

総務省「四国コンテンツ映像フェスタ 2022」に応募チャレンジ！ 四国の魅力を伝える映像制作プロジェクト

代表者 石上 了子（地域マネジメント研究科2年）

1. 目的と概要

このプロジェクトは、「2021年度実践型クリエイティブワーク演習」の履修生が、授業で学んだ内容を活用し、映像をつくり、実社会に活かしてみたいという思いから始まった。その思いを形にするために2つの目的を設定した。1つ目は、地域の魅力を伝える映像づくりを実際に自分たちで体験するためである。2つ目は、出来た映像をそのままにするのではなく、コンテストに出品し、公の場で多くの人に視聴してもらい、映像をPRの媒体として活用するためである。



『ンダモシタン小林』のサムネイル
(YOUTUBE より引用)

本プロジェクトでは「ブランデッドコンテンツ」



『鬼退治 in 女木島』のサムネイル

という手法を用いて、視聴者からの理解や共感を得られるように脚本や映像で表現することとした。近年、数分の短い映像の中に価値観や魅力を盛り込み、視聴者の共感を得る映像手法を用いて、地域ブランドをアピールすることが地域活性化や地方創生の文脈でも注目されつつある。

例えば、宮崎県小林市の移住促進PRコンテンツ『ンダモシタン小林』では、小林市の方言「西諸弁」の訛りを逆手にとり、その魅力を最大限に活用した「空耳・ブランデッド・コンテンツ」で YouTube 上で約310万回再生（2023年3月12日時点）を記録した。この映像で小林市は全国的に知名度が上がり、ふるさと納税の増加等で地域に恩恵をもたらした。

事例から視聴者に理解や共感を持たすことができる映像が、人の行動や意思決定にも影響をおよぼし、結果、地域にも良い影響が波及する可能性があると考えた。映像を通して、視聴者が地域の良さに共感し、「行ってみたい!」と思うように、脚本づくりおよび映像制作に取り組んだ。

2. 実施期間（実施日）

令和4年6月29日から 令和5年1月24日まで

3. 成果の内容及びその分析・評価等

このプロジェクトでは、地域の人々の思いなどを視聴者に理解してもらい、共感を得られるように脚本や映像で地域の魅力を引き出す表現が要になる。魅力を引き出したい地域選定には時間がかかった。議論を重ね、女木島を舞台とすることに決めた。

女木島は高松港から船で20分ほどの距離にある利便性の高い島で、鬼ヶ島伝説で有名な島だが、日本各地で起こっている過疎化、高齢化が、この島でも起こっている。しかし、近年、昔から住む島民と移住者が地域活動を行いつつ、島を盛り上げようとしている動きがあるということを知り、7月に島民の皆さんに会いに行った。交流会を通し、島が誇る魅力の話や地域資源を見つめ直す話題で浮上した要素を脚本に取り入れるアイデアが浮かんだ。また、島民の皆さんにも映像に出演していただくよう依頼し、学生だけでなく、島民の皆さんと一緒に作った作品にしたいという思いが芽生えた。

映像で課題や魅力を共に再発見し、伝えていくことで、作品を見た視聴者のみならず、島民の方にも改めて興味、関心を深めていただくきっかけになればと考えた。そのために「何を伝えたいか」という議論をチーム内で何度もした。加えて、多くの人に視聴されやすくする工夫が必要で、多くの人にとってなじみがある、おとぎ話の『桃太郎』の「鬼退治」をベースに脚本を作り、題名を『鬼退治 in 女木島』とした。



チーム内の打合せの様子

物語は鬼の出没情報が多発しているという噂を聞きつけ、現代に蘇った桃太郎が鬼退治のために女木島に再び上陸したところから始まる。桃太郎は、鬼を探して島内を歩くうちに、島民が助け合って暮らす姿を目にする。また、鬼が住んでいたとされる「鬼の洞窟」は年間3万人の観光客が訪れる人気観光地になっていた。畑に行くと鬼たちが畑仕事をしていた。鬼は、「鬼の島」という農業法人を設立し、きくらげの栽培やカフェを運営し、高齢化が進み、活気を失いつつある島を盛り上げようとしている事実を知る。桃太郎が「鬼退治」の意義について自分自身に問うところまでをコメディタッチで描いていく脚本となった。

9月に女木島で撮影をし、10月に編集作業が終わり、総務省主催『四国コンテンツ映像フェスタ2022』に応募した。形式審査、WEB投票、審査員審査を経て、1月24日に開催された上映審査会・表彰式に出席した。

上映審査会では、3分の作品が上映され、審査員から「ありきたりな冒険物語だと思ったら違い、意外性があって良か



受賞時の様子

った」「物語が進むにつれて、徐々に伝えたいメッセージが伝わってきた」「コメディタッチなのに、嫌みがない」「3分間があつという間に感じられた」という嬉しいコメントがあった。

表彰式で、全165作品の中からアマチュア部門・優秀賞を受賞した。

4. この事業が本学や地域社会等に与えた影響

このプロジェクト事業を実施したことにより、島の魅力を話し合う過程で、島民の方から「島の魅力を再発見することができた」「若い人たちとの交流が楽しかった」という意見をいただいた。



撮影風景

また、WEB投票の際に、研究科の仲間、友人、家族などに対しても、WEB投票を呼び掛けた。「おもしろい視点だ」「女木島の知らない一面を知れた」「最近女木島に行っていなかったので、行ってみたいとなった」などの感想が直接聞けた。

なお、上映審査会・表彰式の参加者には、小学生、中学生、高校生、短大生また市役所職員や会社員などが四国中から集まり、上映審査会の際に「香川大学」の名前を読み上げられた瞬間、とても嬉しかった。参加者から「香川県に鬼ヶ島があることを知りませんでした。ぜひ行ってみたいです。」「瀬戸内の島々は、いいですね。この間、瀬戸芸で直島に訪れたのですが、とても良かったです。でも、女木島のことは知りませんでした。ぜひ、今度行ってみます。」と声をかけられた。映像を通じて、参加者同士のコミュニケーションが生まれ、参加者にも女木島に興味を持ってもらえた。

このように、関わった島民、WEB投票を通じて映像を見た人、映像コンテストに参加した人に対して、心に残る影響を与えることができた。

5. 自分たちの学生生活に与えた影響や効果等

今回、女木島について調べ、島民との交流を通して、観光では知りえない情報や景色を物語りに取り入れることができ、メッセージ性のある作品づくりに繋がった感覚、感触があった。また、チーム内で何度も「映像を通して、視聴者に対して何を伝えたいか」という議論を重ね、チーム内で納得のいく意思決定プロセスを経験することができた。さらには、公の場で映像を発表する機会を得られたことで、島の魅力発信に繋がれたと感じられた。



女木島での交流会の様子

撮影に対しても、事前に予算まとめ、機材のレンタル、取材予約、スケジュール調整、撮影日の予備

日設定など、撮影日当日に効率よく動けるように、実践的な撮影に関するマネジメントも経験できた。撮影当日は、今まで何度も議論を重ねていたため、それぞれの性格がわかり、円滑にチームワークを発揮することもできた。そのおかげで、撮影は時間内に終わり、大きな事故等も無かった。

期限内に作品が応募できるように、編集スケジュール管理も経験でき、大変だったが、有意義な経験ができた。

6. 反省点・今後の展望（計画）・感想等

天候や内容に応じて、当初の想定を変更することを余儀なくされ、予算や撮影箇所の問題などを調整することが難しかった。

撮影については、女木島だけでなく、鬼ヶ島伝説が残る高松市鬼無の撮影も実施していた。何度も編集をしたが、応募条件の3分を超過し、最終的には、鬼無の部分は使用せずに、女木島だけの部分で構成をし直し、編集した。伝えたい要素の絞り込みを、事前にもっとできていればよかったと反省した。

撮影終了後も、島民との交流は続いており、今後も女木島の活性化に向けた活動に参加していく予定である。

なお、「2022年度実践型クリエイティブワーク演習」でも「ブランデッドコンテンツ」に取り組んでいると聞いている。今回経験したこと、学んだことを共有し、後続の履修生たちにとって、さらに良い作品づくりができる状況になることを期待したい。



撮影後の記念写真

7. 実施メンバー

- 代表者 石上 了子 (地域マネジメント研究科2年)
構成員 河田 祥司 (地域マネジメント研究科2年)
WANG YIPENG (地域マネジメント研究科2年)
白石 沙織 (地域マネジメント研究科2年)
山下 真央 (地域マネジメント研究科修了生・17期生)

8. 執行経費内訳書

配分予算額		168,919円		
執行経費（品目等）	数量	単価(円)	金額(円)	備考
交通費（高松—女木島 往復）	4	740	2,960	
衣装代	1	4,765	4,765	
カメラレンタル代	1	15,000	15,000	
音響効果代	1	20,000	20,000	
出演費	2	20,000	40,000	
合計			82,735円	