

コロナ禍における、映像作品撮影を活用した 新しいロケ地観光のあり方

Valid form of Alternative Travel to Shooting Locations for Film and TV Productions during the Coronavirus (COVID-19) Pandemic

岩 下 千恵子

Chieko Iwashita

抄 録

新型コロナウイルス感染症のパンデミックの影響で実際の旅行が難しくなり、自宅から PC やスマートフォンで参加するオンラインツアーが広がり始めている。日本の多くの旅行会社が新たなビジネスとしてオンラインツアーの企画実施に取り組んでいる。本稿は、映画やテレビドラマのロケ地やゆかりの場所を訪問する「ロケ地観光（ロケツーリズム）」をオンラインツアーで行う新たな展開の可能性と有効性について、筆者自身のオンラインツアーへの参加経験とオンラインツアー参加者の体験談の内容分析をもとに考察し、新しいロケ地観光のあり方を提示することを目的としている。オンラインツアーと映像作品のロケ地を訪問するということは親和性がとても高く、ロケ地巡りのオンラインツアーは、コロナ禍でない平常時であったとしても新たなロケ地観光の楽しみ方、つまり新たな価値を提供できるものであり、さらなる展開及び活用の可能性は今後広がると結論づけられる。

〔キーワード：ロケ地観光（ロケツーリズム）、オンラインツアー、コロナ禍〕

1. はじめに

観光のあり方は社会や時代の変化とともに変容するものである。近年の観光におけるデジタル化の動きの中で、デジタル空間における想像上の旅やバーチャルな移動も観光の一部であると考えられる人も増えている。そんな観光のデジタル化を一層加速させたのが新型コロナウイルスのパンデミックである。

2020年の春からの日本における新型コロナウイルス感染症（COVID-19）拡大に伴い、外出自粛や移動が制限される状況が1年半以上続き、観光産業は大打撃を受けている。こうした長引くコロナ禍で、消費者は観光旅行などのレジャー活動を制限され、自由に旅行

に行けないことがストレスになっているとも言われている。そのような中で、新たな観光の形として登場したのが、自宅などの日常生活圏からパソコンやスマートフォンで Zoom などを使って参加する「オンラインツアー」である。2020年の夏ごろから、旅行会社や観光誘致を図る地方自治体も含めた観光事業者の多くが、新たな旅の一つとして様々なオンラインツアーを続々と企画・造成・販売している。

本稿は、筆者が実際に6件のオンラインツアーに参加した経験と参加者の体験談やレビューの内容分析から、コロナ禍において、映像作品が撮影されたり、モデルとなった場所を訪問したりする、いわゆるロケツーリズムの現状とオンラインツアーで行うことの新しい

たな展開の可能性と有効性を考察することを目的とする。また、今後、アフターコロナの新たなロケ地観光のあり方を提示したい。参加者の体験談の内容分析では、オンラインツアーの参加が実際の旅行への動機付けとなったかどうかを探るため、「行きたい、行きたくなった」というコメントとオンラインツアーで問題となる通信状況へのコメントを中心に分析する。また、オンラインツアーの参加者が発見した新たなツアーの価値に関する言及についても併せて分析する。

2. オンラインツアーの実施状況

2 (1). オンラインツアーとは

リアルな旅、特に海外への旅行が自由に行えないコロナ禍において、旅行会社を中心にオンライン（リモート）ツアーが実施されるようになった。オンラインツアーとはウェブ上で行われる旅行であり、欧米ではバーチャルツアー（VR旅行）と呼ばれることが多い。自宅に居ながら国内外の旅先を楽しむことができる。配信方法は、ライブ配信とビデオオンデマンド型（あらかじめ撮影した映像を配信し、好きな時に視聴できる）の2つがある。ライブ配信の場合は、パソコンやタブレット、スマートフォンなどの端末を使い、Zoomなどの無料会議システムを利用して行われることが多い。ライブ配信でも文字チャットやビデオ通話を通じて、コミュニケーションが取れる双方向（インタラクティブ）タイプとチャットやビデオ通話のない一方方向タイプがある。

ライブ配信のオンラインツアーは現地のリアルな景色を見たり、現地の人々と交流したりすることができ、旅行を擬似体験できる点が特徴である。また、観光地から現地ガイドが生中継するだけでなく、特産品やお土産がセットになったものなど多彩な内容のツ

アーがある。当初はプロモーションを目的として、無料での提供が多かったが、現在は無料もあるが、有料が定着化している。

2 (2). 主な旅行会社のオンラインツアー

旅行会社の中でいち早くオンラインツアーを始めたのはエイチ・アイ・エス（HIS）である。エイチ・アイ・エスのアメリカ法人は2020年4月、日本で緊急事態宣言が発令されると、オンラインツアーの実施を開始した。エイチ・アイ・エスでは、オンライン体験ツアーという名称で世界中の現地ガイドと旅行者をリアルタイムで双方向につなげ、観光地を体験してもらう観光ツアーのみならず、占い・料理・語学といった海外の文化を体験できる自己啓発目的（スキルシェア）や買い物目的（ライブコマース）の体験も提供している（表1参照）。2020年4月から2021年6月末までで、累計4,500本以上のオンラインツアーを催行し、体験者数は10万人を超えたという（エイチ・アイ・エス広報室、2021）。観光ツアー体験者が65%を占め、表1にあるように、2021年上半期の総合人気ランキングの上位はアフリカのサファリライブツアーや世界一周ライブツアーとなっている。オンラインツアーでなくては、体験できない旅先の今や世界一周などの複数の旅先の組み合わせ体験が人気になっていることが分かる。エイチ・アイ・エスでは、オンライン体験ツアーをポストコロナにむけた「旅行需要」の持続につながる重要なコンテンツと捉えている。

クラブツーリズムは、2020年の秋から多数オンラインツアーを実施している。特に海外旅行が難しい中であって、海外旅行の再開時を見据えた顧客との大切なリレーションツールと捉えて、海外のオンラインツアーに注力している（観光経済新聞、2021）。2021年の夏も夏休みに自宅で海外旅行気分を味わえるコース

表1 エイチ・アイ・エス 2021年上半期総合人気ランキング

順位	コース名	テーマ
1位	ケニア・ナイロビ国立公園サファリライブツアー	観光ツアー
2位	世界一周ライブツアー第1弾 ～ハワイ→ケニア→インド→トルコ→ラスベガス/ケアンズ～	観光ツアー
3位	世界一周ライブツアー第2弾 ～エジプト→スペイン→シンガポール→イグアスの滝→ペルー～	観光ツアー
4位	インドの有名占い師ラブ氏によるオンライン占星術&手相占い	スキルシェア
5位	「DEAN & DELUCA HAWAII」オンラインバーチャルショッピング	ライブコマース

出典：エイチ・アイ・エス広報室「ニュースリリース2021年7月16日」

表2 主な旅行会社のオンラインツアー一覧

主催事業者・会社	実施内容
HIS	海外を主とする観光ツアー、スキルシェア、ライブコマースなど多種多様、4,500本以上 約1,300本のツアーあり (2021年9月30日時点)
JTB	海外を中心としたツアー グループ (6~10端末) 貸し切りもあり、BtoC 向けに加え、BtoB の教育系プログラムもあり 50本以上のツアーあり (2021年9月30日時点)
クラブツーリズム	講義系のプラン、説明会もあり 51本 (2021年8月30日時点)
ベルトラ	「ベルトラ・オンライン・アカデミー」というブランドで提供し、学びの要素を採り入れている。世界 約40カ国で総計200種類以上 (2021年9月30日時点)、講座形式、ライブツアー、体験レッスンなど

出典：各旅行会社 (HIS、JTB、クラブツーリズム、ベルトラ) のHP (2021) をもとに筆者作成

を多数企画販売した。現地と生中継でつなぐことで臨場感を参加者に味わってもらい、ピラミッドの特別潜入映像や美術館の貸し切り映像など、普段は見られない場所やリアルツアーでは訪れられない体験を提供し、付加価値のある内容のツアーを数多く企画している (クラブツーリズム、2021b)。

ベルトラは世界150カ国の現地体験型オプションツアー専門予約サイトを運営している旅行会社である。2020年7月から「ベルトラ・オンライン・アカデミー」というブランドでオンラインツアーの提供を開始している。「心を揺さぶる旅の体験を提供する」というコンセプトで、ベルトラスタッフが現地ガイドとともにツアーを企画している (ベルトラ、2021a)。現地からのライブ中継を中心としたツアーが多い。ベルトラの「憧れの美食の街！サンセバスティアンのバル巡りツアー」は「ツアーグランプリ2021」のデジタル活用部門でグランプリを受賞している。

2 (3). 旅行者のオンラインツアー参加経験

JTB 総合研究所 (2020) が2020年9月に実施したアンケート調査によると、国内旅行オンラインツアーの利用率は全体で11.3%と高くはなかったが、利用した人で旅行頻度が高い人ほど、今後もオンラインツアーに積極的に参加する意向を持っていた。また、オンラインツアー未経験者のうち25.5%がオンラインツアーを今後利用してみたいと回答しており、若い世代の利用意向がより高い傾向があった。実際にオンラインツアーに参加した感想を聞いたところ、リアルな現地への旅行意欲が高まったとする人も多いが、一方で「逆に現実空間上でのリアルな旅行の価値が高まった」と考えている人も多いという (JTB 総合研究所、2021)。

トラベルズー・ジャパン (2021) が会員対象に2021年2月と6月に行ったアンケート調査では、6月調査のオンラインツアー経験者が2月と比べて1.74倍に増加しており、オンラインツアーのリピート率は60%を超えていた。一方でオンラインツアー未経験者は8割を超えていた。参加したオンラインツアーのテーマでは、現地ガイドが実際に観光地を歩きながら中継する「ライブ中継」が最も多く63.8%、続いて「自然・絶景」が42.6%、「世界遺産」が35.1%であった。

一方で、JTB パブリッシング (2021) が50代の読者が多い「ノジュール8月号」という雑誌で実施した「オンラインツアー」のアンケート調査では、実際にオンラインツアーに参加したことがある人は全体 (回答者数718人) の1割ほどだった。オンラインツアーの参加動機については、男女ともに「普段行きにくい場所の様子がみられるから」が一番多く、次は「リアルな旅行に行けないから」が続いた。回答の中には「体調面に不安があるから」という意見もあり、距離や体調といった旅行の障害となっていたことがオンラインツアーで解消されるというメリットに魅力を感じる人もいるようである。

JTB (2021) が2021年の7月に実施した夏休みの旅行予定者 (1,030名) を対象としたアンケート調査によれば、これまでに「オンラインツアーに参加したことがある人」は9.2%、「参加したことはないが、興味があるまたは参加したい人」は22.3%、「参加していないし、興味もない人」は68.5%となった。実際にリアルな夏休み旅行を予定している人の間では、オンラインツアーに興味のある割合はまだ小さいことが分かる。ただ、「参加していないが、リアルな旅行は体力的に難しく、オンラインだと遠い場所に行けるので参

加したい」(5.7%)や「参加していないが、予習旅として旅行に行けるようになったら参加したい」(5.0%)という回答もあった。つまり、オンラインツアーは「リアルな旅行の代替」と「リアルな旅行を後押しする」という2つの役割を持っている。

オンラインツアーはコロナ禍での新しい取り組みとしてメディアに取り上げられることも多いが、各社のアンケート調査の結果からもわかるように、実際の参加者はまだ少ないのが現状だ。しかしながら、オンラインツアーのメリットもある。中野(2021)は、オンラインツアーの可能性として、(1) コロナ禍でも実施可能で手軽さがあるというオンラインだから生まれる価値、(2) オンラインとリアルハイブリット化、(3) 市場拡大、(4) 観光地と観光客の結びつきの強化、の4点をあげている。

3. ロケ地観光を含むオンラインツアーへの参加経験

3(1). ロケ地観光(ロケツーリズム)のオンラインツアー

観光庁(2019)によれば、ロケツーリズムとは、映画、ドラマ、アニメ等のロケ地を観光資源として活用した観光であり、観光者はロケ地を訪ね、物語の世界にひたると同時に、ロケ地の風景と食を堪能し、人々のおもてなしに触れ、その地域のファンとなる体験観光を指すと説明されている。映画やテレビドラマなどの映像作品の撮影場所は、有名な観光スポットが含まれていないごく普通のものであっても、時にそれらの映像作品を鑑賞した人々の心の中で特別な意味を与えられ、特別な場所(聖地)となることがある。映像作品の一場面が忘れられず、その場面を実際に見るためにロケ地を訪問したり、映像作品に登場した俳優と同じ場所に立ちたくて、ロケ地を訪問したりと、人々は様々な理由からロケ地への旅を行う。

コロナ禍が長期化する中で、在宅時間の増加、いわゆる巣ごもり需要の増加等により、インターネット経由でのテレビ番組、イベント、映画、アニメなどの動画視聴が増加している。例えば、米国動画配信会社、ネットフリックス(Netflix)の有料会員数は日本を含むアジアで2,549万人(2020年12月末現在)おり、2020年通年で、過去最高の3,700万人の有料会員数を獲得し、全世界では約2億人を超える会員数を持つように

なっている(ネットフリックス、2021)。

コロナ禍前に、映画やテレビドラマのロケ地を訪問する観光が人気であった韓国では、コロナ禍で、在宅の人が増加し、ネットフリックスで配信され人気を得た韓国ドラマにフォーカスした旅行企画を実施した。2020年の11月~12月に韓国観光公社は「K-DRAMA WEEK」と銘打って、日本でも人気となった韓国ドラマ、『梨泰院クラス』『愛の不時着』『サイコだけど大丈夫』などの作品の出演者が撮影秘話を語りつつ、自らロケ地を案内するという「出演者と一緒におうちdeロケ地ツアー」を開催した。

ベルトラでは2021年4月28日に、人気の海外ドラマ『シカゴ』シリーズ(「シカゴ・ファイア」と「シカゴ、PD」)のロケ地を巡るオンラインツアーをAXN(ソニーピクチャーズ・エンターテインメントが運営する海外ドラマ専門のCS放送チャンネル)とタイアップして開催した。ドラマのロケ地であるアメリカのシカゴからライブ中継するツアーで、1日限定で約600名が参加した(ベルトラ、2021b)。無料で参加できるとあってか、募集開始5日間で当初募集人数の500名が満員になり、追加募集をしたという。

3(2)1. エイチ・アイ・エス「大人気テレビシリーズ! 本当のローラと大草原を旅してみよう!」

1974年~83年にアメリカ合衆国で放映されていたテレビドラマ『大草原の小さな家』(全9シーズン、203話)は日本でも1975年~82年までNHKで放映された。1860年代から90年代の開拓時代のアメリカで自然との戦いと家族愛を描いたローラ・インガルス・ワイルダーの自伝的小説をテレビドラマ化した作品で、最初の放映以来、何度も再放映されていて、現在(2021年8月末現在)でもNHKBS4Kで放映されている人気のテレビドラマである。

オンラインツアーは2021年2月から毎月1回ペースで実施されていて、筆者は2021年6月5日(土)日本時間21時(アメリカ現地は7時)開始のツアーに参加した。物語の舞台であるアメリカのミネアポリス在住の日本人ガイドとZoomを通じてつないで(スピーカービューで参加者のカメラ機能はオン・オフ自由)、インガルス一家ゆかりの場所やテレビドラマの主なロケ地(ミネソタ州)を辿るのだが、現地の映像はリアルではなく、事前に撮影された動画や写真を用いて配信

するという1時間のオンラインツアーであった。参加者は約10名で、料金は15USドル（約1,649円）であった。

ツアーはHISニューヨーク支店のスタッフが司会役で、ガイドからツアーの最初に「大草原の小さな家」とその舞台であるミネソタ州についての紹介があり、ローラの生まれた場所であるウィスコンシン州のペピン（Pepin）を出発して、ミネソタ州のウォルナット・グローブ（Walnut Grove）のローラ・インガルス・ワイルダー博物館（Laura Ingalls Wilder Museum）、実際に住んだ穴の家、ローラが夫となるアルマンゾと出会ったサウスダコタ州のデ・スメット（De Smet）を辿って行った。途中の立ち寄り場所として、ワイナリーや国立イーグルス（白頭鷲）センターやバッファローが見られるミネソタ州立公園などの紹介もあり、ミネソタ州の自然や文化についても知る事ができるツアーとなっていた。

現地のガイドが実際に訪問した際の写真などを使い、ツアーは進行した。ウォルナット・グローブのローラ・インガルス・ワイルダー博物館はテレビシリーズのメイン舞台だったことでもあり、テレビドラマ関連の展示やグッズが売られていること、敷地内に芝土でできた家が再現されていることが分かった。デ・スメットの父さんの農場の跡地には、Ingalls Homesteadがあり、幌馬車に乗ったり、人形を藁で作ったりと様々なアクティビティができる場所となっていて、幌馬車には宿泊もできると紹介された。

ツアー参加者はチャットで質問ができ、「小さな家」シリーズを題材にしたミュージカルについての質問があり、スタッフが例年だと7月に野外劇が上演されているとの回答があった。

ツアー参加者からの体験談（口コミ）（エイチ・アイ・エス、2021a）には、「是非観光に行きたいと思った」、「コロナ禍が明けて時間が取れたらぜひ実際に訪れてみたい」とのコメントがありリアルな訪問へ向けて動機づけられていたようである。また、「なかなかミネアポリスまで行くのは大変ですが、オンラインでこんなに気軽に参加できてほんとうに良かった」という声もあった。

3 (2) 2. AXN ×スカパー！『大草原の小さな家』放送記念「小さな家」シリーズゆかりの地を巡る！オンラインツアー

前述したテレビドラマ『大草原の小さな家（Little House on the Prairie）』が2021年10月4日からAXNで放送開始されることを記念して、原作「小さな家」シリーズゆかりの地を巡るオンラインツアーが開催された。9月9日より先着500名まで無料で招待という案内が始まると、開始3日間でその枠が埋まる人気となり、さらに500名参加追加募集がされ、1,000名ご招待となったが、それも満員となったという（AXNジャパン、2021）。

オンラインツアーは9月25日（土）の午後10時（現地時間は午前8時）に開始され、開始時点では参加者約550名、その後途中参加する人が増加し、600名を超える数となった。ただ、無料ツアーということで予約した人が全員参加したわけではなかった。動画撮影は禁止で、途中の見どころの数か所での写真撮影は許可された。HISの社員が進行役で、現地ガイドは前述の「大人気ドラマ、本当のローラと旅してみよう」のオンラインツアーと同じガイド、ミネアポリス在住の女性だった。

ツアーの最初にテレビドラマ『大草原の小さな家』の予告編が流され、その後、ウォルナット・グローブ近くを流れるプラム・クリーク（Plum Creek）のほとりにあるインガルス一家が実際に住んだ横穴小屋の跡地近くから生中継が始まった。現地時間は午前8時で、気温は7℃という寒さだった。小屋自体は無く、小屋の位置を示す立て看板周辺の紹介は事前収録の動画で行われたが、動画を流している間にガイドはとうもろこし畑の前に到着し、そちらで参加者の現地映像の撮影タイムとなった。横穴小屋の跡地からウォルナット・グローブの街にある「ローラ・インガルス・ワイルダー博物館」へ向かう。車中のライブ映像が中継され、アメリカの平坦な台地に広がる草原の美しい風景が臨めた。

ローラ・インガルス・ワイルダー博物館はいくつもの建物から成り、通常だと10時からオープンだが、特別に朝早くからこのツアーのために開館してくれたということで、博物館の内部を貸し切り状態で見学することができた。ギフトショップ、テレビドラマ『大草原の小さな家』の撮影に使われた小道具や衣装、開拓時代に使われた道具やインガルス一家ゆかりの品など

が展示されているのを見せてくれた。また小さな教会、昔の学校、横穴小屋のレプリカもあり、ドラマの撮影で使われた場所ではないが、ドラマで似たような建物が良く登場していたので、ドラマのシーンを思い出す場面が何度もあった。

内部見学でもチャットで参加者から質問やコメントがたくさん寄せられていたが、HISの社員が適宜、ガイドに質問をしてくれた。参加者の声でも「ガイドさんとHISスタッフさんのやり取りも、参加者の気持ちになって伝えてくれたようで、良かったです」、「ガイドの方がとても一生懸命説明してくれるし、明るい方だ」、「実際に案内していただきたい」と現地ガイドに好印象を持った参加者が多かったようである。また、「600人以上の大草原ファンと一緒に、コメントで盛り上がりながら参加でき、一体感・楽しさを感じた」や「ファン同士ならではのやり取りがあった」というコメントもあった。

ツアー終了後、エイチ・アイ・エス(2021b)のHPに投稿された口コミは53件(2021年9月30日時点)あった。小さい頃、このテレビドラマを視聴していた参加者が圧倒的に多く、年代も40代から70代がほとんどで、懐かしさから参加した人も多かったようだ。また、17名が「大草原の小さな家」の舞台やゆかりの地に「実際に行ってみたい」という声を寄せていた。

3(2)3. エイチ・アイ・エス 映画『テラー人生の仕立て屋』公開記念！ギリシャ・アテネ&旧市街ライブツアー

2021年9月20日(月)の16時(ギリシア時間は午前10時)から17時40分までの実施で、参加者数は約40名であった。料金は約2,022円で、先着50名まで、映画のプレスシートプレゼントの特典があった。催行はHISギリシア支店&イスタンブール支店。2021年9月3日に公開された映画『テラー人生の仕立て屋』の舞台であるアテネの街をライブ中継で散策するというツアーで、所要時間は通常より長めの70~80分であった。

映画はギリシアのアテネで仕立屋を営む独身の男性である主人公が、ギリシアの経済危機で店の差し押さえにあったため、移動式のスーツの仕立屋を営み、ウェディングドレスづくりに挑むという物語である。主催者からの質問で、ツアー参加者中、約3分の1の人が映画をすでに鑑賞済みで、残り3分の2の人はまだ見ていないことが分かった。

ツアーはHISの司会者と現地ガイド、カメラマンの3人によって進行されていった。ガイドはギリシア在住22年のベテラン日本人女性であった。基本的に画面の撮影は禁止だが、観光スポットでは数回、スクリーンショットやスマートフォンでの撮影が許可された。

ツアーの最初に、本日の散策ルートが地図で示され、その順序でツアーは進んでいった。ギリシア共和国の概要(人口、面積、通貨、首都など)の説明もあった。最初のスポットは国会議事堂のあるシンタグマ広場で、ちょうど衛兵の交代式を見学することができ、その間にもギリシアの歴史や衛兵の服装などの詳しい情報がガイドから聞くことができた。その後は、野菜市場と映画の舞台ともなった中央市場へ向かう。ギリシアの珍しい野菜やくだもの映像の他、平日の昼間だが、市場でギリシア語が飛び交う現地ならではの音が聞こえてきた。中央市場内では、魚や肉が売られ、市場内にある有名なお食事処の内部に入って、ギリシア人の食生活や家庭料理の話が続けられた。中央市場を出て、市場の裏路地に向かうと、ランプ、布地やりボンなどを販売する小さな専門店が並ぶ通りがあり、映画にも登場したかごを売るお店もあった。映画の主人公もそうであったように、アテネには今でも長い歴史のある家族経営のお店が多いということが良く理解できた。映画と関連する生地屋さんが数多く並ぶ通りも散策でき、有名なあげドーナツ屋さん、ギロの店などギリシア人の食文化も知ることができるツアーであった。ツアーの最終地点はモナスティラ広場で、好天にも恵まれてパルテノン神殿を遠くに臨むことができ、リアルなアテネを実感できる瞬間であった。ツアーは予定より20分ほど超過して17時40分ごろ終了した。

現地ガイドの声がやや聴きづらいところがあった点とカメラマンの方の映像撮影もやや慣れていないのかなと思う面があったが、参加者に代わって、適宜、司会者がガイドにマイクの固定やカメラワークの指示をしてくれて、その時々ですぐ改善されていたことが好印象であった。ただ、映画は映画館で上映中のため、予告編の部分しかツアー中では視聴できなかった。そのため、実際の映画のロケ地がツアー中に出てきても、映画を鑑賞していない参加者が3分2いたので、認識できない参加者の方が多かったと思う。

ツアー参加者からの体験談の投稿はこの日のツアー

に関するものは2件のみで、「行ってみたい」いう投稿と「ツアー最初のガイドの方の声が聴きづらかったので改善を望む」というコメントであった。

3(2)4. クラブツーリズム 映画『モロッコ、彼女たちの朝』モロッコ・青の街シャウエンから生中継！街歩き de 旅気分60分

2021年7月28日(水)の19時から20時までの約1時間の実施で、参加者数は約120名であった。ツアー参加費はクッションのお土産付きプランが1,900円、視聴のみが1,000円であった。クラブツーリズムアフリカ担当者が司会を務め、シャウエンのモロッコ料理レストランのオーナーが現地案内人を務めた。このオンラインツアーは2021年8月13日公開の映画『モロッコ、彼女たちの朝』とのタイアップ企画であった。映画はモロッコ、カサブランカの旧市街にある小さなパン屋を舞台にした映画で、女性たちの友情が描かれている。モロッコを舞台とした映画は多々あるが、米国のハリウッドなど外国人目線で作られた作品が多い。映画『モロッコ、彼女たちの朝』は日本で初めて公開されるモロッコ人監督によるモロッコ制作の映画（モロッコ人自身が自分たちの物語を語る映画）である。

シャウエンは実際の映画のロケ地ではないが、家の壁や路地が青色で塗られた「青の街」と言われ、SNS映えすると話題になっている街である。2021年4月24日にシャウエンから生中継のオンラインツアーが実施されていて、約170名が参加したという（クラブツーリズム、2021a）。

今回のオンツアーはZoomのウェビナー形式で実施され、質問はチャット機能で書き込むことができた。通常のオンラインツアーでは、ツアー映像の撮影を禁止しているが、今回は写真映えする街シャウエンということで、画面のスマートフォンやスクリーンショット機能を使っての現地の映像部分のみ撮影が許可され、SNSへの投稿も可能だった。前述した、現地在住のレストランのオーナー（モロッコ人）が実際にリアルタイム（現地時間では午前11時頃）から）でシャウエンの街を歩いて、日本語で街を案内してくれた。案内人が歩いているルートは画面上に地図を表示して見せてくれたので、より自分がシャウエンの街を歩いているかのような臨場感が得られた。石鹸の店に立ち寄った際には、モロッコ人の女性は顔を出さないの、素顔を大切にすること、また街中で猫が何匹も出

てきたときには、モロッコでは猫は聖なる動物として大切にされていることなどモロッコ文化の説明があった。映画に登場する公共のパン焼き窯の訪問が含まれており、モロッコでは自宅でごねてきた生地をパン焼き窯に持ち込み焼いてもらうという習慣があるという（1個60円ぐらい）。

また、モロッコ特有の宿泊施設「リヤド」の見学や雑誌などによく取り上げられている有名なフォトスポットなどの紹介も含まれており、実際に現地を訪問した際に参考となる情報が多数織り込まれていた。ただ、映画公開前に実施のツアーであり、実際に撮影された街ではないシャウエンを巡るツアーなので、厳密にいうとロケ地観光には当てはまらないが、モロッコとシャウエンへの興味を抱かせ、さらに映画を鑑賞したみたいと思わせることはできるツアーであった。

クラブツーリズムのオンラインツアーはツアー終了時に個々の参加者にアンケート調査を実施しており、体験談や口コミを公開するというはしていないため、参加者の体験談の分析はこのツアーでは実施できなかった。

3(2)5. ベルトラ 『名探偵ポアロ』ロケ地と“ミステリーの女王”アガサ・クリスティゆかりの地をめぐるロンドンオンラインツアー

ベルトラは世界150か国の現地体験型オプションツアー専門予約サイトを運営している。今回はCS(衛星放送)のミステリー専門チャンネル「AXN ミステリー」を運営するミステリーチャンネルがアガサ・クリスティ原作のイギリスのテレビドラマ・シリーズ『名探偵ポアロ』（ロンドン・ウィークエンド・テレビジョン制作）の全70話コンプリート放送に合わせて、企画されたツアーで、全4回開催予定の第1弾が2021年7月31日(土)に開催された。料金は20ポンド(約3,150円)、16時から17時まで約1時間のロンドンからの生中継で実施され、参加者は約250名であった。

『名探偵ポアロ』はイギリスで1989年1月に放映が開始された大人気テレビドラマ・シリーズである。日本ではNHKで1990年1月から放映が開始された。2014年制作の「カーテン」まで全70作品が映像化され、日本でもNHKやミステリーチャンネルで現在でも繰り返し放映されている。

ベルトラの司会者とナビゲーター（ガイド）の2名が進行役となって早朝のロンドンから生中継で、『名

表3 オンラインツアー主な訪問地

ロケ地及びゆかりの場所	詳細
ポアロのマンション (White Haven Mansions) Florin Court	1936年完成のフラット。アールデコ様式。セントポール大聖堂から徒歩10分
セント・マーティンズ劇場 (St Martin's Theatre)	アガサ・クリスティ作の戯曲「ねずみとり (The Mousetrap)」が1952年から上演されている劇場
アガサ・クリスティの記念碑 (Agatha Christie Memorial)	セント・マーティンズ劇場と地下鉄レスタースクエア駅から徒歩10分ほど近い場所に位置するモニュメント。2012年に作られた。中央にアガサの胸像がある
セント・マーティン・イン・ザ・フィールド教会 (St Martin-in-the-Fields)	1726年建設。1976年に亡くなったアガサ・クリスティのロンドンでの追悼式が行われた。
トラファルガー広場 (Trafalgar Square)	1830年代に、イギリス海軍の英雄、H. ネルソン提督を記念して造られた広場。台座の一つには現代アートがのっている。4体のライオン像がある。
アドミラルティ・アーチ (Admiralty Arch)	1911年にヴィクトリア女王を記念して建てられたアーチ。ドラマ『名探偵ポアロ』に登場、映画『ハワーズ・エンド』でも撮影されている。
ダウニング・ストリート10番地 (Downing Street)	歴代首相が1732年以来ここにある官邸に住んでいる。
スコットランド・ヤード (ロンドン警視庁) (Norman Shaw Buildings)	以前の (New) スコットランド・ヤードがあった建物。テムズ川沿いにある。
外務省 (Foreign Office) King Charles Street, London	外観と内部の階段が28話に登場。ヴィクトリア朝時代の壮大な建築物。
ビッグ・ベン (Big Ben) とウエストミンスター橋 (Westminster Bridge)	1858年に設置された大きな鐘は、1時間ごとに鳴らされる。『名探偵ポアロ』の「誘拐された大統領」にビッグベンの音が登場。

出典：ツアー中の説明をもとに加筆し筆者作成

探偵ポアロ』の撮影に実際に使われたロケ地、ポアロのマンション、アドミラルティ・アーチ（第3シリーズ第28話「盗まれたロイヤル・ルビー」に登場）、スコットランド・ヤード（ロンドン警視庁、同28話に登場）、外務省（28話に登場）を順番に歩いて巡って、テレビドラマの映像を実際に見せたあとに、外観を見せてくれ、それぞれのスポットの詳細な説明をしてくれた（表3参照）。参加者は自由にチャットでコメントをすることができ、感想や質問などをすぐ投稿する参加者も多数いた。テレビドラマのロケ地以外にも、アガサ・クリスティゆかりの劇場や記念碑、教会、ロンドンの数々のアガサが住んだ家（6か所）の紹介などがあった。また、ツアー途中でアガサ・クリスティやポアロ関連のクイズが3問出題され、アガサ・クリスティや『名探偵ポアロ』に興味関心を持った参加者を飽きさせない工夫がされていた。

オンラインツアー終了後、ベルトラ（2021c）のホームページに投稿された34名の参加者の体験談（2021年9月30日時点）の中には、「ロケ地に行ってみよう」、「配信で見た場所を実際に訪れるという目標ができた」など実際に旅行をしたいと書いた参加者が6名いた。また、「ところどころにドラマの映像やポアロのクイズもあって、オンラインの良さを感じた」、

「ドラマの場面をはさんだり、クイズがあったりして、あっという間の一時間だった」という声もあった。実際に、ロケ地を訪問している間に、映像作品を鑑賞するのは難しいが、オンラインツアーでは途中で作品の映像を観客に見せることが可能で（特にドラマを放映している放送事業者と提携している場合）、オンラインツアーならではの利点であると感じた。

また、「参加者間でチャットで交流ができ双方感があつた」や「チャットの書き込みを見ていると自分と同じようにポアロが好きな方々が参加されているんだと実感できてうれしかった」というコメントがあり、オンラインツアーを通じて、参加者同士の一緒のつながりができていることが分かる。

3 (2) 6. ベルトラ AXN『ダウントン・アビー』ロケ地巡りオンラインツアー

英国のテレビドラマ『ダウントン・アビー』は英国のヨークシャーにある大邸宅「ダウントン・アビー」に住む、20世紀初頭の英国貴族、グラハム伯爵一家と使用人たちの人間模様や愛憎を描くドラマ（ITV制作）で、2010年から2015年まで（シーズン1～6で）全56話放送された。日本を含め、世界200以上の国と地域で放送され大ヒットを記録し、エミー賞やゴール

表4 オンラインツアーの主な訪問地

ロケ地及びゆかりの場所	詳細
バンプトン (Bampton) ダウントン村	コッツウォルズ地方の南に位置するイングランドで最も古い町の一つ。17、18世紀に建てられた石造りの家が多い。
ハイクレア城 (Highclere castle) ダウントン・アビー	ハンブシャー州にある、カナーヴォン家（現在は第8代伯爵と伯爵夫人が暮らす）が1679年から所有する歴史的建造物。館は庭園・農業と牧場のある約5,000エーカー（約20平方キロメートル）の広大な敷地にある。
シルトン (Shilton)	ドラマのシーズン2で登場する執事ベイツの働き先であるパブのシーンが撮影された。小さな静かな村。
スウィンブルック (Swinbrook)	ドラマのシーズン2で登場する宿（シビルとブランソンが駆け落ちした際に宿泊）がある村。宿として撮影されたのは Swan Inn。

出典：ツアー中の説明をもとに加筆し筆者作成

デン・グローブ賞などの権威ある賞も獲得した。ダウントン・アビーの熱愛者、ダウントンニアンと呼ばれる人々も出現するほど世界的に大人気のドラマとなった。

日本ではCSのスターチャンネルとNHK（2014年～2017年総合）で放映された。2019年の秋（日本では2020年春）には映画版『ダウントン・アビー』が公開され、映画の続編（2022年春公開予定）も制作中である。

『ダウントン・アビー』が2021年9月5日より、スカパーのスターチャンネルで全話一挙放送されることを記念して、放送開始の前日、9月4日(土)に設定された所要予定時間1時間のオンラインツアーである。ツアーの催行会社はスカパー JSAT 株式会社とベルトラで、777名限定で無料招待というツアーであったためか、8月19日の告知日から数日（8月22日）で777名の定員に達し、8月30日には150名の増枠が設けられるほど人気となっていた。日本時間19時（イギリスの時間は午前11時）開始直後の参加者数は約500名であったが、途中から参加する人もおり、590名まで増えていたが、予約した全員が参加したわけではなかった。無料ということもあり、とりあえず予約だけした人がかなりいたのかもしれない。参加者の体験談（ベルトラ、2021d）によれば、オンラインツアー参加者の中には、一度も番組を視聴したことのない人も含まれていたようである。

まず、ツアーはドラマの中でダウントン村として設定、撮影されたバンプトン (Bampton) からのガイドの生中継で始まった。バンプトンにはダウントン村の病院や教会、マシューの母親（クローリー夫人）の家として使われた家がある。まず、ドラマの撮影時にこの地を訪問したことあるというガイドが街を歩きなが

ら、バンプトンの教会や図書館、街並みや通りなどのドラマ設定（何として使われたか）やイギリスの結婚式やお葬式の習慣（火葬や土葬）などのイギリス文化の説明をするという形で進行していった（表4参照）。土曜日の午前中ということで、ほとんど人影はなく、コッツウォルズ特有の家並みが続く静かな村の様子が見えた。コロナウイルス感染症拡大のため、教会や図書館などの建物内には入れず、外観のみの案内であったが、このロケ地の紹介後すぐに、参加者の数名がチャットで「いつかロケ地ツアーに行ってみたい」という感想を寄せていた。

バンプトンの後の中継先であるシルトンへガイドが車で移動中に、ベルトラの司会者から写真を使って、ロケ地（バンプトンとシルトン）の紹介が再度行われた。移動中の動画もずっと同時に流れていたため、自分たちが移動しているような感覚にもなれた。

その後は、事前に録画したハイクレア城の動画を流しながら、別のガイドがハイクレア城とダウントン・アビーの撮影について説明してくれた。コロナ禍で内部の映像撮影はできなかったということで、外観と庭園の動画であった。ハイクレア城はロンドンの国会議事堂を設計した建築家バリーによるものなので、両方の建物が似ていること、また広大な敷地を持ち、美しい庭園やアフタヌーンティーが楽しめるレストラン（コーチハウス）やカフェテリアがあることなどを、実際の庭園の散策の様子や外でくつろいでいる人々の姿を撮影した動画を流しながら、説明してくれた。

ハイクレア城の後に、バンプトンから中継したガイドが今度はシルトンという村から10分ほど散策しながら生中継してくれたのだが、通信環境が悪くなり、映像が止まったり、ずれたり、音声聞き取りにくく

なってしまった。スマートフォンで映像を撮るという行為は大衆化しているとはいえ、歩きながら撮り、同時にしゃべるにはやはり高度な技術が必要ではないかと思われる場面であった。

最後に写真を使いながら、スウィンプルックの説明が別のガイドからされてロケ地ツアーは終了となった。最後にガイドの2名からそれぞれメッセージがあり、1時間予定が20分ほどオーバーしてしまったが、20時20分に終了した。

後日、118名のツアー参加者の感想（2021年9月30日時点）がホームページに投稿されていた（ベルトラ、2021）。途中の音声と映像の不具合について不満を漏らす参加者が約30名いたが、一方で「田舎だから仕方ない」、「不具合もライブ感である」という肯定的に捉える意見も10人ほどから書かれていた。オンラインツアーに参加後、「現地に行きたい」、「行きたくなくなった」と感想を書いた参加者も25名おり、やはりオンラインツアーが実際のリアルな旅への動機付けとなっていることがうかがえた。

また、チャットでの参加者からの投稿について、「ツアー中皆さんの投稿が読めて、グループでツアーに参加している気分になった」、「一緒に視聴しているみなさんが、チャットで励ましたり、反応したりしているのを見てみると、旅の仲間と時間を過ごしている気持ちになれた」、「家で見ているのに、たくさんの方達と一緒に楽しんでいる感じがした」という意見があった。

担当してくれた2人のガイドについても、「自分が現地に行って、お2人に会えたらホッとする」、「お2人の地域への思い、楽しくあたたかみのある解説と豊富な知識に魅了された」などのコメントがあり、画面上の旅であってもガイドへの親近感を抱かせることができていることが分かった。

4. ロケ地観光のオンラインツアーの発展可能性と有効性

そもそもロケ地観光（ロケツーリズム）の動機は、映画やテレビドラマなどの映像作品を映画館のスクリーンやテレビやパソコンの画面で視聴する、いわゆる画面を通じてそれらの作品の世界へイマジネーションの旅をして生まれるものである。作品の撮影で登場する国や街などゆかりの場所が観光の目的先となる。

オンラインツアーでは、映像作品の鑑賞と同様に、パソコンやスマホの画面を通じて現地（ロケ地）を見ることになる。どちらも画面旅行であり、親和性がとても高いため、新たな観光として発展する可能性は大いにある。

筆者が参加したロケ地訪問をテーマとしたオンラインツアーの6件中、1件のツアーのみ現地のロケ地の生中継がなかった。これらの2つの異なるタイプのツアーに対する参加者の反応を比較してみると、参加者には、臨場感があるロケ地の今の風景、空気、音を感じることでできる生中継のオンラインツアーが求められていることは明らかである。また、貸し切り状態での建物の内部見学や普段聞くことができないようなロケ地や撮影に関する情報提供が含まれていると「特別感」が高まり、参加者の満足度も高まるとされる。

実際のリアルなツアーでは、ツアーの最中にドラマや映画の映像を見ながら、ガイドに説明してもらうというのは難しいが、オンラインツアーでは可能であり、よりドラマや映画の世界を身近に感じながらロケ地観光が楽しめるということがメリットである。特に、テレビドラマを放映する（あるいは、している）放送事業者や映画の配給会社と旅行会社がコラボレーションしたツアーは映像作品と旅行商品が互いをプロモーションすることになり、非常に効果的な集客や視聴を促す方法となる可能性がある。オンラインツアーの参加者から、「実際にロケ地に行きたい」、「現地に行って生で観たい」という声が多数あがっていたように、ロケ地観光のオンラインツアーは、身体感覚をともなったリアルな観光行動を喚起する有効な手段となっている。

実際のロケ地巡りの旅は個人や少人数で人知らず行われることが多いと思われ、現地で地域住民や他の観光者との出会いや交流の機会が生まれることがある。一方、オンラインツアーに参加すると、同じ映像作品に興味を持った人々（いわゆる作品や俳優のファン）が同じWeb上に集まり、旅を一緒に楽しむ感覚になれて、（顔をみせない）知らない者同士であっても、他の参加者とつながっているという体験ができる。実際にツアー参加者の体験談の中にもこのことを証明するような投稿が多かった。オンラインであっても、「特別な経験」を共有した旅の仲間になれるのである。

また、オンラインツアーの参加者からのコメントにあったように、オンラインツアーに参加することで、

案内してくれる現地ガイドとも画面上で出会うことができ、実際に現地に行ったら、そのガイドに案内をお願いしてみたいという気持ちを持つ参加者も生まれていた。

ただ、オンラインツアーに共通の2つのデメリットがあげられる。まず、オンラインの映像配信と音声に対する評価や反応は映像技術や現地ガイドの説明の内容や仕方を含む品質に大きく左右されることは否定できない。オンラインツアーの実施に共通することだが、事前の生中継先の通信環境の確認と整備が不可欠である。2つ目に、オンラインツアーでは、日常生活圏の中で、主に視覚と聴覚の感覚を使い、これらの2つは他の参加者と共有できるが、現地の温度や湿度、香りなどが持つ人間ならではの五感での身体感覚や感性を使った旅先でのリアルな体験はできない。触覚や味覚、嗅覚といった他の参加者と共有しにくい感覚はオンラインツアーでは使えない。多くの感覚にもとづいた記憶は残りやすいが、オンラインツアー体験の記憶は、使える感覚が少なく、リアルな旅の記憶よりは弱いことも否めない。

5. おわりに

オンラインツアーは旅先というリアルな場でのリアルな旅行体験はできないが、前述したように、リアルな旅行をするのが困難な状況になっている人々でも、実際の移動距離や費用を気にせずに、気軽に参加できるというメリットがある。今後も旅行の計画時にオンラインツアーに参加して、旅先について事前に学ぶことができるので、オンラインツアーとリアルな旅行が共存する可能性は高い。

一方で、オンラインでのロケ地訪問を経験したことで、オンラインなりの良さも認識できるので、オンラインツアー参加への抵抗心も軽減できる。また、オンラインではできないこと、感じられないことも認識できるので、リアルでなければできないこと、実際に現地へ行って、自分の五感で感じるができるリアルな旅を一層重視する傾向もでるだろう。

映画やテレビドラマのロケ地やゆかりの地訪問をテーマとしてオンラインツアーを実施することに関して、少なからずオンラインツアーに共通する課題や問題はあがるが、新型コロナウイルス感染症のパンデミックが終息後でも、貴重なロケ地観光をさらに楽しむ機

会、ロケ地観光の価値を高める手段になる可能性が大いにあることが分かった。つまり、ロケ地観光に新たな展開を生み出す可能性もあるということである。映像作品を視聴した人々をもう一度リアルな旅行に誘う強力なマーケティング・ツールとなる可能性を持つことは明らかだ。オンラインでロケ地観光の予習旅行を体験後、リアルなロケ地観光旅行を体験してもらい、またオンラインでその旅行の復習や余韻に浸る体験を提供することも可能であり、オンラインとリアルで旅に行く前から旅に行ったあとまで結ぶことができる。そのようにオンラインとリアルな旅で相互補完することで、ある特定の目的先へのリピーターの確保にもつながるし、ロケ地観光をテーマとしたオンラインツアーを活用して、オンライン観光自体の普及を図ることもできる。

本稿では、6件のオンラインツアーに筆者自身が参加し、当該のツアー参加者の体験談や口コミの内容分析を行ったが、ロケ地を訪問するオンラインツアー全てを分析したものではない。また、ツアー参加者全員の声や意見ではなく、あくまで投稿をした参加者に限られているため、今後は分析数を増やし、質的データの信頼性を高める必要がある。

参考文献

- エイチ・アイ・エス広報室 (2021) 「ニュースリリース HIS オンライン体験ツアー体験者数10万人突破—2021年上半期人気ランキング発表—」 2021年7月16日、(<https://www.his.co.jp>) (2021年8月26日閲覧)
- エイチ・アイ・エス (2021a) 「オンラインツアー」 (<https://www.his-j.com/oe/>) (2021年9月30日閲覧)
- エイチ・アイ・エス (2021b) 「大草原の小さな家オンラインツアー」 口コミ、(<https://www.his-j.com/oe/detail/T31/?area=09&country=OE2&city=TYO&product=TYO0926>) (2021年9月30日閲覧)
- AXN ジャパン (2021) 「プレスリリース AXN 海外ドラマ『大草原の小さな家』放送記念 アメリカ・ミネソタ州を巡る『大草原の小さな家』オンライン聖地巡礼ツアー開催！先着500名様無料招待」 2021年9月9日、(<https://www.axn.co.jp/information/pressrelease/2021/>) (2021年9月13日閲覧)
- 観光経済新聞 (2021) 「クラブツーリズム、約200種のオンラインツアー展開」 2021年3月18日、(<https://www.kankokeizai.com/>) (2021年7月31日閲覧)
- 観光庁 (2019) 「ロケツーリズム」、(<https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/locatourism.html>) (2021年8月5日閲覧)
- クラブツーリズム (2021a) 「ニュースリリース2021年6月25日 第21-11号 映画「モロッコ、彼女たちの朝」Xクラブツーリズム タイアップ企画「モロッコ・青の街シャウエンから生中

- 継」オンラインツアー」、(<https://www.club-tourism.co.jp>) (2021年7月1日閲覧)
- クラブツーリズム (2021b) 「ニュースリリース2021年7月7日 第21-14号～夏休みにぴったり！オンラインツアー～生中継が人気」、(<http://www.club-tourism.co.jp>) (2021年8月28日閲覧)
- クラブツーリズム (2021) 「オンラインツアー・講座・説明会」 (<https://www.club-t.com/sp/special/common/onlie/>) (2021年9月30日閲覧)
- 小長谷一之 (2021) 「after/with コロナ時代の都市構造と都市型産業のありかた ―第3の道論―」『都市経営研究』第1巻創刊号、pp.47-72、(https://dlisv03.media.osaka-cu.ac.jp/il/meta_pub/G0000438repository_24363146-1-47/) (2021年8月3日閲覧)
- JTB (2021) 「オンラインツアー・セミナー ―おうちで旅体験―」 (<https://www.jtb.co.jp/thme/onlinetour/>) (2021年9月30日閲覧)
- JTB 広報室 (2021) 「ニュースリリース 2021年の夏休み（7月20日～8月31日）の旅行動向」2021年7月19日、(<https://press.jtbcorp.jp/jp/2021/07/2021720831.html>) (2021年7月25日閲覧)
- JTB 総合研究所 (2020) 「新型コロナウイルス（COVID-19）に関連したアンケート調査」、(<https://www.tourism.jp/store/item/whitepapers/covid-19-tourism-survey/>) (2021年8月3日閲覧)
- JTB 総合研究所 (2021) 「コロナ禍におけるこれからの日本人の海外旅行意識調査」、(<https://www.tourism.jp/tourism-database/survey/2021/03/covid19-tourism-202103/>) (2021年8月3日閲覧)
- JTB パブリッシング (2021) 「連載 読者の本音 第25回」『ノジュール Vol.180』、JTB パブリッシング
- トラベルズー・ジャパン (2021) 「オンラインツアー実態調査 (2021年6月)」、(<https://www.travelzoo.com/jp/data/onlinetour-survey-20210702/>) (2021年8月25日閲覧)
- 中野文彦 (2021) 「活動報告日韓国際観光カンファレンス2020を開催 発表3 コロナ禍に地域を支える観光地の取り組み（オンラインツアーの可能性を考える）」65-55頁、『観光文化』第45巻第1号、通巻第248号、公益財団法人日本交通公社
- ネットフリックス (Netflix) (2021) ニュースリリース「FINAL-Q420-Shareholder-Letter.pdf (q4cdn.com)」、2021年1月19日、(<https://ir.netflix.net/investor-news-and-events/investor-events/default.aspx>) (2021年9月4日閲覧)
- ベルトラ (VELTRA) (2021a) 「オンライン・アカデミー」 (<https://file.veltra.com/jp/promotion/onlineacademy/>) (2021年9月30日閲覧)
- ベルトラ (VELTRA) (2021b) 「2021年7月6日ニュースリリース イギリスから生中継！ “ミステリーの女王” アガサ・クリスティ オンラインツアー 7月31日(土)より全4回にわたって催行決定！」 (<https://corp.veltra.com/press/20210706/3235>) (2021年7月10日閲覧)
- ベルトラ (VELTRA) (2021c) 「名探偵ポワロ」ロケ地とミステリー女王クリスティゆかりの地を巡るロンドンオンラインツアー〈全4回シリーズ〉第1弾、(<https://veltra.com/jp/europe/uk/london/a/169016/reviews>) (2021年9月30日閲覧)
- ベルトラ (VELTRA) (2021d) 「スターチャンネルXスカパー！海外ドラマ『ダウントン・アビー』ロケ地巡りオンラインツアー 9月4日19時無料」、(<https://www.veltra.com/jp/europe/uk/london/a/169508/reviews>) (2021年9月30日閲覧)
- ミステリチャンネル (2021) 「プレスリリース イギリスから生中継！ “ミステリーの女王” アガサ・クリスティ オンラインツアー 7月31日(土)より全4回にわたって催行決定！＝日本初！アガサ・クリスティ社公認オンラインツアー＝」2021年7月6日、(<https://www.mystery.co.jp/sites/jp.mystery/files/20210706.pdf>) (2021年7月10日閲覧)