

イベント開催による地域活性化の可能性と課題 —東大阪市 HANAZONO EXPO を事例として—

入江 啓彰^{†1}・稲岡 幸憲²・谷 一弘³

抄録

東大阪市は、2022年11月5日・6日に HANAZONO EXPO というイベントを開催した。このイベントは、大阪・関西万博に向けた機運の醸成と、一定の経済波及効果を生み出すことを目的として開催された。事前には2万人の来場者を予定していたところ、当日は7万人の来場があるなど、当初の目的を達成し、成功裏に終わったといえる。本稿では、HANAZONO EXPO の開催によって大阪府内および東大阪市にもたらされた経済波及効果を計測した。結果、イベント開催により、大阪府で約4.2億円、東大阪市で約1.6億円の経済波及効果が発生したと推計された。なお今回の分析では、来場者による消費支出について実態不明な部分が多く、過去の類似イベントでの実績値を参考にして推計を行った。当該イベント参加者に直接聞き取り調査するなどして精度を高めるなど、今後の同様の分析を行う際の課題も浮き彫りとなった。

キーワード

大阪・関西万博、HANAZONO EXPO、東大阪市、経済波及効果、産業連関表

Potential for Economic Revitalization through "HANAZONO EXPO" in Higashiosaka City

Irie, Hiroaki Inaoka, Yukinori Tani, Kazuhiro

Abstract

On November 5th and 6th, 2022, Higashiosaka City hosted the "HANAZONO EXPO" event. This event aimed to boost enthusiasm for Expo 2025 Osaka Kansai and have some economic impact. While the initial expectation was 20,000 attendees, the actual turnout reached 70,000 visitors. It's safe to say that this event met its goals and concluded successfully. In this paper,

*本稿は、東大阪市と近畿大学の共同研究「HANAZONO EXPO における経済波及効果」における成果の一部である。ただし論文内容は著者個人に属するものであり、所属する組織の公式見解を示すものではない。

- 1 近畿大学短期大学部教授
- 2 東大阪市企画財政部企画室企画課課長
- 3 東大阪市企画財政部企画室企画課総括主幹

近畿大学短期大学部教授

2023年9月29日受理

† E-mail: irie-h@jcg.kindai.ac.jp

we estimate that hosting the HANAZONO EXPO generated an economic ripple effect of 420 million yen in Osaka Prefecture and 160 million yen in Higashiosaka City using input-output tables. Due to limited data on visitor expenditures, we based our estimates on similar past events. It's clear that there are challenges ahead, such as improving accuracy through methods like conducting direct surveys with event participants, among other tasks for the future.

Key words

Expo 2025 Osaka Kansai, HANAZONO EXPO, Higashiosaka city, economic ripple effect, input-output tables (IO)

目 次

1. はじめに
2. 地域イベントの意義
3. 分析方法
4. 新規需要の想定
5. 計測結果と考察
6. むすび

1. はじめに

東大阪市は、2022年11月5日・6日の2日間、同市花園中央公園にてイベント「HANAZONO EXPO いのち輝く未来社会にふれてみよう Road to 大阪・関西万博」を開催した。本イベントは、2025年に大阪市・夢洲で開催が予定されている2025年日本国際博覧会（以下、大阪・関西万博と記す）に関連付けて東大阪市が実施主体となって開催された。なお本イベントは、(公社)2025年日本国際博覧会協会が主催している「TEAM EXPO 2025」プログラム / 共創チャレンジに登録されている。

本稿の目的は、HANAZONO EXPO 開催によってもたらされる経済波及効果の試算を行い、イベント開催による地域活性化の可能性と課題を検討することである。地域イベントの実施にあたっては、当然のことながら限られた予算の中で行われており、支出に見合った効果があったかどうか、多角的に点検する必要がある。特にイベントの本来の趣旨をどの程度達成できたか、が重要である。HANAZONO EXPO の趣旨は、ポストコロナ社会における新しい生活様式や価値観、最先端の技術によるデジタル化を来場者に体験してもらい、大阪・関西万博の意義や可能性を周知することである。また、大阪府内・東大

入江・稲岡・谷：イベント開催による地域活性化の可能性と課題—東大阪市 HANAZONO EXPO を事例として—
阪市内での経済波及効果も期待されている。

そこで本稿では、HANAZONO EXPO 開催によってもたらされる経済波及効果の試算を行う。まず大阪府産業連関表を用いて大阪府全体での経済波及効果を試算する。次に、同表を用いて、一定の仮定の下で東大阪市限定の経済波及効果を試算する。これにより、自治体主導のイベント開催による地域活性化の可能性と課題について検討する。

本稿の構成は以下の通りである。2 節では地域イベントの意義について述べた上で、大阪府下の地域イベントの経済波及効果を計測した先行研究を確認する。3 節では本稿での分析方法について述べる。4 節では HANAZONO EXPO 開催により発生する新規需要の想定について大阪府・東大阪市に分けて説明する。5 節では経済波及効果の計測結果と考察を示す。6 節は分析結果をまとめるとともに、今後の課題を述べる。

2. 地域イベントの意義

地域イベントは、「町おこし」「地方創生」を目的として、全国各地さまざまな種類・規模・形態で開催されている。何をもち「地域イベント」とするか、その定義付けには様々な意見・解釈があると考えられる。仮にその定義を首都圏以外の地域で開催されており、運営の一部もしくは全部を政府・自治体が担っているイベントとしてみよう。この定義に基づくと、2025年に大阪市夢洲で開催が予定されている大阪・関西万博は、最大規模の地域イベントと言える。万博ホームページによると、大阪・関西万博の開催目的は、2020年東京オリンピック・パラリンピック後の大阪・関西、そして日本の成長を持続させる起爆剤にする、と書かれており、かなり広い意味での「町おこし」「地方創生」と言える。この点について経済産業省は、大阪・関西万博開催による全国への経済波及効果を2.0兆円と試算している。またアジア太平洋研究所（2019）では、関西地域間産業連関表を用いて計測し、2.6～2.8兆円としている（訪日外国人客数の想定の違いにより、結果に幅がある）。

また2025年の大阪・関西万博に関連付けたイベントについて、アジア太平洋研究所（2022）は、「拡張万博（関西全体のパビリオン化）」と位置づけ、その意義を以下のように論じている—「拡張万博とは、万博のテーマ・時間軸・空間軸の概念を拡張し、関西全体を仮想的なパビリオンに見立て、万博本体では実施しにくい事業も含めて様々な経済活動を展開する取り組みを指す。テーマの拡張としては、各自の活動を万博のテーマだけでなくSDGs、Society5.0といった目標の切り口で新たなアクションを検討する。時間軸の拡張としては、万博の開催前から開催後にわたる長期的なアクションを考えるものであ

る。空間軸の拡張としては、万博が開催される夢洲会場だけではなく広域関西（さらには全国）において、万博と親和性の高い活動の展開が考えられる。」

こうした拡張万博の取り組みは、関西で既に始まっている。本稿での分析対象となる東大阪市の HANAZONO EXPO は、その嚆矢と言えるイベントである。HANAZONO EXPO 開催の趣旨は、大阪・関西万博に関連付けて、ポストコロナ社会における新しい生活様式や価値観、最先端の技術によるデジタル化を来場者が体験してもらい、万博の意義や可能性を周知しようとするものである。また兵庫県でも、大阪・関西万博の開催に合わせて、県全体をパビリオンに見立てた「フィールドパビリオン」を展開し、観光客を呼び込むプランを検討している。こうした拡張万博として位置付けられる取り組みが、関西全体で事前・事後に展開されていけば、大阪・関西万博での経済効果を拡大するにとどまらず、関西地域のブランド力を高めることが期待できる。稲田他（2023）では、関西地域間産業連関表を用いて拡張万博が展開されることによる経済波及効果の試算を行っている。生産誘発額の結果によると、夢洲会場限定の経済波及効果は2.4兆円、夢洲会場以外の関西各地での滞在期間延長を仮定する拡張万博ケースでは2.8～2.9兆円と試算されている。すなわち、拡張万博の展開によって、約4千～5千億円程度の経済波及効果の上振れが見込まれるとしている。

本稿の目的は、HANAZONO EXPO の大阪府内および東大阪市内での経済波及効果を計測することであるが、こうした地域イベントによる経済波及効果を計測した事例は、これまでに数多く行われている。宮本・郭・王（2012）は、第1回大阪マラソンの経済波及効果を試算した。第1回大阪マラソンは2011年10月30日に実施され、ランナー・観戦者を合わせて約100万人がイベントに参加し、133億円の経済波及効果をもたらした。また堺都市政策研究所（2012）および同（2014）では、堺三大まつりと岸和田だんじり祭2013の経済波及効果を試算している。前者は2011年10月から11月にかけて計5日間実施された堺まつり・堺市農業祭・堺市民オリンピックをまとめたイベントで、16.5億円の経済波及効果をもたらした。後者は、岸和田市で例年約60万人の観光客でにぎわうイベントである。2013年は9月14日・15日に実施されたが、台風の影響で来訪者数は46万1千人にとどまったものの、経済波及効果は泉州地域で39.9億円、岸和田市で25.2億円と推計されている。

これらの推計では、経済活動の実態をより正確に捉えて推計の精度を高めるべく、ヒアリングやアンケートを駆使している点が特徴である。次節以降に示す本稿での分析では、こうしたヒアリングやアンケートは限られた範囲でしか行っておらず、これは今後の課題である。しかしイベント参加者の属性や消費単価などは大きく異ならないと考え、今回は

入江・稲岡・谷：イベント開催による地域活性化の可能性と課題—東大阪市 HANAZONO EXPO を事例として—
堺都市政策研究所でのアンケート調査結果を用いて HANAZONO EXPO 開催によって生
じる新規需要を見積もることとした。

3. 分析方法

本節では、経済波及効果の計測方法について述べる。

経済波及効果とは、イベントや設備投資、各種経済政策等により、特定地域に新規需
要が発生し、これを起点として様々な産業で誘発される効果を総称したものである。新
規需要が発生すると、その需要を満たすための生産が追加的に喚起される。この追加的な
生産を行うには、原材料や部品、サービス等が新たに必要となり、その影響は他産業にも
波及する。また、生産が増えることで所得が発生し、その一部は消費支出となる。この新
たな消費支出の増加に対応するため、追加的に生産が発生し、さらなる波及効果を誘発す
る。これらは、二次波及効果、三次波及効果・・・と続くが、本稿では二次波及効果まで
計測する。

本稿では生産誘発効果の計測にあたり、以下に示す競争輸移入型モデルを適用する。

均衡産出高モデルにおけるバランス式は、(1)式ようになる。

$$\mathbf{x} = \mathbf{Ax} + \mathbf{f} + \mathbf{e} - \mathbf{m} \cdots (1)$$

ここで \mathbf{x} は生産額列ベクトル、 \mathbf{A} は投入係数行列、 \mathbf{f} は域内最終需要列ベクトル、 \mathbf{e} は
輸移出列ベクトル、 \mathbf{m} は輸移入列ベクトルである。

輸移入列ベクトル \mathbf{m} は(2)式のように表すことができる。

$$\mathbf{m} = \overline{\mathbf{M}} (\mathbf{Ax} + \mathbf{f}) \cdots (2)$$

ここで $\overline{\mathbf{M}}$ は輸移入率の対角行列である。

(2)式を(1)式に代入すると次の(3)が得られる。

$$\mathbf{x} = \mathbf{Ax} + \mathbf{f} + \mathbf{e} - \overline{\mathbf{M}} (\mathbf{Ax} + \mathbf{f}) \cdots (3)$$

(3)式を \mathbf{x} について整理すると(4)式ようになる。

$$\mathbf{x} = [\mathbf{I} - (\mathbf{I} - \overline{\mathbf{M}}) \mathbf{A}]^{-1} [(\mathbf{I} - \overline{\mathbf{M}}) \mathbf{f} + \mathbf{e}] \cdots (4)$$

なお \mathbf{I} は単位行列であり、 $[\mathbf{I} - (\mathbf{I} - \overline{\mathbf{M}}) \mathbf{A}]^{-1}$ は $[\mathbf{I} - (\mathbf{I} - \overline{\mathbf{M}}) \mathbf{A}]$ の逆行列である。

ここで域内最終需要が $\Delta \mathbf{f}$ 変化したとすると、生産誘発効果 $\Delta \mathbf{x}$ は(5)式のように表される(一次波及効果)。

$$\Delta \mathbf{x} = [\mathbf{I} - (\mathbf{I} - \overline{\mathbf{M}}) \mathbf{A}]^{-1} [(\mathbf{I} - \overline{\mathbf{M}}) \Delta \mathbf{f}] \cdots (5)$$

次に二次波及効果については、家計消費の生産誘発効果を内生化して計測する。消費需要の増加分は、雇用者所得誘発効果に平均消費性向を乗じることで得られる。これを家計消費支出の各部門構成比で分割し、さらに各部門の自給率を乗じると、当該地域において各部門で発生する消費需要が得られる。これに(5)式のように逆行列係数を乗じることによって、二次波及効果としての生産誘発効果が得られる。

なお一般的にいう「経済波及効果」では、生産誘発効果だけでなく、域内総生産の概念に該当する粗付加価値に対する効果、雇用や税収に対する効果なども含めることがある。本稿では、生産誘発効果、粗付加価値誘発効果、雇用者所得効果、労働誘発量を取り扱う。粗付加価値誘発効果、雇用者所得効果、労働誘発量は、それぞれ生産誘発効果に対して、産業連関表から導出される粗付加価値率・雇用者所得率・雇用係数を乗じることによって求めることができる。

なお分析に用いる産業連関表は、平成27年(2015年)大阪府産業連関表(37部門)をベースとする「経済波及効果推計ツール」である。なお本稿では、大阪府内での経済波及効果とともに、東大阪市内にもたらされる経済波及効果も計測する。東大阪市内の経済波及効果は、本来であれば東大阪市内を対象とする産業連関表を用いるべきであるが、東大阪市内独自の産業連関表を作成していない。そこで、東大阪市内で発生する新規需要を大阪府産業連関表に適用することによって、東大阪市内での経済波及効果を算出する。この仮定によると、各産業部門の自給率、粗付加価値率、雇用者所得率、雇用係数、家計部門の消費構成比等を大阪府全体と東大阪市内で同じとみなすことになる。したがって結果の読み取りにあたっては、一定の幅を持って解釈するなど注意が必要である。

4. 新規需要の想定

本節では、HANAZONO EXPO 開催によって発生した新規需要の想定について説明す

入江・稲岡・谷：イベント開催による地域活性化の可能性と課題—東大阪市 HANAZONO EXPO を事例として—
 前述したように、本稿では大阪府内と東大阪市内それぞれで発生した経済波及効果の計測を行う。そこで4.1では大阪府で発生した新規需要、4.2では東大阪市内で発生した新規需要について説明する。

4.1 大阪府内での新規需要

本稿では、HANAZONO EXPO 開催により大阪府で発生した新規需要について想定する。新規需要は、①主催者による事業運営費と②来場者による消費支出に大別できる。このうち主催者による事業運営費は、東大阪市資料によりデータを入手した。一方来場者による消費支出については、来場者の属性や消費単価など不明である。そこで、大阪府における類似イベント「岸和田だんじり祭」の経済効果を算出した堺都市政策研究所（2014）でのアンケートを基にした想定を参照することにした。

①主催者による事業運営費

主催者による事業運営費は、会場施工・備品関係費、運営警備費、電気工事関係費、映像機材費、広報告知関連費などであり、運営主体の東大阪市からデータを直接入手した。新規需要となる事業運営費総額は8,818万円であり、産業連関表の各産業部門での内訳は表1に示すように「その他の対事業所サービス」5,598万円、「物品賃貸サービス」2,202万円、「その他の対個人サービス」599万円、「広告」420万円となった。

表1 産業連関表ベースでの主催者による事業運営費

単位：千円

産業連関表対応部門	運営事業費
その他の対事業所サービス	55,976
物品賃貸サービス	22,018
その他の対個人サービス	5,990
広告	4,198
合計	88,182

(出所) 筆者作成

②来場者による消費支出

来場者の消費支出については、来場者数を想定し、1人あたり消費単価を乗じて算出

する。

来場者は、東大阪市の発表に基づき2日間で7万人と想定する。ただし、日帰りでの参加か宿泊を伴う参加かによって消費パターンが異なるため（日帰り客は宿泊費が発生しない等）、参加形態の内訳を想定しなければならない。東大阪市の発表ではこの内訳が不明であるため、堺都市政策研究所（2014）を参考に、岸和田だんじり祭での来場者内訳比率である日帰り客96.4%、宿泊客3.6%を用いる。これによると、HANAZONO EXPO 来場者は日帰り客67,480人、宿泊客2,520人となる。

次に消費単価は、イベント開催時にアンケート等を行っていないため、前提条件を想定する必要がある。ここでも堺都市政策研究所（2014）で用いられている前提条件を踏襲する。堺都市政策研究所（2014）では、ヒアリング調査の実施や類似イベントを参考にするなどして、日帰り客・宿泊客ごとに、交通費・宿泊費・飲食費・土産等購入費・入館料等の各単価について推計を行っている。本稿の分析では消費支出の費目を交通費、食事代、土産代、入館料、宿泊料の5項目とし、宿泊客と日帰り客それぞれについて単価を設定する。堺都市政策研究所（2014）の値をベースとし、2013年から2022年にかけての物価上昇率（消費者物価指数）を乗じる。

以上の来場者による消費支出の計算手順をまとめると図1のようになる。単価のうち、「2013年」の列に示しているのは堺都市政策研究所（2014）で使われている消費単価であり、これに13-22年インフレ率を乗じた結果が「2022年」の列に示されている。これに人数を乗じた結果が消費支出総額となる。日帰り客の消費総額は2億8,598万円、宿泊客の消費総額は4,602万円、合計で3億3,199万円となる。

次に、図1で示した消費支出総額を支出項目ごとに産業連関表の産業部門に割り当てる。食事代は「飲食サービス」、入館料は「娯楽サービス」、宿泊料は「宿泊業」に該当する。交通費は、観光庁「旅行・観光消費動向調査」に基づき「鉄道輸送」「道路輸送」に按分する。土産代も観光庁「旅行・観光消費動向調査」の購入品目に基づき対応する産業部門に割り当てる。表2にその集計結果を示す。

4.2 東大阪市内での新規需要

次に、東大阪市内での経済波及効果を計測するため、東大阪市内で発生した新規需要の想定について説明する。もし HANAZONO EXPO に参加した7万人の全員が東大阪市内で消費していれば、大阪府内で発生した新規需要と東大阪市内で発生した新規需要は同額となり、経済波及効果も等しくなる。しかし例えば HANAZONO EXPO に参加した後

入江・稲岡・谷：イベント開催による地域活性化の可能性と課題—東大阪市 HANAZONO EXPO を事例として—

人数

	人数	比率
来場者数	70,000	100.0%
うち日帰り来訪者	67,480	96.4%
うち宿泊来訪者	2,520	3.6%

消費支出総額

単位：千円

	日帰り	宿泊	合計
交通費	26,094	6,447	32,541
食事代	139,409	8,550	147,959
土産代	103,263	5,101	108,364
入館料	17,209	1,199	18,408
宿泊料	0	24,719	24,719
合計	285,975	46,016	331,991

単価

単位：千円

	2013年		2022年		13-22年 インフレ 率
	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	
交通費	349	2,309	387	2,558	10.8%
食事代	1,817	2,984	2,066	3,393	13.7%
土産代	1,413	1,869	1,530	2,024	8.3%
入館料	231	431	255	476	10.4%
宿泊料	0	8,885	0	9,809	10.4%
合計	3,810	16,478	4,238	18,260	

図1 来場者の消費支出の計算手順
(出所) 筆者作成

表2 支出項目別の来場者による消費支出

単位：千円

消費支出項目	産業連関表対応部門	日帰り	宿泊	合計
交通費	鉄道輸送	10,690	2,899	13,590
	道路輸送(自家輸送を除く)	15,404	3,548	18,952
食事代	飲食サービス	139,409	8,550	147,959
土産代	耕種農業	1,951	100	2,051
	食料品	19,897	1,180	21,077
	衣服・その他の繊維既製品	18,950	771	19,721
	医薬品	2,440	60	2,500
	化学最終製品(医薬品を除く)	6,618	163	6,780
	なめし革・革製品・毛皮	31,903	1,295	33,199
	ガラス・ガラス製品	3,970	361	4,330
	陶磁器	4,880	443	5,324
	電子計算機・同附属装置	2,843	70	2,913
	その他の製造工業製品	9,811	658	10,469
入館料	娯楽サービス	17,209	1,199	18,408
宿泊料	宿泊業	0	24,719	24,719
	計	285,975	46,016	331,991

(出所) 筆者作成

に、東大阪市を離れて大阪市内で飲食して帰宅したとすれば、参加者が支出した飲食費としては全額東大阪市内にとどまらず、市外（この場合は大阪市）に漏出することとなる。HANAZONO EXPOの参加者がどこで消費活動を行ったのかは、アンケート調査や追跡調査を行わない限り、不明である。

ところで、2節で示した岸和田だんじり祭の経済波及効果を計測した堺都市政策研究所(2014)では、泉州地域産業連関表を用いて、泉州地域と岸和田市それぞれの経済波及効果を計測している。岸和田市内の経済波及効果の計測にあたって、岸和田市独自の産業連関表は作成されていない。そこで、泉州地域で発生した消費支出を岸和田市で発生した比率を想定することで、岸和田市で発生した新規需要を推計している。そしてその新規需要に泉州地域産業連関表を適用して、岸和田市での経済波及効果としている。

本稿での分析も、同様の手法を用いる。すなわち、大阪府下での新規需要のうち東大阪市内で発生した割合（以下これを東大阪市倍率と呼ぶ）を費目ごとに想定し、大阪府内での新規需要に乗じることによって東大阪市内の新規需要を推計する。これを大阪府産業連関表に適用することにより、東大阪市内での経済波及効果を計測する。

ここで東大阪市倍率の見積りに当たって、いくつかの経済指標で大阪府全体に対する東大阪市のシェアを表3に示す。人口、就業者数はともに5.6%、商品販売額は3.2%、製造品出荷額は6.9%となっている。商業のシェアがやや低い一方、製造業のウェイトが高くなっており、東大阪市の産業構造の特徴を垣間見ることができる。

表3のシェアを参考に、今回の分析では東大阪市倍率を基本的に5%とする。ただしイベントに直接関連している部門については50%と想定する。また「飲食サービス」部門については、HANAZONO EXPO会場のフードトラックの売上高実績を参考に金額を設定する。

以上の想定により、産業連関表ベースでの東大阪市内で発生した新規需要をまとめると

表3 大阪府全体に対する東大阪市のシェア

	大阪府	東大阪市	シェア (%)
人口 (人)	8,807,279	490,173	5.6
就業者数 (人)	3,777,655	212,900	5.6
年間商品販売額 (百万円)	55,693,043	1,797,420	3.2
製造品出荷額 (百万円)	16,938,356	1,165,490	6.9

(出所)『大阪府統計年鑑』より筆者作成

表4 需要項目別での東大阪市内で発生した新規需要

単位：千円

新規需要項目	産業連関表対応部門	大阪府	倍率	東大阪市
事業運営費	その他の対個人サービス	5,990	50%	2,995
	その他の対事業所サービス	55,976	50%	27,988
	物品賃貸サービス	22,018	50%	11,009
	広告	4,198	5%	210
小計		88,182	-	42,202
交通費	鉄道輸送	13,590	50%	6,795
	道路輸送（自家輸送を除く。）	18,952		9,476
食事代	飲食サービス	147,959	37%	54,134
土産代	耕種農業	2,051	5%	103
	食料品	21,077		1,054
	衣服・その他の繊維既製品	19,721		986
	医薬品	2,500		125
	化学最終製品（医薬品を除く。）	6,780		339
	なめし革・革製品・毛皮	33,199		1,660
	ガラス・ガラス製品	4,330		217
	陶磁器	5,324		266
	電子計算機・同附属装置	2,913		146
その他の製造工業製品	10,469	523		
入館料	娯楽サービス	18,408	50%	18,408
宿泊料	宿泊業	24,719	5%	1,236
小計		331,991	-	95,467
計		420,173		137,668

（出所）筆者作成

表4のようになる。表4での大阪府の列には前項4.1で推計した大阪府内での新規需要、倍率の列には、各産業部門で設定した東大阪市倍率が示されている。これらに乗じた結果が東大阪市の列に示されており、これが東大阪市内での新規需要の推計結果となる。東大阪市内での新規需要総額は1億3,767万円と推計される。

5. 計測結果と考察

以下では、前節で推計した新規需要をもとに、大阪府内および東大阪市内での経済波及効果を計測する。前節で推計した大阪府内および東大阪市内での新規需要について、産業連関表ベースで整理すると表5のようになる。

表5 産業連関表ベースでの新規需要

単位：千円

	大阪府	東大阪市
耕種農業	2,051	103
食料品	21,077	1,054
衣服・その他の繊維既製品	19,721	986
医薬品	2,500	125
化学最終製品（医薬品を除く）	6,780	339
なめし革・革製品・毛皮	33,199	1,660
ガラス・ガラス製品	4,330	217
陶磁器	5,324	266
電子計算機・同附属装置	2,913	146
その他の製造工業製品	10,469	523
鉄道輸送	13,590	6,795
道路輸送（自家輸送を除く）	18,952	9,476
物品賃貸サービス	22,018	11,009
広告	4,198	210
その他の対事業所サービス	55,976	27,988
宿泊業	24,719	1,236
飲食サービス	147,959	54,134
娯楽サービス	18,408	18,408
その他の対個人サービス	5,990	2,995
計	420,173	137,668

(出所) 筆者作成

分析に用いる産業連関表は、平成27年（2015年）大阪府産業連関表（37部門）をベースとする「経済波及効果推計ツール」である。なお二次波及効果の算出のために平均消費性向が必要となる。ここでは総務省統計局『家計調査報告』より近畿地方の2022年の値0.649を用いる。

経済波及効果の推計結果を表6に示す。大阪府内では生産誘発効果4.17億円、粗付加価値誘発効果2.33億円、雇用者所得1.14億円、労働誘発量40.9人となった。また東大阪市内では生産誘発効果1.62億円、粗付加価値誘発効果0.93億円、雇用者所得0.44億円、労働誘発量15.7人となった。また生産誘発効果の大きい産業をみると、大阪府では「飲食サービス」が最も大きく1億4,312万円で、以下「商業」5,818万円、「その他の対事業所サービス」3,977万円、「物品賃貸サービス」2,004万円、「娯楽サービス」1,872万円となっている。また東大阪市では大阪府と同じく「飲食サービス」が5,243万円と最大である。以下順位に前後はあるが上位の産業部門は概ね同様で「その他の対事業所サービス」1,884万円、「娯

表6 経済波及効果の推計結果

【大阪府内】

	生産誘発額	粗付加価値額		労働誘発量
			雇用者所得	
経済波及効果（計）	4.17 億円	2.33 億円	1.14 億円	40.9 人
一次波及効果	3.60 億円	1.95 億円	1.00 億円	37.1 人
二次波及効果	0.58 億円	0.38 億円	0.14 億円	3.8 人

【東大阪市内】

	生産誘発額	粗付加価値額		労働誘発量
			雇用者所得	
経済波及効果（計）	1.62 億円	0.93 億円	0.44 億円	15.7 人
一次波及効果	1.40 億円	0.78 億円	0.38 億円	14.2 人
二次波及効果	0.22 億円	0.15 億円	0.06 億円	1.5 人

（注）一次波及効果には直接効果が含まれている。
（出所）筆者推計

楽サービス」1,773万円、「商業」1,228万円、「物品賃貸サービス」976万円と続く。

なお大阪府内での効果と東大阪市内での効果を比較すると、東大阪市の生産誘発額は大阪府の38.8%となる。粗付加価値、雇用者所得、労働誘発量でも同程度である。これは、東大阪市内で実施されたイベントの経済効果の6割が市外に漏れていることを表している。これは昨今のサプライチェーンの広がり、広域的な経済活動の進展からすれば、経済効果がある程度漏出することは避けられない。仮に4.2で示した東大阪市倍率を高められれば、東大阪市単体での経済効果は大きくなる。具体的には、イベント参加者に対して東大阪市内の飲食店で使えるクーポンを配布する、近隣自治体含め他のイベント（花園近鉄ライナーズ、地域一体型オープンファクトリーなど）と連携するなどして、東大阪市内での滞在時間を長くすれば、東大阪市倍率は向上すると考えられる。また、今回の分析手法では考慮していないが、HANAZONO EXPOを取り扱った報道・マスメディアでの広告宣伝効果や、東大阪市の知名度・ブランド力が向上するといった長期的な効果もあるだろう。

一方で、東大阪市内の効果のみに注目するだけでなく、大阪府で4.2億円という経済効果が発生したことも、評価に値すると考える。HANAZONO EXPOの成功を機に「拡張万

博」に類するイベントが関西広域で開催されるようになっていけば、本来のイベントの趣旨である「大阪・関西万博に向けた機運醸成」が達成されることとなる。

6. む す び

本稿では、大阪府産業連関表を用いて、HANAZONO EXPO 開催による大阪府内および東大阪市内における経済波及効果を試算した。大阪府への経済波及効果は約4.2億円、そのうち東大阪市への経済波及効果は約1.6億円となった。

イベント自体では当初の予定来場者を大きく超える7万人の来場があり、イベントの目的である大阪・関西万博に向けた機運の醸成と、一定の経済波及効果を生み出すことに成功したといえよう。しかしながら2023年時点で、今回の HANAZONO EXPO のような「拡張万博」と位置付けられるイベントは、まだあまり見られない。関西広域各所で、また大阪・関西万博の事前・事後にわたって、観光客にとって魅力的なコンテンツ、滞在型消費を促すようなインセンティブを提供することができれば、経済効果を十分に発揮し、関西経済の起爆剤となることが期待できる。

最後に、今後の課題について述べておく。

今回の分析では、来場者による消費支出に関して、実態不明な部分が多分にあったため、過去のイベントでの実績値を参考にして新規需要を見積もった。しかしながら、本来は当該イベント参加者に直接聞き取り調査するなどして、精度をより高めるべきである。事実、過去にイベントの経済波及効果を計測した事例の多くでは、アンケート調査が実施されていることが多い。

さらに、イベント本来の趣旨をどの程度達成できたかについても、定量的に把握する必要がある。冒頭で述べたように、本イベントは当初2万人の来場者を予定していたところ、当日は7万人の来場があり、一定の経済波及効果を生み出すことに成功したといえる。しかしながら、来場者の当該イベントに対する満足度や、大阪・関西万博に向けた機運醸成といったイベント本来の趣旨・目的をどの程度達成できたのかについては、定量的な形では把握できていない。この点について、今回部分的にアンケートは行われていたものの、対象サンプル数が限定的であった。今後は、より大規模にアンケートを実施し、サンプル数を一定確保して分析を行う必要があると考える。

また技術的な課題として、東大阪市内でのイベントの経済波及効果の分析では、できれば東大阪市独自の産業連関表、あるいは大阪府内市町村間産業連関表等を用いることが望ましい。もし東大阪市独自の表を用いることができれば、例えば各産業の自給率について

入江・稲岡・谷：イベント開催による地域活性化の可能性と課題—東大阪市 HANAZONO EXPO を事例として—
大阪府全体の値ではなく東大阪市の値を用いることができ、より実態に近い形での分析を行うことが期待できる。また後者の市町村間産業連関表を用いれば、東大阪市から大阪府に波及した効果が再び東大阪府に波及するという「跳ね返り効果」も計測できる。これらの表は、現時点では作成されていないため「ないものねだり」になるが、産業連関表は当該地域の産業構造や経済取引関係を包括的に把握することのできる統計資料であるため、作成・普及が進むことを願う。

(注)

アジア太平洋研究所 (2019)『アジア太平洋と関西 関西経済白書2019』

アジア太平洋研究所 (2022)『アジア太平洋と関西 関西経済白書2022』

稲田義久・入江啓彰・下山朗・野村亮輔 (2023)「拡張万博の経済波及効果：UPDATE」APIR Trend Watch No. 85.

堺都市政策研究所 (2012)「堺三大まつりの経済波及効果」『経済波及効果を計ってみよう—大阪府産業連関表活用事例集』(大阪府ホームページ掲載), pp.6-9.

堺都市政策研究所 (2014)「岸和田だんじり祭2013」の経済波及効果」(https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/11286699/www.sakaiupi.or.jp/30.products/31.resarch/H25/H25_kishiwadadanjiri.pdf, 2023年9月27日閲覧)

宮本勝浩・郭進・王秀芳 (2012)「第1回大阪マラソンの経済波及効果」『現代社会と会計』(関西大学大学院会計研究科) 第7号, pp. 129-143.

参考資料

大阪府「大阪府産業連関表」

大阪府「大阪府統計年鑑」

大阪府「経済波及効果推計ツール」

総務省統計局「消費者物価指数」