

---

---

緑の分権改革の推進に係る取組の  
経済効果等の分析について(案)

---

---

## = 目 次 =

<b>1. 調査の視点・方針</b> .....	<b>1</b>
<b>2. 市民共同で設置する太陽光発電所（滋賀県東近江モデル）</b> .....	<b>2</b>
2-1 数量化の対象とする効果.....	2
2-2 対象事業の概要と前提条件の設定.....	3
2-3 経済効果を分析する地域.....	3
<b>3. B級ご当地グルメを活用した地域おこし</b> .....	<b>6</b>
3-1 B級ご当地グルメの概要.....	6
3-2 経済効果を分析する地域.....	8
3-3 数量化の対象とする効果.....	10
3-4 経済波及効果分析< B-1 グランプリ開催後に増加した料理の売上や観光客増加に伴う経済波及効果（運営効果） >.....	11
3-5 B-1 グランプリ開催によるご当地グルメの広告宣伝効果.....	12
<b>4. 地域文化の伝承等による地域おこし（岩手県遠野市）</b> .....	<b>13</b>
4-1 数量化の対象とする効果.....	13
4-2 地域文化の伝承等による地域おこしの経済波及効果分析.....	14
4-3 トラベルコスト法、CVMでの分析の検討.....	16
4-4 地域文化の継承度を測る指標の設定.....	17
<b>5. 調査方法</b> .....	<b>18</b>
5-1 分析の手法.....	19
5-2 調査の方法.....	21
5-3 文献・データ収集・整理.....	22

## 1. 調査の視点・方針

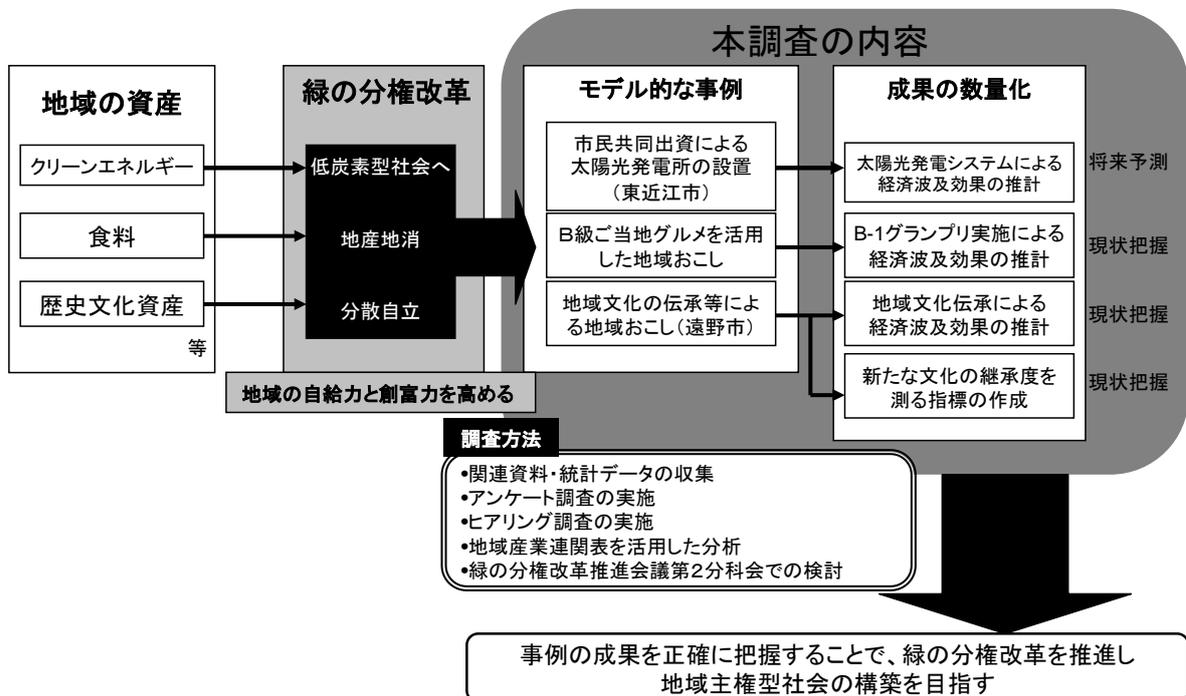
地域においては、少子高齢化・人口減少社会が到来する中であって、厳しい財政制約の下で、地域主権の確立、低炭素型社会への転換等の改革の推進が強く求められている。

緑の分権改革とは、それぞれの地域が、森・里・海とそれにはぐくまれるきれいな水などの豊かな資源とそれにより生み出されうる食料やエネルギー、あるいは歴史文化資産の価値等を把握し、最大限活用する仕組みを創り上げていくことによって、地域の活性化、「絆」の再生を図り、「地域から人材、資金が流出する中央集権型の社会構造」から、「地域の自給力と創富力（富を生み出す力）を高める地域型社会」への転換を実現しようとするものである。

こうした中、緑の分権改革推進会議の下に設置された4分科会の中の1つである第2分科会においては、緑の分権改革の推進に係る取組の経済効果等を分析しており、本件の成果を緑の分権改革の推進に反映させることを目的としている。

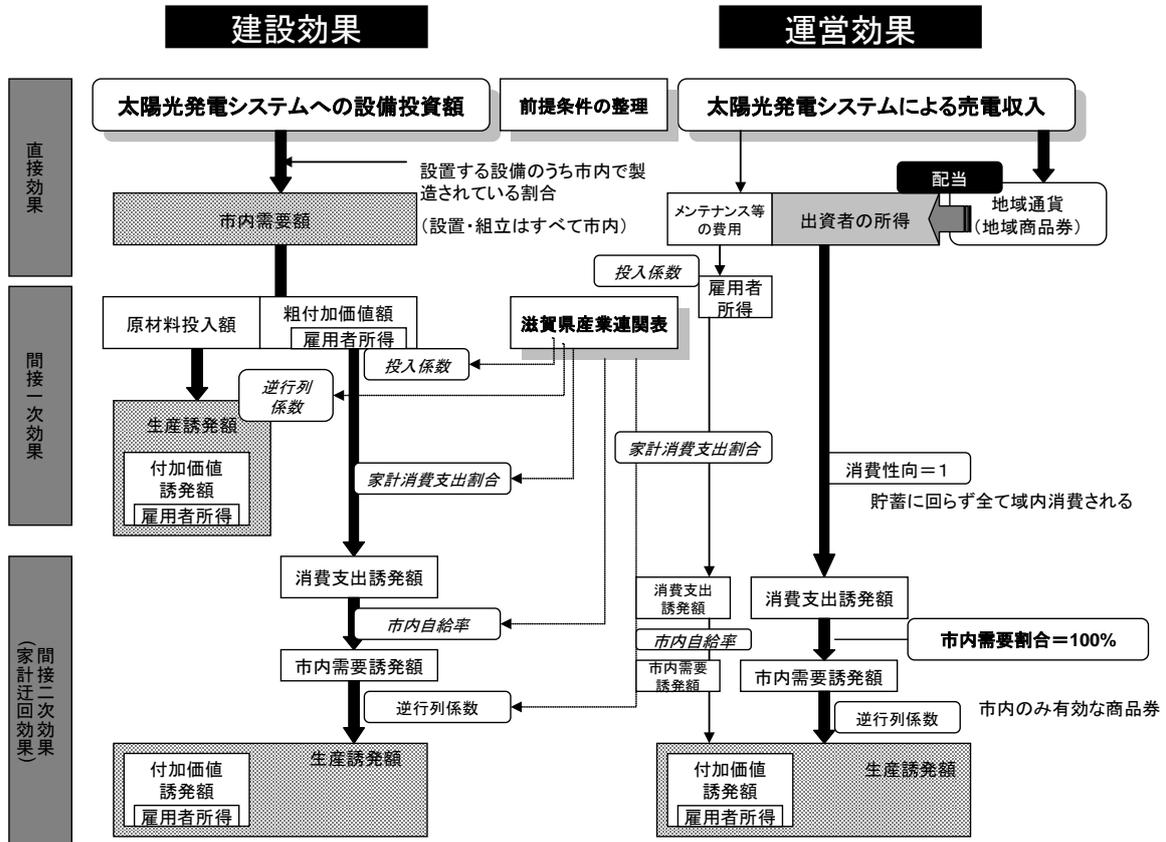
以上を踏まえ、本調査では、地域におけるクリーンエネルギー、食のブランド化、文化の伝承発信、観光資源の活用等、緑の分権改革の推進に伴い見込まれる効果について、以下の図のように、緑の分権改革の関する各種取り組み別に、モデルケースを設定して、数量化や指標化を行うことで、事業の成果の把握を確立して、今後の効率的な事業の推進を目指していく。

図表 1-1 本調査の分析の方向性



## 2. 市民共同で設置する太陽光発電所（滋賀県東近江モデル）

図表 2-1 市民共同で設置する太陽光発電所（滋賀県東近江モデル）の分析フロー



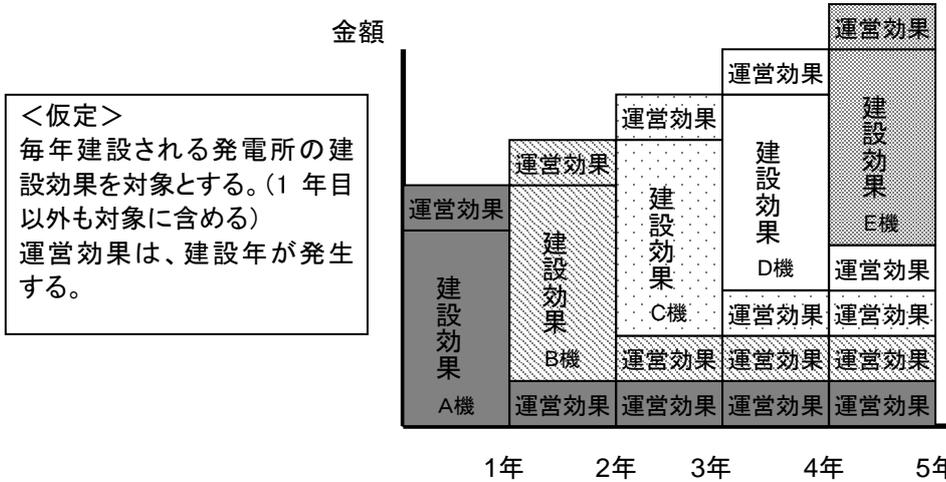
### 2-1 数量化の対象とする効果

- 本調査では、以下の2つの効果に関して産業連関表を活用して推計を行う。

- ① 共同出資による発電所の建設による地域内での発注に伴う効果（建設効果）
- ② 地域商品券を活用した売電収入の市内への経済効果（運営効果）

- 1年間の効果と5年間の累積効果を算定
- 資源エネルギー庁の太陽光の新たな買取制度（平成21年11月～）の制度設計においては、太陽光発電システム価格を3～5年で半分とすることを想定しているため、その点を考慮して推計する。

図表 2-2 太陽光発電システム設置の建設効果と運営効果の概念図



ただし、図は5年後も、現状と設置費用、配当額が変わらない場合である。

## 2-2 対象事業の概要と前提条件の設定

活動の主体	ひがしおうみコミュニティービジネス推進協議会
設置形態	市民共同出資の発電所であるので、自家消費はなく、売電のみ
設置費用	<p>【ケース1】約 50 万円/kw                      現在の太陽光発電システムの価格の平均（新築ケース）</p> <p>【ケース2】約 25 万円/kw（5年後）                      資源エネルギー庁が想定しているシナリオ（3～5年後にはシステム各々が現在の半分）</p> <p>1年間に400世帯（世帯の1%）に相当する電力を賄うシステム＝1000kwのシステムを設置&lt;想定&gt;</p>
年間発電量	192 万kWh（1世帯平均年間 4800kWh × 400）
利益の分配	<p>売電により得た利益は、出資者に年間8,000円分の地域商品券（商工会議所発行の「三方よし商品券」）として分配される</p> <p>&lt;地域限定・期間限定のため消費性向は1となる&gt;</p>

## 2-3 経済効果を分析する地域

- 東近江市内（ただし、産業連関表は、滋賀県産業連関表を利用する。）
- 売電価格相当分を地域通貨（地域商品券）により、出資者に還元しており、売電収入はすべて東近江市内で消費されると仮定する。

(1) 本事業が生み出す直接効果（需要内容）の把握

- ここでは、直接効果のもととなる項目を、各種統計データ・ヒアリング等を通じて把握を行う。具体的には、以下のような項目を考えている。

1) 共同出資による発電所の建設による地域内での発注に伴う効果（建設効果）

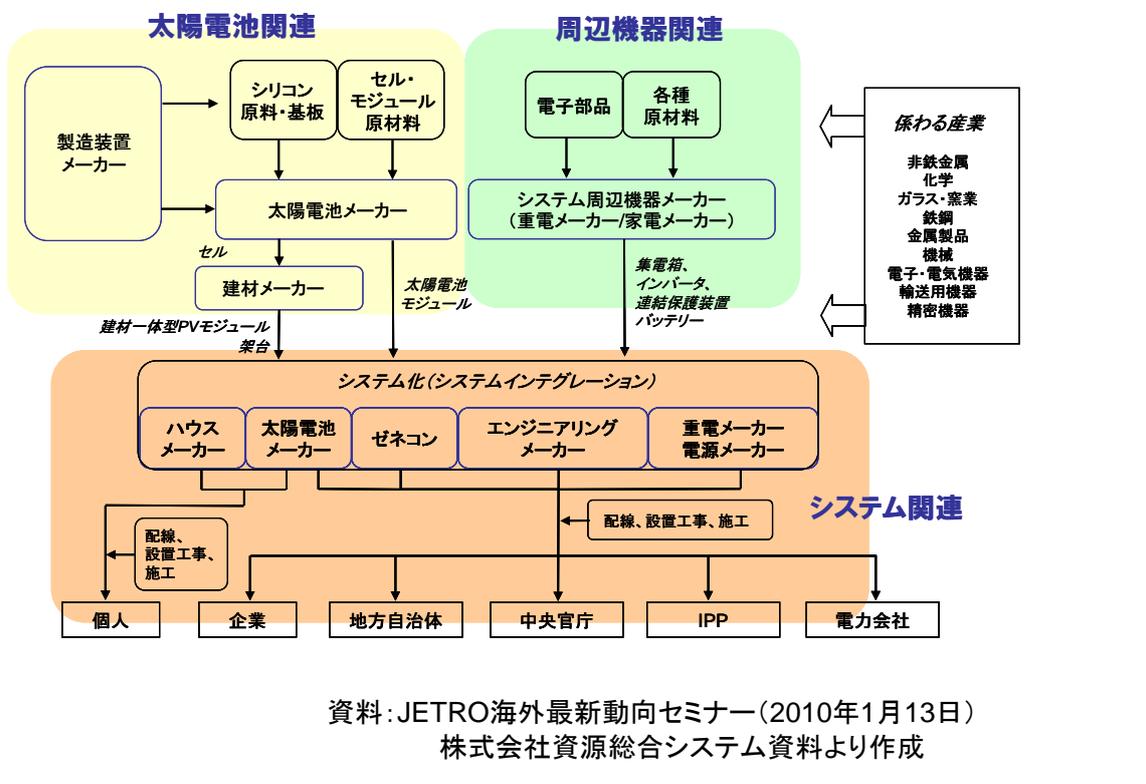
・ 年間の市民共同出資の発電所の設置費用
・ 購入する太陽光発電装置の価格
・ 購入する太陽光発電装置の市内製造割合
・ 太陽光発電装置の設置費用

2) 地域商品券を活用した売電収入の市内への経済効果（運営効果）

・ 年間の地域商品券での配当総額
・ 太陽光発電装置のメンテナンス費用

<参考> 太陽光発電システムの産業の裾野の広さ

太陽光発電システムは、下記の図で示されるように、関わる産業が多岐にわたり、事業が拡大されれば、経済波及効果の拡大も大きく、地域にとって太陽光発電関連産業の育成は重要である。



## (2) 需要内容の産業区分

- (1) で抽出した各直接効果が産業連関表のどの産業に対応するかを検討する。本調査では、平成 17 年滋賀県産業連関表を使用する。

## (3) 間接効果（一次・二次効果）の推計

- 市内需要額（直接効果）がどの産業に波及するのか、滋賀県産業連関表を使い分析を行う。

以上を踏まえて経済波及効果（直接効果＋間接効果（一次＋二次））を推計する。

	1 年目	2 年目	3 年目	4 年目	5 年目
建設効果	生産誘発額 付加価値誘発額 雇用誘発	生産誘発額 付加価値誘発額 雇用誘発	生産誘発額 付加価値誘発額 雇用誘発	生産誘発額 付加価値誘発額 雇用誘発	生産誘発額 付加価値誘発額 雇用誘発
運営効果	生産誘発額 付加価値誘発額 雇用誘発	生産誘発額 付加価値誘発額 雇用誘発	生産誘発額 付加価値誘発額 雇用誘発	生産誘発額 付加価値誘発額 雇用誘発	生産誘発額 付加価値誘発額 雇用誘発

ケース 1（現状価格）、ケース 2（設置費用が安くなった場合）でそれぞれ分析する。  
また、産業別の生産誘発額に関しても、推計を行う。

### 3. B級ご当地グルメを活用した地域おこし

#### 3-1 B級ご当地グルメの概要

##### (1) 定義

- B級ご当地グルメとは、安くて旨くて地元の人に愛されている地域の名物料理のことを指す。現在、こうした食でまちおこしをしようとしている団体・グループが年々増えており、それぞれの団体が遊び心をもって食で地域おこし活動を行う中で、料理自体の認知度アップが図られ、観光客の誘客や飲食店の活性化などにつながっている例も出てきている。

##### (2) B-1 グランプリ

- B級ご当地グルメで地域おこしをしようという動きが日本各地で見られる中、ご当地グルメを利用し全国に知ってもらえるような宣伝活動をしようとする団体・グループが、B級ご当地グルメの祭典として開催している。
- 第1回は2006年2月に八戸せんべい汁研究所の企画プロデュースにより青森県八戸市で開催し、10団体が参加した。以降、毎年1回開催している。来場客が出展料理を食べ比べ、投票によりグランプリが決定する。今年は9月に厚木で第5回大会が開催された。

##### (3) B級ご当地グルメの種類

- B級ご当地グルメは、多くの自治体で地域おこしの一環としてPRをし始めており、下記のような連絡協議会の組織まで立ち上がっている。
- 本調査では、全てを網羅的に行うことは困難なため、対象ご当地グルメを1つか2つに絞って、どの地域でも活用可能なような汎用的な手法で経済効果を示すこととする。

図表 3-1 B 級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会 会員一覧

■正会員

北海道	富良野市	富良野オムカレー推進協議会
青森県	青森市	青森おでんの会
青森県	黒石市	やきそばのまち黒石会
青森県	八戸市	八戸せんべい汁研究所
秋田県	仙北市	神代地域活性化推進協議会
秋田県	横手市	横手やきそば暖簾会
宮城県	登米市	宮城の明治村 登米 油麩井の会
群馬県	太田市	上州太田焼そばのれん会
埼玉県	行田市	行田ゼリーフライ研究会
神奈川県	厚木市	厚木シロコロ・ホルモン探検隊
神奈川県	三浦市	三浦中華料理研究会
山梨県	大月市	大月市おつけだんごの会
静岡県	富士宮市	富士宮やきそば学会
静岡県	裾野市	すそのギョーザ倶楽部
静岡県	三島市	みしまコロッケの会
静岡県	静岡市	静岡おでんの会
静岡県	袋井市	袋井市観光協会
静岡県	浜松市	浜松餃子学会
長野県	駒ヶ根市	駒ヶ根ソースかつ井会
富山県	高岡市	高岡コロッケ実行委員会
岐阜県	郡上市	奥美濃カレープロジェクト実行委員会
岐阜県	各務原市	キムチ日本一の都市研究会
福井県	小浜市	御食国若狭倶楽部
兵庫県	高砂市	高砂にくてん喰わん会
兵庫県	姫路市	姫路おでん普及委員会
鳥取県	鳥取市	鳥取とうふちくわ総研
岡山県	備前市	日生カキお好み焼き研究会
岡山県	津山市	津山ホルモンうどん研究会
福岡県	北九州市	小倉焼うどん研究所
福岡県	久留米市	久留米やきとり日本一の会
長崎県	雲仙市	小浜ちゃんぽん愛好会
長崎県	大村市	大村あま辛カレーうまか隊！
大分県	佐伯市	佐伯ごまだしの会

■準会員

青森県	十和田市	十和田バラ焼きゼミナール
秋田県	秋田市	秋田かやき協議会
岩手県	北上市	北上調理師会
宮城県	石巻市	石巻茶色い焼きそばアカデミー
福島県	浪江町	浪江焼麺天国
山梨県	甲府市	みなさまの縁をとりもつ隊
神奈川県	南足柄市	NPO金太郎プロジェクト推進委員会
神奈川県	湯河原町	湯河原坦々やきそば会
三重県	四日市市	四日市とんてき協会
岐阜県	郡上市	めいほう鶏ちゃん研究会
岐阜県	下呂市	下呂飲食業組合
島根県	出雲市	日本ぜんざい学会
広島県	府中市	備後府中焼きを広める会
愛知県	豊川市	いなり寿司で豊川市をもりあげ隊

### 3-2 経済効果を分析する地域

- B級ご当地グルメは、数多くあり、モデル事例として、本調査では、B-1グランプリの第1回開催都市である八戸市のせんべい汁の事例を対象としてはいかがか。

#### <候補とした理由>

- 2006年に始まった「B-1グランプリ」において、グランプリは受賞していないものの第2回から4回まで3年連続して2位を獲得するなど、B級ご当地グルメの代表事例の性格を有する。
- このB-1グランプリ自体が「八戸せんべい汁研究所」の呼びかけでスタートするなど、地域のB級ご当地グルメによる活性化の思いが強いことがあげられる。
- 他方、B級ご当地グルメについては、グランプリをはじめ、様々な観点・方法により、経済効果の推計が行われているが、八戸せんべい汁に関しては、地域への経済効果について定量分析がまだ行われていない。
- 以上の理由から、本調査においては、八戸せんべい汁に関して、地域への経済波及効果（直接効果、間接効果）及び広告宣伝効果について定量分析を行う。また、その手法は他のB級ご当地グルメについても汎用的に活用が可能なものとする。

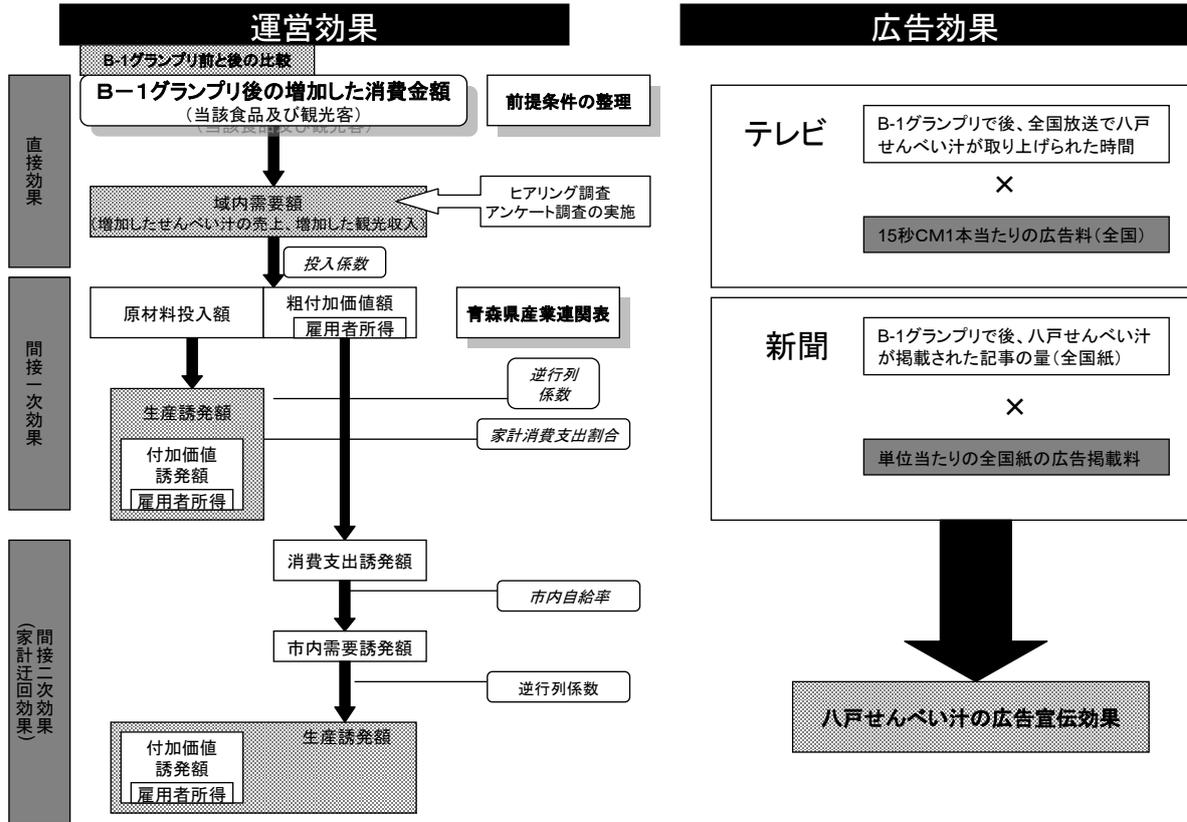
図表 3-2 B-1 グランプリの開催概要

回	年月	開催場所	出展数	グランプリ	第2位	第3位
第1回	2006年 2月18・19日	青森県八戸市	10	富士宮やきそば	横手やきそば	室蘭やきとり
第2回	2007年 6月2・3日	静岡県富士宮市	21	富士宮やきそば	八戸せんべい汁	静岡おでん
第3回	2008年 11月1・2日	福岡県久留米市	24	厚木シロコロ・ホルモン	八戸せんべい汁	各務原キムチ鍋
第4回	2009年 11月1・2日	秋田県横手市	26	横手やきそば	八戸せんべい汁	津山ホルモンうどん
第5回	2010年 9月18・19日	神奈川県厚木市	46	甲府鳥もつ煮	ひるぜん焼そば	八戸せんべい汁
第6回	2011年	兵庫県姫路市				

図表 3-3 B級ご当地グルメの経済効果の試算概要

	対象事例	調査主体	経済効果	効果の項目
グランプリ	富士宮やきそば 【第1回・第2回】	富士宮やきそば学会 富士宮商工会議所 (地域デザイン研究所(静岡市))	217億円(2001～06年度)	【2000(平成12)年度以前との比較】 ①麺の売上増額②関連素材(キャベツ・ソース等)の消費額③観光客(県内・県外)の消費額④メディア(テレビ、ラジオ、新聞、雑誌等)への取り上げ
	厚木シロコロ・ホルモン 【第3回】	厚木シロコロ・ホルモン探検隊	約30億円(2008年11月～09年1月の3ヶ月間)	【上記富士宮方式】 ①ホルモン消費額②交通費③買い物代④メディア(テレビ、ラジオ、新聞、雑誌)への取り上げ⑤イベント⑥視察
	横手やきそば 【第4回】	横手市(横手市、横手やきそば暖簾会)	約34億円(1位獲得後、8ヶ月間の効果～2010年5月24日)	①麵会社への注文数(全国向け) ②観光客(対前年度増) ③横手やきそば関連商品の販売数(* 広告費換算効果は算定していない)
入賞	津山ホルモンうどん 【第4回3位】	津山市(岡山経済研究所)	県全体で約8億円(市内で約4億円)	①うどん消費 5億5,200万円(市内 3億4,500万円) ②観光消費 1億5,100万円(市内 3,200万円) ③来店客の交通費 1億円(市内 1,000万円)
		津山市(広告代理店)	広告費 2億3,700万円(2年間弱)	広告費換算(テレビ、ラジオ、新聞、雑誌)
開催	2009年B-1グランプリ (横手市)	横手市 (横手市、横手やきそば暖簾会)	13億円	来場者 22万4,950人 ①観光消費額推計(県外、県内・市内別、宿泊・日帰り別に推計) ②実行委員会の予算支出額
	2010年B-1グランプリ	厚木市 (厚木市商工会議所)	36億円(大会開催中2日間)	来場者43万5,000人 ①食事チケットの販売(1億2,000万円)、②宣伝効果(7億2,000万円)、③交通費、④宿泊代

図表 3-4 B級ご当地グルメを活用した地域おこし（八戸市）の分析フロー



3-3 数量化の対象とする効果

- ① B-1グランプリ開催後に増加した料理の売上や観光客増加に伴う経済波及効果（運営効果）
- ② B-1グランプリ開催によるご当地グルメの広告宣伝効果

■ なお、広告宣伝効果は、産業連関分析と合算すると、過大推計となるため、①と②は別々に推計を行う。

3-4 経済波及効果分析<B-1 グランプリ開催後に増加した料理の売上や観光客増加に伴う経済波及効果（運営効果）>

(1) 本事業が生み出す直接効果（需要内容）の把握

- ここでは、直接効果のもととなる項目を、各種統計データ・ヒアリング等を通じて把握を行う。具体的には、以下のような項目を考えている。

図表 3-5 運営効果で把握する項目

・当該料理（八戸せんべい汁）の原材料の市内調達割合
・当該料理（八戸せんべい汁）のグランプリ開催前と開催後の年間売上高（又は売上数量、売上単価）
・グランプリ開催前と開催後で増加した観光客数と観光客の消費金額（せんべい汁を除く）

(2) 需要内容の産業区分

- iii) で抽出した各直接効果が産業連関表のどの産業に対応するかを検討する。本調査では、平成 17 年青森県産業連関表を使用する。

(3) 間接効果（一次・二次効果）の推計

- 市内需要額（直接効果）がどの産業に波及するのか、青森県産業連関表を使い分析を行う。

以上を踏まえて経済波及効果（直接効果＋間接効果（一次＋二次））を推計する。  
**<運営効果>**  
**生産誘発額 〇〇〇万円、付加価値誘発額 〇〇〇万円、雇用誘発 〇〇人**

### 3-5 B-1 グランプリ開催によるご当地グルメの広告宣伝効果

- 広告宣伝効果は、テレビで取り上げられた時間、新聞でとりあげられた文字数から、テレビCMや新聞広告を掲載した際にかかる費用で広告宣伝効果を金銭換算して推計する。いわゆる代替法という手法で推計を行う。
- 対象は、地上波全国放送のテレビ（民放、NHK）、全国紙の新聞（読売・朝日、毎日、産経、日経）とする。

〈テレビでの広告宣伝効果〉当該料理（八戸せんべい汁）放映時間 × CM放映単価

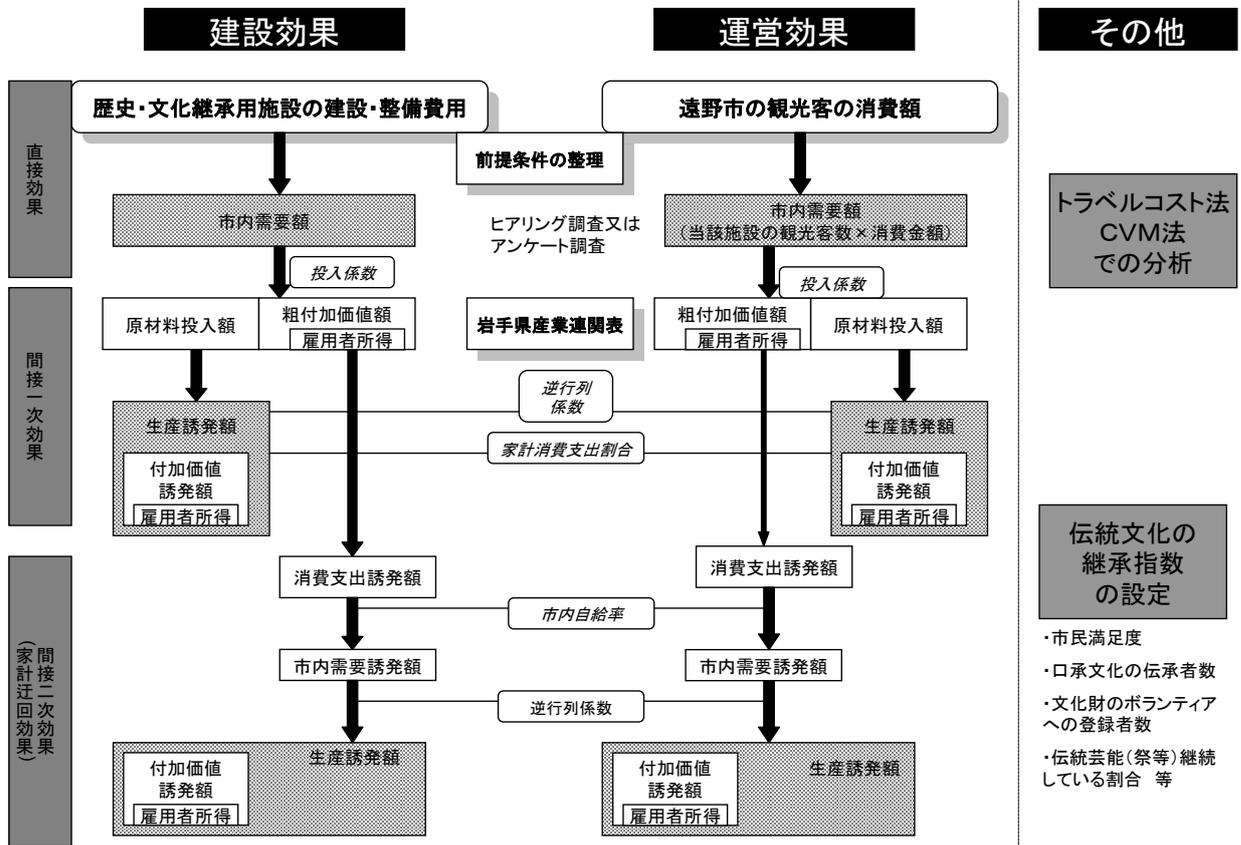
〈新聞での広告宣伝効果〉当該料理（八戸せんべい汁）掲載ページ × 広告掲載単価

**広告宣伝効果＝〈テレビ〉＋〈新聞〉**

経済波及効果分析での運営効果も B-1 グランプリ前後の差で求めており、ある意味、広告宣伝効果と呼べる。運営効果は便益側から視点、一方、広告宣伝効果は費用側からの視点といえる。運営効果と広告宣伝効果の比率をみることで、広告宣伝の効率度も見ることができる。

#### 4. 地域文化の伝承等による地域おこし（岩手県遠野市）

図表 4-1 地域文化の伝承等による地域おこし（岩手県遠野市）の分析フロー



#### 4-1 数量化の対象とする効果

- ① 歴史・文化継承用施設の建設・整備効果（建設効果）
- ② 観光客の集客による経済効果（運営効果）
- ③ トラベルコスト・CVM法による地域文化の伝承等による地域おこしの価値
- ④ 地域の伝統・文化の継承度（継承度を測る新たな指標の創設）

- 口承文化、文化遺産等によるまちづくりが観光の対象となることにより、観光客の施設利用、宿泊、土産物購入による経済効果が想定される。

## 4-2 地域文化の伝承等による地域おこしの経済波及効果分析

### (1) 対象事業の概要と前提条件の設定

- 遠野市は、柳田國男の遠野物語のもととなった町であり、河童や座敷童子で有名な「遠野民話」で全国的に知られている。遠野の民話は、市内の「語り部館」、「遠野市観光案内所」、「遠野ふるさと村・伝承園」で語り部によって実際に聞くことができる。
- こうした遠野市の口承文化、文化資産などの活用による経済効果の算出やそれら文化の継承度指標の設定を行う。
- 具体的には、経済波及効果では、遠野市の口承文化、文化資産に訪れる年間の観光客数と観光客が地元で消費する金額から経済波及効果（運営効果）を分析すると共に、文化継承関連で建設された施設の整備費用の効果についても対象とする。

### (2) 経済効果を分析する地域

- 遠野市内（ただし、産業関連表は、岩手県産業関連表を利用する。）

### (3) 本事業が生み出す直接効果（需要内容）の把握

- ここでは、直接効果のもととなる項目を、各種統計データ・ヒアリング等を通じて把握を行う。具体的には、以下のような項目を考えている。

#### 1) 歴史・文化継承用施設の建設・整備効果（建設効果）

・各歴史・文化継承用施設の建設費用
・各歴史・文化継承用施設のメンテナンス費用

#### 2) 観光客の集客による経済効果（運営効果）

・年間の各歴史・文化継承用施設の観光客数
・観光客の市内での消費金額（宿泊・土産購入等）

#### (4) 需要内容の産業区分

- (3) で抽出した各直接効果が産業連関表のどの産業に対応するかを検討する。本調査では、平成 17 年岩手県産業連関表を使用する。

#### (5) 間接効果（一次・二次効果）の推計

- 市内需要額（直接効果）がどの産業に波及するのか、岩手県産業連関表を使い分析を行う。その際、各産業の岩手県に占める遠野市内の割合は、事業所統計調査を用いて算出する。

以上を踏まえて経済波及効果（直接効果＋間接効果（一次＋二次））を推計する。

**<建設効果>**

生産誘発額 〇〇〇万円、付加価値誘発額 〇〇〇万円、雇用誘発 〇〇人

**<運営効果>**

生産誘発額 〇〇〇万円、付加価値誘発額 〇〇〇万円、雇用誘発 〇〇人

### 4-3 トラベルコスト法、CVMでの分析の検討

今まで、経済波及効果分析で各種効果を見てきたが、歴史・文化資産では、経済波及効果だけでは、測りきれない価値があり、別の視点から評価する必要がある。その一案として、トラベルコスト法やCVMがある。

トラベルコスト法は、人々の経済活動から得られるデータをもとに間接的に非市場財の価値を評価する「顕示選好表」の一種であり、CVMは、人々に非市場財の価値を尋ねて直接的に価値を評価する「表明選好法」の一種である。

対象的な特徴をもつ評価手法であり、過去の分析事例を精査して、分科会の審議を踏まえて、本調査での評価手法の扱いを検討する。

#### (1) トラベルコスト法 (Travel Cost Method) の概要

- 訪問地までの旅行費用をそのサービスの価格とみなし、それと訪問回数との関係をもとに消費者余剰を計算して、間接的に非市場財の価値を推定する手法である。
- 訪問地までの旅行費用を支払ってまでも利用する価値があるか否かという観点から、非市場財の価値を評価する手法で、公園整備の費用便益分析にしばしば用いられる。トラベルコスト法は、訪問地へのアクセスに要した費用と訪問率に関するデータのみで評価をおこなうことができるという利点をもっている。実際には、訪問回数等のアンケート調査が必要となり、この調査結果をもとに訪問回数方程式（需要関数）を推定し、訪問者の消費者余剰を求め、それらを評価値としている。

#### (2) CVM (Contingent Valuation Method) の概要

- CVM は、人々に支払意志額や受入補償額を尋ねることで非市場財の価値を直接的に評価する手法で、仮想市場法、仮想評価法などと呼ばれることもある。
- 人々に支払意志額や受入補償額を尋ねることで非市場財の価値を直接的に評価する手法である。CVM は、既存のデータの有無とは関係なく、理論上ほぼあらゆるものの評価できるという特徴をもっており、景観など、非利用価値の評価も可能である。具体的には、アンケート調査などで仮想的な変化を対象者に示し、その変化に対する支払意思額 (willingness to pay)、あるいは受入補償額 (willingness to accept compensation) を尋ね、非市場財の価値を評価する。
- CVM の質問方式は、以下の 5 つに大別されるが、それぞれの特徴を理解した上で最善の方式を選択しなければならない。また、仮想状況の設定についても慎重に検討する必要がある。

ある。

自由回答方式：金額を自由に回答してもらう

付け値ゲーム方式：上限額に到達するまで、金額を次々に提示していく

支払いカード方式：様々な選択肢の中からひとつ選択してもらう

二項選択方式：提示額に対して賛成、反対を回答してもらう

一対比較方式：2つの対立する選択肢を示し、どちらが望ましいか回答してもらう

#### 4-4 地域文化の継承度を測る指標の設定

- 国内外の政策評価等の事例から、地域の口承文化などの文化継承度を測る指標を設定する。
- 具体的には、以下の項目に関して地元へのヒアリング調査及びアンケート調査を通じて指標化を検討する。

図表 4-2 想定される地域文化の継承度を測る指標

市民満足度	文化、伝統を大事にしている地域であると認識している住民数
伝統芸能継続割合	戦前、合併前などある時点と比較し、伝統芸能(祭り等)、口承文化が継続している割合
伝統芸能参加数	域の伝統、文化行事への地元住民の参加人数
ボランティア数	文化財ボランティアへの登録者数

※ 遠野市の場合、「語り部 1000 人プロジェクト」、「遠野遺産認定制度」といった取り組みがおこなわれており、指標としても活用できるのではないかと考えられる。

## 5. 調査方法

本調査では、経済波及効果の分析とその他の分析に大きく分けられる。3つのモデル事例を扱うが、経済波及効果分析の手順は、使用する産業連関表が異なるだけで共通部分が多く、同時並行的に作業を進めていく。

一方、B級ご当地グルメの広告効果、地域文化の伝承指数や各種分析に関しても、経済波及効果分析に必要なデータと重なる部分もあり、こちらも同時並行的に進めていくこととする。

モデル事例別に整理すると以下の表ようになる。地域文化の継承については、金銭以外の価値の指標化を試みる。

図表 5-1 モデル事例別の効果の数量化の調査方法

モデル事例	金銭換算			広告効果	非金銭換算	
	経済波及効果				伝統・文化の存在価値	
	建設効果	運営効果	時点			
市民共同で設置する太陽光発電所(東近江市)	○	○	将来推計			
B級ご当地グルメを活用した地域おこし		○	現状分析	○		
地域文化の伝承等による地域おこし(遠野市)	○	○	現状分析		○	○
主たる手法	都道府県表を利用した産業連関分析			代替法	CVM TCM	継承指数の設定

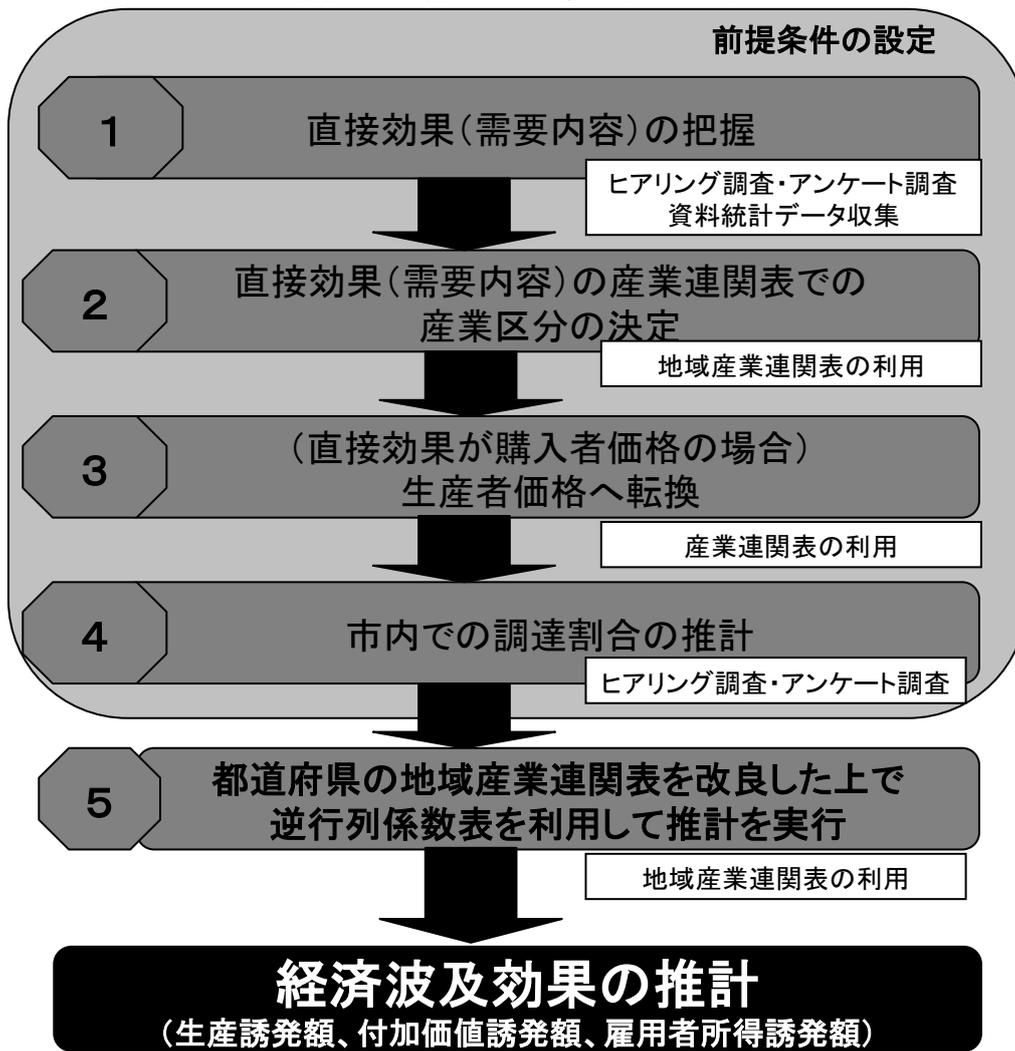
TCM=トラベルコスト法

## 5-1 分析の手法

### (1) 経済波及効果による分析

経済波及効果分析を行うに際しては、以下のような手順で作業を進めていく。分析を行う上で重要となるのは、産業連関表を利用した分析の前の前提条件の設定であり、ヒアリング調査又はアンケート調査を各モデル事例について行い、調査の精度を高めるようにする。

図表 5-2 経済波及効果の分析の手順



本調査では、前述のように都道府県の産業連関表を活用するが、対象範囲は市内となるため、都道府県の産業連関表の改良を行ったうえで、経済波及効果分析を行う。

図表 5-3 経済波及効果分析で利用する産業連関表

	利用産業連関表	実施内容
市民共同で設置する 太陽光発電所(東近江市)	滋賀県産業連関表	地域バランスモデルを活用した県の 産業連関表の修正、及び、経済波及効 果の分析
日級ご当地グルメを活用した 地域おこし(八戸市)	青森県産業連関表	
地域文化の伝承等による 地域おこし(遠野市)	岩手県産業連関表	

## (2) その他の分析

本調査では、経済波及効果分析の他に、広告宣伝効果、地域文化の継承度を測る指標（トラベルコスト法、CVMを含む）を行う。最終的な分析項目は、分科会での検討を踏まえて決定する。

広告宣伝効果については、関連資料・統計データ（日経テレコム等）での把握の他に、実際に八戸の関連団体にヒアリングを行って精査する。

地域文化の継承度を測る指標に関しては、現地の関係機関のヒアリングを行うと共に、市民及び観光経験のある市外在住者にWEBアンケートを行うことを予定している。

## 5-2 調査の方法

### (1) ヒアリング調査の実施

本調査では、3つのモデルそれぞれに対して関係団体について、経済波及効果をはじめ、実態把握に必要な項目に関して、現地ヒアリングを行う。

図表 5-4 ヒアリング対象と項目

	項目と対象先	
	経済波及効果分析	その他の分析
<b>市民共同で設置する 太陽光発電所(東近江市)</b>	当該事業全般の把握、市内 調達割合の把握 (対象：ひがしおうみコ ミュニティービジネス推進協 議会、東近江市)	なし
<b>B級ご当地グルメを活用した 地域おこし(八戸市)</b>	せんべい汁の年間消費金 額、増加した観光客数と消 費金額 (対象：八戸せんべい汁研 究所、八戸市)	広告宣伝効果の対象となる テレビ・新聞情報の把握 (対象：八戸せんべい汁研 究所)
<b>地域文化の伝承等による 地域おこし(遠野市)</b>	当該施設利用観光客数と消 費金額 対象：遠野市、市観光協会)	地域文化の継承度を測る指 標の項目設定の把握 (対象：遠野市、市観光協 会)

## (2) アンケート調査（WEB）の実施

B級ご当地グルメ及び地域文化の伝承に関しては、観光客の動向の把握が重要となってくる。しかし、それを詳細に把握できるデータがないためアンケート調査を実施する。

### ＜WEB調査1＞B級ご当地グルメを活用した地域おこし

対 象：八戸に観光経験がある市外在住者 100名

目 的：B-1 グルメのせんべい汁関連の消費金額と滞在費用の把握

質問項目：市内での飲食・土産代、宿泊代、交通費、宿泊場所（市内か市外か）

せんべい汁関連の消費金額とそれ以外の消費金額

### ＜WEB調査2＞地域文化の伝承等による地域おこし

対 象：遠野市民 200名、遠野に観光経験がある市外在住者 100名

目 的：遠野の文化伝承の満足度の把握、さらに市外在住者の方へは観光の際の消費金額の把握も合わせて行う。また、トラベルコスト法、CVM法についても試みる。

質問項目：遠野の文化伝承の満足度（印象）、各種取り組み、いくらまでなら文化伝承を守るためにお金を負担できるか 等

市内での飲食・土産代、宿泊代、交通費、宿泊場所（市内か市外か）

## 5-3 文献・データ収集・整理

本調査を行う上で、前述したように、各種モデル事例の経済波及効果分析等を行う上では、前提条件の設定が重要であり、各事業の詳細、当該自治体の経済統計の整理を行う。

	整理するデータ(例)	整理する資料(例)
経済波及効果分析	<p>＜モデル事例共通＞</p> <p>国勢調査(人口等)、事業所・企業統計、工業統計、サービス業基本統計、商業統計</p> <p>＜遠野、八戸＞</p> <p>観光に関する各種統計</p>	<p>＜東近江＞</p> <p>太陽光発電に関する各種文献</p> <p>政府の太陽光発電に関する政策 等</p> <p>＜八戸＞</p> <p>B-1 グランプリの概要 等</p> <p>＜遠野＞</p> <p>遠野の文化伝承の歴史 等</p>
その他の分析	<p>＜遠野＞</p> <p>観光に関する各種統計</p>	<p>＜八戸＞</p> <p>B-1 グランプリのテレビ・新聞等の放映・掲載記録 等</p> <p>＜遠野＞</p> <p>CVM,トラベルコスト法に関する過去の分析事例 等</p>