

アフターコロナに向けた外国映像作品
ロケーション誘致に関する実証調査事業
(外国映像作品ロケ誘致プロジェクト)

調 査 報 告 書

令和5年3月

特定非営利活動法人
映像産業振興機構

目 次

はじめに	1
第1章 調査の目的と実施体制	2
1 本調査の目的	2
2 本調査の実施体制	3
第2章 本調査の社会的背景	4
1 コロナ禍におけるメディア消費の状況	4
2 映像コンテンツを巡る動向	6
3 アフターコロナへ向けて	10
第3章 令和4年度 調査対象作品とロケ実施について	11
1 調査対象作品について	11
(1) 「Tokyo Vice Season 2」	11
(2) 「SUNNY」	14
2 調査対象作品のロケ実施状況	16
(1) 「Tokyo Vice Season 2」	16
(2) 「SUNNY」	18
第4章 調査対象作品のロケ誘致における効果測定	24
1 「Tokyo Vice Season 2」	24
2 「SUNNY」	26
3 国内映像制作環境の課題	28
第5章 実証調査総括	32
1 調査対象作品の効果測定について	32
2 まとめ	34

はじめに

令和元年にスタートした外国映像作品ロケ誘致プロジェクトは本年度で4年目を迎えた。本調査事業は製作インセンティブを活用することにより実際にハリウッド作品等の海外大型映像作品を我が国にロケ誘致し、その経済波及効果や地域活性化等の社会効果、また国内映像製作環境の改善への貢献度等を調査することを目的としている。

本調査事業発足後、直ぐに COVID-19（新型コロナウイルス）の社会的な感染拡大が生じ、その影響は映像メディア業界や世界的な映像の製作状況にも波及することとなった。

しかしながら、本調査事業では、その様な状況下においても、前年度迄に3作品の海外大型映像作品のロケ誘致を行うことが出来た。そして結果的に、海外大型映像作品のロケーション誘致による経済波及効果については製作インセンティブを遙かに超えるスケールの経済波及効果が実証され、また我が国の映像制作者はその貴重な経験を通じて、国内の撮影環境の改善を図る上で多くの示唆を得るに至っている。

令和4年度の本調査においては、海外配信ドラマ、2作品の海外大型映像作品の国内誘致を図ることが可能となった。

映画やドラマなどの映像コンテンツは、アニメ・マンガ、音楽、ゲーム等のコンテンツと同様に大きな経済的そして文化的な影響力を持つ。それらの映像コンテンツは海外へ我が国の魅力を伝え、クールジャパンの代表的な要素となる可能性を秘めている。

諸外国においては、その国に大きな経済的、社会的利益をもたらすことを目的として、海外大型映像作品のロケーション誘致のための製作インセンティブを競い合っている状況があるが、本調査事業における実地的検証が、今後の我が国の海外作品のロケ誘致事業の発展の方向を指し示すことが期待されている。

本調査事業の実施及び本調査事業の報告の作成にあたり、ご協力を仰いだ映像制作者の方々、フィルムコミッションの方々、その他全ての関係者の皆様に心から感謝を申し上げる次第である。

令和5年3月
特定非営利活動法人
映像産業振興機構

第1章 調査の目的と実施体制

1. 本調査の目的

本調査事業は、日本において製作インセンティブが海外大型映像作品のロケーション誘致にどれ程の効果があるか、またそれによる経済波及効果がどの程度あるのか、どのような社会効果が分析されるのか、また国内映像制作者や国内映像制作環境に与える影響等について実際に海外から大型映像作品の撮影ロケーション誘致を行い、定量的、定性的に効果測定を行うことを目的としている。また都市部のみならず、地方へのロケーションの誘致を目指し、地方自治体や地方のフィルムコミッションが関与することで、フィルムコミッションの機能強化や地域内・地域間連携等の促進によるロケ誘致の更なる改善と地域のPR力の拡大を図ることも目的としている。

また今後の海外映像作品のロケ支援数の増加は①雇用創出・産業育成、②人材育成、③インバウンド・観光誘客といった効果が期待されており、平成29年より始動した「ロケ環境の改善に関する官民連絡会議」の内容を踏まえて、海外からの大型映像作品のロケ誘致を今後実際に行っていくための国内の撮影制作環境の課題を抽出すると同時に、改善の方向への道筋を示すことも本調査の目的としている。

2. 本調査の実施体制

本調査を進める上で、以下のメンバーからなる調査実施委員会を組成し、調査方針の決定や方向性について随時協議を行った。本調査の実施委員会のメンバー及び役割については下記の通りである。

「アフターコロナに向けた外国映像作品ロケーション誘致に関する実証調査事業」 調査実施委員会構成メンバー

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
荻原 雄二	GT 東京法律事務所 弁護士
木次谷良助	東映株式会社 執行役員
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 顧問
沼田 通嗣	一般社団法人全日本テレビ番組製作社連盟 理事

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・調査報告監修

小俣 充	東大まちづくり大学院
------	------------

全体統括・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
吉田 佳代	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	
和泉 吉秋	特定非営利活動法人 映像産業振興機構	

第2章 本調査の社会的背景

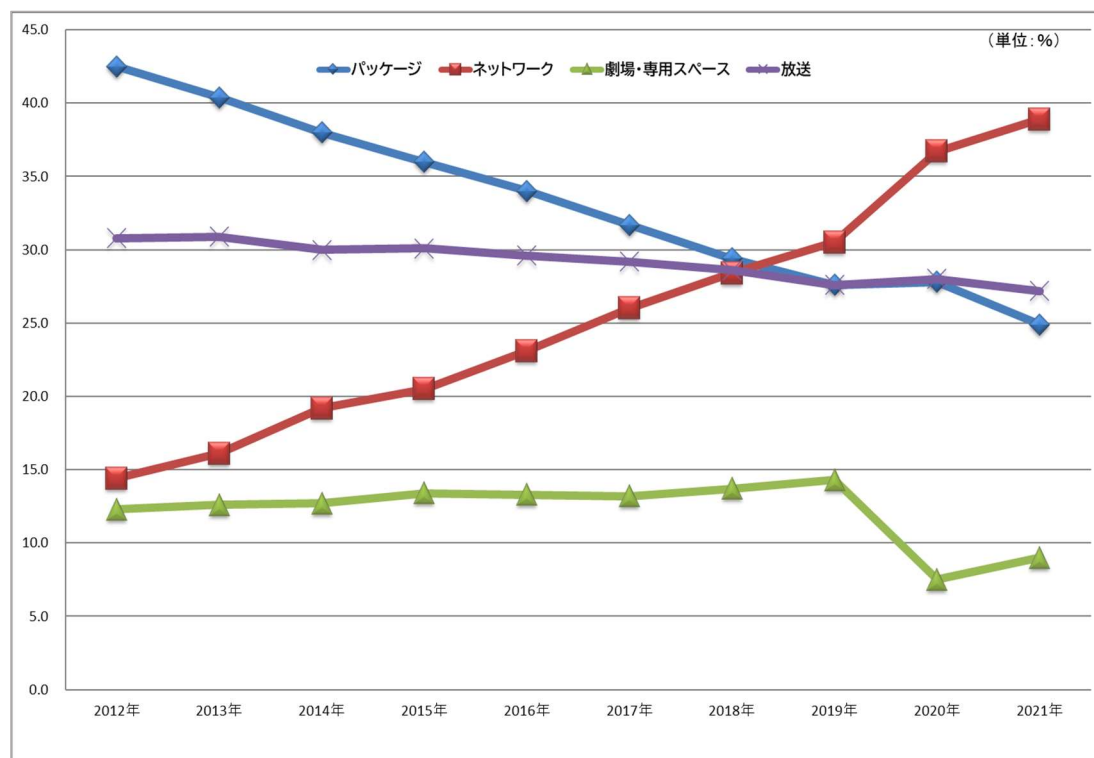
1. コロナ禍におけるメディア消費の状況

2020年の初頭から本格化した新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の社会的な感染拡大は、現在でも根本的な解決には至っていないが、3年に及ぶ社会的な感染防止対策は我々の社会や生活に不可逆的な変化をもたらしたと言える。

コロナ禍はリアルにおける「人と人との接触機会」に大きな制約をもたらし、社会的には在宅勤務やオンライン会議等が一般化した。メディア消費においては、ライブエンターテインメント市場は大きな打撃を受け、また劇場における映画興行等も休業要請や時短営業、座席の間引き等数々の厳しい制約を受けた。

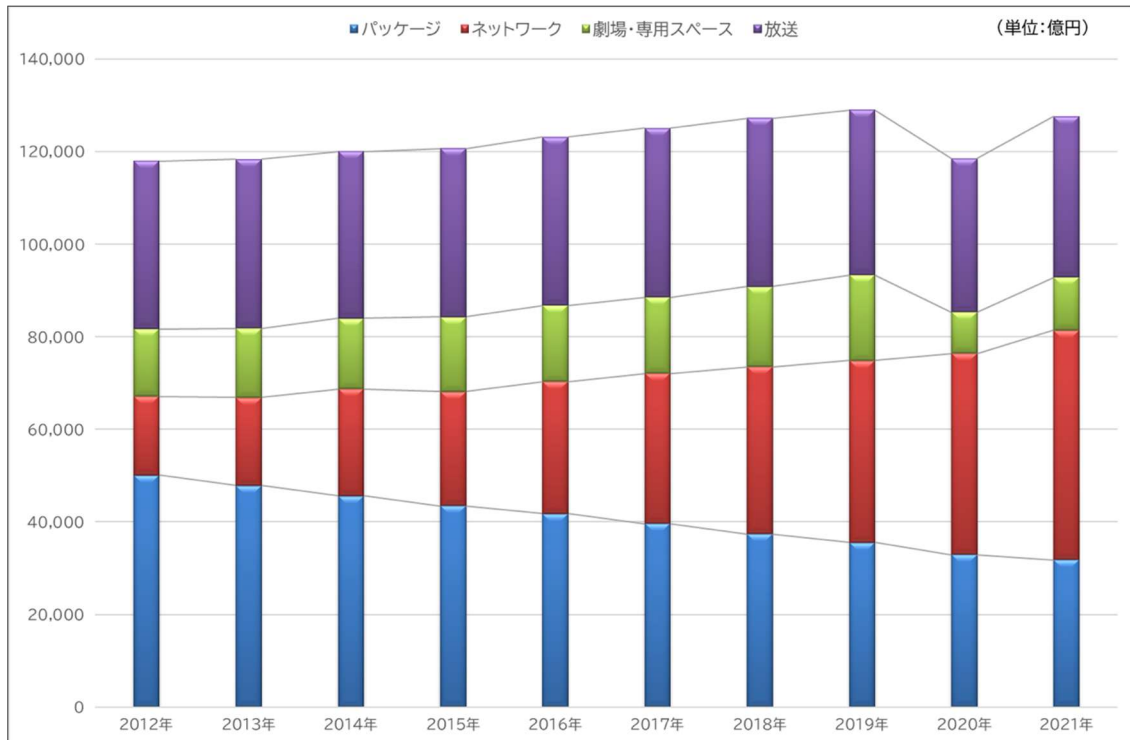
その一方で、「With コロナ」生活の中での「巣ごもり消費」によってゲーム等のオンラインにおけるメディア消費は拡大し、メディア消費のネットワーク化、デジタル化が急速に進む結果となった。また、ライブエンターテインメントにおいてはオンラインの無観客ライブやリアルとオンラインが融合したハイブリッドイベントが一般的となり、また、映画の視聴方法として動画配信サービスの利用も増加の一途をたどっている。

図表2-1 日本のコンテンツ産業におけるメディア別構成比の推移



（資料出所 「デジタルコンテンツ白書 2022」 一般財団法人デジタルコンテンツ協会）

図表 2-2 日本のコンテンツ産業におけるメディア別市場規模の推移



(資料出所 「デジタルコンテンツ白書 2022」 一般財団法人デジタルコンテンツ協会)

今後、新型コロナウイルス感染症が完全に沈静化したとしても、企業において当たり前となったオンライン会議が無くなり以前の状態に戻ったり、またメディア消費においてもオンラインやハイブリッド型のライブイベントの開催が無くなったり、動画配信メディアが衰退することは現時点では想像し難く、その様な意味においてコロナ禍は我々の社会や生活、そしてメディア消費の在り方にネットワーク化、デジタル化という不可逆的な変化をもたらしたと言える。

そして、今後はネットワーク化、デジタル化の更なる発展形としてメタバース¹や、NFT²、DAO³等に代表される「Web 3.0」と呼ばれるメディアに繋がっていくことが予測されている。

¹ 空間性を持ったインターネットメディア。従来リアルでしか実現しなかった遊び、交流、仕事等が代替出来る可能性が示唆されている。

² 非代替性トークン。改ざんが難しいブロックチェーン技術を使って、唯一無二の情報を保証するデジタル資産

³ Decentralized Autonomous Organization (分散型自律組織) の略称。Web 上の新たなコミュニティの在り方として提唱されている。

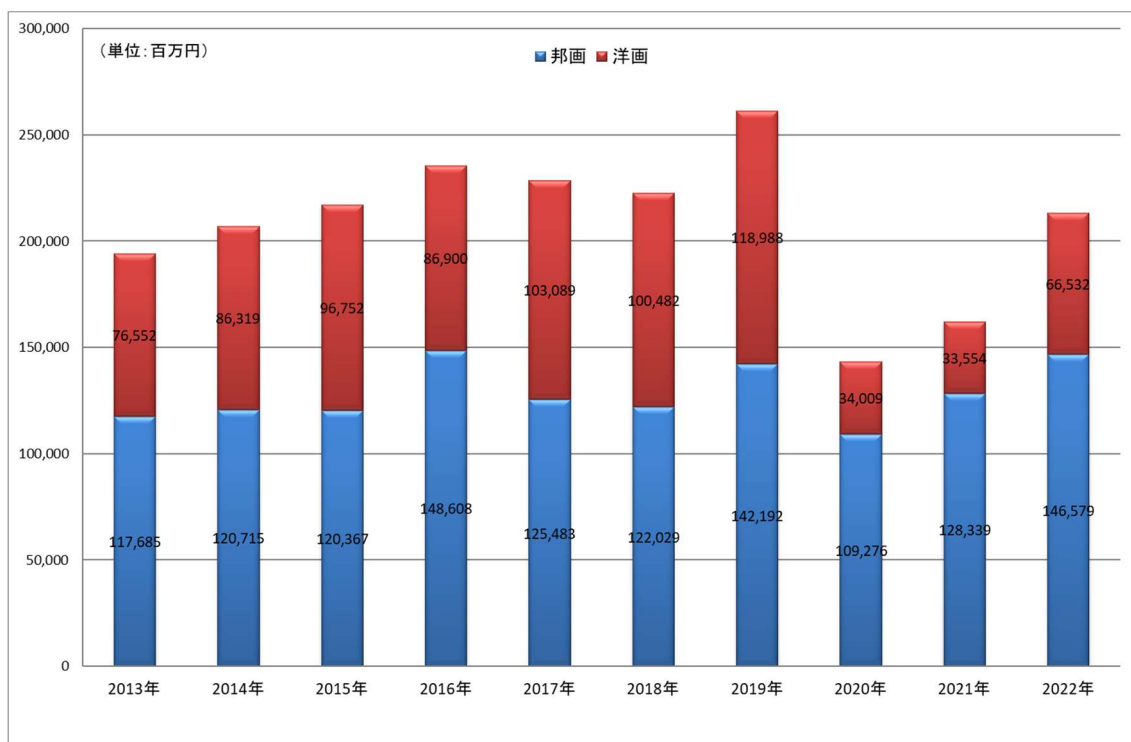
2. 映像コンテンツを巡る動向

映画をはじめとする映像コンテンツを巡る動向について確認しておきたい。コロナパンデミックの影響が直撃した2020年に国内映画市場の興行収入は、史上最高の2,611億円という記録を残した前年の55%にまで落ち込んだ。

緊急事態宣言が発令される中で、シネマコンプレックスを始めとする全国の映画館は休業や営業時間短縮を余儀なくされ大きなダメージを受けた。

その後、映画館におけるコロナウイルスの感染における安全性が確認され、また社会的な経済活動の条件緩和の中で、2022年4月以降は全国の映画館は通常営業に戻ることが出来た。その後公開がペンディングされていた多くの洋画作品等が公開される流れとなり、5月にトム・クルーズ主演・製作の『トップガン・マヴェリック』が公開されると全国興行収入135億円を記録する大ヒットとなり、洋画興行の回復を印象付ける作品となった。8月にはアニメ映画『ワンピース FILM RED』が公開され、シリーズ史上最高の190億円を超える大ヒットとなり、また11月には同じくアニメ作品である『すずめの戸締り』のヒットが続き、結果的に2022年度の全国興行収入は2,131億円となり、ビフォアコロナのマーケットの90%⁴程度迄回復した。

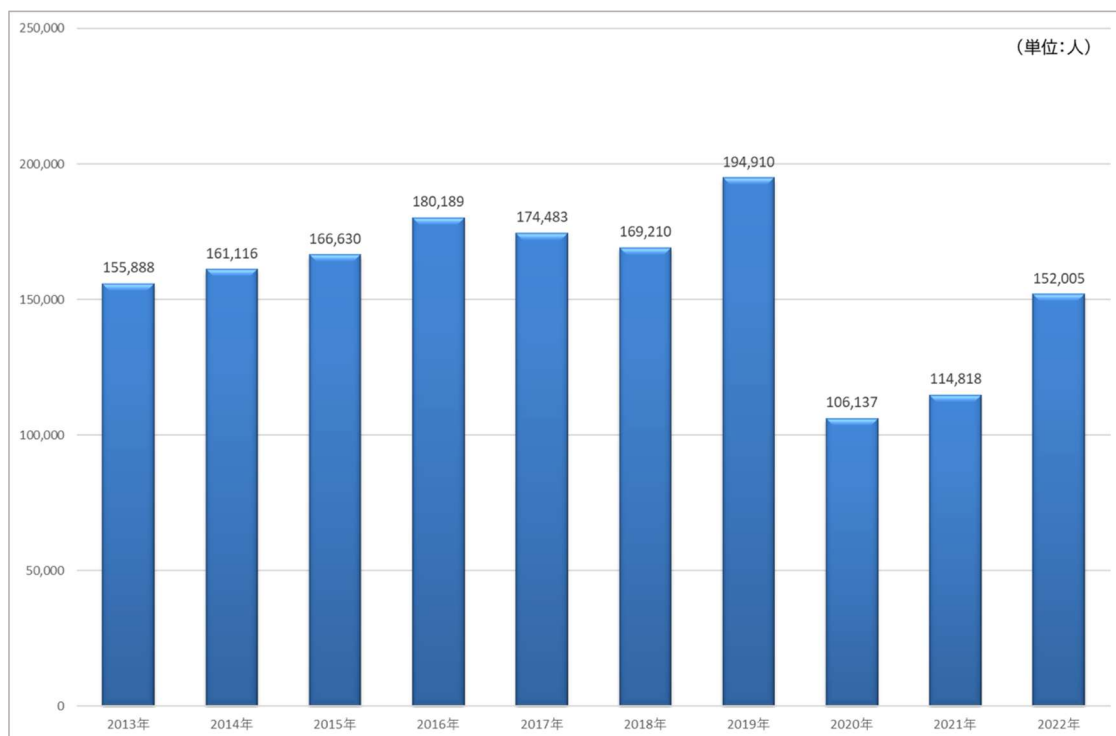
図表2-3 国内映画興行収入の推移



(資料出所 日本映画製作者連盟公表資料)

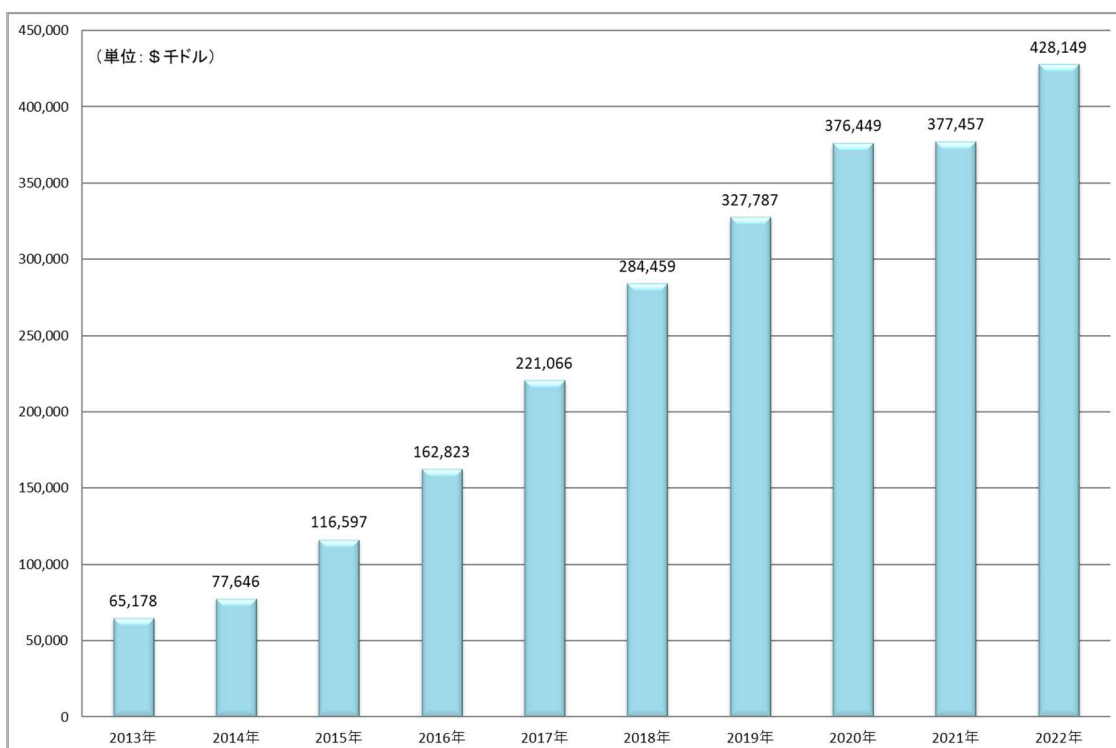
⁴ コロナ禍前5年間(2015年～2019年)の全国平均興行収入は2329億円であった(日本映画製作者連盟公表資料)。

図表 2 - 4 国内映画入場者数の推移



(資料出所 日本映画製作者連盟公表資料)

図表 2 - 5 映画輸出実績



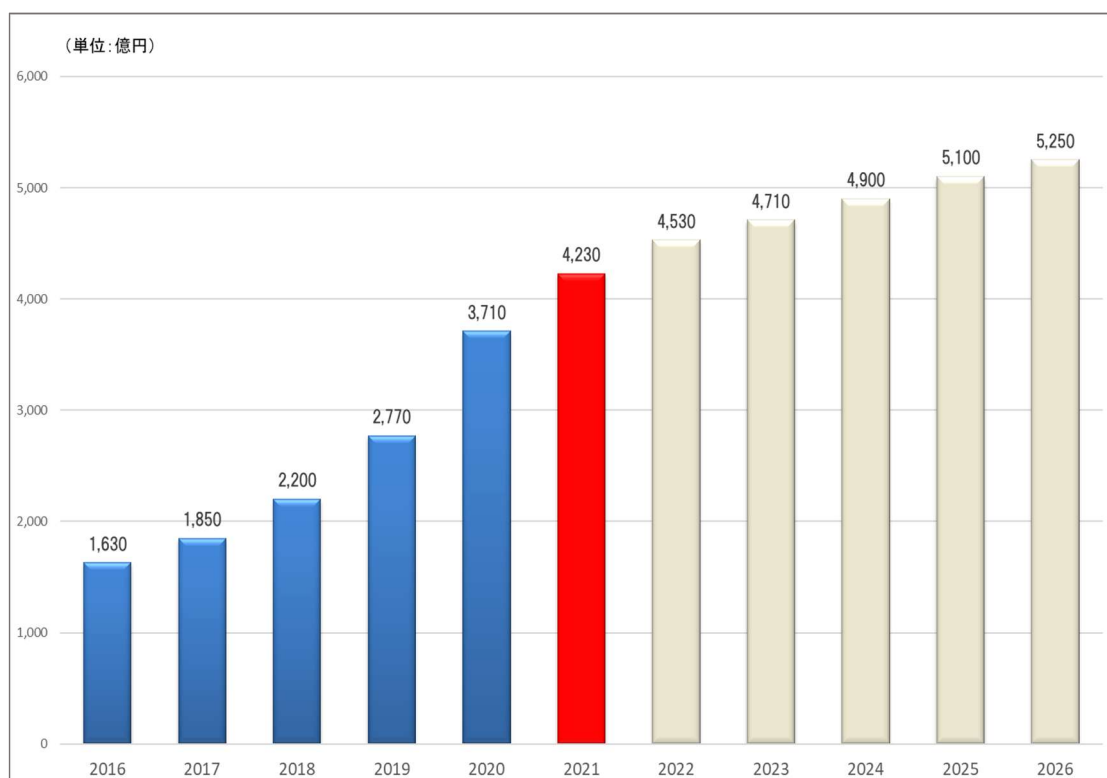
(資料出所 日本映画製作者連盟公表資料)

この様に、邦画アニメの大ヒットや洋画の回復により、2022年は国内映画業界はコロナ禍から本格的な回復を見せた。同時に海外への映画輸出は、国内アニメ作品の海外販売を中心として、より伸長する結果となった⁵。

また2022年は国内の映画制作現場におけるハラスメントや劣悪な労働実態が問題視されることとなった。この様な状況を背景として映画監督有志により「日本版CNC⁶の設立を求める会」を立ち上げについて6月に会見を行っている。このような映画産業内の動向は本調査事業の目的の一つである「国内映像制作環境の改善」と関連する項目である。

また、国内においては先述の様に、コロナ禍におけるステイホーム需要を追い風として有料動画配信サービスの伸長が著しく、2021年の国内市場規模は4,230億円、2026年の市場規模は5,250億円と推計されている。

図表2-6 国内有料動画配信市場の予測



(資料出所 「動画配信市場調査レポート 2022」 一般財団法人デジタルコンテンツ協会)

⁵ 配信メディアにおける利用、ゲームアプリ等の著作権料を含む。

⁶ CNC (フランス国立映画センター) はフランスの公的な映画の支援機関であり、映画業界の共助の仕組みを担っている。

米国映画業界においても、日本と同様に映画興行にコロナ禍からの復活の兆しが見られるが、映画業界全体としては従来の映画産業と配信メディアとの融合が進んでいる状況がある。米国映画大手であるディズニーが自社の配信プラットフォームとして「Disney+」を、同じく大手のワーナーブラザーズが「HBOMax」を運営しており、コロナ禍で映画興行が停滞する中で、従来、米国映画業界の中で守られて来た劇場公開から90日間は他メディアウインドウにおける上映を行わないと言う「90日間ウインドウ」が45日間に短縮される傾向が見られる。またコロナ禍においてはディズニーが2020年9月に映画実写版『ムーラン』を「Disney+」でのみで公開すると言う様な極端なケースも見られた。

また、2019年には配信大手のNetflixが米映画界の業界団体であるアメリカ映画協会(MPAA)に、配信事業者として初めてが加入した他、2022年3月にAmazon Prime Videoを運営するAmazonが古い歴史を持つ映画製作会社MGMを買収する等、配信事業者と映画会社、スタジオとの繋がりや資本的結合が進んでいる。

また、世界的な傾向として、米国配信大手が他国を舞台設定としたドラマを製作する等のボーダーレス化の動向が見られる。例えば、Netflixは韓国で2021年に「イカゲーム」を製作し人気を博したり、Disney+は日本国内で「スター」レーベルを立ち上げ「ガンニバル」の様なオリジナル実写ドラマを製作し配信を行っている。

この様に映像コンテンツの製作に関しては国境やメディアウインドウに関してボーダーレス化が進んでおり、今後もその傾向は強まってゆくことが予想される。

3. アフターコロナへ向けて

映像コンテンツの製作についてボーダーレス化が進み、従来の映画資本に加え、配信メディアから資本流入が起きることにより、世界において映像製作に対し、より大きな製作資本が形作られることになる。また、映像コンテンツの消費についてはストリーミング再生を中心としたネットワーク化、デジタル化が進んでいる。

上記の様な社会状況は、我が国の今後の海外大型映像作品のロケーション誘致にとって非常に有利な状況が生まれることになる。

即ち世界における映像製作資本が増大することで、我が国でロケ撮影される作品の製作予算は増加し、また製作された映画、ドラマ等の映像コンテンツを通じて我が国の魅力溢れる映像がネットワークを通じて、速やかに、そしてダイレクトに世界中に配信されることになるからである。

海外映画人には日本でのロケ撮影を切望している声も多く、国内における海外大型映像作品のロケ誘致の土台が整えば、上記の様な社会状況の中で、今後、我が国に大きな経済的利益をもたらす、新たなブルーオーシャンが生まれる可能性が十分にある。

第2章 令和4年度 調査対象作品とロケ実施について

1. 調査対象作品について

令和4年度の本調査事業においては、5月12日～6月10日の第一次申請期間に申請された作品の中から海外シリーズドラマである「Tokyo Vice Season 2」と「SUNNY」の2作品が調査対象作品に選定された。以下、作品毎に調査対象作品の内容を紹介し、製作スキーム等について記述を行いたい。

(1) 「Tokyo Vice Season 2」

海外ドラマシリーズ「Tokyo Vice Season 2」の作品概要は下記の通りであった。

作 品 名	「Tokyo Vice Season 2」
作品形態	海外シリーズドラマ 全8話
製 作 国	米 国
製作費及び 支援の規模	総製作費／100億円 日本国内製作費／56億円 支援金額／7千万円
申請主体	R社 ※本作の製作を目的に設立された日本法人（SPC）
公開国・時期	北米はHBO Max(ストリーミング配信)で令和5年配信予定。 その他地域は現在交渉中。
日本国内でのロケ 地・撮影時期	令和4年11月～令和5年5月迄 東京都内（赤坂、赤羽）を中心に、長野、静岡もロケ地として、全編を日本で撮影、約145日間を予定。（一部を一週間米国で撮影）
支援F C	東京ロケーションボックス、ながのフィルムコミッション
主要スタッフ キャスト	監督/アラン・プール、ジョセフ・クボタ・ヴラディカ、福永壮志 脚本/J・T・ロジャース エグゼクティブプロデューサー/マイケル・マン、渡辺謙 主演/アンセル・エルゴート、渡辺謙、レイチェル・ケラー、菊地凜子

本作品「Tokyo Vice Season 2」は令和2年度の調査対象作品であった海外シリーズドラマの続編である。本作品は前作と同様に米国のストリーミング配信サービス HBO

Max にて配信される予定である。

前作は、米国 HBOMax で配信され視聴率も好成績であった。日本国内では、2022年4月7日よりWOWWOWにて放送、配信された。海外においてもカナダ、フランス、オーストラリア、西アジア、北アフリカ等で配信されている。

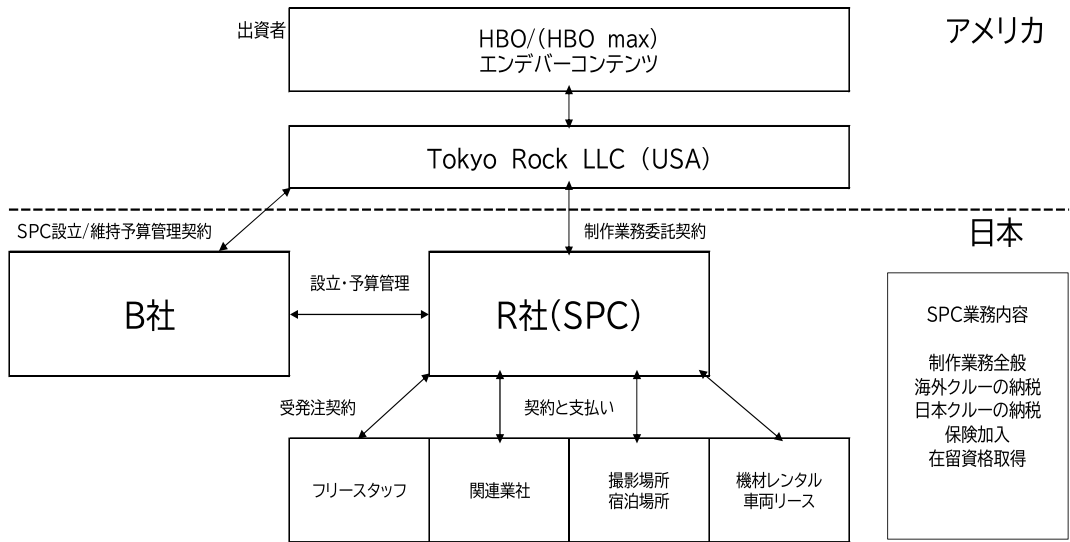
ドラマは前作同様、ジェイク・エーデルステインというアメリカ人が、1990年代に日本の新聞社で実際に記者として働いた経験を元に作られたフィクションを原作としている。社会部の事件記者に抜擢された主人公が、刑事を通じて日本の警察と犯罪者の複雑な結びつきを知り、闇の真相を追うために裏社会を駆け巡るというストーリーである。前作と同じくディープな東京、深く入り込んだ者だけが描くことができるリアルな当時の日本へ、視聴者を案内するスリル溢れるドラマの続編となっている。

メインキャストは前作と同様に外国人記者として東京の裏社会を追いかける、ジェイク・エーデルスタインをアンセル・エルゴートが演じ、また、警視庁組織犯罪対策部の刑事で、主人公ジェイクを導く父親的存在となるカタギリ・ヒロト役を渡辺謙、ジェイクの厳しくも優しい新聞社の上司を菊地凜子が演じるなど日本を代表して世界で活躍する俳優陣が引き続き参加している。本作品では、新たな日本人のキャラクターも追加され日本人俳優にとって世界へのステップへ繋がるキャスティングとなっている。

製作スタッフは前作に続き、エグゼクティブプロデューサーを米アカデミー賞に度々ノミネートされている世界的巨匠のマイケル・マン（代表作：『インサイダー』、『ヒート』）が務め、製作総指揮には、前作のプロデューサーである第87回アカデミー賞作品賞映画『バードマンあるいは（無知がもたらす予期せぬ奇跡）』の製作総指揮であるジョン・レッシュャーが担当する。脚本は、舞台「オスロ（原題：Oslo）」でトニー賞に輝いた J・T・ロジャースが執筆するなど、ハリウッドの第一線で活躍し続けているクリエイターたちが再び東京に集結する布陣となっている。また、日本人制作スタッフも前作と同様に再集結する予定である。

作品の製作スキームについても前作と同様である。米国での出資製作は、HBO と並び4大エージェンシーに数えられる William Morris Endeavor グループである Endeavor Content が行い、日本製作の直接的な製作出資は米国のプロダクション LLC である Tokyo Rock LLC が窓口となって行っている。Tokyo Rock LLC は国内企業 B 社が設立した SPC・R 社と製作業務委託契約を結び、日本の既存の製作会社を介せずに製作を進めている。日本国内においてもハリウッドの製作モデルを踏襲し、製作を一元管理するため SPC 方式を採用している。製作経理における予算組みから工程管理に至るまで国際スタンダードを導入している。このスキームにより、今後国内の製作現場の国際化や海外大型作品の製作ノウハウの向上に寄与することが引き続き期待されている。

図表 3 - 1 シリーズドラマ「Tokyo Vice」製作スキーム図



(2) 「SUNNY」

配信向け海外シリーズドラマ「SUNNY」の作品概要は下記の通りであった。

作 品 名	「 SUNNY 」
作品形態	海外シリーズドラマ 全10話
製 作 国	米 国
製作費及び 支援の規模	総製作費／70億円 日本国内製作費／40億円 支援金額／6千万円
申請主体	T社
公開国・時期	北米、日本を含む全世界向けに、AppleTV プラスで令和5年に ストリーミング配信予定。
日本国内でのロケ 地・撮影時期	令和4年7月～12月迄、京都、東京、関東近郊で全編を撮 影。
支援F C	京都市メディア支援センター
主要スタッフ キャスト	監督／ルーシー・チェルニャック 撮影監督／ラリー・スミス 脚本／ケイティ・ロビンズ エグゼクティブプロデューサー／ルーシー・チェルニャック、 ケイティ・ロビンズ、ラシダ・ジョーンズ 主演／ラシダ・ジョーンズ、西島英俊、国村隼、YOU、 ジュディ・オング

本企画、米国ドラマシリーズ「SUNNY (邦題)」は、米国 Apple 社が提供している動画配信サービス「Apple TV+」のオリジナルシリーズとして令和5年に配信開始予定の作品である。

ストーリーは2050年の近未来の日本が舞台となっている。京都に暮らすアメリカ人女性スージーは、ある日突然、優しき日本人の夫・マサと7歳の息子を飛行機事故で亡くし、遺体も発見されぬまま途方に暮れていたところ、その哀しみを和らげるため、夫が勤めていたロボティクス会社から人型ロボット「サニー」を贈られる。はじめはサニーに反発していたスージーだが、実はマサがその人型ロボットを開発していた当事者であることを次第に理解する。サニーの知恵を借りてロボティクス会社を探るうち、裏に潜む巨大な陰謀に巻き込まれていくという奇想天外なSFダークストーリーのシリーズドラマとなっている。

製作スキームは令和元年度の調査対象作品である『G.I.ジョー：漆黒のスネークアイズ』の国内制作を担当した T 社が米国製作会社 A 2 4 より制作を受託している。米国 A 2 4 社は、2 0 1 2 年の設立ながら既にアカデミー賞の常連で、『ミナリ(2021)』、『ミッドサマー(2020)』、『ムーンライト(2016)』といった、時代に切り込む意欲作を唯一無二の映像美とともに送り出す新進気鋭の映像製作会社として注目されている。

監督は Netflix オリジナル作品など数々のドラマシリーズを手がけるルーシー・チェルニャック、撮影監督はスタンリー・キューブリック監督の『アイズ ワイド シャット(1999)』などを手がけたラリー・スミスが担当し、最前線で活躍する才能が集結する予定である。

キャストは主演のスージー役に『ソーシャル・ネットワーク(2010)』などのラシダ・ジョーンズ、日本人の夫・マサ役にはアカデミー賞国際長編映画賞を受賞した『ドライブ・マイ・カー(2021)』でその演技力を高く評価された西島秀俊が起用されている。

本作品は米国の動画配信サービスとしては過去に例を見ないほどの規模と長期間の日本国内ロケを行う結果となった。京都や東京で撮影された日本の市井の日常風景等が我が国の魅力として世界に発信され、将来的な観光効果に繋がることも期待されている。

2. 調査対象作品のロケ実施状況

調査対象作品である海外シリーズドラマの「Tokyo Vice Season 2」は令和4年11月から東京を中心に撮影が開始され、令和5年5月の撮影終了に向け現在もロケ撮影が行われている。「SUNNY」は令和4年7月から京都、東京等で撮影が行われ12月に国内撮影を終了している。以下、作品毎に国内撮影のレポートを行う。

(1) 「Tokyo Vice Season 2」

海外シリーズドラマ「Tokyo Vice」は全編日本国内にて撮影予定であり、令和4年11月から撮影がスタートし、現在令和5年5月の撮影終了を目指し引き続き撮影が続いており、全撮影日数は145日間の予定である。常時現場では230人程度の日本人制作スタッフが働いており、作品プロジェクトの全体では320人程の日本人スタッフが制作に携わっている。前作の撮影は東京都内でのロケ撮影とスタジオ撮影が中心であったが、本作では都内だけではなく長野、静岡等でのロケも行われている。

また本作においても、前作撮影時と同様に、メインでのロケ撮影が東京都内となる為、また、コロナ禍でのロケ撮影にあたり都内における円滑なロケ実施の為に、海外製作陣、そしてエグゼクティブプロデューサーと主演を務める俳優・渡辺謙らにより小池百合子都知事へ表敬訪問が行われ、撮影支援の協力のお願いがなされた。

ロケーション支援を東京ロケーションボックスが担当し、製作者側と共同で東京都内の警察との交渉や、東京都が管轄の公共施設との撮影交渉を行い、ロケをサポートした。

都内の繁華街、その他施設でのロケ撮影においては制作者側のロケーションスタッフと東京ロケーションボックスが連携し、前作で構築した信頼関係をベースにして警察への撮影許認可申請や地域住民との交渉や調整を行ったため、何とかロケ撮影を進めることが出来た。

しかしながら、前作撮影時はコロナ禍による社会的制約が強い時期で、飲食店等は営業していなかった店舗も多かったため、「撮影交渉の容易さ」という点では前作の撮影時期に分があった。

その様な状況の中での撮影であったが、都内ロケ撮影時の特色として、本作においては都知事のみならず国会議員の支援、協力を得ることが出来たことが挙げられる。

クールジャパンに関連する複数議員にロケ現場の視察をしてもらい、都内ロケへの協力を仰ぐことで、結果的に撮影許可が下りにくい場所でもスムーズに撮影が進められた。



ロケを視察した国会議員による SNS での情報発信
(画像提供：R 社)

本作が撮影された主なロケスポットは下記のとおりである。

■「Tokyo Vice 2」の主なロケスポットと支援 FC

<東京>

- ・憲政記念公園
- ・神田駅前（路地）
- ・外務省前通り

- ・赤坂（繁華街）
- ・赤羽（飲食店等）
- ・渋谷（ホテル等）

<支援FC>

- ・東京ロケーションボックス（東京都）
- ・ながのフィルムコミッション（長野県）

（２）「SUNNY」

海外ドラマシリーズ「SUNNY」の国内ロケ撮影は、令和４年７月１１日に撮影がスタートされ、京都、東京、関東近郊でのロケ撮影を経て、令和４年１２月２６日に撮影を終えた。海外作品としては異例の半年間にわたる長期の日本ロケが実施され、全撮影日数は約１０１日であった。

平均スタッフ３００名（海外５０名／日本２５０名）、俳優５０名、エキストラ総数３,０００名、ロケバス・機材車使用５０台での大規模撮影であった。

ロケ撮影の流れは、作品ストーリーが近未来２０５０年の京都という設定であった為、京都でのロケ撮影も８月中旬から９月末まで１カ月半行った。その他、東京近郊ロケ（藤沢遊行寺、横浜山手、千葉鴨川、川越小江戸、山中湖）等を京都に見立て、４つの撮影所セット（東宝、角川大映、日活、東映京都）を組み合わせながらロケ撮影を進めた。さらに１０月からは２ブロック（２Director）に分かれ移動も多く発生するという俳優にも制作スタッフにも負担の厳しい現場であった。

演出を手掛ける監督によっては時々生じることであるが、国内撮影中、海外の監督の突発的な新たな要求が生じる等、不測の事態が発生した。撮影残が増すに連れスタッフ側からクレームが起り、海外製作者側と日本制作サイドで協議が行われたが、結局は日本側制作スタッフに追加報酬が支払られるという金銭的な決着が図られた。

京都ロケにおいては地域フィルムコミッションである京都市メディア支援センターが支援にあたり、京都国際会館や祇園でのロケをサポートした。撮影エリアによっては地域住民側から頑なに撮影を拒否されるという制作者側にとって地域特有の厳しい局面もあった。

また、安全対策としてはコロナ防疫予算として、製作費とは別に異例の５億円の予算

が付けられ、独自の感染防止プロトコルに準じた安全対策が実行された。具体的にはスタッフゾーンを3ゾーンに分け、それぞれのゾーンで週1～3回のPCR検査を行うという、今迄よりより細かい防疫対策をとるという内容であった。

上記の様に、日本制作サイドにとって未経験の課題を解決しながら行われた長期の日本ロケであったが、無事に撮影は終了し、結果的に祇園のような京都を代表するロケーションや、市井の日常の光景を映し出すレトロな商店街などを切り取ることで、日本の魅力を世界に発信する映像が撮影された。

■「SUNNY」の主なロケスポット（エリア）と支援FC

<京都>

- ・京都国際会館
- ・古川町商店街
- ・祇園新橋
- ・祇園南側地区

<東京近郊>

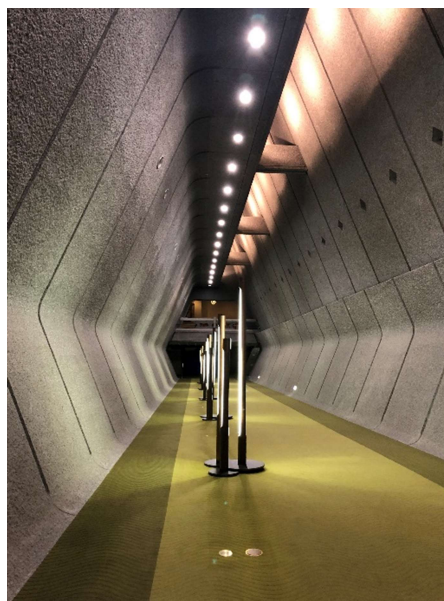
- ・神奈川県藤沢市（寺院）
- ・神奈川県横浜市 山の手地区
- ・千葉県鴨川市 里山地区
- ・千葉県市原市 上総大久保駅
- ・埼玉県川越市 小江戸伝建地区
- ・山梨県南都留郡 山中湖

<支援FC>

- ・京都市メディア支援センター（京都市）

■「SUNNY」撮影レポート

1. 【2022 年 8 月 国立京都国際会館（京都府京都市左京区）】



（左：国立京都国際会館 外観部分／右：同施設内 廊下部分）（画像提供 T 社）

京都シーンの撮影開始。当施設の貸与許諾には難航し、決定後も時間等の制約がタイトだったためスタッフ・キャストともに協力し合い、急ピッチで撮影が行われた。米国側スタッフ 50 名、日本側スタッフ 300 名、俳優・エキストラ 300 名の大部隊編成で京都の複数箇所での撮影が敢行された。

2. 【2022 年 8 月 祇園甲部、新橋（京都府京都市東山区）】



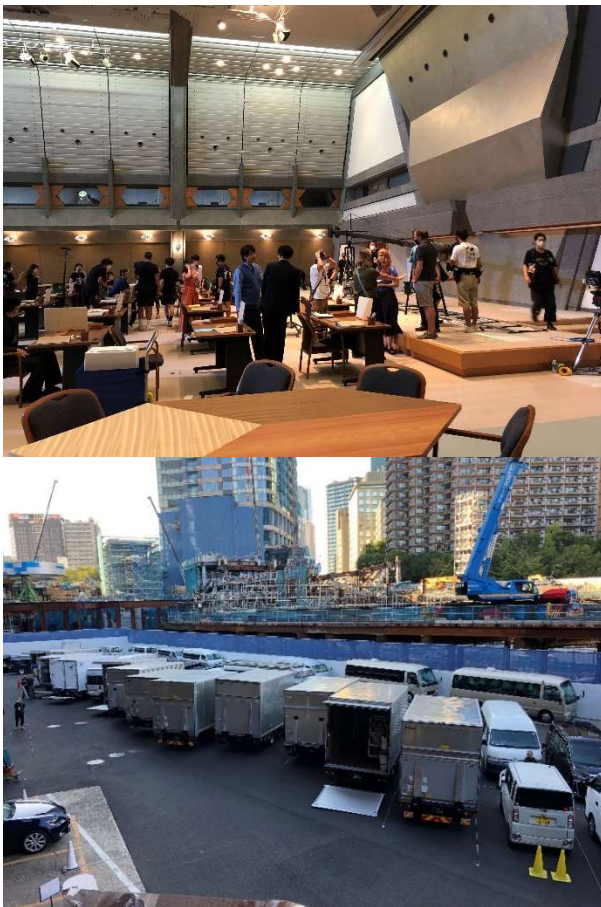
（祇園の街並み）（画像提供 T 社）



(祇園甲部の茶屋街撮影出番を待つ舞妓役の演者たち) (画像提供 T 社)

厳しい撮影条件のなか、甲部組合に協力を頂くことができ、「祇園での撮影」に漕ぎつけることが出来た。撮影は午前 6 時から深夜に至るまで、京の酷暑の中、休憩時間を増やすなどの熱中症対策を取りながら行われた。

3. 【2022 年 10 月 霊友会 (東京都港区)】



(上：ストーリー上で待合室として使われたホール/下：常時 30～40 台が稼働した機材運搬トラック)
(画像提供 T 社)



(上:主演俳優のランダ・ジョーンズ氏と待機中の西島秀俊氏／下:物語のキーとなるロボット「サニー」)
(画像提供 T 社)



（撮影の合間、脚本、プロデューサーのケイティ・ロビンズ、監督のルーシー・チューニアクらと俳優ジュディ・オング氏）（画像提供 T 社）

当施設では空港のシーンなどの撮影が行われた。また人型ロボット「サニー」はニュージーランドの IT 企業が当作品のために開発。専門の操縦者によるサポートのうえ、運搬や保管に厳重な配慮を要し、冷温での保管を続けるなど特殊な状況下での撮影となった。

4. 【2022 年 11 月 東宝スタジオ（東京都世田谷区）】



（東宝スタジオ入口風景）（画像提供 T 社）

※コロナ対策として、PCR 検査はキャスト周りのゾーン A は週三度、その他全員週一度、抗原検査は全員毎日行い、撮影ゾーンに入るスタッフ外の人にも必ず実施され、リストバンドでゾーニングされていた。

東宝スタジオで、主役スージーの家やヤクザの家、サウナのセットなど残りのシーンの撮影が行われた。演者のコロナ感染などでスケジュールが押すなどし、予定より 10 日程度遅れクランクアップした。

第4章 調査対象作品のロケ誘致における効果測定

令和4年度の調査対象作品である「Tokyo Vice Season2」は現在も撮影継続中であるが、大半の撮影を終えており、「SUNNY」は令和4年12月に撮影はクランクアップしている。

内閣府 知的財産推進事務局による製作インセンティブの支援を受け、国内撮影が行われた両作品のロケーション誘致に係る経済効果、社会効果についてタイトル毎に効果測定を行いたい。

1. 「Tokyo Vice Season 2」

海外シリーズドラマ「Tokyo Vice Season 2」は総製作費110億円、国内製作費56億円という邦画の製作予算を遙かに凌ぐ規模のハリウッド製作の大型作品であり、撮影期間中、現在迄に14億72百万円の製作費が国内に投下されていることが確認された。

投下された直接効果14億72百万円をベースとして推計された経済波及効果⁷は「ロケによる経済波及効果」が24億85百万円、「観光による経済波及効果」は220億15百万円、以上を合算した総合効果は259億72百万円と推計された。

作品に対して支援された製作インセンティブの金額7千万円と比較し、直接効果は21倍、そして総合効果は371倍と試算された。

同作品における社会効果であるが、前作と同様、製作予算が100億円を超える、ハリウッド大作のドラマが東京を中心として全編国内ロケで製作されたこと自体が文化芸術的な意味合いにおいても一つの社会効果と言えよう。

また、現場では常時230名程、作品全体では320名程の日本人制作スタッフが制作に従事したことによる雇用促進効果を挙げることが出来る。また多くの日本人制作スタッフにとっては前作同様、海外の一流の製作陣と同じ現場を共有することが、モチベーションとスキル向上の機会となった。

都知事訪問や国会議員のロケ現場視察等により、海外大型作品のロケ誘致事業の社会的認知が進むと共に、ロケがスムーズに進む結果となった。また、撮影許認可が前作より円滑に進んだ背景には前作撮影時から培われたロケーションチームと所轄警察との

⁷ 映像産業振興機構がロケ誘致における経済効果を可視化する為に構築した算出モデルを使用。

信頼関係の構築がベースにあった。

また、製作管理業務においては前作に引き続き同事業者が国内制作を受託したため、制作経理（予算管理含む）、契約法務等の現場と同時進行で行われるバックオフィス業務の「世界標準スキル」の国内への取り込みがより進んだ。

「Tokyo Vice Season 2」ロケ誘致において測定された経済効果、社会効果については下記の様であった。

「Tokyo Vice Season 2」における効果測定まとめ

撮影地	東京都内(憲政記念公園、神田駅前、外務省前、赤坂、赤羽) 長野、静岡
撮影期間	令和4年11月～令和5年5月(撮影日数145日間予定)
支援金額	7千万円
経済効果	直接効果 14億72百万円 ロケによる経済波及効果 24億85百万円 観光による経済波及効果 220億15百万円 総合効果 259億72百万円
社会効果	<ul style="list-style-type: none"> ・総製作費100億円のハリウッド大作ドラマシリーズが東京を中心に全編日本でロケされた社会的・文化的意義 ・都知事訪問や国会議員のロケ現場視察等により、海外大型作品のロケ誘致事業の社会的認知が向上し、ロケ誘致がスムーズに進んだ。 ・撮影現場で常時230名程、作品全体では320名程の日本人制作スタッフの雇用促進効果、また、国内映像制作スタッフのモチベーションとスキルの継続的に向上した。 ・所轄警察との信頼関係構築により、前作以上に都内でのロケの許認可がスムーズになった。 ・前作に引き続き制作経理(予算管理含む)、契約法務等のバックオフィス業務の「世界標準スキル」の取り込みが進んだ。 ・インターン5名が研修として制作現場に参加し、今後の海外大型作品の誘致に照準を合わせた人材育成が進んだ。

2. 「SUNNY」

海外ドラマシリーズの「SUNNY」も「Tokyo Vice Season 2」と同様に総製作費は70億円に及ぶ、国内製作の映像作品とは比較にならない位、大規模予算の配信ドラマである。

国内へのロケ誘致に際して、製作インセンティブとして拠出された金額は6千万円であったが、令和4年7月の撮影開始から令和4年12月の撮影終了迄に国内で直接使用された製作費は40億円であった。

直接投下された40億円を直接効果（新規需要）として、経済波及効果を算出すると「ロケによる経済波及効果」は67億52百万円、「観光による波及効果」は220億15百万円、以上を合計した総合効果は327億67百万円と試算された。

拠出された製作インセンティブの金額6千万円と比較すると、直接効果は6.6倍、総合効果は54.6倍と分析された。

社会効果については、まずは伸長著しい海外配信メディアにより、邦画大作を遥かに凌ぐ予算規模のシリーズドラマが日本を象徴する景観である京都、そして東京近郊で全編国内撮影されたこと自体が文化的意義を持つものと言えよう。

また作品設定が2050年の近未来の京都であり、外人女性とAIロボットとのSFダークストーリーという作品の斬新さには芸術的価値の創造があり、また今後新たな日本のプロモーションの世界への発信が可能となる。

コロナ禍で停止していた海外大型作品のロケ誘致が再開され、6ヶ月にも及ぶ長期の国内ロケが敢行されたこと、そして常時、日本人制作スタッフ250名が動く制作現場により雇用促進効果が発生し、多くの日本人制作スタッフが世界標準の映像制作技術の習得する機会となったことも同様に社会効果として挙げることが出来るであろう。

またロケーションに関しては京都ロケを中心に地域フィルムコミッションの尽力が見られ、経験値とスキルが向上したことが推測される。同作の潤沢な製作予算により、国内では通常使用されない京都国際会館や都内の宗教施設等が新たなロケ地の発掘となった。

製作現場のバックオフィスについては、本国からバジェット管理の責任者が来日し、日本側も製作経理スタッフ10名体制で対応し世界標準の製作経理や予算管理について学ぶことが出来た。

5億円のコロナ防疫予算をかけ独自の感染防止プロトコルに準じた安全対策が行われ、そこには国内に例を見ない、人命と安全を尊重する海外作品のロケ現場の安全対策を経験することが出来た。

上記に見られる海外シリーズドラマ「SUNNY」のロケ誘致において測定された経済

効果、社会効果についてまとめを行いたい。

「SUNNY」における効果測定まとめ

撮影地	京都(国立京都国際会館、祇園甲部、新橋)、東京(霊友会) 関東近郊
撮影期間	令和4年7月～令和4年12月(撮影日数101日間)
支援金額	6千万円
経済効果	直接効果 40億円 ロケによる経済波及効果 67億52百万円 観光による経済波及効果 220億15百万円 総合効果 327億67百万円
社会効果	<ul style="list-style-type: none"> ・伸長著しい海外配信メディアによる、邦画大作を遥かに凌ぐ予算規模のシリーズドラマが日本を象徴する景観である京都、そして東京近郊で全編国内撮影されたことによる文化的意義 ・作品設定が2050年の近未来の京都であり、外人女性とAIロボットとのストーリーという作品の斬新さにおける芸術的価値の創造と日本の新たな世界プロモーションの獲得 ・コロナ禍で停止していた海外大型作品のロケ誘致が再開され、6ヶ月にも及ぶ長期の国内ロケが敢行され、常時、日本人制作スタッフ250名体制による雇用促進効果が発生した。 ・日本人制作スタッフは世界標準の映像制作技術の習得し、また地域FCは京都ロケを中心に経験値とスキルが向上した。 ・海外ドラマシリーズの大規模な製作予算により、国内では通常使用されない京都国際会館や都内の宗教施設が新たなロケ地として海外映像制作者から注視された。 ・海外のバジェット管理の専門家が常駐し、最新の制作予算管理、制作経理を経験、習得することが出来た。 ・5億円のコロナ防疫予算をかけ独自の感染防止プロトコルに準じた安全対策が行われたことにより、国内に例を見ないロケ現場の安全対策を学ぶことが出来た。

3. 国内映像制作環境の課題

令和4年度の本調査においては、海外配信メディアの大型ドラマ作品である「Tokyo Vice Season2」そして「SUNNY」のを2作品誘致することが出来た。2作品のロケ誘致を通して大規模な経済効果と様々な社会効果が測定されたが、その一方で2作品の制作経験は国内の映像制作者に様々な気づきをもたらし、国内の映像制作者は今後の改善の方向性を見出すことが出来た。今後の海外大型映像作品のロケ誘致を検討する上で、現在の国内映像制作環境が抱える様々な課題が再認識された。以下に確認を行いたい。

人材育成

国内のバイリンガルの制作スタッフ数が絶対的に不足している。本調査によって判明したことであるが「Tokyo Vice Season2」、「SUNNY」の2作品の同時誘致が国内バイリンガルスタッフ数の限界点であることが認識された。2作品の誘致でもバイリンガルスタッフの取り合いが生じている様な状況で、現状では3作品以上の同時のロケ誘致は完全にキャパオーバーとなる。そして求められる人材はバイリンガルだけでなく映像制作に関してある程度の知識を持ち、海外映像制作者の言いなりにならない対等の立場で話せる主体性のある人材が望まれる。また、その様な人材を育成することが今後の海外作品のロケ誘致の受け皿となる。

また海外作品の現場をサポートするフィルムコミッションにおいても高いスキルを持つ人材は不足している。この様に制作現場においても、地方自治体においても今後の海外大型作品のロケ誘致を視野に入れた人材の確保・育成が喫緊の課題である。

日本人スタッフの労働条件

海外の映像制作スタッフは本国に組合があり、労働時間（10時間ルール）や報酬（オーバータイム支給）が規定され、日本においても安定した雇用条件の下で働いている。

その一方で日本人の制作スタッフの雇用契約の中には労働時間やオーバータイム手当は規定されておらず、実態は国内の映像制作現場と同様の現場優先のハードな制作作業を行っていることが把握された。また、オーバータイム手当等の追加報酬は海外製作者側と交渉可能であるが、日本の制作スタッフは従来の働き方に慣れてしまっている為、交渉のテーブルに乗れていない様な現実もある。

しかしながら今後の海外大型作品のロケ誘致が継続して行くためには、日本人スタッフが海外スタッフと同条件の下、働けることが必要である。その為には日本人スタッフ側にも条件交渉を行う交渉力が必要となる。その改善が適わなければ、国内の映像制作産業と同様に海外作品に対応する人材がより一層枯渇していくリスクがある。

撮影許認可

日本でのロケ撮影に心惹かれる海外の映像製作者は多いが、その一方で「日本の撮影地確保の困難さ」「撮影のハードルの高さ」から日本をテーマにした作品でありながら、わざわざ別の国に赴いて撮影するケースも後を絶たない。ロケにおける撮影の許認可申請においても世界標準と比較すると国内の状況は本調査事業がスタートしてからも大きな変化は無く、未だ改善途上にあると言える。

「Tokyo Vice Season2」において都内ロケにおける許認可申請は前作の実績と警察との信頼関係を受け継ぐ形である程度スムーズになったが、現在も所轄警察による許認可の厳密さ等は解決出来ていない。また、都知事への訪問や国会議員の支援は撮影許認可に一定の効果があったが、結局、現状も許認可においては属人的な要素も多分にあり、抜本的な制度の改善には至っていない。実際、作品関係者からは「(撮影許認可が)現状のように制作側の人脈や経験によるところが大きくなればなるほど、海外大型作品には分かりづらいシステムとなり撮影地として敬遠される理由となってしまう」という意見もあった。

「SUNNY」の京都ロケにおいては一部施設と地域住民がロケ実施へ排外的な態度をとるという事態が生じた。このような事態を解決し、円滑なロケ誘致を進めるための事前の対策と、その解決の土台となる海外大型作品のロケ誘致についての社会的認知を今後、成功事例を積み重ねてゆくことで構築してゆく必要があるであろう。

製作経理

一般的に海外の製作経理は、国内の製作経理の様に作品で発生した損失を別作品で帳尻を合わせたり、作品会計と企業会計が混在するような適当さは無く、細かいコスト面における「透明性」が求められる。今回、「Tokyo Vice Season2」の前作の国内製作の為に SPC を組成したことも、この様な世界標準の製作経理の基準に応えるためだったと言える。

そして今回の「Tokyo Vice Season2」においては各シーン毎にコスト管理がなされており、日本の製作予算の様に作品全体の製作費が予算内に収まれば良いといった緩さは無かった。しかも全ての予算決裁は事前承認が必要な状況であった。

「SUNNY」においては海外からコストコントローラーが常駐し、現場全体を俯瞰しながら予算管理が行われ、日本側経理スタッフも10人体制で対応した。

上記の様に海外では普通に行われている予算申請業務と特殊な映画製作経理を理解し習熟している国内人材は希少であり、今後の海外作品の受入れの為には速やかな人材育成が必要である。また、製作経理においてもある程度の語学力が必要とされる為、現場と同様にバックオフィスにおいてもバイリンガルの人材が必要とされている状況が判明した。

大型スタジオの建設

撮影許認可の困難さと共に海外映画人から声が上がるのは国内に海外大型作品の撮影を余裕を持って受け入れることが出来る大型スタジオが不足していることである。

過去には海外の大作のレベルの撮影に対応出来るスタジオが国内に無いためロケ誘致を逃したというケースもあった。また海外映画人を国内最大の東宝スタジオへ案内したところ、「狭過ぎる」とコメントされたこともあった。今後の海外作品のロケ誘致を拡張するためには、海外の大型作品を迎え入れることのできるクラスのスタジオの建設が必要だと思われる。

「Tokyo Vice Season2」においては東宝スタジオの他に東京近郊の廃校の体育館をスタジオとして利用したが、遮音等に苦心し、音響設備を完備した充分に屋内の高さがある専門スタジオの利用が渴望された。

「SUNNY」においては長期のロケ撮影のため、継続して帯で空いているスタジオが国内に無いため、東宝、日活、大映角川東映京都の4スタジオに分け分割して撮影を行った。

上記に生じた状況の様に、海外大型作品を今後スムーズに国内に誘致するためには余裕のある大きさと専用設備を備えた大型スタジオを国内に建設、確保していくことが強く望まれており、状況を変えて行く為にはスタジオ建設等に国が投資減税を施すことも方策一つと言えるであろう。

安全対策（コロナ対策）

海外の制作現場における安全基準は、ハリウッドの製作会社や俳優組合等の感染防止の安全基準に準拠しており、そこにはスタッフや役者の生命、安全を守ることを最優先とする姿勢がある。

その様な背景の中で「Tokyo Vice Season2」においては「Season1」より条件は緩和されたが、部門、現場に依っては週1回のPCR検査、毎日の抗原検査が義務付けられた。

「SUNNY」においては5億円のコロナ防疫予算が製作費の他に設定され独自のプロトコルに準じた感染防止対策が実施され、制作ゾーン別に週1～3回のPCR検査が行われた。

上記の様に海外作品のロケ現場においては国内のレベルを遥かに超えた安全対策が施されており、今後の海外大型映像作品のロケ誘致の現場においても海外の安全基準に準じた防疫対策がなされることが予想される。

製作インセンティブ

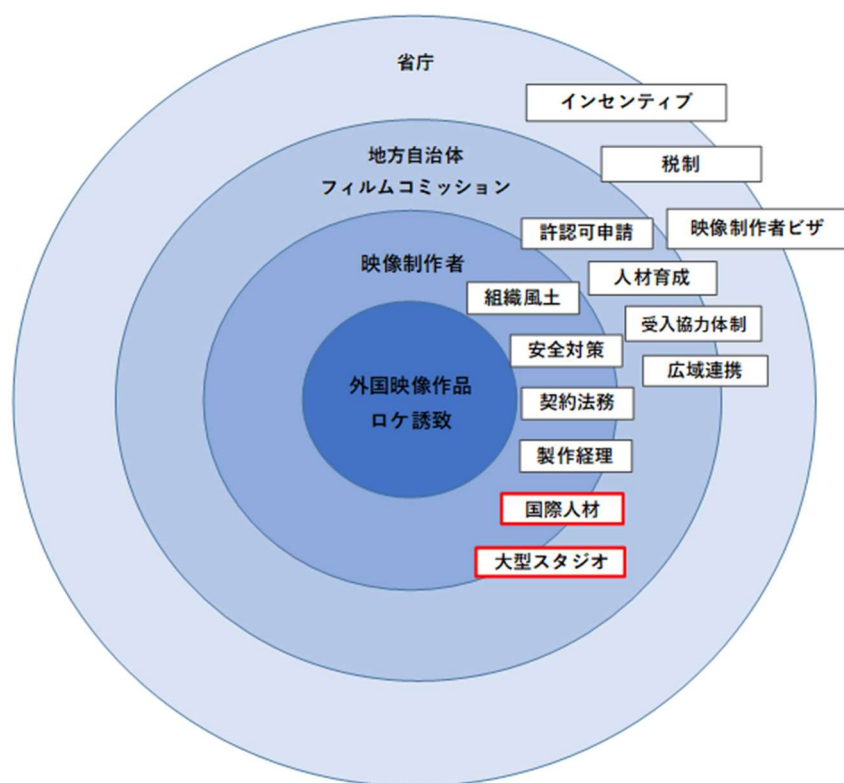
海外の映像制作者がロケ候補地を検討する場合、撮影誘致インセンティブの有無は大きな意思決定の要素となり得る。この様な状況を反映して海外諸国はインセンティブを積極的に活用してロケ誘致を行い、数百億円に上る莫大な経済的利益を享受している様な状況がある。例えば、韓国、台湾、タイ等の近隣アジア諸国では国内での一定の支出を条件に、製作費の15～30%をインセンティブとして支給するインセンティブ制度を導入している。

「Tokyo Vice Season2」においては製作支援インセンティブの金額の2.1倍の14億72百万円の直接経済効果、3.71倍の25.9億72百万円の総合経済効果が計測された。

「SUNNY」においては製作支援インセンティブの金額の6.7倍の40億円の直接経済効果、5.46倍の32.7億67百万円の総合経済効果が推計された。

今後の世界の映像製作においては映画に加え、海外配信事業者等がワールドワイドの作品を大規模予算で製作することが予想され、益々、海外映像作品のロケ誘致における経済的価値が益々増大する可能性がある。その様な意味において大きな経済的利益をもたらす海外大型作品のロケ誘致合戦を勝ち抜き、我が国へのロケ誘致の「呼び水」となる製作インセンティブの構築こそが重要な課題である。

図表4-1 認識された課題例



第5章 実証調査総括

本検証調査において、今後の我が国における海外大型作品のロケ誘致の伸長を見据え、調査対象作品についての効果測定を元に総括を行いたい。

1. 調査対象作品の効果測定について

令和4年度は調査対象作品として海外シリーズドラマである「Tokyo Vice Season 2」、
「SUNNY」の2作品が選定されロケが行われた。

両作品はどちらも令和5年に完成し、全世界に配信予定であるが、製作インセンティブが契機となったロケ誘致によって既にインセンティブを遥かに超える経済効果が測定されている。計測された経済効果は下記の様であった。

調査対象作品の経済効果まとめ（単位:百万円）

作品名	支援額	直接効果 (a)	ロケによる経済波及効果 (b)	観光による経済波及効果 (C)	総合効果 (a+b+c)
Tokyo Vice Season2	70	1,472	2,485	22,015	25,972
SUNNY	60	4,000	6,752	22,015	32,767
合 計	130	5,472	9,237	44,030	58,739

上記の様に、両作品合計で1億3千万円の製作インセンティブに対して、54億72百万円の直接効果に対し、92億37百万円の「ロケによる経済波及効果」、440億30百万円の「観光による経済波及効果」が計測され、合計587億39百万円の総合効果が推計された。

製作インセンティブの金額と比較して直接効果は4.2倍、総合効果は4.51倍となり、海外大型作品のロケ誘致の経済効果の大きさが改めて認識された。

社会効果については、海外配信メディアにより、大規模予算のシリーズドラマがコロナ禍を経て、全編国内撮影されたことの文化的意義が挙げられる。また、2作品を合わせて撮影現場では常時480名程の雇用促進効果が見られたことも社会効果の1つに挙げることが出来るであろう。

また、令和4年度の2作品の誘致を通して、今迄の他調査対象作品と同様に一流の海

外映画製作者と同じ現場を共有することで、日本側制作スタッフのモチベーションの向上とスキルアップが見られ、またロケの支援を行った FC 側においても、今後の海外大型作品のロケ誘致に繋がる経験値の向上が見られた。

そして、本調査においても「人材育成」、「日本人スタッフの労働条件」、「撮影許認可」、「製作経理」、「大型スタジオの建設」、「安全対策（コロナ対策）」、「製作インセンティブ」等の今後の海外大型映像作品のロケ誘致を見据えた「国内映像制作環境における課題」が再認識された。

課題に関しては、本調査事業の開始当初から認識され社会的課題も含んでいる為、一朝一夕には解決出来ない課題も多いが、今回の調査の中で、特に重要性が認識されたのは「人材育成」であろう。

具体的には今回の調査により、海外の大型作品2作品が国内で対応出来るバイリンガルの日本人制作スタッフ数の限界であるという実態が判明した。

今後の海外大型映像作品のロケ誘致を見据えた上で、日本制作サイドにバイリンガルで、しかも、映像制作についての知見を有しながら海外映像製作者と同じテーブルで交渉出来る人材が必要である。

今後は海外大型映像作品のロケ誘致の展望を見据えた上で、人材を育成する、他国の映像製作者に魅力的に映る製作インセンティブの制度設計を行う等の着実に地に足を付けた準備を行い、ロケ受入のための国内の体制を整備してゆくことこそが重要であると思われる。

2. まとめ

令和元年度にスタートした本調査事業は製作インセンティブを活用することにより、実際に海外大型作品のロケ誘致を行い、ロケ誘致による経済効果、各地域のPRにつながる社会効果を実証すると共に、我が国の映像制作環境の改善への効果を含めて効果測定と検証を行って来た。

令和4年度の本調査事業においても、海外配信メディアによるシリーズドラマ「Tokyo Vice Season 2」と「SUNNY」の2作品が支援対象作品となり、実際にロケ誘致を行い、経済効果、社会効果また国内映像制作環境への影響等、実際のロケ誘致から波及する効果について効果測定を行うことが可能となった。

測定された効果については、経済効果や様々な社会効果、国内映像制作環境についての影響に関しても、結論として国内製作の映像作品ではなく、大規模予算を持つ海外大型映像作品だからこそ派生した効果であると言えることが出来る。

現代社会は有形の資産から知的財産等の無形資産を中心としたビジネスに移行しつつあり、またその中でもとりわけ映像コンテンツに関しては、既存のコンテンツホルダーに加え、配信メディアもプレイヤーとして参画し、世界により巨大な製作資本が形作られようとしている。

西洋と東洋が織り混ざった独特の空気感、近代的高層ビル群と旧い街並みが共存する都市風景等の独特の魅力を持つ日本のロケーションに惹かれる海外映像製作者は多い。

それ故に、先述の社会状況も踏まえて、我が国はロケ誘致により、「自国の産業発展」、「海外からの投資」、「インバウンドによる観光需要」などの大きな経済効果を享受する可能性を秘めている。

諸外国ではインセンティブ制度導入により既に大規模ロケ誘致を実現させ、ロケにより数百億円にも上る経済効果を享受している状況がある。

本調査事業においては、製作インセンティブを活用することで、実際にロケ誘致を行い、海外大型映像作品のロケ誘致が巨大な経済効果、社会効果等を産み出す可能性については既に検証済みである。

アフターコロナの時代に向けて、我が国の海外大型映像作品のロケ誘致における今後の課題は、製作インセンティブの制度設計や人材育成等の、国内における受入体制と映像制作環境を実際に整備することであることを確認し、本実証調査のまとめとしたい。