほり⁵⁾、これらの中で尾道市に「映画のまち」というイメージを植えた映画は、小津安二郎監督の『東京物語』(1953年公開)と「尾道三部作」に代表される大林宣彦監督による一連の映画作品(主に1980-90年代公開)であったといわれている(末永, 2010)。『東



第1図 研究対象地域

資料：『A MOVIE BOOK 尾道』

京物語』は尾道と東京を舞台とした作品で、尾道市では1953年8月に8日間のロケが行われている。また「尾道三部作」をはじめとする一連の大林作品は、大林自身の郷愁をもとに彼の出身地である尾道市を舞台に設定したものであり、有志市民の賛同・協力の下で「昔ながらの変わらない風景の尾道」⁶⁾が撮影され、スクリーン上に映し出された。すなわち、両監督作品の尾道ロケは作品制作上の理由（創造的理由）から行われたものである。

尾道市はその後、大林作品等のロケ地マップを作成し、観光案内所等で観光客向けに配布するようになった。また2000年には資料館を整備し、観光客に対して『東京物語』などの映画関連資料約240点を展示するサービスを開始した。さらに、尾道市と尾道商工会議所、尾道観光協会は2003年におのみちフィルム・コミッションを設立し、映画等の尾道ロケをさらに積極的に誘致、支援する体制を整えた。その後、2005年公開の『男たちの大和／YAMATO』では、尾道市内に戦艦大和の原寸大のオープンセットが建設され、2005年3月から6月までロケが行われた。このオープンセットはロケ終了後に一般公開され、2005年7月から2006年5月までに約100万人が入場し、尾道市内で約40億円の経済波及効果があったと推定されている⁷⁾。その他、2010年から2011年にかけて尾道市を舞台とするNHK連続テレビ小説『てっぺん』が放送され、放送終了後約1年間にわたりロケセットが一般公開された。しかし、尾道市への集客に継続的に活用される作品は未だに『東京物語』と「尾道三部作」など一部の大林作品に限られており、その他の作品は継続的かつ積極的に活用されているとはいいがたいのが現状である（山村、2016）。

こうした制作者主導の尾道ロケと映画公開をきっかけとしたロケ地観光の活発化、自治体や経済団体による観光客受入体制の整備という「映画のまち・尾道」の成立以来の構造は2000年代以降に変化をみせつつある。その嚆矢は2001年の尾道大学開学であり、同年設置の芸術学部は大林を講師に迎えるなどして映像制作にかかる人材育成を始めた。2004年には映画館再興を目指した市民団体「尾道市に映画館をつくる会」が立ち上がり、2006年にはNPO法人化、2008年に同法人が映画館「シネマ尾道」の営業を開始した。さらに、尾道市立大学芸術学部による映像関連講座の開催（2009・2013年）、尾道市と地元企業等が連携した「お蔵出し映画祭」の開催（2011年～）、尾道市に移住した映像作家による映画制作・公開（2014年）、NPO法人による映画研究会の開催（2015年～）、尾道市立中央図書館による映画関連講座の開催（2016年～）などが行われた。

このような2000年代以降の新たな動きは、東京と京都に制作企業が集中する日本の長編・実写映画産業構造の中で（山田、2001）、ロケ地およびロケ地観光の目的地という、どちらかという受け身的な位置にあった尾道市において、主体的に映像文化を創造し、発信しようとする動きと捉えることができる。また、映画にかかわる取組みの担い手が、自治体と経済団体のみから、個別企業や映像作家、NPO法人、教育機関などへと拡大、多様化してきたことが確認できる。こうした新たな担い手の多くは、映像制作に関心をもち、「映画のまち・尾道」の景観や歴史、自由な雰囲気、映像制作者の集中とネットワークに魅力を感じる若者であり、尾道市外からの移住者が多いのも特徴である。

3. 「映画のまち・尾道」の認知度

1) ネット調査回答者の属性

本章は、ネット調査結果をもとに、日本各地に居住する者による尾道市が「映画のまち」と呼ばれていることや尾道ロケ映画の認知状況を示す。ネット調査の回答者515人の年齢内訳は20

歳代が14.3%、30歳代が24.5%、40歳代が26.4%、50歳代が17.6%、60歳以上が17.1%、性別内訳は男性が46.6%、女性が53.4%であった。また、居住地内訳は北海道・東北が11.4%、関東が35.5%、中部が18.1%、近畿が17.5%、中国・四国が7.5%、九州が9.9%であり、いずれも特定のカテゴリーへの偏りはないとみてよい。

旅行先を決定する際に参考とするメディアを尋ねたところ（第1表）、「旅行雑誌」が最も多く（38.3%）、「テレビ旅番組」（33.2%）、「知人・友人からのクチコミ」（24.3%）、「旅行代理店パンフレット」（21.9%）が続いた。「テレビ旅番組」以外の映像メディアは「テレビCM」が10.1%、「映画」が9.1%、「テレビドラマ」が6.6%であり、それぞれ回答者の1割前後が旅行先決定の参考としている。このうち「映画」については、中高年層（40歳代以上）と比べて若年層（20～30歳代）のほうが旅行先決定の参考としている者の割合が大きかった。

これに対して、映画やテレビドラマで映し出された場所を観光したことのある者（ロケ地観光経験者）は回答者全体の38.3%、そうした経験のない者は同61.7%であった（第2表）。ロケ地観光経験者のうち最近5年以内にロケ地観光を行った者は72.1%で、そのうち90.5%が個人旅行、14.8%が団体旅行であった。ロケ地観光の訪問先は個人旅行も団体旅行も北海道と外国が突出しており、北海道を訪問した者は『北の国から』や『幸せの黄色いハンカチ』、外国を訪問した者は『千と千尋の神隠し』や『ローマの休日』などの鑑賞をきっかけとした者が多かった。

第1表 旅行先決定時に参考とするメディア（N=515, MA）

（単位：％）

	映画	T V ド ラ マ	T V 旅 番 組	T V C M	新 聞	旅 行 雑 誌	そ の 他 雑 誌	自 治 体 等 パ ン フ	自 治 体 等 サ イ ト	旅 行 代 理 店 パ ン フ	旅 行 代 理 店 サ イ ト	旅 行 代 理 店 推 薦	知 人 友 人 ク チ コ ミ	そ の 他	特 に な し
合計（N=515）	9.3	6.6	33.2	10.1	8.7	38.3	7.2	4.9	9.5	21.9	15.0	1.6	24.3	3.5	17.5
20歳代（N=74）	10.8	8.1	28.4	13.5	2.7	41.9	8.1	2.7	8.1	16.2	12.2	1.4	24.3	5.4	21.6
30歳代（N=126）	12.7	8.7	34.1	11.9	4.0	34.9	7.9	3.2	3.2	27.8	13.5	0.8	27.8	3.2	14.3
40歳代（N=136）	9.6	5.1	30.1	11.0	8.8	39.0	9.6	4.4	11.8	18.4	16.9	0.7	27.9	2.9	16.2
50歳代（N=91）	7.7	5.5	33.0	4.4	7.7	28.6	4.4	6.6	12.1	16.5	18.7	3.3	24.2	4.4	19.8
60歳以上（N=88）	4.5	5.7	40.9	8.0	21.6	37.5	4.5	8.0	9.1	33.0	15.9	0.0	13.6	2.3	18.2

資料：ネット調査

第2表 ロケ地観光経験の有無（N=515）

（単位：％）

	経験あり	経験なし
合計（N=515）	38.3	61.7
20歳代（N=74）	36.5	63.5
30歳代（N=126）	42.1	57.9
40歳代（N=136）	37.5	62.5
50歳代（N=91）	31.9	68.1
60歳以上（N=88）	42.0	58.0

資料：ネット調査

2) 尾道ロケ作品の鑑賞経験と「映画のまち・尾道」の認知度

次に、尾道でロケが行われた映画等（以下、尾道ロケ作品）の鑑賞経験を尋ねたところ、少なくとも1つの作品を鑑賞した経験のある者は回答者全体の59.2%、鑑賞経験の全くない者は同40.8%であった（第3表）。作品別にみると、『時をかける少女』（1983年公開）が最多（37.3%）で⁸⁾、『てっぱん』（2010～2011年放送）が19.0%、『転校生』（1982年公開）が18.4%、『男たちの大和／YAMATO』（2005年公開）が17.3%、『東京物語』（1953年公開）が10.5%でこれに続いた。年齢別にみると、『東京物語』は60歳代以上で、『時をかける少女』や『転校生』、『さびしんぼう』などの大林作品は40～50歳代で鑑賞した者の割合が比較的高かった。『男たちの大和／YAMATO』も40～50歳代で鑑賞者の割合が高かった。しかし、若年層（20～30歳代）では尾道ロケ作品の鑑賞経験のない者が過半数を超え、中高年層（40歳代以上）と比べてその割合は20%以上高い結果となった。

尾道ロケ作品であることを知っているかどうかを尋ねたところ、少なくとも1つの作品が尾道ロケ作品であることを知っている者は全体の35.9%、どれも尾道ロケ作品だと知らなかった者は同64.1%であった（第3表）。作品別にみると、『時をかける少女』が最多（18.8%）で、これに次いで『転校生』が15.0%、『てっぱん』が11.1%、『さびしんぼう』が7.4%で高く、尾道ロケ作品＝大林作品という図式で捉える者が多いことがわかる。年齢別にみると、『東京物語』と『放浪記』（1954年公開）は60歳以上で、尾道三部作を中心とする大林作品は40～50歳代で、それらが尾道ロケ作品であることを知っている者の割合が高かった。一方、どれも尾道ロケ作品であると知らなかった者の割合は若年層（20～30歳代）で特に高かった。

尾道市で行われている映画文化振興活動の認知状況を尋ねると、少なくとも1つの活動を知っている者は回答者全体の14.4%、全く知らなかった者は同85.6%であった（第4表）。活動内容別にみると、「大林宣彦監督作品ロケマップ」が最多で（6.8%）、これに次いで「おのみちフィルム・コミッション」が3.5%、「シネマ尾道」が2.9%、「おのみち映画資料館」が2.5%となった。年齢別にみると、「おのみち映画資料館」は50歳代以上で、「大林宣彦監督作品ロケマップ」は40～50歳代で知っている者の割合がやや高かった。一方、若年層（20～30歳代）は全く知らなかった者の割合が中高年層と比べてやや高くなっていった。

以上の結果からいえることは以下の3点である。1つ目は、尾道ロケ作品の鑑賞経験をもつ者は約6割、尾道ロケであることを知っている者は4割弱、尾道市で映画文化振興活動が行われていることを知っている者は1割強と、尾道ロケ作品の鑑賞経験はあっても、それらの映画と尾道とのかかわりを認知している者は必ずしも多くないことである。2つ目は、そうした中であって、『東京物語』と一連の大林作品が「映画のまち・尾道」のイメージを形成している可能性の高いことを再確認できたことである。3つ目は、鑑賞経験のある作品や尾道ロケであること等を認知している作品には年齢差が大きいことである。具体的に、60歳代以上は『東京物語』を、40～50歳代は大林作品を鑑賞し、またそれらと尾道市とのかかわりを認知している者の割合が比較的高い。一方、若年層（20～30歳代）は、尾道ロケ作品の鑑賞経験が乏しく、また映画と尾道市とのかかわりを認知している者の割合が低い傾向にあった。

さらに、尾道市が「映画のまち」と呼ばれていることの認知状況を尋ねたところ、知っていた者は回答者全体の26.6%、知らなかった者は同73.4%であった（第5表）。年齢別にみると、若年層（20～30歳代）は10%台、中高年層（40歳代以上）は概ね30%台と開きがあり、「映画のまち・尾道」は主に中高年層によって認知されていることがうかがえる。このことは、先にみた尾

第3表 鑑賞経験のある尾道ロケ作品と尾道ロケの認知度 (N=515, MA)

		(単位：%)																						
		波浮の港 (1929)	東京物語 (1953)	放浪記 (1954)	暗夜行路 (1955)	裸の島 (1960)	故郷 (1972)	転校生 (1982)	時をかける少女 (1983)	さびしんぼう (1985)	彼のオートバイ、彼女の島 (1986)	ふたり (1991)	あした (1995)	瀬戸内ムーンライト・セレナーデ (1997)	あ、夏の日—とんでるじいちゃん— (1999)	マヌケ先生 (2000)	ちゃんこ (2005)	男たちの大和/YAMATO (2005)	転校生さよならあした (2007)	石内尋常高等小学校—花は散れども— (2008)	てっぺん (2010)	スーパローカルヒーロー (2014)	どれも観たことがない	
鑑賞経験	合計 (N=515)	0.4	10.5	5.8	2.9	1.0	1.4	18.4	37.3	7.4	2.7	5.6	1.4	2.5	0.6	0.0	0.2	17.3	1.7	0.6	19.0	0.8	40.8	
	20歳代 (N=74)	0.0	1.4	1.4	1.4	0.0	0.0	1.4	28.4	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	13.5	1.4	0.0	10.8	1.4	54.1
	30歳代 (N=126)	0.0	4.8	3.2	3.2	0.8	0.0	7.1	20.6	2.4	0.0	5.6	0.0	0.8	0.8	0.0	0.0	0.0	15.1	2.4	0.0	17.5	2.4	59.5
	40歳代 (N=136)	0.0	8.1	1.5	0.7	0.0	0.0	35.3	50.7	12.5	2.9	10.3	2.9	5.9	0.7	0.0	0.0	0.0	20.6	1.5	0.0	20.6	0.0	33.1
	50歳代 (N=91)	1.1	14.3	7.7	3.3	2.2	3.3	26.4	57.1	15.4	11.0	6.6	3.3	1.1	1.1	0.0	1.1	0.0	19.8	2.2	3.3	17.6	1.1	25.3
	60歳以上 (N=88)	1.1	26.1	18.2	6.8	2.3	4.5	14.8	27.3	3.4	0.0	2.3	0.0	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0	15.9	1.1	0.0	33.0	0.0	30.7
尾道ロケ認知度	合計 (N=515)	0.2	3.1	2.5	0.4	0.6	0.6	15.0	18.6	7.4	0.8	3.5	1.0	2.3	0.4	0.0	0.6	6.0	2.3	1.0	11.1	0.4	64.1	
	20歳代 (N=74)	0.0	2.7	0.0	1.4	0.0	1.4	2.7	6.8	0.0	0.0	1.4	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	2.7	0.0	1.4	6.8	0.0	86.5	
	30歳代 (N=126)	0.0	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	6.3	7.9	3.2	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8	7.1	0.0	0.0	14.3	0.0	75.4	
	40歳代 (N=136)	0.0	0.7	0.7	0.0	0.0	0.0	25.7	32.4	12.5	1.5	5.9	2.9	4.4	0.0	0.0	0.0	5.9	2.9	1.5	11.0	0.0	52.2	
	50歳代 (N=91)	1.1	3.3	3.3	0.0	3.3	1.1	22.0	33.0	16.5	2.2	3.3	2.2	5.5	1.1	0.0	1.1	7.7	7.7	2.2	14.3	1.1	51.6	
	60歳以上 (N=88)	0.0	10.2	10.2	1.1	0.0	1.1	13.6	8.0	2.3	0.0	1.1	0.0	1.1	1.1	0.0	1.1	5.7	1.1	0.0	13.6	1.1	60.2	

資料：ネット調査

第4表 尾道市における映画文化振興活動の認知度 (N=515, MA)

(単位: %)

	おのみち映画資料館	おのみちフィルム・コミッション	映画館「シネマ尾道」	尾道子ども映画教室	お蔵出し映画祭	瀬戸田映画祭	大林宣彦監督作品ロケマップ	大谷治の大林映画研究会	尾道市立図書館・火曜名画座	どれも知らない
合計 (N=515)	2.5	3.5	2.9	1.0	0.8	2.3	6.8	0.6	2.1	85.6
20歳代 (N=74)	0.0	4.1	4.1	1.4	1.4	4.1	0.0	0.0	1.4	91.9
30歳代 (N=126)	1.6	3.2	2.4	0.8	0.0	3.2	3.2	0.8	1.6	88.1
40歳代 (N=136)	2.2	5.1	2.9	0.7	1.5	1.5	10.3	0.0	1.5	81.6
50歳代 (N=91)	4.4	2.2	2.2	1.1	1.1	1.1	11.0	2.2	1.1	83.5
60歳以上 (N=88)	4.5	2.3	3.4	1.1	0.0	2.3	6.8	0.0	5.7	85.2

資料: ネット調査

第5表 「映画のまち・尾道」の認知度 (N=515)

(単位: %)

	知っていた	知らなかった
合計 (N=515)	26.6	73.4
20歳代 (N=74)	16.2	83.8
30歳代 (N=126)	17.5	82.5
40歳代 (N=136)	33.8	66.2
50歳代 (N=91)	34.1	65.9
60歳以上 (N=88)	29.5	70.5

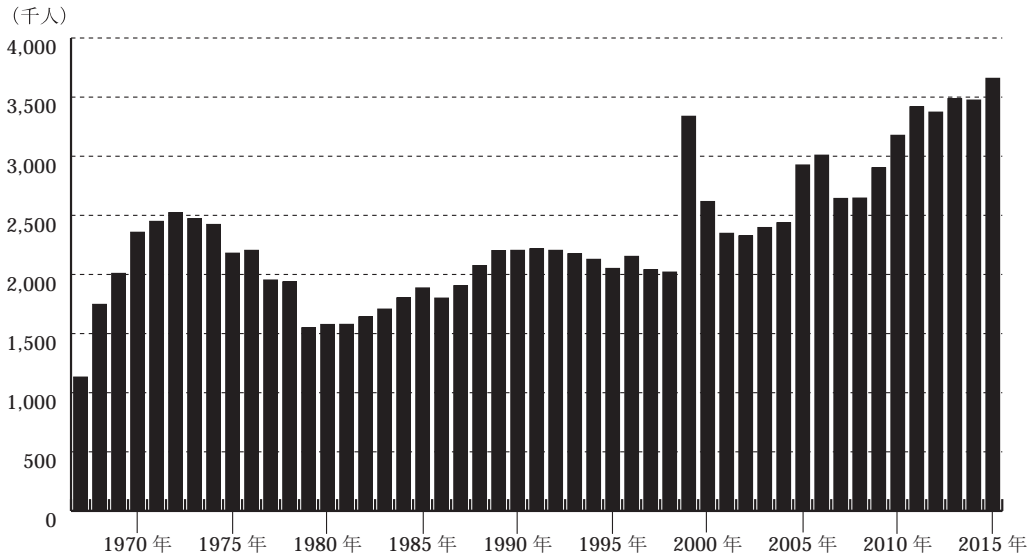
資料: ネット調査

道ロケ作品の鑑賞経験、尾道ロケ作品であることの認知度と関係があると考えられる。すなわち、『東京物語』または大林作品の鑑賞経験があり、それらの作品と尾道とのかかわりを認知している中高年層を中心に「映画のまち・尾道」という認識をもっている。一方で、尾道ロケ作品の鑑賞経験が乏しく、映画と尾道のかかわりを認知している者の割合が低い若年層には、「映画のまち・尾道」という認識が定着していない。

4. 「映画のまち・尾道」での観光行動

1) 観光動向と「映画のまち」の認識

1967年から2015年までの旧尾道市への入込観光客数の推移をみると(第2図)、1967年から1972年まで増加、1973年から1979年まで減少、1980年から1991年まで増加、1992年から1998年まで微減、1999年の急増とその後2002年までの反動(減少)、2003年から2015年まで増加と、増加期と減少期を繰り返しながら、50年間で1967年の約113万から2015年の約367万へと大幅に



第2図 尾道市（旧尾道市）における入込観光客数の推移（1967-2015年）

資料：尾道市資料

増加している。このうち1967年から1972年までは、「文学のこみち」（1965年完成）や尾道大橋（1968年開通）など観光インフラの整備が入込観光客数の増加に結びついた。1980年から1991年までは、因島大橋開通（1983年）や山陽新幹線・新尾道駅開業（1988年）に加え、「尾道三部作」をはじめとする一連の大林作品の公開によって「映画のまち」としての認知度が高まったことも入込観光客数の増加につながった⁹⁾（石黒，2016）。1999年の急増は西瀬戸自動車道（以下、しまなみ海道）の全線開通が主因であり、2003年以降の増加はサイクリストや外国人観光客の増加がその理由とされている¹⁰⁾。その中で2005～2006年はその前後と比べて約40～50万人多い観光客が訪れており、尾道市は映画『男達の大和／YAMATO』の公開とオープンセットの一般公開を主な増加要因とみている¹¹⁾。また、2010～2011年の増加は尾道市を舞台とするNHK連続テレビ小説『てっぱん』の放送とロケセットの一般公開が要因の1つと分析されている¹²⁾。

このように尾道市は、2000年代以降に『男たちの大和／YAMATO』公開と『てっぱん』放送を機に入込観光客数の一時的な増加はあったが、ロケ地観光が入込観光客数の継続的な増加に結びついたのは「尾道三部作」が次々と公開された1980年代が中心であった。これに関して、大都市圏発の旅行商品を分析した石黒（2016）は、大都市圏の旅行会社および旅行者にとって、尾道市は近年、広島と岡山に挟まれた瀬戸内海沿岸の1目的地の位置づけにあり、『しまなみ海道』と『ラーメン』、わずかに残るドラマのロケ地としてのイメージが混在した（p.100）都市として認識されていると述べている。

次に、ネット調査結果から、尾道市への来訪経験と「映画のまち」の認識を明らかにする。尾道市に観光目的で訪れたことのある者（来訪者）は回答者全体の19.2%、そうした経験のない者（未来訪者）は同80.8%であった（第6表）。来訪者のうち、「映画のまち」と知ったうえで訪れたことがある者（認識済来訪者）は5.4%、「映画のまち」と知らずに訪れたが訪問後にそのことを知った者（来訪時認識者）は3.9%、「映画のまち」と知らずに訪れ、訪問後もわからなかったという者（非認識来訪者）は9.5%であった。尾道市でのロケ地観光の経験者は、認識済来訪者

(5.4%)と来訪時認識者(3.9%)を合わせた回答者全体の9.3%とみなせる。なお、ロケ地観光経験者の割合に年齢差はみられなかった。一方、未来訪者のうち、尾道が「映画のまち」と知っていた者(認識済未来訪者)は15.3%、知らなかった者(非認識未来訪者)は65.8%であったが、認識済未来訪者の占める割合は中高年層、非認識未来訪者の占める割合は若年層のほうがそれぞれ高い傾向にあった。

第6表 尾道市への来訪経験(N=515)

(単位: %)

	認識済来訪者	認識済未来訪者	来訪時認識者	非認識来訪者	非認識未来訪者
合計(N=515)	5.4	15.3	3.9	9.5	65.8
20歳代(N=74)	5.4	6.8	4.1	4.1	79.7
30歳代(N=126)	3.2	11.1	3.2	7.1	75.4
40歳代(N=136)	7.4	19.9	4.4	4.4	64.0
50歳代(N=91)	5.5	19.8	4.4	11.0	59.3
60歳以上(N=88)	5.7	17.0	3.4	23.9	50.0

資料: ネット調査

2) おのみち映画資料館来館者の行動と満足度

次に、来館者調査結果をもとに、資料館来館者の来街目的、来館理由、満足度を示す。来館者調査の回答者148人の年齢内訳は10歳代以下が12.2%、20歳代が12.8%、30歳代が7.4%、40歳代が23.0%、50歳代が31.1%、60歳以上が13.5%、性別内訳は男性が51.4%、女性が48.6%であった。また、居住地内訳は尾道市内が2.7%、広島県内(尾道市を除く)が8.1%、中国・四国地方(広島県を除く)が13.5%、近畿地方が23.6%、中部地方が10.1%、関東地方が29.7%、その他が12.2%であった。また回答者がよく観る映画として、邦画(尾道ロケ作品を除く)が回答者全体の55.1%、ハリウッド映画が同42.9%、アニメ映画が21.1%と高い割合を示した一方、尾道ロケ作品は同4.8%にとどまった。

まず、尾道市への来街目的については、回答者全体の87.7%が観光を挙げ、そのうち同19.7%がロケ地観光、同68.0%がそれ以外の観光と回答した(第7表)。次に、資料館情報の入手手段を尋ねたところ、「尾道市内の観光案内所」を挙げた者が最多(回答者全体の30.6%)で、これに次いで「雑誌」が同19.7%、「通りがかり」が同16.3%となった(表省略)。

資料館に来館した理由については、「尾道ロケ作品に興味があったから」が最多(回答者全体の31.3%)で、「映画全般が好きだから」(同27.2%)と「レトロな雰囲気に着かれたから」(同17.0%)、「知人・友人・家族に誘われたから」(同12.2%)がこれに続いた(第8表)。年齢別にみると、「映画全般が好きだから」と回答した者の割合に年齢差はみられなかったが、「尾道ロケ作品に興味があったから」と回答した者の割合は30歳代以上、「レトロな雰囲気に着かれたから」は20歳代、「知人・友人・家族に誘われたから」は19歳以下で、回答割合が最も高かった。このことから、30歳代以上は尾道ロケ作品への関心、20歳代は古い町並みや建築への関心、19歳以下は家族に同行することが、資料館に来館する主因となっていると推察される。

第7表 尾道市への来街目的 (N=147)

(単位：%)

	観光 (ロケ地めぐり)	観光 (その他)	買い物・食事	映画鑑賞	その他芸術鑑賞	通勤・通学	その他
合計 (N=147)	19.7	68.0	2.7	0.7	0.7	0.7	7.5
19歳以下 (N=17)	11.8	70.6	0.0	0.0	0.0	0.0	17.6
20歳代 (N=19)	21.1	73.7	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3
30歳代 (N=11)	36.4	54.5	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0
40歳代 (N=34)	20.6	67.6	5.9	0.0	0.0	0.0	5.9
50歳代 (N=46)	21.7	60.9	2.2	2.2	2.2	0.0	10.9
60歳以上 (N=20)	10.0	85.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0

資料：来館者調査

第8表 おのみち映画資料館への来館理由 (N=147)

(単位：%)

	映画全般が好きだから	尾道ロケ作品に興味があったから	惹かれたから	レトロな雰囲気を感じたから	旅行商品に組み込まれていたから	知人・友人・家族に誘われたから	その他
合計 (N=147)	27.2	31.3	17.0	2.7	12.2	9.5	
19歳以下 (N=18)	16.7	5.6	11.1	5.6	50.0	11.1	
20歳代 (N=18)	33.3	0.0	38.9	0.0	11.1	16.7	
30歳代 (N=11)	18.2	54.5	9.1	9.1	9.1	0.0	
40歳代 (N=34)	32.4	35.3	11.8	0.0	5.9	14.7	
50歳代 (N=46)	28.3	41.3	17.4	2.2	4.3	6.5	
60歳以上 (N=20)	25.0	40.0	15.0	5.0	10.0	5.0	

資料：来館者調査

さらに、資料館の満足度については、「満足できた」者が回答者全体の76.7%、「あまり満足できなかった」者と「まったく満足できなかった」者を合わせて同23.3%となった(第9表)。年齢別にみると、「満足できた」者の割合が全体平均を上回ったのは19歳以下と20歳代、60歳以上であった。このうち19歳以下は家族に同行して来館して思いがけず映画の世界に触れたこと、20歳代は展示内容にレトロな雰囲気を感じたこと、60歳以上は『東京物語』等に関する展示内容にノスタルジーを感じたことから、満足度が高くなったと推察される。一方、30～50歳代の来館者の満足度は全体平均を下回った。この世代は若い頃に大林作品を鑑賞した者が多いが、資料館に大林作品が展示されていないことから、満足度がやや低くなったと推察される。これらの推察は来館理由別にみた満足度調査結果から裏づけられる。「レトロな雰囲気に惹かれたから」または「知人・友人・家族に誘われたから」と回答した者は満足度が全体平均を上回っており、これは19歳以下および20歳代の満足度が高いことを裏づけている。一方、「尾道ロケ作品に興味があっ

第9表 おのみち映画資料館の満足度 (N=133)

(単位：%)

	満足できた	あまり満足 できなかった	まったく満足 できなかった
合計 (N=133)	76.7	21.1	2.3
19歳以下 (N=16)	93.8	6.3	0.0
20歳代 (N=17)	82.4	17.6	0.0
30歳代 (N=11)	72.7	27.3	0.0
40歳代 (N=32)	68.8	28.1	3.1
50歳代 (N=37)	73.0	21.6	5.4
60歳以上 (N=20)	80.0	20.0	0.0

資料：来館者調査

たから」と回答した者は満足度が全体平均を下回っており、これは大林作品関連資料の展示を期待した30～50歳代の満足度が低いことを反映していると考えられる¹³⁾。

5. おわりに

本研究は、広島県尾道市を例に、「映画のまち」という名声を得た地方都市におけるロケ地観光の持続性を検証することを目的とした。本研究で得られた知見は以下のように要約できる。

尾道市が「映画のまち」と呼ばれるようになったのは、尾道市を舞台とし、尾道市でロケが行われた『東京物語』(1953年公開)と「尾道三部作」を中心とする大林作品の影響が大きい。特に、1980年代に相次いで公開された大林作品では「昔ながらの変わらない風景の尾道」が映し出されると、それを訪ねるロケ地観光が活発となり、尾道市への入込観光客数が増加した。尾道市の行政や経済団体によるロケ地観光を促す情報提供や施設整備もこれを後押しした。

2000年代以降は、『男たちの大和/YAMATO』(2005年公開)やNHK連続テレビドラマ『てっぱん』(2010-2011年放送)による入込観光客数の一時的な増加はみられたが、その効果は大林作品のように長続きしなかった。一方で、尾道市における映画を活用した取組みは、行政や経済団体主導のロケ地観光の振興から、映像作家やNPO法人、教育機関等による主体的に映像文化を創造し、発信しようとする動きへと変化してきた。

その結果、尾道ロケ作品の鑑賞経験がある者、それらが尾道ロケ作品であることを知っている者、尾道市が「映画のまち」と呼ばれていることを知っている者は、『東京物語』世代の60歳代以上と大林作品世代の40～50歳代が中心で、30歳代以下の若年層は尾道ロケ作品の鑑賞経験が乏しく、「映画のまち・尾道」の認知度も低くなっている。このまま各世代の加齢が進めば、尾道市で『東京物語』や大林作品の世界を体験しようとする年齢層はますます縮小する一方、資料館来館者の感想にみられたように、「映画のまち」であったことを尾道市の歴史として知り、映画を尾道のレトロな雰囲気を感じる手段の1つと捉える者の割合がさらに高まる可能性がある。すなわち、尾道市が1980年代に得た「映画のまち」という名声は、尾道ロケ作品鑑賞者の高齢化と新しいコンテンツ(作品)の不足と未活用によって、過去のもの(歴史的事実)となりつつあるのが現状である。

尾道市はこのまま「映画のまち」としての名声と地位を失うことになるだろうか。それを回避しようとするなら、筆者は以下の2つの方策を採ることが有効だと考える。1つは、『東京物語』

と大林作品だけを活用しようとするのではなく、映画ロケを継続的に誘致、支援し、それを積極的にシテプロモーションや観光集客に活用することである。いま1つは、2000年代以降にみられる「映画のまち・尾道」の構造変化をさらに推進し、ロケ観光の目的地としての「映画のまち」から映像文化の創造・発信拠点としての「映画のまち」へと、その性格、役割を転換することである。

本研究は、ロケ地観光の目的地として「映画のまち」と呼ばれるようになった尾道市を例に、観光者の意識と行動に焦点を当てて、ロケ地観光の持続可能性を検討した。しかし、ロケの受入地である尾道市に居住する市民がロケ地観光をどのように認識し、それにどのように関わっているのかという点を明らかにすることができなかった。また、2000年代以降にみられる「映画のまち・尾道」の構造変化を詳細に把握、分析することができなかった。これらは今後の研究課題としておきたい。

付記 本稿は、県立広島大学平成27・28年度重点研究（地域課題解決研究）「尾道市における映画を活用したまちづくり方策の研究」の成果の一部をとりまとめたものである。本研究の推進に当たり、尾道市文化振興課をはじめ、尾道市内の映画関係者には多大なご協力をいただきました。記して感謝いたします。なお、本稿の骨子は、日本地理学会2017年度春季学術大会（2017年3月28日、筑波大学）において発表した。

[注]

- 1) Scott (2002) は、スタジオ外で行われるロケを、制作コストを削減するために人件費や物価の安い場所で行う経済的ランナウェイと、内容の真正性や地理的リアリティを確保するために特定の場所を指定して行う創造的ランナウェイに大別した。
- 2) Beeton (2005) はロケ地観光 (On-Location) をフィルム・ツーリズムの1形態に位置づけている。彼女は、フィルム・ツーリズムにはロケ地観光 (On-Location) のほかに、ツアーへの参加 (Commercial)、誤解した訪問 (Mistaken Identities)、スタジオ等訪問 (Off-Location)、イベント参加 (One-off Location)、自宅で旅気分 (Armchair Travels) の5形態があると指摘している。
- 3) 2017年8月24日検索。
- 4) 同社は2000年設立、本社は東京都港区に立地。インターネット市場調査のモニター数は約235万人 (2017年2月現在)。
- 5) おのみち映画資料館資料による。
- 6) 「Location Japan」(地域活性化プランニング発行、2012年6月号) の大林宣彦監督へのインタビュー記事 (pp.64-69) より引用。
- 7) おのみちフィルム・コミッション資料による。
- 8) 『時をかける少女』(原作：筒井康隆) は、1983年公開映画以外に、1997年と2006年、2010年の3回映画化されている。このうち2006年公開のアニメ映画は約2.6億円の興業収入をあげたヒット作品である。ネット調査の選択肢は「時をかける少女 (1983年)」と記したが、若年層の回答者を中心に2006年公開のアニメ映画と認識した者も含まれる可能性がある。
- 9) 尾道観光協会の公式サイトは、尾道観光にかかわる出来事として、1982年の「大林宣彦監督映画『転校生』公開」を記している (尾道観光協会サイト, <https://www.ononavi.jp/fan/history/>,

2017年8月29日閲覧)。

- 10) FMおのみち Web サイト, <http://www.fmo.co.jp/2014/06/19-171904.php>, 2017年8月29日閲覧。
- 11) 国土交通省のサイト, <http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/region/kanko100/pdf/070.pdf>, 2017年8月29日閲覧。
- 12) せとうちタイムズのサイト, <http://0845.boo.jp/times/archives/2032>, 2017年8月25日閲覧。
- 13) 来館者調査では, 資料館に満足できなかった理由(自由記述)として, 「展示物が少ない」「知っている作品が少ない」「大林監督作品に関する資料が見たかった」「最近の映画のことも取り上げてほしい」「映画会社に偏りがある」などが挙げられた。

【文献】

- 天野宏司 (2011): 世界の中心で愛を叫び続けられるか?—メディアツーリズムと持続的利用に関する検討—。文化情報学 18(2): 1-15.
- 石黒侑介 (2016): 「尾道」の仕掛け: 「尾道」の観光をとりまく環境。池ノ上真一・花岡拓郎・石黒侑介・石森修三編『尾道型デスティネーション・マネジメントってなに? ~多様な地域遺産を生かす観光まちづくり戦略 (CATS 叢書 10)』北海道大学観光学高等研究センター, 91-100.
- 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」を事例に一。季刊地理学 63: 227-230.
- 金 玉実 (2015): 映画『狙った恋の落とし方』による中国人の北海道道東観光の展開。地理学評論 88: 541-530.
- 末永 航 (2010): 東京物語と映画の町—映画と観光と都市のアイデンティティ—。山田幸平編『現代映画思想論の行方—ベンヤミン, ジョイスから黒澤明, 宮崎駿まで—』晃洋書房, 109-133.
- 山田伸之 (2001): 京都市域における映画制作業の地域的展開。立命館地理学 13: 43-53.
- 山村高淑 (2016): 「尾道」における価値共創の可能性: コンテンツツーリズム振興の観点から。池ノ上真一・花岡拓郎・石黒侑介・石森修三編『尾道型デスティネーション・マネジメントってなに? ~多様な地域遺産を生かす観光まちづくり戦略 (CATS 叢書 10)』北海道大学観光学高等研究センター, 109-119.
- Beeton, S. (2005): *Film-induced Tourism*, Channel View.
- Christopherson, S. (2006): Behind the scenes: How transnational firms are constructing a new international division of labor in media work. *Geoforum* 37: 739-751.
- Lukinbeal, C. (2004): The rise of regional film production centers in North America, 1984-1997. *Geojournal* 59: 307-321.
- Riley, R., Baker, D. and Van Doren, C. S. (1998): Movie induced tourism. *Annals of Tourism Research* 25(4): 919-935.
- Riley, R. and Van Doren, C. S. (1992): Movies as tourism promotion: a 'pull' factor in 'push' location. *Tourism Management* 13(3): 267-274.
- Scott, A. J. (2002): A new map of Hollywood: the production and distribution of American motion pictures. *Regional Studies* 36: 957-975.
- Suzuki, K. (2011): Soe Overlooked Drawbacks of Japanese media-Induced Tourism: A Critical Reinvestigation. *Ritsumeikan chirigaku* 23: 11-25.