



記者発表資料	
令和2年1月10日(金)	
担当課 担当者	観光・ジオパーク推進課 山根、伊藤
連絡先	30-8291(内線 7531)

砂の美術館第12期展示経済波及効果について

砂の美術館第12期展示「砂で世界旅行・南アジア編」では、500,309人(第11期448,802人、昨年比51,507人増)の来館者をお迎えすることができました。

アンケートでは、94.8%の方に砂の美術館の印象は「とても良い・良い」という高い評価をいただくとともに、来館者全体の94.5%を県外者が占め、また全体の71.3%の方が宿泊されるなど、砂の美術館が地域経済の活性化や観光振興の充実に貢献することができました。

このアンケート結果等に基づいた経済波及効果及び宣伝効果の概要について、以下のとおりお知らせします。

経済波及効果	117億4千万円	来館者アンケートデータをもとに鳥取県産業連関表を用いて算出
---------------	-----------------	-------------------------------

経済波及効果の内訳

□直接的経済効果 76億3千万円

・直接的経済効果とは実際に支出された額のことを言います。

※算出方法:来場者アンケートデータをもとに、県外、県内及び宿泊、日帰りに分け鳥取県統計課の「平成23年鳥取県産業連関表:経済波及効果推計ツール1」を利用し観光消費額を推計。

□間接的経済効果 41億1千万円

・間接的経済効果とは大きく1次波及効果と2次波及効果に分けられます。

第1次波及効果 26億円

・1次波及効果は直接的経済効果分の支出に対して、調達した財・サービスの内訳を指します。

第2次波及効果 15億1千万円

・2次波及効果は1次波及効果で発生した額が各家計に所得として割り振られ消費に回された額を指します。

宣伝効果	2億5千万円	テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、WEB等(全国版、地方版)の放送、掲載等より広告料換算し算出
-------------	---------------	--

・テレビ全国版 約30分程度放送:1億8万円

【テレビ朝日(グッド!モーニング)、日本テレビ(ZIP)、NHK(2020年新春!ニッポン“にぎわい”リレー)ほか】

・テレビ地方版 約46分程度放送:5300万円

【NKT、TSK、BSS、NHK、関西テレビ、NCN、ぴよんぴよん、海外メディアほか】

・新聞、雑誌、ラジオ、WEB、その他:1700万円

【日本海新聞、読売新聞、朝日新聞、毎日新聞、山陰中央新報、産経新聞、中国新聞、日本経済新聞、FM山陰、FM鳥取ほか】

傾向と分析

第12期は比較的天候に恵まれ、大型GWの10連休や年末年始の9連休、また山陰道鳥取西道路の開通効果などにより、来館者数は好調に推移した。

■指定管理者の主な取り組み

・イズミテクノが会員約130万人に向け、ゆめカード(クレジットカード)の明細書とともに送る情報誌やサイトに広告を掲載

・JR西日本コミュニケーションズが、山陰デスティネーションキャンペーンのアフターキャンペーンと連携した広報を実施(DCパンフへの掲載、大阪駅での柱広告など)

■その他

台湾、香港を中心としたプロモーション効果(外国人観光客の増加)、鳥取駅前風紋広場のシンボル砂像(モンスターハンター砂像)と連動したPR効果、3Dプロジェクションマッピングの開催