

令和7年度  
MICEの経済波及効果等  
算出事業  
報告書

令和8年3月

観光庁

# 目次

第1部.	2024年国際MICE総消費額の算出.....	1
第1章.	調査実施内容.....	1
1.	調査の目的と背景.....	1
2.	国際MICEの定義.....	1
2-1.	企業会議.....	2
2-2.	報奨・研修旅行.....	4
2-3.	国際会議.....	5
2-4.	展示会・見本市等.....	5
3.	総消費額の算出方法.....	6
3-1.	経済波及効果算出の全体像.....	6
3-2.	総消費額の算出にあたっての留意点.....	14
3-3.	総消費額の算出の実施.....	15
第2章.	国際MICEの総消費額算出結果.....	17
1.	企業会議の算出結果.....	17
1-1.	企業会議の参加者数の推計.....	17
1-2.	企業会議の消費額の算出.....	18
1-3.	過年度調査との比較.....	18
2.	報奨・研修旅行の算出結果.....	20
2-1.	報奨・研修旅行の参加者数の推計.....	20
2-2.	報奨・研修旅行の消費額の算出.....	20
2-3.	過年度調査との比較.....	20
3.	国際会議の算出結果.....	22
3-1.	国際会議の参加者数の推計.....	22
3-2.	国際会議の消費額の算出.....	22
3-3.	過年度調査との比較.....	23
4.	展示会・見本市等の算出結果.....	28
4-1.	展示会・見本市等の参加者数の推計.....	28
4-2.	展示会・見本市等の消費額の算出.....	28
4-3.	過年度調査との比較.....	29
第3章.	調査結果から得られる示唆.....	30
1.	万博関連MIの開催動向.....	30
1-1.	万博関連MIの開催動向.....	30
2.	その他分析.....	31
2-1.	MI主催者の消費促進施策の実施状況.....	31

2-2.	MI 地域別開催割合 .....	33
第 2 部.	MICE 経済波及効果測定モデル（簡易測定モデル）の改訂 .....	35
第 1 章.	モデル改訂の概要 .....	35
1.	モデルの構成 .....	35
1-1.	モデル改訂の概要 .....	36
1-2.	改訂の目的と方針 .....	36
1-3.	改訂の主要ポイント .....	37
第 2 章.	経済波及効果測定の基本的構成 .....	38
1-1.	経済波及効果の捉え方 .....	38
第 3 章.	投入データの更新と整備 .....	41
1.	事業費の設定 .....	41
1-1.	企業ミーティングの事業費 .....	43
1-2.	報奨・研修旅行の事業費 .....	45
1-3.	国際会議の事業費 .....	47
1-4.	見本市・展示会の事業費 .....	48
1-5.	イベントの事業費 .....	49
2.	消費原単位の設定 .....	51
2-1.	企業ミーティングの消費原単位 .....	51
2-2.	報奨・研修旅行の消費原単位 .....	52
2-3.	国際会議の消費原単位 .....	54
2-4.	見本市・展示会の消費原単位 .....	55
2-5.	イベントの消費原単位 .....	56
2-6.	土産・買物費配分比率の検討 .....	58
3.	その他係数の設定 .....	61
3-1.	開催地域の物価係数の反映 .....	61
3-2.	日系エアライン利用率の設定 .....	62
第 4 章.	地域経済波及効果算出のためのデータ収集 .....	63
1.	産業連関表の更新 .....	63
1-1.	既存産業連関表の収集・整理 .....	63
1-2.	現在産業連関表がない地域における産業連関表の作成 .....	66
1-3.	商業マージン・運輸マージンの適用による生産者価格の算出 .....	67
1-4.	自給率の反映と直接効果の算出 .....	69
2.	効果の算出方法 .....	70
2-1.	生産誘発効果等の算出 .....	70
2-2.	粗付加価値額・雇用者所得額・就業効果の算出 .....	73
2-3.	飲食店・宿泊業の経済波及効果の算出 .....	75

2-4. 誘発税収額の算出 .....	77
3. 改訂の詳細 .....	87
3-1. 対象都市の拡大 .....	87
3-2. 計算仕様の緻密化 .....	87
3-3. 原単位項目の更新 .....	88
第5章. 利便性の向上と機能改善 .....	89
1. 現行モデルに関する一部利用者へのアンケート .....	89
2. 一部アンケート回答者へのヒアリング .....	97
3. UIの刷新 .....	98
4. マニュアルの刷新 .....	99
第6章. モデルの運用と普及促進に向けて .....	101
1. 利用者への普及啓発 .....	101
1-1. 「MICE簡易測定モデル」改訂に係る説明会 .....	101
1-2. 利用促進に係る課題調査 .....	102
1-3. 次年度以降の利用促進に向けた課題 .....	104

# 第1部. 2024年国際MICE総消費額の算出

## 第1章. 調査実施内容

### 1. 調査の目的と背景

日本で開催される国際MICEには、数多くの海外ビジネス客が参加している。国際MICE開催に際して、その参加者が支出する宿泊、交通、飲食等の消費以外にも、企画・運営費や施設利用費、設営費、プログラム費等、多額の主催者消費額が発生する。また、展示会・見本市等の一部催事においては出展者等の消費も見込まれる。このような多様な主体による消費増加効果が期待できる国際MICEは、その開催地や日本全体に大きな経済波及効果を与えている。

過去、個別自治体やMICE施設等においては、当該地域・施設で開催されるMICEの経済波及効果の算出が行われてきた。

観光庁では、平成22年度に「MICE開催による経済波及効果測定のための簡易測定モデル」（以下、「簡易測定モデル」、「モデル」という）を開発し、平成25年度及び平成29年度に簡易測定モデルの改訂を行った。現在公開しているMICE簡易測定モデル（Ver.3）は、これまでに1,000件以上の利用申請があり、各地域におけるMICE開催の企画立案や開催終了時の成果確認、さらにはMICEに関する政策立案や予算要求等に活用されている。

本事業では、過去の調査事業のうち、令和5年度から6年度に実施した「MICE総消費額等調査事業」（以下、「令和5・6年度調査事業」という）において対象とした企業会議、企業の報奨・研修旅行、国際会議及び展示会・見本市等の消費原単位等や本事業の算出結果を基にしたMICE簡易測定モデルの改訂と令和6年1月～12月（2024年）の国際MICE全体の総消費額を算出することを目的とする。本調査での目的は、上記調査から7年が経過し、企業会議、企業の報奨・研修旅行及び展示会・見本市等の消費原単位を過年度の調査に基づく最新時点のデータに更新した上で、最新時点のデータに基づく総消費額を算出すると共に、国際会議の数値と合算することで、2024年に国内で開催された国際MICE全体の総消費額を算出することである。

### 2. 国際MICEの定義

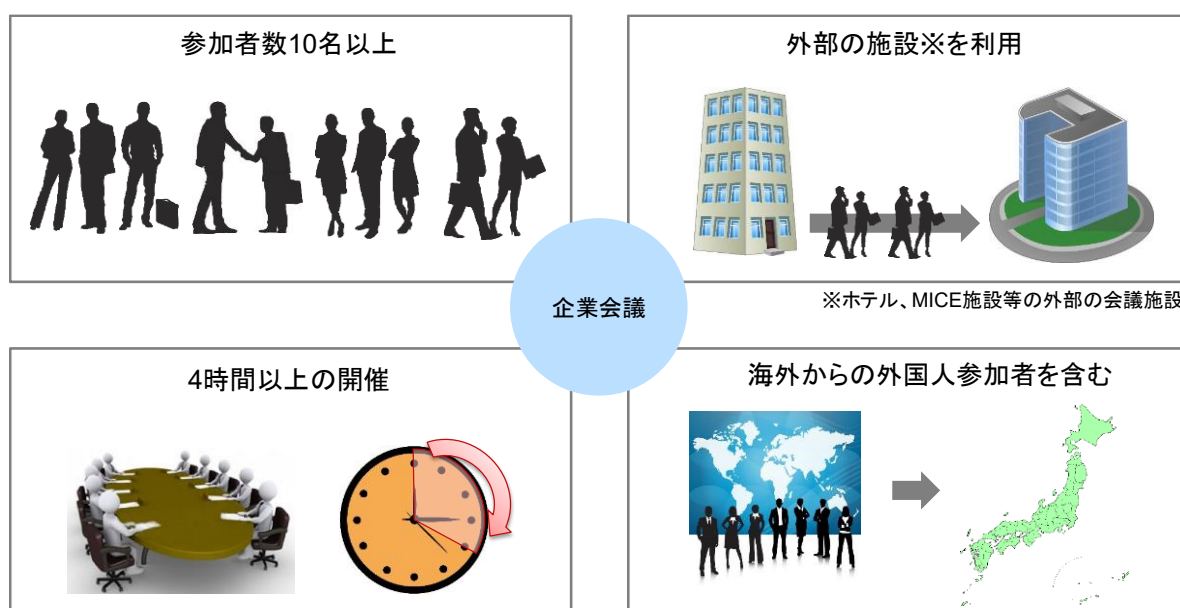
過年度事業においては、海外の類似調査を参考に調査対象である企業会議、報奨・研修旅行、展示会・見本市等についてそれぞれ定義を設定している。調査においては、過年度と比較可能な数値を算出するため、定義や調査形式については踏襲する形

で調査を実施した。また、本事業で対象とするそれぞれの催事は、“国際 MICE”であることを前提としている。そのため、日本人参加者だけが参加する催事は対象外としている。

## 2-1. 企業会議

企業会議は企業が主催する会議・研修・式典等を指す。企業会議については、海外の類似調査を参考に、参加者数、開催時間、外部施設の利用有無に関する基準を設け、さらに外国人参加者の有無についても考慮した。具体的な定義は下記図表の通り、参加者数 10 名以上、4 時間以上の開催、外部の施設（ホテルや MICE 施設等）を利用し、海外からの外国人参加者を含む催事としている。

図表 1-1 企業会議の定義



上記の条件を企業会議の定義とし調査を実施した。ただし企業会議はその種類の多さから上記の区分だけではなく、具体的な催事の種類を作成しアンケート調査等を実施した。

具体的には、①企業ミーティング、②顧客セミナー、③研修・視察、④式典、⑤その他、の5種類の催事を定義し調査を実施した。

図表 1-2 企業会議の種類

		主たる参加者	
		社員・販売員、販売代理店 サプライヤー	顧客
主たる目的	会議・商談	①企業ミーティング	
	教育・情報発信 (研修・セミナー)	③研修・視察 (報奨・研修旅行は含まない)	②顧客セミナー
	祝賀・交流 (パーティ・表彰)	④式典	
	その他	⑤その他	

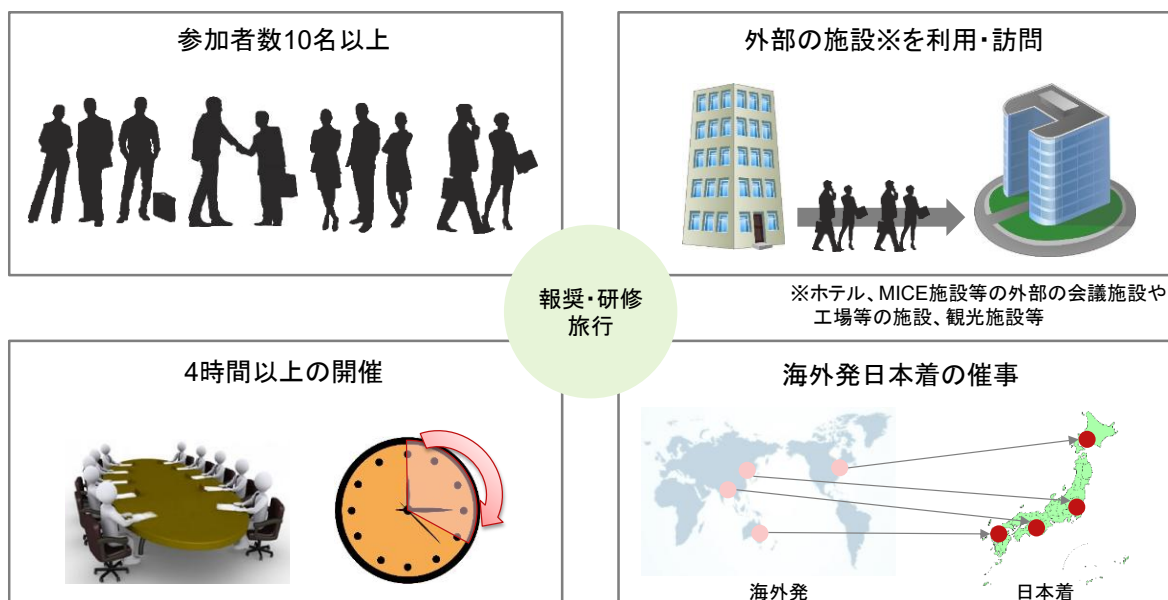
企業ミーティングは「海外拠点の社員を含む社内会議、顧客（海外含む）との会議・商談、サプライヤーとの会議等」、顧客セミナーは「複数の顧客を対象とした新商品セミナー・業界セミナー・ビジネスカンファレンス等」、研修・視察は「自社社員、販売員、販売代理店やサプライヤー企業等を対象とした教育や情報発信目的の研修・セミナー等」、式典は「自社社員、顧客、販売代理店、サプライヤー等を対象にした周年パーティーや記念式典等」と定義をし、これら4つの分類に当てはまらない催事については「その他」として整理を行った。

## 2-2. 報奨・研修旅行

過年度調査においては報奨・研修旅行についても企業会議同様に海外の類似調査を参考に、参加者数、開催時間、外部施設の利用有無に関する基準を設けている。本調査においても同様の定義にて調査を実施した。

報奨・研修旅行については海外発の催事を対象としているため、基本的に参加者全てが外国人であることを条件とした。具体的な定義は下記図表の通り、参加者数10名以上、4時間以上の開催、外部の施設（ホテルやMICE施設等）を利用し、海外発の催事とした。

図表 1-3 報奨・研修旅行の種類



上記の条件を報奨・研修旅行の定義とし調査を実施した。ただし報奨・研修旅行と企業会議の分類は曖昧であり、旅行代理店をはじめとする回答者においては明確に区別されていない。本事業では下記図表の条件を満たす報奨・研修旅行を対象として示すことで、企業会議との区別の明確化を図った。

図表 1-4 報奨・研修旅行の対象

対象とする報奨・研修旅行
・ 自社社員、販売員、販売代理店対象の報奨・研修旅行
・ 全社員や部署全員を対象にしたものではなく <b>業績に応じて一定の条件をクリアした社員を選抜して開催している催事</b>
・ 催事の中に、経営方針・新商品等についての会議や研修等の要素が入るものもあ

るが、主目的が“参加社員のモチベーション向上”、好業績の“報酬”としている催事

### 2-3. 国際会議

過年度調査と同様、日本政府観光局（JNTO）の国際会議基準を満たす催事を対象とした。

### 2-4. 展示会・見本市等

展示会・見本市等については、世界 85 ヶ国の主要な展示会主催者、展示会場、展示会業界団体 600 社以上で組織された業界団体である国際見本市連盟（UFI）により定められている国際展示会の基準を採用し、本事業の対象である国際展示会としている。

日本国内では UFI の定める基準に基づき日本展示会認証協議会（JECC）が、国内の UFI 公認認証機関として国際展示会の認証を行っている。UFI により定められている国際展示会の定義は下記の通りである。

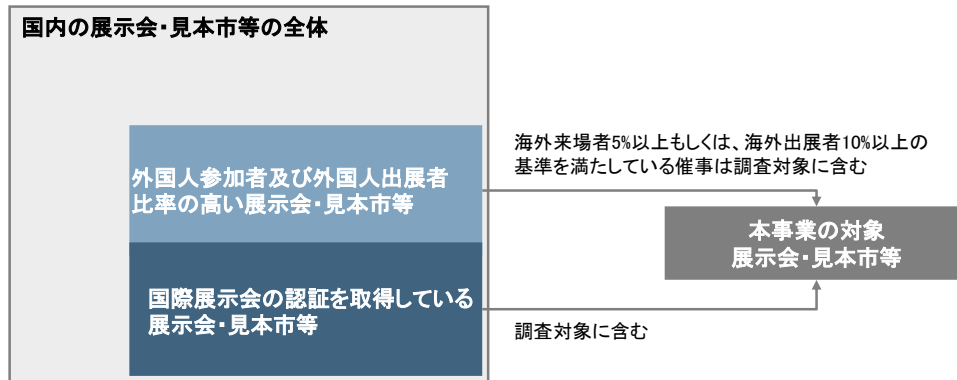
図表 1-5 展示会・見本市等の対象

	分類	認証基準
展示会	① 国際展示会	海外来場者 5%以上または海外出展者 10%以上
	② 一般展示会	規定無し
	③ 展示会	規定無し
展示会に類する “イベント”	フリーマーケット、路上販売	

本事業では上記の基準を国際展示会の定義とし、JECC による国際展示会の認証を取得している展示会・見本市等を主な対象とした。

ただし、JECC による国際展示会の認証制度は審査方法や審査費用の問題から、基準は満たしているものの、認証制度を取得していない展示会・見本市等が一定程度存在する。そのため本事業では、認証の基準を満たしている可能性の高い大規模展示会・見本市等も広く対象としてアンケート調査を行い、来場者もしくは出展者の海外比率が国際展示会の認証基準である海外来場者 5%以上もしくは、海外出展者 10%以上の基準を満たしている催事については、“準国際展示会”と見なし調査対象に含めた（本事業では 30 件が“準国際展示会”として整理）。

図表 1-6 本事業の対象とする国際展示会・見本市



### 3. 総消費額の算出方法

#### 3-1. 経済波及効果算出の全体像

本事業における MICE 全体の総消費額調査について、推計の対象範囲の概要を以下に整理する。なお、添付の全体像（図表 1-7、図表 1-8）には別年度の事業において実施されている産業連関分析等による経済波及効果（直接効果、間接 1 次・2 次波及効果等）の算出プロセスも示しているが、本事業においては総消費額の算出までを目的としており、経済波及効果の算出は今年度事業の対象外とする。

各 MICE 区分における総消費額は、催事の特性に応じて以下の要素を対象範囲として合算・推計している。

#### ●企業会議、報奨・研修旅行

企業会議および報奨・研修旅行における総消費額は、主に以下の 2 つの消費要素を対象範囲とする。

- ・ 主催者消費額：企業等の主催者が支出する費用（国際交通費等を含む）。
- ・ 参加者消費額：参加者個人が支出する個人的な交通、宿泊、飲食費等の費用。

#### ●国際会議

国際会議における総消費額は、以下の 3 つの消費要素を対象範囲とする。

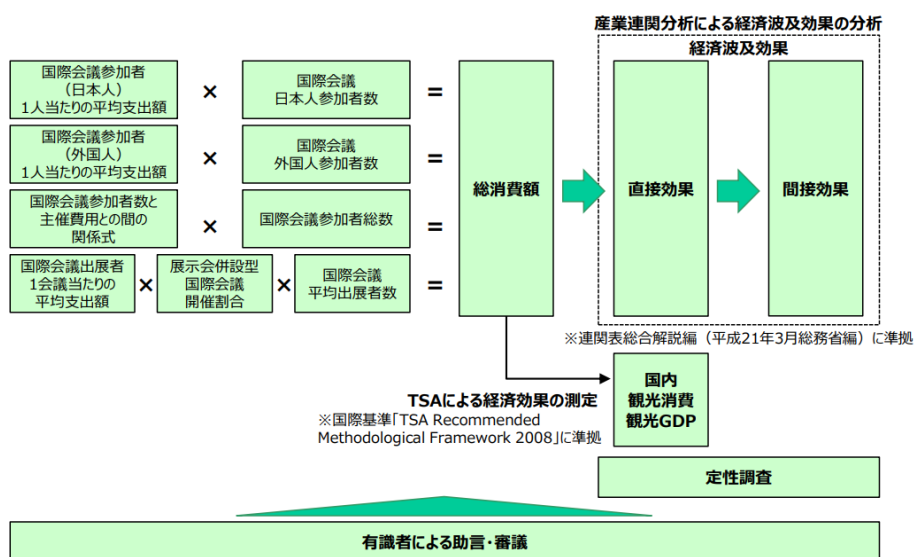
- ・ 参加者消費額：日本人および外国人参加者による宿泊、飲食、交通費等の支出。
- ・ 主催者消費額：主催者が会議開催に伴い支出する会場費、運営費用等。
- ・ 出展者消費額：展示会併設型の催事等において、出展者が支出する費用。

#### ●展示会・見本市等

展示会・見本市等における総消費額は、主催者・参加者に加え、以下の3つの消費要素を対象範囲とする。

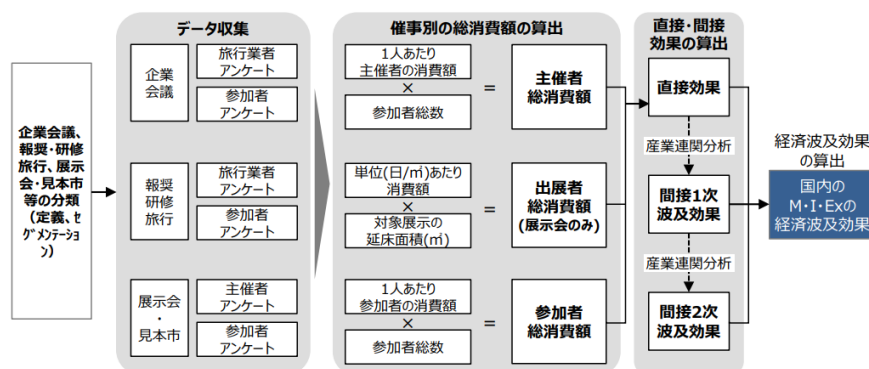
- ・ 主催者消費額：会場の確保や運営全般に係る主催者の支出。
- ・ 出展者消費額：対象展示の延床面積等に基づき推計される、出展企業による装飾・運営等の支出。
- ・ 参加者消費額：参加者が支出する交通費や飲食費等。

図表 1-7 国際会議の経済波及効果推計の全体像



出所)「平成 28 年度 MICE の経済波及効果及び市場調査事業」報告書

図表 1-8 企業会議、報奨・研修旅行、展示会・見本市の経済波及効果算出の全体像



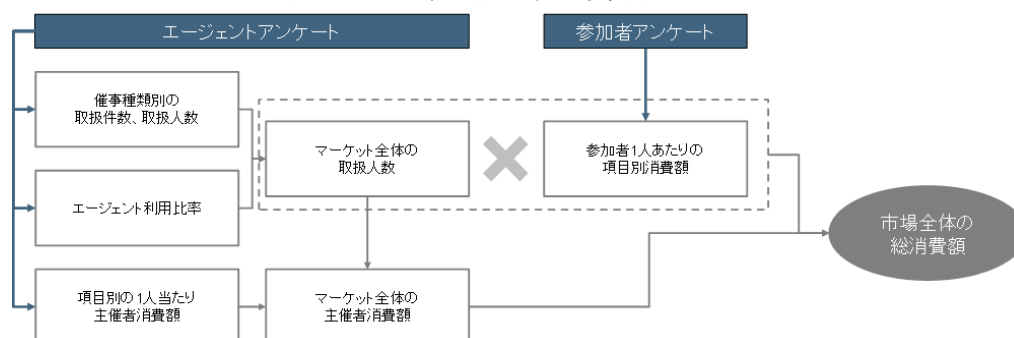
出所)「令和 6 年度 MICE の経済波及効果算出事業」報告書

## (1) 企業会議の算出方法

企業会議については、会議の主催者と参加者による総消費額の把握を行った。企業会議の主催者は企業であるため、本来であれば直接主催者企業へのアンケートにより総消費額を把握することが理想であるものの、企業会議は各企業独自の催事であることから公開情報等で開催されている催事やその主催者を網羅的に把握することができない。さらに、企業会議は様々な部署で開催されているため、基本的に企業内で全社の企業会議の開催状況を把握している部署は存在しない。よって、主催者企業に直接アンケート調査を行い、正確なデータを収集することは現実的ではないと考えられる。

そのため、本事業では企業が企業会議を主催する際に利用する代理店（エージェント）に対してアンケート調査を行うことで、対象とする2024年に開催された企業会議の総消費額及び人数を把握することとした。

図表 1-9 企業会議の総消費額の把握方法

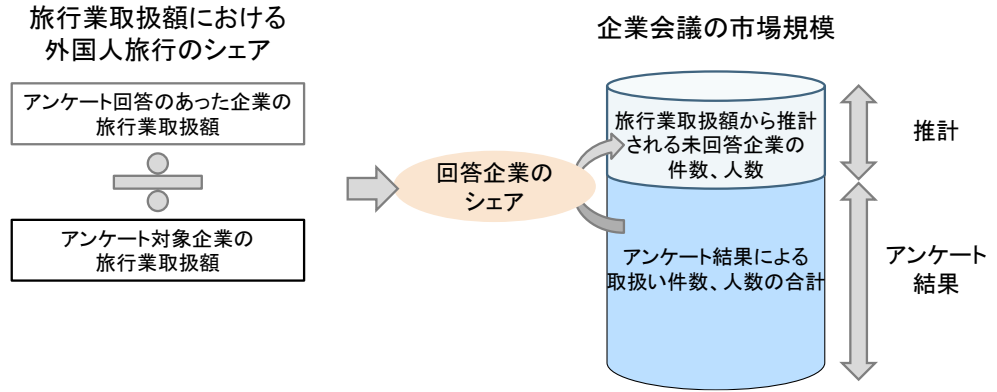


企業会議は主催企業がエージェントを利用する場合と利用しない場合が存在するため、エージェントに対するアンケート調査で一般的にエージェントを利用する比率を把握した。得られたエージェント利用率をアンケート回答のあった開催件数や取扱人数に除することで、市場全体の取扱件数と人数を把握した。

本事業ではアンケート方式で市場全体の規模と主催者及び参加者の消費額を把握している。そのため、本来であれば取り扱いがあると想定される企業から回答が得られなかった場合は、その企業が取り扱う件数や人数は市場規模に含むことができなくなってしまう。そのため、観光庁が公開している「旅行業者取扱額」に掲載されている企業の中で、本アンケートに回答のなかった企業については、回答のあった企業のシェアおよび企業会議取扱額を用いてウェイトバックを行い、回答のない企業の取扱額から未回答企業の取扱件数・取扱人数を推計した。

令和6年度調査において取得された参加者1人当たりに対する主催企業の消費額および1人当たり参加者消費額を、それぞれ推計した市場全体の取扱人数に乗することで、市場全体の総消費額を算出した。

図表 1-10 企業会議の市場規模の推計方法



実際に調査で使用したエージェントアンケート項目を次頁に記載する。エージェントアンケートでは市場規模把握のための催事種類別取扱件数、取扱人数等に関する設問を設けている。

● エージェントアンケート

	設問	回答欄
<b>A. 貴社についてお伺いいたします。</b>		
1	貴社の名称をご記入ください。	
2	以下のうち、貴社が取り扱っている企業会議等に（√）をお付けください （複数回答可）	1.企業内ミーティング / 2.顧客セミナー / 3.研修・視察 / 4.式典 / 5.その他 / 6.取扱っていない
3	貴社は報奨・研修旅行（インセンティブ）を取り扱っていますか。	1.取り扱っている / 2.取扱っていない
<b>B. 貴社において取扱いのある企業会議等についてお伺いいたします。2024年の開催催事についてお答えください。 貴社の会計年度等に応じ直近1年の数値をご記入ください。</b>		
<b>【Q2で選択した場合のみ回答】企業内ミーティング</b>		
4	企業内ミーティングの内、主催者企業が旅行代理店を利用する一般的な割合（件数ベース）をご記入下さい。※市場規模推計に利用いたします。おおよその割合で構いませんのでご回答下さい。	約 ___ 割
5	貴社の取り扱っている企業内ミーティングの年間取扱い件数をご記入下さい。	約 ___ 件
6	貴社の企業内ミーティングの年間取扱い人数をご記入下さい。	約 ___ 人
7	内、外国からの外国人参加者数の割合をご記入下さい。 （貴社の実績ベースでご回答下さい）	約 ___ 割
8	貴社にてお取り扱いのある企業内ミーティングはどの地域で開催されていますか。 全体に占める各開催地域の大まかな割合(件数ベース)をお答えください。	東京都 約 ___ 割・東京圏（東京都を除く） 約 ___ 割・ 京都府 約 ___ 割・大阪府・大阪圏（大阪府・ 京都府を除く）約 ___ 割・その他 約 ___ 割
9	主催者が当初より開催予算を決定しているケースは何割ありますか。（件数ベース）	約 ___ 割
10	参加者の消費を促進するための施策として実施しているものを選択してください。 （いくつでも）	有料オプションメニューの充実 / 周辺観光の 発信 / 延泊メニューの整備 / その他 ( )
<b>【Q2で選択した場合のみ回答】顧客セミナー</b>		
11	顧客セミナーの内、主催者企業が旅行代理店を利用する割合（件数ベース）をご記入下さい。※市場規模推計に利用致します。おおよその割合で構いませんのでご回答下さい。	約 ___ 割
12	貴社の顧客セミナーの年間取扱い件数をご記入下さい。	約 ___ 件
13	貴社の顧客セミナーの年間取扱い人数をご記入下さい。	約 ___ 人
14	内、外国からの外国人参加者数の割合をご記入下さい。	約 ___ 割
15	貴社にてお取り扱いのある顧客セミナーはどの地域で開催されていますか。 全体に占める各開催地域の大まかな割合(件数ベース)をお答えください。	(Q8と同じ)
16	主催者が当初より開催予算を決定しているケースは何割ありますか。（件数ベース）	(Q9と同じ)
17	参加者の消費を促進するための施策として実施しているものを選択してください。 （いくつでも）	(Q10と同じ)
<b>【Q2で選択した場合のみ回答】研修・視察</b>		
18	研修・視察の内、主催者企業が旅行代理店を利用する割合（件数ベース）をご記入下さい。 ※市場規模推計に利用いたします。おおよその割合で構いませんのでご回答下さい。	約 ___ 割
19	貴社の研修・視察の年間取扱い件数をご記入下さい。	約 ___ 件
20	貴社の研修・視察の年間取扱い人数をご記入下さい。	約 ___ 人
21	内、外国からの外国人参加者数の割合をご記入下さい。	約 ___ 割
22	貴社にてお取り扱いのある研修・視察はどの地域で開催されていますか。全体に占める各 開催地域の大まかな割合(件数ベース)をお答えください。	(Q8と同じ)
23	主催者が当初より開催予算を決定しているケースは何割ありますか。（件数ベース）	(Q9と同じ)
24	展示会参加者の消費を促進するための施策として実施しているものを選択してください。 （いくつでも）	(Q10と同じ)
<b>【Q2で選択した場合のみ回答】式典</b>		
25	式典の内、主催者企業が旅行代理店を利用する割合（件数ベース）をご記入下さい。 ※市場規模推計に利用いたします。おおよその割合で構いませんのでご回答下さい。	約 ___ 割
26	貴社の式典の年間取扱い件数をご記入下さい。	約 ___ 件
27	貴社の式典の年間取扱い人数をご記入下さい。	約 ___ 人
28	内、外国からの外国人参加者数の割合をご記入下さい。	約 ___ 割
29	貴社にてお取り扱いのある式典はどの地域で開催されていますか。 全体に占める各開催地域の大まかな割合(件数ベース)をお答えください。	(Q8と同じ)
30	主催者が当初より開催予算を決定しているケースは何割ありますか。（件数ベース）	(Q9と同じ)
31	参加者の消費を促進するための施策として実施しているものを選択してください。 （いくつでも）	(Q10と同じ)

【Q2で選択した場合のみ回答】その他		
32	企業内ミーティング、顧客セミナー、研修・視察、式典以外で取り扱いのある催事をご記入下さい。	
33	その他催事の内、主催者企業が旅行代理店を利用する割合（件数ベース）をご記入下さい。	約 ___ 割
34	貴社のその他の催事の年間取扱い件数をご記入下さい。	約 ___ 件
35	貴社のその他の催事の年間取扱い人数をご記入下さい。	約 ___ 人
36	内、外国からの外国人参加者数の割合をご記入下さい。	約 ___ 割
37	貴社にてお取り扱いのその他の催事はどの地域で開催されていますか。 全体に占める各開催地域の大まかな割合(件数ベース)をお答えください。	(Q8と同じ)
38	主催者が当初より開催予算を決定しているケースは何割ありますか。（件数ベース）	(Q9と同じ)
【Q3で1を選択した場合のみ回答】報奨・研修旅行		
39	貴社のその他の催事の年間取扱い件数をご記入下さい。	約 ___ 件
40	貴社のその他の催事の年間取扱い人数をご記入下さい。	約 ___ 人
41	うち、外国からの外国人参加者数の割合をご記入下さい。	約 ___ 割
42	貴社にてお取り扱いのその他の催事はどの地域で開催されていますか。 全体に占める各開催地域の大まかな割合(件数ベース)をお答えください。	(Q8と同じ)
43	主催者が当初より開催予算を決定しているケースは何割ありますか。（件数ベース）	(Q9と同じ)
万博に関する質問 ※2025年現在のご所感をお答えください		
44	2025年現在のご所感についてお答えください。万博開催によるMI開催件数の拡大についてお聞きします。万博開催に伴うMIが全体に占めていた割合（件数ベース）をお答えください。 ※ここでの「万博開催に伴う」とは「万博の開催」に付随して開催された催事を指します	約 ___ 割
45	開催件数の増加以外で万博開催がMI開催に対してもたらしたメリットがあれば、ご回答ください。	(自由回答)

## (2) 報奨・研修旅行の調査手法

報奨・研修旅行についても企業会議同様に、催事の主催者と参加者による総消費額の把握を行った。報奨・研修旅行の主催者も企業会議同様に企業であるため、主催企業に直接アンケート調査を行うことは現実的ではないと判断した。

そのため、報奨・研修旅行についても催事を主催する際に利用する代理店（エージェント）に対してアンケート調査を行うことで、対象とする2024年の報奨・研修旅行の総消費額及び人数を把握することとした。企業会議同様、観光庁が公表している「旅行者取扱額」における「外国人旅行」の取扱額のシェアをもとに回答が無かった企業の取扱件数や人数を推計した。

令和6年度調査において取得された参加者1人当たりに対する主催企業の消費額および1人当たり参加者消費額を、それぞれ推計した市場全体の取扱人数に乗することで、市場全体の主催者消費額を算出した。報奨・研修旅行は、企業会議と同じ設問票にてアンケートを実施した。

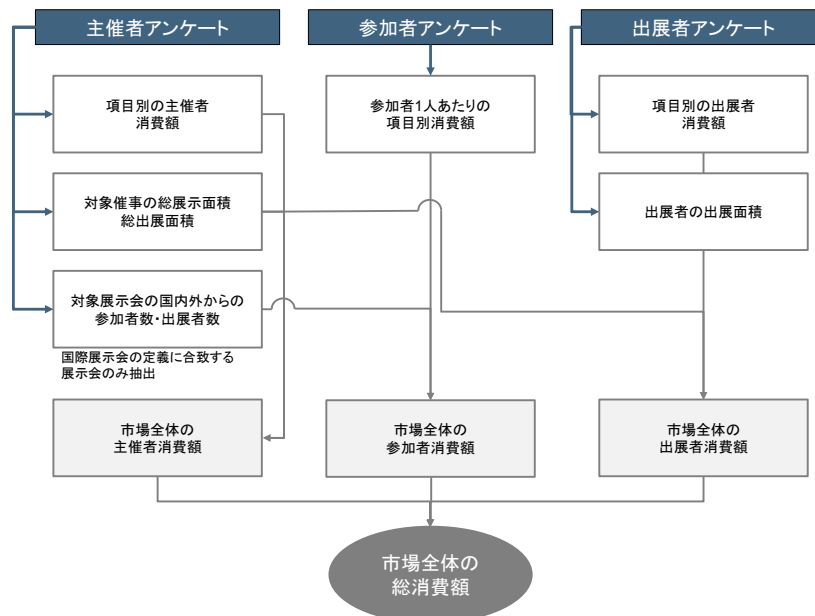
## (3) 国際会議の調査手法

本事業では令和5年度調査で把握した国際会議の主催者、参加者、出展者の参加者1人当たり消費額をもとに、JNTO国際会議統計から2024年に開催された国際会議の参加者数を用いて、国際会議による総消費額の更新を行った。なお、国際会議の総消費額は各主体におけるカテゴリー別に参加者1人当たりの消費額を参加者数に掛け合わせて算出した。

## (4) 展示会・見本市等の調査手法

展示会・見本市等においては、主催者、参加者に加え展示会や見本市で出展を行う企業による消費額も存在する。

図表 1-11 展示会・見本市等の総消費額の把握方法



主催者に対するアンケートは、UFIの定める国際展示会の基準に基づく日本展示会認証協議会（JECC）により国際展示会の認証を取得している展示会的主催者、また同認証基準である海外来場者比率5%以上もしくは海外出展者比率10%以上の基準を満たしている主催者を対象としている。後者についてはアンケートの回答を確認し海外来場者比率5%以上もしくは海外出展者比率10%以上の基準を満たしている場合は、準国際展示会として調査対象に加えた。調査項目としては、2024年に開催された国内の大型展示会の参加者数・開催面積・出展面積を把握した。

主催者アンケートに基づいて取得された開催実績に対して令和6年度調査において取得された主催者・出展者・参加者の各主体における原単位を掛け合わせることで展示会・見本市等の消費額を把握した。次項に主催者アンケートで用いた設問票を掲載する。

## ●主催者アンケート

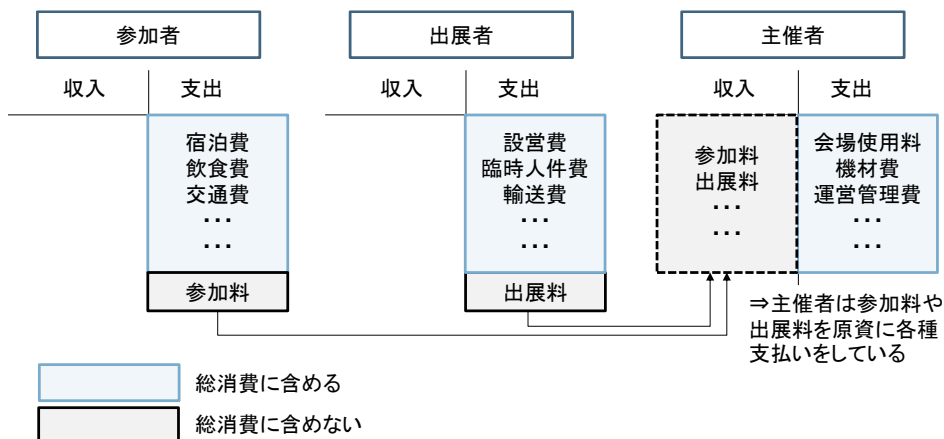
	設問	回答欄
主催されております催事についてお伺いいたします。2024年（1月～12月）に開催された催事についてお答えください。		
1	封筒に記載の対象展示会・見本市の名称をご記入下さい。	
2	対象展示会・見本市の開催期間をご記入下さい。	2024年__月__日～__月__日
3	総来場者数 ※出展者は除く ※総来場者数につきましては延べ人数ではなく、実人数をご記入下さい。詳細な実人数が不明な場合はおおよその人数をご記入下さい。	約__人
4	来場者のうち、海外からの外国人参加者数 ※延べ人数ではなく、実人数をご記入下さい。詳細な実人数が不明な場合はおおよその人数をご記入下さい。	約__人
5	来場者のうち、ビジネス目的の参加者と一般参加者のおおよその比率 ※本調査では一般来場者を除く商談等のビジネス目的で参加された来場者を対象に分析する事を想定しております。	ビジネス目的：約__割 一般参加者：約__割
6	総出展者数	__社
7	総出展小間数 ※出展者は除く※1小間は3x3mを想定。1小間の広さが著しく異なる場合には㎡数でご回答ください。	__小間 ( __㎡)
8	出展者のうち、海外からの外国企業の出展者数	__社
9	出展者のうち、海外からの外国企業の出展小間数 ※出展者は除く※1小間は3x3mを想定。1小間の広さが著しく異なる場合には㎡数でご回答ください。	__小間 ( __㎡)

### 3-2. 総消費額の算出にあたっての留意点

3-1にて記載した算出手法に基づき、企業会議、報奨・研修旅行、国際会議、展示会・見本市等それぞれの主体の総消費額を推計した。

総消費額を推計する際、全ての主体の消費額・総支出額を単純に合算すると、本来間接1次波及効果として捉えるべき金額も直接効果として捉えてしまうことになるため注意が必要である。特に一般的な展示会・見本市等においては、主催者は参加者の参加料や、出展者の出展料を収入として、会場使用料や運営管理費等の支出に充てている。したがって、主催者の支出に加えて、参加者の参加料や出展者の出展料を消費額に含めてしまうと、参加料・出展料の分だけ消費額を過大に加算（ダブルカウント）してしまうことになる。前述した調査票の設計や、総消費額の計算において、この消費のダブルカウントの除去を行っている。

図表 1-12 ダブルカウントの除去



### 3-3. 総消費額の算出の実施

#### (1) 企業会議

##### (i) 企業会議の調査対象

企業会議の定義は「10人以上の参加」、「4時間以上の開催」、「外部の施設を利用」、「海外からの外国人参加者を含む催事」の4条件全てを満たすものとし、これに該当する会議を対象とした。さらにこれらを①企業ミーティング、②顧客セミナー、③研修・視察、④式典、⑤その他、の5種類の催事に分類し調査を実施した。

##### (ii) 企業会議の調査方法

調査は、企業会議の手配等を行うエージェントに対するアンケート調査を行った。エージェントアンケートで2つの観光事業者団体の協力を得て計1,013社に2024年に取扱いのあった企業会議に関する質問を行った。

図表 1-13 企業会議の調査方法

調査	対象	実施方法
エージェントアンケート	JATA 会員：726 社 OTOA 会員：92 社 その他企業：195 社	Web アンケート

##### (iii) 企業会議の回収結果

図表 1-14 企業会議の回収結果（有効回答数）

エージェントアンケート
107（シェア約 84.3%に相当）

## (2) 報奨・研修旅行

### (i) 報奨・研修旅行の調査対象

報奨・研修旅行の定義は「10人以上参加」、「4時間以上の開催」、「外部の施設を利用」、「海外からの外国人参加者を含む催事」とし、これに該当する催事を対象とした。具体的には、以下の観点により催事を定義付けた。

- ・ 自社社員、販売員、販売代理店対象の催事
- ・ 全社員や部署全員を対象にしたものではなく、業績に応じて一定の条件をクリアした社員を選抜して開催している催事
- ・ 催事の行程に経営方針・新商品等についての会議や研修等の要素が入るものの、主目的が“参加社員のモチベーション向上”、好業績の“報酬”としている催事

### (ii) 報奨・研修旅行の調査方法

調査は、企業会議と同様に、エージェントに対する Web アンケートを実施した。（回収結果も同様である）

## (3) 展示会・見本市等

### (i) 展示会・見本市等の調査対象

展示会・見本市等に関しては、我が国においては日本展示会認証協議会（JECC）により国際展示会の認証制度が運用されており、UFI基準に準ずる形で、「海外出展企業が全体の10%以上であること」または「海外からの来場者数が全体の5%以上であること」を満たす催事を国際展示会と認めている。そのため本事業においても、国際展示会の認証を取得している展示会・見本市等を対象とする。

ただし、国際展示会の認証を取得していなくても一定の外国人来場者及び出展者が参加している大型の展示会・見本市等が存在するため、これらの催事も今回の調査対象とした。

また、実施規模の観点から2024年に開催された展示会のうち利用展示面積3万㎡以上の展示会を抽出したが（東京ビッグサイト、幕張メッセ、インテックス大阪、ポートメッセ名古屋の展示会・見本市等のみが該当）、その他にも外国人の訪問も多く重要と思われる展示会や見本市も包含するため、一部パシフィコ横浜やその他の展示会場で開催されている展示会・見本市等については各会場の開催カレンダーより展示会名を確認・公開情報にて開催詳細を把握し、調査対象としてふさわしいと考えられる催事を抽出した。結果として調査対象とした展示会・見本市等は計102となり、これらの展示会・見本市等を対象に主催者アンケート調査を実施した。

(ii) 展示会・見本市等の調査方法

主催者アンケートは Web アンケート調査で実施した。

図表 1-15 展示会・見本市等の調査方法

調査	対象	実施手法
主催者アンケート	3の主催企業・団体	Web アンケート

(iii) 展示会・見本市等の回収結果

図表 1-16 展示会・見本市等の回収結果（有効回答数）

主催者アンケート
42

## 第2章. 国際 MICE の総消費額算出結果

### 1. 企業会議の算出結果

#### 1-1. 企業会議の参加者数の推計

本事業で対象とした企業会議の参加者数の推計結果は、全体で 670,796 人（うち外国人参加者数 119,702 人）という結果となった。本事業で設定した企業会議の 4 つの分類別に見てみると、企業内ミーティングの総参加者数は 133,356 人（うち外国人参加者数 38,366 人）、顧客セミナーの総参加者数は 285,850 人（うち外国人参加者数 36,128 人）、研修・視察の総参加者数は 168,956 人（うち外国人参加者数 36,567 人）、式典の総参加者数 82,634 人（うち外国人参加者数 8,642 人）となった。

図表 1-17 企業会議の参加者数の推計結果

	日本人参加者数	外国人参加者数	計
企業内MTG	94,990	38,366	133,356
顧客セミナー	249,723	36,128	285,850
研修・視察	132,388	36,567	168,956
式典	73,992	8,642	82,634
計	551,094	119,702	670,796

注) 合計の参加者数は端数処理（四捨五入）の関係で各項目の合計と一致しない点に注意

## 1-2. 企業会議の消費額の算出

令和6年度調査から主催者の参加者1人当たり消費額および参加者1人当たり消費額を把握し、参加者数を掛け合わせることで消費額を推計した。

企業内ミーティングが約1,308億円と企業会議全体の約半分を占める。次いで顧客セミナー、研修・視察、式典の順となっている。

図表 1-18 企業会議の消費額（億円）

類型	主催者消費額	参加者消費額	総消費額
企業内MTG	1,129.7	178.4	1,308.1
顧客セミナー	538.2	242.7	781.0
研修・視察	212.4	189.6	402.0
式典	125.9	64.7	190.6
計	2,006.3	675.5	2,681.8

注) 合計の参加者数は端数処理（四捨五入）の関係で各項目の合計と一致しない点に注意

## 1-3. 過年度調査との比較

企業会議に該当するすべての催事類型において2023年から大幅な増加がみられ、コロナ禍による開催件数・参加者数の減少から回復傾向にあることが読み取れる。過年度調査における有識者ヒアリングでも指摘されていた通り、新型コロナウイルス感染症の第5類移行後に主催者が企画・準備を開始し、2024年以降に持ち越されていた案件が、本格的に開催され始めたことが主な増加要因であると考えられる。

企業内ミーティングは、2023年の約5.6万人から2024年には13.3万人に増加した。コロナ禍以前（2016年～2018年）の15万～30万人程度の水準にはまだ届かないものの、着実な回復基調にあることが読み取れる。

顧客セミナーについては、2023年の2.4万人から2024年は28.6万人へと急増しており、保留されていた対面での顧客接点活動が大きく再開したことを示している。

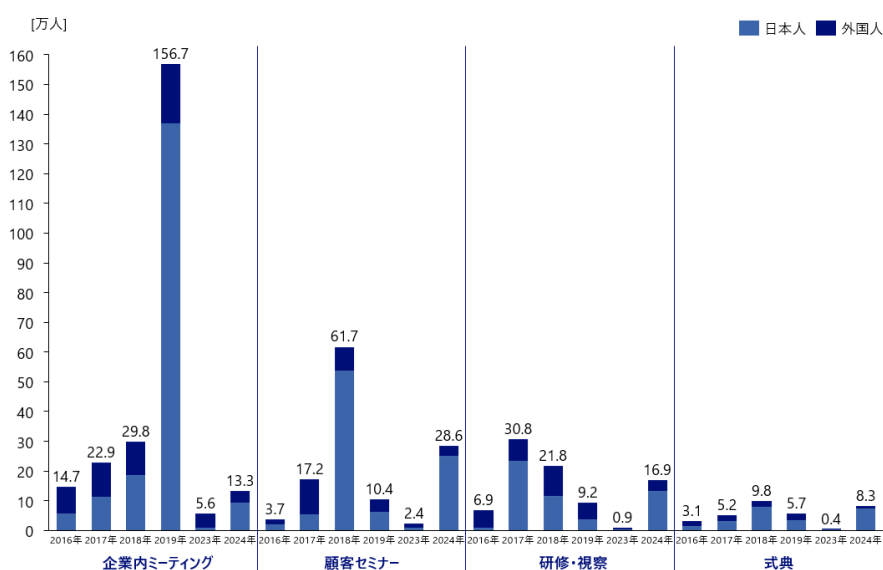
また、研修・視察および式典については、2023年には0.9万人、0.4万人と大きく落ち込んでいたが、2024年には研修・視察が16.9万人、式典が8.3万人と2018年や2019年と同等レベルの規模まで回復しており、停滞していた企業活動が実地での開催へと強く回帰していることがうかがえる。

企業会議の消費額に関しても、2024年は回復傾向にある。「企業ミーティング」の消費額は、「ラグビーワールドカップ2019日本大会」等の影響で大きく突出しているが、それ以前は400億～700億円台で推移していた。2023年は637.1億円とコロナ禍以前の水準に留まっていたが、2024年には1,308.1億円へと倍増し、強い回復を見せている。

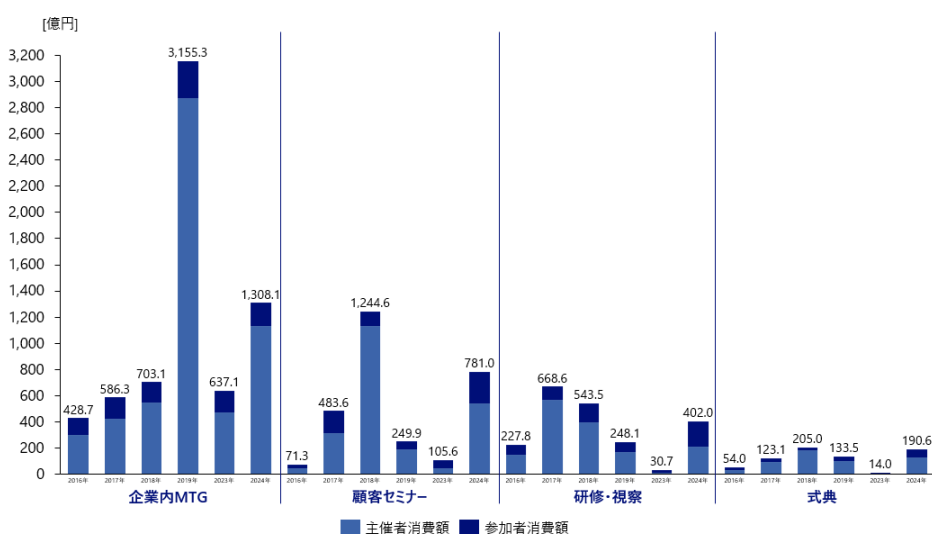
「顧客セミナー」については、2018年の1,244.6億円をピークに減少傾向にあり、2023年は105.6億円まで落ち込んだ。しかし、2024年には781.0億円へと回復し、保留されていた案件の再開が消費額を大きく押し上げているものと想定される。

また、「研修・視察」および「式典」については、大手代理店での取り扱いが減少した影響等により、2023年はそれぞれ30.7億円、14.0億円と著しく減少していたが、2024年には反発し、「研修・視察」は402.0億円と2019年の248.1億円を上回る水準に達した。「式典」も190.6億円と2018年の水準に近い規模まで持ち直した。

図表 1-19 企業会議の参加者数の推移



図表 1-20 企業会議の消費額の推移



## 2. 報奨・研修旅行の算出結果

### 2-1. 報奨・研修旅行の参加者数の推計

本事業で対象とした報奨・研修旅行の参加者数の推計結果は、全体で 70,532 人という結果となった。

図表 1-21 報奨・研修旅行の参加者数の推計結果

	参加者数
報奨・研修旅行	70,532

### 2-2. 報奨・研修旅行の消費額の算出

令和 6 年度調査から主催者の参加者 1 人当たり消費額および参加者 1 人当たり消費額を把握し、参加者数を掛け合わせることで消費額を推計した。

報奨・研修旅行の消費額は全体で 588.5 億円（主催者消費額 385.7 億円、参加者消費額 202.8 億円）となった。

図表 1-22 報奨・研修旅行の消費額（億円）

	主催者消費額	参加者消費額	合計
報奨・研修旅行	385.7	202.8	588.5

### 2-3. 過年度調査との比較

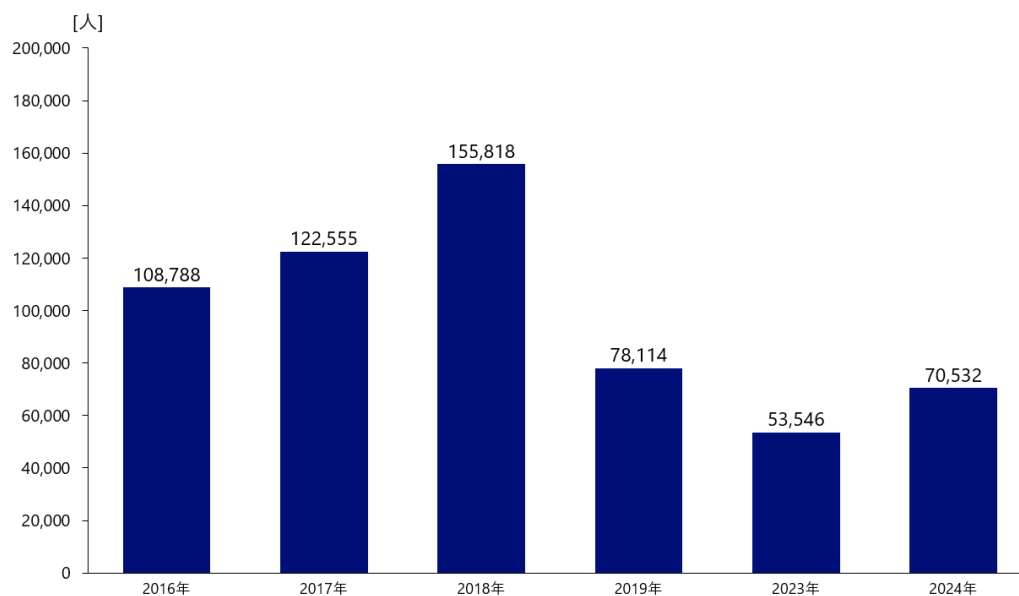
報奨・研修旅行の動向について過年度と比較すると、企業会議と同様に、2024 年は参加者数・消費額ともに 2023 年から増加を示しており、コロナ禍から明確な回復基調にあることが読み取れる。

参加者数の推移に目を向けると、2023 年の 53,546 人から 2024 年には 70,532 人へと増加した。ピークであったコロナ禍以前の水準にはまだ及ばないものの、2019 年の規模に迫りつつあり、停滞していた報奨・研修旅行の実施が着実に持ち直していることがうかがえる。

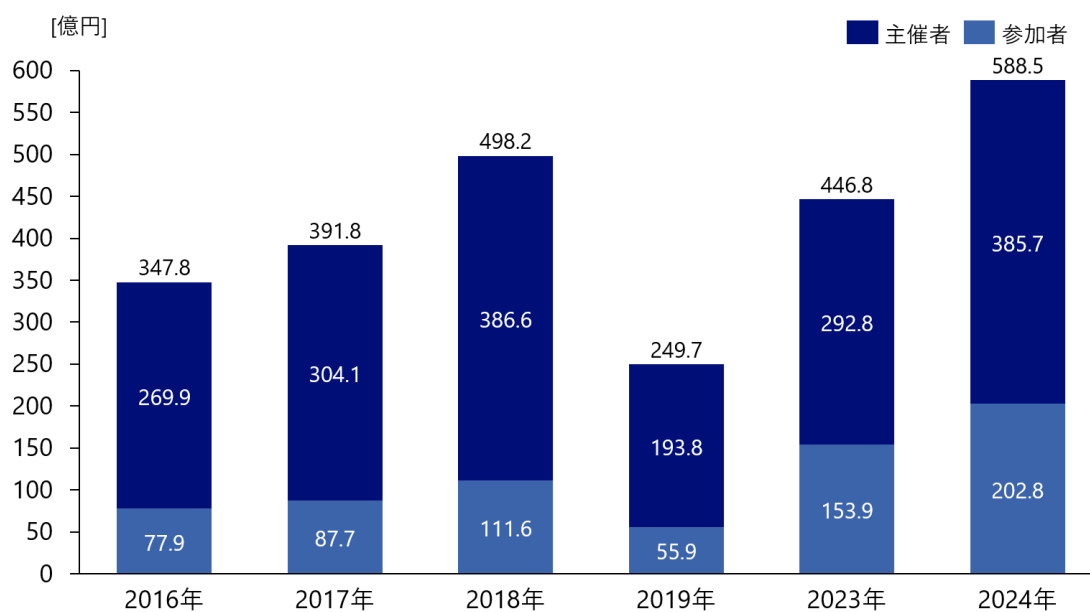
消費額については、企業会議の各テーマ同様、力強い反発を見せている。2019 年に 249.7 億円まで落ち込んだ後、2023 年には 446.8 億円まで回復していたが、2024 年にはさらに伸長し、588.5 億円となった。

令和 6 年度調査において近年の物価・旅行代金等の高騰に伴う 1 人当たり単価の大幅な上昇を背景として参加者消費原単位が 2017 年度調査の 71,601 円から 287,485 円に伸長したことで、消費額が大きく押し上がったものと推測される。

図表 1-23 報奨・研修旅行の参加者数の推移



図表 1-24 報奨・研修旅行の消費額（億円）



### 3. 国際会議の算出結果

#### 3-1. 国際会議の参加者数の推計

本事業では 2023 年度の事業で把握した国際会議の主催者、参加者、出展者の参加者 1 人当たり消費額をもとに、JNTO 国際会議統計から 2024 年に開催された国際会議の参加者数を用いて、国際会議における総消費額の算出を行った。なお、国際会議の総消費額は各主体におけるカテゴリ別に参加者 1 人当たりの消費額を参加者数に掛け合わせて算出される。

図表 1-25 JNTO 国際会議統計による国際会議の推計参加者数

区分	三大都市圏 ×医学	三大都市圏 ×医学以外	その他都市 ×医学	その他都市 ×医学以外	計
日本人	339,432	322,059	217,998	202,625	1,082,115
外国人	23,330	76,246	9,739	49,619	158,934

#### 3-2. 国際会議の消費額の算出

国際会議では、主催者、参加者、出展者のそれぞれの消費額を算出し、総消費額を推計した。日本人参加者消費額が約 913.7 億円と最も多く、続いて主催者消費額が約 870.1 億円、外国人参加者消費額が約 734.2 億円、出展者消費額が約 270.0 億円となっている。

図表 1-26 国際会議の消費額（億円）

日本人参加者 消費額	外国人参加者 消費額	主催者消費額	出展者消費額	各主体合計 (国際会議消費額)
913.7	734.2	870.1	270.0	2,788.0

次頁に昨年度調査同様に主催者、参加者、出展者ごとに「医療系かつ三大都市圏開催の国際会議」、「医療系かつ三大都市圏外開催の国際会議」、「医療系以外かつ三大都市圏開催の国際会議」、「医療系以外かつ三大都市圏外開催の国際会議」における消費額の内訳を整理する。

図表 1-27 国際会議の主催者消費額（億円）

テーマ	三大都市圏	三大都市圏以外	計※
医療系	257.3	105.7	363.0
医療系以外	349.7	157.3	507.0
計※	607.0	263.0	870.1

注) 合計の参加者数は端数処理（四捨五入）の関係で各項目の合計と一致しない点に注意

図表 1-28 国際会議の参加者（外国人）消費額（億円）

テーマ	三大都市圏	三大都市圏以外	計※
医療系	103.5	62.6	166.1
医療系以外	345.7	222.4	568.1
計※	449.2	285.0	734.2

注) 合計の参加者数は端数処理（四捨五入）の関係で各項目の合計と一致しない点に注意

図表 1-29 国際会議の参加者（日本人）消費額（億円）

テーマ	三大都市圏	三大都市圏以外	計※
医療系	278.0	241.3	519.4
医療系以外	225.4	169.0	394.4
計※	503.4	410.3	913.7

注) 合計の参加者数は端数処理（四捨五入）の関係で各項目の合計と一致しない点に注意

図表 1-30 国際会議の出展者消費額（億円）

テーマ	三大都市圏	三大都市圏以外	計※
医療系	19.7	12.4	32.0
医療系以外	145.7	92.3	238.0
計※	165.4	104.6	270.0

注) 合計の参加者数は端数処理（四捨五入）の関係で各項目の合計と一致しない点に注意

### 3-3. 過年度調査との比較

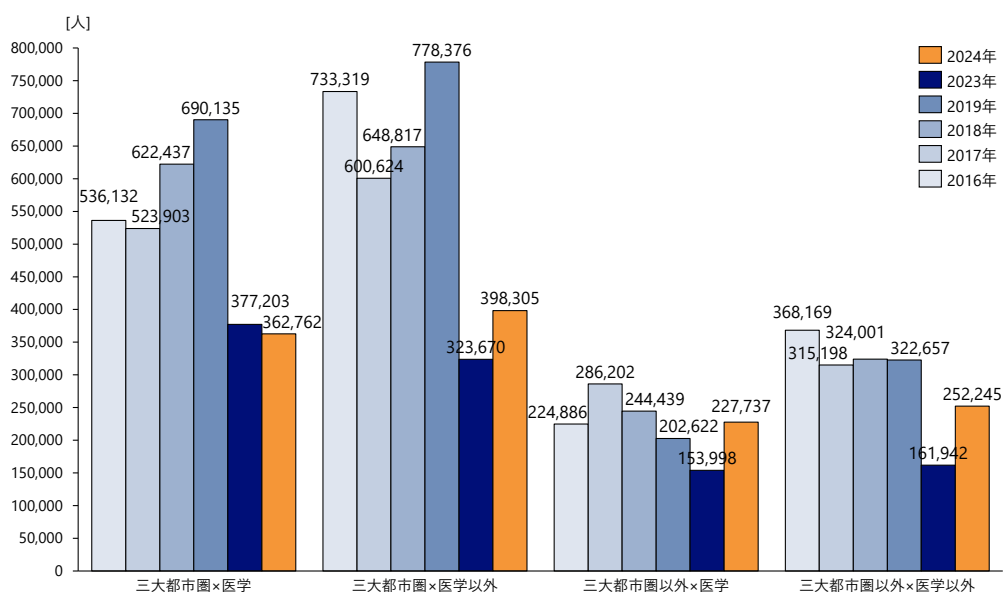
国際会議の参加者数は、各カテゴリーにおいて、コロナ禍以前の2019年から大きく減少しており、コロナ禍による影響を払拭するには至っていない。ただし、「三大都市圏×医学」以外の3カテゴリーにおいて、2023年に比べて増加しており、緩やかではあるものの、回復基調にあることが見て取れる。

図表 1-31 国際会議の参加者数

	年	三大都市圏		三大都市圏以外		計
		医学	医学以外	医学	医学以外	
日本人	2016	495,615	623,386	216,962	310,417	1,646,380
	2017	492,630	507,131	277,229	262,289	1,539,279
	2018	587,493	537,070	235,797	269,737	1,630,097
	2019	661,542	654,976	195,480	268,398	1,780,396
	2023	358,802	256,671	149,393	122,574	887,440
	<b>2024</b>	<b>339,432</b>	<b>322,059</b>	<b>217,998</b>	<b>202,625</b>	<b>1,082,115</b>
外国人	2016	40,517	109,933	7,924	57,752	216,126
	2017	31,273	93,493	8,973	52,909	186,648
	2018	34,944	111,747	8,642	54,264	209,597
	2019	28,593	123,400	7,142	54,259	213,394
	2023	18,401	67,000	4,605	39,367	129,373
	<b>2024</b>	<b>23,330</b>	<b>76,246</b>	<b>9,739</b>	<b>49,619</b>	<b>158,934</b>
計	2016	536,132	733,319	224,886	368,169	1,862,506
	2017	523,903	600,624	286,202	315,198	1,725,927
	2018	622,437	648,817	244,439	324,001	1,839,694
	2019	690,135	778,376	202,622	322,657	1,993,790
	2023	377,203	323,670	153,998	161,942	1,016,813
	<b>2024</b>	<b>362,762</b>	<b>398,305</b>	<b>227,737</b>	<b>252,245</b>	<b>1,241,049</b>

注) 合計の参加者数は端数処理（四捨五入）の関係で各項目の合計と一致しない点に注意

図表 1-32 国際会議の参加者数



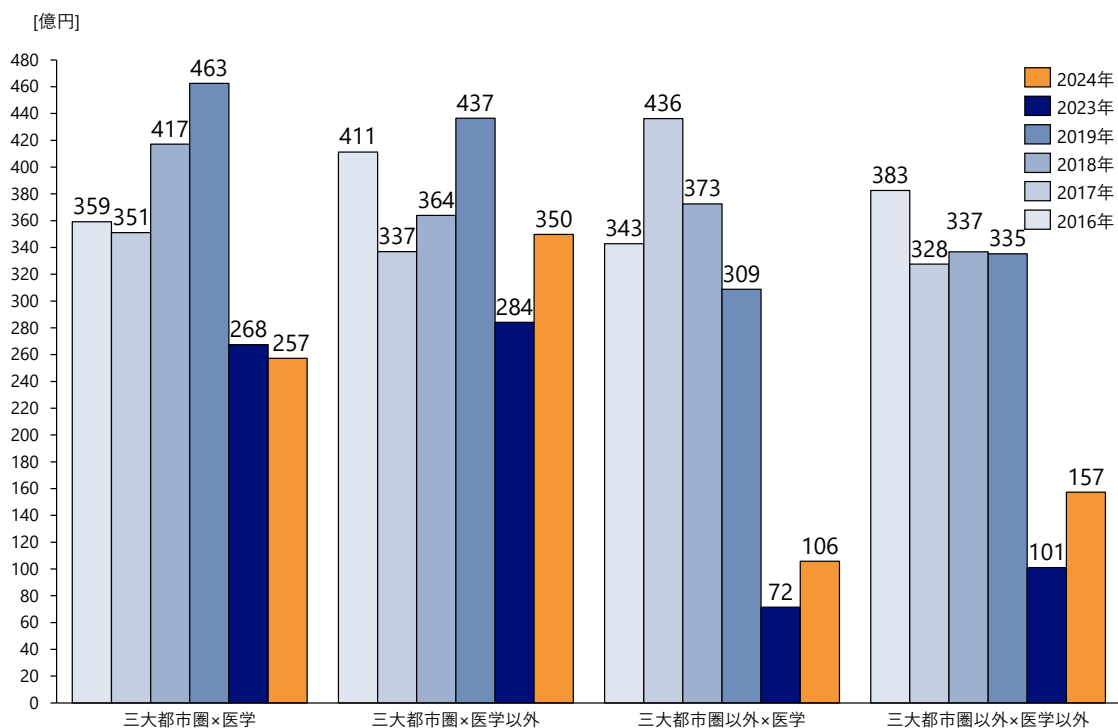
コロナ禍以前の水準には及ばないが、2023年と比較して、「三大都市圏×医学」の国際会議は参加者数が微減したため、消費額も微減している。

図表 1-33 国際会議の主催者消費額（億円）

年	三大都市圏		三大都市圏以外		計
	医学	医学以外	医学	医学以外	
2016	359.3	411.3	342.8	382.6	1,496.0
2017	351.1	336.9	436.2	327.6	1,451.8
2018	417.1	363.9	372.6	336.7	1,490.3
2019	462.5	436.5	308.8	335.3	1,543.1
2023	267.5	284.2	71.5	101.0	724.2
2024	257.3	349.7	105.7	157.3	870.1

注) 合計の参加者数は端数処理（四捨五入）の関係で各項目の合計と一致しない点に注意

図表 1-34 国際会議の主催者消費額（億円）



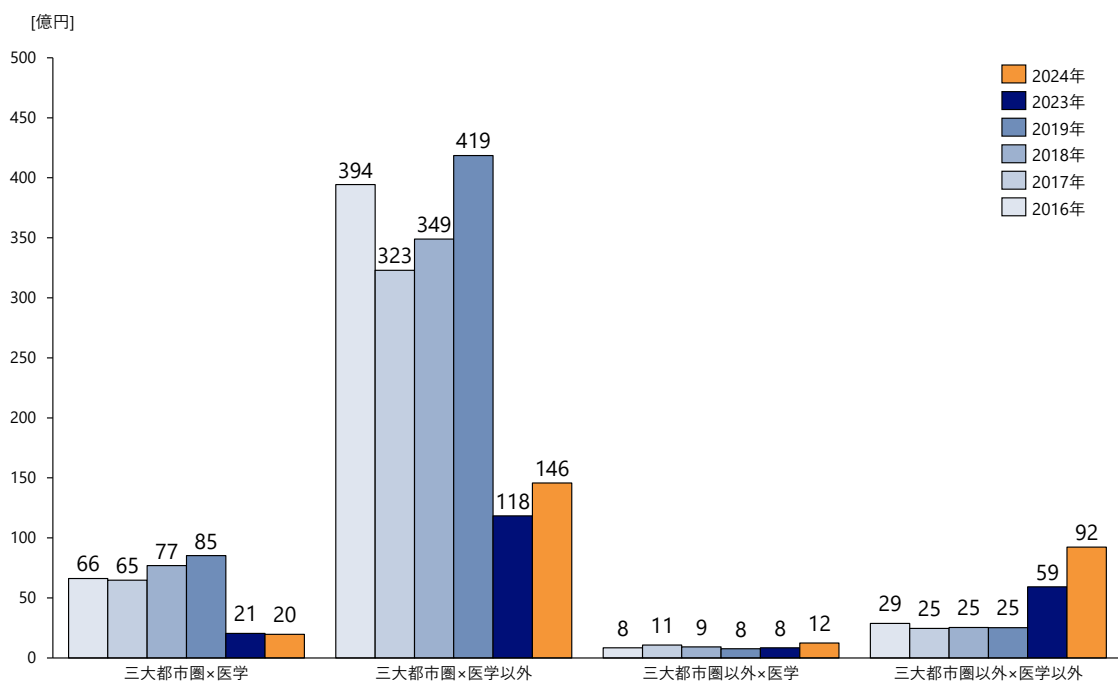
参加者数が微減した「三大都市圏×医学」以外の3カテゴリーで、2023年と比較して出展者消費額が増加している。

図表 1-35 国際会議の出展者消費額（億円）

年	三大都市圏		三大都市圏以外		計
	医学	医学以外	医学	医学以外	
2016	66.2	394.4	8.4	28.7	497.7
2017	64.7	323.0	10.7	24.6	423.0
2018	76.9	348.9	9.2	25.3	460.3
2019	85.3	418.6	7.6	25.2	536.7
2023	20.5	118.4	8.4	59.2	206.5
<b>2024</b>	<b>19.7</b>	<b>145.7</b>	<b>12.4</b>	<b>92.3</b>	<b>270.0</b>

注) 合計の参加者数は端数処理（四捨五入）の関係で各項目の合計と一致しない点に注意

図表 1-36 国際会議の出展者消費額（億円）

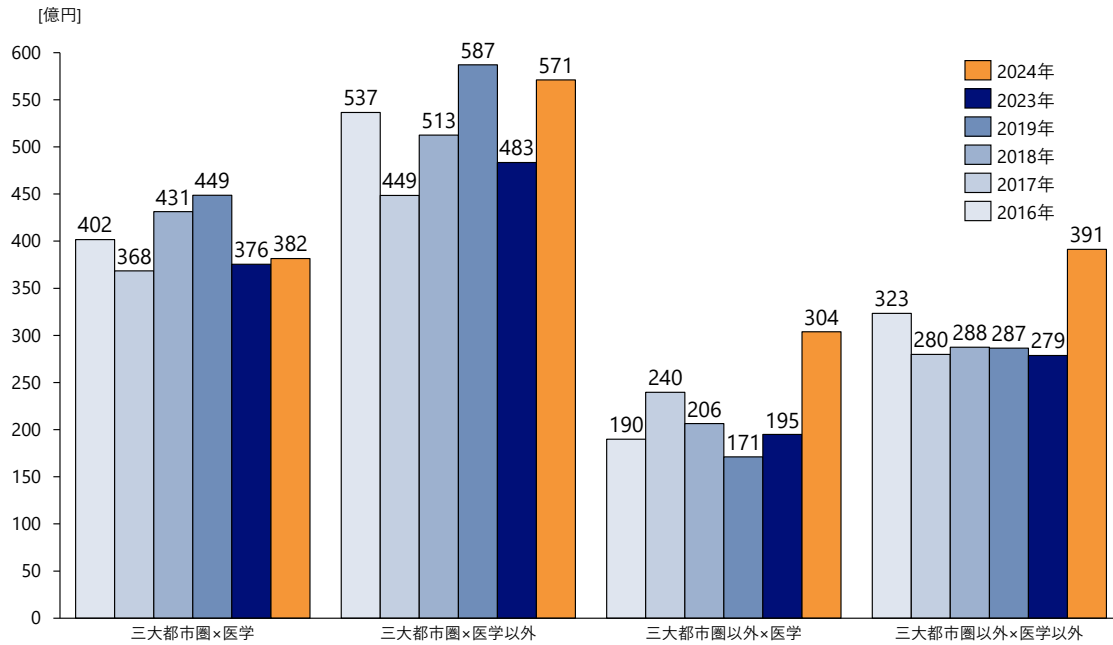


国際会議の参加者消費額は、どのカテゴリーにおいても2023年に比べて増加した。参加者数が微減した「三大都市圏×医学」の国際会議は、参加者数は減少しているが、消費額の大きい海外参加者の参加割合が高まったことで、消費額は増加している。

図表 1-37 国際会議の参加者消費額（億円）

年	三大都市圏		三大都市圏以外		計
	医学	医学以外	医学	医学以外	
2016	401.7	536.6	189.8	323.4	1,451.5
2017	368.4	448.5	239.7	279.8	1,336.4
2018	431.3	512.5	206.4	287.5	1,437.7
2019	448.6	587.1	171.1	286.5	1,493.3
2023	375.5	483.4	195.0	278.7	1,332.6
2024	381.5	571.1	303.9	391.4	1,647.9

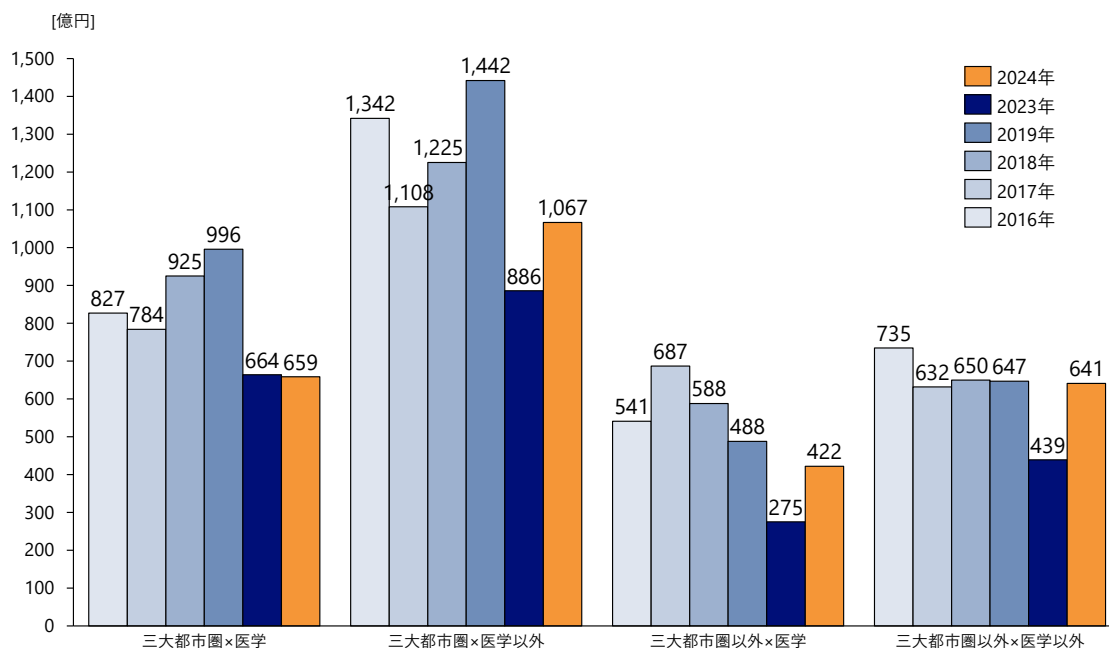
図表 1-38 国際会議の参加者消費額（億円）



注) 合計の参加者数は端数処理（四捨五入）の関係で各項目の合計と一致しない点に注意

各主体の消費額を合計した国際会議の総消費額を参照すると、参加者数の増加に比例し、総消費額も増加していることが分かる。唯一、参加者数が微減した「三大都市圏×医学」の国際会議は、総消費額が微減した。

図表 1-39 国際会議の消費額（億円）



#### 4. 展示会・見本市等の算出結果

##### 4-1. 展示会・見本市等の参加者数の推計

本事業で対象とした展示会・見本市等の参加者数の推計結果は、全体で1,796,039人という結果となった。内訳をみると、日本人参加者が1,710,716人、海外参加者が85,323人となっている。

図表 1-40 展示会・見本市等の参加者数（人）

日本人参加者	海外参加者	計
1,710,716	85,323	1,796,039

##### 4-2. 展示会・見本市等の消費額の算出

令和6年度調査から主催者、出展者および参加者の消費額を把握し、参加者数等を掛け合わせることで消費額を推計した。

展示会・見本市等の消費額は全体で1,640.6億円（参加者消費額769.6億円、主催者消費額141.0億円、出展者消費額730.0億円）となった。なお、参加者消費額の内訳は、日本人参加者が344.8億円、海外参加者が424.9億円となっている。

図表 1-41 展示会・見本市等の消費額（億円）

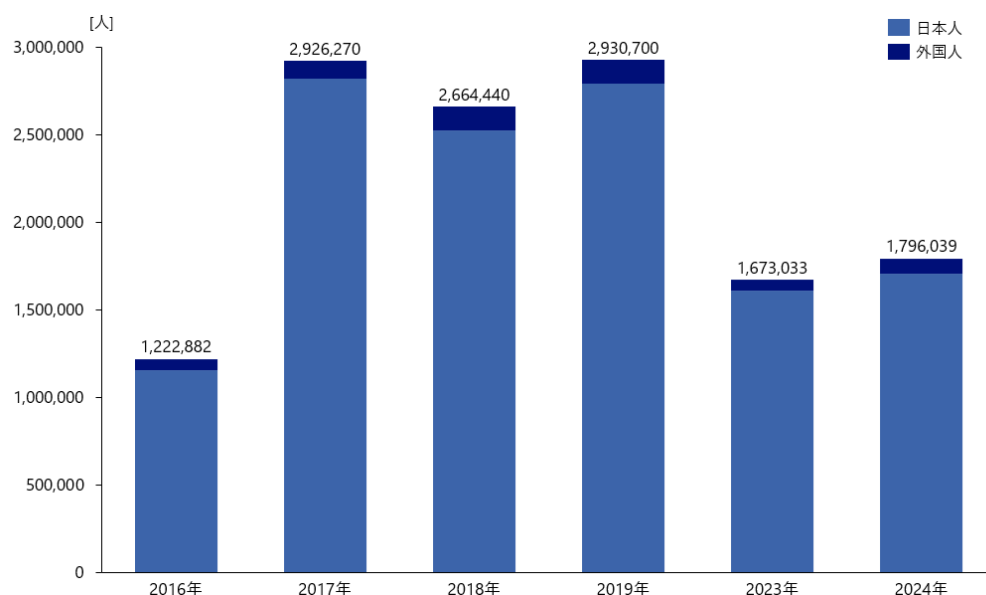
参加者	日本人参加者	海外参加者	主催者	出展者	計
769.6	344.8	424.9	141.0	730.0	1640.6

#### 4-3. 過年度調査との比較

全体の参加者数は前年からは増加に転じているものの、依然としてコロナ禍以前の水準には至っておらず、市場全体としては回復途上の段階にあると言える。参加者の大部分を占める日本人参加者数の動きは、全体の推移をそのまま牽引する形となっている。2023年には大きく落ち込んだものの、2024年には国内企業活動の再開やリアルイベントへの回帰を背景に、緩やかな回復傾向を示した。

外国人参加者数は、2023年にコロナ禍の影響で大きく減少しており、2024年もその影響が残っている。外国人の参加者割合はコロナ禍以前と比較しても小さくなっていることが見て取れる。

図表 1-42 展示会・見本市等の参加者数の推移（人）

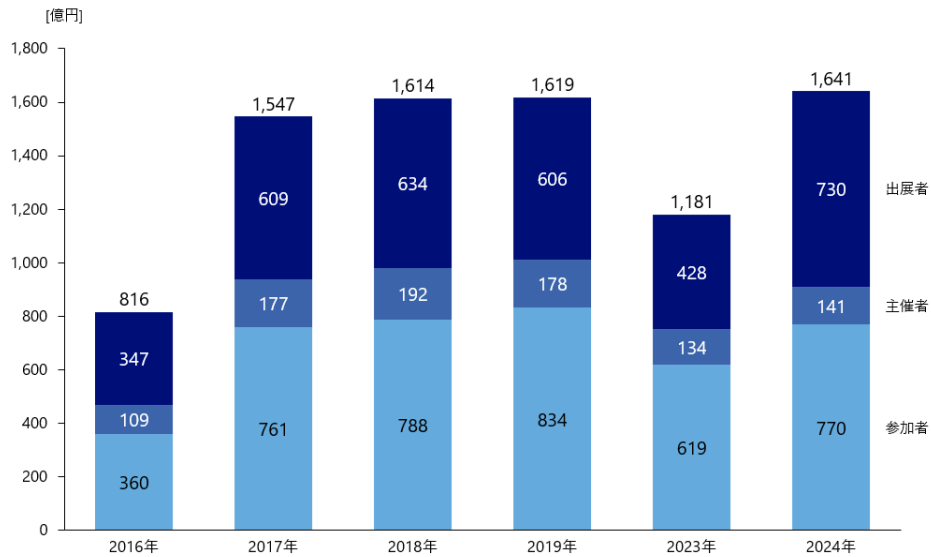


2024年の展示会・見本市等における総消費額は1,641億円となり、前年の1,181億円から増加し、コロナ禍以前である2019年の1,619億円を上回る水準となった。

2024年の参加者数の回復は前年比で微増にとどまっており、総消費額が2019年を上回った主な要因は、令和6年度調査における展示会・見本市等の消費原単位の上昇が大きく影響していると推察される。

内訳をみると、全体の増加を牽引したのは出展者消費額（730億円）であり、2019年（606億円）を大きく上回った。一方、参加者消費額は770億円と前年から回復したものの、2019年（834億円）には及んでいない。また、主催者消費額は141億円と前年から微増にとどまり、依然としてコロナ禍以前の水準を下回って推移している。

図表 1-43 展示会・見本市等の消費額の推移（億円）



### 第3章. 調査結果から得られる示唆

#### 1. 次年度調査に向けた万博関連 MI の開催動向の整理

##### 1-1. 万博関連 MI の開催動向

MI 主催者に対し、次年度調査に向けた 2025 年における取扱案件全体に占める万博関連催事の割合、および万博開催による効果を聴取した。その結果、万博関連催事を一定割合で取り扱った層（万博による恩恵を得た層）を中心に、万博を契機とした多様な効果を実感していることが確認された。得られた回答の傾向を分類し、以下の通り整理した。

図表 1-44 アンケートで確認された万博開催による効果と影響

分類	主な回答内容（抜粋・要約）
直接的な需要喚起・受注機会の拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海外からの招待客や有力企業の参加が多数みられた。</li> <li>・国際会議の日本開催や、海外からの報奨旅行の増加が後押しされた。</li> <li>・大型催事を契機として新たな需要を取り込む受注手法が確立できた。</li> <li>・顧客からの問い合わせ数が増加した。</li> </ul>
波及効果・収益面への影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>・滞在日数の増加や、関西圏だけでなく全国各地への周遊による経済効果が生まれた。</li> </ul>

分類	主な回答内容（抜粋・要約）
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・開催費用の高騰に伴い顧客への説明対応に追われたが、結果として顧客単価が上がり収益増につながった。</li> </ul>
中長期的な開催効果への期待	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本全体や開催地域の知名度が向上し、将来的な国際催事の誘致に好影響をもたらすと期待できる。</li> <li>・催事に対する企業予算が増加傾向にあり、より高品質な体験やサービスを求める需要が高まっている。</li> <li>・万博で培われた運営の知見や施設等の基盤整備が、今後の開催環境の向上につながる。</li> </ul>
需要の競合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・開催期間中の宿泊費高騰などにより、従来実施されていた他地域からの報奨旅行案件が減少した。</li> </ul>

上記の結果から、万博の開催は単なる一過性の需要増加にとどまらず、日本における催事環境の質的な底上げや、開催地としての国際的な知名度向上をもたらす大きな契機となっていることがわかる。一方で、一時的な宿泊費等の高騰により、従来の案件が減少するといった需要の競合による影響も一部で確認された。

次年度実施が想定される2025年に開催されたMIを対象とする調査においては、直接的な関西地域における受注機会の拡大にとどまらず、運営体制の強化や顧客単価の向上といった効果についても取り扱うことを検討することで、万博の開催効果を多面的に整理することができる可能性がある。

## 2. その他分析

### 2-1. MI主催者の消費促進施策の実施状況

図表 1-45 はMI主催者が実施している類型別の消費喚起施策の割合を示している。全体的な傾向として、いずれの類型においても「周辺観光の発信」の実施割合が40%台後半～50%台後半と比較的高い水準にあり、「延泊メニューの整備」は相対的に実施割合が低い。

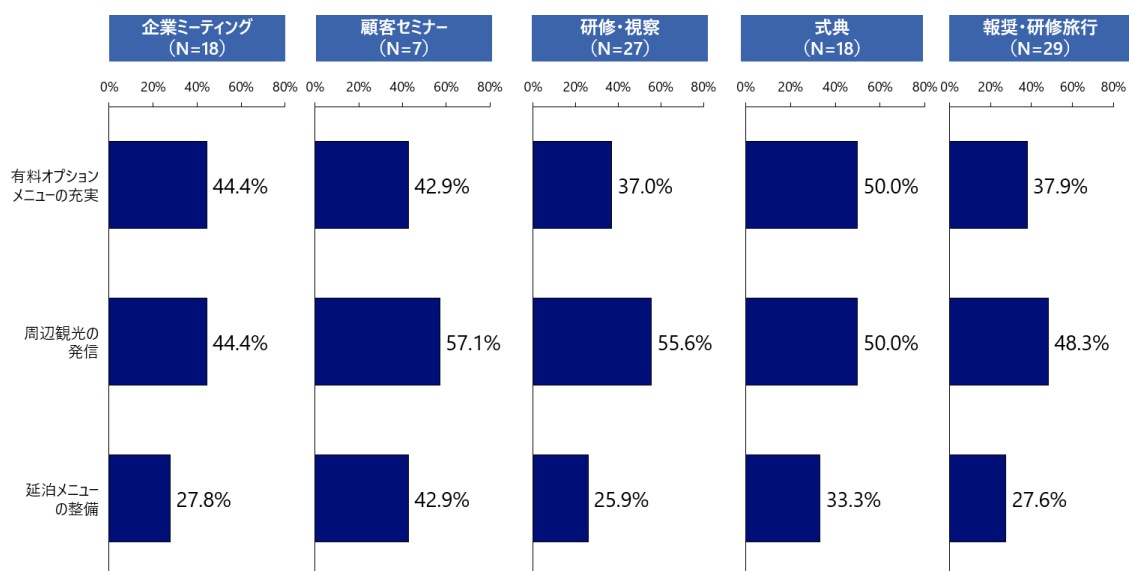
企業会議の数値について、「顧客セミナー」は、「周辺観光の発信」（57.1%）および「延泊メニューの整備」（42.9%）が他類型と比較して高く、遠方からの参加者を想定し、滞在や回遊を促す情報提供が積極的に行われていることがうかがえる。

「式典」においては、「有料オプションメニューの充実」が50.0%と全類型の中で最も高く、記念行事という特別な場において、食事や送迎のアップグレード、記念品の追加手配といったニーズが高いことが推察される。

「研修・視察」は「周辺観光の発信」が55.6%と高い一方で、「有料オプションメニューの充実」は37.0%にとどまっており、催事の主目的である視察を阻害しない形で周辺案内が主体となっていると考えられる。

報奨・研修旅行について、「周辺観光の発信」が48.3%、「有料オプションメニューの充実」が37.9%、「延泊メニューの整備」が27.6%と、顧客セミナーや式典などの企業会議と比較して、必ずしも高い数値を示していない。背景として、報奨・研修旅行は、企画段階から行程内に観光、自由行動、選択式のアクティビティ等があらかじめパッケージとして組み込まれていることが想定されるため、主催者や手配を担う代理店は、本調査の回答において「追加の消費喚起施策を実施している」という認識に至らなかった可能性がある。

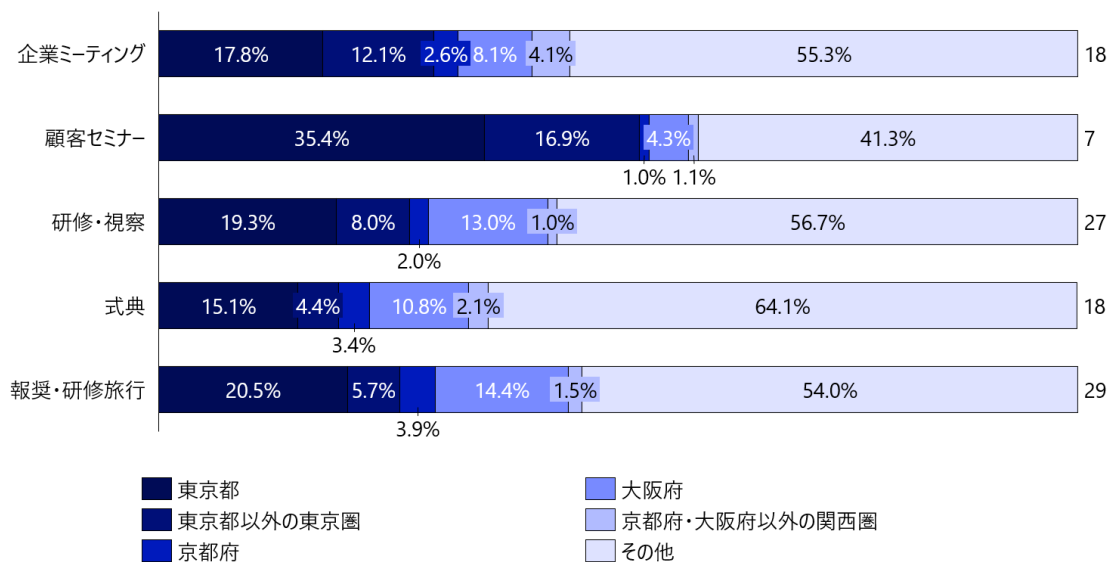
図表 1-45 類型別の消費喚起施策の実施割合



## 2-2. MI 地域別開催割合

図表 1-46 に示す各催事類型別の開催地域割合は、各エージェントからの回答を基に、取扱人数のシェアを用いて拡大推計を実施した開催件数割合を示している。

図表 1-46 MI の開催地域別割合



全体的な傾向として、いずれの催事類型においても「その他（東京都、東京都以外の東京圏、京都府、大阪府、京都府・大阪府以外の関西圏を除く地域）」の割合が高く、全体の 4 割強から 6 割強を占めている。

背景には、企業活動が全国規模で展開されており、各地方拠点（支店・営業所等）でのエリア別のミーティングや研修が恒常的に実施されていることが挙げられる。また、「研修・視察」において地方の工場や先行事例の視察ニーズが存在することや、「式典」においては創業地である地方の自社施設が活用されるケースが多いと想定されるため、それらを反映した結果となっている。さらに、「報奨・研修旅行」に関しては、参加者に対する慰労や非日常感の提供が主目的となるため、大都市圏を離れた全国各地のリゾート地や温泉地、観光名所が開催地として選定されやすいという特性があると考えられる。

「顧客セミナー」は「東京都（35.4%）」と「東京都以外の東京圏（16.9%）」を合わせた東京圏での開催割合が過半数（52.3%）を占め、突出して高い集中度となっている。顧客セミナーの開催目的が「見込み客の獲得」「新サービス・製品の発表」「業界向けの情報発信」といった営業・マーケティング活動に直結しているため、東京圏での開催が多くなっていることが想定される。ターゲットとなる企業の本社機能や意思決定層、および情報感度の高い潜在顧客が最も密集し、交通アクセスも良好な東京

圏で開催することが、集客効率や費用対効果の観点から主催者にとって最も合理的であると判断されているためと考えられる。

## 第2部. MICE 経済波及効果測定モデル（簡易測定モデル）の改訂

### 第1章. モデル改訂の概要

#### 1. モデルの構成

一概に MICE といっても、「M」「I」「C」「E」のそれぞれのタイプによって参加者の属性、運営形態、事業費等の性格は異なっている。特に、経済波及効果の算定を目的とする場合、主催者や出展者、参加者等の消費構造等に着目したタイプ分けとモデルの構築が求められる。簡易測定モデルは、主要な利用者だと考えられる地域の MICE 関係者の利用シーンと経済波及効果の推計に必要なデータの特性を踏まえ、「M」「I」「C」「E」それぞれの MICE タイプ別に算出する形としている。

図表 2-1 MICE モデルの構成

MICE タイプ	利用者と想定される利用シーン
企業ミーティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 【利用者】</li> <li>➢ コンベンションビューロー</li> <li>➢ 地方自治体</li> <li>➢ 施設管理者 等</li> <li>・ 【利用シーン】</li> </ul>
報奨・研修旅行	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 企画、誘致時の予測（誘致補助制度の説明資料作成等）</li> <li>➢ 誘致成果の確認</li> <li>誘致企業に対する PR 資料</li> </ul>
国際会議	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 【利用者】</li> <li>➢ コンベンションビューロー</li> <li>➢ 地方自治体</li> <li>➢ 施設管理者 等</li> <li>・ 【利用シーン】</li> </ul>
見本市・展示会	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 企画、誘致時の予測（国際会議等の誘致等に向けた予算獲得等の説明資料作成）</li> <li>➢ 開催・誘致成果の確認</li> <li>➢ 主催者、出展者に対する PR 資料</li> </ul>
イベント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 【利用者】</li> <li>➢ 観光・文化振興機関</li> <li>➢ 地方自治体</li> <li>➢ 施設管理者 等</li> <li>・ 【利用シーン】</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 企画、誘致時の予測（イベント誘致、地方博覧会企画時の予算説明資料作成など）</li> <li>▶ 開催・誘致成果の確認</li> </ul> 地域振興策検討の基礎データ
--	---

### 1-1. モデル改訂の概要

簡易測定モデルは、①データ入力、②効果算出条件の確認、③地域別産業連関表に基づく効果の算出／アウトプットの表示、という3つのパートから構成される。

図表 2-2 簡易測定モデルの基本的な流れ

①データ入力	②効果算出条件の確認	③産業連関表に基づく効果の算出/アウトプットの表示
<ul style="list-style-type: none"> <li>■MICEの基本情報</li> <li>・適用するMICEモデル</li> <li>・催事名</li> <li>・催事分野</li> <li>・会議日程（会議日数）</li> <li>・日本人参加者数（日帰、宿泊）</li> <li>・外国人参加者数</li> <li>・展示面積/会場整備費</li> <li>・主催者事業費</li> <li>■開催地域の特性等</li> <li>・開催都道府県</li> <li>・開催都市</li> <li>・日系エアライン利用率</li> <li>・消費税率</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■消費原単位の算出、確認</li> <li>■地域別消費額の算出、確認</li> <li>・事業費</li> <li>・日本までの渡航費</li> <li>・国内移動費</li> <li>・都市内移動費</li> <li>・宿泊費</li> <li>・飲食費</li> <li>・観光・娯楽費</li> <li>・土産・買物費</li> <li>■県内宿泊比率の確認</li> <li>■前泊・後泊日数の確認</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■産業連関表に基づく経済波及効果等の計算</li> <li>・直接効果</li> <li>・間接1次波及効果</li> <li>・間接2次波及効果</li> <li>・粗付加価値誘発額</li> <li>・就業効果</li> <li>■税收効果</li> <li>・国税</li> <li>・地方税（都道府県税、市町村税）</li> <li>■波及効果のまとめ図</li> </ul>

### 1-2. 改訂の目的と方針

現行モデルは、採用している消費原単位等が平成29年度時点の改訂版であるため、近年の市場変化や特定のMICEタイプの実態を正確に反映できていないという課題があった。また、UI（ユーザーインターフェース）の視認性や操作性のわかりづらさ等の問題から、搭載されている機能が十分に活用されていない状況も見受けられる。

今回のモデル改訂は、次の3つの観点から改訂を実施した。第一に、最新の調査結果に基づき各種係数や原単位を更新し、算出精度の向上を図った。第二に、UIやUX（ユーザーエクスペリエンス）向上のための抜本的な見直しを行い、誰でも容易に扱える「直感的な操作」を実現した。第三に、開催地以外での宿泊など実態に即した効果の算出設定を可能にするなど、利用者ニーズを踏まえた機能改善を実施した。

図表 2-3 簡易モデル改訂の目的と現行モデルの主要な改善点

#	改訂の目的	現行モデルにおける主要な改善点
1	実態反映した 経済波及効果 算出	<ul style="list-style-type: none"> <li>平成 29 年度事業において取得された消費原単位を用いているため、特定の MICE タイプならびに算出対象主体の波及効果について、現状の実態を正確に反映できていない。</li> </ul>
2	直感的操作 (簡単操作) の実現	<ul style="list-style-type: none"> <li>モデルの UI の視認性が低く、利用者にとって直感的な操作がしづらい。</li> <li>現状の付帯機能も直感的に理解しづらいため、活用されにくい状況となっている。</li> </ul>
3	利用者ニーズ の反映	<ul style="list-style-type: none"> <li>現行モデルは滞在期間がすべて同一県内・市内での滞在となっているため、全国・県内・市内にて算出結果の逆転現象が生じるケースがみられる。</li> </ul>

1-3. 改訂の主要ポイント

本モデルの改訂にあたっては、経済波及効果算出の根拠となる産業連関表をデータ整備時点での最新版へ更新するとともに、消費原単位を直近の調査結果に基づき見直した。これにより、現在の市場実態を反映した試算が可能となった。

また、UI を改良し、現行のプルダウン形式から一見してわかりやすいボタン選択式へ変更した。入力値が不明時の選択肢を明示するなど、利用者が直感的に迷わず操作できる環境を整えた。

さらに、開催都道府県内での宿泊日数割合を個別に入力する機能を追加した。現行モデルでは全日程が開催地での滞在とみなされていたが、この機能変更により地域ごとの消費実態に即した効果測定 of 精度向上を実現している。

図表 2-4 改訂のポイント

改訂ポイント	詳細
各種消費 原単位・ 産業連関 表の更新	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和 5 年度、令和 6 年度に観光庁が実施した MICE の経済波及効果調査をもとに「国際航空運賃」、「宿泊費」等の消費原単位を更新し、より現在の市場の実態を反映した数値を採用。</li> <li>産業連関表についても、2025 年データ整備時点での最新版に更新。 ※ 全国版については、算出効果の標準的な推計を実現するため、本モデルのデータ整備時点において、最も多くの都道府県・市区町村で利用可能なデータが提供されていた 2015 年版を採用している。地域の最新版の産業連関表（2020 年版等）が公表され</li> </ul>

	<p>ている、または手元にあるという場合、Step3 で任意の投入係数・自給率/就業係数を入力することで、最新の産業連関表を使用することが可能。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>消費原単位の更新に合わせ、企業ミーティングについて「外国人参加者あり」と「日本人参加者のみ」を選択可能とし、推計精度向上を図った。</li> </ul>
UI の改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>選択肢の表示方法の変更、入力画面遷移の簡略化、入力項目不明時の選択肢追加を行い、より直感的に使いやすいよう UI を改善した。</li> </ul> <p>(以下、変更箇所の一例)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ プルダウン形式だった選択肢の表示方法を、選択肢の一覧性が確保できるボタン式に変更</li> <li>▶ 一部の任意設定項目について、任意設定用のボタンを新たに設け、押下した場合のみ任意設定のページに遷移する形式に変更</li> <li>▶ 日系エアライン利用率等、不明でも推計可能な数値について、不明の場合に選択すべき選択肢を明示</li> </ul>
開催都道府県内の宿泊比率の設定機能追加	<ul style="list-style-type: none"> <li>開催都道府県内での宿泊比率を入力できるようにし、各地域の宿泊比率に応じて消費額を按分する計算への組み込みを実装した。</li> <li>これにより、開催都道府県・開催都市における経済波及効果の算出の精緻化を可能とした。</li> </ul>

## 第2章. 経済波及効果測定的基本的構成

### 1-1. 経済波及効果の捉え方

本モデルにおける経済波及効果の測定は、MICE 開催に伴う消費支出や事業費などの直接的な需要発生を出発点とし、産業連関表を用いて、その影響が地域経済全体へ波及していく過程を計量的に把握するものである。

具体的には、産業連関表（全国・都道府県・各都市）に基づき、生産誘発効果、粗付加価値誘発額、就業効果、および税収効果といった側面から効果を算出する。

#### ① 生産誘発効果

経済活動において、ある産業に追加的に新たな需要が生じたとき、その需要を満たすために行われる生産は、当該産業だけでなく、原材料等の取引や雇用者所得の増加に伴う消費活動を通じて関連する他の産業にも波及する。この波及も含めた経済的影響を一般的に「経済波及効果」と呼び、産業連関表等を用いた分析によって推計することが可能である。

また、こうした効果は、大きくは「直接効果」「間接1次波及効果」「間接2次波及効果」の側面から捉えることができる。

1. 直接効果：直接効果は、「MICEに直接関わる主体」による消費総額のうち、海外消費分を除いた国内における支出である。効果を生み出す原因となる「主催者」「出展者」「参加者」による、MICE開催（参加）時の支出であり、飲食業、宿泊業、会場設営業、イベント運営業など、多岐の周辺産業に渡る。
2. 間接1次波及効果：直接効果を基に産業連関表等を用いて間接1次波及効果を推計する。直接効果によって誘発される需要を満たすために生み出される周辺産業等の生産額の合計にあたる。
3. 間接2次波及効果：直接効果および間接1次波及効果で生み出された所得額の一定割合が消費されることで喚起される需要を賄うために発生する生産額の合計である。直接効果、間接1次波及効果を基に、産業連関表等を用いて推計する。

## ② その他の誘発効果

産業連関表による経済波及効果は、生産誘発額その他、粗付加価値額、就業者数（昼間ベース）、税収等の側面から把握することが可能であり、各効果で、直接効果、間接効果（1次効果・2次効果）を考えることができる。ただし就業効果（誘発就業者数）、税収効果については、全体としての効果が重要であるため、まとめて効果を示すこととする。

1. 粗付加価値誘発額：ある産業が生産する財サービスから、当該産業の生産に必要な財サービスの購入分を差し引いた残りの分。粗付加価値を構成する主な項目は、「雇用者所得」「営業余剰」「資本減耗引当金（減価償却費）」である。生産誘発効果に粗付加価値係数を乗じて求める。
2. 就業効果：直接効果・間接効果を通じて増加する営業余剰および雇用者所得で賄うことができる新規の個人事業主、家族従業者、有給役員、雇用者（常用雇用者、臨時・日雇雇用者）の数を示している。就業効果（誘発就業者数）は、生産誘発額に就業係数をかけて求める。

注）本指標は実雇用者数（人）そのものではなく、仕事量の増加分（人・日、または人・年）を表す概念である点に留意が必要である。

3. 税収効果：「直接税収（個人分）増加額」、「直接税収（法人分）増加額」、「間接税収増加額」の合計。誘発雇用者所得、誘発営業余剰、粗付加価値額に税収係数を乗じて求める。

図表 2-5 基本的な指標の定義

用語		説明
総消費額		各主体の消費額の合計。ただし、間接効果に含まれる消費額は除く。
1. 生産誘発効果		直接効果・間接1次波及効果・間接2次波及効果の合計
直接効果		総消費額から海外消費分を除いた金額
間 接 効 果	間接1次生産誘発額 (間接1次波及効果)	直接効果の需要を満たすために必要となる生産の総合計（直接効果分は除く）。
	間接2次生産誘発額 (間接2次波及効果)	間接1次波及効果によって誘発される所得の一定割合が消費に回ることで喚起される需要を賄うために発生する生産の総合計
2. 粗付加価値誘発額		・ある産業が生産する財サービスから、当該産業の生産に必要な財やサービスの購入分を差し引いた残りの分。粗付加価値を構成する主な項目は、「雇用者所得」「営業余剰」「資本減耗引当金（減価償却費）」 (算定式) 生産誘発効果×粗付加価値係数
3. 国内純生産（要素所得表示）		・粗付加価値額から、家計外消費支出、資本減耗引当、間接税・補助金を除いた金額
4. 雇用者所得誘発額		・粗付加価値誘発額の構成要素。直接効果・間接1次効果・間接2次効果の発生に伴い誘発される雇用者所得額 (算定式) 粗付加価値額×雇用者所得係数
5. 就業効果（誘発就業者数） (人)		・直接効果・間接効果に伴う就業者数（昼間ベース）の変化。具体的には、雇用者（会社員等）、個人事業主、家族従業者、有給役員の変化を意味する。 (算定式) 域内生産額×就業係数
6. 誘発税収額		・「国税」、「都道府県税」、「市町村税」の変化の合計 ※東京都の特別区民税分は市町村税として扱う。
国税増加額		・直接効果、間接効果を通じて新たに誘発される所得税、法人税、消費税の税収額 (算定式) 所得税：雇用者所得×誘発税率 法人税：営業余剰×誘発税率 消費税：粗付加価値額×誘発税率
都道府県民税増加額		・直接効果、間接効果を通じて新たに誘発される個人都道府県民税、法人都道府県民税・法人事業税、地方消費税・都道府県たばこ税・ゴルフ場利用税の税収額 (算定式) 都道府県民税：雇用者所得×誘発税率 法人都道府県民税・法人事業税：営業余剰×誘発税率 地方消費税等：粗付加価値額×誘発税率
市町村税増加額		・直接効果、間接効果を通じて新たに誘発される個人市町村民税、法人市町村民税、市町村たばこ税・入湯税の税収額 (算定式) 個人市町村民税：雇用者所得×誘発税率 法人市町村民税：営業余剰×誘発税率 市町村たばこ税・入湯税：粗付加価値額×誘発税率
(各種係数の説明) ※国の場合について表記、地域の場合は「国」を「都道府県」または「地域名」に読み替え ◇粗付加価値係数＝粗付加価値額／国内生産額 ◇雇用者所得係数＝雇用者所得／粗付加価値額 ◇就業係数＝就業者数／国内生産額		

※「国内生産額」「粗付加価値額」「国内純生産（要素所得表示）」「雇用者所得」は産業連関表の取引基本表に、「就業者数」は雇用マトリックス（生産活動部門別職業別雇用表）に掲載されている。

◇誘発税率＝税金額／雇用者所得、税金額／営業余剰、税金額／粗付加価値額

※税金額は国税庁、総務省調べ。雇用者所得、営業余剰、粗付加価値額は産業連関表

注) 地域別の産業連関表 2015 年版[I-(I-M)A]-1 型 37 部門表を利用する。

## 第3章. 投入データの更新と整備

### 1. 事業費の設定

事業費については、同規模の MICE であっても、個々の MICE の事情による金額の差が大きく、試算結果の精度を高めるためには、ユーザーが総額を入力することが望ましい。そのため、ユーザーによる入力を原則とし、その必要性をわかりやすく表記する。

ただし、地方自治体の職員が MICE 関連の予算要求資料を作成する場合など、MICE 開催には必ずしも知見がなく、開催費・事業費を想定できない場合もあると考えられる。そのため、ユーザーが開催費・事業費を想定できないための支援機能として、特に事業費の個別差が大きいイベントを除いて現行モデルにおいても事業費想定機能を整備している。

今年度事業においては、過年度の総消費額算出事業において取得された主催者消費原単位を用いて参考となる事業費を設定した。

図表 2-6 事業費算出方法（全体像）

タイプ	想定方法	備考
企業ミーティング (外国人参加者あり)	・ 総額はユーザー想定を基本とする。	・ 主催者費用に宿泊費や国際交通費が含まれると想定
	・ ユーザーが想定できない場合は下記の式による。	
	(総額) = (1人当たり会場費等) × (参加者数)	・ 49,861 円/人
	・ 業種は令和6年度本事業調査をもとに設定	
企業ミーティング (日本参加者のみ)	・ 総額はユーザー想定を基本とする。	・ 企業が直接支出する会場費等の計上を想定(旅費は個人別に支出と想定)
	・ ユーザーが想定できない場合は下記の式による。	
	(総額) = (1人当たり費用) × (参加者数)	
	= (日帰り1人当たり費用) × (日帰り参加者数)	・ 日帰り1人当たり費用： 268,091 円/人
	+ (宿泊1人当たり費用) × (宿泊参加者数)	・ 宿泊1人当たり費用： 599,772 円/人
	+ (外国人1人当たり費用) × (外国人参加者数)	・ 外国人1人当たり費用： 614,225 円/人
	(総額) = (1人当たり費用) × (参加者数)	
・ 業種は令和6年度本事業調査をもとに設定		
報奨・研修旅行	・ 総額はユーザー想定を基本とする。	
	・ ユーザーが想定できない場合は下記の式による。	
	(総額) = (1人当たり費用) × (参加者数)	
	= (日帰り1人当たり費用) × (日帰り参加者数)	・ 日帰り1人当たり費用： 212,599 円/人
	+ (宿泊1人当たり費用) × (宿泊参加者数)	・ 宿泊1人当たり費用： 475,784 円/人
	+ (外国人1人当たり費用) × (外国人参加者数)	・ 外国人1人当たり費用： 546,869 円/人
	(総額) = (1人当たり費用) × (参加者数)	
・ 業種は令和6年度本事業調査をもとに設定		
国際会議 (医学系)	・ 総額はユーザー想定を基本とする。	
	・ ユーザーが想定できない場合は下記の式による。	
	(総額) = (延べ人数当たり費用) × (延べ人数)	・ 延べ人数当たり費用： (医学系×三大都市圏) 70,928 円/人・日 (医学系×地方圏) 46,635 円/人・日
	展示面積がある場合は、以下の式による。	
	+ (1㎡当たり出展者経費) × (出展面積)	・ 出展面積当たり出展者経費 128,063 円/㎡
	・ 業種構成は令和5年度本事業調査およびヒアリング調査に基づき設定	
国際会議 (その他)	・ (総額) = (延べ人数当たり費用) × (延べ人数)	・ 延べ人数当たり費用： (三大都市圏) 87,807 円/ 人・日

タイプ	想定方法		備考
			(地方圏) 62,359 円/人・日
		展示面積がある場合は、以下の式による。	
		+ (1 m <sup>2</sup> 当たり出展者経費) × (出展面積)	出展面積当たり出展者経費 86,481 円/m <sup>2</sup>
		業種構成は令和 5 年度本事業調査およびヒアリング調査に基づき設定	
見本市・展示会	・	総額はユーザー想定を基本とする。	
	・	ユーザーが想定できない場合は下記の式による。	
		(総額) = (主催者事業費) + (出展者経費) = (1 m <sup>2</sup> 当たり主催者費用) × (出展面積)	・ 1 m <sup>2</sup> 当たり主催者費用： 8,143 円/m <sup>2</sup>
		+ (1 m <sup>2</sup> 当たり出展者経費) × (出展面積)	・ 1 m <sup>2</sup> 当たり出展者経費： 21,897 円/m <sup>2</sup>
	・	業種構成：令和 6 年度本事業調査に基づき設定	
イベント	・	ばらつきが大きいいため、総額はすべてユーザー想定とする。	
	・	業種構成はタイプ別ケースに基づき設定	

#### 1-1. 企業ミーティングの事業費

企業ミーティングの事業費は、参加者の属性に応じた開催形態の違いによって発生する費用の総額が大きく変わる。外国人参加者が含まれるミーティングは、多国籍企業のグローバル会議や合同研修などを想定している。多言語対応や大規模なレセプションといった特別な手配が必要になり、国際交通費等を負担することから事業費の総額は膨らむ。対して日本人参加者のみのミーティングは、国内企業の全社会議や社員研修として開催される。運営がシンプルに収まるため、事業費の総額は小さくなる。

事業費として計上する対象範囲については、参考数値の更新可否によって変更した。令和 6 年度調査で取得した事業費データは、外国人参加者が含まれる催事のみを対象としていた。この数値を日本人参加者のみの催事に適用すると、総額が過大に算出されてしまう。そのため今回の整理では、日本人参加者のみのミーティングについては適用範囲を絞り、「会場費のみ」を主催者事業費として計上する方針とした。

##### (1) 企業ミーティング（日本人参加者のみ）の事業費設定の考え方

企業ミーティングに関する各主体の消費額を調査した令和 6 年度調査の消費原単位は、国際 MICE が調査対象であるため、外国人参加者が 10 人以上の企業ミーティングから抽出された消費額を反映しており、令和 6 年度調査からは事業費および参加者費用に該当するデータを取得できていない。そのため、日本人参加者のみで構成される企業ミーティングの事業費は、現行モデルの数値を据え置き、49,861 円/人として算出した。

(2) 企業ミーティング（日本人参加者のみ）の業種構成

事業費は会場費のみから構成されるため、対事業所サービス部門に限定して振り分けを実施した。

(3) 企業ミーティング（外国人参加者あり）の事業費設定の考え方

外国人参加者が含まれる企業ミーティングの事業費は、令和6年度事業で取得した企業ミーティング（企業内ミーティング、顧客セミナー、研修・視察、式典、その他）の主催者費用を参加者数ベースで平均することで算出した。

算出にあたっては参加者の属性に合わせて費目の内訳を調整した。宿泊を伴う日本人参加者の費用は、全体の費用から国際交通費を差し引いて設定している。日帰りの日本人参加者についても、イベントの開催費用や国内の交通費は宿泊者と同様に発生するとみなした。そのうえで、宿泊費と国際交通費を全体の費用から除外して算出した。

- 日本人（宿泊）事業費＝外国人参加者事業費－国際交通費
- 日本人（日帰り）事業費＝外国人参加者事業費－国際交通費－宿泊費

図表 2-7 参加者種別ごとの事業費（企業ミーティング）

参加者種別	事業費総額（円/人）
外国人参加者	614,225
日本人参加者（宿泊）	599,772
日本人参加者（日帰）	268,091

注）令和6年度調査は外国人・日本人を区分せず「参加者1人当たり主催者消費額」を聴取しており、国際交通費をはじめとする各種費用は全体平均の消費額であることに注意。

(4) 企業ミーティング（外国人参加者あり）の業種構成

企業ミーティングの事業費は総額ベースで参加者数を掛け合わせた後、産業連関表の大分類に紐づけることで配賦する。具体的には、以下の通り設定している。

図表 2-8 企業ミーティングの主催者消費額（円/人）

	主催者消費額（円/人）	業種	外国人参加者	日本人参加者（宿泊）	日本人参加者（日帰）
宿泊費	331,681	67 対個人サービス	54.0%	55.3%	0.0%
国際交通費	14,453	57 運輸・郵便	2.4%	0.0%	0.0%
国内交通費	62,737	57 運輸・郵便	10.2%	10.5%	23.4%
飲食費	100,037	67 対個人サービス	16.3%	16.7%	37.3%
会議等の企画運営費	16,456	66 対事業所サービス	2.7%	2.7%	6.1%
パーティーの企画運営費	24,599	66 対事業所サービス	4.0%	4.1%	9.2%
観光プログラム等の企画・手配費	9,404	66 対事業所サービス	1.5%	1.6%	3.5%
管理費	53,190	66 対事業所サービス	8.7%	8.9%	19.8%
印刷費	892	39 その他の製造工業製品	0.1%	0.1%	0.3%
事務用品・備品等購入費	777	68 事務用品	0.1%	0.1%	0.3%

## 1-2. 報奨・研修旅行の事業費

### (1) 報奨・研修旅行の事業費設定の考え方

報奨・研修旅行の事業費は、現行モデルにおいても全額が事業費として想定されているが、本改訂にあたっては、令和 6 年度調査の結果を用いる形で本催事分において主催者が主に拠出している費用に加えて前後の個人旅行に係る費用を参加者消費額として算入することで経済波及効果の算出を可能とした。

報奨・研修旅行の事業費算出にあたっては、参加者の属性に合わせて費目の内訳を調整し、現行モデルと同様のロジックで算出を実施した。企業ミーティング同様に、宿泊を伴う日本人参加者の費用は、全体の費用から国際交通費を差し引いて設定した。日帰りの日本人参加者についても、イベントの開催費用や国内の交通費は宿泊者と同様に発生するとみなした。そのうえで、宿泊費と国際交通費を全体の費用から除外して算出した。

- 日本人（宿泊）事業費＝外国人参加者事業費－国際交通費
- 日本人（日帰り）事業費＝外国人参加者事業費－国際交通費－宿泊費

図表 2-9 参加者種別ごとの事業費（報奨・研修旅行）

参加者種別	事業費総額（円/人）
外国人参加者	546,869
日本人参加者（宿泊）	475,784
日本人参加者（日帰）	212,599

注）令和 6 年度調査は外国人・日本人を区分せず「参加者 1 人当たり主催者消費額」を聴取しており、国際交通費をはじめとする各種費用は全体平均の消費額であることに注意。

(2) 報奨・研修旅行の業種構成

報奨・研修旅行の事業費は総額ベースで参加者数を掛け合わせた後、産業連関表の大分類に紐づけることで配賦する。具体的には、以下の通り設定している。

図表 2-10 報奨・研修旅行の主催者消費額（円/人）

	主催者消費額 （円/人）	業種	外国人 参加者	日本人参加 者（宿泊）	日本人参加者 （日帰）
宿泊費	263,185	67 対個人サービス	48.1%	55.3%	0.0%
国際交通費	71,085	57 運輸・郵便	13.0%	0.0%	0.0%
国内交通費	48,349	57 運輸・郵便	8.8%	10.2%	22.7%
飲食費	68,741	67 対個人サービス	12.6%	14.4%	32.3%
会議等の企画 運営費	27,640	66 対事業所サービス	5.1%	5.8%	13.0%
パーティーの 企画運営費	22,301	66 対事業所サービス	4.1%	4.7%	10.5%
観光プログラ ム等の企画・ 手配費	5,200	66 対事業所サービス	1.0%	1.1%	2.4%
管理費	39,689	66 対事業所サービス	7.3%	8.3%	18.7%
印刷費	163	39 その他の製造工業 製品	0.0%	0.0%	0.1%
事務用品・ 備品等購入費	515	68 事務用品	0.1%	0.1%	0.2%

### 1-3. 国際会議の事業費

#### (1) 国際会議の事業費設定の考え方

国際会議の事業費は、主催者が国際会議の開催にかかる費用であり、①総額、②構成比をそれぞれ設定し、両者を掛け合わせて費目別の金額を求める。また、開催テーマ（特に医学系テーマを扱っているかどうか）によって事業費に差があるといわれていることを踏まえ、①医学、②その他の2種類別に金額を設定した。また、開催地域が三大都市圏か地方圏かによっても交通費をはじめとした消費額に差が生じると考え、以下4パターンの原単位を設定することとした。

- 医学×三大都市圏
- その他×三大都市圏
- 医学×地方圏
- その他×地方圏

なお、展示会を併催している場合は、展示面積に応じて別途見本市・展示会と同様の支出があるものと想定した。

国際会議の事業費算出にあたっては、令和5年度調査における国際会議の消費原単位のデータを用いることとした。具体的には、会議期間と会議規模の双方を反映するため延べ参加者1人当たり消費額に基づいて事業費を設定することとした。

また、出展者経費については出展面積（㎡）に基づいて出展者経費を設定することとした。なお、面積当たりの出展者経費については、過年度開催テーマごとに原単位を設定した。

図表 2-11 国際会議の事業費（主催者消費額・出展者消費額）

MICE タイプ	延べ参加者1人当たり 主催者消費額（円/人）	単位当たり出展者 経費（円/㎡）
医学×三大都市圏	70,928	128,063
その他×三大都市圏	87,807	86,481
医学×地方圏	46,435	128,063
その他×地方圏	62,359	86,481

注) ダブルカウントを除くため、出展者経費に出展料は含めていない

#### (2) 国際会議の業種構成

2014年度調査において、様々な規模・テーマの国際会議21件を対象として事業費費用構成の平均値を算出しており、現行モデルにおいても本業種構成を用いていることから、モデルにおいても同様の比率を設定することとした。

・ 対事業所サービス業	56.0%
・ 対個人サービス業	26.5%
・ 運輸サービス業	6.0%
・ 商業	2.7%
・ その他製造工業製品	8.9%

注) 四捨五入の関係で合計が 100.1%となっている。

#### 1-4. 見本市・展示会<sup>1</sup>の事業費

##### (1) 見本市・展示会の事業費設定の考え方

見本市・展示会の事業費は、主催者が見本市・展示会の開催にかかる費用であり、①総額、②構成比を設定し、両者を掛け合わせて費目別の金額を求めることとした。

見本市・展示会の開催事業費は、大きくは主催者事業費と出展者経費に分けることができる。主催者事業費は見本市・展示会主催者が会場を借り上げ、見本市・展示会を開催・運営するための費用である。出展者経費は、主催者から会場の小間を借りた出展者がブースの設営、運営を行うための支出額である。事業費としては、この他に入場料が存在するが、企業間取引 (B to B) の場合は、招待の場合も多いこと、参加者の支出額に含まれている可能性が高いことから計上しないこととして調査を実施している。

事業費の算出にあたっては、令和 6 年度調査において収集された展示会・見本市等の消費額を反映している。

##### ■主催者事業費

見本市・展示会の主催者事業費は、開催面積に比例する。消費額原単位を算出した令和 6 年度総消費額調査において開催面積のうち出展面積は 30.3%であったため、出展面積を出展面積割合で割り戻し、出展面積 (m<sup>2</sup>) 当たりの主催者消費額を掛け合わせることで主催者事業費の算出が可能である。

上記の計算によって、見本市・展示会主催者の出展面積当たり事業費は 8,143 円/m<sup>2</sup>と算出された。

##### ■出展者事業費

見本市・展示会の出展者事業費は、出展面積に比例する。出展面積に出展面積 (m<sup>2</sup>) 当たりの出展者消費額を掛け合わせることで出展者事業費の算出が可能である。

<sup>1</sup> 過年度より総消費額調査は「展示会・見本市等」と記載していた一方で、簡易測定モデルにおいては「見本市・展示会」として表記していたため、本報告書も準じて記載している。

令和6年度事業において、出展者の消費額は21,897円/m<sup>2</sup>と算出されている。なお、出展料は主催者消費額の前資となっていることが想定されるため、ここでは除外した数値を出展者消費額としている。

## (2) 見本市・展示会の業種構成

事業費の原単位は開催面積当たり（出展面積当たり）であるため、総額ベースでは催事の開催規模に依らず令和6年度調査において取得された原単位を用いた推計が可能である。他方、業種構成は規模により費目が大きく異なることが想定される。令和6年度調査は国際MICEに該当する大規模見本市・展示会について調査を行ったものであるため、今回小規模見本市・展示会の事業構成比としては過年度調査において取得された数値を用いた。大規模見本市・展示会の事業構成比は、令和6年度事業にて取得された出展面積当たりの主催者消費原単位・出展者消費原単位を費目別に整理し、全体に占める部門ごと合計消費額の割合を配賦割合とした。

### ■展示会（大規模）

・ 対事業所サービス業	92.1%
・ 対個人サービス業	4.0%
・ 事務用品	0.4%
・ 運輸・郵便業	2.5%
・ 情報通信	0.7%
・ その他の製造工業製品	0.3%

### ■展示会（小規模）事業費の部門別配賦割合

・ 対事業所サービス業	83.2%
・ 対個人サービス業	4.7%
・ その他製造工業製品	11.7%
・ 運輸・郵便業	0.4%

## 1-5. イベントの事業費

### (1) イベントの事業費設定の考え方

イベントの事業費は、主催者がイベントの開催にかかる費用であり、①総額、②構成比を設定し、両者を掛け合わせて費目別の金額を求める。

イベントは、文化イベント、スポーツイベント、祭り、タウンフェスティバル、博覧会など、様々なタイプがあり、タイプに応じて事業費の差が大きいため、ユーザーが入力する方式とする（自動計算による算出は行わない）。

## (2) イベントの事業費構成比の設定

イベントには、コンサートやスポーツイベントのように会場を借りて開催するものもあれば、祭り、タウンフェスティバルのように公共空間を活用して開催するものもある。また、国体や博覧会など、会場整備を伴う場合もある。

このように事業費の構成比についても、タイプによって差のあることを考慮し、現行モデルにおいても①文化イベント、②スポーツイベント、③その他イベント（祭り等）に分けて設定することとしている。

具体的には、2014年度調査において公開情報から各種イベントの事業費データを取得し、費目別の平均構成比を算出して設定している。

### ■各種イベントの調査対象数（2014年度調査）

- ・ 文化イベント : 4 イベント
- ・ スポーツイベント : 4 イベント
- ・ その他のイベント（祭り等） : 3 イベント

取得元であるイベントの消費額情報は現在取得できないケースがあり、過年度比較の観点から抽出元を変更して最新版の数値を算出することは避け、過年度取得された数値をそのまま用いることとした。

### ■文化イベントの事業費構成

- 対事業所サービス業 : 89.0%
- 対個人サービス業 : 0.0%
- 運輸・郵便業 : 1.5%
- その他の製造工業製品 : 9.5%

### ■スポーツイベントの事業費構成

- 対事業所サービス業 : 85.0%
- 対個人サービス業 : 5.3%
- 運輸・郵便業 : 0.6%
- その他の製造工業製品 : 9.1%

### ■その他イベント（祭り等）の事業費構成

対事業所サービス業	： 97.3%
対個人サービス業	： 2.2%
運輸・郵便業	： 0.4%
その他の製造工業製品	： 0.1%

## 2. 消費原単位の設定

### 2-1. 企業ミーティングの消費原単位

#### (1) 消費原単位設定の考え方

企業ミーティングに関する消費額は令和6年度調査における回答を用いることとした。日本人（日帰）は令和6年度調査の対象外であったため、今回は旅行・観光消費動向調査（2024年）の結果を基に消費額を把握し、費目別の特性を踏まえて原単位を設定した。

#### ■日本人（日帰り）

企業ミーティング目的の旅行者の消費額に関する調査対象外であったため、「旅行・観光消費動向調査」の「出張・業務旅行」を目的とする日帰り旅行客の平均消費支出を用いることとした。

金額は、1人当たり15,436円/人であり、交通費11,765円/人、土産・買物費1,554円/人、飲食費1,714円/人が主な支出である。

日帰り参加については、ミーティング期間が複数日にわたる場合、1日ごとに別の参加者が参加し、「国内移動費」「土産・買物費」等、各費目を参加日毎に支出すると設定する。そのため、原単位はすべて「人・日」ベースとして設定する。

#### ■日本人（宿泊）

日本人（宿泊）は、令和6年度事業によって取得された企業ミーティングの日本人参加者の消費原単位を用いた。消費支出は1人当たり46,616円/人であり、交通費10,030円/人、宿泊費6,037円/人、飲食費14,735円/人、土産・買物費7,340円/人が主な支出である。宿泊参加については、ミーティング期間が複数日にわたる場合であっても、同一参加者が継続して参加すると設定する。そのため、「国内移動費」「都市内移動費」「土産・買物費」「観光・娯楽費」については、「人」ベースで原単位を設定する。また、日毎に費用がかかる「宿泊費」「飲食費」については、「人・日」ベースで原単位を設定する<sup>2</sup>。

#### ■外国人参加者

---

<sup>2</sup> 宿泊費は宿泊日数で、飲食費は宿泊日数+1で除して算出

外国人の場合は、令和6年度事業によって取得された企業ミーティングの外国人参加者の消費原単位を用いた。

この結果に基づく1人当たり支出額は349,695円/人である。このうち宿泊費57,911円/人、飲食費78,280円/人、土産・買物費97,026円/人、交通費35,536円/人（国際交通費は事業費の内訳となっているため除外）が主な支出である。日本人と比べると全般に支出額が大きい。

外国人は海外からの宿泊を伴う参加を前提とするため、日本人（宿泊）に準じて、「国内交通費」「土産・買物費」「観光・娯楽費」については、「人」ベースで原単位を設定する。また、毎日費用がかかる「宿泊費」「飲食費」については、「人・日」ベースで原単位を設定する。

## (2) 業種別の配賦

参加者支出額は、下記の考え方で産業連関表の対応部門に配分した。土産・買物費については、品目を反映させるため、「旅行・観光消費動向調査」「インバウンド消費動向調査」に基づいて業種別に配分した。

図表 2-12 消費額の業種配分の考え方

費目	産業連関表対応部門
国際交通費	57 運輸・郵便
国内交通費	57 運輸・郵便
宿泊費	67 対個人サービス
飲食費	67 対個人サービス
土産・買物費	「旅行・観光消費動向調査」「インバウンド消費動向調査」に基づき業種に配分（詳細は後述）
観光・娯楽費等	67 対個人サービス

## 2-2. 報奨・研修旅行の消費原単位

### (1) 消費原単位設定の考え方

#### ■消費原単位設定の考え方

報奨・研修旅行に関する消費額については、2024年の「旅行・観光消費動向調査」（出張・業務旅行）、令和6年度調査の結果をもとに消費額を把握し、費目別の特性を踏まえて原単位を設定した。

#### ■日本人（日帰り）

日本人（日帰り）については、報奨・研修旅行目的の旅行者の消費額に関する調査対象外であったため、企業ミーティング同様に「旅行・観光消費動向調査」の「出張・業務旅行」を目的とする日帰り旅行客（団体・パッケージ利用）の平均消費支出

を用いることとした<sup>3</sup>。金額は、1人当たり15,436円/人であり、交通費11,765円/人、土産・買物費1,554円/人、飲食費1,714円/人が主な支出である。

日帰り参加については、期間が複数日にわたる場合、1日ごとに別な参加者が参加し、「国内移動費」「土産・買物費」等、各費目を参加日毎に支出すると設定する<sup>4</sup>。そのため、原単位はすべて「人・日」ベースとして設定する。

#### ■日本人（宿泊）

日本人（宿泊）は、「旅行・観光消費動向調査」の出張・業務旅行を目的とする旅行者の平均宿泊数、平均消費支出を用いることとした。報奨・研修旅行については、通常、企業負担であるため事業費として計上することとし、「宿泊費」以外の個人消費分として設定することとした。消費支出は1人当たり43,849円/人であった。交通費27,317円/人、土産・買物費4,974円/人、飲食費10,546円/人が主な支出である。宿泊参加については、期間が複数日にわたる場合であっても、同一参加者が継続して参加すると設定する。そのため、「国内移動費」「土産・買物費」「観光・娯楽費」については、「人」ベースで原単位を設定する<sup>5</sup>。また、毎日費用がかかる「飲食費」については、「人・日」ベースで原単位を設定する。なお、「その他」は各費目に按分する。

#### (2) 業種別の配賦

参加者支出額は、下記の考え方で産業連関表の対応部門に配分した。土産・買物費については、品目を反映させるため、「旅行・観光消費動向調査」「インバウンド消費動向調査」に基づいて業種別に配分した。

図表 2-13 消費額の業種配分の考え方

費目	産業連関表対応部門
国際交通費	57 運輸・郵便
国内交通費	57 運輸・郵便
宿泊費	67 対個人サービス
飲食費	67 対個人サービス
土産・買物費	「旅行・観光消費動向調査」「インバウンド消費動向調査」に基づき業種に配分（詳細は後述）
観光・娯楽費等	67 対個人サービス

<sup>3</sup> 団体・パッケージ利用者のうち、宿泊費を支出していない回答者を対象として集計し、旅費、宿泊費以外の個人消費分を利用した。

<sup>4</sup> 実際の報奨・研修旅行ではこうした参加形態は想定しにくい但他的 MICE と同様とした。

<sup>5</sup> 宿泊費は宿泊日数で、飲食費は宿泊日数+1で除して算出

## 2-3. 国際会議の消費原単位

### (1) 消費原単位設定の考え方

#### ■日本人（日帰）

日本人（日帰り）については、令和5年度調査に基づいて設定した。平均消費金額（都市内交通費除く）は医学系で1人当たり11,611円/人、その他の学会で11,821円/人であった。また、都市内交通費は医学系かつ都市開催されている催事で3,194円/人、地方開催されている催事で7,125円/人であり、その他の学会においては都市開催されている催事で5,335円/人、地方開催されている催事で6,980円/人となった。

日帰り参加については、期間が複数日にわたる場合、1日ごとに別な参加者が参加し、「国内移動費」「土産・買物費」等、各費目を参加日毎に支出すると設定する。そのため、原単位はすべて「人・日」ベースとして設定する。

#### ■日本人（宿泊）

日本人（宿泊）についても、令和5年度調査に基づいて設定した。平均消費金額は医学系学会において1人当たり118,467円/人、その他の学会で94,834円/人であった。

宿泊参加については、期間が複数日にわたる場合であっても、同一参加者が継続して参加すると設定する。そのため、「国内移動費」「都市内移動費」「土産・買物費」「観光・娯楽費」については、「人」ベースで原単位を設定する。また、毎日費用がかかる「宿泊費」「飲食費」については、「人・日」ベースで原単位を設定する<sup>6</sup>。なお、「その他」は各費目に按分する。

#### ■外国人

外国人についても、令和5年度調査に基づいて設定した。1人当たりの平均消費金額は医学系学会において642,900円/人、その他の学会で448,157円であった。

外国人は宿泊参加を前提とするため、「国際線運賃」「国内移動費」「都市内移動費」「土産・買物費」「観光・娯楽費」については、「人」ベースで原単位を設定する。また、毎日費用がかかる「宿泊費」「飲食費」については、「人・日」ベースで原単位を設定する。なお、「その他」は各費目に按分する。

---

<sup>6</sup> 宿泊費は宿泊日数で、飲食費は宿泊日数+1で除して算出

## (2) 業種別の配賦

参加者消費原単位については、算出対象によらず、以下の通り部門別の配賦を実施した。

図表 2-14 消費額の業種配分の考え方

費目	産業連関表対応部門
国際交通費	57 運輸・郵便
国内交通費	57 運輸・郵便
宿泊費	67 対個人サービス
飲食費	67 対個人サービス
土産・買物費	「旅行・観光消費動向調査」「インバウンド消費動向調査」に基づき業種に配分（詳細は後述）
観光・娯楽費等	67 対個人サービス
研究・業務関連費用	63 教育・研究

### 2-4. 見本市・展示会の消費原単位

#### (1) 消費原単位設定の考え方

##### ■日本人（日帰）

日本人（日帰り）については、令和6年度調査に基づいて設定した。平均消費金額は1人当たり5,720円/人であった。

日帰り参加については、期間が複数日にわたる場合、1日ごとに別な参加者が参加し、「国内移動費」「土産・買物費」等、各費目を参加日毎に支出すると設定する。そのため、原単位はすべて「人・日」ベースとして設定する。

##### ■日本人（宿泊）

日本人（宿泊）についても、令和6年度調査に基づいて設定した。平均消費金額は1人当たり20,152円/人であった。

宿泊参加については、期間が複数日にわたる場合であっても、同一参加者が継続して参加すると設定する。そのため、「国内移動費」「都市内移動費」「土産・買物費」「観光・娯楽費」については、「人」ベースで原単位を設定する。また、毎日費用がかかる「宿泊費」「飲食費」については、「人・日」ベースで原単位を設定する<sup>7</sup>。なお、「その他」は各費目に按分する。

##### ■外国人

外国人についても、令和6年度調査に基づいて設定した。平均消費金額は1人当たり497,977円/人であった。

<sup>7</sup> 宿泊費は宿泊日数で、飲食費は宿泊日数+1で除して算出

外国人は宿泊参加を前提とするため、日本人（宿泊）に準じて、「国際線運賃」「国内移動費」「都市内移動費」「土産・買物費」「観光・娯楽費」については、「人」ベースで原単位を設定する。また、毎日費用がかかる「宿泊費」「飲食費」については、「人・日」ベースで原単位を設定する。なお、「その他」は各費目に按分する。

## (2) 業種別の配賦

参加者消費原単位については、算出対象によらず、以下の通り部門別の配賦を実施した。

図表 2-15 消費額の業種配分の考え方

費目	産業連関表対応部門
国際交通費	57 運輸・郵便
国内交通費	57 運輸・郵便
宿泊費	67 対個人サービス
飲食費	67 対個人サービス
土産・買物費	「旅行・観光消費動向調査」「インバウンド消費動向調査」に基づき業種に配分（詳細は後述）
観光・娯楽費等	67 対個人サービス

## 2-5. イベントの消費原単位

### (1) 消費原単位設定の考え方

イベントについて、公式統計ではイベントの日本人参加者を対象とする消費額の調査が行われていないため、現行モデル作成時の調査データおよび各地で独自に実施している消費額に関する調査結果を継続して用いることとした。

#### ■日本人（日帰）

平均消費金額は下記のとおりである。

- ・文化イベント : 11,561 円
- ・スポーツイベント : 8,172 円
- ・その他のイベント（祭り等） : 7,714 円

日帰り参加については、期間が複数日にわたる場合、1日ごとに別な参加者が参加し、「国内移動費」「土産・買物費」等、各費目を参加日毎に支出すると設定する。そのため、原単位はすべて「人・日」ベースとして設定する。

## ■日本人（宿泊）

平均消費金額は下記のとおりである。

- ・文化イベント : 37,132 円
- ・スポーツイベント : 30,052 円
- ・その他のイベント（祭り等） : 43,545 円

宿泊参加については、期間が複数日にわたる場合であっても、同一参加者が継続して参加すると設定する。そのため、「国内移動費」「都市内移動費」「土産・買物費」「観光・娯楽費」については、「人」ベースで原単位を設定する。また、毎日費用がかかる「宿泊費」「飲食費」については、「人・日」ベースで原単位を設定する<sup>8</sup>。なお、「その他」は各費目に按分する。

## ■外国人

現行モデルにおいて、「訪日外国人消費動向調査」から以下の通り引用されており、現行の「インバウンド消費動向調査」においては各費目の設定が把握できないため、本項目を据え置いて実装することとした。金額は、1人当たり171,152円/人である。外国人は宿泊参加を前提とするため、日本人（宿泊）に準じて、「国際線運賃」「国内移動費」「都市内移動費」「土産・買物費」「観光・娯楽費」については、「人」ベースで原単位を設定した。また、毎日費用がかかる「宿泊費」「飲食費」については、「人・日」ベースで原単位を設定する。なお、「その他」は各費目に按分した。

### (2) 業種別の配賦

イベントの参加者消費原単位については、算出対象によらず、以下の通り部門別の配賦を実施した。

図表 2-16 消費額の業種配分の考え方

費目	産業連関表対応部門
国際交通費	57 運輸・郵便
国内交通費	57 運輸・郵便
宿泊費	67 対個人サービス
飲食費	67 対個人サービス
土産・買物費	「旅行・観光消費動向調査」「インバウンド消費動向調査」に基づき業種に配分（詳細は後述）
観光・娯楽費等	67 対個人サービス

<sup>8</sup> 宿泊費は宿泊日数で、飲食費は宿泊日数+1で除して算出

## 2-6. 土産・買物費配分比率の検討

土産・買物費については、参加者の購入品目を投入部門に反映させることが望ましい。特に、訪日外国人は家電などを購入する場合も多いため、購入品目を反映して業種を設定した方がよいと考えられる。そのため、本調査では、「旅行・観光消費動向調査」「インバウンド消費動向調査」に基づく実態を踏まえて、業種別に配分率を設定した。

図表 2-17 業種配分の考え方（日本人）

商品	部門分類	
菓子類	11	飲食料品
農産物	01	農林漁業
水産物	01	農林漁業
その他食料品・飲料・酒・たばこ	11	飲食料品
衣類・帽子・ハンカチなど繊維製品	15	繊維製品
靴・かばんなど皮革製品	39	その他の製造工業製品
化粧品・医薬品・写真フィルムなど	20	化学製品
陶磁器・ガラス製品	25	窯業・土石製品

図表 2-18 土産・買物の実態：日本人日帰

商品	旅行単価	その他按分後	買物費構成比率（％）
菓子類	659	1,060	28.2%
農産物	318	512	13.6%
水産物	216	348	9.2%
その他食料品・飲料・酒・たばこ	490	788	20.9%
衣類・帽子・ハンカチなど繊維製品	395	636	16.9%
靴・かばんなど皮革製品	148	238	6.3%
化粧品・医薬品・写真フィルムなど	58	93	2.5%
陶磁器・ガラス製品	56	90	2.4%
その他土産代・買物代	1,425		0.0%
合計	3,765	3,765	100%

図表 2-19 土産・買物の実態：日本人宿泊

商品	旅行単価	その他按分後	買物費構成比率（％）
菓子類	1,692	3,011	38.0%
農産物	353	628	7.9%
水産物	369	657	8.3%
その他食料品・飲料・酒・たばこ	1,041	1,852	23.4%
衣類・帽子・ハンカチなど繊維製品	567	1,009	12.7%
靴・かばんなど皮革製品	215	383	4.8%
化粧品・医薬品・写真フィルムなど	99	176	2.2%
陶磁器・ガラス製品	112	199	2.5%
その他土産代・買物代	3,467		0.0%
合計	7,915	7,915	100%

出所) 日本人の土産・買物費については、「2024年旅行観光消費動向調査」に基づき設定

(日帰り・宿泊共に)

また、訪日外国人については、「インバウンド消費動向調査（2024年確報）」で、目的別の土産・買物の集計が可能である。実際の金額は下表の通りであり、目的によって購入金額、購入品目等に違いがあるため、本調査では、その結果を反映させることにした。

図表 2-20 業種配分の考え方（外国人）

商品	部門分類	
菓子類	11	飲食料品
酒類	01	農林漁業
生鮮農産物	01	農林漁業
その他食料品・飲料・たばこ	11	飲食料品
化粧品・香水	20	化学製品
医薬品	20	化学製品
健康グッズ・トイレタリー	20	化学製品
衣類	15	繊維製品
靴・かばん・革製品	39	その他の製造工業製品
電気製品（デジタルカメラ／PC／家電等）	34	情報通信機器
時計・フィルムカメラ	39	その他の製造工業製品
宝石・貴金属	39	その他の製造工業製品
民芸品・伝統工芸品	39	その他の製造工業製品
本・雑誌・ガイドブックなど	59	情報通信
音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	59	情報通信

図表 2-21 土産・買物の実態：訪日外国人

商品	全体単価（円）	「その他」按分後	買物費構成比
菓子類	7,977	8,294	12.6%
酒類	2,514	2,614	4.0%
生鮮農産物	450	467	0.7%
その他食料品・飲料・たばこ	5,065	5,267	8.0%
化粧品・香水	7,449	7,745	11.7%
医薬品	3,759	3,909	5.9%
健康グッズ・トイレタリー	1,979	2,057	3.1%
衣類	12,894	13,407	20.3%
靴・かばん・革製品	12,777	13,285	20.1%
電気製品（デジタルカメラ／PC／家電等）	2,357	2,451	3.7%
時計・フィルムカメラ	2,108	2,192	3.3%
宝石・貴金属	1,661	1,727	2.6%
民芸品・伝統工芸品	1,207	1,255	1.9%
本・雑誌・ガイドブックなど	435	452	0.7%
音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	888	923	1.4%
その他買物代	2,527		
合計	66,046	66,046	100.0%

出所)「インバウンド消費動向調査（2024年確報）」に基づき設定

以上の検討を踏まえて、土産・買物費の業種別配分率を下記のように設定した。

図表 2-22 土産・買物費の業種別配分率

	日本人（日帰）	日本人（宿泊）	外国人
01農林漁業	22.8%	16.2%	4.7%
06鉱業	0.0%	0.0%	0.0%
11飲食料品	49.1%	61.4%	20.5%
15繊維製品	16.9%	12.7%	20.3%
16パルプ・紙・木製品	0.0%	0.0%	0.0%
20化学製品	2.5%	2.2%	20.8%
21石油・石炭製品	0.0%	0.0%	0.0%
22プラスチック・ゴム	0.0%	0.0%	0.0%
25窯業・土石製品	2.4%	2.5%	0.0%
26鉄鋼	0.0%	0.0%	0.0%
27非鉄金属	0.0%	0.0%	0.0%
28金属製品	0.0%	0.0%	0.0%
29はん用機械	0.0%	0.0%	0.0%
30生産用機械	0.0%	0.0%	0.0%
31業務用機械	0.0%	0.0%	0.0%
32電子部品	0.0%	0.0%	0.0%
33電気機械	0.0%	0.0%	0.0%
34情報・通信機器	0.0%	0.0%	3.7%
35輸送機械	0.0%	0.0%	0.0%
39その他の製造工業製品	6.3%	4.8%	27.9%
41建設	0.0%	0.0%	0.0%
46電力・ガス・熱供給	0.0%	0.0%	0.0%
47水道	0.0%	0.0%	0.0%
48廃棄物処理	0.0%	0.0%	0.0%
51商業	0.0%	0.0%	0.0%
53金融・保険	0.0%	0.0%	0.0%
55不動産	0.0%	0.0%	0.0%
57運輸・郵便	0.0%	0.0%	0.0%
59情報通信	0.0%	0.0%	2.1%
61公務	0.0%	0.0%	0.0%
63教育・研究	0.0%	0.0%	0.0%
64医療・福祉	0.0%	0.0%	0.0%
65その他の非営利団体サービス	0.0%	0.0%	0.0%
66対事業所サービス	0.0%	0.0%	0.0%
67対個人サービス	0.0%	0.0%	0.0%
68事務用品	0.0%	0.0%	0.0%
69分類不明	0.0%	0.0%	0.0%
合計	100.0%	100.0%	100.0%

出所) 各種調査に基づき設定

### 3. その他係数の設定

#### 3-1. 開催地域の物価係数の反映

以上で設定した事業費および消費原単位に基づき、経済波及効果算出の前提となるMICE イベントの消費需要額を設定する。設定に当たっては、開催地域の物価の反映、日系エアライン利用率の設定が行えるようにした。

需要額に、地域の物価の違いを反映させるために全国消費者物価指数を用いて、都道府県別の価格差を反映させることにした。

具体的には、上記の物価地域差指数を下記のように反映させる。

**図表 2-23 対象地域物価地域差指数の反映方法**

$$(\text{対象地域消費原単位}) = (\text{消費原単位}) \times (\text{対象地域物価地域差指数})$$

**図表 2-24 各地域における物価地域差指数**

	総合	食料	交通	教養娯楽
全国	1.000	1.000	1.000	1.000
北海道	1.019	1.023	1.005	0.997
青森県	0.985	0.976	0.998	0.965
岩手県	1	0.987	0.994	0.996
宮城県	1.006	0.997	1.012	1.009
秋田県	0.992	0.996	0.997	0.999
山形県	1.014	1.018	1.011	0.978
福島県	0.988	0.975	1.001	0.947
茨城県	0.975	0.974	0.978	0.966
栃木県	0.976	0.98	0.986	0.941
群馬県	0.962	0.96	0.987	0.974
埼玉県	1.003	0.981	1.001	1.038
千葉県	1.012	1.004	1	1.006
東京都	1.04	1.03	1.032	1.06
神奈川県	1.033	1.021	1.014	1.067
新潟県	0.98	0.988	0.992	0.996
富山県	0.986	1.007	0.989	0.939
石川県	0.995	1.021	0.986	0.964
福井県	0.993	1.025	0.996	0.935
山梨県	0.977	0.98	0.993	0.985
長野県	0.979	0.958	1.01	0.988
岐阜県	0.971	0.977	1.006	0.959
静岡県	0.983	0.975	1.001	0.992
愛知県	0.981	0.975	0.976	0.994
三重県	0.987	1.003	0.993	0.955
滋賀県	0.986	0.988	0.996	0.953
京都府	1.011	1.014	1.013	1.013
大阪府	0.993	0.995	1.007	1.003
兵庫県	0.992	1	0.988	0.996
奈良県	0.981	0.981	0.992	0.985
和歌山県	0.982	0.989	1.006	0.951
鳥取県	0.989	1.024	0.989	0.944
島根県	1	1.025	0.99	0.952
岡山県	0.977	1.007	0.974	0.949
広島県	0.987	1.012	0.996	0.953
山口県	0.999	1.02	0.988	0.961
徳島県	0.993	1.008	0.987	0.952
香川県	0.986	1.008	1.005	0.96
愛媛県	0.986	1.002	0.99	0.975
高知県	1	1.01	0.999	0.963
福岡県	0.98	0.987	0.992	0.969
佐賀県	0.977	0.983	0.996	0.92
長崎県	0.993	1.007	1	0.954
熊本県	0.994	1.021	0.993	0.964
大分県	0.974	0.993	0.979	0.964
宮崎県	0.97	0.975	0.986	0.922
鹿児島県	0.964	0.982	0.979	0.915
沖縄県	1.002	1.067	0.976	0.967

また、費目ごとの適用する物価地域差指数は、下記のように設定した。

図表 2-25 費目別に適用する物価地域差指数

費目	適用物価地域差指数
事業費	総合
国際航空運賃	地域差は少ないと考えられるので適用外
国内交通費	交通
宿泊費	教養娯楽
飲食費	食料
観光・娯楽費	教養娯楽
土産・買物費	教養娯楽
研究・業務関連費用	教養娯楽

### 3-2. 日系エアライン利用率の設定

海外から日本への渡航費については、利用エアラインに応じて帰属国が決まる。日本のエアラインを利用した場合に限って、日本における消費額として計上されることになる。エアライン利用率については、地域、MICE ごとに差があると考えられる。

この日系利用率については、あらかじめ設定するのは困難であるため、参加者消費額にかかる日系エアライン比率については現行モデルと同様に 20%きざみで利用率を設定できるようにした。

## 第4章. 地域経済波及効果算出のためのデータ収集

### 1. 産業連関表の更新

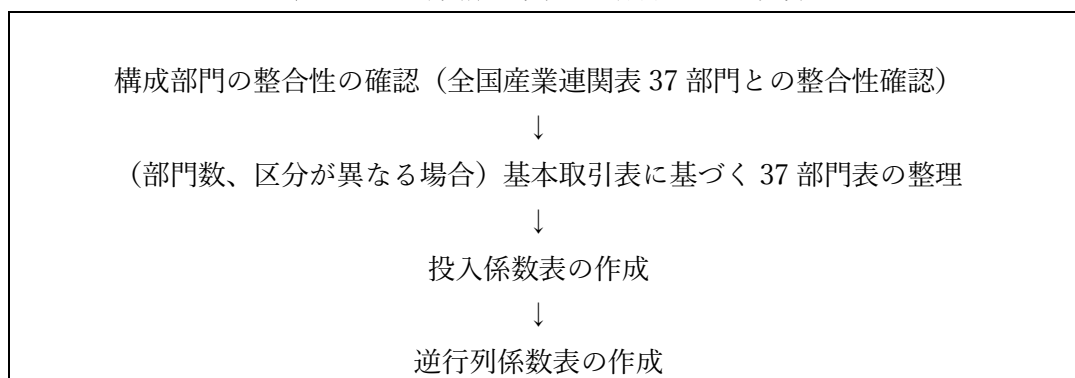
#### 1-1. 既存産業連関表の収集・整理

「全国」「都道府県」及び「国際会議観光都市（令和6年度9月末時点）」について、地域ごとの産業連関表を用いて経済効果を試算できるように構築した。産業連関表についても、2025年データ整備時点での最新版に更新し、全国版については、算出効果の画一的な推計を実現するため、本モデルのデータ整備時点において、多くの都道府県・市区町村で利用可能なデータが提供されていた2015年版を採用した。部門数は37部門とした。この場合、都道府県及び国際会議観光都市についても、同様の産業連関表を収集する必要があるが、①都道府県によって産業連関表の部門数が異なる場合のあること、②都市によっては、産業連関表がまったく存在しない場合があることに対応する必要があった。本業務では、既存産業連関表を収集のうえ、①に対しては、各地域で作成している最も部門数の細かい取引基本表に基づいて逆行列係数表を算出し直している。また、②に対しては、都道府県の投入係数と都市の平均的な自給率係数をもとに、逆行列係数表を推計することにした。

モデルにおける経済波及効果の算出に必要な都道府県・都市別の産業連関表の収集・整理を行うため、都道府県及び国際会議観光都市における既存の産業連関表（基本取引表、投入係数表、逆行列係数表、雇用表等）について収集・整理した。

そのうえで、同じ部門数（37部門）の逆行列係数表を作成するため、各団体の部門を確認のうえで、必要な場合はより部門数の多い基本取引表を活用することによって、37部門の産業連関表（逆行列係数表）を作成した。

図表 2-26 部門数が異なる場合の整理手順



図表 2-27 都道府県および国際会議観光都市における産業連関表の整備状況

No	都道府県	都道府県産業連関表		No	市町名	基礎自治体産業連関表	
		年(年度)	雇用表			年(年度)	雇用表
1	北海道	2015	○	1	札幌市	2015	×
				2	旭川市	×	×
				3	釧路市	2015	×
2	青森県	2015	○	4			
3	岩手県	2015	○	5	盛岡市	×	×
4	宮城県	2015	○	6	仙台市	×	×
5	秋田県	2015	○	7	秋田市	×	×
6	山形県	2015	○	8	山形市	×	×
				9	鶴岡市	×	×
7	福島県	2015	○	10	福島市	×	×
8	茨城県	2015	○	11	つくば市	×	×
				12	土浦市	×	×
9	栃木県	2015	○				
10	群馬県	2015	○	13	前橋市	×	×
11	埼玉県	2015	○	14	さいたま市	2015	○
12	千葉県	2015	○	15	千葉市	2015	○
				16	成田市	×	×
				17	木更津市	×	×
				18	浦安市	×	×
13	東京都	2015	○				
14	神奈川県	2015	○	19	横浜市	2015	○
				20	箱根町	×	×
15	新潟県	2015	○	21	新潟市	×	×
16	富山県	2015	○	22	富山市	×	×
17	石川県	2015	○	23	金沢市	×	×
18	福井県	2015	○	24	福井市	×	×
19	山梨県	2015	○	25	富士吉田市	×	×
20	長野県	2015	○	26	長野市	×	×
				27	松本市	×	×
				28	上田市	×	×
21	岐阜県	2015	○	29	岐阜市	×	×
				30	高山市	×	×
22	静岡県	2015	○	31	静岡市	2015	×
				32	浜松市	2015	×
23	愛知県	2015	○	33	名古屋市	2015	○
				34	犬山市	×	×
24	三重県	2015	○	35	伊勢志摩	×	×

No	都道府県	都道府県産業連関表		No	市町名	基礎自治体産業連関表	
		年(年度)	雇用表			年(年度)	雇用表
25	滋賀県	2015	○	36			
26	京都府	2015	○	37	京都市	2015	○
27	大阪府	2015	○	38	大阪市	2015	○
28	兵庫県	2015	○	39	神戸市	2015	×
				40	姫路市	2000	×
29	奈良県	2015	○	41	奈良市	2015	○
30	和歌山県	2015	○			×	×
31	島根県	2015	○	42	松江市	×	×
32	鳥取県	2015	○			×	×
33	岡山県	2015	○	43	岡山市	2015	×
34	広島県	2015	○	44	広島市	2015	×
				45	福山市		
35	山口県	2015	○	46	下関市	×	×
36	徳島県	2015	○	47	徳島市	×	×
37	香川県	2015	○	48	高松市	×	×
38	愛媛県	2015	○	49	松山市	2012	×
39	高知県	2015	○				
40	福岡県	2015	○	50	福岡市	2015	×
				51	北九州市	2011	×
41	佐賀県	2015	○				
42	長崎県	2015	○	52	長崎市	×	×
43	熊本県	2015	○	53	熊本市	2015	○
44	大分県	2015	○	54	別府市	×	×
45	宮崎県	2015	○	55	宮崎市	×	×
46	鹿児島県	2015	○	56	鹿児島市	×	×
47	沖縄県	2015	×	57	那覇市	×	×
				58	浦添市	×	×
				59	宜野湾市	×	×
				60	沖縄市	×	×

注) 各地方自治体ポータルサイトによる(データ整備時点)

注) 雇用表が公表されている一部地域において、データ処理の関係上国勢調査に基づいた抽出を実施していることに留意

注) 部門数は30~40部門程度のものを記載

## 1-2. 現在産業連関表がない地域における産業連関表の作成

産業連関表が無い都市等では、下記のように公表データを用いて対象都市の投入係数と自給率を設定することによって、産業連関表（逆行列係数表）を作成した。

### ■投入係数（A）設定の考え方

・投入係数(A)は、都市の場合、当該都市が存在する都道府県の投入係数で代替する。

### ■自給率=I-移輸入率（M）設定の考え方

・自給率については、1-移輸入率として設定する必要があるが、地域間（基礎自治体間）の商取引の相互関係については、経済センサス等の既存統計では、把握できない。

・そのため、本業務では都市レベルの産業連関表が存在する地域における、都市の自給率と都道府県の自給率との比率の平均（自給率調整係数）を算出し、これを当該都市が存在する都道府県の自給率に乗じることによって、都市レベルの自給率を推計した。

図表 2-28 対象都市自給率の算出方法

$$\text{対象都市自給率} = \text{都道府県の産業連関表による自給率} \times \frac{\text{産業連関表がある都市の自給率}}{\text{上記の都市が存在する都道府県の自給率}}$$

※自給率は、産業連関表に基づいて部門別に算出

・なお、建設業については、通常、地域内でまかなうことが設定されていることを考慮し、自給率 100%として設定することとした。

### ○逆行列表の算出

・上記の方法で設定する対象都市における投入係数(A)、自給率をもとに、逆行列係数表を下記の式に基づき算出した。

図表 2-29 逆行列表の算出方法

$$\text{逆行列係数表} = [I - (I-M) A]^{-1}$$

※F：最終需要、A：投入係数、M：移輸入率（I-Mで自給率）、I：単位行列

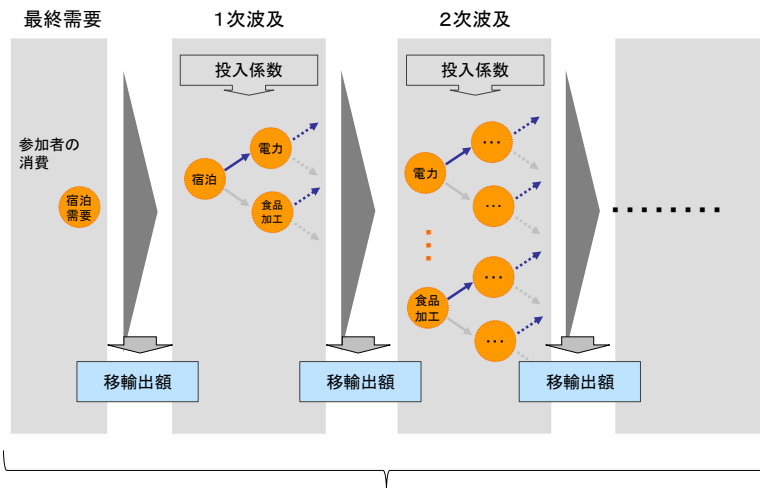
【参考】移出入がある場合の経済波及効果算出の構造

・ 最終需要に逆行列係数を乗じることによって、無限に波及する効果全体を算出することが可能となる。

$$\begin{aligned}
 \text{経済波及効果} &= \text{最終需要} + \text{第1次波及} + \text{第2次波及} + \text{第3次波及} + \dots \\
 &= F + (I-M)A \times F + [(I-M)A]^2 \times F + [(I-M)A]^3 \times F \\
 &\quad + \dots \\
 &= [I - (I-M)A]^{-1} \times F
 \end{aligned}$$

※F：最終需要、A：投入係数、M：移輸出（I-Mで自給率）、I：単位行列

宿泊業の場合のイメージ



「逆行列係数」を用いることにより、異出入を除く全体の波及効果が求められる  
 経済波及効果=逆行列係数 $([I-(I-M)A]^{-1})$ ×最終需要

1-3. 商業マージン・運輸マージンの適用による生産者価格の算出

産業連関表を用いて、経済波及効果を算出するためには、「購入者価格の需要額」を「生産者価格の需要額」に転換する必要がある。購入者価格の需要額には、商業マージン、運輸マージンが含まれており、これらの金額を、それぞれ商業、運輸の金額として計上し直す必要がある。そのため、需要額（購入者価格）に、2015年全国産業連関表に基づく商業マージン、運輸マージンを反映させた。

図表 2-30 商業マージン・運輸マージンの反映

部門（業種）		A.需要額 (購入者価格)	B.商業 マージン率	C.運輸 マージン率	D.生産者 価格率 1-(B+C)	E.需要額 (生産者価格)
1	農林水産業		0.2588	0.0397	0.7015	A×D
6	鉱業		0.0226	0.0665	0.9109	A×D
11	飲食料品		0.3267	0.0326	0.6407	A×D
15	繊維製品		0.4630	0.0259	0.5111	A×D
16	パルプ・紙・木製品		0.2425	0.0603	0.6972	A×D
20	化学製品		0.2400	0.0323	0.7277	A×D
21	石油・石炭製品		0.2098	0.0227	0.7675	A×D
22	プラスチック・ゴム		0.2131	0.0356	0.7513	A×D
25	窯業・土石製品		0.1986	0.0599	0.7415	A×D
26	鉄鋼		0.0680	0.0311	0.9008	A×D
27	非鉄金属		0.1251	0.0362	0.8387	A×D
28	金属製品		0.1423	0.0470	0.8108	A×D
29	はん用機械		0.1428	0.0183	0.8388	A×D
30	生産用機械		0.1852	0.0176	0.7972	A×D
31	業務用機械		0.2228	0.0176	0.7596	A×D
32	電子部品		0.0951	0.0153	0.8896	A×D
33	電気機械		0.2383	0.0125	0.7492	A×D
34	情報・通信機器		0.2040	0.0091	0.7869	A×D
35	輸送機械		0.1227	0.0223	0.8551	A×D
39	その他の製造工業製品		0.3320	0.0374	0.6306	A×D
41	建設		0.0000	0.0000	1.0000	A×D
46	電力・ガス・熱供給		0.0000	0.0000	1.0000	A×D
47	水道		0.0000	0.0000	1.0000	A×D
48	廃棄物処理		0.0000	0.0000	1.0000	A×D
51	商業		—	0.0000	1.0000	A×D+ΣA×B
53	金融・保険		0.0000	0.0000	1.0000	A×D
55	不動産		0.0000	0.0000	1.0000	A×D
57	運輸・郵便		0.0000	—	1.0000	A×D+ΣA×C
59	情報通信		0.0424	0.0042	0.9534	A×D
61	公務		0.0000	0.0000	1.0000	A×D
63	教育・研究		0.0000	0.0000	1.0000	A×D
64	医療・福祉		0.0000	0.0000	1.0000	A×D
65	その他の非営利団体サービス		0.0000	0.0000	1.0000	A×D
66	対事業所サービス		0.0000	0.0000	1.0000	A×D
67	対個人サービス		0.0000	0.0000	1.0000	A×D
68	事務用品		0.0000	0.0000	1.0000	A×D
69	分類不明		0.0235	0.0301	0.9463	A×D
合計						

想定需要額  
(購入者価格)

マージン  
以外の割合

出所) マージン率、生産者価格率は、2015年全国産業連関表に基づき設定

1-4. 自給率の反映と直接効果の算出

MICE 開催による対象地域内の需要額（直接効果）を求めるためには、域内に帰属する需要額を特定する必要がある。そのため、地域に帰属する交通費を考慮したうえで、各地域別の取引基本表をもとに、(域内需要額-移輸入額) / (域内需要額) として算出される自給率を乗じた。

交通費のうち、国際交通運賃は全国のみ、国内移動費は消費額の半額が都道府県に帰属すると設定した（都市レベルは都市内交通費のみが帰属と設定した）。

図表 2-31 直接効果の算出

部門（業種）	E. 需要額	F. 自給率	G. 国内需要額 (直接効果) E×F
1 農林水産業		0.819809	
6 鉱業		0.038056	
11 飲食料品		0.828267	
15 繊維製品		0.363065	
16 パルプ・紙・木製品		0.815747	
20 化学製品		0.737061	
21 石油・石炭製品		0.821167	
22 プラスチック・ゴム		0.855208	
25 窯業・土石製品		0.87904	
26 鉄鋼		0.957862	
27 非鉄金属		0.637034	
28 金属製品		0.897274	
29 はん用機械		0.8216	
30 生産用機械		0.835072	
31 業務用機械		0.698055	
32 電子部品		0.618717	
33 電気機械		0.676767	
34 情報・通信機器		0.373572	
35 輸送機械		0.889419	
39 その他の製造工業製品		0.727124	
41 建設		1	
46 電力・ガス・熱供給		0.999929	
47 水道		0.999661	
48 廃棄物処理		0.999937	
51 商業		0.997894	
53 金融・保険		0.960134	
55 不動産		0.999978	
57 運輸・郵便		0.929662	
59 情報通信		0.954948	
61 公務		1	
63 教育・研究		0.954495	
64 医療・福祉		0.999947	
65 その他の非営利団体サービス		0.97164	
66 対事業所サービス		0.949855	
67 対個人サービス		0.976644	
68 事務用品		1	
69 分類不明		0.989311	
合計		0.901116	

出所) 自給率は 2015 年全国産業連関表の値を例示（地域別に産業連関表に基づき設定）

注) (自給率) = (域内需要額-移輸入額) / (域内需要額)

## 2. 効果の算出方法

### 2-1. 生産誘発効果等の算出

#### (1) 間接1次生産誘発効果

間接1次生産誘発額は、直接効果に地域別の逆行列係数を掛け合わせたうえで、直接効果を差し引いて算出する。逆行列係数は、図表 2-29 に記載した方法で地域別に設定した。

図表 2-32 間接1次生産誘発効果の算出

部門（業種）		G.国内需要額 (直接効果)	H.生産誘発額 (逆行列係数)×G	I.間接1次 生産誘発額 H-G
1	農林水産業			
6	鉱業			
11	飲食品			
15	繊維製品			
16	パルプ・紙・木製品			
20	化学製品			
21	石油・石炭製品			
22	プラスチック・ゴム			
25	窯業・土石製品			
26	鉄鋼			
27	非鉄金属			
28	金属製品			
29	はん用機械			
30	生産用機械			
31	業務用機械			
32	電子部品			
33	電気機械			
34	情報・通信機器			
35	輸送機械			
39	その他の製造工業製品			
41	建設			
46	電力・ガス・熱供給			
47	水道			
48	廃棄物処理			
51	商業			
53	金融・保険			
55	不動産			
57	運輸・郵便			
59	情報通信			
61	公務			
63	教育・研究			
64	医療・福祉			
65	その他の非営利団体 サービス			
66	対事業所サービス			
67	対個人サービス			
68	事務用品			
69	分類不明			
合計				

出所)「逆行列係数」は2015年産業連関表による

(2) 間接 2 次生産誘発効果

直接効果、間接 1 次波及効果によって誘発される所得の一定割合が消費に回ること  
で誘発される生産効果をいう。生産誘発に伴う誘発消費額を産業連関表の民間最終需  
要の比率で業種別に配分した上で逆行列係数をかけて求める。

図表 2-33 間接 2 次生産誘発効果の算出

部門 (業種)	H.生産誘発額 (逆行列係数)×G	J.雇用者 所得率	K.雇用者 所得 H×J	L.雇用者消費額 ΣK×(消費性向)	M.民間最終消費 需要構成比	N.業種別雇用者 消費額 L×M	O.間接2次波及効果 (逆行列係数)×N
農林水産業		0.11592		0.5521	0.012505		
鉱業		0.205248			-0.00002		
飲食品		0.130962			0.090932		
繊維製品		0.253786			0.014379		
パルプ・ 紙・木製品		0.165859			0.001128		
化学製品		0.089169			0.00831		
石油・石炭 製品		0.011612			0.016644		
プラスチック・ゴム		0.225071			0.002935		
窯業・土石 製品		0.224374			0.000443		
鉄鋼		0.059998			-0.000113		
非鉄金属		0.100898			0.000553		
金属製品		0.286993			0.000914		
はん用機械		0.22913			0.000043		
生産用機械		0.238651			0.000026		
業務用機械		0.20197			0.000331		
電子部品		0.20365			0.000513		
電気機械		0.193562			0.010265		
情報・通信 機器		0.191392			0.011291		
輸送機械		0.128489			0.019304		
その他の製 造工業製品		0.256318			0.010058		
建設		0.349486			0		
電力・ガ ス・熱供給		0.078696			0.022561		
水道		0.143536			0.006225		
廃棄物処理		0.480259			0.000958		
商業		0.389807			0.157566		
金融・保険		0.312061			0.05816		
不動産		0.057877			0.215676		
運輸・郵便		0.28331			0.049262		
情報通信		0.210112			0.043393		
公務		0.360444			0.003821		
教育・研究		0.508092			0.030059		
医療・福祉		0.505725			0.051334		
その他の非 営利団体 サービス		0.496703			0.010808		
対事業所 サービス		0.344225			0.013314		
対個人サー ビス		0.269427			0.136389		
事務用品		0			0		
分類不明		0.012664			0.000033		
合計		0.261146				1	1

出所)「雇用者所得率」は 2015 年全国産業連関表に基づく数値を例示(地域別の産業連関表による設定) / 消費性向は、2024 年家計調査により 0.5521 と設定

注) 自給率は「直接効果の算出」、逆行列係数は「間接 1 次波及効果の算出」の頁を参照

以上の雇用者所得および雇用者消費額を算出するために、下記の数値を整理した。

■雇用者所得率

- ・ 地域別の産業連関表に基づき、(雇用者所得) / (域内生産額) として算出

■消費性向

総務省「家計調査」より、2024年の55.21%と設定

■民間最終消費需要構成比

- ・ 地域別の産業連関表（取引基本表）の民間最終消費需要より構成比を算出
- ・ 取引基本表がない地域については、都道府県の構成を適用

2-2. 粗付加価値額・雇業者所得額・就業効果の算出

(1) 粗付加価値額

中間投入額を控除した粗付加価値額（GDP に相当）は、生産誘発額の合計値（直接効果＋間接 1 次波及効果＋間接 2 次波及効果）に地域別の産業連関表に基づく粗付加価値率（粗付加価値額/域内生産額）を掛け合わせることで求める。

部門（業種）	P. 生産誘発効果	Q. 粗付加価値率	R. 粗付加価値額
	合計額 G+I+O=H+O		P×Q
農林水産業		0.476589	
鉱業		0.520144	
飲食料品		0.37165	
繊維製品		0.40276	
パルプ・紙・木製品		0.356653	
化学製品		0.334714	
石油・石炭製品		0.301038	
プラスチック・ゴム		0.382647	
窯業・土石製品		0.485385	
鉄鋼		0.263963	
非鉄金属		0.245731	
金属製品		0.448692	
はん用機械		0.441781	
生産用機械		0.462175	
業務用機械		0.414973	
電子部品		0.376909	
電気機械		0.362653	
情報・通信機器		0.353125	
輸送機械		0.242464	
その他の製造工業製品		0.464965	
建設		0.468551	
電力・ガス・熱供給		0.357891	
水道		0.499032	
廃棄物処理		0.661744	
商業		0.698876	
金融・保険		0.675409	
不動産		0.840984	
運輸・郵便		0.515204	
情報通信		0.516339	
公務		0.708298	
教育・研究		0.73166	
医療・福祉		0.620294	
その他の非営利団体 サービス		0.600391	
対事業所サービス		0.625385	
対個人サービス		0.532047	
事務用品		0	
分類不明		0.411756	
合計		0.538641	

出所) 粗付加価値率は 2015 年全国産業連関表に基づく例示

(2) 雇用者所得額/就業効果

■雇用者所得

雇用者所得額は、生産誘発額に、地域別の産業連関表（取引基本表）に基づく雇用者所得率（雇用者所得/域内生産額）を掛け合わせることで求める。

■就業効果

就業効果（誘発就業者数）は、生産誘発額に、地域別の産業連関表（取引基本表）に基づく就業係数（就業者数/域内生産額）を掛け合わせることで求める。

部門（業種）		P.生産誘発額	T.雇用者所得率	U.雇用者所得S×T	V.就業係数 (人/千円)	W.誘発就業者数 P×V
1	農林水産業		0.1159198		0.3027786	
6	鉱業		0.2052482		0.0448182	
11	飲食料品		0.1309618		0.0408254	
15	繊維製品		0.2537861		0.1301107	
16	パルプ・紙・木製品		0.1658591		0.0487531	
20	化学製品		0.0891688		0.0139177	
21	石油・石炭製品		0.011612		0.0013941	
22	プラスチック・ゴム		0.2250706		0.0521787	
25	窯業・土石製品		0.2243736		0.0531309	
26	鉄鋼		0.0599979		0.0097159	
27	非鉄金属		0.1008977		0.0170733	
28	金属製品		0.2869928		0.076952	
29	はん用機械		0.2291297		0.0402314	
30	生産用機械		0.2386505		0.0473008	
31	業務用機械		0.2019701		0.0375205	
32	電子部品		0.2036498		0.0352018	
33	電気機械		0.1935621		0.034299	
34	情報・通信機器		0.191392		0.0292486	
35	輸送機械		0.1284888		0.0195633	
39	その他の製造工業製品		0.2563183		0.0792704	
41	建設		0.3494862		0.0821875	
46	電力・ガス・熱供給		0.078696		0.0093533	
47	水道		0.1435365		0.021672	
48	廃棄物処理		0.4802592		0.1010702	
51	商業		0.3898071		0.1145393	
53	金融・保険		0.3120614		0.0511829	
55	不動産		0.0578774		0.0119051	
57	運輸・郵便		0.2833102		0.0648837	
59	情報通信		0.210112		0.0349152	
61	公務		0.360444		0.0510477	
63	教育・研究		0.5080923		0.0796795	
64	医療・福祉		0.5057254		0.1138409	
65	その他の非営利団体サービス		0.4967028		0.1298741	
66	対事業所サービス		0.3442247		0.0991034	
67	対個人サービス		0.2694271		0.1575284	
68	事務用品		0		0	
69	分類不明		0.0126642		0.0023047	
合計			0.261146		0.0673647	

出所) 雇用者所得率、雇用係数は 2015 年全国産業連関表に基づく数値を例示

## 2-3. 飲食店・宿泊業の経済波及効果の算出

### (1) 推計の考え方

産業連関表において、飲食店、宿泊業については、最終需要の対象と捉えられており、内生部門の投入係数は0となっている。そのため、飲食店、宿泊業については生産誘発係数が0である。

そのため、以下の方法で、経済波及効果を算出する。

$$(\text{経済波及効果}) = (\text{直接効果}) + (\text{間接1次波及効果}) + (\text{間接2次波及効果})$$

$$(\text{直接効果}) = (\text{主催者消費額}) + (\text{参加者消費額})$$

$$(\text{間接1次波及効果}) = 0$$

$$(\text{間接2次波及効果}) = (\text{間接2次波及効果算出のための民間消費支出}) \\ \times (\text{消費係数})$$

### (2) 直接効果の算出方法

直接効果は、以下の方法で、主催者事業費、消費者原単位に基づいて算出する。

#### ○飲食費用

$$(\text{主催者飲食費}) = (\text{主催者事業費}) \times (\text{飲食費割合})$$

$$(\text{参加者飲食費}) = (\text{延参加者数}) \times (\text{参加者1人・日当たり飲食費})$$

#### ○宿泊費用

$$(\text{主催者宿泊費}) = (\text{主催者事業費}) \times (\text{宿泊費割合})$$

$$(\text{参加者宿泊費}) = (\text{延宿泊日数}) \times (\text{参加者1人・日当たり宿泊費})$$

■間接 2 次波及効果の推計方法

間接 2 次効果は、効果として算出される民間消費支出に対する飲食店・宿泊業への投入率（消費係数）を設定することによって求められる。

地域別の産業連関表から、下記のように消費係数を算出した。

No	都道府県名	民間消費支出計	消費額（生産者価格）		消費係数	
			飲食店	宿泊業	飲食店	宿泊業
0	全国	305,616,414	19,503,759	3,045,103	0.063817773	0.009963807
1	北海道	12,206,104	432,743	156,932	0.035453	0.012856846
2	青森県	2,352,067	164,834	9,709	0.070080487	0.004127859
3	秋田県	2,567,118	136,798	43,656	0.053288575	0.017005702
4	岩手県	5,117,131	295,215	45,978	0.057691507	0.008985113
5	山形県	2,146,509	139,237	35,563	0.064866721	0.016567832
6	宮城県	2,360,200	120,821	41,414	0.051191001	0.017546818
7	福島県	4,141,427	262,077	49,985	0.063281811	0.012069511
8	栃木県	5,864,050	357,887	62,191	0.061030698	0.010605403
9	群馬県	4,631,782	287,163	48,098	0.061998384	0.01038434
10	茨城県	4,446,366	280,180	43,745	0.063013256	0.009838371
11	千葉県	17,628,827	1,181,621	175,818	0.06702776	0.009973327
12	神奈川県	14,871,165	978,055	187,436	0.065768553	0.012603989
13	東京都	42,904,446	3,098,117	525,179	0.072209696	0.012240666
14	埼玉県	24,218,587	1,773,005	306,197	0.073208441	0.012643064
15	新潟県	5,093,568	276,188	42,391	0.054222894	0.008322457
16	山梨県	2,512,358	158,524	20,250	0.063097695	0.008060157
17	静岡県	2,657,253	196,410	26,936	0.073914678	0.010136784
18	長野県	1,868,732	110,918	16,954	0.059354608	0.009072224
19	富山県	1,627,688	69,592	11,943	0.042755205	0.007337121
20	石川県	4,783,816	276,025	52,488	0.057699799	0.010972056
21	岐阜県	4,179,250	269,985	28,201	0.064601304	0.006747861
22	福井県	8,688,991	550,575	86,538	0.063364665	0.009959499
23	愛知県	18,586,243	1,236,943	197,699	0.066551535	0.010636846
24	滋賀県	4,361,100	269,444	58,034	0.061783495	0.013307193
25	京都府	3,313,362	225,435	33,361	0.068038144	0.010068625
26	大阪府	5,721,811	483,826	61,203	0.084558264	0.010696436
27	奈良県	22,554,066	1,486,069	262,292	0.065889184	0.011629477
28	和歌山県	12,051,117	845,379	158,872	0.070149431	0.013183176
29	三重県	4,361,100	269,444	58,034	0.061783495	0.013307193
30	兵庫県	2,042,760	118,524	16,178	0.0580215	0.007919677
31	鳥取県	1,073,158	51,128	6,521	0.047642565	0.006076458
32	島根県	1,493,230	79,119	18,863	0.05298514	0.012632347
33	岡山県	4,147,013	253,782	35,116	0.061196411	0.008467878
34	広島県	6,372,967	353,256	68,046	0.055430383	0.010677287
35	山口県	3,022,601	159,928	18,545	0.052910566	0.006135595
36	香川県	1,626,964	106,701	16,659	0.065582889	0.010239317
37	愛媛県	2,185,809	112,724	18,108	0.051570837	0.008284347
38	高知県	3,009,792	193,525	23,053	0.064298463	0.007659333
39	徳島県	1,505,306	92,181	12,842	0.061237383	0.008531156
40	福岡県	10,114,198	566,643	115,344	0.056024532	0.011404168
41	佐賀県	1,594,341	101,531	20,628	0.063682021	0.012937989
42	長崎県	2,449,946	170,422	24,398	0.069561533	0.009958587
43	大分県	3,343,268	175,434	27,460	0.052473807	0.00821352
44	熊本県	3,343,268	175,434	27,460	0.052473807	0.00821352
45	宮崎県	2,349,780	141,369	17,843	0.060162642	0.007593476
46	鹿児島県	3,266,468	200,253	28,247	0.061305542	0.008647508
47	沖縄県	2,394,142	116,532	24,295	0.048673805	0.010147685
	全国	305,616,414	19,503,759	3,045,103	0.063817773	0.009963807

注) 都道府県別の産業連関表に基づき設定

## 2-4. 誘発税収額の算出

### (1) 税率設定の考え方

利用が想定される地方自治体やコンベンションビューロー等で予算要求を行う場合は、財支出に伴う生産誘発効果や雇用効果とあわせて、税収額が議題になる場合も多いため、下記の誘発税収額を算出する。

#### ○国税

- ・個人直接税：所得税
- ・法人直接税：法人税
- ・間接税：消費税

#### ○地方税

##### (都道府県税)

- ・個人直接税：個人都道府県民税＋個人事業税
- ・法人直接税：法人都道府県民税＋法人事業税
- ・間接税：地方消費税＋都道府県たばこ税＋ゴルフ場利用税

##### (市町村税)

- ・個人直接税：個人市町村民税
- ・法人直接税：法人市町村民税
- ・間接税：市町村たばこ税＋入湯税

モデルにおける税率は、将来的なメンテナンスを考慮し、税目別の税率を全国値で設定し、地域格差を乗じる方式とする。具体的には、下記の式で算出する。

$$(i \text{ 税 } j \text{ 県税率}) = (\text{全国 } i \text{ 税税率}) \times (i \text{ 税 } j \text{ 県税率格差係数}) \times (i \text{ 税税率調整係数})$$

なお、誘発税率は産業連関表ベースで設定する必要があるが、産業連関表は多くの地域で2015年が最新であるため、最近の税率が反映できない。そのため、税率は国民経済計算ベースで設定し、産業連関表ベースと直すための調整係数を乗じることにした。

## (2) 各種係数の算出

### ■全国税率

モデルで用いる税率として、全国税率は、2015年から2020年の平均値として設定することにした。国税、都道府県税、市町村税の税率を下記に示す。

### ●国税

		2015	2016	2017	2018	2019	2020	平均
課税対象 (百万円)	雇用者報酬	263,249,444	269,017,989	274,418,745	281,013,598	283,391,886	280,582,519	275,279,030
	企業所得	124,240,650	120,185,660	124,566,227	119,652,968	111,418,435	87,612,245	114,612,698
	県内総生産	563,305,394	567,118,499	581,105,205	585,085,282	579,224,181	559,579,236	572,569,633
税額 (百万円)	所得税	21,701,722	20,709,893	22,158,836	23,255,409	23,182,188	22,942,727	22,325,129
	法人税	12,393,772	12,134,505	13,472,479	13,766,811	12,395,465	13,717,519	12,980,092
	消費税	21,901,622	22,476,266	22,762,137	22,972,225	24,138,376	28,018,287	23,711,486
税率 (%)	所得税	8.2%	7.7%	8.1%	8.3%	8.2%	8.2%	8.1%
	法人税	10.0%	10.1%	10.8%	11.5%	11.1%	15.7%	11.5%
	消費税	3.9%	4.0%	3.9%	3.9%	4.2%	5.0%	4.1%

### ●都道府県税

		2009	2010	2011	2012	2013	2014	平均
対象 (百万円)	雇用者報酬	263,249,444	269,017,989	274,418,745	281,013,598	283,391,886	280,582,519	275,279,030
	企業所得	124,240,650	120,185,660	124,566,227	119,652,968	111,418,435	87,612,245	114,612,698
	県民総生産	563,305,394	567,118,499	581,105,205	585,085,282	579,224,181	559,579,236	572,569,633
税額 (百万円)	都道府県民税 (個人)	5,460,951	5,335,865	5,578,237	5,070,086	5,051,359	5,170,481	5,277,830
	都道府県民税 (法人) + 法人事業税	4,352,972	4,816,780	4,753,820	5,077,989	5,206,319	4,630,303	4,806,364
	地方消費税 + 都道府県たばこ税 + ゴルフ場利用税	5,174,756	4,897,669	4,920,951	4,997,738	4,978,158	5,596,572	5,094,307
税率 (%)	都道府県民税 (個人)	2.1%	2.0%	2.0%	1.8%	1.8%	1.8%	1.9%
	都道府県民税 (法人) + 法人事業税	3.5%	4.0%	3.8%	4.2%	4.7%	5.3%	4.3%
	地方消費税 + 都道府県たばこ税 + ゴルフ場利用税	0.9%	0.9%	0.8%	0.9%	0.9%	1.0%	0.9%

### ●市町村税

		2009	2010	2011	2012	2013	2014	平均
対象 (百万円)	雇用者報酬	263,249,444	269,017,989	274,418,745	281,013,598	283,391,886	280,582,519	275,279,030
	企業所得	124,240,650	120,185,660	124,566,227	119,652,968	111,418,435	87,612,245	114,612,698
	県民総生産	563,305,394	567,118,499	581,105,205	585,085,282	579,224,181	559,579,236	572,569,633
税額 (百万円)	市町村民税 (個人)	7,223,698	7,365,129	7,470,790	8,105,655	8,325,135	8,426,682	7,819,515
	市町村民税 (法人) + 法人事業税	2,685,593	2,574,425	2,595,320	2,805,052	2,781,913	2,197,055	2,606,560
	市町村たばこ税 + 入湯税	958,864	933,303	885,004	872,610	876,377	829,425	892,597
税率 (%)	市町村民税 (個人)	2.7%	2.7%	2.7%	2.9%	2.9%	3.0%	2.8%
	市町村民税 (法人) + 法人事業税	2.2%	2.1%	2.1%	2.3%	2.5%	2.5%	2.3%
	市町村たばこ税 + 入湯税	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	0.1%	0.2%

## ■税率格差係数

税率格差係数は、都道府県の税率の全国税率に対する比率として設定した。全国税率に乘じることによって都道府県の税率を近似的に求めることとした。

以下に税区分ごとの税率格差指数を示す。

## ●国税

(所得税 税率格差指数)

都道府県	2015	2016	2017	2018	2019	2020	平均	格差指数
01 北海道	4.5%	4.6%	4.7%	4.6%	4.3%	4.2%	4.5%	0.55
02 青森県	3.6%	3.8%	3.9%	3.8%	3.9%	3.8%	3.8%	0.47
03 岩手県	3.7%	3.6%	3.6%	3.6%	3.7%	3.6%	3.6%	0.45
04 宮城県	4.3%	4.3%	4.4%	4.6%	4.3%	4.4%	4.4%	0.54
05 秋田県	3.4%	3.3%	3.4%	3.3%	3.4%	3.4%	3.4%	0.42
06 山形県	3.6%	3.6%	3.5%	3.4%	3.7%	3.6%	3.5%	0.44
07 福島県	4.6%	4.3%	4.3%	4.2%	4.0%	4.2%	4.3%	0.53
08 茨城県	4.0%	3.9%	4.0%	3.9%	3.8%	3.8%	3.9%	0.48
09 栃木県	4.2%	4.1%	4.2%	4.3%	4.1%	4.5%	4.2%	0.52
10 群馬県	4.7%	4.5%	4.6%	4.7%	4.5%	4.5%	4.6%	0.56
11 埼玉県	3.9%	3.9%	4.0%	3.9%	4.0%	4.1%	4.0%	0.49
12 千葉県	3.6%	3.6%	3.6%	3.5%	3.6%	3.5%	3.6%	0.44
13 東京都	27.0%	24.0%	25.7%	27.2%	27.2%	26.4%	26.3%	3.24
14 神奈川県	5.1%	5.0%	5.3%	5.2%	5.0%	5.4%	5.2%	0.64
15 新潟県	3.8%	3.7%	3.9%	3.9%	3.8%	3.8%	3.8%	0.47
16 富山県	4.6%	4.5%	4.7%	4.5%	4.7%	4.7%	4.6%	0.57
17 石川県	4.4%	4.5%	4.8%	4.4%	4.6%	4.7%	4.6%	0.56
18 福井県	4.4%	4.2%	4.2%	4.3%	4.1%	4.7%	4.3%	0.53
19 山梨県	4.9%	4.5%	4.9%	5.2%	4.9%	4.5%	4.8%	0.60
20 長野県	4.0%	3.9%	4.1%	4.2%	4.1%	4.5%	4.1%	0.51
21 岐阜県	4.4%	4.2%	4.4%	4.6%	4.6%	4.5%	4.5%	0.55
22 静岡県	5.0%	4.9%	5.1%	5.0%	4.9%	5.0%	5.0%	0.62
23 愛知県	6.8%	6.6%	6.9%	7.2%	6.8%	7.0%	6.9%	0.85
24 三重県	4.3%	4.1%	4.4%	4.3%	4.3%	4.3%	4.2%	0.52
25 滋賀県	3.3%	3.2%	3.4%	3.5%	3.6%	3.6%	3.4%	0.42
26 京都府	7.1%	6.8%	6.9%	7.1%	7.2%	6.8%	7.0%	0.86
27 大阪府	9.0%	8.7%	8.9%	9.0%	9.0%	9.0%	8.9%	1.10
28 兵庫県	5.1%	4.9%	5.2%	5.0%	4.9%	4.8%	5.0%	0.62
29 奈良県	3.8%	3.5%	3.8%	3.8%	3.7%	3.8%	3.7%	0.46
30 和歌山県	4.4%	4.2%	4.5%	4.4%	4.5%	4.7%	4.5%	0.55
31 鳥取県	3.7%	3.6%	3.7%	3.7%	3.7%	3.8%	3.7%	0.46
32 島根県	3.7%	3.7%	3.6%	3.4%	3.6%	3.5%	3.6%	0.44
33 岡山県	4.2%	3.9%	4.1%	4.2%	4.3%	4.1%	4.1%	0.51
34 広島県	5.0%	4.9%	5.0%	4.8%	5.0%	5.2%	5.0%	0.61
35 山口県	4.9%	4.6%	4.8%	5.3%	5.1%	5.0%	4.9%	0.61
36 徳島県	4.6%	4.4%	4.8%	4.8%	4.7%	4.8%	4.7%	0.58
37 香川県	4.8%	4.6%	4.7%	4.6%	4.4%	4.8%	4.6%	0.57
38 愛媛県	4.6%	4.4%	4.6%	4.8%	4.6%	4.7%	4.6%	0.57
39 高知県	4.4%	4.3%	4.5%	4.4%	4.6%	4.6%	4.5%	0.55
40 福岡県	4.8%	4.7%	4.9%	4.8%	4.7%	4.8%	4.8%	0.59
41 佐賀県	3.9%	3.9%	4.2%	3.9%	4.0%	4.0%	4.0%	0.49
42 長崎県	4.1%	3.7%	3.9%	3.6%	3.7%	3.7%	3.8%	0.46
43 熊本県	4.7%	4.0%	4.4%	5.0%	4.5%	4.5%	4.5%	0.56
44 大分県	3.8%	3.8%	3.9%	3.8%	3.6%	3.7%	3.8%	0.46
45 宮崎県	4.6%	4.5%	4.7%	4.6%	4.7%	4.6%	4.6%	0.57
46 鹿児島県	4.1%	4.0%	4.1%	4.0%	4.0%	4.0%	4.0%	0.50
47 沖縄県	4.6%	4.6%	4.8%	4.8%	5.1%	4.8%	4.8%	0.59
全県計	8.2%	7.7%	8.1%	8.3%	8.2%	8.2%	8.1%	1.00

## (法人税 税率格差指数)

都道府県	2015	2016	2017	2018	2019	2020	平均	格差指数
01 北海道	5.1%	5.5%	5.8%	6.5%	7.3%	9.7%	6.7%	0.58
02 青森県	2.7%	3.4%	3.3%	3.4%	3.1%	3.9%	3.3%	0.29
03 岩手県	3.9%	4.0%	3.8%	3.7%	3.7%	4.7%	4.0%	0.35
04 宮城県	4.7%	4.7%	4.8%	5.0%	6.3%	9.8%	5.9%	0.51
05 秋田県	2.8%	2.7%	2.7%	3.2%	3.1%	4.5%	3.2%	0.27
06 山形県	3.7%	3.6%	3.4%	3.5%	3.2%	4.0%	3.6%	0.31
07 福島県	6.4%	5.8%	5.2%	4.8%	4.8%	5.9%	5.5%	0.47
08 茨城県	3.0%	3.2%	2.6%	2.7%	2.9%	4.1%	3.1%	0.27
09 栃木県	3.0%	2.7%	2.7%	2.9%	3.1%	4.5%	3.1%	0.27
10 群馬県	4.0%	4.5%	4.2%	4.6%	4.9%	7.9%	5.0%	0.43
11 埼玉県	4.4%	4.8%	4.8%	5.5%	5.7%	7.6%	5.5%	0.48
12 千葉県	5.5%	6.0%	6.2%	6.7%	7.4%	8.2%	6.7%	0.58
13 東京都	18.2%	18.7%	20.0%	20.8%	18.6%	27.5%	20.6%	1.79
14 神奈川県	7.3%	8.3%	8.2%	8.9%	9.3%	13.4%	9.2%	0.80
15 新潟県	5.4%	5.0%	5.2%	5.5%	5.5%	7.6%	5.7%	0.50
16 富山県	6.6%	6.9%	6.7%	6.5%	6.4%	8.7%	7.0%	0.60
17 石川県	6.4%	7.0%	7.9%	8.0%	10.0%	13.0%	8.7%	0.76
18 福井県	6.3%	7.6%	7.7%	8.0%	7.9%	9.3%	7.8%	0.67
19 山梨県	7.7%	6.7%	8.6%	6.3%	4.7%	6.5%	6.7%	0.58
20 長野県	6.7%	6.8%	6.8%	6.6%	6.6%	9.7%	7.2%	0.62
21 岐阜県	7.0%	7.0%	6.8%	6.6%	6.8%	8.8%	7.2%	0.62
22 静岡県	4.2%	4.4%	5.2%	5.2%	5.0%	6.3%	5.1%	0.44
23 愛知県	9.4%	9.5%	11.9%	11.3%	11.3%	12.6%	11.0%	0.95
24 三重県	3.7%	3.4%	3.4%	3.6%	4.7%	5.0%	4.0%	0.34
25 滋賀県	3.3%	3.5%	3.0%	3.3%	3.3%	4.5%	3.5%	0.30
26 京都府	6.9%	6.6%	9.1%	12.1%	11.2%	20.5%	11.1%	0.96
27 大阪府	22.7%	23.3%	24.7%	28.5%	29.0%	41.4%	28.3%	2.45
28 兵庫県	5.5%	5.5%	5.7%	6.6%	6.8%	8.4%	6.4%	0.55
29 奈良県	3.4%	3.5%	3.7%	3.5%	3.7%	5.0%	3.8%	0.33
30 和歌山県	2.5%	2.2%	2.9%	2.7%	2.9%	3.7%	2.8%	0.25
31 鳥取県	3.8%	4.1%	4.0%	4.0%	4.1%	5.3%	4.2%	0.37
32 島根県	3.4%	3.4%	3.5%	3.7%	3.3%	4.6%	3.7%	0.32
33 岡山県	6.8%	7.2%	7.6%	7.8%	7.8%	10.5%	7.9%	0.69
34 広島県	7.3%	6.9%	7.5%	8.5%	9.4%	12.5%	8.7%	0.75
35 山口県	8.6%	5.0%	6.7%	5.4%	5.9%	7.5%	6.5%	0.56
36 徳島県	4.1%	3.6%	3.9%	4.1%	3.8%	4.1%	3.9%	0.34
37 香川県	7.6%	7.2%	7.4%	7.6%	8.0%	11.1%	8.2%	0.71
38 愛媛県	9.5%	9.6%	9.0%	9.2%	9.9%	13.6%	10.2%	0.88
39 高知県	4.4%	4.1%	4.2%	4.0%	3.8%	5.0%	4.3%	0.37
40 福岡県	8.7%	8.4%	9.7%	9.7%	10.7%	15.4%	10.4%	0.90
41 佐賀県	4.6%	4.5%	4.7%	4.0%	4.7%	6.2%	4.8%	0.41
42 長崎県	5.2%	4.3%	4.9%	5.4%	4.1%	5.8%	5.0%	0.43
43 熊本県	3.5%	3.8%	4.3%	4.6%	4.0%	5.2%	4.2%	0.37
44 大分県	4.2%	4.4%	4.2%	4.0%	4.6%	6.0%	4.6%	0.40
45 宮崎県	4.5%	4.3%	4.4%	4.1%	4.5%	6.3%	4.7%	0.41
46 鹿児島県	3.8%	3.7%	3.4%	3.6%	3.5%	4.9%	3.8%	0.33
47 沖縄県	8.0%	7.6%	8.9%	9.6%	10.5%	14.3%	9.8%	0.85
全県計	10.0%	10.1%	10.8%	11.5%	11.1%	15.7%	11.5%	1.00

## (消費税 税率格差指数)

都道府県	2015	2016	2017	2018	2019	2020	平均	格差指数
01 北海道	2.9%	2.9%	2.9%	2.9%	3.0%	3.5%	3.5%	0.71
02 青森県	2.7%	6.5%	2.7%	2.8%	3.0%	3.5%	3.5%	0.70
03 岩手県	2.4%	2.5%	2.4%	2.3%	2.4%	2.8%	2.8%	0.56
04 宮城県	2.9%	2.8%	2.9%	2.8%	3.0%	3.7%	3.7%	0.73
05 秋田県	2.3%	2.3%	2.2%	2.3%	2.3%	2.8%	2.8%	0.55
06 山形県	2.7%	2.5%	2.4%	2.4%	2.5%	2.9%	2.9%	0.58
07 福島県	2.6%	2.6%	2.6%	2.6%	2.6%	3.1%	3.1%	0.62
08 茨城県	2.0%	2.0%	1.9%	1.9%	2.0%	2.3%	2.3%	0.47
09 栃木県	2.1%	2.0%	2.0%	2.0%	2.1%	2.6%	2.6%	0.51
10 群馬県	2.6%	2.5%	2.5%	2.5%	2.7%	3.4%	3.4%	0.67
11 埼玉県	2.7%	2.7%	2.7%	2.7%	2.9%	3.4%	3.4%	0.67
12 千葉県	2.4%	2.5%	2.4%	2.5%	2.6%	2.9%	2.9%	0.57
13 東京都	7.5%	7.7%	7.8%	7.8%	8.4%	10.1%	10.1%	2.03
14 神奈川県	3.3%	3.3%	3.3%	3.2%	3.2%	4.4%	4.4%	0.87
15 新潟県	2.8%	2.8%	2.7%	2.7%	2.9%	3.4%	3.4%	0.68
16 富山県	3.4%	3.3%	3.4%	3.3%	3.6%	4.4%	4.4%	0.88
17 石川県	3.1%	3.1%	3.1%	3.1%	3.4%	4.0%	4.0%	0.80
18 福井県	3.0%	3.1%	2.9%	2.9%	2.9%	3.6%	3.6%	0.71
19 山梨県	2.4%	2.4%	2.4%	2.4%	2.5%	2.6%	2.6%	0.52
20 長野県	2.7%	2.7%	2.6%	2.6%	2.8%	3.3%	3.3%	0.65
21 岐阜県	3.2%	3.2%	3.1%	3.1%	3.3%	3.8%	3.8%	0.77
22 静岡県	2.4%	2.4%	2.3%	2.4%	2.5%	2.9%	2.9%	0.58
23 愛知県	3.3%	3.3%	3.3%	3.3%	3.5%	3.9%	3.9%	0.78
24 三重県	2.2%	2.1%	2.1%	2.2%	2.5%	2.6%	2.6%	0.53
25 滋賀県	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.9%	2.2%	2.2%	0.44
26 京都府	3.3%	3.2%	3.2%	3.2%	3.5%	4.0%	4.0%	0.80
27 大阪府	4.9%	5.3%	5.0%	5.0%	5.2%	6.2%	6.2%	1.23
28 兵庫県	2.7%	2.7%	2.6%	2.6%	2.7%	3.1%	3.1%	0.63
29 奈良県	2.2%	2.1%	2.2%	2.2%	2.4%	2.7%	2.7%	0.54
30 和歌山県	2.3%	2.1%	2.1%	2.1%	2.3%	2.7%	2.7%	0.53
31 鳥取県	2.5%	2.4%	2.3%	2.4%	2.5%	2.9%	2.9%	0.58
32 島根県	2.4%	2.3%	2.3%	2.3%	2.4%	2.9%	2.9%	0.58
33 岡山県	2.7%	2.6%	2.6%	2.6%	2.9%	3.4%	3.4%	0.67
34 広島県	3.1%	3.1%	3.1%	3.2%	3.4%	4.1%	4.1%	0.82
35 山口県	2.5%	2.3%	2.2%	2.1%	2.5%	2.7%	2.7%	0.54
36 徳島県	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.1%	2.4%	2.4%	0.49
37 香川県	3.1%	3.1%	3.2%	3.1%	3.3%	4.0%	4.0%	0.79
38 愛媛県	3.0%	3.0%	2.9%	3.0%	3.1%	3.8%	3.8%	0.76
39 高知県	2.5%	2.5%	2.5%	2.5%	2.7%	3.1%	3.1%	0.62
40 福岡県	3.3%	3.2%	3.3%	3.2%	3.5%	4.2%	4.2%	0.83
41 佐賀県	2.4%	2.4%	2.4%	2.3%	2.4%	2.8%	2.8%	0.56
42 長崎県	2.5%	2.3%	2.3%	2.3%	2.4%	2.7%	2.7%	0.53
43 熊本県	2.5%	2.7%	2.5%	2.5%	2.7%	3.1%	3.1%	0.61
44 大分県	2.5%	2.5%	2.4%	2.4%	2.5%	2.9%	2.9%	0.58
45 宮崎県	2.5%	2.4%	2.4%	2.4%	2.6%	3.0%	3.0%	0.59
46 鹿児島県	2.5%	2.4%	2.3%	2.3%	2.5%	2.8%	2.8%	0.57
47 沖縄県	2.8%	2.8%	2.8%	3.0%	3.0%	3.6%	3.6%	0.73
全県計	3.9%	4.0%	3.9%	3.9%	4.2%	5.0%	5.0%	1.00

注) 2019年に消費税の引き上げがあったため、2020年度に基づいて算出している。

●都道府県税

(都道府県個人住民税+個人事業税 税率格差指数)

都道府県	2015	2016	2017	2018	2019	2020	平均	格差指数
01 北海道	1.8%	1.7%	1.7%	1.4%	1.3%	1.4%	1.6%	0.82
02 青森県	1.6%	1.6%	1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	0.87
03 岩手県	1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	0.89
04 宮城県	1.8%	1.8%	1.8%	1.4%	1.3%	1.3%	1.6%	0.82
05 秋田県	1.7%	1.6%	1.6%	1.6%	1.6%	1.6%	1.6%	0.85
06 山形県	1.7%	1.6%	1.6%	1.6%	1.6%	1.7%	1.6%	0.86
07 福島県	1.8%	1.7%	1.8%	1.8%	1.7%	1.8%	1.8%	0.92
08 茨城県	2.0%	1.9%	1.9%	1.9%	1.8%	1.9%	1.9%	0.98
09 栃木県	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.9%	1.8%	0.95
10 群馬県	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%	1.8%	1.9%	1.9%	0.98
11 埼玉県	2.1%	2.0%	2.1%	1.8%	1.8%	1.9%	2.0%	1.02
12 千葉県	2.1%	2.0%	2.0%	1.8%	1.8%	1.9%	1.9%	1.01
13 東京都	2.6%	2.4%	2.5%	2.5%	2.6%	2.6%	2.5%	1.33
14 神奈川県	2.4%	2.3%	2.3%	1.6%	1.5%	1.6%	2.0%	1.02
15 新潟県	1.7%	1.6%	1.7%	1.4%	1.4%	1.4%	1.5%	0.80
16 富山県	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.9%	1.8%	0.95
17 石川県	1.8%	1.8%	1.9%	1.8%	1.8%	1.9%	1.8%	0.95
18 福井県	1.8%	1.7%	1.8%	1.7%	1.7%	1.8%	1.7%	0.91
19 山梨県	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%	0.99
20 長野県	1.7%	1.6%	1.7%	1.7%	1.7%	1.8%	1.7%	0.88
21 岐阜県	1.9%	1.8%	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%	0.98
22 静岡県	2.1%	2.0%	2.0%	1.7%	1.6%	1.7%	1.9%	0.97
23 愛知県	2.1%	2.0%	2.1%	1.8%	1.7%	1.8%	1.9%	1.00
24 三重県	2.1%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	1.05
25 滋賀県	1.9%	1.8%	1.8%	1.8%	1.9%	2.0%	1.9%	0.97
26 京都府	2.3%	2.2%	2.2%	1.6%	1.6%	1.6%	1.9%	1.00
27 大阪府	1.9%	1.9%	1.9%	1.6%	1.5%	1.6%	1.7%	0.90
28 兵庫県	2.3%	2.2%	2.2%	1.9%	1.8%	1.9%	2.1%	1.07
29 奈良県	2.2%	2.1%	2.2%	2.2%	2.2%	2.2%	2.2%	1.13
30 和歌山県	2.0%	1.9%	2.1%	2.0%	2.1%	2.2%	2.1%	1.07
31 鳥取県	1.8%	1.7%	1.8%	1.8%	1.8%	1.9%	1.8%	0.94
32 島根県	1.8%	1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	0.89
33 岡山県	1.8%	1.7%	1.8%	1.5%	1.5%	1.5%	1.6%	0.85
34 広島県	1.9%	1.8%	1.8%	1.4%	1.4%	1.5%	1.6%	0.85
35 山口県	1.9%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.9%	1.8%	0.96
36 徳島県	1.9%	1.8%	1.9%	1.9%	1.9%	2.0%	1.9%	0.99
37 香川県	1.9%	1.8%	1.8%	1.8%	1.7%	1.8%	1.8%	0.95
38 愛媛県	1.8%	1.7%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	0.93
39 高知県	1.9%	1.8%	1.9%	1.9%	1.9%	2.0%	1.9%	0.98
40 福岡県	1.8%	1.8%	1.8%	1.4%	1.3%	1.3%	1.6%	0.81
41 佐賀県	1.7%	1.7%	1.8%	1.8%	1.7%	1.8%	1.8%	0.91
42 長崎県	1.7%	1.6%	1.6%	1.6%	1.6%	1.6%	1.6%	0.84
43 熊本県	1.7%	1.7%	1.7%	1.4%	1.4%	1.4%	1.5%	0.80
44 大分県	1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	1.6%	1.7%	1.7%	0.87
45 宮崎県	1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	0.88
46 鹿児島県	1.8%	1.7%	1.8%	1.7%	1.7%	1.8%	1.7%	0.91
47 沖縄県	1.7%	1.6%	1.7%	1.7%	1.7%	1.8%	1.7%	0.89
全県計	2.1%	2.0%	2.0%	1.8%	1.8%	1.8%	1.9%	1.00

(都道府県法人住民税+法人事業税 税率格差指数)

都道府県	2015	2016	2017	2018	2019	2020	平均	格差指数
01 北海道	2.7%	3.3%	3.3%	3.7%	4.2%	4.9%	3.7%	0.87
02 青森県	2.1%	2.8%	2.8%	2.9%	2.7%	2.9%	2.7%	0.63
03 岩手県	2.7%	3.2%	2.9%	3.1%	3.2%	3.5%	3.1%	0.73
04 宮城県	3.7%	4.4%	4.5%	4.9%	5.8%	6.9%	5.0%	1.19
05 秋田県	2.5%	2.7%	2.4%	3.0%	2.9%	3.4%	2.8%	0.66
06 山形県	2.8%	3.0%	2.8%	3.0%	2.9%	3.0%	2.9%	0.68
07 福島県	4.5%	4.6%	4.2%	4.5%	5.0%	4.8%	4.6%	1.08
08 茨城県	2.8%	3.2%	3.0%	3.2%	3.5%	4.1%	3.3%	0.77
09 栃木県	3.0%	3.1%	3.0%	3.0%	3.1%	3.6%	3.1%	0.74
10 群馬県	2.9%	3.5%	2.8%	3.2%	3.4%	3.9%	3.3%	0.77
11 埼玉県	2.9%	3.4%	3.3%	3.9%	4.1%	4.5%	3.7%	0.87
12 千葉県	3.4%	4.2%	4.2%	4.5%	5.3%	5.7%	4.5%	1.07
13 東京都	3.4%	4.0%	3.8%	4.1%	4.6%	5.1%	4.2%	0.98
14 神奈川県	4.7%	5.1%	5.2%	5.9%	6.6%	7.4%	5.8%	1.37
15 新潟県	3.7%	3.9%	3.5%	3.7%	3.8%	4.6%	3.9%	0.91
16 富山県	3.2%	4.0%	3.6%	3.5%	3.7%	4.4%	3.7%	0.87
17 石川県	4.2%	5.3%	5.0%	5.3%	6.5%	7.7%	5.7%	1.33
18 福井県	4.6%	5.7%	4.9%	5.2%	5.5%	5.7%	5.3%	1.24
19 山梨県	4.4%	4.2%	3.6%	3.9%	3.6%	3.4%	3.8%	0.90
20 長野県	4.3%	4.9%	4.3%	4.6%	4.8%	5.2%	4.7%	1.10
21 岐阜県	3.6%	4.1%	3.6%	3.7%	3.9%	4.2%	3.8%	0.90
22 静岡県	3.0%	3.2%	3.3%	3.8%	3.9%	4.1%	3.5%	0.83
23 愛知県	3.6%	4.6%	3.6%	4.6%	5.4%	6.3%	4.7%	1.10
24 三重県	3.4%	3.5%	3.4%	4.3%	4.5%	4.5%	3.9%	0.93
25 滋賀県	3.4%	3.5%	3.3%	3.7%	3.8%	3.9%	3.6%	0.85
26 京都府	2.8%	3.0%	3.3%	4.1%	4.1%	5.0%	3.7%	0.87
27 大阪府	6.8%	7.8%	7.6%	8.6%	10.1%	12.5%	8.9%	2.09
28 兵庫県	3.1%	3.4%	3.3%	3.8%	4.2%	4.7%	3.8%	0.88
29 奈良県	2.4%	2.5%	2.6%	2.7%	2.8%	3.3%	2.7%	0.64
30 和歌山県	1.8%	1.7%	2.0%	2.0%	2.1%	2.1%	2.0%	0.46
31 鳥取県	3.1%	3.4%	3.5%	3.5%	3.7%	4.0%	3.5%	0.83
32 島根県	2.5%	2.8%	2.9%	3.1%	3.2%	3.6%	3.0%	0.71
33 岡山県	3.8%	4.6%	4.3%	4.7%	5.5%	6.3%	4.9%	1.15
34 広島県	3.1%	3.7%	3.6%	4.6%	4.9%	5.9%	4.3%	1.01
35 山口県	3.3%	3.2%	3.1%	3.4%	3.6%	3.7%	3.4%	0.79
36 徳島県	2.3%	2.5%	2.4%	2.4%	2.4%	2.7%	2.5%	0.58
37 香川県	4.3%	4.8%	4.7%	4.9%	5.3%	7.1%	5.2%	1.22
38 愛媛県	4.0%	4.4%	4.1%	4.1%	4.7%	5.5%	4.5%	1.05
39 高知県	2.5%	2.8%	2.6%	2.6%	2.6%	2.9%	2.7%	0.63
40 福岡県	4.2%	4.7%	4.8%	5.4%	6.3%	8.6%	5.7%	1.33
41 佐賀県	2.9%	3.3%	3.2%	3.1%	3.6%	4.3%	3.4%	0.80
42 長崎県	3.0%	3.1%	3.5%	4.1%	3.9%	4.5%	3.7%	0.87
43 熊本県	2.8%	2.8%	2.9%	3.3%	3.1%	3.8%	3.1%	0.73
44 大分県	2.9%	3.8%	3.5%	3.3%	3.9%	4.2%	3.6%	0.84
45 宮崎県	2.9%	3.2%	3.0%	3.3%	3.4%	4.2%	3.3%	0.78
46 鹿児島県	2.1%	2.5%	2.2%	2.4%	2.5%	2.9%	2.4%	0.57
47 沖縄県	3.4%	4.1%	4.2%	4.8%	5.0%	6.9%	4.7%	1.11
全県計	3.5%	4.0%	3.8%	4.2%	4.7%	5.3%	4.3%	1.00

(地方消費税+たばこ税+ゴルフ場利用税 税率格差指数)

都道府県	2015	2016	2017	2018	2019	2020	平均	格差指数
01 北海道	1.2%	1.1%	1.1%	1.1%	1.1%	1.3%	1.1%	1.26
02 青森県	1.1%	1.0%	1.1%	1.1%	1.1%	1.3%	1.1%	1.26
03 岩手県	1.1%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	1.2%	1.0%	1.17
04 宮城県	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	1.1%	0.9%	1.07
05 秋田県	1.2%	1.1%	1.1%	1.2%	1.1%	1.3%	1.2%	1.32
06 山形県	1.1%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	1.2%	1.0%	1.17
07 福島県	1.0%	0.9%	0.9%	1.0%	1.0%	1.2%	1.0%	1.11
08 茨城県	0.8%	0.8%	0.7%	0.8%	0.8%	0.9%	0.8%	0.90
09 栃木県	0.9%	0.8%	0.8%	0.9%	0.8%	1.0%	0.9%	1.00
10 群馬県	0.9%	0.8%	0.8%	0.9%	0.8%	1.1%	0.9%	1.00
11 埼玉県	1.1%	1.0%	1.0%	1.1%	1.1%	1.3%	1.1%	1.23
12 千葉県	1.0%	1.0%	1.0%	1.1%	1.2%	1.3%	1.1%	1.25
13 東京都	0.6%	0.7%	0.6%	0.5%	0.6%	0.6%	0.6%	0.66
14 神奈川県	1.0%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	1.1%	1.0%	1.07
15 新潟県	1.0%	0.9%	0.9%	1.0%	1.0%	1.2%	1.0%	1.12
16 富山県	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	1.1%	0.9%	1.03
17 石川県	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	1.2%	1.0%	1.14
18 福井県	1.0%	0.9%	0.9%	0.8%	0.8%	1.0%	0.9%	1.01
19 山梨県	1.1%	1.0%	0.9%	1.0%	0.9%	1.1%	1.0%	1.11
20 長野県	1.1%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	1.2%	1.0%	1.16
21 岐阜県	1.1%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	1.2%	1.0%	1.17
22 静岡県	0.9%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	1.0%	0.9%	0.98
23 愛知県	0.8%	0.7%	0.7%	0.7%	0.7%	0.8%	0.7%	0.84
24 三重県	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.9%	1.0%	0.9%	0.96
25 滋賀県	0.8%	0.7%	0.7%	0.8%	0.7%	0.9%	0.8%	0.87
26 京都府	1.0%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	1.1%	1.0%	1.07
27 大阪府	0.9%	0.9%	0.9%	0.8%	0.8%	1.0%	0.9%	1.00
28 兵庫県	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	1.1%	0.9%	1.05
29 奈良県	1.3%	1.1%	1.1%	1.2%	1.2%	1.5%	1.2%	1.38
30 和歌山県	1.0%	0.9%	0.9%	1.0%	1.0%	1.1%	1.0%	1.10
31 鳥取県	1.2%	1.1%	1.1%	1.1%	1.1%	1.4%	1.2%	1.32
32 島根県	1.1%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	1.2%	1.0%	1.15
33 岡山県	0.9%	0.9%	0.9%	1.0%	0.9%	1.1%	1.0%	1.08
34 広島県	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	1.1%	0.9%	1.04
35 山口県	0.9%	0.8%	0.8%	0.8%	0.9%	0.9%	0.9%	0.96
36 徳島県	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	0.8%	1.0%	0.9%	0.99
37 香川県	1.1%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	1.2%	1.0%	1.16
38 愛媛県	1.1%	1.0%	1.0%	1.1%	1.0%	1.2%	1.1%	1.20
39 高知県	1.2%	1.1%	1.1%	1.2%	1.1%	1.4%	1.2%	1.34
40 福岡県	1.1%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	1.2%	1.0%	1.15
41 佐賀県	1.1%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	1.2%	1.1%	1.20
42 長崎県	1.2%	1.1%	1.1%	1.1%	1.1%	1.3%	1.2%	1.30
43 熊本県	1.2%	1.1%	1.0%	1.1%	1.1%	1.3%	1.2%	1.30
44 大分県	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	1.1%	1.0%	1.15
45 宮崎県	1.3%	1.1%	1.1%	1.2%	1.1%	1.4%	1.2%	1.35
46 鹿児島県	1.2%	1.1%	1.1%	1.1%	1.1%	1.3%	1.1%	1.26
47 沖縄県	1.2%	1.1%	1.1%	1.2%	1.2%	1.4%	1.2%	1.33
全県計	0.9%	0.9%	0.8%	0.9%	0.9%	1.0%	0.9%	1.00

●市町村税

(個人市町村民税 税率格差指数)

都道府県	2015	2016	2017	2018	2019	2020	平均	格差指数
01 北海道	2.5%	2.5%	2.5%	2.7%	2.7%	2.7%	2.6%	0.92
02 青森県	2.3%	2.4%	2.4%	2.4%	2.5%	2.4%	2.4%	0.84
03 岩手県	2.3%	2.4%	2.4%	2.4%	2.4%	2.5%	2.4%	0.84
04 宮城県	2.5%	2.5%	2.5%	2.8%	2.9%	3.0%	2.7%	0.95
05 秋田県	2.3%	2.3%	2.3%	2.3%	2.3%	2.3%	2.3%	0.81
06 山形県	2.3%	2.3%	2.3%	2.2%	2.3%	2.3%	2.3%	0.80
07 福島県	2.4%	2.4%	2.5%	2.5%	2.4%	2.5%	2.4%	0.86
08 茨城県	2.7%	2.6%	2.6%	2.6%	2.5%	2.6%	2.6%	0.91
09 栃木県	2.5%	2.5%	2.5%	2.5%	2.5%	2.6%	2.5%	0.89
10 群馬県	2.6%	2.6%	2.6%	2.6%	2.6%	2.6%	2.6%	0.92
11 埼玉県	2.8%	2.8%	2.8%	2.9%	3.0%	3.1%	2.9%	1.03
12 千葉県	2.8%	2.8%	2.7%	2.8%	2.8%	3.0%	2.8%	1.00
13 東京都	3.3%	3.3%	3.3%	3.3%	3.4%	3.5%	3.4%	1.18
14 神奈川県	3.2%	3.1%	3.1%	3.6%	3.7%	3.8%	3.4%	1.21
15 新潟県	2.3%	2.3%	2.3%	2.6%	2.7%	2.7%	2.5%	0.88
16 富山県	2.4%	2.5%	2.5%	2.5%	2.5%	2.6%	2.5%	0.88
17 石川県	2.5%	2.5%	2.5%	2.5%	2.5%	2.6%	2.5%	0.88
18 福井県	2.4%	2.4%	2.4%	2.4%	2.3%	2.5%	2.4%	0.84
19 山梨県	2.6%	2.6%	2.6%	2.6%	2.7%	2.6%	2.6%	0.92
20 長野県	2.3%	2.3%	2.3%	2.3%	2.4%	2.4%	2.4%	0.83
21 岐阜県	2.5%	2.5%	2.5%	2.5%	2.6%	2.6%	2.5%	0.90
22 静岡県	2.8%	2.8%	2.8%	3.0%	3.1%	3.2%	3.0%	1.04
23 愛知県	2.8%	2.8%	2.8%	3.0%	3.0%	3.1%	2.9%	1.02
24 三重県	2.8%	2.7%	2.7%	2.7%	2.7%	2.7%	2.7%	0.95
25 滋賀県	2.5%	2.5%	2.5%	2.5%	2.6%	2.7%	2.5%	0.90
26 京都府	3.0%	3.0%	2.9%	3.3%	3.5%	3.5%	3.2%	1.12
27 大阪府	2.5%	2.5%	2.5%	2.7%	2.8%	2.9%	2.7%	0.94
28 兵庫県	3.0%	3.0%	2.9%	3.1%	3.1%	3.1%	3.0%	1.06
29 奈良県	2.8%	2.8%	2.8%	2.9%	2.9%	2.9%	2.8%	1.00
30 和歌山県	2.6%	2.7%	2.7%	2.7%	2.8%	2.9%	2.7%	0.96
31 鳥取県	2.4%	2.4%	2.4%	2.4%	2.5%	2.6%	2.5%	0.87
32 島根県	2.4%	2.4%	2.3%	2.3%	2.4%	2.4%	2.4%	0.84
33 岡山県	2.4%	2.4%	2.4%	2.8%	2.9%	2.9%	2.6%	0.92
34 広島県	2.5%	2.5%	2.5%	2.7%	2.8%	2.9%	2.7%	0.94
35 山口県	2.5%	2.5%	2.4%	2.5%	2.5%	2.6%	2.5%	0.88
36 徳島県	2.5%	2.5%	2.5%	2.5%	2.6%	2.6%	2.5%	0.89
37 香川県	2.5%	2.5%	2.5%	2.4%	2.4%	2.5%	2.5%	0.87
38 愛媛県	2.4%	2.4%	2.4%	2.5%	2.4%	2.5%	2.4%	0.86
39 高知県	2.5%	2.5%	2.5%	2.6%	2.6%	2.7%	2.6%	0.91
40 福岡県	2.4%	2.5%	2.4%	2.8%	2.8%	2.9%	2.6%	0.93
41 佐賀県	2.4%	2.4%	2.4%	2.5%	2.4%	2.5%	2.4%	0.86
42 長崎県	2.3%	2.3%	2.3%	2.2%	2.2%	2.3%	2.3%	0.80
43 熊本県	2.4%	2.4%	2.3%	2.7%	2.9%	2.9%	2.6%	0.92
44 大分県	2.4%	2.4%	2.4%	2.3%	2.3%	2.3%	2.3%	0.83
45 宮崎県	2.3%	2.4%	2.4%	2.4%	2.4%	2.4%	2.4%	0.84
46 鹿児島県	2.5%	2.5%	2.5%	2.5%	2.5%	2.5%	2.5%	0.87
47 沖縄県	2.3%	2.3%	2.4%	2.4%	2.5%	2.6%	2.4%	0.85
全県計	2.7%	2.7%	2.7%	2.9%	2.9%	3.0%	2.8%	1.00

(法人市町村民税 税率格差指数)

都道府県	2015	2016	2017	2018	2019	2020	平均	格差指数
01 北海道	1.7%	1.8%	1.8%	2.0%	2.2%	2.4%	2.0%	0.87
02 青森県	1.0%	1.1%	1.1%	1.2%	1.0%	1.0%	1.1%	0.47
03 岩手県	1.4%	1.4%	1.3%	1.5%	1.4%	1.4%	1.4%	0.62
04 宮城県	2.0%	2.1%	2.1%	2.4%	2.8%	3.1%	2.4%	1.06
05 秋田県	1.6%	1.4%	1.3%	1.5%	1.4%	1.5%	1.4%	0.63
06 山形県	1.5%	1.4%	1.3%	1.4%	1.3%	1.2%	1.3%	0.58
07 福島県	2.1%	1.8%	1.7%	1.9%	2.1%	1.9%	1.9%	0.83
08 茨城県	1.4%	1.3%	1.3%	1.3%	1.5%	1.4%	1.4%	0.59
09 栃木県	1.8%	1.6%	1.7%	1.6%	1.6%	1.7%	1.6%	0.72
10 群馬県	1.7%	1.9%	1.6%	1.9%	1.9%	1.9%	1.8%	0.80
11 埼玉県	1.8%	1.8%	1.8%	2.1%	2.2%	2.2%	2.0%	0.88
12 千葉県	2.0%	2.1%	2.1%	2.3%	2.7%	2.6%	2.3%	1.02
13 東京都	2.4%	2.5%	2.4%	2.6%	2.8%	2.6%	2.5%	1.11
14 神奈川県	3.0%	2.7%	2.9%	3.2%	3.5%	3.7%	3.2%	1.38
15 新潟県	2.0%	1.8%	1.7%	1.9%	1.8%	2.1%	1.9%	0.82
16 富山県	2.0%	2.1%	1.9%	1.9%	1.8%	2.0%	1.9%	0.85
17 石川県	2.5%	2.6%	2.5%	2.8%	3.3%	3.6%	2.9%	1.25
18 福井県	2.1%	2.1%	1.9%	2.1%	2.0%	2.0%	2.0%	0.89
19 山梨県	2.2%	1.7%	1.6%	1.9%	1.4%	1.3%	1.7%	0.73
20 長野県	2.3%	2.2%	2.0%	2.1%	2.1%	2.1%	2.1%	0.94
21 岐阜県	1.8%	1.7%	1.6%	1.6%	1.6%	1.6%	1.7%	0.73
22 静岡県	1.5%	1.4%	1.5%	1.8%	1.7%	1.6%	1.6%	0.70
23 愛知県	2.0%	2.3%	1.9%	2.4%	2.8%	2.9%	2.4%	1.05
24 三重県	1.6%	1.4%	1.4%	1.9%	1.9%	1.6%	1.6%	0.72
25 滋賀県	1.8%	1.5%	1.5%	1.7%	1.7%	1.5%	1.6%	0.72
26 京都府	1.8%	1.6%	1.8%	2.2%	2.3%	2.5%	2.0%	0.89
27 大阪府	4.4%	4.3%	4.2%	4.9%	5.7%	6.3%	4.9%	2.16
28 兵庫県	2.0%	1.9%	1.8%	2.0%	2.3%	2.4%	2.0%	0.89
29 奈良県	1.5%	1.3%	1.3%	1.3%	1.4%	1.5%	1.4%	0.60
30 和歌山県	1.1%	0.9%	1.1%	1.1%	1.1%	1.0%	1.0%	0.46
31 鳥取県	1.5%	1.5%	1.5%	1.5%	1.5%	1.5%	1.5%	0.66
32 島根県	1.2%	1.2%	1.3%	1.4%	1.4%	1.4%	1.3%	0.57
33 岡山県	2.6%	2.8%	2.6%	2.8%	3.2%	3.5%	2.9%	1.27
34 広島県	2.0%	2.1%	2.0%	2.5%	2.6%	3.0%	2.4%	1.04
35 山口県	1.7%	1.4%	1.4%	1.5%	1.6%	1.4%	1.5%	0.64
36 徳島県	1.2%	1.1%	1.1%	1.2%	1.1%	1.1%	1.1%	0.50
37 香川県	2.5%	2.4%	2.5%	2.6%	2.7%	3.3%	2.7%	1.17
38 愛媛県	2.3%	2.1%	2.1%	2.1%	2.2%	2.4%	2.2%	0.97
39 高知県	1.5%	1.4%	1.4%	1.4%	1.4%	1.4%	1.4%	0.63
40 福岡県	2.8%	2.7%	2.8%	3.2%	3.6%	4.5%	3.3%	1.43
41 佐賀県	1.4%	1.4%	1.4%	1.4%	1.4%	1.6%	1.4%	0.63
42 長崎県	1.9%	1.6%	1.9%	2.1%	2.1%	1.9%	1.9%	0.84
43 熊本県	1.7%	1.5%	1.5%	1.7%	1.6%	1.8%	1.7%	0.72
44 大分県	1.8%	2.0%	1.8%	1.7%	2.0%	2.1%	1.9%	0.83
45 宮崎県	1.6%	1.5%	1.5%	1.6%	1.6%	1.8%	1.6%	0.70
46 鹿児島県	1.3%	1.3%	1.1%	1.2%	1.2%	1.3%	1.2%	0.54
47 沖縄県	1.8%	1.7%	1.8%	2.0%	2.0%	2.6%	2.0%	0.86
全県計	2.2%	2.1%	2.1%	2.3%	2.5%	2.5%	2.3%	1.00

(市町村たばこ税+入湯税 税率格差指数)

都道府県	2015	2016	2017	2018	2019	2020	平均	格差指数
01 北海道	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.48
02 青森県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.46
03 岩手県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.26
04 宮城県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.17
05 秋田県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.35
06 山形県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.13
07 福島県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.29
08 茨城県	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	1.01
09 栃木県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.03
10 群馬県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.03
11 埼玉県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.29
12 千葉県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.25
13 東京都	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.58
14 神奈川県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.03
15 新潟県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.09
16 富山県	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.96
17 石川県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.12
18 福井県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	1.04
19 山梨県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.22
20 長野県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.06
21 岐阜県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.07
22 静岡県	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.93
23 愛知県	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.77
24 三重県	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.2%	0.1%	0.2%	0.97
25 滋賀県	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.87
26 京都府	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	0.99
27 大阪府	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.10
28 兵庫県	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.98
29 奈良県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.23
30 和歌山県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.22
31 鳥取県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.29
32 島根県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	1.03
33 岡山県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.04
34 広島県	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.96
35 山口県	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.95
36 徳島県	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	0.1%	0.2%	1.00
37 香川県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.11
38 愛媛県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.15
39 高知県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.35
40 福岡県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.24
41 佐賀県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.33
42 長崎県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.35
43 熊本県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.33
44 大分県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.22
45 宮崎県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.36
46 鹿児島県	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	1.25
47 沖縄県	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%	0.3%	0.3%	0.3%	1.63
全県計	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	0.1%	0.2%	1.00

## ■ 税率調整係数

以上で設定される税率は、県民経済計算ベースの値であり、産業連関表とは若干異なっている。そのため、県民経済計算ベースの税率を産業連関表ベースの税率へ転換するため、2015年産業連関表および2015年県民経済計算より、同様の概念の指標の比率として税率調整係数を設定した。

図表 2-34 税率調整係数

都道府県	A:2015産業連関表ベース			B:2015県民経済計算ベース			調整係数：B/A			
	雇用者所得	営業余剰	租付加価値	雇用者報酬	企業所得	県内総生産	個人	事業所	間接税	
01	北海道	10,141,455	4,182,826	20,714,753	9,687,313	4,135,033	19,975,713	0.96	0.99	0.96
02	青森県	2,258,098	785,403	4,609,194	2,112,641	1,143,427	4,581,376	0.94	1.46	0.99
03	岩手県	2,453,375	779,233	4,706,508	2,163,662	1,010,382	4,684,884	0.88	1.30	1.00
04	宮城県	5,149,336	1,748,732	9,935,695	4,587,787	2,132,260	9,871,817	0.89	1.22	0.99
05	秋田県	1,734,773	552,391	3,404,906	1,595,653	749,042	3,439,810	0.92	1.36	1.01
06	山形県	1,897,774	806,990	4,007,402	1,991,234	781,725	4,023,279	1.05	0.97	1.00
07	福島県	3,956,631	1,272,617	8,058,316	3,644,318	1,447,234	7,861,826	0.92	1.14	0.98
08	茨城県	6,346,895	2,838,079	14,184,411	5,681,364	2,972,320	13,374,797	0.90	1.05	0.94
09	栃木県	4,323,974	1,434,024	9,123,015	4,113,233	2,125,414	9,074,772	0.95	1.48	0.99
10	群馬県	4,075,619	1,320,832	8,264,919	3,719,918	2,298,902	8,930,211	0.91	1.74	1.08
11	埼玉県	10,536,293	4,969,166	22,591,846	15,357,931	4,853,446	22,736,578	1.46	0.98	1.01
12	千葉県	9,136,467	4,279,455	21,005,658	13,786,379	4,042,044	20,697,873	1.51	0.94	0.99
13	東京都	55,166,529	27,206,205	107,405,629	37,210,219	33,009,363	110,029,946	0.67	1.21	1.02
14	神奈川県	17,035,734	5,868,919	35,683,992	20,845,687	5,570,027	33,952,617	1.22	0.95	0.95
15	新潟県	4,305,675	1,974,706	9,319,920	4,380,778	1,730,867	9,052,072	1.02	0.88	0.97
16	富山県	2,507,075	986,236	5,037,627	2,232,265	987,798	4,753,614	0.89	1.00	0.94
17	石川県	2,493,972	1,033,350	5,097,972	2,367,431	852,469	4,783,557	0.95	0.82	0.94
18	福井県	1,509,612	524,783	3,116,663	1,620,389	642,543	3,390,574	1.07	1.22	1.09
19	山梨県	1,442,292	932,002	3,591,175	1,565,306	698,098	3,368,956	1.09	0.75	0.94
20	長野県	4,255,652	1,328,824	8,308,034	4,315,852	1,306,752	8,290,182	1.01	0.98	1.00
21	岐阜県	3,865,517	1,556,476	7,884,290	4,060,405	1,447,267	7,516,096	1.05	0.93	0.95
22	静岡県	8,101,258	2,976,867	16,692,132	7,462,915	4,231,936	17,537,629	0.92	1.42	1.05
23	愛知県	18,391,625	6,730,810	37,254,715	17,504,397	10,211,960	41,948,409	0.95	1.52	1.13
24	三重県	3,904,312	1,583,523	8,558,006	3,537,027	1,567,907	8,067,074	0.91	0.99	0.94
25	滋賀県	3,007,533	1,396,899	6,208,245	2,966,957	1,207,482	6,318,072	0.99	0.86	1.02
26	京都府	5,322,405	1,944,790	10,555,747	4,513,058	2,652,670	10,464,040	0.85	1.36	0.99
27	大阪府	18,542,574	7,753,444	38,758,139	19,011,649	5,450,819	40,110,604	1.03	0.70	1.03
28	兵庫県	9,924,918	3,774,641	20,284,201	10,652,547	4,629,023	21,731,106	1.07	1.23	1.07
29	奈良県	1,861,106	662,931	3,663,698	2,559,904	760,159	3,678,753	1.38	1.15	1.00
30	和歌山県	1,638,410	811,259	3,708,260	1,578,256	1,006,876	3,625,295	0.96	1.24	0.98
31	鳥取県	996,823	259,790	1,845,775	927,286	366,103	1,873,634	0.93	1.41	1.02
32	島根県	1,278,035	527,961	2,598,527	1,186,876	664,587	2,582,715	0.93	1.26	0.99
33	岡山県	3,992,482	1,638,123	8,361,890	3,784,739	1,307,541	7,905,964	0.95	0.80	0.95
34	広島県	5,768,897	3,681,309	13,186,409	5,950,683	2,678,855	12,366,817	1.03	0.73	0.94
35	山口県	2,795,927	1,087,242	6,194,664	2,595,342	1,102,045	5,915,335	0.93	1.01	0.95
36	徳島県	1,341,421	499,695	2,781,508	1,322,936	858,895	3,170,527	0.99	1.72	1.14
37	香川県	1,854,571	939,216	3,978,779	1,876,724	724,967	3,837,416	1.01	0.77	0.96
38	愛媛県	2,334,919	1,037,235	4,968,496	2,399,489	874,485	4,986,719	1.03	0.84	1.00
39	高知県	1,229,173	455,496	2,401,662	1,186,961	546,088	2,432,128	0.97	1.20	1.01
40	福岡県	9,769,544	3,774,468	19,566,971	10,016,501	3,221,784	19,223,436	1.03	0.85	0.98
41	佐賀県	1,481,189	605,582	2,854,710	1,398,602	620,828	2,952,739	0.94	1.03	1.03
42	長崎県	2,295,809	919,322	4,534,033	2,354,618	792,712	4,498,487	1.03	0.86	0.99
43	熊本県	2,993,057	922,847	5,635,799	2,961,064	1,181,738	5,822,669	0.99	1.28	1.03
44	大分県	2,119,078	998,519	4,794,878	2,002,027	858,290	4,443,598	0.94	0.86	0.93
45	宮崎県	1,685,115	962,847	3,943,445	1,778,598	708,782	3,654,255	1.06	0.74	0.93
46	鹿児島県	2,627,211	1,345,763	5,657,486	2,507,421	1,343,338	5,607,350	0.95	1.00	0.99
47	沖縄県	2,152,141	775,184	3,902,819	2,173,102	734,367	4,160,073	1.01	0.95	1.07
	全県計	265,799,218	103,905,324	548,238,714	263,249,444	124,240,650	563,305,394	0.99	1.20	1.03

## ■ 税収効果参照に当たっての留意点

以上で算出される誘発税収額の参照に当たっては、下記の点に留意する必要がある。税収効果の結果は、誤解を招く可能性があるため、結果は慎重に扱うことが望まれる。

- ・ 主要税目に関する検討であり、誘発税率の算出にあたり固定資産税など、直接的な影響が明確でないため算出対象としていない税目があることに留意する必要がある。
- ・ 景気変動、税制の変更等により変動の可能性が大きいため、実際の税額と計算結果が大きく乖離する可能性があり、あくまで参考値として参照する必要がある。

## 3. 改訂の詳細

### 3-1. 対象都市の拡大

本モデルの改訂にあたり、MICE 開催による経済波及効果測定の対象としてモデル上で選択できる都市を追加した。具体的には、令和 6 年 9 月末時点で国際会議観光都市に認定された 2 都市（広島県福山市、福島県福島市）を新たに対象都市として追加した。

### 3-2. 計算仕様の緻密化

本年度、計算仕様の緻密化の観点からは 2 つの改訂を実施した。

- ① 企業ミーティングにおける「日本人参加者のみ」モデル追加
- ② 開催都道府県内での宿泊比率の設定機能追加

#### ①企業ミーティングにおける「日本人参加者のみ」モデル追加

現行モデルでは、企業ミーティングは外国人参加者を含むものを測るモデルのみ実装されていたが、本年度の改訂によって日本人参加者のみの企業ミーティングの経済波及効果を算出するモデルを追加した。外国人参加者を含む企業ミーティングと国内参加者のみの企業ミーティングでは主催者をはじめとする原単位に差がある。そういった実態を踏まえ、モデルを別途用意することで、算出結果の精緻化を図った。

#### ②開催都道府県内での宿泊比率の設定機能追加

現行モデルでは、MICE 参加者の宿泊日数がすべて開催地（市町村または都道府県）内で完結するものと仮定して経済波及効果を算出していた。しかし、実際の MICE 開催においては、参加者が開催地以外の近隣地域への宿泊や、開催地を拠点と

して周辺地域を周遊するケースも少なくないため、実態に即した効果の算出ができなかった。それに加えて、この仮定に基づくと地域単位での総消費額の按分を適切に行えず、算出した市区町村の経済波及効果が開催都道府県の経済波及効果を上回るといった課題が生じる場合があった。

これらの課題に対応するため、今回のモデル改訂では、開催都道府県内での宿泊比率を設定できる機能を新たに追加した。具体的には、MICE 開催によって発生する総宿泊日数のうち、実際に開催都道府県内で宿泊する割合（宿泊比率）を消費額に乗じることによって、開催都道府県内での支出額を総消費額として算出できるようにした。宿泊比率は、初期値では令和5年度及び令和6年度調査で取得された開催都道府県内の平均宿泊比率を採用しているが、ユーザーが任意に入力することも可能であり、より実態に即した設定を反映できるようになった。

図表 2-35 県内宿泊比率の画面イメージ

**Step.4**

1) 参加外国人の日系エアライン利用率を選択する

利用なし 不明/1~20% 21~40% 41~60% 61~80% 81~100%

2) 消費税率を選択する

10%

3) 県外客の前後泊 ※開催期間開始前・後に加算する宿泊日数(合計)

追加宿泊なし

【任意】4) 開催都道府県内の宿泊比率の入力

都道府県	平均県内宿泊比率
北海道	98.0%

Step.5を表示

### 3-3. 原単位項目の更新

令和5年度および令和6年度調査、その他公式統計を用いて、消費原単位を更新した。更新の詳細は、2.消費原単位の設定 参照。

## 第5章. 利便性の向上と機能改善

本事業では、モデルの利便性向上を目的としてUIを改善し、直感的かつ簡便な操作の実現にも取り組んだ。改善点の検討にあたっては、ユーザーの課題を把握するため、現行モデルの一部利用者を対象にアンケートおよびヒアリングを実施した。

### 1. 現行モデルに関する一部利用者へのアンケート

まず、現行モデルについて、これまで観光庁に寄せられることが多かった主な質問・要望として、以下が挙げられる。

図表 2-36 現行モデルに関する代表的な質問・要望

1	日系エアライン率が把握できていないため、算出ができない。
2	どのように経済波及効果が算出されているかわからない。
3	ブラウザ版をリリースしてほしい。

これらの要望を踏まえると、モデルのUI改善に加え、モデルの理解をより容易にするためのマニュアル改善も必要であると考えられた。例えば、日系エアライン率は把握していない場合でも、「不明」を選択することで経済波及効果の算出が可能である。しかし、その旨はマニュアルに記載されているにもかかわらず要望が寄せられていることから、マニュアルが十分に機能していない可能性が示唆される。そこで、モデルおよびマニュアルの双方に関する要望を聴取するアンケートを作成し、モデル・マニュアル双方の改善を進めることとした。

アンケートは、ヒアリング対象者の抽出も目的として、モデルおよびマニュアルに関する要望を把握するための設問に加え、現行モデルの利用状況や未利用の理由を問う設問を組み込んだ。

図表 2-37 アンケート設問一覧

	設問	選択肢
Q1	貴団体の名称をご記入ください。	(自由回答)
Q2	あなたが現在所属する部署では、過去に「MICE開催による経済波及効果測定のための簡易モデル」(観光庁配布、以下「簡易測定モデル」と呼称)を利用したことがありますか。	1. 利用したことがある 2. 利用したことはない 3. わからない

	※前任者の利用も含まます	
Q3	あなたご自身は、"簡易測定モデル"をどの程度ご存知ですか。また、利用されたことはありますか。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 知らない</li> <li>2. 知っているが、利用したことはない (ダウンロードはしていない)</li> <li>3. ダウンロードして参照したことがある (入力・算出はしていない)</li> <li>4. ツールを使って経済波及効果の算出をしたことがある (1回)</li> <li>5. ツールを使って経済波及効果の算出をしたことがある (2~3回)</li> <li>6. ツールを使って経済波及効果の算出をしたことがある (4回以上)</li> </ol>
Q4	"簡易測定モデル"で <b>経済波及効果を算出していない理由</b> として、当てはまるものをすべてお選びください。(複数回答可)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 利用する機会がなかった</li> <li>2. 申込方法がわかりにくいと感じる／申込操作が手間に感じられる</li> <li>3. ツールの使い方が難しそうだと感じた</li> <li>4. 算出結果をどのように活用すればよいか分からなかった</li> <li>5. 別のツールや手法で効果測定を行っている</li> <li>6. その他 (自由記述)</li> </ol>
Q5	Q4において、「5. 別のツールや手法で効果測定を行っている」とご回答いただきました。 <b>具体的にどのように効果測定を実施していますか。</b> 簡単にお答えください。	(自由回答)
Q6	初回利用後、 <b>継続して"簡易測定モデル"を利用されていない理由</b> として、当てはまるものをすべてお選びください。(複数回答可)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 2回目以降、利用する機会がなかった</li> <li>2. 操作が複雑で、再度利用するのが面倒になった</li> <li>3. 算出結果の活用方法がよく分からなかった</li> <li>4. 算出結果の精度に不安があった</li> <li>5. より使いやすい別のツールや手法が用意できた</li> <li>6. その他 (自由記述)</li> </ol>
Q7	Q6において、「5. より使いやすい別のツールや手法が用意できた」とご回答いただきました。	(自由回答)

	具体的にどのような方法で効果測定を実施していますか。簡単にお答えください。	
Q8	"簡易測定モデル"で改善が必要だと感じる箇所はどこですか。 (複数回答可)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ダウンロード・起動方法</li> <li>2. 入力画面のレイアウト・デザイン</li> <li>3. 操作手順・画面遷移</li> <li>4. 用語や選択肢の分かりやすさ</li> <li>5. 算出ロジック・計算仕様</li> <li>6. 投入係数・自給率・就業係数の入力</li> <li>7. 日系エアライン利用率・消費税率・宿泊日数の入力</li> <li>8. 消費原単位・任意入力などのカスタマイズ</li> <li>9. 計算過程の表示</li> <li>10. データの掃き出し</li> <li>11. 観光庁へのフィードバック送信機能</li> <li>12. 特になし</li> <li>13. その他（自由記述）</li> </ol>
Q9	簡易測定モデルについて具体的に使いにくいと感じる点や、改善が必要だと思う点があれば、自由にご記入ください。	(自由回答)
Q10	<p>MICE 開催意義の訴求における課題や"簡易測定モデル"の利用状況に関するヒアリング（1時間程度・オンラインを設定）にご協力いただけますでしょうか。</p> <p>※"簡易測定モデル"について全くご存じない場合も、情報発信の観点での改善等、ヒアリングさせていただければと存じます</p> <p>※ヒアリング時期や実施方法についてはご意見を伺いつつ調整させていただきます。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 協力できる</li> <li>2. 協力は難しい</li> </ol>
Q11	"簡易測定モデル"の利用マニュアルで改善が必要だと感じる点はどこですか。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 読みたい情報がどこに書かれているか探しにくい</li> <li>2. 困ったときの解決策が見つけない</li> </ol>

		3. 文章が専門的・冗長で、内容を理解しにくい 4. 図やスクリーンショットが少なく、操作をイメージしにくい 5. 文字の大きさやレイアウトなど、デザイン全体が見にくい 6. 算出結果の解釈や活用方法（分析イメージなど）に関する説明が不足している 7. 目次に戻らないと他の章に飛べないなど、操作性が悪い 8. 特にない 9. その他（自由記述）
Q12	利用マニュアルについて具体的に使いにくいと感じる点や、改善が必要だと思う点があれば、自由にご記入ください。	（自由回答）

注）太字はアンケート配信時の表記のまま。

アンケートの配信は日本コンベンションビューロー協議会（JCCB）会員および現行モデルの利用者に対して、オンライン形式で実施した。

図表 2-38 アンケート調査概要

調査対象	JCCB 会員(122) L コンベンション推進自治体・組織(5) L コンベンションビューロー(71) L コンベンション企画運営業(13) L 旅行・運輸(2) L 宿泊(4) L 会場・展示場(8) L MICE 関連サービス業・その他(19) 現行モデルの利用申請者(127)※主に自治体が該当
調査手法	オンラインアンケート
回収サンプル数	39 件

回答者の属性および利用状況は以下のとおり。コンベンションビューローや観光地域づくり法人（DMO）の回答が多く、部署単位でも個人でも利用割合は5割を超えた。

図表 2-39 回答団体属性



図表 2-40 部署単位での利用状況

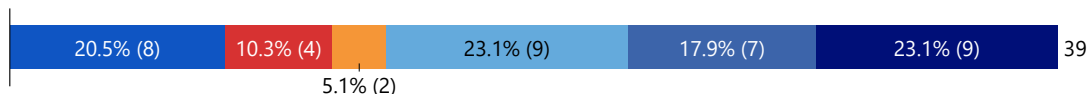
Q2 あなたが現在所属する部署では、過去に「MICE開催による経済波及効果測定のための簡易モデル」（観光庁配布、以下「簡易測定モデル」と呼称）を利用したことがありますか。  
※前任者の利用も含みます



図表 2-41 個人での利用状況

Q3 あなたご自身は、「簡易測定モデル」をどの程度ご存知ですか。また、利用されたことはありますか。

- 1. 知らない
- 2. 知っているが、利用したことはない（ダウンロードはしていない）
- 3. ダウンロードして参照したことがある（入力・算出はしていない）
- 4. ツールを使って経済波及効果の算出をしたことがある（1回）
- 5. ツールを使って経済波及効果の算出をしたことがある（2～3回）
- 6. ツールを使って経済波及効果の算出をしたことがある（4回以上）

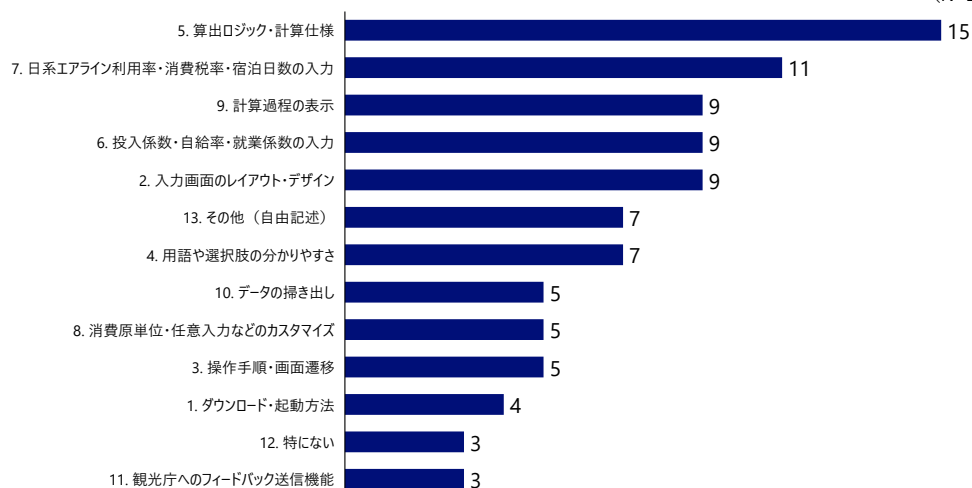


次に、ユーザーがモデルの改善が必要と考えている箇所については、図表 2-42 簡易測定モデルで改善が必要な箇所は、図表 2-42 エラー! 参照元が見つかりません。のとおりで、「計算ロジック・計算仕様」に関する改善要望が最も多かった。もっとも、自由回答（図表 2-43 エラー! 参照元が見つかりません。）を確認すると、算出口ロジックや計算仕様そのものの改善を求めるといよりも、ロジックや仕様がどのような内容になっているのかユーザーに十分伝わっていないことが課題であることが分かった。次いで多かった「日系エアライン利用率・消費税率・宿泊日数の入力」については、先述のとおり、把握できていない値がある場合の対応方法が分からないことが、多くのユーザーに共通する課題となっていた。このように具体的な要望を確認すると、モデルについての初歩的な情報が伝わっていない層と、モデルを多用し、より高度な情報を求めている層に二極化していることが伺える。

図表 2-42 簡易測定モデルで改善が必要な箇所

Q8 "簡易測定モデル"で改善が必要だと感じる箇所はどこですか。(複数回答可)

(N=27)



図表 2-43 アンケートで寄せられたモデルに係る具体的要望と本年度対応方針

アンケートで寄せられた具体的要望 (Q8 および Q9 回答)	対応方針
算出ロジックがわからないため、説明や改善が難しい。何の数値を改善すればよいかわからない。	マニュアルに「MICE 簡易測定モデルにおける経済波及効果算出方法概略」として算出ロジックの概要を図示する。
日系エアライン率や展示面積、参加者数内訳など、把握することが難しい数値がある。	数値を把握していなくても、自動計算等の機能があり算出できる項目もあるため、マニュアル内で必須項目・任意項目をより分かりやすく区分して明示する。また、入力形式をプルダウン式からボタン式に変更し、初期値の選択肢を追加することで初期値を用いる機能があることを分かりやすく提示できるようにする。不明な値を推計したい場合の参考データ等は FAQ に記載する。
一都市の年間全件の波及効果測定をするのには、入力する情報が多い。	マニュアル内で必須項目・任意項目をより分かりやすく区分して明示する。
任意の産業連関表を使用したい。	現行モデルでも対応する機能はあるため、当該機能がどこで・どのように利用できるかが分かるよう、マニュアルの該当箇所に明示し、FAQ にも記載する。

いつ発行された指標（産業連関表等）を使用しているかを明示してほしい。	ソースの一部はマニュアルに可能な範囲で明記し、詳細は報告書に記入の上、マニュアルに参照すべき報告書を記載する。
推定金額が過大に感じた。	過年度調査をベースに、開催都道府県内の宿泊比率による総消費額の域内按分を計算ロジックとして追加し、経済波及効果を精緻化する。
宿泊日数について、もう少し細かく設定したい。	既存の前泊・後泊宿泊日数の設定機能に加え、開催都道府県内の宿泊比率の入力機能を追加する。
見やすさを改善してほしい。	配色や選択肢の表示方法について、再検討し改善する。
国内会議やこどもの多いスポーツイベント向けのツールがほしい。	会議について、国内参加者のみのモデルを追加する。イベントについては過年度調査を実施していないため、今後の検討課題とする。
必要なデータの収集が難しい。	モデルおよびマニュアルで対応できる範囲を超えるため、今後の検討課題とする。
より小さな市区町村の場合、人口規模によって算出できるとより精度が上がる。	全国規模で信頼性を担保した上での統一的な計算手法を確立することは困難なため、今後の検討課題とする。
ブラウザ版を利用したい。	ニーズがあることは把握しているが、事業上の制約があるため、今後の検討課題とする。
経済効果以外のレガシー効果等も測定できるようにすることで、幅広い MICE の効果を示せる。	本事業ではレガシー効果等の測定に係る調査を実施していないため、今後の検討課題とする。

注) 類似する意見は整理・統合し、複数の意見を取りまとめて作成した。

注) 一部、計算仕様の緻密化に係る内容も含まれる。

先述のとおり、マニュアルについてもアンケートで改善方針について聴取した。

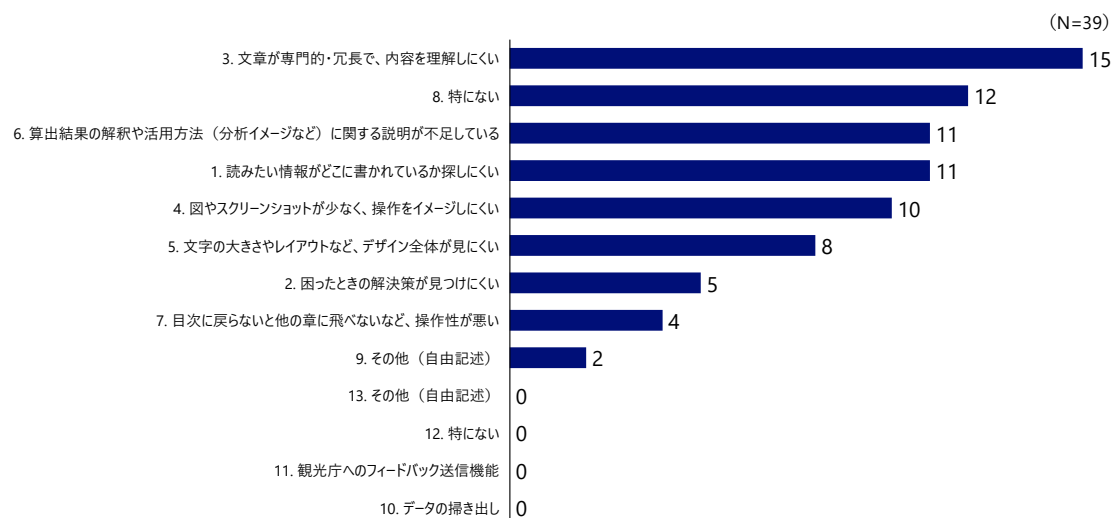
ユーザーが考えるマニュアルの改善点は図表 2-44 エラー! 参照元が見つかりません。のとおり。「文章が専門的・冗長で、内容を理解しにくい」との意見が最も多く、次いで「算出結果の解釈や活用方法（分析イメージなど）に関する説明が不足している」「読みたい情報がどこに書かれているか探しにくい」といった声が多かった。

本年度は読みやすさを重視し、マニュアルを PowerPoint 形式で作成し直した。具体的には、可能な限り図示を取り入れ、文字量を抑えつつ、分かりやすさの向上を目指した。また、活用方法に関しては、「活用イメージ」として、本モデルの設定される

活用方法や活用事例を掲載した。「読みたい情報がどこにあるか分からない」という課題に対しては、PowerPoint 形式とすることで各ページの内容をページ上部に明確に示すとともに、FAQ を整備し、困りごとが生じた際に参照すべき情報を一元化した。そのほかの要望に対する対応方針は図表 2-45 エラー! 参照元が見つかりません。のとおり。

図表 2-44 簡易測定モデルのマニュアルで改善が必要な箇所

Q11 “簡易測定モデル”の利用マニュアルで改善が必要だと感じる点はどこですか。



図表 2-45 アンケートで寄せられたマニュアルに係る具体的要望と本年度対応方針

アンケートで寄せられた具体的要望 (Q11 および Q12 回答)	対応方針
文章が多い／文字が小さい／イメージ図が少ないため、読みにくい。	PowerPoint 形式で改訂し、図示を多くする。
FAQ やフローチャートがほしい。	FAQ を作成する。
用語や定義を理解することが難しい。	入力が必要な数値を中心に、説明を追加する。
使用するメリット・デメリットがわからない。	「活用イメージ」を追加する。
モデルのエビデンスの説明が少ない。	ソースの一部はマニュアルに可能な範囲で明記し、詳細は報告書に記入の上、マニュアルに参照すべき報告書を記載する。
算出過程について解説がほしい。	マニュアルに「MICE 簡易測定モデルにおける経済波及効果算出方法概略」として算出ロジックの概要を図示する。

## 2. 一部アンケート回答者へのヒアリング

アンケートでヒアリングに協力できると回答のあった団体のうち、7団体にヒアリングを実施し、より詳細なニーズの把握に努めた。

図表 2-46 ヒアリング調査概要

調査対象	アンケートでヒアリングに協力できると回答した団体
調査手法	オンラインヒアリング、メールヒアリング
回収サンプル数	7団体

ヒアリングにおいてはアンケートで述べられた要望の深堀を行うとともに、追加の要望を聴取した。寄せられた要望は図表 2-47 エラー! 参照元が見つかりません。のとおり。アンケートと比較して、他都市との比較や対外的な説明を念頭に置いた要望が多く寄せられた。

図表 2-47 ヒアリングで寄せられた要望と本年度対応方針

ヒアリングで寄せられた具体的要望	対応方針
入力が必要な項目（任意入力の項目）が伝わっていない場合が多いため、周知が必要。	入力形式をプルダウン式からボタン式に変更し、初期値の選択肢を追加することで初期値を用いる機能があることを分かりやすく提示できるようにする。また、マニュアル内で必須項目・任意項目をより分かりやすく区分して明示する。
入力に必要なデータ取得が困難であるため、参考値を記載してほしい。特に、国際会議のテーマごとに提示してほしい。	入力に必要なデータ取得が難しい場合の対応は、マニュアル FAQ に記載する。テーマごとの参考値は調査できていないため、今後の検討事項とする。
雇用効果として算出される「人・日」という単位は対外的な説明が難しい。	産業連関表分析では「人・日」での算出以外は難しいため、マニュアルにおける指標に関する説明を拡充する。
国内参加者のみの会議やイベントにも対応してほしい。	会議について、国内参加者のみのモデルを追加する。イベントについては過年度調査を実施していないため、今後の検討課題とする。
飛び石日程（中日を空ける等）や、日によって参加人数が大きく変動する場合の入力方法について、マニュアル等での明確化が	マニュアルの FAQ にて、推計方法案を提示する。

必要である。	
戦略的な数値目標設定のため、算出ロジックをイメージできるように説明してほしい。	マニュアルに「MICE 簡易測定モデルにおける経済波及効果算出方法概略」として算出ロジックの概要を図示する。
フィードバックの収集に関して、算出基準が異なる中で、数字だけが一人歩きする懸念がある。	データの取得にあたっては公表方法を明記する。
前泊・後泊日数のデフォルト値が0泊となっており、効果が過小評価される懸念があるため、実態（3～4泊等）に即した初期値を設定し、周遊効果を含められるようにしてほしい。	過大評価を避けるため、調査に基づいた初期値を検討する必要がある。本年度は適した調査結果がないため、今後の検討事項とする。
会議規模ごとの基準値やモデルケースなど、比較の拠り所を提示してほしい。	都道府県、市町村等の多様なデータを取得する必要があるため、今後、MICE 開催データのデータ収集方法について検討を進める。
外部への説明材料として活用するため、地域ブロックごとの傾向や、他地域との数値の差などが分かるデータが欲しい。	
都市間比較を可能にするため、対象とする催事を定めてほしい。	現状、JNTO 基準を対象とした国際会議以外では推計の対象となる催事規模や性質の基準は存在しないため、今後の検討事項とする。
ブラウザ版を利用したい。	ニーズがあることは把握しているが、事業上の制約があるため、今後の検討課題とする。
教育体制が十分ではないため、モデルの利用方法について学べない。	マニュアルをわかりやすくすることに加え、FAQ を追加することで困りごとが生じた際に参照すべき情報を一元化する。
今後導入などが予定される「宿泊税」についても反映できるようにしてほしい。	宿泊税は各地域で制度が異なるため、反映が困難。

### 3. UI の刷新

前項までで整理した対応方針をベースにモデルの UI を刷新した。改善点は大きく以下の4点である。

- ① 選択肢のボタン選択式への変更
- ② 入力項目不明時の選択肢追加
- ③ 入力画面遷移の簡潔化
- ④ デザインの全体的な改善

#### ①選択肢のボタン選択式への変更

従来のプルダウン形式では、利用者が選択肢全体を一度に確認することが難しく、操作に手間がかかる場合があった。今回の改訂では、MICE タイプ選択画面をはじめとする主要な選択項目を、一覧性の高いボタン式に変更した。これにより、利用者はすべての選択肢を一目で把握できるようになり、クリック回数が削減され、選択肢の把握が容易になった。

#### ②入力項目不明時の選択肢追加

現行モデルでは、「投入係数」や「自給率／就業係数」の設定画面へ自動的に遷移するが、利用者の多くは本機能を使用しないと考えられる。今回の改訂では、これらの任意設定項目について専用のボタンを新たに設け、利用者が明示的に押下した場合のみ該当ページに遷移する形式に変更した。これにより、機能性を損なうことなく、算出に要する時間を短縮した。

#### ③入力画面遷移の簡潔化

日系エアライン利用率や宿泊日数など、一部の入力項目について、利用者が正確な数値を把握していない場合に、初期値を使用することができるにもかかわらず、推計を諦めてしまう課題があった。改訂版では、「不明」の場合に選択すべき選択肢を明示的に追加し、その選択肢を押下した場合には初期値が適用されるように修正した。

#### ④デザインの全体的な改善

色遣いやセルの幅等で見にくい箇所について、色の変更やセルの幅を変更することで可読性を向上させた。また、各入力にステップ名をつけ、全体で何ステップあるかを明示することで算出における進捗をわかりやすくするとともに、マニュアルとの対応をわかりやすくした。

### 4. マニュアルの刷新

前項までで整理した対応方針をベースにマニュアルを整備した。改善点は大きく以下の4点である。

- ① 可読性の向上
- ② 検索性の向上
- ③ わかりにくい説明の改善
- ④ コンテンツの充実

#### ①可読性の向上

ユーザーからの「文章が多い／文字が小さい／イメージ図が少ないため、読みにくい」という意見に対応し、マニュアルの形式を現行の Word 形式から PowerPoint 形式へと刷新した。これにより、視覚的な要素を大幅に強化し、可能な限り図表を取り入れることで、文字量を抑えつつも内容の理解を促進するよう努めた。また、読みやすいフォントの使用や、注意点について目立つフォント色・マークで表現することで、全体的な分かりやすさの向上を図った。

#### ②検索性の向上

「読みたい情報がどこに書かれているか探しにくい」「困ったときの解決策が見つけない」といった課題に対し、PowerPoint 形式の特性を活かし、各ページの内容をページ上部に明確に表示することで、ユーザーが現在どのセクションを閲覧しているかを容易に把握できるようにした。さらに、FAQ を新たに整備し、ユーザーが抱きやすい疑問や困りごとに対する解決策を一元的に参照できるようにすることで、情報へのアクセス性を大幅に改善した。また、他ページの参照を推奨する場合は、ハイパーリンクを埋め込み、当該ページに飛びやすくした。

#### ③わかりにくい説明の改善

入力する値の定義がわかりにくいといったユーザーが理解しづらい箇所について、説明を強化した。また、任意の入力項目を必須と捉えて、算出をあきらめてしまう場合が多かったため、マニュアル内で必須項目・任意項目をより分かりやすく区分して明示した。

アンケートから、モデルについての初歩的な情報が伝わっていない層と、モデルを多用し、より高度な情報を求めている層に二極化していることがわかった。これを踏まえ、本編ではなるべく活用イメージや経済波及効果の説明は簡略化し、参考資料を充実させることで、両層に使いやすいマニュアルを目指した。

#### ④コンテンツの充実

ユーザーの要望を踏まえ、複数のコンテンツを追加で作成した。

まず、②でも説明したとおり、FAQ を新設した。これまで観光庁に寄せられた質問やアンケート、ヒアリング、本年度の改訂箇所を踏まえ、多くのユーザーが直面する問題について、対応方針を示した。また、エラーメッセージについても一覧化した。

次に、「算出結果の解釈や活用方法（分析イメージなど）に関する説明が不足している」という要望に応えるため、「活用イメージ」セクションを新設した。このセクションでは、シミュレーションによる戦略検討、消費ポテンシャルの検討、KPI 設定と施策検討、独自調査の実施、地域への説明責任といった、本モデルの具体的な活用事

例や分析イメージを提示することで、ユーザーが算出結果をどのように政策立案や事業推進に活かせるかを明確にした。これにより、モデルの利用意義を深め、より効果的な活用を促すことを目指した。

「算出ロジックを知りたい」「モデルで使用されているデータのエビデンスを知りたい」といった要望に対しては「MICE 簡易測定モデルにおける経済波及効果算出方法概略」セクションを作成した。本モデルにおいて、入力した数値がどのように使用され、入力値以外にどのような数値が使用されているかを明記した。入力値以外の数値については、ソースを明示し、詳細を確認できるようにした。

## 第6章. モデルの運用と普及促進に向けて

本事業では、モデルの普及促進の観点から、説明会の実施と、必要な施策を検討した。利用者ニーズ等の把握のため、現行モデルの一部利用者を対象にアンケートおよびヒアリングを実施した。また、MICE に係る効果測定・検証を促進する方策として、現行モデルで機能していなかった観光庁へのフィードバック機能を見直し、別途 MICE 関連データを収集する方法を検討した。

### 1. 利用者への普及啓発

#### 1-1. 「MICE 簡易測定モデル」改訂に係る説明会

モデル利用を促進するため、改訂に係る説明会を実施した。説明会では、簡易測定モデルの紹介、本年度改訂のポイント、操作のデモンストレーション等を実施し、最後に質疑応答の時間を設けた。質疑応答では参加者から 16 件の質問を受け付け、口頭で回答を行った。開催後に行った事後アンケートでは、「適切な例を示してもらい大変参考になりました」といった感想がみられた。

図表 2-48 説明会 実施概要

名称	「MICE 開催による経済波及効果測定のための簡易モデル」改訂にかかわる説明会
日時	3月9日（月）14：00～15：00
主な対象者	MICE 簡易測定モデルの利用者
実施方法	Teams ウェビナー
内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光庁より挨拶</li> <li>・ MICE 簡易測定モデル Ver.4 のご紹介・本年度改訂のポイント</li> <li>・ MICE 簡易測定モデル Ver.4 デモンストレーション</li> </ul>

	・ 質疑応答
参加申し込み数	102 件
当日参加 アカウント数	100 件 ※1つのアカウントで参加していても、会議室等において複数人で参加した例もあったため、実際の参加者数はさらに多いと推測される。

## 1-2. 利用促進に係る課題調査

モデルの利用促進にあたっては、まずターゲットを認識する必要がある。モデルを利用していない層は、「①モデル認知なし×未利用」「②モデル認知あり×未利用」「③モデル利用あり×継続利用なし」の大きく3つに分類できる。このうち、「①モデル認知なし×未利用」については、利用するまでに認知する／興味を持つといった2つの障壁を乗り越える必要があり、利用までにはやや時間がかかるが、「②モデル認知あり×未利用」「③モデル利用あり×継続利用なし」は、課題を解決することですぐに利用につながる可能性が高い。本年度はまず、②③について課題を確認することとした。

図表 2-49 モデルの利用促進ターゲット

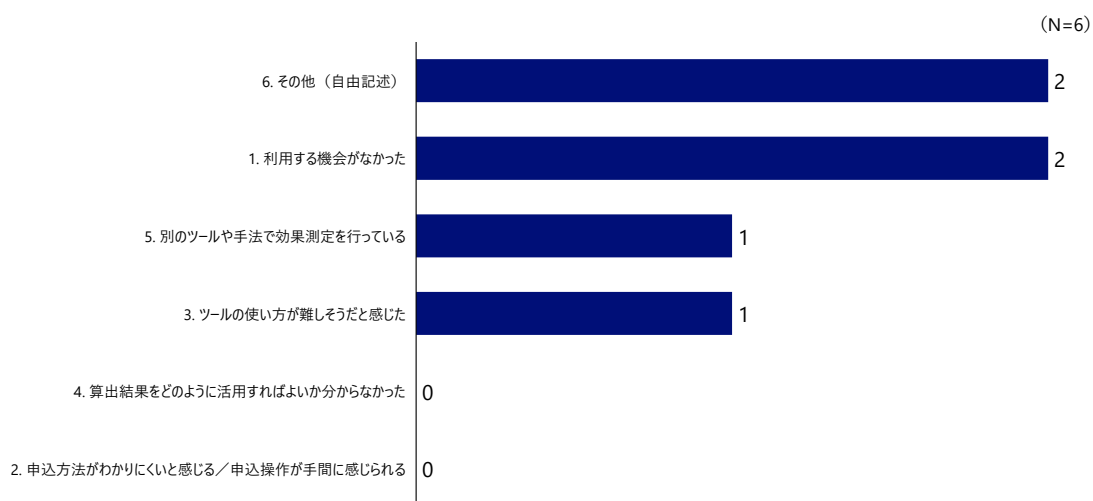


②③に該当する団体へのヒアリングを実施するため、アンケートにてモデルの認知・利用状況を把握した。アンケートの設問・調査概要については図表 2-37 エラー! 参照元が見つかりません。・図表 2-38 エラー! 参照元が見つかりません。に記載のとおり。また、認知・利用状況については、図表 2-41 エラー! 参照元が見つかりません。のとおりとなった。

簡易測定モデルについて、認知しているが利用していないと回答した人を対象に、その理由を尋ねた結果が図表 2-50 エラー! 参照元が見つかりません。である。利用する機会がなかったという理由が2件、「別のツールや手法で効果測定を行っている」「ツールの使い方が難しそうだと感じた」がそれぞれ1件だった。その他の自由回答としては、「現業では算出の需要がない」「市で算出している」という理由が挙げられた。その他の自由回答も考慮すると、やはり現業で必要ない、他の課が算出しているといった理由で利用する機会・ニーズがない場合が最も多いと分かった。

図表 2-50 簡易測定モデルを認知しているが利用していない理由

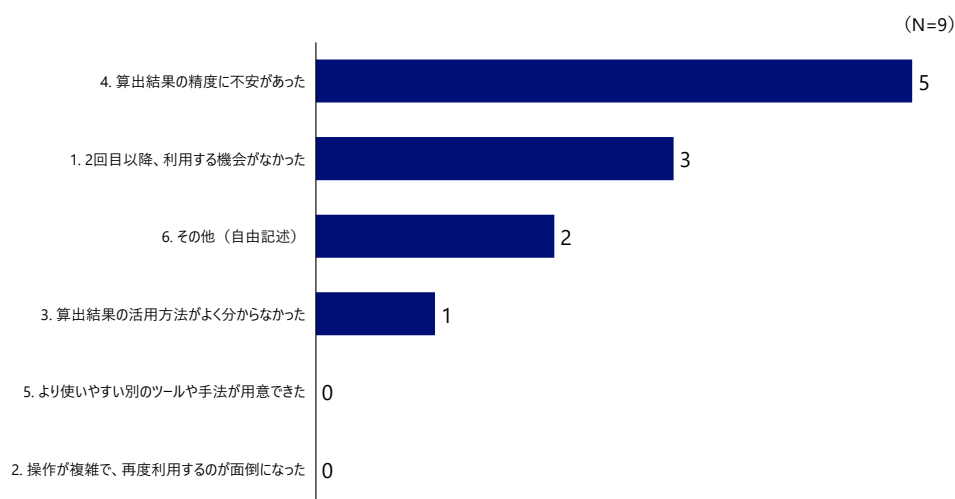
Q4 “簡易測定モデル”で経済波及効果を算出していない理由として、当てはまるものをすべてお選びください。（複数回答可）



次に簡易測定モデルについて、1度利用したが継続して利用していないと回答した人を対象に、その理由を尋ねた結果が図表 2-51 エラー! 参照元が見つかりません。である。最も多い理由が「算出結果の精度に不安があった」だった。その他の回答としては、独自調査で算出をしているといった回答があった。

図表 2-51 簡易測定モデルを継続利用していない理由

Q6 初回利用後、継続して“簡易測定モデル”を利用されていない理由として、当てはまるものをすべてお選びください。（複数回答可）



アンケートでヒアリングに協力できると回答のあった団体のうち、7団体にヒアリングを実施した。算出精度については継続利用者からも意見を聴取できることから、「②モデル認知あり×未利用」の団体のヒアリングを実施するとともに、継続利用者へも未利用者の障壁となりうる点をヒアリングした。

図表 2-52 ヒアリング調査概要

調査対象	アンケートでヒアリングに協力できると回答した団体
調査手法	オンラインヒアリング、メールヒアリング
回収サンプル数	7団体

### 1-3. 次年度以降の利用促進に向けた課題

ヒアリングの結果、利用の障壁としてヒアリングで出された意見をまとめたものが図表 2-53 エラー! 参照元が見つかりません。である。

モデルの利便性に関する要望については、アンケート・ヒアリングを通じて数多くの要望が寄せられた。継続利用者からも現行モデルの操作方法が十分に伝わっていないことに起因する意見があったことから、「モデルの機能を十分知らない」「モデル・マニュアルが使いにくい」という点が、大きな利用障壁となっている可能性が高い。

認知・関心のフェーズでは、組織内での引継ぎがない、経済波及効果を算出する必要性・意識が低いといった課題がみられた。自治体は予算要求等の説明責任を問われる機会が多く経済波及効果の算出ニーズが強い一方、コンベンションビューロー等は自治体側が算出を担うケースもあるため、自ら算出する必要性を感じにくく、モデルについても引き継がれにくい状況にあることが考えられる。実際、今回のアンケートではコンベンションビューロー等のモデル利用率は自治体より低くとどまっていた。コンベンションビューローが簡易測定モデルを利用すべきかどうかは引き続き検討が必要であるが、効果測定・検証の必要性自体はコンベンションビューローにおいても変わらない。したがって、コンベンションビューロー等におけるあるべき効果測定の姿とモデルの在り方を引き続き整理・検討していく必要がある。あわせて、コンベンションビューローを含む関係者全体に対し、効果測定・検証の意義および簡易測定モデルの存在について定期的に周知していくことも重要である。

モデルのダウンロード・活用のフェーズにおける課題の多くは、モデル・マニュアル自体の利便性に関するものである。ただし、「必要なデータが取得できない」「育成体制がない」といった課題は、モデル・マニュアルの改善のみで解決できるものではなく、自治体・コンベンションビューロー等における人材育成や、調査方法を含むナレッジの横展開という観点から、より広範な取組の一環として対処していく必要がある。

継続利用のフェーズでは、主に3点の課題が挙げられた。第1に、算出結果の活用方法がわからないという点である。これに対しては、本年度のマニュアル改訂において活用イメージを追記する対応を実施した。第2に、算出データが観光庁に蓄積されず都市間での比較ができないという点である。これについては、後述するフィードバックの収集方法の見直しにより対応を検討した。第3に、「経済波及効果以外の付加価値の大きさが知りたい」という点である。この課題に対応するためには、レガシー効果の実態調査および測定方法の調査を実施していく必要がある。

図表 2-53 ヒアリングを踏まえた継続利用までの課題

課題	
認知	<ul style="list-style-type: none"> <li>組織として利用実績があっても、前任者からの引継ぎがなく、存在を知らない ※業務をしていく中で知ることができた</li> </ul>
関心	<ul style="list-style-type: none"> <li>KPIが開催件数で、経済波及効果を算出する必要性がない／コンベンションビューローにおける「地域への貢献」や「経済波及効果」を成果として表現する意識が低い</li> <li>モデルの機能を十分知らず、自団体では使えないと考えてしまう</li> <li>マンパワーが足りず、経済波及効果算出まで対応する人がいない</li> </ul>
DL・活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>育成体制が乏しく、モデルの活用方法等を組織内で伝達できない</li> <li>必要なデータが取得できない</li> <li>庁内のセキュリティ環境により、Excelのマクロが正常に動作しない場合がある</li> <li>モデル・マニュアルが使いにくい</li> </ul>
継続利用	<ul style="list-style-type: none"> <li>算出した経済波及効果の分析方法・活用方法がわからない</li> <li>算出されたデータが観光庁に蓄積されず、比較できない</li> <li>経済波及効果以外の付加価値の大きさを知りたいが算出できない</li> </ul>

以上