

**令和5年度**

**「地域のお店応援商品券」発行にかかる  
経済波及効果等に関する調査結果 報告書**

**令和5年9月**

**地域のお店応援商品券実行委員会**

令和5年度

「地域のお店応援商品券」発行にかかる

経済波及効果等に関する調査結果 報告書

## 目次

1. 消費喚起効果の推計	2
2. 経済波及効果の推計	6
3. 商品券 1 冊あたりの利用額の推計	13
4. まとめ	17

# 1. 消費喚起効果の推計

---

## 1.1 消費喚起効果推計の基礎データ

- 消費喚起効果の推計にあたり、購入者向けアンケート調査の問9の結果を基礎データとした。
- その結果によると、今回の商品券の使用に関して「普段の買い物を商品券で支払った」金額が①：70,686千円となった。一方、「商品券の入手がきっかけとなった商品・サービスの購入」のうち「商品券での支払い」金額は②：25,719千円、「商品券での支払いに合わせ追加支出した現金等」の金額は③：13,478千円となった。

商品券の使用目的	商品券での支払い	商品券での支払いに合わせ追加支出した現金等 (商品券以外の支払い分)
a. 普段の買い物を商品券で支払った	① 70,686千円	
b. 商品券の入手がきっかけとなった商品・サービスの購入	② 25,719千円	④ 13,478千円
合 計	③ (① + ②) 96,405千円	

## 1.2 消費喚起効果の推計

- 平成27年1月に「まち・ひと・しごと創生本部事務局」が作成した「地域住民生活等緊急支援のための交付金事業参照資料」を参考に、下記の推計方法を用いて「地域のお店商品券 第4弾」の発行にかかる消費喚起効果の推計を行なった。

### 【推計方法】

- 1.1に記載の基礎データのなかの「③商品券での支払い」額に占める「②商品券の入手がきっかけとなった商品・サービスの購入」の割合ならびに、それに応じた「④商品券での支払いに合わせて追加支出した現金等（商品券以外の支払い分）」の割合から推計

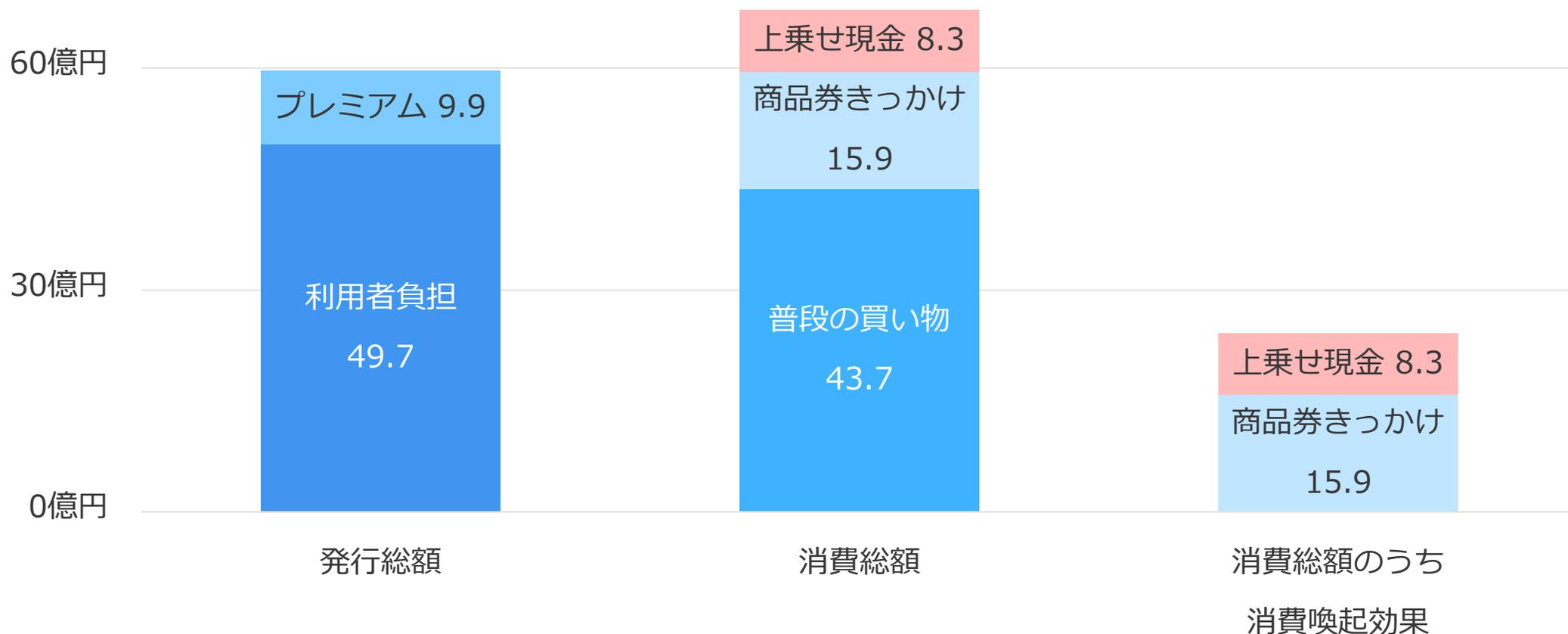
### 【推計結果】

- I. 「③商品券での支払い」額に占める「②商品券の入手がきっかけとなった商品・サービスの購入」の割合  
 $25,719\text{千円} \div 96,405\text{千円} = 26.67\%$
- II. 「③商品券での支払い」額に対する「④商品券での支払いに合わせて追加支出した現金等（商品券以外の支払い分）」の割合  
 $13,478\text{千円} \div 96,405\text{千円} = 13.98\%$
- III. 「③商品券での支払い」額に対する消費喚起効果の割合  
 $26.67\% + 13.98\% = 40.65\%$
- IV. 事業全体の消費喚起効果の金額  
発行金額： $5,967,336\text{千円} \times 40.65\% = 2,425,722\text{千円}$

「地域のお店商品券 第4弾」の発行にかかる消費喚起効果の金額は 約**24億26百万円**

# 1.3 商品券発行による消費総額と消費喚起効果の推計

- 1.1～1.2の基礎データならびに消費喚起効果の推計をもとに、今回の「地域のお店商品券 第4弾」の発行による消費総額と消費喚起効果の推計結果を整理すると以下のとおりとなる。
- 商品券の発行総額（59.6億円）のうち、利用者負担額（利用者の購入額）が49.7億円、プレミアム額が9.9億円となる。
- 商品券発行による消費総額は68.0億円となり、そのうち普段の買い物が43.7億円、商品券をきっかけとする「商品券での支払い」による消費が15.9億円、「商品券での支払いに合わせ追加支出した現金等」による消費が8.3億円となり、消費喚起効果は24.2億円となる。
- 商品券発行による消費総額に占める消費喚起効果の割合は35.7%となる。



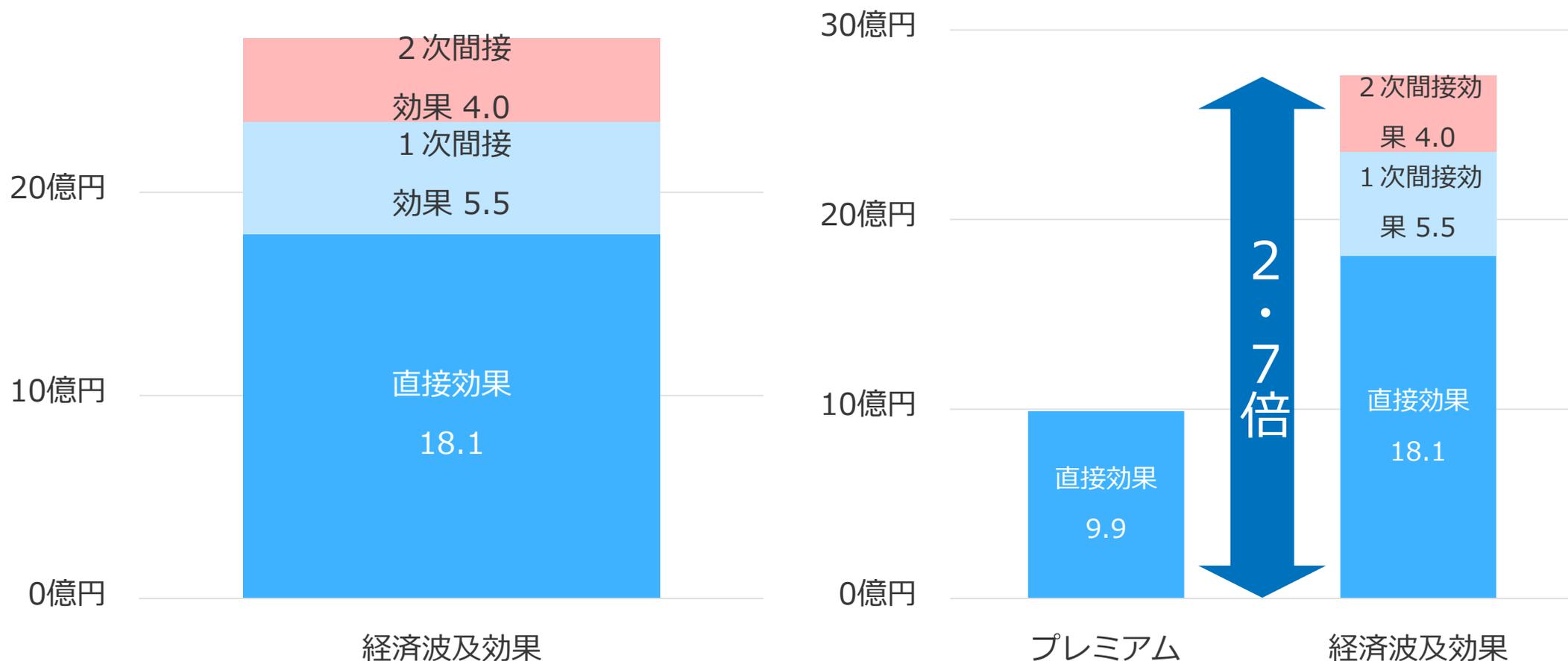
## 2. 経済波及効果の推計

---

## 2.1 経済波及効果の推計

- 1.1～1.3で推計した消費喚起効果の金額：24.2億円を新規需要額として経済波及効果を推計すると以下のとおりとなる。なお、推計に用いたモデルは新潟県が公開している「分析ツール（基本）」（<https://www.pref.niigata.lg.jp/site/tokei/0359735.html>）である。経済波及効果の概要と推計の流れは2.2～2.6のとおりである。
- 上記の新規需要額から県外生産分を控除し、県内需要額＝直接効果を推計すると、18.1億円となる。この18.1億円をもとに経済波及効果を推計すると、1次間接効果が5.5億円、2次間接効果が4.0億円となり、直接効果（18.1億円）と合わせた総合効果は27.6億円と推計される。

- この総合効果（経済波及効果）は、プレミアム：9.9億円に対して**2.7倍**となる。



## 2.2 経済波及効果について 経済波及効果とは？

- 経済波及効果の概要は以下のとおりである。

### 経済波及効果とは

- ある部門に消費や投資などの需要が生じることにより、その部門の生産を誘発するとともに、次々と他の部門の生産も誘発していくことをいう。なお、分析に使用する用語の定義は以下のとおりである。

### 直接効果（＝県内需要額）

- 新たに発生した需要（消費、投資など）を賄うために誘発される財やサービスの生産のうち、県内の事業所や工場での生産額のことである。なお、本報告書においては、消費喚起効果が新たに発生した需要に該当する。

### 1次間接波及効果

- 直接効果が生じた部門が、原材料や部品等の購入（中間投入）を行うことで誘発される生産額。

### 2次間接波及効果

- 直接効果及び1次間接波及効果によって生じた雇用者所得の増加分が新たに消費に回ることによって誘発される生産額。

### 総合効果（＝経済波及効果）

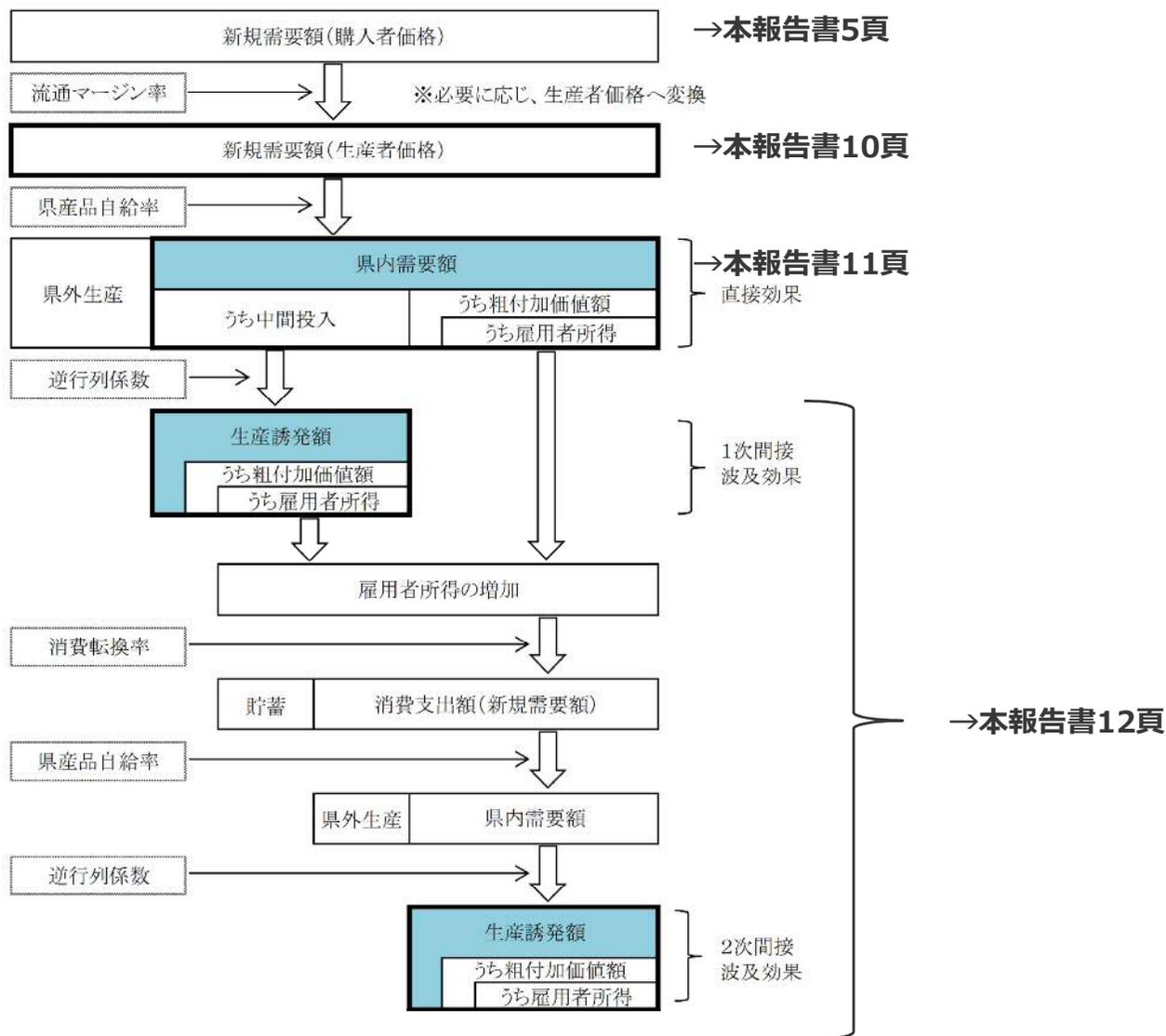
- 直接効果 + 1次間接波及効果 + 2次間接波及効果。

### 生産誘発額、粗付加価値誘発額

- 最終需要を賄うために直接・間接に発生した県内生産額を「生産誘発額」といい、県内生産額の内訳である粗付加価値に対する誘発分を「粗付加価値誘発額」という。どちらも経済波及効果分析において計算されるが、本報告書で「経済波及効果」という場合は、生産誘発額での計算結果を指す。

## 2.3 経済波及効果について 分析の流れ

- 経済波及効果の推計は、下図の流れで行なう。まず、消費や投資などの新規需要額の計算を行ない、県内需要額（直接効果）、1次間接波及効果、2次間接波及効果の順に推計していく。なお、本報告書では4頁～5頁の消費喚起効果の推計額が新規需要額の計算に該当する。



(資料) 新潟県「産業連関表利用の手引き」

## 2.4 消費喚起効果（新規需要額）の部門分類表

- 5頁で推計した消費喚起効果 = 新規需要額（購入者価格）を「分析ツール（基本）」で提供されている産業連関表のモデルに投入すると、各部門の購入者価格から商業マージンと運輸マージンが控除され、その控除分がそれぞれ「商業」と「運輸・郵便」に配分される。配分された結果は下表のとおりである。

消費喚起額：2,426百万円を小売りと飲食・生活サービスの回収費率で按分

(単位：百万円)

部門分類	新規需要額入力		商業マージン率 C	運輸マージン率 D	商業マージン E= (A×C)	運輸マージン F= (A×D)	Aを生産者価格	新規需要額の
	購入者価格 A	生産者価格 B					に変換 G=A-(E+F)	合計 B+G
01 農林漁業			0.257067	0.039450	0	0	0	0
06 鉱業			0.022528	0.066403	0	0	0	0
11 飲食料品			0.322575	0.032171	0	0	0	0
15 繊維製品			0.439449	0.024549	0	0	0	0
16 パルプ・紙・木製品			0.233497	0.058004	0	0	0	0
20 化学製品			0.200295	0.026939	0	0	0	0
21 石油・石炭製品			0.196364	0.021219	0	0	0	0
22 プラスチック・ゴム製品			0.182022	0.030404	0	0	0	0
25 窯業・土石製品			0.174404	0.052555	0	0	0	0
26 鉄鋼			0.059151	0.027078	0	0	0	0
27 非鉄金属			0.101621	0.029412	0	0	0	0
28 金属製品			0.132816	0.043831	0	0	0	0
29 はん用機械			0.102849	0.013195	0	0	0	0
30 生産用機械			0.122452	0.011635	0	0	0	0
31 業務用機械			0.175716	0.013860	0	0	0	0
32 電子部品			0.058937	0.009512	0	0	0	0
33 電気機械			0.173447	0.009114	0	0	0	0
34 情報通信機器			0.177934	0.007909	0	0	0	0
35 輸送機械			0.086644	0.015744	0	0	0	0
39 その他の製造工業製品			0.316307	0.035670	0	0	0	0
41 建設			0.000000	0.000000	0	0	0	0
46 電力・ガス・熱供給			0.000000	0.000000	0	0	0	0
47 水道			0.000000	0.000000	0	0	0	0
48 廃棄物処理			0.000000	0.000000	0	0	0	0
51 商業	1,517		-173.034591	0.000000	-	0	1,517	1,517
53 金融・保険			0.000000	0.000000	0	0	0	0
55 不動産			0.000000	0.000000	0	0	0	0
57 運輸・郵便			0.000000	-0.326575	0	-	0	0
59 情報通信			0.041769	0.004108	0	0	0	0
61 公務			0.000000	0.000000	0	0	0	0
63 教育・研究			0.000000	0.000014	0	0	0	0
64 医療・福祉			0.000000	0.000000	0	0	0	0
65 他に分類されない会員制団体			0.000000	0.000000	0	0	0	0
66 対事業所サービス			0.000000	0.000000	0	0	0	0
67 対個人サービス	909		0.000018	0.000006	0	0	909	909
68 事務用品			0.000000	0.000000	0	0	0	0
69 分類不明			0.023505	0.030098	0	0	0	0
計	2,426	0			0	0	2,426	2,426

## 2.5 消費喚起効果の県内需要額（直接効果）

- 10頁で推計した消費喚起効果 = 新規需要額（生産者価格）を「分析ツール（基本）」で提供されている産業連関表のモデルに投入すると、各部門の新規需要額から県外生産分が控除され、県内需要額（直接効果）が推計される。
- 消費喚起効果の県内需要額（直接効果）は1,814百万円と推計される。

（単位：百万円）

部門分類	生産誘発額（経済波及効果）の計算		
	① 新規 需要額 【入力①シート】	② 県産品 対応分 （=自給率） 別途設定 【入力②シート】	③ 県内 需要額 （直接効果） ①×②
01 農林漁業	0	0.624093	0
06 鉱業	0	0.224479	0
11 飲食料品	0	0.219152	0
15 繊維製品	0	0.053698	0
16 パルプ・紙・木製品	0	0.226572	0
20 化学製品	0	0.109734	0
21 石油・石炭製品	0	0.039800	0
22 プラスチック・ゴム製品	0	0.143526	0
25 窯業・土石製品	0	0.521871	0
26 鉄鋼	0	0.220422	0
27 非鉄金属	0	0.058946	0
28 金属製品	0	0.495628	0
29 はん用機械	0	0.025235	0
30 生産用機械	0	0.262534	0
31 業務用機械	0	0.102953	0
32 電子部品	0	0.082256	0
33 電気機械	0	0.132972	0
34 情報通信機器	0	0.116720	0
35 輸送機械	0	0.117609	0
39 その他の製造工業製品	0	0.305873	0
41 建設	0	1.000000	0
46 電力・ガス・熱供給	0	0.953562	0
47 水道	0	0.999822	0
48 廃棄物処理	0	0.999976	0
51 商業	1,517	0.649021	985
53 金融・保険	0	0.975695	0
55 不動産	0	0.950771	0
57 運輸・郵便	0	0.705793	0
59 情報通信	0	0.603233	0
61 公務	0	1.000000	0
63 教育・研究	0	0.936669	0
64 医療・福祉	0	0.999978	0
65 他に分類されない会員制団体	0	0.989161	0
66 対事業所サービス	0	0.538172	0
67 対個人サービス	909	0.911936	829
68 事務用品	0	1.000000	0
69 分類不明	0	0.995192	0
計	2,426		1,814

## 2.6 経済波及効果の推計

- 12頁で推計した消費喚起効果による県内需要額（直接効果）を「分析ツール（基本）」で提供されている産業連関表のモデルに投入して経済波及効果を推計すると、1次間接効果が551百万円、2次間接効果が401百万円となり、直接効果（1,814百万円）と合わせた総合効果は2,766百万円と推計される。

### 1 前提条件

新規需要額	(百万円)	2,426
県内需要額 (= 直接効果)	(百万円)	1,814
消費転換率		0.602897

消費転換率： 家計調査 平成26～28年の加重平均値 新潟市2人以上勤労者世帯 消費支出÷実収入

### 2 分析結果

				総合効果	
	直接効果	1次間接波及効果	2次間接波及効果		
生産誘発額 (= 経済波及効果)	(百万円)	1,814	551	401	2,766
粗付加価値誘発額		1,127	312	267	1,705
雇用者所得誘発額		605	137	92	834
波及効果倍率	(倍)				
生産誘発額 (合計) ÷ 新規需要額		1.14			
生産誘発額 (合計) ÷ 県内需要額		1.53			

注：四捨五入しているため、内訳の計と合計値が一致しない場合があります。

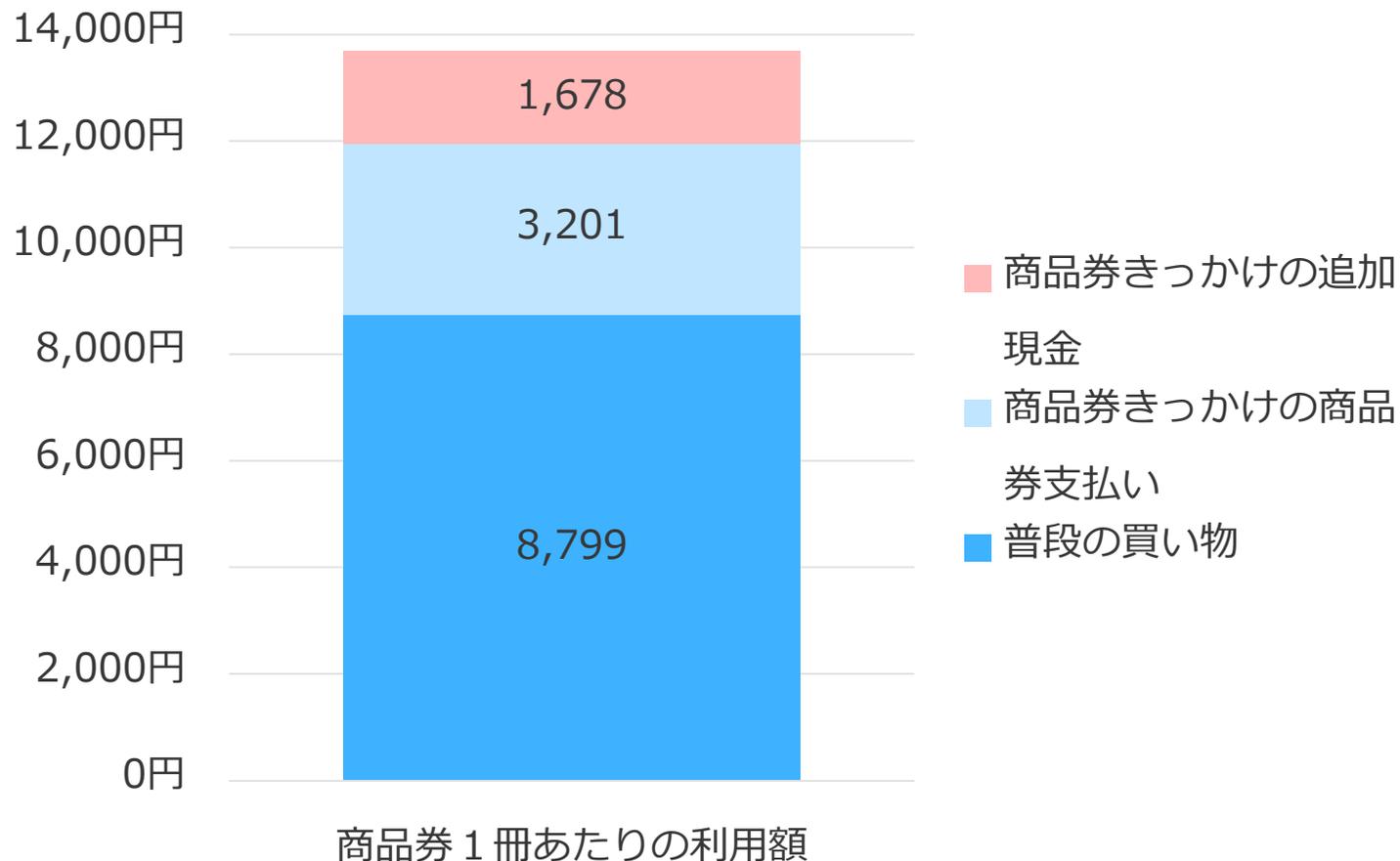
### **3. 商品券 1 冊あたりの利用額の推計**

---

**【参 考 値】**

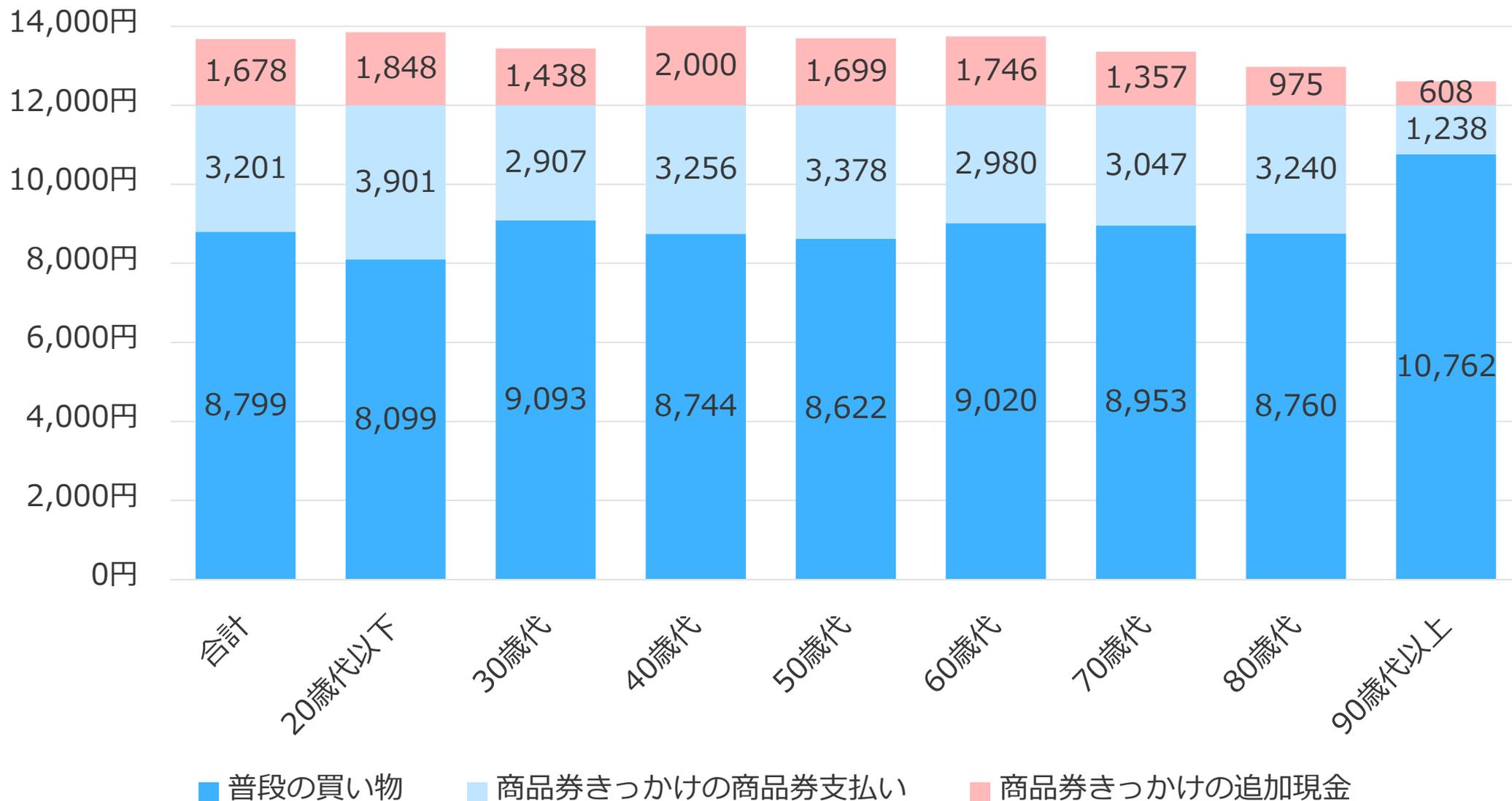
## 3.1 商品券 1 冊あたりの利用額の推計

- 商品券 1 冊あたりの利用額について、「普段の買い物を商品券で支払った」金額、「商品券の入手がきっかけとなった商品・サービスの購入」のうち「商品券での支払い」金額、「商品券での支払いに合わせ追加支出した現金等」を推計すると、下図のとおりとなる。
- 「普段の買い物を商品券で支払った」金額は8,799円、「商品券の入手がきっかけとなった商品・サービスの購入」のうち「商品券での支払い」金額が3,201円、「商品券での支払いに合わせ追加支出した現金等」が1,678円となり、合計で10,109円となる



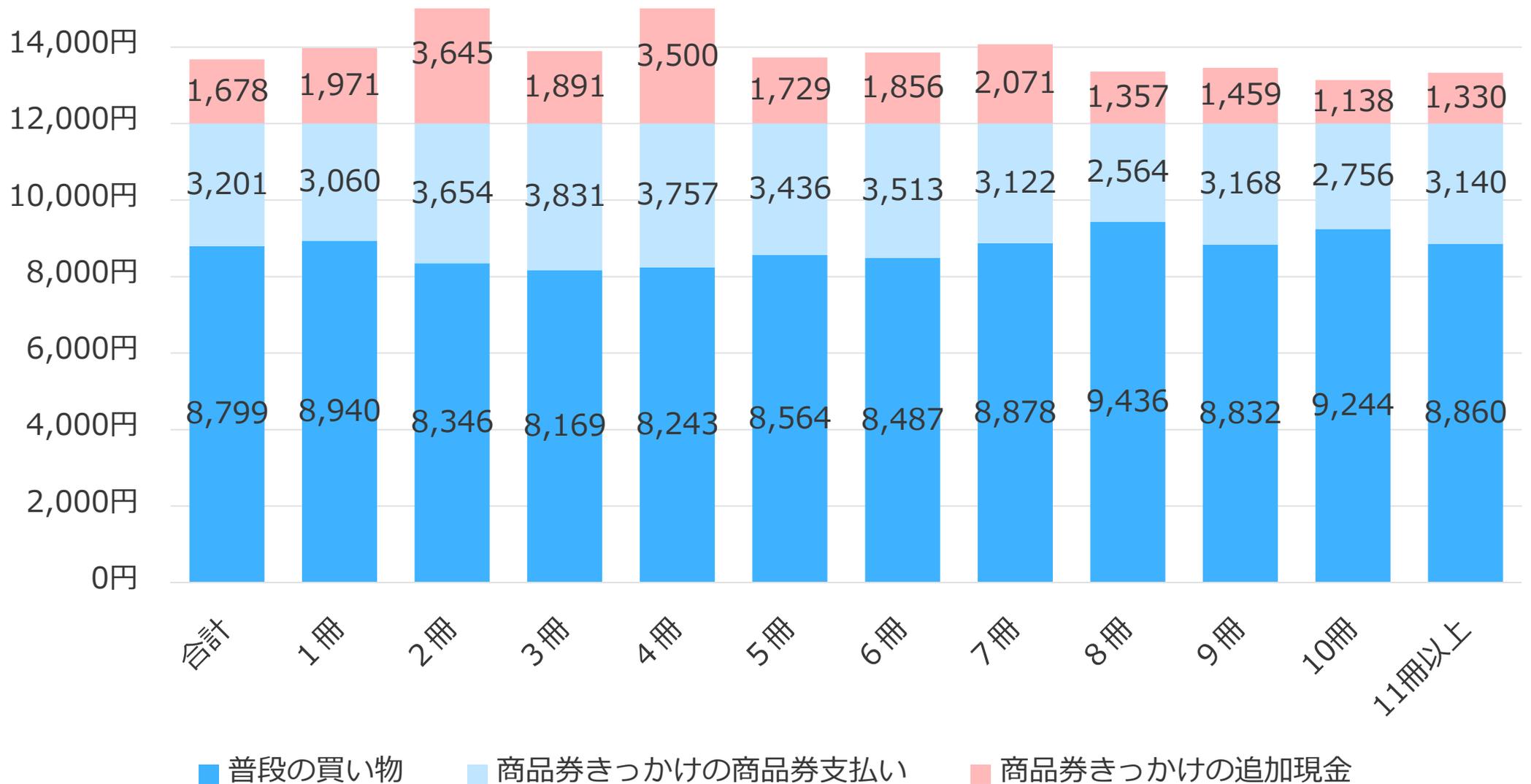
## 3.2 商品券1冊あたりの利用額の推計（年代別）

- 商品券1冊あたりの利用額の内訳（「普段の買い物を商品券で支払った」金額、「商品券の入手がきっかけとなった商品・サービスの購入」のうち「商品券での支払い」金額、「商品券での支払いに合わせ追加支出した現金等」）の推計を年代別にみると、下図のとおりとなる。



### 3.3 商品券1冊あたりの利用額の推計（購入冊数別）

■ 商品券1冊あたりの利用額の内訳（「普段の買い物を商品券で支払った」金額、「商品券の入手がきっかけとなった商品・サービスの購入」のうち「商品券での支払い」金額、「商品券での支払いに合わせ追加支出した現金等」）の推計を購入冊数別にみると、下図のとおりとなる。



## 4. まとめ

---

## 4. まとめ

---

■ 以上の経済波及効果等に関する推計結果についてまとめると、以下のとおりとなる。

1. 「地域のお店商品券 第4弾」の発行にかかる消費喚起効果の金額は24億26百万円となる。
2. 商品券発行による消費総額は68.0億円となり、そのうち普段の買い物が43.7億円、商品券をきっかけとする「商品券での支払い」による消費が15.9億円、「商品券での支払いに合わせ追加支出した現金等」による消費が8.3億円となる。
3. 商品券発行による消費総額に占める消費喚起効果の割合は35.7%となる。
4. 消費喚起効果の金額：24.2億円を新規需要額として経済波及効果を推計すると、県内需要額＝直接効果は18.1億円となる。この18.1億円をもとに経済波及効果を推計すると、1次間接効果が5.5億円、2次間接効果が4.0億円となり、直接効果（18.1億円）と合わせた総合効果は27.6億円と推計される。



---

令和5年度  
「地域のお店応援商品券」発行にかかる  
経済波及効果等に関する調査結果 報告書

[発行] 令和5年9月

[調査機関] 第四北越リサーチ&コンサルティング株式会社

---