

山梨県若者海外留学体験人材育成事業（大学生等コース）

県政の課題（テーマ）報告書

令和元年 6月 18日

山梨県知事 殿

氏 名 鈴木 小夏
留 学 先 ラトガース大学（アメリカ）
留学期間 平成 30年 8月 25日
～平成 31年 5月 22日

1 研究の課題（テーマ）

映画をはじめとしたメディアの役割・効果と地域活性について。

2 概要

与えられた県政の課題（テーマ）の解決に導く考え方及び対応策等

留学を通してアメリカを見たことで、アメリカが持つブランド力が映画産業などの様々な経済に貢献していると考えました。まず、アメリカは州によって明らかな違いがあります。ニューヨークは日本でいう東京のような、人が集まり、最新の情報が飛び交っています。私がいたニュージャージー州は都市と郊外の部分を両面持ち、最近の映画でいうとパターンソンのような、のどかな風景と都市部で働く人のコントラストが描かれます。フロリダ州はオーランドにディズニーワールドとユニバーサルスタジオを持ち、観光地として発達している一部の都市にだけ人が集まり、他の地域には観光客が出向くことはないという観光過疎化が進んでいます。フロリダの明るい部分とそこに住む人々の現実を映し出した映画はフロリダ・プロジェクトで忠実に描かれています。ルイジアナ州南部に位置するニューオーリンズは、フランス、スペインの植民地であったため、フレンチクォーターと呼ばれる地域にはその街並みを残しています。また、黒人が多く移住した歴史を持つため、ジャズの発祥地と知られ、そのおしゃれな街の雰囲気から撮影クルーが映画のシューティングを行うことも多いです。実際、私がニューオーリンズに滞在している時も、年季の入った店を使って撮影を行っていました。加えて、黒人奴隷制度が根付いていたため、プランテーションハウスも観光として有名でした。個人の観光会社が多く存在し、正直詐欺じゃないかと不安になることも多かったですが、充実コロンビア特別区であるワシントンD.C.は、アメリカの首都ということで警備が行き届き、差別的にも白人が多く住む印象でした。しかし実際には主要部分から外れるとすぐに、アフリカ系アメリカ人が多く住む地域に行き着きます。治安の悪さで言えばそれほどでもないのですが、ウィードの匂いがするということからいい印象は受けませんでした。最後の旅行先として選んだのはロサンゼルスでした。ニューヨークからそこに向かう交通機関を列車にしたため、アメリカの中部も見ることができました。アフリカのような草原が広がり、一棟も家が見えないくらいの大が広がっているところも多々ありました。この大高原を使っての撮影も国内でできてしまうのがアメリカの映画産業の強みなのでしょう。ロサンゼルスは映画の本場であるハリウッドを持ち、街全体がセットのような雰囲気を持っています。しかしその裏の面としては、ダウ

ンタウンの治安の悪さです。早朝は足の踏み場もないくらいホームレスが溢れ、軽犯罪も多発しています。私はその怖さを前々から人づてに聞いていたので、実際にその場に行った時には基本的に店内にいるようにしました。それによってあまり怖いという印象は受けなかったのですが、どの人に聞いてもダウントウンは危険だという話が飛び交うので、そこはロサンゼルスマイナスのイメージだと思いました。

現在のアメリカの映画産業の傾向として、アフリカ系アメリカ人やLGBTQという、今までタブーとされてきたテーマを扱うことが増えてきました。これは社会がこういったテーマを扱い、問題解決に繋がるように進んでいることを受け、また観客としても興味を持つトピックであるため、自然と収益に繋がるからです。近年のアカデミー作品を見てもそうですが、今年はグリーンブックが最優秀作品賞を受賞し、昨年は異人種間の恋愛を描いたシャイプオブウォーター、一昨年は1人のアフリカ系アメリカ人の人生を描いたムーンライトが受賞しています。そこから分かるように、今のアメリカは社会問題をテーマにした映画に注目が集まるのです。

そこで視点を移して日本を見てみると、日本の映画業界は同じ傾向にあるのでしょうか。もちろん、同じように社会問題に切り込む作品は以前よりは増えています。しかし、現在もティーン向けの恋愛映画や漫画や小説を実写化したフィクション映画が大半を占めています。私のテーマである、山梨を撮影地として売り込むというのは、日本の古き良き時代や富士山を使った作品となれば強みになりますが、山梨単体でまだ難しさを感じます。

撮影地としての観光地化の代わりに、外国人観光客にもっと知名度を伸ばしていけば、さらなる発展につながると考えます。私は現在、東京のゲストハウスでフリーアコモデーションというシステムを利用し働いています。その中で出会った外国人に「どこに行ってきたの?」と聞くと、「富士山に行ってきた」という返答がよく帰ってきます。最近の外国人観光客の傾向として、約1ヶ月の長期滞在をし、日本全国の主要都市を回るようです。富士山もその内の一つとして有名な観光地になっています。しかし、外国人が出すワードとしては《富士山》のみで、山梨という言葉を使っても伝わりません。留学していた時も、みんな富士山は分かるのに、山梨というのはわからないのです。ここから分かるのは、有名な観光地なのに、山梨という名前が商品として弱いということです。外国人勧誘のためにできるのは、ゲストハウスなどの宿泊施設の整備、山梨でしかできない体験を提供するためAirbnb experienceの活用、現在流行しているYouTubeやInstagramなどのメディアを活用しての広告が一番有効的であると考えます。

現在の外国人の傾向として、日本の表面的に有名なものを巡るのではなく、歴史や文化に深く結びつけたものを求めるものがあります。今まで出会った外国人に日本のどこを訪れたのかと聞くと、私自身知らない名前が出てくることが多々あります。江戸時代に使われていた小道を登るハイキングや昔の街並みを残す日本家屋などに焦点を当てる人が増え、東京大阪京都などのモダンな日本とともに人気があります。山梨には富士山をはじめとした、歴史や文化溢れるものが多く存在します。その価値を外国人向けに商品化し、ツアーなどで付加価値をつければ、さらに観光業が盛り上がると強く思います。

詳細について、図・表・写真などの資料も含めてA4縦版5枚以内にまとめて報告してください。

※パソコン・ワープロの使用可（使用する文字は12ポイントとしてください。）

①オーランドのダウンタウンの街並み。ディズニー・ユニバーサルスタジオと比べて落ち着いた、西部劇を思わせるような街並み



②ニューオリンズのプランテーションハウス。60ドルでツアーガイド付き。日本語のガイドブックも用意されていました。



③ワシントンDCの一コマ。全て無料で、観光客はアメリカの歴史について積極的

に学べます。



④ロサンゼルス・サンタモニカの様子。昼は安全に賑わっていますが、夕方からは酔っ払いや変質者が増えるそう。



⑤同じくロサンゼルスより、ハリウッドサイン。山道で死にそうになりました。



⑥ニュージャージー州ラトガース大学の様子。卒業式を間近に控えたシニアの学生たちが記念写真を撮っています。

