



国土交通省
観光庁

スノーリゾート地域の 経済波及効果分析手引書 Ver.1

- はじめに 本手引書の作成にあたって
- 第1章 経済波及効果を出すことでできること
- 第2章 どのくらい効果が出ているか調べてみよう



INDEX

はじめに

本手引書の作成にあたって	2
スノーリゾートにおけるKPIツリーの考え方	3
スノーリゾートにおけるKPIツリーの設定例	4

第1章

経済波及効果を出すことでできること

1. 経済波及効果を求める意義	6
経済波及効果とは	6
経済波及効果を求めることで得られる効果	8
2. 経済波及効果の算出により知ることができること	10

第2章

どのくらい効果が出ているか調べてみよう

1. 経済波及効果分析の事例	14
1-1. スノーリゾート事業での活用事例	14
【八幡平エリアでの事例】	15
【十勝サホロリゾートでの事例】	19
【白樺高原エリア (8 Peaks Resort) での事例】	21
1-2. スノーリゾート以外での経済波及効果の分析事例	23
2. 経済波及効果の算出方法	24
2-1. 経済波及効果算出の流れと必要な準備	24
2-2. 経済波及効果の元となるスノーリゾートのデータ収集	28
2-3. 直接効果・波及効果の算出	44



は じ め に



本手引書の作成にあたって

本手引書は、スノーリゾートにおける経済効果の算出を、地域自らが実施していくことを目指して、そのための指針および具体的な手続きを示すものとして作成されました。本手引書を作成した背景について、この場を借りて説明いたします。

国の事業では、毎年、EBPM（エビデンスに基づく政策立案※）の手法を用い、事業の進捗や効果を成果目標に照らして点検し、その結果を基に事業の改善や見直しを行うとともに、予算の最終的な配分先や使用実態の把握を行っています。

これにより、事業のより効果的かつ効率的な実施を図るとともに、国民に対する説明責任の履行や行政の透明性を確保し、国民に信頼される質の高い行政の実現を目指しています。

今年度、国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業が、外部有識者と事業担当部局との議論を経て、公開の場で事業の点検を行う「公開プロセス」の対象となりました。その公開プロセスにおいて、対象地域の経済への波及効果が実際に発現しているかどうかについて、外部有識者から意見が寄せられました。

こうした意見を踏まえ、今後、本事業を活用する地域には、経済波及効果分析の算出が求められることとなりました。本手引書は、その分析を適切に実施するための基本的な考え方や手法について示したものです。

本事業を活用する各地域におかれましては、本手引書を参考にしながら、経済波及効果分析に積極的に取り組んでいただきますようお願いいたします。

※EBPMとは

EBPMは、Evidence based policy making エビデンス・ベースト・ポリシー・メイキングの頭文字を取った略称であり、日本語にすると「証拠に基づく政策立案」となります。EBPMとは、政策の企画を単なる事例や直感に頼るのではなく、政策目的を明確にし、合理的な根拠（エビデンス）に基づいて意思決定を行う手法です。

（参照：内閣府「EBPMの概要」）

スノーリゾートにおけるKPIツリーの考え方

前述のように、本事業での各スノーリゾートの取り組みが、本来の事業目的であるスノーリゾートの国際競争力の強化に適切に役立てられていることをより明確に説明していくことが今後求められていきます。そのことを意識した計画策定に有効な手法の一つが「KPIツリー」です。

KPIツリーは、スノーリゾートにおける形成計画の立案において、目指すビジョンを基盤とし、その実現に必要な要素を階層的に整理するフレームワークです。最終的な目標であるビジョンに対して、その達成を客観的に評価するための定量的な指標としてKGI (Key Goal Indicator) を設定し、その達成に向けた重要成功要因 (KSF : Key Success Factor) を明確にした上で、その進捗を測る指標であるKPI (Key Performance Indicator) を定めます。

このKPIツリーを活用することで、スノーリゾートにおける形成計画に基づいて目指すビジョンの達成状況を可視化し、データに基づいたより客観的な評価が可能となります。こうした取り組みを行うことで、EBPMの考え方に基づき、エビデンスをもとに事業の効果を客観的に分析し、改善へとつなげることができます。

KPIツリーとは、組織やプロジェクトの最終目標であるビジョンを達成するために必要な要素や指標を階層的に整理した図解のことです。これにより、目標達成に向けた具体的な行動計画や進捗管理が容易になります。

以下に、KPIツリーを構成する各要素について説明します。

目指すビジョン

組織やプロジェクトが将来的に実現したい理想的な状態や方向性を示すものです。定性的な表現で、組織全体の指針となります。

KGI (Key Goal Indicator : 重要目標達成指標)

ビジョンを具体的な数値目標として表したもので、最終的に達成すべき成果を示します。例えば、売上高や市場シェアなどが該当します。

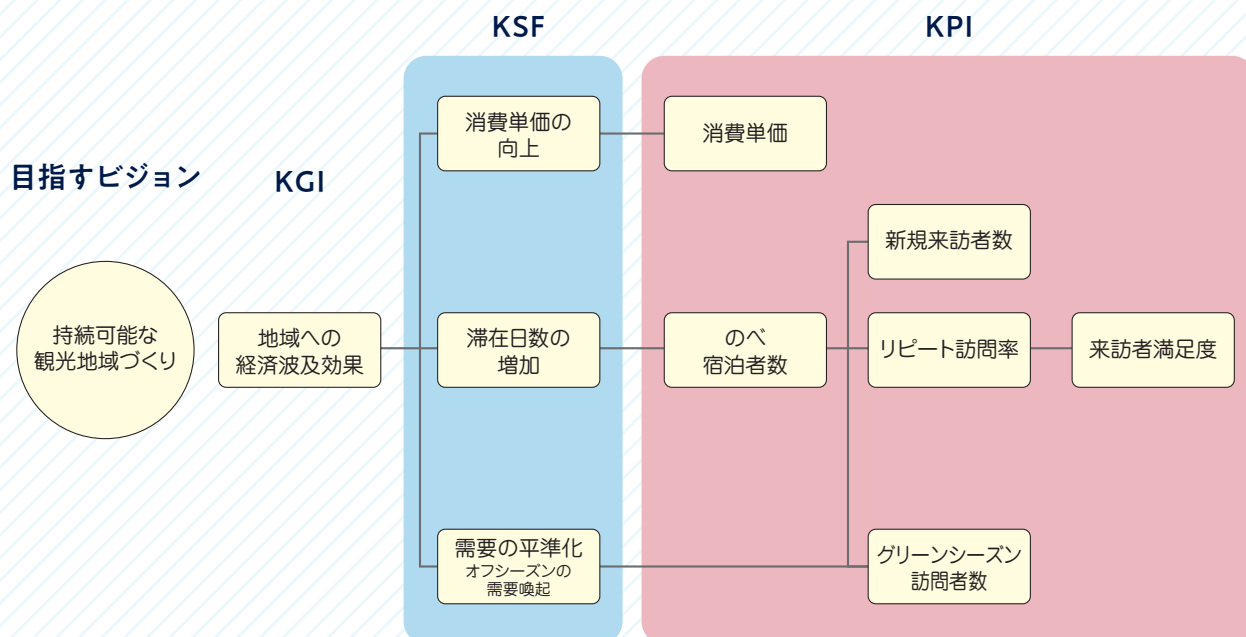
KSF (Key Success Factor : 重要成功要因)

KGIを達成するために必要な成功要因や戦略を指します。これらは、目標達成に不可欠な要素であり、地域の強みや競争優位性に基づいて具体的に検討・設定されるべきものです。

KPI (Key Performance Indicator : 重要業績評価指標)

KSFを実現するための具体的な行動やプロセスを測定する指標です。進捗状況を定量的に評価し、必要に応じて戦略の修正や改善を行うための基準となります。

スノーリゾートにおけるKPIツリーの設定例



スノーリゾートにおける経済効果の分析においても、KPIツリーの活用は有効です。例えば、ビジョンとして「持続可能な観光地域づくり」を掲げ、KGIとして「地域への経済波及効果」を設定します。これらのKGIを達成するためのKSFとして、「〇〇〇の取り組みによる消費単価の向上」や「〇〇〇を活用した滞在日数の増加」などのKGI達成につながる戦略的や成功要因が考えられます。さらに、これらのKSFの実現度合いや進捗を評価するための指標として「消費単価」や「のべ宿泊者数」などをKPIとして設定し、進捗を管理します。

このように、KPIツリーを構築し、形成計画と整合性を持たせていくことで、スノーリゾート事業の取り組みの意義や成果を可視化していきます。

第1章

経済波及効果を出すことでできること



経済波及効果を求める意義

経済波及効果とは

経済波及効果とは、一つの消費行動がきっかけとなり、その影響が次々と広がり、地域全体に経済的なプラスの効果をもたらす現象のことを指します。これは、まるで水面に投げ入れた石が作り出す波紋のように、最初の出来事を中心にその影響が広がっていく様子に例えることができます。

例えば、ある観光客がスノーリゾートを訪れたとしましょう。その観光客はリフト券を購入し、ホテルや旅館に宿泊し、地元のレストランで食事をし、お土産を買うかもしれません。こうした行動は、スノーリゾートにある店舗やサービス業に直接的な利益をもたらします。しかし、影響はそれだけにとどまりません。

スノーリゾートの宿泊施設が観光客を迎えるためには、多くのスタッフが働いています。清掃スタッフやレストランのシェフ、フロント係、ツアーガイドなどがその一例です。彼らが安定した雇用を得ることで、さらに地元のスーパーや商店で買い物をし、家族を支えます。こうして、お金の流れが広がり、地域全体の経済が活発になっていくのです。

スノーリゾートにおける消費行動は、他の産業や一般的な観光地での消費行動とも異なる特徴を持っています。都市部にある飲食店や消費財の製造などの産業であれば、多少の季節性はあるものの、年間を通じて需要があることが一般的です。それに対して、スノーリゾートでの消費行動は冬期に集中して行われる傾向があり、年間を通して消費が平準化しているわけではありません。また、消費が行われるエリアも、一般的な観光地であれば、顧客ごとにそれぞれの嗜好性にあわせて様々なスポットを訪れるため、地域的にも業種的にも幅広い消費がなされる傾向にあると言えます。それに対して、スノーリゾートについては、スキー場とその周辺地域に訪問先や消費先が限定される場合が多いことも1つの特徴です。スノーリゾートにおける経済波及効果の把握においては、こういった他の産業とは異なる特徴があることを踏まえて、進めていくことが重要です。

経済波及効果とは

経済波及効果とは、ある需要（消費行動）がきっかけで、それによる経済効果が次々と他の経済活動にも及んでいく経済活動の波及のことを指します。



水面に投げ入れた石によって広がる波紋によく例えられます

参考：「経済波及効果分析の手引き」（滋賀県総合企画部統計課 R3年）

経済波及効果の仕組み

この経済の広がりをより分かりやすくするために、水に石を投げた時に生まれる波紋をイメージしてください。このモデルでは、石が「需要（消費行動）」を表し、そこから広がる波紋が「生産誘発（関連する消費行動を誘発）」を指します。

1. 需要（消費行動）：観光客がスノーリゾートでお金を使う。
2. 生産誘発：その消費によって、宿泊施設、飲食店、交通機関、小売店などが活性化する。
3. さらなる影響：これにより、地域全体の雇用が増えたり、地元産業が発展したりする。

このように、一つの行動がきっかけとなって、どんどん経済的な効果が広がっていきます。

どうして経済波及効果を知ることが大切なのか

経済波及効果を理解することは、地域の人々にとっても、行政や観光業界の関係者にとっても非常に重要です。

まず、観光業がどれほど地域全体に影響を与えているのかを明確に知ることができます。スノーリゾートがあることで、単にスキー客が増えるだけではなく、どの業種に影響を与えているのか、どの分野が特に恩恵を受けているのかを把握することで、地元のビジネスの成長を支援しやすくなります。

また、こうしたデータを活用することで、地域の発展につながる新しい取り組みを考えるヒントにもなります。例えば、地元の特産品をより多くの観光客に届けるために、土産物店との連携を強めたり、スノーリゾート周辺の飲食店に地元の食材を活用してもらうことで、農業や漁業といった一次産業にも恩恵が広がる可能性があります。

さらに、地域住民にとっても、自分たちの住む町の経済がどのように成り立っているのかを知ることがとても大切です。観光業がどれほどの雇用を生み出し、どのくらいの収入を地域にもたらしているのかを知することで、スノーリゾートの発展を支えることが地域全体の利益につながる実感ができます。

経済波及効果を求めることで得られる効果

スノーリゾートにおける経済波及効果を算出することには、以下のような重要な意義があります。本章では、その意義を4つの観点から詳しく解説します。

① 地域への経済的な影響がわかる

経済波及効果を求めることの最も明確な利点は、地域における経済的な影響を可視化できる点にあります。スノーリゾートの形成や発展が、地域経済にどのような効果をもたらしているのかを数値として示すことで、関係者や地域住民にその影響を具体的に伝えることができます。

スノーリゾートの観光客増加は、宿泊、飲食、交通、小売業などの幅広い業種に利益をもたらします。しかし、こうした経済的な影響は、単なる売上や来場者数といった表面的な指標だけでは把握しきれません。経済波及効果の分析を行うことで、スノーリゾートの運営に携わる事業者だけに効果があるわけではなく、スノーリゾートが地域経済全体に与える影響の大きさや、どの程度の経済活動を生み出しているのかを明確にすることが可能になります。

例えば、あるスノーリゾートが年間10万人の来場者を迎えた場合、宿泊施設や飲食店の売上はもちろん、地域内の交通機関の利用増加や、関連する観光施設への波及効果も生じます。またそれらの消費があることで、観光産業のみならず、農業などの一次産業にもその効果が生じます。経済波及効果の分析により、これらの要素を数値で示し、より包括的な地域経済への貢献を明らかにすることができます。さらに、経済波及効果を分析することで、地域内での原材料調達など、地域経済に直接的に還元される部分を把握することも可能になります。例えば、レストランでのカレーライスの販売において、地域の農家からの食材仕入れなどが直接効果に含まれることから、地域内での調達についても把握することができます。

② どの分野が貢献しているかがわかる

経済波及効果を算出することで、スノーリゾートが地域経済に与える影響の具体的な構成要素を特定することができます。これは、どの分野が特に大きな経済的な役割を果たしているのかを把握し、今後の戦略立案に役立てる上で重要な要素となります。

例えば、スノーリゾートの訪問者がどの産業に対して最も消費を行っているのかを分析することで、宿泊業や飲食業への影響が特に大きいのか、あるいは地元の特産品や体験型観光サービスへの経済波及が顕著なのかを明らかにできます。こうしたデータを基に、重点的に支援すべき分野を特定し、施策を最適化することが可能になります。

また、地域の企業や自治体が連携し、経済波及効果を高めるための戦略を立案する際にも、この分析は有効です。たとえば、スノーリゾートと地元農産物の販売を連携させることで、地域農業への波及効果を拡大できる可能性があります。こうした相乗効果を数値で裏付けることで、より効果的な施策の立案が可能となります。

③ 地域住民に協力を求める材料になる

経済波及効果の分析結果は、地域住民や関係者に対して、スノーリゾートの発展が地域にとっての利益につながることを説明し、協力を求めるための有力な材料となります。

スノーリゾートの開発や拡大には、地域住民の理解と協力が不可欠です。しかし、スノーリゾートの運営が地域の一部の企業や関係者だけに利益をもたらしているように受け取られてしまうと、反発が生じる可能性があります。しかしながら経済の特性上、そのようなことはなく、一次的にはスノーリゾートの経済効果が発生するとしても、その効果は地域の他の産業にも波及していくものです。そこで、経済波及効果を分析し、具体的な数字として可視化することで、スノーリゾートの発展が地域全体の経済活性化につながっていることを地域に示すことが重要です。

例えば、「このスノーリゾートに訪れる観光客の消費によって、地域全体で年間〇〇億円の経済効果が生まれている」「〇〇人の雇用創出につながっている」といったデータを示すことで、地域住民の理解と協力を得やすくなります。

また、経済波及効果のデータを基に、地域住民の意見を反映させた施策を展開することで、スノーリゾートと地域のより良い関係を築くことができます。たとえば、地元の商店街と連携したイベントの開催など、よりわかりやすく地域に還元する取り組みも並行して行うことで、住民との協力関係の基盤をより強固にしていくことができます。

④ 説明責任を果たせる

本事業での取り組みのように、スノーリゾートの国際競争力を強化するために国や自治体からの補助金が投入される場合、その公金の適切な使用を示し、説明責任を果たすことが求められます。経済波及効果を算出することは、その説明責任を果たすための重要な手段となります。

特に、補助金が一部の民間企業の利益に偏ることなく、地域全体の発展につながっていることを証明することが必要です。経済波及効果のデータを用いることで、「この補助金を活用した事業が、地域のどの産業にどれだけの経済的な影響を与えたのか」「どれだけの新たな雇用が生まれたのか」といった具体的な説明が可能となります。

また、今後の補助金の獲得や追加支援を求める際にも、これまでの成果をデータとして示すことで、より説得力のある提案が可能となります。自治体や政策決定者に対して、スノーリゾート事業の継続的な支援の重要性を明確に伝えるためにも、経済波及効果の算出は欠かせない要素です。

これまで4つの観点で見てきたように、経済波及効果を求めることは、地域の経済的な影響を明確にし、どの分野が貢献しているかを把握し、地域住民の理解と協力を得るための重要な手段となります。また、公的資金を活用する事業においては、説明責任を果たし、持続的な支援を得るための根拠としても活用できます。本手引書では、これらの意義を踏まえた上で、実際の分析手法についても第2章以降で詳しく解説します。

経済波及効果の算出により知ることができること

直接効果

直接効果とは、新たな経済活動によって生じる最も直接的な影響を指します。具体的には、消費者の支出や事業者の売上のうち、地域内での原材料調達や雇用者への給与支払いなど、地域経済に直接的に還元される部分が該当します。逆に言えば、地域に対して行われた消費のうち、そこに対する原材料などの調達が地域外に行われてしまい、地域にその経済効果が波及せず、域外に出てしまうものを除外したものがこの直接効果です。

例えば、カレーライスを販売する場合、その売上（最終需要額）の中で、地域の農家から仕入れるたまねぎ、じゃがいも、豚肉といった原材料や、レストランでの調理に関わるスタッフの給与が直接効果に含まれます。これに対して、カレールーのように都市部に本社を置くメーカーにより製造・供給されるものは、地元で生じた経済活動とは言えないため、直接効果には含まれません。

また、直接効果は事業活動に直結するため、その成長は地域経済の即時的な活性化に大きく寄与します。たとえば、新しい観光施設が開業した場合、施設内の飲食店の売上、従業員の給与、地元からの食材仕入れなどが直接効果となります。これは地域の雇用創出にも直結し、即時的な経済的メリットを生み出します。

1次波及効果

1次波及効果とは、最終需要の増加が関連産業に波及し、それらの生産活動が促進される効果を指します。直接効果によって生じた需要を満たすために、原材料や部品を供給する産業の活動が活発になり、より広範な経済効果が発生します。

カレーライスの例で考えると、レストランが増加した需要に対応するため、地元の農家にたまねぎやじゃがいも、豚肉の供給を求めます。すると、これらの農家は生産量を増やし、追加の労働力が必要になるため、新たな雇用が生まれるかもしれません。また、農機具の購入や肥料の需要増加など、農業関連産業にも波及効果が及びます。

このように、1次波及効果は、直接効果の次の段階として、より広い範囲に影響を及ぼします。観光業においても、宿泊客の増加が宿泊施設だけでなく、交通機関、観光ガイド、土産物店などの関連産業に波及することで、地域経済全体の発展を促進します。

2次波及効果

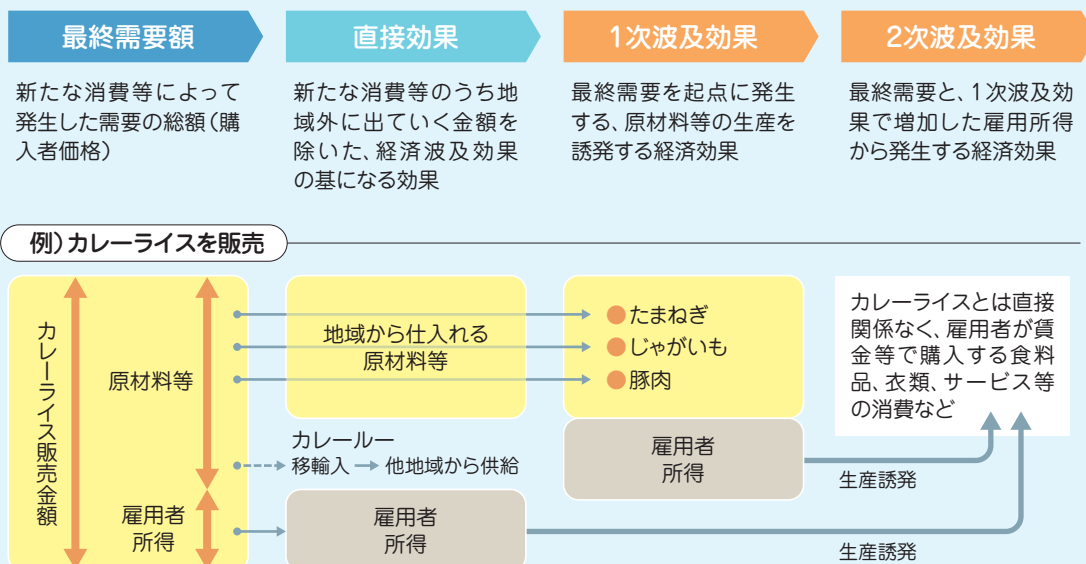
2次波及効果とは、1次波及効果によって増加した所得が、さらに消費に回ることによって生じる経済活動の拡大を指します。これは、1次波及効果によって得られた収益や給与が、さらに別の消費を生み出し、結果として経済活動が繰り返し促進される現象です。

たとえば、カレーライスの販売増加により、農家や飲食店の従業員の収入が増えたとします。彼らはその所得を使って、食料品や衣類を購入し、娯楽施設に出かけたり、飲食店で食事をしたりします。この新たな消費行動が、さらに小売業やサービス業の売上を増やし、それに伴いさらなる雇用が生まれるという循環を生み出します。

観光業においても、スノーリゾートの観光客増加が直接的な経済効果をもたらした後、宿泊施設や地元商店の従業員が得た収入を地域内で使うことにより、2次波及効果が発生します。このように、最終的には経済全体に幅広い影響を及ぼすことになります。

経済波及効果の流れと想定効果

経済波及効果は主に2つの効果に分けられ、最終需要に対して原材料等が必要になることで誘発される生産が1次波及効果です。さらに、その製造等に関わる雇用者が受け取る賃金等で発生する消費が2次波及効果です。



参考：「経済波及効果分析の手引き」（滋賀県総合企画部統計課R3年）

入手すべきデータ項目と収集にあたっての注意点

本手引書では、産業連関表を用いて経済波及効果を算出しています。産業連関表とは、ある産業の生産活動が他の産業にどのような影響を与えるかを体系的に整理した統計表であり、経済の構造を把握するための重要なツールです。この表を活用することで、どの産業がどの程度他の産業に依存しているのか、また経済全体にどのような影響を及ぼすのかを数値として分析することが可能になります。

産業連関表とは何か

産業連関表は、経済活動を産業ごとに分類し、それぞれの産業が生産した財やサービスがどこで消費されるのかを整理したものです。例えば、農業、製造業、サービス業といった産業ごとに、原材料の調達先や販売先が明確に示されます。この情報を基に、特定の産業の成長が他の産業に与える影響を分析することができます。

なぜ産業連関表を使うと1次波及効果や2次波及効果が出せるのか

産業連関表を使うことで、経済活動が他の産業にどのように波及するかを体系的に把握できるため、1次波及効果や2次波及効果を算出することが可能になります。

例えば、スノーリゾートでの観光支出が増加すると、宿泊業や飲食業の売上が増加します。宿泊施設や飲食店は、食材や備品を仕入れたり、新たな従業員を雇用したりするため、それに関連する産業（農業、製造業、小売業など）の経済活動が活発化します。これが1次波及効果です。

さらに、1次波及効果によって新たに雇用された人々が、所得を得ることで、そのお金を使って衣類を



購入したり、外食を楽しんだり、娯楽施設を利用したりするようになります。これによって、さらに別の産業にも経済効果が及び、地域経済全体が活性化します。これが2次波及効果となります。

このように、産業連関表を活用することで、特定の経済活動がどのように広がっていくのかを論理的に分析し、適切な政策や施策の立案に活かすことができます。

経済波及効果の算出は、単に売上の増減を把握するだけでなく、地域全体の経済の動きを理解するために重要な手段です。「直接効果」「1次波及効果」「2次波及効果」を適切に分析することで、地域の発展に貢献する事業の影響を明確にし、持続可能な成長へとつなげることができます。産業連関表を活用しながら、こうした経済の流れを可視化し、スノーリゾートによる地域経済の発展を支える基盤を作っていくことが重要です。

第2章

どのくらい効果が出ているか調べてみよう



1. 経済波及効果分析の事例

1-1 スノーリゾート事業での活用事例

本手引書では、八幡平エリア、十勝サホロリゾート、白樺高原エリア(8 Peaks Resort)の3つのスノーリゾートにおける経済波及効果分析の事例を紹介します。それぞれの地域は異なる特徴を持ち、分析のアプローチや結果にも差異が見られました。

八幡平エリア：2つの主要なスノーリゾートから構成される一般的な地域です。周辺には温泉などの観光資源も豊富に存在するため、スノーリゾート目的以外の来訪者も考慮する必要がありました。当スノーリゾートの直接効果に対する経済波及効果は1.35倍と算出しました。

十勝サホロリゾート：スノーリゾートを運営している事業者が限られ、対象範囲が限定的な地域です。インバウンド顧客の誘致に力を入れており、国内顧客とインバウンド顧客で分解して経済波及効果を算出することが求められました。当スノーリゾートの直接効果に対する経済波及効果は1.37倍と算出しました。

白樺高原エリア(8 Peaks Resort)：茅野市・立科町・長和町の複数の市町村に跨いだ地域です。それぞれの自治体で産業構造が異なるため、地域ごとの経済波及効果を算出し、それらを合算するアプローチを取りました。当スノーリゾートの直接効果に対する経済波及効果は1.31倍と算出しました。

これらの事例を通じて、スノーリゾートの特性や地域の実情に応じた経済波及効果分析の進め方や、データ収集における課題、分析結果の活用方法について理解を深めることができます。

八幡平エリアでの事例

スノーリゾートとしての特徴

八幡平エリアは、岩手県八幡平市に位置し、八幡平リゾートと安比高原スキー場との2つのスノーリゾートから成るスノーリゾートエリアです。このエリア以外にもウィンタースポーツが盛んな岩手県では、のべ68万人のスノーリゾート来訪者数があり（令和6年 岩手県調べ）、そのうちの約50%をこの2つのスノーリゾートが占めています。

また、八幡平エリアは豊かな自然と多様な温泉があることでも知られているエリアで、スノーリゾートだけでなく、他の目的でもグリーンシーズンも含め様々な観光客が集まっている地域です。

経済波及効果分析時の特徴と工夫

八幡平エリアにおける経済波及効果算出にあたり、地域特性を踏まえて以下の観点を入れることを工夫しました。

主要なスノーリゾートのデータ把握

八幡平エリアは、前述の通り、八幡平リゾート、安比高原スキー場の2つのスノーリゾートから成るスノーリゾートエリアです。そのため、まずこのスノーリゾートを形成する主要な2社の売上データの入手が必要不可欠であり、最初に取り掛かるべきことです。この2社の項目別での売上データを把握することで、この地域のスノーリゾートで発生している需要の大きな部分の把握に繋がります。

一方で、八幡平リゾートは地域の企業であり、スノーリゾートに関する本事業への取り組みに経営層や株主にも理解があり、データの提供に前向きに応じて貰うことが可能でした。一方で、安比高原スキー場を運営する企業の現在の株主は海外企業であるため、データ開示に対して慎重な姿勢であり、データ入手に向けては社内での経営層や株主も含めて協力を得るのに時間を要しました。

民間企業にとって自社の売上状況などは機密情報であり開示に慎重な場合もあります。近隣エリアで活動する同業者はパートナーであると同時に競合でもある存在でもあるからです。本事業においてはNDA（秘密保持契約）を事業事務局と地域の事業者との間で締結し、詳細なデータは明かさないうことや、本事業の報告にあたって公開する事項についてもあらかじめ確認をとって実施しました。

スノーリゾートにおけるデータの把握に際しては、まずは主要な事業者を特定し、その事業者への可能な限りのデータの開示をお願いすることが重要であり、そこでのデータ入手可否の度合いに応じてその先のプロセスの負担が大きく変わってくる可能性があります。

主要なスノーリゾート運営企業以外の事業者の売上の推計

主要な事業者に依頼しても入手ができなかったデータについては、推計を行って可能な限り実態に近いと想定される数字を求める必要があります。八幡平エリアでは、前述の2つのスノーリゾートが中心的な存在ではあるものの、もともと観光が盛んな地域でもあるため、周辺にも様々な宿泊施設が存在しており、スノーリゾートを目的に訪れる利用者也スキー場事業者とは関係の無いさまざまな宿泊施設にも宿泊をしている状況でした。加えて、温泉なども有名なエリアであるため、スノーリゾートを訪れる顧客はスキーだけを楽しむのではなく、周辺エリアでの温浴施設を日帰りで利用したりと、様々な楽しみ方のできるエリアでした。そのため、この2つのスノーリゾート以外の宿泊売上や日帰りの温浴施設の売上の把握も必要な状況でしたが、これらの一社一社に問い合わせを行って、売上データを全て揃えるということは時間や労力の観点から現実的ではありませんでした。

そこで、八幡平エリアではこれらの周辺の事業者のデータについては、推計により売上を把握することにしました。具体的には、DMOが収集している宿泊事業者の月別ののべ宿泊者数データを活用し、宿泊数が多い構成比率上位8割の宿泊施設については単価を個別に調べて設定し、構成比率2割以下の宿泊施設については概ねの価格帯をDMOの担当者にヒアリングを行い、協議の上で設定して売上金額の推計を行いました。（※同様のケースでの推計方法の具体的な手続きについては、「2-2. 経済効果の元となるスノーリゾートのデータ収集」の項目で説明しています）

POINT

八幡平の事例のように、スノーリゾートでの経済波及効果の算出にあたって、なんらか入手できないデータがあるケースがほとんどです。その際には以下の順番で推計を行っていくことが望ましいです。

①統計データなどの別データを活用する

実際のデータが全て手に入らない場合には、DMOや観光協会等がまとめている入込数のデータや、八幡平で使用したような宿泊統計データの利用が望ましいです。こうしたデータは売上を算出する際の元である「人数」につながるデータとなるため、非常に有用です。

②アンケートデータなどを活用する

DMOや観光協会では、来訪者に対してアンケートを実施しているケースも少なくありません。地域に訪れた人の目的や、消費金額などを聞くようなアンケートを実施している場合には、これらのデータを活用することで、スノーリゾートの利用率や利用単価などを知ることにも繋がります。売上データの入手が叶わない場合には、そういった目的でこういったアンケートデータを活用することができます。

③ヒアリングにより“あたり”をつけて推計する

また、統計データもアンケートデータもいずれも利用できないケースもあります。そうした場合に最後に残された手段としてはヒアリングによる推計です。八幡平での事例でも後述しますが、地域別でのスノーリゾート目的来訪者の比率の把握にあたっては具体的な数字を示すデータの入手ができなかったため、宿泊施設やDMOの担当者にヒアリングを行い、概ねの比率を設定することで各観光エリアごとのスノーリゾート目的で訪れた旅行者の数を推計しました。このように、必要なデータの入手ができない場合には、地域の有識者にヒアリングを行い、地域の関係者でその投入する比率の確からしさについての合意を得たうえで、活用することができます。

最終需要算出のために利用したデータ

最終需要額の算出には、主に以下の4つのデータを活用し、宿泊～アクティビティ・レンタル等の項目までの最終需要額の算出を行いました。

- 1
スノーリゾート売上データ
(スノーリゾート2社)
- 2
スキー場利用者数データ
(スノーリゾート2社)
- 3
宿泊数データ
(八幡平DMO)
- 4
来訪者アンケートデータ
(八幡平DMO)

※()内はデータ提供元

最終需要算出項目	安比高原リゾート売上	八幡平リゾート売上	周辺施設・事業者
A 宿泊	● 売上データ ● 宿泊者数データ	● 売上データ	● DMO保有の利用者数データ
B 日帰施設	● DMO保有の利用者数データ	● DMO保有の利用者数データ	
C 飲食	● 売上データ ● 宿泊者数データ	● 売上データ	● スキー場利用者データから推計
D 交通	● DMOアンケート調査データ(訪問手段の利用率)とスキー場利用者として推計		
E スキー場		● 売上データ ● 発券枚数データ	● なし
F 売店	● スキー場利用者データから推計	● 売上データ	● スキー場利用者データから推計
G アクティビティ・レンタル等			● なし

観光エリアごとのスノーリゾート目的顧客比率の想定

八幡平エリアでの特徴であり、スノーリゾートの経済波及効果の把握に際して難しいポイントの一つとして、観光エリアが複数存在しており、様々な観光エリアに分散してスノーリゾート来訪者が宿泊しているという実態があります。スノーリゾートに完全に特化しているエリアであれば、そのエリアの宿泊施設の売上データを全て入れ込めば良いのですが、八幡平の例のように観光エリアが複数あり、目的が異なる来訪もある場合には、スノーリゾートの経済効果として組み入れて良い比率についての検討が必要になります。

八幡平エリアでは、DMO担当者および各観光エリアの主要な宿泊施設へのヒアリングも実施し、各観光エリアでのスノーリゾート比率を設定して推計を行いました。このように、データが得られない場合でも可能な限り正しい実態を反映できるように推計をしていくことで、より精度が高く納得性のある経済波及効果を算出することができるようになります。

八幡平の観光エリアごとの冬季のスノーリゾート来訪比率の検討例

地域	スノーリゾート比率
八幡平温泉郷	100%
安比高原	100%
細野・赤坂田	50%
安代・七時雨・田山	50%
西根・焼走・松尾	50%
松川・藤七温泉	0%
その他	0%

十勝サホロリゾートでの事例

スノーリゾートとしての特徴

十勝サホロリゾートは、加森観光グループが運営しているスノーリゾートであり、この地域でのスノーリゾートは同社が推進しているものであるため、経済波及効果分析の観点では非常にシンプルな形です。また、自治体としても新得町だけに位置しており、スノーリゾートの推進に取り組む自治体としても同町だけが取り組んでいるため、経済波及効果の対象範囲としても限定的であるという点が特徴の地域です。

経済波及効果分析時の特徴と工夫

スノーリゾートとしては1社占有の形

前述の通り、サホロリゾートはスノーリゾートとしては1社占有の形であり、関連する宿泊施設についてもデータの入手が可能であったため、社内処理などの関係で分解が難しいものを除いては、ほぼ全てのデータの入手が可能でした。そのため、スノーリゾートを運営する加森観光の担当者に依頼し、必要なデータを各部署から集めていただく形でデータを入手することができました。このように、単一の企業やあるいは複数であってもデータの入手を依頼して把握できる範囲で入手ができる地域であれば、極力全ての売上データを把握するように取り組むことがより正確な経済波及効果の把握に繋がります。

グリーンシーズンにも徐々に力を入れているスノーリゾート

サホロリゾートでは、グリーン期の目玉として、日本初のヒグマ専用サファリパークである、ベア・マウンテンを運営しています。北海道サホロリゾート内にあり、15ヘクタールの広大な敷地で、ヒグマを自然に近い環境で観察できるパークです。これが近年人気を博しており、グリーンシーズンも意識してとりくんでいるため、経済波及効果としてグリーンシーズンのみの効果までは求めないものの、最終需要額を取りまとめる際に、改めてグリーンシーズンの規模感も切り分けて可視化をしました。このように経済波及効果の算出を行う途中でも、改めてデータを整理することで波及効果まで算出せずとも、様々なことをデータで把握することに繋がるのも経済波及効果分析に取り組む副次的な効果であると言えます。

POINT

サホロの事例のように、経済波及効果を算出するのに先立ち、最終需要額（売上金額）のデータを収集し、整理を行うことでウィンターシーズンとグリーンシーズンでのスノーリゾートとしての稼ぐ力を可視化したり、業種別での売上規模を把握したりすることに繋がることも重要なため、集めたデータは経済波及効果だけを求めることにとどまらず、様々な観点での分析や実態把握にも活用いただくことが有用です。

インバウンド顧客と国内顧客とを切り分けた把握

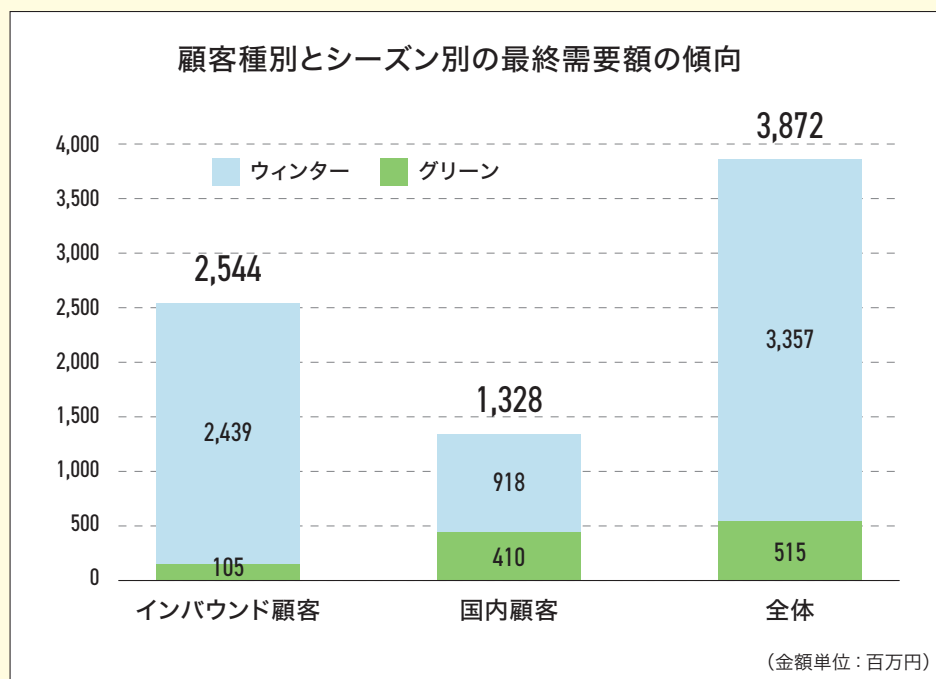
一方で、サホロリゾートとしてはインバウンド顧客により注力しているスノーリゾートであるため、インバウンド顧客によってどの程度の効果が出ているのかを把握したいという要望がありました。そこで、インバウンド顧客と国内顧客とに売上データを分解するということが必要になりますが、全ての売上データをインバウンド顧客と国内顧客とで切り分けて保有している訳では無いため、ここでも推計を行う必要があります。サホロリゾートでは、宿泊者数についてはインバウンド顧客と国内顧客とを分けたデータを把握していたため、これを基軸として、売上データを分解していくことを試みました。この際に重要なことは、単純に宿泊者数で割るだけではなく、インバウンド顧客と国内顧客の消費の傾向の違いをしっかりと加味し、特に価格面などでの違いを留意して推計することです。

POINT

サホロリゾートのようにインバウンド顧客と国内顧客とを分けて経済波及効果を把握したい際には、宿泊者数データに注目することがまず必要になります。これにより、客数としてインバウンド顧客と国内顧客を分け、あわせて利用する単価についても、インバウンド顧客と国内顧客とでは異なるものについては異なる単価を想定し、売上データを分解していくことが必要です。こうした検討を行うことで、より実態に近い経済波及効果の把握に繋がります。

顧客種別での最終需要額の傾向

サホロリゾートエリアはインバウンド顧客の獲得に力を入れており、その結果として全体の65%がインバウンド顧客で構成されています。また、シーズン別ではウィンター期が中心ではあるものの、グリーン期は国内顧客の需要が相対的に大きい状況でした。



白樺高原エリア (8 Peaks Resort) での事例

スノーリゾートとしての特徴

白樺高原エリア (8 Peaks Resort) は、長野県の中央に位置し、3つの自治体 (茅野市・立科町・長和町) にまたがっているスノーリゾートで、晴天率が約80%と高く、澄んだ青空の下で滑走を楽しめるのが特徴です。白樺高原エリア (8 Peaks Resort) は、家族連れや初心者に優しい環境と多彩なコースレイアウトで、多くのスキーマーに親しまれています。

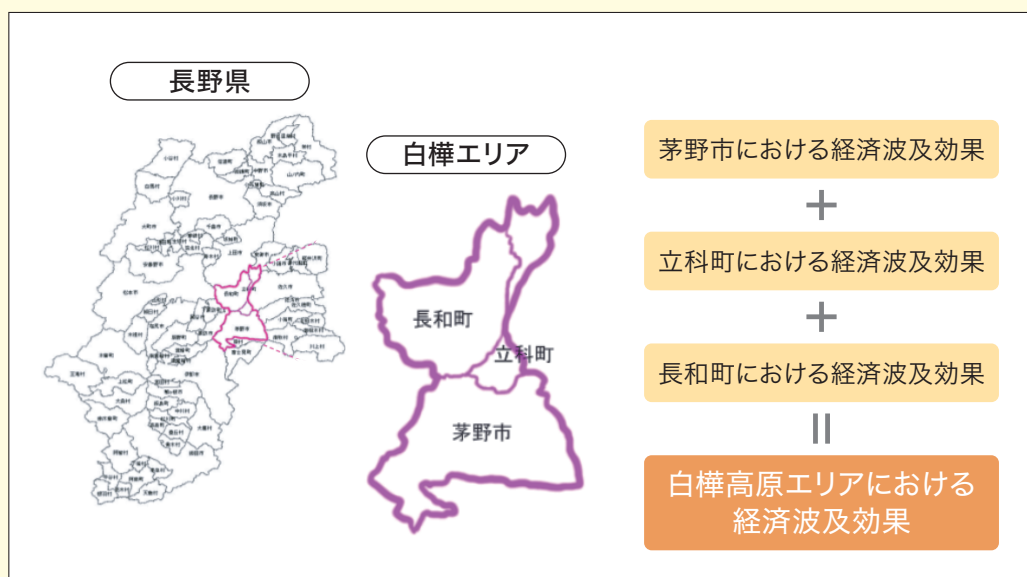
経済波及効果分析時の特徴と工夫

3つの市区町村にまたがる経済波及効果の把握

白樺高原エリア (8 Peaks Resort) の経済波及効果を算出するうえで、他のスノーリゾートと最も大きく異なるのは、スノーリゾートが複数の自治体にまたがって存在している点です。経済波及効果は、第一章で述べた通り、産業連関表というデータを用いて算出を行います。その産業連関表は自治体単位で作成を行い、その自治体内での経済波及効果を算出するために作られています。そのため、一般には都道府県単位や、市区町村単位で作られます。一方で、今回の白樺高原の事例のように、複数の自治体にまたがって経済活動が行われることが一般的な地理的特性を有している場合には、複数の自治体をまたいだ広域での産業連関表を作成しているようなケースもあります。こういった複数の自治体をまたいだ広域の産業連関表が既に自治体により作成されており、利用可能な場合には積極的に利用していただくことが望ましいです。しかしながら、こういったものが作成されているというケースは稀です。また、新たに広域の産業連関表を作成することは可能ですが、そのやり方によって規模は前後しますが、作成にあたっての調査や計算作業が必要になるため、時間や費用がかかります。

白樺高原エリア (8 Peaks Resort) 特有の経済波及効果算出のアプローチ

白樺高原エリア (8 Peaks Resort) は、茅野市・立科町・長和町の3地域にまたがっており、それぞれで産業構造が異なります。白樺高原エリア (8 Peaks Resort) 全体の経済波及効果を求める際には、それぞれの地域における経済波及効果を算出し、それらを合算することで全体の数値を求めました。



〈参考〉白樺高原エリア (8 Peaks Resort) 特有のアプローチによるメリット・デメリット

複数の市区町村の経済波及効果を合算するアプローチにはメリットとデメリットがありますが、メリットの方が上回ると判断したため、今回の経済波及効果の算出には適用しています。

複数の市区町村にまたがる場合に各地域の経済波及効果を合算するアプローチ

メリット

- エリア全体の産業連関表を別途作成する必要がなく、各市区町村の産業連関表を準備すれば済むため、低コストで実施できる
- 単純に合算すればよいため、再現性・継続性が高い

デメリット

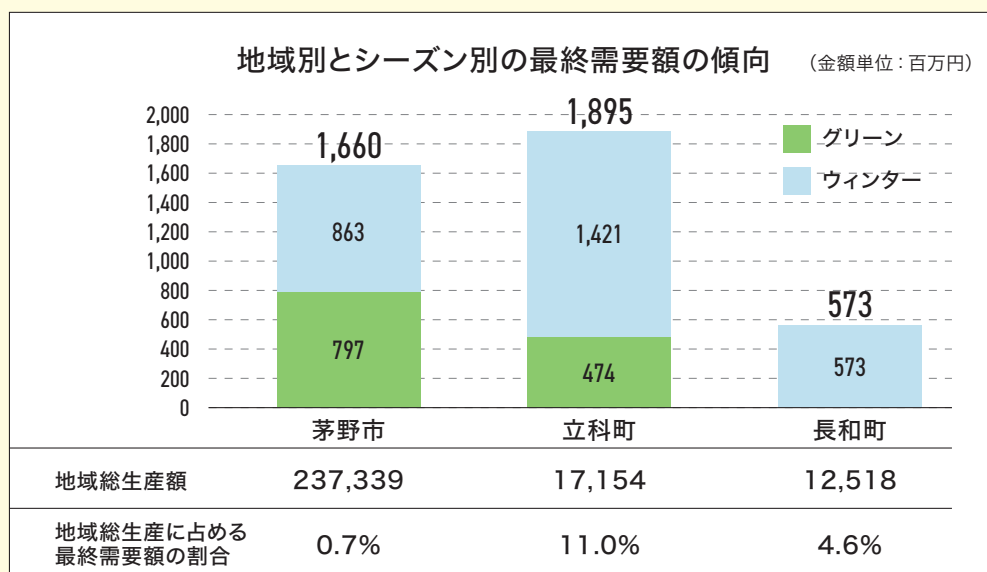
- エリア一体としてとらえる場合は、厳密には各地域間における移入／移出の効果を含むべきではあるが、それが含まれないため、結果として経済波及効果が小さめに算出される

POINT

複数の自治体にまたがるスノーリゾートの場合には、それぞれの自治体ごとにデータを分けて収集し、自治体ごとに産業連関表を入手し、最終的に合算することで簡易的に複数自治体の経済波及効果を得ることができます。複数自治体をまとめた産業連関表がすでに存在しており活用できる場合にはそれを活用することを推奨いたします。しかしながら、そういったケースは多くはないため、またがる自治体間での波及効果が除外されてしまうというデメリットはあるもの、それでも主要な経済波及効果についてはこの方法で把握できる場合がほとんどであると考えられるため、実施の費用面と時間的なコストの観点からこうした方法での実施が有用です。

地域別での最終需要額の傾向

白樺高原エリア (8 Peaks Resort) を構成する3地域ではそれぞれ傾向が異なり、茅野市ではグリーンシーズンの貢献度が比較的高い一方で、長和町はウィンターのみの貢献となっています。また、地域総生産額に対するスノーリゾート関連の最終需要額の割合も地域によって異なっており、茅野市では1%未満の割合となっていました。



1-2 スノーリゾート以外での経済波及効果の分析事例

本手引書では、本事業で実施を行ったスノーリゾートでの経済波及効果の算出に関する事例を取り扱っていますが、世の中では様々なことについて経済波及効果を求めることが行われています。スノーリゾートでの事例を飛び越えて、より幅広い経済波及効果の事例を把握したいという方は、以下の総務省が取りまとめた「都道府県等における産業連関分析実施状況」(https://www.soumu.go.jp/main_content/000936453.pdf)を参照してください。ここでは、様々な自治体や大学、民間のシンクタンク等が関わって算出を行った経済波及効果の事例を参照することができます。

2. 経済波及効果の算出方法

ここからは経済波及効果の算出に向けて必要な具体的な手続きについて説明していきます。経済波及効果がどういったものかといった概念の理解にとどまらず、実際にExcel等を用いて手を動かして経済波及効果の算出を試みようという方に向けた内容になります。なお、本手引書はスノーリゾートでの経済波及効果算出について記載したものであるため、スノーリゾートに影響する範囲に限定して記載しております。

2-1 経済波及効果算出の流れと必要な準備

スノーリゾートでの経済波及効果の算出に向けては、地域におけるデータ入手可否などに応じた個別対応が必要ですが、その前提となる算出に向けたプロセスは大きく4つのステップに分ける事ができます。そのステップは、①算出する対象の確認、②データ入手、③データ加工と推計、④産業連関表を用いた計算です。

また、算出に必要な期間についてはデータの入手の容易さに大きく依存します。もっとも時間を要するのは一般に「②データ入手」のステップであり、様々な関係各所にデータの提供の依頼を行うところから始まるため、このステップに2～3ヶ月程度はかかると想定してください。また、そこでどの程度のデータが得られたかによって、次の「③データ加工と推計」のステップに要する期間も変わってきます。全てのデータが希望通りに得られればこのステップは短期的に完了させることが可能ですが、一般的には1ヶ月程度を見ておくことが望ましいです。その前後のステップでもあわせて1ヶ月程度かかると想定しておく、概ね半年程度の期間を持って着手することが望ましいです。

経済波及効果の算出に向けた一般的な手順の流れ

1 算出する対象の確認

経済波及効果の算出にあたって、算出の対象とするスノーリゾートとその所在する市区町村をどこまでとするか、対象を決めることがまず最初のステップになります。対象となる地域を決めるにあたっては、スノーリゾートが所在する市区町村はもちろん、スノーリゾートを目的に来訪する旅行客が宿泊するエリアなども含めて考える必要があります。また、いつの時期の算出をするかも決める必要があります。一般にはデータが入手可能な最新年を対象としますが、何かの事情があって過去のを算出する必要がある場合にはその期間を決めることが必要になります。そのため、この対象を確認するステップは、そもそも「何のために経済波及効果を算出するのか」ということについて整理・合意がなされていることが前提になります。その点が不明確な場合には、このステップの前段として、まずは取り組む目的について明確にすることから取り組む必要があります。

2 データ入手

次にデータ入手を行います。データ入手にあたっては、スノーリゾートの中核であるスキー場を運営する索道事業者や、宿泊事業者などの民間事業者の協力を得ることに加えて、DMOや観光協会、自治体の観光関連部門にも協力を得て進めることが望ましいです。入手するデータは主に売上データや、利用者データになりますが、具体的なデータの項目については次の項で後述いたします。

3 データ加工と推計

データの入手を試みたのちに、ほとんどの場合には入手がしきれないデータや、必要な粒度までの細かさでは入手ができないデータなどが出てきます。そういった場合には、推計を行う必要があります。また、次のステップで行う産業連関表を用いた経済効果の算出に向けて必要な集計を行います。

4 産業連関表を用いた計算

必要な形に集計・加工したデータと、別途入手する市区町村の産業連関表のデータを計算用のExcelシートに投入し、経済波及効果の算出結果を得ます。その後、算出された経済波及効果の数字を、必要に応じて視覚的にわかりやすいアウトプットへの取りまとめを行います。

経済波及効果算出の流れと必要な準備

主にデータ入手の容易さによって可変するものの、
6ヶ月程度の期間を想定しておくことが望ましい



経済波及効果の算出のためにはスノーリポートが所在する市区町村の「産業連関表」が必要です。外部に依頼して入手することになるため、実施に先立って入手を進めておくことでスムーズに進められます。

スノーリゾートの経済波及効果算出に必要な準備

スノーリゾートの経済波及効果の算出にむけては、前段で説明したプロセスを進めていく形が一般的です。このそれぞれのステップをスムーズに進めていくために、着手に先立って必要な準備を整える必要があります。

事前に準備する必要があること

体制 スノーリゾート地域の協力関係

経済波及効果の算出にあたっては、スノーリゾートに関わる民間事業者などに対してデータの提供の依頼をお願いする必要があることがほとんどです。民間企業からあくまで善意でデータ提供をしてもらうということになるため、それにあたっては行政やDMO、観光協会などが主体もしくは協力体制に入っていることが望ましいと言えます。そうした地域一帯となった取り組みであることを示すことができるような体制を作って取り組むことで先に示したプロセスをよりスムーズに進めることができるようになります。

経済波及効果算出に取り組む担当者

本手引書では、極力難しい概念の理解や、複雑な関数などを利用しなくても経済波及効果の算出ができるように計算用のExcelファイルを用意しています。しかしながら、可能な範囲で数字やExcelでの作業に明るい方が実際の計算担当として参画する形が望ましいです。

IT環境 Excelが動くWindows PC

本手引書では、経済波及効果の算出にあたっては、一般的なWindows PCでMicrosoft社のExcelを用いて計算することを想定しています。後半で提示する実際の計算の手続きでは、予め用意している計算用のExcelファイルを用いて、そこに地域固有の収集したデータと、スノーリゾートが所在する市区町村の産業連関表のデータを投入することで計算を行います。このExcelファイルが動作するために、必ずしも最新のWindows PCが必要ということではありません。今日において、業務に現役で用いられているようなWindows PCおよびExcelが利用できる環境であれば問題なく算出ができる範囲のものです。（なお、Apple社のMachintoshでもExcelを利用することができ、同様の結果を計算結果を得ることができ、可能性はありますが、本手引書の作成にあたって検証を行っていないため、Windows PCでの利用を推奨します）

外部データ 産業連関表

先のプロセスでも示した、スノーリゾートに関わる売上データ等の入手とは別に必要となる外部データとして産業連関表というものがあります。これは、経済波及効果を算出するための要となるデータであり、具体的には各地域のそれぞれの産業が、他の産業に対してどの程度の経済効果をもたらすのかを計算できるように、その効果の程度を調査や推計によって数値化された表です。この産業連関表の入手方法については、以下に示す「産業連関表の入手について」という項目で説明します。

産業連関表の入手について

市区町村の産業連関表を既に保有している場合を除いては、産業連関表の入手が必要になります。市区町村の産業連関表は、環境省の取り組みである「環境省ローカルSDGs 地域循環共生圏」という取り組みに関連して、その取り組みに関与している株式会社価値総合研究所（株式会社日本政策投資銀行のグループ企業）が作成・提供を行っています。産業連関表の入手にあたっては、スノーリポートが所在し、経済効果の波及を算出したい地域（市区町村）を特定し、その市区町村の産業連関表の提供を依頼する形で申請を行うことで入手が可能です。データ提供の申請についての具体的な手続きについては、以下の価値総合研究所の問い合わせ先への問い合わせを行い、所定のフォーマット等を入手した上で実施をしてください。なお、スノーリポートが複数の市区町村にまたがる場合には、複数の市区町村の産業連関表が必要になるため、申請にあたっては必要な市区町村分の申請を行ってください。

必要な費用について

市区町村の産業連関表の入手にあたり、1市区町村あたり5万円の支払いをデータ提供元である価値総合研究所に対して行う必要があります。（※本手引書作成時点の価格であり、価格は変動する可能性があります）
なお、こちらの環境省の取り組みで作成されているものはノンサーベイ法で作成を行った市区町村別の産業連関表になります。地域で独自にサーベイ法で実施・作成を行った産業連関表を有している場合にはそちらの利用を推奨いたします。

[地域経済循環分析 各ツールに関するお問い合わせ / データ提供の申請先]

株式会社価値総合研究所（担当：地域経済循環分析用データ担当）

〒100-0004 東京都千代田区大手町一丁目9番2号 大手町フィナンシャルシティグランキューブ15階

E-mail : reca@vmi.co.jp

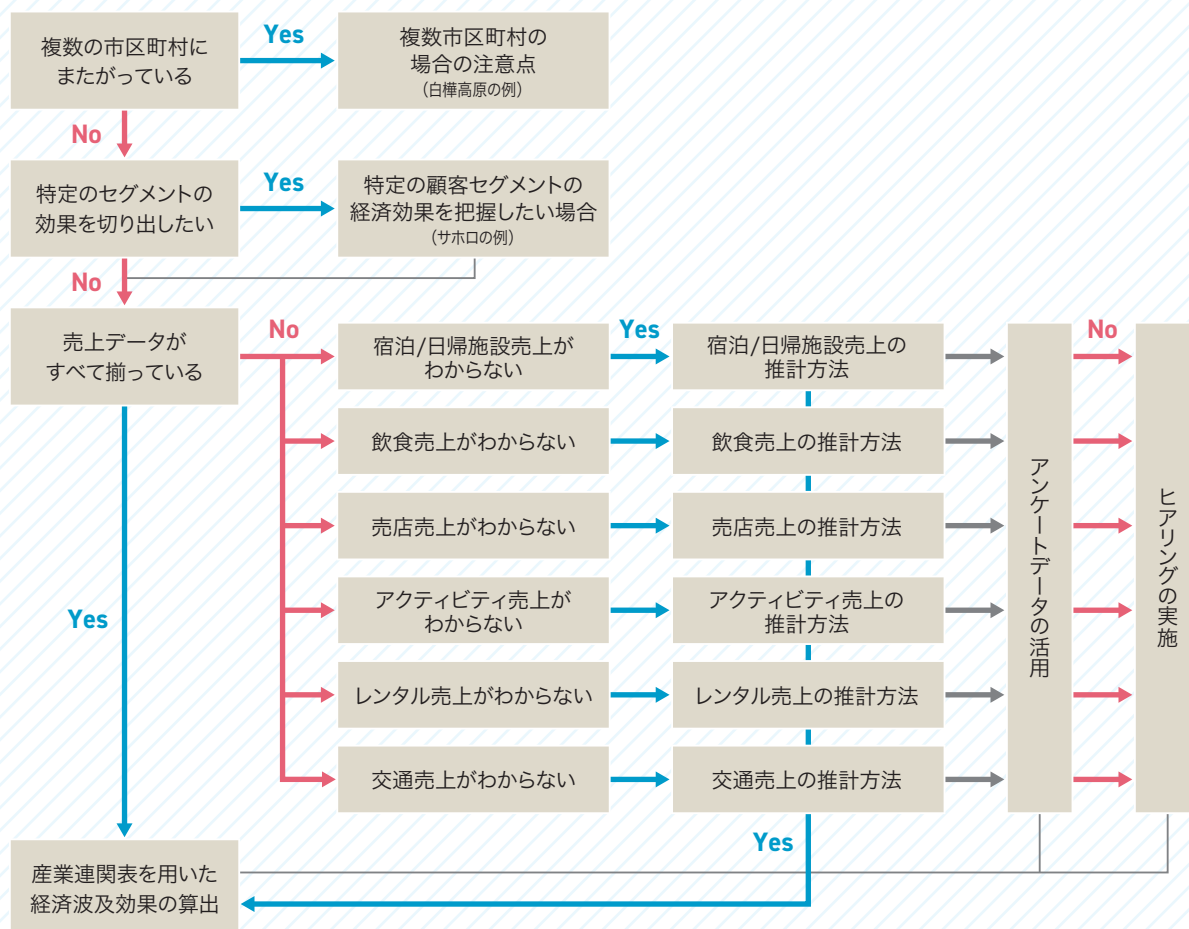
参考)「地域経済循環分析用データの提供」(環境省ローカルSDGs 地域循環共生圏)

<https://chiikijunkan.env.go.jp/manabu/bunseki/>

2-2 経済波及効果の元となるスノーリゾートのデータ収集

自身のケースにあった参照すべきページを判断するフローチャート

前提項目	経済波及効果の把握に向けた売上データの把握	データ収集に先立って決めるべきこと	● スノーリゾートの範囲を決める ● 経済波及効果の算出する年を決める	
	入手すべきデータと収集にあたっての注意点	● 宿泊/日帰施設売上 ● 飲食売上 ● 売店売上	● リフト券売上 ● アクティビティ売上	● レンタル売上 ● 交通売上 ● その他売上



スノーリゾートにおけるタイプ別での経済波及効果分析の方法

経済波及効果の把握に向けた売上データの把握

経済波及効果の算出に向けたデータ収集において、重要なのは売上データの把握です。スノーリゾートによる経済波及効果を正しく算出するためには、売上データを正しく把握することが、これから算出に取り組む方がやるべき最も重要なことです。裏を返せば、正しい売上データを把握することができれば、推計などのステップが不要になるため、煩わしい計算などを行う必要が減ります。そのため、まずはスノーリゾートに関わる事業者に対して、正しいデータの提供に向けた協力を求めることに、まず最初に注力することが望ましいです。

データ収集に先立って決めるべきこと

スノーリゾートの範囲を決める

スノーリゾートの経済波及効果の算出を行うにあたって、一番最初に必要になるのが当該地域におけるスノーリゾートの範囲をどこまでとするかということを決めることです。

これについては、スノーリゾートに関わるステークホルダー（事業者や自治体、DMOや観光協会など）とも協議のうえで、合意を得て線引きを決定することが望ましいです。スノーリゾートの定義が合意できていないと、その後の経済波及効果についても活用が進まないため、このステップは重要になります。

● 事業としての範囲を決める

スノーリゾートの中核となる事業者が存在することで、この地域への誘客につながっているものはスノーリゾートの範囲の事業として取り入れるべきです。

例えば、北海道のサホロリゾートでは、グリーンシーズンに「サホロリゾート ベア・マウンテン」という日本初のヒグマのサファリパークの運営を行っており、人気を博しています。この施設は直接的にはスキー等とは無関係ではありますが、スノーリゾートに関わる事業者の取り組みにより、スノーリゾートエリアへの誘客につながっているため、スノーリゾートの経済波及効果の中に組み入れるべきです。この様に、スノーリゾートの経済活動の一環として考えられるものを事業の範囲で線引きを行うことが最初のステップになります。

● 地理的な範囲を決める

次に、地理的な意味合いでどこまでの範囲をスノーリゾートの範囲に含めるか、という点です。スノーリゾートの所在地が、他の目的でも観光客が訪れるような観光エリアにある場合には特にこの検討が重要になります。逆に、スノーリゾートが運営しているものだけを目的に人々が訪れる様なエリアの場合にはこの線引きは非常にシンプルであるため、当該エリアに訪れる観光客による売上を原則的に全て含めて考える形で問題ありません。北海道のサホロリゾートの場合にはこのケースに当てはまるため、スノーリゾートの影響範囲を比較的容易に特定することができました。一方で、八幡平の場合には、スノーリゾートだけでなく、紅葉や温泉などが楽しめる観光地としても有名であり、多くの人が訪れるエリアであるため、エリアごとにスノーリゾートでの目的の来訪者を決める必要がありました。詳しくは後述しますが、八幡平の場合には観光エリアをいくつかに分けて、それぞれのエリアごとにスノーリゾート目的で来訪する比率を掛け合わせてスノーリゾートの効果として組み入れるという考え方を採用しています。この様に、地域の実情に合わせて、シーズンごとの目的別の来訪者の比率などを考慮しながら地理的な範囲を決める必要があります。

経済波及効果を算出する年を決める

どの年の経済波及効果を算出するかについては、データ収集に先立ってあらかじめ決めておくことが望ましいです。データの取得にあたっては外部への協力が必要になるケースがほとんどであるため、その依頼を行うにあたり、必要なデータの期間を伝えて依頼する必要があるためです。そして何らかの事情で過去の時点の経済効果を算出したい場合を除いては、データの取得が現実的な範囲で直近の1年間のデータの取得が最低限必要な範囲となります。しかしながら、データの収集を試みないという時期までのデータが収集可能なのかが分からないという場合もあります。特に、直近のデータを求めた場合には、依頼先でのデータ収集や集計がまだ間に合っておらずデータが入手できないというようなケースもあります。そのため、複数年にわたってデータの提供を依頼することが大きな負担になるような場合を除き、過去3年程度のデータを依頼して収集しておく、直近データが揃わないものがあつた際にや、何らかの特殊要因で直近のスノーリゾートの来訪者数に極端な増減があつた場合など、直近の期間のデータを使って経済波及効果を求めることが適切ではない場合に、他の期間に切り替えることができるため、3年程度の期間のデータ収集を行うことを推奨します。

入手すべきデータ項目と収集にあたっての注意点

宿泊/日帰施設売上

宿泊/日帰施設に関わる売上はスノーリゾートの経済効果を考える上で基軸になるものです。それは来訪する観光客の支払額の中でも宿泊金額の占める比率は一般に大きく、スノーリゾート側の視点でも売上の中で最も大きな比率を占めるものであるからです。

宿泊/日帰施設売上データの取得についての留意事項を挙げておきます。

●他の売上との重複に注意する

宿泊/日帰施設での売上をそのまま全て「宿泊/日帰施設売上」に計上してしまうと、その中には「飲食売上」や「売店売上」なども含んだものを貰うことがあります。これらについては「飲食売上」に切り出して計上することが望ましいです。

「宿泊/日帰施設売上」から「飲食売上」を切り出すのが難しい場合には？

「飲食売上」については、必ずしも宿泊/日帰施設売上と切り離さなくても問題はないのですが、「飲食売上」も含んだものである場合に、含んでいる飲食売上がどの程度であるかの把握をしておく必要があります。これは、「飲食売上」を算出・計上する際に重複を避けるためです。また、宿泊/日帰施設では売店なども併設していることも多いため、「売店売上」についても含んでいないか注意が必要です。また、宿泊プランにスキー場のリフト券を含んでいるケースなど、切り出す必要がある売上を含んでいるケースが無いかなど注意が必要です。

●宿泊者数データ、日帰施設利用者数データも同時に収集する

宿泊や日帰施設については売上だけでなく、宿泊者数、日帰施設利用者数のデータも取得しておくことを強く推奨します。これは宿泊者数、日帰施設利用者のデータが、様々な項目の売上のデータが入手できない場合に行う推計に非常に役立つものであるからです。項目ごとに、それらの売上データが入手できない場合の推計方法については後述しますが、基本的な考え方として、スノーリゾートの利用者数に利用の単価や回数をかけ合わせて算出するため、宿泊/日帰施設の利用客数（特に「のべ利用客数」のデータが有用です）もあわせて把握しておくことが望ましいです。

飲食売上

飲食売上については、スノーリゾートでの傾向としては宿泊売上と同程度かそれに次ぐ規模のある売上項目になります。そのため、より正確な経済波及効果の把握のためにも、この飲食売上のデータをしっかりと把握することが重要です。

● 飲食売上の構成要素

飲食売上の把握に際しては、施設別でデータを取得することが理想的です。スノーリゾートにおける飲食関連の売上として主たるものとしては以下に挙げる施設が考えられます。

ホテル内のレストラン

スノーリゾート圏内の宿泊施設がスノーリゾート傘下のホテルに限られる場合には売上の把握もしやすいですが、その限りでない場合には売上の把握は難しい場合がほとんどです。その際には後述する「売上データの入手が困難な場合」の項目を参照して推計を行ってください。

スキー場併設のレストラン

スキー場利用客向けに主にお昼や軽食等を提供するレストランや軽食ができる喫茶店、フードコートなどがこれに当たります。

近隣の独立した飲食店

スノーリゾート圏内に飲食店街などがあり、スノーリゾート利用の顧客がそれらの飲食店街などで食事を摂ることが多い場合には、これらの飲食店の売上もスノーリゾートによる売上として取り込むことが望ましいです。しかしながら、観光協会等で把握を行っているなどの場合を除いては個々の飲食店の売上データの開示をしていただくことは難しい場合が多いため、その場合には後述する「売上データの入手が困難な場合」の項目を参照して推計を行ってください。

リフト券売上

スノーリゾート内のリフト券の売上であり、これについてはスノーリゾートの中核となる運営会社が把握しているため、入手は確実にできると考えています。また、スキー場利用については、売上金額のみではなく、スキー場ののべ利用者数（1日ごとの利用者数であり、同一人物が仮に3日に渡って利用した場合には3人とカウントする方法）も把握することが望ましいです。これは宿泊利用者データと同様に、スノーリゾートを利用した人数の把握につながるデータであり、様々な推計に活用できる重要なデータであるため、把握しておくことが望ましいです。

アクティビティ売上

アクティビティ売上とは、スノーリゾートにおけるスキー場売上には含まれない、それ以外のレジャーでの売上です。例えば、ウィンター期であれば、スノーモービルやスノーラフティングなど、雪を使ったスキー以外のアクティビティなどが挙げられます。グリーン期では、スキー場周辺でのゴルフや、ゲレンデの斜面を活用したマウンテンバイク体験など、スノーリゾートごとに様々なものがあると考えられます。これらについて、スノーリゾートが関連するホテルで連携して斡旋しているものなどについては、売上の把握ができる可能性が高いです。一方で、独立したアクティビティ事業者が多い場合には個々の事業者の売上把握は難しいと考えられますので、その場合には後述する推計方法を活用して把握を行ってください。

スノーリゾート売上データ入力表									
(売上金額の単位は「万円」でお願いします)									
分類	データ項目	分類	1	2	3	4			
宿泊	地域内の宿泊施設	売上金額 (施設内飲食売上含む)	全体	【データ分類について】 「スノーリゾート客」に限定したデータが把握できているものは、そちらを優先してご入力ください。 「全体」しかデータが無いものは全体のデータをご入力ください。					
		スノーリゾート客							
	宿泊者数(総数)	全体							
	スノーリゾート客								
日帰	地域内の日帰施設	売上金額	全体						
		スノーリゾート客							
	利用者数(総数)	全体							
	スノーリゾート客								
飲食	地域内の飲食店 (宿泊施設以外)	売上金額	全体						
		スノーリゾート客							

特殊なケースにあわせて行うべきこと

スノーリゾートが複数の市区町村にまたがっている場合

スノーリゾートが複数の市区町村にまたがって存在している場合については、第2章 1-1 スノーリゾート事業での活用事例 白樺高原エリア (8 Peaks Resort) の事例が参考になります。白樺高原エリア (8 Peaks Resort) は、3つの自治体 (茅野市・立科町・長和町) にまたがっているスノーリゾートです。このような場合には、様々な方法がありますが、難しい計算や処理を抑えて実施する方法として、またがる市区町村ごとに売上データを分けて収集し、市区町村ごとに産業連関表を入手し、それぞれに経済波及効果を算出したものを合算してエリア全体の経済波及効果としてみるという方法があります。この他に、またがる市区町村をまとめた広域の産業連関表を独自に作成して実施する方法などもあり、そうした手法を取ることで、またがる市区町村間での波及効果もエリア全体の効果として組み入れられるメリットがあります。しかしながら、専門的な知識や計算スキルが求められるため、本手引書ではより簡便に実施ができ、おおよその経済波及効果の把握は十分にできるこの市区町村ごとに算出して合算する手法を1つの手段として紹介いたします。

特定の顧客セグメントの経済効果を把握したい場合

特定の顧客セグメントの経済効果を把握したい場合については、第2章 1-1 スノーリゾート事業での活用事例 十勝サホロリゾートの事例が参考になります。サホロリゾートの事例のように、インバウンド顧客と国内顧客とを分けたい場合には、分けたい顧客セグメントごとに売上データを分割する必要があります。その上で、顧客セグメントごとに産業連関表にデータを投入し、それぞれに経済波及効果を分析することで、顧客セグメントごとに経済波及効果を算出することが可能になります。この際に、顧客セグメントごとに売上を分けるための手法としては、サホロリゾートのように宿泊者数データに注目して実施をするというのが1つの手法です。宿泊施設のチェックイン時に国籍を確認していることが一般的であることから、宿泊者データは国籍別などで存在していることが多いため、こうした目的で活用できる可能性があります。なお、国籍別の宿泊者データが入手できなかったり、より細かい顧客セグメントも把握したいような場合には、DMO等が実施をしているスノーリゾートへの来訪者に対するアンケートデータなどを活用することも1つの方法です。こうしたアンケートデータでは、スノーリゾートに訪れている方の属性を聞いているだけでなく、属性ごとの消費行動や消費金額の違いなども聞いている場合があります。そうしたデータをうまく活用することで、国籍別だけでなく、年代別や同行者タイプ別など、データが入手できる限りにおいて、様々な顧客セグメントごとの経済波及効果を把握することが可能です。

売上データの入手が困難な場合

各種売上データを直接入手することが困難な場合には、その項目がどの程度影響を与えるかを考慮した上で、様々な情報源を活用して推計することが必要になります。

具体的には、地域内の観光協会やDMO等が実施している来訪者へのアンケートデータの活用や、地域内の事業者やDMO等の地域の消費活動の実態を知る有識者へのヒアリングにより推計することが考えられます。リフト券売上についてはスノーリゾートの傘下であることが確実であると考えられるため、入手ができることを前提に、その他の売上項目については、売上データが入手が困難な場合に、どのような方法により推計ができるか、具体例とともに説明します。

宿泊/日帰施設売上がわからない場合

宿泊/日帰施設売上の推計

宿泊/日帰施設の売上データが入手できない場合として、以下の例をもとに推計方法のアイデアを示します。

宿泊/日帰施設売上の中に飲食/売店等の売上も含まれている場合の売上の推計方法

宿泊客/日帰客数のデータが存在する場合

各宿泊/日帰施設の単価（食事を含まない純粋な単価）をWebサイト等の情報を参考に推定し、それに宿泊客/日帰客数（のべ利用客数）を掛け合わせて算出します。

宿泊/日帰施設売上の考え方

- 宿泊/日帰施設売上の中に飲食/売店等の売上も含まれている場合の売上の推計方法（宿泊客/日帰客数のデータが存在するケース）

宿泊売上	=	のべ宿泊客数	×	宿泊単価
日帰施設売上	=	のべ日帰客数	×	施設単価

宿泊客/日帰客数のデータが存在しない場合

有識者へのヒアリングを通じて、おおよその宿泊/日帰分の構成比を推定し、それに売上を掛け合わせて、純粋な宿泊/日帰施設の売上を算出します。

宿泊/日帰施設売上の考え方

- 宿泊/日帰施設売上の中に飲食/売店等の売上も含まれている場合の売上の推計方法（宿泊客/日帰客数のデータが存在しないケース）

$$\begin{aligned} \text{宿泊売上} &= \text{飲食/売店等も含む宿泊売上} \times \text{宿泊売上構成比} \\ \text{日帰施設売上} &= \text{飲食/売店等も含む日帰施設売上} \times \text{日帰施設売上構成比} \end{aligned}$$

売上データはなく宿泊客/日帰客数データのみ把握できる場合の売上の推計方法

- 上記同様、各宿泊/日帰施設の単価（食事を含まない純粋な単価）をWebサイト等の情報を参考に推定し、それに宿泊数/利用客数のデータを掛け合わせて算出します。
- 例として、八幡平のケースでは、一部を除いて売上データが揃わず、宿泊客/日帰客数のデータのみが入手可能でした。施設タイプ（例：ホテル・旅館・ペンション）に応じて単価を推定し、その施設ごとに宿泊客/日帰客数のデータを掛け合わせて売上を推計しました。

宿泊/日帰施設売上の考え方

- 売上データはなく宿泊客/日帰客数データのみ把握できる場合の売上の推計方法

$$\begin{aligned} \text{宿泊売上} &= \text{のべ宿泊客数} \times \text{宿泊単価} \\ \text{日帰施設売上} &= \text{のべ日帰客数} \times \text{施設単価} \end{aligned}$$

一部施設の売上/客数データが揃わない場合の売上の推計方法

- 全施設に問い合わせをするのは時間がかかってしまうため、有識者へのヒアリングをもとに売上80%を占めるであろうと想定される宿泊/日帰施設を洗い出し、その売上/客数データをもとに売上を推計し、残り20%分については0.25倍（20%÷80%）として推計して全体の値として算出します。

宿泊/日帰施設売上の考え方

- 一部施設の売上/客数データが揃わない場合の売上の推計方法

$$\begin{aligned} \text{宿泊売上} &= \text{売上80%を占める宿泊施設の売上} \times 1.25 \\ \text{日帰施設売上} &= \text{売上80%を占める日帰施設の売上} \times 1.25 \end{aligned}$$

飲食売上がわからない場合

飲食売上の推計

飲食売上は、宿泊施設内の飲食売上・スキー場内の飲食売上・地域にある飲食店の飲食売上、に分解することができます。さらにそれぞれで朝食・昼食・夕食に分けて考えるとより実態に近い数値を算出することができます。宿泊客と日帰客で利用パターンが異なると想定されるので、飲食売上をその利用パターンで分解するとこの表のような形になります。「×」と書かれている部分は実際には売上が発生している可能性もありますが、規模感は限定的だと推測され、除外しても影響は少ないものについては割り切って推定の計算からは外します。

飲食売上の考え方

		宿泊施設内	スキー場内	地域飲食店	コンビニ
宿泊客	朝	①	×	×	×
	昼	×	②	③	×
	夕	④	×	④	×
日帰客	朝	×	×	×	⑥
	昼	×	⑦	⑧	⑨
	夕	×	×	⑩	×

宿泊施設内の飲食売上の推計方法（①④に該当）

- 宿泊数のデータがあれば、宿泊プラン別（素泊まり・朝食付き・朝夕食付き）の構成比をもとに、朝食と夕食の利用者数が求められます。それに、朝食・夕食の単価を推計したものを掛け合わせて、朝食・夕食売上を算出します。
- 例として、八幡平のケースでは、素泊まりプラン1.5%・朝食付きプラン9.0%・朝夕食付きプラン89.5%、朝食単価1,500円・夕食単価4,500円と推計して売上を算出しました。

飲食売上の考え方

- 宿泊施設内の飲食売上の推計方法（①④に該当）

$$\begin{aligned}
 &\text{宿泊施設内 朝食飲食売上 (①)} = \text{のべ宿泊客数} \times \text{朝食付きプラン 比率} \times \text{朝食単価} \\
 &\text{宿泊施設内 夕食飲食売上 (④)} = \text{のべ宿泊客数} \times \text{夕食付きプラン 比率} \times \text{夕食単価}
 \end{aligned}$$

スキー場内の飲食売上の推計方法(②⑦に該当)

- スキー場利用者数データに、スキー場利用者の飲食利用率と単価を推計したものを掛け合わせて売上を算出します。スキー場内の飲食売上は概ね昼食と想定されるのですべて昼食扱いとみなすので構いません。

飲食売上の考え方

- スキー場内の飲食売上の推計方法(②⑦に該当)

宿泊客スキー場内 飲食売上 (②)	=	のべ宿泊客数	×	スキー場 飲食利用率	×	昼食単価
日帰客スキー場内 飲食売上 (⑦)	=	のべ日帰客数	×	スキー場飲食 利用率	×	昼食単価

地域にある飲食店の飲食売上の推計方法(③⑤⑧⑩に該当)

- 昼食・夕食が対象となる売上と仮定して、それぞれの宿泊客/日帰客数の飲食店利用率と単価を推計し、それらを掛け合わせて、昼食・夕食売上を算出します。その際は、スキー場での昼食分・宿泊施設での夕食分が計上ダブルカウントされないように注意が必要です。

飲食売上の考え方

- 地域にある飲食店の飲食売上の推計方法(③⑤⑧⑩に該当)

宿泊客の飲食店 昼食売上 (③)	=	のべ宿泊客数	×	飲食店 昼食利用率	×	昼食単価
宿泊客の飲食店 夕食売上 (⑤)	=	のべ宿泊客数	×	飲食店 夕食利用率	×	夕食単価
日帰客の飲食店 昼食売上 (⑧)	=	のべ日帰客数	×	飲食店 昼食利用率	×	昼食単価
日帰客の飲食店 夕食売上 (⑩)	=	のべ日帰客数	×	飲食店 夕食利用率	×	夕食単価

コンビニ利用の飲食売上の推計方法 (⑥⑨に該当)

- コンビニ利用の飲食売上としては、日帰客が朝食・昼食として購入する分に限定して考え、宿泊客はコンビニ食事は取らないと仮定します。日帰客の中でコンビニ食事の利用率と単価を朝食・夕食需要それぞれで推定し、それらを掛け合わせることで算出します。
- 例として、八幡平のケースでは、コンビニでの朝食売上は、日帰客の10%が利用・単価は500円、昼食売上は、日帰客の20%が利用・単価1,000円、として推定して売上を算出しました。
- コンビニは分類上は「売店」に該当するので、後のプロセスで実施するデータの整理・集計上、このコンビニの飲食売上については「飲食売上」ではなく「売店売上」に含めることには注意が必要です。

飲食売上の考え方

- コンビニ利用の飲食売上の推計方法 (⑥⑨に該当)

$$\begin{array}{l}
 \text{日帰客の} \\ \text{コンビニ朝食売上} \\ \text{(⑥)} \\
 \end{array}
 =
 \begin{array}{c}
 \text{のべ日帰客数} \\
 \end{array}
 \times
 \begin{array}{c}
 \text{コンビニ朝食} \\ \text{利用率}
 \end{array}
 \times
 \begin{array}{c}
 \text{朝食単価}
 \end{array}$$

$$\begin{array}{l}
 \text{日帰客の} \\ \text{コンビニ昼食売上} \\ \text{(⑨)} \\
 \end{array}
 =
 \begin{array}{c}
 \text{のべ日帰客数} \\
 \end{array}
 \times
 \begin{array}{c}
 \text{コンビニ昼食} \\ \text{利用率}
 \end{array}
 \times
 \begin{array}{c}
 \text{昼食単価}
 \end{array}$$

売店売上がわからない場合

売店売上の推計

売店売上は、宿泊/日帰施設内の売店売上・地域にある小売店の売店売上、に分解することができます。この2つの売上データが揃わない場合の推計方法のアイデアを示します。

宿泊/日帰施設内の売店売上の推計方法

宿泊客/日帰客数のデータがあれば、宿泊/日帰施設それぞれの売店利用率と単価を推計し、それらを掛け合わせることで売店売上を算出します。

売店売上の考え方

- 宿泊/日帰施設内の売店売上の推計方法

$$\begin{array}{c}
 \text{宿泊施設内} \\ \text{売店売上}
 \end{array}
 =
 \begin{array}{c}
 \text{のべ宿泊客数}
 \end{array}
 \times
 \begin{array}{c}
 \text{売店利用率}
 \end{array}
 \times
 \begin{array}{c}
 \text{平均単価}
 \end{array}$$

$$\begin{array}{c}
 \text{日帰施設内} \\ \text{売店売上}
 \end{array}
 =
 \begin{array}{c}
 \text{のべ日帰客数}
 \end{array}
 \times
 \begin{array}{c}
 \text{売店利用率}
 \end{array}
 \times
 \begin{array}{c}
 \text{平均単価}
 \end{array}$$

地域にある小売店の売店売上の推計方法

- 有識者へのヒアリングをもとに、スノーリゾート来訪者が特に利用している地域内の小売店があればそれに特化して集計します（道の駅など）。その売上データが取れない場合は、その店舗の利用客数のデータがあれば、購買率と単価を推計し、それらを掛け合わせることで売店売上を算出します。
- 前述のコンビニ食事については分類上は「売店売上」に該当するので計算上はこちらも含めることを忘れないようにしてください。

売店売上の考え方

- 地域にある小売店の売店売上の推計方法

$$\text{小売店の売店売上} = \text{利用客数} \times \text{購買率} \times \text{平均単価}$$

アクティビティ売上がわからない場合

アクティビティ売上の推計

基本的には宿泊施設内のアクティビティ売上のみを計上することでカバーできると推察されますが、地域にあるスノーリゾート関連のアクティビティ提供事業者の影響が大きいと考えられる場合はその売上も含めることを検討します。この2つの売上データが揃わない場合の推計方法のアイデアを示します。

宿泊施設内のアクティビティ売上の推計方法

- 有識者へのヒアリングをもとに、宿泊者のアクティビティ利用割合と単価を推定し、その掛け合わせにより算出します。

アクティビティ売上の考え方

- 宿泊施設内のアクティビティ売上の推計方法

$$\text{宿泊施設内アクティビティ売上} = \text{のべ宿泊客数} \times \text{アクティビティ利用割合} \times \text{アクティビティ単価}$$

スノーリゾート関連のアクティビティ提供事業者の売上の推計方法

- 主要な事業者に絞り、有識者へのヒアリングをもとに、利用客数と単価を推定し、その掛け合わせにより算出します。
- アクティビティ提供事業者が宿泊施設と提携している場合は、売上が双方でカウントされている可能性もあるため、アクティビティ事業者が宿泊施設に対して売上を上げている分については差し引く必要があります。その場合は、アクティビティ事業者と宿泊施設の取り分を推定し、ダブルカウントとならないように売上を調整する必要があります。

アクティビティ売上の考え方

- スノーリゾート関連のアクティビティ提供事業者の売上の推計方法

$$\text{アクティビティ提供事業者売上} = \text{利用客数} \times \text{アクティビティ単価}$$

レンタル売上がわからない場合

レンタル売上の推計

アクティビティ同様、基本的には宿泊施設内のレンタル売上のみを計上することでカバーできると推察されますが、地域にあるスノーリゾート関連のレンタル事業者の影響が大きいと考えられる場合はその売上も含めることも検討します。推計方法についてはアクティビティの場合と同様です。

レンタル売上の考え方

- 宿泊施設内のレンタル売上の推計方法

$$\text{宿泊施設内レンタル売上} = \text{のべ宿泊客数} \times \text{レンタル利用割合} \times \text{レンタル単価}$$

レンタル売上の考え方

- スノーリゾート関連のレンタル事業者の売上の推計方法

$$\text{レンタル事業者売上} = \text{利用客数} \times \text{レンタル単価}$$

交通売上がわからない場合

交通費の推計

地域でカウントされる交通費は、ガソリン代・タクシー代・公共交通機関(電車/バス)代が考えられます。しかし、交通費が全体の経済波及効果に与える影響は軽微であり、かつ推計の手間が大きいため、データが揃わない場合にはゼロとみなしても構いません。

しかし、その地域において影響が大きいと考えられる場合でかつアンケートデータ等により客数データが補完できる場合には以下の方法で推計することができます。

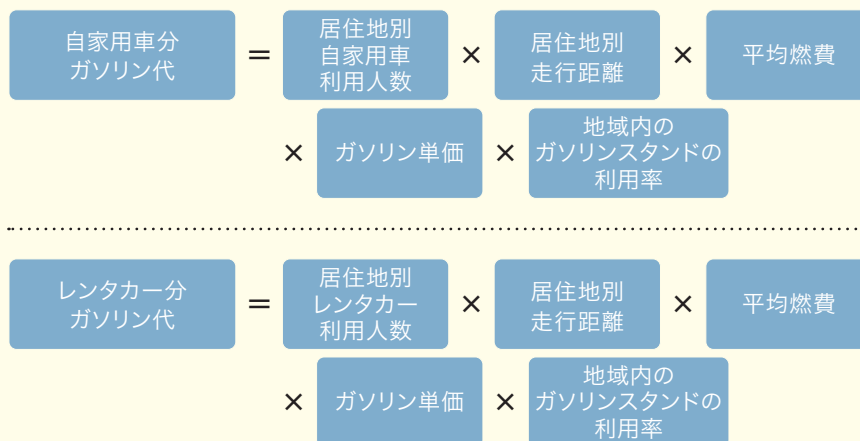
ガソリン代の推計方法

■ アンケートデータで、居住地別に自家用車/レンタカーでの来訪客数データがあればそれを活用します。居住地に応じて自家用車/レンタカーでのその地域までの走行距離を推計した上で、平均燃費(ガソリン1ℓあたりの走行距離)、ガソリン単価、エリア内のガソリンスタンドの利用率を推計し、それらを掛け合わせて売上を算出します。

■ 例として、八幡平のケースでは、アンケートデータをもとに、居住地別に(岩手・青森・秋田・宮城・南関東・近畿圏・中部圏)、自家用車利用とレンタカー利用を分解しました。レンタカー利用の場合は、居住地から直接来る場合と、遠方から空港や新幹線の駅を経由する場合があるので、その単位での分解を行いました。それぞれのパターンにおいて移動距離を推計し、平均燃費、ガソリン単価、エリア内のガソリンスタンドの利用率の推計値を掛け合わせて売上を算出しました。

交通費の考え方

● ガソリン代の推計方法



タクシー代の推計方法

- アンケートデータで、タクシーでの来訪客数データがあればそれを活用します。有識者のヒアリングをもとに、どこからどこまでの利用が多いか、その間のタクシー運賃を推計し、それと客数を掛け合わせて売上を算出します。
- 例として、八幡平のケースでは、有識者のヒアリングをもとに主なタクシー区間と想定される盛岡駅～安比高原スキー場までの利用の片道分の運賃を推定し、それにタクシー利用客数データを掛け合わせて売上を算出しました。

交通費の考え方

● タクシー代の推計方法

タクシー代

=

利用客数

×

平均タクシー運賃

公共交通機関（電車/バス）代の推計方法

- 前提として、その公共交通機関の売上が地域内の事業者の売上として計上される場合のみ推計します。本社機能がその地域外にある場合はその地域における最終需要額に影響しないためです。
- アンケートデータで、公共交通機関の利用客数のデータがあれば、その数値に推計した平均運賃を掛け合わせて売上を算出します。

交通費の考え方

● 公共交通機関（電車/バス）代の推計方法

公共交通機関
(電車/バス)代

=

利用客数

×

平均運賃

データの整理

- 以上の流れで集計・推計した売上は、そのスノーリゾートにおける最終需要額と捉えることができます。
- 産業連関表を用いて経済波及効果を算出する際に、その最終需要額を産業別（以下の表）に整理し直す必要があります。

1	農業	14	はん用・生産用・業務用機械	27	小売業
2	林業	15	電子部品・デバイス	28	運輸・郵便業
3	水産業	16	電気機械	29	宿泊・飲食サービス業
4	鉱業	17	情報・通信機器	30	情報通信業
5	食料品	18	輸送用機械	31	金融・保険業
6	繊維製品	19	印刷業	32	住宅賃貸業
7	パルプ・紙・紙加工品	20	その他の製造業	33	その他の不動産業
8	化学	21	電気業	34	専門・科学技術、業務支援サービス業
9	石油・石炭製品	22	ガス・熱供給業	35	公務
10	窯業・土石製品	23	水道業	36	教育
11	鉄鋼	24	廃棄物処理業	37	保健衛生・社会事業
12	非鉄金属	25	建設業	38	その他のサービス
13	金属製品	26	卸売業		

- 主なスノーリゾート関連の売上項目と各産業への当てはめについては、以下を参照してください。これらに該当しない場合は、その売上項目の性質に鑑み、適切な産業を選定するようにしてください。

■ 宿泊	→	宿泊・飲食サービス業	■ レンタル	→	その他のサービス
■ 日帰施設	→	宿泊・飲食サービス業	■ 売店	→	小売業
■ 飲食	→	宿泊・飲食サービス業	■ 電車/バス/タクシー	→	運輸・郵便業
■ リフト券	→	運輸・郵便業	■ ガソリン	→	石油・石炭製品
■ アクティビティ	→	その他のサービス	■ その他	→	その他のサービス

2-3 直接効果・波及効果の算出

計算用シートの説明

経済波及効果の算出は、「経済波及効果算出ツール」というExcelファイルを用いて実施します。
このファイルでは、「地域産業連関表」「産業別従業者数」「域内総生産」「平均消費性向」「最終需要額」のデータを入力することで、経済波及効果（直接効果・1次波及効果・2次波及効果）と地域総生産に占める経済波及効果の割合を求めることができます。

流れとしては、産業連関表のデータをもとに、「投入係数」「逆行列係数（開放型）」や各種係数が算出され、そのデータとスノーリゾートにおける産業別最終需要額の数値を合わせることで、経済波及効果を求めることができます。

「投入係数」とは、各産業部門が生産活動のために投じた財・サービスの額を各産業部門の生産額で除して得られる係数で、ある産業が生産物を1単位生産するのに必要な原材料等の投入割合を表しています。投入係数によって、各産業間の構造や依存関係が明らかになり、生産の波及効果を求めることができます。

「逆行列係数（開放型）」とは、ある産業に対して1単位の最終需要があった場合、各産業の生産が究極的にどれだけ必要となるかを示す係数（逆行列係数）を産業部門ごとに一覧表にした係数です。

各種係数とは、自給率・粗付加価値率・雇用者所得率・消費支出構成比・就業係数を指し、経済波及効果の計算に活用されます。

「マージン調整」とは、購入者価格から生産者価格を導き出すための、各産業における商業マージン率・貨物運賃率の係数です。地域内に閉じた詳細データはない場合が多いため、全国の産業連関表の数値を使用しています。これらの結果が、「計算表」というシートに反映され、経済波及効果を算出する際に活用されます。

必要なデータ項目の確認

「経済波及効果算出ツール」のExcelファイルに入力する項目について、サホロリゾート（北海道新得町）の例を用いながら説明します。

まず、「地域産業連関表」のシートを開いてください。オレンジ色にしているセルに、スノーリゾートが所在する地域の産業連関表の数値を入力（値として貼り付け）してください（単位：百万円）。価値総合研究所から入手した「2XXX（※ここに市区町村名が入ります）の地域産業連関表.xlsx」のExcelファイルの中にある数値を参照してください。

【北海道新得町の例】産業連関表データ「2新得町の地域産業連関表.xlsx」
（※価値総合研究所から入手するデータ）

北海道新得町										
地域産業連関表(令和2年(2020)、単位:百万円)										
	農業	林業	水産業	鉱業	食料品					
農業	1,704	0	0	0	36					
林業	1	4	0	0						
水産業	0	0	0	0						
鉱業	0	0	0	0						
食料品	2,371	0	0	0	31					
繊維製品	22	0	0	0						
パルプ・紙・紙加工品	156	0	0	0	2					
化学	328	0	0	1	1					
石油・石炭製品	39	0	0	4						
金属・土石製品	20	0	0	0						

[illegible]

該当するスノーリゾートの産業連関表の数値を以下のオレンジ色のセルに入力ください。

	農業	林業	水産業	鉱業
農業	1,704	0	0	0
林業	1	4	0	0
水産業	0	0	0	0
鉱業	0	0	0	0
食料品	2,371	0	0	0
繊維製品	22	0	0	0
パルプ・紙・紙加工品	156	0	0	0
化学	328	0	0	0

【北海道新得町の例】産業連関表データ
「3新得町の人口・就業関連データ.xlsx」
(※価値総合研究所から入手するデータ)

合計 3,240

出所:令和2年国勢調査、令和3年経済センサス-活動調査より作成

該当するスノーリゾートの産業別の従業者数を以下のオレンジ色のセルに入力ください。

	従業者数
1 農業	544
2 林業	86
3 水産業	0
4 鉱業	3
5 食料品	115
6 繊維製品	0
7 パルプ・紙・紙加工品	0
8 化学	0
9 石油・石炭製品	0
10 窯業・土石製品	33
11 鉄鋼	0
12 非鉄金属	0
13 金属製品	15
14 はん用・生産用・業務用機械	4
15 電子部品・デバイス	0
16 電気機械	0
17 情報・通信機器	0
18 輸送用機械	4
19 印刷業	0
20 その他の製造業	95
21 電気業	32
22 ガス・熱供給業	0
23 水道業	3
24 廃棄物処理業	23
25 建設業	198
26 卸売業	70
27 小売業	162
28 運輸・郵便業	104
29 宿泊・飲食サービス業	280
30 情報通信業	11
31 金融・保険業	14
32 住宅賃貸業	4
33 その他の不動産業	1
34 専門・科学技術・業務支援サービス業	152
35 公務	226
36 教育	129
37 保健衛生・社会事業	446
38 その他のサービス	482
合計	3,240

次に、「経済波及効果算出ツール」のExcelファイルの「域内総生産」のシートを開いてください。オレンジ色にしているセルに、スノーリゾートが所在する域内における総生産額の数値を入力してください(単位: 百万円)。域内総生産額は、価値総合研究所から入手した「1XXX(※ここに市区町村名が入ります)の地域経済計算.xlsx」のExcelファイルの中にある、「域内総生産」の合計値を参照してください。

【北海道新得町の例】産業連関表データ「1新得町の地域経済計算.xlsx」
(※価値総合研究所から入手するデータ)

北海道新得町					
地域経済計算(令和2年(2020)、単位: 百万円)					
	生産	分配(従業員ベース)		分配(常住地ベース)	
		雇用者所得	その他所得	雇用者所得	その他所得
1 農業	3,281	708	2,573	-	-
2 林業	190	63	127	-	-
3 水産業	0	0	0	-	-
4 鉱業	37	16	21	-	-
5 食料品	505	284	221	-	-
6 繊維製品	0	0	0	-	-
7 パルプ・紙・紙加工品	0	0	0	-	-
8 化学	0	0	0	-	-
9 石油・石炭製品	0	0	0	-	-
10 窯業・土石製品	173	81	92	-	-
11 鉄鋼	0	0	0	-	-
12 非鉄金属	0	0	0	-	-
13 金属製品	43	28	14	-	-
14 はん用・生産用・業務用機械	18	12	6	-	-
15 電子部品・デバイス	0	0	0	-	-
16 電気機械	0	0	0	-	-
17 情報・通信機器	0	0	0	-	-
18 輸送用機械	23	12	10	-	-
19 自動車	0	0	0	-	-
20 その他の製造業	306	143	165	-	-
21 電気業	2,824	1,256	1,067	-	-
22 ガス・熱供給業	0	0	0	-	-
23 水道業	77	20	56	-	-
24 廃棄物処理業	577	425	142	-	-
25 建設業	3,174	2,500	675	-	-
26 卸売業	576	288	288	-	-
27 小売業	663	445	218	-	-
28 運輸・郵便業	836	547	288	-	-
29 宿泊・飲食サービス業	644	395	249	-	-
30 情報・通信業	93	53	40	-	-
31 金融・保険業	156	72	85	-	-
32 住宅貸業	1,894	74	1,821	-	-
33 その他の不動産業	6	2	3	-	-
34 娯楽・娯楽施設、娯楽サービス業	2,267	1,542	724	-	-
35 公務	2,759	1,507	1,252	-	-
36 教育	918	649	269	-	-
37 保健衛生・社会事業	2,041	1,771	269	-	-
38 その他のサービス	1,024	515	509	-	-
合計	24,607	13,420	11,187	12,525	23,195

北海道新得町	
地域経済計算(令和2年(2020)、単位: 百万円)	
	支出 (常住地ベース)
民間最終消費支出	12,555
政府最終消費支出	11,452
総固定資本形成(公的)	8,111
総固定資本形成(民間)	6,024
在庫品増加(公的)	-4
在庫品増加(民間)	98
総輸出	-2,515
合計	35,721

北海道新得町				
地域経済計算(令和2年(2020)、単位: 百万円)				
	生産	分配(従業員ベース)		雇
		雇用者所得	その他所得	
1 農業	3,281	708	2,573	-
2 林業	190	63	127	-
3 水産業	0	0	0	-
4 鉱業	37	16	21	-
5 食料品	505	284	221	-
6 繊維製品	0	0	0	-
7 パルプ・紙・紙加工品	0	0	0	-
8 化学	0	0	0	-
9 石油・石炭製品	0	0	0	-
10 窯業・土石製品	173	81	92	-
11 鉄鋼	0	0	0	-
12 非鉄金属	0	0	0	-

域内総生産 (単位: 百万円)

該当するスノーリゾートの域内総生産額を以下のオレンジ色のセルに入力ください。

域内総生産 24,607

次に、「経済波及効果算出ツール.xlsx」の「平均消費性向」のシートを開いてください。オレンジ色にしているセルに、スノーリゾートが所在する地域における平均消費性向(可処分所得に対する消費支出の割合)の数値を、ご自身でインターネット等で検索を行い、自治体等が公表しているデータを見つけて、該当する数値を入力してください。該当する市区町村の数値が入手できない場合は、その上位の自治体組織である都道府県の数値で代用してください。

以下の例では、北海道新得町の平均消費性向のデータが確認できなかったため、その上位にあたる自治体である北海道の平均消費性向のデータを「北海道公式ホームページ」内の「令和5年家計調査(二人以上の世帯)の結果」から参照して入力しています。

平均消費性向

「平均消費性向」とは、可処分所得に対する消費支出の割合を指します。

該当する市区町村の数値が入手できない場合は、その上位の都道府県の数値で代用してください。

平均消費性向 0.673

次に、「経済波及効果算出ツール.xlsx」の「最終需要額」のシートを開いてください。オレンジ色にしているセルに、前項で算出した産業別の最終需要額の数値を入力してください(単位：千円)。

「経済波及効果算出ツール.xlsx」の 「最終需要額」シート

最終需要額 (単位：千円)	
該当するスノーリゾートの産業別の最終需要額を以下のオレンジ色のセルに入力ください。	
	最終需要額
1 農業	0
2 林業	0
3 水産業	0
4 鉱業	0
5 食料品	0
6 繊維製品	0
7 パルプ・紙・紙加工品	0
8 化学	0
9 石油・石炭製品	0
10 窯業・土石製品	0
11 鉄鋼	0
12 非鉄金属	0
13 金属製品	0
14 はん用・生産用・業務用機械	0
15 電子部品・デバイス	0
16 電気機械	0
17 情報・通信機器	0
18 輸送用機械	0
19 印刷業	0
20 その他の製造業	0
21 電気業	0
22 ガス・熱供給業	0
23 水道業	0
24 廃棄物処理業	0
25 建設業	0
26 卸売業	0
27 小売業	54,753
28 運輸・郵便業	282,465
29 宿泊・飲食サービス業	3,228,832
30 情報通信業	0
31 金融・保険業	0
32 住宅賃貸業	0
33 その他の不動産業	0
34 専門・科学技術、業務支援サービス業	0
35 公務	0
36 教育	0
37 保健衛生・社会事業	0
38 その他のサービス	306,007
合計	3,872,057

以上が、経済波及効果を算出するにあたって必要となる入力項目です。単位が間違っていないかダブルチェックをしてください。

算出結果の説明

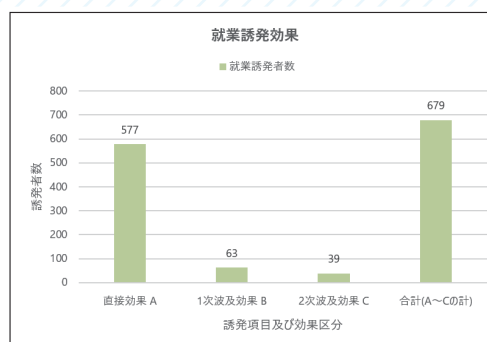
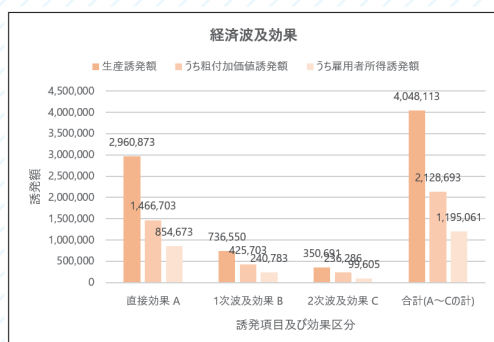
すべての項目への入力が完了すると、「経済波及効果算出ツール.xlsx」の「まとめ」シートに、「直接効果」「1次波及効果」「2次波及効果」の数値が自動的に算出されます。生産誘発額とは最終需要額によって誘発された域内の生産額のことで、この合計がスノーリゾートが存在することによる地域への経済波及効果となります。

その内訳として、粗付加価値誘発額・雇用者所得誘発額も表示されています。粗付加価値誘発額は、売上高から原材料費や仕入原価などの変動費を差し引いたもの（付加価値）の総額を示し、雇用者所得誘発額は、粗付加価値誘発額のうち雇用者への賃金として支払われる部分の金額を示します。就業者誘発者数は、生産誘発額に応じて誘発される就業者の人数を示します。

また、域内総生産に占める経済波及効果の割合も算出され、これにより地域経済におけるスノーリゾートの経済的なインパクトを把握することができます。

「経済波及効果算出ツール.xlsx」の「まとめ」シート

経済波及効果のまとめ				
(単位：千円、人)				
	直接効果 A	1次波及効果 B	2次波及効果 C	合計(A～Cの計)
生産誘発額	2,960,873	736,550	350,691	4,048,113
うち粗付加価値誘発額	1,466,703	425,703	236,286	2,128,693
うち雇用者所得誘発額	854,673	240,783	99,605	1,195,061
就業誘発者数	577	63	39	679
域内総生産に占める経済波及効果(A～Cの計)の割合				16.5%





「経済波及効果一覧表」シートでは、産業別の内訳が記載されます。産業別の経済波及効果の詳細を把握したい場合はこちらのシートを参照してください。

「経済波及効果算出ツール.xlsx」の「経済波及効果一覧表」シート

経済波及効果一覧表																	(単位：千円、人)		
部門（産業）名	直接効果 (A)				1次波及効果 (B)				2次波及効果 (C)				合計 (A+B+C)						
	生産誘発額	雇付加価値誘発額		就業誘発者数	生産誘発額	雇付加価値誘発額		就業誘発者数	生産誘発額	雇付加価値誘発額		就業誘発者数	生産誘発額	雇付加価値誘発額		就業誘発者数			
		雇用者所得誘発額	数			雇用者所得誘発額	数			雇用者所得誘発額	数			雇用者所得誘発額	数				
001 農業	0	0	0	0	96,338	33,456	7,186	6	17,680	6,140	1,319	1	114,018	39,596	8,504	7			
002 林業	0	0	0	0	5,244	4,816	1,576	2	1,021	938	307	0	6,265	5,754	1,883	3			
003 水産業	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
004 鉱業	0	0	0	0	433	271	108	0	78	49	19	0	510	320	128	0			
005 食料品	0	0	0	0	116,408	37,520	20,577	8	23,358	7,529	4,129	2	139,766	45,049	24,706	10			
006 繊維製品	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
007 パルプ・紙・紙加工品	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
008 化学	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
009 石油・石炭製品	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
010 窯業・土石製品	0	0	0	0	1,726	927	419	0	208	111	50	0	1,934	1,039	470	0			
011 鉄鋼	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
012 非鉄金属	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
013 金属製品	0	0	0	0	1,326	554	353	0	261	109	69	0	1,587	663	422	0			
014 はん用・生産用・業務用機械	0	0	0	0	196	92	61	0	62	29	19	0	259	121	80	0			
015 電子部品・デバイス	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
016 電気機械	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
017 情報・通信機器	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
018 輸送用機械	0	0	0	0	2,730	615	329	0	1,723	388	208	0	4,453	1,004	537	0			
019 印刷業	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
020 その他の製造業	0	0	0	0	10,967	4,519	2,024	1	4,018	1,656	742	1	14,985	6,175	2,766	2			
021 電気業	0	0	0	0	19,209	10,889	5,700	0	3,707	2,101	1,100	0	22,916	12,990	6,800	0			
022 ガス・熱供給業	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
023 水道業	0	0	0	0	16,922	11,176	2,890	0	3,987	2,633	681	0	20,909	13,808	3,571	1			
024 商業・物販業	0	0	0	0	95,327	66,002	48,116	3	3,899	2,700	1,968	0	99,227	68,702	50,084	3			
025 建設業	0	0	0	0	2,118	1,048	796	0	469	232	176	0	2,587	1,280	972	0			
026 卸売業	0	0	0	0	55,123	41,914	20,184	5	14,491	11,019	5,306	1	69,614	52,933	25,490	6			
027 小売業	19,116	13,290	8,730	3	30,209	21,002	13,795	5	35,786	24,879	16,342	6	85,111	59,170	38,867	14			
028 運輸・郵便業	170,699	129,444	82,299	16	110,168	83,543	53,115	10	25,416	19,273	12,254	2	306,283	232,260	147,667	28			
029 宿泊・飲食サービス業	2,547,058	1,172,193	690,244	490	24,342														
030 情報通信業	0	0	0	0	8,106														
031 金融・保険業	0	0	0	0	8,891														
032 住宅・生活サービス業	0	0	0	0	256														
033 その他の不動産業	0	0	0	0	860														
034 専門・科学技術・業務支援サービス業	0	0	0	0	88,044														
035 公務	0	0	0	0	0														
036 教育	0	0	0	0	1,046														
037 保健衛生・社会事業	0	0	0	0	85														
038 その他のサービス業	224,000	151,776	73,400	69	40,476														
計	2,960,873	1,466,703	854,673	577	736,550	4													
※四捨五入の関係で、内訳と合計が一致しない場合があります。																			

経済波及効果一覧表			直接効果 (A)	
部門（産業）名	生産誘発額		雇付加価値誘発額	
	雇用者所得誘発額	数	雇用者所得誘発額	数
001 農業	0	0	0	0

経済波及効果一覧表

部門（産業）名		直接効果 (A)				1次波及効果 (B)			
		生産誘発額	雇付加価値誘発額		就業誘発者数	生産誘発額	雇付加価値誘発額		就業誘発者数
				雇用者所得誘発額				雇用者所得誘発額	
001	農業	0	0	0	0	96,338	33,456	7,186	
002	林業	0	0	0	0	5,244	4,816	1,576	
003	水産業	0	0	0	0	0	0	0	
004	鉱業	0	0	0	0	433	271	108	
005	食料品	0	0	0	0	116,408	37,520	20,577	
006	繊維製品	0	0	0	0	0	0	0	
007	パルプ・紙・紙加工品	0	0	0	0	0	0	0	
008	化学	0	0	0	0	0	0	0	
009	石油・石炭製品	0	0	0	0	0	0	0	
010	窯業・土石製品	0	0	0	0	1,726	927	419	
011	鉄鋼	0	0	0	0	0	0	0	
012	非鉄金属	0	0	0	0	0	0	0	
013	金属製品	0	0	0	0	1,326	554	353	
014	はん用・生産用・業務用機械	0	0	0	0	196	92	61	
015	電子部品・デバイス	0	0	0	0	0	0	0	

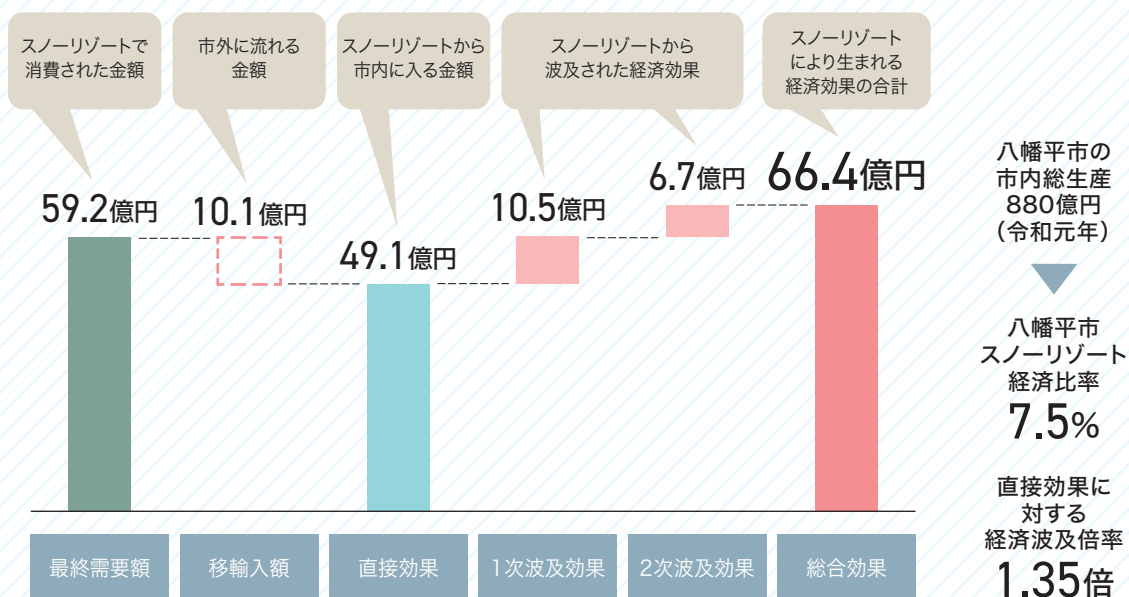
わかりやすいアウトプットへの落とし込み

地域内の関係者に結果を共有するためにわかりやすい資料を作成する必要がある場合は、以下のようなPowerPointファイルで資料を作成することをお勧めします。「経済波及効果算出ツール」のExcelファイルを用いて算出した数値をもとに、最終需要額から総合効果までの流れをフローチャートで示すことにより、一目でどのような構造になっているのかを把握できるようになります。

PowerPointファイルを作成する際には、金額のダブルチェックと、図の中にあるバー（縦棒）の長さが金額規模と比例しているかに注意して作成してください。

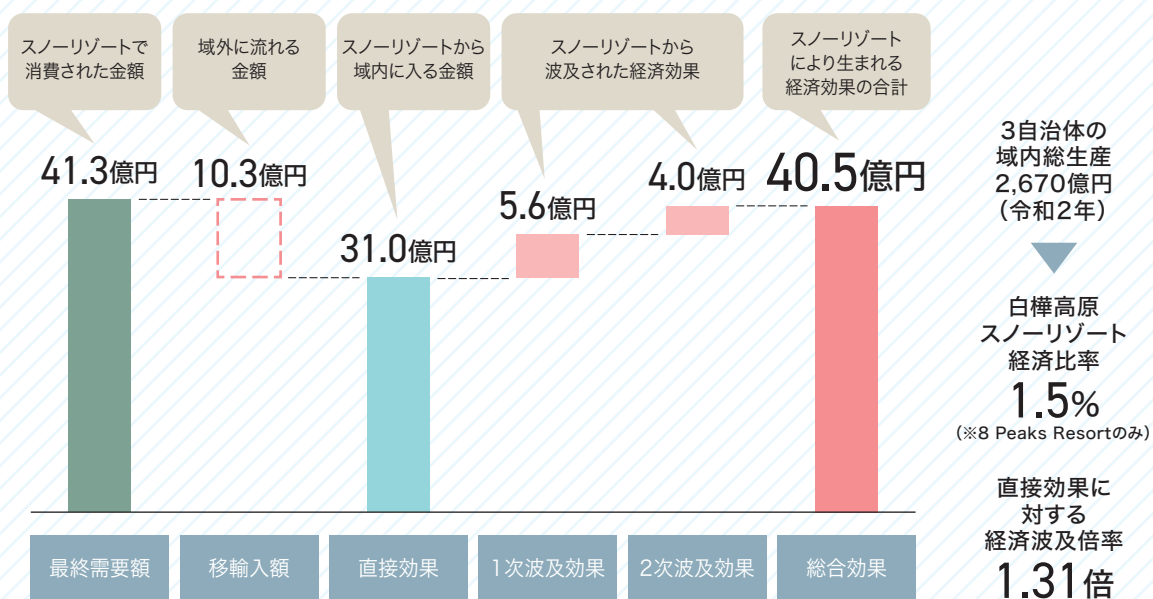
スノーリゾートによる八幡平市への波及効果

スノーリゾートによる八幡平市への経済波及効果は、スノーリゾート自身の需要額も含めた全体の経済効果としては66.4億円、市内総生産の約7.5%と試算することができます。



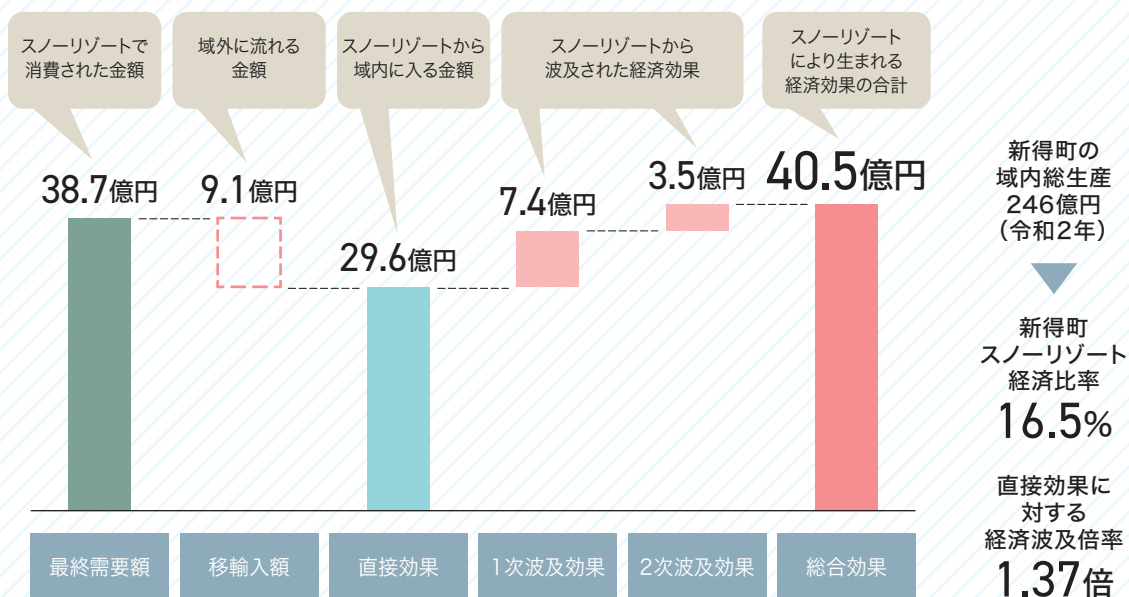
スノーリゾートによる白樺高原エリア3市町村への経済波及効果

スノーリゾート (※8 Peaks Resortのみ) による白樺高原エリア3市町村 (茅野市・立科町・長和町) への経済波及効果は、スノーリゾート自身の需要額も含めた全体の経済効果としては40.5億円、域内総生産の約1.5%と試算することができる。



スノーリゾートによる新得町への経済波及効果

スノーリゾートによる新得町への経済波及効果は、スノーリゾート自身の需要額も含めた全体の経済効果としては40.5億円、域内総生産の約16.5%と試算することができます。



用語説明

経済波及効果

特定の経済活動が、直接的・間接的に関連産業や地域経済に与える影響のことを指します。一般的に、直接効果、1次波及効果（間接効果）、2次波及効果（誘発効果）に分類されます。例えば、新しい観光施設が建設されることで、建設業だけでなく、周辺の飲食業や宿泊業にも影響が及ぶといったケースが挙げられます。

最終需要額

消費者や企業、政府による最終的な財やサービスの購入額を指します。具体的には、民間消費、政府消費、設備投資、輸出などが含まれます。産業連関分析では、この最終需要額が経済全体の生産や波及効果を決定する重要な要素となります。

例えば、観光業の経済波及効果を分析する場合、旅行者が宿泊費や飲食費、交通費、お土産代などに支出した金額が最終需要額にあたります。その支出が、宿泊業や飲食業などの関連産業の売上増加に直接つながり、さらに仕入れや雇用を通じて、他の業界にも影響を及ぼします。

直接効果

特定の経済活動が、対象となる産業や事業に直接的に生じる経済的影響のことを指します。例えば、新たな工場の建設による建設業への支出や、雇用の創出が該当します。この「直接効果」「最終需要額」との違いについてですが、最終需要額は、消費者や企業、政府による財やサービスの最終的な購入額を指します。例えば、旅行者が宿泊施設を利用し、飲食をし、お土産を購入するなどの支出が最終需要額に該当します。一方で、直接効果は、それらの支出を受けた業種における売上や生産額の増加を意味します。例えば、ホテル業の売上が増加し、それに伴いスタッフの雇用や仕入れが発生することが直接効果にあたります。

1次波及効果（間接効果）

直接効果を受けた企業が、その活動に必要な資材・サービスを他の企業から調達することで生じる経済的影響を指します。例えば、建設業が資材を仕入れる際に、関連する製造業や運輸業に需要が発生するといったケースが挙げられます。

2次波及効果（誘発効果）

1次波及効果によって発生した所得が消費に回ることによって生じる経済的影響を指します。例えば、建設業で働く労働者が給与を得て、そのお金を飲食や娯楽に使うことで、新たな経済活動が発生することが挙げられます。

産業連関表

経済全体における産業間の取引関係を表す統計表です。各産業がどの産業から原材料やサービスを購入し、どの産業に対して生産物を供給しているかを示します。経済波及効果を算出する際の基礎データとして用いられます。

サーベイ法／ノンサーベイ法

産業連関表を作成する上での作成手法を指します。

サーベイ法：

調査（サーベイ）を通じて、実際の産業間取引データを収集し、より正確な産業連関表を作成する方法です。高い精度が得られますが、コストや時間がかかります。

ノンサーベイ法：

既存の統計データや他地域の産業連関表を基に推計する方法です。コストを抑えられる一方で、精度はサーベイ法に比べて低くなる傾向があります。