

「M78星雲 光の国」姉妹都市提携による事業効果について

1. 「M78星雲 光の国」姉妹都市提携の経緯及び目的

平成25年度から実施している、市第7次総合計画のリーディングプロジェクトの一つ「イメージアップ戦略の展開」において、本市出身者である特撮映画の神様「円谷英二監督」を市の地域資源として捉え、円谷英二監督が創造したウルトラマンの力を借り、本市の魅力を積極的にPRするとともに、全国の皆さんとの交流に繋げ、観光誘客の促進や地元産業の活性化を推進する。

そして何より、子どもたちが夢を育み、市民が故郷への誇りと自信を培い、須賀川市の明るい未来を創造していくことを目的として、ウルトラの星「M78星雲 光の国」と姉妹都市提携を結び、ウルトラマン関連事業を実施してきた。

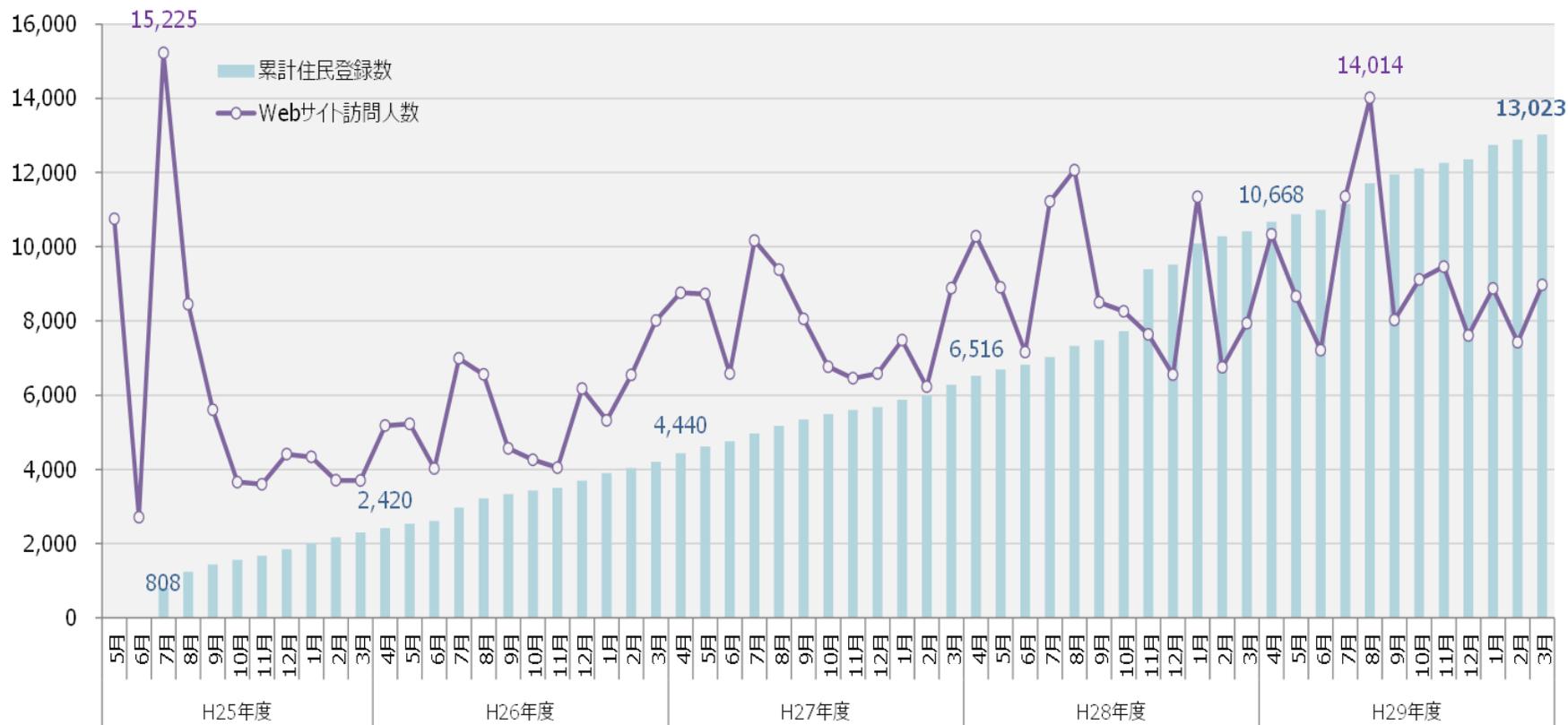
2. これまでの実施事業結果概要

(1) 年度別の主な事業

年度	主な事業
H25年度	<ul style="list-style-type: none">・姉妹都市提携式・駅前提携記念モニュメント1体設置・東北自動車道市町村境看板設置・仮想都市「すかがわ市M78光の町」WEBサイト住民登録開始
H26年度	<ul style="list-style-type: none">・松明通りモニュメント4体設置(ウルトラマン、セブン、ゴモラ、エレキング)・牡丹園ヒーローショー開催・研修バスラッピング(2台)・市観光PV制作・駅構内タペストリー等設置・アリーナ外壁看板設置・ウルトラヒーロー街路灯2基設置(ウルトラマン、セブン)・立像3体製作(バルタン星人、レッドキング、キングジョー)・駅前通りタペストリー設置
H27年度	<ul style="list-style-type: none">・牡丹園ヒーローショー開催・松明通りモニュメント4体設置(ジャック、ゾフィー、ペムスター、ゼットン)・円谷英二監督紹介看板設置・松明通り街路灯シルエット79点貼付・円谷英二監督紹介冊子製作
H28年度	<ul style="list-style-type: none">・モニュメント4体設置(新庁舎：父、松明通り：母、タロウ、エース)・姉妹都市提携事業PV製作・牡丹園ヒーローショー開催
H29年度	<ul style="list-style-type: none">・松明通りベンチ2基設置(カネゴン、ピグモン)・牡丹園ヒーローショー開催・地域経済効果等検証事業実施・多言語案内パンフレット製作・松明通り配電盤ラッピング実施

(2) 仮想都市「すかがわ市M78光の町」WEBサイトの状況

光の町住民登録数は、HP開設以降着実に増加し、**H30.3.31現在、13,023人**となっている。また、WEBサイト訪問人数は、月変動も見られるものの、9千アクセス/月前後で推移している。



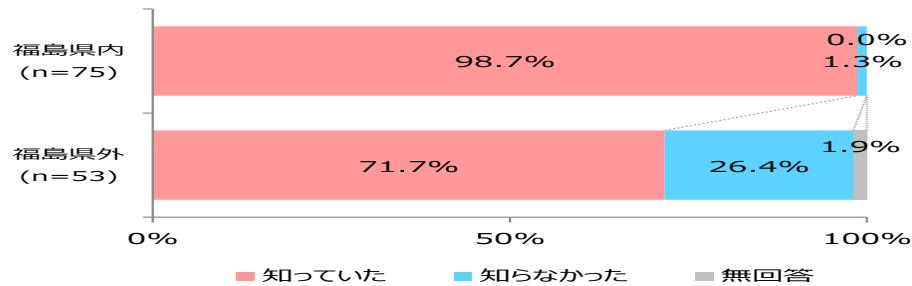
▲仮想都市「すかがわ市M78光の町」WEBサイトの住民登録・アクセス状況の推移

3. 実態調査の実施及び調査結果分析

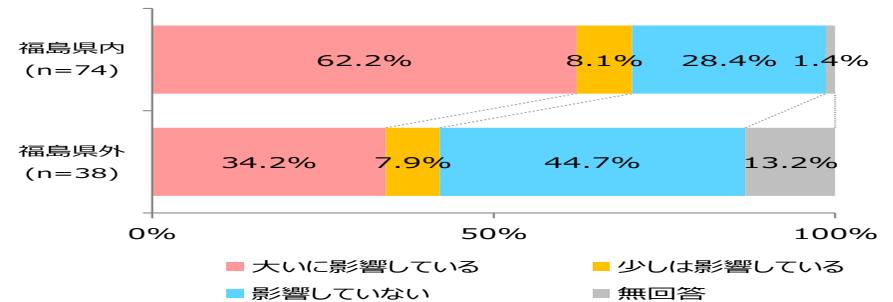
これまで実施してきたウルトラマン関連事業において、当初の目的である、全国への本市魅力の積極的なPR、観光誘客の促進、地元産業の活性化、そして、市民の故郷への誇りと自信の醸成に、どの程度影響しているかについて、以下の調査を実施した。

(1) 観光客アンケート

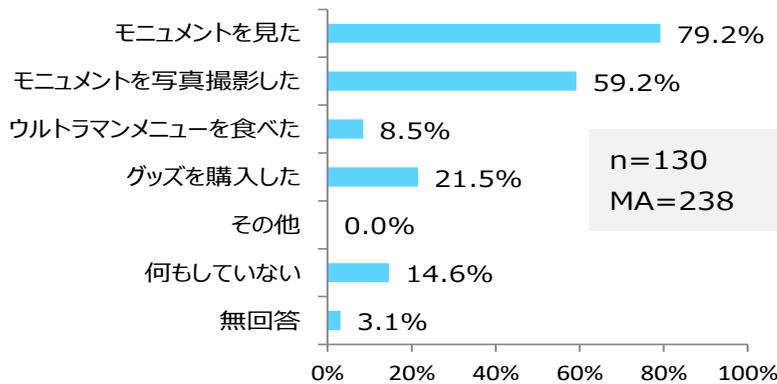
市外から本市に訪れた、観光客を対象に、延べ6日間、街頭アンケートを実施。224票の回収を行った。質問事項については、ウルトラマン関連事業に関する認知度や、本市への来訪目的、ウルトラマン関連事業に関する行動状況、その他、市内での消費金額など、12項目に渡り実施した。



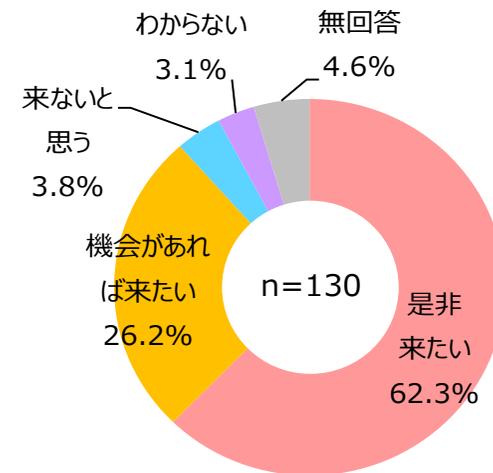
▲ウルトラマン関連事業に関する認知度



▲ウルトラマン関連事業による来訪影響



▲ウルトラマンに関する行動状況

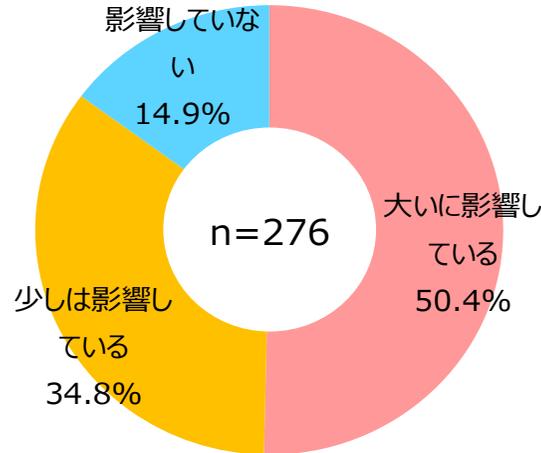


▲須賀川市への再来訪意向

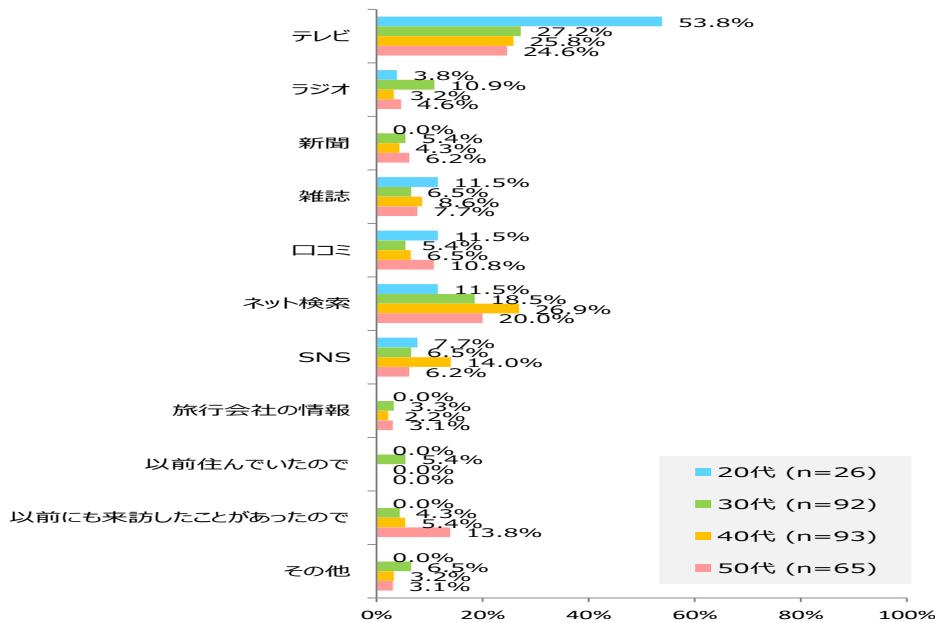
(2) インターネットアンケート

観光客アンケートと同様の目的で、主要な観光誘致圏（概ね自動車で3時間以内の地域）の**モニター600人を対象**に、インターネット（楽天リサーチ）を通じたアンケートを実施した。（実施日：平成30年1月から2月）

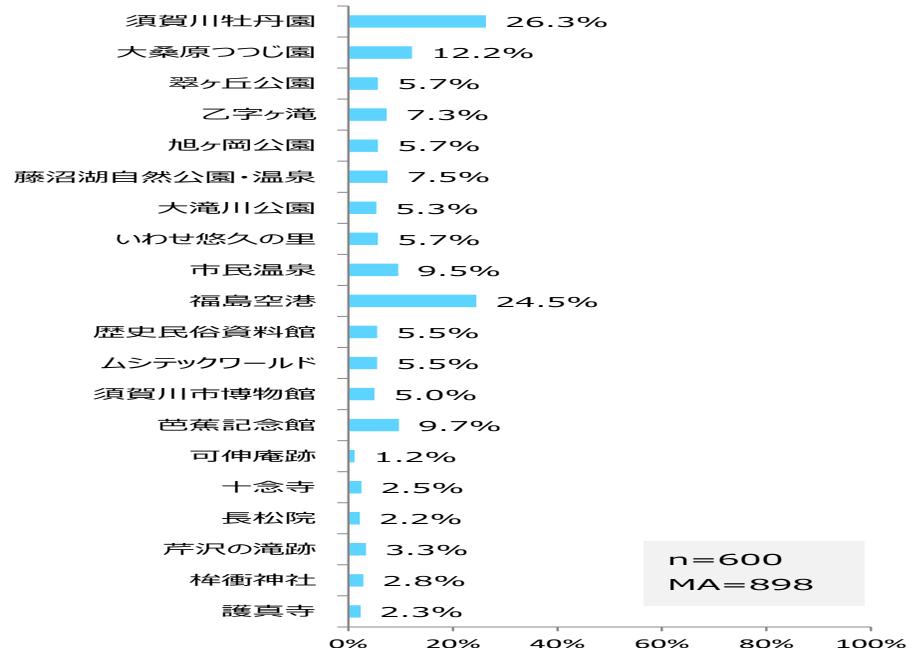
なお、モニターは、『**本市への観光来訪経験（1年以内）のある県外居住者**で、ウルトラマン世代である50歳代以下』とした。



▲ウルトラマン関連事業による来訪影響



▲ウルトラマン関連事業に対する情報源

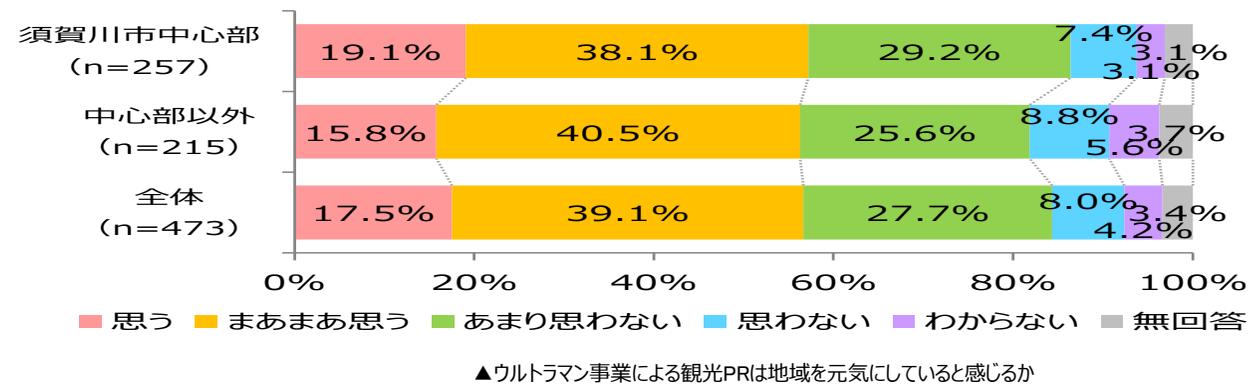
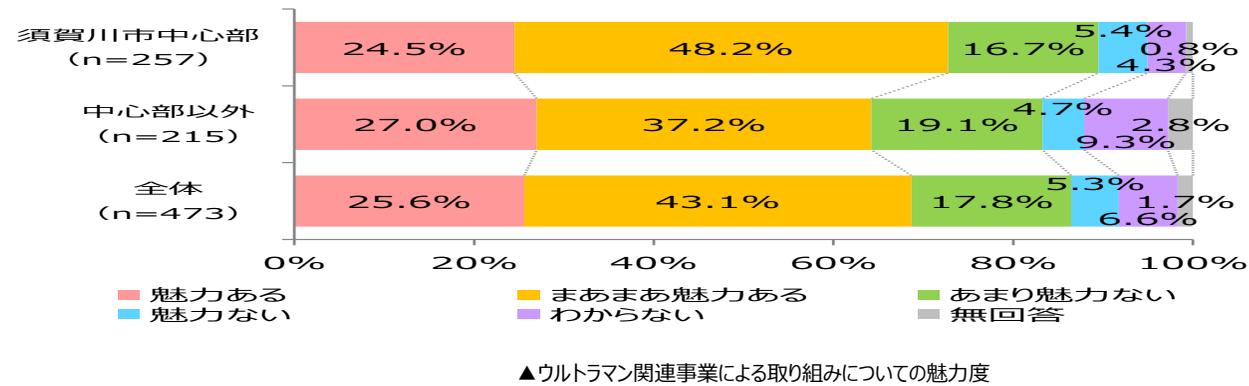
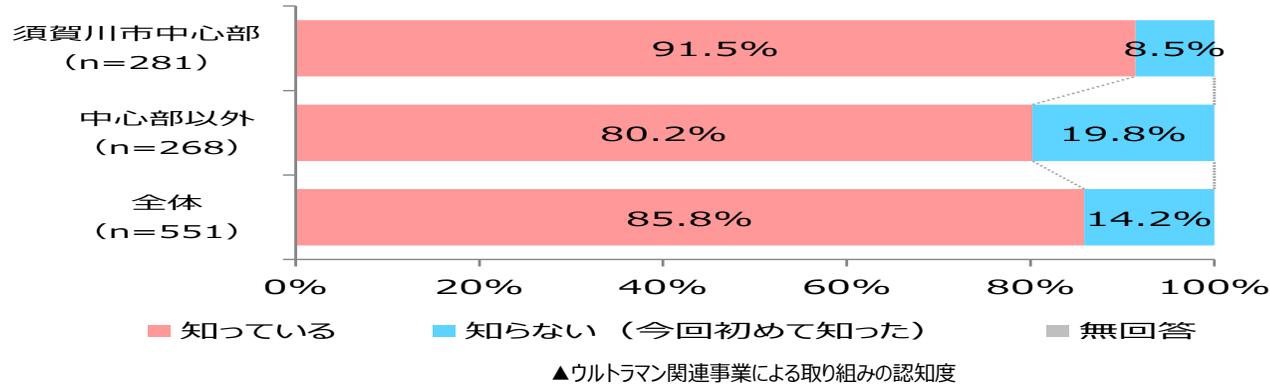


▲来訪時の観光施設立ち寄り状況

n=600
MA=898

(3) 市民アンケート

ウルトラマン関連事業を活用したまちづくりへの意向を把握するとともに、愛着や誇りの醸成、地域イメージの向上を感じているかどうかを把握するため実施。
 住民基本台帳より無作為に抽出した**20歳以上の市民1,500人を対象に郵送配布、郵送回収による記述式アンケートを実施し、回収票数は551票。**
 (回収率約37%)



4. 地域への経済効果分析

(1) 個人観光消費額

観光客聞き取りアンケート結果より算出。

	観光客 1人あたりの消費額(円)		
	国内客		海外客
	日帰り (n=53)	宿泊 (n=10)	宿泊 (n=3)
飲食費	2,060	4,850	6,667
ウルトラマン関連飲食費	217	150	0
土産代	1,921	2,920	5,000
ウルトラマン関連土産代	1,228	570	2,667
交通費	2,221	7,750	10,000
宿泊費	0	5,370	6,667
入場料	11	0	0
その他	0	0	0
計	7,658	21,610	31,001

(2) ウルトラマン関連事業における経済波及効果

【ウルトラマン目的観光来訪者数の推計】

観光客アンケート、インターネットアンケート結果を基に、ウルトラマン目的観光来訪者の割合を算定すると約3割(27.2%)となる。ウルトラマン目的観光来訪者の割合を須賀川市全体の観光来訪者数に乗じることでウルトラマン観光目的の観光来訪者数を推定し、ウルトラマン目的来訪者数による経済波及効果を分析

	ウルトラマン目的観光来訪者数(人) (入込客数×ウルトラマン目的観光来訪者割合)	消費単価 (円/人)	ウルトラマン目的 観光消費額(千円)
国内日帰り観光客	(1,210,581 × 27.2%) = 329,278 ×	7,658 =	2,521,611
国内宿泊観光客	(52,814 × 27.2%) = 14,365 ×	21,610 =	310,428
海外観光客	(4,767 × 27.2%) = 1,297 ×	31,001 =	40,208
計	344,940		2,872,247

直接効果

28.7億円

経済波及効果

29.1億円



※上記(1)個人観光消費額に、須賀川市の観光入込客数(平成28年福島県観光統計)及びRESASデータに乗じて計算
○総数が1,268,162人(内、日本人宿泊客が52,814人、外国人宿泊客が4,767人)