

調査レポート

沖縄県内におけるジャパンウィンターリーグ開催による経済効果 ～ジャパンウィンターリーグ 2024 の経済効果は5億 8,300 万円～

《要旨》

- ・ ジャパンウィンターリーグは 2022 年より毎年 11 月～12 月に沖縄県内の球場にて開催される野球のリーグ戦である。
- ・ 同リーグは、プロ野球を目指す選手たちの挑戦の場となる「トライアウトリーグ」と、プロ野球や社会人野球の選手がスキルアップを目指して参加する「アドバンスリーグ」の 2 種類に分けられる。国内に加え海外からの参加も多く、2024 年に開催されたジャパンウィンターリーグ 2024 では 139 名の選手が参加し、うち海外選手が半数を超えた。
- ・ 同リーグには、国内外のプロ野球、独立リーグ、社会人野球、MLB など多くの球団のスカウトが参加し、2024 年大会ではトライアウト参加選手 78 名中 26 名が契約を獲得した。
- ・ 2024 年大会の延べ観客数は 3,005 人となり、前年の約 1.5 倍となった。これをもとに試算した同大会の沖縄県内における経済効果は 5 億 8,300 万円となった。
- ・ スポーツツーリズム推進に向けた 3 つの取組みとして、2025 年より新たに開催されたジャパンサマーリーグ、2025 年 11 月に開幕を予定しているジャパンウィンターリーグ 2025、将来的に目指す「ベースボール EXPO」構想を紹介する。
- ・ 同リーグの成長に向けた課題として、①認知度・ブランド力の向上、②地域コミュニティとの連携強化をあげた。ブランドイメージを明確にし、先ず開催地沖縄での認知度を高め、それを基盤に全国的な知名度とブランド力を高めること、また持続的な成長のためにも地域コミュニティといった外部団体との連携強化が求められる。
- ・ 同リーグの参加選手数や観客数が増加することで、経済効果もさらに拡大することが見込まれ、その効果は沖縄の「観光需要の年間平準化」の一助となり得る。今後、課題を一つずつ乗り越えながら成長を続けることで、同リーグが「スポーツアイランド沖縄」を象徴するコンテンツへと発展を遂げることに期待したい。

目次

1.	はじめに.....	1
2.	ジャパンウィンターリーグについて.....	1
	(1) ウィンターリーグとは.....	1
	(2) ジャパンウィンターリーグの概要.....	2
	① トライアウトリーグ	2
	② アドバンスリーグ	4
	(3) ジャパンウィンターリーグのあゆみ	5
3.	ジャパンウィンターリーグ 2024 の経済効果.....	8
	(1) リーグ参加者および観客数	10
	(2) リーグ関連支出額(直接支出額).....	10
	(3) 沖縄県内におけるジャパンウィンターリーグ 2024 の経済効果.....	11
	(4) 産業別の経済効果	11
4.	スポーツツーリズム推進に向けた新たな取組み.....	13
	(1) ジャパンサマーリーグ.....	13
	(2) ジャパンウィンターリーグ 2025.....	14
	(3) ベースボール EXPO 構想.....	15
5.	ジャパンウィンターリーグの課題と今後の展望.....	16
	(1) 認知度・ブランド力の向上	16
	(2) 地域コミュニティとの連携強化	17
6.	おわりに.....	18

1. はじめに

2025 年、沖縄尚学高等学校が夏の甲子園で初優勝を果たし、県内では大きな歓喜と祝福の声が広がった。また 9 月には、WBSC U-18 野球ワールドカップ¹も県内で初めて開催されるなど、全国的に話題となる出来事があり、県民の高い野球熱が改めて示された。

このように野球に親しむ環境が築かれている沖縄を舞台に、地域産業の活性化にも寄与する新たなコンテンツとして、2022 年よりジャパンウィンターリーグが開催されている。同リーグは「陽の目を見ない場所に光を」をコンセプトに掲げ、プロ野球を目指す選手の挑戦の場となるトライアウトや、プロ・社会人野球選手のスキルアップの場を提供する国内初の本格的なウィンターリーグである。沖縄県の「令和 5 年度スポーツツーリズム戦略推進事業」においてモデル事業に選定されるなど、「スポーツアイランド沖縄」の形成に向け、今後さらなる発展が期待されるなか、2025 年 8 月には高校生を対象としたジャパンサマーリーグも発足し、わずか数年でその活動の幅は急速な広がりを見せている。

本レポートは昨年に続く第 2 回調査となる。前回調査では、同リーグが歴史は浅いながらも観客数や参加選手数を伸ばした成長性と、野球界の登龍門として国内外から注目を集める存在感を示した。

本レポートではジャパンウィンターリーグの概要を振り返った後、同リーグ開催が沖縄県経済にもたらす効果を定量的に分析する。そして、県内のスポーツツーリズムの更なる推進が期待される、株式会社ジャパンリーグ（同リーグ主催）の新たな取組みを紹介し、今後の発展に向けた課題と展望を考察する。

2. ジャパンウィンターリーグについて

(1) ウィンターリーグとは

ウィンターリーグは冬季に行われる野球リーグの総称であり、シーズンオフの時期に選手へ実戦機会を提供することを目的としている。主に温暖な地域にて、レギュラーシーズンが終了した後に行われ、若手選手の育成や実績を積みみたい選手の実戦の舞台として位置づけられてきた。

代表的なものとして、アメリカの「アリゾナフォールリーグ (Arizona Fall League)」があり、メジャーリーグ機構（以下、MLB）直轄で若手有望株を育成する場として知られている。またカリブ海諸国でもウィンターリーグが盛んに行われ、これらはメジャーリーガーや有望なマイナーリーガーが参加する国際的な舞台として機能してきた。アジアでは台湾を中心に「アジアウィンターベースボールリーグ（以下、AWB）」が 2012 年から開催されており、台湾プロ野球の若手選手をはじめ、日本や韓国からの選抜チームも参加し、アジア地域における冬季の育成・交流の中心地としての役割を果たしてきた。

日本国内においては、こうした冬季リーグが長らく存在していなかったため、出場機会を求める若手選手は海外のウィンターリーグへ「武者修行」として派遣されてきた経緯がある。特に一般社団法人日本野球機構（以下、NPB）に加盟する球団は、台湾の AWB へ継続的に若手を送り、実戦経験を積みさせてきた。しかし海外リーグへの参加は移動や環境適応の負担も大きく、国内で同様の育成機会が求められていた。

¹ 世界野球ソフトボール連盟 (World Baseball Softball Confederation) が主催する、16 歳から 18 歳の各国代表選手が競い合う野球の国際大会。

こうした背景を受け、2022 年に誕生したのがジャパンウィンターリーグである。国内初の本格的なウィンターリーグとして沖縄に設立され、その活動の幅を広げてきた。現在、選手にとっては「日本にしながら挑戦できる実戦の場」となり、また観客にとっては「冬でもプロレベルの野球を楽しめる新たな舞台」として注目を集めている。

(2) ジャパンウィンターリーグの概要

ジャパンウィンターリーグは、2022 年に株式会社ジャパンリーグ（2022 年設立、鷲崎一誠社長）が主催して発足した野球のウィンターリーグである。

発足の背景には、鷲崎氏自身の経験がある。大学時代、野球部に在籍するも十分な出場機会を得られず悔しさを抱えていたが、アメリカのウィンターリーグに参加したことで自らの力を発揮し、気持ちを整理することができたという。この体験を通じ、「同じような思いを抱える選手に、日本で挑戦する場を提供したい」と考え、設立に至った。

同リーグの開催地に沖縄を選んだ理由として、鷲崎氏は①冬場でも野球ができる温暖な気候、②オフの日には観光ができるリゾート地、③プロ野球春季キャンプを例に野球が盛んな地域であることの3つを挙げている（図表1）。

図表1 ジャパンウィンターリーグの舞台として沖縄を選んだ理由



- ①冬場でも野球ができる温暖な気候
- ②オフの日には観光ができるリゾート地
- ③プロ野球春季キャンプなど野球が盛んな地域
(株式会社ジャパンリーグ代表 鷲崎氏)

出所：りゅうぎん総合研究所にて作成（写真はジャパンウィンターリーグ HP より引用）

ジャパンウィンターリーグは、次の「トライアウト」と「アドバンス」の2種類に分けられる。

① トライアウトリーグ

トライアウトリーグは、プロ野球を目指す選手の「挑戦の舞台」である。満15歳以上（義務教育修了者）の野球経験者であれば一般選手でも参加でき、参加者は約1か月間のリーグ戦を通して、国内外から集結したスカウトへその実力を存分にアピールできる。

従来、プロ野球を目指す若者は、高校や大学野球、あるいは独立リーグで活躍しドラフト指名を受けて入団するのが一般的なルートであり、その他の選択肢は少なかった。12球団合同トライアウト²も実施されているが、その対象は戦力外通告を受けた元プロ選手や独立リーグ経験者に限定されており、一般の選手は参加できない。さらに、開催は年に一度、一日限りで、短時間で実力を発揮しなければならない厳しい環境であった。

こうした課題を補う仕組みとして誕生したのがトライアウトリーグである。その特徴は大きく4点に整理できる（図表2）。①約1か月に及ぶ長期間のリーグ戦によって実力を発揮し、スカウト側

² プロ野球のトライアウト。2024年まではNPBが主催していたが2025年からは日本プロ野球選手会が主催する形に変更された。

とマッチングの整合性を高める実践環境の提供、②全試合の選手の評価を定量データ化しリモートでスカウトができる仕組み、③国内外のプロ野球や独立リーグ、社会人野球などのスカウトを集約し多様な進路の提供、④指導者やアナリスト、トレーナーなどの様々な関係者が集まる野球界のプラットフォームとして機能していることである。

図表2 トライアウトリーグの4つの特徴

1.実践環境の提供	2.リモートスカウティング
選手は長期間のトライアウトによって実力が発揮でき、スカウト側も本来の実力と人間性がわかり、マッチングの整合性が高まります。	全試合の選手の評価を定量化（スタッツ、トラッキングシステムでの数値データ、動画）することで直接選手を見れなくてもリモートでスカウティングができる新しいトライアウトです。
3.多様な進路	4.野球界のプラットフォーム
MLB、NPB、国内独立リーグ、海外独立リーグ、社会人野球などそれぞれでスカウティングやトライアウトをしていたものを集約化することで参加者の進路を広げることができます。	世界中から様々なバックボーンのプレイヤーが参加します。 野球選手はもちろん指導者、アナリスト、アナウンサー、トレーナーなど野球に携わる様々なプレイヤーが集い、化学変化が起きるプラットフォームです。

出所：株式会社ジャパンリーグ提供資料より抜粋

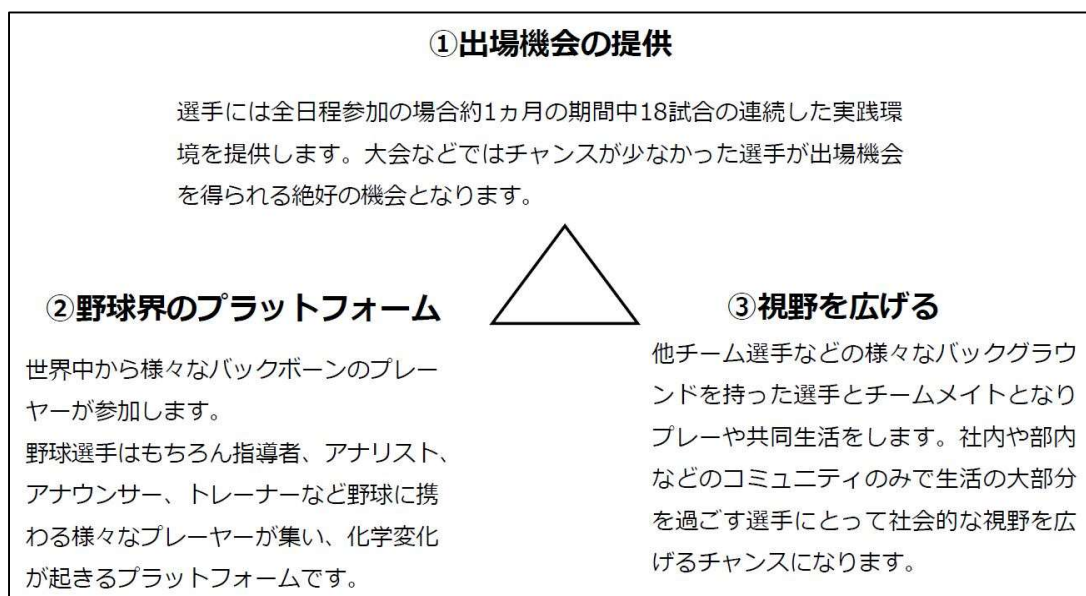
② アドバンスリーグ

アドバンスリーグは、プロ野球や社会人野球の現役選手を対象に、スキルアップと実戦経験の提供を目的として設立された実戦型リーグである。国内のプロ野球・独立リーグ・社会人野球に加え、韓国や台湾のプロ球団からも選手が派遣され、各球団から集まった選手が混成チームを編成し、約1か月間にわたってリーグ戦を行う。海外の球団を積極的に招き入れている点は、既存の国内リーグには見られない特徴である。

プロ野球や社会人野球の世界では、シーズン中に十分な実戦の機会に恵まれないことも多くある。特に一軍の控え選手や二軍・三軍、育成選手は、試合経験の不足により翌シーズンに向けた成長の機会を得られず、課題となっていた。国内ではNPBが10月頃から宮崎で「みやざきフェニックス・リーグ」を開催し、この課題に対応してきたが、参加選手は基本的にNPB所属選手に限られていた。

こうした環境の限界を補完する存在として誕生したのがアドバンスリーグである。その特徴は3点に整理できる（図表3）。①大会などへの参加が少なかった選手への出場機会の提供、②指導者やアナリスト、トレーナーなどの様々な関係者が集まる野球界のプラットフォームとしての機能、③他チーム選手など様々なバックグラウンドを持つ選手と交流ができ、視野を広げる機会を提供していることである。

図表3 アドバンスリーグの3つの特徴



出所：株式会社ジャパンリーグ提供資料より抜粋

(3) ジャパンウィンターリーグのあゆみ

ジャパンウィンターリーグのあゆみを図表4に整理した。

① ジャパンウィンターリーグ(第1回大会)

2022年に初めて開催されたジャパンウィンターリーグは、トライアウトリーグのみで実施され、海外選手7名、県出身15名を含む66名の選手が参加した。試合中の選手の投球や打球データを数値化し、そのトラッキングデータをYouTubeにて試合中継と併せて配信する国内初の取組みを行い、リモートでもスカウティングが可能な新たな仕組みが話題となった。その仕組みが奏功し、国内のプロ野球、独立リーグ、社会人野球、MLBなどから31球団ものスカウトが参加した。その結果36名の選手がスカウトされ、うち10名が契約を獲得した。開催期間中には始球式や野球教室などのイベントも行われ、観客は延べ約1,000人となった。

② ジャパンウィンターリーグ2023

2023年の第2回大会では、アドバンスリーグが新設され、参加者は前年より35名増の101名に拡大し、そのうち海外選手は31名と全体の約3割を占めた。トライアウトリーグには日本、韓国、アメリカ、イギリスなど世界各国から50名の選手が参加した。また、独立行政法人国際協力機構(JICA)と提携、「世界の野球選手に光を」プロジェクトを実施し、アルゼンチンU-23代表選手の招聘も実現した。アドバンスリーグには、国内独立リーグや実業団などから派遣された50名の選手が参加し、計32試合が行われた。スカウトは国内外から31球団参加し、契約を獲得した選手は27名と前回の2倍以上となった。また、コーディネーターとして参加していたスタッフが打撃コーチとしてスカウトされ契約するなど、選手のみならずコーチ陣の新たなキャリアを得る機会ともなった。

③ ジャパンウィンターリーグ2024

第3回となるジャパンウィンターリーグ2024の大会期間中の延べ観客数は3,005人となり、初回の約3倍となった。最大の特徴は、NPB球団から初めて選手派遣が行われたことである。埼玉西武ライオンズ、東北楽天ゴールデンイーグルス、横浜DeNAベイスターズから選手が参加し、NPB各球団との連携が強まった。さらに台湾プロ野球リーグや韓国プロ野球リーグからも実力ある選手が加わり、国際的な競技水準が大きく高まった。また、2023年に海外選手8名が契約を獲得した実績を背景に、2024年は海外からの参加選手数が79名と前年の約2.5倍に拡大し、ジャパンウィンターリーグが世界に向けた「日本野球界への窓口」として認知されつつあることが示された。

図表4 ジャパンウィンターリーグのあゆみ(2022年～2024年)

	①ジャパンウィンターリーグ(第1回)	②ジャパンウィンターリーグ2023	③ジャパンウィンターリーグ2024
開催日程	2022年11月24日～12月25日	2023年11月25日～12月24日	2024年11月23日～12月24日
開催球場	コザしんきんスタジアム 宜野湾市立野球場 ANA BALL PARK浦添 オキハム読谷平和の森球場	コザしんきんスタジアム 宜野湾市立野球場 ANA BALL PARK浦添	コザしんきんスタジアム
開催リーグ	トライアウトのみ	トライアウト、アドバンス	トライアウト、アドバンス
参加選手数	66人	101人	139人
(うち海外)	7人	31人	79人
(うち県出身)	15人	10人	11人
契約者数	10人	27人	26人
観客数	1,000人	2,040人	3,005人

出所:株式会社ジャパンリーグ提供資料をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

ジャパンウィンターリーグ 2024 のリーグ別の概要を図表 5 に整理した。

アドバンスリーグは 11 月 23 日～12 月 17 日にかけてコザしんきんスタジアムにて計 32 試合が行われ、参加選手は 61 名（うち海外 34 名）となった。2024 年大会より NPB、台湾と韓国のプロ野球球団からも選手が派遣され、試合水準が高まると同時に、選手層の多様化が進んだ。また中国野球協会からは、U-23 代表を主体とするチームとして 26 名が参加し、開幕 2 週間前から沖縄で事前合宿を行うなど積極的な姿勢を示した。

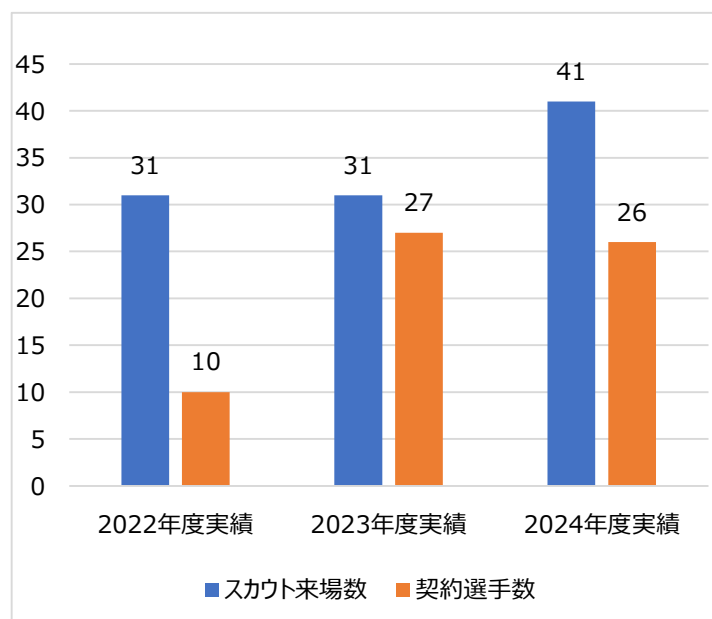
トライアウトリーグは、11 月 25 日～12 月 24 日にかけてコザしんきんスタジアムにて 21 試合が行われ、参加選手は 78 名（うち海外 45 名）となった。日本をはじめ、アメリカやイスラエルなど世界各国から多様な選手が集まり、国際色豊かなリーグとなった。また、元広島東洋カープで沖縄県出身の内間拓馬選手や、MLB に属するサンディエゴ・パドレス出身のロビー・テネロビッツ選手など、実績のある選手も参戦し、試合のレベルはより高いものとなった。その結果、内間選手は米・独立リーグのオタワタイタンズと契約し、テネロビッツ選手は西武ライオンズからキャンプ招待を受けるなど、国内独立リーグだけでなく、NPB や米・独立リーグと契約する選手も現れた。最終的に同リーグからは、参加者の 3 割以上にあたる 26 名が契約し、選手のキャリア形成の場としての役割が一層強まった（図表 6）。

図表5 ジャパンウィンターリーグ 2024 リーグ別概要

	アドバンス	トライアウト
開催日程	2024年11月23日～12月17日	2024年11月25日～12月24日
開催球場	コザしんきんスタジアム	コザしんきんスタジアム
参加選手数	61名	78名
（うち海外）	34名	45名
（うち県出身）	1名	10名
契約者数	対象外	26名

出所：株式会社ジャパンリーグ提供資料をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

図表6 ジャパンウィンターリーグ 契約選手・スカウト来場実績



出所：株式会社ジャパンリーグ提供資料よりりゅうぎん総合研究所にて作成

写真



写真：ジャパンウィンターリーグ公式 Instagram より

また 11 月 24 日の開幕時には、地元企業と連携し「こども&ファミリーフェスティバル」と「コザフードフェスティバル」が同時開催された（図表 7）。入場無料のイベントではキッチンカーでの食事提供のほか、地域の団体によるダンスパフォーマンス、学校法人によるストラックアウト・親子のスポーツ体験・体力測定など、地域住民とともに盛り上げる企画が実施された。

図表7 ジャパンウィンターリーグ 2024 開幕イベントの様子



出所：(左)こども&ファミリーフェスティバル 2024 パンフレット、(中央)コザフードフェスティバルパンフレット
(右)りゅうぎん総合研究所にて撮影

さらにジャパンウィンターリーグ 2024 では、スポーツ専門の動画配信サービス「DAZN（ダゾーン）」と提携し全試合のLIVE中継および見逃し配信が行われ、YouTubeも含むオンラインでの視聴回数は計 55,242 回に達した（図表 8）。沖縄の球場で繰り広げられる熱戦が、現地の観客にとどまらず、全国さらには海外の野球ファンへと届けられた。現地に足を運べないファンにとって観戦機会が広がったことはもちろん、選手たちの挑戦の姿を幅広い層に発信できた意義は大きく、リーグの存在感を一段と高める契機となった。

図表8 ジャパンウィンターリーグ 2024 対象メディア別中継放送

プラットフォーム	延べ リーグ中継本数	延べ中継時間 (時：分：秒)	延べ視聴回数
DAZNLive	53	119:50:00	14,104
DAZN見逃し			13,717
ジャパンウィンターリーグ公式YouTube	53	119:50:00	27,421
合計	106	238:30:00	55,242

出所：株式会社ジャパンリーグ提供資料より

3. ジャパンウィンターリーグ 2024 の経済効果

(産業連関表について)

産業連関表とは、一定期間（通常 1 年間）において、ある特定の地域で行われた財やサービスの経常的な取引（生産・販売の実態）を行列形式で表にまとめたものである。

各産業は、他の産業から原材料や燃料などを購入し、これを加工して別の財・サービスを生産し、さらにそれを別の産業に対して販売する。購入した産業は、それらを原材料等としてまた別の財・サービスを生産する。産業連関表は、このような財・サービスの「購入→生産→販売」という産業相互間の連鎖的なつながりを一覧表にしたものである³。

本調査では、最も新しい 2015 年（平成 27 年）沖縄県産業連関表を用いて経済効果分析を行う。なお、沖縄県が作成した 14 部門表には、同リーグ開催による需要増加が見込まれる「宿泊業」や「飲食サービス業」等がないため、公表用基本分類表（行 458 部門、列 367 部門）より部門を抽出し、分析や比較に適した形で 24 部門表を作成した（図表 9）。

図表9 産業連関表の組み換え

14部門表		24部門表	
部門名		部門名	
1	農林水産業	1	農林水産業
2	鉱業	2	製造業
3	製造業	3	建設業
4	建設業	4	電気・ガス・水道
5	電気・ガス・水道	5	卸売業
6	商業	6	小売業
7	金融・保険	7	金融・保険業
8	不動産	8	不動産業
9	運輸・郵便	9	運輸・倉庫業
10	情報通信	10	旅行・その他の旅行附帯サービス
11	公務	11	情報・通信・郵便業
12	医療・保健・社会保障・介護	12	公務
13	サービス	13	教育・研究
14	その他	14	医療・福祉
		15	会員制企業団体
		16	対家計民間非営利団
		17	貸自動車業
		18	物品賃貸業（除く貸自動車）
		19	対事業所サービス
		20	宿泊業
		21	飲食サービス業
		22	対個人サービス
		23	事務用品
		24	分類不明

出所：りゅうぎん総合研究所

³ 総務省 HP「産業連関表とは」https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/data/io/t_gaiyou.htm

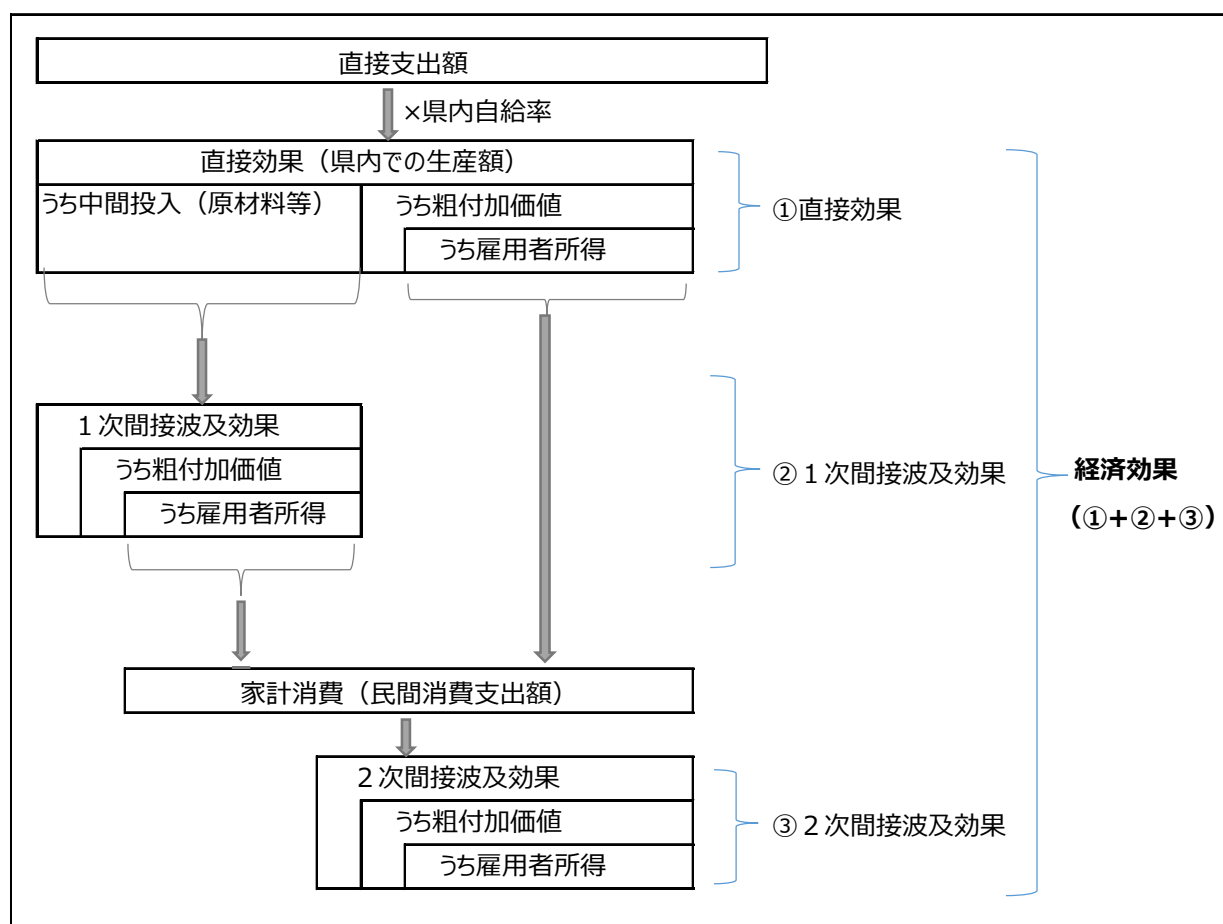
（経済効果算出の手順）

経済波及効果算出の流れを図表 10 に整理した。ジャパンウィンターリーグ 2024 の開催によって新たに発生した需要である直接支出額を求め、これに自給率を乗じたものが「直接効果」（域内生産額）となる。直接効果とは、各産業における事業活動のうち、県内で生じた財やサービスに対する需要のことで、県内産業に新たに生じた生産増加分を指す。自給率を乗じるのは、需要のすべてが県内で生産された財やサービスに対して発生するわけではなく、域外（県外・海外）からの移輸入により賄われた分も含まれており、その域外生産分を除くためである。

次に、産業連関表を用いて間接波及効果を求める。間接波及効果は「1 次間接波及効果」（直接効果に要した原材料を通して他の産業の生産を誘発する効果）、「2 次間接波及効果」（直接効果、1 次間接波及効果によって誘発された雇用者所得が家計消費を通して各産業の生産を誘発する効果）を足し合わせたものである。

これらの直接効果、1 次間接波及効果、2 次間接波及効果の合計が「経済効果（生産誘発額）」となる。また、経済効果のうち雇用者に支払われた賃金である雇用者所得や企業の利益である営業余剰などが「粗付加価値額」となる。

図表 10 経済波及効果算出の流れ



出所：りゅうぎん総合研究所

(1) リーグ参加者および観客数

ジャパンウィンターリーグ 2024 には、選手・関係者は合計 235 人（前年比 29.8%増）、報道関係者・スカウト等は 332 人（同 5.7%減）が参加した。また、大会期間中の観客数は、延べ 3,005 人（同 47.3%増）となった。延べ観客数のうち、県内からの観客数は 2,420 人（同 34.4%増）、県外・海外からの観客数は 585 人（同 143.8%増）であった（図表 11）。開幕日の 11 月 24 日（日）は学校法人とコラボした「こども&ファミリーフェスティバル」や、飲食業組合とタイアップした「フードフェスティバル」、地元青年会のエイサー演舞といった開幕イベントを行い、同日のみで 1,120 人の来場者を呼び込んだ。

図表 11 ジャパンウィンターリーグ 2024 の参加者・観客数

	人数（人）	前年比
選 手 ・ 関 係 者	235	29.8%
報道関係者・スカウト等	332	▲5.7%
観 客 （ 延 べ ）	3,005	47.3%
うち県内客	2,420	34.4%
うち県外・海外客	585	143.8%

出所：りゅうぎん総合研究所

(2) リーグ関連支出額(直接支出額)

ジャパンウィンターリーグ 2024 の開催にあたっては、選手や関係者等に加え、県外や海外からの観客や選手家族が沖縄県を訪れ、県内で宿泊や飲食、娯楽・レジャー、土産品購入等に支出するほか、県民も会場で飲食などを行うことで支出が発生する。また、主催者による大会運営やそれに伴う関連経費等の支出があり、これらを合計したものが直接支出額となる。

推計の結果、直接支出額の総額は 4 億 1,600 万円となった（図表 12）。その内訳は宿泊費が 1 億 6,100 万円、飲食費は 7,900 万円、土産品購入が 5,400 万円、交通費が 4,900 万円などとなった。

図表 12 ジャパンウィンターリーグ 2024 関連支出(直接支出額)

支 出 項 目	支 出 額 (百万円)
宿 泊 費	161
飲 食 費	79
土 産 品 ・ グ ュ ズ 購 入 費	54
交 通 費	49
娯 楽 ・ レ ジャ ー 費	25
そ の 他	48
合 計	416

出所：りゅうぎん総合研究所

(3) 沖縄県内におけるジャパンウィンターリーグ 2024 の経済効果

まず、県内の産業全体の自給率は 100%ではないため、(2) で求めた直接支出額 4 億 1,600 万円（前年比 1,500 万円増）に自給率をかけると、県内供給分である直接効果 3 億 7,000 万円（同 2,300 万円増）が求められる（図表 13）。

次に、宿泊費や飲食費、土産品購入費などの需要が発生すると、当該産業だけでなく、こうした産業に原材料やサービス等を提供している産業の売上増加へと効果が波及していく。これが 1 次間接効果であり、1 億 4,200 万円（同 1,000 万円増）となる。さらに、直接効果と 1 次間接効果で生じた各産業における雇用者の所得増加は、家計（個人）の消費支出を増加させ、関連する各産業の生産を誘発する。これが 2 次間接効果であり、7,100 万円（同 300 万円増）となる。直接効果、1 次間接効果、2 次間接効果の合計が 5 億 8,300 万円（同 3,700 万円増）となり、これがジャパンウィンターリーグ 2024 開催による経済効果である。直接支出額に対し、1.40 倍の経済効果をもたらすことになる。

また、経済効果のうち粗付加価値額が 3 億 1,000 万円となり、さらにそのうちの 1 億 3,400 万円が雇用者所得と推計された。

図表 13 ジャパンウィンターリーグ 2024 による経済効果

単位：百万円	2024年				
	経済効果額 (生産誘発額)	2023年 経済効果額	(前年比)	粗付加価値誘発額	雇用者所得誘発額
直接効果	370	347	23	185	82
1 次間接効果	142	132	10	80	34
2 次間接効果	71	68	3	44	17
総合効果（経済効果）	583	546	37	310	134
直接支出額	416	401	15	－	
波及効果	1.40 倍（ 総合効果 / 直接支出額 ）				

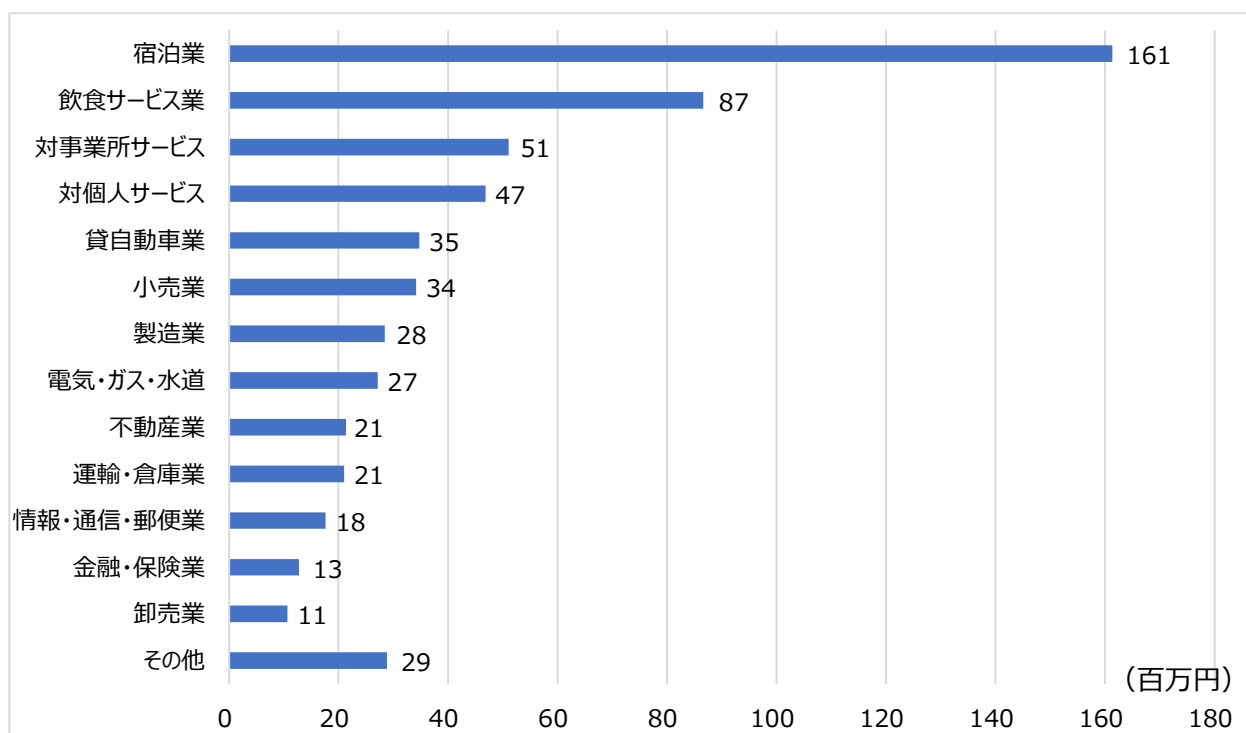
出所：りゅうぎん総合研究所

- (注) 1. 直接効果は、直接支出に県内自給率を乗じたもの（域外生産分を除くため）。
2. 1 次間接効果は、原材料を他の産業から購入することによって起こる波及効果。
3. 2 次間接効果は、直接効果、1 次間接効果によって誘発された雇用者所得が家計消費を通して再び生産を誘発する効果。
4. 生産誘発額は、需要（直接支出）の増加により誘発された各部門の生産額の合計。
5. 粗付加価値は、誘発された生産額の中に占める雇用者所得や営業余剰など。
6. 端数処理により合計は合わないことがある。

(4) 産業別の経済効果

ジャパンウィンターリーグによりもたらされた経済効果を産業別にみると、ホテルなどの「宿泊業」が 1 億 6,100 万円と最も大きく、次いで「飲食サービス業（飲食店など）」が 8,700 万円、「対事業所サービス業」5,100 万円、「対個人サービス業」4,700 万円などとなった（図表 14）。

図表 14 ジャパンウィンターリーグ 2024 による産業別経済効果



出所：リ्यूぎん総合研究所

4. スポーツツーリズム推進に向けた新たな取組み

(1) ジャパンサマーリーグ

ジャパンサマーリーグは、株式会社ジャパンリーグが主催する高校3年生の球児たちが集うオープンキャンパスを目指したものである。初開催となった2025年は、8月2日～8月8日の1週間を通してリーグ戦が開催され、夏の甲子園予選を終えた37名（うち県外の高校から13名）の選手たちが参加した。

同リーグの特徴は大きく4点に整理できる。①1週間の連続した実践環境の提供、②日本トップクラスのコーチとデータを活用した指導によるスキルアップの仕組み、③同学年の選手だけでなく、スタッフやゲストコーチといった様々な人との出会い、④キャリアプログラムを通じた将来を考える時間を提供していることである（図表15）。

②のスキルアップに向けた取組みとして、甲子園にはない木製バットの導入やデータ野球の体験など、プロ野球を意識した実践的な舞台が整えられている。球場には弾道測定器「TRACKMAN」の設置や、バットに取り付けた機材でスイングを解析する「BLAST」を導入し、打席終了後に即時フィードバックを行うなど、実戦感覚とデータを融合させた先進的な取組みを実施した。このような機材は強豪校でも導入されている事例は少なく、多くの選手たちにとって初めて本格的なデータ野球に触れる機会となった。

現地ではスタンドに選手の家族や友人が多く集まり、選手がヒットを放つと歓声と拍手が沸き起こるなど、温かい雰囲気にも包まれていた。県内外の強豪校からの参加もあり、試合は真剣そのもので、中には社会人野球や大学にスカウトされる選手も見られた。

ジャパンサマーリーグは、参加した選手たちにとって、仲間と共に成長を実感しながら野球に向き合う貴重な機会となり、沖縄にとっても「野球」をコンテンツとした新たな観光誘致の可能性を秘めたイベントとなった。今後、選手の未来を切り開くだけでなく、地域に新たな価値をもたらす存在へと発展していくことが期待される。

図表 15 ジャパンサマーリーグ4つの特徴



出所：株式会社ジャパンリーグ提供資料より抜粋

写真：ジャパンサマーリーグ公式 Instagram より

(2) ジャパンウィンターリーグ 2025

第4回となるジャパンウィンターリーグ2025は、2025年11月22日から12月18日までの期間、コザしんきんスタジアムおよび嘉手納町野球場にて開催される（図表16）。今大会は、トライアウトリーグ、アドバンスリーグともに定員を80名とし、全53試合を実施予定である。

2025年大会は、NPBから東京ヤクルトスワローズ、千葉ロッテマリーンズが初参加の球団として加わる。また海外プロ球団との参加調整も進んでおり、国際色豊かな対戦カードが期待される。2025年11月23日の開幕戦ではオープニングセレモニーやファミリー向けの観戦企画が予定されるほか、各リーグでホームランダービーやエキシビションマッチ、少年野球教室を行うなど、計3回のイベント開催が計画されている（図表17）。

また、昨年に引き続きDAZNにて全試合無料配信され、現地観戦が難しいファンにとっても観戦の機会が提供される。加えて、DAZN初のリアリティ番組となる「THE ANNOUNCER～スポーツ実況者オーディション～」では、ジャパンウィンターリーグが「オーディションの舞台」にもなる。実況者の発掘をテーマにした本企画は、選手や試合とともにジャパンウィンターリーグそのものへの注目を高める仕掛けとして期待でき、野球選手だけでなく、野球に携わる人材を育成する新たな機会の拡大につながる。

このようにジャパンウィンターリーグ2025は、試合レベルの向上に加え、ファン参加型のイベントやメディア企画を通じて、さらなる認知度の拡大が期待される大会となる。

図表16 ジャパンウィンターリーグ2025の概要

	ジャパンウィンターリーグ2025
開催日程	2025年11月22日～2025年12月18日
開催球場	コザしんきんスタジアム、嘉手納町野球場
開催リーグ	トライアウト、アドバンス
参加定員	160人（トライアウト80人、アドバンス80人）
その他	・NPBよりヤクルト、ロッテ初参加
トピック	・DAZN初のリアリティ番組の舞台として選出

出所：りゅうぎん総合研究所にて作成

図表17 ジャパンウィンターリーグ2025のイベント情報

11月23日(日) 開幕戦 コザしんきんスタジアム	12月6日(土) アドバンス コザしんきんスタジアム	12月13日(土) トライアウト 嘉手納町野球場
・オープニングセレモニー ・こども＆ファミリーフェスティバル ①子供向け遊びブース ②野球体験ブース ③ゲーム体験ブース	・ホームランダービー ・エキシビションマッチ ・少年野球教室	・ホームランダービー ・エキシビションマッチ ・少年野球教室 ・Tボール体験

出所：りゅうぎん総合研究所にて作成

(3) ベースボール EXPO 構想

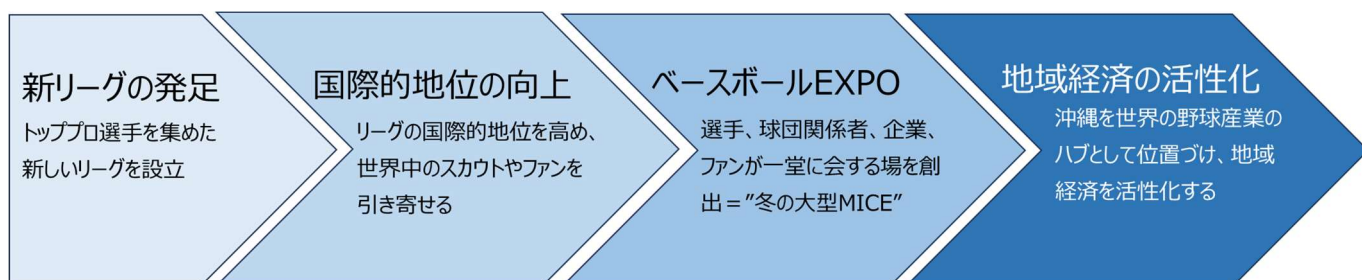
「ベースボール EXPO」とは、ジャパンウィンターリーグが将来的に目指す理想の形であり、これは単なるリーグ戦の枠を超え、野球を軸とした総合的な交流・発信の場をつくる構想である。

アメリカでは毎年、メジャー・マイナー両リーグの首脳陣が集まり、移籍交渉やトレードが行われる「ウィンターミーティング」が開催されている。会場では就職フェア、セミナー、展示会等が同時に開かれ、球団関係者に加え就職希望者や野球関連産業が多数集結する。こうした多様な交流を通じて野球ビジネスの最新情報が共有され、野球産業全体の発展を支えるイベントとして確立している。

「ベースボール EXPO」も同様に、野球グッズの展示会や就職フェア、学会、スポンサー企業によるプロモーションイベントを併せて開催し、選手・球団関係者・企業・ファンが一堂に会する場への発展を目指す。これにより野球を核とした人材交流・ビジネス創出の実現が可能となり、冬季における大型 MICE イベントとして発展する可能性を秘めている。観戦やイベント参加を通じて、観光や地域文化体験を組み合わせた滞在型の楽しみが広がれば、冬季の沖縄観光の魅力向上につながりスポーツツーリズムのさらなる推進にも寄与する。

実現に向けた具体的な足掛かりとしては、2027 年を目標に国内外のトッププロ選手を集め、世界最高レベルのプレーが繰り広げられる新リーグの発足が構想されている。こうした取組みを通じてジャパンウィンターリーグの国際的地位を高めるとともに、世界中のスカウトやファンを沖縄に呼び込むことを目指す。その流れの延長線上に「ベースボール EXPO」構想の実現が見えてくる。アジアの中心に位置する沖縄の地理的優位性を活かして「ベースボール EXPO」を開催することは、沖縄を「世界の野球産業のハブ」として位置付ける契機になるとともに、地域経済に大きな波及効果をもたらすであろう（図表 18）。

図表 18 ベースボール EXPO 構想



出所：りゅうぎん総合研究所作成

5. ジャパンウィンターリーグの課題と今後の展望

2024 年の県内におけるジャパンウィンターリーグの経済効果は、選手数や観客数の拡大に伴い全体の消費額も伸び、前年に比べ増加した。また、この数字に示されるものだけでなく、各種メディアで取り上げられた他、サマーリーグ等の実施によりリーグ全体の存在感はますます高まっている。

ジャパンウィンターリーグは、観光閑散期である冬季に観光客を呼び込む新たな資源となる可能性を秘めており、課題となっている観光の平準化に向けた重要な取組みとして期待される。

リーグが新たな成長段階へと進むための課題として、(1) 認知度・ブランド力の向上、(2) 地域コミュニティとの連携強化を挙げ、今後の展望を考察する(図表 19)。

(1) 認知度・ブランド力の向上

短期的な課題として、認知度とブランド力の向上が挙げられる。発足から数年の同リーグは、2024 年大会の観客数が 3,005 人と全国的な知名度がまだ十分に浸透しておらず、いまだ「発展途上のイベント」という印象が残る。

こうした中でまず重要となるのは、開催地・沖縄での認知度向上である。県内では甲子園観戦やプロ野球春季キャンプなどを通じ、野球が地域文化の一部として深く根付いており、この土壌を活かすことができれば、地元住民による観戦機会の拡大や来場者数の増加が期待できる。また、県出身選手の参加が伸び悩んでいる現状も、県内での周知不足が一因と考えられる。県内チームや県出身選手を積極的に誘致し、ファンの関心を高めることが、地域に愛されるイベントとして定着する第一歩となるだろう。

また、同リーグの魅力を広く伝えるためには、「冬の沖縄でプロレベルの野球を楽しめる場所」というブランドイメージを根づかせることが重要であり、このイメージを明確にし、継続して伝えることが欠かせない。プロ野球春季キャンプが練習風景の観覧を中心としたイベントであるのに対し、同リーグでは毎日のように公式戦が行われる。観客にとっては本気の試合を観戦できることが最大の魅力であり、気軽に会場で応援しながら未来のスター候補を見つけるなどファンの楽しみも広がるであろう。一方で選手たちにとっても、多くのファンを前にした実戦の中で力を発揮し、成長を実感できるチャンスとなる。

認知度・ブランド力の向上といった課題に対して、中高生を対象とした野球教室の開催や、地元チームとの交流イベントの実施などは県内での認知度を高める一助となるだろう。加えて NPB12 球団との連携強化、メディア発信の強化は全国的な知名度とブランド力を高めるうえで有効な手段となり得る。さらに、2025 年から始動したジャパンサマーリーグは、県内外の野球人に広く注目されることで、ジャパンウィンターリーグを知るきっかけとなり、夏と冬の両リーグが互いに認知度を押し上げる相乗効果が期待できる。

認知度とブランド力の向上によって参加選手や来場者が増えると、より一層話題性と魅力が高まる好循環が生まれる。その効果は地域経済への影響だけにとどまらず、将来的には「ベースボール EXPO」構想を実現するための重要な土台となるだろう。

(2) 地域コミュニティとの連携強化

ジャパンウィンターリーグの持続的な成長には、地域社会との連携を一層強化することが欠かせない。2024 年大会では、少年野球教室の開催、ファミリーフェスティバルや飲食業組合とのイベント実施、エイサー演舞やダンスチームによる試合前セレモニー、空港での歓迎式やレンタカー広告など、多彩な取組みが展開された。また、専門学校などの地域教育機関との連携を通じて、運営インターンや地域ボランティアの受け入れも行い、トレーナーやアナリスト、通訳などの分野で実践的な経験を積む機会を提供した。こうした活動は地域を巻き込み、イベントの盛り上げに一定の効果をもたらしたといえる。

今後は、これまでの活動を一過性のものにせず、地域とともに発展させていくことが求められる。そのためには、行政や企業、教育機関など、様々な地元の団体と連携し、互いの知見や経験を生かしながら、協働を深めていくことが重要である。

例えば同リーグ開催地の沖縄市で毎年開催されるプロ野球球団の春季キャンプの会場では、地元企業とのコラボ商品や関連グッズが販売されるなど、地域に根ざした取組みが定着している。今後ジャパンウィンターリーグのファン層の拡大が進めば、観戦と滞在を組み合わせた企画や地域企業との商品開発などを通じて、地域経済への貢献が期待される。また、同リーグ実行委員会の構成団体には、こうした地域連携のノウハウを有するメンバーも含まれており、知見の共有や協働の拡大がさらなる地域経済の発展につながるだろう。加えて、同リーグ開催地だけのスポット的な取組みにとどまらず、周辺自治体や地域団体とも連携し、面的な広がりをもった取組みを進めていくことも重要である。

一方で、同リーグの開催期間中は県外・海外から多くの選手やトレーナー、講師陣が集まるが、リーグ終了後は限られたスタッフのみが沖縄に残る体制であり、開催期間外は地域との交流が限定的になりやすい。そのため、開催期間中に築かれたつながりや経験を次年度の運営に活かし、さらに年間を通じて地域とかかわる接点を増やしていくことが重要である。まずは、地域で協力してくれる人や団体を少しずつ広げ、支える人の輪を広げていくことが欠かせない。こうした取組みを積み重ね、将来的には同リーグやサマーリーグの関係者、あるいは地域の野球少年などが、運営側として関わることを夢見るような規模へと成長し、地域に新たな役割や雇用の可能性を生むことが期待される。

地域コミュニティと連携し一体となって大会を支える仕組みを強化することで、持続的な開催体制の確立と地域経済への波及効果の拡大が期待される。

図表 19 ジャパンウィンターリーグの課題と施策案

ジャパンウィンターリーグの課題と施策案	
(1) 認知度・ブランド力の向上	・県内チーム、県出身選手の誘致 ・ブランドイメージを明確にし、継続して伝える ・県内の中高生、地元チームとの交流イベントの実施 ・NPB球団と連携強化 ・メディア発信の強化
(2) 地域コミュニティとの連携強化	・様々な地元団体との協働を深める ・地域の協力者を増やし、地域とかかわる接点を増やす

出所：りゅうぎん総合研究所作成

6. おわりに

本レポートでは、ジャパンウィンターリーグの概要を振り返り、2024 年大会が沖縄県内にもたらす経済効果を算出した。選手数や観客数の増加に伴い全体の消費額も拡大したことで経済効果は前年を上回り、同リーグが地域経済に着実に寄与していることが明らかとなった。

こうした成果は単なるスポーツイベントとしての成功にとどまらず、閑散期である冬季に開催されることで国内外から選手や関係者、観客を呼び込み、地域の宿泊・飲食・交通といった幅広い産業へ波及効果をもたらす。その効果は沖縄の「観光需要の年間平準化」の一助となる。

さらなる発展に向けてはいくつかの課題も残されている。まずは県内で認知度向上に取組み、それを基盤に全国的な知名度・ブランド力を上げること、また持続的な成長に向け、地域コミュニティとの連携を強化することが重要である。こうした課題を一つずつ乗り越えることで、同リーグは新たな成長段階へと進み、将来的には「ベースボール EXPO」構想を軸に、人や企業が集い、野球を中心に多様なイベントが同時開催される冬の大型 MICE へと発展していくことが期待される。参加者が観戦やイベント参加だけでなく、観光や地域文化体験を組み合わせる楽しむ滞在型の魅力が広がれば、スポーツツーリズムのさらなる推進にも寄与するだろう。

今後ジャパンウィンターリーグは、選手にとって未来を切り開く挑戦の舞台、ファンにとって本気の試合を観戦できる場所、地域にとって冬季の新たな観光資源として、その存在価値をさらに高め「スポーツアイランド沖縄」の象徴となるコンテンツへと発展を遂げることに期待したい。

りゅうぎん総合研究所 研究員 中地 紀咲

(参考)ジャパンウィンターリーグ 2024 による経済効果 24 部門表

単位：百万円	経済効果計				粗付加 価値額	雇用者 所得
		直接効果	1 次間接 波及効果	2 次間接 波及効果		
農林水産業	8	0	6	1	3	2
製造業	28	6	17	5	10	4
建設業	1	0	1	0	0	0
電気・ガス・水道	27	0	23	4	14	4
卸売業	11	2	7	2	10	6
小売業	34	19	6	9	19	10
金融・保険業	13	0	8	5	10	5
不動産業	21	0	5	17	17	1
運輸・倉庫業	21	13	5	3	11	6
旅行・その他旅行付帯サービス	8	0	8	0	3	1
情報・通信・郵便業	18	0	13	5	10	5
公務	0	0	0	0	0	0
教育・研究	2	0	0	1	1	1
医療・福祉	4	0	0	4	2	2
会員制企業団体	2	0	1	0	1	1
対家計民間非営利団	1	0	0	1	0	0
貸自動車業	35	26	9	0	21	4
物品賃貸業（除く貸自動車）	3	0	2	0	2	0
対事業所サービス	51	23	23	4	32	18
宿泊業	161	161	0	0	76	28
飲食サービス業	87	79	3	4	36	24
対個人サービス	47	39	4	4	29	13
事務用品	1	0	1	0	0	0
分類不明	0	0	0	0	0	0
合 計	583	370	142	71	310	134

出所：リゅうぎん総合研究所

(補足)経済効果を求める式(投入モデル)は以下の通りである

$$\Delta X_1 = \{I - (I - M)A\}^{-1} (I - M) \Delta F$$

$$\Delta X_2 = \{I - (I - M)A\}^{-1} (I - M) c k w \Delta X_1$$

$$\Delta X = \Delta X_1 + \Delta X_2$$

ΔX_1 : 生産誘発額 (直接効果 + 1 次間接波及効果)

ΔX_2 : 生産誘発額 (2 次間接波及効果)

ΔX : 経済波及効果 (直接効果 + 1 次間接波及効果 + 2 次間接波及効果)

I : 単位行列

A : 投入行列係数

M : 移輸入係数

ΔF : 最終需要増加額 (生産額)

c : 民間消費支出構成比

k : 消費転換係数

w : 雇用者所得率