都道府県等における産業連関分析実施状況

（令和２年４月～令和３年３月）

令和３年 11 月

総務省政策統括官(統計制度担当)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（統計制度担当）付産業連関表担当統計審査官室が、令和３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、令和２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３年11月

総務省政策統括官（統計制度担当）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

国土交通省北海道開発局 …… 2
・北海道開発事業費（当初）の経済波及効果
・Go Toトラベルの札幌着の一時停止の延長による影響分析

北海道 …… 4
・日本製紙釧路工場の製紙事業撤退が釧路市に及ぼす影響分析

青森県 …… 5
・新型コロナウイルスが青森県経済へ与える影響の推計
・青森県二大祭り中止の経済的影響～弘前さくら・青森ねぶた中止で失う「富」とアフターコロナの展望～

岩手県 …… 6
・新型コロナウィルスの感染拡大による観光客の減少に伴う経済的打撃

宮城県 …… 7
・新型コロナ禍の観光経済－宮城県への影響に関する実証分析－
・経済波及効果推計事業（気仙沼市産業連関表）

秋田県 …… 8
・CCRC のまちなか展開の可能性と課題－「クロッセ秋田」の事例から－
・秋田魁新報　月曜論壇「給付金で県内経済支えたい」

福島県 …… 16
・ＮＨＫ連続テレビ小説「エール」の放映に伴う福島県経済への波及効果
・新型コロナウイルスが福島県内の雇用・労働情勢に及ぼす影響について

千葉県 …… 17
・千葉県における旅行・観光に関する経済波及効果

新潟県 …… 18
・新潟県・庄内エリアデスティネーションキャンペーン開催に伴う経済効果

岐阜県 …… 59
・観光消費が県経済に及ぼす影響分析

静岡県 …… 70
・工業団地の生産等がもたらす経済波及効果
・富士山静岡空港の県内経済波及効果(令和元年度分)

三重県 …… 71
・みえメディカルバレープロジェクト経済効果(平成24年度から令和元年度までの実績分)再算定
・「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再算定

滋賀県 …… 72
・彦根市観光に関する経済効果測定調査

大阪府 …… 73
・「大阪・光の饗宴2020」による経済波及効果

兵庫県 …… 76
・令和元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
・観光による兵庫県内の経済波及効果
・尼崎市内スポーツ施設建設及び運営の経済波及効果

鳥取県 …… 77
・2019 年度　コンベンション経済波及効果

島根県 …… 96
・令和元年島根県観光動態調査

広島県 …… 97
・今後の人口減少等が呉市経済に及ぼす影響について

香川県 …… 114
・コンベンションのもたらす経済波及効果について

高知県 …… 115
・県外観光客の消費支出による県内経済への波及効果

福岡県 …… 116
・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

長崎県 …… 117
・「2020 長崎ランタンフェスティバル」の経済波及効果

宮崎県 …… 118
・県外からのスポーツキャンプ・合宿の受入実績について

沖縄県 …… 119
・沖縄県内における2020年プロ野球春季キャンプの経済効果

さいたま市 …… 120
・「さいたま国際芸術祭２０２０」開催効果調査分析

横浜市 …… 121
・市街地開発事業による経済波及効果の推計
・ヨコハマトリエンナーレ2020経済波及効果

京都市 …… 123
・観光消費の経済波及効果

堺市 …… 124
・「ものの始まりなんでも堺・文化芸術創造都市プロジェクト」による経済波及効果

神戸市 …… 125
・都心・三宮再整備の経済効果

北九州市 …… 126
・市場内敷地を活用したストックポイント（ＳＰ）施設設置による経済波及効果の推計
・市場内敷地を活用したストックポイント（ＳＰ）施設設置に伴う売上増見込による経済波及効果の推計

福岡市 …… 127
・平成23年産業連関表を用いた観光客による経済波及効果

熊本市 …… 128
・立地企業の経済波及効果
・定額給付金が市経済に与える効果額の推計
・コロナ対策に係る助成・融資の市中における動き（各産業への流れ）の推計
・動植物園に関する経済波及効果の調査
・「熊本市プレミアム宿泊クーポン」実施結果分析

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	1	1		
北　海　道	1			1	
青　森　県	2		1		1
岩　手　県	1		1		
宮　城　県	2	1			1
秋　田　県	2	1		1	
山　形　県	－				
福　島　県	2		1		1
茨　城　県	－				
栃　木　県	－				
群　馬　県	－				
埼　玉　県	－				
千　葉　県	1		1		
東　京　都	－				
神 奈 川 県	－				
新　潟　県	1		1		
富　山　県	－				
石　川　県	－				
福　井　県	－				
山　梨　県	－				
長　野　県	－				
岐　阜　県	1		1		
静　岡　県	2	1		1	
愛　知　県	－				
三　重　県	2	1	1		
滋　賀　県	1		1		
京　都　府	－				
大　阪　府	1		1		
兵　庫　県	3	1	1	1	
奈　良　県	－				
和 歌 山 県	－				
鳥　取　県	1		1		
島　根　県	1		1		
岡　山　県	－				
広　島　県	1		1		
山　口　県	－				

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	1		1		
愛　媛　県	－				
高　知　県	1		1		
福　岡　県	1		1		
佐　賀　県	－				
長　崎　県	1		1		
熊　本　県	－				
大　分　県	－				
宮　崎　県	1		1		
鹿 児 島 県	－				
沖　縄　県	1		1		
札　幌　市	－				
仙　台　市	－				
さいたま市	1		1		
千　葉　市	－				
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	1	1			
神　戸　市	1	1			
岡　山　市	－				
広　島　市	－				
北 九 州 市	2			2	
福　岡　市	1		1		
熊　本　市	5	4		1	
合　　計	47	13	24	7	3

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	北海道開発事業費（当初）の経済波及効果	令 2.4	無	北海道開発局 開発監理部 開発計画課	平成 23 年北海道産業連関表（63 部門） 平成 23 年北海道内地域間産業連関表（33 部門）	令和 2 年度北海道開発事業費（当初）による道内全体への経済波及効果を試算。 ・経済波及効果　　1 兆 3,955 億円（1.9 倍） （二次波及効果まで） ・就業者誘発数　　113,465 人 また、令和 2 度北海道開発事業費（当初）による道内 6 圏域ごとの経済波及効果も試算。	
2	Go To トラベルの札幌着の一時停止の延長による影響分析	令 2.12	有	株式会社道銀地域総合研究所	平成 27 年北海道産業連関表	Go To トラベルの札幌着の一時停止の延長による北海道経済に与えるに影響について分析	

令和2年度北海道開発事業費（当初）による北海道への経済波及効果（試算）

国土交通省

令和2年度北海道開発事業費（当初）により発生する直接需要額
７，４７７億円
（７，８５３億円から用地費及び補償費３７６億円を除いた額）
※なお、北海道開発局実施以外の事業を含む。

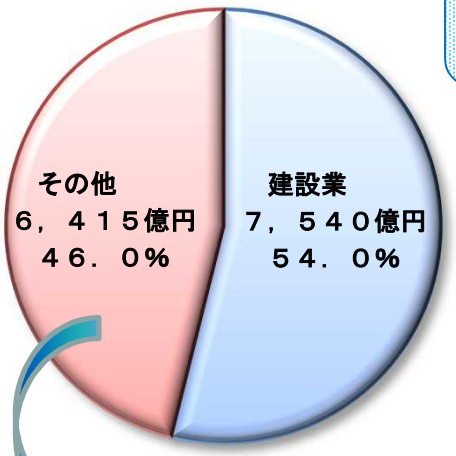
生産誘発額
１兆３，９５５億円
（経済波及効果　１．９倍）

就業者誘発数
１１３，４６５人

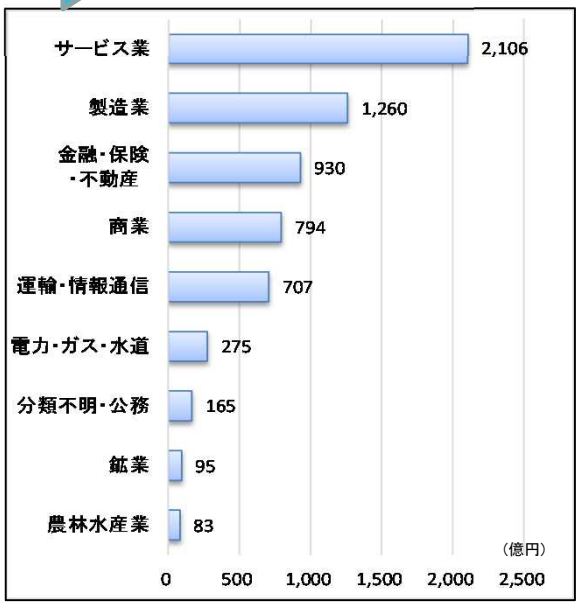
生産誘発額のうち
付加価値額６，９５４億円は
道内総生産（名目）の
約３．６％に相当
H29年度道内総生産（名目）19兆4,301億円

北海道の総就業者数の
約４．３％に相当
北海道の令和元年総就業者数約266万人

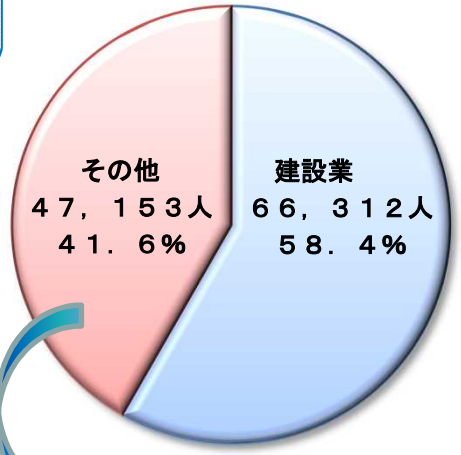
生産誘発額内訳



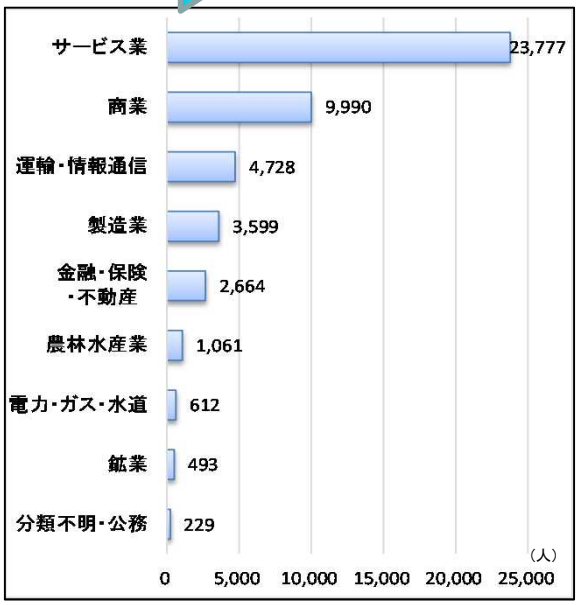
「その他」の内訳



就業者誘発数内訳



「その他」の内訳



＜各圏域における全道への経済波及効果＞

（単位：億円、倍、人）

	予算額	生産誘発額	経済波及効果	就業者誘発数
道　央	1,872	3,366	1.80	約29,300
道　南	356	689	1.93	約5,600
道　北	692	1,351	1.95	約11,600
オホーツク	294	577	1.96	約4,700
十　勝	282	552	1.96	約4,400
釧路・根室	389	743	1.91	約6,000
全道計	3,885	7,276	1.87	約61,600

※１　予算額は北海道開発局実施事業のみであり、用地費及び補償費を除いている。
　　用地費及び補償費は過去３年の実績より算出。
　　農業及び水産基盤を除き、工事諸費は含まれていない。
※２　生産誘発額、就業者誘発数は、各圏域から道内他圏域を誘発する分を含む。
※３　四捨五入の関係で計と内訳が一致しない場合がある。

出典：「平成２３年北海道産業連関表」（北海道開発局：平成28年8月公表）、「平成２３年北海道内地域間産業連関表」（北海道開発局：平成30年3月公表）、
「平成２９年度道民経済計算」（北海道：令和2年3月公表）、「労働力調査　令和元年平均」（総務省：令和2年1月公表）から試算

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	日本製紙釧路工場の製紙事業撤退が釧路市に及ぼす影響分析	令 2.11.18 新聞報道	有	北海道新聞社	釧路市産業連関表	令和３年８月に予定された日本製紙釧路工場の製紙事業撤退の影響を試算 ・生産額と波及効果（１～２次の合計）を合計した影響額▲約 380 億円 ・従業員の家族を含めると約２千人弱が釧路市外に流出し、運輸業、商業など幅広い産業に影響が及び、釧路市内の総生産額の４％程度が失われる可能性があるとしている。	

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	新型コロナウイルスが青森県経済へ与える影響の推計	令２．５	有	国立大学法人弘前大学（人文社会学部）	平成２３年青森県産業連関表（１０８部門）	新型コロナウイルスの感染拡大による緊急事態宣言下（4/16～5/14、フェーズ１）における飲食業等５業種への経済的影響、及び春以降の各イベント中止に伴う４月～９月の期間（フェーズ２）における観光産業に対する経済的影響を試算し、各フェーズを合算して新型コロナウイルスが県経済へ与える影響を推計。 【経済波及効果】 ・生 産 額　△1,661 億円 ・雇用者数　△22,989 人	令和２年５月 25 日プレス発表資料
2	青森県二大祭り中止の経済的影響 ～弘前さくら・青森ねぶた中止で失う「富」とアフターコロナの展望～	令２．６	有	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（４０部門）	新型コロナウイルス感染拡大の影響による「弘前さくらまつり」と「青森ねぶた祭」の中止に伴う経済的損失を推計した。 【経済波及効果】 ・付加価値ベースで試算　△575 億２千万円 （県内名目ＧＤＰの 1.26%相当のマイナス）	会報誌 Région 2020 年６月号掲載

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	新型コロナウィルスの感染拡大による観光客の減少に伴う経済的打撃	令２.10.1 新聞報道	有	（一財）岩手経済研究所	平成 25 年岩手県産業連関表（36 部門）	令和２年度上半期における、新型コロナウィルスの感染拡大による観光客の減少に伴う経済的打撃を試算。 ・一次波及効果（損失）　960 億 9,700 万円 ・二次波及効果（損失）　140 億 1,900 万円	

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	新型コロナ禍の観光経済 －宮城県への影響に関する実証分析－	令３．３.20	無	東北文化学園大学総合政策学部教授　田邊文彦	平成 27 年宮城県産業連関表	新型コロナウイルス感染症による宮城県の観光産業への影響を分析している。	
2	経済波及効果推計事業（気仙沼市産業連関表）	令３．３.12	無	気仙沼市（有限会社イーズに業務委託）	平成 27 年宮城県産業連関表	平成 27 年宮城県産業連関表をベースに、市内事業者（2,958 社）へのアンケート調査・ヒアリング調査等を実施し、気仙沼市版の産業連関表を作成している。	

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	CCRC のまちなか展開の可能性と課題 ー「クロッセ秋田」の事例からー	令 3.3	無	秋田大学教育文化学部	H27 経済波及効果分析ツール（汎用版 15 部門）	令和２年度にオープンした県内初となる本格的 CCRC「クロッセ秋田」の地域経済への波及効果を推計。 ・波及効果　　4,613 百万円（1.47 倍） （２次効果まで） ・粗付加価値誘発額　2,373 百万円 ・雇用者所得誘発額　1,521 百万円	別添資料あり
2	秋田魁新報　月曜論壇「給付金で県内経済支えたい」	令 2.5.18 新聞報道	有	秋田大学教育文化学部	H23 経済波及効果分析ツール（15 部門）	新型コロナウイルス感染拡大に伴う経済対策として給付される「特別定額給付金」の秋田県内への波及効果を推計。 ・波及効果　1,000 億円（1.2 倍）	

Akita University

秋田大学教育文化学部研究紀要　人文科学・社会科学部門　76　pp. 13～19　2021

CCRCのまちなか展開の可能性と課題

—「クロッセ秋田」の事例から—

臼木智昭
伊藤慎一

A Study on the first CCRC "CROSSE AKITA" in Akita-City

USUKI, Tomoaki
ITO, Shinichi

Abstract

This paper is a study on the first CCRC (Continuing Care Retirement Community) "CROSSE AKITA" in Akita-City as an example.

First, we survey papers of CCRC in Japan, and analyzed impact to community. In addition, we research expectations for CCRC based on the report by Akita Prefectural Government, and we estimate effects of the "CROSSE AKITA" that impacts to central area of Akita-City.

As a result, it became clear that CCRC impacts to community and regional economy. It is an important factor in creating revitalization of the regional community from the perspective of regional management.

Key Word: CCRC. Central Area in Akita-City. Creating Revitalization. Regional Community.

1．はじめに

2020年10月に秋田県で初となる本格的なCCRC拠点施設「クロッセ秋田」が完成し，関心を集めている。

CCRC（CCRC：Continuing Care Retirement Community）は，サービス付き高齢者向け住宅（以下「サ高住」）として，従前より注目されてきた施設である。さらに近年では，これと大都市圏からの移住促進とを連動させることで，地域活性化への効果も期待されている。

秋田県では「秋田県版生涯活躍のまち構想」（秋田県[2017]）を策定し，CCRCの整備促進とまちづくりを一体的に推進することにより，相乗効果を発揮させることを目指している。

人口減少や高齢化の進行による地域の賑わいや活力の低下は，地域の持続性への懸念材料となっている。地域の持続性は「地域経営」の根幹であり，その維持は最優先事項といえる。

そこで本研究では，クロッセ秋田を事例として，CCRCがもたらす地域コミュニティや経済へのインパクトを検討し，地域のにぎわい創出や活力創出への可能性について検討する。

まず，わが国におけるCCRCに関するこれまでの議論をもとに，CCRCが有する様々な機能や地方への展開可能性について整理する。

また，「秋田県版生涯活躍のまち構想」（秋田県[2017]）をもとに，CCRCが地域コミュニティや地域経済にもたらす影響や効果について検討を行う。

続いて，「クロッセ秋田」を事例に，予定されている取り組みにより期待される効果を考察する。特に，秋田市の中心市街地における賑わいや活力の創出といったことに加えて，地域経済へのインパクトについても推計を試みる。

2．CCRCに関するこれまでの議論

CCRCとは，「高齢者が移り住み，健康時から介護・医療が必要となる時期まで継続的なケアや生活支援サービス等を受けながら生涯学習や社会活動等に参加するような共同体」のことで，アメリカでは約2,000ヶ所存在し，居住者は75万人と推計されている。（まち・ひと・しごと創生本部[2015a]）

今後わが国においては，高齢者数の急速な増加が予想されているが，とりわけ人口が多い「団塊の世代」が後期高齢者へと移行することで，現行の医療・介護の体制では十分に満たすことのできない，質の高い多様なケア・サービスのニーズの発生が見込まれている。

特に人口が集積する大都市圏の高齢者のニーズを踏まえた，新しい医療・介護サービスのあり方として，「日

本版CCRC」が政策課題として議論されてきた。(まち・ひと・しごと創生本部[2015a])

例えば，日本版CCRC構想有識者会議は「希望する高齢者が健康時から移住し，自立した社会生活を継続的に営める「日本版CCRC」の導入」に向けた検討を行っている。(まち・ひと・しごと創生本部[2015b])

一方地方圏では，地域活力の衰退に歯止めをかける方策として，「日本版CCRC」構想が注目されている。

例えば，高齢化率と人口減少率がともに全国トップである秋田県では,「秋田版生涯活躍のまち構想」を策定し，CCRCの積極的な導入を目指し，調査研究等への支援を行っている。(秋田県[2017])

秋田県では,「日本版CCRC」構想を踏まえ，地域モデルとして「地域住民による互助・共助の仕組みや空き家など本県ならではの地域資源を活用した多様な住環境の整備等を基本コンセプト」として打ち出している。(秋田県[2017])

具体的には，中心市街地での整備を想定した「まちなか型」と，田園地域での整備を想定した「郊外型」等，地域特性に応じた整備を提言している。

秋田県の構想に象徴されるように，地方圏でのCCRCの整備構想は，大都市圏からの移住や地域内での住み替えのニーズを有する高齢者層をターゲットとして「サ高住」を整備し，人口減対策と地域活性化への効果を期待している点が特徴と考えられる。

3．先行研究からみたCCRCの機能

前述したように，わが国でのCCRCへの関心は従前から高く，先進的な取り組みも行われている。そして，地域に及ぼす効果や地方圏での整備の課題等について，専門家による検証も蓄積されつつある。

そこで以下では，近年の研究をもとに，「日本版CCRC」の地方での展開可能性や地域活性化にもたらす効果，さらに整備を促進する上での課題を整理してみたい。

まず髙橋(2016)は,わが国初のCCRCと称される「スマートコミュニティ稲毛」を事例として，アメリカで始まったCCRCを日本に取り入れるために留意すべき点を検討している。

それによれば,「地域包括ケアシステムの取り組みと合わせて，少子高齢社会における高齢期の住まい方」としてCCRCを捉える必要を提唱している。(髙橋[2016], pp8-9)

同様に森(2019)は,「日本版CCRC」の代表的な施設である「Share金沢」と「輪島KABULET」を事例として,「高齢者にとっての「生涯活躍のまち」というコンセプトは，政府が打ち出す「地域まるごとの支援（地域包括ケアシステム)」を具現化したものである」と評価している。(森[2019], pp.52-54)

さらに森は，CCRCは高齢者に対するケア・サービスとの親和性があると同時に，地域による高齢者支援の枠組みとの連動が可能である点を示唆している。

この点について新田(2016)は，地域包括ケアシステム構想の現状と課題について検討した上で，CCRC構想が地域包括ケアシステムを補完する可能性を指摘している。

新田は「地域包括ケアシステムの地域の捉え方には，地方移住により構築される人的な繋がりが含まれる」として,「日本版CCRC構想と地域包括ケアシステムが融合することで，単なる人口減少と高齢化の対応策というだけでなく，元気な高齢者や要介護状態の高齢者が，より良い支援を求めた地方への移住の選択肢となってくる」と期待を述べている。(新田[2016], pp.80-81)

一方，高尾(2018)は，地方圏で複数の施設を展開する「ゆいま～る」シリーズを事例として,「日本版CCRC」の地方展開の可能性を検証している。

それによれば,「地方移住に注目するのではなく，医療や介護が必要になった際に求められる地域包括ケアの拠点を地域と連携して整備することが，高齢期の住まいの選択肢を増やし，地域まちづくりにもつながる可能性がある」と提言している。(高尾[2018], pp.89-91)

さらに大橋(2017)は，地方圏に位置する代表的な5つの施設を取り上げ,CCRCは「高齢者移住だけでなく，地方創生の仕掛けとして活用されており，地域のかかえる課題の総合的な解決が目指されている」と分析している。(大橋[2017], pp.116-117)

とりわけ「①まちづくり会社，②青年海外協力隊OBや学生のフィールドワークとの連携，③空き家の借上げ及び改修といった新たな手法」を活用することで，より効果的な展開が期待できるとしている。(大橋[2017], pp.122-124)

地方圏でのCCRCを展開する上での課題として，例えば黒田(2017)は，山梨県のような地方圏においても「CCRCを展開できる可能性が高い」ものの,「同時にCCRCの基本的な考えが必ずしも十分に理解・共有されておらず，解消しなければならない」と課題を指摘している。(黒田[2017], pp.76-77)

また，齊藤・中城(2016)は，アメリカ・カリフォルニア州を事例として，CCRCでの居住の安定のためには，行政関与の必要性を訴えている。

アメリカでは行政が「経営の安定の視点から，事業計画の立案やその後の運営にも関与し，情報開示の推進により市場を整備している」として，わが国のCCRC整備でも参考にすべきであるとしている。(齋藤・中城

Akita University

[2026]，pp.90-92）

まちづくりと連動することによる効果については，日本政策投資銀行は，わが国では CCRC 構想を「まちづくり政策」として捉え，国内では地域の特色や地域資源を活かした構想が展開されているとして評価している。（日本政策投資銀行 [2017]，pp.68-69）

特に，情報技術の進歩やインフラ整備により，地方圏への移住のハードルが低下しているとの期待を示している。

しかし，既存の移住政策や産業振興政策のてこ入れ策といった短期的な成果にとらわれず，地域包括ケアシステム等と連動することにより，地域課題の解決を図る手段として長期的な視点での取り組みが必要であることを指摘している。

4．「クロッセ秋田」の概要と期待される効果

2020 年 10 月に秋田県で初となる本格的な CCRC 拠点施設「クロッセ秋田」が完成した。

以下では，「クロッセ秋田」を事例として，高齢化が急速に進行する地方圏における，CCRC に期待される機能や効果を検討する。

なお，「クロッセ秋田」に関する情報やデータは，北都銀行営業推進部地方創生室へのインタビュー及び現地調査（2020 年 11 月 26 日実施），並びに関連資料（北都銀行監修 [2020]，秋田県 [2018]）に基づくものである。

（1）「クロッセ秋田」の概要

「クロッセ秋田」は，JR 秋田駅西口から徒歩 4 分の中心市街地に立地する，地上 17 階のビルの形態となっている。（図表 1，図表 2，図表 3，図表 4）

延床面積は約 8,000m² で，1 ～ 4 階には金融機関（北都銀行，秋田信用金庫）の支店，内科や歯科等の医療機関，調剤薬局，カフェ，CATV 等が入居する。

入居者向けサービスとしては，秋田大学医学部保健学科と連携した心身の健康相談に対応する「暮らしの保健室」，NPO 法人と連携した遺産相続や葬儀・墓所等の相談に応じる「終活支援相談室」が設けられている。

また，入居者の交流や自治活動のための共有スペースとして「地域交流スペース」が設置されている。

5 ～ 17 階は分譲マンション 60 戸として販売され，既に完売している。

入居者は約 120 名を予定しており，平均年齢は 61 歳，秋田県外からの移住者は 15%，秋田県内の住み替えが 85%（うち秋田市内からの住み替えは 55%）となっている。

「クロッセ秋田」の特徴は，①民間企業のみで事業化された CCRC 拠点施設であること，②中心市街地に整

図表１　「クロッセ秋田」の概要

■敷地概要

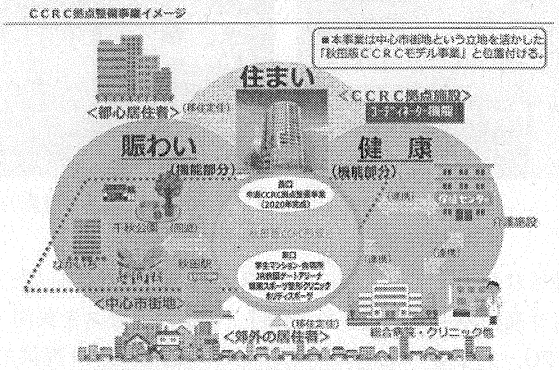
所　　在	秋田市中通二丁目5-1他
用途地域	商業地域
地域地区	防火地域
敷地面積	1,078㎡（登記簿面積）

■計画概要（案）

用　　途	銀行・信金の支店、薬局、地域共用スペース、暮らしの保健室、クリニック、訪問介護ステーション、エステサロン、分譲住宅、駐輪場
規　　模	地上17階
構　　造	鉄筋コンクリート造
建築面積	約750㎡
延床面積	約8,000㎡

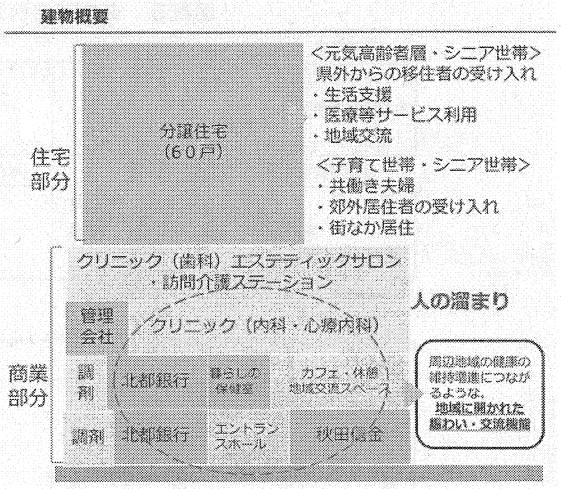
（資料）秋田県（2018）

図表２　「クロッセ秋田」の拠点整備イメージ



（資料）秋田県（2018）

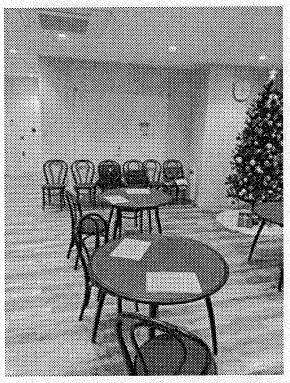
図表３　「クロッセ秋田」の建設概要



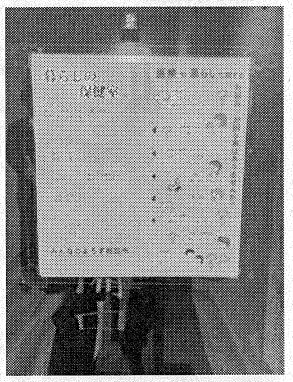
（資料）秋田県（2018）

図表４　「クロッセ秋田」の内部

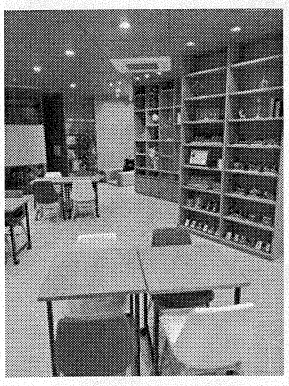
地域交流スペース



暮らしの保健室



相談スペース（北都銀行）



カフェ（テナント）

（2020.11.26 筆者撮影）

備された「まちなか型」のCCRC拠点施設であること，③サ高住の主要機能である保健・医療サービスを民間・NPO・大学等の地域の関係機関との連携により提供している点があげられる。（北都銀行営業推進部地方創生室）

（２）「クロッセ秋田」の事業コンセプト

「クロッセ秋田」の整備目的として，①市街地の活性化，②住民の健康増進，③上質な住まいの提供があげられている。（北都銀行営業推進部地方創生室）

そうした目的を達成するため，以下の３つのコンセプトに基づいた拠点整備が予定されている。

①移住定住の促進，地域包括ケアシステムの拠点機能，生涯活躍・地域交流等の機能担う「日本版（秋田版）CCRC」拠点

②まちなか型CCRC拠点として，中心市街地での整備によりコンパクトシティの形成に寄与する

③ICTの活用に加えて，秋田大学，NPO等との連携によるスマートウェルネスの実現

（３）期待される地域活性化への効果

「クロッセ秋田」の整備により期待される効果としては，秋田駅西口から徒歩４分という中心市街地に立地し，60戸120人が新規にまちなかに居住することで，地域の賑わい創出が期待される。

入居者の多くは，健康でアクティブなシニアであり，趣味や学びに対する興味と，各種のアクティビティへの高い参加意欲が予想される。

こうした活動を通じて，多世代にわたる地域住民との交流が実現することで，中心市街地での賑わいの創出や新しいコミュニティの形成につながるものと期待される。

また，健康相談（暮らしの相談室）や医療機関等のサービスの提供に加えて，ICT（タブレット）を活用したバイタル管理，近隣のフィットネスクラブと連携した健康維持・増進プログラム等のサービスの提供が予定されている。

図表５　クロッセ秋田の整備による経済波及効果

１　費用想定　（単位：百万円）

①クロッセ秋田建設費	3,000
②入居者消費額 （200千円／月×60世帯×12ヶ月）	144

２　最終消費額　（単位：百万円、率）

最終需要増加額	3,142
うち県内需要増加額	3,099
消費転換率	0.58

消費転換率：令和元年家計調査（秋田市）より

３　推計結果　（単位：百万円）

	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	3,099	1,490	1,091
第１次波及効果	888	484	266
第２次波及効果	626	399	164
総合効果	4,613	2,373	1,521
波及効果倍率（倍）	1.47		

（資料）秋田県(2020)

Akita University

さらに，CCRC居住者以外の住民にもサービスを開放することで，中心市街に居住する高齢者の健康の維持・増進にも寄与すると考えられる。

こうした高齢者の健康管理に関する知見の蓄積は，秋田県全域での高齢者向けのICTを活用した健康維持・増進に向けた，効果的なプログラムの普及にもつながっていくことが期待される。

加えて，居住者による消費活動は，中心市街地における経済的な効果をもたらすことが予想される。

5.「クロッセ秋田」の経済効果の推計

「クロッセ秋田」の居住者は，新規に中心市街地に移住することから，消費活動を通じて，地域経済へも効果をもたらすことが期待される。

以下では，「クロッセ秋田」がもたらす地域経済への効果を検討する。

（1）CCRC整備による高年齢者の移住の受け入れの効果の推計

CCRCの整備は，当該地域の人口増加には寄与するが，後年には入居者の加齢に伴い医療・介護サービスの負担の増加も予想される。

そこでまず，秋田県の策定した「秋田県版生涯活躍のまち構想」（秋田県 [2017]）をもとに，CCRCが秋田県内に整備された場合に想定される経済効果と，高齢者の増加に伴う地域の公的負担を整理してみたい。

秋田県では，中高年齢者のCCRCへの移住に伴う経済効果をシミュレーションしている。

県外からの移住者の受け入れ時期，人数，年齢層を3つのケースに分けて，それぞれの効果を推計している。（秋田県 [2017]）

基本型では，オープン初年度に50～79歳の25人が秋田県内のCCRCに移住する設定となっており，移住者の消費活動に伴う経済波及効果を分析している。

同時に，移住者の加齢に伴い，疾病の増加や要介護度の上昇を想定し，それに伴う受け入れ市町村の医療・介護費の負担増加を分析している。

こうした移住者の消費活動に伴う経済波及効果と，社会保険収入や市町村民税の増加について，入居者が居住すると想定される期間（50年間）での累計としての金額を推計している。

推計結果は，CCRCの導入により入居者の消費活動に伴う52.2百万円の経済波及効果が見込まれる一方，受け入れ市町村における医療・介護費の負担増加については，社会保険料収入や市町村民税の増加で賄うことができるとしている。[1)]

（2）「クロッセ秋田」の整備による経済波及効果

秋田県の推計では，CCRCの整備は，当該地域にネットでの便益をもたらすと結論付けている。

50年間に及ぶ長期間での推計については，推計手法や前提とする疾病率や要介護率，社会保障制度等を十分検証する必要はあるが，CCRC整備の一つの目安としては有用であると考えられる。

そこで以下では，「クロッセ秋田」の整備に伴う，経済的な効果に限定して独自の推計を試みたい。

まず，建設費については，正確な金額は明らかにされていないため，マスコミによる報道をもとに概算で30億円と想定する。[2)]（日本経済新聞　電子版 [2018/9/13]）

さらに，入居者60世帯120人の消費額については，秋田県推計のように長期にわたる効果ではなく，本研究ではCCRC整備によるインパクトの推計することを目的として，入居初年に想定される消費額のみを計上する。

具体的には，家計調査の2人以上の高齢者無職世帯のおける月額消費支出（全国平均で243千円）をもとに，秋田県内の物価水準を考慮して，1世帯月額200千円とし，60世帯合計で年間144,000千円と想定した。

推計は，平成27年秋田県産業連関表「経済波及効果分析ツール（汎用版・15部門分類）」を利用して行った。[3)]

前述の想定により，最終需要増加額は3,142百万円となり，このうち県内需要増加額は3,099百万円と推計される。直接効果は3,099百万円，第1次波及効果は888百万円，第2次波及効果は626百万円，総合効果は4,613百万円と推計された。（図表5）

需要増加額3,142百万円に対する総合効果4,613百万円の比率である「波及効果倍率」は1.47倍という結果となった。

類似の推計との単純な比較は難しいが，例えば金足農業の甲子園準優勝の経済波及効果104億円（日本経済新聞　電子版 [2018/10/24]），今年のコロナ禍による夏祭り中止による経済損失149億円（秋田魁新報　電子版 [2020/8/19]），DMO「秋田犬ツーリズム」発足から3年間での秋田県観光への経済効果41億円（日本経済新聞　電子版 [2020/2/19]）等と比較すると，「クロッセ秋田」の整備は，初年だけでも46億円と大きなインパクトを秋田県経済にもたらすと推測される。

（3）地域コミュニティにもたらす影響

「クロッセ秋田」は入居者60世帯120名だけでなく，金融機関，医療機関，商業施設等の従事者を含めると，約200名の昼間人口が新規に創出されることになる。

これまで秋田市の中心市街地では，商圏人口の減少や商業施設の撤退に伴い，買い物弱者の増加や賑わい消失

の問題が指摘されていた。

この新しいコミュニティの出現は，中心市街地の経済や賑わいの創出といった面で大きな影響を及ぼすことが予想される。

まず，中心市街地が「高齢者の住まいの選択肢」として再評価される可能性である。

例えば，「クロッセ秋田」が医療・介護機関，フィットネス，ICT 事業者と連携することにより，医療・介護・健康維持に関する各種サービスが中心市街に集積されることで，相互利用による健康維持・増進のノウハウが蓄積されていくことが見込まれる。

「クロッセ秋田」は，中心市街地においても高齢者が質の高いサービスを享受しながら，快適に居住することが可能であることを示し，CCRC の追加的な整備の促進や，高齢者のまちなか移住への関心が高まることが期待される。

さらに，CCRC には趣味や学びに関する意欲の高いアクティブなシニアが多いと考えられることから，地域の関係機関と連携することにより，高齢者向けのイベント，カルチャー教室，大学の教養講座等を開催することも可能である。

例えば，多世代間での交流を目的としたイベントや歴史散策・街歩きの開催，ボランティア団体による高齢者へのサポート，秋田大学をはじめとした大学との連携による教養講座の開設や学生との交流等により，高齢者の生きがいと意欲を高める機能を有したセンターとしての役割も発揮できる。

加えて，地域の商店街，百貨店，コンビニ，飲食店等の商業施設との連携により，中心市街地での賑わいが創出される可能性もある。さらに，今後 CCRC の拠点整備が同一エリアで進むならば，中心市街地への人口回帰が定着し，高齢者向けのビジネスの集積も期待できる。このように「クロッセ秋田」は，中心市街地活性化の仕掛けとして活用される機能を有した施設であると考えられる。

しかし，「クロッセ秋田」がこうした機能を発揮するためには，建設・管理企業やマンション管理組織だけでなく，サ高住である CCRC としての運営体制の構築と，地域コミュニティへの積極的な働きかけが必要である。

「クロッセ秋田」では，北都銀行を中心として，整備段階から商工会議所，県・市等による「まちづくり協議会」を組織し，地域コミュニティへの情報提供，移住者と地域住民との交流に向けた仕掛けづくりに着手している。(北都銀行営業推進部地方創生室)

「クロッセ秋田」が有する多様な機能について，地域との相互理解と情報共有が進むことで，中心市街地における既存のコミュニティの活性化や魅力づくり向上にもつながっていくと考えられる。

むすび

これまでみたように，CCRC は地域のにぎわい創出や活力創出といった面で，地域に大きなインパクトをもたらすことが期待される。

秋田県内で初めての本格的 CCRC 拠点施設である「クロッセ秋田」は，建設に伴う経済効果に加えて，まちなかへの新規移住者の増加による消費面での効果，さらに地域コミュニティや地域の賑わい創出の面でも効果が予想される。

しかし，こうした効果は，単に CCRC を増設さえすれば得られるものではない。地域への効果を生み出すためには，商業者，住民，ボランティア団体，大学等の地域コミュニティを形成する関係機関が，CCRC の入居者や入居テナントとの連携や交流を意識的に働きかけていく必要がある。

さらに「クロッセ秋田」は，民間事業者のみで整備・運営される施設である点にも，配慮が必要である。

民間主体であることは，施設利用や運営面での自由度が高い反面，地域コミュニティへの情報提供や相互交流への誘因が働きにくいと考えられる。

その意味では，CCRC と地域とが「相互理解」を深めながら，双方のニーズや課題を確かめて，負担感の少ない領域・分野から「相互交流」を進めていくべきであろう。

CCRC の入居者が疎外感を感じることなく，地域コミュニティの新しいメンバーとして定着するための取り組みは，地域経営の観点からは新しい課題ではあるが，地域にとっては新しい可能性への挑戦でもある。

注

1）他の 2 つのケースでは，居住者の移住する期間や年齢に差異を設けているが，いずれのケースでも，同程度の経済波及効果が期待され，医療・介護費の負担増加についても税収の増加で賄うことが可能であり，秋田県内の市町村において CCRC を導入するメリットが大きいとしている。(秋田県 [2017])

2）医療機関や商業テナント等の入居に伴う工事費用やそれらの従業者の消費支出等も加味する必要があるが，それらのオープン時期や従業者数等のデータが不明であるため，本推計からは除外した。

3）入居者の消費額は，家計調査の消費項目を参考にして，平成 27 年秋田県産業連関表における 15 部門に配分した。

参考文献

大橋美幸（2017）「地域問題解決の仕掛けとしての生涯活躍のまちの活用」『函館大学論究』49，pp.115-128，函館大学図書館。
黒田浩司「山梨におけるCCRCの可能性と課題」『山梨英和大学紀要』16，pp.65-77，山梨英和大学。
齊藤広子・中城康彦（2016）「アメリカ・カリフォルニア州におけるCCRCの居住の安定のための行政関与と運用実態」『都市住宅学』95，pp.88-93，都市住宅学会。
新田博之「地域包括ケアシステムと日本版CCRC構想」『鹿児島国際大学大学院学術論集』8，pp.77-82，鹿児島国際大学大学院。
高尾真紀子（2018）「日本版CCRCの課題と可能性：ゆいま～るシリーズを事例として」『地域イノベーション』10，pp.85-93，法政大学地域研究センター。
髙橋昌子（2016）「元気高齢者が生き生きと暮らせる住まい方：日本版CCRCの事例より」『福祉臨床学科紀要』13，pp.7-14，神戸親和女子大学福祉臨床学科。
森洋子（2019）「地域包括ケアシステムにおける共生社会実現の課題」『経営情報イノベーション研究』8，pp.43-57，静岡県立大学経営情報イノベーション研究科。

参考資料

秋田県（2017）「秋田県版生涯活躍のまち構想」。
秋田県（2018）「秋田県版生涯活躍のまち構想の推進について」。
秋田県（2020）「平成27年（2015年）秋田県産業連関表」。
秋田魁新報　電子版（2020/8/19）「祭り中止の経済損失，秋田県は149億円」。
秋田不動産サービス・大京・ミサワホーム（2020）（監修：北都銀行）「クロッセ秋田：秋田版CCRCプロジェクト」。
総務省（2019）「家計調査報告（家計収支編）」。
日本経済新聞　電子版（2018/9/13 21:00）「元気な高齢者秋田に来たれ　北都銀主導の居住拠点着工」。
日本経済新聞　電子版（2018/10/24 22:00）「金足農業の活躍，経済効果104億円　日銀秋田支店が試算」。
日本経済新聞　電子版（2020/2/19 14:31）「秋田犬ツーリズム，3年間の経済効果41億円」。
日本政策投資銀行（2017）「日本版CCRCから「生涯活躍のまち」：進む地方への移住誘致施策と地域活性化政策」。
まち・ひと・しごと創生本部（2015a）「ひと・まち・しごと創生基本方針2015」。
まち・ひと・しごと創生本部（2015b）「日本版CCRC構想有識者会議　第1回資料（平成27年2月25日）」。

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	ＮＨＫ連続テレビ小説「エール」の放映に伴う福島県経済への波及効果	令２．６	有	日本銀行福島支店	・平成 23 年（2011 年）福島県産業連関表 ・平成 25 年（2013 年）福島県産業連関表	ＮＨＫ連続テレビ小説「エール」の放映に伴う福島県への経済波及効果を試算。 ・経済波及効果 4,822 百万円（二次効果まで）	ＨＰ掲載有り https://www3.boj.or.jp/fukushima/yellreport.pdf
2	新型コロナウイルスが福島県内の雇用・労働情勢に及ぼす影響について	令２．１１	無	一般財団法人とうほう地域総合研究所	・平成 27 年（2015 年）福島県産業連関表	新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う福島県内労働者の現金給与総額減少が福島県に及ぼす経済波及効果を試算 ・経済波及効果△32,278 百万円（二次効果まで）	ＨＰ掲載有り http://fkeizai.in.arena.ne.jp/kikanshi/mokuji

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２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	令和元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「令和元年千葉県観光入込調査報告書」を参照

都道府県等名	新潟県

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	新潟県・庄内エリアデスティネーションキャンペーン開催に伴う経済効果	令３．３．25	有	株式会社日本経済研究所 株式会社日本政策投資銀行	平成23年新潟県産業連関表 平成23年山形県産業連関表	令和元年10月から12月に開催された「新潟県・庄内エリアデスティネーションキャンペーン」による新潟県及び山形県庄内エリアの経済波及効果を試算。 ・波及効果　約214億円（約1.58倍） （２次効果まで）	委託元：「新潟県・庄内エリアＤＣ」推進協議会 別添資料あり

新潟県・庄内エリア
デスティネーションキャンペーン
開催に伴う経済効果調査報告書

新潟・庄内 ガストロノミー
日本海美食旅

2020 年 11 月

DBJ 日本政策投資銀行 新潟支店

株式会社日本経済研究所
Japan Economic Research Institute Inc.

はじめに

- 2019 年 10 月～12 月、新潟県及び山形県庄内エリアを対象とし、「日本海美食旅（ガストロノミー）」をキャッチフレーズとした「新潟県・庄内エリアデスティネーションキャンペーン」が開催された。

- 「デスティネーションキャンペーン」とは、旅の目的地や行き先を表すデスティネーション（Destination）と、誘客のための活動を意味するキャンペーン（Campaign）からなる合成語であり、JR 旅客 6 社が現地の自治体や観光関連事業者等と協力し、地域の観光資源を活かして集中的に誘客する、大型観光キャンペーンである。

- 過去にも、新潟県と山形県庄内エリアを対象として DC は開催されてきたが、DC 開催による経済効果の分析や評価を公表してはこなかった。しかしながら、主催者である公益社団法人新潟県観光協会が登録 DMO（観光地域づくり法人）の認定を受けたことからも、本 DC の効果を検証し、広く公表することとした。

- 本レポートで用いた分析の手法や結果等が、今後の DC 開催や効果検証に際し、多少なりとも寄与すれば幸いである。

目次

はじめに 2
第１章　デスティネーションキャンペーンとは 1
第２章　新潟県・庄内 DC 開催概要 2
　２－１　新潟県・庄内 DC とは 2
　２－２　会期中に開催された主なイベント 5
　２－３　広告・宣伝活動 15
　２－４　訪日外国人旅行者への取り組み 21
第３章　新潟県・庄内エリア DC 開催に伴う地域経済への影響 23
　３－１　新潟県内への入込客数及び観光消費単価の増加による経済波及効果の試算 24
　３－２　山形県内への入込客数及び観光消費単価の増加による経済波及効果の試算 27
　３－３　山形県庄内エリアへの入込客数及び観光消費単価の増加による経済波及効果 29
　３－４　本 DC 開催による経済波及効果 31
第４章　新潟県・庄内エリア DC 開催による成果と課題 32
　４－１　成果 32
　４－２　課題と視点 33
第５章　今後の DC 開催に向けて 34
　５－１　with コロナの現状と対応 34
　５－２　DC の再定義 35

［ご利用上の注意点］

１．本資料中に報告した数値は、四捨五入による影響のため、内訳と計は必ずしも一致しない。

２．本資料への掲載内容は、報告時点のものであり、変更される場合がある。

第１章　デスティネーションキャンペーンとは

1978 年に日本国有鉄道時代に和歌山県と共同ではじまった「デスティネーションキャンペーン（以下、「DC」）」は、北海道から九州までの JR 旅客 6 社が、現地の自治体や観光関連事業者等と協力し、地域の観光資源を活かして集中的に誘客する大型観光キャンペーンである。

通常、3 か月ごとに対象となる地域を移し、四季を通して日本各地で開催されている。その開催回数は通算 160 回を超え、開催各地にて新たな旅の創出や提案の場を提供してきた。

なお、新潟県及び山形県における過去の DC 開催実績は、以下の通りである（2020 年 8 月末日現在）。

＜新潟県での開催実績＞

開催期間	開催地	キャッチフレーズ
2014 年 4 月 1 日（火）　～　6 月 30 日（月）	新潟	うまさ　ぎっしり　新潟
2009 年 10 月 1 日(木)　～　12 月 31 日（水）	新潟	うまさ　ぎっしり　新潟
2001 年 10 月 1 日(月)　～　12 月 31 日（月）	新潟	うるおいの新潟
1997 年 1 月 11 日(土)　～　3 月 31 日（月）	新潟	元気派　自然王国・うるおいの新潟
1993 年 7 月 1 日（木）　～　9 月 30 日（木）	新潟	うるおいの新潟
1990 年 4 月 1 日（日）　～　7 月 31 日（火）	新潟	うるおいの新潟
1985 年 4 月 1 日（月）　～　8 月 31 日（土）	群馬・新潟	ぐっと群馬・新潟
1982 年 9 月 1 日（水）　～　12 月 31 日（金）	新潟	うるおいの新潟

＜山形県での開催実績＞

開催期間	開催地	キャッチフレーズ
2014 年 6 月 14 日(土)　～　9 月 13 日（土）	山形	山形日和。
2004 年 7 月 1 日（木）　～　9 月 30 日（木）	山形	おいしい山形
2000 年 6 月 16 日(金)　～　8 月 31 日（火）	山形	四季感動のやまがた
1992 年 7 月 1 日（水）　～　9 月 30 日（水）	山形	紅花の山形路
1988 年 5 月 1 日（日）　～　8 月 31 日（水）	山形	紅花の山形路
1985 年 4 月 6 日（土）　～　8 月 25 日（日）	東北 6 県	まるごと自然―東北
1982 年 5 月 1 日（土）　～　8 月 31 日（火）	山形	紅花の山形路

出所：各種資料より株式会社日本経済研究所作成

第２章　新潟県・庄内 DC 開催概要

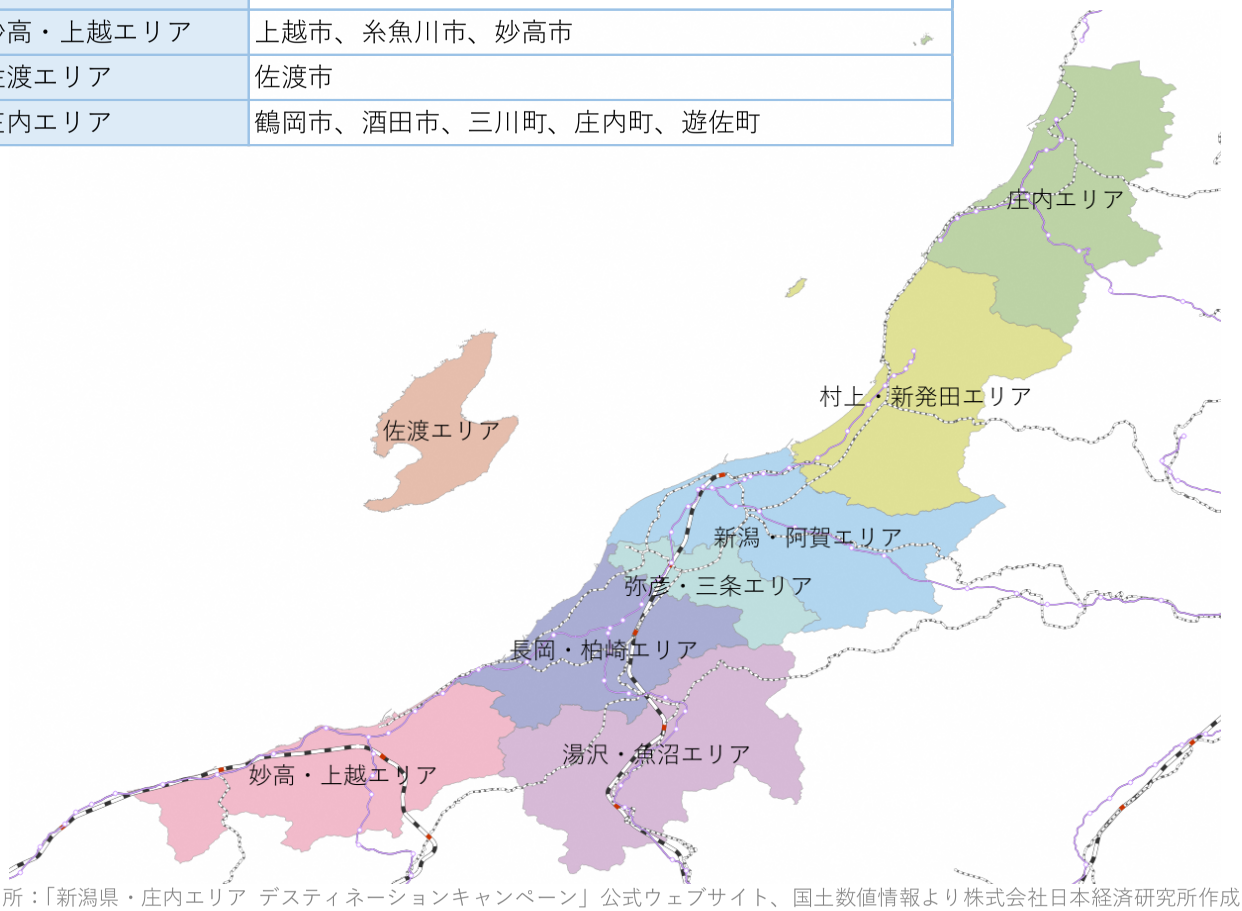
２－１　新潟県・庄内 DC とは

新潟県・庄内 DC とは、新潟県と山形県庄内エリアを対象に、「日本海美食旅（ガストロノミー）」をキャッチフレーズとし、地域（地方公共団体や企業等）と JR グループ 6 社（北海道・東日本・東海・西日本・四国・九州）が協働で取り組んだ大型観光キャンペーンである。その開催の概要を以下に示す。

（1）開催地

- 新潟県全域と山形県の庄内地域の全８エリアを対象とした。

エリア名	対象市町村名
新潟・阿賀エリア	新潟市、五泉市、阿賀野市、阿賀町
村上・新発田エリア	新発田市、村上市、胎内市、聖籠町、関川村、粟島浦村
弥彦・三条エリア	三条市、加茂市、燕市、弥彦村、田上町
長岡・柏崎エリア	長岡市、柏崎市、小千谷市、見附市、出雲崎町、刈羽村
湯沢・魚沼エリア	十日町市、魚沼市、南魚沼市、湯沢町、津南町
妙高・上越エリア	上越市、糸魚川市、妙高市
佐渡エリア	佐渡市
庄内エリア	鶴岡市、酒田市、三川町、庄内町、遊佐町



出所：「新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン」公式ウェブサイト、国土数値情報より株式会社日本経済研究所作成

（2）開催期間

- 2019 年 10 月 1 日から 2019 年 12 月 31 日までの 3 か月間。

（3）取り組み方針

- 新潟県・庄内エリアの両地域が共通する「食」「酒」等の魅力を中心に、食を育んだ歴史や伝統、暮らし、風土といった背景と、食で地域のストーリーを伝える仕組みづくりを、日本海美食旅（日本海ガストロノミー）として進める。
- 2018 年に新幹線・在来線同一ホーム乗換が実現し、利便性の向上した新潟駅を利用した新潟～庄内エリアへの周遊促進や上越・北陸の 2 つの新幹線を利用した沿線地域間の連携を強化し、新潟県と庄内エリアの広域観光流動の創造に繋がる取組を実施する。
- 訪日プロモーションにも力を入れ、2020 年の東京オリンピック・パラリンピックイヤーにおける国内外からの誘客促進につなげる。
- 本 DC の機会を最大限に生かし、その効果を短期的なものではなく、その後に続くものとしていくことが重要。官民が一体となった体制を構築し、効果的な事業展開に取り組むことで、DC を契機とした更なる交流人口の拡大に繋げる。

（4）キャッチフレーズ

- 本 DC のキャッチフレーズは、「日本海美食旅（ガストロノミー）」。
- ガストロノミーとは、食事及び料理と文化の関係を考察することをいい、「美食学」等と表現される。美味しいことを前提としながら、その土地に内包された歴史や文化を尊重し、表現し、昇華させた料理を意味する。すなわち、作る人も食べる人も、「食を通じて地域を知ること」が重要であり、目的とするものである。
- 本 DC では当該キャッチフレーズに基づき、日本海と雄大な山に育まれた新潟県・庄内エリアの豊かな食文化を発信し、旅の提案を行うこととした。

（5）ロゴマーク

- 「行きたくなる」「撮りたくなる」「シェアしたくなる」をテーマに、日本海の「波」とカメラのシャッターをモチーフとしたデザインに、それぞれの地域をイメージした鮮やかな「日本海彩色」でまとめたものとした。

ロゴ：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会

（6）推進体制

- 「新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン」推進協議会（事務局：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会）が構築され、本 DC が推進された。
- 「新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン」推進協議会の構成員は以下の通り。

＜「新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン」推進協議会　構成員＞

顧問	新潟県知事、山形県知事、東日本旅客鉄道株式会社新潟支社長
総合プロデューサー	岩佐十良
会長	新潟県観光協会長
副会長	新潟県観光協会副会長（新潟県旅館組合理事長）、 山形県推進部会長（鶴岡市長）
新潟県推進部会	「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会
山形県推進部会	「新潟県・庄内エリア DC」推進協議会山形県推進部会

出所：「新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン」公式ウェブサイト

（7）協賛団体

本 DC は、以下の全 153 団体からの協賛を受けて開催された。

区分	団体名
宿泊業界	新潟県旅館ホテル組合
	ANAクラウンプラザホテル新潟
	（株）新潟グランドホテル
	ホテル日航新潟
	新潟東映ホテル
	ホテルサンルート新潟
	（株）当間高原リゾート
	ニュー・グリーンピア津南
	ラマダホテル新潟
交通業界	東日本旅客鉄道（株）新潟支社
	西日本旅客鉄道(株)金沢支社
	北越急行（株）
	東日本高速道路(株)新潟支社
	日本航空(株)新潟支店
	全日本空輸（株）新潟支店
	佐渡汽船（株）
	新潟空港ビルディング（株）
	（公社）新潟県バス協会
	（一社）新潟県ハイヤー・タクシー協会
旅行業界	JTB新潟支店
	（株）日本旅行 新潟支店
	近畿日本ツーリスト（株）新潟支店
	東武トップツアー（株）新潟支店
	（株）農協観光　新潟支店
	愛宕商事（株）
	（一社）新潟県旅行業協会
マスコミ	（株）新潟日報社
	（株）読売新聞社新潟支局
	（株）朝日新聞社新潟総局
	（株）毎日新聞社新潟支局
	（株）産業経済新聞社新潟支局
	（株）日本経済新聞社新潟支局
	（株）新潟放送
	NST
	（株）テレビ新潟放送網
	（株）新潟テレビ21
	（株）エフエムラジオ新潟
経済団体	新潟経済同友会
	（一社）新潟県商工会議所連合会
	新潟県商工会連合会
	新潟県中小企業団体中央会
	（公財）にいがた産業創造機構
銀行団体	（株）第四銀行
	（株）北越銀行
	（株）大光銀行
農林水産業	新潟県農業協同組合中央会
食品産業	新潟県酒造組合
	新潟県すし商生活衛生同業組合
	キリンビール（株）新潟支社
	サッポロビール（株）関信越本部新潟統括支社
	（株）新潟ふるさと村
	寺泊海岸通り魚商組合
	山崎製パン（株）新潟工場
	アジカル（株）
その他	新潟県立歴史博物館
	新潟県フィルムコミッション協議会
	日本中央競馬会新潟競馬場
	日本海フィッシャーマンズケープ
	ALSOK 新潟綜合警備保障（株）
	（株）パブリシティコア
	（株）ムラオ
	（株）東亜新潟支店

区分	団体名
行政	新潟県
	山形県
	新潟市
	長岡市
	上越市
	三条市
	柏崎市
	新発田市
	小千谷市
	加茂市
	十日町市
	見附市
	村上市
	燕市
	糸魚川市
	妙高市
	五泉市
	阿賀野市
	佐渡市
	魚沼市
	南魚沼市
	胎内市
	聖籠町
	弥彦村
	田上町
	阿賀町
	出雲崎町
	湯沢町
	津南町
	刈羽村
	関川村
	粟島浦村
	新潟県市長会
	新潟県町村会
	鶴岡市
	酒田市
	三川町
	庄内町
	遊佐町
	北陸信越運輸局
	（公財）新潟観光コンベンション協会
	新津観光協会
	新潟市南区観光協会
	新潟市北区観光協会
	岩室温泉観光協会
	（一社）長岡観光コンベンション協会
	与板観光協会
	和島観光協会
	寺泊観光協会
	（一社）栃尾観光協会
	越路観光協会
	山古志観光協会
	中之島観光協会
	（公社）上越観光コンベンション協会
	安塚観光協会
	柿崎観光協会
	大潟観光協会
	名立観光協会
	三条観光協会
	（一社）柏崎観光協会
	西山町観光協会
	高柳町観光協会

区分	団体名
行政	（一社）新発田市観光協会
	月岡温泉観光協会
	小千谷観光協会
	加茂市観光協会
	（一社）十日町市観光協会
	見附市観光物産協会
	村上市観光協会
	（一社）燕市観光協会
	（一社）糸魚川市観光協会
	（一社）妙高市観光協会
	咲花温泉観光協会
	（一社）五泉市観光協会
	（一社）佐渡観光交流機構
	阿賀野市観光協会
	（一社）魚沼市観光協会
	（一社）南魚沼市観光協会
	（一社）胎内市観光協会
	聖籠町観光協会
	（一社）弥彦観光協会
	たがみ湯っ旅ガイド（田上町観光協会）
	（一社）阿賀町観光協会
	出雲崎町観光協会
	川口観光協会
	（一社）湯沢町観光協会
	津南町観光協会
	関川村観光協会
	（一社）粟島観光協会
	やまがた観光キャンペーン推進協議会
	庄内観光コンベンション協会

出所：「新潟県・庄内エリア
デスティネーションキャンペーン」
公式ウェブサイト等より株式会社日
本経済研究所作成

２－２　会期中に開催された主なイベント

（1）DC オープニングイベント

1）DC 乾杯イベント

日本酒の日でもある 10 月 1 日が「酒の国にいがたの日」に制定されたのが 2015 年。以降、毎年実施されている記念イベントと、本 DC とのコラボレーションにて実施されたものが、「DC 乾杯イベント」である。新潟・長岡・酒田の 3 カ所に会場を設置し、２時間にわたって開催された本イベントへの参加者数は、平日にも関わらず約 900 人を数え、大盛況のうちに終了した。以下は、新潟会場で行われたイベントの開催概要である。

＜「DC 乾杯イベント」開催概要＞

名　　称	酒の国にいがたの日	
開　催　日	2019 年 10 月 1 日（火）	
時　　間	開場 17:30　　一斉乾杯 18:00　　（19:30 終了）	
会　　場	新潟（新潟駅南口広場）	
料　　金	試飲チケット（７枚つづり）1,000 円（税込）　※700 枚限定販売	
主　　催	「新潟県・庄内エリア DC」推進協議会・新潟県酒造組合	
協　　力	・亀田製菓株式会社 ・一般社団法人日本バーテンダー協会関越統括本部 ・	 写真：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会
概　　要	・新潟県内の日本酒及び郷土料理の振舞い ・新潟県内の日本酒及びカクテルの有料試飲（要試飲チケット購入） ・試飲チケット購入者にオリジナルお猪口進呈 ・蔵人及び清酒の伝道師「金の達人」の参加　等	

出所：「新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン」公式ウェブサイト

2）DC オープニングイベント

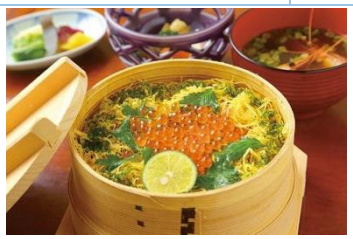
DC 開始後初の週末となる 2019 年 10 月 5 日（土）、オープニングセレモニーが執り行われた。会場は新潟駅南口を予定していたが、台風 18 号の余波による強風のため、急遽、新潟駅構内南口踊り場に変更となった。新潟・山形両県知事をはじめとした多数の出席者のもと、DC 推進協議会長・髙橋正氏によるテープカットで幕を切った。

その後、新潟駅南口広場を会場として、新潟県及び山形県庄内エリアのガストロノミー料理を振る舞うイベントが開催され、オープニングセレモニー終了後にはステージイベントも行われた。

なお、本イベントにて無料提供された料理数は約 3,300 食に上った。

＜「DC オープニングイベント」開催概要＞

名　　称	DC オープニングイベント
開　催　日	2019 年 10 月 5 日（土）
時　　間	・オープニングセレモニー11:00～ ・ガストロノミー料理の振る舞い 11:45～　※無くなり次第終了 ・大人の休日倶楽部「趣味の会」フェスティバル 12：30～16:00
会　　場	新潟駅南口広場
料　　金	無料
提　　供 メ ニ ュ ー	【新潟・阿賀エリア】炊き込みご飯、ごせん桜うどん、鮭の焼漬
	【村上・新発田エリア】自分で作るお好み鮭御膳
	【弥彦・三条エリア】釜めし、やひこ娘イカメンチ
	【長岡・柏崎エリア】鯛茶漬け、番屋汁
	【湯沢・魚沼エリア】きりざい丼、けんちん汁、かぐら南蛮味噌
	【妙高・上越エリア】押し寿司、笹ずし、あんこう汁
	【佐渡エリア】佐渡産サラダのカクテル仕立て、佐渡牛乳と佐渡産フルーツのブランマンジェ、佐渡 5 種の酒蔵
	【庄内エリア】芋煮、庄内浜柿葉寿司、月山ワイン、玉こんにゃく、庄内柿、庄内産食材の洋菓子
備　　考	新潟・庄内の食と景観を楽しむ列車「海里（KAIRI）」出発セレモニー 同日開催（9:30～10:15）



出所：「新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン」公式ウェブサイト、写真：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会

（2）DC シンボルイベント

1）ガストロキッチン in 新潟・庄内 2019

「日本海美食旅（ガストロノミー）」のコンセプトに基づいた“食のメニュー”を提供する飲食店 100 店舗が参加し、期間限定の特別企画や各店舗自慢の食のストーリーが繰り広げられた。

ガストロキッチン開催記念として「お食事券プレゼントキャンペーン」も実施され、参加飲食店は数多くの観光客で賑わった。販売食数は計 10,000 食を超え、利用者数は 15,000 人を超えた。

＜「ガストロキッチン in 新潟・庄内 2019」開催概要＞

名　　称	ガストロキッチン in 新潟・庄内 2019 ロゴ：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会
開 催 期 間	2019 年 10 月 1 日（火）～11 月 24 日（日）　55 日間
参加店舗数	100 店舗 【新潟・阿賀エリア】20 店舗、【村上・新発田エリア】12 店舗、 【弥彦・三条エリア】11 店舗、【長岡・柏崎エリア】15 店舗、 【湯沢・魚沼エリア】14 店舗、【妙高・上越エリア】11 店舗、 【佐渡エリア】4 店舗、【庄内エリア】13 店舗

出所：「新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン」公式ウェブサイト

なお、各エリアにおける販売食数及び利用者数は以下の通り報告されており、販売食数及び利用者数ともに、湯沢・魚沼エリアが最も多かった。次いで、販売食数では庄内エリア及び新潟・阿賀エリアが多く、利用者数では弥彦・三条エリア及び庄内エリアが多い結果となった。

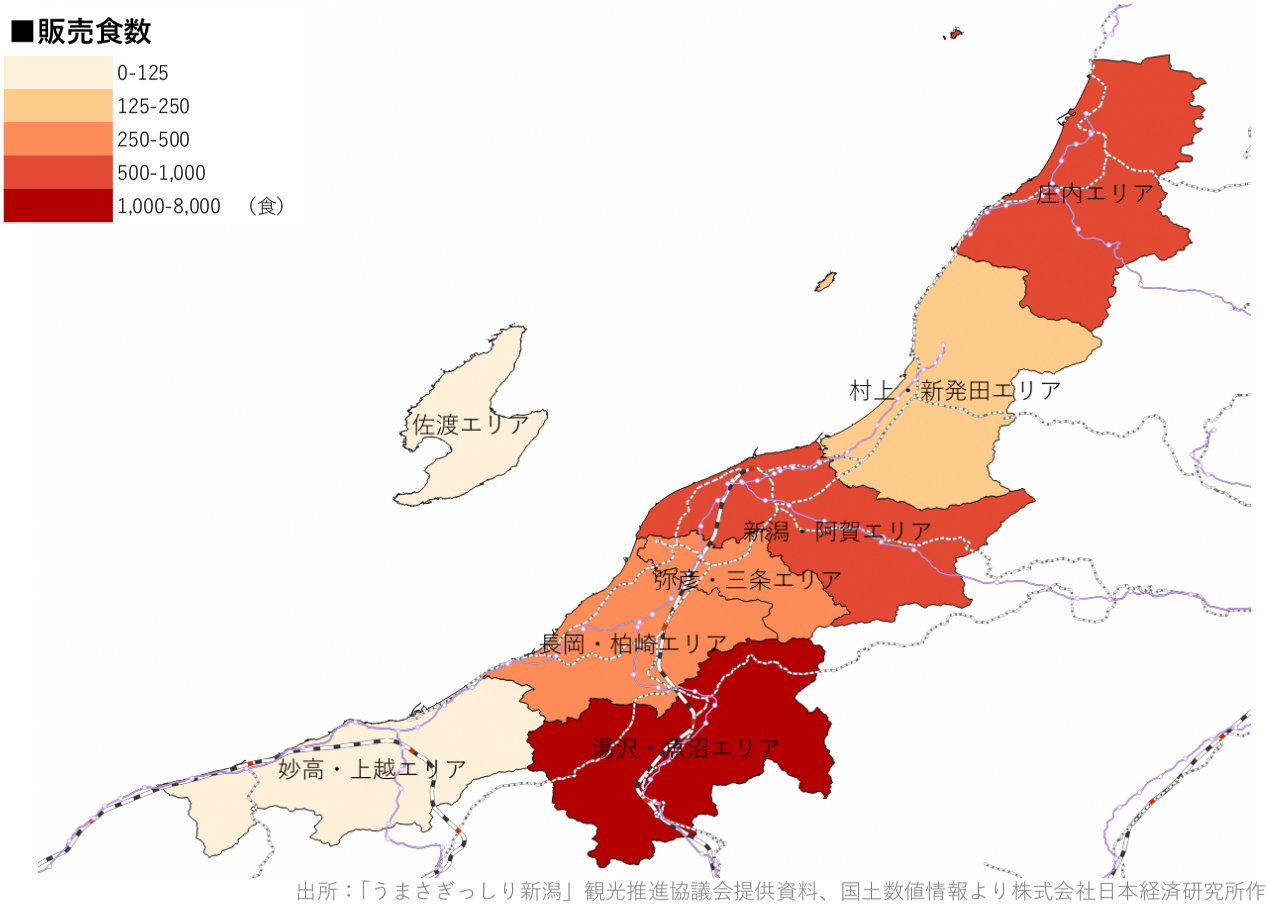
＜各エリアにおける販売食数及び利用者数＞

エリア名	販売食数（食）	利用者数（人）
新潟・阿賀エリア	722	546
村上・新発田エリア	227	100
弥彦・三条エリア（注）	361	3,540
長岡・柏崎エリア	260	260
湯沢・魚沼エリア	7,591	7,353
妙高・上越エリア	33	43
佐渡エリア	57	57
庄内エリア（注）	850	3,537
合計	10,101	15,436

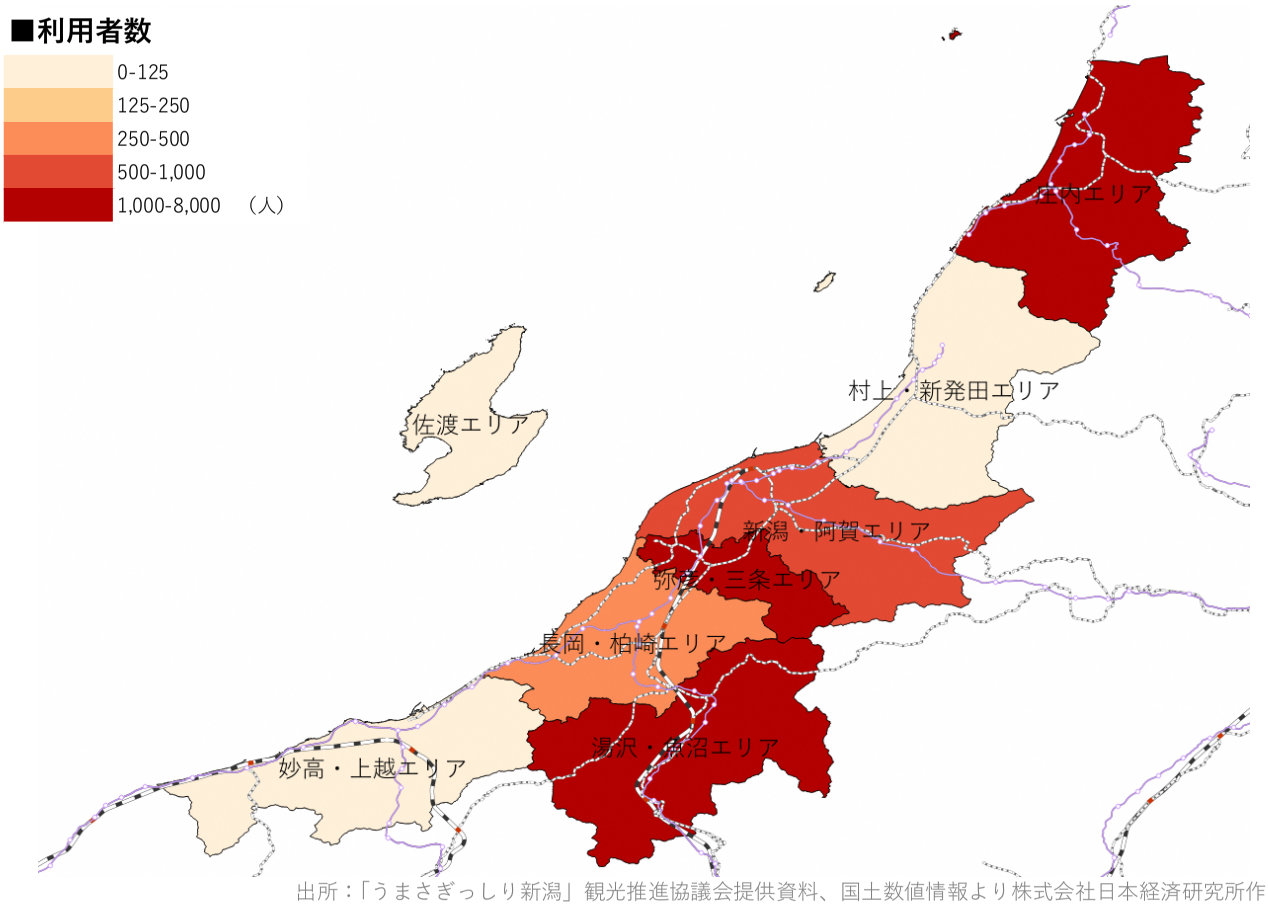
（注）販売食数と利用者数に大きな乖離があるエリアには、食の提供を受けなくても利用可能な施設が含まれている。
例：燕三条ワシントンホテル 銀座（弥彦・三条エリア）、羽黒山参籠所 斎館（庄内エリア）

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料より株式会社日本経済研究所作成

＜販売食及び利用者の分布＞



出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料、国土数値情報より株式会社日本経済研究所作成



出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料、国土数値情報より株式会社日本経済研究所作成

2）うまさぎっしり博 2019 in JRA 新潟競馬場

「日本海グルメの競演」をテーマに掲げ、新潟県及び山形県のグルメを一堂に会した食の祭典。本 DC のシンボルイベントとして開催される予定であった本イベントは、台風 19 号のため中止となった。なお、予定されていた開催の概要は、以下の通りである。

＜－中止－「うまさぎっしり博 2019 in JRA 新潟競馬場」開催概要＞

名　　称	新潟うまさぎっしり博 2019 in JRA 新潟競馬場			
主　　催	新潟うまさぎっしり博実行委員会 （構成団体：公益財団法人新潟県観光協会、新潟県、新潟市、「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会、株式会社新潟放送、株式会社ニューズ・ライン）			
共　　催	日本中央競馬会新潟競馬場			
開催期間	2019 年 10 月 12 日（土）・10 月 13 日（日）　9:30～17:00			
会　　場	JRA 新潟競馬場（新潟市北区笹山 3490）			
入場料	無料			
協　　賛	山形県、サッポロビール（風味爽快ニシテ）、エースコック、ヤスダヨーグルト、新潟東映ホテル、コープにいがた、コープクルコ、万代シルバーホテル			
来場者数実績	開催年度（年度）	開催地	グルメ出展数（件）	来場者数（千人）
	2008	朱鷺メッセ	34	30
	2009	朱鷺メッセ	39	57
	2010	朱鷺メッセ	31	37
	2011	朱鷺メッセ	42	38
	2012	朱鷺メッセ	25	40
	2013	朱鷺メッセ	31	30
	2014	朱鷺メッセ	36	38
	2015	朱鷺メッセ	48	36
	2016	JRA 新潟競馬場	32	40
	2017	JRA 新潟競馬場	48	36

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料より株式会社日本経済研究所作成

台風 19 号は、10 月 6 日に南鳥島近海で発生し、10 月 12 日 19 時前に大型で強い勢力で伊豆半島に上陸。その後、関東地方を通過し、10 月 13 日 12 時に日本の東で温帯低気圧に変わったものである。この台風の接近により、新潟県内では 10 月 12 日から 13 日にかけて大雨となり、12 日 19 時 50 分に上越市、妙高市、糸魚川市に大雨特別警報が発表された。また、JR 東日本では、上越新幹線の運行を 12 日午後から 13 日朝まで見合わせた。北陸新幹線は、長野新幹線車両センターが浸水被害を受け、当時、再開の目途が立っていない状況にあった。新潟県内の在来線は、12 日の 14 時過ぎから全線で運転を見合わせ、13 日昼前後に一部の運転が再開された。首都圏の在来各線にも、運転見合わせが相次いだ。

以上の影響により、行楽期である 10 月の客足に伸びを期待することが難しい状況にあったことを付記するとともに、今後の DC 開催においては自然災害を含む環境変化への対応も、考慮する必要性があろう。

（3）DC 関連イベント

1）新潟・庄内うまさぎっしりスタンプラリー

本 DC 開催地域への旅行の動機づくりとリピーターの増加、周遊観光の促進を図るため、道の駅や観光関連施設等にスタンプを設置。スタンプ数に応じた賞品を抽選により進呈した。スタンプラリー参加施設で利用できる共通クーポン券と引き換えに、特典（割引やプレゼント）が受けられるサービスも提供した。以下が、その開催概要である。

なお、スタンプラリー抽選応募数は約 7,400 件、共通クーポン券利用数は約 20,000 件であった。

＜「新潟・庄内うまさぎっしりスタンプラリー」開催概要＞

名　　称	新潟・庄内うまさぎっしりスタンプラリー
開 催 期 間	2019 年 9 月 1 日（日）～12 月 1 日（日）
主　　催	「新潟県・庄内エリア DC」推進協議会
共　　催	・東日本高速道路株式会社 新潟支社 ・東日本旅客鉄道株式会社 新潟支社 ・株式会社 JTB
協　　力	・佐渡汽船株式会社
参 加 施 設	観光関連施設（一般参加施設）：142 施設 【新潟・阿賀エリア】22 施設、　【村上・新発田エリア】18 施設、 【弥彦・三条エリア】16 施設、　【長岡・柏崎エリア】25 施設、 【湯沢・魚沼エリア】25 施設、　【妙高・上越エリア】12 施設、 【佐渡エリア】 7 施設、　【庄内エリア】17 施設
	NEXO 東日本新潟支社管轄の SA・PA：27 施設
	DC 特別スタンプ設置：計 16 か所 ・「のって楽しい列車」：2 編成 ・主要駅周辺観光案内所：10 か所 ・佐渡汽船カーフェリー発着：4 港
	「JTB るるぶトラベル」が造成する特別宿泊プラン決定県内宿泊施設
実施内容	・参加施設でスタンプを集めるスタンプラリー（集めたスタンプの数及び種類に応じて抽選で賞品が当たる企画） ・参加施設で使えるお得な共通クーポン券の持参による特典の提供

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等より株式会社日本経済研究所作成

① スタンプラリー

スタンプラリーへの応募条件及び応募状況を以下に示す。

応募条件としてスタンプ数 25 個（完遂）が必要な A 賞への応募が 2,396 件と全体の 1/3 弱を占めており、応募に求められるスタンプ数が最も少ない（5 個以上の）C 賞 3,103 件に次いで多かった。

応募経路としてハガキとスマホが用意されたが、ハガキによる応募が圧倒的に多く、全体の 9 割以上を占めた。この要因の一つに、応募者の年齢層が比較的高いことが挙げられる。

＜応募条件＞

	応募条件	当選者数（人）	賞品概要
A 賞	スタンプ数 25 個（完遂） （B・C 賞の抽選も対象）	1	5,000 円相当の新潟県・庄内の季節の特産品（月 1 回×12 回発送）
B 賞	スタンプ数 15 個以上 （C 賞の抽選も対象）	10	新潟県・庄内エリア内の旅館の平日限定ペア宿泊券（1 泊 2 食付）
C 賞	スタンプ数 5 個以上	480	参加施設からの提供品
ﾊｲｳｪｲ賞	A 賞の抽選に外れ、かつ、 ＜SA・PA スタンプ＞が 1 個以上	300	オリジナルクオカード 500 円分
DC 特別賞	A 賞の抽選に外れ、かつ、 ＜DC 特別スタンプ＞が 1 個以上	20	オリジナルクオカード 1,000 円分

＜賞品別及び経路別応募者数及び構成比＞

賞品 / 経路	A 賞（人）				B 賞（人）	C 賞（人）	失格（人）	計（人）	構成比
	ﾊｲｳｪｲ賞	DC 特別賞	ﾊｲｳｪｲ賞 DC 特別賞	単独					
ハガキ	49	34	2,076	4	1,577	2,971	205	6,916	93.7%
スマホ	199	3	28	3	103	132	－	468	6.3%
計	248	37	2,104	7					
	2,396				1,680	3,103	205	7,384	100.0%
構成比	32.4%				22.8%	42.0%	2.8%	100.0%	

＜年齢層別応募者数及び構成比＞

年齢階層	応募者数（人）	構成比	年齢階層	応募者数（人）	構成比
0～9 歳	315	4.27%	50～59 歳	1,553	21.03%
10～19 歳	318	4.31%	60～69 歳	1,318	17.85%
20～29 歳	673	9.11%	70 歳～	848	11.48%
30～39 歳	999	13.53%	不明	61	0.83%
40～49 歳	1,299	17.59%	合計	7,384	100.00%

＜性別応募者数及び構成比＞

性別	応募者数（人）	構成比	性別	応募者数（人）	構成比
男	3,317	44.92%	不明	1	0.01%
女	4,066	55.07%	合計	7,384	100.00%

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等より株式会社日本経済研究所作成

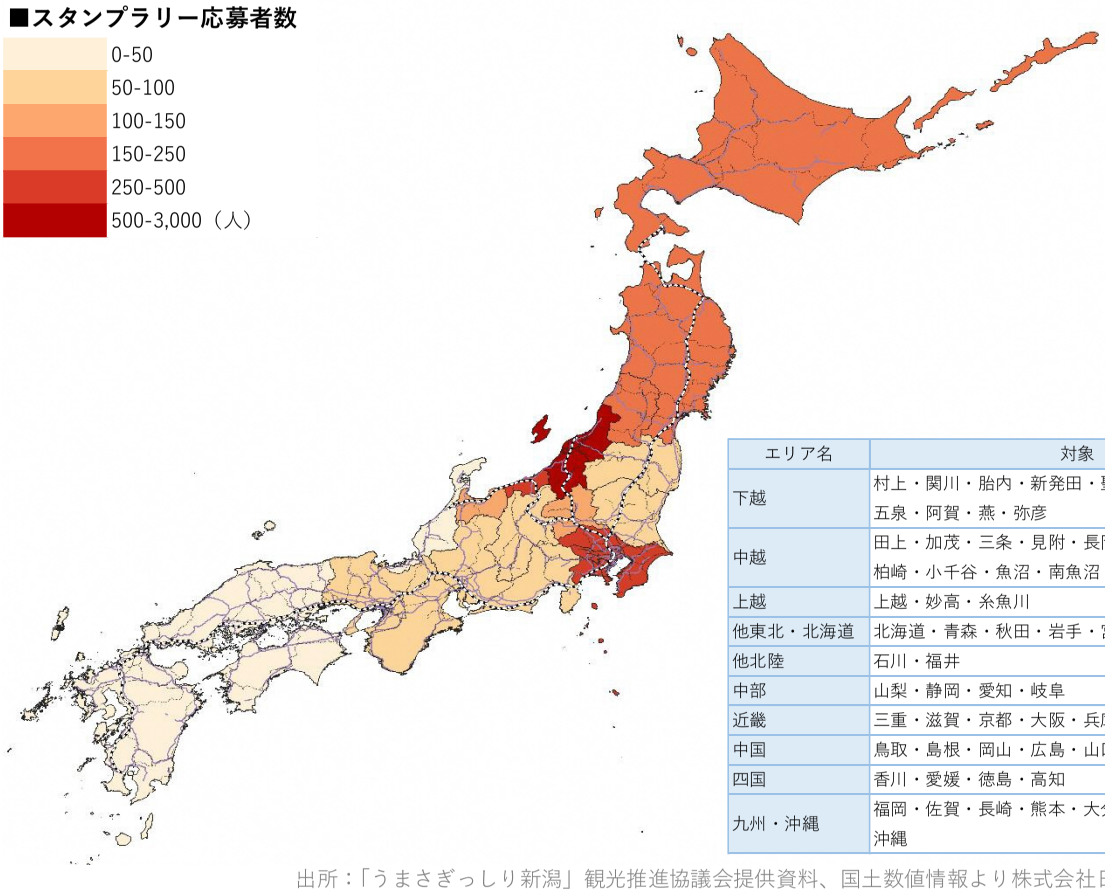
なお、スタンプラリーへの応募者の住所地属性を以下に示す。
新潟県内からの応募者が全体の約 3/4 を占め、首都圏や近隣県などからの応募者も多数見られた。新潟県内からの応募は、新潟市及び中越エリアからの応募が多く、両エリア合わせて新潟県全体の 3/4 以上を占めた。応募者の分布をみると、上越新幹線の沿線エリアが比較的多かった。この傾向は、人口 100 万人当たりの PV 数でも同様であった。

＜住所地別スタンプラリー応募者数及び構成比＞

エリア	応募者数（人）	構成比（%）
新潟県	5,541	75.04
新潟市	2,223	30.11
下越・佐渡	1,003	13.58
中越	2,003	27.13
上越	312	4.23
東京都	302	4.09
埼玉県	274	3.71
神奈川県・千葉県	269	3.64
山形県	168	2.28
他東北・北海道	161	2.18
群馬県	111	1.50
富山県	101	1.37

エリア	応募者数（人）	構成比（%）
中部	92	1.25
近畿	91	1.23
福島県	68	0.92
長野県	68	0.92
栃木県・茨城県	68	0.92
他北陸	29	0.39
九州・沖縄	25	0.34
中国	15	0.20
四国	1	0.01
未記入	0	0.00
合計	7,384	100.00

＜スタンプラリー応募者の分布＞



エリア名	対象
下越	村上・関川・胎内・新発田・聖籠・新潟・阿賀野・五泉・阿賀・燕・弥彦
中越	田上・加茂・三条・見附・長岡・ 出雲崎・刈羽・柏崎・小千谷・魚沼・南魚沼・湯沢・十日町・津南
上越	上越・妙高・糸魚川
他東北・北海道	北海道・青森・秋田・岩手・宮城
他北陸	石川・福井
中部	山梨・静岡・愛知・岐阜
近畿	三重・滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山
中国	鳥取・島根・岡山・広島・山口
四国	香川・愛媛・徳島・高知
九州・沖縄	福岡・佐賀・長崎・熊本・大分・宮崎・鹿児島・沖縄

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料、国土数値情報より株式会社日本経済研究所作成

② 共通クーポン券

共通クーポン券とは、スタンプラリー参加施設に持参することで特典（割引やプレゼント等）が受けられるものである。入手方法は、スタンプラリーブック（綴じ込み）、スタンプラリー専用 Web サイト（要プリントアウト）に加え、新潟県観光協会の LINE 公式アカウントからも入手が可能。

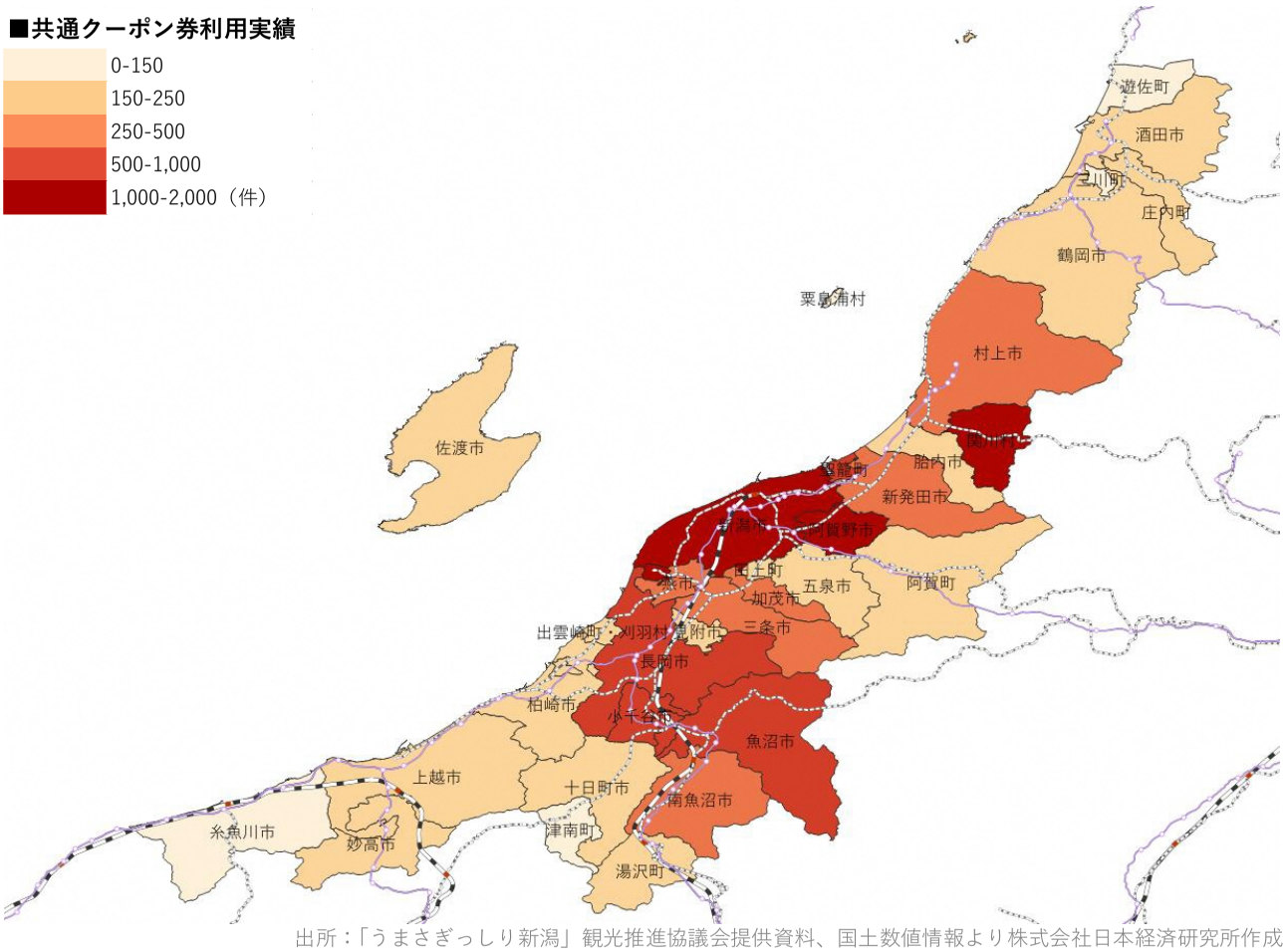
利用総数は 19,781 件で、全エリアを通しての最多利用施設は「桂の関温泉ゆ～む」であった。また、エリア別最多利用施設を見ると、温泉施設が最多となったエリアが半数を占めた。

利用実績の分布をみると、新潟市、阿賀野市等を中心に、数多く利用されたことがわかる。

＜エリア別最多利用施設＞

エリア名	施設名	利用件数（件）
新潟・阿賀エリア	ピア Bandai	878
村上・新発田エリア	桂の関温泉ゆ～む	1,522
弥彦・三条エリア	弥彦桜井郷温泉さくらの湯	1,287
長岡・柏崎エリア	寺泊きんぱちの湯	522
湯沢・魚沼エリア	永林寺	440
妙高上越・エリア	道の駅あらいくびき野情報館	136
佐渡エリア	両津ターミナル売店	59
庄内エリア	いろり火の里なの花温泉「田田」	142
利用総数		19,781

＜共通クーポン券利用実績の分布＞

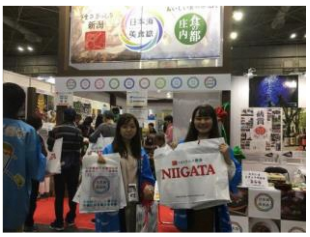


出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料、国土数値情報より株式会社日本経済研究所作成

2）ツーリズム EXPO ジャパン 2019

2019 年 10 月 24 日（木）～27 日（日）、インテックス大阪にて開催された「ツーリズム EXPO ジャパン 2019」（以下、「本 EXPO」）に出展した。10 月 24 日、25 日はブース内において観光商談を実施し、旅行会社やメディア関係者等を対象に、本 DC に係る情報を発信した。

なお、本 EXPO への総来場者数は 15 万人を超えた。

名　　称	ツーリズム EXPO ジャパン
会　　場	インテックス大阪
開催期間	2019 年 10 月 24 日（木）～10 月 27 日（日）
内　　容	・上越新幹線活性化同盟会、新潟県スキー場協議会、魚沼市等との共同出展 ・上越新幹線沿線の観光や新潟県のスキー場の情報等も合わせた、新潟県及び山形県庄内エリアの魅力の発信 

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等より株式会社日本経済研究所作成

（4）DC ファイナルイベント

本 DC の閉幕を 2 週間後に控えた 2019 年 12 月 14 日（土）と 15 日（日）に、本 DC の開催に合わせて運行された、専用臨時列車の乗客をもてなす DC ファイナルイベントが開催された。沿線駅では横断幕が掲げられ、主要駅では観光関係者による出迎えや見送り、ジュースや地酒の振る舞い等により歓待した。

なお、専用臨時列車への乗車数は、羽越線が 96 人、上越線が 102 人、信越線が 98 人であった。

名　　称	DC ファイナルイベント
開催期間	2019 年 12 月 14 日（土）～12 月 15 日（日）
内　　容	・臨時列車の乗客をもてなす各種歓待イベント

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等より株式会社日本経済研究所作成

２－３　広告・宣伝活動

（1）DC ガイドブック

1）DC 公式ガイドブック

DC 公式ガイドブックは、新潟県・山形県庄内エリアの食を中心とした観光情報を収載した、A4 判 32 ページにわたる解説書である。850 千部を作成。JR 6 社の主要駅を中心に、主要観光施設、SA・PA への設置に加え、本 DC 開催地並びに首都圏及び関西圏でのイベント等にて配布した。

＜DC 公式ガイドブック（一部抜粋）＞

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等

2）DC エリアガイドブック

DC エリアガイドブックは、本 DC 開催地の全 8 エリア別に作成した解説書で、「食」を中心とした観光情報を掲載。本 DC 開催地並びに首都圏及び関西圏のイベント等にて 130 千部を配布した。

＜DC エリアガイドブック（一部エリア）＞

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等

（2）ポスター

1）DC５連ポスター

DC５連ポスターは、DC 開催８エリア中５エリアを対象に紹介したもの。2,000 セット作成し、各所に掲出した。

＜DC５連ポスター＞

新潟・阿賀エリア　　：「湊町の粋」
村上・新発田エリア　：「川の賜物」
湯沢・魚沼エリア　　：「雪国の美」
佐渡エリア　　：「島の至宝」
庄内エリア　　：「修験の光」

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等

2）DC 月替りポスター

DC 月替りポスターは、月ごとに紹介エリアを変えながら 5,950 セット作成し、各所に掲出した。

＜DC 月替りポスター＞

2019 年 9 月	10 月	11 月	12 月

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等

（3）「にいがた観光ナビ」への特設サイト開設

本 DC の開催を翌年に控えた 2018 年 9 月 3 日、「にいがた観光ナビ」は全面リニューアルされ、本 DC の共同開催地である山形県庄内エリアの観光情報を掲載するとともにスマホ最適化を図る等の対応を行った。あわせて「DC 特設サイト」を開設し、DC に係る情報発信を強化した。

＜DC 特設サイト＞

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等

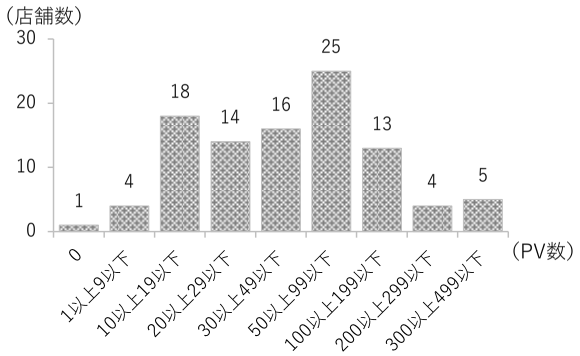
「DC 特設サイト」の利用状況を、本 DC シンボルイベントの一つ「ガストロキッチン in 新潟・庄内 2019」に参加した 100 店舗のウェブサイトに対する PV 数から調査した結果、本 DC 開催期間中に、全エリア合計で約 7,700 回、最多 PV 数を記録した店舗には 499 回の閲覧があった。特に、新潟・阿賀エリアや庄内エリアに PV 数の多い飲食店が多かった。

以下は、PV 数 200 回以上の店舗と、全エリア及びエリア別にみた PV 数別店舗の分布である。

＜全エリア：PV 数 200 回以上の店舗＞

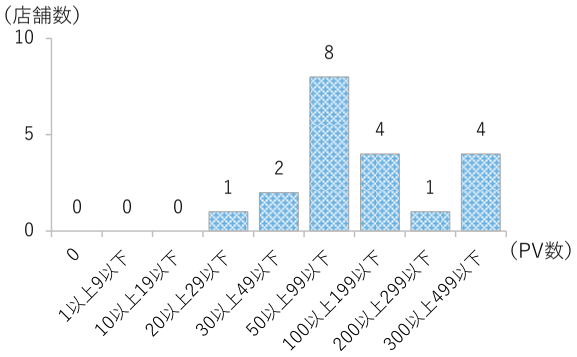
エリア	名称	分類	PV数
新潟・阿賀	兄弟寿し	すし	499
新潟・阿賀	SUSHI喬山	すし	337
新潟・阿賀	割烹　渡辺	割烹	316
庄内	寿し割烹　こい勢	すし	314
新潟・阿賀	日本料理　行形亭	日本料理	304
新潟・阿賀	Fiorita～フィオリータ～	イタリアン	298
庄内	アル・ケッチァーノ	イタリアン	230
庄内	羽黒山参籠所　斎館	精進料理	219
庄内	Restaurant　Nico	フレンチ	207

＜全エリア：PV 数別店舗数＞

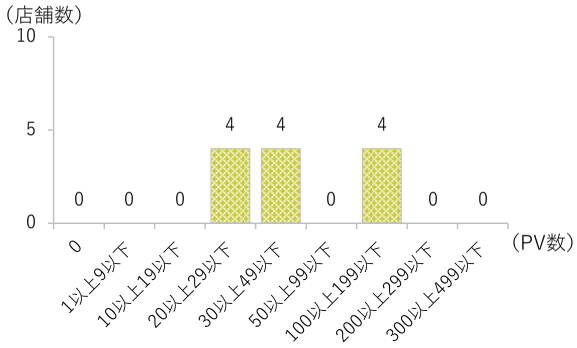


出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等より株式会社日本経済研究所作成

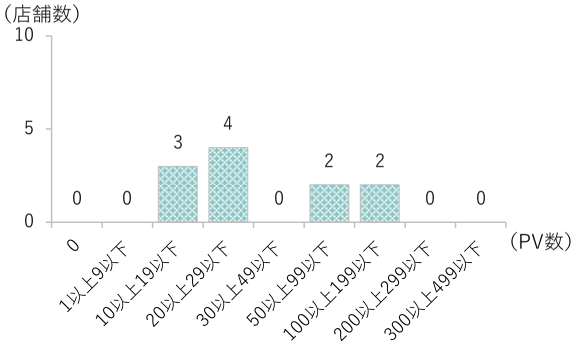
＜新潟・阿賀エリア：PV 数別店舗数＞



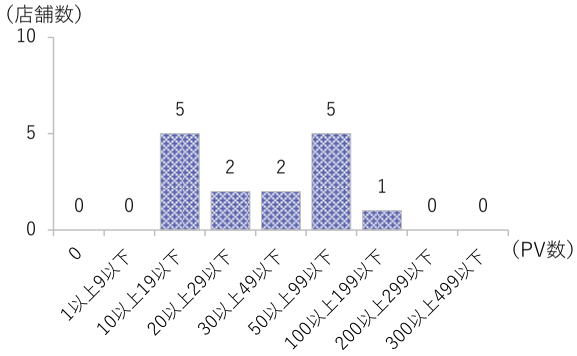
＜村上・新発田エリア：PV 数別店舗数＞



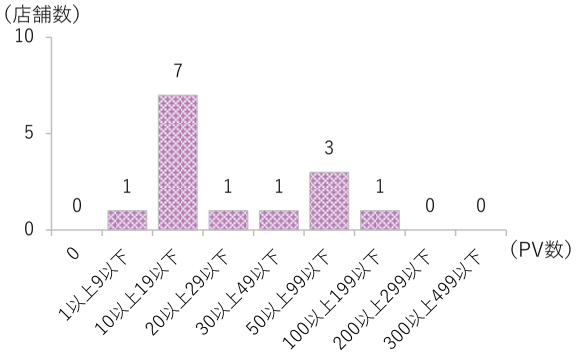
＜弥彦・三条エリア：PV 数別店舗数＞



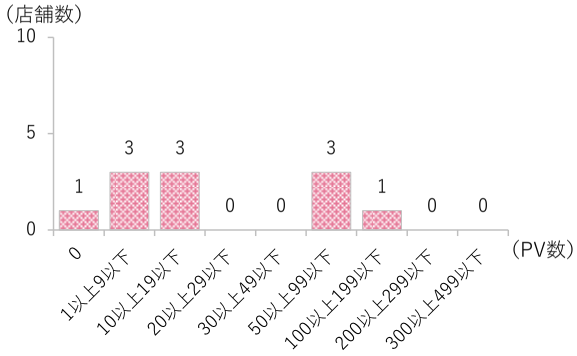
＜長岡・柏崎エリア：PV 数別店舗数＞



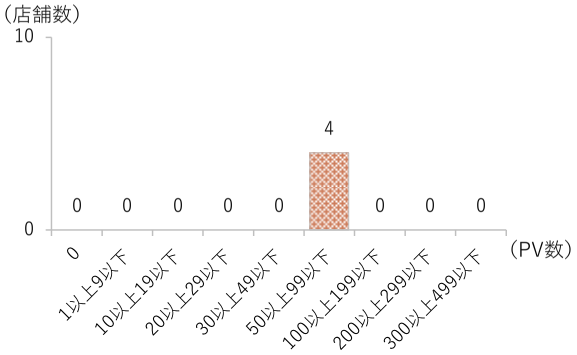
＜湯沢・魚沼エリア：PV 数別店舗数＞



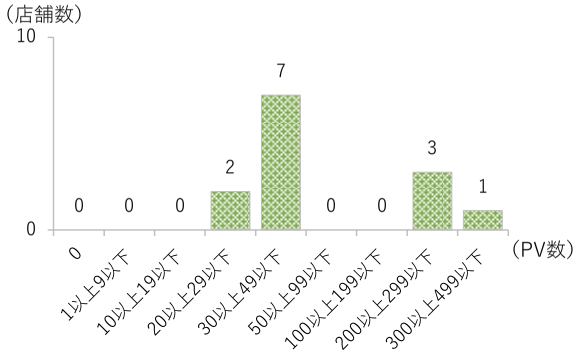
＜妙高・上越エリア：PV 数別店舗数＞



＜佐渡エリア：PV 数別店舗数＞



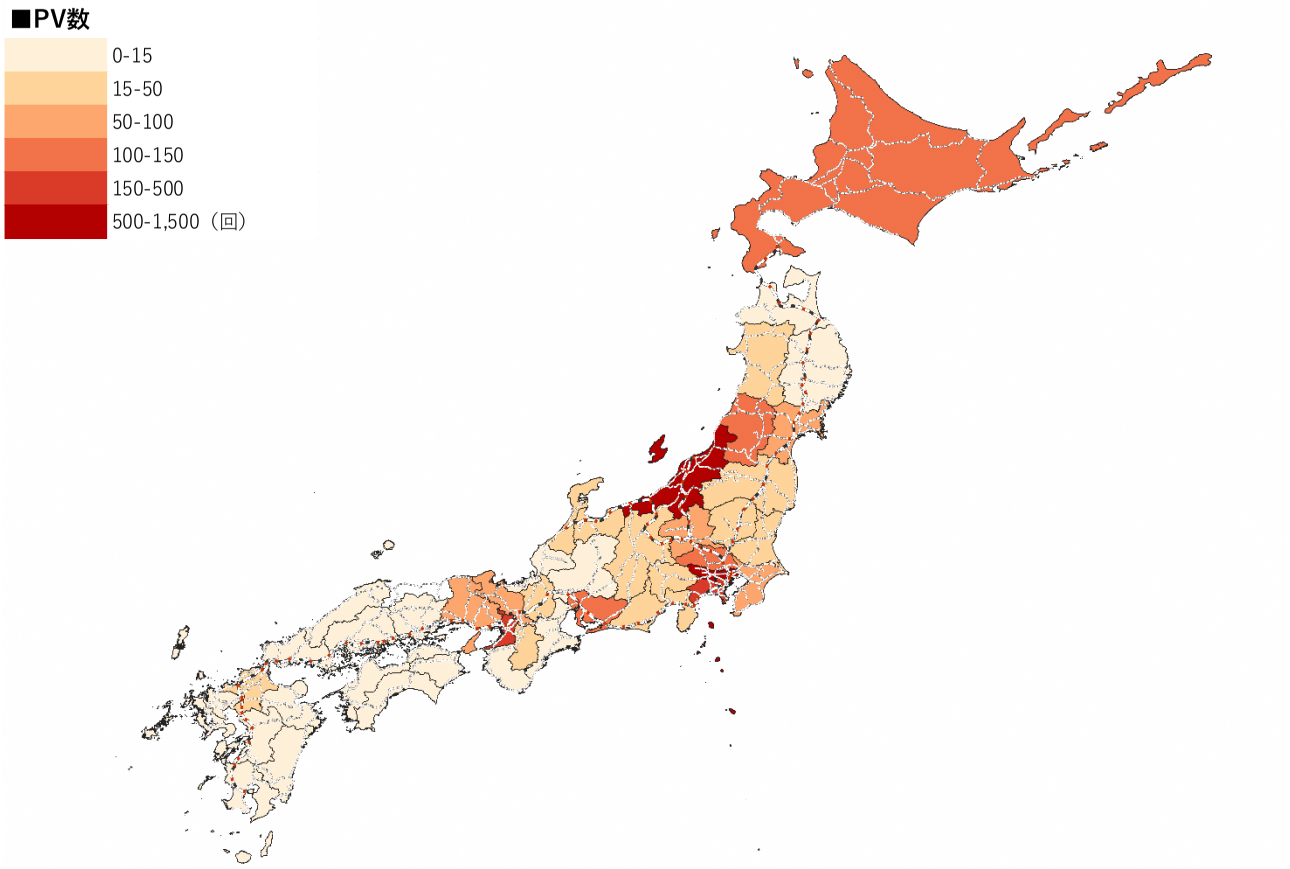
＜庄内エリア：PV 数別店舗数＞



出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等より株式会社日本経済研究所作成

なお、各都道府県からの PV 数をみると、新潟県や、首都圏及び大阪府、愛知県といった大都市圏からの PV 数が多く、加えてスタンプラリーへの応募者の分布と同様、上越新幹線の沿線エリアからが比較的多かった。

＜各都道府県からの PV 数＞



都道府県	PV 数（回）
東京都	1,435
新潟県	1,398
大阪府	463
神奈川県	368
埼玉県	143
山形県	135
愛知県	119
北海道	111
京都府	82
宮城県	79
兵庫県	74
千葉県	73

都道府県	PV 数（回）
群馬県	54
栃木県	45
茨城県	38
長野県	37
福島県	35
滋賀県	30
富山県	29
石川県	29
秋田県	26
福岡県	25
山梨県	21
奈良県	20

都道府県	PV 数（回）
静岡県	19
岡山県	14
岩手県	12
岐阜県	10
福井県	9
広島県	9
青森県	7
大分県	7
三重県	6
愛媛県	6
熊本県	6
沖縄県	6

都道府県	PV 数（回）
和歌山県	5
山口県	4
香川県	3
鹿児島県	3
徳島県	2
高知県	2
佐賀県	2
長崎県	2
宮崎県	2
島根県	1
鳥取県	0

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料、国土数値情報より株式会社日本経済研究所作成

（4）メディア等広告展開

各種メディア・SNS 等を通じて、観光情報の発信を行った（下図参照、予算総額：15,000 千円）。以下に、情報発信のために活用した、メディア等による広告の一覧を示す。

＜メディア等広告展開一覧＞

項目	発行部数・放送本数・制作数など
交通新聞社・旅の手帖	45,000 部
新潟日報 DC 特別編集号	430,000 部
おごせ綾企画	ラジオ 8 本、Youtube18 本
テレビ制作協力（日本テレビ）「ヒルナンデス！」	30 分×2 本
テレビ制作協力（日本テレビ）「美食鉄道オンナ旅」	60 分×1 本
パ酒ポート	8,000 冊
山形県庄内エリア使用分（るるぶ広告・クーポン原資）	80,000 部
ラジオ市町村イベント紹介（FM にいがた）	16 本
山形県庄内エリア J・AD[1] （山形駅・仙台駅・郡山駅 3 駅合計：9/16～9/29）	2,400 回
ラジオ市町村イベント紹介（FM ポート）	12 回放送
ＣＭ動画・DVD 制作	60 秒×2 本、30 秒×1 本
山形県庄内エリア J・AD （東京駅丸の内南北通路広告：9/1～9/30）	5,100 回
Suica キャンペーン景品（新之助＋つや姫）	200 セット
ニュースリリース制作日本観光振興協会メディア発表	30 名（各会参加者）
新聞掲載・広告・取材等（観光経済新聞）	60,000 部
LINE プレゼントへの応募数	3,312 件
新潟美食手帖	5,800 部
CUSHU 手帖	5,000 部
仙台駅 DATE ビジョン（山形県庄内エリア分：9/16～9/22）	1,995 回
新潟発 R[2]	5,000 部
国民文化祭広告（公式ガイドブック掲載）	60,000 部

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等より株式会社日本経済研究所一部改変

1）J・AD：JR 駅構内におけるデジタルサイネージ。
2）新潟発 R：地域密着型の保存版・観光誌。

２－４　訪日外国人旅行者への取り組み

通常の DC では、訪日外国人旅行者（以下「インバウンド」）は誘客対象とされず、日本人旅行者のみを対象とするため、公式ホームページやパンフレットなどは全て日本語表記で制作される。

しかし、本 DC においてはインバウンド誘客に向けた事業に対しても予算を設け、以下のような取り組みが実施された。

（1）全国宣伝販売促進会議への海外エージェント招聘

本 DC の開催を翌年秋に控えた 2018 年 10 月 16 日、「全国宣伝販売促進会議」を開催し、本 DC へのインバウンド誘客に向け、シンガポール及びタイ、香港、台湾のエージェント、並びに、新潟県の姉妹都市である黒竜江省（中国）のエージェント（総勢 20～30 名）を招聘した。

以下は、全国宣伝販売会議の開催概要である。

＜全国宣伝販売促進会議の開催概要＞

1．日時	2018 年 10 月 16 日（火）
	◆全体会議　14：30～16：30
	・地元代表者挨拶　新潟県知事及び山形県知事 ・パネルディスカッション 岩佐十良氏（「新潟県・庄内エリア DC」総合プロデューサー） 奥田政行氏（アル・ケッチァーノ） 村山太一氏（レストラン ラッセ） 飯塚隆太氏（レストラン リューズ） ・観光プレゼンテーション 山田彩乃氏、横澤夏子氏、中原浩子氏
	◆歓迎レセプション　17：30～19：00
	◆観光物産ＰＲコーナー、体験コーナー　13:00～17:20
2．会場	朱鷺メッセ　2 階メインホールほか（新潟市中央区万代島 6 番 1 号）
3．参加者	約 1,050 名（旅行会社等約 650 名、地元関係者約 400 名）
4．その他	翌 17 日（水）～18 日（木）には、新潟県内 7 コース、庄内 1 コースに分けてエクスカーションを実施

出所：「新潟県・庄内エリア DC」推進協議会　報道寺領「『新潟県・庄内エリアデスティネーションキャンペーン』全国宣伝販売会議を開催します！」（2018 年 10 月 11 日）

（2）att.JAPAN 多言語版への特集記事及び記事広告の掲載

英語及び中国語の併記による外国人向け多言語フリーペーパー「att.JAPAN」に、特集記事及び記事広告を掲載して 18 万部を配布、加えて別刷「att.niigata and syonai」を 1 万部配布した。

＜媒体概要＞

媒体名称	att.JAPAN 多言語版（アットジャパン たげんごばん）		
創刊	2001 年	発行部数	18 万部
発行スケジュール	3・6・9・12 月 10 日		
主要コンテンツ	本の魅力を外国人の目線でわかりやすく編集し、全国の観光や文化情報などのほか、家庭料理のレシピや、リピーターの関心が高い生活感のある地域の情報も発信。英語と中国語（繁体字）併記により、欧米豪、東南アジア、東アジアなど多くの国で読まれ、読者の投稿写真を元にした墨絵を使った表紙も好評。年 1 回のアニアニメ特集『att.ANIME』、年 2 回の『att.KANSAI』は韓国語でも発信。		
配布場所	空港やホテル、観光案内所、高速道路の SA 等、国内・海外約 1800 ヶ所で配布。大学の留学生センター、自治体の国際交流協会、在日米軍基地など		

出所：att.JAPAN HP（https://att-japan.net/）

（3）SNS 発信

タイ、シンガポール、香港及び台湾から各 1 名を招聘して観光体験を提供し、「日本海美食旅」の魅力や新潟県・庄内エリアの観光資源等に関する情報を、Facebook や Instagram を通じて母国語にて発信した。結果、以下の PV 数等を獲得したことが報告された。

＜PV 数等の実績＞

国	タイ	シンガポール	香港	台湾
言語	タイ語	英語	中国語（繁体字）	
利用媒体	Facebook	Instagram	https://hokuriku.letsgojp.com/	
投稿日	2019.9.24～11.12	2019.9.23～9.27	2019.11.6～	
投稿回数	15 回	写真 8 回、動画 2 回	1 回	
いいね数	698	25,618（写真）	502	
再生回数		637,000（動画）		
PV 数			3,522	3,643

出所：「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会提供資料等より株式会社日本経済研究所一部改変

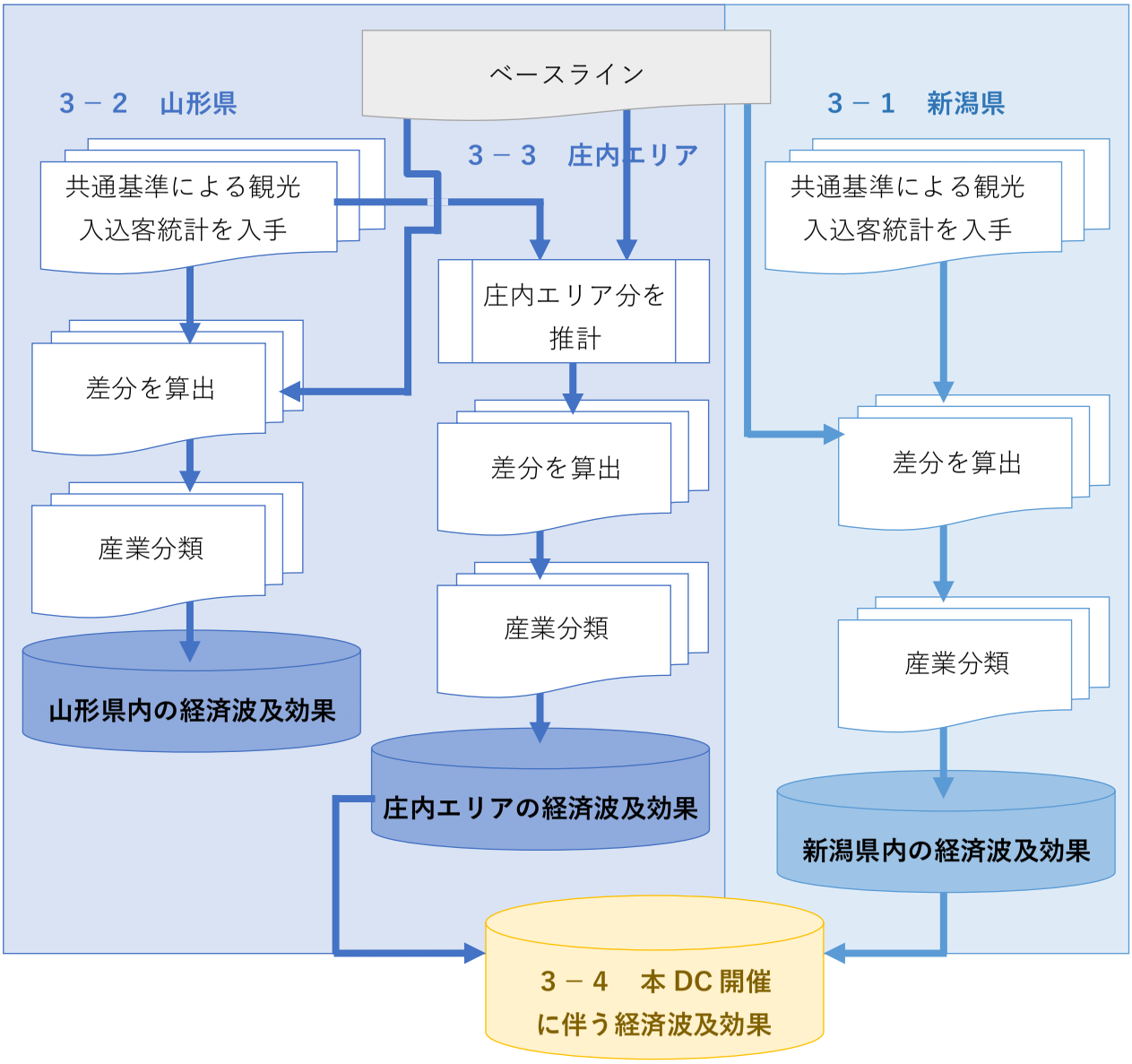
（4）ランドオペレーターを対象とした商談会

首都圏にて、ランドオペレーター（旅行サービス手配業）を対象とした説明会及び商談会を実施し、新潟県・庄内エリアに関する情報発信を行った。

第３章　新潟県・庄内エリア DC 開催に伴う地域経済への影響

前章まで、本 DC における様々な取り組みを見てきた結果、開催地までの交通手段が新幹線等の大量輸送システムのみに限定されないことや、開催地における飲食等に係る観光消費が地域の経済を刺激したことがうかがえた。したがって、本章で試算する地域経済への影響は、本 DC 開催期間中に増加した、観光入込客による観光消費額の伸びに基づき、新潟県内及び山形県内への経済波及効果により測定することとした。また、その試算の流れは以下の通りとした。

＜経済波及効果の試算の流れ＞



出所：株式会社日本経済研究所作成

なお、ベースラインは「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」の 2015・2016・2017 年の 10－12 月を対象として算出した平均値とした。これは、2018 年 10－12 月がプレ DC 開催期間、2014 年 4－6 月が前回の DC 開催期間に該当することから、それらの影響を避けてベースラインを設定することを目的としたためである。

３－１　新潟県内への入込客数及び観光消費単価の増加による経済波及効果の試算

（1）ベースライン

「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」の 2015・2016・2017 年の 10－12 月を対象として算出した平均値より、新潟県のベースラインを以下の通り設定した。

＜2015・2016・2017 年 10－12 月（平均）実観光入込客数＞

（単位：千人回）	全体	宿泊	日帰り
実観光入込客数	6,447	1,178	5,269
県内	4,109	433	3,676
県外	2,290	714	1,576
外国人	48	31	17

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」の 2015・2016・2017 年の 10－12 月より株式会社日本経済研究所作成

＜2015・2016・2017 年 10－12 月（平均）観光消費単価＞

（単位：円/人回）	全体	宿泊	日帰り
消費単価	10,101	22,409	7,348
県内	6,270	18,761	4,804
県外	16,663	24,780	13,258
外国人	15,890	18,757	9,898

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」の 2015・2016・2017 年の 10－12 月より株式会社日本経済研究所作成

（2）本 DC 期間中における区分別実観光入込客数の推定

「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」によると、本 DC 期間中における新潟県への入込客数及び観光消費単価は以下の通りであった。

＜2019 年 10－12 月の実観光入込客数＞

（単位：千人回）	全体	宿泊	日帰り
実観光入込客数	6,838	1,229	5,608
県内	4,789	416	4,373
県外	1,997	762	1,235
外国人	51	51	-

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」

＜2019 年 10－12 月の観光費単価＞

（単位：円/人回）	全体	宿泊	日帰り
消費単価	11,361	32,670	6,691
県内	6,306	26,382	4,397
県外	23,087	36,494	14,817
外国人	26,876	26,876	-

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」

（3）本 DC 開催による新潟県内への経済波及効果の試算

「平成 23 年新潟県産業連関表」を用いて、ベースラインからの観光消費額の伸びがもたらす新潟県内への経済波及効果を試算した結果、２次間接波及効果まで考慮すると約 200 億円となった。なお、試算過程及び試算結果、波及倍率は以下の通りである。

＜新潟県の経済波及効果の試算過程＞

出所：株式会社日本経済研究所作成

＜新潟県の経済波及効果の試算結果と波及倍率＞

直接効果	１次間接波及効果	２次間接波及効果	経済波及効果	波及効果倍率
約126 億円	約45 億円	約30 億円	約201 億円	約1.59 倍

出所：株式会社日本経済研究所作成

（4）本 DC 開催期間中における新潟県での入込客減少リスクに関して

2019 年 10－12 月の入込客数は、ベースラインに比し、特に県外からの日帰り層で減少が認められた。この要因として、新潟県観光協会は、台風 19 号による「豪雨災害に伴う北陸新幹線の水没」や、「（エサ不足による）新潟県全域でのクマの出没および目撃」の影響が大きいとみている。

実際、北陸新幹線の水没等の影響により北陸新幹線の長野－上越妙高間での運転が見合わせになったことなどから、2019 年度の 1 日平均乗車人員数は 2018 年度に比し減少しており、特に観光客が利用する「定期外」では 7％弱の落ち込みがみられた。また、2019 年 10－11 月は、例年に比してクマの出没および目撃に関する報告件数が多かったことも分かっている。

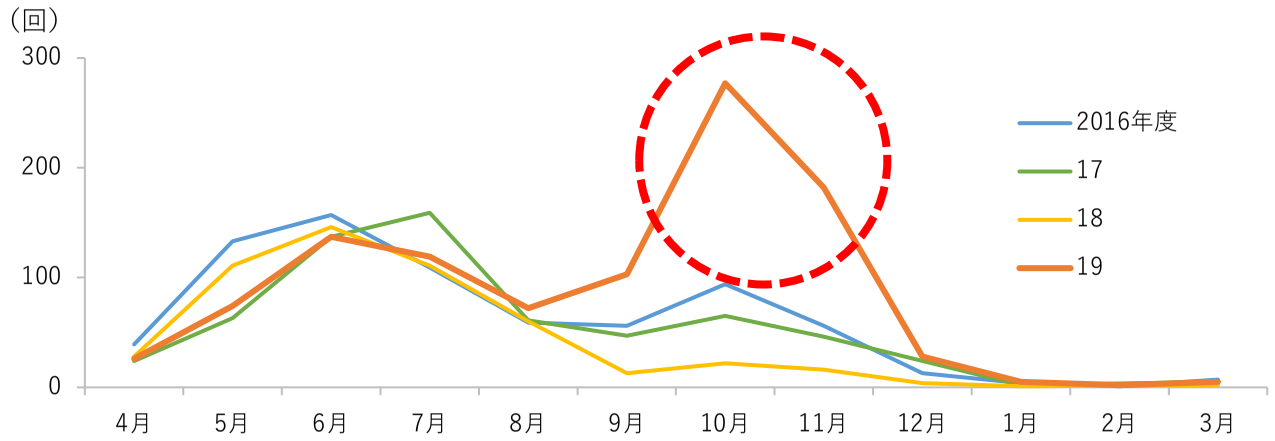
加えて、「豪雨災害に伴う北陸新幹線の水没」や、「（エサ不足による）新潟県全域でのクマの出没および目撃」に関する情報を、マスコミ各社が連日報道し続けたことによって生じた風評的な影響も排除できない、というのが新潟県観光協会の見解である。

＜北陸新幹線上越妙高駅における 1 日平均乗車人員数＞

（単位：人）	定期外	定期	合計
2019 年度	1,946	164	2,111
2018 年度	2,090	147	2,238

出所：JR 東日本「新幹線駅別乗車人員」

＜新潟県内でのクマの出没および目撃に関する報告件数＞



出所：新潟県「過去のツキノワグマ目撃情報」より株式会社日本経済研究所作成

その他、新潟県によれば、少雪の影響で下越・中越・佐渡の 3 エリアのスキー場をオープンできなかったことも入込客数の下押し要因と考えられている（①）。また、うまさぎっしり博の中止（②）、天候不良によるその他のイベントへの入込客の減少（例：越後・謙信 SAKE まつり③）への入込客数等をみることで、台風 19 号によるイベントへの影響度合いを推し測ることもできるであろう。

＜入込客数が減少した観光地及びイベントの一例＞

入込客数（単位：千人）	ベースライン：A	2019 年 10－12 月：B	B－A
① スキー場（12 月）	524	277	▲247
② うまさぎっしり博（10 月）(注)	38	0	▲38
③ 越後･謙信 SAKE まつり（10 月）	114	82	▲32

（注）うまさぎっしり博は 2017 年の開催が中止となったため、ベースラインは 2015・2016 年を対象に平均値を算定。

出所：「新潟県観光入込客統計（各年度）」より株式会社日本経済研究所作成

３－２　山形県内への入込客数及び観光消費単価の増加による経済波及効果の試算

（1）ベースライン

「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」の 2015・2016・2017 年の 10－12 月を対象として算出した平均値より、山形県のベースラインを以下の通り設定した。

＜2015・2016・2017 年 10－12 月（平均）実観光入込客数＞

（単位：千人回）	全体	宿泊	日帰り
実観光入込客数	3,809	714	3,095
県内	1,487	271	1,216
県外	2,308	428	1,879
外国人	15	15	-

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」の 2015・2016・2017 年の 10－12 月より株式会社日本経済研究所作成

＜2015・2016・2017 年 10－12 月（平均）観光消費単価＞

（単位：円/人回）	全体	宿泊	日帰り
消費単価	9,187	26,163	5,271
県内	6,497	19,297	3,647
県外	10,682	29,886	6,322
外国人	43,924	44,475	9,898

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」の 2015・2016・2017 年の 10－12 月より株式会社日本経済研究所作成

（2）本 DC 期間中における入込客数及び観光消費単価

山形県からの報告によると、本 DC 期間中における山形県内への入込客数及び観光消費単価は、以下の通りであった。

＜2019 年 10－12 月の実観光入込客数＞

（単位：千人回）	全体	宿泊	日帰り
実観光入込客数	4,381	728	3,653
県内	1,761	246	1,516
県外	2,537	443	2,094
外国人	83	40	43

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」（山形県より提供）

＜2019 年 10－12 月の観光費単価＞

（単位：円/人回）	全体	宿泊	日帰り
消費単価	8,640	28,032	4,773
県内	5,678	20,795	3,227
県外	10,454	32,366	5,820
外国人	16,068	24,464	8,308

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」（山形県より提供）

（3）本 DC 開催による山形県内への経済波及効果の試算

「平成 23 年山形県産業連関表」を用いて、ベースラインからの観光消費額の伸びがもたらす山形県の経済波及効果を試算した結果、2 次間接波及効果まで考慮すると約 43 億円となった。なお、試算過程及び試算結果、波及倍率は以下の通りである。

＜山形県の経済波及効果の試算過程＞

出所：株式会社日本経済研究所作成

＜山形県の経済波及効果の試算結果と波及倍率＞

直接効果	1 次間接波及効果	2 次間接波及効果	経済波及効果	波及効果倍率
約29 億円	約8 億円	約6 億円	約43 億円	約1.50 倍

出所：株式会社日本経済研究所作成

３－３　山形県庄内エリアへの入込客数及び観光消費単価の増加による経済波及効果

（1）ベースライン

本 DC 期間中における庄内地域への入込客数は、「山形県観光者数調査」の 2016・2017・2018 年度の地域別観光者数（延数）より、平均値を用いて仮定することとし、山形県全体のうち 29.7％を占めるものとした。また、観光消費単価は山形県と同等の設定とした。

＜地域別観光者数（延数）＞

延数（単位：千人）	村山地域	最上地域	置賜地域	庄内地域
2016 年度	22,208.5	2,776.6	6,675.4	14,153.6
2017 年度	21,859.7	2,643.7	7,326.7	13,292.3
2018 年度	21,560.1	2,625.6	8,990.5	13,331.2
過去 3 年度平均	21,876.1	2,682.0	7,664.2	13,592.4
構成比（単位：％）	47.7	5.9	16.7	29.7

出所：「山形県観光者数調査（平成 29 年度、30 年度）」の 2016・2017・2018 年度より株式会社日本経済研究所作成

＜2015・2016・2017 年 10－12 月（平均）実観光入込客数＞

（単位：千人回）	全体	宿泊	日帰り
実観光入込客数	1,130	212	918
県内	441	80	361
県外	685	127	558
外国人	4	4	-

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」の 2015・2016・2017 年の 10－12 月より株式会社日本経済研究所作成

＜2015・2016・2017 年 10－12 月（平均）観光消費単価【再掲】＞

（単位：円/人回）	全体	宿泊	日帰り
消費単価	9,187	26,163	5,271
県内	6,497	19,297	3,647
県外	10,682	29,886	6,322
外国人	43,924	44,475	9,898

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」の 2015・2016・2017 年の 10－12 月より株式会社日本経済研究所作成

（2）本 DC 期間中における入込客数及び観光消費単価

ベースラインと同様、庄内地域への入込客数及び観光消費単価を設定した。

＜2019 年 10－12 月の実観光入込客数＞

（単位：千人回）	全体	宿泊	日帰り
実観光入込客数	1,300	216	1,084
県内	523	73	450
県外	753	131	621
外国人	25	12	13

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」（山形県より提供）

＜2019 年 10－12 月の観光費単価【再掲】＞

（単位：円/人回）	全体	宿泊	日帰り
消費単価	8,640	28,032	4,773
県内	5,678	20,795	3,227
県外	10,454	32,366	5,820
外国人	16,068	24,464	8,308

出所：「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」（山形県より提供）

（3）本 DC 開催による山形県庄内エリアの経済波及効果の試算

「平成 23 年山形県産業連関表」を用いて、ベースラインからの観光消費額の伸びがもたらす山形県庄内エリアの経済波及効果を試算した結果、２次間接波及効果まで考慮すると約 13 億円となった。なお、試算過程及び試算結果、波及倍率は以下の通りである。

＜山形県庄内エリアの経済波及効果の試算過程＞

出所：株式会社日本経済研究所作成

＜山形県庄内エリアの経済波及効果の試算結果と波及倍率＞

直接効果	1 次間接波及効果	2 次間接波及効果	経済波及効果	波及効果倍率
約 8 億円	約 2 億円	約 2 億円	約 13 億円	約 1.50 倍

出所：株式会社日本経済研究所作成

３－４　本 DC 開催による経済波及効果

以上、３－１及び３－３にて試算した、新潟県及び山形県庄内エリアの経済波及効果を合算した結果、２次間接波及効果まで考慮すると約 213 億円となった。

＜新潟県内及び山形県内への経済波及効果の試算過程＞

出所：株式会社日本経済研究所作成

＜新潟県内及び山形県内への経済波及効果の試算結果と波及倍率＞

直接効果	１次間接波及効果	２次間接波及効果	経済波及効果	波及効果倍率
約135 億円	約47 億円	約32 億円	約214 億円	約1.58 倍

出所：株式会社日本経済研究所作成

第４章　新潟県・庄内エリア DC 開催による成果と課題

以上を振り返り、本 DC 開催による成果と課題を整理する。

４－１　成果

（１）首都圏からの参加

「新潟・庄内うまさぎっしりスタンプラリー」の実施により、本 DC への参加状況の一部を把握することができた。特に、本 DC でも重点誘客先としていた首都圏から、スタンプラリー抽選への応募が数多く見られた。

（２）大都市圏への情報発信

特設サイトを開設して本 DC に係る情報発信を強化し PV 数を追ったことで、特に大都市圏からの PV 数が多い実態を把握できた。これを、誘客や EC[3]に誘導する取り組みなども期待できよう。

（３）第三者による効果検証の実施

これまでに数多くの DC が開催されてきたが、第三者による効果検証を実施・公表した事例は、決して多くはない。検証結果等をもとに、関係者間での新たな議論が生まれる可能性がある。

3）EC：Electronic Commerce。電子商取引と訳され、インターネット上でモノやサービスを売買すること全般を指す。

４－２　課題と視点

（1）目的の明確化

DC に取り組む目的や目標、得たい効果などを予め明確化しておく必要があったと考える。効果検証として行った経済波及効果の試算結果を、どのように評価すべきか、今後の議論に期待したい。

【視点】例えば「観光消費額」増加を目的に、目標をプラス 100 億円と設定、指標に「観光入込客数」と「観光消費単価」を置いた場合、1 千万人増やして 1 千円ずつ多く消費してもらうのか、それとも、200 万人増やして 5 千円ずつ多く消費してもらうのか、といったことを考える。

（2）顧客像の具体化

どこの誰に来てもらいたいか、そのためにはどのような情報発信をするのか、また実際にその人はどのような手段で訪れて現地を巡り、何を体験することでどの程度の消費をするのか等、顧客像の具体化が求められる。

【視点】提示するモデルコースを選ぶ顧客像や、巡った際の消費単価の想定を行うことが有用となる。また、モデルコースに地域資源を積極的に活用することで、地域の自給率を高めて地域産業の活性化を図ると同時に、来訪者が地域ならではのものに触れ合う機会を増やしてファン化を目指すことができる。

（3）環境変化への対応

本 DC では台風 19 号という自然災害のため、DC シンボルイベントの中止や交通機関の運休等の対応が採られ、入込客数が限定的になった可能性が高い。今後は、自然災害を含む環境の変化に対応する方策を、経済的な視点からも検討しておく必要があると考えられる。

【視点】例えば、EC を介した地域産品の購入や、オンラインでのヴァーチャル体験に誘導することで、将来の来訪動機を醸成するとともに、地域への経済効果の維持・向上も、視野に入れる。

（4）新たな顧客層への挑戦

本 DC においては、通常の DC では対象とはされないインバウンドの誘客にも取り組んだ。成果が見えづらいという課題が残ものの、引き続き、環境の変化等に応じて、新たな顧客層に挑戦する必要性があろう。

【視点】DC の主力である中高年層以外にも目を向ける。例えば、従来はあまり旅行に出かけないと言われていた若年男性層の旅行意向が上昇していることなどに着目する。

第５章　今後の DC 開催に向けて

５－１　with コロナの現状と対応

（１）現状

2019 年末に中国・武漢市で発生した原因不明の肺炎が、日本を含む世界各国に急速に広まった。その後、新型コロナウイルス（以下「新型コロナ」）が病原体として分離され、WHO は新型コロナがパンデミック（世界的大流行）に相当すると宣言、各国は出入国制限等の対策を強化した。日本国内では、緊急事態宣言の発令により不要不急の外出の自粛等が求められ、観光需要が著しく損失した。緊急事態宣言の解除後には政府が感染拡大防止策として「新しい生活様式」を推奨し、ソーシャルディスタンスの確保やマスクの着用、「３密[4]」回避を求めている。そのような、新型コロナとの共存下（以下、「with コロナ」）にある現状において、新しい観光のあり方が模索されている。

（２）対応

観光需要を取り戻すには、観光が安全を提供できることの証明が何よりも重要と言われており、with コロナにある 2020 年秋のアフターDC では「新しい生活様式」を踏まえた対応が必要とされ、旅行者側にも「新しい旅のエチケット」に留意した行動が求められる。

また、越境移動に係る種々の障壁や出入国制限等のため、観光需要が最初に戻るのは周辺地域、次に国内の地方圏から大都市圏及び首都圏へと拡大し、最後に海外の順と予測されている。

これらを前提とすると、アフターDC では、誘客目的（例：観光消費→地域教育）や重点誘客先（例：首都圏→周辺地域）、代表交通手段（例：新幹線等の大量輸送システム→自家用車や自転車、超小型モビリティ等）などの想定に、本 DC とは違う再設定が求められる。

仮に、アフターDC の重点誘客先を周辺地域に置き、誘客目的を周辺地域住民による観光資源等への理解醸成とした場合、代表交通手段には小型化や個人化が求められ、例えば GPS 付きの自動音声ガイドシステムの導入等による個別説明機能の強化や、訪問地モニタリングによるデータ分析に基づいた誘客戦略及び安全対策なども、視野に入れる必要が生じよう。

また、本 DC で増加が期待されたのは訪問型関係人口であったが、アフターDC では非訪問型のオンライン関係人口への着目も必要であろう。例えば、アフターDC を契機に地域への理解を深めた周辺住民が、首都圏等の住民とインターネットを介して関わりを持つことでオンライン関係人口を育てることが、新型コロナ終息後における訪問型関係人口の増加の種となるかもしれない。

新型コロナの出現が、周辺地域住民による地域資源の再発見や磨き上げにつながり、with コロナにおける観光のあり方を考えるなかで、地域が目指す姿が再考されることが期待される。

4)「３密」：さんみつ。密集、密接、密閉の３つ密の状態をまとめて表現した言葉。

５－２　DC の再定義

DC は、初めて開催された 1978 年から既に 40 年以上も継続されているロングランキャンペーンであるが、継続してきた理由、DC への取り組み意義などが、関係者に共有されているのかに関しては、疑問が残る。

新型コロナの出現により観光に対する価値観が多様化している今、個々の DC のみならず、DC そのものに取り組む目的を再定義し、継続する意義に対して関係者から共感を得ることや、開催地域が主体性を以て関わることが、今後の DC 開催において求められるのではないかと考える。

©Development Bank of Japan Inc.2020

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、出所を明記して下さい。

（お問い合わせ先）

株式会社日本政策投資銀行 新潟支店

株式会社日本経済研究所 地域本部 地域産業部　　池原 沙都実　　電話：03-6214-4620

DBJ 日本政策投資銀行 新潟支店

株式会社 日本経済研究所
Japan Economic Research Institute Inc.

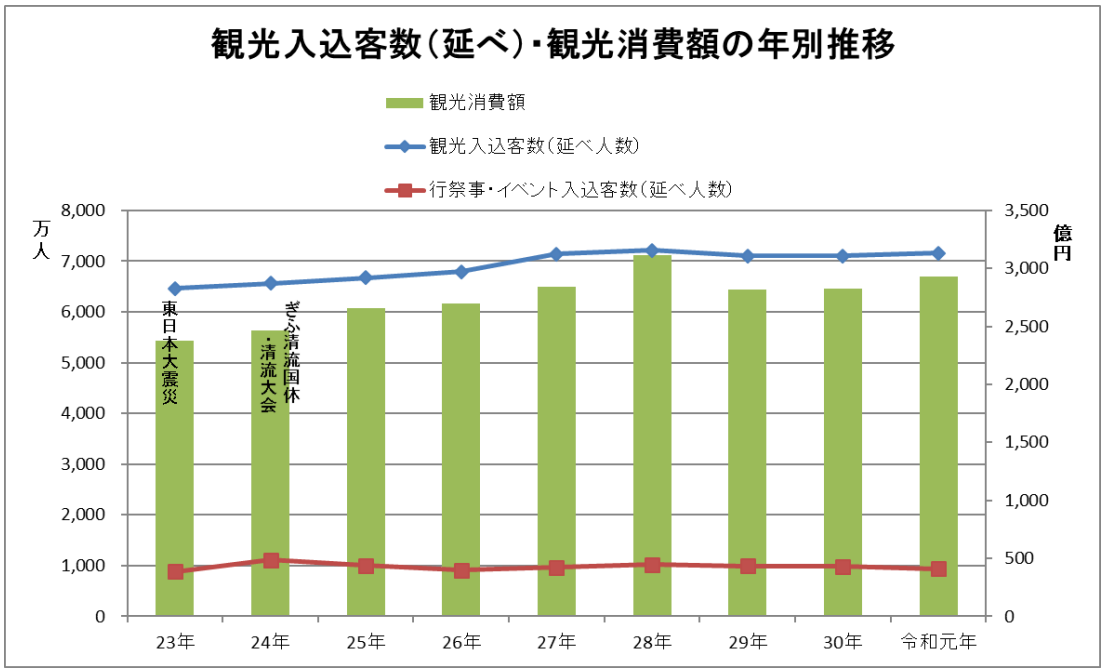
都道府県等名	岐阜県						
No.	分析テーマ名	公表年月	報道発表の有無	実施機関名	使用された産業連関表	分析の特徴等	備　　考
1	観光消費が県経済に及ぼす影響分析	令 2.12	無	岐阜県商工労働部観光国際局観光企画課	平成 23 年岐阜県産業連関表（108 部門）	令和元年度の観光消費における岐阜県内の経済波及効果を試算。 ・波及効果　410,274 百万円（1.40 倍） （２次効果まで） ・就業誘発数　35,588 人	別添資料あり

令和元年岐阜県観光入込客統計調査

令和２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



区　　分		Ｒ１[2019]年　（対前年比）	参考：Ｈ３０[2018]年
観光入込客数（延べ人数）		７，１６２万８千人　（＋0.9%）	７，１００万人
行祭事・イベント入込客数（延べ人数）		９３５万４千人　（△5.2%）	９８６万５千人
観光消費額	全　　体	２，９３２億８３百万円　（＋3.9%）	２，８２１億８５百万円
	日帰り客	１，４６１億３３百万円　（＋6.1%）	１，３７７億３７百万円
	宿 泊 客	１，４７１億５０百万円　（＋1.9%）	１，４４４億４８百万円

※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、７，１６２万８千人（対前年比＋0.9%）となり、前年に比べ増加した。

○行祭事・イベント入込客数（延べ人数）は、９３５万４千人(対前年比△5.2%)となり、前年に比べ減少した。

○観光入込客数（実人数）は、４，７９９万５千人（対前年比＋4.3%）と、前年に比べ増加した。（４頁参照）

○観光消費額の総額は２，９３２億８３百万円（対前年比＋3.9%）で、うち日帰り客分は１，４６１億３３百万円（対前年比＋6.1%）、宿泊客分は１，４７１億５０百万円（対前年比＋1.9%）であった。

○主な傾向は、以下のとおり。

・台風１９号等の影響により中止となったイベントが一部であったものの、前年に比べ年間を通じて天候に恵まれ、旅行しやすい環境にあったと考えられるため、全体として入込客数は増加した。

・さらに、改元によりＧＷが１０連休であったこと、平成３０年７月豪雨災害のような大規模災害や記録的な猛暑の影響を受けなかったことにより、前年と比較して全体的な入込客数は増加した。

・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増加した（３，４２８円→３，４９４円）反面、宿泊客分は減少となった（２４，７２３円→２３，８３０円）。全体の観光消費額は、入込客数の増加に伴い、前年と比較して増加した。

・外国人延べ宿泊客数については、前年に引き続き、中国人観光客が大きく増加するなどして過去最高となった（１４８．４万人→１６６．０万人）。

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：H30[2018]年	
			順位	入込客数
1	土岐プレミアム・アウトレット	668.3	1	678.2
2	河川環境楽園（アクア・トトぎふ含む）（各務原市）	528.9	2	509.4
3	高山市街地エリア	382.7	3	344.8
4	白川郷合掌造り集落（白川村）	203.1	4	188.8
5	湯の華アイランド（可児市）	168.5	6	162.2
6	千代保稲荷神社（海津市）	160.6	5	170.0
7	伊奈波神社（岐阜市）	147.5	7	147.4
8	世界イベント村ぎふ（岐阜メモリアルセンター）（岐阜市）	142.1	9	136.7
9	千本松原・国営木曽三川公園（海津市）	136.4	8	140.7
10	下呂温泉（旅館の宿泊利用及び日帰り利用）	122.5	10	122.5

○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。

○令和元年は年間を通して天候に恵まれ、前年のような豪雨災害がなかったこと、夏季を除いて降水量が平年より少なかったことにより、屋外観光施設における入込客数が増加傾向にあった。

○前年に新規オープンした 道の駅「パレットピアおおの」、清流長良川あゆパーク（郡上市）やリニューアルオープンした ぎふ清流里山公園 が引き続き好評であったほか、改元の影響により 道の駅「平成」の入込客数が大幅に増加した。

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：H30[2018]年	
			順位	入込客数
1	長良川花火大会（岐阜市）	70.0	1	65.0
2	高山祭	40.0	4	29.6
3	道三まつり（岐阜市）	38.0	6	29.0
4	大垣まつり	37.0	12	22.0
5	ぎふ信長まつり（岐阜市）	34.0	7	28.0
6	郡上おどり	30.8	5	29.1
7	各務原市桜まつり	29.0	15	20.5
8	元気ハツラツ市（大垣市）	28.5	2	44.5
9	日本ライン夏まつり納涼花火大会（各務原市）	24.0	13	21.0
10	チューリップ祭（海津市）	20.6	14	20.6

○行祭事・イベント毎の入込客数の県内トップは、前年と同じ「長良川花火大会」（岐阜市）で７０万人、２位は「高山祭」（高山市）で４０万人、３位が道三まつり（岐阜市）で３８万人となった。

○台風等天候の影響により、刃物まつり（関市）や濃尾大花火（羽島市・一宮市）などの大規模イベントが中止となった。その一方で、改元のため１０連休となったＧＷ期間中に開催された行催事・イベントは大幅に入込客数を伸ばした。

４　経済波及効果（試算）

令和元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４，１０２億７４百万円、就業誘発効果は、３５，５８８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

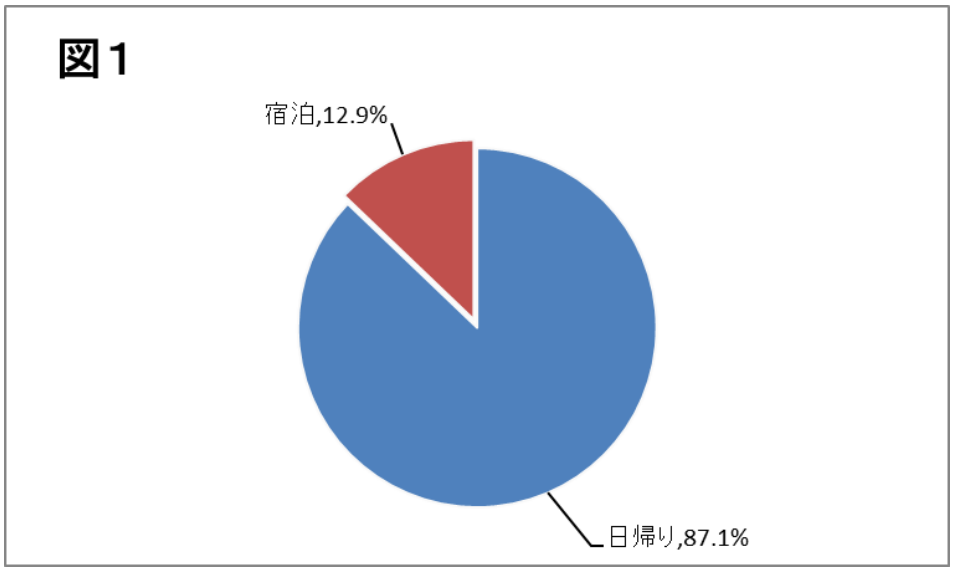
※千人未満を四捨五入しているため、対前年比に誤差が生じることや、内訳の計と合計が一致しないことがある。

（１）日帰り・宿泊別観光入込客数

＜観光入込客数（実人数）＞

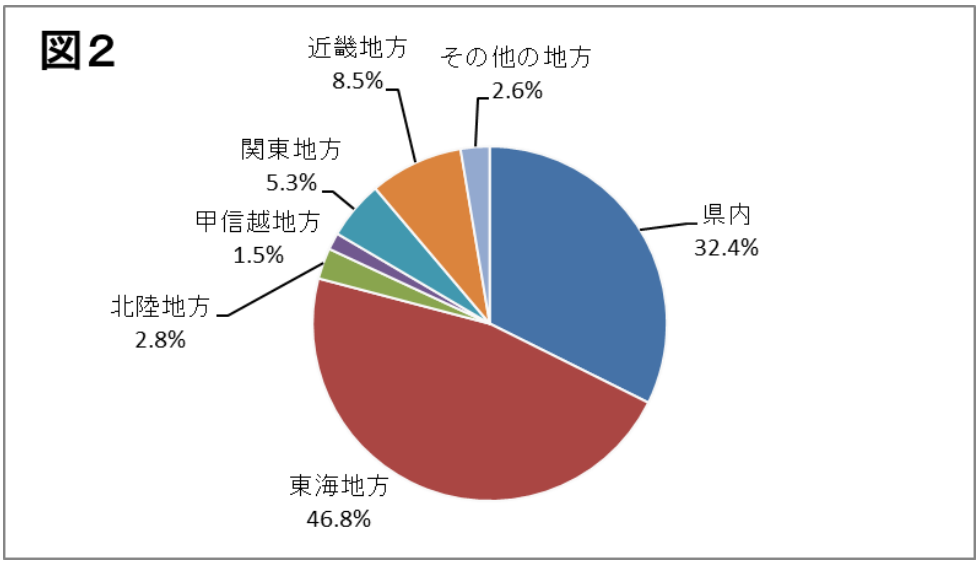
区　　分	Ｒ１[2019]年　（対前年比）	参考：Ｈ３０[2018]年
全　　体	４，７９９万５千人　（+4.3%）	４，６０２万８千人
日帰り客	４，１８２万人　（+4.1%）	４，０１８万５千人
宿 泊 客	６１７万５千人　（+5.7%）	５８４万３千人
【 うち外国人 】	【 １１６万７千人　（+14.5%）】	【 １０１万９千人】

※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。（令和元年外国人延べ宿泊者数　166.0 万人）



令和元年の観光入込客数（実人数）は４，７９９万５千人であったが、これを日帰り・宿泊別にみると、日帰り客は４，１８２万人、宿泊客は６１７万５千人であり、依然として日帰り客が多い。（図１）

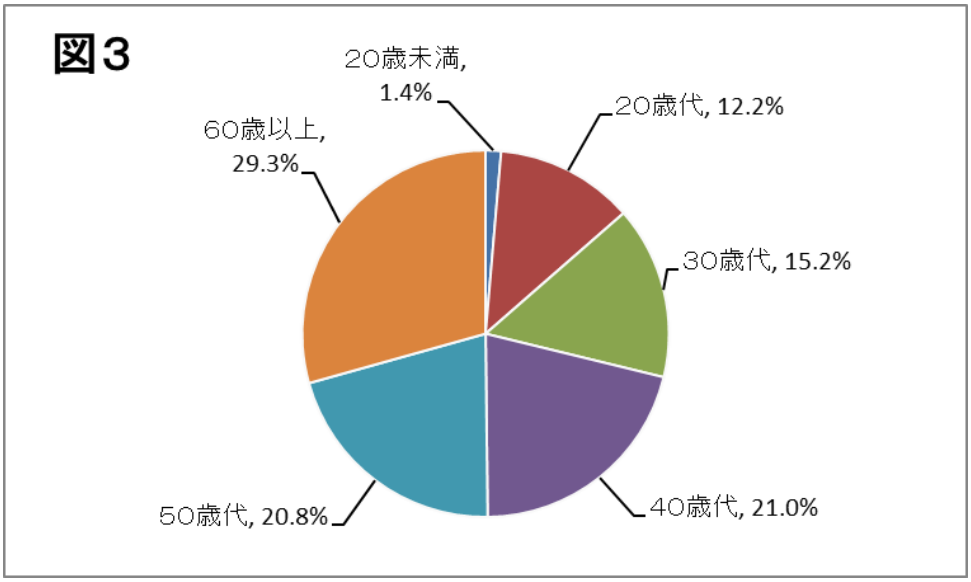
（２）居住地別観光入込客数



居住地別に見ると、県全体では県内客は１，５５２万６千人（構成比 32.4%）、県外客は３，２４６万８千人（構成比 67.6%）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 79.5%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、以下近畿地方、関東地方と続いている。（図２）

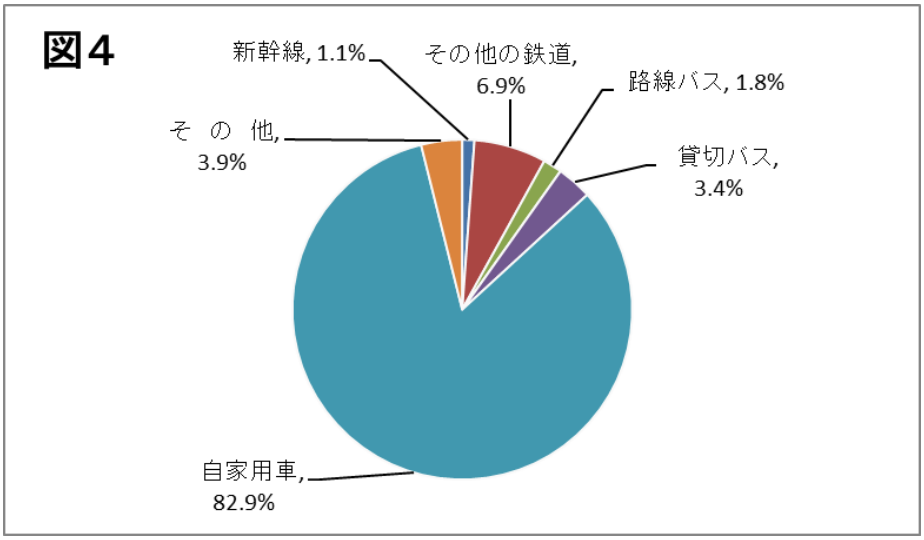
（３）男女別・年齢別観光入込客数



男女別で見ると、男性が２，７４１万４千人（構成比 57.1%）、女性は２，０５８万１千人（構成比 42.9%）と前年に引き続き男性が多かった。

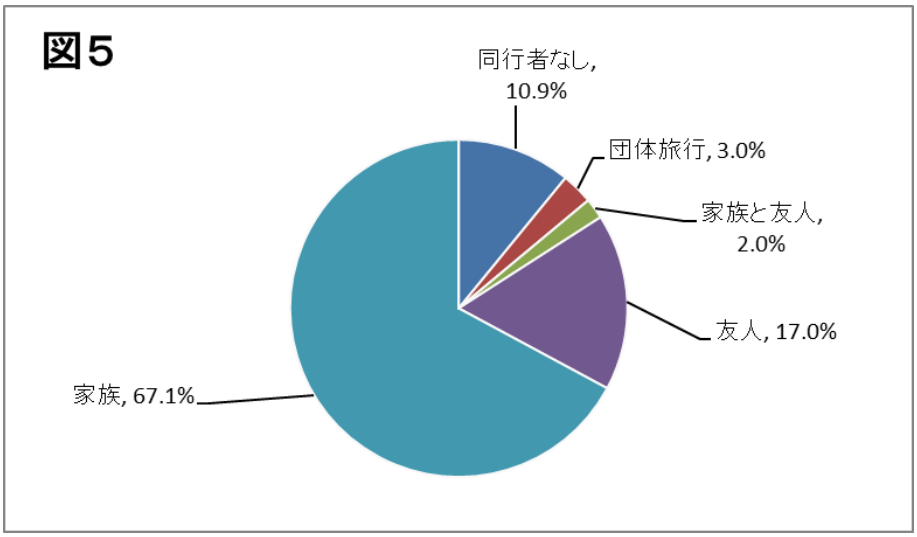
年齢別では、６０歳以上が 29.3%と最も多く、続いて４０歳代、５０歳代が多い傾向であり、また、２０歳代以下の伸び率が高い。（図３）

（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 82.9%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）

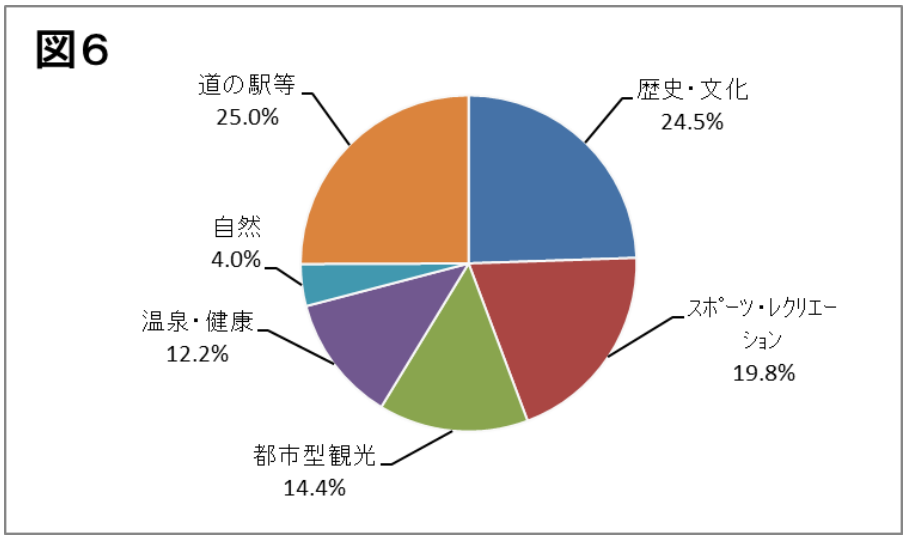
（５）同行者別観光入込客数



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 69.3%を占め、続いて「(本人を含め) ４～５人」が 15.0%であった。

同行者別に見ると、「団体旅行」の割合は全体の 3.0%にとどまり、「家族」が 67.1%と最も多く、次いで「友人」17.0%と個人旅行が主流となっている。（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、「道の駅等」、「歴史・文化」、「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（±０．０地点）**で、四半期別に見ると、１～３月が１．５地点（△０．２地点）、４～６月が１．５地点（△０．１地点）、７～９月が１．４地点（±０．０地点）、１０～１２月が１．５地点（±０．０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（±０．０泊）、４～６月が１．３泊（＋０．２）、７～９月が１．２泊（△０．１泊）、１０～１２月が１．２泊（±０．０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３１年１月１日から令和元年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（エコツーリズム、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、マリーナ・ヨットハーバー、公園、レジャーランド・遊園地、テーマパーク、その他スポーツ・レクリエーション
	都市型観光ー買物・食等ー	商業施設、地区・商店街、食・グルメ、その他都市型観光ー買物・食等ー（農水産品の直売所、物産館等）
	道の駅等	他に分類されない観光地点（道の駅、パーキングエリア等）
■行祭事・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祭事・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

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	工業団地の生産等がもたらす経済波及効果	令３．２	有	静岡県企業局地域整備課	平成 27 年静岡県産業連関表	静岡県企業局が造成した工業団地「富士山麓フロンティアパーク小山」における生産等が、静岡県内に及ぼす経済波及効果を推計。 ・工場建設等（含む土地造成） 経済波及効果 400 億円 県税増収効果 6.4 億円 ・企業の操業 経済波及効果 220 億円/年 県税増収効果 3.1 億円/年	
2	富士山静岡空港の県内経済波及効果(令和元年度分)	令３．３	有	静岡県スポーツ・文化観光部空港管理課	平成 27 年静岡県産業連関表	平成 31 年４月～令和２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　374.3 億円 ・雇用創出効果　2,683 人 ・税収効果　24 億 8 千万円	

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
I	みえメディカルバレープロジェクト経済効果（平成 24 年度から令和元年度までの実績分）再算定	（非公表）	無	三重県医療保健部ライフイノベーション課 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）	「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 年度から令和元年度の 8 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 2 年 9 月
2	「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再算定	（非公表）	無	志摩市教育委員会　国体推進室 三重県戦略企画部統計課	平成 27 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建設投資額、大会参加者やスタッフ等による観光消費額、運営費用がもたらす経済波及効果についての分析で、令和 2 年 3 月に行った同分析を直近データに基づき再算定したもの。	内部検討資料としてのみ作成 （作成年月） 令和 3 年 2 月

都道府県等名	滋賀県						
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	彦根市観光に関する経済効果測定調査	令２.４	有	滋賀大学　産学公連携推進機構（彦根市委託）	平成 23 年滋賀県産業連関表（13 部門表および 108 部門表）	令和元年の彦根市周辺の観光消費における経済波及効果および雇用創出効果の試算 ・波及効果　29,600 百万円 ・雇用効果　1,273 人	彦根市ホームページ　2019 年「彦根観光に関する経済効果測定調査報告書」に掲載

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	「大阪・光の饗宴 2020」による経済波及効果	令３年２月 22 日	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 2020」の経済波及効果を試算 経済波及効果：約 630 億円	委託調査

OSAKA CITY 大阪市

「大阪・光の饗宴2020」の実施結果について

ページ番号：528526　2021年2月22日

大阪・光の饗宴実行委員会は、令和2年11月3日（火曜日・祝日）から令和3年1月31日（日曜日）まで実施した「大阪・光の饗宴2020」の来場者数及び経済波及効果等をとりまとめましたので発表します。

今年度は、新型コロナウイルス感染症の影響を受けている中、皆さんが明るく元気になるよう願いを込めて“希望の光”をテーマに開催しました。

1. 大阪・光の饗宴2020来場者数

約1,211万人

（令和2年11月3日（火曜日・祝日）から令和3年1月31日（日曜日）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。

（注）来場者数は、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。

(1) コアプログラム来場者数

- 御堂筋イルミネーション2020　約347万人
- OSAKA光のルネサンス2020　約52万人

(2) エリアプログラム来場者数

全体合計数　約812万人

大阪府内各所で開催された、14団体16の光のプログラムへの来場者数

（注）16の光のプログラムの開催期間のうち、令和2年11月3日（火曜日・祝日）から令和3年1月31日（日曜日）までにおける来場者数を合計したものです。

2. 大阪・光の饗宴2020　経済波及効果

約630億円

（令和2年11月3日（火曜日・祝日）から令和3年1月31日（日曜日）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（注）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））

（注）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商品×商品のマトリックス形式で表したものです。

3. その他

大阪・光の饗宴2020の期間中、各プログラムの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（別添）。

各プログラムに対して、 約8割の方が「大変良かった」「良かった」と回答されました。

（注）来場者数は、通行量調査をもとに算出したものです。

大阪・光の饗宴2020　アンケート調査結果

大阪・光の饗宴2020　アンケート調査結果(PDF形式，710.42KB)

CC（クリエイティブコモンズ）ライセンス　におけるCC-BY4.0　で提供いたします。

Adobe Acrobat Reader DCのダウンロード（無償）

PDFファイルを閲覧できない場合には、Adobe 社のサイトから Adobe Acrobat Reader DC をダウンロード（無償）してください。

（参考）大阪・光の饗宴2020　開催概要

大阪・光の饗宴2020　開催概要(PDF形式，124.29KB)

CC（クリエイティブコモンズ）ライセンス　におけるCC-BY4.0　で提供いたします。

Adobe Acrobat Reader DCのダウンロード（無償）

PDFファイルを閲覧できない場合には、Adobe 社のサイトから Adobe Acrobat Reader DC をダウンロード（無償）してください。

各プログラムに関する問合せ先

- コアプログラム：御堂筋イルミネーション2020に関すること
  公益財団法人大阪観光局　マーケティング事業部　御堂筋イルミネーション担当
  電話番号：06-6282-5910
- コアプログラム：OSAKA光のルネサンス2020に関すること
  大阪市経済戦略局　観光部観光課　まち魅力担当
  電話番号：06-6469-5166
- エリアプログラムに関すること
  大阪府府民文化部　都市魅力創造局魅力づくり推進課　魅力推進・ミュージアムグループ
  電話番号：06-6210-9304

SNSリンクは別ウィンドウで開きます

このページの作成者・問合せ先

大阪市　経済戦略局観光部観光課まち魅力担当

住所：〒553-0005 大阪市福島区野田1－1－86　中央卸売市場本場業務管理棟12階

電話：06-6469-5166

ファックス：06-6469-3896

メール送信フォーム

Copyright (C) City of Osaka All rights reserved.

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	令和元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２．８	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 27 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	令和元年度グリーンニューディール事業の経済波及効果 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　21 人 尼崎市内　生産誘発額　4.0 億円 付加価値誘発額　1.5 億円 雇用創出効果　16 人	
2	観光による兵庫県内の経済波及効果	令２．９	有	兵庫県産業労働部観光企画課	平成 27 年兵庫県産業連関表(39 部門)	令和元年度観光消費の兵庫県内の経済波及効果 生産誘発額　1 兆 9,326 億円(1.47 倍) 付加価値誘発額 1 兆 622 億円(R1 年度県 GDP 比 5.0%) 雇用創出効果 218 千人	兵庫県観光動態調査(R2.9.20 公表)
3	尼崎市内スポーツ施設建設及び運営の経済波及効果	令３．２	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 27 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	尼崎市内スポーツ施設建設及び運営の経済波及効果 ①建設：生産誘発額 101.9 億円、付加価値誘発額 50.9 億円 就業者誘発数 765 人、税収効果 9.9 億円 ②運営：生産誘発額 22.7 億円、付加価値誘発額 15.6 億円 就業者誘発数 201 人、税収効果 2.5 億円 尼崎市内 ①建設：生産誘発額 22.7 億円、付加価値誘発額 13.2 億円 就業者誘発数 201 人、税収効果 2.5 億円 ②運営：生産誘発額 14.8 億円、付加価値誘発額 8.7 億円 就業者誘発数 156 人、税収効果 1.6 億円	

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	2019年度 コンベンション経済波及効果	令2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	2019年度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

2019年度
コンベンション経済波及効果
推計結果報告書

2020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

TOTTORI
CONVENTION
BUREAU

人・地球・感動・交流

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・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・4

4．「スポーツ大会」の経済波及効果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・7

5．「企業コンベンション」の経済波及効果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・9

6．「海外インセンティブ」の経済波及効果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１１

7．「合宿」の経済波及効果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１３

8．昨年度との比較・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１５

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　32.47 億円
（対前年度比　81.6%）

間接的経済波及効果　18.93 億円
（対前年度比　79.6%）

総額　**51.40 億円**
（対前年度比　80.8%）

雇用者所得誘発効果　16.1 億円
（対前年度比　80.0%）

就業誘発数　656 人
（対前年度比　82.0%）

図1　直接的間接的経済波及効果

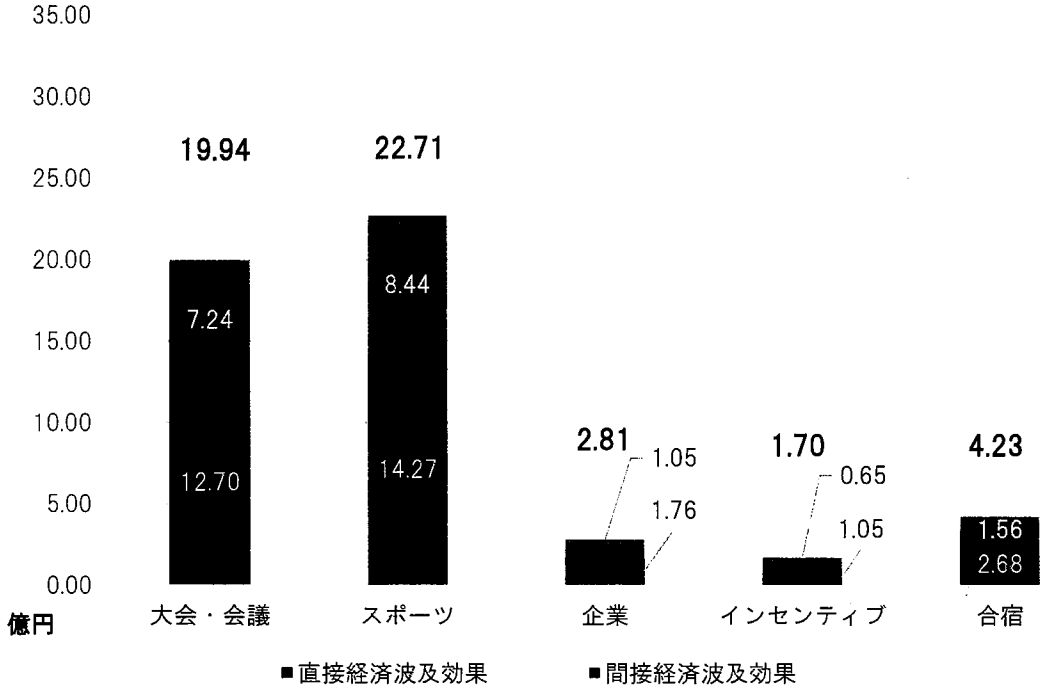


図2　雇用者所得誘発効果

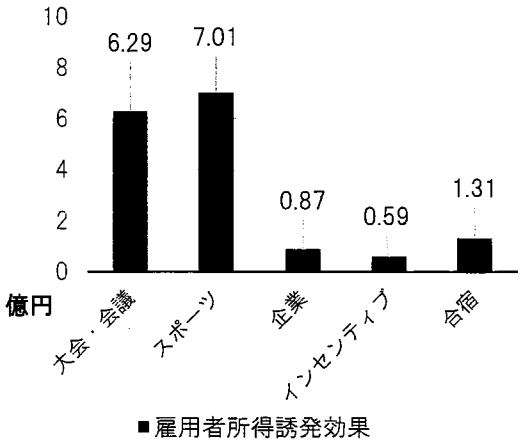
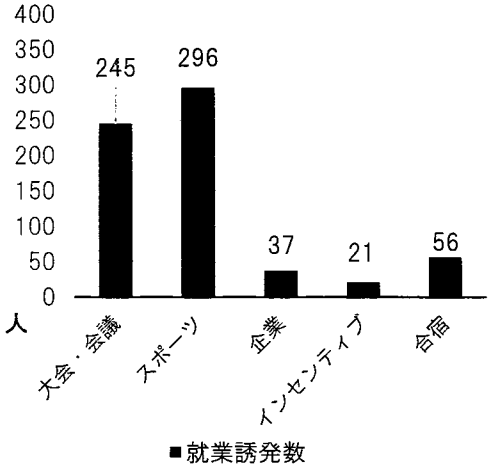


図3　就業誘発数



※端数を四捨五入した値を表記しているため、合計値が合わないことがあります。（以下も同様）

2. コンベンション開催状況

表1.2019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)	116	61	7	33	108	325
アンケート実施件数(件)	29	5	0	0	0	34
助成金交付件数(件)	23	8	2	0	100	133
全参加者数(人)	22,799	33,816	4,740	1,314	10,921	73,590

※助成金交付コンベンション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
第58回日本左官業組合連合会中国ブロック定期総会鳥取大会	5/16	三朝町	中国	140	3	2.1%
第70回中国都市監査委員会	5/24	倉吉市	中国	130	22	16.9%
第29回中国四国ペインクリニック学会	5/25	米子市	中四国	78	17	21.8%
私鉄総連第4回中央委員会	6/4	鳥取市	全国	237	1	0.4%
第15回ビルクリーニング技能競技中国大会	6/6	境港市	中国	230	1	0.4%
日本ビタミン学会第71回大会	6/7～8	鳥取市	全国	302	3	1.0%
第132回日本医学放射線学会中国･四国地方会 第54回日本核医学会中国・四国地方会	6/14～15	米子市	中四国	210	28	13.3%
第111回日本消化器病学会中国支部例会	6/15～16	米子市	中国	460	4	0.9%
第106回日本神経学会中国・四国地方会 第28回日本神経学会中国・四国地区生涯教育講演会	6/29	米子市	中四国	262	27	10.3%
第16回観光情報学会全国大会	6/29～30	米子市	全国	160	10	6.3%
令和元年度中国・四国地区高等学校PTA連合会大会	7/12	鳥取市	中四国	1,500	86	5.7%
第39回全日本トライアスロン皆生大会	7/14	米子市	全国	1,200	221	18.4%
令和元年度(第22回)全国近代化遺産活用連絡協議会鳥取大会	7/24～26	鳥取市	全国	250	2	0.8%
第54回全国特別支援学校知的障害教育教頭会研究大会	7/25～26	米子市	全国	200	24	12.0%
第34回日本大脳基底核研究会	8/24～25	米子市	全国	82	15	18.3%
日本禁煙学会主催研修会	8/25	米子市	全国	100	2	2.0%
第64回日本輸血・細胞治療学会中国四国地方会	9/7	米子市	中四国	161	27	16.8%
第38回全国社会福祉法人経営者大会	9/12～13	鳥取市	全国	974	39	4.0%
日本芝草学会2019年秋季大会	9/14～16	鳥取市	全国	164	22	13.4%
第72回中国四国産科婦人科学会学術講演会	9/21～22	米子市	中四国	266	13	4.9%
日本作物学会第248回講演会	9/25～26	鳥取市	全国	291	44	15.1%
全国国立大学放射線技師会オータムセミナー	10/3～4	米子市	全国	120	17	14.2%
第117回西日本経済同友会会員合同懇談会	10/11～12	米子市	西日本	478	17	3.6%
第5回中・四国古希軟式野球大会	10/18～20	倉吉市	中四国	260	23	8.8%

第 3 回鳥取すごい！ライド	10/19～20	鳥取市	全国	600	27	4.5%
第 18 回全国社会人 9 人制バレーボール西ブロック男女優勝大会	10/19～21	鳥取市	西日本	1,063	19	1.8%
第 53 回全日本中学校道徳教育研究大会鳥取大会	10/24～25	鳥取市	全国	950	35	3.7%
令和元年度（第 70 回）電気・情報関連学会中国支部連合大会	10/26	鳥取市	中国	330	8	2.4%
第 34 回記念中国ママさんバレーボール大会	11/2～3	境港市	中国	250	16	6.4%
日本教育実践学会第 22 回研究大会	11/2～3	倉吉市	全国	120	7	5.8%
令和元年度市町村教育委員会研究協議会（西日本ブロック）	11/5～6	鳥取市	西日本	500	7	1.4%
日本重症心身障害福祉協会西日本施設協議会	11/14～15	米子市	西日本	240	5	2.1%
植物化学調節学会第 54 回大会	11/15～17	鳥取市	全国	207	39	18.8%
日本小児麻酔学会第 25 回大会	11/16～17	米子市	全国	671	170	25.3%
合計 34 件				**13,186**	**1,001**	**7.6%**

※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23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」116件に乗じ、合算したもので、主催者関連支出合計額を推計した。(表3)

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	44	3,145,111	138,384,884
会期2日	60	8,378,422	502,705,320
会期3日	10	4,060,729	40,607,290
会期4日	2	8,094,000	16,188,000
合計	**116**	—	**697,885,494**

(単位：円)

よって主催者関連支出合計額は、**697,885,494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29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	2,190	14,199	0
飲食費	810	9,929	2,129
土産代	0	5,813	2,400
交通費	429	3,158	1,412
観光・娯楽費	0	1,317	188
その他	48	886	82
合計	**3,477**	**35,302**	**6,212**

(単位：円)

助成金交付対象となった23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	1,065	5,169	331	6,565
全参加者	6,399	15,413	987	22,799

(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 6,399 人	県外参加者		合計 22,799 人
		県内宿泊 15,413 人	その他 987 人	
宿泊費	14,013,810	218,849,445	0	232,863,255
飲食費	5,183,190	153,035,858	2,101,691	160,320,738
土産代	0	89,595,875	2,368,756	91,964,631
交通費	2,745,171	48,674,311	1,393,386	52,812,869
観光・娯楽費	0	20,298,945	185,785	20,484,730
その他	307,152	13,655,934	81,281	14,044,367
合計	22,249,323	544,110,368	6,130,899	572,490,590

（単位：円）

よって、参加者関連支出合計額は **572,490,590 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　**697,885,494 円**
参加者関連支出合計額　**572,490,590 円**
合計　**1,270,376,084 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によって推計される。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によって求められる。

【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	12 億 7,038 万円	7 億 384 万円	5 億 3,921 万円	25 億 1,342 万円
雇用者所得額	4 億 2,950 万円	1 億 8,843 万円	1 億 3,917 万円	7 億 5,710 万円
就業誘発数	182 人	59 人	46 人	288 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	12 億 7,038 万円	3 億 9,578 万円	3 億 2,818 万円	19 億 9,434 万円
雇用者所得額	4 億 2,950 万円	1 億 1,267 万円	8,666 万円	6 億 2,883 万円
就業誘発数	182 人	35 人	28 人	245 人

Ⅴ　間接的経済波及効果の推計

Ⅳから

一次波及効果	395,776,482 円	
二次波及効果	328,184,497 円	
合計	723,960,979 円	（B）

が「大会・会議」の間接的経済波及効果と推計した。

Ⅵ　雇用者所得誘発額・就業誘発数

雇用者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者の所得で、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で鳥取県内の雇用者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。

雇用者所得誘発額	628,828,018 円
就業誘発数	245 人

Ⅶ　経済波及効果のまとめ（大会・会議）

2019 年度「大会・会議」による経済波及効果は

直接的経済効果（A）	1,270,376,084 円
間接的経済波及効果（B）	723,960,979 円
合計	1,994,337,063 円
雇用者所得誘発額	628,828,018 円
就業誘発数	245 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8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」61件に乗じ、合算したもので、主催者関連支出合計額を推計した。
※会期1日、10日の大会については助成金交付対象でないため会期1日の平均値は会期2日の値を、会期10日の平均値は会期5日の値を代用した。

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	12	1,415,116	16,981,392
会期2日	26	1,415,116	36,793,016
会期3日	17	1,781,950	30,293,150
会期4日	2	4,972,000	9,944,000
会期5日	3	5,739,115	17,217,345
会期10日	1	5,739,115	5,739,115
合計	**61**	—	**116,968,018**

（単位：円）

よって、主催者関連支出合計額は**116,968,018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5件のスポーツ大会の参加者を、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）

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	7,688	24,724	0
飲食費	7,500	11,284	2,682
土産代	2,313	8,157	4,773
交通費	1,188	3,799	2,091
観光・娯楽費	188	2,019	273
その他	1,000	2,608	682
合計	19,877	52,591	10,501

（単位：円）

次に、助成金交付対象となった8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	1,152	4,071	269	5,492
全参加者	12,615	19,887	1,314	33,816

（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 12,615人	県外参加者		合計 33,816人
		県内宿泊 19,887人	その他 1,314人	
宿泊費	96,984,120	491,674,766	0	588,658,886
飲食費	94,612,500	224,399,695	3,525,387	322,537,582
土産代	29,178,495	162,214,490	6,273,927	197,666,913
交通費	14,986,620	75,548,958	2,748,540	93,284,118
観光・娯楽費	2,371,620	40,150,920	358,848	42,881,388
その他	12,615,000	51,864,091	896,463	65,375,554
合計	250,748,355	1,045,852,920	13,803,165	1,310,404,440

（単位：円）

よって、参加者関連支出合計額は**1,310,404,440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	**116,968,018円**	
参加者関連支出合計額	**1,310,404,440円**	
合計	**1,427,372,458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	14 億 2,737 万円	7 億 9,424 万円	5 億 9,245 万円	28 億 1,407 万円
雇用者 所得額	4 億 7,297 万円	2 億 599 万円	1 億 5,291 万円	8 億 3,186 万円
就業 誘発数	223 人	68 人	50 人	342 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	14 億 2,737 万円	4 億 7,807 万円	3 億 6,571 万円	22 億 7,115 万円
雇用者 所得額	4 億 7,297 万円	1 億 3,120 万円	9,657 万円	7 億 74 万円
就業 誘発数	223 人	42 人	31 人	296 人

Ⅴ　間接的経済波及効果の推計

Ⅳから

一次波及効果	**478,069,361 円**	
二次波及効果	**365,712,914 円**	
合計	**843,782,275 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	**700,735,497 円**
就業誘発数	**296 人**

Ⅶ　経済波及効果のまとめ（スポーツ大会）

2019 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）	**1,427,372,458 円**
間接的経済波及効果（D）	**843,782,275 円**
合計	**2,271,154,734 円**
雇用者所得誘発額	**700,735,497 円**
就業誘発数	**296 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2件1,625人のコンベンションの主催者関連支出を元に1人あたり主催者関連支出額を算出した。
それを2019年度に開催された「企業コンベンション」の全体参加者4,740人に乗じて、主催者関連支出合計額を算出した。（表15）

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）
1,625	31,425	4,740	**148,954,500**

（単位：円）

よって、主催者関連支出合計額は、**148,954,500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）

表16.県外参加者の現地支出

	県内参加者 5人	県外参加者（県内宿泊） 4,735人	合計 4,740人
1人あたりの土産代	0	5,813	―
現地支出合計額	0	27,524,555	**27,524,555**

（単位：円）

よって、参加者関連支出合計額（現地支出額）は**27,524,555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	**148,954,500円**
参加者関連支出合計額	**27,524,555円**
合計	**176,479,055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）

表17.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	1億7,648万円	9,686万円	7,347万円	3億4,681万円
雇用者所得額	5,915万円	2,505万円	1,896万円	1億316万円
就業誘発数	28人	8人	6人	43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）

表18.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	1億7,648万円	5,918万円	4,557万円	2億8,123万円
雇用者所得額	5,915万円	1,614万円	1,203万円	8,732万円
就業誘発数	28人	5人	4人	37人

Ⅴ　間接的経済波及効果の推計

Ⅳから

一次波及効果	**59,178,375円**
二次波及効果	**45,571,556円**
合計	**104,749,931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	87,318,783 円
就業誘発数	37 人

Ⅶ　経済波及効果のまとめ（企業コンベンション）

2019 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）	176,479,055 円
間接的経済波及効果（F）	104,749,931 円
合計	281,228,986 円
雇用者所得誘発効果	87,318,783 円
就業誘発数	37 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】
2019 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、2013 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 2019 年度に開催された「海外インセンティブ」全体の参加者 1,314 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）
※　411	※　26,926	1,314	**35,380,764**

※2013 年度実績

よって、主催者関連支出合計額は **35,380,764 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《2019 年　訪日外国人消費動向調査》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	96.5%	55,277	1,268	**70,091,789**

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 **70,091,789 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	**35,380,764 円**
参加者関連支出合計額	**70,091,789 円**
合計	**105,472,553 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	1 億 547 万円	5,210 万円	4,873 万円	2 億 630 万円
雇用者所得額	4,157 万円	1,427 万円	1,258 万円	6,842 万円
就業誘発数	16 人	4 人	4 人	24 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	1 億 547 万円	3,379 万円	3,090 万円	1 億 7,016 万円
雇用者所得額	4,157 万円	948 万円	816 万円	5,921 万円
就業誘発数	16 人	3 人	3 人	21 人

Ⅴ　間接的経済波及効果の推計

Ⅳから

一次波及効果	33,788,964 円	
二次波及効果	30,902,573 円	
合計	64,691,537 円	（H）

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　雇用者所得誘発額・就業誘発数

表 22 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	59,211,828 円
就業誘発数	21 人

Ⅶ　経済波及効果のまとめ（海外インセンティブ）

2019 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）	105,472,553 円
間接的経済波及効果（H）	64,691,537 円
合計	170,164,090 円
雇用者所得誘発効果	59,211,828 円
就業誘発数	21 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100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	791	3,076	2,433,116
3	3,016	15,729	47,438,664
4	3,598	22,662	81,537,876
5	587	32,312	18,967,144
6	386	32,488	12,540,368
7	133	45,984	6,115,872
8	124	51,176	6,345,824
9	403	39,030	15,729,090
10	628	15,291	9,602,748
14	790	34,881	27,555,990
15	55	60,000	3,300,000
27	410	10,217	4,188,970
合計	**10,921**	—	**235,755,662**

（単位：円）

よって、合宿の主催者関連支出合計額は**235,755,662円**と推計した。

Ⅱ　参加者関連支出合計額の推計

【算出方法】
2013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	10,921人	**31,780,110円**

よって、「合宿」の参加者関連支出合計額（現地支出額）は、**31,780,110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　**235,755,662円**
参加者関連支出合計額　**31,780,110円**
合計　**267,535,772円（Ⅰ）**

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 6,754 万円	1 億 4,593 万円	1 億 1,040 万円	5 億 2,387 万円
雇用者 所得額	8,885 万円	3,767 万円	2,849 万円	1 億 5,502 万円
就業 誘発数	43 人	13 人	9 人	65 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 6,754 万円	8,765 万円	6,823 万円	4 億 2,341 万円
雇用者 所得額	8,885 万円	2,386 万円	1,802 万円	1 億 3,073 万円
就業 誘発数	43 人	8 人	6 人	56 人

Ⅴ　間接的経済波及効果の推計

Ⅳから

一次波及効果	87,650,133 円	
二次波及効果	68,225,725 円	
合計	155,875,858 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	130,726,002 円
就業誘発数	56 人

Ⅶ　経済波及効果のまとめ（合宿）

　2019 年度「合宿」による経済波及効果は

直接的経済効果（Ⅰ）	267,535,772 円
間接的経済波及効果（J）	155,875,858 円
合計	423,411,630 円
雇用者所得誘発効果	130,726,002 円
就業誘発数	56 人

と推計した。

8. 昨年度との比較

本稿では 2018 年度と 2019 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

		2018 年度	2019 年度	差	対前年度比
	件数	382	325	-57	85.1%
	参加者数（人）	85,750	73,590	-12,160	85.8%
直接効果（円）	主催者支出	1,615,953,990	1,234,944,438	-381,009,552	76.4%
	一件あたり	4,230,246	3,799,829	-430,417	89.8%
	参加者支出	2,365,426,693	2,012,291,484	-353,135,209	85.1%
	一人あたり	27,585	27,345	-240	99.1%
	合計	3,981,380,683	3,247,235,922	-734,144,761	81.6%
間接効果（円）	一次	1,271,813,763	1,054,463,316	-217,350,447	82.9%
	二次	1,107,092,909	838,597,265	-268,495,644	75.7%
	合計	2,378,906,672	1,893,060,581	-485,846,091	79.6%
経済波及効果合計（円）		6,360,287,355	5,140,296,503	-1,219,990,852	80.8%
参加者一人あたりの経済波及効果（円）		74,172	69,850	-4,322	94.2%
コンベンション一件あたりの経済波及効果（円）		16,649,967	15,816,297	-833,670	95.0%
雇用者所得（円）		2,007,286,758	1,606,820,129	-400,466,629	80.0%
就業誘発数（人）		800	656	-144	82.0%

表 29.大会種別の経済波及効果

	2018 年度	2019 年度	差	対前年度比
大会・会議	33.58	19.94	-13.64	59.4%
スポーツ大会	19.06	22.71	3.65	119.2%
企業コンベンション	1.22	2.81	1.59	230.3%
海外インセンティブ	5.90	1.70	-4.2	28.8%
合宿	3.84	4.23	0.39	110.2%
合計	63.60	51.40	-12.2	80.8%

（単位：億円）

出典
観光庁
「訪日外国人消費動向調査」
令和元年（2019 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
https://www.t-cb.jp
welcome@t-cb.jp

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	令和元年島根県観光動態調査	令 2.6.22	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）	令和元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　１，６４７億円（1.27 倍） ※二次効果まで	

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	今後の人口減少等が呉市経済に及ぼす影響について	令２．１０	無	呉市産業部観光振興課	2015年呉市産業連関表（28部門）	最初に，今後の人口減少に伴う個人消費と民間住宅投資の減少額等を推計した上で，これに伴うマイナスの経済波及効果を算出した。 続いて，この減少額を補完するために，観光収益を幾ら獲得すれば良いかを推計した（観光収益によるプラスの経済波及効果と，上記のマイナスの経済波及効果がほぼ同額となる金額を算出した）。	呉市観光振興計画策定委員会資料

資料4-1

Ⅰ　今後の人口減少、日本製鉄㈱瀬戸内製鉄所呉地区の休止方針、新型コロナウイルスの影響

本稿では、2015年（暦年）呉市産業連関表※等を用いて、①今後の人口減少、②日本製鉄㈱瀬戸内製鉄所呉地区の休止方針、③新型コロナウイルスの影響による市内総生産の減少額を推計します。

※環境省の事業として全国の市町村の産業連関表を㈱価値総合研究所が提供しているもので、内閣府のＲＥＳＡＳにもその概要が掲載されています。

1. 今後の人口減少に伴う市内総生産の減少額の推計

(1)推計方法の概要

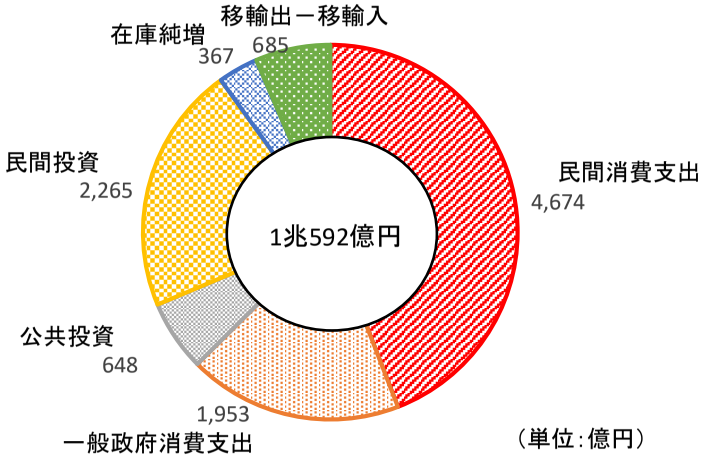
呉市観光振興基本計画の対象期間（2022～2026年度）における人口減少により、個人消費と民間住宅投資がどの程度減少するのかを推計し、市内総生産への影響を算出します。

その際、『もし呉市の人口（2015年時点）が０人になった場合には、個人消費も民間住宅投資も０円になる』という前提のもとで、市民の年齢構成も考慮して人口１人当たりの個人消費額と住宅投資額を推計し、市内総生産がどの程度減少するのかを推計します。

（２）個人消費の減少額の推計

呉市産業連関表によると、2015年（暦年）の市内総生産は1兆592億円であり、そのうち「民間消費支出」は4,674億円となっています。

図表１　呉市産業連関表から把握できる市内総生産（2015暦年）



民間消費支出の中には、下表のように、家計にさまざまなサービスを提供している私立学校や宗教・政治団体等による支出である「対家計民間非営利団体消費支出」が含まれていますので、この金額（112億円）を推計して控除すると、家計による支出である「家計消費支出」が4,562億円と推計されます。

また、「家計消費支出」の中には、持ち家の所有者が自身の住宅に住んでいる便益を金額で評価した「帰属家賃」が含まれていますので、この金額（679億円）を推計して控除した「帰属家賃を除く家計消費支出」である3,882億円を、本稿の推計対象である「個人消費」とします。

図表２　呉市における民間消費支出の内訳（2015暦年）

（単位：億円）

項目	金額
対家計民間非営利団体消費支出	112
家計消費支出	4,562
帰属家賃	679
帰属家賃を除く	3,882
民間消費支出	4,674

2015年の家計調査（全国）の支出品目を産業連関表の産業部門に組み替えて、呉市の世帯主年齢別※の１人当たり年間消費支出を推計したものが下表です。この表では、2015年時点の呉市の人口が０人になった場合、個人消費（3,882億円）も０円になるように調整してあります。

※例えば、世帯主の年齢が50歳代の場合、その世帯には10歳代、20歳代、30歳代といった異なる年齢の家族が含まれている場合もあります。

図表３　呉市における世帯主年齢別の１人当たり年間個人消費額（2015年）

（単位：円）

	～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳～	計
農林漁業	7,574	10,219	14,225	21,399	30,899	36,041	120,357
鉱業	0	0	0	0	0	0	0
飲食料品	85,328	106,517	143,196	190,902	220,712	220,096	966,752
繊維製品	17,260	20,198	23,905	28,503	27,636	20,723	138,225
パルプ・紙・紙加工品	1,034	896	707	665	663	665	4,631
化学	10,047	12,543	15,927	20,997	23,550	22,921	105,985
窯業・土石製品	838	1,000	950	1,091	1,149	973	6,000
鉄鋼	0	0	0	0	0	0	0
非鉄金属	403	445	505	1,098	1,764	2,545	6,760
金属製品	20	277	986	2,144	2,623	4,325	10,376
はん用・生産用・業務用機械	890	782	823	1,648	2,064	2,417	8,624
電気機械	28,462	38,076	49,444	60,246	67,706	64,854	308,788
輸送用機械	68,122	32,861	35,638	42,682	52,804	24,652	256,759
その他の製造業	43,996	52,219	64,297	72,405	72,055	61,983	366,956
建設	0	0	0	0	0	0	0
電力	27,707	36,554	46,810	59,033	67,648	71,252	309,004
ガス・熱供給	5,949	5,431	6,561	8,415	8,783	9,892	45,030
水道・廃棄物処理	9,281	10,635	14,100	17,178	18,885	19,956	90,035
商業	165,751	193,967	248,148	317,900	357,541	342,283	1,625,590
金融・保険	76,418	81,354	99,810	129,224	149,435	119,708	655,950
不動産	434,095	258,076	169,019	149,703	112,715	86,154	1,209,762
運輸・郵便	42,362	44,691	59,189	84,446	93,155	82,328	406,171
情報通信	70,855	74,399	91,082	109,579	90,404	68,228	504,548
公務	6,745	7,423	8,120	8,346	8,224	8,425	47,282
医療・福祉	27,184	37,887	47,480	61,819	111,741	123,444	409,555
対事業所サービス・教育・研究	20,471	37,178	76,160	112,498	13,230	3,803	263,340
宿泊・飲食サービス	99,673	107,857	123,331	142,212	144,360	117,340	734,773
その他の対個人サービス等	88,289	108,453	158,938	187,135	197,161	197,738	937,714
合計	1,338,753	1,279,940	1,499,349	1,831,269	1,876,908	1,712,748	9,538,967

（資料）総務省「家計調査」

上表のように、家計調査をもとに作成した個人消費のデータは、世帯主の年齢別に集計されていますので、これに対応する呉市の人口の推計値も、下表のように世帯主年齢別に算出します。

図表４　呉市における世帯主年齢別の人口の見通し

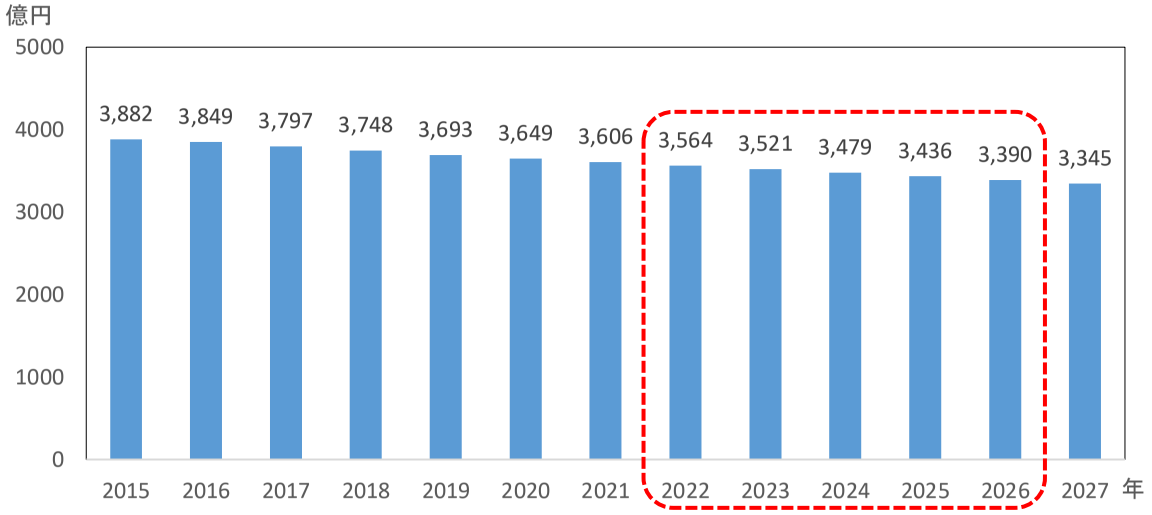
（単位：人）

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年
総数	233,685	231,715	228,636	225,684	222,366	219,790	217,015	214,240	211,466	208,691	205,917	203,069	200,221
～29歳	10,470	10,290	9,970	9,719	9,356	9,166	9,069	8,971	8,874	8,777	8,679	8,452	8,225
30～39歳	26,254	25,351	24,537	23,750	22,984	22,340	21,921	21,502	21,084	20,665	20,246	20,052	19,858
40～49歳	41,868	42,605	41,735	41,155	40,191	39,786	38,272	36,758	35,244	33,730	32,217	31,422	30,628
50～59歳	35,728	34,654	34,832	35,107	35,356	35,393	36,123	36,852	37,581	38,310	39,038	38,713	38,387
60～69歳	48,554	47,709	44,243	41,117	38,200	35,665	34,819	33,972	33,126	32,280	31,434	31,554	31,674
70歳～	70,811	71,107	73,318	74,836	76,279	77,438	76,811	76,184	75,557	74,930	74,302	72,876	71,450

（資料）総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「将来推計人口・世帯数」、呉市「住民基本台帳人口」等より作成

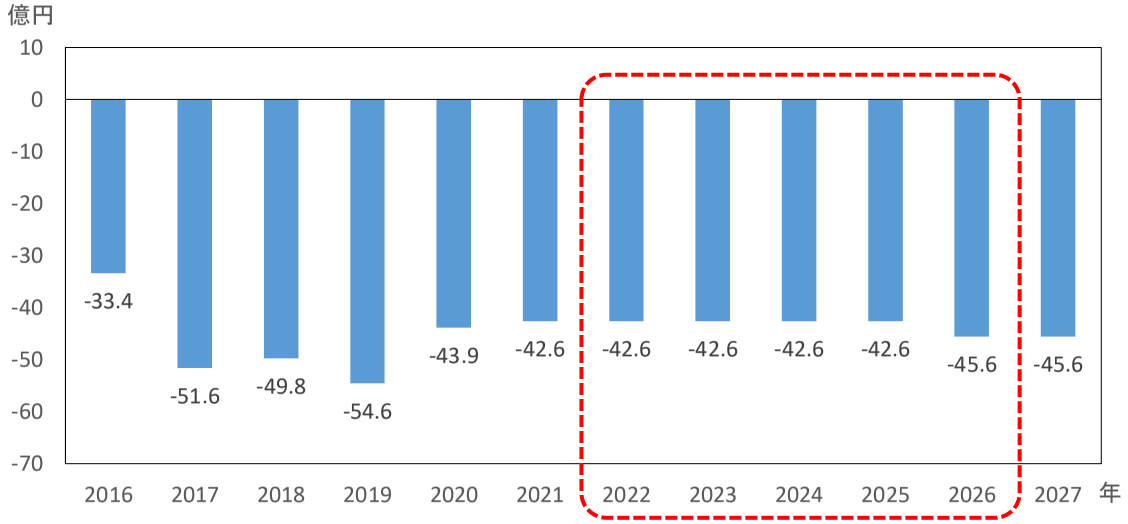
前ページの世帯主年齢別に算出した1人当たり個人消費と人口を掛け合わせることにより、呉市の個人消費を推計すると、下図のとおりとなりました。計画対象期間（2022～2026年）における個人消費は、人口減少と年齢構成の変化に伴い、3,564億円から3,390億円へと減少することが見込まれます。

図表５　呉市における個人消費の見通し（暦年ベース）



上図の推計結果から毎年の減少額を算出すると、今後、個人消費は毎年40～45億円程度減少する見通しとなります。計画対象期間（2022～2026年）における個人消費の減少額は、累計で216億円となることが見込まれます。

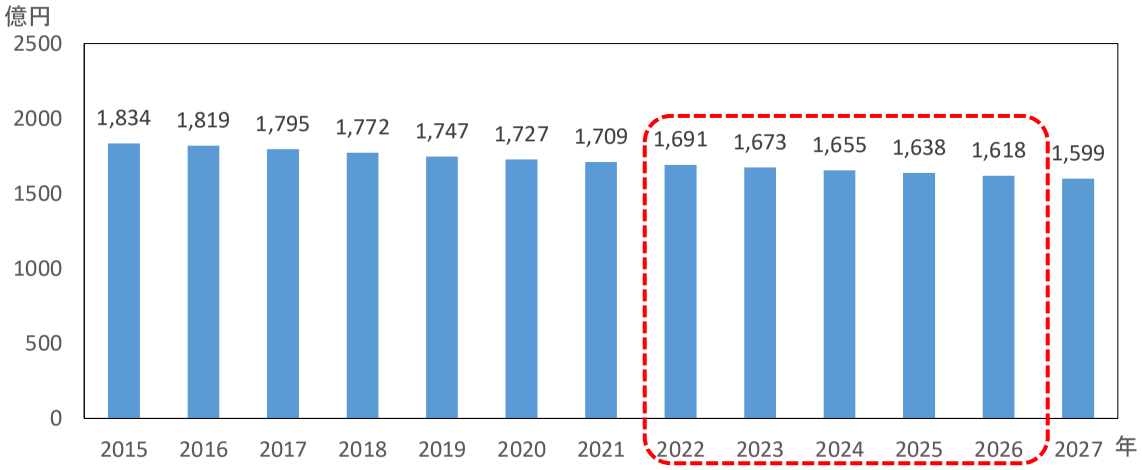
図表６　呉市における個人消費の年間減少額（暦年ベース）



前ページで推計した個人消費の金額を、呉市産業連関表に投入して経済波及効果※を算出すると、下図のように推計されました。計画対象期間（2022～2026年）をみると、個人消費による経済波及効果は、人口減少と年齢構成の変化に伴い、1,691億円から1,618億円へと減少することが見込まれます。

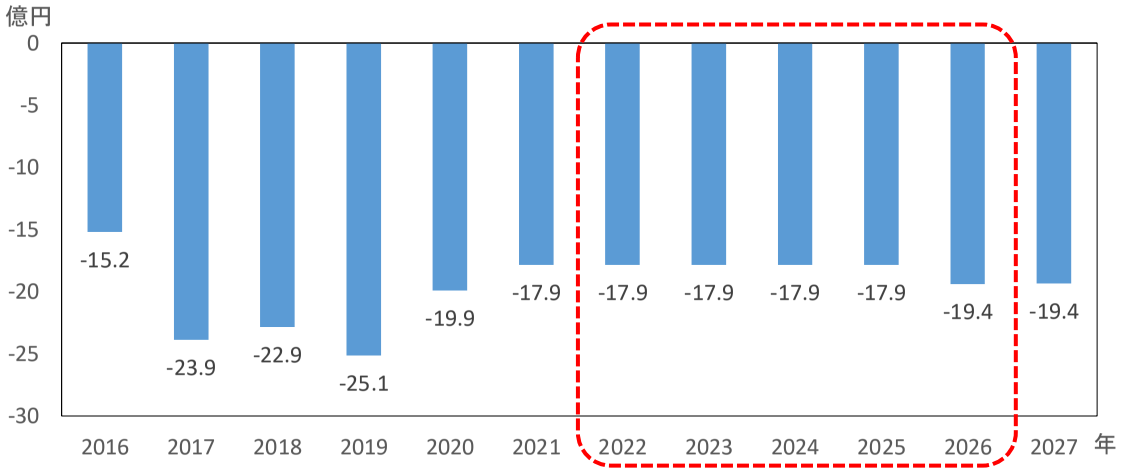
※間接２次効果（個人消費の発生等により、その需要を獲得した事業所の従業員が賃金を得て、呉市内で消費活動を行うことによる効果）は、個人消費と民間住宅投資については推計に含みません。これを含めると、もし呉市民が０人となった場合を仮定すると、呉市の個人消費が０円となったうえに、間接２次効果による消費のさらなる下押し効果が発生し、個人消費がマイナスとなるためです。

図表７　呉市における個人消費による経済波及効果（暦年ベース）



上図の経済波及効果について毎年の減少額を算出すると、個人消費による経済波及効果は毎年20億円程度の減少が見込まれます。計画対象期間（2022～2026年）における経済波及効果の累計の減少額は91億円になると推計されました。

図表８　呉市における個人消費による経済波及効果の年間減少額（暦年ベース）



（３）民間住宅投資の減少額の推計

ここからは、人口減少に伴う民間住宅投資の減少額を推計します。

広島県の「県民経済計算」によると、2015年（暦年）の広島県全体の住宅投資は2,962億円と算出されます。同年における新設住宅着工戸数は、広島県が16,289戸、呉市が899戸ですので、この比率で按分すると、呉市の民間住宅投資は164億円と推計されます。

新設住宅の構造・建て方・利用関係別に、呉市の戸数と広島県平均の１戸当たり単価を掛け合わせると、合計額は156.3億円となりました。

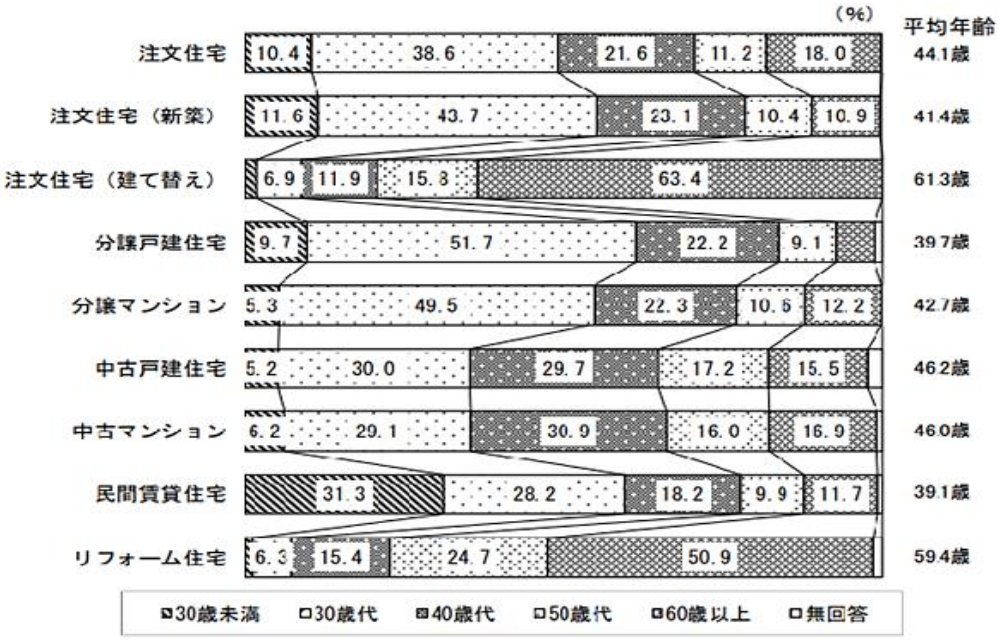
図表９の「木造・一戸建・持家」を図表10の「注文住宅」と結びつけるなど、これら２つの図表を関連付けて整理することにより、図表11に記載した呉市における世帯主年齢別の数値を算出します。

図表９　呉市の新設住宅戸数等（2015年）

区分			呉市新設住宅（戸）	広島県単価（万円）	金額（億円）
構造	建て方	利用関係			
木造	一戸建	持家	269	2,148	57.8
木造	一戸建	貸家	7	1,377	1.0
木造	一戸建	分譲住宅	214	1,455	31.1
木造	長屋建	貸家	75	829	6.2
木造	長屋建	分譲住宅	4	400	0.2
木造	共同住宅	貸家	10	572	0.6
鉄筋コンクリート造	一戸建	持家	1	3,342	0.3
鉄筋コンクリート造	共同住宅	貸家	69	1,006	6.9
鉄筋コンクリート造	共同住宅	給与住宅	1	0	0.0
鉄筋コンクリート造	共同住宅	分譲住宅	70	1,803	12.6
鉄骨造	一戸建	持家	86	2,989	25.7
鉄骨造	一戸建	貸家	2	2,929	0.6
鉄骨造	一戸建	分譲住宅	25	2,496	6.2
鉄骨造	長屋建	貸家	42	1,055	4.4
鉄骨造	共同住宅	貸家	24	1,064	2.6
合計			899		156.3

（資料）国土交通省「住宅着工統計」

図表10　世帯主年齢別の住宅の購入・リフォーム（2018年、全国）



（資料）国土交通省住宅局「平成30年度住宅市場動向調査」

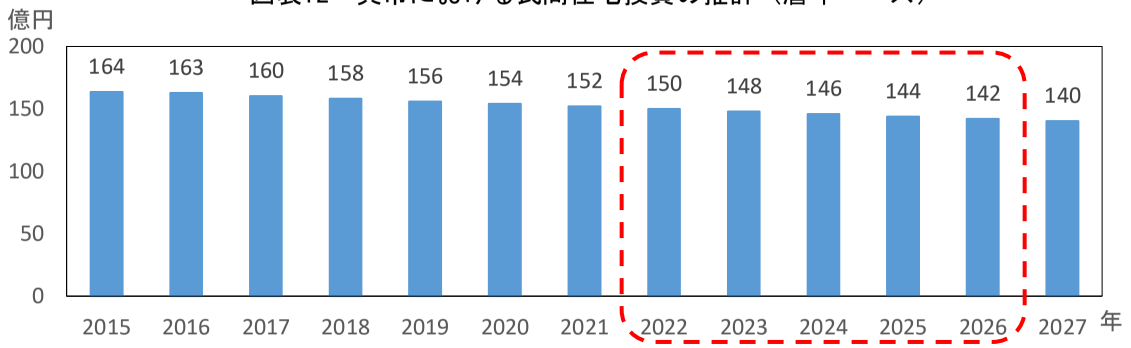
図表11　世帯主年齢別の住宅投資、世帯数、１世帯当たり投資額（2015年、呉市）

（単位：億円、世帯、万円）

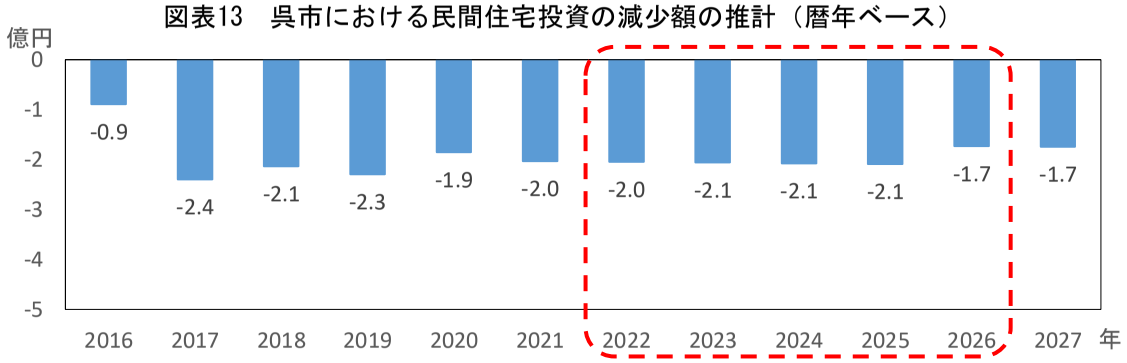
	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳～	合計
呉市民間住宅投資	21	68	35	17	23	164
呉市世帯数（世帯主数）	7,915	10,412	15,546	14,922	62,753	111,547
1世帯当たり投資額	26.6	64.8	22.5	11.5	3.6	14.7

前ページの世帯主年齢別の１世帯当たり投資額と世帯数（世帯主数）を掛け合わせて民間住宅投資を推計すると下図のとおりとなりました。計画対象期間（2022～2026年度）において民間住宅投資の減少額は毎年2億円程度となり、5年間の累計で10億円となる見通しです。

図表12　呉市における民間住宅投資の推計（暦年ベース）

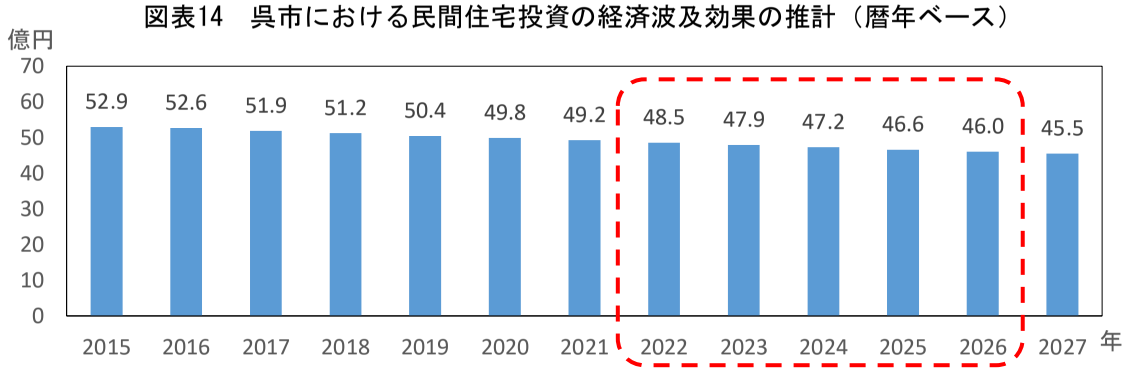


図表13　呉市における民間住宅投資の減少額の推計（暦年ベース）

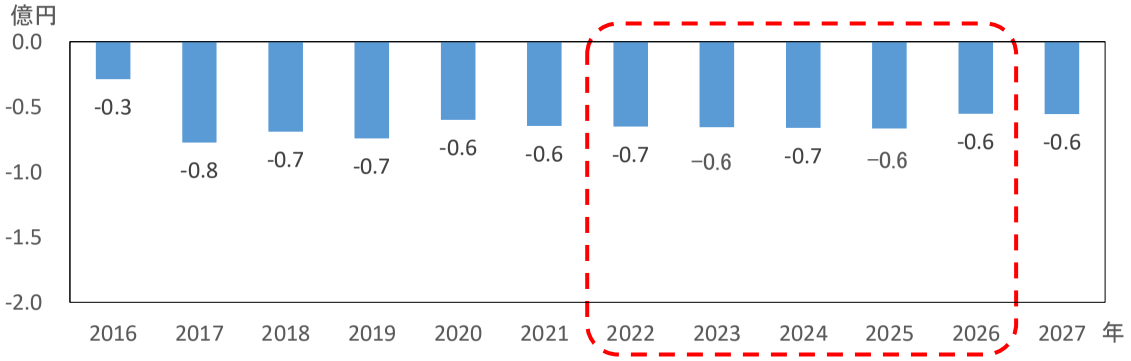


上記の民間住宅投資を呉市産業連関表に投入して経済波及効果を算出すると、下図のように推計されました。計画対象期間（2022～2026年度）中の経済波及効果の減少額は、累計で3.2億円となりました。

図表14　呉市における民間住宅投資の経済波及効果の推計（暦年ベース）



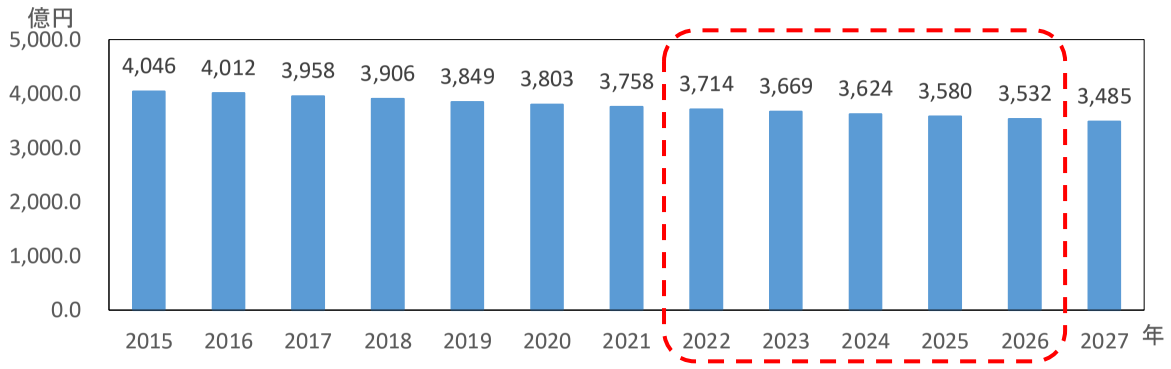
図表15　呉市における民間住宅投資の経済波及効果の減少額の推計（暦年ベース）



（４）個人消費と民間住宅投資のまとめ

これまでに説明してきた個人消費と民間住宅投資の推計結果を合計すると、以下のとおりとなりました。

図表16　呉市における個人消費と民間住宅投資の推計額（暦年ベース）

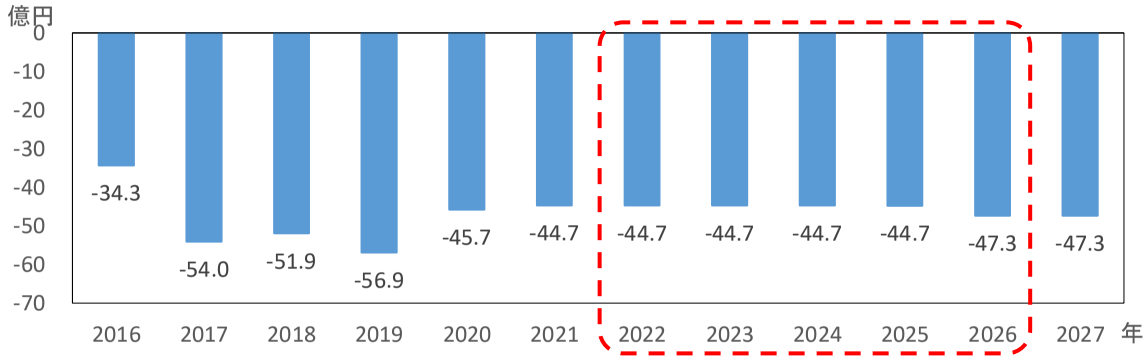


（単位：億円）

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年
個人消費	3882	3849	3797	3748	3693	3649	3606	3564	3521	3479	3436	3390	3,345
民間住宅投資	164	163	160	158	156	154	152	150	148	146	144	142	140
合計	4046	4012	3958	3906	3849	3803	3758	3714	3669	3624	3580	3532	3485

上記金額の毎年の減少額を算出すると、40～50億円程度と推計されました。計画対象期間（2022～2026年）における累計減少額は226億円になる見通しです。

図表17　呉市における個人消費と民間住宅投資の減少額（暦年ベース）



（単位：億円）

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年
個人消費	-	-33.4	-51.6	-49.8	-54.6	-43.9	-42.6	-42.6	-42.6	-42.6	-42.6	-45.6	-45.6
民間住宅投資	-	-0.9	-2.4	-2.1	-2.3	-1.9	-2.0	-2.0	-2.1	-2.1	-2.1	-1.7	-1.7
合計	-	-34.3	-54.0	-51.9	-56.9	-45.7	-44.7	-44.7	-44.7	-44.7	-44.7	-47.3	-47.3

２．日本製鉄㈱瀬戸内製鉄所呉地区の休止方針による個人消費の減少額の推計

日本製鉄㈱では、瀬戸内製鉄所呉地区（以下、本件製鉄所）を2023年度に休止方針を表明しています。2021年9月には高炉の休止も予定されていますので、同製鉄所の生産額は2023年度に向けて段階的に減少していくとみられますが、ここでは2023年度の１年間だけで生産が停止すると仮定し、その影響について、呉市産業連関表を用いて推計します。

（１）呉市観光振興基本計画で活用する推計結果の範囲

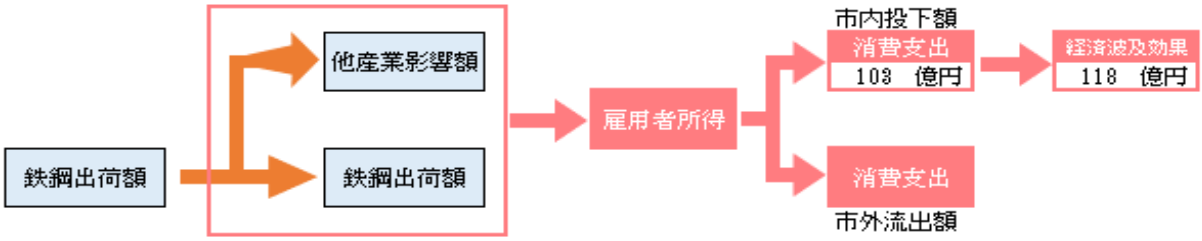
本件製鉄所が休止すると、本件製鉄所自身の生産が無くなるとともに、協力会社の生産も減少します。この結果、そこで働く人々の賃金が減少し、呉市内に投下される個人消費も減少します。

呉市観光振興基本計画では、数値目標を設定するに際し、本件製鉄所の休止方針による影響のうち、観光関連産業への影響が大きい上述の「呉市内に投下される個人消費」の減少額に絞って、推計・検討を進めます。

（２）経済波及効果の推計

本件製鉄所の出荷額をもとに「呉市内に投下される個人消費」を算出すると、103億円と推計されました。この個人消費による経済波及効果を推計すると118億円となる見通しです。

図表18　日本製鉄㈱瀬戸内製鉄所呉地区の休止方針による影響



（経済波及効果の推計範囲）

本稿に記載する金額は「呉市内に投下される個人消費」の減少額と、それによる経済波及効果のみといたしますが、この推計は、①本件製鉄所の生産額、②協力企業等への発注による波及効果、③呉市内に投下される個人消費の減少額の順で行います。

その際、以下の影響は推計に含みません。

- 日本製鉄㈱瀬戸内製鉄所呉地区以外の呉市内の鉄鋼業の生産減（同製鉄所の生産減少の影響が地域内循環の中で、同製鉄所の受注減少として再度計上され、ゼロになったはずの本件製鉄所の生産額をさらに減少させる〔マイナスになる〕という矛盾を防ぐため）
- 同製鉄所及び協力会社での設備投資の停止
- 同製鉄所の販売先の業務の停止（経済波及効果は川上に位置する発注先のみを推計する）。
- 同製鉄所の休止方針に伴う人口減少等により、市内の経済活動に発生する２次的な影響。

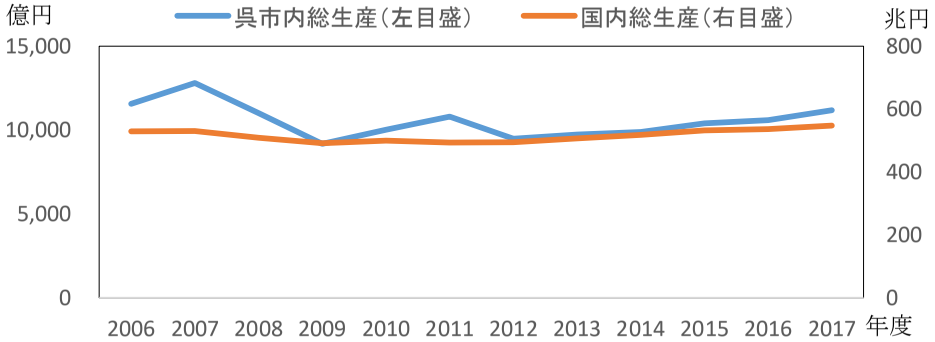
３．新型コロナウイルスの影響による市内総生産の減少額の推計

新型コロナウイルスの影響による呉市の市内総生産の減少額を推計することは、現時点では十分な情報が得られませんので、ここでは、日本経済研究センターによる日本全体の経済予測※に連動して呉市の市内総生産が変動すると仮定した場合、どの程度の減少が見込まれるかを試算します。

※2020年7月1日公表。本稿では、新型コロナウイルスの影響が2020年度中に収束する前提のシナリオを使用。

呉市の実質市内総生産額と国内総生産（ＧＤＰ）を比べると、呉市の市内総生産の方が振れ幅が大きい傾向はみられますが、呉市の全国に占めるシェアは2006～2017年度の平均で0.204%で推移しています。

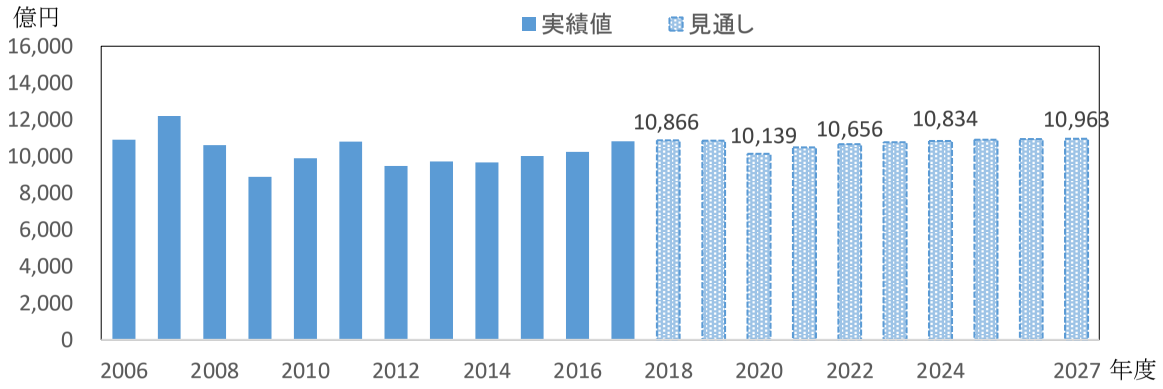
図表19　呉市の市内総生産と全国の国内総生産（実質ベース）



上記のように、呉市の市内総生産は国内総生産（ＧＤＰ）の約0.204%であることから、日本経済研究センターによる国内総生産の予測値を利用して呉市の市内総生産を推計※すると、以下のとおりとなります。

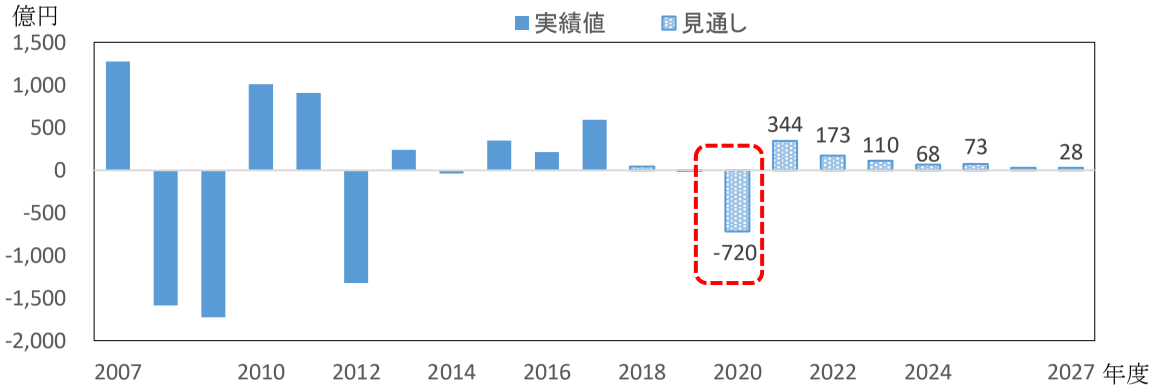
※広島県の物価上昇率（デフレータ）を使用して実質化したうえで将来値を推計。

図表20　呉市の市内総生産の見通し（実質ベース）



呉市の市内総生産の毎年の増減額は、下図のとおりとなります。このうち、2020年度には720億円程度の減少が見込まれていますので、これを新型コロナウイルスによる影響額とみなすこととします。なお、この720億円を取り戻すには5年間かかる見通しです。

図表21　呉市の市内総生産の増減見通し（実質ベース）

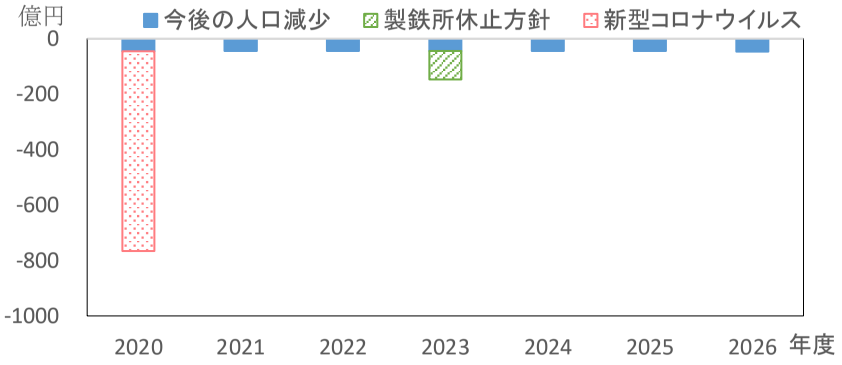


４．市内総生産の見通しのまとめ

これまでに説明してきた「今後の人口減少」、「日本製鉄㈱瀬戸内製鉄所呉地区の休止方針」、「新型コロナウイルス」による市内総生産の減少額の推計結果をまとめると、以下のとおりとなります。

もし2023年度に製鉄所が休止されることになった場合、本稿で推計した影響にとどまらず、基幹産業である鉄鋼業をめぐる取引構造が寸断され、再就職先を求める人たちが市外に転居するといった影響も考えられますが、本推計ではそこまでは補足していませんので、留意が必要です。

図表22　呉市の市内総生産の増減見通し（実質ベース）



図表23　呉市の市内総生産の増減見通し（実質ベース）

（単位：億円）

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
今後の人口減少	-46	-45	-45	-45	-45	-45	-47
製鉄所休止方針				-103			
新型コロナウイルス	-720						
合計	-766	-45	-45	-148	-45	-45	-47

（資料）日本経済研究センター「中期経済予測」、内閣府「国民経済計算年次推計」
広島県「市町民経済計算」、呉市提供資料

Ⅱ　呉市産業連関表から読み取れること

１．移輸入率、移輸出率

呉市（2015年）、岐阜県高山市（2016年）、松山市（2012年）、那覇市（2015年）の産業連関表により、市外からの購入割合（≒市外への仕事や資金の流出）を表す移輸入率を比べると、全産業では呉市は0.655と、3市平均0.359を上回っています。観光関連産業では「農林漁業」（呉市0.788、3市平均0.639）と「飲食料品」（呉市0.732、3市平均0.644)が3市平均を上回っています。今後は、実態に応じた形で農林水産品の移輸入を抑制し、市内産品の購入割合を高めることにより、市内循環を強化していくことが必要です。

図表24　産業部門別の移輸入率

	呉市	3市平均				呉市－3市平均
			高山市	松山市	那覇市	
農林漁業	0.788	0.639	0.550	0.441	0.926	0.149
鉱業	0.996	0.776	0.401	0.976	0.952	0.220
飲食料品	0.732	0.644	0.488	0.649	0.793	0.088
繊維製品	0.945	0.826	0.814	0.788	0.876	0.119
パルプ・紙・紙加工品	0.727	0.826	0.873	0.606	0.998	-0.099
化学	0.859	0.902	0.978	0.783	0.947	-0.043
窯業・土石製品	0.715	0.575	0.620	0.543	0.560	0.140
鉄鋼	0.648	0.913	0.937	0.805	0.996	-0.265
金属製品	0.725	0.842	0.812	0.735	0.979	-0.117
はん用・生産用・業務用機械	0.718	0.923	0.988	0.793	0.988	-0.205
電気機械	0.863	0.872	0.759	0.859	0.998	-0.009
輸送用機械	0.726	0.936	0.936	0.874	0.998	-0.210
その他の製造業	0.867	0.830	0.747	0.792	0.949	0.038
建設	0.731	0.002	0.000	0.000	0.006	0.728
電力・ガス・熱供給	0.973	0.446	0.304	0.451	0.582	0.528
水道・廃棄物処理	0.147	0.076	0.002	0.053	0.171	0.072
商業	0.703	0.334	0.384	0.457	0.159	0.369
金融・保険	0.518	0.091	0.201	0.068	0.003	0.427
不動産	0.465	0.050	0.092	0.051	0.008	0.415
運輸・郵便	0.258	0.351	0.241	0.416	0.395	-0.092
情報通信	0.636	0.438	0.818	0.320	0.177	0.198
公務	0.132	0.008	0.000	0.025	0.000	0.124
医療・福祉	0.326	0.046	0.079	0.033	0.025	0.280
対事業所サービス・教育・研究	0.510	0.357	0.536	0.316	0.220	0.152
宿泊・飲食サービス	0.483	0.428	0.594	0.474	0.217	0.055
その他の対個人サービス等	0.442	0.218	0.264	0.217	0.172	0.225
全産業	0.655	0.359	0.411	0.374	0.292	0.296

（注）移輸入率＝移輸入額÷（市内中間需要＋市内最終需要）
（資料）高山市、松山市、那覇市の産業連関表

移輸出率をみると、呉市の観光関連産業では、市外からの観光客向け販売等の「宿泊・飲食サービス」（呉市0.425、3市平均0.647）が3市平均を下回っていますので、市外からの誘客を強化することが必要です。

図表25　産業部門別の移輸出率

	呉市	3市平均				呉市－3市平均
			高山市	松山市	那覇市	
農林漁業	0.745	0.569	0.588	0.392	0.727	0.176
鉱業	0.000	0.117	0.000	0.007	0.345	-0.117
飲食料品	0.407	0.352	0.550	0.222	0.284	0.055
繊維製品	0.000	0.585	0.691	0.842	0.224	-0.585
パルプ・紙・紙加工品	0.842	0.547	0.852	0.494	0.294	0.295
化学	0.000	0.705	0.988	0.796	0.330	-0.705
窯業・土石製品	0.923	0.122	0.224	0.114	0.028	0.801
鉄鋼	0.879	0.083	0.031	0.153	0.065	0.796
金属製品	0.840	0.302	0.413	0.461	0.031	0.539
はん用・生産用・業務用機械	0.832	0.614	0.987	0.856	0.000	0.218
電気機械	0.000	0.123	0.004	0.365	0.000	-0.123
輸送用機械	0.851	0.271	0.549	0.264	0.000	0.580
その他の製造業	0.628	0.426	0.690	0.475	0.113	0.202
建設	0.458	0.000	0.000	0.000	0.000	0.458
電力・ガス・熱供給	0.831	0.204	0.074	0.486	0.053	0.626
水道・廃棄物処理	0.206	0.124	0.264	0.072	0.036	0.081
商業	0.069	0.335	0.356	0.464	0.184	-0.265
金融・保険	0.207	0.246	0.229	0.225	0.284	-0.039
不動産	0.424	0.043	0.054	0.038	0.038	0.381
運輸・郵便	0.427	0.513	0.300	0.445	0.795	-0.087
情報通信	0.000	0.343	0.257	0.361	0.410	-0.343
公務	0.652	0.122	0.000	0.353	0.013	0.530
医療・福祉	0.493	0.153	0.170	0.285	0.004	0.340
対事業所サービス・教育・研究	0.314	0.279	0.248	0.339	0.252	0.035
宿泊・飲食サービス	0.425	0.647	0.856	0.561	0.523	-0.222
その他の対個人サービス等	0.431	0.214	0.235	0.285	0.123	0.216
全産業	0.666	0.347	0.402	0.361	0.277	0.319

（注）移輸出率＝移輸出額÷市内生産額
（資料）高山市、松山市、那覇市の産業連関表

２．市内産業全体への経済波及効果の乗数

各産業に１単位の需要が発生した場合に、市内産業全体に何倍の経済波及効果を与えるかという産業別の乗数をみると、呉市の観光関連産業は「農林漁業」（呉市1.174、3市平均1.335）、「飲食料品」（同1.208、1.395）、「宿泊・飲食サービス」（同1.239、1.375）等となっており、3市平均を下回っています。この一因として、呉市の産業全体の移輸入率が高いことが考えられますので、今後は観光関連産業を含めて市内全体の移輸入率の低減に取り組むことが必要と思われます。

図表26　市内産業全体に経済波及効果を及ぼす乗数

	呉市	3市平均	高山市	松山市	那覇市	呉市－3市平均
農林漁業	1.174	1.335	1.342	1.424	1.240	-0.161
鉱業	1.148	1.449	1.503	1.469	1.374	-0.301
飲食料品	1.208	1.395	1.496	1.445	1.245	-0.187
繊維製品	1.118	1.285	1.257	1.318	1.279	-0.167
パルプ・紙・紙加工品	1.251	1.317	1.297	1.424	1.229	-0.066
化学	1.171	1.312	1.186	1.325	1.425	-0.141
窯業・土石製品	1.175	1.377	1.412	1.346	1.374	-0.202
鉄鋼	1.199	1.218	1.253	1.316	1.086	-0.020
金属製品	1.203	1.242	1.234	1.295	1.197	-0.039
はん用・生産用・業務用機械	1.189	1.204	1.179	1.228	1.203	-0.014
電気機械	1.169	1.271	1.309	1.253	1.252	-0.102
輸送用機械	1.238	1.243	1.226	1.333	1.169	-0.005
その他の製造業	1.193	1.242	1.305	1.173	1.247	-0.049
建設	1.197	1.313	1.286	1.362	1.291	-0.116
電力・ガス・熱供給	1.111	1.348	1.355	1.466	1.224	-0.237
水道・廃棄物処理	1.232	1.285	1.246	1.298	1.311	-0.053
商業	1.136	1.271	1.224	1.300	1.288	-0.134
金融・保険	1.166	1.251	1.213	1.239	1.300	-0.084
不動産	1.077	1.209	1.182	1.219	1.227	-0.133
運輸・郵便	1.226	1.310	1.242	1.379	1.309	-0.085
情報通信	1.206	1.375	1.294	1.402	1.430	-0.169
公務	1.157	1.297	1.237	1.347	1.307	-0.140
医療・福祉	1.128	1.268	1.222	1.276	1.305	-0.140
対事業所サービス・教育・研究	1.129	1.248	1.198	1.272	1.274	-0.119
宿泊・飲食サービス	1.239	1.375	1.398	1.378	1.348	-0.136
その他の対個人サービス等	1.144	1.310	1.224	1.408	1.297	-0.165
全産業	1.176	1.298	1.282	1.334	1.278	-0.122

（注）逆行列係数表の列和を記載。
（資料）高山市、松山市、那覇市の産業連関表

３．産業間の取引

呉市（2015年）、高山市（2016年）、松山市（2012年）、那覇市（2015年）の産業連関表により、「農林漁業」の市内生産額を100％とした場合の販売先割合をみると、呉市は「宿泊・飲食サービス」向けの販売割合が11.3％と、3市平均（15.2％）を若干下回っていますので、農林漁業から飲食・宿泊サービスへの市内取引を拡大できる余地があると考えられます。

また、呉市の移輸入の割合が-94.9％と、3市平均（-72.1％）を上回っていますので、移輸入額の低減により市内循環を強化することが必要と思われます。

図表27　農林漁業における取引状況

（単位：億円）

	中間需要（原材料等としての販売）					最終需要				市内生産額
		農林漁業	飲食料品	宿泊・飲食サービス	その他の対個人サービス等		市内最終需要	移輸出	移輸入	
呉市	110.1 (87.8%)	10.5 (8.4%)	59.9 (47.7%)	14.1 (11.3%)	25.5 (20.4%)	15.3 (12.2%)	41.0 (32.7%)	93.3 (74.5%)	-119.0 (-94.9%)	125.4 (100.0%)
3市平均	181.2 (83.1%)	27.8 (12.7%)	104.6 (48.0%)	33.2 (15.2%)	15.6 (7.1%)	36.9 (16.9%)	86.5 (39.7%)	107.6 (49.4%)	-157.2 (-72.1%)	218.0 (100.0%)
高山市	207.4 (82.3%)	45.6 (18.1%)	132.2 (52.5%)	14.5 (5.7%)	15.1 (6.0%)	44.4 (17.7%)	23.5 (9.3%)	148.0 (58.8%)	-127.0 (-50.5%)	251.8 (100.0%)
松山市	206.5 (58.8%)	33.6 (9.6%)	104.2 (29.7%)	46.5 (13.2%)	22.2 (6.3%)	144.5 (41.2%)	175.1 (49.9%)	137.5 (39.2%)	-168.2 (-47.9%)	351.0 (100.0%)
那覇市	129.7 (252.6%)	4.2 (8.1%)	77.4 (150.7%)	38.7 (75.4%)	9.4 (18.3%)	-78.3 (-152.6%)	60.8 (118.4%)	37.3 (72.7%)	-176.5 (-343.7%)	51.4 (100.0%)

（資料）高山市、松山市、那覇市の産業連関表

「飲食料品」の市内生産額を100%とした場合の販売先割合をみると、呉市は「宿泊・飲食サービス」向けの販売割合が34.0%と、3市平均（43.6%）を下回っていますので、「飲食料品」から「飲食・宿泊サービス」への市内取引の拡大を推進する必要があります。

また、呉市の「移輸入」の割合が-161.8%と、3市平均（-146.1%）を上回っていますので、移輸入額の低減により市内循環の強化に取り組むことが必要と思われます。

図表28　飲食料品における取引状況

（単位：億円）

	中間需要（原材料等としての販売）					最終需要				市内生産額
		農林漁業	飲食料品	宿泊・飲食サービス	その他の対個人サービス等		市内最終需要	移輸出	移輸入	
呉市	168.0 (63.7%)	17.0 (6.4%)	42.6 (16.2%)	89.6 (34.0%)	18.8 (7.1%)	95.6 (36.3%)	414.7 (157.3%)	107.4 (40.7%)	-426.5 (-161.8%)	263.6 (100.0%)
3市平均	296.2 (73.5%)	25.6 (6.3%)	61.7 (15.3%)	175.6 (43.6%)	33.3 (8.3%)	106.6 (26.5%)	564.5 (140.2%)	130.4 (32.4%)	-588.4 (-146.1%)	402.7 (100.0%)
高山市	158.4 (49.1%)	29.4 (9.1%)	41.9 (13.0%)	73.9 (22.9%)	13.2 (4.1%)	164.2 (50.9%)	125.0 (38.8%)	177.6 (55.0%)	-138.4 (-42.9%)	322.6 (100.0%)
松山市	426.5 (69.1%)	40.2 (6.5%)	103.6 (16.8%)	209.0 (33.8%)	73.7 (11.9%)	191.1 (30.9%)	943.4 (152.8%)	137.4 (22.2%)	-889.7 (-144.1%)	617.5 (100.0%)
那覇市	303.7 (113.3%)	7.1 (2.6%)	39.7 (14.8%)	243.8 (91.0%)	13.1 (4.9%)	-35.6 (-13.3%)	625.2 (233.2%)	76.2 (28.4%)	-737.1 (-274.9%)	268.1 (100.0%)

（資料）高山市、松山市、那覇市の産業連関表

「飲食・宿泊サービス」の市内生産額を100%とした場合の販売先割合をみると、呉市は市外からの観光客向け販売を含む「移輸出」の割合が42.5%と、3市平均（60.5%）を下回っていますので、観光客向けの拡販を推進し、市外からの需要獲得に取り組むことが必要です。

図表29　飲食・宿泊サービスにおける取引状況

（単位：億円）

	中間需要（原材料等としての販売）					最終需要				市内生産額
		農林漁業	飲食料品	宿泊・飲食サービス	その他の対個人サービス等		市内最終需要	移輸出	移輸入	
呉市	7.2 (1.8%)	0.0 (0.0%)	0.5 (0.1%)	3.3 (0.8%)	3.4 (0.8%)	395.5 (98.2%)	441.2 (109.6%)	171.1 (42.5%)	-216.8 (-53.8%)	402.8 (100.0%)
3市平均	31.3 (3.3%)	0.0 (0.0%)	0.5 (0.1%)	8.5 (0.9%)	22.2 (2.4%)	907.6 (96.7%)	579.3 (61.7%)	568.3 (60.5%)	-239.9 (-25.6%)	938.9 (100.0%)
高山市	16.1 (2.9%)	0.0 (0.0%)	0.0 (0.0%)	9.1 (1.6%)	7.0 (1.2%)	548.0 (97.1%)	184.1 (32.6%)	482.9 (85.6%)	-119.0 (-21.1%)	564.1 (100.0%)
松山市	38.1 (3.3%)	0.0 (0.0%)	0.3 (0.0%)	6.3 (0.5%)	31.5 (2.7%)	1113.9 (96.7%)	922.8 (80.1%)	646.4 (56.1%)	-455.3 (-39.5%)	1152.1 (100.0%)
那覇市	39.6 (3.6%)	0.0 (0.0%)	1.2 (0.1%)	10.2 (0.9%)	28.2 (2.6%)	1061.0 (96.4%)	630.9 (57.3%)	575.6 (52.3%)	-145.6 (-13.2%)	1100.6 (100.0%)

（資料）高山市、松山市、那覇市の産業連関表

【参考】経済波及効果とは　～自動車産業を例とした説明資料～

ある産業に新たな需要が発生すると、その需要を満たすために必要となる原材料・部品・外注サービス等の産業にも需要が発生し、さらに、それらの産業の需要を満たすために必要となる原材料・部品・外注サービス等の需要も発生します。このように、産業と産業の取引関係のネットワークを通じて、ある需要が発生した場合に、他の産業に次々と需要が波及していくことを、経済波及効果と呼びます。

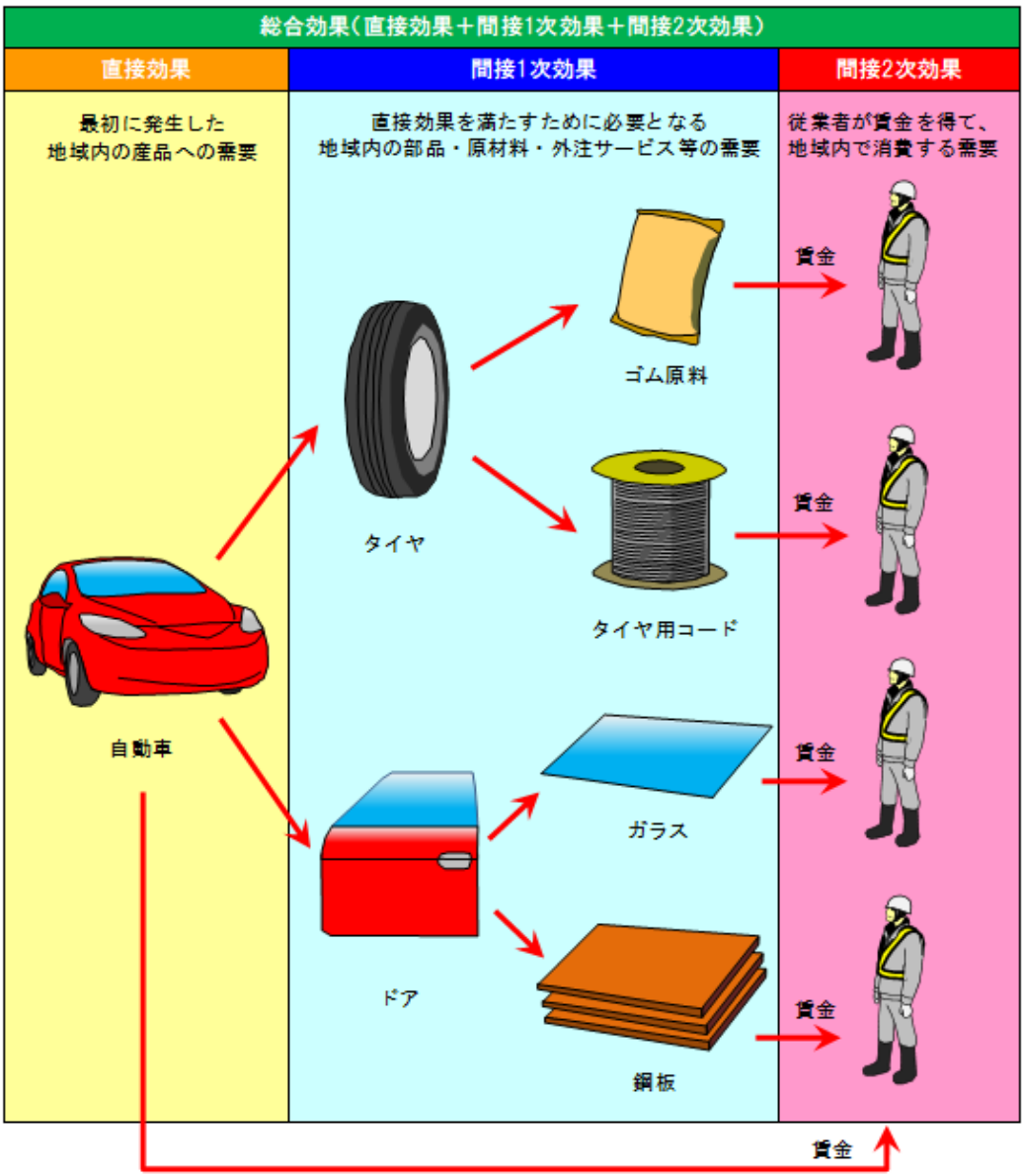
経済波及効果は、以下①～③に分けられます。一般的に、①＋②、あるいは①＋②＋③の金額を、経済波及効果と呼んでいます。

①直接効果　　：最初に発生した地域内の産品の需要額。

②間接１次効果：直接効果を満たすために、地域内の部品・原材料・外注サービス等を調達する金額。

③間接２次効果：直接効果と１次波及効果を満たすために働いた従業者が賃金を得て、地域内の産品を消費する金額。

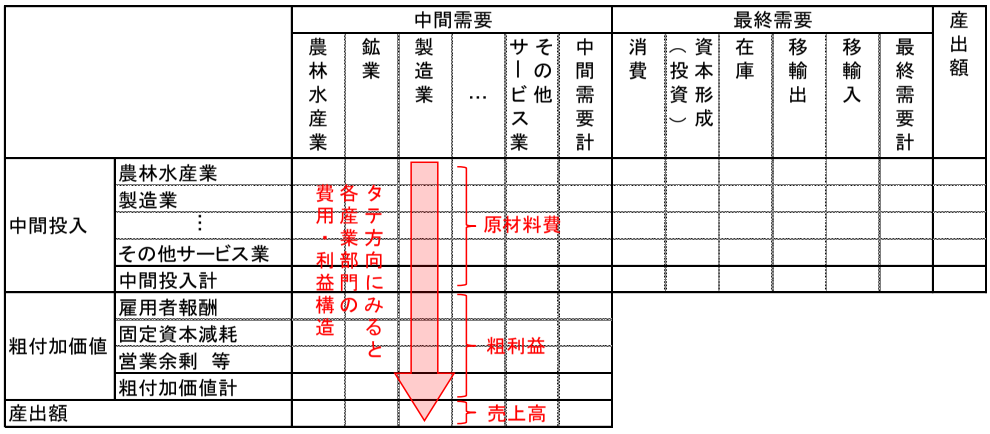
図表30　経済波及効果とは



【参考】産業連関表の見方

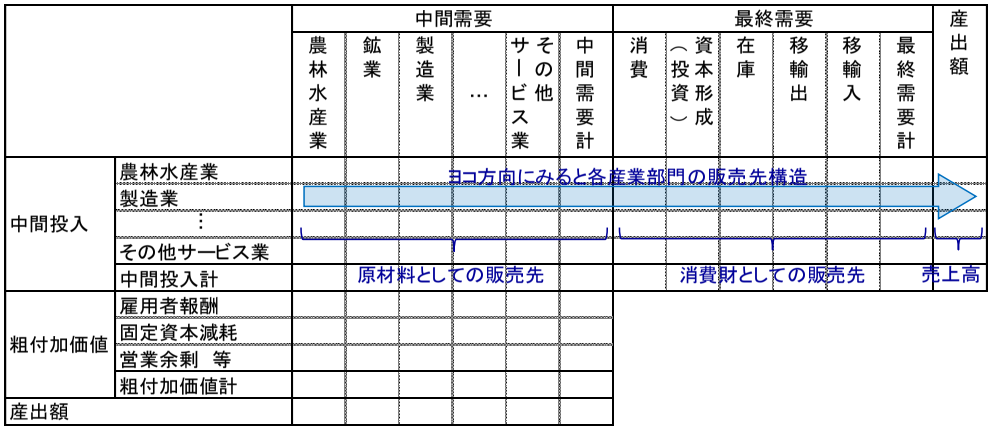
経済波及効果を算出する際には、産業連関表という統計データを利用します。
産業連関表をタテ方向にみると、各産業部門の費用・利益構造を把握できます。

図表31　産業連関表の見方（タテ方向）



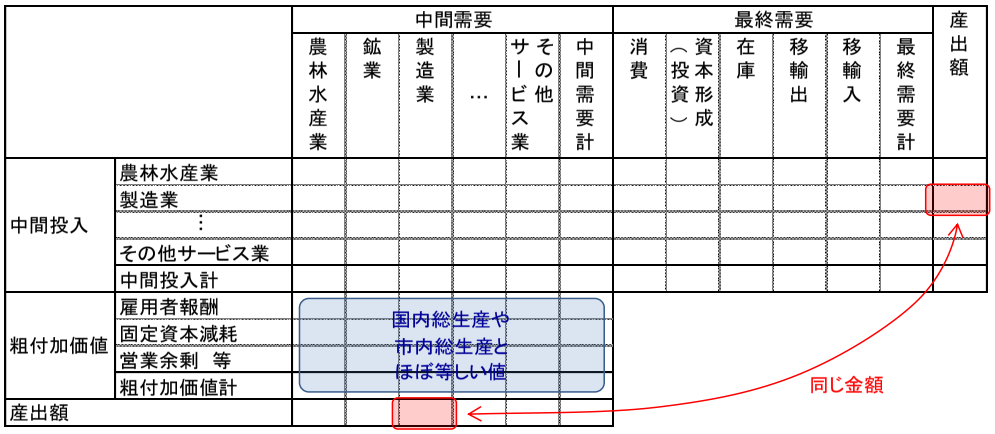
産業連関表をヨコ方向にみると、各産業部門の販売先構造を把握できます。

図表32　産業連関表の見方（ヨコ方向）



粗付加価値の金額は、国内総生産や市内総生産等の金額にほぼ等しくなっています。

図表33　産業連関表の見方（粗付加価値）



〔参考資料〕

総務省	「国勢調査」、「家計調査」、「産業連関表」、「接続産業連関表」※
国土交通省	「産業連関表（建設部門）」、「住宅着工統計」、「住宅市場動向調査」
内閣府	「国民経済計算年次推計」
広島県	「県民経済計算結果」、「市町民経済計算結果」
呉市	「住民基本台帳」
高山市	「産業連関表」
松山市	「産業連関表」
那覇市	「産業連関表」
国立社会保障・人口問題研究所	「日本の地域別将来推計人口」、「日本の世帯数将来推計」
(株)価値総合研究所	「地域経済循環分析用データ」（呉市）※
(公社)日本経済研究センター	「中期経済予測」（2020.7.1公表）※
井出眞弘氏	「Excelによる産業連関分析入門」

※印の資料は、呉市産業連関表（2022～2026年）の推計にも活用。

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経済波及効果について	令 3.2.1	無	(公財)高松観光コンベンション・ビューロー	平成 27 年香川県産業連関表	令和元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：4,952 百万円	

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２．12	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）	令和元年（平成31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　167,841百万円（1.54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２.11	有	福岡県企画・地域振興部調査統計課	平成 27 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 274 億円（第２次間接波及効果まで）	

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	「2020 長崎ランタンフェスティバル」の経済波及効果	令 2.7	無	㈱長崎経済研究所	平成 27 年長崎県産業連関表 107 部門表（開放型）から組み換えた 42 部門表を利用	「2020 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　5,604 百万円（1.36 倍）	委託元：長崎市文化観光部観光交流推進室

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・合宿の受入実績について	令３．６	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	令和２年宮崎県産業連関表（107 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３年１～３月春季の経済波及効果は1,472 百万円）	

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2020年プロ野球春季キャンプの経済効果	令２．７	有	りゅうぎん総合研究所	平成27年沖縄県産業連関表（35部門表ベースの分析用部門表）	2020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。 直接効果：75億9,300万円 1次間接効果：29億8,600万円 2次間接効果：15億8,800万円 総合効果：121億6,800万円 うち雇用者所得誘発額：29億3,500万円 今年の経済効果である121億6,800万円は、これまでで最も大きかった2019年の141億3,100万円を19億6,300万円下回った。	http://www.ryugin-ri.co.jp/tyousareport/17389.html

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	「さいたま国際芸術祭２０２０」開催効果調査分析	令３．８	無	㈱サーベイリサーチセンター	平成２３年さいたま市、埼玉県、全国の産業連関表統合大分類（３７部門）	「さいたま国際芸術祭２０２０」に伴う開催効果調査分析	委託調査

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	市街地開発事業による経済波及効果の推計	令２．６	無	横浜市都市整備局市街地整備調整課	平成 27 年横浜市産業連関表（34 部門）	市街地開発事業を実施した３地区について、産業連関表を元に作成された「平成 27 年横浜市産業連関表経済波及効果分析ツール」を用いて、建設工事や就業人口の増加による経済波及効果を推計。	横浜市会会期外常任委員会にて報告
2	ヨコハマトリエンナーレ 2020 経済波及効果	令 3.4 月	無	横浜トリエンナーレ組織委員会	平成 23 年横浜市産業連関表	「ヨコハマトリエンナーレ 2020」開催に伴う横浜市内への経済波及効果を推計した。 推計時点で最新の平成 23 年横浜市産業連関表を用いて算出。来場者消費支出は来場者アンケート、主催者調達は開催準備と運営にかかわる経費支出をもとにしている。 来場者消費支出及び主催者調達を合計した、横浜市の経済波及効果は約 23 億円となった。	別添資料あり

11. 経済波及効果とパブリシティ効果

経済波及効果

経済波及効果は、推計時点で最新の平成23年横浜市産業連関表を用いて算出した。また、来場者消費支出は来場者アンケート、主催者調達は開催準備と運営にかかわる経費支出をもとにしている。来場者消費支出及び主催者調達を合計した、横浜市の経済波及効果は約23億円となった。

経済波及効果合計（市内）

（単位：百万円）

経済波及効果（生産誘発額）計	2,314
第一次波及効果	2,030
第二次波及効果	284
雇用誘発数	187（人）

【内訳】

来場者消費支出による経済波及効果

（単位：百万円）

経済波及効果（生産誘発額）計	1,581
第一次波及効果	1,395
第二次波及効果	186
雇用誘発数	142（人）

主催者調達による経済波及効果

（単位：百万円）

経済波及効果（生産誘発額）計	733
第一次波及効果	635
第二次波及効果	98
雇用誘発数	45（人）

【参考】来場者消費金額（市内）

（単位：円）

	日帰り	市内宿泊	市外宿泊
一人当たり消費金額	8,730	33,273	12,270

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２年６月	有	京都市産業観光局 観光ＭＩＣＥ推進室	平成 23 年京都市産業連関表（37 部門）	令和元年　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 3,569 億円 ・雇用誘発効果　15 万 3 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	「ものの始まりなんでも堺・文化芸術創造都市プロジェクト」による経済波及効果	令和3年3月	無	公益財団法人堺市産業振興センター	平成23年堺市産業連関表（37部門）	本報告書では、まちの賑わい創出・地域の活性化の視点から「ものの始まりなんでも堺・文化芸術創造都市プロジェクト」の事業実施に伴う堺市への経済波及効果を推計した。	

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	都心・三宮再整備の経済効果	令 2.6.30	有	神戸市都市局都心三宮再整備課	平成 23 年神戸市産業連関表（109 部門表）	都心・三宮再整備の経済効果を推計 ・三宮再整備の建設投資に伴う経済波及効果 経済効果：1 兆 1,000 億円 雇用効果：76,000 人 ・三宮再整備後の経済波及効果 経済効果：毎年 2,600 億円 雇用効果：毎年 16,400 人	

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	市場内敷地を活用したストックポイント（ＳＰ）施設設置による経済波及効果の推計	令３．３．８	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（37 部門）	与件データは、中央卸売市場の示した設備投資(需要)額 ・波及効果　1,816.5 百万円 （ 1.38 倍） 1 次まで ・波及効果　2,058.1 百万円 （ 1.56 倍） 2 次まで	北九州市産業経済局中央卸売市場
2	市場内敷地を活用したストックポイント（ＳＰ）施設設置に伴う売上増見込による経済波及効果の推計	令３．３．８	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（37 部門）	与件データは、中央卸売市場の示した施設内売上増見込 ・波及効果　15,100.6 百万円 （ 1.28 倍） 1 次まで ・波及効果　17,523.1 百万円 （ 1.49 倍） 2 次まで	北九州市産業経済局中央卸売市場

都道府県等名	福岡市

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	平成23年産業連関表を用いた観光客による経済波及効果	令2.4.3	有	福岡市総務企画局企画調整部統計調査課	平成23年産業連関表（40部門）	2018年の観光消費による福岡市内の経済波及効果を分析。 経済波及効果　5,818億円	「福岡市の観光・MICE」2020年版に掲載

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	立地企業の経済波及効果	随時	無	産業部産業振興課企業立地推進室	平成２３年熊本市産業連関表	過去３年間に本市へ立地した企業の経済波及効果を試算。今後、立地企業の補助金指定申請時に経済波及効果を算出していく。	
2	定額給付金が市経済に与える効果額の推計	令２．６	無	産業部経済政策課（経済再建プロジェクトチーム）	平成２３年熊本市産業連関表	定額給付金の使途（産業ごとの消費・需要）を推計し、当該消費による経済波及効果を算出。 ・生産誘発額　515 億円 ・粗付加価値誘発額　314 億円 ・就業誘発者数　5,606 人	
3	コロナ対策に係る助成・融資の市中における動き（各産業への流れ）の推計	令２．８	無	産業部経済政策課（経済再建プロジェクトチーム）	平成２３年熊本市産業連関表	産業分類ごとの助成金等の受領額を推計し、産業ごとの中間投入額を用いて、当該受領額が更にどの産業に流れているのかを推計。	
4	動植物園に関する経済波及効果の調査	令２．８	無	観光交流部動植物園	平成２３年熊本市産業連関表	動植物園の組織体制のあり方についての検証材料として活用。 ・経済波及効果（生産誘発額）　53.8 億円 （２次効果まで）	
5	「熊本市プレミアム宿泊クーポン」実施結果分析	令２．９	無	観光交流部観光政策課	平成２３年熊本市産業連関表	「熊本市プレミアム宿泊クーポン」による経済波及効果を観光消費額をもとに試算。 ・観光消費額　３．２億円 ・経済波及効果（生産誘発額）　４．２億円 （２次効果まで）	