

## 「沖縄県内における2004年プロ野球春季キャンプの経済効果」

- 経済効果は43億4千万円 -

### (要 旨)

2004年2月のプロ野球春季キャンプでは、前年と同様、セ・パ12球団のうち7球団が沖縄県内に集結した。今回は、前年セ・リーグ優勝の阪神がキャンプ期間を延長したほか、大リーグから帰ってきた新庄選手や佐々木投手など話題が豊富なキャンプとなった。

キャンプ期間中の県外からの滞在者は、当室の試算によると、選手、球団関係者が約7百人、報道関係者・解説者が約2千8百人、県外からの観客が約2万1千人、合計で約2万4千5百人と推測される。

県外からの滞在者および県民のキャンプ関連支出額（直接支出額）は、総額で約29億4百万円と推計される。主な内訳をみると、宿泊費が約8億4千万円で最も大きく、次いで飲食費（約6億4千万円）、土産品購入（約4億8千万円）、交通費（約3億3千万円）、娯楽レジャー（約3億1千万円）の順となった。また、キャンプに付随する支出としては練習施設等の整備費（約7千万円）やクリーニング代（約6千万円）、アルバイトへの支払い（約4千万円）等の順となった。

このようなキャンプ関連の支出は、宿泊、飲食、運輸業等の産業だけでなく、これらの産業に原材料・サービス等を提供している関連産業の売上増加や雇用者所得の増加による消費の増加を通して、次々に他の関連産業に波及していく。

この波及効果も含めた経済効果については、県の95年産業連関表を用いて試算した。産業連関表については、当室で本調査の分析用に県の90部門表を52部門に組み替え、かつ一部観光関連産業の自給率を設定し直した上で用いた。

この産業連関表により経済効果を試算した結果、生産誘発額はキャンプ関連支出による直接効果も含め、総合効果で約43億4千万円となり、これがいわゆる県内におけるプロ野球春季キャンプの経済効果となる。キャンプ関連の直接支出額（約29億4百万円）に対する波及効果は約1.5倍となっている。産業別の生産誘発額は、宿泊業が約8億4千万円で最も大きく、次いで鉱業・製造業（約5億7千万円）、飲食店（約5億3千万円）、娯楽サービス業（約3億9千万円）の順となった。

当室では、前年の春季キャンプの経済効果を約32億1千万円と試算した。今回の試算結果は約1.4倍となっているが、この主な要因としては阪神の前年のセ・リーグ優勝やキャンプ期間の延長の効果および話題の選手、監督が県内でキャンプを実施したことなどが挙げられる。

今後、経済効果を更に高めていくためには、県全体としてキャンプを盛り上げていく支援体制の強化を図るとともに、個別企業、団体等による関連商品の発売、応援事業の企画、キャンプ地情報の日毎の更新、物産展やイベントの同時開催、キャンプ地周辺の観光マップ配布などのほか、マスコミに対するPRのための仕掛け作りを積極的に増やす必要がある。

## 1. はじめに

2004年2月、球春の到来を告げるプロ野球春季キャンプが県内各地で実施され、約1カ月にわたり大勢の野球ファンを楽しませた。79年に日本ハムファイターズ(本年より北海道日本ハムファイターズ)が初めて名護市で投手陣のみのキャンプを実施してから、四半世紀余が経過し、現在、国内7球団が県内で春季キャンプを実施しており、2月の風物詩としてすっかり定着している(県内におけるキャンプの経緯については、補注1を参照。また、球団名については、以下、「日本ハム」のように略称を用いる)。今回のキャンプでは、前年のセ・リーグの覇者阪神が本県での一次キャンプの期間を延長したほか、大リーグから帰ってきた日本ハムの新庄選手、横浜の佐々木投手、本年から中日を率いる落合監督、また広島に入団した県出身の比嘉寿光選手など話題が豊富なキャンプとなった。

プロ野球の春季キャンプは長期間滞在すること、またキャンプ期間中、報道関係者や解説者、ファンなどが大勢来県すること、キャンプ地の報道を通じたPR効果により知名度アップや観光客の増加が期待できること、スポーツを通して青少年への教育効果があることなど、その効果は多岐にわたる。

当室では、こうした7球団の県内における春季キャンプの様々な効果のうち、経済効果についてその大きさをマクロ的に把握し、今後の受入地の地域活性化やキャンプを実施している各球団への支援・応援体制の充実に結び付けていく際の参考資料にすることができればと企図し、前年に引き続き本年も試算を行った。

経済効果の調査対象としては、各球団や報道関係者、解説者、県外からの観客の支出のほか、県民のキャンプ地見学に伴う消費支出や受入市町村役場・協力会の支出、県内でのオープン戦およびこれら全ての支出による波及効果を含めた。なお、報道を通じたPR効果は大きなものと推察されるが、推計が困難なことから調査の対象外とした。また、自主トレについても同様に調査の対象外とした。

## 2. 2004年のプロ野球春季キャンプの概況

04年2月に県内で春季キャンプを実施した国内プロ野球球団は、前年と同様、日本ハム、広島、中日、横浜、オリックス、ヤクルト、阪神(県内での開始年順)の7球団であった(図表1)。このうち、日本ハム、中日、横浜、オリックスの4球団は2軍も本県でキャンプを実施している(横浜は「湘南シーレックス」、オリックスは「サーパス神戸」)。

この7球団の県内におけるキャンプ期間(一軍)をみると、日本ハム、中日、横浜、ヤクルトが概ね1カ月前後、一次キャンプとなる広島、阪神が各々11日間、18日間、二次キャンプとなるオリックスが19日間であった。このうち、前年に初めて県内でキャンプを実施した阪神は前年(12日間)よりキャンプ期間を延長し、オリックスは今回、神戸市(ヤフーBBスタジアム)で一次キャンプを実施したため宮古島でのキャンプ期間が前年(27日)より短くなった。

参加人数は7球団合計で、選手(一、二軍計)が約4百人、選手以外の球団関係者(監督、コーチ、マネージャー、トレーナー、広報等)が3百人で、総勢約7百人であった。また、県内でのオープン戦は中日-日ハム、横浜-ヤクルト、日ハム-横浜、ヤクルト-

中日の4試合が行われたが、試合数は前年(7試合)を下回った(前年のオープン戦のうち、2試合は巨人が24年ぶりに来県し、横浜、中日と各々1試合が行われた)。

(図表1) 沖縄県内における2004年春季キャンプの実施状況

		日ハム	広島	中日	横浜	オリックス	ヤクルト	阪神
一軍	キャンプ地	名護市	沖縄市	北谷町、読谷村	宜野湾市	平良市	浦添市	宜野座村
	期間	2/1~2/29	2/1~2/11	2/1~2/29	2/1~2/29	2/7~2/25	2/1~3/1	2/1~2/18
二軍	キャンプ地	東風平町		北谷町、読谷村	嘉手納町	平良市、城辺町		
	期間	2/1~2/21		2/1~3/4	2/10~2/24	2/1~2/23		

(注)日本ハム、中日、横浜、ヤクルトは沖縄でのオープン戦の期間(2/28、2/29)を含める。

### 3. プロ野球春季キャンプの経済効果

プロ野球春季キャンプの経済効果についての試算方法および試算結果は以下のとおりである。

本調査では、まず各球団、報道関係者、解説者、県外からの観客、地元観客、キャンプ地の市町村・協力会について、各項目についての支出額を試算した。試算は、受入地の各市町村役場・協力会の関係者へのアンケート調査や取材、現地調査、球団からの入手資料等に基づいて行った。また、データが入手できないものやデータが無いものについては、当室で各種資料や補足調査などを基に推計した。このようにして得られたキャンプ関連の支出額を23の支出項目に区分し、同データを産業連関表に投入することにより、県内各産業への波及効果を含めた経済効果を算出した。

#### (1) キャンプ期間の県外からの滞在者数

キャンプ期間中における県外からの滞在者としては、選手、球団関係者のほかに、報道関係者、解説者や観客(ファン等)が挙げられる(図表2)。人数は、選手および球団関係者が同期間中に約7百人滞在している。また、報道関係者、解説者、県外からの観客数については、球団広報の発表や協力会への取材調査などに基づき試算すると、報道関係者と解説者(以下、「報道関係者」に解説者を含む)が約2千8百人、県外からの観客が約2万1千人と推測される。この県外からの観客数については、推計の制約上、キャンプ地見学

(図表2) 春季キャンプ期間中の滞在者

滞在者区分	滞在者数 (百人)
7球団計	7
選手	4
球団関係者	3
報道関係者	28
観客(県外)	210
合計	245

(注)

1. 球団関係者は、監督、コーチ、マネージャー、トレーナー、広報、通訳等、選手以外の合計。
2. 報道関係者には解説者を含む。
3. 観客(県外)には、キャンプ地見学が主目的ではなくても、キャンプ地に立ち寄った観光客や沖縄本島在住者の宮古島訪問(オリックスのキャンプ見学)を含めている。

が主目的ではなくてもキャンプ地に立ち寄った観光客や沖縄本島在住者の宮古島訪問（オリックスのキャンプ見学）を含めている（以下、「県外からの観客」には、これらの観客を含む）。こうしたキャンプ期間中の滞在者の合計は、約2万4千5百人と推測される。

## （２）滞在者および県民の春季キャンプ関連支出額（直接支出額）

キャンプにおいては、県外からの滞在者が県内で宿泊、飲食等に支出するのみならず、多くの県民が各キャンプ地に出かけ、見学の際に飲食をしたり、土産品（グッズ等）を購入する。また、各キャンプ地の市町村や商工会議所、商工会、観光協会などを中心に結成された協力ががキャンプを応援、支援するために関連経費を支出する。さらにキャンプに付随した支出として、ユニフォームのクリーニング代やボール拾い、球場整備、警備係などのアルバイトへの支払い、球場や関連施設の使用料などがある。このほか、練習休日のゴルフや観客が県内観光施設等に出かけたりする娯楽・レジャー費も大きな支出額になる。

（図表３）春季キャンプ関連支出額

支出項目	支出額 (百万円)
宿泊費	839
飲食費	644
土産品購入	475
交通費	331
娯楽レジャー	310
練習施設等の整備費	66
クリーニング代	55
アルバイトへの支払い	39
オープン戦入場券売上	26
施設使用料	19
その他支出	100
合計	2,904

こうした支出額について試算した結果、総額で約29億4百万円と推計された（図表３）。試算結果によると、宿泊費が約8億4千万円で最も大きく、次いで、飲食費（約6億4千万円）、土産品購入（約4億8千万円）、交通費（約3億3千万円）、娯楽レジャー（約3億1千万円）等の順となった。また、キャンプに付随する支出項目では、練習施設や設備等の整備費（約7千万円）、クリーニング代（約6千万円）、アルバイトへの支払い（約4千万円）等の順となった。

## （３）春季キャンプの経済効果

キャンプに関連した宿泊費、飲食費、交通費、施設整備費、クリーニング代などが県内で支出されると、当該産業だけでなく、こうした産業に原材料、サービス等を提供している産業の売上が増え、また当該産業を含めたこれら産業の雇用者は、増えた所得で消費支出を増加させる。こうした産業の売上増加や消費支出の増加は、次々に他の関連産業に波及していくことになる。そこで、キャンプ関連の支出（直接支出額）が、県内にどの程度の波及効果を生じさせるか、本調査では、前回調査と同様に県の「産業連関表」を用いて試算を行ってみた。

## 経済効果の試算結果

キャンプ関連の支出額（直接支出額）をもとに、産業連関表を用いて波及効果を試算してみると、**図表4**のとおりとなった。

県内の産業全体の自給率は100%ではないため、キャンプ関連の支出額（直接支出額）約29億4千万円のうち、県内で供給された分が約25億9千万円となり、これが直接効果になる。ただし、宿泊業や飲食店などの部門については、産業連関表における自給率を100%に設定した（**補注2**を参照）。

この直接効果のうち、原材料やサービス等の仕入れを除いた分が粗付加価値となり、この中から雇用者へ支払った賃金等が雇用者所得となる。

（図表4）産業連関分析による経済波及効果の試算結果

	生産誘発額 (百万円)	粗付加価値 誘発額 (百万円)	雇用者所得誘 発額 (百万円)
直接効果	2,591	1,444	767
1次間接波及効果	1,051	622	293
2次間接波及効果	699	459	204
総合効果	4,342	2,525	1,264
直接支出額 (波及効果)	2,904 (1.5倍) = 総合効果/直接支出額		

- (注) 1. 直接効果は、直接の支出による効果(自給率が100%でなければ移輸入の分、直接支出額を下回る)。  
 2. 1次間接波及効果は、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次間接波及効果は、直接効果、1次間接波及効果によって生み出された雇用者所得の増加が個人消費の拡大を通して再び生産を誘発する効果。  
 4. 生産誘発額は、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. 付加価値は、誘発された生産額の中に占める粗付加価値(雇用者所得と営業余剰)。

このように約25億9千万円の支出(直接効果)が関連産業に初発の需要として生ずるが、これが原材料の調達等を通して各産業の生産を誘発していく効果が1次間接波及効果で、約10億5千万円となっている。

さらに、直接効果と1次間接波及効果で生じた雇用者所得は、消費支出を増加させ、これらの消費需要が追加的な需要として各産業の生産を誘発していくが、これを2次間接波及効果といい、約7億円となっている。

この結果、これらを合わせた総合効果は約43億4千万円となり、これがいわゆる県内におけるプロ野球春季キャンプの経済効果となる。キャンプ関連の直接支出額(約29億4千万円)に対する波及効果は約1.5倍となっている。

## 産業別波及効果

生産誘発額(総合効果)の約43億4千万円を産業別にみると、宿泊業が約8億4千万円

と最も大きく、次いで鉱業・製造業（約5億7千万円）、飲食店（約5億3千万円）、娯楽サービス業（約3億9千万円）等の順となっている（図表5）。

（図表5）産業連関分析による産業別経済効果の試算結果

産 業 区 分	生産誘発額 (百万円)	粗付加価値 誘 発 額	雇用者所得 誘 発 額
		(百万円)	(百万円)
宿 泊 業	840	420	238
鉱 業 ・ 製 造 業	566	220	87
飲 食 店	525	255	164
娯 楽 サ ー ビ ス 業	391	267	91
商 業	362	257	179
運 輸 業	233	152	122
物 品 賃 貸 サ ー ビ ス	172	122	20
建 設 業	94	44	33
農 林 水 産 業	90	49	7
そ の 他 産 業	1,070	737	322
合 計	4,342	2,525	1,264

- (注) 1. ホテル内のレストラン売上は「飲食店」に含む。  
 2. オープン戦入場券売上、スポーツ施設提供は娯楽・サービス業に含む。  
 3. 「商業」は売上高ではなく、商業マージン部分が計上される。  
 4. 「運輸業」は取扱高ではなく、運輸マージン部分が計上される。  
 5. レンタカー業は「物品賃貸サービス」に含む。

#### 前年の試算結果との比較

当室では、前年の調査で7球団が県内でキャンプを実施した経済効果を約32億1千万円と試算した。今回の試算結果は前年の約1.4倍となっている。経済効果が増大した主な要因としては、阪神の前年のセ・リーグ優勝やキャンプの期間延長の効果および話題の選手、監督が県内でキャンプを実施したことなどが挙げられる。一方、オープン戦については、前年（7試合）より少ない4試合となり、特に前年は巨人が24年ぶりに来県して2試合を行っていることから、前年との比較においては若干のマイナス要因となった。

#### 4. おわりに

キャンプの経済効果は、キャンプ期間中のみならずキャンプイン前の自主トレやキャンプ直後のプロ球団が使用した球場を希望する大学等の野球部の合宿など、キャンプ期間の前後に及ぶ。また、試算は難しいもののセ・パ全球団の半数を超える7球団が県内に集結したことにより、テレビや新聞、雑誌等を通して本県やキャンプ地が全国に情報発信されるPR効果はかなり大きいものと推察される。キャンプは明るい話題であり、こうした機会を本県の観光振興に

活かすためにも、来県した報道関係者に対してPRのための仕掛け作りを積極的に増やす必要がある。

ところで、宮崎県においても本年からキャンプを実施したダイエーや西武を含め、巨人、近鉄、広島（二次キャンプ）、ヤクルト（2軍のみ）のセ・パ全球団の約半数がキャンプを実施している。今回の調査においては、宮崎県のダイエーと巨人のキャンプ地も視察してみた。巨人とダイエーについては、宮崎駅から両キャンプ地までシャトルバスが運行し、球団が無料で配布している広報誌には、宮崎県の観光地や特産品の紹介、景品がもらえるアンケート等が掲載されていた。また、巨人のキャンプ地では、ファンが選手に激励メッセージを投函するポストや優勝祈願を書き込む大きな絵馬が設置されていたほか、球場の隣りでは地元の物産展を開催するなど、受入地での取組みの一端をみる事ができた。両球団は球界を代表する人気チームであり、誘致するための施設整備に要する財政負担もそれなりに大きいこと、また他府県と陸続きであり九州各県からの見学者も多いなど単純に比較できない面があるものの、今後、経済効果を更に高めていくためには、本県においても受入市町村の取組みだけでなく、県全体としてキャンプを盛り上げ、支援していく体制の強化や個別企業、団体等の取組みを強化する必要があるだろう。例えば、既に一部の企業、団体等では実施されているものの、キャンプに関連した商品の発売や応援事業の企画、HPを活用した各球団のキャンプ地情報の日毎の更新、キャンプ地隣接地での各種イベントや物産展の同時開催、キャンプ地周辺の観光マップの配布などが取組み事例として挙げられよう。

また、球団側の要望のひとつに、大勢の観客がキャンプ地に足を運んで見学や応援をしてもらいたいといったことがある。プロ野球キャンプは地域活性化や観光振興などの面から県内外の各地域で誘致活動が活発であり、本県は冬場の温暖な気候という強みを有するとはいえ、今後はこうしたキャンプを定着させていくための組織的な支援体制の強化や大勢の県民が応援し、見学するような環境整備を行う必要がある。また、球団にとっては練習に専念することが本来の目的ではあるものの、関係団体は見学者の増加やファンづくりのためにも球団の協力を得て、サイン会の実施や7球団合同での交流会などを実施することも働きかけてみてはいかがであろうか。さらに、受入地の市町村については、地元での経済効果をさらに高めるため、きめ細かなフィールドサーベイを含めた調査・分析を行い、具体的な施策の展開に結び付けていく取組みを期待したい。

## 補注1：沖縄県内におけるプロ野球キャンプの経緯

県内におけるプロ野球春季キャンプは、79年に日本ハムが投手陣のみのミニキャンプを名護市で実施したのが初めてである（補注 - 図表を参照）。75年に開催された海洋博覧会後の入域観光客数の落ち込みに対処するため、76年から日本ハム球団の協力を得て後樂園球場で球場結婚式を催し、本県への新婚旅行の誘客を行ったことが日本ハムにキャンプ誘致を働きかける契機となった。冬場の観光振興としても有望な春季キャンプについては、当時の沖縄県観光連盟（現、沖縄観光コンベンションビューロー）を中心に誘致活動が行われた。

81年には、日本ハムが一軍主力選手の本格的なキャンプを名護市で実施、これを皮切りに広島（82年、沖縄市）、中日（83年のみ石垣市、85年具志川市、その後石川市を経て現在、北谷町と読谷村）、横浜（87年、宜野湾市、当時は大洋ホエールズ）、オリックス（89年、糸満市、現在、平良市）、ロッテ（89年のみで投手陣のみ実施）、ダイエー（90年のみ実施）が相次いで本県でキャンプを実施した。近年では、2000年にヤクルトが浦添市でキャンプを実施し、03年には阪神が一次キャンプを宜野座村で実施、04年も前年と同様、セ・リーグ5球団、パ・リーグ2球団の計7球団が本県で春季キャンプを実施している。

こうした背景には、2月の平均気温が16.6度（平年値）と本土他地域に比較してかなり温暖であること、また海外と比較した場合に時差がないことや移動が容易であり、経費面でも少なくすむこと、さらに雨天練習場をはじめ練習施設が格段に整備されてきたことなどが挙げられる。



(補注 - 図表) プロ野球春季キャンプの沖縄県内での実施状況と優勝チームの推移

暦年	日本ハム	広島	中日	横浜	オリックス	ヤクルト	阪神	ロッテ	ダイエー	巨人	西武	近鉄
				旧・大洋ホエールズ	旧・阪急				旧・南海		旧・クラウン	
1978					○	◎						
79	(投手陣) 名護市	◎										○
80		◎										○
81	(一軍) 名護市 ○									◎		
82		沖縄市	○								◎	
83			石垣市							○	◎	
84	(二軍) 宜野座村 84年のみ	◎			○							
85			(投手陣) 具志川市				◎				○	
86		○									◎	
87			(一軍) 石川市 具志川市	宜野湾市						○	◎	
88			○								◎	
89			(一軍) 石川市 (二軍) 具志川市		(投手陣) 糸満市			(投手陣) 那覇市		◎		○
90					(一軍) 糸満市				(一軍) 読谷村 (二軍) 嘉手納町	○	◎	
91		○			(一軍) 糸満市 (二軍) 那覇市						◎	
92						○					◎	
93					(一、二軍) 平良市 糸満市	◎					○	
94					(一、二軍) 平良市 糸満市 城辺町					◎	○	
95					(一軍) 平良市 (二軍) 城辺町 ○	◎						
96	(二軍) 宜野座村		(一軍) 北谷町 (二軍) 読谷村	(二軍) 嘉手納町	◎					○		
97						◎					○	
98				◎							○	
99			○						◎			
00						浦添市			○	◎		
01						◎						○
02										◎	○	
03	(二軍) 東風平町						宜野座村 ○		◎			
? 04			(一、二軍) 北谷町、読谷村		(二軍) 平良市、城辺町							
一軍 キャンプ地	名護市	沖縄市、宮崎県	北谷町、読谷村	宜野湾市	兵庫県、平良市	浦添市	宜野座村、高知県	鹿児島県	宮崎県	グアム、宮崎県	宮崎県	宮崎県
二軍 キャンプ地	東風平町	宮崎県	北谷町、読谷村	神奈川県、嘉手納町	平良市、城辺町	東京都、宮崎県	高知県	埼玉県、鹿児島県	宮崎県	宮崎県	埼玉県、高知県	高知県、宮崎県

(備考) 球団名の列の太線枠内は沖縄県内で春季キャンプを実施。○はリーグ優勝、◎は日本シリーズ制覇。  
年次の列の○印は沖縄県内でキャンプを実施した球団がリーグ優勝した年。

## 補注2：本調査における産業連関表について

今回の調査では、県が作成した95年産業連関表を用いた。産業部門数で表示する部門表は産業分類が「宿泊業」や「飲食店」、「娯楽サービス」等まで区分されている90部門表をベースとした。ただし、分析に際しては、今回の分析において多少統合しても不都合がない部門を当室で統合し、52部門表に組み替えて使用した。

また、産業連関表における各産業部門の自給率は、県内需要（＝県内居住者の需要）に対する自給率であるため、移輸出（＝非居住者の需要）は対象外となる。このため、統計上、移輸出である「県外からの滞在者の支出（＝非居住者の需要）」の経済効果を試算する際に、そのままの自給率を用いると不都合が生じる。例えば、宿泊業の自給率は、県内居住者の宿泊需要（県外旅行等を含む）のうち県内宿泊部門を利用した割合を意味するが、県内居住者の場合、県外宿泊の支出額が県内宿泊の支出額より大きい場合、県内宿泊業の自給率は極めて低くなる。しかし、キャンプ関連の宿泊費や飲食費は全て県内で発生するため、こうした支出に対して県内での自給率が明らかに100%とみられる宿泊業、飲食店、物品賃貸サービス部門（レンタカー等）などについては自給率を100%に設定し直して使用した。

なお、宿泊業は産業連関表の90部門表では「旅館・その他の宿泊所」となっているが、ここでは「宿泊業」の呼称を用いる。また、ホテル内のレストランは産業連関表の部門では「飲食店」に分類される。さらに産業連関表における商業部門は売上高ではなく商業マージン部分が計上され、運輸業も取扱高ではなく運輸マージン部分が計上されることに留意する必要がある。

生産誘発額を求める算式は以下のとおりである。

$$X = [I - (I - M)A]^{-1} (I - M)F$$

X：各産業部門の財・サービスの生産額

I：単位行列

M：県内需要に対する移輸入係数（対角行列）

A：投入係数（行列）

[ ]<sup>-1</sup>：逆行列

F：最終需要額（直接支出額）

X（生産額）が、F（最終需要額）に対応する生産誘発額となる

問合せ先：琉球銀行 経済調査室 金城 毅  
電話 098 - 833 - 9966