

## 地域イベントの経済効果について ~宮崎県宮崎市の例~

1. 新型コロナウイルス感染症の5類移行から1年以上が経ち、各地域の大型イベントも順次再開されていることから、ライブ・エンタテインメント市場は拡大傾向が続いている。本稿では、地域イベントが地域経済に与える影響について、9月に宮崎県で開催された大型音楽イベント<sup>1</sup>を例にみていきたい。
2. まず、ライブ・エンタテインメント市場について、一般社団法人コンサートプロモーターズ協会(ACPC)のライブ市場データを確認する(図1)。2023年の年間売上額は5,140億円となり、20年間で約5倍(2003年:942億円)、同年の入場者数は5,632万人となり、20年間で約3倍(2003年:1,818万人)となった。特定の時間・場所でしかできない体験に支出する「トキ消費」<sup>2</sup>へ関心の高まりも背景に、コロナ禍を除き拡大傾向が続いている。
3. こうした市場動向も背景として、滋賀県<sup>3</sup>や北海道<sup>4</sup>での大型フェス等、地方都市で開催される大規模なライブイベントも少なくない。こうしたなか、宮崎県では、ひなた宮崎県総合運動公園(宮崎市)で初開催となる大型音楽ライブイベントが2024年9月に行われた。宮崎市の推計によると<sup>5</sup>、来訪者数は、7日に28,600人、8日に27,300人の計55,900人であった。宮崎市全体の9月の観光入込客数は、2015年以降の平均<sup>6</sup>で約334,000人であるため、1か月の平均観光入込客数の約6分の1の人出が2日間でこの1地点に集まったこととなる。また、例年の宮崎市の観光入込客数に占める県外客の割合が2~3割で推移しているのに対し、本イベントへは約8割が県外から来訪したと推計され、通常より遠方からの来訪者が多かったことがうかがえる(図2)。
4. 1人当たり観光消費額(宿泊費、みやげ品費、交通費等)について、2023年の宮崎市では、県外客が5.1万円と、県内客(2.2万円)を3万円弱上回っており、多くの県外客が来訪した今回のイベントは観光消費に大きな効果があったと推測される(図3)。これら県外・県内客の1人当たり消費額に、今回の推計来訪者数(県外45,300人、県内10,600人)を乗じて観光消費額を算出すると、約25.4億円となる。また、イベントに訪れたファンに実施したアンケートを基に、宮崎大学の土屋有准教授が試算した経済効果は約29億円に上った<sup>7</sup>。2023年の宮崎市観光消費額(1,536.7億円)は日当たり約4.2億円なので、今回のイベントはその3.0~3.5倍となり、経済効果の大きさがうかがえる。このような経済効果は短期的なものだけでなく、イベントを通して宮崎県に興味を持った人が再度観光に訪れるなど、将来にわたって波及していくことも期待される。
5. 実際の経済効果については、各種公的統計への反映に時間がかかるものの、JCB消費NOWの「From To 指数」(10月15日時点)によって一部を確認することができる。例えば、宮崎県内のビジネスホテルに滞在した東京都居住者の支出金額を指数化した値<sup>8</sup>(ナウキャストが開発した Consumption

<sup>1</sup> ひなたフェス2024、開催日:2024年9月7日(土)、8日(日)、宮崎県の活性化や地産地消等にも取り組んだ。

<sup>2</sup> 楠原 雅人・胡桃澤 佳子(2022)「ライブエンタメ市場の現状と今後の展望」財務省ファイナンス2022年11月号

<sup>3</sup> イナズマロックフェス。琵琶湖の環境保全と地域振興を目的に掲げこれまで16回開催、今年は9月21日(土)、22日(日)に開催され、2日間で95,000人を動員。

<sup>4</sup> RISING SUN ROCK FESTIVAL。北海道石狩市の野外特設ステージにおいて毎年夏にオールナイトで開催されるロックミュージックの大型ライブイベントで、これまで24回開催。今年は8月16日(金)、17日(土)に開催され、2日間で68,000人を動員。

<sup>5</sup> 令和6年9月26日市長定例会記者会見配付資料、データの提供は株式会社 Agoop

<sup>6</sup> 2015年~2023年の平均、コロナ禍の期間(2020年~2022年)を除く

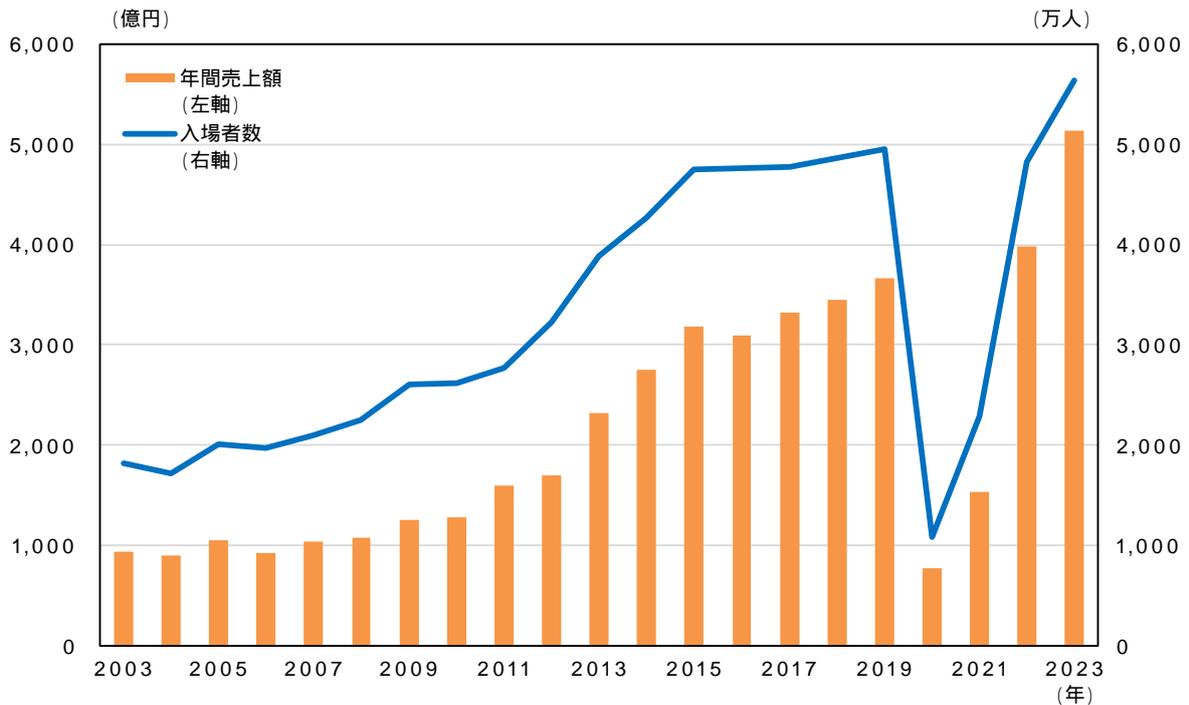
<sup>7</sup> 土屋有(2024)「『ひなたフェス2024』経済波及効果、約29億円 ~宮崎の地域活性化とエンタテインメントの新たなモデル~」宮崎大学。宿泊日数、交通手段、ホテルや飲食費に費やした金額などのアンケートを基礎データとする推計。宮崎市以外への経済波及効果を含む。

<sup>8</sup> CI 値(金額)は、期間推移や他都道府県間差異等の確認を容易にすることを目的として、金額の変化をベースに作成した指数。

Index、金額ベース)をみよう。毎年9月の値の推移を確認すると、イベントの開催された今年9月上旬は、2016年以降の9月としては最高となり、今回のイベントが寄与したとみられる(図4)。

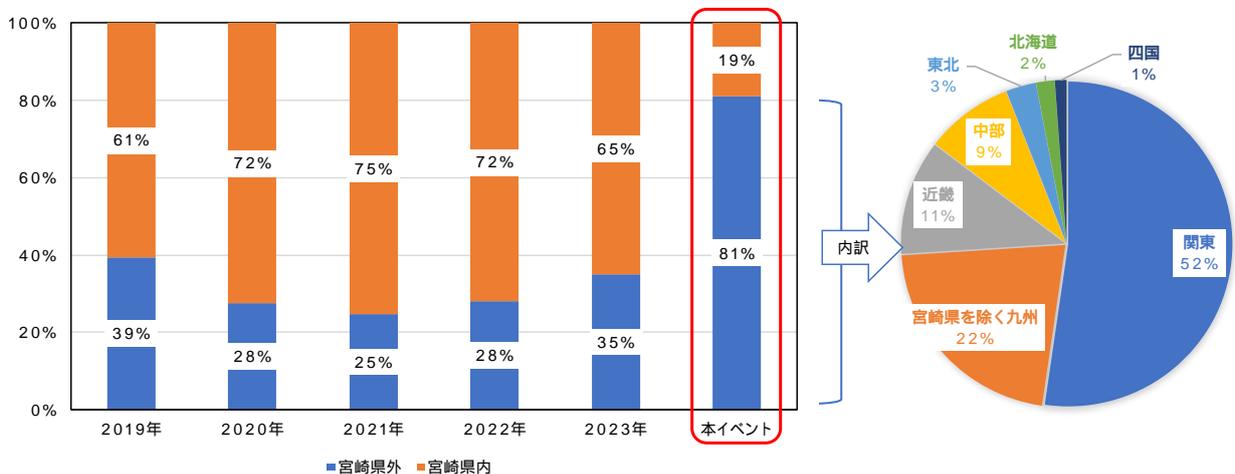
6. このように、今回のイベントは地域経済の活性化に大いに貢献したものと考えられ、地域における各種イベントとその効果について、引き続き注目していきたい。また、このような大型イベントの成功には、地元住民や参加者も含め、多様なステークホルダーの力が欠かせない(図5)。交通インフラや宿泊施設のキャパシティ等、各種課題に対する知見が関係者間で共有され、様々な地域でこうしたイベントが開催されることに期待したい。

図1 ライブ・エンタテインメントの市場規模



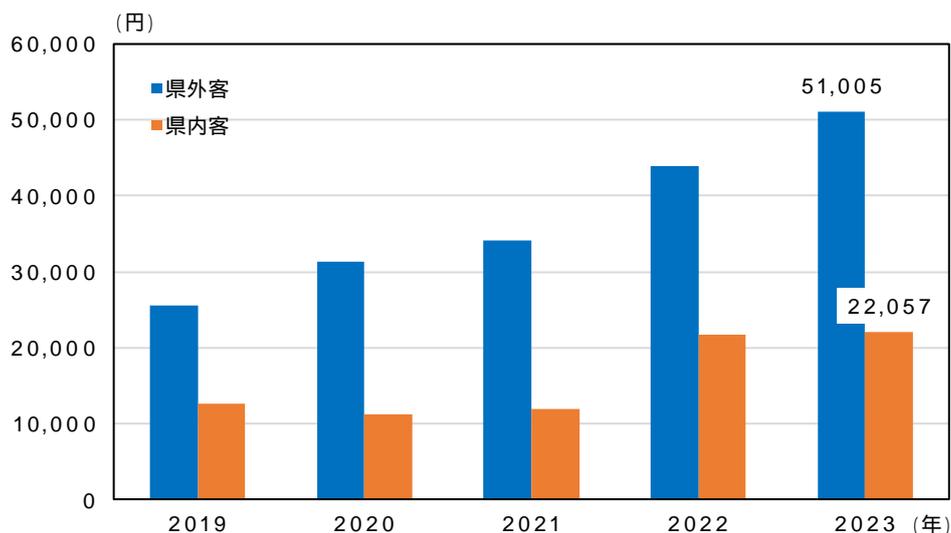
- (備考) 1. 一般社団法人コンサートプロモーターズ協会(ACPC)「ライブ市場調査基礎調査表」により作成。  
 2. 全国各地のACPCの正会員社を対象に調査を行ない、ライブ・エンタテインメントの市場規模を算出したデータであり、日本全体のライブ・エンタテインメントの市場規模とは異なる点に留意が必要。2003年の調査会員数は50、2023年は76。なお、ぴあ総研(<https://corporate.pia.jp/csr/pia-soken/result/index.html>)によれば、2023年は4,757億円となっている。

図2 宮崎市観光入込客数と今回のイベントの宮崎県内客・県外客の割合



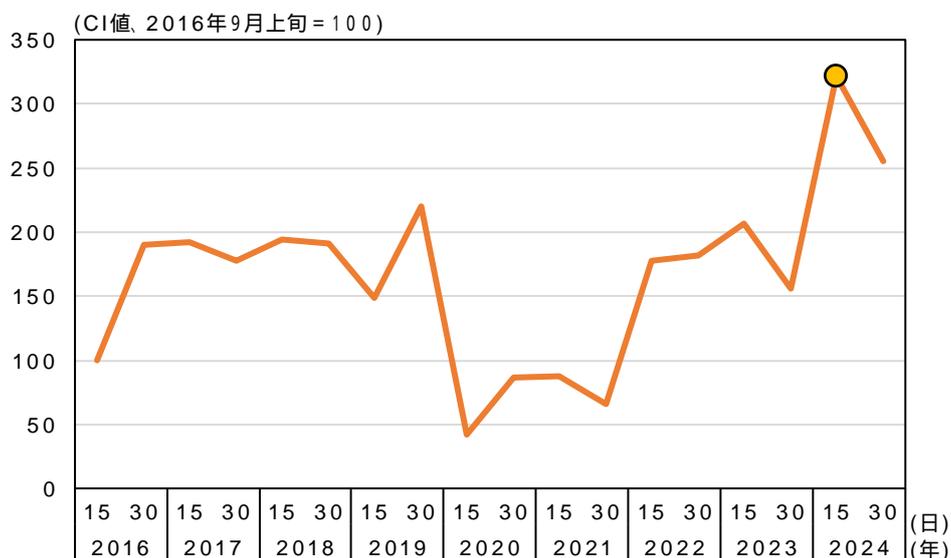
- (備考) 1. 宮崎市「令和5年宮崎市観光統計」及び「令和6年9月26日市長定例記者会見配付資料」により作成。  
 2. 右図は、宮崎県を除くイベント来訪者の内訳。

図3 宮崎市の1人当たり観光消費額の推移



(備考)宮崎市「宮崎市観光統計」により作成。

図4 毎年9月のビジネスホテルのFrom To 指数(東京都 宮崎県)



- (備考) 1. 株式会社ナウキャスト・株式会社ジェーシービー「JCB消費NOW」により作成。  
 2. 金額の半月次データから各年9月を抽出。  
 3. 「From To 指数」は、消費者の居住する都道府県と店舗の所在する都道府県の両方の地域を抽出した消費指数。図は、東京都に居住する消費者が宮崎県のビジネスホテルに宿泊した金額をナウキャストが指数化した CI 値を、さらに比較のため2016年9月上旬=100で指数化したもの。

図5 今回のイベントにかかるステークホルダーの取組例

産業界	行政機関	教育機関	報道機関	地元住民・参加者
臨時列車・シャトルバスの運行等	みやざき大使へのイベント出演者の委嘱、予算確保等	専門的意見、パレードでの演奏等	イベントの周知、地元の機運醸成等	思いやり・マナー等

(備考)各種報道等により作成。

担当: 参事官(経済財政分析 - 地域担当)付 齋藤 直人

直通: 03-6257-1577

本レポートの内容や意見は執筆者個人のものであり、必ずしも内閣府の見解を示すものではない。