

## 映画「のぼうの城」公開に伴う経済波及効果

### 1. はじめに

11月2日に上映開始となった映画「のぼうの城」が全国的に大ヒットとなっている。本稿執筆時においても公開第4週目でありながら興行収入のトップ3に入っている。一地方都市を舞台にした歴史映画としては、映画界の常識を覆すヒットであるとの話だ。

映画会社は昨年の東日本大震災の影響を考慮し、本来の公開日から1年遅れた公開のため興行収入についても公開前は“やや弱気”であったとも聞かすが、既に大幅な上方修正を行っている。

また舞台となった行田市では、公開後にはこれまでにない観光客が訪れ始め、週末には大型バスの姿も多く見受けられるようだ。また関連グッズや土産物も5倍～10倍もの売れ行きとなっている。

そこで、映画「のぼうの城」の公開に伴う経済波及効果の分析を行った。県内の映画館での観客数にもとづく興行収入と映画公開に伴い増加が見込まれる行田市での入込観光客数を想定し、関連する費支出が埼玉県経済にどの程度の経済波及効果をもたらすのかを平成17年埼玉県産業連関表(注1)の108部門表を用いて試算した。

(注1)産業連関表は、産業相互間や産業・最終消費者間の取引を一覧表に集約したもので、その表から導き出される係数を使って経済波及効果を算出することができる。

### 2. 経済波及効果 ～約40億円～

経済波及効果は、直接効果と間接効果に分けられる。直接効果は、映画「のぼうの城」の県内での興行収入及び観客の各種消費支出と行田市への入込観光客の消費支出の2つの需要が想定される。映画公開に伴うものとしては、県内映画館の興行収入(鑑賞費として観客が支払う代金)、また観客の映画館までの交通費、映画館での飲食費などが見込まれる。また行田市への観光客の消費支出については交通費、土産購入、飲食費などが見込まれる。

表1. 映画「のぼうの城」公開に伴う経済波及効果

(単位：百万円)

		映画館観客 の消費	入込観光客 の消費	合計
直接効果	a	1,090	1,420	2,510
間接1次効果	b	351	492	843
小計	a+b	1,441	1,912	3,353
間接2次効果	c	180	258	438
波及効果合計	a+b+c	1,621	2,170	3,791

直接効果は映画公開による県内映画館の興行収入が 650 百万円、観客のその他の消費支出が 440 百万円を合わせて 1,090 百万円、行田市への観光客の消費支出は 1,420 百万円となり、合計で 2,510 百万円とした。

間接効果は、映画公開や行田市への移動に伴う支出、飲食等の需要の増加に対応して、関連産業の生産が増える効果を意味する**間接 1 次効果**と関連産業に従事する雇用者の所得増加が、消費を通じて新たに生産を誘発する効果を意味する**間接 2 次効果**の 2 つの波及効果を言う。

間接 1 次効果 843 百万円となり直接効果との合計で 3,353 百万円となる。また間接 2 次効果は 438 百万円で、これによる経済波及効果の全体は 3,791 百万円と試算した。

### 3. 直接効果(最終需要)の試算

#### (1) 映画公開に伴う興行収入関連需要 1,090 百万円

##### ①県内における興行収入 650 百万円

※客単価

11月2日～4日までの全国での観客動員数	409千人
同 興行収入	505百万円

(出所：11月10日付 日本経済新聞)

505 百万円 ÷ 409 千人 ≒ 1,300 円とし、客単価を 1,300 円と想定した。

※観客動員数

11月2日～9日までの全国の観客動員数	736千人
同 県内観客動員数	101千人

(出所：11月11日付 朝日新聞)

101 千人 ÷ 736 千人 = 13.7%

上記の数値をもとに全国に占める上映開始時の県内占有率は 13.7%となる。しかしながら、11月中旬以降の県内上映館の観客動員の推移をから最終的には  $15\% + \alpha$  に達すると想定した。

映画制作会社「興行収入を 40 億円と上方修正」  
(出所：11月10日付 日本経済新聞)

上記のように 40 億円の興行収入を上げるためには、客単価@1,300 円で算定すると、 $4,000 \text{ 百万円} \div 1,300 \text{ 円} \approx 3,100 \text{ 千人}$ の動員が全国で必要となる。この数値に  $15\% + \alpha$  が埼玉県内の映画館での観客が占めることから、 $3,100 \text{ 千人} \times (0.15 + \alpha) \approx 500 \text{ 千人}$ が県内映画館で観客動員数と想定した。

表 2

県内興行 収入	客単価 (円)	県内観客動員数 (千人)	消費金額 (百万円)
	1,300	500	650

### ②交通費 190 百万円

映画館までの交通費 1 人あたりは、500 千人を自動車による観客を 6 割、鉄道による観客を 4 割と想定した。次にそれぞれ支出について鉄道は 500 円に、自動車を 300 円とした。それにより消費金額は 100 百万+90 百万で 190 百万となる。

表 3

交通費	客単価 (円)	県内観客動員数 (千人)	消費金額 (百万円)
鉄道	500	200	100
自動車	300	300	90

### ③映画館内での飲食費等

映画館内でのポップコーンやソフトドリンクなどの購入にともなう消費金額を 1 人当たり 500 円と想定した。これにより館内での消費は 250 百万円と推定できる。

表 4

飲食費等	飲食費等 (円)	県内観客動員数 (千人)	消費金額 (百万円)
	500	500	250

以上により、映画館観客の消費金額合計は、映画鑑賞費（興行収入）650 百万円、交通費 190 万円、飲食費等 250 百万円となり合計で 1,090 百万円となった。

## (2) 行田市への入込観光客の増加に伴う関連需要 1,420 百万円

### ①入込観光客増加数の想定～今後 1 年間で 500 千人増～

映画の舞台となった忍城のある行田市では観光客の急増が見込まれる。行田市の年間入込観光客数は約 110 万人（2010 年埼玉県入込観光客調査）となっている。

映画公開がもたらすと想定される入込観光客数の増加分については、行田市、同市商店街関係者等のヒアリング調査及び過去の“ご当地映画”での映画公開後の入込観光客数の増加動向等から、今後 1 年間で 500 千人は増加すると想定した。

### ②交通費 420 百万円

交通費については、想定される 500 千人について、鉄道を主たる交通手段として利用する人を 6 割、自動車を 4 割と振り分けた。その上で鉄道の消費金額を 1 人当たり 1,000 円、自動車を 600 円と想定した。

表5

交通費	客単価 (円)	入込観光客数 (千人)	消費金額 (百万円)
鉄道	1,000	300	300
自動車	600	200	120

### ③その他の支出 1,000 百万円

その他の消費項目については、観光客の購入する土産物代金、忍城歴史博物館等での入場料や、及び昼食費や同市での名物である“フライ”や“ゼリーフライ”の購入代金等を想定した。その結果、土産物に関する消費として800円、入場料その他の消費とし200円、昼食並びに飲食に関する消費として1,000円とした。

表6

項目	客単価 (円)	入込観光客数 (千人)	消費金額 (百万円)
土産物	800	500	400
入場料等	200		100
飲食費	1,000		500

以上により、行田市への入込観光客の今回増加分とする500千人が消費する交通費が420百万円、土産物購入費が400百万円、忍城歴史博物館への入場料等が100百万円、昼食等を中心とする飲食代が500百万円とした。その結果、これらを合計すると1,420百万円となる。

## 4. 間接効果の試算

### ①映画公開に伴う興行収入関連需要の間接効果

映画公開に伴う興行収入関連需要の間接効果は、直接効果の1,090百万円を産業連関表によって分析すると、間接1次効果（関連産業の生産が増える効果）として351百万円になることが分かる。よって直接効果と間接1次効果の合計で1,441百万円の波及効果となった。次に間接2次効果（関連産業に従事する雇用者の所得増加により、消費を通じて新たに生産を誘発する効果）は180百万円で、これにより映画公開に伴う波及効果合計（直接効果+間接1次効果+間接2次効果）は、1,621百万円となっている。

### ②行田市への入込観光客の増加に伴う関連需要の間接効果

行田市への入込観光客増加に伴う関連需要の間接効果は、直接効果の1,420百万円をベースに産業連関表によって分析すると間接1次効果は492百万円となり直接効果との合計で1,912百万円となる。次に消費を通じた新たな生産誘発効果となる間接2次効果は、258百万円と算出される。よって行田市への入込観光客の増加に伴う波及効果の合計は2,170百万円となる。

これにより映画「のぼうの城」公開に伴う経済波及効果は、1,621百万円と2,170百万円を足すことにより、3,791百万円に達する。（表1参照）

## 5. おわりに

今回の経済波及効果の分析において前提となる興行収入は、製作会社の見込みである「40億円」とした。しかしながらこれが再び上振れするようであれば経済波及効果の金額も当然のごとく増加する。

また今回は映画公開につれて大きく売上を伸ばしている原作本の県内での販売部数など関連する経済活動をカバーしきれていないのも現実である。よって今回の分析結果である3,791百万円、“約40億円”という経済波及効果は底値として理解していただて良いと思う。

「のぼうの城」について、700万県民の内、50万人以上ほぼ10人に1人（幼児を除く）が観るものと予測される映画となったということで、改めて埼玉県の消費マーケットの大きさを認識するとともに、県民の一体感を醸成した映画「のぼうの城」に驚くところである。

以上