

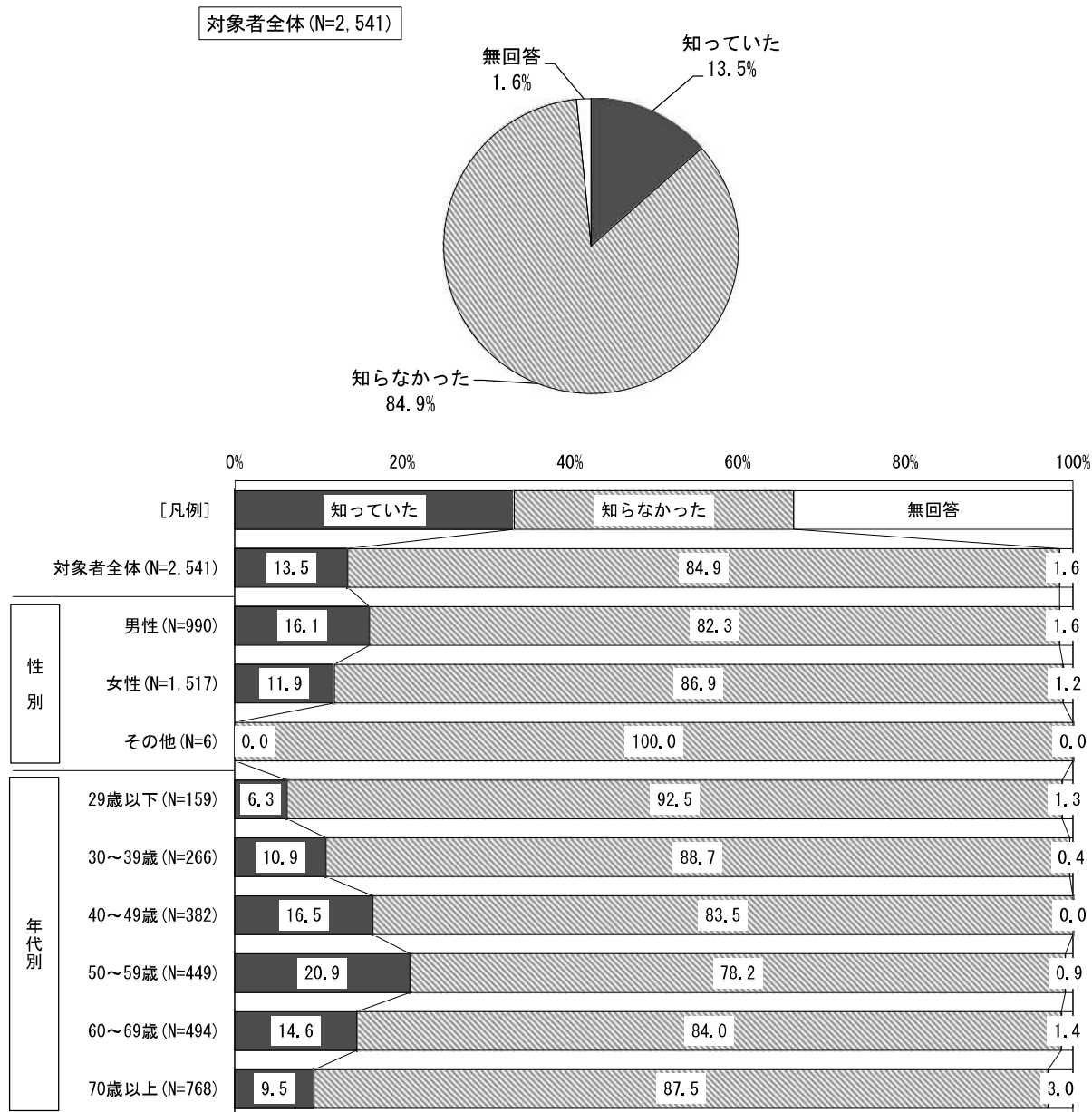
2 調査結果の詳細

(1)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1 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「知っていた」人は13.5%



【全体】 フィルムコミッションの言葉の認知度は、「知っていた」が13.5%、「知らなかった」が84.9%となっている。

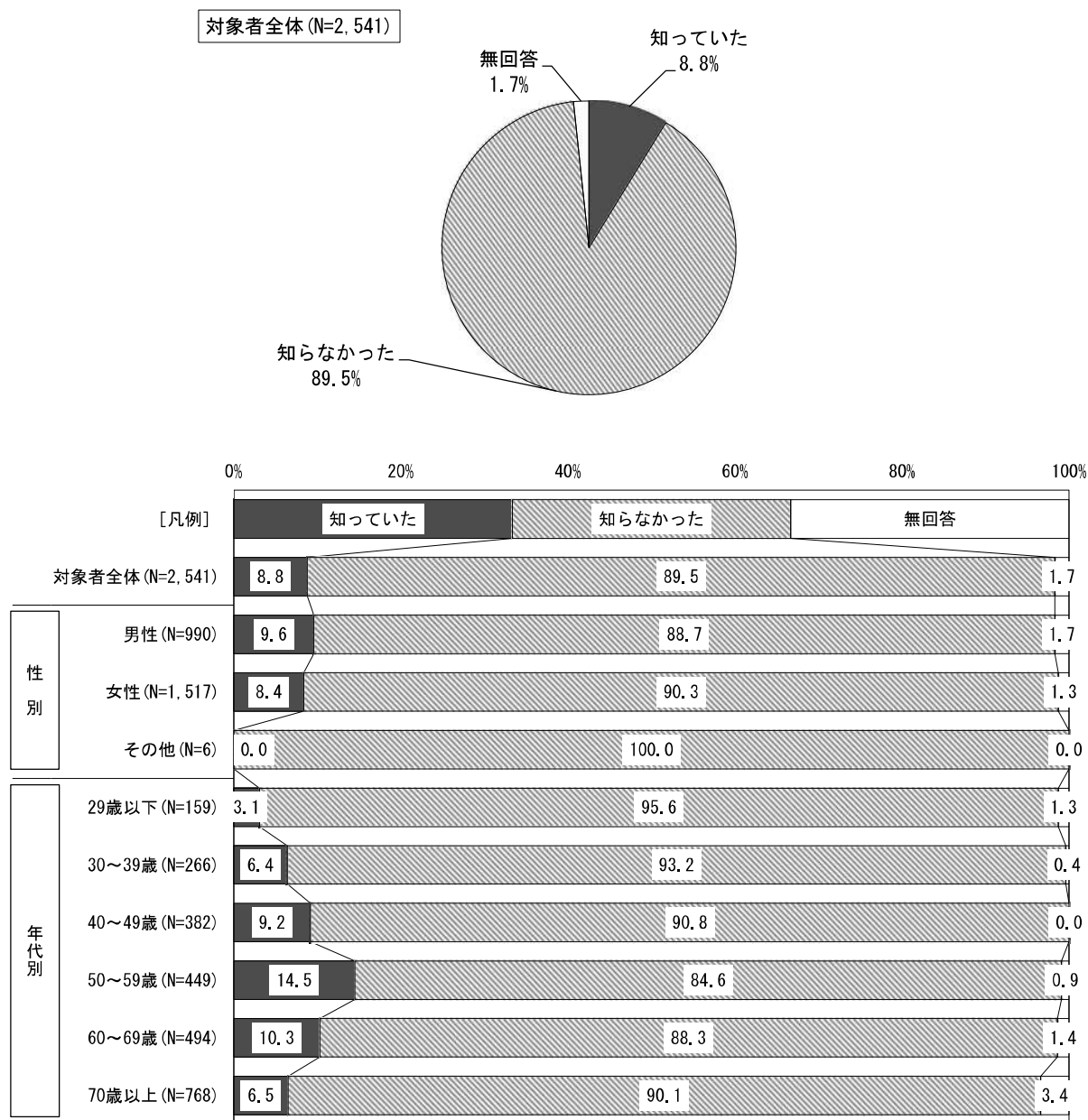
【性別】 大きな差は見られない。

【年代別】 「知っていた」が50歳代(20.9%)で最も高く、次いで40歳代(16.5%)、60歳代(14.6%)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2 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「知っていた」人は8.8%



【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は、「知っていた」が8.8%、「知らなかった」が89.5%となっている。

【性別】大きな差は見られない。

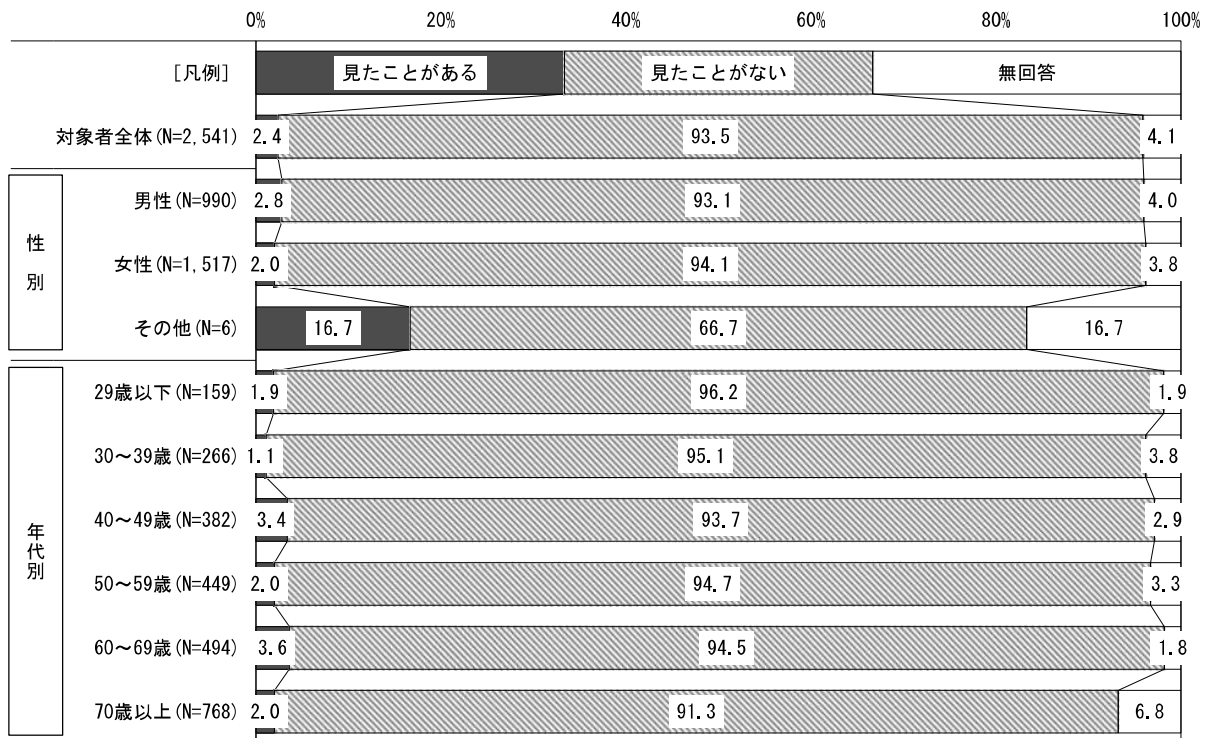
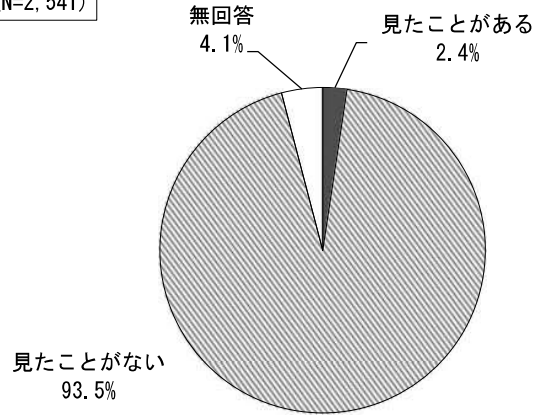
【年代別】「知っていた」が50歳代(14.5%)で最も高く、次いで60歳代(10.3%)、40歳代(9.2%)となっている。

◇札幌フィルムコミッションのロゴを見たことの有無

問3 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。

札幌フィルムコミッションのロゴを「見たことがある」人は2.4%

対象者全体(N=2,541)



【全体】札幌フィルムコミッションのロゴを見たことの有無は、「見たことがある」が2.4%、「見たことがない」が93.5%となっている。

【性別】大きな差は見られない。

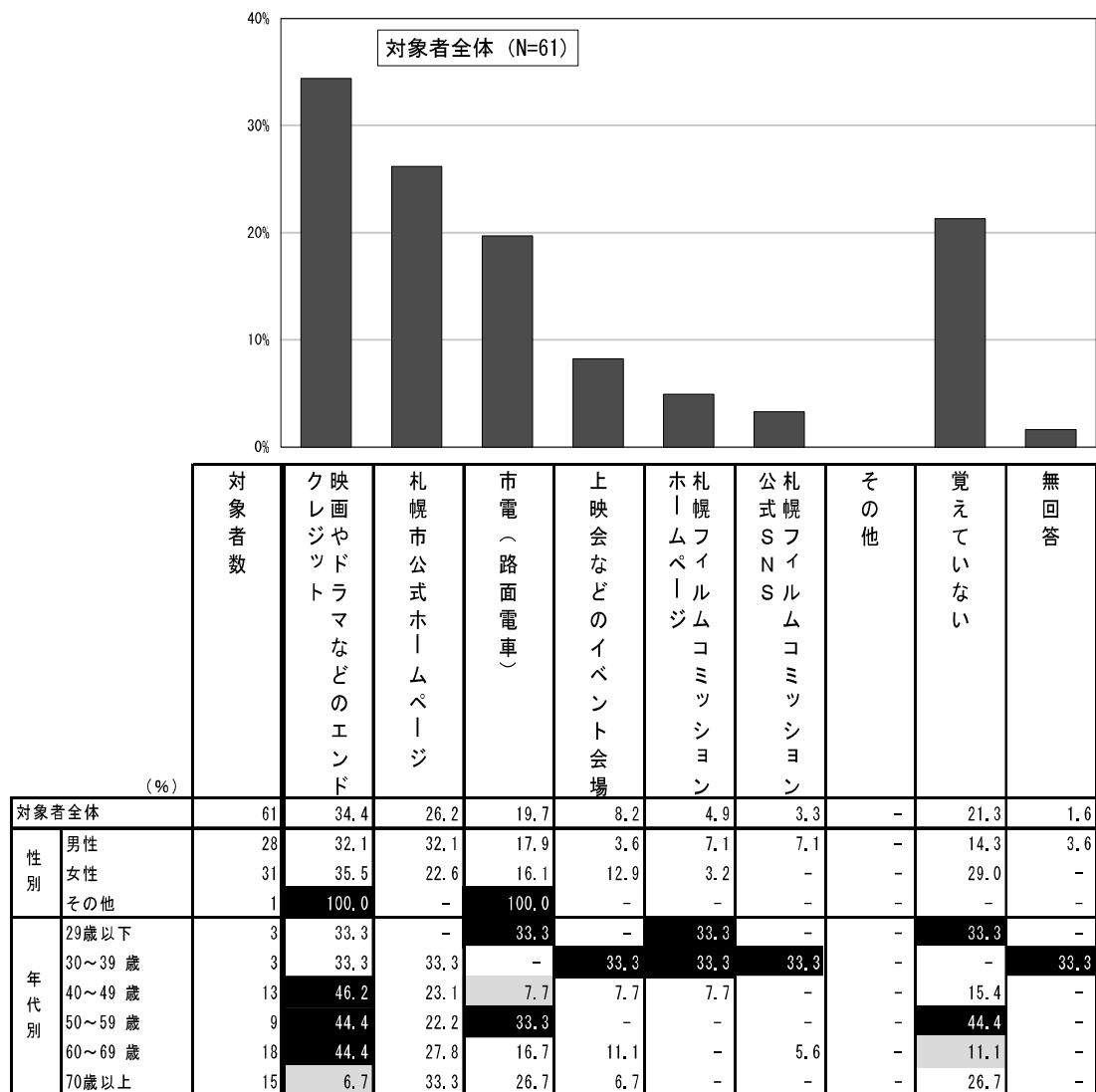
【年代別】大きな差は見られない。

◇札幌フィルムコミッションのロゴを見た場所や方法

《問3で「1 見たことがある」と答えた方にお聞きします。》

問3-1 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。

札幌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」で見た人が 34.4%



■ 対象者全体の値と比較し10ポイント以上高い
 □ 対象者全体の値と比較し10ポイント以上低い

【全体】札幌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 34.4%、「札幌市公式ホームページ」が 26.2%、「市電（路面電車）」が 19.7%となっている。

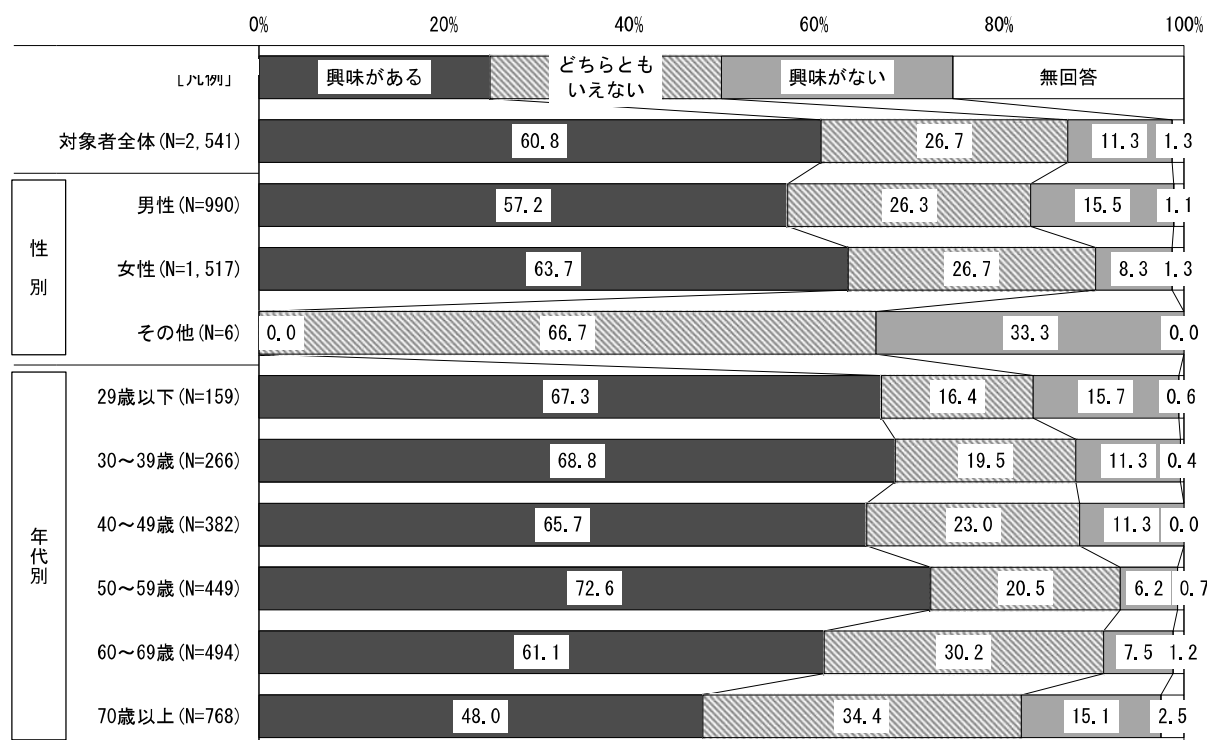
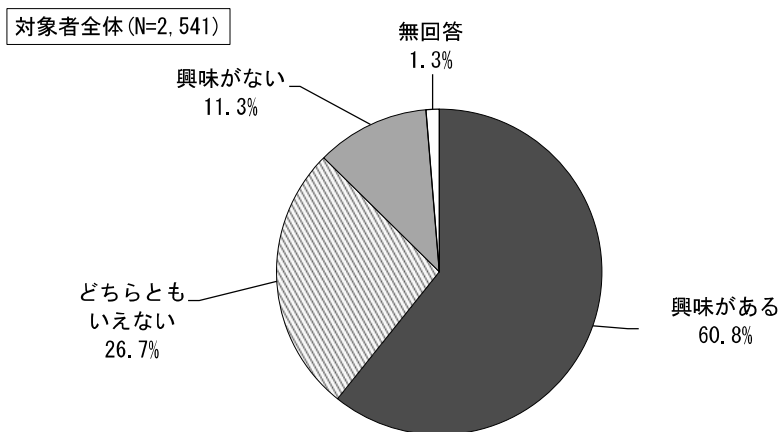
【性別】「札幌市公式ホームページ」は男性が 32.1%と、女性の 22.6%より 9.5 ポイント高くなっている。また、「上映会などのイベント会場」は女性が 12.9%と、男性の 3.6%より 9.3 ポイント高くなっている。

◇撮影を見かけたときの撮影への興味の有無

問4 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。それぞれの項目について、あてはまるものに○をつけてください。

(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60.8%



【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60.8%となっている。一方、「興味がない」が11.3%となっている。

【性別】「興味がある」は女性が63.7%と、男性の57.2%より6.5ポイント高くなっている。また、「興味がない」は男性が15.5%と、女性の8.3%より7.2ポイント高くなっている。

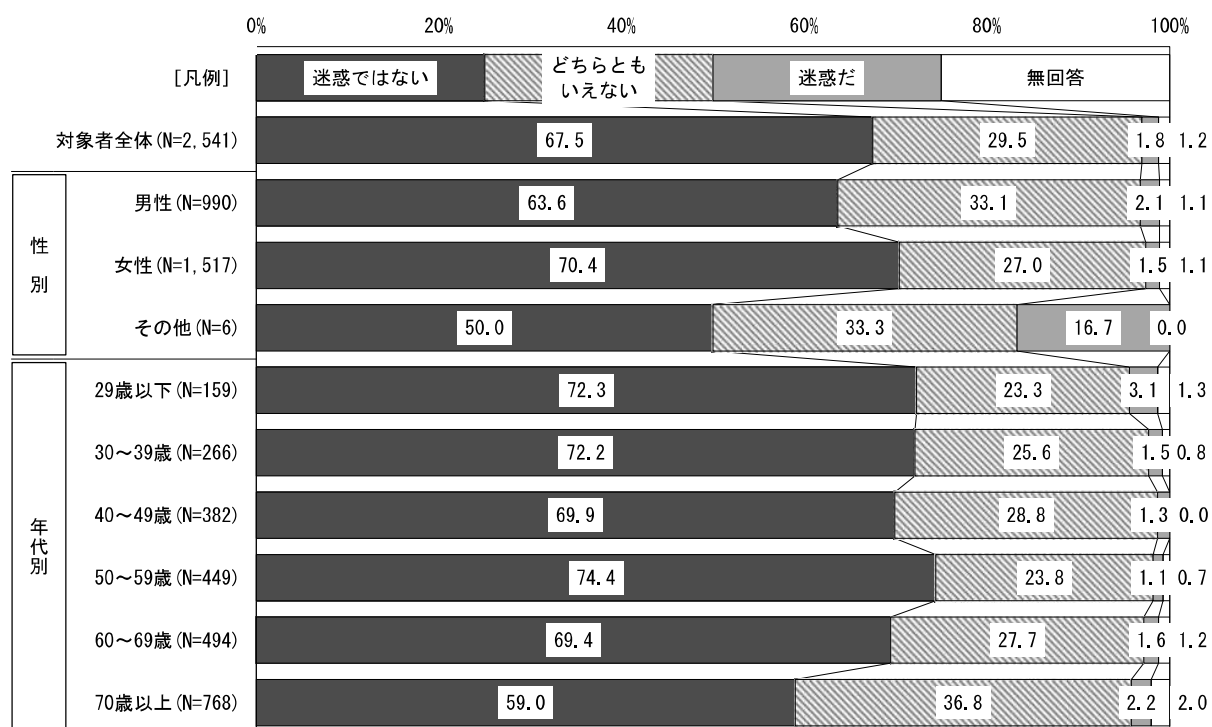
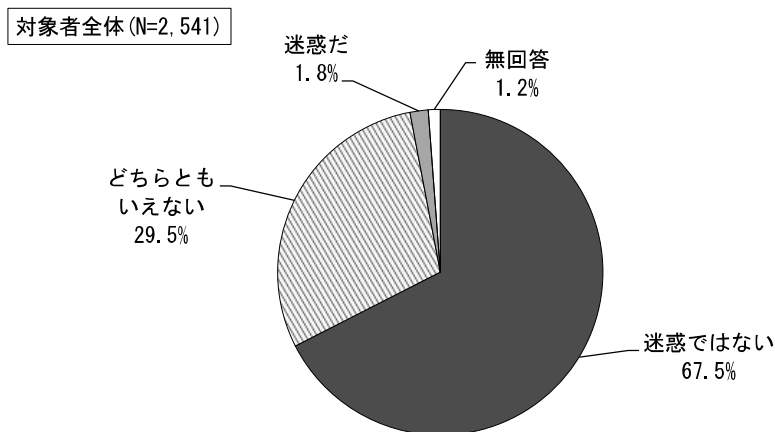
【年代別】「興味がある」が50歳代(72.6%)で最も高く、次いで30歳代(68.8%)、29歳以下(67.3%)となっている。

◇撮影を見かけたときに迷惑と感じるか否か

問4 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。それぞれの項目について、あてはまるものに○をつけてください。

(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67.5%



【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67.5%となっている。一方、「迷惑だ」が1.8%となっている。

【性別】「迷惑ではない」は女性が70.4%と、男性の63.6%より6.8ポイント高くなっている。

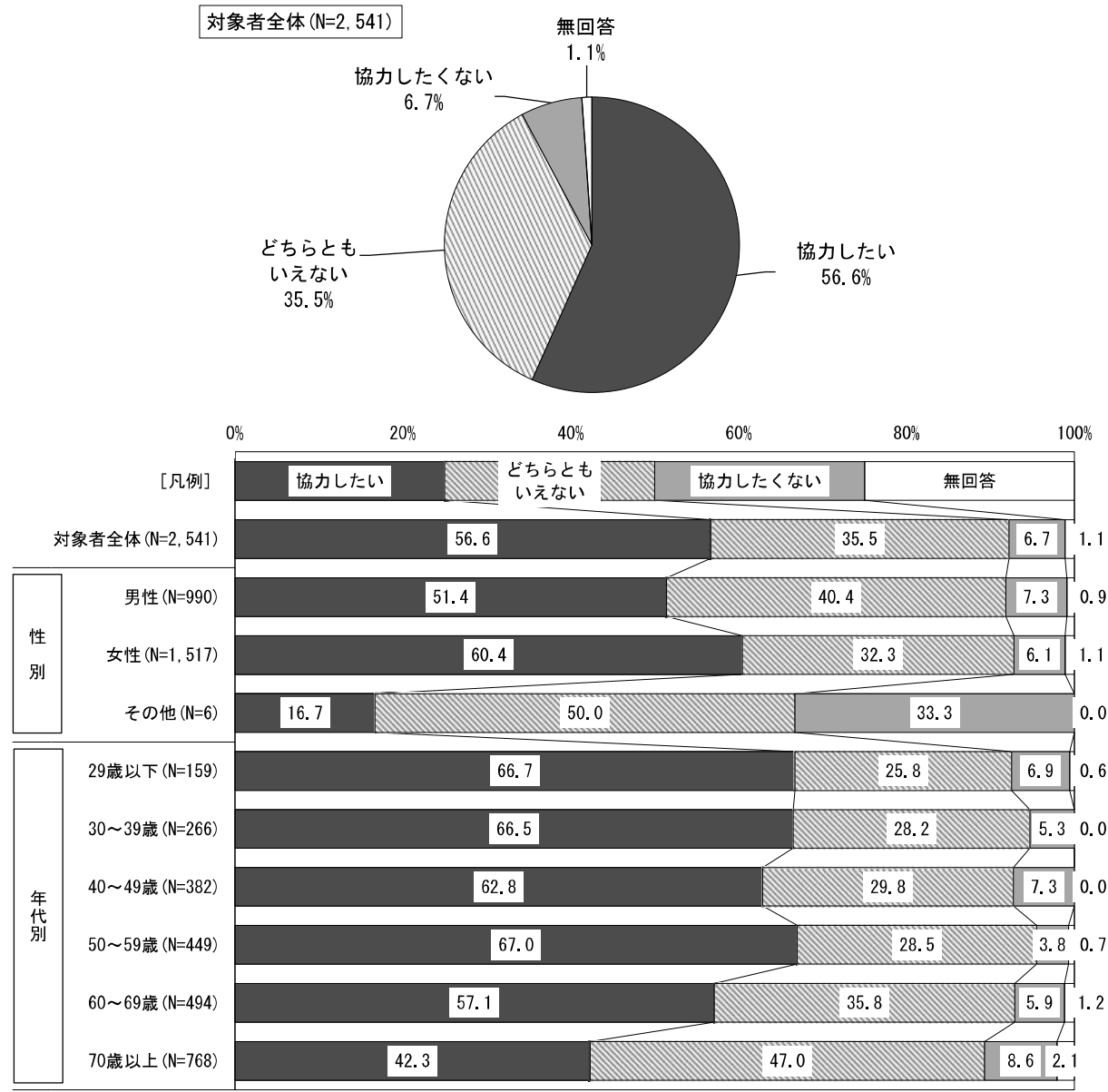
【年代別】「迷惑ではない」が50歳代(74.4%)で最も高く、次いで29歳以下(72.3%)、30歳代(72.2%)となっている。

◇撮影を見かけたときに積極的に協力したいか否か

問4 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。それぞれの項目について、あてはまるものに○をつけてください。

(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」人は56.6%



【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56.6%となっている。一方、「協力したくない」が6.7%となっている。

【性別】「協力したい」は女性が60.4%と、男性の51.4%より9.0ポイント高くなっている。また、「どちらともいえない」は男性が40.4%と、女性の32.3%より8.1ポイント高くなっている。

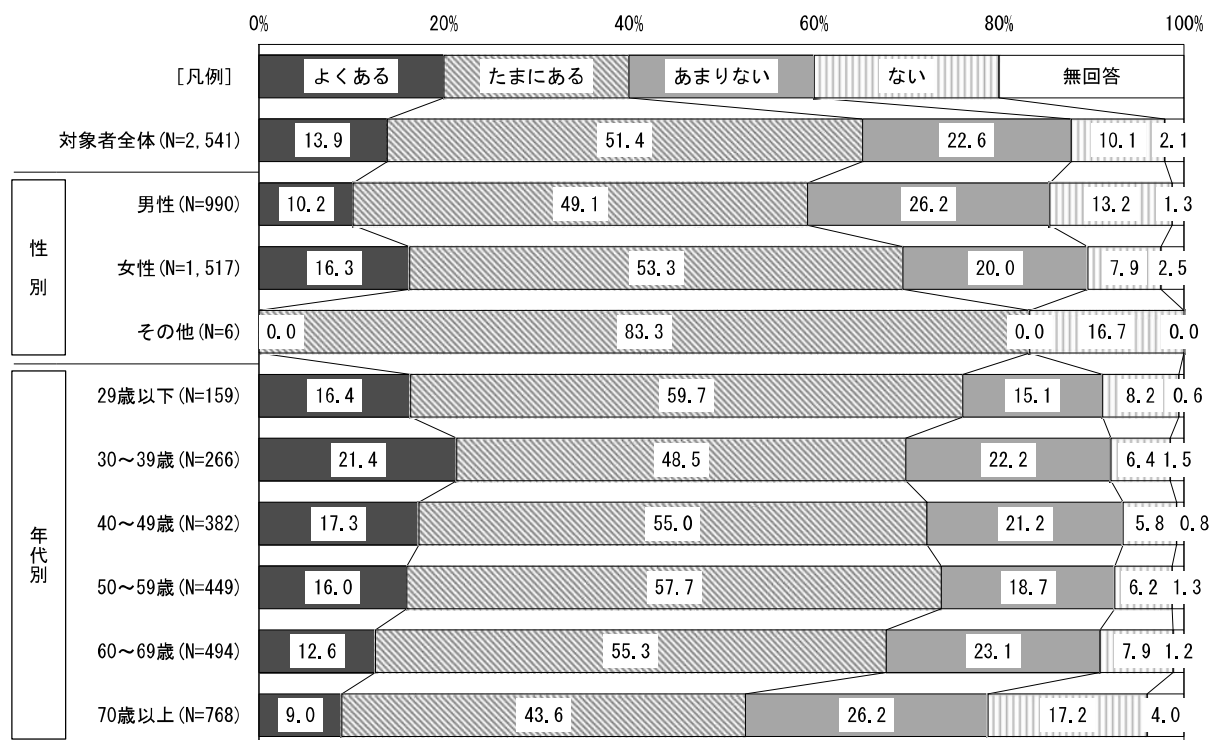
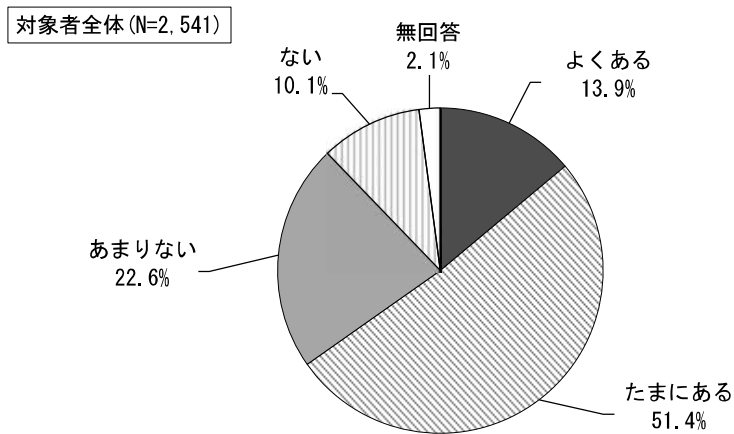
【年代別】「協力したい」が50歳代(67.0%)で最も高く、次いで29歳以下(66.7%)、30歳代(66.5%)となっている。

◇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5 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65.2%

※ “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13.9%、「たまにある」が51.4%、合わせると65.2%となっている。一方、「あまりない」が22.6%、「ない」が10.1%、合わせると32.6%となっている。

【性別】“ある”は女性が69.6%と、男性の59.3%より10.3ポイント高くなっている。

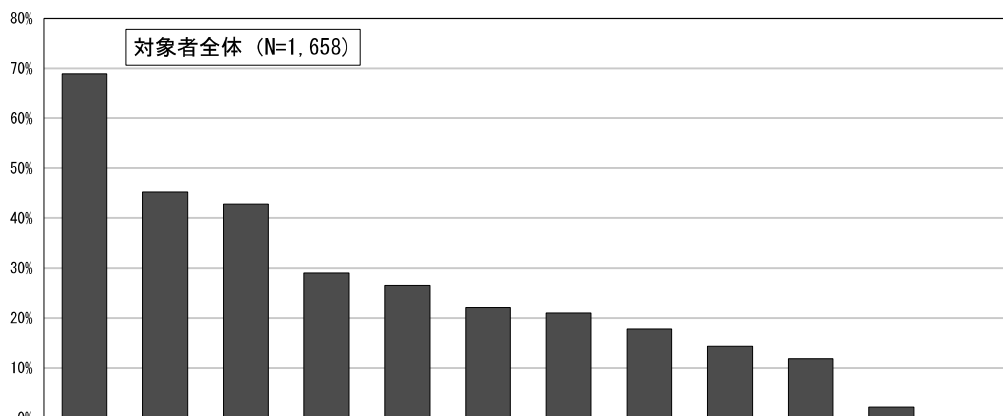
【年代別】“ある”が29歳以下(76.1%)で最も高く、次いで50歳代(73.7%)、40歳代(72.3%)となっている。

◇購入商品やサービスをどのような媒体で見かけたか

《問5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5-1 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。

購入商品やサービスを見た媒体は「テレビコマーシャル」が68.9%



対象者数		テレビコマーシャル	テレビバラエティ	テレビ報道	インターネット上の広告	テレビショッピング	SNS (広告を除く)	テレビドラマ	動画投稿サイト (広告を除く)	映画	テレビドキュメンタリー	その他	無回答
(%)													
対象者全体	1,658	68.9	45.2	42.8	29.0	26.5	22.1	21.0	17.8	14.3	11.8	2.1	0.2
性別	男性	587	64.4	41.1	42.1	30.7	24.7	18.4	17.4	14.8	13.5	2.9	-
	女性	1,056	71.5	47.3	43.2	28.2	27.7	24.1	23.0	18.2	13.9	10.8	0.3
	その他	5	60.0	100.0	60.0	40.0	-	40.0	60.0	-	40.0	40.0	-
年代別	29歳以下	121	55.4	56.2	38.8	31.4	8.3	60.3	21.5	42.1	28.1	5.0	-
	30~39歳	186	57.0	67.2	43.5	36.6	10.8	48.4	25.3	38.7	20.4	6.5	2.7
	40~49歳	276	64.5	55.1	44.2	40.9	16.3	38.8	25.7	26.4	16.7	10.5	2.2
	50~59歳	331	68.9	55.3	41.7	35.0	22.7	19.3	24.8	18.4	19.9	13.0	1.5
	60~69歳	335	76.4	39.7	42.4	28.1	32.2	5.7	21.2	7.2	9.0	13.4	2.7
	70歳以上	404	75.5	20.8	44.1	12.9	44.8	2.7	12.6	3.5	5.7	14.9	2.2

■ 対象者全体の値と比較し10ポイント以上高い
 □ 対象者全体の値と比較し10ポイント以上低い

【全体】購入商品やサービスを見た媒体は、「テレビコマーシャル」が68.9%、「テレビバラエティ」が45.2%、「テレビ報道」が42.8%となっている。

【性別】「テレビコマーシャル」、「テレビバラエティ」、「SNS (広告を除く)」、「テレビドラマ」は女性が男性より5.5ポイント以上高くなっている。

【年代別】40歳以上では「テレビコマーシャル」が、30歳では「テレビバラエティ」が、29歳以下では「SNS (広告を除く)」が最も高くなっている。