

分析ツールを用いた波及効果推計の方法

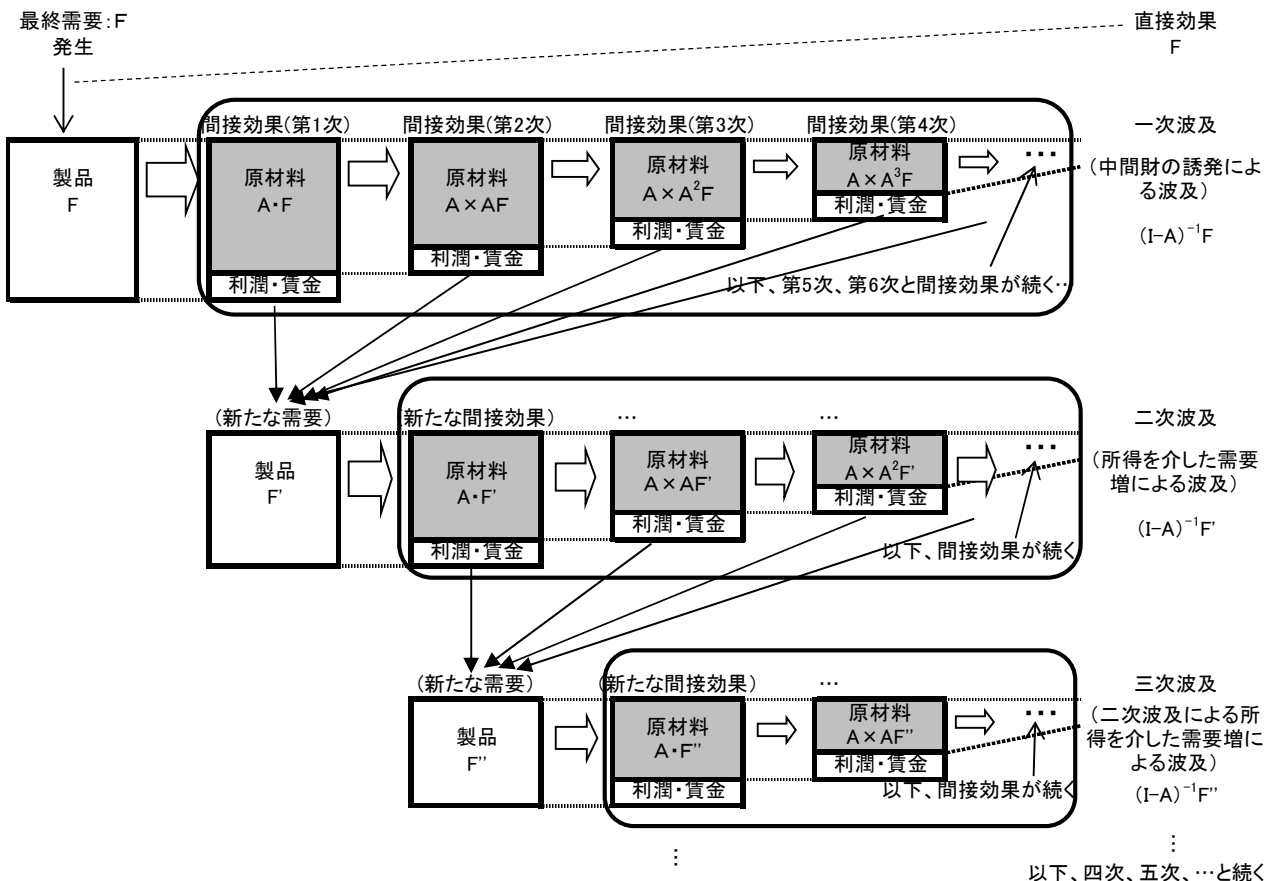
(イベント開催による波及効果の事例)

産業連関表の有効な利用方法として、投資等が経済に与える波及効果（生産誘発効果）の測定が挙げられる。

経済波及効果の測定では、ある産業に需要が生じると、各産業や経済全体に波紋のように影響を及ぼしていくと考える。具体的には、ある産業に生じる新たな需要がその産業で需要に見合う生産が行われるだけでなく（直接効果）、その生産活動に必要な原材料や燃料を調達するために他の産業の生産を誘発し（一次波及）、また、それらの生産活動で生じた粗付加価値の一部が消費・投資等に回り、新たに最終需要を発生させ、さらに生産が誘発される（二次波及、三次波及、…）というイメージである。図1は、経済波及効果が広がるイメージを図にしたものである。

したがって、経済波及効果は、最終需要額を決定すれば求めることができる。詳しくは、別紙「経済波及効果推計の考え方」及びより数学的な記述を加えた「経済波及効果推計の考え方 ～均衡産出高モデルの詳細～」などを参照されたい。

図1 経済波及効果のイメージ

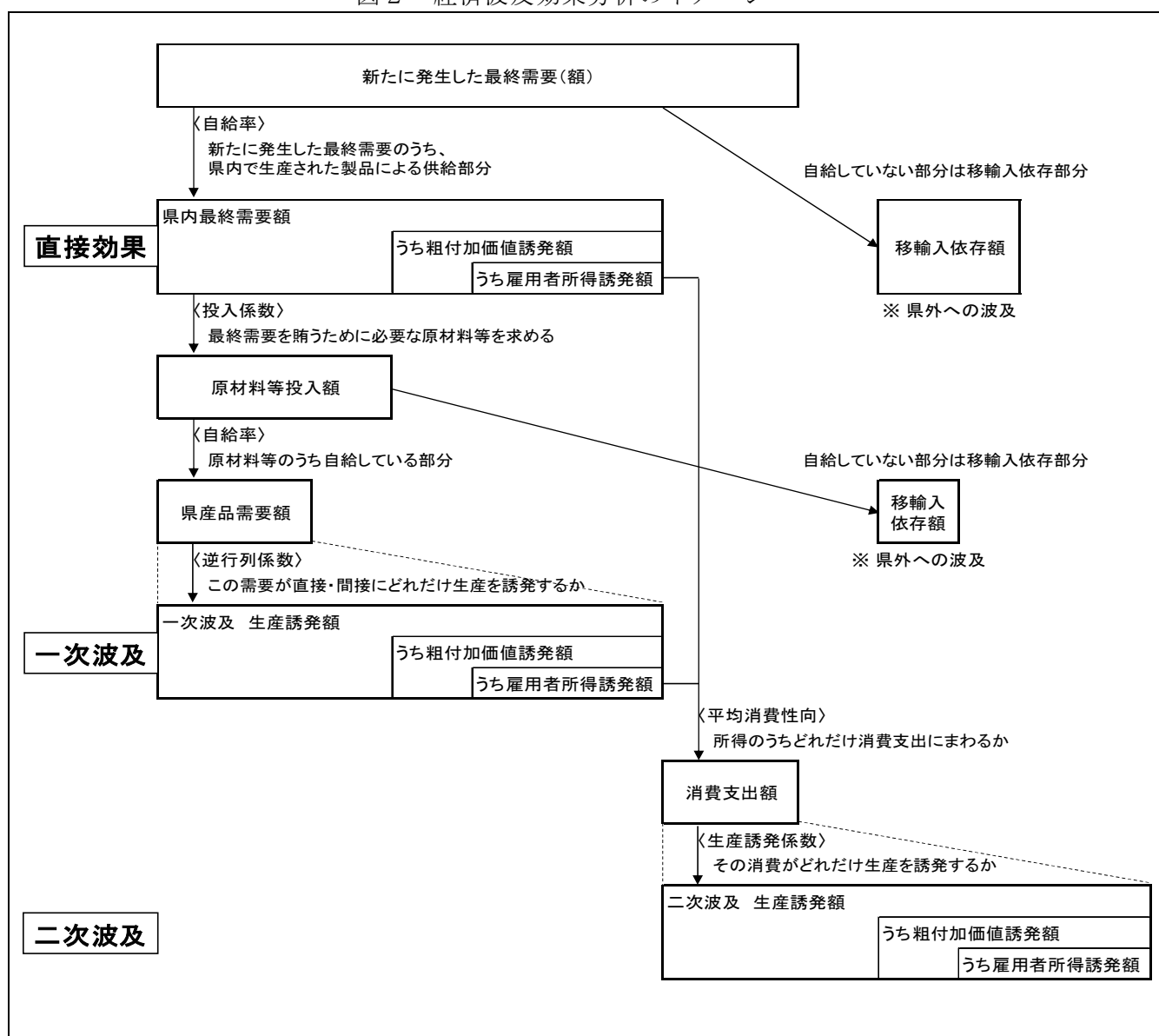


ここで紹介する分析ツールでは、図1の「二次波及」までを、図2の流れで波及効果を測定する。

経済波及効果の測定のためには、新たに発生する「最終需要額」を決定しなければならない。最終需要額の決定は次のように行なう。

- ① 最終需要額の規模を考える。
- ② 「部門分類表」などを参考に、最終需要額の産業分類を決定する。
各都道府県の産業連関表・経済波及効果分析ツールのウェブサイトなどではさまざまな分析が行なわれており、産業分類の決定の参考になる。
- ③ 購入者価格の場合、生産者価格に変換する。
商業マージンや運輸マージン分を控除する。ツールでは、購入者価格欄に入力すれば生産者価格に変換できる。
- ④ ツールに入力すれば、波及効果が測定される。

図2 経済波及効果分析のイメージ



産業連関分析は、モデル（前提の置き方）によっても結果が異なるため、分析を行う際は以下の点に留意する必要がある。

① 投入係数は不変である。

経済波及効果分析（＝産業連関分析）は、投入係数の短期的な安定を前提にしている。そのため、本ツールの基準となる令和２年と分析対象年では、投入構造は不変であると仮定している。

② 自給率・移輸入率は不変である。

需要が増加すれば、県産品で賄う率が変わることも考えられるが、投入係数同様、自給率・移輸入率も不変であると仮定している。

③ 在庫対応の影響は考慮していない。

需要初期など、生産波及が及んでも在庫品で対応し、その分の生産が行われないなどが考えられるが、波及の中断は想定していない。

④ 生産能力の限界は考慮していない。

需要の増加に対し、各産業が十分対応出来ない場合も考えられるが、各部門はあらゆる需要に応えられると想定している。

⑤ 波及効果が達成されるまでの期間は特定していない。

実際に、いつ頃、どの産業に、どの程度の波及が及ぶかは特定できない。

⑥ 二次波及の対象は雇用者所得に限定している。

所得の増加に伴う生産波及を分析する二次波及の計算では、対象を雇用者所得のみに限定している。農家等個人事業主の所得は、営業余剰に含まれるが、その部分だけ取り出す事が困難であるため、分析の対象とはしていない。

⑦ 雇用創出効果には時間外勤務対応は考慮していない。

生産の増加によって新規雇用者が誘発されるとの前提で雇用創出効果を計算している。しかし、現実的には時間外勤務や生産設備の増強による対応なども考えられ、全てが雇用増に結びつくとは限らない。

「しまね統計情報データベース」（<http://pref.shimane-toukei.jp/>）に掲載している本分析ツールは、エクセルファイルで作成しており、事例以外の分析にも応用できる。なお、本分析ツールを利用した分析結果を公表した場合は、島根県政策企画局統計調査課経済分析係（電話 0852-22-5070）までご連絡下さい。

事例 イベント開催による波及効果

以下、分析ツールを用いた経済波及効果測定の方法について、「イベント開催による波及効果」を事例に紹介する。

県内でイベントが開催された場合、来場者の消費がもたらす経済的効果

イベントの形態や規模により様々な効果があるが、一般的には以下の3つの範囲において需要額が発生すると考えられる。

- A 施設整備費
- B 運営費
- C 来場者の消費支出

実際の作業ではA、B、Cそれぞれ需要増加額を求めて波及効果測定を行い、合計したものが、そのイベント開催による総合的な波及効果となるが、ここではCについて説明する。

【参考】産業部門格付け例（B運営費）

A及びBの県内需要増加額の推計については、収支決算書等から比較的容易に求めることができるため省略するが、参考までに、B（イベント運営費）の産業部門格付けの一例を示す。

この運営費が、購入者価格で表示されている場合は、別途、生産者価格を計算し、推計を行なうことが必要となる。

支出項目	需要項目	産業連関表（98部門表）	産業連関表（39部門表）
広報・宣伝経費	広告費	662 広告	66 対事業所サービス
委託費	交通整備委託費	669 その他の対事業所サービス	66 対事業所サービス
	清掃委託費	669 その他の対事業所サービス	66 対事業所サービス
一般管理費	人件費（注）	—	—
	保険費用	531 金融・保険	53 金融・保険
	会場使用料（体育館）	674 娯楽サービス	67 対個人サービス
	弁当代	111 食料品	11 飲食料品
	会食費（レストラン）	672 飲食サービス	67 対個人サービス
	印刷費	191 印刷・製版・製本	39 その他の製造工業製品
	電話、郵送料等	579 郵便・信書便	57 運輸・郵便
	旅費（交通費）	591 通信	59 情報通信
	旅費（宿泊費）	571 鉄道輸送	57 運輸・郵便
	パソコンリース料	671 宿泊業	67 対個人サービス
	消耗品費（文房具）	661 物品賃貸サービス	66 対事業所サービス
	その他（不明）	681 事務用品	68 事務用品
修繕関係費	建物修繕費	691 分類不明	69 分類不明
光熱費	電気代	412 建設補修	41 建設
	水道料	461 電気	46 電気・ガス・熱供給
		471 水道	47 水道

（注）人件費の支出は、直接産業の生産を誘発するわけではないので、需要増加額には含めない。

二次波及を測定するときに、雇用者所得に加算する。

<需要増加額の測定>

需要増加額の測定は波及効果測定の出発点にあたる作業であり、できるだけ精度の高いデータを収集する必要がある。そこで、ツールを使用する前に、最終需要額及びその格付けを十分に検討する必要がある。

(1) 需要増加額の把握

Cの場合、来場者数及び1人当たり消費支出のデータが必要となる。その把握方法としては、

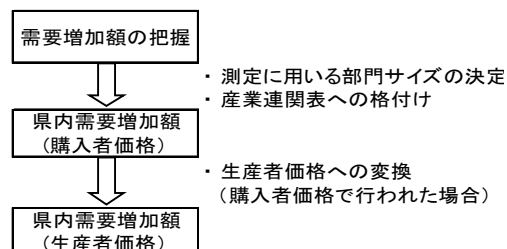
- ① アンケート調査の実施
- ② 資料収集（類似するイベントのデータ等）
- ③ 関係者へのヒアリング
- ④ 統計データによる推計

などが考えられる。①のアンケート調査による情

報が最も精度が高いと思われるが、アンケート調査を行わない場合、県内需要増加額を「来場者数×1人1回(泊)当たり消費見込み額」によって推計する。

ここでは、イベント来場者は、日帰り客10万人、宿泊客1万人と仮定し、1人1回(泊)当たり消費見込み額は、国土交通省観光庁の「共通基準による観光入込客統計」や、本県商工労働部の「島根県観光動態調査結果」等を使用する。

需要増加額測定の流れ



(2) 測定に用いる産業連関表の部門の大きさ

ここでは、令和2年島根県産業連関表の39部門表を用いることとする。

より詳細な分析が必要な場合は98部門表を用いることも考えられる。

逆に、簡易な分析でよい場合には13部門表を用いることも考えられるが、精度は下がる（例えば、「対個人サービス」に需要が発生した場合の分析を行なうとき、13部門表では「サービス」に格付けされるが、「廃棄物処理」、「教育・研究」、「対事業所サービス」など、他のサービスも含めた部門で計算することになるため）。

(3) 産業連関表への格付け

産業連関分析を行うためには、(1)で把握した需要増加額を(2)で設定した部門表の各産業部門へ当てはめる作業が必要となる。

事例の場合、1人当たり消費見込み額の内訳が不明であるので、国土交通省観光庁の「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」、「旅行・観光消費動向調査」等により、宿泊費、交通費、飲食費、土産代、その他（観光施設入場料）に分割する。このうち土産代については、産業連関表の部門分類に合わせてより具体的に分割する必要があり、他の類似イベントのデータや「家計調査」の構成比等を利用して分割を行う。

(4) 県内需要増加額の測定試算

① 来場者延べ人数(人)

日帰り	100,000
宿泊	10,000
計	110,000

② 来場者 1 人当たり平均消費額

項 目	産業連関表格付け (39 部門表)	日帰り (円)	宿泊 (円)
宿泊費	67 対個人サービス	—	9,000
交通費	57 運輸・郵便	1,000	5,000
飲食費	67 対個人サービス	1,500	3,000
土産代		2,500	4,000
菓子	11 飲食料品	1,200	2,000
衣服	15 繊維製品	800	1,200
和紙	16 パルプ・紙・木製品	200	320
玩具	39 その他の製造工業製品	300	480
観光施設入場料	67 対個人サービス	1,500	2,000
計		6,500	23,000

※来場者 1 人当たり平均消費額は、あくまで仮定による数値である。

③ 来場者消費支出額合計 (①×②)

項 目	産業連関表格付け (39 部門表)	日帰り (千円)	宿泊 (千円)	合計 (千円)
宿泊費	67 対個人サービス	0	90,000	90,000
交通費	57 運輸・郵便	100,000	50,000	150,000
飲食費	67 対個人サービス	150,000	30,000	180,000
土産代		250,000	40,000	290,000
菓子	11 飲食料品	120,000	20,000	140,000
衣服	15 繊維製品	80,000	12,000	92,000
和紙	16 パルプ・紙・木製品	20,000	3,200	23,200
玩具	39 その他の製造工業製品	30,000	4,800	34,800
観光施設入場料	67 対個人サービス	150,000	20,000	170,000
計		650,000	230,000	880,000

④ 産業連関表 39 部門表格付け

部門名	消費支出額
01 農業	
02 林業	
03 漁業	
06 鉱業	
11 飲食料品	140,000
15 繊維製品	92,000
16 パルプ・紙・木製品	23,200
20 化学製品	
21 石油・石炭製品	
22 プラスチック・ゴム製品	
25 窯業・土石製品	
26 鉄鋼	
27 非鉄金属	
28 金属製品	
29 はん用機械	
30 生産用機械	
31 業務用機械	
32 電子部品	
33 電気機械	
34 情報通信機器	

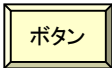
単位: 千円

部門名	消費支出額
35 輸送機械	
39 その他の製造工業製品	34,800
41 建設	
46 電気・ガス・熱供給	
47 水道	
48 廃棄物処理	
51 商業	
53 金融・保険	
55 不動産	
57 運輸・郵便	150,000
59 情報通信	
61 公務	
63 教育・研究	
64 医療・福祉	
65 他に分類されない会員制団体	
66 対事業所サービス	
67 対個人サービス	440,000
68 事務用品	
69 分類不明	
合計	880,000

<説明シート>

様式：需要分析

分析ツールの使い方

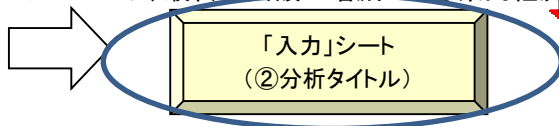
◆ 矢印の指示に従い、 をクリックして進んでください。

〔データ入力上の注意点〕

金額の入力単位は 千円 です。

なお、分析結果の表示は、「千円」と「億円」の2種類から選択できます。

- ① 本頁の注意点等を確認し、次のボタンから「入力」シートへ進んでください。
なお、このシートでは、最終需要額の増減による県内経済波及効果を推計します。



島根県統計調査課:
注意事項等に目を通した後、
「「入力」シートボタン」をク
リックします。

1. このページからスタートする。

- ①以下に示した注意点などを確認し、最終需要額の金額・産業分類が決まれば、
「「入力」シート（②分析タイトル）」ボタンをクリックして「入力シート」に移行する。

<入力シート>

② 分析タイトル

(下欄に入力してください。)

県内でイベントが開催された場合、来場者の消費がもたらす経済的効果

島根県統計調査課:
分析タイトルを入力します。

③ 把握している最終需要額は「購入者価格」ですか？ それとも「生産者価格」ですか？

「購入者価格」

(店で販売されている価格)

「生産者価格」

(生産者が出荷するときの価格)

「購入者価格A」へ入力

「最終需要額①」へ入

島根県統計調査課:
ここでは、仮定による数値・分類を用いています。

◆「購入者価格」と「生産者価格」について

一般に私たちが小売店等で商品を購入するとき(「購入者価格」)には、生産者価格に商業マージンと運輸マージン(貨物運賃)がプラスされています。
分析には「生産者価格」を使用するので、把握しているデータが「購入者価格」であれば、マージン計算を行い、「生産者価格」に変換します。

※ 「購入者価格」=「生産者価格」+ 商業マージン + 運輸マージン(貨物運賃)

◆「公共投資」の入力方法について

建設投資であれば、その額を「建設」部門(コード:41)の「最終需要額①」に入力します。

◆「最終需要がすべて県内で生産された製品による供給である場合」の入力方法について

把握しているデータが「購入者価格」である場合には、「購入者価格」を「生産者価格」に変換し、その数字を「県内最終需要額③」に入力します。
また、「生産者価格」を把握している場合には、そのまま「県内最終需要額③」に入力を行います。
なお、いずれの場合にも、シートの保護を解除し、本ツールの一部変更が必要となります。

島根県統計調査課:

「平均消費性向」を採用する年を選べば、自動的に数値が入力されます。
「その他」を選ぶ場合には、数値と出典名も入力して下さい(出典は「結果」シート以降でも表示されます)。

④ 平均消費性向の採用年

(ドロッピングメニューから選択してください。)

〔採用年〕 〔数値〕
令和6年平均 0.625087

以下のいずれかの年平均値を選択してください。

「その他」を選ぶときは、 ↓ 数値 ↓ 出典 も入力して下さい

その他	〔数値〕	〔出典名〕
令和6年平均	0.625087	
令和5年平均	0.589584	
令和4年平均	0.597066	
令和3年平均	0.559882	
令和2年平均	0.590053	

松江市の平均消費性向 (総務省「家計調査」)
二人以上の世帯のうち勤労者世帯(農林漁家世帯含む)

分析結果の表示

分析結果 (億円) 分析結果 (千円)

島根県統計調査課:
分析結果を表示させます。「億円」単位が「千円」単位かを選んで下さい。

コード	部門名	購入者価格 A	Aを生産者価格に変換
01	農業		0
02	林業		0
03	漁業		0
06	鉱業		0
11	飲料品	140,000	90,447
15	繊維製品	92,000	49,246
16	パルプ・紙・木製品	23,200	16,321
20	化学製品		0
21	石油・石炭製品		0
22	プラスチック・ゴム製品		0
25	窯業・土石製品		0
26	鉄鋼		0
27	非鉄金属		0
28	金属製品		0
29	はん用機械		0
30	生産用機械		0
31	業務用機械		0
32	電子部品		0
33	電気機械		0
34	情報通信機器		0
35	輸送機械		0
39	その他の製造工業製品	34,800	22,310
41	建設		0
46	電気・ガス・熱供給		0
47	水道		0
48	廃棄物処理		0
51	商業		100,573
53	金融・保険		0
55	不動産		0
57	運輸・郵便	150,000	161,117
59	情報通信		0
61	公務		0
63	教育・研究		0
64	医療・福祉		0
65	他に分類されない役員制団体		0
66	対事業所サービス		0
67	対個人サービス	440,000	439,985
68	事務用品		0
69	分類不明		0
合 計		880,000	880,000

④平均消費性向

最終需要額 ①	自給率 ②	県内最終需要額 ③
0	0.645236	0
0	0.856384	0
0	0.409916	0
0	0.052309	0
90,447	0.168535	15,243
49,246	0.073574	3,623
16,321	0.307531	5,019
0	0.051861	0
0	0.035496	0
0	0.270142	0
0	0.560859	0
0	0.217898	0
0	0.191419	0
0	0.154791	0
0	0.234494	0
0	0.655750	0
0	0.152926	0
0	0.007636	0
0	0.250413	0
0	0.000952	0
0	0.024678	0
22,310	0.220365	4,916
0	1.000000	0
0	0.629094	0
0	1.000000	0
0	1.000000	0
100,573	0.493830	49,666
0	0.613774	0
0	1.000000	0
161,117	0.750609	120,936
0	0.788071	0
0	1.000000	0
0	0.955222	0
0	0.990803	0
0	0.981873	0
0	0.680511	0
439,985	0.820305	360,922
0	1.000000	0
0	0.007074	0
880,000	0.646685	560,326

④平均消費性向

2. 「②分析タイトル」を入力する。

ここでは「県内でイベントが開催された場合、来場者の消費がもたらす経済的効果」と入力している。

3. 経済波及効果を測定したい金額を部門別に入力する。

産業連関分析は生産者価格を使用するが、一般に私たちが小売店等で商品を購入するときの価格は、生産者価格に商業マージンと運輸マージン（貨物運賃）がプラスされた「購入者価格」となっている。そこで、この購入者価格を用いる場合は、「購入者価格A」列の各部門に価格を入力して、商業マージン額及び運輸マージンをそれぞれ「51 商業」「57 運輸・郵便」に計上し、これらを購入者価格から除いた額を生産者価格とする（入力すれば自動的にマージン計算が行われ、変換される）。

先に計算した需要増加額は購入者価格なので、格付けしたそれぞれの産業部門の「購入者価格A」の列に金額を入力する。

4. 平均消費性向の設定

雇用者所得からどれだけ民間消費が誘発されるかを、「④ 平均消費性向」を転換率として計算する。いくつかの年平均値を並べているので、いずれかを選ぶ。なお、「④ 平均消費性向」には総務省「家計調査」から松江市のデータを用いているが、その他のデータを用いる場合は、その値と出典名を入力する（出典は、結果シート以降でも表示される）。

5. 分析結果の単位の設定

入力はこちらまでである。分析結果を億円単位で見るか、千円単位で見るかを決め、いずれかをクリックする。

* 以下では億円単位で見た分析結果を用いて説明する。

【参考】

直接効果は「自給率」の大小によって大きな差が出てくる。したがって、精度の高い分析を行うためには、対象となる製品・原材料等が「全て県内のみ」、「全て移輸入に頼っている」など、なるべく実態にあったものに変更するのが望ましい。

「観光客の消費」の波及効果を測定するときには、県内最終需要額を求める際の自給率を次のように調整することも多い。

- ・「21 石油・石炭製品」… 0 （＝すべて移輸入に頼っている）
- ・「51 商業」、「65 他に分類されない会員制団体」、「67 対個人サービス」… 1
（＝すべて県内で賄っている）

<結果シート（億円）>

産業連関分析結果

島根県統計調査課:
これが分析結果の一覧表になります。

《分析タイトル》

県内でイベントが開催された場合、来場者の消費がもたらす経済的効果

1 設定条件

（単位：億円）

最終需要額	①	8.8
うち県内最終需要額	③	5.6

消費転換係数	⑯	0.625087
--------	---	----------

松江市の平均消費性向（総務省「家計調査」〔令和6年平均〕）

2 分析結果

（単位：億円）

	生産誘発額					雇用創出効果 (人)	
	うち粗付加価値誘発額						
	うち雇用者所得誘発額						
直接効果	③	5.6	⑤	3.1	⑦	1.9	110
一次波及	⑫	1.7	⑬	1.0	⑭	0.5	
二次波及	⑰	1.2	⑳	0.8	㉑	0.3	
総合効果(直接＋一次＋二次)	A	8.6	B	4.9	C	2.7	
波及効果倍率(倍)	0.97						

※ 四捨五入の関係で、内訳と合計は必ずしも一致しない。

※ 波及効果倍率 = 生産誘発額（総合効果A）／最終需要額①

3 留意事項

- （1）投入係数は不変である。
- （2）自給率・移輸入率は不変である。
- （3）在庫対応の影響は考慮していない。
- （4）生産能力の限界は考慮していない。
- （5）波及効果が達成されるまでの期間は不明である。
- （6）二次波及の対象は雇用者所得に限定している。
- （7）雇用創出効果には時間外勤務対応は考慮していない。

4 その他の留意点

- （1）使用した産業連関表は「令和2年島根県産業連関表〔39部門表〕」である。
- （2）二次波及の分析に用いた消費転換係数は、総務省「家計調査」による松江市の平均消費性向（二人以上の世帯のうち勤労者世帯（農林漁家世帯含む））である。



島根県統計調査課:
「フローチャート」または「部門別波及グラフ」をクリックすると、それらが表示されます。

フローチャート
（億円）

部門別波及グラフ
（億円）

6. これが分析結果の一覧表となる。

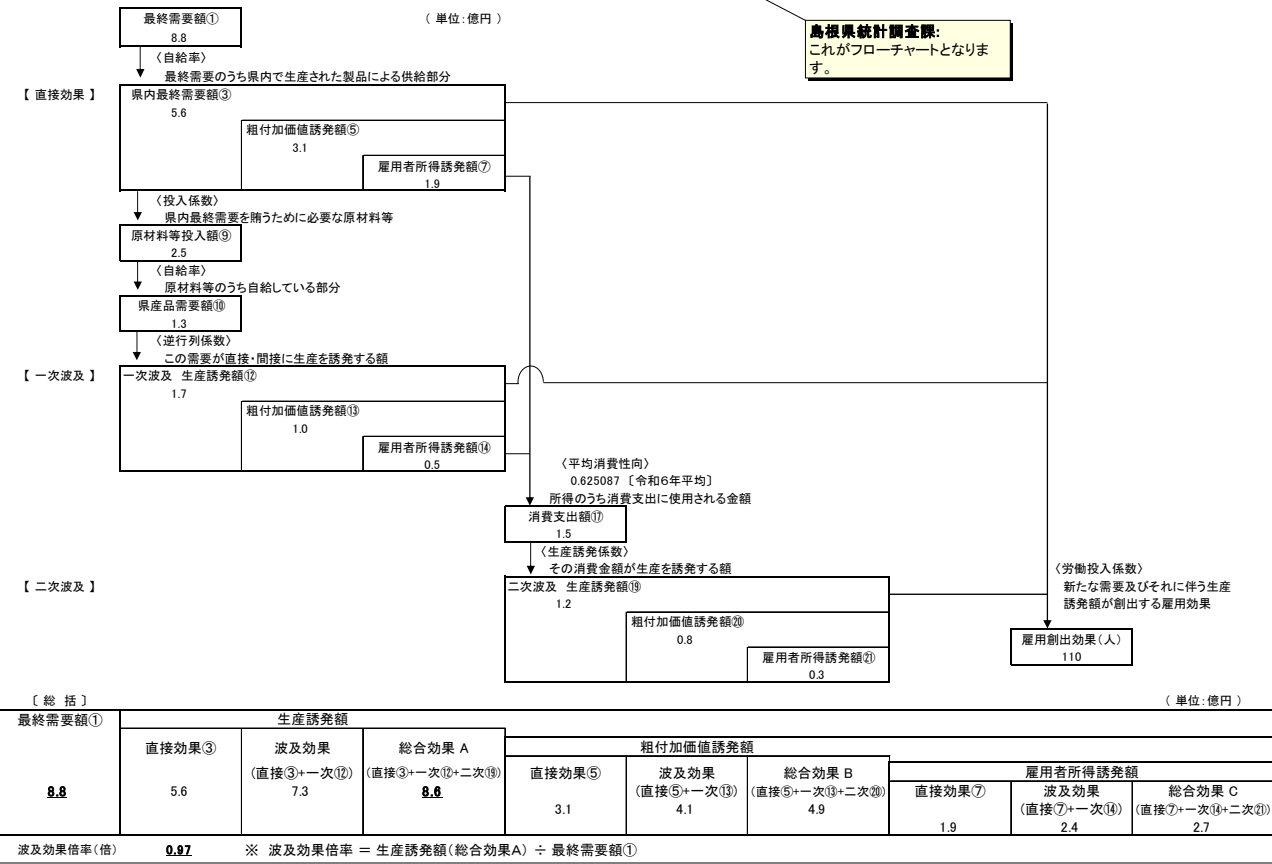
「フローチャート」または「部門別波及グラフ」をクリックすると、それぞれ表示される。

千円単位の結果シートからは、千円単位の「フローチャート」及び「部門別波及グラフ」を表示することができる。

<フローチャート>

《分析タイトル》県内でイベントが開催された場合、来場者の消費がもたらす経済的効果

競争移輸入型 $[I - (I - M)A]^{-1}$



7. 分析結果を「フローチャート」からみると、次のとおりである。

(1) 【直接効果】

「最終需要額①」に、＜入力シート＞で入力した合計 8.8 億円が表示される。これに自給率を掛ければ県内で最終的に消費される需要額が求められ、その額は「県内最終需要額③」の 5.6 億円となる。

(2) 【一次波及】

投入係数に (1) 【直接効果】の「県内最終需要額③」を掛ければ、「原材料等投入額⑨」2.5 億円が求められる。さらに自給率を掛ければ、原材料等のうち県内で自給している部分（「県産品需要額⑩」）1.3 億円が求められる。

最後に、逆行列係数に「県産品需要額⑩」を掛ければ、「一次波及 生産誘発額⑫」1.7 億円が求められる。

注：行列の乗算は掛ける順番で結果が異なる。必ず「逆行列係数」×「需要額」の順で行う。

(3) 【二次波及】

(1) 【直接効果】の「雇用者所得誘発額⑦」1.9 億円と (2) 【一次波及】の「雇用者所得誘発額⑭」0.5 億円から、【二次波及】を求める。「雇用者所得誘発額」⑦及び⑭の合計 (2.4 億円) に平均消費性向 0.625087 を掛ければ、「消費支出額⑯」1.5 億円が求められる。

民間消費支出の生産誘発係数にこの「消費支出額⑯」を掛ければ、「【二次波及】生産誘発額⑰」1.2 億円が求められる。

(4) 雇用創出効果

生産誘発額合計（【直接効果】「最終需要額③」5.6 億円、【一次波及】「生産誘発額⑫」1.7 億円、【二次波及】「生産誘発額⑰」1.2 億円の合計 (8.5 億円)）に、39 部門の産業別に「有給役員＋雇用者計」の労働投入係数を掛ければ、雇用創出効果 110 人を求めることができる。

ただし、現実的には生産増の全てが雇用増に結びつくわけではなく、時間外勤務や生産設備の増強によって対応される場合もあることに注意を要する。

(5) 分析の結果

以上をまとめると、イベントへの来場者の消費がもたらす経済的波及効果は、「生産誘発額計（総合効果）A」で 8.6 億円。最終需要額①に対する倍率は 0.97 倍となる。

また、8.6 億円のうち「粗付加価値誘発額」（県民経済計算でいうところの県内総生産にほぼ相当する）は、4.9 億円となる。

さらに、上記 (4) で見たように、110 人相当の雇用を創出することがわかる。

<波及グラフ>

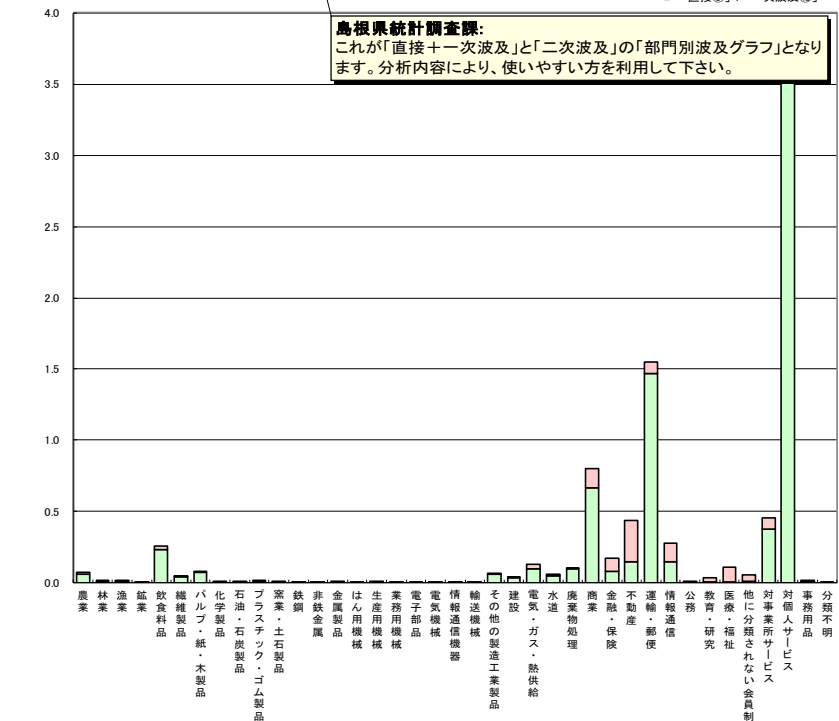
【分析タイトル】県内でイベントが開催された場合、来場者の消費がもたらす経済的効果

部門名	(単位:億円)	
	直接③+一次波及⑪	二次波及⑫
農業	0.06	0.02
林業	0.01	0.00
漁業	0.01	0.00
鉱業	0.00	0.00
飲食品	0.23	0.03
繊維製品	0.04	0.00
パルプ・紙・木製品	0.07	0.00
化学製品	0.00	0.00
石油・石炭製品	0.01	0.00
プラスチック・ゴム製品	0.01	0.00
窯業・土石製品	0.00	0.00
鉄鋼	0.00	0.00
非鉄金属	0.00	0.00
金属製品	0.00	0.00
はん用機械	0.00	0.00
生産用機械	0.00	0.00
業務用機械	0.00	0.00
電子部品	0.00	0.00
電気機械	0.00	0.00
情報通信機器	0.00	0.00
輸送機械	0.00	0.00
その他の製造工業製品	0.06	0.00
建設	0.03	0.01
電気・ガス・熱供給	0.09	0.03
水道	0.05	0.01
廃棄物処理	0.10	0.01
商業	0.66	0.14
金融・保険	0.08	0.10
不動産	0.14	0.29
運輸・郵便	1.47	0.08
情報通信	0.14	0.13
公務	0.00	0.01
教育・研究	0.00	0.03
医療・福祉	0.00	0.11
他に分類されない会員制団体	0.01	0.04
対事業所サービス	0.37	0.08
対個人サービス	3.65	0.08
事務用品	0.01	0.00
分類不明	0.00	0.00
合 計	7.34	1.22

(単位:億円)

<生産誘発効果>

□「二次波及⑫」
□「直接③」+「一次波及⑪」



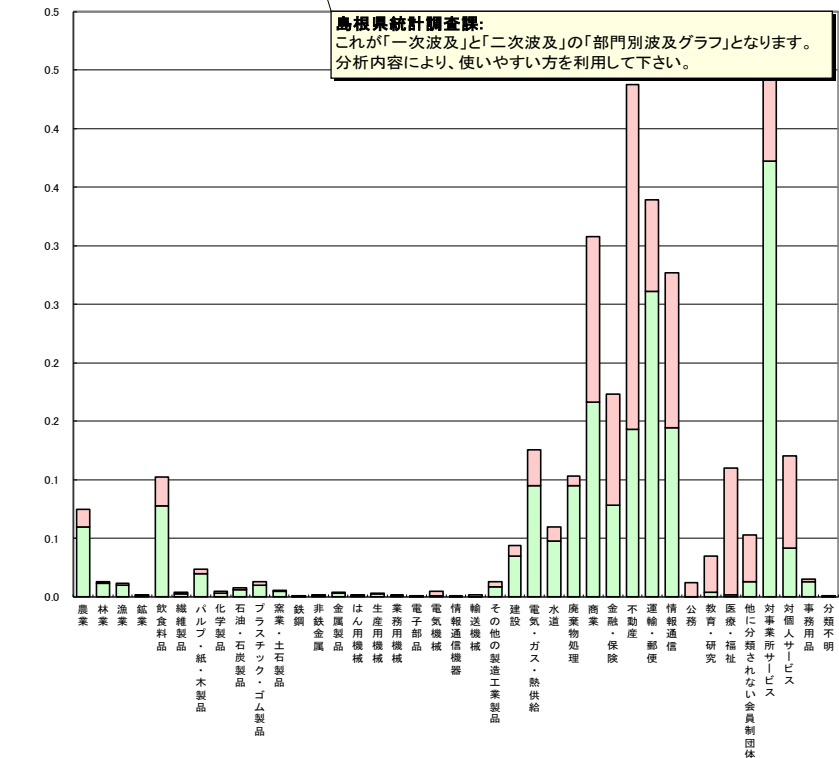
【分析タイトル】県内でイベントが開催された場合、来場者の消費がもたらす経済的効果

部門名	(単位:億円)	
	一次波及⑪	二次波及⑫
農業	0.06	0.02
林業	0.01	0.00
漁業	0.01	0.00
鉱業	0.00	0.00
飲食品	0.08	0.03
繊維製品	0.00	0.00
パルプ・紙・木製品	0.02	0.00
化学製品	0.00	0.00
石油・石炭製品	0.01	0.00
プラスチック・ゴム製品	0.01	0.00
窯業・土石製品	0.00	0.00
鉄鋼	0.00	0.00
非鉄金属	0.00	0.00
金属製品	0.00	0.00
はん用機械	0.00	0.00
生産用機械	0.00	0.00
業務用機械	0.00	0.00
電子部品	0.00	0.00
電気機械	0.00	0.00
情報通信機器	0.00	0.00
輸送機械	0.00	0.00
その他の製造工業製品	0.01	0.00
建設	0.03	0.01
電気・ガス・熱供給	0.09	0.03
水道	0.05	0.01
廃棄物処理	0.10	0.01
商業	0.17	0.14
金融・保険	0.08	0.10
不動産	0.14	0.29
運輸・郵便	0.26	0.08
情報通信	0.14	0.13
公務	0.00	0.01
教育・研究	0.00	0.03
医療・福祉	0.00	0.11
他に分類されない会員制団体	0.01	0.04
対事業所サービス	0.37	0.08
対個人サービス	0.04	0.08
事務用品	0.01	0.00
分類不明	0.00	0.00
合 計	1.73	1.22

(単位:億円)

<生産誘発効果>

□「二次波及⑫」
□「一次波及⑪」



8. 分析結果を「部門別波及グラフ」からみると、部門ごとに波及効果の額とその大きさを把握することができる。

1枚目は「直接効果＋一次波及」と「二次波及」の大きさを、

2枚目は、「一次波及」と「二次波及」の大きさを

示す棒グラフなので、分析の内容によって見やすいグラフを利用する。

1枚目のグラフから、直接効果と一次波及を合わせた効果を見ると、「対個人サービス」が最も大きく、「運輸・郵便」、「商業」と続く。

2枚目のグラフからみた「一次波及」と「二次波及」の大きさは、

一次波及のみでみると、「対事業所サービス」、「運輸・郵便」、「商業」と続いている。

二次波及のみでみると、「不動産」、「商業」、「情報通信」の順となっている。

一次波及と二次波及を合わせてみると、「対事業所サービス」、「不動産」、「運輸・郵便」の順となっている。