

民間シンクタンク SCOP が松本山雅 FC 2012 年シーズンの経済波及効果を試算

松本山雅 FC J2 昇格1年目の経済波及効果は 年間約24億円

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、J2 昇格1年目となる 2012 年シーズンの終了にともない、松本山雅 FC と共同で「松本山雅 FC 観戦についてのアンケート」（調査期間：2012 年 11 月 8 日～11 月 18 日／調査方法：Web アンケート／有効回答数：1,895 名）を実施し、その結果等をもとに経済波及効果を試算しました。

試算の結果、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 24 億 2 千万円（直接効果 14 億 9 千万円、間接効果 9 億 3 千万円）で、J2 昇格決定直後の昨年 12 月に当法人が試算した推計額 14 億 1 千万円を大きく上回りました。

推計額が当初想定を大きく上回った要因としては、県外など広域エリアからの観戦、観客のスタジアム内外での消費、アウェイ戦への観戦が非常に活発であったこと等が挙げられます。



SCOP は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・政策提言等を行う独立系民間シンクタンクです。

J リーグ昇格1年目ながら大健闘をみせた松本山雅 FC の今シーズンの経済波及効果をより正確に把握するため、独自調査の実施に加えて各種調査データを収集し、改めて経済効果を測定しました。本調査結果が、松本山雅 FC への支援の輪をさらに拡大し、地域の活力を生み出す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(スコップ) 広報担当: 栗田

Tel: (0263)36-9180 Fax: (0263)36-9185 E-mail: info@npo-scop.jp URL: http://www.npo-scop.jp

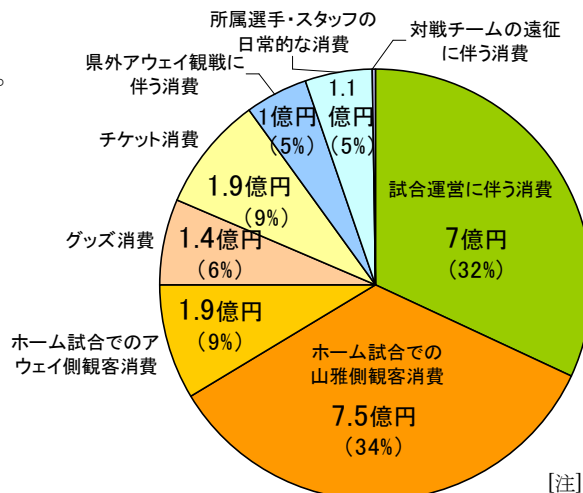
※ 本調査レポートの作成にあたり、松本山雅 FC の運営団体である「株式会社 松本山雅」にご協力をいただきました。

1 松本山雅 FC の 2012 シーズンの運営による消費支出の総額（初期需要）

今シーズンの松本山雅 FC の活動にともなう消費支出総額は、約 21 億 9 千万円と推計されました。消費支出の内訳及び算出方法・情報源は以下に示す通りです。

消費支出額(初期需要)算出の項目		2012年シーズン推計 (J2昇格1年目)	データ元・備考	<参考> 2011年推計 (J2昇格決定時)
前提条件	試合数	ホーム:21試合 アウェイ:21試合 9,531人		ホーム:21試合 アウェイ:21試合 10,000人
	1試合平均観客数	(山雅側観客数 9,031人/ アウェイ側観客数 500人)	松本山雅FC	(県内9,500人/ 県外500人)
運営費	試合運営に伴う消費(警備費、遠征費、広告宣伝費、競技場使用料など試合運営費、グッズ制作費、事務所一般管理費、人件費など)	7億円	松本山雅FC *今季の支出合計見込み	4億2,000万円
観戦者による消費	ホーム試合での山雅側観客消費	7億5,208万円		2億7,431万円
	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)×21試合	「松本山雅FC観戦についてのアンケート」(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)×21試合		
	場内飲食費	平均額@1,280円×平均山雅側観客数×21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×21試合		
	ホーム試合でのアウェイ側観客消費	1億9,111万円		1億7,325万円
	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×21試合	*アウェイ側総入場者数:1万500人/1試合平均:500人(松本山雅FC) *消費額は松本市観光温泉課調べ	
	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×21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×21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×21試合		
グッズ消費(グッズ売上金額 場内・場外)	1億4,000万円	松本山雅FC *今季2013年1月までの見込み額	2,494万円 ※場内消費のみ	
チケット消費(チケット売上金額)	1億9,000万円	松本山雅FC	1億5,960万円	
にアウェイ消費戦	県外へのアウェイ観戦に伴う消費(県内発生分)	1億 459万円		5,250万円
	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×21試合×80%(ツアー以外の手段比率)	*アウェイ戦観戦者概算数:約2万7,000人/1試合平均:1,286人(松本山雅FC) *消費額は「松本山雅FC観戦についてのアンケート」(SCOP)	
	ツアー利用者の交通費	平均額@5,364円×平均観客数×21試合×20%(ツアー利用比率)		
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)	1億 800万円		9,000万円
	対戦チームの遠征に伴う消費	選手・スタッフ数45人×1ヶ月の生活費@20万×12ヶ月	松本山雅FC	504万円
消費支出額(初期需要)合計		21億9,082万円		11億9,964万円

内訳の割合は
右図のようになります。



[注]四捨五入のため、金額の合計は一致しない

消費支出総額 21 億 9 千万円のうち、「試合運営に伴う消費」7 億円（32%）と「所属選手・スタッフの日常的な消費」1.1 億円（5%）、「対戦チームの遠征に伴う消費」504 万円（0.2%）をのぞく、約 13.8 億円（63%）が観戦者による消費で占められています。

観戦者による消費のなかで最も割合が高いのが「ホーム試合での山雅側観客消費」であり、ここには県外からのサポーターも含む交通費やスタジアム内での飲食費に加え、試合前後における様々な消費が含まれています。また、「ホーム試合でのアウェイ側観客消費」と「チケット消費」がそれぞれ 1.9 億円（9%）、場外消費分も含む「グッズ消費」1.4 億円（6%）、「県外へのアウェイ観戦に伴う消費」が 1 億円（5%）となっています。

2 経済波及効果

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、2012 年シーズンの長野県経済への波及効果を測定した結果は以下の通りです。直接効果は約 15 億円、間接効果は 1 次効果が 5 億円、2 次効果が 4 億円、これらを合計した総合波及効果は 24.2 億円となり、昨年の推計を大幅に上回りました。

（単位：億円）

		2012年シーズン推計 (J2昇格1年目)	<参考> 2011年推計 (J2昇格決定時)
消費支出額	A.初期需要	21.91	12.00
直接効果	B.直接生産誘発額	14.85	8.69
間接効果	C.1次生産誘発額	5.08	2.99
	D.2次生産誘発額	4.28	2.45
E.総合波及効果(B+C+D)		24.21	14.13

▼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. 総合経済波及効果……B～Dの総計

3 調査結果についての考察

(1) 地域経済への貢献度は非常に高い

今回の試算で算出された約 24 億円の経済波及効果は、J1 昇格経験のある地方主要都市のクラブチームに匹敵するものであり、J2 昇格 1 年目のクラブチームであることやホームタウンの人口規模を考慮すると“破格の大きさ”と言うべき水準にあります。松本山雅 FC の活動は、地域経済に非常に大きく貢献していると言えます。

(参考)他の J クラブの経済波及効果事例

クラブ名	推計時期	推計時期の状況	経済波及効果額			中心となるホームタウン	推計機関
			JFL	J2	J1		
アルビレックス新潟	2012年3月 2003年8月	J1 J2		21~25億円	36億円	新潟市、聖籠町	新潟県 日本政策投資銀行新潟支店
モンテディオ山形	2008年12月	J2→J1		14.0億円	28.4億円	山形市、天童市、鶴岡市を中心とする山形県全県	荘銀総合研究所
ベガルタ仙台	2008年1月	J2		27億円	27億円	仙台市	宮城県
大分トリニータ	2007年2月 2012年8月	J1 J2→J1			23.5億円 17~20億円	大分市・別府市・佐伯市を中心とする大分県全県	大分県、大分大学
アビスパ福岡	2005年11月	J2→J1		α	21億円+α	福岡市	九州経済調査協会
ヴェンフォールレ甲府	2005年10月	J2		7.6億円	13.6億円	甲府市、韮崎市	
FC岐阜	2007年12月	JFL→J2	4.5億円	13.2億円		岐阜市	共立総合研究所
ガイナレ鳥取	2008年9月	JFL	4.0億円	5.9~7.9億円		鳥取市、米子市、倉吉市、境港市を中心とする鳥取県全県	鳥取県
AC長野パルセイロ	2012年10月	JFL	5.4億円	13.6億円		長野市	特定非営利活動法人SCOP

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

出典：「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」（北九州市立大学都市政策研究所 南博）、新潟県HP他から当法人が作成

(2) 経済効果の大きさの要因

破格の経済波及効果が推計された最大の要因としては、2012 シーズンの J2 全チーム中 3 位を誇ったホーム試合観客数（9,531 人）が挙げられますが、ホーム試合観客は「数」が多いだけでなく、スタジアム内外で飲食や買い物（場内 1,280 円/人 場外 1,599 円/人）などの活発な消費を行っていたことに加え、1 割以上が県外からの観戦者であったことも消費額を増加させる要因となりました。

また、ホーム試合でのアウェイ側観客数は 1 試合平均 500 人と「数」は少なかったものの、約半数が宿泊し 8 割以上が土産物を購入するなど地域内での消費額が非常に大きく、観客の消費額を増加させる一因となりました。

さらに、県外へのアウェイ戦を観戦する山雅サポーターの観客数は延 2 万 7,000 人（1,286 人/試合）に上り、消費額をひきあげました。

(3) 今回測定したのは松本山雅が地域にもたらす効果の一部

今回の試算においては、サッカー観戦に伴う消費を中心とした経済波及効果を把握しましたが、様々な分野で生まれている松本山雅関連商品や書籍、イベントに関連する消費などは計上していないため、実際には今回の試算額以上の地域への経済効果があると推察されます。また、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地域のブランド力が向上するといった効果については測定していません。

今回は、松本山雅 FC が地域にもたらす様々な効果の一部を測定したに過ぎないということに留意する必要があります。

■試算方法

経済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。

算出の対象とする項目は、昨年の推計方法に準じながら、今回実施した Web アンケート等や松本山雅 FC 提供の情報により、新たに把握できた消費支出項目を追加しています（以下※印項目）。

【試合数及び 1 試合あたりの来場者数（実績）】

- ホーム試合数:21 試合／アウェイ試合数:21 試合（リーグ戦のみ）
- 1 試合あたりの平均入場者数は 9,531 人

【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山雅側観客の消費（県内在住者／県外在住者※）
- ホーム試合におけるアウェイ側観客の消費
- グッズ購入による消費（場内／場外※）
- チケット購入による消費
- 県外への観戦に伴う消費（ツアー非利用者※／ツアー利用者）
- 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 について

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 2003 年に設立された、独立系民間シンクタンクです。今年、設立 10 周年を迎えました。

【法人概要】=====

名 称： 特定非営利活動法人 SCOP

理事長： ^{すみ} 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

MAIL tokyo-office@npo-scop.jp

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

=====