

東海オンエアの聖地巡礼による愛知県岡崎市へ経済波及効果

横浜国立大学 経済学部 足立佳穂

指導教員 居城琢

1. はじめに

近年、文化的 GDP といった指標に関心が集まっている。平成 30 年度「文化行政調査研究」文化芸術の経済的社会的影響の数値評価に向けた調査研究事業によると、文化 GDP とは国内総生産内に含まれる文化産業による付加価値で、文化サテライト勘定によって算出している。これはユネスコが 2009 年に CSA のガイドラインを提示し、これを基に各国が設定を行っているため、文化として定めるための枠組みは曖昧な部分が多い。堤哲彦、伊坪徳宏、信州上田フィルムコミッション（2021）によると、文化 GDP は、創作物を対象としたもので、聖地巡礼など作品を通してその後に誘発する影響を考慮していない点からまだ不完全なものがある。そこで、私は YouTube というオープンなプラットフォームが生み出す様々な付加価値も文化的 GDP に大きく寄与しているのではないかと考えた。本研究においては、地域に密着し動画を撮り続けている且つ行政からも「観光伝道師」として任命されるなど社会的影響力も大きい東海オンエアに注目して、経済効果を定量的に示すことで、日本における文化的 GDP の可能性を検討する。

2. 聖地巡礼

聖地巡礼の定義について、河野(2015)によると、聖地巡礼とは漫画・アニメなどの熱心なファンが、自身の好きな著作物などに

縁のある土地を“聖地”と呼び、実際に訪れる現象のこととしている。

3. 東海オンエア

愛知県岡崎市を拠点に活動する 6 人組 YouTube クリエイターである。個性溢れるネタ動画を中心に様々なジャンルの動画を投稿し、人気を集めており YouTube 登録者数は 680 万人（2023 年 2 月 3 現在）、総再生回数は 100 億回を突破した。直近 1 ヶ月の平均再生回数は約 215 万回で日本を代表する You Tuber と言える。平成 28 年から現在に至るまで岡崎観光伝統師に任命されるなど活躍の幅を広げている。2023 年 10 月をもって活動 10 周年を迎え、様々なイベントを用意している。

4. 愛知県岡崎市

愛知県のほぼ中央に位置し、人口約 38 万人を擁する西三河地域の中心都市となっている。観光に力を入れており、平成 29 年に「岡崎市観光基本計画アクションプラン」を改訂し、施策の進捗状況及び施設の入込客数等を取りまとめた「岡崎市観光白書」を毎年度作成し、公開している。令和 3 年度の観光施設入れ込み客数は約 324 万人であり、令和 2 年度から 14.4%増加した。2023 年には NHK 大河ドラマ「どうする家康」の放送が開始され、岡崎市は家康の生誕の地としても有名で、主演を務める俳優の松本潤さんが岡崎市を訪れたことも話題になっ

た。大河ドラマ館がオープンするなど市を挙げて観光施策に取り組んでいる。

5. これまでの取り組み

東海オンエアと岡崎市やその他企業との取り組み事例をいくつか紹介する。

- 市内の回遊性を高める企画
メンバーの等身大パネルや東海オンエアマンホールを市内各地に設置している。設置の記念として岡崎市内の飲食店・和洋菓子店などでマンホールデザインのコースターの配布や市役所でアンケートに回答することでもらえるオフショットシールの配布などが行われた。
- 名古屋鉄道とのコラボ企画「カモン岡崎キャンペーン」(第2弾)

東海オンエアゆかりの地や岡崎グルメを満喫できるお得な切符の販売を開始。名鉄の任意駅から東岡崎駅または岡崎公園前駅までの往復割引切符にプラスしてランチや食べ歩きをテーマにした4種類の特別切符となっている。

東海オンエアと行政の関わりは両者に利点があると考え。東海オンエアは、市の施設の使用許可等の撮影協力や世間的な評価を得ることができ、岡崎市は観光伝道師として継続的に魅力を発信してもらうことができている。

6. 先行研究

アニメやライブの聖地巡礼に焦点を当てた経済波及効果分析は十六銀行(2012)のアニメ氷菓による岐阜県への波及効果や、梅本(2022)のB'z凱旋ライブが岡山県津山市に与えた経済波及効果などが見受けられた。

Oxford Economics の分析によると、YouTube のエコシステムは、2021 年において、3500 億円以上もの経済効果を日本にもたらし、10 万人分のフルタイム相当の雇用を創出した。YouTube はビジネスを拡大するためのプラットフォームとなっており地域活性化や事業構築に活用するクリエイターが増加している。ここでの直接的な経済効果は、コンテンツ所有者に還元される収益(広告をはじめ、音楽やメディア企業に支払われるロイヤリティを含む)を指す。クリエイターはコンテンツを制作するためにあたって必要な商品やサービスを購入するため、間接的な経済効果をもたらす。上記の研究は、YouTube 市場にフォーカスしており地域に与える影響については言及されていない。

7. 本研究の意義と独自性

コンテンツツーリズム、とりわけアニメに関する研究は多々ある一方で、地域に密着した You Tuber に着目した特定地域に与える、定量的な経済波及効果に関する研究は進んでいないことがわかった。

表-1 聖地巡礼の特徴

| | 目的 | 対象 | 特徴 |
|---------------------|----------------|------------|---|
| 通常の観光 | その土地で有名な建物・食など | 様々 | |
| アニメ等の聖地巡礼 | | | 個人、ファン同士でその場を楽しむ |
| 地域密着型 YouTuberの聖地巡礼 | コンテンツの追体験 | 撮影地全てが聖地対象 | YouTuberに実際に会える可能性 随時コンテンツが更新される →再訪率が高い可能性 |

岡崎市は、行政と YouTuber が緊密に連携し、地域の魅力を発信することに成功した代表例と言える。表-1 に聖地巡礼の特徴を示す。聖地巡礼の目的としてゆかりのある土地を訪れることによるコンテンツの追体験がある。一方で地域密着型 You Tuber の聖地巡礼は、アニメ等の聖地巡礼と比べて、

再訪率が高いと考える。理由は二点挙げられる。一点目に、実際に地域に YouTuber に会える可能性があるため何度も足を訪れる。二点目に、アニメ等は一度コンテンツが配信されるのみであることに対して、東海オンエアは毎日動画を更新しており、随時コンテンツが増えるので、聖地に何度も足を運ぶに動機付けになる。以上の点から、YouTuber と地域の関係に着目し、地域に対しての経済波及効果の定量的に示すことに意義があると考えた。「人」が観光資源になることで、聖地巡礼と地域活性化の可能性が大きく広がるのではないかと。

8. 研究方法

東海オンエアのファンを対象に、Google フォームを用いて市内消費額に関するアンケート調査を SNS 上で実施した。アンケート内容は、岡崎市が公表している令和 4 年度版観光白書に記載があるアンケート項目と揃え、市内での消費額を交通費、宿泊費、土産物購入費、飲食費、入館費・施設使用料・体験料に分けて実施した。加えて、訪問回数や実際にメンバーに会うことができたか等の満足度についても調査した。

これらの数値と、愛知県産業連関表（109 部門）を基に独自に作成した岡崎市の産業連関表（100 部門）を用いて、経済波及効果を算出した。産業連関表を作成するにあたり、表-2 のように繊維、自動車、有機化学工業製品、鉄鋼・粗鋼製品へと部門統合し 100 部門とした。

表-2 部門統合

| | |
|--|----------|
| 繊維工業品+衣服・その他繊維製品+化学繊維 | 繊維 |
| 乗用車+自動車部品・同附属品+その他の自動車 | 自動車 |
| 石油化学基礎製品+有機化学工業製品（石油化学系基礎製品・合成樹脂を除く。）+合成樹脂 | 有機化学工業製品 |
| 鉄鋼・粗鋼+鋼材+鋳鍛造品（鉄）+その他の鉄鋼製品 | 鉄鋼・粗鋼製品 |

岡崎市内生産産額として、愛知県統合中分類の産業連関表の産業別生産額を、総務省統計局「平成 24 年経済・センサス（活動調査）」から得られる愛知県と岡崎市の産業別従業者数の按分費をかける方式を基本とした。表-3 に示した部門については、以下のように推計した。

表-3 その他部門での算出方式

| | |
|-----------------|---|
| 011 耕種農業 | 「平成27年市町村別農業産出額」（推計）における（岡崎市産出額/愛知県産出額）の比で按分 |
| 012 畜産 | |
| 410 住宅建築 | 「平成27年建築着工統計調査」における「市区町村別、用途別工事費予定額」の住宅部門工事予定額の（岡崎市値/愛知県値）の比で按分 |
| 411 非住宅建築 | 「平成27年建築着工統計調査」における「市区町村別、用途別工事費予定額」の非住宅部門工事予定額の（岡崎市値/愛知県値）の比で按分 |
| 552 住宅賃貸料 | 「平成30年住宅・土地統計調査」における「借家の建て方（4区分）別住宅数」×「建て方（4区分）別1住宅当たり家賃」を乗じて算出した総家賃額について、（岡崎市値/愛知県値）の比で按分 |
| 553 住宅賃貸料（帰属家賃） | 「平成30年住宅・土地統計調査」における「持ち家の建て方（4区分）別住宅数」×「建て方（4区分）別1住宅当たり家賃」を乗じて算出した総家賃額について、（岡崎市値/愛知県値）の比で按分 |
| 632 研究 | 平成26年経済センサス・基礎調査における（岡崎市就業数/愛知県就業数）で按分 |
| 611 公務 | 平成26年経済センサス・基礎調査における（岡崎市就業数/愛知県就業数）で按分 |
| 681 事務用品 | 他部門の生産額合計における（岡崎市値/愛知県値）の比で按分 |
| 691 分類不明 | 他部門の生産額合計における（岡崎市値/愛知県値）の比で按分 |

岡崎市観光推進課によると、岡崎市の観光客（令和 3 年度では 3,247,795 人）についての、来訪目的の調査は行っておらず東海オンエアの聖地巡礼を目的としたファンの人数は不明だったため本研究において、以下のように推計することとする。まず、東海オンエアファンの定義は過去 1 ヶ月の平均視聴回数とした。2023 年 1 月中に配信された動画の平均視聴回数は 215 万 2000 回であったためこれをファンと定義する。（2023 年 2 月 3 日 12 時現在）次に来訪率については以下の数値を用いる。岡崎市が Twitter で東海オンエアファンを対象に行ったアンケートの回答者 8,768 人のうち、岡崎市を

来訪したことがあると答えた割合が 44.6%であった。以上から本研究において、岡崎市を訪れた東海オンエアファンは、215 万 $2000 \times 0.446 = 959792$ 人と仮定する。

9. 結果

全体で 90 件の回答を得て、そのうち 41 件のアンケートで実際に岡崎市を訪れた経験があった。以下は上記の 41 回答から得た情報である。

表-4 回答者属性

| 回答者属性 | |
|------------------|------|
| 平均訪問回数 | 2.31 |
| 滞在日数（日帰り） | 46% |
| 滞在日数（宿泊） | 54% |
| 同行者 | |
| 友人 | 51% |
| 家族 | 22% |
| 恋人 | 2% |
| 一人で参加 | 24% |
| 同行者数（回答者自身を含めない） | 1.1人 |
| 満足度に関する項目 | |
| 非常に満足している | 73% |
| やや満足している | 24% |
| どちらでもない | 2% |
| その他の項目 | |
| プライベート中のメンバーに遭遇 | 10% |
| 動画撮影中のメンバーに遭遇 | 10% |
| 遭遇できなかった | 80% |

回答者属性を表-4 に示す。回答者の匿名性を担保するため、性別や年齢、在住地域等のデータは得られなかった。岡崎市を訪れた回数は平均 2.31 回でリピーターが多いことがわかった。聖地巡礼で岡崎市を訪れた観光客のうち日帰りの割合が 46%、一泊の割合が 29%、二泊の割合が 24%となった。同行者は友人が半数で、同行者（回答者自身を含めない）は平均 1.1 人となった。メンバーに遭遇した割合（プライベート・動画撮影中間わず）は、20%で 5 人に 1 人という非常に高い割合となった。メンバーが市内の

飲食店や公園など岡崎市内を使った動画を頻繁に撮影していることが要因の一つとして考えられる。聖地巡礼の満足度を 5 段階で調査したところ、非常に満足している・やや満足しているが 97%を占め非常に高く、遭遇率の高さと合わせて平均訪問回数が 2.31 回と高い水準になっていることに繋がっていると考えられる。

表-5 来訪者消費

| 来訪者消費 | |
|---------------|---------|
| 摘要 | 金額（円） |
| 自宅から岡崎市までの交通費 | 8280.49 |
| 岡崎市内での交通費 | 3231.71 |
| 宿泊費 | 4512.20 |
| 土産物購入費 | 2951.22 |
| 飲食費 | 5134.15 |
| 入館費、施設使用料、体験料 | 1207.32 |

来訪者消費を表-5 に示す。入館費、施設使用料、体験料としては、岡崎城の入館料や南公園の遊園地（メンバーのサインが描かれた観覧車があることで知られている）を想定している。

表-6 経済波及効果計算結果

| 岡崎市観光消費経済波及効果 | |
|---------------|-------------|
| 1.需要額 | |
| 総合効果(1+2+3) | 28156000000 |
| 1)直接効果 | 20069000000 |
| 2)第1次間接効果 | 4479000000 |
| 3)第2次間接効果 | 3608000000 |
| 2.粗付加価値誘発効果 | |
| 総合効果(1+2+3) | 15441000000 |
| 1)直接効果 | 10594000000 |
| 2)第1次間接効果 | 2407000000 |
| 3)第2次間接効果 | 2440000000 |

東海オンエアファンによる岡崎市への経済波及効果の推計結果を表-6 に示す。経済波及効果の計算には、独自に作成した岡崎市産業連関表と愛知県が公開している観光用経済波及効果分析ツールを用いて算出した。聖地巡礼によって発生した直接効果は、約 200 億 6900 万円、1 次間接効果は約 44 億 7900 万円、2 次間接効果は約 36 億 800

万となり、経済波及効果の総額は約 281 億 5600 万円となった。粗付加価値誘発効果は、約 105 億 9400 万円、1 次間接効果は約 24 億 700 万円、2 次間接効果は約 24 億 4000 万となり、経済波及効果の総額は約 154 億 4100 万円となった。

10. 考察

東海オンエアのファンが聖地巡礼を行うことにより、岡崎市に約 281 億 5600 万円もの経済波及効果を及ぼした。この理由としては、東海オンエアが Youtuber として圧倒的な人気を誇っていることに加えて、継続的なコンテンツ創出による聖地巡礼の対象が日々増加している点やメンバーに遭遇する可能性が高いことが挙げられる。また岡崎という立地も東京方面、大阪方面からのアクセスが良く、比較的気軽に訪れることができることも訪問率の高さに寄与していると考えられる。

地域に関わる「人」が観光資源になることで、聖地巡礼による可能性は大きく、地域経済の活性化に繋がる。本研究が、日本における文化的 GDP や地域に密着型 YouTuber の取り組みに注目する意義を見出す一助となることを願う。

謝辞

アンケート調査の拡散に協力してくださいました、オープンチャットの管理人のりこ様へこの場を借りて御礼申し上げます。

参考文献

- 愛知県岡崎市公式サイト <https://www.city.okazaki.lg.jp/>
- 岡崎おでかけナビ [\[kanko.jp/\]\(https://www.city.okazaki.lg.jp/kanko.jp/\)](https://okazaki-</div><div data-bbox=)

- 令和 4 年度版岡崎市観光白書<速報版> (令和 3 年度年次報告書) https://www.city.okazaki.lg.jp/houdou/p036809_d/fil/2022101401.pdf
- 東海オンエア 10 周年記念サイト <https://tokaionair.jp/pages/10th-anniversary>
- 堤哲彦、伊坪徳宏、信州上田フィルムコミッション (2021)『聖地巡礼の経済波及効果を考慮した環境・社会影響評価』http://www.comm.tcu.ac.jp/itsubo-lab/research/results/files/graduation/%E3%82%A8%E3%82%B3%E3%83%97%E3%83%AD2021_%E3%83%9D%E3%82%B9%E3%82%BF%E3%83%BC%E3%80%80%E5%A0%A4.pdf
- 十六銀行 (2012)『アニメ氷菓聖地巡礼における経済波及効果』
- 梅本彩華(2022)『B'z の凱旋ライブが岡山県津山市に及ぼした経済波及効果』
- Oxford Economics(2021)『YouTube Impact Report 2021 年 日本における YouTube の経済的・社会的・文化的影響』<https://kstatic.googleusercontent.com/files/c87e5e6201889e7797298a557bb00d40c2bdc4a78d94edd7be2f0cafd3651ba1164d37b2195c2b065c0b68aaabe7d808ee37bc27ec7550aa22eca3ddd35e6c>
- 平成 30 年度「文化行政調査研究」文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価に向けた調査研究事業『日本の文化 GDP』概要版 https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/bu

- [nka_gyosei/pdf/r1393028_19.pdf](https://www.pref.aichi.jp/soshiki/toukei/io2015.html#:~:text=%E7%B5%B1%E5%90%88%E4%B8%AD%E5%88%86%E9%A1%9E%EF%BC%88109%E9%83%A8%E9%96%80%EF%BC%89%E4%BF%AE%E6%AD%A3%E7%89%88%20%5BExcel%E3%83%95%E3%82%A1%E3%82%A4%E3%83%AB%EF%BC%8F539KB%5D)
- 平成 27 年(2015)愛知県産業連関表(109 部門) <https://www.pref.aichi.jp/soshiki/toukei/io2015.html#:~:text=%E7%B5%B1%E5%90%88%E4%B8%AD%E5%88%86%E9%A1%9E%EF%BC%88109%E9%83%A8%E9%96%80%EF%BC%89%E4%BF%AE%E6%AD%A3%E7%89%88%20%5BExcel%E3%83%95%E3%82%A1%E3%82%A4%E3%83%AB%EF%BC%8F539KB%5D>
- 平成 27 年(2015)観光用経済波及効果分析ツール (109 部門) <https://www.pref.aichi.jp/soshiki/toukei/io2015.html#20220214109#:~:text=%E8%A6%B3%E5%85%89%E7%94%A8%E7%B5%8C%E6%B8%88%E6%B3%A2%E5%8F%8A%E5%8A%B9%E6%9E%9C%E5%88%86%E6%9E%90%E3%83%84%E3%83%BC%E3%83%AB%EF%BC%88109%E9%83%A8%E9%96%80%EF%BC%89%20%5BExcel%E3%83%95%E3%82%A1%E3%82%A4%E3%83%AB%EF%BC%8F1.27MB%5D>
- 平成 28 年度都道府県決算カード愛知県 https://www.soumu.go.jp/main_content/000538983.pdf
- E-stat 経済センサス-活動調査/平成 28 年経済センサス-活動調査/事業所に関する集計 産業横断的集計 都道府県結果 <https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200553&tstat=000001095895&cycle=0&tclass1=000001106235&tclass2=000001106275&tclass3=000001114496&tclass4=000001114519&tclass5val=0>
- 平成 27 年市町村別農業産出額 (推計) https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&stat_infid=000031646277
- 建築着工統計調査 https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&stat_infid=000031872472
- E-start 経済センサス-基礎調査/平成 26 年経済センサス-基礎調査/事業所に関する集計 都道府県別結果 23 愛知県 https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&stat_infid=000031333368
- 住宅・土地統計調査/平成 30 年住宅・土地統計調査/住宅及び世帯に関する基本集計 全国・都道府県・市区町村 https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&stat_infid=000031865840