

# ナイトエンターテインメントによる地域経済の活性化「全体概要」(1/8)

## 本事業の目的

- 日本国内各所に展開していけるようなインバウンド向けナイトエンターテインメントを核にし、地域経済の活性化を図る事業モデルの検証

## 1. 事業の概要

事業の様子	
事業主体	ナイトエンターテインメントによる地域経済の活性化協議会事務局
構成団体	松竹(株)、アソビシステム(株)、全銀座会
実施内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 東劇をスタート地点とし、モノクロ映画の中から現代に飛び出したキャラクターガイドと共に銀座の街を巡るツアー(有料:5,800円/モニターは無料)を提供した</li> <li>■ ツアー内に飲食店を含む3~4箇所の観光拠点を設け、各拠点で消費活動を創出することで地元経済の活性化を促す</li> </ul>
実施エリア	■ 銀座～東銀座エリア(東京都中央区)
実査期間 (コンテンツ提供期間)	2019年1月25～1月29日

## 2. まとめ

### 実施結果・検証事項

- ツアー使用店舗、ツアー後の利用促進等で当該地域に経済効果をもたらした。消費額の目標値には満たなかったが、消費を促す施策により更なる経済効果が期待できる
  - ツアーに満足をしていると回答した人の割合:83%
  - 協力店舗における売上増加額(参加者の消費額):185,340円
  - PR・露出宣伝件数:21件(実施エリアの認知度向上)

### 考察

- 観光と演劇・映像を掛け合わせたコンテンツについては高評価であったため、インバウンド向けナイトエンターテインメントコンテンツとして地域経済活性化の核となることがわかる
- 更なる経済効果を生み出す施策として、ツアー後の案内の徹底や誘導人員を確保しツアー内のオプションとして店舗を組み込むことや、チケット代に飲食代を含め、継続的にツアー催行を行うことが効果的であると想定される

## 3. 参考となるポイント

### ■ コンテンツ開発と事業性について

- 「演劇・映画×ナイトツアー」というコンテンツ内容は高評価であり、他地域での展開が期待される
- 他地域での展開を考える上では、地域・行政の協力や継続してできるビジネスモデルづくりが必要
- ランニングコストから算定して事業化するには15,000円以上にチケット代を設定する必要があることから、価格に応じた適切なターゲティングとマーケティングが必要と想定される(今回の設定価格:5,800円)

### ■ プロモーションについて

- 訪日外国人旅行者がよく利用する既存のアクティビティ予約サイト(Viator等)を活用したチケット販売が有効

## ナイトエンターテインメントによる地域経済の活性化「実施内容」(2/8)

- 訪日外国人旅行者がターゲットであることを見据え、映画・演劇要素と銀座の歴史を感じる店舗の選定など、観光要素を織り交ぜたツアー内容、脚本や演出を検討することが重要

### 4.実施内容の詳細及び考察

分類	#	タスク名称及び詳細	課題と対応方法	考察
準備・製作	1	<b>【脚本内容の検討】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 訪日外国人旅行者をターゲットであることから、海外大手エンターテインメント施設において製作経験の豊富な脚本家・演出家を有する外部制作会社を選定</li> <li>■ 実施場所は訪日外国人旅行者で昼間にぎわう一方、夜の往来が少ない銀座を選定</li> <li>■ 銀座の歴史を訪日外国人旅行者に伝えるために、銀座の特色といえる1930年代をテーマに設定。その時代から続く店舗を動線に選定</li> <li>■ 上記のような店舗の魅力が伝わりやすいストーリーを製作</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 脚本内容の準備から決定まで十分な時間を確保することが出来なかった           <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 打合せ回数を増やし、2週間程度で脚本内容の調整を行った</li> </ul> </li> <li>■ 協力頂く動線上の8店舗及びクーポン連携店との協議・調整に時間を要した           <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 動線上の8店舗、クーポン連携店(Bar4件)の協力を得るための協議は銀座社交料飲協会を介して1ヶ月～1ヶ月半程度で実施した</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ エンターテインメントの要となる脚本内容の調整には1ヶ月程度の時間を設けることが必要</li> <li>■ 協力先の確保に2～3ヶ月期間を設け、地方自治体や商業組合等の協力が必要</li> </ul>
	2	<b>【安全の確保】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 一般道を使用したツアーを実施するにあたり法的な問題がないことを築地警察署に確認、および関係各所と安全体制の確立のため協議</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 法的な制約上、「路上でのパフォーマンス」の要素を取り込むことが出来なかった           <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ ツアー内容前に法的な制約(路上パフォーマンス等)を把握した上で脚本・演出を決定した</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 地域によって条例等での制約が異なるため、事前に警察署等への相談が必要</li> <li>■ 法規制の確認および安全体制の確立を念頭においた制作検討が重要</li> </ul>
	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ リハーサル、最終調整</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 協力店舗の決定に時間を要したため、脚本をツアーのタイムスケジュールやルートに落とし込む作業が本番直前となった           <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ ツアー中は、ガイドの案内以外、役者のアドリブがメインであるため、タイムスケジュールに沿ったツアー進行と役者の演技に絞ってリハーサルを実施</li> <li>➢ 各店舗内の場当たりは店舗に合わせ個別に時間を設け、歩くルートに重点を置いて繰り返し流れを確認</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 演出確認、最終調整や場所の使用可否も考慮し、十分な準備期間を設けることが必要</li> </ul>

# ナイトエンターテインメントによる地域経済の活性化「実施内容」(3/8)

- 十分な告知期間と事業単体の黒字化のためには複数年継続できるスキームが必要だと考えられる

## 4.実施内容の詳細及び考察

分類	#	タスク名称及び詳細	課題と対応方法	考察
プロモーション	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ PR戦略立案、外部媒体への事前露出アプローチ、集客施策               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ メディアへのリリース、売り込み</li> <li>➢ モニター動員、集客活動</li> <li>➢ 宿泊施設での呼び込み、チラシ設置</li> <li>➢ 外国人コミュニティへの告知</li> <li>➢ HPの新設、チラシ作成</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 1月は訪日外国人旅行者やツアーが少ない傾向があるため、旅行会社とのタイアップが難しかった</li> <li>■ 実施時期までのPR活動期間が短く、旅前の告知が出来なかったため、事前予約の確保に苦戦した</li> <li>■ ロコミがない状況、かつ短期間の事業であったため集客数が伸び悩んだ               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 集客促進に向け、当日20ヶ所以上の宿泊施設にてスタッフとホテルコンシェルジュ等で手分けし、呼び込みを強化した</li> </ul> </li> <li>■ 国内初の試みのため、メディアへのイベント内容の説明に工夫が必要であった。               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 「ナイトエンタメ」のコンテンツ特集の一コマとして取り上げもらうこと、メディアへの情報の出し方と見せ方を工夫した</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 十分な告知期間と事業単体の黒字化のためには複数年継続できるスキームが必要（他のインバウンド事業者によると、4年間ほど継続することでロコミが積み上がり、収支が取れるようになることが分かった）</li> <li>■ 今後の露出売り込みの方向性として、「ナイトエンタメ」のコンテンツ特集の一コマというメディアの取り上げ方が有効であると推察</li> </ul>
	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ツアー取材対応、インタビュー対応、取材後の報道状況の確認</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ マスコミ関係者や機材により、ツアーの許容範囲を超えてしまい、ツアー随同行への対応に工夫が必要であった               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ メディア対応や撮影隊が随行しやすいようルート開拓等工夫した</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ メディア対応も受け入れやすく、撮影隊が随行しやすいツアーモデルとすることで、プロモーション効果が高まると推察</li> </ul>

## ナイトエンターテインメントによる地域経済の活性化「実施内容」(4/8)

- 全てを一事業者で担うことなく、演出の確認および全体的なクオリティ管理とオペレーション管理、参加者数管理やチケット販売等の役割を複数事業者で分担することで効率的な運用に繋がる

### 4.実施内容の詳細及び考察

分類	#	タスク名称及び詳細	課題と対応方法	考察
実施	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 当日ツアーの実施           <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 1月25日～1月29日の5日間 1日2回(18:00,21:00) 1回あたり約2時間のツアー</li> <li>➢ 参加者数の管理、チケット販売管理、参加者の受付案内</li> <li>➢ 各協力店舗との調整</li> <li>➢ ツアー中の安全確保</li> <li>➢ アンケート収集</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 演出やタイムスケジュール等ツアー内容は、20人以上の参加者を入れて催行することにより課題がみえ、日々演出等の修正や改善が必要であった           <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 参加者の感想や随員スタッフの印象を振り返り、演出家や外部スタッフ、役者と協議・フィードバックを行い、日々内容とオペレーションを改善、ツアー全体のクオリティを管理</li> </ul> </li> <li>■ ツアー開始30分前までモニター募集を行っていたため、参加者数が直前まで確定せず、各店舗への情報共有・調整に手間がかかった           <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 参加者名簿を作り、随時更新・共有を図った</li> </ul> </li> <li>■ 英語対応可能な人員が限られており、多言語案内の対応策を講じる必要があった           <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 英語対応が可能なアルバイトスタッフを採用</li> </ul> </li> <li>■ 一部の時間帯は通行量が多く、ツアーの進行に注意を払う必要があり、安全管理のためツアー随員するスタッフ数が参加者へ必要以上に声掛けを行ってしまう場面があった           <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ ツアー随員中に声掛けするポイントを絞り、スタッフ間で文言を統一して、参加者へ伝わりやすいアナウンスを工夫した</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 運用・推進体制の構築が重要           <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 全てを一事業者で担うことなく、演出の確認および全体的なクオリティ管理とオペレーション管理、参加者数管理やチケット販売等の役割を分担することで効率的な運用となる</li> </ul> </li> <li>■ 多言語対応可能な人材を確保するために人材派遣会社等との連携も必要</li> <li>■ 安全確保に向けては専門事業者へ外注することにより確実な安全対策に繋がる</li> </ul>

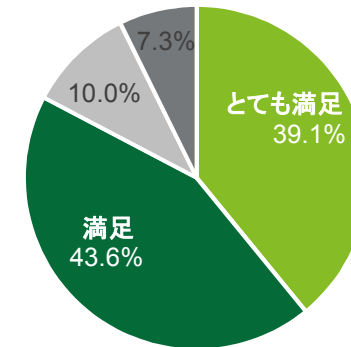
# ナイトエンターテインメントによる地域経済の活性化「分析結果」(5/8)

- モニター外国人98名、一般参加外国人12名、計110名が回答したアンケート結果による評価分析を実施
- コンテンツ内容は高評価であり、観光と演劇・映像を掛け合わせたコンテンツについて、ほとんどの参加者が高評価
- 今回の設定価格は、大幅に期待値から外れていないが、ランニングコストから算定して事業化するには15,000円以上にチケット代を設定する必要があることから、価格に応じた適切なターゲティングとマーケティングが必要だと考えられる

## 5.分析結果

調査手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 事前にWEB予約にてモニターを募集し、モニターを対象にアンケートを実施</li> </ul>
モニター数 (男女比)	<p>アンケート回答者:110名</p> <p>うち男性31名(約28%)、女性78名(約71%)、性別未回答1名(約1%)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 回答者の居住国・地域の上位:「アメリカ:24%」、「オーストラリア:11%」、「イギリス:8%」</li> <li>• 回答者の主な年代:「20代:37%」、「30代:34%」、「40代:15%」</li> </ul>

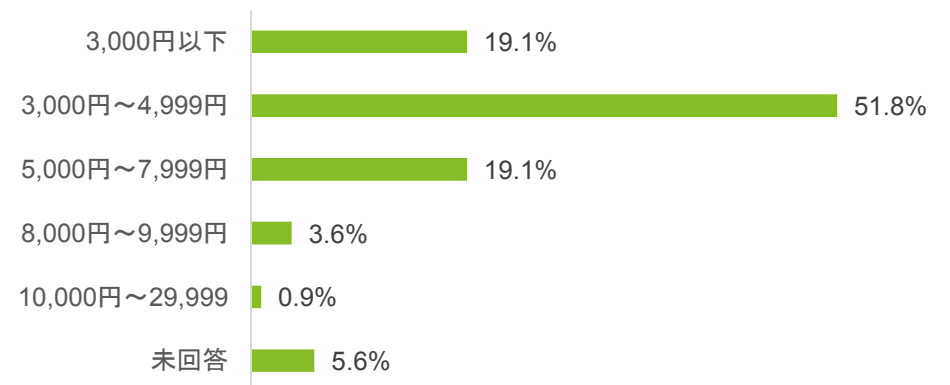
—ツアーの満足度—



■とても満足 ■満足 ■どちらでもない ■未回答

80%以上の方はツアーに満足していると回答

—適性価格—

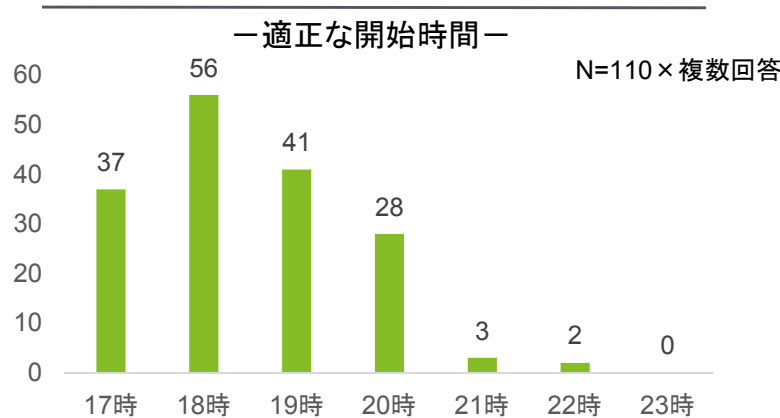


設定価格は3,000円～4,999円が適正と感じている  
(今回の設定価格:5,800円)

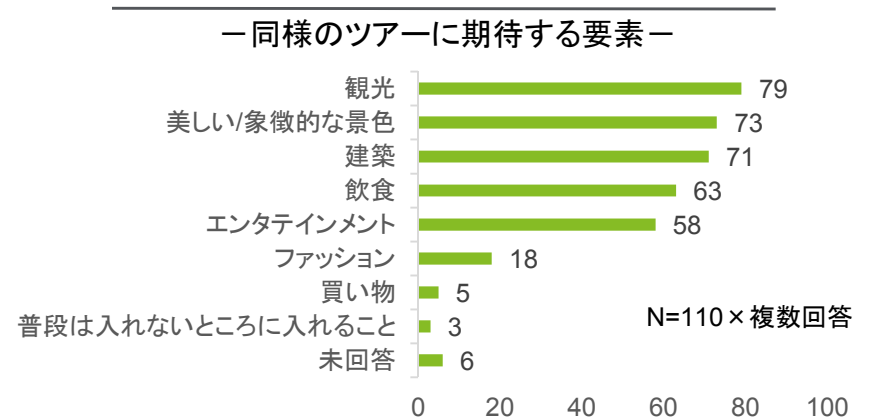
# ナイトエンターテインメントによる地域経済の活性化「分析結果」(6/8)

- 18時までの開始が過半数である一方で、19時以降の夕食後の開始を希望する参加者も多い
- 夜の時間帯にツアーを行う場合、飲食が含まれることが望まれている
- ツアーに期待する要素として、観光的要素、美しい・珍しい建物や景色などが期待されている
- 消費単価が高いとされる、ビジネス目的の訪日外国人旅行者が仕事終わりに楽しめるコンテンツの整備が必要である

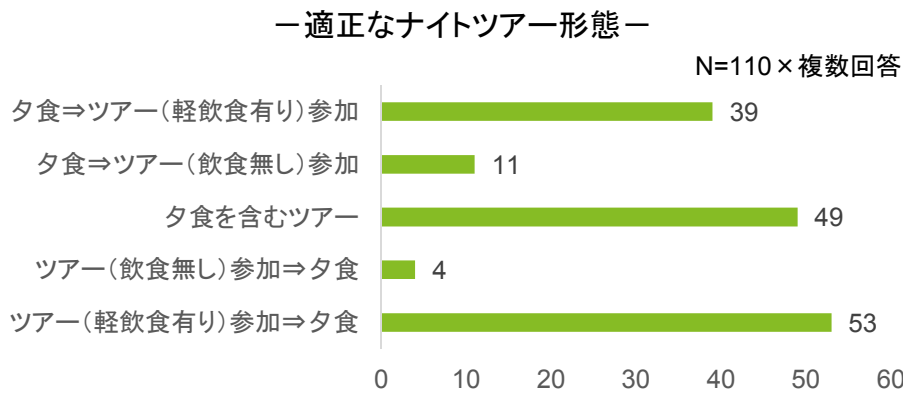
## 5.分析結果



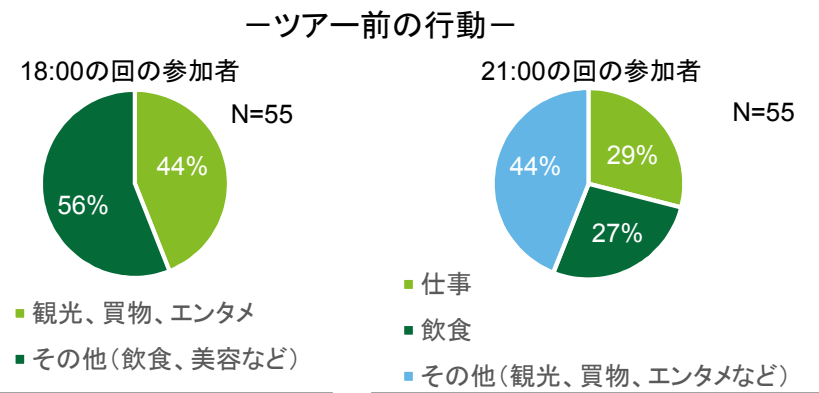
93回答が「18時まで」、74回答が「19時以降」を希望すると回答



観光的要素、美しい/象徴的な景色、建築、飲食、エンタメ要素などを期待するとの回答が多い



53回答が「軽飲食含むツアー参加後に夕食」、49回答が「夕食を含むツアー参加」、39回答が「夕食後に軽飲食含むツアー参加」を希望すると回答



44%が「観光、買い物、エンタメ」、56%が「それ以外(飲食、美容など)」

29%が「仕事」、27%が「飲食」、44%が「それ以外(観光、買い物、エンタメなど)」

\* 一般旅行者よりも消費単価が高いとされる、ビジネス目的の訪日外国人旅行者が、出張先の仕事終わりに楽しめるコンテンツ整備の必要性が考えられる

# ナイトエンターテインメントによる地域経済の活性化「検証結果」(7/8)

- 体験に関する評価は概ね良い結果となったものの、商業化に向けて飲食代をツアーに含めるなど、ツアーの中で消費をさせる仕組みを検討する必要がある

## 6.検証結果

#	検証項目	検証目的	結果	考察
1	銀座地域の観光地の価値向上	PR・露出宣伝効果	■ 露出件数(転載含む):21件	■ 国内各地の「ナイトエンタメ」コンテンツ紹介の特集として取り上げてもらうことが有効と推察
2	銀座地域への経済波及効果及びモニター動線のトレース	地域経済活性化	■ 売上増加金額185,340円	■ ツアー後の案内の徹底や誘導人員を確保しツアー内のオプションとして店舗を組み込む必要がある ■ チケット代に飲食代を含め、継続的にツアー催行を行うことが効果的である
3	モニターツアーの満足度	本事業の品質の向上	■ とても満足～満足の評価が参加者全体の82.7%	■ 観光と演劇・映像を掛け合わせたコンテンツは参加者から概ね高評価であった
4	モニターツアーに対するモニターの想定価格	本事業の商業化	■ 3,000円～7,999円のレンジが70.9% ➢ 3,000円以下:19.1% 3,000円～4,999円:51.8% 5,000円～7,999円:19.1% 8,000円～9,999円:3.6% 10,000円～29,999円:0.9% 未回答:5.6%	■ 今回の設定価格は、大幅に期待値から外れていないが、ランニングコストから算定して事業化するには15,000円以上にチケット代を設定する必要があることから、価格に応じた適切なターゲティングとマーケティングが必要と考えられる

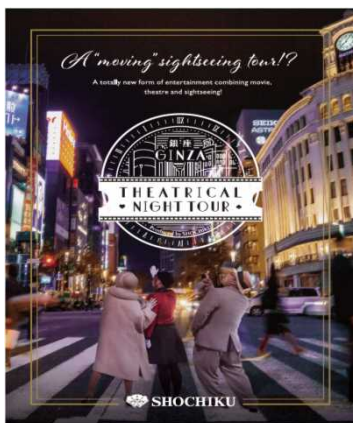
## ナイトエンターテインメントによる地域経済の活性化「参考情報」(8/8)

- 「演劇・映画×ナイトツアー」という国内で例のないコンテンツ制作・プロモーション用のチラシを制作した
- ツアー参加者が、演者との会話を楽しみながら銀座の名所を巡る、インタラクティブな内容とした

### 7.成果物



- ツアー冒頭に、東劇にて流す1930年代風の映像
- 訪問地である奥野ビルで撮影を行い、ストーリーの起点となるタイムスリップ要素を盛り込んだ



- ツアーのチラシ
- ロゴ作成や銀座の街で撮影を行い、オリジナルのプロモーション用素材を製作

### 8.実施時の様子



- モボ・モガ(役者)が映画の中から舞台上に飛び出すシーン
- 映画館を使用し、音響・照明の操作を加え参加者をストーリーへ引き込む様に演出



- あんぱんを食べながらモガとコミュニケーションを楽しむ参加者
- 参加者の持ち物や現代の銀座の街並みにリアクションするモボ・モガとの会話を楽しみながら銀座の名所を巡る