



2025年4月21日
財務省関東財務局
経済調査課

<経済調査レポート>

周遊型謎解きを通じた地域の活性化について

(執筆者) 関東財務局 総務部 経済調査課 立田

(注) 本レポートの指標にかかる部分は2025年4月21日時点の情報に基づく。また、意見にかかる部分は筆者の個人的見解である。

-----目次-----

<u>1. 「トキ消費」、謎解きゲーム・脱出ゲームについて</u>	・・・ P1
<u>2. 周遊型謎解きについて</u>	・・・ P2
<u>3. 周遊型謎解きの事例</u>	
①「忍城に眠る謎」（埼玉県行田市）	・・・ P3
②「さいたま謎旅」シリーズ（埼玉県さいたま市）	・・・ P6
③「まちだ謎解きゲーム」シリーズ（東京都町田市）	・・・ P8
<u>4. まとめ</u>	・・・ P10

レポートの概要

- ・近年、謎解きゲームや脱出ゲームが流行しており、さまざまな形式で開催されている。
- ・謎解きゲームの中には街を周遊し、その地域への知識を深めながら、謎を解いていく形式のものがあり、現在多くの自治体等で取り入れられている。周遊型謎解きの開催によって地域に与える影響や効果を探っていくとともに、今後の展望についても考察する。

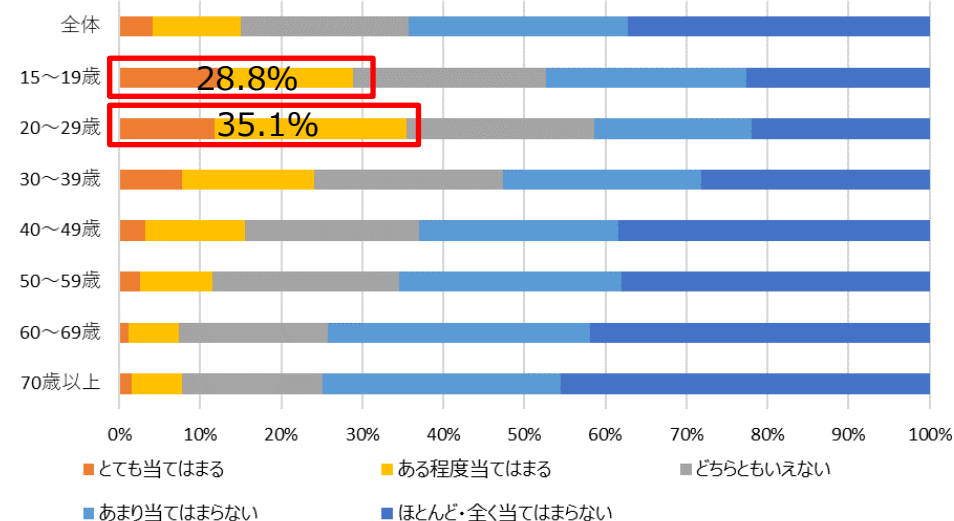
1. 「トキ消費」、謎解きゲーム・脱出ゲームについて

「モノ消費」「コト消費」から「トキ消費」へ

・消費行動の流れは1990年代以降、商品を購入する「モノ消費」から、サービスを消費する「コト消費」へと変化してきたと言われている。そして近年は、その時その場所でしか体験できないイベントに自ら参加し、感動を共有する「トキ消費」にも注目が集まっている。

・消費者庁の調査によると、今しかできない参加型の体験やコンテンツにお金を使う割合は、20代では35.1%、10代でも28.8%と他の年代に比べて高くなっており、若い世代を中心に「トキ消費」が好まれていることが分かる。【グラフ1】

グラフ1 【今しかできない参加型の体験やコンテンツにお金を使う割合（年代別）】



引用：消費者庁（2021年度消費者意識基本調査）
※「今しかできない参加型の体験やコンテンツにお金を使う」ことについてどの程度当てはまるかを回答したものの

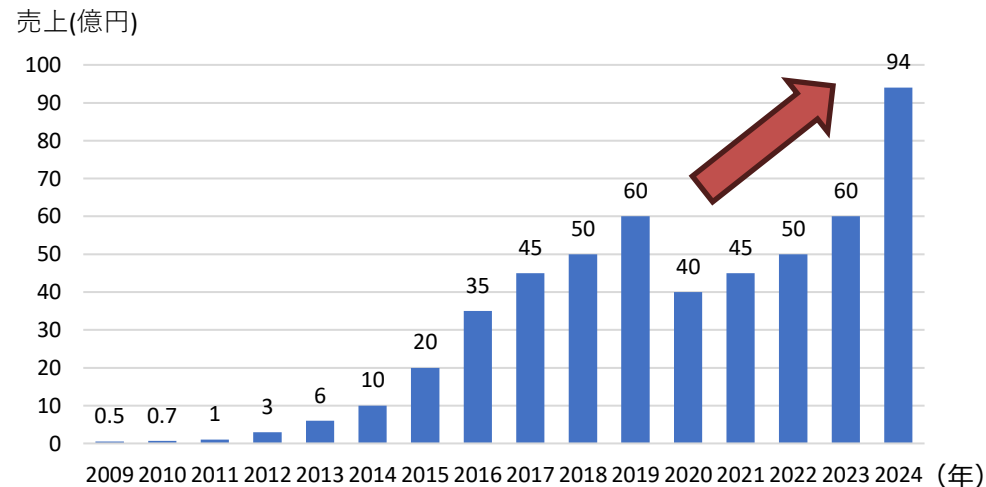
「謎解きゲーム・脱出ゲーム」の台頭

・主な「トキ消費」としては音楽フェス、スポーツイベントが挙げられるが、近年、「謎解きゲーム・脱出ゲーム」といったコンテンツの売上げ規模が増加している。

・2007年に初開催された後、売上げ規模は徐々に拡大。コロナ禍で一時的に落ち込んだものの、少しずつ回復し、**2024年にはコロナ禍前を上回る約94億円規模**となっている。【グラフ2】

・「謎解きゲーム・脱出ゲーム」とは、用意されたストーリーの中で、自身で手掛かりを見つけながら、ストーリーの謎を解き明かしていく体験型のコンテンツである。

グラフ2 【日本の謎解きゲーム/脱出ゲーム売上げ規模】



引用：NPO法人国際ゲーム開発者協会日本（IGDA日本）2024年新年会 体験型エンターテインメントの現在と未来2024より「脱出ゲーム 売上規模概算」業界上位6社（SCRAP、タカララッシュ、STAMPS、RIDDLE、ハレガケ、グリーンダイス）の売上げと、その他団体・イベント等の推計値を合算したもの（2024年については聴取）

2. 周遊型謎解きについて

謎解きゲーム・脱出ゲームの種類は主に3つに分けられる

【公演型】



部屋や施設等を貸し切って行うもの。制限時間内に謎を解く。物語に入り込みやすく、没入感が増す。

【周遊型】



街を歩き回りながら、謎解きを行う。制限時間はなく、観光しながら街を巡ることができる。

【持ち帰り型】



専用のキットやスマートフォン等を利用し、自宅で参加できるもの。手軽に参加可能なことが特徴。

【周遊型】謎解きの沿革 (NPO法人国際ゲーム開発者協会日本 (IGDA日本) SIG-体験型エンターテインメント※1 南晃氏によると)

- ・2009年に周遊タイプのイベントが初開催。スタンプラリーや宝探しに代わるコンテンツとして定着していく。
- ・コロナ禍では、密にならずに街に人を集められることから、制作者と主催者の双方に都合が良く、開催が増加した。
- ・謎解きの制作団体数が年々拡大するなか、**主催者も自治体や商店街、鉄道会社へと広がっている。**

周遊型謎解きを開催している自治体等のうち、

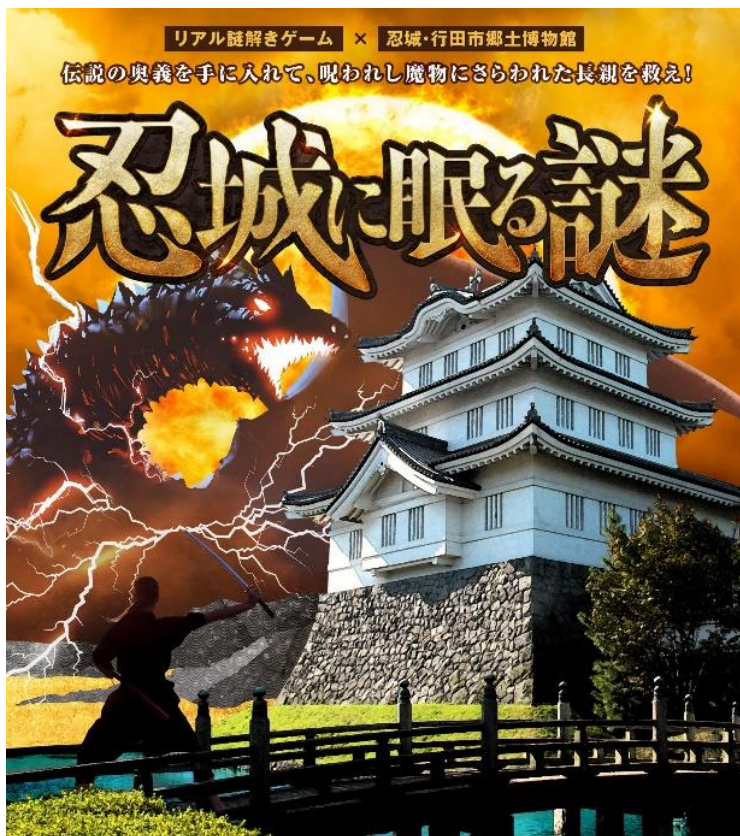
- ①地域DMO※2である行田おもてなし観光局が主催する**「行田市」**、
- ②2022年から3年連続でイベントを開催している**「さいたま市」**、
- ③著名人である松丸亮吾氏が率いるRIDDLER(株)が企画・制作を務めたことで話題となった**「町田市」**の3事例について紹介する。

※1 NPO法人国際ゲーム開発者協会日本 (IGDA日本) SIG-体験型エンターテインメント:

謎解きを含めた「体験型エンターテインメント」の制作者が情報交換を行う場として部会や研究会を開催している互助組織。

※2 地域DMO: 単独の市町村内で連携を行う、DMO (観光地域づくり法人) のこと。行田おもてなし観光局は、地域DMOとしては埼玉県内初の登録。

3. 周遊型謎解きの事例 ①「忍城に眠る謎」(埼玉県行田市)



引用：(一社) 行田おもてなし観光局HP

行田市とは

埼玉県北部に位置する市。

主な観光地：さきたま古墳公園（東日本最大の古墳群）、忍城址、
古代蓮の里

特産品：足袋（日本有数の足袋の生産地）

◎ イベント概要

魔物にさらわれた『成田長親』を救うため、東国一の美女と呼ばれ武芸に優れた『甲斐姫』が戦う物語。

【開催場所】 忍城・行田市郷土博物館と周辺

【期間】 2022年4月1日～2026年3月31日

【料金】 1キット600円（別途博物館の入館料有）

【主催】 一般社団法人 行田おもてなし観光局

【企画・制作】 (株)ワンズディー、井場理美、山田佳貴、

維新エンターテインメント(株)

◎ イベントを実施した背景

・行田市内の観光地は「忍城址」「さきたま古墳公園」「古代蓮の里」の3か所に分かれているところ、まずは**中心市街地である「忍城址」**近辺に観光客を呼び込む目的でイベントを企画。

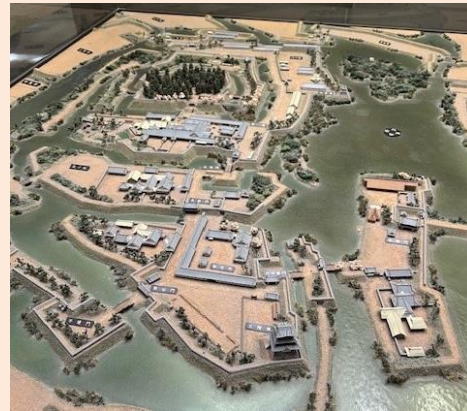
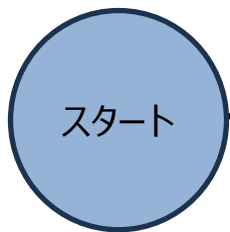
・千葉県館山城で行っている謎解き企画が好評と聞いたことから、「城」繋がりということもあり、謎解き形式を選んだ。

3. 周遊型謎解きの事例 ①「忍城に眠る謎」(埼玉県行田市)

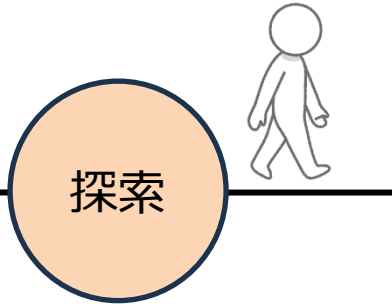
実際に参加してみました！



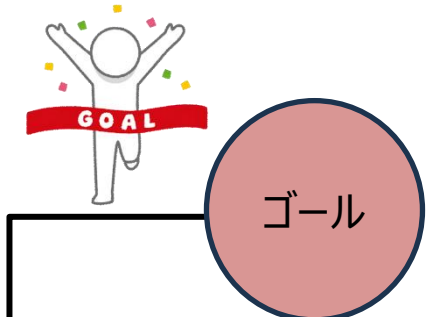
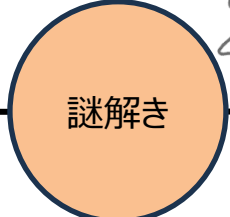
行田市郷土博物館でキットを購入し、謎解きスタート。



展示物を見ながら謎解きの手掛かり探し。行田市の歴史や忍城の知識も深まります。



忍城御三階櫓の最上階からは市内が一望できました。



謎解きもラストスパート。忍城敷地内に花手水を発見！

3. 周遊型謎解きの事例 ①「忍城に眠る謎」(埼玉県行田市)

イベントを企画した行田おもてなし観光局に話を伺いました

◎参加者からの反響

- ・2024年は毎月100名前後の方に参加いただいた。
- ・参加者からは、「謎解きと街の散策・お城の見学が同時にできて満足」「楽しみながら忍城の歴史も学べて最高だった」等、好評の声が寄せられている。
- ・行田市外の方にも謎解きをきっかけとして来訪してもらいたいと考えていたところ、【グラフ3】のとおり、**行田市外からの参加者が多く、埼玉県内の方を中心に参加している**ことが分かる。

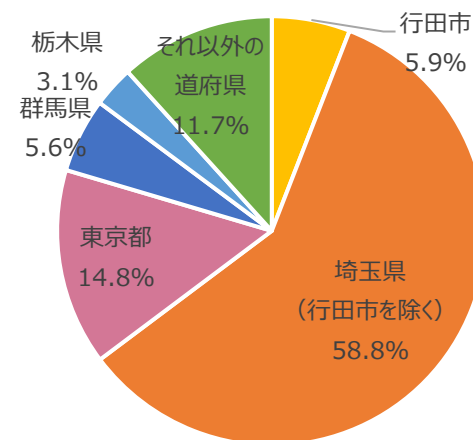
◎イベント実施に際し、工夫した点

- ・謎解きのレベル感は、**子どもが解ける内容でありつつ、大人でも十分楽しめる**ものを依頼した。
- ・段差を利用せず、高低差に関係なく謎解きができるといった、バリアフリー面について配慮を行った。
- ・周遊型謎解きは1,000～1,500円が相場であるところ、当イベントは「600円」と、参加しやすい価格設定とした。

◎新たな謎解きイベントも開始！

- ・「忍城址」の次は「さきたま古墳公園」にも観光客を誘致するため、2024年10月20日より、さきたま古墳公園付近を巡る謎解きである**「古代の王が遺した幻の秘宝」**を開始。

グラフ3 【謎解き参加者の居住地】



(一社) 行田おもてなし観光局実施 アンケート結果より作成 (2022年9月30日時点)
※項目ごとに四捨五入を行っているため、構成比の合計は100%にならない。



3. 周遊型謎解きの事例 ②「さいたま謎旅」シリーズ（埼玉県さいたま市）



引用：「さいたま謎旅」特設サイト

さいたま市とは

埼玉県南東部に位置する県庁所在地。平成13年に浦和・大宮・与野の3市合併により誕生。後に岩槻も編入。主な観光地：氷川神社、鉄道博物館

盆栽が有名であり、2025年に大宮盆栽村は開村100周年を迎える。



引用：「さいたま市」HP

◎ イベント概要

第1弾「さいたま謎旅—オンライン—」「さいたま謎旅—まちあるき—」2022年10月1日～2023年2月12日

第2弾「さいたま謎旅—オンライン—」「さいたま謎旅—まちあるき—」2023年9月22日～2024年2月18日

第3弾「さいたま謎旅2024」2024年12月1日～2025年2月16日

【開催場所】さいたま市内（2024年度は大宮・浦和・岩槻エリア）

【料金】無料

【主催】さいたま市経済局商工観光部観光国際課 【企画・制作】ナゾトキアドベンチャー

【制作協力】（2022年度）（2023年度）(株)さいたまアリーナ

（2024年度）TAMAARI SUPER QUEST、JOKER PROJECT、埼玉大学謎解きサークルsite:Arcana、タンブルウィード

3. 周遊型謎解きの事例 ②「さいたま謎旅」シリーズ（埼玉県さいたま市）

イベントを企画したさいたま市経済局商工観光部観光国際課に話を伺いました

◎ イベントを実施した背景

・コロナ禍でのイベント開始であったため、周遊形式であれば密にならずに、さいたま市のことを知ってもらえるものが実施できると考えた。

・謎解きをきっかけとして市内外の人々にさいたま市を訪れて周遊してもらう中で、さいたま市の魅力を発見・再発見してもらい、地域経済が活性化することが目的。

◎ イベント実施に際し、工夫した点

・市の主催であるため、幅広い方に楽しんでいただけることを重視した。謎解き経験が無い初心者でも楽しめ、たまたま参加した人も脱落せずに参加できるものでありながら、玄人の謎解きファンも納得できるようなギミックがある謎の作成を依頼した。

・ルート決めでは、交通量や見どころ、休憩スペース等を確認し、街歩きの時間が充実したものになるかに着目した。

・2024年度は3コースをクリアするとエキストラ謎に挑戦でき、それもクリアした方にはナンバリング付き認定証と限定ステッカーの他、先着で500名にオリジナルサコッシュをプレゼントした。先着やナンバリングというプレミアム感を出すことでSNSの投稿を促し、参加者自身によるプロモーションから更なる集客を図ることができた。



写真：「さいたま市」HP

◎ 参加者からの反響

・参加者からは「謎解きをするまでは街にこんな魅力的なところがあるとは知らなかった」といった好意的な意見が多く聞かれた。また、市の事業であるため無料であるが、クオリティの高さから有料でも遊びたいとの声もあった。

・周辺施設からは謎解き期間中は来場者が増えたという声が聞こえた。

・2023年度はスマホのみを利用する形式であったが、2024年度はスマホに加えて冊子を導入したことで折り、透かし等の紙ならではの遊び方が可能となりゲームとしての面白さが増した。2024年度は謎解きの内容を一新したこともあり、本編のまちあるきには前年度の2倍以上の方に参加いただいた。

2024年度	各コース参加者人数
大宮コース	約3,500人
浦和コース	約3,200人
岩槻コース	約2,500人

3. 周遊型謎解きの事例 ③「まちだ謎解きゲーム」シリーズ（東京都町田市）



町田市とは

東京都多摩地域南部に位置する市。
主な観光地：
四季彩の杜エリア（まちだリス園等）、南町田グランベリーパーク



引用：「異星人侵略の危機からの脱出」「異星人侵略の危機からの脱出～人類小動物化計画篇～」「巨大宇宙船襲来の危機からの脱出」特設サイト

◎イベント概要

第1弾「異星人侵略の危機からの脱出」2022年7月22日～11月13日

第2弾「異星人侵略の危機からの脱出～人類小動物化計画篇～」2022年10月29日～2023年2月12日

第3弾「巨大宇宙船襲来の危機からの脱出」2023年9月15日～2024年2月12日

（第3弾開催に合わせて第1・2弾は2023年7月21日～8月31日に再演）

【開催場所】町田市内

【料金】第1弾：1,100円、第2弾：2,100円（商店街で利用できるクーポン付）、第3弾：1,320円

【主催】町田市、一般社団法人町田市観光コンベンション協会、町田市商店会連合会

【企画・制作】RIDDLER(株)

3. 周遊型謎解きの事例 ③「まちだ謎解きゲーム」シリーズ（東京都町田市）

イベントを企画した町田市経済観光部観光まちづくり課に話を伺いました

◎イベントを実施した背景

- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、多くの催事が中止となった**観光スポットや商店街の賑わいを創出**するため、プロポーザル方式により回遊イベントを企画。
- ・最も町田市の魅力を発信できる事業として「RIDDLER(株)」が提案した周遊型謎解きを選定。



◎イベント実施に際し、工夫した点

- ・市内を実際に回遊してもらえるような内容で、町田ならではのオリジナルストーリーの作成を依頼。
- ・予算は町田市、観光拠点との調整は観光コンベンション協会、店舗・商店街との調整は商店街連合会が主軸となり、3者で協力してイベントに向けた調整を行った。

◎参加者からの反響

- ・2022年度に約15,000人、2023年度には約16,200人と多くの方に参加いただいた。
- ・参加者からは「謎を解きながら、町田観光を楽しむことができ充実感があった」「人が温かく、町田市に対するイメージが変わった」といった意見が聞かれ、**町田の魅力発信に謎解きが寄与していた**ようである。
- ・第2弾では謎解きキットに**商店街で利用できるクーポンを同封**したことで、商店街の利用も増えた。
- ・当初は第1弾・第2弾のみを開催する予定であったが、**好評につき第3弾も実施**することとなった。



本イベントは、周遊型謎解きを取り入れた先進的な取組となり、**謎解きを通して町田市の認知度が高まった**と考えている。
他の自治体からの問い合わせも複数受けている。

4. まとめ

周遊型謎解きによる効果



① 地域経済の活性化

◎ 観光客の増加

- ・ 謎解きを目的として、市外からも多くの観光客が訪れた。【行田市】

◎ 周辺施設や商店街、飲食店への集客

- ・ 周辺施設では期間中来場者が増加した。【さいたま市】
- ・ 商店街で利用できるクーポンを同封したことにより、商店街の利用も増えた。【町田市】



② 地域の魅力発信

◎ 知名度上昇

- ・ 周遊型謎解きを取り入れた先進的な取組により、謎解きを通して市の認知度が高まった。【町田市】

◎ 名所や特産品、歴史的背景の布教

- ・ 「楽しみながら歴史を学ぶことができ最高だった」【行田市・参加者の声】
- ・ 「謎解きをするまでは街にこんな魅力的なところがあるとは知らなかった」【さいたま市・参加者の声】



魅力を感じてもらうことにより、再来訪を促すことができる

周遊型謎解きには、参加当日に地域を観光してもらうという**一次的な効果**だけでなく、**地域の魅力を発信することで、今後も関心を持ってもらう**といった**二次的な効果**もあると言える。

4. まとめ

周遊型謎解きの今後の展望

(NPO法人国際ゲーム開発者協会日本 (IGDA日本) SIG-体験型エンターテインメント 南晃氏によると)

- ・商店街や鉄道会社の周遊型謎解きは恒例化しており、今後も継続していくと思われる。また、地方自治体や商店街、青年会議所を主な顧客としている会社もあることから、**新規イベントが増えていくことが予想される。**
- ・「体験型イベント」が多様化しているため、マードーミステリー※1やイマーシブシアター※2に類するタイプと謎解きとのハイブリッドのイベントも出てくるとと思われる。
- ・謎解きにはメッセージ性を強く持たせることができるという特性があるため、地域への集客や知名度上昇を目的としたイベントのみならず、**学術系・教育系・啓蒙系のイベントも増加することが見込まれる。**

※1 マードーミステリー：殺人事件を題材にした体験型の推理ゲーム。 ※2 イマーシブシアター：体験型演劇作品。観客が自ら歩き回り、作品を鑑賞できる演劇形式。

調査を終えて

・事例として取り上げた地域以外にもさまざまな周遊型謎解きが行われており、地域をPRする一つの方法として浸透していることが分かった。物語の中にメッセージ性を持たせることができるという謎解きの特徴が、地域をアピールしたい主催者側の意図に沿っているため、ここまで広がったのではないかと考えられる。

また、物語に入り込み、自分の足で歩きながら知識を深め、謎を解いていくという体験は、「トキ消費」が注目される現代で、参加者側にも好まれるイベント形式であると考えられる。

・イベントの開催により一定の経済効果が生まれていること、参加者からの反響も多く聞かれていること、また、謎解きの市場規模も拡大していることから、今後も多くの地域で周遊型謎解きが開催されることが予想される。

現在、謎解きイベントは地方自治体だけでなく、国の省庁にも広がっており、2025年3月には宮内庁が東京都千代田区の皇居東御苑において「皇居を巡る謎解きの旅 with QuizKnock」を開始した。このような学術系の周遊型謎解きも増加していくことが見込まれる。

・周遊型謎解きは、一度参加すると内容が分かってしまうため、基本的にリピーターを想定していない（シリーズものは除く）。イベントへの参加が一度に限られている中では、その日を楽しんでもらうだけでなく、謎解きを通して街に魅力を感じてもらうことで、再度地域に足を運んでもらえるような工夫が必要となっていることを感じた。

・今回は周遊型謎解きに注目したが、各地域ではさまざまな形式により街のPRを行っているため、今後も地域の特徴を生かした取組や地域経済の活性化に期待したい。