



プレスリリース

NETFLIX



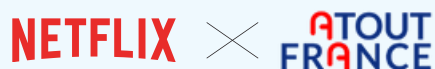
ATOUT  
FRANCE

France Tourism Development Agency

フランス  
文化と観光分野の  
発展にむけた

コラボレーション  
について





## Netflixとフランス観光開発機構 フランスの文化・観光振興で協力

Netflixはフランスで撮影される国内ドラマや海外ドラマを通じて、フランスの知名度向上に定期的に貢献しています。BASIS研究所が実施した最近の調査では、こうした映画やドラマが文化面と観光面において、フランスの魅力を高めていることが明らかになっています。この結果を受け、Netflixとフランス観光開発機構は、フランスの知名度向上のための契約書を締結します。両者はこれを機に、広告キャンペーン「On n'a pas fini d'imaginer la France」（フランスをめぐる私たちの想像は終わらない）を開始し、今までにない一連の観光ガイドを公開します。このガイドでは、エミリーやルパンなど、Netflixの主人公たちの足跡をたどりながら、従来とは別の角度からフランスを発見することができます。



### フランスを訪れたいくなる映画とドラマ

ソファでくつろぎながら映画やドラマを見ていて、旅行に行きたくなくなったことが一度もないという人が、果たしているのでしょうか？ 『Lupin/ルパン』『ロストブレッド―窮地のカーチェイス』『マダー・ミステリー』『ミラキュラス レディバグ&シャノワール：ザ・ムービー』『スクールライフ：パリの空の下で』……。見ているとフランスに行きたくなるのは、『エミリー、パリへ行く』だけではありません。Basis研究所がアメリカ・日本・ドイツの視聴者を対象に実施した調査によれば、Netflixでフランス作品を視聴した視聴者は、**3倍の頻度でフランスを第一の観光先**に選んでいます。

さらに、こうした映画やドラマを見たNetflix加入者は、自分なりの方法でその経験を継続しようとするので、フランス文化についてもっと知りたくなる傾向にあります：

- 63%が文化施設やモニュメントの観光を希望
- 61%が名物料理を食べてみたいと希望
- 58%が作品の舞台となったフランスの街の散策を希望

フランス文化に対する関心は言語にも及んでいます。フランス語で制作された作品を見たことがある視聴者では、フランス語を話せるようになりたいと考える人が、見ていない視聴者の**3.5倍**です（調査対象者の32%に対し9%）。

Netflixは、従来であればフランス作品にアクセスしなかったかもしれない層にリーチすることで、従来とは別の方法でフランスを発見することを可能にしています。旅行意欲の喚起にとどまらず、Netflixが提供するフランスのドラマや映画を見た視聴者のおよそ**2人に1人**が、フランスについてよりよいイメージを持つようになったと述べています。





**Netflixとフランス観光開発機構は、広告キャンペーンと観光ガイドで協力します**

上記の調査結果を受け、Netflixとフランス観光開発機構は、フランスの魅力強化を目的とした契約書を締結します。これを機に両者は、「[On n'a pas fini d'imaginer la France](#)」（フランスをめぐる私たちの想像は終わらない）という広告キャンペーンを開始し、Netflixの映画とドラマを通して視聴者にフランスを発見してもらう[デジタル旅行ガイド](#)を公開します。



**カロリーヌ・ルブシェ**  
**CAROLINE LEBOUCHER**  
フランス観光開発機構総裁：

「フランスは、景観の多様性、文化財の豊かさ、生活の美学のおかげで、映画やドラマの撮影のための、この上なく美しい舞台となっています。本日、当機構がNetflixと締結したパートナーシップによって、映画とドラマが生み出すフランスの魅力を、よりいっそう発展させることが可能になるでしょう。旅行ガイドと提供されるインタラクティブな地図を用いて、観光客はNetflixの映画やドラマに登場したフランスの観光地や場所を発見することでしょう。その中には、代表的な観光地や観光デスティネーションに比べあまり知られていない場所も含まれているでしょう」

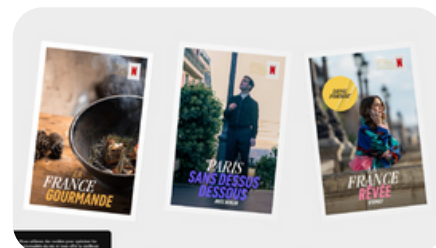
**マリー=ロール・ダリダン**  
**MARIE-LAURE DARIDAN**  
Netflixフランス 官庁連携部門ディレクター：



「年間20作以上のフランス・オリジナル作品の制作を通じて、世界190か国以上でフランスの素晴らしさを伝えていることを誇りに思っています。当社はフランス観光開発機構との協力のもと、フランスとその豊かさをスクリーンの中で発見していただき、また再発見していただけることを願っています」

この施策は、ヨーロッパ・外務省が後援し、政府情報室が実施する「異彩を放て。フランスを選ぶ」(MAKE IT ICONIC. Choose France) に代表される「フランス・ブランド」(marque France) キャンペーンの一環をなすものです。フランス共和国大統領によって昨年10月に開始された「フランス・ブランド」キャンペーンは、フランスとその文化・才能・経済の素晴らしさを国際的に広めることを目的としています。「フランス風の大胆さ」を全面に打ち出すことで、このキャンペーンはフランスの魅力を国際的に高めることを目指しています。

**オンライン・ガイド**は、[netflix-en-france.fr](#)で閲覧可能です。公開時点では、インタラクティブな地図を用いて、テーマ別の12ほどのコースやオーダーメイドのガイドの生成ツールが提供されています。また、代表的な映画やドラマに関連した70か所以上の場所が選ばれ、紹介されています。



『エミリー、パリへ行く』で見たロマンティックな夜、仲間と過ごすマルセイユの週末、美食巡りの旅...。このガイドでは、王道ともいべき人気の地から隠れ家的なスポットまでカバーしつつ、所々で、場所の詳細や撮影秘も教えてくれます。

ポップカルチャーの中で見たあのシーンを、あなたも体験してみませんか。



# NETFLIX

## Netflixについて：

190か国以上で、様々な言葉で様々なジャンルのドラマや映画、ゲームを楽しむ2億6000万人の有料会員を擁するNetflixは、エンターテインメント分野での世界的リーディングカンパニーのひとつです。加入者は、いつでもどこでも好きなだけ番組を視聴し、途中で視聴をやめたり、再開したりすることができます。また、いつでもプランを変更することが可能です。

プレス連絡先：[france-pr@netflix.com](mailto:france-pr@netflix.com)



## フランス観光開発機構について：

フランス観光開発機構は、観光デスティネーションとしてのフランスの魅力と競争力強化の一翼を担う機関であり、2030年までに持続可能な観光における世界のモデルとなることを目指して活動しています。約1200の民間および公共の観光関係者を束ねるユニークなパートナーシップ機能と、フランス国内外のチームの取り組みを通じて、フランス観光開発機構は「世界中の観光客に忘れられないフランス滞在を提供するために、より質が高く、持続可能かつ革新的で包括的なモデルへの、フランスの観光業の転換を加速する」という観光分野における野心的なロード・マップに沿ってチーム一丸となって活動しています。

プレスお問合せ：[laura.sola@atout-france.fr](mailto:laura.sola@atout-france.fr)



## フランス政府情報局について：

首相の管轄下にある政府情報局は、市民により適切な情報提供を行い、国の組織を効率化するために広報活動の転換に取り組んでいます。これを実現するために政府情報局は、以下の3点を軸に任務を遂行しています。

- ・世論の変遷と政府活動に関するメディアの取り上げ方を分析する
- ・首相および政府の活動を一般国民に知らせる
- ・政府の広報活動を省庁間レベルで指揮し、調整を行う

プレスお問合せ：[mathilde.hervagault@pm.gouv.fr](mailto:mathilde.hervagault@pm.gouv.fr) • [choosefrance.fr](http://choosefrance.fr)

