

# 突破力ある主体的市民が、未来社会をつくる

～地域映画を手段とした循環型地域活性～

NPO法人ワップフィルム 理事長  
高橋 和勸  
(内閣官房地域活性化伝道師)



## 1 ワップフィルムがめざす社会

市民が主役となって地域資源を発掘し、循環の仕組みで地域を発展させていく社会。市民自らが明るい未来を見据え、想像を形にする。その思いをWAPP FILMという名に込めた。「W(わ)UP(う)P(ぷ)」は造語であり、輪・環・和、3つの「わ」のUPを意味する。人と人、地域と地域、様々なステイクホルダーとの輪が広がること。多様なものが世代間を越え、循環によって地域社会が良くなっていくこと。小さな地域がそれぞれの強みを発揮しながら連携によって日本全体が活性化し、世界に向けて存在感を発揮していくことである。

今、日本にはグローバル化の波が押し寄

せている。そんな時代だからこそ、異民族を受け入れ、それぞれのアイデンティティを尊重し、多文化と共生しなければならない。

地域映画をつくることは、地域の歴史文化や埋もれている資源(観光・産業・人・モノ・技術などのすべてを含め)を掘り起こす「まちづくり」そのものだ。映画による「地域力創生事業」「地域コミュニティの連携」を可能にする。本稿という映画は、莫大な予算を要する従来の商業ベースの映画とは制作意図が根本から異なる。すべてがゼロベースの地域映画製作を通じて、産業振興へつなぎ、基層文化を見直し、新たな価値を創出して地域の強みを発信し合う「こうしした」ことが地域連携、地域活性化につながることを願っている。

## 2 無縁社会で地域キャリアを積む

このところ、ようやく地域が自身の強みを活かし、市民パワーでまちを元気にしているという流れてきて始めているが、まだまだ全国的には疲弊している地域が多い。疲弊した「虚しいまち」とは、ふと立ち寄った時、どこからも声がかからない、見て見ぬふりをして道行く人に挨拶がない、無関心なまちである。私はそんなまちを変えたかった。

人にキャリアがあるように、地域にもキャリアがある。私が好きな言葉に、「地霊人傑」がある。色彩豊かな地域の風土は個々の人物を育む。人は環境によって育てられ、成長し、傑出した人になる。地域が人を育てるならば、育くんでもらった地域に恩返しをするのは人の筋ではないか。父が転勤族であった私は、幼少期に一つの地に根を張る環境にはなかったが、多様な地域によって今の自分が育まれたと感じている。地域キャリアをアツプすることが地域活性化だと考え、私は関わること地域に恩返しをしたかった。

私の社会活動の根底は、自分のルーツと深く関係する。以前、企業コンサルタントをしていた頃、家紋の研究を始めた。その過程で、先祖が愛媛県の離島におり、瀬戸内海の無人島を次々と開拓したことを知る。

## 3 映画『商店街な人』

現代風にいえば、まさにまちづくりだ。その後、私は表現の場を求めて俳優業に転身。映画を通してなら自分の思いを実現できると直感したのもこの頃だった。

やがて私は「地域映画」という手段に着目し、映画のパワーを活かして地域に光を当てようと考えた。地域活性化の原則は、高邁な精神と強いエゴのさじ加減で成立する。その強い思いがぶつかりあい、真剣に取り組む多様な人の関わりがあつてこそ、地域を照らし、ひいては観光振興につながる。一隅を照らす者が放つ光が集まれば、それは炎となり、まちは情熱に満ちた楽園となるのではないか。

『商店街な人』は、大田区蒲田地区を舞台として製作されたフューチャーセッション型地域映画。様々な職業の市民が主役となって協働し、地域の社会問題を新しい形の映画で解決しようとした作品である。大田区行政、京急電鉄蒲田駅急行通過問題へスポットを当て、東京都23区のうちでも1、2位を争う店舗数の商店街と中心産業であるものづくり工場の技術なども描き出した。

地元の若者が自分たちのまちを「映画」と

いう手法によって活性化しようという挑戦するストーリーには、「自分たちでまちの未来ビジョンを描いていく」というメッセージが込められている。現状の課題解決を捉え、少し先の未来を提示し、投げかけている。

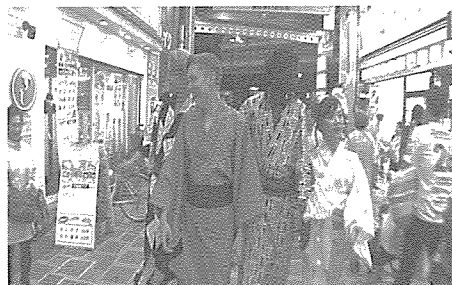
なお、本編は、松本映画祭プロジェクト※の2012年特別招待作品となっている。

※映画を通じて松本のまちと人を元気にすることを目的に活動する一般社団法人が主催

舞台を大田区に選んだのは、羽田ハブ空港化「国際都市おおた」を掲げて世界に発信したかったこと、蒲田はかつてキネマの天地「映画の街」であり、そこを復興したかったこと、観光に期待を寄せる行政と、京急電車の急行が蒲田駅を通過するために生じていた電鉄会社との対立構造が興味深かったからである。

トップダウ

ンで大田区行政と京急電鉄がもめている中、一市民目線ではわからなかった問題を地域の人が考えることができ、「電車が停まる停



「外国人が浴衣散策を楽しむまち蒲田」という未来の商店街像を描き出した映画『商店街な人』の1シーン

まらないうちで言い争うより、ではどうするか？」と、対話することで共感を得た。そうこうするうちに分断化されていたコミュニティの中へ入ることができ、新たな濃い出会いへとつながっていった。

題名が「商店街な」と「な」を使っているのは、この「な」では商店街の人だけの話に限定されてしまうからである。まちの活性化や地域の課題解決には、多様な人の参画が不可欠だ。商店街はまちの顔であり、まちは人で成り立っている。たくさんの方の支えや人の思い、元氣そのものが「商店街な人」なのである。

#### 4 映画『商店街な人』の観方と上映スタイル

本作品では、映画そのものが「いかに」つくられているかに注目していただきたい。映画の中に、商店街活性化、地域活性化のためのヒントはあっても、「正解」は一つではない。答えは映画の中ではなく、観る人の意識の中にある。大田区・蒲田を描いているが、全国津々浦々、地域には様々な課題も強みもあり、観る人が自分の地域に置き換え、考えをきっかけになることを狙っている。また、1シーンをつくるごとに、どのような交渉・折衝がなされたのか苦労や困難も想像しながら

観ていただきたい。

まちづくりに「正解」は一つでないことは前述したが、「方程式」はある。それは、まちの抱える課題を提起し、同じ方向性で人の関係や共感を築いていくことである。それがたまたま、我々にとっては「新しい映画づくり」という共同作業なのだ。

映画を観た方からは、「これは単なる商店街の映画ではなく、地域や社会をみんなで考えることができる映画。様々な人たちが参加する地域活性化のヒントが詰まっている」(行政関係者)、「この映画の製作過程はまちづくりの最適なモデルケースでもあると感じた」(取材記者)という声をいただいている。

本映画は、上映段階でも独自方法をとっている。地域のニーズに合わせて、商店街や自治会、町工場が主催するお祭りやイベント、銭湯での上映会など、多様な場所とテーマで「映画をきっかけとしたまちづくり」イベントを地域密着で行ってきた。上映後には、参加者間の意見交換をし、広くコミュニケーションを図る場づくりをしてきた。映画のロケは、商店街はもちろん、大田区の町工場で行われ、上映イベントは、出演している経営者、従業員のいる町工場の集積地でも行われた。

大田区と藤沢市においては前代見聞。銭湯の浴場を会場とし、映画に登場する地域の特

産品を販売する

イベントも開催。その試みは世界に発信され注目された。昔ながらのコミュニティの場である銭湯文化に、新たな創造価値を生み出したからだ。



商店街活性化の研修コンテンツとして、中小企業診断士協会主催で開いた映画上映と講演会

本編は大田区を離れて他地域にも波及し、2011年、神奈川県内、愛媛県、松山市の商工会、商店街振興組合連合会との連携、また東京都中小企業診断士協会も、商店街活性化の研修コンテンツとして活用いただいた。12年、東京都小平市、世田谷区の下北沢、さいたま市大宮、愛媛県内子町などで映画が上映され、筆者も講演した。今後も地方自治体、学校、各NPOと連携しながら、上映会と意見交換の場づくりを広げていく。

#### 5 リージョンフィルム・ディレクタープロジェクト

映画づくりの過程そのものが、まちづくりであり、地域活性化のための人材育成を目的に企画したのがリージョンフィルムディレクター

プロジェクト(以下、RFDP)である。企画段階から多くの市民が関

わることが望ましい。市民が当事者として新しい形の地域映画製作に関わり、マーケティングし、企画する。主体的市民がそれぞれの地域の強みを発見して発信するのである。RFDPは以下の5つの目的を持っている。



テクノWING大田は、区の工場アパート。連携する47社のうちの1社(緑)ナイトベイジャーはロケ地となった

①地域映画づくりの企画・開発を通じて自身がまちづくりの当事者となり、新たな時代のニーズを想定して社会的価値を創造する。

②競争優位を確立しながらも、感性や価値観を共有・協力できる人材をつくる。

③環境に左右されることなく、同じ方向性で人の関係性や共感を築く主体的市民を育成する。

④地域課題を探り、課題解決のヒントを盛り込んだ、あるべき未来を示唆するシナリオ(戦略)をつくる。

⑤地域の強みを活かし、弱みを補い合い、協働で地域連携による社会的課題解決へ向

き合える事業体制を構築する。

具体的には、まず、参加者全員でまちを歩き、課題を抽出して仮説を立てる。そして検証し知恵を絞って、自分たちの地域に必要なシナリオを模索していく。現在、次回作の大枠の粗筋ができてきたところだが、毎回討議する中で参加者同士の信頼関係も深まり、映画づくりの気運も益々高まっている。

このプロジェクトは「リージョンフィルムネットワークプロジェクト」として、2013年度の神奈川県藤沢市「公益的市民活動助成事業」に採択された。工業、ものづくりを得意とする大田区と、農業、観光に注目が集まる藤沢市の強みを活かし、産業の可能性や地域ブランドディングをストーリーに落とし込んでいく。このようにして、地域住民の連携交流を加速させていきたい。

#### 6 地域映画×上映フューチャーセッション

2011年頃から、「フューチャーセッション」(以下、FC)という言葉が聞かれるようになってきた。FCは、一言でいえば「イノベーションを起こすための、多様な参加者間の対話や創発を生み出す場」であり、その起源は1990年代の北欧にある。他の欧米諸国に比べて不足している資本や資源

を補うため海外からの投資を呼び込むと、知的資本の可視化と、さらに未来の知的資本を生み出す場としてFCが成立した。現在、欧州では約40か所のFCがあるが、多くの場合、専用空間がつけられ、特にオランダでは、パブリックセクターでの広がりが大きいと聞く。一方日本では、施設に頼らず、組織としてのFCが生み出され、官ではなく民間企業セクターが活発に動いている。独自の広がりとして市民を含めたFCを多数立ち上げ、FC間のネットワークを形成することで、立ち上げる人同士が支援し合える動きが加速している。

※参考資料「地域の未来を作る地域版フューチャーセンター」調査報告書・特定非営利活動法人場とつながりラボhames.vi

ワップフィルムも2012年度から、意識して「上映フューチャーセッション」(以下、FS)という形でイベントを行ってきた。映画『商店街な人』を観ることにより、自分たちのまちの未来へ置き換えて考え、対話する中から「あるべきまちの未来」を考えていただきたい。ワップフィルムは、まちを自分たちの手で変えていく次の行動までをサポートしていきたくて考えている。これまでに12年10月「おおた商い観光展」、12月「ふじさわの未来のまちを語ろう」、13年2月「内子の未来を語ろう」というFSを実施してき

た。映画上映後に、パネルディスカッション、参加者全員でのトークセッションをもって課題解決のための対話から生まれる次のステージへと発展させていくことをしている。

### 7 キネマフューチャーセンタープロジェクト

現在、シャッター通りと化した東京都大田区キネマ通り商店会の空き家空き店舗を利用し、キネマ通りらしく、「映画」での地域振興を進めている。東京工業大学大学院の学生たちが研究室のフィールドワークとして行った調査では、まちの現状に非常に厳しい声があがっていた。そもそも商店街としての機能が失われている場所に、新しいイノベーションを起こすことなど可能なか。それがワップフィルムの新たな挑戦となる。

まちに産業を生み出し、まちが再生するには独自性が不可欠である。持続可能なコミュニ

ニティをめざし、以下の4つを創発拠点の機能として持たせていく。

- ① 映画製作拠点としての機能 現在、まち興しのための映画祭は全国にあるが、一部を除き、作品や人が集まらない現状である。私は、映画を誘致するだけでなく、市民自ら地域に関心を持ち、地域で映画製作ができる環境を整えることが優先と考える。キネマ通りは「商店街な人」でも撮影現場になっているが、引き続き地域映画製作を行う。その発展形としての映画祭「キネマ「黒湯」「夢工場」「FC」「フェスタ」など、視点を変える企てを産官学連携で進めていく。
- ② 地域交流拠点としての機能 キネマ通りは文教地区であり、近くに保育所、幼稚園、小中学校が点在する。子どもたちやその母親のたまり場、近くに住む高齢者の休憩場所として、例えばコミュニティカフェのような開かれた場所をつくることにより、新しい人の流れと、交流を生み、人々にまちに関わる意識を醸成していく。
- ③ 仕事創出の機能 最近注目されているコワーキングスペース (Coworking space) として、コミュニティビジネスをめざす異業種の人たちが集う場として新しいイノベーションを生み出し、持続可能な発展をめざす。具体的には「食」「農」「IT」も

のづくり」「教育」「福祉」などの専門分野を担う人が集い、ビジネスを展開する。例えば、食農に関しては藤沢市の「八百屋360」八〇八」と連携して朝採り野菜を販売したり、近くの料理専門学校発のメニューでアンテナショップを開くなど。福祉関連では、就労支援を行うNPOと自立支援の実践の場として活用する。ものづくりにおいては地域の子育て中の女性が、まち工場のネットワークと協働し、新商品開発や様々な企画を推進していく。

④ フューチャーセンターとしての機能 日本においてのFCは施設に頼らないと前述したが、未来創造の拠点として、今ある空き店舗を有効活用していきたい。テーマは「地域の未来を描く映画、企画、製作、上映FS」

目的は「新たな産業やコミュニティビジネスの創発、多様な働き方の実現、ワークライフバランスの推進、循環型地域ビジネスの創出」である。商店



空き店舗を活用したキネマフューチャーセッションには、大田区長も参加

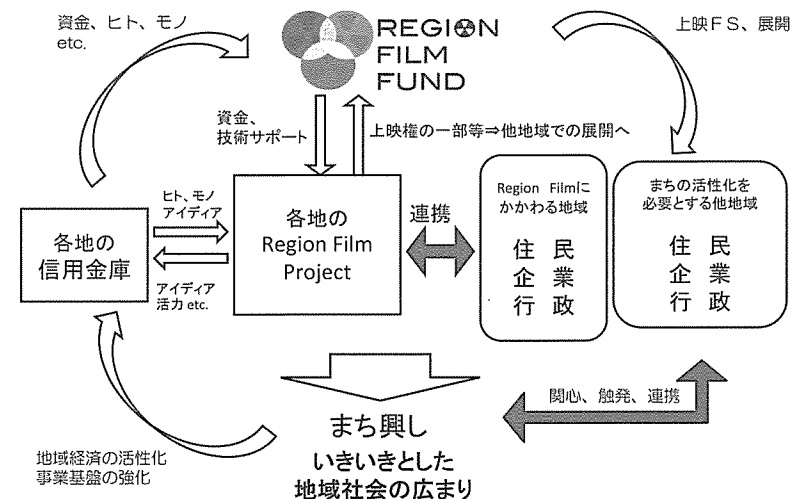
街の人だけでなく次世代を担う子どもたちや学生など多様な人が集い、対話してまちの未来を描き、行動していくための拠点とする。

### 8 リージョンフィルム基金の提案

ワップフィルムでは、リージョンフィルム基金(以下、RFF)の開設を計画している。RFFは、各地でのリージョンフィルムプロジェクト(LRFP: Local Region Film Project) に対して資金や技術等のサポートを行う。読者の皆さまには、これに関わる多面的な支援協力をお願いしたい。RFFによって地域に図のような好循環が生まれる。ワップフィルムと各地の信用金庫が協働すれば、地域を元気にする新たな動きがスタートする。

まずは信用金庫の本支店等で、地域サービスの一環として映画「商店街な人」の上映FSを開催してはどうだろう。その場で、「当地でも映画を撮ってみたい」という話が出たら、積極的な協力をお願いしたい。場所、人、モノ、情報：何でも歓迎である。低予算で映画を製作するには、地域の人々の協力が不可欠だ。信用金庫店舗が「映画をつくる」の呼びかけ告知を行い、情報を仲介していただけないだろうか。例えば、ロケの候補地の情

図 地域に好循環を起こすリージョンフィルム基金



報、出演者や小口スポンサーの募集、衣装の提供、宿泊地・食事などの提供は、地域のことを熟知し、予め信頼のネットワークを築いている信用金庫だからこそ可能だと思う。さらに踏み込んで、映画「信金な人」を撮ってみてはどうだろう。信用金庫もロケの舞台であり、職員さんの出演も歓迎である。また、金融機関だからこそ可能な取り組み

みとして、例えばLRFPに対する支援者数に応じて預金金利が上昇し、その預金金利の一部が基金へ寄付される応援定期預金などはいかがだろう。地域の盛り上がり信用金庫が一体となる。めでたく映画が完成した暁には、応援定期の通帳が試写会の招待券となり、エンドロールには預金者の名前も流れるのだ。

一番のネックである資金について、地域のお祭りやイベントと同様に、地域映画に対して信用金庫からご寄付をいただけたらありがたい(もちろん、我々自身が地域課題に共に取り組み、信用金庫との取引をはじめ、関係性を一層高めることが前提である)。

その際、資金の受け皿になるのがRFFである。LRFPに直接提供するよりもRFFを経由することで、各地のLRFPと信用金庫の取り組みの全国ネットワークをつくるのが可能になる。地域課題・解決に向けたワークショップが各地に波及すれば、活力ある地域社会が各所に広がり、信用金庫業界が中心となった全国レベルでの社会貢献につながるのではないかと思う。

ほんとうに、全国各地で映画「信金な人」がつくれたら…。共通する部分を持ちつつも、各地の個性がきつと出てくるはずだ。想像しただけで、ワクワクするではないか。