



TOKAI ONAIR

岡崎市における 聖地巡礼の 経済効果

東海オンエアについて

目次

- 研究目的
- 東海オンエアとは
- 研究背景
- 研究方法
- データ
- データ、岡崎市観光白書、
東海オンエアアンケート2022 からの考察
- 結論

研究目的

- YouTuberにおける経済効果を明らかにする。
- 他の聖地巡礼と比較することにより、規模の大きさを確立する

岡崎市

- 人口 38万人
(愛知県内3位)
- 中核中枢都市
- 徳川家康が生誕した
岡崎城が観光名所として
挙げられる



東海オンエア



6人組YouTuberグループ

メンバーはてつや、りょう、しばゆー、としみつ、ゆめまる、虫眼鏡。

2013年10月15日から動画投稿を中心とする活動を開始。

・ 2024年10月

チャンネル登録者数**708**万人

・今年で11年目の古参YouTuber

・愛知県岡崎市を拠点としており、
同市の観光伝道師に任命されている

メンバー個人としても 岡崎市に様々な活動

洋菓子店

カフェ

ホテル



研究背景

元々、ドラマ「篤姫」の聖地巡礼の経済波及効果について研究していた。

「篤姫」とは、NHKで放送されていた大河ドラマであり、その舞台であった鹿児島県の観光の影響を調査した。

その結果、「篤姫」の経済波及効果は絶大な影響があったことが分かった。

その後、他の分野(アニメや映画等)での聖地巡礼による経済波及効果について分析し、比較を行った。

研究背景

聖地巡礼による経済波及効果についての研究は多いが、YouTube市場においての経済効果を調べる研究は少ない。

また、YouTube市場について研究されてる「東海オンエアの聖地巡礼による愛知県岡崎市への経済効果と聖地巡礼者の消費行動(足立・居城)」でも他の分野との比較がされておらず、優位性は明らかではなかった。

東海オンエアによる愛知県岡崎市への経済効果を研究し、他の分野での聖地巡礼の経済効果と比較する必要があると考える。

研究方法

量的研究

⇒岡崎市のアンケートと自分たちで集めた東海オンエアが好きな人をターゲットとしたアンケートに基づいて検証

参考資料:「東海オンエア×岡崎」企画アンケート2022

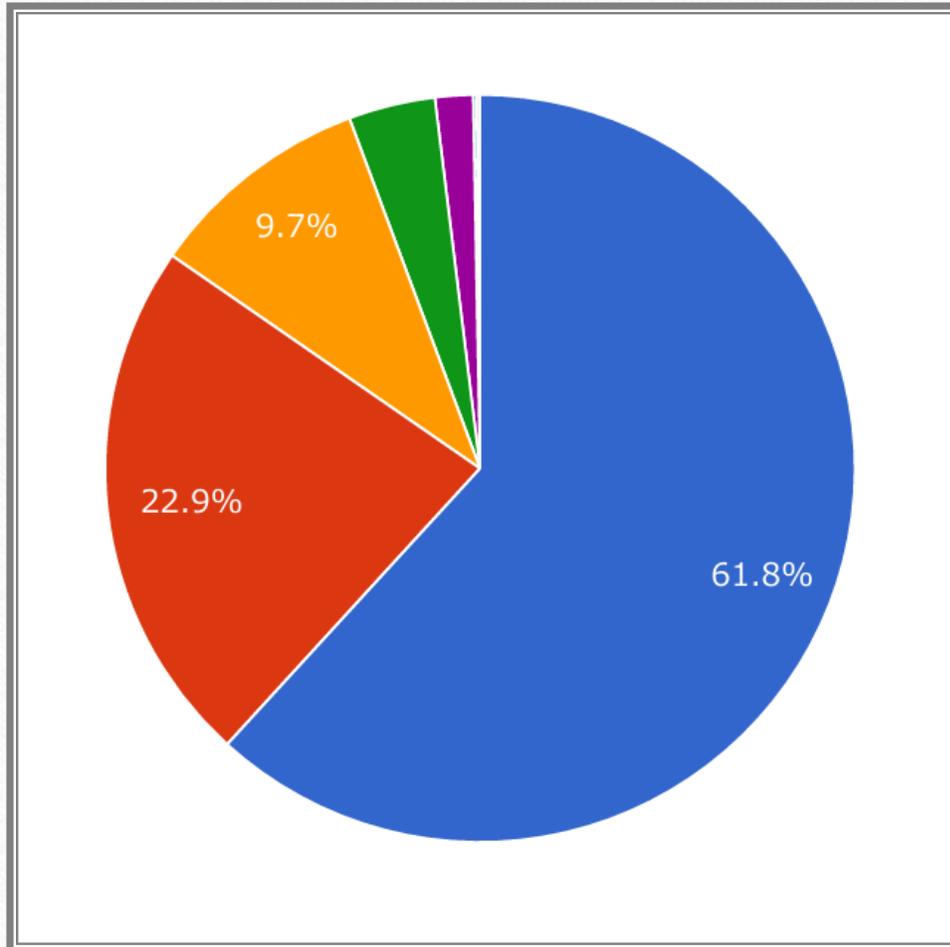
<https://www.bing.com/ck/a?!&&p=347bfd652d155df9d597d96701f4191cf6425bd264d88411c9e53960ae7654ecJmltdHM9MTczMDI0NjQwMA&p=3&ver=2&hsh=4&fclid=33620c6a-3f01-6a41-091f-1d013eb66ba3&psq=%e5%95%8f%e4%bc%9a%e3%82%aa%e3%83%b3%e3%82%a8%e3%82%a2%e3%82%a2%e3%83%b3%e3%82%b1%e3%83%bc%e3%83%88&u=a1aHR0cHM6Ly9va2F6YWtpLWthbmtvLmpwL2ltYWdlL3Jlc291cmNIL0FydGljbGUvZG9jdW1lbnQzLzUwOTE&ntb=1>

アンケート収集方法:Google フォームを用いてアンケートを行う

主に東海オンエアファンによるオープンチャット等に聞き込み

年齢

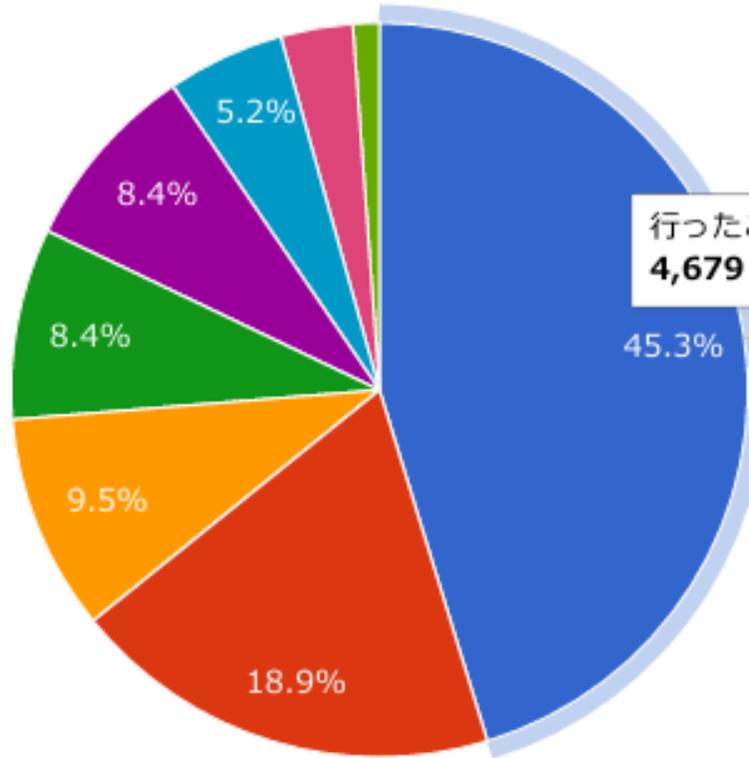
「東海オンエア×岡崎」企画アンケート2022



年代	回答者数	%
•20代	5417人	61.8%
•10代	2005人	22.9%
•30代	849人	9.7%
•40代	328人	3.7%
•50代	143人	1.6%
•60代	13人	0.1%
•9歳以下	13人	0.1%

岡崎旅行の同行者

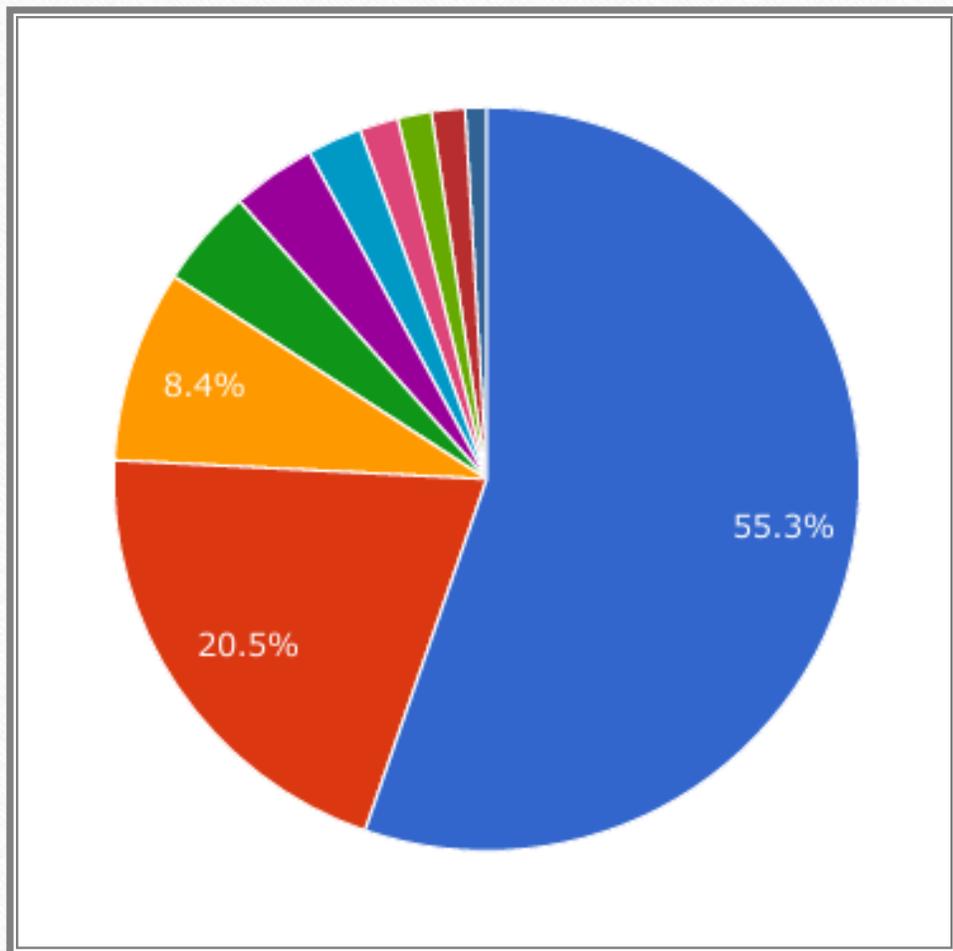
「東海オンエア×岡崎」企画アンケート2022



選択肢	回答者数	%
• 行ったことがない	4679人	45.3%
• 地元の友達と	1955人	18.9%
• 家族と	986人	9.5%
• ひとり旅	870人	8.4%
• カップルで	866人	8.4%
• 遠方の友人知人と	534人	5.2%
• 夫婦で	327人	3.2%
• 岡崎で知り合った同好の人	120人	1.2%

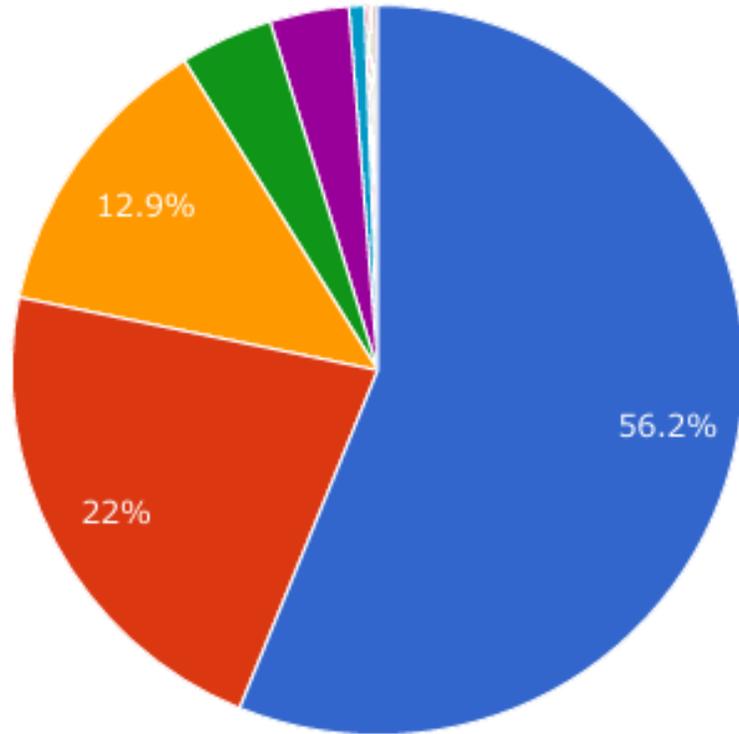
東海オンエアを目的に 岡崎に来た回数

「東海オンエア×岡崎」企画アンケート2022



•選択肢	回答者数	%
•0回	4848人	55.3%
•1回	1799人	20.5%
•2回	733人	8.4%
•3回	375人	4.3%
•岡崎在住	320人	3.6%
•6~10回	208人	2.4%
•4回	147人	1.7%
•それ以上	129人	1.5%
•5回	127人	1.4%
•11~20回	82人	0.9%

岡崎旅行1回あたりの市内宿泊数 「東海オンエア×岡崎」企画アンケート2022



選択肢	回答者数	%
• 行ったことがない	4924人	56.2%
• 0泊	1933人	22%
• 1泊	1133人	12.9%
• 2泊	361人	4.1%
• 岡崎在住	306人	3.5%
• 3泊	60人	0.7%
• 4泊	14人	0.2%
• 6～10泊	13人	0.1%
• それ以上	13人	0.1%
• 5回	8人	0.1%
• 11～20回	3人	0%

以上のアンケート結果より、

- 東海オンエアファンに向けたアンケートでは過半数が10代・20代
- 岡崎旅行1回あたりの市内宿泊数では1泊もしくは日帰りの人は1/3
- 岡崎旅行の同行者は言ったことない人を除くと、友人が一番多く、他はほぼ同じ割合だった

- 実際に岡崎市に行ったことがあるのは
約45%

⇒半数の人は岡崎市に行っていない

ただ、行ったことがある人の割合で見ると約半数が岡崎市を2回以上訪問していた

考えられる要因

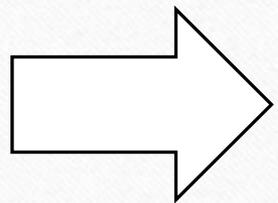
- 岡崎市に近い近隣の人が来ていたのではないか
- 岡崎観光の満足度が高かった

他にも

「東海オンエア×岡崎」企画アンケートでは
旅行一回当たりの移動費や飲食・土産代、
入場・遊具の利用金額、居住地に関しても
アンケートで質問されていた。

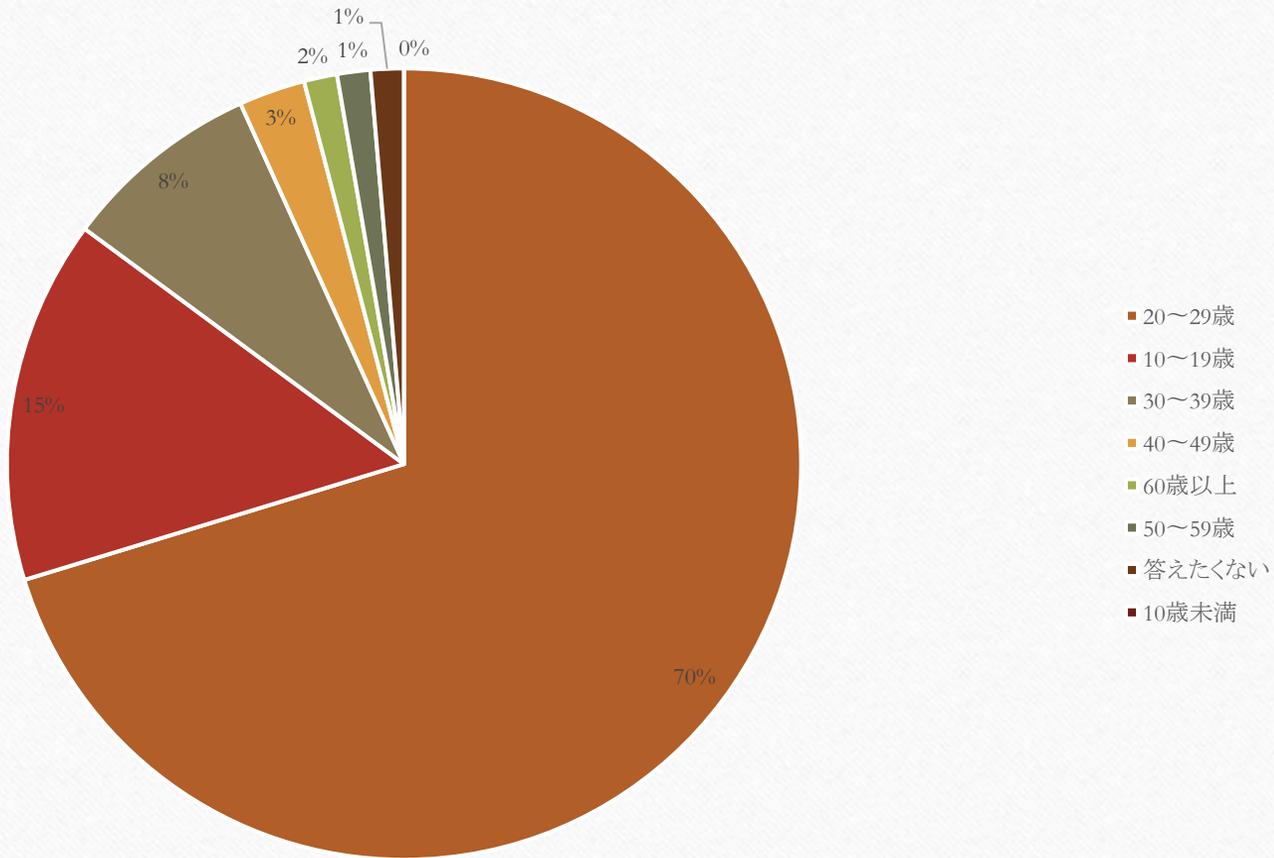
しかし、

- ・全部様々に分けてアンケートしているため一人当たりの使用金額の総額
- ・実際に観光に来た人の居住地の2点が不明



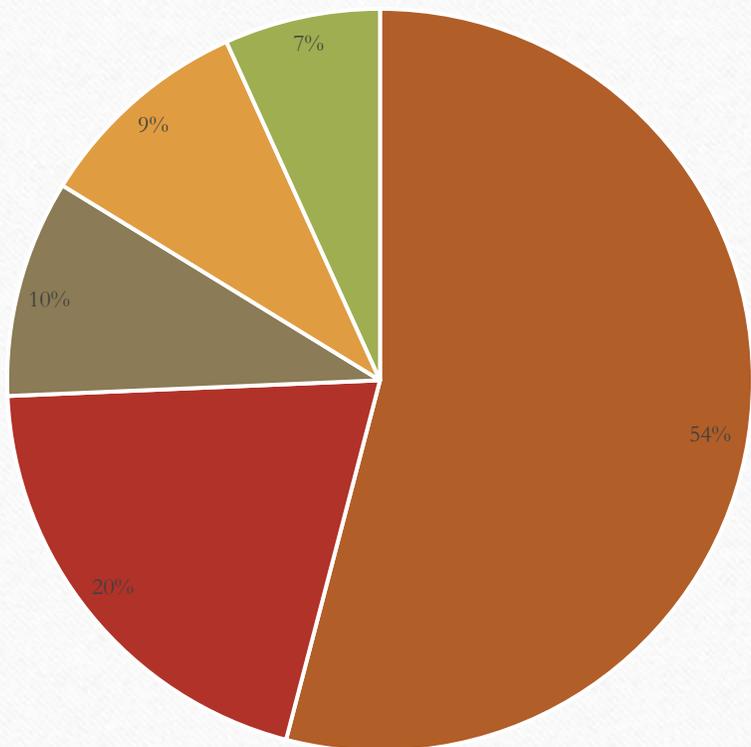
独自のアンケートで調査

年齢



年代	回答者数	%
20代	52人	70%
10代	11人	15%
30代	6人	8%
40代	2人	3%
60代	1人	2%
50代	1人	1%
答えたくない	1人	1%
10歳未満	0人	0%

岡崎観光おける同行者



- 友人
- 行ったことがない
- 一人
- 家族
- 恋人

選択肢

友人

行ったことがない

1人

家族

恋人

回答者数

40人

15人

7人

7人

5人

%

54%

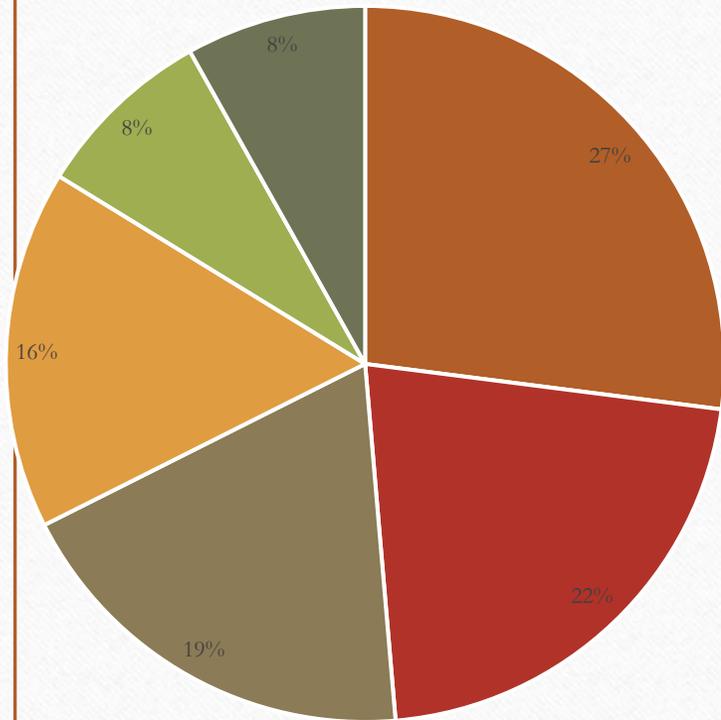
20%

10%

9%

7%

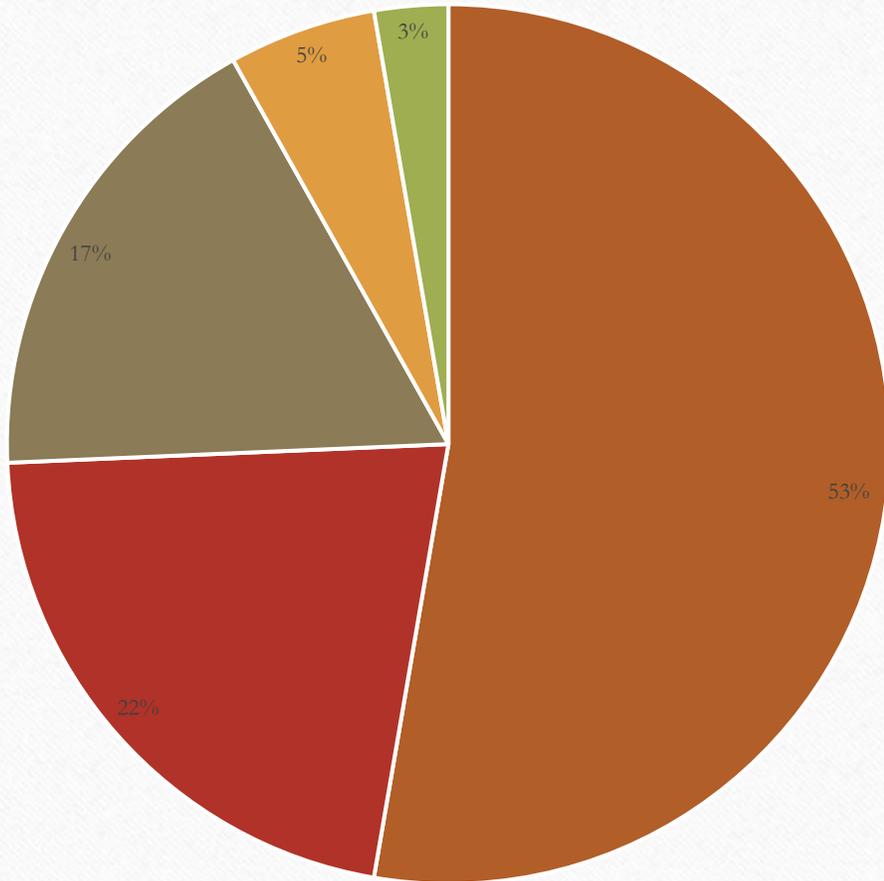
訪問回数



- 1回
- 行ったことがない
- 2回
- 10回以上
- 3回
- 4-9回

選択肢	回者者数	%
1回	20人	27%
行ったことがない	16人	22%
2回	14人	19%
10回以上	12人	16%
3回	6人	8%
4~9回	6人	8%

何泊したか



- 日帰り
- 行ったことない
- 1泊
- 2泊
- 3泊以上

選択肢

回答者数

割合

日帰り

39人

53%

行ったことない

16人

22%

1泊

13人

17%

2泊

4人

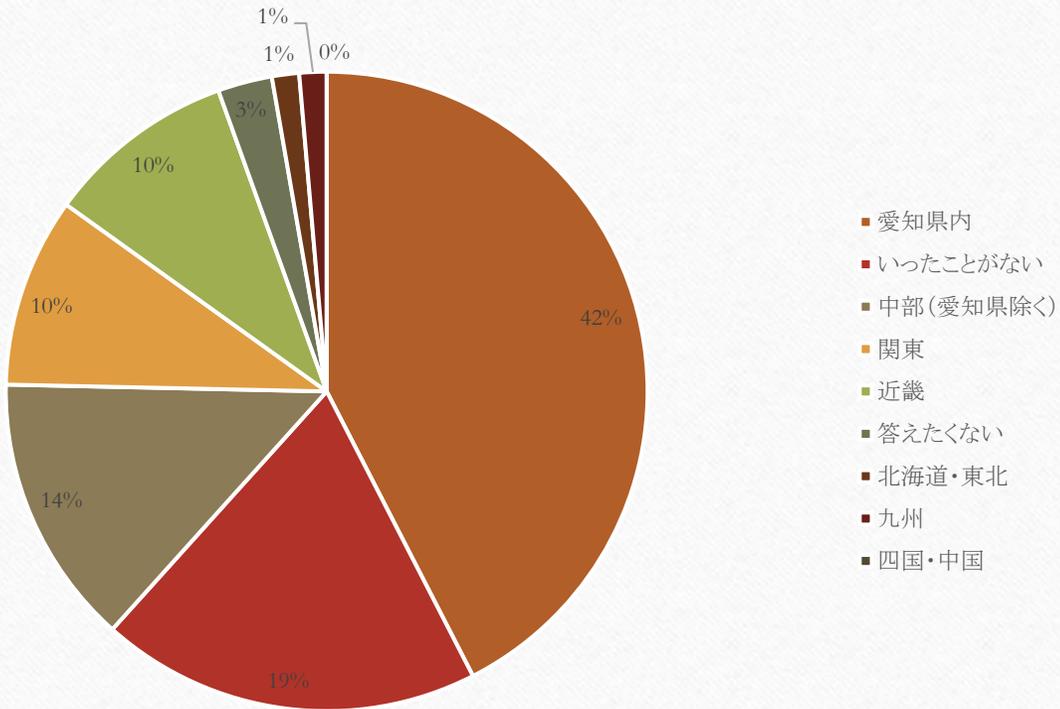
5%

3泊以上

2人

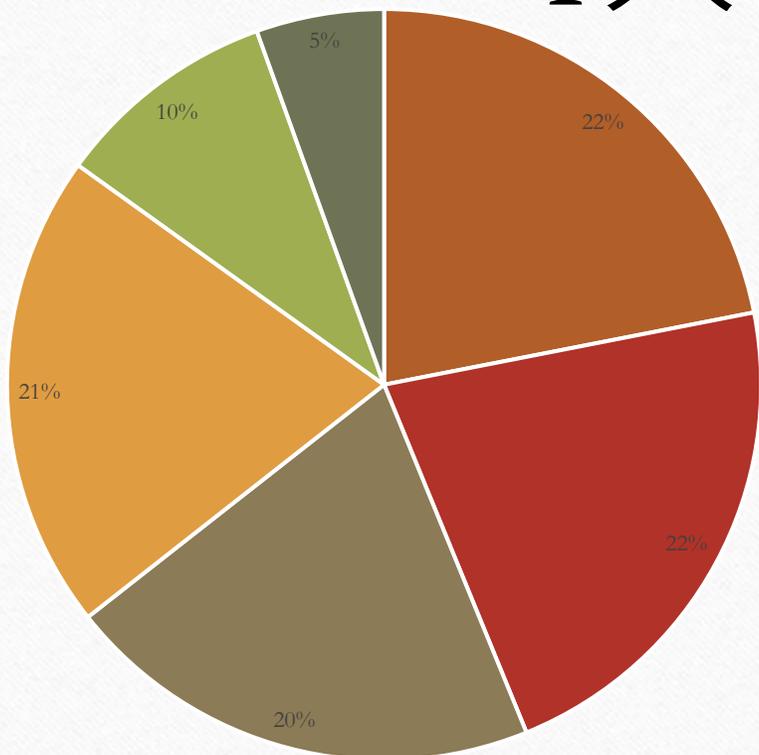
3%

どこから来訪したか



選択肢	回答者数	割合
愛知県内	31人	42%
行ったことがない	14人	19%
中部(愛知県を除く)	10人	14%
関東	7人	10%
近畿	7人	10%
北海道・東北	1人	1%
九州	1人	1%
四国・中国	0人	0%
答えたくない	2人	3%

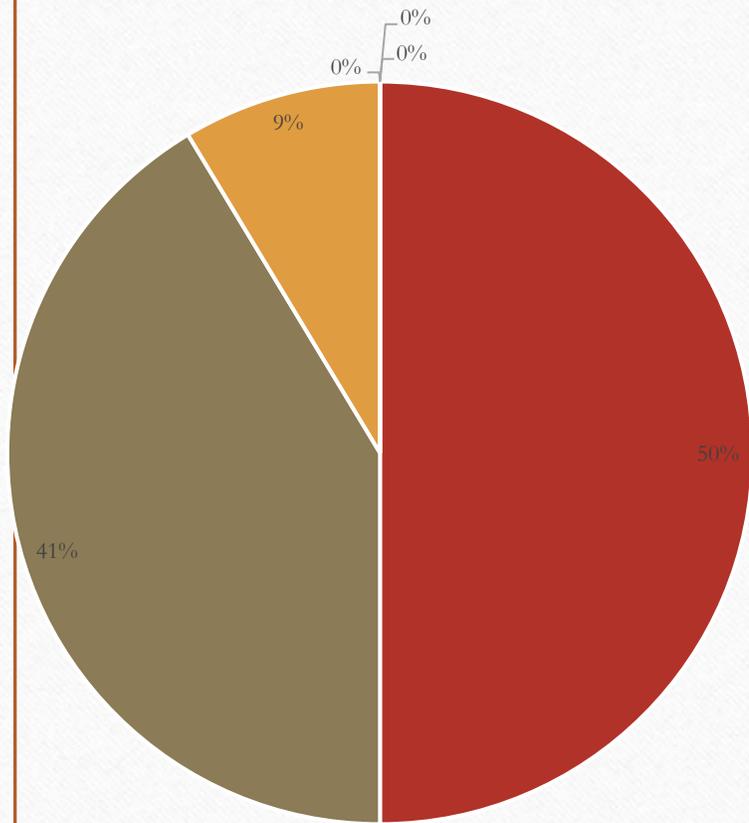
岡崎市旅行における 1人当たりの使用金額



- 1000~4999円
- 5000~9999円
- 10000~29999円
- 行ったことがない
- 3万円以上
- 0~999円

選択肢	回答者数	%
1000円~4999円	16人	22%
5000円~9999円	16人	22%
10000円~29999円	15人	20%
行ったことがない	15人	21%
30000円以上	7人	10%
0円~999円	4人	5%

岡崎観光における満足度

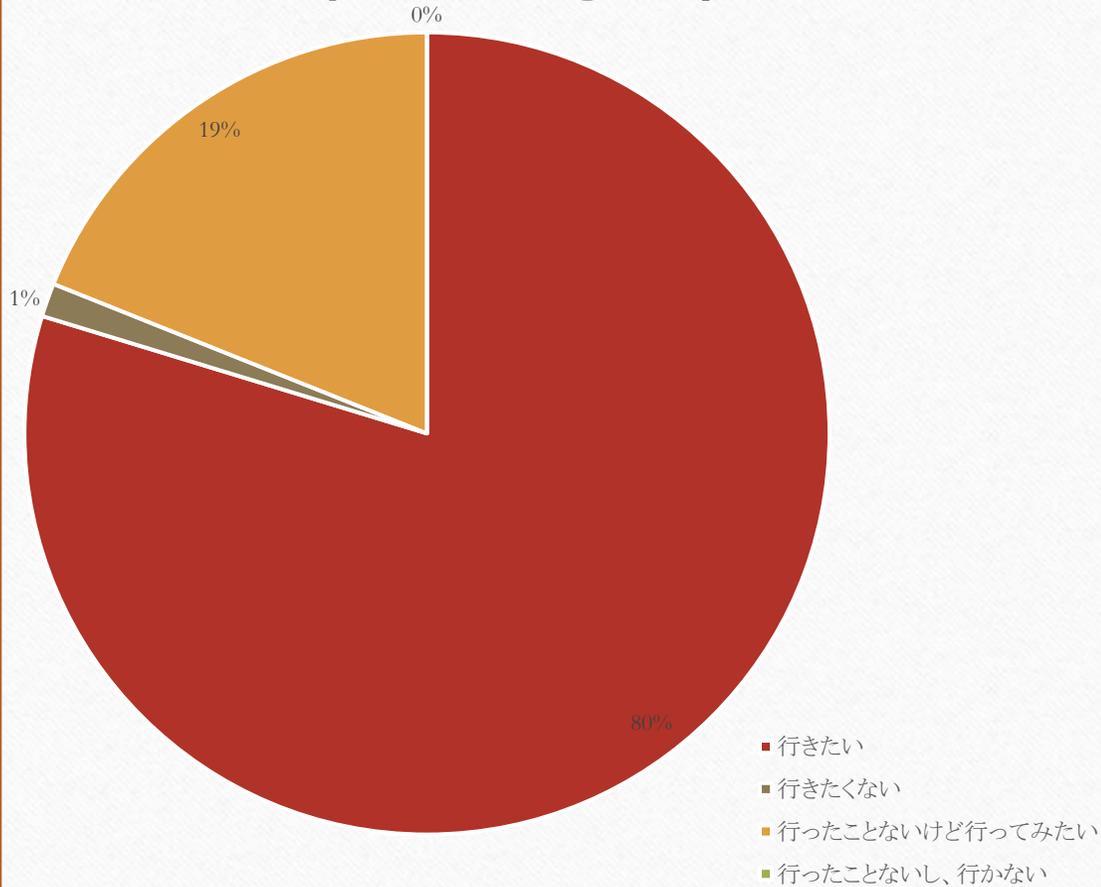


- 5(とても満足)
- 4(満足)
- 3(普通)
- 2(少し不満)
- 1(不満)

選択肢
とても満足
満足
普通
少し不満
不満

回答者数	%
29人	50%
24人	41%
5人	9%
0人	0%
0人	0%

岡崎市にまた行きたいか



選択肢	回答者数	%
行きたい	59人	80%
行きたくない	1人	1%
行ってみたい	14人	19%
行かない	0人	0%

アンケート結果

アンケート結果より、年齢層や、誰とくるかといった質問は岡崎市のアンケート結果と共通点が多くみられた。

⇒ 信憑性が高いのではないかと考察

以上の点から、2回以上訪問した人が過半数であった理由としては予想通り一つ目は近隣に在住している人が多かったことと岡崎観光の満足度が非常に高かったことが考えられる。

また、来訪されていない方も行ってみたいという意見が多く占められている要因ではないだろうか。

そして観光で一人あたりに使った総額は、

平均 約10431円

経済効果を調べる際の計算式

総支出額(平均出額 × 来訪者数) × 経済波及効果(乗数効果)

平均支出額 = 10431円

聖地巡礼による来訪者数の仮定(想定聖地巡礼者数)

191万(2024年10月の平均視聴回数) × 0.446(岡崎市のアンケートに答えた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%) = 851860(人)

乗数効果

乗数は主に経済波及効果を観光消費額で割ることが求められる。
一般的には(1.1~1.3が下限値、1.5~2.0が平均値、2.0~3.0以上が上限とされる)

まず岡崎市は大河ドラマ「どうする家康」による経済波及効果では、観光消費額が83億円から最終的に約110億円に増えると試算されていることから、
 $110 \div 83 = 1.3$ が乗数であると考えられる。

また、来訪者のアンケートによると主に東海オンエアのオフィシャルストアや飲食店、メンバー個人で経営している店舗、また身近な存在の店舗で消費されていた方が多かったため、あまり他の産業活動を活性化したものではないと考察する。
よって乗数効果は1.3と仮定する。

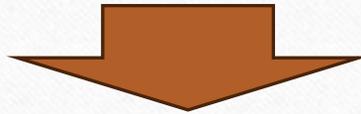
$$10431 \text{円} \times 851860 \text{(人)} \times 1.3 = 11,551,477,158 \text{(円)}$$

約115.5億円の経済効果

結論

他の研究結果から (6da08e087c15e9674eaf24dc3a046f8abfdefbb0.pdf参照)

アニメ映画「ルドルフイッパイアッテナ」、「君の名は。」、「聲のと形」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



- アニメに加えて、どうする家康など視聴率11%を超え、推定視聴人数約1300万人を超える大河ドラマの経済効果に匹敵する経済効果を「YouTuber」が発揮することができると考える。
→ (製作者無しで) 何もないところから観光名所を創造できる点で「優位性」が見込める

結論

日本全土の課題として、「インバウンド」への対応がある。
→アニメ・歴史系は海外からも注目度が高く、
外国人観光客の誘致が見込める。

一方、「YouTube」は国の枠に収まっていると考えるため、
海外まで影響を与えるのは困難



各自治体が外国人観光客に対する政策を策定することが想像できる。

→国内の手薄になった観光市場が東海オンエアのような「YouTube」が補完し
「インバウンド」と合わせて内外からの経済効果が見込める。

今後の課題

- 自分たちの研究では直接的な経済効果しか求められていなかったため、岡崎市における経済以外の他の産業にどう影響を与えているかを調べたい
- 比較に使ったアニメの聖地巡礼による直接効果を自分たちで研究していきたい

参考文献

「東海オンエア×岡崎」企画アンケート2022

<https://www.bing.com/ck/a?!&&p=347bfd652d155df9d597d96701f4191cf6425bd264d88411c9e53960ae7654ecJmltdHM9MTczMDI0NjQwMA&ptn=3&ver=2&hsh=4&fclid=33620c6a-3f01-6a41-091f-1d013eb66ba3&psq=%e5%95%8f%e4%bc%9a%e3%82%aa%e3%83%b3%e3%82%a8%e3%82%a2%e3%82%a2%e3%83%b3%e3%82%b1%e3%83%bc%e3%83%88&u=a1aHR0cHM6Ly9va2F6YWtpLWthbmtvLmpwL2ltYWdlL3Jlc291cmNIL0FydGljbGUvZG9jdW1lbnQzLzUwOTE&ntb=1>

東海オンエアの聖地巡礼による愛知県岡崎市への経済波及効果と 聖地巡礼者の消費行動分析
横浜国立大学 経済学部 足立佳穂 指導教員 居城 琢

<https://www.bing.com/ck/a?!&&p=4b9b5b7436082f89d92437a1f0d7bffc75be7f36e4844dd80118e1e70ffa00f7JmltdHM9MTczMDMzMjgwMA&ptn=3&ver=2&hsh=4&fclid=33620c6a-3f01-6a41-091f-1d013eb66ba3&psq=%e6%a8%aa%e5%9b%bd%e3%80%80%e6%9d%b1%e6%b5%b7%e3%82%aa%e3%83%b3%e3%82%a8%e3%82%a2&u=a1aHR0cHM6Ly95bnUucmVwby5uaWkuYWManAvcmVjb3JkLzIwMDAzODMvZmlsZXNmMjAyM18yLTUucGRm&ntb=1>

岐阜県ゆかりのアニメ3作品の聖地巡礼による経済波及効果
6da08e087c15e9674eaf24dc3a046f8abfdefbb0.pdf

「どうする家康」視聴率一覧表&グラフ推移【速報】歴代大河ドラマと比較 | ドラマの噂話

<https://drama-uwasa.com/ieyasu-shichouritsu/>

「視聴率1%は何人？」ビデオリサーチが解説 視聴率基本の『キ』 | VR Digest plus メディアとビジネスのミライを見つめる。 | ビデオリサーチ

<https://www.videor.co.jp/digestplus/article/80437.html#:~:text=全国の自家用TV所有推計人口は、116%2C143千人なので1%につき%20116.1万人%20が観ていると推計されます。%20全国視聴率をもとに推計する視聴人数の捉え方は大きく2つに分けられます。、それは、%20「平均視聴人数」%20と%20「到達人数」%20です。>

ご清聴ありがとうございました
