

「地域に資する映画」とは

—地域創造と映画の関係を考える

亀山 恵理子

はじめに

2017年12月17日に本学地域交流棟において、2017年度第3回奈良県立大学国際セミナー「『地域に資する映画』とは—地域創造と映画の関係を考える」が開催された。本稿はそのセミナーの内容を報告するものである。まずセミナーの背景としてフィルムコミッションの設立など地域創造と映画に関する動向について述べた後、「地域映画」や地域にとっての映画制作の意義などについて取り上げたセミナーの内容を報告する。最後にセミナーをふりかえっての所感を述べる。

1. 地域創造と映画

近年地域活性化のために映画を活用する動きが広くみられる。ロケ地を実際に訪問し、映画の作品世界を追体験するフィルムツーリズムの動きは、地域資源を活用した地域振興策のひとつとして位置づけられるようになった。2005年には「映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書」が国土交通省、経済産業省、文化庁によって作成された¹。同報告書は、映画やドラマを観光資源として地域がそれらを活用していくことの重要性を、地方自治体に対して全国的に広めた。報告書の中で使われた「コンテンツツーリズム」という言葉は、今日では単に観光の文脈だけではなく、地域活性化と結びつけて理解されるようになっている（増淵2010、山村2016）。

そのような中、各地の自治体はフィルムコミッションを設立し、映画撮影

調査報告

の誘致を行っている。フィルムコミッションは、映画やテレビドラマ、コマーシャルといった映像作品のロケーション撮影が円滑に行われるための支援を行う団体である。設立の母体や経緯、カバーする地理的範囲は組織によってさまざまである。日本では2000年に4つのフィルムコミッションが設立され、2011年にはその数は185団体にまで増加した。フィルムコミッションの活動は、ロケーション撮影を通じた地域資源の発掘と情報発信であり、また行政や企業、住民といった地域の各主体が連携したロケ支援であるといえる（和田2015）。

地域活性化に映画制作を活用する動きの背景には、撮影の誘致による直接的な経済効果と、作品による地域への集客効果への期待がある。前者は、具体的には撮影隊の宿泊費、食事代、必要な物品の購入、エキストラへの謝金などをさす。後者は、その土地で撮影された映画を見て、多くの人がその場所に来ることで観光収入が地域に発生することへの期待である。間接的な経済効果への期待ともいえよう。これらの経済的側面からの効果は、地域が映画撮影を誘致しようとする大きな動機となっている。

一方、地域の関係者からは映画撮影の「数値化できない」効果も指摘されている。栄福寺（今治市）で住職をつとめる白川密成氏は、愛媛県を舞台とした映画『ボクは坊さん。』の撮影受け入れ経験をもとに撮影誘致の効果を次のように述べる。第一に、撮影の受け入れ準備から実施という過程の中で、普段顔を合わせない住民の間に会話が生まれ、また地元の場所を改めて訪れる契機になったことである。第二に、メディアへの周知を通じて、作品とともに地域の歴史や文化が紹介される機会が生まれたことである。第三に、俳優や撮影スタッフの仕事ぶりを地元の人が肌感覚で実感し、刺激を受けたことである。加えて、映画制作者という外部の目の存在により、新しいアイデアや交流が生まれることは「映画」というプロジェクトの大きな利点である（白川2016）。

このようにさまざまな効果が見込まれる映画撮影の誘致は、政策としてのみならず、現場においてもすでに地域活性化の方法のひとつとなっている。しかしながら、映画公開に伴うロケ地への集客効果については、持続性の観

点から限界があるとの指摘も多い。実際多くの事例研究では、映画の公開直後には多くの人々がロケ地を訪れたが、数年後にはその数が急減したことが報告されている。来訪者数の減少は撮影地の商業に影響をもたらし、観光資源の経済的な価値は低下することになる（山口2014、原・山本・和田2015）。こうした課題を克服し、映画制作が持続的な地域振興に資するには、次の視点が必要である。第一に、映画制作において地域が代替可能なロケ地として、つまり受け身の存在として位置づけられるのではなく、物語の考案など企画開発の段階で作品内容により主体的に関与することである。第二に、作品がつくられたことにより、撮影地となった地域において、地域資源のどのような社会的価値がいかに生み出されるのかということである。

一点目について、原（2013）はフィルムツーリズムを活用した地域振興を持続的なものにするために、地域が映画とその制作機会の活用主体となることに加えて、地域資源の積極的な活用や地域性をふまえた物語を編むこと通じて地域がより主体的に関与する必要性を指摘している（原2013：78）。映画制作を通じた地域振興は、自治体や観光協会、経済団体、NPO、住民などが主体となる内発型と、地域外の行政機関や企業などが主体となる外来型の2つに大きく分けられる。外来型では持続的となることは望めないため、地域に根ざした実行主体の組織化をふまえた内発的發展の枠組みが地域振興では必要となる。また、当該地域の「内」と「外」の主体が協働する型として共発型があり、映画を活用した地域振興ではそのような事例も存在する（福田・中村・細井2010）。

映画が誘発する観光現象を分析した山口（2014）は、現象の変化を「公開前、公開中、公開後、映画後」の4期に分けて検討している。山口（2014）によると、これまでの研究は映画がもたらす経済的な効果に着目し、公開前から公開後の期間に分析が集中してきた。だが、現段階では稀有なケースであるものの、徳島県鳴門市に位置する板東という地域では映画『バルトの楽園』公開による一時的な賑わいが消えたところに、地域住民が自らの歴史を再発見し、独自の視点から地域アイデンティティを紡ぎ出し、新たにつくられた「ロケ村」が観光資源としての価値を保っているという。観光資源の経済

調査報告

的な価値が消滅した後、すなわち映画後における観光資源の社会的な価値に目を向け、その意味を地域社会や住民の視点から問い続ける研究が必要である（山口2014：39-41）。

2. セミナーの報告

2-1. セミナーの趣旨と概要

セミナーは、地域創造への取り組みにおいて映画制作がひとつの方法となりつつある今日において、主に経済的な効果以外の点から地域と映画について考えることを目的に開催された。セミナーでは実際に映画制作を行ってきた深田晃司氏（映画監督）とメイスク・タウリシア氏（インドネシア・映画プロデューサー）が登壇した。地域創造と映画のかかわりについて映画制作者としての経験をもとに報告を行った。その後、フロアの参加者を交えて質疑応答を通じた意見交換と情報共有が行われた。なお、セミナーの前には、本学地域交流棟中研修室において、深田晃司氏が脚本・監督・編集をつとめ、三重県いなべ市で撮影された短編映画『いなべ』の上映が行われた。

2-2. 深田氏の報告

深田氏は、「地域映画」に関する自身の考えに触れたうえで、沖縄国際映画祭の企画「地域発信型映画」²としてつくられた短編『いなべ』の制作経験と、地域のみならず広く社会一般における映画の意義についての持論を述べた。以下3つに分けて報告する。

2-2-1. 地域映画について

『いなべ』は2013年に三重県いなべ市で撮影した短編作品（38分）である。いわゆる「地域映画」は大きく二つに分けられると捉えている。一つは「地産地消型」で、映画制作に参加すること自体がイベントとして成立し、完成した作品は地元で上映され、完結する。主として映画が撮られる工程への参加という体験そのものが重要視される。もうひとつは「地域発信型」で、地元らしさを活かしながらも、基本的にはその地域外の人に届けることを大前提として作られるものである。「地産地消型」の作品は、制作に参加する地

「地域に資する映画」とは一地域創造と映画の関係を考える

域住民の満足度に重きを置く分、表現としての先鋭さに欠け、地域外の観客の視線に耐えられるほどの他者性を有していないことも少なくない。一方「地域発信型」は、ある地域を舞台にしながらもより多くの観客を想定するため、結局は一般的な映画制作の姿勢に近くなるといえる。

このように述べると、「地産地消型」がだめだという印象を与えるかもしれないが、そうではない。大阪にあるNPO 法人remoが「レモスコープ」という取り組みを行っている。映画の黎明期にリュミエール兄弟が使用したカメラに近い撮影条件で映像を制作する活動は、今日さまざまな形で世界各国で行われている。それをワークショップとしてより形式化したものが「レモスコープ」である。レモスコープでは、カメラを1分間固定したままで映像を撮影するというルールのもと、一般市民が撮影から鑑賞までを体験する。ここで重要なのは、レモスコープの求めるゴールが、映像の芸術的、技術的な完成度にはないことである。カメラを通じてひとりひとりが世界を観察し、普段見慣れた景色が再発見されていく視点の変容を体験することこそが重要であると考えられる。このことは、個人レベルでの「映像制作」に限定される話ではなく、より規模の大きい「映画製作」になっても本質的には変わらないだろう。

ある一本の地域映画の製作が、そこに関わる人々やコミュニティにもたらすものは何か。そのゴールを芸術的、あるいは経済的な成果のみに求めるのは無意味とまでは言わないまでも、映像というメディアが本来備える豊かさからは遠いのではないか。ある人がカメラを覗いて世界を見ること、ある土地がカメラを通過して映画として再構築されることは、ただそれだけでも何かしらの変容を伴う価値ある体験である。さらに、映画がその土地から何をもらえるのかと同時に、映画がその土地に何をもたらすことができるかという発想を持たない限り、映画はその土地から富をただ収奪する傲慢な装置と化す³。

2-2-2. 『いなべ』の制作経験

『いなべ』については、早い段階で「地産地消型」ではなく「地域発信型」として作ることに決めた。地域映画は、「地産地消」と「地域発信」が

調査報告

等しく混じり合っているのが理想である。しかしながら、『いなべ』の制作にあたっては時間上の制約があると判断した。「地産地消」を丁寧に進めるための時間、つまりじっくり手間ひまをかけて地元の人々とコミュニケーションをとりながらお互いにとっての「映画」の完成形を育てていくには十分な時間がなかった。そこで、監督として「地産地消」が3割、「地域発信」が7割ほどの配分で臨むことにした。方針をそのように定め、「いなべ市」のことを全く知らないよその人に届くだけの高い普遍性をもった作品を作ることに力を注いだ。いなべ市の関係者の方々は最初から地元の名産品や名所の紹介よりも「面白い映画」をつくろうという一点で結束しており、幸いにも初めから同じゴールを目指すことができた。

脚本執筆においては、故郷に久しぶりに帰ってくるヒロインというイメージが最初に浮かんだ。次に、「地域映画」の陥る固有性からより遠くに飛べる普遍的なテーマは何かと考えた。自分にとって最も普遍的で、身近で、逃れられない2つのモチーフ、「死を想う」と「人の孤独」をストレートにぶつけることにした。その後地元の方の的確な導きでいなべ市の景観や地元の古いわらべ歌が投入され、脚本が完成した。作品のタイトルは、当初『姉と歩く』としていた。だが、脚本が完成した段階で『いなべ』に変更した。単純にいなべ市に通ううちに愛着が湧いたこと、地域の固有性からはじまり普遍を目指したかったこと、作品が上映され話題に上がるたびに「いなべ」という名前が何度も出ることが理由である⁴。

2-2-3. 映画の多様性と社会における意義

地域にとって映画がもつ意味という前に、そもそも映画の社会における意義は何だろうか。私はそれは社会の多様性を可視化することであると考えている。民主主義の根幹は、いかにマイノリティの視点を理解し、汲み取っていくかということである。芸術の中でも映画は多様な価値観を顕在化させる重要なツールである。

一方で、今日の日本の状況が、映画を通じて多様な価値観が顕在化できる環境であるとはいいいがたい。日本では映画は産業の枠組みで捉えられ、産業の中で企画が成立するのは商業性の高い映画に集中する傾向が強い。一方他

「地域に資する映画」とは一地域創造と映画の関係を考える

国では、映画が文化・芸術として捉えられ、フランスや韓国にみられるように公的な機関が映画製作への助成を行っている。

韓国では、映画振興を目的にKOFIC（韓国映画振興委員会）が設立されている。KOFICは2000年代半ばから効率的に支援事業を展開していくため、映画製作への助成の際に「多様性映画」という用語を考案した。助成審査の過程において、まず芸術映画、独立映画、ドキュメンタリー映画などが「多様性映画」として選り分けられ、次に作品規模という量的側面と文化的価値という質的側面から審査され、助成の対象となる。質的側面における多様性映画の定義は、①芸術性や作家性を大事にする映画、②映画のスタイルが革新的であり、美的価値がある映画、③複雑なテーマを扱い、大衆が理解しがたい映画、④商業映画の外で文化的社会的政治的イシューを扱う映画、⑤他国の文化や社会に対する理解に役立つ映画の5つである。

作家性や芸術性が強い映画の製作は容易ではないが、地域の固有性から出発した作品が遠くまで届くことを考えるならば、そのような作品も存在できる環境があることが望ましい。「地域に資する映画」は文化政策や産業のありようとも関わっているのである。

2-3. メイスク氏の報告

インドネシアの映画プロデューサーであるメイスク・タウリシア氏は、脚本を書く前段階に位置する企画開発や、完成後の上映に関する活動という観点から報告を行った。報告では2つの事例が紹介された。ひとつは、メイスク氏が毎年参加しているイタリアの「トリノ・フィルムラボ」である。後述のとおり経済が衰退したトリノの街の再生を図る施策のひとつとして位置づけられる活動である。もうひとつは、映画制作会社やシアターカフェの経営の傍ら、メイスク氏自身が主宰する地域の上映ネットワーク「コレクティブ」についてである。

2-3-1. 映画の企画開発を地域活性化に活用する「トリノ・フィルムラボ」

トリノ・フィルムラボは、トリノを拠点に開催される映画の企画開発を行う場である。2008年にトリノ映画祭の企画として、今後活躍が期待される若

調査報告

手の監督、脚本家、プロデューサーのために始められた。1年に3回、企画開発のための「ラボ」がイタリアなどで開催され、参加者が一定期間集う。1億円規模の活動であり、ピエモンテ州やトリノ市のほかに、ヨーロッパ共同体（EU）が「創造的ヨーロッパ」というメディア事業の枠組みで資金的にサポートしている。開催資金の半分以上がEUを含むイタリア国外からのものである。毎年11月に開催されるトリノ国際映画祭において、参加者はラボを通じて練り上げた各自の企画を世界中から集まるインディペンデント映画製作のプロデューサーや配給会社、助成団体、その他専門家に対して発表する。トリノ・フィルムラボは、トリノにある国立映画博物館やフィルムコミッション、行政との連携のもと開催されている。

トリノという都市の歴史は古く、17世紀から18世紀にかけて建設された街並みが今日に至るまで残っている。19世紀末にはイタリアの自動車産業をけん引したフィアット社が設立され、その後トリノはイタリアの工業都市として栄えた。だが、20世紀後半からは石油危機による不況などにより街は衰退していった。フィアット社の自動車工場が閉鎖されたことによる影響は地域経済の停滞をもたらした。その後経済的な回復だけでなく、文化的側面から都市の再生が図られた。1982年に映画批評家であり歴史学者でもあるジャンニ・ロンドリーノによってはじめられたトリノ映画祭は、そのような文脈のなかで生まれた。国立映画博物館など以前から存在していた地域資源を活かし、近年はトリノ・フィルムラボという映画企画開発の国際的な機会をつくることによって、経済的側面からのみならず、文化的側面からも地域の再生が図られたのである。

ちなみに、トリノ・フィルムラボは3つのラボから構成されている。脚本ラボ、長編映画ラボ、シリーズラボの3つである。脚本ラボは、長編映画の脚本を執筆している脚本家と監督、および脚本編集者をトレーニングする場である。長編映画ラボには、脚本家、監督、プロデューサーがチームとして参加する。ラボでは映画の芸術的、創造的側面だけではなく、製作と宣伝戦略といった事柄も取り上げられる。シリーズラボは、国際的なテレビのシリーズ番組制作を行いたい脚本家と監督を対象にしており、テレビ番組プロ

「地域に資する映画」とは一地域創造と映画の関係を考える

デューサーや脚本家、テレビ放送局がラボに関わっている。映画制作者としてのキャリアを始めて間もない人にとっては研鑽を積むだけではなく、あたためている企画を具体的に育て、実現化させる場であるといえる。これらのうち、インドネシアの創造経済庁は長編映画ラボに資金を拠出しており、インドネシアから1チームの参加枠が確保されている。

2-3-2. 地域における映画上映をコーディネートする「コレクティブ」

映画の企画開発という段階をまちづくりに活かすのがトリノ・フィルムラボであるとすれば、規模的には小さな試みではあるものの「コレクティブ」は大都市以外の地域における上映を実現させる活動である。

コレクティブは2013年に始められたインドネシアの独立系映画の配給プラットフォームである。もともとは、自分がプロデュースした作品『動物園からのポストカード』（2012年）の公開時に国内10都市で上映しようとした際、ある問題に直面したことがきっかけだった。当時インドネシアには単館系の映画館やミニシアターが存在しておらず、『動物園からのポストカード』のように独立系アート映画を上映するには、上映会という場を設ける必要があった。ところが、地方の上映コミュニティは、機材面でも知識面でも上映の運営に十分なノウハウが備わっていなかった。また、独立系映画は商業映画ではない、すなわち無料上映するものだという考え方が存在していた。私はそれでは自分たちは生き残れないと思い、映画は有料であるという考え方を根付かせようとした。

そのような背景で始まったコレクティブは、今では地域における映画上映をコーディネートする配給プラットフォームになった。最近では首都ジャカルタおよび近郊には日本のミニシアターのような場が生まれ、質のいい作品が上映されている。ジャカルタのような大都市だけではなく、地方でも上映する機会をつくり、運営する仕組みがコレクティブである。インドネシアの映画製作者たちは、多くは首都ジャカルタやジョクジャカルタを拠点にしているが、地方で上映する人々には彼らとのネットワークがない。コレクティブは地方における上映者と映画制作者を結びつけるものである。また、「映画は有料である」という考え方を根付かせることで、地方における上映コミュ

調査報告

ニティが自立的に映画上映を催していけるようにすることを目的としている。

コレクティブは、地方の上映コミュニティと独立系映画制作者の間をとりもち、権利交渉を行うことができる。映画を上映したい地方のコミュニティと、地方で作品を上映したい映画制作者の双方のニーズに応えるのである。初年度は自分がプロデュースした作品だけだったが、2014年には友人らの作品も扱うようになり、現在はより広範囲での配給網が機能している。地方の上映コミュニティにおける上映も、今ではチケットを売ることが前提となってきた。持続的な上映制度を構想するのであれば、金銭の流れを考えないわけにはいけない。コレクティブを通じた上映で得られた利益は、上映コミュニティの上映者、映画制作者、配給プラットフォームであるコレクティブで共同でシェアする。ちなみに、コレクティブを通じた地方での上映会は1年に30回から40回程度開催されている。インドネシアの独立系映画のほかに、ロシア、アメリカ、イギリスなど外国作品の上映も行われている。外国映画の上映は約3割を占めている⁵。

2-4. 質疑応答と意見交換、情報共有

報告の後、セミナー参加者との質疑応答の時間が設けられた。当日の参加者は本学教職員のほかに、映画制作関係者や、映画に関心を持つ人、本学シニアカレッジの受講生、なら国際映画祭関係者など、主に映画への興味から参加して下さった方々が多いように見受けられた。深田氏とメイスク氏は、2004年に大規模な地震と津波に見舞われたインドネシアのアチェにおいて日本・インドネシア・フランスの合作映画の撮影を行っていた。そのためフロアからはその合作映画の内容と撮影に関することのほか、メイスク氏が主宰するコレクティブにおける日本の独立系映画の上映可能性と方法について、また文化政策についての質問が出た。

なら国際映画祭関係者の方からは、同映画祭の企画の一つである「NARative（ナラティブ）」が紹介された。なら国際映画祭は2010年より2年に1回奈良において開催されている映画祭であり、河瀬直美監督がエグゼクティブ・プロデューサーを務めている。NPO法人なら国際映画祭実行

「地域に資する映画」とは一地域創造と映画の関係を考える

委員会が母体となり、地元を中心とする企業の支援と公的な補助金、さらに個人の寄付を資金としてこれまで運営されてきた。

映画祭の企画のひとつであるNARAtive（ナラティブ）は、「奈良と世界をつなぐ映画制作プロジェクト」として始められた。「NARA（奈良）」と英語の「Narrative（物語性）」が掛け合わされた名前には、「奈良らしさを映画におさめ語り継いでいく」という意味がこめられている。NARAtiveでは、今後の活躍が期待される映画監督を招き、奈良を舞台とした映画制作が行う。その活動を日本の映画スタッフやロケ地の人々が支える。地域を巻き込んでの映画づくりは、住民の地域に対する愛着と他の地域から来た人々との新たなコミュニケーションを生み出す。そしてそこから生まれた映画が国内外へ飛び出し、奈良の魅力を世界中の人々に届けることがNARAtiveという企画の意義である。

2014年度のNARAtiveで作られた映画『ひと夏のファンタジア』は、韓国のチャン・ゴンジェ監督による作品である。2013年に日本と韓国のスタッフ、キャストが奈良県五條市に集まり、撮影が行われた。五條は「かぎや」で知られる花火発祥の地であり、同作品の中では花火が重要なシーンで印象的に使われているという。『ひと夏のファンタジア』は、なら国際映画祭における上映のほか、韓国の釜山国際映画祭、オランダのロッテルダム国際映画祭における上映作品として選出された。日本のみならず韓国においても公開され、韓国では公開から1ヶ月間の観客動員数は独立系映画としては異例の3万人を超えた。同作品の影響により、五條市を訪れる韓国からの観光客が増えているという。

セミナーをふりかえって

以上、本稿では本学で開催された地域創造と映画の関係について考えるセミナーの内容を中心に報告した。

地域で撮影が行われることには、第1章で述べたとおり直接的、間接的な経済的効果があるとともに、地域社会への社会的心理的効果がある。報告では、地域で映画が撮影され、作品が作られることの価値を、その地域を含む

調査報告

世界に対する見方の変容とする考えが述べられたことが印象的であった。地域創造の取り組みにおいて映画制作がひとつの方法となりつつある今日、社会における映画の意義を今一度ふりかえることによって、そもそも地域創造とは何かということをより深く考えることができると思わされた。

加えて、映画を通じた地域創造の過程を記録し、誰もがその内容を参照できるようにすることにも意味があるだろう。そのことは実践的な観点からだけでなく、映画と社会の関係についての知見をより豊かにする点においても有用である。記録においては、企画開発から脚本作成、撮影、配給と上映という一連の流れで映画を捉え、とくに企画開発と上映が地域にもたらす長期的な影響に目を向けることが必要である。ストーリー開発を含めた企画段階に地域がいかにかかわったのか、公開から時を経てその地域の経験や歴史を含めた地域資源に関してどのような社会的価値が生みだされているのかという観点から記録することによって、地域創造と映画の関係をより深く理解することが可能になると思われる。

注

- 1 報告書の背景のひとつとして、2003年に行われた日本政府の観光立国関係閣僚会議において「観光立国行動計画」が策定されたことが挙げられる。計画では、日本や地域の魅力確立と海外に向けた発信のための施策として、映画製作・上映支援（文部科学省）、フィルムコミッションの活動支援・ロケの誘致（文部科学省、国土交通省）、コンテンツ産業振興（経済産業省）が位置づけられた（山村2016）。
- 2 2009年から毎年開催されている沖縄国際映画祭はエンターテインメント分野で歴史の長い吉本興業による映画祭である。2010年より始まった「地域発信型映画」という企画は、『自分たちが住む町のさまざまな魅力を全国に伝え、地域を活性化させたい』という地元の熱い想いを映画を通して実現するプロジェクトである。各地に参加監督が1名ずつ派遣され、吉本興業の芸人や俳優がキャストの一部となり、地域のフィルムコミッションのサポートのもと、その土地を舞台とした短編映画がつくられる。完成した作品は、毎年3月に沖縄県那覇市で開催される沖縄国際映画祭で上映される（「地域発信型映画」）。
- 3 neoneowebのウェブ掲載記事参照。
- 4 同上。
- 5 国際交流基金アジアセンターのウェブ掲載記事参照。

参考文献

- 白川密成 (2016) 「映画『ボクは坊さん。』が地域にもたらしたもの」『舞たうん』第128号 (特集/映画・映像を活用した地域づくり、えひめ地域政策研究センター発行)、10-11頁。
- 原真志 (2013) 「映画・コンテンツ産業と地域活性化—可能性と課題」『地理科学』第68号第3巻、221-222頁。
- 原真志・山本健太・和田崇 (2015) 「文化産業・コンテンツ産業と地理学」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』ナカニシ出版、1-17頁。
- 福田一史・中村彰憲・細井浩一 (2010) 「コンテンツ活用型地域振興の類型化に関する比較事例研究」『立命館映像学』第3号、71-87頁。
- 増淵敏之 (2010) 『物語を旅する人びと—コンテンツ・ツーリズムとは何か』彩流社。
- 山口誠 (2014) 「映画観光と住民運動—板東俘虜収容所の再発見」遠藤英樹・寺岡伸悟・堀野正人編『観光メディア論』ナカニシヤ出版、19-42頁。
- 山村高淑 (2016) 「コンテンツツーリズムというアプローチ：アニメコンテンツと地域社会をめぐる新たな潮流とその特性から」岡本健・遠藤英樹編『メディア・コンテンツ論』ナカニシヤ出版、235-241頁。
- 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』ナカニシヤ出版、103-118頁。
- 国際交流基金アジアセンター「メイスク・タウリシア&高崎邦子—日本とインドネシアの映画交流 [上映編]」<https://jfac.jp/culture/features/f-crosscutasia-indonesia2-meiske-takasako/2/> (最終閲覧日：2019年4月6日)
- 「地域発信型映画」http://www.yoshimoto.co.jp/sumimasu/chiiki_eiga/ (最終閲覧日：2019年4月6日)
- neoneoweb「【自作を語る】新作『いなべ』製作記—地域と映画を考えるtext 深田晃司 (監督)」webneo.org/archives/22135 (最終閲覧日：2019年4月6日)