

平成28年12月20日

番町記者クラブ各位

No. 16—319

株式会社 いよぎん地域経済研究センター

## みきゃんの活躍とその経済的貢献について

～みきゃノミクス効果！！254億円！！～

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称IRC、社長 重松 栄治）では、愛媛県イメージアップキャラクター「みきゃん」の活躍とその経済的貢献について調査結果を取りまとめましたので、下記のとおり、その概要についてお知らせいたします。

なお、詳細は2017年1月1日発行の「IRC Monthly」2017年1月号に掲載いたします。

### 記

#### 【調査概要】

- ・ 2011年11月11日に誕生した「みきゃん」は、誕生から5年が経過した。15年の「ゆるキャラ®グランプリ」では準グランプリを獲得し、松山市で開催された16年グランプリ(ゆるキャラ®グランプリ in 愛媛のえひめ)では「おもてなし役」としてイベントを盛り上げるなど、目覚ましい活躍をみせている。
- ・ IRCでは、みきゃんが過去5年間で愛媛にもたらした経済効果とパブリシティ効果(宣伝効果)を試算した。みきゃん関連商品の売り上げによる経済効果は約205億円、テレビや新聞で取り上げられたことによるパブリシティ効果は約49億円となり、合わせて254億円となった。
- ・ 民間での活用の広がりやメディアへの露出の高まりが、貢献額254億円という結果につながっている。
- ・ 今後はみきゃん人気をさらに高めるとともに、「県内外に愛媛をPRし、印象付ける」というみきゃんの目的達成のため、みきゃんを“入口”とした愛媛ファン拡大への施策が求められる。

以上

本件に関するご照会は下記までお願いいたします。  
担当：門川 TEL 089-931-9705 (内線：8434)

## はじめに

「愛媛の魅力を県内外にPRすること」を目的に2011年11月11日に誕生したみきゃんは、今やその姿を目にしない日はないほどの活躍をみせている。特に、みきゃんがおもてなし役としてイベントを盛り上げた「ゆるキャラ@グランプリ 2016 in 愛媛のえひめ」には、2日間で5万人以上が来場し、大盛況のうちに幕を降ろしたことは記憶に新しいところである。

本レポートでは、誕生からこれまでのみきゃんの5年間の活躍とその効果、今後の展開について考察した。

## みきゃんの経済的貢献～貢献額は254億円～

IRCでは、みきゃんが関連商品の売り上げによって県内に与えた経済効果とメディアに取り上げられることによってもたらされたパブリシティ効果（宣伝効果）を試算した。

### (1) 経済効果は205億円

みきゃん関連商品の売り上げによる愛媛県への経済効果のみきゃんのデザイン使用申請状況に基づき推計したところ、民間でのデザインの使用が開始した12年度から16年度（11月末時点）までで、約205億円となった（図表-1）。

今回は、関連商品の売上のみを対象として経済効果を試算したが、このほかにみきゃんが参加したイベントの来場者数の増加、みきゃんによる本県のイメージや認知度の向上とそれに伴う観光客数増加など、効果はさらに広範囲に及ぶものと考えられる。

図表-1 みきゃんの関連商品売り上げによる経済効果（12～16年度）

（単位：百万円）

	経済効果	
	直接効果	間接効果
2012年度	318	101
2013年度	3,554	1,146
2014年度	6,077	1,925
2015年度	5,158	1,714
2016年度	5,378	1,771
合計	20,485	6,657

資料：愛媛県広報広聴課へのデザイン使用申請状況をもとに「平成23年愛媛県産業連関表」を用いてIRC推計  
注：四捨五入の関係で合計と内訳が一致しない場合がある(以下同)

### (2) パブリシティ効果は49億円

愛媛県内、および首都圏や近畿圏において、みきゃんがテレビや新聞で取り上げられたことによるパブリシ

ティ効果は、誕生した11年度から16年度（11月末時点）までで約49億円となった（図表-2）。

民間での活用の広がりやメディアへの露出の高まりは、貢献額254億円という結果につながっている。

図表-2 みきゃんのパブリシティ効果（11年度～16年度）

（単位：百万円）

	県内	首都圏・近畿圏
パブリシティ効果	331	4,615
テレビ	181	4,600
新聞	150	15
合計		4,945

資料：「放送広告料金表2016年版」(一般社団法人日本広告業協会)、各新聞社ホームページ記載の広告料金よりIRC推計  
注：県内パブリシティ効果の対象の媒体について  
(新聞)愛媛新聞、全国紙地方版(日本経済新聞、朝日新聞、読売新聞、毎日新聞)  
(テレビ)NHK松山放送局、南海放送、愛媛朝日テレビ、あいテレビ、テレビ愛媛  
※首都圏・近畿圏のパブリシティ効果は愛媛県広報広聴課試算  
対象期間 (県内) 11年11月～16年11月末  
(首都圏・近畿圏) 13年4月～16年11月末

## おわりに

みきゃんは今後のプロモーション戦略次第では、さらに強力な情報発信ツールに進化するだろう。大切なのは、みきゃんの人気を高めた先に、「県内外に愛媛をPRし、印象付ける」という当初の目的を達成することだ。

愛媛を印象付け、「愛媛ファン」を増やすためには、みきゃんを“入口”として愛媛に興味を持った人が、気軽に県産品を手にとったり、愛媛に足を運んだりするような“出口”を整備することが重要である。そして、手に取った人や訪れた人が、「また欲しい」「また来たい」と思うような、“出口”を“次の入り口”につなげる戦略が、みきゃんの知名度向上と併せて求められる。

これからも、愛媛の広告塔としてのみきゃんのさらなる活躍に期待したい。

(門川 真由美)

【詳細は調査月報をご覧ください。レポートと合わせ、愛媛県知事 中村時広氏の特別インタビューも掲載しています】

