

青森ワッツの経済波及効果

～初年度（2013-14 シーズン）は 5 億 2,200 万円～

青森地域社会研究所（理事長 浜谷哲）は、2013-14 シーズンから bjリーグに参入したプロ・バスケットボールチーム「青森ワッツ」が当該シーズンにおいて県内経済にもたらした経済波及効果について、チーム運営会社の青森スポーツクリエイション(株)(代表取締役 下山保則氏)の協力を得ながら試算を行いました。その結果がまとまりましたので公表します。

本試算結果を含むリポートは、改めて「月刊れぢおん青森」8月号(8月11日刊行予定)に、掲載します。

■ 試算結果の概要

1. 直接効果

青森県内初のプロスポーツチームである青森ワッツの初年度(2013-14 シーズン)の活動および青森ワッツの試合を取り巻く消費活動が青森県内にもたらした**最終需要増加額(直接効果)**は、**3 億 4,000 万円**と推計された。

2. 第 1 次波及効果

この県内需要の増加分が中間需要を喚起し、県内においてさらに新たな生産が誘発される。これを**第 1 次波及効果**といい、本試算では**1 億 600 万円**となった。

3. 第 2 次波及効果

直接効果と第 1 次波及効果によって生産が増加すると雇用者の所得も増加する。所得の増加は消費支出の増加をもたらす、さらに生産が誘発される。これを**第 2 次波及効果**といい、本試算では**7,600 万円**となった。

4. 総合効果

上記の**直接効果**、**第 1 次波及効果**、**第 2 次波及効果**の合計額は**5 億 2,200 万円**となり、これが青森ワッツの初年度における経済波及効果である。**直接効果に対する総合効果の割合(効果倍率)**は、**1.54 倍**となった。

【本件に関するお問い合わせ先】

一般財団法人青森地域社会研究所 調査研究部長 竹内紀人（たけうちのりと）

E-Mail: n-takeuchi@airs.or.jp TEL:017-777-1511 FAX: 017-735-3417

■ 担当者コメント

- ▶ 地域を拠点としたスポーツチームには、地域イメージの向上や青少年の健全育成など、さまざまな役割が期待されるが、地域に対する経済効果の側面からみても、青森初のプロスポーツチーム「青森ワッツ」の貢献度は高い。
- ▶ 「ベストブースター賞」の受賞理由でもあるが、特筆すべきは初年度にして 4 万人を超えたホームゲーム観客動員数である。県内外のブースターによる交流人口の増加は、会場となった各地の消費需要を大いに刺激した。
- ▶ 初年度でこれだけの観客動員ができた理由として、秋田ノーザンハピネッツ(2010～)、岩手ビッグブルズ(2011～)の近隣県 2 チームの存在が大きい。先輩強豪チームの大応援団の来県は、新規参入チームのブースターにとって良きお手本となったほか、直接的に県外客の動員数に寄与した。

■ 試算結果に関する留意事項

- ▶ 産業連関表は 5 年ごとに作成されるが、表が対象とする基準年から 5 年程度経過した時点で公表されるため、本試算では、現時点で最新の平成 17(2005)年青森県産業連関表 (37 部門表)を使用した。
- ▶ 本試算は、当研究所が対象範囲を絞りこみ、できる限りのデータ収集やヒアリング等を重ねたうえで、一定の手法で試算した事例にすぎない。少なくとも、他のプロスポーツの経済波及効果に関する先行事例と単純に比較し、金額の多寡を論じる性質のものではない。

■ 参考文献等

青森県企画政策部(2010)「やさしい産業連関表の見方と使い方(改訂版)」

<<http://www.pref.aomori.lg.jp/soshiki/kikaku/tokei/files/17iotebiki.pdf>, 2014-7-1>

安田秀穂(2008)『自治体の経済波及効果の算出』学陽書房

(株)日本経済研究所(2009)「Jクラブの存在が地域にもたらす効果に関する調査」

<https://www.jeri.co.jp/solutions/pdf/solution_01.pdf, 2014-7-1>

南博(2009)「プロサッカーチームが北九州市に与える経済効果に関する研究」

『地域課題研究 2008』北九州市立大学都市政策研究所

<<http://www.hminami.jp/090417nwpaper.pdf>, 2014-7-1>

山崎要「秋田ノーザンハピネッツの 2011-12 シーズンにおける経済波及効果」

一般財団法人秋田経済研究所

<http://www.akitakeizai.or.jp/journal/20121201_topics.html, 2014-7-1>

上杉武範(2013)「本県のスポーツによる地域振興」

『岩手経済研究』2013 年 3 月号 一般財団法人岩手経済研究所

<http://www.iwatekeizai.org/wp-content/uploads/research/sp-inquiry_201303.pdf, 2014-7-1>

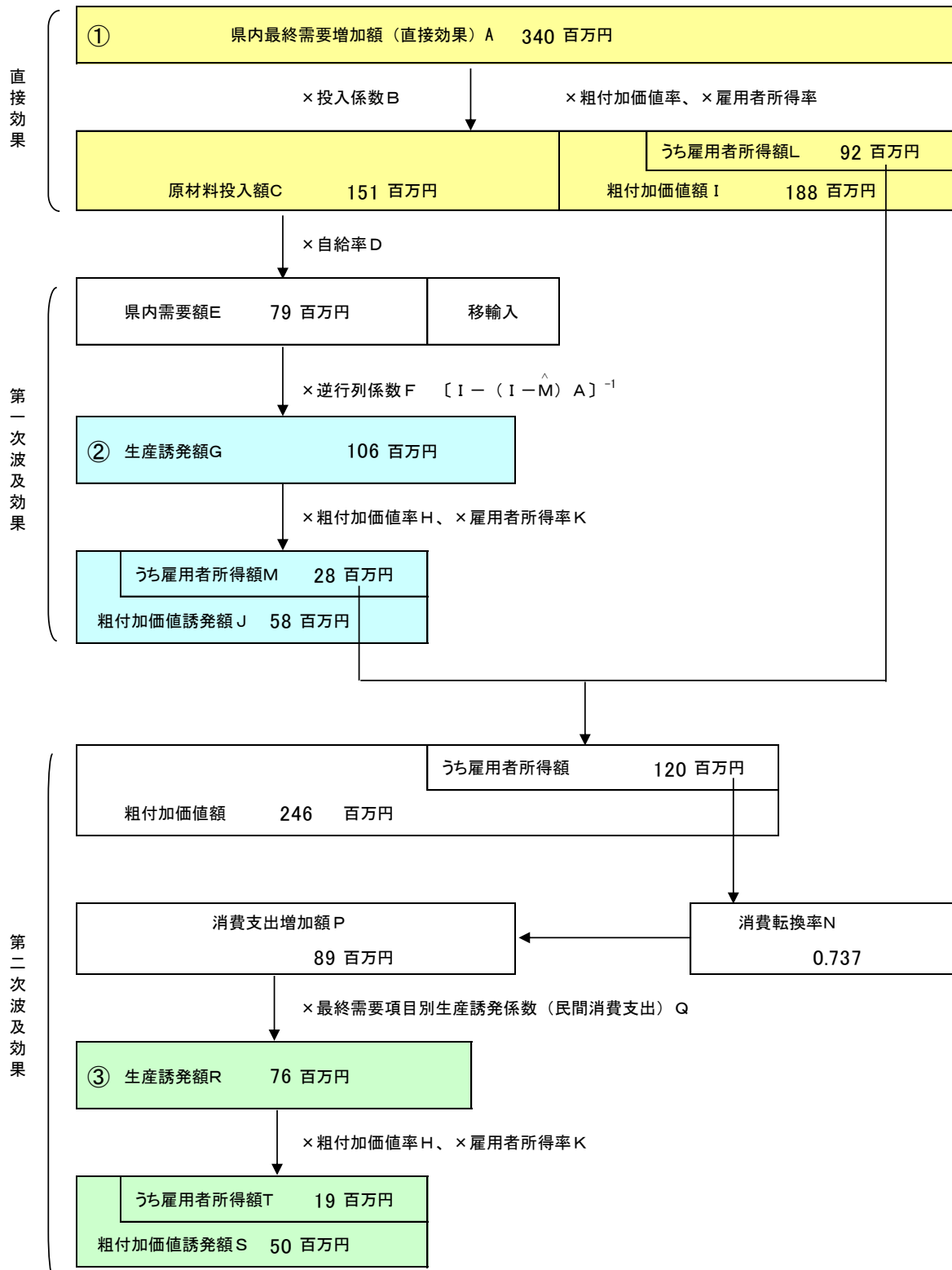
■ 参考資料 1. 経済波及効果測定の概要

前提条件や直接効果とした対象支出額に関する基本的な考え方は以下のとおりである。

本試算は青森ワッツ(青森スポーツクリエイション(株))から、同社の財務内容に関し情報提供を得て行ったものである。個別項目の金額については公表しない。

対象とする項目		基本的な考え方
前提条件	使用する産業連関表	青森県内の経済効果を測定可能な平成 26(2014)年度時点で最新の産業連関表である「平成 17 (2005)年青森県産業連関表(37 部門)」を用いた。
	試合数	基本的な需要推計は、bj リーグ 2013-14 シーズンのホームゲーム 26 試合を対象とした。プレーオフはアウェイゲームだったので対象外とした。
	観客数	bj リーグ 2013-14 シーズンのホームゲーム 26 試合における、のべ 42,579 人(1 試合平均 1,638 人)を対象とした。
1. チーム運営・興行に関する経費	チーム全体の運営とホームゲームの開催にかかわる県内支出額を対象とした。ただし、アウェイゲーム関連でも、地元消費が明確なもの(例:バスチャーター費)は計上した。 選手・スタッフへの人件費は消費部門として別途計上した。	
2. 対戦相手の遠征に伴う消費	青森県内で宿泊を要するものと仮定。交通費は相手の地元バス会社が基本となるため、県内の移動も対象外とした。飲食費は県内で需要が発生すると考えた。 (個別の支出額は青森ワッツのアウェイゲーム関連支出を参考にした)	
3. 試合に関連する観客消費	相手チームごとに、ホーム客数とアウェイ客数に按分し、それぞれの宿泊比率等を推計した。その上で、ブースター(応援客)の属性別に、各支出項目の行為比率や単価を推計し、合算した。 対象費目は、交通費(公共交通、ガソリン代)、宿泊費、飲食費(場内、場外)、土産購入費、グッズ購入費、チケット代。 (参考資料:青森県観光入込客統計調査、青森ワッツヒアリング、プロスポーツに関する経済波及効果の研究事例各種)	
4. 所属選手・スタッフの消費(生活費)	人件費×消費性向(家計調査)×民間消費支出計数※ ※ 産業連関表の最終需要部門の民間消費支出の各産業の比率	

■ 参考資料 2. 青森ワッツの経済波及効果 分析フロー図



①+②+③=522百万円

注) 四捨五入により合計値が表示の数値と合わない場合がある。