

岡崎観光伝道師「東海オンエア」の 岡崎市における経済波及効果報告書

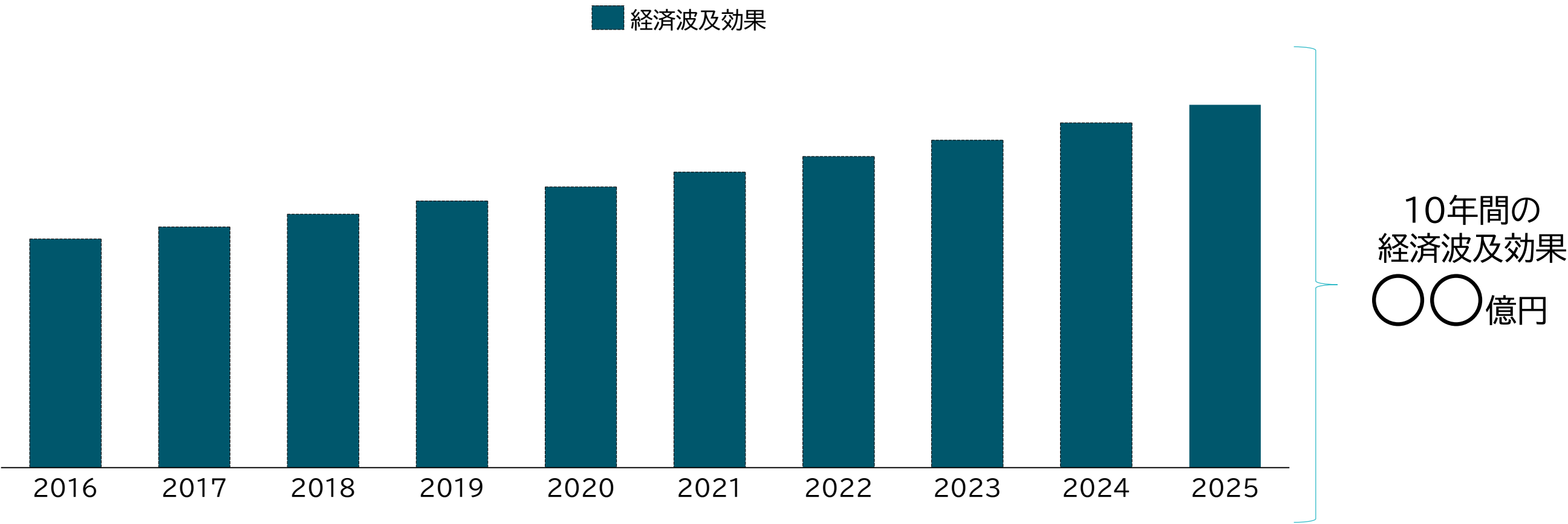
実施主体：岡崎市・UUUM株式会社
調査機関：株式会社JTB総合研究所

目次

1. 経済波及効果の算出イメージ	1～2
2. 算出時に利用する既存データ	3
3. 直接観光消費額の算出	4～11
4. 経済波及効果の算出	12～16
【参考】本調査において算出したその他推計値まとめ	17～21
【参考】本調査において実施したアンケート集計報告	22～33

1. 経済波及効果の算出イメージ

- 本調査では東海オンエアが岡崎観光伝道師に就任した2016年から2025年までの10年間の岡崎市における経済波及効果を算出する。



1.経済波及効果の算出イメージ

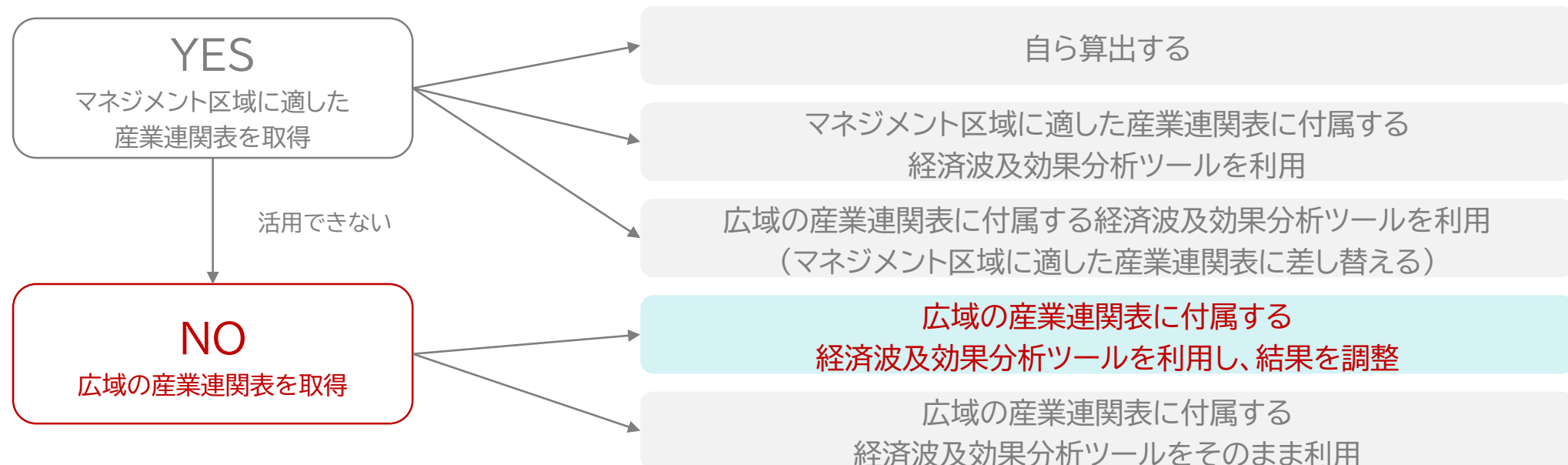
- 各観光地の経済波及効果については、DMOの更新要件に観光経済波及効果の測定が追加されたこともあり、観光庁より算出の方法が明示されている。本調査の経済波及効果についても当該手法を用いて算出する。
- 岡崎市は市単独の産業連関表を作成していないため、愛知県の産業連関表を用いながら算出する。

参考:観光地域づくり法人(DMO)によるKGI・KPI計測に係る手引書

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001889407.pdf>

マネジメント区域に適した産業連関表が取得可能か

経済波及効果の算出方法の選択



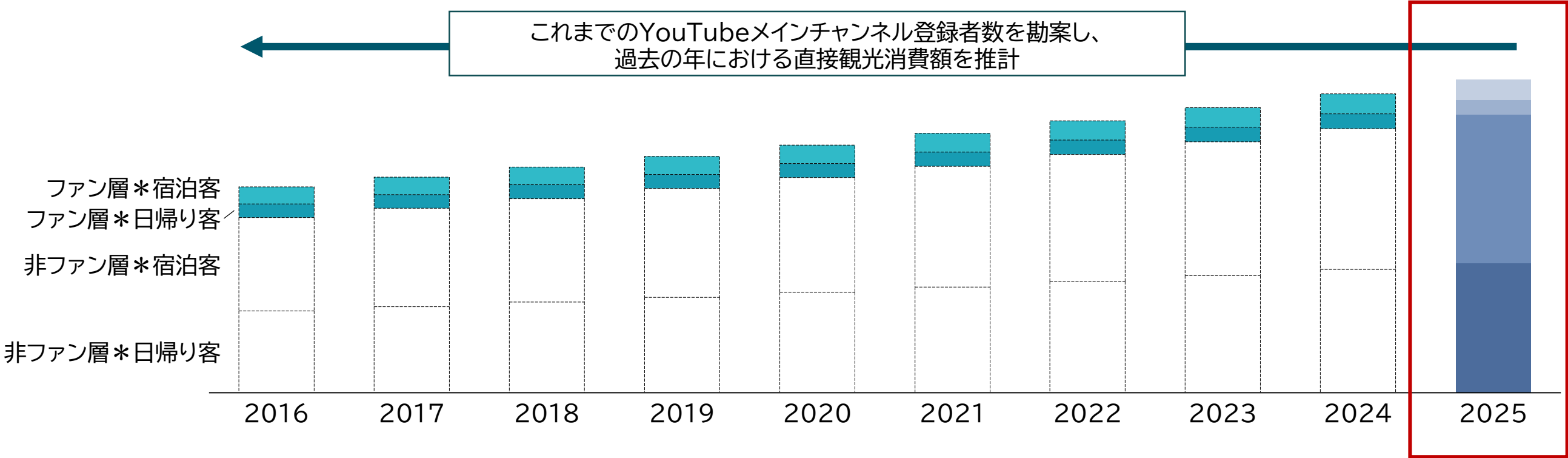
2.算出時に利用する既存データ

- ・ 経済波及効果の算出に当たり、次の既存データを利用する。

提供元	資料内容	利用内容
岡崎市	①観光施設年間入込客数の推移	直接観光消費額算出(観光入込客数推計時)
	②宿泊者数の推移	直接観光消費額算出(観光入込客数推計時)
UUUM社	③施策一覧	アンケート調査票項目作成
	④イベント一覧	アンケート調査票項目作成
	⑤岡崎関連グッズ売上高	関連経済波及効果算出
	⑥YouTubeメインチャンネル登録者数推移	直接観光消費額算出(10年間変動率参考値)

3.直接観光消費額の算出

- 直接観光消費額は、一人当たりの観光消費額に、観光入込客数を乗じたものを指す。(波及効果の手前の部分)
- まずはじめに直近年の岡崎市における直接観光消費額を算出する。(推計における発射点の決定)
- これまでの東海オンエアのYouTubeメインチャンネル登録者数の伸び等を勘案しながら、過去の年における直接観光消費額の推計を行う。



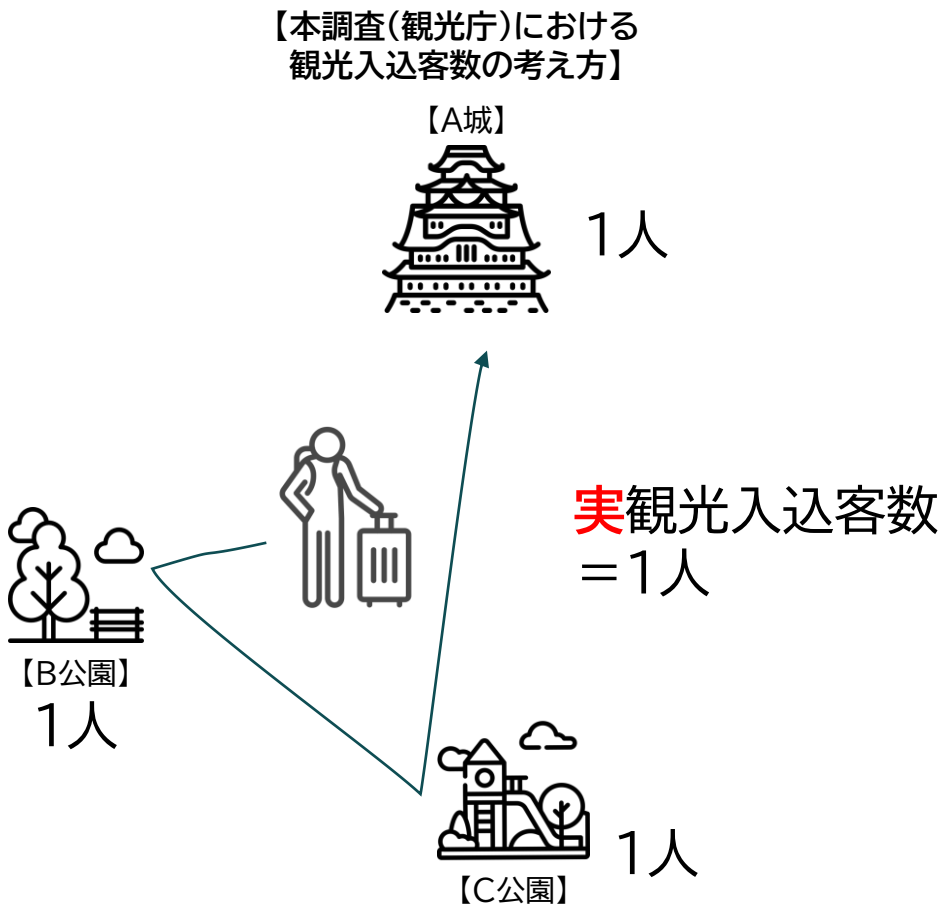
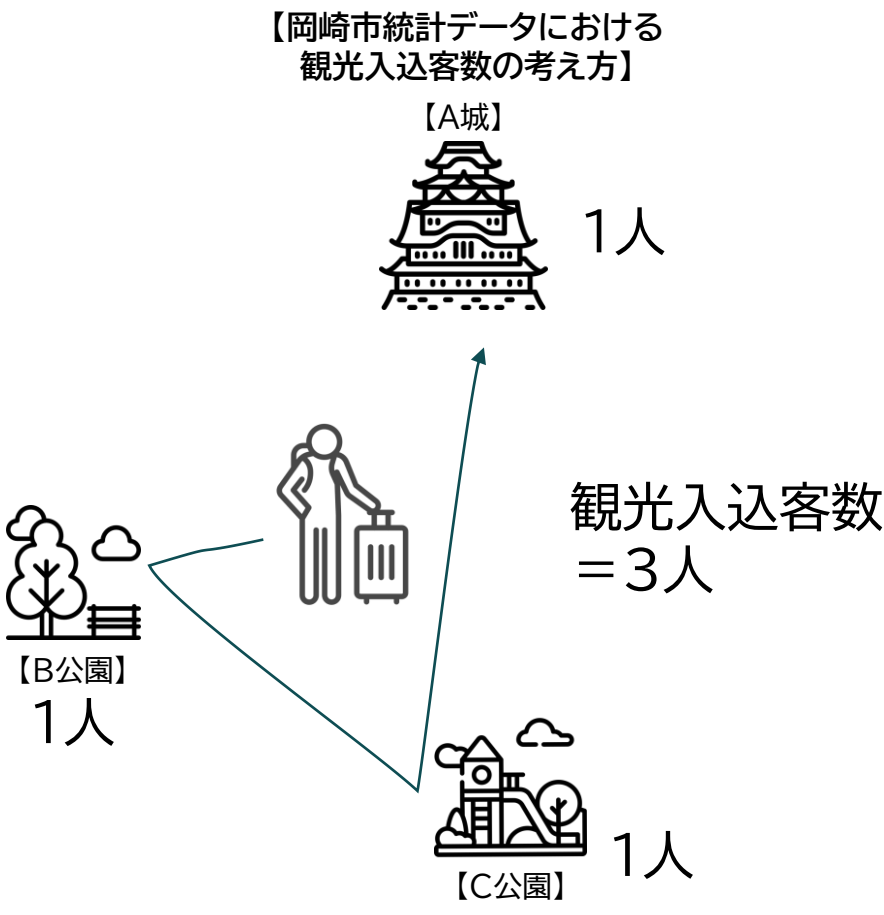
直近年の直接観光消費額を確定

3.直接観光消費額の算出

【参考】観光入込客数の考え方

- 観光庁の観光入込客数は「観光入込客統計に関する共通基準」によると、「日常生活圏以外の場所へ旅行し、そこでの滞在が報酬を得ることを目的としない者」と定義され、「観光地点及び行祭事・イベントを訪れた者」を観光入込客としている。
- 岡崎市の統計データにおける観光入込客数は、主要の19施設に加え、その他施設を加えた地点および大規模イベントを訪れた者としている。延べ数で集計されているので、本調査における計算上は実数にする必要がある。

施設名
岡崎公園
東公園
南公園
奥殿陣屋
地域文化広場
道の駅藤川宿
くらがり溪谷
自然体験の森
わんパーク
ホテル学校
美術博物館
六所神社
岩津天満宮
駒立ぶどう狩り組合
男川やな
八丁味噌蔵
ブルーベリーファーム
おかざき
岡崎カントリー倶楽部
額田ゴルフ倶楽部
その他施設 ※1

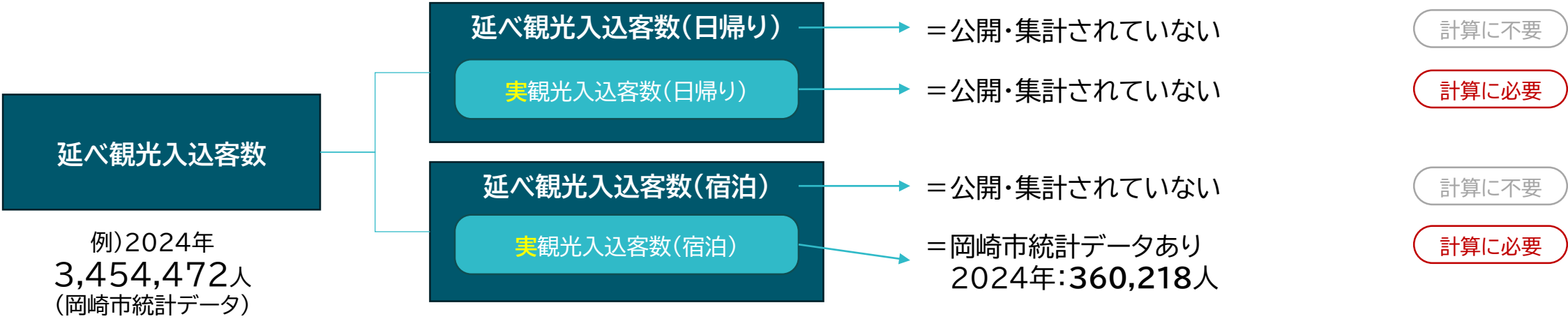


※岡崎市の観光入込客数算出施設
(出典:岡崎市観光白書)

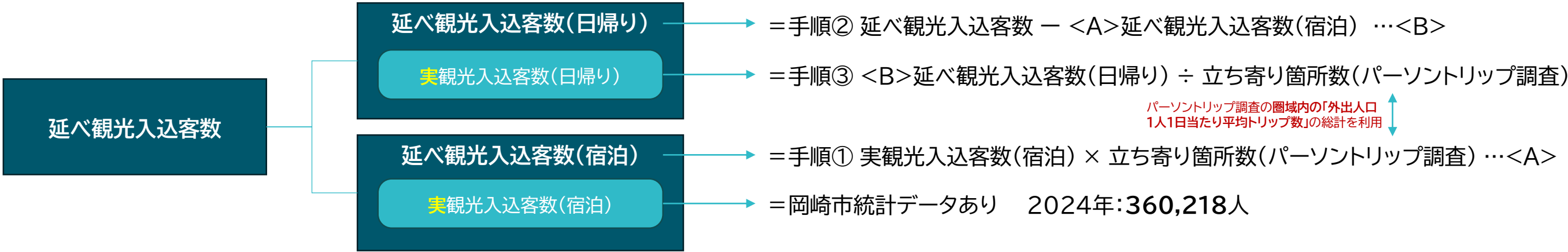
例 延べ観光客入込客数 3人 ÷ 立ち寄り箇所数 3箇所 = 1人

3.直接観光消費額の算出

(1)実観光入込客数(日帰り)の算出方法



経済波及効果算出には基本となる直接観光消費額が必要であり、それは**実観光入込客数**×**直接観光消費額**で算出する
公開・集計されていない「実観光入込客数(日帰り)」については手順①～③で算出する



3.直接観光消費額の算出

- 以下の流れで直接観光消費額を算出する。
- (1)直接観光消費額算出の全体像イメージ

観光入込客数調査

・延べ観光入込客数（人/年）
→岡崎市統計データ
「観光施設年間入込客数の推移」

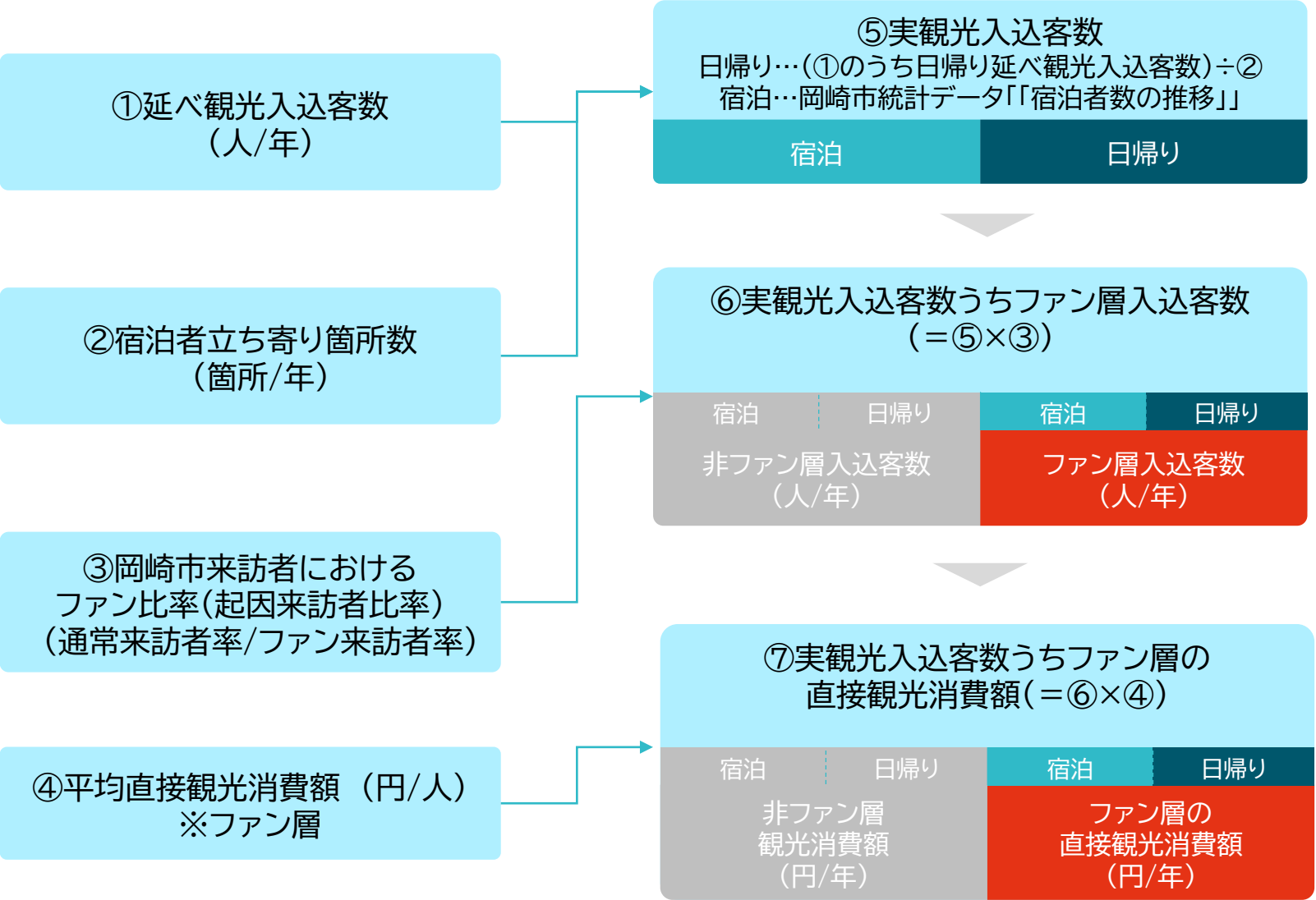
パーソントリップ調査

・宿泊者の平均立ち寄り箇所数（人/年）
→中京都市圏パーソントリップ調査データ

アンケート調査

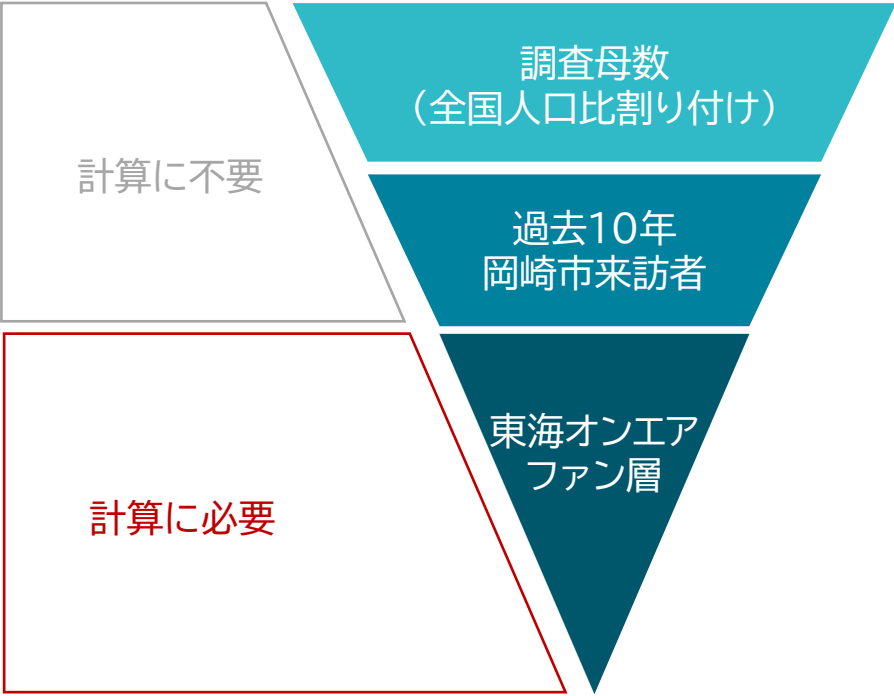
・ファン比率（通常来訪者率/ファン来訪者率）
→アンケート調査(今回実施)

・観光消費額（円/人、ファン層/非ファン層）
→アンケート調査(今回実施)



3.直接観光消費額の算出

(3)東海オンエアファン層の求め方



- 全国の人口比をベースに割り付けた調査対象者に対し、**東海オンエアファン**かつ**岡崎市来訪者**比率を調査。
- 調査から得られた**2025年の岡崎市来訪者**における東海オンエアファン比率を基に、過去の東海オンエアファン比率を推計。
- 東海オンエアファン比率は、これまでの東海オンエアのYouTubeメインチャンネル登録者数の増加と比例すると仮定し、登録者数の年平均増加率を基に、逆数を乗じることで算出する。

実観光入込客数(日帰り)

実観光入込客数(宿泊)

×

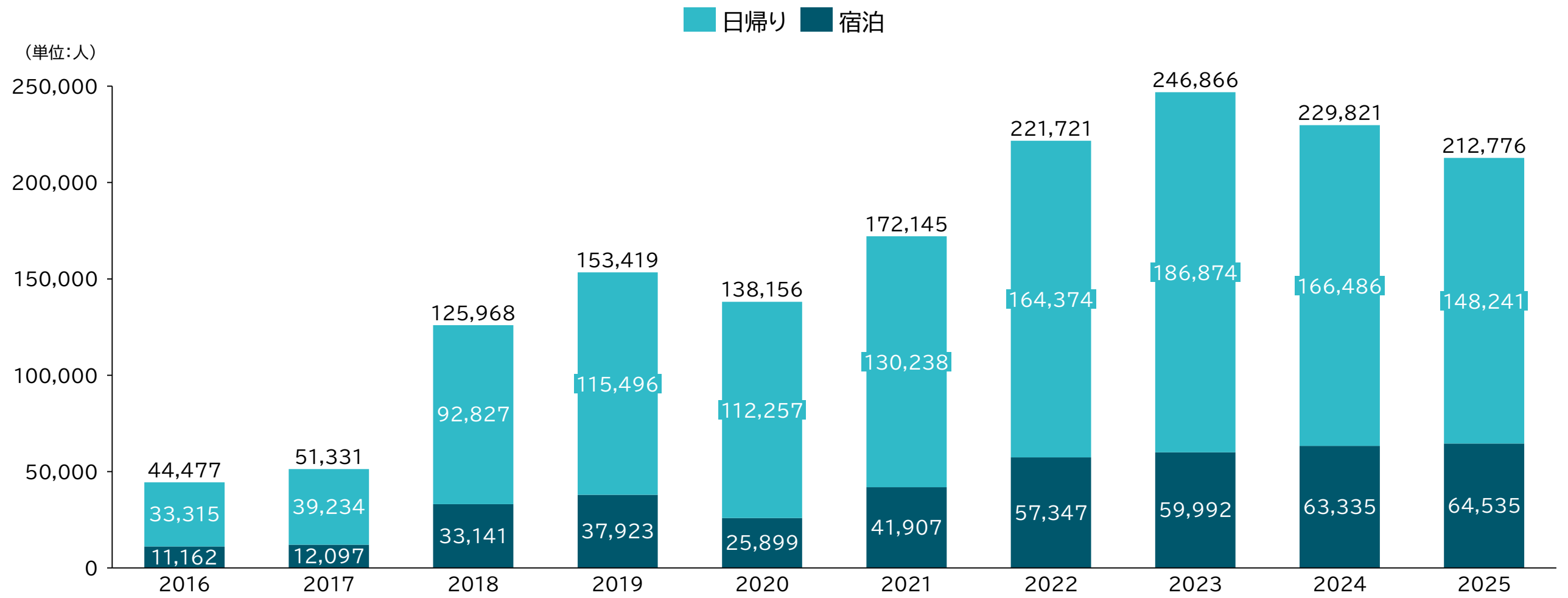
東海オンエアファン比率
(2025年:17.8%)

→

実観光入込客数うちファン層
(=岡崎市訪問東海オンエアファン数)
(2025年日帰り:148,241人
宿泊:64,535人)

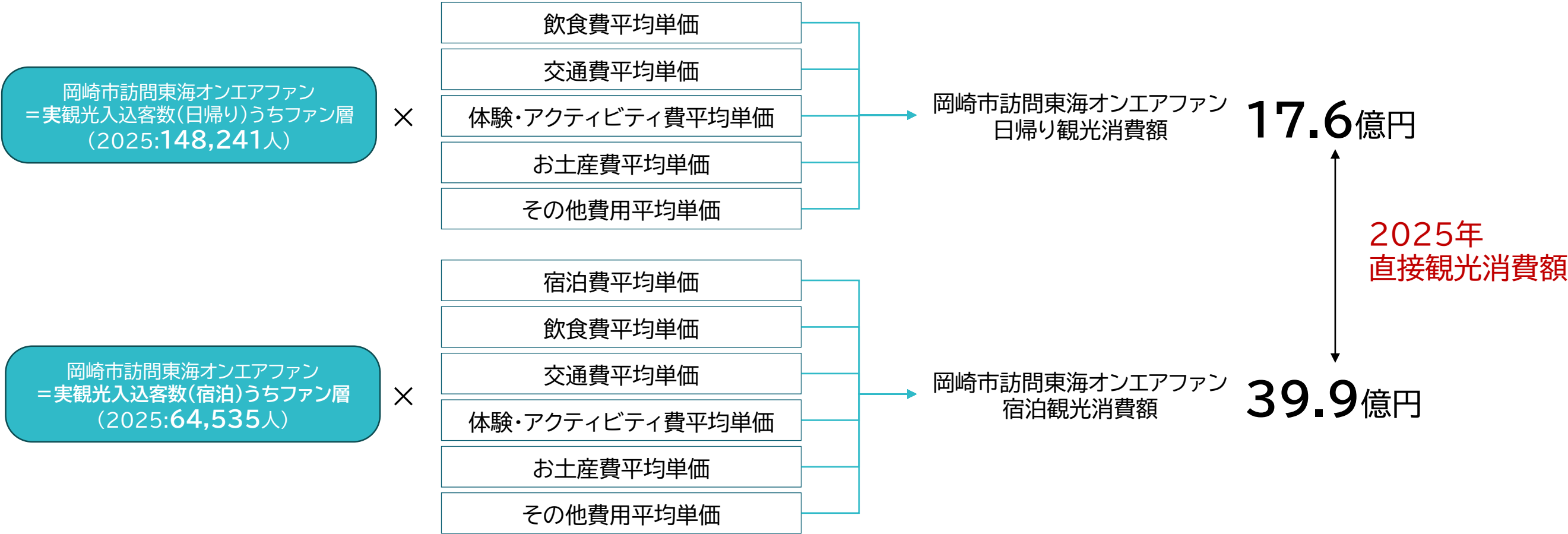
3.直接観光消費額の算出

- 経済波及効果の算出に先立ち、東海オンエアファンの岡崎市来訪者人数は以下のとおり。



3.直接観光消費額の算出

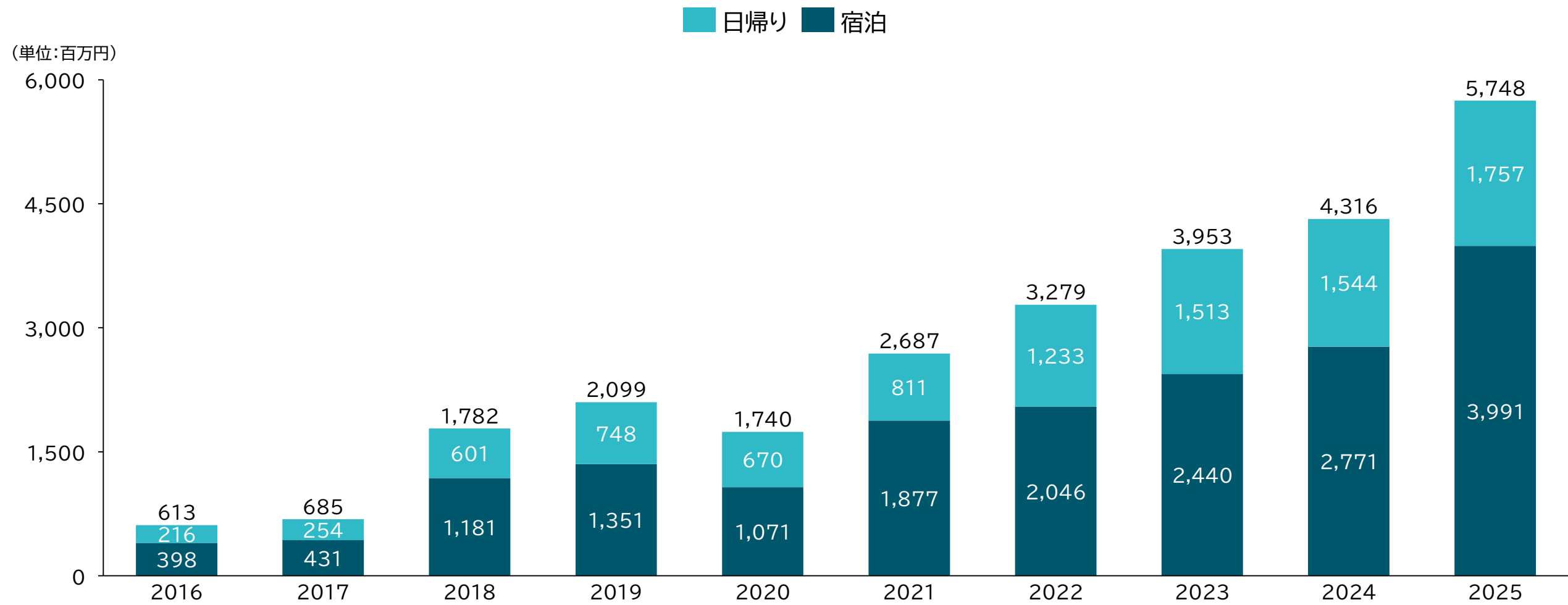
(4)「東海オンエア」起因の岡崎市観光消費額



▶ 岡崎市を訪問した東海オンエアファンの日帰り／宿泊それぞれの実人数に対し、ファン向け調査によって判明した各種平均単価を乗じて単年の直接観光消費額を算出。

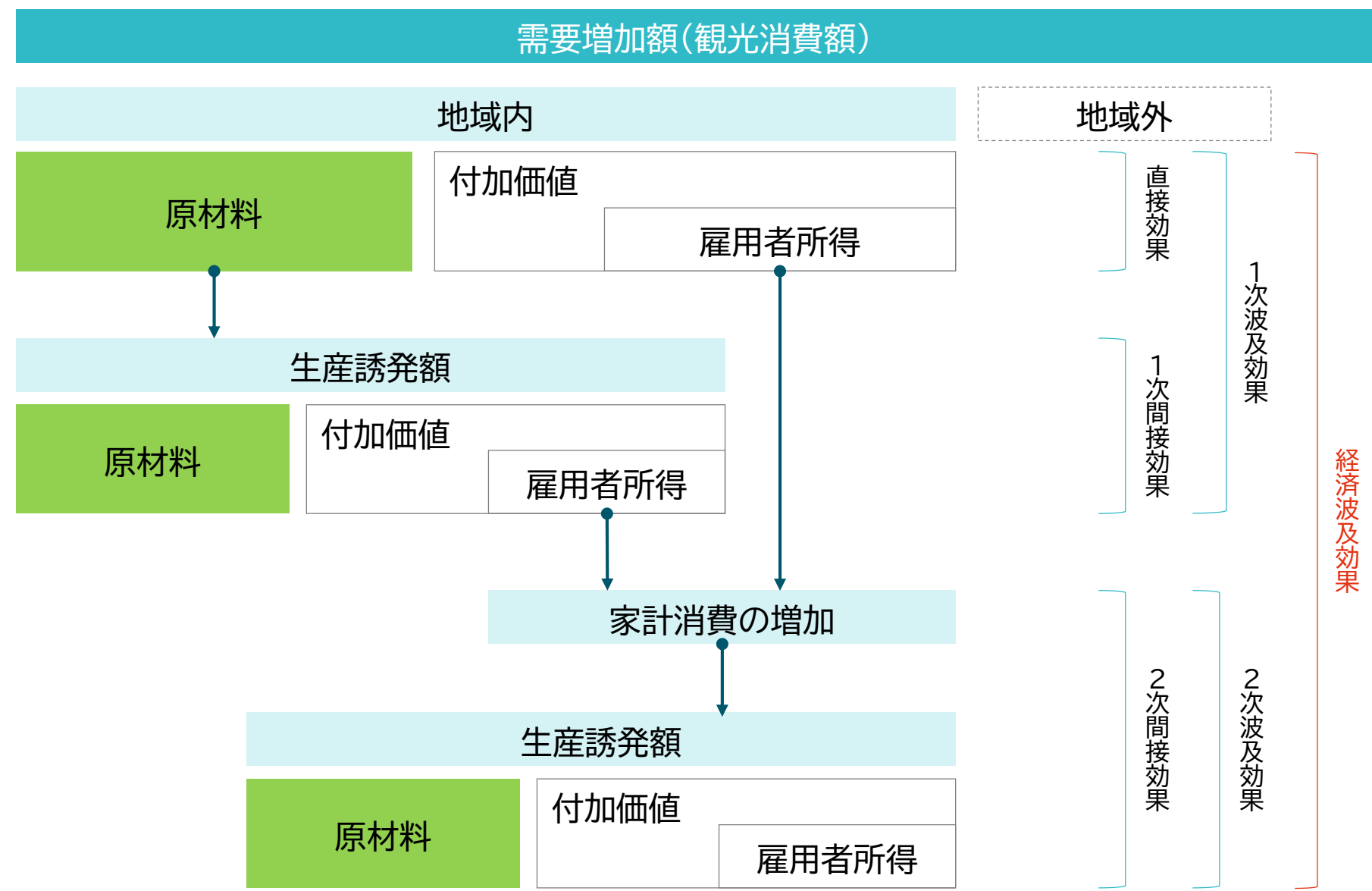
3.直接観光消費額の算出

- 経済波及効果の算出に先立ち、東海オンエアファン(日帰り・宿泊)の直接観光消費額は以下のとおり。



4. 経済波及効果の算出

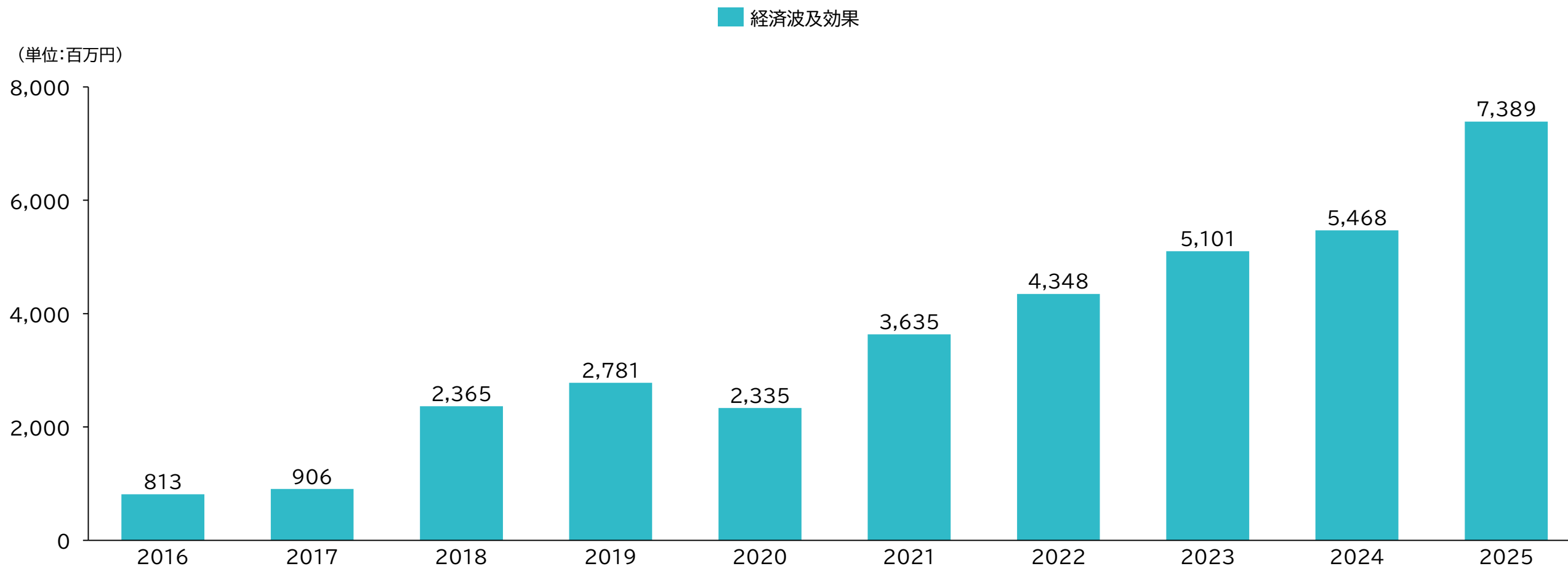
- 以下の経済波及効果の考えから、岡崎市を訪問した東海オンエアファンの経済波及効果を算出する。



- 岡崎市では市単独の産業連関表は作成していないため、愛知県の産業連関表を用いて算出する。
- 観光庁による手引書を基にJTB総合研究所が算出した係数および導出した直接観光消費額から経済波及効果を計測する。

4. 経済波及効果の算出

- これまでの結果を基に、産業連関表を用いて算出した経済波及効果は以下のとおり。



10年間合計東海オンエア関連経済波及効果

351.4億円

4. 経済波及効果の算出

- 加えて「東海オンエアファン岡崎市ふるさと納税商品額」を以下の考えで算出する。

Step1:東海オンエアファン納税率を特定

全国のふるさと納税増加率から、各年の東海オンエア岡崎市納税率を算出

Step2:納税者数を算出

東海オンエアファン数 × ファンの各年納税率

Step3:岡崎市納税総額を算出

東海オンエアファン納税者数 × 東海オンエアファン一人当たり納税額(40,689円)

Step4:直接効果分を算出

納税総額 × 80%(ふるさと納税ポータルサイトの掲載手数料を除いた額)

- 加えて、「東海オンエア岡崎関連グッズ売上高」の実績値を集計する。

4. 経済波及効果の算出

- 旅行をベースとした経済波及効果のほか、岡崎市ふるさと納税商品額や岡崎関連グッズ売上高を含めた経済効果は以下のとおり。

10年間合計東海オンエア関連経済波及効果(市内観光消費額)	351.4億円
-------------------------------	---------

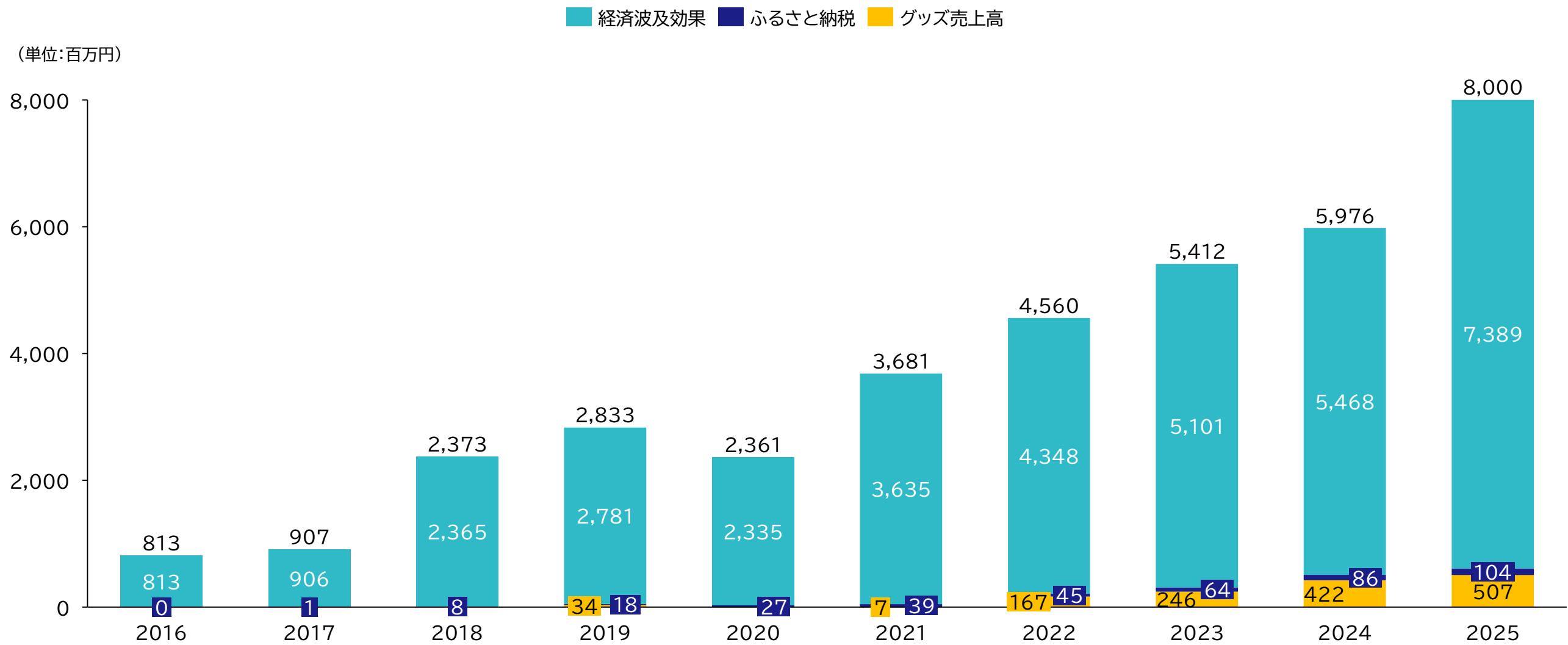
10年間合計東海オンエアファン岡崎市ふるさと納税商品額	3.9億円
-----------------------------	-------

10年間合計東海オンエア岡崎関連グッズ売上高	13.8億円
------------------------	--------

10年間合計東海オンエア経済波及効果	369.1億円
--------------------	---------

4. 経済波及効果の算出

- 岡崎市ふるさと納税商品額および岡崎関連グッズ売上高を含めた経済波及効果の推移は以下のとおり。



【参考】

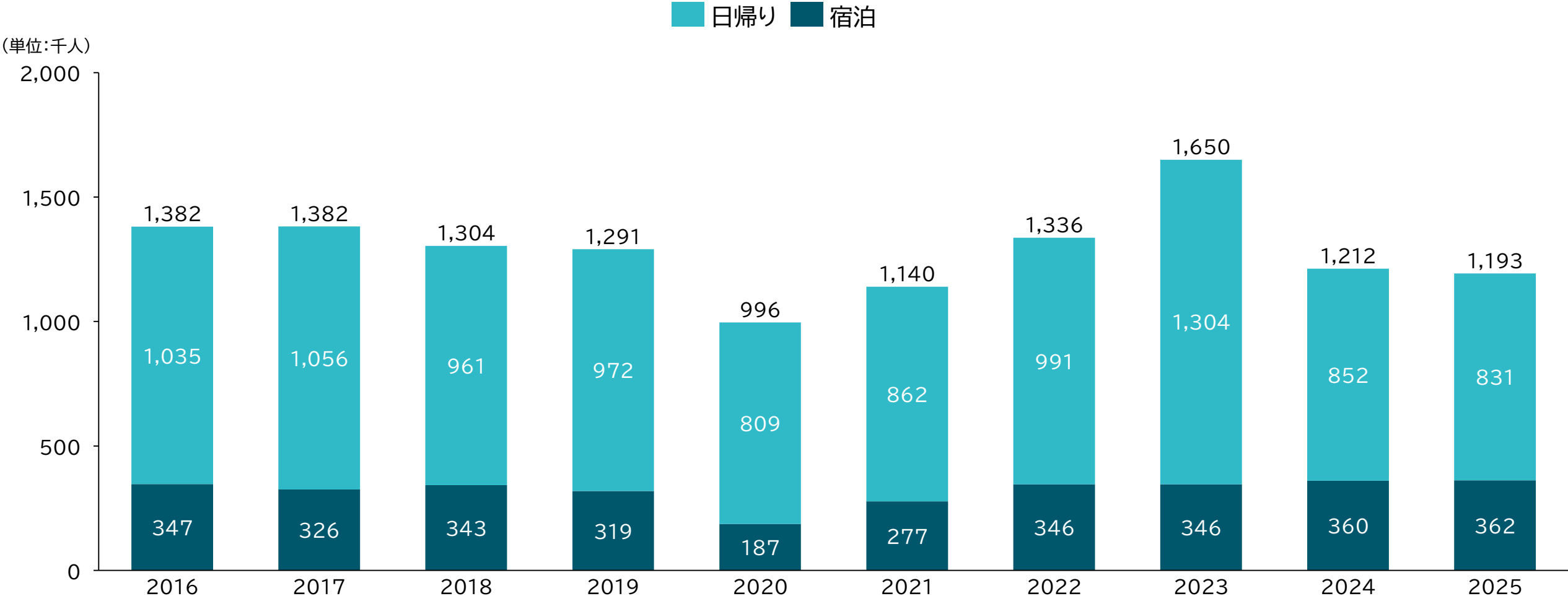
本調査において算出したその他推計値まとめ

岡崎市実観光客数・東海オンエアファン実観光客数

	単位	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
岡崎市実宿泊客数	人	346,721	325,671	343,150	319,034	186,756	277,417	345,631	346,077	360,218	361,942
岡崎市実日帰り客数	人	1,034,844	1,056,202	961,148	971,640	809,478	862,160	990,685	1,304,180	851,877	831,409
東海オンエアファン 岡崎市実宿泊客数	人	11,162	12,097	33,141	37,923	25,899	41,907	57,347	59,992	63,335	64,535
東海オンエアファン 岡崎市実日帰り客者数	人	33,315	39,234	92,827	115,496	112,257	130,238	164,374	186,874	166,486	148,241

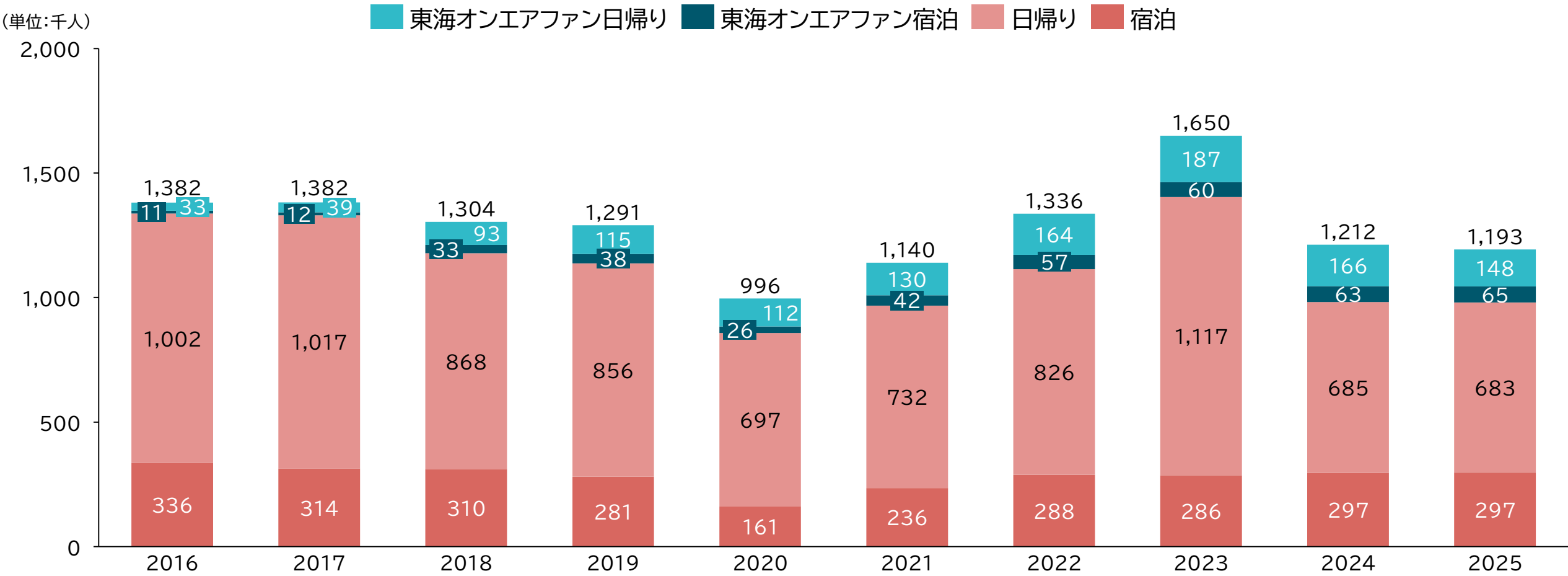
※数値は本調査における推計

岡崎市実観光客数推移



※数値は本調査における推計

岡崎市実観光客数・東海オンエアファン実観光客数推移



※数値は本調査における推計

岡崎市来訪東海オンエアファン費目別消費単価

		単位	2016～2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
宿泊	宿泊費	円	13,045	15,451	15,688	12,806	14,532	15,499	17,325
	飲食費	円	10,392	12,489	13,199	11,189	11,877	11,794	17,003
	交通費	円	3,850	5,116	4,124	3,867	3,966	4,331	4,580
	体験・アクティビティ費	円	1,326	1,656	6,180	1,321	1,462	1,819	2,096
	お土産	円	4,822	4,850	4,550	4,992	6,698	8,389	11,226
	その他	円	2,195	1,776	1,044	1,506	2,140	1,925	9,610
	計	円	35,630	41,338	44,785	35,681	40,675	43,757	61,840
日帰り	飲食費	円	2,852	3,160	3,015	3,376	3,341	3,459	5,551
	交通費	円	881	1,071	1,435	1,355	1,138	1,260	1,093
	体験・アクティビティ費	円	361	316	464	561	437	398	587
	お土産	円	1,417	1,085	1,062	1,476	2,399	3,279	3,478
	その他	円	967	332	248	732	783	880	1,145
	計	円	6,478	5,964	6,224	7,500	8,098	9,276	11,854

※数値は本調査における推計

【参考】

本調査において実施したアンケート集計報告

調査概要と比較にあたっての留意点

一般生活者調査

調査目的 岡崎市来訪者における東海オンエアファン割合の把握

調査対象 過去10年以内に岡崎市への旅行経験がある方(n=200)

調査期間 2026年4月3日(金)～4月7日(火)

調査手法 インターネット調査

サンプル数 事前調査n=10,000／本調査n=200

東海オンエアファン調査

調査目的 岡崎市に来訪した東海オンエアファンの観光消費額の把握

調査対象 東海オンエアファン

調査期間 2026年5月11日(月)～5月29日(金)

調査手法 東海オンエア公式Xでのアンケート調査

サンプル数 n=35,744

比較にあたっての留意点

- ・ 両調査はサンプル抽出方法・母集団・サンプルサイズが異なるため、統計的に対応した比較ではなく「傾向差を確認するための参考比較」として提示
- ・ 旅行体験に関する設問は岡崎市への来訪経験者のみが回答(一般生活者n=200／ファンn=17,243)。
- ・ 本報告書はクロス集計を行わず、設問ごとの単純集計(GT表)を基に一般生活者調査とファン調査の数値を並べて整理したもの

調査設問

一般生活者調査・東海オンエアファン調査共通

パート	番号	設問内容	設問形式
【SC】 スクリーニング	SC1	居住地	SA
	SC2	年齢	NA
	SC3	性別	SA
	SC4	YouTube認知	SAMAT
	SC5	国内旅行経験	MA
	SC6	岡崎市の来訪経験	SA
	SC7	岡崎市参考インフルエンサー	SAMAT
	SC8	岡崎観光伝道師 東海オンエア 認知	SA
	SC9	岡崎市関連イベント 認知／参加状況	SAMAT
	SC10	ふるさと納税の有無	MA
	SC11	ふるさと納税合計金額	SAMAT
	SC12	グッズ等のECサイト利用	MA
	SC13	グッズ等のECサイト合計金額	SAMAT

パート	番号	設問内容	設問形式
【A】 本調査	A1	来訪年度	MA
	A2	訪問時メンバー	SA
	A3	訪問目的	MA
	A4	滞在日数	SA
	A5	飲食の有無	MA
	A6	お土産購入	SA
	A7	予定外出費	SA
	A8	宿泊有無	MA
	A9	宿泊施設名	MA
	A10	飲食施設名	FA
	A11	お土産名	FA
	A12	観光地確認	MA
	A13	直近岡崎旅行消費金額	NA
	A14	過去10年岡崎旅行消費金額	NA
	A15	満足度	SA
	A16	再訪問意向	SA
	A17	推奨度	SA

回答者プロフィール(性別・年代・居住地方)

性別

項目	一般生活者 (n=200)	ファン (n=35,744)
男性	64.5%	31.4%
女性	35.5%	67.9%

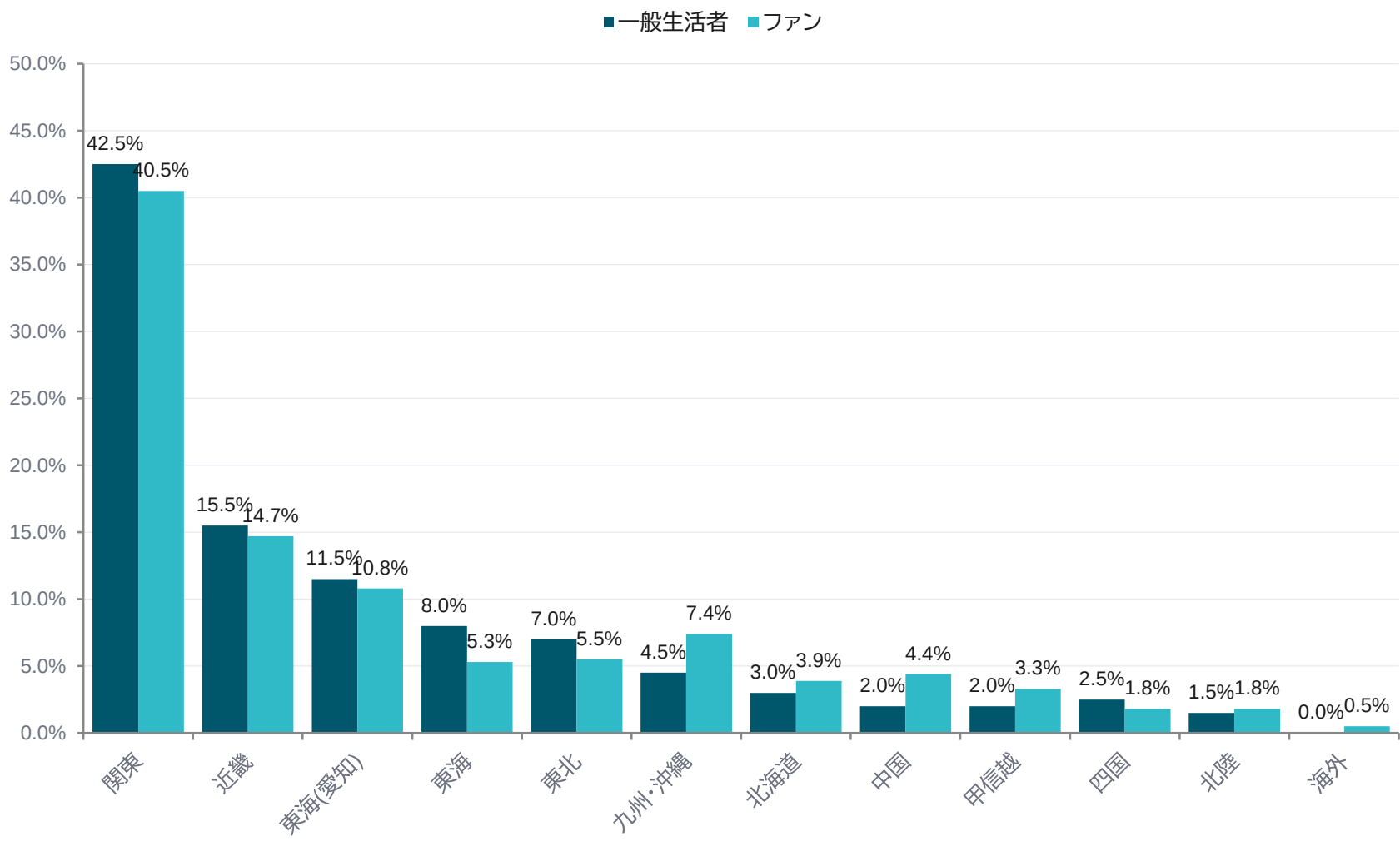
平均年齢 一般生活者 38.23歳 / ファン 26.35歳

年代構成

年代	一般生活者 (n=200)	ファン (n=35,744)
29歳以下	31%	77.9%
30-39歳	30.5%	18.2%
40-49歳	21.5%	2.6%
50-59歳	9.5%	1.1%
60歳以上	7.5%	0.2%

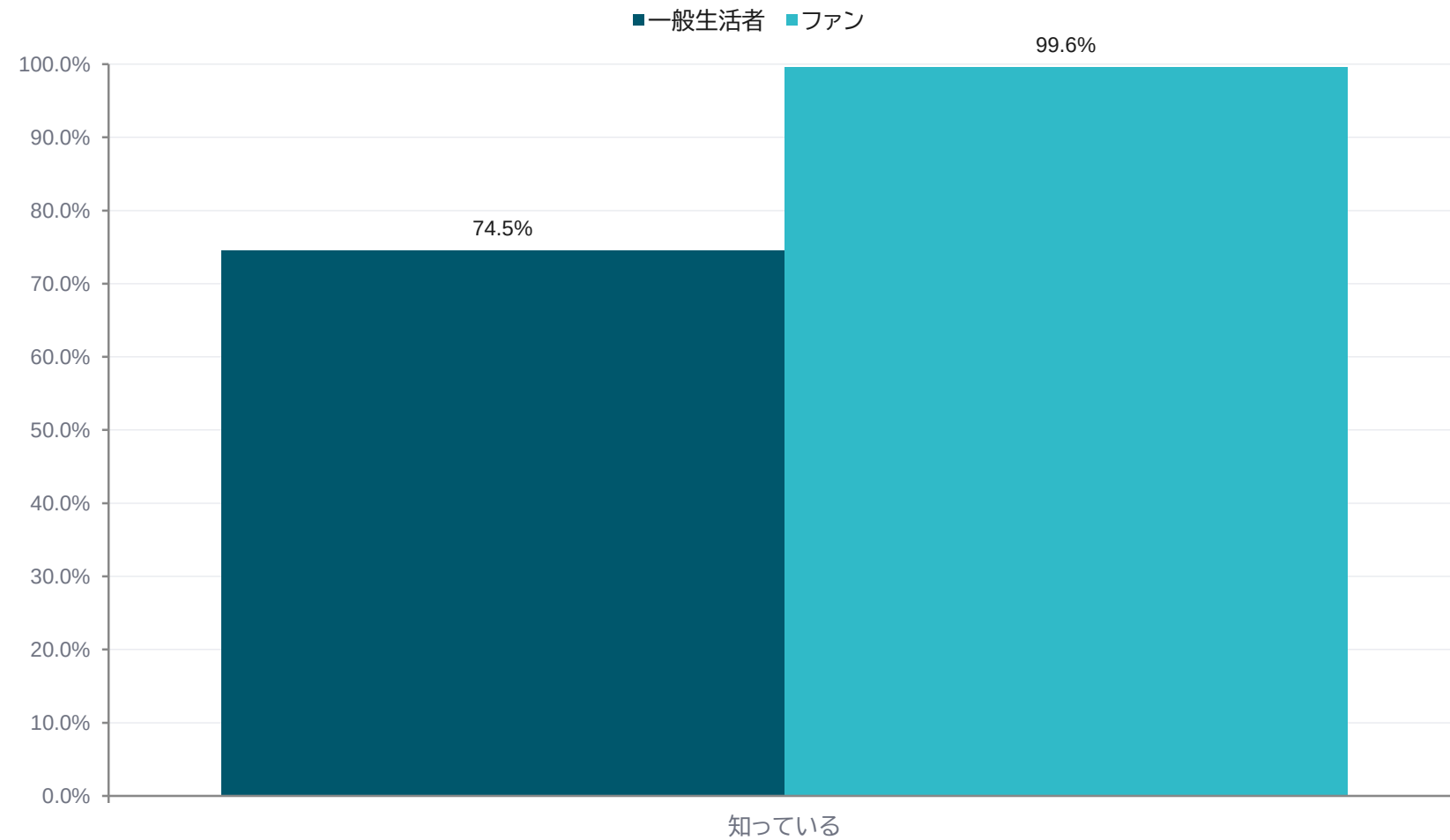
※ファン調査は年代区分の内訳データなし(平均年齢のみ)

居住地方



岡崎観光伝道師としての認知

「東海オンエア」が岡崎観光伝道師であることの認知



一般生活者:141名中74.5% / ファン:35,699名中99.6%

「東海オンエア」関連イベントの認知・参加経験

イベントの認知・参加経験がある割合(「知らない」以外の計)

項目	一般生活者 (n=200)	ファン (n=35,744)
岡崎城下家康公夏まつり	73.0%	74.0%
岡崎グルメフェスティバル	70.2%	61.9%
全国ふるさと甲子園	65.2%	45.1%
岡崎市での聖火リレー参加	61.0%	69.9%
東海オンエア王決定戦	63.8%	88.0%
岡崎の桜まつり・家康公行列	70.9%	86.2%
隠れオンエアバードを探せ！！	58.9%	72.5%
名鉄カモン岡崎キャンペーン	59.6%	71.1%
岡崎全域虫眼鏡化	58.2%	69.7%

- ・ 「東海オンエア王決定戦」「桜まつり・家康公行列」はファンの認知・参加経験が一般生活者を20pt以上上回る。
- ・ 「全国ふるさと甲子園」は一般生活者の方が認知が高く、イベントにより訴求層に差がある。
- ・ いずれのイベントも一般生活者ベースで55～73%が認知・参加経験ありと高水準。

ふるさと納税・ネット通販の実施状況

岡崎市への「ふるさと納税」実施状況

項目	一般生活者 (n=200)	ファン (n=35,744)
「東海オンエアがきっかけ」きっかけ	31.0%	1.9%
「東海オンエアがきっかけではない」きっかけ以外	23.5%	0.3%
したことはない	45.5%	97.7%

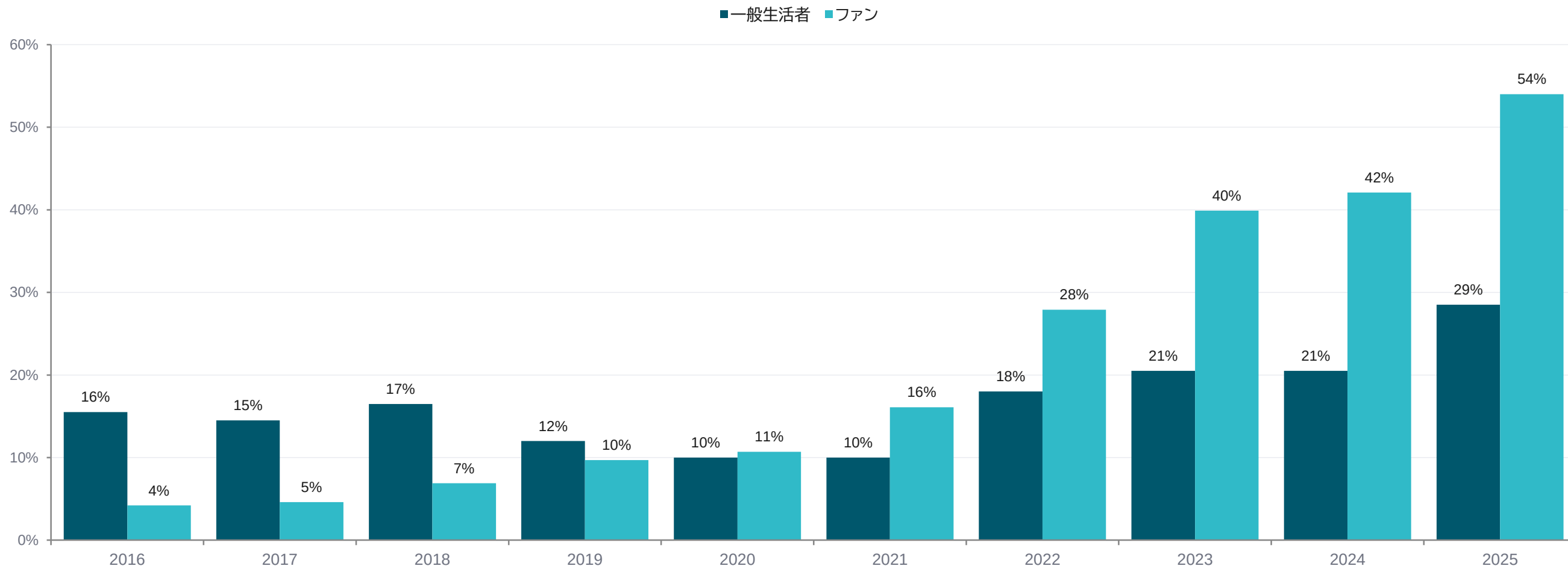
「東海オンエアがきっかけ」でふるさと納税をした割合：一般生活者 31% ／ ファン 1.9%

東海オンエアグッズ・お土産のネット通販購入状況

項目	一般生活者 (n=200)	ファン (n=35,744)
「東海オンエアがきっかけ」きっかけ	34.0%	17.3%
「東海オンエアがきっかけではない」きっかけ以外	23.5%	0.9%
したことはない	45.0%	81.9%

岡崎市への来訪年推移(過去10年)

直近10年で岡崎市に旅行した年(複数回答／来訪経験者ベース)



直近来訪時の同行者・旅行目的

同行者

項目	一般生活者 (n=200)	ファン (n=17,243)
ひとりで	21.5%	15.3%
夫婦・カップル	28.0%	32.9%
小学生以下の方を含む家族と	16.5%	2.7%
中学生以上の方を含む家族・親族と	9.5%	11.1%
知人・友人と	18.0%	36.1%
職場・学校の関係者と	3.0%	1.5%
その他	3.5%	0.4%

旅行目的(複数回答)

項目	一般生活者 (n=200)	ファン (n=17,243)
観光・名所めぐりのため	54.5%	52.7%
リフレッシュするため	30.0%	14.5%
現地でしか食べれないものを食べるため	24.5%	38.4%
アクティビティに参加するため	15.5%	2.5%
趣味やイベントに参加するため	13.5%	10.2%
「東海オンエア」の聖地巡礼のため	15.5%	88.7%
「東海オンエア」の催事参加のため	8.5%	17.6%
仕事で訪れる必要があったため	7.5%	2.7%
帰省のため	1.5%	1.8%
その他	8.5%	3.1%

滞在日数・宿泊状況

滞在日数

項目	一般生活者 (n=200)	ファン (n=17,243)
1日(日帰り)	37.5%	53.2%
2日(1泊2日)	48.5%	35.3%
3日以上(2泊3日以上)	14.0%	11.5%

宿泊形態

項目	一般生活者 (n=125)	ファン (n=8,070)
ホテルや旅館で宿泊した	75.2%	92.2%
家族・親族・知人の家で宿泊した	20.0%	6.2%
車中泊等	9.6%	2.3%

※宿泊形態はホテル・旅館等で宿泊した方ベース

市内飲食・お土産購入・想定外の出費

市内飲食店・コンビニ等の利用状況(複数回答)

項目	一般生活者 (n=200)	ファン (n=17,243)
岡崎市内の飲食店で朝食を食べた	24.5%	31.6%
岡崎市内の飲食店で昼食を食べた	51.5%	88.6%
岡崎市内の飲食店で夕食を食べた	45.5%	66.5%
岡崎市内のコンビニやスーパーで朝食を購入した	17.5%	17.1%
岡崎市内のコンビニやスーパーで昼食を購入した	15.5%	12.3%
岡崎市内のコンビニやスーパーで夕食を購入した	8.0%	13.3%
朝食・昼食・夕食では岡崎市の飲食店を利用していない	16.0%	4.1%

お土産購入

項目	一般生活者 (n=200)	ファン (n=17,243)
購入した	54.5%	62.4%
購入しなかった	45.5%	37.6%

想定外の出費があった割合

項目	一般生活者 (n=200)	ファン (n=17,243)
あった	31.5%	40.9%
なかった	68.5%	59.1%

岡崎市内の立寄りスポット(上位)

主な立寄りスポット(複数回答・上位抜粋)

項目	一般生活者 (n=200)	ファン (n=17,243)
岡崎城公園(岡崎城・三河武士のやかた家康館を含む)	50.5%	86.3%
東公園	12.5%	37.4%
南公園	8.5%	25.5%
道の駅「藤川宿」	19.5%	17.4%
八丁味噌蔵	14.0%	14.0%
わんパーク	8.5%	9.3%
奥殿陣屋	12.0%	6.8%
いずれも訪問していない	20.0%	7.6%

岡崎城公園への集中度

