2021年11月10日
日本銀行横浜支店

大河ドラマ「鎌倉殿の13人」の放映等に伴う 経済波及効果の試算[1]

1. はじめに

既にNHKが公表している通り、2022年に大河ドラマ「鎌倉殿の13人」の放映が予定されている。当県には、主な舞台となる鎌倉市をはじめとして、同ドラマにゆかりのあるスポットが多数存在していることから、同ドラマの放映によって当県への関心が高まり、観光客の増加などに繋がることが期待される。今般、日本銀行横浜支店では、一定の前提を置いたもとで、同ドラマの放映等に伴う当県への経済効果を試算した。本稿は、その概要を纏めたものである。

なお、こうしたポジティブな経済効果が十分に発揮されるためには、観光客を受け入れる側においても、また、当県を訪れる方々においても、感染症の拡大を防ぐための適切な対応が取られることが重要である。

2. 経済波及効果試算の概要

今回の試算では、「鎌倉殿の13人」の放映年(2022年)における、当県経済への波及効果は、約260億円となった。

—— なお、今回の試算は、過去の大河ドラマ放映の際の他県の例を参考に、一定の前提を置いたもとで行ったものであり、経済効果については相当な幅を持ってみる必要がある。また、新型コロナウイルス感染症拡大前の事例を参考に試算したものであり、感染症による観光産業への影響は織込まれていない点にも留意が必要である。

経済波及効果(A＋B)		
	直接効果(A)	間接効果(B)
約260億円	173億円	86億円

[1] 本稿での計数表記については、四捨五入を行っているため、合計や平均などでは若干の乖離が生じる箇所がある。

（注）

直接効果：大河ドラマ放映による観光客数増加等に伴う観光消費増加額のうち、県内で生産される財・サービスにかかるもの。

間接効果：①直接効果により、県内産業にもたらされる生産誘発額（1 次波及効果）、②直接効果および 1 次波及効果による雇用者所得の増加が消費に向けられることに伴って、県内産業にもたらされる生産誘発額（2 次波及効果）の合計額。

3. 試算方法

（ステップ1）
過去の事例を参考にした
大河ドラマ放映に伴う観光入込客増加数の推計

↓

（ステップ2）
神奈川県観光消費額単価に基づく観光消費増加額の推計
＝観光入込客増加数（ステップ1）×観光消費額単価（観光庁統計）

↓

（ステップ3）
県内産業への経済波及効果の推計
神奈川県公表「2015年神奈川県経済波及効果分析ツール」を利用

（ステップ1）観光入込客増加数の推計

まず、観光入込客数については、「共通基準による観光入込客統計」（観光庁）あるいは各都道府県集計の観光統計[2]を用いて、2007 年～2018 年[3]の間に放映された大河ドラマの主な舞台となった都道府県の対前年増加率（放映年）を宿泊客・日帰り客別に算出。また、各地の増加率の平均を、大河ドラマ放映に伴う集客効果として、観光入込客数の期待増加率と仮定する。【図1】

次に、最新の「共通基準による観光入込客統計」（観光庁）における当県の 2019 年観光入込客数（千人回）に、上記で得られた観光入込客数の期待増加率を乗じて、宿泊客と日帰り客の期待増加数を推計する。【図2】

【図1】

放映年	作品名	主な舞台	集計基準	対前年増加率（％）		
				宿泊	日帰り	計
2007	風林火山	長野	独自	1.1	4.9	3.6
2008	篤姫	鹿児島	独自	2.4	5.4	4.8
2011	江～姫たちの戦国～	滋賀	共通	14.8	0.0	1.6
2012	平清盛	兵庫	共通	7.6	4.1	4.4
2013	八重の桜	福島	共通	2.1	8.8	7.0
2014	軍師官兵衛	兵庫	共通	0.9	6.1	5.6
2015	花燃ゆ	山口	共通	8.1	5.0	5.3
2016	真田丸※	長野	共通	6.7	12.9	10.9
2017	おんな城主 直虎	静岡	独自	1.9	2.4	2.3
2018	西郷どん	鹿児島	独自	11.0	0.3	4.2
平均				5.7	5.0	5.0

【図2】

神奈川県	観光入込客数（千人回）		
	宿泊（a）	日帰り（b）	計（a+b）
2019年実績値…（A）	8,818	79,121	87,939
推計増加率	5.7%	5.0%	
推計値…（B）	9,316	83,067	92,383
増加分…（B−A）	498	3,946	4,445

[2] 【図1】の集計基準において、「共通」は「共通基準による観光入込客統計」（観光庁）、「独自」は各都道府県公表の観光統計を意味する。今回の試算では、両者のうち、宿泊客数・日帰り客数が入手できる統計を利用している。各都道府県の公表統計については、定義が区々であるため、水準を単純比較できない点には留意を要する。

[3] 2009 年「天地人」（新潟県）、2010 年「龍馬伝」（高知県）は、公表統計では、宿泊客・日帰り客別の観光入込客数が入手できないため、今回の試算では参考事例として参照する対象から除外している。また、2016 年「真田丸」は、放映年前年の善光寺御開帳等に伴う影響が非常に大きいため、対前々年（2014 年）増加率を代替的に利用。

（ステップ2）観光消費増加額の試算

当県における観光消費増加額は、（ステップ1）で推計した観光入込客増加数に、「共通基準による観光入込客統計」（観光庁）における当県の観光消費額単価（2010 年～2019 年の平均値）を乗じて試算する。【図3】

この結果、大河ドラマ放映により見込める観光消費増加額は、約 344 億円（宿泊客で約 123 億円、日帰り客で約 221 億円）となる。

【図3】

観光入込客増加数（千人回）	
宿泊	日帰り
498	3,946

×

神奈川県観光消費額単価（円／人回）		
	宿泊	日帰り
2010	29,262	4,647
2011	18,297	5,419
2012	24,360	5,348
2013	25,046	7,054
2014	25,057	5,682
2015	21,371	5,242
2016	21,433	4,840
2017	26,619	6,281
2018	27,857	6,133
2019	26,924	5,387
平均	24,622	5,603

＝

観光消費増加額（億円）		
計	宿泊	日帰り
344	123	221

（ステップ3）経済波及効果の試算

（ステップ2）で求めた観光消費増加額を業種別に振り分けた上で【図4】、神奈川県が作成した「平成 27（2015）年神奈川県経済波及効果分析ツール／需要増加ツール」[4]を用いて、県内産業にもたらされる経済波及効果（「直接効果」および「間接効果」）を試算する。

この結果、（A）直接効果は約 173 億円、（B）間接効果は約 86 億円（うち 1 次波及効果は約 46 億円、2 次波及効果は約 40 億円）となった。

【図4】

	神奈川県観光消費増加額（百万円）						2015年神奈川県産業連関表	
	宿泊		日帰り		合計			
	内訳	(A)	内訳	(B)	(A+B)		No.	部門分類（中分類）
合計	100%	12,272	100%	22,112	34,384		合計	
宿泊費	24.9%	3,061	−	−	3,061	→需要増加（購入者価格）→	671	宿泊業
鉄道交通費	11.3%	1,388	14.1%	3,117	4,505		571	鉄道輸送
道路交通費	13.2%	1,623	23.9%	5,274	6,897		572	道路輸送（自家輸送を除く。）
水運交通費	0.6%	74	0.2%	37	111		574	水運
航空交通費	8.7%	1,065	3.8%	849	1,914		575	航空輸送
飲食費	14.3%	1,750	13.7%	3,022	4,772		672	飲食サービス
買い物代	16.0%	1,963	28.6%	6,334	8,297		511	商業
入場料など	7.2%	888	15.2%	3,354	4,242		674	娯楽サービス
その他	3.8%	460	0.6%	125	586		691	分類不明

―― 観光消費増加額の業種別振り分けについては、「旅行・観光サテライト勘定（2019）」（観光庁）における「参考表 購入時期別内部観光消費及び国民観光消費」を踏まえ、国内での観光消費支出の構成比に従い、産業連関表の部門分類ごとに按分した。

[4] URL：https://www.pref.kanagawa.jp/docs/x6z/tc20/sanren/hakyu.html

4. 付言

今回の試算は、新型コロナウイルスの感染拡大が落ち着いたこの機を捉え、コロナ禍に見舞われた県内観光産業の力強い回復の一助となることを祈念して、行ったものである。関係される方々の取り組み如何によって、例えば、観光客一人当たりの消費額が高まることなどにより、今回の試算を上回る経済効果を得ることも十分に期待できると考えている。実際、過去の他県の例によれば、大河ドラマが放映された年の観光消費額単価は、例年を上回る傾向が確認されている。また、今回は放映年単年の経済効果を試算したが、当県経済の先行きを考えるうえでは、大河ドラマ放映による観光客増加効果を一過性のものとしないための取り組みも重要と考えられる。

県内観光業ひいては神奈川県経済の更なる発展を、心より期待している。

以　上

本件に関する問い合わせ先
日本銀行横浜支店総務課
電話：045－661－8110
メールアドレス：yokohama@boj.or.jp