

伊根町 地域経済構造分析

福知山公立大学地域経営学部

佐藤 充

sato-mitsuru@fukuchiyama.ac.jp

- 前回までの議論

◆ 伊根町の主要産業

産業分類 (生産額順位)	付加価値額	修正特化係 数(生産額)	純移輸出額	影響力係数	感応度係数	労働生産性	雇用者所得
建設業 (1位)	◎	△	◎	×	×→△	△	△→○
生産額、付加価値額ともに全産業中1位で所得を生み出している産業であり、域外から最も所得を獲得している産業（純移輸出額1位）でもある。							
公務 (2位)	◎	△	×	×	×	△	—→△
生産額、付加価値額ともに全産業中2位である。また雇用者所得も全産業で2位であり、住民の生活を支えている産業と言える。							
宿泊・飲食 サービス業 (3位)	○	△	○	△→○	×	—	—
付加価値額、雇用者所得額では5番目であるが、移輸出入額が全産業中3位との外貨を獲得している産業である。感応度係数が1を超えており、産業の拡大に伴い他産業への経済波及効果が見込まれる。							
水産業 (4位)	△→○	◎	○→◎	×→△	○	—	—
修正特化係数が全産業中1位、移輸出入額が全産業中2位との外貨を獲得している産業であり、伊根町が得意としている産業である。							
保健衛生・ 社会事業 (5位)	○	—	×	×	×	—	—
教育 (6位)	○	△	×	×	×	—	—

—: 平均未満（偏差値50未満）

△: 平均以上（偏差値50以上60未満）

○: 良い（偏差値60以上70未満）

◎: 群を抜いて良い（偏差値70以上）

※1 上記にかかわらず、「純移輸出額」で移輸入が超過している産業は×、「修正特化係数」「影響力係数」「感応度係数」で1未満の産業は×としている。

※2 表中に2種類のマークが併記されている場合は、左が2013年、右が2015年を表している。

（一般財団法人地域活性化センター人口・地域経済研究室「がんばる地域」応援事業（地域経済循環分析）関係者向け簡易セミナー」より引用）

◆ 地域経済循環構造を機能させるには

1. 域外から所得を稼ぐ

2. 域内で取引を拡大させる

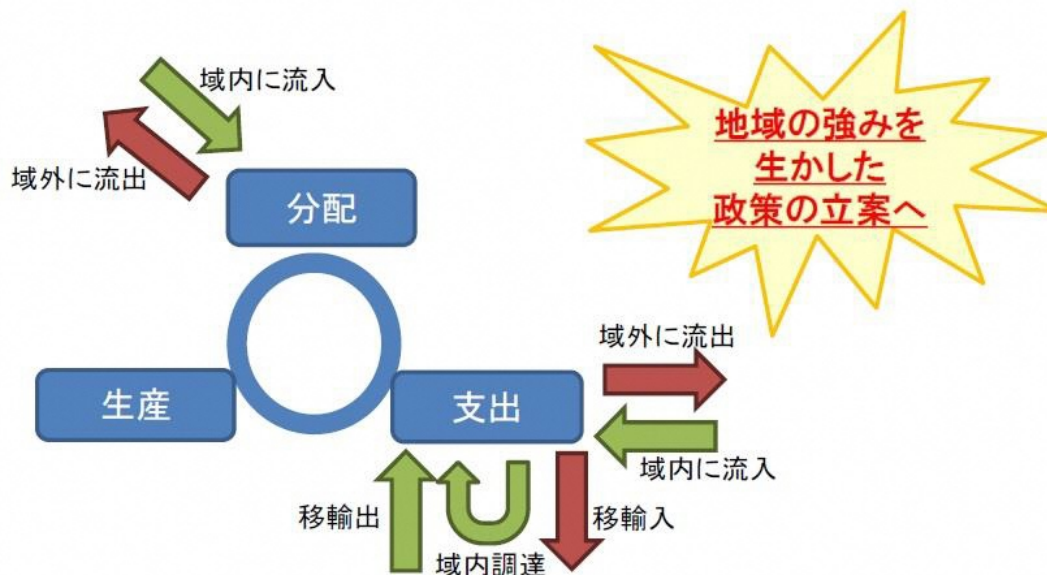
3. 不得意な分野は他地域に依存

得意な産業
(域内で集積度の
高い産業)

域外から
稼げる産業

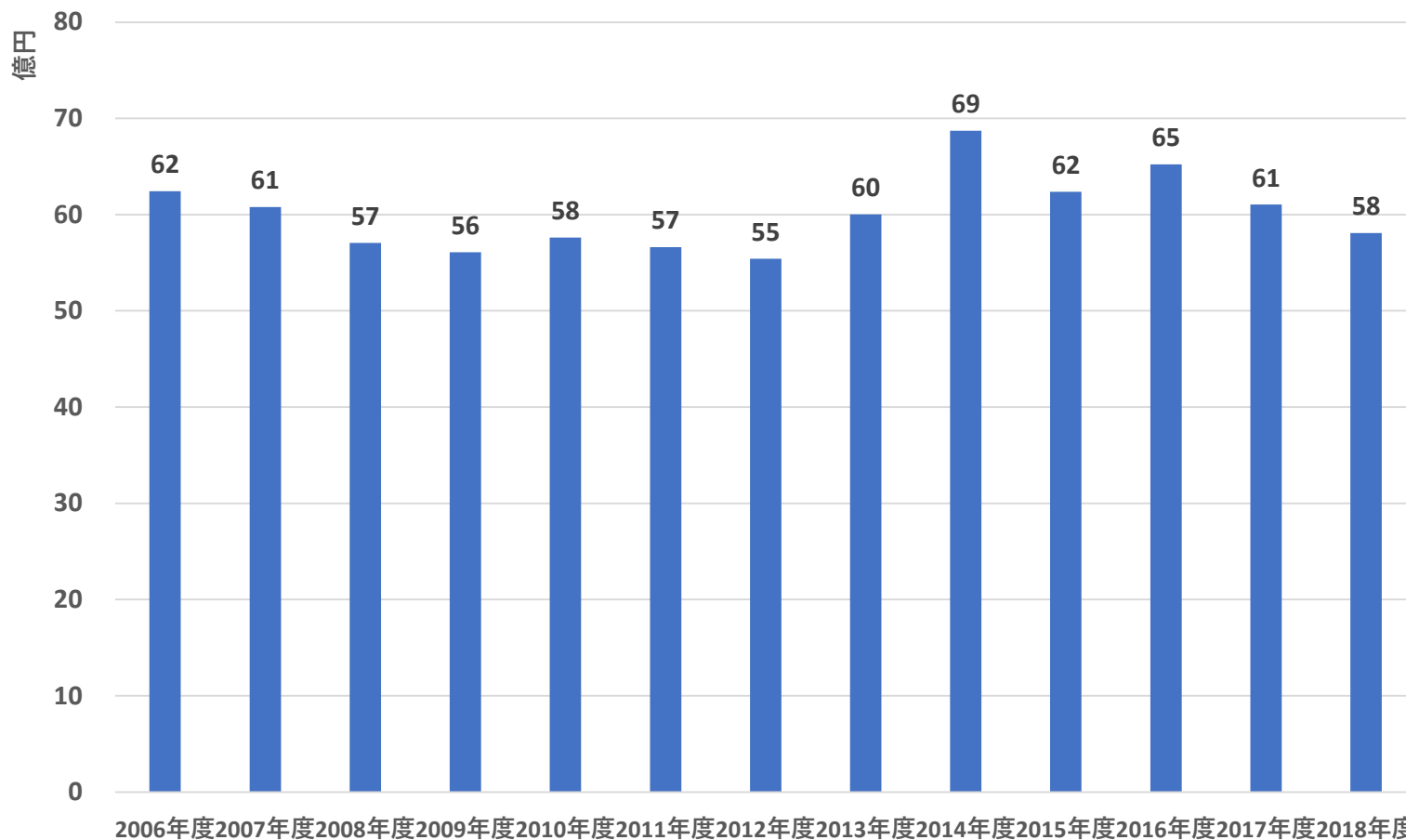
核となる産業

強い産業
(労働生産性の
高い産業)



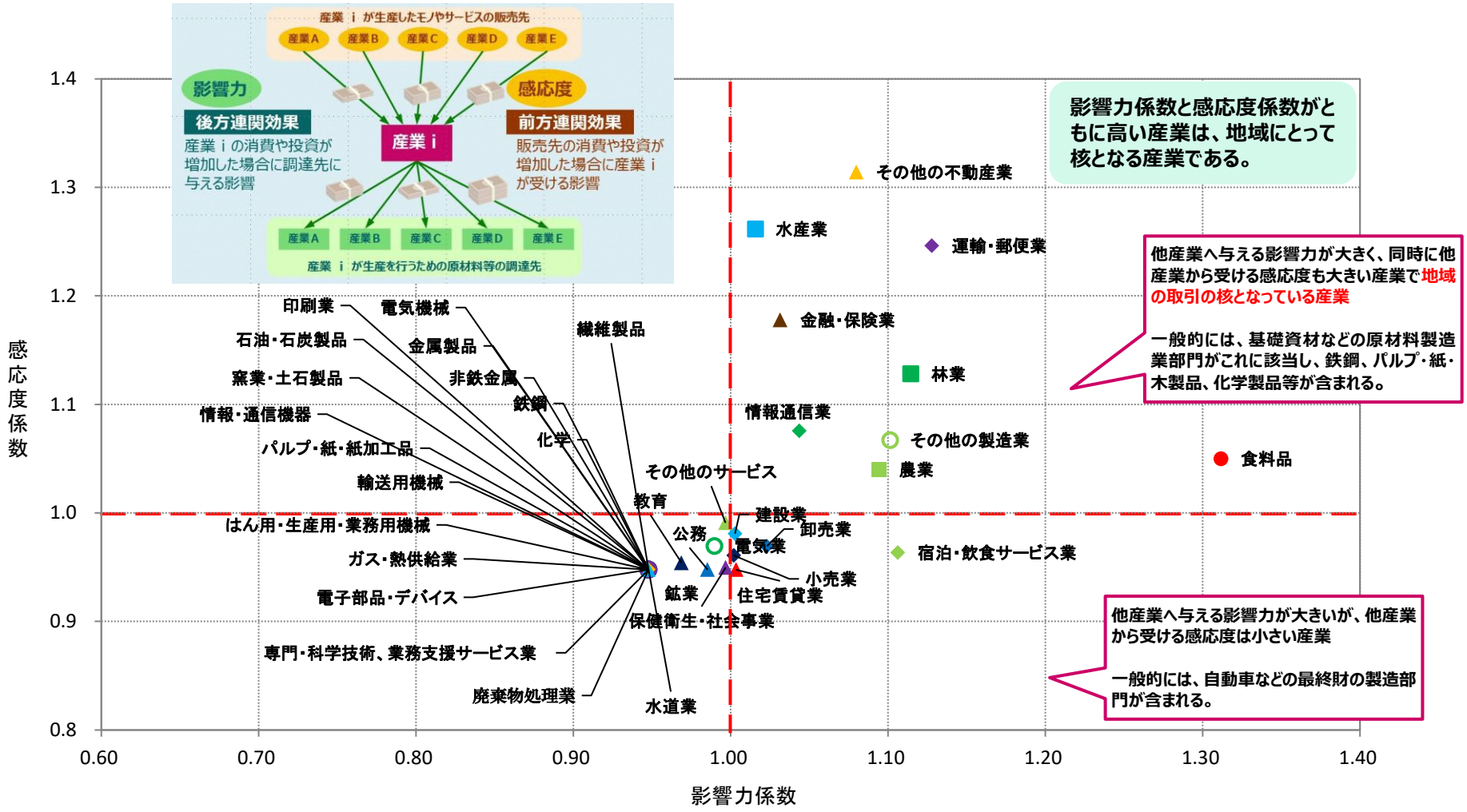
(一般財団法人地域活性化センター人口・地域経済研究室「がんばる地域」応援事業(地域経済循環分析)関係者向け簡易セミナー)より引用)

◆ 町内総生産の推移



(京都府「市町村民経済計算統計表」より作成)

◆ 地域の中核となる産業(15年)

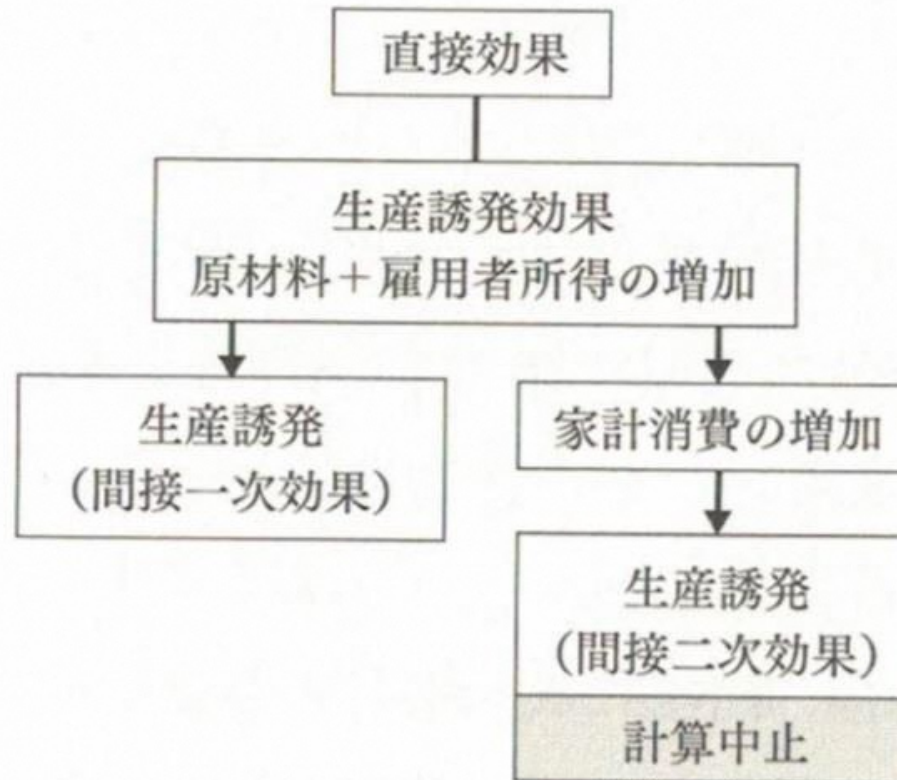


(環境省「伊根町の地域経済循環分析 レポート」より加筆引用)

◆ 各委員からのご意見

- 水産品(漁獲物)のほとんどは、市場に流通している。宿泊業者や食品会社に卸すことは理想的ではあるが、なかなか難しい。
- 農業の場合も、まずは市場(JA)に出さなければならないとルールがある。ブランドを生み出して、地元で流通できるようになれば良いと思う。
- 伊根町の宿泊単価の高さはブリやカニを提供していることが影響しているだろう。
- かつて、町内で製造されていた塩に着目しており、新たな商品として売り出したいと考えている。

◆ 経済波及効果について



(土居英二ほか[2019]「はじめよう地域産業連関分析[改訂版]」より引用)

1 経済波及効果の推計：観光

◆ タイプ別の観光客単価(21年)

	日帰り客 (n=93)		宿泊客 (n=42)	
	消費金額 (中央値)	購買率	消費金額 (中央値)	購買率
宿泊費	—	—	20,000	97.6%
飲食費	2,000	84.9%	3,500	97.6%
買い物代	700	57.0%	2,450	95.2%
入場料・施設利用料	400	54.8%	1,100	85.7%
交通費	0	—	0	—
その他	0	—	0	—

(「伊根町観光客実態調査 調査結果」より作成)

◆ シナリオ1:お土産品の充実

- ①観光者数 2019年と2020年の中間値
→ 271,208人
- ②観光者の内訳 2020年の数値
→ 宿泊:11.8% 日帰り:88.2%
- ③宿泊客 買い物代 2,450円 → 3,000円
購入率は現状維持(95.2%)
- ④日帰り客 買い物代 700円 → 1,500円
購入率は10ポイント向上(67.0%)
- ⑤購入品目 食品90%、雑貨10%

◆ シナリオ1の最終需要額

(単位：100万円)

	現行水準			シナリオ1		
	宿泊客	日帰り客	合計	宿泊客	日帰り客	合計
食料品	67.0	85.9	152.9	82.0	216.4	298.5
繊維製品	3.7	4.8	8.5	4.6	12.0	16.6
その他の製造業	3.7	4.8	8.5	4.6	12.0	16.6
宿泊飲食	731.9	406.3	1138.2	731.9	406.3	1138.2
その他サービス	30.1	52.5	82.6	30.1	52.5	82.6
合計	836.4	554.2	1390.6	853.1	699.2	1552.3

◆ シナリオ1の経済波及効果

(単位：百万円)

当初設定	現行水準	シナリオ1
最終需要額	1390.6	1552.3
うち町内最終需要額	1314.7	1404.2
消費転換係数	0.590	



(単位：百万円)

推計結果	現行水準	シナリオ1
直接効果	1314.7	1404.2
第1次間接効果	253.3	266.9
第2次間接効果	133.9	145.3
経済波及効果	1702.0	1816.3
波及効果倍率	1.22	1.17

◆ シナリオ2: 体験型コンテンツの拡充

- ①観光者数 2019年と2020年の中間値
→ 271,208人
- ②観光者の内訳 2020年の数値
→ 宿泊:11.8% 日帰り:88.2%
- ③宿泊客 入場料等 1,100円 → 2,000円
購入率は5ポイント向上(90.5%)
- ④日帰り客 入場料等 400円 → 1,000円
購入率は10ポイント向上(64.8%)

◆ シナリオ2の最終需要額

(単位：100万円)

	現行水準			シナリオ2		
	宿泊客	日帰り客	合計	宿泊客	日帰り客	合計
食料品	67.0	85.9	152.9	67.0	85.9	152.9
繊維製品	3.7	4.8	8.5	3.7	4.8	8.5
その他の製造業	3.7	4.8	8.5	3.7	4.8	8.5
宿泊飲食	731.9	406.3	1138.2	731.9	406.3	1138.2
その他サービス	30.1	52.5	82.6	57.9	155.2	213.0
合計	836.4	554.2	1390.6	864.2	656.9	1521.1

◆ シナリオ2の経済波及効果

(単位：百万円)

当初設定	現行水準	シナリオ2
最終需要額	1390.6	1521.1
うち町内最終需要額	1314.7	1445.2
消費転換係数	0.590	



(単位：百万円)

推計結果	現行水準	シナリオ2
直接効果	1314.7	1445.2
第1次間接効果	253.3	262.6
第2次間接効果	133.9	146.0
経済波及効果	1702.0	1853.8
波及効果倍率	1.22	1.22

◆ シナリオ3：滞在型観光の推進

①観光者数 2019年と2020年の中間値

→ 271,208人

②観光者の内訳

2020年の数値から宿泊割合が10ポイント上昇

20年 宿泊：11.8% 日帰り：88.2%

→ 宿泊：21.8% 日帰り：78.2%

③宿泊費

現状維持(20,000円)のまま

◆ シナリオ3の最終需要額

(単位：100万円)

	現行水準			シナリオ3		
	宿泊客	日帰り客	合計	宿泊客	日帰り客	合計
食料品	67.0	85.9	152.9	124.0	76.2	200.1
繊維製品	3.7	4.8	8.5	6.9	4.2	11.1
その他の製造業	3.7	4.8	8.5	6.9	4.2	11.1
宿泊飲食	731.9	406.3	1138.2	1354.1	360.2	1714.3
その他サービス	30.1	52.5	82.6	55.7	46.5	102.2
合計	836.4	554.2	1390.6	1547.4	491.4	2038.8

◆ シナリオ3の経済波及効果

(単位：百万円)

当初設定	現行水準	シナリオ3
最終需要額	1390.6	2038.8
うち町内最終需要額	1314.7	1939.5
消費転換係数	0.590	

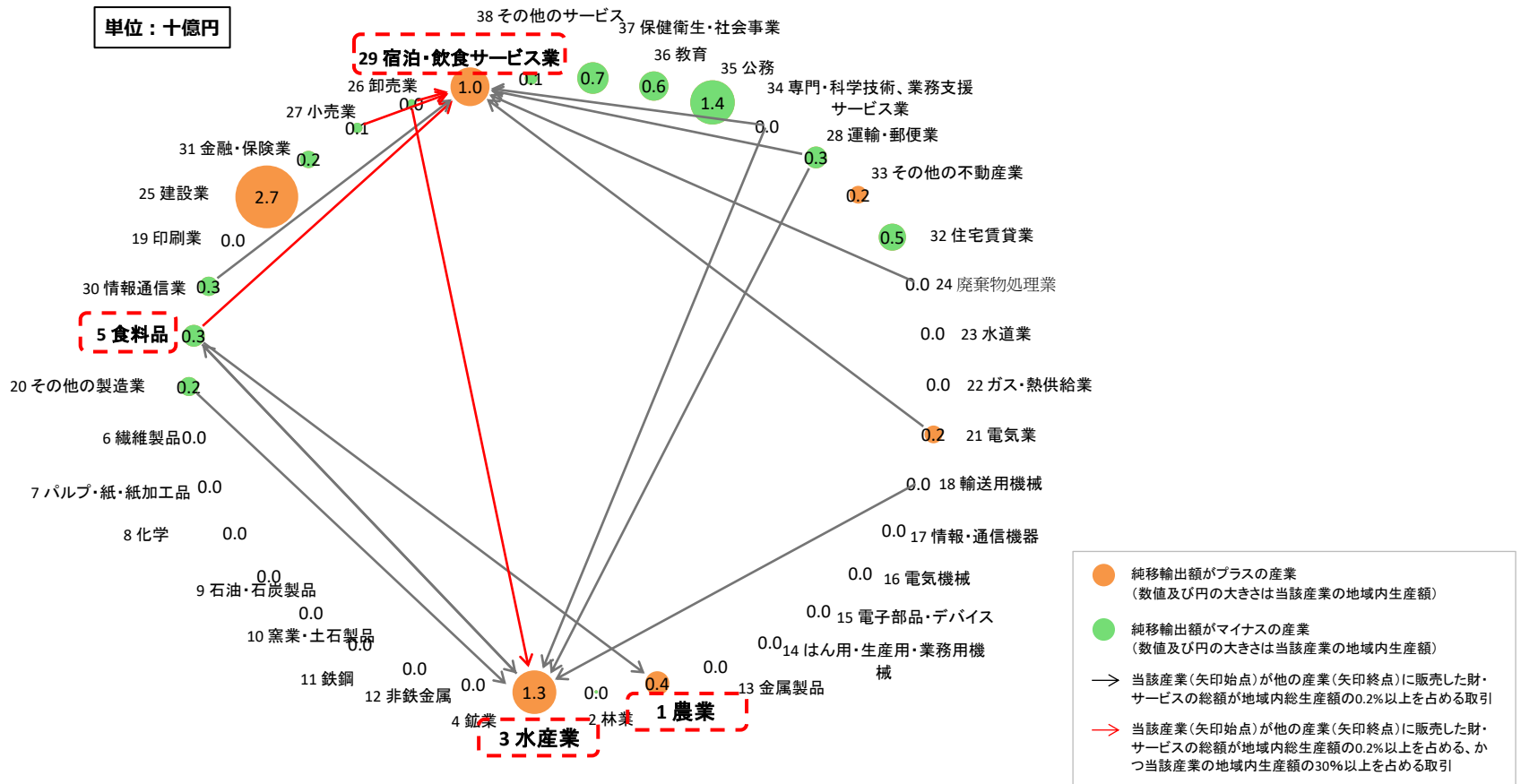


(単位：百万円)

推計結果	現行水準	シナリオ3
直接効果	1314.7	1939.5
第1次間接効果	253.3	377.1
第2次間接効果	133.9	197.3
経済波及効果	1702.0	2513.9
波及効果倍率	1.22	1.23

2 経済波及効果の推計：食料品

◆ 主要な部門間取引構造(15年)



(環境省「地域経済循環分析レポート」より加筆引用)

◆ 地元食材を活用した食品の開発・販売①

【シナリオ1 食料品の自給率5%アップ】

①生産額

年間1,000万円

②農水産品の活用

農業・水産業からの調達率を各2.5ポイント上昇

農業：1.5%→4.0% 水産業：27.5%→30.0%

③食料品の自給率

現状(27.0%)から5ポイント上昇(32.0%)

④販路

地元消費：20% 移出：80%

◆ シナリオ1の波及効果

(単位：百万円)

当初設定	現行水準	シナリオ1
最終需要額	10.0	10.0
うち町内最終需要額	0.5	0.6
移出額	8.0	8.0
消費転換係数	0.590	



(単位：百万円)

推計結果	現行水準	シナリオ1
直接効果	8.5	8.6
第1次間接効果	11.3	11.3
第2次間接効果	0.4	0.7
経済波及効果	20.3	20.7
波及効果倍率	2.03	2.07

◆ 地元食材を活用した食品の開発・販売②

【シナリオ2 食料品の自給率10%アップ】

①生産額

年間1,000万円

②農水産品の活用

農業・水産業からの調達率を各2.5ポイント上昇

農業:1.5%→4.0% 水産業:27.5%→30.0%

③食料品の自給率

現状(27.0%)から10ポイント上昇(37.0%)

④販路

地元消費:20% 移出:80%

◆ シナリオ2の波及効果

(単位：百万円)

当初設定	現行水準	シナリオ2
最終需要額	10.0	10.0
うち町内最終需要額	0.5	0.7
移出額	8.0	8.0
消費転換係数	0.590	



(単位：百万円)

推計結果	現行水準	シナリオ2
直接効果	8.5	8.7
第1次間接効果	11.3	11.4
第2次間接効果	0.4	0.8
経済波及効果	20.3	20.9
波及効果倍率	2.03	2.09

◆ 地元食材を活用した食品の開発・販売②

【シナリオ3 シナリオ2＋地元消費率30%】

①生産額

年間1,000万円

②農水産品の活用

農業・水産業からの調達率を各2.5ポイント上昇

農業：1.5%→4.0% 水産業：27.5%→30.0%

③食料品の自給率

現状(27.0%)から10ポイント上昇(37.0%)

④販路

地元消費：30% 移出：70%

◆ シナリオ3の波及効果

(単位：百万円)

当初設定	現行水準	シナリオ3
最終需要額	10.0	10.0
うち町内最終需要額	0.8	1.1
移出額	7.0	7.0
消費転換係数	0.590	



(単位：百万円)

推計結果	現行水準	シナリオ3
直接効果	7.8	8.1
第1次間接効果	10.0	10.2
第2次間接効果	0.4	0.7
経済波及効果	18.2	19.0
波及効果倍率	1.82	1.90

3 経済波及効果の推計：水産業

◆ 漁家経営の方向性

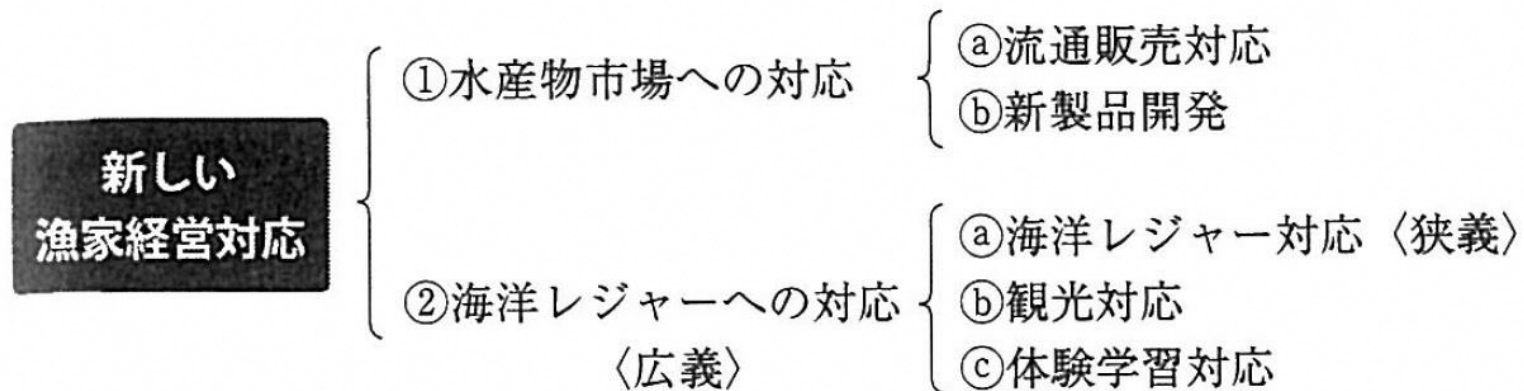
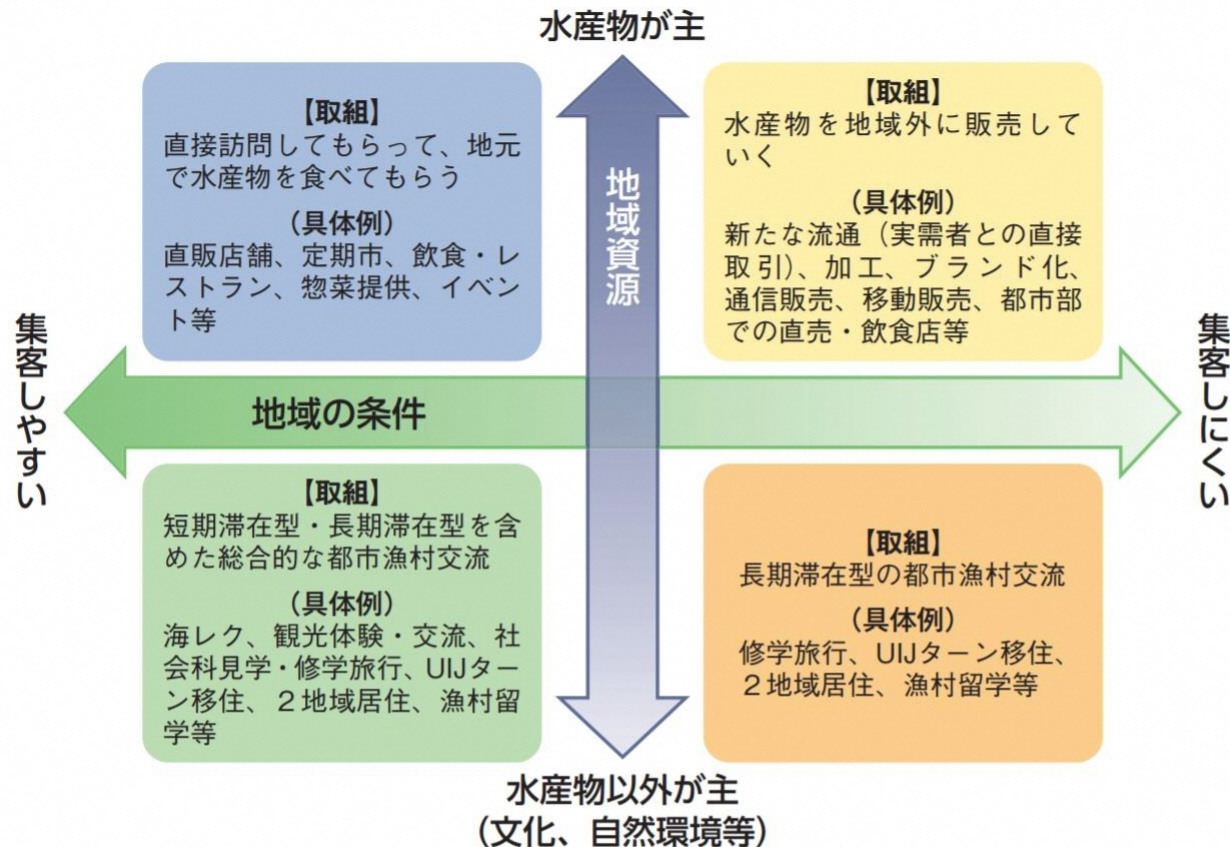


図 2-2 ニーズ対応の違いからみる漁家経営の多様化

(婁小波[2013]「海業の時代」より引用)

◆ 漁村の特性と取り組み例



資料：(一財)漁港漁場漁村総合研究所「漁村活性化の実践に向けた取組のポイント」(水産業強化対策推進交付金産地協議会活動支援事業)に基づき水産庁で作成

(水産庁「令和元年度 水産白書」より引用)

◆ シナリオ1 生産額の増加

○生産額の増加

漁獲量等の増加により、新たに1,000万円の増加

現状(2015年)	年間	13億2,100万円
↓		
シナリオ	年間	13億3,100万円

◆ シナリオ1の波及効果

(単位：百万円)

当初設定	現行水準	シナリオ1
最終需要額	1321.0	1331.0
うち町内最終需要額	1321.0	1331.0
消費転換係数	0.590	



(単位：百万円)

推計結果	現行水準	シナリオ1
直接効果	1321.0	1331.0
第1次間接効果	94.9	95.6
第2次間接効果	63.6	64.0
経済波及効果	1479.4	1490.6
波及効果倍率	1.12	1.12

◆ シナリオ2 海鮮レストラン

①売上高

年間1,000万円

②水産品の活用

水産業からの調達率を10ポイント上昇

現状:0.5% → シナリオ2:10.5%

◆ シナリオ2の波及効果

(単位：百万円)

当初設定	現行水準	シナリオ2
最終需要額	1000.0	1000.0
うち町内最終需要額	1000.0	1000.0
消費転換係数	0.590	



(単位：百万円)

推計結果	現行水準	シナリオ2
直接効果	1000.0	1000.0
第1次間接効果	167.6	236.9
第2次間接効果	67.8	70.4
経済波及効果	1235.4	1307.3
波及効果倍率	1.24	1.31

◆ シナリオ3 新商品の開発・販売

①生産額

年間1,000万円

②水産品の活用

水産業からの調達率を10ポイント上昇

水産業:27.5%→37.5%

③食料品の自給率

現状(27.0%)から10ポイント上昇(37.0%)

④販路

地元消費:20% 移出:80%

◆ シナリオ3の波及効果

(単位：百万円)

当初設定	現行水準	シナリオ3
最終需要額	10.0	10.0
うち町内最終需要額	0.5	0.7
移出額	8.0	8.0
消費転換係数	0.590	



(単位：百万円)

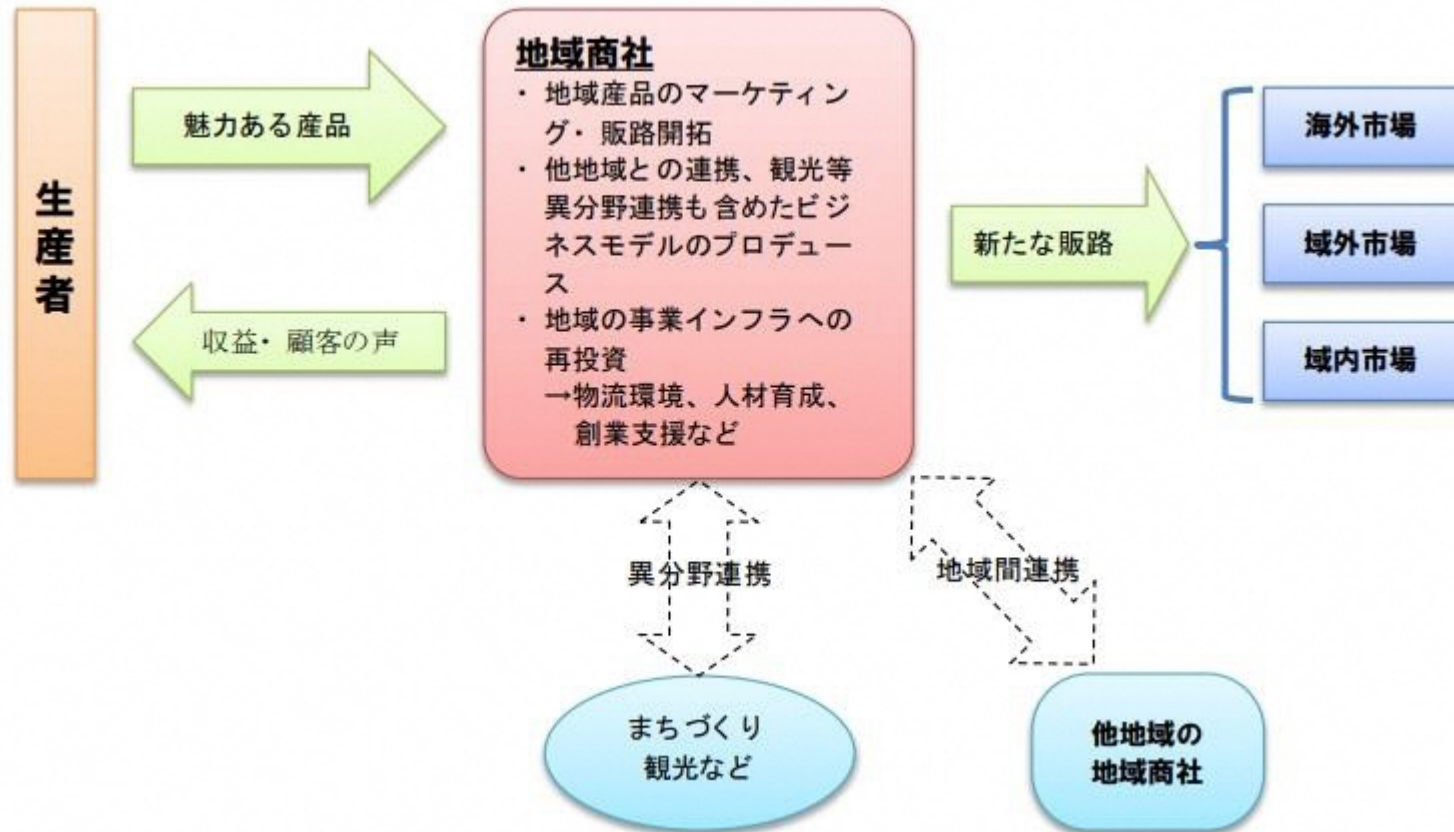
推計結果	現行水準	シナリオ3
直接効果	8.5	8.7
第1次間接効果	11.3	11.4
第2次間接効果	0.4	0.5
経済波及効果	20.3	20.6
波及効果倍率	2.03	2.06

4 今後の方向性について

◆ 推計結果のまとめ

順位	波及効果倍率	シナリオの内容	分野
1	2.09	地元食材を活用した食品の開発・販売（自給率10%up&移出80%）	食料品
2	2.07	地元食材を活用した食品の開発・販売（自給率5%up&移出80%）	食料品
3	2.06	水産品を活用した新商品の開発・販売（自給率10%up&移出80%）	水産業
4	1.90	地元食材を活用した食品の開発・販売（自給率10%up&移出70%）	食料品
5	1.31	海鮮レストラン	水産業
6	1.23	滞在型観光の推進	観光
7	1.22	体験型コンテンツの拡充	観光
8	1.17	お土産品の充実	観光
9	1.12	水産業の生産額増加	水産業

◆ 地域商社の概念



(公益財団法人中国地域創造研究センター[2020]「中国地域における地域商社機能のあり方に関する調査 報告書」より引用)

◆ 地域商社の類型①

【図表3】マーケットによる地域商社の類型

		マーケットの範囲		
		狭い←		→広い
		地域内及び近隣地域	大都市圏等の国内	海外
概要		<p>「<u>地産地消型</u>」</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域で生産した一次産品(農水産物)、加工品(加工食品)、サービス(飲食)などを、地域内で消費するもの。 	<p>「<u>移出型</u>」</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域産品やサービスを大都市圏の消費者や事業者へ販売。地域からの移出で外貨を獲得するもの。 	<p>「<u>輸出型</u>」</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域産品を海外に販売し、外貨を獲得するもの。
	例	<ul style="list-style-type: none"> 道の駅・産地直売所が代表的なものである。 一部の道の駅・産地直売所は広い地域から一般消費者・観光客も集客しており、地域内消費だけでなく、地域外への移出も行う。 	<ul style="list-style-type: none"> 第3セクターによる物産公社、地域発のネット販売事業者などがプレイヤー。都市部のアンテナショップも移出型の取組として挙げられる。 近年設立されている地域商社は主にこの移出型である。 	<ul style="list-style-type: none"> 地域発の輸出商社、地域の素材を活用した食品加工メーカーなどの取組がみられる。

(日本政策投資銀行[2018]「地域商社の成長に向けた戦略調査」より引用)

◆ 地域商社の類型②

【図表4】活動形態による地域商社の類型

類型		内容	例
流通型	小売型	<ul style="list-style-type: none"> 地域内もしくは地域外に売り場・店舗を持って、地域産品や地域産品を活用したサービスを直接販売・提供しているもの。 ネット販売もこの小売型に含める。 	道の駅・直売所 アンテナショップ 飲食店 ネット販売事業者 等
	卸売型	<ul style="list-style-type: none"> 一般の商社と同様に、地域の産品を他地域に販売する商流・物流を提供するもの。 近年は海外事業者に直接販売する取組もみられる。 	物産公社 地域発の輸出商社 等
メーカー型		<ul style="list-style-type: none"> 地域資源を活用し製造した加工品・製品を国内外に販売し、地域のブランディングまで至っているもの。 	地域の製造業事業者
プロジェクトメイク型 (PM型)		<ul style="list-style-type: none"> 地域内もしくは地域外において地域資源の販売や活用を狙ったプロジェクトを組成し、実行しているもの。 	地域産品の販売イベント 海外でのプロジェクト組成

(日本政策投資銀行[2018]「地域商社の成長に向けた戦略調査」より引用)

◆ 地域商社の類型③

【図表5】活動主体による地域商社の類型

類型	内容
民間企業・団体	<ul style="list-style-type: none"> 地域製品の開発・販売を民間企業・団体が手掛けるもの。 具体的には、製造業・流通業を手掛ける民間企業、農業協同組合・漁業協同組合などの組合、地方銀行などの金融機関が当てはまる。また、商工会議所・商工会などの民間の産業支援団体が中心となっている例もある。
第3セクター	<ul style="list-style-type: none"> 地方自治体と民間企業が出資した第3セクターが地域商社として活動している例。 民間企業・団体と異なり、地域の産業支援という公共的な目的も有しており、生産者・事業者へのアドバイス・支援なども手掛ける。
行政 (地方自治体)	<ul style="list-style-type: none"> 行政が開設する産業支援センター等が、地域の産業振興のために事業者に対し、生産から販売に至るサポートを行っている例。多くのアンテナショップについて、設置主体としても活動。 行政が主体であるため、製品の販売による売上獲得を目的とせず、産業支援的な意味合いが主となる。

(日本政策投資銀行[2018]「地域商社の成長に向けた戦略調査」より引用)

◆ 事例：地域商社まるごと津和野

- 津和野町農林課と株式会社FoudingBase（東京都台東区）が連携し、2019年から事業スタート。運営会社はFoudingBaseが担当する。
- 事業内容は、「マルシェ事業」・「定期便事業」・「e-コマース事業」、「商品開発」、「首都圏でのPR活動」の5つにである。



（株式会社FoudingBase・まるごと津和野ショップホームページより引用）

◆ 伊根町における地域商社(案)

