

令和 6 年度

宮古島市地域内経済循環推進業務

業務報告書

令和 7 年 2 月

沖縄県宮古島市

一般社団法人 持続可能な地域社会総合研究所

目次

I 全体概要	1
1. 事業の背景	1
2. 業務の目的	1
3. 業務の実施方針	2
4. 業務の実施フロー	3
5. 業務の実施体制	3
II 事業の進め方	5
1. 円卓会議方式の採用	5
2. ステークホルダーの招集について	5
3. 地域内経済循環把握のための新たな調査手法	5
(1) 産業関連表分析との違い	5
(2) 調査分野について	6
(3) 【消費事業体・流通事業体・生産事業体】区分について	6
(4) 所得創出額算出イメージ	7
4. 具体的な調査方法	8
(1) 調査概要	8
(2) 調査手法	9
(3) 事業体調査の全体フロー	11
III 産業関連表による分析結果の共有	36
1. 既存資料、データによる地域経済循環の現状と課題	36
(1) 地域経済循環の仕組みの再確認	36
(2) 宮古島市の産業関連表等から見る地域経済循環構造の課題	37
2. 「みやこ経済循環円卓会議①」の開催・運営	40
(1) 開催日時・場所等	40
(2) 内容	41
IV 経済循環効果把握のための新たな調査の実施	43
1. 現状結果（定量データ）	43
(1) 購入（仕入）額	43
(2) 域内購入（仕入）率	46
2. 現状結果（定性データ）	49
(1) 地元産品の取り扱い事業体数	49
(2) 地元産品を仕入れている理由	51
(3) 今後仕入を開始・拡大したい地元産品	52

(4)	地元産品を促進する取り組みへの参加・利用の可否.....	56
(5)	事業継続の見通し	57
(6)	地産地消・地元産品利用を伸ばすアイデア	58

V 調査の推進体制づくり 60

1.	地域内経済循環促進のために関係機関・事業者との連携を推進する「みやこ経済循環円卓会議」の実施	60
2.	事業体調査チーム.....	60
3.	調査説明会「みやこ経済円卓会議②」の開催・運営	61
(1)	開催日時・場所等	61
(2)	内容	62

VI 調査・分析を継続する仕組みづくり 64

1.	「市役所成果報告会」の開催・運営	64
(1)	開催日時・場所等	64
(2)	内容	65
2.	調査票の記入マニュアルの作成.....	66

VII 次年度に向けた課題整理 67

1.	本年度のまとめ	67
(1)	充実した調査チームの構築、運営	67
(2)	高い域内購入率が判明 ～ 今後の力点は「地産化」	67
(3)	多様な地元産品の利用状況と利用拡大の課題を集約.....	67
2.	今後の展望	68
(1)	流通ならびに生産段階の調査とデータ統合	68
(2)	一般世帯も含めた宮古島市全体の域内経済循環シミュレーションへ	68
(3)	EBPM に基づく政策サイクルを試行へ	70

I 全体概要

1. 事業の背景

宮古島市では第2次宮古島市総合計画（平成29年度（2017年度）～令和8年度（2026年度））において、「島の特色を活かした産業の振興、多彩な交流・活力にあふれる宮古」を施策の大綱の4つ目に掲げ、その実施計画においては「島の発展を支える農林水産業の振興」の方針として、「魅力ある農林業の振興発展を目指し、担い手の育成・確保や他産業との連携を図るとともに、流通対策の強化、地元産物の消費拡大を推進し、農林業の生産額向上を図ります。」、「魅力ある商工業の振興」の方針として「また、地元生産品の販路開拓・拡大を図るとともに、事業者の経営基盤の強化に向けた支援に取り組みます。」などを謳っている。

こうした宮古島市としての大きな方針・計画の下施策を実施する中で、令和3年度「宮古島市農林水産物流通・加工に関する基礎調査」事業により、かねてより不安視していた『食料外部依存』と『農林水産物の市外出荷と観光需要依存による外部依存型経済』の2つ問題を有していることが明らかとなった。（参考：「令和3年度 宮古島市農林水産物流通・加工に関する基礎調査業務 報告書」）また、当該調査事業を受け、この2つの問題に対して取り組みやすい市内部の課題への取り組みとして、地産地消の推進に向けた施策が現在もなお継続して行われている。

また、令和4年度には「地産地消による地域内経済循環システム構築事業」の一環として「宮古島市地域内経済循環分析」を実施し、本市独自の産業連関表の作成、漏れ穴分析を行った。その結果から、産業全体においては86,288百万円のお金の漏れが発生していることが推計され、部門別では「食料品」で最も多くお金の漏れが発生している推計結果が導き出された。（参考：「地域内経済循環分析及び継続体制構築業務 成果報告書（産業連関表の開発と分析）」、「地域内経済循環分析及び継続体制構築業務 成果報告書（参考資料：漏れ穴分析）」）令和5年度には、産業連関表のデータを活用したワークショップ等を開催するとともに、産業連関分析を政策立案に活用するため、市職員を対象として、産業連関表の読み解き方や活用方法について研修を行っている。

2. 業務の目的

これまでの調査事業からも明らかなように、食料などの資源を市外からの調達に一部依存していることに伴って、地域内所得の流出や将来的には外部環境の変化に伴うリスクが生じていることから、現在宮古島市では食の地産地消などの取り組みを通じて、地域内経済循環づくりに取り組んでいる。

多くの市民や事業者とともに、こうした地域内経済循環づくりに取り組んでいくためには、これまでの調査で明らかとなっている経済や産業の構造、そこから見えてくる課

題や地産地消による効果を市民や事業者と共有し、経済循環づくりに向けた取り組みを促していくことが重要である。このため、宮古島市の産業構造や経済状況を把握し、経済の「漏れ穴」を分析した上で、市の政策・事業の効果を客観的に評価する仕組みを継続的に回していくことが必要となる。

令和 6 年度以降においては、産業連関表によって把握できるマクロな経済・産業構造の状況について、引き続き、広く市民や事業者に分かりやすく共有し、経済循環の重要性の理解を広めるとともに、産業連関表では把握することが難しい個別の取り組みによる効果を把握するための新たな調査の実施と調査・分析手法の確立に向けて、必要な事項に取り組むものとする。

3. 業務の実施方針

令和 4 年度宮古島市地域内経済循環分析の結果から、特に「食料品」産業におけるお金の漏れ（域外流出）が比較的多いことから、本業務では「食料品」産業のさらに詳細な地域内経済循環分析を行っていく。また、「食料品」産業においては、令和 3 年度宮古島市農林水産物流通・加工に関する基礎調査事業から、市民（市内消費者）は内食（自炊）・中食・外食の中では自炊の頻度が最も高いため、小売業の地産地消割合を上げていくことが効果的である一方、外食産業は自炊や中食に比べ市内産食材消費志向が強い傾向があること、かつ外食は 1 食あたりの単価が高いため経済規模的には外食における地産地消率を高めていくことも効果的との示唆を得ている。このことから、本業務では「食料品」産業の中でも特に「外食産業」を対象とした地域内経済循環分析を実施することとした。

また、業務目的から、本業務は大きく以下 2 つのことに重点をおいて進めていく必要がある。

- ① 市民・事業者にわかりやすく情報を共有し、巻き込んだ展開としていくこと
- ② 産業関連表によるマクロな経済・産業構造の状況把握よりも個別かつ詳細な域内経済循環を把握するための新たな調査の実施と調査・分析手法の確立

地域内経済循環を高め、市民所得の向上につなげていくことは単年や短期間の行政施策だけでは困難であり、継続的・連続的な施策や取り組みとしていくためには、EBPM（エビデンス・ベースト・ポリシー・メイキング。証拠に基づく政策立案）（参考：内閣府 https://www8.cao.go.jp/jinji/saiyo/kousotsu_syakaijin/ebpm/index.html（令和 7 年 1 月 31 日時点））、根拠に基づいた政策の立案が重要である。そのため、②のより詳細な経済循環を把握するための調査の実施および今後も都度政策効果の検証、プランニングができるよう、調査・分析手法の確立を行っていく。また、調査の実施そのものや立案した政策を実行していくためには、各産業のステークホルダーをはじめとした市民の理解・協力が不可欠であることから、②を推し進めながらも、その前後において①の取り組みが非常に重要となる。

4. 業務の実施フロー

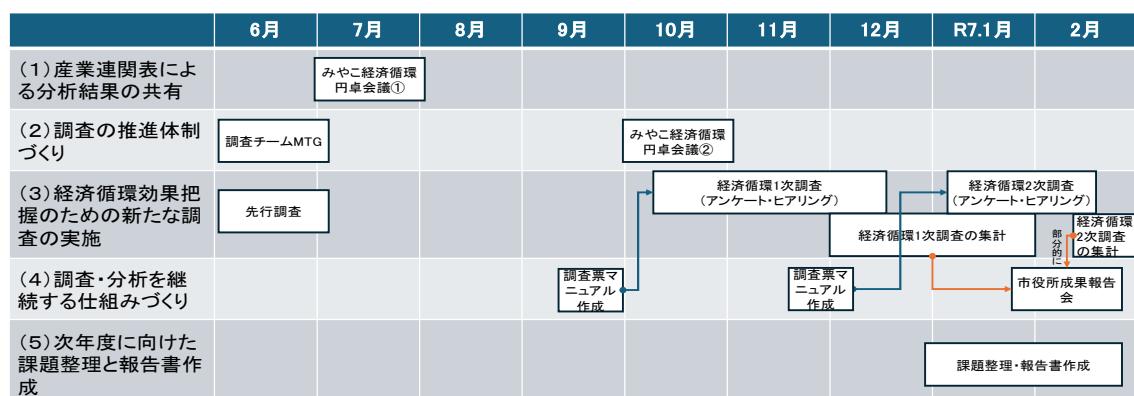


図1 業務の実施フロー図

5. 業務の実施体制

業務受託者：一般社団法人 持続可能な地域社会総合研究所（島根県益田市）

業務責任者：代表理事 藤山 浩

分 析：理事 森山 慶久

業 務 支 援：研究マネージャー 田中 宏美

業 務 支 援：研究マネージャー 山下 知子

再委託先1：株式会社 シグマ（沖縄県宮古島市）

再委託先2：株式会社 バイタルリード（島根県出雲市）

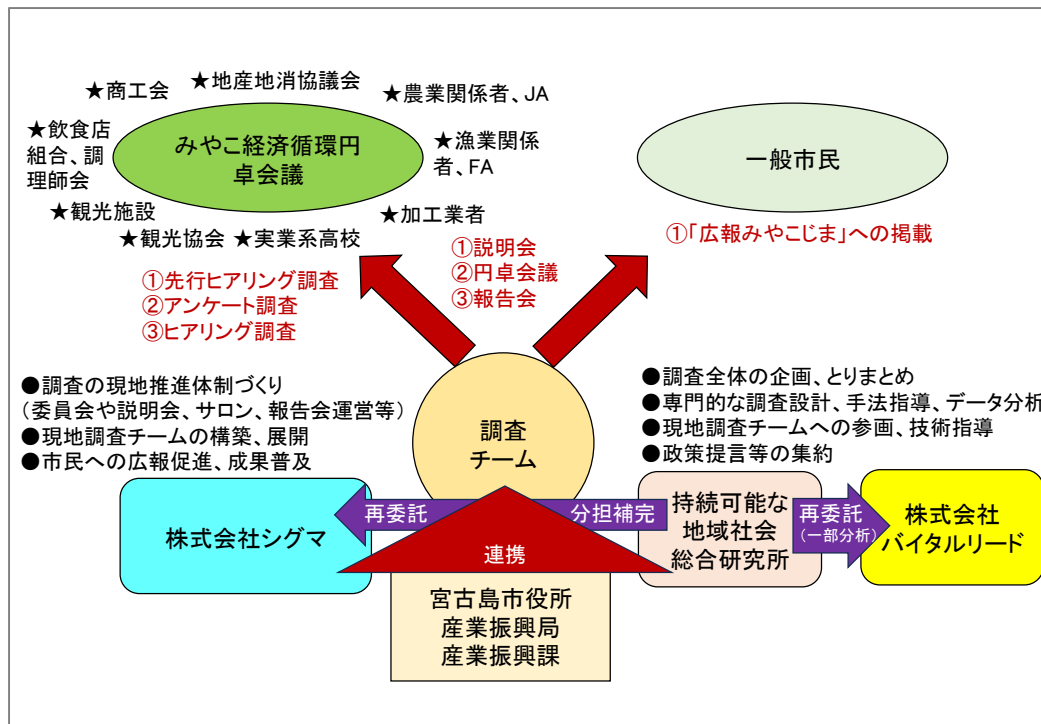


図 2 業務の実施体制ならびに役割分担(本事業事業計画書より一部変更して掲載)

Ⅱ 事業の進め方

1. 円卓会議方式の採用

本事業での円滑な調査・分析の実施、令和6年度以降も持続的な取り組みとしていくために、過去に宮古島市が推進してきた事業の延長線上に本事業があること、将来的に域内経済循環の改善が市民にとっても意義のあることを、特にステークホルダーに理解していただくことを目的に、市民や事業者に分かりやすく説明できる資料を作成し、経済循環に対する理解を深めるための場を企画・開催した。

なお、説明者からの一方的な説明に留まらないよう、円卓会議の方式（参考：内閣府「社会的責任に関する円卓会議」

<https://www5.cao.go.jp/npc/sustainability/forum/about/index.html>（令和7年1月31日時点））を採用し、市内の「食料品」に関わるステークホルダーを招集し、本事業への理解・協力を求めるとともに調査実施の参考となる意見収集・アドバイス教授・情報交換を行い、今後も本事業と一緒に取り組む仲間としての意識形成に取り組んだ。

2. ステークホルダーの招集について

円卓会議の実施にあたっては、事業に共に取り組み、今後も継続的な関わりを求めるコアなステークホルダーとして、一般参加者とは別にコアメンバーを招集することとした。コアメンバーは主に「食料品」業界に関わる各種団体（飲食事業、宿泊事業、観光事業、公的機関等）からバランスよく、また会の運営上10～20名以内の人数となるよう調整しながら、声かけを行っていった。

3. 地域内経済循環把握のための新たな調査手法

（1）産業関連表分析との違い

本業務ではシンクタンク「ニューエコノミック・ファウンデーション」が開発したLM3と呼ばれる域内経済循環の測定手法を用いて調査を行っている。

産業関連表は、一定の地域内における経済構造を総体的に明らかにするとともに、経済波及効果分析や各種経済指標の基準改定を行うための基礎資料を提供することを目的に作成しており、一定期間（通常1年間）において、財・サービスが各産業部門間でどのように生産され、販売されたかについて、行列（マトリックス）の形で一覧表にとりまとめたもの。（参考：総務省「産業関連表とは」

https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/data/io/t_gaiyou.htm（令和7年1月31日時点））

そのため、今回の宮古島市の「食料品」産業の中の外食部門のような、市町村単位の特定の産業におけるより限られた部門に対する地域内経済循環効果を明らかにする手法には適していない。

一方 LM3 は、特定の部門の関連する事業体への地道なヒアリング調査から地域内経済循環の分析が可能であり、事業体へのヒアリングという調査手法上、より小規模な地域における分析を得意としている。

（２）調査分野について

域内経済に与える影響が大きく、且つ域内で代替可能な食料品を多く取り扱う「飲食店、宿泊施設」を今回の調査対象とした。また、本調査では食料品を中心に調査を実施したが、これは先に述べた理由以外にも大きく次の３つのことを理由としている。

- 食料品は支出額（仕入額）が大きく、域外への支出が大きな分野であること。
- 食料品は域内生産物での代替可能性が最も高く、且つ調達物を域内生産物で代替した場合の所得創出効果が大きいこと。
- 食料以外の分野についても拡大を考慮検討する場合、調査量が非常に大きくなることが予想される。従って、支出規模が大きく、且つ域内生産物での代替可能性と所得創出可能性の高い食料を、まず優先して実施することが好ましいこと。

飲食店、宿泊施設の調達額および調達先、域内調達が生産に携わる事業体にもたらしている所得、流通・販売に携わる事業体にもたらしている所得、積極的に域内調達を拡大しようとする場合に妨げとなる諸問題（体制・制度等）を把握することで、域内調達拡大による新たな所得創出方策の案出等に、活用できるデータを得ることが期待される。

（３）【消費事業体・流通事業体・生産事業体】区分について

本業務では、宮古島市の産業構造等を勘案し、調査対象となる事業体を下記のとおり整理した。

大分類は【消費事業体・流通事業体・生産事業体】の３カテゴリーに分け、中分類は事業体種類毎に分類した。なお、飲食店、宿泊施設、は【消費事業体】に属する。

以下に大分類と中分類の対応表の例を示す。

大分類	中分類（事業体種類）
消費事業体	飲食店、宿泊施設
流通事業体	小売業、卸売業、製造業
生産事業体	米・生鮮野菜等の生産者、漁家、畜産

消費事業体では食料の取扱いがあると思われる宿泊施設、飲食店、流通事業体では食料の仕入や販売があると思われる小売業・卸売業、製造業、生産事業体では、農業（野

菜、畜産)、漁業の生産者や法人(農業法人など)に属する。

消費に属する飲食店、宿泊施設だけでなく、【消費⇒流通⇒生産】(1サイクル)まで追跡調査することにより、飲食店、宿泊施設を出発点とした場合、域内にどの程度の所得額(人件費)が創出され、どの程度お金が循環しているかを把握することが可能となる。

(4) 所得創出額算出イメージ

宮古島市で観光客が飲食店を利用した場合を想定し、所得創出額の算出イメージを以下に示す。

○前提条件

- ・ 飲食店での消費額は 5,000 円
- ・ 飲食店は食料を域内調達し地元生産物を使用
- ・ 流通事業体は域内の生産者から調達
- ・ 生産者の資材等は域内調達



上記の①～④の合計が所得創出額(人件費)となる。

上記では①～④の合計で、新たに約 **2,100 円分**の所得が域内に発生する。これが、全国チェーン店を利用した場合だと、一括調達により域外仕入が大部分を占めると想定されるため、上記の仕入額のほとんどは域外の流通事業体・生産者に流出し、②～④の所得創出額はほぼ **0 円**となる。

なお、所得創出額(人件費)は「人件費所得」と「生産者所得」の2つに分けられ、人件費所得とは販売することにより販売者(被雇用者)の人件費となる所得のことで、主に

商店やスーパーで発生する。生産者所得とは販売（出荷）することにより生産者の人件費となる所得のことで、農家や漁家が出荷することで発生する。

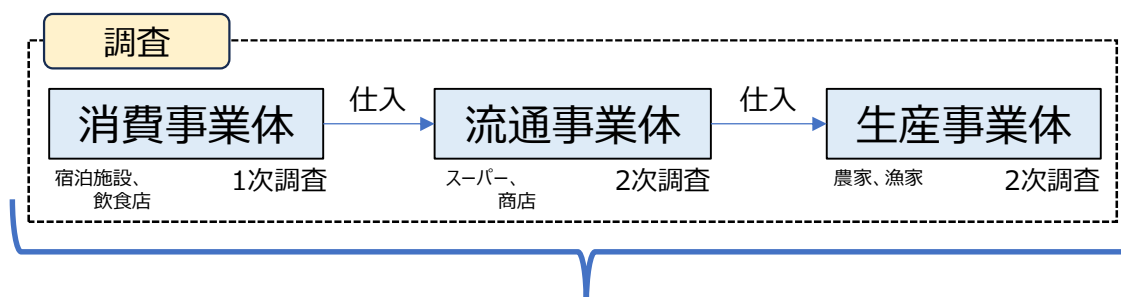
4. 具体的な調査方法

（１）調査概要

事業体を３つの区分（消費事業体・流通事業体・生産事業体）に分類し、事業体区分毎に調査を実施した。

それぞれの事業体区分で調査することで、【消費（消費事業体）⇒流通（流通事業体）⇒生産（生産事業体）】の３段階までの追跡調査が完了することになる。この結果として、消費事業体の食材仕入れを出発点とした最終的な域内経済効果を算出するとともに、消費事業体の現状の品目別購入額、品目別域内購入率、品目別地元生産物利用率、地元生産物を利用する上での障壁等を把握できる。

事業体調査では、１次調査、２次調査の２回に分けて調査を実施し、１次調査では消費事業体に属する【飲食店、宿泊施設】を対象として品目毎の購入額、域内購入額、仕入先等を調査・集計した。２次調査では１次調査で集計した消費事業体の結果から、仕入先となっている流通事業体と、生産事業体に属する【小売業、卸売業、製造業、農家（野菜）、農家（畜産）、漁家】を対象として、品目毎の販売額、地元生産物利用率、生産資材等の購入額、品目別販売額、地元生産物を販売する上での障壁等の調査を実施した。



○消費事業体の「食材仕入」を出発点とした総合的な地域経済効果

- ・品目別購入額
- ・品目別域内購入額
- ・品目別地元生産物利用率
- ・品目別所得創出額
- ・域内調達や地元生産物利用の課題、障壁
- ・事業所の継続性 等

(2) 調査手法

用語の定義：

訪問調査・・・郵送で調査票を配布し、調査員が事業体に訪問して調査票を回収するとともに、ヒアリングを実施する方式の調査。

書面調査・・・郵送で調査票と返信用封筒を配布し、郵送で調査票を返信していただく方式の調査。

ア) 消費事業体への調査手法

1次調査の消費事業体（飲食店、宿泊施設）への調査手法は、訪問調査と書面調査を併用して実施し、宮古島市すべての消費事業体を対象とする全数調査で実施した。

事前に調査チームで訪問調査対象事業体を抽出し、それらには訪問調査用の調査票、それ以外の事業体へ書面調査用の調査票を送付した上で、訪問調査対象事業体へは電話で訪問調査依頼をかけ、了解をいただいた事業体については訪問調査を実施した。

なお、今回は調査を進める中で想定以上に回収率が伸びないことが判明し、当初、書面調査対象だった事業体へも電話で調査協力への依頼をかけ、了解をいただいた事業体については訪問調査に切り替え調査を行った。

また、調査期間中に書面・訪問両調査とも実施できていない事業体（表1の「うち訪問調査依頼のみ行った事業体」に該当）が複数確認できたため、改めて訪問調査対象事業体として電話で訪問調査依頼をかけ、了解をいただいた事業体については訪問調査を実施した。

表1 1次調査事業体数

	調査対象 事業体数	うち訪問調査した事業体		
		うち書面調査した 事業体	うち訪問調査した 事業体	うち訪問調査依頼 のみ行った事業体
飲食店	393	238	121	34
宿泊施設	112	99	13	0
合計	505	337	134	34

イ) 流通事業体への調査手法

2次調査の流通事業体（小売業、卸売業、製造業）への調査手法については、1次調査のような全数調査ではなく、1次調査の消費事業体（飲食店、宿泊施設）で食材の仕入先となっている事業体を中心に訪問調査を実施した。ただし、調査依頼をかける過程で事前に調査票を渡した事業体から、訪問調査の機会なく、調査票の返信があった事業体は実質的に訪問調査はしていない。こうした事業体も含め、調査対象事業体数は14事業体となった。

ウ) 生産事業体への調査手法

2次調査の生産事業体（農業、漁業）への調査手法については、訪問調査を実施した。

生産事業体を、農業（野菜）、農業（畜産）、漁業の3つに分け、それぞれ異なる調査票で調査を実施している。

農業（野菜、畜産）および漁業については、宮古島市役所で抽出した農家・漁家を調査対象とした。

表 2 2次調査事業体数(生産事業体)

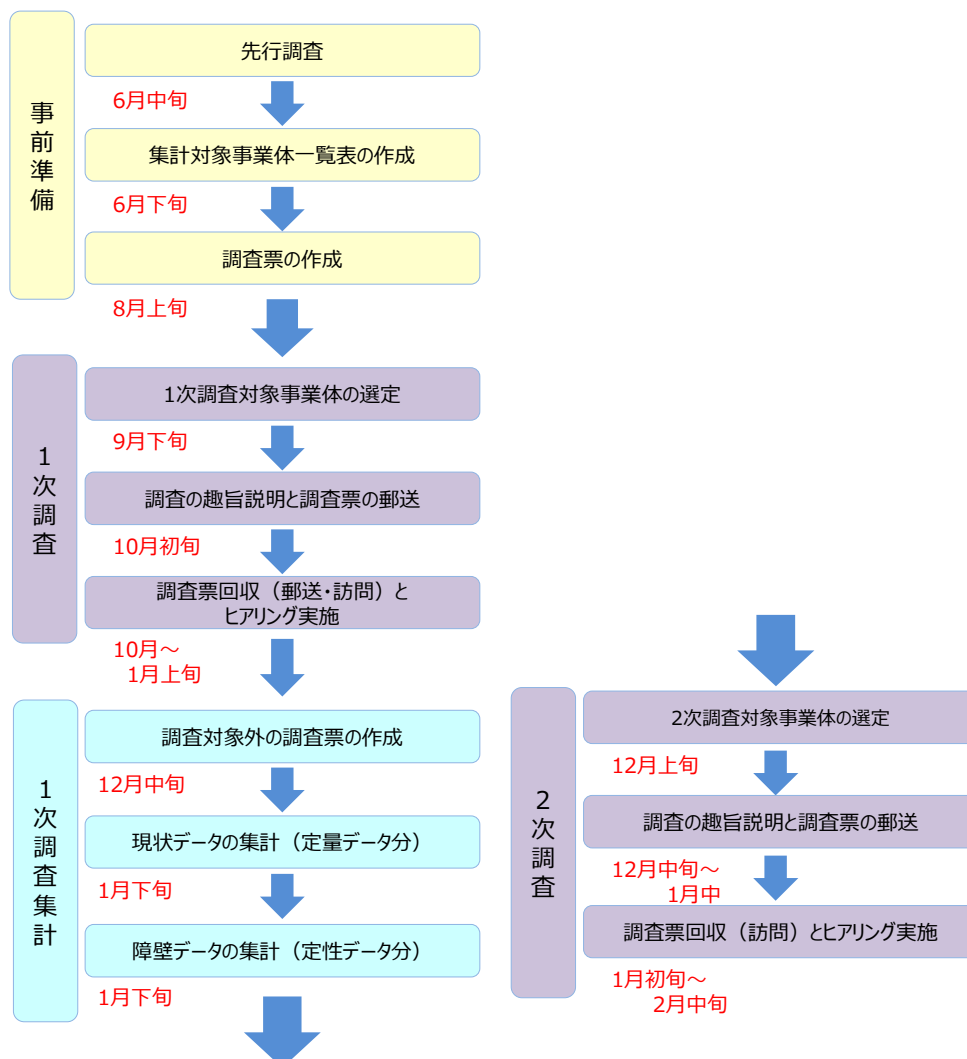
	調査対象 事業体数	備 考
生産事業体 (農業・野菜)	11	地産地消農家 件 拠点産地品目農家 件
生産事業体 (農業・畜産)	6	牛肥育3件、養豚1件、 ヤギ1件、鶏卵1件
生産事業体 (漁業)	4	漁船漁業者2件、モズク漁業者2件、 アーサー漁業者1件
合計	21	

エ) 訪問調査と書面調査での調査項目の違いについて

消費事業体については、訪問調査と郵送調査で調査票の内容が異なり、訪問調査の方が調査項目は多く、書面調査は比較的少なくなっている。これは、訪問調査の調査票を書面調査でも配布した場合、回答項目の多さで回答自体をしてもらえないという状況を避けるため、書面調査では比較的調査項目が少ない調査票を配布した。

本来であれば訪問・書面調査ともに同じ調査票を配布したかったが、全体の半数以上を占める書面調査の回収率を少しでも上げるため、異なる調査票を配布した。なお、調査票の具体的な違いは後述する「使用した調査票」をご参照いただきたい。

(3) 事業体調査の全体フロー



<具体的な調査期間等>

先行調査：令和6年6月17日～6月21日

1次調査：令和6年10月9日～令和7年1月1月9日

2次調査：令和7年1月10日～2月21日

ア) 先行調査

i. 先行調査の目的

本業務の調査設計を進めるにあたり、調査対象と想定している事業体の一部に先行調査を実施した。先行調査を実施することで宮古島のマクロな経済構造を把握するとともに、調査票の項目の過不足や回答の現実性等を確認することが主な目的である。

ii. 調査スケジュール

- ・ 6月17日（月）9:00～：市内居酒屋
- ・ 6月18日（火）9:00～：農業関連団体
- ・ 6月18日（火）11:00～：市内ホテル ※急遽キャンセルとなった
- ・ 6月18日（火）13:00～：市内ホテル
- ・ 6月18日（火）15:00～：漁業関連団体

iii. 訪問調査員への調査レクチャー

実際に訪問調査をする調査員（5名）に調査方法をレクチャーするため、市内居酒屋にご協力いただき、実際にゼロから聞き取りする場合を想定して実践して見せた。その上で調査員の質問等に回答し、訪問調査方法をレクチャーした。

実施日時：6月19日（水）13:00～

イ) 1次調査

i. 1次調査の目的

1次調査では【消費事業体】を対象として調査を実施した。消費事業体（飲食店、宿泊施設）への調査では主として、品目別に「購入額・域内購入額・域内購入先・域内雇用状況・地元生産物利用の障壁」等を調査した。これにより、品目別に域内購入状況等の現状を把握し、各事業体から購入されている域内の流通・生産事業体を把握することが目的である。

ii. 消費事業体分類

消費事業体は店舗の種類や従業員規模（店舗規模）により、購入品目や購入額が大きく異なることが予測される。そのため、多分野の購入品目や購入額の調査結果

を取得するべく、消費事業体を以下に分類し、小分類・従業員規模毎に最低 1 つ以上の調査データの取得を目標とした。

表 3 消費事業体の部門分類表

消費事業体分類		
大分類	中分類	小分類
消費事業体分類	飲食店	食堂・レストラン
		カフェ喫茶店
		専門料理店
		居酒屋
	宿泊施設	ホテル
		旅館
		民宿
		ペンション
		コテージ
		ヴィラ
		グランピング
		コンドミニアム

表 4 消費事業体の従業員規模分類表

従業員規模
5人未満
5～10人未満
10人以上

iii. 目標調査数と実際調査数

調査対象として調査票を配布または訪問調査依頼をした事業体数、調査対象の決定方法（抽出方法）を以下に示す。また、目標とした調査数と実際の回収数も以下に示す。

表 5 調査事業体少数および回収数・率

	調査対象 事業体数	調査票 回収数	調査票 回収率
消費事業体	505	148	29.3%

調査対象の事業体数（505）は、「全数調査」により実施した。

そして、消費事業体の目標調査数の設定は、宮古島市消費事業体の食料購入状況分布が正規分布に従う母集団と仮定の下、信頼度 95%、母比率 50%、誤差率±5%以下の水準を確保するために必要な調査数を目標とした。

上記を簡単に記述すると、「95%以上の確率で宮古島市の消費事業体の平均値が取れる調査数を目標とした」という意味とほぼ同義である。

○回収目標とした調査数：218 事業体以上（母数：505）

実際の回収数は 148 であり、218 という目標には届かなかった。しかし、回収数 148 での誤差率は約±7%であり、目標とする誤差率±5%以下には届かなかったものの、傾向は十分に捉えることができる数値だと考える。

※消費事業体の一覧は、公開されている情報（ホームページ等）を基に、宮古島市役所や関係機関にご確認いただき作成した。

iv. 調査票未回答の消費事業体について

本業務の調査対象は、宮古島市に存在する全ての消費事業体である。そのため、調査拒否等で調査ができなかった消費事業体についても、調査済の類似事業体を参考に調査票を作成した上で、集計をする必要がある。そのため、以下の手順で調査ができなかった消費事業体の調査票を作成した。

- ① 宮古島市内の全飲食店と食事を提供する宿泊施設をリストアップ
- ② リストアップされた事業体の従業員規模と事業内容を調査
- ③ 従業員規模と事業内容により事業体を分類
- ④ 協力が得られた事業体を飲食店と宿泊施設に分け、それぞれ従業員規模によりグループ化し、グループごとの平均総売上額と総仕入額を算出
- ⑤ 算出した平均売上額と総仕入額を従業員規模と事業内容で類似する事業体の売上額と仕入額として仮定
- ⑥ 品目ごとの仕入割合は事業内容が類似する事業体を参考に算出
- ⑦ 品目ごとの仕入額を⑤×⑥で算出
- ⑧ 品目ごとの域内仕入率を協力が得られた全事業体の域内仕入率平均として算出
- ⑨ 品目ごとの域内仕入額は⑦×⑧で算出

ジャガイモ、タマネギ、ニンジンなどの生鮮野菜の詳細な品目の仕入額は生鮮野菜の合計仕入額を参考に算出した。合計仕入れ額がゼロである場合は、各品目の生鮮野菜の仕入額はゼロとした。生鮮野菜の仕入をおこなっている事業体は、事業内容が類似する事業体の品目別の仕入割合を参考に仮定値を算出した。生鮮肉、肉加工品、生鮮魚介も同様の方法で詳細品目の仕入額を算出した。

v. 使用した調査票

1 次調査で実際に利用した消費事業体の調査票を掲載する。

なお、以下に掲載するのは訪問調査票であり、Q4 の問いは書面調査の調査票には掲載していない。

島の経済循環『見える化』調査（食編） 【消費事業体】

vi.0

同封の**調査票マニュアル**を参考に、ご回答いただけますようお願いいたします。

Q1. 事業所情報（記入方法：調査票マニュアル P2～P3参照）

以下のすべての項目は、**1年間**に対する質問です。（期間はR5.1～12月 又は 直近の会計期間1年間のどちらでも結構です。）

調査対象期間	令和 年 月 ～ 年 月
--------	---------------------------------------

事業所名	
所在地（住所）	
ご担当者様	
連絡先電話番号	
総人件費(円)	

区分	①個人業主 (個人経営の事業主で、実際にこの事業所を営んでいる方)	②個人業主の家族 (無給の方)	③有給役員 (個人経営以外で役員報酬を得ている方)	常用雇用者 (期間を定めずに、又は1ヶ月以上の期間雇用している人)			①～⑥ 合計
				④正社員 /正職員	⑤技能 実習生	⑥パート・アルバイトなど	
従業員数							

⑥に記載した従業員の勤務時間別人数を記入してください。

平均勤務時間が	2時間未満		人
	2～4時間		人
	4～6時間		人
	6時間以上		人

Q2. 事業所の総売上と市内顧客割合について（記入方法：調査票マニュアル P4参照）

総売上額(円)	
お客様のうち 市内在住の顧客割合(%)	

Q3. 食料品仕入の内訳および市内仕入先について（記入方法：調査票マニュアル P5～P6参照）

仕入額内訳と仕入先名称を記入してください。

仕入している食料品がどの品目に分類されるのか不明な場合は、次ページをご覧ください。

	仕入額 or 仕入総額に対する割合 ※どちらか一方を記入				市内での主な仕入先名称 仕入額の多い順に2箇所	
			左記のうち 市内での仕入額 (円)	うち市内で生産、 製造された製品の 仕入額(円)	仕入額1位	仕入額2位
	仕入額(円)	割合(%)				
記入例：生鮮果物	¥1,000,000		¥500,000	¥300,000	個人農家	〇〇商店
米						
パン (総菜パン・菓子パン含む)						
めん類(生めん・乾めん・ 冷凍めん・餃子の皮)						
生鮮野菜						
生鮮果物						
野菜加工品・果物加工品						
生鮮肉						
肉加工品						
生鮮魚介						
魚介加工品						
牛乳・乳製品						
卵						
油・調味料						
非アルコール飲料 (ボトル、缶飲料等)						
アルコール飲料						
その他(上記以外)						
仕入額合計						

▼品目分類表

分類	品物の例
米	白米、玄米、はい芽米、無洗米、もち米、パックごはん
パン (総菜パン・菓子パン含む)	食パン、フランスパン、サンドウィッチ、ハンバーガー、やきそばパン、アンパン、ホットドッグ用パン
めん類(生めん・乾めん・冷凍めん・餃子の皮)	うどん、そば、スパゲッティ、中華そば、そうめん、冷麦、マカロニ、ぎょうざの皮、ビーフン
生鮮野菜	キャベツ、ほうれんそう、はくさい、大根、ゆでたけのこ、枝豆、とうがらし、生しいたけ、マッシュルーム、舞たけ、まつたけ、大豆、小豆
生鮮果物	りんご、グレープフルーツ、オレンジ、かぼす、ゆず、なし、ぶどう、かき、もも、すいか、バナナ、キウイフルーツ、あんず、さくらんぼ、パイナップル
野菜加工品・果物加工品	豆腐、がんもどき、納豆、おから、こんにゃく、野菜漬物、ピクルス、なめ茸、野菜の缶詰、ところてん、コーンフレーク、もち、小麦粉、はったい粉、米粉、もち粉、果物の缶詰、果物のびん詰、乾燥果物、乾燥バナナ、干ぶどう、干しいたけ、ミックスベジタブル
生鮮肉	牛肉、豚肉、鶏肉、合いびき肉、すじ肉、皮、タン、馬肉、冷凍生肉 ※生のブロック、スライス、ミンチ、または冷凍の肉で生鮮肉と同じように扱うもので、味付けしてあるものは含まない。
肉加工品	ハム、ウインナー、フランクフルト、サラミ、ベーコン、ビーフジャーキー、やきとりの缶詰、冷凍餃子、冷凍ハンバーグ ※味付け、または半調理してあり、加熱またはそのまま食べることができるもの
生鮮魚介	鮮魚、刺身、切り身、まぐろ、あじ、いわし、かつお、かれい、さけ、たい、ぶり、いか、たこ、えび、かに、生すじこ、たらの白子、あさり、しじみ、かき、ほたて貝、シーフードミックス、冷凍魚介 ※まるごと、切り身、三枚おろし、または冷凍の魚介で生鮮魚介と同じように扱うもので、味付けしてあるものは含まない
魚介加工品	干しのり、わかめ、塩さけ、めんたいこ、ちりめんじゃこ、干かれい、ししゃも、ちくわ、かまぼこ、しんじょ、だて巻、厚焼、魚肉ソーセージ、魚介漬物、魚介のつくた煮、魚介の缶詰、シーチキン、シーグルメ、サケフレーク、煮干し ※味付け、または半調理してあり、加熱またはそのまま食べることができるもの
牛乳・乳製品	粉ミルク、ヨーグルト、バター、チーズ、生クリーム、練乳、飲むヨーグルト
卵	鶏卵、ちゃぼの卵、うずらの卵、あひるの卵、くんせい卵、ピータン、ゆで卵、温泉卵
油・調味料	しょう油、みそ、砂糖、ごま油、ラード、マーガリン、酢、ソース、マヨネーズ、ドレッシング、ジャム、プレザーブ、ピーナッツバター、焼肉のたれ、チャーハンの素、お茶漬の素、ミートソース、デミグラスソース、カレー粉、つゆの素、ふりかけ、ビーフコンソメ、風味調味料、寿司の素
非アルコール飲料 (ボトル、缶飲料等)	水、お茶、ジュース、ノンアルコールビール、氷、茶葉、紅茶等のティーバック、コーヒー豆、コーヒー粉、インスタントコーヒー
アルコール飲料	ビール、日本酒、焼酎、ワイン、泡盛、ブランデー

Q4. 生鮮野菜・生鮮肉・肉加工品・生鮮魚介について詳しく教えてください。
(記入方法：調査票マニュアル P7参照)

生鮮野菜・生鮮肉・肉加工品・生鮮魚介の仕入額内訳と仕入先名称を記入してください。

分類	品目	仕入額 or 「分類」に対する割合 ※どちらか一方を記入				市内での主な仕入先名称 仕入額の多い順に2箇所	
		仕入額(円)	割合(%)	左記のうち 市内での仕入額 (円)	うち市内で生産、 製造された製品の 仕入額(円)	仕入額1位	仕入額2位
生 鮮 野 菜	ジャガイモ						
	タマネギ						
	ニンジン						
	キャベツ						
	ダイコン						
	レタス						
	トマト・ミニトマト						
	ピーマン・ナス						
	ほうれん草・小松菜・チンゲンサイ						
	カボチャ						
	ゴーヤー						
	オクラ						
	トウガン						
	インゲン						
	パパイア						
	ヘチマ						
	紅いも・サツマイモ						
生 鮮 肉	牛肉						
	豚肉						
	鶏肉						
肉 加 工 品	牛肉						
	豚肉						
	鶏肉						
生 鮮 魚 介	鮮魚						
	海藻						

※当該ページは「訪問調査」の調査票に限り掲載し、調査を実施した。

Q5. 地元産品仕入・地元産品取扱への意識について（記入方法：調査票マニュアル P8～P12参照）

1) 現在、地元産品（市内産品）の仕入を行っている品目があれば、該当品目に「○」をつけてください。（複数選択可）
※市内で加工して販売している品目は、材料の産地に関係なく地元産品とする。

【加工食品/飲料等】 パン、めん類、生鮮果物、野菜加工品・果物加工品、魚介加工品、牛乳、乳製品、卵、油、調味料、非アルコール飲料、アルコール飲料

【生鮮野菜】 ジャガイモ、タマネギ、ニンジン、キャベツ、ダイコン、レタス、
トマト・ミニトマト、ピーマン・ナス、ほうれん草・小松菜・チンゲンサイ、
カボチャ、ゴーヤー、オクラ、トウガン、インゲン、パパイア、ヘチマ、
紅いも・サツマイモ、その他生鮮野菜

【生鮮肉】 牛肉、豚肉、鶏肉、その他肉加工品

【生鮮魚介】 鮮魚、海藻、その他生鮮魚介

2) 上記の「I)」で、「○」をつけた方にお聞きます。
地元産品の仕入をしている理由をお選びください。(複数選択可)

- ☐ 鮮度がよい
☐ 味がよい
☐ 特色があり、需要がある（売れる）
☐ 付加価値がつく
☐ 比較的安い
☐ 企業としての地元貢献のため
☐ その他（ ）

3) 今後、可能なら仕入を開始・拡大したい地元産品はありますか？

特に開始・拡大したい品目に3つ以内で「○」をつけてください。

【加工食品/飲料等】 パン、めん類、生鮮果物、野菜加工品・果物加工品、魚介加工品、牛乳、乳製品、卵、油、調味料、非アルコール飲料、アルコール飲料

【生鮮野菜】 ジャガイモ、タマネギ、ニンジン、キャベツ、ダイコン、レタス、トマト・ミニトマト、ピーマン・ナス、ほうれん草・小松菜・チンゲンサイ、カボチャ、ゴーヤー、オクラ、トウガン、インゲン、パパイア、ヘチマ、紅いも・サツマイモ、その他生鮮野菜

【生鮮肉】 牛肉、豚肉、鶏肉、その他肉加工品

【生鮮魚介】 鮮魚、海藻、その他生鮮魚介

4) 上記の「3)」で「○」をつけた方にお聞きます。

特に開始・拡大したい品目を記入し、現在障壁となっている理由をお選びください。(複数選択可)

品目名1
()

- ☐ どんな生産者、製造業者がいるかわからない
- ☐ どこから仕入すればいいかわからない
- ☐ 仕入先がない
- ☐ 仕入に手間がかかる(効率が悪い)
- ☐ 安定した量を仕入できない
- ☐ 規格が合わない
- ☐ 品質が安定しない
- ☐ 価格が高い

品目名2
()

- ☐ どんな生産者、製造業者がいるかわからない
- ☐ どこから仕入すればいいかわからない
- ☐ 仕入先がない
- ☐ 仕入に手間がかかる(効率が悪い)
- ☐ 安定した量を仕入できない
- ☐ 規格が合わない
- ☐ 品質が安定しない
- ☐ 価格が高い

品目名3
()

- ☐ どんな生産者、製造業者がいるかわからない
- ☐ どこから仕入すればいいかわからない
- ☐ 仕入先がない
- ☐ 仕入に手間がかかる(効率が悪い)
- ☐ 安定した量を仕入できない
- ☐ 規格が合わない
- ☐ 品質が安定しない
- ☐ 価格が高い

5) 上記の「3)」で何も選択していない方へ質問です。

選択しなかった理由はなんですか？(複数選択可)

- ☐ どんな生産者、製造業者がいるかわからない
- ☐ どこから仕入すればいいかわからない
- ☐ 仕入に手間がかかる(効率が悪い)
- ☐ 安定した量を仕入できない
- ☐ 規格が合わない
- ☐ 品質が安定しない
- ☐ 価格が高い
- ☐ 現状で満足している
- ☐ その他 ()

6) 以下のような取組があれば参加・利用しますか？（複数選択可）

- ☐ 地元産品取り扱い店認証制度（県、市、商工会のHP等で大々的にPR）
☐ 地元産品を用いた商品の試作・販売の支援制度
☐ 地元生産者、製造業者との交流会、試食会
☐ 地元産品仕入の支援ポータルサイトの利用
☐ 参加、利用しないと思う
☐ その他：ご希望の取組があれば記入してください。
 ()

Q6. 事業所・施設の見通しについて（記入方法：調査票マニュアル P13参照）

1) 貴事業所・施設の今後の継続性についてお聞きます。該当する項目 1つに○をつけてください。

- ☐ ① 10年後も事業所は継続していると思う
☐ ② 5～10年以内に事業所の運営は、継続困難になると思う
☐ ③ 5年以内に事業所の運営は、継続困難になると思う
☐ ④ わからない

2) 上記の「1)」で「②か③の継続困難になると思う」とお答えになられた方にお聞きます。

継続困難になると思われる理由は何ですか。該当があれば○をつけてください。（複数選択可）

- ☐ 後継者がいない
☐ 従業員が確保できない
☐ 必要な売上が見込めない（販売先が少なくなっていく）
☐ 必要な売上が見込めない（他の事業所との競争が厳しくなっていく）
☐ 事業所自体を長く続けようと思っていない
☐ その他 ()

Q7. 市内で地産地消・地元産品利用を伸ばすアイデアや工夫、取組があれば是非ご提案ください。
（記入方法：調査票マニュアル P14参照）

▼担当者入力用の項目につき、記入は不要です。

施設種類1	消費
施設種類2	
施設種類3	

ウ) 2次調査

i. 2次調査の目的

2次調査では消費事業体（飲食店、宿泊施設）の購入先となっている、宮古島市の流通事業体（小売業、卸売業、製造業）を対象として調査を実施した。

消費事業体の購入先となっている、流通事業体の品目別地元生産物利用率を把握することで、1次調査の対象である消費事業体の品目別地元生産物利用率を間接的に把握するとともに、流通事業体の地元生産物利用に関する意識・障壁を把握することが目的である。

また、2次調査では流通事業体だけでなく、生産事業体（農業生産者、漁業者）にも調査を実施した。これは、農業・漁業生産物の生産資材等の購入額・域内購入率等を把握することで、生産事業体での所得額を算出するとともに、生産事業体が消費事業体や流通事業体に販売する際の意識・障壁を把握することが目的である。

そして、この2次調査が完了すると、【消費 ⇒ 流通 ⇒ 生産】の3段階までの調査が終了し、消費事業体（宿泊施設、飲食店）の食料調達を出発点とした総合的な地域経済効果（所得創出額、地域内乗数効果等）を把握することが可能となる。

ii. 実際調査数

● 流通事業体

調査を実施した事業体数、調査対象の決定方法（抽出方法）を以下に示す。

また、今回調査の対象として抽出した事業体数と回収率も以下に示す。

表 6 調査事業体対象数および回収率

	事業体の母数	調査対象 事業体数	調査票回収率
流通事業体数	137	14	10.2%

調査対象の事業体（14）は、消費事業体の調達先となっている流通事業体の中から、比較的調達先となっている回数の多い事業体を対象とした。つまり、1次調査の結果から、出現回数の多い事業体を2次調査対象に決定したということである。

消費事業体の主な調達先となっている流通事業体は広く展開しているわけではなく、およそ20～30事業体に集約されていた。つまり、消費事業体のハブとなっている流通事業体が存在し、そこに調査すれば大部分の消費事業体をカバーできることになる。今回はそのハブ的存在となっている流通事業体を中心に調査を実施した。2次調査によるカバー率を以下に示す。

表 7 出現回数およびカバー率

	全流通事業体	うち、調査対象 流通事業体	カバー率
1次調査の結果 出現回数	2725	1370	50.3%

- 生産事業体

調査対象として調査を実施した事業体数は 21 事業体であった。

- iii. 使用した調査票
- 2次調査で実際に利用した流通事業体と生産事業体の調査票を掲載する。

【流通事業体】

島の経済循環『見える化』調査（食編） 【流通事業体】

vi.0

同封の『調査票マニュアル』をご確認の上、ご回答いただけますようお願いいたします。

Q1 事業所情報（記入方法：調査票マニュアル P2参照）

以下のすべての項目は、1年間に對しての質問です。（期間はR5.1～12月 又は 直近の会計期間1年間のどちらでも結構です。）

事業所名		備考
所在地（住所）		
ご担当者様氏名		
役員・従業員数	人	

Q2 販売している食料品目の販売額と市内産品の販売額について
（記入方法：調査票マニュアル P3～P4参照）

販売額内訳を記入してください。
販売している食料品がどの品目に分類されるのか不明な場合は、次ページをご覧ください。

	販売額（円） or 販売総額に対する割合 ※どちらか一方を記入			左記のうち市内産品の 販売額（円） or 販売額に対する割合	
	販売額(円)	割合(%)		販売額(円)	割合(%)
記入例：米	¥1,000,000			¥300,000	
米					
パン (総菜パン・菓子パン含む)					
めん類(生めん・乾めん・ 冷凍めん・餃子の皮)					
生鮮野菜					
生鮮果物					
野菜加工品・果物加工品					
生鮮肉					
肉加工品					
生鮮魚介					
魚介加工品					
牛乳・乳製品					
卵					
油・調味料					
非アルコール飲料 (ボトル、缶飲料等)					
アルコール飲料					
その他（上記以外）					
販売額合計					

▼品目分類表

分類	品物の例
米	白米、玄米、はい芽米、無洗米、もち米、バックごはん
パン (総菜パン・菓子パン含む)	食パン、フランスパン、サンドウィッチ、ハンバーガー、やきそばパン、アンパン、 ホットドッグ用パン
めん類(生めん・乾めん・ 冷凍めん・餃子の皮)	うどん、そば、スパゲッティ、中華そば、そうめん、冷麦、マカロニ、ぎょうざの皮、 ビーフン
生鮮野菜	キャベツ、ほうれんそう、はくさい、大根、ゆでたけのこ、枝豆、とうがらし、 生しいたけ、マッシュルーム、舞たけ、まつたけ、大豆、小豆
生鮮果物	りんご、グレープフルーツ、オレンジ、かぼす、ゆず、なし、ぶどう、かき、もも、 すいか、バナナ、キウイフルーツ、あんず、さくらんぼ、パイナップル
野菜加工品・果物加工品	豆腐、がんもどき、納豆、おから、こんにゃく、野菜漬物、ピクルス、なめ茸、 野菜の缶詰、ところん、コーンフレーク、もち、小麦粉、はったい粉、米粉、 もち粉、果物の缶詰、果物のびん詰、乾燥果物、乾燥バナナ、干ぶどう、 干しいたけ、ミックスベジタブル
生鮮肉	牛肉、豚肉、鶏肉、合いびき肉、すじ肉、皮、タン、馬肉、冷凍生肉 ※生のブロック、スライス、ミンチ、または冷凍の肉で生鮮肉と同じように扱うもので、味付けしてあるものは含まない。
肉加工品	ハム、ウインナー、フランクフルト、サラミ、ベーコン、ビーフジャーキー、 やきとりの缶詰、冷凍餃子、冷凍ハンバーグ ※味付け、または半調理してあり、加熱またはそのまま食べることができるもの
生鮮魚介	鮮魚、刺身、切り身、まぐろ、あじ、いわし、かつお、かれい、さけ、たい、ぶり、 いか、たこ、えび、かに、生すじこ、たら白子、あさり、しじみ、かき、ほたて貝、 シーフードミックス、冷凍魚介 ※まるごと、切り身、三枚おろし、または冷凍の魚介で生鮮魚介と同じように扱うもので、味付けしてあるものは含まない
魚介加工品	干しのり、わかめ、塩さけ、めんたいこ、ちりめんじゃこ、干かれい、ししやも、 ちくわ、かまぼこ、しんじょ、だて巻、厚焼、魚肉ソーセージ、魚介漬物、 魚介のつくだ煮、魚介の缶詰、シーチキン、シーグルメ、サケフレーク、煮干し ※味付け、または半調理してあり、加熱またはそのまま食べることができるもの
牛乳・乳製品	粉ミルク、ヨーグルト、バター、チーズ、生クリーム、練乳、飲むヨーグルト
卵	鶏卵、ちゃぼの卵、うずらの卵、あひるの卵、くんせい卵、ピータン、ゆで卵、温泉卵
油・調味料	しょう油、みそ、砂糖、ごま油、ラード、マーガリン、酢、ソース、マヨネーズ、 ドレッシング、ジャム、プレザーブ、ピーナッツバター、焼肉のたれ、チャーハンの素、 お茶漬けの素、ミートソース、デミグラスソース、カレー粉、つゆの素、ふりかけ、 ビーフコンソメ、風味調味料、寿司の素
非アルコール飲料 (ボトル、缶飲料等)	水、お茶、ジュース、ノンアルコールビール、氷、茶葉、紅茶等のティーバック、 コーヒー豆、コーヒー粉、インスタントコーヒー
アルコール飲料	ビール、日本酒、焼酎、ワイン、泡盛、ブランデー

Q3 生鮮野菜・生鮮肉・肉加工品・生鮮魚介について詳しく教えてください。
(記入方法：調査票マニュアル P5参照)

生鮮野菜・生鮮肉・肉加工品・生鮮魚介の販売額内訳を記入してください。

		販売額（円）or 販売総額に対する割合 ※どちらか一方を記入		左記のうち市内産品の 販売額（円）or 販売額に対する割合	
		販売額(円)	割合(%)		
生 鮮 野 菜	ジャガイモ				
	タマネギ				
	ニンジン				
	キャベツ				
	ダイコン				
	レタス				
	トマト・ミニトマト				
	ピーマン・ナス				
	ほうれん草・小松菜・チンゲンサイ				
	カボチャ				
	ゴーヤー				
	オクラ				
	トウガン				
	インゲン				
	パパイヤ				
	ヘチマ				
紅いも・サツマイモ					
生 鮮 肉	牛肉				
	豚肉				
	鶏肉				
肉 加 工 品	牛肉				
	豚肉				
	鶏肉				
生 鮮 魚 介	鮮魚				
	海藻				

Q4 地元産品仕入・販売と地元産品取扱への意識について
（記入方法：調査票マニュアル P6～P10参照）

1) 現在、地元産品（市内産品）の仕入・販売を行っている品目があれば、該当品目に「○」をつけてください。（複数回答可）
※市内で加工して販売している品目は、材料の産地に関係なく地元産品とする。

- パン、めん類、生鮮果物、野菜加工品・果物加工品、魚介加工品、牛乳、乳製品、卵、油、調味料、非アルコール飲料、アルコール飲料
- 【生鮮野菜】 ジャガイモ、タマネギ、ニンジン、キャベツ、ダイコン、レタス、
 トマト・ミニトマト、ピーマン・ナス、ほうれん草・小松菜・チンゲンサイ、
 カボチャ、ゴーヤー、オクラ、トウガン、インゲン、パパイア、ヘチマ、
 紅いも・サツマイモ、その他生鮮野菜
- 【生鮮肉】 牛肉、豚肉、鶏肉、その他肉加工品
- 【生鮮魚介】 鮮魚、海藻、その他生鮮魚介

2) 上記の「1)」で、「○」をつけた方にお聞きます。
地元産品の仕入・販売をしている理由をお選びください。（複数回答可）

- ☐ 鮮度がよい
- ☐ 味がよい
- ☐ 特色があり、需要がある（売れる）
- ☐ 付加価値がつく
- ☐ 比較的安い
- ☐ 企業としての地元貢献のため
- ☐ その他（ ）

3) 今後、可能なら仕入・販売を開始・拡大したい地元産品（市内産品）はありますか？
特に開始・拡大したい品目に3つ以内で「○」をつけてください。

- パン、めん類、生鮮果物、野菜加工品・果物加工品、魚介加工品、牛乳、乳製品、卵、油、調味料、非アルコール飲料、アルコール飲料
- 【生鮮野菜】 ジャガイモ、タマネギ、ニンジン、キャベツ、ダイコン、レタス、
 トマト・ミニトマト、ピーマン・ナス、ほうれん草・小松菜・チンゲンサイ、
 カボチャ、ゴーヤー、オクラ、トウガン、インゲン、パパイア、ヘチマ、
 紅いも・サツマイモ、その他生鮮野菜
- 【生鮮肉】 牛肉、豚肉、鶏肉、その他肉加工品
- 【生鮮魚介】 鮮魚、海藻、その他生鮮魚介

4) 上記の「3)」で「○」をつけた方にお聞きます。
特に開始・拡大したい品目（3つ以内）を記入し、現在障壁となっている理由をお選びください。（複数回答可）

品目名1 ()	☐ どんな生産者、製造業者がいるかわからない ☐ どこから仕入すればいいかわからない ☐ 仕入に手間がかかる（効率が悪い） ☐ 仕入先がない ☐ 安定した量を仕入できない ☐ 規格が合わない ☐ 品質が安定しない ☐ 価格が高い
品目名2 ()	☐ どんな生産者、製造業者がいるかわからない ☐ どこから仕入すればいいかわからない ☐ 仕入に手間がかかる（効率が悪い） ☐ 仕入先がない ☐ 安定した量を仕入できない ☐ 規格が合わない ☐ 品質が安定しない ☐ 価格が高い
品目名3 ()	☐ どんな生産者、製造業者がいるかわからない ☐ どこから仕入すればいいかわからない ☐ 仕入に手間がかかる（効率が悪い） ☐ 仕入先がない ☐ 安定した量を仕入できない ☐ 規格が合わない ☐ 品質が安定しない ☐ 価格が高い

5) 上記の「3)」で何も選択していない方にお聞きます。
選択しなかった理由はなんですか？該当する項目に✓をつけてください。（複数回答可）

☐ どんな生産者、製造業者がいるかわからない
☐ どこから仕入すればいいかわからない
☐ 仕入に手間がかかる（効率が悪い）
☐ 安定した量を仕入できない
☐ 規格が合わない
☐ 品質が安定しない
☐ 価格が高い
☐ その他（ ）

6) 以下のような取組があれば参加・利用しますか？（複数回答可）

☐ 地元産品取り扱い店認証制度（県、市、商工会のHP等で大々的にPR）
☐ 地元産品を用いた商品の試作・販売の支援制度
☐ 地元生産者、製造業者との交流会、試食会
☐ 地元産品仕入の支援ポータルサイトの利用
☐ 参加、利用しないと思う
☐ その他：ご希望の取組があれば記入してください。
()

Q5 事業所・施設の見通しについて（記入方法：調査票マニュアル P11参照）

1) 貴事業所・施設の今後の継続性についてお聞きます。該当する項目に○をつけてください。（1つ）

- ① 10年後も事業所は継続していると思う
- ② 5～10年以内に事業所の運営は、継続困難になると思う
- ③ 5年以内に事業所の運営は、継続困難になると思う
- ④ わからない

**2) 上記の「1）」で「②か③の継続困難になると思う」とお答えになられた方にお聞きます。
継続困難になると思われる理由は何ですか。該当があれば✓をつけてください。（複数回答可）**

- ☐ 後継者がいない
- ☐ 従業員が確保できない
- ☐ 必要な売上が見込めない（販売先が少なくなっていく）
- ☐ 必要な売上が見込めない（他の事業所との競争が厳しくなっていく）
- ☐ 事業所自体を長く続けようと思っていない
- ☐ その他（ ）

**Q6 市内で地産地消・地元産品利用を伸ばすアイデアや工夫、取組があれば是非ご提案ください。
（記入方法：調査票マニュアル P12参照）**

▼担当者入力用の項目につき、記入は不要です。

施設種類1	流通
施設種類2	
施設種類3	

【生産事業体（農業「野菜等」）】

島の経済循環『見える化』調査（食編） 【生産者】（農家）

v1.0

同封の『調査票マニュアル』をご確認の上、ご回答いただけますようお願いいたします。

Q1 事業所情報

以下のすべての項目は、**1年間**に対しての質問です。（期間はR5.1～12月 又は 直近の会計期間1年間のどちらでも結構です。）

事業所名又は氏名		備考	
所在地（住所）			

Q2 総出荷額と出荷品目について（記入方法：調査票マニュアル P2参照）

総出荷額と出荷額の1位～3位までの品目名と出荷額（または割合）を記入してください。

総出荷額(円)	
---------	--

	出荷額 第1位	出荷額 第2位	出荷額 第3位
出荷品目名			
出荷額（円）又は、 総出荷額に対する割合（％）			

Q3 出荷している農産物の生産資材等の購入について（記入方法：調査票マニュアル P3参照）

	購入額（円）	市内購入率 （％）	市内の購入先名称 （上位1位）
種・苗			
農薬			
肥料			
資材			

Q4 生産物・加工品の出荷について（記入方法：調査票マニュアル P4～P6参照）

1) 出荷先についてお聞きます。

該当する項目に○をつけ、出荷量の割合を記入してください。（複数回答可）

- | | | |
|--------------------------|------------------|---------------------|
| ① 直売所 (割) | ② スーパー (割) | ③ 八百屋等小売店 (割) |
| ④ J A(共販) (割) | ⑤ 市場 (割) | ⑥ 消費者 (割) |
| ⑦ その他 () (割) | | |

2) 「1)」で「①直売所」に○をつけた方にお聞きます。
 ※以下の質問は「直売所」を対象にお答えください。複数の直売所に出荷されている場合は、出荷額第1位の直売所を対象にお答えください。

いつ頃から出荷していますか？	
出荷している主な品目は何ですか？	
どのようなことがきっかけで出荷が始まりましたか？	
出荷での手応え、成果はどんなところですか？	
出荷で困っていることはどんなことですか？	
直売所への出荷を増やすためにはどんなことが必要だとお考えですか？	

3) 「1)」で、「①直売所」以外にも○をつけた方にお聞きます。
 ※以下の質問は、最初に選択する「主な出荷先」(1つ)を対象にお答えください。

主な出荷先(1つ)	② スーパー ③ 八百屋等小売店 ④ J A(共販) ⑤ 市場 ⑥ 消費者 ⑦ その他()
いつ頃から出荷していますか？	
出荷している主な品目は何ですか？	
どのようなことがきっかけで出荷が始まりましたか？	
出荷での手応え、成果はどんなところですか？	
出荷で困っていることはどんなことですか？	
上記で選択された「主な出荷先」への出荷を増やすためにはどんなことが必要だとお考えですか？	

Q5 市内で地産地消・地元産品利用を伸ばすアイデアや工夫、取組があれば是非ご提案ください。
 (記入方法：調査票マニュアル P7参照)

▼担当者入力用の項目につき、記入は不要です。

施設種類1	生産
施設種類2	農家
施設種類3	農家 ()

【生産事業体（農業「畜産」）】

経済循環調査 調査票 【生産者】畜産農家用

vi.0

同封の『調査票マニュアル』をご確認の上、ご回答いただけますようお願いいたします。

事業所名又は氏名		備考	
所在地（住所）			

以降の質問は「1年間」に対しての質問です。（期間はR5.1～12月 又は 直近の会計期間1年間のどちらでも結構です）

Q1 総出荷額と出荷品目について（記入方法：調査票マニュアル P2参照）

総出荷額と出荷額の1位～3位までの品目名と出荷額（または割合）および主な出荷先を記入してください。

総出荷額(円)	
---------	--

	出荷額 第1位	出荷額 第2位	出荷額 第3位
出荷品目名			
出荷額（円）又は、 総出荷額に対する割合（%）			
主な出荷先に✓をつけて ください（1つ）	☐ 食肉センター ☐ 食肉卸売市場 ☐ その他 （ ）	☐ 食肉センター ☐ 食肉卸売市場 ☐ その他 （ ）	☐ 食肉センター ☐ 食肉卸売市場 ☐ その他 （ ）

Q2 主な資材の品目・購入額・購入先等について（機械・設備は除く）
（記入方法：調査票マニュアル P3参照）

	品目名	購入額（円）	市内の購入先名称 （上位1位）	市内購入率 （%）
主な資材1	素畜費			
主な資材2	飼料			
主な資材3	敷料			
主な資材4	獣医師医薬品等			
主な資材5	と畜費用			
主な資材6	出荷、と畜に関わる 輸送費			
主な資材7				
主な資材8				

Q3 育成した家畜の出荷や生産について（記入方法：調査票マニュアル P4～P6参照）

1) 出荷先についてお聞きします。
該当する項目に○をつけ、出荷量の割合を記入してください。（複数回答可）

- ① 島外卸売業者（ 割） ② 島内卸売業者（ 割） ③ 島内小売業（ 割）
④ 島内直売所（ 割） ⑤ その他（ ）（ 割）

【生産事業体（漁業）】

経済循環調査 調査票 【生産者】漁業者用

v1.0

同封の『調査票マニュアル』をご確認の上、ご回答いただけますようお願いいたします。

事業所名又は氏名		備考	
所在地（住所）			

以降のすべての項目は、**1年間**に対しての質問です。（期間はR5.1～12月 又は 直近の会計期間1年間のどちらでも結構です。）

Q1 総出荷額と出荷品目について（記入方法：調査票マニュアル P2参照）

総出荷額と出荷額の1位～3位までの品目名と出荷額（または割合）および主な出荷先を記入してください。

総出荷額(円)	
---------	--

	出荷額 第1位	出荷額 第2位	出荷額 第3位
出荷品目名			
出荷額（円）又は、 総出荷額に対する割合（%）			
主な出荷先に✓をつけて ください（1つ）	☐ 漁協 ☐ 漁協以外（浜売り等） ☐飲食店等 ☐卸・小売業 ☐直売所 ☐その他（ ）	☐ 漁協 ☐ 漁協以外（浜売り等） ☐飲食店等 ☐卸・小売業 ☐直売所 ☐その他（ ）	☐ 漁協 ☐ 漁協以外（浜売り等） ☐飲食店等 ☐卸・小売業 ☐直売所 ☐その他（ ）

Q2 主な資材の品目・購入額・購入先等について（船体は除く）

（記入方法：調査票マニュアル P3参照）

	品目名	購入額（円）	償却年数 （年）	市内の購入先名称 （上位1位）	市内購入率 （%）
主な資材1	燃油				
主な資材2	餌				
主な資材3	梱包資材				
主な資材4	竿				
主な資材5	網				
主な資材6	種				
主な資材7					
主な資材8					

Q3 収穫した魚介類・海産藻類の出荷について（記入方法：調査票マニュアル P4～P6参照）

1) 出荷先についてお聞きします。該当する項目に○をつけ、出荷量の割合を記入してください。
（複数回答可）

- ① 漁協（ 割） ② 飲食店等（ 割） ③ 卸・小売業（ 割）
④ 直売所（ 割） ⑤ その他（ ）（ 割）

2) 上記の「1)」の、「出荷量第1位」の出荷先についてお聞きます。

出荷量第1位の出荷先(1つ)	① 漁協 ④ 直売所	② 飲食店等 ⑤ その他()	③ 卸・小売業
いつ頃から出荷していますか?			
出荷している主な品目は何ですか?			
どのようなことがきっかけで 出荷が始まりましたか?			
出荷での手応え、成果はどんなところですか?			
出荷で困っていることはどんなことですか?			
上記で選択された「出荷先」への出荷を増やす ためにはどんなことが必要だとお考えですか?			

3) 上記の「1)」の、「出荷量第2位」の出荷先についてお答えください。

出荷量第2位の出荷先(1つ)	① 漁協 ④ 直売所	② 飲食店等 ⑤ その他()	③ 卸・小売業
いつ頃から出荷していますか?			
出荷している主な品目は何ですか?			
どのようなことがきっかけで 出荷が始まりましたか?			
出荷での手応え、成果はどんなところですか?			
出荷で困っていることはどんなことですか?			
上記で選択された「出荷先」への出荷を増やす ためにはどんなことが必要だとお考えですか?			

Q4 市内で地産地消・地元産品利用を伸ばすアイデアや工夫、取組があれば是非ご提案ください。
(記入方法：調査票マニュアル P7参照)

▼担当者入力用の項目につき、記入は不要です。

施設種類1	生産
施設種類2	漁家
施設種類3	漁家 ()

Ⅲ 産業連関表による分析結果の共有

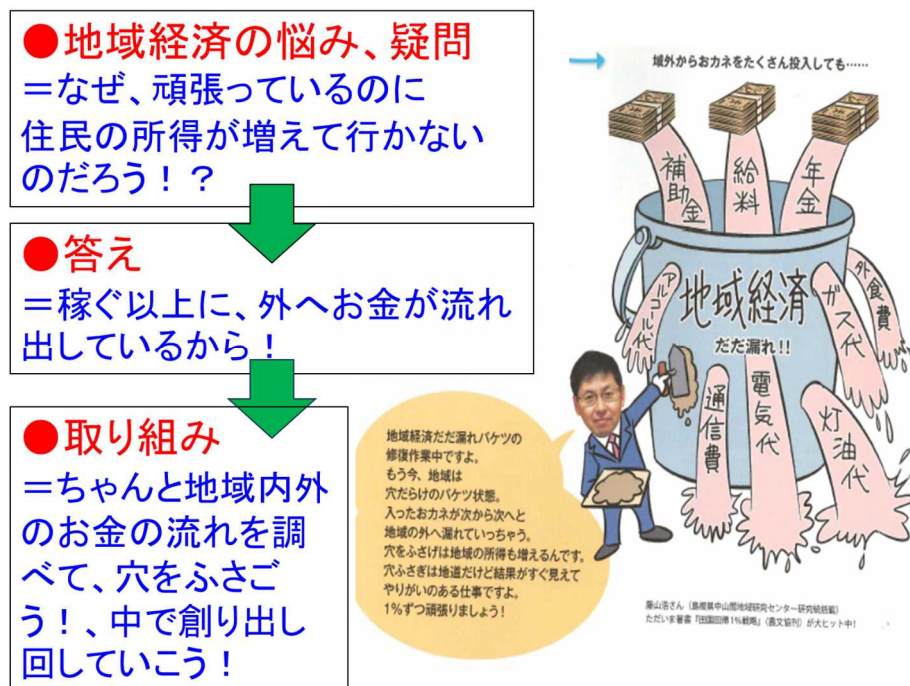
～ 既存資料、データによる地域経済循環の現状と課題

今年度から新たな調査分析を始動するにあたり、ここ数年間進められてきた産業連関表等による分析結果を他部門とも関連させてわかりやすく解説し、今後の分析進化の意義と方向性を共有、確認するため、資料作成と関係者会議を行った。

1. 既存資料、データによる地域経済循環の現状と課題

(1) 地域経済循環の仕組みの再確認

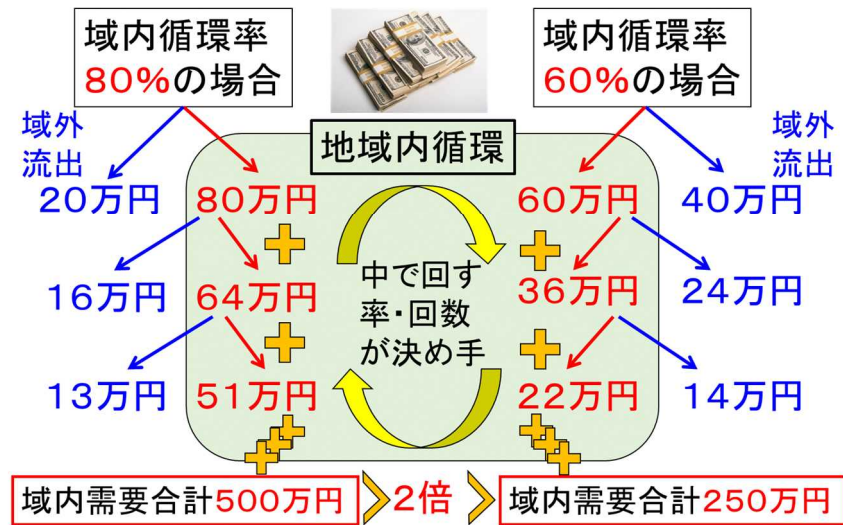
多くの市町村では、下図のように、地域外から稼ぐ以上に地域外に所得が流出している実態がある。住民の所得が実質的に増えていくためには、単に外貨獲得だけを目指すのではなく、「漏れバケツ」のように域内から流れ出ている実態を把握し、域内での調達や仕入れを増やす取り組みが不可欠となる。



<地域経済の悩み～漏れバケツ状態>

例えば、同じ100万円を獲得したとしても、その後の域内循環率が80%の場合と60%の場合では、その循環率の違いが20%に留まっているにも関わらず、最終的な地域内の需要額は、域内循環率が80%の場合の500万円に対して、域内循環率が60%の場合には250万円に縮小し、その総額は2倍にも開く。このように域内循環率がもたらす地域内乗数効果は、想像以上に大きなものとなり得る。

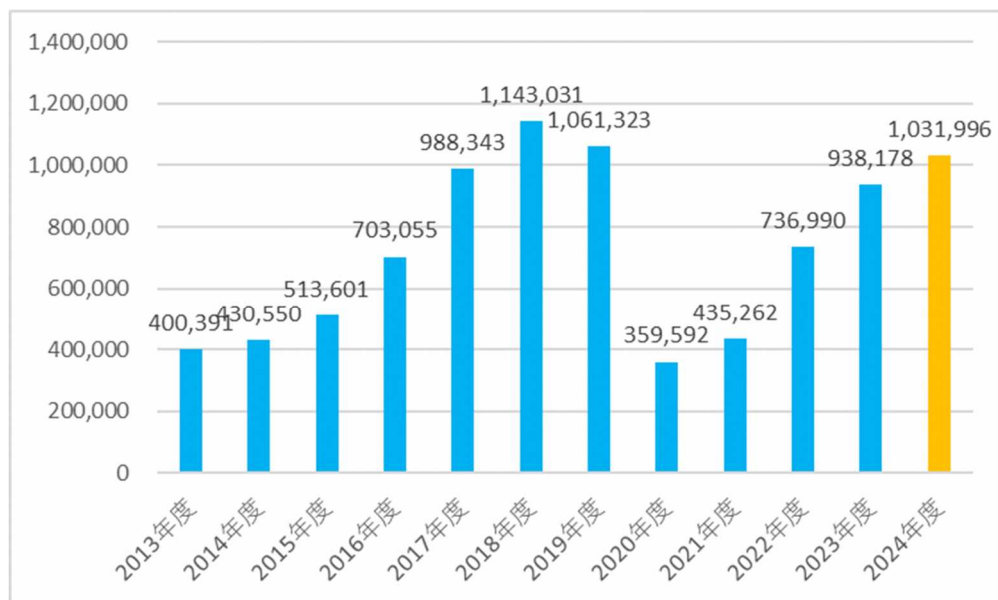
地域内の経済循環が重要～地域内乗数効果とは？
 同じ100万円を獲得しても、



＜地域内循環率の高低がもたらす地域内乗数効果の違い＞

（２）宮古島市の産業連関表等から見る地域経済循環構造の課題

近年、宮古島市では、観光客数が増加傾向にあり、コロナ危機により一旦減少したものの、2022 年から急速な回復を見せている。一方で、これほどの観光客の大幅増加にも関わらず、市民の間では所得増加を実感できないという声も上がっている。改めて、地域経済循環の構造の具体的解明が求められている。



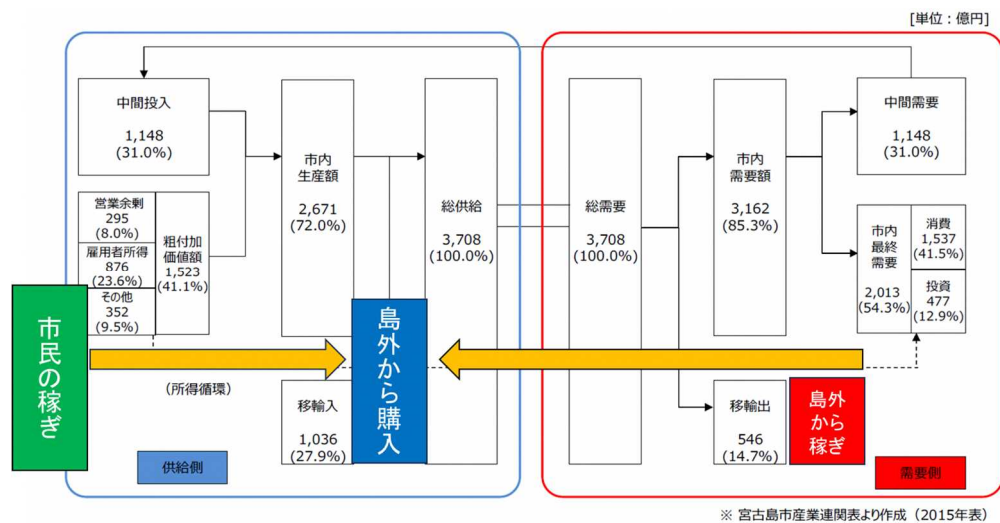
＜宮古島市における観光客数の推移＞

*各年度宮古島市「入域観光客数推計値」より。2024 年度は、今年 5 月実績を踏まえて、2023 年度の1割増で想定

2022 年度から 2023 年度にかけて集約された宮古島市の産業連関表によると、
 下図のように、「島外からの稼ぎ」に当たる移輸出（546 億円）に比べて「島外か

らの購入」に当たる移輸入（1,036 億円）が倍近くとなっており、域際収支は大幅な赤字となっている。この移輸入の総額は、「市民の稼ぎ」に当たる雇用者所得と営業余剰を合計したもの（1,171 億円）の 9 割にもなっている。島外からいくら稼いだとしても、それ以上に島外に漏れ出している状況が明確であり、「地産地消」化等により域内からの調達に切り替えていくことが、急務となっている。

また、このような域外流出の状況を前提にすると、宮古島市全体で市民、企業、行政の年間支払い額の 1 %分を域外から域内に切り替えていくことで、1 %分の所得増加が可能になっており、少しずつでも「地産地消」等の取り組みを進めることが有効であることが地域経済構造全体分析としても実証されている。

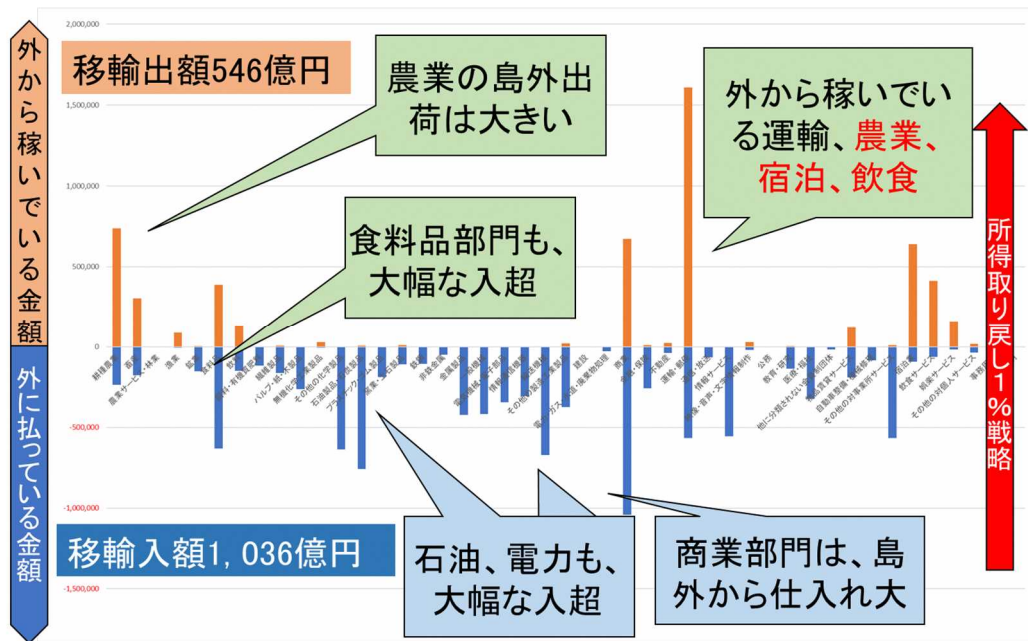


＜宮古島市の産業連関の概要＞

＊「宮古島市地域内経済循環推進業務報告書」2024 年 2 月等による。

産業連関表をより詳細に部門別に分析してみると、下図で示したように、観光や農業部門を中心に外から実質的に稼いでいる金額（移輸入と移輸出の差額）が大きい部門はあるものの、商業や食料品、石油、電力等を始めとする大幅な入超部門が発生しているため、地域経済全体としての赤字体質が強くなっていることがわかる。

このような昨年度までの産業連関表を中心とした地域内経済循環構造の分析からは、地域経済全体および主要部門における域外収支の赤字構造が明らかになっており、今後さらに部門内および部門間の経済循環構造を、消費・流通・生産の 3 段階を追って解明する中で、より具体的な域内循環強化の効果を確かめていくことが必要となっている。



＜宮古島市の部門別の移輸出ならびに移輸入の比較＞

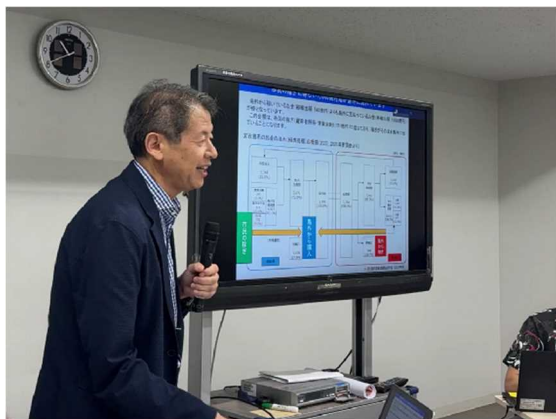
＊「宮古島市地域内経済循環推進業務報告書」2024年2月等によるデータから加工・作成。

2. 「みやこ経済循環円卓会議①」の開催・運営

今年度から新たに「島の経済循環『見える化』調査（食編）」を始動するにあたり、今まで積み上げてきた産業連関表等による地域経済循環構造の現状と課題をわかりやすく理解した上で、新たな調査の意義と内容について関係者で広く共有していく場として、「みやこ経済循環円卓会議①」を開催した。

（１）開催日時・場所等

- ・ 日 時：令和 6 年 7 月 23 日（火）10:00～12:00
- ・ 場 所：宮古島市役所 3 階全員協議会室
- ・ 参加者：18 名
(うち 本事業の関係する公的機関・事業者 11 名、市産業振興局 3 名、主催事務局 4 名)
- ・ テーマ：「島の経済循環『見える化』調査（食編）について」
- ・ 次 第：1. あいさつ
2. 出席者紹介
3. 事業概要説明
4. 事業詳細説明
5. 意見交換
6. おわりの言葉



(2) 内容

前半(次第4まで)で、本事業の全体像(目的・実施体制・関わりのある既存事業)、過去に行った産業連関表による分析結果、今年度実施予定の調査業務の全体像(目的・実施手法・スケジュール・その結果得られる成果)を以下のことに重点をおいて説明した。(当日使用した資料は、別添資料1を参照)

- 本事業が地産地消の推進に向けた事業の一環であること(既存の事業とも関わりの深い調査事業であること)
- 産業連関表分析の結果、本市は「外から稼ぐお金<外に支払っているお金」状況
- データに基づいた効き目のある取り組みを進めていくために、「島の経済循環見える化調査」を実施して地域内経済循環の実態を調査したいこと
- 「島の経済循環見える化調査」の実施体制・調査手法・調査スケジュール
- 島根県益田市での調査実施事例を用いて、調査の結果得られる成果例
- 地元のものを活用する暮らしの意義

後半で、前半の説明を受けた参加者の方々と質疑応答を含めた意見交換を行った。質疑応答の主な内容を以下に掲載する。

【本事業の背景や目的について】

- 宮古島市内において地産地消が十分に行われていない根拠と原因は何か？
⇒産業連関表の作成(令和4年度)により、需要増に対して域内供給が伸びていないことがわかった。また、この経済の漏れの要因は食料品部門が比較的大きいこともわかった。
- なぜ市外から購入してしまうのか？
⇒地産地消のボトルネックは様々だが、地元産品の仕入には手間やコストがかかること、仕入れる側と生産・販売する側の情報伝達・コミュニケーションの不足が要因として考えられる。
- 宮古島市の産業連関表は一般公開されているか？
⇒宮古島市のwebサイト上に掲載されている。
- 新たな調査が必要な理由と対象者は？
⇒今回は特に食の部分での細かい分析を行いたいため。産業連関表は大きな構造は把握できるが、部門ごとの細かい分析には適さない。また、全国的な統計データの活用では数値的な乖離が生じる。
⇒調査対象は市内の食の部分について次の3段階(消費事業体(飲食店、宿泊施設)→流通事業体(小売業、卸売業、製造業)→生産事業体(農家、漁家、畜産農家))で調査をかける。
- 本調査の目的(ゴール)は？
⇒調査で収集し分析したデータをしっかり施策に活用すること。中長期的に漏れ穴を塞ぎ、着実に市民の所得を向上させていくことがねらい。施策のための予算を獲得するには、その施策の妥当性が問われるため、分析結果をそこ

に生かしたい。

- 宮古島市内から食材を仕入れたい気持ちはあるが、現状は安定供給が難しい。
⇒その仕組みをつくるために、土台となるデータベースを作る必要がある。例えば、冷蔵冷凍庫を導入したいという話はよく出るが、これが実現しないのは数的根拠がないことも要因。飲食店等の閑散期の野菜等の生産量、ロス量が把握・説明できれば導入イメージが湧く。このように施策を実行するための数的根拠を明らかにするための調査はこれまで行われてこなかった。
- 過去にも本事業に近いものがあった。その成果はどうだったのか？
⇒令和3年度の調査事業を経て、地産地消の推進事業（地産地消コーディネーターの配置、食材保管用の冷蔵庫の設置等）を行っており、具体的な成果としては学校給食における地産食材利用率を11%から17%（令和4年度）、23%（令和5年度）に引き上げることができた。

【調査方法・内容について】

- アンケートの内容が細かく、わかりやすい説明や書いてもらう人にとってメリットが感じられるものがないと協力が難しいだろう。
- 事業所名は不要ではないか？記入したくない人もいる。
- 市＋食品業界の各組合の協力の下、各事業者へ調査協力を仰ぐ等の工夫があると良い。

Ⅳ 経済循環効果把握のための新たな調査の実施

地域内経済循環の強化を事業者や市民が「自分事」として捉え、自らその改善に取り組んでいく効果を実感できるようにするため、従来の産業連関表分析では解明できなかった消費・流通・生産の3ステージを通した具体的な仕入れ状況を明らかにする調査を行う。さらに次年度に向けての追跡調査を実施しておくことで、次年度以降のところで、「地域内乗数3（LM3）」手法により、現状の域内経済循環の度合いや域内所得創出効果を把握した上で、今後の改善シミュレーションが可能となる。

具体的な調査手法については、本報告書「Ⅱ事業の進め方 3. 地域内経済循環把握のための新たな調査手法調査（3）（4）」、「Ⅱ事業の進め方 4. 具体的な調査方法」において詳細に説明している。

以降には調査結果を掲載していく。

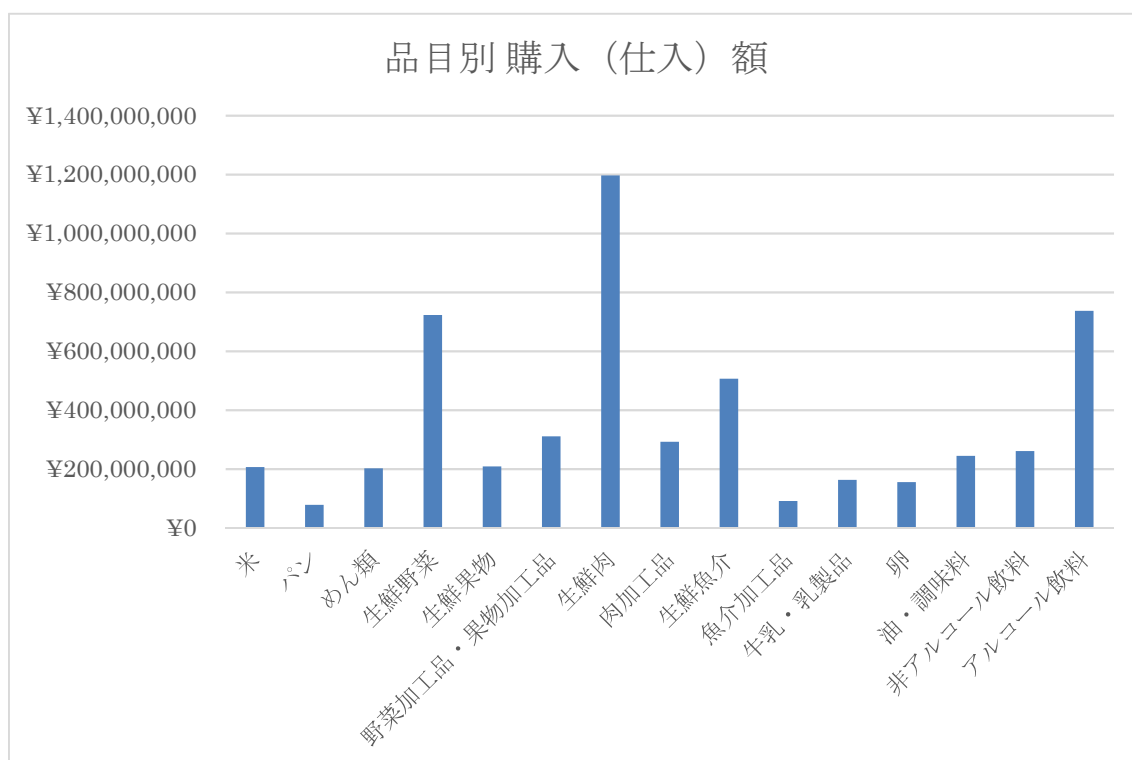
1. 現状結果（定量データ）

1次調査から得られた消費体定量データの結果をまとめた。

（1）購入（仕入）額

1次調査の対象となる全505消費事業体の総購入額は5,855,882,791円であった。

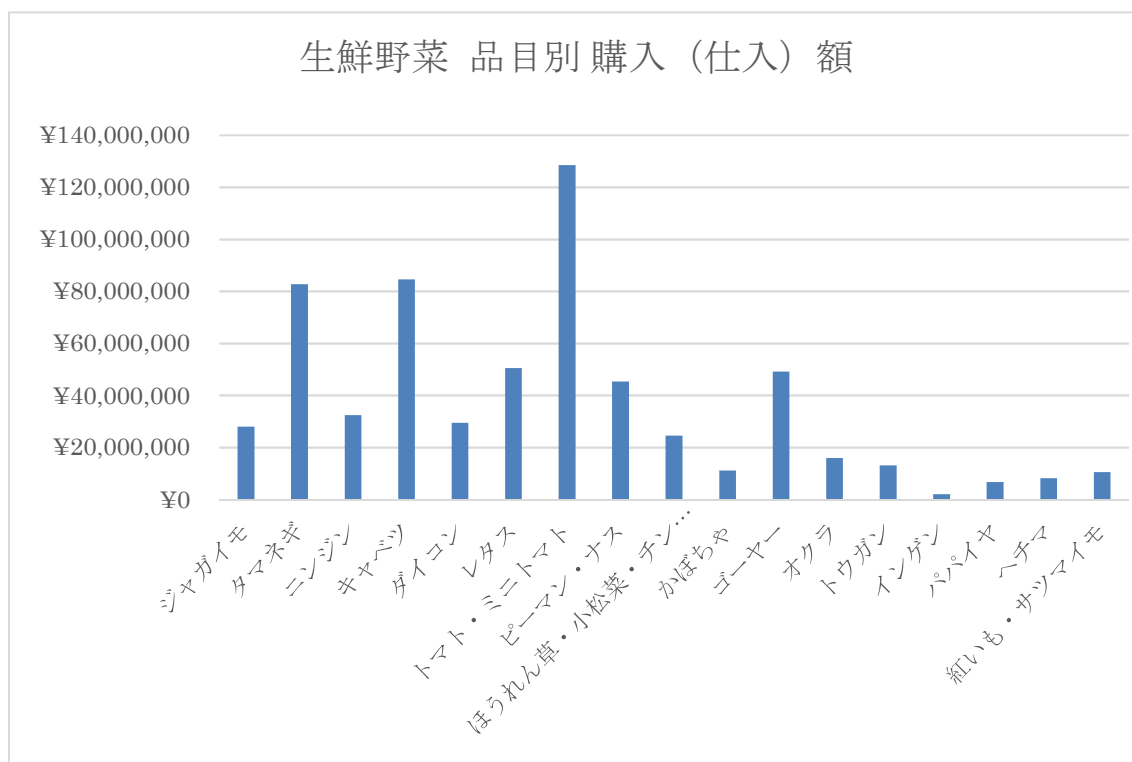
ア）品目ごとの購入（仕入）額



「生鮮肉」「アルコール飲料」「生鮮野菜」「生鮮魚介」の順番で購入額が大きい結果となった。宮古島市の消費事業体は新鮮さが求められる生鮮食品の購入割合が高いことが確認された。

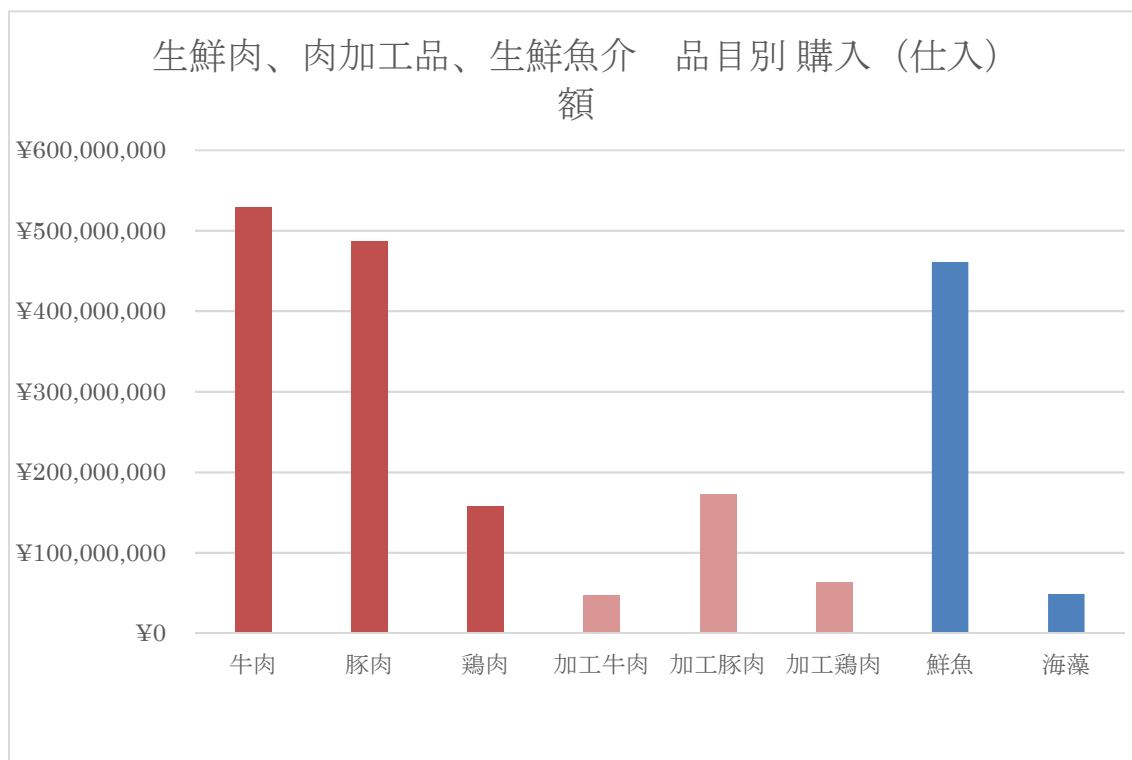
イ) 生鮮野菜、生鮮肉、肉加工品、生鮮魚介の詳細な購入（仕入）額

○ 生鮮野菜



「トマト・ミニトマト」「キャベツ」「タマネギ」の順で購入額が高く、「トマト・ミニトマト」では生鮮野菜の全購入額の約 18%を占める結果となった。また、沖縄の特産品であるゴーヤーの購入額（49,207,412 円）も比較的高いことが確認された。

○ 生鮮肉、肉加工品、生鮮魚介



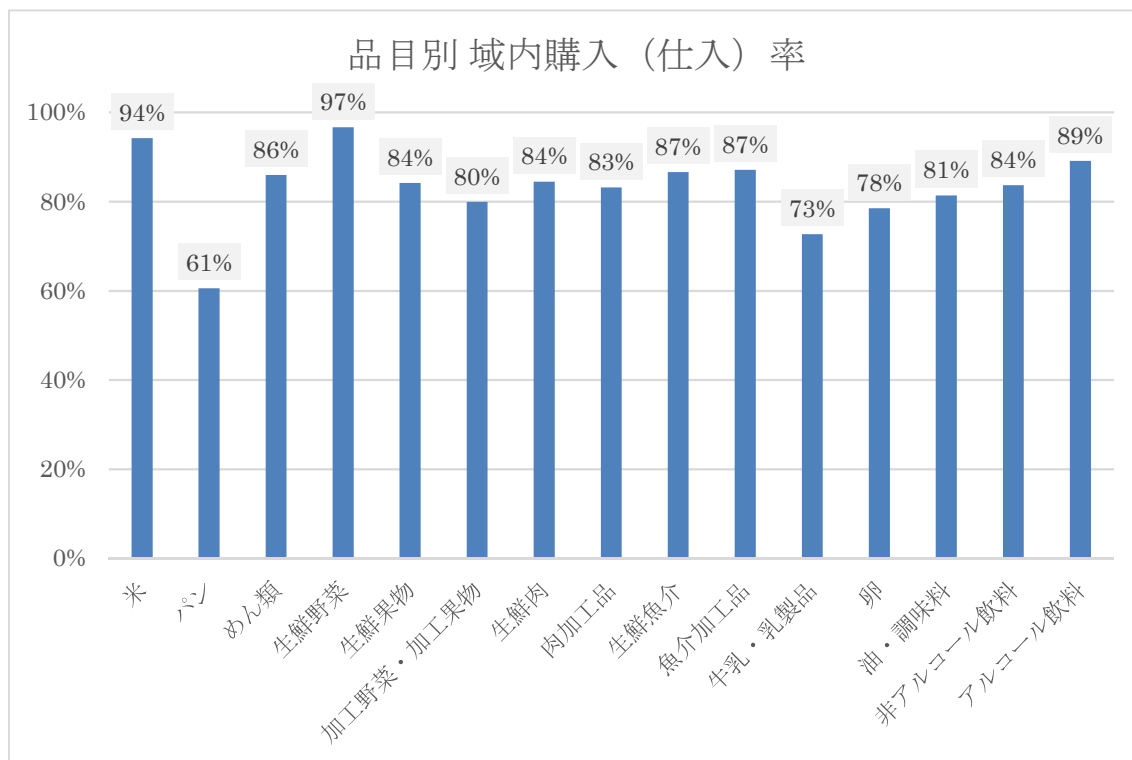
肉全体で約 15 億円、魚介類全体で約 5 億円の購入額となった。

生鮮肉では牛肉と豚肉の購入額が高く、それぞれ 528,696,336 円と 486,584,696 円であった。一方加工品に関しては、豚肉を加工した製品の購入額が牛肉や鶏肉の加工製品より多いことがわかる。牛豚鶏すべてにおいて、肉加工品より生鮮肉の購入額が多くなった。生鮮魚介では鮮魚の購入額が海藻の購入額のおおよそ 10 倍であり、461,123,327 円であった。

(2) 域内購入（仕入）率

宮古島市の域内購入率は非常に高く、全消費事業体の総購入額の 79.6%が宮古島市内の流通・生産事業体から購入していた。品目ごとの域内購入率を次項にまとめた。

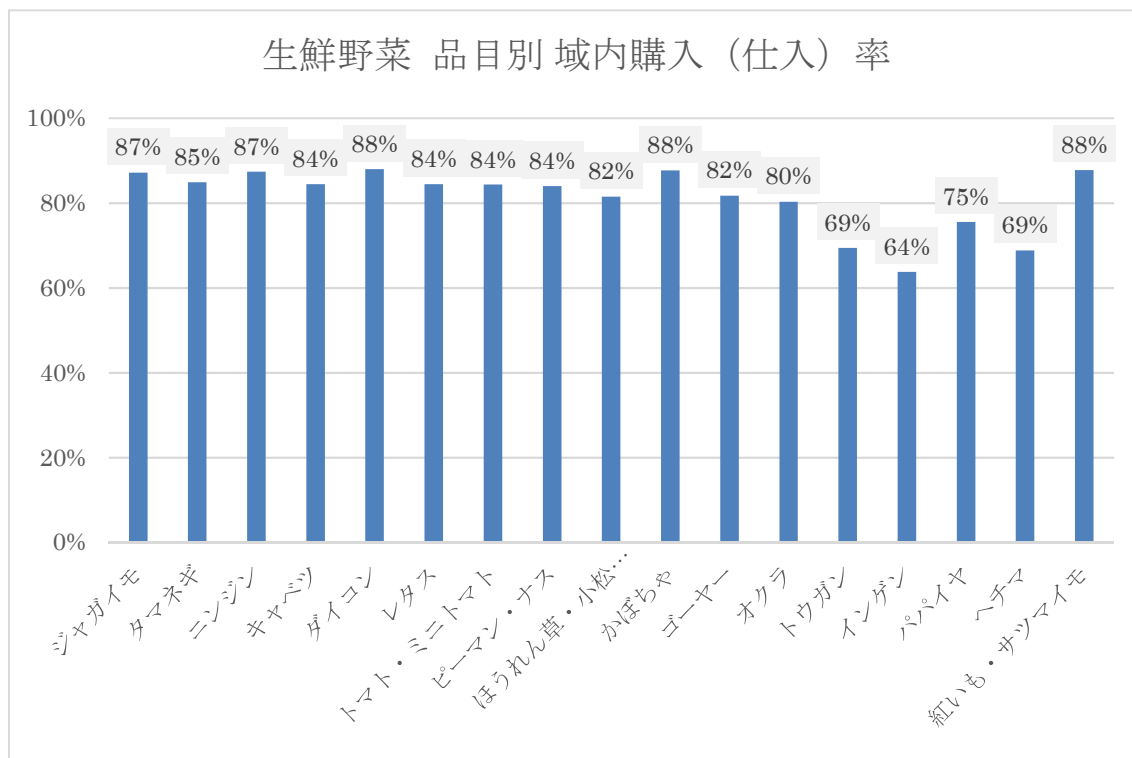
ア) 品目ごとの域内購入（仕入）率



すべての品目で域内購入率は 60%を超えており、品目に依らず宮古島市内の消費事業体は市内の流通、または生産事業体から多くの製品を購入していることが確認された。特に、「米」「生鮮野菜」の域内購入率は 9 割以上であった。

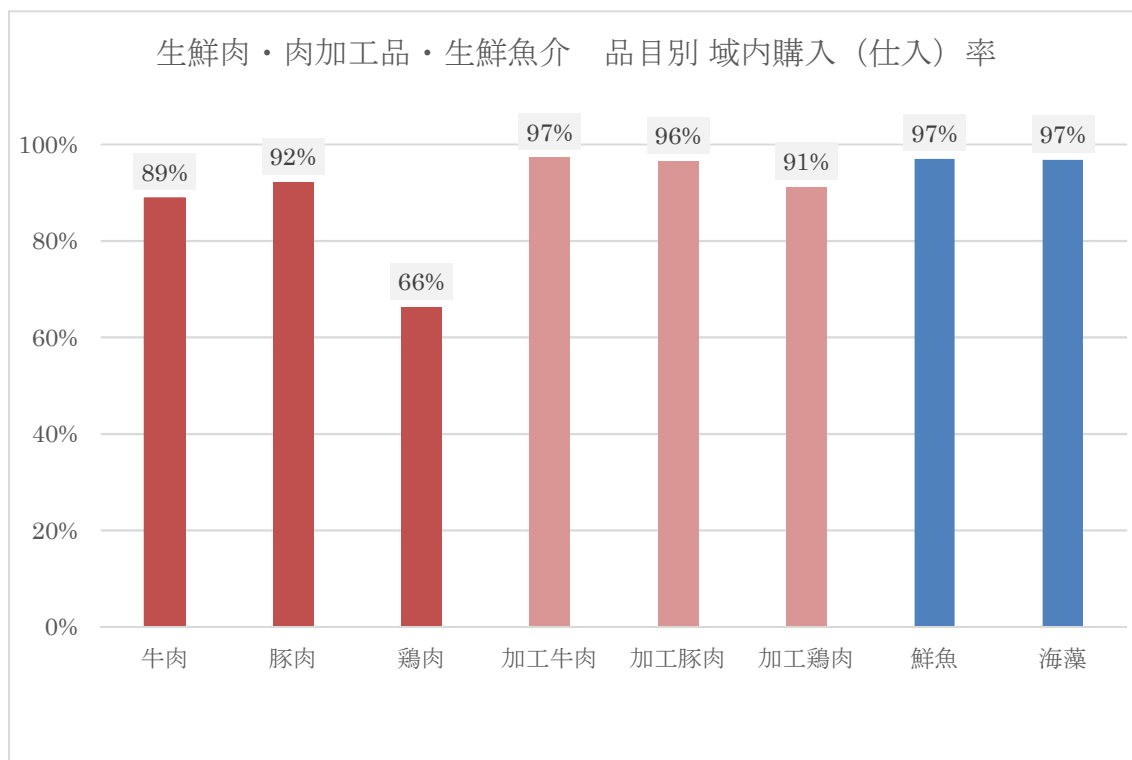
イ) 生鮮野菜、生鮮肉、肉加工品、生鮮魚介の詳細な購入（仕入）率

○ 生鮮野菜



「トウガン」「インゲン」「パパイア」「ヘチマ」以外の調査した生鮮野菜の品目では、域内購入率が 8 割以上であった。一般的な野菜に限れば、多くの消費事業体が宮古島市内から野菜を購入していると確認された。

○ 生鮮肉、肉加工品、生鮮魚介



生鮮鶏肉の域内購入率は 66%であり、牛肉、豚肉と比較して低い結果であった。肉加工品では牛豚鶏共に 9 割以上の域内購入率であり、非常に高い値であった。生鮮魚介でも、「鮮魚」「海藻」共に 97%であり、宮古島市内の消費事業体は生鮮魚介を市内の流通・生産事業体から購入していると確認された。

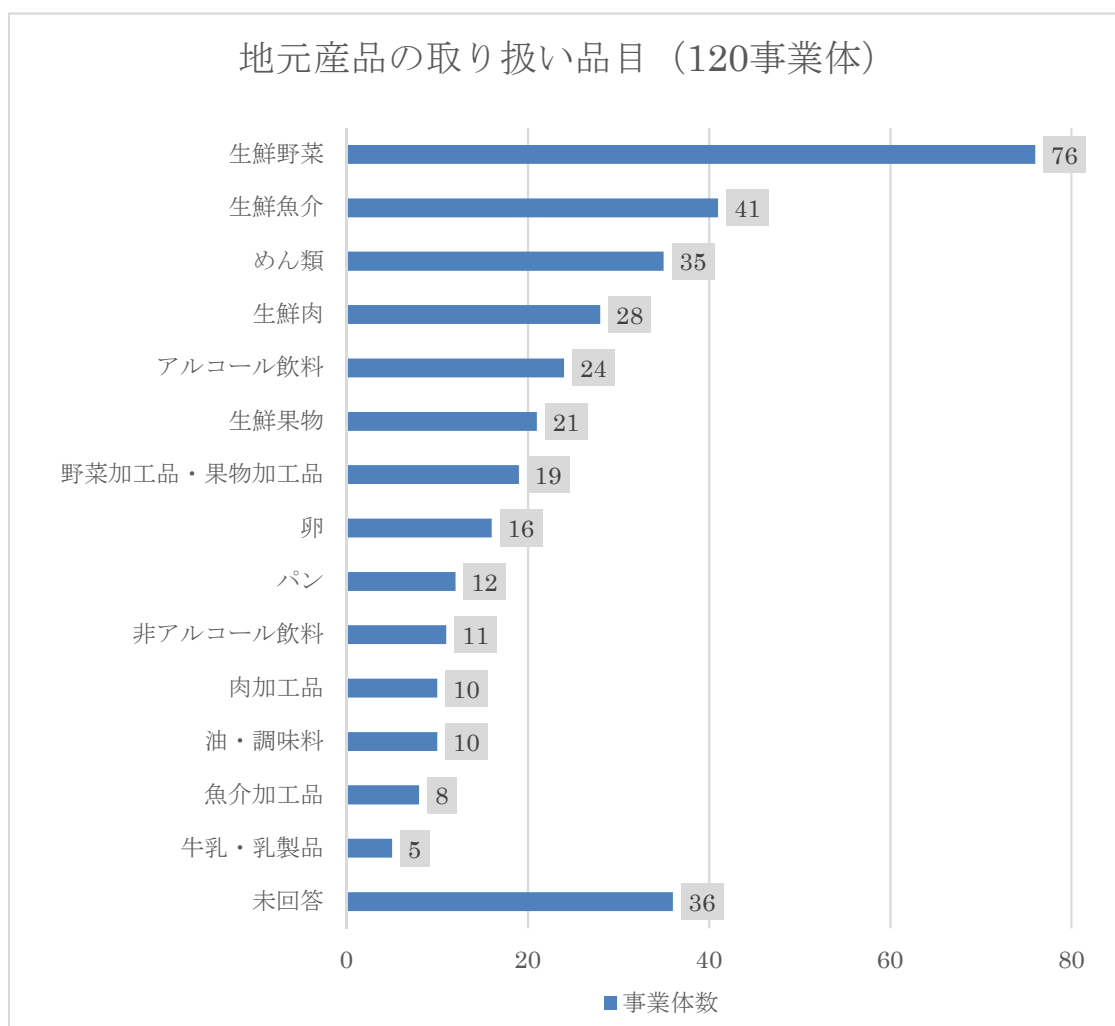
2. 現状結果（定性データ）

～地産地消促進の課題・可能性と事業体の継続性～

1 次調査では消費事業体の購入額等の定量データだけでなく、地産地消にあたっての課題や可能性についての調査も実施した。1 次調査で得られた調査結果を設問ごとにまとめた。

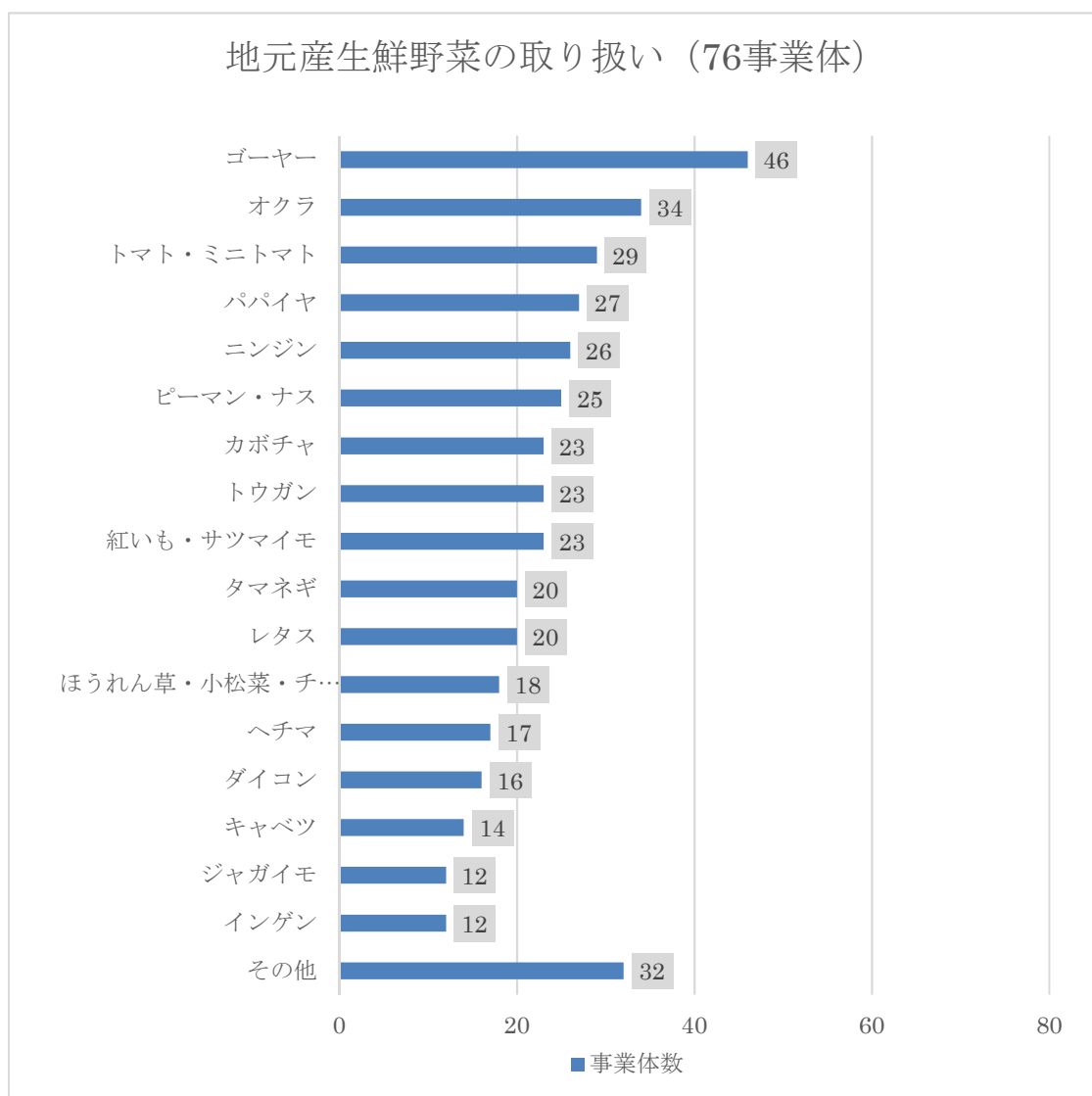
（1）地元産品の取り扱い事業体数

回答が得られた 120 件の調査票のうち、84 事業体で地元産品の取り扱いがあり、残り 36 事業体は設問に未回答であった。地元産品の取り扱いがある品目についてグラフでまとめた。

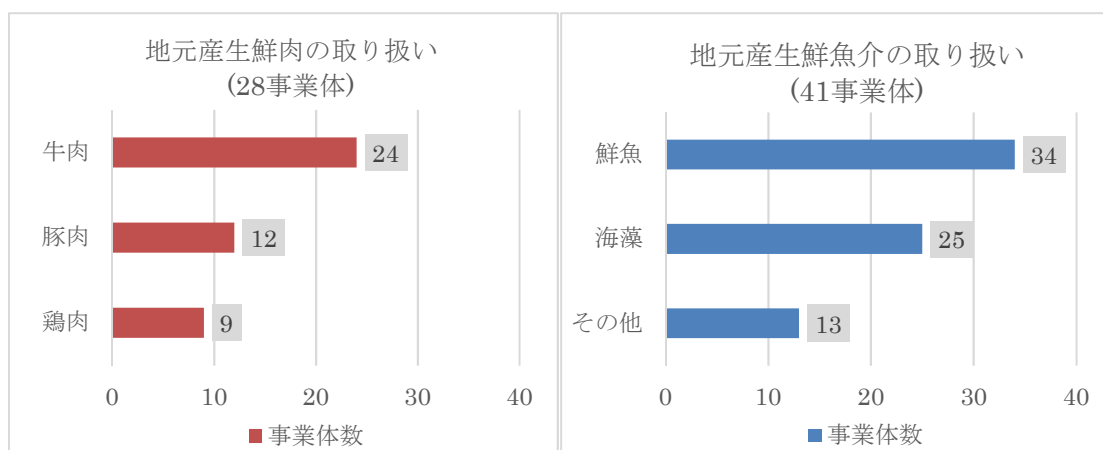


76 事業体が地元産の「生鮮野菜」の取り扱いがあった。他にも「生鮮魚介」「めん類」「生鮮肉」は多くの事業体で地元産品の取り扱いがある一方で、「牛乳・乳製品」「魚介加工品」を取り扱う事業体はそれぞれ 5 件、8 件であった。この棒グラフから品目によ

り地元産品の取り扱い状況は大きく異なることが確認された。生鮮野菜における詳細な野菜品目の取り扱い状況は以下にまとめた。



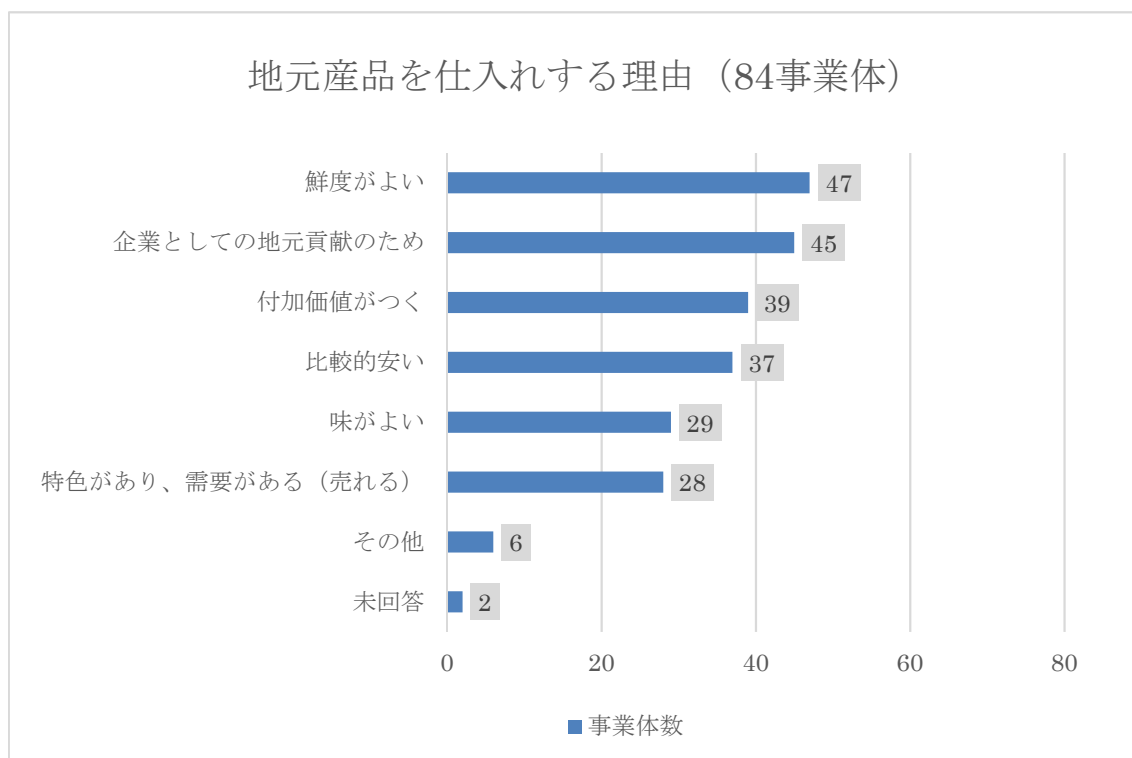
46 事業体で地元産の「ゴーヤー」の取り扱いがあり、地元産の生鮮野菜を取り扱う消費事業体の半分以上が「ゴーヤー」を取り扱っていた。また、「オクラ」「トマト・ミニトマト」「パパイヤ」「ニンジン」「ナス・ピーマン」でも地元産品を取り扱う事業体数は 25 件以上であった。また、「その他」の選択も多く、本調査で取り扱わなかった野菜品目でも地元産品を使用している事業体が多いことも確認された。



生鮮肉と生鮮魚介についてもまとめた。宮古島市内の消費事業体では「牛肉」の地元産品の取り扱いが多く、「豚肉」「鶏肉」の倍以上の事業体で取り扱いが確認された。生鮮魚介では 34 事業体で「鮮魚」の地元産品を取り扱い、25 事業体で地元産品の「海藻」を取り扱っていた。

(2) 地元産品を仕入れている理由

地元産品の取り扱いがあった 84 事業体から、地元産品を仕入れている理由について以下の回答が得られた。



半数以上の事業体は「鮮度がよい」「企業としての地元貢献のため」の理由から地元産品の仕入れを行っていた。また、地元産品を仕入する理由を複数選択している事業体が多く、複合的な理由で地元産品を購入していると推測される。その他の回答には「オ

リジナルを作ってもらっている」「台風対策」「宮古島が好きだから」等の理由があった。

(3) 今後仕入を開始・拡大したい地元産品

ア) 品目とそれらの仕入障壁・課題

今後、可能なら仕入を開始・拡大したい品目、また、現在その仕入れの障壁・課題となっている項目について質問した。事業体は3品目を選択し、その品目を仕入するための障壁となっている項目を選択する形式となっている。障壁項目の選択肢は以下の通りである。

A：どんな生産者、製造業者がいるかわからない

B：どこから仕入すればいいかわからない

C：仕入先がない

D：仕入に手間がかかる

E：安定した量を仕入できない

F：規格が合わない

G：品質が安定しない

H：価格が高い

調査した事業体の内、87 事業体からこの問いに関して回答を得られた。回答結果を下表にまとめた。

		地元産品を取り扱いの障壁								品目毎の合計
		A	B	C	D	E	F	G	H	
開始・拡大したい品目	パン	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	めん類	0	0	0	0	1	1	0	0	2
	生鮮野菜	29	32	20	42	63	1	22	13	222
	生鮮果物	0	0	0	5	6	0	2	5	18
	野菜加工品・果物加工品	1	0	0	1	3	1	1	2	9
	生鮮肉	11	13	10	9	13	2	7	6	71
	肉加工品	1	0	1	0	0	0	1	1	4
	生鮮魚介	2	4	0	4	11	0	1	2	24
	魚介加工品	2	1	1	0	1	0	0	1	6
	牛乳・乳製品	1	1	4	0	1	0	0	0	7
	卵	2	2	1	1	3	0	2	5	16
	油・調味料	0	0	2	0	0	0	0	0	2
	非アルコール飲料	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	アルコール飲料	0	0	1	1	0	0	0	1	3
	その他	0	0	2	0	1	0	1	0	4
障壁・課題毎の合計		49	53	42	63	103	5	37	36	388

調査票で詳細に分類分けされている「生鮮野菜」「生鮮肉」「生鮮魚介」は事業者が仕入を開始・拡大したい品目として多く取り上げられていた。一方で、「パン」「めん類」「非アルコール飲料」の取り扱いを開始・拡大しようとする事業者は少ない。障壁となっている項目に関しては品目により、若干傾向が異なる結果となった。「生鮮野菜」「生鮮魚介」の仕入れを開始・拡大しようとする事業者は項目 E「安定した量を仕入できない」を多く選択していた。「生鮮肉」の仕入れ開始・拡大を目指す事業者でも項目 E「安定した量を仕入できない」が障壁となっているが、項目 A「どんな生産者、製造業者がいるかわからない」と項目 B「どこから仕入すればいいかわからない」も比較的多く選択しており、「生鮮肉」の仕入に関する情報が不足していることがわかる。「卵」を仕入しようとする事業者は項目 H「価格が高い」を多く選択しており、宮古島市内の卵の卸値の高騰が仕入れの障壁となっている可能性がある。

ここからは生鮮品を品目別に分けて表にまとめた。

○ 生鮮野菜

		地元産品を取り扱いの障壁								品目毎の合計
		A	B	C	D	E	F	G	H	
生 鮮 野 菜 の 品 目	ジャガイモ	0	0	2	2	2	0	2	1	9
	タマネギ	3	7	4	4	9	1	3	1	32
	ニンジン	2	3	0	2	2	0	0	2	11
	キャベツ	5	6	4	11	11	0	6	3	46
	ダイコン	1	1	2	2	3	0	0	1	10
	レタス	4	4	3	8	12	0	1	1	33
	トマト・ミニトマト	3	4	2	5	7	0	3	1	25
	ピーマン・ナス	3	2	0	1	1	0	0	0	7
	ほうれん草・小松菜・チンゲンサイ	0	0	0	2	2	0	0	0	4
	カボチャ	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	ゴーヤー	0	0	0	1	2	0	0	1	4
	オクラ	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	トウガン	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	インゲン	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	パパイア	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	ヘチマ	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	紅いも・サツマイモ	1	1	0	0	1	0	0	0	3
	その他・全般	7	4	3	4	10	0	7	2	37
障壁・課題毎の合計		29	32	20	42	63	1	22	13	222

項目 E「安定した量を仕入できない」項目 D「仕入に手間がかかる」項目 B「どこから仕入すればいいかわからない」項目 A「どんな生産者、製造業者がいるかわからない」を選択している事業体が多く、これらが生鮮野菜を仕入れる時の障壁になっている場合が多いことが見て取れる。「タマネギ」「キャベツ」「レタス」の仕入れを開始・拡大しようとしている事業体では特に項目 E「安定した量を仕入できない」が多く選択されており、事業体が安定して仕入れできないことを懸念している。

○ 生鮮肉

		地元産品を取り扱いの障壁								品目毎の合計
		A	B	C	D	E	F	G	H	
生鮮肉 の品目	牛肉	2	2	1	2	4	1	2	3	17
	豚肉	5	4	5	2	3	0	2	3	24
	鶏肉	1	3	3	0	0	1	0	0	8
	その他・全般	3	4	1	5	6	0	3	0	22
障壁・課題毎の合計		11	13	10	9	13	2	7	6	71

仕入れの障壁として項目 A「どんな生産者、製造業者がいるかわからない」 B「どこから仕入れればいいのかかわからない」 C「仕入先がない」の選択比率が高く、事業体が生鮮肉に仕入先に関する情報を持っていないことが推測される結果となった。

○ 生鮮魚介

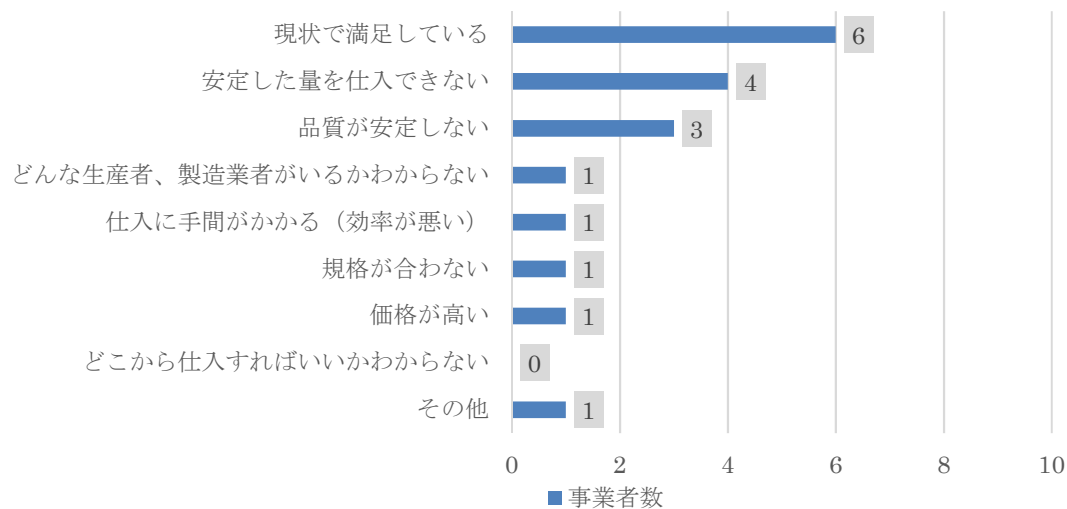
		地元産品を取り扱いの障壁								品目毎の合計
		A	B	C	D	E	F	G	H	
生鮮魚 介の品 目	鮮魚	0	3	0	2	7	0	1	2	15
	海藻	1	0	0	0	1	0	0	0	2
	その他・全般	1	1	0	2	3	0	0	0	7
障壁・課題毎の合計		2	4	0	4	11	0	1	2	24

鮮魚において項目 E「安定した量を仕入できない」を選択した事業体が多く、消費事業体への安定した鮮魚供給を可能にする市場環境が必要であると考えられる。

イ) 地元産品の取り扱いを開始・拡大しない理由

調査した 120 事業体の内、87 事業体で今後開始・拡大したい地元産品があったため、33 事業体がこの設問の対象となった。地元産品の取り扱いを開始・拡大する予定のない事業体の理由をグラフにまとめた。

今後、開始・拡大したい地元産品がない理由 (33事業体の内25事業体が未回答)

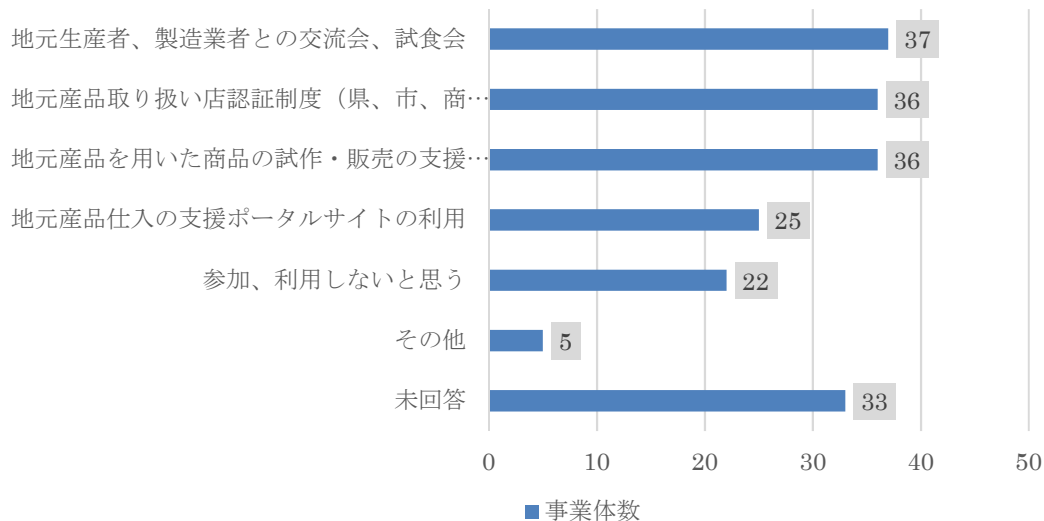


はじめに、この設問に対し 25 事業体が未回答であった。そのため、回答を得られた多くの事業体で「現状で満足している」とのことであった。「安定した量を仕入できない」「品質が安定しない」等、地元産品の仕入に対する不満も事業体が開始・拡大したい地元産品がない理由として数件報告された。

(4) 地元産品を促進する取り組みへの参加・利用の可否

地元産品を促進するための取り組みへの参加・利用の可否について質問した。回答結果をグラフにまとめた。

参加・利用してみたい取り組み (120事業体)

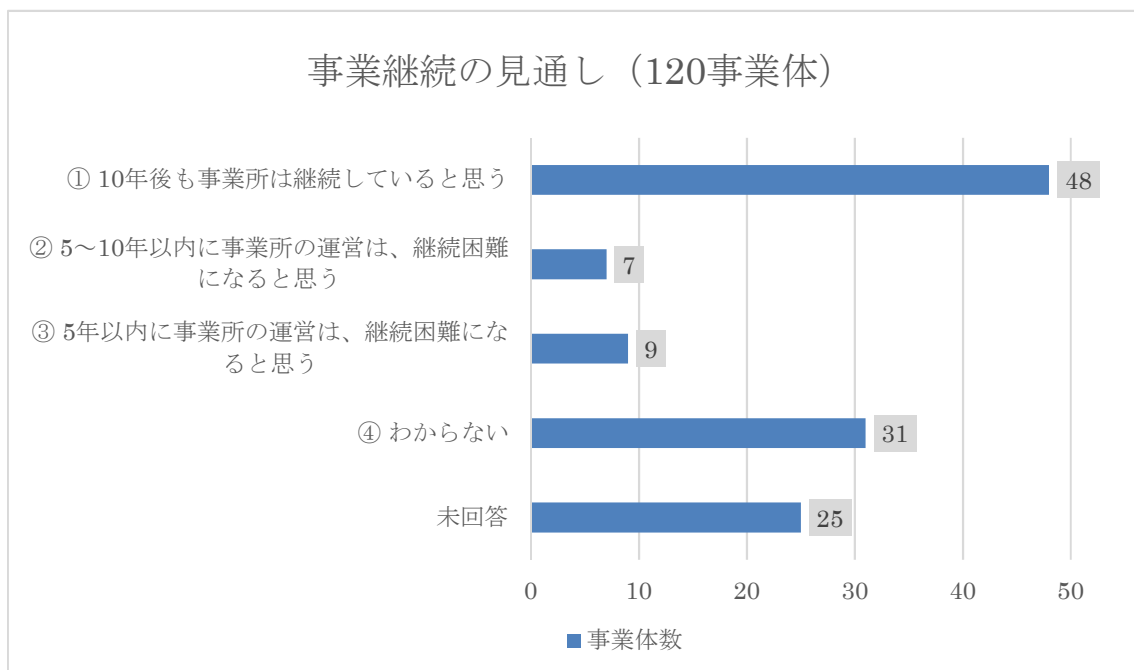


3 割程度の事業体が「地元生産者、製造業者との交流会、試食会」「地元産品取り扱い

い店認証制度」「地元産品を用いた商品の試作・販売の支援制度」に参加・利用すると回答した。僅か 22 事業体がこれらの取り組みに「参加、利用しない」意向であり、宮古島市内の消費事業体の地元産品を取り扱おうという前向きな姿勢が感じ取れる結果であった。その他の回答では、「販売イベントの開催」「地元産の売り場がもっと増えて欲しい」等、地元産品を身近に感じることができる施設・イベントを求める声があった。

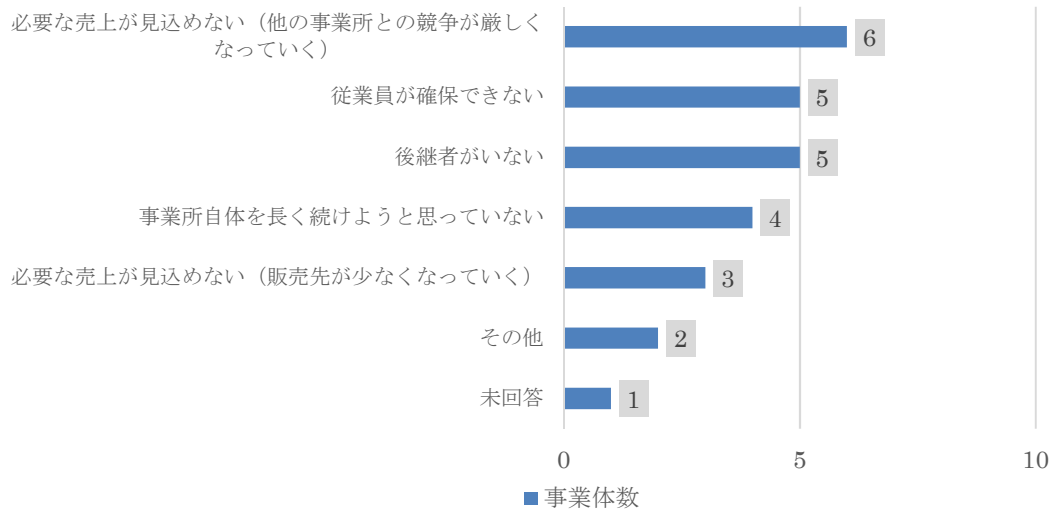
（５）事業継続の見通し

事業継続の見通しについても調査した。調査結果を以下にまとめた。



48 事業体で「10 年後も事業者は継続していると思う」と回答があったが、16 事業体で 10 年以内に運営が困難になるとの回答があり、将来の運営に不安を持つ事業体が多く存在した。その 16 事業体から継続が困難になると思う理由について、以下の回答を得た。

事業継続が困難になる理由（16事業体）



6 事業体で「必要な売上が見込めない（他の事業所との競争が厳しくなっていく）」、3 事業体で「必要な売上が見込めない（販売先が少なくなっていく）」と回答があり、事業を存続していくための売上を確保できないことを心配する事業体が多かった。また、「従業員が確保できない」「後継者がいない」等、人材に関する懸念も事業継続が困難な理由として多く選択された。「その他」では譲渡する予定があるとの回答があった。

（6）地産地消・地元産品利用を伸ばすアイデア

調査票の最後に地産地消・地元産品利用を伸ばすアイデア・工夫・取り組みについて自由に記述する欄を設け、48 事業体から回答を得た。全体的に農産物の安定供給が地元産品の利用する妨げになっていると考える事業体が多く、安定供給につながる生産体制の構築や作物の保存・加工に関するアイデアや意見が多かった。また、販売環境を改善するための具体的な取り組みについて回答した事業体も多かった。回答結果を分類分けし、以下にまとめた。

ア) 生産体制の構築や作物の保存・加工に関連

○ 生産に関する回答

- ・ 宮古島市産の野菜を増やして買いやすい値段で売って欲しい。
- ・ 安定供給ができていないので、金額を下げるかもしくはその分高く提供できるような仕組みを考えて欲しい。
- ・ 牛乳の生産者を支援して欲しい。
- ・ 安定供給できるように水耕栽培やハウス栽培などの設備があればよい。
- ・ 一次産業の強化するため、設備投資が必要である。

○ 作物の保存・加工に関する回答

- ・ 食品を瞬間冷凍できる施設が欲しい。
- ・ 台風が来ても在庫が確保できる保存庫が必要である。
- ・ 小規模事業者が利用できる食品加工施設（工場等）を作って欲しい。
- ・ 加工品の質の向上が必要である。

イ) 販売環境の改善に関する回答

- ・ 地元産品の宅配サービスがあれば助かる。
- ・ 市内の野菜・商材をメインで扱う卸業者さんが欲しい。
- ・ 地元産だけを取り扱ったネットスーパーなどがあつたらいい。
- ・ 仕入時期等を生産者側が連絡できるアプリ等があれば良い。
- ・ 生産農家と繋がり、直接仕入りたい。
- ・ イベント（島の食べ物や食材を使ったマルシェやフェス）を開催する。
- ・ 類似する飲食店が連携して、野菜の卸を行えると思う。

ウ) その他

- ・ 島の文化と自然を守り、自然だけでなく、文化と繋げて地産のブランディングをもっと強化する必要がある。
- ・ 規格外品を安く販売してもらいたい。
- ・ 地元産品を買う余裕がないため、まずは、従業員を確保できるよう市が従業員寮を確保して欲しい。

V 調査の推進体制づくり

調査の推進体制づくりは、前述のⅢ産業連関表による分析結果の共有とも関連し、また後述するⅥ調査・分析を継続する仕組みづくりと一体的に進めることを考慮した上で、次の①②③により体制づくりを行う。

- ① 地域内経済循環促進のために関係機関・事業者との連携を推進する「みやこ経済循環円卓会議」の実施
- ② 事業体調査チーム
- ③ 調査説明会

1. 地域内経済循環促進のために関係機関・事業者との連携を推進する「みやこ経済循環円卓会議」の実施

将来にわたり地域内経済循環づくりへの協力を仰いでいくため、志ある関係機関・事業者らを参集しコアメンバーに位置づけ、将来的には調査の地元推進体制の核となり、今後調査・分析を継続する推進力の軸となっただけることを期待して、本音で経済循環に関わる悩みや成果、夢を語り合うようなサロンの場（以降、「みやこ経済循環円卓会議」という）を設けた。地域内経済循環の調査手法についても、実際に調査を受ける立場から提案をいただく。

なお、本業務においては、前述のⅢ産業連関表による分析結果の共有に該当する「みやこ経済循環円卓会議①」、後述する本章第3項に該当する「みやこ経済循環円卓会議②」において、本形式で実施した。

2. 事業体調査チーム

実際に郵送調査、訪問調査を展開する実践チームとして、現地調査員を招集した。先行ヒアリング調査等を通じて調査手法等への共通理解を深め、円滑な実施に努めた。前述の「みやこ経済循環円卓会議」にも事務局運営側として参画し、理解と協力の輪を広げるとともに、適宜、チームミーティングを行い、課題と成果を共有しながら、調査を推進した。

3. 調査説明会「みやこ経済円卓会議②」の開催・運営

10月から始まる1次調査のキックオフ兼調査説明会の位置づけとして、関係事業者に幅広く周知し、本事業への理解・調査協力を促進するために開催した。開催にあたっては、本調査の手法を解説して疑問や心配なく調査に協力いただくことを促すのはもちろんだが、その前提となる、なぜこの事業を実施することが必要なのかを理解いただくことが何より重要と考え、前半の事業概要説明の後の質疑応答の時間をしっかりととり、参加者が質問や意見をできるだけ発言しやすい場づくりを心掛けた。

(1) 開催日時・場所等

- ・ 日 時：令和6年10月9日（水）10:00～12:00
- ・ 場 所：JTA ドーム会議室2
- ・ 参加者：23名
(うち コアメンバー3名、一般参加者9名、市産業振興局4名、
主催事務局7名)
- ・ 次 第：1. あいさつ
2. コアメンバー紹介
3. 本日のルールと流れについて説明
4. 事業概要説明
5. 質疑応答
6. 本調査の説明
7. 質疑応答
8. コアメンバー・産業振興局より最後のひと言



(2) 内容

説明会では、なぜ本事業を実施する必要があるのかを参加者に深く理解いただくために事業者の現状の課題、市として実現したいことと既存事業、調査の全体像と手法詳細を以下のことに重点をおいて説明した。(当日使用した資料は、別添資料 2 を参照)

- 事業者が抱える課題に対応していくため、市として様々な事業を展開しており、本事業もその一環であること
- 具体的にこれまで市が実施してきた事業「地産地消コーディネート事業」の内容と成果(事業の中で食材の消費量を把握してきた)
- 今年度実施する「調査事業」の必要性: データに基づいた分析により、地産地消による経済効果を把握する(今回はお金の流れを把握する)
- 調査の流れ、使用する調査票の注意点

前半(次第 4)の説明を終えたところで、参加者同士 2~3 人でグループをつくり、感想や疑問点などを伝え合っていた。その後、参加者との質疑応答や各グループ内で話し合われた内容の共有を元に意見交換を行った。意見交換の主な内容を以下に掲載する。

【既存の地産地消推進事業について】

- 学校給食に地元産品を導入して原価率や費用負担は増えたのではないかな?
⇒そのような先入観はあるが、栄養士や生産者との情報交換を通して、実際には地元産に置き換えても予算内に収まることが確認された。(時期にもよる)
- 地産地消コーディネート事業の中で一番の課題は何か?
⇒課題は生産者と仕入先のマッチングから物流までの 6 つの行程(マッチング→受発注管理→仕分け・梱包等作業→加工→貯蔵→物流)を円滑に繋げること。
例えば、従来の農業は JA を通して卸すことがメインだったとすると箱のまま卸していた。しかし、地産地消にしようとした途端、仕分け、受発注、運搬といった作業が個別に発生する。こうした作業を担う卸売市場を市がつくることは難しいが、機能としては必要不可欠である。
- 地産地消による経済効果があるとされるが、今までのデータから見えてきたものは?
⇒令和 4 年度に作成された産業連関表によると、市外から購入しているものの割合が高く、特に食料品(生鮮品を除く)が経済の漏れの大きな要因となっている。2015 年と 2020 年の統計を比較すると、宮古島市の総需要は増加しているが、その伸びた分の供給を市外に依存している。観光を中心に経済が成長しているものの、需要を市内で十分に賄えていない。これを踏まえ、地産地消が経済的な効果をもたらす可能性があるとの仮説に至っ

ている。

【地産地消推進の課題について】

- 食材の調達に関しては各社いろんなスタイルがある。業務効率を求める中で食材調達は商社に任せ、その分仲介手数料を払っているところもある。提供する料理の価格設定は、朝ご飯は旅行者向けでやや高めの価格設定、ランチは島民向けでやや価格を抑えた設定に自然になっている。

⇒飲食店が農家を訪れ、想いのこもった食材を仕入れて提供するのは素晴らしいが、全ての店舗が実践するのは難しい。そこで、地域内経済循環という構造の変化を促し、市民の手元に残るお金を少しずつ増やしていくことが重要だと考えている。そのためには、多くの人に関われる仕組みが必要であり、地域商社のような存在があれば、地域の生産物と消費者を効率的に繋ぐことができる。

- 地産地消の推進には、市民や観光業者の意識向上と情報共有が不可欠。ホテルは効率を重視し卸を活用するが、点での取引が多いため、地域商社のような仕組みがあれば連携が進む可能性がある。ホテルには市外出身の責任者・仕入れ担当者が多いので、宮古島市の情報入手手段に乏しく、そこを支援することで地産地消にも繋がるのではないかな。

⇒地域商社の形もあるが、地元の卸が農家と適切に連携できれば、業務効率は大幅に向上する。既存の商流を生かす方向性でも検討したい。

- 農家に市場の情報が十分に伝わっていない。果物はメディアや観光客の影響で需要が認識されやすいが、タマネギやニンジンでは需要が不明瞭。葉タバコ農家が多いのは確実な買い手がいるため。野菜も学校給食など安定した市場情報があれば生産を促せる可能性がある。市の広報誌で販売データを共有すれば、農家の意欲向上につながるのではないかな。

Ⅵ 調査・分析を継続する仕組みづくり

調査・分析によって地域内経済循環の状況や取り組みによる効果を把握し続ける仕組みづくりに向けて、以下2つを実施した。

- ① 市役所成果報告会
- ② 調査票の記入マニュアルの作成

1. 「市役所成果報告会」の開催・運営

今後この調査事業が持続的に各課を超えた市全体の地域内経済循環政策へ繋がることを期待し、本事業の関係部署を中心とした市職員を対象に、本事業の暫定的な成果（1次調査結果および今後の取り組み想定）を報告した。

当初は「みやこ経済円卓会議」の形式で、幅広い事業者や市民の参加を得ての開催を予定していたが、市と協議の上、調査に協力いただいた方々を含む市民全体への報告としては、2次調査までの分析を終えて、一定の結論を見いだしてから開催することが望ましいとし、今回は庁内の関係部署への報告会にとどめて開催することとした。

（1）開催日時・場所等

- ・ 日 時：令和7年2月19日（水）10:30～12:00
- ・ 場 所：宮古島市役所
- ・ 参加者：8名
（うち 市役所職員4名、主催事務局4名）
- ・ 次 第：1. あいさつ
2. 報告
3. 質疑応答



(2) 内容

今年度事業の主に 1 次調査までの結果を市の関係部署職員を対象に報告した。主な報告内容は以下のとおり。(当日使用した資料は、別添資料 3 を参照)

- 本事業は宮古島市産業振興局が地産地消の推進に向けて行う 3 つの事業の内の 1 つであり、地産地消推進の土台（根拠）となるデータ収集・分析を実施したものである
- 1 次調査（消費）までの結果で明らかとなったのは、以下主に 3 点
 - ― 品目別購入額・率（特定の生鮮野菜、肉・魚介類の細かい品目別を含む）
 - ― 品目別域内購入額・率（特定の生鮮野菜、肉・魚介類の細かい品目別を含む）
 - ― 消費事業体（飲食、宿泊業）にとっての地産地消の障壁、課題
- 宮古島市の特徴
 - ― 観光地であることで人口が同規模の自治体と比べて外食産業の総購入額が大きい。
 - ― 域内購入率がほとんどの品目で 80%を超えており、比較的高い。
 - ― 生鮮野菜の品目別地元産利用率では「ゴーヤー」が最も多い。
- 1 次調査の過程から見えてきた、調査・分析を今後継続する上での課題
- 2 次調査の調査概要および進捗を紹介
- 今後の取り組みの想定案を紹介（EBPM の実行と、想定スケジュール）

報告を終えたところで、参加者同士で質疑応答を含めた意見交換を行った。意見交換の内容を以下に掲載する。

- 地元宮古島市の牛肉を使っている割合が高いが、地元産の仕入れルートがどうなっているのか気になる。
- 調査を市民に共有するにあたり、どれだけわかりやすくできるか、情報の精査が今後重要になってくる。
- 調査の回答率を上げる（事業者の協力を促す）仕掛け・工夫が必要。
- 認証制度については消極的に考えている。地元のものを扱っている割合が店舗によって違う。
⇒地元産品利用への貢献度が消費者にも目に見えてわかるしくみが大事。

2. 調査票の記入マニュアルの作成

みやこ経済円卓会議①（7/23 開催）における、事業者の方々からのご意見・ご指摘から、本事業の調査へのご協力をいただくには、事業や調査の主旨・内容をよりわかりやすくお伝えすることが必要であることがわかった。

そのため、事業体、市民に調査にご理解・ご協力いただくことを目的とし、本事業の目的や調査手法等についてわかりやすい説明資料を作成し、宮古島市 HP および SNS に掲載・発信した。

また、事業体調査（1 次調査、2 次調査）の調査票の付属資料として、わかりやすい記入マニュアルを作成し、調査への協力のしやすさに繋げるとともに、記入誤り等の無効票を減らし、より有効な調査となることを促した。（作成した調査マニュアルは別添資料 4～8 を参照。）

Ⅶ 次年度に向けた課題整理

1. 本年度のまとめ

今年度の取り組みを振り返って、次のような4つの主要な成果を積み上げることが出来た。

(1) 充実した調査チームの構築、運営

宮古島市においては、人口5万人クラスの自治体にしては調査対象となる飲食店や宿泊施設の数が極めて多いため、調査体制の強化が一番の課題となっていた。実際には、現地における合計6名の調査チームが中心となり、円卓会議を契機とした協力体制づくり、分析側とタイアップしたわかりやすいマニュアルづくり、そして粘り強い依頼ときめ細かな聞き取りを展開できたことは大きな成果であった。この調査体制は、2年目以降の調査継続や合意形成の場づくりに向けても引き続き、進化させていきたい。

(2) 高い域内購入率が判明 ～ 今後の力点は「地産化」

第一段階における飲食店、宿泊施設の消費事業体の仕入れデータにおいて、過去の類似自治体の傾向と比して宮古島市の際立った特徴と思われるものは、域内購入率の高さである。仕入れ食品15部門中13部門が域内購入率80%を超えている。これは、他の同規模では5割以上に達することもある域外からの卸売りやネット販売による直接仕入れの割合が一定程度に抑えられていることを意味している。つまり、宮古島市において、第一段階の消費事業体と第二段階の流通事業体の間での域外流出の度合いは大きくない。今後の域内経済循環強化ならびに市民所得の取り戻しの力点としては、第二段階の流通事業体と第三段階の生産事業体の間における「地産化」にあることが明確となった。

(3) 多様な地元産品の利用状況と利用拡大の課題を集約

今回の消費事業体調査では、現時点で利用している地元産品の有無やその品目も集約している。およそ3分の2の飲食店、宿泊施設が地元産品を利用しており、その品目は生鮮野菜を中心にかなり多数となっており、品目別にその利用割合は大きく異なっている。今後は、来年度における流通・生産段階の調査集約も含めて、地元産品活用の具体的方策を検討していくことになるが、今年度時点においても次のような消費事業体における地元産品の利用拡大に向けた3つの主要な課題が集約されている。

地元産品の仕入を開始・拡大する上での主要3課題（消費事業体）

①情報不足

「どんな生産者、製造業者がいるかわからない」

「どこから仕入すればいいかわからない」

②仕入れの手間

「仕入に手間がかかる」または「仕入先がない」

③仕入れの安定性

「安定した量を仕入できない」

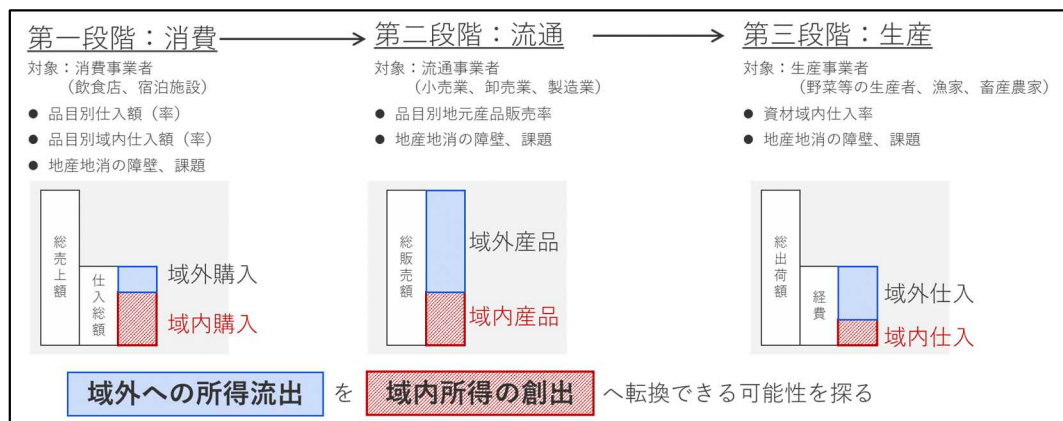
2. 今後の展望

今年度の成果と課題を踏まえて、次のように今後の取り組みの方向が展望される。

（1）流通ならびに生産段階の調査とデータ統合

来年度上半期においては、本年度2月末まで実施した流通ならびに生産段階における調査データを精査した上で、消費段階の調査データを統合し、消費・流通・生産の3段階の経済循環をカバーするデータベース構築がまず求められる。

その上で下図のように各段階で域内仕入れや域内生産の割合を高めることで域外への所得流出を域内所得の創出へと転換する具体的な可能金額を推計するプログラムを組み込むこととなる。



＜消費、流通、生産の3段階におけるデータ把握のイメージ＞

（2）一般世帯も含めた宮古島市全体の域内経済循環シミュレーションへ

今年度の調査データはあくまで飲食店、宿泊施設を出発点とした経済循環を対象としている。来年度は、さらに一般世帯からの食料品支出額を既存データ等を活用することにより推計し、宮古島市全体の食産業に関わる域内経済循環シミュレーションを実施していくことが期待される。

具体的には、下図に示したように、まず全般的に域内購入率および地元産利用率を高めた場合にどれだけの域内所得が新たに創出できるか、シミュレーションが可能となる。

項目	現状	域内購入率 地元産利用率 【70%】	域内購入率 地元産利用率 【100%】
域内購入（仕入）額：	¥1,516,211,737	¥1,516,211,737	¥1,516,211,737
域内購入（仕入）率：	46.2%	78.8%	100.0%
地元（益田市）産品購入額：	¥181,682,435	¥1,065,550,939	¥1,516,211,737
地元（益田市）産品利用率：	12.0%	70.3%	100.0%
所得創出総額：	¥138,700,882	¥454,860,749	¥592,396,903
LM3（地域内乗数3）：	1.56	2.11	2.43

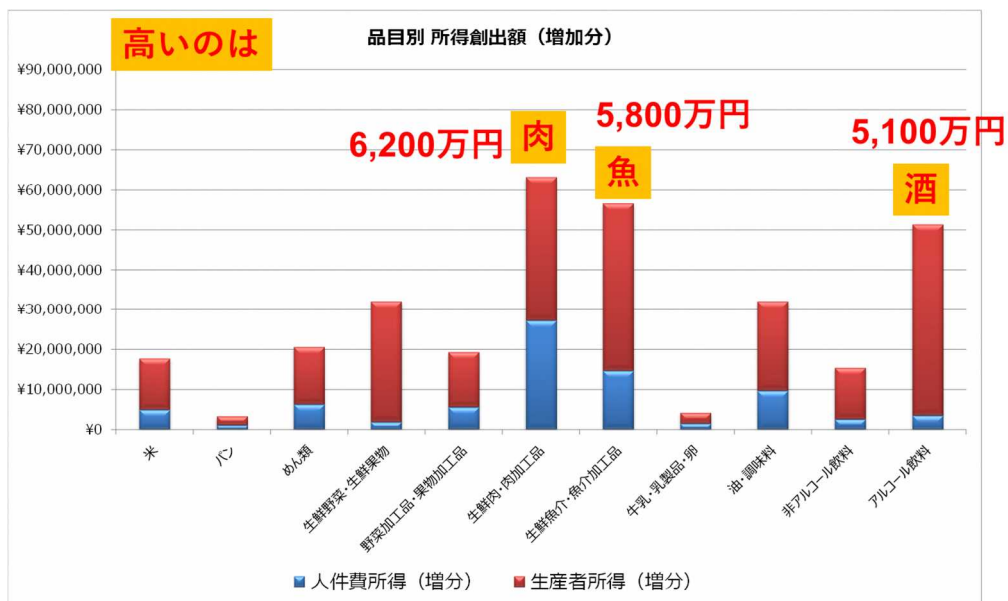
＋3億1,616万円

＋4億5,370万円

＜市全体としての所得創出総額のシミュレーション例＞

＊2018 年度「地域経済循環分析を用いた益田市における地産地消の実態調査」より

また、加えて下図に示したように、品目別で域内購入率および地元産利用率を高めた場合にどれだけの域内所得が新たに創出できるかといったシミュレーションも可能となる。



＜品目別の所得創出総額のシミュレーション例＞

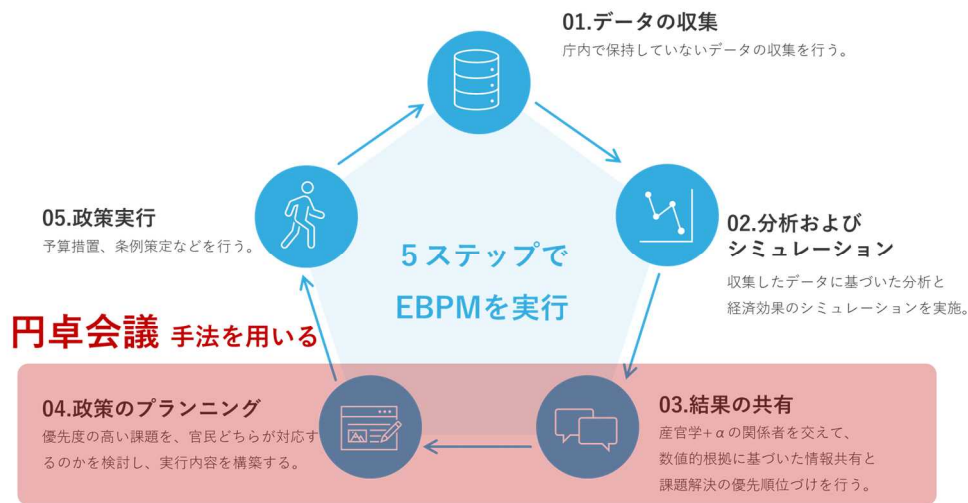
＊2018 年度「地域経済循環分析を用いた益田市における地産地消の実態調査」より

このような市全体や品目別における様々なケース別の所得創出額が推計できるようになることで、次に述べる EBPM に基づく政策サイクルを支える客観的なデータ基盤が整うこととなる。

(3) EBPMに基づく政策サイクルを試行へ

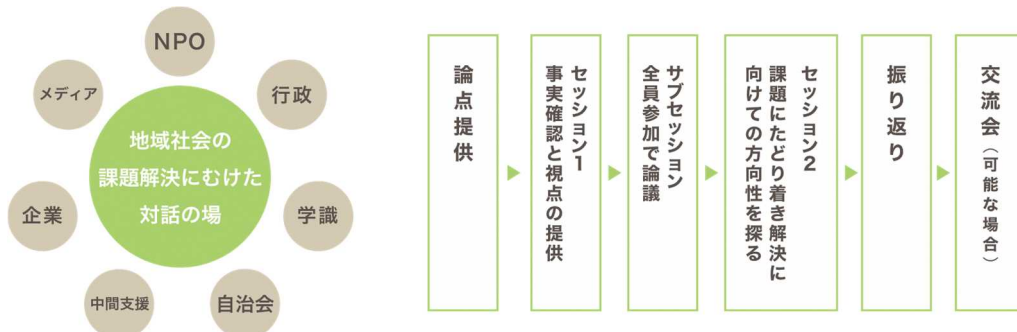
近年、国や地方公共団体の政策展開については、EBPM（エビデンス・ベースト・ポリシー・メイキング＝証拠に基づく政策立案）の導入必要性を望む声が高まっている。今年度から行っている食分野における経済循環調査の成果も、EBPMに基づく政策サイクルの中に組み込まれて初めて真価を発揮するものと思われる。

来年度においては、下図に示された5つのEBPMのステップにおいて、「02. 分析およびシミュレーション」、「03. 結果の共有」、「04. 政策のプランニング」の3ステップを実際に試行する中で、今年度の調査成果を活用していくことが望まれる。



<EBPMに基づく政策サイクルにおける5つのステップ>

EBPMに基づく政策サイクルにおいては、前半の「01.データの収集」と「02. 分析およびシミュレーション」において具体的な数値に基づくエビデンスを集約することが不可欠であると共に、そうしたデータに基づくエビデンスを関係するステークホルダーでしっかり共有し、多角的な政策のプランニングを検討するステップが極めて重要となる。この大切な「03. 結果の共有」、「04. 政策のプランニング」のステップについては、沖縄県を中心に実践され高い評価を得ている「円卓会議」方式を採用していくことをここで提案したい。



<円卓会議方式のイメージ ～ 地域社会での課題解決の展開例>

令和 6 年度

宮古島市地域内経済循環推進業務

発行年月：令和 7 年 2 月

発 行：宮古島市

〒906-0012 沖縄県宮古島市平良西里 1140 番地

TEL: 0980-72-3751

一般社団法人 持続可能な地域社会総合研究所

〒699-3671 島根県益田市津田町 1401 番地

TEL: 0856-55-1011