

## Episode 7

## REDCARPET

「まんまとやってきて、  
まんまと作って、やられたなって」

「回ってみて、すごくコンテンツが高い町だなって」

シュ ロケ地以外で、印象に残ったスポットはありましたか？  
宮原 ラーメン屋さんです。

シュ あ！麺工房 隠國（こもりく）！

岡戸 ロケハンでバス待合所を見つけられたのも、隠國で食べようってなったからなんです。

シュ 相模川側から行く隠國に行く途中、バス待合所がありますね！

宮原 ちょっと待って、ちょっと待ってって（笑）

とりあえず、ラーメン食べようと。その後、もう1回行ったんですよ。

シュ 偶然ですね。ラーメン好きが生んだ。

宮原 ラーメン好きが生んだ（笑）

岡戸 スペシャルサングラスでシュニンの下に  
隠國も入れようかぐらいの（笑）

シュ 当然ロケの日も？

宮原 隠國のすぐ近くに車置かせてもらって。

岡戸 隠國行くかロケ行くかみたいな（笑）

宮原 スケジュールに隠國って入れてましたから（笑）



C D そろそろクライマックスに向けて、僕自身の話をします。2016年に愛川町に来たんです。シティスロモーションの強化という特命を受け、仕事を始めました。愛川町の一番の課題は、知名度が低いということで、宮ヶ瀬ダムはあるんだけど、町の名前はほとんど知られていない。そうした現状があって、シティスロモーションの色々な目的を全部ぶち込んだのが、愛川レッドカーペットだったんです。その目的の一つを言うと、指定ロケ地を何か所も選んだのは、町のPRをしようと思ったからです。

宮原 やっぱそれだ（笑）

岡戸 やっぱそうですね（笑）ロケハンの話に戻しますが、回ってみて、すごくコンテンツが高い町だなと思いました。ダムもあれば、広い公園も、滝もあって。

C D 二つ目の目的はターゲットです。今、全国の自治体が力を入れている「移住定住」を前提にすると、メインのターゲットは子育て世代です。僕はそこで、ちょっと頑張ればテレワークもできるし、クリエイターを呼びたいなと思った。クリエイターが、ここいいとこじゃん、と、そういうイメージがある町にしたかったんです。愛川町がクリエイターと一緒に有名になろうぜって言ったのはそういうことなんです。

宮原 なるほど。



C D 愛川町に来たとき、あまりクリエイティブな町じゃないなっていう印象があったんです。でも、山十郎もそうだけど、宮大工が建てた立派な寺もいくつかある。擦糸業が盛んだった歴史もあって、あの織物会社だって、県内唯一の織物会社でフランドにもたくさん卸している。もしかして、器用な人が

たくさんいるんじゃないかって思った時、言葉や理屈じゃなくて、クリエイターっぽい気質を持った町の人と、クリエイターとの心が通い合う接点というか、つなげたいという気持ちがありました。

これからも、この町でクリエイターに出会いたいという思いがあります。

シュ 今の話も含め、愛川レッドカーペットを振り返っていかがでしたか？

宮原 先ほど岡戸君も言ってましたが、運営側の熱意がちゃんと伝わってくるコンテストだなって思っていて。対外的な発信の仕方や、しっかりとしたフォローとか…コンテストとしての人格に好感が持てました。

岡戸 この中から選んでくださいという膨大なロケ地が、写真や動画付きで載っていて、膨らみそうな場所がたくさんあるって思いました。都内からでも車で来れば、日帰りでも撮って帰れるし、そんな風に作るのも楽しいかもしれないなと。

ロケハンで回ったら、さらにすごいなと。この場所を起点に、物語が膨らむなって場所がたくさんある町だってなって。場所発信で物語が作れたのは、新感覚で面白かったです。今回は、自分たちでロケ地を見つけた形になりましたけど、緑の中にぽつんとあるバス待合所は、都内では中々ありませんし。そんな中で物語を1本作れたのは、本当に面白かったです。運営事務局の魂胆にまんまと乗ったなと（笑）

宮原 乗った（笑）まんまとやってきて、まんまと作って、やられたなって思いますけど、全体的に楽しくやらせていただきました。

映像を作ろうとしていたのに、なぜか段々と愛川町の魅力にはまり込んでいくというか、美味しいラーメン屋さんも知れたし（笑）そこからバス待合所も知れた。

映像を作る目的を超えて、自分の生活というか、人生の中で新しい発見があった。良い体験をいただいた時間だったなって思います。

「場所発信で物語を作れたのは、新感覚」