

ご協賛のお願い 劇場公開映画

「ブルーフラッグ」

太陽の守護神



太陽の守護神製作委員会

①企画意図

LIFESAVER それは”大切な人を守る力”です

※ライフセーバーとは水辺の事故を未然に防ぎ何か起こった時に敏速に救助するための専門知識を持った人です。

海に囲まれた島国、日本は世界で2番目に溺れて亡くなる人が多い現状にあります。

LIFESAVERによって救助される人は年間で2,000人～3,000人。

それでも、**LIFESAVER**が配置されている海水浴場は、二割にも満たないのです。

この現状を変えるべく、今こそ**LIFESAVER**の取り組みを、『映画』という娯楽性・メッセージ性の高い媒体で制作・上映することで、**LIFESAVER**がさらに認知され、新たに**LIFESAVER**を目指す、そんな人々が増えることを大きな狙いとしします。この作品を通して、地球に生きるすべての人々へ“自然の偉大さを知り、人のために優しく強くなれる”そんなメッセージを伝えたいと考えます。

環境問題を考える SDGsへの取り組み

作品の舞台となる福井県高浜町では町民全員で浜辺のごみを拾う日を設け、みんなの手で海を守る活動をしています。一人一人が海洋ごみの問題を自分ごと化し、“これ以上、海にごみを出さない”という社会全体の意識を向上させていくきっかけとなるような作品にいたします。

②ロケ地 「嶺南 若狭」

福井県嶺南地域は、敦賀市・美浜町・若狭町・小浜市・おおい町・高浜町の6つの市町で構成されている。温暖な気候と美しい若狭湾に面し山々にも囲まれた自然豊かでのどかな地域。

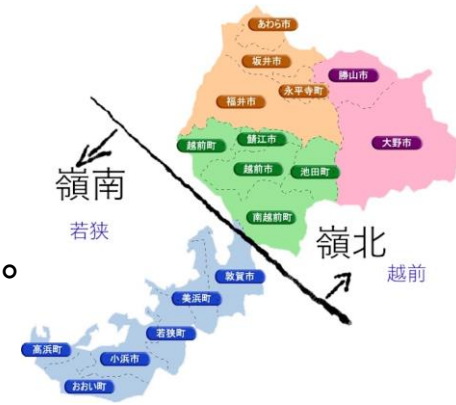
本作品のメイン舞台は、「ブルーフラッグ」を取得したアジアで一番きれいな高浜町・若狭和田ビーチ。

町民が一丸となって取得した「ブルーフラッグ」

しかし「ブルーフラッグ」は、**LIFESAVER** 彼らがいなければなかった。

いかにして**LIFESAVER** 彼らが高浜町に降り立ったのか、実話をもとに映画化します。

また**LIFESAVER** と共に水難救助隊、浜茶屋、警察、消防、医療、町民が連携をし全体で海水浴客を見守る活動も本作品の見どころです。



※「ブルーフラッグ」

環境NPO／NGOの国際環境教育基金が主催し「厳しい基準を満たしたビーチ、マリナー観光船舶」に対して認証を発行する世界で最も歴史ある国際環境認証制度である。日本においては、2016年に「若狭和田ビーチ」が、神奈川県鎌倉市「由比ガ浜」と共にアジアで初めて取得した。現在国内では、14か所がブルーフラッグ認証を取得している。



③地域の誇りと地域貢献

本作の魅力は、地元の協力を得て制作することで、実際の風景、人々の表情がそのまま映画に反映される点です。地域の特性が作品に色濃く反映しますので、映画の視聴者が「この場所に行ってみたい」「この地域で何か貢献したい」と感じるきっかけとなります。地域の参加者が誇りをもって映画に関わることで映画の影響力も強まります。

● 地域の企業との連携

地元企業のご協力によって、地域の特産品や観光地が映画の中で紹介され、地域経済の活性化にも繋がります。

● 地元団体の参加

地元の団体や学校などが映画制作に関与し、地域の一体感を生み出します。特に、LIFESAVER活動に賛同する団体や市民が共に活動するシーンが描かれることで地域全体で環境を「守る力」の重要性を共有します。

● 個人の参加

地元の住民やサポーターの参加により、映画がただの娯楽でなく、地域全体の応援を感じられる作品となります。出演者やエキストラとして地域の人々が登場することで、映画に対する愛着が深まり、地域全体の盛り上がりが生れます。

地元の方に参加していただいた風景



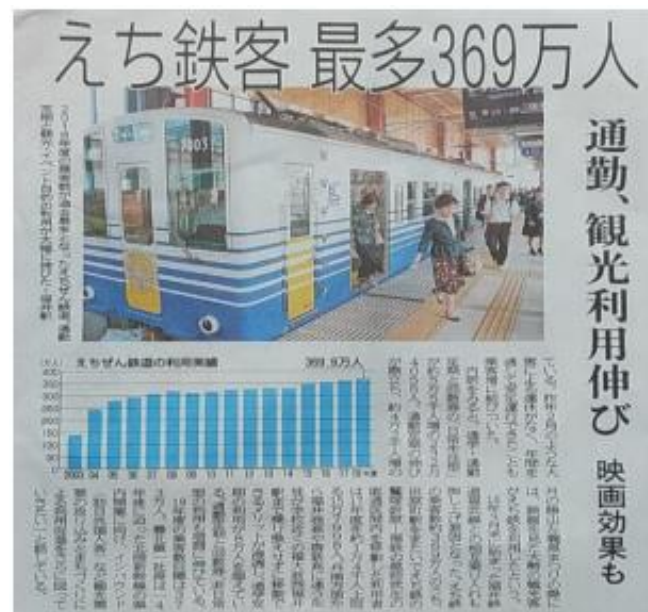
「えちてつ物語」

制作費2.500万円 P&A1.500万円

全国65劇場公開

観客動員数 38.105人

えちぜん鉄道が過去最高の乗客数となり、左義長祭りには臨時電車を出すほどの観光客が押し寄せた。
アマゾンプライムはじめGAGAチャンネルで配信中。



「おしよりん」

制作費13.000万円 P&A5.000万円

全国98劇場公開

観客動員数 71.081人

新幹線開業し多くの観光客が聖地巡礼ツアーに参加した。

日本航空の他、世界7社の航空会社と契約し国際線で機内上映。

U-NEXTはじめ12のサブスクリプションのチャンネルで配信中。



④協賛企業様にとっての取り組みの意義

●社会的責任(CSR)の強化とブランド価値向上

映画のテーマである「LIFESAVER」や「自然保護」、「環境問題」への取り組みは、SDGsの目標にも一致します。協賛することで、社会貢献活動を支援し、社会的責任を果たしている企業としての信頼性を高めることができます。

●環境保護活動への貢献

作品内でSDGsのテーマとして、海洋ごみ問題や自然保護への取り組みを描くことにより、企業もその活動に積極的に参加していることを広くアピールできます。特に福井県高浜町で行われている浜辺のごみ拾い活動や、海洋環境の保護活動と映画のプロモーションが連携することで、環境保護に対する意識が高い企業としてのブランドイメージが強化されます。

●地域社会と持続可能な開発の推進

本作は、地元企業や団体と共に作り上げる地域密着型のプロジェクトです。地域活性化や観光誘致に貢献することで、地域社会とのパートナーシップを強化できます。地域の活動が映画を通じて広まることで、地元企業が地域のサステナビリティに貢献していることを強調できます。

●SDGsを意識した広告・プロモーション

協賛企業は、映画のプロモーション活動を通じて積極的に広報できます。特に、環境や地域貢献に関連づけられたメディア露出は、企業にとって高いマーケティング効果をもたらします。

⑤マスコミ告知、宣伝時期

※映画公開の1か月前から情報解禁するのが通常ですが、本作品は撮影前から地域の方と一緒に映画を作る工程や子供たちとの課外授業など、随時マスコミを入れて宣伝活動し、また地域の財産につながるようお伝えしていきます。

NHK

人気のビーチ舞台にライフセーバー題材の映画製作へ 高浜町

10月18日 11時00分



高浜町で、地域の活性化につなげようと町内にある有名な海水浴場を舞台に、ライフセーバーを題材にした映画が製作されることになりました。

高浜町にある若狭和田ビーチは、水質や安全管理などの基準をクリアした浜辺に与えられる「ブルー

フラッグ」という国際的な認証を2016年から9年連続で取得していて、ことしの夏も関西や中京圏を中心におよそ11万人が訪れた人気の海水浴場です。

このきれいな浜辺をPRして地域の活性化につなげようと、町や地元の観光協会などが協力して、海水浴場で活動するライフセーバーを題材にした映画が製作されることになり、17日は記者発表が行われました。

時期	内容
令和7年 8月	児玉監督が小学生の皆さんに映画撮影の授業し、小学生が一日スタッフとして撮影現場を体験する
8月25日～	キャスト発表、クランクイン撮影 キャストによるライフセーバーや海を守る人の役を演じるにあたってのコメントの取材
9月13日	ライフセーバー、地元の皆さんと記念撮影 無事に撮影が終わり公開を楽しみにしてほしいというメッセージ
令和8年2月	ポスターチラシ、PR動画の完成 各自治体、協会等で掲示、PR動画をネットで拡散
4月	キャスト宣伝開始 雑誌、ラジオ、バラエティ番組、SNS、全国のイベント等の宣伝活動
5～9月 全国公開	福井県、関西地域先行公開。劇場にて監督キャスト舞台挨拶（全国公開の約10日前、お礼もかねた先行公開を行う） 全国公開開始。東京の劇場にて監督キャスト舞台挨拶（公開劇場にて劇中のライフセーバーの衣装、道具など展示）

⑥協賛のお願い

映画「ブルーフラッグ」は映画制作費・広告宣伝費を賄うため協賛を募集します。
2026年初夏に福井県先行上映後、全国順次公開し、また世界への配給を目指します。
LIFESAVER、海を守る人々の増員の為に、次世代に安全で美しい海を引き継ぐ為にも
SDGsの取り組みをされている皆様に、ご賛同いただけますようよろしくお願いいたします。

協賛金	100万円	50万円
エンドロールに企業名を掲載	○	○
パンフレットに企業名を掲載	○	○
ウェブサイト企業名を掲載	○	○
特別試写会へのご招待	10名	5名
撮影現場へのご招待	○	—
御社の広報、宣伝活動でお使いいただける特別映像の提供	○	—
作品内に製品・サービス・ロゴなどを登場(作品の内容に沿ったものになります)	○	—

※「太陽の守護神」製作委員会は法人扱いになりますので協賛金は宣伝広告費として計上できます。
また収益の一部を海を守る為に寄付いたします。