

TOKYO NIGHTTIME PROJECTの経済波及効果推計に関する業務

イルミネーション及びカウントダウンイベント

経済波及効果について（令和6年度予算分）（実績）

1. 経済波及効果推計結果総括

新宿都庁前の4号街路で実施されるイルミネーション及びカウントダウンイベントの経済波及効果について、開催経費及び来訪者の消費による経済波及効果の推計を行った。推計にあたっては、「東京都産業連関表経済波及効果推計ツール（東京都総務局統計部）」を用いて行った。

（開催期間値：2024年11月28日(木)～2025年1月13日(月)）

（百万円）

	計	開催経費	来訪者
新規需要	509.2	451.0	58.2
直接効果	488.3	449.6	38.7
第1次間接効果	264.2	239.6	24.6
第2次間接効果	80.5	71.1	9.4
生産誘発効果（総合効果）	832.7	760.2	72.5
粗付加価値誘発効果（総合効果）	433.3	398.0	35.3

（人）

	計	開催経費	来訪者
就業誘発効果	38	33	5

2. 開催経費による経済波及効果の推計

TOKYO NIGHTTIME PROJECT の開催経費（イルミネーションの施工、キッチンカーの手配、PR商材の製作や各種広告掲載などのプロモーション等）を東京都産業連関表の産業部門の新規需要（購入者価格）として計上することにより、開催経費による経済波及効果の推計を行った。

産業部門別的新規需要（購入者価格）は以下のとおり。

(産業部門別 新規需要)

(百万円)

部門	計	カウントダウンイベント	イルミネーション
39 その他の製造工業製品	11.00	5.50	5.50
59 情報通信	61.60	30.80	30.80
66 対事業所サービス	365.64	216.94	148.70
67 対個人サービス	12.76	6.38	6.38
計	451.00	259.62	191.38

(開催経費による経済波及効果推計結果)

(百万円)

	開催経費
新規需要	451.0
直接効果	449.6
第1次間接効果	239.6
第2次間接効果	71.1
生産誘発効果（総合効果）	760.2
粗付加価値誘発効果（総合効果）	398.0

(人)

	人数
就業誘発効果	33

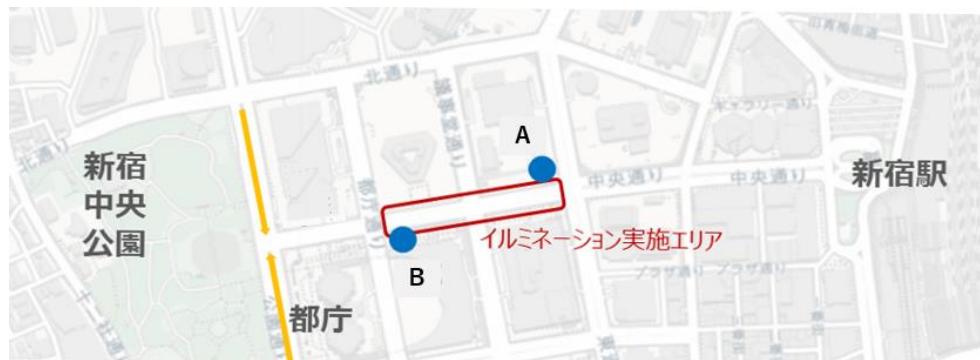
3. 来訪者の消費による経済波及効果の実績

(1) イルミネーション

(a) 増加数の実績

4号街路に常設されるイルミネーションへの来訪による通行量の增加分を経済波及効果とし、昨年度の通行量を参考にして増加分を算出した。

- ① 実施エリアの人流センサーA,B を用いて、イルミネーション点灯期間（2024年11月28日（木）～2025年1月13日（月））のイルミネーション点灯時間（16:30-24:00）の通行量を整理した。



- ② 人流センサーBはキッチンカーが出ている期間、正確に通行量を計れていなかったため、人流センサーAを基に数値を補正した。
- ③ 2024年2月から上映しているプロジェクトマッピングがあり、昨年度に対して通行量が増加する一因となっているため、考慮する必要がある。2024年2月からのプロジェクトマッピングの来場者数データを曜日別で平均値を出し、昨年度の通行量からの増加分を算出した。
- ④ 昨年度比較（③）で減少していた分は増加分0として減少分は切り捨てて算出した。（イルミネーション実施により、通行量が減少したとは考えられないため）

(b) 来訪者の消費額時間単価の実績

来訪者の消費については、東京都観光客数等実態調査において新宿区（新宿御苑、都庁観光情報センター）で実施したパラメータ調査データを用いて算出した。

算出にあたっては、消費額単価を平均滞在時間で除することにより、滞在時間1時間当たりの消費額単価を求め、想定される滞在時間を乗じて、消費額単価を求めている。

- ⑤ イルミネーションの滞在時間は200m区間の歩行に2分半（歩行速度80m/s）、写真撮影等イルミネーションを楽しむ時間として2分半の合計5分として算出した。
- ⑥ キッチンカー来店者は3,017人、売上が1,751,378円であった。そのため、キッチンカーブレインは581円と算出した。
- ⑦ マーケット来店者は367人、売上が905,070円であった。そのため、マーケット単価は

2,466 円と算出した。

- ⑧ スタンプラリーへの参加者数は 832 人、総スタンプ獲得数は 2,207 個であった。そのため、平均スタンプ獲得数は 2.65 個のため、2.65 個×5 分でスタンプラリー参加者の滞在時間は 13.3 分とした。

(施策ごとの消費額時間単価)

施策	来訪者数	滞在時間	交通費	飲食費	土産代	その他
イルミネーション	77,028 人 ^{①~④}	5 分 ^⑤	9 円	25 円	3 円	10 円
キッチンカー	3,017 人	5 分 ^⑥	9 円	605 円 ^⑥	3 円	10 円
マーケット	367 人	5 分 ^⑥	9 円	25 円	2,469 円 ^⑦	10 円
スタンプラリー	832 人 ^⑧	13.3 分 ^⑧	23 円	65 円	7 円	18 円

(2) カウントダウンイベント

(c) 来訪者数の実績

メイン会場の都民広場とサテライト会場の都庁通りの来訪者は以下のとおりであった。

(カウントダウンイベント来訪者数)

会場	人数 (人)	入場規則
都民広場	1,494	事前応募制+当日先着
都庁通り	1,428	当日先着順

(d) 来訪者の消費額時間単価の推計

「(b) 来訪者の消費額時間単価の推計」と同様に滞在時間 1 時間当たりの消費額単価を求め、想定される滞在時間を乗じて、消費額単価を求めている。

① カウントダウンイベントは投影時間 22:00~24:10 の間に 2 部制(22:00~23:00、

23:15~24:10) で実施されると想定し、滞在時間を 115 分として算出した。

② キッチンカーの売上が 795,500 円であった。食べ物の購入数 (849 食) = 来店者数とし、顧客単価 (937 円) を算出した。

(施策ごとの消費額時間単価)

施策	来訪者数	滞在時間	交通費	飲食費	土産代	その他
カウントダウンイベン	2,922 人	115 分	200 円	565 円	64 円	153 円
キッチンカー	849 人 ^②	115 分	200 円	1,502 円 ^②	64 円	153 円

(3) 経済波及効果の推計

上記それぞれの来訪者数の考え方方に加えて、経済波及効果を算出するにあたり、国外からの来訪者数を考慮した。

- ① イルミネーションに関しては、横浜のイルミネーションイベント「ヨルノヨ 2023」[1]では、延べ来場者約 240 万人の内、500 人に対して実施したアンケートの結果、国外からの来訪者は 0.4% であったため、本イルミネーションの来訪者も 0.4% は国外からの来訪者として算出した（国外からの来訪者：311 人）。
- ② カウントダウンイベントに関しては、メイン会場の事前抽選者の中で外国人割合が 6.2% であったため、サテライト会場にも同様の割合を用いて国外からの来訪者数を算出した。（国外からの来訪者：181 人）
- ③ ①②ともに、国外からの来訪者の平均滞在日数は統計を参考に 3 日として算出した。

(施策別経済波及効果)

(百万円)

	イルミネーション	カウントダウンイベント
新規需要	36.4	21.8
直接効果	19.2	19.5
第 1 次間接効果	7.3	17.3
第 2 次間接効果	2.7	6.7
生産誘発効果（総合効果）	29.1	43.4
粗付加価値誘発効果（総合効果）	14.6	20.7

(人)

	人数
就業誘発効果	5

4. 費用対効果

TOKYO NIGHTTIME PROJECT の費用対効果をまとめると以下のとおりとなる。

(開催経費)

項目	計
費用 (百万円)	開催経費

項目	計	開催経費による 経済波及効果	来訪者消費による 経済波及効果
効果 (百万円)	総合効果	832.7	760.2
	間接効果	344.8	310.7
費用便益	総合効果／開催経費	1.85	1.69
	間接効果／開催経費	0.76	0.69

※総合効果=直接効果+第1次間接効果+第2次間接効果

※間接効果=第1次間接効果+第2次間接効果

引用

[1]ヨルノヨ 2023年度報告書 https://creative-light-yokohama.jp/cms/wp-content/uploads/2024/04/yorunoyo2023_documentbook_04_p25-backcover.pdf