LIFEFILM | 地域人物アーカイブ

地域人物アーカイブ事業

共同実証・継続化 企画書｜地域共通版

街を、人から残す。

> **本資料の結論**
>
> 人物記録を、保存だけでなく地域の相互理解と共生に使える共有資料へ育てます。
> **LifeFilm** と地域側が共同意思を確認し、**1** 名から実証し、成立した地域の記録を将来の地域横断ネットワークへ接続します。

LifeFilm 株式会社

2026 年 11 月 v4.3｜地域共通版

https://www.lifefilm.jp/town-people-archive

構成

01 はじめに / この企画書を手にされた、地域に関わる皆様へ

02 地域人物アーカイブの意義 / 保存・相互理解・共生・地域理解

03 なぜ『人』を記録するのか / 街の変化は後から撮り直せない

04 共生のための実用的な資料 / 世代・職業・国籍を越えて知る

05 一人から何を残すのか / 1 名＝一つの人物アーカイブ

06 誰を残すのか / 著名人ではなく、その街を生きる人

07 共同事業の原則 / 地域側と LifeFilm が役割を持ち寄る

08 4 段階モデル / 共同実証 1・共同実証 2・継続化・地域横断

09 共同実証 1 / 1 案件につき 1 名・1 回限り

10 共同実証 2 / 公開・評価・改善・資金化

11 協賛企業・団体へ返せる価値 / 参加を可視化し、説明可能にする

12 継続化・費用・財源 / 2 人目以降は有償で正式予算化

13 どこに残し、どう使うか / WEB・地域施設・教育・地域史

14 地域横断ネットワーク / 人から地域と時代をつなぐ

15 権利・倫理・独立性 / 長期利用と本人の意思を両立

16 成果検証 / 文化・連携・共生・発信・継続性

17 開始条件と次の一手 / 地域側へ共同意思を問う

18 LifeFilm / AMANES / 人生を、未来の一次資料へ

1｜はじめに

この企画書を手にされた、地域に関わる皆様へ – 変わっていく街を、そこに生きた人から残す

2026 年 8 月 3 日、福島のパセオ周辺を歩きました。県社稲荷神社へお参りをしたあと、文化通り、新ビル通りへと歩きました。

そこで私が感じたのは、単純に『栄えている』『寂れている』という言葉では表せない、不思議な街の時間でした。かつて多くの人の往来を支えた低層の長屋型のビルが、建て替えを免れながら今も街に残っている。テナント募集の張り紙が続く一方で、その隣では若い店主がアパレルショップを開き、ジュエリーを売り、カフェを営み、洒落た眼鏡を並べている。

その光景は、一度長い眠りについた街で、人々が古い建物を使いながら、もう一度、小さな商いや暮らしを始めているようにも見えました。街が再び目覚めた朝のようでもありました。けれど、その頬を撫でる暖かな風は、本当に春の風なのだろうか。もしかするとそれは、斜陽の秋に吹く、やわらかな風なのかもしれない。

> 街を、人から残す。
>
> **福島の中心街には、再生と衰退が同時に息づいている。私には、そう見えました。**

私はこれまで、この国のさまざまな土地を歩き、人に会い、カメラを向けてきました。いま、商店街を取り巻く環境は厳しいものがあります。人口減少、オンライン化、ロードサイド型商業への移行、駅前・中心市街地からの都市機能の移動、後継者不足、生活様式そのものの変化。それらは単純な『町おこし』だけで逆転できるような小さな波ではありません。

それでも、その商店街や温泉街には、まだ人がいます。かつての賑わいを知る人、何十年も店を開け続けてきた人、親から店を継いだ人、空いた場所に新しく店を開く人がいます。しかし、その人たちから直接話を聞き、声や表情、仕事をする手、街との関係まで残せる時間は無限ではありません。

記録できる最後の 10 年

10 年後に街がすべてなくなるという意味ではありません。この 10 年を逃せば、もう話を聞けない人、もう撮れない店、もう取り戻せない街の時間がある。その時間を、人から残しておきたいと考えています。

この企画書には、共同意思のある地域と LifeFilm が、一地域ずつ人物記録を積み重ね、それぞれの地域が独立して記録を蓄積しながら、やがて地域を横断する人物アーカイブのネットワークへ接続していく構想を記しました。

これは、街を昔の姿に戻すための企画ではありません。変わっていく街を、そこに生きた人から残すための企画です。

2｜地域人物アーカイブの意義

人物記録を保存し、地域で生きる人々が互いを知るための共有資料へ育てます。

地域人物アーカイブの価値は、人物映像や記事を残すことだけにありません。同じ地域で暮らし、働きながら、互いが何を考え、何を大切にしているのかを知る機会の少ない人々が、本人の声と日常の姿を通じて理解し合うための入口になります。

価値	地域にもたらすもの
一次資料	声、表情、沈黙、仕事の所作、空間、街との関係を、後から参照できる記録として残す
相互理解	世代、職業、立場の異なる住民・事業者が、互いの背景や価値観を知る
多文化共生	外国ルーツを含む住民を属性の代表ではなく、一人の生活者・担い手として知る
地域学習	学校、地域史、事業承継、世代間交流、まちづくりの学習資料として使う
地域理解	新しく移り住む人や来訪者が、観光情報ではなく、そこに生きる人から地域を知る
海外への窓	多言語化を行う場合、日本を代表的な景観ではなく、地域住民の仕事と意思から伝える

実用的なツールとして

人物記録は地域課題そのものを解決する万能策ではありません。しかし、対話や共生の前提となる『相手を知る材料』をつくることができます。LifeFilm は記録制作を担い、地域側はその記録を対話・学習・周知へ活用します。

3｜なぜ『人』を記録するのか

記録は増えている。けれど、人の時間は残りにくい。

スマートフォンの普及によって、街の写真や動画は以前より多く残るようになりました。自治体、観光、商業の分野では地域や店舗を紹介する PR 映像も制作されています。それらは街の姿を伝える大切な記録です。

一方で、なぜその人がこの土地で仕事を始めたのか。何十年の間に街をどう見てきたのか。何を守り、何を失い、何を次へ渡そうとしているのか。仕事をする手、声、間、表情、店や街との距離感。こうした『人物の時間』は、意識して残さなければ失われます。

すでに起きていること

LifeFilm は 2020 年、東京・笹塚十号坂商店街で、ラーメン店主とせんべい店主を撮影しました。その後、二つの店舗はいずれも街から姿を消しました。店名や所在地は調べられても、本人の声、客との距離、仕事場の空気は撮り直せません。

- 閉業・廃業・移転・再開発により、撮影できる場所が失われる
- 高齢化や健康状態の変化により、本人から話を聞ける時間が失われる
- 事業承継や世代交代により、仕事の手順や判断の背景が見えなくなる
- 街並みの写真は残っても、そこで生きた人の意思や関係性は残りにくい

4｜共生のための実用的な資料

同じ地域にいる人々が、互いの考えや背景を知る入口をつくります。

共生に必要なのは、制度や多言語情報だけではありません。『隣の店の人はなぜこの街で商売をしているのか』『長く暮らす人は地域の変化をどう見ているのか』『新しく来た人は何に困り、何を大切にしているのか』。本人の言葉と日常の姿から知る機会をつくることも、相互理解の基盤です。

外国ルーツの人物を記録するときの原則

- 人物を『外国人代表』として扱わず、一人の商店主・生活者・地域の担い手として記録する
- 国籍や属性だけで候補者を機械的に割り振らず、地域の現在を表す人物選定の中で自然に候補へ含める
- 本人の仕事、生活、地域との関係、将来への考えを中心に構成する
- 必要に応じ、やさしい日本語字幕、多言語字幕、多言語人物ページを有償の追加施策として検討する
- 上映・記事・アンケート等を行う場合、日本人・外国人双方の理解や関心の変化を確認する

地域の外から見る人にとって

これから日本を訪れる人や、日本の地域社会を知ろうとする海外の人にとっても、東京、京都、富士山といった代表的なイメージだけではなく、その土地で働き、暮らしている人の声から地域を見ることには価値があります。観光 PR のために人物を撮るのではなく、人物記録の価値が結果として地域理解や来訪時の理解へつながる。その順序を大切にします。

5｜一人から、何を残すのか

1 名＝ひとつの『人物アーカイブ』を形成します。

構成	残すもの
人物映像	本人の一人語りを軸に、日常、仕事、生活、店、道具、手、街との関係を記録
短尺映像	15〜30 秒程度の入口素材を原則 3 本。公開・周知への導線として活用
静止画記録	4K 等の映像素材から人物、仕事、店舗、道具、街を示すフレームを抽出
人物情報・記事	略歴、仕事、地域との関係、本人の言葉、撮影年月日、背景情報を整理
人物ページ	映像、静止画、人物情報を一つにまとめ、長期的に参照できる単位を形成
管理情報	地域、年代、職業、テーマ、撮影日、権利範囲等を整理し、将来の横断利用に備える

一本の映像を納品して終えるのではなく、一人分の人物記録を形成します。公開拠点、記事、専用 WEB 等を新規制作する場合は、共同実証後の役割と予算に応じて設計します。

6｜誰を残すのか

著名人ではなく、その街を生きている人を。

- 長年、地域で商売や仕事を続けてきた人
- 閉業、移転、事業承継、再開発など、記録の時間的優先度が高い人
- 職人技、地域文化、慣習、商いの知恵を受け継いできた人
- 町会、商店街、地域活動、文化活動を支えてきた人
- 現在の地域の第一線で働く現役世代
- 新しく地域へ入り、店、事業、活動を始めた人
- 外国ルーツを含め、現在の地域の多様性を構成する人

時間軸	記録する意味
長く街を支えてきた人	地域の変化、仕事の知恵、失われやすい記憶を本人の言葉で残す
現在の街を象徴する人	2020 年代の地域を、将来振り返るための一次資料にする
これからを担う人	承継者、新規出店者、若者、外国ルーツの担い手等の価値観を残す

最初の 1 名

共同実証 1 の人物は『地域全体の代表者』ではありません。地域側が、いま最も記録する意味と緊急性が高いと考える人物を、LifeFilm との協議で選定します。

7｜共同事業の原則

LifeFilm だけが地域事業全体を背負う構造にはしません。

地域側	LifeFilm	共同で行うこと
候補者の選定・推薦 本人への打診・接続 地域内調整・許諾 地域内の周知・協力	記録設計 事前ヒアリング 撮影・編集 本編・短尺・静止画制作	目的・選定基準の合意 公開・権利範囲の合意 成果検証 改善版企画と資金計画

双方が資源を出す

共同実証 1 では LifeFilm が最初の 1 名の制作費を負担します。地域側は人物選定、接続、調整、許諾、周知、検証という地域資源を提供します。金額が同じであることではなく、双方が責任を引き受けることが共同実証の条件です。

- 候補者探し、後援取得、補助申請、協賛営業、地域内合意形成を LifeFilm 一社の無償業務にしない
- 地域側が共同事業として進める意思を示した場合にのみ開始する
- 役割と費用が確定していない追加業務を、善意の延長で無償化しない
- 曖昧な賛意だけでは制作準備へ進まず、担当窓口と引受範囲を確認する

8｜4 段階モデル

一人の実物から始め、共同意思と資金経路が確認できた場合にだけ広げます。

段階	行うこと	到達点
共同実証 1	地域側と LifeFilm が 1 名を選定・制作し、実物と共同運営の実態をつくる	人物記録 1 名分／役割分担の検証
共同実証 2	完成記録を公開し、反応、評価、運営負荷、改善点、資金化可能性を確認	改善版企画／次段階の主体・財源案
継続化	2 人目以降を有償化し、複数名・年間運用へ移行	地域の継続事業／正式予算
地域横断	成立した各地域の記録を LifeFilm 上で接続	時代・地域を横断する人物アーカイブ

拡大を目的化しない

LifeFilm が全国事業を先回りして一社で構築することはありません。共同意思のある地域と、一地域ずつ進めます。

9｜共同実証 1

無償制作は、一つの共同実証案件につき原則 1 名・1 回限りです。

無償枠は『一商店街につき 1 名』『一団体につき 1 名』ではありません。複数の商店街や団体が参加しても、同一地域の一つの共同実証案件として合計 1 名です。地域ごとに無償枠が自動発生する制度でもなく、LifeFilm が実施可能性を個別に判断します。

LifeFilm が無償で担う基本範囲

- 地域側との協議後、合意された 1 名についての記録設計・事前ヒアリング
- 本人・店舗・仕事に合わせた個別撮影（必要に応じ 1〜3 日）
- 4K・約 3〜4 分を基本とする人物映像本編
- 15〜30 秒程度の短尺映像 原則 3 本
- 必要な静止画フレームの抽出・選定

自動的な無償範囲に含めない業務

- 候補者探し、本人への最初の打診、商店街・地域内の合意形成・許諾取得
- 専用 WEB サイト、人物ページ、詳細記事、紙媒体の新規制作・運営
- 上映会・展示、アンケート、長期アクセス分析、報告書、事務局運営
- 補助金申請、後援取得、協賛営業、地域内調整
- 字幕・多言語版、追加編集、追加撮影、媒体別の再制作

停止条件

最初の 1 名の制作・公開後、追加の無償制作は停止し、共同実証 2 へ移ります。2 人目以降は原則有償です。

10｜共同実証 2

2 本目を無償で撮る段階ではなく、1 名の成果を共同で検証する段階です。

評価領域	確認すること
文化・保存	本人、家族、地域関係者が、人物の現在を残す価値をどう評価したか
相互理解・共生	異なる世代、職業、背景を持つ人物への理解や関心に変化があったか
発信・公開導線	WEB、QR、SNS、紙、上映、地域施設等のどの入口が届いたか
地域運営	候補形成、接続、調整、周知、評価を地域側が継続できるか
事業改善	成果物、公開範囲、役割、費用、評価方法の改善点は何か
資金化	補助、商店街予算、協賛、委託等をどう組み合わせられるか

LifeFilm 提出企画書を骨子に、共同実証 1 の結果を反映した改善版企画書を地域側と共同で形成します。後援取得、協賛営業、申請準備、地域調整を LifeFilm 一社だけで背負うことは前提にしません。

協賛提案へ持っていく材料

- 完成した人物記録と公開ページ
- 本人・商店街関係者・住民等の感想
- 再生、完了率、WEB、QR、SNS 等の視聴・接触データ
- 地域内での上映、展示、紙媒体連携等の実施結果
- 次に残す人物像、年間人数、必要予算、地域側の運営体制
- 協賛者へ提供する表記、報告、参加機会等の具体案

11｜協賛企業・団体へ返せる価値

地域の記憶を残す活動への参加を、社内外へ説明できる形にします。

地域人物アーカイブを継続するためには、公共予算だけでなく、地域企業、不動産会社、金融機関、財団、地域団体等の協賛も重要な財源になり得ます。一方で、協賛は『名前を載せるだけ』の広告枠では長続きしません。参加した事実と、その成果を説明できる材料を提供します。

協賛者へ提供できるもの	内容
協賛・パートナー表記	特設アーカイブページ、事業ページ、報告書等へ名称・ロゴを掲載
映像クレジット	作品性と本人の尊厳を損なわない範囲で、冒頭・末尾等へ協賛表記
活動報告	記録人数、公開実績、視聴反応、上映・展示、地域連携等を報告
地域貢献資料	CSR・地域貢献・対外報告に利用できる活動写真、文章、数値を提供
参加機会	上映会、展示、報告会、関係者向け視聴会等への参加機会
人物推薦への参加	地域側の選定手続に沿って、残したい人物候補を推薦できる仕組み
長期的な可視化	単発広告ではなく、人物記録が公開される期間にわたり地域貢献の参加を示す

想定できる協賛単位

区分	考え方
年間パートナー	年間の複数名、公開、評価、報告を継続的に支える
人物記録パートナー	一人分の記録制作または公開・活用費を支える
地域基盤パートナー	WEB、上映、展示、多言語化、保存等の共通基盤を支える
会場・広報協力	会場、印刷、周知、媒体、機材等を現物・役務で支える

独立性の原則

協賛は人物選定や編集内容を購入するものではありません。推薦や参加の機会は設けながら、本人の意思、記録の独立性、編集判断を守ります。

12｜継続化・費用・財源

共同実証で継続価値と資金経路が確認できた場合に、本格運用へ移ります。

区分	考え方
人物映像制作	標準制作費 1 名 50-100 万円（税込・2026 年 11 月現在）。内容、日数、出張条件等で変動
周辺業務	人物ページ、WEB、記事、展示、効果測定、地域調整、報告等は別途予算化
運用規模	年間 10 名程度を一つの目安とし、地域の体制・財源に合わせて決定
財源候補	自治体・都道府県等の支援制度、商店街予算、委託費、地域企業・金融機関等の協賛
事業主体	申請、会計、地域内合意、広報等を担える地域側の主体を正式に定める

正式予算化する業務

- 2 人目以降の映像制作費
- 候補者調整、事前調査、地域内連絡、事務局運営
- 人物ページ、記事、WEB 基盤、更新・保守
- 上映、展示、紙媒体、QR、SNS、多言語対応
- アンケート、視聴分析、報告書、次年度企画
- 地域横断基盤へ接続するための管理情報・公開運用

> **制度利用の表現**
>
> **補助制度は採択や対象経費を保証できません。共同実証の成果を踏まえ、実施年度の申請主体、対象経費、補助率、上限、募集時期、協賛金の扱いを地域側と共同で確認します。**

13｜どこに残し、どう使うか

撮影して終わらせず、地域の中で生きる記録へ。

領域	想定活用
WEB・発信	LifeFilm または地域側の公開拠点、人物ページ、自治体・商店街・地域ポータルからの導線
地域内共有	商店街、地域施設、イベント、周年事業等での上映・展示・報告
教育・学習	学校、地域学習、世代間交流、事業承継、まちづくり勉強会等の教材
保存・研究	図書館、資料館、博物館等との保存・閲覧協議、地域史・生活史・研究の一次資料
共生・対話	異なる背景を持つ住民・事業者の感想共有、対話会、アンケート等への活用
多言語・外部理解	必要に応じ字幕・多言語人物ページを整備し、海外・来訪者からの閲覧導線をつくる

SNS 短尺や静止画は保存先ではなく、人物記録へ入るための入口として使います。公開範囲、保存先、利用期間は本人同意と関係者間の合意に基づいて決めます。

14｜地域横断ネットワーク

各地域が独立して人物を残しながら、人から日本の地域社会をつなぎます。

一人の人物記録は一つの点です。三人、十人、五十人と積み重なることで、その地域の時間が見えてきます。そして各地域に同じ仕組みが生まれれば、点は地域の面となり、やがて地域を横断する人物アーカイブへつながります。

層	形成するもの
人物	一人の声、仕事、生活、街との関係を残す
地域	地域ごとに、年代・世代・職業・背景の異なる人物記録を蓄積する
地域間	成立した各地域の人物ページを LifeFilm 上で相互に接続する
横断閲覧	地域名、年代、職業、テーマ等から、地域を越えて人物をたどれるようにする
時代の一次資料	日本の地域社会がどう変化したかを、制度や建物だけでなく人の側から見る

地域の自律性を守る

- 各地域は独立した事業主体と予算を持ち、自ら人物を選び、地域版を蓄積する
- LifeFilm は共通の人物記録品質、公開・管理の考え方、横断導線を提供する
- 横断接続のために、地域、年代、職業、テーマ、権利範囲等の管理情報を共通化する
- 地域横断を理由に、共同意思のない地域へ LifeFilm が先回りして進出しない
- 多言語化や海外導線は、成立した記録と予算に応じて段階的に整備する

> **将来像**
>
> **2020 年代の吉祥寺で働いた人、小岩で商いを続けた人、地方都市で新しく店を始めた人。そうした記録が同じネットワーク上に蓄積されれば、日本の地域社会を『人』から見る大きな一次資料群になり得ます。**

15｜権利・倫理・独立性

記録を長く使える状態と、本人の尊厳・意思を守ることを両立します。

- 撮影、編集、公開、長期保存、二次利用、地域横断利用の範囲を撮影前に確認する
- LifeFilm、本人、地域側が利用できる媒体、目的、期間、書き出し仕様を合意する
- 店舗内の第三者、個人情報、センシティブ情報を取材段階から管理する
- 公開と長期保存を分け、非公開保存や公開期間の見直しを設計する場合もある
- 図書館、資料館、博物館等への保存は、各機関の規程と受入条件に基づき協議する
- 外国ルーツ等の属性を、表層的な物語や地域 PR の道具として利用しない
- 後援者・協賛者・地域組織が、本人の発言や編集内容を購入・統制する構造にしない

使えなくなる映像を作らない

単年度の広報だけで終わらせず、長期公開、教育、地域史、地域横断等へ利用できる権利設計を行います。同時に、重大な事情が生じた場合の公開停止・見直し方法も定めます。

16｜成果検証

売上への即効性だけで評価せず、文化・連携・共生・発信・継続性を見ます。

評価領域	定量例	定性例
文化・保存	記録人数、映像・写真数、公開期間	本人・家族・地域関係者が残す価値をどう評価したか
地域連携	参加団体、推薦数、紹介数、次年度意向	商店街・団体・企業・住民間に新しい接点が生まれたか
相互理解・共生	アンケート回答数、対話・上映参加数	異なる世代・国籍・職業の人物への理解や関心が変化したか
発信	再生数、完了率、WEB、QR、SNS 流入	人物から地域への関心や、別の人物を知ろうとする動きが生まれたか
事業継続	次年度候補数、協賛・予算・申請件数	役割分担と資金構成が無理なく継続できるか

共同実証 2 では、予算と地域側の運営可能性に応じて、本人・関係者の感想、簡易アンケート、視聴データ等を収集します。制度上、来街者数等が必要な場合は、上映・展示等の実施形態を決めた後に現実的な目標を設定します。

17｜開始条件と次の一手

地域側へ、共同で進める意思があるかを明確に問います。

1. 地域側の実施窓口・担当者を決める
2. 地域側が人物候補を複数形成し、本人への最初の打診・接続を担う
3. 必要な地域内調整、許諾、周知への協力範囲を確認する
4. 公開後の評価、協賛・補助等の資金検討、改善版企画へ参加する
5. LifeFilm と地域側が、無償範囲、権利、公開方法、停止条件に合意する
6. 双方の YES が確認できた場合にのみ、共同実証 1 を開始する

> 意思決定
>
> **YES なら具体化します。意思が曖昧な場合は追撃せず、共同実証を開始しません。NO または時期尚早であれば、その時点で一旦終了します。**

LifeFilm は初期 1 名の制作を担う用意があります。地域側としても、人物選定・接続・地域内調整・周知・検証を担い、ともに進める意思がありますか。

18｜LifeFilm / AMANES

人生を、未来の一次資料へ。

LifeFilm は、PR や記念映像だけではなく、一人の人生に流れる時間を映像として残す人物ドキュメンタリー制作です。声、沈黙、歩き方、仕事をする手、表情、空間との距離。言葉だけでは残しきれないその人の存在を、未来の一次資料として記録することを目指しています。

国内外で約 200 名を撮影。2018 年から、六年間にわたり人の一人語りを記録する『モノローグ 365』を実施。笹塚十号坂商店街をはじめ、地域で生きる人々の仕事と時間も撮影してきました。

AMANES（アマネ）｜LifeFilm 株式会社 代表取締役／映像作家。地域人物アーカイブでは人物記録の企画、取材設計、撮影、編集を担います。

> 連絡先
>
> **LifeFilm 株式会社｜https://www.lifefilm.jp/｜mail@lifefilm.jp**

人は忘れる。だから、残しておく。
街を、人から残す。