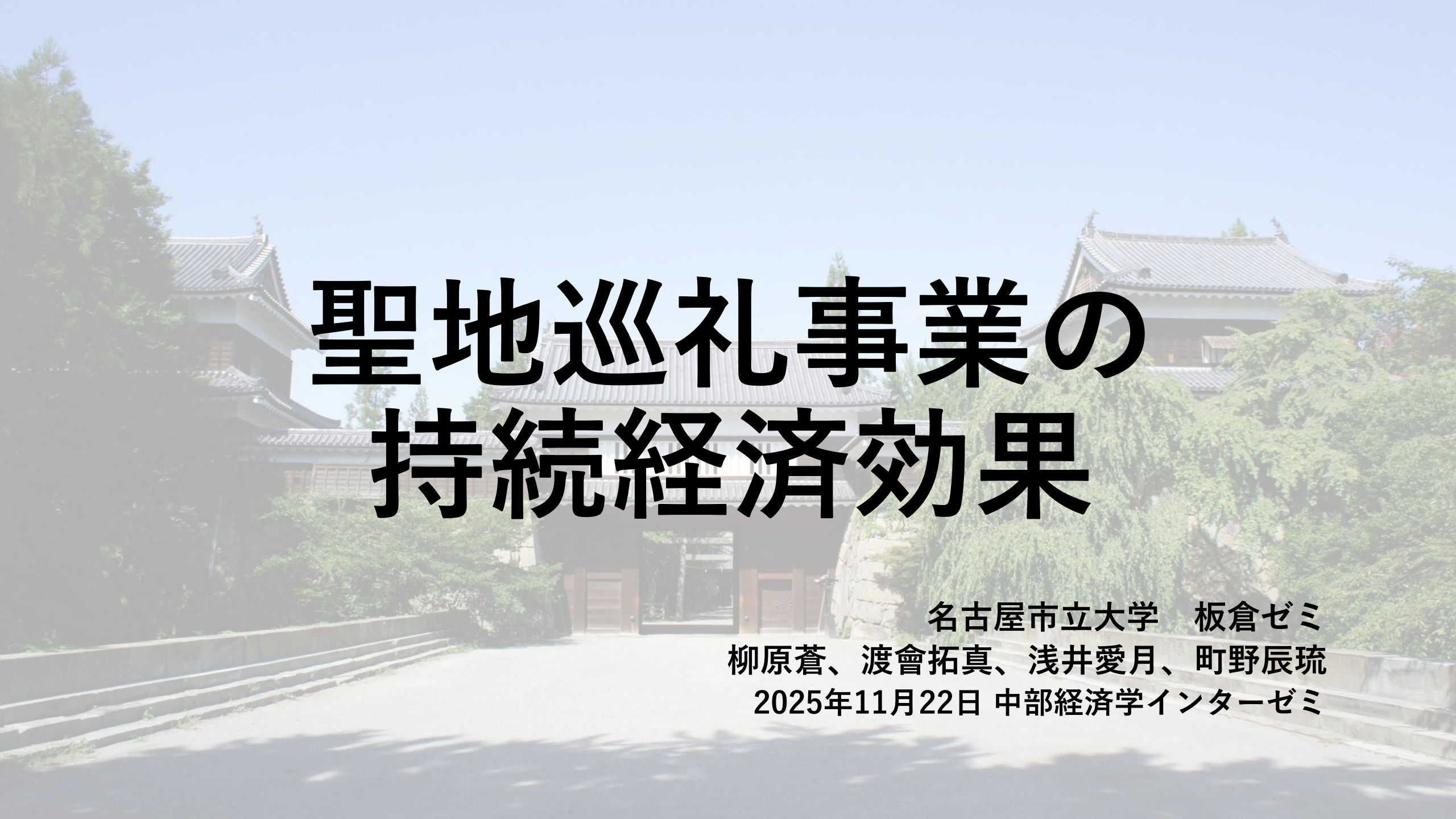




聖地巡礼事業の 持続経済効果

名古屋市立大学 板倉ゼミ
柳原蒼、渡會拓真、浅井愛月、町野辰琉
2025年11月22日 中部経済学インターゼミ

目次

- 01 研究の背景
 - ーコンテンツツーリズムについて
- 02 現状分析
 - ー日本の観光の現状
 - ー課題
- 03 サマーウォーズについて
- 04 分析
- 05 実案
 - ー今後の展望
 - ー留意点

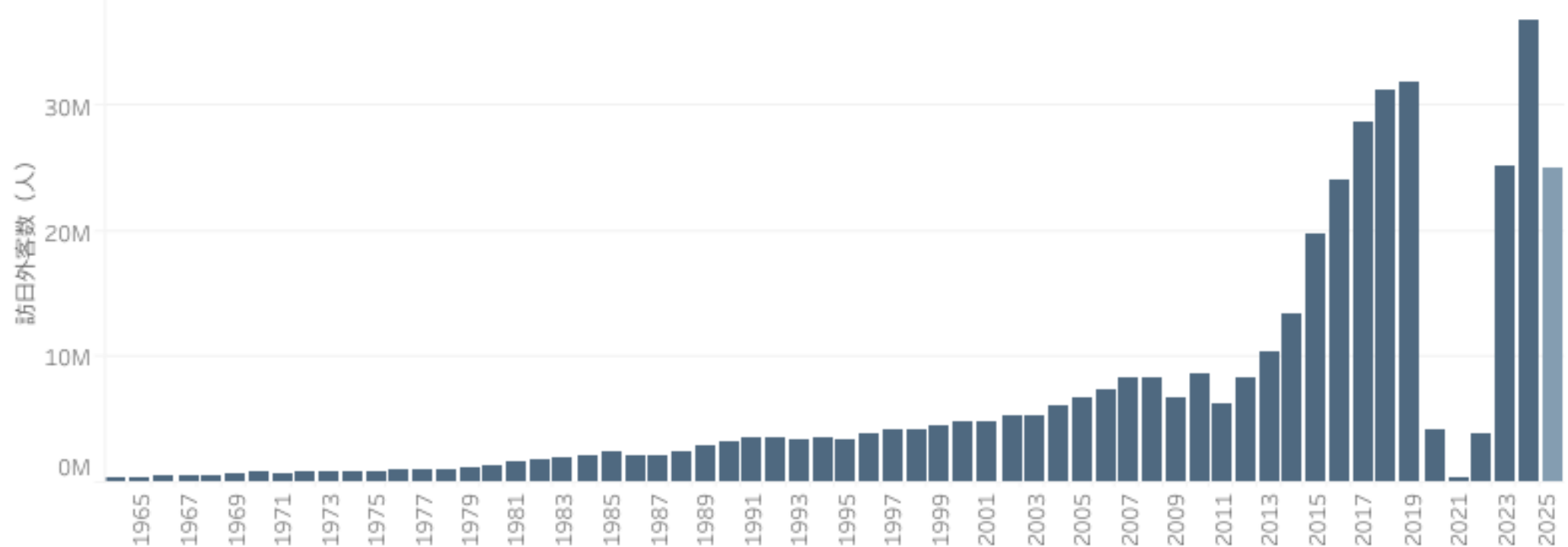
01 研究の背景

オーバーツーリズム

世界観光機関（UNWTO）の定義

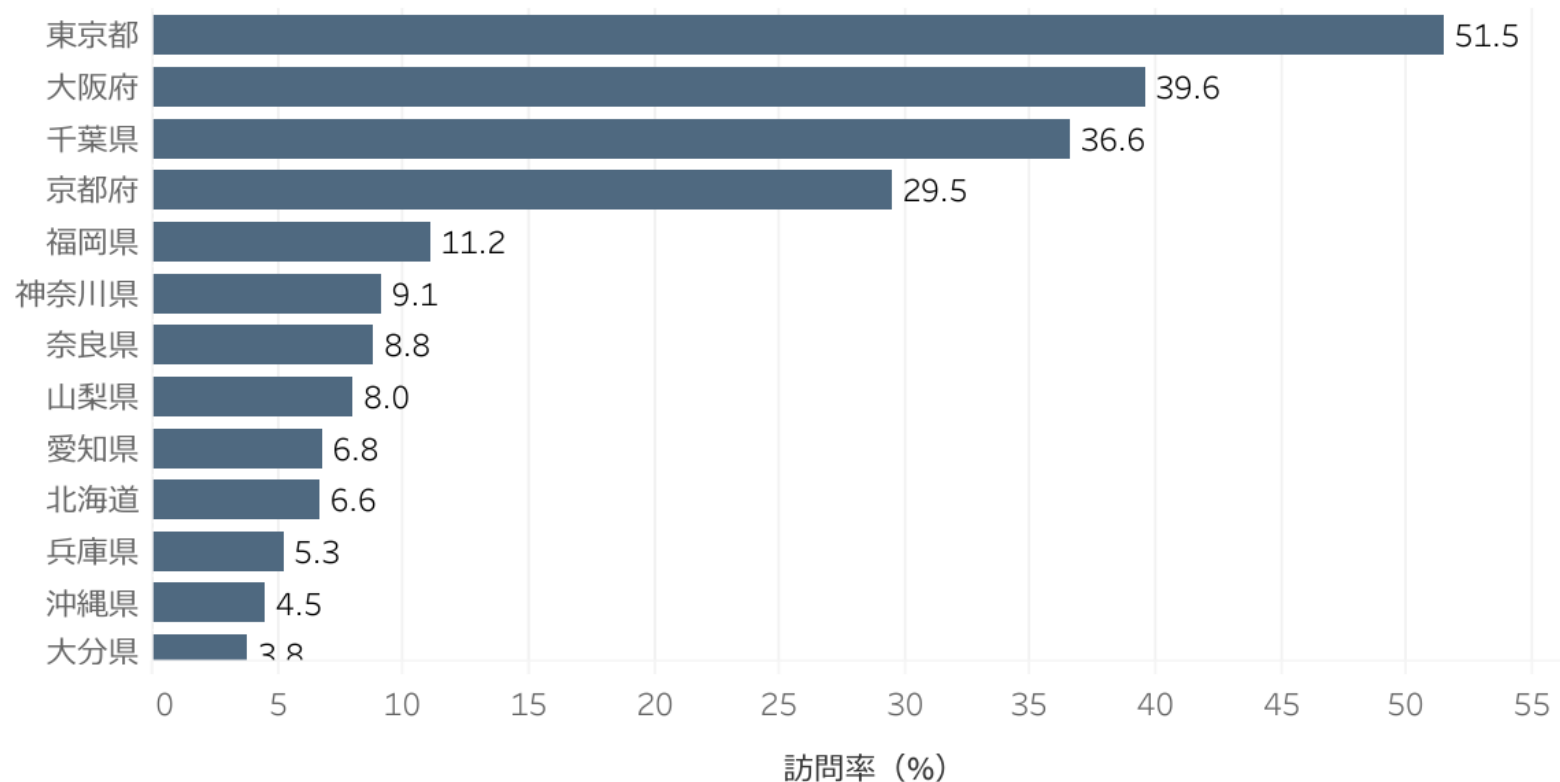
過度な観光地化によって、地元住民の生活や自然環境、観光客自身に悪影響を及ぼす状況

訪日外客数の推移



研究の背景

2024年 都道府県別訪問率ランキング



日本政府観光局 (JNTO) (2025) 『都道府県別訪問率ランキング』

課題

観光客の都市部集中

改善案

コンテンツツーリズム

コンテンツツーツーリズム

「コンテンツを通じて醸成された地域固有のイメージ」として

「物語性」

「テーマ性」

を地域に付加し、その物語性を観光資源として活用すること

02 現状分析

日本のアニメや映画などのコンテンツへの需要は増加

- 2024年のアニメ制作市場は**3621億円**(過去最高)
- ストリーミングによる **55億ドル**、マーチャンダイジング売上からの **143億ドル** を含む、世界総収益で **198億ドル** という収益
- コンテンツ制作から配信、商品化、ライブイベントまでを含む広義の市場規模は、2023年に過去最高の**約3.3兆円**を記録
- 国内市場の**約1.6兆円**に対し、海外市場は**約1.7兆円**と、初めて海外が国内を上回る結果
- 狭義の、アニメ制作会社の売上額で見る市場規模も、2022年には**約4,272億円**と**前年比125.4%増**

訪日外国人観光客の増加

- インバウンド観光客のうち聖地巡礼者は **115万人(2016年)** から **299万人(2024年)**
- アニメ関連作品消費額は **356億円(2016年)** から **543億円(2024年)**
- 潜在的聖地巡礼者数は **264万人(2016年)** から **435万人(2024年)**

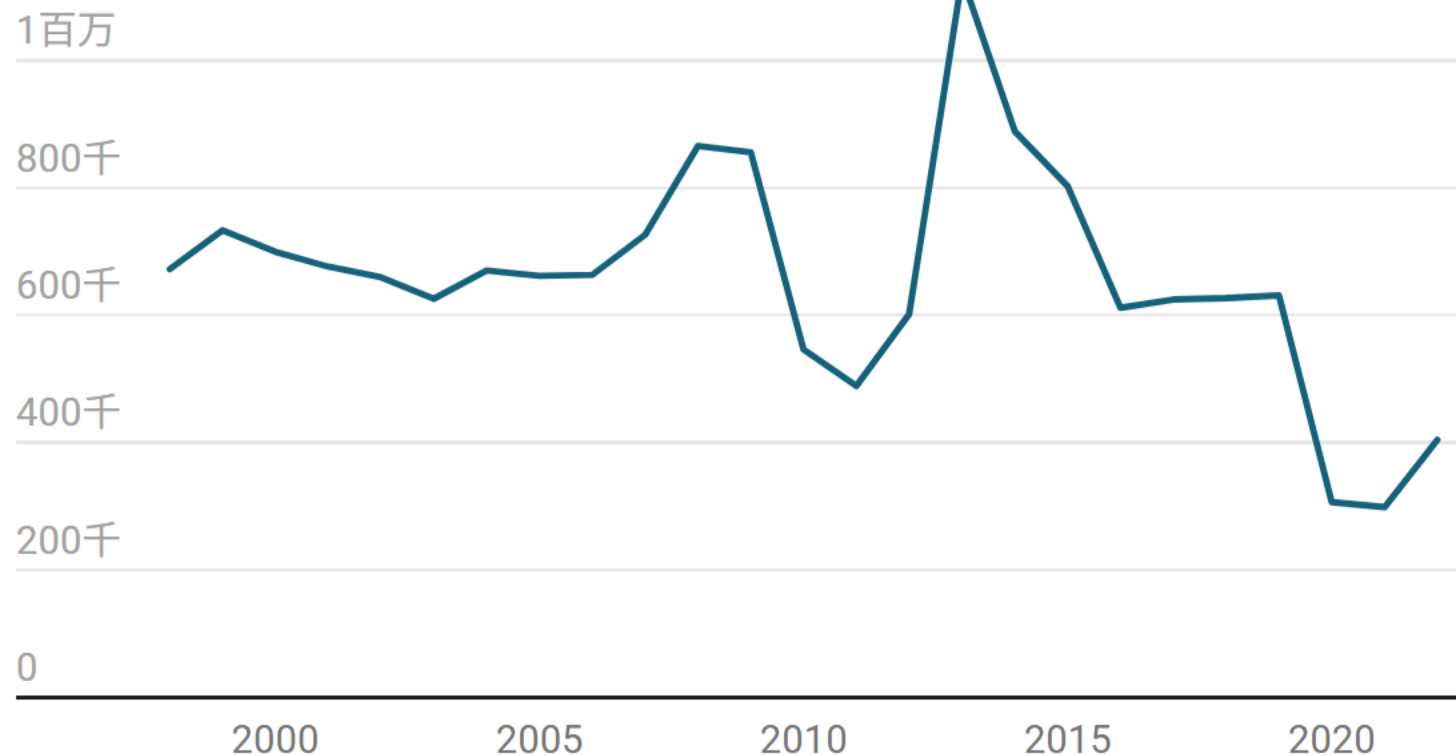
課題①一過性

岩手県久慈市

2013年4月1日から9月28日まで放送されたNHK連続テレビ小説「あまちゃん」の舞台

- ・ 放送された2013年に観光客数が大きく増加
- ・ その後3年で放送前の水準まで戻っている

久慈市の観光客数の推移



岩手県『観光統計（各年）』より作成

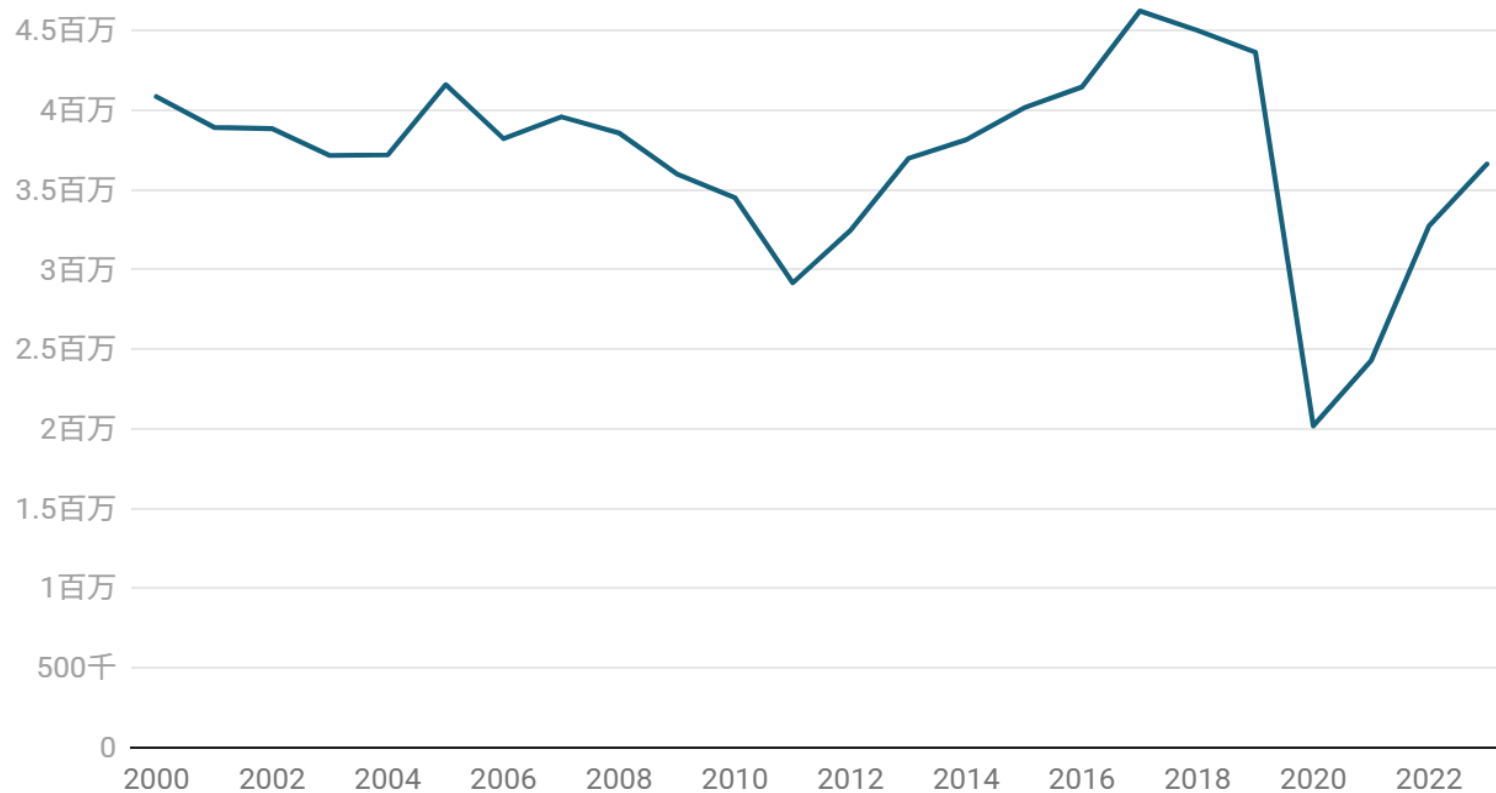
課題①一過性

静岡県沼津市

2016年から2017年に放送されたアニメ「ラブライブ！サンシャイン!!」の聖地

- ・ 放送された2016年に観光客数が増加
- ・ その後3年徐々に低下した後、コロナで激減

沼津市の観光客数の推移



静岡県『静岡県における観光交流の動向(各年)』より作成

課題②マナー問題

- ・ **スラムダンク**

神奈川県鎌倉市

車道での撮影、ゴミのポイ捨てなど。

警察への通報が寄せられる。



出典:photoAC「神奈川県鎌倉市 鎌倉高校前 踏切」

- ・ **ぼっち・ざ・ろっく！**

下北沢

多くの人を訪れ、モデルとなったライブハウス前で機材搬入出の妨げなど。

公式サイトにて注意喚起が何度も行われる。

03

サマーウォーズ

サマーウォーズとは

2009年公開

細田守監督初の長編アニメーション作品

興行収入16.5億円

長野県上田市が舞台

インターネット上の**仮想世界(OZ)**とリンクする世界

国内外で多くの賞を受賞

OZとは

『サマーウォーズ』に登場する仮想世界

多機能なオンラインプラットフォーム

リアル社会と密接に関係

ユーザー同士の交流空間

多彩なアバター表現

細田守について

日本のアニメーション映画監督

東映アニメーションに入社

家族・絆・成長・デジタル社会をテーマにした作風

『時をかける少女』で監督としての地位確立

『サマーウォーズ』で幅広い層からの支持

11月21日に新作『果てしなきスカーレット』公開

なぜサマーウォーズ？

- 作品、監督どちらも根強い人気がある
- 「ループ型行動」が見込める

細田守監督は数年ごとに新作を公開

⇒それに合わせて過去作品の需要が高まる

⇒過去作品の聖地に興味を持つ

- 都市部への観光客の集中解消

➡オーバーツーリズム、一過性の解決



04 分析

モデルの説明

$$y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

(y : visitors β_0 : 切片 β_1, β_2 : 係数 X_1 : event X_2 : trend ε : 誤差項)

- ・ visitors : 上田市の観光地の延利用者数 ※ 長野県観光関連統計 観光地利用者統計調査より
- ・ trend : Googleトレンドの検索数
- ・ event : サマーウォーズ関連の新規イベント開催ダミー (開催 : 1 非開催 : 0)

データ

年	観光地利用者数	新規イベント	Google 検索数
2008	5,860,000		50
2009	6,373,000		118
2010	6,352,000	○	102
2011	6,150,000		67
2012	6,557,000		163
2013	6,314,000		100
2014	6,145,000		71
2015	6,996,000		250
2016	8,619,000	○	113

年	観光地利用者数	新規イベント	Google 検索数
2017	7,503,000		50
2018	7,195,000	○	50
2019	7,254,000	○	7
2020	4,027,000		3
2021	4,085,000		35
2022	5,807,000		208
2023	6,470,000		99
2024	6,564,000	○	87

※ **新規イベント** ⇒ ファン交流会など初開催以降ほぼ毎年実施しているものは**初開催**した年のみ計上

分析

結果

lm(formula = visitors ~ event + trend, data = data)

Min	1Q	Median	3Q	Max
-1460247	-342447	178632	339898	1833602

	Estimate	Std.Error	t value	Pr(> t)	
(Intercept)	5373147	452038	11.887	1.06E-08	***
event	1361789	505230	2.695	0.0174	*
trend	6433	3599	1.787	0.0955	.

codes:	***	0.001	**	0.01	*	0.05	.	0.1
--------	-----	-------	----	------	---	------	---	-----

新規イベント開催は**5%**有意、Googleトレンド検索数は**10%**有意で棄却するため統計的に有意である。

どちらも係数が正の値であることから**正の相関**がある。

05 実案

『OZ QUEST』の開発

OZ QUESTとは

映画『サマーウォーズ』の舞台である長野県上田市を中心に
県内各地にAR技術を活用したデジタル観光スポットを設置し
現実と仮想空間“OZ”を融合させた新たな観光体験を創出する
プロジェクト

映画の聖地を中心にARスタンプラリーを展開し
観光客が楽しみながら地域を周遊できる仕組みを構築することで
観光客数の増加・商店街の活性化・地域経済の循環を目指す。

ARについて

ARとは「Augmented Reality（拡張現実）」の略称
XR（Cross Reality）と呼ばれる先端技術の一つ

目で見ている光景にCG映像などが合成され
あたかも実在するように見える技術



昨今のARイベントの実績

ポケモンGOのイベント(札幌、2022)での成果

- 6,550万ドルの地域経済効果総額
- 55,000人の参加者、約84%が開催都市外から参加
- 訪問者の平均支出額は 615ドル
- 一人あたりの平均探索距離は約12km



施策内容

チェックポイント設置

- 聖地および主要観光地にARスポットを設置
- その場所に関するARナレーションや解説
- ミッションの合同解決といった体験

チェックポイント設置候補地（案）

地点	位置づけ・内容
上田駅	入口スポット。OZアバターが観光客を出迎え、ツアー開始演出。
上田城跡公園	栄おばあちゃんの家モデル地。AR再現＋フォトスポット。
海野町商店街	AR提携店舗多数。商品紹介・デジタル商品券配布拠点。
松本城	歴史×OZの融合演出。武将キャラと記念撮影。
美ヶ原高原	空とOZが繋がるAR演出。OZ空間ゲートの再現。
諏訪湖	水上にOZ映像を投影するAR演出（夜間ライトアップ連動）。
安曇野わさび農場	農業×デジタルの融合体験。OZキャラが収穫を案内。

施策内容

達成特典

- オリジナルキャラクターボイス（限定音声）
- デジタル壁紙やARアバター配布
- 商店街や提携店舗で使用できるデジタル商品券

施策内容

商店街とのコラボレーション

- 上田市・海野町商店街を中心に、各店舗に「ARマーカー」設置
- 映画キャラクターによる「おすすめ商品紹介」
- 購入者に限定スタンプやAR特典配布

施策内容

年間イベントの開催

- 特別イベント「ラブマシーン襲来！」
- 夏：「OZ×上田わっしょい」とのコラボ祭り
- 冬：「OZイルミネーション」イベント



施策内容

ゲームアプリの開発

- OZ内でのアバター作成
- 花札、格闘ゲーム、チャット機能などの追加
- 「観光×エンタメ×デジタル」を創出する



施策内容

期待される効果

- 観光客の回遊促進
- 地域ブランドの強化
- 商店街・地元企業の売上増加
- 観光DXの推進
- リピーター創出
- ファンコミュニティの形成

施策内容

商店街との連携のため提供できる価値

- 複数店舗の回遊を促進
- ARという先進技術の導入により新しい街の魅力を発信
- 顧客データの採集

今後の展望

デジタルと現地体験のさらなる促進

- VR（仮想現実）やMR（複合現実）など新技術の導入
- 地元企業による限定グッズ販売やコラボカフェの展開

今後の展望

持続可能な観光への発展

- 観光客の移動データをもとに混雑分散や環境配慮型ルート設計
- 地域住民との協働で生まれる次世代人材の育成・地域愛の醸成

留意点

通信環境整備
の必要性

メンテナンス
と更新

開発・運用コ
ストの確保

参考文献

- ・ 日本政府観光局（JNTO）（2025）『訪日外客数の推移』

<https://statistics.jnto.go.jp/graph/#graph--inbound--travelers--transition>

- ・ 日本政府観光局（JNTO）（2025）『都道府県別訪問率ランキング』

<https://statistics.jnto.go.jp/graph/#graph--inbound--prefecture--ranking>

- ・ 国土交通省総合政策局観光地域振興課・経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課・文化庁文化部芸術文化課.
『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査 報告書』, 2005-03

- ・ 静岡県（2000–2023）『静岡県における観光交流の動向（各年版）』

<https://www.pref.shizuoka.jp/kankosports/kanko/kankoseisaku/1040866/1050979.html>

- ・ 岩手県（1998–2024）『観光統計（各年度版）』

<https://www.pref.iwate.jp/sangyoukoyou/kankou/toukei/1065714/1076348.html>

- ・ 産経ニュース「車道で撮影、私有地侵入…スラムダンク “聖地” 鎌倉オーバーツーリズム」 2023-07-15

<https://www.sankei.com/article/20230715-5K3OEKIOT5PCPIPNI5SEHXO5Y/>

- ・ スポニチアネックス取材班「アニメ『ぼっち・ざ・ろっく！』“聖地巡礼”で迷惑行為が多発…公式がファンへ注意喚起」, 2023-05-10

<https://www.sponichi.co.jp/entertainment/news/2023/05/10/articles/20230510s00041000163000c.html>

- ・ 中村忠司.『コンテンツが誘発する旅行者行動と観光の持続性に関する研究ーテレビドラマと観光を中心にー』

https://researchmap.jp/ta-nakamura/published_papers/18306328/attachment_file.pdf

参考文献

- Niantic 『Pokemon GO Live Events Contribute Over \$300M to Local City Economies in 2022』

https://nianticlabs.com/news/pgo-economic-impact?hl=en&utm_source=chatgpt.com

- 長野県観光関連統計 観光地利用者統計調査

<https://www.pref.nagano.lg.jp/kankoki/sangyo/kanko/toukei/riyousya.html>

- Handjaja, R. (2023年10月25日). Anime tourism grows as visitors return to Japan. *Animenomics (Substack)*

<https://news.animenomics.com/p/anime-tourism-grows-as-visitors-return>

- Swift, R. (2024年10月16日). Japan visitors spent \$39 billion through September, breaking annual record. *Reuters*.

<https://www.reuters.com/world/japan/japan-visitors-spent-39-bln-through-september-breaking-annual-record-2024-10-16>

- Parrot Analytics. (2024年12月19日). Japanese anime captured \$19.8 billion in 2023 global revenue, cementing Japan's role as a global entertainment leader.

<https://www.parrotanalytics.com/announcements/japanese-anime-captured-dollar198-billion-in-2023-global-revenue-cementing-japans-role-as-a-global-entertainment-leader>