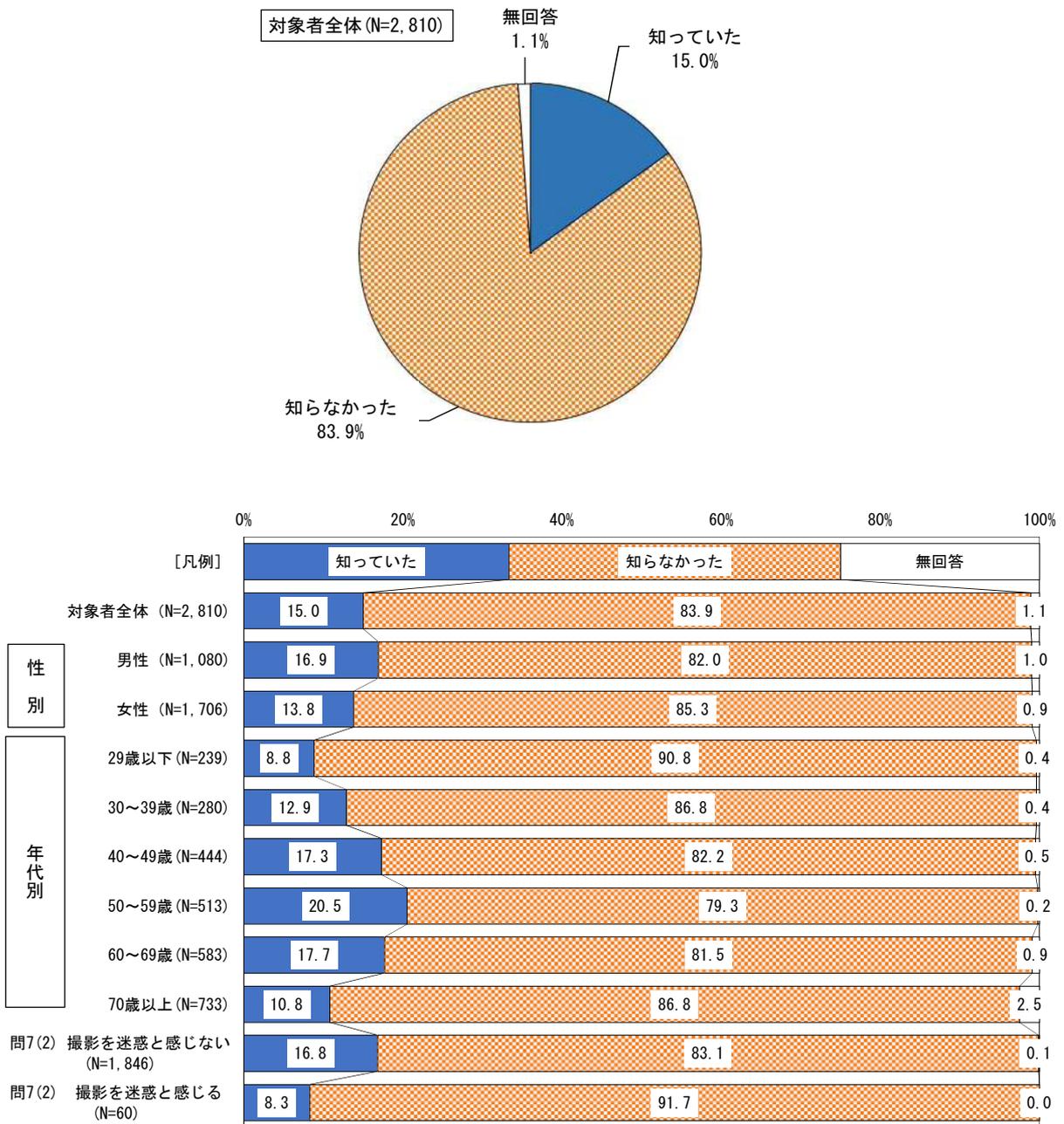


(3)映像の力を使ったまちづくりについて

◇フィルムコミッションの言葉の認知度

問4 あなたは、フィルムコミッションの言葉の意味を知っていましたか。

フィルムコミッションの言葉の意味を「知らなかった」人は83.9%



【全体】 フィルムコミッションの言葉の認知度について、「知っていた」が 15.0%、「知らなかった」が 83.9%となっている。

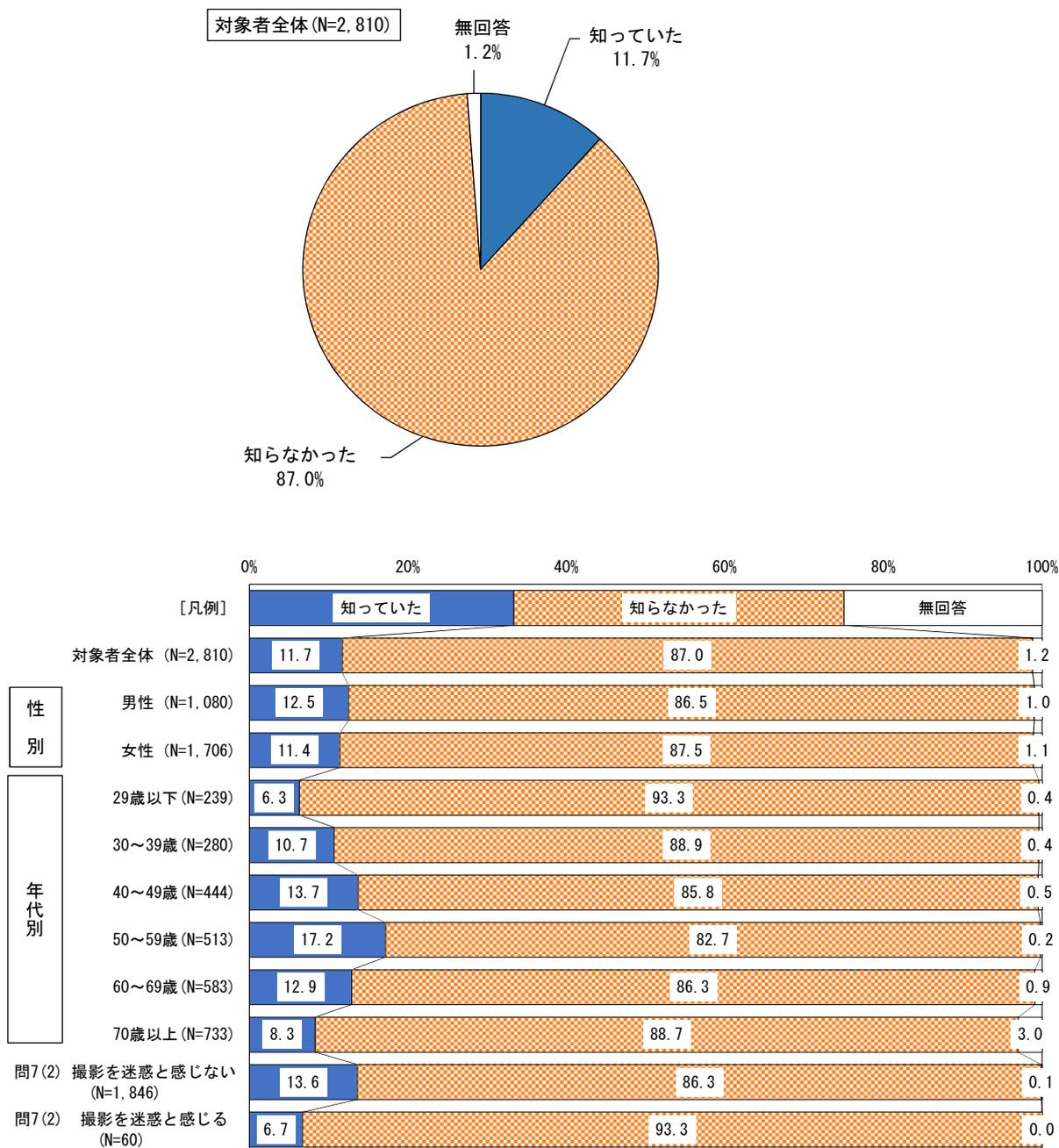
【性別】 男女で大きな差は見られない。

【年代別】 「知っていた」は、50歳代(20.5%)で最も高く、次いで60歳代(17.7%)、40歳代(17.3%)となっている。

◇札幌市によるフィルムコミッションの取組支援の認知度

問5 あなたは、札幌市がフィルムコミッションの取り組みを支援していることを知っていましたか。

札幌市によるフィルムコミッションの取組支援を「知らなかった」人は87.0%



【全体】札幌市によるフィルムコミッションの取組支援の認知度について、「知っていた」が11.7%、「知らなかった」が87.0%となっている。

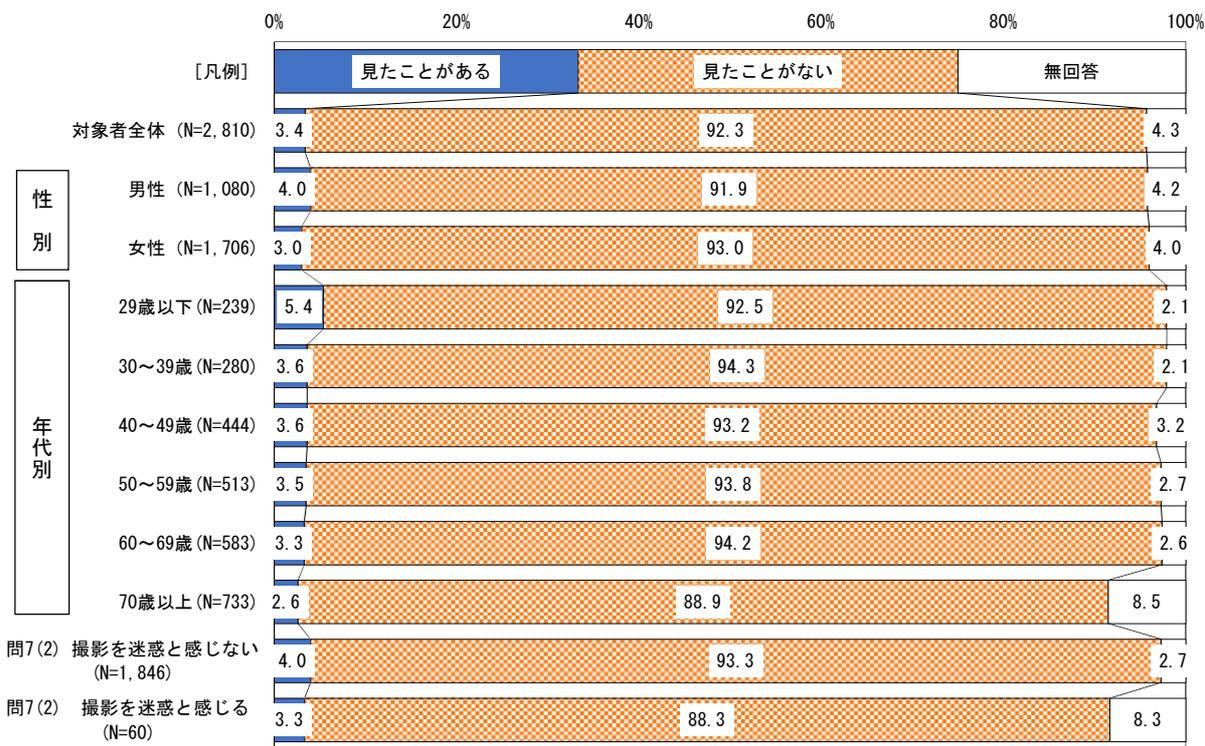
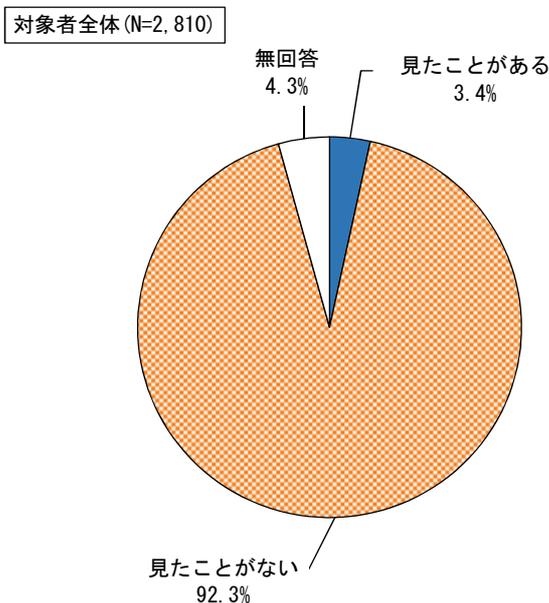
【性別】男女で大きな差は見られない。

【年代別】「知っていた」は、50歳代(17.2%)で最も高く、次いで40歳代(13.7%)、60歳代(12.9%)となっている。

◇フィルムコミッションのロゴを見たことの有無

問6 あなたは、札幌フィルムコミッションのロゴを見たことがありますか。

フィルムコミッションのロゴを「見たことがない」人は92.3%



【全体】 フィルムコミッションのロゴを「見たことがある」が3.4%、「見たことがない」が92.3%となっている。

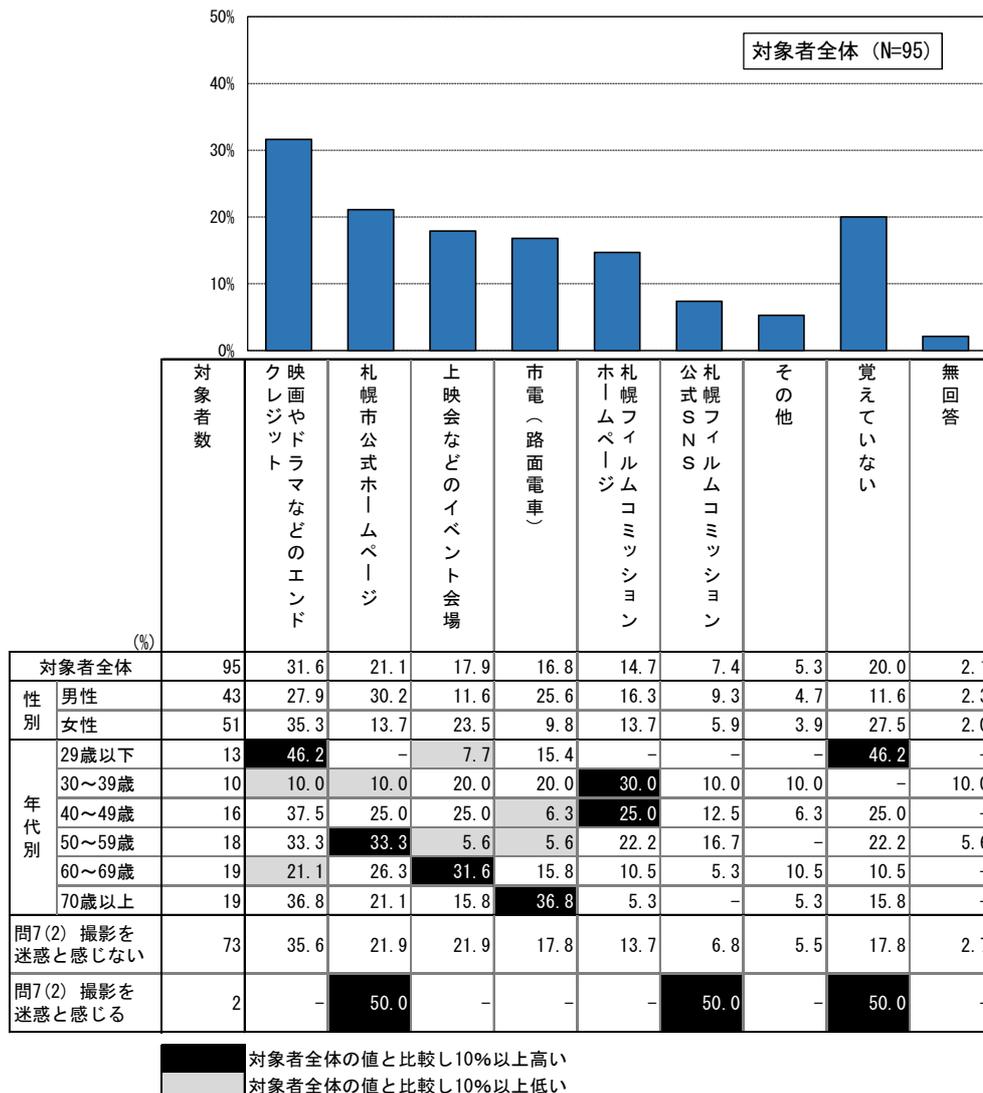
【性別】 男女で大きな差は見られない。

◇フィルムコミッションのロゴを見た場所や方法

《問6で「1 見たことがある」と答えた方にお聞きします。》

問6-1 あなたが札幌フィルムコミッションのロゴを見た場所や方法について、次の中から、あてはまるものにいくつでも○をつけてください。

フィルムコミッションのロゴを「映画やドラマなどのエンドクレジット」で見た人は31.6%



【全体】 フィルムコミッションのロゴを見た場所や方法は、「映画やドラマなどのエンドクレジット」が 31.6%、「札幌市公式ホームページ」が 21.1%、「上映会などのイベント会場」が 17.9%となっている。

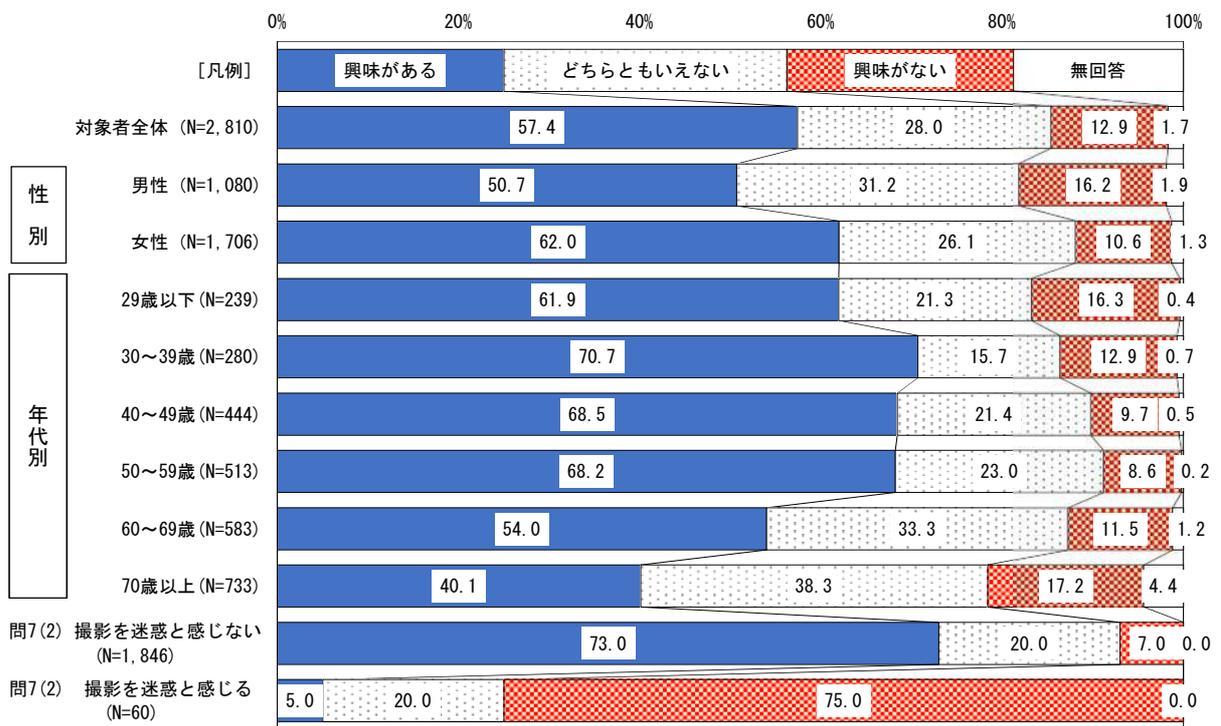
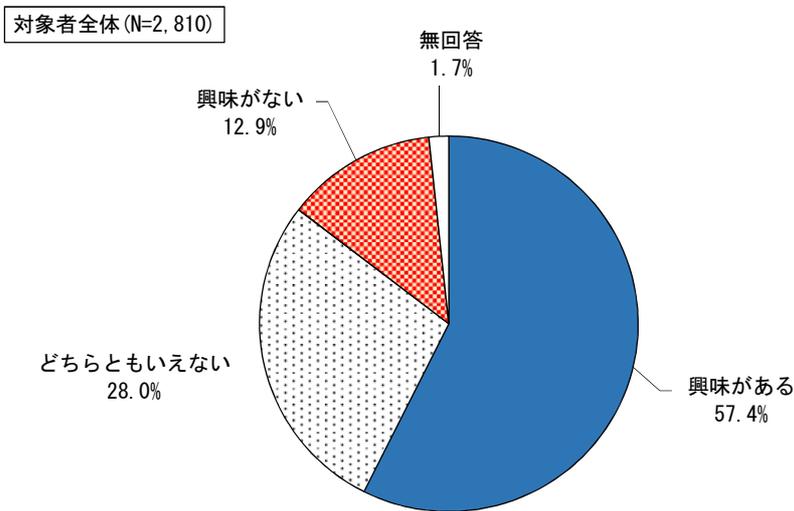
【性別】 「札幌市公式ホームページ」、「市電（路面電車）」は、男性が女性より 15.0 ポイント以上高くなっている。また、「映画やドラマなどのエンドクレジット」、「上映会などのイベント会場」は、女性が男性より 5.0 ポイント以上高くなっている。

◇撮影を見かけたときの撮影への興味の有無

問7 あなたは、市内で行われる映画やテレビ番組などの撮影を見かけたら、どのように思いますか。

(1) 撮影に興味がありますか。

映画やテレビ番組などの撮影を見かけたら「興味がある」人は57.4%



【全体】市内で行われる映画やテレビ番組などの撮影について、「興味がある」が57.4%、「興味がない」が12.9%となっている。

【性別】「興味がある」は、女性で62.0%と、男性の50.7%より11.3ポイント高くなっている。

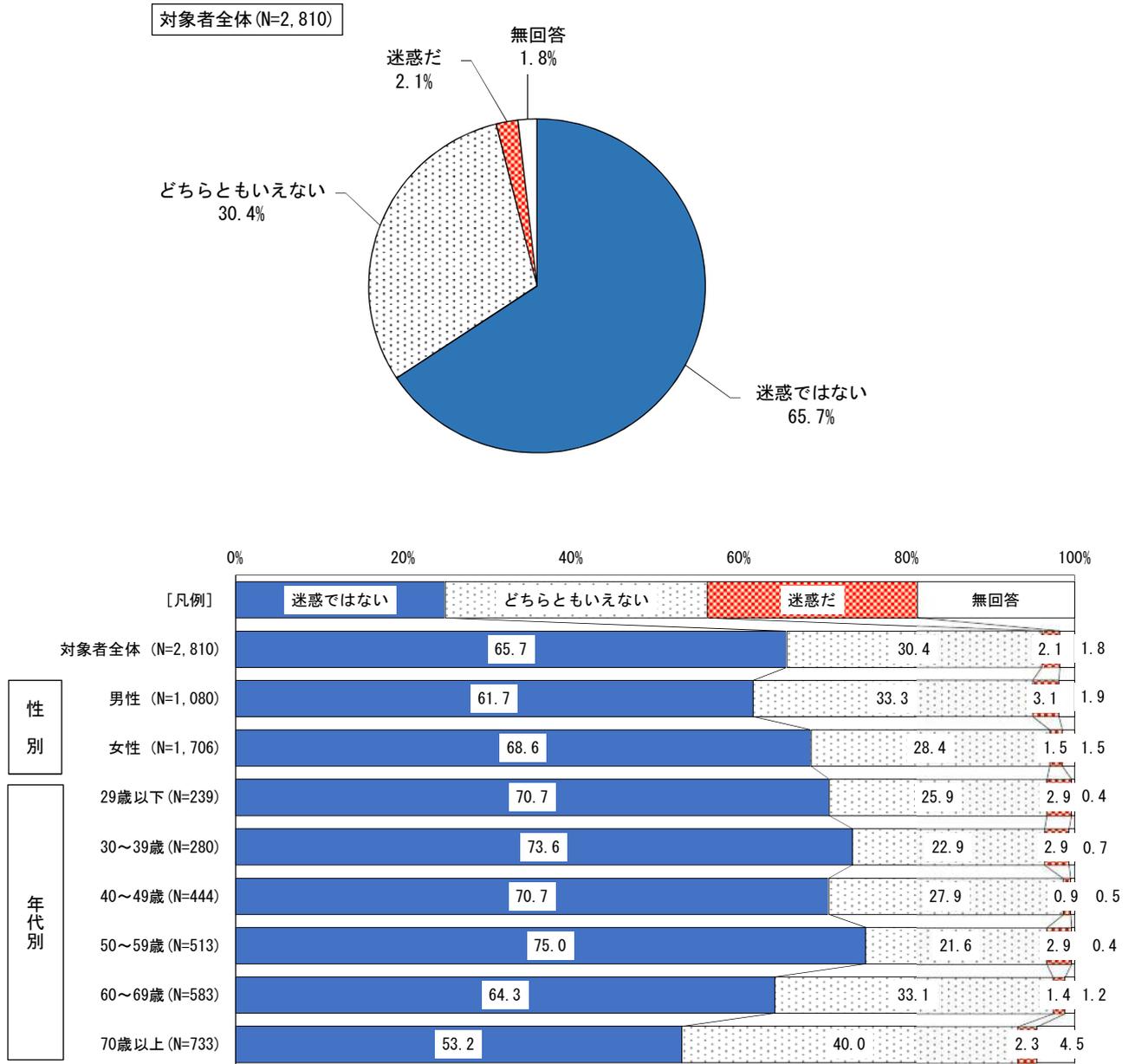
【年代別】「興味がある」は、30歳代(70.7%)で最も高く、次いで40歳代(68.5%)、50歳代(68.2%)となっている。

◇撮影を見かけたときに迷惑と感じるか否か

問7 あなたは、市内で行われる映画やテレビ番組などの撮影を見かけたら、どのように思いますか。

(2) 撮影を迷惑だと感じますか。

映画やテレビ番組などの撮影を見かけたら「迷惑ではない」と感じる人は65.7%



【全 体】 市内で行われる映画やテレビ番組などの撮影について、「迷惑ではない」が 65.7%、「迷惑だ」が 2.1% となっている。

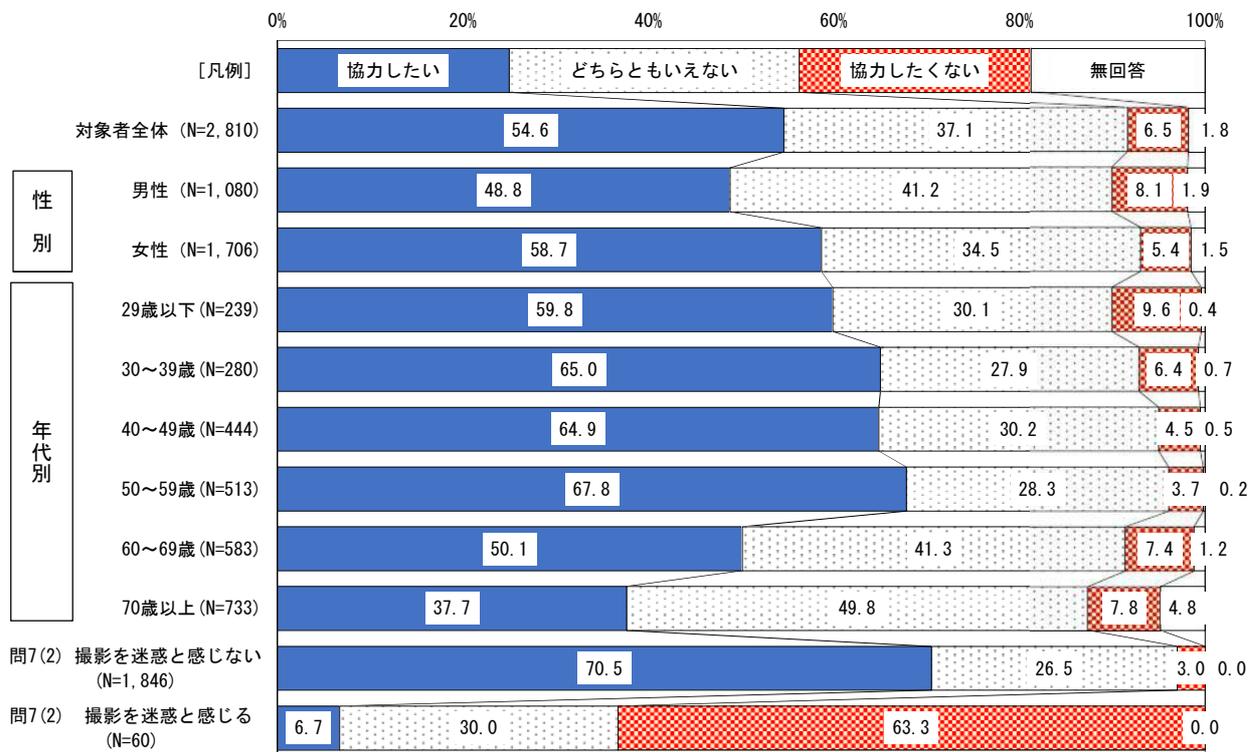
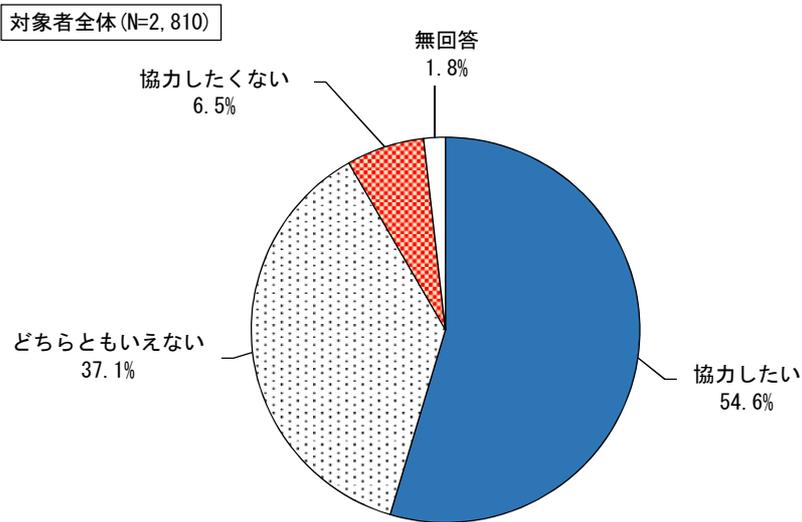
【性 別】 「迷惑ではない」は、女性で 68.6%と、男性の 61.7%より 6.9 ポイント高くなっている。

【年代別】 「迷惑ではない」は、50 歳代 (75.0%) で最も高く、次いで 30 歳代 (73.6%) となっている。

◇撮影を見かけたときに積極的に協力したいか否か

問7 あなたは、市内で行われる映画やテレビ番組などの撮影を見かけたら、どのように思いますか。
 (3) 撮影がスムーズに進むよう積極的に協力したいと思いますか(通行規制への協力、撮影の妨げとなる音を出さない、ボランティアエキストラとして参加するなど)。

映画やテレビ番組などの撮影を見かけたら「協力したい」と思う人は54.6%



【全体】 市内で行われる映画やテレビ番組などの撮影について、「協力したい」が54.6%、「協力したくない」が6.5%となっている。

【性別】 「協力したい」は、女性で58.7%と、男性の48.8%より9.9ポイント高くなっている。

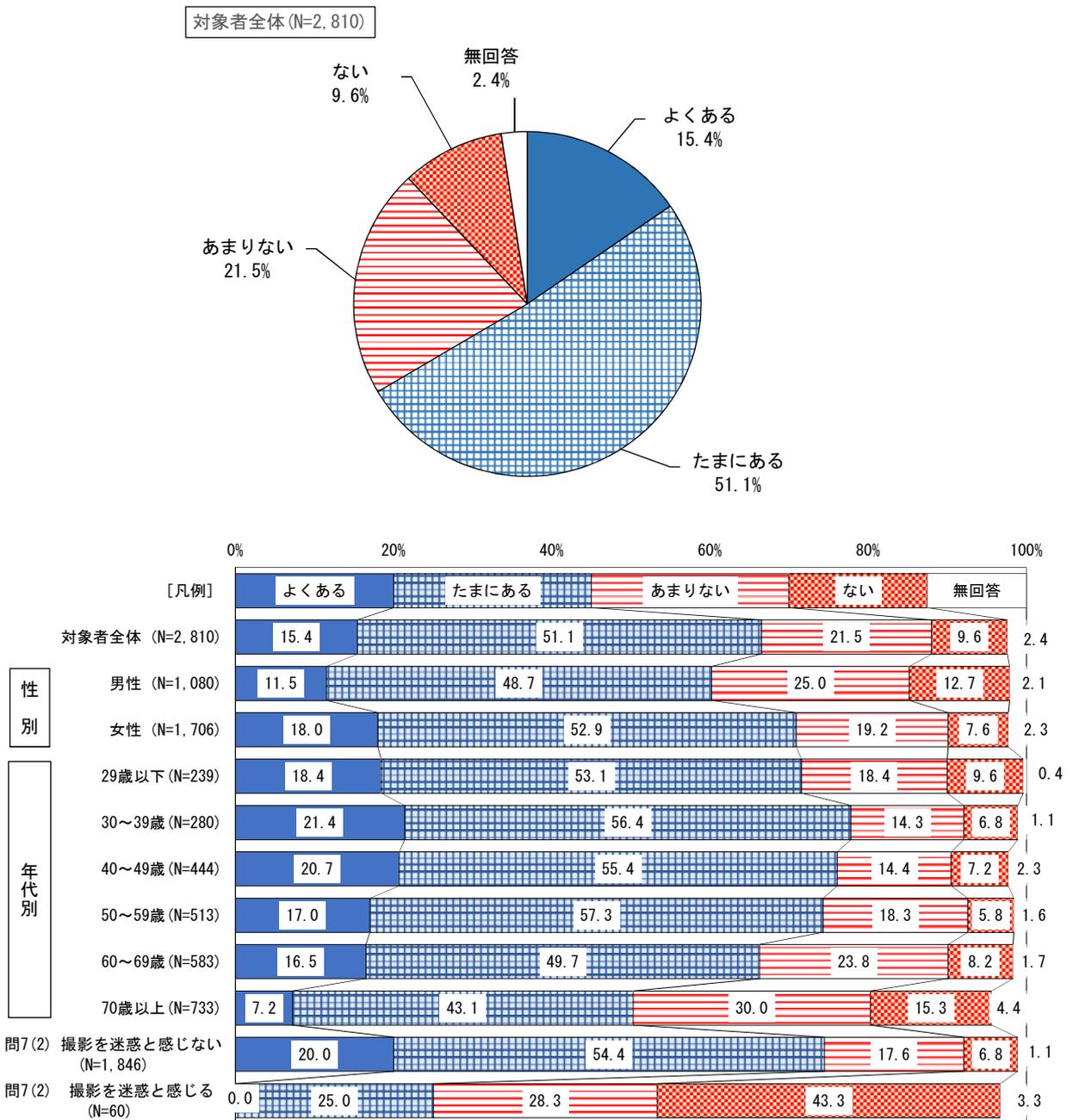
【年代別】 「協力したい」は、50歳代(67.8%)で最も高く、次いで30歳代(65.0%)、40歳代(64.9%)となっている。

◇映像を見たことを理由に商品やサービスを選んだことがあるか否か

問8 あなたは、商品やサービスを、映画やテレビ番組などで見たことを理由に選ぶことがありますか。

映像を見たことを理由に商品やサービスを選んだことが“ある”人は66.5%

※“ある”(「よくある」+「たまにある」)



【全体】映像を見たことを理由に商品やサービスを選んだことについて、「よくある」が15.4%、「たまにある」が51.1%、合わせると66.5%となっている。一方、「あまりない」が21.5%、「ない」が9.6%、合わせると31.1%となっている。

【性別】“ある”は、女性で70.9%と、男性の60.2%より10.7ポイント高くなっている。

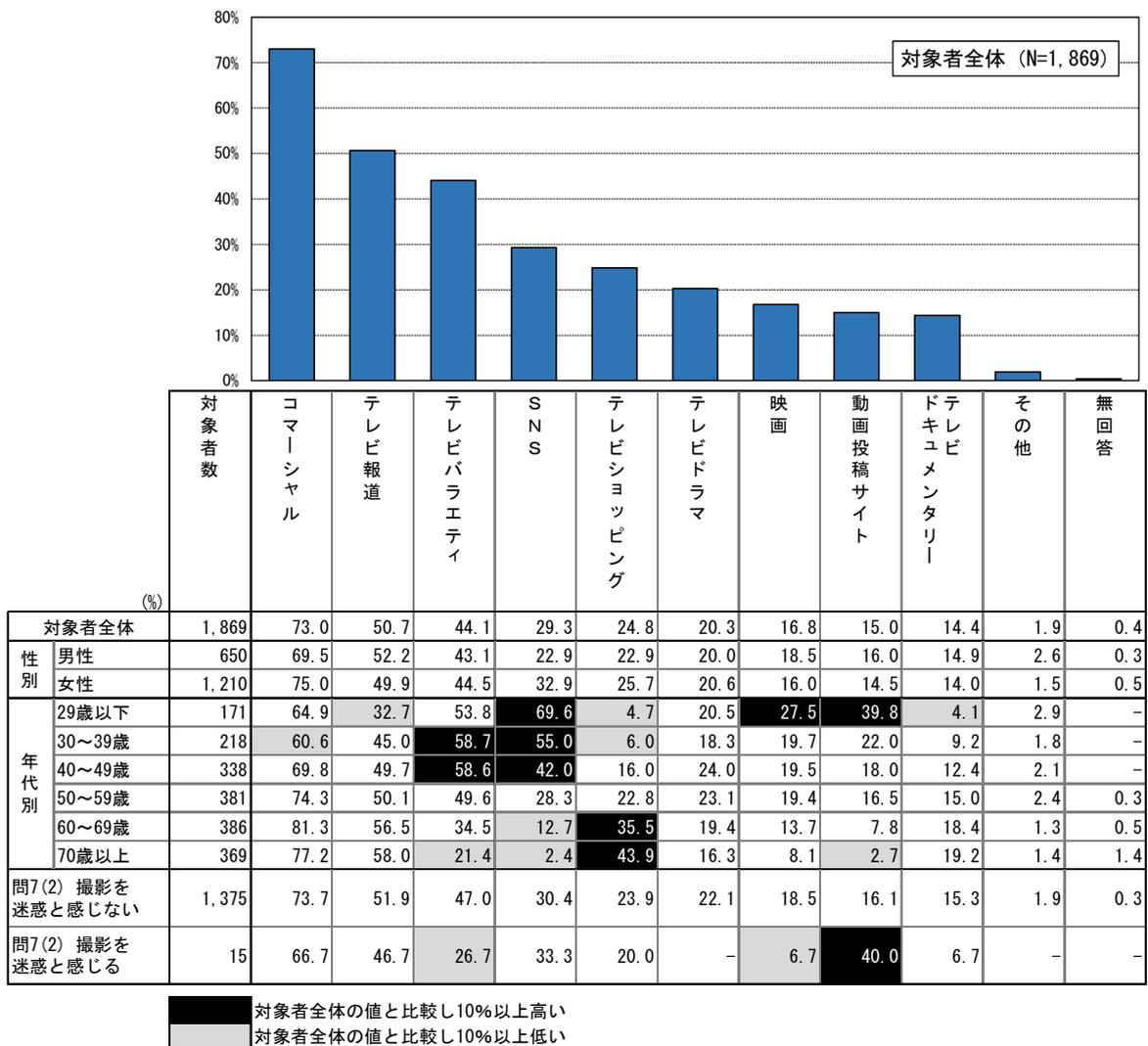
【年代別】“ある”は、30歳代(77.9%)で最も高く、次いで40歳代(76.1%)、50歳代(74.3%)となっている。

◇購入商品やサービスはどのような媒体で見かけたか

《問8で「1 よくある」または「2 たまにある」と答えた方にお聞きします。》

問8-1 あなたが選んだ商品やサービスはどのような媒体で見かけましたか。あてはまるものにいくつでも○をつけてください。

購入した商品やサービスを見た媒体は「コマーシャル」が73.0%



【全体】購入した商品やサービスを見た媒体は、「コマーシャル」が73.0%、「テレビ報道」が50.7%、「テレビバラエティ」が44.1%となっている。

【性別】「コマーシャル」、「SNS」は、女性が男性より5.0ポイント以上高くなっている。

【年代別】「コマーシャル」は、60歳代(81.3%)で最も高く、最も低い30歳代(60.6%)とは、20.7ポイントの差となっている。「SNS」は、49歳以下で全体と比べ10.0ポイント以上高く、「テレビショッピング」は、60歳以上で全体と比べて10.0ポイント以上高くなっている。