

大阪マラソンの経済波及効果

宮 本 勝 浩
郭 進
王 秀 芳

[1] はじめに

大阪府の橋下知事はじめ多くの関係者は、2011年の秋に大阪府内で市民参加型の「大阪マラソン」の開催を提唱している。そして、大阪府陸上競技協会、大阪府、大阪市などは協力して平成21年8月に「大阪マラソン開催準備委員会」を設立した。大阪のスポーツ関係者、経済界、一般市民の多くは「大阪マラソン」の開催を歓迎している。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活性化に大きく貢献するものと期待されている。本報告書では、計画されている2011年の「大阪マラソン」が開催された場合、大阪府内でどれほどの経済波及効果があるかを推定したものである。

計算の結果、大阪マラソンは約124億円の経済波及効果と1,223人の新規雇用創出効果があることが推定された。

[2] 直接効果の項目

本報告書は、「大阪マラソン開催準備委員会」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と大会グッズの売上額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、ランナー参加料3億円、その他経済界や大阪府民からの寄付金6億7,000万円などで合計11億7,000万円と推定している。そして、ボランティアの交通費・食事代や大会役員の運営費、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、このうち府内で支出されるのは過去の多くの資料から91.3%で、府外で宣伝費などに支出されるのは8.7%とすると、府内で支出

されるのは10億1,800万円となる。そして、これらの金額とは別に、関係企業は独自にこの大阪マラソンを直接・間接的に約1億5,000万円支援すると計画している。

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する。その結果、7万6,500人が観戦すると仮定する。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、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4万7,077人となる。

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する。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。

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、第1回東京マラソンのランナーが3万人であったことから、同数の参加者がいると仮定する。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6万人の家族、

友人の応援観戦者があると仮定される。

まず、人数の推定には次の仮定をおいた。

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、ランナー30,000人でランナー関係の観戦者は60,000人と仮定している。

②ランナー関係観戦者の居住状況は次のように仮定する。

表2-3 ランナー関係の観戦者数 単位：人

国 別	人 数
アジア	3,600
欧米その他	400
府外宿泊	6,000
府外日帰り	12,000
府内日帰り	38,000
合 計	60,000

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2-1を参考にして計算すると、表2-4に示されるように合計約10億6,523万円となる。

表2-4 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	30.25	4.20	104.79	100.84	79.83	319.91
宿泊費	107.81	14.97	89.84	0.00	0.00	212.63
飲食費	57.04	7.92	47.53	39.89	63.16	215.54
買い物土産代	66.49	9.24	55.41	55.70	0.00	186.84
観光・施設使用料	39.14	5.44	32.62	53.12	0.00	130.32
合 計	300.73	41.77	330.19	249.55	142.98	1065.23

(3) 一般観戦者の消費支出

2010年の東京マラソンの観客者数は166万人と発表された。来年の第1回大阪マラソンも、橋下知事のアピールやマラソン・ジョギング愛好人口の増加、さらにマスコミによる宣伝の結果、大阪マラソンもかなりの沿道の観客数が期待できる。2010年の6月1日の数値によると、東京都と大阪府の人口はそれぞれ約1,304万人、約884万人であるので、人口比(1:0.68)から考えると、来年の大阪マラソンの一般観戦者は約113万人と推定される。

$$166\text{万人} \times 0.68 = \text{約}113\text{万人}$$

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6万人を除くと、一般の観戦者は99万3,500人と推定される。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する。さらに、大阪府内からの一般観戦者は残りの89%であると仮定する。

(府外宿泊者)

$$99\text{万}3,500\text{人} \times 0.01 = 9,935\text{人}$$

(府外日帰り者)

$$99\text{万}3,500\text{人} \times 0.1 = 99,350\text{人}$$

(府内日帰り者)

$$99\text{万}3,500\text{人} \times 0.89 = 884,215\text{人}$$

そして彼らの消費支出は、表2-1を参考にすると、表2-5に示されるように約59億3,991万円となる。

表2-5 一般観戦者による消費支出

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	173.51	834.84	1857.51	2865.87
宿泊費	148.77	0.00	0.00	148.77
飲食費	78.71	330.24	1469.57	1878.51
買い物土産代	91.75	461.18	0.00	552.93
観光・施設使用料	54.01	439.82	0.00	493.83
合計	546.74	2066.08	3327.08	5939.91

(4) 前夜祭「コナモン・ローディングパーティ」などの消費支出

大阪マラソンの前々日か前日に、大勢の関係者や市民を集めて前夜祭「コナモン・ローディングパーティ」を計画している。この「コナモン・ローディングパーティ」には1日で約2,000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すると仮定すると、その消費額は753万円となる。

表2-6 コナモン・ローディングパーティの消費支出 単位：百万円

項 目	消 費 額
交通費	4.20
宿泊費	0.00
飲食費	3.32
買い物土産代	0.00
観光・施設使用料	0.00
合 計	7.53

(5) マラソンランナーの消費支出

第1回の大阪マラソンでは、海外からアジアから1,800人、欧米から200人、大阪府内から19,000人、大阪府外からの日帰りランナーは6,000人、大阪府外から参加して宿泊するランナーは3,000人と仮定する。

参加者の国籍などについては次のように仮定した。

表2-7 マラソン参加者数及び居住状況 単位：人

分 類	人 数
アジア	1,800
欧米その他	200
府外から宿泊	3,000
府外から日帰り	6,000
大阪府内日帰り	19,000
合 計	30,000

マラソン参加者の消費支出の総額は、表2-1を参考にすると約5億3,262万円となる。

表2-8 マラソン参加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	15.13	2.10	52.40	50.42	39.91	159.95
宿泊費	53.91	7.49	44.92	0.00	0.00	106.32
飲食費	28.52	3.96	23.77	19.94	31.58	107.77
買い物土産代	33.25	4.62	27.71	27.85	0.00	93.42
観光・施設使用料	19.57	2.72	16.31	26.56	0.00	65.16
合 計	150.37	20.88	165.10	124.78	71.49	532.62

（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する。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。

（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名とする。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人と仮定する。計算の結果、メディア関係者の消費支出額は、表2-1を参考にすると約1,230万円となる。

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と居住状況については、次のように仮定した。大阪府内から9,000人、大阪府外から1,000人の合計1万人とする。また、ボランティアはすべて日帰りであり、交通費は全額、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する。ただ、個人的に飲食やみやげ代を消費する場合は個人の負担とした。

計算の結果、ボランティアの消費支出は1,821万円となる。

表2-10 ボランティアのよる消費支出額

単位：百万円

項目	府外日帰り	府内	合計
飲食費	1.66	7.48	9.14
買い物土産代	4.64	0	4.64
観光・施設使用料	4.43	0	4.43
合計	10.73	7.48	18.21

(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の関係者も大勢観戦に来ると考えられる。スポンサー関係者数については次のように仮定した。総計は2,600人と予想し、そのうち大阪府内からの参加者は2,000名、大阪府外からの参加者で宿泊する人数は200人、大阪府外からの参加者で日帰り者数は400名と仮定する。計算の結果、スポンサー関係者の消費支出は、表2-1を考慮すると約2,685万円となる。

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	3.49	3.36	4.20	11.06
宿泊費	2.99	0	0	2.99
飲食費	1.58	1.33	3.32	6.24
買い物土産代	1.85	1.86	0.00	3.70
観光・施設利用料	1.09	1.77	0.00	2.86
合計	11.01	8.32	7.53	26.85

(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）と仮定する。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。

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	0.69
観光・施設使用料	0.11	0.14	0.11	0.09	0	0.44
合計	0.37	0.47	0.37	0.21	0.10	1.53

2. 大会グッズの売上高

これまでの多くの関西でのスポーツイベントの開催時のグッズの売上高を調査したが、多くの場合1億円から数億円程度であった。例えば、2007年夏の第11回IAAF世界陸上競技選手会大会ではグッズ売上高は2億9,540万円であったことなどから推定して、大阪マラソンのTシャツや記念品などのグッズの売上げは約3億円であると仮定する。

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する。

[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回大阪マラソン大会の総参加者の消費支出と大会運営費の直接効果の各項目の額と総計の額は以下ようになる。

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	3,763.28
宿泊費	563.17
飲食費	2,426.89
買い物土産代	1,008.75
観光・施設利用料	835.02
関連グッズ売上	300
大会運営組織による支出	1,018
企業の独自の支出	150
合計	10,065.11

以上の直接効果の金額10億6,511万円を、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3-2 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

[4] 経済波及効果

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と新規雇用創出効果を計算すると、それぞれ約124億円、1,223人となる。

表4-1 大阪マラソンの経済波及効果 単位：億円・人

項 目	生産創出	雇用創出	粗付加価値創出
直接効果と一次波及効果	106.21	1,107	61.45
二次波及効果	17.69	116	10.24
合 計	123.9	1,223	71.69

[5] 結論

これまでの分析から、平成23年秋に計画されている「第1回大阪マラソン」は約124億円の経済波及効果と1,223人の新規雇用創出効果をもたらすことが推定された。つまり、第1回大阪マラソンの経済波及効果はかなり大きいことが示された。

但し、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回大阪マラソンは、約124億円の経済波及効果と1,223人の新規雇用創出効果という大きな効果を持つだけでなく、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、大阪にとって素晴らしいイベントであると言える。

※本報告書作成あたり大阪府はじめ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。