

観光地域づくり法人(DMO)による
KGI・KPI 計測に係る手引書
ver1.0

令和7年4月

観光庁 観光地域振興課

本手引書は、DMO はじめ関係者のご意見を踏まえ、順次改訂していく予定です。

はじめに

観光庁は令和7年3月25日に、「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」を改正しました。これは、オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策を講じながら、地方誘客及び旅行消費拡大を進める必要がある状況において、観光立国の実現に向け、観光地域づくり法人(DMO)に求める機能や役割をより明確にすること、DMO の取組や成果を適正に評価すること、DMO の活動の質向上を図ることを目的としています。

今般のガイドライン改正による登録要件見直し事項の一つが、観光地経営における科学的アプローチの強化です。具体的には、共通で設定する KPI を拡充するとともに、DMO の取組に応じて設定する KPI を求めることとしました。

指標は、あくまでも DMO が自らもしくは地方自治体と協力してデータを取得及び分析、評価することに意義があります。基本的に他の地域や DMO と比較をするものではないため、統計上有意な範囲で、どの程度サンプルを収集するか等は、DMO が自ら判断することとなります。

また、指標をもとに数値目標の達成度や経年的なトレンドを分析し、観光地と DMO の活動を客観的に評価するためには、経年的な評価が可能な範囲でデータを収集し、計測手法等について固定化することが重要です。

さらに、目標を達成した暁には、次のステージを見据え、目標を再設定する等の工夫も考えられます。

2030 年までに訪日外国人旅行者数 6,000 万人、消費額 15 兆円の達成に向け、持続可能な観光地域づくりを推進していく上で、地域の核となる DMO の果たすべき役割はますます増大しています。観光は地方創生の切り札であり、インバウンド需要の取り込みと国内交流拡大の双方を支えるためにも、DMO にはその機能を十分に果たすことが求められます。

本手引書は、KGI・KPI の設定の考え方、現段階で採用しうる計測手法をとりまとめています。DMO にとって、データに基づく戦略策定と着実な計画実行に向けた取組の一助となれば幸甚です。

目次

1.	新 KPI 体系.....	1
1.1	新 KPI 体系.....	1
1.2	観光地経営に係る KPI の選択のしかた.....	2
1.3	DMO 区分に応じた KPI の設定・計測.....	3
1.4	KPI 等一覧.....	4
2.	KGI.....	5
2.1	旅行消費額.....	5
2.2	経済波及効果.....	8
3.	マネジメント区域の成果に関する KPI.....	10
3.1	一人当たり旅行消費額.....	10
3.2	延べ宿泊者数.....	11
3.3	月別来訪者数の平準化率.....	12
3.4	来訪者満足度.....	13
3.5	持続可能な観光に対する住民満足度.....	14
3.6	観光事業者の平均給与額.....	15
4.	DMO 活動の成果に係る KPI(DMO が設定するもの).....	17
4.1	平均泊数.....	17
4.2	広告換算値.....	18
4.3	ウェブサイトアクセス数.....	20
4.4	地場製品活用率.....	21
4.5	観光事業者の満足度.....	22
5.	DMO 組織マネジメントに関する KPI.....	23
5.1	職員の満足度.....	23
5.2	安定財源確保率.....	24
5.3	投資収益率(推奨).....	25
6.	経済波及効果の計測に関する手引き.....	26
6.1	経済波及効果.....	26

6.2	経済波及効果の計測方法.....	29
6.2.1	経済波及効果の計測対象	29
6.2.2	経済波及効果計測の流れ	29
6.2.3	産業連関表の取得、確認.....	29
6.2.4	旅行消費額の取得.....	31
6.2.5	経済波及効果の算出.....	33
6.2.6	経済波及効果のとりまとめ	35
6.3	経済波及効果の具体的な算出方法.....	36
6.3.1	DMO の状況に応じた経済波及効果の具体的な算出方法.....	36
6.3.2	【例1】マネジメント区域に適した産業連関表に付属する経済波及効果分析ツールを活用.....	38
6.3.3	【例2】マネジメント区域に適した産業連関表と広域の経済波及効果分析ツールを活用	51
6.3.4	【例3】広域の産業連関表に付属する経済波及効果分析ツールを活用・結果を調整	56
6.3.5	【例 4】広域の産業連関表に付属する経済波及効果分析ツールをそのまま適用	60

1. 新 KPI 体系

1.1 新 KPI 体系

DMO の登録要件に係る新しい KPI は、観光地経営に係る KPI と DMO 組織経営に係る KPI からなる。さらに、観光地経営に係る KPI は、マーケティング(対旅行市場)に係る KPI とマネジメント(対地域)に係る KPI で構成する。

なお、観光地経営に係る KPI のうち DMO の成果を評価する KPI は、DMO 自ら設定するものである(マーケティング及びマネジメントそれぞれに1つ以上)。

表 1-1 DMO-新 KPI 体系

観光地経営

成果の範囲	マーケティング(対旅行市場)	マネジメント(対地域)
マネジメント区域の成果	○旅行消費額(再) ○1人あたり旅行消費額(新) ○延べ宿泊者数(再) ○来訪者満足度(再) ○月別来訪者数の平準化率(新)	○経済波及効果(新)※ ○観光事業者の平均給与額(新) ○持続可能な観光に対する住民満足度(新)
DMO の成果	○DMOの実行計画(年単位)を踏まえ DMO自らが独自に設定するKPI(1つ以上) 具体例は 1.4 節を参照	○DMOの実行計画(年単位)を踏まえ DMO自らが独自に設定するKPI(1つ以上) 具体例は 1.4 節を参照

※3 年ごとに計測

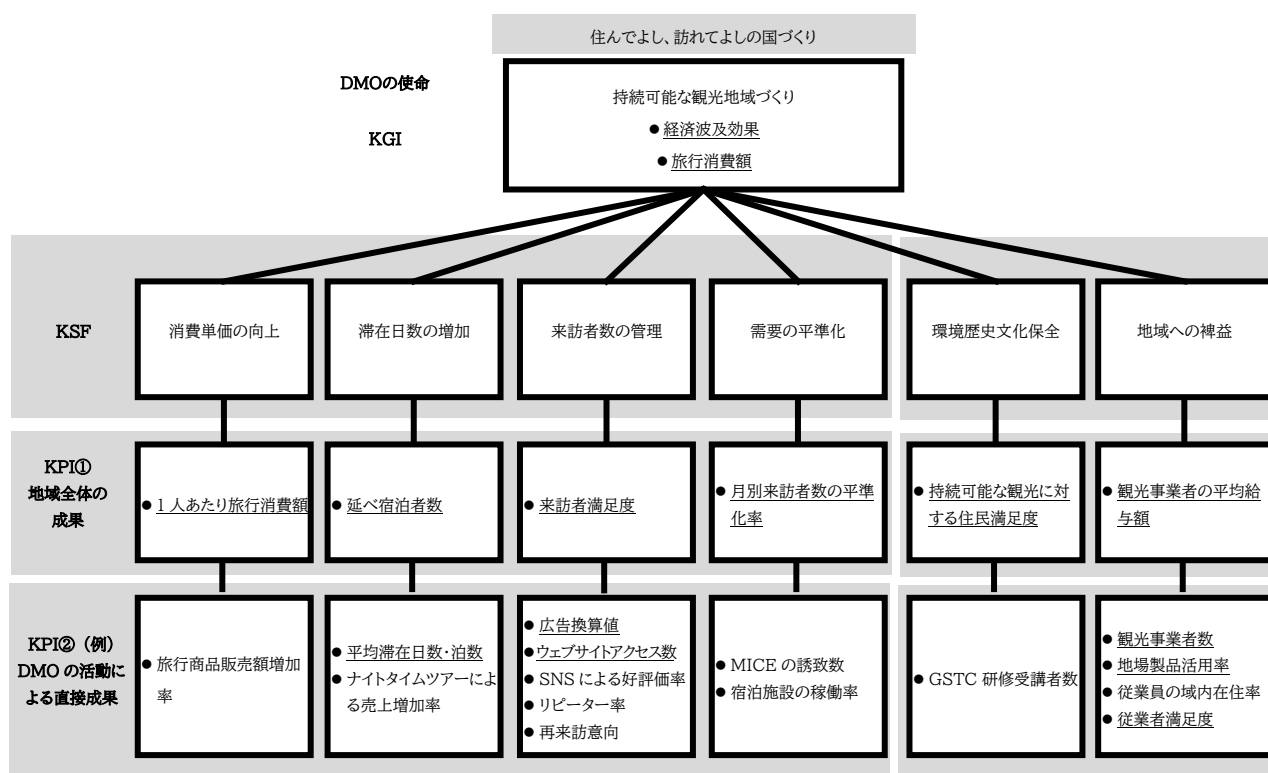
DMO 組織経営

成果の範囲	マネジメント(組織経営)
DMO 組織内(必須)	○職員の満足度(新) ○安定財源確保率(新)
地域(推奨)	○投資収益率(新)

注 広域連携 DMO においては、「持続可能な観光に対する住民満足度」、「観光事業者の平均給与額」、「月別来訪者数の平準化率」は必須としない。都道府県 DMO においては「持続可能な観光に対する住民満足度」は必須としない。

1.2 観光地経営に係る KPI の選択のしかた

観光地経営に係る KPI を KPI ツリーに表すと図1のとおりとなる。DMO は、6つの KSF に基づき、KPI①のすべて及び、KPI②として DMO の活動による直接的な成果指標を、マーケティング(対旅行市場)、マネジメント(対地域)それぞれに特に注力している取組について設定し、計測する。



注 下線：計測手法を解説しているKPI

図 1-1 観光地経営に係る KPI ツリー

この KPI ツリーの考え方は、以下のとおりである。

DMO 活動の目標である「住んでよし、訪れてよしの国づくり」に向けて、DMO の使命を「持続可能な観光地域づくり」とし、その KGI を経済波及効果及び旅行消費額とする。

KGI 旅行消費額は、持続可能観光地域づくりに活用できる地域外からの収入規模を示す指標である。そして、地域外からの収入規模を拡大するためには、KSF 消費単価の向上、KSF 滞在日数の増加、KSF 来訪者数の管理、さらに KSF 需要の平準化が必要となる。

KSF 消費額単価の向上、KSF 滞在日数の増加は旅行消費額の拡大に直結する。KSF 来訪者数の管理は、来訪者の満足度・利便性を高めることで、一層の質の高い来訪を促し、旅行消費額の拡大をもたらす。KSF 需要の平準化は、閑散期の来訪者を獲得することで旅行消費額を拡大する。加えて、観光の経済面での安定(売上・雇用等)を実現する。

こうした構造のもと、それぞれの KSF に対応した KPI①(一人当たり旅行消費額、延べ宿泊者数、来

訪者満足度、来訪者の平準化率)を設定している。

KGI 経済波及効果は、持続可能な観光地づくりの要素である、観光が地域の経済面に与える効果の大きさを示す指標である。そして、経済波及効果の拡大を持続可能とするためには、KSF 環境歴史文化保全、KSF 地域への裨益の実現が必要となる。

環境歴史文化保全は、持続可能な観光地づくりの要素である、観光と社会面・文化面及び環境面でのバランスを実現するものであり、地域への裨益は観光の経済面での地域への持続可能な貢献の実現、さらに、これによって地域への経済波及効果を持続的に拡大させる。

こうした構造のもと、それぞれの KSF に対応した KPI①(住民の持続可能な観光に対する満足度、観光事業者の平均給与額)を設定している。

1.3 DMO 区分に応じた KPI の設定・計測

KPI は、広域連携 DMO、都道府県 DMO、地域 DMO それぞれの区分の役割に応じて設定する。広域連携 DMO においては、「持続可能な観光に対する住民満足度」、「観光事業者の平均給与額」、「月別来訪者数の平準化率」は必須としない。都道府県 DMO においては「持続可能な観光に対する住民満足度」は必須としない。

さらに、各 KPI 計測の難度(基礎資料の入手可能性等)は区分によって異なるが、状況に応じて代替可能な方法で計測する。区分ごとの代替可能な計測方法については、各 KPI の項で解説する。

1.4 KPI 等一覧

KSF		KPI 等※1	定義
KGI		旅行消費額(2.1)	観光客(国内観光客及び訪日観光客の合計)による域内での消費額
		経済波及効果(2.2)	観光客によってマネジメント区域内で消費される商品・サービスを生産するために、原材料等を生産する調達先のさまざまな産業に生産を誘発する結果の金額
観光地経営	消費単価の向上	1人あたり旅行消費額(3.1)	実入込客数一人当たりの域内での旅行消費額(国内観光客及び訪日観光客の合計)
		旅行商品販売数増加率	当該年と前年のナイトタイムツアー売上の増加割合
		開発を支援した旅行商品・コンテンツの売上	当該年のそれ以前に開発を支援した旅行商品・コンテンツの売上
		高付価値旅行者数	当該年の日本で100万円/人以上消費額するインバウンドのマネジメント区域内来訪者数
		高付価値宿泊施設誘致数	当該年の日本で100万円/人以上消費額するインバウンドを対象とするマネジメント区域内宿泊施設数
		マーケティングデータ提供事業者数	当該年の収集・分析したマーケティングデータ提供事業者数
	滞在日数の増加	延べ宿泊者数(3.2)	域内での国内観光客及び訪日観光客の延べ観光宿泊者数合計
		平均泊数(4.1)	当該年のマネジメント区域における宿泊者の平均泊数(泊)
		ナイトタイムツアーによる売上増加率	当該年と前年のナイトタイムツアー売上の増加割合
		マーケティングデータ提供事業者数※2	当該年の収集・分析したマーケティングデータ提供事業者数
	来訪者数の管理	来訪者満足度(3.3)	満足度5段階評価(大変満足 やや満足 わからない やや不満 大変不満)のうち、大変満足、やや満足をあわせた割合
		広告換算値(4.2)	当該年のプレスリリース等の外部メディア掲載・報道の広報効果の貨幣換算値
		ウェブサイトアクセス数(4.3)	当該年の運営するサイトのアクセス数
		SNSによる高評価率	当該年の運営するSNSでの投稿全体に占める高評価投稿の割合
		リピーター率	当該年のマネジメント区域内来訪者のリピーター者の割合
		再来訪意向	当該年のマネジメント区域内来訪者の再来訪意向ありの割合
		インバウンドターゲット市場の来訪者数	当該年のターゲットとしたインバウンドのマネジメント区域内来訪者数
		マーケティングデータ提供事業者数※2	当該年の収集・分析したマーケティングデータ提供事業者数
	需要の平準化	来訪者の平準化率(3.4)	年間入込客数における閑散期(連続する3か月)の割合
		MICEの誘致数	当該年のマネジメント区域内 MICE 誘致件数
		宿泊施設の稼働率	当該年のマネジメント区域内宿泊施設の稼働率
		マーケティングデータ提供事業者数※2	当該年の収集・分析したマーケティングデータ提供事業者数
	環境歴史文化保全	住民の持続可能な観光に対する満足度(3.5)	満足度5段階評価(大変満足 やや満足 わからない やや不満 大変不満)のうち、大変満足、やや満足をあわせた割合
		GSTC 研修受講者数	当該年の職員及び会員事業者従業員の GSTC 研修受講者数
		来訪者による環境・文化保全への寄付金額	当該年のマネジメント区域来訪者による関連団体・基金等への寄付金額
		環境・文化保全に資する旅行商品・コンテンツの売上	当該年の環境・文化保全に留意した旅行商品・コンテンツの売上
	地域への裨益	観光従事者の平均給与額(3.6)	域内観光産業事業者の従業員の平均給与
		観光事業者数	当該年の会員事業者数
		地域製品活用率(4.4)	当該年の会員事業者の仕入れ材料費のマネジメント区域内割合
		従業員の域内在住率	当該年の会員事業者の従業員のマネジメント区域内に在住する割合
		観光従業者の満足度(4.5)	当該年の会員事業者の従業員の満足度
		農業・製造業など関連産業の従業者増	当該年と前年の農業・製造業など関連産業の観光消費に基づく従業員の増分
DMO 組織経営		域外からの観光産業入職者数	当該年のマネジメント区域外からの会員事業者への入職者数
		職員の満足度(5.1)	職員の満足度の平均値
		安定財源確保率(5.2)	収入に占める安定財源(特定財源、収益事業、公物管理受託費、会費)の割合
		投資収益率(5.3)	活動支出に占める DMO の活動に参画した事業者の売上の割合

注 ※1 KPI 等の名称に続く括弧内は、本手順書において解説している節番号

※2 マーケティングデータ提供事業者数は、提供するデータ内容によって該当する KSF を選択

2. KGI

2.1 旅行消費額

(1) 指標計測の目的

旅行消費額は、DMO の使命である「持続可能な観光地域づくり」において、持続可能観光地域づくりに活用できる地域外からの収入規模を示す KGI である。

このことは、DMO が政府とともに観光立国推進基本計画による旅行消費額目標を実現していく主体であることを示す。

(2) 指標の定義

旅行者(国内旅行者及び訪日外国人旅行者の合計)による域内での消費額(円/年)。なお、内数として訪日外国人旅行者分も計測することが望ましい。

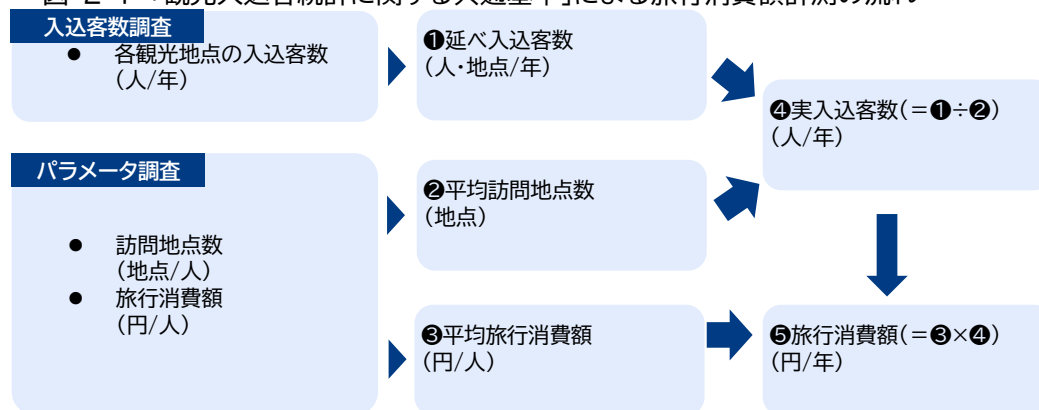
(3) 計測方法

マネジメント区域への入込客による宿泊、飲食、交通、レジャー施設、物販施設等での消費を漏れなく把握するためには、まず入込客数を把握し、入込客(の一部)に対してアンケート方式でマネジメント区域での消費額を調査することが必要である。

こうした計測手法は「観光入込客統計に関する共通基準」に示されており、ここに示される観光地点「入込客数調査」及び、観光地点を訪れた入込客を対象に訪問観光地点、旅行消費額を調査する「観光地点パラメータ調査」に即して、調査を実施し、域内での消費額を算出する。都道府県による観光入込客統計等から、マネジメント区域の旅行消費額が入手できる場合は適用してもよい。

なお、マネジメント区域内の主な宿泊施設、レジャー施設、物販施設等の売上の合計をもって旅行消費額とすることは、地域住民による日常消費の混入や計測漏れ等が生じ、KPI の計測方法としては認められない。

図 2-1 「観光入込客統計に関する共通基準」による旅行消費額計測の流れ



① 入込客数調査

- 調査対象：マネジメント区域に来訪した旅行者
- 調査周期：1 年。KPI 来訪者数の平準化率(3.3)計測のため月次で把握。
- 調査方法：各観光地点を管理する事業者等への聞き取りにより行う。なお、人流データ等による把握も可能。詳細は観光入込客統計に関する共通基準を参照。
- 調査事項：各観光地点での来訪者数
- サンプルサイズ：全観光地点。観光地点は原則として来訪者数が1万人/年または特定月 5 千人以上の観光地点とするが、これらの基準を満たす地点に限られる場合は、基準を緩め、マネジメント区域への来訪者の大多数が把握できるようにする。

② 観光地点パラメータ調査

- 調査対象：マネジメント区域に来訪した旅行者
- 調査周期：1 年。

必ずしも通年で調査する必要はなく、一定の期間を設けて調査を行ってもよい。ただし、特定のイベント期間のみを計測対象とせず、また、計測対象期間を毎年固定するなど、調査時期による変動に留意する。
- 調査方法：観光地点でのアンケート調査。なお、インターネット調査も可とする。観光地点で訪日外国人旅行者を確保することが難しい場合は宿泊施設でアンケート調査を行うこともできるが、宿泊施設では日帰り客を確保することができないことに留意が必要である。詳細は共通基準を参照。
- 調査事項：マネジメント区域での訪問地点数及び旅行消費額

なお、旅行消費額は、KGI 経済波及効果計測のため、費目別に把握する必要がある(2.2)。調査の際は、旅行目的(観光かビジネスか)、性別、年齢、居住地(域内外)等、旅行者の属性を把握することで具体的改善策につなげることが望ましい。

また、KPI 来訪者の満足度(3.4)、リピーター率、再来訪意向等を把握する場合は、本調査のなかで把握することが効率的である。
- サンプルサイズ：統計的に有意なサンプル数(3,000 サンプル以上目安)。パラメータ調査を行う観光地点は複数とし、原則として毎年同じ地点で行う。

● 設問案：

問 1. 今回の旅行で訪れた市内の観光地をご記入ください。これから訪問する観光地についても予定をご記入ください。※ 観光地、交通機関は一覧表より番号をお選びください。



問 2. 今回の旅行で、使う費用(これから使う予定も含めて)を教えてください。一人あたりの費用を、下欄の項目別にご記入ください。

※ 交通費は高速料金やガソリン代や駐車場代を含め、市内／市外分を分けて記入

※ 今回の旅行がパック旅行である場合、費用が市内のみか、市外を含むかを選択

		一人あたりの使用費用	
① 交通費	市内 _____ 円	市外 _____ 円	
② 宿泊費	市内 _____ 円		
③ 土産代	市内 _____ 円		
④ 飲食費	市内 _____ 円		
⑤ 入場料	市内 _____ 円		
⑥ その他	市内 _____ 円		
⑦ パック料金	合計 _____ 円	☐ 市内のみ	☐ 市外含む

(4) DMO 区分に応じた留意事項

都道府県 DMO は、都道府県観光来訪者統計から入手可能である。また、広域連携 DMO は、マネジメント区域内の都道府県の消費額の合計により算出する。

他方、地域 DMO では、市区町村、都道府県による観光来訪者統計等から、消費額が入手できない場合は、上記のとおり観光来訪者統計に関する共通基準に準じた調査の実施が必要である。

表 2 観光来訪者統計に関する共通基準と地域 DMO における調査方法の関係

		共通基準(都道府県)	地域 DMO における目安
観光地点来訪者数調査	調査周期	● 4 半期ごとに月次で把握	● 1 年ごとに月次で把握
	サンプルサイズ	● 観光地点は来訪者数が1万人/年または特定月 5 千人以上の観光地点とする	● 共通基準を満たす地点が限られる場合は、基準を緩め、マネジメント区域への来訪者の大多数を把握
観光地点パラメータ調査	調査周期	● 四半期	● 1 年
	サンプルサイズ	● 各四半期 3,000 ● パラメータ調査を行う観光地点は 10 地点以上 ● 宿泊・日帰りの別、県内・県外・訪日の別、観光目的・ビジネス目的の別に把握	● 3,000 ● パラメータ調査を行う観光地点は複数 ● 宿泊・日帰りの別、県内・県外・訪日の別、観光目的・ビジネス目的の別は不要

2.2 経済波及効果

(1) 指標計測の目的

経済波及効果は、DMO の使命である「持続可能な観光地域づくり」において、持続可能な観光地づくりの要素である、観光が地域の経済面に与える効果の大きさを示す KGI である。

このことは、DMO が政府とともに観光立国推進基本計画による「持続可能な観光地域づくり戦略」の「稼げる地域・稼げる産業」を実現していく主体であることを示す。

(2) 指標の定義

観光客によってマネジメント区域内で消費される商品・サービスを生産するために、直接的・間接的に必要となる生産額の合計。

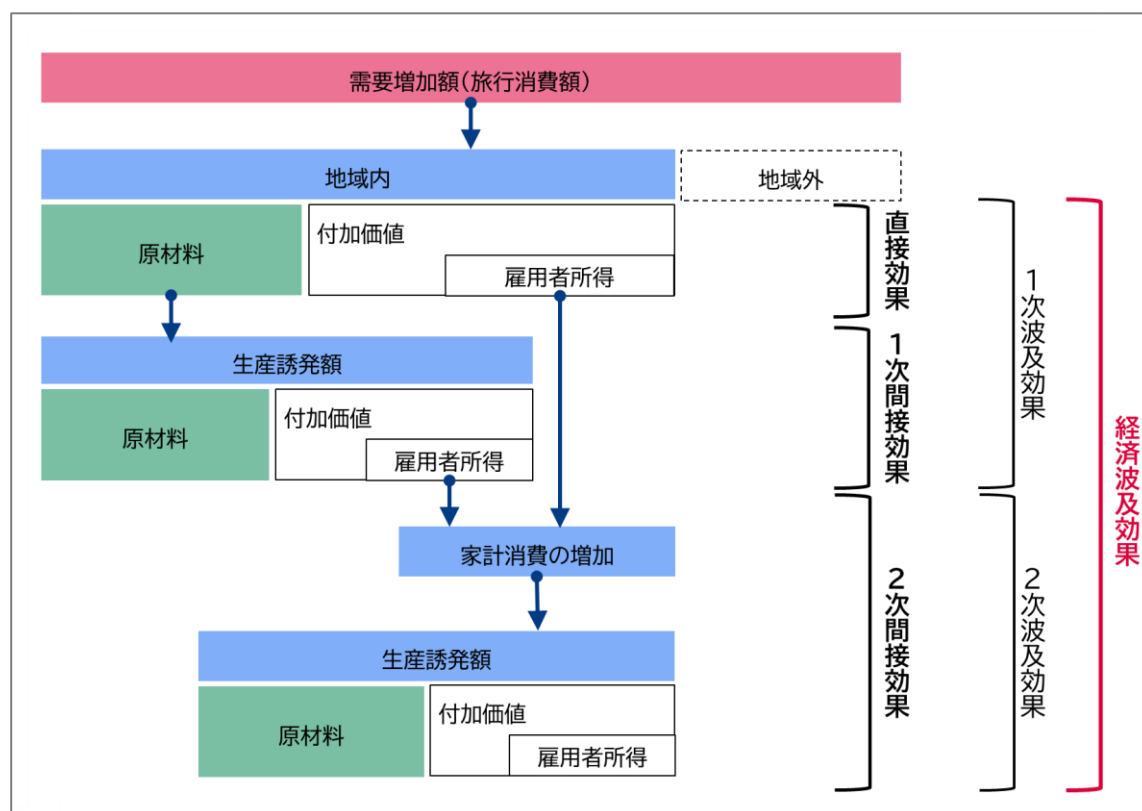


図 2-2 経済波及効果の概念図

(3) 計測方法

KGI 旅行消費額(2.1)による経済波及効果を、マネジメント区域の産業連関表を用いて計測する。マネジメント区域の産業連関表の入手方法、経済波及効果の算出方法(経済波及効果分析ツールの使用を含む)については第 6 章を参照。

産業連関表は5年周期で作成されることが一般的であるため、経済波及効果は、登録の更新時に計測するものとする。計測期間は、登録更新の前年1月～12月分を対象とする。

(4) DMO 区分に応じた留意事項

都道府県 DMO では、都道府県が作成する産業連関表及び波及効果分析ツールが使用可能である。広域連携 DMO や地域 DMO では、当該区域の産業連関表や経済波及効果分析ツールが使用できない場合もあるため、DMO の状況に応じて適した計測手順を検討する。詳細は第 6 章を参照。

3. マネジメント区域の成果に関する KPI

3.1 一人当たり旅行消費額

(1) 指標計測の目的

一人当たり旅行消費額は、KSF「消費単価の向上」に対応し、地域外からの収入規模を拡大させるための KPI として計測する。

(2) 指標の定義

旅行者(国内旅行者及び訪日外国人旅行者の合計)による、域内での旅行消費額÷実来訪者来訪者数(円/人回)。なお、内数として訪日外国人旅行者分も計測することが望ましい。

(3) 計測方法

KGI 旅行消費額及び実来訪者来訪者数ともに、2.1 を参照。

(4) DMO 区分に応じた留意事項

特になし。

3.2 延べ宿泊者数

(1) 指標計測の目的

延べ宿泊者数は、KSF「滞在日数の増加」に対応し、地域外からの収入規模を拡大させるためのKPIとして計測する。

(2) 指標の定義

域内での国内旅行者及び訪日外国人旅行者の延べ宿泊者数合計(人/年)。また、内数として訪日外国人旅行者分も計測する。

(3) 計測方法

マネジメント区域の観光事業者(宿泊)を対象とする調査を通じて計測する。観光庁「宿泊旅行統計」からマネジメント区域の延べ宿泊者数が把握できる場合は、これを適用してよい。

- 調査対象：マネジメント区域の観光事業者(宿泊)
- 調査周期：1年
- 調査方法：調査票をメール等で配布・回収
- 調査事項：延べ宿泊者数
- サンプルサイズ：原則として全事業者とする。ただし、調査対象母集団が大きくなる場合、標本調査として調査対象者を限定したうえで、調査の回収率を確保する。標本調査とする場合は、規模別に分類し、無作為抽出により調査する。集計時には規模別に抽出率・回収率の逆数を乗じて母集団を推定する。

(4) DMO 区分に応じた留意事項

都道府県 DMO、広域連携 DMO は、観光庁「宿泊旅行統計」から延べ宿泊者数を入手することができる。同統計では、参考表として、全国 130 の広域市町村別の集計結果も公表しているが、マネジメント区域がこれらに一致しない場合は、上記のとおり域内観光事業者(宿泊)を対象とする調査が必要である。

3.3 月別来訪者数の平準化率

(1) 指標計測の目的

来訪者の平準化率は、KSF「需要の平準化」に対応し、閑散期の来訪者を獲得することで旅行消費額を拡大させるため、加えて、観光の経済面での安定(売上・雇用等)を実現するためのKPIとして計測する。

(2) 指標の定義

年間来訪者来訪者数における閑散期(連続する3か月)の来訪者数の割合

(3) 計測方法

2.1 で KGI 旅行消費額に伴って計測する、月次の延来訪者来訪者数をもとに算出。

(4) DMO 区分に応じた留意事項

特になし。

3.4 来訪者満足度

(1) 指標計測の目的

来訪者満足度は、KSF「来訪者数の管理」に対応し、来訪者の満足度・利便性を高めることで、一層の質の高い来訪を促し、旅行消費額の拡大をもたらす KPI として計測する。

(2) 指標の定義

満足度 5 段階評価(大変満足 やや満足 わからない やや不満 大変不満)のうち、大変満足、やや満足をあわせた割合

(3) 計測方法

アンケート調査を実施し、満足度を計測する。調査は、KGI 旅行消費額(2.1)の計測のために実施する調査のなかで、域内での平均泊数、リピーター率、再来訪意向等の他の KPI と併せて把握することが効率的である。来訪者満足度調査を独立して実施する場合も、特定の観光施設でのみ実施し、当該施設を利用した旅行者に偏ったり、来訪者満足度が当該施設に対する満足度に偏ったりすることのないように留意が必要である。なお、市町村、都道府県等において既存の調査が存在し、利用可能である場合は、その結果を用いてもよい。

- 調査対象: マネジメント区域に来訪した旅行者
- 調査周期: 1 年
- 調査方法: 旅行者に対するアンケート調査
- 調査事項: 総合満足度

なお、調査の際には、総合的な満足度を構成する各要素に関する重要度や、旅行目的(観光かビジネスか)、性別、年齢、居住地(域内外)等の旅行者の属性も把握することで取組の具体的改善策につなげることが望ましい。

- サンプルサイズ: 市町村による市民意識調査等から独立して実施する場合は、同等もしくは 1,000 サンプル以上を目安とする。
- 設問案

問 今回、〇〇市での滞在に満足されましたか。(最も近いもの一つに○印)

大変満足 満足 どちらでもない 不満 大変不満

(4) DMO 区分に応じた留意事項

特になし

3.5 持続可能な観光に対する住民満足度

(1) 指標計測の目的

住民の持続可能な観光に対する満足度は、KSF「環境歴史文化保全」に対応し、持続可能な観光地づくりの要素である、観光と社会面・文化面及び環境面でのバランスを実現するための KPI として計測する。

(2) 指標の定義

満足度 5 段階評価(大変満足 やや満足 わからない やや不満 大変不満)のうち、大変満足、やや満足をあわせた割合

(3) 計測方法

持続可能な観光についてのアンケート調査を実施し、住民の満足度を計測する。市区町村、都道府県等において既存の満足度調査(市町村民、都道府県民意識調査)が存在し、利用可能である場合は、そこに設問案を追加することでもよい。住民全般の満足度把握が目的であるため、アンケート調査の実施は、観光地点等の特定の行動を伴う場面ではなく、居住の場面(郵送アンケートや Web アンケートなど)で実施することが望ましい。

- 調査対象: マネジメント区域の住民
- 調査周期: 1 年
- 調査方法: 住民に対するアンケート調査
- 調査事項: 持続可能な観光についての満足度
- サンプルサイズ: 統計的に有意なサンプル数(1,000 サンプル以上目安)
- 設問案

〇〇(※マネジメント区域)では、■■■DMO(観光地域づくり法人)を中心に、環境面、経済面、社会的・文化的な観点で「持続可能な観光地」づくりに取り組み、観光客の受入のみならず、住民の生活の質向上を目指しています。

問 現在の〇〇(※マネジメント区域)は、「持続可能な観光地」として満足のものですか。次の5つ中から、最もあてはまるものをお選びください。

大変満足 満足 どちらでもない 不満 大変不満

(4) DMO 区分に応じた留意事項

広域連携DMO、都道府県 DMO は、計測を必須としない。

3.6 観光事業者の平均給与額

(1) 指標計測の目的

観光従事者の平均給与は、KSF「地域への裨益」に対応し、雇用形態を含め、観光の経済面での地域への持続可能な貢献の実現、さらに、これによって経済波及効果を持続的に拡大させる KPI として計測する。

(2) 指標の定義

域内観光事業従業者の平均給与額＝年間給与支払総額÷給与所得者数(円/年/人)

(3) 計測方法

域内の観光事業者を対象として、各事業者の年間給与支払総額、給与所得者数を調査し、計測する。

- 調査対象：マネジメント区域の観光事業者(宿泊、飲食、交通、レジャー施設等)。
- 調査周期：1年
- 調査方法：調査票をメール等で配布・回収
- 調査事項：年間給与総額(臨時雇用を含む)、給与所得者数
- サンプルサイズ：原則として全観光事業者とする。ただし、対象とする観光事業者の範囲は、宿泊事業者を含むものとし、地域特性に応じて設定するものとする。また、調査対象母集団が大きくなる場合、標本調査として調査対象者を限定したうえで、調査の回収率を確保する。標本調査とする場合は、宿泊、飲食等の業種別に分類して無作為抽出して調査し、集計時には業種ごとに抽出率・回収率の逆数を乗じて母集団を推定する。
- 設問案

問 1. 給与所得者数(12 月末現在の人員) _____人

問 2. 年間給与支払総額 _____円

注 給与所得者数は、「給与所得・退職所得等の所得税徴収高計算書」の 12 月支払分の「人員」を転記することで回答できます。年間給与支払総額は、「給与所得・退職所得等の所得税徴収高計算書」の 1～12 月支払分の「俸給・給料等支給額」、「賞与支給額」、「役員賞与」の合計を転記することで回答できます。

(4) DMO 区分に応じた留意事項

広域連携 DMO における計測は必須としない。都道府県 DMO では、厚生労働省「賃金構造基本統計調査」結果を適用することも可能である。

4. DMO 活動の成果に係る KPI(DMO が設定するもの)

4.1 平均泊数

(1) 指標計測の目的

平均泊数は、KSF「滞在日数の増加」に関する取組に対する評価及び関係者合意形成を目的とする。

(2) 指標の定義

マネジメント区域における宿泊者の平均泊数(泊/人)。

(3) 計測方法

他の KPI 計測にあわせて、以下の方法で計測する。

① KGI 旅行消費額(2.1)のためのパラメータ調査のなかで実施

KGI 旅行消費額(2.1)のためのパラメータ調査のなかで、マネジメント区域における泊数を調査する。

② KPI 延べ宿泊者数(3.2)のための調査のなかで実施

KPI 延べ宿泊者数(3.2)のための調査のなかで、延べ宿泊者数にあわせて、実宿泊者数を調査し、平均泊数＝延べ宿泊者数÷実宿泊者数によって把握する。なお、観光庁「宿泊旅行統計」でも、延べ宿泊者数、実宿泊者数を集計・公表しているので、ここからも把握できる。

マネジメント区域内に宿泊施設が少なく、複数の宿泊施設を泊まり歩く旅行者は少ないと考えられる場合は、この方法により計測してもよい

4.2 広告換算値

(1) 指標計測の目的

広告換算値は、KSF「来訪者数の管理」に関する取組に対する評価及び関係者合意形成を目的とする。

(2) 指標の定義

DMO が実施したプレスリリース等の結果について、外部メディア掲載・報道等の状況を測定し、掲載された記事のサイズや文字数、報道時間等を各媒体の広告費用に算したもの。広告換算値はメディアごとの発行部数や影響力などを考慮した媒体価値を踏まえて算出するため、前年度比などの分析に適しているといえる。

(3) 計測方法

広告換算値の算出方法は、媒体によって異なるため、まずは媒体ごとに、プレスリリースや取組が取り上げられた件数(年間)を計測する。広報担当者が記事検索を行い報道状況を確認する方法が一般的だが、web サイトや新聞記事(紙媒体)の掲載件数については、民間の有料クリッピングサービスを活用して計測することもできる。

主要な媒体ごとの広告換算値は、以下の方法で計測する。

① 新聞(紙媒体)

新聞の広告換算値は、1cm×1 段の広告掲載料金を掲載面積と掛け合わせることで算出する。各紙が公式サイト等に公表している料金表や、日本広告業協会(JAAA)発行の新聞広告料金表に掲載された広告掲載料金を確認し、掲載記事のサイズ(横(cm)×縦(段))に応じて広告換算値を算出する。なお、特に全国紙の場合は、ブロック・エリアに応じて広告掲載料金が異なるため注意が必要である。

② 雑誌

雑誌の広告換算値は、新聞と同様、広告掲載料金を掲載面積と掛け合わせることで算出する。掲載雑誌の広告掲載料金を確認し、掲載記事のサイズ(横(cm)×縦 (cm)) に応じて広告換算値を算出する。なお、雑誌の広告料は、掲載箇所(表紙・裏表紙等)や印刷方法(カラー・白黒等)によって金額が異なる場合があるため、都度最も相応しい広告掲載料金を選定する必要がある。

③ テレビ

テレビの広告換算値は、放映時間(秒数)を 15 秒のスポット CM 出稿料金と掛け合わせることで算出する。テレビ局ごとの広告料金は、日本広告業協会(JAAA)発行の放送広告料金表を参照する必要があるが、放送時間帯によって広告料金変動することに注意が必要である。

④ ラジオ

ラジオの広告換算値は、テレビと同様、放送時間(秒数)をスポット CM 出稿料金と掛け合わせることで算出する。放送された番組の広告出稿料金を確認し、放送時間に応じて広告換算値を算出する。

⑤ Web メディア

Web メディア(ニュースサイト等を想定しており、SNS は含まない)については、業界共通の広告掲載料金設定がないため、広告換算値の算出方法を独自に検討する必要がある。例えば、掲載ページの閲覧数を閲覧 1 回あたりの広告料金と掛け合わせることで算出するなどの方法が考えられるが、いずれの数値も正確な値は非公開の場合が多く、算出難易度は高い。そのため、広告換算値の概算機能が付いた web クリッピングサービス等の利用を検討するか、それも難しい場合は、外部 web メディアにおける掲載件数を代替指標とすることが考えられる。

4.3 ウェブサイトアクセス数

(1) 指標計測の目的

ウェブサイトアクセス数は、KSF「来訪者数の管理」に関する取組に対する評価及び関係者合意形成を目的とする。

(2) 指標の定義

DMO が運営するウェブサイトにおける年間のアクセス数。また、内数として訪日外国人旅行者向けページのアクセス数も計測する。

(3) 計測方法

Google アナリティクスに代表される、ウェブサイト訪問者の分析ツールを用いることで、年間のアクセス数を集計する。その際、「性別」「年代」「国」といった属性別に集計することで、ターゲット層に情報が届いているかなどの分析結果を、マーケティング戦略の検討や効果検証に活用することができる。

4.4 地場製品活用率

(1) 指標計測の目的

地場製品活用率は、KSF「地域への裨益」に関する取組に対する評価及び関係者合意形成を目的とする。

(2) 指標の定義

マネジメント区域の観光事業者(宿泊、飲食、物販の事業所)の仕入れ材料費に占める域内からの仕入れ材料費の割合

(3) 計測方法

マネジメント区域の観光事業者を対象とする調査を通じて計測する。

- 調査対象： マネジメント区域の観光事業者(宿泊、飲食、物販の事業所)
 - 調査周期： 1年
 - 調査方法： 調査票をメール等で配布・回収
 - 調査事項： 事業者の売上、費用総額、材料費の仕入先の域内外別構成
 - サンプルサイズ： 原則として全観光事業者とする。ただし、調査対象母集団が大きくなる場合、標本調査として調査対象者を限定したうえで、調査の回収率を確保する。標本調査とする場合は、宿泊、飲食等の業種別に分類して無作為抽出して調査し、集計時には業種ごとに抽出率・回収率の逆数を乗じて母集団を推定する。
- 設問案

問1. 202●年1月から12月までの1年間の売上(収入)を下線部に記入してください。

売上総額 _____ 万円

問2. 202●年1月から12月までの1年間の費用を下線部に記入してください。

項 目	費用額(または割合)	
費用総額	万円	あるいは 売上総額の _____ %
① 人件費	費用総額の _____	%程度
② 仕入材料費(財)	費用総額の _____	%程度
③ 販売促進費(サービス)	費用総額の _____	%程度
④ 外注費(サービス)	費用総額の _____	%程度
⑤ その他	費用総額の _____	%程度

※(費用総額)=①+②+③+④+⑤です

問3. 問2②の仕入れ額と支払先の構成を下線部に記入してください。

項目	仕入材料費総額 に占める割合	支払先の地域別割合(%) ※合計 100%			
		●●市内	●●県内	▲▲県	その他
① 野菜などの農畜産品	総額の _____ %程度	_____ %	_____ %	_____ %	_____ %
② 酒などの飲料や加工食品	総額の _____ %程度	_____ %	_____ %	_____ %	_____ %
③ 什器・調度品	総額の _____ %程度	_____ %	_____ %	_____ %	_____ %
④ 紙製品	総額の _____ %程度	_____ %	_____ %	_____ %	_____ %
⑤ その他	総額の _____ %程度	_____ %	_____ %	_____ %	_____ %

4.5 観光事業者の満足度

(1) 指標計測の目的

観光従事者の満足度は、KSF「地域への裨益」に関する取組に対する評価及び関係者合意形成を目的とする。

(2) 指標の定義

満足度 5 段階評価(大変満足 やや満足 わからない やや不満 大変不満)の平均値

(3) 計測方法

マネジメント区域の観光事業者の従業者に対するアンケート調査を実施し、計測する。

- 調査対象: マネジメント区域の観光事業者の全従業者。雇用形態、勤続年数等に関わらず全従業者を対象とする。
- 調査周期: 1 年
- 調査方法: マネジメント区域の観光事業者(経営者)を通じて、各従業者に対するアンケート調査(ウェブ調査等)アンケートへの回答依頼を行う。
- 調査事項: 総合満足度
調査の際には、意識・姿勢、職場・組織風土、人材育成、人事・給与、労働環境等の個別事項の満足度や、雇用形態、勤続年数等の従業者属性もあわせて把握することで、具体的改善策につなげることが望ましい。
- 設問案:

問 あなたは現在の仕事に対して、総合的にどのくらい満足していますか。(最も近いものに○印)

大変満足

満足

どちらでもない

不満

大変不満

5. DMO 組織マネジメントに関する KPI

5.1 職員の満足度

(1) 指標計測の目的

職員の満足度は、DMO 職員の育成や処遇改善等、人材の定着に寄与する取組、人事制度等の成果を評価することを目的とする。

(2) 指標の定義

満足度 5 段階評価(大変満足 やや満足 わからない やや不満 大変不満)のうち、大変満足、ややの平均値を原則とし、少人数組織では、不満点やその改善状況を定性的にとりまとめる。

(3) 計測方法

アンケート調査を原則とする。少人数組織では人事面接等で把握。

- 調査対象：全職員。雇用形態、勤続年数等に関わらず全職員を対象とする。
- 調査周期：1年
- 調査方法：アンケート調査を原則とする。少人数組織では人事面接等で把握。なお、アンケート調査は、有料サービスを利用することで匿名性に配慮することも考えられる。
- 調査事項：総合満足度

調査の際には、意識・姿勢、職場・組織風土、人材育成、人事・給与、労働環境等の個別事項の満足度や、雇用形態、勤続年数等の従業者属性もあわせて把握することで、具体的改善策につなげることが望ましい。

- 設問案：

問 あなたは現在の仕事に対して、総合的にどのくらい満足していますか。(最も近いものに○印)

大変満足 満足 どちらでもない 不満 大変不満

5.2 安定財源確保率

(1) 指標計測の目的

安定財源確保率は、収入確保の取組に対する評価及び関係者合意形成を目的とする。

(2) 指標の定義

全体収入に占める安定財源(特定財源、地方自治体からの受託事業に係る受託費、会費、行政からの交付金や負担金(具体的な使途が決まっていないもの又は観光地経営戦略の対象期間(4～5年)にわたって行政からの支出が確定しているものに限る)、収益事業)の割合

(3) 計測方法

決算資料に基づき、収入を財源別に計測。全体収入を分母とし、以下に●で示す財源を分子に設定する。

●特定財源(地方税(宿泊税、入湯税等)を原資とした地方自治体からの資金の提供、受益者分担金、受益者負担金)

●地方自治体からの受託事業(公物管理受託費)

●会費

●具体的な使途が決まっていないもの又は観光地経営戦略の対象期間(4～5年)にわたって行政からの支出が確定している交付金・負担金

●収益事業(物販、着地型旅行商品の造成販売)

○行政からの補助金(交付金、補助金、負担金、その他)

5.3 投資収益率(推奨)

(1) 指標計測の目的

投資収益率は、観光投資の取組に対する効率性等の評価及び関係者合意形成を目的とし、計測することを推奨する。

(2) 指標の定義

地域の旅行消費額と DMO の活動支出の効果を明確にすることを踏まえ、投資収益率の計測に係る各要素を以下のとおり定義する。

- 投資収益率 = (A)DMO の活動に参画した事業者の売上 / (B)DMO の活動支出
 - (A) = (C)DMO による販売額(物販売上等) + (D)DMO の事業に参画した事業者の売上
- ※ (A)DMO の活動に参画した事業者の売上 = DMO の活動によって地域が獲得した売上
- ※ (B)DMO の活動支出 = DMO 支出総計 - 一般管理費
- ※ (D)の「DMO の事業に参画した事業者」とは、キャンペーン、展示会、コンテンツ開発など直接事業者の売上効果が想定される DMO 事業への参画事業者を指す

(3) 計測方法

投資収益率の計測に係る各要素は、以下の方法で計測するとおり。

(B)DMO の活動支出

決算資料の支出内訳における事業費が DMO の活動支出に該当する。人件費を含む一般管理費は活動支出に含めないが、物販の施設運営費や臨時雇用に係る労務費は、事業費に含めることに注意すること。

(C)DMO による販売額

決算資料に基づき、収入内訳における販売額を算出する。

(D)DMO の事業に参画した事業者の売上

対象事業者に対し、事業参画によって実現した売上を調査し算出する。なお、対象事業者には、予め当該事業による売上の報告を求めることを伝えておくなどの工夫が必要である。

6. 経済波及効果の計測に関する手引き

6.1 経済波及効果

経済波及効果とは、新たに生じた需要によってある産業に生産が発生し、その直接的な需要に対して必要な原材料等を生産するために、他の産業へ間接的に新たな需要を誘発する効果のことであり、産業連関表を用いて算出する。

DMO の KGI としては、マネジメント区域内で生じた旅行消費額が誘発する効果を計測することになる。

(1) 産業連関表とは

産業連関表は、対象とする地域内で行われた商品(財)・サービス取引の金額や全産業の生産額等をまとめた統計データである。産業間の相互関係や販路構成等がデータとして示されており、対象とする地域内における 1 年間の経済活動の全体像がわかる。

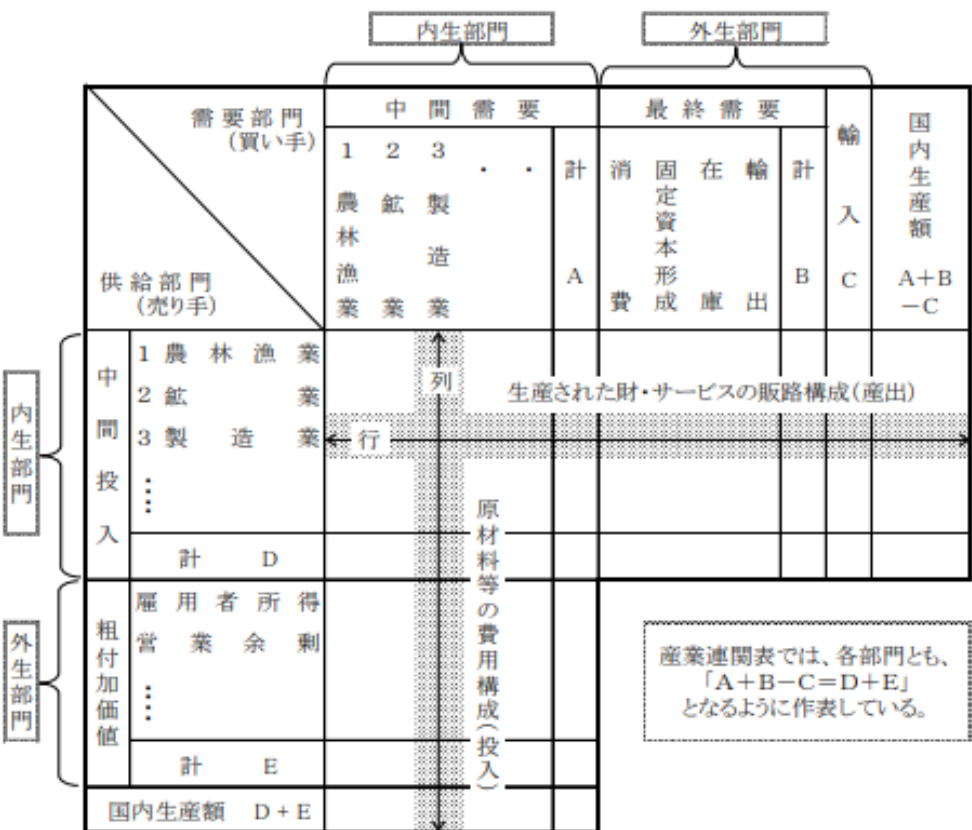


図 6-1 産業連関表の概念図

出所)総務省「平成 27 年(2015 年)産業連関表(一総合解説編)」

(2) 経済波及効果に関する用語解説

経済波及効果の計測にあたっては、関連する様々な効果を計測する必要がある。

用語	説明
経済波及効果	新たに生じた需要によって、さまざまな産業にもたらされる直接的・間接的な生産額の合計のこと。 経済波及効果には、生産誘発効果のほか、粗付加価値誘発効果や雇用者誘発効果などの種類があるが、一般的に「経済波及効果」というと生産誘発効果やその金額である生産誘発額を指す。
生産誘発効果・生産誘発額	経済波及効果の種類の一つ。需要の増加によって、対象地域内のさまざまな産業で新しく生み出された生産のこと。
直接効果	需要額のうち、対象地域内で生産される商品・サービスの生産額のこと。
間接効果	直接効果によって対象地域内にもたらされる、さまざまな産業における生産額の合計のこと。直接効果に伴い原材料等の生産が増加する第1次間接波及効果と、直接効果および第1次間接波及効果に伴い、雇用者の所得・消費が増加して対象地域内の新しい生産をもたらす第2次間接波及効果がある。
波及倍率	経済波及効果の大きさを比べるための指標。 ※波及倍率 = 経済波及効果 / 直接効果額
粗付加価値誘発効果・粗付加価値誘発額	経済波及効果の種類の一つ。需要の増加によって対象地域内のさまざまな産業で新しく生み出された価値(雇用者所得や営業余剰等を含む金額)のこと。

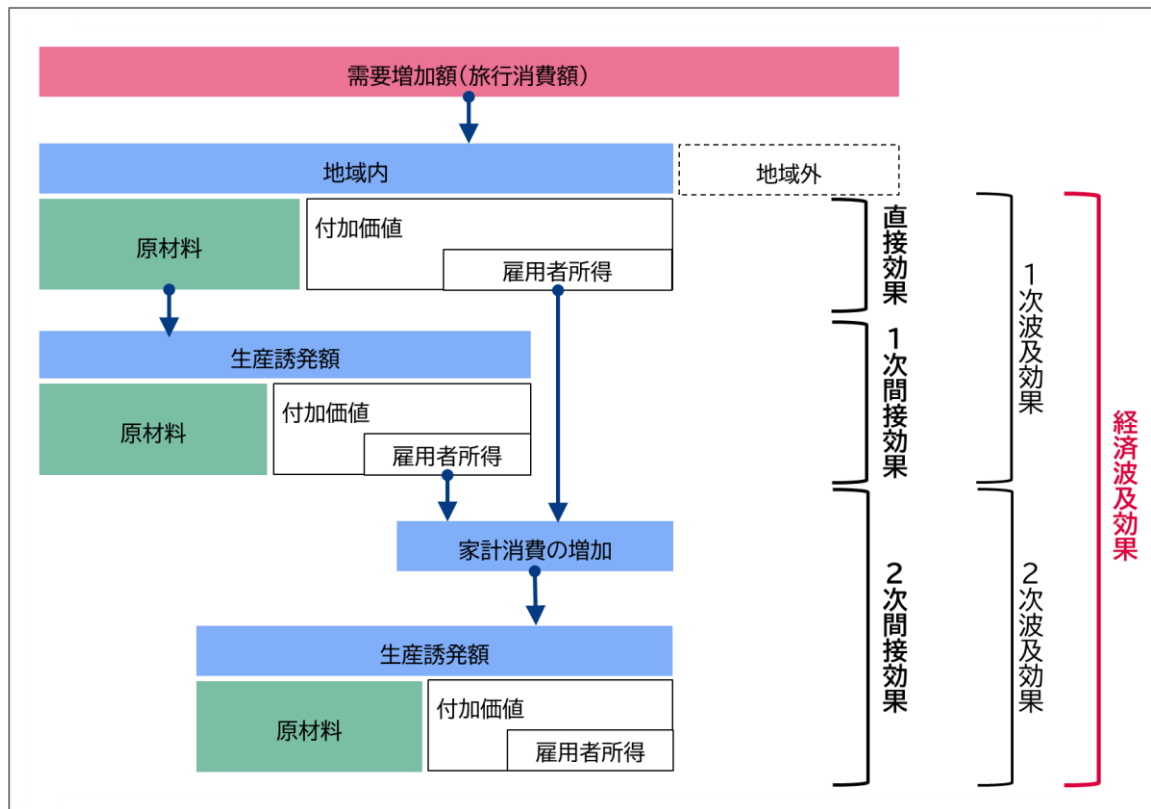


図 6-2 経済波及効果の概念図(再掲)

6.2 経済波及効果の計測方法

6.2.1 経済波及効果の計測対象

経済波及効果分析において、最終的な需要増加額がどの期間の金額を対象にするかは重要である。計測方法には以下の例がある。なお、経済波及効果分析(産業連関分析)の基本的な対象期間は1年間である。

【経済波及効果の計測方法の例】

- 1年間の旅行消費額から計測
- 定例のイベント(期間)に限定して計測
- ある地域やある業種の売上に限定して計測

6.2.2 経済波及効果計測の流れ

マネジメント区域内の経済波及効果は、産業連関表(および経済波及効果分析ツール)を用いて、同区域内の旅行消費額をもとに計測する。次項から図6-3の手順に沿って説明する。

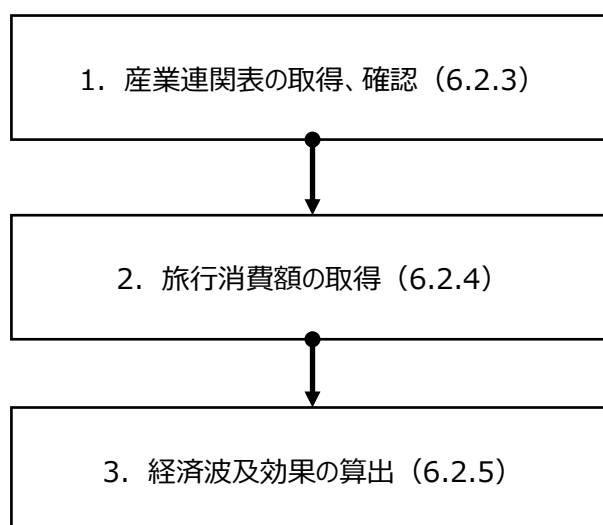


図 6-3 産業連関表を用いた経済波及効果の計測手順

6.2.3 産業連関表の取得、確認

(1) 産業連関表の取得

まず、マネジメント区域に適した産業連関表を取得する。

産業連関表は、都道府県や一部の市町村等が作成・公表しており、インターネット上から無料で取得できる。マネジメント区域に適した産業連関表が存在しない場合は、6.3.1を参照すること。

【産業連関表の取得方法】

- 都道府県ごとの産業連関表は、すべての都道府県で作成されている。市町村ごとの産業連関表は、一部の市町村で作成されている。インターネット上で「〇〇県産業連関表」、「〇〇市産業連関表」、「〇〇地方産業連関表」というキーワードで検索する。(市町村ごとの産業連関表の場合、「〇〇県市町村産業連関表」というキーワードでヒットする場合もある)
- 市町村ごとの産業連関表は、環境省が「地域産業連関表」(株式会社価値総合研究所(日本政策投資銀行グループ)受託作成)として全市町村分を作成し、提供されている(有料)。
- 複数市町村にまたがる区域や広域の産業連関表は、作成されていることが少ないが、一部の都道府県では、複数市町村域(生活圏等)別に産業連関表が作成されている場合がある。作成されている場合は、「〇〇地方産業連関表」や「〇〇地域産業連関表」というキーワードで検索できる。

(2) 産業連関表の基本事項の確認

次に、取得する産業連関表がマネジメント区域内の経済波及効果の計測に適しているかどうか確認する。確認すべき基本事項は、作成周期、産業部門数、産業連関表の対象地域区分の3点である。

表 6-1 確認すべき産業連関表の基本事項

基本事項	確認内容	一般的な傾向	注意点
作成周期	● 定期的に作成されているものか ● 最新版であるか	● 5年周期で作成 ※2025年1月時点の最新版は平成27年(2015年)版(総務省の場合は2020年)	● 最新の産業連関表を用いる
産業部門数	● 分析に適した産業部門数であるか	● 107部門程度(統合中分類)または37部門程度(統合大分類) ※都道府県や市町村によって産業部門数が異なるため、「程度」と表記	● 部門分類が粗すぎる場合は、観光産業(宿泊、飲食、交通、娯楽、物販等)を的確に仕分けられない
産業連関表の対象地域区分	● 「地域内」産業連関表であるか(「地域間」産業連関表ではないことを確認)	● 地域内産業連関表を用いる ※「地域内」や「地域間」という表記が特になければ、一般的に「地域内」産業連関表である	● 「地域間」産業連関表でも経済波及効果は算出可能だが、「地域内」産業連関表よりも作業が複雑化する

【イメージ1】

〇〇年 〇〇県産業連関表
報告書
☐ 〇〇年〇〇県産業連関表報告書 [PDF: xxxKB]
統計表
☐ 37部門 [Excelファイル: xxxKB] ☐ 107部門 [Excelファイル: xxxKB] ☐ 187部門 [Excelファイル: xxxKB]

【イメージ 2】

〇〇年 〇〇県産業連関表
報告書
☐ 〇〇年〇〇県産業連関表報告書 [PDF: xxxKB]
統計表
☐ 取引基本表 [Excelファイル: xxxKB] ☐ 投入係数表 [Excelファイル: xxxKB] ☐ 雇用表 [Excelファイル: xxxKB]

- 「統計表」の項目に産業連関表が掲載されている。
- 産業連関表が産業部門数で分けて掲載される場合(イメージ1)や、データの種類で分けて掲載される場合(イメージ 2)がある。
- 産業連関表のデータの種類の、「取引基本表(または生産者価格評価表)」を選択する

図 6-4 産業連関表を取得する際のインターネット上のイメージ

6.2.4 旅行消費額の取得

DMO 自ら、もしくは都道府県や市町村が公表する観光統計から旅行消費額を取得する。旅行消費額は費目別に取得し、費目よりも細かい項目(品目)で取得してもよい。細かい項目で取得した場合は、後の工程で費目別に集計することになる。

【旅行消費額の費目と注意点】

旅行消費額の費目は、宿泊費、飲食費、交通費、買物費、娯楽費その他とする。

費目	注意点
宿泊費	● マネジメント区域内での宿泊費用を対象とする
飲食費	● マネジメント区域内での飲食(店舗・テイクアウト)にかかる費用を対象とする
交通費	● マネジメント区域内での移動にかかる費用を対象とする

費目	注意点
	● 移動にかかる費用のうち、タクシーやバスなどの 2 次交通にかかる費用が分かると望ましい
買物費	● マネジメント区域内での買い物にかかる費用を対象とする ● マネジメント区域内の地元産品とそれ以外に区別できると望ましい
娯楽費その他	● マネジメント区域内での娯楽やその他にかかる費用を対象とする ● 「その他」とは、宿泊費・飲食費・交通費・娯楽費・買物費に含まれない費目。娯楽費と合算する

【旅行消費額の取得方法】

- DMO 自ら取得
 - アンケート調査を実施し、費目別の旅行消費額を取得する
- 都道府県や市町村が公表する観光統計から取得
 - DMO 自らでアンケート調査等を行って旅行消費額を取得できない場合は、インターネット等を用いて都道府県や市町村が公表する観光統計から取得する
 - 観光統計からマネジメント区域内の費目別の旅行消費額を取得する
 - 観光統計からマネジメント区域内の旅行消費額を取得することができない場合、マネジメント区域内の旅行消費額を推計する

【マネジメント区域内の費目別旅行消費額の推計方法】

① マネジメント区域内の旅行消費額の合計額が分からない場合

マネジメント区域内の旅行消費額

= 都道府県の旅行消費額

× (マネジメント区域内の観光来訪者数 / 都道府県の観光来訪者数)

(例) 都道府県の旅行消費額 2,000 億円

× (マネジメント区域内の観光来訪者数 400 万人

/ 都道府県の観光来訪者数 2,000 万人)

= マネジメント区域内の旅行消費額 400 億円

② マネジメント区域内の旅行消費額の内訳が分からない場合

マネジメント区域内の費目別旅行消費額

= マネジメント区域内の旅行消費額 × 都道府県の費目別旅行消費額の構成比

(例) マネジメント区域内の旅行消費額 400 億円

× 都道府県の費目別旅行消費額の構成比

(宿泊費 35%、飲食費 15%、交通費 25%、娯楽費その他 10%、買物費 15%の場合)

＝マネジメント区域内の費目別旅行消費額
 (宿泊費 400 億円×35%＝140億円、
 飲食費 400 億円×15%＝60 億円、
 交通費 400 億円×25%＝100 億円、
 娯楽費その他 400 億円×10%＝40 億円、
 買物費 400 億円×15%＝60 億円)

6.2.5 経済波及効果の算出

産業連関分析で経済波及効果を算出するまでの手順(産業連関表を取得する前提での手順)を説明する。なお、以下の手順①～③は経済波及効果を算出するための各種係数の計算手順、手順④～⑦は経済波及効果(生産誘発額等)の算出手順である。

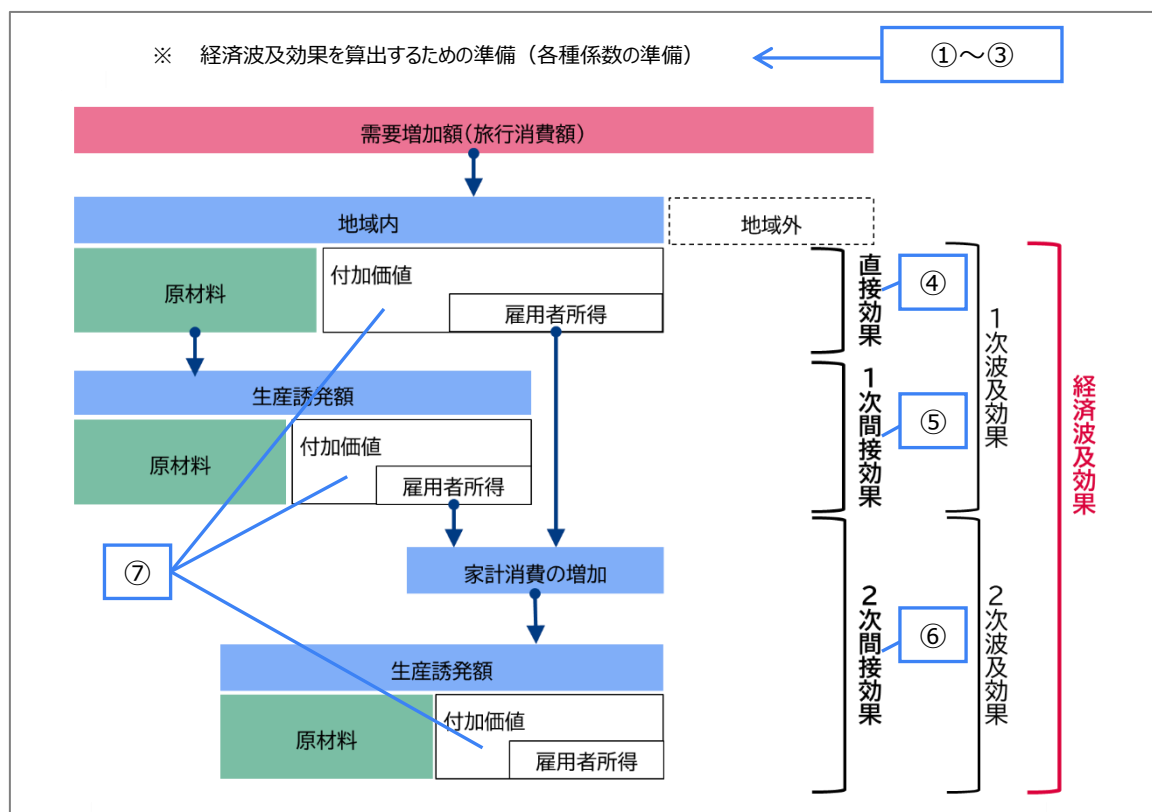


図 6-5 経済波及効果の概念図と計算手順の対応

① 投入係数行列・粗付加価値率ベクトル・雇用者所得率ベクトルの計算

取得した産業連関表をもとに、投入係数行列、粗付加価値率ベクトル、雇用者所得率ベクトルを計算する。投入係数行列に含まれる投入係数は、産業連関表の列ごとに、原材料等の金額を、域内生産額でわり算することで計算する。粗付加価値率と雇用者所得率についても同様に、産

業連関表の列ごとに各金額をわり算することで計算する。

- 産業連関表の列ごとに、産業別生産額 / 県内(市内)生産額 = 投入係数
- 産業連関表の列ごとに、粗付加価値部門計 / 県内(市内)生産額 = 粗付加価値率
- 産業連関表の列ごとに、雇用者所得額 / 県内(市内)生産額 = 雇用者所得率

② 自給率(自給率ベクトル)の計算

新たに生じた需要や調達する原材料等には、域内の生産物だけでなく、域外の実産物(移入品)や海外からの輸入品も含まれる。自給率は、こうした域内における需要全体のうち、移入品や輸入品を差し引いた域内の生産物の金額の割合を計算する。

- 産業連関表の行ごとに、
 $1 - \{(\text{符号をプラスとした})\text{移輸入計} / \text{県内(市内)需要合計}\} = \text{自給率}$
* 県内(市内)需要合計 = 需要合計 - 移輸出計

③ 逆行列係数の計算

①で計算した投入係数行列と単位行列をもとに、行列の計算方法で逆行列係数 $[I - (I - \hat{M})A]^{-1}$ を計算する。経済波及効果の計測では②で計算した自給率を考慮するため、この逆行列係数によって域内の生産が誘発される分だけを計算できる。

- [単位行列 I - 自給率を考慮した投入係数行列 $(I - \hat{M})A$] の逆行列
 $= [I - (I - \hat{M})A]^{-1} = \text{逆行列係数}$
 - ・ I : 単位行列
 - ・ A : 投入係数行列(①で計算したもの)
 - ・ $\hat{M}$: 自給率ベクトル(②で計算したもの)

④ 直接効果額の計算

直接効果額は、6.2.4 項で取得した旅行消費額から流通コスト(商業マージンおよび貨物運賃)*を除き、②で計算した自給率をかけ算して計算する。

- 産業ごとに、(旅行消費額 - 商業マージン - 貨物運賃) × 自給率
= 直接効果額

※ただし、「商業」(卸売・小売)部門の場合は商業マージンの合計を足し、「運輸」部門の場合は貨物運賃の合計を足す

* 流通コスト(商業マージンおよび貨物運賃)は、総務省「産業連関表」の取引基本表(購入者価格評価表)や付帯表である商業マージン表および国内貨物運賃表を用いるなどする

⑤ 第1次間接波及効果額の計算

第1次間接波及効果額は、④で計算した直接効果額と、③で計算した逆行列係数から計算し、行列のかけ算で算出する。

- (直接効果額(ベクトル) × 逆行列係数(行列)) - 直接効果額(ベクトル)

= 第 1 次間接波及効果額

⑥ 第 2 次間接波及効果額の計算

第 2 次間接波及効果額は、④で計算した直接効果額と⑤で計算した第 1 次間接波及効果の合計に、①で計算した雇用者所得率、平均消費性向（所得のうち貯蓄ではなく消費に支出する金額の割合）、産業ごとの消費割合（消費のうち各産業の財・サービスに支出する金額の割合）、②で計算した自給率をかけ算して計算する。

- （直接効果額 + 第 1 次間接波及効果額）× 雇用者所得率 × 平均消費性向*
× 産業ごとの消費割合** × 自給率 = 第 2 次間接波及効果額

* 平均消費性向：外部の統計から取得（総務省「家計調査」など）

** 産業ごとの消費割合（消費パターン）

= 民間消費支出の構成比（= 民間消費支出の各産業の金額 / 民間消費支出の合計）

⑦ 粗付加価値誘発額の計算

粗付加価値誘発額は、④～⑥で計算した直接効果額、第 1 次間接波及効果額、第 2 次間接波及効果を足し合わせ、①で計算した粗付加価値誘発額にかけ算して算出する。

- （直接効果額 + 第 1 次間接波及効果 + 第 2 次間接波及効果）× 粗付加価値率
= 粗付加価値誘発額

より詳しい情報を得たい場合は、総務省「平成 27 年（2015 年）産業連関表（－総合解説編－）」第 2 部¹や産業連関表に付属する経済波及効果分析ツールの取扱説明書等を確認するとよい。

6.2.6 経済波及効果のとりまとめ

【経済波及効果の算出結果の示し方（例）】

経済波及効果の算出結果の示し方には、以下の例がある。

〇〇[マネジメント区域]の観光客による〇〇[経済波及効果の対象地理的範囲]への経済波及効果額（生産誘発額）は合計で xxx 億円となり、旅行消費額[経済波及効果の計測対象]をもとに求めた直接効果額 xxxxx 円に対して xx 倍[波及倍率]の効果となった。〇〇[経済波及効果の対象地理的範囲]の総生産（GRP）に対して xx%になると試算できる。

なお、経済波及効果は、△△県産業連関表（□□年）および△△県経済波及効果分析ツールを用いており、経済波及効果は第●次波及効果まで算出している。

※ 文章中の[]内の表記は記載しない。

※ 経済波及効果の地理的範囲、波及範囲（第 1 次波及効果までか第 2 次波及効果までか）等も明記

¹ 総務省「平成 27 年（2015 年）産業連関表（－総合解説編－）」
(https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/data/io/015index.html)

6.3 経済波及効果の具体的な算出方法

6.3.1 DMO の状況に応じた経済波及効果の具体的な算出方法

経済波及効果は、6.2.3 項に示したとおり、マネジメント区域に適した産業連関表を取得し、6.2.5 項に示した方法で算出する。ただし、マネジメント区域に適した産業連関表が取得できない場合は、マネジメント区域よりも地理的範囲が広域の産業連関表を取得する。また、経済波及効果を自ら算出することが難しい場合、都道府県や市町村で公表する「経済波及効果分析ツール」を利用することができる。「経済波及効果分析ツール」とは、旅行消費額等を入力するだけで経済波及効果が自動で算出されるツールのことである。

マネジメント区域に適した産業連関表の取得や経済波及効果の算出方法について、DMO の状況に応じてどの方法を選択すべきかを図 6-6 に示す。

マネジメント区域に適した産業連関表が取得できる場合は、経済波及効果の計算は、6.2.5 項に示した方法で自ら算出する方法を選択するか、マネジメント区域に適した産業連関表を活用して、(例1)マネジメント区域に適した産業連関表に付属する経済効果分析ツールを利用する、または(例 2)広域の産業連関表に付属する経済効果分析ツールを利用して、マネジメント区域に適した産業連関表に差し替えることによって算出する方法を選択する。

マネジメント区域に適した産業連関表が取得できるが、産業連関表を活用できない場合、もしくは、マネジメント区域に適した産業連関表が取得できない場合(マネジメント区域よりも広域の産業連関表を取得した場合)は、(例3)広域の産業連関表に付属する経済波及効果ツールを利用して、結果を調整する、または(例4)広域の産業連関表に付属する経済波及効果分析ツールをそのまま利用して経済波及効果を算出する方法を選択する。

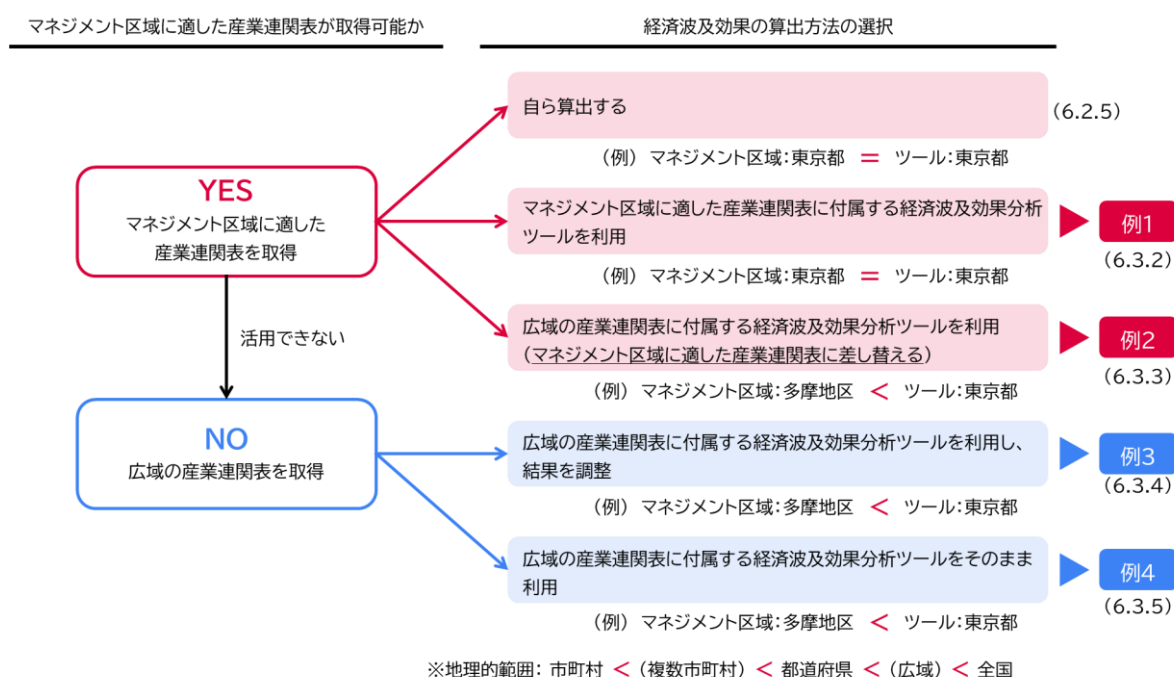


図 6-6 経済波及効果の算出方法の選択

【経済波及効果分析ツール】

- 経済波及効果分析ツールとは、産業連関表を公表している地方公共団体が、経済波及効果を容易に算出できるようにすることを目的として作成しているツール。産業連関表と同様、インターネット上から無料で取得できる。(すべての地方公共団体が公表しているわけではない)

【経済波及効果分析ツールの取得方法】

- インターネット上で「〇〇県 経済波及効果分析ツール」、「〇〇市 経済波及効果分析ツール」というキーワードで検索する
- 全国(総務省)の経済波及効果分析ツールは、注釈にある出所²を参照すること。

² 総務省「経済波及効果を計算してみましょう」(https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/data/io/hakyu.htm)
(2025/2/3 閲覧)

6.3.2 【例1】マネジメント区域に適した産業連関表に付属する経済波及効果分析ツールを活用

マネジメント区域に適した産業連関表および経済波及効果分析ツールが利用できる場合、経済波及効果は、費目別旅行消費額を経済波及効果分析ツールに入力することで算出する。

【経済波及効果の算出手順】

- STEP1: 費目別旅行消費額の産業部門への分類・集計
- STEP2: 経済波及効果分析ツールへの入力と設定
- STEP3: 経済波及効果分析ツールでの算出
- STEP4: 各種指標の算出

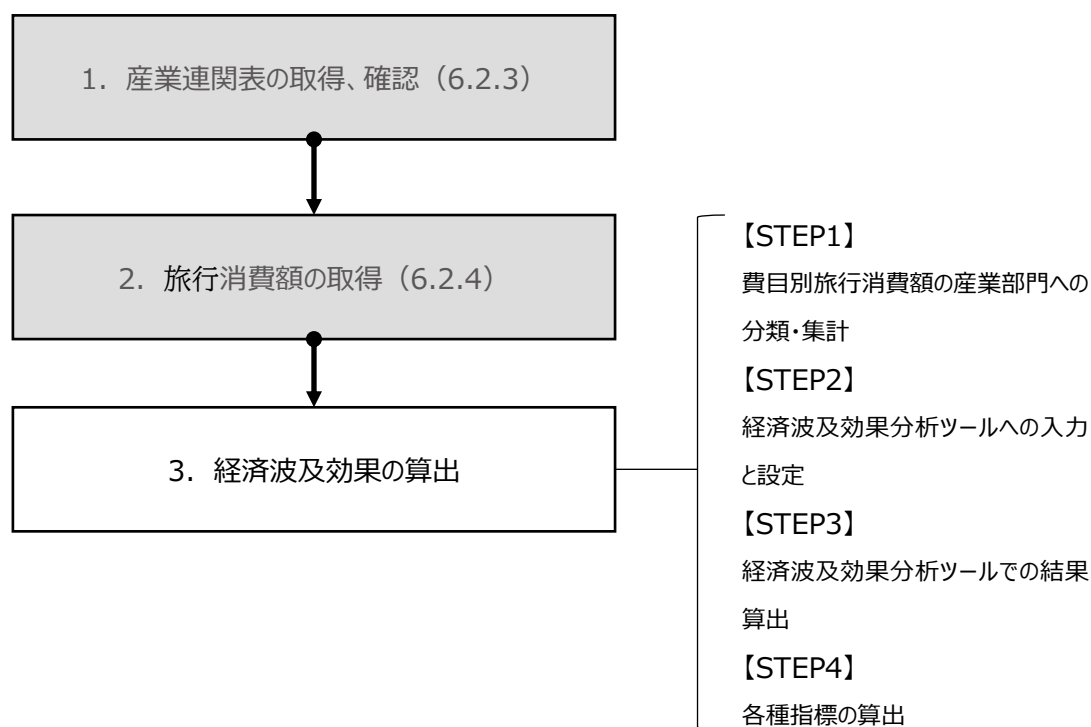


図 6-7 産業連関表を用いた経済波及効果の具体的な計測手順

(1) STEP1:費目別旅行消費額の産業部門への分類・集計

旅行消費額の費目あるいは項目に合わせて、産業連関表の産業部門別に分類し、金額を集計する。産業連関表における産業部門数は、選択した経済波及効果分析ツールの産業部門数に合わせて、107 部門程度(統合中分類)または 37 部門程度(統合大分類)となるため、その数に合わせて旅行消費額の費目と紐づける。

旅行消費額の費目と産業連関表の産業部門との対応を表 6-2 に示す。産業部門の名称は、都道府

県・市町村により若干異なる場合や、産業部門が統合された名称になっている場合もあるが、同じ意味に捉えられる産業部門と紐づければよい。

表 6-2 旅行消費額の費目と産業連関表の産業部門との対応

旅行消費額		産業連関表	
費目	項目(品目例示)	107 部門程度 (統合中分類)	37 部門程度 (統合大分類)
宿泊費	旅館・ホテル、宿泊所、ホステル	宿泊業	対個人サービス※
飲食費	飲食店での飲食、持ち帰り、配達	飲食サービス	対個人サービス※
交通費	鉄道・モノレール(短距離移動)、(長距離移動)	鉄道輸送	運輸・郵便
	長距離バス、近郊バス、タクシー・ハイヤー	道路輸送(自家輸送を除く。)	
	船舶、遊覧船	水運	
	航空(長距離移動)	航空輸送	
	航空(短距離移動)	航空輸送	対事業所サービス
	レンタカー・カーシェアリング	物品賃貸サービス	
	ガソリン	石油製品	
	その他の交通費	運輸附帯サービス	
買物費	菓子類、加工食品、その他食料品	食料品	飲食料品
	飲料、酒	飲料	
	たばこ	たばこ	
	農産物	耕種農業	農林漁業
	水産物	漁業	
	衣類・帽子・ハンカチなど繊維製品	衣服・その他の繊維既製品	繊維製品
	医薬品	医薬品	化学製品
	化粧品、写真フィルムなど	化学最終製品(医薬品を除く。)	
	陶磁器、ガラス製品	ガラス・ガラス製品	窯業・土石製品
	靴・かばんなど皮革製品	なめし革・革製品・毛皮	その他の製造工業製品
	その他の買物代	その他の製造工業製品	
娯楽費その他	温泉・温浴施設・エステ・リラクゼーション	洗濯・理容・美容・浴場業	対個人サービス
	美術館・博物館・資料館・動植物園・水族館など(公営の場合)	教育	教育・研究
	スキー場リフト	運輸附帯サービス	運輸・郵便
	テーマパーク・遊園地	娯楽サービス	対個人サービス
	スポーツ施設利用料		
	スポーツ観戦		
	舞台・音楽鑑賞		
	レンタル料	物品賃貸サービス	対事業所サービス
	その他の娯楽費	その他の対個人サービス	対個人サービス
	その他		

※ 経済波及効果分析ツールの種類の中には「観光用」に特化したツールもあるため、それを用いる場合には、「観光用」に特化したツールの産業部門数に合わせる必要がある。たいていは 37 部門程度(統合大分類)のうち産業部門「対個人サービス」を「宿泊業」、

「飲食サービス」、「娯楽サービス(または対個人サービス)」の3部門で集計するといふ。
出所)旅行消費額の項目は、観光庁「旅行・観光消費動向調査 2023 年(確報)」、産業部門は総務省「平成 27 年(2015 年)産業連関表」の部門分類を参考にしている。

集計した結果、産業部門別にみると表 6-3 のとおり、107 部門程度(統合中分類)では合計を除いて 24 部門、37 部門程度(統合大分類)では合計を除いて 11 部門に整理できる。

表 6-3 旅行消費額における産業部門分類での集計

107 部門程度(統合中分類)の場合	金額(円)	37 部門程度(統合大分類)の場合	金額(円)
耕種農業	X,XXX	農林漁業	X,XXX
漁業	X,XXX	飲食料品	X,XXX
食料品	X,XXX	繊維製品	X,XXX
飲料	X,XXX	化学製品	X,XXX
たばこ	X,XXX	石油・石炭製品	X,XXX
衣服・その他の繊維既製品	X,XXX	窯業・土石製品	X,XXX
医薬品	X,XXX	その他の製造工業製品	X,XXX
化学最終製品(医薬品を除く。)	X,XXX	運輸・郵便	X,XXX
石油製品	X,XXX	教育・研究	X,XXX
なめし革・革製品・毛皮	X,XXX	対事業所サービス	X,XXX
ガラス・ガラス製品	X,XXX	対個人サービス	X,XXX
その他の製造工業製品	X,XXX	合計	X,XXX
鉄道輸送	X,XXX		
道路輸送(自家輸送を除く。)	X,XXX		
水運	X,XXX		
航空輸送	X,XXX		
運輸附帯サービス	X,XXX		
教育	X,XXX		
物品賃貸サービス	X,XXX		
宿泊業	X,XXX		
飲食サービス	X,XXX		
洗濯・理容・美容・浴場業	X,XXX		
娯楽サービス	X,XXX		
その他の対個人サービス	X,XXX		
合計	X,XXX		

費目別旅行消費額は取得できたが、項目別の金額が分からない場合は、各項目に対応する産業部門の平均的な構成比で按分する。各費目の項目別の構成比は、表 6-4 に示す。マネジメント区域内で該当しないであろう項目がある場合、その項目は按分して割り振らなくてもよい。また、構成比もマネジメント区域内の実態に合わせて設定してよい。なお、宿泊と日帰りで項目構成比を変えたい場合は、表 6-5 を参照すること。

【注意点】

- 旅行消費額のうち「交通費」の金額は、タクシーや路線バスなどマネジメント区域内で発生した交通費のみを計上すること。マネジメント区域外で発生した可能性がある交通費が含まれる場合、マネジメント区域外分の金額を除外、もしくは交通費を半分(片道分)にする。その後、表 6-4 の

割合で按分すること。

- 旅行者の交通費には、鉄道や高速道路、航空機など、旅行者の居住地からマネジメント区域内の目的地までの移動として、旅行者の居住地からマネジメント区域内まで、マネジメント区域内に入ってから目的地までというように、移動中の消費がマネジメント区域内だけで発生したものとは限らない可能性がある。交通費でマネジメント区域外の金額が具体的に分からない場合は、慣例的かつ簡易的な方法として、往復の交通費を片道分(半分)にして計上する方法をとることが多い。

表 6-4 費目別旅行消費額の項目構成比

費目	107 部門程度(統合中分類)の場合	構成比	37 部門程度(統合大分類)の場合	構成比
宿泊費	宿泊業	100%	対個人サービス	100%
飲食費	飲食サービス	100%	対個人サービス	100%
交通費	鉄道輸送	26%	運輸・郵便	69%
	道路輸送(自家輸送を除く。)	5%	対事業所サービス	6%
	水運	1%	石油・石炭製品	25%
	航空輸送	15%		
	物品賃貸サービス	6%		
	石油製品	25%		
	運輸附帯サービス	22%		
買物費	食料品+たばこ	20%	飲食料品	32%
	飲料	12%	農林漁業	11%
	耕種農業	5%	繊維製品	8%
	漁業	5%	化学製品	1%
	衣服・その他の繊維既製品	8%	窯業・土石製品	1%
	化学最終製品+医薬品	1%	その他の製造工業製品	47%
	ガラス・ガラス製品	1%		
	なめし革・革製品・毛皮	5%		
	その他の製造工業製品	43%		
娯楽費その他	洗濯・理容・美容・浴場業	10%	教育・研究	10%
	娯楽サービス	62%	運輸・郵便	3%
	教育	11%	対個人サービス	85%
	運輸附帯サービス	3%	対事業所サービス	2%
	物品賃貸サービス	2%		
	その他の対個人サービス	12%		

出所)割合は、観光庁「旅行・観光消費動向調査」2023 年(確報)より、品目(小分類)別旅行消費額(国内旅行、宿泊旅行のうち観光・レクリエーション)および旅行消費額(日帰り旅行、宿泊旅行のうち観光・レクリエーション)のうち旅行中消費の買物代の旅行消費額の金額から算出・調整。全国平均。

表 6-5 費目別旅行消費額の項目構成比(宿泊・日帰り)

費目	107 部門程度(統合中分類)の場合	宿泊	日帰り	37 部門程度(統合大分類)の場合	宿泊	日帰り
宿泊費	宿泊業	100%	-	対個人サービス	100%	-
飲食費	飲食サービス	100%	100%	対個人サービス	100%	100%
交通費	鉄道輸送	27%	23%	運輸・郵便	72%	59%
	道路輸送(自家輸送を除く。)	5%	3%	対事業所サービス	8%	2%
	水運	2%	1%	石油・石炭製品	20%	39%

費目	107 部門程度(統合中分類)の場合	宿泊	日帰り	37 部門程度(統合大分類)の場合	宿泊	日帰り
	航空輸送	19%	2%			
	物品賃貸サービス	8%	2%			
	石油製品	20%	39%			
	運輸附帯サービス	19%	30%			
買物費	食料品+たばこ	21%	18%	飲食料品	33%	30%
	飲料	12%	13%	農林漁業	9%	14%
	耕種農業	4%	8%	繊維製品	7%	11%
	漁業	5%	6%	化学製品	1%	1%
	衣服・その他の繊維既製品	7%	11%	窯業・土石製品	1%	1%
	化学最終製品+医薬品	1%	1%	その他の製造工業製品	49%	43%
	ガラス・ガラス製品	1%	1%			
	なめし革・革製品・毛皮	5%	4%			
	その他の製造工業製品	44%	38%			
娯楽費その他	洗濯・理容・美容・浴場業	11%	9%	教育・研究	11%	9%
	娯楽サービス	60%	67%	運輸・郵便	3%	2%
	教育	11%	9%	対個人サービス	83%	88%
	運輸附帯サービス	3%	3%	対事業所サービス	3%	1%
	物品賃貸サービス	2%	1%			
	その他の対個人サービス	13%	11%			

出所)割合は、観光庁「旅行・観光消費動向調査」2023 年(確報)より、品目(小分類)別旅行消費額(国内旅行、宿泊旅行のうち観光・レクリエーション)および旅行消費額(日帰り旅行、宿泊旅行のうち観光・レクリエーション)のうち旅行中消費の買物代の旅行消費額の金額から算出・調整。全国平均。

(2) STEP2:経済波及効果分析ツールへの入力と設定

1) 経済波及効果分析ツールへの入力

6.3.2(1)で分類・集計した産業部門別旅行消費額を、経済波及効果分析ツールの該当する産業部門それぞれに金額を入力する。

【注意点】

- 旅行消費額を入力するシートについては、経済波及効果分析ツールの指示に従うこと。(概ね、「入力」や「データ入力」といったシート名になっている)
- 集計した産業部門別旅行消費額の金額単位と、経済波及効果分析ツールに入力する金額単位を揃える。
- 旅行消費額を経済波及効果分析ツールに入力する際、ツールによっては商品・サービスが生産された場所(購入された場所ではない)について、「域内産品」か「域外産品・域外産品か不明」かを分けて入力するものもある。その場合は、6.3.2(1)で費目別旅行消費額を各産業部門に分類する際に、分けて集計する。
- 旅行消費額を経済波及効果分析ツールに入力する際、金額を「購入者価格」(商品・サービスを消費者が購入する価格で、商品・サービスを提供するまでにかかる商業マージン(卸売・小売の流通経費)と貨物運賃が加算された価格)と「生産者価格」(生産者の出荷価格)に区別して入力する。購入者価格と生産者価格が区別できない場合は、「購入者価格」の方に金額を入力するとよい。

▼ 費目別旅行消費額を産業部門別に集計した結果

107部門	旅行消費額 (百万円)	全て県内品 ①	県内品・県 外品が不明 ②
耕種農業	4,497	4,497	
漁業	4,733	4,733	
食料品	17,436	4,359	13,077
飲料	10,894	3,631	7,262
たばこ	0		0
衣服・その他の繊維既製品	7,250		7,250
医薬品	0		0
化学最終製品（医薬品を除く。）	975		975
石油製品	22,550		22,550
なめし革・革製品・毛皮	4,078		4,078
ガラス・ガラス製品	1,074		1,074
その他の製造工業製品	37,637		37,637
鉄道輸送	23,366		23,366
道路輸送（自家輸送を除く。）	4,250	4,250	
水運	1,201	1,201	
航空輸送	13,394		13,394
運輸附帯サービス	21,146	21,146	
教育	6,028	6,028	
物品賃貸サービス	6,652	6,652	
宿泊業	63,772	63,772	
飲食サービス	57,980	57,980	
洗濯・理容・美容・浴場業	5,877	5,877	
娯楽サービス	35,696	35,696	
その他の対個人サービス	7,092	7,092	
合計	357,575		357,575

- 産業部門別に集計した旅行消費額を、経済波及効果分析ツールの入力箇所
に、産業部門や金額単位を間違えない
ように金額を入力する。
- 金額は生産された場所を区別して「県
内品」か「県外品または不明」かで入力
する場合がある。
- 購入者価格に入力するとよい（購入者
価格と生産者価格の区別ができない
場合）

▼ 経済波及効果分析ツールの入力画面

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	○最終需要額(与件データ)の入力							単位:100万円
2			購入者価格		生産者価格			
3			全て県内品	県内品・県外品 が不明	全て県内品	県内品・県外品 が不明		
4			①	②	③	④		小計
5								
6	011	耕種農業	4,497	0				4,497
7	012	畜産	0	0				0
8	013	農業サービス	0	0				0
9	015	林業	0	0				0
10	017	漁業	4,733	0				4,733
11	061	石炭・原油・天然ガス	0	0				0
12	062	その他の鉱業	0	0				0
13	111	食料品	4,359	13,077				17,436
14	112	飲料	3,631	7,262				10,894
15	113	飼料・有機質肥料(別掲を除く)	0	0				0
16	163	自動車整備・機械修理	0	0				0
104	669	その他の対事業所サービス	0	0				0
105	671	宿泊業	63,772	0				63,772
106	672	飲食サービス	57,980	0				57,980
107	673	洗濯・理容・美容・浴場業	5,877	0				5,877
108	674	娯楽サービス	35,696	0				35,696
109	679	その他の対個人サービス	7,092	0				7,092
110	681	事務用品	0	0				0
111	691	分類不明	0	0				0
112								
113		合計	232,064	125,511	0	0		357,575
114				357,575				
115								

図 6-8 費目別旅行消費額を産業部門別に集計した結果を経済波及効果分析ツールに入力する例

出所)茨城県「平成 27 年(2015 年)茨城県産業連関表 経済波及効果分析シート」1. 標準版 経済波及効果分析ツール(107 部門)を用いて作成

2) 経済波及効果分析ツールの設定

利用する経済波及効果分析ツールによっては、自分で設定が必要な箇所がある。設定値について説明する。

a. 最終需要額の自給率の設定

前述の 6.3.2(2)1)経済波及効果分析ツールへの入力で、旅行消費額を「域内産品」・「域外産品か不明」に分けて入力しなかった場合、経済波及効果分析ツールの係数の設定が必要となる。旅行消費額を域内産品か域外産品かに分ける数値が「自給率」であり、マネジメント区域内で発生した消費(需要)をマネジメント区域内でどの程度生産できるかを示す数値を指す。自給率は、表 6-6 に示すとおり、特にマネジメント区域で生産される産業部門は「1.00」と修正し、それ以外の産業部門については、経済波及効果分析ツールのデフォルト値をそのまま用いる。

表 6-6 需要増加額の費目別の自給率の設定

107 部門程度(統合中分類)の場合	自給率	37 部門程度(統合大分類)の場合	自給率
耕種農業	(そのまま)	農林漁業	(そのまま)
漁業	(そのまま)	飲食料品	(そのまま)
食料品	(そのまま)	繊維製品	(そのまま)
飲料	(そのまま)	化学製品	(そのまま)
たばこ	(そのまま)	石油・石炭製品	(そのまま)
衣服・その他の繊維既製品	(そのまま)	窯業・土石製品	(そのまま)
医薬品	(そのまま)	その他の製造工業製品	(そのまま)
化学最終製品(医薬品を除く。)	(そのまま)	運輸・郵便	1.00
石油製品	(そのまま)	教育・研究	1.00
なめし革・革製品・毛皮	(そのまま)	対事業所サービス	1.00
ガラス・ガラス製品	(そのまま)	対個人サービス	1.00
その他の製造工業製品	(そのまま)		
鉄道輸送	1.00		
道路輸送(自家輸送を除く。)	1.00		
水運	1.00		
航空輸送	1.00		
運輸附帯サービス	1.00		
教育	1.00		
物品賃貸サービス	1.00		
宿泊業	1.00		
飲食サービス	1.00		
洗濯・理容・美容・浴場業	1.00		
娯楽サービス	1.00		
その他の対個人サービス	1.00		

【注意点】

- 自給率を入力する箇所は、経済波及効果分析の一連の計算数値が示されているシート上にある(概ね、「計算」や「波及効果計算」といったシート名になっている)

- 自給率が表 6-6 の数値を直接入力して修正できない場合は、自給率「1.00」とするはずの産業部門で、＜最終需要額＝域内最終需要増加額(直接)＞という計算に修正する(図 6-9 イメージ 2 を参照)。
- 直接効果の自給率のみ修正し、第 1 次間接波及効果や第 2 次間接波及効果を計算する部分の自給率は修正しない。
- 観光用の経済波及効果分析ツールを利用する場合、前述の設定がされているため、修正不要。

イメージ1

	最終需要増加額	県内自給率	直接効果		
	①	A	県内最終 需要増加額 (直接)	粗付加価値 誘発額 (直接)	雇用者所得 誘発額 (直接)
計算手順	-	-	①×A	①×B	①×C
011 耕種農業	4,49	0.241426	1,086		
012 畜産		0.331828	0		
013 農業サービス		0.889733	0		
661 物品賃貸サービス	6,65	1.000000	6,652		
662 広告		0.097703	0		
663 自動車整備・機械修理		0.782360	0		
669 その他の対事業所サービス		0.618052	0		
671 宿泊業	63,77	1.000000	63,772		
672 飲食サービス	57,98	1.000000	57,980		
673 洗濯・理容・美容・浴場業	5,87	1.000000	5,877		
674 娯楽サービス	35,69	1.000000	35,696		
679 その他の対個人サービス	7,09	1.000000	7,092		
681 事務用品		1.000000	0		
691 分類不明		0.837088	0		
合計	357,57	-	250,604		

- 表 6-6 のとおり、該当する産業部門の(県内)自給率を「1.00」と修正する(イメージ1)
- 域内自給率を直接修正できない場合は、自給率を「1.00」とするはずの産業部門で、旅行消費額と同じ金額にする(隣のセルを参照する)(イメージ2)

イメージ2

	最終需要増加額	県内最終 需要増加額 (直接)	粗付加価値 誘発額 (直接)	雇用者所得 誘発額 (直接)
計算手順	-	①×A	①×B	①×C
011 耕種農業	4,497	1,086	2,533	357
012 畜産	0	0	0	0
013 農業サービス	0	0	0	0
661 物品賃貸サービス	6,652	6,652	4,527	899
662 広告	0	0	0	0
663 自動車整備・機械修理	0	0	0	0
669 その他の対事業所サービス	0	0	0	0
671 宿泊業	63,772	63,772	31,691	16,422
672 飲食サービス	57,980	57,980	23,326	15,535
673 洗濯・理容・美容・浴場業	5,877	5,877	4,060	1,551
674 娯楽サービス	35,696	35,696	25,401	8,142
679 その他の対個人サービス	7,092	7,092	4,880	2,027
681 事務用品	0	0	0	0
691 分類不明	0	0	0	0
合計	357,575	270,318	181,805	75,824

図 6-9 自給率の設定例

出所)産業部門および各数値は、茨城県「平成 27 年(2015 年)茨城県産業連関表 経済波及効果分析シート」1. 標準版 経済波及効果分析ツール(107 部門)を参照

b. 第2次間接波及効果の消費転換率の設定

経済波及効果分析ツールで、旅行消費額を入力するシートに、消費転換率(直接効果額および第1次間接波及効果額から誘発された雇用者所得誘発から家計消費が増加し、第2次間接波及効果が生じる際に、家計がどの程度消費に回すか(貯蓄に回さないか)を示す数値)の設定が必要となる場合、経済波及効果分析ツールのデフォルト値や推奨値で設定すればよい。また、年別に消費転換率を選択することもできるため、算出の目的に合わせて選択する。

(3) STEP3:経済波及効果分析ツールでの算出

経済波及効果分析ツールに旅行消費額を入力し、各種設定を行うと、経済波及効果が自動的に算出される。

【注意点】

- 経済波及効果分析ツールの算出結果が表示される箇所は、概ね、「結果」や「結果概要」といったシート上にある。

	a. 直接効果	b. 第1次 間接効果	c. 第2次 間接効果	効果合計(a+b+c)			雇用者誘発数
				うち粗付加価値額	うち雇用者所得		
011 耕種農業	2,767	825	136	3,727	2,100	296	172
012 畜産	0	458	46	504			
013 農業サービス	0	190	59	249			
015 林業	0	45	6	51			
017 漁業	3,395	202	18	3,615			
601 物品賃貸サービス	6,652	1,152	162	7,966			
662 広告	0	288	35	323			
663 自動車整備・機械修理	0	2,884	530	3,414			
669 その他の対事業所サービス	0	7,988	1,122	9,110			
671 宿泊業	63,772	0	67	63,839			
672 飲食サービス	57,980	932	2,164	61,076	24,576	1,364	9,640
673 洗濯・理容・美容・浴場業	5,877	937	642	7,456	5,151	1,968	756
674 娯楽サービス	35,696	445	1,071	37,212	16,479	8,487	2,872
679 その他の対個人サービス	7,090	295	524	7,908	5,442	2,261	1,012
681 事務用品	0	599	60	658		0	0
691 分類不明	0	1,381	16	1,527		19	4
合計	274,998	84,753	41,933	401,705	228,152	102,706	34,434

● 経済波及効果として示すのは、「直接効果額」、「生産誘発額合計」(「効果合計」や「総合効果」と記載される場合もある)及び「粗付加価値誘発効果」

図 6-10 経済波及効果分析の結果の表示

出所) 茨城県「平成 27 年(2015 年)茨城県産業連関表 経済波及効果分析シート」1. 標準版 経済波及効果分析ツール(107 部門)を用いて作成

(4) 各種指標の算出

経済波及効果を示す指標として、追加で 2 つの指標を算出する必要がある。

a. 波及倍率

直接効果額に対してどれだけ生産誘発額があるかを示す倍率。経済波及効果分析ツールで算出した結果の金額を用いて算出する。

経済波及効果分析ツールによっては、経済波及効果に、生産誘発額等と一緒に波及倍率が表示されている場合もあるが、旅行消費額に対しての生産誘発額を示す場合もあるため、直接効果額を分母とした波及倍率を算出すること。

- 波及倍率 = 生産誘発額 合計 / 直接効果額

b. GRP 比率

域内総生産(GRP:Gross Regional Product)に対し、どれだけ経済波及効果があるかを示す比率。GRP は、国内総生産(GDP:Gross Domestic Product)と同じ概念。域内総生産(GRP)に相当するのが粗付加価値であり、経済波及効果の種類の一つである「粗付加価値誘発額」を用いて比率を算出する。

域内総生産は、内閣府経済社会総合研究所「県民経済計算」や各地方公共団体で公表する「市民(町民)経済計算」などのデータから取得する必要がある。なお、当該データは、経済波及効果を算出する対象年の数値を用いるとよい。

- GRP 比率 = 粗付加価値誘発効果 合計 / 県内(市内)総生産

c. 算出結果の示し方(

以下の例示中 [A] は、経済波及効果分析ツールの算出結果からそのまま利用する数値、[B] は、追加的に算出が必要な数値である。また、例示中「なお、」以降は、6.3.1 項の図 6-6 で選択した経済波及効果の算出方法について説明する文章であり、適切な評価のために記載する必要がある。経済波及効果分析ツールにおいて、自動で算出される波及効果が、第 1 次波及効果までか、第 2 次波及効果までか、それ以降の波及効果も算出されるのかは、経済波及効果分析ツール内に説明されているため確認すること。

【経済波及効果の算出結果の示し方(例)】

経済波及効果の算出結果の示し方には、以下の例がある。

〇〇[マネジメント区域]の観光客による〇〇[経済波及効果の対象地理的範囲]への経済波及効果額(生産誘発額)は合計で xxx 億円[A]となり、旅行消費額[経済波及効果の計測対象]をもとに求めた直接効果額 xxxx 円[A]に対して xx 倍[B][波及倍率]の効果となった。〇〇[経済波及効果]

果の対象地理的範囲]の総生産(GRP)に対して xx%[B]になると試算できる。

なお、経済波及効果は、△△県産業連関表(□□年)および△△県経済波及効果分析ツールを用いており、経済波及効果は第●次波及効果まで算出している。

※ 文章中の[]内の表記は記載しない。

※ 経済波及効果の地理的範囲、波及範囲(第1次波及効果までか第2次波及効果までか)等も明記

6.3.3 【例2】マネジメント区域に適した産業連関表と広域の経済波及効果分析ツールを活用

マネジメント区域に適した産業連関表は利用できるものの、経済波及効果分析ツールが付属していない場合、広域の産業連関表に付属する経済波及効果分析ツールを活用して算出することができる。この場合、まず、広域の経済波及効果分析ツール内の産業連関表を、マネジメント区域に適した産業連関表に入れ替える必要がある。その後の手順は、6.3.2 項と同様に STEP1 から STEP4 まで、経済波及効果は、費目別旅行消費額を経済波及効果分析ツールに入力することによって算出する。本項では、経済波及効果分析ツールにおいて産業連関表の入れ替えを行うSTEP0 について概略のみ説明する。

【経済波及効果の算出手順】

- STEP0: 経済波及効果分析ツール上の産業連関表の入れ替え
 - STEP1: 費目別旅行消費額の産業部門への分類・集計
 - STEP2: 経済波及効果分析ツールへの入力・設定
 - STEP3: 経済波及効果分析ツールでの結果算出
 - STEP4: 各種指標の算出
- } 6.3.2 項を参照

(1) STEP0:産業連関表の入れ替え

既存の経済波及効果分析ツールを活用して、マネジメント区域に適した産業連関表を用いた経済波及効果分析ツールを作成する。既存の経済波及効果分析ツールは、マネジメント区域が属する都道府県のツールを用いることが望ましいが、ツールがない場合は、その他の都道府県のツールを用いてもよい。

産業連関表の入れ替えは、以下の 3 つの手順で行う。

【入れ替え手順】

- a. 部門数の確認と調整
- b. 取引基本表の入れ替え
- c. 各種係数の算出

a. 部門数の確認と調整

マネジメント区域に適した産業連関表の(産業)部門数と活用する経済波及効果分析ツールの(産業)部門数を確認する。(産業)部門数が異なる場合は、作業シートの(産業)部門数を調整しておく必要がある。

【注意事項】

- 産業部門および部門について記載があるシートはすべて調整をする必要がある。調整は行や列を追加または削除して行う。
- 中間投入部門の産業部門数、粗付加価値部門および最終需要部門の部門数のそれぞれで注意すること。

- 特に、小計・合計の列や各種係数に関わる行や列は、その他の計算に関わるシートで参照箇所が適切でなくなるため、削除や移動を行わないこと(特に、下図内の黄色の部門に注意)。

▼経済波及効果分析ツールの部門

茨城県産業連関表 107部門	
中間投入部門	011 耕種農業 012 畜産 013 農業サービス 015 林業 ...
	671 宿泊業 672 飲食サービス 673 洗濯・理容・美容・浴場業 674 娯楽サービス 679 その他の対個人サービス 681 事務用品 691 分類不明 700 内生部門計
粗付加価値部門	711 家計外消費支出(行) 911 雇用者所得 921 営業余剰 931 資本減耗引当 932 資本減耗引当(社会 941 間接税(関税・輸入 951 (控除) 経常補助金 960 粗付加価値部門計 970 県内生産額
最終需要部門	711 家計外消費支出(列) 721 民間消費支出 731 一般政府消費支出 732 一般政府消費支出(社会資本等減耗分) 741 県内総固定資本形成(公的) 751 県内総固定資本形成(民間) 761 在庫純増 780 県内最終需要計 790 県内需要合計 801 輸出 810 移出 820 輸出計 830 最終需要計 840 需要合計 851 (控除) 輸入 860 (控除) 移入 870 (控除) 輸移入計 880 最終需要部門計 970 県内生産額

▼マネジメント区域の産業連関表の部門

宮城県産業連関表 101部門	
中間投入部門	001 米 002 耕種農業(米を除く) 003 畜産 004 農業サービス ...
	101 分類不明 内生部門計
粗付加価値部門	家計外消費支出(行) 雇用者所得 営業余剰 資本減耗引当 間接税(関税・輸入品商品税を除く。) (控除) 経常補助金 粗付加価値部門計 県内生産額
最終需要部門	家計外消費支出(列) 民間消費支出 一般政府消費支出 県内総固定資本形成(公的) 県内総固定資本形成(民間) 在庫純増 県内最終需要計 県内需要合計 移輸出 最終需要計 需要合計 (控除) 移輸入 最終需要部門計 県内生産額

- 茨城県の場合、中間投入部門について、経済波及効果分析ツール(産業連関表)は107部門、産業連関表は101部門であるため、余分な列は削除する等、各計算シートの部門数を合わせる調整をする。
- 粗付加価値部門、最終需要部門も部門数も調整する。
- ツール内の全ての計算シートで行う

▼経済波及効果分析ツール

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
1	平成27年(2015年)茨城県産業連関表																								
2	(1) 取引基本表(生産者価格評価表(107部門分類))																								
3		011	012	013	015	671	672	673	674	679	681	691	700												
4		耕種農業	畜産	農業サービス	林業	その他の対事業 者サービス	宿泊業	飲食サービス	洗濯・理容・美容・ 浴場業	娯楽サービス	その他の対個人 サービス	事務用品	分類不明	内生部門計											
5	011 耕種農業	11,358	6,016	196	21	1	584	9,843	6	439	879	0	0	225.1											
6	012 畜産	1,782	5,884	578	0	0	86	2,527	0	1	35	0	0	133.4											
7	013 農業サービス	14,589	4,776	0	0	0	0	0	0	215	0	0	0	19.7											
8	015 林業	110	0	0	1,715	0	0	789	0	0	20	0	0	30.3											
9	067 漁業	0	0	0	0	0	205	2,780	0	7	71	0	0	68.5											
10	061 石炭・原油・天然ガス	0	5	0	1	0	5	0	11	3	0	0	0	751.0											
11	062 その他の鉱業	0	0	0	0	0	0	0	0	8	5	0	0	218.0											
12	111 農林水産品	0	1,549	0	221	0	0	0	0	9	861	0	0	511.4											
13	112 飲料	0	15	1	0	0	4	0	0	0	242	0	0	314	53.0										

図 6-11 産業連関表の部門数と経済波及効果分析ツールの部門数の確認・調整例

出所) 茨城県「平成 27 年(2015 年)茨城県産業連関表 経済波及効果分析シート」1. 標準版 経済波及効果分析ツール(107 部門)、宮城県「平成 27 年宮城県産業連関表」を用いて作成

b. 取引基本表の入れ替え

経済波及効果分析ツールの最も重要なシートは、産業連関表が貼りつけられている計算シートであり、この計算シートをもとに、各種係数や経済波及効果が算出される。前述 a の調整に留意し、マネジメント区域に適した産業連関表を貼り付けて、入れ替える。

【注意事項】

- 産業連関表は、経済波及効果分析ツールの「取引基本表」または「各種係数表」という名称の計算シートにあるため、「取引基本表」または「各種係数表」のシート上で入れ替える。
- 入れ替える前後で内生部門の産業部門数、外生部門の部門数(粗付加価値部門、最終需要部門)に注意すること。
- 特に、小計・合計の列や各種係数に関わる行や列は、その他の計算に関わるシートで参照箇所が適切でなくなるため、削除や移動を行わないこと。(再掲)

※留意すべき部門

(タテ方向)内生部門計、雇用者所得、粗付加価値部門計、県内(市内)生産額

(ヨコ方向)内生部門計、民間消費支出、県内(市内)需要合計、需要合計、(控除)移輸入計、県内(市内)生産額

c. 各種係数の修正

前述 b で産業連関表を入れ替えることにより、経済波及効果分析ツール内の各種係数は自動的に計算が修正され、マネジメント区域に適した産業連関表の数値で算出される。

ただし、自動的に算出されない外部データが用いられた係数があるため、その係数は自身で修正する必要がある。修正が必要な係数は、以下の 2 点である。

【修正が必要な係数】

- 消費転換率：
6.3.2(2)2)b 第 2 次間接波及効果の消費転換率の設定 を参照。経済波及効果ツールにデータ(統計)の出所があるため、同じデータ(統計)からマネジメント区域のデータを参照するように変更する。
- 雇用係数(=雇用者数 / 県内(市内)生産額)：
雇用者数は、産業連関表に付属する「雇用表」のデータである。「雇用表」を一式マネジメント区域のデータに入れ替える。「雇用表」を取得できない場合は、マネジメント区域が属する都道府県または市町村の産業連関表から「雇用表」を取得して活用する。この場合は、雇用係数の分母に該当する県内(市内)生産額は、都道府県または市町村の産業連関表の県内(市内)生産額を使用する(マネジメント区域に適した産業連関表の生産額を使用しない)。

(2) 算出結果の示し方

経済波及効果の算出結果の示し方は 6.2.6 と同じである。

以下の例示 **[A]** は、経済波及効果分析ツールの結果表からそのまま利用する数値、**[B]** は結果表の数値等を用いて追加的に算出が必要な数値である。

本項では、結果的に、産業連関表(および経済波及効果分析ツール)の地理的範囲とマネジメント区域は同じになる。そのため、後述の 6.3.3(2)や 6.3.5(1)の場合では記載する、例示中「なお、」以降の文章の付記は不要となる。

ただし、経済波及効果分析ツールにおいて、自動で算出される波及効果が、第 1 次波及効果までか、第 2 次波及効果までか、それ以降の波及効果も算出されるのかについては記載する必要があり、経済波及効果分析ツール内に説明されているため確認すること。

【経済波及効果の算出結果の示し方(例)】

経済波及効果の算出結果の示し方には、以下の例がある。

〇〇[マネジメント区域]の観光客による〇〇[経済波及効果の対象地理的範囲]への経済波及効果額(生産誘発額)は合計で xxx 億円[A]となり、旅行消費額[経済波及効果の計測対象]をもとに求めた直接効果額 xxxxx 円[A]に対して xx 倍[B][波及倍率]の効果となった。〇〇[経済波及効果の対象地理的範囲]の総生産(GRP)に対して xx%[B]になると試算できる。

なお、経済波及効果は、△△県産業連関表(□□年)および△△県経済波及効果分析ツールを用いており、経済波及効果は第●次波及効果まで算出している。

※ 文章中の[]内の表記は記載しない。

※ 経済波及効果の地理的範囲、波及範囲(第 1 次波及効果までか第 2 次波及効果までか)等も明記

6.3.4 【例3】広域の産業連関表に付属する経済波及効果分析ツールを活用・結果を調整

マネジメント区域に適した産業連関表を利用できない場合、広域の産業連関表及び付属する経済波及効果分析ツールを活用し、その結果を調整することでマネジメント区域内の経済波及効果を推計することができる。例えば、地域 DMO において、旅行消費に対して、同じ都道府県内のマネジメント区域外の産品（隣接エリアの産品）を仕入れて提供する場合、その仕入額は本来はマネジメント区域内の経済波及効果には含まないが、マネジメント区域よりも広域の都道府県の産業連関表を活用すると経済波及効果に含めて算出されてしまうため、これを除外する調整を行う。

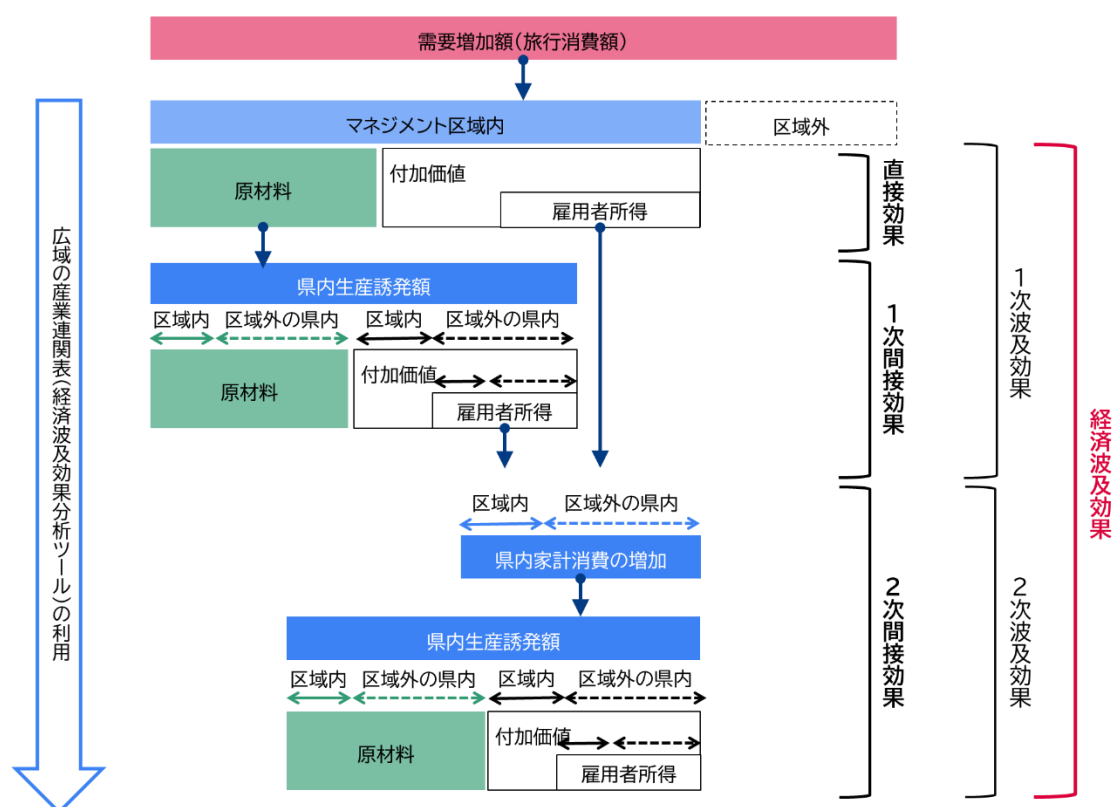


図 6-12 広域の産業連関表(経済波及効果分析ツール)を利用した場合にマネジメント区域外の経済波及効果が含まれてしまう解説図

この場合、まず、6.3.2と同様に STEP1 から STEP4 まで、経済波及効果は、費目別旅行消費額を経済波及効果分析ツールに入力することによって算出し、その後、経済波及効果の調整を行う。

本項では、経済波及効果の調整を行うSTEP5について説明する。

【経済波及効果の算出手順】

- STEP1: 費目別旅行消費額の産業部門への分類・集計
- STEP2: 経済波及効果分析ツールへの入力・設定
- STEP3: 経済波及効果分析ツールでの結果算出
- STEP4: 各種指標の算出
- STEP5: マネジメント区域に適した経済波及効果への調整

} 6.3.2 項を参照

(1) STEP5: マネジメント区域に適した経済波及効果の調整

STEP3で出てきた経済波及効果の結果を調整する。調整は、経済波及効果の結果に按分係数を掛け合わせることで処理する。

経済波及効果は、生産が誘発されることで生じるため、生産を行う従業者(就業者)のデータを用いて按分する。総務省統計局「経済センサス活動調査」等の統計より、マネジメント区域の従業者数を取得し、マネジメント区域の従業者数を経済波及効果分析ツールの地理的範囲の従業者数で割り、按分係数を算出する。そして、経済波及効果のうち間接波及効果額(第1次や第2次)に按分係数を掛け合わせ、マネジメント区域内の経済波及効果額とする。

【注意点】

- 直接効果額には按分係数を掛けない。
- 「経済センサス活動調査」のデータは、経営組織のうち「総数」を用いる(経済波及効果には「公務」部門にも効果が波及するため)。
- GRP 比率の算出に必要な粗付加価値誘発効果を算出する場合にも、生産誘発額と同様に、間接波及効果額(第1次や第2次)に按分係数を掛け合わせる。粗付加価値誘発効果の間接波及効果額(第1次や第2次)は、経済波及効果分析ツールの一連の計算数値が示されているシートに結果が表示されている(概ね「計算」や「波及効果計算」といったシート名になっている)。

▼ 経済センサスを用いた従業者数の把握

1	令和3年経済センサス活動調査	事業所に関する集計ー産業横断集計ー事業所数、従業者数					
2	第1ー1表 経営組織(2区分)別全事業所数、男女別従業者数、1km2当たり事業所数及び従業者数ー全国、都道府県、郡・支庁						
3							
4	1) 面積は、国土交通省国土地理院の「令和3年全国都道府県市区町村別面積調」による。東京都境界未定地域は「-」表章。						
5	2) 従業者数_男女計: 男女の別「不詳」を含む						
6		事業所数(事業内容等不詳を含む)	事業所数	従業者数_男女計	従業者数_男	従業者数_女	1km2: 事業所数等不詳(事業所)
7		(事業所)	(事業所)	(人)	(人)	(人)	(事業所)
8	▼ 地域区分 ▼ 経営組織 ▼						
1003	3 07564_飯館村	0_総数	106	79	996	663	333
1005	a 08000_茨城県	0_総数	121,433	111,800	1,335,339	752,332	572,688
1007	2 08201_水戸市	0_総数	14,096	12,723	159,722	83,998	73,380
1009	2 08202_日立市	0_総数	6,868	6,292	87,446	53,946	33,161
1011	2 08203_土浦市	0_総数	6,868	6,114	82,555	47,360	34,678
1013	2 08204_古河市	0_総数	6,090	5,800	62,372	36,552	26,524
1015	2 08205_石岡市	0_総数	3,154	2,927	27,649	14,976	12,492
1017	2 08207_結城市	0_総数	2,304	2,176	23,065	13,106	9,898

▼ 補正係数の算出および経済波及効果の補正処理

7							
8		■従業者数(経済センサス活動調査より)					
9							
20				従業者数(人)			
21		茨城県 ①		1,335,339			
22		水戸市 ②		159,722			
23		按分係数 ③(=②/①)		0.120			
24							
25		■経済波及効果【茨城県】					(単位: 百万円, 人)
26							
27			a. 直接効果	b. 第1次間接効果	c. 第2次間接効果	効果合計 (a+b+c)	
28							
29		生産誘発額(合計)	274,998	84,753	41,953	401,705	
30		粗付加価値誘発額(合計)	155,181	44,764	28,208	228,152	
31							
32		■経済波及効果【水戸市推計】					(単位: 百万円, 人)
33							
34			a. 直接効果	b. 第1次間接効果	c. 第2次間接効果	効果合計 (a+b+c)	
35							
36							
37		生産誘発額(合計)	274,998	10,137	5,018	290,154	
38		粗付加価値誘発額(合計)	155,181	5,354	3,374	163,909	
39				↑b×③按分係数	↑c×③按分係数		
40							

- 利用した経済波及効果分析ツールの対象範囲の従業者数とマネジメント区域の従業者数から按分係数を算出する
- 直接効果額はそのまま、間接波及効果額(第1次、第2次)に按分係数を掛け合わせることでマネジメント区域内の経済波及効果額の推計ができる

出所)総務省「令和3年経済センサス活動調査」第1-1表、茨城県「平成27年(2015年)茨城県産業連関表 経済波及効果分析シート」1. 標準版 経済波及効果分析ツール(107部門)を用いて作成

なお、第2次間接波及効果は、直接効果額と第1次間接効果額から、消費性向と消費パターンを掛け合わせて算出するものであり、注意点の1点目で記載したとおり、直接効果額には按分係数を掛け合わせる必要がある。一方で、計算を単純・容易にするため、本項では間接波及効果(第1次と第2次)でまとめて按分係数を掛け合わせる方法を採用している。この方法を採用することにより、第2次間接波及効果の直接効果の要素に按分係数をかけていることになるため、マネジメント区域内の波及効

果が若干過小に評価されることに留意が必要となる。

(2) 算出結果の示し方

経済波及効果の算出結果の示し方は、6.2.6 と同じである。

以下の例示[A]は、経済波及効果分析ツールの結果表からそのまま利用する数値、[B]は結果表の数値等を用いて追加的に算出が必要な数値である。

以下の例示中「なお、」以降は、6.3.1 項の DMO の状況に応じた経済波及効果の具体的な算出方法で選択した経済波及効果の算出方法を説明する文章であり、適切な評価のため記載する必要がある。本項の方法では、この部分をより詳細に記載する必要があり、以下の例示中下線の文章を記載すること。

また、経済波及効果分析ツールにおいて、自動で算出される波及効果が、第 1 次波及効果までか、第 2 次波及効果までか、それ以降の波及効果も算出されるのかについても記載する必要があり、経済波及効果分析ツール内に説明されているため確認すること。

【経済波及効果の算出結果の示し方(例)】

経済波及効果の算出結果の示し方には、以下の例がある。

〇〇[マネジメント区域]の観光客による〇〇[経済波及効果の対象地理的範囲]への経済波及効果額(生産誘発額)は合計で xxx 億円[A]となり、旅行消費額[経済波及効果の計測対象]をもとに求めた直接効果額 xxxxx 円[A]に対して xx 倍[B][波及倍率]の効果となった。〇〇[経済波及効果の対象地理的範囲]の総生産(GRP)に対して xx%[B]になると試算できる。

なお、経済波及効果は、△△県産業連関表(□□年)および△△県経済波及効果分析ツールを用いており、経済波及効果は第●次波及効果まで算出している。〇〇[マネジメント区域]に対して広域の産業連関表および経済波及効果分析ツールを使用しているため、従業者数から補正係数を算出し、間接波及効果額に乗じて、〇〇[マネジメント区域]の経済波及効果を推計している。

※ 文章中の[]内の表記は記載しない。

※ 経済波及効果の地理的範囲、波及範囲(第 1 次波及効果までか第 2 次波及効果まで)等も明記

6.3.5 【例 4】広域の産業連関表に付属する経済波及効果分析ツールをそのまま適用

マネジメント区域に適した産業連関表が利用できず、広域の産業連関表及び付属する経済波及効果分析ツールを活用することができるものの、6.3.4 のような調整が難しい場合、その旨を記載し、産業連関表による経済波及効果の算出結果をそのまま提示することも考えられる。

この場合、算出手順は 6.3.2 と同様に STEP1 から STEP4 まで、経済波及効果は、費目別旅行消費額を経済波及効果分析ツールに入力することによって算出し、KPI 公表時に、その旨を付記する。

本項では、経済波及効果の算出結果の示し方について説明する。

【経済波及効果の算出手順】

- STEP1: 費目別旅行消費額の産業部門への分類・集計
 - STEP2: 経済波及効果分析ツールへの入力・設定
 - STEP3: 経済波及効果分析ツールでの結果算出
 - STEP4: 各種指標の算出
- } 6.3.2 項を参照

※経済波及効果の示し方:

KPI 公表時に、算出した経済波及効果の地理的範囲が当該区域を一部とする広域であることを付記する。

(1) 算出結果の示し方

経済波及効果の結果の示し方は 6.2.6 と同じである。

以下の例示[A]は、経済波及効果分析ツールの結果表からそのまま利用する数値、[B]は結果表の数値等を用いて追加的に算出が必要な数値である。

以下の例示中「なお、」以降は、6.3.1 項の DMO の状況に応じた経済波及効果の具体的な算出方法で選択した経済波及効果の算出方法を説明する文章であり、適切な評価のために記載する必要がある。本項の方法では、この部分をより詳細に記載する必要があり、以下の例示中下線の文章を記載すること。

また、経済波及効果分析ツールにおいて、自動で算出される波及効果が、第 1 次波及効果までか、第 2 次波及効果までか、それ以降の波及効果も算出されるのかについても記載する必要があり、経済波及効果分析ツール内に説明されているため確認すること。

【経済波及効果の算出結果の示し方(例)】

経済波及効果の算出結果の示し方には、以下の例がある。

〇〇[マネジメント区域]の観光客による〇〇[経済波及効果の対象地理的範囲]への経済波及効果額(生産誘発額)は合計で xxx 億円[A]となり、旅行消費額[経済波及効果の計測対象]をもとに求めた直接効果額 xxxxx 円[A]に対して xx 倍[B][波及倍率]の効果となった。〇〇[経済波及効果の対象地理的範囲]の総生産(GRP)に対して xx% [B]になると試算できる。

なお、経済波及効果は、△△県産業連関表(□□年)および△△県経済波及効果分析ツールを用いて算出しており、経済波及効果は第●次波及効果まで算出している。○○[マネジメント区域]に対して広域の産業連関表および経済波及効果分析ツールを使用しているため、結果として示した経済波及効果は△△県を対象範囲としており、○○[マネジメント区域]の効果はその一部となっている。

※ 文章中の[]内の表記は記載しない。

※ 経済波及効果の地理的範囲、波及範囲(第1次波及効果までか第2次波及効果までか)等も明記

おわりに

本手引書は、令和7年3月25日に改正した「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」のもと、KPI の設定の考え方、現段階で DMO が採用しうる計測手法の方針を第一版としてとりまとめたものです。

とりまとめにあたっては、実務レベルで採用しうることに留意しましたが、各現場の実情に即した実務上の課題や、より負担なくかつ高精度に計測できる手法に対するニーズ等が顕在化することと考えられます。

今後 DMO に対するヒアリング等を通じて、これらの課題やニーズを把握するとともに、本手引書に順次修正を加え改訂していく予定です。

