

調査

「東北楽天ゴールデンイーグルス」の優勝および 日本一を想定した経済波及効果について

(本レポートは、平成25年9月19日にプレスリリースを行ったものです。)

はじめに

最近の仙台を本拠地とするプロスポーツ球団の状況をみると、サッカーJ1リーグの「ベガルタ仙台」は昨シーズン2位と躍進し、アジアチャンピオンズリーグ(ACL)への出場を果たしたほか、バスケットボールbjリーグの「仙台89ers」では昨シーズンに新たなメインアリーナ「ゼビオアリーナ仙台」がオープンするなど、大きな盛り上がりを見せています。

このような中、プロ野球「東北楽天ゴールデンイーグルス」(以下、「楽天」という。)が今シーズン、快進撃を続けています。7月4日以降首位を走り続け、8月28日に「マジック28」が点灯し、一時消滅しましたが、9月5日には再び「マジック22」が点灯し、球団創設9年目にして初のリーグ優勝も現実味を帯びてきました。エース田中将大投手も開幕から20連勝を達成し、日本記録を更新するなど、チームの快進撃に大きく貢献しています。

この状況を受けて、楽天の本拠地球場である「日本製紙クリネックススタジアム宮城」(以下、「Kスタ」という。)での主催試合では、チケット完売日が昨年の4度を既に上回る10度(9月6日現在)になるなど、観客数が大きく伸びていることがうかがわれ、また、球団がKスタに臨時スタンドを増設(9月3日より936席、9月13日よりさらに1,249席)しており、今後はさらに観客数の増加が見込まれます。

また、クライマックスシリーズ(以下、「CS」という。)、そして日本シリーズがKスタで開催された場合、対戦相手のファンが数多く宮城県を訪れることにより、交流人口の拡大も期待されます。

このように、楽天がリーグ優勝、さらには日本シリーズを制して日本一となった場合、県民の消費活動が活発化すること等により県内に多大な経済効果を及ぼすとともに、マインド面を含めた地域の復興にも大きな役割を果たすものと考えられます。

本レポートは、楽天がリーグ優勝し、さらに日本一となった場合の県内経済に及ぼす経済波及効果について推計したものです。

1. 観客増加に伴う観客消費額の推計

(1) レギュラーシーズンの観客増加数の推計

レギュラーシーズンの観客増加数は、今シーズン、楽天が上位に進出した6月からのKスタにおける「各月の1試合あたり平均観客数」から、「過去3年間の同月の1試合あたり平均観客数」をそれぞれ差し引いて算出した各月の「1試合あたり観客増加数」に、同月の主催試合数を乗じて各月の観客増加数を試算し、それらを足し合わせて推計しています。

ここで9月および10月の今シーズンの1試合あたり平均観客数については、9月12日までは実績値を使用し、9月13日以降は今シーズンの最多観客数(9月6日:22,316人)のKスタ収容人員(9月6日時点:24,402人)に占める割合(91.5%)程度の入込みが常にあるものと仮定し、9月13日以降の収容人員(臨時スタンド増設後:25,651人)に同割合を乗じた数値(最大観客入込み数)を用いています。

この結果、次頁の図表1のとおり、レギュラーシーズンの観客増加数は169,467人となりました。

図表1 レギュラーシーズンの観客増加数

(人、試合)

	過去3年間 (平成22年～24年) における各月の 1試合あたり 平均観客数 ①	平成25年 における各月の 1試合あたり 平均観客数 ②	1試合あたり 観客増加数 ③(②-①)	平成25年の 主催試合数 ④	観客増加数 ⑤(③×④)
6月	16,110	18,505	2,395	9	21,555
7月	15,647	16,778	1,131	10	11,310
8月	16,684	19,999	3,315	10	33,150
9月 (12日まで)	15,221	19,166	3,945	5	19,725
9月 (13日以降)	15,221	23,471	8,250	7	57,750
10月	14,812	23,471	8,659	3	25,977
合 計					169,467

注) 平成25年の主催試合数は9月6日現在。

資料：楽天HPほか

(2) レギュラーシーズンの観客増加数にかかる観客消費額の推計

レギュラーシーズンの観客増加数にかかる観客消費額については、前頁で求めた観客増加数に、宮城県が昨年実施したアンケート調査に基づく観客一人当たりの消費額を乗じて推計しました。なお、観客のうち宿泊客の割合は同アンケート調査にかかる過去平均の宿泊率3.3%としています。

その結果は図表2のとおりとなり、全体のレギュラーシーズンの観客増加数にかかる観客消費額は13億78百万円になるものと推計されます。これを日帰り・宿泊客別にみると、日帰り客の消費額は12億34百万円、宿泊客は1億44百万円となっています。また、消費費目別にみると、「飲食費」が4億21百万円（構成比30.6%）、「入場料」が4億7百万円（同29.5%）、「グッズ購入費」が3億50百万円（同25.4%）、「交通費」が1億40百万円（同10.2%）、「宿泊費」が60百万円（同4.4%）となっています。

図表2 レギュラーシーズンの観客増加数にかかる観客消費額

(百万円)

	観 客 合 計		
	日 帰 り 客	宿 泊 客	
消 費 総 額	1,234	144	1,378
入 場 料	393	13	407
交 通 費	109	31	140
飲 食 費	401	20	421
宿 泊 費	—	60	60
グ ュ ヅ 購 入 費	330	19	350

資料：宮城県「東北楽天ゴールデンイーグルスが宮城県に及ぼす経済効果について」

(3) CSファイナルステージおよび日本シリーズ開催による観客消費額の推計
 リーグ優勝チームはCSファイナルステージへ進出し、全試合（最多で6試合）が優勝チームの本拠地球場で開催されます。また、日本シリーズへ進出した場合、西暦が奇数である年はパ・リーグの出場チームの本拠地球場で第1、2戦と第6、7戦（最多で4試合）が開催されることとなっています。

CSファイナルステージおよび日本シリーズ開催による観客消費額については、1試合当たりの観客数が1頁で求めた最大観客入込み数になるものとし、さらに、試合数が最も多くなるかたちで日本一になるものと仮定して、最大観客入込み数に最多試合数の10試合を乗じて累計の観客数を求め、前頁で使用したアンケート調査に基づく観客一人当たりの消費額を乗じて推計しています。ただし、観客一人当たりの消費額のうち「入場料」については、宮城県が平成21年に実施した2009年のクライマックスシリーズ第1ステージホーム開催による経済効果の推計に際して使用した球団データの「入場料（3,757円）」を用いています。

また、レギュラーシーズンよりも対戦相手のファンが数多く観戦し、そのほとんどが宿泊するものと見込まれることから、観客全体の3割を宿泊客と想定して推計しています。

この結果、CSファイナルステージおよび日本シリーズ開催による観客消費額は図表3のとおり、33億70百万円と推計されます。これを日帰り・宿泊客別にみると、日帰り客の消費額は14億60百万円、宿泊客は19億10百万円となっています。また、消費費目別にみると、「入場料」が8億82百万円（構成比26.2%）、「宿泊費」が7億54百万円（同22.4%）、「飲食費」が6億58百万円（同19.5%）、「グッズ購入費」が5億74百万円（同17.0%）、「交通費」が5億2百万円（同14.9%）となっています。

図表3 CSファイナルステージおよび日本シリーズ開催による観客消費額 (百万円)

	観 客 合 計		
		日 帰 り 客	宿 泊 客
消 費 総 額	3,370	1,460	1,910
入 場 料	882	617	265
交 通 費	502	110	392
飲 食 費	658	402	256
宿 泊 費	754	—	754
グ ュ ズ 購 入 費	574	331	243

資料：宮城県「東北楽天ゴールデンイーグルスが宮城県に及ぼす経済効果について」ほか

2. 仙台市内百貨店の優勝セール等開催による売上増加額の推計

2009年シーズンにおいて楽天がパ・リーグ2位となり、CS進出を果たした際に、仙台市内百貨店では各種記念セールが開催されていることから、今シーズン、リーグ優勝、さらには日本一となった場合も同様に、各種記念セールの開催が想定されます。

仙台市内百貨店の優勝セール等開催による売上増加額については、百貨店へのヒアリングに基づく2009年CS進出時の実績（10月に延べ10日間開催、前年同日比10%の売上高増）と同様の効果があり、さらにはリーグ優勝および日本一決定時の2度開催されるものと想定し、前年10月および11月の仙台市内百貨店売上高のうち10日間に相当する売上高に10%を乗じて推計しました。

この結果、仙台市内百貨店の優勝セール等開催による売上増加額は図表4のとおり、4億89百万円と推計されます。

図表4 仙台市内百貨店の優勝セール等開催による売上増加額 (百万円)

	平成24年 仙台市内百貨店売上高 ①	10日間相当の売上高 ②(①×10日/月日数)	優勝セール等開催 による売上増加額 ②×10%
10月	7,346	2,370	237
11月	7,565	2,522	252
合 計			489

注) 平成24年10月の仙台市内百貨店売上高については、一部の百貨店の営業日数が30日であったことから、31日に換算して計上している。

資料：東北百貨店協会

3. 楽天優勝および日本一に伴う経済波及効果の推計

楽天優勝および日本一に伴う経済波及効果については、上記の観客増加に伴う観客消費額および仙台市内百貨店の優勝セール等開催による売上増加額を与件データとして、「宮城県産業連関表（平成17年）¹」を用いて推計しました。なお、産業連関分析における観客消費額および売上増加額の産業部門への配分については、観客消費額は各消費費目の関連する産業部門へ、売上増加額は平成25年7月の品目別構成比に基づき細分化した上で対応する産業部門へ配分²しました

(1) 一次波及効果

一次波及効果とは、観客数増加に伴う観客消費および優勝セール等開催による売上増加（直接効果：52億37百万円）に伴い、飲食業やホテル・旅館業などに投入される原材料・サービスの需要が増加することにより生じる生産誘発効果です。これにより県内では18億13百万円の生産が誘発されるものと推計されます。

(2) 二次波及効果

二次波及効果とは、直接効果および一次波及効果による粗付加価値の増加に伴い、その中に含まれる雇用者所得が増加し、それが個人消費の増加をもたらすことにより生じる二次的な生産誘発効果です。

¹ 産業連関表は産業相互間および産業・最終消費者間等の取引を一覧表にまとめたものであり、産業連関分析とは産業連関表を用いて、需要の変化に伴う経済波及効果などを分析する手法。

² 購入者価格表示の消費費目については、生産者価格に変換するため、「産業連関表（平成17年）」（総務省）におけるマージン表を用いて商業および運輸マージンを控除した後、対応する産業部門に配分した。

直接効果による雇用者所得の増加額は15億60百万円となり、また、一次波及効果により誘発される雇用者所得は4億68百万円となります。これらの雇用者所得の合計額20億27百万円のうち81.0%（消費転換係数³）が消費にまわるものと推定すると、消費需要の増加額は16億42百万円となります。この消費需要の増加額が県内での財・サービスの取引関係を通じて次々に関連産業に波及することにより、新たな生産の増加がもたらされることとなります。二次波及効果として、県内では14億8百万円の生産が誘発されるものと推計されます。

（3）総合効果

直接効果に一次波及効果および二次波及効果による生産誘発額を加えたものが総合効果であり、これが楽天優勝および日本一に伴う経済波及効果となります。総合効果は、直接効果の1.62倍にあたる84億58百万円に達するものと推計されます。また、粗付加価値額および雇用者の誘発効果は、それぞれ47億3百万円、924人になるものと推計されます。

総合効果を産業部門別にみると、飲食業やホテル・旅館業を含む対個人サービス業が34億3百万円（構成比40.2%）と最も大きく、次いで、食料品製造業や繊維製品製造業等を含む製造業が11億61百万円（同13.7%）、運輸業が9億29百万円（同11.0%）、商業が8億9百万円（同9.6%）などとなっており、広範な産業分野へ波及効果が及ぶことがうかがわれます。

なお、当該総合効果を県内各市町村の平成19年の小売業販売額と比べると、年間約3,500千人の観光客が訪れる松島町の85億円と同水準となっているなど、波及効果の相対的な大きさがうかがわれるものとなっています。

また、過去3年間ににおける年間平均観光客数に対する経済波及効果は139億円と推計されますが、これを楽天が優勝しなかったとした場合の平常ベースの経済波及効果とすると、優勝および日本一の効果を含めた経済波及効果は224億円に達することとなります。

図表5 楽天優勝および日本一に伴う経済波及効果 (百万円、人)

	直接効果	一次波及効果	二次波及効果	総合効果	粗付加価値額	雇用者数
農業	0	49	18	65	32	2
漁業	0	9	2	11	5	1
製造業	842	229	92	1,161	398	190
食料品	115	121	58	293	102	12
繊維製品	613	4	1	618	215	170
その他	114	104	33	250	81	8
建設業	0	37	19	56	26	4
電気・ガス・熱供給	0	200	65	267	142	9
商業	517	163	129	809	551	106
金融・保険	0	240	121	361	223	13
運輸	679	168	81	929	453	64
情報・通信	0	144	81	226	132	8
医療・保健、社会保障・介護	0	0	65	66	39	7
対事業所サービス	0	384	102	486	276	39
対個人サービス	3,199	28	177	3,403	1,938	465
その他	0	159	456	615	482	15
合計	5,237	1,813	1,408	8,458	4,703	924

注) 四捨五入の関係で合計が一致しないものもある。

³ 消費転換係数は、「家計調査年報（平成24年）」（総務省）による仙台市（勤労者世帯）の平均消費性向を採用した。

おわりに

以上のように、楽天が優勝、日本一となった場合、宮城県に大きな経済効果をもたらし、県内経済の底上げに貢献することが予想されます。さらに、本レポートで分析した経済効果以外にも、百貨店以外のスーパーや商店街等による優勝セール等の効果、優勝パレード開催による観客の消費効果、Kスタ増設に伴う建設投資効果、ファンの応援意欲高揚に伴う飲食等の関連支出効果などが考えられ、更なる経済効果の積上げが期待されます。また、経済面以外でも、楽天の優勝は震災からの復興途上にある県民を元気づける大きな原動力になるものと思われま

す。このように、仙台を本拠地とするプロスポーツ球団の活躍は、経済面、マインド面の両面において、地域全体を活性化させ、活力に満ちた地域の創造に大きな役割を果たすものであり、官民が一体となって、そのサポート体制を強化していくことが重要になるものと思われま

(参考)

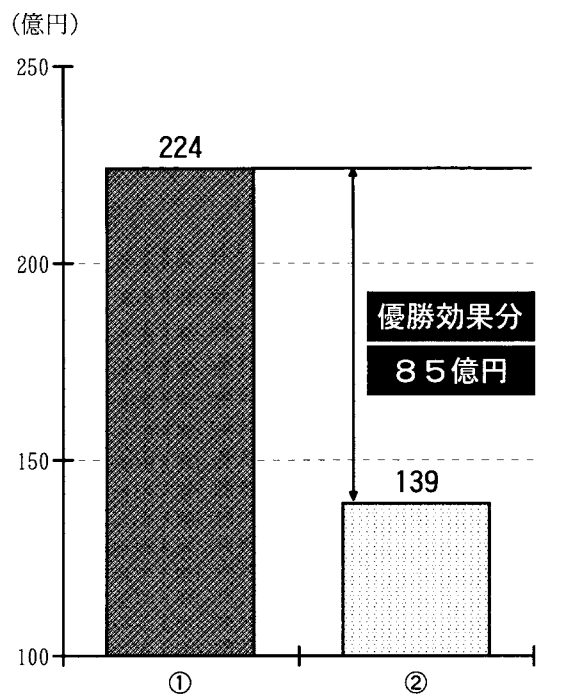
参考として、CSファイナルステージおよび日本シリーズの開催試合数毎の経済波及効果を推計すると以下のとおりとなります。なお、楽天がリーグ優勝した場合の同開催試合数は最少で4試合、最多で10試合となります。

CSファイナルステージおよび日本シリーズの開催試合数毎の経済波及効果 (百万円、人)

開催試合数	直接効果	一次波及効果	二次波及効果	総合効果	粗付加価値額	雇用者数
4試合開催	3,216	1,107	858	5,182	2,863	567
5試合開催	3,553	1,225	950	5,728	3,170	627
6試合開催	3,890	1,343	1,042	6,274	3,476	686
7試合開催	4,226	1,460	1,133	6,819	3,782	746
8試合開催	4,564	1,578	1,225	7,367	4,090	805
9試合開催	4,901	1,696	1,317	7,914	4,397	865
10試合開催	5,237	1,813	1,408	8,458	4,703	924

また、楽天が優勝、日本一となった場合の今シーズン全体の経済波及効果（①）と優勝しなかった場合の経済波及効果（②）を比較すると、以下のとおりとなります。

経済波及効果（総合効果：生産誘発効果）



粗付加価値額誘発効果

