

緑の分権改革推進会議第2分科会（第1回）

議事要旨

1 日時 平成22年12月15日（水） 10時00分～12時00分

2 場所 合同庁舎7号館 13階共用会議室

3 出席者

田中委員、中東委員、堀場委員（主査）、宮原委員

4 議事次第

(1) 開会

(2) 議事

①緑の分権改革について

②分科会の進め方について

- ・市民共同出資で設置する太陽光発電所
- ・B級ご当地グルメを活用した地域おこし
- ・地域文化の伝承等による地域おこし

5 議事の経過

事務局から資料説明を行い、その後以下の質疑応答・討議が行われた。

<議事②> 市民共同出資で設置する太陽光発電所

- 地域通貨の場合の産業連関分析はどの段階まで効果をみるか、よく考えるべき。
- 1回の波及過程にとどまらず内生化するという場合は、モノや貨幣が流通し続けるということが前提になる。今回は、太陽光発電所の設置に出資すると、期間限定・市内限定の地域通貨（商品券）が配当され、その商品券の使用は1回限りで、域外に対しては流動性のある通貨ではないので、あまり消費の内生は考慮しなくてもよいのではないか。
- 具体的にどのような作業をするのか。
⇒ 東近江市の産業連関表がないので、滋賀県の産業連関表の逆行列係数表を利用しつつ、市内自給率などの統計を用いて経済波及効果を推計する。
- 消費効果については使途が変わるだけで、マクロで見たときに総消費額は変わらないかもしれない。建設効果はあると思うが。
⇒ 消費の部分は、今まで貯蓄に回っていたものが消費に回ったり（消費性向の増加）、都会に逃げていくお金が東近江市内で落ちるようになったりすることなどが想定

される。日本全体でみるとゼロサムかもしれないが、東近江で見れば経済効果はあるだろうと考えている。

- 消費に関しては、今どれだけ周辺地域にお金が流れているのかということを把握した方がよい。直接データは取れなくても、周辺にどれだけの商業エリアがあるかなどのデータ等を元に推計する方法が考えられる。

<議事②> B級ご当地グルメを活用した地域おこし

- 広告は消費につながるから意味があるものであり、その意味では広告効果は消費金額の増加に寄与するはずであるが、広告効果を運営効果にプラスして表現すると効果の二重計算にならないか。
⇒ 今回は広告効果を別建てにし、運営効果とは別な効果として表現する。
- 入手できるデータの制約から、東近江市の場合は滋賀県の産業連関表を、B級ご当地グルメのケースでは八戸市の産業連関表を使っている。八戸の場合は市レベルの産業連関表があるので問題ないが、滋賀県の部分は少し慎重に分析を進めた方がよい。
⇒ 滋賀県の産業連関表を使いながら、滋賀県全体の中で東近江市にどのくらいお金が落ちているかについて推計する予定である。
- 八戸市の産業連関表と青森県の産業連関表を用いて八戸市分の推計をしたものとで分析結果に大きな差はないのか確認はした方がよい。
- 域内需要額をどれだけきちんと出せるのかという点がポイントになる。本当に観光収入が増加しているのか。また、富士宮焼きそばは都内でも食べることができる。この点を域内需要としてどう考えて整理していくのか。
⇒ 入込客や宿泊客のデータはある程度整備されている。観光客の全員がせんべい汁を目的としている訳ではないとは思いますが、せんべい汁の知名度が他のB級グルメと比べ高いというデータもあるという話なので、せんべい汁を契機として観光収入が増えたという前提で計算していきたいと考えている。
- まず、B級ご当地グルメを使った地域活性化が成功している地域は他の地域と比べて経済力が高いなどと一般的に示したうえで、八戸市の分析をした方がよいと思う。いきなり八戸せんべい汁では唐突な気がする。
- 所得のような大きな変数ではなく、飲食関連の消費などなるべく特定化できるものを変数にして比較してみたらよいと思う。

- 実際どのくらい消費したかという点についてヒアリング調査は行うのか。
- ⇒ 関係団体にどのくらい観光客が増えたか、原材料がどれくらい増えたか、せんべい汁の売り上げがどれくらい増えたかといったような具体的な話を聞く予定である。

<議事②> 地域文化の伝承等による地域おこし

- 地域文化の伝承に限っては価値そのものを推計するという点が、前 2 つの事例と違う点である。ただし、CVM のサンプルとしては若者と比べ高齢者の方が遠野市のような場所に足を運ぶ可能性が高く、伝統文化をより評価する傾向がある可能性がある。したがって、高齢者層のサンプル数が少なくならないように工夫した方がよい。
- 県内在住者と県外在住者を一緒にして CVM をやってもよいのかという疑問がある。もしサンプルを増やせるのであればそれぞれ 200 人、200 人程度で CVM を行い、それぞれの結果と合計した結果を比べるとよいと思う。
- CVM において県外在住者は旅費が発生するなど料金抵抗が県内と県外では違ってくる。県内、県外は分けて分析した方が面白いと思う。
- トラベルコストで推計する際は域内、域外のバランスはどのようなになるのか。
- ⇒ 域外を中心に行う。
- 「ある特定の風景について入場料 500 円を払うかどうか」といったような個別具体的な質問では出てきた数字に面白みがない。文化全体の評価という意味では、「遠野市の全体の景観を守るにはいくらぐらい払いますか」というような聞き方の方がよい。
- CVM においては、質問での金額をどのように設定するのかという部分を慎重にやらなければならない。
- 最初の金額設定のベンチマークになるようなデータはないのか。
- ⇒ 遠野市の各施設の入場料は 1 施設あたり 300~500 円が相場である。
- そういう数値があるのであれば、入場者数が分かればある程度のベンチマークの金額の設定の推測は可能であろう。
- 遠野市の分析に関しては、考えられる複数の手法を用いるもので、メッセージとしては文化面の価値も含め多面的な評価をしていく重要性を問題提起するようなイメージであり、太陽光発電所や B 級ご当地グルメのケースは経済効果にフォーカスするイメージである。

以上