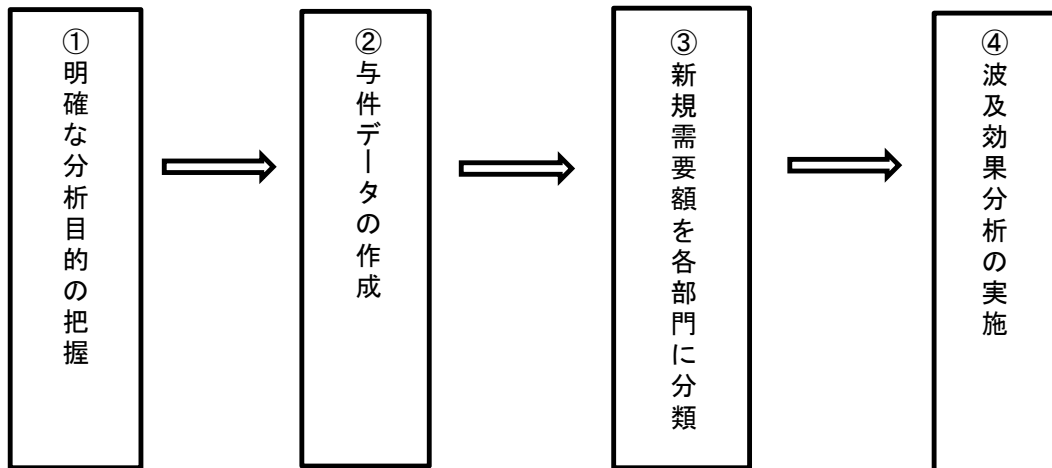


分析の主な流れと分析ツールについて（平成23年新潟県産業連関表版）

～これから波及効果分析を行う方へ～

〈分析の主な流れ〉



①明確な分析目的の把握

分析目的によって、与件データの準備やどのような分析方法をとるのかなどを検討します。これら分析条件の設定により波及効果が左右されるため、最初に分析目的を明確にすることが結果の精度向上につながります。

②与件データの作成

分析においては、この作業が重要なポイントとなります。「与件データの作成」とは、必要なデータを集め、新規需要額（需要増加額）を設定することです。アンケートや各種統計、予算書・決算書等を使って、できるだけ正確な金額を把握することが必要です。以下はイベント開催の場合の例です。

〈来場者消費支出〉

交通費、宿泊費、飲食費、土産代・買い物代、入場料・施設利用料等
…アンケート、観光関連統計から

〈運営費〉

会場（使用）費、会場装飾費、警備費、広告宣伝費、保険料、通信費等
…予算書・決算書から

③新規需要額を各部門に分類

②で設定した需要額を、該当する部門に振り分けます。（本分析ツールでは37部門）
例えば、イベント会場で来場者が「飲食」した場合、「対個人サービス」にその金額を入力します。
※各部門への振り分けは、「部門分類表」を参考にしてください。

④波及効果分析の実施

分析目的や与件データの収集状況に応じて産業連関表を用いて波及効果を計算します。以下の分析ツールを使って計算することもできます。

○分析ツール（基本）

分析ツールの基本型
県内の消費、投資等の需要増加がもたらす県内への経済波及効果を求めたいとき

○分析ツール（観光消費）

県内の観光客、イベント来場者等の消費支出による需要増加額がもたらす県内への経済波及効果を求めたいとき（②、③の作業を簡易的に行うこともできます。）

○分析ツール（建設）

県内で建設投資が行われた場合の県内への経済波及効果を求めたいとき
工事の種類別の需要額がわからない場合は、分析ツール（基本）を利用してください。

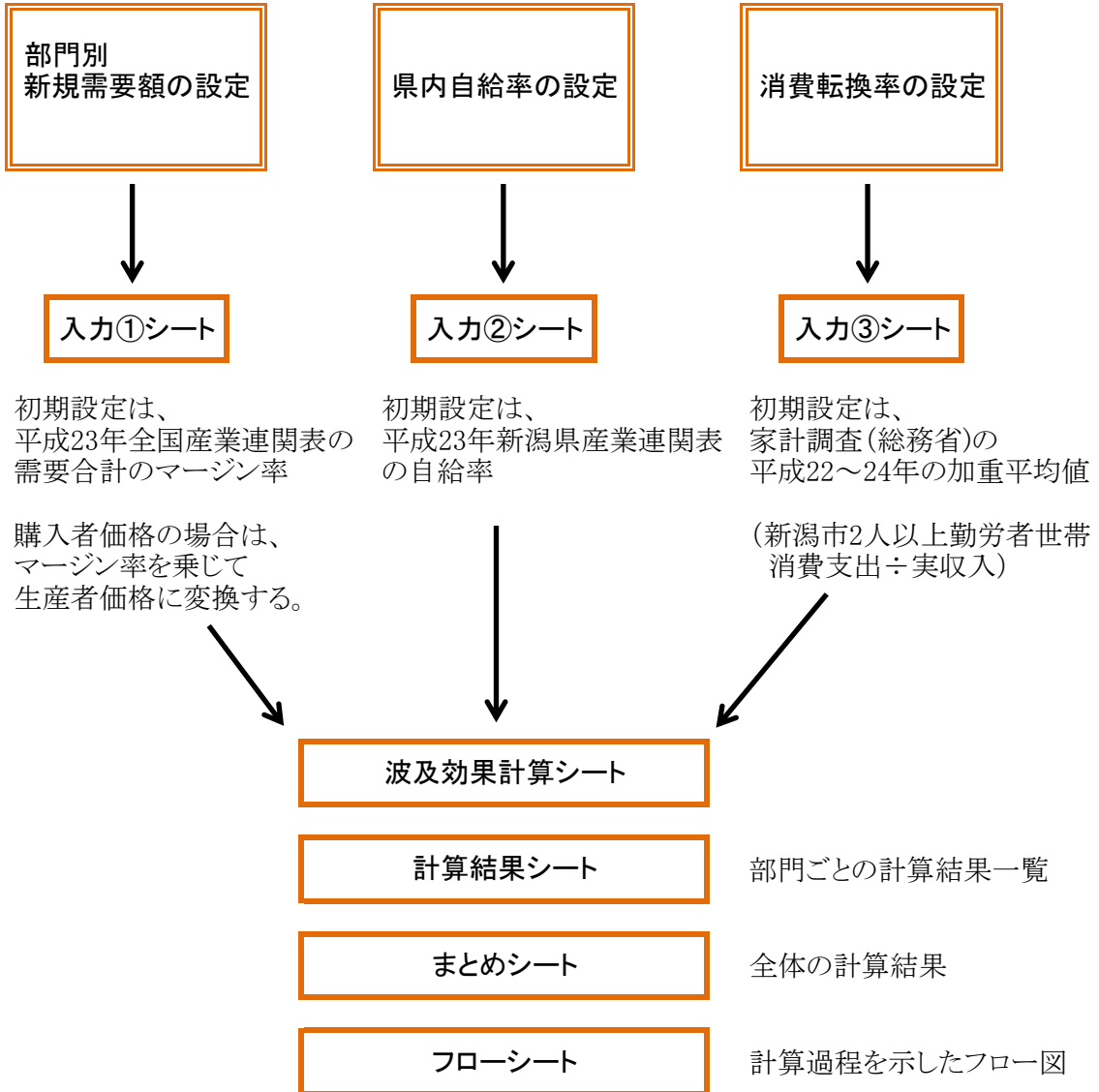
この分析ツールは、産業連関表を使った分析方法の一例として、留意事項や前提条件をよくご理解の上ご活用ください。

分析ツール(基本)

分析ツールの基本型

県内の消費、投資等の需要増加がもたらす県内への経済波及効果を求めたいとき

【入力手順】



分析ツール(観光消費)

県内の観光客、イベント来場者等の消費支出による需要増加額がもたらす県内への経済波及効果を求めたいとき

【入力手順】

1 部門ごとの新規需要(需要増加)額を把握している場合

分析ツール(基本)と同じ手順ですが、以下の点が異なります。

(1)入力①シートの初期設定マージン率

分析ツール(観光消費)では、需要増加額が全て家計の消費であることを考慮し、平成23年全国産業連関表の民間消費支出のマージン率を使用している。

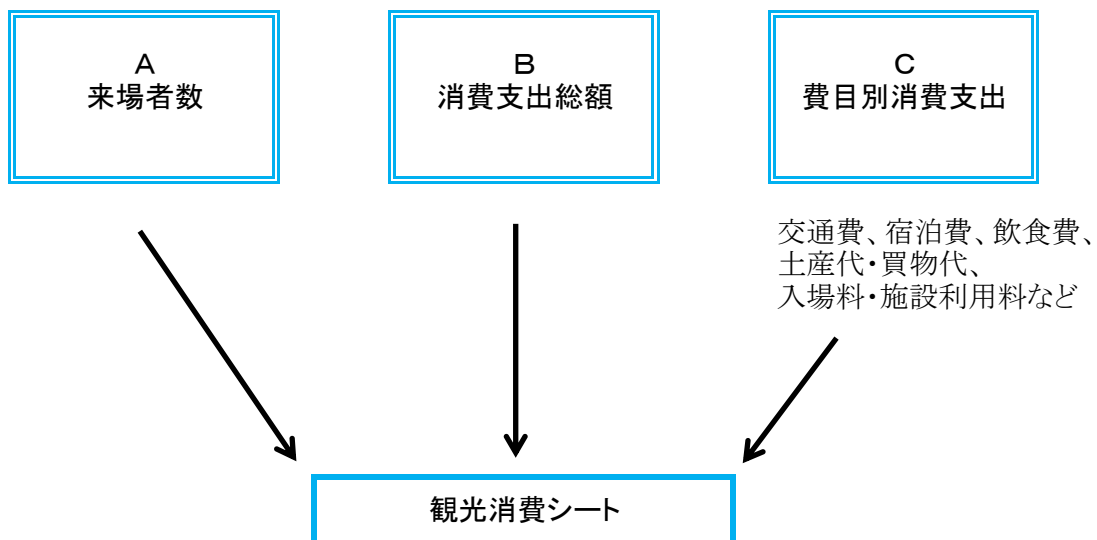
(2)入力②シートの初期設定自給率

「運輸・郵便(マージン除く)」と「対個人サービス」については、県内での宿泊や観光という設定なので、需要の全てが県内で賄われる。(自給率=100%)

2 部門ごとの新規需要(需要増加)額を把握していない場合

観光消費シートを利用します。

次の3つのうち把握している数値を入力します。(重複不可)
(A→B→Cの順に精度が高まります。)



「旅行・観光産業の経済効果に関する調査・研究(観光庁)」の「旅行・観光サテライト勘定」及び「旅行・観光消費動向調査」の全国値を用いて、各部門の需要増加額を推計

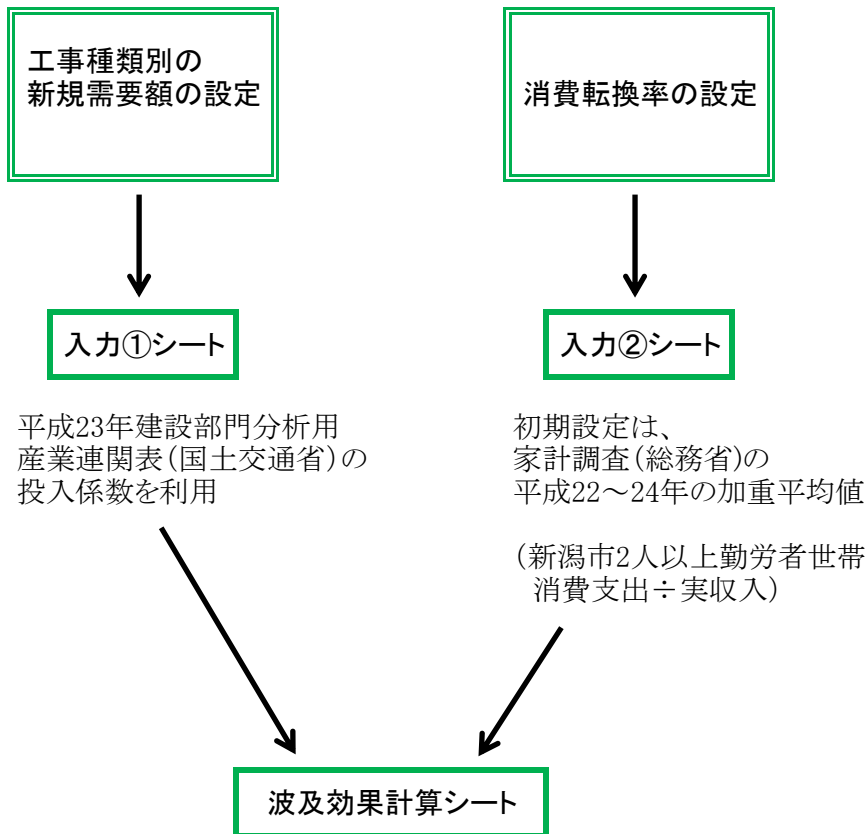
以降は、1と同じです。

分析ツール(建設)

県内で建設投資が行われた場合の県内への経済波及効果を求めたいとき

建設投資(工事)といっても住宅や工場の建築、道路や河川の土木工事などその種類は様々で、原材料等の投入構成費もそれぞれ異なります。
このツールでは、工事の種類別に需要額を入力することで、分析の精度を高めます。
工事の種類別の需要額がわからない場合は、分析ツール(基本)を利用してください。

【入力手順】



以降は、分析ツール(基本)と同じです。

※産業連関表の建設部門では、「県内の新規需要は、全て県内で生産(供給)される」として扱います。(=輸移出入ゼロ、自給率100%)
また、建設部門は流通マージンがないものとします。