

「第14回長野オリンピック記念長野マラソン大会」に伴う経済波及効果 経済波及効果は9億5,330万円

お問い合わせ先:一般財団法人 長野経済研究所
 担当:調査部 寺沢直樹、橋詰浩明
 電話:026-224-0504



調査結果のポイント

- 2012年4月15日(日)に、「第14回長野オリンピック記念長野マラソン(以下、長野マラソン)」が開催され、過去最高となる8,769人のランナーが出走した。完走者も7,664人と過去最多を更新し、応援観客も25万人を集め、例年以上に大きな盛り上がりを見せた。
- 長野経済研究所では、長野オリンピック記念長野マラソン大会組織委員会からの委託を受け、長野マラソンの開催に伴う経済波及効果を算出した。参加したランナーに対するアンケート調査(サンプル数1,502)などを基に消費支出額を推計し、2005年長野県産業連関表を用いて経済波及効果を算出した。その結果、経済波及効果の合計は9億5,330万円と推計された。
- アンケート結果によると、参加したランナーの77.0%が宿泊している。県外居住者が半分以上を占めており、宿泊代や飲食代等の付随的な支出が発生し、地域での消費に結びついたと思われる。他の地方都市マラソン(別府大分マラソン、愛媛マラソン、下関マラソン)と比べても経済効果は高く、地域経済へのプラス効果は大きかったといえる。

(単位:百万円)

経済波及効果(①+②+③合計)		953.3
①直接効果	長野マラソン大会の開催に伴う消費支出の県内需要増加から生じる生産額	587.8
②一次生産誘発額	直接効果によって県内の各産業に波及する生産誘発額	199.7
③二次生産誘発額	直接効果および一次波及効果によって生じた雇用者所得の増加分が、新たに消費に回ることによって県内の各産業に波及する生産誘発額	165.8

1. 長野マラソン大会の開催に伴う支出額の推計

今回の経済波及効果の推計にあたり、以下の支出項目を推計の対象とした。

- (1) 長野マラソン参加ランナーおよび同行者の消費支出額
- (2) 長野マラソンの開催に要した大会運営費
- (3) その他の支出額（イベントでの消費額、外国居住者の旅費等）

(1) 長野マラソン大会参加ランナーおよび同行者の消費支出額

①参加ランナーの人数（参考資料1）

長野マラソンへのエントリー受付者 9,225 人のうち、招待選手 32 人を除いた 9,193 人を推計対象人数とした。（招待選手 32 人の旅費等は、運営経費の一部とみなし除外する）

参考資料1 長野マラソン大会参加者の概要

選手区分	申込者数(人)	受付者数(人)	出走者数(人)	完走者数(人)
海外招待	34	32	32	7,664
国内招待				
実業団等	10,012	9,193	8,737	
登録その他				
一般国内				
一般海外				
視覚障がい者				
合計	10,046	9,225	8,769	7,664

(出典)第14回長野オリンピック記念長野マラソン大会報告

②同行者人数の推計

長野マラソン大会参加ランナーに対するアンケート調査（郵送およびインターネット方式、回収サンプル数 1,502）を実施し、「(ランナーではない) 家族や仲間と同行している人数」を尋ねた設問を基に、同行者の人数を 4,070 人と推計した。

⇒参加ランナーおよび同行者の人数は 9,193 人+4,070 人=13,263 人となった。

③平均消費額の推計（参考資料2）

前述のアンケート調査を基に、1 人あたりの平均支出額を日帰りの参加ランナー、宿泊の参加ランナー別に集計した。

④消費支出額合計の算出（参考資料3）

上記人数および平均消費額をもとに、参加ランナーおよび同行者の消費支出額合計を算出する。なお、同行者の平均消費額については、参加ランナーと同額とした。

参考資料2 参加ランナーの支出額

	宿泊単価(円)	日帰り単価(円)
宿泊費	8,894	0
交通費	12,342	1,646
飲食代	4,621	1,499
買い物代	3,589	7,975
土産代	3,283	304
その他	518	126
合計	33,247	11,550

(2) 長野マラソンの開催に要した大会運営費（組織委員会運営費）

「第14回長野オリンピック記念長野マラソン大会の歳入歳出予算書」を基に、本大会運営に関わる歳出として **215,250千円** を大会運営費として推計対象に加える。

(3) その他支出額合計

上記の推計対象とは別に、以下の2つの支出額について経済効果推計の対象とした。

①長野マラソン関連イベントにおける、一般客の消費支出額

- ・ 長野マラソン EXPO（大会前日に受付会場で開催）
- ・ 長野マラソンタウン（大会当日にフィニッシュ地点で開催）

②外国居住者が、長野マラソンに参加する旅費等の支出

⇒上記の支出については当研究所の推計資料に基づき、**48,456千円**と推計した。

⇒以上（1）～（3）までを合計した結果、長野マラソンにおける支出額の合計は、**599,344千円**と推計された。（参考資料4）

参考資料4 長野マラソン 支出額合計

(千円)

マラソン参加者支出額合計	335,638
マラソン参加者	229,006
同行者	106,632
大会運営支出額合計	215,250
大会運営費	215,250
その他支出額合計	48,456
総支出額	599,344

2. 経済波及効果の推計

前述で算出した長野マラソンに係る総消費額を基に、平成17年長野県産業連関表（大分類、平成22年長野県情報統計課）を用いて、経済波及効果を推計した。（参考資料5）

参考資料5 長野マラソン経済波及効果 内訳

項目	金額(百万円)
マラソン参加者支出額合計	335.6
宿泊代	74.8
交通費	111.8
飲食代	46.1
買い物代	68.9
土産代	29.1
その他	5.0
大会運営支出額合計	215.3
その他支出額合計	48.5
総支出額	599.3
① 直接効果	587.8
間接効果	365.5
② 一次生産誘発額	199.7
③ 二次生産誘発額	165.8
経済波及効果合計(①+②+③)	953.3
④ 生産誘発倍率	1.59倍

【用語説明】

①直接効果

総支出額のうち、長野県内での生産による消費支出額

②一次生産誘発額

直接効果により需要が増加した産業部門が、ほかの産業部門から原材料を購入することで生産を誘発した金額

③二次生産誘発額

一次生産誘発額までの過程で生まれた雇用者所得の一部が、家計消費等に回ることで生じる需要と生産への波及効果

④生産誘発倍率

消費額合計に対する経済波及効果の割合を表し、生産波及の大きさを示す係数

3. 調査結果

(1) 結果のポイント

① 経済波及効果は 953.3 百万円

- ・経済波及効果に係るマラソン参加者は 9,193 人となる。またアンケート結果を基に、マラソン参加者 9,193 人を基準とすることで、それに伴う同行者数は 4,070 人と推計された。
- ・マラソン参加者一人当たりの支出額は、宿泊 33,247 円、日帰り 11,550 円となった。
- ・マラソン参加者総数（同行者含む）に、一人当たりの支出額を乗じ、マラソン参加者による支出額は 335.6 百万円となった。これに、大会運営費や一般観客の支出額等を加算し、総支出額は 599.3 百万円と算出された。
- ・長野マラソンに係る総支出額から、長野県産業連関表を用いて生産誘発額を算出することで、経済波及効果 953.3 億円と推計された。

② 県外居住者のマラソン参加者が半数以上を占める

- ・県外居住者からの参加者が、マラソン参加者全体の 57.7%を占めた。
- ・県外の参加者は県内の参加者よりも、宿泊費・交通費など、支出がかかる傾向にあり、参加者全体の消費支出に大きく寄与していると考えられる。

③ マラソン参加者の 8 割近くが宿泊している

- ・マラソン参加者の 77.0%が宿泊しており、これは主に県外参加者による宿泊を誘引しているものと推測される。
- ・また宿泊について、1泊が 79.2%、2泊以上が 20.8%である。2泊以上した参加者は、マラソンのみに留まらず、小旅行（2泊3日や3泊4日などの観光）として、地域を周遊した可能性がある。

④ マラソン参加者の半数以上が、長野県内を周遊

- ・マラソン参加者の半数以上が、マラソンのついでに長野県内の観光地を周遊した。一方で、「どこにも立ち寄っていない」が 42.8%を占める。
- ・マラソン参加のついでに立ち寄った場所は、多い順に善光寺が 34.7%、続いて須坂・小布施 8.2%、松代 7.2%、中野・飯山・山ノ内 6.9%となった。

⑤ 温泉や飲食、お土産品の割引サービスを求める声が多い

- ・「意見や要望」について多かったのが、「走り終わった後の温泉サービス」55.4%、「飲食、お土産品の割引サービス」45.5%、「ランニンググッズの紹介販売」29.0%、「長野市近辺の観光・宿泊ガイド」24.4%であった。
- ・単なるマラソン参加に留まらず、温泉や飲食の割引や、観光・宿泊ガイドなどのサービスを求める声も多かった。

(2) 検討課題

長野マラソンがもたらした経済波及効果は、953.3百万円と、地域の活性化に及ぼす影響は大きい。ここでは更なる発展のための検討課題として、以下の事項について提言したい。

① 長野市近隣への周遊を意識し、「もう1泊」するような取組み

- ・長野マラソンの認知度は高まっているが、マラソンのついでにどこにも立ち寄らない参加者は、全体の約40%を占める。また、宿泊者の約8割が1泊のみという結果となった。
- ・長野市近隣にも、善光寺をはじめ、戸隠神社、松代大本営跡、謙信・信玄一騎打ち像、各種温泉など、PRする材料は多い。マラソン大会に「もう1泊」を意識し、マラソンを含めた小旅行（3泊4日や4泊5日）として、宿泊数を増やす（消費支出を増やす）ことが重要である。
- ・具体的には、「もう1泊」を促す観光地周遊の小旅行用プランの作成や、マラソン参加者向けの独自のツアーの企画・提案をすることに期待したい。

② マラソンの同行者に対するアプローチ

- ・長野マラソン参加者9,193人に対して、同行者は4,070人と推計された。マラソン参加者の約2人に1人は同行者がいることになる。またこの同行者は、少なくとも何かしらマラソンに関心がある者と推測される。
- ・より一層の同行者の支出を促すために、マラソン用グッズやPR用品の販売、上記小旅行プランと合わせた割引サービスの提供をすることも必要と考える。

③ 四季を通じた、長野県の観光地をアピール

- ・長野マラソンは県内外問わず、リピーターが多く、毎年春にはマラソンのために長野県へ来る参加者が多い。長野県の観光地を周知させるためには、長野マラソンをきっかけとして、春だけでなく、夏、秋、冬についてもアピールする必要がある。
- ・長野マラソンを機会に、旅館・ホテルやイベント会場で、夏の避暑地巡り、秋の紅葉巡り、冬のスキーなど、長野県の四季の魅力を伝え、年中長野へ関心を持ってもらうような取組みも必要と考える。

④ マラソン参加者に対する温泉や飲食、お土産品の割引サービスの提供

- ・温泉サービスや飲食、土産品の割引、その他サービスを求める声が多い。
- ・地域の観光協会や旅館・ホテルと連携し、マラソン参加者とその同行者に対して、温泉の入浴サービス券（1回分）や、飲食、土産の割引券の提供、マラソン参加者向けの食事のサービスなど、マラソン参加者の満足度を向上させる取組みに期待したい。

参考資料 6 : 国内マラソン大会の経済効果

名称	出場者数	経済波及効果	備考(出所など)
長野マラソン	8,769	9億5,330万円	本報告書
東京マラソン	36,497	240億円	平成23年 日経推計
大阪マラソン	29,163	133億円	平成23年 関西大学大学院宮本勝浩教授
神戸マラソン	22,958	18億7,000万円	平成23年 関西経済連合会など
京都マラソン	13,913	12億2,000万円	平成23年 関西経済連合会など
下関海響マラソン	※エントリー数 10,967	4億4,290万円	平成23年 下関海響マラソン実行委員会
愛媛マラソン	※エントリー数 7,828	2億9,227万円	平成24年 いよぎん地域経済研究センター
別府大分マラソン	※エントリー数 1,796	1億円	平成23年 大銀経済経営研究所

(出所)各種資料を基に、長野経済研究所作成

以上