

大阪マラソンの経済波及効果の検証

宮 本 勝 浩
郭 進
王 秀 芳

〔1〕はじめに

経済波及効果の数値がマスコミでよく掲載されるようになった。大きな金額が世間を騒がしているが、その数値が本当に正しかったのかどうかの検証はほとんど行われていない。つまり金額を公表したら、それでおしまいである。これはあまりにも科学的ではない。経済波及効果分析は単に予測するだけではなく、その分析が正しかったのかどうかの検証が、実は非常に大切なのである。それで、私たちは平成22年9月10日に行った「第1回大阪マラソンの経済波及効果」の予測分析を行ったが、平成23年にそれが実施された後に入手したデータを用いて「第1回大阪マラソン」の経済波及効果の検証分析を行った。本論文はその検証結果をまとめたものである。

昨年10月30日に、大阪府、大阪市、一般財団法人大阪陸上競技協会の主催で市民参加型の「第1回大阪マラソン」が開催された。大阪のスポーツ関係者、経済界、一般市民の多くはこの「大阪マラソン」に大きな期待を寄せていた。そして、この「大阪マラソン」は大阪府のみならず関西地域のスポーツと経済の活性化に大きく貢献するものと期待されていた。私たちは、この「第1回大阪マラソンの経済波及効果」の予測を平成22年9月に行った。その時の経済波及効果は約124億円であった。

本報告書は、第1回大阪マラソン開催後に各方面より入手したデータに基づいて、「第1回大阪マラソンの経済波及効果」の検証を行ったものである。

予測段階で推定した結果と、マラソン開催後に検証した今回の分析の結果との相違は、実際の参加人数が若干減少したことと、推定時の直接経済効果の計算には取り入れていなかった項目をこの検証段階で新たに考慮した点である。

分析の結果、「第1回大阪マラソンの経済波及効果」は約133億円にのぼったことが立証された。

〔2〕直接効果の項目

本報告書は、「第1回大阪マラソン」の主催者や関係各位から入手した資料と、私どもが独自に調査したデータに基づいて計算されている。

直接効果は、ランナー、沿道の観客、大会参加者、ボランティア、メディア、スポンサー関係者などの消費支出、関連イベント来場者の消費支出と大会グッズの売上額などから構成されている。

大阪マラソンの収入額は、大阪府が1億円、大阪市が1億円、ランナーの参加料3.2億円、その他経済界や大阪府民からの協賛金6億7,000万円などで合計11億9,000万円となっている。そして、大会役員に関する出費、広告費、事務局関係費などの消費額は、前述の収入から支出されるものと仮定する。さらに、これらの金額とは別に、関係企業は独自にこの第1回大阪マラソンを直接・間接的に約1億5,000万円支援したと推定している。

1. 大会参加者による消費支出

（1）ジョギングやマラソン愛好者の大会観戦者の消費支出

2009年の「レジャー白書」によると、日本のジョギング・マラソン愛好者の人口は2,550万人であるので、このうち約0.3%が大阪マラソンの観戦に来ると仮定した。その結果、7万6,500人が観戦すると仮定した。そして、その大阪府外から観戦に来るファンで宿泊者、日帰り者そして大阪府内から日帰りで観戦に来るファンの比率は、他の市民マラソンなどのデータからそれぞれ約7.7%、約30.8%そして約61.5%と仮定すると、それぞれ5,885人、23,538人、そして47,077人となった。

彼らの1人当たり消費額は表2-1で表わされている。表2-1の消費額は、以下の前提に基づいて計算されている。まず、アジア諸国、欧米とその他の諸国、大阪府外宿泊、大阪府外日帰り、大阪府内日帰りの一人当たり消費額は次のように仮定した。この仮定の前提は以下の通りである。

① 府外宿泊及び府外日帰りの1人当たり消費金額のデータは

「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究Ⅶ」 国土交通省
より主目的地が近畿地域の場合のデータを用いている。

② 府内の1人当たり消費支出は、府外日帰り1人当たり消費金額を参考に以下のように想定した。

交通費は府外日帰りの4分の1と仮定している。

飲食費は府外日帰りの2分の1と仮定している。

府内からの観戦者の1人当たりの買い物土産代、観光・施設利用料は0円と仮定している。

③ 欧米その他からの観戦者1人当たりの消費金額は以下のように仮定している。

交通費に関しては、府内における移動と考えられるので、府内の観戦客と同じ、1日当たり2,101円、5日で10,504円と仮定している。

宿泊費は府外宿泊観戦客を参考に計算している。府外宿泊の場合の宿泊費は14,974円と仮定するが、これは平均宿泊数2日の場合の宿泊費である。欧米その他からの観戦客の泊数は5日と仮定して、欧米その他からの観戦客の宿泊費を推定した。

飲食費、買い物土産代、観光・施設利用料に関しては、宿泊費と同様の仮定のもとで計算され、表2-1で示されている。

④ アジアからの観戦客の一人当たりの消費金額は以下のように仮定している。

交通費に関しては、府内における移動と考えられるので、府内の観戦客と同じ、1日当たり2,101円、4日で8,403円と仮定している。

宿泊費は府外宿泊観戦客を参考に計算している。府外者の宿泊の場合の宿泊費は14,974円と仮定しているが、これは平均宿泊数2日の場合の宿泊費である。アジアからの観戦客の宿泊数は4日と仮定して、アジアからの観戦客の宿泊費を推定した。

飲食費、買い物土産代、観光・施設利用料に関しては、宿泊費と同様の仮定のもとで、計算している。

そして、以上の仮定に基づいて、一人当たりの消費額は表2-1で示されている。そして、この一人当たり消費金額は、以下の全項目の計算のもとになる共通の金額である。

表2-1 一人当たり消費金額

単位：円

項 目	アジア	欧米その他	府外宿泊	府外日帰り	府 内
交通費	8,403	10,504	17,465	8,403	2,101
宿泊費	29,948	37,435	14,974	0	0
飲食費	15,844	19,805	7,922	3,324	1,662
買い物土産代	18,470	23,088	9,235	4,642	0
観光・施設利用料	10,872	13,590	5,436	4,427	0
合 計	83,537	104,421	55,032	20,796	3,763

表2-1に基づいて、ジョギングやマラソン愛好者の大会観戦者の消費支出の総額は表2-2で表されている。計算の結果、ジョギングやマラソン愛好者の大会観戦者の消費支出は総額約9億9,049万円となった。この数値は予測値と同じである。

表2-2 ジョギング・マラソン愛好者による消費支出額

単位：百万円

項 目	府外宿泊	府外日帰り	府 内	合 計
交通費	102.77	197.79	98.90	399.47
宿泊費	88.12	0.00	0.00	88.12
飲食費	46.62	78.24	78.24	203.10
買い物土産代	54.34	109.27	0.00	163.61
観光・施設使用料	31.99	104.20	0.00	136.19
合 計	323.84	489.51	177.14	990.49

(2) ランナー関係の観戦者の消費支出

大阪マラソンのランナーは、29,163人であった。そして、以下の前提①より、大阪マラソンのランナー一人につき家族、友人など平均2人が応援観戦に来ると仮定すると、国の内外から合計58,326万人の家族、友人の応援観戦者があったと仮定している。

まず、人数の推定には次の仮定を設定した。

- ① 大阪マラソンのランナーの家族や友人などのランナー関係観戦者は、ロンドンマラソンやホノルルマラソンなどを参考にランナー1人当たり2人として、出走ランナー29,163人でランナー関係の観戦者は58,326人と仮定した。
- ② 大阪マラソンのランナー29,163人のうち、府内在住者は10,819人、府外在住者は17,491人、海外在住者は853人であった。そして、海外在住者のランナーについては、これまでの日本における大阪マラソンと同規模の市民マラソンの海外からの出走者のアジアと欧米の比率を参考にして、アジアからは海外在住者の約90%の768人、欧米からは残りの10%の85人とした。大阪府内からのランナーはすべて日帰りとして、さらに府外からのランナーについては、これまでの日本における大阪マラソンと同規模の市民マラソンのデータを参考にして、大阪府外（主催都道府県以外）からの出走者の宿泊ランナーの数は府外からの全出走者の33.3%の5,830人、府外からの日帰りランナーは66.7%の11,661人とした。

表2-3 マラソン参加者数及び居住状況

単位：人

分 類	人 数
アジア	768
欧米その他	85
府外から宿泊	5,830
府外から日帰り	11,661
大阪府内日帰り	10,819
合 計	29,163

それらの数値を参考にして、大阪マラソンのランナー関係の観戦者の居住状況を次のように仮定した。

表 2-4 ランナー関係の観戦者数

単位：人

国 別	人 数
アジア	1,536
欧米その他	170
府外宿泊	11,660
府外日帰り	23,322
府内日帰り	21,638
合 計	58,326

その結果、ランナーの親族・友人などの関係者の消費支出は、表 2-4 に示されるように合計約13億5,420万円となった。観戦者数が微減であったにもかかわらず、実測値が予測値を上回ったのは、宿泊者数が約 2 倍に増えたことによる。

表 2-5 ランナー関係の観戦者による消費支出額

単位：百万円

項 目	アジア	欧米その他	府外宿泊	府外日帰り	府内日帰り	合計
交通費	12.90	1.79	203.65	195.97	45.46	459.77
宿泊費	45.98	6.39	174.61	0.00	0.00	226.98
飲食費	24.33	3.38	92.38	77.52	35.96	233.56
買い物土産代	28.36	3.94	107.69	108.26	0.00	248.10
観光・施設使用料	16.69	2.32	63.39	103.24	0.00	185.64
合 計	128.26	17.81	641.71	484.99	81.42	1354.20

（３）一般観戦者の消費支出

第 1 回大阪マラソンの沿道観戦者は、予測値の約113万人を下回り100.85万人と発表された。これは、マラソン当日朝から曇っていて、また時々雨が降ったりしたことがその原因ではないかと考えられている。このうち、ジョギング・マラソン人口の観戦者 7 万6,500人とランナーの親族・友人などの関係者 5 万8,326人を除くと、一般の観戦者は87万3,674人であると推定される。そして、一般観戦者の 1 %は大阪府外から来て宿泊し、10%は大阪府外から日帰りをする と仮定した。さらに、大阪府内からの一般観戦者は残りの89%であると仮定した。

（府外宿泊者）

$$87万3,674人 \times 0.01 = 8,737人$$

（府外日帰り者）

$$87万3,674人 \times 0.1 = 87,367人$$

（府内日帰り者）

$$87万3,674人 \times 0.89 = 777,570人$$

そして、一般観戦者の消費支出は表2-5のように約52億2,349万円となった。この金額は、予測値を若干下回っている。

表2-6 一般観戦者による消費支出額

単位：百万円

項 目	府外宿泊	府外日帰り	府内日帰り	合 計
交通費	152.59	734.15	1633.48	2520.22
宿泊費	130.82	0.00	0.00	130.82
飲食費	69.21	290.41	1292.32	1651.94
買い物土産代	80.68	405.56	0.00	486.24
観光・施設使用料	47.49	386.78	0.00	434.27
合 計	480.80	1816.89	2925.80	5223.49

（4）前夜祭「ウェルカムパーティ」の消費支出

大阪マラソンの前日10月29日に、関係者や市民を集めて前夜祭「ウェルカムパーティ」が開催された。この「ウェルカムパーティ」には約250人の関係者が集まり、たこ焼き、お好み焼き、うどんなどのコナモンを賞味した。その消費額は94万円となった

表2-7 ウェルカムパーティの消費支出額

単位：百万円

項 目	消 費 額
交通費	0.53
宿泊費	0.00
飲食費	0.42
買い物土産代	0.00
観光・施設使用料	0.00
合 計	0.94

この「ウェルカムパーティ」の金額は、予測値753万円を大きく下回った。これは参加人数を過大に予測したことが原因である。

（５）マラソンランナーの消費支出

先に述べたように、第１回の大阪マラソンの主催者のデータから、大阪マラソンのランナー29,163人のうち、府内在住者は10,819人、府外在住者は17,491人、海外在住者は853人であった。そして、海外在住者のランナーについては、これまでの日本における大阪マラソンと同規模の市民マラソンの海外からの出走者のアジアと欧米の比率を参考にして、アジアからは海外在住者の約90%の768人、欧米からは残りの10%の85人とした。大阪府内からのランナーはすべて日帰りと仮定し、さらに府外からのランナーについては、これまでの日本における大阪マラソンと同規模の市民マラソンのデータを参考にして、大阪府外（主催都道府県以外）からの出走者の宿泊ランナーの数は府外からの全出走者の33.3%の5,830人、府外からの日帰りランナーは66.7%の11,661人とした。

それらの数値は、表２－３に示されている。

表２－３ マラソン参加者数及び居住状況

単位：人

分 類	人 数
アジア	768
欧米その他	85
府外から宿泊	5,830
府外から日帰り	11,661
大阪府内日帰り	10,819
合 計	29,163

これらの数値を参考にして計算した結果、マラソンランナーによる消費支出の総額は、約６億7,710万円となった。予測値と比べて、外国からのランナー数が予測値を大きく下回ったにもかかわらず、消費金額が予測値を上回ったのは、実際の宿泊者数が大幅に増加したことによる。

表２－８ マラソンランナーによる消費支出額

単位：百万円

項 目	アジア	欧米その他	府外宿泊	府外日帰り	府内日帰り	合 計
交通費	6.45	0.90	101.83	97.98	22.73	229.89
宿泊費	22.99	3.19	87.30	0.00	0.00	113.49
飲食費	12.16	1.69	46.19	38.76	17.98	116.78
買い物土産代	14.18	1.97	53.84	54.13	0.00	124.12
観光・施設使用料	8.35	1.16	31.69	51.62	0.00	92.82
合 計	64.13	8.91	320.85	242.50	40.71	677.10

（６）大会運営委員の消費支出

大会運営委員は、すべて国内からの参加者であり、大阪府内から150名、大阪府外から50名、そのうち半数の25名は大阪府内に宿泊し、あとの半数25名は自宅からの日帰りであると仮定した。大会運営委員の交通費や宿泊費は大会運営費より支払われると仮定した。それゆえ、大会運営委員の消費支出額は二重計算になるので項目別の計算はしない。これは予測値と同じである。

（７）メディア関係者の消費支出

大会に参加するメディア関係者数は、総計250名で大阪府内から40%の100人、大阪府外から20%の50名、うち日帰りのメディアは25名、大阪府内に宿泊するメディアは25名とした。さらに、アジアからのメディアは8%の20名、欧米やその他の国からのメディアは32%の80人と仮定した。計算の結果、メディア関係者の消費支出額は1,230万円となる。この数値も予測値の通りであると仮定した。

表2-9 メディア関係者による消費支出額

単位：百万円

項 目	アジア	欧米その他	府外宿泊	府外日帰り	府 内	合 計
交通費	0.17	0.84	0.44	0.21	0.21	1.87
宿泊費	0.60	2.99	0.37	0.00	0.00	3.97
飲食費	0.32	1.58	0.20	0.08	0.17	2.35
買い物土産代	0.37	1.85	0.23	0.12	0.00	2.56
観光・施設使用料	0.22	1.09	0.14	0.11	0.00	1.55
合 計	1.67	8.35	1.38	0.52	0.38	12.30

（８）ボランティアの消費支出

第1回大阪マラソンのボランティア参加者数は予測値1万人を若干下回る8,872人であった。その居住状況については、過去のマラソン大会を参考にして、次のように仮定した。大阪府内から7,985人、大阪府外から887人の合計8,872人とした。また、ボランティアはすべて日帰りとした。計算の結果、ボランティアの消費支出は4,850万円となった。この金額は予測値を大きく上回った。予測段階の推計では、ボランティアは交通費、飲食費については、必要額が大会運営費により賄われると仮定したが、今回の検証結果、主催側からの資料によると、ボランティアの消費支出は全額が自己負担となっていたことによる。したがって、このボランティア金額は予測値を大幅に上回った。

表 2-10 ボランティアによる消費支出額

単位：百万円

項 目	府外日帰り	府 内	合 計
交通費	7.46	16.77	24.23
飲食費	2.95	13.27	16.22
買い物土産代	4.12	0.00	4.12
観光・施設使用料	3.93	0.00	3.93
合 計	18.45	30.04	48.50

(9) スポンサー関係者の消費支出

大阪マラソンを支援するスポンサー関係者も大勢観戦に来了。スポンサー関係者に発行されたパスの数は1,080であった。その居住状況については、過去のマラソン大会を参考にして、次のように仮定した。1,080人のスポンサー関係者のうち大阪府内からの関係者は831名、大阪府外からの参加者で宿泊する人数は83人、大阪府外からの参加者で日帰り者数は166名と仮定した。計算の結果、スポンサー関係者の消費支出は約1,115万円となった。スポンサー関係者の人数が予測値よりもかなり少なかったため、この金額も予測値をかなり下回った。

表 2-11 スポンサー関係者による消費支出額

単位：百万円

項 目	府外宿泊	府外日帰り	府 内	合 計
交通費	1.45	1.40	1.75	4.59
宿泊費	1.24	0.00	0.00	1.24
飲食費	0.66	0.55	1.38	2.59
買い物土産代	0.77	0.77	0.00	1.54
観光・施設利用料	0.45	0.74	0.00	1.19
合 計	4.57	3.46	3.13	11.15

(10) 大会関係者の消費支出

大阪マラソンの大会役員などの大会関係者や役員の数、総計180名と予想した。うちアジア諸国から10名、欧米その他の諸国から10名、大阪府内から120名、大阪府外から40名（うち宿泊者数は20名、日帰りは20名）と仮定した。そして、交通費、宿泊費は全額、飲食費に関しては一部を大会が負担するが、各自が自由に消費する額は自己負担であると仮定する。計算の結果、大会関係者の個人的消費支出の総計は約153万円となる。この金額も予測値と同額であると仮定した。

表2-12 大会関係者による消費支出額

単位：百万円

項 目	アジア	欧米その他	府外宿泊	府外日帰り	府 内	合 計
飲食費	0.08	0.10	0.08	0.03	0.10	0.39
買い物土産代	0.18	0.23	0.18	0.09	0.00	0.69
観光・施設使用料	0.11	0.14	0.11	0.09	0.00	0.44
合 計	0.37	0.47	0.37	0.21	0.10	1.53

(11) 他のマラソンからの視察関係者の消費支出

大阪マラソンを視察する他のマラソン大会の関係者も大勢観戦に来た。視察関係者に発行されたパス数は220であった。その居住状況については、過去のマラソン大会を参考にして、次のように仮定した。220人のマラソン視察関係者のうちアジア諸国から12名、欧米その他の諸国から12名、大阪府内からの参加者は147名、大阪府外からの参加者で宿泊する人数は24人、大阪府外からの参加者で日帰り者数は24名と仮定した。計算の結果、大阪マラソン視察関係者の消費支出は約470万円となった。この項目は、マラソン開催前の経済波及効果の計算の項目には含まれていなかった。

表2-13 大会視察者による消費支出額

単位：百万円

項 目	アジア	欧米その他	府外宿泊	府外日帰り	府内日帰り	合 計
交通費	0.10	0.13	0.43	0.21	0.31	1.17
宿泊費	0.37	0.46	0.37	0.00	0.00	1.19
飲食費	0.19	0.24	0.19	0.08	0.24	0.95
買い物土産代	0.23	0.28	0.23	0.11	0.00	0.85
観光・施設使用料	0.13	0.17	0.13	0.11	0.00	0.54
合 計	1.02	1.28	1.35	0.51	0.55	4.70

(12) 大阪マラソン EXPO 2011の来場者の消費支出

大阪マラソンのランナーの受付と同時にオープニングセレモニー（EXPO）が開催された。スポーツメーカーなどが出展する観光ブース、大阪の食を紹介するコーナーなどが設置された。28日と29日の2日間の来場者は45,500人、30日の来場者は60,400人でオープニングセレモニーの来場者は合計105,900人の大勢にのぼった。全員を大阪府内からの日帰り参加者と仮定した。計算の結果、大阪マラソン EXPO2011の来場者の消費支出の総計は約3億9,848万円となった。この項目もマラソン開催前の経済波及効果の計算の項目には含まれていなかった新しい項目である。

表 2-14 EXPO2011の来場者による消費支出額

単位：百万円

項 目	消 費 額
交通費	222.47
宿泊費	0.00
飲食費	176.01
買い物土産代	0.00
観光・施設使用料	0.00
合 計	398.48

(13) 商店街との連携イベントの来場者の消費支出

大阪マラソンのPR及び開催機運を醸成するとともに、府内商店街の振興のために、府内商店街と連携したイベントが実施されていた。そして、合計57のイベントが実施された。イベント一つ平均で500人が来場したと仮定した。商店街との連携イベントの来場者は28,500人となる。全員を大阪府内からの日帰り来場者と仮定した。計算の結果、商店街との関連イベントの来場者の消費支出の総計は約1億724万円となった。この項目もマラソン開催前の経済波及効果の計算の項目には含まれていなかった新しい項目である。

表 2-15 商店街との連携イベントの来場者による消費支出額

単位：百万円

項 目	消 費 額
交通費	59.87
宿泊費	0.00
飲食費	47.37
買い物土産代	0.00
観光・施設使用料	0.00
合 計	107.24

(14) 大阪マラソン事前盛り上げイベント来場者の消費支出

大阪マラソンの認知度向上と開催機運の醸成を図るために、広く市民から各種イベントの企画を募集していた。その結果、大阪マラソンを盛り上げるイベントは、8事業が実施された。そして、主催者側の発表では、合計179,000人が動員された。参加者全員が大阪府内からの日帰り来場者と仮定した。計算の結果、大阪マラソン事前盛り上げイベントの来場者の消費支出の総計は約6億7,353万円となった。この項目もマラソン開催前の経済波及効果の計算の項目には含まれていなかった新しい項目である。

表2-16 事前盛り上げイベント来場者による消費支出額

単位：百万円

項 目	消 費 額
交通費	376.03
宿泊費	0
飲食費	297.50
買い物土産代	0
観光・施設使用料	0
合 計	673.53

(15) USJ 増加入場者の消費支出

大阪マラソンが開催された10月30日（日）の前後にUSJの入場者が急増した。マラソン前日の土曜日には入場制限を行っているほどの盛況であった。これらの急増した入場者の中には、大阪マラソンを観戦に来て、自由時間のある時にUSJに遊びに行った人々もかなり含まれていると考えられる。それらの経済効果も大阪マラソンに付随した経済効果であると考えることができる。

大阪マラソンにより増加したUSJの入場者の消費支出を推計するために、まず増加した入場者人数を推計した。2010年のUSJの入場者は816万人で、一日の平均入場者数は22,356人である。さらに、土日の入場者数をこの平均入場者数の1.5倍と仮定した。その結果、土日の入場者数は33,534人となる。

大阪マラソン当日の10月30日（日）、及びその前日10月29日（土）、USJは大勢の入場者が殺到したので、超満員の状況である一日の人数は過去の数値を参考にして約39,000人の入場者数と仮定した。その結果、二日間のUSJの入場者増加数は、以上の計算で10,932人となった。さらに、大阪マラソンの後の10月31日（月）については、USJの入場者数は土日並みの33,534人と仮定した。その結果、10月31日（月）の入場者増加数は以上の計算で11,178人となった。その結果、三日間のUSJの入場者増加数は22,110人となった。

さらに、そのうち大人の入場者数は8割、子ども入場者は2割と仮定した。計算の結果、大人の入場者数は17,688人、子どもの入場者数は4,422人となった。二重計算をしないために、USJ入場者の消費支出額を計算する時は入場料だけを計算した。USJの入場料は大人一日券が6,200円、子ども一日券が4,100円である。計算の結果、USJ増加した入場者の消費支出の総計は約1億2,779万円となった。この項目もマラソン開催前の経済波及効果の計算の項目には含まれていなかった新しい項目である。さらに、大阪近辺の他の観光地も大阪マラソンで大阪に来たランナー、観戦者などにより入場者や観光客が増加したと想像されるが、詳細なデータがないので計算はしなかった。

表 2-17 USJ 増加入場者による消費支出

単位：百万円・人

項 目	人 数	1人当たり入場料	消費金額
大人入場者	17,688	6,200	109.66
子ども入場者	4,422	4,100	18.13
合 計	22,110	*	127.79

2. 大会グッズの売上高

大阪マラソンの記念品として、ロゴ入りグッズを販売された。その売上金額は主催者により500万円と推計されている。この金額は予想段階からかなり大幅に減少した。

3. 関係企業独自の支出

大阪マラソンには多くの企業が協力、支援するが、大阪マラソンへの公式の寄付金や支援金とは別に、企業独自の支出を計画している。その総額は約1億5,000万円であると仮定した。この金額は事前の数値と同じである。

〔3〕大会参加者の消費支出と大会運営費の直接効果の総計

以上の分析より、第1回大阪マラソンの参加者の総消費支出と大会運営費の直接効果の各項目の金額と総計の額は以下ようになった。

表 3-1 大阪マラソンの直接効果

単位：百万円

消費項目	消費金額
交通費	4,300.10
宿泊費	565.80
飲食費	2,749.45
買い物土産代	1,032.32
観光・施設利用料	984.61
関連グッズ売上	5
大会運営組織による支出	1,035.3
企業の独自の支出	150
合 計	10,822.59

〔4〕経済波及効果

これまで計算した直接効果の金額108億2,259万円を、平成17年の大阪府産業連関表に按分して経済波及効果を計算する。産業連関表への按分は次の表で示される。

表4-1 産業連関表への按分

消費項目	按分産業
交通費	運輸産業
宿泊費	対個人サービス
飲食費	対個人サービス
買い物土産代等	対個人サービス
観光・施設利用料	対個人サービス
関連グッズ売上	対個人サービス
大会運営組織による支出	対事業サービス
企業の独自の支出	対事業サービス

平成17年の大阪府の産業連関表を用いて、大阪マラソンの経済波及効果を計算すると約133億円となった。さらに、粗付加価値（単純に言えば儲け）は約77億円にのぼった。

表4-2 大阪マラソンの経済波及効果

単位：億円・人

項 目	生産創出	雇用総創出	粗付加価値創出
直接効果と一次波及効果	113.61	1,171	65.73
二次波及効果	18.93	124	10.95
合 計	132.54	1,295	76.68

〔5〕結論

これまでの分析から、平成23年秋に開催された「第1回大阪マラソンの経済波及効果」は約133億円であると検証された。これは、事前の予測値約124億円を若干上回るかなり大きい金額である。

事前予測値と事後の検証値との相違は次の理由によるものであると考えられる。

- （1）沿道の観戦者数が予想値113万人より若干少ない100万8,500人とどまったこととランナーの数が予想値より若干減少したこと。これは、当日朝から雨が降り、少し寒かったことも原因だと思われる。

- （２）「ウェルカムパーティ」の参加者が予想数約2,000人を大幅に下回り、約250人程度にとどまったこと。
- （３）事前には入手していなかった「他のマラソンからの視察関係者の消費支出」、「大阪マラソン EXPO 2011の来場者の消費支出」、「商店街との連携イベントの来場者の消費支出」、「大阪マラソン事前盛り上げイベント来場者の消費支出」などの数値を主催者側から入手できたので、その経済効果の計算を追加することができたこと。
- （４）事前には予想していなかったマラソン観戦者の USJ への入場の観光消費効果を算定したこと。

（１）と（２）は事前予測の経済効果を減少させたが、（３）と（４）の経済効果がかなりの金額になったので、全体としては、事前に予測した経済効果を上回る結果を導き出したと考えている。

但し、これらの経済効果の計算には、事前の予測値を計算した時と同様に、マラソンが実施される間の約６～７時間の交通の不通や渋滞が発生した時のマイナスの経済効果は考慮していない。

第１回の大阪マラソンは、約133億円という大きな経済波及効果をもたらただけでなく、マスコミによる宣伝広告効果、大阪の知名度の上昇、大阪人の精神的な盛り上がりなどを考えれば、大成功の素晴らしいイベントであったと言える。

【参考文献】

宮本 勝浩、郭 進、王 秀芳「大阪マラソンの経済波及効果」、『現代社会と会計』、第５号、187～196ページ、2011年３月。

※なお、本報告では、計算の都合上四捨五入しているので、合計額の最後の一桁が合わない場合があることをご承知いただきたい。

※本報告書作成あたり関係各位から多くの参考資料をいただいた。ここに感謝する次第です。