

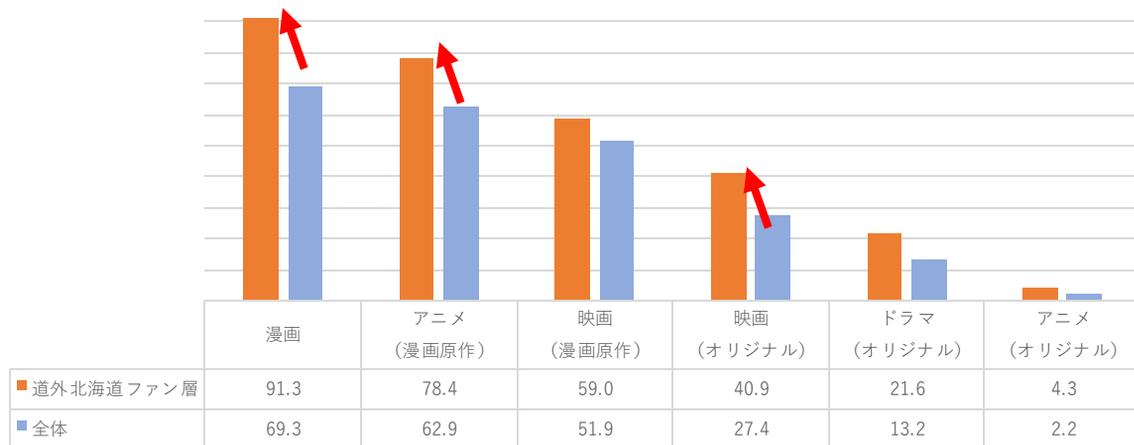
2. 北海道ファン層の「コンテンツ」意識は？

北海道と聞いて想起されるコンテンツ

まずは北海道ファン層が「北海道」から想起するコンテンツの内訳について確認しましょう。漫画、ドラマ、映画、アニメなど多様なコンテンツがある中、北海道ファンは北海道を舞台にした漫画やアニメ、映画やドラマを多く想起していることがわかりました。

北海道で想起するコンテンツ（カテゴリー別）

Q.あなたは、「北海道」と聞いて連想する作品（映画・アニメ・漫画）に当てはまるものはありますか？（いくつでも）



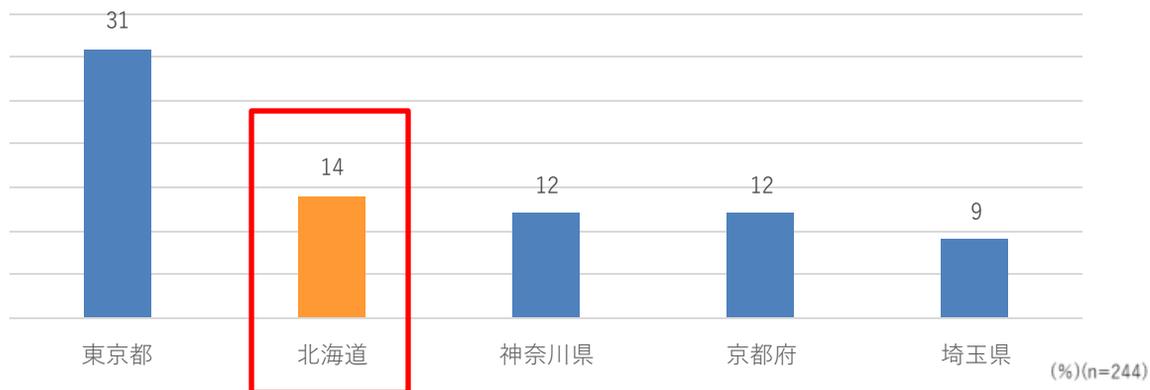
出典：新どさんこリサーチ2023 2023年12月実施 道外（n=500）

こちらのグラフは新ど研で毎年実施している定量調査の結果です。北海道と聞いて想起するコンテンツ名を選択してもらい、カテゴリーごとに集計しています。

北海道と聞いて想起されるコンテンツ

それでは好きな作品と聖地巡礼の関係性はどうなっているのでしょうか。ロケ地巡りやアニメ聖地巡りに行った地域のデータでは、北海道が東京都に次いで二位となっており、聖地巡礼地・ロケ地として日本国内でも有数の人気を誇っていることがわかります。

ロケ地巡りやアニメの聖地巡礼に行った地域（複数回答） ※上位5都道府県



出典：“ロイヤリティ マーケティング”調べ”<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000622.000004376.html>

ここまで北海道ファン層における「北海道」と「コンテンツ」の関わりについてみてきました。それでは具体的な聖地巡礼の例やそれらがもたらす効果についてみていきましょう。（次ページへ）

3. 北海道ファン層の「聖地巡礼ツーリズム」意識は？

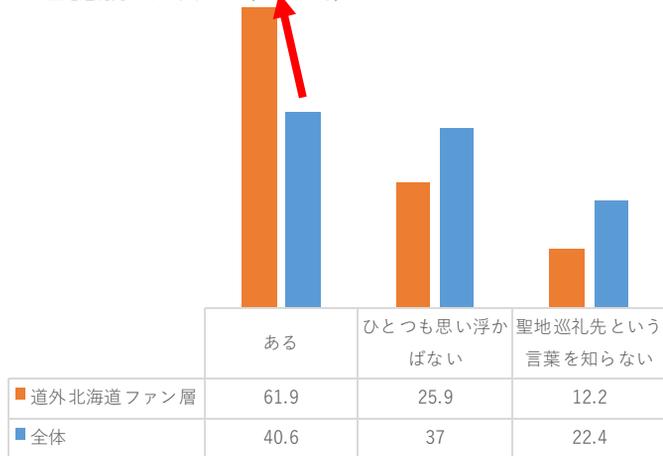
北海道のコンテンツの聖地が旅行の目的に

北海道ファン層には、北海道と聞いて思いつくコンテンツの聖地巡礼先があり、実に6割となっています。また、今後行ってみたい旅行タイプの外部調査では、コロナ禍と比べて「アニメツーリズム」に対する意欲が3%程度増加しており、聖地巡礼に類する行動への意欲が高まっていることがわかります。

北海道コンテンツの聖地巡礼先があるか

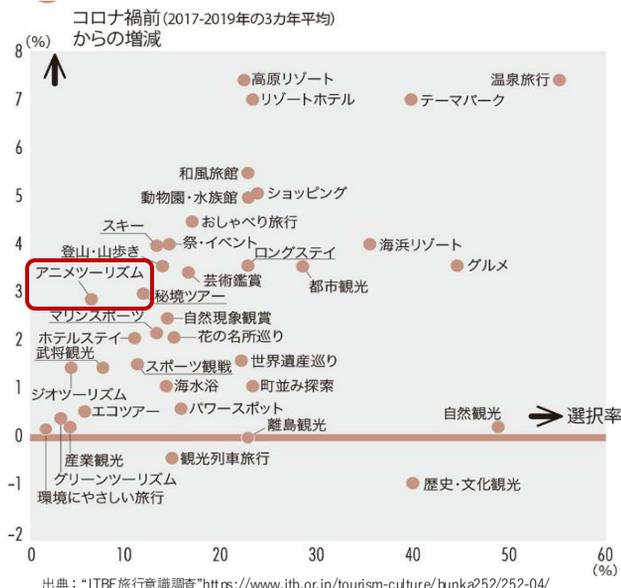
Q.あなたは、「北海道」と聞いて思いつくマンガやアニメ、映画などのコンテンツの

聖地巡礼先はありますか？（いくつでも）



出典：新どさんこリサーチ2023 2023年12月実施 道外（n=500）

今後1~2年間で行ってみたい旅行タイプ【複数回答】



北海道ファン（クリエイター）の生の声をインタビュー

コンテンツの受け手だけでなく、作り手側の意見も収集したかったため今回のインタビューでは若年層の北海道ファンの中でもコンテンツと作り手の立場にある方をフォーカスしました。結果としては、北海道の自然に対する言及が多かった印象です。緑豊かな自然のイメージがある一方で、冬の寒々としたイメージが創作意欲を喚起する側面もあるかもしれません。

Q 北海道でどんな作品を作りたいですか？

某特撮作品で見た北海道の光景が記憶に残っている。その作品で出てきたロケーションや北海道の広大な自然を生かしたスケール感のある風景と特撮、小規模な人間ドラマを対比させた作品を作りたい。

Tさん（東京都出身・東京都在住）、28歳、自主映画監督

Q 作品を通しての北海道のイメージは？

映画やドラマなど北海道に関連する作品に触れる中で沼や湿原など地方の自然の風景の印象がやはり強く印象が残る。
開かれていて空気が澄んでいるイメージ。

Yさん（東京都出身・東京都在住）、25歳、美術助手

今回の
発見ポイント



受け手としての聖地巡礼と作り手としての創作活動の循環で新たな聖地が誕生？

今回の調査・インタビューでは、前回に引き続き北海道ファンの観光意識についてみていきました。

またインタビューでは北海道ファン層の中でも割合の高い20代男女の北海道観光や聖地巡礼についての考え方を深堀していきました。

さらに聖地巡礼といった受け手としての消費行動だけでなく、北海道の魅力を知ったクリエイターによるコンテンツ制作という作り手としての行動の可能性もインタビューから見えてきました。

コンテンツを通して北海道の観光地や市街地について知り、その魅力を感じることで、またそこを舞台にする作品が作られ新たな聖地が生まれる、というコンテンツを通しての受け手⇄作り手の双方向の循環の可能性も映像制作に関連する方へのインタビューの中で感じられました。

現代は誰もがSNSや動画投稿などで自分から情報を発信できる「人類総クリエイター時代」です。

本レポートでは映画、漫画、ドラマなどプロの作り手達によって作られたコンテンツをメインに取り上げましたが、各種SNSでのインフルエンサー、動画クリエイターなどの投稿をきっかけに北海道への旅行を決める人もこれから増えてくるのではないのでしょうか。

大勢のフォロワーを持つインフルエンサーの投稿に影響を受けて北海道へ旅行した人自身もまたある程度の規模を持つインフルエンサーかもしれません。

そうなるとその人の投稿に影響を受けたさらにミニマムなインフルエンサーが北海道を訪れ、それをさらに投稿し・・・という影響力のトリクルダウンが起きる可能性は少なくないでしょう。

そう考えると、改めて草の根的な普及活動も新たな意味を持つ時代がやってきたのかもしれません。

今回担当：



- 調査概要 新どさんこリサーチ2023
2023年12月実施 インターネット調査 1,500サンプル（道内1,000サンプル）
（2017年から同設計にて毎年11月～12月に実施）

・HAKUHODO・ **新ど研**
北海道博報堂

新どさんこ研究所

北海道博報堂「新どさんこ研究所」（新ど研）とは？

北海道民の今の姿をデータで明らかにしながら、「一步先の北海道民＝新どさんこ」と定義して、その変化を予測・提言する（株）北海道博報堂が設立した研究組織。

お問い合わせ先

株式会社北海道博報堂
新どさんこ研究所
☎011-251-0175 / ✉shindoken@hakuodo.co.jp

公式 HP

<http://shindoken.com/>

過去のレポートはこちら！

