

〈論文〉

縁辺地域における 持続可能なフィルムツーリズムの課題 —鹿児島県南さつま市秋目を例に—

山口 泰史
松山 薫

要 約

ジェームズ・ボンドを主人公とする世界的な人気映画「007」シリーズは、これまで25作品が制作されている。第5作『007は二度死ぬ』（1967年公開）は日本が舞台である。1966年に日本各地でロケが行われたが、ほとんどの場所では撮影当時の街並みはすでに失われた。しかし、鹿児島県南さつま市秋目で撮影された漁村の風景は、現在も撮影当時の風情を残す。そのため、秋目は日本の縁辺部に位置するにもかかわらず、国内外から007ファンが訪れる。

2017年10月には、映画公開50周年を記念して「007秋目サミット」と称するイベントが開催された。2018年から2022年は、台風やCOVID-19の影響で、007秋目サミットは中止もしくは限定開催となったが、2023年11月には、007秋目サミットと同時に、遊覧フライトを含む鹿児島県内のロケ地巡りツアーが初めて開催された。これまでにない大規模なイベントで、参加者の満足度も非常に高かった。

2024年は、ロケを契機とした秋目の地域づくりに長年貢献してきた人物が亡くなり、また、これまで行政主導だった007秋目サミットが地域に移管されるなど大きな変化があったが、新たに始まった地域の祭りとコラボレーションすることで、007秋目サミットは重要な転換点を迎えた。同時に、故人の遺志を継ぐ新たな地域づくりのリーダーが育ってきた。さらに、同年7月には「一般社団法人 007 秋目」が設立され、ロケに使われた建物を保存するためのクラウドファンディングが行われた。結果的に、多くの007ファンの後押しもあり目標金額に到達した。

今後は、秋目が交通アクセスの悪い日本の縁辺地域にあることと、007という世界的コンテンツが持つ強さとのバランスをどのように考えていくか、また、007ファンと地域がどのように関わっていくかが、秋目が持続可能なフィルムツーリズムの場所として確立するために重要であろう。

1. はじめに

わが国においては、映画やテレビドラマなどのロケが行われた場所に観光客が訪れるフィルムツーリズムが一般化しつつある。一方で、ロケが行われた地域においても、それを地域活性化の起爆剤に活用しようとする向きもある。2023年3月31日に閣議決定された観光立国推進計画では、「映画やアニメ等のロケ地や舞台は、国内外の観光需要を喚起する重要な拠点であることから、ロケ誘致による経済・社会的効果を効果的に実現するため、地域内の関係機関の連携強化による情報発信や許認可円滑化、インセンティブ付与等を図るとともに、観光促進のためのコンテンツを「聖地巡礼」の促進に活用するなど、ロケツーリズムの推進に官民一体となって取り組む」と記載された¹。フィルムツーリズムは今や、国家プロジェクトに位置付けられるようになったといえる。映画やテレビドラマなどが常に制作され、全国各地でロケが行われていることを考えれば、今後もフィルムツーリズムは継続していくと考えられる。

そこで、本論では、1966年に映画『007 は二度死ぬ』のロケが行われた鹿児島県南さつま市秋目地区を例に、これまでの地域の取り組みと、今後の展望について考察する。

秋目に注目する理由は以下の3点である。

まず、ロケから50年近く経って地域が動き始めたことである。一般的に、ある地域でロケが行われると、間を置かずに観光関連の活動が始まる傾向があることを考えれば、これだけ長いインターバルは特徴的といえる。次に、ロケが行われた映画が、「007」という世界的ブランド力を持つ作品であることである。007は国内においても認知度が高いと考えられる。最後に、007はシリーズ物として、現在もなお新作が制作されていることである。新作が公開されることによって過去の作品にも注目が集まるため、007はいつまでも輝きを失うことがない。こうしたことから、秋目は従来のフィルムツーリズムとは違った地域事例と考えることもできよう。

なお、1966年の秋目ロケの様子と、ロケ以降2022年までの秋目の動きは山口・松山（2023）に詳述したので、そちらを参照されたい。

2. 先行研究

山口・松山（2023）は、筆者の専門である地理学を中心として、フィルムツーリズムならびに類似するコンテンツツーリズムの研究動向を分類している。それらは主に、フィルムまたはコンテンツツーリズムの意義に関する研究、地域活性化に関する研究、個別作品の成功

1 観光庁 Web ページより（https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/kihonkeikaku.html、2024年11月25日閲覧）。

事例と課題事例に関する研究、聖地巡礼に関する研究、ファン目線に関する研究などに分けられ、秋目のケースは地域活性化、個別作品、ファン目線が該当するとしている。本論も、基本的にはその流れを汲むものである。

一方で、分野を広げて直近の研究を俯瞰すると、事例研究、とりわけアニメの聖地巡礼に関する研究が目立つ。倪・章・宋・野田の研究グループにおいて、野田ほか（2022）は、全国のアニメ聖地とされる 88 地域²にアンケート調査を行い、アニメファンの自然発生的な行動がソーシャルメディアを通じてファン同士だけでなく地域住民も一体になった行動となっている一方で、観光振興や地域振興の持つ一過性の課題が現れていることを指摘している。また宋ほか（2022）は、先のアンケート調査を踏まえて追加で先進事例の調査を行い、例えば『君の名は。』の舞台となった飛騨市古川町では、かつて NHK 朝の連続テレビ小説のロケ地となった経験から、当初より聖地巡礼を受け入れる体制ができていたこと、鳥取県倉吉市が舞台の『ひなびた♪』は、ストーリー自体がひなびた商店街を盛り上げようという内容であることから、配信そのものが地域振興に直結することに言及している。さらに章ほか（2024）は、88 地域に対する 2 回目のアンケート調査を通じて、アニメ聖地巡礼がコンテンツツーリズム化していく 2010 年代以降の作品の舞台となった地域ほど、観光振興や地域振興に効果が表れていることを明らかにした。

その他、堀越・大江（2023）は、複数のアニメ作品の舞台となり、聖地巡礼の定番となっている埼玉県秩父市を例に、街への愛着がより深くなる住民の心理的效果や、舗装道路などインフラが整う地域社会効果といった、聖地巡礼による直接の経済的效果以上の付加的なメリットを、住民が感じていることをアンケート調査から検証した。また、津村ほか（2024）は、アニメ 3 作品の聖地巡礼ノートを分析し、近距離旅行者はキャラクターやイベントなどに関する書き込み比率が高く、長距離旅行者は聖地である地域の魅力についての書き込み比率が高いなど、出発地から目的地までの移動距離によって書き込み内容が異なることを確認している。さらに中島（2024）は、静岡県沼津市において、必ずしもアニメに関係するものではない地域資源を市民自身が見つけ、利活用する取り組みに注目し、有機的につながっている複数の地域資源を市民自らが育てることで、人と人、人と地域が結びついていく様子を述べている。一方で牧（2024）は、聖地巡礼で重要なのは、その地域の人々や作品のファンがそれぞれの「意味」を構築できるかどうかであるとした上で、聖地巡礼が社会における現実を再強化し、作品が現実へと拡大するダイナミズムの可能性を論じている。

その他のコンテンツとして、小新井（2022）は、『Pokémon LEGENDS アルセウス』というゲームのプレイヤーが北海道への憧れを持っている事実に着目し、仮想世界に登場する建物や地形、料理などが、北海道のそれらを想起させることを検証した。そして、こうした仮想世界と現実を繋ぐツーリズムもまた、コンテンツツーリズムに位置付けられると主張して

2 アニメツーリズム協会が発表した「訪れてみたいアニメ聖地巡礼 88（2021 年版）」に対応している。

いる。また、大木（2024）は、配信ゲーム『文豪とアルケミスト』のプレイヤーが、ゲームキャラクターとは本来別物であるはずの实在の文学者に関心を持ち、実際に旅行先へと赴いてゲームの物語世界と重ね合わせながら、文学館やゆかりの地を巡ることを指摘している。そして、それもまたコンテンツツーリズムの一形態であると述べ、かつてブームとなった書籍「文学散歩」に重ね合わせている。

一方、金子（2022）は、大河ドラマ観光が一過性になりがちな傾向に警鐘を鳴らしている。その上で、地域住民やボランティア、地域誌研究団体、博物館など、地域の歴史を何らかの形で支えるさまざまな主体が地域の歴史に目を向け、継続的に掘り起こしていく地道な作業を着実に続けていくことが、長期的には地域活性化につながると述べている。また、金（2023）は、Netflix ドラマ『First Love 初恋』と映画『Love Letter』のロケが行われた北海道小樽市天狗山を訪れた観光客を観察したところ、それぞれの作品を追体験して場所を神格化させるだけでなく、自己の中で複数の作品を再編集しながら新たな物語の世界を拡張させるパフォーマンスもみられることを発見した。

ところで、本来は観光地でなかった場所で、映画やテレビドラマなど映像作品のロケが行われると、多くの場合、そこが突然観光地になることがある。山村（2023）は、そこにプラスの側面とマイナスの側面があるとする。例として、観光客が増える一方で、観光客の来訪を全く意図していなかった場所や、観光客に歩かれては困る場所に観光客が進入して問題を起こすことや、ある場所が事件現場として描かれることでネガティブイメージが付加され、地域住民の反発を招くことなどを挙げ、地域の現実と虚構としての物語世界の違いを、地域側は観光者に区別して伝え、その相互関係を理解できる仕組みを作ることが重要と指摘している。また、新しい視点として河村（2023）は、現在のコンテンツツーリズム研究が、映画とロケ地が異なるだけで、似たような議論に集約されている印象を危惧し、映画史的・映画学的には重要な作品として取り上げられてきたが観光研究では見逃されてきた作品や、映画史的・映画学的な観点からは離れた、観光研究に格好の素材となるような作品を取り上げることで、映画と観光の関係を捉え直す機会になると述べている。

フィルムツーリズムに関する研究は海外でも盛んに行われているが、一例を挙げると、Riley. *et al.* (1998) では、1990 年代前半を中心に公開された、ハリウッド映画 10 作品のロケ地 12 カ所の訪問者数を分析した結果、少なくとも 4 年間は、公開前と比べて 40%～50%増加したことを検証している。また、Vila. *et al.* (2021) では、テレビシリーズで見た場所について、より意識するようになった人は、その場所を訪れる可能性が高いことや、テレビシリーズで見た場所を訪れたいという意欲が高まった人は、実際にその場所を訪れる可能性が高いことを指摘している。さらに、Castro. *et al.* (2023) では、スペインのセビリア県の住民を対象にアンケート調査を行った結果、将来的なフィルムツーリズムに対する住民のサポートは、場所への愛着と、住民の関与の重要性の認知が最も重要な予測因子であることを明らかにしている。

3. 映画「007」シリーズと『007 は二度死ぬ』

映画「007」シリーズは、イギリスのスパイ組織に所属する、架空の諜報部員ジェームズ・ボンド、通称 007 が、様々な敵に立ち向かう活躍を描いたアクション作品である。1962 年公開の『007 ドクター・ノオ』から、2021 年公開の『ノー・タイム・トゥ・ダイ』まで 25 作品が制作され、これまで 6 人の俳優がジェームズ・ボンドを演じている。

1967 年公開の第 5 作『007 は二度死ぬ』では日本が舞台となり、日本各地でロケが行われた。この作品が他の作品と比べて特徴的なのは、他の作品ではストーリーが複数の国で展開されるのに対し、『007 は二度死ぬ』は、ストーリーの大部分が特定の国、すなわち日本で展開されていることである。そして、もう一つの特徴は、他の作品では、舞台となる国と、実際にロケ地が行われた国が異なるケースが存在する³のに対し、『007 は二度死ぬ』に登場する日本の屋外シーンは、すべて日本でロケが行われたことである。このことは、当時の制作スタッフが、『007 は二度死ぬ』の舞台が日本であることをとりわけ重要視していたためと推察される。

4. 鹿児島県南さつま市秋目の概要

鹿児島県南さつま市秋目の位置を示したものが図 1 である。

鹿児島県南さつま市秋目は、鹿児島県内でも、県都の鹿児島市から離れた半島の海岸部にある。地域内に鉄道やバスは通っておらず、交通手段は自動車を中心である。商店はなく、民宿が一軒あるのみだが、鑑真和上の上陸の地として知られ、鑑真記念館がある。

秋目は古くより漁業で栄え、1960 年には 180 世帯、576 人が暮らしていたが、2020 年には 38 世帯、57 人に減少している。高齢化も進み、2020 年の高齢者割合は 63.2%と非常に高くなっている⁴。地域に唯一存在した小学校も 1971 年に閉校した。また、就業者の 42.3%が漁業に従事している（データはいずれも国勢調査）。

1966 年の秋目ロケでは、007 と仲間たちが敵のアジトに乗り込むシーンなどが撮影された。

ロケ当時の秋目と現在の秋目を遠望すると、風景があまり変わっていない。日本の他のロケ地、例えば東京や神戸などでは、撮影当時の街並みはほとんど残っていない。そのため、秋目は日本の縁辺部に位置するにもかかわらず、国内外から 007 ファンが訪れる。

3 例えば、第 18 作『トゥモロー・ネバー・ダイ』（1997）では、ホーチミン（ベトナム）でのバイク追跡シーンが、実際にはバンコク（タイ）で撮影された。また、第 20 作『ダイ・アナザー・デイ』（2002 年）では、キューバの風景が、実際にはスペインで撮影されたり、第 22 作『慰めの報酬』（2008 年）では、ボリビアの村が、実際にはチリで撮影されたりした。

4 2020 年国勢調査では、40 歳未満の人口は 1 人しかいない。

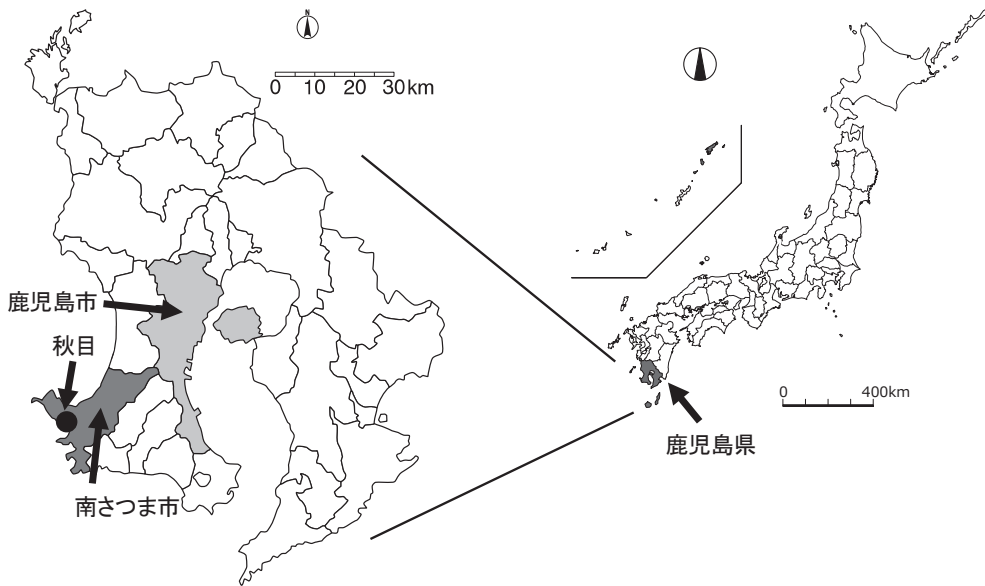


図1 鹿児島県南さつま市秋目の位置

5. 007 秋目サミット 2023 の開催

(1) イベントの概要

2017年10月7日、『007 は二度死ぬ』の公開50年を記念して、イベント「007 秋目サミット」が開催された。主催は、行政と秋目住民、007 ファンで構成される「007 秋目サミット実行委員会」である。その後も継続開催が期待されたが、2018年と2019年は台風により直前で中止を余儀なくされた。2020年はCOVID-19の影響で、鹿児島県民限定の開催となった。2021年と2022年は、COVID-19の収束が見通せないことから中止となった（山口・松山 2023）。

2023年5月8日に、COVID-19の感染症法上の分類が、これまでの2類から季節性インフルエンザと同じ5類に引き下げられたことで、人々の観光行動も通常に戻りつつあった。そこで、2023年11月12日に「007 秋目サミット 2023」が開催された（図2）。イベントの内容は、1966年の秋目ロケで日本側の助監督を務めた川邊一外氏によるトークショー、秋目のロケ地散策、ロケが行われた洞窟をめぐるクルージングで、ケータリングランチ込みで参加費は3,000円である。

一方、「007 秋目サミット 2023」とは別に、地元旅行会社が「遊覧フライト 007 鹿児島ロケ地巡りツアー」を企画した（図3）。ただし、両者は合同イベントである。

表1は、「遊覧フライト 007 鹿児島ロケ地巡りツアー」のスケジュールを示したものである。ツアー参加者は11月11日に鹿児島空港に集結した後、日本航空の小型チャーター機に搭乗

縁辺地域における持続可能なフィルムツーリズムの課題
—鹿児島県南さつま市秋目を例に—



図2 007 秋目サミット 2023 のチラシ



図3 遊覧フライトツアーのチラシ

表1 「遊覧フライト 007 鹿児島ロケ地巡りツアー」のスケジュール

一日目	時間	内容
	～10:00	集合(南さつま市役所～鹿児島中央駅～桜島SA～鹿児島空港)
	11:00～12:00	007ロケ地巡り遊覧フライト
	12:40～13:40	昼食
	14:30～15:30	鹿児島市内ロケ地巡り(天保山/米盛病院)
	16:30～17:30	16:30 Aプラン宿泊ホテル→17:30 Bプラン宿泊ホテル
二日目	時間	内容
	7:45	Aプラン宿泊ホテル出発→秋目
	9:00～13:15	007秋目サミット2023
	14:30～15:30	コーヒープレイク(城山ホテル鹿児島)
	16:00～	解散(鹿児島中央駅～桜島SA～鹿児島空港～南さつま市役所)

して、『007は二度死ぬ』のロケ地を上空から眺める。その後、貸切バスで鹿児島市内のロケ地を巡り、それぞれのプランのホテルに宿泊する。2日目は「007 秋目サミット 2023」に参加して、コーヒープレイクを経て解散となる。料金は、南さつま市の中心部である加世田のビジネスホテル（2食付き）に宿泊する A プランが 29,007 円、秋目の民宿「がんじん荘」（2食付き）に宿泊する B プランが 34,007 円である。料金には「007 秋目サミット 2023」の参加

費も含まれる。なお、金額が半端なのは、映画キャラクターの「007」にちなんでいる。

このような、大規模かつ低料金のイベントが実現したのは以下の背景があった。まず、COVID-19の影響で航空会社の仕事が減少し、その対策として、日本航空の社員が南さつま市に観光デザイナーとして出向していた。その人物が、日本航空と交渉して小型機のチャーターに成功した。また、低料金が実現できたのは、鹿児島県の補助事業を活用したからである。これは、「半島特定地域『元気おこし』事業」と呼ばれ、地理的、社会的に厳しい条件下にある半島先端部地域⁵を対象に、地域の主体的な取り組みを支援することで、地域の活性化を図る事業である。具体的には、南さつま市がツアーを主催する旅行会社に108万円でツアーの企画を委託した。

「遊覧フライト 007 鹿児島ロケ地巡りツアー」の定員は、A、Bプラン合わせて38名、最少催行人数は30名である。一方、「007 秋目サミット 2023」の定員は80名で、ツアーの人数に連動する。すなわち、ツアーの参加者が38名に達すれば、「007 秋目サミット 2023」のみ

表2 「遊覧フライト 007 鹿児島ロケ地巡りツアー」の予約状況

日付	プラン			主な募集告知
	A	B	計	
9/25(月)	2	7	9	南薩観光SNS、007ファン組織SNS、南さつま市HP
9/26(火)	3	13	16	
9/27(水)	4	15	19	
9/28(木)	4	15	19	南さつま市観光協会HP & SNS
9/29(金)	4	15	19	鹿児島県HP(かごしまの旅)、九州観光推進機構HP
9/30(土)	4	15	19	
10/1(日)	4	15	19	
10/2(月)	4	16	20	KYT報道、KTS報道【Bプラン完売】
10/3(火)	11	16	27	NHK報道(昼・夕)
10/4(水)	14	16	30	FNNプライムオンライン、KKB報道【最少催行人員達成】
10/5(木)	14	16	30	南薩観光英語ページ、007ファン組織のブログ
10/6(金)	21	16	37	南日本新聞報道
10/7(土)	21	16	37	南日本リビング新聞(南薩観光ツアー広告掲載)
10/8(日)	22	16	38	【全プラン完売】

出典：南さつま市提供

5 南さつま市(旧笠沙町、旧大浦町、旧坊津町)、肝付町(旧内之浦町)、錦江町、南大隅町が対象地域である。秋目は旧坊津町に位置する。

の参加者の定員は42名となる⁶。

なお、ツアーに先立って、2023年10月2日に試験的な遊覧フライトが行われた。乗客として、南さつま市民公募者、報道機関、観光関連組織団体、国内旅行会社、インバウンド旅行会社、007秋目サミット実行委員会が招待され、ツアーと同じルートを飛行した⁷。この様子はマスコミで大きく報道されたが、実際には募集を開始した9月25日から、SNSなどでツアーの情報を知った人の申し込みが相次ぎ、試験的な遊覧フライトが行われた10月2日には、既にBプランが完売⁸していた（表2）。Aプランも募集開始から2週間で完売した。このことから、ツアーに対する人気の高さがうかがえる。

当日は2名の欠席があったものの、サミットのみの参加者33名と合わせて、69名が「007秋目サミット2023」に参加した。

(2) 参加者アンケート

本研究では南さつま市⁹の協力を得て、「007秋目サミット2023」の参加者にアンケート調査を行った。

配布方法として、まず、筆者が作成したアンケート調査票を封筒に入れ、南さつま市に郵送した。南さつま市は、サミット参加者向けに、ノベルティや観光パンフレットなどを入れた小判抜き手提げビニール袋を準備しており、その中に、アンケート調査票の入った封筒も入れてもらった。そして、参加者に袋を渡す際に、中にアンケートが入っていることを伝えてもらい、イベント中も折に触れてアンケートに回答いただくようアナウンスしてもらった。

回収は、サミットのみの参加者（33名）は、帰りに、受付に用意されたボックスにアンケート調査票を入れるよう南さつま市から誘導してもらった。一方、ツアー参加者（36名）は、帰りのバスの中で、同乗した南さつま市職員が直接回収した。そして、回収したアンケート調査票は後日、南さつま市より筆者宛に郵送してもらった。回収数は45通で、回収率は65.2%であった。なお、ツアー参加者は31通で回収率は86.1%、サミットのみの参加者は14通で回収率は42.4%であった。

アンケートのポイントは、大きく分けて「参加者の属性」「007作品との関わり」「イベントへの満足度」「秋目の魅力向上に向けた課題」の4つである。以下では、それぞれの回答について検討する。

6 南さつま市では、ツアーが定員に達することを想定して、サミットのみの参加申し込みが42名を超えた場合はキャンセル待ちにすると、事前に決めていた。

7 ここでも、鹿児島県の「半島特定地域『元気おこし』事業」が活用され、日本エアコミューターに108万円でチャーター機の運航を委託した。

8 民宿「がんじん荘」は秋目唯一の宿泊施設として、従前より007ファンの「聖地」となっていたことから、SNSで事前に情報を得ていた007ファンが、募集開始と同時に申し込みを行ったと考えられる。

9 南さつま市は、「007秋目サミット実行委員会」の事務局を務めていた（2023年時点）。

まず、参加者の属性の内、年齢、性別、居住地はイベント申し込み時に入力必須項目としているので、南さつま市で把握している。これを見ると、年齢は、ツアー参加者は50代(30.6%)が最も多く、50代～70代で77.8%を占めた。また、サミットのみ参加者は60代(39.4%)が最も多く、50代～70代で78.8%を占めた。性別は、ツアー参加者は男性が75.0%、サミットのみ参加者は男性が57.6%であった。居住地は、ツアー参加者は鹿児島県外が61.1%で、南さつま市¹⁰はゼロであった。一方、サミットのみ参加者は、南さつま市が39.4%で、鹿児島県外は9.1%であった¹¹。また、アンケートから、参加形態が「一人」である割合は、ツアー参加者が48.3%と約半数を占めたのに対し、サミットのみ参加者は28.6%であった。これらから、参加者の属性の傾向として、ツアー参加者もサミットのみ参加者も、比較的年齢層の高い男性が多かった点で共通している。一方、ツアー参加者は遠方から一人で参加する傾向であったのに対し、サミットのみ参加者は秋目を含む近隣地域から家族、友人、知人らと参加する傾向と、両者に違いがみられた。

次に、007作品との関わりについて、映画『007は二度死ぬ』をイベント告知前から複数回鑑賞したことがある割合は、ツアー参加者が80.0%であるのに対し、サミットのみ参加者は57.1%であった。なお、サミットのみ参加者には、『007は二度死ぬ』を鑑賞したことがない人も21.4%いた¹²。また、007シリーズの25作品を「すべて鑑賞している」割合は、ツアー参加者が63.3%であるのに対し、サミットのみ参加者は35.7%であった。なお、サミットのみ参加者には、007シリーズを一作品も鑑賞したことがない人も14.3%いた¹³。

さらに、これまでジェームズ・ボンドを演じた6人の俳優の中から、好きな俳優を選んでもらった。質問では、好きな俳優すべてに「○」、最も好きな俳優に「◎」を付けてもらった。そして、「○」を1点、「◎」を2点として回答者の得点を積み上げ、全得点のうち、各俳優の得点割合を算出した。

その結果が図4である。これを見ると、ツアー参加者は『007は二度死ぬ』でジェームズ・ボンドを演じたショーン・コネリーの割合が最も高いが、直近までジェームズ・ボンドを演じたダニエル・クレイグの割合も高く、他の俳優も比較的均等に分布している。それに対して、サミットのみ参加者はショーン・コネリーの割合が圧倒的に高い。

これらを総合するに、ツアー参加者は、『007は二度死ぬ』だけでなく、007作品全般に精通したファンが集結したと考えることができる。また、サミットのみ参加者は、秋目を含む近隣地域から家族、友人、知人らと参加する傾向にあり、007作品を観たことがない人もいたことを考慮すると、イベントの内容ではなく、外出目的としてのイベントそのものに興味

10 秋目を含む。以下同じ。

11 アンケートでも、割合は異なるが傾向はおおむね同じであった。

12 ツアー参加者はゼロであった。

13 ツアー参加者はゼロであった。

縁辺地域における持続可能なフィルムツーリズムの課題
—鹿児島県南さつま市秋目を例に—

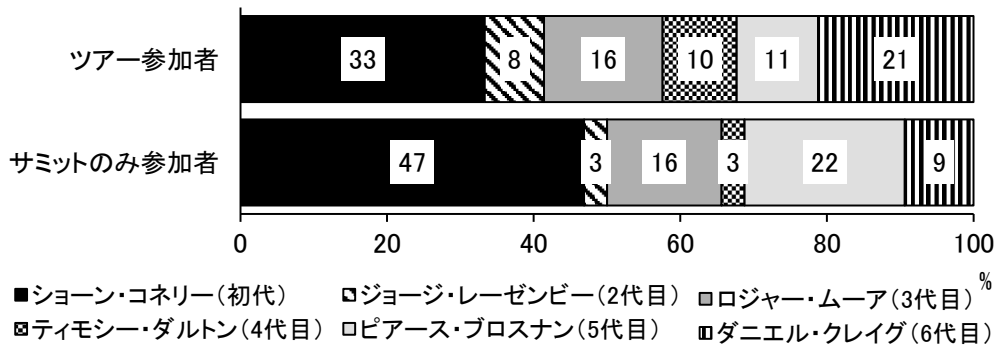


図4 好きなジェームズ・ボンド俳優の得点割合

出典：アンケート調査

があって秋目を訪れた人も一定数存在したと推察される。

次に、イベントへの満足度については、満足の対象を「総合的に」「イベントの構成・内容」「開催時期や日程」「イベントスタッフの対応」に分け、それぞれ「大変満足」を5、「やや満足」を4、「どちらでもない」を3、「やや不満」を2、「大変不満」を1として、平均点を算出した。同様に、「秋目にまた訪れたいか」「親しい友人や家族などに秋目を紹介したいか」について、それぞれ「大変そう思う」を5、「やや思う」を4、「どちらでもない」を3、「あまり思わない」を2、「全く思わない」を1として、平均点を算出した。

その結果を示したものが表3である。ツアー参加者、サミットのみ参加者ともに、おおむね高い評価にあるが、全体的にツアー参加者の方が、得点が高い。特に、イベントの内容・構成やイベントスタッフの対応について得点が極めて高いことは、遊覧フライトを含め1泊2日で中身が盛り沢山だったことや、その分長くスタッフと接していたことが影響していたといえよう。

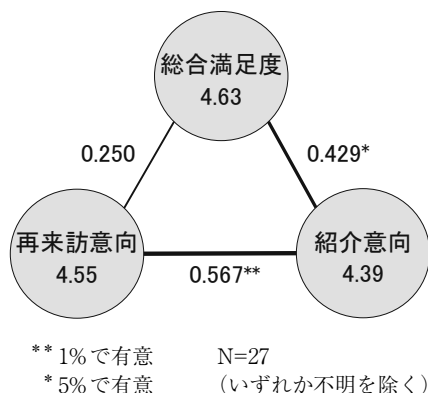
また、ツアー参加者について、総合満足度と再来訪意向、紹介意向の偏相関係数を示したものが図5である。総合満足度と紹介意向、再来訪意向と紹介意向に有意な相関がみられることから、満足すると紹介意向が高まる傾向にあること、再来訪意向が高まると紹介意向が高まることが分かる。しかし、総合満足度と再来訪意向には有意な相関はみられなかった。これは、満足しても再来訪意向が高まらないことを意味するのではなく、ツアー参加者の大半は007作品に精通していることから、満足度とは関係なく再来訪意向があると考えられる。

最後に、映画『007 は二度死ぬ』のロケ地となった秋目の魅力向上に向けた課題について、あてはまるものをすべて選択してもらった結果が図6である。これを見ると、ツアー参加者とサミットのみ参加者で意識の違いが読み取れる。ツアー参加者は、メディアやSNSなどを通じた秋目の知名度アップや、秋目の新たな観賞・滞在スポットの充実を挙げている。007

表3 満足度指標の平均得点

平均点		ツアー参加者	サミットのみ参加者
満足度	総合的に	4.63	4.42
	イベントの内容・構成	4.70	4.50
	開催時期や日程	4.53	4.00
	イベントスタッフの対応	4.77	4.33
	秋目にまた訪れたいか(再来訪意向)	4.55	4.33
	親しい友人や家族などに秋目を紹介したいか(紹介意向)	4.39	4.60

出典：アンケート調査


図5 満足度指標の偏相関係数
(ツアー参加者)

出典：アンケート調査

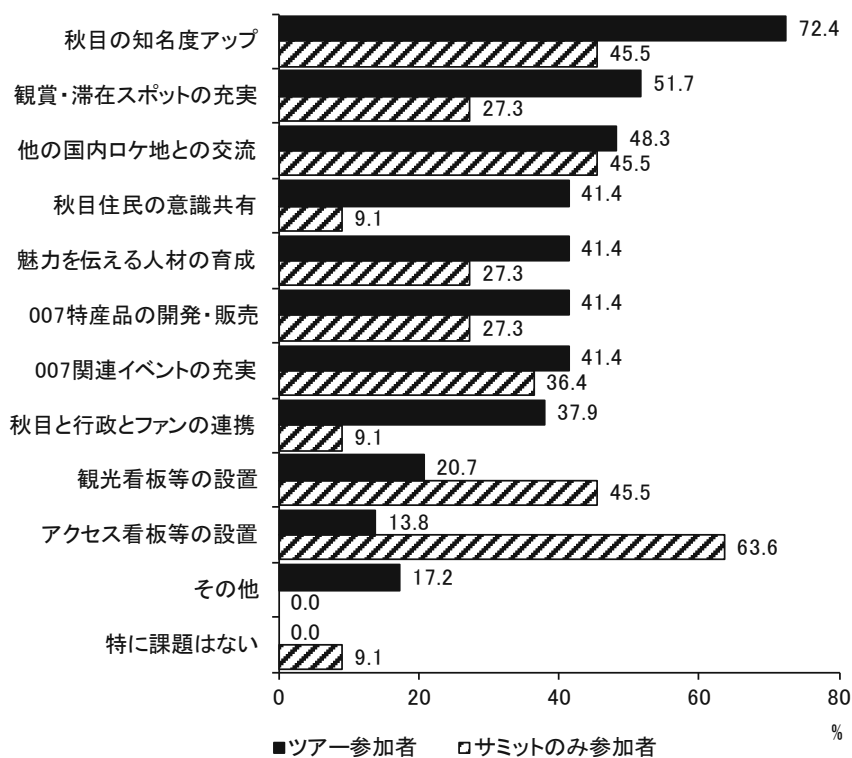


図6 秋目の魅力向上に向けた課題(複数回答)

出典：アンケート調査

作品全般に精通しており、秋目の魅力をよく分かっているからこそ、それが広く知られるのを渴望していること、また、少しでも長く秋目に滞在したいからこそ、より多くの拠点を求めていることが分かる。

一方、サミットのみ参加者は、秋目までのアクセスを分かりやすくする看板等の設置や、秋目での観光を分かりやすくする看板等の設置といった、案内関係を課題に挙げている。秋目への思いがツアー参加者ほど強くないからこそ、基本的な観光インフラの整備不足に目が向いたのではないかと考えられる。

6. 2024 年の動き

(1) 007 秋目サミット 2024 の開催

2024 年春に南さつま市で人事異動があり、007 秋目サミット実行委員会の担当者が他部署に異動した。また、南さつま市に出向していた日本航空の社員が同社に戻った。これらは、行政主導のイベント形式を再検討するきっかけとなった。

そして、2024 年 4 月 20 日には、自ら映画『007 は二度死ぬ』にエキストラで出演し、石碑の建立（山口・松山 2023）や、007 秋目サミット実行委員会の活動で中心的役割を果たしてきた宮内一朗氏が 68 歳で死去した。宮内氏の死去は、秋目に大きな損失と悲しみをもたらす一方、故人の遺志を継いで関係者が結束を固めることとなった。こうした大きな変化に対応する形で、2024 年度に、007 秋目サミット実行委員会のメンバーが刷新された（表 4）。

○で示した人物が秋目の住民¹⁴だが、2024 年度にはメンバーの多くが秋目の住民で占められていることが分かる。実行委員長には、宮内氏と活動を共にしてきた、民宿「がんじん荘」の経営者である上塘照哉氏が着任した。なお、2023 年度まで実行委員会の事務局を務めていた南さつま市は、2024 年度からはアドバイザーになった。すなわち、007 秋目サミット実行委員会の主体は、南さつま市から秋目に完全移行した。

前年の「007 秋目サミット 2023」が、「遊覧フライト 007 鹿児島ロケ地巡りツアー」に包含される大規模なものであり、参加者アンケートでも、ツアー参加者の 75.9% がツアーの毎年開催を望んでいた。しかし、人事異動や 007 秋目サミット実行委員会の体制変化などから、それは困難と考えられた。そこで、「007 秋目サミット 2024」の開催にあたって新たなアイデアとして浮上したのが、2023 年に初開催された「秋目わくわく祭り」とのコラボレーションであった。そして、2024 年 11 月 16 日、「秋目わくわく祭り & 007 秋目サミット 2024」が開催された（図 7）。

秋目わくわく祭り実行委員長は、2024 年度の 007 秋目サミット実行委員会で書記会計を務

14 認定登山ガイドの畑田智明氏も、秋目が含まれる旧坊津町の住民である。

める桑原田健史氏である。桑原田氏は2021年に秋目に移住し、ロックバンドのヴォーカルを務める傍ら、秋目でレモン農家を営む。2023年の「秋目わくわく祭り」は音楽イベントが中心であったが、2024年の「秋目わくわく祭り」は、秋目をはじめ、南さつま市内外の事業者などから協賛を受け、秋目港を会場に、プロミュージシャンのライブや飲食物の出店、坊津クラフト少年団のワークショップ、のど自慢カラオケ大会、伝統芸能のひょっとこ踊り、打ち上げ花火など、さまざまな催しがなされた。一方、「007 秋目サミット 2024」では、全国から集まった007ファンによるステージパフォーマンス（写真1）や、007 オリジナルカクテルの販売、『007 は二度死ぬ』のロケが行われた洞窟へのクルージングなどが催された。イベント

表4 007 秋目サミット実行委員会のメンバー

2023年度

	氏名	所属等
委員長	宮内一朗○	鹿児島県漁協組合長
副委員長	小田睦夫○	秋目自治会長
委員	上塘照哉○	民宿「がんじん荘」経営
	岩田毅史	南さつま市坊津支所長
	鮫島昭一	南さつま市商工会
	野口弘三○	秋目自治会
アドバイザー	村井慎一	007ファン代表
事務局長	山下秀紀	南さつま市観光交流課長
事務局員	中村智洋	南さつま市観光交流係長
	坂本高昭	南さつま市観光交流係
	小原和彦	南さつま市観光交流係
監事	梶 洋幸	南さつま市会計課長

2024年度

	氏名	所属等
委員長	上塘照哉○	民宿「がんじん荘」経営
副委員長	臺場正子○	秋目自治会長
書記会計	桑原田健史○	秋目自治会
委員	畑田智明	認定登山ガイド
	野口弘三○	秋目自治会
	斎藤治男○	秋目自治会
	鰐坂 徹	元鹿児島大学教授
	村井慎一	007ファン代表
アドバイザー	南さつま市観光交流課	
監事	畑田智明	認定登山ガイド

○は秋目の住民であることを示す。

出典：南さつま市提供

開催はSNSや口コミを中心に広がり、当日は、午前中の悪天候にもかかわらず多くの参加者があった。

「007 秋目サミット 2024」の観点から今回のイベントを考察すると、007 秋目サミット実行委員会から南さつま市が実質的に手を引いた段階で、007 秋目サミットの単独開催は難しくなったと考えられる。そこで、「秋目わくわく祭り」とコラボレーションしたことは、極めて妙案だったといえる。それは、007 秋目サミットを維持することと、「秋目わくわく祭り」を発展させることに貢献した。また、007 秋目サミット実行委員長の上塘氏と、007 秋目サミット実行委員のメンバーでもある、わくわく祭り実行委員長の桑原田氏という、2人の秋目住民が連携してイベント開催を進めたことは、007 秋目サミットが、行政主導から地元主導にスムーズに移行したという点でも重要といえる¹⁵。

そして、イベントを通じて、桑原田

15 南さつま市は、007 秋目サミット実行委員会とわくわく祭り実行委員会それぞれに補助金を拠出し、イベント会場に、市が所有する屋台 TENT を貸し出すなど、間接的にイベントに関わっているものの、イベントの企画・運営にはほとんど関与していない。

縁辺地域における持続可能なフィルムツーリズムの課題
―鹿児島県南さつま市秋目を例に―



図7 007 秋目サミット 2024 のチラシ



写真1 アカベラで映画『007 は二度死ぬ』の
主題歌を歌う 007 ファン

出典：玉利智佳子氏提供

氏という、故・宮内氏の後継となる新たな地域リーダーが誕生したことも大きい。桑原田氏は移住者であるが、既存研究から、さまざまな地域で移住者の社会的孤立が報告される中（阿部 2014 など）、地域の中にうまく溶け込み、生業を営むことに成功している。それだけに、恩返しという意味でも秋目を元気にしたい意識が強く、『007 は二度死ぬ』のロケが行われた秋目という、世界に通用するコンテンツを最大限活用したいと考えている¹⁶。その意味で、007 ファーストの故・宮内氏と、秋目ファーストの桑原田氏は、立ち位置が若干異なるかもしれないが、最終的に、『007 は二度死ぬ』によるフィルムツーリズムと秋目の活性化を結び付けたいという思いは共通している。

一方、「秋目わくわく祭り」の観点から今回のイベントを考察すると、人口減少と高齢化が進む集落において、新たな祭りの萌芽がみられたことは意義深い。のど自慢カラオケ大会に、秋目のカラオケ愛好会のメンバーが参加するなど、「秋目わくわく祭り」には秋目住民の参加もあった。青柳（2024）は、祭りへの参加は、地域への愛着にかなり強い効果を持つことを明らかにしており、今後の「秋目わくわく祭り」の継続が、住民の「暮らしがい」につながる可能性がある。

また、秋目わくわく祭り実行委員長である桑原田氏の周りには、地域外から多くの仲間が集まって祭りを盛り上げた。河本（2019）は、持続可能な社会の構築には、地域住民にとっての「暮らしがい」と、それをベースにした関係人口にとっての「関わりがい」が重要であ

16 桑原田氏へのヒアリングより。

ると指摘しているが、彼ら／彼女らが、秋目を元気にしたいという桑原田氏の思いに賛同して集まったとすれば、彼ら／彼女らには「関わりがい」の気持ちがあると推察される。一方で、作野（2019）は、関係人口には多様性が存在し、単に交流人口と定住人口との間のステップとしてのみ捉えられるわけではないと述べた上で、「地域を守る」行動を継続的に行える人材も関係人口としている。したがって、秋目を元気にしたい桑原田氏の下に集まって「秋目わくわく祭り」を盛り上げようとする人々も、秋目にとっては重要な関係人口といえるのである。そして、「秋目わくわく祭り」が、今後の関係人口の創出及び増加につながっていくと期待できよう。

もとより課題もある。理想的には、「秋目わくわく祭り」の参加者が、『007 は二度死ぬ』のロケ地としての秋目に関心を持ち、イベントを通じて「007 秋目サミット 2024」の参加者との相互理解、交流が深まれば良いと考えられた。しかし実際には、「秋目わくわく祭り」と「007 秋目サミット 2024」という 2 つのイベントが、いささか平行線の状態で開催された感が否めない。「秋目わくわく祭り」が主目的の参加者は、秋目を含む南さつま市近隣住民であったのに対し、「007 秋目サミット 2024」が主目的の参加者は、熱烈的な 007 ファンで、多くが鹿児島県外住民であったと推察される。これら参加者の特性が全く違うイベントを、いかに融合させるかが今後の課題であろう。この点について岡本（2024）は、VTuber という新しいコンテンツと、スペイン文化をコンテンツとしたテーマパークのコラボレーションイベントについて、同じ場所に性質の異なる二つのコンテンツのファンが集うものであり、それぞれファンコミュニティの影響力が大きいことから、そのマネジメントはコンテンツツーリズム研究において重要な論点になるとしている。そして、コラボレーションイベントの成功を、それぞれのファンコミュニティの「ゆるやかなつながり」に見出している。

しかし、そうした「ゆるやかなつながり」のマネジメントの役割を、桑原田氏や上塘氏ら秋目側のみに任せるのは荷が重いと考えられる。しからば、今後は「007 秋目サミット」の参加者が、「秋目わくわく祭り」の参加者に対して積極的にコミュニケーションを図っていく、あるいは、「007 秋目サミット」の内容を、007 ファンが秋目側とともに考えていくことが求められる。その場合でも、イベントの主催はあくまで秋目側であることに鑑み、秋目側の意向に沿った形で提案していくことが重要であるといえよう¹⁷。

17 ヒアリングにおいて、桑原田氏は「イベント開催が目的化すると、負担となって長続きしない。自分たちがやりたいこと、同時にお客さんに喜んでもらえることを考えることが、長続きにつながる」と話している。

(2) ロケに使われた建物を保存するためのクラウドファンディング

2024年の新たな取り組みとして行われているのが、映画『007 は二度死ぬ』のロケに使われた建物（写真2）の保存である。集落の高台に建つこの建物は、「キッシー&ボンドの家」といわれ、映画では、日本側の諜報員であるキッシー鈴木とジェームズ・ボンド（007）が偽装夫婦として潜伏する設定であった（写真3）。屋内がロケに使われた建物としては、秋目で唯一現存する貴重なものである。かつては人が住んでいたが、2024年3月時点では空き家となっている。ただし、建物はシロアリの被害などによって損傷が激しいため、見学できるのは外観だけである。また、最低限の修復は行ったものの、このまま放置しては、いずれ倒壊してしまう危険性があった（写真4、写真5）。

そこで、秋目では2024年7月に「一般社団法人 007 AKIME」を設立し、保存に必要な費用を捻出するためのクラウドファンディングを立ち上げるようになった。法人の代表理事には上塘照哉氏が着任し、その他のメンバーとして、桑原田健史氏、「007 秋目サミット実行委



写真2 キッシー&ボンドの家

出典：一般社団法人 007 AKIME 提供

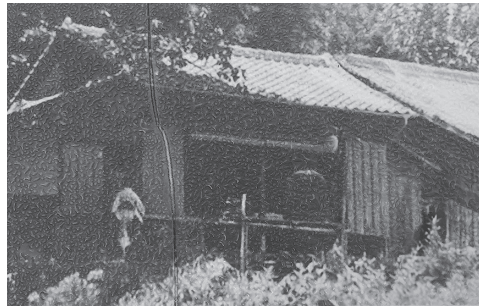


写真3 ロケ当時のキッシー&ボンドの家

出典：建物近くに設置された案内板を筆者撮影
(2024年8月2日)



写真4 建物の内部

出典：一般社団法人 007 AKIME 提供



写真5 建物の屋根から降ろされた瓦

出典：筆者撮影 (2024年8月2日)

員会」委員で秋目自治会の野口弘三氏、元鹿児島大学教授で、建築の専門家として建物の保存に関わる鯉坂徹氏¹⁸が名を連ねた。2024年5月の初会合から2カ月余りで法人の設立やクラウドファンディングの準備にこぎつけられたのは、同様の経験を持つ桑原田氏の妻、桑原田優佳氏の存在が大きい。なお、会合には建物の所有者も同席したが、手続きにかかる諸経費を法人が負担することを条件に、無償譲渡に応じた。

クラウドファンディングを立ち上げるために一般社団法人を設立した理由は、募集者が一般社団法人であることによる信頼度の向上である。しかし、約款の第3条に

(目的)

第3条 当法人は、鹿児島県南さつま市坊津町秋目を中心とした地域資源を活かし、多様（文化的・精神的・経済的）な豊かさを創出することを目的とし、その目的に資するため、次の事業を行う。

1. 映画『007は二度死ぬ』に関する建築物をはじめとするロケ地保全と継承活動
2. 地域資源を活用した企画・運営事業活動
3. 地域活性化事業及びそれらに関する調査・広報活動
4. その他、当法人の目的を達成するために必要な事業

とあるように、一般社団法人の設立目的は「キッシー&ボンドの家」の保存だけではない。映画『007は二度死ぬ』という強力なコンテンツも活用しつつ、その他の地域資源も活用しながら秋目の地域活性化を図ることを目指している。

クラウドファンディングの目的は建物の応急処置工事で、募集期間は2024年8月16日から同年9月30日まで、目標金額は350万円とした¹⁹。募集ページの先頭画像に故・宮内一朗氏の写真を掲載したのは（図8）、クラウドファンディングによる「キッシー&ボンドの家」の保存が、生前の宮内氏の念願だったからである。

結果として、クラウドファンディングは延べ204人²⁰から3,508,007円の支援を得て目標金額に到達した。金額が半端なのは、007ファンがリターンに7円を上乗せして支援したからだと推測される。

「一般社団法人 007 AKIME」の提供データによると、支援者²¹の性別は男性が78.9%と圧倒的に多く、支援者の年齢も50代が30.9%、60代が30.4%と中高年が目立つ。これは、前章

18 鯉坂氏も「007秋目サミット実行委員会」の委員である。

19 内訳は、工事費1,870,000円、人件費550,000円、広報費100,000円、事務手数料費110,000円、経費55,000円、リターンにかかる費用約165,000円、クラウドファンディング会社CAMPFIREへの手数料（総支援金額の17%+税）である。

20 同一人物が複数回支援したケースも存在する。

21 複数回支援した場合は複数人にカウントしている。

縁辺地域における持続可能なフィルムツーリズムの課題
—鹿児島県南さつま市秋目を例に—



図8 クラウドファンディングの画像

出典：一般社団法人 007 AKIME 提供

表5 リターン別受け入れ数と支援者数

リターン	受け入れ数	支援者数
3,000円	上限なし	22人
5,000円	上限なし	76人
10,000円	上限なし	56人
18,000円	30人	11人
30,000円	20人	20人
50,000円	15人	8人
80,000円	10人	5人
100,000円	3人	3人
150,000円	3人	3人
300,000円	3人	0人

出典：一般社団法人 007 AKIME 提供

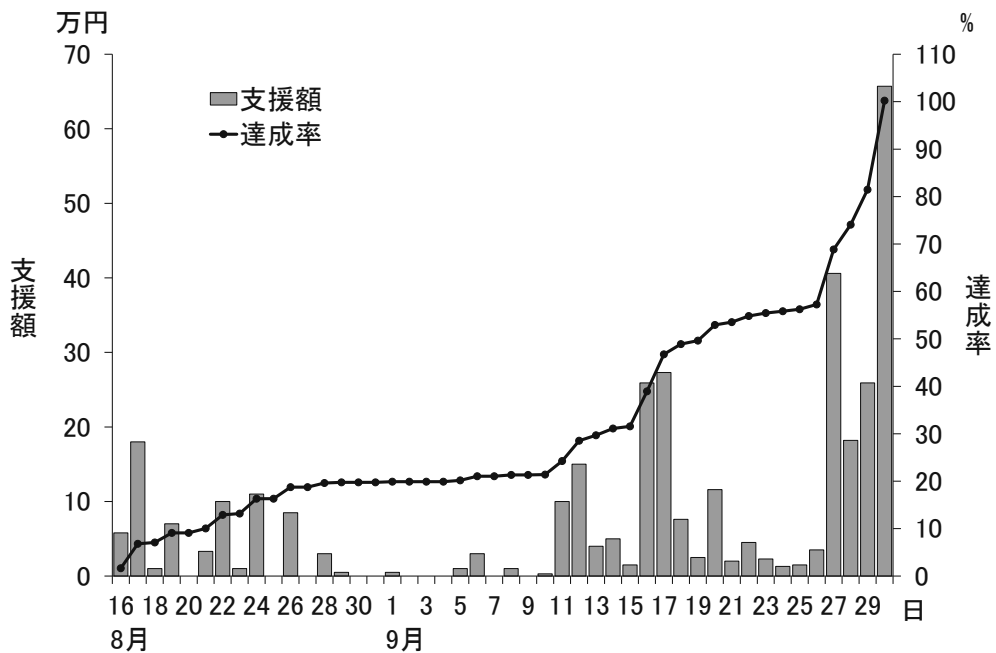


図9 クラウドファンディングの支援額の推移

出典：一般社団法人 007 AKIME 提供

のアンケート結果からみた、イベント参加者の属性とも符合する。また、支援者の72.0%は、このプロジェクトが初めての支援であった。一方、リターン別の受け入れ数と支援者数をみると（表5）、5,000円が76人（37.2%）と最も多いものの、10,000円（27.5%）がこれに続き、受け入れ数が定められた30,000円、100,000円、150,000円は上限に達した。したがって、支援者の多くは007の熱心なファンであったといえよう。

もっとも、目標金額到達までの道のりは平坦ではなかった（図9）。クラウドファンディング開始から1週間後の8月23日の達成率は13.2%であった。クラウドファンディング会社CAMPFIREの統計データによれば、開始1週間後の達成率が20%以下の場合、目標到達率は3割程度にとどまる²²。この段階で既に、目標到達に黄信号がともった。その後も支援は伸び悩み、残り20日となった9月10日の達成率は21.4%であった。

しかし、マスコミ報道によって風向きが変わった。9月11日に、鹿児島県の地方紙である南日本新聞がクラウドファンディングを記事にしたことで、2日間で25万円の支援が集まった。特に、8月29日の台風10号で、倒壊は免れたものの破損が広がったと書いたこともインパクトがあった。また、9月14日には、007ファン代表として「007秋目サミット実行委員会」委員を務める村井慎一氏のトークショーが鹿児島市で開かれ、クラウドファンディングへの支援を呼びかけたこと、それを南日本新聞が記事にしたことで、9月16日から2日間で53.2万円の支援が集まった。さらに、終了間近の9月27日に読売新聞が記事にした²³ことで、同日だけで40.6万円の支援があった。この段階で、達成率は68.9%であった。

ところが、SNSで007ファンが目標金額到達への危機感を共有したこと、最終盤で驚異的な追い上げをみせ、9月30日の最終日だけで40人、65.7万円の支援があり、9月30日23時57分に目標金額に到達した。最後に支援したのは村井慎一氏であった²⁴。

なお、「一般社団法人 007 AKIME」では2024年内に応急処置工事を終えたいとしている²⁵。

(3) 今後の展開

「一般社団法人 007 AKIME」は、2025年度以降にクラウドファンディングの第二弾を予定している²⁶。次回は「キッシー&ボンドの家」の利活用で、具体的には、映画『007は二度死ぬ』を中心とした007関連グッズを展示する「小さな資料館」の開設を検討している。目標金額

22 CAMPFIRE 統計データ（<https://camp-fire.jp/stats>、2024年10月28日閲覧）。

23 読売新聞も、台風10号で破損が広がったことを書いている。

24 CAMPFIRE「映画『007は二度死ぬ』撮影古民家の再生プロジェクト 第一弾支援スタート！」（<https://camp-fire.jp/projects/771187/view/backers#menu>、2024年10月28日閲覧）。

25 桑原田優佳氏へのヒアリングより。

26 上塘氏及び桑原田夫妻へのヒアリングによる。以降も同様である。

は800万円である。

第一弾が350万円で相当苦労したことを考えると、前もって綿密な支援計画を立てる必要があるだろう。とはいえ、図6で、「遊覧フライト007 鹿児島ロケ地巡りツアー」参加者の多くは、メディアやSNSなどを通じた秋目の知名度アップや、秋目の新たな観賞・滞在スポットの充実を挙げており、「小さな資料館」の完成はそうした要望に応えるものとして実現が望まれる。

また、同法人では「キッシー&ボンドの家」を、将来的に宿泊機能を持たせることも視野に入れている。そのためには水回りの整備が必要で、資料館以上の資金が必要になるだろう。それをクラウドファンディングで確保できるかには疑問が残る。常駐スタッフの確保も課題となる。

しかし、資金の問題をおいておけば、「キッシー&ボンドの家」に宿泊機能を持たせることには2つの理由で価値があると考えられる。

1つは特別感である。テレビ塔²⁷やお城²⁸などに高額で泊まるプランに需要があるように、007ファンであれば、映画でジェームズ・ボンド(007)が寝泊まりした建物に宿泊することは特別な体験となるだろう。一般の宿泊施設以上の料金を払うこともいとわないかもしれない。

もう1つは地域活性化である。「キッシー&ボンドの家」の管理運営に、秋目住民を臨時スタッフとして雇用すれば、集落内で経済が回ると考えられるし、図6でも上位にみられた、秋目住民の「007ロケ地」としての意識の共有も図られる。また、秋目で居住可能な空き家に移住者を受け入れ、「キッシー&ボンドの家」に雇用を創出することも期待できる。そうしたことは、前出の、同法人の定款の第3条にある地域活性化事業に通じる。

7. まとめ

本論では、1966年に映画『007は二度死ぬ』のロケが行われた鹿児島県南さつま市秋目を例に、これまでの地域の取り組みと、これからの地域の取り組みについて考察した。結果は以下のようにまとめられる。

世界的な人気映画「007」シリーズは、これまで25作品が制作されている。第5作『007は二度死ぬ』(1967年公開)は日本が舞台であり、中でも撮影当時の面影を残す鹿児島県南さつま市秋目には、日本の縁辺部に位置するにもかかわらず、国内外から007ファンが訪れる。

2017年10月には、映画公開50周年を記念して「007秋目サミット」と呼ばれるイベントが開催された。2018年から2022年は、台風やCOVID-19の影響で、007秋目サミットは中

27 読売新聞(2019):テレビ塔ホテル 来年9月開業、2019年12月18日中部朝刊、9面。

28 読売新聞(2024):気分は殿様「城泊」続々、2024年5月22日西部夕刊、8面。

止もしくは限定開催となったが、2023年11月には、007 秋目サミットと同時に、遊覧フライトを含む鹿児島県内のロケ地巡りツアーが初めて開催された。これまでにない大規模なイベントで、参加者の満足度も非常に高かった。このイベントが実現した背景には、COVID-19の影響で、日本航空の社員が南さつま市に出向していたことと、鹿児島県の補助事業を活用して、南さつま市がツアーを主催する旅行会社に委託費を支払うことで、旅行代金が安く抑えられたことがある。

2024年は、ロケを契機とした秋目の地域づくりに長年貢献してきた宮内一朗氏が亡くなり、また、これまで行政主導だった007 秋目サミットが地域に移管されるなど大きな変化があったが、新たに始まった地域の祭りとコラボレーションすることで、007 秋目サミットは重要な転換点を迎えた。同時に、故人の遺志を継ぐ新たな地域づくりのリーダーが育ってきた。一方で、同年7月には「一般社団法人 007 秋目」が設立され、ロケに使われた建物を保存するためのクラウドファンディングが行われた。多くの007 ファンの後押しもあり、最終盤の追い上げで目標金額に到達した。

最後に、これまでの地域活動における、秋目と南さつま市と007 ファンの繋がりを整理すると、当初は三者がバラバラに活動しており、あまり繋がりがみられなかった。

その後、2015年頃から三者が繋がり始めたが、例えば2023年までの「007 秋目サミット」の実施主体は南さつま市で、秋目と007 ファンは南さつま市に従う格好であった。これにより、秋目が『007 は二度死ぬ』のロケ地となったことが、地域の観光資源として確立された。

一方で、持続可能な地域活性化には地域住民の主体性が求められることから、現在では、秋目地区の住民が中心となり、南さつま市と007 ファンがサポートする体制に変容しつつある。

秋目の事例は、映画「007」シリーズという世界的なブランド力を持つ作品のロケが、偶然、日本の縁辺地域で行われた特殊なケースかもしれない。しかし、地元が主体となって、行政とファンがサポートする地域活動のシステムは、フィルムツーリズムに取り組む他の地域の参考になりうると考えられる。

今後は、秋目が交通アクセスの悪い日本の縁辺地域にあることと、007 という世界的コンテンツが持つ強さとのバランスをどのように考えていくか、また、007 ファンと秋目がどのように関わっていくかが、秋目が持続可能なフィルムツーリズムの場所として確立するために重要であろう。

引き続き秋目の動向を見守っていきたい。

本稿を、映画『007 は二度死ぬ』のロケ地として秋目の地域づくりに尽力された、故・宮内一朗氏に捧ぐ。

付記

本稿の執筆にあたって、アンケート調査にご協力いただいた南さつま市、現地ヒアリングにご協力いただいた上塘照哉氏、桑原田健史氏、桑原田優佳氏に、この場を借りて御礼申し上げます。また、本稿の考察は、「組織」と呼ばれる 007 ファンのグループでの議論から着想を得たところもあり、あわせて感謝申し上げます。なお、本研究には、日本学術振興会科学研究費助成事業若手研究「地方圏出身若年層の地元定着に関する意識構造の研究—持続可能な地域に向けて」（課題番号：24K16220）の一部を使用した。また、本稿の骨子は 2024 年度東北地理学会春季学術大会（東北大学）および、INTERNATIONAL GEOGRAPHICAL CONGRESS 2024（Dublin City University）において発表した。

参考文献

- 青柳涼子（2024）：地域活動と地域イベントへの参加が地域愛着意識に与える影響，淑徳大学大学院総合福祉研究科研究紀要、31、1-15.
- 阿部 彩（2014）：包摂社会の中の社会的孤立—他県からの移住者に注目して—，社会科学研究、65-1、13-30.
- 大木志門（2024）：「文豪とアルケミスト」から考える現代の「文学散歩」—コンテンツツーリズムとフィクション論の観点から—，湘南文学、59、25-40.
- 岡本 健（2024）：VTuber コンテンツツーリズムの観光メディアコミュニケーション—周央サンゴ×志摩スペイン村コラボイベント「みなさま～（広報大使）志摩スペインゴ村へ、来て！」を中心に，近畿大学総合社会学部紀要、12-2、17-32.
- 金子 淳（2022）：大河ドラマの観光資源化と歴史イメージの創出—コンテンツツーリズムのなかの大河ドラマ館—，桜美林大学研究紀要（社会科学研究）、2、25-42.
- 河村悟郎（2023）：観光研究の素材としての映画—映画を通して日本を観光する—，滋賀文教短期大学紀要、25、13-20.
- 金 千（2023）：複数のコンテンツによる誘発したツーリズムに関する研究—ロケ地を訪れるファンのトランスメディア的な消費について—日本観光研究学会全国大会学術論文集、38、107-112.
- 小新井涼（2022）：『Pokémon LEGENDS アルセウス』が誘う時空を超えた北海道ツーリズム—コンテンツツーリズム現象がもつ重層性への示唆—，北海道大学観光学高等研究センター コンテンツツーリズム研究チーム ニュースレター、2、1-11.
- 河本大地（2019）：農山村でのフィールドワークを通じた持続可能な「関係人口」づくりの実践—兵庫県美方郡香美町小代区におけるゼミ活動から卒業生の「嫁入り」まで—，経済地理学年報、65、96-116.

- 作野広和 (2019) : 人口減少社会における関係人口の意義と可能性. 経済地理学年報、65、10-28.
- 章 立・宋 思佳・倪 卉・野田哲夫 (2024) : 全国アニメ聖地巡礼地アンケート調査による巡礼地域への影響・効果の研究—2021年度と2022年度の全国アンケート調査の比較を通じて—. 山陰研究、16、1-16.
- 宋 思佳・倪 卉・章 立・野田哲夫 (2022) : アニメ聖地巡礼を活用した地域振興の課題と可能性. 社会情報学会大会研究発表論文集、2022 巻、125-130.
- 津村将章・大方優子・岩崎達也・豊田裕貴 (2024) : 移動距離によるアニメ聖地巡礼者の行動特徴—聖地巡礼ノートの分析から—. マーケティングジャーナル、44-1、47-57.
- 中島正博 (2024) : 沼津市における市民による地域資源の発掘と利活用の事例報告. 淑徳大学教育学部・経営学部・地域創生学部研究年報、7、319-328.
- 野田哲夫・宋 思佳・倪 卉・章 立 (2022) : 全国アニメ聖地巡礼地アンケート調査による巡礼地域への影響・効果の研究. 山陰研究、15、137-155.
- 堀越聡太・大江靖雄 (2023) : コンテンツツーリズムの地域社会への心理的・経済的效果—アニメ作品を舞台にした埼玉県秩父市を対象として—. 日本観光学会誌、64、33-41.
- 牧 和生 (2024) : アニメ聖地巡礼における日常性の再強化と現実への拡大. 京都橘大学研究紀要、50、197-211.
- 山口泰史・松山 薫 (2023) : 映画『007 は二度死ぬ』のロケ地における持続可能な地域づくり—鹿児島県南さつま市秋目を例に—. 熊本学園大学産業経営研究、42、91-108.
- 山村高淑 (2023) : コンテンツツーリズムと自治体—コンテンツツーリズムの定義・歴史・特性と自治体の関わり方—. 都市とガバナンス、40、44-52.
- Castro, D., Kim, S. and Assaker, G. (2023) : An empirical examination of the antecedents of Residents' support for future film tourism development. *Tourism Management Perspectives*, 45, 1-12.
- Riley, R., Baker, D. and Van Doren, C. S. (1998) : Movie induced tourism. *Annals of Tourism Research*, 25-4, 919-935.
- Vila, N. A., Brea, J. A. F. and de Carlos, P. (2021) : Film tourism in Spain : Destination awareness and visit motivation as determinants to visit places seen in TV series. *European Research on Management and Business Economics*, 27, 1-11.

Issues of Sustainable Film Tourism in Peripheral Areas

: A Case of Akime, Minamisatsuma City,
Kagoshima Prefecture

Yasufumi YAMAGUCHI
Kaoru MATSUYAMA

Summary

The internationally renowned James Bond series has produced 25 films to date, with the 5th being *You Only Live Twice* (1967), set in Japan. Filming occurred in several locations, but the landscapes in most of them have since changed. However, the fishing village Akime in Minamisatsuma City, Kagoshima Prefecture, is one filming landscape which has remained largely unchanged. Despite Akime's peripheral location in Japan, it attracts 007 fans from both Japan and abroad.

In October 2017, the 007 Akime Summit was held to commemorate the film's 50th anniversary. Then, in November 2023, despite disruptions from typhoons and the COVID-19 pandemic between 2018 and 2022, an even larger 007 Akime Summit was successfully held to the participants' satisfaction.

In 2024, significant changes occurred, including the passing of a long-time contributor to the development of Akime during filming, and the transfer of leadership from the government to the local community. Despite these challenges, collaboration with the newly launched local festival helped 007 Akime Summit reach a significant turning point. Simultaneously, new leaders dedicated to regional development and carrying forward the late contributor's vision were nurtured. In July of the same year, the "General Incorporated Association 007 Akime" was established, and a crowdfunding campaign was launched to preserve the buildings used in filming. The campaign successfully achieved its target amount, thanks to the support of numerous 007 fans.

Balancing Akime's peripheral location and poor accessibility with the strength of 007's world-class content, as well as fostering collaboration and cooperation between 007 fans and the Akime local community, can contribute significantly towards establishing Akime as a sustainable film tourism destination.