

調査

福島ホープスの経済波及効果について

<要 旨>

福島ホープスの2015年シーズン新規参戦が福島県内に及ぼす経済波及効果は、球団運営費の支出による効果と入場者の消費支出による効果を合わせ、合計5億27百万円に上るものと推計される。

※計数は項目ごとに四捨五入しているため、合計において一致しない場合がある。

球団運営費の支出による効果	48百万円
入場者の消費支出による効果	4億78百万円
総合効果	5億27百万円

はじめに

現在、日本国内におけるプロ野球のリーグとしては、日本野球機構（NPB）の他に、独立リーグの組織がある。前者はセントラル・リーグとパシフィック・リーグで構成され、一般に「プロ野球」と呼ばれるもので、日本を代表する国民的スポーツとなっている。一方、独立リーグは、地域スポーツの活性化を図る目的で設立された組織で、「四国アイランドリーグ plus」と「ベースボール・チャレンジ・リーグ（BCリーグ）」が存在する。四国アイランドリーグ plus は2005年に開幕し、これに続き2007年にBCリーグの公式戦が開始されている。

このBCリーグの2015年シーズンから、県内企業経営者の有志により設立された福島県民球団「福島ホープス」が参戦することとなった。リーグは東地区の「FUTURE-East」4チームと西地

区の「ADVANCE-West」4チームで構成され、「福島ホープス」は東地区に所属し、レギュラーシーズン73試合（ホーム38試合、ビジター35試合）を行う。本拠地は福島県とし、県内各地のスタジアムで試合が行われる。

チーム名は、東日本大震災や原発事故の影響で避難した県内の子供たちが野球を通してたくさんの希望を持ってほしいとの思いを込め、「ホープス」とした。マスコットは県の鳥「キビタキ」をモチーフにした兄妹で、「キーボー」及び「ノゾミン」と名付けられた。また、ヤクルトスワローズやメジャーリーグなどで活躍した岩村明憲氏を選手兼任監督として迎えた他、NPB出身の選手・コーチも入団するなど、注目が集まっている。

本稿では、「福島ホープス」の新規加入により県内にもたらされる経済波及効果について推計した。

チームロゴとマスコット



ノゾミン

キーボー

BC リーグの概要

- 2007年 国内2番目の独立リーグとして北信越地方4県（新潟・富山・石川・長野）に本拠を置く北信越BCリーグが開幕。
- 2008年 群馬・福井を本拠とする2つの新球団加盟で6球団となり、現在のBCリーグの名称となる。
- 2014年 オフィシャルパートナーであるルートイングループが命名権を取得し、リーグ名称がルートインBCリーグとなる。
- 2015年 福島を本拠とする福島ホープスと埼玉を本拠とする武蔵ヒートベアーズが参戦、8球団体制となる。

BC リーグのチーム一覧

FUTURE-East (東地区)

球 団 名	参 加 年
福島県民球団：福島ホープス	2015年
埼玉県民球団：武蔵ヒートベアーズ	2015年
群馬県民球団：群馬ダイヤモンドペガサス	2008年
新潟県民球団：新潟アルビレックス・ベースボール・クラブ	2007年

新加入

ADVANCE-West (西地区)

球 団 名	参 加 年
長野県民球団：信濃グランセローズ	2007年
富山県民球団：富山GRNサンダーバース	2007年
石川県民球団：石川ミリオンスタース	2007年
福井県民球団：福井ミラクルエレファンツ	2008年

1. 試算の概要

今回の試算は、福島ホープスの球団運営にかかる支出とホームゲーム38試合における入場者の消費活動という両面から推計を行った。球団運営費や入場者数に関しては、福島ホープスから提供を受けた事業計画の資料などをもとに設定した。また入場者の消費活動については、観光庁「共通基準による観光客入込客統計」、国土交通省「旅行・観光産業の経済効果に関する研究Ⅸ」などを参考にし、「平成17年（2005年）福島県産業連関表（36部門表）」を使い、経済波及効果を推計した。

2. 球団運営費の支出による経済波及効果

球団運営費については、ホープスの2015年シーズンに要するとみられるゲーム運営費、製作費、用具購入費、人件費などから推計した（球団運営費については非公表）。球団運営費の支出に県内自給率を乗じて求められる直接効果は35百万円と推計した。

第一次波及効果は、直接効果35百万円をもとに逆行列係数により算出し、生産誘発額が9百万円と推計される。また、直接効果・第一次波及効果により増加する雇用者所得・家計消費支出がもたらす第二次波及効果は5百万円となり、これらを

図表1 球団運営費の支出による経済波及効果

(単位：百万円)

	生産誘発額	粗付加価値額	雇用者所得額
直接効果	35	20	9
第1次波及効果	9	5	2
第2次波及効果	5	3	1
総合効果	48	28	13

合わせた総合効果は48百万円と推計される。また、粗付加価値誘発額が28百万円、雇用者所得誘発額が13百万円と推計される（図表1）。

3. 入場者の消費活動による経済波及効果

(1) 入場者の宿泊・日帰り内訳

BCリーグの2014年シーズンにおける入場者数は、1試合平均854人である。しかし、元NPB選手の入団などもあり集客力は2年連続で向上している。特に、石川や新潟は1試合平均1,200人～1,300人程度まで増加している。ホープスもメディアで数多く取り上げられるなど、県内外から注目を集める存在となっていることから、初年度から集客力のトップチームと同等の動員が見込まれるものとし、1試合1,300人と設定した。これにより、ホームゲーム38試合の入場者数は、1,300人×38試合＝49,400人となる。BCリーグは、同一場所・同一カードでの連戦がほとんど組まれておらず、試合後即移動となるケースが多いと見込まれることから、選手・関係者については人数より除外した。

県内客・県外客の内訳は、bjリーグでの試算実績を参考に、98%を県内客、2%を県外客とする。宿泊・日帰りの割合については、前述の通り、同一場所・同一カードでの連戦がほとんど組まれないことから、入場者49,400人の大半が日帰りとして想定される。しかし、オフィシャルパートナーであるホテルルートインで「観戦チケット引換券プレゼントプラン」が用意されることなどから一定割合の宿泊があるものと想定し、県内客（宿泊0.5%、日帰り99.5%）、県外客（宿泊5%、日帰

り95%）とそれぞれ設定した。この振り分けにより設定した入場者の内訳が図表2の通りとなる。

(2) 入場者の消費支出額の推計

入場者の1人当たり消費支出額は、観光庁「共通基準による観光入込客統計」より、福島県における平成25年の1人当たり観光消費額より算出した（図表3）。これに図表2の入場者内訳の人数をそれぞれ掛け合わせ算出した入場者の消費支出総額は3億3,724万円となった（図表4）。

(3) 直接効果の算出

国土交通省の「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究Ⅸ」の調査結果より、図表4の県内・県外、宿泊・日帰り別の消費支出額を業種別（36部門）に振り分ける（図表5）。次に、産業連関分析は生産者価格ベースで試算することから、

図表2 ホームゲーム38試合における入場者内訳（単位：人）

	宿泊	日帰り	合計
県内客	242	48,170	48,412
県外客	49	939	988
合計	291	49,109	49,400

図表3 福島県観光客の1人当たり消費支出額（単位：円）

	宿泊	日帰り
県内客	20,216	6,707
県外客	27,837	8,415

観光庁「共通基準による観光入込客統計」（平成25年）より

図表4 入場者の消費支出総額（単位：万円）

	宿泊	日帰り	合計
県内	489	32,308	32,797
県外	138	790	927
合計	627	33,097	33,724

図表5の消費支出額より商業マージン・運賃マージンを控除し生産者価格に転換させる（図表6）。その上で県内自給率を乗じて求められる直接効果は1億8,533万円となる（図表7）。

(4) 波及効果の算出

第一次波及効果は直接効果1億8,533万円をもとに逆行列係数により算出し、生産誘発額は2億

36百万円と推計される。また直接効果・第一次波及効果により増加する雇用者所得・家計消費支出がもたらす第二次波及効果は57百万円となり、これらを合わせた総合効果は4億78百万円と推計される。また、粗付加価値誘発額が2億62百万円、雇用者所得誘発額が1億48百万円と推計される（図表8）。

図表5 入場者の業種別消費支出額（購入者価格）

（単位：万円）

	県 内		県 外		合 計
	宿 泊	日帰り	宿 泊	日帰り	
01 農業	3	449	1	11	464
02 林業	0	0	0	0	0
03 漁業	5	337	1	8	352
04 鉱業	0	0	0	0	0
05 飲食料品	59	5,116	17	125	5,317
06 繊維製品	26	1,951	7	48	2,032
07 パルプ・紙・木製品	1	37	0	1	38
08 化学製品	4	186	1	5	195
09 石油・石炭製品	21	2,850	6	70	2,947
10 窯業・土石製品	1	116	0	3	121
11 鉄鋼	0	0	0	0	0
12 非鉄金属	0	0	0	0	0
13 金属製品	0	0	0	0	0
14 一般機械	0	0	0	0	0
15 電気機械	2	140	1	3	146
16 情報・通信機器	0	0	0	0	0
17 電子部品	0	0	0	0	0
18 輸送機械	0	0	0	0	0
19 精密機械	7	580	2	14	603
20 その他の製造工業製品	17	1,158	5	28	1,208
21 建設	0	0	0	0	0
22 電力・ガス・熱供給	0	0	0	0	0
23 水道・廃棄物処理	0	0	0	0	0
24 商業	0	0	0	0	0
25 金融・保険	0	0	0	0	0
26 不動産	0	0	0	0	0
27 運輸	187	12,214	53	299	12,753
28 情報通信	1	155	0	4	160
29 公務	0	0	0	0	0
30 教育・研究	3	293	1	7	303
31 医療・保健・社会保障・介護	2	26	0	1	28
32 その他の公共サービス	1	144	0	4	149
33 対事業所サービス	5	221	2	5	233
34 対個人サービス	144	6,336	41	155	6,676
35 事務用品	0	0	0	0	0
36 分類不明	0	0	0	0	0
合 計	489	32,308	138	790	33,724

国土交通省「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究IX」より作成

4. まとめ

以上の試算結果から、球団の運営費支出額及び入場者の消費支出より算出されるそれぞれの経済波及効果を合算した総合効果は、生産誘発額が5億27百万円、粗付加価値誘発額が2億91百万円、雇業者所得誘発額が1億61百万円と推計される(図表9)。

2015年シーズンのチームスローガンは、岩村監督の座右の銘でもある「何苦楚魂(なにくそだましい)」に決定した。「何事にも苦しむことが楚(いしずえ)となる」という意味で、震災からの復興に向かう本県にふさわしいものと思われ、県民挙げての応援・協力によりチームが育成されるよう望まれる。

BCリーグに加盟する球団は東北では「福島

図表6 入場者の消費支出額の生産者価格算出

(単位:万円)

		来場者の消費支出額 (購入者価格)	商業 マージン率	運賃 マージン率	商業 マージン	運賃 マージン	マージン計	来場者の消費支出額 (生産者価格)
01	農業	464	0.21370	0.04560	99	21	120	344
02	林業	0	0.12064	0.02411	0	0	0	0
03	漁業	352	0.32251	0.03087	113	11	124	227
04	鉱業	0	0.03005	0.06684	0	0	0	0
05	飲食料品	5,317	0.31134	0.03446	1,655	183	1,838	3,478
06	繊維製品	2,032	0.40116	0.02511	815	51	866	1,166
07	パルプ・紙・木製品	38	0.22279	0.06343	9	2	11	27
08	化学製品	195	0.19362	0.02744	38	5	43	152
09	石油・石炭製品	2,947	0.23480	0.02033	692	60	752	2,195
10	窯業・土石製品	121	0.19044	0.05646	23	7	30	91
11	鉄鋼	0	0.07895	0.02922	0	0	0	0
12	非鉄金属	0	0.11086	0.03150	0	0	0	0
13	金属製品	0	0.13660	0.05165	0	0	0	0
14	一般機械	0	0.18929	0.01234	0	0	0	0
15	電気機械	146	0.25276	0.00928	37	1	38	108
16	情報・通信機器	0	0.28262	0.00775	0	0	0	0
17	電子部品	0	0.09889	0.00999	0	0	0	0
18	輸送機械	0	0.15955	0.01534	0	0	0	0
19	精密機械	603	0.29561	0.01162	178	7	185	418
20	その他の製造工業製品	1,208	0.22277	0.03450	269	42	311	897
21	建設	0	0.00000	0.00000	0	0	0	0
22	電力・ガス・熱供給	0	0.00000	0.00000	0	0	0	0
23	水道・廃棄物処理	0	0.00000	0.00000	0	0	0	0
24	商業	0	△42.68031	0.00000	△3,939	0	△3,939	3,939
25	金融・保険	0	0.00000	0.00000	0	0	0	0
26	不動産	0	0.00000	0.00000	0	0	0	0
27	運輸	12,753	0.00000	△0.35305	0	△392	△392	13,144
28	情報通信	160	0.06014	0.00548	10	1	10	149
29	公務	0	0.00000	0.00000	0	0	0	0
30	教育・研究	303	0.00000	0.00000	0	0	0	303
31	医療・保健・社会保障・介護	28	0.00000	0.00000	0	0	0	28
32	その他の公共サービス	149	0.00000	0.00000	0	0	0	149
33	対事業所サービス	233	0.00341	0.00013	1	0	1	232
34	対個人サービス	6,676	0.00002	0.00001	0	0	0	6,676
35	事務用品	0	0.00000	0.00000	0	0	0	0
36	分類不明	0	0.02623	0.01597	0	0	0	0
合計		33,724			0	0	0	33,724

総務省「平成17年産業連関表」より作成

ホープス」のみとなるが、レギュラーシーズンではNPBのファームチームとの対戦が3試合組まれている。また東北楽天ゴールデンイーグルスから育成選手が派遣されるなど、NPBとの交流も図られている。

「福島ホープス」の誕生は、福島が復興に向け

前進しているという明るいメッセージとなった。2015年シーズンに選手がハツラツとしたプレーを見せることで、スポーツを通じた地域間の交流が増え、福島県民にさらに元気を与えることを期待したい。

(担当：木村)

図表7 直接効果の算出

(単位：万円)

		来場者の消費支出額 (生産者価格)	県自給内率	直接効果			来場者の消費支出額 (生産者価格)	県自給内率	直接効果
01	農業	344	0.53742	185	19	精密機械	418	0.09357	39
02	林業	0	0.66067	0	20	その他の製造工業製品	897	0.15263	137
03	漁業	227	0.25169	57	21	建設	0	1.00000	0
04	鉱業	0	0.06137	0	22	電力・ガス・熱供給	0	0.78596	0
05	飲食品	3,478	0.33972	1,182	23	水道・廃棄物処理	0	0.98326	0
06	繊維製品	1,166	0.03583	42	24	商業	3,939	0.40105	1,580
07	パルプ・紙・木製品	27	0.20757	6	25	金融・保険	0	0.91957	0
08	化学製品	152	0.18887	29	26	不動産	0	0.99883	0
09	石油・石炭製品	2,195	0.02113	46	27	運輸	13,144	0.65648	8,629
10	窯業・土石製品	91	0.38932	35	28	情報通信	149	0.45710	68
11	鉄鋼	0	0.07474	0	29	公務	0	1.00000	0
12	非鉄金属	0	0.08034	0	30	教育・研究	303	0.80523	244
13	金属製品	0	0.19131	0	31	医療・保健・社会保障・介護	28	0.99510	28
14	一般機械	0	0.11526	0	32	その他の公共サービス	149	0.99361	148
15	電気機械	108	0.07043	8	33	対事業所サービス	232	0.50769	118
16	情報・通信機器	0	0.19236	0	34	対個人サービス	6,676	0.89157	5,952
17	電子部品	0	0.26875	0	35	事務用品	0	1.00000	0
18	輸送機械	0	0.05386	0	36	分類不明	0	0.85749	0
					合 計		33,724	—	18,533

図表8 入場者の消費支出による経済波及効果

(単位：百万円)

	生産誘発額	粗付加価値額 粗誘発	雇用者所得額 雇用誘発
直接効果	185	100	56
第1次波及効果	236	129	70
第2次波及効果	57	34	22
総合効果	478	262	148

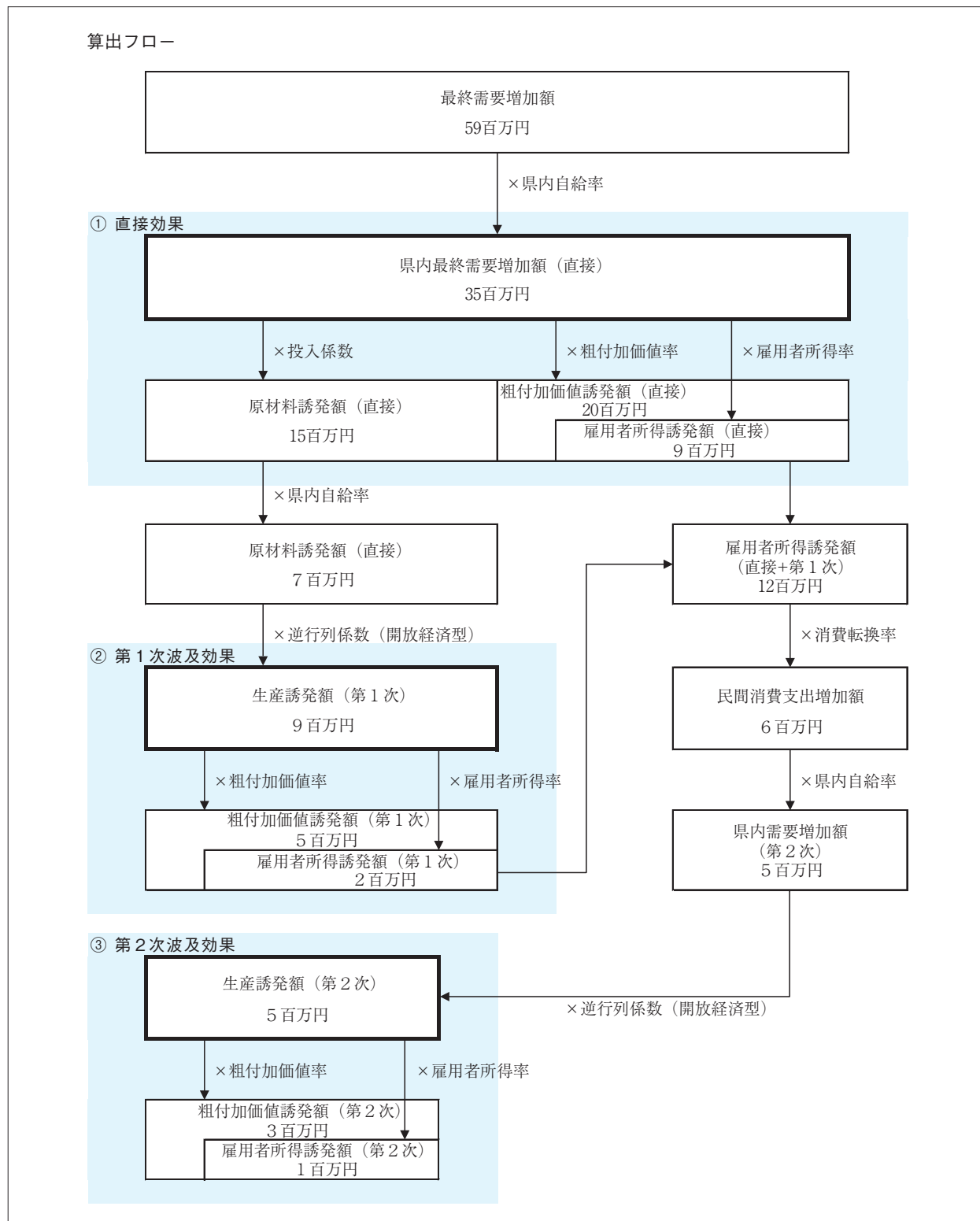
図表9 経済波及効果（球団運営費支出及び入場者消費支出の合計）

(単位：百万円)

	生産誘発額			粗付加価値誘発額			雇用者所得誘発額		
	合計	球団 運営費より	入場者 消費支出より	合計	球団 運営費より	入場者 消費支出より	合計	球団 運営費より	入場者 消費支出より
直接効果	220	35	185	120	20	100	65	9	56
第1次波及効果	245	9	236	134	5	129	73	2	70
第2次波及効果	62	5	57	37	3	34	23	1	22
総合効果	527	48	478	291	28	262	161	13	148

球団運営費の支出による経済波及効果フロー（図表1参照）

経済波及効果 = ① + ② + ③ = 48百万円



入場者の消費支出による経済波及効果フロー（図表8参照）

経済波及効果 = ① + ② + ③ = 478百万円

