

# 岐阜県ゆかりのアニメ映画3作品の聖地巡礼による経済波及効果 ～ 総合効果は253億円 ～

## 調査要領

### 【巡礼状況に関する調査】

1. 調査方法 インターネットによるアンケート調査
2. 調査委託先 株式会社マクロミル
3. 回答者 映画鑑賞・聖地巡礼状況に関する調査 全国20歳～69歳の男女 10,000人  
聖地巡礼者動向調査 3作品を見て岐阜県を訪れた人 414人
4. 回答期間 映画鑑賞・聖地巡礼状況に関する調査 10月20日(木)～26日(水)  
聖地巡礼者動向調査 10月26日(水)～31日(月)

### 【経済波及効果測定】

- ・岐阜県環境生活部統計課経済波及効果分析システム (Ripple) により測定
- ・使用産業連関表 平成23年(2011年)岐阜県産業連関表(108部門表)

図表1 回答者の内訳

### 【映画鑑賞・聖地巡礼状況に関する調査】

#### 1. 性別

	N	%
男性	5,000	50.0
女性	5,000	50.0
全体	10,000	100.0

#### 2. 年齢

	N	%
20才～29才	1,998	20.0
30才～39才	2,002	20.0
40才～49才	2,000	20.0
50才～59才	2,000	20.0
60才～69才	2,000	20.0
全体	10,000	100.0

#### 3. 地域

	N	%
北海道	503	5.0
東北地方	522	5.2
関東地方	3,654	36.5
中部地方	1,735	17.4
近畿地方	1,916	19.2
中国地方	554	5.5
四国地方	225	2.3
九州地方	891	8.9
全体	10,000	100.0

### 【聖地巡礼者動向調査】

#### 1. 性別

	N	%
男性	274	66.2
女性	140	33.8
全体	414	100.0

#### 2. 年齢

	N	%
20才～29才	144	34.8
30才～39才	121	29.2
40才～49才	54	13.0
50才～59才	50	12.1
60才～69才	45	10.9
全体	414	100.0

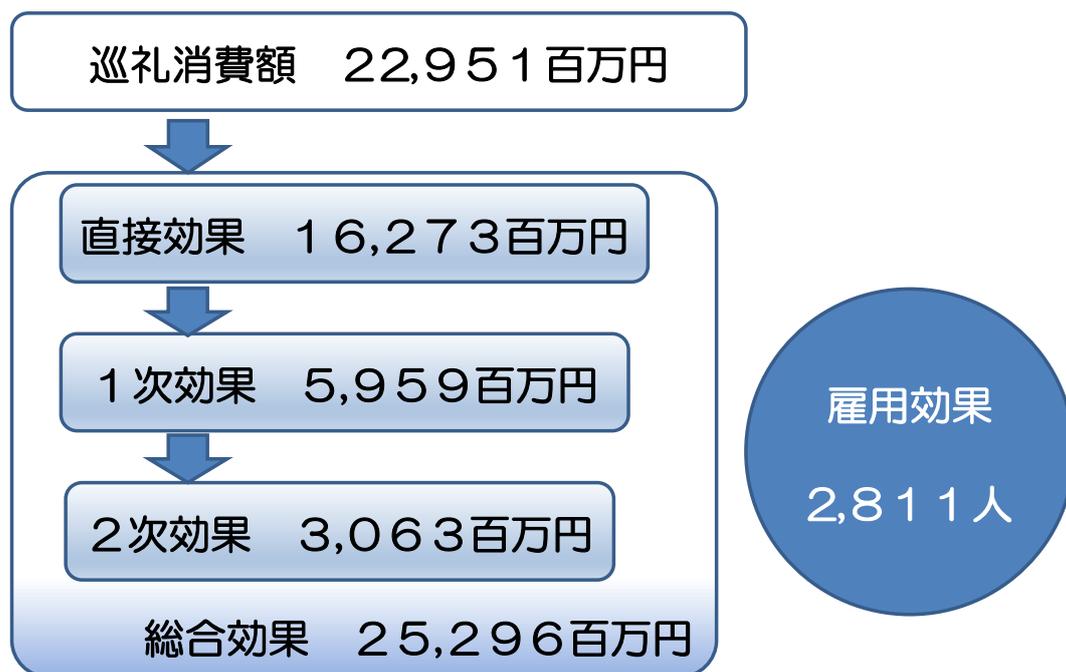
#### 3. 地域

	N	%
北海道	14	3.4
東北地方	13	3.1
関東地方	134	32.4
中部地方	120	29.0
近畿地方	94	22.7
中国地方	17	4.1
四国地方	4	1.0
九州地方	18	4.3
全体	414	100.0

## ○概要

- ・アニメ映画「ルドルフとイッパイアッテナ」、「君の名は。」、「聲の形」に関する岐阜県への聖地巡礼者は約 103 万人、岐阜県での消費額は 230 億円。
- ・当該消費が岐阜県経済に与える経済波及効果は、直接効果で約 163 億円、総合効果はその 1.55 倍の 253 億円。

図表 2 聖地巡礼による経済波及効果



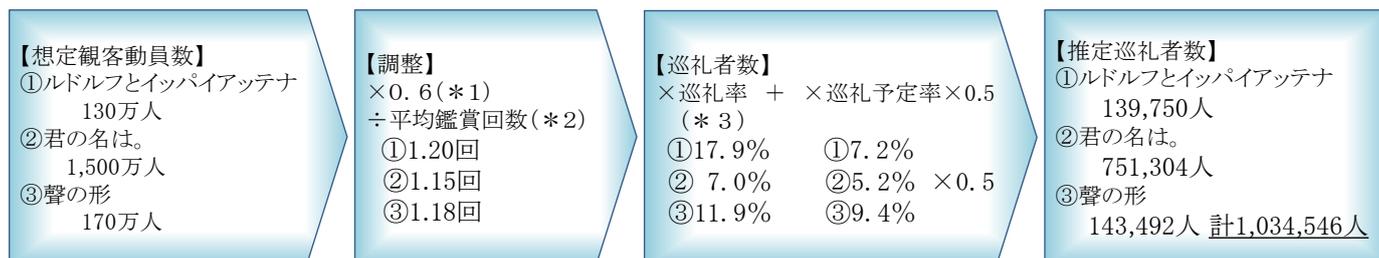
### 1. はじめに

今年 8 月 6 日、岐阜市を舞台としたアニメ映画「ルドルフとイッパイアッテナ」が公開されたのを皮切りに、8 月 26 日には飛騨市がイメージされるシーンが登場する「君の名は。」が、9 月 17 日には大垣市が舞台となる「聲の形」が公開された。岐阜県ゆかりのアニメ映画が 3 作続いて公開され、岐阜県は、ロケ地を訪問するいわゆる聖地巡礼で賑わっている。そこで、こうした聖地巡礼による消費の増加が岐阜県に及ぼす経済波及効果について測定してみた。

### 2. 聖地巡礼者数の推計

公表された観客動員数、インターネット調査（映画鑑賞・聖地巡礼状況に関する調査。全国の 20～69 歳 10,000 人に映画の鑑賞状況とロケ地の訪問状況を聞いた。）により、3 作品の合計巡礼者は約 103 万人と推計した（図表 3 参照）。

図表3 聖地巡礼者の推計



- \* 1. 想定観客動員数に対し、20～69歳の人口構成比約6割を乗じて聖地巡礼対象者とした。
- 2. 平均鑑賞回数はインターネット調査（映画鑑賞・聖地巡礼状況に関する調査）による。
- 3. 巡礼率（巡礼予定率）はインターネット調査（映画鑑賞・聖地巡礼状況に関する調査）でロケ地に行った（行く予定）と回答した回答率を年齢別人口構成比（平成27年国勢調査）で調整した。

### 3. 消費額の推計

インターネット調査（聖地巡礼者動向調査。映画鑑賞・聖地巡礼状況に関する調査で、3作品のいずれかのロケ地を訪問した、または訪問予定とした414人に訪問状況、岐阜県での消費額等を聞いた。）により、日帰りと宿泊の比率、日帰りと宿泊それぞれの1回当たり消費額を算出し、2. で求めた聖地巡礼者数から、岐阜県での消費額は総額約230億円と推計した（図表4参照）。

図表4 消費額の推計

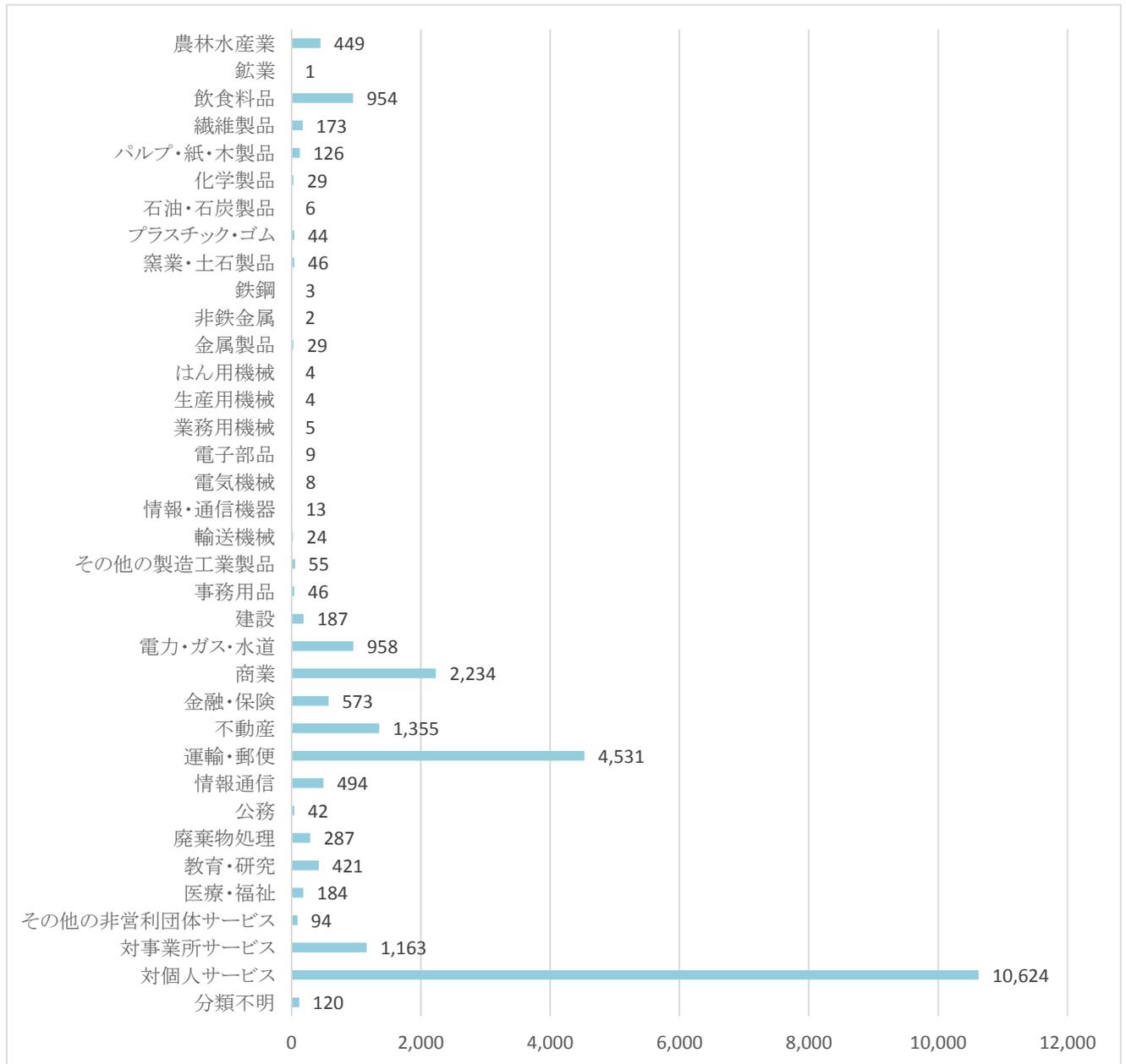


### 4. 岐阜県への経済波及効果の測定

3. で求めた消費額について、「旅行・観光消費動向調査（観光庁、2015年）」を参考に、宿泊費、飲食費等各費目に按分し、産業連関表の対応部門ごとに金額設定し、経済波及効果を測定した。ただし、宿泊費、入場料・娯楽費等現地消費が確実視されるものについては全て自給率100%として測定した。結果、消費額230億円のうち、県内での消費額は約163億円（直接効果）、第1次波及効果は約60億円、直接効果、第1次波及効果により得られた賃金・俸給が消費に回ることにより生まれる第2次波及効果は約31億円となった。直接効果、第1次波及効果、第2次波及効果を合わせた総合効果は直接効果の約1.55倍の約253億円となった。これにより、名目県内総生産を0.19%押し上げ、2,811人分の就業者誘発効果が見込まれる。（図表8参照）

産業別に総合効果を見てみると、宿泊業や飲食サービスなどの対個人サービスが約106億円と最も大きく、次いで、運輸・郵便の45億円、商業の22億円となっている（図表5参照）。

図表5 産業別総合効果（単位：百万円）



## 5. 岐阜県アニメロケ地の周遊状況

インターネット調査（聖地巡礼者動向調査）では、3作品ロケ地の訪問状況に加え、他の岐阜県が舞台となっているテレビアニメに関する巡礼状況も聞いたところ、平成24年放送の「氷菓」に対する巡礼度合いが最も高くなった（図表6参照）。弊社前身の十六銀行経営相談室では当時「氷菓」に関する聖地巡礼の経済波及効果を約21億円と分析したが、もっと大きいのかもしれない。

また、「特にない」との回答が、10～20%程度と低く、岐阜県のこれまでの聖地としての蓄積による周遊効果により、消費額も大きくなったものと思われる。

図表6 3作品ロケ地訪問にあわせて訪れたアニメロケ地訪問割合

関連巡礼先	巡礼地	ルドルフとイッパイアッテナ	君の名は。	聲の形
ルドルフとイッパイアッテナ(岐阜市)		-	8%	18%
君の名は。(飛騨市)		34%	-	55%
聲の形(大垣市)		18%	13%	-
氷菓(高山市)		64%	53%	66%
星空へ架かる橋(高山市)		51%	42%	38%
ひぐらしのなく頃に(白川村)		40%	42%	45%
僕らはみんな河合荘(岐阜市)		37%	25%	32%
僕は友達が少ない(岐阜市)		32%	25%	30%
恋愛ラボ(岐阜市)		33%	20%	24%
のうりん(美濃加茂市)		22%	15%	20%
その他		0%	2%	3%
特にない		11%	21%	15%

## 6. 聖地へのニーズ

インターネット調査（聖地巡礼者動向調査）では、ロケ地に求めることも聞いた（図表7参照）。

「ロケ地マップ」へのニーズが最も高く、次いで「ロケ地の市、観光協会等によるHPによる情報提供」、4位に「ロケ現場であることを示す案内板」と聖地巡礼を効率よく行うための支援ニーズが大きいことがわかった。また、3位に「現地の人のぬくもり」、5位に「アニメに登場する場所、モノ、コト等に関する地元の由来、歴史、伝統等に関する情報の提示」が入り、現地でのおもてなし、現地ならではの付加価値の提供についてもニーズが高いことがわかった。

住み慣れ、見慣れた場所のよさには気づきにくく、見落としがち。ゆえに観光振興には「外の目」が大切だとよく言われる。今回こうして話題の作品のロケ地となった機会を活かし、岐阜の魅力を再発見し、現地ならではの価値を伝える力を高めていくことが求められる。

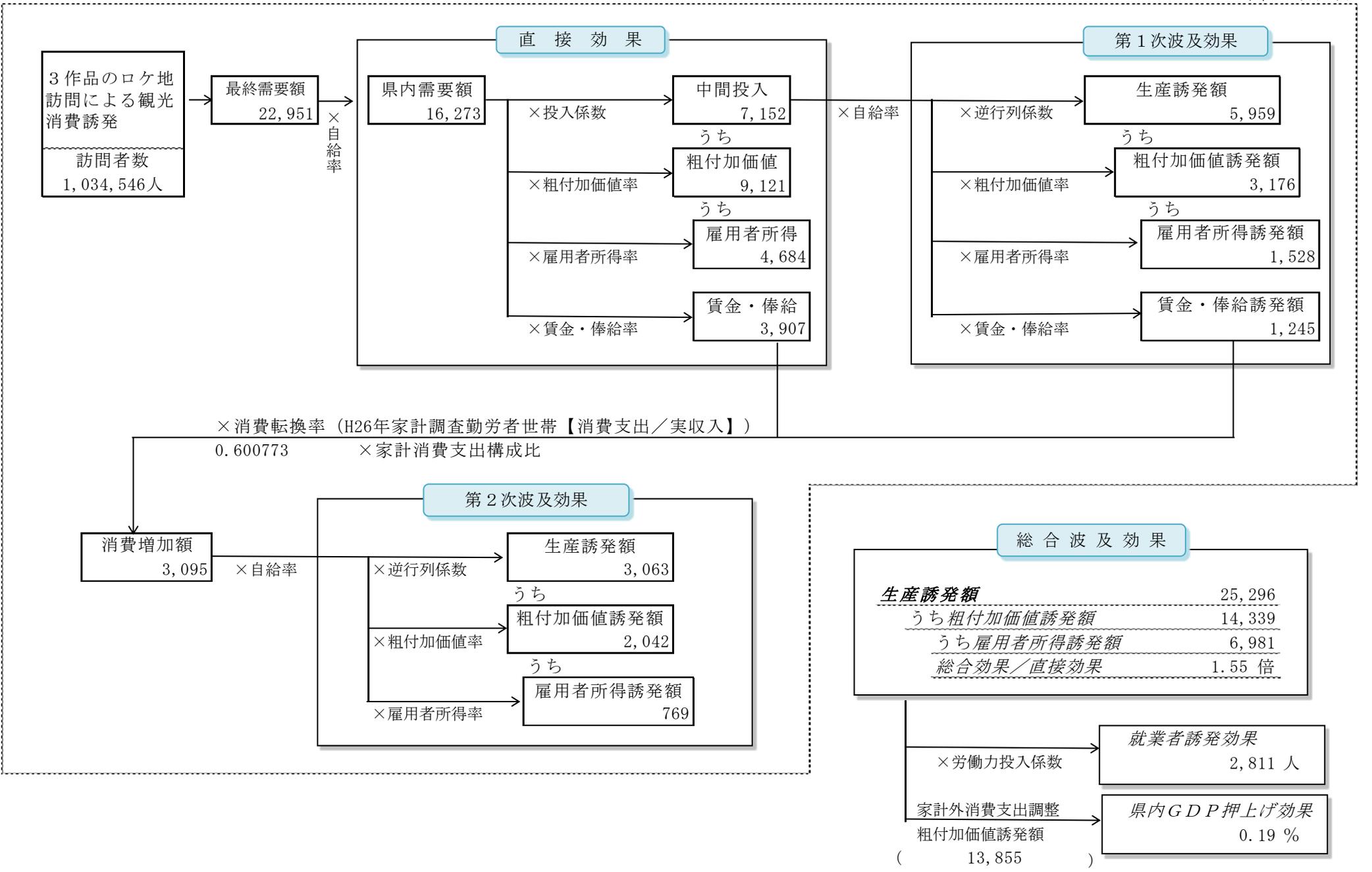
図表7 ロケ地に望むこと

		全体	ぜひ必要	あれば ありがたい	それほど 必要ではない	いない	重要度
ロケ地の市、観光協会等のHPによる情報提供	(人) (構成比:%)	414 100.0	181 43.7	182 44.0	34 8.2	17 4.1	57.5
ロケ地マップ	(人) (構成比:%)	414 100.0	173 41.8	192 46.4	36 8.7	13 3.1	57.6
アニメとのタイアップ商品	(人) (構成比:%)	414 100.0	136 32.9	177 42.8	77 18.6	24 5.8	39.2
ロケ現場であることを示す案内板	(人) (構成比:%)	414 100.0	130 31.4	205 49.5	56 13.5	23 5.6	43.8
巡礼ノートなどを置いたコミュニティスペース	(人) (構成比:%)	414 100.0	94 22.7	185 44.7	100 24.2	35 8.5	24.5
アニメに登場する場所、モノ、コト等に関する地元の由来、歴史、伝統等に関する情報の提示	(人) (構成比:%)	414 100.0	122 29.5	212 51.2	54 13.0	26 6.3	42.3
なりきり小道具(アニメ登場人物等が使用した衣類・小道具のレプリカ)等のレンタル	(人) (構成比:%)	414 100.0	80 19.3	181 43.7	107 25.8	46 11.1	17.2
アニメ作品の顔出しパネル	(人) (構成比:%)	414 100.0	93 22.5	165 39.9	104 25.1	52 12.6	17.3
アニメとロケ地をつなぐイベント	(人) (構成比:%)	414 100.0	120 29.0	187 45.2	77 18.6	30 7.2	35.1
放映シーンの原画・パネル等の展示	(人) (構成比:%)	414 100.0	107 25.8	212 51.2	67 16.2	28 6.8	36.5
製作過程で編集され放映されなかった未公開シーンの原画・資料等の展示	(人) (構成比:%)	414 100.0	106 25.6	214 51.7	69 16.7	25 6.0	37.1
映画の半券を提示すること等によりもらえるノベルティ	(人) (構成比:%)	414 100.0	99 23.9	210 50.7	75 18.1	30 7.2	33.0
現地の人のぬくもり	(人) (構成比:%)	414 100.0	122 29.5	215 51.9	59 14.3	18 4.3	44.0

\*重要度=ぜひ必要割合+あればありがたい割合×0.5-それほど必要ではない割合×0.5-いない割合

図表 8 経済波及効果フロー

単位：百万円



総合波及効果	
生産誘発額	25,296
うち粗付加価値誘発額	14,339
うち雇用者所得誘発額	6,981
総合効果／直接効果	1.55倍

×労働力投入係数	就業者誘発効果 2,811人
家計外消費支出調整 粗付加価値誘発額 ( 13,855 )	県内GDP押し上げ効果 0.19%