

フィルムコミッション事業におけるエキストラ登録者の意識と参加形態 －茨城県常総市を事例として－

卯田 卓矢¹⁾

Discussion on the characteristics of film commission projects in terms of supernumerary participation : A case of Joso City, Ibaraki Prefecture

Takuya UDA¹⁾

要 旨

本稿は茨城県常総市を事例に、フィルムコミッション事業におけるエキストラ登録者の意識と参加形態を検討した。その結果、エキストラ登録者は主にフィルムコミッションおよび市の事業への関心から参加する者と、映画やテレビドラマに対する興味を動機に参加する者の2つのパターンが存在した。この参加動機の差異は市の事業への貢献意識と関係した。すなわち、前者は参加回数の多少に関係なく貢献意識が高いが、後者は貢献意識が高くない者がみられ、とくに参加回数が少ない参加者はその傾向が強かった。ただし、後者の中には参加回数の増加に伴い貢献意識が生じる者も確認された。また、エキストラ登録者の参加頻度はエキストラの募集に対し5～10回に一度程度参加する者が多く、募集の度に参加する者は少数であった。その背景には登録者自身の就業の問題があり、エキストラの参加を希望しても就業の都合から参加を断念する者が多くみられた。この点が参加頻度の低下を促す要因となっていた。

エキストラの参加は住民がフィルムコミッション事業を理解し、協力する重要な契機としての側面をもつが、本稿で対象とした常総市においてもエキストラに参加した多くの住民は事業への貢献意識を有していた。こうした意識は地域住民の協力が不可欠なフィルムコミッション事業の基盤となるものであり、エキストラの参加は住民と事業との関係構築において有用な方法である。

キーワード：フィルムコミッション事業、エキストラ、参加形態、事業貢献、常総市

Abstract

This study investigated the participation characteristics for registered film and television extras in Joso City, Ibaraki Prefecture. The result showed that there are mainly two types of participants among registered extras. The first is people who participate out of an interest in the work of a film commission. The second type consists of people who are motivated to participate out of an interest in movies or television dramas. The former had a strong contribution mindset regardless of the number of times participating. In the latter type, there were people who showed a low contribution mindset, and that tendency was strong particularly among people who did not participate often. Also, regarding the frequency of participation in registered extras, there were many people who participated about once time in five to ten calls for participation. The number of people who participated every single call was low. The background for this is that there were problems in the jobs of the extras, and there were many people who had to stop participating

¹⁾ 名桜大学国際学群 〒905-8585 沖縄県名護市字為又1220-1 Faculty of International studies, Meio University 1220-1, Biimata, Nago, Okinawa 905-8585, Japan

even after expressing a desire to participate due to the constraints of their jobs.

Keywords: film commission project, extras, participation characteristics, contribution, Joso City

1 研究背景

近年、全国の自治体でフィルムコミッション（以下、FC）を設立する動きが高まっている。FCとは当地において映画やテレビドラマ、CM等の撮影を希望する制作会社に対し、撮影場所（ロケ地）の情報提供や撮影許可の取り付け、エキストラの手配などの撮影に関わる支援を執り行う機関のことである（長島、2007など）。映画等の映像コンテンツの制作過程には一般に、作品の企画、撮影準備、撮影、フィルムの編集などの工程がある（フィールドワークス、2008）。その中で、FCの支援業務は主に撮影準備および撮影の段階に位置づけられる。

日本におけるFCは2000年2月に設立された大阪ロケーションサービス協議会が最初期とされ、2001年8月には全国組織である全国フィルム・コミッション連絡協議会（2009年4月に特定非営利活動法人ジャパン・フィルムコミッション（以下、JFC）に移行）が結成された。この連絡協議会の結成を機に各地の自治体ではFCの設立が相次ぎ、2003年8月には58団体、2009年3月時点では約2倍の101団体となり、「設立は『ブーム』の様相」を呈した（水野、2003：181）¹⁾。2016年8月現在の全国におけるFC数はJFC加盟団体106、未加盟団体約200である²⁾。

全国的なFC増加の要因には、撮影場所となることによる当地の知名度の向上や、撮影スタッフの宿泊等に伴う直接的経済効果、観光振興に対する期待などが指摘できる。とくに、近年は作品の舞台を巡るフィルムツーリズムへの関心の高まりを背景に、ロケ地や登場人物のゆかりの場所を観光資源として位置づけ、観光客誘致を推進する自治体が多く見受けられる（増淵、2010など）。

FCは都市部に集積する制作会社の立地特性から、その業務内容に地域的な差異があることが指摘されている（特定非営利活動法人ジャパン・フィルムコミッション、2012；和田、2015：108）。都市部、とくに東京都内は多数の制作会社が立地しているものの、交通事情や高額なスタジオレンタル料等から都内での撮影は難しい（岩淵、2001）。そのため、制作会社は都内から近く、また都市やその他の場所（民家、商店、路地、空き地、川などの地域性が表出されない場所）の代替撮影が可能な地域をロケ地として利用することが多い。こうした地域に所在するFC（以下、首都圏FC）はシーンに適った多種多様なロケ地を提供することが求められる。一方、都内から離れた地域では山岳や森林、海岸、街並みなどのその地域でのみ撮影可能な場所に対する需要が高い。制作会社

はこれらの場所を対象に長期にわたってロケを取行することが多く、当地域の中には撮影の直接的な支援に加えて、撮影スタッフへの宿泊施設の紹介や手配などの付随的な支援を行うFCもみられる。ただし、首都圏近郊においても代替撮影ではなく地域性を活かしたロケの要望があり、両地域を明確に区分することはできない。

その中で、FCの支援業務の一つであるエキストラの手配・調達はその地域の地域において重要な取り組みとして位置づけられている。エキストラ（extras）とは映画やテレビドラマ等において群衆または背景の一部として用いられる人物のことである（ブランドフォードほか、2004：41-42）。映画業界で「仕出しさん」とも呼ばれるエキストラは、従来、制作会社から依頼を受けたエキストラ派遣専門の会社や制作会社自らが手配を行っていた（倉本、1980）³⁾。しかし、FCが増加した2000年代以降になると、各地のFCが地域住民を対象にエキストラの登録制度を設け、その登録者を手配させることが多くなった。こうしたエキストラに関わる支援は、制作会社にとって業務の軽減や撮影の効率化という点で重要な意味をもつ。

他方で、このエキストラの支援業務はFCにとっても地域住民の作品参加によるFC事業の理解や協力の面で重要な役割を担っている。水野（2006）はFCの事業発展には地域住民の協力が不可欠であるとし、その中でエキストラの参加は、ロケ地（民家、作業場など）の提供や撮影スタッフへの飲食等のサポートなどとともに、地域住民がFC事業に協力する重要な契機になるとしている。また、佐藤（2001）や長島（2007）もエキストラの参加は地域に一体感をもたらすと指摘しており、エキストラはFC事業と地域住民との関係構築において重要な役割を果たすことが理解される。

FCに関する研究はこれまで主に社会学や地域政策学の分野から進められてきた。水野（2003）はFCの歴史的経緯を概観し、FCによる地域活性化の可能性と課題を考察した。永橋ほか（2011）はFCに関する言説を分析する中で、FC設立の意義が地域振興や観光振興に資する点に特化され、支援の前提条件といえる質の高い作品づくりの議論が十分に深められていないことを指摘した。木田（2009）や木村（2010）はFCを対象にしたアンケートおよびホームページの分析から、活動の現状と課題を検討した。また、水野（2007）、関東経済産業局産業部コンテンツ産業支援室（2007）、田畑（2014）はFC事業に積極的な自治体を取り上げ、活動状況や運営方法を報告している。地理学では原（2013）がFC事業を核とした地域活性化策につい

て提言した。樫村（2005）は茨城県水海道市（現 常総市）を対象に、FCの設立を機としたロケ地創出のメカニズムを明らかにした。また、和田（2014）は海外作品（インド映画）のロケ地誘致におけるFCの取り組みを検討した。

近年のフィルムツーリズムへの関心を受けて、観光振興との関係に注目した研究も存在する⁴⁾。中村（2003）および上間（2006）は新たな観光形態としてのフィルムツーリズムの可能性とFCの役割を考察した。飯塚（2004）、深見（2009）、寺嶋（2015）は観光振興によって成果を上げている地域を対象に、FCの事業展開や関係機関との連携などを検討した。他方で、岩鼻（2012）および金（2015）はフィルムツーリズムの進展に伴う地域の影響や経済効果の限定性について明らかにした。

以上、先行研究ではFCの活動内容や運営方針およびその課題を中心に考察が進められている。しかしながら、エキストラの活動やエキストラ自身の意識に焦点を当てた研究はほとんどみられない。その中で、樫村（2005）は対象地域である水海道市のFC事業を概観する際にエキストラの登録制度に触れている。ただ、樫村の研究目的はロケ地景観形成の仕組みについてであり、エキストラに関する具体的な検討は行っていない。先の水野などが言及しているように、エキストラの参加は地域住民によるFC事業の理解や協力において重要な契機としての側面も有している。そのため、エキストラ自身の意識やその参加形態を詳細に検討することは、地域住民とFC事業の関係性を捉える上で重要であると考えられる。

そこで、本稿はエキストラ登録制度を有する地域を対象に、エキストラ登録者の意識や参加の特性を明らかにすることを通じてエキストラとFC事業の関係について考察する。研究対象地域は茨城県常総市である。常総市は2003年のフィルム・コミッション推進係（以下、推進係）設置以降、FC事業を積極的に進めている自治体である。市のエキストラ登録制度はこの推進係設置時に設けられた。また、常総市は首都圏に近接し、かつ交通アクセスも優れていることから、都心の代替地として多様な撮影が行われており、先述した首都圏FCの一般的性格を有している。そのことから、常総市を対象とすることは首都圏FCのエキストラ登録者の特性やその役割を考える上で重要な意味をもつ。

本稿ではエキストラ登録者の実態を、エキストラを対象にしたアンケートおよび常総市への聞き取り調査に基づき分析する。具体的な研究手順は以下の通りである。2では全国におけるFCの分布を概観したあと、エキストラ登録制度の現状を検討する。3では常総市におけるFC事業の経緯と支援実績の推移を述べる。4ではエキストラ登録者の特徴を参加動機や参加頻度、FC事業への貢献意識などから析出する。5では以上の結果をまとめ、エキストラとFC事業との関係を考察する。なお、常総市への聞き取りは2015年10月から12月にかけて計4回実施した。

2 フィルムコミッション事業の動向とエキストラ登録制度

2-1 日本におけるフィルムコミッション事業

先述のようにFCの関心が高まったのは2000年代前半ごろであり、その後各地で設立が進められた。FCの運営主体は自治体の観光関連課などを中心に、公益法人や商工会、NPO団体が独自に運営する地域、また官民協同で運営している地域などもみられる。ただ、前澤によれば、2000年代初頭の「FCブーム」期には「十分な準備をせず『設立すれば何とかなる』と見切り発車した」団体も多数存在したという（前澤，2008：43）。また、当初は映像文化の向上を目的に設立されたFCもあったが、その後は地域振興や観光振興を期待し設立する団体が多くなった（永橋ほか，2011）。

FCの活動範囲は概して、都道府県、市区町村、広域（複数の市区町村にまたがる、または行政単位とは異なる範囲）の3つのスケールに区分できる。FCおよび自治体のホームページから2015年現在の活動範囲別FC数をみると、都道府県30、市区町村243、広域38となり、都道府県では約7割の地域でFCが設立されている。また、図1は地方別のFC数を示したものであるが、FC数は関

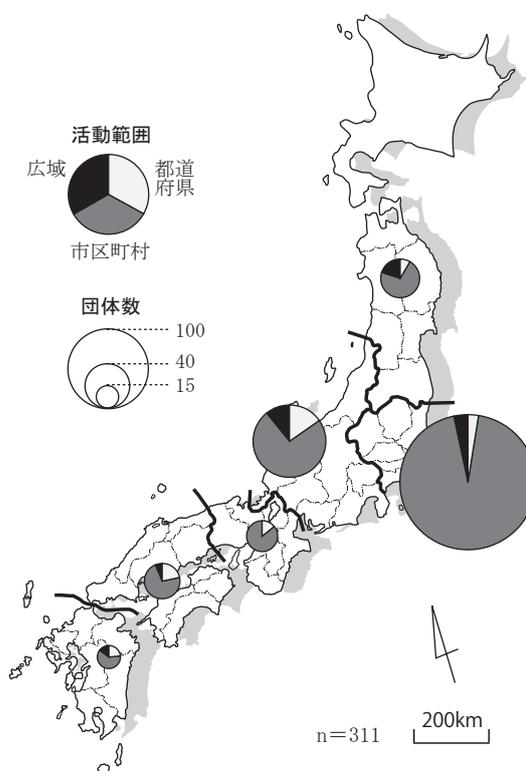


図1 日本における活動範囲別のフィルムコミッション団体数（2015年）

注）東北地方は北海道を含む。

（各FCおよび自治体のHPなどにより作成）

東地方が他地方を大きく上回っている。なかでも市区町村スケールのFCは全国243団体のうちの半数が関東地方に立地しており、当地方の集中をみる事ができる。これは制作会社の多くが都内に立地していることが関係していると推察される。

以上のFCの動向に対し、クライアントである制作会社は撮影場所の確保や経費削減などから大きな期待を寄せている。日本の映画産業は1960年代以降、製作部門の合理化によってそれまでの固定式オープンセットを備えた撮影所が閉鎖され、スタジオ外における撮影が増加するようになった（岡田，1991；米浪，2002など）。また、テレビ番組制作を含めた映像産業は1990年代後半からの長引く不況によって制作経費の削減が進行している。とくに、2008年のリーマンショック以降はその傾向が顕著とされる（半澤，2015）。その中で、ロケ地を提供し撮影支援を行うFCの存在は作品制作において重要な位置を占めるようになった。現在、制作会社の多くはFCを活用し、撮影を行っている。

2-2 フィルムコミッションにおけるエキストラ登録制度の現状

本節はエキストラ登録制度の現状を、全国のFCを対象に実施したアンケートから分析する。このアンケートはFCまたは自治体のホームページなどで所在が確認できた団体に対し、郵送調査法によって行ったものである。配布時期は2016年2月であり、配布数は活動範囲別に都道府県21、市区町村229、広域32の計282団体である。アンケートでは質問項目として、エキストラ登録制度の有無、制度の開始年、エキストラ登録者数などを設定した。アンケートの回収数は165（回収率58.5%）であり、すべてが有効回答であった⁵⁾。

アンケートの結果、エキストラ登録制度を設けている

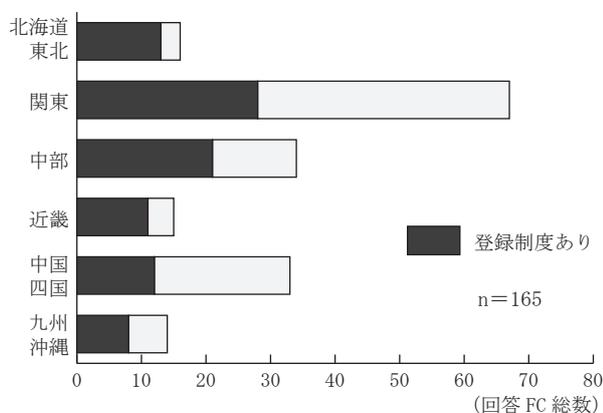


図2 エキストラ登録制度を有するフィルムコミッションの分布 (2016年)

(アンケート調査により作成)

FCは全体の55.8%にあたる92団体に上り、半数以上でエキストラの手配が支援業務として位置づけられていることがわかる。活動範囲別では、都道府県80%、市区町村49.2%、広域83.3%となり、都道府県および広域をスケールとするFCの多くがエキストラ登録制度を設けている。エキストラ登録制度をもつFCの分布をみると(図2)、北海道・東北、中部、近畿の割合が高く、とくに北海道・東北81.3%、近畿73.3%と高率である。一方、FC数が多い関東地方は41.8%と低い割合となっている。これは首都圏に複数のエキストラ派遣専門の会社が存在していること(小代，2004)、また都市部のような人口集積地域では制作会社がエキストラの手配を容易に行えることが関係していると考えられる。

次に活動範囲別のエキストラ登録者数を検討する(図3)。エキストラ登録者は100人以下のFCが最も多く34団体、全体の40%となった。次に多い101~200人の21団体を合わせると、登録者200人以下のFCは55団体、全体の61.8%と半数以上を占めている。一方で、多数の登録者をもつFCも存在する。具体的には、登録者数901~1,000人が6団体、1,001以上が16団体などとなっている。これらの主な団体としては、犬山ロケサービスチーム(岐阜県)1,500人、宇都宮観光コンベンション協会(栃木県)1,882人、滋賀ロケーションオフィス(滋賀県)3,000人、福岡フィルムコミッション(福岡県)9,262人、神戸フィルムオフィス(兵庫県)8,000人、大阪フィルムカウンスル(大阪府)20,000人などである(いずれも2016年2月現在)。

以上の登録者数の差異を活動範囲別にみると、登録者200人以下のFCは市区町村が全体の81.8%にあたる45団体と多くを占めている。それに対し、901人以上のFCは市区町村とともに都道府県を範囲とする団体が目立つ。とくに、都道府県は同範囲全体の58.3%にあたる7団体が1,000人以上の登録者を有していた。

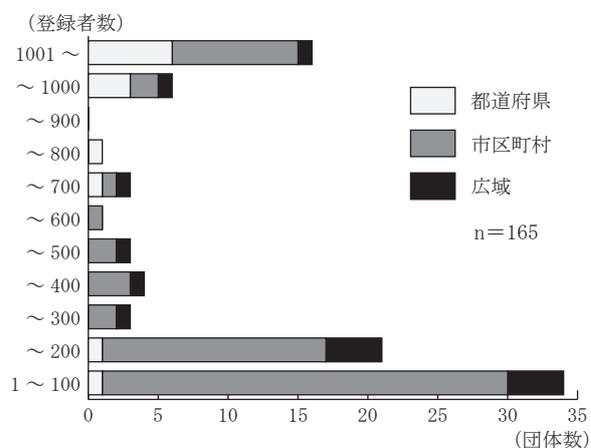


図3 活動範囲別におけるエキストラ登録者数 (2016年)

(アンケート調査により作成)

3 常総市におけるフィルムコミッション事業とエキストラ登録制度

3-1 フィルムコミッション事業の特徴と支援実績

(1) 常総市におけるフィルムコミッション事業

常総市は茨城県西地域に位置する（図4）。市の中心は関東鉄道常総線の水海道駅を中心とする地域であり、当地は江戸時代より鬼怒川と小貝川に挟まれた自然条件から水上交通の拠点であった。現在の中心市街地の商業は水海道駅北部の宝町大通り、宝町駅通り、宝栄サンロードの3つの商店街を中心に構成されている（福井ほか、2014）。また、市南西部の内守谷町は2005年のつくばエクスプレス開業によって発展を遂げている守谷市と隣接し、宅地開発および人口増加が進行している。さらに、常総市から南へ5kmには常磐自動車道谷和原インターチェンジがあり、当自動車道の利用によって都内からは1時間半ほどでアクセスすることができる。なお、常総市は2006年に水海道市と結城郡石下町との合併により市名を常総市へ改称した。2015年10月現在の人口は63,634人である（住民基本台帳による）。

常総市におけるFC事業は旧水海道市商工観光課内の推進係設置（2003年）を機に本格的に開始された。旧石下町においても旧水海道市と同時期から始められていたが、当初から旧水海道市のほうが積極的に進められており、また合併後も旧水海道市職員がFC事業の中心的役

割を担った。そのことから、以下の合併以前の取り組みについては旧水海道市の動向を中心に検討する。

旧水海道市は推進係の設置以前からロケに関する照会が複数回あった。その際は当時教育委員会に所属し、文化財業務を担当していたA氏が個別に対応していた。ただ、これらの照会に対し、当初は制作会社がどのような場所を求めているのか、また市内のどの場所や風景がロケ地に適しているのかを迅速かつ明確に判断することは難しかった。その中で、A氏は文化財業務、とくに自身の専門である考古学の調査ノウハウを活かして、制作会社が要望する建物、路地、林、川などが市内のどこにあるかを探し回り、返答していた。A氏によると、これまでの考古学調査で培われた地形や景観の解析力がロケ地情報の迅速な提供に役立ったという。

こうした制作会社に対する迅速かつ的確な対応はFC事業の発展において重要とされる。ロケ地の選定や撮影準備等を行う制作関係者は会社専属のスタッフではなく、作品単位の契約社員であることが少なくない。そのため、作品制作においては企業間ではなく、関係者個々の情報やつながりが重視される。その際、多様な要望に対応したFCは関係者間ですぐに評判となり、当FCに多くの照会がもたらされる⁶⁾。常総市（当時は水海道市）はこの点に対し、市内各地のロケ地情報の提供を迅速かつ的確に行ったことで、制作関係者からの信頼を獲得し、支援実績の増加につながった。

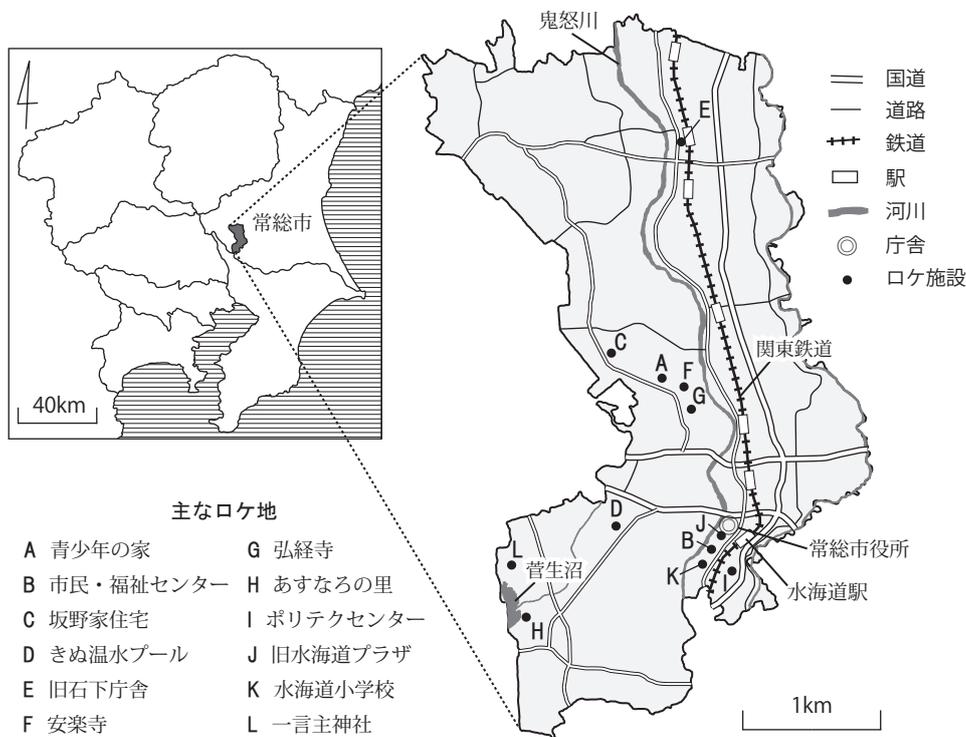


図4 研究対象地域

また、常総市は事業開始の段階からFCの目的を目に見える効果、すなわち撮影スタッフの宿泊や飲食等から得られる直接的経済効果に設定し、撮影スタッフの来訪回数＝ロケ数の増加を最重要課題としていた。そのため、たとえ1シーンや数シーン、あるいは地域性が表出されないロケであっても制作会社の要望に真摯に応えた。こうした姿勢は制作会社からの信頼をさらに得たと考えられる。その後、常総市は2009年にこれまでの推進係から先のA氏を含む専属職員3名によるフィルム・コミッション推進室（以下、推進室）へと支援体制の強化を図った。

(2) 常総市におけるロケ支援実績とロケ地

本節は常総市のロケ支援実績と主なロケ地について述べる。図5は常総市における2002年～2014年のジャンル別撮影件数とFCによる経済効果の推移を示したものである。それによると、撮影件数は推進係が設置された2003年以降に増加し、年平均100～120件ほどで推移している。とくに、推進室が設置され支援体制が強化された2009年以降は、同年に111、2010年に96、2011年に115、2012年に122、2013年には105の件数を記録している。撮影ジャンルをみると、映画、Vシネマ、テレビドラマ、PV、スチール撮影などの中で、テレビドラマの撮影が最も多く、全撮影件数の34%（以下、%は全撮影件数に占める割合）を占めている。次いで、スチール撮影17.7%、映画16.7%、バラエティ10.9%などとなっており、

常総市は主としてテレビドラマ、スチール撮影、映画を中心に撮影が行われていることがわかる。

次にFC事業による経済効果を検討する。常総市が算出している経済効果には市所有施設の使用料、宿泊費、食料費、機材貸出・その他の4項目があり、図5はその合計を示した。経済効果は2002年～2014年の期間中、年平均3,000～3,500万円であり、撮影支援によって大きな効果を生み出している。その中で、2009年と2011年は例年の1.5倍にあたる約5,000万円の経済効果がみられた。これらの年はNHK連続テレビ小説や人気テレビドラマ（「SPEC」、 「LIAR GAME シーズン2」 など）、劇場映画（「ヒミズ」、 「荒川アンダーザブリッジ」 など）の長期ロケおよび複数回の撮影があり、この点が効果の拡大を促した。また、経済効果の内訳については、食料費と市所有施設使用料が多く、なかでも食料費はいずれの年でも経済効果全体の半数以上を占めている。一方で、宿泊費は上記の2009年と2011年に増加しているものの、それ以外は年間の経済効果全体の1～2割程度と低率である。これは常総市が首都圏からの日帰り圏に位置し、宿泊を伴う撮影が行われにくいことが関係している。

次にロケ地の使用動向を述べる。2002年～2014年に常総市においてロケ地として使用された場所は市所有施設59、市所有外施設97、その他5の計161か所に上り、市所有外の利用が全体の60.2%と比較的多くを占めた⁷⁾。同期間中の施設の使用回数は市所有施設1,111、市所有外施設400の計1,511回となり、使用回数では市所有施設が多い。ロケ施設の内訳については、市所有施設では市民・福祉センター（元 職業訓練校）、市役所、小学校、体育館（プール施設含む）、自然公園など、市所有外施設では民家、商店、工場（作業場、資材置き場）、ガソリンスタンド、駅、神社・寺院などが使用されている。

これら施設のうち最も使用回数が多かったのは青少年の家の216回である⁸⁾。青少年の家は会議室、食堂、和室、キャンプ場などを備えた研修用の施設であり、ロケでは各施設を利用して主にテレビドラマやスチールの撮影が行われる。次いで、市民・福祉センター214回、水海道風土博物館坂野家住宅118回、きぬ温水プール81回、常総市役所52回、旧石下庁舎35回、あすなろの里（自然体験施設）29回などとなっている（図4）。そのうち、坂野家住宅は当地域の豪農伊左衛門の屋敷を風土博物館として整備・復元した施設であり、国指定重要文化財の主屋や表門、周辺の竹林をロケーションに時代劇などの撮影が行われる（写真1、2）。また、常総市の職員への聞き取りによると、制作会社は短時間で様々なシーンを撮影するため、ロケの際は一日の滞在で市内数か所のロケ地を移動し、撮影することが多いという。

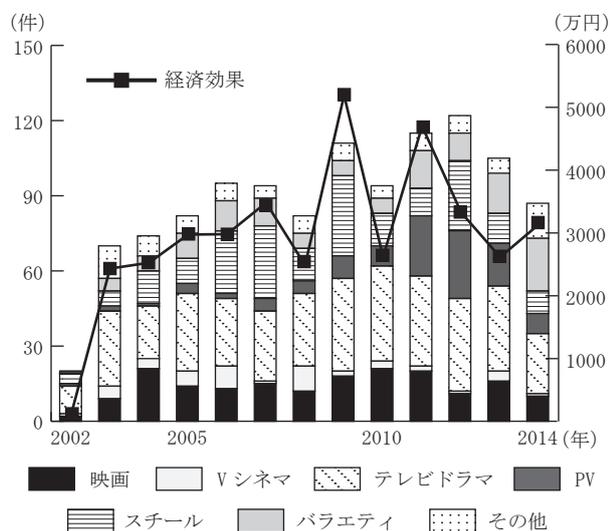


図5 常総市におけるジャンル別撮影件数とフィルム・コミッションによる経済効果の推移 (2002～2014年)

注1) 2006年以前は旧水海道市の件数および経済効果を示している。

注2) 経済効果は市所有施設使用料、宿泊費、食料費、機材貸出・その他を合計した数値である。

(常総市提供資料により作成)



写真1 坂野家住宅
(2015年12月 卯田撮影)



写真2 坂野家住宅周辺の竹林
(2015年12月 卯田撮影)

3-2 エキストラ登録制度

常総市のエキストラ登録制度は2003年の推進係設置とともに設けられた。この制度開始年はFCの組織化自体が早かったこともあり、全国的に最初期である。エキストラの登録を希望する者は、所定の申込用紙に住所、氏名、年齢、連絡先等の情報を記入し、推進室へ提出する。住所（現住地）については市内在住などの規定はないが、撮影時に参加可能な地域であることが望ましいとされる。2015年現在のエキストラ登録者は約500人であり、そのうちの約半数が市外または県外在住者である。

エキストラ登録者はエキストラの募集があった場合、市から撮影内容に関する情報をメールで受け取る。情報は主に作品のジャンル、撮影日時と場所、撮影時間、エキストラの役柄（年齢、職業、服装とそのパターン数など）、募集人数などである。これらの情報を受けて参加希望者は推進室へ連絡し、当日撮影場所へ出向く。参加者には撮影終了後、制作会社から謝金や記念品が支給される⁹⁾。エキストラの募集回数は年によって変動が大きく、年間数回程度の時もあれば、月に2～3回と連続して募集されることもある。ただ、常総市は撮影件数が多

数に上るため、他地域よりもエキストラの募集機会は多い。他方で、常総市の職員によると、登録者の中にはエキストラの参加ではなく、作品や俳優などの情報取得を目的にエキストラ登録を行う者も少なくないという。こうした登録者は各地のFCでもみられるが、常総市においても登録者のうちの半数程度が登録後にエキストラとしてほとんど参加していない者である。

常総市はエキストラ登録制度の周知や登録者の募集を推進室のホームページおよび広報紙などで行っている。その中で、市は2006年2月～2008年3月の約2年間にわたり広報紙『広報常総』にFC事業を紹介する記事「ロケの街だより」(全24回)を掲載した(図6)。記事では、はじめにFCの設立目的や事業内容などが紹介されたあと(3, 4, 5回)、ロケの様子やロケ地の使用状況、撮影に協力した住民の感想などが記された。とくに、ロケ地はほぼ毎回紹介され、市内の代表的なロケ地である坂野家住宅、常総市役所、青少年の家などを中心に連載中36か所が取り上げられた。また、各記事には撮影時の写真も多数掲載され、ロケの様子を視覚的に理解させる工夫がなされた。この連載は推進係の設置当初に行われており、市民にとってFC事業を認知するうえ重要な契機になったものと考えられる。



図6 「ロケの街だより」(20号)の紙面

(『広報常総』2007年10月号により転載)

4 常総市におけるエキストラ登録者の意識と行動

4-1 アンケートの概要と回答者の属性

本章はエキストラ登録者を対象にしたアンケートの分析からエキストラの意識と行動を検討する。アンケートは推進室の協力を得て、2016年2月に常総市在住のエキストラ登録者83人のうち79人に送付した。質問項目はエキストラの登録年、参加動機、参加回数、参加頻度、参加による意識変化、FC事業の貢献の程度などである。アンケートの回収数は28(回収率35.4%)、そのうち有効回答は27であった。また、アンケートの回答内容を補

足する目的から了解の得られた回答者に対し聞き取りを行った。聞き取りの協力者は4人である。なお、聞き取り調査はアンケート回収後の2016年3月に実施した。

図7はアンケート回答者の性別と年齢層を示したものである。回答者27人のうち男性は7、女性は20となり、女性の登録者が3分の2に上った。年齢は男女ともに50～59歳が最も多く、次いで40～49歳、20～29歳となっている。後2者の年齢層はすべて女性である。また、職業についてはパート・アルバイト10、会社員・自営業8、定年退職・無職4、学生2などとなっており、半数以上が仕事をもちながらエキストラへ参加している。エキストラは定年退職後の活動として捉えられることが少なくないが（木村，2000；小代，2004など）、常総市のエキストラは定年以前で、かつ仕事と掛け持ちする中で参加している者が多い。

次に回答者のエキストラ登録年をみると（図8）、登録制度開始年の2003年、2006年～2010年および2012年～

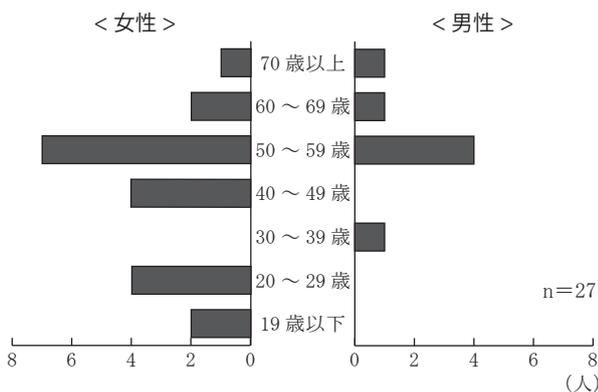


図7 アンケート回答者の性別と年齢層（2016年）
（アンケート調査により作成）

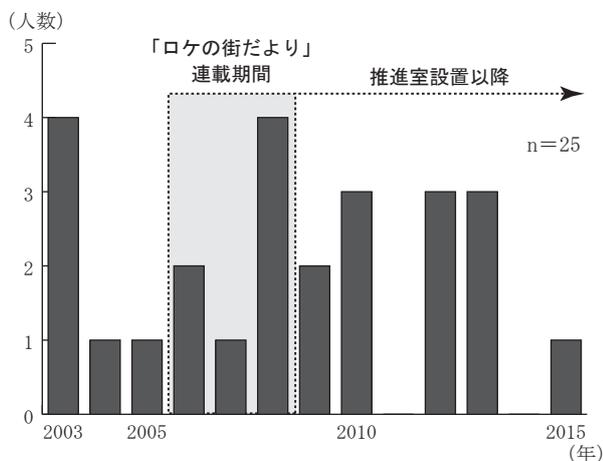


図8 アンケート回答者におけるエキストラ登録年（2016年）
（アンケート調査により作成）

2013年に登録者の増加が確認できる。その中で、2006年～2010年は先述した「ロケの街だより」での連載期間と重なっており、記事を通してFC事業やエキストラ登録制度に関心をもち、登録した住民が少なからず存在したと考えられる。また、2012年～2013年の登録者については推進室設置以降における支援件数の増加と関係していると推察される。

4-2 参加動機、参加回数、参加頻度

本節はエキストラの参加動機、参加回数および参加頻度を検討する。アンケートでは参加動機として、「知人の紹介」、「家族の紹介」、「市職員の紹介」、「市の広報やホームページを見て興味をもった」、「元々映画やテレビドラマに興味があった」、「何となく」、「その他」の7項目を設定し、その中で当てはまる項目について回答を求めた¹⁰⁾。

アンケートの結果、参加動機は「市の広報やホームページを見て興味をもった」と、「元々映画やテレビドラマに興味があった」を理由に挙げた者がそれぞれ10人と最も多かった。回答者はこの2点を主な理由にエキストラへ参加していることがうかがえる。以下の内訳については、「知人の紹介」4人、「その他」4人、「家族の紹介」3人、「市職員の紹介」3人などの順となった。

エキストラの参加回数は回答者個々により回数の差が大きいが、その中で、参加回数5回以下が17人と最も多く、とくに3回以下は12人と回答者全体の約半数を占めている。一方で多数の参加回数をもつ回答者も存在する。具体的には、最多の参加数は30回が1人、次いで25回、20回、15回がそれぞれ1人、10回が2人などとなっている。こうした多数の参加回数は登録年数と関係すると考えられるが、多数参加者の登録年をみると、エキストラ登録制度開始時期（2003年）や登録から10年以上経過している者が多い。ただし、登録から2年～5年程度の者も少数ながら存在しており、参加回数と登録年数との関係を一概に指摘することはできない。

次に参加頻度については、市からのエキストラの募集に対し「10回に一度」参加すると回答した者が9人と最も多かった。次いで、「その他」6人、「5回に一度」3人、「毎回」2人、「2～3回に一度」2人の順となった。ここからは、回答者の多くは募集の度に参加しているわけではないことがわかる。また、回答者が6人と多かった「その他」の理由は、「仕事の休みの日しか出られない」や「仕事があるため募集があっても参加できない」、「休日です予定が入っていない日のみ参加」などであり、仕事の都合によってエキストラの参加が困難なことが理解される。加えて、回答者への聞き取りによると、先の「10回に一度」や「5回に一度」の参加と回答した者の中にも同様の理由を指摘する者がみられた。この点に関して、

参加頻度を「10回に一度」および「5回に一度」と回答した12人の職業の有無を検討すると、9人が就業しており、参加頻度の多少は就業の有無と密接に関係していることが看取される。

4-3 意識変化と市事業への貢献度

本節はエキストラの参加によって参加者の意識がどのように変化したか、またエキストラ自身が市のFC事業に貢献したと考えているのかを検討する。アンケートでは意識面をエキストラ参加による映画やテレビドラマなどの作品の見方、および常総市内に対する印象のそれぞれの変化の有無、またFC事業に対する貢献についてはその程度を尋ねる質問を設定した。以下では各質問の結果を述べる。

はじめに作品の見方については、7割にあたる21人が参加によって変化があったと回答した。アンケートの自由記述や回答者への聞き取りによると、エキストラに参加したことで、「主役以外の人物の動きを気にするようになった」や、「エキストラの人数や動きをみるようになった」、また「一つの作品に多くの方が携わっていることを知り、内容やキャスティングのみではなく、その裏にいるスタッフについても考えるようになった」など、作品に対する新たな意識が生じたとの意見が聞かれた。また、回答の中には作品に登場するロケ地に目を向ける者もあり、「どこで撮影したかエンドロールをチェック」したり、「ロケ場所を上手に見つけて、うまく撮影しており感心」したりするなど、ロケ地自体への関心が高まったとの意見もみられた。こうした作品に対する見方はエキストラの参加が数回程度であっても経験可能なことから、参加回数や参加頻度とはあまり関係せず、多くの回答者に該当すると考えられる。

次に常総市内に対する印象の変化を述べる。ここでは印象を市内の景観や場所に対する印象を意味するものとした。アンケートの結果、「変化した」と回答した者は9人と少数であった。これを参加回数との関係からみると、9人のうち6人が5回以上の参加者であり、参加回数が多いほど市に対する印象変化が生じやすいことがわかる。変化の具体的な様相をみると、エキストラとして市内の様々な場所へ訪れる機会を得たことで、それらの場所に対して「新しい魅力を感じるようになった」ことや、ロケの際に地域住民を含め多くの人が協力していることを目にし、「見た目や風景は何も変わっていないのに、皆が楽しんでいる感じがする」との意見があった。なかにはロケ地として使用されることで、「何もなければ町だと思っていたが、価値があると見直した」との意見や、「いろいろな場所で撮影が行われているので、以前より住んでいるところに誇りを持つことができた」などと、エキストラの参加を機に市の評価を大きく

好転させる者も存在した。

次にエキストラの参加とFC事業への貢献（以下、事業貢献）との関係を検討する。アンケートでは事業貢献の程度を「貢献できている」、「多少なりとも貢献できている」、「あまり貢献できてない」、「貢献できていると思えない」、「そのような意識はない」の5段階に分け、これらの中で最も該当する項目について回答を求めた。その結果、「貢献できている」4人、「多少なりとも貢献できている」15人、「貢献できていると思えない」1人、「そのような意識はない」7人となり、多少の貢献を含め貢献できていると回答した者は70.4%と多くを占めた。以下、この点を参加回数および参加動機との関係から詳しく分析する（表1）。

まず、参加回数との関係を見ると、事業貢献への意識は参加回数が多い者ほど「貢献できている」と回答し、自身の参加とFC事業との関係を積極的に位置づけている（番号1, 5, 6, 7）。一方で、参加回数が2回以下の者は概して「そのような意識はない」としており、FC事業との関係を見いだせていないことがわかる。また、「貢献できている」と回答した者の中にはエキストラの参加以外にFC事業の協力を行う者も少数ながら存在する（番号1, 2, 3, 5）。たとえば、番号2は2003年のエキストラ登録以降、25回と多数の参加回数を有しているが、これに加えて知人へのエキストラの依頼も行っている。また、番号5も同様の協力を行っており、これらの回答者はいずれも事業貢献への意識が高い。

他方、エキストラの参加動機と事業貢献の関係をみると別の傾向を指摘することができる。回答者のうち参加の第一動機を市からの情報（「市の広報やホームページを見て興味をもった」、「市職員の紹介」）とする者は参加回数の多少に関係なく、事業貢献への意識が高い。それに対し、市からの情報以外（「元々映画やテレビドラマに興味があった」、「知人の紹介」、「家族の紹介」）のいわば個人的な関心から参加した者は、事業貢献に対し「そのような意識はない」と回答する者が少なくなかった（番号3, 19, 23, 24）。とくに、個人的な関心、かつエキストラ参加回数が少ない者はその傾向が強い。ただし、個人的な関心から参加した者の中には参加回数が多くなるにつれて事業貢献への意識が生じている（番号5, 8, 9, 13など）。ここからは、エキストラの参加を重ねることで、当初の個人的な関心から事業貢献へと視野が拡大していることが看取される。

表1 アンケート回答者のエキストラに対する意識と行動（2016年）

番号	登録年	参加動機		回数	市印象 変化	他協力	協力事項	貢献程度
		第一動機	第二動機					
1	2009	※1		30	あり	あり	—	貢献
2	2003	職員紹介		25	なし	あり	知人参加 依頼	多少貢献
3	2008	知人紹介	元々興味	20	なし	あり	知人参加 依頼	意識なし
4	2009	市情報	元々興味	15	あり	なし		多少貢献
5	2013	元々興味		10	あり	あり	知人参加 依頼	貢献
6	2003	職員紹介	元々興味	10	あり	なし		貢献
7	2003	市情報		8	なし	なし		貢献
8	2006	知人紹介		7	なし	なし		多少貢献
9	—	元々興味		6	あり	なし		多少貢献
10	2010	※2		6	なし	なし		多少貢献
11	2006	市情報		5	なし	なし		多少貢献
12	2010	市情報	知人紹介	5	あり	なし		意識なし
13	2008	元々興味		5	なし	なし		多少貢献
14	2004	市情報	何となく	5	なし	あり	知人参加 依頼	多少貢献
15	2003	市情報	元々興味	4	あり	なし		多少貢献
16	2008	家族紹介		3	なし	なし		多少貢献
17	2008	市情報	元々興味	3	なし	なし		多少貢献
18	—	市情報	元々興味	3	なし	なし		多少貢献
19	2007	元々興味		3	なし	なし		意識なし
20	2012	市情報		3	なし	なし		多少貢献
21	2010	家族紹介		2	あり	あり	知人参加 依頼	多少貢献
22	2013	市情報		2	なし	なし		貢献なし
23	2012	家族紹介		1	なし	なし		意識なし
24	2015	元々興味		1	あり	なし		意識なし
25	2012	※2		1	なし	あり	ロケ地 提供	貢献
26	2013	知人紹介		1	なし	あり	ロケ地 提供	多少貢献
27	2005	※3		1	なし	なし		意識なし

注1) 参加動機の※1は「撮影現場を見た」、※2は「撮影に協力した」、※3は「イベント参加者から聞いた」を示す。

注2) 参加動機の「市情報」は「市の広報やHPを見て興味をもった」を示す。

注3) 表中の「—」は不明を示す。

(アンケートおよび聞き取り調査により作成)

5 おわりに

本稿はエキストラ登録制度を有する常総市を事例に、エキストラ登録者の意識と参加形態について検討した。2では、アンケートをもとに全国のFCにおけるエキストラ登録制度の現状を述べた。そこでは、回答があったFCのうちの約半数がエキストラ登録制度を設けており、FCにおいてエキストラの手配が支援業務の一つとして重視されていることがわかった。とくに、都道府県および広域を活動範囲とするFCの約7割が登録制度を設けていた。ここからは、活動範囲が広域な団体のほうが登録制度を導入しやすいことがうかがえる。また、エキストラの登録者数は概して200人以下のFCが多くを占めていたものの、都道府県をスケールとするFCの約半数が1,000人以上と多数の登録者をもつ特徴があった。他方、エキストラ登録制度をもつFCの分布をみると、FC数が多い関東地方は少なく、北海道・東北、中部、近畿などが高い割合を示した。これは首都圏に複数のエキストラ派遣専門の会社が立地していること、また都市部のような人口が多い地域では制作会社によるエキストラの手配が容易であることが関係していると推察された。

4では常総市のエキストラ登録者の特徴を検討した。その結果、以下の点が明らかとなった。エキストラ登録者は主としてFC事業への関心および市からの情報を動機にエキストラに登録する者と、それ以外の個人的な関心、とくに映画やテレビドラマに対する興味から登録する者の2つのパターンがあることがわかった。この参加動機の差異は事業貢献に対する意識と関係した。前者の登録者は参加回数の多少に関係なく、事業貢献への意識が高かった。一方、後者の登録者は事業貢献に対し意識がないと回答する者がみられ、とくに参加回数が少ない者はその傾向が強かった。ただし、後者の登録者の中には参加回数の増加に伴い事業貢献への意識が生じることも確認できた。これらの登録者は当初の個人的な関心から、エキストラの参加を通してFC事業に対する貢献への視野が拡大したと捉えられた。

次にエキストラ登録者の参加頻度では、エキストラの募集に対し5～10回に一度程度参加する者が多く、募集の度に参加する者は少数であった。その背景にはエキストラの就業の問題があった。すなわち、回答者の半数以上は就業しており、エキストラに参加するには仕事が休みの日に行われるロケに参加するか、あるいは仕事そのものを休むかを選択しなければならない。しかし、ロケは見学者等が少ない平日に行われることが一般的であり、参加を希望しても仕事の都合から断念する者が多い。以上の点が参加頻度の低下を促す要因になっていると推察された。

エキストラの参加は、水野（2006）や佐藤（2001）な

どの指摘にあったように、地域住民がFC事業を理解し、協力する契機としての側面をもつ。本稿で対象とした常総市においてもエキストラに参加した多くの住民は事業貢献への意識が生じていた。こうした意識は地域住民の協力が不可欠なFC事業の基盤となり得るものであり、エキストラの参加は地域住民とFC事業との関係構築において有用な方法であると位置づけることができる。

ただし、上記のように参加回数および参加動機の差異から事業貢献の意識が十分にみられない者も一定数存在した。これらの点を踏まえて、今後、エキストラに対する貢献意識を向上させるには以下の取り組みが必要であると考えられる。第一にエキストラの参加機会を増やすこと、第二にエキストラに対しFC事業の目的と意義を積極的にアピールすることである。後者については、とくに個人的な関心からエキストラへ参加した者を中心に行うことが重要である。他方、参加頻度の検討によって明らかになったように、エキストラの中には仕事との関係から参加が困難な者が多く存在した。そのことから、参加機会の増加においては、制作会社に対しエキストラの就業形態を考慮した撮影日時の要望を行うことが有効であると考えられる。

本稿は首都圏近郊に位置する常総市を事例とした。首都圏FCは都心の代替地として1シーンや数シーンを中心に様々な撮影が行われ、多数の支援実績を有することに特徴があった。その中で、常総市も毎年多くの撮影支援やエキストラの手配を行っており、これら首都圏FCと同様の性格を有している。そのため、本稿の分析から導出されたエキストラの特徴、および貢献意識向上への提言は他の首都圏FCにも多くの点で共通するものと考えられる。他方で、都心から離れた地域は首都圏FCのように撮影支援件数が多くなく、またエキストラの募集も頻繁ではない。したがって、遠方地域におけるエキストラの意識や行動は本稿で明らかにした特徴とは差異があると推察される。今後はこうした地域のエキストラについても検討し、両地域の共通点や相違点、またエキストラを通じたFC事業発展の取り組みを分析していくことが必要となろう。

付記

本稿の作成に際し、常総市産業労働部商工観光課の土井義行氏、塚本良夫氏（同課フィルム・コミッション推進室長）をはじめとする常総市職員の皆様にはアンケートの配布、および長時間にわたる聞き取りなど多大なるご協力を賜りました。また、インタビューに応じていただいたエキストラの皆様には貴重なお話をありがとうございました。末筆ながら、記して感謝申し上げます。なお、本研究にあたり常総市まちづくり推進事業

プロジェクト「魅力ある地域物語の創出と人材育成による豊かなまちづくり」(研究代表者:松井圭介)の研究費の一部を使用した。

注

- 1) これらの団体は全国フィルム・コミッション連絡協議会およびJFCの加盟団体である。
- 2) JFCの加盟団体はFCのほかに関係団体13, 行政9, 業界団体4が加盟している(JFCのホームページによる)。
- 3) 小代によるとエキストラ派遣会社は東京に10社程度(2004年当時)あるという(小代, 2004: 221)
- 4) マンガやアニメなどを含めたコンテンツツーリズム全般については増淵(2010), 増淵ほか(2014), 岡本編(2015)などを参照。以下ではフィルムツーリズムとFCの関係を扱った研究を中心に述べる。
- 5) ただし, 質問項目によって有効回答に若干の差異がある。
- 6) 常総市職員への聞き取りによる。
- 7) その他は路地, 河川敷, 空き地等の場所である。
- 8) 使用回数は同日複数回の使用の場合, 作品が異なればそれぞれ1回とカウントした。
- 9) 常総市の職員によると近年は謝金ではなく記念品の支給が多いという。
- 10) 回答は上位2点まで回答可とした。

文献

飯塚ゆかり(2004):ロケ地を地域の資源にーフィルム・コミッションの可能性ー。別冊東北学, 8, 129-139.

岩鼻通明(2012):スクリーンツーリズムの効用と限界ー「スウィングガールズ」と「おくりびと」を事例にー。季刊地理学, 63, 227-230.

岩淵潤子(2001):映画, TV, CMを都市で撮影することーニューヨーク, 東京ロケーション事情ー。東京人, 16(2), 146-153.

上間創一郎(2006):映画振興とツーリズムの展望ーわが国における地域振興とフィルム・コミッション事業に関する検討を中心にー。社会学研究科年報(立教大学), 13, 157-164.

岡田 裕(1991):『映画 創造のビジネス』筑摩書房.

岡本 健編(2015):『コンテンツツーリズム研究ー情報社会の観光行動と地域振興ー』福村出版.

小代浩人(2004):『定年のない, しごと エキストラ』新紀元社.

樫村志穂美(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ー「水海道フィルムコ

ミッション」を事例にー。茨城地理, 6, 19-36.

関東経済産業局産業部コンテンツ産業支援室(2007):ロケーション受け入れを活用して地域を活性化する!!ー映画・TV・CM等のロケーションの受け入れ機能のさらなる発展に向けた調査報告書概要ー。いととじゅっけん, 52(9), 2-11.

木田 悟(2009):フィルムコミッションの実態と地域活性化への考察。日本建築学会技術報告集, 15(29), 289-294.

木村めぐみ(2010):フィルムコミッションの現状と課題。地域活性研究, 1, 175-184.

木村 豊(2000):楽しきかな, エキストラ人生。岩波書店編集部編『私の定年後』岩波書店, 44-48.

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(5), 514-530.

倉本 聡(1980):新テレビ事情ーエキストラー。諸君, 12(6), 290-294.

佐藤忠男(2001):日本のFCの設立は, 映画の現場の声から始まった。観光文化, 25(4), 2-5.

田畑恒平(2014):フィルムコミッションが切り開く地域活性化ーコンテンツ・産業・地域・知財ー。地域活性研究, 5, 307-316.

寺嶋孝太郎(2015):ロケツーリズムによる観光振興ーフィルムコミッションの活動を通じてー。経済月報(長野経済研究所), 371, 18-21.

特定非営利活動法人ジャパン・フィルムコミッション(2012):『フィルムコミッション活用ハンドブック』特定非営利活動法人ジャパン・フィルムコミッション.

長島一由(2007):『フィルムコミッションガイドー映画・映像によるまちづくりー』WAVE出版.

永橋爲介・神谷雅子・宮西恵津子(2011):2000年代におけるフィルム・コミッション論の検証。立命館産業社会論集, 46(4), 59-83.

中村 哲(2003):観光におけるマスメディアの影響ー映像媒体を中心にー。前田 勇編『21世紀の観光学』学文社, 83-100.

原 正志(2013):映画・コンテンツ産業と地域活性化ー課題と可能性ー。地理科学, 68(3), 211-221.

半澤誠司(2015):テレビ番組制作業の産業集積。原真志・山本健太・和田 崇編『コンテンツと地域ー映画・テレビ・アニメー』ナカニシヤ出版, 18-33.

フィールドワークス(2008):『映画・映像業界大研究』産学社.

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, 57-64.

福井一喜・神 文也・渡邊瑛季・周 軼飛・薛 琦・中

- 川紗智・市川康夫・山下清海 (2014) : 需給チャネルからみた首都圏外縁部中心市街地の商業特性－茨城県水海道地域を事例に－. 地域研究年報, 36, 1-34.
- ブランドフォード, S・グラント, B,K・ヒリアー, J ; 杉野健太郎・中村裕英監修訳 (2004) : 『フィルム・スタディーズ事典－映画・映像用語のすべて－』フィルムアート社.
- 前澤哲爾 (2008) : フィルムコミッションによる地域活性化の可能性. 月刊自治研, 50 (581), 42-48.
- 増淵敏之 (2010) : 『物語を旅するひとびと－コンテンツ・ツーリズムとは何か－』彩流社.
- 増淵敏之・溝尾良隆・安田亘宏・中村忠司・橋本英重・岩崎達也・吉口克利・浅田ますみ (2014) : 『コンテンツツーリズム入門』古今書院.
- 水野博介 (2003) : 盛り場・イベント・フィルムコミッション－地域における映像メディアの位置づけ－. 田村紀雄編『地域メディアを学ぶ人のために』世界思想社, 167-189.
- 水野博介 (2006) : コミュニティ活性化目的の映画利用法について. 埼玉大学紀要 (教養学部), 42 (2), 193-201.
- 水野博介 (2007) : 大阪・神戸・岡山におけるフィルム・コミッションの活動に関する研究報告. 埼玉大学紀要 (教養学部), 43 (1), 129-137.
- 米浪信男 (2002) : 映画産業の構造分析. 経済文化研究所年報, 11, 59-94.
- 和田 崇 (2014) : インド映画産業にみられるランナウェイ・プロダクション－日本ロケ作品を事例に－. 地理科学, 68, 51-68.
- 和田 崇 (2015) : コンテンツを活用した地域振興の動向. 原 真志・山本健太・和田 崇編『コンテンツと地域－映画・テレビ・アニメー』ナカニシヤ出版, 102-118.