



## 第6回大阪マラソンの経済波及効果

著者	宮本 勝浩, 郭 進, 王 秀芳
雑誌名	現代社会と会計
巻	11
ページ	61-76
発行年	2017-03-15
その他のタイトル	Economic Effect of Osaka Marathon 2016
URL	<a href="http://hdl.handle.net/10112/11379">http://hdl.handle.net/10112/11379</a>

## 第6回大阪マラソンの経済波及効果

宮 本 勝 浩  
郭 進  
王 秀 芳

### I はじめに

「大阪マラソン」は平成23年10月30日に第1回目が開催され、その後毎年実施されてきた。そして、平成28年10月30日には、「第6回大阪マラソン」が開催された。大阪マラソンは、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マラソンとして開催されている。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に大きな期待を寄せている。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振興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からである。

私たちは、平成22年9月に「第1回大阪マラソン」の経済波及効果の予測、平成24年2月に「第1回大阪マラソン」の経済波及効果の検証を行った。「第1回大阪マラソン」経済波及効果の予測額と検証額は、それぞれ約124億円と約133億円であった。その後、「第2回大阪マラソン」に関しては、平成24年10月にその経済波及効果の予測を行った。その時の推定結果では、「第2回大阪マラソン」の経済波及効果は約135億円となった。さらに、平成25年2月に「第2回大阪マラソン」の経済波及効果の検証を行った。「第2回大阪マラソン」経済波及効果の検証額は、約139億円であった。

本報告書は、「第6回大阪マラソン」開催前に各関係者から入手したデータに基づいて、「第6回大阪マラソン」の経済波及効果の推計を行ったものである。

推計の結果、「第6回大阪マラソン」の経済波及効果は、約141億円にのぼることが立証された。

### II 直接効果の項目

本報告書は、「第6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、「第2回大阪マラソンの経済波及効果の検証」を参考にして推計されている。

直接効果は、大会委員会の支出、企業独自の支出、大会参加者の消費支出、チャリティ募金

による消費支出から推計されている。

## 1. 大会委員会の支出

「第6回大阪マラソン」の大会委員会の支出額は、表1で示されている。「第6回大阪マラソン」の大会委員会の支出額は約13億9,579万円である。

表1 「第6回大阪マラソン」の大会委員会の支出 (単位：百万円)

支出項目	支出額
広告・イベント費	345.35
安全対策費	226.69
大会運営費	704.19
エントリー・記録関係費	105.31
事務局関係費	14.25
合計	1,395.79

注：

- ・「第6回大阪マラソン」の大会委員会の支出額は、「第5回大阪マラソン」の大会委員会の報告書を参考にしている。

大阪府における「第6回大阪マラソン」の大会委員会の支出は、表2で示されている。支出はほとんどが大阪府内で消費されているが、大阪府以外の近隣の府県などでも宣伝広告費などのために消費される。推計の結果、大阪府における「第6回大阪マラソン」の大会委員会の支出は、約12億1,434万円となった。

表2 大阪府における「第6回大阪マラソン」の大会委員会の支出 (単位：百万円)

支出項目	大阪府における支出額
広告・イベント費	300.45
安全対策費	197.22
大会運営費	612.65
エントリー・記録関係費	91.62
事務局関係費	12.40
合計	1,214.34

注：

- ・「第2回大阪マラソンの経済波及効果の検証」(平成25年2月)を参考にして、大会委員会の支出の87%が大阪府における消費支出と仮定した。

## 2. 企業独自の支出

大阪マラソンの大会委員会の支出とは別に、関係企業は独自に大阪マラソンを直接・間接的に支援している。大阪マラソン関係者によると、「第6回大阪マラソン」の企業独自の支出は約2億3,000万円と推定されている。

### 3. 大会参加者の消費支出

大会参加者の消費支出は、ランナー、沿道の観客、ボランティア、メディア、スポンサー等の大会関係者の消費支出から推計する。

#### (1) ランナーの消費支出

居住状況別のランナー数は表3で示されている。推計の結果、アジアからのランナーは3,095人、欧米その他の国と地域からのランナーは99人、そして日本人で府外からきて宿泊するランナーは5,554人、府外からきて日帰りするランナーは11,107人、府内からきて日帰りするランナーは12,145人となった。

表3 居住状況別のランナー数

(単位：人)

居住状況	人数
アジア	3,095
欧米その他	99
府外から宿泊	5,554
府外から日帰り	11,107
大阪府内日帰り	12,145
合計	32,000

注：

- ・「第6回大阪マラソン」のランナーの総数32,000人は「第6回大阪マラソン」関係者による。
- ・ランナーの居住状況は「第5回大阪マラソン」の居住状況を参考にしてている。
- ・日本人で府外からくるランナーの大阪府における宿泊状況は「第2回大阪マラソンの経済波及効果の検証」（平成25年2月）を参考にして、宿泊が33%、日帰りが67%と仮定して推計した。

「第6回大阪マラソン」ランナー一人当たり消費支出金額は、表4で表わされている。推計の結果、アジアからのランナー一人当たり消費支出金額は11万478円、欧米その他の国や地域からのランナー一人当たり消費支出額は16万7,079円、府外からきて宿泊するランナーの一人当たり消費支出額は4万6,218円、府外からきて日帰りするランナー一人当たり消費支出額は1万5,951円、府内からきて日帰りするランナー一人当たり消費支出額は3,168円となった。

表4 一人当たり消費支出金額

(単位:円)

項目	アジア	欧米その他	府外宿泊	府外日帰り	府内日帰り
交通費	9,271	14,021	18,592	8,301	2,075
宿泊費	22,424	33,912	9,593	0	0
飲食費	17,214	26,033	6,950	2,187	1,093
買い物土産代	54,820	82,906	8,184	3,761	0
観光・施設利用料	2,676	4,047	2,899	1,703	0
その他	4,074	6,161	0	0	0
合計	110,478	167,079	46,218	15,951	3,168

注:

- 府外宿泊及び府外日帰りランナー一人当たり消費支出金額のデータは、「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・2016年)より主目的が近畿地域の場合のデータを用いている。
- 府内の日帰りランナー一人当たり消費支出金額は、府外の日帰りランナー一人当たり消費支出金額を参考に、以下のように想定した。  
交通費は府外の日帰りランナーの4分の1と仮定している。  
飲食費は府外の日帰りランナーの2分の1と仮定している。  
買い物土産代、観光・施設利用料は0円と仮定している。
- アジア、欧米その他の国や地域からくるランナー一人当たり消費支出金額は、「訪日外国人消費支出動向調査」(観光庁・2015年暦年)のデータをもとに推計したものである。

表3と表4をもとにして推計した「第6回大阪マラソン」ランナーの消費支出金額は、表5で表されている。推計の結果、「第6回大阪マラソン」ランナーの消費支出金額は、総計約8億3,078万円となった。

表5 ランナーの消費支出金額の総計

(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	28.69	1.39	103.25	92.20	25.20	250.74
宿泊費	69.39	3.36	53.28	0.00	0.00	126.03
飲食費	53.27	2.58	38.60	24.29	13.28	132.01
買い物土産代	169.65	8.21	45.45	41.77	0.00	265.09
観光・施設利用料	8.28	0.40	16.10	18.91	0.00	43.70
その他	12.61	0.61	0.00	0.00	0.00	13.22
合計	341.90	16.55	256.68	177.17	38.48	830.78

## (2) ジョギングやマラソン愛好者の大会観戦者の消費支出

「レジャー白書2014」によると、日本のジョギング・マラソン愛好者の人口は、3,630万人であった。「第2回大阪マラソンの経済波及効果の検証」(平成25年2月)と同じように、愛好者の約0.3%が「第6回大阪マラソン」の観戦に来ると仮定する。その結果、10万8,900人のジョギングやマラソン愛好者が観戦すると予想する。

ジョギングやマラソン愛好者の大会観戦者の居住状況は、表6で示されている。推計の結果、府内からの日帰りの観戦者は6万7,015人、府外からの日帰り観戦者は3万3,508人、府外から

の宿泊観戦者は8,377人となった。

**表6 居住状況別のジョギングやマラソン愛好者の大会観戦者** (単位：人)

居住状況	人 数
アジア	0
欧米その他	0
府外から宿泊	8,377
府外から日帰り	33,508
府内日帰り	67,015
合 計	108,900

注：

- ・「第2回大阪マラソンの経済波及効果の検証」（平成25年2月）を参考にして、府外から宿泊観戦者、府外から日帰り観戦者、府内から日帰り観戦者の割合は、それぞれ約7.7%、約30.8%、約61.5%と仮定した。

表4と表6をもとにして推計したジョギングやマラソン愛好者の大会観戦者の消費支出金額は、表7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金額は、総計約11億3,398万円となった。

**表7 ジョギング・マラソン愛好者の消費支出金額** (単位：百万円)

項 目	府外宿泊	府外日帰り	府内	合 計
交通費	155.74	278.14	139.07	572.95
宿泊費	80.36	0.00	0.00	80.36
飲食費	58.22	73.27	73.27	204.75
買い物土産代	68.56	126.02	0.00	194.58
観光・施設使用料	24.29	57.06	0.00	81.34
その他	0.00	0.00	0.00	0.00
合 計	387.16	534.48	212.34	1,133.98

注：

- ・ジョギングやマラソン愛好者の大会観戦者一人当たり消費支出金額は、表4のランナー一人当たり消費支出金額と同じであると仮定する。

### (3) ランナー関係の観戦者の消費支出

居住状況別のランナー関係の観戦者は、表8で示されている。推計の結果、府内からの日帰りの観戦者は2万4,290人、府外からの日帰り観戦者は2万2,215人、府外からの宿泊観戦者は1万1,107人、欧米その他の国や地域の観戦者は198人、アジアからの観戦者は6,189人となった。

表8 居住状況別ランナー関係の大会観戦者

(単位:人)

居住状況	人数
アジア	6,189
欧米その他	198
府外から宿泊	11,107
府外から日帰り	22,215
府内日帰り	24,290
合計	64,000

注:

- 「第2回大阪マラソンの経済波及効果の検証」を参考にして、ランナー一人につき家族、友人など平均二人が応援観戦に来ると仮定する。
- ランナー関係の観戦者の居住状況は、ランナーの居住状況を参考にしている。

表4と表8をもとにして推計したランナー関係の大会観戦者の消費支出金額は、表9で表されている。計算の結果、ランナー関係の大会観戦者の消費支出金額は、総計約16億6,156万円となった。

表9 ランナー関係の観戦者による消費支出金額

(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	57.38	2.78	206.50	184.40	50.41	501.47
宿泊費	138.79	6.72	106.55	0.00	0.00	252.06
飲食費	106.54	5.16	77.19	48.57	26.56	264.02
買い物土産代	339.31	16.42	90.91	83.55	0.00	530.18
観光・施設使用料	16.56	0.80	32.20	37.83	0.00	87.39
その他	25.21	1.22	0.00	0.00	0.00	26.43
合計	683.80	33.09	513.36	354.35	76.96	1661.56

注:

- ランナー関係者の観戦者一人当たり消費支出金額は、表4ランナー一人当たり消費支出金額と同じであると仮定する。

#### (4) 一般観戦者の消費支出

居住状況別の一般観戦者数は表10で示されている。推計の結果、府内からの日帰りの観戦者は103万8,719人、府外からの日帰り観戦者は11万6,710人、府外からの宿泊観戦者は1万1,671人、合計116万7,100万人となった。

表10 居住状況別の一般観戦者数

(単位：人)

居住状況	人 数
アジア	0
欧米その他	0
府外から宿泊	11,671
府外から日帰り	116,710
府内日帰り	1,038,719
合 計	1,167,100

注：

- ・「第4回大阪マラソン」の沿道観戦者は130万人、「第5回大阪マラソン」の沿道観戦者は132万人をもとにして、「第6回大阪マラソン」の沿道観戦者数を、以下の推計式を用いて推計した。
- ・「第6回大阪マラソン」の沿道観戦者数=（「第5回大阪マラソン」の沿道観戦者／「第4回大阪マラソン」の沿道観戦者）×「第5回大阪マラソン」の沿道観戦者。
- ・推計結果、「第6回大阪マラソン」の沿道観戦者数は約134万人となった。
- ・沿道観戦者からジョギング・マラソン人口の観戦者とランナーの家族・友人などの関係者を除くと、一般の観戦者は116万7,100人であると推定される。
- ・「第2回大阪マラソンの経済波及効果の検証」を参考にして、府外からの宿泊観戦者が1%、府外からの日帰り観戦者が10%、府内からの日帰り観戦者は残りの89%であると仮定する。

表4と表10をもとにして推計した一般観戦者の消費支出金額は表11で表されている。計算の結果、一般観戦者の消費支出金額は、総計約56億9,223万円となった。

表11 一般観戦者の消費支出金額

(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	216.98	968.79	2,155.56	3,341.33
宿泊費	111.96	0.00	0.00	111.96
飲食費	81.11	255.19	1,135.61	1,471.92
買い物土産代	95.52	438.93	0.00	534.45
観光・施設使用料	33.84	198.73	0.00	232.57
その他	0.00	0.00	0.00	0.00
合 計	539.41	1,861.64	3,291.17	5,692.23

#### (5) 大会運営委員の消費支出

居住状況別の大会運営委員数は、表12で示されている。推計の結果、府内からの日帰りの委員は1,770人、府外からの日帰り委員は100人、府外からの宿泊委員は100人となった。



表12 居住状況別の大会運営委員数

(単位:人)

居住状況	人 数
アジア	0
欧米その他	0
府外から宿泊	100
府外から日帰り	100
府内日帰り	1,770
合 計	1,970

注:

- 「第6回大阪マラソン」の関係者によると、大会運営委員は競技役員が800人、メディカルスタッフが970人、警察が100人、消防士が100人の計1,970人である。
- 競技役員の居住状況は「第2回大阪マラソンの経済波及効果の検証」(平成25年2月)を参考に推計した。
- その他の大会運営委員は全員府内日帰りであると仮定した。

大会運営委員の一人当たり消費支出金額は、表13で示されている。

表13 一人当たり消費支出金額

(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	0	0	0	0	0
宿泊費	0	0	0	0	0
飲食費	8,607	13,016	3,475	1,093	547
買い物土産代	54,820	82,906	8,184	3,761	0
観光・施設利用料	2,676	4,047	2,899	1,703	0
その他	4,074	6,161	0	0	0
合 計	70,176	106,130	14,558	6,557	547

注:

- 交通費と宿泊費は金額が大会運営費により支出されるので、二重計算を避けるために計算はしていない。
- 飲食費は半額が大会運営費による支出されると仮定する。

表12と表13をもとにして推計した大会運営委員の消費支出金額は、表14で表されている。推計の結果、大会運営委員の消費支出金額は、総計約308万円となった。

表14 大会運営委員の消費支出金額

(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
交通費	0	0	0.00	0.00	0.00
宿泊費	0	0	0.00	0.00	0.00
飲食費	0	0	0.11	0.97	1.42
買い物土産代	0	0	0.38	0.00	1.19
観光・施設利用料	0	0	0.17	0.00	0.46
その他	0	0	0.00	0.00	0.00
合 計	0	0	0.66	0.97	3.08

## (6) メディア関係者の消費支出

居住状況別のメディア関係者数は、表15で示されている。推計の結果、府内からの日帰りメディア関係者は600人、府外からの日帰りメディア関係者は150人、府外からの宿泊メディア関係者は150人、欧米その他の国や地域からのメディア関係者は480人、アジアからのメディア関係者120人、計1,500となった。

表15 居住状況別のメディア関係者数

(単位：人)

居住状況	人 数
アジア	120
欧米その他	480
府外から宿泊	150
府外から日帰り	150
府内日帰り	600
合 計	1,500

注：

- メディア関係者の総数は、「第6回大阪マラソン」の資料による。
- 居住状況は「第2回大阪マラソンの経済波及効果の検証」（平成25年2月）を参考に推計した。

表4と表15をもとにして推計したメディア関係者の消費支出金額は、表16で示されている。推計結果、メディア関係者の消費支出金額は、総計約1億468万円となった。

表16 メディア関係者の消費支出金額

(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	1.11	6.73	2.79	1.25	1.25	13.12
宿泊費	2.69	16.28	1.44	0.00	0.00	20.41
飲食費	2.07	12.50	1.04	0.33	0.66	16.59
買い物土産代	6.58	39.79	1.23	0.56	0.00	48.16
観光・施設使用料	0.32	1.94	0.43	0.26	0.00	2.95
その他	0.49	2.96	0.00	0.00	0.00	3.45
合 計	13.26	80.20	6.93	2.39	1.90	104.68

## (7) ボランティアの消費支出

居住状況別のボランティア数は、表17で示されている。推計の結果、府内からの日帰りボランティアは8,352人、府外からの日帰りボランティアは928人、計9,280人となった。

表17 居住状況別のボランティア数

(単位:人)

居住状況	人 数
アジア	0
欧米その他	0
府外から宿泊	0
府外から日帰り	928
府内日帰り	8,352
合 計	9,280

注:

- ボランティア総数は「第5回大阪マラソン」のボランティア数を参考にしてている。
- 居住状況については、「第2回大阪マラソンの経済波及効果の検証」(平成25年2月)を参考にして、大阪府内から90%、大阪府外から10%と仮定した。

表4と表17をもとにして推計したボランティアの消費支出金額は、表18で示されている。推計結果、ボランティアの消費支出金額は4,127万円となった。

表18 ボランティアの消費支出金額

(単位:百万円)

項 目	府外日帰り	府内	合 計
交通費	7.70	17.33	25.04
宿泊費	0.00	0.00	0.00
飲食費	2.03	9.13	11.16
買い物土産代	3.49	0.00	3.49
観光・施設使用料	1.58	0.00	1.58
その他	0.00	0.00	0.00
合 計	14.80	26.46	41.27

## (8) スポンサー関係者の消費支出

居住状況別のスポンサー関係者数は、表19で示されている。推計の結果、府内からの日帰りスポンサー関係者は615人、府外からの日帰りスポンサー関係者は123人、府外からの宿泊スポンサー関係者は62人、計800人となった。

表19 居住状況別のスポンサー関係者数

(単位:人)

居住状況	人 数
アジア	0
欧米その他	0
府外から宿泊	62
府外から日帰り	123
府内日帰り	615
合 計	800

注:

- スポンサー関係者総数のデータは「第6回大阪マラソン」の資料による。
- 居住状況については、「第2回大阪マラソンの経済波及効果の検証」(平成25年2月)を参考にしてている。

表4と表19をもとにして推計したスポンサー関係者の消費支出金額は、表20で示されている。推計の結果、スポンサー関係者の消費支出金額は、総計約676万円となった。

表20 スポンサー関係者の消費支出金額

(単位：百万円)

項 目	府外宿泊	府外日帰り	府内	合 計
交通費	1.14	1.02	1.28	3.44
宿泊費	0.59	0.00	0.00	0.59
飲食費	0.43	0.27	0.67	1.37
買い物土産代	0.50	0.46	0.00	0.97
観光・施設利用料	0.18	0.21	0.00	0.39
その他	0.00	0.00	0.00	0.00
合 計	2.84	1.96	1.95	6.76

## (9) 大会関係者の消費支出

居住状況別の大会関係者数は、表21で示されている。推計の結果、府内からの日帰り大会関係者は3,333人、府外からの日帰り大会関係者は556人、府外からの宿泊大会関係者は556人、欧米その他の国や地域からの大会関係者は278人、アジアからの大会関係者278人、計5,000人となった。

表21 居住状況別の大会関係者数

(単位：人)

居住状況	人 数
アジア	278
欧米その他	278
府外から宿泊	556
府外から日帰り	556
府内日帰り	3,333
合 計	5,000

注：

- 大会関係者総数のデータは「第6回大阪マラソン」の資料による。
- 居住状況については、「第2回大阪マラソンの経済波及効果の検証」（平成25年2月）を参考にしている。

表13と表21をもとにして推計したスポンサー関係者の消費支出金額は、表22で示されている。推計の結果、スポンサー関係者の消費支出金額は、総計約6,253万円となった。

表22 大会関係者の消費支出金額

(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	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
宿泊費	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
飲食費	2.39	3.62	1.93	0.61	1.82	10.37
買い物土産代	15.23	23.03	4.55	2.09	0.00	44.89
観光・施設使用料	0.74	1.12	1.61	0.95	0.00	4.42
その他	1.13	1.71	0.00	0.00	0.00	2.84
合計	19.49	29.48	8.09	3.64	1.82	62.53

注：

- 大会関係者の一人当たり消費支出額は大会運営委員と同じであると仮定した。

## (10) 他のマラソン大会からの視察関係者の消費支出

居住状況別の視察関係者は表23で示されている。推計の結果、府内からの日帰り視察関係者は47人、府外からの日帰り視察関係者は8人、府外からの宿泊視察関係者は8人、欧米その他の国や地域からの視察関係者は4人、アジアからの視察関係者4人、計70人となった。

表23 居住状況別の視察関係者数

(単位：人)

居住状況	人数
アジア	4
欧米その他	4
府外から宿泊	8
府外から日帰り	8
府内日帰り	47
合計	70

注：

- 視察関係者総数のデータは「第6回大阪マラソン」の資料による。
- 居住状況については、「第2回大阪マラソンの経済波及効果の検証」(平成25年2月)を参考にしている。

表4と表23をもとにして推計した視察関係者の消費支出金額は、表24で示されている。推計の結果、視察関係者の消費支出金額は、総計約171万円となった。

表24 視察関係者の消費支出金額

(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	0.04	0.05	0.14	0.06	0.10	0.40
宿泊費	0.09	0.13	0.07	0.00	0.00	0.29
飲食費	0.07	0.10	0.05	0.02	0.05	0.29
買い物土産代	0.21	0.32	0.06	0.03	0.00	0.63
観光・施設使用料	0.01	0.02	0.02	0.01	0.00	0.06
その他	0.02	0.02	0.00	0.00	0.00	0.04
合計	0.43	0.65	0.36	0.12	0.15	1.71

## (11) 大阪マラソン EXPO2016の来場者の消費支出

大阪マラソンでは、ランナーの受付と同時にオープニングセレモニー（EXPO）が開催される。スポーツメーカーなどが出展するイベントブースや展示即売会、府内市町村などが出店する観光ブース、大阪の食を紹介するコーナーなどが設置される。「第6回大阪マラソン」の関係者によると、オープニングセレモニー（EXPO）の来場者は130,000人と予想される。全員を大阪府内からの日帰り参加者と仮定する。計算の結果、大阪マラソン EXPO2016の来場者の消費支出金額の総計は、約4億1,190万円となった。

表25 EXPO2016の来場者の消費支出額

(単位：百万円)

項 目	消費額
交通費	269.78
宿泊費	0
飲食費	142.13
買い物土産代	0
観光・施設使用料	0
その他	0
合 計	411.90

## (12) チャリティ募金

チャリティ募金の総額は、表26で示されている。チャリティ募金の総額は約9,434万円となった。

表26 チャリティ募金の総額

(単位：百万円)

区 分	金額
ランナー参加料入金時の募金	53.95
チャリティ親子マラソン参加料入金時の募金	0.16
大阪マラソン特設サイト募金	37.37
公式プレイバントでの募金	0.03
府内商店街との連携イベントでの募金	0.01
スポンサーにおける募金	0.29
大阪マラソン EXPO2015のチャリティコーナー等での募金	1.15
チャリティオークション	0.20
当日コース沿道での募金	0.38
その他	0.01
大阪マラソン募金箱	0.80
合 計	94.34

注：

- ・「第6回大阪マラソン」のチャリティ募金額は「第5回大阪マラソン」の報告書を参考にしている。

### Ⅲ 大会参加者の消費支出と大会運営費による消費支出総計

#### 1. 消費主体別の消費支出総計

消費主体別の消費支出額総計は、表27で示されている。推計の結果、消費主体別の消費支出総計は、約114億8,916万円となった。

表27 消費主体別の消費支出総計

(単位：百万円)

消費主体	消費支出金額
大会委員会	1,214.34
大会参加者	9,950.47
企業独自の支出	230.00
チャリティ募金	94.34
合計	11,489.16

#### 2. 消費項目別の消費支出総計

消費項目別の消費支出額の総計は、表28で示されている。推計の結果、消費項目別の消費支出総計は、約114億8,916万円となった。

表28 消費項目別の消費支出額の総計

(単位：百万円)

消費項目	消費金額
交通費	4,978.27
宿泊費	591.70
飲食費	2,256.03
買い物土産代	1,623.63
観光・施設利用料	454.87
その他	45.98
大会運営組織による支出	1,214.34
企業独自の支出	230.00
チャリティ募金	94.34
合計	11,489.16

### Ⅳ 経済波及効果

これまで計算した直接効果の金額約114億8,916万円を、「平成17年大阪府産業連関表」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表29で示されている。

表29 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
その他	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
企業独自の支出	対事業サービス
チャリティ募金	対事業サービス

「平成17年大阪府産業連関表」を用いて、「第6回大阪マラソン」の経済波及効果を計算すると約140億8,800万円となった。さらに、雇用創出効果は1,322人、粗付加価値創出は約81億5,100万円にのぼった。

表30 「第6回大阪マラソン」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	120.73	1,190	69.85
二次波及効果	20.15	132	11.66
合計	140.88	1,322	81.51

注：使用する産業連関表「平成17年大阪府産業連関表」。

## VI 結論

これまでの分析から、今年の秋に開催される「第6回大阪マラソン」の経済波及効果は、約141億円と推計された。この値は、第1回マラソンの経済波及効果事後検証値の約133億円によっても、第2回マラソンの経済波及効果の事後検証値の約139億円によっても大きな金額となった。

このように、大阪マラソンは運営費用が少額であるにもかかわらず、地域経済にもたらす経済波及効果、マスコミの宣伝広告効果による大阪の知名度の向上効果、大阪人の精神的な盛り上がり効果を考えれば、経済効率の高い素晴らしいイベントであると言える。

### 参考文献

1. 宮本 勝浩、「『経済効果』ってなんだろう?」、中央経済社、1012年。
2. 宮本 勝浩、韓 池、「関西大学高槻キャンパス開校の経済波及効果」、『現代社会と会計』、第3号、51-66ページ、2009年3月。
3. 宮本 勝浩「ガンバ大阪の経済波及効果」、『現代社会と会計』、第4号、36-46ページ、2001年3月。
4. 宮本 勝浩、郭 進、王 秀芳、「大阪マラソンの経済波及効果」、第5号、187-196ページ、2011年3月。



5. 宮本 勝浩、王 秀芳、「百舌鳥・古市古墳群世界文化遺産登録による経済波及効果」、第6号、33-42ページ、2012年3月。
6. 宮本 勝浩、郭 進、王 秀芳、「大阪マラソンの経済波及効果の検証」、第7号、127-144ページ、2013年3月。
7. 宮本 勝浩、韓 池、「経済波及効果の理論分析」、『現代社会と会計』、第7号、145-154ページ、2013年3月。
8. 宮本 勝浩、「関西大学の吹田市への経済波及効果」、『現代社会と会計』、第8号、107-120ページ、2014年3月。
9. 宮本 勝浩、王 秀芳、「天神祭2013の経済波及効果」、第8号、121-134ページ、2014年3月。
10. 宮本 勝浩、王 秀芳、「大阪道頓堀のグリコの看板の経済波及効果」、第9号、67-78ページ、2015年3月。
11. 宮本 勝浩、王 秀芳、「紀の国わかやま国体・紀の国わかやま大会の経済波及効果」、第10号、121-133ページ、2016年3月。

※本論文では、計算の都合上四捨五入しているため、合計額の最後の桁が合わない場合があることをご承知いただきたい。

※本論文作成あたり関係各位から多くの参考資料をいただきました。ここに感謝する次第です。