

# 「大阪・光の饗宴の経済効果調査」

報告書

(概要版)

2016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、2015年度においても、2014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、今年度から大阪府域に拡大された15団体18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、2014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	: 2015年12月25日(金)～2015年12月29日(火)
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 2015」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	: 2015年12月28日(月)～2016年1月12日(火)
調査数	: マクロミルのモニタ会員を対象に計1,466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、大阪府内：335 億円、大阪市内：315 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	大阪府内			大阪市内		
	消費額	事業費	合計	消費額	事業費	合計
農林水産業	1,169	0	1,169	1,056	0	1,056
飲食料品	2,901,626	0	2,901,626	2,715,680	0	2,715,680
繊維製品	5,972,766	0	5,972,766	5,616,535	0	5,616,535
パルプ・紙・木製品	52,429	0	52,429	51,730	0	51,730
化学製品	135,835	0	135,835	125,835	0	125,835
石油・石炭製品	3,024	0	3,024	2,734	0	2,734
電気機械	288,018	35,850	323,868	269,345	30,933	300,278
電子部品	22,057	0	22,057	21,763	0	21,763
その他の製造工業製品	3,799,230	0	3,799,230	3,613,739	0	3,613,739
商業	2,549,460	18,834	2,568,294	2,404,879	16,476	2,421,355
金融・保険	0	308	308	0	266	266
運輸	4,276,503	4,059	4,280,561	4,057,858	3,547	4,061,406
その他の公共サービス	0	4,266	4,266	0	4,266	4,266
対事業所サービス	0	708,422	708,422	0	619,570	619,570
対個人サービス	12,688,330	1,028	12,689,358	11,972,838	1,028	11,973,866
合計	32,690,446	772,767	33,463,213	30,853,993	676,087	31,530,080

#### 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、大阪府内：188 億円、大阪市内：187 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	大阪府内	大阪市内
農林水産業	595	538
飲食料品	1,576,826	1,546,994
繊維製品	3,273,993	3,244,714
パルプ・紙・木製品	31,323	34,007
化学製品	72,438	69,473
石油・石炭製品	1,541	1,393
電気機械	192,138	183,999
電子部品	13,177	14,306
その他の製造工業製品	2,126,300	2,157,466
商業	1,424,284	1,418,485
金融・保険	308	266
運輸	2,386,990	2,409,627
その他の公共サービス	4,266	4,266
対事業所サービス	708,422	619,570
対個人サービス	7,000,099	6,987,894
合計	18,812,701	18,693,000

#### 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、大阪府内（大阪市内分を含む、以下同様）：335 億円、大阪市内：315 億円となる。

経済波及効果を計算すると、経済波及効果（生産額）が大阪府内：543 億円、大阪市内 481 億円となる。GRP に換算した粗付加価値額は大阪府内：288 億円、大阪市内：266 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府内、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 8.5 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、粗付加価値額で大阪府内：162 億円、大阪市内：158 億円となり、税収の増加は大阪府・市合わせて 4.9 億円となる。

表 4-1 経済波及効果及び税収の推計結果

[経済波及効果推計値]

□大阪府産業連関表による推計値（大阪府域内への効果）

(千円)

経済波及効果推計		従来型・基本	実質効果
経済波及効果	直接効果	33,463,213	18,812,701
	1次波及効果	11,866,503	6,700,711
	2次波及効果	8,950,690	5,046,867
	合計	54,280,406	30,560,279
粗付加価値誘発額		28,795,083	16,246,373

□大阪市産業連関表による推計値（大阪市内域内への効果）

(千円)

経済波及効果推計		従来型・基本	実質効果
経済波及効果	直接効果	31,530,080	18,693,000
	1次波及効果	8,486,561	5,064,332
	2次波及効果	8,062,420	4,795,828
	合計	48,079,062	28,553,160
粗付加価値誘発額		26,565,483	15,812,671

[税収推計値]

(千円)

税収推計		従来型・基本	実質効果
税収推計値	国税	2,113,662	1,192,542
	府税	497,081	280,456
	市税	349,994	208,328
	合計	2,960,736	1,681,326
(参考)間接税		2,596,416	1,453,112

## 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府内：162 億円、大阪市内：158 億円が生み出された。同イベントにかかる事業費（大阪府内：7.7 億円、大阪市内：6.8 億円）に対する倍率をみると、大阪府内で約 21.0 倍、大阪市内で約 23.4 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

[大阪府産業連関表による推計値]		[大阪市産業連関表による推計値]	
(千円、倍)		(千円、倍)	
項目	金額	項目	金額
粗付加価値誘発額	16,246,373	粗付加価値誘発額	15,812,671
イベント事業費	772,767	イベント事業費	676,087
付加価値/事業費	21.0	付加価値/事業費	23.4

### 5.2 雇用環境への影響

「大阪・光の饗宴」による GRP ベースでの実質効果として、実質効果として大阪府内：162 億円、大阪市内：158 億円が生み出されたが、このうち雇用者所得は大阪府内：83 億円、大阪市内：77 億円と計算される。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（50日間）継続した雇用として、大阪府内では18,371人分、大阪市内では17,502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

[大阪府産業連関表による推計値]		[大阪市産業連関表による推計値]	
(千円、人)		(千円、人)	
項目	金額	項目	金額
粗付加価値誘発額	16,246,373	粗付加価値誘発額	15,812,671
雇用者所得誘発額	8,263,063	雇用者所得誘発額	7,698,952
雇用者誘発数(50日)	18,371	雇用者誘発数(50日)	17,502

<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、官民協働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などにより、雇用の創出が抑制されるケースが出てくる。

### 5.3 「大阪・光の饗宴」による来場者意識への影響

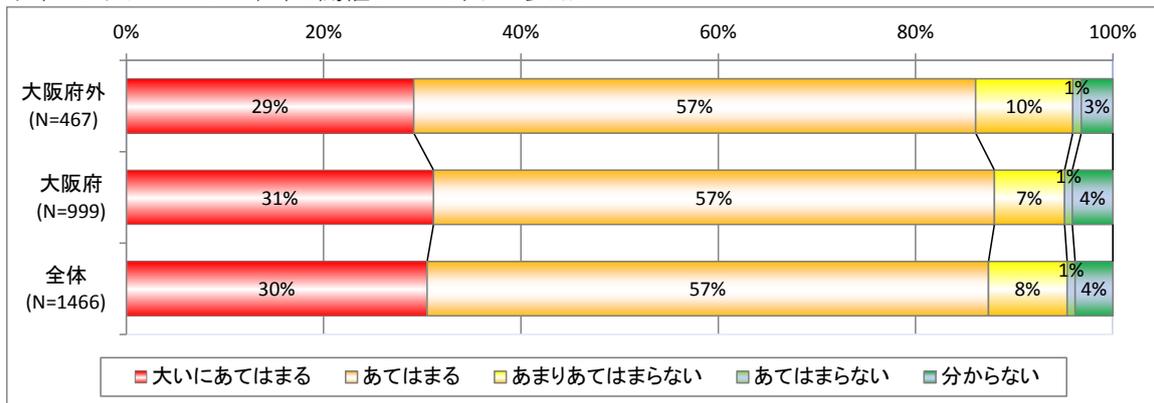
本調査で実施したアンケートでは、来場者に対して、大阪のイメージや今後の大阪への訪問意向などについて設問を設けた。ここでは、回答者を大阪府内居住者と大阪府外居住者に分けて整理した。

『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、約9割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。

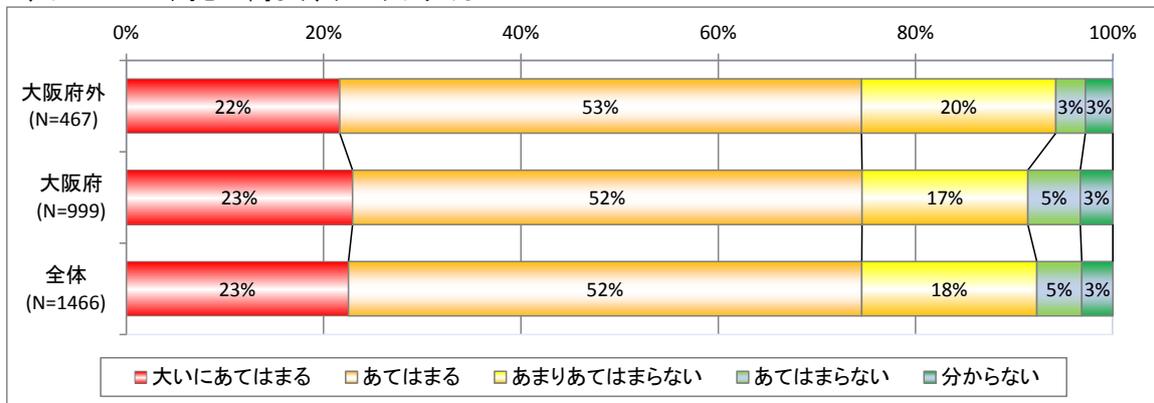
『これまで、中之島、御堂筋、梅田、難波等個別でPRしていたが、「光の饗宴」で大阪一体としてPRすることで、イベントへの関心が高まり、わかりやすくなった』については、7割以上の回答者が肯定的な意見であった。エリアを大阪府域（大阪市外）まで拡大し、府・市一体としてPRすることで、関心を高めるとともに、わかりやすさの面でより強く貢献したものと考えられる。（表 5-3）。

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



※四捨五入により、個々の数値と合計が合致しない場合もある。