

【※1】 一般的な分析で用いられている産業部門の統合大分類に対応した 36 部門表を用いて試算を行っています。

また、三重県は隣接自治体を含む広域圏で経済が循環していることから、伊勢志摩サミット開催の効果について全国への波及効果も測定するため、三重県地域間産業連関表を用いて試算を行っています（北海道経済連合会の試算では県外（全国）を考慮しない地域産業連関表を用いた試算により 437.7 億円と試算しています）。

【※2】 直接的な影響については、三重県内への観光入込客による観光消費額の増減をもって算出しました。観光消費額は主に「宿泊費」、「飲食費」、「入場料」などから求められますが、一般的な 36 部門表では、それら特に観光消費に深く関係する産業部門が「対個人サービス業」の一つにまとめられています。

このため、一般的に観光消費額による経済波及効果を算出するために、「対個人サービス業」をそれら観光消費の費目に対応するべく「宿泊業」「飲食店」「娯楽サービス」「浴場業」「その他対個人サービス」の 5 つに分割した 40 部門表で試算しました。また、この観光消費額は、三重県内への観光入込客に関するものであり、その消費による最終需要増加は三重県内の事業者だけが享受することから三重県地域産業連関表(40 部門)を用いています。

【※3】 北海道経済連合会の試算では、サミット開催により影響を受けた地域を開催地である洞爺湖周辺地域及び嚴重な警備がなされた新千歳空港、札幌市等を含む道央圏と想定し、サミット開催前月及び当月（6 月、7 月）の新千歳空港の来道者数の減少値である 6.1%をもとに、86.9 億円のマイナス効果を算出しています。

【※4】 北海道洞爺湖サミット道民会議の試算では、『北海道』and『サミット』及び『洞爺湖』and『サミット』の 2 つのキーワードに分けて、検索を実施しています。

ただし、海外メディアのうち、「サミット」という言葉が使われていない国や「G8」というキーワードが多い国については、『北海道』and『G8』及び『洞爺湖』and『G8』によっても抽出しています。

今回の調査では、「伊勢志摩サミット」が国内外にどれだけ発信され、「伊勢志摩」という地名がどれだけ認知されたか、を調査することを目的としたため『伊勢志摩』and『サミット』のみを調査対象としました。

国内と国外で同一条件により効果を測定することが一般的であり、調査キーワードを基本的に国内外で分けて調査することはしていません。

「G7」については検索を行うと他の関係閣僚会合の記事を引用するために調査対象としていませんが、海外のロシアのみ事象の発生地での言及が多かったため、『志摩』+『G7』で調査しています。

【※5】 北海道洞爺湖サミット道民会議の試算では首都圏のみが対象でしたが、三重県の地理的特性から物理的・経済的に距離が近く重要なエリアである「東海圏」及び「関西圏」を調査対象に加えています。

海外ではアウトリーチ招待国がサミット開催決定直前まで判明しなかったため、「みえ国際展開に関する基本方針」における重点国・地域であり、受託者の検索システム上対応可能な中国・香港・台湾、韓国及びG8では構成国であったロシアを調査対象に加えています。

【※6】 北海道洞爺湖サミット時との社会情勢の変化から、情報発信の媒体として不可欠なインターネットを調査対象として加えています。

#### <国内>

- 新聞（首都圏）：一般新聞全国紙5紙（読売、朝日、毎日、日経、産経）及びスポーツ新聞全国5紙（日刊スポーツ、スポーツニッポン、デイリースポーツ、スポーツ報知、サンケイスポーツ）に加え、東京新聞、東京中日スポーツ
- 新聞（東海圏）：一般新聞全国紙5紙（読売、朝日、毎日、日経、産経）の名古屋版のみに掲載されていた記事及びエリアの主要メディアである中日新聞（三重版は除く）、中日スポーツ
- 新聞（関西圏）：一般新聞全国紙5紙（読売、朝日、毎日、日経、産経）及びスポーツ新聞全国5紙（日刊スポーツ、スポーツニッポン、デイリースポーツ、スポーツ報知、サンケイスポーツ）の関西版のみに掲載されていた記事に加え、エリアの主要メディアである大阪日日新聞、京都新聞、神戸新聞

北海道洞爺湖サミット道民会議の試算から、①国内一般新聞全国紙（産経新聞、東京新聞）、②国内スポーツ新聞全国紙2紙（サンケイスポーツ、東京中日スポーツ）を調査対象に加え、東海圏及び関西圏については、エリアの主要メディアの新聞紙、スポーツ紙を加えています。

- ビジネス誌：週刊エコノミスト、週刊ダイヤモンド、週刊東洋経済、日経ビジネス、プレジデント、ニューズウィーク日本版、フォーブスジャパン
- 一般雑誌：「PRESIDENT WOMAN」等経済誌8誌、「ESSE」等女性誌・ファッション誌25誌、「一個人」等旅行雑誌10誌、「週刊文春」等週刊誌14誌

サミット開催決定後、ビジネス誌のみならず女性誌など様々な分野の雑誌から取材を受けており、ビジネス誌に限らず調査対象を広げています。

- テレビ（首都圏）：NHK 及び在京キー局（日本テレビ、TBS、フジテレビ、テレビ朝日、テレビ東京）
- テレビ（東海圏）：NHK 名古屋及びローカルキー局（東海テレビ、中京テレビ、CBC テレビ、メ〜テレ、テレビ愛知）の局制作番組
- テレビ（関西圏）：NHK 大阪及びローカルキー局（毎日放送、朝日放送、テレビ大阪、関西テレビ、読売テレビ）の局制作番組
- インターネット：日本語のメディアサイト

#### <海外>

- 新聞・雑誌：各国の自国通信社配信記事及び主要新聞、雑誌での掲載  
※通信社が全世界に発信する特性を持っていても、自国のみを調査対象とする。
- テレビ：各国の自国国営放送を中心とした主要局番組
- インターネット：各国メディアから発信されたニュース全体

#### 北海道洞爺湖サミット道民会議の試算の調査対象は

- 国内新聞：一般新聞全国紙（読売新聞、朝日新聞、毎日新聞、日本経済新聞）、スポーツ紙（日刊スポーツ、スポーツニッポン、デイリースポーツ、スポーツ報知）
- 国内雑誌：日経ビジネス、週刊東洋経済、週刊ダイヤモンド、週刊エコノミスト
- 国内テレビ：NHK 及び在京キー局（日本テレビ、TBS、フジテレビ、テレビ朝日、テレビ東京）放映のサミット関連ニュース、特集番組、ワイドショー等
- 海外新聞・雑誌：各国の主要な新聞、雑誌
- 海外テレビ：NHK-BS、CNN、台湾電視公司、ロイター通信等提供番組となっています。

【※7】 北海道洞爺湖サミット道民会議の試算では、調査対象期間を平成 19 年 4 月 1 日から平成 20 年 7 月 31 日までとし、テレビに関しては 5 月 30 日から 6 月 6 日まで、6 月 28 日から 7 月 11 日までのみ測定し、その他の期間を推計して測定しています。

【※8】 北海道洞爺湖サミット道民会議の試算では、新聞・雑誌について、画像と図を含んだ形で試算をされています。

【※9】 北海道洞爺湖サミット道民会議の試算では、次のとおり試算されています。

国内（新聞・雑誌）	6, 451 件	約	275 億円
（テレビ）	268 件	約	701 億円
海外			
（新聞・雑誌）	888 件	約	9 億円
（テレビ）	212 件	約	28 億円
合計			約 1, 013 億円

【※10】 北海道経済連合会の試算でも同要素により 5 年間のポストサミット効果の試算を行っています。

【※11】 観光消費額の増加により経済効果を測定するため、直接的な影響と同様に三重県地域産業連関表（40 部門）を用いて試算しました。  
北海道経済連合会の試算では、沖縄県の例を参考にサミット開催後の平成 12 年 9 月から NHK 朝の連続ドラマ「ちゅらさん」の放映が始まる直前の平成 13 年 3 月までの入域観光客数の増加分 0.6%をサミット開催による誘客効果と想定し、次回の日本でのサミット開催年まで一定ごとにその効果を減じながら、サミット効果が継続すると想定し、248.1 億円と算出しています。

【※12】 北海道経済連合会の試算では、平成 12 年北海道産業連関表により、沖縄県の例を参考に 5 年間にわたり、平均 3.5 日間＋前後日程（＝5 日間）の 650 人規模の国際会議が年に 6～7 回北海道に誘致されるケースを想定し、35.6 億円と測定を行っています。