

民間シンクタンクSCOPが
松本山雅FC 2015年シーズンの経済波及効果を試算

松本山雅FCのJ1初昇格後の 経済波及効果は年間約42.9億円

民間シンクタンク 特定非営利活動法人^{スコップ}SCOP(本部:松本市中央2 理事長 ^{すみ}鷺見真一、以下「SCOP」)は、松本山雅FCのJ1初昇格決定を受け、松本山雅FCと共同で、来季 2015年のクラブ運営に伴う年間経済波及効果を試算しましたのでお知らせします。

J1昇格後の2015年シーズン、松本山雅FCの活動によって生じる経済波及効果は、年間約42億9千万円(直接効果26億4千万円、間接効果16億6千万円)*と試算され、J2昇格1年目にあたる2012年終了時に当法人が算出した経済波及効果24億2千万円から19億円近い増加となりました。

*四捨五入の処理のため合計値が合致しません。

松本山雅FCは周知の通り、2012年のJ2初昇格以来、地方のJクラブとして順調に成績を伸ばし、3年目にあたる今年、シーズン終了前に2位を確定させ、J1への自動昇格を実現しました。その話題性と地域に及ぼす影響力は、チームの成績の上昇とあいまって年々拡大しつつあり、ファン層も広がりを見せています。

来季J1という大舞台へ飛躍をとげることにより、クラブ自体の予算の拡大、さらなるファン・サポーターの獲得による観客数の増加(ホーム戦・アウェイ戦とも)、屈指の動員力を持つJ1クラブとの対戦や全国的な注目を集めることによるアウェイ側観客数の増加、それらに伴う入場料収入や観客消費の増加などが見込め、経済波及効果を大きく押し上げる要因となっています。

経済波及効果についての詳細は、次頁以降で説明しています。本調査結果が、J1での松本山雅FCの活躍をホームタウン全体で後押しし、ひいては地域の発展に寄与する材料になれば幸いです。

本資料のPDF版を当法人HP(<http://www.npo-scop.jp>)で公開しています。

【本リリースに対するお問い合わせ先】

特定非営利活動法人SCOP(スコップ) 担当: 栗田・亀島

Tel: 0263-36-9180

Fax: 0263-36-9185

E-mail: info@npo-scop.jp

※ このたびの試算および調査レポートの作成にあたっては、松本山雅FCの運営団体である株式会社松本山雅にご協力いただきました。

※ 経済波及効果の算出は過去の他クラブの手法を参考に試算を行いました。経済波及効果の算出は、どのような消費項目を算出の対象とするかによって試算結果が変化します。今回の試算はあくまでも算出の一例であり、参考としてご利用ください。

1 経済波及効果算出の前提となる条件

■試算方法

経済波及効果の試算にあたっては、「平成 17 年(2005 年)長野県産業連関表(34 部門)」を使用し、松本山雅FCの活動によって発生する消費(初期需要)が県内にもたらす直接効果(直接生産誘発額)と、その過程で発生する間接効果(第 1 次生産誘発額+第 2 次生産誘発額)を合わせたものを、経済波及効果としました。

■算出の前提条件および対象とする消費支出項目の考え方

算出の対象とする項目および算出方法は、2012 年算出時に準じました。設定する観客数や消費額など見込値は、2012 年に当法人が実施した Web アンケート等の結果やこれまでの実績からの推定、松本山雅FC提供の情報によるものです。

【試合数および1試合あたりの観客数】

- ホーム試合数:20 試合/アウェイ試合数:20 試合(ホーム、アウェイそれぞれリーグ戦 17 試合、カップ戦3試合)
- ホーム 1 試合あたりの平均観客数:14,000 人(近年の観客数の伸び率の推移からSCOPが推定し、2014 年の約 115%にあたる人数として設定)
- ホーム戦に訪れるアウェイ側平均観客数:2012 年以降に対戦した、直近の J1 経験チームとの試合における平均アウェイ側観客数(1,061 人)を参考に 1,000 人と設定
- アウェイ戦平均観客数:2014 年(見込み)のアウェイ戦平均観客数 1,571 人を参考に 2,000 人と設定

【算出の対象とした消費支出項目】

- クラブ運営に伴う消費:松本山雅FCによる見込み
- ホーム試合における山雅側観客の消費(県内在住者/県外在住者):2012 年にSCOPが実施した Web アンケート結果を使用
- ホーム試合におけるアウェイ側観客の消費:2012 年に松本市観光温泉課が実施したアンケート結果を使用
- グッズ購入による消費:松本山雅FCによる見込み
- チケット購入による消費:松本山雅FCによる見込み
- 県外への観戦に伴う消費(ツアー非利用者/ツアー利用者):2012 年にSCOPが実施した Web アンケート結果および松本山雅FC提供のエリア別平均ツアー料金を用いて算出
- 所属選手・スタッフによる日常的な消費:人数は松本山雅FCによる見込み
- 対戦チームの遠征に伴う消費:前回同様の算出方法

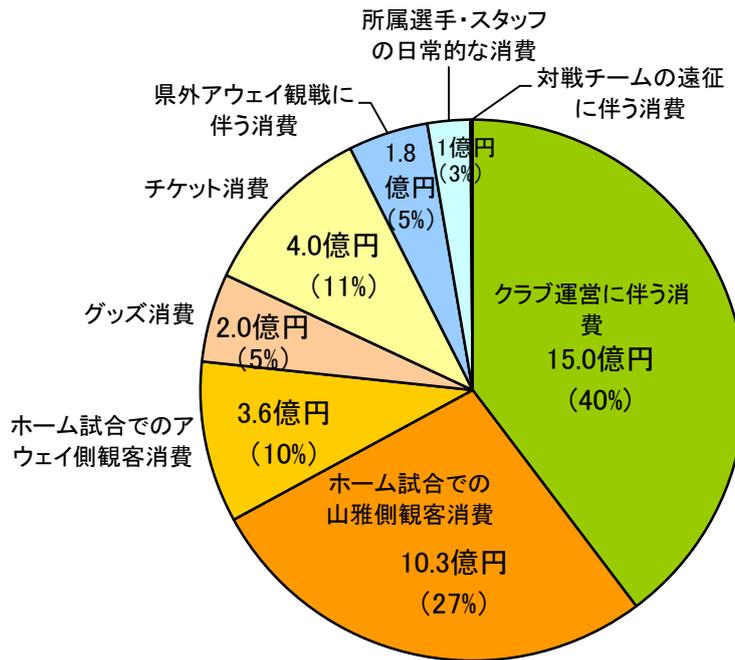
2 松本山雅FCの2015年シーズンのクラブ運営による消費支出の総額（初期需要）

下表は前頁の前提条件に従い、2015年シーズンの松本山雅FCの活動に伴う消費支出をまとめたものです。消費支出額(初期需要)の合計は、約37億8千万円と推計され、2012年シーズンよりも約16億円の増加となりました。

消費支出の項目		2015年シーズンの推計 (J1昇格1年目)	データ元・備考	<参考> 2012年シーズン (J2昇格1年目)
試合数		ホーム:20試合 アウェイ:20試合	リーグ戦34試合/ヤマザキナビスコ カップ戦6試合	ホーム:21試合 アウェイ:21試合
1試合平均観客数		14,000人 (山雅側観客数 13,000人/ アウェイ側観客数 1,000人)	・観客数:近年の推移から2014年の 115%程度とし、14,000人と設定 (SCOP) ・アウェイ側観客数:過去に対戦した J1クラスのチームとの試合における 平均アウェイ側観客数(1,061人)を 参考に1,000人と設定(SCOP)	9,531人 (山雅側観客数 9,031人 /アウェイ側観客数 500 人)
運営費	クラブ運営に伴う消費	15億円	松本山雅FC	7億円
観戦者による消費	ホーム試合での山雅側観客消費	10億3,106万円		7億5,208万円
	県内在住者交通費	県内在住者平均額@750円×平均山雅側 観客数×88%(県内在住者比率)×20試 合	「松本山雅FC観戦についてのアン ケート」(2012年/SCOP)	
	県外在住者交通費(※片道分)	県外在住者平均額@7,109円(⇒半額分 @3,555円を県内消費とする)×平均山雅 側観客数×12%(県外在住者比率)×20 試合		
	場内飲食費	平均額@1,280円×平均山雅側観客数× 20試合		
	場外消費(コンビニ、飲食店他での消費)	平均額@1,599円×平均山雅側観客数× 20試合		
	ホーム試合でのアウェイ側観客消費	3億6,401万円		1億9,111万円
	交通費	平均額@12,196円(⇒半額分@6,098円を 県内扱いとする)×平均アウェイ側観客数 ×20試合	・アウェイ側1試合平均:1,000人 ・消費額は松本市観光温泉課調べ (2012年)	
	場内外飲食費	飲食率86%×平均額@4,594円×平均ア ウェイ側観客数×20試合		
	土産物等購入費	土産購入率82%×平均額@3,976円×平 均アウェイ側観客数×20試合		
	宿泊費	宿泊率45%×平均額@10,870円×平均ア ウェイ側観客数×20試合		
グッズ消費(グッズ売上金額 場内・場外)	2億円	松本山雅FC	1億4,000万円	
チケット消費(チケット売上金額)	4億円	松本山雅FC	1億9,000万円	
県外へのアウェイ観戦に伴う消費(県内発生分)	1億7,920万円		1億 459万円	
にア 伴 う ア ウ ェ イ 消 費 戦	ツアー非利用者の交通費	平均額@7,000円(⇒半額分@3,500円を 県内消費とする)×平均観客数×20試合 ×80%(ツアー以外の手段比率)	・アウェイ戦平均観客数:2014年1試 合平均1,571人(見込)に基づき 2,000人と設定(SCOP) ・ツアー非利用者の交通費およびツ アー利用率は「松本山雅FC観戦 についてのアンケート」(2012年 /SCOP) ・ツアー料金はエリア別平均額とJ1ク ラブのエリア分布数から算出	
	ツアー利用者の交通費	平均額@8,400円×平均観客数×20試合 ×20%(ツアー利用率)		
その他の 消費	所属選手・スタッフの日常的な消費(県内消費)	9,600万円	選手・スタッフ数見込は松本山雅 FC。 データがないため、前回同様の推計 方法	1億 800万円
	対戦チームの遠征に伴う消費	480万円	対戦チーム平均30人×宿泊費@8,000円 ×20試合	504万円
消費支出額(初期需要)合計		37億7,507万円		21億9,082万円

※四捨五入のため、各項目の合計は消費支出額の合計と一致しない

項目ごとの消費支出額割合



※四捨五入のため、各項目の合計は消費支出額の合計と一致しない

消費支出総額 37 億 8 千万円のうち、ホーム試合での山雅側観客消費(交通費と飲食)10.3 億円、ホーム試合でのアウェイ側観客消費 3.6 億円、グッズ消費 2.0 億円、チケット消費 4.0 億円、県外へのアウェイ観戦に伴う消費 1.8 億円、合わせて約 21 億 7 千万円が観客による消費となり、全体の約 6 割近くを占めています。

また、クラブの運営についても、J1規模の試合運営に伴う支出額は、J2時代よりも確実に増加する見込となっています。

3 経済波及効果の算出

下表は、前項の消費支出額(初期需要)をもとに、「平成 17 年(2005 年)長野県産業連関表」を用いて、長野県経済への直接効果と間接効果(波及効果)を測定した結果です。

初期需要として消費された 37.8 億円が県内に直接生み出した生産活動(直接生産誘発額)は 26.4 億円、それらによって生み出された生産活動(1 次生産誘発額)が 9.0 億円、それまでの過程で発生した雇用者所得により生み出された生産活動(2 次生産誘発額)が 7.6 億円、直接生産誘発額から 2 次生産誘発額までの合計(総合波及効果)は 42.9 億円となり、2012 年シーズンに比べ 18.7 億円増加するという試算結果となりました。

(単位: 億円)

		2015年シーズンの推計 (J1昇格決定時 2014年)	2012年シーズンの推計 (J2昇格1年目終了時)	増減額
初期需要	A. 消費支出額	37.75	21.91	15.84
直接効果	B. 直接生産誘発額	26.35	14.85	11.51
間接効果 (波及効果)	C. 1次生産誘発額	8.96	5.08	3.87
	D. 2次生産誘発額	7.61	4.28	3.33
E.総合波及効果(B+C+D)		42.92	24.21	18.71

▼用語解説

- A. 消費支出額……松本山雅 F C の試合およびクラブ運営によって引き起こされた消費支出の総額
- B. 直接生産誘発額……Aのうち、長野県内の生産によってまかなわれる額(自給される分)
- C. 1次生産誘発額……直接生産誘発額によって引き起こされる県内全産業への影響の総額
- D. 2次生産誘発額……1次生産誘発額までの過程で生まれた所得によって引き起こされる消費とそれに伴う生産波及の総額
- E. 総合波及効果……B～Dの総計

4 調査結果についての考察

(1) J1クラブに匹敵する経済波及効果

今回試算された約 42.9 億円という経済波及効果は、柏レイソルがJ1初優勝した 2011 年に推計された額に匹敵する大きさです。また、J2からJ1に初昇格し、現在もJ1で活躍するアルビレックス新潟やサガン鳥栖、大宮アルディージャと比較しても、互角またはそれ以上の経済波及効果を生み出していると推測されます。

※ただし、経済波及効果の試算方法・考え方は算出機関によってさまざまであり、単純な比較は難しいことに留意する必要があります。

経済波及効果を発表している J1 昇格経験クラブとの比較

	浦和レッズ	アルビレックス新潟	大宮アルディージャ	柏レイソル	モンテディオ山形	サガン鳥栖	徳島ヴォルティス	松本山雅FC
J1初昇格シーズン	2001年	2004年	2005年	2007年	2009年	2012年	2014年	2015年
動員観客数	昇格前	16,923	30,339	6,108	8,328	6,273	7,732	4,348
	昇格後	26,720	37,690	9,981	12,968	12,057	11,991	8,672
	増加数	9,797	7,351	3,873	4,640	5,784	4,259	4,324
増加率	157.9	124.2	163.4	155.7	192.2	155.1	199.4	115.0(仮定値)
ホームタウン	埼玉県さいたま市	新潟県新潟市、聖籠町	埼玉県さいたま市	千葉県柏市 (我孫子市・印西市・鎌ヶ谷市・白井市・流山市・野田市・松戸市も活動エリアとしている)	山形市、天童市、鶴岡市	佐賀県鳥栖市	徳島市などを中心とする徳島県	長野県松本市、塩尻市、山形村、安曇野市
ホームタウン人口(人)	1,259,858	818,908	1,259,858	408,198 (活動エリアも含めると約62万人強)	448,934	71,959	764,142	417,034
経済波及効果	127億円 (2007年)	36億円(2012年) 21~25億円(2003年)	60億円(2013年) 50億円(2008年)	42億円(2011年) 50億円以上 (2011年初優勝後の算出)	29.3億円	27.5億円 ※直接効果の合計額	51億円	42.9億円
発表・算出機関	埼玉りそな産業協力財団	新潟県/日本政策投資銀行新潟支店	ぶぎん地域経済研究所	千葉県サッカー協会	株式会社荘銀総合研究所	佐賀県佐賀大学経済学部	徳島県徳島経済研究所	

(2) 順調に拡大する経済波及効果の要因

J2昇格1年目の 2012 年に試算した経済波及効果(24.2 億円)に比べ、今回の試算では 19 億円近い増加となりました。J1という日本プロサッカーリーグにおける頂点のカテゴリーでの活動に際しては、クラブ運営予算はもちろんのこと、試合を観戦する人の動き、それに伴う消費量など、J2時代よりもあらゆる面で規模の拡大が見込まれます。

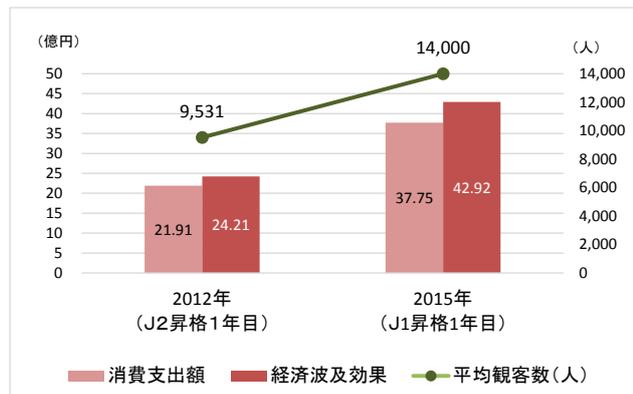
今回の試算においては、J2昇格時(2012年)の倍以上のクラブ運営費を見込んでいるほか、平均観客数を 2014 年の 115%程度の 14,000 人、県外のアウェイ戦に赴くサポーターも 2014 年の約 1,500 人から 2,000 人に増えると推定しました。さらに、ホーム戦で松本を訪れるアウェイ側観客数も前回推計時の 500 人から倍増の 1,000 人程度を見込んでいることから、これらの観客によるチケット、グッズ、飲食など消費の増額も経済波及効果を大きく押し上げる要因となっています(観客数の設定については、P.2 の算出の前提条件もご参照ください)。

松本山雅FCの観客数の推移

シーズン	1試合平均観客数	対前年増加率	指数 (2010年=100)
2010年	5,080		100
2011年	7,461	146.9	147
2012年	9,531	127.7	188
2013年	11,042	115.9	217
2014年	12,147	110.0	239
2015年	13,969	115.0	275

(2014年の平均観客動員数は第38節終了時点)

観客数と経済波及効果の変化



(3) 松本山雅FCがもたらすより多くの経済的効果および文化・教育的効果について

今回の試算に計上している消費支出は、把握しうるものに限られており、実際にはそれ以上の関連消費がさまざまな場面で生まれていると考えられます。

たとえば、活発に行われている地元企業とのコラボ商品の販売は、2014年には約20件の実績があり、サポーター・ファンの中で毎回話題となっています。また、各種のイベントが年間100回ほど催されているほか、サポートショップ数も200店以上となり、多様な接点における山雅ブランドという価値が付与されることによる消費の後押し効果はきわめて大きいとみられます。



さらには、地域リーグから日本のトップカテゴリーまで上り詰めた地方サッカークラブの例として、松本山雅FCの注目度は全国的にも高まることが予想され、松本市をはじめとする信州ブランドの露出といったシテセールス効果も十分期待できます。

松本山雅FCが試合やホームタウン活動を通じて、地域におよぼす文化・教育的な影響力も無視できません。たとえば、松本山雅FCのスクール生が年々増加していますが、同様にホームタウン全体でもサッカースクールに通う子どもの数が増えていると思われます。また、商工会議所、商店街連盟などが主催する街ぐるみでのパブリックビューイングの実施も拡大しつつあり、サッカーを愛好する文化が着実に根付きはじめているといえます。

地方では景気の回復を実感しづらい経済状況が続いていますが、J1クラブの誕生によってもたらされる40億円規模の経済波及効果は、地方経済にとって大きなインパクトを与えるものといえます。また、チームを応援することで世代を超えた住民や企業が一体感や共通の話題を持つことは、コミュニティ再生のきっかけをつくっていると考えられます。

地域のチームを地元が愛し熱を帯びるほどに地域外からの観客も増加するのはプロサッカーにおける世界的な傾向であり、松本山雅FCにはすでにそうした傾向が見えはじめています。経済効果はもちろん、松本山雅FCが地元のサポーターや企業とともに描いてきた成長の軌跡や地域内外の交流の活発化などの現象は、スポーツ振興による地域再生の特筆すべき事例であり、今後さらに注目を集めることが予想されます。

■特定非営利活動法人 S C O P について

特定非営利活動法人 S C O P は、信州大学の人文学部を母体として 2003 年に設立された、独立系民間シンクタンクです。長野県を中心に地域活性化のための調査研究や行政支援・政策提言等を行っています。松本山雅 F C による経済波及効果測定調査は 2011 年、2012 年に続き、今回が 3 度目となります。

【法人概要】=====

名 称： 特定非営利活動法人 S C O P

理事長： 鷺見 真一

所在地： <松本本部> 〒390-0811 長野県松本市中央 2 丁目 3 番 17 号 知新堂ビル 3F-A
TEL 0263-36-9180 FAX 0263-36-9185
MAIL info@npo-scop.jp

<東京事務所> 〒156-0055 東京都世田谷区船橋 4 丁目 26 番 7 号
TEL 03-6411-3625 FAX 03-6411-3626

<中部事務所> 〒501-0118 岐阜県岐阜市大菅北 8-13
TEL 058-215-6418 FAX 058-215-6419

URL : <http://www.npo-scop.jp>

=====