

2011/12/07

民間シンクタンク SCOP が、松本山雅 FC J2 昇格による経済効果を試算

松本山雅 FC J2 昇格による経済波及効果は 年間約 14 億円

～JFL での活動に比べ、約 7 億 5 千万円の UP が見込まれる～

民間シンクタンク 特定非営利活動法人 SCOP（本部：松本市中央 2 理事長 鷺見真一、以下「SCOP」）は、12 月 4 日（日）、松本山雅 FC の JFL4 位以内が確定し、J2 への参入条件を満たしたことを受け、松本山雅 FC の J2 昇格に伴う経済波及効果の試算を行いました。

試算の結果、経済波及効果は、年間約 14 億 1 千万円（直接効果 8 億 7 千万円、間接効果 5 億 4 千万円）になり、JFL 時代の年間約 6 億 6 千万円に比べ、年間約 7 億 5 千万円もの経済波及効果の向上が期待できることがわかりました。

SCOP は、松本地域を中心に地域活性化のための調査研究や行政支援、政策提言等を行う独立系民間シンクタンクです。今回、大変な盛り上がりを見せる松本山雅 FC の活動に着目し、その地域経済に及ぼす影響力を、地域の皆様に対して広く発信することによって、松本山雅 FC を支援する輪をさらに拡大できるのではないかと考え、経済波及効果の試算を行いました。

本試算の結果が、J2 に昇格する松本山雅 FC をさらに盛り上げるきっかけになれば幸いです。

【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 広報担当：池田

Tel: (0263)36-9180 Fax: (0263)36-9185

E-mail: info@npo-scop.jp URL: <http://www.npo-scop.jp>

- ※ 本調査レポートの作成にあたり、松本山雅 FC の運営団体である「株式会社 松本山雅」にご協力をいただきました。
- ※ 正式な J2 昇格決定は、平成 23 年 12 月 12 日の Jリーグ理事会での承認後となります。

1 松本山雅 FC の運営による消費支出の総額（初期需要）

松本山雅 FC が来期（2012 シーズン）、J2 に参入した場合の「1 年間のホームゲーム開催と 1 年間の運営活動に伴う消費支出額」と JFL に所属している 2011 シーズンの同数値を推計したところ、以下に示す結果となりました。

		2011 シーズン	2012 シーズン	備考
		JFL	J2	
前提条件	試合数	ホーム:17 試合	ホーム:21 試合	カップ戦の試合数は不確定のためリーグ戦のみ
	観客数	ホーム 1 試合平均:7,180 人	ホーム 1 試合平均:10,000 人	
試合運営に伴う消費		2 億 1,000 万円	4 億 2,000 万円	2 億 1,000 万円増
		・ 試合運営経費(警備費・遠征費・広告宣伝費・競技場使用料等)、グッズ制作費、事務所一般管理費 等		J2 参入後は 2 倍と想定
対戦チームの遠征に伴う消費		408 万円	504 万円	96 万円増
		宿泊費: @8,000 円×30 人×17 試合	宿泊費: @8,000 円×30 人×21 試合	対戦チームを 30 人と想定
ホーム試合における観客の消費	県内からの観客(日帰り客)	1 億 7,942 万円	2 億 9,925 万円	1 億 1,983 万円増
		総観客数 7,036 人×17 試合 ・ 交通費 @500 円 ・ 場内飲食費 @1,000 円×50% ・ 試合後飲食費 @1,500 円×25% ・ 場内グッズ等購入費 @500 円×25%	総観客数 9,500 人×21 試合 ・ 交通費 @500 円 ・ 場内飲食費 @1,000 円×50% ・ 試合後飲食費 @1,500 円×25% ・ 場内グッズ等購入費 @500 円×25%	・ 観客数を JFL では 98%、J2 では 95%に設定 ・ 場内飲食費は観客の 50%、試合後飲食費と場内グッズ等購入費は観客の 25%が消費すると想定して算出
	県外からの観客(宿泊客)	4,039 万円	1 億 7,325 万円	1 億 3,286 万円増
	総観客数 144 人×17 試合 ・ 交通費 @5,000 円 ・ 場内飲食費 @1,000 円 ・ 試合後飲食費 @2,000 円 ・ 土産物等購入費 @1,000 円×50% ・ 宿泊費 @8,000 円	総観客数 500 人×21 試合 ・ 交通費 @5,000 円 ・ 場内飲食費 @1,000 円 ・ 試合後飲食費 @2,000 円 ・ 土産物等購入費 @1,000 円×50% ・ 宿泊費 @8,000 円	・ 観客数を JFL では 2%、J2 では 5%に設定 ・ 交通費は片道のみ県内消費扱い、土産物等購入費は観客の 50%が消費すると想定して算出	
	チケット購入	7,177 万円	1 億 5,960 万円	8,783 万円増
	チケット購入額: @600 円×7,036 人×17 試合	チケット購入額: @800 円×9,500 人×21 試合		・ 平均購入額を JFL では 600 円、J2 では 800 円と設定 ・ 県内購入者を JFL では 98%、J2 では 95%と設定
県外への観戦ツアーに伴う消費(県内での発生分)		850 万円	5,250 万円	4,400 万円増
		ツアー消費: @5,000 円×100 人×17 試合	ツアー消費: @5,000 円×500 人×21 試合	ツアー参加者を JFL で 100 人、J2 では 1 試合平均観客数の 5%と想定
所属選手・スタッフによる日常的な消費		5,400 万円	9,000 万円	3,600 万円増
		県内生活費: @10 万円×12 ヶ月×45 人	県内生活費: @15 万円×12 ヶ月×50 人	選手及びスタッフ数を JFL では 45 人、J2 では 50 人。生活費は 1 ヶ月あたり 10 万円、15 万円とそれぞれ想定
推定される消費支出額(初期需要)		5 億 6,816 万円	11 億 9,964 万円	6 億 3,148 万円増

[注]四捨五入のため、金額の合計は一致しない

2 経済波及効果

松本山雅 FC の J2 参入に伴う長野県経済への波及効果は以下の通りとなりました。

単位:億円

区分	前提条件	JFL	J2	差額
		ホーム試合数:17 ホーム観客数:7,180人	ホーム試合数:21 ホーム観客数:10,000人	
消費支出額	A.初期需要	5.68	12.00	6.31
直接効果	B.直接生産誘発額	4.08	8.69	4.60
間接効果	C.第1次生産誘発額	1.40	2.99	1.59
	D.第2次生産誘発額	1.16	2.45	1.29
E.経済波及効果(B+C+D)		6.64	14.13	7.49

▼用語解説

- A. 初期需要……………松本山雅 FC の試合及び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……初期需要のうち、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. 第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. 第2次生産誘発額…第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. 経済波及効果……………B～Dの総計

3 まとめ

松本山雅 FC が、JFL の 2011 シーズンに長野県内にもたらした経済波及効果約 6 億 6 千万円に比べ、J2 に昇格した際の 2012 シーズンの経済波及効果は、2 倍を超える約 14 億円 1 千万円となり、約 7 億 5 千万円の増加が期待できることが推計されました。

過去に JFL から J2 に昇格した他チームの経済波及効果と比較すると、その経済波及効果はトップクラスであり、松本山雅 FC の活動が松本を中心とした地域の経済に大きな影響を与えることが期待されます。

なお、今回の試算においては、松本山雅 FC が新聞やニュース番組等で取り上げられる「広告効果」や、そうした広告効果により松本の地域ブランド力が向上するといった効果は試算の対象外としたため、実際には、試算した金額以上の地域への影響があると推察できます。

(参考)他 J2チームの経済効果

チーム名	推計時期	経済効果	中心となるホームタウン	推計機関
モンテディオ山形	2008年	14.0億円	山形市、天童市、鶴岡市	荘銀総合研究所
カタレ富山	2008年	11.7億円	富山市	北陸経済研究所
ガイナレ鳥取	2008年	5.9～7.9億円	鳥取市、倉吉市、米子市、境港市	鳥取県
FC岐阜	2007年	13.2億円	岐阜市	共立総合研究所
ヴァンフォーレ甲府	2005年	7.6億円	甲府市、韮崎市	山梨総合研究所
愛媛FC	2005年	13.9億円	松山市	いよぎん地域経済研究センター
徳島ヴォルティス	2005年	15.2億円	徳島市、鳴門市、美馬市、板野町、松茂町、藍住町、北島町	徳島経済研究所

注:各チームの経済効果については、調査手法がそれぞれ異なる

■試算方法

経済効果の試算にあたっては、「平成 17 年度 長野県産業連関表 (34 部門)」を活用し、松本山雅 FC の活動によって発生する消費がもたらす直接的な効果 (直接生産誘発額) と、その過程で発生する間接的な効果 (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。

試算にあたって、他県での推計方法を参考に、“来期の試合数・来場者数”及び“消費支出項目”を以下の通りとしました。

【試合数及び 1 試合あたりの来場者数想定】

- 来期のホーム試合数は 21 試合
(J2 の総チーム数 22 と想定。リーグ戦のみ)
- 1 試合あたりの平均入場者数は 10,000 人 (今期より 2,820 人増加)

【算出の対象とした消費支出項目】

- 「試合運営に伴う消費」
- 「対戦チームの遠征に伴う消費」
- 「ホーム試合における観客の消費 (日帰り客/宿泊客)」
- 「チケット購入による消費」
- 「県外への観戦ツアーに伴う消費」
- 「所属選手・スタッフによる日常的な消費」

■特定非営利活動法人 SCOP

特定非営利活動法人 SCOP は、信州大学の人文学部を母体として設立された、独立系民間シンクタンクです。

【法人概要】=====

名 称: 特定非営利活動法人 SCOP

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

MAIL tokyo-office@npo-scop.jp

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

=====