

2009年4月14日

## 開幕目前！“開国博 Y 150”の経済効果の可能性について 最近の経済情勢等を踏まえた一考察

横浜開港150周年記念テーマイベント“開国博 Y 150”が4月28日にいよいよ開幕します。このたびは(株)浜銀総合研究所(横浜市西区、社長 太田嘉雄)では、この“開国博 Y 150”の開催が地元の横浜経済にもたらす効果に関するレポートをまとめましたので、その概要をご案内いたします。

### 要 旨

1. 2009年横浜開港150周年記念事業のコアイベント、“開国博 Y 150”が4月28日にいよいよ開幕する。開幕を目前に控え、“Y 150”に対する世間の注目度も急速に高まってきた。同時に、このイベントの開催が地元経済にもたらす効果、なかでも来場者の消費活動などが地域の経済活動を一時的に刺激する経済波及効果への期待も非常に大きくなってきている。
2. 当社はこの経済波及効果に関し、昨年3月に総額548億円という試算結果を発表している。試算通りの効果が実現すれば、横浜経済全体に少なからぬ規模の、瞬間風速的なインパクトを与えると見込まれる。なお、最近は景気が急速に悪化するなかで国民のレジャーは強い逆風にさらされており、その影響が懸念されるが、これについてもレジャー行動のいわゆる安・近・短傾向によって下押し圧力が相当程度緩和される可能性が高い。
3. 加えて今回のイベントの特徴を鑑みれば、人づくりの面で成果が上がるとともに、市民が様々なネットワークを形成する機会となる、来場者に将来の横浜の方向性をイメージさせる、その将来のイメージが、今の横浜にある魅力を出発点とする連続的なものとして印象づけられる、ことなども考えられ、イベント開催の中長期的な経済効果にも期待が持てそうである。

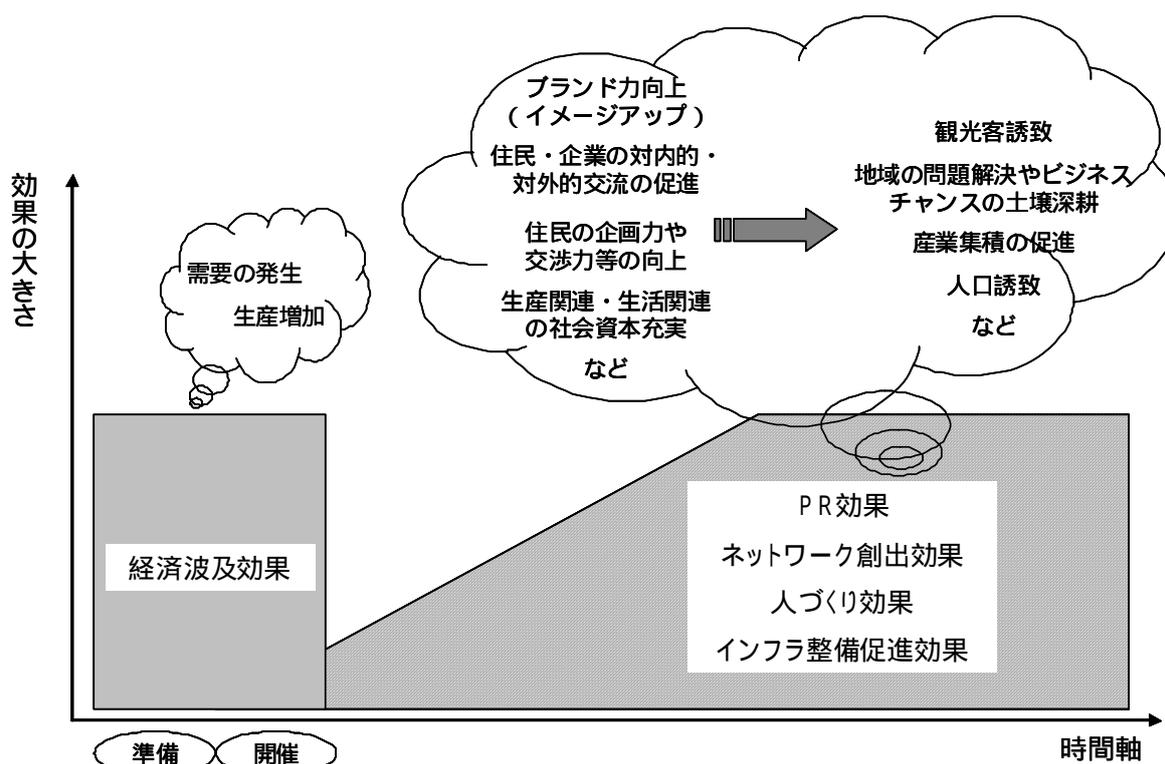
\* 本稿は弊社発刊の「かながわ経済情報」2009年4月号に掲載したレポートの内容を要約したものです。レポートの本編をご希望の方は下記までお問い合わせください。

【本件についてのお問い合わせ先】  
(株)浜銀総合研究所 調査部 湯口  
tel. 045-225-2375 (ダイヤルイン)

はじめに（本稿の目的）

- ◆ 2009年横浜開港150周年記念事業のコアイベント、“開国博Y150”が4月28日にいよいよ開幕。“開国博Y150”は、開催期間が9月27日までの約5か月間（153日間）、目標有料入場者数は500万人という、今年のがわ国では最大規模という呼び声が高いイベント。
- ◆ 開幕を目前に控え、“開国博Y150”に対する世間の注目度も急速に高まる傾向<sup>1</sup>。またそのかたわらで、“開国博Y150”の開催が地元経済にもたらす効果の大きさが、去年の暮れ頃からにわかに強調されるように。なかでもイベント開催によって地元の経済活動が一時的に刺激される、いわゆる経済波及効果への期待は、景気の急激な悪化もあって非常に大きいと推察<sup>2</sup>。
- ◆ この経済波及効果に関して当社は、昨年3月に総額が548億円にのぼるとする試算結果を発表<sup>3</sup>。以下本稿では、前半において、昨年3月発表の試算結果の概要を改めて説明するとともに、最近の景気情勢を踏まえながら548億円の経済波及効果の実現可能性について考察。また後半では、内容面からみた今回のイベントの特徴を整理したうえで、“開国博Y150”開催による中長期的な経済効果の可能性についても考える。

図表1 イベント開催による地元経済への短期的効果と中長期的効果



（注）本図表に示すようなイベント効果の多様性を踏まえ、本稿では短期と中長期のイベント効果を総体として表す場合に「経済効果」という用語を用いる（「経済波及効果」という場合には、短期的効果のみを指す）。なお一般には、「イベントの経済効果」という場合に短期的効果である経済波及効果を指すことが多い。

（浜銀総研作成）

・“ 開国博 Y 150 ” の経済波及効果について（08年 3 月当社試算結果の概要）  
（需要発生額は476億円と見込む）

- ◆ 当社が様々な資料をもとに積算した結果によると、“ 開国博 Y 150 ” の開催に伴って横浜市内で発生する需要額は476億円となる見込み。このうちのおよそ3分の2（319億円）は来場者の消費活動によるもので、残りはイベント制作運営費による分が119億円、イベント施設製作費による分が38億円。
- ◆ 来場者の消費活動による需要発生額の内訳は、飲食費支出が102億円、宿泊費支出（市内宿泊者分）が78億円、交通費支出（市内支出分）が57億円、その他買い物支出（土産物の購入費等）が82億円。
- ・ 来場者消費額の積算にあたっては、来場者の総数を510万人と設定<sup>4,5</sup>。そのうち約8割（409万人）を日帰り客、残りの約2割（101万人）を宿泊客とし、宿泊客の約85%にあたる87万人を市内宿泊客とした（図表2）。

ちなみに、510万人は八景島シーパラダイス（横浜市金沢区）の年間入り込み客数（511万9千人、2007年）に匹敵。また、イベント会場近隣の観光スポットの年間集客数をみると、よこはまコスモワールドが300万人（2007年）、ランドマークプラザが2,791万人（同）、よこはま動物園ズーラシアが111万人（同）などとなっている。

1人あたりの支出額については、日帰り客が3,225円、市内宿泊客が20,443円、市外宿泊客が7,129円と想定。

市内宿泊客の支出額が格段に多くなるのは、宿泊費が加わるうえに、夜食を含めた飲食の回数が増えることや遠方から来る人が相対的に多いために飲食費や交通費が高くなりやすく、また、土産物等の買い物や周辺の観光等も活発に行われると考えられるため。一方、市外宿泊客については、飲食費は日帰り客と同額であるが、交通費とその他支出が日帰り客よりも多めに。

【経済波及効果について】

経済波及効果とは、イベントの開催等により発生した需要が、地元の経済活動（生産活動）を一時的に刺激する効果のことである。

イベントの開催に伴う来場者の消費活動や会場建設等の投資活動は、消費や投資の対象となる財やサービスの生産を増やす（「直接効果」）だけでなく、それらの財やサービスを生産する過程で使用される様々な財やサービスの生産も増加させる（「第1次間接波及効果」）。

たとえば、イベントの来場者が土産にクッキーを買ったとすると、その需要の発生は菓子製造業者の生産を増やすだけでなく、クッキーを販売した土産店や、運送を担った運輸業者、クッキーの生産に使われた小麦粉や乳製品などの製造業者、菓子メーカーに電力を送った電力会社などの活動も活発化させ、幅広い産業の生産を増やすことになる。さらに、小麦粉や乳製品などの生産が増えることによって、小麦粉や乳製品等の原料を造った農家や酪農家、それらに肥料や飼料を供給した製造業者等の生産活動も活発化する。

また、そのような様々な産業の生産増はそれに従事した人々の所得を増加させ、その一部が消費に回されることによって新たな生産増をもたらす（「第2次波及効果」）。

なお、以上の波及の過程において地域外で行われると考えられる生産活動（移輸入を通じた需要の漏れ）については、経済波及効果に含めない。

(生産誘発額 = 経済波及効果は548億円と試算)

- ◆ 以上のようにして見積もった需要発生額をもとにして試算した結果が、昨年3月に発表した“開国博Y150”の経済波及効果(生産誘発額)548億円という金額<sup>6</sup>。
- ・ 波及段階別には、発生した需要が横浜市内の生産活動に直接的に結びつく分(直接効果)が358億円、直接効果が横浜市内の他の産業へと波及する分が189億円(第2次波及効果を含む)。
  - 需要の発生から波及段階を経るごとに生産誘発額が小さくなっていくのは、それぞれの波及段階において移輸入を通じた地域外への需要の漏れが生じることなどによる。
- ・ 一方、需要発生項目別には、来場者の消費活動による効果が405億円と約4分の3を占め、残りがイベント制作運営費による効果(99億円)とイベント施設製作費による効果(43億円)という構成。
  - 後述のように、今回のイベントでは既存の都市機能をできるだけ利用しようという試みが行われていることもあり、施設整備の効果は小さめ。

図表2 需要発生額の積算に用いた来場者の消費パターンの想定

	来場者数 (万人)	1人あたり市内消費額				
		合計 (円)	飲食 (円)	宿泊 (円)	交通 (円)	その他 (円)
日帰り	409	3,225	1,275	-	873	1,078
市内宿泊	87	20,443	5,550	8,997	2,132	3,764
市外宿泊	15	7,129	1,275	-	2,132	3,722
来場者計	510	6,264	2,001	1,528	1,123	1,611

(横浜開港150周年協会資料等により浜銀総研が想定したもの)

図表3 “開国博Y150”開催の横浜経済への経済波及効果の試算結果

	(億円)			
	来場者消費	制作運営費	施設製作費	合計
需要発生額	319	119	38	476
生産誘発額	405	99	43	548
(誘発倍率、倍)	(1.27)	(0.83)	(1.15)	(1.15)
第1次波及効果	346	84	36	466
直接効果	261	68	29	358
第1次間接効果	85	15	7	107
第2次波及効果	59	16	7	82
付加価値誘発額	237	65	24	325
雇用者所得誘発額	121	32	14	167

(注) 2008年3月に行った試算結果である。

(横浜開港150周年協会資料等より浜銀総研が試算)

( 経済効果は瞬間風速的に少なからぬ規模のインパクトを及ぼす可能性 )

- ◆ なお、548億円の生産増によって横浜市内で生み出される付加価値額（GDPに相当）は325億円となる見込み。これは横浜市の名目市内総生産（12兆9,048億円、2006年度）の0.25%。また経済波及効果のうち、2009年中に現れる効果のほぼ全てを占めると考えられる来場者消費の効果に限れば、付加価値誘発額（237億円）の名目市内総生産比は0.18%と低下。
- ◆ もっとも、昨年政府が打ち出した一連の景気対策のGDP押し上げ効果が、定額給付金で0.1%程度、公共事業で0.3%程度と見込まれることを鑑みれば、“開国博Y150”の経済波及効果があながち小さいとは言えない。
- ◆ 加えて期間を限定して考えれば、経済波及効果の瞬間風速的なインパクトは大きなものに。試算通りの効果の実現すれば、本年夏頃には来場者の増加とともに横浜経済全体にとっても少なからぬ規模の効果が実感できそう。  
 たとえば、単純に横浜市内の経済活動が毎月均一に行われると仮定して市内総生産をイベント開催期間である5か月分に換算し、そのうえで来場者消費活動の効果について上記と同じ計算をすると、市内総生産に対する比率は0.44%と先に計算した比率の2倍以上に上昇。また、開催期間中の入り込みの繁閑を想定し、仮に510万人の半数が8月、9月に集中する<sup>7</sup>として計算すれば、比率は0.55%とさらに上昇。
- ◆ また、観光関連の産業では年間を通してみても経済波及効果がかなりの影響力を持つことに。  
 たとえば、前述のように当社の試算では市内宿泊客を87万人と見込んでいるが、これは横浜市内の年間宿泊観光客数（延べ500万人前後<sup>8</sup>）の2割弱に相当。宿泊者数が見込み通りになれば、横浜市内のホテルなどには多大な恩恵がもたらされることに。

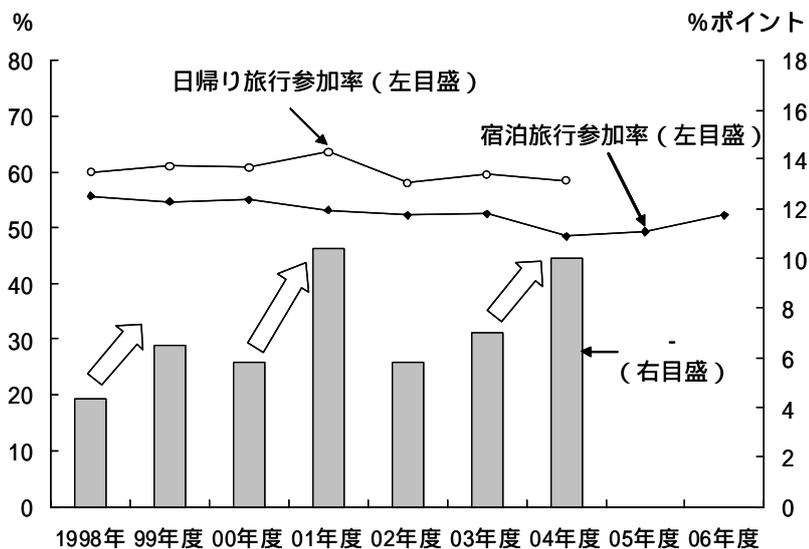
・ 景気悪化の影響について - 安・近・短傾向が下押し圧力を緩和 -

- ◆ しかし、最近の情勢をみると、景気が急速に悪化するなかで国民のレジャー行動は強い逆風にさらされており、この1年半あまりは人々のレジャーマインドの冷え込みに歯止めがかからない状態<sup>9</sup>。このため、“開国博Y150”に関して、来場者数が思いのほか伸び悩んだり、来場者の消費活動が期待したほどには行われなかったりといった事態になる懸念も。
- ◆ もっとも過去の例をみると、レジャー環境が厳しくなったときにはレジャー行動の安・近・短（安価、近場、短期間）傾向が強まることが多い。  
 たとえば、国民の宿泊旅行参加率（国内の宿泊旅行をした人の割合）と日帰り旅行参加率（日帰り旅行をした人の割合）の推移をみると、1999年と2001年、2004年の3か年において両者の差が急拡大（図表4）。これらの年は景気の低迷やガソリン価格の高騰等、いずれもレジャー環境が厳しい状態にあった年で、旅行需要が宿泊から日帰りへとシフトしたとみられる。
- ◆ 今回の局面においても、たとえば神奈川県内の宿泊施設では東京圏内からの宿泊客の割合が高まる傾向（図表5）。また、そうした東京圏内からの宿泊

需要の底堅さに支えられて、神奈川県内の宿泊施設の日本人延べ宿泊客数は全体としても増加傾向を維持（全国はすでに減少傾向）<sup>10</sup>。

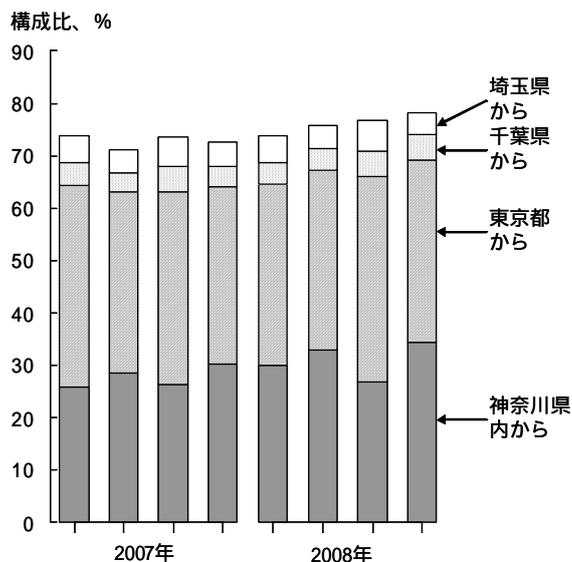
- ◆ これらを踏まえると、景気悪化による“開国博Y150”経済波及効果への下押し圧力は安・近・短傾向の強まりによって相当程度緩和される可能性大。

図表4 レジャー環境が厳しい年には安・近・短傾向が強まる  
（宿泊旅行参加率と日帰り旅行参加率の推移、全国）



（注）1999年以降は年度値（98年は暦年値）。なお、05年度以降は日帰り旅行についての調査が行われていない。  
（日本観光協会「観光の実態と志向」より作成）

図表5 神奈川県内の宿泊施設では東京圏内からの宿泊客の割合が上昇傾向  
（日本人宿泊客に占める東京圏内居住者の割合、神奈川）



（注）観光目的の宿泊者が50%以上で、従業員規模100人以上の宿泊施設についての計数。  
（国土交通省「宿泊旅行統計」より作成）

・“ 開国博 Y 150 ” の中長期的な経済効果にも期待

( 今回のイベントは内容面でも充実 )

- ◆ 以上のように、“ 開国博 Y 150 ” の開催は横浜市内景気に対して一定の下支え効果をもたらすと期待することが可能。
- ◆ 加えて、今回のイベントは内容面でも前評判の高さに劣らない充実度を備えており、中長期的な効果にも期待が持てる。内容面でみた今回のイベントの特徴としては次の3点が考えられる。
- ・ 第1に、メッセージ性に富み、話題性の面でも十分な催しが目白押しであること。

“ 開国博 Y 150 ” では、主な会場となる「ベイサイドエリア」( みなとみらい21新港地区周辺 ) と「ヒルサイドエリア」( よこはま動物園ズーラシア隣接地区、7月4日オープン ) において、「横浜でそだった『7つの力のたね』」をテーマとする催しが多彩に展開される( 図表6 )。『7つの力のたね』とは、異文化や多様性を受け入れる横浜の原動力である「共生力」、地球に生きる者として出会いと喜びを交歓する「共感力」、創造都市としてあるべき未来を描く「想像力」、その未来を実現する原動力となる「創造力」、あらゆる連帯を生み出す「交流力」、 「横浜らしさ」を生み出す「横浜力」、 これからの主人公である行動する「市民力」、とされる。

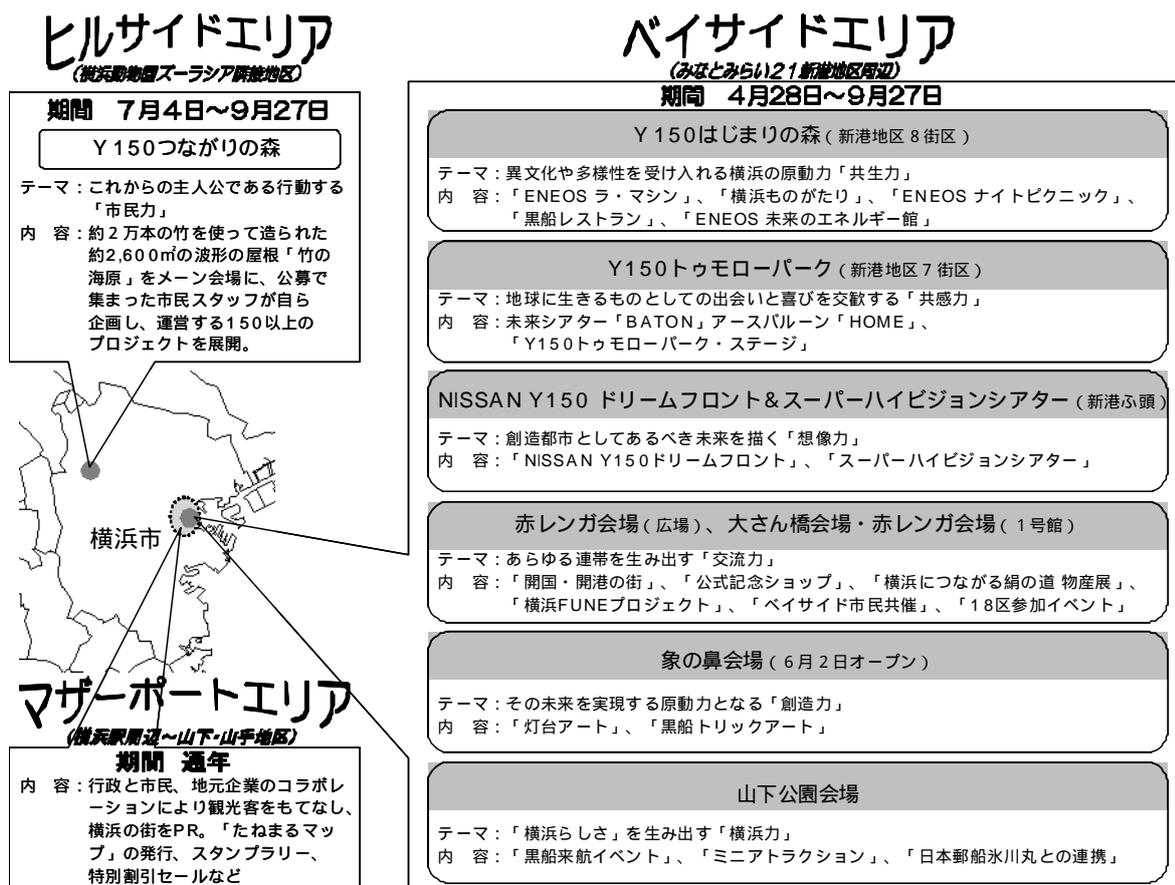
このように企画の段階からテーマが打ち出されたことで、これらの催しは、それぞれメッセージ性に富んだ内容になることが期待される。また、フランスのスペクタクルアート劇団「ラ・マシ」による高さ約12メートルの巨大な蜘蛛のオブジェを操るパフォーマンスや、岩井俊二氏プロデュースのアニメ「BATON」の上映など、話題性の面でも十分なコンテンツが数多い。

- ・ 第2に、365万の横浜市民パワーが発揮される機会が豊富であること。  
ヒルサイドエリアで実施される「市民創発プロジェクト」<sup>11</sup>は、公募で集まった市民スタッフが自ら企画し、運営するプロジェクトである。その数はなんと150以上とされており、一つ一つの内容も、日本人と鯨の関わりを振り返る「鯨の背中」や、ゾウの糞からの紙づくりを体験できる「ぞうさん(糞)からのメッセージ」など、個性的なものとなっている。それ以外にも、ベイサイドエリアで実施される市民団体の展示「ベイサイド市民協催」や、“ 船 ” 制作ワークショップ「横浜FUNEプロジェクト」など、“ 開国博 Y 150 ” には市民参加の機会が多数ある。
- ・ 第3に、従来の博覧会イベントとは異なり、イベントの賑わいが街全体に広がるような試みがなされていること。

ベイサイドエリアを取り巻くように設定されたもう一つの会場「マザーポートエリア」( 横浜駅周辺～山下・山手地区 ) では、行政と市民、地元企業のコラボレーションにより、観光客をもてなし、横浜の街の魅力をPRする活動が展開される。この会場の設定に象徴されるように、開国博 Y 150 ” の会場の持ち方は従来の博覧会イベントと異なっている。

すなわち、広大な会場を新たに整備して、そのなかでパビリオンを展開するのではなく、既存の都市機能をできるだけ利用するとともに、来場者の回遊を促すことで街全体をイベント会場にしようとしている。いわば、イベントの賑わいを“それ用に造られた空間”(点)のなかにとどめるのではなく、意識的に“すでにある実際の街”(面)へと広げる「新しい形の都市型博覧会」の試みといえる<sup>12</sup>。

図表6 「7つの力のたね」をテーマに多彩な催しが展開される“開国博Y150”



(注) 詳細については“開国博Y150”公式ホームページ(<http://event.yokohama150.org/>)を参照。

(“開国博Y150”公式ホームページなどより浜銀総研作成)

(将来の横浜の方向性をイメージさせるなどの効果が得られる可能性も)

- ◆ 以上のようなイベントの特徴を鑑みると、“開国博Y150”の開催によって、たとえば次の3点のような中長期的経済効果が現れる可能性もある。
- ・ 第1に、人づくりの面で成果が上がるとともに、横浜市民が様々なネットワークを形成する機会となること。

「市民創発プロジェクト」など市民パワー発揮の機会が多数用意されていることによって、催しに参画した市民の企画力や交渉力、実行力等が向上することが期待される。また、イベントがそれらの市民と市内外か

らの来場者の出会いの場になったり、渉外の場面などビジネスシーンにおける共通の話題になったりすることによって、市民・企業間の様々なネットワークが形成されることも考えられる。これらは地域の問題解決やビジネスチャンスの土壌深耕につながることを期待できる。

- ・ 第2に、来場者に将来の横浜の方向性をイメージさせる機会になること。  
「7つの力のたね」をテーマとする、メッセージ性や話題性に富んだ催しが多数実施されることは、それ自体が来場者に深い感動を与えたり、来場者の好奇心を満たしたりする機会となるだけでなく、「これからの横浜が何を大切にしていくのか」とか、「どのような方面に力を入れていこうとしているのか」などといった、将来の横浜の方向性を来場者にイメージさせる機会ともなり得る。このことは、「横浜」という地域に対する市民の意識や誇りを高めたり、他地域の住民が「横浜」への憧れを強めたりすることを通じて、横浜のブランド力向上につながると期待される。
- ・ 第3に、その将来の横浜のイメージが、今の横浜の魅力を出発点とする連続的なものとして印象づけられること。  
イベントの賑わいが街全体に広がることによって、来場者は“イベント用に造られた空間”だけでなく、すでにある“実際の横浜”を楽しむことにもなる。これにより、開港以来の歩みのなかで醸成された今の横浜の魅力が、前述の将来の横浜の方向性ととも到来場者に印象づけられることとなり、横浜のブランド力が遠い将来だけでなく、現在を出発点とする連続的なものとして強化される。

以 上

- 1 たとえば“開国博Y150”公式サイト（<http://event.yokohama150.org/>）の1日当たりの訪問者数は昨年（2008年）11月のサイト開設以降、概ね倍々ペースで伸びてきており、とくに今年3月に入ってから前月比3倍近くに急増したという。
- 2 事実、最近の新聞等で紹介される“開国博Y150”に関連した自治体関係者や企業経営者等のコメントなどでは、経済波及効果の大きさが度々言及されるようになっている。
- 3 2008年3月24日付の当社プレスリリース「横浜開港150周年記念テーマイベント「開国・開港Y150」の開催による横浜市内への経済波及効果について」（<http://www.yokohama-ri.co.jp/press/pdf/pr080324.pdf>）を参照。
- 4 来場者数510万人という想定は、横浜開港150周年協会の資料による。“開国博Y150”の目標有料入場者数は500万人であるが、同協会ではイベントの計画策定にあたって目標値とは別に複数の入場者数の想定を行っている。
- 5 来場者数の内訳や1人あたり消費額の積算にあたっては、実際には各種の調査資料等を参考にしながら来場者の行動パターンや消費パターンを細かく想定して行っている。本稿に示した数値は、それらの細かな想定を集約して示したものである。
- 6 試算には横浜市「平成12年産業連関表」を用いた。
- 7 過去の博覧会イベントの例をみると、来場者数はイベント開催期間の終盤に集中する傾向がみられる。
- 8 2007年における横浜市内の宿泊客数は、横浜市「観光入込客数調査」によると延べ約469万人、国土交通省「宿泊旅行統計」によると延べ約504万人である。
- 9 たとえば内閣府「消費動向調査」をみると、2007年夏以降はレジャー関連の支出D.Iやレジャー時間意識指標などが急低下を続けている。
- 10 国土交通省「宿泊旅行統計」によると、2008年における神奈川県内の宿泊施設（観光目的の宿泊客が50%以上の施設、従業員規模5人以上）の日本人延べ宿泊者数は前年4.8%増加した。ちなみに全国の宿泊施設では前年比2.0%減少している。
- 11 ヒルサイドエリアで展開される市民プロジェクトの詳細については、“開国博Y150”公式サイト内に掲示されている冊子「市民創発プロジェクト出展一覧」（<http://event.yokohama150.org/event/hillside/report/report-project-index.pdf>）を参照。
- 12 ちなみに、ベイサイドエリアの入場券は当日の入退場が自由とされており、来場者はベイサイドエリアとマザーポートエリアを気ままに行き来できる。