



総務省

Ministry of Internal Affairs
and Communications

地域人材ネット

効果的なプロモーション「ロケツーリズム」による地域振興

山田 実希

(

やまだ みき

)

株式会社地域活性プランニング ロケーションジャパン編集部 編集長



○ 登録者情報

所在地

東京都港区

略歴

広告制作会社でのディレクター、コピーライターを経て、2013年に国内唯一のロケ地情報誌「ロケーションジャパン」の編集長就任。全国の地域を取材、映画・ドラマの現場取材や役者・監督インタビューのほか、各地で発足するロケ支援組織や地域産品を活用した物産開発チームの設立にも立ち会う。千葉県いすみ市ブランド選定委員副委員長、長崎県アンテナショップ選定委員、静岡県観光アドバイザーに就任、各自自治体でテレビ・映画等のシーン写真(俳優の写ったもの)に観光やPRに活かす際の権利処理のノウハウを伝えている。

【委員】

千葉県いすみ市ブランド認定委員副委員長(2017年～)、長崎県アンテナショップ選定委員(2017年～)、静岡県観光アドバイザー(2018年～)、「全国ふるさと甲子園」審査員(2015年～)

【講演・講師】

・ロケツーリズム協議会 講師、NHK 札幌放送局にて講演、農政企画職員研修 講義、跡見学園女子大学 講義、立命館大学 講義、名古屋外国語大学 講義『ロケツーリズムで町おこし』、(財)地域活性化センターにて講演、富山県国際大学 講義、北海道豊富町講演、宮城県仙台市講演、長崎県島原市講演、岩手県久慈市講演、静岡県河津町講演、静岡県下田市講演、三重県鳥羽市講演、茨城県フィルムコミッション総会 講演、岡山県フィルムコミッション総会 講演、徳島県自治振興セミナー 講演、全国菓子協会 講演、VIPO(映像産業振興寄稿)京都講演 ほか

【出演】

ラジオ日本「中村こずえSUNDAY HAPPY MAP」出演、J-WAVE/葉加瀬太郎 ANA WORLD AIR CURRENT 出演、フジテレビ「新・週間フジテレビ批評」出演、NHKラジオ「すっぴん」出演 ほか

著書・論文等

- ・朝日新聞be「狙えトレンド」連載
- ・雑誌「港湾」連載
- ・『AERA』寄稿
- ・『週刊女性』寄稿
- ・『地域づくり』寄稿

〇 効果的なプロモーション「ロケツーリズム」による地域振興

取組の内容

- ・「ロケーションジャパン」に蓄積されるロケツーリズムの成功地域事例を元に、PRのノウハウを各地で講義。
- ・映画・ドラマ・情報番組等のロケ実績を活用した、観光地化・観光客誘致に関するアドバイス。
- ・俳優の映った映画等のシーン写真を、自治体ツール制作(ロケ地を掲載する際に必要な「権利処理」交渉)の指導。
- ・映像制作者へ情報発信、各地へロケ誘致を行う。
- ・SNSを活用した情報拡散の方法を指導。

例:岩手県久慈市…2013年、NHK朝ドラ『あまちゃん』放送中に、危機感を抱いた商工会議所から相談。セミナー開催をきっかけに、官民一体の組織「あまロス嘆き隊」を結成。観光客向けのロケ地MAP、ロケ地ツアーを指導し、まちを周遊してもらいピーターを呼ぶ仕掛けを行う。

例:千葉県いすみ市…2017年に千葉県いすみ市ブランド選定委員副委員長に就任。特産品のPRについてアドバイス、ロケーションジャパンを通し映像制作者へ情報発信を行う。



実績

・岩手県久慈市

朝ドラ放送後7年経ってもTV等メディア露出が増加中。2018年に久慈市を舞台とした映画『星屑の町』が決定、公開前にも関わらず広告換算効果307万円(直接経済効果121万円)。市のPRに活用している。

・千葉県いすみ市

ドラマ『孤独のグルメ』を誘致するほか、情報番組等の露出が前年28件→2017年度は48件と倍増。伊勢えび・いすみ豚等、特産品の認知度が向上。

2017年の地方創生イベント「全国ふるさと甲子園」で、「じあんとん丼」が世界に誇るグルメ大賞第1位を受賞。

工夫した点や苦労した点

ロケーションジャパンは、“ロケツーリズム”成功地域の最新情報を紹介しており、全国の自治体・企業がノウハウを学ぶ「ロケツーリズム協議会」の公式テキストです。3.5万部発行のうち、1万人の映像制作者が購読しています。実は、「地域の良さ」に当事者は気付いておらず、ロケ誘致で止まり、「観光」へ活用できることを知らない地域が非常に多いです。私の役割はそこに光を当て、①映画ドラマのロケ実績をどうやって「観光」に活用するか、②地域の魅力をいかにして効果的にプロモーションするか、アドバイスすることです。また、映像制作者も地域情報を自ら収集することは難しい。そのマッチングも同時に行っています。

ひとことPR

「うちには何もない」と嘆きながら、将来の危機感を持って相談に来られる自治体の方が多くいらっしゃいます。果たして本当にそうなのでしょうか？その地域の何気ない風景や文化、特産品が、映画・ドラマ・情報番組などメディアに取り上げられることによって、“観光資源”に変わる。更に、その実績をPRしていけば、継続的な観光客誘致に繋げることが可能です。“ロケツーリズム”は、どんな地域でも無限の可能性が広がります。「未来の為に、どうにかしたい」。もし、そんな想いの方がいらっしゃれば、ご相談ください。

○ 参考

取組の分類

地域人材ネットでは、登録者の取組を11の政策分野に分類しています(複数の分野に該当するものもあります)。

	1	地域経営改革		7	まちなか再生
○	2	地場産品発掘・ブランド化		8	若者自立支援
	3	少子化対策		9	安心・安全なまちづくり
	4	企業立地促進		10	環境保全
	5	定住促進		11	その他
○	6	観光振興・交流			

関連ホームページ

地域活性プランニング	http://www.chiikikassei.co.jp/
ロケ地情報誌「ロケーションジャパン」	https://locationjapan.net/
一般社団法人「ロケツーリズム協議会」	https://locatourism.com/

連絡先

メールアドレス	info [アットマーク] chiikikassei.co.jp	その他	
---------	----------------------------------	-----	--

※メールを送る際には[アットマーク]を『@』に変えてください。