

ツアーオブジャパン2016開催による
経済波及効果について

平成29年2月



三菱UFJリサーチ&コンサルティング

1 試算の前提

「ツアーオブジャパン 2016」における8ステージ実施による、「(1) 開催運営費」「(2) 観客の消費」を金額換算し、この値をもとに、該当する都府県の産業連関表を用いて、開催による経済波及効果を試算した。

(1) 開催運営費

各実行委員会における決算資料をもとに、支出内容を産業連関表における産業分類にしたがって分類し、その金額を計算した。なお、各実行委員会から日本自転車普及協会への共通経費支払い費用については、重複するため除いて計算した。

なお、共通経費及び富士山ステージ、東京ステージは日本自転車普及協会の決算資料を用いた。

(2) 観客の消費

消費単価を全ステージ共通に、1人当たりの消費を飲食費 1,000 円、土産代 500 円、交通費 500 円として、各ステージの観客数を乗じて計算した。

各ステージの観客数は、下記の通りである。

<観客数>

ステージ	単位:人
堺	76,000
京都	50,000
美濃	26,000
いなべ	20,000
南信州	38,000
伊豆	20,200
富士山	7,000
東京	128,000
合計	365,200

2 波及効果の計算

設定した「(1) 開催運営費」「(2) 観客の消費」をもとに、各都府県の産業連関表を用いて、経済波及効果を計算した。共通経費については、東京都の産業連関表を用いて計算している。

直接効果及び波及効果の定義は以下の通りである。今回の数値は、下記3つの合計である。なお、本試算は以下のような前提をおいて行っている。

- 開催運営費や観客の消費による最終需要は100%その都府県内である。
- 雇用者所得のうち消費に回される割合については、該当する都府県における平均消費性向の値（全国消費実態調査：平成27年）を用いている。

<平均消費性向>

東京都	80.0%
長野県	73.9%
岐阜県	71.3%
静岡県	72.0%
三重県	81.0%
京都府	82.5%
大阪府	67.6%

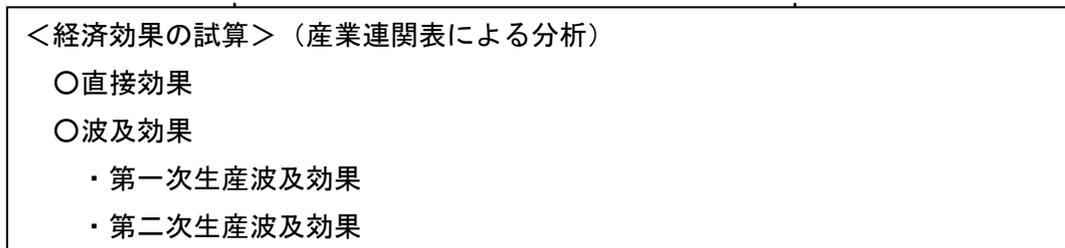
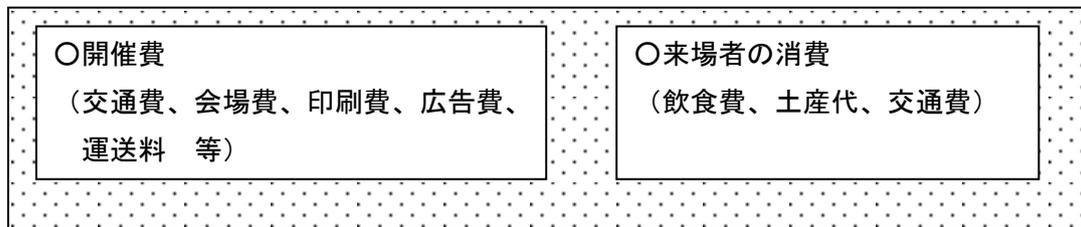
【直接効果】
消費や投資が新たに発生すると、その需要を満たす生産が誘発される。各産業部門に誘発された生産額を「直接効果」という。
【第1次生産波及効果】
直接効果に伴う原材料等の購入により誘発される生産額を「第1次間接波及効果」という。
【第2次生産波及効果】
直接効果と第1次間接波及効果を通じて発生した雇用者所得のうち、一部が新たに消費として支出される（民間消費支出）。この民間消費支出の増加によって誘発された生産額を第2次間接波及効果という。

＜経済効果算出について＞

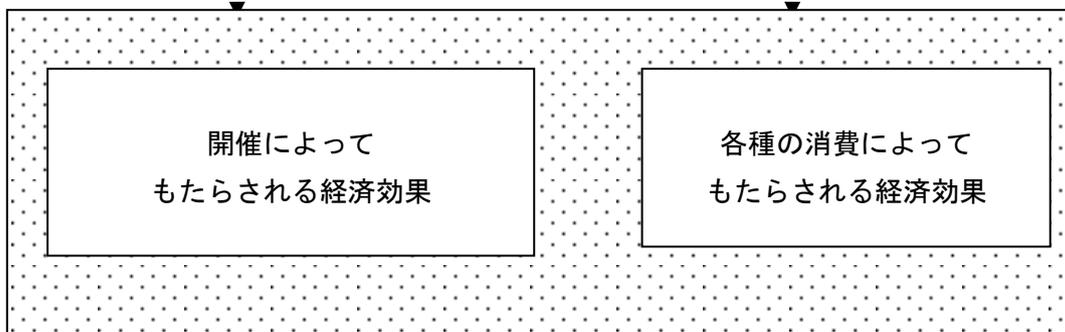
【支出の設定】

①開催経費

②消費



【経済効果】



3 計算結果

2で示した前提条件により、試算した結果は以下の通りである。

○開催による経済波及効果は 4.92億円
(開催における支出は 2.36億円)

○消費による経済波及効果は17.01億円
(設定した消費額は 7.30億円)