

# 「大阪・光の饗宴の経済効果調査」

報告書

(概要版)

2015年3月



三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

## 1.はじめに

大阪・光の饗宴実行委員会は、大阪の都市ブランドの向上、観光誘客促進ならびに経済活性化をめざし、2014年度においても、2013年度に引き続き「OSAKA 光のルネサンス」及び「御堂筋イルミネーション」をコアプログラムとし、新たに2つのエリアが加わり10のエリアで取り込まれる11のエリアプログラムと一体的に「大阪・光の饗宴」として開催することとした。

本業務は、「大阪・光の饗宴」の経済効果について調査・分析することにより、今年度の事業の評価と今後より一層大きな経済効果の創出に資するものとする。

なお、本調査における分析方法は、2013年度に引き続き、2012年度にとりまとめられた「OSAKA 光のルネサンス 2012の経済効果調査」報告書<sup>1</sup>（以下「2012年度調査」とする）を基本としている。

## 2. web アンケートの実施

web アンケートによって来場者の消費額を把握することとした<sup>2</sup>。

### 1. スクリーニング調査

調査票タイトル	: 暮らしに関するアンケート
調査方法	: インターネットリサーチ
商品種別	: Screening
実施期間	: 2014年12月25日（木）～2014年12月27日（土）
調査数	: マクロミルのモニタ会員 計50,000人

### 2. 本調査

調査票タイトル	: 「大阪・光の饗宴 2014」に関するアンケート
調査方法	: インターネットリサーチ
商品種別	: Quick
実施期間	: 2014年12月26日（金）～2014年12月28日（日）
調査数	: マクロミルのモニタ会員を対象に計1,547人

<sup>1</sup> 荒木長照、田口順等「OSAKA光のルネサンス2012の経済効果調査」報告書（2013年3月8日）

<sup>2</sup> 経済効果算出に必要な、来場者の消費額、消費の代替性、機会費用算出にかかる設問について、2012年度調査にて実施されたアンケートの設問を採用した。

### 3. 直接効果の推計

#### 3.1 直接効果（従来型・基本）

来場者数、消費単価、開催事業費をもとに「大阪・光の饗宴」の直接効果を計算したところ、314 億円となった（表 3-1）。

表 3-1 直接効果（従来型・基本）

(千円)			
産業部門	消費額	事業費	合計
農林水産業	4,482	0	4,482
飲食料品	2,375,386	0	2,375,386
繊維製品	5,285,551	0	5,285,551
化学製品	29,222	0	29,222
非鉄金属	247,107	0	247,107
電気機械	119,199	62,708	181,907
情報・通信機器	112,343	0	112,343
電子部品	6,131	0	6,131
精密機械	183,543	0	183,543
その他の製造工業製品	4,335,555	0	4,335,555
商業	2,026,398	36,376	2,062,774
金融・保険	0	574	574
運輸	3,606,228	5,010	3,611,239
情報通信	1,715	0	1,715
医療・保健・社会保障・介護	51,189	0	51,189
その他の公共サービス	9,431	20,575	30,006
対事業所サービス	0	1,111,153	1,111,153
対個人サービス	11,743,280	2,781	11,746,061
事務用品	2,453	0	2,453
合計	30,139,213	1,239,177	31,378,390

#### 3.2 直接効果（実質効果）

消費の代替性及び機会費用を考慮した、実質的な直接効果（イベントの実質効果）は 172 億円となった。（表 3-2）。

表 3-2 直接効果（イベントの実質効果）

(千円)			
産業部門	消費額	事業費	合計
農林水産業	2,696	0	2,696
飲食料品	1,260,813	0	1,260,813
繊維製品	2,849,116	0	2,849,116
化学製品	16,065	0	16,065
非鉄金属	113,955	0	113,955
電気機械	66,459	62,708	129,167
情報・通信機器	70,965	0	70,965
電子部品	3,873	0	3,873
精密機械	84,642	0	84,642
その他の製造工業製品	2,339,774	0	2,339,774
商業	1,074,641	36,376	1,111,017
金融・保険	0	574	574
運輸	1,987,451	5,010	1,992,462
情報通信	848	0	848
医療・保健・社会保障・介護	23,606	0	23,606
その他の公共サービス	5,958	20,575	26,532
対事業所サービス	0	1,111,153	1,111,153
対個人サービス	6,106,307	2,781	6,109,089
事務用品	1,131	0	1,131
合計	16,008,302	1,239,177	17,247,479

#### 4. 経済波及効果・税収の計算結果

「大阪・光の饗宴」の経済波及効果を計算したところ次の通りとなった（表 4-1）。

従来型・基本の直接効果での「大阪・光の饗宴」全体の経済波及効果について、来場者の消費と開催事業費を合計した直接効果は 314 億円となる。

大阪市産業連関表で経済波及効果を計算した場合、経済波及効果（生産額）が 487 億円となる。GRP に換算した粗付加価値額は 271 億円となり、この値が生産額に含まれる重複分を除いて大阪市内に残った付加価値の金額となる。最後に、大阪府と大阪市の税収は 8.2 億円となる。

消費の代替性や機会費用を考慮した「大阪・光の饗宴」開催による実質的な効果は、大阪市産業連関表による場合、粗付加価値額で 149 億円となり、税収の増加は大阪府・市合わせて 4.5 億円となる。

表 4-1 経済波及効果及び税収の推計結果

[大阪市産業連関表による推計値]

(千円)

経済波及効果・税収推計		従来型・基本	実質効果
経済波及効果	直接効果	31,378,390	17,247,479
	1次波及効果	9,205,307	4,998,544
	2次波及効果	8,087,458	4,451,251
	合計	48,671,156	26,697,274
粗付加価値誘発額		27,070,185	14,911,227
税収推計値	国税	1,987,048	1,094,537
	府税	467,304	257,408
	市税	356,643	196,452
	合計	2,810,996	1,548,397
(参考)間接税		2,389,092	1,298,514

[大阪府産業連関表による推計値]

(千円)

経済波及効果・税収推計		従来型・基本	実質効果
経済波及効果	直接効果	31,378,390	17,247,479
	1次波及効果	14,044,320	6,688,571
	2次波及効果	8,737,991	4,757,943
	合計	54,160,701	28,693,992
粗付加価値誘発額		28,764,075	15,483,706
税収推計値	国税	2,111,386	1,136,559
	府税	496,545	267,290
	市税	206,722	111,279
	合計	2,814,653	1,515,128
(参考)間接税		3,014,695	1,449,919

## 5. 事業の政策評価

前章で整理した経済波及効果、またアンケートで得られた来場者意識への影響等を踏まえ、「大阪・光の饗宴」の経済評価<sup>3</sup>を行う。

### 5.1 事業費と誘発された付加価値の比較

「大阪・光の饗宴」による GRP ベースでの経済波及効果は、実質効果として大阪市産業連関表によれば 149 億円、大阪府産業連関表によれば 155 億円が生み出された。同イベントにかかる事業費は 12.4 億円であることから、大阪市内で約 12.0 倍、大阪府内（大阪市含む）で約 12.5 倍の付加価値が生み出されたこととなる（表 5-1）。

表 5-1 粗付加価値誘発額及び事業費に対する倍率

[大阪市産業連関表による推計値] (千円、倍)		[大阪府産業連関表による推計値] (千円、倍)	
項目	金額	項目	金額
粗付加価値誘発額	14,911,227	粗付加価値誘発額	15,483,706
イベント事業費	1,239,177	イベント事業費	1,239,177
付加価値/事業費	12.0	付加価値/事業費	12.5

### 5.2 雇用環境への影響

「大阪・光の饗宴」による実質効果として 149 億円が生み出されたが、このうち大阪市産業連関表によれば 75 億円、大阪府産業連関表によれば 81 億円が雇用者所得に相当する。この産業部門別に推計される雇用者所得について、1 人あたり雇用者所得（産業部門別、大阪府で整理されている雇用表）で除することによって、イベント開催期間（49 日間）継続した雇用として、大阪市産業連関表によれば 16,992 人分、大阪府産業連関表によれば 17,921 人分の雇用<sup>4</sup>が生み出されたことが分かる（表 5-2）。

表 5-2 粗付加価値誘発額・雇用者所得誘発額・雇用者誘発数

[大阪市産業連関表による推計値] (千円、人)		[大阪府産業連関表による推計値] (千円、人)	
項目	金額	項目	金額
粗付加価値誘発額	14,911,227	粗付加価値誘発額	15,483,706
雇用者所得誘発額	7,472,958	雇用者所得誘発額	8,078,262
雇用者誘発数(49日)	16,992	雇用者誘発数(49日)	17,921

<sup>3</sup> 政策評価では、評価対象となる政策の目的が達成されたかどうかを、アウトカム（政策/事業実施によって発生する効果）ベースで評価する方法もあるが、「大阪・光の饗宴」の目的として、“官民が一体となり大阪の都市ブランド向上と共に、国内外の誘客を図る”と謳われていること、官民協同によるイベントということも踏まえ、地域経済への影響を中心に評価する。

<sup>4</sup> 雇用者誘発数は、「生産効率の向上や時間外労働の発生を考慮せず、生産額の増加に比例して労働力への需要が高まり、新規の雇用が誘発される」という仮定のもとで算出したものである。実際には、時間外労働などで対応することによって、雇用の創出が抑制されることとなる。

### 5.3 「大阪・光の饗宴」による来場者意識への影響

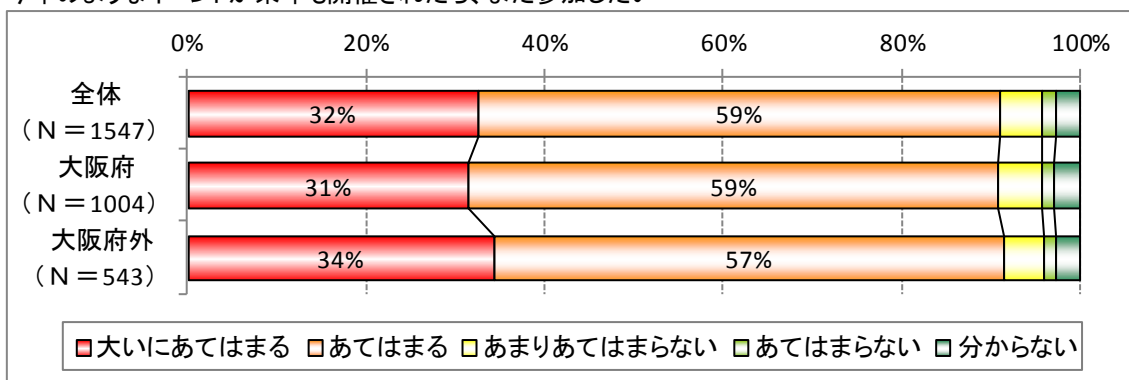
本調査で実施したアンケートでは、来場者に対して、大阪のイメージや今後の大阪への訪問意向などについて設問を設けた。ここでは、回答者を大阪府内居住者と大阪府外居住者に分けて整理した。

『今年のようなイベントが来年も開催されたら、また参加したい』については、大阪府内・大阪府外居住者ともに、9割以上の回答者が肯定的な意見（「大いにあてはまる」、「あてはまる」のいずれかを回答）であった。リピーターを増やしていくこと、「また来てみたい」と感じてもらうことが、継続的なイベント開催に必要な要素の1つであると考えられるが、「大阪・光の饗宴」は、この要素を高い水準で満たしているものと捉えられる。

『これまで、中之島、御堂筋、梅田、難波等個別でPRしていたが、「光の饗宴」で大阪一体としてPRすることで、イベントへの関心が高まり、わかりやすくなった』については、約8割の回答者が肯定的な意見であった。また、大阪府内居住者よりも大阪府外居住者の方が、肯定的な意見の回答割合が高い。大阪一体としてPRすることで、とりわけ大阪府外居住者の関心を高めるとともに、わかりやすさの面でより強く貢献したものと考えられる（表 5-3）。

表 5-3 「大阪・光の饗宴」参加による意識への影響（抜粋）

今年のようなイベントが来年も開催されたら、また参加したい



これまで、中之島、御堂筋、梅田、難波等個別でPRしていたが、「光の饗宴」で大阪一体としてPRすることで、イベントへの関心が高まり、わかりやすくなった

