

# 7-3 彦根市観光施策の経済効果に関する一考察 ～彦根城域ライトアップ事業実施を例に～

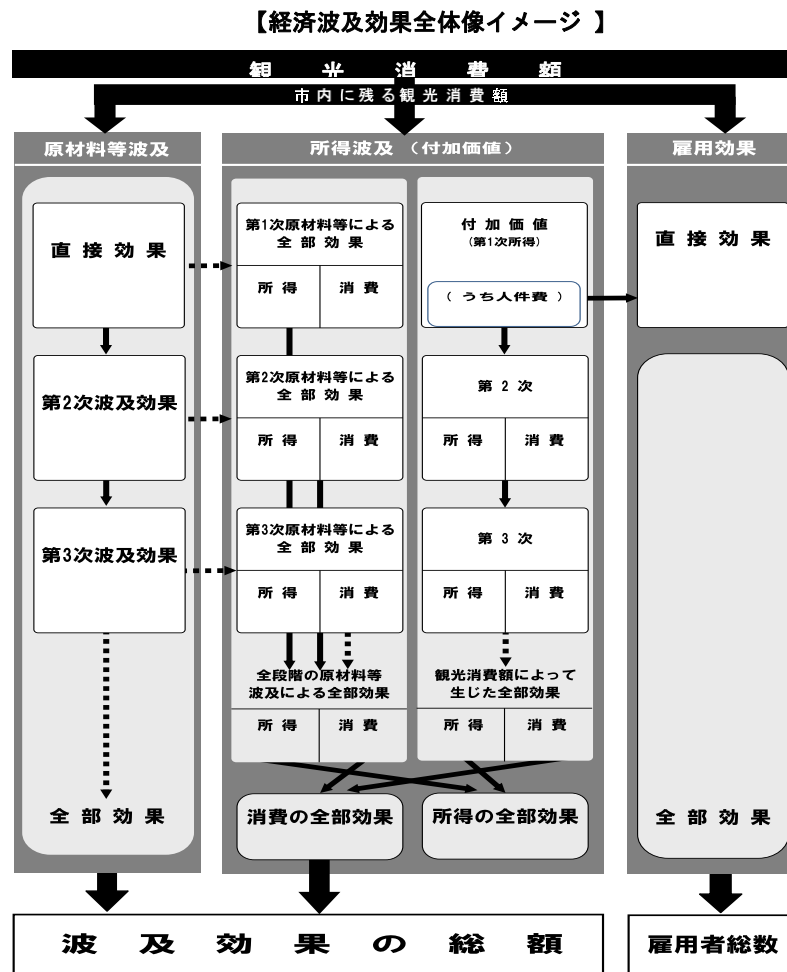
滋賀大学 経済学部 准教授 得田 雅章

## 1. はじめに～本調査の目的と内容～

本研究は、彦根城域ライトアップ事業実施による彦根市内への経済波及効果について試算することを目的とする。試算に必要な各種指標およびパラメータについては「平成 25 年 彦根市観光に関する経済効果測定調査 報告書(彦根市)」(以下、H25 報告書と略する)を参照する<sup>1</sup>。すなわち報告書より、

- ◆ 観光客アンケート調査による直接効果としての観光消費額の推計値
- ◆ 事業所アンケート調査およびヒアリングによる売上の内訳および彦根市内調達率の設定値を援用し、彦根商工会議所等へのヒアリングより
- ◆ 彦根城域ライトアップ事業実施による集客数および宿泊率を目安となるターゲットとして想定したうえで、
- ◆ 彦根城域ライトアップ事業実施に係る、彦根市観光の経済的波及および雇用創出の積み増し効果の試算を行うものである。

経済波及効果の分析手法は、報告書同様の国土交通省ホームページに掲載されていた乗数理論による観光消費調査推計支援システムを基礎とする。



<sup>1</sup> 同様の調査及び報告は、平成 19 年以降平成 25 年まで毎年実施されてきた。本研究ではその最新版の内容を援用する。

## シナリオ設定

ライトアップ事業実施による経済波及効果の試算に先立ち、シナリオの設定を行う。設定すべき諸仮定のベースとなるパラメータはH25 報告書のものを援用する。以下の表は、宿泊・日帰り客ごとの一人あたり観光消費額、および彦根市全体としての観光消費総額・波及総額・雇用者総数を示したものである。

		＜ベースライン＞ H25年実績	
		宿泊客	日帰り客
1 消人 費あ たり 額 内 訳 観 光	交通費	¥3,273	¥892
	宿泊費	¥9,953	¥0
	飲食費	¥4,054	¥1,614
	土産購入	¥3,173	¥1,227
	その他	¥1,045	¥598
合計		¥21,499	¥4,332
観光客実人数		299千人	1,765千人
観光消費総額(百万円)		14,075	
波及総額(百万円)		26,634	
雇用者総数(人)		1,304	

ライトアップ事業と一言で言っても、照明の配置箇所、デザイン、点灯時間、ストーリー性付与、観光 PR といった直接的な要因はもとより、周辺飲食店・土産物店の営業時間延長、連携イベントの有無等といった間接的な要因により、経済効果に及ぼす影響は全く異なるものになる。そこで、彦根商工会議所へのヒアリングをもとに、ターゲットとして以下の2つを想定した。ただし、妥当性のある高い達成可能性を擁するのはターゲット1のほうである<sup>2</sup>。ターゲット2はあくまで副目標的な位置付けであり、思考実験の枠を出ないものとする(そういう意味でカッコづけしてある)。

ターゲット1：	日帰り・宿泊客計	8万人純増
ターゲット2：	宿泊客比率	40%達成

本研究では、

- ① ライトアップ事業によって、従来の日没までに彦根を離れるような日帰り型観光客の行動をどう変えられるか
- ② ライトアップそのものを目当てにした、夜間観光を主とする観光客の新規獲得をどの程度と見積もるか

という2点に着目する。具体的には、日帰り型観光客Aを以下の3タイプに分けて考える<sup>3</sup>。

- A 1 ライトアップ事業に影響を受けない、日中に彦根を離れるような従来型
- A 2 ライトアップ事業に影響を受けた、夜までの滞在時間延長型
- A 3 ライトアップそのものを目当てにした、夜間観光型

一方で、宿泊型観光客Bは以下の2タイプに分けて考える。

- B 1 ライトアップ事業に影響を受けない、日中のみ彦根を観光する従来型
- B 2 ライトアップ事業に影響を受けた、日帰り客からの移行型

これら全5タイプの観光客による観光消費総額を、乗数理論を通じ積算することで、彦根市の経済波及総額および関連事業の雇用者総数を試算する。

試算上の主要な条件は以下の2つを設定する。

(主要条件)

主要条件1	従来型日帰り観光客の	15%	がライトアップ開始まで滞在
主要条件2	従来型日帰り観光客の	10%	が宿泊に変更

ただし、主要条件2は、ターゲット2(宿泊客比率40%達成)のために、変更させた値も併せて用いることとする。

<sup>2</sup> ターゲット1の想定根拠としては、春季の桜まつり・ご城下にぎわい市(37日間)、および秋季の光の祝祭開催期間(虫の音を聞く会(16日間)、錦秋のライトアップ(16日間)といった夜間イベントでの集客数22.3万人((公社)彦根観光協会調べ)を参考にした。なお、観光客に占める彦根城の城山公園入場割合が8割を超えることを鑑みると、ターゲット1達成により、上位の城郭入場者を擁する松本城(H25年、約85万人)に比肩することとなる。

<sup>3</sup> もっとも、彦根に滞在する時間は変わらずに、午前中から夕方までの滞在が午後から夜までの滞在に横滑りするだけという行動も留意する必要がある。

## 7. 論文

付帯条件は以下の通りとする。なお、A1・B1タイプは従来型の観光客を想定しているので、H25 報告書の実績値をそのままあてはめる〔( )は直近平成25年観光調査の数値〕。

〔A2〕	滞在時間を夜まで延長した場合の消費行動		
	・交通費	±0円	(892円)
	・飲食費	+1,000円	(1,614円)
	・土産購入費	+500円	(1,227円)
	・その他	+200円	(598円)
	計	+1,700円	(4,332円)
〔B2〕	日帰りから宿泊に変更した場合の消費行動		
	・交通費	±0円	(3,273円)
	・宿泊費	±0円	(9,953円)
	・飲食費	+1,000円	(4,054円)
	・土産購入費	±0円	(3,173円)
	・その他	+200円	(1,045円)
	計	+1,200円	(21,499円)
〔A3〕	ライトアップ目当ての夜間型日帰り観光客の消費行動		
	・交通費	±0円	(892円)
	・飲食費	±0円	(1,614円)
	・土産購入費	±0円	(1,227円)
	・その他	±0円	(598円)
	計	±0円	(4,332円)

これら付帯条件の設定に際しては、近隣自治体による日帰り客一人あたりの観光消費額を参考にした。京都市では6,670円、名古屋市では6,719円、大津市では3,300円であった<sup>4</sup>。彦根市の直近の調査が4千円台であることを鑑みれば、ライトアップ事業成功による消費額アップ効果として、千円程度を目標に立てるのはさほど過剰な設定ではないと考えられる。

上記設定条件を、A1～A3、B1・B2タイプそれぞれについて実人数ベースで算出する。ポイントはターゲットである日帰り・宿泊者合計での8万人の増加分を、どのタイプに割り振るかであるが、本研究では以下の2つのパターンを考えた。

- ・ 増加数を全て日帰り（夜間型）でまかなう
- ・ 増加数を日帰り型3種（従来型・延長型・夜間型）で分割

これらタイプ型ごと、パターンごとにまとめたのが以下の表である。シナリオ1-1、1-2ではターゲットを「日帰り・宿泊客合計で8万人増加」のみであるが、この場合、宿泊比率はターゲット2に届かず22%である。そこで、シナリオ2-1、2-2ではさらにもう一つ「宿泊客比率40%」を追加している。この場合、従来型日帰り客の32%が宿泊客に移行することで達成される。

<sup>4</sup> 京都観光総合調査(京都市、平成26年)、名古屋市観光客・宿泊客動向調査(名古屋市市民経済局、平成25年度)、大津市観光動向調査業務委託報告(大津市、平成24年)より。

シナリオ

※ターゲット1: 日帰り・宿泊客計 8万人純増  
 ※ターゲット2: 宿泊客比率40%

主要条件1: 従来日帰り客の15%がライトアップまで滞在  
 主要条件2: 従来日帰り客の32%が宿泊客に移行

ターゲット・主要条件		H25実績	ターゲット:1のみ 主要条件:1のみ		ターゲット:1および2 主要条件:1および2		
			1-1 型全へ て日+ ま帰宿 か り な う 夜 間 加 数 を	1-2 日へ 帰日 り+ 型宿 3 種増 で加 分割 を	2-1 型全へ て日+ ま帰宿 か り な う 夜 間 加 数 を	2-2 日へ 帰日 り+ 型宿 3 種増 で加 分割 を	
日 帰 り	A1 (従来型)	1,764,603 86%	1,323,452 62%	1,350,119 63%	941,531 44%	968,198 45%	
	A2 (延長型)		264,690 12%	291,357 14%	264,690 12%	291,357 14%	
	A3 (夜間型)		80,000 4%	26,667 1%	80,000 4%	26,667 1%	
	A = A1+A2+A3	1,764,603 86%	1,668,143 78%	1,668,143 78%	1,286,222 60%	1,286,222 60%	
	宿 泊	B1 (従来型)	299,100 14%	299,100 14%	299,100 14%	299,100 14%	299,100 14%
		B2 (乗換型)		176,460 8%	176,460 8%	558,381 26%	558,381 26%
B = B1+B2		299,100 14%	475,560 22%	475,560 22%	857,481 40%	857,481 40%	
計 A + B	2,063,703 100%	2,143,703 100%	2,143,703 100%	2,143,703 100%	2,143,703 100%		

付帯条件:A2  
 滞在時間を夜まで延長した場合の消費行動  
 (カッコはH25年実績値)

・交通	±0円	(892円)
・飲食	+1,000円	(1,614円)
・土産購入	+500円	(1,227円)
・その他	+200円	(598円)

付帯条件:A3  
 ライトアップ目当てに夜間に来る日帰り観光客の消費行動

・交通	±0円	(892円)
・飲食	±0円	(1,614円)
・土産購入	±0円	(1,227円)
・その他	±0円	(598円)

付帯条件:B2  
 日帰りから宿泊に変更した場合の消費行動

・交通	±0円	(3,273円)
・宿泊	±0円	(9,953円)
・飲食	+1,000円	(4,054円)
・土産購入	±0円	(3,173円)
・その他	+200円	(1,045円)

H25との比較

日帰り		-96,460	-96,460	-478,381	-478,381
宿泊		176,460	176,460	558,381	558,381
計		80,000	80,000	80,000	80,000

他、観光消費総額および波及効果の試算を行うための各種指標の入力情報は、業種ごとの収支構造および域内調達率等である。これらはH25報告書に基づいて以下の通りとした。

各種指標の入力情報

□収支構造(対売上高比率)

	売上原価率	営業経費率	人件費率	その他率	営業利益率
飲食業	31%	33%	31%	3%	2%
宿泊業	26%	35%	24%	12%	3%
交通・運輸業	10%	11%	69%	8%	2%
土産販売業	51%	18%	22%	7%	2%
観光施設業	29%	34%	28%	6%	3%
全産業	55%	18%	21%	4%	2%

□域内調達率(支払先の域内率)

	売上原価	営業経費	人件費	本社比率
飲食業	56%	71%	93%	49%
宿泊業	60%	62%	77%	48%
交通・運輸業	58%	69%	95%	47%
土産販売業	16%	62%	90%	73%
観光施設業	54%	73%	95%	47%
全産業	45%	67%	94%	47%

□その他

限界消費性向	0.84
市内消費率	88%
給与地域補正值	99%
調査対象期間	12ヶ月
域内人口	112,734人

収支構造：  
 事業所アンケート、H18 事業所・企業統計調査（滋賀県）、彦根商工会議所（中小企業相談所）ならびに彦根市の観光担当者へのヒアリングを参考として設定した。

域内調達率：  
 事業所アンケート、H13 事業所・企業統計調査（総務省統計局）、県産業連関表からの歩留まり率計算、H22 国勢調査、彦根商工会議所（中小企業相談所）ならびに彦根市の観光担当者へのヒアリングを参考として設定した。

限界消費性向：  
 国土交通省資料、「FirstStep マクロ経済学（賀川昭夫等著）」の数値、滋賀県経済指標（県商工観光労働部商工政策課）を参考として設定した。

市内消費率：  
 彦根市人口（11 万人）に対応する三大都市圏目安（75%）とその他地方圏目安（100%）および、H13 TMO 診断評価調査研究事業現地実態調査「消費者意識等調査（I）」～彦根商工会議所～H13 中小企業総合事業団のデータを参考として設定した。

給与地域補正值：  
 H16 年度版 個人所得指標（日本マーケティング教育センター）より設定した。

彦根市内人口：  
 広報ひこね H26 年 2/1 号より。

## 試算結果

前節までにシナリオ、指標をセッティングした上で、日帰り・宿泊客の型ごとに観光消費総額および波及効果の試算を行った。波及効果による副次的計算として、雇用効果についてもあわせて試算を行った。試算結果は以下の通りである(タイプごとの詳細は後掲する)。

### 試算結果

ターゲット1: 日帰り・宿泊客計 8万人純増  
 (総額単位: 百万円、総数単位: 人) 上段: 差額、下段: 比率

No.	シナリオ	観光消費総額			波及総額			雇用者総数		
		観光消費総額	波及総額	雇用者総数	観光消費総額	波及総額	雇用者総数	観光消費総額	波及総額	雇用者総数
	H25実績	14,075	26,634	1,304						
1-1	(日+宿)増加数を全て日帰り(夜間型)でまかなう	18,112	34,358	1,660	4,037	7,724	356	129%	129%	127%
1-2	(日+宿)増加数を日帰り型3種で分割	18,157	34,445	1,663	4,083	7,811	360	129%	129%	128%

ターゲット1: 日帰り・宿泊客計 8万人純増  
 ターゲット2: 宿泊客比率 40%  
 (総額単位: 百万円、総数単位: 人) 上段: 差額、下段: 比率

No.	シナリオ	観光消費総額			波及総額			雇用者総数		
		観光消費総額	波及総額	雇用者総数	観光消費総額	波及総額	雇用者総数	観光消費総額	波及総額	雇用者総数
2-1	(日+宿)増加数を全て日帰り(夜間型)でまかなう	25,127	47,797	2,278	11,052	21,163	974	179%	179%	175%
2-2	(日+宿)増加数を日帰り型3種で分割	25,172	47,884	2,281	11,097	21,250	978	179%	180%	175%

7. 論文

概要としては、8万人増が達成された場合(シナリオ1-1、1-2)、

- ・観光消費総額 40億円増
  - ・経済波及総額 80億円増
  - ・雇用者数 360名増
- (これらはH25年値の3割増)

であることがわかった。ただし、この場合の宿泊比率は22%に留まりターゲット2を達成できていない。

そこで、宿泊比率40%も同時達成された場合を試算すると(シナリオ2-1、2-2)、

- ・観光消費総額 110億円増
  - ・経済波及総額 210億円増
  - ・雇用者数 1,000名増
- (これらはH25年値の8割増)

であることがわかった。以下では、これら試算結果の項目別明細を提示したうえで、波及効果の彦根市経済全体に占める影響、および経年結果との比較についてまとめる。

観光消費総額 費目明細

	日帰り客				宿泊客			総計	
	費目	A1	A2	A3	計	B1	B2		計
1-1	飲食費	2,137	692	129	2,958	1,213	892	2,104	5,062
	宿泊費					2,977	1,756	4,733	4,733
	交通費	1,181	236	71	1,489	979	578	1,557	3,045
	土産購入費	1,624	457	98	2,179	949	560	1,509	3,688
	その他	792	211	48	1,051	313	220	532	1,583
	計	5,733	1,597	347	7,676	6,430	4,005	10,436	18,112
シナリオ2-1	飲食費	2,180	762	43	2,984	1,213	892	2,104	5,089
	宿泊費					2,977	1,756	4,733	4,733
	交通費	1,205	260	24	1,489	979	578	1,557	3,045
	土産購入費	1,656	503	33	2,192	949	560	1,509	3,701
	その他	808	233	16	1,057	313	220	532	1,589
	計	5,849	1,757	116	7,722	6,430	4,005	10,436	18,157
シナリオ2-2	飲食費	1,520	692	129	2,341	1,213	2,822	4,035	6,376
	宿泊費					2,977	5,558	8,535	8,535
	交通費	840	236	71	1,148	979	1,828	2,807	3,954
	土産購入費	1,155	457	98	1,710	949	1,772	2,721	4,431
	その他	563	211	48	823	313	695	1,008	1,830
	計	4,079	1,597	347	6,022	6,430	12,674	19,105	25,127
シナリオ2-3	飲食費	1,563	762	43	2,368	1,213	2,822	4,035	6,403
	宿泊費					2,977	5,558	8,535	8,535
	交通費	864	260	24	1,148	979	1,828	2,807	3,954
	土産購入費	1,188	503	33	1,724	949	1,772	2,721	4,445
	その他	579	233	16	828	313	695	1,008	1,836
	計	4,194	1,757	116	6,067	6,430	12,674	19,105	25,172

## シナリオごとの試算結果詳細

ターゲット・主要条件		シナリオ	H25実績	ターゲット:1のみ 主要条件:1のみ		ターゲット:1および2 主要条件:1および2	
				1-1 型全(日)で日+ま(宿)かり(増加)な(夜)う(間)を	1-2 日(日)り(宿)型(増)3(加)種(分)割(を)	2-1 型全(日)で日+ま(宿)かり(増加)な(夜)う(間)を	2-2 日(日)り(宿)型(増)3(加)種(分)割(を)
日 帰 り	A1 (従来型)	観光消費総額	7,644	5,733	5,849	4,079	4,194
		波及総額	14,403	10,802	11,020	7,685	7,903
		雇用者総数	729	547	558	389	400
	A2 (延長型)	観光消費総額		1,597	1,757	1,597	1,757
		波及総額		3,022	3,327	3,022	3,327
		雇用者総数		147	162	147	162
	A3 (夜間型)	観光消費総額		347	116	347	116
		波及総額		653	218	653	218
		雇用者総数		33	11	33	11
A = A1+A2+A3		観光消費総額	7,644	7,676	7,722	6,022	6,067
		波及総額	14,403	14,478	14,565	11,360	11,447
		雇用者総数	729	726	730	569	572
宿 泊	B1 (従来型)	観光消費総額	6,430	6,430	6,430	6,430	6,430
		波及総額	12,231	12,231	12,231	12,231	12,231
		雇用者総数	575	575	575	575	575
	B2 (乗換型)	観光消費総額		4,005	4,005	12,674	12,674
		波及総額		7,649	7,649	24,206	24,206
B = B1+B2		観光消費総額	6,430	10,436	10,436	19,105	19,105
		波及総額	12,231	19,880	19,880	36,436	36,436
		雇用者総数	575	933	933	1,709	1,709
計 A + B		観光消費総額	14,075	18,112	18,157	25,127	25,172
		波及総額	26,634	34,358	34,445	47,797	47,884
		雇用者総数	1,304	1,660	1,663	2,278	2,281
H25との比較 左:差額 右:比率		観光消費総額		4,037 129%	4,083 129%	11,052 179%	11,097 179%
		波及総額		7,724 129%	7,811 129%	21,163 179%	21,250 180%
		雇用者総数		356 127%	360 128%	974 175%	978 175%

 ※  
 ターゲット1:  
 日帰り・宿泊客計 8万人純増

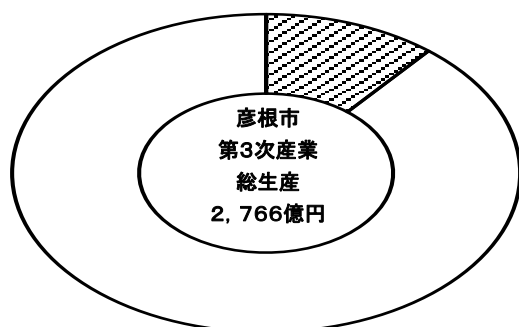
 ターゲット2:  
 宿泊客比率40%

主要条件1:従来日帰り客の15%がライトアップまで滞在

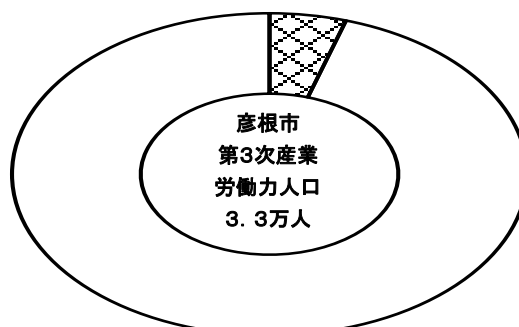
主要条件2:従来日帰り客の32%が宿泊客に移行

シナリオ1-1の結果を例にとると、観光消費総額181億円による経済波及効果総額は344億円と試算された。また、それに伴う雇用効果は1,660人と算出できた。これは彦根市の第3次産業総生産(2,766億円)の12.4%、同市第3次産業労働力人口(3.3万人)の5.0%に相当する。これらの結果はH25報告書に比べて、第3次産業総生産比率で2.8%ポイント、第3次産業労働力人口比率で1%ポイントそれぞれ上昇した数値となる。

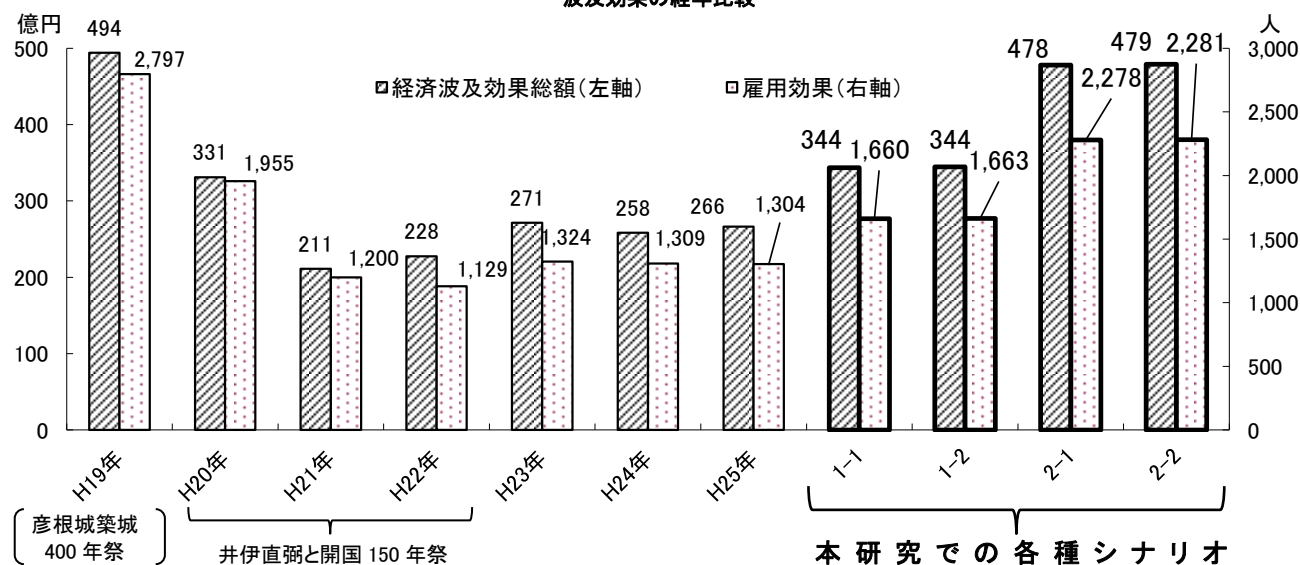
経済波及効果総額 344億円  
 第3次産業総生産の 12.4%



雇用効果総額 1,660人  
 第3次産業労働力人口の 5.0%



波及効果の経年比較



- ※1 彦根市総生産は、湘南エコノメトリクス推計資料に基づく H25 年滋賀県 GDP 予測値 [7.4 兆円] から、彦根市内比率 [6.8% (H13~21 年度のトレンドを考慮)] を乗じた推計値である [5,027 億円]。そのうえで H21 年度滋賀県「経済活動別市町村内総生産」から彦根市第 3 次産業比率 (H13~21 年度平均 55%) を乗じて算出した。
- ※2 第 3 次産業労働力人口は、H22 年国勢調査より、彦根市労働力人口に第 3 次産業就業比率を乗じて算出した。
- ※3 H19 年の波及効果については、「彦根市観光における観光消費額および経済波及効果」『滋賀大学産業共同研究センター報 No. 8』H21 年、pp. 98-106. (得田雅章著) を参照した。

## まとめ

本研究では、彦根城域ライトアップ事業実施による彦根市内への経済波及効果について試算することを目的とした。試算に要する各種パラメータの多くは、過年度の同市観光調査により明らかになった値を「平成 25 年 彦根市観光に関する経済効果測定調査 報告書(彦根市)」より援用した。ライトアップ事業実施による観光客の動態変化を予測するのは容易なことではないが、日帰り客については、従来の観光動態の他に、市内滞在時間を延長する行動、およびライトアップ目当ての夜間観光客の集客を想定した。宿泊客については、従来型の他に、日帰り型からの移行客が現れることを想定した。さらに、これら各種タイプの観光客ごとに、飲食費や土産購入費といった費目ごとの消費行動を想定した。そのうえで、彦根商工会議所等のヒアリングにより、ターゲットおよび主要条件を確定した。

上記設定に基づき全 4 本のシナリオについて試算した。多少の効果の差異はあるものの、ライトアップ事業実施による観光客数 8 万人増の各種効果は、従来の 3 割増となることが判明した。さらに宿泊比率 40% も同時達成の場合は、8 割増というきわめて大きな効果が現れることが明らかとなった。ただし、それでも波及効果の規模は、平成 19 年に及ぶものではなかった。当該年は彦根城築城 400 年祭が催され、ゆるキャラひこにゃんが大人気を博す等、イベントとして近年まれに見る大成功をおさめた年であった。往時の賑わいを経常的なものにするには、彦根市を中心とした湖東エリアを経済的に活性化させるだろう。また、このことが呼び水になることで、近江インバウンド推進協議会が推進するような、訪日外国人の誘致活動に弾みがつくことが期待できる。このように観光客と受け入れ側の正のサイクルが生まれることが、現政権が推進する地方創生に繋がっていくのだろう。

条件の設定では、極端に現実離れしないよう、周辺自治体の観光統計や観光事業担当者へのヒアリングにより、ある程度の妥当性を持たせたつもりである。ライトアップ事業がこれまで日帰りをしてきた客を引き留め、宿泊してもらうことで、より彦根市経済が活発になることが示唆された。単純かつ定性的な方向付けだけでなく、定量的な数値を各種経済指標との比較のもとで明示できたことは、本研究で得た大きな果実といえよう。



## 7. 論文

今回設定したシナリオは上述の通り、多くの設定のうえ構築されており、「目標」という性質上、行政で度々非難される過大な需要予測ととらえられがちであることは否めない。特に主要条件である「従来日帰り観光客の15%がライトアップまで滞在」や「従来日帰り観光客の10%が宿泊に変更」は、ライトアップを端緒とした直接・間接の多大な努力を、民間観光事業者、観光協会、商工会議所、行政、大学、そしておそらくは彦根市民がしなくてはならないだろう。そうした際の数量的なたたき台として、また、今回のシナリオ以外の様々なシナリオ分析(冬季観光PR、ステイ・連泊・民泊型観光推進、外国人客誘致等)や予測を行う場面で、効率的かつ的確に作業を進め、第1次近似的な指針を導くのに、本研究が有力なツールとなれば調査・分析・編集を行ったものとして幸いである。

なお、試算に用いたパラメータは2年前のものを流用したため、観光客の最新動態をキャッチアップできているかという点においては疑問が残る。彦根城と同じ国宝である姫路城の修理が完了したことで、来訪動機の一つであるお城目当ての観光客割合が減少しているかもしれない。ゆるキャラひこにゃんによる集客力の変化も注目すべき点である。一方で、インバウンド(訪日観光客)の影響は目覚ましいものがある。こうした動向を測る上で重要な彦根市独自の経済波及効果測定調査は、諸般の事情により2年間中断されていたものの、今年平成28年は実施を予定しているという。新たな知見が詳らかになることを期待したい。

## 参考文献

- ◆ 賀川昭夫・片岡孝夫・坪沼秀昌、『First Step マクロ経済学』、有斐閣、1994年
- ◆ 得田雅章、「彦根市観光における観光消費額および経済波及効果」『滋賀大学産業共同研究センター報 No.8』、2009年、pp.98-106
- ◆ ———、『彦根城域ライトアップに係る経済効果についての研究』、彦根商工会議所、2015年 ※非公開
- ◆ 石井良一・得田雅章、『H25年 彦根市観光に関する経済効果測定調査 報告書』、彦根市、2014年
- ◆ 石井良一・得田雅章・山崎一眞、『H24年 彦根市観光に関する経済効果測定調査 報告書』、彦根市、2013年
- ◆ 山崎一眞・得田雅章、『H23年 彦根市観光に関する経済効果測定調査 報告書』、彦根市、2012年
- ◆ ———・————、『H22年 彦根市観光に関する経済効果測定調査 報告書』、彦根市、2011年
- ◆ ———・————、『H21年 彦根市観光に関する経済効果測定調査 報告書』、彦根市、2010年
- ◆ ———・————、『H20年 彦根市観光に関する経済効果測定調査 報告書』、彦根市、2009年
- ◆ 『日本経済と滋賀経済の動向(2014年版)』、湘南エコノメトリクス、2014年
- ◆ 『平成26年 京都観光総合調査』、京都市、2015年
- ◆ 『名古屋市観光客・宿泊客動向調査(平成25年度)』、名古屋市市民経済局、2014年
- ◆ 『大津市観光動向調査業務委託報告書』、大津市、2012年
- ◆ 『平成26年版「松本市の統計」』、松本市、2015年
- ◆ 『滋賀県観光入込客統計調査書』、滋賀県、各年
- ◆ 『広報ひこね』、彦根市、各号
- ◆ 『近江通信』、Vol. 1、近江インバウンド推進協議会、2015年
- ◆ 『国勢調査(2010年)』、総務省、2011年
- ◆ 『滋賀県産業連関表(平成17年)』、滋賀県、2010年
- ◆ 『事業所・企業統計調査』、総務省統計局および滋賀県、各年
- ◆ 『彦根市光構想マスタープランコンセプト』、(有)内原智史デザイン事務所、2015年 ※非公開

### ■ H25 年彦根市観光関連観光客数と観光消費額

彦根市観光関連の観光消費額は、

$$\text{観光消費額} = \text{宿泊客観光消費額} + \text{日帰り客観光消費額}$$

と定義する。ここで、

$$\begin{aligned} \text{宿泊客観光消費額} &= \text{宿泊客 1 人あたり観光消費額} \times \text{宿泊観光客数 (実人数)} \\ \text{日帰り客観光消費額} &= \text{日帰り客 1 人あたり観光消費額} \times \text{日帰り観光客数 (実人数)} \end{aligned}$$

である。

宿泊観光客数(実人数)は、観光客アンケート問 2(H25 報告書)の結果より、ほぼ 1 泊であることから、滋賀県観光入込統計の宿泊客数をそのまま用いた。日帰り観光客数(実人数)については、日帰り観光客数(延べ人数)を 1 人あたり訪問地点数で除すことで求めた。

$$\text{日帰り観光客数 (実人数)} = \text{日帰り観光客数 (延べ人数)} \div \text{1 人あたり訪問地点数}$$

結果、宿泊客観光消費額が 6,430 百万円、日帰り客観光消費額が 7,644 百万円と推計された。したがって観光消費額は 141 億円と推計される。

### ■ 観光消費がもたらす効果

#### 【原材料等波及効果】

観光消費額(141 億円)が各企業の原材料調達に及ぼした金額を以下に示す。観光消費額から、売上原価・営業経費(この 2 つを原材料等とする)相当分を抽出し、これに彦根市内調達率をかけたものが原材料等直接効果(第 1 次波及効果)(4,265 百万円)となる<sup>6</sup>。

$$\text{原材料等直接効果 (第 1 次波及効果)} = \text{原材料等相当額} \times \text{彦根市内調達率}$$

更に、この 4,265 百万円分の資材を提供した事業所にも、原材料等率および彦根市内調達率をかけた 1,570 百万円の(第 2 次)原材料調達が発生する。このように、はじめの観光消費額が連続した原材料調達へとつながっていったものが原材料等波及効果となる。

$$\text{第 } n \text{ 次原材料等波及効果} = \text{ } n-1 \text{ 次原材料等波及効果} \times \text{原材料等率} \times \text{彦根市内調達率}$$

原材料等波及効果は、第 2 次、第 3 次、…、第 n 次とつながり、それら全ての波及効果を総計したものが原材料等波及の全部効果であり、合計 6,749 百万円となった。

#### 【所得波及効果】

(所得増加分から生じる所得波及効果)

観光消費額から原材料等をひいたもの(所得増加分)が、観光消費によって観光関連 5 業種において生じた付加価値となる。これに彦根市内調達率をかけたものが彦根市の観光消費による第 1 次所得(付加価値)であり、5,072 百万円と算出された。

$$\text{第 1 次所得効果} = \text{付加価値相当額} \times \text{彦根市内調達率}$$

この所得も何割かは新たな消費へと充てられていくため、第 1 次に留まるのではなく、第 2 次、第 3 次へと波及する。消費は、新たな事業者の所得を発生させ、また新たな消費へとつながっていく。なお、新たな消費は以下のケイン

<sup>5</sup> 詳細は H25 報告書を参照。

<sup>6</sup> 実際は観光 5 業種(飲食業、宿泊業、交通・運輸業・土産販売業、観光施設業)に分けて計算している(所得波及効果も同じ)。

ズ型消費関数に基づき導出した。

$$\text{第 } n \text{ 次消費効果} = \text{第 } n-1 \text{ 次所得効果} \times \text{限界消費性向} \times \text{彦根市内消費率}$$

こうして消費→所得→所得増加による消費の増加→増加した消費による所得増加→…といった連鎖を辿っていくことで、第 2 次、第 3 次といった所得・消費波及が算出できる。観光消費額によって生じた所得の全部効果は 6,080 百万円であり、観光消費額によって生じた消費の全部効果は 4,469 百万円であった。

(原材料等波及効果から生じる所得波及効果)

所得波及は第 2 次、第 3 次といった各段階の原材料等波及効果からも発生する。というのは、原材料等波及効果の各段階において、原材料等費と同時に、所得増加分も発生するからである。所得増加分から生じる所得波及効果と同様、原材料等波及の各段階で生じた所得に付加価値率および彦根市内調達率をかけて所得効果を算出し、その所得に限界消費性向および市内消費率をかけて消費効果を算出する。これらの波及の総計が、全段階の原材料等波及効果による所得の全部効果(1,825 百万円)であり、全段階の原材料等波及効果による消費の全部効果(1,342 百万円)である。

所得増加分から生じる波及効果(所得・消費)と原材料等波及効果から生じる波及効果(所得・消費)を合算させた結果、所得の全部効果が 7,905 百万円、消費の全部効果が 5,810 百万円となった。

#### 【雇用効果】

雇用の直接効果は、観光消費によって生じる人件費相当額(4,376 百万円)から、以下の式により雇用可能な人数を算出し、雇用吸収力として示している。

$$\text{雇用者数} = \text{人件費相当額} \div \text{平均所得} \div \text{地域補正}$$

上記式より、雇用の直接効果を 987 人と推計できた。さらに、波及効果による雇用者数は、

$$\text{人件費相当額} = \text{所得の全部効果} \times \text{所得に占める人件費割合}$$

の式により人件費相当額を算出した後、前出と同様に算出した結果、317 人となった。

これらの効果を総合すると、観光客の消費総額 141 億円のうち、直接効果として彦根市内に留まる額は 8,640 百万円と推計される(原材料等直接効果+人件費相当額)。また、観光産業における雇用者数は、987 人、生じた付加価値は 5,072 百万円と推計される。

さらに、この直接効果をもととして、彦根市内にもたらされる生産波及効果の総額は、12,559 百万円と推計される(原材料等波及の全部効果+消費の全部効果)。また、これによる雇用効果は 317 人と推計される。

以上より、観光客の消費によって彦根市内にもたらされた経済波及効果の総額は 26,634 百万円となり、その乗数効果は 1.89 となる。また、それによって生じた雇用者数は 1,304 人と推計される。

■波及効果の推計を行うための各種指標の入力情報一覧 (ベースラインを例に)

□観光消費総額 (千円)

観光消費の総額	
飲食費	4,061,374
宿泊費	2,977,053
交通費	2,553,616
土産品購入	3,114,036
現地ツアー、入場料など	1,368,511
総額	14,074,590

シナリオに応じて  
変更させる箇所

---

□収支構造(対売上高比率)

	売上原価率	営業経費率	人件費率	その他率	営業利益率
飲食業	31%	33%	31%	3%	2%
宿泊業	26%	35%	24%	12%	3%
交通・運輸業	10%	11%	69%	8%	2%
土産販売業	51%	18%	22%	7%	2%
観光施設業	29%	34%	28%	6%	3%
全産業	55%	18%	21%	4%	2%

□域内調達率(支払先の域内率)

	売上原価	営業経費	人件費	本社比率
飲食業	56%	71%	93%	49%
宿泊業	60%	62%	77%	48%
交通・運輸業	58%	69%	95%	47%
土産販売業	16%	62%	90%	73%
観光施設業	54%	73%	95%	47%
全産業	45%	67%	94%	47%

□その他

限界消費性向	0.84
市内消費率	88%
給与地域補正值	99%
調査対象期間	12ヶ月
域内人口	112,734人

変更させない箇所

---

観光客実人数	2,063,703人
宿泊者実人数	299,100人
日帰り客実人数	1,764,603人
宿泊者の消費単価	21,499円
日帰り客の消費単価	4,332円

シナリオに応じて  
変更させる箇所

