

平成 28 年 8 月 23 日 兵庫県統計課

県基幹統計調査の指定及び匿名データの作成について

県統計調査に係る標記のことについて、所管課の実施状況と意見聴取を踏まえ、下記のとおり報告します。

記

1 県基幹統計調査の指定(統計調査条例第 3 条)について

(1) 指定の概要

知事等は、調査の結果数値が、行政の意思決定や県民の権利義務(例:給付額の決定等)に直接影響を及ぼすような重要な県統計調査については、所要の結果精度確保のため、統計調査条例(以下「条例」という。)の規定に基づき、県統計委員会の意見を聴いた上で、調査客体に報告義務(違反した場合の罰則規定もあり。)を課する「県基幹統計調査」に指定することができる。

(2) 結論

平成 28 年度に実施を予定している県統計調査について、調査実績がある統計調査は、結果用途、調査票の回収率・記入内容、所管課の意見を、また、新規で実施する統計調査は、結果用途、所管課の意見を踏まえて判断した結果、県基幹統計調査の指定を要しない。

2 調査票情報に係る「匿名データ」の作成と外部提供について(条例第 12 条、第 13 条)

(1) 作成・提供の概要

知事等は、その行った県統計調査の調査票情報を加工して、匿名データを作成することができる。このうち、県基幹統計調査に係る匿名データを作成するときは、あらかじめ、県統計委員会の意見を聴かなければならない。

また、知事等は、学術研究や高等教育の発展に資すると認められる場合には、外部からの求めに応じ、手数料を徴して匿名データを提供することができる。

(2) 状況

平成 28 年度に実施を予定している県統計調査 6 件について、調査票情報に係る匿名データ作成の需要及び外部からの提供依頼はない。

(参考)

統計調査調整規程(昭和 39 年 2 月 18 日訓令甲第 2 号)第 3 条第 1 項に基づく実施計画

実施課長等	調査名	実施時期	基幹統計 指定意向	匿名デー タの需要
統計課長	市町別毎月人口推計調査	毎月1日現在	無	無
統計課長	兵庫県商品流通調査	(5年周期) 前回平成24年7月～10月 (次回H29予定)	無	無
薬務課長	血液製剤使用量等調査	(隔年) H28年7月下旬～8月下旬予定 だったが、延期	無	無
港湾課長	兵庫県港湾調査	(毎年) 1月1日～12月31日	無	無
地域金融室長	中堅・中小企業の資金調 達状況に関する調査	(毎年) ①7月中旬～下旬 ②10月下旬～11月中旬	無	無
健康増進課長	ひょうご食生活実態調査	H28年11月1日～同30日	無	無
医務課長	医療施設実態調査	平成29年2月頃	無	無
医務課長	入院患者調査	平成29年2月頃	無	無

県統計調査の実施状況及び「県基幹統計調査への指定、匿名データの作成・提供」に係る実施課長等の意見

所管課室	統計調査の名称	1 市町別毎月人口推計調査	2 兵庫県商品流通調査	3 血液製剤使用量等調査	4 兵庫県港湾調査	5 中堅・中小企業の資金調達状況に関する調査
第1 調査の実施概要						
1 実施目的	県・市町の毎月の人口移動状況を把握し、諸施策の基礎資料を得る	「兵庫県産業連関表」作成の基礎資料を得る	医療機関における血液製剤適正使用推進の指標とする	港湾の開発・利用及び管理に資するため、県内における港湾の実態を明らかにする	中堅・中小企業の資金調達状況を把握し、今後の施策展開に活用する	
2 根拠法令等	市町別毎月人口推計調査実施要領	—	安全な血液製剤の安定供給の確保等に関する法律	—	—	—
3 調査客体	市町の住民基本台帳の移動状況	製造業1,300事業所(有意抽出)	血液製剤の使用があった一般病床を有する病院(約250施設)	2者	県下に事業所を置く中堅・中小企業約340社(有意抽出)	
4 調査期日・周期	毎月1日現在	12月31日現在を翌年調査 前回:平成24年実施(概ね5年周期)	4月1日～3月31日実績を翌年度7～8月実施(2年周期) ※H28実施予定であったが延期	毎年1月1日～12月31日実績を翌年1月実施	毎年6月中旬～下旬の状況を7月末に、10月中旬～下旬の状況を11月末に調査実施	
5 主要調査事項	①男女別の転入・転出者数、出生・死亡者数 ②世帯の増減数	①製造品の生産高、自家消費高、受入高、出荷高、在庫の増減 ②製造品の最終消費地域別出荷内訳	①輸血療法委員会・輸血部門の設置の有無 ②血液製剤の使用量・廃棄量等	入港船舶、船舶乗降人員、海上出入貨物	業種、資本金額、1年前と比べた売上高・利益率	
6 調査系統	県－市町	県－事業所	県－病院	県－調査員－報告者	県－報告者	
7 調査方法	・オンラインで報告	・郵送で配布、回収・オンライン調査	・郵送で配布、回収	・調査員調査	・郵送で配布、回収	
8 結果公表	・報道発表 ・県HP掲載	・加工統計「兵庫県産業連関表」として公表	・県HP掲載 ・研修会(病院、日赤等)で結果還元	・県HP掲載 ・「兵庫県港湾統計年報」発行	・県HP掲載	
9 平成28年度実施予定	○			○	○	
10 調査客体	○	○	○	○	○	
11 調査の実施概要	国勢調査の人口・世帯数に毎月の住民票の移動を加減して推計。 (県内全市町からメール報告)	「兵庫県産業連関表」作成の基礎資料を得る。 (製造業の抽出約1,300事業所を対象に郵送で調査)	血液製剤の適正使用のため、使用状況を把握する。 (27年度に血液製剤の取扱いがあった一般病床を有する250病院を対象に郵送で調査)	県内港湾30港のうち、国土交通省所管の基幹統計調査「港湾調査」の対象外2港について利用実態を把握する。 (関係事業者を対象に調査員調査を実施)	中堅・中小企業の資金調達状況を把握し、今後の施策展開に活用する。(県下に事業所を置く中堅・中小企業を対象(約340社を抽出)に業況及び金融機関の貸出姿勢等について郵送で調査)	
第2 統計調査の実施状況						
1 調査への協力依頼上の課題	特になし	特になし	特になし	特になし	特になし	特になし
2 調査票の回収	回収状況 平成27年度 全市町から回収(100%) 問題点 特になし	平成24年度 342/851事業所(40.2%) 当初設定の回答期限後に何度も督促 問題なし	平成26年度 233/250施設(93.2%) 特になし 問題なし	平成27年度 2/2者(100%) 特になし 問題なし	平成27年度 前期231/342社(67.5%)、後期214/344社(62.2%) 特になし 問題なし	
3 記入状況	全項目記入	問題なし	問題なし	問題なし	問題なし	
4 その他実施上の課題	特になし	特になし	特になし	特になし	特になし	
第3 県基幹統計調査への指定						
《選択肢》 ①指定したい ②指定するか検討中 ③指定する予定なし	③	③	③	③	③	③
第4 集計結果の利用						
利用者の範囲・用途	(1)部局内での利用 行政諸施策、計画策定・改定の基礎資料 (2)部局以外の庁内・庁外での利用 企業・団体の経営上の基礎資料	「兵庫県産業連関表」を作成する基礎資料 —	血液製剤の適正使用に関する基礎資料 病院での血液製剤の適正使用の参考	「兵庫県港湾統計年報」の作成	—	施策立案のための基礎資料
公表された集計結果以外のものに対するニーズ(具体的な照会)の有無	年齢別人口のデータ ⇒(作成していない)	平成23年分調査票データについて、経済産業省から提供申出があり、データの提供を行った。	【なし】	【なし】	【なし】	【なし】
第5 匿名データの作成・提供						
●匿名データの庁内での利用 《選択肢》 ①匿名データを作成・提供している ②匿名データを作成・提供する予定がある又は作成したい ③匿名データを作成する必要はない	③	③	③	③	③	③
●匿名データの外部提供 《選択肢》 ①外部利用者からの要望があり、検討したい ②外部利用者から要望があれば、匿名データ提供でなく、委託で統計を作成したい ③外部利用者からの要望はない	③	③	③	③	③	③

所 管 課 室		健 康 増 進 課	医 務 課	医 務 課
統 計 調 査 の 名 称		6 ひょうご食生活実態調査	7 医療施設実態調査	8 入院患者調査
第1 調査の実施概要				
1 実施目的		健康づくりや食育推進に関する施策を推進するための基礎資料とする	保健医療計画策定に当たって、圏域設定及び5疾病の医療機能の根拠となる圏域別医療資源を把握する	保健医療計画策定に当たって、圏域及び基準病床数設定の根拠となる患者の受療動向を把握する
2 根拠法令等		—	—	—
3 調査客体		1歳以上の世帯員(無作為抽出) 1,750世帯約4千人	病院 約360院(全数)	病院及び有床診療所 約650院(所) (全数)
4 調査期日・周期		平成28年10月～11月中の1日に調査実施	平成29年3月予定	平成29年3月予定
5 主要調査事項		①食物の摂取量(料理名、食品名等) ②食生活に関する知識、態度等	医療従事者数、医療連携状況、診察内容、医療機器利用状況等	患者の居住市町、性別、年齢、病名、病床種別等
6 調査系統		県—報告者 県—(保健所設置市)—報告者	県—報告者	県—報告者
7 調査方法		・調査員調査	・郵送で配布、回収	・郵送で配布、回収
8 結果公表		・県HP掲載	・県HP掲載	・県HP掲載
9 平成28年度実施予定		○	○	○
10 調査客体	個人 事業者 市町	○	○	○
11 調査の実施概要		健康づくりや食育推進に関する施策展開に活用するため、栄養摂取状況調査(食物の摂取量)及び食生活・生活習慣状況調査(食生活に関する知識、態度等)を調査する。(1,750世帯約4千人(無作為抽出)を対象に調査員調査を実施)	医療従事者、医療連携、診察内容、医療機器利用状況等を調査し、保健医療計画策定に当たっての圏域設定及び5疾病の医療機能の根拠となる圏域別医療資源を把握する。(県内の全病院(約360院)を対象に郵送で調査)	患者の居住市町、性別、年齢、病名、病床種別等を調査し、保健医療計画策定に当たっての圏域及び基準病床数設定の根拠となる患者の受療動向を把握する。(県内の全病院及び有床診療所(約650院(所))を対象に郵送で調査)
第2 統計調査の実施状況				
1 調査への協力依頼上の課題		—	—	—
2 調査票の回収	回収状況	—	—	—
	問題点	—	—	—
3 記入状況		—	—	—
4 その他実施上の課題		—	—	—
第3 県基幹統計調査への指定				
《選択肢》				
①指定したい		③	③	③
②指定するか検討中				
③指定する予定なし				
第4 集計結果の利用				
利用者の 範囲・用途	(1)部局内での利用	施策立案のための基礎資料	施策立案のための基礎資料	施策立案のための基礎資料
	(2)部局以外の庁内・庁外での利用	—	—	—
公表された集計結果以外のものに対するニーズ (具体的な照会)の有無		—	—	—
第5 匿名データの作成・提供				
●匿名データの庁内での利用				
《選択肢》				
①匿名データを作成・提供している		③	③	③
②匿名データを作成・提供する予定がある又は作成したい				
③匿名データを作成する必要はない				
●匿名データの外部提供				
《選択肢》				
①外部利用者からの要望があり、検討したい		③	③	③
②外部利用者から要望があれば、匿名データ提供でなく、委託で統計を作成したい				
③外部利用者からの要望はない				

経済分析ツールについて

兵庫県企画県民部統計課 政策統計担当

1 経済分析ツールの概要

地域イベント等の生産誘発額は、経済波及効果を示す指標である。兵庫県では、平成23年兵庫県産業連関表を用いた経済波及効果推計ワークシートを作成し、ホームページで提供している。

(平成28年7月公表) URL http://web.pref.hyogo.lg.jp/ac08/ac08_2_000000016.html

経済効果分析ワークシート概要（平成23年兵庫県産業連関表）

- 1 産業部門ごとの経済波及効果推計（188部門、107部門、39部門）
（分析テーマ別）※ユーザから依頼のあった事例を仮設事例で紹介
- 2 イベント開催による訪問者消費がもたらす経済波及効果
- 3 企業の立地及び設備投資がもたらす経済波及効果
- 4 建設投資（工事種類別）がもたらす経済波及効果
- 5 高齢者福祉施設建設及び運営がもたらす経済波及効果
- 6 製造業部門の増産がもたらす経済波及効果
- 7 輸出増加がもたらす経済波及効果
- 8 生産増加が環境にもたらす効果
- 9 価格変化がもたらす効果
- 10 部門別経済波及が税収にもたらす効果

（参考）地域産業連関分析ワークシートの概要（兵庫県立大学政策科学研究所地域経済指標研究会）

観光消費や地域イベントの経済効果推計のため、法政大学日本統計研究所の協力を得て、「平成24年経済センサスー活動調査」などのマイクロデータ等を活用し、市町産業連関表を作成する。

兵庫県及び兵庫県立大学地域経済指標研究会では、地域産業連関表（7市1町、2地域）及び経済波及効果推計のための産業連関分析ワークシートを作成し、兵庫県立大学政策科学研究所ホームページで提供している。（平成28年3月一部公表） URL <http://ips-u-hyogo.jp/project/category/areaindex/>

（1）作成地域（平成27年度「観光地域経済見える化推進事業」（観光庁）への参画市町等）

姫路市、尼崎市、豊岡市、加西市、養父市、丹波市、朝来市、神河町

但馬海岸地域（豊岡市、香美町、新温泉町）、淡路地域（洲本市、南あわじ市、淡路市）

※現在作成中、平成28年8月公表予定（西宮市、芦屋市、伊丹市、宍粟市、淡路市）

（2）産業連関表の概要

①対象年次 平成23年（平成23年1月～12月）

②対象地域 地域内（7市1町、2地域）

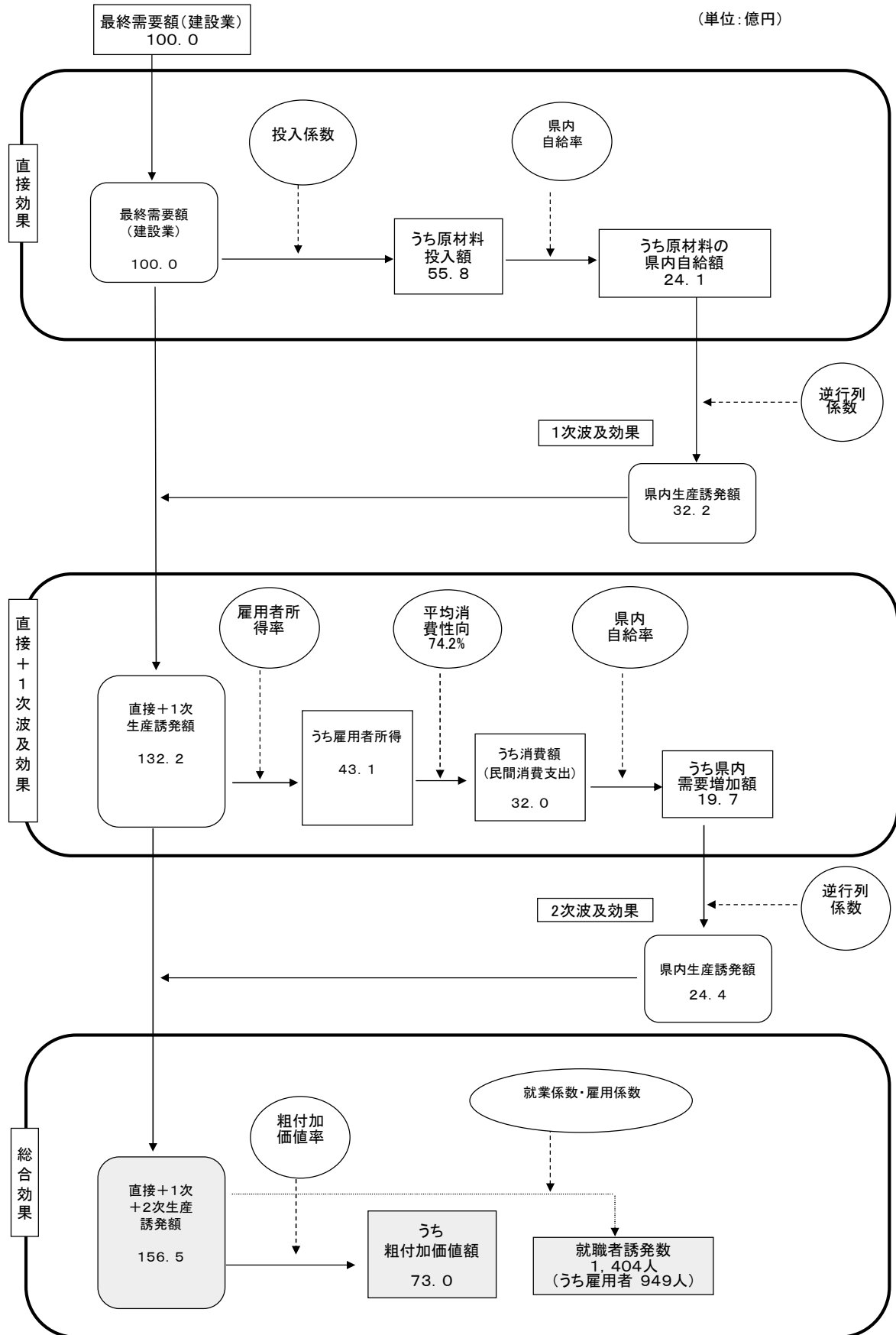
③部門 40部門（統合大分類39部門のうち、対個人サービスを飲食・宿泊サービス業とその他対個人サービスに分割）

（3）経済波及効果測定のため調査の実施（平成27年度観光庁「観光地域経済見える化推進事業」）

URL <http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/mieruka.html>

(図) 建設業最終需要額100億円 経済波及効果分析フローチャート

(単位: 億円)



各部門(39部門)の生産額(最終需要額)が増加した場合の域内への経済波及効果

部門別最終需要額 データ入力欄

	最終需要額 (百万円)	経済波及効果(まとめ)		(百万円、人)		備考 ワークシート
		生産誘発額	付加価値誘発額	就業者誘発数	雇用者誘発数	
1 農業	100.0	132.6	64.2	31	4	1
2 林業	100.0	128.2	93.1	13	9	2
3 漁業	100.0	134.3	66.4	13	2	3
4 鉱業	100.0	153.9	60.8	6	3	4
5 飲食料品	100.0	139.8	54.9	7	4	5
6 繊維製品	100.0	141.5	53.2	17	13	6
7 パルプ・紙・木製品	100.0	149.7	51.7	4	4	7
8 化学製品	100.0	146.4	49.4	5	3	8
9 石油・石炭製品	100.0	112.8	26.2	1	1	9
10 プラスチック・ゴム	100.0	140.6	52.1	7	5	10
11 窯業・土石製品	100.0	145.3	66.0	5	4	11
12 鉄鋼	100.0	190.1	42.0	1	1	12
13 非鉄金属	100.0	133.8	35.0	4	3	13
14 金属製品	100.0	169.2	62.2	8	7	14
15 はん用機械	100.0	155.8	62.0	5	3	15
16 生産用機械	100.0	149.2	60.8	6	4	16
17 業務用機械	100.0	147.7	52.1	8	7	17
18 電子部品	100.0	146.0	50.9	8	6	18
19 電気機械	100.0	150.4	53.2	7	4	19
20 情報・通信機器	100.0	147.7	50.7	5	3	20
21 輸送機械	100.0	148.6	49.7	3	3	21
22 その他の製造工業製品	100.0	150.2	67.3	6	5	22
23 建設	100.0	156.5	73.0	13	8	23
24 電力・ガス・熱供給	100.0	138.2	44.8	2	1	24
25 水道	100.0	157.0	78.0	3	2	25
26 廃棄物処理	100.0	149.8	97.6	9	8	26
27 商業	100.0	151.7	96.2	19	16	27
28 金融・保険	100.0	149.8	93.1	7	6	28
29 不動産	100.0	123.5	96.8	2	1	29
30 運輸、郵便	100.0	148.3	92.6	11	9	30
31 情報通信	100.0	151.8	81.8	5	5	31
32 公務	100.0	148.6	97.9	7	7	32
33 教育・研究	100.0	156.6	109.6	13	10	33
34 医療・福祉	100.0	154.5	89.6	15	14	34
35 その他の非営利団体サービス	100.0	160.8	92.7	14	10	35
36 対事業所サービス	100.0	145.9	88.5	14	10	36
37 対個人サービス	100.0	145.5	78.7	18	14	37
38 事務用品	0.0	0.0	0.0	0	0	38
39 分類不明	0.0	0.0	0.0	0	0	39
40 合計	3,700.0	5,452.6	2,534.9	322	219	

(資料:兵庫県統計課「平成23年兵庫県産業連関表」)

(参考)

- ・生産誘発額(売上額合計):直接効果(最終需要額)+間接効果(原材料や消費支出からの波及)
- ・付加価値誘発額(売上額-経費等)の合計:生産誘発額×付加価値率
- ・就業者誘発数:就業者=個人業主+家族従業者+雇用者

兵庫県立尼崎総合医療センター運営部門経済波及効果概要(尼崎市40部門)(単位:百万円、人)

部門	生産誘発額	付加価値誘発額	就業者誘発数	雇用者誘発数
1 農業	3	2	2	0
2 林業	0	0	0	0
3 漁業	0	0	0	0
4 鉱業	0	0	0	0
5 飲食料品	351	92	11	11
6 繊維製品	1	0	0	0
7 パルプ・紙・木製品	119	30	2	2
8 化学製品	227	55	6	6
9 石油・石炭製品	1	0	0	0
10 プラスチック・ゴム	33	9	2	1
11 窯業・土石製品	10	4	0	0
12 鉄鋼	0	0	0	0
13 非鉄金属	8	2	0	0
14 金属製品	31	10	1	1
15 はん用機械	1	0	0	0
16 生産用機械	0	0	0	0
17 業務用機械	13	4	0	0
18 電子部品	0	0	0	0
19 電気機械	69	19	2	1
20 情報・通信機器	68	15	3	3
21 輸送機械	10	3	0	0
22 その他の製造工業製品	32	12	2	2
23 建設	142	60	7	4
24 電力・ガス・熱供給	93	20	1	1
25 水道	290	136	13	13
26 廃棄物処理	147	106	7	6
27 商業	2,099	1,475	354	320
28 金融・保険	423	272	24	24
29 不動産	1,483	1,180	24	21
30 運輸、郵便	1,095	727	80	76
31 情報通信	405	221	39	33
32 公務	22	15	1	1
33 教育・研究	170	130	17	16
34 医療・福祉	32,298	18,496	4,463	4,199
35 その他の非営利団体サービス	87	47	8	7
36 対事業所サービス	1,488	906	136	113
37 宿泊、飲食サービス	219	81	40	31
38 その他対個人サービス	986	684	73	60
39 事務用品	52	0	0	0
40 分類不明	33	13	0	0
合計	42,512	24,826	5,318	4,952

(資料)兵庫県立大学地域経済指標研究会(2016)「平成23年尼崎市産業連関表」

(参考)観光庁「観光見える化推進事業」観光動態調査票(観光客向け)

兵庫県観光統計研究会・但馬県民局

Q1. あなたのお住まいはどこですか。国内にお住まいであれば都道府県名、海外であれば国名(アメリカ、中国、韓国等)をご記入下さい。兵庫県内にお住まいの場合は市町名をご記入下さい。

(都道府県名: _____ 都・道・府・県) 海外の場合(国名: _____)

↳ 兵庫県内の場合(市町名 _____ 市・町)

Q2. あなたの性別、年齢を選んで下さい。※それぞれ1つだけ

性別 : 1. 男性 2. 女性
 年齢 : 1. 10歳未満 2. 10歳代 3. 20歳代 4. 30歳代 5. 40歳代
 6. 50歳代 7. 60歳代 8. 70歳代 9. 80歳以上

Q3. 今回の旅行は日帰りですか、宿泊ですか。※1つだけ

宿泊であれば、何泊か、そのうち市内では何泊するか、いくつの施設に宿泊するかをご記入下さい。また、市内ではどのような施設に宿泊するかをご記入下さい。※いくつでも

1. 日帰り 2. 宿泊

↳ 宿泊数 _____ 泊 → うち 市内 _____ 泊 ⇒ 市内宿泊施設数 _____ 施設
 その他県内 _____ 泊

↑ 宿泊した施設の数 ↓

- <市内宿泊施設一覧>
- | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|
| 1. 実家、知人・親戚宅 | 2. 旅館 | 3. ホテル |
| 4. ペンション・民宿 | 5. 保養所・研修所 | 6. キャンプ場 |
| 7. (キャンプ場を除く)車中泊・交通機関内での宿泊 | 8. 別荘・リゾートマンション | |
| 9. 会員制の宿泊施設 | 10. その他 (_____) | |

Q4. 今回の旅行の主要な目的は何ですか。※1つだけ

1. 観光 2. ビジネス
 3. 帰省・知人訪問 4. その他(1~3を除く)(_____)

Q5. 今回のご旅行は、あなたも含めて何人ですか。また、どなたと一緒にのご旅行ですか。

※子供や乳幼児も含む

(_____)人

↳ 2人以上の場合
 1. 家族 2. 友人・知人・恋人 3. 職場・学校等団体旅行
 4. その他(_____)

Q6. 今いる観光地への訪問は、同行の皆さんは何回目になりますか。※回答の合計はQ5と一致

1. 知らない 2. 知っている → 1回目(_____)人、2回目(_____)人
 3回目(_____)人、4回目以上(_____ 回)(_____)人

Q7. (市外にお住まいの方のみお答えください)

この観光地がある市町への訪問は、同行の皆さんは何回目になりますか。※回答の合計はQ5と一致

1. 知らない 2. 知っている → 1回目(_____)人、2回目(_____)人
 3回目(_____)人、4回目以上(_____ 回)(_____)人

Q8. 市内での滞在時間(見込み)はどれくらいでしょうか。

- 1 約30分、2 約1時間、3 約2時間、4 約3時間、5 その他(約 _____ 時間)

Q9. 今回の旅行で訪れた市内の観光地と移動に用いた交通機関及びこれから訪問する観光地についても予定をご記入下さい。※観光地は【表1】より、交通機関は【表2】より番号をお選び下さい。

また、この場所に訪れる前後に立ち寄った（立ち寄る予定の）市町があれば記入下さい。

	ここに来る前にいた場所	現在地	これから行く予定の場所
自宅			
自宅		調査地点	
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			
自宅			</

豊岡市における観光見える化の現状と課題

2016.8.19

豊岡観光イノベーション

TOYOOKA TOURISM INNOVATION

誰に × 何を × どのように
(観光地マーケティング)

ターゲットするマーケットと顧客の特定
競合との差別化(オンリーワン)
独自資源を顧客に届ける(プロモーション)

K K Oからの脱却
⇒見える化の推進

豊岡版DMO

平成28年6月1日 設立

一般社団法人 豊岡観光イノベーション

[所在地]豊岡市役所3階



つながる、
つなぐ、
ひろがっていく

TOYOOKA TOURISM INNOVATION

主な事業内容

- ✓ マーケティング情報の継続的な収集・分析・共有
- ✓ 戦略の策定と推進
- ✓ 事業者のネットワーク化による着地型観光の創出
- ✓ 商品企画と販売
 - ・宿泊予約サイト(Visit Kinosaki)の運営
 - ・着地型体験ツアー等の旅行商品の企画・販売

TOYOOKA TOURISM INNOVATION



ローカルの魅力を磨き上げ、世界に評価される
「小さな世界都市」を演出する

TOYOOKA TOURISM INNOVATION

【設立目的】

当法人は、観光まちづくりの観点から、当該地域の関係者の力を結集し、顧客視点に立ち、地域の魅力を再編集して、地域の稼ぐ力を引き出し、地域経済の活性化に寄与することを目的とする。

TOYOOKA TOURISM INNOVATION

- ✓ ターゲット、競合、独自資源、強みなどを整理する(戦略BASiCSの作成)
- ✓ 目指す地域のあり姿(上位目的、戦略目的)を設定し、それを達成するための活動内容と役割分担を決める(戦略体系図の作成)
- ✓ 活動の評価指標(KPI)を決め、それをモニタリングすることにより、活動の改善を図る

TOYOOKA TOURISM INNOVATION

戦略BASiCS

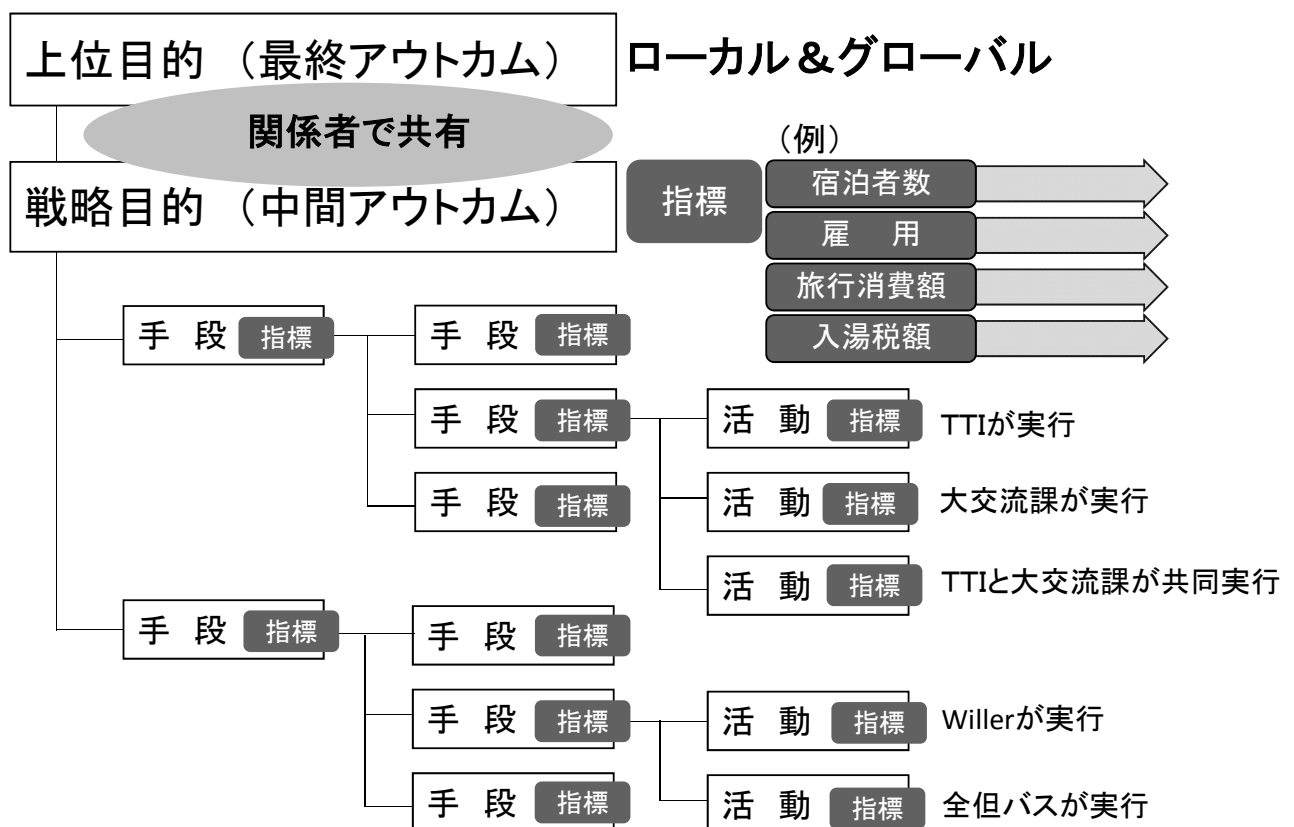
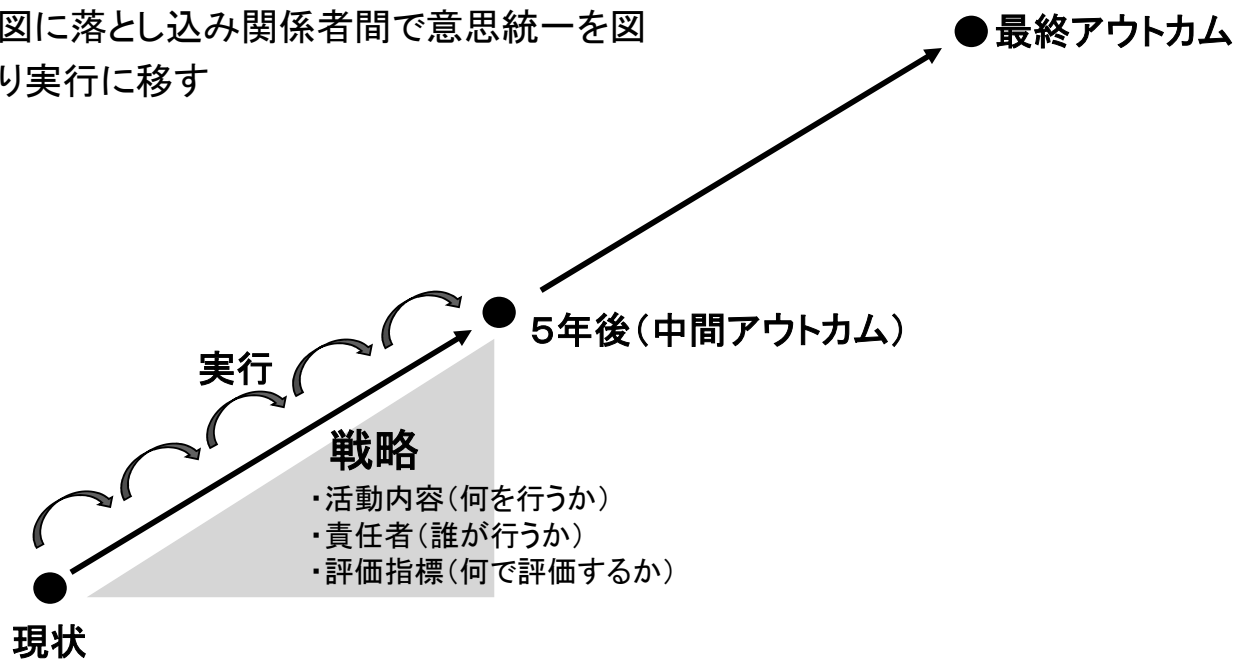
B Battlefield	戦場	うちの商品がなければ何を買いますか？
A Asset	独自資源	なぜSは自分たちしか実現できないのですか？
S Strength	強み・提供価値	なぜ〇〇(競合)ではなくうちの商品を選んだのですか？
C Customer	顧客(ニーズ)	求めているものはなんですか？
Sm Selling Message	宣伝文句	伝えるメッセージはなんですか？

出典: 佐藤義典『図解・実践マーケティング戦略』日本能率協会マネジメントセンター

TOYOOKA TOURISM INNOVATION

観光による地域づくり戦略として戦略体系図に落とし込み関係者間で意思統一を図り実行に移す

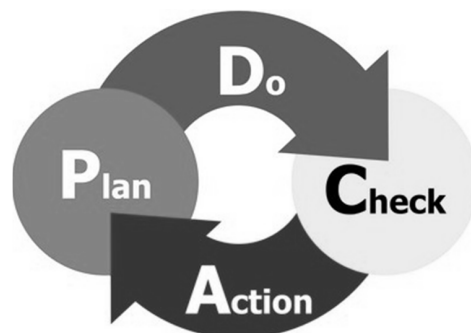
「ローカル&グローバル」を基軸とした将来のあり姿



指標の設定とモニタリング 打ち手の改善



PDCAサイクル



TOYOOKA TOURISM INNOVATION

見える化事業について

<来訪者実態調査(出石地域)>

- ・調査方法 留置き調査 + 会場調査
- ・目的 来訪者の実態調査
- ・期間 平成27年7月・11月
- ・調査場所 皿そば店・観光センター前
- ・サンプル数 1915サンプル(目標2200サンプル・回収率87%)

<インターネット調査(出石地域)>

- ・調査方法 インターネット調査会社への委託調査
- ・目的 “いずしのみらい”の各プロジェクトのポテンシャルを調査し、調査結果をアクションプラン作成で活用する。
- ・期間 平成27年12月
- ・調査エリア 近畿(但馬除く)・岡山
- ・対象者 出石に来訪経験のある20～60代の男女
- ・サンプル数 598サンプル

TOYOOKA TOURISM INNOVATION

検討すべきこと		調査結果から把握が必要なこと
I. 顧客数を ふやす	新規顧客を ふやす 施策を検討	<ul style="list-style-type: none"> 出石に来るひとは、どのような属性か？ 顧客は、どこに宿泊し、どの程度出石に滞在するか？ 出石は何があると顧客に認識されているか？ (顧客は、なぜに出石にくるのか？)
	リピート回数を ふやす 施策を検討	<ul style="list-style-type: none"> リピート顧客はどの程度いるのか？ リピート顧客はどのような属性か？ リピート顧客はなぜ何回も来るのか？
II. 単価を ふやす	(出石での) 宿泊をふやす 施策を検討	<ul style="list-style-type: none"> 出石に宿泊するひとは、どの程度いるか？ 出石に宿泊する顧客は、なぜ出石に宿泊するのか？(ニーズは何か？)
	購買を ふやす 施策を検討	<ul style="list-style-type: none"> 現状での消費単価はいくらぐらいか？ どのような土産物のニーズがあるか？(売れやすいか？)
	体験プログラムを 利用してもらう 施策を検討	<ul style="list-style-type: none"> どのような商品・体験プログラムのニーズがあるか？(売れやすいか？)

上記ポイントについて把握し、最後に示唆をとりまとめ。

TOYOOKA TOURISM INNOVATION

分析ポイント: 分析からの結果(総括)

検討すべきこと	調査結果から把握が必要なこと	分析の結果
I. 顧客数を ふやす	新規顧客を ふやす 施策を検討	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 男性40-60代が多い。 ✓ 来訪者全体のうち日帰り6割、城崎宿泊2割、出石宿泊数%。 ✓ 1-2時間滞在がほとんど。 ✓ 認識されているものは日本文化。そば・歌舞伎・寺社仏閣・紅葉・祭り・酒蔵。
	リピート回数を ふやす 施策を検討	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 新規4割、リピート6割。 ✓ 10回以上リピートは男性40代以上。 ✓ そばの食事が目的(そばが趣味の層が存在ではないか)
II. 単価を ふやす	(出石での) 宿泊をふやす 施策を検討	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 出石宿泊数%。 ✓ 夜の歌舞伎、酒を飲みたい、は宿泊につながりやすいのではない。
	購買を ふやす 施策を検討	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 土産・飲食単価は1-2千円/人。 ✓ その土地とわかり、家庭・職場に喜ばれるもの。
	体験プログラムを 利用してもらう 施策を検討	<ul style="list-style-type: none"> ✓ そば打ち体験はニーズあり ✓ 2時間以内、2-3千円が妥当

上記の結果を踏まえ、

考えられる施策の突破口を次ページ以降検討

- お客さまが認識している出石の資産は「そば・歌舞伎・寺社仏閣・紅葉・祭り・酒蔵」といった日本の伝統文化。40代以上の男性＋夫人という来訪者が多く、そばを求めて来訪するひとが突出して多い。
- マーケティングの視点では、「既に一番になっているものを最も注力する」ことが最も効果的。これを踏まえ、そばを中心にした40代以上の男性＋夫人を対象とした商品や体験イベントに注力することが最も受け入れられやすいのではないかな。
- 例えば、「そば打ち体験」であれば、女性や子ども向けの体験教室ではなく、本格的にそばを打ってみたい40代以上男性を狙い、日本酒をセットにする・数回のコースを設け練習するともっと上達することを伝える・コースを修了したら立派な修了証を渡す・種まきから収穫まで市内で体験できる超本格派コースを作る、また出石焼絵付け体験と組み合わせで「自分だけのそば皿・そばちょこで、自分で打ったそばを食べる」機会を提供するなど、40代以上の本格派志向を持つ男性に受け入れられるコンセプトが大切ではないかな。
- 併せて、40代以上の男性の土産物として、以下のような商品の売り方が考えられる。
 - 【自分用】家族に買って帰れる漬物、車で来たので家で楽しむための日本酒・ビール＋地元の肴（漬物・乾物・干物）、日持ちがして調理も簡単な食べやすいもの（乾麺のそば・漬物など）、
 - 【職場用】部下や女性社員にも喜ばれ配りやすく日持ちがするお菓子（“会社へのお土産に人気”と明記し使い方を案内すると効果的。「出石」のお土産であること、ここでしか手に入らないことが分かりやすいパッケージ）
- また、城崎を訪れている訪日外国人向けに、英語での「そば打ち体験」に加えて寺社仏閣の見学、歌舞伎劇場の見学や貸衣装を着て写真を撮る、そばちょこ作り＋後日発送などの体験プログラムを組み合わせ提供することも考えられる。まちのコンパクトさを活かし、京都では1日では回りきれない経験を提供することで、京都との差別化も可能ではないかな。

見える化事業について

<経済構造分析(出石地域)>

- ・調査方法 事業者アンケート ⇒ 出石地域の産業連関表作成
アンケート調査で得られたデータと既存の「経済センサス」などのデータを使い、出石の産業連関表を作成。出石の産業連関表は、2010但馬地域産業連関表から出石分を抜き出して作成する(按分による)。また、観光部門は細分化する。個人サービス→「飲食・宿泊業」「その他の個人サービス」
- ・目的 出石地域の経済構造を見える化し、地域が儲かる打ち手を検討
- ・期間 平成27年7月～3月

出石で最も外貨を稼ぐ産業は、「製造業」

	移輸出額	移輸入額	域際収支	順位
その他の製造工業製品 (プラスチック製品製造業)	10,588	2,239	8,349	1位
輸送機械	4,741	578	4,163	2位
電子部品	3,761	1,406	2,355	3位
農林業	1,650	266	1,384	4位
飲食・宿泊業	1,258	550	708	5位

TOYOOKA TOURISM INNOVATION

出石で域内生産額が高いのも「製造業」、 輸送機械は自給率も高い

	域内生産額	順位	自給率	順位
その他の製造工業製品 (プラスチック製品製造業)	11,717	1位	33.5%	8位
輸送機械	5,858	2位	65.9%	3位
電子部品	3,913	3位	9.8%	18位
小売	2,406	4位	36.6%	6位
卸売	2,290	5位	18.3%	14位

TOYOOKA TOURISM INNOVATION

小売、飲食・宿泊業は、雇用創出効果が高い

	就業者数 A	域内生産額 B	就業者係数 A/B	順位
その他の公共サービス	236	228	1.03509	1位
教育・研究	316	815	0.38773	2位
小売	733	2,406	0.30466	3位
医療・保険・社会保障・介護	570	1,960	0.29082	4位
飲食・宿泊業	369	1,392	0.26509	5位

就業者係数表より

TOYOOKA TOURISM INNOVATION

他産業への波及効果

他の産業への波及効果が最も大きいのは「輸送機械」

	逆行列係数	順位
輸送機械	1.4115	1位
その他	1.3117	2位
飲食料品	1.1862	3位
パルプ・紙木製品	1.1453	4位
農林業	1.1344	5位

逆行列係数列和(開放型)

TOYOOKA TOURISM INNOVATION

・外貨を稼いでいる産業は「製造業」ですが、製造業に依存しているとも言え、同企業が出石から撤退されると大きな打撃がある。

・「製造業」以外の産業を作っていくことが必要。

・雇用創出効果が高い産業と連関する産業を作っていくことが必要。

・出石において、小売、飲食・宿泊業は、他の産業より雇用創出効果が高いので、これに繋がる産業が望ましい。

・そう考えると、外から観光客を呼び込む新たな産業を起し、小売業、飲食・宿泊業の所得を増やしていくことが、良い。

・単に「文化」を使って、人を呼び込む産業ではなく、小売業、飲食・宿泊業とセットで考える必要がある。

・また、出石において、他産業への波及効果が高い産業は、飲食料品、パルプ・紙木製品、農林業ですので、小売、飲食、宿泊業の仕入れは極力これらを域内で調達することが望ましい。

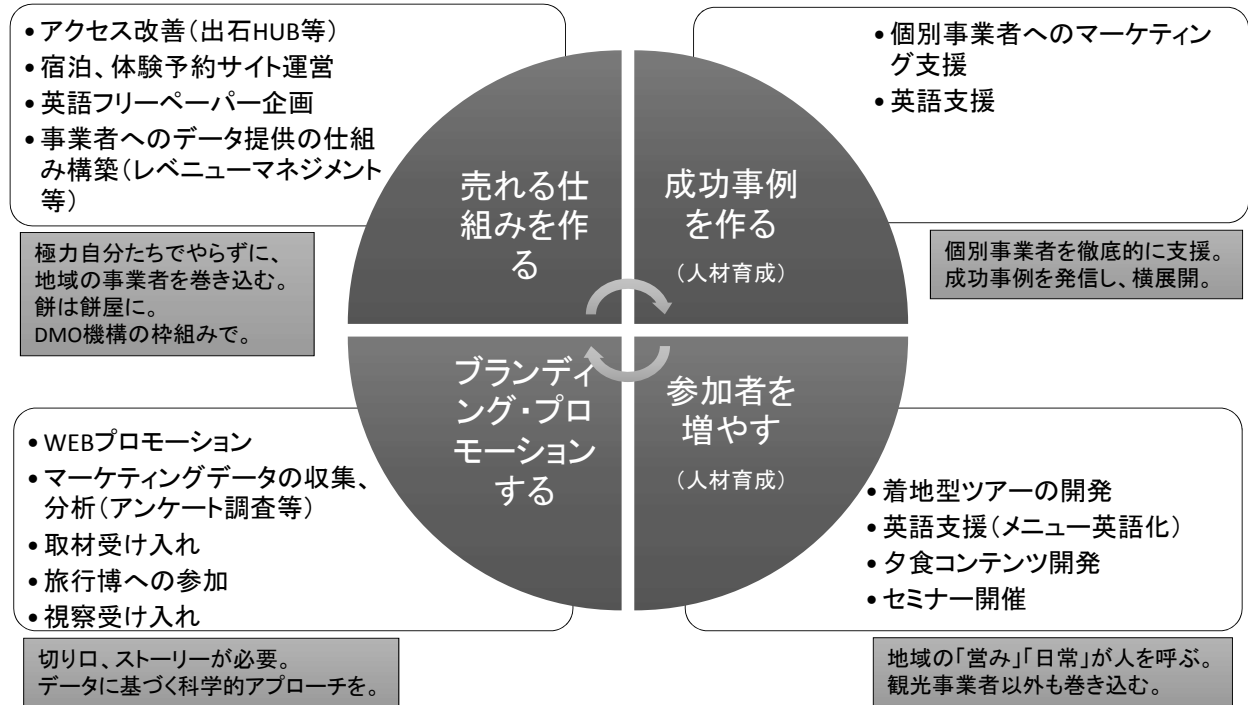
飲食料品、パルプ・紙木製品、農林業を使った新たな特産品開発や、6次産業化という視点も必要。

TOYOOKA TOURISM INNOVATION

課題

1. しっかりと現状の分析が必要
(なぜ豊岡に来たのか、豊岡でなければどこに行っていたのか)
2. 活動内容に対する評価指標の設定とモニタリングが必要
3. 上記1. 2には経費がかかる(収益を生まない)
4. データ分析の専門家の育成が必要

マーケティングデータを活用し、 「観光をイノベーション。観光で地域をイノベーション。」



平成28年度兵庫県統計教育セミナー実施結果

1 目的

教員を対象に統計教育の実施方法のヒントになる実践事例の紹介や実演を行い、統計教育の充実を図る。

2 日時

平成28年8月16日(火)13:30~16:30

3 場所

兵庫県職員会館多目的ホール

4 参加者

主に小・中・高等学校教職員 68名

年度	参加者数	セミナー概要
25	33名	① 『統計的問題解決の視点をもった統計グラフ作成の指導について』 ② 『電池の再生時間を基にした統計授業の実施について』
26	53名	① 『統計的思考力を育む授業実践』 ② 『岐阜県データ活用講座の実践 ～学校現場のニーズに応じた統計教材の提供～』
27	50名	① 『統計教育が必要とされる背景と実践例』 ② 教材事例を用いたワークショップ

5 セミナー概要

(1) 講師

愛知教育大学准教授 青山和裕

(2) 内容

ア 講演(60分)

「次期教育課程も踏まえた統計教育の指導について

～アクティブ・ラーニングに応じた教材体験を通じて～

イ ワークショップ(90分)

「バランスが良い人はどんな人か分析してみよう」

6 セミナーに対する感想

(1) 講演「次期教育課程も踏まえた統計教育の指導について

～アクティブ・ラーニングに応じた教材体験を通じて～

ア 大変参考になった	45名(74%)
イ 参考になった	12名(20%)
ウ 参考にならなかった	0名
エ 無回答	4名(6%)

(2) ワークショップ「バランスが良い人はどんな人か分析してみよう」

ア 大変参考になった	39名(64%)
イ 参考になった	17名(28%)
ウ 参考にならなかった	0名
エ 無回答	5名(8%)

※回答率89%

セミナーの状況



1 趣旨

昨年度の統計委員会において、県ホームページの統計関係の入口部分の工夫等についてご意見をいただいたこと、また、平成28年度に県のホームページリニューアルの予定があることから、その更新にあわせて、統計課ホームページの利便性向上を図るため掲載内容の改訂・見直し等を行い、利用者がより使いやすいものとする。

2 現在の取り組み状況

- (1) 検索性ページ「キーワードでさがす」等を新設し、調べたい項目を容易に探せるよう変更するなど、下記表の「改訂方針」のとおり変更する予定。
- (2) 県ホームページの全面改訂にあたっては、担当する広報課から基本となる共通部分等の枠組みについて、県の方針が示され、その条件のもとで、利用者にわかりやすく、使いやすいものに改正するという意図が最大限活かせるよう、改正案を検討しているところである。

項 目	改訂方針
<p>① 検索性をもたせて、探しているデータが検索しやすいよう見直す。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 第2分類トップに、統計課ホームページの目次機能を持たせた「<u>キーワードでさがす検索</u>」として新設予定。 ・ 第3分類に、目的の調査等を容易にみつけることができるよう検索性キーワード、統計名称等を掲載した「・調べたい項目でさがす」を新設予定。 ・ 掲載された各検索性キーワード及び調査名称等には、クリックすると該当ページにジャンプ、表示できるようにリンク設定予定。
<p>② 県庁各部署の統計データ等の表示について、わかりやすいよう工夫を行う。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 第2分類「<u>お知らせ・その他の統計データ</u>」から「<u>その他の統計データ等</u>」として独立予定。 ・ 第3分類に「・県庁各部署の統計データ等」を新設予定。県庁各部署（統計課以外）の統計データを検索しやすく表示。
<p>③ 21世紀兵庫長期ビジョン、兵庫県地域創生戦略に係るデータなども見られるようにする。 また、国の統計データ等についても情報提供をする。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「<u>その他の統計データ等</u>」の第3分類に「・兵庫県地域創生戦略」「・21世紀兵庫長期ビジョン」「・関西広域連合」を新設予定。 ・ 第3分類「・国の統計データ等」の中に e-Stat、RESAS 等国の統計情報を掲載予定。

3 広報課からの情報提供（平成28年8月現在）

- 広報課が共通の枠組みとして、各課に示した案によれば、第1分類は現在「統計」のところ、県全体の調整や他の行政等を参考にした結果、「県政情報・統計」となる予定。
- ただし、第1分類で「県政情報・統計」を選択し、「統計」のタブをクリックすれば統計メニューが表示される予定。



統計



新着情報

- 2月10日 **大型小売店販売 調査の概要** NEW
- 2月9日 **統計庁行物の購入方法** NEW
- 1月29日 **推計人口_兵庫県**
- 1月29日 **神戸市の消費者物価指数(速報)**
- 1月29日 **完全失業率**
- [新着情報一覧を見る](#) NEW **新着情報のRSS**

注目情報

- **推計人口_兵庫県**
- **四半期別兵庫県内GDP速報(兵庫QE)**

人口・土地統計

- 推計人口・面積
- 国勢調査
- 住宅・土地統計

農林水産統計

- 農林業センサス
- 漁業センサス

事業所統計

- 特定サービス産業実態調査
- 事業所・企業統計調査
- 経済センサス

商工業統計

- 大型小売店販売額
- 鉱工業指数
- 工業統計調査
- 商業統計調査

労働・賃金統計

- 毎月勤労統計調査
- 労働力調査
- 就業構造基本調査

物価・家計統計

- 消費者物価指数
- 家計調査
- 全国消費実態調査

教育統計

- 学校基本調査
- 学校保健統計調査

経済統計

- 景気動向指数
- 四半期別県内GDP速報
- 県民経済計算
- 市町民経済計算
- 産業連関表

くらし統計

- 社会生活基本調査

厚生統計

- 人口動態調査
- 医療施設調査
- 平均寿命
- 高齢化率
- 合計特殊出生率
- 医師・歯科医師・薬剤師調査
- 保健統計生報
- 社会福祉統計生報

お知らせ・その他の統計データ

- お知らせ
- 統計委員会
- 刊行図書データ等
- その他の統計データ

ホーム＞統計



統計



新着情報

- 2月10日 [大型小売店販売 調査の概要](#) New
- 2月9日 [統計刊行物の購入方法](#) New
- 1月29日 [推計人口](#) 兵庫県
- 1月29日 [神戸市の消費者物価指数\(速報\)](#)
- 1月29日 [完全失業率](#)
- [新着情報一覧を見る](#) New [新着情報のRSS](#)

注目情報

- [推計人口](#) 兵庫県
- [四半期別兵庫県内GDP速報\(兵庫QE\)](#)

キーワードでさがす

人口・土地統計

- ・調べたい項目でさがす

- ・推計人口・面積
- ・国勢調査
- ・住宅・土地統計

事業所統計

- ・経済センサス
- ・事業所・企業統計調査
- ・特定サービス産業実態調査

商工業統計

- ・工業統計調査
- ・商業統計調査
- ・百貨店・スーパー販売

農林水産統計

- ・農林業センサス
- ・漁業センサス

労働・賃金統計

- ・毎月勤労統計調査
- ・労働力調査
- ・就業構造基本調査

物価・家計・くらし統計

- ・小売物価統計調査
- ・消費者物価指数
- ・家計調査
- ・全国消費実態調査
- ・社会生活基本調査

教育統計

- ・学校基本調査
- ・学校保健統計調査

経済統計

- ・県民経済計算
- ・四半期別県内GDP速報
- ・市町民経済計算
- ・景気動向指数
- ・鉱工業指数
- ・産業連関表

その他の統計データ等

- ・県庁各部局の統計データ等
- ・兵庫県地域創生戦略
- ・21世紀兵庫長期ビジョン
- ・関西広域連合
- ・国の統計データ等

お知らせ・統計情報

- ・お知らせ(セミナー・コンクール等のご案内)
- ・兵庫県統計委員会
- ・統計資料コーナーのご案内
- ・刊行図書データ(兵庫県統計書、県勢要覧、市区町別主要統計指標等)

平成23年兵庫県産業連関表の概要

兵庫県企画県民部統計課
政策統計担当



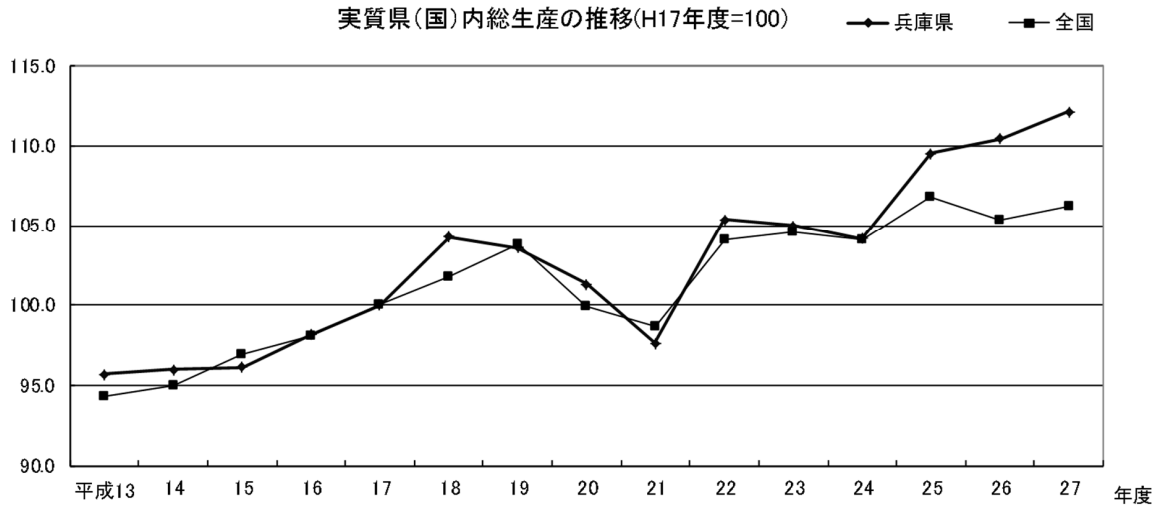
1

報告のあらまし

- 1 産業連関表の概要
- 2 経済波及効果の推計
- 3 今後の公表予定

最近の兵庫県経済の推移

H20年金融危機から回復、H23年東日本大震災発生時停滞



(資料)全国:内閣府「国民経済計算」、兵庫県統計課「県民経済計算」

3

産業連関表とは

- 産業連関表とは、一定の期間(通常1年間)に、特定の地域(兵庫県等)で行われた生産物(財貨・サービス)についての産業相互間の取引、産業と消費者間などの取引を、網の目の形(行と列)で示した表
- 平成23年兵庫県産業連関表概要版
(平成28年3月31日公表)
 - ・ 取引基本表・投入係数表・逆行列係数表・雇用表(188部門・107部門・39部門)
 - ・ 推計期間:平成23年1月~12月(1年間)

産業連関表の概略

		内生部門				外生部門				県内生産額			
需要部門(買い手)		中間需要				最終需要					(控除)		
		1	2	3	計	家計外消費支出	消費	固定資本形成	在庫	移輸出	計	移輸入	
		農林水産業	鉱業	製造業									
		供給される財・サービス				A					B	C	A+B-C
供給部門(売り手)													
内生部門	中間投入	1農林水産業	↓列 →行	原材料・粗付加価値の費用構成(投入)	生産物の販路構成(産出)								
		2鉱業											
		3製造業											
		計				D							
外生部門	粗付加価値	家計外消費支出					GDE(県内総支出)						
		雇用者所得											
		営業余剰											
		資本減耗引当											
		間接税(控除)補助金											
	計	E										← GDP(県内総生産)	
	県内生産額	D+E											

5

産業連関表作表状況

基本表は5年に1回作成、H23年表は「経済センサスー活動調査」利用のため繰り下げ

兵庫県における作成状況

回 目	対象年次	公表年月
1	昭和30年(1955年)	昭和36年3月
2	昭和35年(1960年)	昭和37年7月
3, 4	昭和50年(1975年)及び 昭和53年(1978年)	昭和56年3月
5	昭和55年(1980年)	昭和59年2月
6	昭和60年(1985年)	平成元年7月
7	平成2年(1990年)	平成7年3月
8	平成7年(1995年)	平成12年3月
9	平成9年(1997年)	平成13年7月
10	平成12年(2000年)	平成16年11月
11	平成17年(2005年)	平成21年11月
12	平成23年(2011年)	平成28年3月

6

平成23年表作表部門 (統合大分類39部門表により報告書作成)

平成23年(2011年)表の概要

区分(全国表の区分に同じ)	兵庫県表	全国表
作業分類(基本分類)	行518×列396	行518×列397
基本分類(統合小分類)	188	190
統集中分類(統集中分類)	107	108
統合大分類(統合大分類)	39	37
ひな型(ひな型)	15	13

平成23年表(3部門表)の概要

平成23年兵庫県産業連関表のひな型(生産者価格評価)

(単位:100億円)

需要部門 → 投入される財・サービス ↓	中間需要部門(=産業部門)				最終需要部門				県内生産額
	第1次産業	第2次産業	第3次産業	中間需要計	消費	投資	移輸出	移輸入	
第1次産業	2	32	6	40	16	1	6	▲ 40	22
第2次産業	5	755	212	971	224	269	1,067	▲ 936	1,595
第3次産業	4	326	477	807	1,323	83	370	▲ 616	1,967
中間投入計	11	1,112	695	1,819	1,563	353	1,442	▲ 1,592	3,584
雇用者所得	3	274	650	926	≒GDE(県内総支出) ≒分配所得				
営業余剰・他	8	209	622	839					
粗付加価値計	11	483	1,272	1,765	≒GDP(県内総生産)				
県内生産額	22	1,595	1,967	3,584					

「県内生産額」は、各種動態統計や工業統計等のセンサス等から推計する。

「産業連関表の生産額」=「中間投入額」(原材料・燃料・サービス等)+「粗付加価値」(≒GDP)

産業連関表主要項目

県内生産額35兆8,407億円(H17年比▲1.4%)
粗付加価値額17兆6,543億円(同▲4.8%)

産業連関表の主要項目の推移

主要項目	実額(億円)			対前回増減率(%)		構成比(%)		
	平成12年	平成17年	平成23年	H17/H12	H23/H17	H12	H17	H23
県内生産額	374,326	363,652	358,407	▲ 2.9	▲ 1.4	100.0	100.0	100.0
中間投入額	175,196	178,210	181,863	1.7	2.1	46.8	49.0	50.7
付加価値額	199,130	185,442	176,543	▲ 6.9	▲ 4.8	53.2	51.0	49.3
最終需要合計	344,872	343,237	335,072	▲ 0.5	▲ 2.4	66.2	65.7	64.7
県内最終需要	200,598	193,047	190,851	▲ 3.8	▲ 1.1	38.5	36.9	36.9
消費	151,441	149,747	156,260	▲ 1.1	4.3	29.1	28.7	30.2
家計外消費支出	7,480	6,255	4,912	▲ 16.4	▲ 21.5	1.4	1.2	0.9
民間消費支出	111,748	109,336	112,982	▲ 2.2	3.3	21.5	20.9	21.8
一般政府消費支出	32,213	34,156	38,365	6.0	12.3	6.2	6.5	7.4
投資	49,157	43,299	34,592	▲ 11.9	▲ 20.1	9.4	8.3	6.7
公的総資本形成	14,430	8,147	5,734	▲ 43.5	▲ 29.6	2.8	1.6	1.1
民間総資本形成	36,044	33,844	28,009	▲ 6.1	▲ 17.2	6.9	6.5	5.4
在庫品増加	▲ 1,317	1,308	848	199.3	▲ 35.2	▲ 0.3	0.3	0.2
移輸出額	144,274	150,191	144,221	4.1	▲ 4.0	27.7	28.7	27.9
移輸入額	146,282	158,815	159,208	8.6	0.2	28.1	30.4	30.8
総需要額	520,609	522,466	517,615	0.4	▲ 0.9	100.0	100.0	100.0

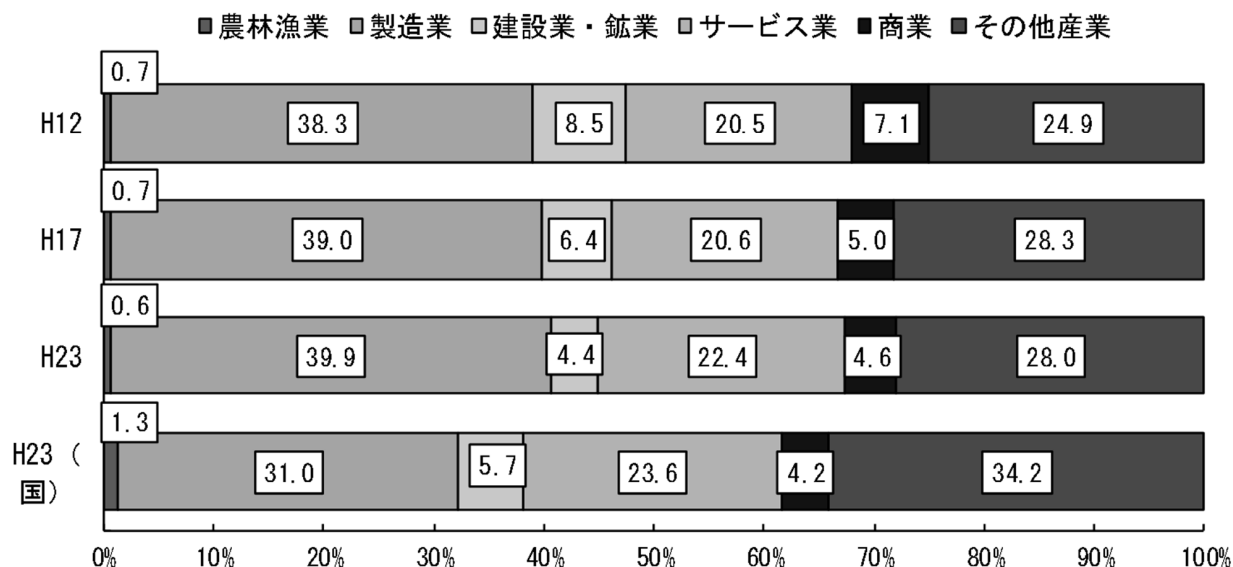
9

県内生産額の推移

H23年対前回寄与度

サービス業+1.50、製造業+0.32、商業▲0.41

県(国)内生産額の産業別構成比の推移



雇用表の概要

- ・産業連関表の附帯表の一つ
- ・各部門の生産活動に投入された従業者数、雇用者数
- ・生産波及効果にともなう新規雇用者数の推計に利用

平成23年兵庫県雇用表（3部門表）（単位：千人）

部 門	従業者総数	個人業主・		有給役員	雇用者
		家族従業者	役員雇用者		
第1次産業	58	48	10	2	8
第2次産業	579	55	524	43	482
第3次産業	1,813	180	1,633	95	1,538
合計	2,451	283	2,167	140	2,028

11

2 経済波及効果の推計

- 1 生産誘発額（相対的経済効果比較）
- 2 付加価値誘発額（対GDP比較）
- 3 雇用誘発数（雇用効果比較）

表 姫路城グランドオープン後の経済波及効果概要（単位：億円）

項 目	兵庫県	姫路市	備 考
生産誘発額	615.5	424.2	経済効果(売上額の合計)
直接効果	418.4	320.7	最終需要額
第一次間接効果	104.8	53.3	原材料消費から誘発効果
第二次間接効果	92.3	50.2	民間消費支出による誘発効果
付加価値誘発額	356.8	228.0	(売上額－経費等)の合計
名目GDP	198,249	21,528	平成26年度速報
名目GDP比(%)	0.3	2.0	
就業者誘発数	6,680	3,412	個人業主、雇用者等

(資料)兵庫県「平成23年兵庫県産業連関表」、地域経済指標研究会「平成23年姫路市産業連関表」

12

生産波及の推移(逆行列係数)

単位当たりの最終需要に対する全産業平均
の生産波及(1.304)の大きさは上昇

生産波及の大きさ(全産業平均)

項 目	H12	H17	H23	H23-H17
$(I-A)^{-1}$ 型	2.057	2.235	2.326	0.090
$[I-(I-M)A]^{-1}$ 型	1.299	1.294	1.304	0.010

※統合大分類部門表(39部門)全産業平均による

※ $[I-(I-M)A]^{-1}$ 型は、波及効果のうち県内分を抽出したもの

13

産業連関分析ワークシートの概要

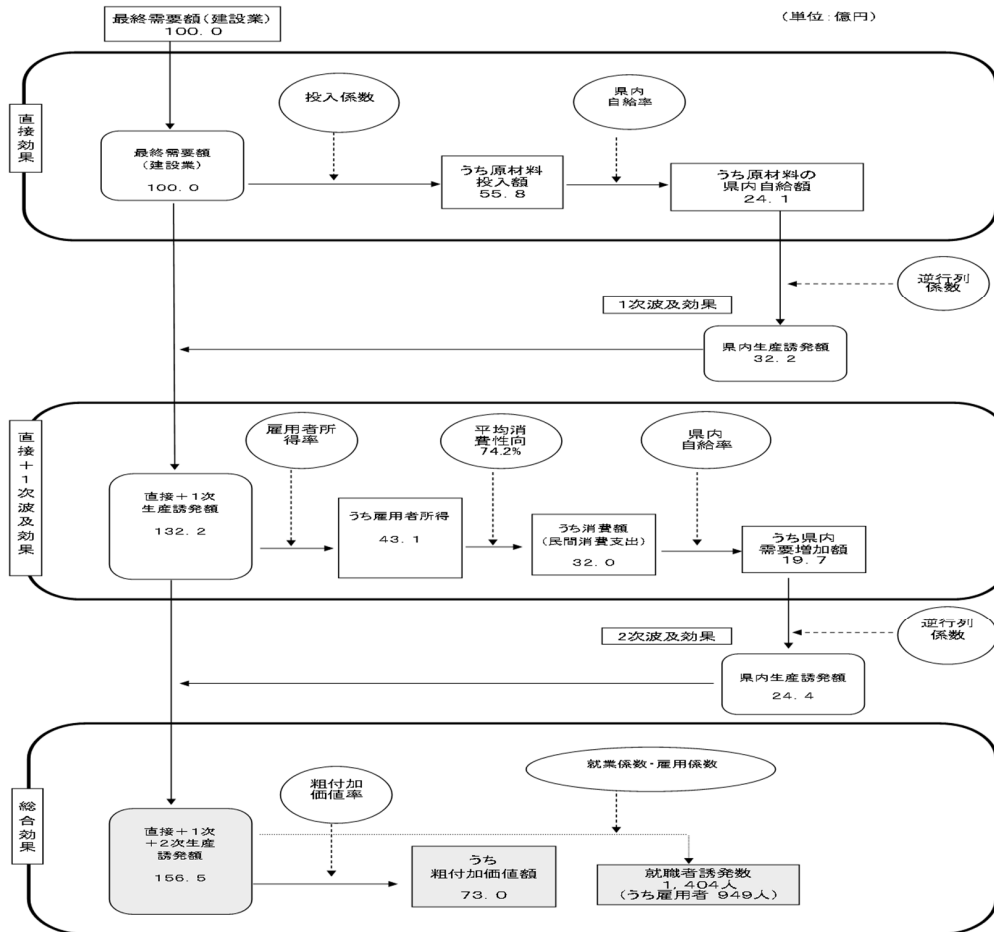
http://web.pref.hyogo.lg.jp/ac08/ac08_2_000000016.html

- 1 産業部門ごとの経済波及効果推計
- 2 イベント開催による訪問者消費がもたらす経済波及効果
- 3 企業の立地及び設備投資がもたらす経済波及効果
- 4 建設投資(工事種類別)がもたらす経済波及効果
- 5 高齢者福祉施設建設及び運営がもたらす経済波及効果
- 6 製造業部門の増産がもたらす経済波及効果
- 7 輸出増加がもたらす経済波及効果
- 8 生産増加が環境にもたらす効果
- 9 価格変化がもたらす効果
- 10 部門別経済波及が税収にもたらす効果

14

(図) 建設業最終需要額100億円 経済波及効果分析フローチャート

(単位: 億円)



3 今後の公表予定

1 平成23年兵庫県地域間産業連関表の作成

兵庫県産業連関表HP URL

http://web.pref.hyogo.lg.jp/ac08/ac08_2_000000020.html

2 平成23年市町産業連関表・産業連関分析ワークシートの作成

(兵庫県・兵庫県立大学政策科学研究所)

兵庫県立大学政策科学研究所 URL

<http://ips-u-hyogo.jp/project/category/areaindex/>