

自治体がキャラクター「Smartavatar」 を使った場合の経済効果の概算

2015年6月27日現在 BONDレポート

1. 経済効果の考え方

経済効果 3 つの構成要素

- ① 広告宣伝費節約効果
- ② 商品売上直接・間接効果
- ③ 観光客直接・間接効果



新潟市Smartavatar「花野古町」
※番組制作ツール使用例



——なお、経済効果以外の職員の皆様の積極的な活用や自治体住民の皆様の積極的な活用や、自らの郷土愛の醸成などは金額に換算できないものの、莫大なプラスの効果を住民や自治体にもたらすことは確実で、むしろそちらの効果の大きさを忘れてはならないと考えています。

2. 経済効果の概算

※新潟市を例にしています。

計675.4億円の経済効果が、投資額260万円で可能

① 広告宣伝費節約効果

広告宣伝費の直接節約効果

5億円

② 商品売上直接・間接効果

広告宣伝による商品売上、これに伴う地元企業の生産や売り上げ増加による経済効果

665億円

③ 観光客直接・間接効果

観光客増加効果による売上効果、これに伴う地元企業の生産や売り上げ増加による経済効果

5.4億円

① 広告宣伝費節約効果

広告宣伝費の直接節約効果

5億円



新潟市文化政策課で採用された
Smartavatar「花野古町・笹団五郎」

<計算方法>

- A.新潟市の広告宣伝費である広報広聴費のうち、役務（サービス）提供費が、1,550万円、委託料が1,350万円です。
- B.このうち、広報費を8割と考えると、役務提供と委託料で2,300万円程度が広報費と考えられます。新潟市の広報は、広報誌、広告、イベント、動画・キャラクター制作などにより行われていますが、BOND製品でキャラクター動画を作り、それを何本も、職員や住民が誰でも流すことが出来れば、広告や動画・キャラクター動画制作費（例えば500万円程度と仮定する）は、BOND社製品購入（市のオリジナルキャラクター制作搭載は1体だったと仮定して）初期費用と1年目の運用費合計260万円程度で大量の動画制作、発信が可能になります。
- C.仮に100本動画を作れば、1本あたり2.6万円であり、500万円で1本作っていたとすると、497.4万円の節約で、およそ100倍の広告宣伝ができることとなります。経済効果はこの497.4万円と500万円×99本で5億円ほどの節約効果が得られます。

②商品売上直接・間接効果

広告宣伝による商品売上、これに伴う
地元企業の生産や売り上げ増加による経済効果

665億円



新潟市文化政策課で採用された
Smartavatar「花野古町・笹団五郎」

<計算方法>

新潟市のキャラクター（花野古町・笹団五郎）を動画により広告宣伝したとして、その効果を熊本県のくまモンについて日銀熊本支店が試算した経済効果の計算を参考に当てはめると以下の通りです。熊本県のGDPが、約5兆6千億円、新潟市のGDPは約3兆円ですので、くまモンの熊本県経済への経済効果を新潟市のキャラクターがくまモンと同程度の効果をあげたとして、比例的（ $3/5.6=54\%$ ）に効果があると仮定。

——ただし、熊本県と新潟市の経済産業構造は、必ずしも一致していないので、より精緻な計算をするには、その違いを考慮に入れる必要があります。また新潟市のキャラクターが、くまモンほどの人気が出るかどうかは一概には言えません。例えばキャラクター販売による経済効果・波及効果は、熊本県のくまモンは、2年間で1,250億円（直接売上）+波及効果（直接売上に伴う生産誘発など）1,232億円で合計、2,482億円の効果がありますので、1年間では1,241億円の宣伝効果があります。新潟市に当てはめると約665億円となります。

③観光客直接・間接効果

観光客増加効果による売上効果、
これに伴う地元企業の生産や売り上げ増加による経済効果

5.4億円



新潟市文化政策課で採用された
Smartavatar「花野古町・笹団五郎」

<計算方法>

②と同様の方法で計算して観光客増加に伴う経済効果・波及効果は、熊本県のくまモンは2年間で8億円（直接売上）+波及効果（直接売上に伴う生産誘発など）12億円で最大で合計20億円の効果があり、1年間なら10億円の効果が見込めますので、新潟市に当てはめると、約5.4億円になります。

以上、

合計で、 $5 + 665 + 5.4 = 675.4$ 億円の経済効果が、投資額260万円で可能となります。その前提は、動画制作を、普通の職員や住民が、商業ベースではなく、任意で行い、発信することから生まれます。

<参考：日銀熊本支店試算による、くまモンの経済効果>

①くまモンを利用した商品の売上高、②くまモンによって増加した観光客数、をそれぞれ推計したうえで、熊本県の産業連関表を用いて、①および②の熊本県への経済波及効果を試算しました。

くまモン利用商品の売上高については、熊本県がくまモンの利用を許諾した企業等を対象に行った調査結果に基づいて推計しました。1250億円。

このくまモン利用商品の売上高から、熊本県産業連関表を用いて県への経済波及効果を試算した結果、2011年11月～12月分が7億円、2012年分が504億円、2013年1月～10月分が721億円、合計1,232億円となりました。

一方、くまモンによる熊本県の観光客増加は、18万人で、経済効果は、直接間接で20億円と計算されています。

http://www3.boj.or.jp/kumamoto/tokubetsu_chosa/20131226kumamon.pdf#search='%E7%B5%8C%E6%B8%88%E5%8A%B9%E6%9E%9C%E8%A9%A6%E7%AE%97'