

大河ドラマ「慶喜」経済波及効果

NHKでは、平成10年1月から大河ドラマ「徳川慶喜」（原作「最後の将軍」司馬遼太郎）を放映することになった（3月17日発表）。

たかがドラマ放映というなかれ。他県の事例では、放映期間中に観光客が増加したり、県のイメージが高まったなどの調査結果が報告されている。

常陽アークでは、水戸市中心市街地の活性化調査や茨城県のイメージアップ調査に関わっていて、文化・イベントによるまちづくりが、まちの活性化につながるし、イメージアップにもつながることを確認できた。しかも、これらの調査結果を事業として推進する段階で、「慶喜」が放映されることは、計画している文化・イベントに連動させるチャンス到来と受けとめた。

そこで、この機会をとらえ、限られたデータの中から、他調査事例等を参考にその経済的な波及効果を算定してみた。

1. 前提条件の整理

経済波及効果の算定にあたっては、本来、事業において発生が予想される公共事業・民間事業等様々な前提条件が必要であるが、ここでは県内に増加が予想される観光客の消費による経済波及に絞って計算を行った。

□大河ドラマによる観光客の増加予測

増加予想観光客数 210万人
うち日帰り観光客 170万人
宿泊観光客 40万人

（前提条件）

県内の観光入り込み客実績3,000万人、対前年観光客増加率を7.0%とした。日帰り観光客の割合81.5%、宿泊観光客の割合18.5%とした。

これまで大河ドラマの舞台となった各県の状況を見ると、昭和62年から平成5年までの対前年観光客増加率の平均は約7.3%となる。

このため、(財)広島地域社会研究センターが行った「毛利元就」の経済波及効果算定では、対前年観光客増加率を7.3%と推計している。

また、「炎立つ」では、放送期間が9ヶ月と短く、かつゴールデンウィークが含まれないといった点から、観光客数が5.0%（206万人）増加すると推計していたが、長雨と冷夏の影響が大きく、実績は前年比6.4%減となっている。

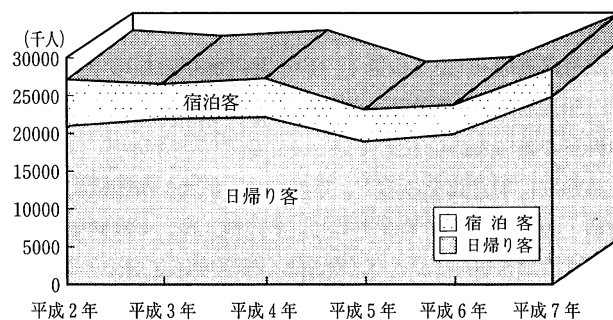
もちろん、視聴率によっても観光客数は左右されるが、関東地区の視聴率は関西を上回る傾向が強いことから、「徳川慶喜」では相応の視聴率が期待できるものと考えられる。

ドラマ名	放送年	主舞台	観光客	
			実績(千人)	増加率(%)
独眼竜政宗	昭和62年	宮城県	36,730	11.8
風林火山	昭和63年	山梨県	39,201	10.1
翔ぶが如く	平成2年	鹿児島県	9,315	20.0
太平記	平成3年	栃木県		9.3
信長	平成4年	岐阜県		5.5
琉球の風	平成5年	沖縄県		1.1
炎立つ	平成5年	岩手県		(長雨・冷夏) -6.4

資料：月刊「観光」及び紀陽銀行

（県内観光客の増加予測）

茨城県の観光の年間入れ込み客数は、平成7年度約2,998万人。内日帰り客は全体の87%の2,608万人、宿泊客は13%の390万人であった。



資料：茨城県観光物産課「茨城の観光レクリエーション現況」

既往の実績（平均増加率7.3%）、他調査の事例、視聴率の推移、当県が岩手県、広島県に比して首都圏と近接していることなどを勘案し、当試算では茨城県全体で平成7年の年間観光客に対して7.0%を前提とした。

また、平成2年から平成7年にかけての過去6年間の日帰り観光客：宿泊観光客の平均は、81.5

％：18.5％であり、これに増加観光客数を乗じた。

□観光消費支出の推計

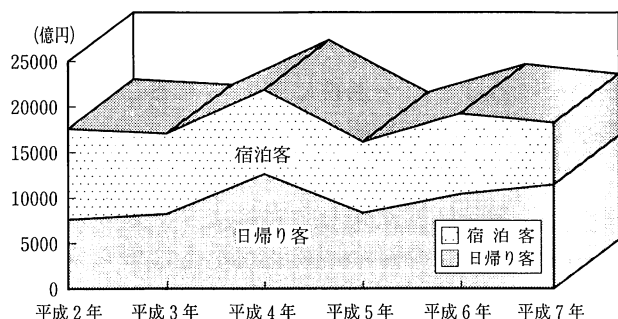
増加観光客消費支出合計	145億円
うち日帰り観光客	75億円
宿泊観光客	70億円

(前提条件)

日帰り観光客の1人当たり消費額	4,415円
宿泊観光客の1人当たり消費額	17,474円

茨城県への観光客の消費額は、平成7年度で総額1,805億円。日帰り客で1,101億円（1人当たり3,909円）、宿泊客で704億円（1人当たり16,730円）となっている。

平成2年から平成7年にかけての過去6年間の日帰り観光客：宿泊観光客の消費額の平均は、それぞれ4,415円、17,474円であった。



資料：茨城県観光物産課「茨城の観光レクリエーション現況」

2. 経済波及効果の推計

～総合計で約200億円の経済波及効果～

観光客の増加による直接需要（直接効果）145億円

新たな県内生産誘発額約40億円（一次波及効果）

雇用者所得の増加による県内生産誘発額4億円（2次波及効果）

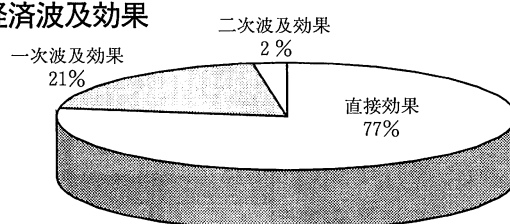
以上の前提条件の下で、平成2年茨城県産業連関表により経済波及効果を算定した。

この結果、まず大河ドラマの放送による観光客の増加によって、直接需要（直接効果）145億円がもたらされ、それによって新たな県内生産額約40億円が誘発され（一次波及効果）、直接効果と生産誘発によって雇用者所得が増加し、さらに新たな

県内生産額4億円が誘発され（二次波及効果）、総合計で約189億円の経済波及効果が茨城県全体にもたらされると推計される。

直接効果が全体の77%を占め、一次波及効果は21%、二次波及効果は2%となり、全体では直接需要の約1.3倍の波及効果となる。

経済波及効果



(注)

モデル経済波及効果分析の資料として、産業連関表は「平成2年茨城県産業連関表（35部門表）」を使用した。消費性向は、平成6年の家計消費年報より「消費支出÷実収入」の値である0.6226を使用した。

3. 波及効果の全体像

当試算は、限定的なデータに基づいた一部分についての経済波及効果の算定である。波及効果全体を考えるには、経済分野だけでもより具体的な内容が明らかになった時点において再考する必要があり、また、経済以外の分野への波及についても考える必要がある。

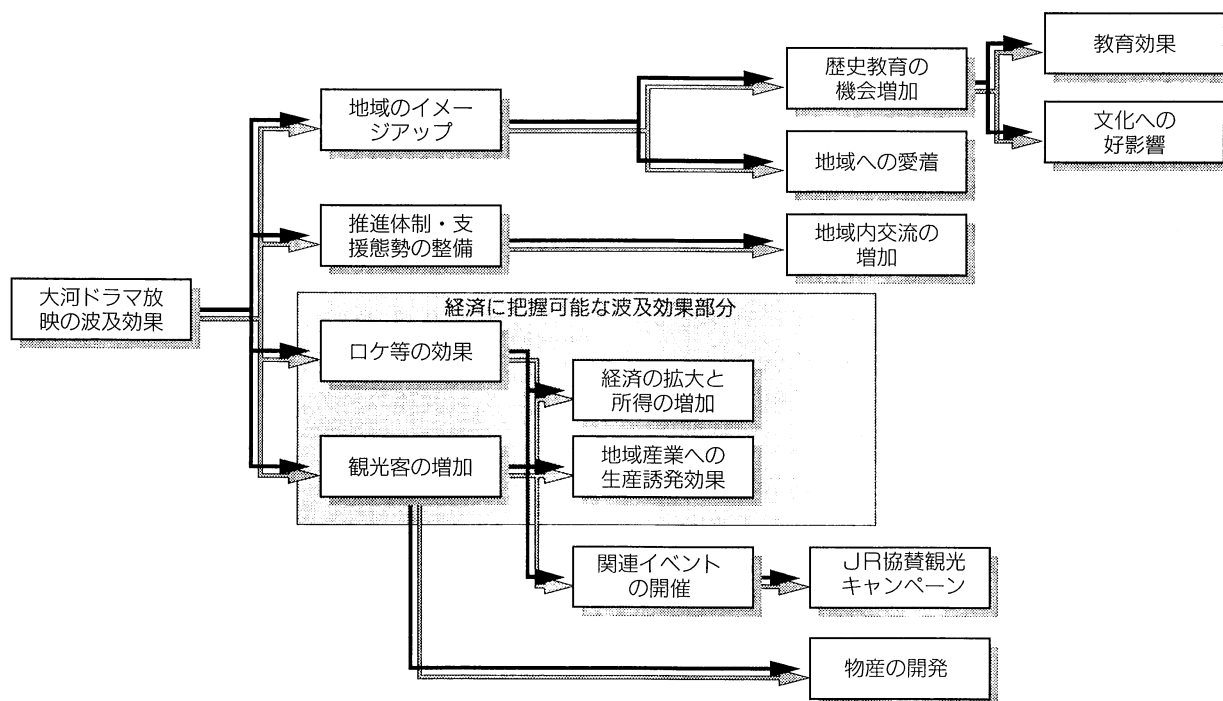
一般的に、大河ドラマの全体的な波及効果は以下のように考えられる。

波及効果全体は、経済的な波及効果と非経済的な波及効果とに大別される。今回の試算は経済的な波及効果の比較的短期的な一部のみを対象にしたものである。

したがって、現実の波及効果は試算よりも、より大きく幅の広いものとなるであろうし、また、そうしていくことが望ましい。特に経済効果に衆目が集まりがちであり、とかく短期的なものに終わりがちな波及効果を、広く長期的なものとして行くには、それなりの体制と準備をもって進める必要がある。

4. 短期的な経済効果から長期的な総合効果へ効果をより大きくするために

○行政・産業界・市民が一体となった推進組織をつくる必要がある。しかも多くの市町村が参加す



ればするほど効果は大きくなる。今回は、観光客の増加が7%として、約200億円の経済効果を算出した。数字は一つの目安であり、行政・経済界・市民の広範な盛り上げによって、増加率7%が10%にも15%にもなれば、300億円にも400億円膨れ上がることになる。

○現在放映中の「毛利元就」の場合は、島根エリア13団体、広島エリア34団体、山口エリア13団体、鳥取エリア3団体で推進協議会をつくっている。

「炎立つ」の岩手県江刺市においては、市民がエキストラに多数参加したり、ボランティアがロケに張り付いてサービスするなど、地域イベントとして市民が盛り上げを図った。

茨城においても、「毛利元就推進協議会」の事例のように、推進体制・支援態勢を全県のあるいは他県との連携を含むような大規模な体制づくりが必要である。

○開催期間中、多くの市町村での共催のイベントを組んだりして積極的に関わって行くことにより効果はより大きくなる。

茨城県においては、来年度に予定されている「漫遊いばらきデスティネーション」等のJRとの協賛による観光キャンペーンとのタイアップに連動させていくことで、水戸市周辺のみならず、広く

全県にその波及効果を広げることが可能になる。また、1900～2000年の水戸市制110周年事業などにつなげるなど、一過性に終わらせることなく、連続的にイベントを組む必要がある。

○土産品や関連グッズさらにはあやかり商品の開発等に積極的に取り組むことにより、より効果が大きくなる。また、今回のイベントに限らず、観梅には毎年200万人以上の観光客が来ることもあり、一過性にならない商品開発が可能である。

効果を長続きさせるために

○経済効果が地域のイメージアップ効果等の非経済効果と連動すれば、経済効果は一過性に終わることなく、開催後も新たな効果が発生する。

○地域のイメージアップが図れば、街づくりにとっても魅力のある事業所が集まり、人も集まってくるようになる。

○青少年が郷土について学ぶきっかけができ、郷土の歴史・文化を見直すことで、これからの楽しい街づくりに繋がって行くことが期待される。

○今後、早い段階で推進体制をつくって行くことが望まれる。

市民レベルの創意工夫のある提案を募り、それらを実行に移す。とにかく皆で楽しむことだ。