

## 2025 年度弘前市のまつりの経済効果報告書 概要版

### A. 概要

#### 1.調査の目的

本調査は、弘前市において開催される「さくらまつり」および「ねぶたまつり」が、地域経済にどの程度の消費活動をもたらしているのかを把握することを目的としたものである。特に、本調査では、地域外からの来訪者による消費活動に着目し、まつりの開催によって新たに地域にもたらされた消費規模を推計することを目指している。また、本調査は弘前大学人文社会科学部の学生が調査員として参加する実践的な教育活動として実施されており、観光分野における人材育成という側面も有している。

#### 2.まつりと地域経済の関係

まつりの開催は、来訪者による宿泊、飲食、土産購入、交通利用などを通じて地域内に消費活動を生み出す。これらの直接的な消費は、地域内事業者の売上増加につながるだけでなく、仕入れや雇用、所得の増加を通じて、さらに広範な経済活動へと波及していく。一般に、こうした波及構造は、直接効果、間接効果、誘発効果と整理される。本報告書では、特に直接効果と間接効果に注目し、まつり開催によってもたらされた消費活動およびその経済波及効果を推計する。

#### 3.本報告書における推計の考え方

本報告書では、まつりの開催によって増加した地域外来訪者に限定して消費活動を推計している。具体的には、

- ・ 地域住民による地域内消費活動の振替
- ・ まつりが開催されなくても弘前市を訪れたと考えられる通常来訪者の消費

を除外し、「まつりによって新たに増加した地域外来訪者」による消費に着目している。その上で、推計された直接的な消費額を基礎とし、産業連関表を用いて間接効果を含む経済波及効果を算出している。

#### 4.本報告書における用語の定義

- ・ 地域外来訪者：弘前市外から訪れた来訪者
- ・ 通常来訪者：まつりが開催されなくても弘前市を訪れる来訪者
- ・ 直接効果：来訪者の消費による直接的な売上増加
- ・ 間接効果：事業者の仕入れ等を通じて生じる波及効果
- ・ 誘発効果：地域の知名度の向上等を通じて生じる波及効果。長期的な効果であるため、調査初年度である本報告書では扱わない。
- ・ 経済効果と消費活動：

## B. 分析のステップ

1. まつり期間中の調査により、①地域外からの来訪者の消費行動、②まつり参加者の弘前市民/地域外来訪者の比率、を把握（弘前大学の学生による調査）
2. まつりの推定来場者数から、地域外来訪者の総数の推定（弘前市・弘前大学）
3. 宿泊施設調査から、通常期とまつり期の地域外来訪者の差分を推定し、まつりによって増加した地域外来訪者数を推定（弘前市・弘前大学）
4. まつりによって増加した地域外来訪者数の推定値と消費額の調査結果から、まつりによる直接的な消費活動の規模を推定（弘前大学）
5. 産業連関表を用い、波及効果も含めた総効果を推定（弘前大学）

## C. 従来の調査と本調査の比較

|           | 本調査                   | 一般的な調査              |
|-----------|-----------------------|---------------------|
| 調査手法      | 学生調査員による対面記入方式        | 留置法・Web アンケート等による調査 |
| 経済効果の導出方法 | （総来場者－地域住民－通常来訪者）×消費額 | 総来場者数×消費額           |

## D. 分析の結果

さくらまつりについては約 108 億円から約 480 億円、ねぷたまつりについては約 229 億円から約 521 億円の消費活動が、来訪者によって地域にもたらされたと推定される

## E. 本調査の特徴

- ・ 学生調査員による対面記入方式を採用：誤解なく正確な聞き取りが可能、質問項目になりくい周辺情報の把握が可能、学生の地域への関心・観光施策への理解の向上が期待される
- ・ 「経済効果」ではなく「消費活動」に注目：一般に「経済効果」という言葉は、来場者数に平均消費額を掛け合わせるなどして、イベントがもたらす金銭的影響を示す際に広く用いられている。しかし、経済学の一般均衡的な観点からは、地域内での消費の振替を含む単純な支出増加をそのまま「効果」と呼ぶことは必ずしも適切とはいえない。そこで本報告書では、弘前市外から新たにもたらされた「消費活動」に限定して規模を把握し、その上で産業連関表を用いて経済波及効果を推計している。

## F. 政策的含意

- ・ 本調査の結果から、まつりによって地域外からもたらされる消費活動を拡大するためには、いくつかの方向性が考えられる。
  1. より遠方からの来訪者を増やすこと。遠方からの来訪者は宿泊や広域観光を伴う可能性が高く、地域全体への消費の広がりが期待される。
  2. 来訪者一人当たりの消費額を高めること。まつりごとの来訪者層の違いを踏まえ、年齢層や関心に応じた消費機会を提供することが有効と考えられる。
  3. イベントの特性に合った潜在的来訪者に対して情報発信を行い、来訪を促進すること。
  4. 宿泊の増加を通じて地域内での消費機会を拡大すること。ただし宿泊施設のキャパシティには制約があるため、遊休施設の活用や臨時宿泊施設などによる補完も検討の余地がある。
- ・ これらの施策は単独ではなく、**組み合わせで実施すること**で、相互作用により効果が高まる可能性がある。

## G. 今後の課題

- ・ サンプルサイズの制約、調査時期の偏りなど
- ・ 特に、来場者に占める弘前市民の割合の推定に課題⇒ねぷたまつりの経済効果がさくらまつりよりも大きく推定された一因となっている
- ・ 調査を継続し、データの精度を高めることが必要