

# 都道府県等における産業連関分析実施状況

(2019年4月～2020年3月)

令和2年11月

総務省政策統括官(統計基準担当)付

産業連関表担当統計審査官室



## は し が き

この資料は、総務省政策統括官（統計基準担当）付産業連関表担当統計審査官室が、令和2年7月に都道府県、政令指定都市等の産業連関表作成主管課に対して、2019年度に実施又は把握した産業連関分析事例について照会し、その結果を取りまとめたものです。

関係者各位の御協力に対し、この場をお借りして御礼申し上げます。

本報告書に掲載している分析事例は、各都道府県、政令指定都市等から御報告いただいたものを原則としてそのまま掲載しておりますので、詳細につきましては、産業連関分析を実施した都道府県等に直接お問い合わせ下さい。

最後に、本資料が今後の産業連関分析の際の一助となれば幸甚に存じます。

令和2年11月

総務省政策統括官（統計基準担当）付  
産業連関表担当統計審査官室





## 目 次

産業連関分析事例総括表	1	栃木県	51
		・第3回ツール・ド・とちぎの経済波及効果について	
		・アフターDC 期間経済波及効果	
国土交通省北海道開発局	2	群馬県	52
・クルーズ船入港に関する現状と今後の展望		・EV シフトによる群馬県内自動車部品製造業への影響調査	
・新型コロナウイルスによる中国観光客減少が北海道経済にもたらす影響について		千葉県	63
北海道	6	・千葉県における旅行・観光に関する経済波及効果	
・根室市におけるふるさと納税の経済波及効果		富山県	64
青森県	7	・富山マラソン 2019 の経済波及効果	
・「地産地消」の経済学～強い地域経済への「決め手は青森県産品」利用～		石川県	69
岩手県	13	・「金沢マラソン2019」石川県内への経済波及効果	
・三陸防災復興プロジェクト2019開催に伴う経済波及効果		・「北陸地域におけるインバウンド消費による経済波及効果」	
・ラグビーワールドカップ2019釜石開催に伴う経済波及効果		長野県	70
宮城県	14	・軽井沢町 G20 関係閣僚会合による経済波及効果	
・東北楽天ゴールデンイーグルスの経済効果について		・松本山雅FCの2019シーズンの経済波及効果	
秋田県	15	岐阜県	71
・秋田犬ツーリズムの活動が地域経済にもたらす効果調査の結果		・観光消費が県経済に及ぼす影響分析	
山形県	47	・大河ドラマ「麒麟がくる」の経済波及効果	
・「第18回果樹王国ひがしねさくらんぼマラソン大会」の経済波及効果推計		静岡県	87
福島県	50	・富士山静岡空港の県内経済波及効果(平成30年度分)	
・「東北絆祭り2019福島」の経済波及効果		・ラグビーワールドカップ2019静岡県開催による県内への経済波及効果	
		・「TGCしずおか2020」開催に伴う経済波及効果	
		愛知県	88
		・G20愛知・名古屋外務大臣会合の開催による経済波及効果について	

三重県	89
<ul style="list-style-type: none"> <li>三重県内の再生可能エネルギー(4分野)の1年間の売電収益にかかる経済波及効果</li> <li>みえメディカルバレープロジェクト経済効果(平成24年度から平成30年度までの実績分)再算定</li> <li>みえ松阪マラソン開催による経済波及効果</li> <li>三重の観光(観光客の観光消費が各地域にもたらす経済波及効果の推計)</li> <li>「三重とこわか国体・三重とこわか大会」の志摩市会場開催分における経済波及効果</li> <li>伊勢志摩サミット経済波及効果(ポストサミット分)再算定</li> </ul>	
大阪府	91
<ul style="list-style-type: none"> <li>「第9回大阪マラソン」の経済効果</li> <li>「大阪・光の饗宴2019」による経済波及効果</li> </ul>	
兵庫県	96
<ul style="list-style-type: none"> <li>平成30年度尼崎市グリーンニューディール事業の経済波及効果</li> <li>観光による兵庫県内の経済波及効果</li> <li>第9回神戸マラソンの経済波及効果</li> <li>観光による兵庫県内の経済波及効果</li> <li>B1グランプリin明石開催による経済波及効果</li> <li>災害に強い森づくり事業(第3期)による経済波及効果</li> </ul>	
和歌山県	103
<ul style="list-style-type: none"> <li>ねんりんピック紀の国わかやま2019経済波及効果等推計業務</li> <li>ねんりんピック紀の国わかやま2019開催による和歌山市への経済波及効果推計業務</li> </ul>	
鳥取県	127
<ul style="list-style-type: none"> <li>平成30年度(2018年度)コンベンション経済波及効果</li> <li>「砂の美術館」第12期展示の経済波及効果</li> <li>令和元年度文化庁補助事業実施効果に係る調査及び効果検証</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>智頭農林高校の智頭町内における経済効果及び本校の存続意義について</li> </ul>	
島根県	184
<ul style="list-style-type: none"> <li>平成30年島根県観光動態調査</li> <li>「ホーランエンヤ」開催による島根県内への経済波及効果</li> </ul>	
岡山県	185
<ul style="list-style-type: none"> <li>おかやまマラソン2019の経済波及効果</li> </ul>	
広島県	196
<ul style="list-style-type: none"> <li>FISE WORLD SERIES HIROSHIMA 2019の開催効果等について</li> <li>「2019酒まつり」に係る経済波及効果の推計調査結果</li> </ul>	
山口県	197
<ul style="list-style-type: none"> <li>下関海響マラソン2019の経済波及効果</li> </ul>	
香川県	198
<ul style="list-style-type: none"> <li>コンベンションのもたらす波及効果について</li> <li>「瀬戸内国際芸術祭2019」開催に伴う経済波及効果</li> </ul>	
愛媛県	201
<ul style="list-style-type: none"> <li>松山～台北定期便就航による経済効果</li> <li>G20愛媛・松山労働相会合</li> <li>19年俳句甲子園</li> <li>第58回愛媛マラソン</li> <li>えひめさんさん物語</li> </ul>	
高知県	202
<ul style="list-style-type: none"> <li>県外観光客の消費支出による県内経済への波及効果</li> </ul>	
福岡県	203
<ul style="list-style-type: none"> <li>福岡ソフトバンクホークスが日本一となったことによる経済波及効果</li> </ul>	

佐賀県	204	さいたま市	224
<ul style="list-style-type: none"> <li>・2019佐賀インターナショナルバルーンフェスタでの経済波及効果</li> <li>・佐賀城下ひなまつりでの経済波及効果</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・(仮称)さいたま市産業振興ビジョン調査等業務</li> <li>・地域経済活性化拠点の建設投資・総業開始後の経済波及効果</li> <li>・コンベンション開催による年間経済波及効果</li> <li>・「J:COM presents 2019 ツール・ド・フランスさいたまクリテリウム」開催に伴う経済波及効果について</li> <li>・第5回さいたま国際マラソン開催による経済効果等調査</li> </ul>	
長崎県	205	千葉市	226
<ul style="list-style-type: none"> <li>・「2019長崎帆船まつり」の経済波及効果</li> <li>・「2019長崎ランタンフェスティバル」の経済波及効果</li> <li>・IRの経済波及効果(再試算結果)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・幕張ビーチ花火フェスタ2019の経済効果</li> </ul>	
熊本県	206	横浜市	227
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ラグビーワールドカップ2019日本大会熊本開催に係る経済波及効果について</li> <li>・2019女子ハンドボール世界選手権大会開催に係る経済波及効果等について</li> <li>・熊本デスティネーションキャンペーンによる経済波及効果</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・I Rの経済波及効果・雇用創出効果</li> <li>・横浜音祭り2019来場者消費及び事業者支出による経済波及効果</li> </ul>	
大分県	219	京都市	228
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ラグビーワールドカップ2019TM大分開催に係る経済波及効果(開催後)について</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光消費の経済波及効果</li> </ul>	
宮崎県	221	堺市	229
<ul style="list-style-type: none"> <li>・県外からのスポーツキャンプ・合宿受入による経済波及効果</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・堺市におけるクルーズ客船寄港の経済波及効果</li> <li>・「阪堺線」への支援等による経済波及効果</li> </ul>	
鹿児島県	222	神戸市	230
<ul style="list-style-type: none"> <li>・「燃ゆる感動かごしま国体・かごしま大会」開催による鹿児島県への経済波及効果について</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・神戸港の経済効果</li> </ul>	
沖縄県	223	岡山市	231
<ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄県内における2019年プロ野球春季キャンプの経済効果</li> <li>・「全国高校総体(感動は無限大 南部九州総体 2019)」に伴う沖縄経済へのインパクト</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・G20岡山保健大臣会合の地域経済効果分析</li> <li>・岡山芸術交流2019開催に伴う経済波及効果</li> </ul>	
		北九州市	234
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ラグビーウェールズキャンプによる経済波及効果の推計</li> <li>・阿蘇ロックフェスティバル2019in北九州による経済波及効果の推計</li> </ul>	

熊本市 ..... 235

- ・ H31年度全国高等学校総合体育大会(インターハイ)熊本市開催が市経済に及ぼす影響分析
- ・ ドイツ競泳チーム熊本合宿開催が市経済に及ぼす影響分析
- ・ 新型コロナウイルス感染症に対する緊急対策第3弾による効果の見積もり
- ・ まちなか再生プロジェクトによる経済波及効果検証
- ・ 新型コロナ関連・3月補正予算「ONE PIECE」連携事業の経済波及効果の試算

本冊子に掲載している著作物は、掲載許諾を得た上で提出がなされているものです。

産業連関分析事例総括表

都道府県等名	事例件数	分析テーマ			
		公共事業・施策効果	イベント・観光	企業・施設	経済構造・その他
北海道開発局	2		2		
北海道	1	1			
青森県	1	1			
岩手県	2		2		
宮城県	1		1		
秋田県	1		1		
山形県	1		1		
福島県	1		1		
茨城県	-				
栃木県	2		2		
群馬県	1				1
埼玉県	-				
千葉県	1		1		
東京都	-				
神奈川県	-				
新潟県	-				
富山県	1		1		
石川県	2		2		
福井県	-				
山梨県	-				
長野県	2		2		
岐阜県	2		2		
静岡県	3	1	2		
愛知県	1		1		
三重県	6	2	4		
滋賀県	-				
京都府	-				
大阪府	2		2		
兵庫県	6	2	4		
奈良県	-				
和歌山県	2		2		
鳥取県	4	2	2		
島根県	2		2		
岡山県	1		1		
広島県	2		2		
山口県	1		1		

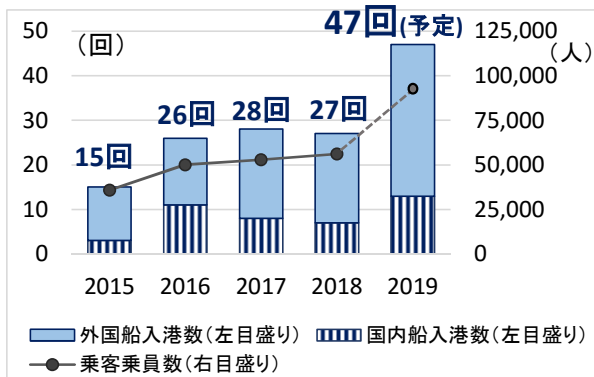
都道府県等名	事例件数	分析テーマ			
		公共事業・施策効果	イベント・観光	企業・施設	経済構造・その他
徳島県	-				
香川県	2		2		
愛媛県	5		5		
高知県	1		1		
福岡県	1		1		
佐賀県	2		2		
長崎県	3	1	2		
熊本県	3		3		
大分県	1		1		
宮崎県	1		1		
鹿児島県	1		1		
沖縄県	2		2		
札幌市	-				
仙台市	-				
さいたま市	5	2	3		
千葉市	1		1		
横浜市	2	1	1		
川崎市	-				
相模原市	-				
新潟市	-				
静岡市	-				
浜松市	-				
名古屋市	-				
京都市	1		1		
大阪市	-				
堺市	2	1	1		
神戸市	1	1			
岡山市	2		2		
広島市	-				
北九州市	2		2		
福岡市	-				
熊本市	5	2	3		
合計	94	17	76	0	1

注) この表は各分析事例を内容別に大まかな区分で分類したものである。  
分析事例が複数の分析テーマに該当する場合、主要な分析テーマに分類している。

都道府県等名		国土交通省 北海道開発局					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	クルーズ船入港に関する現状と今後の展望	令元. 11. 15	有	財務省北海道財務局函館財務事務所	平成 23 年北海道内地域間産業連関表	北海道内最多のクルーズ船入港地である函館における、経済波及効果や各種取組についてのレポート	
2	新型コロナウイルスによる中国観光客減少が北海道経済にもたらす影響について	令 2. 2. 4	有	株式会社道銀地域総合研究所	平成 23 年北海道産業連関表	新型コロナウイルスによる 2020 年 1～3 月の中国観光客の減少による北海道経済への影響について分析	

- 2019年は、安政五カ国条約により函館港が国際港として歩みを始めて以降、160年の節目。
- 「函館港」と函館の重要な産業である「観光」の、双方に関連するものとして、函館港へのクルーズ船入港が挙げられる。入港回数は近年増加し、2016年度以降、函館港は小樽港を抜き道内最多で、2019年度では47回の入港数を予定。(図1)
- 当所推計では、2019年度の乗客乗員数は前年度から約36,000人増、当該増加による経済波及効果は5億円などと推計。(図2、2ページ目)
- クルーズ船入港にあたって、地元では経済効果を高める取組や、受入れをバックアップする取組などが実施されている。(図3)
- ハード整備としては、若松地区において、ふ頭及び専用旅客ターミナル整備が進行中で、今後の入港回数増加や、市内中心部への着岸に伴う乗客の回遊性の向上による消費額拡大のほか、函館発着のクルーズツアーの実施など、更なる効果が期待される。(図4)

図1. クルーズ船入港数の推移



出典：函館市HPデータを基に当所作成 ※2019年度乗客乗員数は入港船の過去実績を踏まえ当所推計

図2. 乗客乗員数増による経済波及効果 (2018年度から2019年度への増加分)

当所推計結果

2019年度の乗客乗員数は  
前年度から約36,000人増と推計

乗客乗員数の増加により、  
経済波及効果は5億円、新規就業誘発は82人と試算

サービス業	商業	製造業	運輸業
1億円	2億円	1億円	1億円

※詳細は2ページ目を参照

図3. 市内における各種取組 (ヒアリング結果)

地元への  
経済効果を  
高める取組

○2019年度は、クルーズ船着岸時に市と商工会議所が連携し、港内岸壁で食品の振る舞いを行うほか、国内通販会社とタイアップして地元産品の販売を乗客向けに行う取組みを実施。(市港湾空港部)

人材育成・  
おもてなし

○市内高校、大学では、乗客向け英語マップの作成や、通訳ボランティアの実施を通じて、英語教育の充実を図っており、人材育成の面からも効果がある。(市港湾空港部)

受入れ  
バックアップ

○2019年4月に、市・市立病院とが協定締結し、急患の受入れ体制を強化。既に十数件の実績があり、今後も「安心して利用できる港」の機能を保持する。(市港湾空港部)

図4. 函館港における整備計画及び今後の展望について

若松地区  
ふ頭整備

北海道開発局は若松地区にて、岸壁整備事業を実施(総事業費41億円、2023年頃までに完成予定)。整備後は、現在着岸可能である4万トン級から大型化し、11万トン級の船が着岸できる。

クルーズ船  
旅客  
ターミナル  
整備

函館市は2022年度までに、C I Q (税関、出入国管理、検疫)手続きができ、観光案内機能等を併設した道内初のクルーズ船専用旅客ターミナルを若松ふ頭に建設予定(総事業費14億円、2020年着工予定)。

今後の展望

函館駅周辺まで徒歩移動が可能な若松ふ頭の整備により、市内観光の回遊性が高まるなど、港町ふ頭着岸時より大きな観光消費が見込める。また、若松ふ頭、函館駅、函館空港が近接している点は、函館発着ツアー実施の追い風になり、クルーズ前後の宿泊も期待できる。

## 当所による経済波及効果推計結果

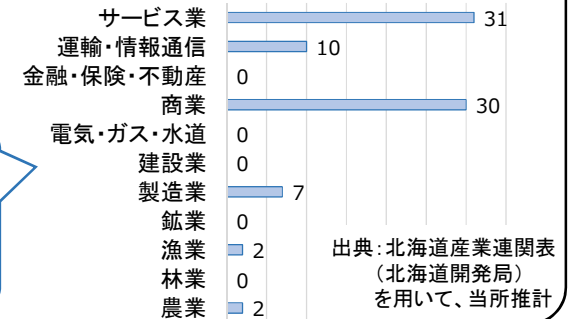
### 産業別の生産誘発額（再掲）

サービス業	商業	製造業	運輸業
1億円	2億円	1億円	1億円

（注）上記生産誘発額（経済波及効果）は、単位が1億円であるため、他産業は計上されていない。

### 産業別の新規誘発人数（人/年）

新規就業誘発人数82人のうち、産業別では、サービス業31人、商業30人と試算。第三次産業のほか、効果は第一次産業、第二次産業にも及ぶ。



○分析に用いた産業連関表…北海道開発局「平成23年北海道内地域間産業連関表」のうち、道南地域の表を使用。

○観光消費額…函館市「平成29年度函館市観光動向調査」の日帰客単価を基に、（一財）青森地域社会研究所「クルーズ客の消費行動と経済波及効果」を参考とし、当所にて単価補正を行ったのち、商業マージンを控除。（イ）

○2019年度のクルーズ船の乗客乗員数は、同一船における2018年度の平均乗客乗員数を用いたほか、入港実績のなかった船については、入港実績のあった船における定員と実績値との比率を踏まえ、定員の97%として推計した（計92,650人）。

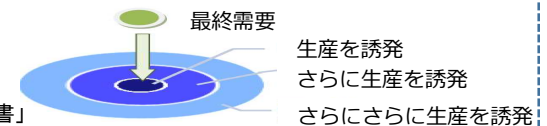
○経済波及効果算定にあたっての乗客乗員の増加人数は、上記推計値（計92,650人）と2018年度実績値（56,137人）の差を算出（36,513人）し、概数で36,000人の増加とした。（ロ）

○分析に用いた直接効果額…上記（イ）×自給率×（ロ）による。

### 参考-1 経済波及効果とは

経済波及効果は、ある産業部門に最終需要（消費や投資等）が発生した時に、その産業部門の生産を誘発するとともに、原材料等を生産する他の産業部門にも次々と生産を誘発していくことを指す。水面に投げ入れた石（最終需要）によって、次々と波紋のように波（他産業への生産の誘発）が広がっていく様子に、イメージが似ている。

図A 波及のイメージ



### 参考-2 経済波及効果分析について

本資料では、① 直接効果、② 一次波及効果（一次間接効果）、③ 二次波及効果（二次間接効果）の3つの効果について計算し、それに伴い雇用の波及効果も計算。さらに、①～③による生産額の増加により、就業者数や雇用者数がどの程度増加するのをも試算した。

なお、詳細については、北海道「経済波及効果分析ツール解説書」を参照されたい。

①直接効果 …最終需要によって生じる生産額の増加分。（例、観光客増加により、土産物の生産も増加）

※ただし、最終需要に自給率を乗じて、域内で調達したものを直接効果額として計算。

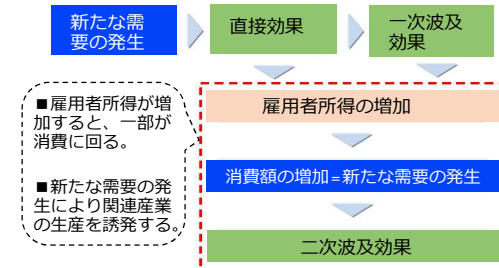
②一次波及効果…最終需要増加により、製造業等で使用する原材料がさらに必要となる。

この新たに必要となる原材料等の需要に対応するため、各産業は新たな生産活動を実施。

その新たな生産活動によって、さらに新たな需要が発生し次々と生産活動が誘発される効果。

③二次波及効果…直接効果と一次波及効果によって発生した雇用者所得により新たに生産活動が誘発される効果。

図B 二次波及効果のイメージ





# NewsRelease

令和2年2月4日

各位

株式会社道銀地域総合研究所

## 新型コロナウイルスによる中国観光客減少が北海道経済にもたらす影響について

株式会社道銀地域総合研究所（代表取締役社長 上杉真）では、「新型コロナウイルスによる中国観光客減少が北海道経済にもたらす影響について」を取りまとめましたので、お知らせいたします。

### 【推計結果の要旨】

- 前提条件（1月31日時点の情報をもとに推計した）
  - ・年度内（3月末まで）は中国の海外団体旅行禁止が続くと仮定。
  - ・欧米等からの観光客減少が懸念されるが、本子測には織り込んでいない。
  - ・2020年1～3月の中国観光客減少による北海道経済への影響を試算した。

	①団体客がゼロとなった場合	②団体客とパッケージ客がゼロとなった場合	③個人手配も減少し、半減した場合
中国観光客減少人数	95千人	135千人	191千人
観光消費額減少額	212.4億円	301.9億円	426.4億円
道内生産減少額	319.5億円	454.3億円	641.6億円
道内GDP減少額	181.6億円	258.2億円	364.7億円
GDPへの影響	▲0.09%	▲0.13%	▲0.18%

以上

【本件に関するお問い合わせ先】

㈱道銀地域総合研究所 石水 飯田 TEL：011-233-3562



北海道銀行グループ

株式会社 道銀地域総合研究所

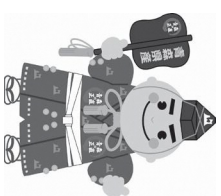
DOGIN REGIONAL RESEARCH INSTITUTE Co., Ltd.

都道府県等名		北海道					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	根室市におけるふるさと納税の経済波及効果	令元. 9. 27 根室新聞報道	有	根室市総合政策部	平成 17 年北海道内地域間産業連関表（65 部門）	平成 27 年度から 30 年度までの 4 年間で寄付されたふるさと納税に係る経済波及効果を推計。 経済波及効果：126 億 3,100 万円 雇用者誘発人数：734 人	<a href="http://www.hokkaido-nl.jp/article/13826">http://www.hokkaido-nl.jp/article/13826</a>

都道府県等名		青森県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	「地産地消」の経済学 ～強い地域経済への「決め手は青森県産品」利用～	令和元.10	有	一般財団法人青森地域社会 研究所 (現：あおもり創生パートナーズ株式会社)	平成23年青森県産業連関表（3部門）	「地産地消」と「通常消費」による経済波及効果を推計し、「地産地消」が県経済に対して大きな経済波及効果をもたらすと推察している。 【経済波及効果】 ・「地産地消」の場合 221.4億円 ・「通常消費」の場合 114.8億円	※月刊れちおん青森2019年10月号に掲載

## 「地産地消」の経済学 ～強い地域経済への「決め手は青森県産品」利用～

調査研究部長 松田 英嗣



本県にとって1次産業は、重要かつ優位性をもった産業として位置付けられ、将来的には雇用創出や所得向上の牽引産業となることが期待されている。このことは青森県の政策にも反映されており、2004年度より「攻めの農林水産業」の掛け声のもと数多くの1次産業振興施策が展開され、「青天の霹靂」に代表される高付加価値商品の開発や、新たな物流システム構築による移輸出環境の整備など、大きな成果をあげている。

また、「攻めの農林水産業」が持つ語感から上記に代表される「県外への攻め」に関する施策に注目が集まりがちであるが、県産品の県内需要拡大に向けた「内なる攻め」の施策も多数展開されており、その経済的な重要性は「県外への攻め」に劣らず高い。

本稿では、「地産地消」推進の観点から、青森県産業連関表報告書（2011年版）を用いてその経済的な意味を考える。

### 1 産地直売施設等実態調査からみる「地産地消」の現状

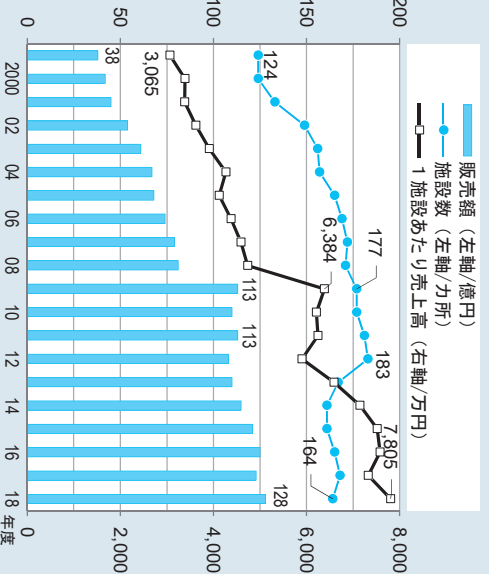
青森県の「地産地消」の現状を数字で捉えようとする場合、体系だった適切な統計資料は存在しない。ここでは、必ずしも全てが「地消」ではないものの、「地消」を代表する産地直売施設等実態調査<sup>(注1)</sup>を用い、県内産地直売施設（以下、産直施設）の販売額、施設数を概観する。

同調査結果により、現在と同一基準での集計が始まった2009年度以降の流れを概観すると、

販売額は微増傾向で推移しており、2018年度は128億円に達している。

一方、施設数は2012年度の183施設をピークとして、2018年度は164施設まで減少しており、この間1施設あたりの売上高は増加基調にある。このことは、産地直売施設が集約されつつあることを示している。また、県内消費者にとっては、日常買い回りの範囲内で県産品を購入できる店舗が減少しつつあることを示唆していると同時に、1次産品生産者にとっては、納入先の遠隔化をもたらし納入作業の負荷を高めている可能性が高い。産直施設は地元消費者と地元1次産品生産者との重要なマッチングの場であり、施設数の減少はマッチングの場の減少を招いていると考えられる。（以上、図表1参照）

【図表1】 県内産直施設の状況



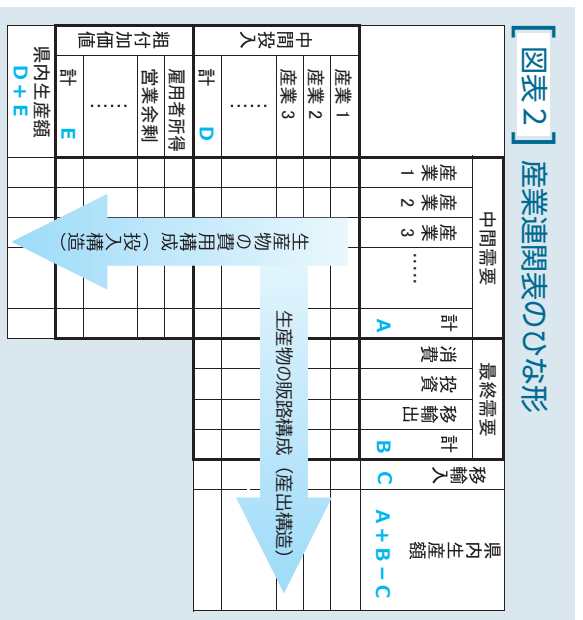
資料：青森県総合販売戦略課「産地直売施設等実態調査」  
注：2009年度分以降は、物産販売および飲食売上を含む

## 2 産業連関表からみる「地産地消」の意味と効果

### (1) 産業連関表とは

一般にはなじみが薄いと思われるが、産業連関表とは一定地域（青森県）において一定期間内（1年間）に行われた財・サービスの産業間の取引状況を、金額ベースで一覽表にまとめたものであり、地域経済の構造を明らかにするものだ。また、その作成頻度は概ね5年ごとで、青森県の場合2011年版（2017年公表）が最新版となっている。

産業連関表は図表2のような構成となっており、見方の概略は以下の通りである。



### ◇タテ（列）方向にみると…

各産業が生産活動のために投入（購入）した費用構成を表す。つまり、各産業が生産のため原材料等をどの産業からどれだけ買ったか（中間投入）、また各産業の生産活動によって新たに生み出された価値（粗付加価値）はいくらかを示す。そして、その合計は各産業の生産額を示す。

### ◇ヨコ（行）方向にみると…

各産業が生産した商品の販路構成を表す。つまり、各産業がどこへどれだけ売ったかを示しており、このうち各産業に対して原材料等として使用（中間財）するために販売した部分を「中間需要」と呼び、家計で消費されたり企業で設備投資として利用（最終財）される部分を「最終需要」と呼ぶ。そして、その合計から県外・海外からの移輸入を差し引いたものが各産業の生産額を示す。なお、タテ（列）方向とヨコ（行）方向の県内生産額は合致する。

### (2) 2011年青森県産業連関表で考える「地産地消」の意味

図表2に実際の青森県の数字を当てはめたものが図表3であり、第1次産業、第2次産業、第3次産業の3部門でまとめた2011年時点の青森県産業構造の姿となる。

「地産地消」の対象となる生産物を産出する産業は第1次産業であることから、同産業の販路構成（ヨコ・行）に着目してみる。

これによると、本県第1次産業の需要先は、原材料として利用される中間需要分が2,195億円、家計消費が378億円、投資が74億円、県外・海外への移輸出が2,314億円で、最終需要は2,766億円となっている。また、マイナス項目である県外・海外からの移輸入は1,194億円であり、これらの結果第1次産業の県内生産額は3,767億円を計上している。

県が推進する一連の「攻めの農林水産業」関連施策の目標は、最終的に第1次産業の県内生産額を増加させることにある。

「青天の霹靂」に代表される高付加価値商品の開発や、新たな物流システム構築による移輸出環境の整備などに代表される、県外・海外への「攻め」に関する施策は、産業連関表上は移輸出の増加（図表3では「↑」で表現）に寄与することにより、県内生産額を増加させる効果がある。

注1：県総合販売戦略課が毎年実施、公表している調査。調査対象の産直施設は、「道の駅」「インショップ（スーパー、量販店内の産直コーナー）」。

【図表 3】 2011年青森県産業連関(3部門)

	中間需要			最終需要			需要合計	移輸入	県内生産額		
	第1次産業	第2次産業	第3次産業	内生部門計	消費	投資				移輸出	最終需要計
中間投入	387	1,690	117	2,195	378	74	2,314	2,766	4,960	△1,194	3,767
第1次産業	900	7,830	5,487	14,218	6,005	9,425	12,597	28,027	42,245	△18,452	23,793
第2次産業	602	4,462	11,193	16,257	34,320	1,758	7,259	43,337	59,594	△11,044	48,550
第3次産業	1,890	13,982	16,797	32,669	40,702	11,257	22,170	74,130	106,799	△30,689	76,110
雇用人所得	356	4,714	15,469	20,538							
営業余剰	909	1,162	7,354	9,425							
資本減耗引当	543	2,971	6,928	10,441							
その他租付加価値	70	964	2,003	3,036							
租付加価値部門合計	1,877	9,810	31,753	43,440							
県内生産額	3,767	23,793	48,550	76,110							

(億円)

一方、県産品を県内で消費する「地産地消」の推進は、産業連関表上は県内消費を増加(図表3では「J」で表現)させるとともに、同時に移輸入品を県産品で代替する効果もあることから、県外・海外からの移輸入を減少させる効果(図表3では「Q」で表現)を併せ持つことになり、1つの施策で2つの需要項目に影響を与えることにより、往復で県内生産額を増加させることが可能だ。また、移輸入額を減少させることは、県内で生み出された所得(雇用人所得、営業余剰)の域外流出減少につながり、間接的にも県内生産額の増加に寄与することとなる。こうしたことから、「地産地消」の推進は県内経済にとってプラス効果が大きいことがわかる。

### 3 「地産地消」の経済波及効果を考える

2011年の青森県産業連関(図表3)によると、県内での1次産品の消費額は378億円である。これは計算上、県民一人あたりに換算(注2)すると年間で29,077円、月間で2,423円に過ぎない。

仮に、全県民が県内1次産品への支出を月1,000円増加させると、1,000円×12カ月×130

注2：県人口130万人で計算。

万人で年間156億円分の県内1次産品需要を増加させることができる。  
この156億円の需要増加額を使い、「地産地消」(産直施設から地場産品を購入)したケースと「通常消費」(地産地消を意識しない通常通りの買物)したケースで経済波及効果を推計した。

#### 【推計の前提】

- ・ 第1次産業各部門への需要増加額 156億円の振り分けは、2011年青森県産業連関表の農業、畜産業、林業、漁業の各生産額により案分した。
- ・ 新規需要発生に伴い代替物の消費減少はないものとした。
- ・ 消費転換率は、青森市の平均消費性向0.7146を使用した。
- ・ 「地産地消」のケースでは、需要増加額 156億円を生産者価格として試算した。また、農業、畜産業、林業、漁業の自給率を1.000とした。
- ・ 「通常消費」のケースでは、需要増加額 156億円を購入者価格として試算した。

上記前提のもと試算した結果が図表4である。それによると、「地産地消」が地域経済全般に及ぼす効果は非常に大きいことがわかる。

最終的な波及効果を示す「総合効果」は、「地産地消」の場合は221.4億円となり、「通常消費」の場合の1.93倍に及ぶ。また、利益に相当する「付加価値誘発額」は「地産地消」の場合は111.8億



円となり、「通常消費」の場合の1.92倍に膨らむ。同様に、「雇用者所得額」では1.47倍、従業員誘発数では2.31倍と、「地産地消」は県経済に対して非常に大きな経済波及効果をもたらすことがわかる。

【図表4】 経済波及効果推計結果

	「地産地消」 の場合 A	「通常消費」 の場合 B	A-B	A/B
総合効果 (直接効果+1次波及 +2次波及)	221.4億円	114.8億円	106.6億円	1.93
付加価値誘発額 (うち雇用者所得額)	111.8億円	58.2億円	53.6億円	1.92
従業員誘発数	4,752人	2,055人	2,697人	2.31
雇用者誘発数	991人	643人	348人	1.54

注：四捨五入により、合計値は合致しない

## 4

### 青森県産品愛用応援キャンペーン実施中！



県が推進する「攻めの農林水産業」関連施策は、県外・海外へ県産品を売り出すことにより域外マナーを県内に呼び込む施策や、「地産地消」の推進などにより県内所得の域外流出を少なくする戦略などから構成されている。

そして、「地産地消」の推進は、1次産業やその従業者のみならず県経済全体に非常に大きな効果をもたらし、強い地域経済の実現に向けた決めのひとつになることを確認してきた。

実りの秋を迎えている今、このタイミングを捉え、県では「青森県産品愛用応援キャンペーン<sup>(注3)</sup>」を推進中だ。キャンペーン概要は、期間中の2カ月間に対象となる県内小売店365店において、県産品などを500円以上購入することを応募資格とし、応募者から抽選で900名に県産品が贈られるといったものであり、まさに「地産地消」を推進

する施策内容となっている。

そして、このキャンペーンは、経済効果とは別に大きな期待が寄せられる。それは、キャンペーン参加店舗数が365店に及んでおり常設の産直施設数164施設(図表1)の2.2倍となっていることによる。すなわち、単純に考えると日常買い回りに対して県内消費者が県産品に接する機会が2.2倍に増えることを意味する。これは、産直施設数が減少傾向にあるなか、県内消費者が県産品に目を向ける機会の創出につながり、消費行動を徐々に変える可能性を秘めている。「地産地消」の推進には、県内消費者の消費行動を地道にでも、徐々に変えていく試みが欠かせない。

今回で9回目を迎える本キャンペーンだが、今後も継続的に実施していくことが「地産地消」をスタンダードな消費形態としていくことにつながる。

## 5

### 「地産地消」が内包する課題

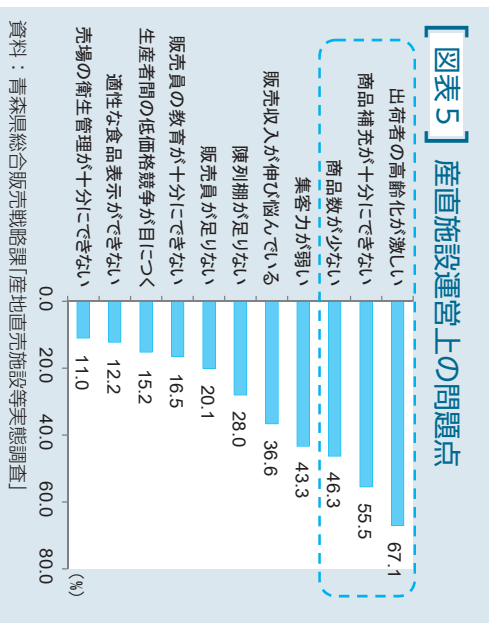
強い地域経済を指向するにあたり、「地産地消」は重要な視点であることをみてきた。しかし、視点を変えると多くの課題や問題点がみえてくる。

最も大きな問題点は図表4に隠されている。この経済波及効果では「地産地消」は「通常消費」に比べ1.93倍の経済波及効果を生み出し、従業員数も「通常消費」に比べ2.31倍を誘発すると推計した。これは光の部分であり、視点を変えると影も見えてくる。つまり、県内1次産品156億円の新規需要を賄うためには、新たに4,752人の働き手が必要とすることを意味する。なお、需要増加に際し実際には既存労働力の時間外労働等で対応する場面も多いことから、新たな働き手は試算より少なくてすむ可能性はある。しかし、今春県内の高校を卒業し就職した生徒数が3,687人で

注3：詳細は、青森県庁総合販売戦略課ホームページ <https://www.umai-aomori.jp/aomori promo.html> を参照。

あること、うち県内就職者数が2,089人である点などを勘案すると、数千人規模の新規労働力確保はハードルが高い。また、1次産業従事者の高齢化も重くのしかかっている。

図表5は産直施設の運営上の問題点として示されたものだ。上位3項目は、生産者側の事情によるものと考えられる。



つまり、生産者の高齢化により商品補充が思うに任せない状態であることに加え、生産品目数にも限りがあることが推察される結果となっている。

労働力の不足・高齢化の問題は、何も1次産業に限った話ではないが、本県の重要な基幹産業と位置付けられる産業においては、特に対策が急がれる。

また、「地産地消」推進にあたっては、生産者側の意識改革も求められる。従来、伝統的に1次産業従事者は生産が主な仕事であったが、「地産地消」で相応の成果を得るためには生産以外の分野での労力も求められることとなる。具体的には、生産物の出荷作業、品質管理、販売促進に向けたプロモーションなどである。労働力の不足・高齢化のなか、生産以外への余力を創出する施策も急がれる。

## 6 おわりに ～「地産地消」を拡大解釈してみる

「地産地消」とは、域内ワネーを域内で循環させることにより、地域の産業を育成するとともに強い地域経済構造を実現することにはかならない。経済波及効果の推計結果を待つまでもなく、「地産地消」が強い地域経済を創出するには有効な考え方であることは明らかだ。一方で、「地産地消」拡大には人口減少に端を発する労働力の不足・高齢化が重くのしかかっており、実現への道りは平坦ではない。

しかし、労働力の不足・高齢化への対策にも、「地産地消」の考え方は有効に作用すると思われる。本来、「地産地消」は1次産業に対応する考え方であるが、拡大解釈することにより違った視界が展望できる。つまり、「地産地消」の概念を1次産業以外にも適用して考えてみるということだ。具体的には、域内で生み出した所得を1次産業以外の地域企業にも循環させることにより、若者の活躍の受け皿となる雇用の幅を拡大させ、将来的には人口減少スピードを緩やかなものに抑えるといった好循環を期待できる。

例えば、本県が抱える諸課題を解決するために、地元IT企業を使うことも「地産地消」の考え方と根本は同じだ。地域の課題を地域が生み出した所得を使い、地元IT企業の方で解決に向かうということだ。それにより、域内でワネーが循環を始め経済構造の強化につながる。また、地元IT企業の育成にも寄与することとなり、さらに大きな地域課題の解決を担ってくれる可能性もある。

また、IT企業以外でも地元企業に域内ワネーを循環させることは、県経済にとって大きなプラスとなる。その実現のためには、県内消費者のみならず行政機関や県内企業間において、あらゆる取引において地元を使うといった「地産地消」取引を意識的に優先することが必要になる。

課題先進県といわれる青森県でこそ「地産地消」の持つ意味は大きい。



都道府県等名		岩手県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	三陸防災復興プロジェクト2019開催に伴う経済波及効果	令元.10	無	(一社) 岩手経済研究所	平成25年岩手県産業連関表(36部門)	三陸防災復興プロジェクト2019(令和元年6月1日から8月7日)開催に伴う岩手県内への経済波及効果を試算したもの。 ・波及効果 35億円超 ・参加者 約183,000人	委託調査(委託元:岩手県)
2	ラグビーワールドカップ2019釜石開催に伴う経済波及効果	令2.2	無	(一社) 岩手経済研究所	平成25年岩手県産業連関表(36部門)	ラグビーワールドカップ2019(令和元年9月30日から11月2日)開催に伴う岩手県内への経済波及効果を試算したもの。 ・波及効果 113億4,500万円	委託調査(委託元:ラグビーワールドカップ2019釜石開催実行委員会)

都道府県等名		宮城県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	東北楽天ゴールデンイーグルスの経済効果について	令和2.1.24	有	宮城県震災復興・企画部オリンピック・パラリンピック大会推進課	平成25年宮城県産業連関表(延長表)	2019シーズンにおける東北楽天ゴールデンイーグルスの経済効果について試算。 経済効果 237億円 直接効果 152億円 波及効果 85億円	

都道府県等名		秋田県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	秋田犬ツーリズムの活動が地域経済にもたらす効果調査の結果	令 2.2	有	(株)フィデア情報総研	平成 23 年秋田県産業連関表 (108 部門)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「秋田犬ツーリズム」の活動における経済波及効果</li> <li>・経済波及効果 4,125 百万円 (1.59 倍) (2 次効果まで)</li> <li>・雇用創出効果 473 人</li> </ul>	別添資料あり

(第2稿)

**秋田犬ツーリズムの活動が  
地域経済にもたらす効果調査  
報告書**

令和2年1月

株式会社 フォイデア情報総研



## 目次

1. はじめに.....	1
2. 経済波及効果調査の概要.....	2
(1) 秋田犬ツーリズムの活動における経済波及効果の概要.....	2
①調査の流れ.....	2
②最終需要.....	2
③経済波及効果の概要.....	3
(2) 参考：4エリアの観光客数からみる経済波及効果の概要.....	11
①調査の流れ.....	11
②最終需要.....	11
③経済波及効果の概要.....	11
3. 最終需要の計算方法.....	18
(1) 秋田犬ツーリズムの活動における経済波及効果.....	18
①観光客需要の推計.....	18
②事業活動需要の推計.....	21
③最終需要の「秋田県産業連関表」への振り分け結果.....	23
(2) 参考：4エリアの観光客数からみる経済波及効果の概要.....	24
①観光客需要の推計.....	24
②最終需要の「秋田県産業連関表」への振り分け結果.....	26
4. 経済波及効果の計算過程.....	27
5. 留意点.....	28

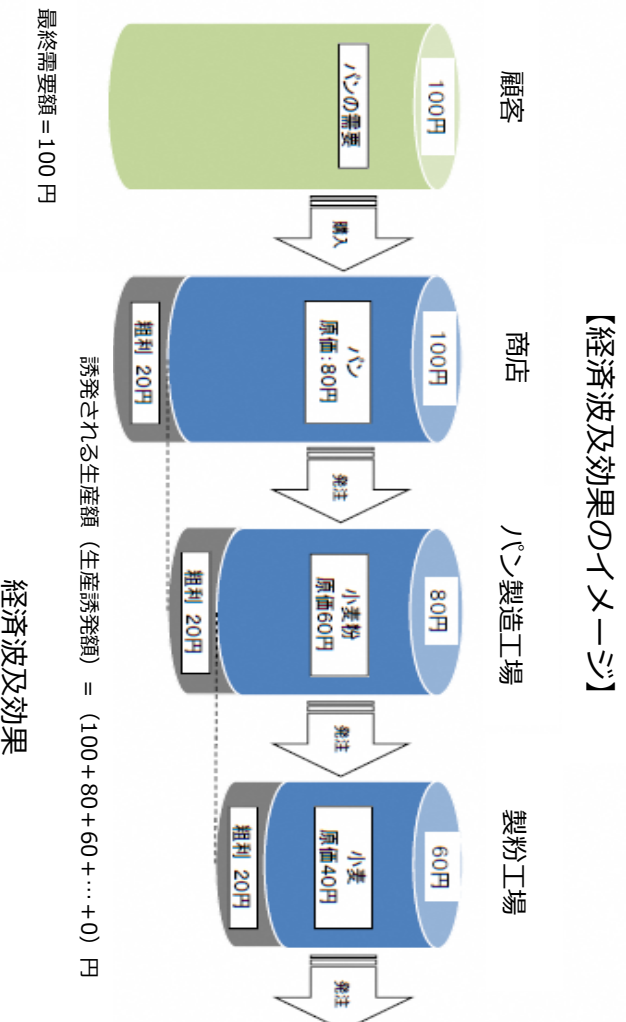
# 1. はじめに

2016年4月にDMO（観光地域づくり組織）として発足し、翌年11月には観光庁から日本版DMO法人として認定された「秋田犬ツーリズム」は「大館市」、「北秋田市」、「小坂町」、「上小阿仁村」の4つのエリア（以下、「4エリア」という。）を中心に世界的知名度のある秋田犬を核として交流人口の拡大など地域活性化に向けたさまざまな活動を行っている。

本調査は、「秋田犬ツーリズム」のさまざまな活動が地域経済へどれほど貢献しているかなどを定量的に測定したものである。測定方法は「平成23年秋田県産業連関表（108部門）」を利用した生産波及効果分析によって行った。すなわち、「秋田犬ツーリズム」の活動によって生じる最終需要を推計し、それをベースに各産業部門への生産誘発額等を計算した。

## 【参考】経済波及効果とは？

- ・ 経済波及効果とは、需要を満たすために誘発される生産活動（供給）の総和を意味する。
- ・ たとえば、県内の商店で顧客が購入するパンの経済波及効果は、パンを生産するために投じられた原材料（パン粉、小麦粉、小麦等）の生産額を足し合わせた金額となる。



## 2. 経済波及効果調査の概要

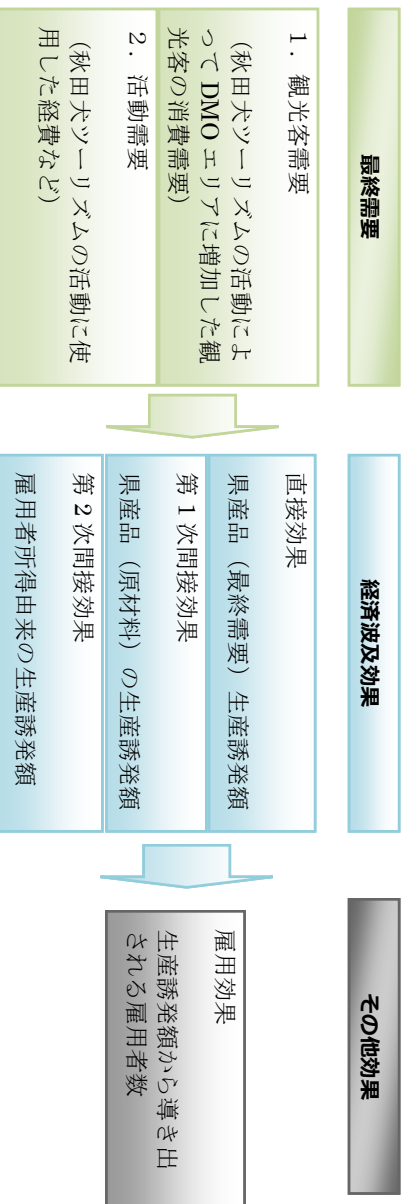
経済波及効果を測定するにあたり、本調査では2つのパターンで測定を行った。1つめは、本調査の本題である「秋田犬ツーリズム」の活動における経済波及効果を推計した。また、パブリシティ効果についても推測した。また2つめについては、参考までとなるが4エリアに訪れた観光客数を把握して、経済波及効果を推計し、仮に4エリアにその観光客がいなくなれば、経済面等地域がどのような影響を受けるかを推測してみた。

### (1) 秋田犬ツーリズムの活動における経済波及効果の概要

#### ①調査の流れ

調査の流れは下記の通りである（最終需要の計算方法は後述）。

#### 【調査のイメージ図】



#### ②最終需要

「秋田犬ツーリズム」の活動について経済波及効果を測定するにあたり、秋田県内に生じる最終需要を推計した。最終需要には観光客需要と事業活動需要の2つがあり、それぞれ以下の通りであった【図表1】。観光客需要及び事業活動需要は平成28年度から平成30年度の3年間の秋田犬ツーリズムの活動内容を加味して算出した。なお、事業活動需要について、秋田犬ツーリズムの職員への給与支払いなどは含まれていない。



図表 1 最終需要の内訳

需要項目	金額
1. 観光客需要	43億 1,231万円
2. 事業活動需要	3億 5,060万円
最終需要 (=1+2)	46億 6,291万円

※金額について10万円以下切り捨て表示

### ③経済波及効果の概要

上記の最終需要をもとに、秋田県内にもたらす経済波及効果と雇用創出人数を推計した。結果は経済波及経済波及効果額である生産誘発額は総額 41億 2,500万円と見込まれる。内訳について、粗付加価値誘発額は 24億 2,500万円（うち雇業者所得誘発額は 11億 500万円）であった。

また、雇用創出人数は、総勢 473人であった。

詳細は【図表 2】を参照されたい。

図表 2 経済波及効果および雇用創出効果の概要

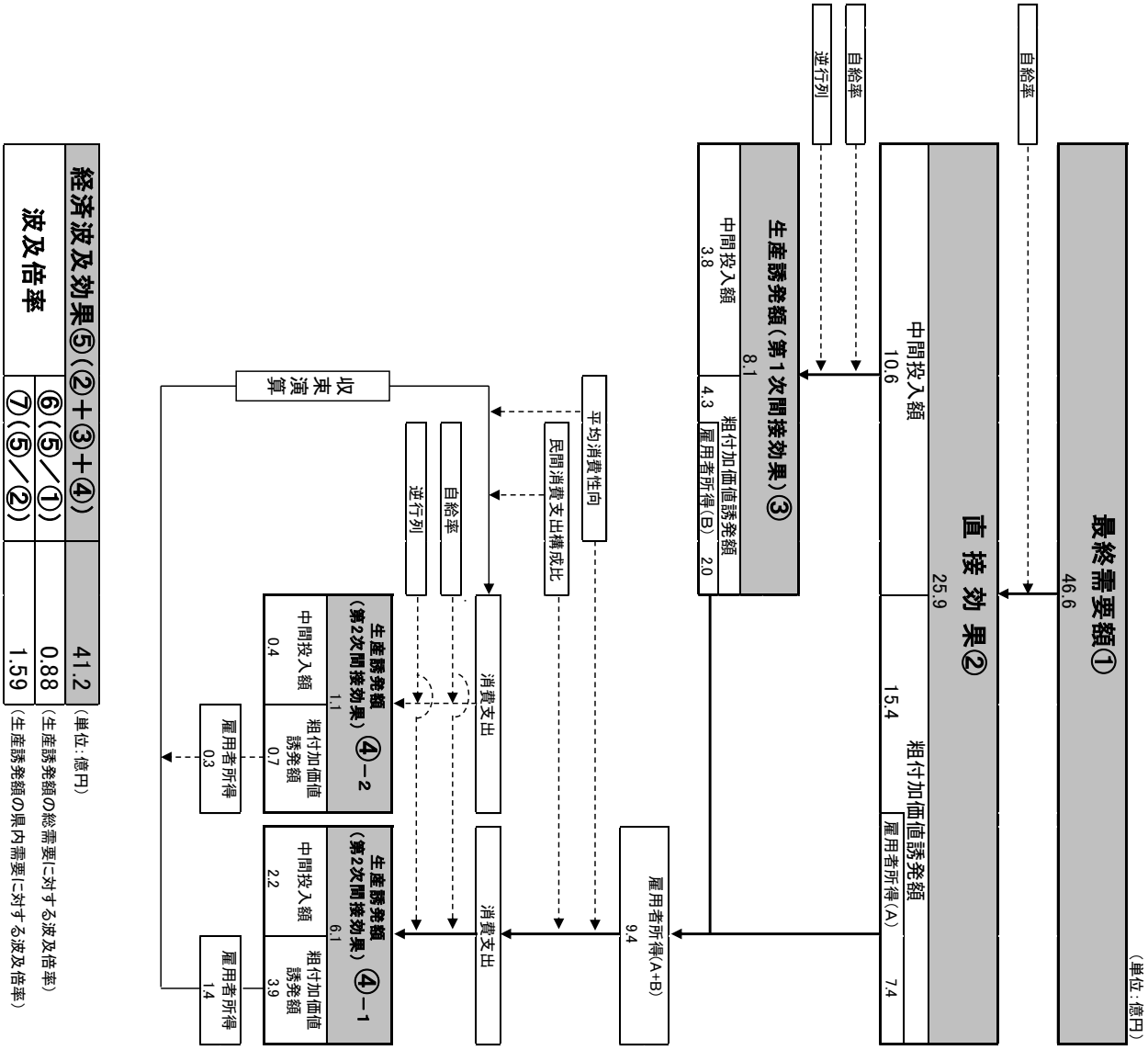
	生産誘発額	粗付加価値誘発額	
		雇用者所得誘発額	
直接効果	百万円 2594	1537	740
第1次間接効果	百万円 812	429	197
第2次間接効果	百万円 719	459	168
経済波及効果	百万円 4125	2425	1,105
波及倍率 (=⑤/②)	倍 1.59		
雇用創出効果	人 473		

- ✓ 直接効果とは、県内で生産されている商品に対して購入者などが支払った金額である。したがって、たとえ県内で販売されていても、製造元が県内でない商品への支出額は含まれない。
- ✓ 第1次間接効果とは、県産品の生産に投じられるさまざまな原材料の総額。
- ✓ 第2次間接効果とは、県産品の生産に携わる従業員の所得が増えることで、追加的に生じる支出額（需要）がもたらす直接効果および間接効果（通称、家計迂回効果ともいう）。
- ✓ 粗付加価値誘発額とは、生産活動によって新たに付加された価値であり、家計外消費支出、雇用者所得、営業余剰等から構成される。県民経済計算の県内総生産にほぼ相当する。
- ✓ 雇用創出効果とは、誘発される生産に必要な就業者数である。正規、非正規社員の区別はできない。
- ✓ 四捨五入により、経済波及効果は各項目の合計額と必ずしも一致しない。

### III 計算フローチャート

秋田県内にもたらす経済波及効果の計算過程をフローチャートで示すと、以下の通りである【図表3】。

図表 3 秋田県内にもたらす経済波及効果の計算フローチャート



#### IV 産業別における生産誘発額の詳細

秋田県内にもたらす経済波及効果の詳細は【図表4】のとおりである。また、【図表5】は、秋田県内にもたらす経済波及効果を産業部門別（39部門）で表示したものの、【図表6】は、秋田県内にもたらす雇用創出人数を産業別（39部門）で表示したものである。

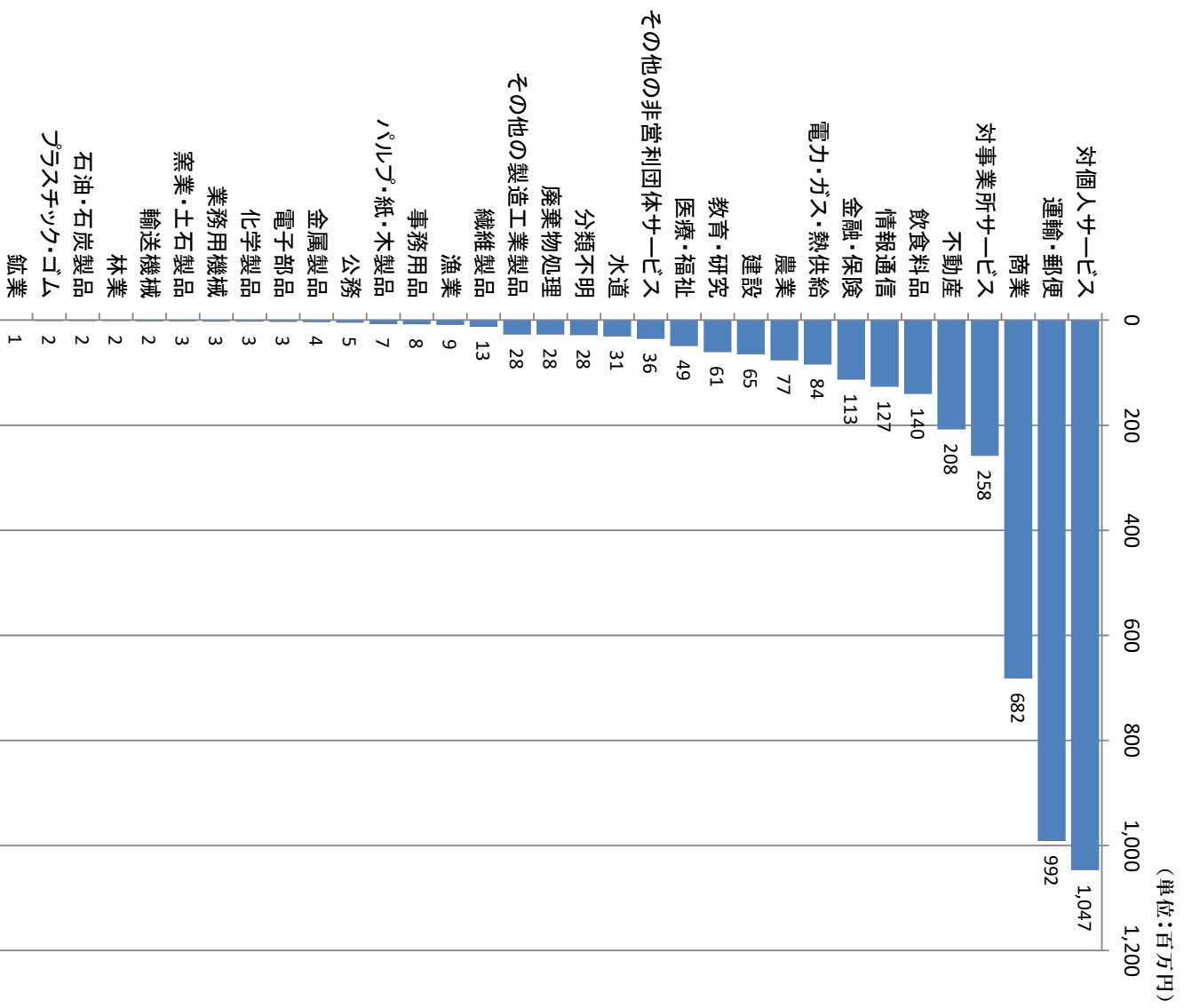
図表 4 秋田県内にもたらす経済波及効果の詳細

産業部門	最終需要		間接効果		生産誘発総額				合計		雇創効果		投資効果	
	百万円	%	百万円	%	第1次	間接効果		合計	百万円	%	人	百万円	百万円	
						第1次	第2次							
01 農業	28	0.6	21	0.8	43	5.3	13	1.8	77	1.9	33	0	0	
02 林業	0	0.0	0	0.0	1	0.2	1	0.1	2	0.1	0	0	0	
03 漁業	20	0.4	7	0.3	2	0.3	1	0.0	9	0.2	2	0	0	
04 鉱業	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0	0	
05 建設業	292	6.9	76	2.9	4	5.1	23	3.3	140	3.4	1	0	0	
06 繊維・食品	66	1.4	8	0.3	1	0.2	3	0.4	13	0.3	1	0	0	
07 化学製品	8	0.2	1	0.1	5	0.6	1	0.1	7	0.2	0	0	0	
08 石油・石炭製品	9	0.2	1	0.0	2	0.3	1	0.1	3	0.1	0	0	0	
09 石油・石炭製品	215	4.6	1	0.0	1	0.1	0	0.0	2	0.0	0	0	0	
10 プラスチック・ゴム	0	0.0	0	0.0	1	0.1	0	0.1	2	0.0	0	0	0	
11 窯業・土石製品	3	0.1	0	0.0	2	0.2	0	0.1	3	0.1	0	0	0	
12 鉄鋼業	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0	0	
13 非鉄金属	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0	0	
14 金属製品	0	0.0	0	0.0	3	0.4	1	0.1	4	0.1	0	0	0	
15 はん用機械	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0	0	
16 生業用機械	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0	0	
17 建設用機械	0	0.0	0	0.0	1	0.2	1	0.2	3	0.1	0	0	0	
18 電子部品	2	0.0	1	0.0	1	0.1	0	0.0	3	0.1	0	0	0	
19 電気機械	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0	0	
20 情報・通信機械	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0	0	
21 電気機械・通信機械	4	0.1	0	0.0	2	0.3	0	0.0	2	0.1	0	0	0	
22 医薬品の製造工業製品	200	4.0	16	0.4	8	0.9	12	1.7	65	1.6	2	0	0	
23 薬品	10	0.2	0	0.0	43	5.3	0	0.0	53	1.2	7	0	0	
24 薬効・ガス・放射線	0	0.0	0	0.0	64	7.9	20	2.7	84	2.0	1	0	0	
25 水道	0	0.0	0	0.0	22	2.7	9	1.2	31	0.8	1	0	0	
26 廃棄物処理	0	0.0	0	0.0	24	3.0	4	0.5	28	0.7	2	0	0	
27 廃棄物処理	711	15.2	494	9.0	92	11.4	4	0.5	682	16.5	96	4	6	
28 金融・保険	10	0.2	9	0.3	50	6.2	55	7.6	113	2.7	8	1	1	
29 不動産業	0	0.0	0	0.0	38	4.7	171	23.7	208	5.1	3	0	1	
30 運輸・郵便	1,535	32.9	846	32.9	152	18.8	42	5.2	1,927	48.2	58	2	7	
31 情報・通信	60	1.3	0	0.0	0	0.0	5	0.7	12	0.3	0	0	0	
32 小売	0	0.0	0	0.0	0	0.0	5	0.7	5	0.1	0	0	0	
33 飲食・娯楽	34	0.7	34	1.3	12	1.5	15	2.1	61	1.5	6	1	1	
34 医療・福祉	0	0.0	0	0.0	0	0.0	49	6.8	49	1.2	5	0	0	
35 その他の非建設土木サービス	12	0.2	12	0.4	8	1.0	17	2.3	36	0.9	5	0	0	
36 対顧客向けサービス	146	3.1	84	3.3	136	16.8	38	5.3	258	6.3	28	1	0	
37 対個人向けサービス	1,282	27.7	951	36.7	16	2.0	80	11.2	1,047	25.4	195	4	7	
38 対法人向けサービス	1	0.0	1	0.0	9	1.1	1	0.1	8	0.2	0	0	0	
39 対政府向けサービス	4	0.0	0	0.0	2	0.2	1	0.1	2	0.0	0	0	0	
40 対海外向けサービス	4,663	100.0	2,594	100.0	812	100.0	719	100.0	4,123	100.0	473	19	29	

## V 産業別における経済波及効果のグラフ

下記、【図表 5】をみると、波及の大きい産業部門は「対個人サービス」、  
「運輸・郵便」、「商業」となっている。「対個人サービス」は宿泊業、飲食  
サービス、娯楽サービスなど観光産業に関わりの深い部門への波及が大きい。  
また、「商業」は主に卸・小売業全般への波及が大きくなっている。

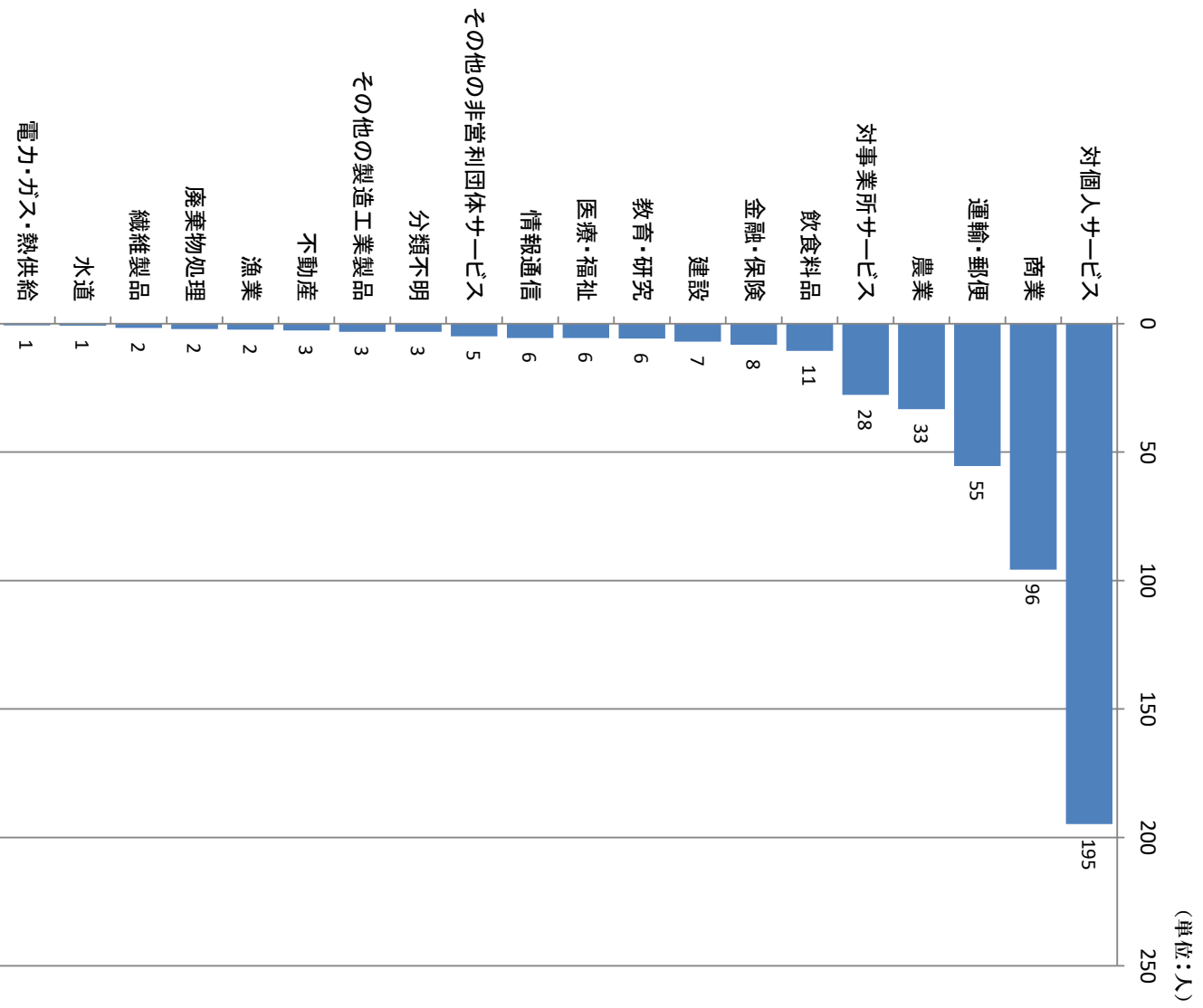
図表 5 産業部門別（39 部門）の経済波及効果



## VI 産業別における雇用創出人数のグラフ

下記、【図表 6】をみると、雇用創出人数は「対個人サービス」、「商業」、「運輸・郵便」が多くなっている。「対個人サービス」は経済波及効果同様、観光産業に関わりの深い産業が多くなっている。また、「農業」の部門にも雇用創出が見込まれ、特産品（枝豆）の商品化などが寄与したものと推測される。

図表 6 産業部門別（39 部門）の雇用創出人数



## VII パブリシティ効果について

秋田犬ツアーリズムの活動は、秋田県内に経済波及効果 41 億 2,500 万円、雇用創出人数は 473 人分の効果があることが推測され、地元経済に好影響を与えていることは疑う余地のないところである。

また、秋田犬ツアーリズムの活動は TV、新聞、WEB など各媒体で放映・掲載されており、その本数は合計 299 件、広告換算金額にして約 7 億円と言われている。ここでは定量的に推測が難しい効果、いわゆる「パブリシティ効果」について検討してみた。

### (動画の対外的効果)

本来 PR として認知度を向上させるための広告費は相当な金額が見込まれるが、今回は事業予算内で動画を作成し、その活動内容などが大きな話題を呼び、効果的に PR することができた。様々な媒体 (TV、WEB、新聞、動画サイト等) で話題になることにより、様々なターゲットへ秋田犬ツアーリズムの取り組み、秋田県内・4 エリアへの旅行喚起がなされたと考えられる。

動画を通じて、抽象的なイメージとしての「秋田犬」から、具体的なイメージを持った「秋田犬」へとイメージ改革が進んだと考えられる。これにより、秋田犬だけではなく、秋田犬に会える場所や、秋田犬が育っている場所 (環境) など、旅行動機に通じる宣伝効果があったものと考えられる。

動画を通じて、4 エリアの観光コンテンツが幅広く周知される結果となった。秋田犬を通じた観光宣伝として動画閲覧者の興味関心を高め、一定の成果を収めている。

これらの興味関心を逃さず、ホームページの開設等により、宣伝との連動性が確保され、旅行者の獲得に寄与したと考えられる。

動画の経済波及効果として、写真素材の拡散も宣伝効果の拡大に寄与したと考えられる。また、外国人目線での地域の魅力もこれらを通じて地元で新たに発見されたこととは、地域の受け入れ体制整備、コンテンツ開発に追い風になったと考えられる。

### (動画の地域効果)

世界から地元作品 (映像) が評価 (閲覧数) されたことで、観光地としての自信の醸成に繋がったと考えられる。受け入れ側のコンテンツが世界にも評価されるとい

うことが一定動画を通じて通知化されたことにより、外国人受け入れ等の意欲向上に貢献したと考えられる。

秋田犬ツーリズムの活動、いわゆる DMO の活動としての取り組みが取り上げられることにより、全国各地との DMO のネットワーキング形成や、地元に対する信頼度の向上に寄与したものと考えられる。

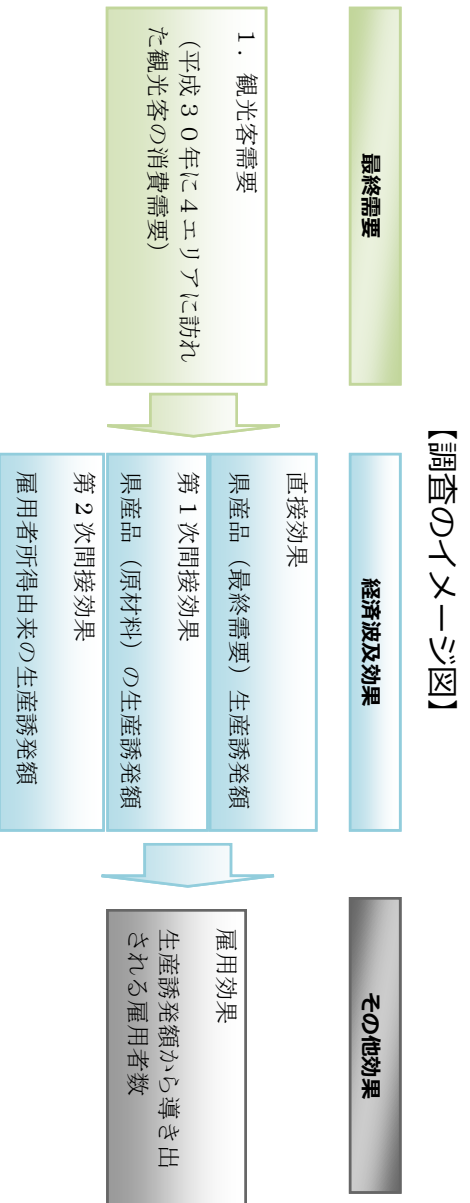
知名度向上による、ネットワーキング化（地域内、地域外）は旅行商品造成等のコンテンツ開発を円滑に進めるための要素のひとつになったと考えられる。



## (2) 参考：4エリアの観光客数からみる経済波及効果の概要

### ①調査の流れ

調査の流れは下記の通りである（最終需要の計算方法は後述）。



### ②最終需要

4エリアに訪れた観光客から経済波及効果を測定するにあたり、平成30年の秋田県観光統計を利用して観光客数を把握し、秋田県内に生じる最終需要を推計した【図表7】。

図表 7 最終需要の内訳

需要項目	金額
1. 観光客需要	250億 9,700万円
最終需要 (=1)	250億 9,700万円

※金額について10万円以下切り捨て表示

### ③経済波及効果の概要

上記の最終需要をもとに、秋田県内にもたらす経済波及効果と雇用創出人数を推計した【図表8】。結果は経済波及効果額である生産誘発額は総額218億1,400万円と見込まれる。内訳について、粗付加価値誘発額は125億5,000万円（うち雇用者所得誘発額は57億2,300万円）であった。

また、雇用創出人数は、総勢 2,485 人であった。

詳細は【図表 8】を参照されたい。

図表 8 経済波及効果および雇用創出効果の概要

■経済波及効果の概要

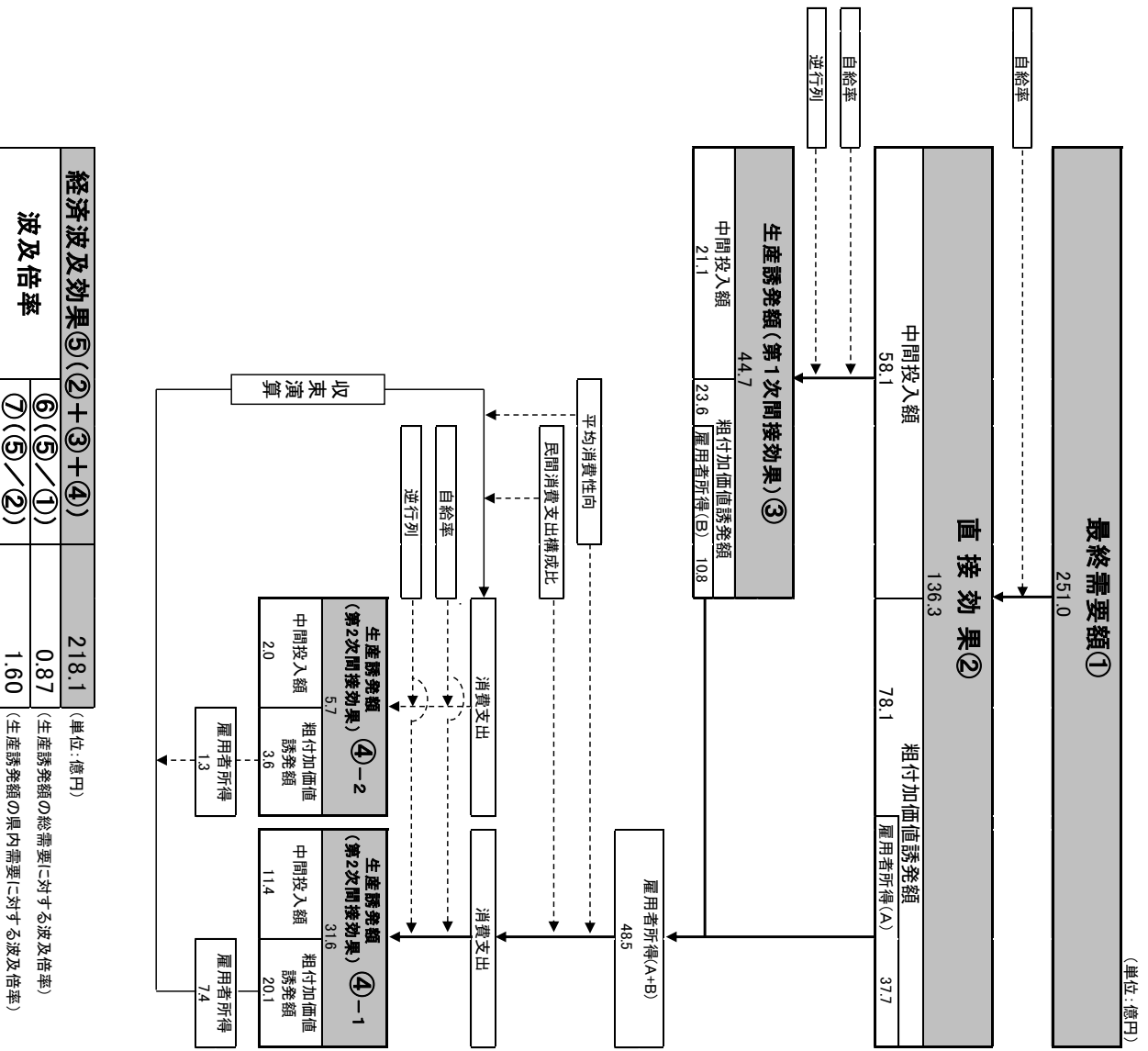
	生産誘発額	粗付加価値誘発額	
		雇用者所得誘発額	
直接効果	百万円 13625	7814	3770
第1次間接効果	百万円 4467	2361	1,084
第2次間接効果	百万円 3722	2375	870
経済波及効果	百万円 21,814	12,550	5,723
波及倍率(=⑤/②)	倍 1.60		
雇用創出効果	人 2,485		

- ✓ 直接効果とは、県内で生産されている商品に対して購入者などが支払った金額である。したがって、たとえ県内で販売されていても、製造元が県内でない商品への支出額は含まれない。
- ✓ 第1次間接効果とは、県産品の生産に投じられるさまざまな原材料の総額。
- ✓ 第2次間接効果とは、県産品の生産に携わる従業員の所得が増えることで、追加的に生じる支出額（需要）がもたらす直接効果および間接効果（通称、家計迂回効果ともいう）。
- ✓ 粗付加価値誘発額とは、生産活動によって新たに付加された価値であり、家計外消費支出、雇用者所得、営業余剰等から構成される。県民経済計算の県内総生産にほぼ相当する。
- ✓ 雇用創出効果とは、誘発される生産に必要な就業者数である。正規、非正規社員の区別はできない。
- ✓ 四捨五入により、経済波及効果は各項目の合計額と必ずしも一致しない。

### III 計算フローチャート

秋田県内にもたらす経済波及効果の計算過程をフローチャートで示すと、以下の通りである【図表9】。

図表 9 秋田県内にもたらす経済波及効果の計算フローチャート



#### IV 産業別における生産誘発額の詳細

秋田県内にもたらす経済波及効果の詳細は【図表 10】のとおりである。また、【図表 11】は、秋田県内にもたらす経済波及効果を産業部門別（39 部門）で表示したものである。【図表 12】は、秋田県内にもたらす雇用創出人数を産業別（39 部門）で表示したものである。

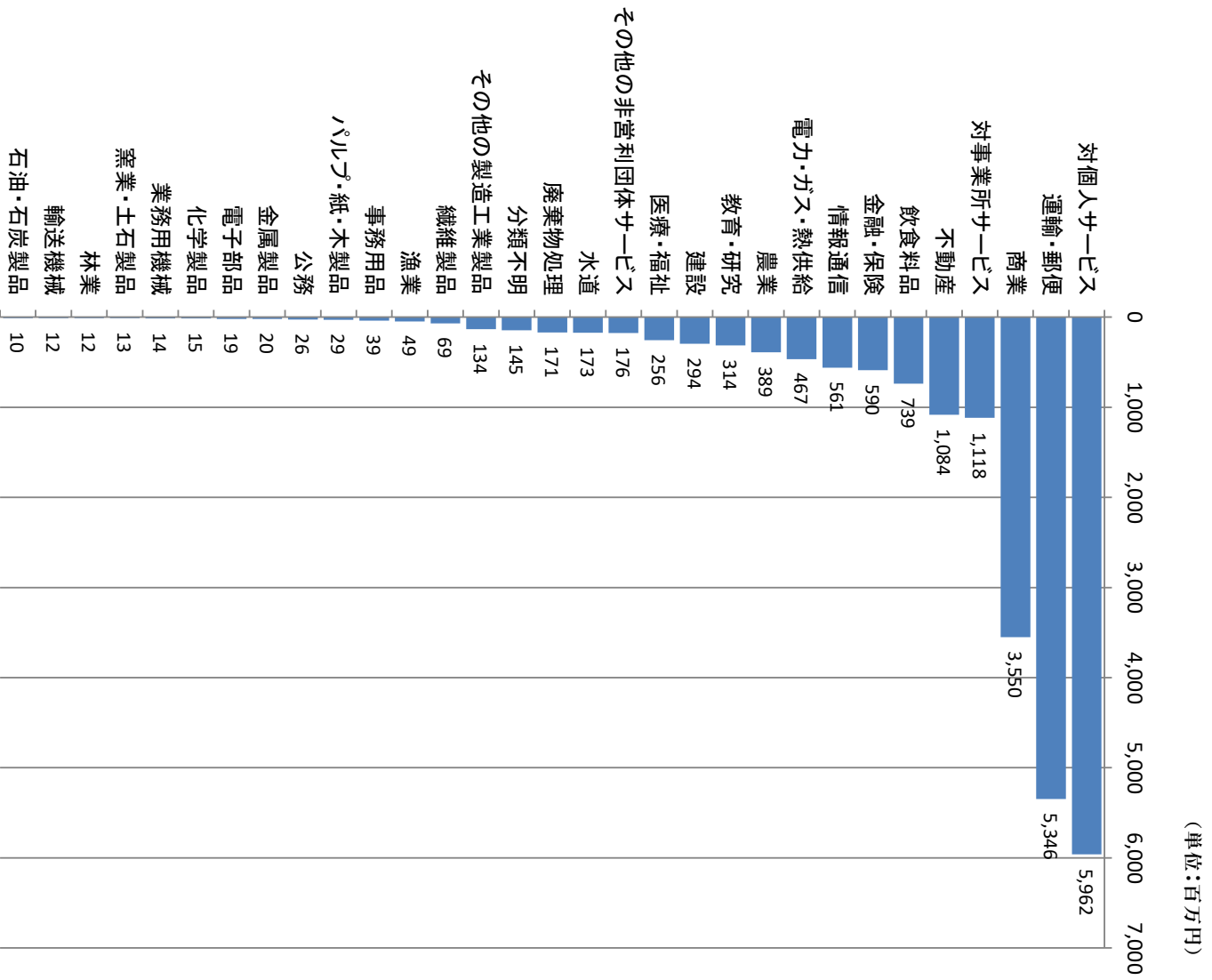
図表 10 秋田県内にもたらす経済波及効果の詳細

産業部門	最終需要		直接効果		生産誘発額				合計		雇用効果 人
	百万円	%	百万円	%	間接効果		百万円	%	百万円	%	
					第1次	第2次					
01 農林業	111	0.4	83	0.6	238	5.3	68	1.8	389	1.8	167
02 林業	0	0.0	0	0.0	9	0.2	3	0.1	12	0.1	1
03 漁業	103	0.4	34	0.2	14	0.3	2	0.0	46	0.2	12
04 畜産	0	0.0	0	0.0	3	0.1	1	0.0	3	0.0	0
05 製造業	1,425	9.7	392	2.7	257	5.9	121	3.2	793	3.4	56
06 繊維・紙	362	1.4	46	0.3	7	0.2	16	0.4	69	0.3	9
07 化学・石油・木製品	50	0.2	0	0.0	24	0.5	3	0.1	29	0.1	2
08 化学製品	50	0.2	0	0.0	11	0.2	3	0.1	15	0.1	0
09 プラスチック・ゴム	1,034	4.1	3	0.0	3	0.1	2	0.0	10	0.0	0
10 窯業・土石製品	0	0.0	0	0.0	6	0.1	2	0.1	9	0.0	1
11 鉄鋼	21	0.1	2	0.0	1	0.2	2	0.1	13	0.1	1
12 非鉄金属	0	0.0	0	0.0	1	0.0	0	0.0	1	0.0	0
13 金属製品	0	0.0	0	0.0	9	0.2	0	0.0	10	0.0	2
14 非金属製品	0	0.0	0	0.0	16	0.3	4	0.1	20	0.1	2
15 生産用機械	0	0.0	0	0.0	1	0.0	0	0.0	1	0.0	0
16 業務用機械	0	0.0	0	0.0	2	0.0	1	0.0	3	0.0	0
17 電子部品	0	0.0	0	0.0	8	0.2	6	0.2	14	0.1	1
18 電気機械	16	0.1	7	0.1	6	0.1	6	0.2	19	0.1	1
19 電気機械	15	0.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.0	0
20 情報・通信機器	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.0	1	0.0	0
21 輸送機械	0	0.0	0	0.0	12	0.3	1	0.0	12	0.1	1
22 その他製造工業製品	1,064	4.2	85	0.6	37	0.8	12	0.3	134	0.6	15
23 建設	0	0.0	0	0.0	233	5.2	62	1.7	294	1.3	31
24 電力・ガス・熱供給	0	0.0	0	0.0	366	8.2	102	2.7	467	2.1	4
25 水道	0	0.0	0	0.0	128	2.9	45	1.2	173	0.8	4
26 廃棄物処理	0	0.0	0	0.0	153	3.4	18	0.5	171	0.8	13
27 商業	3,636	14.5	2,528	18.6	525	11.8	498	13.4	3,550	16.3	498
28 金融・保険	40	0.2	35	0.3	272	6.1	282	7.6	590	2.7	43
29 不動産	0	0.0	0	0.0	201	4.5	883	23.7	1,084	5.0	14
30 運輸・郵便	8,465	33.7	4,541	33.3	587	13.1	218	5.9	5,946	24.5	285
31 情報通信	47	0.2	23	0.2	268	6.0	270	7.3	561	2.6	23
32 公務	0	0.0	0	0.0	0	0.0	26	0.7	26	0.1	2
33 教育・福祉	176	0.7	175	1.3	60	1.3	80	2.1	314	1.4	30
34 医療	0	0.0	0	0.0	2	0.0	0	0.0	2	0.0	0
35 その他非製造利団体サービス	49	0.2	49	0.4	40	0.9	86	2.3	176	0.8	24
36 関連業種サービス	373	1.5	199	1.5	722	16.2	197	5.3	1,118	5.1	105
37 個人サービス	8,109	32.3	5,448	40.0	98	2.2	416	11.2	5,962	27.3	1,098
38 外資系	0	0.0	0	0.0	33	0.7	6	0.2	39	0.2	0
39 分類不明	0	0.0	0	0.0	124	2.8	22	0.6	145	0.7	16
40 内注部門計	25,097	100.0	13,625	100.0	4,467	10.0	3,722	10.0	21,814	100.0	2,485

## V 産業別における経済波及効果のグラフ

下記、【図 11】をみると、波及の大きい産業部門は「対個人サービス」、  
 「運輸・郵便」、「商業」となっている。「対個人サービス」は宿泊業、飲食  
 サービス、娯楽サービスなど観光産業に関わりの深い部門への波及が大きい。  
 また、「商業」は主に卸・小売業全般への波及が大きくなっている。

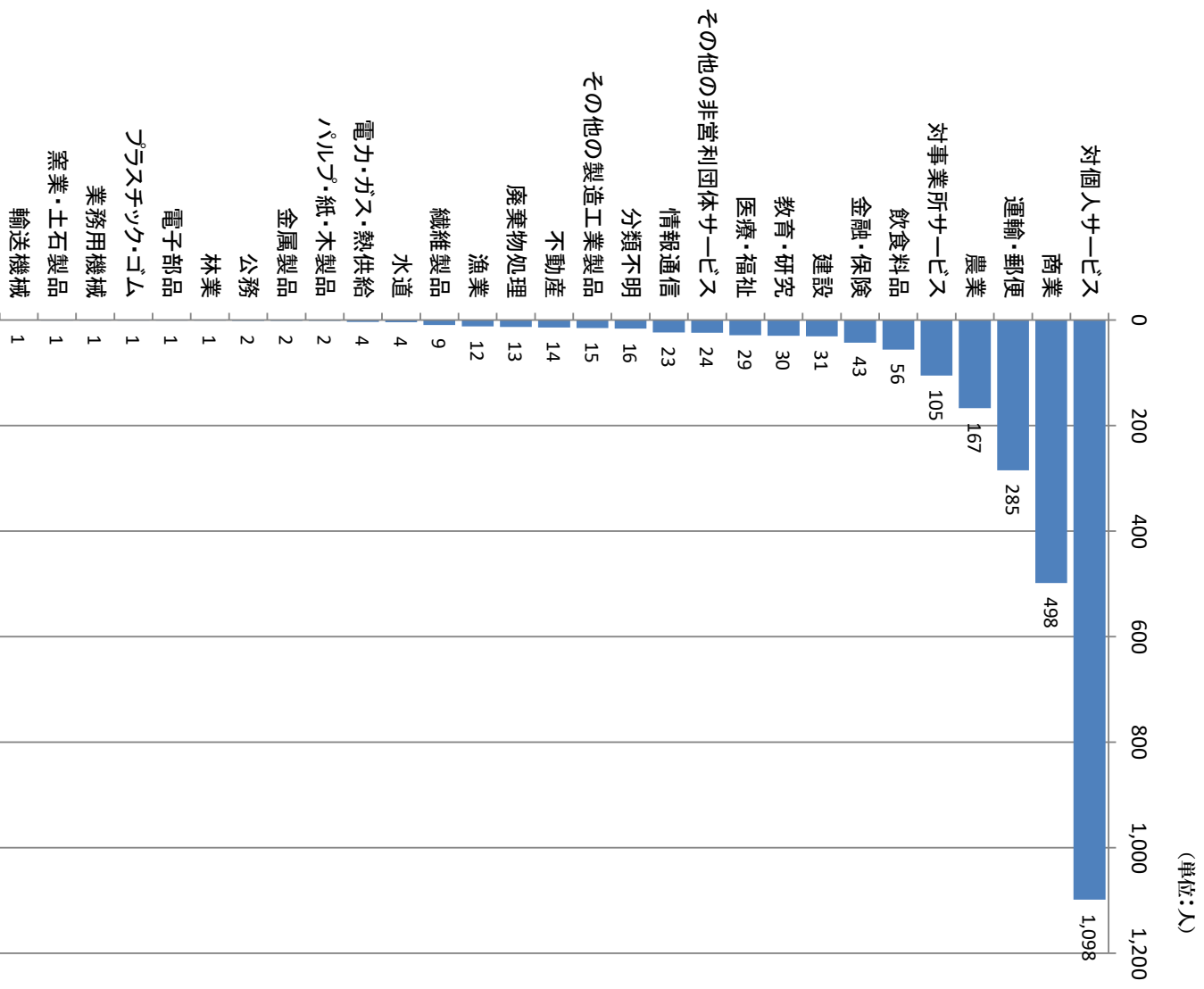
図表 11 産業部門別（39 部門）の経済波及効果



## VI 産業別における雇用創出人数のグラフ

下記、【図表 12】をみると、雇用創出人数は「対個人サービス」、「商業」、「運輸・郵便」が多くなっている。「対個人サービス」は経済波及効果同様、観光産業に関わりの深い産業が多くなっている。また、「農業」の部門にも雇用創出が見込まれ、一見観光と関連の薄い産業にも雇用創出効果があることが分かる。

図表 12 産業部門別（39 部門）の雇用創出人数



#### VII 4 エリアに観光客がいなくなった場合の影響について

あくまで仮定という前提で、4エリアにもし観光客がいなくなった場合、どれほどの影響が出るのか推計試算を行ってみました。

- 観光消費需要がなくなった場合の県内企業などへの影響について  
観光消費需要は 250 億 9,700 万円と前述で推計されており、この需要によって、県全体のあらゆる産業・企業等の売上に寄与している（13 頁）。観光に関連する産業（観光産業は裾の尾の広い産業であり厳密に産業分類はできないとされている）に大きな影響を与えるほか、一見、観光に関係する産業とは関連の薄い産業と思われる、例えば農業、教育、研究などにも少なからず影響があるものと推測される。

- 観光消費需要がなくなった場合の税収への影響について  
観光消費需要がなくなった場合の税収への影響について、経済波及効果から県税、市町村民税への効果（増収）について推計したところ、下記【図表 13】となり、観光消費需要がなくなれば少なからず税収にも影響が出ると推測される。

図表 13 税収効果について

税収効果		金額	
税 収 効 果	（ 市 町 村 民 税 ）	百万円	244
		百万円	98
		百万円	146

また、消費税・地方消費税について、単純計算ではあるが、仮に本調査の観光消費需要 250 億 9,700 万円の 10%（うち、地方消費税は 2.2%）、25 億円ほど（うち地方消費税は 5 億 5,000 万円ほど）がなくなると推測される。

ちなみに、地方消費税の観点からみると、なくなった 5 億 5,000 万円を 4 エリアの総世帯で負担すると仮定した場合、総世帯数は 49,153 世帯（令和元年 11 月末時点、大館市 31,660 世帯、北秋田市 14,021 世帯、小坂町 2,366 世帯、上小阿仁村 1,106 世帯）であり、約 11,000 円強の負担がでると推測される。

### 3. 最終需要の計算方法

#### (1) 秋田犬ツーリズムの活動における経済波及効果

##### ① 観光客需要の推計

以下の手順に従って観光客需要を推計した。

##### (1) 宿泊客の推計

- 宿泊客数：32,950 人
- うち、県外宿泊客数＝宿泊客数×宿泊率（県外客）：22,901 人
- うち、県内宿泊客数＝宿泊客数×宿泊率（県内客）：10,049 人

##### (2) 日帰客の推計

- 日帰客数＝入込客数：738,921 人
- うち、県外日帰客数＝日帰客数×入込客率（県外客）：276,361 人
- うち、県内日帰客数＝日帰客数×入込客率（県内客）：462,560 人

##### (3) 来場客需要（支出額）の推計

- 県外日帰客支出額＝県外日帰客数×消費単価（県外日帰客）：1,316,307,443 円
- 県外宿泊客支出額＝県外宿泊客数×消費単価（県外宿泊客）：517,585,501 円
- 県内日帰客支出額＝県内日帰客数×消費単価（県内日帰客）：1,573,629,120 円
- 県内宿泊客支出額＝県内宿泊客数×消費単価（県内宿泊客）：151,126,911 円
- 外国人宿泊客支出額＝外国人宿泊客数×消費単価（外国人宿泊客）：753,656,284 円

(注1) 下記パラメータは四捨五入して表示しているため、コンピュータの計算と手計算が必ずしも一致しないことがある。

#### <パラメータ>

■ 宿泊客数：32,950 人  
算出根拠

平成 26 年～27 年の 4 エリアへの宿泊客数の平均値から各年（平成 28 年～30 年）において、増加した人数が秋田犬ツーリズムの活動が寄与したと仮定して設定した。

- 平成 26 年及び平成 27 年の 4 エリアの宿泊客数の平均値は 351,796 人 - ①
- 平成 28 年の 4 エリアの宿泊客数は 353,909 人 - ②
- 平成 29 年の 4 エリアの宿泊客数は 365,222 人 - ③
- 平成 30 年の 4 エリアの宿泊客数は 369,205 人 - ④

※観光客数の推計は「②-①」「③-①」「④-①」の合計値 32,950 人とした。



■ 入込客数：738,921 人

算出根拠

平成 26 年～27 年の 4 エリアへの観光入込客数の平均値から各年（平成 28 年～30 年）において、増加した人数が秋田犬ツーリズムの活動が寄与したと仮定して設定した。

- ・平成 26 年及び平成 27 年の 4 エリアの観光入込客数の平均値は 3,139,514 人 - ①
- ・平成 28 年の 4 エリアの観光入込客数は 3,363,189 人 - ②
- ・平成 29 年の 4 エリアの観光入込客数は 3,456,245 人 - ③
- ・平成 30 年の 4 エリアの観光入込客数は 3,338,029 人 - ④

※観光客数の推計は「②-①」「③-①」「④-①」の合計値 738,921 人とした。

■ 外国人宿泊客数：11,399 人

算出根拠

平成 26 年～27 年の 4 エリアへの外国人宿泊客数の平均値から各年（平成 28 年～30 年）において、増加した人数が秋田犬ツーリズムの活動が寄与したと仮定して設定した。

- ・平成 26 年及び平成 27 年の 4 エリアの外国人宿泊客数の平均値は 5,435 人 - ①
- ・平成 28 年の 4 エリアの外国人宿泊客数は 8,244 人 - ②
- ・平成 29 年の 4 エリアの外国人宿泊客数は 9,344 人 - ③
- ・平成 30 年の 4 エリアの外国人宿泊客数は 10,114 人 - ④

※外国人宿泊客数の推計は「②-①」「③-①」「④-①」の合計値 11,399 人とした。

■ 宿泊率

- ・ 県外客：0.695
- ・ 県内客：0.305

出典：秋田県「秋田県観光統計」（平成 28～30 年度平均値）

■ 入込客率

- ・ 県外客：0.374
- ・ 県内客：0.626

秋田県「秋田県観光統計」（平成 28～30 年度平均値）

■消費単価

- ・ 県外客（日帰）：4,763 円
- ・ 県外客（宿泊）：22,601 円
- ・ 県内客（日帰）：3,402 円
- ・ 県内客（宿泊）：15,039 円
- ・ 外国人宿泊客：66,116 円

出典：秋田県「秋田県観光統計」（平成 28 年度～30 年度）※外国人宿泊客の消費単価は平成 30 年の観光+観光ビジネスの平均単価を採用

推計した観光客需要を「観光客需要 i = 観光客需要 × 旅行消費額 i の構成比」の算式を用いて品目別に按分し、「平成 23 年秋田県産業連関表（108 部門表）」の各部へ振り分けた。

(注) i：旅行前・中・後に支出する品目・サービス

【観光客需要の品目別案分表】

	旅行消費額（除く海外旅行）				消費支出額（最終需要）				秋田県産業連関表への振り分け先
	乗数（円）		品目別構成比(%)		【百万円】		合計		
	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊			
菓子類	477	964	2.8%	1.8%	80	25	105	食料品	
その他の食料品・飲料・酒・たばこ	513	1,079	3.0%	2.0%	88	28	114	食料品(1/3) 飲たばこ(1/3)	
衣類・帽子・バッグなど繊維製品	354	1,259	2.0%	2.3%	59	39	92	衣類・その他の繊維製品	
靴・かばんなど皮革製品	106	445	0.6%	0.6%	18	12	29	革・毛皮・同級品	
化粧品・医薬品・化粧品	37	197	0.2%	0.2%	6	4	10	医薬品(1/2) 化粧品	
化粧品・医薬品・化粧品	21	101	0.1%	0.1%	3	3	6	化粧品	
電気製品・写真カメラ・カメラ	32	121	0.1%	0.2%	5	3	9	7 その他の電子類 8 その他の電気工業製品	
その他の日用品	453	892	2.6%	1.6%	76	22	98	7 物品電気サービス	
旅行関連用品のレンタル料	22	110	0.1%	0.2%	4	3	7	金銀・保険	
旅行保険・クレジットカード入金金	7	127	0.0%	0.2%	1	3	3	5 金融サービス	
美容室・理容室	186	417	1.1%	0.8%	31	11	42	24 洗髪サービス	
旅行の打ち合わせ等での飲食費	101	284	0.6%	0.5%	17	7	23	29 その他の対個人サービス	
その他の旅行前支出	103	298	0.6%	0.5%	17	8	23	29 その他の対個人サービス	
参加費(長距離移動)	108	517	3.2%	11.3%	152	69	212	21 遊園地サービス	
研修費・検定費(長距離移動)	207	4,219	12.1%	7.8%	351	110	461	461 遊園地(除く自家移送)	
長距離バス	200	418	1.2%	0.8%	33	11	44	44 遊園地(除く自家移送)	
航空(長距離移動)	126	900	3.0%	1.7%	88	10	94	31 航空移送	
鉄道(バス)	525	134	0.3%	0.2%	9	24	24	111 鉄道移送(除く自家移送)	
タクシー・ハイヤー	135	328	0.8%	0.6%	23	9	31	31 鉄道移送(除く自家移送)	
船舶	38	286	0.2%	0.5%	6	8	14	水運	
レンタカー・カーシェアリング	122	289	0.7%	0.5%	29	8	37	14 水運	
レンタカー	152	289	0.7%	0.5%	29	8	37	14 水運	
その他交通費	1,373	2,345	7.8%	4.3%	230	61	291	261 運輸関係サービス	
宿泊費	0	9,976	0.0%	18.4%	0	261	261	261 宿泊サービス	
飲食費	2,008	6,477	11.6%	18.4%	338	170	509	509 飲食サービス	
菓子類	601	1,377	3.5%	2.5%	100	38	138	138 食料品	
皮革製品	240	302	1.4%	0.6%	40	8	48	48 繊維製品	
水産物	202	374	1.2%	0.7%	34	10	44	44 漁業	
その他の食料品・飲料・酒・たばこ	432	822	2.5%	1.5%	72	22	94	94 食料品(1/3) 飲たばこ(1/3)	
旅行 衣類・帽子・バッグなど繊維製品	359	522	2.1%	1.5%	72	22	94	94 食料品(1/3) 飲たばこ(1/3)	
旅行 靴・かばんなど皮革製品	159	67	0.4%	0.2%	9	19	28	28 皮革製品	
旅行 化粧品・医薬品・化粧品	50	87	0.3%	0.2%	5	2	7	7 化粧品	
旅行 化粧品・医薬品・化粧品	29	147	0.2%	0.3%	5	4	9	9 化粧品	
旅行 化粧品・医薬品・化粧品	1,435	3,240	8.3%	6.0%	240	85	325	325 その他の製造工業製品	
旅行 温泉・湯治施設・スパ・リゾート	242	419	1.4%	0.8%	40	11	51	51 温泉・湯治施設(1/2)	
旅行 ツアー・バス・送迎地	471	924	2.7%	1.7%	79	24	103	103 観光サービス	
旅行 美術品・骨董品・資料館・動物園・水族館など	149	326	0.9%	0.6%	25	9	33	33 教育	
旅行 スポーツ観戦材料	45	93	0.3%	0.2%	7	2	9	9 娯楽	
旅行 スポーツ観戦材料	201	168	1.2%	0.3%	34	4	38	38 娯楽サービス	
旅行 スポーツ観戦材料	239	284	1.4%	0.5%	40	8	48	48 娯楽サービス	
旅行 スポーツ観戦材料	60	94	0.3%	0.1%	10	3	13	13 娯楽サービス	
旅行 スポーツ観戦材料	18	94	0.1%	0.2%	3	2	5	5 物品電気サービス	
旅行 スポーツ観戦材料	150	318	0.8%	0.8%	25	2	27	27 物品電気サービス	
旅行 スポーツ観戦材料	141	455	0.8%	0.8%	24	12	33	33 その他の対個人サービス	
旅行 スポーツ観戦材料	34	88	0.2%	0.2%	6	2	8	8 その他の対個人サービス	
旅行 スポーツ観戦材料	29	94	0.2%	0.2%	5	2	7	7 洗髪サービス	
旅行 スポーツ観戦材料	12	200	0.1%	1.6%	2	22	22	22 その他の対個人サービス	
旅行 スポーツ観戦材料	12	200	0.1%	1.6%	2	22	22	22 その他の対個人サービス	
旅行 スポーツ観戦材料	14,497	6,260	42.1%	17.7%	403	142	545	545 化学製剤	
旅行 スポーツ観戦材料	16,497	47,650	58.0%	87.7%	2,457	1,242	3,705	3,705 化学製剤	
旅行 スポーツ観戦材料	176	482	1.0%	0.9%	29	13	42	42 化学製剤	
旅行 スポーツ観戦材料	17,295	64,388	100.0%	100.0%	2,890	1,422	4,312	4,312 化学製剤	

出典：国土交通省「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究 VII 旅行・観光消費動向調査結果と経済効果の推計」

②事業活動需要の推計

「秋田犬ツーリズム」の予算申請書などを利用して、事業活動需要を推計した。事業活動需要は大きく「地域産品磨き上げ事業」と「地域連携DMO秋田犬ツーリズムによる観光振興事業」の2事業を詳細に推計した。

【事業活動需要の推計（地域産品磨き上げ事業）】

地域産品磨き上げ事業費（予算）

事業名	金額(千円)
<b>2016年度(2016/9-2017/3)</b>	
商品開発、メニュー開発、プロデュースなどに精通した外部専門家招聘	5,000
市場調査、マーケティング、販路開拓など	10,000
ワークショップ、セミナー開催	1,000
新たな視点での商品開発、商標取得	3,100
ウェブサイト、レストランプロモーション	3,000
見本市出展	1,900
臨時職員雇用	4,000
<b>事業費合計 ①</b>	<b>28,000</b>
<b>2017年度(2017/4-2018/3)</b>	
商品開発、メニュー開発、プロデュースなどに精通した外部専門家招聘	4,000
市場調査、マーケティング、販路開拓など	5,000
ワークショップ、セミナー開催	1,000
商品開発	2,000
ウェブサイト、レストランプロモーション	2,000
見本市出展	5,000
臨時職員雇用	5,000
<b>事業費合計 ②</b>	<b>24,000</b>
<b>2018年度(2018/4-2019/3)</b>	
商品開発、メニュー開発、プロデュースなどに精通した外部専門家招聘	700
市場調査、マーケティング、販路開拓など	5,500
ワークショップ、セミナー開催	500
商品開発	3,000
ウェブサイト、レストランプロモーション	1,000
見本市出展	6,500
臨時職員雇用	1,800
<b>事業費合計 ③</b>	<b>19,000</b>

※人件費は試算に含まず

※人件費は試算に含まず

※人件費は試算に含まず

地域産品磨き上げ事業 2016年度～2018年度事業費計 (①+②+③)	60,200
--	--------

※人件費除く

【事業活動需要の推計（地域連携DMO秋田犬ツーリズムによる観光振興事業）】

地域連携DMO秋田犬ツーリズムによる観光振興事業費（予算）

2016年度(2016/9-2017/3)	職員人件費	5,678	※人件費は試算に含まず
	法人運営諸費	2,355	
	総合プログラム	21,978	
	備品購入費	1,500	
	旅費	50	
	DMOマーケティング人材派遣委託	9,000	
	市場調査及び分析	11,900	
	シナリオプログラム開催	1,406	
	おもてなし講座開催	3,240	
	指さし会話集制作	1,080	
	FAMツアー開催	3,100	
	英語対応(WEBやパンフレット)	6,714	
	プログラムセッション実施	9,000	
	広告実施	4,000	
	<b>事業費合計 ①</b>	<b>81,001</b>	
2017年度(2017/5-2018/3)	法人運営諸経費	187	
	事務局人件費(現職員3名)	1,684	※人件費は試算に含まず
	外部専門家招聘(事務局長)	1,310	
	CMO並びに推進スタッフ(3名)	1,220	
	アドバイザー	94	
	派遣会社経費	768	
	マーケティング全体戦略立案・実施運営	167	
	運営会社の戦略策定・運営支援	1,310	
		15,124	
		3,693	
	外部専門家招聘	-	
	受入体制整備	-	
	情報発信	14,773	
	直接セールス	15,949	
	マーケティング	3,721	
	<b>事業費合計 ②</b>	<b>60,000</b>	
2018年度(2018/交付決定日-2019/3)	法人運営諸経費	1,000	
	事務局人件費(現職員3名)	9,000	※人件費は試算に含まず
	外部専門家招聘(事務局長)	7,000	
	CMO並びに推進スタッフ(3名)	6,517	
	アドバイザー	500	
	派遣会社経費	4,104	
	マーケティング全体戦略立案・実施運営	894	
	運営会社の戦略策定・運営支援	7,000	
	商品造成、売り込み	5,000	
	自社WEBページの充実	5,000	
	競合分析、WEBマーケティング、情報発信	15,500	
	モバイルアプリプログラムの連携、育成	5,000	
	秋田犬プログラムセッション	10,000	
	富裕層向けプログラムセッション	5,000	
	おもてなし研修、講演等	5,000	
	古民家や農家長宿などの活用調査	2,000	
	アンケート、満足度調査	2,000	
	観光用iPadの経費	3,000	
	観光用予約システム使用料	1,750	
	タクシー配車システム運営	5,000	
	タクシーガイド養成	2,500	
	外国語音声ガイド案内開発	5,000	
	エンターテインメント開発・運営	10,000	
	オリジナル土産品開発・製造	18,000	
	オリジナル食事メニュー企画	4,000	
	オリジナルツアー企画	2,000	
	ヒアリング、モニタリング等の調査	3,000	
	サービスレベル評価システム経費	5,000	
	古民家(宮越商店)リノベーションの調査、基本設計	5,000	
	古民家(石田邸)リノベーションの調査、基本設計	5,000	
	<b>事業費合計 ③</b>	<b>165,765</b>	

地域連携DMO秋田犬ツーリズムによる観光振興事業  
2017年度～2018年度事業費計  
(①+②+③)

※人件費除く

290,404

③最終需要の「秋田県産業連関表」への振り分け結果

推計した観光客需要と事業活動需要を「秋田県産業連関表（108部門）」に振り分けた。

【最終需要の「秋田県産業連関表」への振り分け結果】

	観光客 需要 ①	活動 需要 ②	最終需要 ①+②		観光客 需要 ①	活動 需要 ②	最終需要 ①+②
001 耕種農業	48	7	55	005 電子計算機・回附装置		1	1
002 畜産				006 乗用車			
003 農業サービス				057 その他の自動車			
004 林業				008 自動車部品・回附部品			
005 漁業	44		44	009 船舶・回修理			
006 金属鉱物				060 その他の輸送機械・回修理			
007 石炭・原油・天然ガス				001 その他の製造工業製品	423		423
008 非金属鉱物				002 再生資源回収・加工処理			
009 食料品	311	29	340	003 建築		10	10
010 飲料	69	1	70	004 建設補修			
011 飼料・有機質肥料(別掲を除く。)				005 公共事業			
012 たばこ	69		69	006 その他の土木建設			
013 繊維工業製品		1	1	067 電力		0	0
014 衣服・その他の繊維製品	168		168	068 ガス・熱供給		0	0
015 木材・木製品		1	1	069 水道		0	0
016 家具・装飾品		0	0	070 廃棄物処理			
017 パルプ・紙・紙・加工紙		0	0	071 商業			
018 紙加工品		8	8	072 金融・保険	5	5	10
019 印刷・製版・製本				073 不動産仲介及び賃貸			
020 化学肥料				074 住宅賃貸料			
021 無機化学工業製品				075 住宅賃貸料(補償家賃)			
022 有機化学工業製品(石油化学基礎製品を除く。)				076 鉄道輸送(自家輸送を除く。)	582	13	595
023 有機化学工業製品(石油化学基礎製品を除く。)				077 道路輸送(自家輸送を除く。)	88	16	104
024 合成繊維				078 自家輸送		3	3
025 化学繊維				079 水運	14		14
026 医薬品	10		10	080 航空輸送	150	13	163
027 化学製薬品(医薬品を除く。)	10		10	081 貨物利用運送		3	3
028 石油製品	319		319	082 倉庫			
029 石炭製品				083 運輸附帯サービス	603	17	620
030 プラスチック製品				084 郵便・情報便		1	1
031 プラスチック製品				085 通信		0	0
032 なめし革・毛皮・同製品	60		60	086 放送			
033 ガラス・ガラス製品	4		4	087 情報サービス		21	21
034 セラミクス・セラミクス製品				088 インターネット附帯サービス		18	18
035 陶磁器	4		4	089 映像・音声・文字情報制作		12	20
036 その他の窯業・土石製品				090 公務	8		8
037 鉄鋼・鉄鋼				091 教育		1	1
038 金属材料				092 研究	33		34
039 鉄鋼産品				093 医療			
040 その他の鉄鋼産品				094 保健衛生			
041 非鉄金属加工工業製品				095 社会保険・社会福祉			
042 非鉄金属加工工業製品				096 介護			
043 建設・建築用金属製品				097 その他の非営利団体サービス	12		12
044 その他の金属製品				098 物品賃貸サービス	53	3	56
045 はん用機械				099 広告		13	13
046 生産用機械				100 自動車整備・機械修理			
047 業務用機械				101 その他の対事業所サービス		78	78
048 電子デバイス				102 宿泊業	261	10	272
049 その他の電子部品	3		3	103 飲食サービス	529	13	542
050 産業用電気機器				104 洗濯・理容・美容・浴業	101	2	103
051 民生用電気機器				105 娯楽サービス	230	12	242
052 電子応用装置・電気計測器				106 その他の対個人サービス	95	39	134
053 その他の電気機械	3		3	107 事務用品		1	1
054 通信機械・回線機器		1	1	108 分類不明			
				計(百万円)	4312	351	4663

(注) 四捨五入により合計額と必ずしも一致しない。

## (2) 参考：4エリアの観光客数からみる経済波及効果の概要

### ①観光客需要の推計

以下の手順に従って観光客需要を推計した。

#### (1) 宿泊客の推計

- 宿泊客数＝4エリアの年間旅館収容定員×宿泊施設稼働率：761,069人
- うち、県外宿泊客数＝宿泊客数×宿泊率（県外客）：528,968人
- うち、県内宿泊客数＝宿泊客数×宿泊率（県内客）：232,101人

#### (2) 日帰客の推計

- 日帰客数＝来場者数－宿泊客数：2,467,816人
- うち、県外日帰客数＝日帰客数×入込客率（県外客）：922,977人
- うち、県内日帰客数＝日帰客数×入込客率（県内客）：1,544,839人

#### (3) 来場者需要（支出額）の推計

- 県外日帰客支出額＝県外日帰客数×消費単価（県外日帰客）：4,396,139,451円
- 県外宿泊客支出額＝県外宿泊客数×消費単価（県外宿泊客）：11,955,205,768円
- 県内日帰客支出額＝県内日帰客数×消費単価（県内日帰客）：5,255,542,276円
- 県内宿泊客支出額＝県内宿泊客数×消費単価（県内宿泊客）：3,490,566,939円

(注2) 下記パラメータは四捨五入して表示しているため、コンピュータの計算と手計算が一致しないことがある。

#### <パラメータ>

##### ■観光客数

- 観光客数：3,228,885人

(大館市 941,551人、北秋田市 990,843人、小坂町 990,085人、上小阿仁村 306,406人)

出典：平成30年秋田県観光統計より 4エリアの観光入込客数の合計

##### ■4エリアの旅館収容定員

- 年間旅館収容定員：2,714,870人（1日の収容人数7,438人×365日）

出典：秋田県生活衛生課資料「令和元年度業務概要」

##### ■宿泊施設稼働率

- 客室稼働率：0.280

出典：観光庁「宿泊旅行統計」年の確定値（1月～12月分）ファイル>第6表（年間）

■宿泊客の県内外比率

- 県外客：0.695
- 県内客：0.305

出典：秋田県「秋田県観光統計」（平成28～30年の平均値）

■入込客の県内外比率

- 県外客：0.374
- 県内客：0.626

出典：秋田県「秋田県観光統計」（平成28～30年の平均値）

■消費単価

- 県外客（日帰）：4,763円
- 県外客（宿泊）：22,601円
- 県内客（日帰）：3,402円
- 県内客（宿泊）：15,039円

出典：秋田県「秋田県観光統計」（平成28～30年の平均値）

②最終需要の「秋田県産業連関表」への振り分け結果

推計した観光客需要を「秋田県産業連関表（108部門）」に振り分けた。

【最終需要の「秋田県産業連関表」への振り分け結果】

		最終需要			
001	耕種農業	220	055	電子計算機・同附属装置	-
002	畜産	-	056	乗用車	-
003	農業サービス	-	057	その他の自動車	-
004	林業	-	058	自動車部品・同附属品	-
005	漁業	219	059	船舶・同修理	-
006	金属鉱物	-	060	その他の輸送機械・同修理	-
007	石炭・原油・天然ガス	-	061	その他の製造工業製品	2217
008	非金属鉱物	-	062	再生资源回収・加工処理	-
009	食料品	1,623	063	建築	-
010	飲料	356	064	建設補修	-
011	飼料・有機質肥料(別掲を除く。)	-	065	公共事業	-
012	たばこ	356	066	その他の土木建設	-
013	繊維工業製品	-	067	電力	-
014	木材・木製品	919	068	ガス・熱供給	-
015	衣服・その他の繊維既製品	-	069	水道	-
016	家具・装飾品	-	070	廃棄物処理	-
017	パルプ・紙・板紙・加工紙	-	071	商業	-
018	紙加工品	-	072	金融・保険	40
019	印刷・製版・製本	-	073	不動産仲介及び賃貸	-
020	化学肥料	-	074	住宅賃貸料(帰属家賃)	-
021	無機化学工業製品	-	075	住宅賃貸料(帰属家賃)	-
022	石油化学基礎製品	-	076	鉄道輸送	2,971
023	有機化学工業製品(石油化学基礎製品を除く。)	-	077	道路輸送(自家輸送を除く。)	469
024	合成樹脂	-	078	自家輸送	-
025	化学繊維	-	079	水運	106
026	医薬品	58	080	航空輸送	1,081
027	化学最終製品(医薬品を除く。)	58	081	貨物利用運送	-
028	石油製品	1,537	082	貨車	-
029	石炭製品	-	083	運輸附帯サービス	3,679
030	プラスチック製品	-	084	郵便・信書便	-
031	ゴム製品	-	085	通信	-
032	なめし革・毛皮・同製品	332	086	放送	-
033	ガラス・ガラス製品	29	087	情報サービス	-
034	セメント・セメント製品	-	088	インターネット・附属サービス	-
035	陶磁器	29	089	映像・音声・文字情報制作	47
036	その他の窯業・土石製品	-	090	公務	-
037	銃銃・粗鋼	-	091	教育	176
038	鋼材	-	092	研究	-
039	鋳造品	-	093	医療	-
040	その他の鉄鋼製品	-	094	保健衛生	-
041	非鉄金属製錬・精製	-	095	社会保険・社会福祉	-
042	非鉄金属加工製品	-	096	介護	-
043	建設・建築用金属製品	-	097	その他の非営利団体サービス	49
044	その他の金属製品	-	098	物品賃貸サービス	373
045	はん用機械	-	099	広告	-
046	生産用機械	-	100	自動車整備・機械修理	-
047	業務用機械	-	101	その他の対事業所サービス	2,836
048	電子デバイス	-	102	宿泊業	2,836
049	その他の電子部品	23	103	飲食サービス	3,099
050	産業用電気機器	-	104	洗濯・理容・美容・浴場業	520
051	民生用電気機器	-	105	娯楽サービス	1,113
052	電子応用装置・電気計測器	-	106	その他の対個人サービス	542
053	その他の電気機械	23	107	事務用品	-
054	通信機械・同関連機器	-	108	分類不明	-
			計(百万円)		25,097

(単位:百万円)



## 4. 経済波及効果の計算過程

経済波及効果の計算式は以下の通り。

$$\begin{aligned} \Delta X_1 &= \Delta F + [I - (I - M) A]^{-1} (I - M) a \Delta F && \dots \textcircled{1} \\ \Delta X_2 &= [I - (I - M) A]^{-1} (I - M) c_k w \Delta X_1 && \dots \textcircled{2} \\ \Delta X &= \Delta X_1 + \Delta X_2 && \dots \textcircled{3} \end{aligned}$$

但し  $\Delta X_1$  : 県内生産誘発額 (直接効果 + 第 1 次間接効果)

$\Delta X_2$  : 県内生産誘発額 (第 2 次間接効果)

$\Delta X$  : 県内生産誘発額 (経済波及効果)

$\Delta F$  : 自給率調整済み最終需要額 (直接効果)

$a$  : 中間投入率 (列ベクトル)

$k$  : 平均消費性向 (スカラール)

$w$  : 雇用者所得率 (行ベクトル)

$[I - (I - M) A]^{-1}$  : レオンチエフ逆行列

$(I - M)$  : 自給率対角行列

$M$  : 輸入係数対角行列

(注 1) 各パラメータは次のようにして求めた値を使用している。

$\Delta F$  : 最終需要額に「平成 23 年秋田県産業連関表」の県内自給率を乗じた値。

$k$  : 総務省「家計調査報告」より平成 27～29 年の平均値を使用

$w$  : 「平成 23 年秋田県産業連関表」より、部門ごとに雇用者所得 / 県内生産額によって求めた値を使用。

その他 : 「平成 23 年秋田県産業連関表」より、所与。

(注 2) 経済波及効果によってどれだけ粗付加価値が誘発されたか、またはどれだけ雇用者所得が誘発されたかも計算することができる。計算式は以下の通り。

$$\begin{aligned} \text{「粗付加価値誘発額」} &= \Delta X \times \text{「付加価値率」} \\ \text{「雇用者所得誘発額」} &= \Delta X \times w \end{aligned}$$

但し、

「付加価値率」 = 粗付加価値部門計 / 県内生産額

雇用創出効果の計算式は以下の通り。

$$\Delta E = \sum_{n=1}^{108} (\Delta X_n \times e_n) \quad \dots \textcircled{4}$$

但し、

$\Delta E$  : 誘発される雇用者数

$e_n$  : 雇用誘発係数 (産業別就業者数 / 産業別県内生産)

## 5. 留意点

以下は産業連関分析に関する一般的な留意事項である。分析結果を読み解く際の前提条件として参考としていただきたい。

- すべての生産は最終需要を満たすために行われる（生産波及の過程では、在庫積み増しのための生産は行われず、注文に応じた額だけ生産が行われる）。
- 生産波及は途中で中断することはない（生産波及の過程では、過剰在庫の処分や資材不足による操業停止によって、生産活動が停止することはない）。
- 短期的には、技術革新による生産技術の変化は一切ない（投入と産出の関係は一定であり、「規模の経済」はない）。
- 経済波及効果が及ぶ時間は不明（産業連関表は産業間の1年間の財・サービスの取引額を表しているが、経済波及効果が何年にわたって現れるかは不明）。
- 第2次間接効果には「投資ルート」が含まれていない（生産の増加に伴う企業利潤の増加、企業利潤の増加に伴う設備投資の増加、設備投資の増加に伴う生産の増加というプロセスは想定していない）。
- ストックは新たなフローに影響を及ぼさない。「秋田犬ツーリズム」の知名度が高まることによって、新たな需要を誘発する効果などは想定していない。

都道府県等名		山形県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	「第18回果樹王国ひがしねさくらんぼマラソン大会」の経済波及効果推計	令和元.10	有	山形銀行(やまぎん情報開発研究所)	平成23年山形県産業連関表(39部門表)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・参加者数 1万2,564人</li> <li>・最終需要 5億34百万円</li> <li>・総合効果 4億64百万円</li> <li>・波及倍率 0.87倍</li> </ul>	別添資料あり 果樹王国ひがしねさくらんぼマラソン大会実行委員会の委託により実施

# 「第18回果樹王国ひがしねさくらんぼマラソン大会」の 経済波及効果推計

## 1. はじめに

「果樹王国ひがしねさくらんぼマラソン大会」は、さくらんぼの生産量日本一を誇る山形県東根市で、2002年より毎年開催されている市民マラソン大会である。市内の小中学生による沿道での応援や、JRさくらんぼ東根駅におけるお出迎え・お見送り、さくらんぼをはじめとする地元名産物が提供される充実したエイドステーションなどで、全国的に人気を博している。参加者数は毎年1万人を超え、東北でも有数の規模の大会となっている。

今回は、2019年6月2日に開催された「第18回果樹王国ひがしねさくらんぼマラソン大会」の開催による山形県内への経済波及効果について推計を行った。なお、本調査は果樹王国ひがしねさくらんぼマラソン大会実行委員会の委託により、山形銀行が実施したものである。

## 2. 最終需要の推計

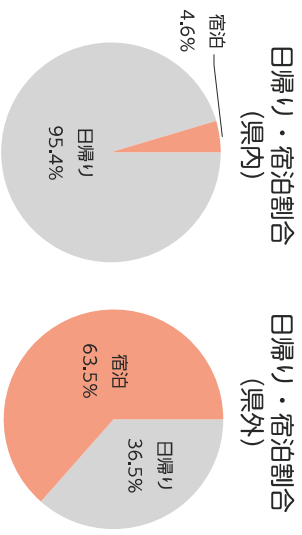
経済波及効果の推計にあたり、大会の開催による最終需要の増加分として、A. 大会参加者とその同伴者（マラソンには出走せず、応援などのために行きた人）の消費支出、B. 大会運営に伴う支出の2つを想定し、Aについては大会参加者を対象に実施したアンケート調査の結果をもとに推計を行った。

### (1) 参加者アンケート調査結果

〈アンケート調査の概要〉	
調査方法	事前にアンケートを配布し、大会当日に回収
調査対象者	大会参加者 12,564人
有効回答者	2,464人（有効回答率 19.6%）

### ① 日帰り・宿泊の割合

有効回答者のうち、県内からの参加者は25.9%で、県外からの参加者は74.1%であった。また、それぞれの日帰り・宿泊の割合は、県内参加者が日帰り95.4%、宿泊4.6%、県外参加者が日帰り36.5%、宿泊63.5%となった。宿泊参加者に宿泊数についてたずねたところ、



平均泊数は、県内参加者が1.1泊、県外参加者が1.3泊となった。延べ宿泊数に占める宿泊地の割合については、山形市が31.2%、東根市が同28.3%、天童市が同20.8%となり、この3市で8割以上を占めた。

### ② 同伴者数

大会への参加にあたって、同伴者がいるかどうかたずねたところ、「いる」と回答したのは全体の37.5%で、その同伴者数の合計は1,680人となった。この結果、参加者1人あたりの同伴者数は下表の通りとなった。

参加者1人あたり同伴者数 (人)				
人数	県内		県外	
	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊
	0.8	0.6	0.6	0.7

### (2) 大会参加者と同伴者の消費支出

大会参加者数は、実際の大会参加者の県内・県外割合と、アンケート結果から算出した日帰り・宿泊割合を用いて、4つの属性（県内日帰り・県内宿泊・県外日帰り・県外宿泊）に分類し推計を行った。また、同伴者数については、アンケート結果から算出した、4つの属性ごとの参加者1人あたり同伴者数をもとに推計した。この結果、属性別の大会参加者数および同伴者数は下表の通りとなった。

大会参加者の消費支出単価については、アンケート別参加者数、同伴者数 (人、%)

	県内		県外		合計
	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	
参加者数	4,763	230	2,763	4,808	12,564
同伴者数	3,810	138	1,658	3,366	8,972
合計	8,573	368	4,421	8,174	21,536
構成比	39.8	1.7	20.5	38.0	100.0

ケー卜結果より、山形県内において支出した金額（事前準備費、宿泊費、交通費、飲食費、買い物代、観光費）の平均を消費支出単価とした。ただし、県外参加者については事前準備費（ウェア、靴などの購入費）を除外した。また、同伴者の消費支出単価については、事前準備費は除外し、それ以外の費目は参加者と同様とみなした。この結果、大会参加者および同伴者の消費支出単価は下表の通りとなった。

	参加者、同伴者の消費支出単価 (円)			
	県内		県外	
	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊
参加者	7,752	18,638	8,624	42,497
同伴者	2,570	14,793	8,624	42,497

大会参加者数、同伴者数と消費支出単価をもとに、大会参加者と同伴者の消費支出総額を推計すると、消費支出額の合計は4億39百万円となった。

### (3) 最終需要の推計結果

大会参加者と同伴者の消費支出総額と、人件費を除く大会運営に伴う支出95百万円を合計すると、大会の開催によって増加した最終需要は5億34百万円となった。なお、大会運営に伴う支出のうち、人件費については、消費を通じて間接二次効果を発生させる雇用者所得の増加にあたるため、最終需要からは除外している。

最終需要	
A.消費支出総額	4億39百万円
B.大会運営に伴う支出	95百万円
<b>最終需要</b>	<b>5億34百万円</b>

### 3. 経済波及効果の推計

「平成23年山形県産業連関表(39部門表)」を用いて、産業連関分析の手法（シオントチェフの均衡産出高モデル）により県内における経済波及効果を求めると、総合効果は4億64百万円となり、最終需要比では0.87倍、大会運営に伴う支出との比較では4.88倍となった。

総合効果の内訳は、「直接効果」（消費や投資などの最終需要の増加によって生産が誘発される効果）が3億27百万円、「間接一次効果」（直接効果によって必要となる原材料等の生産が誘

発される効果）が89百万円、「間接二次効果」（直接効果と間接一次効果によって誘発された生産により、雇用者所得が生じ、それが消費に回ることによってさらに生産が誘発される効果）が48百万円となっている。

経済波及効果を主要部門別にみると、対個人サービスが1億47百万円（構成比31.7%）で最も大きくなり、次いで運輸・郵便が96百万円（同20.6%）、対事業者サービスが58百万円（同12.5%）、商業が46百万円（同10.0%）、不動産が31百万円（同6.6%）の順になった。

経済波及効果	
①最終需要	5億34百万円
①a 大会運営に伴う支出	95百万円
②直接効果 ※	3億27百万円
③間接一次効果	89百万円
④間接二次効果	48百万円
<b>⑤経済波及効果 (②+③+④)</b>	<b>4億64百万円</b>
波及倍率 (⑤/①)	0.87倍
大会運営費との比較 (⑤/①a)	4.88倍

### 4. まとめ

今回の推計においては、大会参加者と同伴者のうち県外宿泊者の割合が全体の38.0%と高い割合となった。交通費や宿泊費などの消費支出単価が大きい遠方からの参加者が比較的多いことで、全体の消費支出総額が大きくなり、相応の規模の経済波及効果を生み出していることが明らかとなった。

また、経済波及効果という数字に表れる面だけではなく、大会を通じて県内外の参加者に地域の特産品や景観の美しさといった東根市の魅力をアピールすることができるといことも、大会開催がもたらすメリットとして大きく考えられる。本大会は多くのリピーターが参加している点から考えると、そうした効果も十分にしているものとみられる。今後も参加者の満足度を高める工夫を継続して行い、地域の魅力がさらに伝わるような大会となることが期待される。

都道府県等名		福島県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	「東北絆祭り2019福島」の経済波及効果	令和元. 7. 27 (新聞報道)	有	とうほう地域総合研究所	不明	令和元年6月1日、2日に開催された「東北絆祭り2019福島」の経済波及効果を試算。 ・波及効果 4, 188百万円 ・雇用誘発者数 430人	福島市委託

都道府県等名		栃木県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	第3回ツール・ド・とちぎの経済波及効果について	令元. 6	有	NPO 法人ツール・ド・とちぎの会	平成23年(2011年)栃木県産業連関表	第3回ツール・ド・とちぎの開催に伴う県内への経済波及効果を試算 ・経済波及効果 約11.3億円	
2	アフターDC期間経済波及効果	令元.10	有	栃木県観光交流課	平成23年(2011年)栃木県産業連関表	アフターデスティネーションキャンペーン(アフターDC)が開催された平成31年4月～6月の観光全体の経済波及効果を試算 ・経済波及効果 約2,331億円	

都道府県等名		群馬県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	EV シフトによる群馬県内自動車部品製造業への影響調査	平 31. 4	不明	(一財) 群馬経済研究所	平成 23 年群馬県産業連関表 (108 部門)	<p>県内完成車メーカーが EV を生産した場合の県内経済への影響について試算。</p> <p>県内乗用車生産に占める EV の割合が 15% (経産省の EV 普及見通しによる) の場合、</p> <p>生産誘発効果 2 2 5 億円</p> <p>うち、直接効果 5 7 8 億円</p> <p>間接効果 ▲ 3 5 2 億円</p>	別添資料あり



## EVシフトによる群馬県内自動車部品製造業への影響調査

群馬経済研究所主任研究員 河村英輝

## — 要 約 —

1. 電力を駆動力として用いる自動車のことを電動車といい、①電気自動車 (EV)、②ハイブリッド自動車、③プラグイン・ハイブリッド自動車、④燃料電池自動車、の4種類に大別される。このうち、EVはエンジンを搭載せず電池とモーターのみで走行する自動車である。
2. 一般社団法人日本自動車販売協会連合会によれば、2017年の群馬県における乗用車販売台数およそ6万3000台のうち、EVは270台で0.43%に過ぎなかった。また、日本のメーカーを中心とした充電規格を推進するCHAdeMO協議会によると、群馬県は19年1月時点で全国14位の419カ所の充電施設数を有する。
3. EVでは、現在の自動車部品の多くが不要になる。一方、群馬県の自動車関連産業をみると、16年における輸送用機械器具製造業の製造品出荷額等は、約3兆5793億円と全国で4番目に位置し、製造品出荷額等全体に占める割合は41.1%と、愛知県に次ぎ全国第2位となっている。また、自動車関連部品についてみると、①トランスミッションなどの「駆動・伝導・操縦装置部品」や、②燃料ポンプなどの「自動車用内燃機関の部分品・取付具・附属品」、といったEV化に伴い不要となる品目の構成比が他県に比べて大きい。
4. ①現在の産業構造が変わらず、②県内の乗用車生産台数が大きく変化しない、などの前提条件の下、産業連関表を用いて県内完成車メーカーがEVを生産した場合の県内経済への影響について試算を行った。その結果、県内乗用車生産に占めるEVの割合が15%（経産省のEV普及見通しによる）の場合、EV割合がゼロの場合と比べると、県内産業の生産に及ぼす影響は352億円の減少になることがわかった。このうち最も大きく影響を受けた産業は、輸送機器（293億円減少）だったが、輸送機器の製造品出荷額等全体（約3兆5793億円：16年）からみれば、影響は小さいと考えられる。
5. エンジンを搭載しないEVの普及に関して、技術的な課題などがまだまだ多い。このため、当面のところ全ての自動車がEVに置き換わることはないだろう。県内自動車関連企業は、部品の軽量化を進め、群馬県が実施する次世代自動車分野に関する企業向けセミナーや群馬大学の次世代EV研究会などから積極的に情報を収集し、自社の強みを生かしていくことが望まれよう。

キーワード：EV、産業連関分析、CASE

## はじめに

自動車産業は、「100年に一度」と呼ばれる大きな変革期に入った。特に、最近報道等でよく聞かれるようになったのが、「CASE<sup>1</sup>」や「Maas<sup>2</sup>」と呼ばれる新たな動きである。CASEのうち、E、即ち車の動力源の電動化が進展し、「電気自動車」が多数を占めるようなことになれば、エンジンに関する様々な部品が不要になる。その場合、多くの部品から成り立つ自動車の関連産業に大きな影響を与える可能性がある。

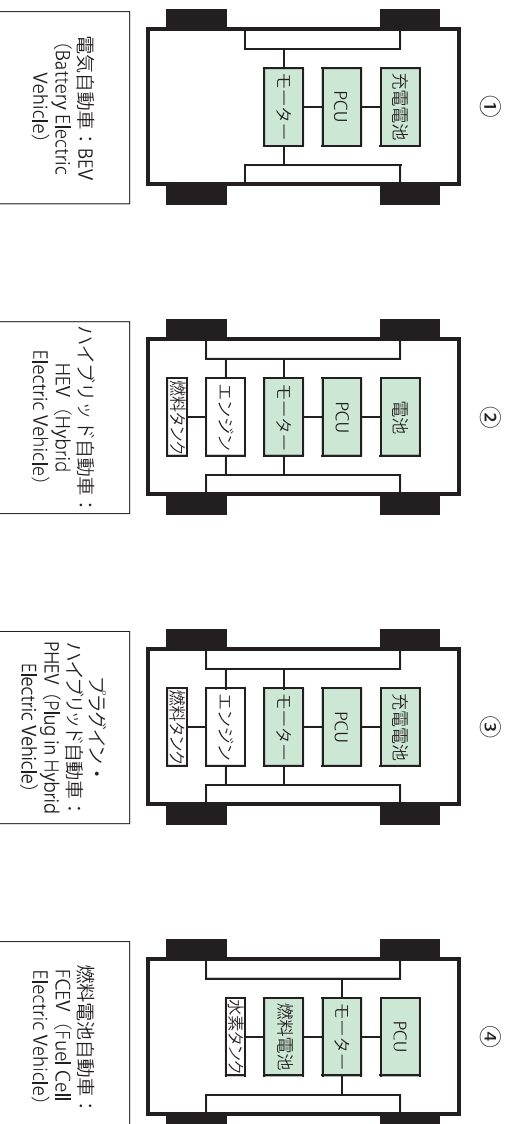
そこで本稿では、産業連関表を用いて電気自動車の普及に伴う県内経済への影響度を試算した。なお、本試算結果はあくまでも一定の仮定を置いたものであり、前提条件によつ

てはその結果が異なることに留意頂きたい。

## 1. 電気自動車とは

電池、モーター、パワートロニックユニット(以下「PCU」)<sup>3</sup>を搭載し、電力を駆動力として用いている自動車を電動車(XEV: エックスイーブイ)という。電動車は、①電気自動車(BEV)、②ハイブリッド自動車(HEV)、③プラグイン・ハイブリッド自動車(PHEV)、④燃料電池自動車(FCEV)、の4種類に大別されるが(図表1)、このうち①の電気自動車(BEV)は、HEVやPHEVからエンジンを除いた、電池とモーターのみで走行する自動車である。なお、本稿内ではBEVを略してEVと記載する。

図表1 電動車(XEV)の種類



資料：各種資料をもとに当研究所作成。

- CASEとは、以下の4つの英単語を指し、その頭文字をとって名付けられたものである。①Connectivity (車のつながり)、②Autonomous (自動運転車の到来)、③Shared & Service (車の利用シフト、サービスとしての車)、④Electric (車の動力源の電動化)。
- Mobility as a Serviceの略。車を所有せず、使いたい時だけお金を払って利用するサービス。自動運転やAI、オンラインデータ等を掛け合わせ、従来型の交通・移動手段にシェアリングサービスも統合した次世代の交通として注目されている。例えば、予約や運賃の支払いを手元のスマートフォン等から検索～予約～支払を一度に行い、複数の交通手段を乗り継いで移動するサービスが考えられる。
- モーターを利用して走るハイブリッド自動車や電気自動車の電力を適切にコントロールする部品。バッテリーの電圧を上げる昇圧コンバーターと、電流を直流から交流に変換するインバーターなどにより構成される。走行時は、バッテリーからの電流を直流から交流に変換し、モーターに供給する。一方、減速時は、モーターを発電機として作動させることで、運動エネルギーを電力に変換する(回生ブレーキ)。即ち、モーターで発電した交流電流を直流に変換し、バッテリーに供給する。

## 2. EVと充電施設の普及状況

### (1)EVの普及状況について

17年の全国の普通乗用車および小型乗用車の販売台数総数は294万台であり、このうちEVは1万8193台、総数に占める割合は0.62%だった（図表2）。これに対し、群馬県ではEVの販売台数は270台、乗用車販売台数総数約6万3000台に占める割合は0.43%と全国に比べても低い水準にある。

なお、都道府県別のEV保有台数について、公表された資料はないが、一般社団法人次世代自動車振興センターの資料<sup>4</sup>によると、群馬県のEVに対する補助金交付累計台数（09～17年）は1785台となっている。

### (2)EV充電器の普及状況について

CHAdEMOはEVの充電規格の1つである。

図表3 充電インフラの普及状況

順位	都道府県名	施設数	急速充電器数	普通充電器数(200V)	普通充電器数(100V)
1	愛知県	1,003	344	1,001	2
2	神奈川県	882	404	1,193	13
3	千葉県	718	287	1,431	3
4	東京都	696	277	1,805	5
5	北海道	666	293	763	4
6	兵庫県	650	280	699	6
7	埼玉県	648	340	877	6
8	福岡県	596	331	476	1
9	大阪府	536	187	754	0
10	静岡県	530	218	614	6
14	群馬県	419	190	338	5
総計		16,785	7,346	18,149	99

注) 上記は、19年1月時点。

資料：一般社団法人 CHAdEMO協議会

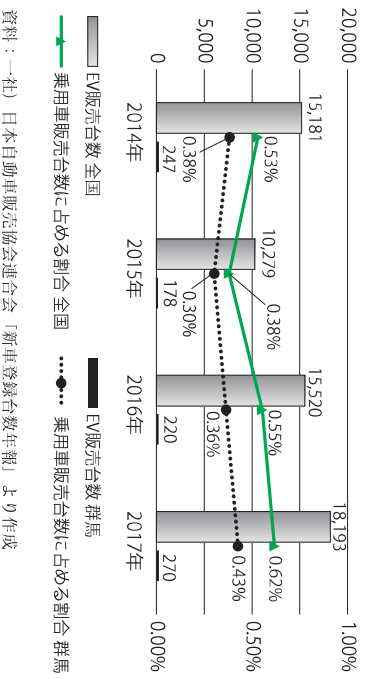
単位：所、機

順位	県内市町村名	施設数	急速充電器数	普通充電器数(200V)	普通充電器数(100V)
1	前橋市	58	28	44	1
2	高崎市	57	29	49	1
3	渋川市	44	11	37	0
4	伊勢崎市	35	14	29	0
5	太田市	31	15	34	0
6	みなかみ町	20	6	17	1
7	富岡市	19	10	12	0
8	沼田市	18	8	15	0
9	安中市	16	6	12	0
10	藤岡市	16	7	11	0
11	中之条町	14	6	8	0
12	桐生市	13	4	12	0
13	館林市	10	3	8	0
総計		419	190	338	5

注) 施設数が10以上の市町村のみ記載した。

単位：所、機

図表2 EV販売台数と乗用車販売台数に占める割合



資料：一般社団法人 日本自動車販売協会連合会「新車登録台数年報」より作成

一般社団法人CHAdEMO協議会<sup>5</sup>によれば、19年1月時点における全国の充電施設数は1万6785カ所となっている<sup>6</sup>（図表3）。このうち、群馬県は全国14位の419カ所の充電施設があり、前橋、高崎では、50カ所を超えている。

## 3. 群馬県における自動車関連産業

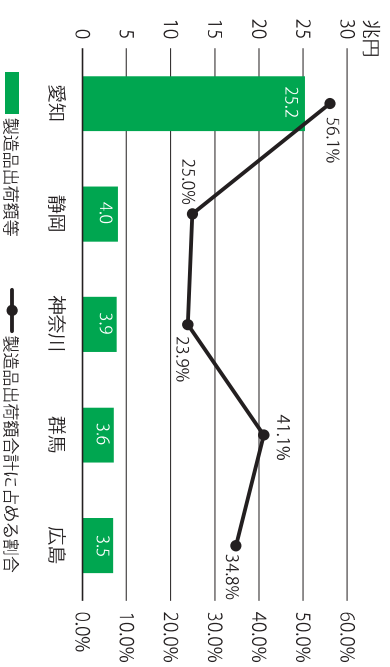
ここで、群馬県の自動車関連産業を概観する。

- CEV補助金（クリーンエネルギー車を購入すると国から補助金が出る制度）の交付件数。なお、補助金交付対象外となる営業車両、自動車販売会社に展示している車両などは含まれない。また、廃車情報も含まれていない。
- 10年3月にトヨタ自動車、日産自動車、三菱自動車、富士重工、東京電力の5社が幹事会社となり設立したCHAdEMO普及のための協議会。
- 充電施設によって、無料の施設もある。また、メーカー系の充電施設は、系列メーカーのサポートプランの契約料金に含まれる場合もある。

(1)輸送用機械器具製造業の製造品出荷額等

2016年における群馬県の輸送用機械器具製造業（以下「輸送機器」）の製造品出荷額等は、約3兆5793億円と全国で4番目に位置し、製造品出荷額全体に占める割合では41.1%と、愛知県に次ぐ全国第2位となっている（図表4）。輸送機器の製造品出荷額等上位5県は、いずれも自動車メーカーの主要拠点がある。

図表4 輸送用機械器具製造業の製造品出荷額等上位5県と製造品出荷額等全体に占める割合（2016年実績）



資料：経済産業省「工業統計表」（2017年）

(2)自動車関連部品の品目でみた出荷額

16年における群馬県の自動車関連部品のうち、製造品出荷額が多い上位7品目をみると、トランスミッションなど「駆動・伝導・操縦装置部品」が約6800億円、製造品出荷額等全体に占める割合は7.8%と他の都道府県と比べても構成比が大きい（図表5）。また、燃料ポンプなど「自動車用内燃機関の部品・取付具・附属品」（約5100億円）の構成比も5.9%と大きくなっている。

なお、EV化に伴い不要となる部品は、これら「駆動・伝導・操縦装置部品」や「自動車用内燃機関の部品・取付具・附属品」に多く含まれている。このため、本県では、他県に比べてEV化の進展によるマイナスの影響がより大きいと考えられる。

4. EV普及における課題

(1)EV化で必要となる部品と不要となる部品

自動車は1台当たり3万点を超える部品か

図表5 製造品出荷額全体に占める自動車関連部品（2016年）

出 荷 品 目	製造品出荷額（百万円）					
	全国計	群馬	愛知	静岡	神奈川	広島
①駆動・伝導・操縦装置部品 (構成比 ①/A)	6,387,774 2.1%	679,874 7.8%	2,280,330 5.1%	1,171,926 7.3%	123,998 0.8%	121,864 1.2%
②自動車用内燃機関の部分品・取付具・附属品 (構成比 ②/A)	3,843,948 1.3%	509,824 5.9%	1,033,003 2.3%	245,534 1.5%	247,657 1.5%	56,585 0.6%
③シャシー部品、車体部品 (構成比 ③/A)	3,759,526 1.2%	268,009 3.1%	1,438,482 3.2%	148,051 0.9%	476,679 2.9%	203,406 2.0%
④自動車用プラスチック製品 (構成比 ④/A)	1,945,841 0.6%	125,487 1.4%	709,503 1.6%	148,971 0.9%	42,464 0.3%	128,494 1.3%
⑤座席（完成品に限る） (構成比 ⑤/A)	1,106,365 0.4%	80,313 0.9%	368,152 0.8%	65,332 0.4%	38,715 0.2%	76,894 0.8%
⑥乗用車ボディー (構成比 ⑥/A)	111,411 0.0%	75,947 0.9%	x	-	x	3,085 0.0%
⑦カーエレクトロニクス (構成比 ⑦/A)	587,734 0.2%	48,984 0.6%	397,867 0.9%	24,270 0.2%	1,381 0.0%	26,170 0.3%
A. 製造業計	302,035,590	8,699,262	44,909,000	16,132,178	16,288,163	9,941,466

注）群馬の自動車関連部品の品目の出荷額が公表されているものうち上位7品目を抽出した。Xは秘匿、-は当該県で生産していない品目である。抽出した都道府県は、輸送用機械器具製造業（以下「輸送機器」）の製造品出荷額上位5県（群馬は第4位）。複製の品目を製造する事業所の産業は、製造品出荷額が最も多い品目の産業に紐づく。例えば、「乗用車ボディー」を最も多く製造する事業所の産業は「金属製品製造業」となるが、「乗用車ボディー」を生産していても、「金属プレス製品」（産業分類上は金属製品製造業）をより多く製造する事業所の産業は「金属製品製造業」となる。このため、自動車部品品目の構成比を他県と比較する場合、構成比の分母は「輸送機器」とするのではなく、製造業の品目全体を積み上げた製造品出荷額等とするのが適切である。ちなみに、上記図表5の7品目のうち、④自動車用プラスチック製品は産業分類上プラスチック製品製造業となるため、図表4には含まれない。

資料：経済産業省 工業統計（品目編、2017年）

ら構成される。また、輸送機器以外の製造業でも、自動車用ガラスや自動車用プラスチック製品など自動車関連部品を製造している企業は多い。

EV化で必要となる主な部品は、図表1 (P2) で示したように、①電池、②モーター、③PCUである。一方、経済産業省の「新素材産業ビジョン」(13年3月)によれば、自動車の部品数3万点のうち、約37% (約1万1000点) の部品がEV化で不要になると指摘している。

EV化で不要となる部品等を具体的に挙げたのが図表6である。このうち、例えばエンジン部品は、工業統計における「自動車用内燃機関の部品・取付具・附属品」に含まれ、トランスミッションは「駆動・伝導・操縦装置部品」に含まれる。

図表6 EV化で不要となる部品、必要となる部品の例

不要となる部品	必要となる部品
エンジン部品 シリンダヘッド シリンダロック ピストン ピストンリング コネクティングロッド カム カムシャフト ロッカーアーム ロッカーアームシャフト カムスプロケット 吸排気バルブ ライナー クランクシャフト タイミンクベルト 冷却ファン ラジエーター フライホイール トランスミッション (変速機) オートマチックトランスミッションとトルクコンバーター デュアルトランスミッションとクラッチ 無段変速機とトルクコンバーター	スロットバルブ スロットルボディ レゾネーター インテークマニホールド スタター 充電系部品 オルタネーター 潤滑系部品 オイルポンプ フィルター ストレーナー オイルパン オイルクーラー 燃料系部品 燃料タンク フィルター 燃料ポンプ 燃料バypass 燃料調節弁 インジェクター 燃料リターンバルブ 油圧ブレーキ 油圧装置 制動倍力装置 スタスタリンク
排気系部品 エキゾーストマニホールド 触媒 ブリアアラ メイマアラ フロントバルブ セクターバルブ リアバルブ ターボチャージャー 吸気系部品 エアクリーナー	(駆動用) モーター 二次電池 電動ブレーキ インバーター コンバーター 高圧系ワイヤーハーネス エレクトリックコネクタ 電動ウォーターポンプ 車載充電機

資料：各種報道を参考として当研究所作成

## (2)EVの普及予想

経済産業省「第1回自動車新時代戦略会議」資料 (18年4月) によれば、乗用車販売総台数に占めるEVの割合は、20年に5%、30年に8%、40年には15%の見通しとなっている<sup>7</sup> (図表7)。

この数値は地球温暖化防止のための国際的な公約<sup>8</sup>をわが国が達成するために必要となる技術シナリオに基づいて算出された割合で

ある。

なお、40年時点の乗用車販売総台数の内訳をみると、PHEV (20%)、HEV (15%) ともEV並みかそれ以上の普及を見通している。

エンジン搭載車の割合は84%としている。このことから、エンジンを搭載した自動車は将来全てなくなると考えるのは早計であろう。

<sup>7</sup> 2100年までの世界平均気温上昇を少なくとも50%の確率で2℃に抑制したシナリオに基づいて作成されたもの (IEA：国際エネルギー機関、ETP (Energy Technology Perspectives) 2017)。  
<sup>8</sup> 15年の第21回気候変動枠組条約締結国会議 (COP21) にて、「パリ協定」と呼ばれる気候変動抑制に関する多国間の協定が締結された。わが国は、温室効果ガス排出量を30年度までには13年度比でマイナス26%、50年までには同マイナス80%とする削減目標を掲げている。



図表7 パワートレイン別長期見通し  
IEAが示した技術普及シナリオ（平均気温上昇の▲2℃達成ケース）

	パワートレイン	2020年	2030年	2040年
電動車	FCEV	①	0%	1%
	EV	②	5%	15%
	PHEV	③	4%	11%
	HEV	④	6%	12%
	CNG	⑤	3%	3%
	D	⑥	18%	14%
	G	⑦	64%	51%
エンジン搭載車	①～④計	15%	32%	51%
	③～⑦計	95%	91%	84%

注1) IEAが示した技術普及シナリオ：IEA NETP (Energy Technology Perspectives) 2017。

注2) 上記シナリオよりも大規模にEVが導入されるとの見通しを示す機関もある。

① Bloomberg New Energy Finance (電動車の製造コスト低下を踏まえた、普及見通し)

EV・PHEVの新車販売割合は、30年に24%、40年に54%を占める。

② IHS Markit (各OEMヒアリング等による積み上げ予測)

EV・PHEVの新車販売割合は、30年に11%、40年に26%を占める。

注3) FCEV：燃料電池自動車、EV：電気自動車、PHEV：プラグイン・ハイブリッド自動車、HEV：ハイブリッド自動車、CNG：圧縮天然ガス自動車、D：クリーンディーゼル自動車、G：ガソリン自動車

資料：経済産業省「第1回自動車新時代戦略会議」(18.4.18) より作成

### (3) EVが普及する上での課題の論点整理

EVが普及する上での主な課題について、まとめてみた。

#### ① 電池の性能等に絡む問題

一般的には、エンジンのみを搭載したガソリン自動車など（以下、「ガソリン自動車等」）と比べてEVは航続距離が短い。特に登り坂が続く山地や、寒冷地などでは航続距離が短くなるため、安心して運転できるのかといった問題がある。

また、電池の正極の材料として使用されるケースの多いコバルトは、政情不安定のコングが主産地であり、供給面で不安を抱えている。さらに、EVに搭載されているリチウムイオン電池は、過去にパソコン等で発火事故が発生したこともあり、安全性の面からも注意が必要な材料である。このため、より安全な電池として有望といわれる全固体電池<sup>9</sup>などの技術開発の進展は必須である。

また、電池の価格が高いことや、航続距離を伸ばすために電池の容量を大きくすると、重量が重くなり過ぎる問題もある。このため、EV化においては、自動車部品の軽量化が必須となる。さらに、充放電を繰り返すことで電池の性能が劣化していく問題もある。

#### ② EV普及で果たして電力は足りるのか

電力は需要と供給が釣り合わないとき停電する恐れがある。全ての自動車がEVとなった場合、夏場のピーク電力需要時にも影響がないか検討が必要である。

#### ③ 充電インフラ問題

EVが本格的に普及するとすると、充電スタンドにおける充電時間の問題も出てくるだろう。充電には時間がかかるため、充電待ちの車両をどう待機させるのかといった課題も考えられる。また、多くのEV車両が一斉に充電する場合、現在の電線では必要となるだけの電力量を送電できない可能性もある。充電ス

<sup>9</sup> 電解質を液体から固体に替えることで安全性が高まり、劣化もしにくく作動温度範囲が広がる。しかし、電気が流れる速さ（電子の移動速度）は、固体の場合、液体より1000分の1遅くなる。このため、固体の電解質には、より接触密度を上げたり、薄くしたりするなどの技術的に解決すべき課題がある。

タンクに大容量の蓄電池を置くか、道路などにワイヤレス給電システム<sup>10</sup>を設置するという対応が必要となるだろう。また、充電スタンプは増加しているが、県内においては自動車販売会社に設置されているケースが多く、付帯的なサービスの位置付けである。純粋に事業として利益が出るようであれば、充電インフラが十分に整備されない可能性もある。

#### ④本当に環境に良いのか

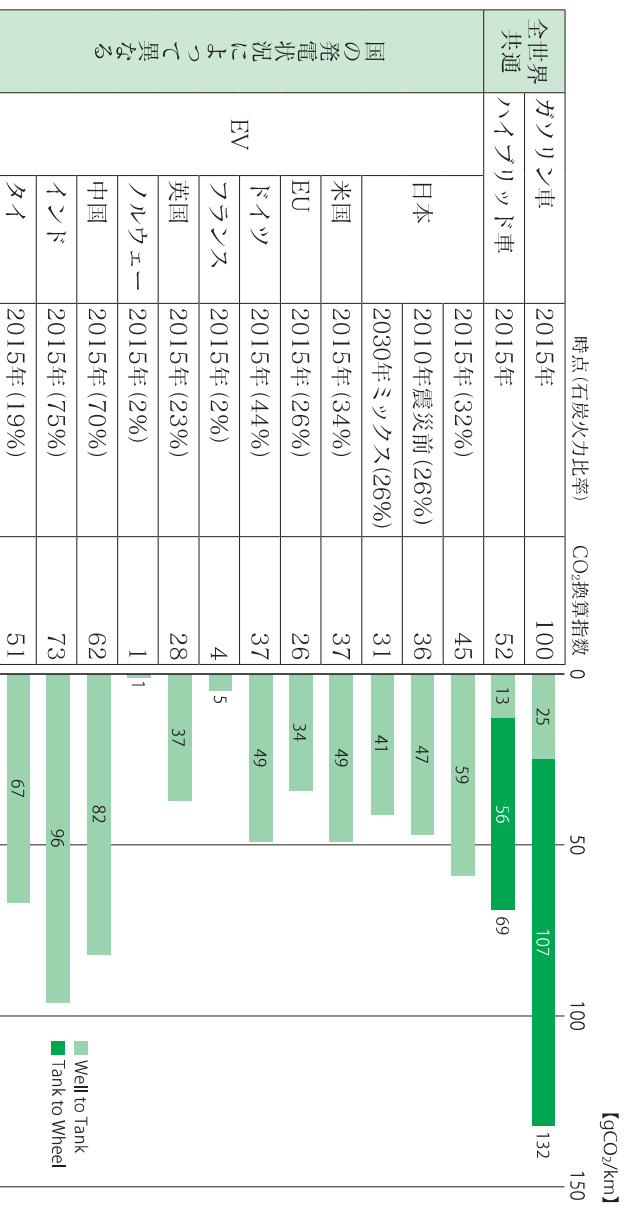
走行中のEVは、二酸化炭素（以下CO<sub>2</sub>）を排出しない。しかし、「Well to Wheel<sup>11</sup>」の観点から、原油などのエネルギー採掘時も含めたCO<sub>2</sub>排出量を確認する必要がある（図表8）。この観点で見ると、発電電力量の約7割が原子力であるフランス<sup>12</sup>は、EVの

CO<sub>2</sub>排出量は極めて少ないが、石炭火力比率が高いインドや中国では、EVのCO<sub>2</sub>排出量はガソリン自動車等より少ないが、HEVより多くなっている。

なお、資源エネルギー庁の「エネルギー白書2018」によれば、16年度においてわが国の火力発電は83.7%（石炭：32.3%、LNG42.1%、石油等9.3%）を占める。火力を減らし、原子力や再生可能エネルギーを増やさない限り、EVがクリーンでCO<sub>2</sub>を排出しないとは言いがたい。

また、EVが本格的に普及する場合、電池の廃棄処理に伴うCO<sub>2</sub>排出や廃棄コスト、環境への影響も社会全体で考えていかなければならない。

図表8 "Well to Wheel"での各種自動車のCO<sub>2</sub>排出量の評価



注) グラフは、1キロメートル走行で排出するCO<sub>2</sub>である。CO<sub>2</sub>換算指数は、CO<sub>2</sub>排出量（ガソリン自動車=100）を比較するためのもの。資料：経済産業省「自動車新時代戦略会議中間整理」（18.8.31）より当研究所作成

<sup>10</sup> 道路などのインフラ側から無線で電力をEVに供給するシステム。まず、道路にコイルを埋め込み、コイルに電流を流すと磁界が発生する。この磁界がEV側に取り付けられたコイルに誘導電流を発生させることで、電池に充電するシステムである。

<sup>11</sup> 「Well to Wheel」とは、「井戸から車輪まで」の意味で、「Well to Tank」と「Tank to Wheel」から成り立つ。自動車を動かすエネルギーであるガソリンまたは電力等を作る際に排出するCO<sub>2</sub>を「Well to Tank」と言い、自動車が行く際に排出するCO<sub>2</sub>を「Tank to Wheel」と言う。なお図表8には、自動車を製造する際に排出するCO<sub>2</sub>は含まれていない。ガソリン自動車やEVなどの製造時のCO<sub>2</sub>は、計算を公表している諸機関で見解が異なっており、経済産業省でも公表資料は出していない。

<sup>12</sup> 経済産業省「エネルギー白書2018」より。

## 5. EV普及による県内経済への影響について

①現在の産業構造が変わらず、②県内の乗用車生産台数が大きく変化しない、などの前提条件の下、産業連関表を用いて、県内完成車メーカーがEVを生産した場合の県内経済への影響について試算した。

### (1)試算の前提

経済波及効果とは、ある商品に需要が発生した時、取引の連鎖によって原材料など他の商品の需要が生み出され（直接効果）、それを製造・提供する様々な産業の生産が誘発されること（間接効果）を指す。この直接効果と間接効果を合わせて生産誘発効果という。なお、本稿における間接効果は第一次波及効果（直接効果に伴う原材料等の購入）および第二次波及効果（直接効果と第一次波及効果を通じて発生した雇用者所得のうち消費として支出される分）を合算したものである。

本稿においては、図表7（P6）のEVの普及見通しのEV比率を参考に試算を行った。なお、FCEVは普及率が低いこと、PHEVやHEVはエンジンを搭載していることから、EV以外は全てガソリン自動車等として試算した。また、下振れシナリオと上振れシナリオによる試算も併せて行った（図表9）。下振れシナリオはEVの生産割合が標準シナリオの半分、上振れシナリオはEVの生産割合が標準シナリオの倍に設定した。なお、県内乗用車総生産台数は70万台で推移し、現在

図表9 乗用車生産台数に占めるEV比率別のシナリオ

標準シナリオ	①	②	③
EV比率	5.0%	8.0%	15.0%
ガソリン自動車等の比率	95.0%	92.0%	85.0%
下振れシナリオ	①	②	③
EV比率	2.5%	4.0%	7.5%
ガソリン自動車等の比率	97.5%	96.0%	92.5%
上振れシナリオ	①	②	③
EV比率	10.0%	16.0%	30.0%
ガソリン自動車等の比率	90.0%	84.0%	70.0%

の産業構造から県内では電池を生産する企業はないとの仮定を置いた。その他試算の前提条件等については、文末を参照願いたい。

### (2)試算結果

県内で全てガソリン自動車等を生産した場合と、一部EVを生産した場合の経済波及効果をそれぞれ計算した。その上で、県内のEV生産による経済波及効果がガソリン自動車等の生産のそれと比べてどれだけ差が出るか、3つのシナリオごとに比較した（図表10）。

まず、直接効果についてみると、3つのシナリオともガソリン自動車等を100%生産する場合より、直接効果が大きい。これは、EVにおける電池の価格の高さが影響しているためである。一方、間接効果は3つのシナリオともガソリン自動車等を100%生産する場合より波及効果が小さくなっており、EV化によって自動車部品が必要となる影響などが反映されている。なお、直接効果と間接効果の合計額は、いずれのシナリオともプラス

図表10 EV化による影響

標準シナリオ	①	②	③	下振れシナリオ	①	②	③	上振れシナリオ	①	②	③
EV比率	5.0%	8.0%	15.0%	EV比率	2.5%	4.0%	7.5%	EV比率	10.0%	16.0%	30.0%
直接効果	193	308	578	直接効果	96	154	289	直接効果	385	616	1,155
間接効果	▲117	▲188	▲352	間接効果	▲59	▲94	▲176	間接効果	▲235	▲376	▲704
生産誘発効果	75	120	225	生産誘発効果	38	60	113	生産誘発効果	150	240	451

注1）生産誘発効果＝直接効果＋間接効果

注2）「全てガソリン自動車等を生産した場合」と「一部EVを生産した場合」の経済波及効果の差を求めた。



となる。

以上、県内の完成車メーカーでEVを生産した場合、完成車メーカー（直接効果）はプラスの影響になるのに対し、完成車メーカー以外のほとんどの産業（間接効果）は、マイナスの影響が出るとみられる。

試算では、標準シナリオ③（EV比率15.0%）の間接効果は、ガソリン自動車等を100%生産した場合と比べると352億円減少する。なお、これを業種別で見ると、最も影響が大きかったのは、自動車部品・同附属品を中心とした輸送機器で、減少額は293億円となる（図表11）。前述（P4図表4）のように、輸送機器の製造品出荷額等（約3兆5793億円）全体からみれば、影響は小さいと考えられる<sup>13）</sup>。

## おわりに

わが国においては、HEVをはじめとする電動車に関する技術が他国に比べて優位にある。エンジンを搭載しないEVの普及に関しては、技術的な課題などがまだまだ多い。このため、当面のところ全ての自動車かEVに置き換えることはないだろう。一方で、CO<sub>2</sub>排出量を減らすことは、わが国にとって国際公約上必須である。国際公約を達成していく上で、現実的な解は、EVよりPHEVやHEVなどエンジンを搭載した電動車を普及させていくことだろう。また、電動化により車体が重くなることから、自動車部品の軽量化を進めることは必須である。

既に群馬県では、次世代自動車分野に関する企業向けセミナーなどを積極的に実施している。群馬大学でも次世代EV研究会を立ち

図表11 EV化による影響（業種別：間接効果）

金額単位：百万円

順位	業種	間接効果の影響
1	輸送機器	▲29,268
2	不動産	▲2,352
3	商業	▲1,999
4	対個人サービス	▲1,108
5	対事業所サービス	▲1,002
6	運輸・郵便	▲883
7	教育・研究	▲660
8	金融・保険	▲647
9	情報通信	▲539
10	医療・福祉	▲428
11	鉄鋼	▲365
12	プラスチック・ゴム	▲307
13	建設	▲211
14	飲食料品	▲167
15	その他の非営利団体サービス	▲123
16	分類不明	▲103
17	水道	▲103
18	金属製品	▲102
19	はん用機械	▲82
20	化学製品	▲72
21	その他の製造工業製品	▲61
22	電力・ガス・熱供給	▲61
23	農林水産業	▲47
24	公務	▲40
25	パルプ・紙・木製品	▲40
26	事務用品	▲35
27	廃棄物処理	▲29
28	生産用機械	▲9
29	窯業・土石製品	▲8
30	業務用機械	▲5
31	繊維製品	▲3
32	石油・石炭製品	▲3
33	情報・通信機器	▲1
34	鉱業	▲0
35	非鉄金属	122
36	電子部品	922
37	電気機械	4,612
	合計	▲35,207

注）標準シナリオ③におけるEVの割合15.0%の業種別間接効果

上げている。県内自動車関連企業は、部品の軽量化を進め、積極的にこれらの機関等を活用して情報を収集し、自社の強みを生かしていくことが望まれよう。

<sup>13）</sup> 本稿は、県内完成車メーカーがEVを生産した場合の試算である。県外完成車メーカーがEVに生産を切り替えた場合、県内経済への影響は更に大きくなると考える。この影響を試算するには、都道府県間の産業連関表が必要だが、公的統計には存在しないため、試算を行わなかった。

## 別紙

## EV普及による影響度調査試算の前提について

## 1. 分析の前提

- ・乗用車生産に占めるEVの割合は図表9 (P8) の通りとした。また、前提となる県内乗用車総生産台数は70万台と横ばいで推移するとした。
- ・県内乗用車総生産台数70万台は、以下の考えで設定した。
- ・20年度におけるスバルの国内標準生産能力69万6000台 (同社の「新中計ビジョン2018-2025」) を参考の上、スバルが近年海外生産を増やしていること、わが国で人口減少が進むことを考慮し、中計の生産能力から大きく変動しないと仮定して設定した。

- ・EVの販路構成は、11年産業連関表の乗用車部門と同一とする。
- ・電池の容量は60kWhとした。これは日産「リーフe+」(62kWh) と同程度である。
- ・現在の県内産業構造から、モーター、PCUは県内で生産が可能と仮定した。一方、電池は全て県外から調達すると仮定した。
- ・県内完成車メーカーでEVを生産した場合の県内経済への影響を前提とした。(県外完成車メーカーでEVを生産した場合の県内経済への影響は、都道府県間の産業連関構造の公的統計がないため、試算できない。)

## 2. 試算の流れ

## ①EVで新たに必要となる部品の材料特定

- ・電池、モーター、PCUを新たに必要な部品とした。
- ・上記部品の材料については足田浩一他(02年3月)「電気自動車KAZのLCA」(慶應義塾大学産業技術研究所) および、中野諭他(08年1月)「電気自動車ELICAのLCA」(同上) を参考にした。

## ②新たに必要となる部品の単価把握

- ・11年の全国産業連関表の部門別品目別国内生産額表より、新たに必要となる部品の単価を把握した。

## ③EVで不要となる部品の特定

- ・一般社団法人日本自動車部品工業会の「自動車部品出荷額動向調査結果(2011年度)」の部品品目を確認し、EV化で不要となる部品を特定した。

## ④11年群馬県産業連関表の修正

- ・群馬県産業連関表(11年)の108部門表をベースに、EVで新たに必要となる部品(電池、モーター、PCU)について新たに部門を追加し、さらに乗用車部門に新たにEV部門を設けた。その後、上記②、③を踏まえて生産者価格評価表を修正した。

## ⑤シミュレーション実行

- ・図表9の3つのシナリオに基づき、試算を行った。

都道府県等名		千葉県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	千葉県における旅行・観光に関する経済波及効果	令和元年12月	有	千葉県商工労働部 観光企画課	平成23年千葉県産業連関表	平成30年の観光消費額から、平成23年千葉県産業連関表を用い、千葉県における旅行・観光に関する経済波及効果を推計	詳細は「平成30年千葉県観光入込調査報告書」を参照

都道府県等名		富山県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	富山マラソン 2019 の経済波及効果	令和元.5月	有	富山大学	平成 23 年富山県産業連関表(37 部門表)	富山マラソン 2019 の開催に伴う富山県内の経済波及効果を試算 <ul style="list-style-type: none"> <li>・波及効果 1,525 百万円</li> <li>・うち直接効果 1,011 百万円</li> <li>・うち生産誘発額 514 百万円(2 次効果まで)</li> </ul>	富山マラソン実行委員会が委託

## 「富山マラソン2018」ランナーに対するアンケート調査結果について

### 1 調査方法

- ①対象：1,500人(出走者)を層化多段階に基づき無作為抽出し、郵送法によるアンケート調査を大会開催後に実施
  - ②回収：772部を回収し、727部の有効回答が得られた(有効回答率48.5%)
  - ③内容：ランナーの基本的属性、行動・心理特性、観光行動の有無、消費額(単価)等
  - ④経済効果の算定：「経済波及効果分析ツール(富山県)」を用いて自動算定
- ＜調査実施＞富山大学人間発達科学部 地域スポーツコース  
 神野 賢治研究室(講師、スポーツ社会学/スポーツ政策・マネジメント領域)

### 2 調査結果の概要

#### ＜社会的効果＞

- ①参加状況：家族や友人との参加が増加傾向にある(図1)
- ②情報入手：知人から聞く(いわゆる口コミ)が19.4%と最多。新聞等が昨年より増加(図2)
- ③観光行動：大会前後の観光行動は21.5%と減少傾向。大会前が約半数を占める(図3)
- ④観光地：コース周辺が主であるが、過去大会と比べると分散傾向(図4)
- ⑤観光をしない理由：大会参加(マラソン)のみの目的が多数(図5)
- ⑥総合満足度：92.2%のランナーが満足感を得た(図6)
- ⑦再参加意欲：86.6%のランナーが次回大会への参加意欲を示した(図7)
- ⑧富山に対する意識：82.4%のランナーが、富山県に対する興味関心や愛着を高めた(図8)
- ⑨リピーターの存在：全大会のリピーターは35.1%と増加、初めての参加者は21.2%(図9)
- ⑩県内ランナーの動態：県内ランナーは富山マラソンへの参加を経て運動スポーツ・習慣を確立している(過去全調査の縦断的な解析による結果、図11)

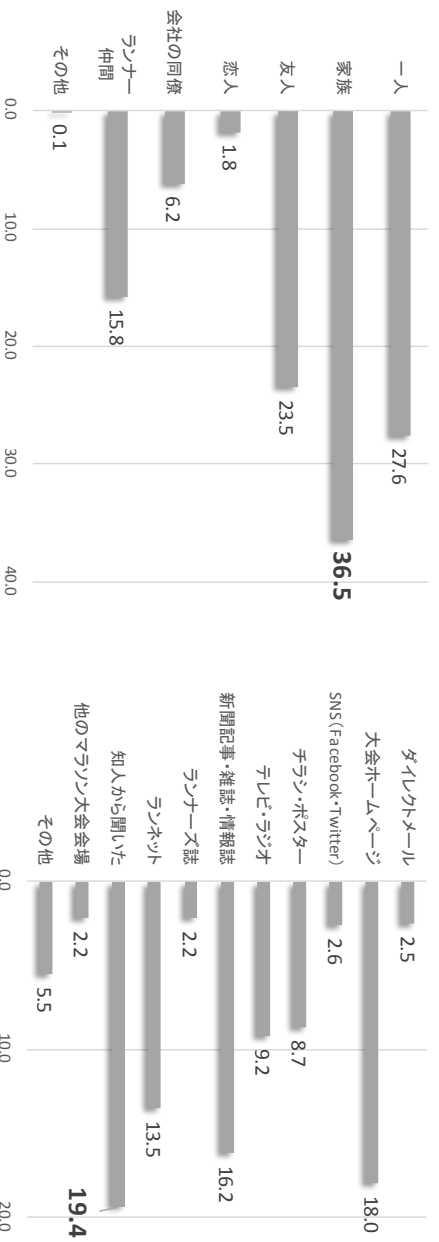


図1 同行者(複数回答、%)

図2 情報入手経路(複数回答、%)

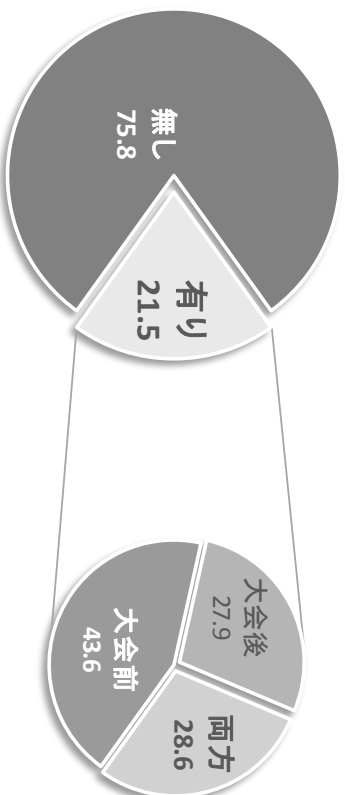


図 3 観光行動の有無と時期 (%)

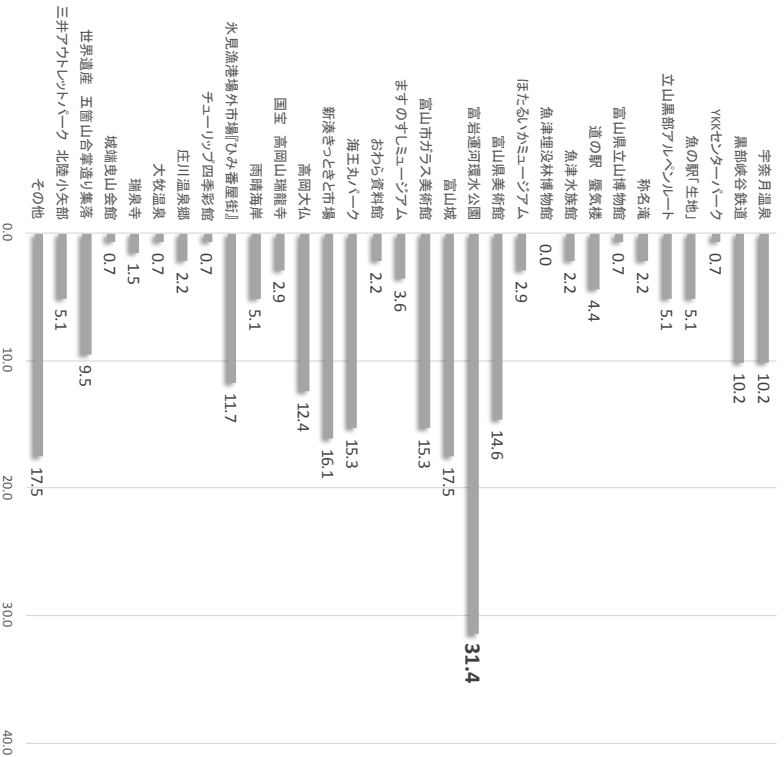


図 4 訪れた観光地(観光行動有群、%)

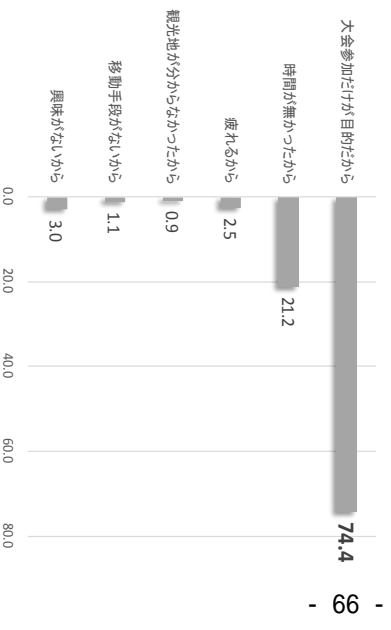


図 5 観光をしない理由(観光行動無群、%)

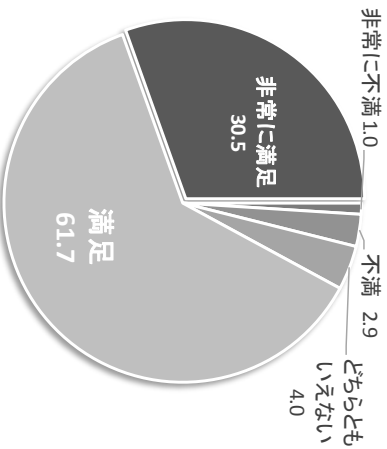


図 6 総合満足度 (%)

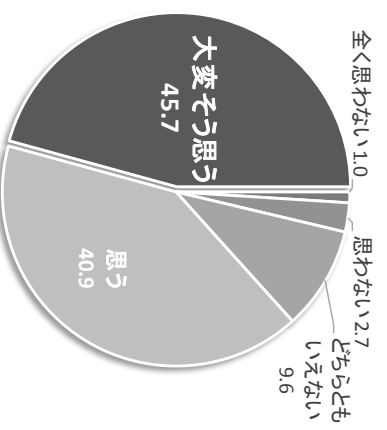


図 7 再参加意欲 (%)

『次回大会も参加したいと思うか』

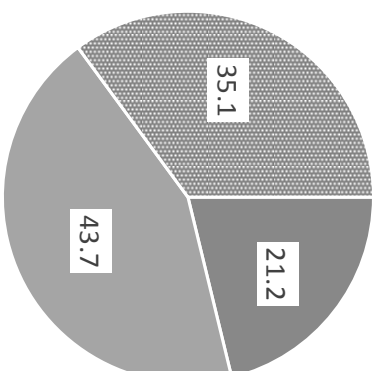
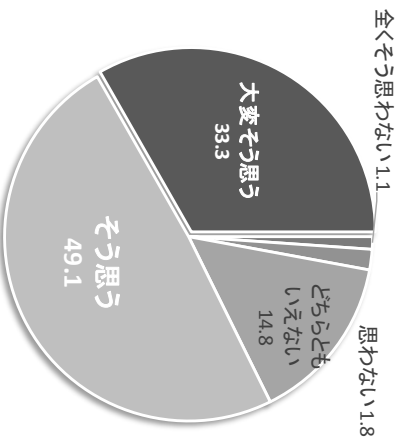


図8 富山県に対する意識 (%)  
『富山県に対する興味関心(愛着)が増えたか』

■リピーター(全で) ■リピーター(2-3回) \*初回  
図9 参加頻度 (%)

＜経済的効果＞

①消費額の推計

区分	人数	消費単価	消費推計額 (百万円)
ランナー	13,718	【宿泊費】、【交通費】、 【飲食費】、【娯楽費】、 【お土産】、【その他】	318
同行者	7,528		168
ボランティア	5,053		12
沿道応援等	172,000		413
計	198,299		911

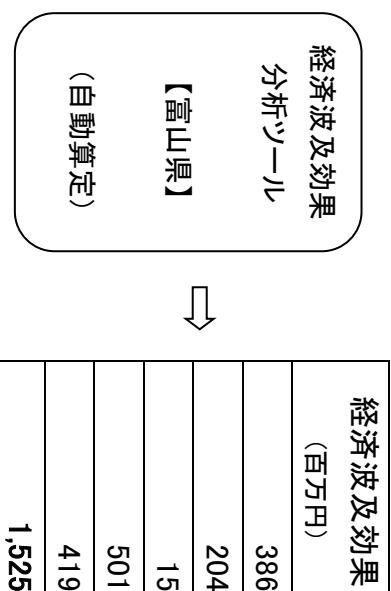
注1) ランナー、同行者の消費額は、県内・県外、日帰り・宿泊の区分毎に積算

注2) ボランティア、沿道応援等の消費額は、宿泊費、その他を除いて積算

②経済波及効果

15.3億円 【経済波及効果倍率】 約1.5倍

区分	消費推計額 (百万円)
ランナー	318
同行者	168
ボランティア	12
沿道応援等	413
事業費	345
計	1,256



	金額 (百万円)		備考
	2018	2017 (第3回)	
直接効果	1,011	1,025	
第1次波及効果	306	311	
第2次波及効果	208	211	
経済波及効果	1,525	1,547	

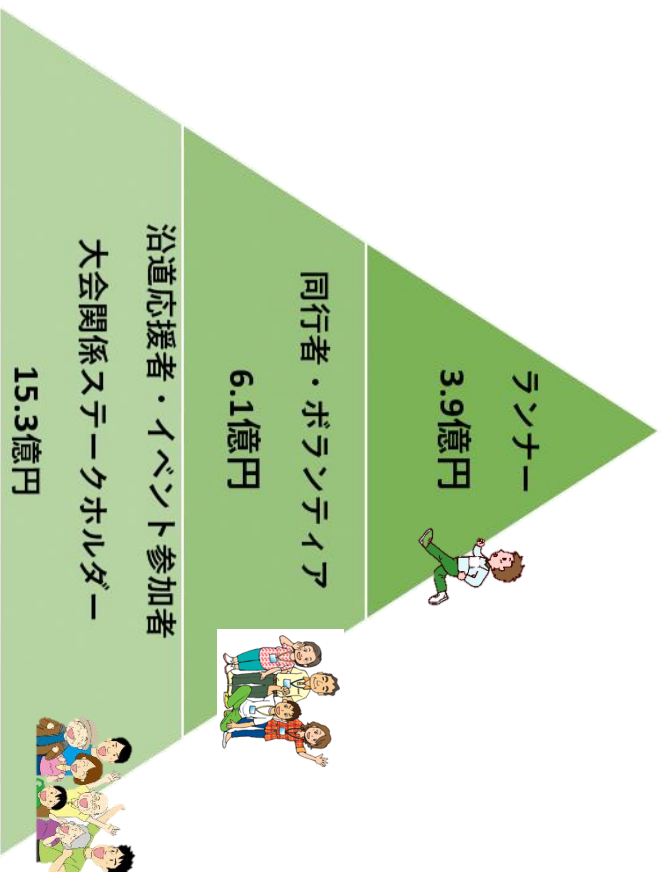


図 10 経済波及効果の拡がり

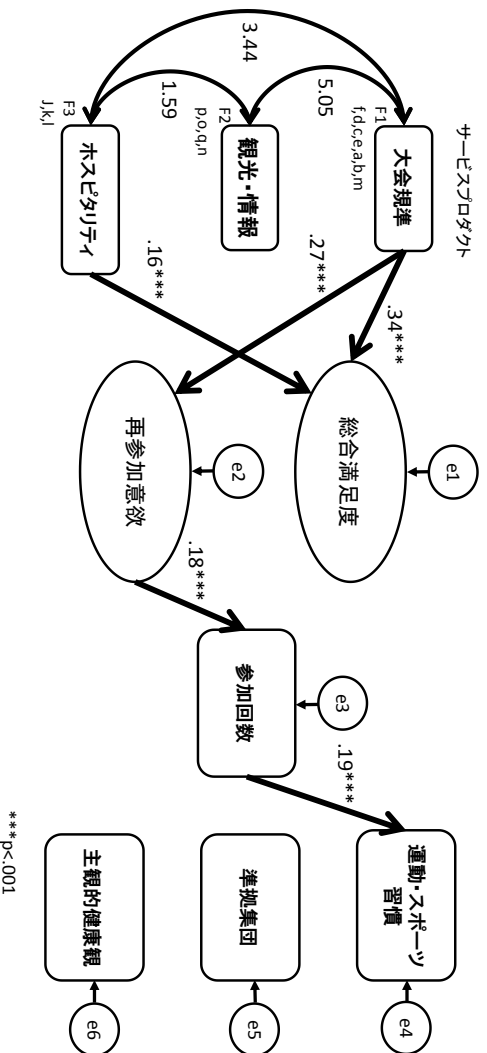


図 11 県内ランナーの参加動態（共分散構造分析によるモデリング）

### 3 今後の成果抽出課題

- 1) ボランティア等の大会関係者、沿道応援者やイベント参加者などの地域住民へ対象を拡大し、社会的・経済的効果を計測する
- 2) 観光行動について、参加者の消費行動や行動エリアなどを詳細に把握する
- 3) 海外からの参加者（ランナー）に対する効果検証

以上

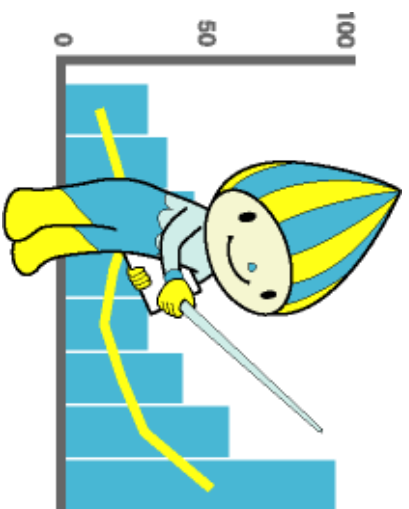


都道府県等名		石川県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	「金沢マラソン 2019」石川県内への経済波及効果	令 2. 3	無	金沢マラソン組織委員会	平成 23 年石川県産業連関表 (37 部門)	金沢マラソンの開催に伴う石川県内の経済波及効果を推計。 ・波及効果(第 2 次波及効果まで) 約 22.6 億円	
2	「北陸地域におけるインバウンド消費による経済波及効果」	令 2. 2. 13	無	日本銀行金沢支店	平成 23 年石川県産業連関表 (37 部門)	石川県におけるインバウンド消費額についての経済波及効果を推計。 ・波及効果 146 億円	

都道府県等名		長野県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	軽井沢町 G20 関係閣僚会合による経済波及効果	令和. 12. 12	有	G20 関係閣僚会合軽井沢町推進町民会議	平成 23 年長野県産業連関表 (37 部門)	2019 年 6 月に開催した「G20 持続可能な成長のためのエネルギー転換と地球環境に関する関係閣僚会合」が長野県にもたらした経済波及効果を試算。 ・経済波及効果 11 億 2400 万円	
2	松本山雅 FC の 2019 シーズンの経済波及効果	令和. 12. 20	有	特定非営利活動法人 SCOP	平成 23 年長野県産業連関表 (37 部門)	2019 年シーズンの活動によって生じた経済波及効果を試算。J1 に初めて挑戦した 2015 年シーズンと比べ 9 億 9400 万円の増。 ・経済波及効果 64 億 4600 万円	

都道府県等名		岐阜県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	観光消費が県経済に及ぼす影響分析	令元.12	無	岐阜県商工労働部観光国際局観光企画課	平成23年岐阜県産業連関表(108部門)	平成30年度の観光消費における岐阜県内の経済波及効果を試算。 ・経済波及効果 417,244百万円(1.48倍) (2次効果まで) ・就業誘発効果 41,189人	別添資料あり
2	大河ドラマ「麒麟がくる」の経済波及効果	令2.1	有	(株)十六総合研究所	平成23年岐阜県産業連関表(108部門)	NHK大河ドラマ「麒麟がくる」の放映に伴う岐阜県内の経済波及効果を試算。 ・経済波及効果 7,303百万円(2次効果まで)	別添資料あり

# 平成30年岐阜県観光入込客統計調査

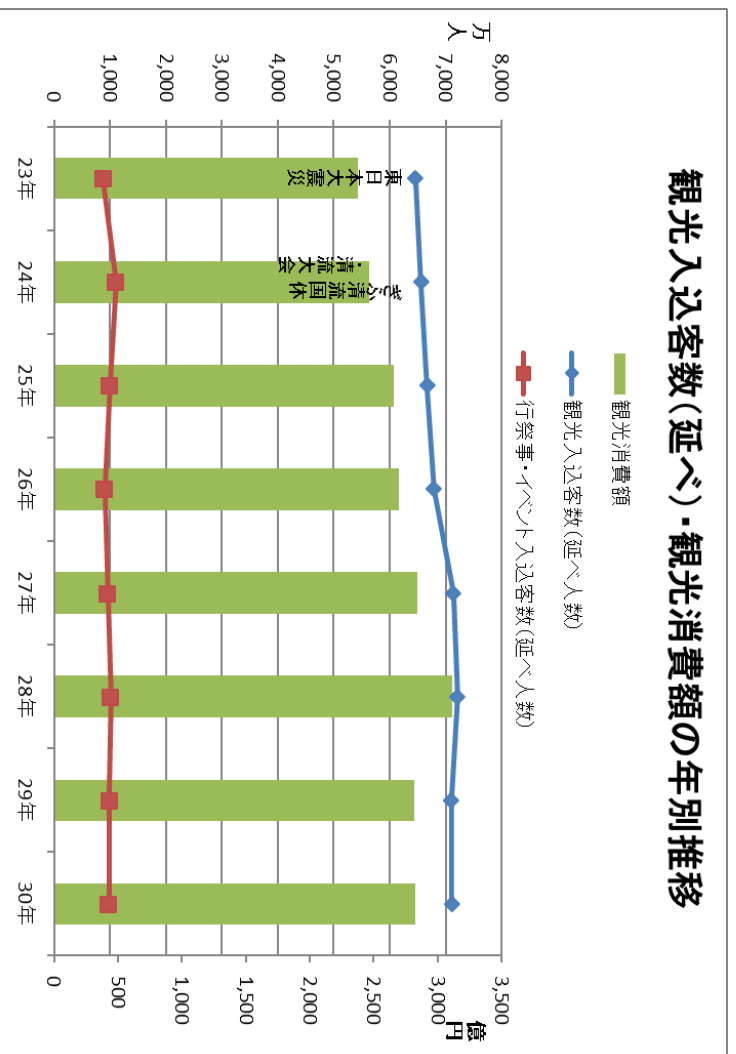


令和元年12月

岐阜県観光国際局観光企画課

# 1 観光入込客数 (延べ) ・ 観光消費額

## 観光入込客数(延べ)・観光消費額の年別推移



区分	平成30年 (対前年比)	参考：平成29年
観光入込客数 (延べ人数)	7, 100万人 (△0.1%)	7, 104万8千人
行祭事・イベント入込客数(延べ人数)	986万5千人 (△0.8%)	994万6千人
観光消費額	全体	2, 821億85百万円 (0.1%)
	日帰り客	1, 377億37百万円 (△7.6%)
	宿泊客	1, 444億48百万円 (8.7%)

※平成23年の調査より、観光庁が策定した「観光入込客統計に関する共通基準」を導入し、調査手法を変更している。

※千人未満を四捨五入しているため、対前年比に誤差が生じることや、内訳の計と合計が一致しないことがある。

○**観光入込客数 (延べ人数)** は、7, 100万人 (対前年比△0.1%) となり、前年に比べ減少した。

○**行祭事・イベント入込客数 (延べ人数)** は、986万5千人(対前年比△0.8%)となり、前年に比べ減少した。

○**観光入込客数 (実人数)** は、4, 602万8千人 (対前年比+1.0%) と、前年に比べ増加した。(4頁参照)

○**観光消費額**の総額は2, 821億85百万円 (対前年比+0.1%) で、うち日帰り客分は1, 377億37百万円 (対前年比△7.6%)、宿泊客分は1, 444億48百万円 (対前年比+8.7%) であった。

○**主な傾向**は、以下のとおり。

- ・平成30年7月豪雨災害や夏季の猛暑、台風の影響があったものの、朝ドラの放送や県内観光施設の新規オープン・リニューアルオープンによる集客効果により、入込客数は概ね前年並みを保った。
- ・観光消費額は、一人当たりの平均消費額について日帰り客分が減少した（3,719円→3,428円）反面、宿泊客分は増加となった（24,217円→24,723円）。全体の観光消費額は、宿泊客数の消費額単価及び入込客数の増加に伴い、前年と比較し微増となった。
- ・外国人観光客（実人数）については、中国人観光客が団体旅行・個人手配旅行ともに大きく増加したほか、客単価の高い欧米からの観光客が飛騨地域を中心に好調であり、増加となった。

## 2 観光地点別の集客数（県内トップ10）

（単位：万人）

順位	観光地点名	入込客数	参考：29年	
			順位	入込客数
1	土岐プレミアム・アウトレット	678.2	1	719.7
2	河川環境楽園（アケア・トトぎふ含む）（各務原市）	509.4	2	494.2
3	高山市街地エリア	344.8	3	361.3
4	白川郷合掌造り集落（白川村）	188.8	4	176.1
5	千代保稲荷神社（海津市）	170.0	6	157.3
6	湯の華アイランド（可児市）	162.2	5	163.4
7	伊奈波神社（岐阜市）	147.4	7	149.9
8	千本松原・国営木曾三川公園（海津市）	140.7	8	134.1
9	世界イベント村ぎふ（岐阜メモリアルセンター）（岐阜市）	136.7	9	128.7
10	下呂温泉（旅館の宿泊利用及び日帰り利用）	122.5	10	123.3

○観光地点毎の入込客数は、1位から4位までの地点の順位に変動はなかった。

○NHK連続テレビ小説「半分、青い。」の放送により、舞台のロケ地となった恵那市岩村町では、入込客数が大幅に増加した。

\*参考：岩村城下町（恵那市） 33.5万人（前年比195.4%増）

○清流長良川あゆパーク（郡上市）、道の駅「パレットピアおおの」（大野町）の新規オープンや岐阜かかみがはら航空宇宙博物館（各務原市）、ぎふ清流里山公園（美濃加茂市）のリニューアルオープンにより、立地市町村を中心に入込客数が増加した。

○平成30年7月豪雨災害によるJR高山線運休や台風21号などの影響により、飛騨圏域では入込客数が減少した。

### 3 行祭事・イベント入込客数（県内トップ10）

（単位：万人）

順位	行祭事・イベント名	入込客数	参考：29年	
			順位	入込客数
1	長良川花火大会（岐阜市）	65.0	1	70.0
2	元氣ハツラツ市（大垣市）	44.5	5	33.0
3	十万石まつり	30.0	23	12.0
4	高山祭	29.6	2	43.2
5	郡上おどり	29.1	6	29.6
6	道三まつり（岐阜市）	29.0	3	41.0
7	ぎふ信長まつり（岐阜市）	28.0	4	35.0
8	土岐美濃焼まつり	27.0	9	25.0
9	刃物まつり（関市）	26.0	8	26.0
10	濃尾大花火（羽島市・一宮市市民花火大会）	24.0	10	24.0

○行祭事・イベント毎の入込客数の県内トップは、昨年と同じ「長良川花火大会」（岐阜市）で6.5万人、2位は「元氣ハツラツ市」（大垣市）で4.5万人、3位が十万石まつり（大垣市）で3.0万人となった。

○天候によって入込が大きく変動するため、前年に日並びや天候に恵まれた「高山祭」のほか、「道三まつり」は順位を下げた。

### 4 経済波及効果（試算）

平成30年の県内観光消費による経済波及効果（観光関連産業の経済波及効果）を試算したところ、生産誘発額は4,172億44百万円、就業誘発効果は41,189人となった。

## ＜参考＞ 旅行者分類別データ

県内観光客の動向をより詳細に分析するため、観光入込客数を実人数に換算し、旅行者分類別、県内圏域別の入込客数、外国人宿泊客数等を算出した。

※詳細は、別添「参考表」参照

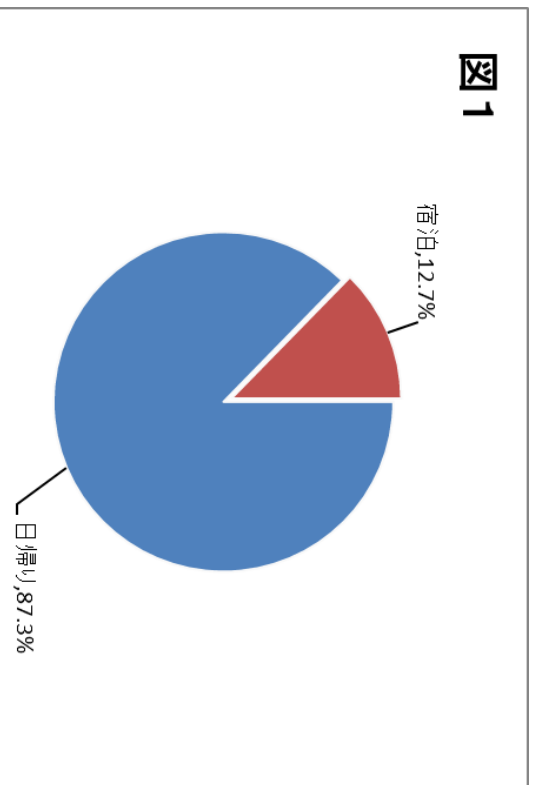
※千人未満を四捨五入しているため、対前年比に誤差が生じることや、内訳の計と合計が一致しないことがある。

### (1) 日帰り・宿泊別観光入込客数

#### ＜観光入込客数（実人数）＞

区分	平成30年（対前年比）	参考：平成29年
全体	4,602万8千人（1.0%）	4,555万7千人
日帰り客	4,018万5千人（0.3%）	4,007万1千人
宿泊客	584万3千人（6.5%）	548万6千人
【うち外国人】	【101万9千人（21.6%）】	【83万8千人】

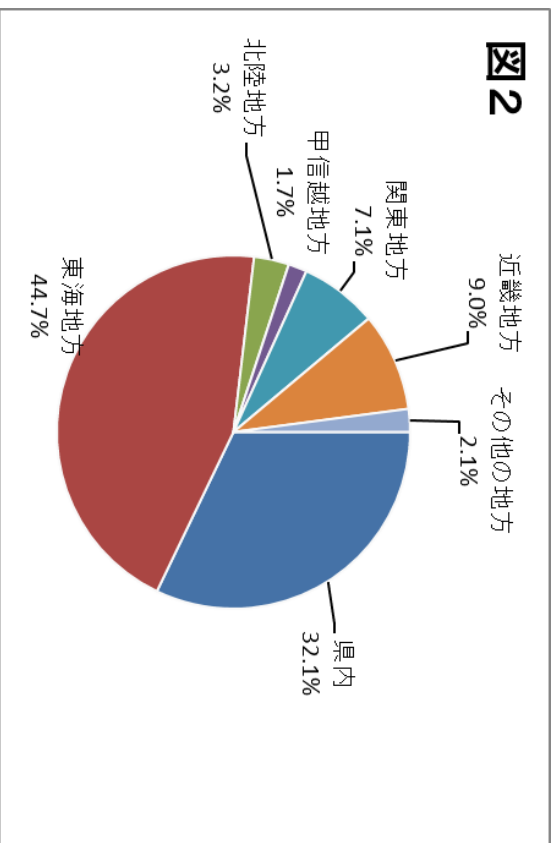
※宿泊客の「うち外国人」については、観光庁の宿泊旅行統計調査における本県の外国人延べ宿泊者数をもとに算出している。（平成30年外国人延べ宿泊者数 148.4万人）



平成30年の観光入込客数（実人数）は4,602万8千人であったが、これを日帰り・宿泊別にみると、日帰り客は4,018万5千人、宿泊客は584万3千人であり、依然として日帰り客が多い。（図1）



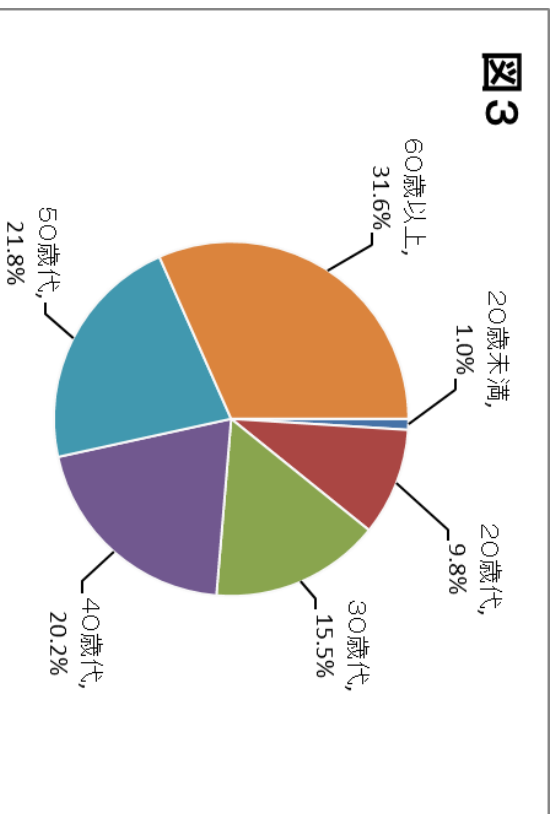
## (2) 居住地別観光入込客数



居住地別に見ると、県全体では県内客は1, 477万7千人(構成比32.1%)、県外客は3, 125万1千人(構成比67.9%)と、県外客が多くを占めた。特に飛騨圏域では県外客の割合が83.1%と高い。

県外客のうちおよそ7割が東海地方からの観光客であり、以下近畿、関東地方と続いている。(図2)

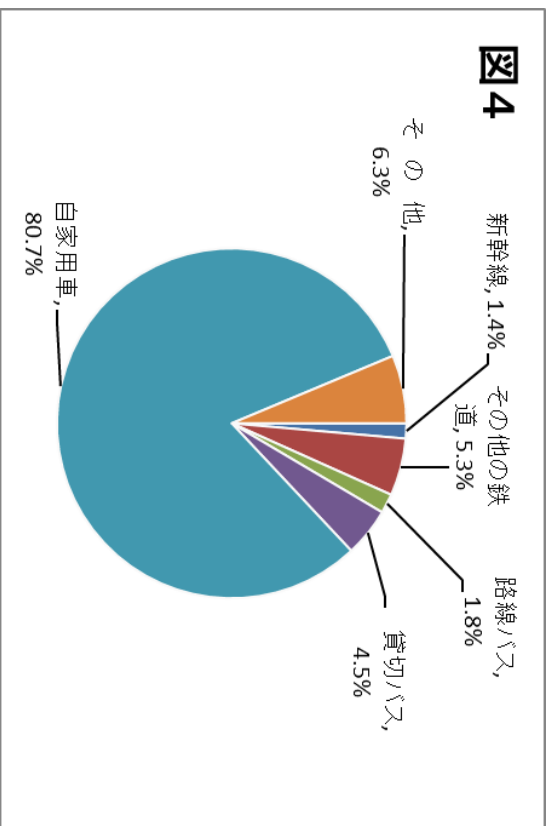
## (3) 男女別・年齢別観光入込客数



男女別で見ると、男性が2, 644万人(構成比57.4%)、女性は1, 958万8千人(構成比42.6%)と前年に引き続き男性が多かった。

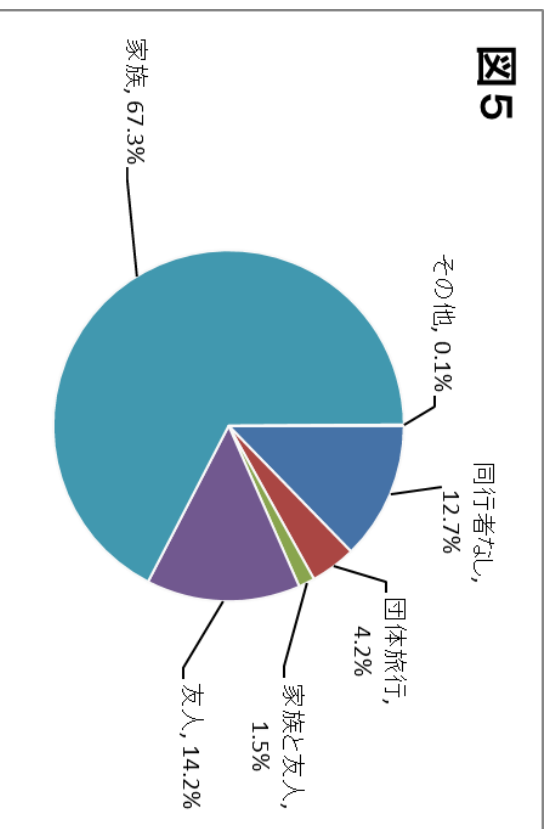
年齢別では、60歳以上が31.6%と最も多く、続いて50歳代、40歳代が多い傾向は変わらない。(図3)

#### (4) 利用交通機関別観光入込客数



利用交通機関別に見ると、自家用車が最も多く全体の80.7%を占め、鉄道や路線バスなどの公共交通機関の割合は低い。(図4)

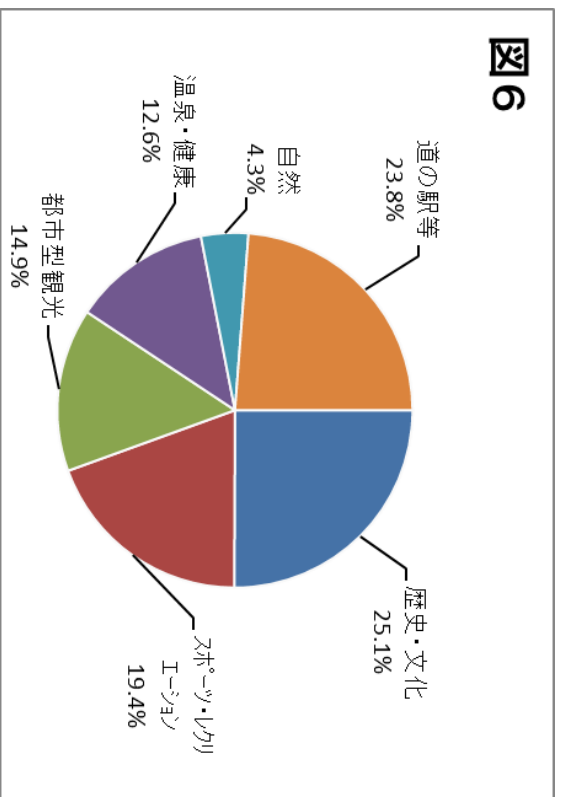
#### (5) 同行者別観光入込客数



同行者人数別に見ると、「(本人を含め) 2～3人」が最も多く全体の64.8%を占め、続いて「(本人を含め) 4～5人」が15.7%であった。

同行者別に見ると、「団体旅行」の割合は全体の4.2%にとどまり、「家族」が67.3%と最も多く、次いで「友人」14.2%と個人旅行が主流となっており、「一人旅」も増えている。(図5)

## (6) 観光地分類別観光入込客数



観光地分類別に見ると、「歴史・文化」、「道の駅等」、「スポーツ・レクリエーション」の順に多く、以下、「都市型観光（買物・食等）」、「温泉・健康」、「自然」と続く。(図6)

※観光地の分類方法については、次頁<調査の概要>参照

### ○ 平均訪問地点数と平均宿泊数

**1人当たり平均訪問地点数**（「観光地点入込客数（延べ人数）」を「観光入込客数（実人数）」で除したものは、**1.5地点（△0.1地点）**で、四半期別に見ると、1～3月が

1.7地点（+0.3地点）、4～6月が1.6地点（+0.1地点）、7～9月が

1.4地点（△0.1地点）、10～12月が1.5地点（△0.4地点）であった。

また、**同一施設における1人当たり平均宿泊数**（「宿泊客数（延べ人数）」を「宿泊客数（実人数）」で除したものは、**1.2泊（+0.1泊）**で、四半期別に見ると、1～3月が

1.1泊（±0泊）、4～6月が1.1泊（△0.1）、7～9月が1.3泊（+0.2泊）、

10～12月が1.2泊（+0.1泊）であった。

## ＜調査の概要＞

本調査は、観光庁が策定した「観光入込客統計に関する共通基準」(平成25年3月改定)に基づき、実施したものである。

### 1. 調査期間

平成30年1月1日から平成30年12月31日まで

### 2. 調査対象観光地点等

#### ①観光地点の定義

- ・ 非日常利用が多いと判断される地点。
- ・ 観光入込客数が適切に把握できる地点。
- ・ 前年の観光入込客数が年間1万人以上、若しくは前年の特定月の観光入込客数が5千人以上である地点。

#### ②観光地点等の分類

観光地点等の分類は以下の区分による。

■観光地点	
自然	山岳、高原、湖沼、河川、海岸、海中、島、その他自然(エコツアーズム、グリーンツーリズム等)
歴史・文化	史跡、城、神社・仏閣、庭園、歴史的まち並み、旧街道、博物館、美術館、記念・資料館、動・植物園、水族館、産業観光、歴史的建造物、その他歴史
温泉・健康	温泉地、その他温泉・健康
スポーツ・レクリエーション	スポーツ・レクリエーション施設、スキー場、キャンプ場、釣り場、海水浴場、マリナ・ヨットハーバー、公園、レジャーランド・遊園地、テニスパーク、その他スポーツ・レクリエーション
都市型観光 一買物・食等一 道の駅等	商業施設、地区・商店街、食・グルメ、その他都市型観光一買物・食等一(農水産品の直売所、物産館等) 他に分類されない観光地点(道の駅、パークソングエリア等)
■行事・イベント	行・祭事、花見、初詣、花火大会、郷土芸能、地域風俗、博覧会、コンサート、スポーツ観戦、映画祭、コンベンション・国際会議、他に分類されない行事・イベント

### 3. 調査プロセス

#### (1) 観光地点等入込客数調査

統計の基礎となる観光地点等ごとの入込客数（延べ人数）を把握する。

#### (2) 観光地点パラメータ調査

県内の20観光地点を訪れた観光客を対象に調査を行い、属性別の構成比、平均訪問地点数、平均消費額単価などのパラメータを算出する。

#### (3) 観光入込客数（実人数）・観光消費額単価・観光消費額の推計

上記（1）、（2）及び観光庁より提供される以下のデータを用いて推計する。

- ・観光目的別・居住地別の宿泊観光入込客数
- ・ビジネス目的・県外の日帰り観光入込客数
- ・観光目的別・宿泊／日帰りの別の訪日外国人の観光消費額単価
- ・ビジネス目的・宿泊／日帰りの別、県内／県外別の観光消費額単価
- ・観光／ビジネス別、県内／県外別実家・キャンプ場等利用補正係数

2020年1月10日

## 大河ドラマ「麒麟がくる」の経済波及効果推計について

- ・今年1月19日(日)より、NHK大河ドラマ『麒麟がくる』の放映が開始される。
- ・岐阜県は、主人公の明智光秀にゆかりのある地が多く、岐阜・可児・恵那の3か所に大河ドラマ館が設置されることから、観光客数の増加や岐阜県経済への波及効果が期待されている。
- ・そこで、観光消費額の増加がおよぼす県内への波及効果について試算した。

### ＜概要＞

- ・県内において増加が予想される宿泊客、日帰り客数の合計は約85万人。
- ・観光消費額の増加予想額は、約53億円。
- ・経済波及効果は約73億円と予想。内訳は、岐阜県内企業への直接効果が約48億円、県内企業の従業員の給料増加による消費分および県内企業と取引がある県外企業等への間接効果が約25億円。

### ＜算出方法＞

#### 1. 来岐者増加数の推計

##### (1) 宿泊客増加数の推計

- ① 過去の大河ドラマにおける延べ宿泊客の動向  
2012～18年に放映されたNHK大河ドラマの舞台地について、各舞台地が所在する都道府県別における宿泊客数の対前年増減率を算出。県外宿泊客増加率の平均値を3.9%(Ⅰ)、県内宿泊客増加率の平均値を-1.2%(Ⅱ)と算定した。

##### ② 宿泊客増加数の推計

2018年の岐阜県における県外宿泊客数(除く外国人):3,081,740人および県内宿泊客数:815,700人に、前述の増加率Ⅰ、Ⅱをそれぞれ乗じ、合計した110,970人(A)を宿泊客増加数とした。

(出所)観光庁「宿泊旅行統計調査」※県外には外国人宿泊客を除く

## (2) 日帰客増加数の推計

① 過去の大河ドラマにおける日帰客(日本人・観光目的)の動向  
2012～18年に放映されたNHK大河ドラマの舞台地について、各舞台地が所在する都道府県別における日帰客数の対前年増減率を算出。日帰客数増加率の平均値を1.9%(Ⅲ)と算定した。

### ② 日帰客増加数の推計

2018年の岐阜県における日帰客数:40,185,300人に、前述の増加率Ⅲを乗じた 744,492人(B)を日帰客増加数とした。

(出所)岐阜県「岐阜県観光入込客統計調査」

## (3) 来岐者増加数

宿泊客増加数 110,970人(A) + 日帰客増加数 744,492人(B) = 855,462人(C)  
を来岐者増加数と算出した。

## 2. 観光消費額増加額の推計

### (1) 宿泊客による増加額の推計

宿泊客増加数 110,970人×1人あたり観光消費額 24,723円 = 2,744百万円…D

(出所)岐阜県「岐阜県観光入込客統計調査」

### (2) 日帰客による増加額の推計

日帰客増加数 744,492人×1人あたり観光消費額 3,428円 = 2,552百万円…E

(出所)岐阜県「岐阜県観光入込客統計調査」

### (3) 来岐者による観光消費額増加額

宿泊客による増加額 2,744百万円 + 日帰客による増加額 2,552百万円 = 5,296百万円…F (D+E)

## 3. 経済波及効果の推計

上記観光消費額の増加額を観光庁「旅行・観光消費動向調査」により産業連関表の業種ごとに分類し、岐阜県「岐阜県産業連関表による経済波及効果分析システム(Ripple2016)」を用いて経済波及効果を推計したところ、以下の結果となった。

経済波及効果 (百万円)		
うち、直接効果		7,303
うち、間接効果		4,778
		2,525

※直接効果:観光消費額増加額のうち、県内企業が生産する財貨・サービス(県産品)

間接効果:直接効果により県内産業にもたらされる生産増加分(1次波及効果)と

直接効果及び1次波及効果により生じた雇用者所得の増加分が消費に向けられることでもたらされる生産増加分(2次波及効果)の合計

## ■おわりに

「麒麟がくる」により、岐阜県内の宿泊客数が11万人、日帰客数が74万人、合計85万人増加することにより、約53億円の需要が生まれ、約73億円の経済波及効果が見込まれる。内訳は、岐阜県内企業への直接効果が約48億円、県内企業の従業員の給料増加による消費分および県内企業と取引がある県外企業等への間接効果が約25億円と試算される。

県内では、2020年7月に「関ヶ原古戦場記念館」がオープンし、同じ戦国時代を扱う記念館として観光客が行き来すること等が期待できる。また「麒麟がくる」では、舞台が岐阜から滋賀・京都にも進んでいくことで隣県同士の連携がさらに太いものとなり、全体の波及効果がさらに上振れしていくことを期待したい。

こうしたことをきっかけとして、大河ドラマによる観光客・消費額増加が一過性に終わらず、「また岐阜にきたい」という気持ちを来岐者に起こさせられるよう、地域が一体となった連携をさらに深め、戦略を練っていくことが必要ではないか。

以上

ご 照 会 先 十六総合研究所 リサーチ部 TEL (058) 266-1916
---



十六総合研究所(岐阜市)は十日、NHK大河ドラマ「麒麟がくる」による県内を中心とした経済波及効果が、約七十二億円に上るとの試算を発表した。同研究所は観光庁のデータをもとに、二〇二一年に放映された大河ドラマ七作品の主な舞台となった県の、放映前年に対する

### 経済効果

# 73億円!

### 十六総研が試算発表

外国人を除いた宿泊客数と日帰り客数の平均増加率を算出。一八年の観光客数から、来県者は約八十五万人増える予想。観光消費額の増加は約五十三億円に上るとした。直接・間接効果の内訳は観光やサービス、交通など県内企業への直接効果が約四十八億円、従業員の給料増加による消費増や取引のある県外企業などへの間接効果は約二十五億円に上ると推計した。同研究所によると、七作品の実際の経済波及効果は、関連地域の合計でいずれも二百億円ほどだった。担当者は「舞台となる滋賀県や京都府などとも連携し、全体の波及効果が上振れすることを期待したい」としている。(井上仁)

1月11日 土曜日

11版 社会 24

十六総合研究所は10日、19日に放映が始まるNHK大河ドラマ「麒麟がくる」の岐阜県を中  
心とした経済波及効果を約7億  
円とする試算を発表した。県内  
で約85万人の観光客数の増加を  
見込み、観光消費額は約53億円  
の増加を予想する。

波及効果のうち、県内企業が  
生産する財貨やサービスを示す  
直接効果が47億7800万円  
で、その直接効果から県外で  
得られる間接効果を25億250  
0万円と推計した。

観光客の増加数は、2012

### 大河放映で十六総研試算

基準にして導き出した。また消  
費額は、観光客の増加数と18年  
の岐阜県での1人当たりの観光  
消費額から算出。経済波及効果  
となり、全体の波及効果が上振  
れすること期待したい」と話  
している。

## 経済効果「73億円へる」

18年に放映された大河ドラマ  
7回の舞台となった県別に、宿  
松永笹喜りサチ部主任研究  
員は過去7回のドラマでは平  
均して20億円規模の経済波  
及効果があった。今回の舞台は  
18年の岐阜県の観光入込客数を

都道府県等名		静岡県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	富士山静岡空港の県内経済波及効果(平成30年度分)	令元.10.25	有	静岡県空港管理課	平成23年静岡県産業連関表	平成30年4月～平成31年3月までの富士山静岡空港の利用に伴う経済波及効果を推計。 ・経済波及効果 370億3千万円 ・雇用創出効果 2,576人 ・税収効果 25億3千万円	
2	ラグビーワールドカップ2019静岡県開催による県内への経済波及効果	令2.3.4	有	一般財団法人静岡経済研究所	平成23年静岡県産業連関表	「ラグビーワールドカップ2019」開催に伴う支出額をもとに、静岡県内の経済波及効果を推計。 ・経済波及効果 234億円(暫定値)	委託元 静岡県ラグビーワールドカップ2019推進課
3	「TGCしずおか2020」開催に伴う経済波及効果	令2.3.30	有	県地域経済分析学会	平成23年静岡県産業連関表	ファッションイベント「TGCしずおか2020」開催に伴う支出額をもとに、静岡県内の経済波及効果を推計。 1.直接効果 1億3,850万円 2.間接効果 1億8,470万円 経済波及効果(1+2) 3億2,320万円	

都道府県等名		愛知県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	G20 愛知・名古屋外務大臣会合の開催による経済波及効果について	令 2.3	有	名古屋市立大学都市政策研究センター	平成 23（2011）年愛知県産業連関表（43 部門）	令和元（2019）年 11 月に名古屋市内で開催された G20 愛知・名古屋外務大臣会合による経済波及効果を試算。 ・ 経済波及効果 16 億 2,755 万円	G20 愛知・名古屋外務大臣会合推進協議会が実施機関に委託して実施。

都道府県等名		三重県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	三重県内の再生可能エネルギー(4分野)の1年間の売電収益にかかる経済波及効果	(非公表)	無	三重県雇用経済部ものづくり・イノベーション課 三重県戦略企画部統計課	平成23年三重県内外2地域間産業連関表(39部門)	平成31年3月末現在で三重県内に設置された再生可能エネルギー4分野(太陽光、風力、バイオマス、小水力)の各電力設備の導入容量を基に計算される1年間の売電収入による収益が三重県内外に及ぼす経済波及効果を算定したものの。	内部検討資料としてのみ作成  (作成年月) 令和元年8月
2	みえメディカルバレープロジェクト経済効果(平成24年度から平成30年度までの実績分)再算定	(非公表)	無	三重県健康福祉部ライフノベーション課 三重県戦略企画部統計課	平成17年三重県内外2地域間産業連関表(36部門) 平成23年三重県内外2地域間産業連関表(39部門)	「みえメディカルバレープロジェクト」について外部機関に委託して算定した平成14年度から平成23年度までの経済波及効果を受けて、それ以降の平成24年度から平成30年度の7年間の取組みにおける経済波及効果について、「医薬品」の製造品出荷額などの直近における関連統計データの実績値を受けて再算定をしたもの	内部検討資料としてのみ作成  (作成年月) 令和元年8月
3	みえ松阪マラソン開催による経済波及効果	令和2年2月29日	有	みえ松阪マラソン実行委員会事務局(松阪市教育委員会事務局教育総務課内)	平成23年三重県地域産業連関表(部門数など不明)	令和2年12月(その後、令和3年12月に延期)にフルマラソンとして初開催となる「みえ松阪マラソン」によっておおよそ県内外から1万人におよぶ参加者等の観光消費や運営費用等によってもたらされる経済波及効果について平成23年三重県地域産業連関表を用いて簡易的に分析。 経済波及効果は年6億円程度との試算がされた(大会総運営費およそ2億円)。	令和2年2月29日 夕刊三重 令和2年3月2日 伊勢新聞で報道  (作成年月) 令和2年3月

都道府県等名		三重県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
4	三重の観光（観光客の観光消費が各地域にもたらす経済波及効果の推計）	令和2年3月24日	無	三重県雇用経済部観光政策課 三重県戦略企画部統計課	平成23年三重県産業連関表（42部門）	平成30年の三重県内観光入込客による観光消費額の推計値（5,338億円）が県内にもたらす経済波及効果を算定したもの。 ・生産誘発額（総合効果） 6,940億円 うち直接効果 4,797億円 うち第1次間接波及効果 1,207億円 うち第2次間接波及効果 936億円 ・うち付加価値額 4,048億円（県内総生産の4.9%） ・雇用創出効果 63,256人（県内就業者数の7.2%）	三重県観光振興基本計画（令和2年度～5年度）の参考資料（34頁）に記載  （作成年月） 令和元年8月
5	「三重とこわか国体・三重とこわか大会」の志摩市会場開催分における経済波及効果	（非公表）	無	三重県雇用経済部観光政策課 三重県戦略企画部統計課	平成23年三重県産業連関表（42部門）	令和3年9月、10月に行われる「三重とこわか国体・三重とこわか大会」の志摩市会場開催分における大会参加者やスタッフ等による観光消費額や運営費用がもたらす経済波及効果について分析	内部検討資料としてのみ作成  （作成年月） 令和2年3月
6	伊勢志摩サミット経済波及効果（ポストサミット分）再算定	（非公表）	無	三重県雇用経済部サミット総務課 三重県戦略企画部統計課	平成23年三重県地域産業連関表（42部門）	平成28年5月に三重県志摩市で開催された「伊勢志摩サミット首脳会議」で生じた誘客効果等の「ポストサミット分」として平成28年から5年間の県外からの観光入込客数増加による三重県内における経済波及効果について、3年目にあたる平成30年分の県外からの観光入込客数の実績値を受けて再算定をしたもの	内部検討資料としてのみ作成  （作成年月） 令和2年3月

都道府県等名		大阪府					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	「第9回大阪マラソン」の経済効果	令和2.2.12	有	関西大学名誉教授 宮本 勝浩 摂南大学経済学部准教授 郭 進 大阪府立大学客員研究員 王 秀芳	平成23年大阪府産業連関表	*「第9回大阪マラソン」の経済効果を試算 ・大阪府域：約177億円	
2	「大阪・光の饗宴2019」による経済波及効果	令和2.2.21	有	大阪・光の饗宴実行委員会	平成23年大阪府産業連関表	*「大阪・光の饗宴2019」の経済波及効果を試算 経済波及効果：約1,053億円（平成30年度は約855億円）	委託調査

## ■ 宮本勝浩 関西大学名誉教授らが推定 ■ 「第9回大阪マラソン」の経済効果は約177億円

このたび関西大学 宮本勝浩名誉教授が、2019年12月1日に開催された第9回大阪マラソンの経済効果について計算した結果、約177億円となりました。

宮本名誉教授は、「大阪マラソンは運営費用が少額であるにもかかわらず、地域経済にもたらす経済波及効果、マスコミの宣伝広告効果による大阪の知名度の向上効果、大阪人の精神的な盛り上がり効果を考えれば、経済効率の高い素晴らしいイベントであると言える」と推察しています。

分析結果について、別紙資料※にて紹介いたします。

### 【資料概要】

1	テーマ	「第9回大阪マラソンの経済波及効果の検証」
2	発表者	関西大学名誉教授 宮本 勝浩 摂南大学経済学部准教授 郭 進 大阪府立大学客員研究員 王 秀芳
3	発表日	2020年2月12日（水）
4	内容	【I】 はじめに 【II】 直接効果の項目 【III】 大会参加者の消費支出と大会運営費による消費支出総計 【IV】 経済波及効果 【V】 結論

以上

※推計方法および分析結果の無断転載・無断転用を 防ぐため、ウェブサイトには詳細資料を掲載しておりません。報道機関でご入用の方は、関西大学広報課 (kouhou@ml.kandai.jp) まで資料請求くださいますようお願いいたします。

※分析結果からデータなどを引用される場合は、その旨付記してください。

※本発表は報道資料として発表しております。資料提供元との取り決め等により、報道機関以外の方への資料提供は行っておりませんので、ご了承くださいますようお願いいたします。

この件に関するお問い合わせ先

関西大学 総合企画室 広報課 担当：寺崎、浦田  
〒564-8680 大阪府吹田市山手町3-3-35 Tel:06-6368-0201 Fax:06-6368-1266  
www.kansai-u.ac.jp



■プロフィール <宮本 勝浩 (みやもと・かつひろ)>

【生年月日】	1945 (昭和 20) 年 1 月 12 日 (75 歳)	【本 籍】	和歌山県
【学 歴】	大阪大学 大学院経済学研究科修士課程修了 経済学博士 (神戸大学)		
【職 歴】	大阪府立大学経済学部教授、経済学部長、副学長歴任後、平成 18 年 4 月より関西大学大学院会計研究科教授。平成 27 年 3 月に定年退職し、現在は <b>関西大学名誉教授</b> 。 この間、アメリカ合衆国インディアナ大学、ハーバード大学、上海同济大学、南京理工大学、ロシア極東国立商科大学などの客員研究員や客員教授を歴任		
【専門分野】	国際経済学 (移行経済論)、理論経済学、関西経済論、スポーツ経済学		
【著 書】	「大阪経済学」(共著) 経営書院、「移行経済の理論」中央経済社、「経済効果ってなんだろう？」中央経済社 など		
【公 職】	(元) 財務省財政制度等審議会臨時委員、(元) 総務省情報通信行政・郵政行政審議会委員、(元) 大阪広域水道企業団経営・事業評価委員会委員長、公益財団法人大阪府市町村振興協会理事、公益信託泉州地域振興基金運営委員会委員長、公益財団法人堺都市政策研究所顧問 など		
業 績			
2005 年	「阪神優勝の経済効果」、「セパ交流戦の経済効果」などを発表		
2006 年	「2008 年大阪サミット誘致の経済効果」、「ダイエーゾインパクトの経済効果」などを発表		
2007 年	「世界陸上・大阪大会の経済効果」、「シヤーズの堺市への液晶工場進出の経済効果」などを発表		
2008 年	「東国原英夫宮崎県知事就任以後の宮崎県と東国原知事の経済効果」、「ぐいだおれ人形の経済波及効果」、「三毛猫『たま駅長』の経済波及効果」などを発表		
2009 年	「WBC の経済波及効果」、「タバコ値上げの経済効果」、		
2010 年	「奈良県桜井市の邪馬台国遺跡発見の経済波及効果」などを発表 「カナダ・バンクーバー五輪 日本における経済波及効果」、「奈良の大仏の建造費用」、		
2011 年	「大阪マラソンの経済波及効果」、「US J10 周年の経済波及効果」などを発表 「上野動物園のパンダ リーリーとシンシンの経済波及効果」、「東京ダイズニーシー開園 10 周年の経済波及効果」、「大阪マラソンの経済波及効果の検証」などを発表		
2012 年	「天橋立世界文化遺産登録の経済波及効果」、「US J 今後 10 年間の経済波及効果予測」、		
2013 年	「第 24 回なにわ淀川花火大会の経済波及効果」などを発表 「あべのハルカス グランドオープンズの経済波及効果」、「『街コン』の経済波及効果」、		
2014 年	「東北楽天イーグルス優勝の経済波及効果」などを発表 「田中将大投手のヤンキース入団の経済波及効果」、「大阪道頓堀のグリコの新電光看板の経済波及効果」、「2014 年子どもが楽しんだものの経済波及効果」などを発表		
2015 年	「関西国際空港の LCC 就航による経済波及効果」、「紀の国わかやま国体・紀の国わかやま大会の経済波及効果」、「又吉直樹氏の『火花』の経済効果」などを発表		
2016 年	「ネコノミクスの経済効果」、「四国八十八ヶ所お遍路さんの経済効果」、「平成 28 年夏の甲子園全国高校野球の経済効果」、「SMAP 解散で失われる経済効果」、「2016 年広島東洋カープ優勝の経済効果」などを発表		
2017 年	「2017 年 WBC 優勝の経済効果」、「第 89 回春の選抜高等学校野球大会の経済効果」、「稀勢の里の横綱昇進による経済効果」、「第 99 回夏の甲子園大会の経済効果」、「上野動物園パンダの赤ちゃん誕生の経済効果」、「2017 年広島カープ優勝の経済効果」、「清宮幸太郎選手が日本ハムに入団した時の経済効果」、「大谷翔平選手のエンゼルス入団の経済効果」などを発表		
2018 年	「せんとくんの経済効果」、「DMM かりゆし水族館の経済効果」、「日本のお花見の経済効果」、「第 10 回 AKB 総選挙 in 名古屋の経済効果」、「イニエスタ選手のゾインツェル神戸入団の経済効果」、「第 100 回夏の甲子園の経済効果」、「広島カープ優勝の経済効果」などを発表		
2019 年	「GW10 連休の経済効果」「埋蔵携帯の総価値額_2019 年版」「インフルエンザによるインフルスの経済効果」などを発表		

## 報道発表資料

[ホーム](#) > [報道発表資料](#) > [詳細](#)

「大阪・光の饗宴2019」の来場者数及び経済波及効果等を発表します

府民文化部 づくり推進課 ムグルーヴ	都市魅力創造局魅力 推進・ミュージア ム
代表連 絡先	ダイヤルイン番号: 06-6210-9304 メールアドレス: <a href="mailto:toshimiyoku-g03@shox.pref.osakal.jp">toshimiyoku-g03@shox.pref.osakal.jp</a>

提供日	2020年2月21日
提供時間	17時40分
内容	<p>大阪・光の饗宴実行委員会は、令和元年11月4日(月曜日・振替休日)から令和2年1月31日(金曜日)まで実施した「大阪・光の饗宴2019」の来場者数及び経済波及効果等ととりまとめましたので発表します。</p> <p>期間中は多くの方にご来場いただき誠にありがとうございました。</p> <p>1 大阪・光の饗宴2019来場者数 約2,022万人(平成30年度は約1,709万人) (令和元年11月4日(月曜日・振替休日)から令和2年1月31日(金曜日)までのコアプログラム及びエリアプログラムへの来場者の延べ人数) 内訳は次のとおりです。 ※来場者の延べ人数は、千の位を四捨五入しているため内訳の計と合計が一致しない場合があります。</p> <p>(1)コアプログラム来場者数 ・御堂筋イルミネーション2019 約578万人(平成30年度は約520万人) ・OSAKA光のルネサンス2019 約351万人(平成30年度は約333万人)</p> <p>(2)エリアプログラム来場者数 全体合計数 約1,093万人(平成30年度は約855万人) 大阪府内各所で開催された、21団体25の光のプログラムへの来場者数 ※25の光のプログラムの開催期間のうち、令和元年11月4日(月曜日・振替休日)から令和2年1月31日(金曜日)までにおける来場者の延べ人数を合計したものです。</p> <p>2 大阪・光の饗宴2019 経済波及効果 約1,053億円(平成30年度は約855億円) (令和元年11月4日(月曜日・振替休日)から令和2年1月31日(金曜日)までの、コアプログラム及びエリアプログラムを対象に、大阪府産業連関表(※)をもとに算出した経済波及効果(民間のシンクタンクに委託し算出)) ※大阪府産業連関表とは、大阪府経済を構成する各産業が、域内・域外の産業と相互に関連しながら生産した財・サービスの相互関係を表したものです。</p> <p>3 その他 大阪・光の饗宴2019の期間中、各プログラムに来場者を対象に実施したアンケート調査について結果をとりまとめました。 各プログラムに対して、約9割の方が「大変良かった」「良かった」と回答されました。 添付資料「アンケート結果」をご覧ください。</p> <p>(参考) ○大阪・光の饗宴2019開催概要 1 コアプログラム</p>

	<p>(1) 御堂筋イルミネーション2019</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・開催期間 令和元年11月4日(月曜日・振替休日)から12月31日(火曜日)まで</li> <li>・開催場所 御堂筋(阪神前交差点から難波西口交差点)</li> </ul> <p>(2) OSAKA光のルネサンス2019</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・開催期間 令和元年12月14日(土曜日)から12月25日(水曜日)まで</li> <li>・一部点灯期間 令和元年11月4日(月曜日・振替休日)から12月13日(金曜日)まで、12月26日(木曜日)から12月31日(火曜日)まで</li> <li>・開催場所 大阪市役所周辺から中之島公園</li> </ul> <p>2 エリアプログラム(各団体が主催した光のプログラム) 添付資料「エリアプログラム詳細」をご覧ください。</p> <p>○令和元年11月4日(月曜日・振替休日)から12月31日(火曜日)までの来場者の延べ人数及び経済波及効果          来場者数：約1,730万人          経済波及効果：約921億円</p> <p>※来場者数は、通行量調査をもとに算出したものです。</p>
関連ホームページ	<p><a href="#">「大阪・光の饗宴」公式ホームページ</a></p>
添付資料	<p><a href="#">アンケート結果 (Pdfファイル、442KB)</a></p>
	<p><a href="#">アンケート結果 (Excelファイル、58KB)</a></p>
	<p><a href="#">エリアプログラム詳細 (Pdfファイル、843KB)</a></p>
	<p><a href="#">エリアプログラム詳細 (Wordファイル、16KB)</a></p>
資料提供ID	37002

[報道発表資料のトップへ](#)

[ページの先頭へ](#)

都道府県等名		兵庫県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	平成30年度尼崎市グリーンニューディール事業の経済波及効果	令元.8	無	兵庫県立大学地域経済指標研究会(兵庫県、尼崎市、兵庫県立大学)	平成23年兵庫県産業連関表(39部門) 平成23年尼崎市産業連関表(40部門)※ ※兵庫県立大学地域経済指標研究会推計	平成30年度グリーンニューディール事業の経済波及効果を推計 兵庫県内 生産誘発額 4.9億円 付加価値誘発額 2.1億円 雇用創出効果 22人 尼崎市内 生産誘発額 3.9億円 付加価値誘発額 1.6億円 雇用創出効果 17人	
2	観光による兵庫県内の経済波及効果	令元.9	有	兵庫県産業労働部観光振興課	平成23年兵庫県産業連関表(39部門)	平成30年度観光消費の兵庫県内の経済波及効果を推計 生産誘発額 1兆8,642億円(1.45倍) 付加価値誘発額 1兆174億円(H30県GDP比3.5%) 雇用創出効果 220千人	兵庫県観光動態調査(R1.9.20公表)
3	第9回神戸マラソンの経済波及効果	令2.3	有	兵庫県立大学地域経済指標研究会	平成27年兵庫県産業連関表(39部門) 平成23年神戸市産業連関表(39部門)	第9回神戸マラソンの兵庫県内及び神戸市内の経済波及効果を推計(ランナー向けアンケート、沿線観察調査、ヒアリング調査を実施) 期 間 R1年11月15日～17日 場 所 兵庫県神戸市 生産誘発額 80.0億円(1.48倍) うち神戸市内 73.4億円 付加価値誘発額 44.2億円(H30県GDP比0.02%) 雇用創出効果 863人(うち神戸市内 662人)	
4	観光による兵庫県内の経済波及効果	令2.3	有	兵庫県産業労働部観光振興課	平成27年兵庫県産業連関表(39部門)	平成30年度観光消費の兵庫県内の経済波及効果を推計 生産誘発額 1兆8,930億円(1.47倍) 付加価値誘発額 1兆347億円(H30県GDP比3.5%) 雇用創出効果 211千人	※平成27年表で再推計 別添資料あり
5	B1グランプリ in 明石開催による経済波及効果	令2.3	無	兵庫県立大学地域経済指標研究会	平成27年兵庫県産業連関表(39部門) 平成23年明石市産業連関表	B-1グランプリ in 明石の兵庫県内及び明石市内の経済波及効果を推計 期 間 R元年11月25日～26日	

					表(40部門)	場 所 兵庫県明石市 生産誘発額 19.8億円(1.49倍) うち明石市内 13.3億円 付加価値誘発額 11.6億円(同7.6億円) 雇用創出効果 197人 (同178人)	
6	災害に強い森づくり事業(第3期)による経済波及効果	令2.3	無	兵庫県農政環境部豊かな森づくり課	平成27年兵庫県産業連関表(39部門)	災害に強い森づくり事業(第3期)の経済波及効果を推計 期 間 平成28年度～令和2年度 生産誘発額 121.6億円(1.38倍) 付加価値誘発額 80.5億円 雇用創出効果 1,437人	

平成 30 年度

# 兵庫県観光客動態調査報告書

兵庫県

# 目 次

1. 平成30年度の観光客入込動向	
(1) 地域別の状況について	1
(2) 全体的な動向	2
2. 形態別にみた入込動向	
(1) 日帰り・宿泊別	3
(2) 四季別・月別	4
3. 目的別にみた入込動向	5
4. 地域別入込客数の動向	
(1) 神戸地域	9
(2) 阪神南地域	10
(3) 阪神北地域	11
(4) 東播磨地域	12
(5) 北播磨地域	13
(6) 中播磨地域	14
(7) 西播磨地域	15
(8) 但馬地域	16
(9) 丹波地域	17
(10) 淡路地域	18
5. 観光消費額及びその経済波及効果	19
(1) 県内観光消費額及び観光産業県内総生産(観光GDP)	20
(2) 観光による兵庫県内の経済波及効果	21
6. 資料	
(1) 地域別・市町別観光客入込客数(平成30年4月～平成31年3月(資料1))	22

(注) 本調査は、年間入込10,000人以上及び特定月5,000人以上の観光地、観光施設、イベント等の延べ入込客数について、県内各市町において調査したデータを、県において取りまとめたものである。なお、延べ入込客数調査のため、複数の観光地等を訪れた場合は重複してカウントされる。

## 5. 観光消費額及びその経済波及効果

### 【県内観光消費額について】

観光客が支出する交通費、宿泊費、土産品費、飲食費、その他の費用の合計額を観光消費額としてとらえ、平成30年度の本県への観光入込客の消費額を関連資料により推計した。

### 【観光産業県内総生産（観光GDP）について】

観光産業は、運輸、宿泊、小売、飲食など複数の産業部門によって構成されている。その中で、観光に対応する産出額（売上高に相当）から中間投入額（経費）を控除した付加価値額の合計額を観光産業県内総生産（観光GDP）ととらえ、関連資料により観光産業の付加価値額を推計した。

この指標に基づき、経済の総合指標であるGDPなどとの比較が可能となり、さらには、観光産業県内総生産（観光GDP）の内訳を分析することで観光客消費行動の県内経済活動への関わりや観光産業の現況、動向を把握することができる。

### < 具体の算出方法 >

#### 1) 観光及び観光関連産業の概念定義

観 光：余暇、ビジネス、その他の目的のため、日常生活圏を離れ、継続して1年を超えない期間の旅行をし、また滞在する人々の諸活動  
観光関連産業：運輸・通信業、商業（商業ヤージン）、個人サービス業（飲食・宿泊業など）のうち観光にかかるとる部門

#### 2) 推計対象

ア 旅行中消費額：宿泊旅行、日帰り旅行、別荘・保養所の消費額  
イ 旅行前後消費額：旅行用品の購入、写真プリント、衣類クリーニング等  
ウ 間接消費額：産業連関分析により経済波及効果を推計  
（内訳）原材料波及効果（1次効果）：宿泊施設の食材（農業）の調達 等  
家計迂回効果（2次効果）：所得増による家計消費増が生み出した新たな売上増

#### 3) 推計方法

- 観光消費額＝観光客数（A）× 観光消費単価（B）  
（内訳）交通費、宿泊費、飲食費（食事、飲食、飲酒）、土産代、施設入場料等
- 観光産業付加価値額＝観光消費額 × 付加価値比率（C）  
< 主な使用データの出典 >
  - A：兵庫県観光交流課 「兵庫県観光客動態調査」
  - B：観光庁 「旅行・観光消費動向調査」 / （公社）日本観光振興協会 「観光の実態と志向」
  - C：兵庫県統計課 「兵庫県民経済計算」

※名目値現在の経済規模を図る]・実際に市場で取引されている価格(市場価格)に基づいて推計された値  
実質値[経済成長を比較]:基準年(平成23年)からの物価の変動分(上昇・下落)を名目値から取り除いた値



(1) 県内観光消費額及び観光産業県内総生産 (観光GDP)

平成30年度の県内観光消費額(名目)は1兆2,857億円(対前年度比3.0%減、観光産業の付加価値額である観光産業県内総生産(名目)は7,318億円である。物価変動を除いた観光産業県内総生産(実質)は、7,196億円(対前年度比4.1%減、県内総生産(実質)比3.5%である)。

表1 兵庫県内観光消費額及び観光産業県内総生産 (観光GDP)

県内観光消費額 (名目)	観光産業県内総生産		県内総生産 (実質)(B)	県内総生産(実質)比 (C=A/B)(%)
	(名目)	(実質)(A)		
12,857	7,318	7,196	206,605	3.5%

(単位：億円)

※兵庫県統計課「四半期別兵庫県内GDP速報」(令和元年12月)

※県実質値は平成23年連鎖価格

表2 地域別観光消費額及び観光産業県内総生産 (観光GDP)

(単位：億円、%)

区分	県内観光消費額(名目)		観光産業県内総生産(名目)	
	構成比	(観光GDP)	構成比	(観光GDP)
県計	12,857	100.0	7,318(7,196)	100.0
神戸地域	3,617	28.1	2,050(2,016)	28.0
阪神南地域	1,349	10.5	772(759)	10.6
阪神北地域	1,654	12.9	949(934)	13.0
東播磨地域	838	6.5	478(470)	6.5
北播磨地域	1,062	8.3	609(599)	8.3
中播磨地域	1,112	8.6	630(620)	8.6
西播磨地域	558	4.3	318(312)	4.3
但馬地域	1,094	8.5	615(605)	8.4
丹波地域	389	3.0	223(219)	3.0
淡路地域	1,184	9.2	673(661)	9.2

※( )の数値は実質値(平成23年連鎖価格)

〔観光消費額の経済波及効果について〕  
 平成30年度の観光消費額が県内の生産額にどれだけ波及し効果を高め、付加価値を生みだし、また雇用をどれだけ増大させたかを産業連関表（兵庫県統計課「平成27年兵庫県産業連関表」）を用いて推計した。

＜算出方法の概略＞

- 1) 生産誘発額（＝直接効果＋間接効果）
  - ・直接効果：県内観光消費額
  - ・間接効果：産業連関分析により経済波及効果を推計
- （内訳）原材料波及効果（1次効果）：宿泊施設の食材（農業）の調達 等  
 家計迂回効果（2次効果）：所得増による家計消費増が生み出した新たな売上増

2) 付加価値誘発額

県内観光消費により新たに生み出される付加価値額（雇用の賃金や企業の営業利益等）

※兵庫県統計課「平成27年兵庫県産業連関表」を用いて推計

(2) 観光による兵庫県内の経済波及効果

(単位：億円)

県内観光消費額 (名目) (直接効果)	生産誘発額 (経済波及効果)	付加価値誘発額	就業者誘発数 (千人)
12, 857	18, 930	10, 347	211

① 生産誘発額

平成30年度の県内観光消費額（直接効果）1兆2, 857億円による生産誘発額（経済波及効果）は1兆8, 930億円となった。これは県内観光消費額の1.47倍に当たる。

- 生産誘発額（＝直接効果＋間接効果）
  - ・直接効果：県内観光消費額
  - ・間接効果：産業連関分析により経済波及効果を推計
- （内訳）原材料波及効果（1次効果）：宿泊施設の食材（農業）の調達 等  
 家計迂回効果（2次効果）：所得増による家計消費増が生み出した新たな売上増

② 付加価値誘発額

県内観光消費により新たに生み出された付加価値誘発額は1兆347億円。この付加価値誘発額は、平成30年度県内総生産（20兆6, 605億円※）(名目)の3.5%にあたる。

- 付加価値誘発額：観光消費により新たに生み出される付加価値額(雇用の賃金や企業の営業利益等)
- （※）兵庫県統計課「四半期別兵庫県内GDP速報」（令和元年12月）

③ 就業者誘発数

県内観光消費により創出される就業者誘発数は211千人となった。これは平成30年の県内就業者総数（2, 748千人 ※）の7.7%にあたる。

（※）総務省「平成30年労働力調査」都道府県別モデル推計値（令和元年5月）

都道府県等名		和歌山県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	ねんりんピック紀の国わかやま2019経済波及効果等推計業務	令和2年1月	有	(一財)和歌山社会経済研究所	平成23年和歌山県産業連関表(37部門)	県内で実施されたねんりんピックについて、大会参加者、一般来場者を対象にアンケート調査を実施。宿泊費、土産物費に関する回答結果を集計。産業連関表を活用し、経済波及効果を算出。 ・経済波及効果 約100億9700万円	和歌山県からの委託調査
2	ねんりんピック紀の国わかやま2019開催による和歌山市への経済波及効果推計業務	非公表	無	(一財)和歌山社会経済研究所	地域経済循環分析用データ(和歌山市、39部門)環境省提供	県内で実施されたねんりんピックについて、大会参加者、一般来場者を対象にアンケート調査を実施。和歌山市内会場分を抽出し、宿泊費、土産物費に関する回答結果を集計。産業連関表を活用し、経済波及効果を算出。 ・経済波及効果 非公表	和歌山市からの委託調査

令和2年1月28日
記者発表



## 『ねんりんピック紀の国わかやま2019』 「大会アンケート集計結果」及び「経済波及効果」

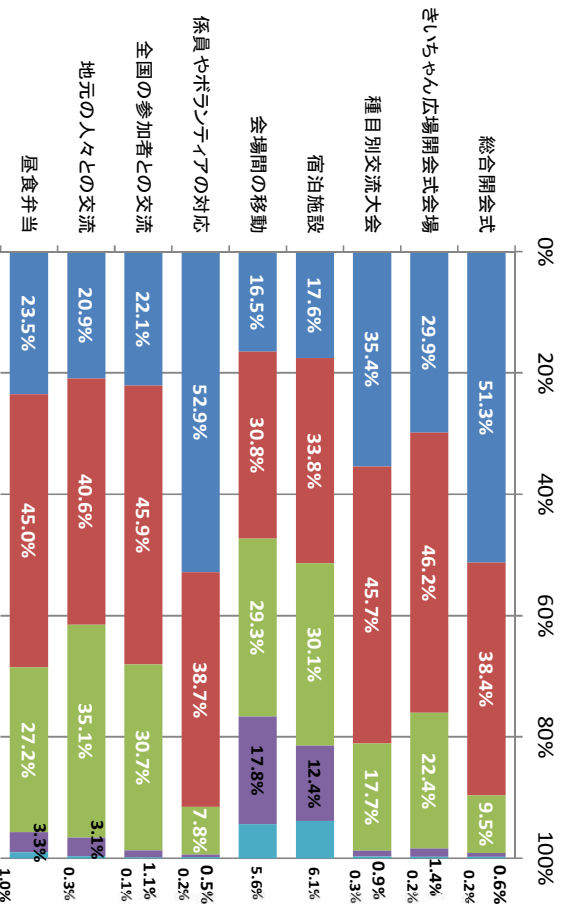
大会開催期間中（令和元年11月9日～12日）に実施した大会アンケートの集計結果及び集計結果等を基に推計した経済波及効果について、別添のとおり取りまとめました。主な概要は、以下のとおりです。

【1 大会アンケート集計結果】  
 (回答数) 大会参加者 (選手・役員等) 3,819人  
 一般来場者 4,068人

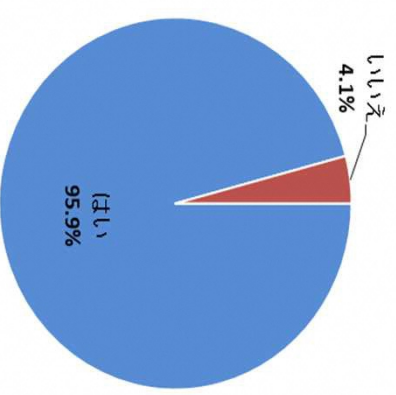
### ○大会参加者アンケート

大会参加者に対するアンケート結果において、「係員やボランティアの対応」に対する評価が最も高く、「大変良い」「良い」の合計が91.6%を占めた。  
 さらに、「総合開会式」については89.7%、「種目別交流大会」については81.1%を「大変良い」「良い」が占めた。  
 また、「和歌山にまた来たいか」どの問いに対し、95.9%が「はい」と回答した。  
 県民総参加でのおもてなしなどにより、全体的に満足度の高い評価を得たと考える。

大会に参加した感想



和歌山にまた来たいか

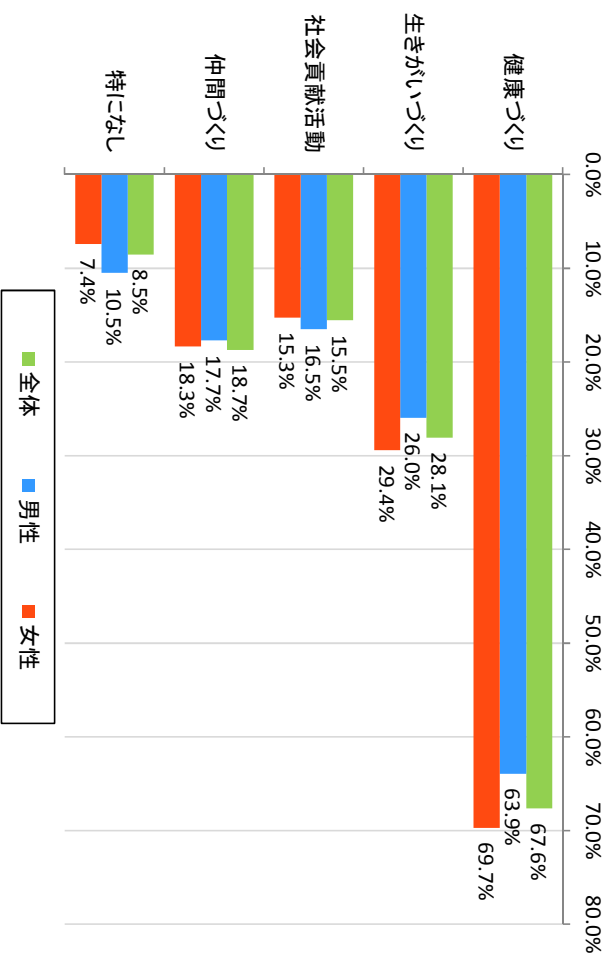


お問い合わせ：ねんりんピック紀の国わかやま2019実行委員会事務局 (担当：松下、中谷)  
 〒640-8585 和歌山市小松原通1-1 (県庁東別館5階 ねんりんピック推進課内)  
 TEL：073-441-2570 FAX：073-436-1570 MAIL：nenrin2019@pref.wakayama.lg.jp

## ○一般来場者アンケート

一般来場者に対するアンケートのうち、「大会をきっかけとして、今後取り組みたいこと」について、「健康づくり」の回答が67.6%で最も多かった。来場を通じ、県民の「健康づくり」への関心が高まったと考えられる。

大会をきっかけとして、今後取り組みたいこと



## 【2 経済波及効果】

大会運営に要した県及び会場 21 市町の「大会事業費」並びに大会アンケートにおいて回答のあった参加者等の消費支出額の集計を基に、一般財団法人和歌山県社会経済研究所が推計を実施した。

推計額は、約 100 億 9700 万円で、過去 5 年間の大会平均（99 億 3300 万円）を上回る結果となった。

(参考) 過去 5 年間の実績

2019和歌山	2018富山	2017秋田	2016長崎	2015山口	2014栃木
100億9,700万円	110億4,600万円	106億8,000万円	97億5,200万円	93億5,700万円	88億3,200万円

ねんりんピック紀の国わかやま2019実行委員会 委託事業

# 「ねんりんピック紀の国わかやま2019」の開催に かかる

## 大会アンケートの集計結果及び 経済波及効果について

2020年1月



一般財団法人 和歌山社会経済研究所

## 目次

1. 調査・目的	1
2. 調査対象・調査方法	1
3. 回答者数	1
4. 調査結果	1
(1) 大会参加者アンケート	1
(2) 一般来場者アンケート	11
5. 経済波及効果	19

## 1. 調査・目的

「ねんりんピック紀の国わかやま 2019」の開催期間中に、次のことを目的にアンケート調査を実施した。

- (1) 大会参加者及び一般来場者の大会の印象や意見の集約
- (2) 大会参加者及び一般来場者の消費動向の把握
- (3) 大会が県内経済に与えた経済波及効果の推計

## 2. 調査対象・調査方法

### (1) 大会参加者アンケート

- ①調査対象：選手、監督、役員その他の大会参加者
- ②調査方法

県内：事前にアンケート調査票を配布し、大会終了後に郵送にて回収  
県外：監督会議等においてアンケート調査票を配布し、各会場にて回収

### (2) 一般来場者アンケート

- ①調査対象：総合開会式会場の紀三井寺運動公園陸上競技場及び各イベント会場への一般来場者
- ②調査方法：各会場で実施本部員及びボランティアスタッフが一般来場者に声掛けの上、記入を依頼し回収

## 3. 回答者数

- (1) 大会参加者アンケート 3,819人 (県内：181人、県外：3,638人)
- (2) 一般来場者アンケート 4,068人

## 4. 調査結果

### (1) 大会参加者アンケート

- ① 回答者属性 (不明、無回答を除く)

(年齢)

年代	60歳代	70歳代	80歳代	90歳代	その他	回答者数
県内 (構成比)	92人 (50.8%)	65人 (35.9%)	19人 (10.5%)	0人 (0.0%)	5人 (2.8%)	181人
県外 (構成比)	2,221人 (61.3%)	1,223人 (33.7%)	169人 (4.7%)	3人 (0.1%)	10人 (0.3%)	3,626人



(性別)

	性別	男性	女性	回答者数
県内	人数 (構成比)	117人 (65.7%)	61人 (34.3%)	178人
県外	人数 (構成比)	2,560人 (71.5%)	1,018人 (28.5%)	3,578人

(居住地)

地域	人数	構成比
和歌山県内	207人	5.5%
北海道・東北地方	433人	11.4%
関東地方	659人	17.4%
中部地方	763人	20.1%
近畿地方(和歌山県除く)	548人	14.4%
中国・四国地方	630人	16.6%
九州・沖縄地方	557人	14.7%
回答者数	3,797人	100.0%

(参加した立場)

立場	人数	構成比
選手・監督	3,749人	98.5%
役員	18人	0.5%
その他	50人	1.3%

(複数回答)

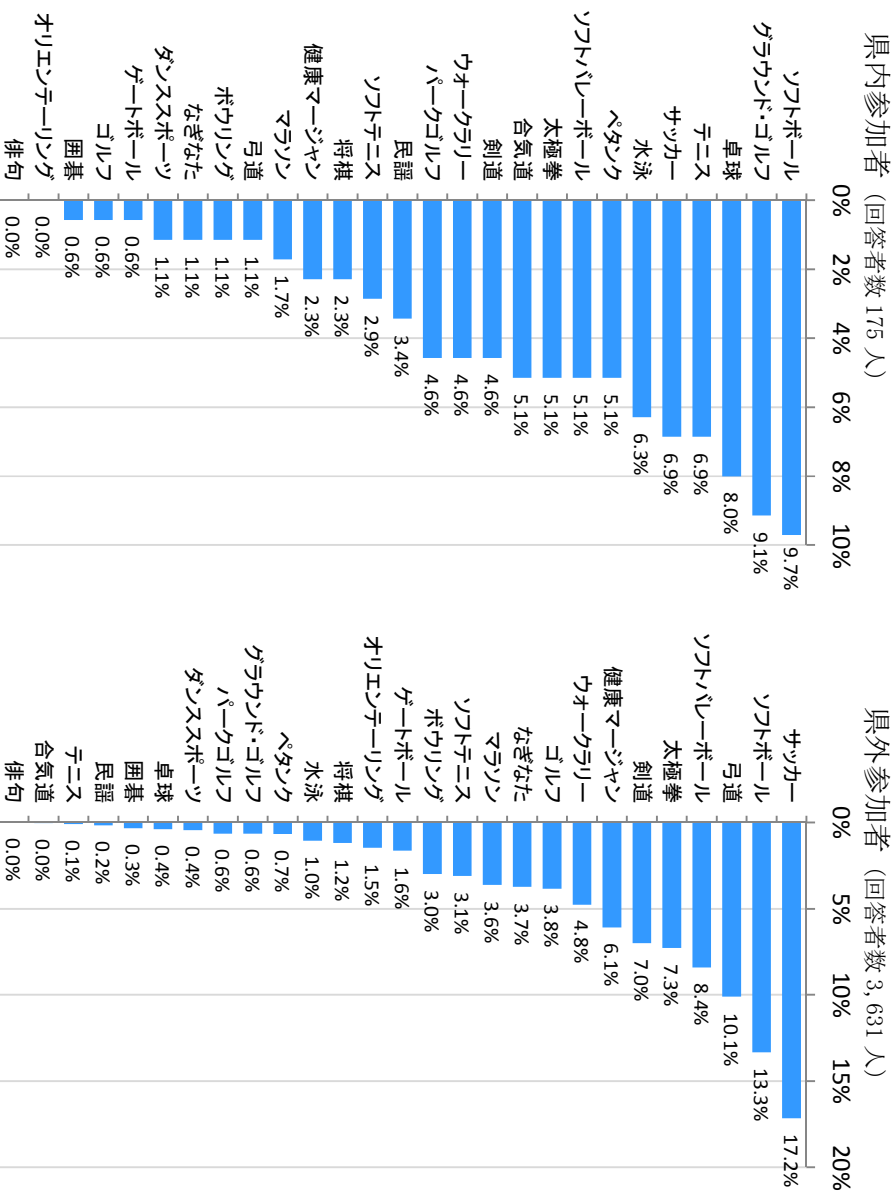
(和歌山県内参加者の居住地)

「参加した立場」を回答した人の居住地 (参加した立場は複数回答)

市町村	選手・監督	役員	その他	実人数	構成比
和歌山市	80	3	1	81	48.2%
海南市	10	1	0	10	6.0%
橋本市	9	0	0	9	5.4%
有田市	3	0	0	3	1.8%
御坊市	2	0	0	2	1.2%
田辺市	8	0	0	8	4.8%
新宮市	8	1	2	10	6.0%
紀の川市	10	0	0	10	6.0%
岩出市	8	0	0	8	4.8%
紀美野町	0	0	0	0	0.0%
かつらぎ町	2	0	1	3	1.8%
九度山町	3	1	0	3	1.8%
高野町	0	0	0	0	0.0%
湯浅町	2	0	0	2	1.2%
広川町	2	0	0	2	1.2%
有田川町	1	0	0	1	0.6%
美浜町	0	0	0	0	0.0%
日高町	1	0	0	1	0.6%
由良町	0	0	0	0	0.0%
印南町	0	0	0	0	0.0%
みなべ町	1	1	0	1	0.6%
日高川町	4	0	0	4	2.4%
白浜町	0	0	0	0	0.0%
上富田町	0	0	0	0	0.0%
すさみ町	0	0	0	0	0.0%
那智勝浦町	1	0	0	1	0.6%
太地町	0	0	0	0	0.0%
古座川町	0	0	0	0	0.0%
北山村	0	0	0	0	0.0%
串本町	8	0	0	8	4.8%
県外居住	1	0	0	1	0.6%

## ② 参加した交流大会について

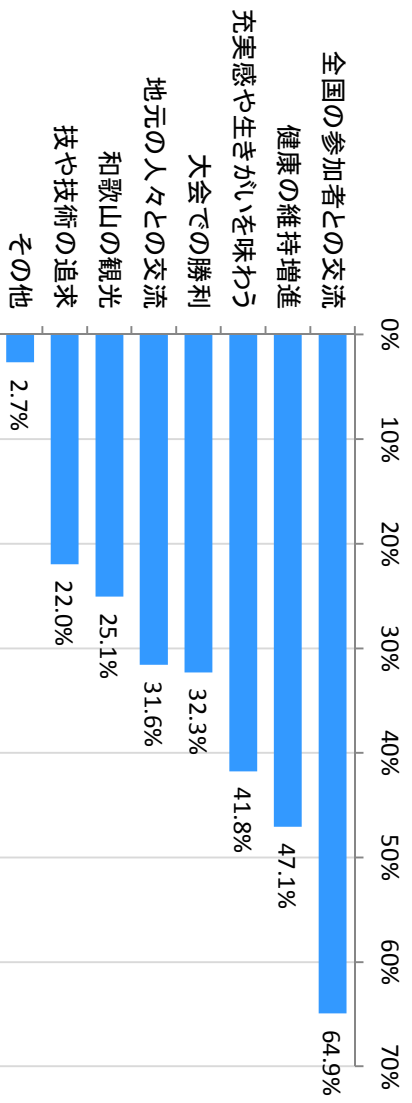
図 1 参加した交流大会



## ③ 大会に参加した理由

大会に参加した理由は、「全国の参加者との交流」が64.9%と最も多く、以下「健康の維持増進」47.1%、「充実感や生きがいを味わう」41.8%と続いている。(図2)

図 2 大会に参加した理由 (複数回答) (回答者数 3,799人)



④ 大会に参加した感想

大会に参加した感想は、「係員やボランティアの対応」に対する評価が最も高く「大変良い」及び「良い」の合計が91.6%を占めている。また、「総合開会式」については「大変良い」及び「良い」の合計が89.7%を占め、「種目別交流大会」については「大変良い」及び「良い」の合計が81.1%を占めている。(図3)  
また、県外選手団を対象に「和歌山にまた来たいか」という問いに対しては、「はい」が95.9%を占めている。(図4)

図3 参加した感想

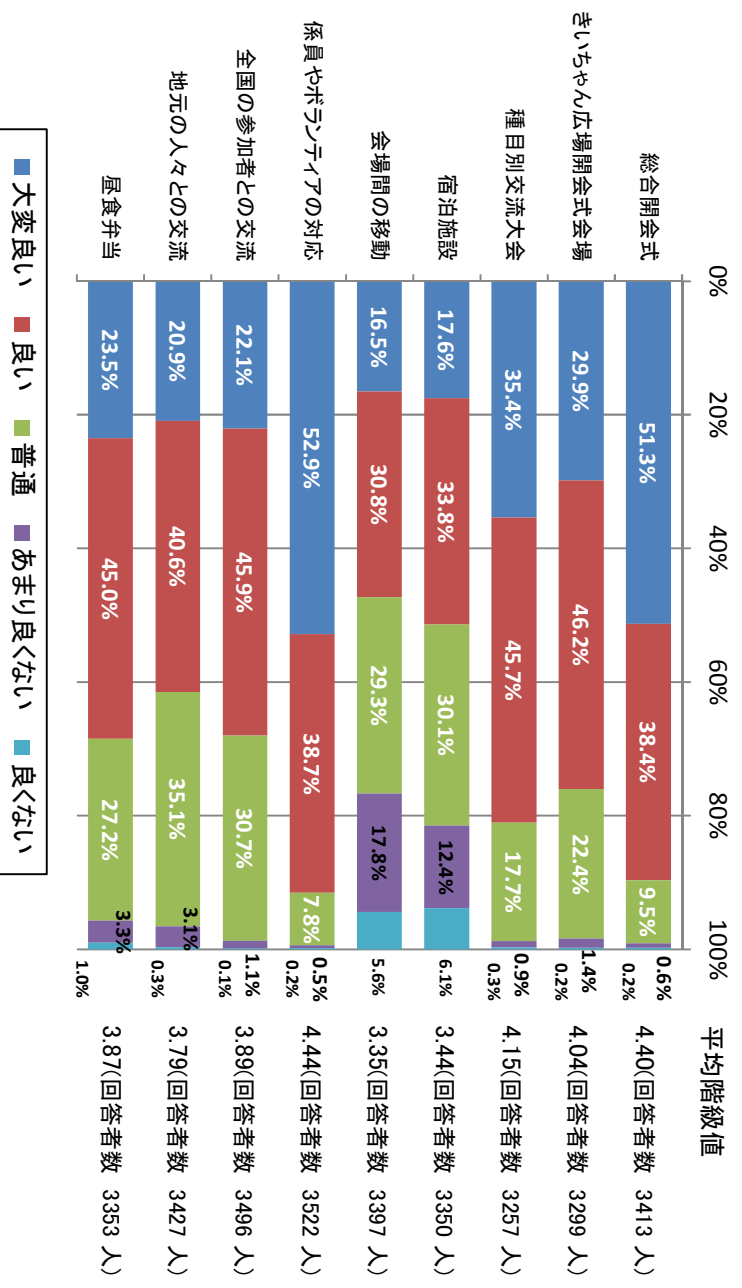
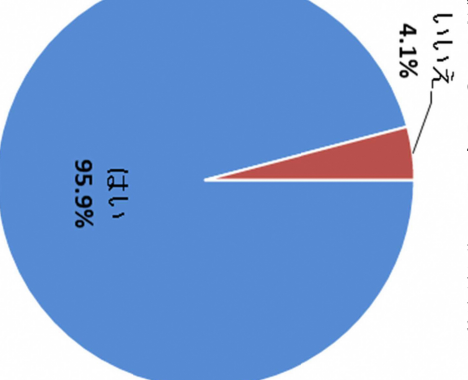


図4 和歌山にまた来たい (回答者数 3,230 人)



⑤ 県内の滞在人数と観光予定

観光も含めた和歌山県内への滞在日数は、全体では「4泊5日」1,498人(41.9%)と最も多いが、県内参加者の宿泊者については、「日帰り」が、128人(73.6%)と最も多くなっている。(図5)

大会期間中及び期間後の観光予定については、全体では「ある」が56.5%を占めており、うち、「ねんりんピック紀の国わかやま2019の観光ツアーに申込」が405人(11.4%)、「独自に手配して観光」が1,603人(45.1%)となっている。(図6)

また、旅行先としては、紀北エリアが846人(48.1%)、紀中エリアが166人(9.4%)、紀南エリアが943人(53.6%)となっている(図7)。

図5 和歌山県内への滞在日数

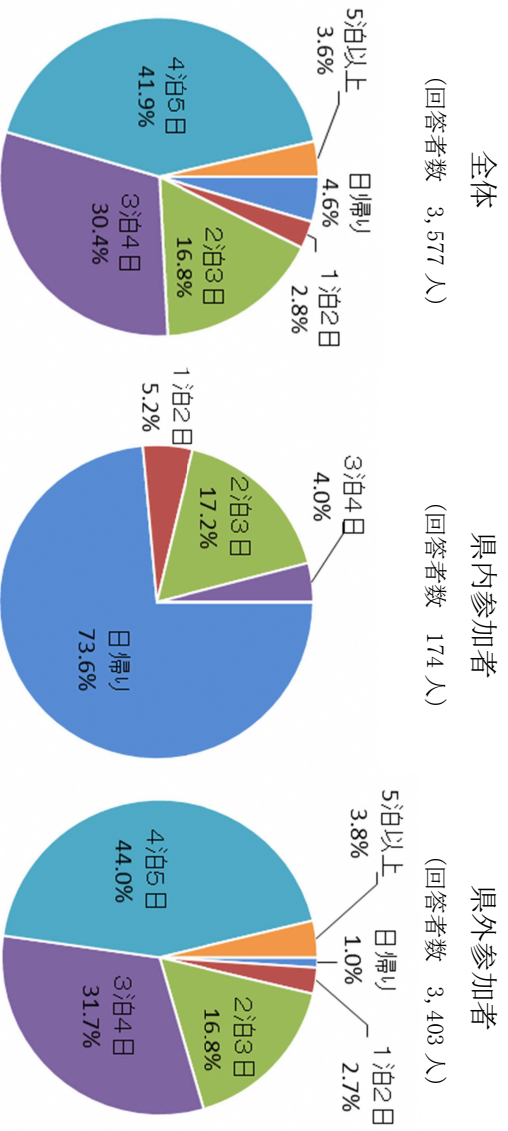


図6 観光予定 (複数回答)

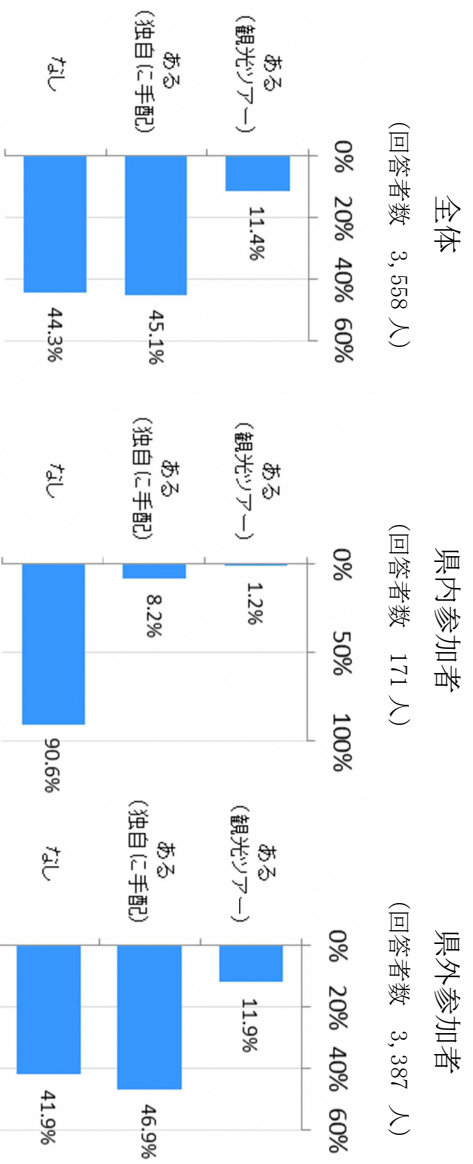
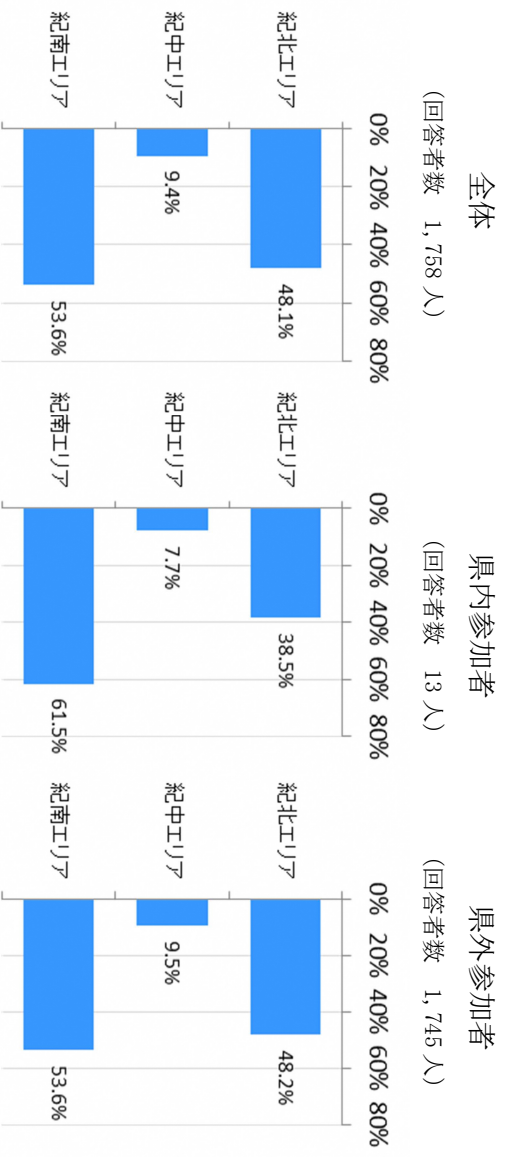


図7 旅行先 (複数回答)



旅行人数については、「7人以上」が34.2%と最も多く、以下、「6人」が14.0%と続いている(図8)。また食べたい・購入したいものについて、「ある」が73.2%、「ない」が26.8%となっている(図9)。

図8 あなた以外の旅行人数

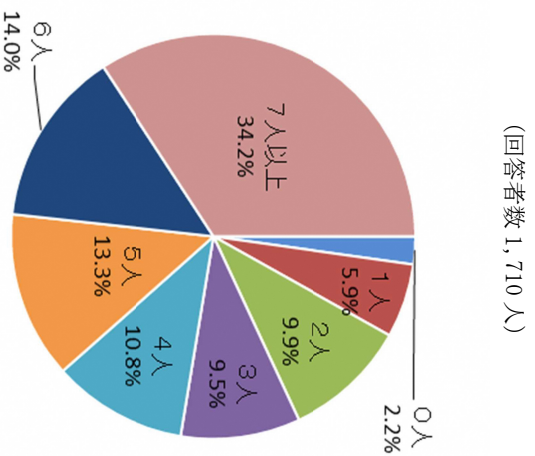
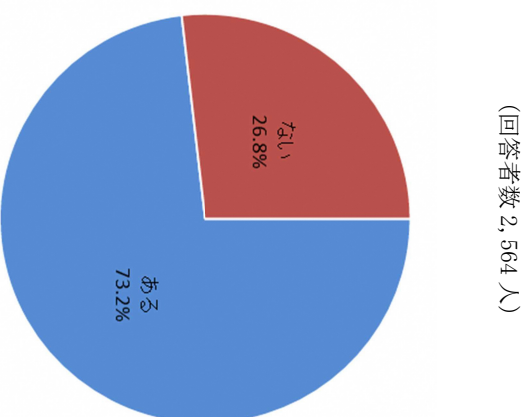


図9 和歌山のまた食べたい・購入したいもの



⑥ 大会参加者の消費支出額

大会参加に際して消費支出した金額は、回答者 1 人あたり、県内 24,563 円、県外 115,965 円となっている。(図 10～図 18)

図 10 県内参加者消費支出額

(合計 24,563 円)

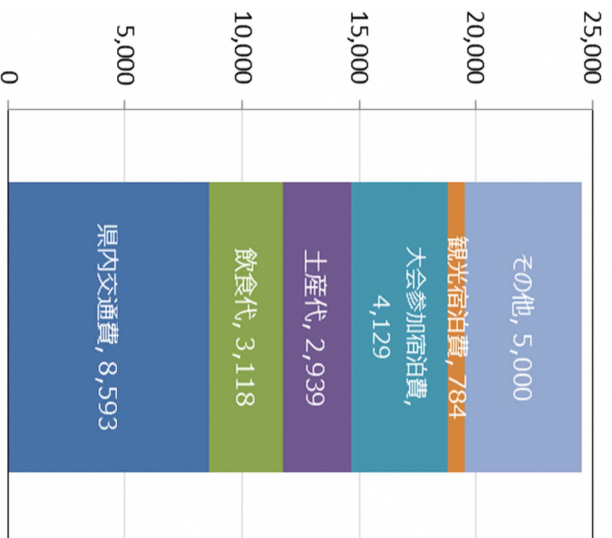


図 11 県外参加者消費支出額

(合計 115,965 円)

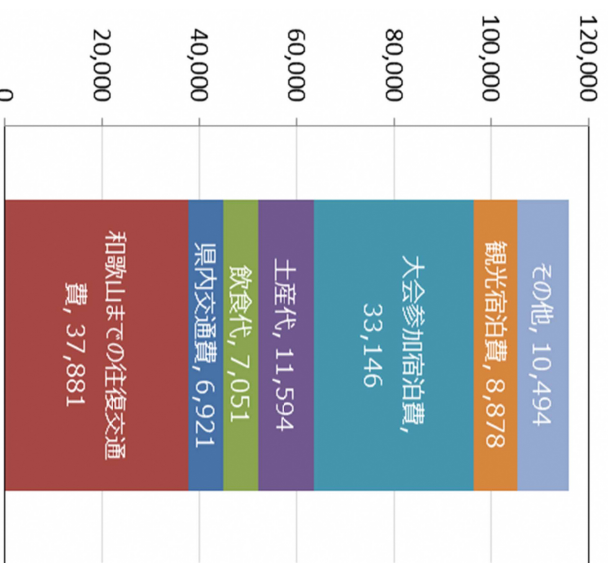


図 12 和歌山県までの往復交通費 (県外参加者) (回答者数 3,166 人)

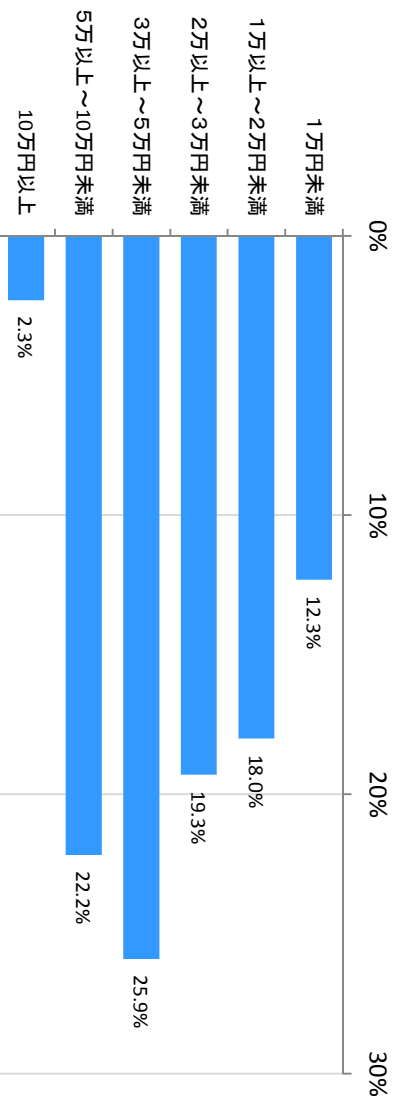


図 13 県内交通費

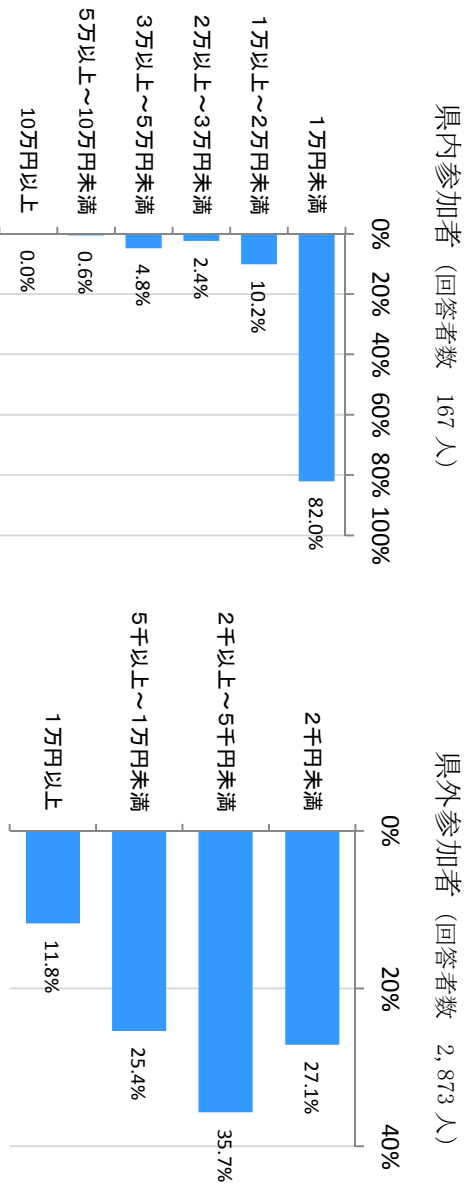


図 14 大会参加のための宿泊費

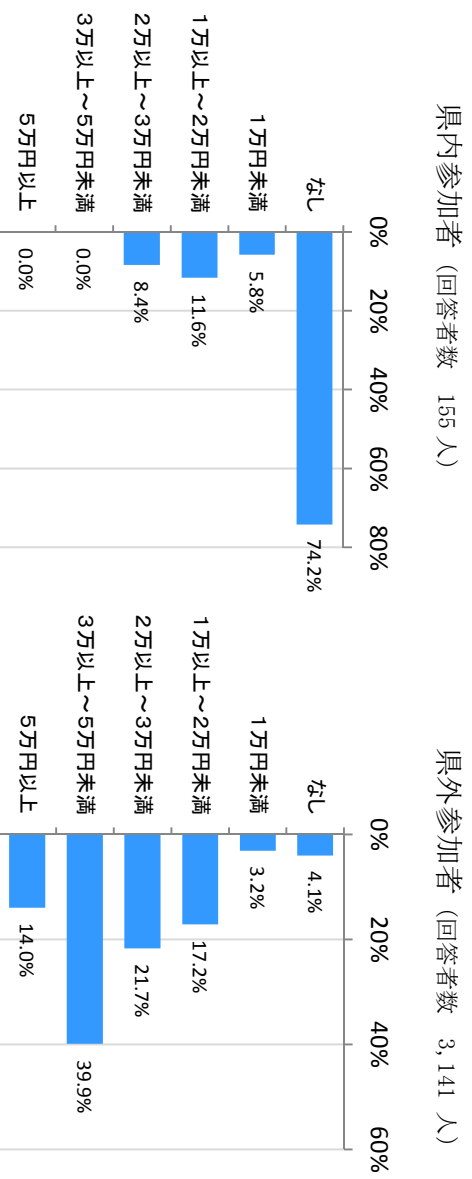


図 15 観光のための宿泊費

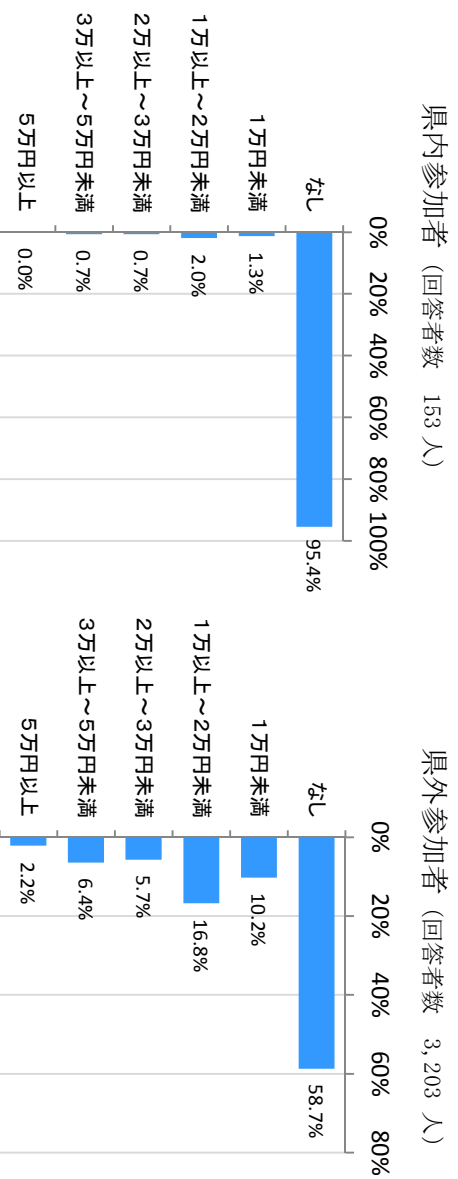




図 16 和歌山県内での飲食代

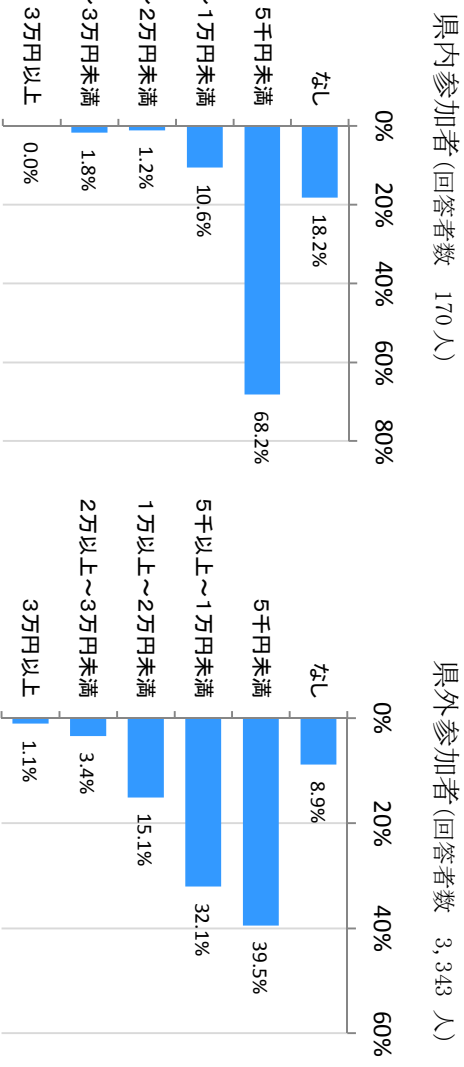


図 17 和歌山県内での土産代

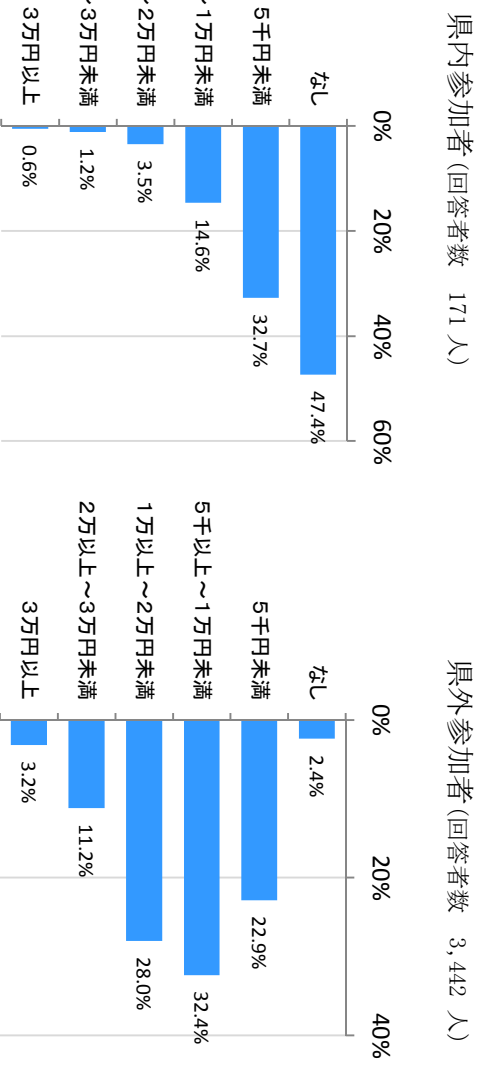
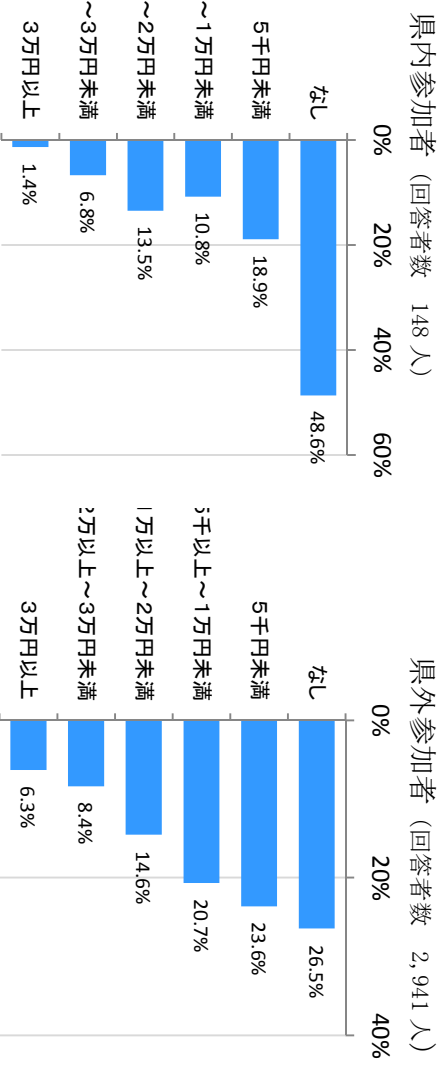


図 18 その他の費用



(2) 一般来場者アンケート

① 回答者属性

回答者の年代構成をみると、「70歳以上」が33.8%と最も多く、以下、「60歳代」が24.9%と続いている(図19)。性別構成をみると、「女性」が62.8%を占めている(図20)。居住地をみると、「県内」が82.0%、「県外」が18.0%となっている(図21)。県内市町村別で見ると、「和歌山市」が70.9%となっている(図22)。全国地区別で見ると、「近畿地方(和歌山県を除く)」が38.2%と最も多く、以下、「関東地方」が16.8%、「中部地方」が16.2%と続いている(図23)。

図19 年齢

(回答者数 4,043人)

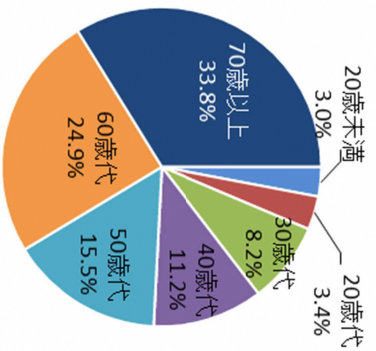


図20 性別

(回答者数 3,697人)

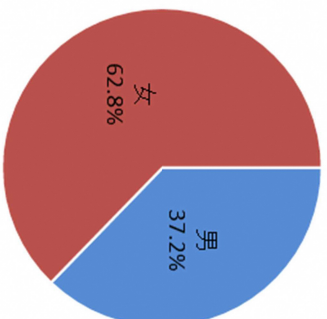


図21 居住地

(回答者数 3,759人)

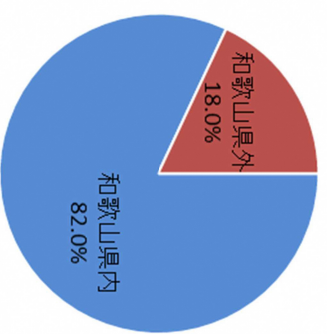


図22 和歌山県内地区別

(回答者数 2,514人)

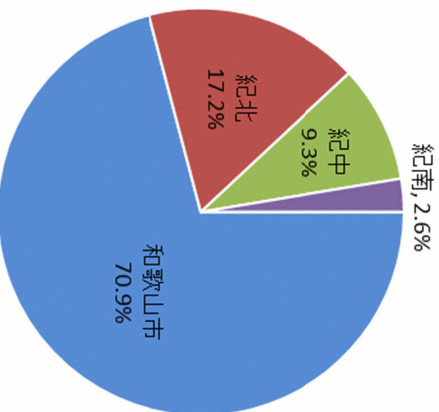
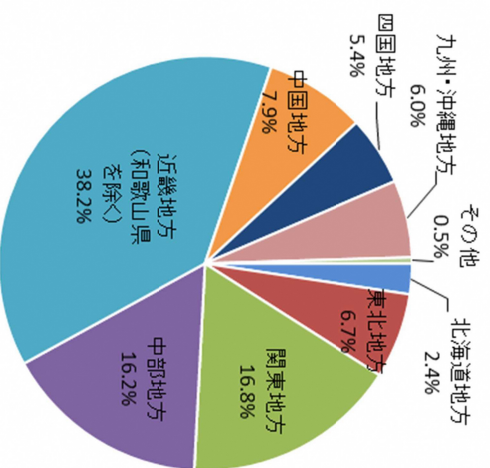


図23 全国地区別

(回答者数 631人)

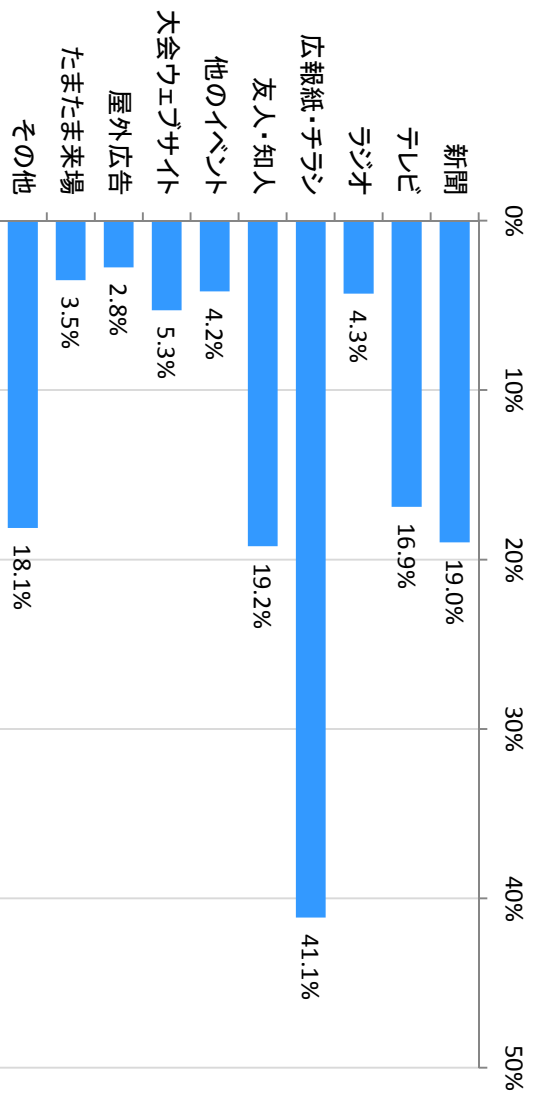


紀北：海南市、紀美野町、岩出市、紀の川市、橋本市、かつらぎ町、高野町、九度山町  
 紀中：有田市、湯浅町、広川町、有田川町、御坊市、日高町、美浜町、由良町、みなべ町、日高川町、印南町  
 紀南：田辺市、白浜町、上富田町、ささみ町、新宮市、那智勝浦町、太地町、串本町、古座川町、北山村

## ② 情報源

大会を知った情報源については、「広報誌・チラシ」が41.1%と最も多く、以下、「友人・知人」19.2%、「新聞」19.0%と続いている。(図24)

図24 大会を知った情報源（複数回答）（回答者数 3,992人）



## ③ 普段から取り組んでいる活動及び今後、取り組んでみたい活動

普段から取り組んでいる活動については、「スポーツ活動」が47.4%、「文化活動」が22.3%、「特になし」が42.6%となっている。(図25)

スポーツ活動としては、「ウォーキング」が15.3%と最も多く、以下、「水泳」3.7%、「ジョギング」「ゴルフ」が各3.2%と続いている。(表1)

文化活動としては、「音楽」が4.7%と最も多く、以下「絵画」3.9%、「書道」が3.3%と続いている。(表2)

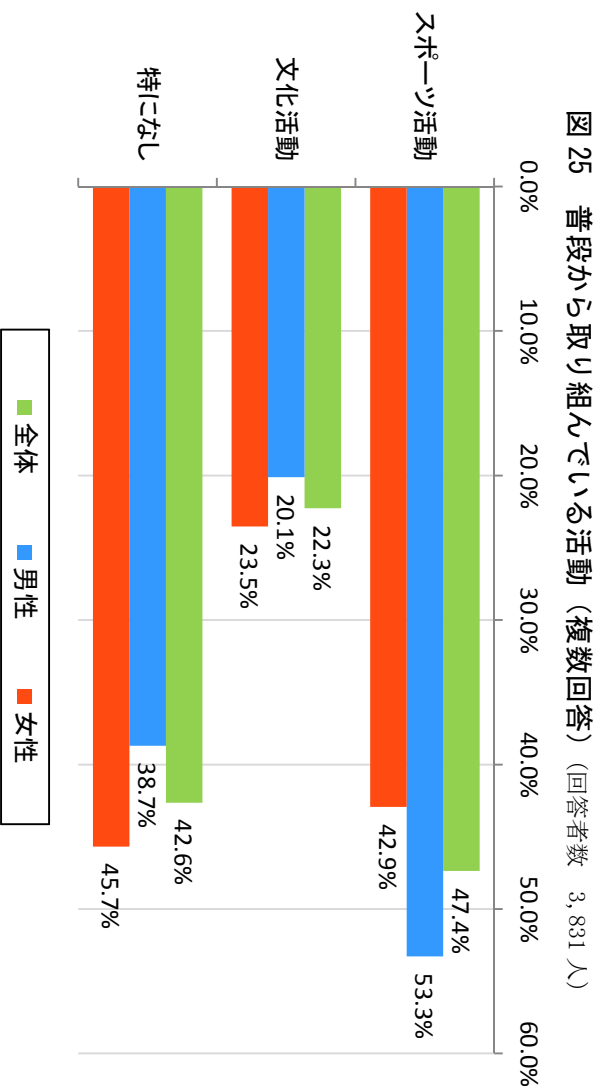


表 1 普段から取り組んでいるスポーツ活動 (複数回答)

項目	男性	女性	全体
ウォーキング	15.4%	15.1%	15.3%
ジョギング	5.8%	1.6%	3.2%
卓球	3.0%	2.3%	2.7%
テニス	3.5%	2.1%	2.6%
ソフトテニス	0.5%	0.5%	0.5%
ソフトボール	2.6%	0.3%	1.1%
ゲートボール	1.4%	0.8%	1.1%
ペタンク	1.8%	1.2%	1.5%
ゴルフ	6.8%	1.0%	3.2%
ラッソ	2.3%	0.8%	1.4%
弓道	0.5%	0.2%	0.3%
剣道	1.3%	0.3%	0.6%
水泳	3.6%	3.6%	3.7%
グラウンドゴルフ	2.6%	1.4%	2.0%
オリエンテーリング	0.2%	0.0%	0.1%
ボウリング	2.5%	1.0%	1.5%
サッカーク	2.2%	0.1%	0.8%
ソフトバレーボール	0.8%	0.8%	0.8%
なぎなた	0.0%	0.3%	0.2%
ウオータリナー	0.6%	0.7%	0.8%
太極拳	0.3%	1.6%	1.1%
ダンススポーツ	1.6%	2.6%	2.2%
パークゴルフ	1.0%	0.7%	0.9%
合気道	0.8%	0.2%	0.4%
その他のスポーツ	6.1%	11.0%	9.1%

表 2 普段から取り組んでいる文化活動 (複数回答)

項目	男性	女性	全体
囲碁	1.5%	0.2%	0.7%
将棋	0.9%	0.1%	0.4%
俳句	0.5%	1.0%	0.9%
健康マイゼン	1.5%	0.3%	0.8%
民謡	0.1%	0.5%	0.4%
絵画	3.7%	3.7%	3.9%
彫刻・工芸	1.1%	1.3%	1.2%
書道	2.2%	4.1%	3.3%
写真	3.9%	1.2%	2.2%
音楽	3.8%	5.2%	4.7%
その他の文化活動	2.9%	6.8%	5.2%

(注) 全体の比率は、性別無回答者を含む総回答数における比率とした。

今後、取り組みたい活動については、「スポーツ活動」が40.0%、「文化活動」が26.5%、「特になし」が44.6%となっている。(図 26)

スポーツ活動としては、「ウォーキング」が9.4%と最も多く、以下、「水泳」3.7%、

「テニス」2.7%と続いている。(表3)  
 文化活動としては、「音楽」が5.5%と最も多く、以下、「絵画」4.9%、「書道」4.1%と続いている。(表4)

図26 今後取り組んでみたい活動(複数回答)(回答者数 3,061人)

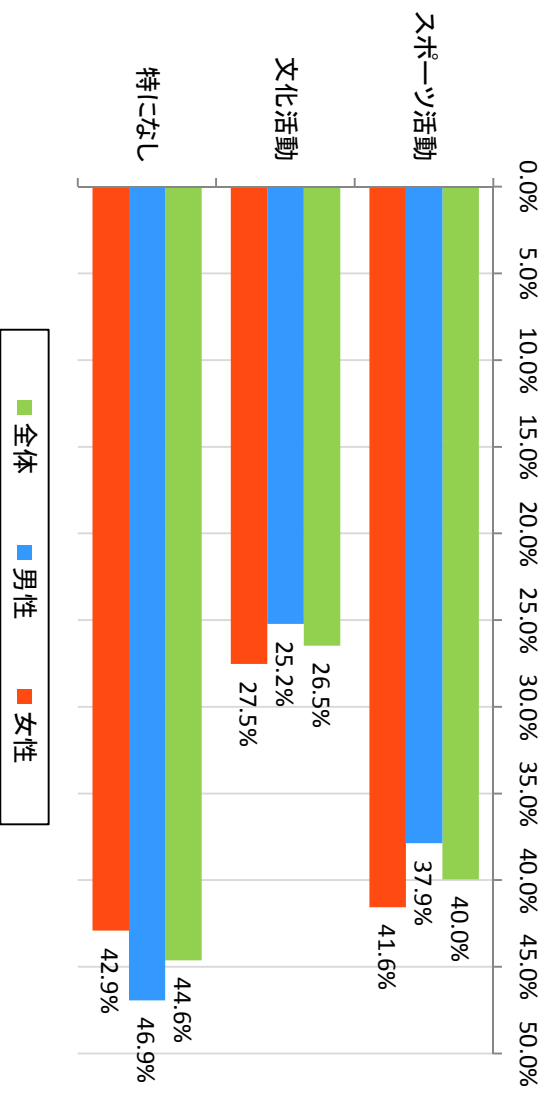


表3 今後取り組んでみたいスポーツ活動 (複数回答)

項目	男性	女性	全体
ウオーキング	7.7%	10.7%	9.4%
ジョギング	3.0%	2.0%	2.3%
卓球	2.5%	2.3%	2.3%
テニス	1.6%	3.6%	2.7%
ソフトテニス	0.5%	0.7%	0.6%
ソフトボール	1.9%	0.3%	0.8%
デートボール	0.3%	0.2%	0.3%
ベトナム	1.0%	1.3%	1.1%
ゴルフ	2.6%	0.6%	1.3%
マラソン	2.7%	1.1%	1.7%
弓道	0.8%	0.8%	0.8%
剣道	0.8%	0.2%	0.4%
水泳	2.3%	4.6%	3.7%
テラウォルトゴルフ	1.1%	0.8%	1.1%
オリエンテーリング	0.3%	0.0%	0.1%
ボウリング	2.1%	2.0%	2.1%
サッカー	1.6%	0.3%	0.8%
ソフトバレーボール	0.4%	0.3%	0.4%
なぎなた	0.2%	0.4%	0.3%
ウオーグラー	0.9%	1.2%	1.1%
太極拳	1.5%	2.9%	2.3%
ダンススポーツ	0.8%	1.9%	1.5%
パークゴルフ	1.1%	0.8%	1.0%
合気道	0.7%	0.3%	0.5%
その他のスポーツ	2.9%	3.8%	3.4%

表4 今後取り組んでみたい文化活動 (複数回答)

項目	男性	女性	全体
囲碁	1.4%	0.5%	0.8%
将棋	1.7%	0.3%	0.8%
俳句	1.4%	1.2%	1.3%
健康ヨーギヤン	4.2%	1.0%	2.1%
民謡	0.2%	0.5%	0.4%
絵画	3.3%	5.9%	4.9%
彫刻・工芸	1.9%	2.0%	1.8%
書道	2.1%	5.3%	4.1%
写真	4.7%	2.5%	3.3%
音楽	3.8%	6.8%	5.5%
その他の文化活動	2.5%	2.2%	2.3%

(注) 全体の比率は、性別無回答者を含む総回答数における比率とした。

④ 大会をきっかけとして取り組みたいと思ったこと

大会をきっかけとして今後取り組みたいと思ったことは、「健康づくり」が67.67%と最も多く、以下、「生きがいづくり」28.1%、「仲間づくり」18.7%と続いている。(図 27)

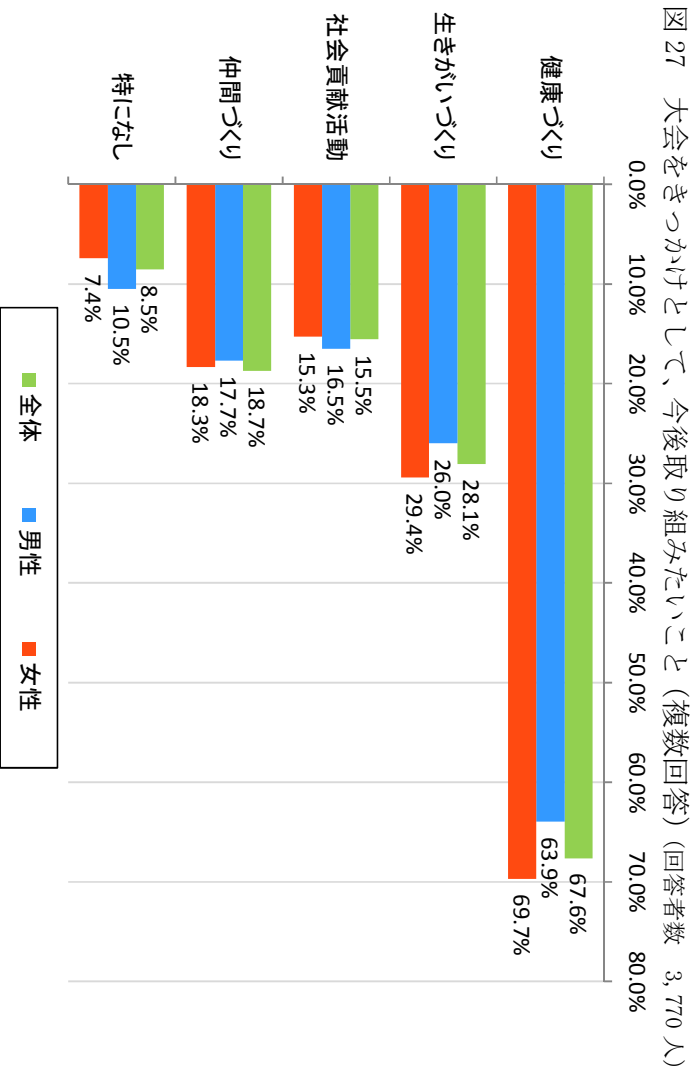


図 27 大会をきっかけとして、今後取り組みたいこと (複数回答) (回答者数 3,770 人)

⑤ 会場までの交通手段

会場までの交通手段については、「自家用車」が47.5%と最も多く、以下、「自転車」17.3%、「徒歩」10.4%と続いている。(図 28)

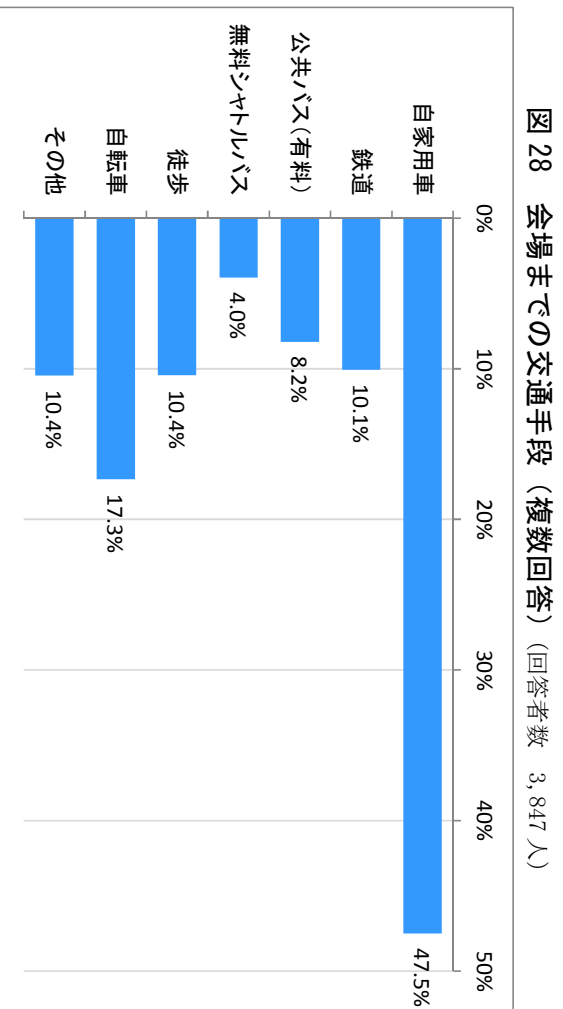
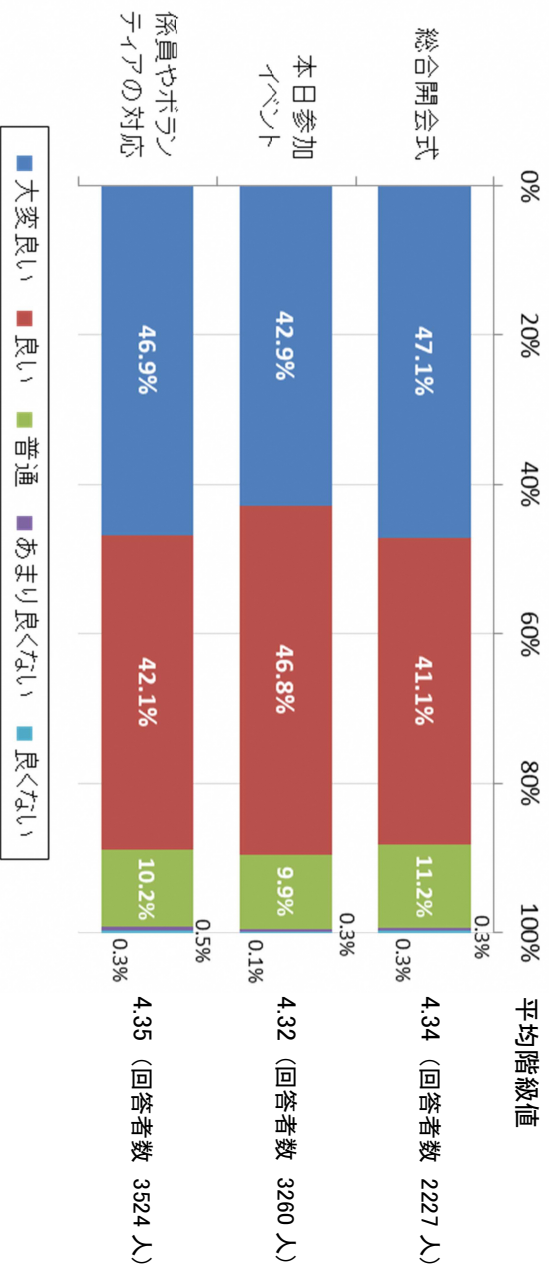


図 28 会場までの交通手段 (複数回答) (回答者数 3,847 人)

⑥ 大会の感想

大会の感想は、「大変良い」及び「良い」の合計が、「総合開会式」については88.2%、「イベント」については89.7%、「係員やボランティアの対応」については89.0%を占めている。(図29)

図 29 大会の感想



⑦ 一般来場者の消費支出額

来場において消費支出した金額は、回答者 1 人当たり 15,296 円となっている。費目別に見ると、「宿泊費」4,672 円、「往復交通費」4,024 円、「土産代」1,932 円、「飲食代」1,511 円、「その他」3,157 円となっている。(図 30～図 35)

図 30 一般来場者一人当たりの消費支出額

(合計 15,296 円)

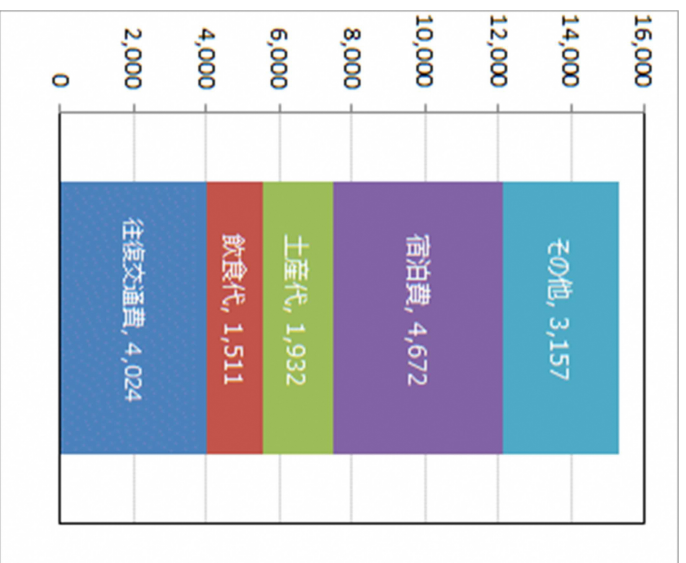


図 31 会場までの往復交通費 (回答者数 3,648 人)

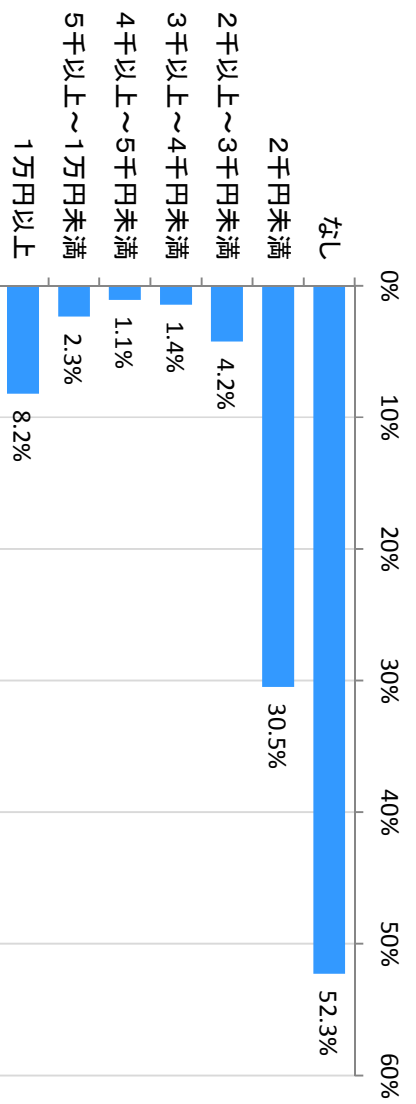




図 32 飲食代 (回答者数 3,666 人)

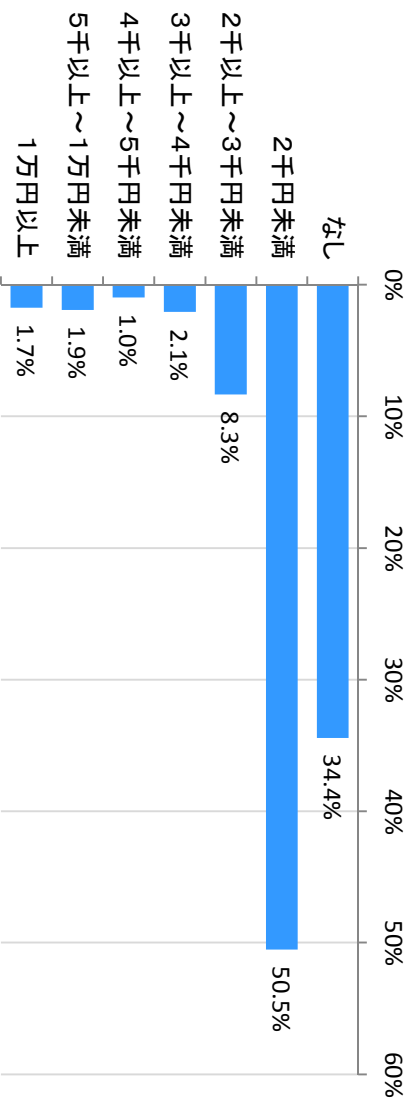


図 33 土産代 (回答者数 3,643 人)

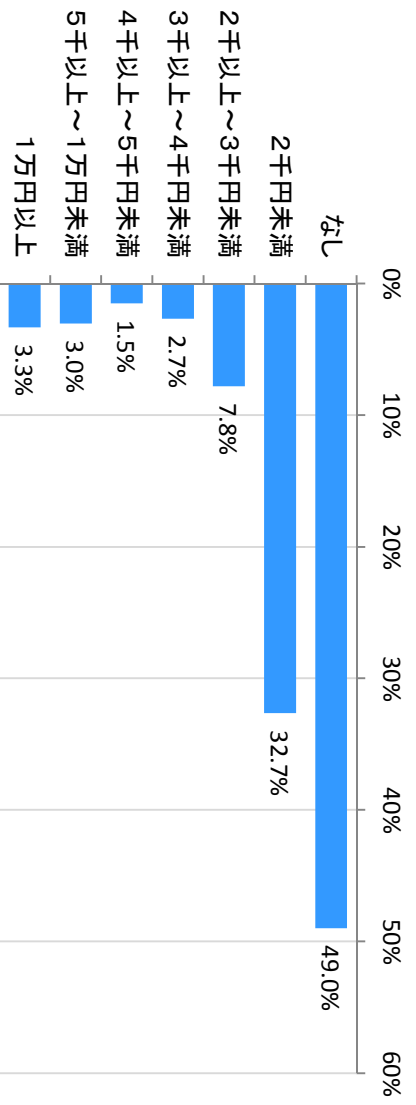
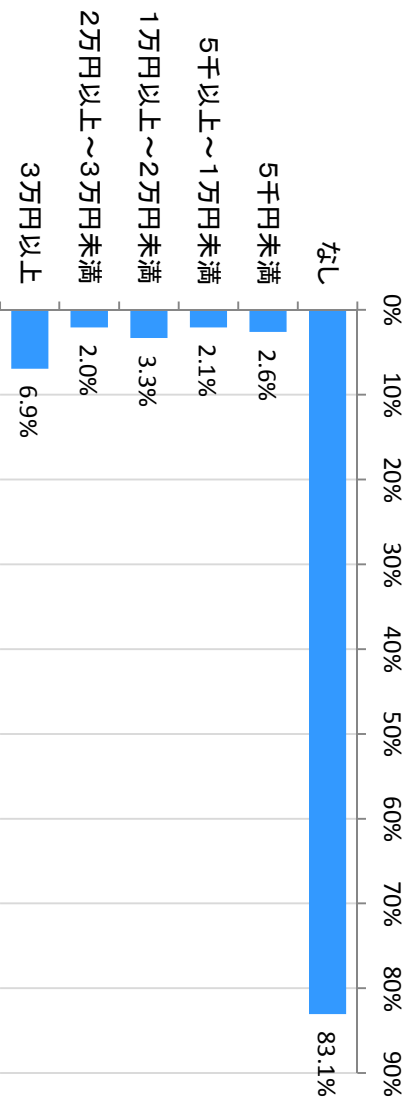
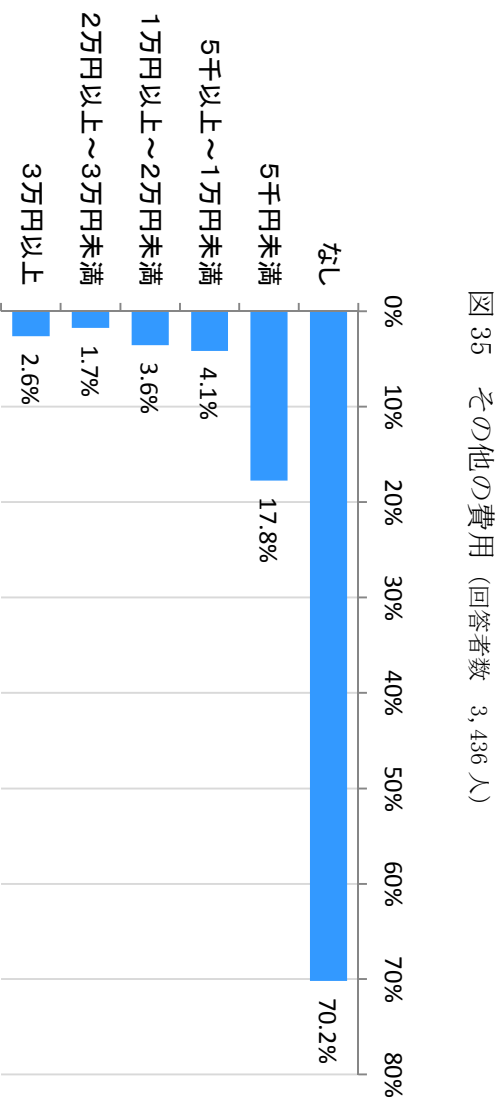


図 34 宿泊費 (回答者数 3,472 人)





## 5. 経済波及効果

大会アンケートの集計結果等を基に、一般財団法人和歌山社会経済研究所が分析した経済波及効果は、次のとおり、100億9,700万円となった。

表 5 ねんりんピック紀の国わかやま 2019 の経済波及効果

単位:百万円

	生産誘発額 (需要額は金額)	中間投入額	粗付加価値誘発額	
			雇用者所得 誘発額	
① 需要額	(百万円) 10,229	—	—	—
② 直接効果	(百万円) 6,719	3,115	3,604	1,995
③ 間接1次波及効果	(百万円) 2,181	1,098	1,083	487
④ 間接2次波及効果	(百万円) 1,196	474	723	280
⑤ 経済波及効果合計	(百万円) 10,097	4,687	5,409	2,762
⑥ 経済波及効果/需要額	(倍) 0.99			
⑦ 経済波及効果/直接効果	(倍) 1.50			
⑧ 雇用誘発効果	(人) 1,044			
⑨ 県内総生産押し上げ効果	(%) 0.15			
和歌山県内総生産	(百万円) 3,676,471	和歌山県「平成28年度市町村民経済計算」		

※各数値は端数処理されているため、各数値の合計等が見た目上一致しない場合がある。

注1) 需要額のうち、「大会事業費」は2017～2019年度に県及び市町が大会のために要した額(2017、2018年度は決算額、2019年度は予算額)

注2) 需要額のうち、「大会参加者・一般来場者の消費支出額」は、ねんりんピック紀の国わかやま 2019実行委員会が各会場でアンケートした大会参加者数及び一般来場者数に、アンケート調査に基づいて算出した一人当たりの消費支出額を乗じて推計した額(大会参加者は県内・県外に分類して算出)

都道府県等名		鳥取県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	平成 30 年度（2018 年度） コンベンション経済波及効果	令和元年 5 月	有	公益財団法人 とっとりコンベンション ビューロー	平成 17 年 鳥取県産業連関表	平成 30 年に鳥取県で開催されたコンベンションにおける鳥取県内の経済波及効果を試算	別添資料あり
2	「砂の美術館」第 12 期展示の経済波及効果	令和 2 年 1 月	有	鳥取市 観光・ジオパーク推進課	平成 23 年鳥取県産業連関表	鳥取市が同市福部町で開催した「砂の美術館」第 12 期展示（H31. 4. 13～R2. 1. 5）の経済波及効果を、来場者アンケートを基に試算。 ○経済波及効果 117 億 4,000 万円 <内訳> ・直接的経済効果（宿泊・飲食・土産・交通費等） 76 億 3,000 万円 ・間接的経済効果（1 次波及効果・2 次波及効果） 41 億 1,000 万円 ○宣伝効果 2 億 5,000 万円	別添資料
3	令和元年度文化庁補助事業実施効果に係る調査及び効果検証	公表はしていない。 （令和 2 年 3 月報告）	無	鳥取県地域づくり推進部 文化政策課 （委託先：株式会社 山陰合同銀行）	平成 23 年鳥取県産業連関表	令和元年度に実施した文化庁補助事業が鳥取県内に及ぼした経済波及効果を推計。 （1）未来へつなぐ！とっとり文化遺産魅力創造発信事業「とっとり博」（文化資源活用推進事業） ・波及効果 140,985 千円 （2）「アートピアとっとり」プロジェクト 2019（文化芸術創造拠点形成事業） ・波及効果 198,796 千円	委託調査 別添資料あり
4	智頭農林高校の智頭町内における経済効果及び本校の存続意義について	令元年 12 月	無	智頭農林高等学校 地域研究同好会	平成 23 年鳥取県産業連関表（39 部門）	全校生徒・教職員への消費アンケートと学校の歳出決算状況を基に、智頭農林高等学校の存在によって地域内で生じている需要額を推計。さらに地域へ与える経済波及効果を推計。	第 13 回鳥取県ジュニア郷土研究大会 高校の部 県知事賞

平成 30 年度 (2018 年度)  
コンベンション経済波及効果  
推計結果報告書

2019 年 5 月

公益財団法人とっとりコンベンションビューロー



## 目次

1. コンベンション経済波及効果の推計結果	1
2. コンベンション開催状況	2
3. 「大会・会議」の経済波及効果	3
4. 「スポーツ大会」の経済波及効果	6
5. 「企業コンベンション」の経済波及効果	8
6. 「海外インセンティブ」の経済波及効果	10
7. 「合宿」の経済波及効果	12
8. 昨年度との比較	14

# 1. コンベンション経済波及効果の推計結果

直接的経済波及効果 39.81 億円  
(対前年度比 113.9%)

雇用者所得誘発効果 20.07 億円  
(対前年度比 113.3%)

間接的経済波及効果 23.79 億円  
(対前年度比 113.0%)

就業誘発数 800 人  
(対前年度比 113.1%)

総額 63.60 億円  
(対前年度比 113.6%)

図1 直接的間接的経済波及効果

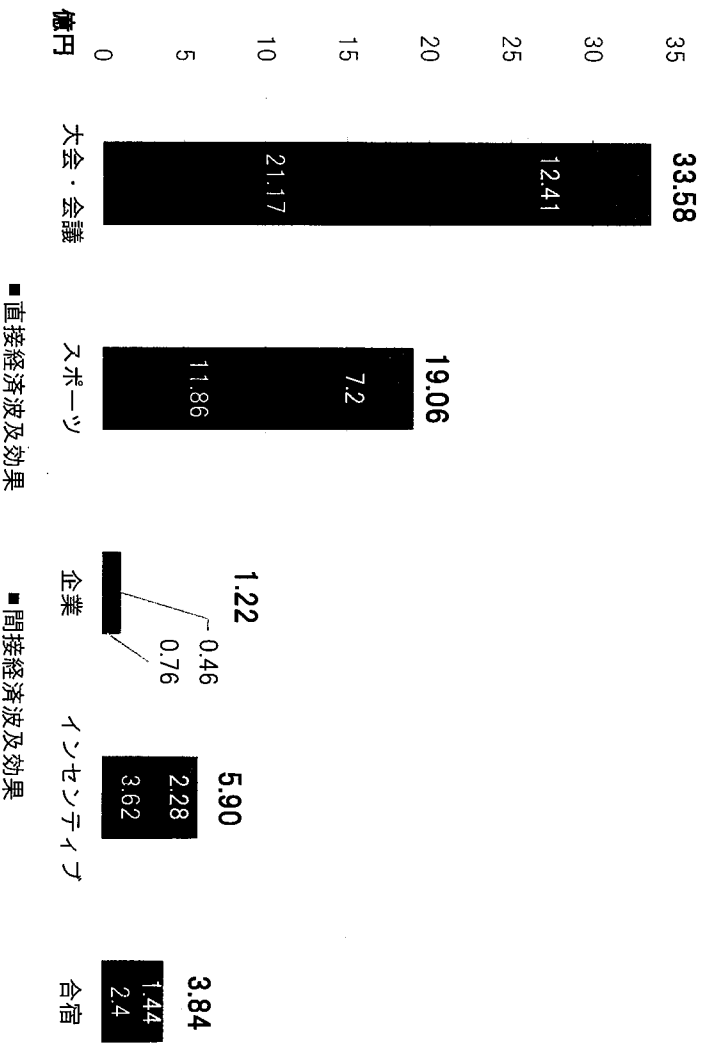


図2 雇用者所得誘発効果

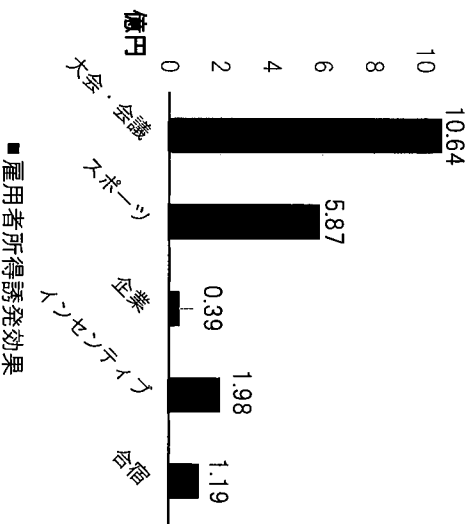
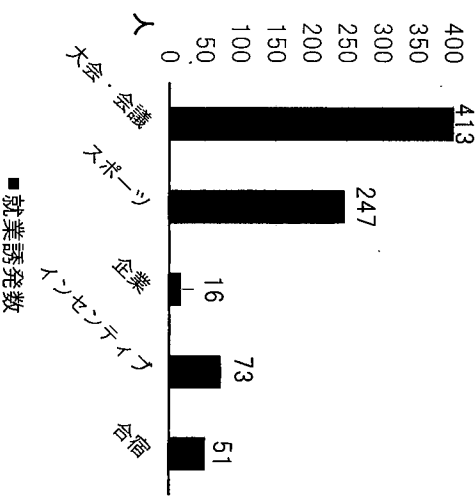


図3 就業誘発数



## 2. コンベンション開催状況

表1.平成30年度鳥取県内開催コンベンション

	大会・会議	スポーツ	企業	インセン ティブ	合宿	合計
全開催件数(件)	123	47	13	93	106	382
アンケート 実施件数(件)	17	3	0	0	0	20
助成金交付 件数(件)	39	13	9	0	98	159
全参加者数(人)	36,783	30,119	2,331	6,381	10,136	85,750

※助成金交付アンケートの収支決算書から主催者関連支出を算出した。

表2.消費支出アンケート実施コンベンション

コンベンション名	開催期日	開催地	参集範囲	配布数	回答数	回答率
平成30年度砂防学会定時総会並びに研究発表会	5/16-18	米子市	全国	660	63	10%
ポルタリングユニース日本選手権鳥取大会2018	5/19-20	倉吉市	全国	300	20	7%
第20回全国異業種交流会連合会全国大会	6/2	米子市	全国	200	24	12%
日本リウマチ友の会 全国大会	6/9-10	米子市	全国	200	18	9%
第65回日本小児保健協会学術集会	6/14-16	米子市	全国	625	155	25%
第43回部落解放・人権西日本夏期講座	6/28-29	米子市	西日本	2,400	204	9%
第38回全日本トライアスロン皆生大会	7/15	米子市	全国	1,100	219	20%
平成30年度介護老人保健施設中国プロック大会	8/30-31	米子市	中国	768	35	5%
第32回中国プロック理学療法士学会	9/8-9	米子市	中国	714	16	2%
第15回西日本児童養護施設職員セミナー	9/19-21	鳥取市	西日本	556	29	5%
第39回全日本マスタース陸上競技選手権大会	9/22-24	鳥取市	全国	2,000	256	13%
公益社団法人日本設計工学会 2018年度秋季研究発表講演会	9/28-29	鳥取市	全国	140	16	11%
リハビリテーション・ケア合同研究大会	10/3-4	米子市	全国	2,012	219	11%
日本「祈りと救いどころ」学会第5回学術研究大会	10/6	倉吉市	全国	314	3	1%
第35回法人会全国大会	10/11	鳥取市	全国	1,683	77	5%
第69回全日本中学校長会研究協議会鳥取大会	10/24-26	米子市	全国	2,017	349	17%
日本薬学会・日本薬剤師会・日本病院薬剤師会 中国四国支部学術大会	11/10-11	米子市	中四国	1,244	200	16%
第66回海岸工学講演会	11/14-16	鳥取市	全国	617	49	8%
第54回中国四国中学校理科教育研究会 鳥取(倉吉)大会	11/15-16	倉吉市	中四国	200	3	2%
平成30年度全国母子生活支援施設研究大会	11/21-22	鳥取市	全国	255	30	12%
<b>合計 20件</b>				<b>18,005</b>	<b>1,985</b>	<b>11%</b>

※消費支出アンケートの県内支出額に関する設問から参加者関連支出額を算出した。

### 3. 「大会・会議」の経済波及効果

#### I 主催者関連支出合計額の推計

主催者関連支出とは、コンベンション開催に伴って主催者が支出する経費で、会場・設備工事費・機材レンタル費・印刷製本費・通信運搬費・臨時雇用費などがある。

##### 【算出方法】

助成金交付対象となった39件の「大会・会議」の主催者関連支出額を大会日数(会期)ごとに分け、大会日数別に1件当たりの平均額を算出した。

その平均額を開催された全ての「大会・会議」123件に乘以、合算したもので、主催者関連支出合計額を推計した。(表3)

※会期4日の大会については助成金交付対象でないため全体の平均値を使用した。

表3. 主催者関連支出額(大会・会議)

	開催件数	1件当たりの主催者支出	主催者関連支出額
会期1日	40	6,335,819	253,432,760
会期2日	59	9,654,200	569,597,800
会期3日	21	9,578,559	201,149,739
会期4日	1	8,527,017	8,527,017
会期5日	1	14,963,312	14,963,312
会期6日	1	9,679,455	9,679,455
合計	123	—	1,057,350,083

(単位：円)

よって主催者関連支出合計額は、1,057,350,083円と推計した。

#### II 参加者関連支出合計額の推計

参加者関連支出とはコンベンション参加者が支出する経費で、宿泊費・交通費・飲食費・土産購入費・観光娯楽費などがある。

##### 【算出方法】

消費支出アンケートを実施した17件の大会・会議の参加者を、県内参加者、県外参加者のうち県内宿泊者、その他(日帰りや県外宿泊など)の3つの項目に分け、それらの費用項目別の平均消費額を推計した。(表4)

表4. 1人当たりの参加者支出(大会・会議)

	県外参加者		
	県内参加者	県内宿泊	その他 (日帰り・県外宿泊)
宿泊費	10,539	14,963	0
飲食費	3,267	11,152	4,957
土産代	1,133	7,456	5,137
交通費	1,844	4,223	2,513
観光・娯楽費	422	1,955	479
その他	133	903	564
合計	17,338	40,652	13,650

(単位：円)

助成金交付対象となった39件のコンベンションのデータから、県外参加者の県内宿泊比率を割り出し、その比率に基づき全ての県外参加者について県内宿泊者とその他(日帰りや県外宿泊など)の人数を推計した。(表5)

表5. 県外参加者内訳推計(大会・会議)

	県内参加者 (実数)	県外参加者		合計 (実数)
		県内宿泊	その他	
助成金 交付対象	4,574	13,028	2,764	20,366
全参加者	10,033	22,068	4,682	36,783

(単位：人)



表5の参加者内訳数に参加者支出平均額を乗じて、参加者支出合計額を算出した。(表6)

表6.全参加者の参加者支出額合計(大会・会議)

	県内参加者			合計 36,783人
	県内参加者 10,033人	県外参加者 県内宿泊 22,068人	その他 4,682人	
宿泊費	30,543,573	330,204,568	0	360,748,141
飲食費	32,774,467	246,103,144	23,209,555	302,087,166
土産代	11,370,734	164,539,548	24,049,901	199,960,183
交通費	18,505,311	93,193,470	11,764,844	123,463,625
観光・娯楽費	4,236,156	43,143,082	2,240,922	49,620,160
その他	1,337,733	19,927,470	2,641,087	23,906,290
合計	98,767,974	897,111,282	63,906,309	1,059,785,565

(単位：円)

よって、参加者関連支出合計額は1,059,785,565円と推計した。

### Ⅲ 直接的経済効果の推計

#### I・Ⅱから

主催者関連支出合計額 1,057,350,083円  
 参加者関連支出合計額 1,059,785,565円  
 合計 2,117,135,648円 (A)

が「大会・会議」の直接的経済効果と推計した。

### Ⅳ 生産誘発効果の推計

生産誘発効果とは、最終需要額(直接的経済効果)の投入により新たに誘発された効果であり、一次波及効果と二次波及効果に分けられる。

一次波及効果は直接的経済効果を産業連関分析にかけることよって推計される。推計された数値は、新たに誘発された経済効果の大きさを表している。

二次波及効果は一次波及効果推計によって求められた雇用者所得誘発額に、可処分所得に占める消費支出額の割合(平均消費性向)を乗じ、その数を産業連関分析にかけることよって求められる。

#### 【算出方法】

前項で算出された最終需要額(直接的経済効果)を産業連関表に落とし込み、全体の生産誘発効果を推計した。(表7)

表7 全体の生産誘発効果(一次・二次波及効果)

	直接効果	一次波及効果	二次波及効果	合計
生産増加額	21億 1,714万円	11億 5,888万円	9億 6,236万円	42億 3,838万円
雇用者所得額	7億 2,341万円	3億 1,073万円	2億 4,838万円	12億 8,252万円
就業誘発数	306人	97人	82人	485人

表7は鳥取県外への効果も含まれているので、県内自給率を用いて鳥取県内への生産誘発効果を推計した。(表8)

表8 鳥取県内への生産誘発効果(一次・二次波及効果)

	直接効果	一次波及効果	二次波及効果	合計
生産増加額	21億 1,714万円	6億 5,356万円	5億 8,696万円	33億 5,766万円
雇用者所得額	7億 2,341万円	1億 8,584万円	1億 5,498万円	10億 6,423万円
就業誘発数	306人	57人	50人	413人

## V 間接的経済波及効果の推計

IVから

一次波及効果	653,556,011 円
二次波及効果	586,964,251 円
合計	1,240,520,262 円 (B)

が「大会・会議」の間接的経済波及効果と推計した。

## VI 雇用人所得誘発額・就業誘発数

雇用人所得誘発額は直接的経済効果により新たに得られる雇用人の所得で、就業者誘発数は効果により創出される就業者の増加数である。

表8で鳥取県内の雇用人所得誘発額と就業者誘発数も算出している。結果は以下の通りである。

雇用人所得誘発額	1,064,233,687 円
就業誘発数	413 人

## VII 経済波及効果のまとめ (大会・会議)

平成30年度「大会・会議」による経済波及効果は

直接的経済効果 (A)	2,117,135,648 円
間接的経済波及効果 (B)	1,240,520,262 円
合計	3,357,655,910 円
雇用人所得誘発額	1,064,233,687 円
就業誘発数	413 人

と推計した。

#### 4. 「スポーツ大会」の経済波及効果

「スポーツ大会」の推計方法は、前章の「大会・会議」と同様に、助成金交付対象の大会の収支決算書から主催者支出を、消費支出アンケートから参加者支出を算出する。

##### I 主催者関連支出合計額の推計

###### 【算出方法】

助成金交付対象となった13件の「スポーツ大会」の主催者関連支出額を大会日数別に仕分けし、1件当たりの平均額を算出した。

その平均額を開催された全ての「スポーツ大会」47件に乘以、合算したもので、主催者関連支出合計額を推計した。

※会期4日、5日、6日、9日の大会については助成金交付対象でないため全体の平均値を使用した。

表9. 主催者関連支出額（スポーツ大会）

	開催 件数	1件当たりの 平均額	主催者関連 支出額
会期1日	10	1,934,243	19,342,430
会期2日	20	2,420,767	48,415,340
会期3日	12	3,055,089	36,661,068
会期4日	2	2,221,677	4,443,354
会期5日	1	2,221,677	2,221,677
会期6日	1	2,221,677	2,221,677
会期9日	1	2,221,677	2,221,677
合計	47	—	115,527,223

(単位：円)

よって、主催者関連支出合計額は**115,527,223円**と推計した。

##### II 参加者関連支出合計額の推計

###### 【算出方法】

消費支出アンケートを実施した3件のスポーツ大会の参加者を、県内参加者、県外参加者の内県内宿泊者、その他（日帰りや県外宿泊者）の3つに分け、それらの費用項目別の平均消費額の推計を行った。(表10)

※県内参加者の宿泊費は参考データが少なかったため県外参加者の県内宿泊費を使用した。

表10. 1人当たりの参加者支出（スポーツ大会）

	県内参加者	県外参加者	
		県内宿泊	その他 (日帰り・県外宿泊)
宿泊費	27,863	27,863	0
飲食費	7,800	11,046	2,563
土産代	3,000	8,255	4,625
交通費	2,800	4,346	1,563
観光・ 娯楽費	0	2,382	500
その他	0	1,909	438
合計	41,463	55,801	9,689

(単位：円)

次に、助成金交付対象となった13件のコンベンションのデータから、県外参加者の県内宿泊比率を割り出した。その比率に基づき全ての県外参加者について県内宿泊者とその他(日帰りや県外宿泊など)の人数を推計した。(表11)

表11. 県外参加者内訳推計（スポーツ大会）

	県内 参加者 (実数)	県外参加者		合計 (実数)
		県内宿泊	その他	
助成金 交付対象	2,423	4,950	952	8,325
全参加者	10,618	16,361	3,140	30,119

(単位：人)

表11の参加者内訳数に参加者支出平均額を乗じて、参加者支出合計額を算出した。(表12)

表12. 全参加者の参加者支出合計（スポーツ大会）

	県内参加者 10,618人	県外参加者		合計 30,119人
		県内宿泊 16,361人	その他 3,140人	
宿泊費	85,500,457	455,875,989	0	541,376,446
飲食費	23,935,096	180,727,351	8,046,950	212,709,397
土産代	9,205,806	135,062,854	14,520,932	158,789,592
交通費	8,592,086	71,106,379	4,907,290	84,605,755
観光・ 娯楽費	0	38,972,709	1,569,831	40,542,540
その他	0	31,233,796	1,375,172	32,608,968
合計	127,233,445	912,979,078	30,420,175	1,070,632,698

(単位：円)

よって、参加者関連支出合計額は**1,070,632,698円**と推計した。

##### III 直接的経済効果の推計

###### I・IIから

主催者関連支出合計額 **115,527,223円**  
 参加者関連支出合計額 **1,070,632,698円**  
 合計 **1,186,159,921円** (C)

が「スポーツ大会」の直接的経済効果と推計した。

#### IV 生産誘発効果の推計

##### 【算出方法】

前項で算出された最終需要額（直接的経済効果）を産業連関表に落とし込み、生産誘発効果を推計した。（表13）

表 13. 全体の生産誘発効果（一次・二次波及効果）

	直接効果	一次波及効果	二次波及効果	合計
生産増加額	11 億 8,616 万円	6 億 6,077 万円	5 億 2,514 万円	23 億 7,207 万円
雇用者所得額	3 億 9,276 万円	1 億 7,155 万円	1 億 3,554 万円	6 億 9,985 万円
就業誘発数	184 人	57 人	45 人	286 人

（単位：円）

表 13 は鳥取県外への効果も含まれているので、県内自給率を用いて鳥取県内への生産誘発効果を推計した。

表 14. 鳥取県内の生産誘発効果（一次・二次波及効果）

	直接効果	一次波及効果	二次波及効果	合計
生産増加額	11 億 8,616 万円	3 億 9,644 万円	3 億 2,389 万円	19 億 649 万円
雇用者所得額	3 億 9,276 万円	1 億 896 万円	8,552 万円	5 億 8,724 万円
就業誘発数	184 人	35 人	28 人	247 人

#### V 間接的経済波及効果の推計

IVから

一次波及効果	396,442,864 円
二次波及効果	323,882,528 円
合計	720,325,392 円 (D)

が「スポーツ大会」の間接的経済波及効果と推計した。

#### VI 雇用者所得誘発額・就業誘発数

表 14 で鳥取県内の雇用者所得誘発額と就業誘発数も算出している。結果は以下の通りである。

雇用者所得誘発額	587,236,269 円
就業誘発数	247 人

#### VII 経済波及効果のまとめ（スポーツ大会）

平成 30 年度「スポーツ大会」による経済波及効果は

直接的経済効果 (C)	1,186,159,921 円
間接的経済波及効果 (D)	720,325,392 円
合計	1,906,485,312 円
雇用者所得誘発額	587,236,269 円
就業誘発数	247 人

と推計した。

## 5. 「企業コンベンション」の経済波及効果

「企業コンベンション」とは、鳥取県外に本拠地を置く企業が主催する研修や視察、インセンティブツアー等である。

推計方法としては、主催者支出は助成金交付対象のコンベンションの収支決算書から算出し、参加者支出は、「企業コンベンション」では消費支出アンケートを実施しなかったため、「大会・会議」の消費支出アンケートの値を代用して算出した。

### I 主催者関連支出合計額の推計

#### 【算出方法】

助成金交付対象となった9件のコンベンションの平均主催者関連支出を、平成30年度に開催された「企業コンベンション」全体の13件に乗じて、主催者関連支出合計額を算出した。(表15)

開催件数	1件当たりの平均額	主催者関連支出額
13	4,661,201.07	60,595,614

(単位：円)

よって、主催者関連支出合計額は、60,595,614円と推計した。

### II 参加者関連支出合計額の推計

「企業コンベンション」の参加者は「大会・会議」や「スポーツ大会」の参加者とは異なり、交通費・宿泊費・飲食費などは主催者が負担している。

つまり、基本的に参加者が現地で支払う支出は「土産代」のみと考えられる。

#### 【算出方法】

土産代のデータは、「大会・会議」の消費支出アンケートの値を用いて、県外参加者で積算し合計額を算出した。  
※県内参加者の土産代はゼロとして計算する。(表16)

	県外参加者 (日帰り) 90人	県外参加者 (県内宿泊) 2,066人	合計 2,156人
1人あたりの 土産代	3,443.81	7,455.072	—
現地支出 合計額	309,943	15,402,179	15,712,122

(単位：円)

よって、参加者関連支出合計額（現地支出額）は  
15,712,122円と推計した。

### III 直接的経済効果の推計

#### I・IIから

主催者関連支出合計額	60,595,614円
参加者関連支出合計額	15,712,122円
合計	76,307,736円 (E)

が「企業コンベンション」の直接的経済効果と推計した。

### IV 生産誘発効果の推計

#### 【算出方法】

前項で算出された最終需要額（直接的経済効果）を産業連関表に落とし込み、生産誘発効果を推計した。(表17)

	直接効果	一次波及効果	二次波及効果	合計
生産増加額	7,630万円	4,029万円	3,448万円	5,107万円
雇用者所得額	2,650万円	1,054万円	890万円	4,594万円
就業誘発数	12人	3人	3人	18人

(単位：円)

表17は鳥取県外への効果も含まれているので、さらに県内自給率を用いて鳥取県内への生産誘発効果を推計した。(表18)

	直接効果	一次波及効果	二次波及効果	合計
生産増加額	7,630万円	2,445万円	2,143万円	1億2,218万円
雇用者所得額	2,650万円	669万円	567万円	3,886万円
就業誘発数	12人	2人	2人	16人

### V 間接的経済波及効果の推計

#### IVから

一次波及効果	24,445,533円
二次波及効果	21,430,639円
合計	45,876,172円 (F)

が「企業コンベンション」の間接的経済波及効果と推計した。

## VI 雇用者所得誘発額・就業誘発数

表 18 で鳥取県内の雇用者所得誘発額と就業誘発数も算出している。結果は以下の通りである。

雇用者所得誘発額	38,856,212 円
就業誘発数	16 人

## VII 経済波及効果のまとめ (企業コンベンション)

平成 30 年度「企業コンベンション」による経済波及効果は

直接的経済効果 (E)	76,307,736 円
間接的経済波及効果 (F)	45,876,172 円
合計	122,183,908 円
雇用者所得誘発効果	38,856,212 円
就業誘発数	16 人

と推計した。

## 6. 「海外インセンティブ」の経済波及効果

### I 主催者関連支出合計額の推計

#### 【算出方法】

平成30年度は助成金交付対象のコンベンションがなかったため、平成25年度の助成金交付対象となった3件411人のコンベンションの主催者関連支出を元に、1人あたりの主催者関連支出を推計した。

それを平成30年度に開催された「海外インセンティブ」全体の参加者6,381人に乗じて主催者関連支出合計を推計した。(表19)

表19.主催者関連支出額

助成金対象参加者数(人)	1人あたり主催者支出額(円)	全参加者数(人)	主催者関連支出合計額(円)
※ 164	※ 26,926	6,381	171,814,806

※平成25年度実績

よって、主催者関連支出合計額は171,814,806円と推計した。

### II 参加者関連支出合計額の推計

「海外インセンティブ」の参加者は全て外国人で、その他のコンベンションの参加者とは消費動向が大きく異なる。「海外インセンティブ」では消費支出アンケートを実施していないため、観光庁の《訪日外国人消費動向調査》の内、「買物代」のみを基礎データとして代用した。(表20)

(※観光庁の《訪日外国人消費動向調査平成30年》における「買物代」全体平均購入率・単価数を使用した。)

表20.参加者関連支出合計額(現地支出合計額)

購入率	購入者単価	購入者数(参加者数×購入率)	合計
買物代 96.0%	30,984	6,125.76	189,800,548

よって、「海外インセンティブ」の参加者関連支出合計額(現地支出額)は189,800,548円と推計した。

### III 直接的経済効果の推計

#### I・IIから

主催者関連支出合計額	171,814,806円
参加者関連支出合計額	189,800,548円
合計	361,615,354円 (G)

が「海外インセンティブ」の直接的経済効果と推計した。

### IV 生産誘発効果の推計

#### 【算出方法】

前項で算出された最終需要額(直接的経済効果)を産業連関表に落とし込み、生産誘発効果を推計した。(表21)

表21.全体の生産誘発効果(一次・二次波及効果)

	直接効果	一次波及効果	二次波及効果	合計
生産増加額	3億 6,162万円	1億 8,895万円	1億 7,439万円	7億 2,496万円
雇用者所得額	1億 3,605万円	5,134万円	4,501万円	2億 3,240万円
就業誘発数	54人	15人	15人	84人

表21は鳥取県外への効果も含まれているので、県内自給率を用いて鳥取県内への生産誘発効果を推計した。(表22)

表22.鳥取県内の生産誘発効果(一次・二次波及効果)

	直接効果	一次波及効果	二次波及効果	合計
生産増加額	3億 6,162万円	1億 1,865万円	1億 946万円	5億 8,973万円
雇用者所得額	1億 3,605万円	3,351万円	2,890万円	1億 9,846万円
就業誘発数	54人	10人	9人	73人

## V 間接的経済波及効果の推計

IVから

一次波及効果	118,654,797 円
二次波及効果	109,459,542 円
<b>合計</b>	<b>228,114,339 円 (H)</b>

が「海外インセンティブ」の間接的経済波及効果と推計した。

## VI 雇用人所得誘発額・就業誘発数

表 22 で鳥取県内の雇用人所得誘発額と就業誘発数も算出している。結果は以下の通りである。

雇用人所得誘発額	198,462,738 円
就業誘発数	73 人

## VII 経済波及効果のまとめ (海外インセンティブ)

平成 30 年度「海外インセンティブ」による経済波及効果は

直接的経済効果 (G)	361,615,354 円
間接的経済波及効果 (H)	228,114,339 円
合計	589,729,693 円
雇用人所得誘発効果	198,462,738 円
就業誘発数	73 人

と推計した。



## 7. 「合宿」の経済波及効果

### I 主催者関連支出合計額の推計

#### 【算出方法】

助成金交付対象となった98件の主催者関連支出額を合宿日数別に分け、それを元に参加者1人あたりの主催者関連支出額を推計した。  
それを合宿日数ごとに全ての参加者で乗じたものを合算し、主催者関連支出合計額を算出した。(表24)

表 23. 主催者支出合計額 (合宿)

合宿日数	参加者数 (人)	1人あたりの主催者関連支出額	主催者関連支出額合計
2	592	5,771	3,416,432
3	3,616	10,515	38,022,240
4	2,509	24,383	61,176,947
5	877	29,398	25,782,046
6	475	38,684	18,374,900
7	354	43,411	15,367,494
8	113	20,168	2,278,984
9	338	29,461	9,957,818
10	56	72,304	4,049,024
14	1,157	25,359	29,340,363
15	49	59,184	2,900,016
合計	1,0136	—	210,666,264

(単位：円)

よって、合宿の主催者関連支出合計額は  
210,666,264 円と推計した。

### II 参加者関連支出合計額の推計

#### 【算出方法】

平成25年度に行った合宿主催者へのアンケート調査で算出した、1人あたりの県内消費金額(事前に支払う宿泊費や交通費などは除く)を活用する。(表24)

表 24. 合宿参加者の県内消費額

回答数	1人あたりの県内消費額 (交通費・宿泊費・会場費等の事前に支払う金額は除く)
69 団体	2,910 円

この1人あたりの県内消費額を全参加者数で乗じ、「合宿」の参加者関連支出合計額を算出した。(表25)

表 25. 合宿の参加者関連支出合計額

県内消費平均額	全参加者数	参加者関連支出合計額
2,910 円	10,136 人	29,495,760 円

よって、「合宿」の参加者関連支出合計額(現地支出額)は、**29,495,760 円**と推計した。

### III 直接的経済効果の推計

#### I・IIから

主催者関連支出合計額 210,666,264 円  
参加者関連支出合計額 29,495,760 円  
合計 240,162,024 円 (1)

が「合宿」の直接的経済効果と推計した。

#### IV 生産誘発効果の推計

【算出方法】  
前項で算出された最終需要額（直接的経済効果）を産業連関表に落とし込み、生産誘発効果を推計した。（表 26）

表 26. 全体の生産誘発効果（一次・二次波及効果）

	直接効果	一次波及効果	二次波及効果	合計
生産増加額	2 億 4,016 万円	1 億 3,076 万円	1 億 569 万円	4 億 7,661 万円
雇用者所得額	7,984 万円	3,373 万円	2,728 万円	1 億 4,085 万円
就業誘発数	38 人	12 人	9 人	59 人

表 26 は鳥取県外への効果も含まれているので、県内自給率を使って鳥取県内への生産誘発効果を算出した。（表 27）

表 27. 鳥取県内の生産誘発効果（一次・二次波及効果）

	直接効果	一次波及効果	二次波及効果	合計
生産増加額	2 億 4,016 万円	7,871 万円	6,536 万円	3 億 8,423 万円
雇用者所得額	7,984 万円	2,140 万円	1,726 万円	1 億 1,850 万円
就業誘発数	38 人	7 人	6 人	51 人

#### V 間接的経済波及効果の推計

IVから

一次波及効果 78,714,558 円  
二次波及効果 65,355,949 円  
合計 144,070,508 円 (J)

が「合宿」の間接的経済波及効果と推計した。

#### VI 雇用者所得誘発額・就業誘発数

表 27 で鳥取県内の雇用者所得誘発額と業誘発数も算出している。結果は以下の通りである。

雇用者所得誘発額 118,497,852 円  
就業誘発数 51 人

#### VII 経済波及効果のまとめ（合宿）

平成 30 年度「合宿」による経済波及効果は

直接的経済効果 (I) 240,162,024 円  
間接的経済波及効果 (J) 144,070,508 円  
合計 384,232,532 円  
雇用者所得誘発効果 118,497,852 円  
就業誘発数 51 人

と推計した。

## 8. 昨年度との比較

本稿では平成 29 年度と平成 30 年度の結果を比較する。

### I 全項目の比較

表 28. 全体の経済波及効果

	平成 29 年度		平成 30 年度		差	対前年度比
	件数					
直接効果 (円)	参加者数 (人)	446	382	-64	85.7%	
	主催者支出	1,305,916,145	1,615,953,990	310,037,845	123.7%	
	一件あたり	2,928,063	4,230,246	1,302,183	144.5%	
	参加者支出	2,189,332,330	2,365,426,693	176,094,363	108.0%	
	一人あたり	27,526	27,585	59	100.2%	
	合計	3,495,248,475	3,981,380,683	486,132,208	113.9%	
間接効果 (円)	一次	1,127,285,147	1,271,813,763	144,528,616	112.8%	
	二次	977,203,791	1,107,092,909	129,889,118	113.3%	
	合計	2,104,488,965	2,378,906,672	274,417,707	113.0%	
	経済波及効果合計 (円)	5,599,737,440	6,360,287,355	760,549,915	113.6%	
参加者一人あたりの経済波及効果 (円)	70,404	74,172	3,768	105.4%		
コンベンション一件あたりの経済波及効果 (円)	12,555,465	16,649,967	4,094,502	132.6%		
雇用者所得 (円)	1,771,782,850	2,007,286,758	235,503,908	113.3%		
就業誘発数 (人)	707	800	93	113.1%		

表 29. 大会種別の経済波及効果

	平成 29 年度	平成 30 年度	差	対前年度比
大会・会議	19,74	33,58	13,84	170.0%
スポーツ大会	22,05	19,06	-2,99	86.4%
企業コンベンション	1,23	1,22	-0,01	99.2%
海外インセンティブ	7,17	5,90	-1,27	82.3%
合宿	5,81	3,84	-1,97	66.1%
合計	56,00	63,60	7,6	113.6%

(単位：億円)

出典  
観光庁  
「訪日外国人消費動向調査」  
平成 30 年（2018 年） 暦年（1-12 月期）

作成  
公益財団法人 とっとりコンベンションビューロー  
鳥取県米子市末広町 294 番地  
TEL 0859-39-0777  
FAX 0859-39-0700  
<http://www.t-cb.jp>  
[welcome@t-cb.jp](mailto:welcome@t-cb.jp)



中核市  
鳥取市



砂の美術館  
THE SAND MUSEUM  
TOTTORI SAND DUNES

記者発表資料	
令和2年1月10日(金)	
担当課 担当者	観光・ジオパーク推進課 山根、伊藤
連絡先	30-8291 (内線 7531)

## 砂の美術館第12期展示経済波及効果について

砂の美術館第12期展示「砂で世界旅行・南アジア編」では、500,309人(第11期448,802人、昨年比51,507人増)の来館者をお迎えすることができました。

アンケートでは、94.8%の方に砂の美術館の印象は「とても良い・良い」という高い評価をいただきとともに、来館者全体の94.5%を県外者が占め、また全体の71.3%の方が宿泊されるなど、砂の美術館が地域経済の活性化や観光振興の充実に貢献することができました。

このアンケート結果等に基づいた経済波及効果及び宣伝効果の概要について、以下のとおりお知らせします。

### 経済波及効果

117億4千万円

来館者アンケートデータをもとに鳥取県産業連関表を用いて算出

### 経済波及効果の内訳

□直接的経済効果 76億3千万円

・直接的経済効果とは実際に支出された額のことを言います。

※算出方法：来場者アンケートデータをもとに、県外、県内及び宿泊、日帰りに分け鳥取県統計課の「平成23年鳥取県産業連関表：経済波及効果推計ツール1」を利用し観光消費額を推計。

□間接的経済効果 41億1千万円

・間接的経済効果とは大きく1次波及効果と2次波及効果に分けられます。

第1次波及効果 26億円

・1次波及効果は直接的経済効果分の支出に対して、調達した財・サービスの内訳を指します。

第2次波及効果 15億1千万円

・2次波及効果は1次波及効果で発生した額が各家計に所得として割り振られ消費に回された額を指します。

### 宣伝効果

2億5千万円

テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、WEB等(全国版、地方版)の放送、掲載等より広告料換算し算出

・テレビ全国版 約30分程度放送:1億8万円

【テレビ朝日(グッド!モーニング)、日本テレビ(ZIP)、NHK(2020年新春!ニッポン!にぎわい)リレー]ほか】

・テレビ地方版 約46分程度放送:5300万円

【NKT、TSK、BSS、NHK、関西テレビ、NCN、びよんびよん、海外メディア]ほか】

・新聞、雑誌、ラジオ、WEB、その他:1700万円

【日本海新聞、読売新聞、朝日新聞、毎日新聞、山陰中央新報、産経新聞、中国新聞、日本経済新聞、FM山陰、FM鳥取]ほか】

### 傾向と分析

第12期は比較的天候に恵まれ、大型GWの10連休や年末年始の9連休、また山陰道鳥取西道路の開通効果などにより、来館者数は好調に推移した。

■指定管理者の主な取り組み

・イズミテクノが会員約130万人に向け、ゆめカード(クレジットカード)の明細書とともに送る情報誌やサイトに広告を掲載

・JR西日本コミュニケーションズが、山陰デスタネーションキャンペーンのアフターキャンペーンと連携した広報を実施(DCペンへの掲載、大阪駅での柱広告など)

■その他

台湾、香港を中心としたプロモーション効果(外国人観光客の増加)、鳥取駅前風紋広場のシンボル砂像(モンスターハンター砂像)と連動したPR効果、3Dプロジェクトキャンペーンの開催

【砂の美術館第12期展示経済波及効果参考資料】

【経済波及効果】

直接的経済効果	宿泊費や飲食費、お土産代、交通費など来場者が実際に支出・消費した額を指します。
間接的経済効果	間接的経済効果とは大きく次波及効果と2次波及効果に分けられます。
間接的経済効果	1次波及効果は直接的経済効果分の支出に対して、調達した財・サービスの内訳を指し、2次波及効果は1次波及効果で発生した額が各家計に所得として割り振られ消費に回された額を指します。

【第12期展示来場者アンケート結果】

砂の美術館第12期展示開催中、来館者アンケートを実施し、2,574人の方から御回答いただきました。  
 ※第11期：2,169人、第10期：1,882人、第9期：2,447人  
 全体の94.5%が県外者（海外者含む）。  
 全体の71.3%が宿泊者。そのうち42.3%が鳥取市内に宿泊。

○県内外比率【来館者アンケートより】(単位：%)

	県内	県外						海外	
		近畿	中国	関東	東海	四国	その他		
12期展示(H31)	5.4	92.8	42.9	17.4	15.7	8.8	5.2	10.0	1.7
11期展示(H30)	7.7	90.2	46.8	18.5	12.7	9.0	5.4	7.6	2.1
10期展示(H29)	8.5	89.8	44.3	20.9	13.6	8.4	5.0	7.8	1.7
9期展示(H28)	8.6	88.6	45.8	21.6	12.0	7.8	4.3	8.5	2.8

○旅行形態比率【来館者アンケートより】(単位：%)

	日帰り	宿泊		
		1泊	2泊以上	
12期展示(H31)	28.7	71.3	53.4	46.6
11期展示(H30)	34.3	65.7	56.8	43.2
10期展示(H29)	33.4	66.6	58.9	41.1
9期展示(H28)	34.3	65.7	57.4	42.6

○宿泊場所比率【来館者アンケートより】(単位：%)

	県内			県外		
	市内	県東部	その他			
12期展示(H31)	84.5	42.3	4.5	53.2	15.5	
11期展示(H30)	86.0	37.7	4.5	57.8	14.0	
10期展示(H29)	89.2	35.9	3.2	60.9	10.8	
9期展示(H28)	78.8	38.6	3.6	57.8	21.2	

○砂の美術館の印象比率【来館者アンケートより】(単位：%)

	とても良い	良い	普通	あまり良くない	悪い
12期展示(H31)	73.3	21.5	4.4	0.5	0.4
11期展示(H30)	69.6	23.7	5.8	0.7	0.2
10期展示(H29)	69.8	25.0	4.6	0.2	0.4
9期展示(H28)	69.2	24.8	5.5	0.3	0.2

【過去の砂の美術館経済波及効果】

	開催期間		経済波及効果		宣伝効果		来館者数		うち外国人	
第1期展示	2006.11.18-2007.1.3		5億7千万円		1億円		110,962人		-	
第2期展示	2008.4.26-2009.1.3		51億円		4億円		322,197人		-	
第3期展示	2009.9.18-2010.1.3		36億6千万円		5千万円		171,679人		-	
第4期展示	2010.4.29-2011.1.10		72億2千万円		1億2千万円		414,323人		-	
第5期展示	2012.4.14-2013.1.6		116億5千万円		1億3千万円		526,768人		-	
第6期展示	2013.4.20-2014.1.5		133億6千万円		6億4千万円		555,355人		-	
第7期展示	2014.4.19-2015.1.4		112億2千万円		4億5千万円		464,377人		9,024人	
第8期展示	2015.4.18-2016.1.3		119億3千万円		3億4千万円		479,117人		11,885人	
第9期展示	2016.4.16-2017.1.3		108億9千万円		2億6千万円		448,138人		15,969人	
第10期展示	2017.4.15-2018.1.3		93億8千万円		2億5千万円		405,328人		21,457人	
第11期展示	2018.4.14-2019.1.6		100億7千万円		2億3千万円		448,802人		30,249人	
第12期展示	2019.4.13-2020.1.5		117億4千万円		2億5千万円		500,309人		31,758人	

**令和元年度  
文化庁補助事業実施効果に係る調査  
及び効果検証委託事業  
報告書**

**令和2年3月25日  
株式会社 山陰合同銀行**

<目次>

1. 調査概要	1
1.1. 調査の目的	1
1.2. 文化的・社会的効果の推計について	1
1.3. 経済波及効果の推計について	2
2. 未来へつなぐ！とっとり文化遺産魅力創造発信事業の効果	4
2.1. 未来へつなぐ！とっとり文化遺産魅力創造発信事業の事業一覧	4
2.2. 未来へつなぐ！とっとり文化遺産魅力創造発信事業の文化的・社会的効果	5
2.3. 未来へつなぐ！とっとり文化遺産魅力創造発信事業の経済波及効果	11
2.4. 未来へつなぐ！とっとり文化遺産魅力創造発信事業の事業効果検証	19
3. 「アートピアとっとり」プロジェクト2019の効果	21
3.1. 「アートピアとっとり」プロジェクト2019の事業概要	21
3.2. 「アートピアとっとり」プロジェクト2019の文化的・社会的効果	22
3.3. 「アートピアとっとり」プロジェクト2019の経済波及効果	27
3.4. 「アートピアとっとり」プロジェクト2019の事業効果検証	34



---

## 1. 調査概要

---

### 1.1. 調査の目的

---

本業務は、鳥取県が文化庁補助事業を実施するにあたり、その事業実施による文化的・社会的効果及び経済波及効果等について、アンケート、聞き取り調査などの実態調査等に基づいて検証することを目的とする。

対象とする実施事業は、次の2事業とする。

- 1) 未来へつなぐ！とっとり文化遺産魅力創造発信事業「とっとり博」(文化資源活用推進事業) (以下、「とっとり文化遺産魅力創造発信事業」とする)
- 2) 「アートピアとっとり」プロジェクト2019 (文化芸術創造拠点形成事業) (以下、「アートピアとっとり」とする)

---

### 1.2. 文化的・社会的効果の推計について

---

本調査では、文化庁補助事業実施による文化的・社会的効果について、主に来場者<sup>1)</sup>に対するアンケートと主催者への聞き取り調査から検証する。ここでは、特に以下の点に留意して検証を行う。

「とっとり文化遺産魅力創造発信事業」のアンケートにおいては、事業実施回数や来場者数といったアウトプット(結果)だけでなく、アウトカム(成果)(及びインパクト(波及効果))を検証するため、以下のように考え、問いを設定した。

まずは、事業に対する満足度を把握する問いにより、事業そのものに対する来場者の評価を検証する。

また、鳥取県の地方文化芸術推進基本計画として位置づけられている「アートピアとっとり行動指針」(平成31年3月策定)では、数値目標として、

- 1) 「過去1年間に、文化芸術を直接鑑賞したことがある」とする割合
- 2) 「過去1年間に、文化芸術に関わる活動をしたことがある」とする割合
- 3) 「鳥取県の文化芸術活動について、鑑賞・参加したことがある」とする割合
- 4) 「文化芸術を鑑賞したり習い事をしたりする機会など、鳥取県の文化的な環境に満足している」とする割合
- 5) 文化芸術に関するボランティア数(スポーツ・文化・芸術・学術に関係したボランティア活動行動者率)

の5つをあげている。そこで、各種事業が、こうした目標達成のために必要な文化芸術活

---

<sup>1)</sup> 本調査の対象事業に訪れる人(展示会・公演の観覧者、講演会の受講者、ツアーのツアー客等)について、本調査では「来場者」で統一する。

動に対する興味関心に、どの程度影響を与えたのかをみるため、「○○に対する興味・関心が高まった」（○○は事業ごとの主要テーマ）という問いを入れ、効果を測定する。

また、「とっとり文化遺産魅力創造発信事業」について、文化庁に提出した実施計画書の「期待される文化的・社会的・経済的効果等」では、「鳥取県の新たな魅力（価値）アツゾ」を謳っていることから、アンケートに「この地域（鳥取県）やその歴史に対する誇りや魅力を感ずるようになった」という問いを入れ、効果を測定する。

主催者への聞き取り調査においては、来場者を迎え入れる地域・団体が果たした役割や地域住民との関わり、関係機関との連携、地域の賑わい等について聴取し、文化庁補助事業実施が地域に及ぼした文化的・社会的効果を検証する。これは、文化庁に提出した実施計画書の「期待される文化的・社会的・経済的効果等」において「関係機関・団体等との連携」により各種効果が期待できるとの記載があることに対応している。

### 1.3. 経済波及効果の推計について

本調査では、来場者に対するアンケート等の実態調査を踏まえ、文化庁補助事業が鳥取県内に及ぼした経済波及効果を推計した。

文化庁補助事業は、鳥取の経済に多様な影響を及ぼすと考えられるが、本調査では、

- ① 来場者の消費支出による効果
  - ② 事業実施に係る経費（事業費）による効果
- の2つに焦点を当て、経済波及効果を推計するものとする。

#### 2つの効果

##### ① 来場者の消費支出による効果

文化庁補助事業にあわせ、来場者が来訪することになる。これに伴い、交通費、宿泊費、飲食費などの消費が行われ、鳥取県内に新たな需要を生み出し、この需要を満たすために新たな生産が誘発される。

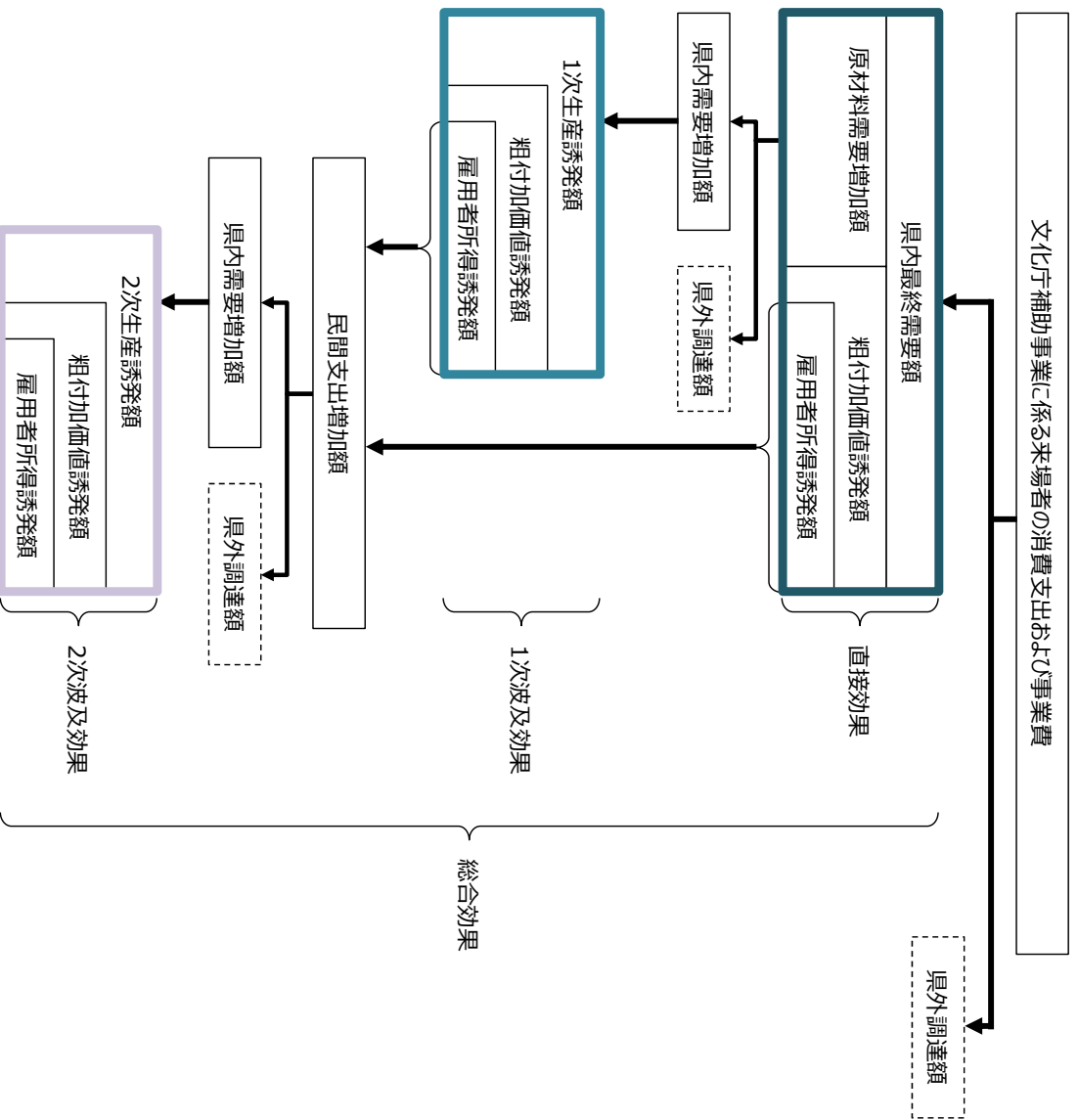
##### ② 事業実施に係る経費（事業費）による効果

文化庁補助事業の実施にあわせ、チラシ・ポスター等の制作、警備、広告等の様々な経費を使用している。こうした、事業実施に係る支出が鳥取県内の産業への新たな需要を生み出し、新たな生産が誘発される。

推計にあたっては、平成23年鳥取県産業連関表を使用し、本調査の産業連関分析に使用する測定モデルを作成し、図表1-1のように、直接効果、1次波及効果、2次波及効果の3段階に分けて推計を行う。

直接効果 … 最終需要の増加によって生じる県内生産の増加額  
 1次波及効果 … 直接効果の原材料等の増加によって県内各産業部門で誘発された生産額  
 2次波及効果 … 直接効果及び1次波及効果による生産活動で生じた所得が、家計を經由して支出され、それにより誘発された生産額

図表 1-1 経済波及効果推計フロー（イメージ）



## 2. 未来へつなぐ！とっとり文化遺産魅力創造発信事業の効果

### 2.1. 未来へつなぐ！とっとり文化遺産魅力創造発信事業の事業一覧

本調査で効果を検証する「とっとり文化遺産魅力創造発信事業」の事業は、図表 2-1 の 10 事業である（当初は 11 事業を予定していたが、令和 2 年 3 月 21 日実施予定のモニタリングツアー（青谷上寺地）が新型コロナウイルスにより中止となったため、10 事業とする）。

図表 2-1 「とっとり文化遺産魅力創造発信事業」事業一覧

区分	事業名	実施時期	会場	来場者数
万葉の郷とっとり けん魅力発信事業	令和によみがえる万葉フォーラム in 鳥取 ※1	令和 2 年 2 月 24 日	鳥取市文化ホール	370 人
	万葉ゆかりの地を巡るバスツアー （因幡コース、伯耆・出雲コース） 創作演劇公演 「憶良の翼・伝～新しき年～」	令和元年 10 月 13 日  令和 2 年 1 月 12 日・13 日	（ツアー）  倉吉交流プラザ視 聴覚ホール	58 人  231 人
とっとりの民藝と 文化に出会う魅力 発信事業	県内 3 カ所の歴史的建物での展示 ・仁風閣でとっとり民芸に出会 う展示会 ・倉吉淀屋でとっとり民芸に出 会う展示会 ・山陰歴史館で弓浜餅を知る展示 会	令和元年 11 月 1 日 ～12 月 2 日※2	・仁風閣 ・倉吉淀屋 ・山陰歴史館	6,824 人
	とっとりの民藝と文化に出会う旅 ・東部 ・西部 ・中部	令和元年 11 月 16 日・23 日・30 日	（ツアー）	58 人
弥生の王国魅力発 信事業	重要文化財指定記念講演会 魅力発見！弥生のフランド ライトツアーむきばんだ	令和元年 9 月 14 日	とりぎん文化会館	130 人
	モニタリングツアー （むきばんだライトツアー）	令和元年 10 月 18 日 ～20 日	むきばんだ史跡公 園	100 人
	モニタリングツアー （青谷上寺地）	令和元年 10 月 19 日	（ツアー）	12 人
	とっとりのお宝おひるめ 鳥取県指定文化財新規指定記念展	令和元年 8 月 31 日 ～10 月 20 日※3	新型コロナウイ ルスにより中止 鳥取市歴史博物館 倉吉博物館	2,792 人
文化遺産新たな魅 力創造事業	谷口ジローの世界 1（原画展）	令和元年 10 月 1 日 ～20 日	ギヤラリー鳥たち のいえ	585 人

※1：台風により、開催日程を当初予定の令和元年 10 月 12 日から変更。また、当初予定していた雅楽・伎楽公演は中止となった。

※2：会場により開催時期は異なる。仁風閣及び山陰歴史館では令和元年 11 月 1 日～12 月 1 日、倉吉淀屋では令和元年 11 月 21 日～12 月 2 日に開催。

※3：会場により開催時期は異なる。鳥取市歴史博物館では令和元年 8 月 31 日～9 月 29 日、倉吉博物館では令和元年 10 月 5 日～10 月 20 日に開催。

## 2.2. 未来へつなぐ！とっとり文化遺産魅力創造発信事業の文化的・社会的効果

本調査では、「とっとり文化遺産魅力創造発信事業」の効果について検証するため、来場者に対するアンケート調査と主催者への聞き取り調査を実施した。以下では、各調査結果より文化的・社会的効果に絞り、結果を取りまとめる。

### 2.2.1. 来場者アンケートによる効果測定

「とっとり文化遺産魅力創造発信事業」のうち、図表 2-2 の 7 事業でアンケート調査を実施した<sup>2</sup>。これらのアンケート結果を基に、「1.2 文化的・社会的効果の推計について」で記載した通り、「事業の満足度」、「興味関心を与えた影響」、「地域やその歴史に対する誇りや魅力の体感」等について検証する。

図表 2-2 アンケート実施事業一覧

事業名	開催日時
令和によみがえる万葉フォーラム in 鳥取 (以下、「万葉フォーラム」) 万葉ゆかりの地を巡るバスツアー (以下、「万葉ツアー」) 創作演劇公演 「徳良の翼・伝～新しき年～」 (以下、「創作演劇公演」)	令和 2 年 2 月 24 日  令和元年 10 月 13 日  令和 2 年 1 月 12 日・13 日
県内 3 カ所の歴史的建物での展示 (以下、「民藝展示」) とっとりの民藝と文化に出会う旅 (以下、「民藝ツアー」)	令和元年 11 月 1 日 ～12 月 2 日  令和元年 11 月 16 日 ・11 月 23 日・11 月 30 日
重要文化財指定記念講演会 魅力発見！弥生のブランド (以下、「文化財講演会」)	令和元年 9 月 14 日
モニタリングツアー (むきばんだライオトアップ) (以下、「むきばんだツアー」)	令和元年 10 月 19 日

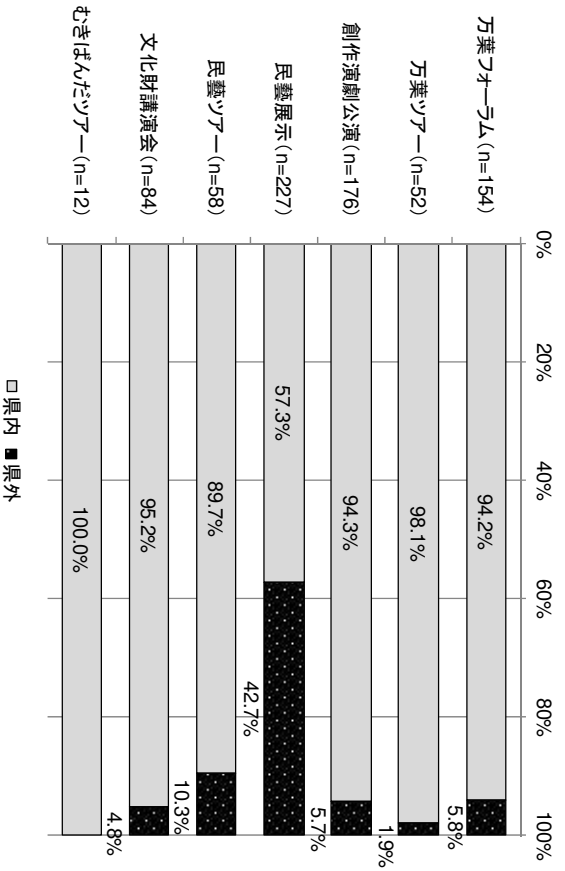
<sup>2</sup> ただし、アンケートの設問は、事業ごとに異なっている。

(1) 居住地

来場者の居住地を聞いたところ、図表 2-3 の通りとなった。県外からの来場者の割合をみると、講演会・公演では 5%程度であるが、展示では 4 割を超えている。

なお、このアンケート結果に 7 事業ごとの来場者（図表 2-1 参照）を乗じて、県内外別の来場者数を推計すると、7 事業合計では、県内来場者 4,719 人、県外来場者 2,964 人となり、県外来場者の割合は 38.6%となった。

図表 2-3 来場者の居住地



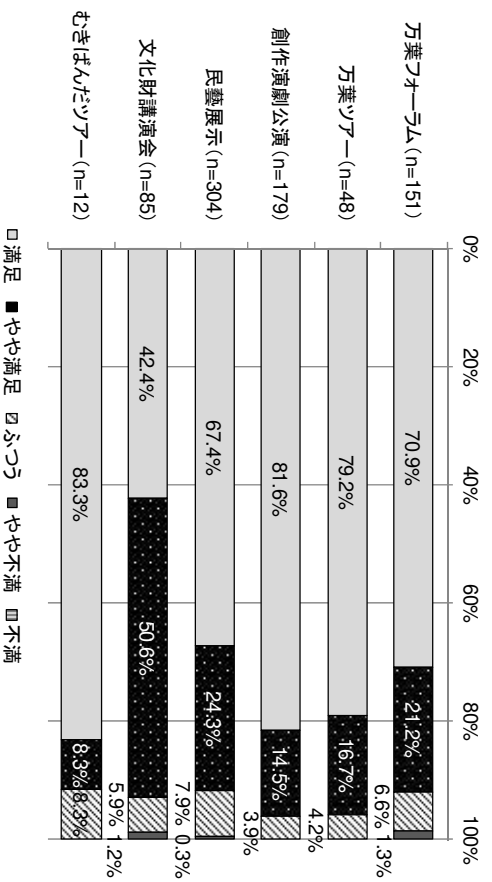
図表 2-4 県内・県外来場者数の推計

事業名	県内来場者	県外来場者	計
万葉フォーラム	348	22	370
万葉ツアー	57	1	58
創作演劇公演	218	13	231
民藝展示	3,908	2,916	6,824
民藝ツアー	52	6	58
文化財講演会	124	6	130
むきぼんだツアー	12	0	12
計	4,719	2,964	7,683

## (2) 事業の満足度

事業の満足度についての設問があった 6 事業の結果をみると、いずれも「満足」と「やや満足」（文化財講演会は「大変よかった」と「よかった」の合計が 9 割を超えており、高い評価を得ている。

図表 2-5 事業の満足度に関するアンケート結果

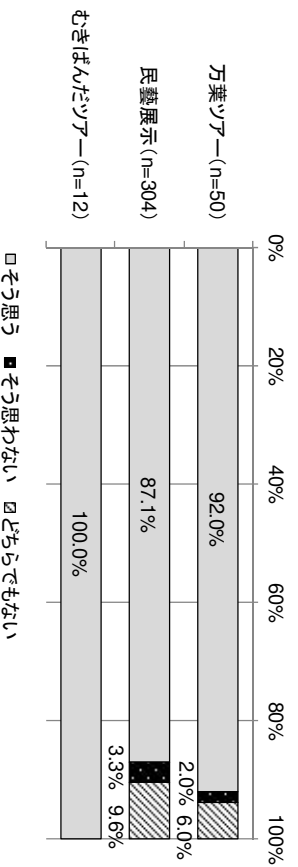


注) 万葉フォーラムにおいては、基調講演、短歌披露、座談会の 3 つのプログラムごとの満足度を聞いていますが、ここでは、「基調講演の満足度」の結果を採用した。また、文化財講演会の選択肢は「大変よかった」、「よかった」、「普通」、「わるかった」、「大変わるかった」の 5 段階。

## (3) 興味関心に与えた影響

各事業に参加して「(展示・ツアー内容)に対する興味・関心が高まった」と思うかどうかを尋ねている 3 事業の結果をみると、いずれも「そう思う」が概ね 9 割を超えている。事業の実施には、文化芸術活動に対する興味関心を高める効果があったことが確認できる。

図表 2-6 興味関心に与えた影響に関するアンケート結果

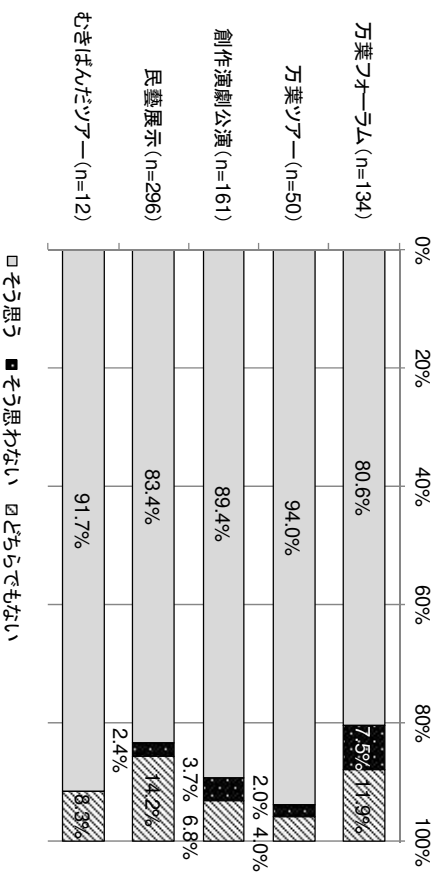


注) 万葉ツアー、むきばんだツアーでは「この地域の文化や歴史に対する興味・関心が高まった」かどうか、民藝展示では「とっとりの民芸や民芸作品への興味・関心が高まった」かどうかを聞いた。

#### (4) 地域やその歴史に対する誇りや魅力の体感

各事業に参加して「この地域やその歴史に対する誇りや魅力を感じるようになった」と思うかどうかを尋ねている。5事業の結果をみると、いずれも「そう思う」が8割を超えている。事業の実施が、地域やその歴史に対する誇りや魅力を感じる契機となったことが確認できる。

図表 2-7 地域やその歴史に対する誇りや魅力の体感に関するアンケート結果



#### (5) アンケート結果の小括

アンケート調査結果より、各事業とも、事業に対する満足度は非常に高いものとなっている。また、各事業は、芸術文化への興味関心を高める、地域やその歴史に対する誇りや魅力を感じさせるといった効果を及ぼしている。



## 2.2.2. 主催者・関係者への聞き取り調査による効果測定

### (1) 文化的・社会的効果に係る意見

各事業の主催者・関係者への聞き取り調査では、文化的・社会的効果に係るものとして、以下のような意見が聞かれた。

<p><b>令和によみがえる万葉フォーラム in 鳥取</b></p> <p>フォーラムについては、新聞報道でも取り上げられ、基調講演における「家持・憶良がいた鳥取県は、とっておきの県」との発言など、来場者のみならず県民が万葉集ゆかりの地であることを再認識し、地域に誇りをもつ契機となった。</p> <p>短歌大会について学年ぐるみで応募に取り組んだ学校では、今まで経験のなかった高校生が短歌を詠むきっかけとなるなど、高校生が改めて日本の伝統的な文芸文化に触れ関心を高める機会となった。</p>
<p><b>万葉ゆかりの地を巡るバスツアー</b></p> <p>専門ガイドの好評で、参加者の興味関心を高めることにつながった。</p> <p>もともと万葉集や万葉歌人に興味がなかった人が、バスツアーを契機に興味をもつようになった様子がうかがえた。</p>
<p><b>創作演劇公演「憶良の翼・伝～新しき年～」</b></p> <p>鳥取県と深い縁のある山上憶良や大伴家持を登場人物とした創作演劇公演を実施することで、改めてこの二人を顕彰することができ、観客から「興味をもつきっかけになった」との感想も多数聞かれた。</p> <p>また、若者を中心とした出演により、未来を担う若い世代に鳥取の誇る歴史資源に触れもらう機会を創出できた。</p>
<p><b>重要文化財指定記念講演会 魅力発見！弥生のプラント</b></p> <p>受講者から、「青谷上寺地遺跡から出土した遺物がいかに貴重で独特だったかということが良くわかった」という趣旨の意見を多数いただいたことから、郷土の文化財の理解を促進するためには講演会等のこうした企画が有効であるということを知りたくて改めて体感した。</p> <p>地域でも特に重要な文化財の内容を詳しく知っていたことで、郷土に対する理解や誇りを高めることができたと考えられる。本県の歴史を語る上で重要な青谷上寺地遺跡の情報を知りやすい形で発信することで、郷土の文化の価値と重要性を具体的に理解いただくことができた。</p>
<p><b>ライトアップむきばんだ</b></p> <p>「夜の弥生のムラ」といった、いつもとは違う光景に概ね好評をいただいている。20代～30代の若い世代が来園されていた。イベントにより淀江・大山町方面に興味・関心をもつきっかけとなったと考えられる。</p>
<p><b>とっとりのお宝おひるめ 鳥取県指定文化財新規指定記念展</b></p> <p>地域住民に参加いただき、地域に関する理解と郷土に対する愛着の育成につながった。地域の新しい指定文化財を通して、歴史・文化に新たに関心を抱いていただけた。身近に文化財があることを知らなかった方にも関心をもっていただけた。</p>
<p><b>谷口ジローの世界 1 (原画展)</b></p> <p>多くの地域住民が、地元出身の谷口ジロー先生の業績を顕彰し、理解を深める良い契機となった。</p>

## (2) 地域の関係機関との連携・地域住民との関わりに係る意見

各事業の主催者・関係者への聞き取り調査では、地域の関係機関との連携・地域住民との関わりについて、以下のような意見が聞かれた。

<p><b>令和によみがえる万葉フォーラム in 鳥取</b> 鳥取市との共催により開催した。また、企画段階において、鳥取市、倉吉市等と出演者について協議し、ともに出演交渉するなど協力をいただいた。 短歌大会では、初めての試みであることから、県内の歌人、短歌関係団体等から助言を受けた。また、出場チームの募集や当日の大会運営等に県内高校の教員から協力いただいた。 中止となったが、雅楽・伎楽公演会場において、当日運営（会場設営、受付等）のボランティアからの協力を予定していた。</p>
<p><b>創作演劇公演「憶良の翼・伝～新しき年～」</b> 主催の劇団だけでなく、鳥取県内の他の劇団や若手演劇活動家、キッズ劇団など広く鳥取県内の演劇関係者が、出演者及びスタッフとして連携して公演を実施した（出演者及びスタッフは全て鳥取県民）。</p>
<p><b>重要文化財指定記念講演会 魅力発見！弥生のブランド</b> 「青谷上寺地遺跡を学ぶ会」「むきばんだ遺跡ボランティアガイドの会」など地域の文化財にボランティアで関わる方々に多数ご参加いただいた。</p>
<p><b>ライトアップむきばんだ</b> 竹灯籠の一部を一般の方に製作してもらうことにより、市民参加型のイベントとなった。</p>
<p><b>とっとりのお宝おひろめ 鳥取県指定文化財新規指定記念展</b> 鳥取市教育委員会、倉吉市教育委員会、公益財団法人鳥取市文化財団、鳥取市歴史博物館と共催し、鳥取市歴史博物館、倉吉博物館にて展示や講演会を開催した。 「智頭の林業関係用具」に関連して所蔵先である智頭町旧山形小学校で講演会とともに森林鉄道の見学会を開催し、地域住民に参加いただいた。</p>
<p><b>谷口ジローの世界 1 (原画展)</b> 鳥取市役所と連携し、中心市街地の関連団体（観光協会、商店街組合、谷口ジロー先生出身地に近い町内会等）への告知及び情報拡散を図った。また中心市街地等に所在する高等学校と連携し告知及び情報拡散を図った。 ギョラリートークには地元の人々も参加した。</p>

## (3) 聞き取り調査結果の小括

主催者・関係者からの聞き取り調査では、多くの事業で、文化芸術に触れる契機となった、関心をもつようになった、といった意見がみられた。アンケート調査でも同様の結果であったが、各事業とも、文化芸術に対する興味・関心を高める効果を及ぼしていることが確認できた。

また、多くの事業では、開催にあたって地元の関係機関と連携したり、地元住民がボランティア等で参加したりしており、文化芸術活動への参加の契機となっていることも確認できる。

## 2.3. 未来へつなぐ！とっとり文化遺産魅力創造発信事業の経済波及効果

本調査では、「1.3 経済波及効果の推計について」(p.2) で示した通り、「来場者の消費支出による効果」及び「事業実施に係る経費(事業費)による効果」の2つに焦点を当てて経済波及効果を推計する。

### 2.3.1. 直接需要の推計

#### (1) 来場者の消費支出による直接需要 県内・県外別の来場者数

「とっとり文化遺産魅力創造発信事業」の事業ごとの来場者は、図表 2-1 の通りで、合計は 11,160 人である。また、居住地及び旅行日程(日帰り・宿泊の別)を聞いている万葉ツアーム、万葉ツアー、創作演劇公演、民藝展示、むきばんだツアーの 5 事業のアンケート結果から、居住地別・旅行日程別の構成比を算出すると、図表 2-8 の通りとなり、この結果から居住地別・旅行日程別の来場者数を推計した。その結果、県内居住者・日帰りは 7,787 人、県内居住者・宿泊は 3 人、県外居住者・日帰りは 1,311 人、県外居住者・宿泊は 2,059 人となった。

図表 2-8 居住地・旅行日程別の来場者数

	構成比	来場者数
県内居住者・日帰り	69.77%	7,787 人
県内居住者・宿泊	0.03%	3 人
県外居住者・日帰り	11.75%	1,311 人
県外居住者・宿泊	18.45%	2,059 人

### 消費単価

来場者の消費単価は、鳥取県交流人口拡大本部観光交流局観光戦略課「平成30年観光客入込動態調査結果」にある「日帰宿泊・費目別一人当たり観光消費額単価」(図表2-9参照)を使用する<sup>3</sup>。

図表 2-9 来場者 1人あたりの消費額 (消費単価)

費目	県内・日帰り	県内・宿泊	県外・日帰り	県外・宿泊
宿泊費		14,376 円		14,955 円
交通費	384 円	912 円	762 円	1,618 円
飲食代	1,164 円	1,959 円	1,866 円	3,958 円
土産代 等	4,457 円	3,972 円	5,828 円	7,985 円
計	6,005 円	21,219 円	8,456 円	28,516 円

資料) 鳥取県交流人口拡大本部観光交流局観光戦略課「平成30年観光客入込動態調査結果」

### 来場者の消費支出による直接需要

来場者数(図表2-8)に消費単価(図表2-9)を乗じ、来場者の消費支出による直接需要を算出すると、総計で116,625千円となる(図表2-10参照)。

図表 2-10 来場者の消費支出による直接需要額

(単位：千円)

費目	県内・日帰り	県内・宿泊	県外・日帰り	県外・宿泊	計
宿泊費		43		30,792	30,835
交通費	2,990	3	999	3,331	7,323
飲食代	9,064	6	2,446	8,150	19,666
土産代等	34,707	12	7,641	16,441	58,800
計	46,761	64	11,086	58,714	116,625

### 産業部門別の来場者消費支出額

図表2-10の費目別消費支出額を基に、産業連関分析を行うため産業部門別に分類する。宿泊費と飲食費は対個人サービス、交通費は運輸・郵便とし、土産代等については観光庁「2018年旅行・観光消費動向調査」にある旅行中の買物代及び娯楽等サービス費・その他の細目に従って分類した。結果は、図表2-11の通りである。

<sup>3</sup> 平成27年度文化庁委託事業「文化産業の経済規模及び経済波及効果に関する調査研究事業報告書」では、芸術祭の観客等の消費支出を算出する際、観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」の国内旅行における観光・レクリエーションの旅行単価を使用している。本調査では、これを参考に、鳥取県「観光客入込動態調査結果」の消費単価を使用した。

図表 2-11 産業部門別の来場者消費支出額

(単位：千円)

産業部門	消費支出額
農業	4,012
水産業	3,983
飲食料品	18,668
繊維製品	6,641
化学製品	854
窯業・土石製品	801
その他の製造工業製品	2,818
運輸・郵便	7,323
対個人サービス	71,524
計	116,625

注) 支出額がある産業部門のみを表記

(2) 事業実施に係る経費による直接需要

鳥取県より提供された資料より、「とっとり文化遺産魅力創造発信事業」の各事業の事業費を整理すると、図表 2-12 の通りとなり、総計は 15,526 千円である。

この事業費を、県外への支出額を控除し、支出項目別に産業部門別に分類すると、図表 2-13 の通りとなる。

図表 2-12 「とっとり文化遺産魅力創造発信事業」の事業費

(単位：千円)

事業名	事業費
令和によみがえる万葉フォーラム in 鳥取	3,225
万葉ゆかりの地を巡るバスツアー	1,043
創作演劇公演 「徳良の翼・伝～新しき年～」	1,230
県内 3カ所の歴史的建物での展示	2,241
とっりの民藝と文化に出会う旅	1,416
重要文化財指定記念講演会	335
ライトアップむきばんだ	1,195
むきばんだライトアップ モニタリングツアー	474
とっりの家宝おひろめ	2,488
谷ロジローの世界 1 (原画展)	1,880
計	15,526

図表 2-13 産業部門別の事業費

(単位：千円)

産業部門	消費支出額
農業	18
飲食料品	29
繊維製品	28
パルプ・紙・木製品	4
その他の製造工業製品	1,999
商業	67
運輸・郵便	3,982
情報通信	49
その他の非営利団体サービス	279
対事業所サービス	4,388
对个人サービス	4,659
計	15,501

注) 支出額がある産業部門のみを表記

### (3) 直接需要の総計

以上 (1)、(2) より、「とっとり文化遺産魅力創造発信事業」における直接需要の総計を算出する。ただし、来場者の消費支出に含まれる「対象事業の参加料・入場料等」は、各事業の主催者の収入となり事業経費として支出されることになるので、単純に足し合わせると二重計上となる。このため、来場者の消費支出からこの部分を除いて直接需要の総計を算出する。その結果、「とっとり文化遺産魅力創造発信事業」における直接需要の総計は、130,489 千円となる。また、産業部門別の直接需要は、図表 2-14 の通りである。

図表 2-14 産業部門別の直接需要額

(単位：千円)

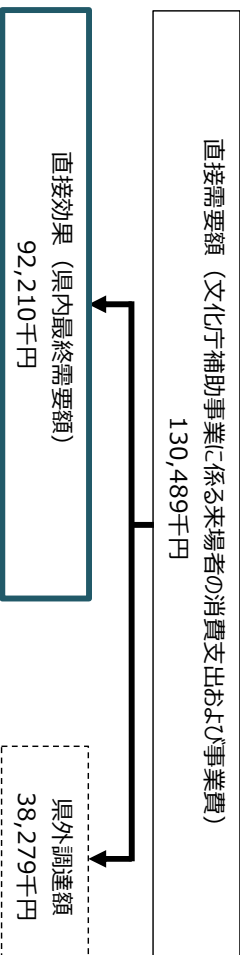
産業部門	事業費	来場者消費	控除	合計
農業	18	4,012		4,030
林業				
水産業		3,983		3,983
鉱業				
飲食料品	29	18,668		18,697
繊維製品	28	6,641		6,669
パルプ・紙・木製品	4			4
化学製品		854		854
石油・石炭製品				
プラスチック・ゴム				
窯業・土石製品		801		801
鉄鋼				
非鉄金属				
金属製品				
はん用機械				
生産用機械				
業務用機械				
電子部品				
電気機械				
情報・通信機器				
輸送機械				
その他の製造工業製品	1,999	2,818		4,817
建設				
電力・ガス・熱供給				
水道				
廃棄物処理				
商業	67			67
金融・保険				
不動産				
運輸・郵便	3,982	7,323		11,305
情報通信	49			49
公務				
教育・研究				
医療・福祉				
その他の非営利団体サービス	279			279
対事業所サービス	4,388			4,388
対個人サービス	4,659	71,524	1,637	74,547
事務用品				
分類不明				
計	15,501	116,625	1,637	130,489

## 2.3.2. 経済波及効果の推計

### (1) 直接効果（県内最終需要額）の推計

前ページ図表 2-14 の産業部門別直接需要額を基に、平成 23 年鳥取県産業連関表等を用いて直接効果（県内最終需要額）を推計すると、92,210 千円となる（図表 2-15 参照）。

図表 2-15 直接効果（県内最終需要額）の推計



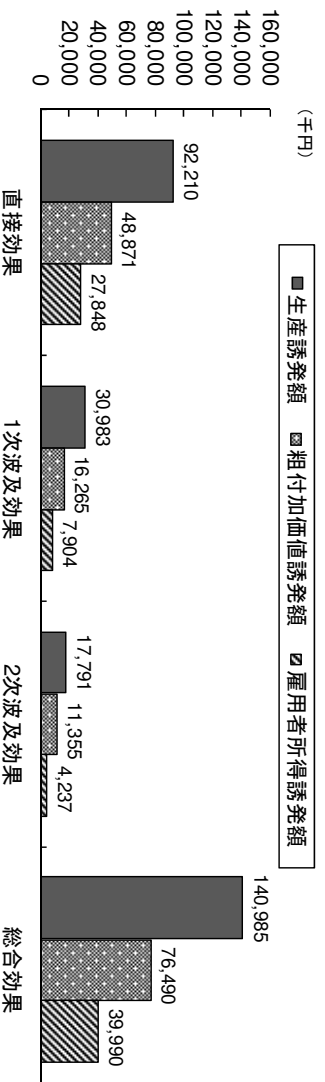
### (2) 経済波及効果の推計

上記の直接効果が各産業の生産を誘発することで、鳥取県内で 30,983 千円の 1 次波及効果（生産誘発額）が創出される。この生産誘発効果により労働の対価として雇用者所得が創出され、それが消費活動を刺激することにより、さらに生産が誘発される。この 2 次波及効果の生産誘発額は 17,791 千円となる。以上より、生産誘発額の総合効果（直接効果及び 1 次波及効果、2 次波及効果の合計）は 140,985 千円となる。

また、粗付加価値誘発額の総合効果は 76,490 千円、雇用者所得誘発額の総合効果は 39,990 千円となる。

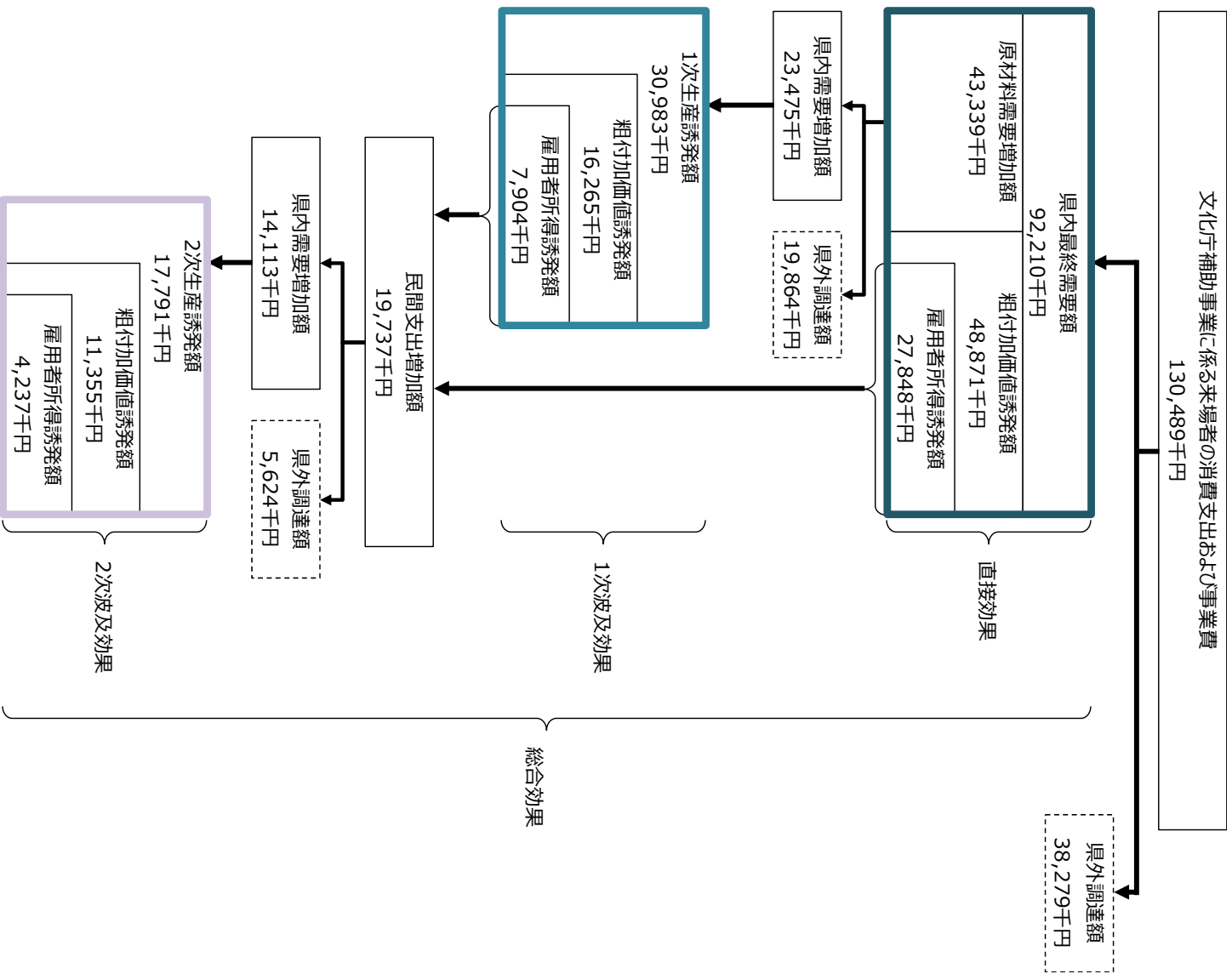
図表 2-16 「とっとり文化遺産魅力創造発信事業」の経済波及効果

カテゴリ	直接効果			総合効果
	生産誘発額	1 次波及効果	2 次波及効果	
生産誘発額 (千円)	92,210	30,983	17,791	140,985
粗付加価値誘発額 (千円)	48,871	16,265	11,355	76,490
雇用者所得誘発額 (千円)	27,848	7,904	4,237	39,990





図表 2-17 経済波及効果結果（フロー図）



図表 2-18 産業部門別の経済波及効果 (総合効果)

(単位：千円)

産業部門	生産誘発額	粗付加価値 誘発額	雇用者所得 誘発額
農業	4,110	1,979	308
林業	86	65	20
水産業	643	366	128
鉱業	90	35	11
飲食物品	6,821	1,593	904
繊維製品	158	53	76
パルプ・紙・木製品	576	152	60
化学製品	3	1	0
石油・石炭製品	134	44	15
プラスチック・ゴム	167	64	26
窯業・土石製品	220	98	38
鉄鋼	1	0	0
非鉄金属	-0	-0	-0
金属製品	85	37	23
はん用機械	2	1	1
生産用機械	4	2	1
業務用機械	5	1	0
電子部品	9	3	2
電気機械	70	21	15
情報・通信機器	57	15	10
輸送機械	41	9	6
その他の製造工業製品	1,079	449	305
建設	1,122	491	302
電力・ガス・熱供給	2,935	1,201	203
水道	1,188	552	219
廃棄物処理	1,110	796	450
商業	14,908	9,907	6,890
金融・保険	2,699	1,777	723
不動産	6,996	5,955	186
運輸・郵便	14,981	6,729	4,676
情報通信	2,347	1,189	391
公務	224	166	99
教育・研究	818	633	516
医療・福祉	957	572	424
その他の非営利団体サービス	1,096	622	548
対事業所サービス	6,674	4,098	2,456
対個人サービス	67,726	36,654	19,950
事務用品	226	0	0
分類不明	617	161	5
計	140,985	76,490	39,990

## 2.4. 未来へつなぐ！とっとり文化遺産魅力創造発信事業の事業効果検証

「とっとり文化遺産魅力創造発信事業」の実施計画書では、事業実施のねらいとして、「新元号「令和」の典拠となった万葉集ゆかりの地域資源や「妻木晩田遺跡」「青谷上寺地遺跡」など弥生遺跡等の様々な文化資源を観光資源として活用し、さらに手仕事や「用の美」としての魅力を持ち歴史的にも節目を迎える鳥取民藝、県出身漫画家作品による鳥取の原風景など、2020 東京オリパラを契機とし、国内外の方々に古くて新しいととりの文化的魅力を満喫してもらう取組実施とそれらを一元的に情報発信することで広く集客を図るもの」としている。

また、期待される文化的・社会的・経済的效果等については、「本計画の実施により、「日本博」を契機とした鳥取県の文化資源の多面的な価値を発掘・強化し、戦略的に活用・国内外へ発信することにより、鳥取県の新たな魅力（価値）アップにつなげ、関係機関・団体等との連携により、地場産業・観光産業等の振興や交流人口、関係人口、移住・定住の増加等を通じた地域活性化が期待できる」としている。

このうち、文化的・社会的効果は、後でみる経済的效果と異なり、金額換算できるものではなく、定量的には把握しづらいが、アンケートや聞き取り調査等の結果をみると、「とっとり文化遺産魅力創造発信事業」の実施は、来場者・利用者の芸術・文化に対する関心の喚起や地域の魅力の認識につながっていることが確認できる。すなわち、事業実施が、計画にある「鳥取県の文化資源の多面的な価値を発掘・強化」、「鳥取県の新たな魅力アップ」につながっていることがわかる。

また、実施にあたって、地域の関連団体等との連携、地域住民の参画も行われており、文化芸術活動への参加意欲の高揚に一定の効果があつたと推測できる。ここから、計画にある「関係機関・団体等との連携」にも好影響があつたといえよう。

数値的な面では、参加者数の目標 10,000 人に対し、実績値は 11,160 人で、目標値を超えている。また、鳥取県外からの参加者は、アンケートを実施した 7 事業の合計で 38.6% となっており、目標値である 20%を超えている。ただし、訪日外国人については、モニターツアーとして外国籍の者の参加が約半数であった民藝ツアーを除き、そもそもアンケートが日本語のものしかなく、正確な数値は取れていないが、唯一訪日外国人が確認できた「県内 3 カ所の歴史的建物での展示」でも 1.3%にとどまっており、目標値の 5.0%には届いていない。

こうした点より、「とっとり文化遺産魅力創造発信事業」は、数値目標で一部未達成のものもあるが、全体的には鳥取県の文化・芸術に好影響を与えており、文化的・社会的効果を上げていると判断できる。

次に経済的效果をみる。「とっとり文化遺産魅力創造発信事業」は、総計 15,526 千円（県外への支払を含む）の事業費で実施され、来場者の消費支出を加えると、130,489 千円の直接需要額を生み出した。この直接需要は鳥取県内に 92,210 千円の直接効果をもたらし、これが各産業の生産を誘発することで、最終的に 140,985 千円の経済波及効果を創出したと

推計される。事業実施計画書では、経済波及効果の目標値を 90,000 千円としているが、本調査の推計値はこの目標を超えており、本事業が鳥取県内の経済面に与えた影響も大きいものであったと判断できる。

以上の通り、「とっとり文化遺産魅力創造発信事業」は、事業実施計画書の数値目標を概ね達成しており、定性面からみても、地域に好影響を与えていることから、十分な成果があったと評価できる。

### 3. 「アートピアとっとり」プロジェクト2019の効果

#### 3.1. 「アートピアとっとり」プロジェクト2019の事業概要

本調査で効果を検証する「アートピアとっとり」の事業は、図表 3-1 の 8 事業である（当初は、9 事業を予定していたが、令和 2 年 2 月 29 日～3 月 1 日実施予定の浜村温泉湯けむり映画祭が新型コロナウイルスにより中止となったため、8 事業とする）。

図表 3-1 「アートピアとっとり」事業一覧

区分	事業名	実施時期	会場	来場者数	
鳥の演劇祭 12	鳥の演劇祭 12+ベセト演劇祭 26	令和元年 10月24日 ～11月17日	鳥の劇場及びその 周辺（鳥取市鹿野 町）	6,443 人	
		令和元年 10月26日 ～27日	鳥取市河原町（西郷 地区）	2,400 人	
工芸・アート村	西郷工芸の郷 西郷工芸祭り 人間国宝フォーラム イトナミダイセン藝術祭	令和元年 11月17日	とりぎん文化会館	200 人	
		令和元年 11月2日 ～11月10日	大山町長田集落（ま か）	4,497 人	
		西いなば工芸・アート村			
		令和元年 10月12日 ～13日	鳥取市鹿野町鹿野	300 人	
アートによる地域 魅力創造事業 (AIR)	岩美現代美術展  AIR475 2019  明倫 AIR2019	令和 2 年 2月29日 ～3月1日	新型コロナウイルス により中止	/	
		令和元年 10月12日 ～22日	岩美町中央公民館 ・ 旧岩美病院	1,400 人	
		令和元年 9月1日 ～令和 2 年 2月29日	米子市美術館・米子 市中心市街地（まか）	2,732 人	
		令和元年 5月11日 ～2月22日	コレテ堂・倉吉博物 館・横木邸・徳吉邸 宅	1,310 人	

## 3.2. 「アートピアとっとり」プロジェクト2019の文化的・社会的効果

本調査では、「アートピアとっとり」の効果について検証するため、来場者に対するアンケート調査と主催者への聞き取り調査を実施した。以下では、各調査結果より文化的・社会的効果に絞り、結果を取りまとめる。

### 3.2.1. 来場者アンケートによる効果測定

「アートピアとっとり」のうち、図表3-2の3事業でアンケート調査を実施した<sup>4</sup>。これらのアンケート結果を基に、「アートピアとっとり」の文化的・社会的効果について検証する。

図表3-2 アンケート実施事業一覧

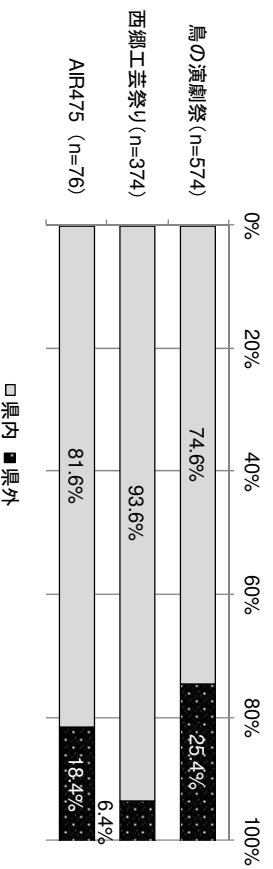
事業名	開催日時
鳥の演劇祭 12+ベッセト演劇祭 26 (以下、「鳥の演劇祭」)	令和元年 10月 24日 ～11月 17日
西郷工芸祭り	令和元年 10月 26日 ～10月 27日
AIR475 2019 (以下、「AIR475」)	令和元年 9月 1日 ～令和 2年 2月 29日

#### (1) 居住地

来場者の居住地を聞いたところ、図表3-3の通りとなった。県外からの来場者の割合をみると、鳥の演劇祭が25.4%、西郷工芸祭りが6.4%、AIR475が18.4%となった。

このアンケート結果に3事業の来場者(図表3-1参照)を乗じて、県内外別の来場者数を推計すると、3事業合計で、県内来場者9,257人、県外来場者2,318人となり、県外来場者の割合は20.0%となった。

図表3-3 来場者の居住地



<sup>4</sup>ただし、アンケートの設問は、事業ごとに異なっている。

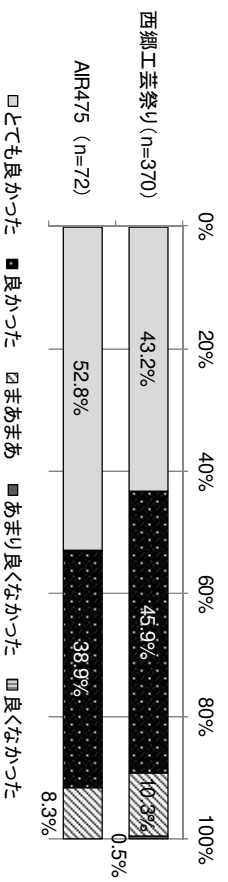
図表 3-4 県内・県外別来場者数の推計

事業名	県内来場者	県外来場者	計
鳥の演劇祭	4,782	1,661	6,443
西郷工芸祭り	2,246	154	2,400
AIR475	2,229	503	2,732
計	9,257	2,318	11,575

(2) 事業の満足度

事業の満足度についての設問があった 2 事業の結果をみると、いずれも「とても良かった」と「良かった」の合計が約 9 割あり、高い評価を得ている。

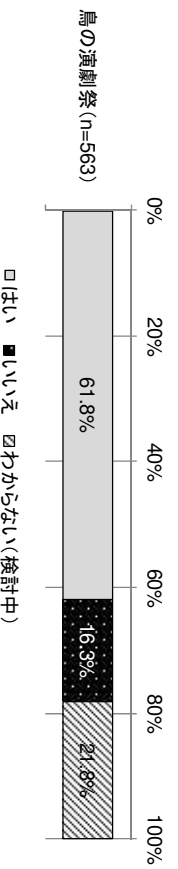
図表 3-5 事業の満足度に関するアンケート結果



(3) 地域との連携

鳥の演劇祭では「今回、鹿野のまちなかの展示やお店にも足を運ばれた（運ぶ予定）でしょうか」と聞いたところ、6 割以上が「はい」と答えており、「いいえ」は 2 割以下にとどまっていることから、事業の実施が、単にその事業だけでなく、地域の関連イベントとも相俟って地域の活性化につながっていることが確認できる。

図表 3-6 地域イベントへの参加意向



(4) アンケート結果の小括

アンケート調査結果より、各事業とも、事業に対する満足度は非常に高いものとなっている。また、鳥の演劇祭では、地域イベントとの相乗効果がみられ、地域活性化に貢献していることが確認できる。

### 3.2.2. 主催者・関係者への聞き取り調査による効果測定

#### (1) 文化的・社会的効果に係る意見

各事業の主催者・関係者への聞き取り調査では、文化的・社会的効果に係るものとして、以下のような意見が聞かれた。

<p><b>鳥の演劇祭 12+ベセト演劇祭 26</b></p> <p>活動を通じて地域住民の文化・芸術への関心が高まっていると感じる。特に3年前からは、「鹿野学園」において、演劇を使った表現ワークショップを授業に取り入れられてもらう、という活動を始めた。実際に劇団員が学校に入って、一緒にワークショップを行うことにより子どもたちと「鳥の劇場」の距離がとて近くなっている。</p> <p>芸術・文化の町おこしが、地域の観光振興にもつながっている。ただし、観光地として盛り上げていく際には、地域住民の生活に支障をきたさないようにすることも大事になる。</p>
<p><b>西郷工芸の郷</b></p> <p>作家の移住やイベントの実施等によって、地域コミュニティが着実に活性化している。事業の実施によって、西郷地区の住民の結束がより高まっている印象がある。</p> <p>月に一回、西郷地区在住の作家が集まって意見交換する場が設けられるなど、作家同士の定期的な交流も生まれている。</p> <p>移住の公募に応じる作家が複数現れており、地域に活気が出てきている。</p>
<p><b>イトナミダイゼン芸術祭</b></p> <p>2年にわたって長田集落で芸術祭を開催したことによって、地域住民の理解が深まっている。</p> <p>集落の住民を中心としてミュージカル作品に取り組みなど、新たなことに挑戦しようという機運が高まっている。</p> <p>中山間地の集落にアーティストが集まるようになり、地域に活気が出てきている。</p> <p>アーティストのネットワークにより、移住希望者が増えている。</p>
<p><b>西いなば工芸・アート村</b></p> <p>アートによる地域づくり団体とまちづくり団体との連携によって、地域の賑わい創出につながっている。</p> <p>鹿野芸術祭では、若手作家が鹿野学園の児童と作品制作を行うことで、子どもたちがアートのふれあう機会を創出している。</p> <p>浜村温泉湯けむり映画塾では、実行委員会の設立を模索するなど、多くの人に関わってもらえるよう模索している。</p> <p>西いなば在住の作家、アーティストに積極的に声がけするなど、体制の強化や作品づくりに参加する人の数を拡大するための試みを行うようになり、今後の展開が期待される。</p>
<p><b>岩美現代美術展</b></p> <p>芸術作品の鑑賞やアーティストとの交流を通して、地域住民が芸術に関心をもち、理解を深めることで地域の文化芸術の振興に寄与している。</p> <p>関連事業として、地元有志による作品制作・展示も実施されるようになっている。</p>



**AIR475 2019**

アーティストの作品制作に協働して取り組むことで、私たちが地域の魅力や価値を新たな視点から捉え直し、地域への認識を深め、可能性を知るという点を重要視している。地域 の埋もれた歴史や地域の文化、風土等からアーティストが着想した作品と、また制作過程での多方面の人たちとのコミュニケーションをうじて、地域への理解と地域への愛着を醸成している。空き家や空き店舗をアートと結びつけ、アーティストが街に介在する状況をつくり、アートの持つ可能性を中心市街地の活性化に活かす取組を継続している。

**明倫 AIR2019**

アーティスト・イン・レジデンス (AIR) を通じて、多様性に寛容な地域をつくることを目的としているが、地域の人アーティスト作品やアーティストと直接触れ合う場の提供、AIR のサポート体制構築による地元の人たちのつながりの形成、アート活動を通じた自然な形での官学民連携の形成、県外からの来客者と地域住民の交流による関係人口の形成等々、地域に対して有形無形の影響を与えている。博物館における展示会をとおして、長谷川富三郎や高木啓太郎など地域で活躍した作家・アーティストの再認識が進んでいる。

**(2) 地域の関係機関との連携・地域住民との関わりに係る意見**

各事業の主催者・関係者への聞き取り調査では、地域の関係機関との連携・地域住民との関わりについて、以下のような意見が聞かれた。

**鳥の演劇祭 12+ベセト演劇祭 26**

最初は地域の方の寄り合いに参加するなどし、関係性を構築するところから始まった。町おこしのパートナーとなることを目指している。今回のイベントでは、「鹿野ぶらぶら町歩き」ボランティアアゲイトなどで連携している。また、地域の方と一緒にダンス作品をつくっていく取り組みである「とりつとダンス」などの活動も演目の一つとして実施している。

**西郷工芸の郷**

「(一社) 西郷工芸の郷あまんじやく」が、「いなば西郷むらづくり協議会」、「鳥取市西郷地区公民館」等と連携しながら事業を実施している。「西郷工芸祭り」は、地域のイベントとして定着しており、地域住民も積極的に協力している。

**イトナミダイセン芸術祭**

「こっちの大山研究所」が、大山町地域自主組織「ふれあいの郷かあら山」や長田集落と連携しながら事業を実施している。ミュージカル、街歩きの実施のほか、自宅をギャラリーに提供するなど、地域住民が積極的に協力している。

<p><b>西いなば工芸・アート村</b></p> <p>「西いなばまちづくり株式会社」（道の駅西いなば気楽里）、「鹿野芸術祭実行委員会」（鹿野町）、「ことるり舎」（気高町）などが、「いんしゅう鹿野まちづくり協議会」や「逢坂むらづくり協議会」等の地域づくり団体と連携しながら事業を実施している。</p> <p>鹿野芸術祭の開催や浜村温泉湯けむり映画塾の映画制作において、地域住民が積極的に協力している。</p>
<p><b>岩美現代美術展</b></p> <p>岩美町から「岩美現代美術展実行委員会補助金」の交付を受け実施した。</p> <p>委員会の事務局は岩美町役場商工観光課に置き、官民が連携して取り組んだ。</p> <p>滞在期間中、招聘アーティストが講師となり地域住民を対象にワークショップを開催し、地域住民との交流を図った。</p>
<p><b>AIR475 2019</b></p> <p>米子市、米子市教育委員会、（一財）米子市文化財団米子市美術館と共同で事業を実施し、米子市、米子市美術館のスタッフと協働で作業を進めた。</p> <p>ワークショップや企画展を通して、アーティストが地域の住民と交流し、鳥取県立美術館の開催時期に合わせた芸術祭を実現するための土壌を形成している。</p>
<p><b>明倫 AIR2019</b></p> <p>アーティストが45日間にわたって滞在制作を行うことで、来訪した地域住民とアーティストの交流が深まった。</p> <p>倉吉在郷のアーティストや民藝関係者との交流の場を設けるとともに、交流の場を一般にも開くことにより地域住民と県内外の文化・芸術の担い手をつなげている。</p>

### (3) 聞き取り調査結果の小括

主催者・関係者からの聞き取り調査では、多くの活動が地域と密着して行われていることが確認できた。イベント等の実施が地域コミュニティに刺激を与え、活動に参加することで文化・芸術への関心が高まり、その結果、地域住民に好影響を与えている。

また、地域の観光振興や移住促進につながっている事例もみられる。交流・移住の拡大は、人口減少が課題となっている各地域にとって、非常に重要な成果である。

### 3.3. 「アートピアとっとり」プロジェクト2019の経済波及効果

「アートピアとっとり」の経済波及効果について、上述の「2.3 未来へつなぐ！とっとり文化遺産魅力創造発信事業の経済波及効果」(p.11～)と同様の方法で推計する。

#### 3.3.1. 直接需要の推計

##### (1) 来場者の消費支出による直接需要

##### 県内・県外別の来場者数

「アートピアとっとり」の事業ごとの来場者は、図表 3-1 の通りで、合計は 19,282 人である。また、鳥の演劇祭、西郷工芸の郷、AIR475 の 3 つのアンケート結果から、居住地別・旅行日程別の構成比を算出すると、図表 3-7 の通りとなり、この結果から居住地別・旅行日程別の来場者数を推計した。その結果、県内居住者・日帰りは 15,194 人、県内居住者・宿泊は 217 人、県外居住者・日帰りは 2,099 人、県外居住者・宿泊は 1,773 人となった。

図表 3-7 居住地・旅行日程別の来場者数

	構成比	来場者数
県内居住者・日帰り	78.80%	15,194
県内居住者・宿泊	1.12%	217
県外居住者・日帰り	10.89%	2,099
県外居住者・宿泊	9.19%	1,773

##### 消費単価

来場者の消費単価は、鳥取県交流人口拡大本部観光交流局観光戦略課「平成 30 年観光客入込動態調査結果」にある「日帰宿泊・費目別一人当たり観光消費額単価」(p.12)の図表 2-9 参照)を使用する。

##### 来場者の消費支出による直接需要

来場者数(図表 3-7)に消費単価(図表 2-9)を乗じ、来場者の消費支出による直接需要を算出すると、総計で 164,153 千円となる(図表 3-8 参照)。

5 四捨五入しているため、来場者数の項目の合計が 19,283 人となるが、以降はこの数値で推計を行う。

図表 3-8 来場者の消費支出による直接需要額

費目	(単位：千円)			計
	県内・日帰り	県内・宿泊	県外・日帰り	
宿泊費		3,120		26,515
交通費	5,834	198	1,599	2,869
飲食代	17,686	425	3,917	7,018
土産代等	67,720	862	12,233	14,157
計	91,240	4,605	17,749	50,559
				164,153

(単位：千円)

### 産業部門別の来場者消費支出額

図表 3-8 の費目別消費支出額を基に産業連関分析用に産業部門別に分類する。宿泊費と飲食費は対個人サービス、交通費は運輸・郵便とし、土産代等については観光庁「2018 年旅行・観光消費動向調査」にある旅行中の買物代及び娯楽等サービス費・その他の細目に従って分類した。結果は、図表 3-9 の通りである。

図表 3-9 産業部門別の来場者消費支出額

	産業部門	消費支出額
	農業	6,725
	水産業	6,342
	飲食料品	29,418
	繊維製品	11,220
	化学製品	1,413
	窯業・土石製品	1,111
	その他の製造工業製品	4,726
	運輸・郵便	10,501
	対個人サービス	92,698
	計	164,153

(単位：千円)

注) 支出額がある産業部門のみを表記

### (2) 事業実施に係る経費による直接需要

鳥取県より提供された資料より、「デートピアとっとり」各事業の事業費を整理すると、図表 3-10 の通りとなり、総計は 53,587 千円である。

この事業費を、県外への支出額を控除し、支出項目別に産業部門別に分類すると、図表 3-11 の通りとなる。

図表 3-10 「アートピアとっとり」の事業費

(単位：千円)

事業名	事業費
島の演劇祭 12+ベクトル演劇祭 26 ※	34,338
西郷工芸の郷	5,380
イトナミダイセン藝術祭	5,000
西いなば工芸・アート村	4,235
岩美現代美術展	1,993
AIR475 2019	1,510
明倫 AIR2019	1,130
計	53,587

※事業費は、島の演劇祭 12のみ

図表 3-11 産業部門別の事業費

(単位：千円)

産業部門	消費支出額
飲食料品	100
パルプ・紙・木製品	1
石油・石炭製品	20
窯業・土石製品	215
電気機械	12
その他の製造工業製品	4,584
建設	50
商業	55
金融・保険	157
運輸・郵便	1,746
情報通信	650
教育・研究	128
その他の非営利団体サービス	403
対事業所サービス	8,204
対個人サービス	11,278
事務用品	928
計	28,531

注) 支出額がある産業部門のみを表記

### (3) 直接需要の総計

以上 (1)、(2) より、「アートピアとっとり」における直接需要の総計を算出する。ただし、来場者の消費支出に含まれる「対象事業の参加料・入場料等」は、各事業の主催者の収入となり事業経費として支出されることになるので、単純に足し合わせると二重計上となる。このため、来場者の消費支出からこの部分を除いて直接需要の総計を算出する。その結果、「アートピアとっとり」における直接需要の総計は、189,665 千円となる。また、産業部門別の直接需要は、図表 3-12 の通りである。

図表 3-12 産業部門別の直接需要額

(単位：千円)

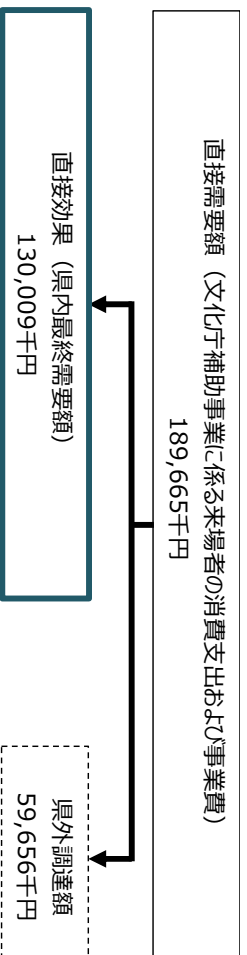
産業部門	事業費	来場者消費	控除	合計
農業		6,725		6,725
林業				
水産業		6,342		6,342
鉱業				
飲食料品	100	29,418		29,518
繊維製品		11,220		11,220
パルプ・紙・木製品	1			1
化学製品		1,413		1,413
石油・石炭製品	20			20
プラスチック・ゴム				
窯業・土石製品	215	1,111		1,326
鉄鋼				
非鉄金属				
金属製品				
はん用機械				
生産用機械				
業務用機械				
電子部品				
電気機械	12			12
情報・通信機器				
輸送機械				
その他の製造工業製品	4,584	4,726		9,310
建設	50			50
電力・ガス・熱供給				
水道				
廃棄物処理				
商業	55			55
金融・保険	157			157
不動産				
運輸・郵便	1,746	10,501		12,246
情報通信	650			650
公務				
教育・研究	128			128
医療・福祉				
その他の非営利団体サービス	403			403
対事業所サービス	8,204			8,204
対個人サービス	11,278	92,698	3,018	100,958
事務用品	928			928
分類不明				
計	28,531	164,153	3,018	189,665

### 3.3.2. 経済波及効果の推計

#### (1) 直接効果 (県内最終需要額) の推計

前ページ図表 3-12 の産業部門別直接需要額を基に、平成 23 年鳥取県産業連関表等を用いて直接効果 (県内最終需要額) を推計すると、130,009 千円となる (図表 3-13 参照)。

図表 3-13 直接効果 (県内最終需要額) の推計



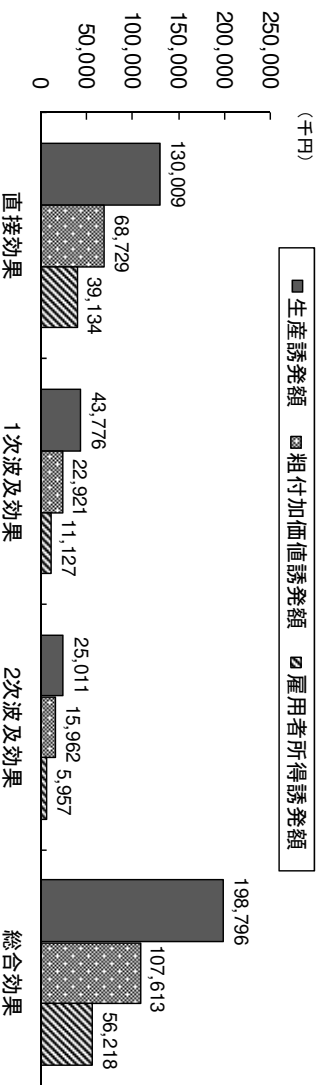
#### (2) 経済波及効果の推計

上記の直接効果が各産業の生産を誘発することで、鳥取県内で 43,776 千円の 1 次波及効果 (生産誘発額) が創出される。この生産誘発効果により労働の対価として雇用者所得が創出され、それが消費活動を刺激することにより、さらに生産が誘発される。この 2 次波及効果の生産誘発額は 25,011 千円となる。以上より、生産誘発額の総合効果 (直接効果及び 1 次波及効果、2 次波及効果の合計) は 198,796 千円となる。

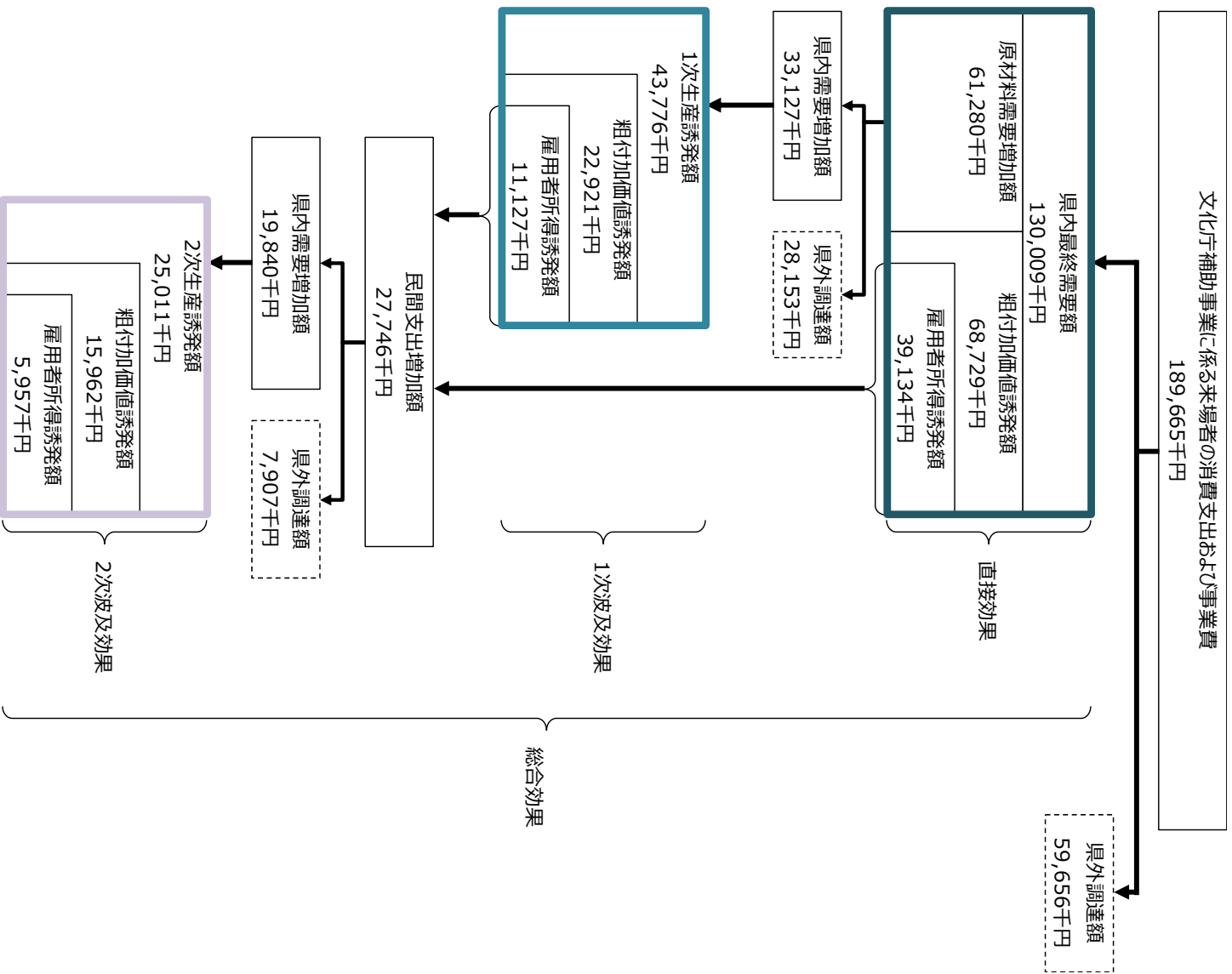
また、粗付加価値誘発額の総合効果は 107,613 千円、雇用者所得誘発額の総合効果は 56,218 千円となる。

図表 3-14 「アートピアとっとり」の経済波及効果

カテゴリ	直接効果			総合効果
	生産誘発額 (千円)	1 次波及効果	2 次波及効果	
生産誘発額	130,009	43,776	25,011	198,796
粗付加価値誘発額 (千円)	68,729	22,921	15,962	107,613
雇用者所得誘発額 (千円)	39,134	11,127	5,957	56,218



図表 3-15 経済波及効果結果（フロー図）





図表 3-16 産業部門別の経済波及効果 (総合効果)

(単位：千円)

産業部門	生産誘発額	粗付加価値 誘発額	雇用者所得 誘発額
農業	6,403	3,083	479
林業	121	91	29
水産業	984	561	196
鉱業	128	49	16
飲食料品	10,111	2,361	1,340
繊維製品	259	86	125
パルプ・紙・木製品	1,046	276	109
化学製品	5	2	1
石油・石炭製品	175	58	19
プラスチック・ゴム	256	98	40
窯業・土石製品	351	157	61
鉄鋼	2	1	0
非鉄金属	-1	-0	-0
金属製品	121	53	33
はん用機械	3	1	1
生産用機械	6	3	2
業務用機械	8	1	1
電子部品	16	4	3
電気機械	103	32	22
情報・通信機器	81	21	15
輸送機械	60	13	8
その他の製造工業製品	1,975	822	559
建設	1,614	707	434
電力・ガス・熱供給	4,129	1,689	285
水道	1,633	759	302
廃棄物処理	1,513	1,085	613
商業	23,013	15,293	10,636
金融・保険	3,919	2,581	1,050
不動産	9,817	8,356	261
運輸・郵便	18,478	8,300	5,767
情報通信	3,668	1,858	610
公務	321	237	142
教育・研究	1,304	1,008	822
医療・福祉	1,344	804	596
その他の非営利団体サービス	1,543	876	771
対事業所サービス	10,348	6,354	3,808
対個人サービス	91,835	49,702	27,052
事務用品	1,216	0	0
分類不明	892	232	7
計	198,796	107,613	56,218

### 3.4. 「アートピアとっとり」プロジェクト2019の事業効果検証

「アートピアとっとり」の事業実施計画書では、期待される文化的・社会的・経済的効果として、以下の諸点をあげている。

- 本事業の実施により、県内外のアートイストによる地域資源の掘り起こしを図るとともに、アートの力で磨き上げること、シビックプライドの醸成や新たな鳥取県の魅力創造が期待できる。
- 各地域の取組が段階的にレベルアップできるようなスキームにより、担い手の育成を含めた文化芸術創造拠点の形成が見込まれる。あわせて、各実施団体をつなぐネットワークによる情報共有・協力体制、定期的な勉強会の実施により、各地域のコーディネーターやアートディレクター、実施スタッフなどアートによる地域づくり人材の育成効果が期待できる。
- 「表現ワークショップ」など文化芸術の体験メニューでは、子どもたちを中心に豊かな感性や人間性の育成効果が期待できる。
- さらに、各事業の取組を通じて関係人口の増加、観光産業の活性化といった経済効果とともに、「稼ぐ文化」の実践を目指すアートツーリズムの構築にもつなげる。

主催者からの聞き取り調査では、「芸術・文化の町おこしが、地域の観光振興にもつながっている」、「中山間地の集落にアーティストが集まるようになり、地域に活気が出てきている」、「アーティストのネットワークにより、移住希望者が増えている」、「アートによる地域づくり団体とまちづくり団体との連携によって、地域の賑わい創出につながっている」といった意見が聞かれており、「シビックプライドの醸成や新たな鳥取県の魅力創造」や「文化芸術創造拠点の形成」さらには「交流人口、関係人口の増加、観光産業の活性化」につながっている事例もみられる。また、鳥の演劇祭を主催する鳥の劇場は、地元の小・中・高等学校を中心に県内幅広く演劇による表現ワークショップを行うほか、県内外からの視察を受け入れ、教育関係者に向けた研修も行うなど、「子どもたちを中心に豊かな感性や人間性の育成」につながっている。

こうした点より、「アートピアとっとり」は、鳥の劇場や工芸・アート村等の鳥取県の文化芸術創造拠点の形成等に好影響を与えており、一定の効果があると判断できる。

数値的な面では、参加者数の目標 14,000 人に対し、実績値は 19,282 人で、目標値を大きく上回った。また、鳥取県外からの参加者は、アンケートを実施した 3 事業の合計で 20.0% となっており、目標値である 15% を超え達成している。

ただし、訪日外国人の参加者数については、いくつかの課題がある。「とっとり文化遺産魅力創造発信事業」の検証でも指摘したが、英語版といった外国人向けのアンケートを未実施であり、外国人である来場者を判断することが難しい実態がある。一方、鳥の演劇祭 12 + ベッセト演劇祭 26 では、出演者とその関係者だけでも 150 人を超える訪日外国人の参加があり、その他事業においても外国人の来場を確認しながらも、カウント出来ていない現

状がある。アンケート結果で推計するならば、訪日外国人割合を確認できるものが鳥の演劇祭のアンケート結果(0.5%)のみで、ここから推計すると32人にとどまるが、この値は、上記の実態と大きな乖離があるほか、アンケートでは測りきれない成果面もあることから、次年度以降については、訪日外国人参加者数の測定面での工夫を期待する。

経済的効果を見ると、「アートのピアとつとり」は、鳥取県内に130,009千円の直接効果をもたらし、これが各産業の生産を誘発することで、最終的に198,796千円の経済波及効果を創出したと推計される。これは事業実施計画書の目標値101,000千円を超えている。

以上の通り、「アートのピアとつとり」は、事業実施計画書の数値目標を概ね達成しており、定性面からみても、地域に好影響を与えていることから、十分な成果があったと評価できる。

都道府県等名		島根県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	平成 30 年島根県観光動態調査	令和. 6. 25	有	島根県商工労働部観光振興課	平成 23 年島根県産業連関表 (39 部門表)	平成 30 年の観光消費における経済波及効果算定に使用。 ・経済波及効果 1,593 億円 (1.24 倍) ※二次効果まで	
2	「ホーランエンヤ」開催による島根県内への経済波及効果	令和. 5	有	株式会社日本政策投資銀行	平成 23 年島根県産業連関表 39 部門	2019 年「ホーランエンヤ」開催における島根県内の経済波及効果を試算。 ・波及効果 38.2 億円 (二次効果まで)	

都道府県等名		岡山県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	おかやまマラソン 2019 の経済波及効果	令和元.2	有	おかやまマラソン実行委員会	平成 23 年岡山県産業連関表	おかやまマラソン 2019 の経済波及効果を試算 ・経済波及効果 17.1 億円 (2 次効果まで)	

令和2年2月4日

## お知らせ

課名	おかやまラッソ 実行委員会事務局
担当	奥岩・原
内線	2913・2903
直通電話	086-226-7907

## おかやまラッソ2019の開催結果

昨年11月10日に開催した「おかやまラッソ2019」の参加者を対象としたアンケート調査結果及びそれを基に推計した経済波及効果をとりまとめましたのでお知らせします。  
なお、本日、岡山市市政記者室に、同一の資料提供を行っております。

## おかやまマラソン 2019 の開催結果について

令和元年 11 月 10 日(日)に開催したおかやまマラソン 2019 の参加者を対象としたアンケート調査結果をとりまとめるとともに、それを基に経済波及効果を推計した。

### 1 参加者の概要

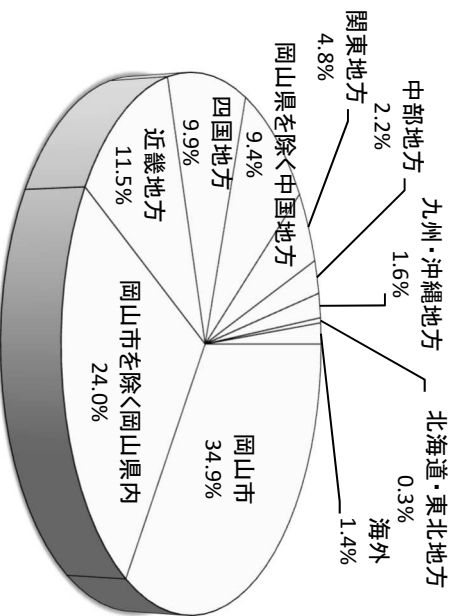
#### (1) ランナー

##### ① 出走者数等

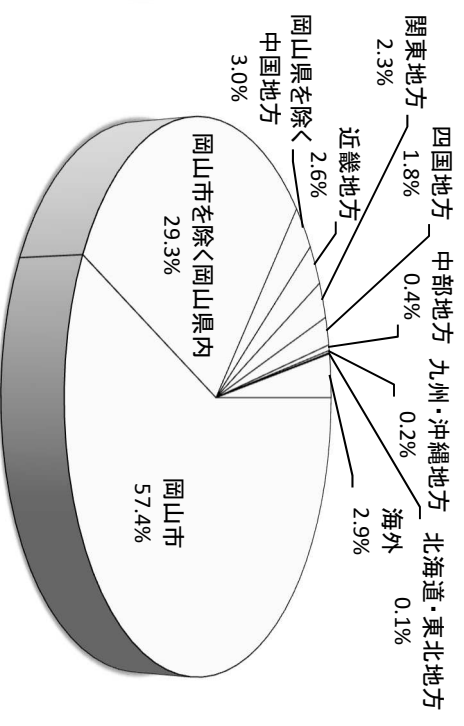
種 目	定 員	申込者数	出走者数	完走者数	完走率
マラソン (42.195km)	15,000 人 (15,000 人)	30,390 人 (28,222 人)	15,016 人 (15,315 人)	13,491 人 (13,724 人)	89.8% (89.6%)
フアソラン (5.6km)	1,400 人 (1,300 人)	4,095 人 (4,398 人)	1,304 人 (1,232 人)	—	—
合 計	16,400 人 (16,300 人)	34,485 人 (32,611 人)	16,320 人 (16,547 人)	—	—

※表中上段は 2019 大会、下段括弧内は 2018 大会の数値 (以下同様)

##### ② 出走者の居住地別割合 ア マラソン



##### イ フアソラン



#### ※海外参加者

- ・ マラソン・・・シンガポール、韓国、中国、台湾、香港、マカオ、米国、カナダ、英国
- ・ フアソラン・・・タイ、台湾、香港、マカオ、カナダ

## (2) 沿道応援者・来場者

項目	11/9(土)	11/10(日)	合計
沿道応援者数	—	162千人 (164千人)	162千人 (164千人)
EXPO来場者数	59千人 (57千人)	86千人 (84千人)	145千人 (141千人)
合計	59千人 (57千人)	248千人 (248千人)	307千人 (305千人)

## (3) ボランティア

項目	11/8(金)	11/9(土)	11/10(日)	合計
参加者数(延人数)	163人 (151人)	593人 (554人)	4,831人 (4,496人)	5,587人 (5,201人)

※参加人数(実人数) 5,456人(2018大会 4,886人)

## 2 アンケート調査結果

### (1) 調査の概要

2019大会に参加した国内ランナー、ボランティア及び応援者を対象として、アンケート調査を実施し、参加者の満足度や意見、支出額等を把握する。

また、アンケートによる意見から大会の運営等に関する課題を抽出し、2020大会準備の参考とする。

なお、海外ランナーについては、受付時において、立寄り観光地等に関するアンケートを別途実施した。

### (2) 調査方法等

#### ① 調査対象及び調査票の配布方法

調査対象	調査票の配布
ランナー	大会前日の受付時に配布
ボランティア	事前に実施した説明会時に配布
応援者等	大会前日・当日に職員が主会場・沿道で配布

#### ② 回答受付期間

令和元年11月10日(日)から11月30日(土)の21日間



③ 回答方法及び有効回答数

(単位:人)

調査対象	インターネット	フアックス	郵便・持参	計
ランナー	1,288	153	28	1,469
ボランティア	163	78	110	351
応援者等	166	27	12	205
合計	1,617	258	150	2,025

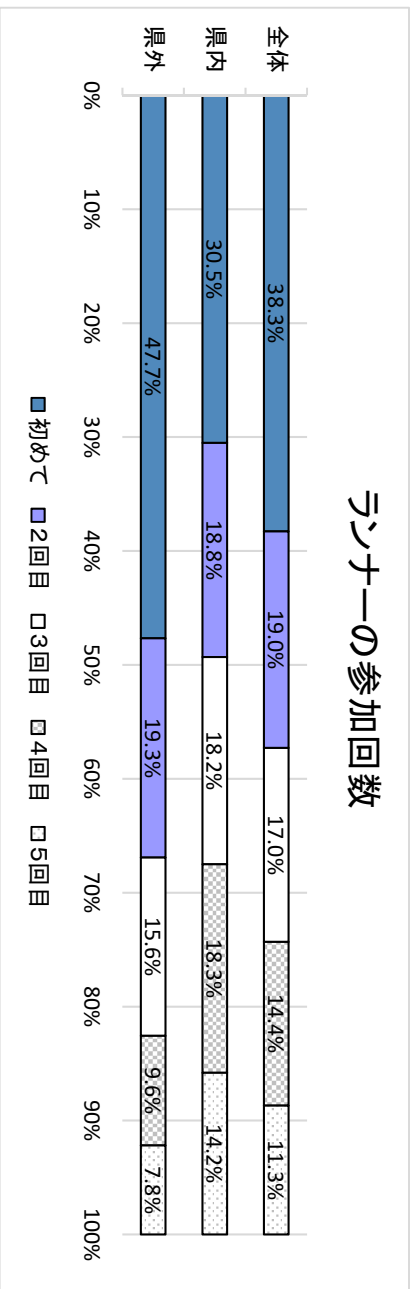
(3) 調査結果

① ランナー

ア ランナーの参加回数

全体では38.3%のランナーが初めての参加であった。

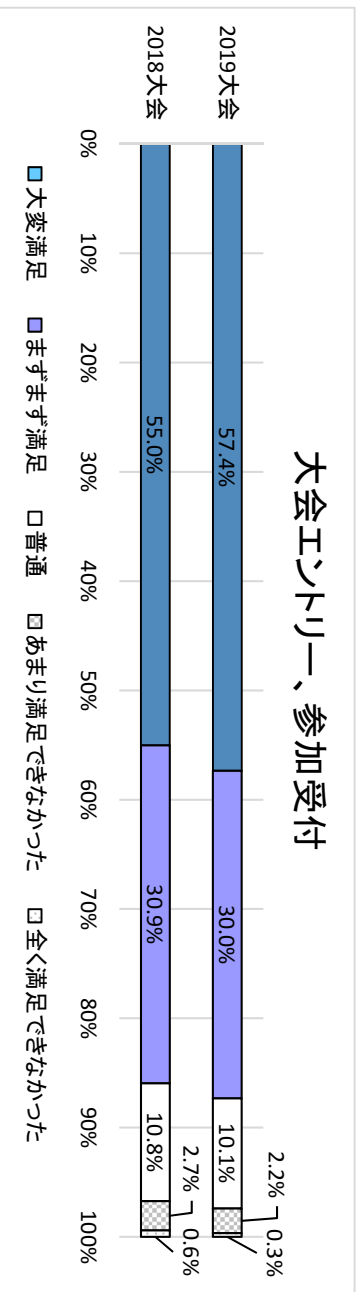
県内参加者は約7割の方が2回目以上の参加であったが、県外参加者はほぼ半数の方が初めての参加であった。



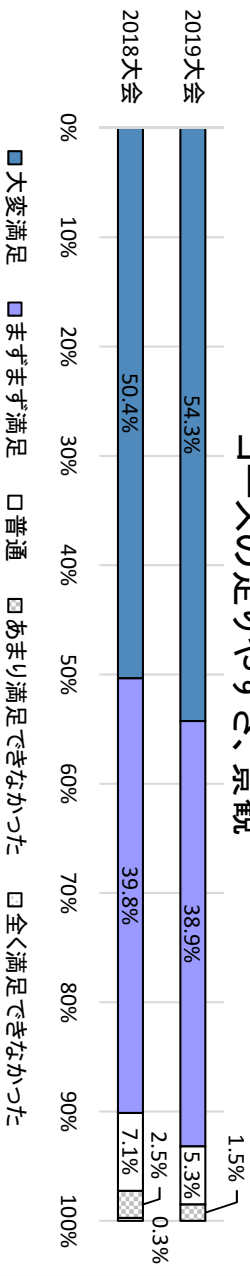
イ ランナーの評価

全ての調査項目で「大変満足」と「まずまず満足」を合わせた割合が前回を上回っており、引き続き、高い水準を維持している。

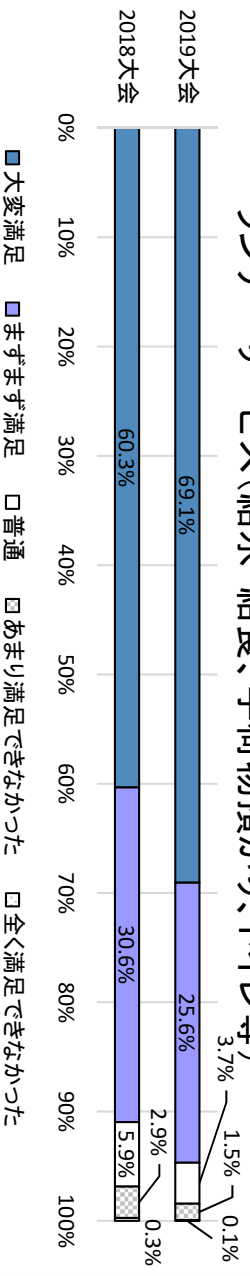
中でも「コースの走りやすさ、景観」、「ランナーサービス」、「完走記念品」、「沿道応援」、「ボランティアの対応」の5項目は9割以上の方から「大変満足」、「まずまず満足」との高評価をいただいた。



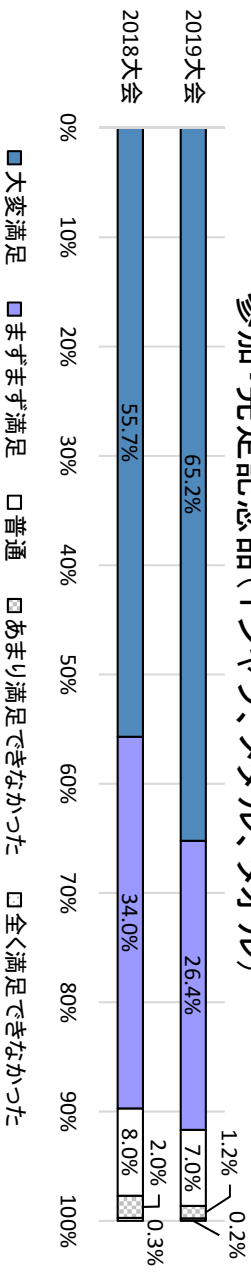
### コースの走りやすさ、景観



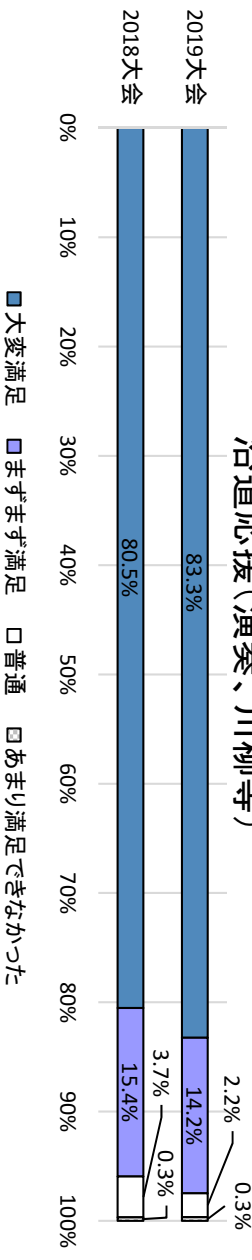
### ランナーサービス(給水・給食、手荷物預かり、トイレ等)



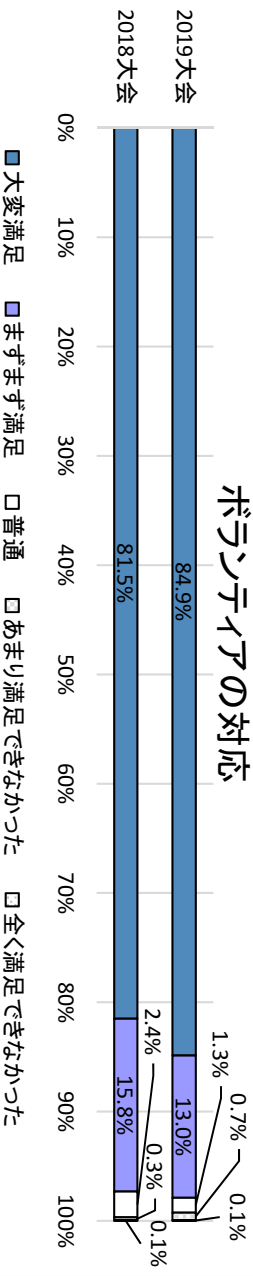
### 参加・完走記念品(Ｔシャツ、メダル、タオル)



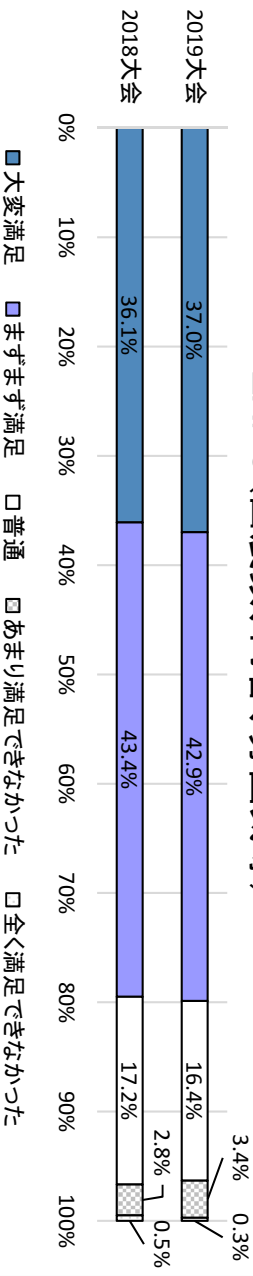
### 沿道応援(演奏、川柳等)



### ボランティアの対応



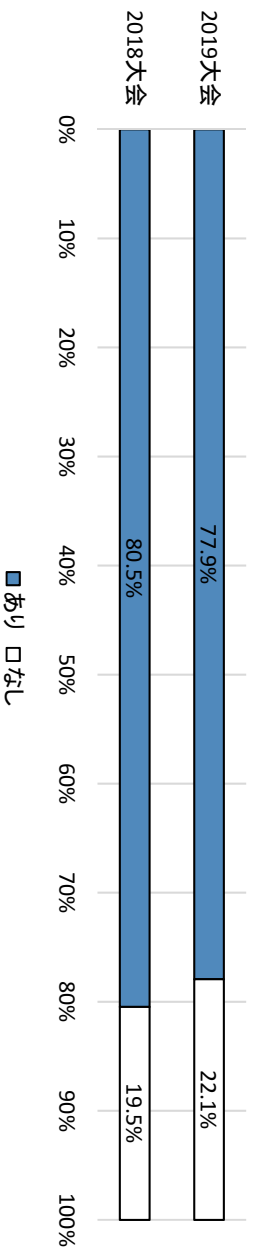
### EXPO(出展数、内容、雰囲気等)



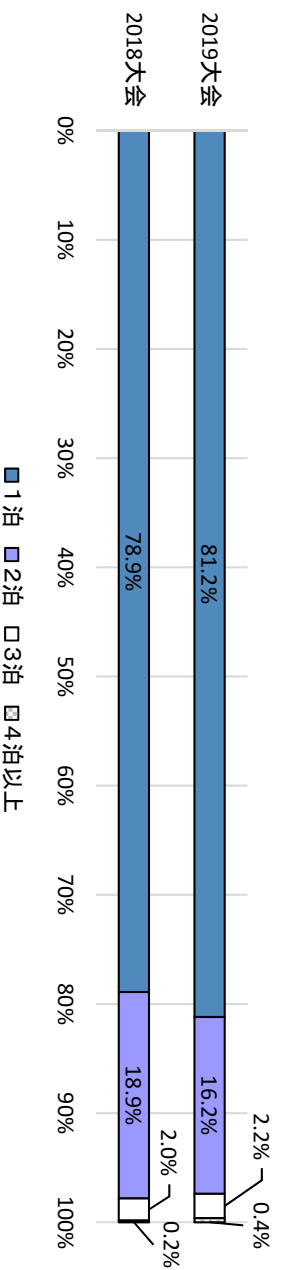
### ウ 宿泊、観光地への立ち寄り(県外参加者)

県外参加者の77.9%の方が宿泊しており、そのうち1泊が81.2%、2泊以上が18.8%であった。また、宿泊地は岡山市内が79.9%であった。県内観光に立ち寄った割合は42.6%で、後楽園、岡山城、倉敷美観地区に訪れた方の割合が高かった。

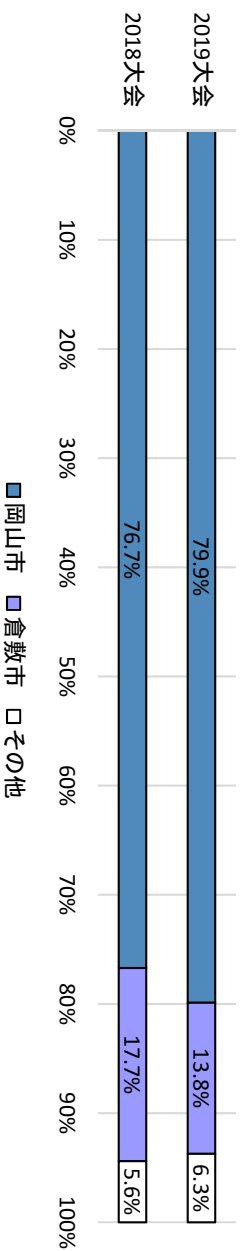
#### 宿泊(県外参加者のみ)



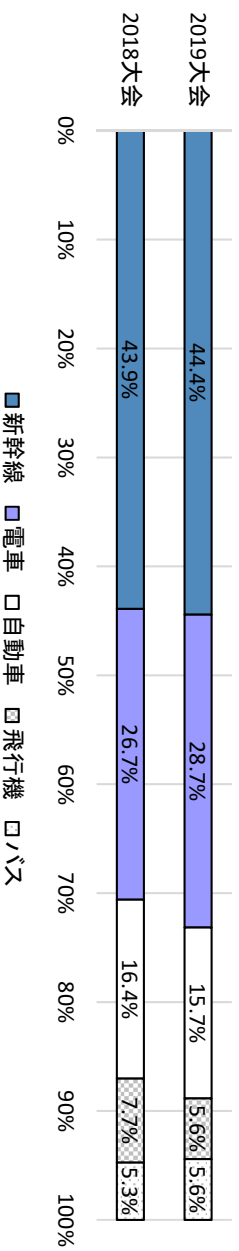
#### 宿泊数(県外参加者のみ)



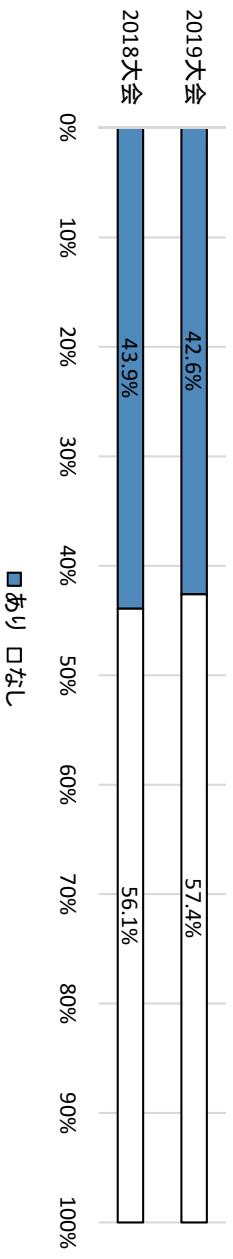
#### 宿泊地(県外参加者のみ)



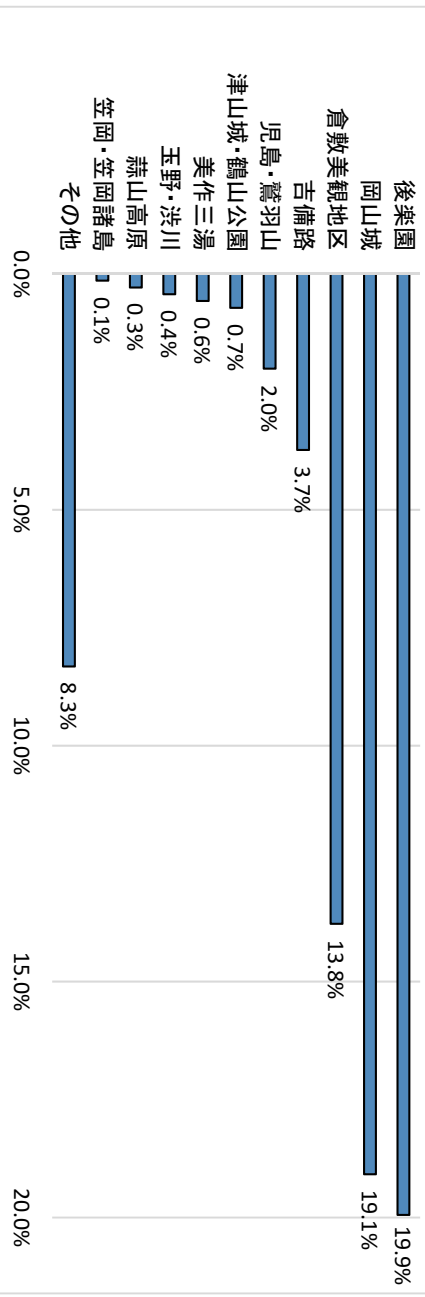
#### 主な交通手段(県外参加者のみ)



### 立寄り観光施設の有無(県外参加者のみ)



### 県外参加者の立寄り観光地(県外参加者全体に占める割合)



### エ ランナーの主な感想・意見

- ・ 受付時にもうら手握げバッグが大きくなり、使い勝手が良くなった。
- ・ 後方のブロックにいたが、スタートがスムーズで時間ロスが少なかった。
- ・ 大規模な大会の割にスタート会場、沿道のトイレが充実している。コース後半に洋式トイレがあって助かった。
- ・ トイレに係員がいてくれ、誘導も非常にスムーズだった。
- ・ シャインマスカットや桃の飲み物など、岡山ならではの給食が魅力的だ。
- ・ 完走応援隊のアトバイスどおりにして完走できたので、とても感謝している。
- ・ 桃の形の完走メダルは、岡山らしくとてもうれしかった。ピンク色の真田紐も美しい。
- ・ 多くの沿道応援やボランティア、救護の方々に明るく声をかけてもらった。
- ・ 海外から参加した友人と出場したが、おもてなしがすごいと言っていた。
- ・ 給水所のゴミ箱を、もつと捨てやすいように工夫してほしい。
- ・ 主会場で、シャトルバス乗り場までの動線をわかりやすくしてほしい。

## ② ボランティア

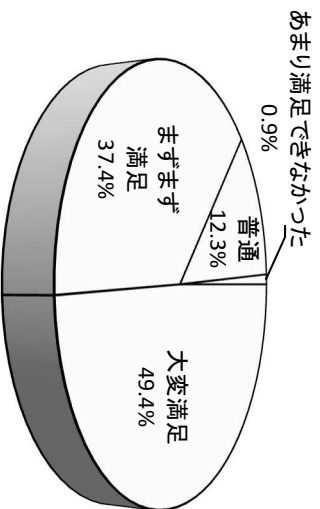
### ア ボランティアの評価

活動内容について、8割を超える方から「大変満足」、「まずは満足」との評価をいただいた。

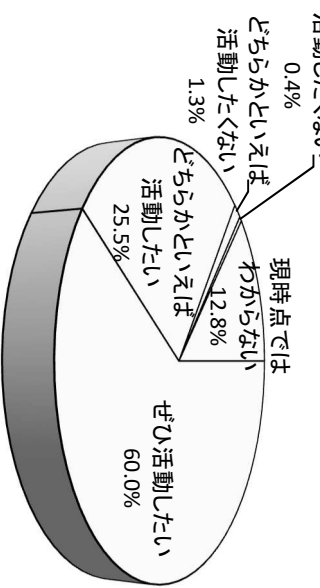
来年度以降の活動についても8割を超える方から「ぜひ活動したい」、「どちらかといえば活動したい」と回答をいただいた。

活動時間については、8割を超える方から「適当」と、また、休憩についても9割近い方から「とれた」、「とれなかったが問題なし」と回答をいただいた。

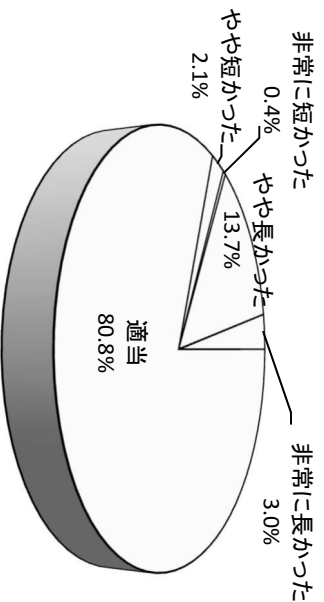
#### 活動内容に満足したか



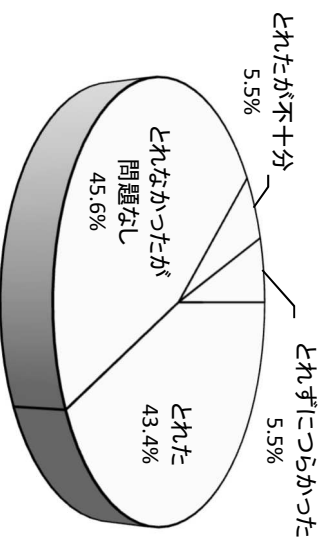
#### 来年度以降も活動したいか



#### 活動時間は適当だったか



#### 休憩はとれたか



### イ ボランティアの主な感想・意見

- ・ 班長や職員の方との連携がスムーズだった。
- ・ これまでの大会を踏まえた改善が図られ、とても作業しやすかった。
- ・ ランナーの頑張っている姿を見て、自分も頑張ろうと思った。
- ・ 友達と一緒に参加したが、関係を深める良いきっかけになった。
- ・ ボランティアウェアの再利用でグッズをもらえたので、次回も参加しようと思った。

### ③ 応援者

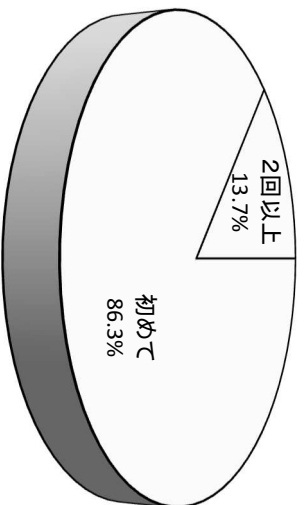
#### ◇応援者の主な感想・意見

- ・ランナーとのふれあいが楽しかった。
- ・ランナー応援アザリ（応援ナビ）で、ランナーの通過時間を予測できて応援しやすかった。
- ・主会場の案内が分かりやすくなっていった。
- ・ニックスネームステッカーに書いてあるニックスネームで応援すると、ランナーとの一体感があって楽しかった。

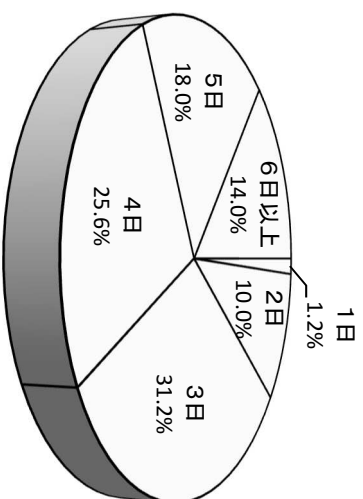
### (4) 海外ランナーへのアンケート結果

海外ランナーを対象として、大会前日の受付時に、立寄り観光地など行動予定に関するアンケートを配布し、251人から回答を得た。

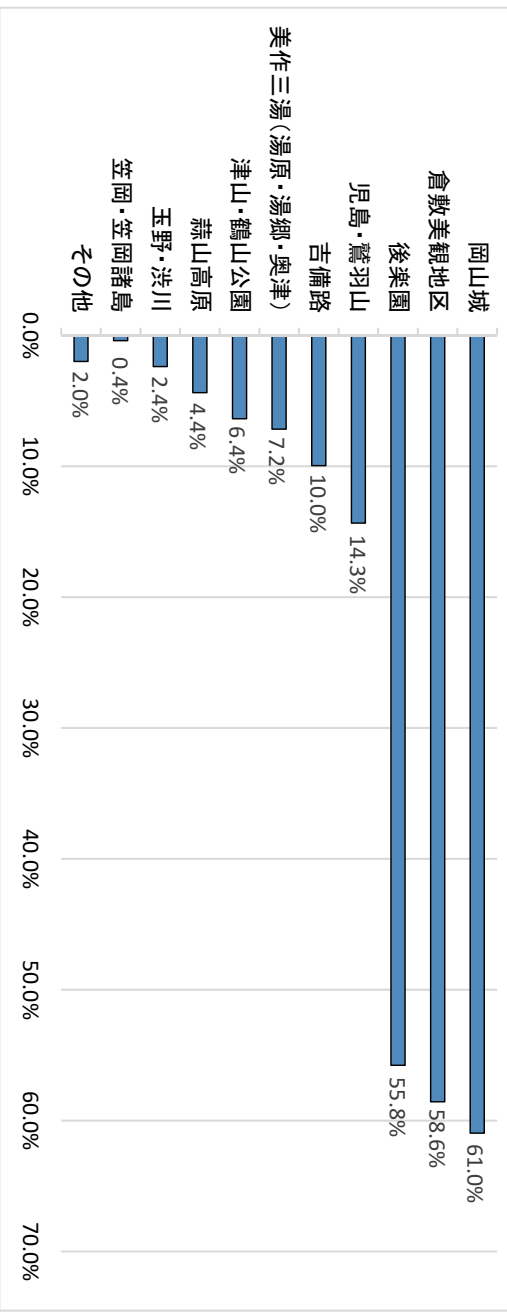
#### おかやまマラソンへの参加回数



#### 岡山県での滞在日数



#### 海外ランナーの立ち寄り観光地 (海外ランナー全体に占める割合)



### 3 経済波及効果

アンケート調査において実施した消費支出額調査等をもとに、2019大会の経済波及効果を推計した。

#### (1) 経済波及効果額

17.1 億円	直接効果	11.2 億円
	1次波及効果	3.3 億円
	2次波及効果	2.6 億円

※ 直接効果：新たに発生した消費等によって県内産業部門に直接に誘発された生産額

第1次波及効果：直接効果に伴う原材料等の購入によって県内各産業に誘発された生産額

第2次波及効果：直接効果と第1次波及効果を通じて発生した雇用者所得のうち、新たに消費として支出される消費支出の増加によって誘発された生産額

なお、交通規制によるコース沿道店舗等の休業対応や、売上減などによるマイナスの効果は考慮していない。

#### (2) 基礎データ

##### ア 大会参加人数

区分	人数	備考
県内ランナー・同伴者	14,833人	ランナー 10,022人、同伴者 4,811人
県外ランナー・同伴者	9,077人	ランナー 6,051人、同伴者 3,026人
海外ランナー・同伴者	1,193人	ランナー 247人、同伴者 946人
一般応援 (EXP0 参加)	100,000人	
一般応援 (EXP0 不参加)	162,000人	
ボランティア	5,456人	延べ5,587人
合計	292,559人	

##### イ 参加者区分ごとの一人あたり平均消費支出額

区分	消費支出額
県内ランナー・同伴者	5,168円
県外ランナー・同伴者	24,451円
海外ランナー・同伴者	96,515円
一般応援 (EXP0 参加)	3,024円
一般応援 (EXP0 不参加)	1,305円
ボランティア	860円

※消費支出額：交通費、宿泊費、飲食費、土産・買物代、入場料等の合計額

※県内ランナーのランニング用品等消費支出額 一人あたり 24,406円(年額)

都道府県等名		広島県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	FISE WORLD SERIES HIROSHIMA 2019 の開催効果等について	令和元. 10. 18	有	一般社団法人日本アーバンスポーツ支援協議会 (JUSC)	平成 23 年広島県産業連関表	FISE WORLD SERIES HIROSHIMA 2019 来場者の消費による経済波及効果。 ・経済波及効果…約 6 億 8,000 万円 (前回(2018年) 約 5 億 5000 万円)	
2	「2019 酒まつり」に係る経済波及効果の推計調査結果	令和 2. 2. 5	有	公益社団法人東広島市観光協会	平成 23 年広島県産業連関表	「2019 酒まつり」の運営費と来場者の支出による経済波及効果。 ・経済波及効果…38 億 8,141 万円 直接効果…24 億 6,476 万円 間接一次効果…9 億 4,526 万円 間接二次効果…4 億 7,138 万円	推計資料 URL : <a href="http://hh-kanko.n.e.jp/blog/nontainfo/2020/02/2019388.html">http://hh-kanko.n.e.jp/blog/nontainfo/2020/02/2019388.html</a>



都道府県等名		山口県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	下関海響マラソン 2019 の経済波及効果	令 2.1	有	一般財団法人山口経済研究所	平成 23 年山口県産業連関表	令和元年 11 月 3 日に開催された下関海響マラソン 2019 の経済波及効果。 ・波及効果 5 億 2300 万円	下関海響マラソン実行委員会(下関市スポーツ振興課内)

都道府県等名		香川県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	コンベンションのもたらす波及効果について	令 2.1.20 新聞報道	有	(公財)高松観光コンベンション・ビューロー	平成 23 年香川県産業連関表	平成 30 年度に県内で開催されたコンベンションがもたらす経済波及効果の推計 ・波及効果：6,079 百万円	
2	「瀬戸内国際芸術祭 2019」開催に伴う経済波及効果	令 2.2.4	有	日本銀行高松支店 瀬戸内国際芸術祭実行委員会	平成 23 年香川県産業連関表	2019 年度 春会期 (4/26～5/26)、夏会期 (7/19～8/25)、秋会期 (9/28～11/4) に開催された「瀬戸内国際芸術祭 2019」の経済波及効果の推計	別添資料あり



2020年2月4日  
 日本銀行高松支店  
 瀬戸内国際芸術祭実行委員会

## 「瀬戸内国際芸術祭 2019」開催に伴う経済波及効果

- 平成23年香川県産業連関表等を用いて推計した、「瀬戸内国際芸術祭 2019」開催に伴う香川県内における経済波及効果は、以下のとおり。

### ①波及効果

経済波及効果	直接効果	1次波及効果	2次波及効果
180 億円	112 億円	37 億円	31 億円
うち春会期 52 億円 夏会期 50 億円 秋会期 77 億円	うち春会期 33 億円 夏会期 31 億円 秋会期 48 億円	うち春会期 11 億円 夏会期 10 億円 秋会期 16 億円	うち春会期 9 億円 夏会期 9 億円 秋会期 13 億円

直接効果： 芸術祭の来場者による県内消費金額等から、財・サービスの調達を県外に頼らざるを得ないなど、県外に消費が流れる部分を控除したもの

1次波及効果： 直接効果によって県内各産業の生産額が増加した額

2次波及効果： 直接効果及び1次波及効果によって生じた雇用者所得の増加分が、新たな消費に向けられることにより、県内各産業の生産額が増加した額

前提条件： 瀬戸内国際芸術祭実行委員会が期間中に実施したアンケート結果や各会場へ向かう航路の乗船人数等を踏まえ、試算上の人員を31.5万人として推計

### ②消費金額等

	県外・宿泊	県外・日帰り	県内・宿泊	県内・日帰り
構成比	52.6%	18.8%	1.0%	27.6%
1人あたり消費金額	67,034 円	13,913 円	29,281 円	13,041 円

※外国人来場者（県外に区分）の消費金額は 88,546 円/人

○ 香川県内における経済波及効果は、①来場者数（118万人）が前回より14万人増加したことや、②消費金額が大き、「宿泊を伴う県外からの来場者」の割合が上昇したことなどから、前回は+41億円の増加（前回は+30%）の180億円となった。

—— 外国人来場者の大半は、上述の「宿泊を伴う県外からの来場者」に含まれている。アンケート結果をみると、国内来場者より消費金額が大き「外国人来場者」の割合が、前回は上昇（13%→23%）したことが、経済波及効果の増加に大きく寄与したとみられる。

以 上

▼本稿に関する照会先

日本銀行高松支店 総務課 (087-825-1102)  
瀬戸内国際芸術祭実行委員会 (087-813-0851)

▼本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、予め日本銀行高松支店、瀬戸内国際芸術祭実行委員会までご相談ください。また、転載・複製を行う場合は、出所を明記してください。

都道府県等名		愛媛県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	松山～台北定期便就航による経済効果	令和元.7.18	有	株式会社いよぎん地域経済研究センター	平成23年愛媛県産業連関表	経済効果：愛媛県内で年間5億7400万円	
2	G20 愛媛・松山労働相会合	令和元.10.25	有	同協議会	平成23年愛媛県産業連関表	経済効果：10億9500万円	株式会社いよぎん地域経済研究センター等に委託
3	19年俳句甲子園	令和2.1.24	有	愛媛銀行ひめぎん情報センター	平成23年愛媛県産業連関表	経済効果：8461万円 直接効果：5673万円 1次波及効果：1698万円、2次波及効果：1090万円	
4	第58回愛媛マラソン	令和2.2.13	有	株式会社いよぎん地域経済研究センター	平成23年愛媛県産業連関表	経済効果：5億8300万円 直接効果：3億9200万円 間接効果：1億9100万円	
5	えひめさんさん物語	令和2.2.21	有	同実行委員会	平成23年愛媛県産業連関表	経済効果：40億6968万円 直接効果：27億4067万円 1次波及効果：8億1909万円 2次波及効果：5億993万円	株式会社いよぎん地域経済研究センターに委託

都道府県等名		高知県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	県外観光客の消費支出による県内経済への波及効果	令和元. 12	無	高知県観光振興部観光政策課	平成 23 年高知県産業連関表 (40 部門)	平成 30 年の県外観光客の消費支出による県内経済への波及効果を試算。 ・生産誘発効果 167,418 百万円 (1.53 倍)	高知県観光政策課の依頼により、高知県統計分析課が試算を行った。

都道府県等名		福岡県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	福岡ソフトバンクホークスが日本一となったことによる経済波及効果	令和.10	有	福岡県企画・地域振興部 調査統計課	平成23年福岡県産業連関表(42部門)	福岡県ソフトバンクホークスが日本一になったことによるクライマックスシリーズ以降の福岡県内における経済波及効果を試算。 ・波及効果 約293億円(第2次間接波及効果まで)	

都道府県等名		佐賀県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	2019 佐賀インターナショナルバルーンフェスタでの経済波及効果	令 2.5	有	佐賀市経済部観光振興課	平成 23 年度佐賀県産業連関表 108 部門表	令和元年度の 2019 佐賀インターナショナルバルーンフェスタにおける経済波及効果を試算 <ul style="list-style-type: none"> <li>・メイン会場 78 億 8,800 万円</li> <li>・街なかサテライト会場 7 億 6,500 万円</li> <li>・合計 86 億 5,300 万円</li> </ul>	
2	佐賀城下ひなまつりでの経済波及効果	令 2.9 (予定)	有 (予定)	佐賀城下ひなまつり実行委員会	平成 27 年佐賀県産業連関表 107 部門表	令和元年度の佐賀城下ひなまつりにおける経済波及効果を試算 <ul style="list-style-type: none"> <li>・佐賀城下ひなまつり 3 億 3,000 万円</li> </ul>	



都道府県等名		長崎県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	「2019 長崎帆船まつり」の経済波及効果	令元.5	無	㈱長崎経済研究所	平成23年長崎県産業連関表(108部門を44部門に独自組替)	「2019 長崎帆船まつり」の開催が県内に及ぼす経済波及効果の分析 総合効果 991百万円(1.69倍)	委託元:長崎市観光政策課
2	「2019 長崎ランタンフェスティバル」の経済波及効果	令元.6	無	㈱長崎経済研究所	平成23年長崎県産業連関表(108部門を44部門に独自組替)	「2019 長崎ランタンフェスティバル」の開催が県内に及ぼす経済波及効果の分析 総合効果 9,238百万円(1.71倍)	委託元:長崎市観光政策課
3	IRの経済波及効果(再試算結果)	令2.2	有	有限責任監査法人トーマツ福岡事務所	平成23年長崎県産業連関表(40部門)	IR誘致が実現した場合の経済波及効果 3,200億~4,200億円(年間の営業)	委託元: 長崎県・佐世保市 IR推進協議会事務局

都道府県等名		熊本県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	ラグビーワールドカップ2019 日本大会 熊本開催に係る経済波及効果について	令2.2.10	有	熊本国際スポーツ大会推進事務局	平成23年熊本県産業連関表	ラグビーワールドカップ2019 熊本開催に係る熊本県の経済波及効果を試算。 経済波及効果 約107億円	別添資料あり
2	2019 女子ハンドボール世界選手権大会開催に係る経済波及効果等について	令2.3.26	有	熊本国際スポーツ大会推進事務局	平成23年熊本県産業連関表	2019 女子ハンドボール世界選手権大会開催に係る経済波及効果を試算 経済波及効果 約99億円	別添資料あり
3	熊本デスティネーションキャンペーンによる経済波及効果	令2.1.24	有	熊本県 (公社)熊本県観光連盟	平成23年熊本県産業連関表	熊本地震からの本格的な復興を全国にアピールするためにJRグループと連携し開催した『熊本デスティネーションキャンペーン』の経済波及効果を試算。 経済波及効果 約66億円	別添資料あり

令和2年（2020年）2月10日  
熊本国際スポーツ大会推進事務局

## ラグビーワールドカップ2019 日本大会熊本開催 に係る経済波及効果について

ラグビーワールドカップ2019 熊本開催に係る熊本県の経済波及効果は、約107億円となりました（2019年3月試算時より約9億円増）。

### 1 内訳

#### ラグビーワールドカップ2019 熊本大会（2試合）

経済波及効果	第一次波及効果	第二次波及効果
※（ ）は試算時		
106.76億円 (97.91億円)	89.65億円 (82.23億円)	17.12億円 (15.67億円)

※ 当該効果については、公益財団法人 地方経済総合研究所に委託し算出。

【一次効果】・・・直接効果（関係産業が直接的に受ける効果）と間接効果（直接効果を賄うため原材料等を提供する産業が間接的に受ける効果）の合計

【二次効果】・・・一次効果によって増加した所得が消費に充てられる効果

### 2 増加の主な要因

- ・ 県外と海外からの観戦者が想定よりも多かつた。  
(県外20%→35%、海外20%→25%) ※推計
- ・ 観光客消費額が想定を上回った。(約3.3万円→約5.3万円)

### 3 その他

- ・ ラグビーワールドカップ2019 日本大会全体の経済波及効果は、ラグビーワールドカップ2019 組織委員会が作成しており、ラグビーワールドカップリミテッドへ4月末に提出予定。公表の有無については、ラグビーワールドカップリミテッドが判断し、対応予定。
- ・ 女子ハンドボール世界選手権大会については、今年度中の公表に向けて算出中。

お問合せ先

熊本国際スポーツ大会推進事務局

担当：小崎、松岡

Tel (096) 333-2557

令和2年(2020年)3月26日  
熊本国際スポーツ大会推進事務局

## 2019 女子ハンドボール世界選手権大会開催に係る 経済波及効果等について

2019 女子ハンドボール世界選手権大会開催に係る経済波及効果は、約 99 億円となりました(2019年3月試算時より約7億円増)。

### 1 内訳

#### 2019 女子ハンドボール世界選手権大会に係る経済波及効果 (96 試合)

2019女子ハンドボール世界選手権大会開催に係る経済波及効果		
経済波及効果 ※( )は試算時	第一次波及効果	第二次波及効果
98.52億円 (91.58億円)	81.93億円 (76.35億円)	16.60億円 (15.23億円)

※ 当該効果については、公益財団法人 地方経済総合研究所に委託し算出。

〔一次効果〕・・・直接効果(関係産業が直接的に受ける効果)と間接効果(直接効果を賄うため原材料等を提供する産業が間接的に受ける効果)の合計

〔二次効果〕・・・一次効果によって増加した所得が消費に充てられる効果

### 2 増加の主な要因

- ・ 海外からの観戦者が想定よりも多く、また、その1人当たりの消費額単価も約2万円高かった。  
(約11万2,000円⇒約13万2,100円)

### 3 2つの国際スポーツ大会開催に係る経済波及効果について(推計)

区分	観戦者数実績(推計)		観戦者数目標	
	観戦者数(推計)	割合(%)	観戦者数(人)	割合(%)
県内	251,651	79.7%	255,000	85.0%
県外	33,154	10.5%	35,000	11.7%
海外	30,943	9.8%	10,000	3.3%
合計	315,748	100.0%	300,000	100.0%

経済波及効果		2018年度試算	2019年度大会開催時
女子ハンドボール世界選手権大会		92億円	99億円
ラグビーワールドカップ		98億円	107億円
合計		190億円	206億円

お問合せ先  
熊本国際スポーツ大会推進事務局  
担当：小崎、松岡  
Tel (096) 333-2557

熊本デスティネーションキャンペーン (DC) で観光誘客を実現

## 熊本 DC による経済波及効果、約 66 億円

熊本県は、観光分野における熊本地震からの本格的な復興を全国にアピールするため、JR グループと連携し、国内最大規模の観光キャンペーン『熊本デスティネーションキャンペーン「五感、ひびく、観動旅 もっと、もーっと！くまもっと。』』(以下、熊本 DC) を、昨年7～9月に開催いたしました。

熊本 DC 開催にあたり、観光素材の発掘や、着地型旅行商品の開発・販売促進、メディア PR、二次アクセスの強化等に取り組みむとともに、キャンペーン期間中は、宿泊施設や観光・交通事業者、飲食店、観光ボランティアガイド等、様々な分野の方々と連携し、県内各地でもてなしに取り組みました。

その結果、熊本 DC の実施により、多くの観光客をお迎えすることができ、熊本 DC による経済波及効果をまとめたところ、推計で **66.09 億円**となりました。



### 【熊本 DC の実施概要】

- 1 開催期間：令和元年7月1日(月)～9月30日(月)
- 2 主催：熊本県、(公社)熊本県観光連盟、JRグループ
- 3 キャッチフレーズ：「五感、ひびく、観動旅 もっと、もーっと！くまもっと。」
- 4 テーマ：「温泉三昧」「美味満載」「遺産探訪」「感動絶景」「ふれあい体験」

### 【熊本 DC の成果の概要】

1. 旅行会社による熊本向け旅行商品の販売実績は前年同期比約 **118%**、WEB 系旅行会社の販売実績は前年同期比約 **104%**と、約1年半前から行った PR 及びセールス活動の成果が表れた結果となった。

※別表①②を参照

2. DC 期間の JR (九州新幹線乗車人員<熊本～博多>) 及び航空各社の利用実績は、前年同期比約 **103%**と、DC 実施による効果が表れた結果となった。

3. 観光庁が公表している「宿泊統計調査」(第2次速報)の国内宿泊客数(全数調査を行った従業員数10人以上施設)は、前年同期比**104%**と、お盆や3連休の荒天による旅行者のキャンセル等多く発生した中、増加した。  
※別表③を参照

4. 県内各地におけるヒアリング調査や、旅行会社に対するエリア毎販売実績調査によると、大河ドラマ「いだてん」に係るPR活動が功を奏した「県北」及び、復興が進む熊本城を中心とした「県央」エリアが、宿泊客数を大きく伸ばした模様。他エリアも荒天によるキャンセル等で苦戦はしたものの、概ね前年並みの実績を残すことができた。

5. 熊本DCによる地域経済波及効果については、前述の各種調査結果を踏まえ、熊本DC期間中の観光客増加を前年同期比**4%増**と推定し、熊本県観光統計表や熊本県産業連関表をもとに算出したところ、宿泊客増加効果で**31.62億**、日帰り客増加効果で**34.47億円**、総計で**66.09億円**あったものと推計。  
※別表④⑤及び、「地域経済効果推計方法」を参照

※別表① 熊本DC期間の旅行会社(10社)による県内宿泊販売実績

時期	令和元年7~9月	平成30年7~9月	前年同期比
延べ宿泊人数	126,184人	107,250人	118%

※別表② 熊本DC期間のWEB系旅行会社(2社)による県内宿泊販売前年同期比

時期	7月	8月	9月	期間計
前年同期比	102.9%	102.3%	106.4%	103.7%

※別表③ 宿泊統計調査(前年同期比) \*国内客数：従業員数10人以上

	令和元年	平成30年	前年同期比
7月	474,270人	473,090人	100%
8月	682,620人	624,830人	109%
9月	485,870人	477,820人	102%
総計	1,642,760人	1,575,740人	104%

※別表④ 平成30年熊本県観光統計表（月別日本人延べ宿泊客数）

月	7月	8月	9月	累計
宿泊客数	584,340人	781,302人	591,413人	1,957,055人

※別表⑤ 熊本DCによる地域経済波及効果（推計値）

波及効果	効果概要	宿泊客増加による効果	日帰り客増加による効果
(1) 第1次波及効果	熊本DC期間中の観光消費に伴う県内需要増加から生じる生産額及び各産業に波及する生産誘発額	26.61億円	29.06億円
(2) 第2次波及効果	第1次波及効果によって生じた雇用者所得の増加分が新たに消費されることで、県内の各産業に波及する生産誘発額	5.01億円	5.41億円
	小計	31.62億円	34.47億円
	総計	66.09億円	

※「地域経済効果推計方法」

熊本DC期間の観光客増加を4%増と設定し、平成23年熊本県産業連関表を用いた上で算出した。

○宿泊客数：1,957,055人（平成30年）×4%=78,282人UP

○日帰り客数：11,814,317人（平成30年）×4%=472,573人UP

○観光客1人あたりの観光消費単価

	交通費	宿泊費	土産代	飲食費	入場料	その他	計
日帰り客	1,309円	—	1,584円	1,773円	481円	279円	5,425円
宿泊客	4,261円	12,116円	3,576円	4,643円	1,004円	338円	25,939円

お問い合わせ先  
 熊本県観光物産課 西川・村本  
 TEL 096-333-2335  
 (公社)熊本県観光連盟 脇・中野  
 TEL 096-382-0070

【参考】熊本 DC における活動状況

## 1 観光素材の発掘 「くまもと観動プロジェクト」

近年の SNS の普及等による、観光地に対する評価やニーズ、価値観の変化に対応するため、新しい観光資源を発掘する「くまもと観動プロジェクト」を立ち上げ、特設 WEB サイトを通じて観光客並びに熊本県民から観光素材を募集した。

一般投票や有識者の最終審査を経て選定した 100 の観動素材は、熊本 DC や観光プロモーションにて活用した。



### 【主な活動実績】

- (1) 応募総数：2,093 点 (絶景部門 1,692 点、食部門 105 点、文化部門 296 点)
- (2) 選定数：100 点
- (3) 表彰：絶景部門優秀賞・グランプリ 素材名：かぶと岩展望所 (阿蘇市) 他

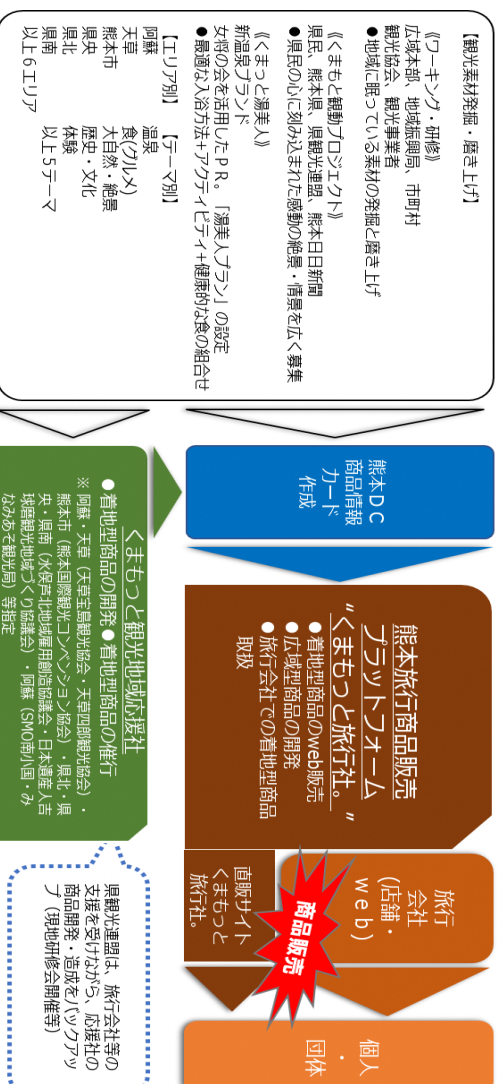
## 2 着地型旅行商品の造成・販売

熊本 DC 開催を契機に、熊本観光の強みである温泉や食のブランド化、既存観光地の磨き上げ等を進めるため、地域性の高い旅行商品“着地型旅行商品”の造成を進めた。また、熊本旅行商品販売プラットフォームとして「くまもと旅行社。」を創設し、造成した着地型旅行商品の販売を推進した。

更に、地域における旅行商品造成体制の整備が求められていることから、観光事業者が行う商品造成や催行を支援する中間組織「くまもと観光地域応援社」の整備を促進し、地域人材の育成にも取り組んだ。

熊本観光予約サイト

くまもと旅行社。





【主な活動実績】

(1) 着地型旅行商品販売実績

旅行商品総数	DC期間中販売数	延べ集客数
190本	108本	15,962人

(2) 旅行会社へのセールス活動

期 間	旅行会社 訪問件数	着地型旅行商品が掲載された 旅行会社パンフレット件数 (WEB商品含む)	着地型旅行商品 掲載本数
2018年4月～2019年9月	316件	157件	406本

(3) WEB系旅行会社 (OTA) との連携によるセールス・プロモーション

○特集ページ掲載

WEB系旅行会社 (OTA)	期間	アクセス数 (PV)
楽天トラベル	平成30年2月12日～3月31日	19,980PV
	令和元年6月10日～9月15日	22,087PV
じゃらん	令和元年6月1日～12月31日	6,876PV

○着地型旅行商品の販売

WEB系旅行会社 (OTA)	販売本数
ぐるたび	4本
アクティビティジャパン	59本

(4) くまもつと観光地域応援社の登録数：7団体

- ①水俣・芦北観光応援社、②(一社) 天草宝島観光協会、③人吉球磨観光地域づくり協議会、④南小国町観光協会、⑤(一社) 天草四郎観光協会、⑥(一財) 熊本国際観光コンベンション協会、⑦(一社) みなみあそ観光局

3 JR九州との連携による共同キャンペーン

熊本DC効果を最大化するため、DC前年にプレイキャンペーンとして「列車でいきなり熊本『ば』ケーション(平成30年7～9月)」と題した送客キャンペーンを実施。また、DC期間中の相乗効果及び、DC終了後もその効果の継続・拡大を図るため、令和元年7～12月、「熊本フオーリンラブキャンペーン」を実施した。



【主な活動実績】

(1) 「列車でいきなり熊本『ば』ケーション」

特設WEBサイト アクセス数	91,747PV
----------------	----------

(2) 熊本フオーリンラブリキョウベンソン

特設WEBサイト アクセス数	151,470PV
特設WEBサイトでの動画再生回数	累計約120万回
Twitter フォロワー数	1万人以上

4 JRグループとの連携による旅行商品等の造成・販売

熊本 DC 期間中、来訪客の利便性向上と県内周遊を促進するため、JRグループと連携し、記念きっぷ、周遊きっぷの設定・販売を行った。

また、旅行会社と共同で、D&S 列車を活用した臨時列車の運行も実施した。

【主な活動実績】

(1) 熊本 DC 周遊きっぷの設定・販売 (4種類)

- ①天草・松島周遊きっぷ、②天草・本渡周遊きっぷ、
  - ③熊本・人吉周遊きっぷ、④阿蘇・奥豊後周遊きっぷ
- (2) 熊本デスティネーションキャンペーン記念乗車券の販売 (2種類)
- ①熊本駅 4枚セット、②人吉駅 4枚セット (1セット各2,000円)
- (3) 特別列車 (団体臨時列車) を利用したツアーの実施

※催行本数 11 本、集客総数 2,168 名

ツアー名	乗車人数
熊本 DC オープニング記念号 (第1弾)	81 名
熊本 DC オープニング記念号 (第2弾)	64 名
熊本 DC オープニング記念号 (第3弾)	463 名
JRKYUSHU SWEET TRAIN 「或る列車」の特別運行	239 名
特急「A列車で行こう」貸切運行と天草で夏の星空観賞	131 名
「サロソカー明星号」で行く熊本の旅	164 名
くまモンと行く熊本への旅【第1弾】	377 名
熊本 DC 企画！日帰りで2つのD&Sに乗車！貸切「A列車で行こう」	93 名
くまモンと行く熊本への旅【第2弾】	272 名
復活急行「阿蘇号」で行く熊本の旅	238 名
キハ185系！初登場「九州縦断特急」日帰りツアー	46 名



(4) JR 西日本連携ダイナミックパッケージ

- ・特別価格の着地型旅行商品：設定数 15 本

## 5 旅行会社との連携による旅行商品の造成・販売

熊本地震で落ち込んだ観光地への誘客を図るため、旅行会社主催による旅行商品の造成・販売を促進した。商品の販促に当たっては、既存商品の増売はもとより、熊本DCを契機に造成した着地型旅行商品を組み込んだ熊本DC専用商品を販売する等、全国各地からの誘客を促した。



### 【主な活動実績】

#### (1) 個人型旅行商品の造成・販売

熊本向け商品設定数	378 件
熊本 DC 専用商品設定数	17 件
着地型旅行商品取扱プラン数	54 件

#### (2) 団体型旅行商品の造成・販売

熊本向け商品設定数	190 件
熊本 DC 専用商品設定数	21 件
着地型旅行商品取扱プラン数	28 件

## 6 観光プランの確立

熊本県が全国に誇る農産物・温泉・絶景地のプランデザインを進めるため、レストランバスの運行や、グルメ、温泉、絶景地の詳細情報を掲載した冊子を発行するなど、本県への来訪動機となるよう情報発信、商品開発等に取り組んだ。

特に、大河ドラマ「いだてん」の主人公の一人、「金栗 四三」ゆかりの地である県北地域では、彼をテーマにした着地型旅行商品の開発等を行った。



【主な活動実績】

(1) 食ブランド

「くまもつとグルメ」パンフレット	発行部数	10万部
レストランパス	催行本数	52本
	集客総数	1,122名

(2) 温泉ブランド

「くまもつと湯美人」パンフレット	発行部数	10万部
「くまもつと湯美人」公式ホームページ	ページアクセス数	67,387PV
旅行商品（くまもつと湯美人プラン）	プラン数	12本

(3) 着地型旅行商品

「くまもつと感動体験」	発行部数	8万部
-------------	------	-----

(4) 大河ドラマ「いだてん」

新ご当地グルメ 「くまもつ豚（とん）すき焼き」	提供参加施設数	25施設
ご当地グルメパンフレット作成	発行部数	5万部
特典付きエリアマップ作成	発行部数	5万部

○着地型旅行商品の開発

2種類（①なごみ（得）満喫クーポン、②レンタカープラン）

○旅行商品造成支援実績

支援制度名	設定期間	社数	商品数等実績
個人旅行商品パンフレット支援	平成30年度下期	2社	「いだてん」関連専用商品2本
	平成30年度下期	1社	催行数2本、実績人員71名
団体旅行商品造成支援	令和元年度上期	8社	催行数97本、実績人員3,827名

## 7 プロモーション活動の展開

JRグループが持つインフラ（JR駅や列車等）や媒体（車内誌・WEB）等を通じて、全国に熊本観光の魅力を発信した。

また、旅行雑誌、テレビ・ラジオ、WEB等を活用した広報展開や、女将や観光協会と連携したPRイベントの実施等、様々なプロモーション活動を展開した。







## 【主な活動実績】

### (1) 鉄道プロモーション

#### ○ガイドブック

設置箇所数（全国のJR駅）	1,273ヶ所
発行部数	46万部

#### ○ポスター

5連貼りポスター設置箇所数	約1,000ヶ所（全国のJR駅）
JRグループ共同宣伝ポスター掲載セット数	1,410セット（駅貼り）、15,860セット（車内貼り）、16,676セット（中吊り）、5,300セット（車内ドア上）
JR西日本管内ポスター掲出枚数	1,450枚（駅貼り）、8,930枚（車内吊り）
JR東海管内ポスター掲出箇所数	約70駅、JR東海ツアーズ11店舗

#### ○デジタルサイネージ・車内モニター

JR西日本管内放映駅数	主要8駅（令和元年7～9月）
JR西日本管内上映	車内モニターPR
JR東海管内放映	名古屋駅：令和元年7月15日～9月22日 主な旅行会社店頭15店舗：令和元年7月1日～9月30日

### (2) 全体プロモーション

#### ○紙媒体

別冊旅の手帖“熊本”発行部数	4.5万部
----------------	-------

#### ○旅行会社店頭販促

JR西日本ポスター・POP設置数	23社に1,026枚（ポスター）、1,556個（飛び出しPOP）
JR東海販促ツール設置店舗数	110店舗に販促ツールを提供

### (3) WEBプロモーション

#### ○新熊本観光サイト「もっと、もーっと！くまもっと。」の開設

ユーザー数	703,000ユーザー
-------	-------------

ODC 専用ホームページの開設	
ページアクセス数	78,066PV
○Instagram の開設	
フォロワー数	17,285人
いいね！獲得数	62,879件

## 8 受入体制の整備・充実

熊本 DC を契機に、郷土料理・ご当地グルメの提供や観光 PR を実施する飲食店（くまもつと観光応援店）や、温泉地の女将と連携し、熊本の観光を PR する体制（KYB45）を整備した。また、県内周遊を促す観光周遊アプリの開発（mawaru）や、タクシー・バス・レンタカー等を活用した 2 次交通網の整備（駅から観タクン等）にも取り組んだ。誘客に繋げるための動画や販売促進ツールも作成し、熊本 DC の PR に活用した。

各地域においては、おもてなしの取り組みとして、趣向を凝らした特典提供やイベント等を実施した。



### 【主な活動実績】

(1) くまもつと観光応援店		21 店舗
認定数		
(2) KYB45（くまもつと湯美人 45）		48 人
登録人数		
(3) 観光周遊アプリ mawaru		740 ヶ所
地点登録数		
アプリインストール数		3,015 人
(4) 2 次交通網の整備		
○駅から観タクン（県内新幹線駅発着）		15 本（新規設定 4 本）
設定数		
○阿蘇ぐるっと周遊バス（肥後大津駅～阿蘇駅～黒川温泉等）※令和元年 12 月末		54 本
運行本数		
利用客数		558 人

都道府県等名		大分県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	ラグビーワールドカップ2019TM大分開催に係る経済波及効果（開催後）について	令 2. 4	有	大分県企画振興部芸術文化スポーツ振興課	平成 23 年大分県産業連関表	ラグビーワールドカップ 2019TM 大分開催に係る経済波及効果を試算。  経済波及効果 256 億円（第 2 次効果まで）	別添資料あり

# ラグビーワールドカップ2019™大分開催に係る 経済波及効果（開催後）について

大分県企画振興部

ラグビーワールドカップ2019™大分開催に係る経済波及効果（開催後）について、組織委員会からの提供データや大会期間中に行った観戦客アンケート調査結果等を基に、大分県産業連関表を用いて推計した結果、経済波及効果額は256億円となった。

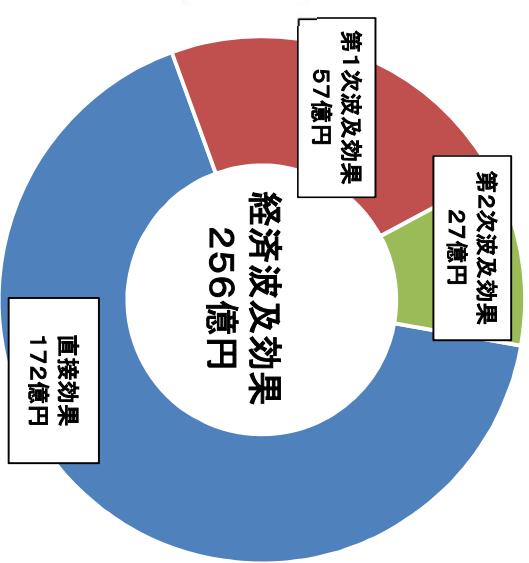
○大分会場観戦客数の内訳 延べ172,951人

外国人 (32%)	県外 (39%)	県内 (29%)
--------------	-------------	-------------

※割合はチケット販売状況等を参考に推計

## ○アンケートの実績

- ・期 間 大会期間うち14日間
- ・延べ来場者数 114,901人
- ・売上 約6,900万円
- ・ビール消費量 約20,7450



直接効果(県内需要額) 172億円

(大分県内で発生した新規需要)

= 発生需要額(産業別) × 県内自給率(産業別)

### (直接効果内訳)

- ①観戦客（大分開催5試合）の消費支出 70億円
    - ・消費支出は、開催期間中に大分県が実施した観戦客アンケート調査等を基に、属性別（県内客、県外客、外国人）の消費支出を算出した。
  - ②来県周遊客（外国人(RMC観戦目的)）の消費支出 20億円
    - ・組織委員会公表の海外観戦客延べ約57.8万人から、県内の周遊客を推計し、観戦客アンケート調査等を参考に消費支出を算出した。
  - ③フアンゾーン等における観戦客以外（国内客）の消費支出 20億円
    - ・フアンゾーン、祝祭の広場（大分市）、北浜公園（別府市）の来場者から対象者を推計し、フアンゾーンでのアンケート調査を参考に消費支出を算出した。
  - ④開催経費（組織委員会、大分県、大分市・別府市） 6.2億円
- 計 172億円

第1次波及効果 57億円

(直接効果に伴う原材料等の購入(投入)によって誘発される財・サービスの生産額)

= 原材料投入額(直接効果×投入係数) × 県内自給率 × 係数

第2次波及効果 27億円

(直接効果や1次効果による雇用者所得増加により消費支出が増加することで誘発される財・サービスの生産額)

= 雇用者所得誘発額 × 県内自給率 × 係数

(お問い合わせ先)

芸術文化スポーツ振興課

担当：相本、別所 TEL:097-506-2169



都道府県等名		宮崎県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	県外からのスポーツキャンプ・合宿受入による経済波及効果	令2.6	有	宮崎県商工観光労働部観光推進課スポーツランド推進室	平成23年宮崎県産業連関表(108部門)	春季の県外からのスポーツキャンプ・合宿受入による経済波及効果を試算。 (令和2年春季の経済波及効果:12,444百万円)	

都道府県等名		鹿児島県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	「燃ゆる感動かごしま国体・かごしま大会」開催による鹿児島県への経済波及効果について	令和元. 9. 17	有	株式会社九州経済研究所	平成 23 年鹿児島県産業連関表	2020 年「燃ゆる感動かごしま国体・かごしま大会」開催にともなう鹿児島県への経済波及効果を試算。  経済効果は 619 億円(直接効果 410 億円, 間接効果 209 億円) 生産誘発倍率 1. 46 倍 就業者誘発数 5, 796 人	

都道府県等名		沖縄県					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	沖縄県内における2019年プロ野球春季キャンプの経済効果	令1.10	有	りゅうぎん総合研究所	平成23年沖縄県産業連関表(35部門表ベースの分析用部門表)	<p>2019年2月に沖縄県内で国内プロ野球球団が実施した春季キャンプがもたらした経済波及効果を分析。</p> <p>直接効果：82億1,300万円  1次間接効果：37億1,100万円  2次間接効果：22億700万円  総合効果：141億3,100万円</p> <p>うち雇業者所得誘発額：34億500万円</p> <p>今年の経済効果である141億3,100万円は、これまでで最も大きかった2018年の122億8,800万円を18億4,300万円上回り、過去最高の経済効果。</p>	<a href="http://www.ryugin-ri.co.jp/tyousareport/16217.html">http://www.ryugin-ri.co.jp/tyousareport/16217.html</a>
2	「全国高校総体(感動は無限大 南部九州総体 2019)」に伴う沖縄経済へのインパクト	令1.12.5	有	おきぎん経済研究所	平成23年沖縄県産業連関表	<p>沖縄県内13市町村31会場にて開催された「令和元年度全国高等学校総合体育大会」がもたらした経済波及効果を分析。</p> <p>直接効果：約25億1,260万円  間接1次効果：約11億3,470万円  間接2次効果：約6億1,870万円  総合効果：約42億6,610万円</p> <p>雇用誘発効果：470人</p> <p>なお、報告書では「市町村所得統計」を使用した「地域シェア法」により、市町村単位での経済波及効果も分析している。</p>	<a href="https://www.okigin-ei.co.jp/file/other/koukousoutai_2019.pdf">https://www.okigin-ei.co.jp/file/other/koukousoutai_2019.pdf</a>

都道府県等名		さいたま市					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	(仮称)さいたま市産業振興ビジョン調査等業務	令2.6.10	無	さいたま市経済局	平成23年度さいたま市産業連関表(190部門)	さいたま市の産業構造分析を行うにあたり、域際収支のプラス及びマイナスから見た市の「強み」と「弱み」である産業分野の算出を実施 ・約140の産業において地域の外に資金が漏れている ➡飲食サービス業の「漏れ」の原因に、域外に通勤する労働者の消費の「漏れ」があると考えられる。テレワークの機運が高まる中、テレワーク支援により、勤務中に発生する消費需要を取り込むことも消費の「漏れ」を小さくする施策として考えられる ・医薬品産業、光学機械・レンズ、半導体製造装置等において強みを有する。 ➡生産性向上の促進を図り、比較優位を保てるように支援することが重要	
2	地域経済活性化拠点の建設投資・総業開始後の経済波及効果	令元.8.27	有	さいたま市 (受託者 八千代エンジニアリング株式会社)	受託者の産業関連表	建設投資の経済波及効果：生産誘発額 約54.9億円、雇用誘発数 約424人、市民税誘発額 約86,000千円 操業開始後の経済波及効果：生産誘発額 約20.4億円/年、雇用誘発数 約132人/年、市民税誘発額 約32,000千円	
3	コンベンション開催による年間経済波及効果	—	無	公益社団法人 さいたま観光国際協会	平成23年さいたま市産業連関表	令和元年度のさいたま市内におけるコンベンション開催による年間経済効果推計の基礎資料として、以下のコンベンションの経済効果を調査 ①2019年度関東スポーツ推進委員研究大会 埼玉大会 119,953,909円 ②第35回日本診療放射線技師_学術大会 368,938,749円 ③第48回全国老人クラブ大会 142,582,980円 ④第58回全日本特別支援教育研究連盟全国大会埼玉大会	

						89,204,271 円	
4	「J:COM presents 2019 ツール・ド・フランスさいたまクリテリウム」開催に伴う経済波及効果について	令 2.2	有	パシフィックコンサルタンツ株式会社 埼玉事務所	平成 23 年さいたま市産業連関表 108 部門 埼玉県産業連関表 (平成 23 年延長表) 108 部門 平成 27 年産業連関表 108 部門	来場者の消費及び開催経費の部門別最終需要増加額をもとに産業連関表を用いて、経済波及効果を推計。 ・さいたま市内の経済波及効果：841 百万円 ・埼玉県内の経済波及効果：699 百万円 ・全国の経済波及効果：2,525 百万円	一般社団法人さいたまスポーツコミッションによる調査
5	第 5 回さいたま国際マラソン開催による経済効果等調査	令 2.3	有	公益財団法人埼玉りそな産業経済振興財団	平成 23 年さいたま市産業連関表 平成 23 年埼玉県産業連関表 平成 27 年産業連関表	第 5 回さいたま国際マラソン開催に伴う経済効果及び広告換算値を算出。 ・さいたま市内の経済波及効果：1,477 百万円 ・埼玉県内の経済波及効果：1,722 百万円 ・全国の経済波及効果：4,167 百万円	さいたま国際マラソン組織委員会による調査

都道府県等名		千葉市					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	幕張ビーチ花火フェスタ 2019 の経済効果	非公表	無	公益社団法人千葉市観光協会	平成 23 年千葉市産業連関表 (37 部門表)	幕張ビーチ花火フェスタ (第 41 回千葉市民花火大会) における千葉市内の経済波及効果 総合効果 (2 次効果まで) 405 百万円	

都道府県等名		横浜市					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	I Rの経済波及効果・雇用創出効果	令和. 8	有	E Y新日本有限責任監査法人	平成 23 年横浜市産業連関表	I R誘致による経済波及効果・雇用創出効果を試算 <ul style="list-style-type: none"> <li>・経済波及効果（間接効果含む） 建設時：7,500 億～1 兆 2,000 億円</li> <li>運営時：6,300 億～1 兆円／年</li> <li>・雇用創出効果（間接効果含む） 運営時：77,000～127,000 人／年</li> </ul>	委託元：横浜市
2	横浜音祭り 2019 来場者消費及び事業者支出による経済波及効果	令和 2. 1	無	株式会社インテージリサーチ	平成 23 年横浜市産業連関表	来場者調査を基に算出した来場者消費及び事業者支出から産業連関表を用い、関連する各産業における生産誘発額を算出	

都道府県等名		京都市					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	観光消費の経済波及効果	令元.7	有	京都市産業観光局 観光 MICE 推進室	平成 23 年 (2011 年) 京都市産業連関表	平成 30 年観光消費における経済波及効果を試算 ・ 経済波及効果 : 1 兆 4,179 億円 ・ 雇用誘発効果 : 15 万 8 千人	



都道府県等名		堺市					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	堺市におけるクルーズ客船寄港の経済波及効果	令和2年3月	無	公益財団法人堺都市政策研究所	平成23年堺市産業連関表（37部門）	本報告書では、堺市におけるクルーズ客船「ばしふいつくびいなす」及び「飛鳥Ⅱ」の寄港による経済波及効果を検証した。	
2	「阪堺線」への支援等による経済波及効果	令和2年3月	無	公益財団法人堺都市政策研究所	平成23年堺市作業連関表（37部門）	本報告書では、堺市における阪堺線への支援策等の取組み及びその存在による年間及び9年間の経済波及効果を検証した。	

都道府県等名		神戸市					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	神戸港の経済効果	令 2.3.10	有	神戸市港湾局港湾計画課	平成 23 年表	雇用創出効果（就業者数） ： 190,790 人（全市のうち 26.1%） 所得創出効果（付加価値額） ： 1 兆 5,018 億円（全市のうち 33.0%）	

都道府県等名		岡山市					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	G20 岡山保健大臣会合の地域経済効果分析	令元. 2	有	岡山市政策局政策部 政策企画課 (G20 保健大臣会合推進室)	平成 27 年岡山市産業連関表 (107 部門)	G20 岡山保健大臣会合 (令和元年 10 月 19~20 日) 開催に伴う、岡山市への経済波及効果を推計。  ・波及効果 349 百万円 (2 次効果まで)	別添資料あり
2	岡山芸術交流 2019 開催に伴う経済波及効果	令元. 2	有	岡山市市民生活局スポーツ文化部 文化振興課	平成 27 年岡山市産業連関表 (107 部門)	岡山芸術交流 2019 (令和元年 9 月 27 日~11 月 24 日) 開催に伴う、岡山市への経済波及効果を推計。  ・波及効果 1,396 百万円 (2 次効果まで)	別添資料あり

## 経済波及効果・バズリシテイ効果

### 経済波及効果・バズリシテイ効果

G20岡山保健大臣会合がもたらした経済波及効果及びバズリシテイ効果を推計した。

#### (1) 経済波及効果の推計

平成27年の岡山市産業連関表(107部門)を用い、G20岡山保健大臣会合(令和元年10月19～20日)開催に伴う、岡山市への経済波及効果を推計。

生産種効果	波及金額
直接効果(直接需要額)	2億1,845.4万円
一次間接効果	7,757.9万円
二次間接効果	5,292.0万円
総合効果	3億4,895.2万円

(岡山大学経済学文化科学研究科(経済学系) 中村良平特任教授 推計)

#### (2) バズリシテイ効果の推計

会合誘致活動以降の新聞報道、テレビ報道、WEBニュース等における会合の報道内容を広告料金に換算し推計。

種別	件数	波及金額
新聞	220	1億2,485.3万円
テレビ	62	1億3,999.5万円
WEBニュース等	537	2億6,896.0万円
合計		5億3,380.8万円

(株式会社メディア・顧問組合 岡山情報文化研究所、ニホウニター株式会社 推計)

## 経済波及効果とパブリシティ効果

### 経済波及効果

岡山芸術交流2019の開催により、岡山県内分で約22.6億円、岡山市内分で約13.9億円の経済波及効果があったと推計した。

### 経済波及効果の推定結果(一般財団法人岡山経済研究所 推計)

#### 1. 岡山県内分

	直接効果	第1次波及効果	第2次波及効果	総合効果
県内事業費	193百万円	55百万円	50百万円	299百万円
来場者消費額	135百万円	48百万円	29百万円	212百万円
	有料施設	1,129百万円	396百万円	232百万円
	無料施設のみ	1,458百万円	499百万円	312百万円
合計				2,268百万円

#### 2. 岡山市内分

	直接効果	第1次波及効果	第2次波及効果	総合効果
市内事業費	178百万円	53百万円	53百万円	284百万円
来場者消費額	86百万円	21百万円	23百万円	129百万円
	有料施設	658百万円	168百万円	157百万円
	無料施設のみ	922百万円	241百万円	233百万円
合計				1,396百万円

※直接効果……岡山芸術交流の事業費及び来場者による県内(市内)消費額によって、県内(市内)産業部門に直接に生産を誘発する効果。

※第1次波及効果…原材料を他産業から購入することによって起こる生産誘発額効果。

※第2次波及効果…直接効果と第1次波及効果によって誘発された生産から生み出された雇用者所得が新たな消費に向けられることにより、再び生産を誘発する効果。

### パブリシティ効果

岡山芸術交流2019の開催に係るメディア報道におけるパブリシティ効果(広告費換算額)は、約13.9億円であったと推計した。

### パブリシティ効果の推計結果(株式会社電通西日本岡山支社 推計)

種別	掲載・放映件数	総合効果
新聞(記事)	179件	201百万円
テレビ	124件	248百万円
ラジオ	14件	7百万円
雑誌・フリーペーパー	33件	41百万円
ウェブサイト	855件	898百万円
合計	1,205件	1,394百万円

※各媒体において、掲載・放映された枠を広告出稿した場合の料金や媒体価値を1件ごとに算出・推定し、その合計額をパブリシティ効果の推計値とした。

都道府県等名		北九州市					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	ラグビーウェールズキャンプによる経済波及効果の推計	令2.2.7	無	企画調整局企画課統計係	平成23年北九州市産業連関表(13部門)	与件データは、来場者及び主催者等による市内消費等 ・波及効果 226.2百万円 (1.28倍) 1次まで ・波及効果 264.2百万円 (1.49倍) 2次まで	北九州市市民文化スポーツ局国際スポーツ大会推進室
2	阿蘇ロックフェスティバル2019in北九州による経済波及効果の推計	令2.2.14	無	企画調整局企画課統計係	平成23年北九州市産業連関表(13部門)	与件データは、来場者及び主催者等による市内消費等 ・波及効果 215.4百万円 (1.35倍) 1次まで ・波及効果 243.0百万円 (1.52倍) 2次まで	北九州市市民文化スポーツ局スポーツ部スポーツ振興課

都道府県等名		熊本市					
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備考
1	H31 年度全国高等学校総合体育大会(インターハイ)熊本市開催が市経済に及ぼす影響分析	令元. 5 月	無	教育委員会事務局学校教育部健康教育課全国高校総体推進室 (H31 年度全国高等学校総合体育大会熊本市実行委員会事務局)	平成 23 年熊本市産業連関表	平成 3 1 年度の全国高等学校総合体育大会(インターハイ)の開催に伴う熊本市内の経済波及効果を試算。剣道・競泳の 2 競技大会を実施。 ・生産誘発額 873 百万円 ・波及効果 1.26 倍 (2 次効果まで) ・就業誘発者数 68 人 ※決算事務未完了のため、上記数値については仮算定。	
2	ドイツ競泳チーム熊本合宿開催が市経済に及ぼす影響分析	令元. 7 月	無	文化・スポーツ交流部 スポーツ振興課	平成 23 年熊本市産業連関表	令和元年度 (2019 年度) のドイツ競泳チーム熊本合宿における本市の経済波及効果を試算。 ・生産誘発額 69 百万円 ・波及効果 1.07 倍 ・就業誘発者数 6 人	※報道、議会説明などで必要に応じ公表する予定。
3	新型コロナウイルス感染症に対する緊急対策第 3 弾による効果の見積もり	令 2. 3 月	無	産業部商業金融課	平成 23 年熊本市産業連関表	新型コロナウイルス感染症に対する緊急対策第 3 弾で発表した「商店街等プレミアム付商品券発行支援事業」「商店街等にぎわい創出事業」の費用対効果を見積もった。 ・商店街等プレミアム付商品券発行支援事業 効果額： 9.8 億円 ・商店街等にぎわい創出事業 効果額： 12.1 億円	
4	まちなか再生プロジェクトによる経済波及効果検証	令 2. 3 月	無	都市政策部 都市整備景観課	平成 23 年熊本市産業連関表	令和元年 8 月発表のまちなか再生プロジェクトにより、老朽建築物の建替えを促進する。その中で、今後 10 年間における建て替えによる経済波及効果を試算。 ・想定される建替えの床面積 約 9 万㎡ ・建設投資効果 約 1,200 億円 (2 次効果まで) ・波及効果 1.45 倍 (2 次効果まで)	議会説明で公表

5	新型コロナ関連・3月補正予算 「ONE PIECE」連携事業の経済波及効果の 試算	令2.3月	無	観光交流部動植物園	平成23年熊本市産業連関 表	3月補正予算（新型コロナ関連第3弾）の予算要求時における、 同事業を実施した場合の、経済波及効果を試算。 ・経済波及効果（生産誘発額） 1.7億円 （2次効果まで）	
---	---	-------	---	-----------	-------------------	---	--