

第9回大阪マラソンの経済波及効果

その他のタイトル	Economic Effects of Osaka Marathon 2019
著者	宮本 勝浩, 郭 進, 王 秀芳
雑誌名	現代社会と会計
巻	15
ページ	33-50
発行年	2021-03-15
URL	http://hdl.handle.net/10112/00027390

第9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

平成23年10月30日に第1回が開催された「大阪マラソン」は、2019年12月1日に「第9回大阪マラソン」を迎えることになった。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きている。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。約32,000人のランナーが、大阪の観光名所を駆け抜ける国内最大級の都市型マラソンであり、「みんなでかける虹」をスローガンに、7つのチャリティテーマから支援したいテーマを選ぶチャリティマラソンである。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であると考えられている。

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。推定結果は、「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。平成28年9月には「第9回大阪マラソン」の開催前に経済波及効果を推定した。推定結果は約141億円であった。さらに、平成28年12月には「第6回大阪マラソン」の経済波及効果の検証を行った。「第6回大阪マラソン」の経済波及効果の検証額は約144億円にのぼった。

2019年の第9回大阪マラソンは大阪府庁前をスタートし、京セラドーム、天王寺を通過し、ゴールの大阪城公園を目指す大阪の見どころ満載の新コースである。

本論は、「第9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9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9回大阪マラソン」の経済波及効果は、約177億円になることが判明した。

2019年の第9回大阪マラソンの経済波及効果がこれまでの経済波及効果を大幅に超える最高金額になった理由は、(1)外国人のランナーが増加したこと、(2)国内のランナー、観客などの一人当たり消費額が増加したことなどが原因であると考えられる。

II. 経済波及効果（経済効果）とは

「経済波及効果」は、一般的には簡単に「経済効果」と呼ばれている。そして、「経済波及効果」とは、イベント、事件、人の行動などによって、消費者、企業、自治体が直接的、間接的に消費または投資した金額の総額のことである。さらに、「経済波及効果」は、専門的には直接的消費である「直接効果」と間接的消費の「一次波及効果」と「二次波及効果」の合計で表される。

例えば大阪マラソンにおいては、選手、関係者、観客の交通費、宿泊費、飲食費、土産代などの金額は消費者が直接消費する「直接効果」である。観客が大阪マラソンを応援に来て、近くのレストランでカレーライスを食べると、カレーライスの売上代金は「直接効果」であるが、カレーライスが売れると、カレーライスの原材料である米、肉、野菜などを卸している米屋、肉屋、八百屋などの売上も増加する。このカレーライスの原材料を卸す米屋、肉屋、八百屋の売上の増加額を「一次波及効果」と呼ぶのである。また、選手が大阪に来て大阪土産を買うと、大阪土産の売上代金は「直接効果」であるが、その大阪土産の原材料を作っている企業の売上も増加する。このグッズの原材料を製造している企業の売上増加額もまた「一次波及効果」と呼ばれるのである。さらに、「直接効果」と「一次波及効果」で売上が増加すると、「直接効果」と「一次波及効果」に関係する企業、店舗などの経営者、従業員、アルバイトなどの所得、収入が増加する。そして、それらの人たちの所得、収入増加の一部が消費に回ることになる。それらの消費増加を「二次波及効果」と呼ぶのである。

これらの「直接効果」、「一次波及効果」、「二次波及効果」の合計を、経済学では「経済波及効果」（一般的には「経済効果」）と呼ぶのである。直接効果は経済波及効果の分析者・計算者が自分自身で計算するが、「一次波及効果」と「二次波及効果」は「産業連関表」を用いて計算する。「産業連関表」は総務省内閣府が作成する「全国の産業連関表」、各都道府県が作成する「都道府県の産業連関表」、政令指定都市が作成する「市の産業連関表」の三種類があるが、ほとんどは5年毎に作成されている。「第9回大阪マラソン」の経済波及効果はかなりの広範囲に影響を及ぼすと考えられるが、本報告書では、「第9回大阪マラソン」の経済波及効果は、大阪府を中心に影響を及ぼすと考えられるので、本報告書では大阪府が作成した最新の「東京大阪府産業連関表」を用いて計算することにする。

Ⅲ. 直接効果の項目

本論は、「第9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6回大阪マラソンの経済波及効果の検証」を参考にして推計を行った。

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9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9回大阪マラソン」の大会委員会の支出額は約13億9,700万円である。

表1 「第9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	340
安全対策費	233
大会運営費	707
エントリー・記録関係費	100
事務局関係費	17
合計	1,397

注：

- ・「第9回大阪マラソン」の大会委員会の支出総額及びその内訳は、「平成31年度取予算（案）」に基づいている。

大阪府における「第9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。大会委員会の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9回大阪マラソン」の大会委員会の支出は、約12億1,539万円となった。

表2 大阪府における「第9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	295.80
安全対策費	202.71
大会運営費	615.09
エントリー・記録関係費	87.00
事務局関係費	14.79
合計	1,215.39

注：

- ・「第6回大阪マラソンの経済波及効果の検証」（平成28年12月）を参考に、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する。

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的、間接的に支援している。大阪マラソン関係者によると、「第9回大阪マラソン」の企業独自の支出は約1億と推定されている。

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。その結果、国外からのランナーは4,664人、そして日本人で府外からきて宿泊するランナーは5,121人、府外からきて日帰りするランナーは1万2,242人、府内からきて日帰りするランナーは1万2,236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
国外から宿泊	4,664
府外から宿泊	5,121
府外から日帰り	10,242
大阪府内日帰り	12,236
合計	32,263

注：

- 「第9回大阪マラソン」のランナー総数及びその内訳は、「第8回大阪マラソン」のランナー数及び内訳を参考にしている。
- 日本人で府外からのランナーの大阪府における宿泊状況は、「第6回大阪マラソンの経済波及効果の検証」(平成28年12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。
- 日本人で府内からのランナーの大阪府における宿泊状況は、「第6回大阪マラソンの経済波及効果の検証」(平成28年12月)を参考にして、全員を日帰りとして仮定して推計した。

「第9回大阪マラソン」のランナー一人当たりの消費支出金額は、表4で表わされている。推計の結果、国外からのランナー一人当たりの消費支出金額は6万2,744円、府外から来て宿泊するランナーの一人当たりの消費支出額は5万4,751円、府外から来て日帰りするランナー一人当たりの消費支出額は1万8,254円、府内から来て日帰りするランナー一人当たりの消費支出額は6,539円となった。

表4 ランナー一人当たりの消費支出金額

(単位:円)

項目	国外から宿泊	府外宿泊	府外日帰り	府内日帰り
参加費	0	7,039	1,131	0
交通費	1,455	16,937	8,087	2,022
宿泊費	13,201	11,479	0	0
飲食費	12,195	7,444	2,493	1,246
買い物土産代	33,242	8,188	4,359	2,180
観光・施設利用料等	2,650	3,665	2,183	1,092
合計	62,744	54,751	18,254	6,539

注:

- ・府外宿泊及び府外日帰りのランナー一人当たりの消費支出金額のデータは、「旅行・観光消費動向調査」（観光庁・2018年報）より主目的地が近畿地域の場合のデータを用いている。
- ・総額は、「旅行・観光消費動向調査」（観光庁・2018年報）の第1表「旅行種類（2区分）、宿泊有無（2区分）、旅行目的（3区分）、男女（2区分）、年齢（9区分）・居住地（10区分）、主目的地（16区分）、旅行時期（月）別、旅行経験率・旅行平均回数・旅行単価、平均泊数」の主目的地近畿地域のデータを用いている。
- ・消費項目別の消費金額は、「旅行・観光消費動向調査」（観光庁・2018年報）の第14表「宿泊有無（2区分）、旅行目的（3区分）、品目（大分類）、年齢（9区分）、男女（2区分）、旅行形態（2区分）、同行者（6区分）、宿泊施設（11区分）、最長交通機関（12区分）、交通機関（12区分）、宿泊数（8区分）、旅行時期（月）別旅行単価—国内旅行」をもとに推計した。
- ・府内の日帰りのランナー一人当たり消費支出金額は、府外の日帰りの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。
 - ① 交通費は府外の日帰りのランナーの4分の1と仮定している。
 - ② 飲食費、買い物土産代、観光・施設利用料は府外の日帰りのランナーの2分の1と仮定している。
- ・国外からランナー一人当たりの消費支出金額は、「訪日外国人消費支出動向調査」（観光庁・2018年暦年）の表2-3「訪問地（都道府県別47区分および地方運輸局等10区分）別費目別購入率および購入単価」と表3-3「訪問地（都道府県別47区分および地方運輸局等10区分）別1人1回当たり旅行消費単価」のデータに基づいて大阪府における消費金額を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9回大阪マラソン」の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9回大阪マラソン」のランナーの消費支出金額は、総計約8億3,999万円となった。

表5 ランナーの消費支出金額の総計

(単位:百万円)

項目	国外から宿泊	府外宿泊	府外日帰り	府内日帰り	合計
参加費	0.00	36.05	11.59	0.00	47.63
交通費	6.79	86.73	82.83	24.74	201.09
宿泊費	61.57	58.78	0.00	0.00	120.35
飲食費	56.88	38.12	25.53	15.25	135.77
買い物土産代	155.04	41.93	44.65	26.67	268.29
観光・施設利用料等	12.36	18.77	22.36	13.36	66.85
合計	292.64	280.38	186.96	80.02	839.99

(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2018」によると、日本のジョギングやマラソン愛好者の人口は2,016万人であった。「第6回大阪マラソンの経済波及効果の検証」（平成28年12月）と同じように、愛好者の約0.3%が「第9回大阪マラソン」の観戦に来ると仮定する。その結果、6万480人のジョギン

グやマラソン愛好者が観戦すると仮定する。

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3万7,218人、府外からの日帰り観戦者は1万8,609人、府外からの宿泊観戦者は4,652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
国外から宿泊	0
府外から宿泊	4,652
府外から日帰り	18,609
府内日帰り	37,218
合計	60,480

注：

- 「第6回大阪マラソンの経済波及効果の検証」(平成28年12月)を参考にして、府外からの宿泊観戦者、府外からの日帰り観戦者、府内からの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8億3,780万円となった。

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
参加費	32.75	21.05	0.00	53.80
交通費	78.79	150.50	75.25	304.55
宿泊費	53.40	0.00	0.00	53.40
飲食費	34.63	46.38	46.38	127.40
買い物土産代	38.10	81.12	81.12	200.34
観光・施設利用料等	17.05	40.63	40.63	98.31
合計	254.72	339.69	243.39	837.80

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の消費支出金額は、表4ランナー一人当たりの消費支出金額と同じであると仮定して推計した。

(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(ランナーの家族、親類、友人など)は、表8で示されている。推計の結果、府内からの日帰り観戦者は2万4,472人、府外からの日帰り観戦者は2万484人、府外からの宿泊観戦者は1万242人、国外からの観戦者は9,328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
海外から宿泊	9,328
府外から宿泊	10,242
府外から日帰り	20,484
府内日帰り	24,472
合計	64,526

注：

- ・「第6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、親類、友人など平均2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16億7,998万円となった。

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	国外から宿泊	府外宿泊	府外日帰り	府内日帰り	合計
参加費	0.00	72.09	23.18	0.00	95.27
交通費	13.58	173.47	165.66	49.48	402.19
宿泊費	123.14	117.56	0.00	0.00	240.70
飲食費	113.75	76.24	51.06	30.50	271.55
買い物土産代	310.09	83.87	89.29	53.34	536.58
観光・施設利用料等	24.72	37.54	44.72	26.72	133.69
合計	585.28	560.76	373.91	160.03	1,679.98

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の消費支出金額と同じであると仮定している。

(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104万5,745人、府外からの日帰り観戦者は11万7,499人、府外からの宿泊観戦者は1万1,750人、合計117万4,994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
国外から宿泊	0
府外から宿泊	11,750
府外から日帰り	117,499
府内日帰り	1,045,745
合計	1,174,994

注：

- 「第9回大阪マラソン」の沿道観戦者数約130万人が大会関係者によるものである。
- 沿道観戦者からジョギングやマラソンの愛好者の観戦者とランナーの家族、親類、友人などの関係者を除くと、一般の観戦者は117万4,994人であると推定することができる。
- 「第6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%、府外から日の帰り観戦者が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96億2,672万円となった。

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
参加費	82.71	132.94	0.00	215.65
交通費	199.01	950.28	2,114.36	3,263.65
宿泊費	134.87	0.00	0.00	134.87
飲食費	87.46	292.88	1,303.30	1,683.63
買い物土産代	96.21	512.20	2,279.31	2,887.72
観光・施設利用料等	43.06	256.54	1,141.60	1,441.20
合計	643.32	2,144.83	6,838.57	9,626.72

(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3,299人、府外からの日帰り委員は109人、府外からの宿泊委員は109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
国外宿泊	0
府外宿泊	109
府外日帰り	109
府内日帰り	3,299
合計	3,516

注：

- 「第9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は870人、メディカルスタッフは896人、消防士は300人、警察官は1,450人の合計3,516人である。
- 競技役員の居住状況は「第6回大阪マラソンの経済波及効果の検証」(平成28年12月)を参考に推計した。
- メディカルスタッフ、消防士、警察官は単純化のために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 大会運営委員一人当たりの消費支出金額 (単位：円)

項目	国外宿泊	府外宿泊	府外日帰り	府内
参加費	0	7,039	1,131	0
交通費	0	0	0	0
宿泊費	0	0	0	0
飲食費	6,097	3,722	1,246	623
買い物土産代	33,242	8,188	4,359	2,180
観光・施設利用料等	2,650	3,665	2,183	1,092
合計	41,990	22,614	8,920	3,894

注：

- 交通費と宿泊費は全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から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1,628万円となった。

表14 大会運営委員の消費支出金額 (単位：百万円)

項目	国外宿泊	府外宿泊	府外日帰り	府内日帰り	合計
参加費	0.00	0.77	0.12	0.00	0.89
交通費	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
宿泊費	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
飲食費	0.00	0.40	0.14	2.06	2.60
買い物土産代	0.00	0.89	0.47	7.19	8.55
観光・施設利用料等	0.00	0.40	0.24	3.60	4.24
合計	0.00	2.46	0.97	12.85	16.28

(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、府内からの日帰りのメディア関係者は460人、府外からの日帰りのメディア関係者は115人、府外からの宿泊するメディア関係者は115人、国外からのメディア関係者は460人、計1,150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
国外宿泊	460
府外宿泊	115
府外日帰り	115
府内日帰り	460
合計	1,150

注：

- メディア関係者の総数は、「第9回大阪マラソン」の関係者から得た資料に基づいている。
- 居住状況は「第6回大阪マラソンの経済波及効果の検証」(平成28年12月)を参考にして推計した。

表4と表15をもとに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。推計の結果、メディア関係者の消費支出金額は、総計約4,027万円となった。

表16 メディア関係者の消費支出金額 (単位：百万円)

項目	国外宿泊	府外宿泊	府外日帰り	府内日帰り	合計
参加費	0.00	0.81	0.13	0.00	0.94
交通費	0.67	1.95	0.93	0.93	4.48
宿泊費	6.07	1.32	0.00	0.00	7.39
飲食費	5.61	0.86	0.29	0.57	7.33
買い物土産代	15.29	0.94	0.50	1.00	17.74
観光・施設利用料等	1.22	0.42	0.25	0.50	2.39
合計	28.86	6.30	2.10	3.01	40.27

(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9,000人、府外からの日帰りボランティアは1,000人、計10,000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
国外宿泊	0
府外宿泊	0
府外日帰り	1,000
府内日帰り	9,000
合計	10,000

注：

- ボランティア参加人数は「第9回大阪マラソン」の関係者から得た資料に基づいている。
- 居住状況については、「第6回大阪マラソンの経済波及効果の検証」(平成28年12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。推計の結果、ボランティアの消費支出金額は7,711万円となった。

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	府内日帰り	合計
参加費	1.13	0.00	1.13
交通費	8.09	18.20	26.28
宿泊費	0.00	0.00	0.00
飲食費	2.49	11.22	13.71
買い物土産代	4.36	19.62	23.98
観光・施設利用料等	2.18	9.82	12.01
合計	18.25	58.85	77.11

(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、府内からの日帰りのスポンサー関係者は615人、府外からの日帰りのスポンサー関係者は123人、府外からの宿泊する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
国外宿泊	0
府外宿泊	62
府外日帰り	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9回大阪マラソン」の関係者から得た資料に基づいている。
- ・居住状況については、「第6回大阪マラソンの経済波及効果の検証」（平成28年12月）を参考している。

表4と表19をもとに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964万円となった。

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	府内日帰り	合計
参加費	0.43	0.14	0.00	0.57
交通費	1.04	1.00	1.24	3.28
宿泊費	0.71	0.00	0.00	0.71
飲食費	0.46	0.31	0.77	1.53
買い物土産代	0.50	0.54	1.34	2.38
観光・施設利用料等	0.23	0.27	0.67	1.17
合計	3.37	2.25	4.02	9.64

(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4,011人、府外からの日帰り大会関係者は669人、府外からの宿泊大会関係者は669人、計5,348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
国外宿泊	0
府外宿泊	669
府外日帰り	669
府内日帰り	4,011
合計	5,348

注：

- 大会関係者のデータは「第9回大阪マラソン」の関係者から得た資料に基づいている。
- 組織委員会は34人、事務局は14人、スタッフは2,300人、警備員は3,000人、計5,348人である。
- 居住状況については、「第6回大阪マラソンの経済波及効果の検証」(平成28年12月) 競技役員居住状況を参考にしている。

表13と表21をもとに推計した大会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、大会関係者の消費支出金額は、総計約3,670万円となった。

表22 大会関係者の消費支出金額

(単位：百万円)

項目	国外宿泊	府外宿泊	府外日帰り	府内日帰り	合計
参加費	0.00	4.71	0.76	0.00	5.46
交通費	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
宿泊費	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
飲食費	0.00	2.49	0.83	2.50	5.82
買い物土産代	0.00	5.47	2.91	8.74	17.13
観光・施設利用料等	0.00	2.45	1.46	4.38	8.29
合計	0.00	15.12	5.96	15.62	36.70

注：

- 大会関係者の一人当たりの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、国外からの視察関係者8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
国外宿泊	8
府外宿泊	8
府外日帰り	8
府内日帰り	47
合計	70

注：

- ・視察関係者総数のデータは「第9回大阪マラソン」の関係者から得た資料に基づいている。
- ・居住状況については、「第6回大阪マラソンの経済波及効果の検証」（平成28年12月）を参考にしている。

表4と表23をもとに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136万円となった。

表24 視察関係者の消費支出金額 (単位：百万円)

項目	国外宿泊	府外宿泊	府外日帰り	府内日帰り	合計
参加費	0.00	0.05	0.01	0.00	0.06
交通費	0.01	0.13	0.06	0.09	0.30
宿泊費	0.10	0.09	0.00	0.00	0.19
飲食費	0.09	0.06	0.02	0.06	0.23
買い物土産代	0.26	0.06	0.03	0.10	0.46
観光・施設利用料等	0.02	0.03	0.02	0.05	0.12
合計	0.49	0.43	0.14	0.31	1.36

(11) 大阪マラソン EXPO2019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9回大阪マラソン大会」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12万人と予想されている。全員を大阪府内からの日帰り参加者と仮定する。これまで用いた府内からの日帰り参加者の一人当たり消費金額を参考にして計算した結果、大阪マラソン EXPO2019の来場者の消費支出金額の総計は、約7億8,473万円となった。

表25 EXPO2019の来場者の消費支出額 (単位：百万円)

項目	消費額
参加費	0.00
交通費	242.62
宿泊費	0.00
飲食費	149.55
買い物土産代	261.55
観光・施設利用料等	131.00
合計	784.73

(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1億5,012万円となった。

表26 チャリティ募金の総額 (単位：百万円)

項目	金額
チャリティ募金の総額	150.12

注：

- 「第9回大阪マラソン」のチャリティ募金額は「第8回大阪マラソン」を参考にしてている。

(13) 大阪マラソン RUNNING EVENT の参加者の消費支出

大阪マラソン RUNNING EVENT の参加者数は、表27で示されている。参加者は3,798人となった。

表27 RUNNING EVENT の参加者 (単位：人)

イベントの名称	人数
10K & Funrun	1,732
なないろ練習会	776
ランニングクリニック	150
Ready! Lady! RUN	40
ハッピーモーニング	600
ファンラン in 中之島	500
合計	3,798

注：

- 視察関係者総数のデータは「第9回大阪マラソン」の関係者から得た資料に基づいている。

全員を大阪府内からの日帰り参加者と仮定する。これまで用いた府内からの日帰り参加者の一人当たり消費金額を参考にして計算した結果、RUNNING EVENT の参加者の消費支出金額の総計は、約2,484万円となった。

表28 RUNNING EVENTの参加者の消費支出額

(単位：百万円)

項目	消費額
参加費	0.00
交通費	7.68
宿泊費	0.00
飲食費	4.73
買い物土産代	8.28
観光・施設利用料等	4.15
合計	24.84

注：

- RUNNING EVENTの参加者は全員府内日帰りと仮定している。

IV. 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29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154億4,093万円となった。

表29 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	1,215.39
大会参加者	13,975.41
企業独自の支出	100.00
チャリティ募金	150.12
合計	15,440.93

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30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154億4,093万円となった。

表30 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
参加費	421.41
交通費	4,456.12
宿泊費	557.62
飲食費	2,403.85
買い物土産代	4,233.01
観光・施設利用料等	1,903.41
大会運営組織による支出	1,215.39
企業独自の支出	100.00
チャリティ募金	150.12
合計	15,440.93

V. 経済波及効果

推計した直接効果約154億4,093万円を、最新の平成平成29年 3月31日発表の「平成23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31で示されている。

表31 産業連関表への按分

消費項目	按分産業
参加費	対個人サービス
交通費	運輸
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	商業
観光・施設利用料等	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

最新の大阪府産業連関表を用いて、「第9回大阪マラソン」の経済波及効果を計算すると約177億4,900万円となった。さらに、雇用創出効果は1,591人、粗付加価値創出は約103億2,500万円となった。

表32 「第9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	147.27	1,392	85.67
二次波及効果	30.22	199	17.58
合計	177.49	1,591	103.25

注：使用する産業連関表「平成23年大阪府産業連関表」（平成29年3月31日発表）。

VI. 結論

これまでの分析から、今年の12月1日に開催される「第9回大阪マラソン」の経済波及効果は約177億円と推計された。この値は、「第1回大阪マラソン」開催後の経済波及効果の検証値約133億円、「第2回大阪マラソン」開催後の経済波及効果の検証値約139億円、そして「第6回大阪マラソン」開催後の経済波及効果の検証値約144億円よりも大きな金額となった。今回の「第9回大阪マラソン」の経済波及効果がこれまでの経済波及効果を大幅に超える最高金額になったのは、(1) 外国人のランナーが増加したこと、(2) 国内のランナー、観客などの一人当たり消費額が増加したことなどによるからであると考えられる。

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、経済効率の非常に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。
12. 宮本勝浩、郭進、王秀芳、「第6回大阪マラソンの経済波及効果」、『現代社会と会計』、第11号、61-76ページ、2017年3月。
13. 宮本勝浩、「2017年夏の第99回全国高校野球選手権大会の経済効果」、『現代社会と会計』、第12号、73-78ページ、2017年3月。

ージ、2018年3月。

14. 宮本勝浩、「第100回全国高等学校野球選手権記念大会の経済効果」、『現代社会と会計』、第13号、63-74ページ、2019年3月。