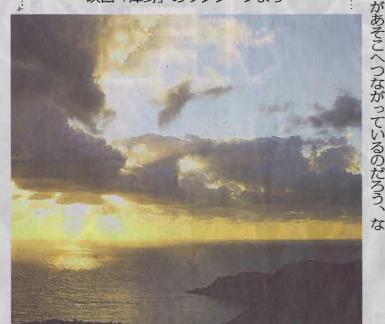
価値観の転換期に贈る心の映画「渾身」⑥

「渾身」のワンシーンより



界レベルだ。 南に通っていた。そのためロケ地のほと ず「筋が全く分からなかった」と答えて か?」と感極まった様子で聞かれ、 私の父は雲南市の方から「いかがでした 誰だろう?と気になり、 ロケ地やエキストラを見てどこだろう? 前回も書いたように隠岐の方には最初は らないほど素晴らしい。 より伝統ある風土や環境は他と比較にな からこそ、そう思っている。風景はもと 外の観客の反応を目の当たりにしてきた のロケ地はどこをとっても間違いなく世 んどを知っていたらしく、 **しまった。父は仕事で毎日20年近く雲** して見られないから。 『映画』として見ていただけないだろう。 映画「うん、何?」の上映会終了後、 映画「渾身」が間もなく完成するが 今まで島根で撮らせていただいた4本 「白い船」上映以来、 フィクションと 逆に分からな 思わ 国内

既成概念打ち破る宣伝流

0 25

的に見られるようになったと笑ってい たのだ。鑑賞10回目くらいでやっと客観

どと思っているうちに終わってしまっ

場合、それが棚になる場合もあると思う。 がら徐々に全国での宣伝活動に入ってい ている場所を客観的にとらえるのは難し い。映画に限らず外に向かって宣伝する 「渾身」はこれから試写会などを行いな このように、知っている場所や生活し

くが、

『郷土愛』と 『客観的な目線』と

の映画を世界に届けたい。

をうまくブレンドして誇りある隠岐の鳥

かかる。 環境を守りながら、その良さが分かる人 きする本物の『静かな隠岐ブーム』を望 し違い、 さをうまく伝えるには随分時間や手間が 魚介類の豊富さだったりであり、その良 たちが増えてほしい。 んでいる。隠岐に限らず本物がある所は りを受けるかもしれないが、私は、 れは景色だけでなく水の奇麗さだったり 隠岐の島の海の美しさは日本有数。そ いうなればブランド化。おしか "有名にする"というのとは少 長続

念との戦いでもある。 ともかく、宣伝活動はこういった既成概 コミや予約客でいっぱいで、 舗店はホームページがないと聞いた。口 情報や宿情報でも本当の人気店や一流老 ターが訪れる名勝地は案外多い。グルメ んはお断り、というわけだ。その真偽は メディアに全く出なくとも多くのリピー い。ブームだけでは長続きしないからだ。 ただ告知すればいいというわけではな いちげんさ

い場所が気になったり、どうしてあの道

ている。 で日本の心を多くの人に伝えたいと思っ の既成概念をかなぐり捨て、 いると自負している。今までのイメージ 隠岐モデルの映画も『日本』が詰まって というパソコンのCMに心が躍り、国産 に誇りを感じた。メイドインジャパンの "メイドインジャパンの出雲モデル" (錦織良成・映画監督) ||第2、 隠岐の映画

4金曜掲載