

**浦添市てだこ商品券事業  
消費喚起及び経済波及効果試算**

**令和5年3月**

# 消費喚起及び経済波及効果試算

## 定義

定義を以下のとおり定めた。

- ①「消費喚起額」＝「普段買わない商品等」に利用したと想定される金額
- ②「波及効果試算額」  
＝商品券総利用額を用いて、商品・サービスの品目構成比を基に  
「総務省産業連関表による経済波及効果計算式」より試算した金額
- ③「新規需要額」＝本事業を実施したために発生した消費額

新規需要額に対する経済効果の倍率を算出する際は以下の金額を利用した。  
プレミアム分原資及びキャンペーン原資の総額は約3億7千万円となり、商品券自己負担額は約7億3千万円となった。また、商品券利用実績額は1,104,188,612円となった。

プレミアム付商品券原資額及びキャンペーン原資額は次のとおり。

プレミアム付商品券原資額（ワクチン接種CP紙商品券も含む）	合計原資額
326,016,163円	374,847,612円
キャンペーン商品券原資額	
48,831,449円	

商品券自己負担額は次のとおり。

電子	紙	合計
604,941,000円	124,400,000円	729,341,000円

# 消費喚起及び経済波及効果試算

経済波及効果について平成27年（2015年）産業連関表波及効果簡易計算ツールを用いて、経済波及効果を算出した。

新規需要額	1,104百万円
-------	----------

統合大分類	部門の例示	新規需要額 (単位:百万円)	波及効果
農林漁業	米、野菜、畜産、漁業		13
鉱業	石油、原油、天然ガス		1
飲食品	食肉、精米、パン類、冷凍食品、酒類	29	52
繊維製品	衣服、じゅうたん、帽子、寝具		2
パルプ・紙・木製品	木材、家具、紙、段ボール箱		15
化学製品	化学肥料、医薬品、化粧品、洗剤	1	10
石油・石炭製品	ガソリン、灯油、LPG、コークス	20	29
プラスチック・ゴム製品	プラスチック管、タイヤ、チューブ		10
窯業・土石製品	ガラス、セメント、陶磁器		1
鉄鋼	鋼板、鋼管		4
非鉄金属	銅、アルミニウム、電線、ケーブル		1
金属製品	鉄骨、シャッター、ボルト、ドラム缶、刃物		5
はん用機械	ボイラ、原動機、ポンプ		1
生産用機械	パワーショベル、ドリル、印刷機、旋盤、耕うん機		1
業務用機械	複写機、自動販売機、医療器具、カメラ		1
電子部品	半導体素子、液晶パネル、電子回路		2
電気機械	電気照明器具、エアコン、冷蔵庫		1
情報通信機器	パソコン、テレビ、デジタルカメラ、携帯電話機		0
輸送機械	乗用車、鉄道車両、航空機、船舶	1	8
その他の製造工業製品	印刷、革靴、楽器、がん具、時計、装身具	2	10
建設	住宅建築、建設補修、公共事業		5
電力・ガス・熱供給	電気、自家発電、都市ガス、熱供給		36
水道	上水道、工業用水、下水道		5
廃棄物処理	ごみ処理、産業廃棄物処理		6
商業	卸売、小売	857	895
金融・保険	金融、生命保険、損害保険		25
不動産	住宅賃貸、貸店舗、駐車場管理		33
運輸・郵便	鉄道、トラック輸送、航空輸送、水運、郵便	1	73
情報通信	電話、放送、ソフトウェア、映画制作、新聞		59
公務	国、地方公共団体		2
教育・研究	学校、研究所、図書館、博物館		1
医療・福祉	病院、保健所、保育所、福祉施設、介護	18	18
他に分類されない会員制団体	商工会議所、労働団体、学術団体		2
対事業所サービス	物品賃貸、広告、法律事務所、労働者派遣、警備業	8	133
対個人サービス	ホテル・旅館、飲食店、遊園地、冠婚葬祭	168	169
事務用品	鉛筆、消しゴム、テープ、のり		3
分類不明			9
合計		1104	1643



新規需要額は約1,104百万円（11億4百万円）となり、波及効果試算額は約1,643百万円（16億4千万円）となった。なお、新規需要額に対する経済波及効果の倍率は約1.5倍となった。  
 ※経済波及効果額16億4千万円 ÷ 新規需要額11億4百万円 ÷ 1.5倍

# 消費喚起及び経済波及効果試算

## 新規需要額と消費喚起額

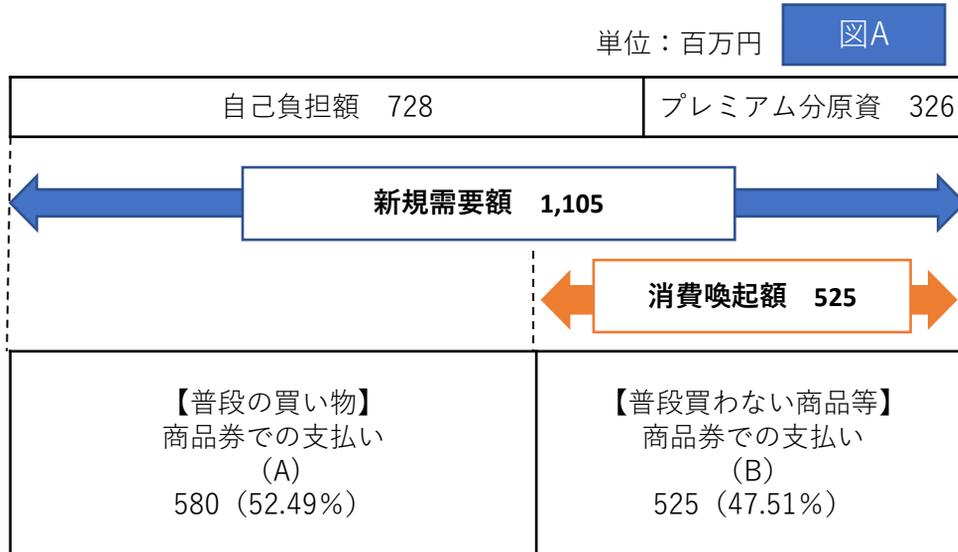
市民向けアンケートの集計結果から新規需要額のうち「普段買わない商品等」に利用した割合を算出し、新規需要額と算出した割合を利用して、「普段買わない商品等」に利用した金額を算出した。

回答内容	回答内容の中央値	回答件数	回答率	「普段買わない商品等」に利用した割合
90%以上	95%	747	15.80%	15.01%
60～90%程度	75%	585	12.37%	9.28%
40～60%程度	50%	1334	28.21%	14.10%
10～40%程度	25%	1641	34.70%	8.68%
10%以下	5%	422	8.92%	0.45%
				47.51%

新規需要額1,104,188,612円×52.49% =  
 (A) 「普段の買い物」に利用した金額579,588,602円 (580百万円)

新規需要額1,104,188,612円×47.51% =  
 (B) 「普段買わない商品券等」に利用した金額524,600,009円 (525百万円)

新規需要額の利用目的別内訳は以下のとおり。



端数処理のため、合計が合わないことがあります。

# 消費喚起及び経済波及効果試算

商品・サービスの品目構成比を基に「総務省産業連関表による経済波及効果計算式」より試算した品目別の消費喚起額の算出を行った。ただし、以下の前提条件に基づく。

## <産業連関分析を行う際の主な前提条件>

- |   |   |
|---|---|
| ① | 企業の生産能力に限界がなく、あらゆる需要にこたえられるものとしします。   |
| ② | 財・サービスの生産に必要な原材料等の費用構成（投入構造）は、短期的には変化せず「一定」であると仮定しします。  |
| ③ | 各部門が使用する投入量は、その部門の生産量に比例しします。<br>（生産水準が2倍になれば、使用される原材料等の投入量も2倍になる。つまり、「規模の経済性」はないものと仮定しします。）                                |
| ④ | 生産波及は、途中段階で中断しないものとしします。<br>（新規需要の増加には全て生産増で対応し、在庫取り崩し等による波及の中断はないものとしします。）   |
| ⑤ | 各部門が生産活動を個別に行った効果の和は、それらの部門が同時に行ったときの総効果に等しいものとしします。<br>（例えば、ある産業活動によって発生した公害が他の産業にもたらすマイナスの影響は存在しないなど、各産業の相互干渉がないものとしします。） |

# 消費喚起及び経済波及効果試算

- ・店舗の売上増加額から新たな消費喚起額を推計

※ただし、売上増加額には子育て世帯生活応援商品券を含むものと推定される。

## 1. 本事業による1店舗/1月あたりの売上増加額の推計

事業者向けアンケート調査Q10「てだこ商品券の利用期間中、平均して月にどれくらい売上額が増加しましたか。」より、

・アンケートに回答した308店舗について、合計91,314,675円/月（1店舗平均296,476円/月）の売上額増加という結果となった。

## 2. 新たな消費喚起額の推計

上記1. より、商品券利用実績のあった店舗の本事業実施期間中の売上増加額を以下のとおり推計した。

- ・商品券の利用実績があった店舗数：366店舗

- ・商品券の利用期間：6か月間（9月～2月）

※9月1日時点の参加承認店舗数：310店舗

※9月2日以降の参加承認店舗（56店舗）については、1月31日までの間、随時登録を行っていたため、ここでは一律に3か月の利用期間と設定する。

- ・本事業期間中の売上増加額の推計

$296,476円 \times 310店舗 \times 6 \text{ カ月} + 296,476円 \times 56店舗 \times 3 \text{ か月} = 601,253,328円$

以上より、本事業実施期間における利用実績のあった全店舗の売上増加額は601,253,328円となり、本事業の実施により新たに601,253,328円消費喚起されていたことが推計される。