

# 中小企業支援における RESAS の実務への適応と課題

## －滋賀県大津市の RESAS 活用実例を通して－

兵庫県立大学大学院  
社会科学研究科 経営専門職専攻  
矢嶋 聡

### 1. はじめに

RESAS（地域経済分析システム）は、2016年9月から政府が主導して無償公開されている統計情報の1つである。現在、内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局や地方創生推進室、経済産業省地域経済産業調査室が主となってこのシステムの運用に関与している。RESASがこれまでの公的な統計情報の提供方法と大きく異なる点は、情報のアウトプットがグラフや図であることが挙げられる。さらに、自治体単位での地域間比較を利用者側で選択でき、類似している地域、あるいは順位付けが簡単に出力されることも特徴といえる。また、民間が保有するビッグデータを活用し、スマートフォンの位置情報機能からどこからどこへ人が移動しているのかということや、POS やクレジットカード、キャッシュレス決済の情報から地域の消費動向、外国人の消費傾向など詳細なデータを一元的に提供してくれる。

このようにビジュアルでの訴求や、幅広いデータの格納とそれらの比較による直観的な判断を容易にしてくれるという点が RESAS のユニークな機能なのである。RESAS は供用開始から7年を迎え、今後も情報活用の手段として各方面で利用が進むだろう。

本稿では、滋賀県大津市における中小企業支援を事例として、実際に RESAS を用い分析したプロセスを詳しく報告するとともに、その過程で生じた課題をまとめる。

### 2. 大津市における RESAS 活用モデル

#### (I) RESAS を活用した先行分析事例

RESAS の具体的活用事例は、2017年以降に公表されるケースが増加傾向にある。この中で、RESAS がホームページ内に公開している「RESAS を使った自治体等の取り組み事例の概要」<sup>1</sup>に掲載されている事例を1つ取り上げて概観してみたい。

図表1は、北海道ニセコ町における RESAS 活用事例について分析の手順を示したものである。ニセコ町は、カタカナ表記の町名が縁となり滋賀県の旧マキノ町（現高島市）と1978年に姉妹都市（現在は交流都市）になった場所である。位置は札幌から西へ鉄道で約100km、羊蹄山の麓にあって、周辺は国定公園や国立公園に指定される自然豊かな土地である。近隣にはニッカウキスキーの余市工場があり観光客に人気のスポットとなっている。主要産業はジャガイモの産地として知られる農業とスキーリゾートを中心としたサービス業で、特に観光業は年間150万人の観光客が訪れることから町にとって欠かせない産業となっている。

行政の動きとしては、2003年に全国初となる株式会社化した観光協会「株式会社ニセコリゾート観光協会」が設立されている。さらに、観光業発展の一方で、輸入製品との競争や後継者難にあえぐ農業の衰退基調に対応することを目的として「それぞれの産業が持つ力を連携させることで、いずれかの産業が1人勝ちするのではなく、地域経済を循環させるため「ニセコ町産業連携プロジェクト」を発足」<sup>2</sup>させている。

1 RESAS を使った自治体等の取り組み事例の概要は経済産業省のホームページに掲載されている。

2 ニセコ町産業連携プロジェクトはニセコ町の公式ホームページに詳細が掲載されている。

こうした現状を踏まえ、ニセコ町は「食の魅力を中心とした町内観光消費の促進」をテーマに分析を行った。分析を行う上での仮説は、町が本当に観光で稼げているのか？という問いである。分析は全部で11種類実施されており、そのうちRESASを用いたのは8種類である。(図表1中の分析1, 2, 4, 5, 6, 7, 9, 10) その他の3種類は、他のデータを活用している。ここで重要なことは、RESASには、この分析事例が公開された2017年時点で81種類<sup>3</sup>の分析メニューが用意されていたが、RESASがこうした調査に対して全てを包含した分析ツールにまでは達していないということである。また、自治体や地域の経済団体が保有しているデータの方が確度が高い場合があるため、RESASよりも緻密な分析が行えるということもいえるだろう。

ニセコ町の分析は、視点を大から小へ移しながら行われており、まず図表1中の分析1「地域の経済循環」からスタートしている。この分析によって、地域の生産(付加価値額)、分配(所得)、支出の3つの資金還流がどのような動きがあるのかをつかんでいる。おそらく、どの地域でも最初にこの分析を実施して、仮説-検証の落としどころのあたりをつけるのが妥当な方法といえそう

だ。

次に、分析2「町内の生産分析」を行い、ニセコ町版GDPを算出している。生産分析で重要な2つの指標は、感応度係数(SDI)と影響力係数(PDI)である。感応度係数は、産業連関表における「部門別の列和を列和全体の平均値で除した比率を求めると、それはどの列部門に対する最終需要があったときに、産業全体に与える生産波及の影響が強いかという相対的な影響力を表す指標」になる。影響力係数は、産業連関表における「行部門において直接間接に必要な供給量を表しており、その合計(行和)を行和全体の平均値で除した比率は、各列部門にそれぞれ1単位の最終需要があったときに、どの行部門が相対的に強い影響力を受けることとなるかを表す指標」<sup>4</sup>になる。以上から、他部門への中間財供給の度合いを示す感応度係数が1以上である産業は、主力産業に引っ張られて供給が増加する特徴を持ち、加工度の高さを示す影響力係数が1以上である産業は、新たな需要を創出する産業であるといえる。両者が1以上であれば、需要を生み出しながら他産業の供給増加にも波及する稼ぎ頭、地域経済牽引産業と位置付けられる。

続く分析3「町民所得」は、納税義務者数1人当たり課税対象所得推移を参照し、隣接する2つの町との比較を行っている。この比較は、ニセコ町を取り巻く観光圏と位置付けられるエリアの中で自町の町民の稼ぎがどのようになっているのかを把握することに役立っている。稼ぎの向上は地方創生の大目標であることから、現状を知ることは施策実行後の比較のためにも必要である。

分析4「町の財政」はRESASの財政力指数<sup>5</sup>を用いている。この指数は、地方公共団体の財政力を示す指数で、数値が高いほど普通交付税<sup>6</sup>算定上の留保財源が大きく、財源に余裕があることを示す。今後、人口減少が進めば、行政のコスト負担は間違いなく大きくなる。しかも固定的なコストが増加すると予想される。こうした直面する課題に対して、これまでのような公共投資に稼ぎを求めることなく町の稼ぎを上げていかなければ、町そのものの存続が危ぶまれかねない。

以上の4つの分析を経て、ニセコ町は町外から資金を稼いでいる産業を農林水産業であることを特定し、所得や財政力指数は隣接町よりも低いことが明らかになった。この事実をもとに観光業が町の稼ぎに貢献するためには、町内観光消費を伸ばし、得意とする農林水産業との連携による観光投資の波及が政策目標となった。以降、分析5から11までは、個別の政策目標達成のための理論補強にRESASを活用しており、本稿では詳細を割愛する。

ここでの実践的な示唆は、政策課題の抽出がいかにかつ大切かということである。課題が具体的にできれば、解決策は様々なアイデアが出てくるだろうし、効果が具体性を帯びる。行政の予算も将来の稼ぎのために優先配分でき、やみ雲なバラまきを防止することにもつながるだろう。

## (2) 大津市における課題の設定およびRESAS活用モデル

ここからは、滋賀県大津市をモデルとして中小企業支援にRESASの活用を試みた事例を紹介する。分析の手順は、先に見た北海道ニセコ町が行ったものを概ね踏襲する。

[https://www.town.niseko.lg.jp/chosei/keikaku/sangyo/sangyo\\_project/#](https://www.town.niseko.lg.jp/chosei/keikaku/sangyo/sangyo_project/#) (アクセス日: 2022年12月10日)

3 RESASが提供する81メニューのうち、全産業構造の一部、産業間取引、企業間取引、経営者平均年齢の4メニューについては、国および地方自治体職員が一定の制約のもとで利用可能な限定メニューとなっている。これら以外のメニューはオープンデータとして誰でも利用可能である。

4 感応度係数および影響力係数の算出方法は、総務省のホームページに掲載されている。

[https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000666727.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000666727.pdf) (アクセス日: 2022年11月20日)

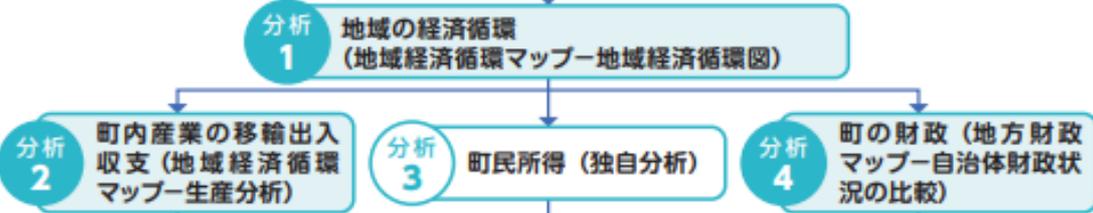
5 財政力指数は次式で表される。「基準財政収入額÷基準財政需要額」

# 「食」の魅力を中心とした町内観光消費の促進

## 利活用事例の全体像 施策立案型

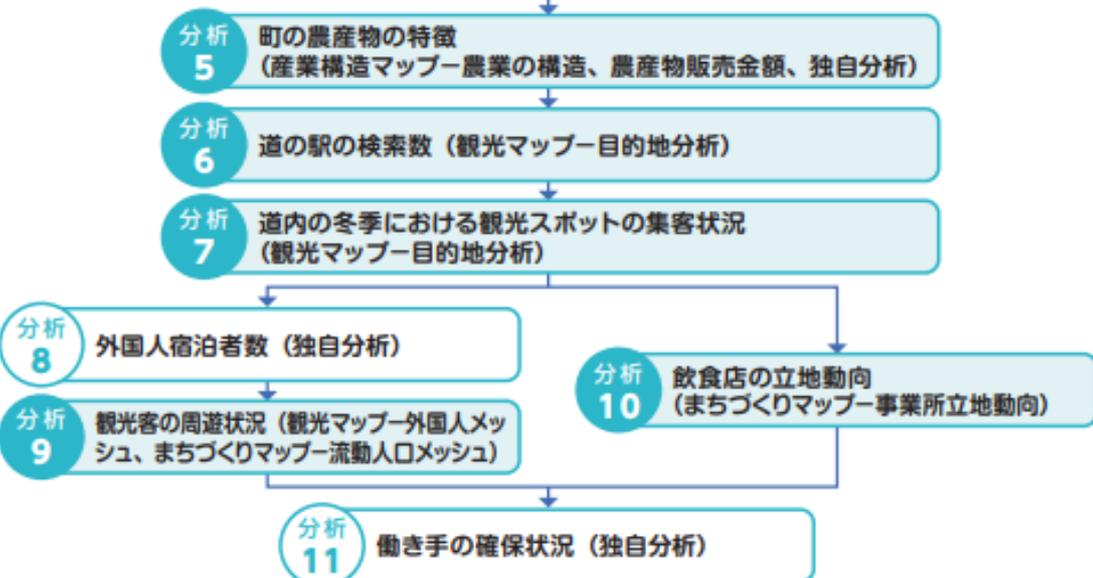
### 活用の背景

ニセコ町を含むニセコ観光圏<sup>※1</sup>は国内有数の観光地であり、国内外を問わず多くの観光客が訪れ、ホテル建設等の観光投資も活発に行われている。そこで、町が本当に観光で稼げているのかを検証した。



### 課題の見える化

町内産業の移出入収支、町民所得、町の財政の面から検証した結果、観光が町の稼ぎに十分つなげていない可能性が高いことが分かった。農林水産業が唯一、移出入収支がプラスである点に着目し、地元の農産物を活用した「食」の魅力により町内の観光消費を増やすことを今後の目標として設定した。



### 得られた示唆と課題解決のための施策案

- 多種多様な農産物がニセコ町における「食」の強みである。
- 「食」の拠点となり得る道の駅は、冬季の集客が少ないことを踏まえた施策立案が必要となる。
- 町内の飲食店は点在しているため、店の増加と町内の周遊性向上を図る取組が必要となる。

以下3つの方針を打ち立てるとともに、これらの実現のための人手不足解消に向けた取組を進める。

- 道の駅から冬季の「食」(料理)を観光客へ届ける。
- 飲食店を増やし、食材と観光客を飲食店に集める。
- 公共交通を最適化して、観光客が町内を周遊しやすくする。

【図表1：RESASを使った自治体等の取り組み事例の概要（2017）】

大津市は、観光振興策に対する取組みを強化している。具体的には、①大津市ジュネーブ構想博について、②新交通システムの推進について、③雄琴港の整備について、④滋賀県立琵琶湖文化館のリユースについて、⑤ピワイチ（びわ湖一周サイクリング）の推進について、の5項目を挙げている。さらに、大津市第2期観光交流計画（2017）に記されているKPIは、観光消費額が2017年

**活用の背景：** 大津市における『観光によるまちづくり』を実行に移し、地域経済への波及による活性化に結び付けていきたい。分析の目標は以下の2点を中心である。

1. 大津市の観光産業は地域に特化した産業といえるのかを検証する。
2. 大津市への要望の1つであるインバウンド旅行者誘致の可能性を探る。

#### ①人口マップによる分析

- ・人口増減
- ・人口推移
- ・自然増減・社会増減の推移
- ・出生率、死亡率／転入数、転出数
- ・総人口推計
- ・年齢階級別純移動数の時系列分析

- ・大津市の人口は2020年頃をピークに減少傾向
- ・大津市の高齢化率は、数年後に約30%に達する
- ・全国有数の人口増加地域ではなくなる
- ・行政の財政は歳入減・歳出超となりかねない
- ・公共事業依存から地域内の特色ある産業の育成は必要

#### ②地域経済循環マップによる分析

- ・地域経済循環図【滋賀県域】
- ・地域経済循環図【大津市域】
- ・分配分析 雇用者所得(総額)【大津市と他都市との比較】
- ・支出分析 総支出(総額) 【大津市と他都市との比較】
- ・生産分析 付加価値額(総額・産業別)
- ・生産分析 付加価値額(修正特化係数・産業別)
- ・生産分析 付加価値額(1人当たり・産業別)
- ・生産分析 2次産業【大津市と全国・滋賀県域との比較】
- ・生産分析 3次産業【大津市と全国・滋賀県域との比較】
- ・生産分析 付加価値額(総額)中分類
- ・生産分析 雇用者所得(総額)中分類
- ・都道府県別生産額、付加価値額、雇用者所得上位3位の産業
- ・生産分析 影響力・感応度分析(産業別)

- ・大津市は「外で稼ぎ・外で使う」傾向（全国の衛星都市でも似た傾向にある）
- ・大津市はベッドタウン、滋賀県域とは異なる産業構造（3次産業の修正特化係数が1を超える）
- ・公務や公共サービスを除くと「対個人向けサービス」が発達（全国的に公務・公共サービスは地域経済に大きく影響）
- ・大津市の宿泊や飲食などの「対個人サービス」は他産業への波及効果がみられる

#### ③産業構造マップによる分析

- ・全産業の構造 従業者数(企業単位)中分類
- ・全産業の構造 宿泊業の従業者数(企業単位)

- ・宿泊業への従事者数は全国、県域平均を大きく上回る
- ・サービス業従事者の所得や生産性が低い
- ・生産額で見た特化係数は製造業が優位

- ・稼ぐ力分析 特化係数(付加価値額)×特化係数(労働生産性)
- ・稼ぐ力分析 産業別雇用者シェア1人当たり現金給与総額【滋賀県域】

#### ④RESAS以外の統計データによる分析

- ・統計Dashboard 稼ぐ力と雇用力の関係
- ・総務省統計局 市町村別修正特化係数

- ・労働投入量でみた修正特化係数は製造業が優位
- ・雇用はサービス業が吸収している
- ・宗教(社寺仏閣)が大津市の産業の特徴となっている



**大津市の基盤産業として『宿泊・飲食などの対個人向けサービス』は潜在力がある**

#### ⑤観光マップによる分析

- ・外国人訪問分析【滋賀県域】
- ・外国人移動相関係数【滋賀県域】
- ・外国人消費の比較(クレジットカード)【滋賀県域】
- ・外国人消費の構造【全国と滋賀県域との比較】
- ・外国人滞在分析【全都道府県】
- ・宿泊施設の客室稼働率【滋賀県域】
- ・目的地分析

- ・滋賀県への外国人訪問数は増加傾向
- ・東京～箱根～富士山～京都(ゴールデンルート)途中にありながら訪問数は低調
- ・滋賀県への来訪者数は台湾や中国などのアジア圏中心
- ・客室稼働率が京都や大阪よりも低い

#### ⑥まちづくりマップによる分析

- ・事業所立地動向

- ・個人をターゲットにしたインバウンド需要への可能性がある
- ・京都へのアクセスの良さを生かし、京都観光を楽しみながら日本の日常生活に触れる体験ができる

図中の【】は大津市域以外または大津市を含むエリアのデータを示す。それ以外はすべて大津市域のデータである。  
 内に各分析の簡単なまとめを記載している。

【図表2：大津市におけるRESAS活用モデルの分析設計およびその結果概要】

1,489 億円に対して 2020 年には 1,708 億円へ、総宿泊客数は同 150 万人から 165 万人へ、外国人宿泊客数は同 23 万人から 35 万人へと目標が置かれている。そして、その目標達成のために、市内に存在する観光関連の中小企業を巻き込み、経済波及効果を狙うものである。

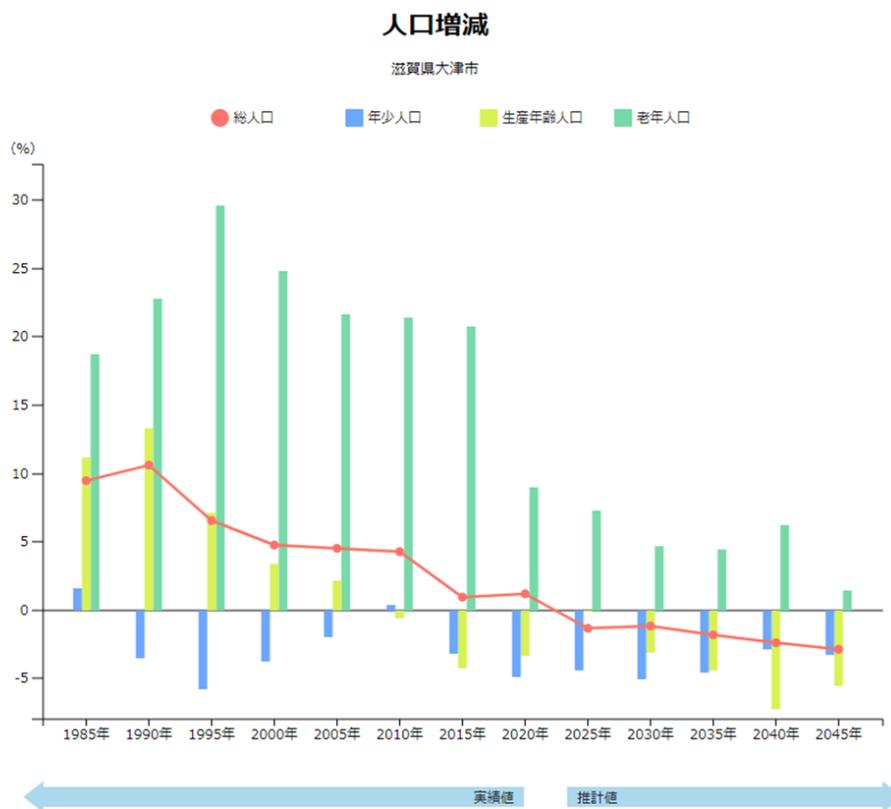
以上から、大津市の政策課題は観光分野の受入強化に重点が置かれていることがわかる。よって RESAS による分析目標は、まず大津市の観光産業が地域の特化した産業となっているかという検証を行うこと、そして大津市内へ観光客を呼び込み宿泊や飲食、物販などの消費額を向上させること、特に国内の他の地域で増加しているインバウンドの旅行者を取込むこと、と設定する。分析の設計とその結果の概要は、図表 2 のとおりである。

最初に、マクロ視点での大津市の現状把握から始めていく。観光産業のテコ入れと同時に将来の働き手の確保を含めて人口の動態がどのようになっているか概観する。以下からの各節は、RESAS のメニューであるマップ名とリンクし、図表 2 の中の①から⑥とも対応している。

### ①人口マップによる分析

図表 3 から 7 は、大津市の人口構成や人口増減、将来推計をグラフで示したものである。

図表 3 と 4 は、人口増減を老年人口、生産年齢人口、年少人口別に率および実数で示している。ここから老年人口は将来にわたって一貫して増加傾向にあること、過去増加傾向にあった生産年齢人口は年少人口の減少に伴って 2015 年以降減少に転じていることが読み取れる。

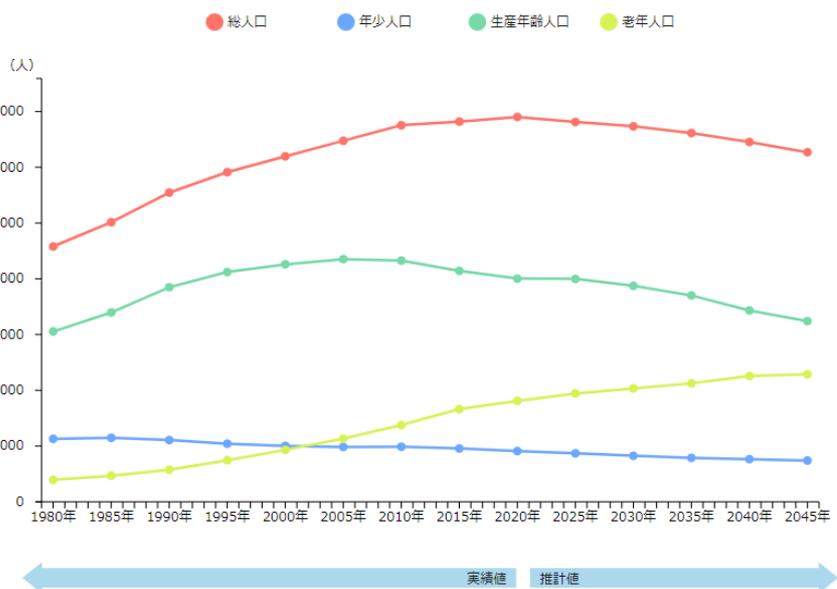


【出典】  
総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

【図表 3：大津市の人口増減】

## 人口推移

滋賀県大津市



【出典】  
総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」  
【注記】  
2025年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（平成30年3月公表）に基づく推計値。

【図表 4：大津市の人口推移】

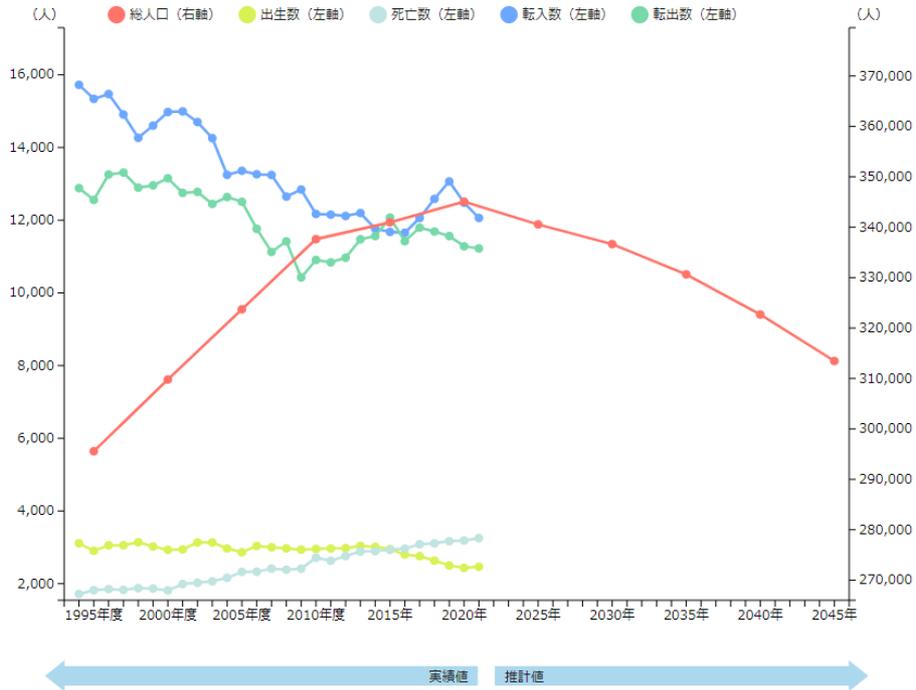
図表 5 と 6 は、人口の自然増加と将来人口推計を見たグラフである。ここから出生と死亡の数が均衡しつつあり、自然増加の大きな伸びは期待できないこと、2000 年初頭から転入が減少し転出が増加傾向にあり、社会増加の伸びも鈍化していること、総人口は 2020 年ごろ 35 万人弱をピークに減少へ転じ、高齢化率が約 27%にまで増加することが予測される。

今後、人口減による行政の維持固定コストは上昇し、これまでの公共投資頼みの稼ぎ口だけでは地域の衰退は避けられない。また、国内の大多数の市町村では大津市よりも速く人口が減少する傾向にあることから、国からの補助金や交付税も割当ても増額は期待できない。地域は地域で稼ぐ力をつける必要に迫られている。

図表 7 は、5 歳刻みの年齢階級別純移動数を 1980 年から 2010 年までの時系列でグラフ化したものである。このグラフからは、1995 年から 2010 年にかけて、高校から大学へ進学する年代（15 歳から 19 歳 - 20 歳から 24 歳）と学校卒業後に就職する年代（20 歳から 24 歳 - 25 歳から 29 歳）が転出超過していること、どの時期でも 0 歳から 9 歳までと 25 歳から 39 歳が転入超過しており、若年核家族が市外から移住していることが読み取れる。

## 出生数・死亡数 / 転入数・転出数

滋賀県大津市

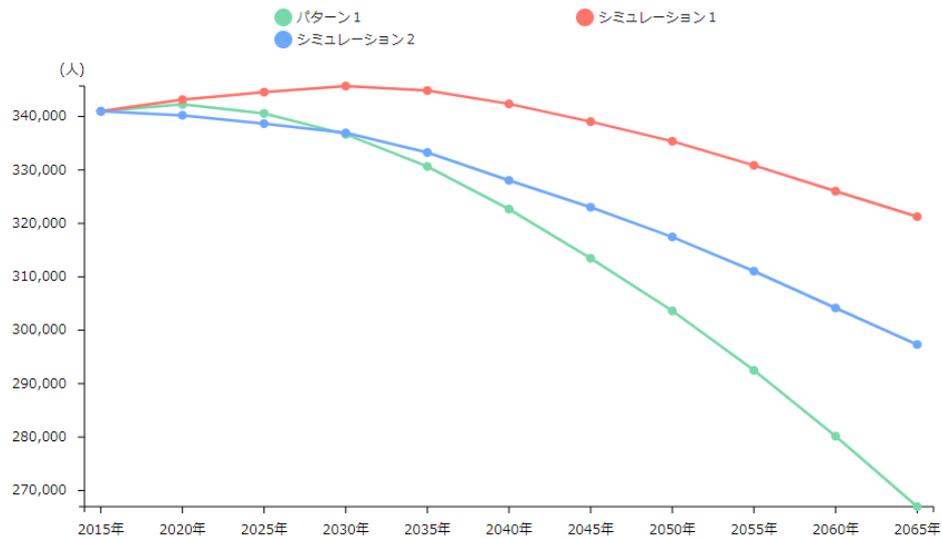


【出典】  
総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」、総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」

【図表 5 : :大津市の出生数・死亡数/転入数・転出数】

## 総人口推計

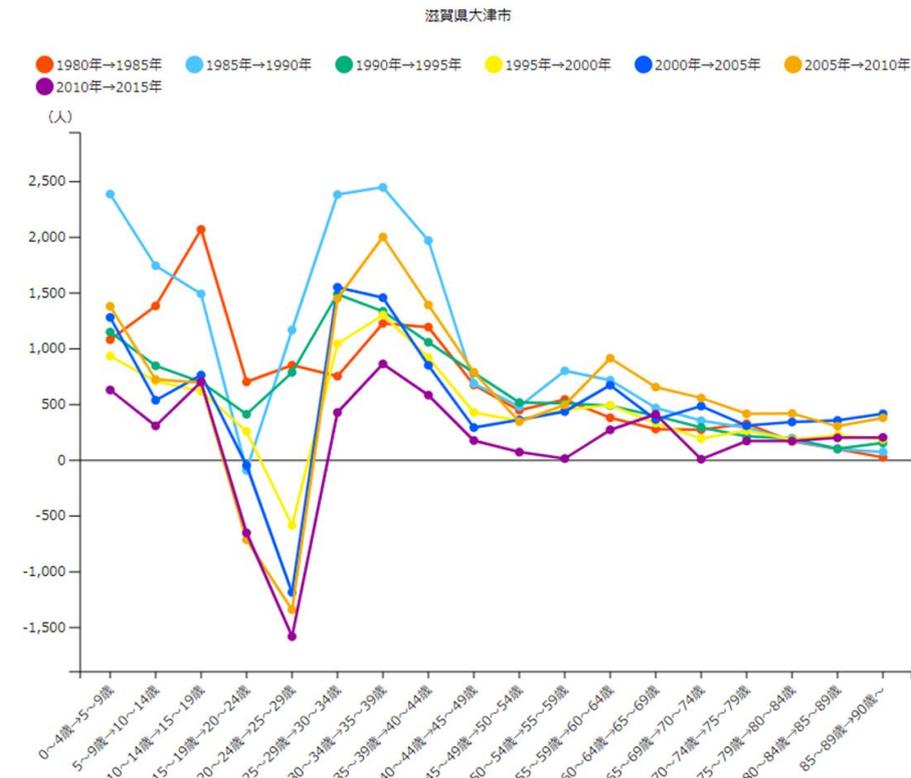
滋賀県大津市



【出典】  
国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」に基づきまち・ひと・しごと創生本部作成

【図表 6 : :大津市の総人口推計】

## 年齢階級別純移動数の時系列分析



【出典】  
総務省「国勢調査」、厚生労働省「都道府県別生命表」に基づきまち・ひと・しごと創生本部作成

【図表 7 : 大津市の年齢階級別純移動数の時系列分析】

人口の動態を見た結果、全国的な傾向のとおり大津市でも、今後は数年後に人口減少局面に入り、高齢化率が徐々に上昇する。このことから、行政の出納は税収が伸び悩み、社会保障をはじめとする固定的かつ長期的な歳出増加は避けられない状況が見えている。

人口マップによる分析を通じ、定住人口の減少傾向に対して、観光による来訪者である「交流人口」の増加によって市内での消費額を増やし、そして税収を増やし、観光関連産業を中心に地域の産業を底上げしていこうとする動きは合理性が高いといえるのではないだろうか。

### ②地域経済循環マップによる分析

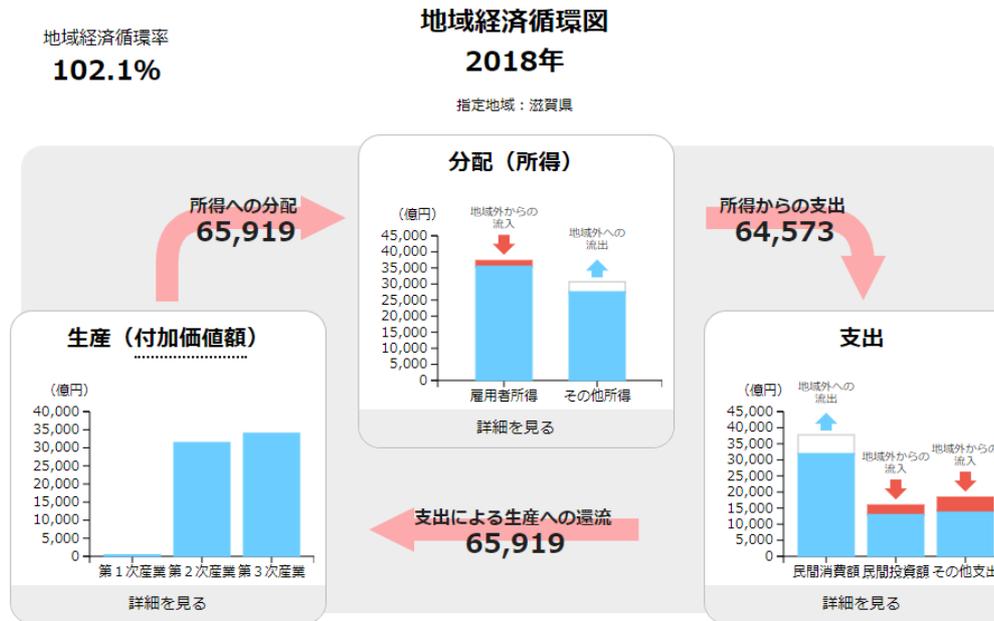
大津市の産業の特徴を把握するため、付加価値額分析、および産業の構造分析を行う。なお、基盤産業の探索手順は以下のように設定する。

RESAS の地域経済循環マップをもとに、大津市における基盤産業はどのような産業分野なのか、観光関連産業はどうなっているのか、について探っていきたい。基盤産業としての定義は、「地域経済循環分析解説書」（株式会社価値総合研究所, 2015）に準拠する。解説書では、①生産額の大きい産業、②地域に集積している産業、③域外から所得を獲得している産業、④地域で所得を稼いでいる産業、⑤住民の生活を支えている産業、⑥地域の産業構造、⑦地域の産業の生産性の7つの視点が記述されている。基盤産業は、これらを総合的にみて判断する。このうちの代表的な指標に、特化係数と修正特化係数がある。まずは以降に頻出するこの2つの用語の定義を確認しておきたい。

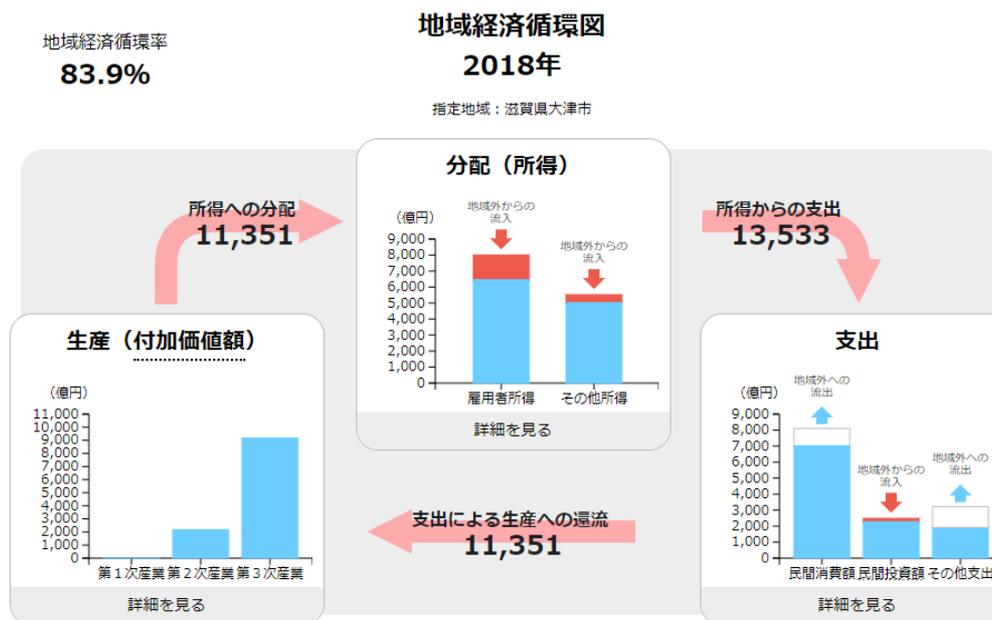
1つめの特化係数とは、基盤産業を見つけるための簡便な方法として利用されている。ある個別の産業Aを仮定したとき、「地域における産業Aの特化係数＝地域における産業Aの地域内生産額の構成比÷全国における産業Aの国内生産額の構成比」という式で導出される。値が1を超える産業が地域の基盤産業と定義される。なお、労働投入量で比較する場合は、生産額を従業員割合

に置き換えるとよい。ただし、各産業の労働生産性に地域差がないことが仮定される点に注意が必要だ。

2つめの修正特化係数とは、特化係数を日本全国レベルにおいて産業ごとに異なる輸出入の程度で修正を加えたものである。「産業Aの修正特化係数＝産業Aの特化係数×（産業Aの国内生産額の構成比÷産業Aの国内需要額の構成比）」という式で導出される。地域平均が全国平均を上回る（1を超える）場合、産業Aは地域の基盤産業であると定義され、修正特化係数が1を上回るということは、1を超えた分が他の地域へ移輸出される部分であるということができる。基盤産業は、地域外へモノやサービスを移輸出する、つまり外貨を稼いでいることが条件となる。ただし、



【図表8：滋賀県の地域経済循環図】



【出典】  
環境省「地域産業連関表」、「地域経済計算」（株式会社価値総合研究所（日本政策投資銀行グループ）委託作成）

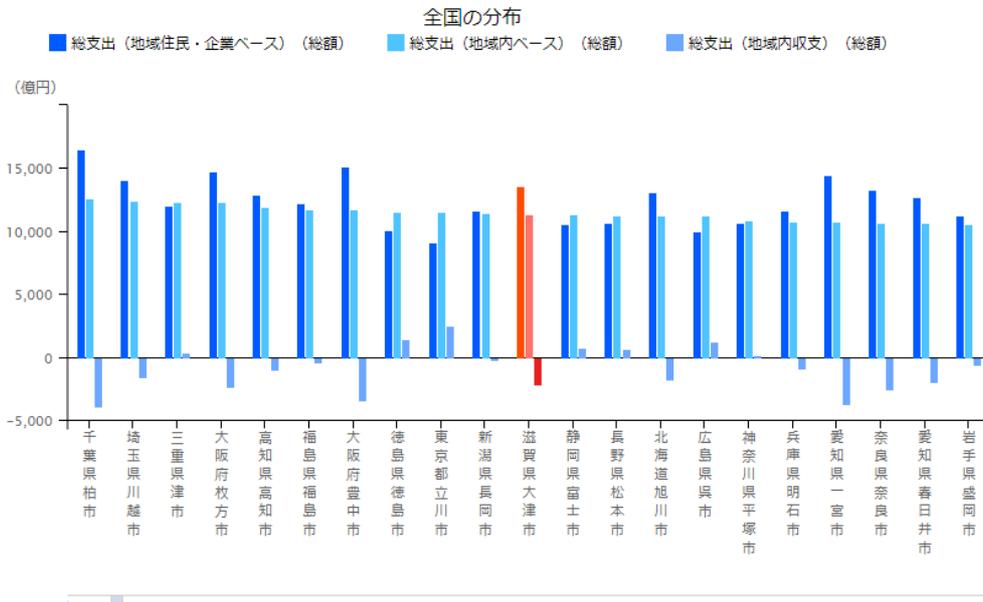
【図表9：大津市の地域経済循環図】



## 総支出（総額）

滋賀県大津市

2018年



【図表 11：他都市と比較した大津市の雇用者報酬（地域内ベース）】

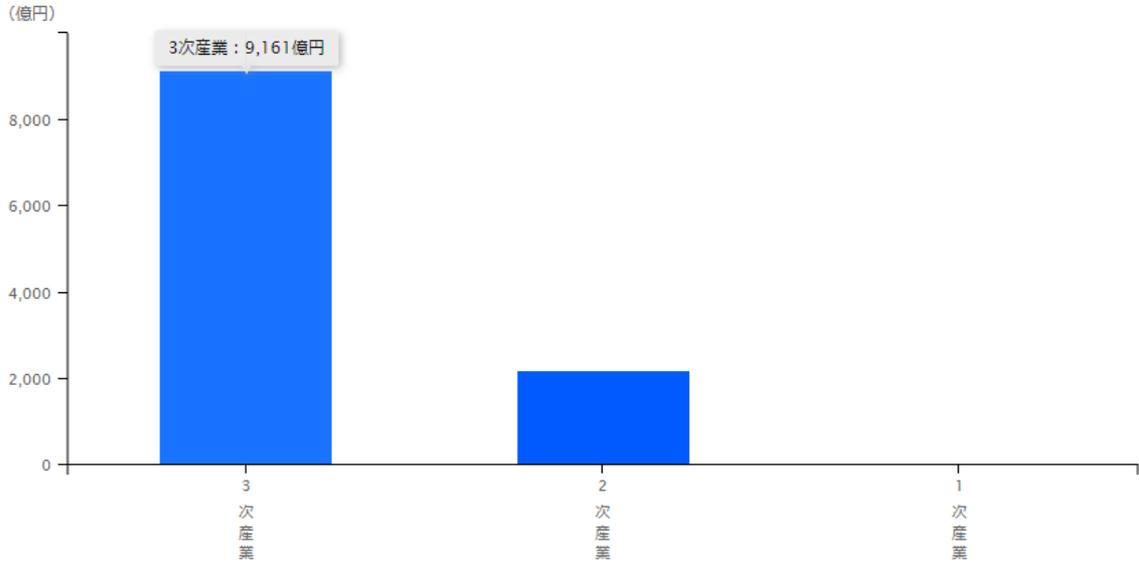
図表 12 と 13, 14 は、1 次・2 次・3 次産業別の付加価値額（総額と 1 人当たりと修正特化係数（生産額ベース））の現状を示している。このグラフから、大津市では 3 次産業の貢献度が高いことがわかった。修正特化係数は 3 次産業で 1.38、製造業 0.48 と大きな差が生まれた要因には、大津市の製造業は相対的な集積度が小さいということや、2 次産業に建設業が含まれていること、もしくは本社機能を持たない出先の工場が集積していることが推定される。一人当たり付加価値額について見てみると、3 次産業が 9.28 百万円、2 次産業が 8.66 百万円と修正特化係数ほど大差はなく、2 次産業は比較的生産性が高いといえる。

## 付加価値額（総額-産業別）

滋賀県大津市

2018年

第1次産業> すべての中分類



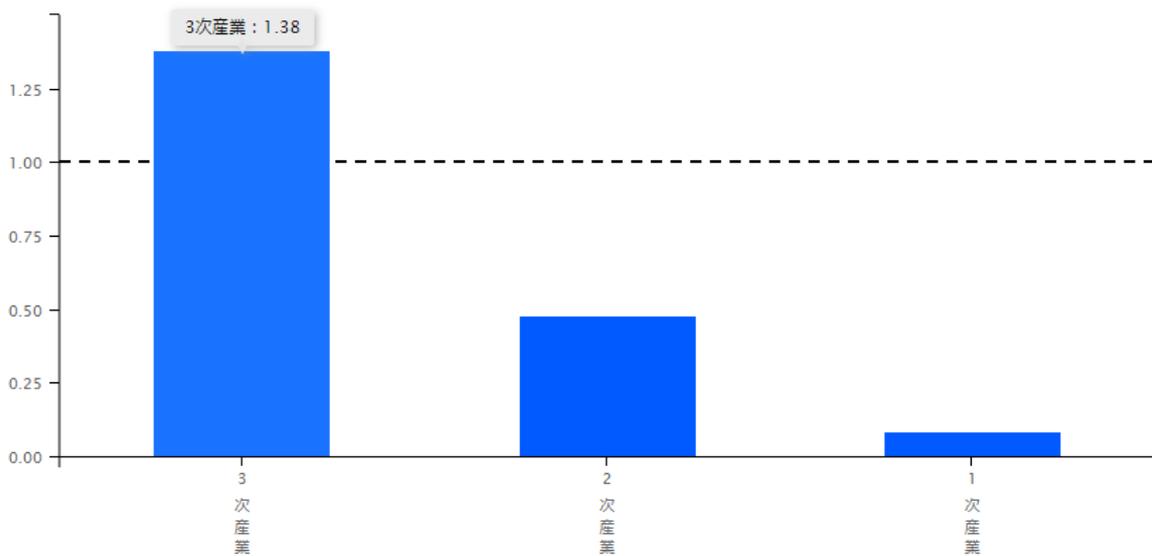
【図表 12：大津市の産業別付加価値額（総額）】

## 付加価値額（修正特化係数-産業別）

滋賀県大津市

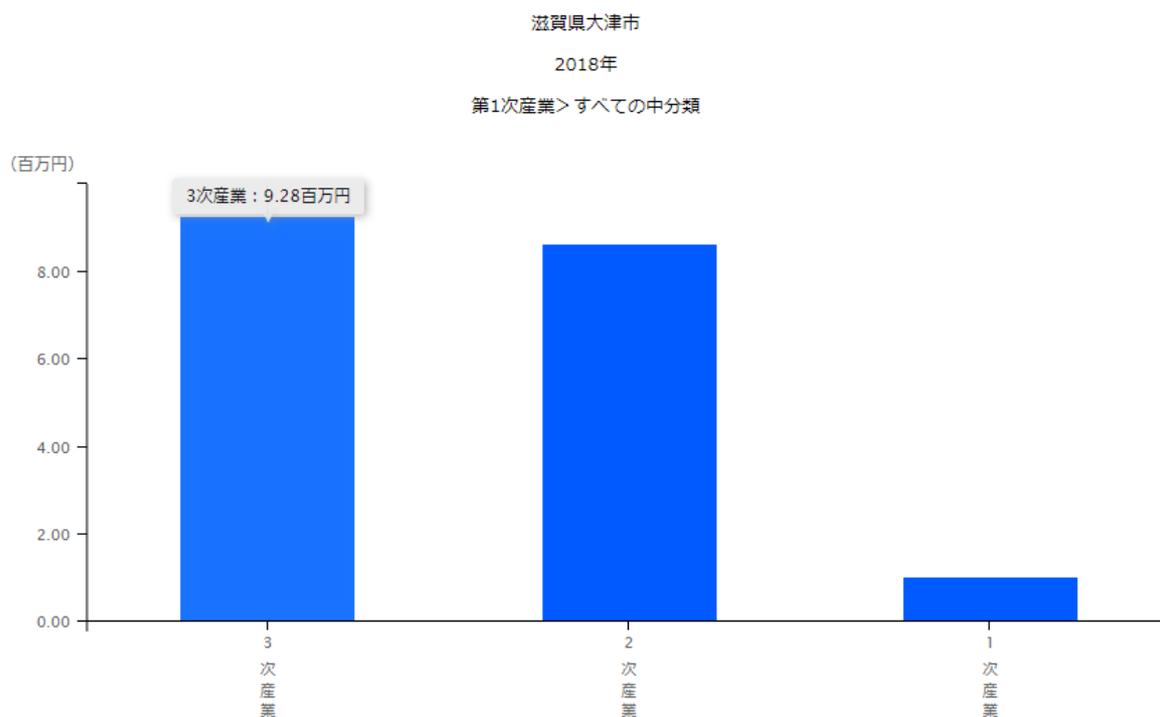
2018年

第1次産業> すべての中分類



【図表 13：大津市の産業別付加価値額（修正特化係数・付加価値額ベース）】

## 付加価値額（一人当たり-産業別）

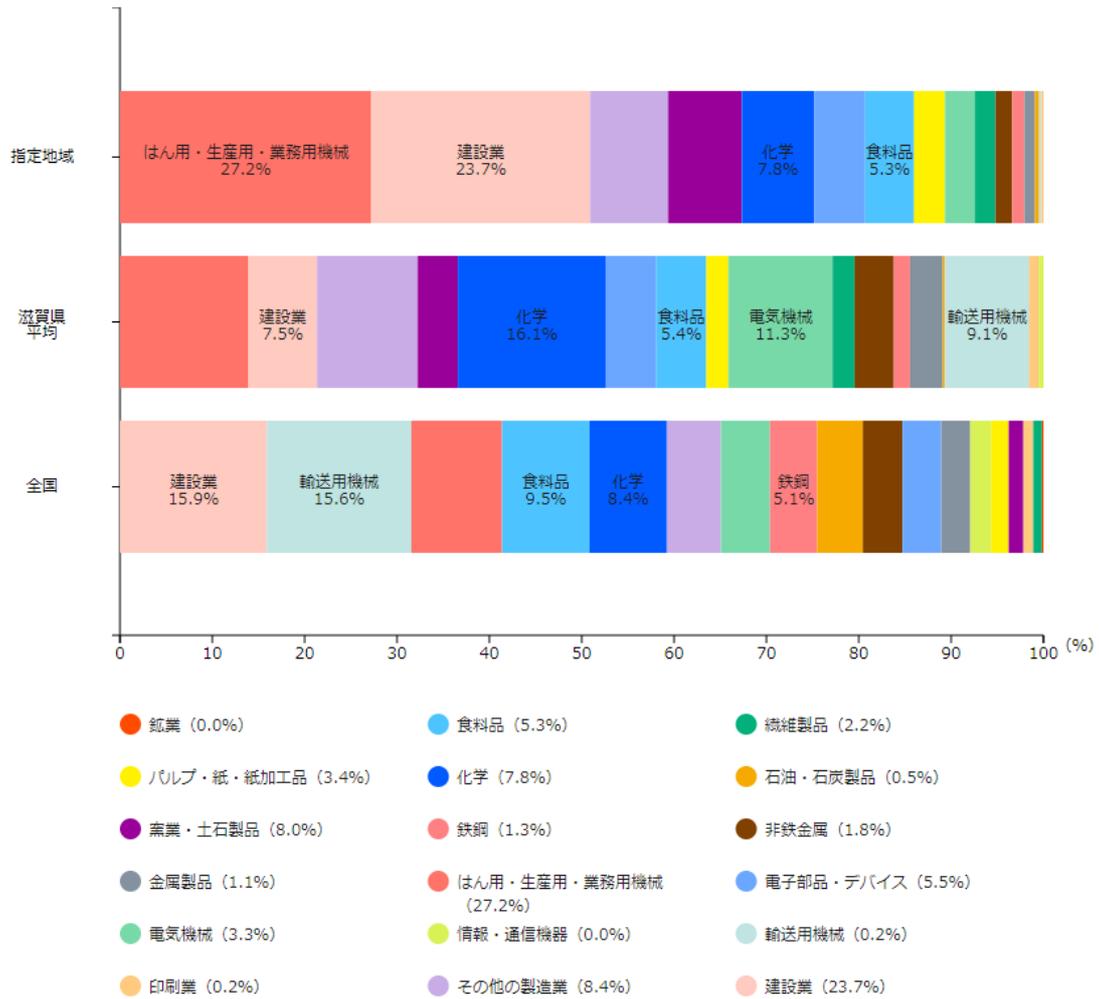


【図表 14：大津市の産業別付加価値額（一人当たり）】

図表 15 と 16 は大津市の産業構成に大きな影響を与えている 2 次および 3 次産業の付加価値額の構成比を示している。2 次産業の特徴は、はん用・生産用・業務用機械が 27.2%，建設業が 23.7%と全国、県内よりも高く、この 2 つの産業で付加価値額の半数を占めている。滋賀県は製造業の県として全国有数といわれるとおり、2016 年の経済センサスー活動調査での滋賀県における製造業従事者割合（15 歳以上就業者数）は 27.1%で、2019 年の県民経済計算では県内総生産に占める製造業の割合が全国 1 位（全国平均 20.3%に対して滋賀県 43.6%）という結果と重なる。ただし、大津市域のみでみると県域の傾向とは異なる産業構造になっていることがわかる。

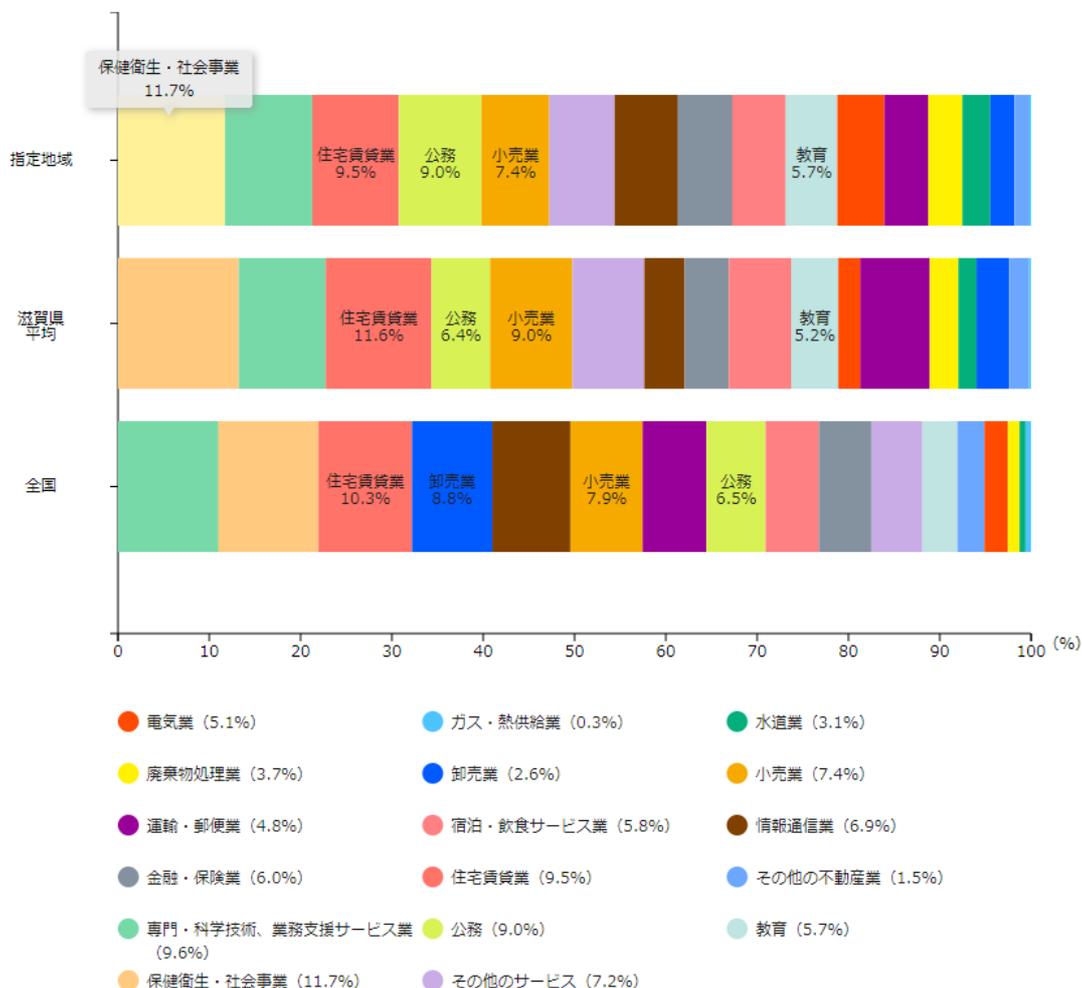
一方の 3 次産業の特徴は、保健衛生・社会事業 11.7%（公立の学校や病院、保健衛生、研究機関が含まれている）、住宅賃貸業 9.5%、公務 9.0%（国家公務、地方公務が含まれている）、小売 7.4%と保健衛生・社会事業と公務を合わせた公的なサービスが 20%超あり、民間部門を凌駕していることがわかる。また、県域と特徴は似ているものの、全国比でみると卸売業や対事業所サービスといったいわゆる B to B の業種構成割合が小さいことがわかる。

## 2次産業



【図表 15：大津市の2次産業付加価値額の構成比】

## 3次産業



【図表 16：大津市の3次産業付加価値額の構成比】

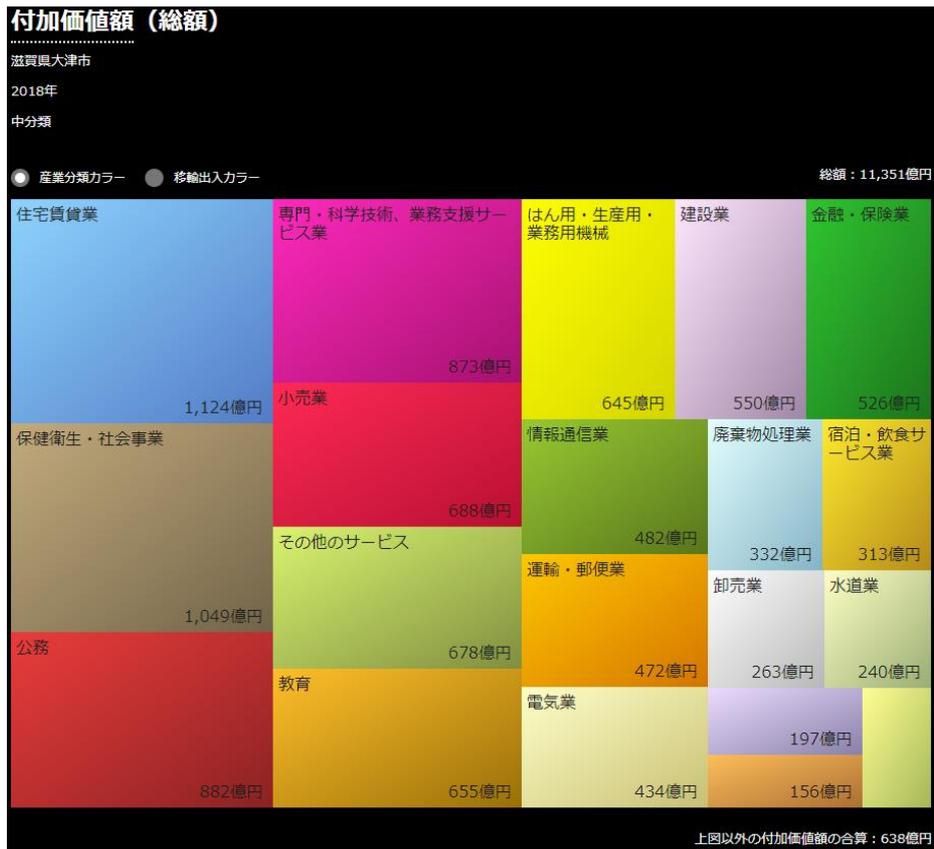
ここからは、地域経済循環の生産分析をもとに産業別（中分類）の付加価値額および雇用者所得について見てみる。

その結果、図表 17 と 18 のとおり、大津市の付加価値の創出は、住宅賃貸業や保健衛生・社会事業、公務が、また雇用者所得では保健衛生・社会事業、公務、教育が上位を占めていることがわかった。いわゆる公共サービスや公務は地域の特性を生かした産業というよりは、地域住民にとってなくてはならないインフラであると推察されるため地域に特化した牽引産業にふさわしいとは言いにくい。

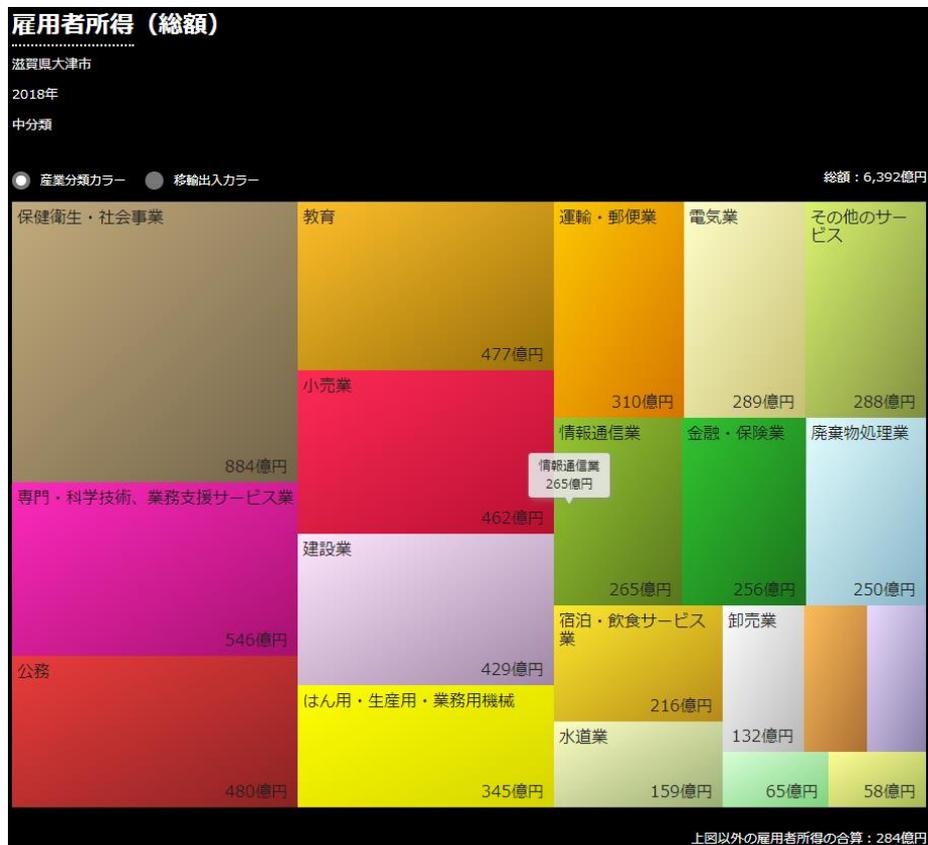
そこで、仮説として大津市は滋賀県の県庁所在地であるため、公共機関の立地が他の地域に比べて多いと推察されることから、全国の都道府県庁所在地でも同様の傾向がみられるか調べてみることにした。図表 19 は、RESAS の生産分析を使って、各都道府県庁所在地の生産額と付加価値額、雇用者所得の3つのカテゴリーのうち上位3位の産業<sup>6</sup>をピックアップしたものである。この表から、東京以外の全都市で公務または公共サービスが産業の上位に入っていることがわかる。とりわけ、上記3大都以外の雇用者所得の1位は、ほぼ公共サービスとなっている。さらに、東京や名古屋、大阪、それに次ぐ札幌・広島をはじめとする政令指定都市では、卸売業、対事業所サービス（広

<sup>6</sup> RESAS の生産分析における産業分類は 2017 年 7 月 26 日に従来 22 分類から 39 分類へと細分化されている。分類の詳細は内閣府のホームページに掲載されている。

<https://www.chisou.go.jp/sousei/resas/information/bunsekiirei.html>（アクセス日 2022 年 11 月 22 日）



【図表 17：大津市における付加価値額の高い産業】



【図表 18：大津市における雇用者所得の高い産業】

指標	生産額			付加価値額			雇用者所得		
	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位
北海道庁	公共サービス	住宅賃貸業	情報通信業	住宅賃貸業	公共サービス	卸売業	公共サービス	小売業	卸売業
札幌	公務	公共サービス	建設業	住宅賃貸業	公務	住宅賃貸業	公共サービス	公務	小売業
青森	公務	建設業	対個人サービス	公共サービス	住宅賃貸業	対個人サービス	公共サービス	建設業	小売業
盛岡	公共サービス	建設業	対事業所サービス	公共サービス	建設業	住宅賃貸業	公共サービス	建設業	対事業所サービス
仙台	公共サービス	公務	住宅賃貸業	公共サービス	住宅賃貸業	公務	公共サービス	公務	小売業
秋田	公共サービス	公務	住宅賃貸業	公共サービス	住宅賃貸業	公務	公共サービス	小売業	公務
山形	公共サービス	公務	住宅賃貸業	公共サービス	住宅賃貸業	公務	公共サービス	小売業	公務
福島	公共サービス	公務	住宅賃貸業	公共サービス	公務	対事業所サービス	公共サービス	公務	建設業
水戸	公共サービス	情報通信業	対個人サービス	公共サービス	対事業所サービス	小売業	公共サービス	小売業	対事業所サービス
宇都宮	食料品	公共サービス	公務	食料品	公共サービス	公務	食料品	公共サービス	小売業
前橋	公共サービス	小売業	建設業	公共サービス	小売業	住宅賃貸業	公共サービス	小売業	建設業
さいたま	住宅賃貸業	公共サービス	情報通信業	住宅賃貸業	公共サービス	卸売業	公共サービス	小売業	建設業
千葉	公共サービス	住宅賃貸業	鉄鋼	住宅賃貸業	公共サービス	対事業所サービス	公共サービス	小売業	対事業所サービス
東京	卸売業	情報通信業	対事業所サービス	卸売業	情報通信業	対事業所サービス	卸売業	情報通信業	対事業所サービス
横浜	住宅賃貸業	石油・石炭製品	公共サービス	住宅賃貸業	公共サービス	対事業所サービス	公共サービス	小売業	対事業所サービス
新潟	公共サービス	住宅賃貸業	建設業	住宅賃貸業	公共サービス	公務	公共サービス	小売業	建設業
富山	住宅賃貸業	公共サービス	建設業	住宅賃貸業	公共サービス	小売業	公共サービス	小売業	建設業
金沢	住宅賃貸業	公共サービス	情報通信業	住宅賃貸業	公共サービス	卸売業	公共サービス	小売業	卸売業
福井	公共サービス	住宅賃貸業	建設業	住宅賃貸業	公共サービス	公務	公共サービス	建設業	小売業
甲府	公共サービス	住宅賃貸業	情報通信業	住宅賃貸業	公共サービス	小売業	公共サービス	小売業	建設業
長野	公共サービス	情報通信業	住宅賃貸業	住宅賃貸業	公共サービス	情報通信業	公共サービス	情報通信業	建設業
岐阜	公共サービス	対個人サービス	住宅賃貸業	公共サービス	住宅賃貸業	対個人サービス	公共サービス	対個人サービス	対事業所サービス
静岡	電気機械	公共サービス	金融・保険業	公共サービス	金融・保険業	住宅賃貸業	公共サービス	金融・保険業	運輸業
名古屋	卸売業	情報通信業	対事業所サービス	卸売業	情報通信業	住宅賃貸業	卸売業	公共サービス	情報通信業
津	電気機械	公共サービス	公務	公共サービス	公務	住宅賃貸業	公共サービス	公務	電気機械
大津	公共サービス	住宅賃貸業	公務	住宅賃貸業	公共サービス	公務	公共サービス	公務	小売業
京都	公共サービス	住宅賃貸業	対個人サービス	住宅賃貸業	公共サービス	対個人サービス	公共サービス	小売業	対個人サービス
大阪	卸売業	情報通信業	対事業所サービス	卸売業	対事業所サービス	情報通信業	卸売業	公共サービス	対事業所サービス
神戸	公共サービス	対個人サービス	住宅賃貸業	住宅賃貸業	公共サービス	対個人サービス	公共サービス	対個人サービス	小売業
奈良	公共サービス	住宅賃貸業	対個人サービス	公共サービス	住宅賃貸業	公務	公共サービス	対個人サービス	公務
和歌山	鉄鋼	化学	一般機械	鉄鋼	住宅賃貸業	公共サービス	公共サービス	一般機械	建設業
鳥取	公共サービス	公務	電気機械	公共サービス	住宅賃貸業	公務	公共サービス	公務	建設業
松江	公共サービス	公務	建設業	公共サービス	公務	住宅賃貸業	公共サービス	公務	建設業
岡山	公共サービス	住宅賃貸業	対事業所サービス	公共サービス	住宅賃貸業	対事業所サービス	公共サービス	小売業	対事業所サービス
広島	卸売業	公共サービス	輸送用機械	卸売業	公共サービス	住宅賃貸業	公共サービス	卸売業	対事業所サービス
山口	情報通信業	公共サービス	公務	公共サービス	情報通信業	住宅賃貸業	公共サービス	小売業	公務
徳島	化学	公共サービス	公務	公務	化学	公共サービス	公共サービス	化学	公務
高松	公共サービス	住宅賃貸業	卸売業	住宅賃貸業	公共サービス	卸売業	公共サービス	小売業	卸売業
松山	公共サービス	対個人サービス	住宅賃貸業	公共サービス	住宅賃貸業	公務	公共サービス	小売業	対個人サービス
高知	公共サービス	公務	対個人サービス	公共サービス	住宅賃貸業	公務	公共サービス	公務	小売業
福岡	情報通信業	卸売業	公共サービス	卸売業	情報通信業	公共サービス	公共サービス	卸売業	情報通信業
佐賀	公共サービス	公務	対個人サービス	公共サービス	公務	住宅賃貸業	公共サービス	公務	対事業所サービス
長崎	公共サービス	一般機械	対個人サービス	公共サービス	住宅賃貸業	一般機械	公共サービス	対個人サービス	小売業
熊本	公共サービス	対個人サービス	住宅賃貸業	公共サービス	住宅賃貸業	小売業	公共サービス	小売業	対個人サービス
大分	鉄鋼	石油・石炭製品	公共サービス	公共サービス	住宅賃貸業	鉄鋼	公共サービス	小売業	公務
宮崎	公共サービス	対個人サービス	建設業	公共サービス	住宅賃貸業	対個人サービス	公共サービス	小売業	建設業
鹿児島	公共サービス	対個人サービス	卸売業	公共サービス	卸売業	住宅賃貸業	公共サービス	小売業	運輸業
那覇	公務	対個人サービス	情報通信業	公務	公共サービス	対事業所サービス	公共サービス	公務	対事業所サービス

【図表 19：都道府県庁所在地の生産額・付加価値額・雇用者所得別 上位3位までの産業】

告業、業務用レンタル、機械メンテナンスなどが含まれている）、対個人サービス（娯楽業、飲食店、宿泊、理美容、生活衛生業などが含まれている）、情報通信業（郵便、電話、テレビなどのメディアが含まれている）が上位を占めている。また、住宅賃貸業がどの都市でも生産額と付加価値額の上位を占める一方、雇用者所得には影響が弱く、小規模な個人経営の住宅賃貸が大勢を占めていることが推測できる。その要因は、RESASには個人事業主の所得が営業余剰と扱われ雇用者所得に含まれていないためと思われる。以上から、大津市のみならず他の都道府県庁所在地の都市においても、比較的給与水準が高い職種（学校教員や医療関係）が属する公共サービスや、公務（県庁や政府機関が所在するためとみられる）が地域経済の主要な地位を占めていることがわかった。都道府県庁所在地以外の市町村でも公共サービスは上位の傾向にあるが、大規模な工場や施設が立地する場合は、その特定の産業に大きく偏る傾向が見られた。

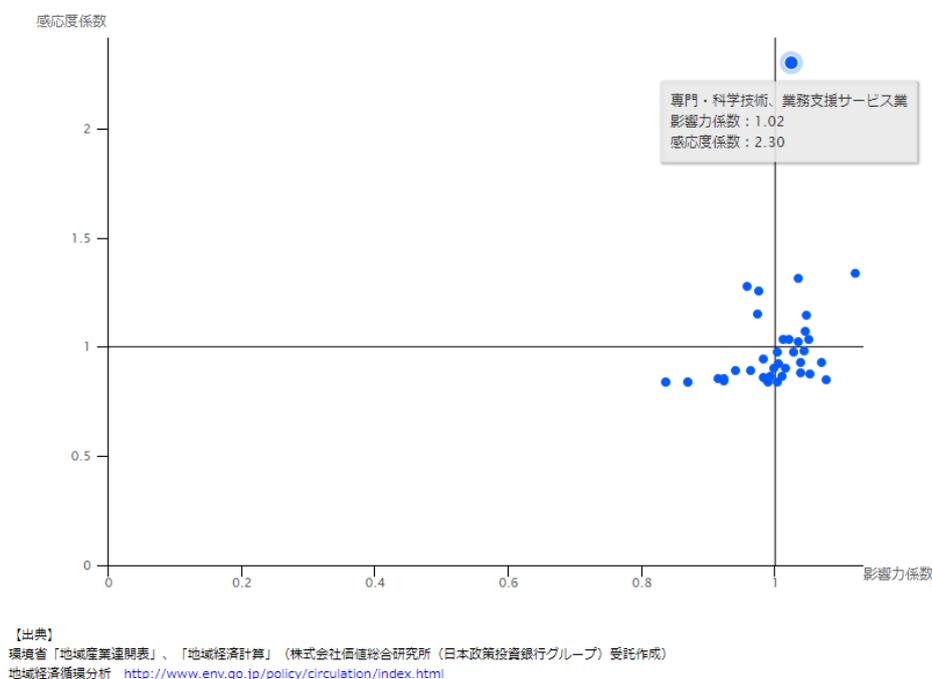
図表 20 は大津市における影響力・感応度分析を行った結果である。影響力・感応度分析は、ニセコ町の事例で述べたように、影響力係数が 1 を超える場合、地域経済において他部門の産業に与える影響力が高いことを示し、感応度係数が 1 を超える場合、その産業の生産が他産業からの影響を大きく受けることを示す。図表 20 にプロットされた点を見ると、群を抜いて突出している産業があり、専門・科学技術、業務支援サービス業であることがわかる。この点が示す数値は、影響力係数が 1.02 で感応度係数が 2.30 となっていることがわかる。このことから、大津市の専門・科学技術、業務支援サービス業は、他産業へ与える影響力、他産業から受ける感応度ともに大きいということがいえる。観光関連産業である宿泊・飲食サービス業をみると影響力係数が 1.08 で、感応度係数は 0.85 となっている。観光産業の充実を目指すためには、地域内の他産業との協業が不可欠であることを示していると捉えられる。

## 影響力・感応度分析（産業別）

滋賀県大津市

2018年

すべての大分類> すべての中分類



【図表 20：大津市における産業別影響力・感応度分析】

### ③産業構造マップによる分析

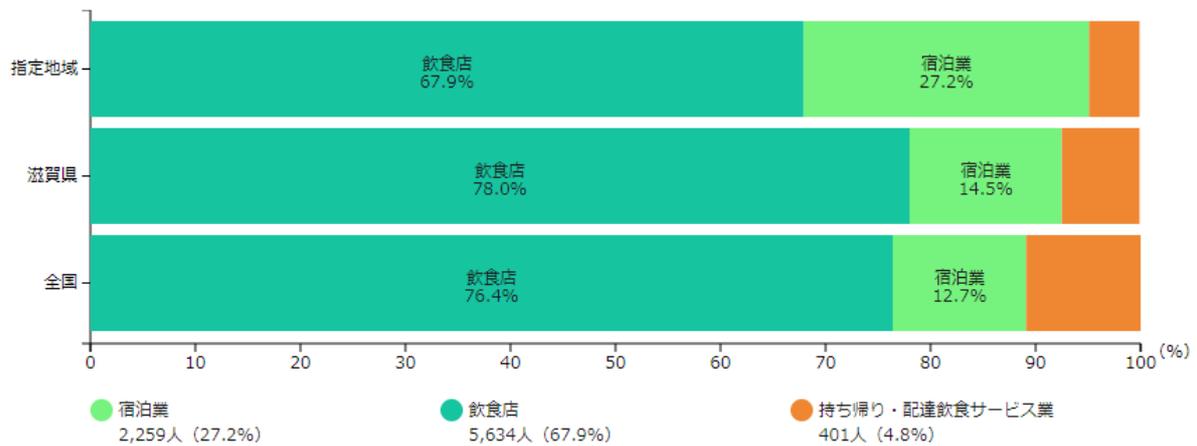
ここからは、産業構造マップを使って分析を試みる。図表 21 は、各産業分野の従業者数を花火図で示している。この図から、医療業への従業者が多いことがわかる。具体的な従業者数を見ると、医療業 7,844 人、介護 6,967 人、飲食店 5,634 人と続く。ここから大津市の雇用は 3 次産業分野へ大きく吸収されていることがわかる。

さらに図表 22 は、政策目標のターゲットとなる宿泊業・飲食サービス業といった観光関連の産業に携わる従業者構成割合と従業者数を示している。ここから、大津市では宿泊業への従業者数の割合が全国、県内よりもやや高い傾向にあり、宿泊業に従事する人は 2,259 人となっていることがわかる。



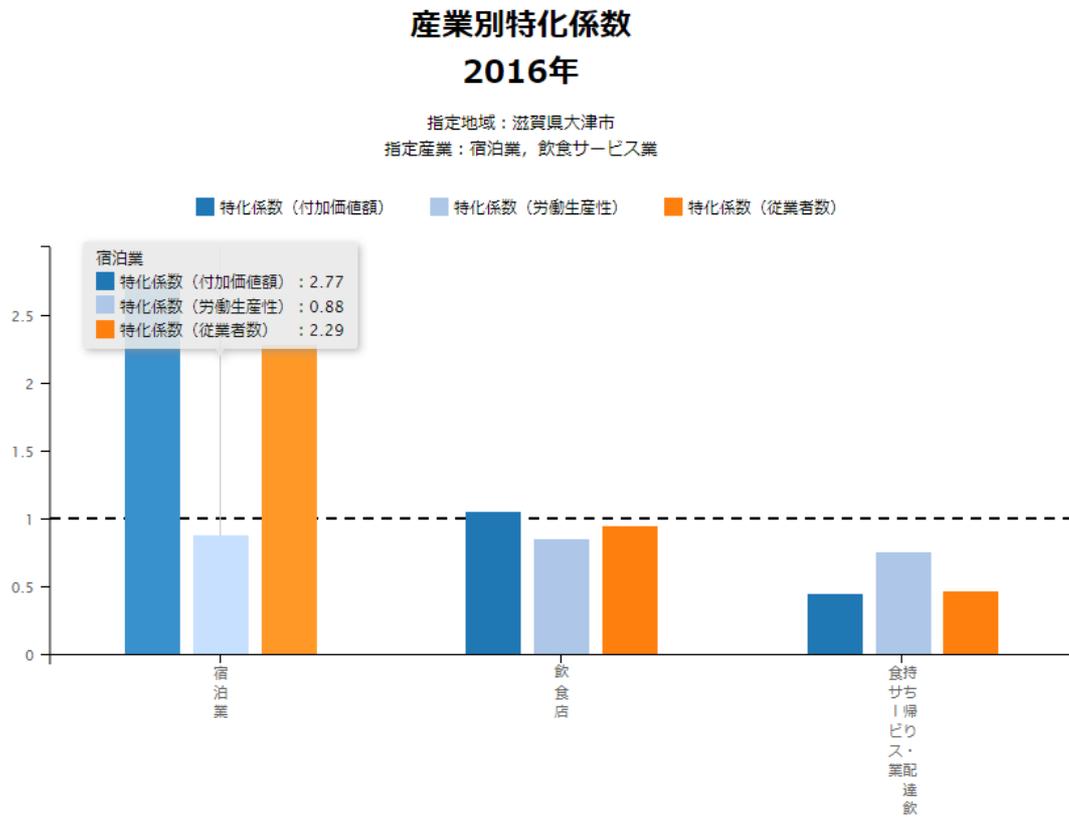
【図表 21 : 大津市の産業別従業者数】

### 宿泊業, 飲食サービス業



【図表 22 : 大津市の宿泊業・飲食サービス業従業者の構成比】

次に稼ぐ力分析から、産業別特価係数（付加価値額，労働生産性，従業者数）について宿泊業，飲食サービス業を図表 23 に示した。それぞれの特化係数から見た大津市の宿泊業，飲食サービス業は労働生産性を除き高い値を示した。

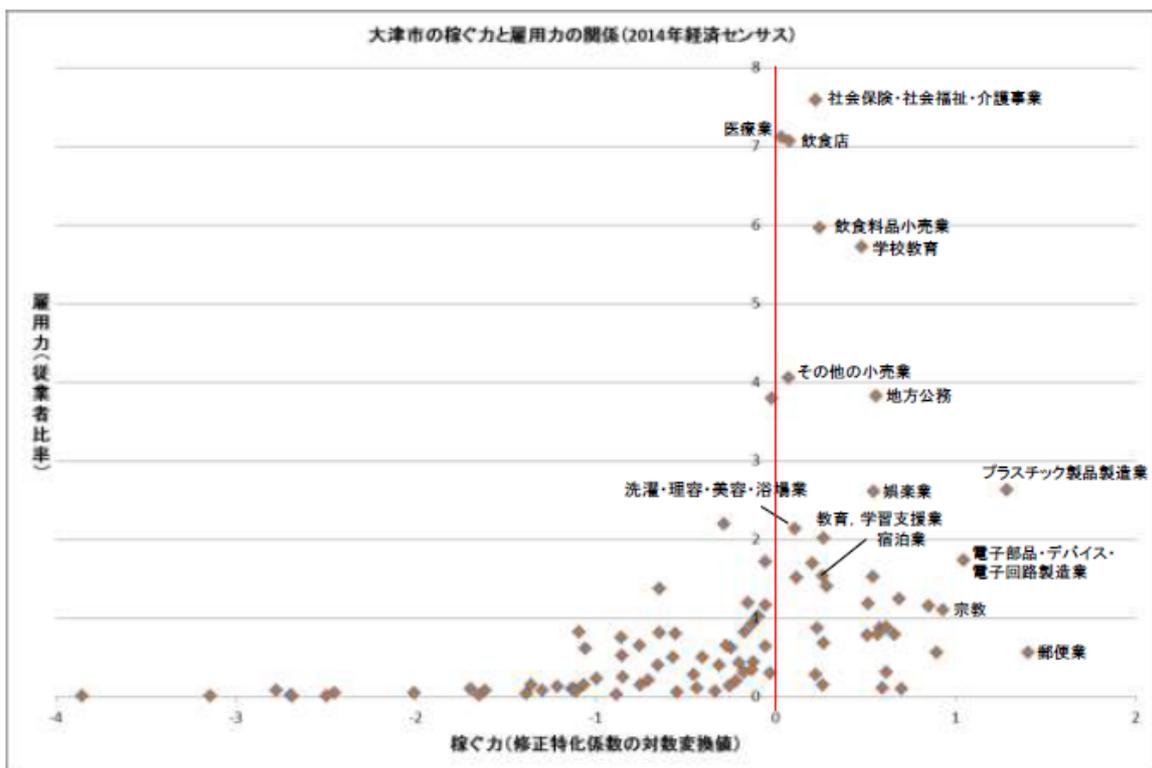


【図表 23：大津市の宿泊業・飲食サービス業の特化係数】

人的サービス業の労働生産性を向上させることは大津市に限った問題ではないことから、大津市における産業の優位性という観点で見れば、宿泊業、飲食サービス業は地域になくてはならない存在であるとともに、雇用にも大きく貢献していることがわかる。なお、付加価値額については、経済センサスと地域経済計算との間で付加価値の概念に違い<sup>7</sup>があるため、図表 13 で見た修正特化係数との間に差異が生じている可能性がある。

#### ④RESAS 以外の統計情報を利用した分析

ここからは、RESAS での分析からさらに踏み込んで、別の統計情報をもとに大津市の産業の特徴をつかんでみたい。RESAS の地域経済分析は、地域の経済循環を巨視的に把握することに役立つが、詳細な分析はやや苦手なのである。このため、RESAS の情報のみで地域の経済動向を網羅し議論できるわけではない。この節では、総務省が提供する統計 Dashboard を利用して産業の構造把握を試みる。産業の構造は、99 分類されている日本標準産業分類の中分類を用い、雇用力（従業員比率）と稼ぐ力（修正特化係数の対数変換値）の 2 軸から把握する<sup>8</sup>。図表 24 は、2014 年経済センサスのデータから大津市の稼ぐ力と雇用力を産業別にプロットしたグラフである。



【図表 24：大津市の稼ぐ力と雇用力の関係】

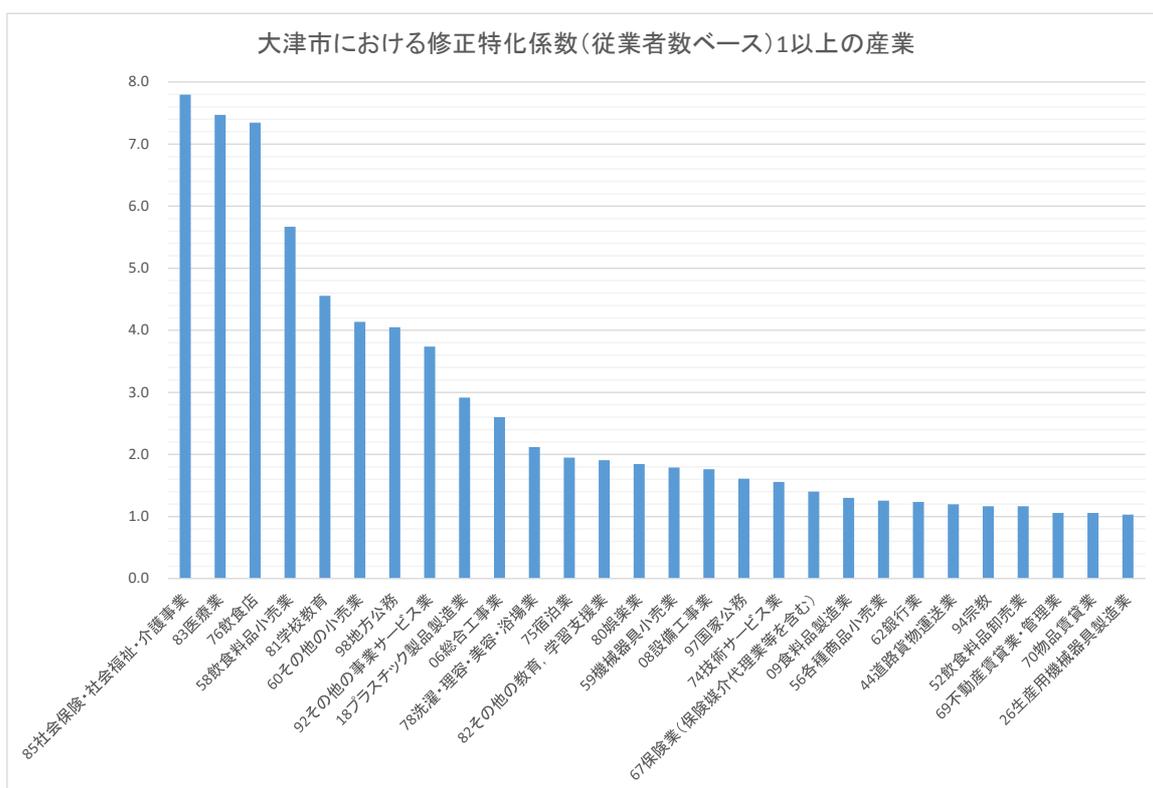
このグラフから、大津市ではプラスチック製造業や電子部品関連製造業、郵便業が稼ぎ頭になっていることがわかる。これは、大津市南部に集積する大手製造業（東レ・日本電気硝子・日本精工・ルネサスなど）の大規模な工場立地が要因と推定できる。また、2016 年には堀場製作所が市西部の雄琴に新工場を建設し 600 人の雇用を生んでいることから、製造業の稼働の伸びは今後も期待できると予想される。稼ぐ力への寄与は低いものの、雇用力で貢献する産業は、介護関連、医療といった福祉系産業や教育系産業が挙げられる。飲食店や飲食料品小売業、理美容関連、娯楽業は地域の生活に密着した産業だが、これらも雇用の受け皿という面では不可欠な要素といえ、大津市のベッドタウンとしての性格が表れていると考えられる。また、比叡山延暦寺をはじめとする宗教施設の立地が集積する地域がら宗教の稼ぐ力が大きいことも特徴といえるだろう。ちなみに京

7 経済センサスの付加価値額には、固定資本減耗や雇主の社会保険料、農林漁家や政府・公共サービスの付加価値額、持ち家の帰属家賃、研究開発費などが含まれていない。

8 雇用力（従業員比率）と稼ぐ力（修正特化係数の対数変換値）の算出方法は、総務省統計局のホームページに掲載されている。 <https://www.stat.go.jp/info/kouhou/chiiki/pdf/setsume.pdf>

都市では宗教産業が稼ぐ力は天津市を上回っており、いわゆる観光寺と呼ばれる拝観料や入山料が必要な施設からの稼得が、経済波及効果を牽引する存在になっていると読み取れる。社寺仏閣を観光施設という捉え方をすれば、観光産業の1つを担う存在であるともいえそうだ。

続いて、稼ぐ力にフォーカスして分析を進めてみたい。稼ぐ力の尺度は「修正特化係数<sup>9</sup>が1以上となる産業を地域の基盤産業」（中村; 2005, 2014）として、天津市の基盤産業を調査した。図表25は、天津市における修正特化係数（2016年経済センサス・従業者数ベース）1以上の産業を数値の高い順で示したグラフである。これらからRESASだけでは得られなかった情報を追加することができた。RESASの産業別付加価値額でみた修正特化係数は、2次産業が1を割り込んでおり3次産業と大きな差が生じていた。しかし、建設業を含んだ場合には2次産業の修正特化係数は低下するが、個々のものづくり関連業の修正特化係数は総じて高いことがわかった。さらに、宿泊業や飲食業、宗教、娯楽業といった観光関連業も修正特化係数が1を超えている。



【図表 25：天津市における修正特化係数（従業者数ベース）1以上の産業】

以上の分析を経て、特化係数と修正特化係数が1を超え、付加価値額や従業者数が大きいという基盤産業の定義に近い天津市の産業は、製造業と対個人サービス（飲食や宿泊、娯楽）ということが概ねいえそうだ。また、RESASではわからなかった宗教を加え、広義の観光業という括りでみれば、天津市の基盤産業は観光関連業がこれからの成長産業として期待できるのではないかと思われる。続いて、RESASなどから導出した天津市の基盤産業である観光関連業が今後どのように成長産業としての地位を維持継続し、域外からの新規需要を獲得していけるのかという課題に対する打ち手の検討を行っていきたい。観光分野の検討は非常に広範に及ぶと想定されるため、本稿では、天津市が期待するインバウンド旅行者増に絞ってみたいことにしたい。

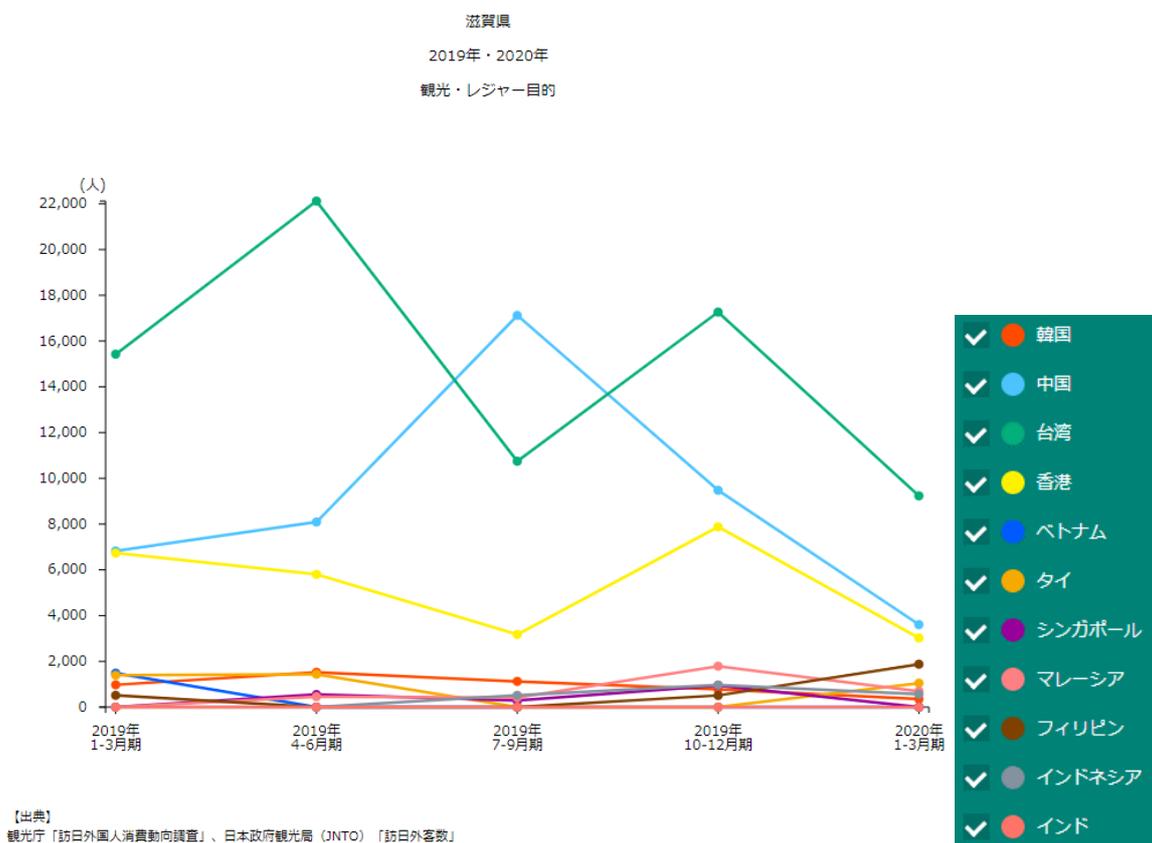
<sup>9</sup> 修正特化係数は、総務省統計局のホームページから全国の市町村すべてのデータをダウンロードできる。  
<http://www.stat.go.jp/infb/kouhou/chiiki/>

### ⑤-1 観光マップによる分析

はじめに、大津市における観光需要の動向を把握することから始めていきたい。大津市第2期および第3期観光交流基本計画によれば、2016年の総宿泊客数は147万人で、うち外国人が20万人、2019年は同135万人、同20万人と報告している。今後、コロナの落ち着きをみて大津市へ来訪する人は増加基調にあるとみられている。その一方で、滋賀県以外の居住者に対するアンケート結果では、「何が有名かわからない」と回答した人の割合が46.0%、大津市民に同様の質問を行った結果も30.5%（30代では37.4%達する）と、市外、市内にかかわらず大津市に対する観光のイメージが具体的に想起されていないという現状を抱えている。日本にゆかりのない外国人なら、なおさら大津市に対するイメージは具体的ではないと想像できる。しかし、来訪者の満足度は68.7%と決して低いわけではなく、事前の期待を上回る満足が得られた、思い出に残ったという結果を示していると捉えられる。

大津市における外国人宿泊者数は、2015年に18万人、2016年に20万人、直近の統計である2019年も同様に20万人と増加、定着傾向にある。RESASでは、滋賀県域の外国人旅行者の訪問者数を知ることができる。図表26は、滋賀県への国籍別訪問者数を示している（RESASでは大津市域のみの情報は取れない）。このグラフから、概ねアジア圏の来訪者が占めていることがわかる。その反面、図表27のとおり欧米からの来訪者は極端に少なく、アジア圏に比べ1/10程度となっている。

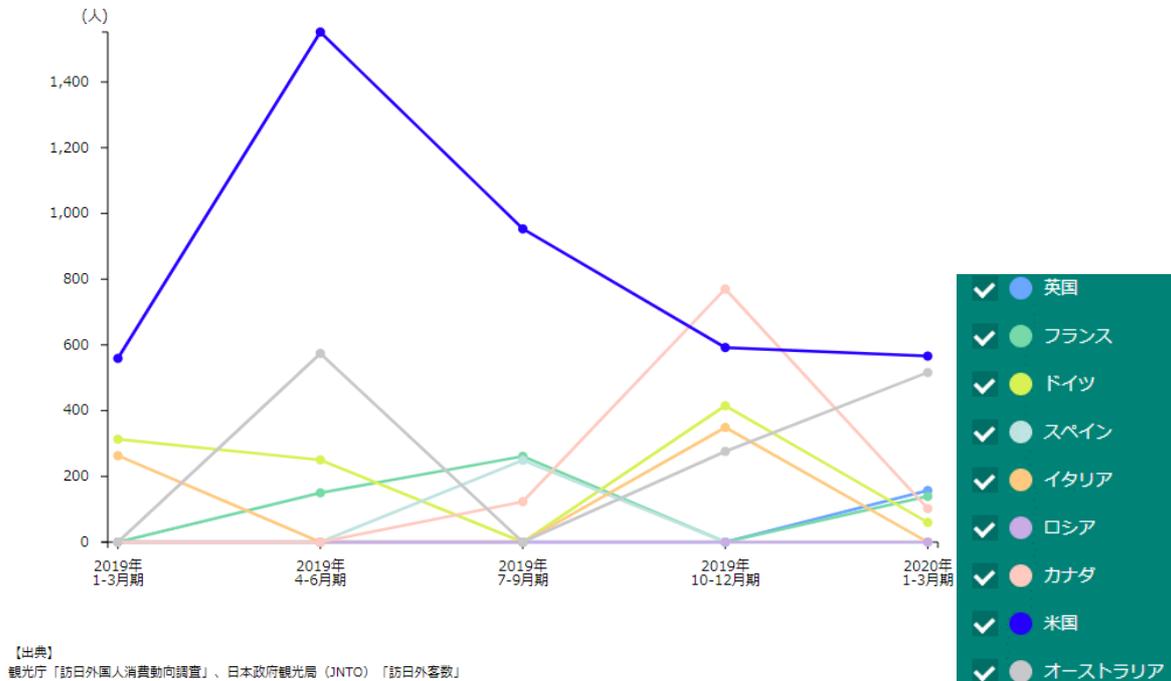
国・地域別訪問者数の推移



【図表 26：滋賀県への国籍別訪問者数の推移（アジア圏）】

## 国・地域別訪問者数の推移

滋賀県  
2019年・2020年  
観光・レジャー目的



【図表 27：滋賀県への国籍別訪問者数の推移（欧米）】

図表 28 と 29 は、外国人の入国・出国空港別内訳を示している。滋賀県への来訪者は 2 番目の成田空港を大きく引き離し、入出国とも圧倒的に関西国際空港を利用していることがわかる。また、図表 30 のとおり滋賀県へ来訪する外国人の直前・直後にいた都道府県を見ると京都がほぼ半数を占めていることがわかる。

図表 31 は、2017 年 10 月から 2022 年 9 月までの国籍別の消費額推移を示したものである。ここから韓国の消費額はほぼ一定なのに対して、中国や台湾、香港の消費額が直近 2 年ほどで大きく伸びていることがわかる。次に、図表 32 は、部門別消費額の構成比を示している。大津市における消費額は、宿泊への割合が 37.29%と全国と比較して高く、小売が 41.17%と全国比で約 18%低いことがわかる。その他の消費額は総じて低い水準であることから、大津市での滞在は概ね宿泊に限られ、市内への周遊観光による消費は少ないということがわかる。以上が RESAS の観光マップから取れる現況の情報だ。RESAS では今後のトレンドなど将来の情報は提供がないため限界がある。

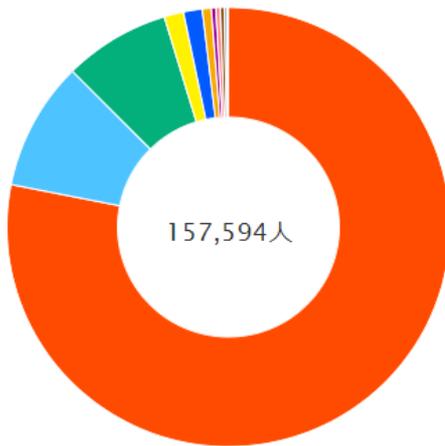
## 入国空港、出国空港内訳

滋賀県

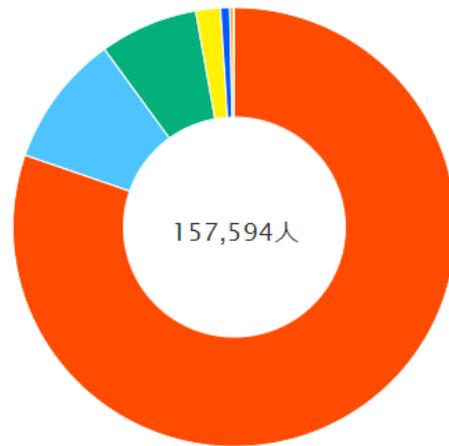
2019年すべての期間

観光・レジャー

### 入国空港



### 出国空港



- 1位 関西国際空港 123,093人 (78.11%)
- 2位 中部国際空港 14,893人 (9.45%)
- 3位 成田国際空港 12,254人 (7.78%)
- 4位 東京国際空港（羽田空港） 2,218人 (1.41%)
- 5位 小松飛行場（小松空港） 2,174人 (1.38%)
- 6位 静岡空港 1,009人 (0.64%)
- 7位 福岡空港 529人 (0.34%)
- 8位 その他 506人 (0.32%)

- 1位 関西国際空港 126,582人 (80.32%)
- 2位 中部国際空港 15,289人 (9.70%)
- 3位 成田国際空港 11,318人 (7.18%)
- 4位 東京国際空港（羽田空港） 2,847人 (1.81%)
- 5位 静岡空港 1,054人 (0.67%)
- 6位 福岡空港 445人 (0.28%)
- 7位 百里飛行場（茨城空港） 59人 (0.04%)

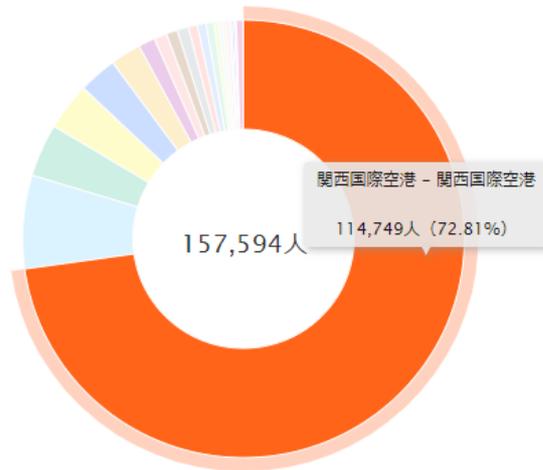
【図表 28：滋賀県来訪者の入国空港・出国空港の内訳】

## 入国空港 x 出国空港内訳

滋賀県

2019年すべての期間

観光・レジャー



- 1位 関西国際空港 - 関西国際空港 114,749人 (72.81%)
- 2位 中部国際空港 - 中部国際空港 10,868人 (6.90%)
- 3位 成田国際空港 - 成田国際空港 6,139人 (3.90%)

【図表 29：滋賀県来訪者の入国空港×出国空港の内訳】

## 滞在地域内訳

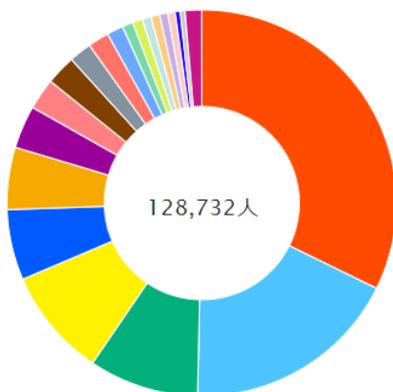
滋賀県

2019年すべての期間

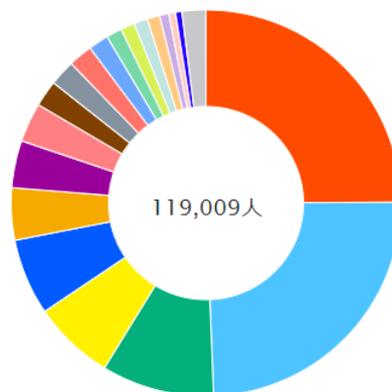
観光・レジャー

指定地域の滞在直前に滞在した地域

指定地域の滞在直後に滞在した地域



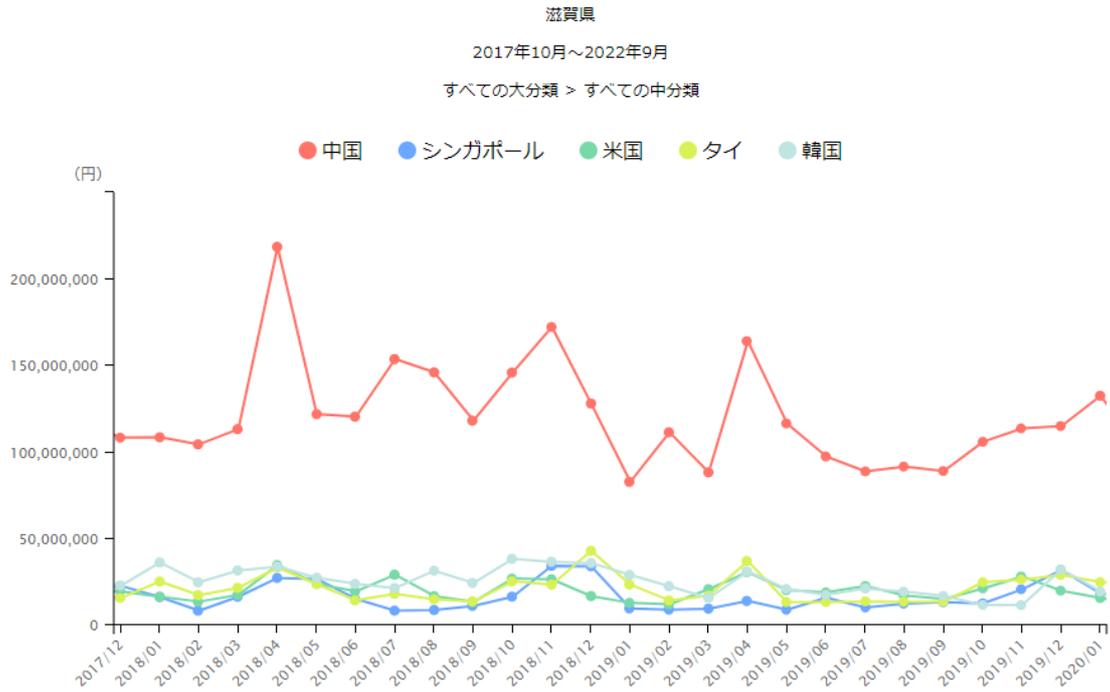
- 1位 京都府 41,551人 (32.28%)
- 2位 大阪府 23,265人 (18.07%)



- 1位 京都府 29,681人 (24.94%)
- 2位 大阪府 29,098人 (24.45%)

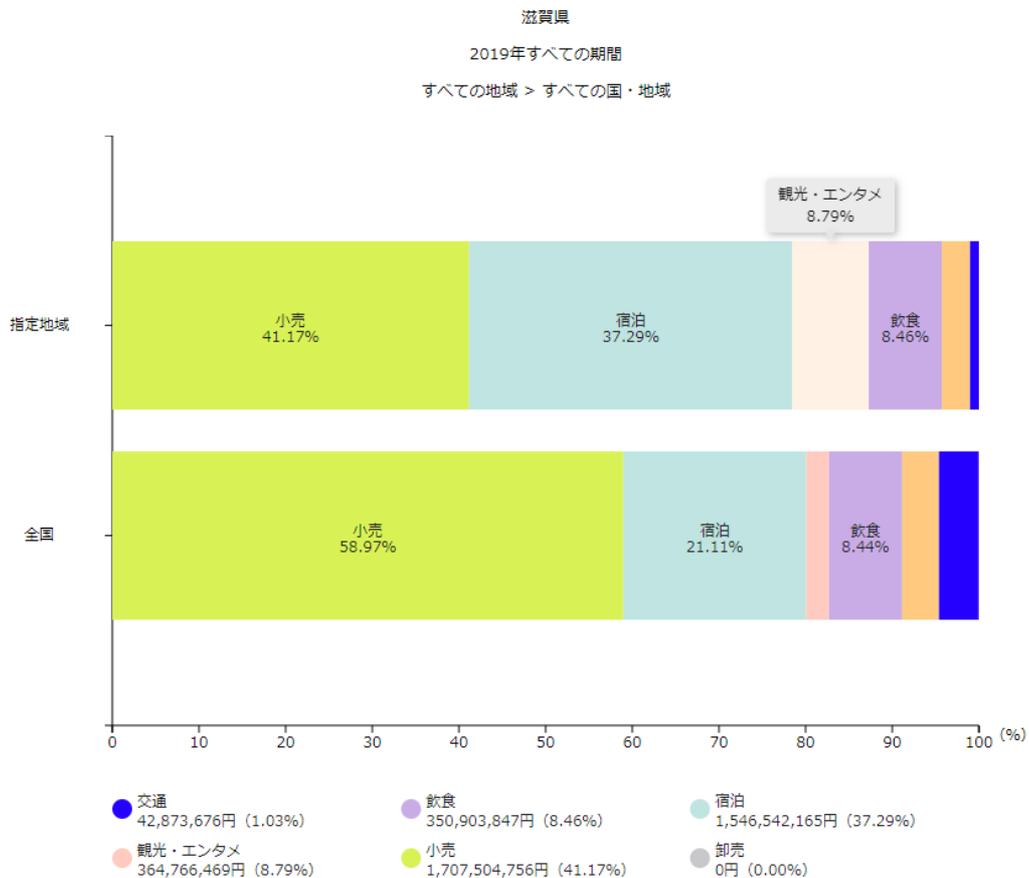
【図表 30：滋賀県来訪者の直前・直後の滞在都道府県】

## 国・地域別消費額の推移



【図表 31：滋賀県来訪者の国籍別消費額推移】

## 部門別消費額の構成割合



【図表 32：滋賀県来訪者の部門別消費額構成比】

## ⑤-2 先行研究からみた大津市の魅力プロモーションへの示唆

これまでみた観光関連産業を基盤産業と位置付けるにあたって、RESAS のデータを中心に現状把握を行ってきた。そして、大津市の観光関連産業を支えるターゲットとして外国人観光客が有望であることも指摘することができた。では、外国人観光客に対してどのようにアプローチをし、リピーターの獲得へとつなげていけばよいのだろうか。ここから先は、RESAS の結果からだけでは得ることができない具体的な打ち手の検討が必要になってくる。今回のケースでは、外国人観光客へどのようなプロモーションを行い、大津市への関心を集め、そして訪問してくれるようになるのかというプロセスに対して、誘致側が意図的に旅行者へアクセスを促す効果的な施策について、いくつかの先行研究に触れながら検討してみたい。

Molinillo (2018) は、旅行者の Involvement (関与) が 4 つの媒体 (Website, Facebook, Youtube, Instagram) のうちどれを介して Cognitive Image (認知的なイメージ) や Affective Image (感情的なイメージ) に作用し、Overall Image (総合的なイメージ) が形成され、最終的に Intention to visit (訪問意向) へ結びつくのかを調査したモデルを提示している。この結果は、最初に旅行者が旅に出ようとするとき、Facebook や Instagram から情報を得て、旅行のイメージを膨らませていることを明らかにしている。そして、イメージが認知されると、どの媒体を通じて感情的なイメージへと強く作用する。しかし、総合的なイメージ形成までのすべての局面で強い結びつきを示し、とりわけ最後の意思決定では最も強く影響している媒体は、Instagram であることがこの研究からいえる。

Neal and Gursory (2012) は、Satisfaction with overall tourism services (旅行サービス全体の満足) へ作用する要因を調査している。その要因には 3 つの仮説が用意されており、最も重要なものは、当然 Satisfaction with services at the destination (目的地でのサービスの満足) という誰しも直感的に理解できることなのだが、この研究では Satisfaction with *pretrip* services (旅行前のサービスへの満足) が旅行のトータルな満足度にかかなり影響を与えているという点に着目すべきだろう。つまり、旅行開始前の準備段階での Service Quality (サービス品質) や ease of use (使い勝手の良さ)、それに cost (費用) が大きな要因になっていることがわかる。

田中 (2017) が旅行開始前の顧客とのコンタクトポイントに対するマーケティングの必要性を指摘している。このことから、旅は予定を立てるところからすでに始まっており、予約から旅行後までのプロセスすべての段階で良い思い出になるかどうかが決まるということになる。

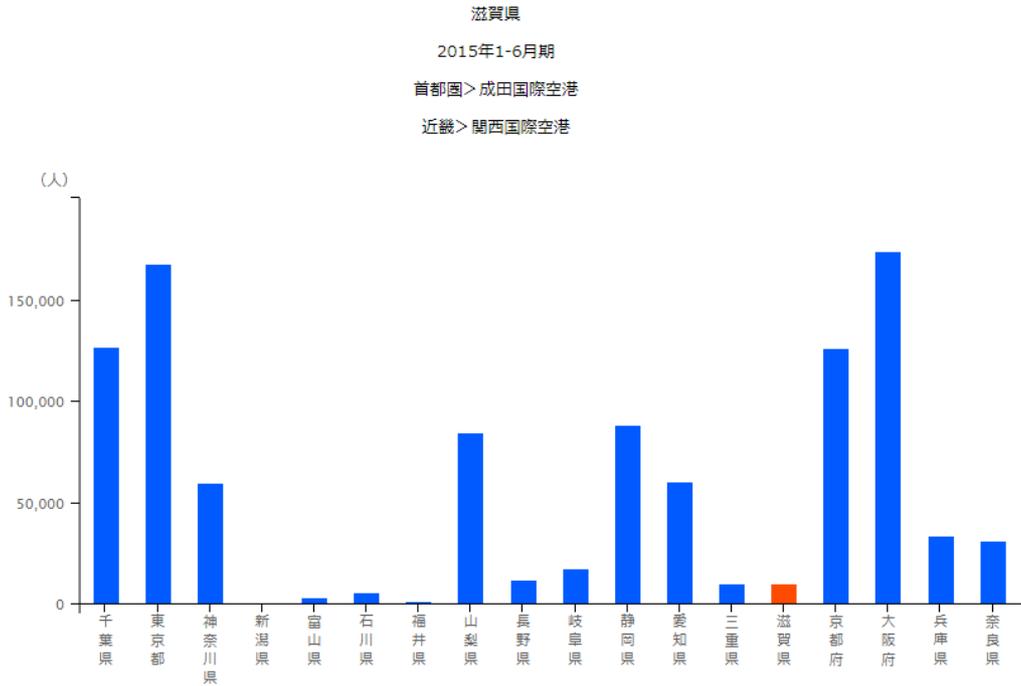
事前の期待に加えて、意思決定プロセスへのマーケティング戦略導入とともに指摘されるのは、購買後の評価である。Kim (2017) は、MTEs (memorable tourism experiences・思い出に残る旅行体験) と Revisit Intention (再訪意向) とに強い結びつきがあることを明らかにしている。また、旅行体験は事後評価にも大きく影響を与えており、事後評価が高く思い出に残る経験は、もう 1 度同じ場所へ行ってみたいと旅行者に思わせると同時に Overall satisfaction (総合的な満足) にもインパクトを与えていることを指摘している。そして最終的には、WOM Intention (口コミ意向) と MTEs とも強い関係が観察され、周囲の人へ自分の経験を積極的に紹介しようとする特性が明らかとなっている。

これらの研究結果から、大津市へ外国人観光客を誘致する際の媒体は、Instagram をはじめとした SNS をいかに活用するかがトレンドであり、ポイントとなるだろう。事実、次節の「RESAS 活用の動機づけ」でも述べるが、びわ湖バレイにあるびわ湖テラスから眺める琵琶湖の景色は絶景として SNS を介して拡散し、集客に結びついているという。こうした唯一無二の観光資源は、他と比較される際の競争力が高く旅行先選定の選択肢として残りやすく、リピーター作りに貢献する。

図表 33 は、成田国際空港から入国して関西国際空港から出国した外国人の数を示している。グラフは都道府県番号順に並べ替えてあり、左が関東で右が関西という位置になっている。これはいわゆる訪日観光のゴールデンルートに相当し、神奈川県箱根、山梨県と静岡県富士山、それに京都へ立ち寄りながら巡る定番コースである。それに伴い、各箇所の訪問客数は伸びていることが読み取れる。残念ながら、滋賀県はコースの途中に位置しながらも近隣府県に比べて訪問客数は低調だ。旅行者は確実にすぐそこまで来ている。あとはいかに旅行者の心を揺さぶる(探索に関与を高めるスキーマに大津の観光スポットが知識として蓄えられる) プロモーションができるかにかかっている。なお、関西国際空港から入国して成田国際空港から出国する逆回りも同様の傾向である。

地名のブランドは京都や大阪に太刀打ちできないことが RESAS のデータで証明された。よっ

## 入出国空港間で訪問した地域の訪問者数



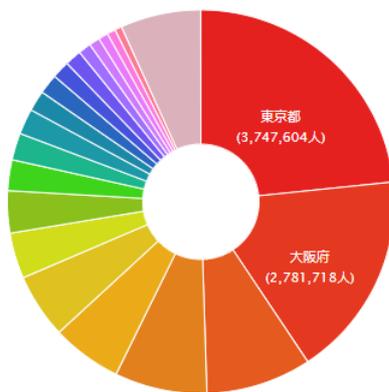
【図表 33：成田国際空港から入国して関西国際空港から出国した外国人の数】

## 地域別滞在者数

2019年1月  
すべての地域>すべての国・地域等

すべての地域 すべての国・地域等

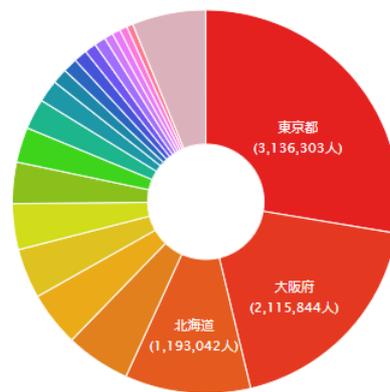
昼間 (10-18時)  
滞在者数合計16,043,816人



- 1位 東京都 3,747,604人 (23.36%)
- 2位 大阪府 2,781,718人 (17.34%)
- 3位 北海道 1,414,306人 (8.82%)
- 4位 千葉県 1,236,828人 (7.71%)
- 5位 京都府 942,753人 (5.88%)

すべての地域 すべての国・地域等

夜間 (2-5時)  
滞在者数合計11,347,811人



- 1位 東京都 3,136,303人 (27.64%)
- 2位 大阪府 2,115,844人 (18.65%)
- 3位 北海道 1,193,042人 (10.51%)
- 4位 福岡県 612,786人 (5.40%)
- 5位 京都府 523,237人 (4.61%)

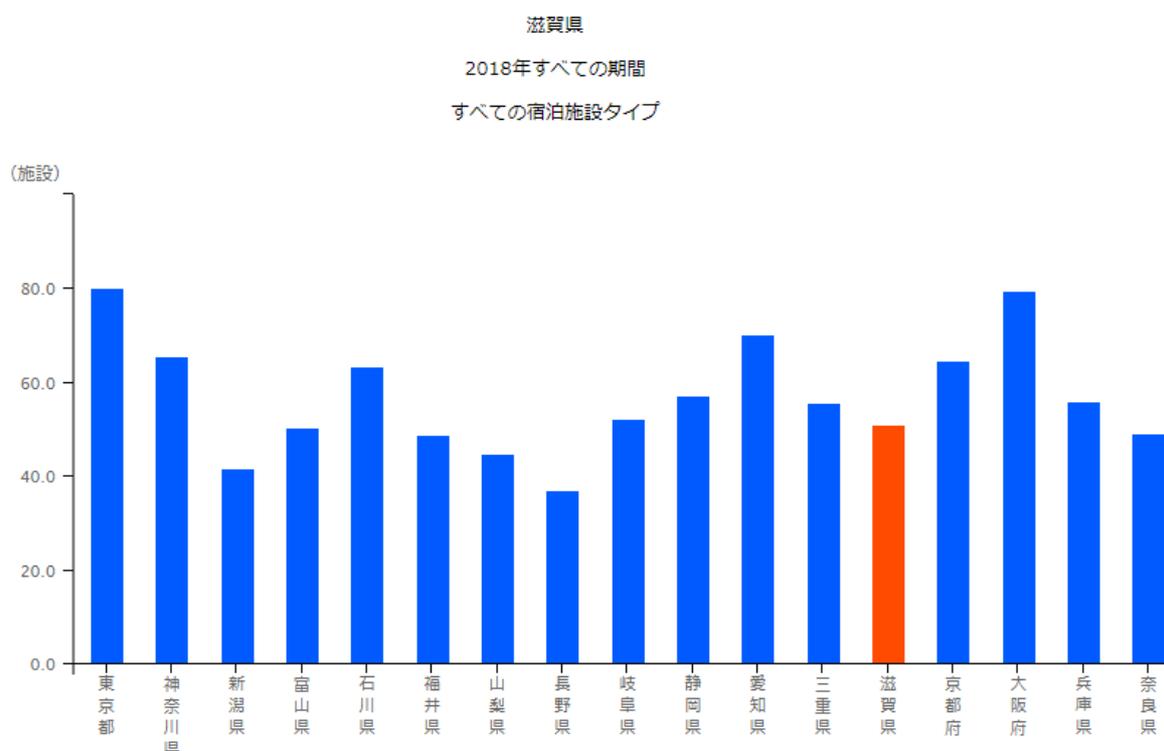
【図表 34：昼夜別の外国人滞在都道府県】

て、人気エリアを含むコースの一部に入り込むために、滋賀や大津といった地名の周知に固執することなく、Instagramなどを介して注目されるスポットを1点でも発信できれば地元では当たり前の光景が外国人旅行者にとっては絶好の人気ポイントになりうる。

図表34は、外国人滞在分析により昼間と夜間の滞在場所を都道府県別に示したグラフである。関西圏では、やはり大阪と京都での滞在が群を抜いていることがわかる。図表35は、ゴールデンルート沿いにある都道府県の客室稼働率（すべての宿泊施設）を示している。また図表36は、滋賀県の宿泊施設タイプ別客室稼働率の推移を表している。これらのグラフから、滋賀県の客室稼働率は、京都や大阪と比べて低いことがわかる。これは、旅行者受け入れの余力がまだまだあるといえ、Neal and Gursoy (2012) のいう旅行開始前の準備段階で旅行者へ空室情報と滋賀県が京都や大阪観光のアクセス至便な点を届けることができれば、宿泊誘致から市域の観光周遊へのチャンスが広がるだろう。さらに、予約時点での満足度をより高めるようなサービスや情報が付加されれば、滋賀県が宿泊地に選択される余地は十分にある。例えば、滋賀や大津といった京都からエリアが離れているような固有名詞の使用を避け、from Kyoto to the nearest Lake viewのように感情的なイメージに訴求して、あたかも京都に滞在しているかのような表現を用いることは作戦の1つになるかもしれない。

最後に、今後の法整備によって集客が期待できる民泊<sup>10</sup>施設活用について触れてみたい。民泊は、既存のホテルや旅館に比べてキャパシティが小さく、中国や台湾からの団体旅行というよりは、欧米系の個人旅行に向いているサービスといえそうだ。また、宿泊費が安価なことに加え、日本のリアルな生活空間に近い体験ができることから、短期間にいろいろな観光地を巡る旅の志向よりは、ある土地に一定期間滞在してその地域の伝統や文化に触れる旅のスタイルに適した施設とも考えられる。こうしたニーズを取り込むために、大津市の産業の特徴にあった住宅賃貸業との連携が模索できないか検討の余地があるのではないかと思われる。

## 客室稼働率（宿泊施設タイプ別）

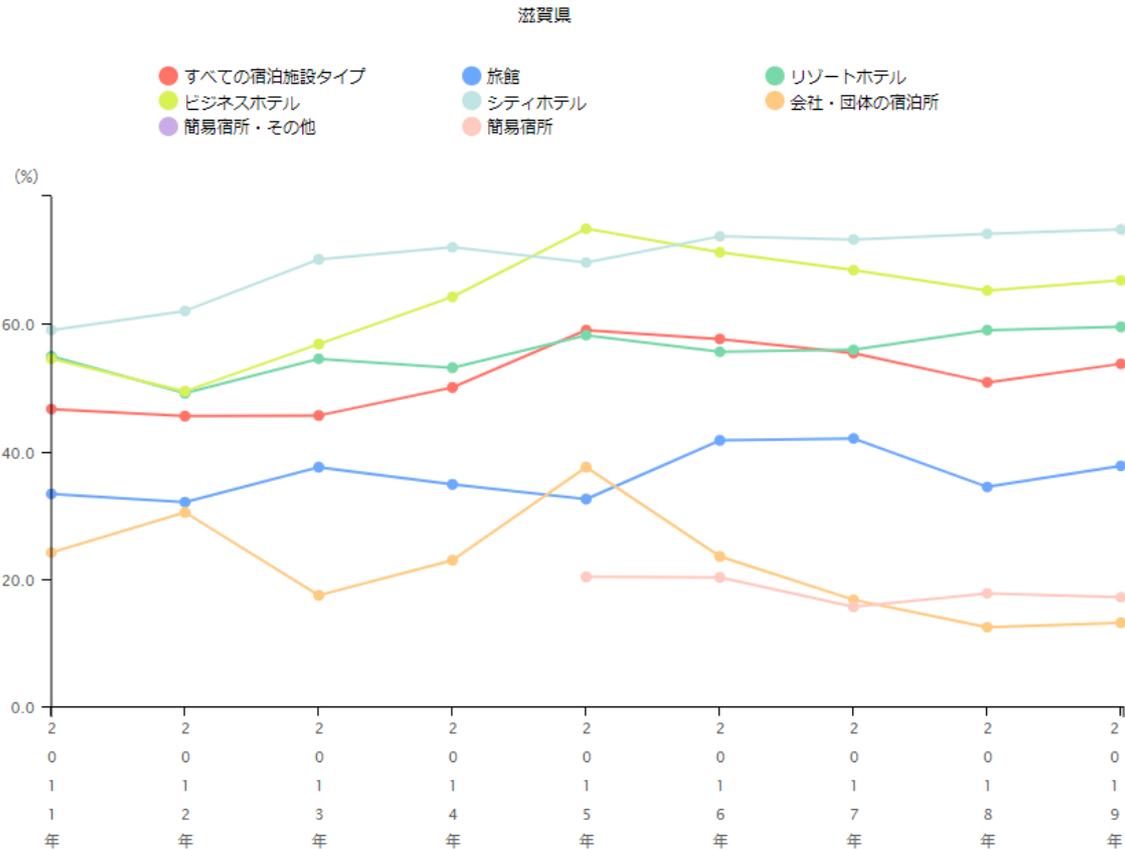


【図表35：滋賀県の宿泊施設タイプ別客室稼働率の推移】

<sup>10</sup> 「民泊サービス」の制度設計のあり方について、厚生労働省がまとめている。

<https://www.mhlw.go.jp/file/05-Shingikai-11121000-Iyakushokuhinkyoku-Soumuka/0000128393.pdf>（アクセス日:2022年12月10日）

## 客室稼働率の推移（宿泊施設タイプ別）

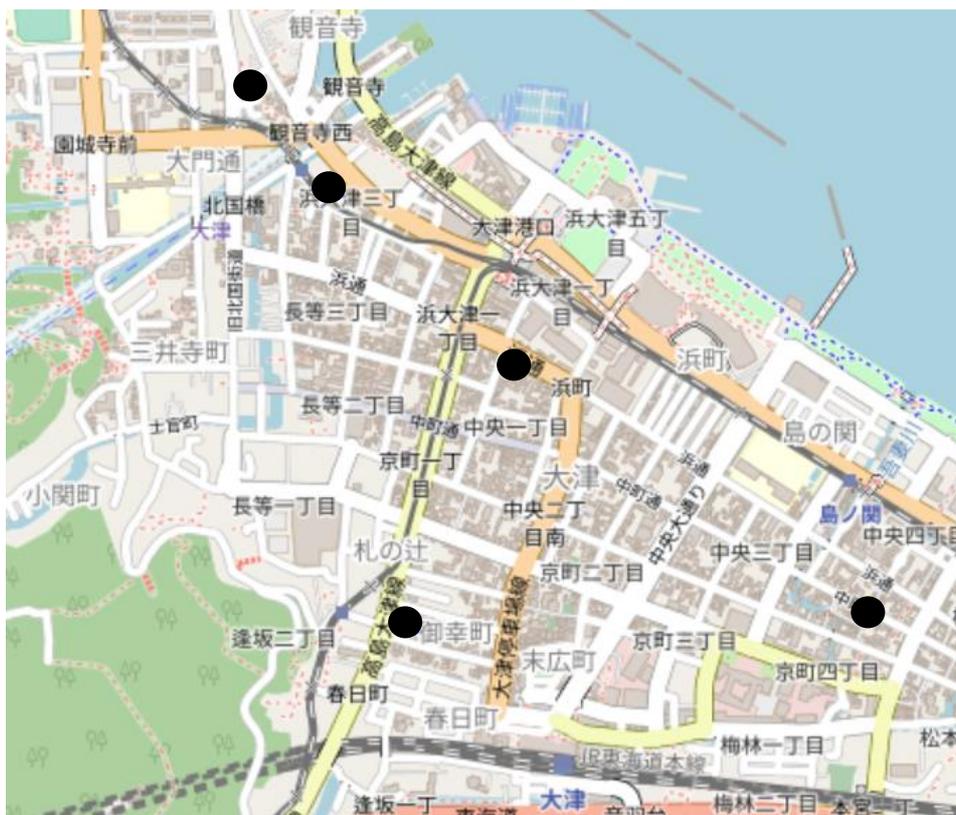


【図表 36：滋賀県の宿泊施設タイプ別客室稼働率の推移】

### ⑥まちづくりマップによる分析

図表 37 は、大津市中央部の銭湯の場所を示した地図である。RESAS のまちづくりマップでは、こうした各事業所の小分類による位置情報が地図上にプロットできるようになっている。銭湯は外国人のいわゆる「コト消費」を手軽に体験できるスポットであり、日本人の日常習慣である入浴を身近に感じてもらえる施設といえる。民泊での滞在とのセットで銭湯体験ができることも日本人向けには考えつかない訴求のポイントとなる可能性がある。銭湯は現在、大津市内に 10 か所あるという。しかし、スーパー銭湯などに押され減少傾向にある。日本人には時代遅れなノスタルジーを感じる場所であっても外国人にとっては新鮮な体験になるだろう。インバウンド旅行の誘致は、こうした斜陽産業とのコラボレーションや遊休賃貸物件の有効活用などと組み合わせることにより、既存のストックを利用しながら地域の稼ぐ力の一助となる可能性を秘めているのではないだろうか。

今後の課題は、集めたデータをもとにどのように具体的な行動計画にまで落とし込めるかということになる。RESAS のデータで仮説を立てることは可能だ。しかし、実行して検証することなしにデータを有効活用したということにはならない。例えば、民泊の普及を政策目標にするなら、銭湯周辺の空き物件情報や、オーナーや地域住民の民泊に対する意識など実施で行うべきことはたくさんある。また現在、大津市内にはインバウンド向けに対応した宿泊物件が複数か所存在している。図表 48 は、Airbnb で検索した大津市内の簡易宿泊施設の一例である。このような個人の所有する空き物件の他、長期滞在可能なコンドミニウム（エルミナゲイト京町や Hotel Biwako スリーゼ）も市内の駅前に立地するなど、京都観光の拠点としての地の利が生かせるチャンスが大津市にはある。こうした情報は、足で稼いで得なければならず、RESAS では見えない細かな情報を拾い上げて具体的な施策に活用する必要がある。自らの肌感覚と汗をかいて情報を集めながら RESAS でも補完し合うという運用が実務的であると考える。



【図表 37：大津市中心部における銭湯の立地場所】

### 3. RESAS 活用の動機づけ（事業者へのインタビュー）

今回 RESAS による地域産業分析を行うにあたり、RESAS の存在を知っているかどうかを大津市内の事業者 10 名を対象としたインタビュー調査を行った。その結果、RESAS の認知度は皆無だった。その後、RESAS に搭載されているデータの種類や提供方法について説明を加え、実際にデータの出力を行い、その反応を追加インタビューしたところ事業者からの関心度が高くなったことがわかった。

ここで、ある大津市内の大規模宿泊施設の支配人から得たインタビューの内容を紹介したい。「台風 21 号が過ぎ、県内各地に被害をもたらしたときのこと。台風接近を受け、市内の通過が予想される日前後はいつものことながら宿泊キャンセルが相次いだ。しかし、通過後しばらくの間もキャンセルが続いた。数にすると平年の 10～15% の予約客減だった。原因を探ろうとキャンセルの理由を調べたところ、びわ湖バレイが台風の影響で閉鎖されていたことがわかった。」支配人によれば、これほどまでにびわ湖バレイを訪れる観光客が宿泊に利用しているとは思ってもみなかったと語った。

びわ湖バレイはこれまで、京阪神から最も近いスキー場として客足は冬期がピークとなっていた。2016 年 7 月、びわ湖テラスという施設をオープンさせ、冬場のスキーシーズン以外の訪問客誘致に力を注いでいる。標高 1,100m から琵琶湖を見下ろす景色にカップルなどの人気が集まっているのだという。このケースから、支配人は身を持って自社の宿泊客の多くがびわ湖テラスを旅の目的の上位にしていたことに気が付いた。仮説はなかったが偶発的に検証にまでたどり着けたのだ。ところで、もし支配人が自社の宿泊客の旅行目的や周辺観光施設への関心の強さにまでアンテナを張っていたら、どうなっていただろうか。今回のケースのように台風という不可抗力に対応することは結果的には何もできなかったかもしれない。だからといって、何の策も練らず、分析も行わずに放置してもよいのだろうか。RESAS はある 1 時点の情報を提供しているのではなく、推移や傾向を読むためのトレンド情報を提供してくれる。このトレンド情報を利用すれば、マス・マー

ケティングレベルよりは狭く、One to One マーケティングレベルよりは広いセグメントを捉えることは可能かもしれない。そして、捉えた情報を仮説としてそれを検証するという行動に発展させていくことが必要である。例えば、発見事実を利用して自社とびわ湖バレイが提携した宿泊周遊プランを提供する、顧客の需要動向を調査し、将来の商品開発に活用する、といった具体的な行動に移されてこそはじめて RESAS を活用したということになる。実は RESAS 活用の動機は、このような経験に基づく発見からさらに踏み込んだ探究心が芽生えた場面で高まるということがインタビューから明らかとなった。

ただし、繰り返しになるが、残念ながら現段階での RESAS に搭載されたデータでは、個別施設の詳細な From-to 分析は行えない（行政職員は一定の制約のもと個別の企業間取引にまでアクセスできる）。巨視的な経済動向だけでは、企業の現状把握や意思決定に対して強い確信を持って提案できる材料にはなりえない。RESAS が今後も広く活用されるデータベースとしてスタンダードの地位を築くためには、個別の仮説を検証にまで昇華できるかどうかがかぎとなるのではないだろうか。企業や行政、中小企業支援機関のニーズは、まさにこの点にある。そのためには、さらに粒度の高い情報提供が求められる。

では、今回のケースを事例に現段階で利用可能な RESAS のデータを使って検証してみよう。図表 38 は、2019 年の全ての期間、休日に自動車で出かける人が目的地として検索した大津市内の観光スポットを多い順に並べたグラフである。ここから、びわ湖バレイが 4,000 回超検索されていることがわかる。続いて図表 39 は、2014 年 4 月から 2022 年 3 月までの休日に自動車で出かける人が検索した大津市内の目的地を月別推移として表示している。さらに今回のケースに合わせて、結果表示はびわ湖バレイと市内の大型宿泊施設に絞っている。これらの情報から、びわ湖バレイと宿泊施設の検索とが相関しているとまではいい切れないが、2014 年 5 月ごろからはびわ湖バレイと大津プリンスホテルがやや似た動きをしているように見える。びわ湖テラスのオープンが 2016 年 7 月のため、今後のデータアップデートによって、より相関関係が鮮明になるかもしれない。このように RESAS は、観光客の大きな動向をつかむことには長けている。また、グラフ化された情報によって視覚にダイレクトに訴えかけるため、細かい内容の精査を後回しにして大きく事象を捉えることに役立つ。

RESAS は、チェックするだけで簡単に条件を変えたグラフや地図を表示してくれるため、連鎖的にそのとき思いついたことを試したくなる。先の事例の続きで、市内を訪れる人の周遊観光という視点から、目的地検索結果の上位に入ったびわ湖バレイと延暦寺に絞って動きを調べた結果を図表 40 に示した。このグラフから推定できる仮説は、少なくとも 3 つある。①春から夏にかけては両施設の検索数が相関に近く、両エリアを観光客が周遊している。②冬期はびわ湖バレイのスキー場利用客の検索が増えるが、延暦寺との相関が薄く、スキー客は延暦寺を周遊していない。③梅雨時期は両施設ともに検索が減り、天候の影響を受けている。これらの仮説の因果関係までは検証できないが、RESAS は直感的な判断に有効だ。この次に重要なのは、この情報をどう具体的な施策に生かしていくのか、という 1 点に集約される。両エリアの相乗効果をさらに向上させるために、どちらかの検索ワードが入力されたときにリスティング広告が表示されるようにする、閑散期の需要を喚起するための楽しみ方を提案する、などのアイデアを出して地域の面的な周遊による観光消費額アップにつなげていくことが期待できる。

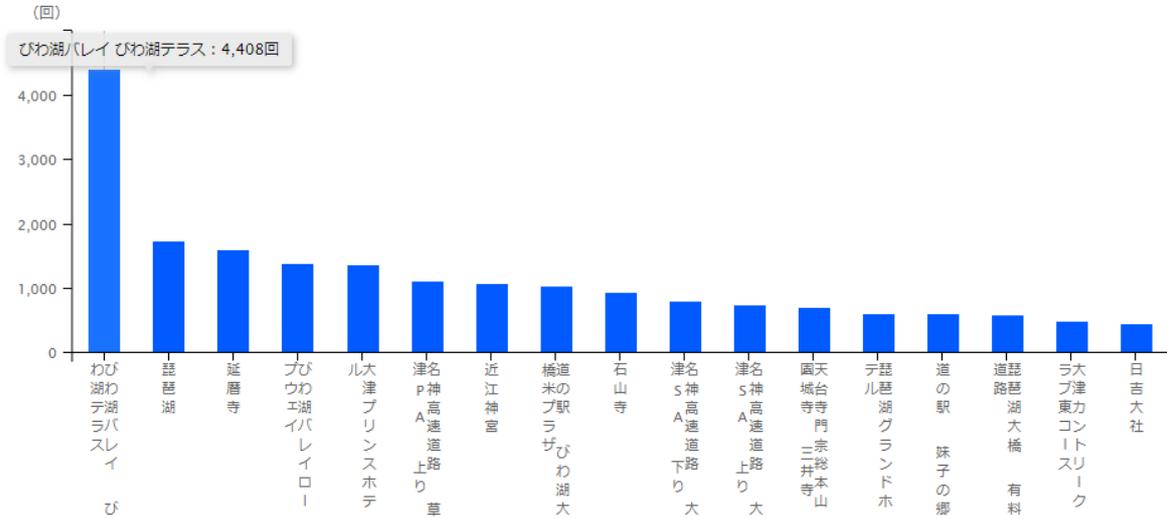
このように、現場での肌感覚と RESAS から得たデータ分析との整合による確信が強まり、具体的な行動へと展開させていく段階で、経営判断の材料をつかむことも可能なのである。分析者側は、こうした情報をタイムリーに発信するとともに、悩める中小企業者に対して積極的にそして個別に経営課題の解決に向けたアドバイスの一環として RESAS を活用していくことが求められる。また、今回のインタビューで紹介した大規模宿泊施設は、組織全体で見れば大企業クラスではあるものの、施設単体で見れば中小企業なのである。会社全体のマーケティング活動は存在しても、施設ごとの詳細なマーケティング情報までは把握されていなかった。観光関連産業は、来訪者と直接接点を持つ現場施設の間でしか得られないマーケティング情報にあふれている。ゆえに、中小企業だから、大企業だからという垣根を超え、地域の情報として RESAS が活用されていくことが非常に有効であるという一例でもある。

## 指定地域の目的地一覧

滋賀県大津市

2019年すべての期間（休日）

自動車



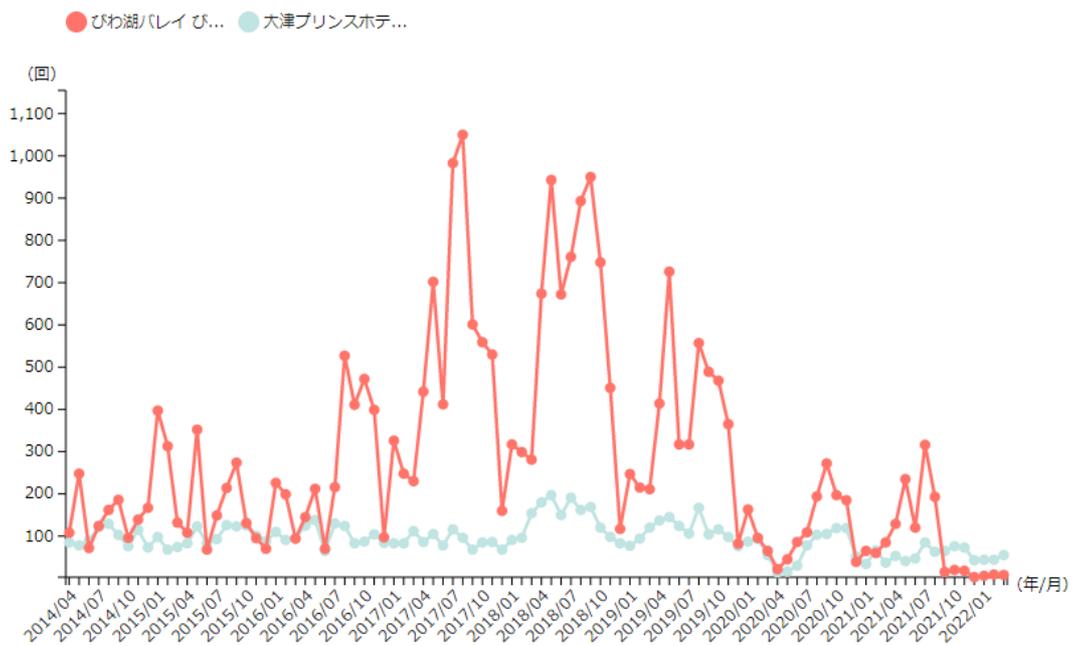
【図表 38：観光マップ 目的地分析（大津市内の観光スポット検索数）】

## 目的地検索ランキングの推移

滋賀県大津市

2014年4月～2022年3月（休日）

自動車



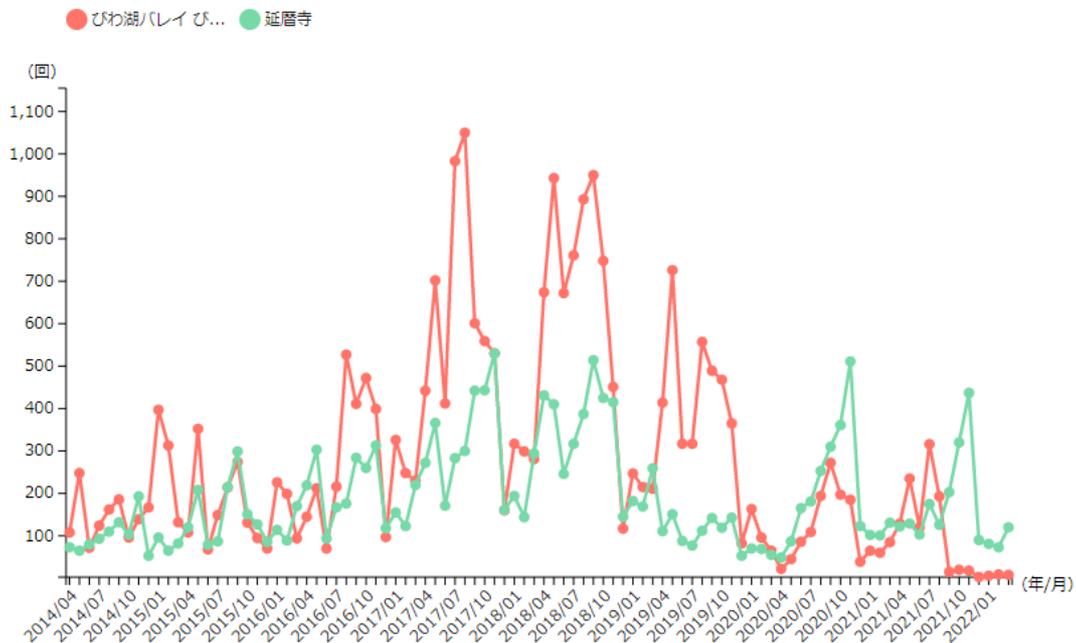
【図表 39：目的地検索ランキングの推移（びわ湖パレイと大津プリンスホテル）】

## 目的地検索ランキングの推移

滋賀県大津市

2014年4月～2022年3月（休日）

自動車



【図表 40：目的地検索ランキングの推移（びわ湖バレイと延暦寺）】

### 4.おわりに

今回 RESAS のメニューを使った様々な分析を通して、RESAS が提供するデータを活用することで新たな可能性を引き出せるかもしれないという期待が生まれた。使っている中で、使い方のノウハウという部分というよりはむしろ、RESAS に対して課題に感じた点や、データを読む際に錯誤の発生が皆無とはいえない点、読み手の解釈する能力などについて述べておきたい。

最初に RESAS の分析結果が全てではないということである。RESAS から導出された数値を代表値として用いることが適切かどうかという点はぜひ指摘しておかねばならないだろう。中でも、平均値が使われるケースは要注意ではないだろうか。例えば所得の平均値は、少数の高所得者の影響によって実態の感覚よりも高くなりがちだし、他に代用できそうな代表値には、中央値や最頻値がある。また、平均値との併記には、サンプル数や標準偏差、信頼区間も必要な要素だろう。また、数値が“純”の場合、差引の結果のみが表示されるため、全体のボリュームとの関係がつかめないことに注意しなければならない。それに、RESAS のデータの基礎となっている経済計算の違いにも注意が必要だ。例えば、付加価値額の計算方法は、国民経済計算と経済センサスとは異なる。修正特化係数を見る際に、計算のベースになっている要素が生産額なのか、労働投入量なのかなどといった違いにも目を向けなければならない。

次に、地域経済循環について言及しておきたい。まず、移出入や消費支出の差の発生要因への解釈は、その地域の商品やサービスが魅力的（価格、品質、提供機会、アクセスなど）でないために、域外へ需要が向いているという仮説の他、少なくとも2つ考えられる点を指摘したい。1つは、その地域に存在しないものを域外から購入しているかもしれないこと、もう1つは域内の供給では賄いきれずに域外へ需要が拡大しているかもしれないことである。前者は、購買意欲という点で必ずしもポジティブであるとはいえない一方、後者は購買意欲が旺盛である、つまり地域の内需の景気が良い状態を表しているとも読み取れるのではないだろうか。このことから、域外への財貨の流出（移出入収支の赤字）が一方向的に悪い状態であるとはいえないと考えられる。さらに、地

域間競争による閉鎖構造を助長するような利用や考え方の回避について指摘したい。地方創生が目指す地域の所得循環構造の適正化は、地域の特性に応じた産業の成長を促進し、地域間の交易が活発になることを通じて、地域内で得意な産業のクラスターを形成することにより達成される。先述のように、地域間の財貨の流入と流出は、良否という価値判断とは切り離して考えるべきではないだろうか。地域間競争は、間違いなく地域内調達のみを志向するものではなく、またゼロサムゲームでもないのだ。

最後に、地域間や産業間比較の妥当性について触れたい。地域には経済圏が存在し、単純な行政区域割だけでの比較には問題が発生する可能性を秘めているのではないだろうか。特に都市部では都市の機能分化が見られ、例えば経済圏の中心に位置する都市とその周辺のベッドタウンとしての都市とは明らかに性格が異なる。ゆえに経済圏ではそれぞれの都市に役割があり、それぞれの良さも悪さも併せ持つと考えられるため、生産・分配・支出の3面で価値判断を下すのは早計なのではないかと思われる。行政区域をまたがる経済圏内分業が進むほど、行政単位を絶海の孤島のように扱えなくなる。産業間比較については、財政学の分野で取り上げられる“クロヨン”問題との関連を指摘したい。これは、地方の平均所得の向上を標榜した、地方創生の理念とのギャップを作り出している要因になりかねないと思われる。クロヨン(9-6-4)問題は、真実の所得の申告に対して給与所得者が9割、事業主が6割、農業所得者が4割に歪められていることを意味している。よって、地域の産業間比較を行うとき、産業分野の割合によっては所得比較に疑義が生じる脆弱性をはらんでいるかもしれない。

RESASは発展途上のシステムだ。それに、使いこなせるようになるまでには相当の時間と労力が必要となる。しかし、建設的な批判を加えながら、このシステムが洗練されていくことを期待したい。ここで扱った分析はほんのわずかな一例に過ぎないし、RESASのデータダウンロードからの2次加工は行っていない。より詳細なデータ分析の余地は多分に残されているといつてよい。

以上、RESASの分析結果に関する課題について述べてきた。繰り返しになるが、RESASですべてが明らかになるわけではない。RESASの結果と現場での肌感覚という2つが最終的には重なることが理想的である。今回のケースでは、大津市の産業基盤の中核を担う観光関連産業に携わる中小企業者がRESASの分析結果に納得し、腹落ちしたかという点は外せない。ゆえに、RESASの分析結果をもとに実際に関係する中小事業者へ聞き取りをしながら、整合させていく過程が不可欠であることは言うまでもない。他方、分析者側としては単にRESASの操作や分析結果の読み方を習得するだけでは物足りない。やはり、分析地点の現場に足を運ぶこと、街や人の動きを実際に目で直接確かめることは絶対に必要である。それが肌感覚につながるからだ。RESASにデータが格納されるよりもはるかに早く現場ではあらゆるものが変化していく。その最新の肌感感覚を自らが持ち、データによる裏付けがなされて初めてRESASの存在が生きてくる。

これからますますRESASが普及し、多くの事例が生成されると予想される。コロナ禍を経て、RESASは消費動向を中心にV-RESASという新しいデータ提供サービスを始めた。キャッシュレス決済化が進展し、多くの人々に普及したスマートフォンの機能の拡充によって、データの即時収集、即時提供が可能となり、データの精度も粒度も上がってきている。V-RESASは現場感覚に即したデータを短いタイムラグで提供してくれる。こうした新しいデータ提供とその活用についても今後追跡していく必要がある。また、次の課題として、他地域で取り組まれている中小企業支援の中でRESASを活用した分析が、どのように現場で活かされているのかということに探求を深めていきたい。

## 【参考文献および資料】

- Janet D. Neal and Dogon Gursoy, “A Multifaceted Analysis of Tourism Satisfaction.” *Journal of Travel Research* (2008)
- Jong-Hyeong Kim, “The Impact of Memorable Tourism Experiences on Loyalty Behaviors: The Mediating Effects of Destination Image and Satisfaction.” *Journal of Travel Research* (2017)
- Molinillo, F., *et al.* “Destination Management Organizations (DMO) online platforms: image and intention to visit.” *Tourism Management*. Vol.65 (2018)
- 大津市『えらばれる観光地大津へ 大津市第2期観光交流基本計画』 (2017)
- 大津市『えらばれる観光地大津へ 大津市第3期観光交流基本計画』 (2022)
- 株式会社価値総合研究所『地域経済循環分析解説書』 (2015)
- 経済産業省, 内閣府『地域経済分析システム (RESAS) 』 <https://resas.go.jp/#/25/25201>
- 経済産業省『地域経済分析システム (RESAS) 利活用事例』 (2017)
- 経済産業省『平成30年度経済産業政策の重点』 (2017)
- 滋賀県『産業支援ビジョン』 (2015)
- 滋賀県『産業振興ビジョン2030』 (2019)
- 滋賀県『平成25年度滋賀県の将来の経済産業構造に関する調査業』 (2014)
- 滋賀県商工観光労働部『平成29年版滋賀県の商工業』 (2017)
- 総務省『ビッグデータの在り方について』 (2014)
- 田中祥司「インバウンド需要に対応した MICE, 地方観光人材の育成プログラムパイロット講義」関西学院大学 (2017)
- 中村良平「地域経済の循環構造:序説」岡山大学経済学会誌第36巻4号・岡山大学 (2005)
- 中村良平『まちづくり構造改革 地域経済構造をデザインする』日本加除出版 (2014)
- 日本地方財政学会『地域経済再生と公・民の役割』勁草書房 (2010)