

調査レポート

沖縄県内における 2011 年プロ野球春季キャンプの経済効果

経済効果は、過去最高の 86 億 4,800 万円

【要 旨】

- ・ 2011 年の沖縄県内におけるプロ野球春季キャンプの経済効果は、過去最高の 86 億 4,800 万円となった。
- ・ これは、前年(54 億 9,400 万円)より約 32 億円増加し、これまでの最高であった 2008 年の 62 億 7,400 万円を大きく上回った。大幅な増加要因として、読売巨人軍が県内で初めてキャンプを実施したことや日本ハムに入団した斎藤投手の全国的なフィーバーなどの大きな話題により、観客数が大幅に伸びたことが挙げられる。
- ・ 今年の県内における春季キャンプは、球団数が過去最多の 10 球団となり、期間中の観客数は、約 25 万 3,000 人(オープン戦含む)と前年(約 17 万 1,000 人)より約 8 万 2,000 人多かった。また、キャンプ期間中の県外からの滞在者は、選手、球団関係者が約 1,100 人、報道関係者・解説者が約 2,700 人、県外からの観客は約 4 万 3,000 人となり、前年(約 2 万 5,000 人)を 1 万 8,000 人上回った。
- ・ このように県外客が大幅に増加したことが、宿泊費、飲食費等の増加へとつながり、今年のキャンプの経済効果は、過去最高の 86 億 4,800 万円となった。
- ・ 今年の経済効果を産業別に多い方からみると、宿泊業 13 億 1,500 万円、製造業 11 億 7,800 万円、商業 9 億 9,300 万円の順であった。
- ・ ただ、今年のキャンプの経済効果は、事前予想の 101 億円に対して約 15 億円少なかった。予想より県外からの観客が伸びなかったことなどが要因として挙げられる。
- ・ 一方、今年で初めてとなる巨人軍のキャンプは、観客が約 8 万 7,800 人となり、経済効果は 22 億 3,400 万円と大きな効果をもたらした。
- ・ また、全国的にフィーバーとなった斎藤投手の入団した日本ハムの経済効果は、16 億 1,500 万円と巨人軍に次いで大きかった。
- ・ 今年のキャンプは、沖縄県が各キャンプ地を巡回するラッピングバスの運行やキャンプ情報を発信するウェブサイトの開設などの新たな取り組みも始まったほか、キャンプ関連の新たなグッズや泡盛、食品、金融商品なども多く販売された。
- ・ このようにキャンプを通し、新たなビジネスチャンスを構築するとともに、県民サイドでは、一人でも多くの県民がキャンプ地に出向くなどしてキャンプを盛り上げていくことが求められる。

1. 2011 年の春季キャンプの概要

2011 年 2 月に沖縄県内で春季キャンプを実施した国内プロ野球球団は、読売巨人軍(以下、球団名は「巨人」のような略称を用いる)が那覇市で新たにキャンプを実施したこと

から、前年の9球団から10球団とこれまでの最多になり、そのうち6球団は二軍のキャンプも実施した(図表1)。

今年のキャンプは、巨人が初めて県内でキャンプを実施するなどの大きな話題があったほか、全国的なフィーバーとなった日本ハムに入団した斎藤佑樹投手の動向に注目が集まり、大きな盛り上がりを見せた。

まず、今年のキャンプの参加人数のうち、選手(一、二軍計)・球団関係者は全10球団合計で約1,100人、報道関係者や解説者が約2,700人であった。報道関係者は、巨人が関わったことや斎藤投手の全国的なフィーバーから、スポーツ関係の報道陣だけでなく、芸能関係の報道陣なども多く取材に訪れたことなどから、前年を約600人上回った。

また、キャンプ期間中の観客数は、約25万3,000人(オープン戦含む)と前年(約17万1,000人)を約8万2,000人上回った。そのうち県外からの観客は、約4万3,000人(前年は約2万5,000人)と巨人の初キャンプや日本ハムの斎藤投手フィーバーなどから前年を約1万8,000人上回った。

(図表1) 沖縄県内における2011年春季キャンプの実施状況

	日本ハム	広島	中日	横浜	オリックス	ヤクルト	阪神	楽天	ロッテ	巨人
一軍	キャンプ地 名護市	沖縄市	北谷町	宜野湾市	宮古島市	浦添市	宜野座村	久米島町	石垣市	那覇市
	期間 2/1~2/25	2/1~2/13	2/1~2/27	2/1~2/28	2/1~2/17	2/1~2/25	2/1~2/17	2/1~2/19	2/1~2/24	2/20~2/27
二軍	キャンプ地 国頭村		読谷村	嘉手納町	宮古島市	八重瀬町		久米島町		
	期間 2/1~2/22		2/1~2/27	2/5~2/22	2/1~2/27	2/1~2/13		2/1~2/24		

2. 経済効果の試算について

(1) 春季キャンプの関連支出額(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、娯楽レジャー等に支出するほか、多くの県民がキャンプ地へ出かけて見学の際に飲食したり、土産品(グッズ等)を購入したりする。また、受入地の市町村による練習施設等のインフラ整備や協会によるキャンプを応援するための関連経費の支出などがあり、これが直接支出額となる。

こうした支出額について試算した結果、総額で54億5,000万円(図表2)となり、前年(34億2,600万円)を20億2,400万円上回った。試算結果の内訳をみると、宿泊費が12億8,700万円(前年9億2,600万円)と最も多く、次いで土産品・グッズ購入11億9,200万円(同5億5,300万円)、飲食費11億1,700万円(同7億800万円)、交通費7億2,600万円(同4億5,200万円)、娯楽・レジャー4億8,100万円(同3億1,200万円)と続いた。

(図表2) 春季キャンプ関連支出額

支出項目	支出額 (百万円)
宿泊費	1,287
土産品・グッズ購入	1,192
飲食費	1,117
交通費	726
娯楽レジャー	481
練習施設等の整備費	308
クリーニング代	75
アルバイトへの支払い	59
施設使用料	28
その他	177
合計	5,450

万円) 練習施設等の整備費 3 億 800 万円 (同 1 億 6,200 万円) などとなっている。

前年より増加した主要因として、県外及び県内からの観客が増加したことによる宿泊費や土産品やグッズ購入などの支出増が挙げられるほか、巨人軍のキャンプを実施するに当たっての練習施設整備の費用なども増加要因となった。

(2) 春季キャンプの沖縄県内における経済効果

まず、県内の産業全体の自給率は 100% ではないため、(1) で求めた直接支出額 54 億 5,000 万円に自給率を掛けると県内で供給された分である 48 億 4,000 万円 が求められ、これが 直接効果 となる。

次に、直接効果である宿泊費、飲食費、交通費、施設整備費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の増加へと波及していく。これを 1 次間接波及効果 といい、これが 21 億 5,000 万円 となる。さらに、直接効果と 1 次間接波及効果で生じた各産業における雇用者の所得増加は、これら雇用者の消費支出を増加させ、関連する各産業の生産を誘発していく。これを 2 次間接波及効果 といい、これが約 16 億 5,900 万円 となる。

これらの直接効果、1 次間接波及効果、2 次間接波及効果を合わせた金額が 86 億 4,800 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。また、これらの効果のうち、原材料やサービス等の仕入れを除いた分が 粗付加価値額 (46 億 9,700 万円) となり、この中で雇用者へ支払われた賃金等が 雇用者所得 (22 億 9,100 万円) となる(図表 3)。

今年の経済効果である 86 億 4,800 万円を球団別にみると、県内初キャンプとなる巨人が 22 億 3,400 万円でも最も大きく、次いで斎藤投手フィーバーのあった日本ハムが 16 億 1,500 万円であった。

また、今年の経済効果である 86 億 4,800 万円は、前年(54 億 9,400 万円)を 31 億 5,400 万円上回り、これまで最高であった 2008 年の 62 億 7,400 万円も大きく上回った。

(図表 3) 産業連関分析による経済効果の試算結果

[単位: 百万円]

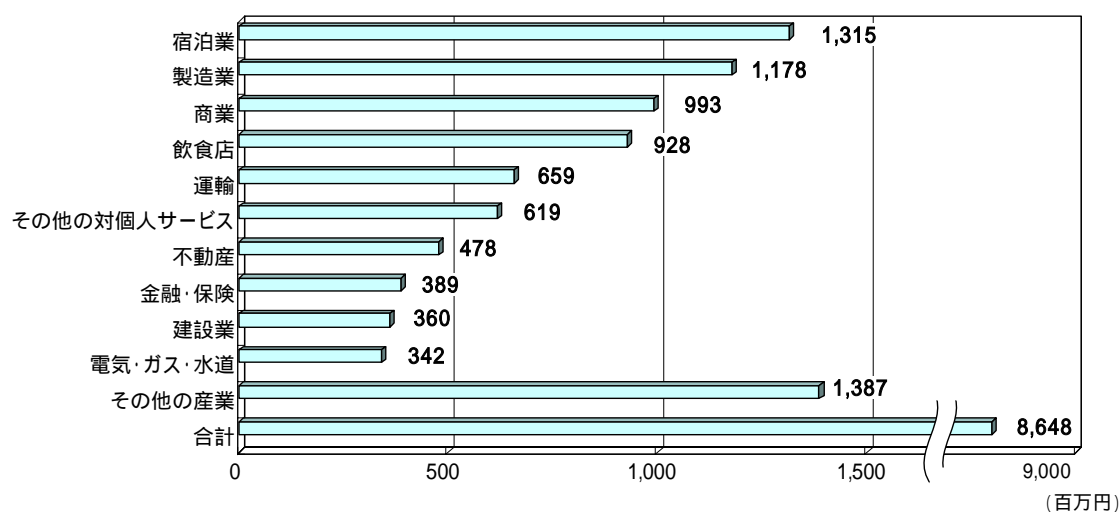
	経済波及効果 (生産誘発額)	粗付加価値 誘発額	
		雇用者所得 誘発額	
直接効果	4,840	2,528	1,354
1 次間接波及効果	2,150	1,159	514
2 次間接波及効果	1,659	1,010	423
合計(総合効果)	8,648	4,697	2,291
直接支出額 (波及効果)	5,450 (1.6倍 = 総合効果/直接支出額)		

- (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)。
 6. 端数処理により合計は合わないことがある。

(3) 産業別の経済波及効果

今年の経済効果である 86 億 4,800 万円を産業別にみると、宿泊業が 13 億 1,500 万円と最も大きく、次いで製造業が約 11 億 7,800 万円、商業が 9 億 9,300 万円、飲食店が 9 億 2,800 万円、運輸業が 6 億 5,900 万円などの順となっている(図表4)。

(図表4) 産業別の経済効果



3. 経済効果の事前予想(101億円)との差異について

当社では、今年の経済効果を約 101 億円と事前予想したが、今年の経済効果(86 億 4,800 万円)は、事前予想を約 15 億円下回った。要因として、巨人のキャンプや日本ハムの斎藤投手効果などにより県外からの観光客(約 4 万 3,000 人)は大幅に増加したものの、今年(2011 年)2 月の県内への入域観光客の減少などから県外からの観光客が当初予想の 5 万人より 7,000 人下回ったことなどが挙げられる。ただ、キャンプにおける県外からの観光客は予想を下回ったものの、入域観光客数を下支えし、減少幅を抑えた側面もあったものとみられる。

このように入域観光客数が伸び悩むなかにおいて、プロ野球キャンプはスポーツコンベンションとして県外からの集客に大きく貢献しており、今後もプロ野球キャンプのようなイベント等により安定した入域客を集める仕組み作りがより重要である。

4. 読売巨人軍の県内における初キャンプについて

(1) キャンプ概要

巨人軍の今年(2011 年)春季キャンプについては、2 月前半はこれまで同様、宮崎県で行われ、後半の 2 月 20 日~27 日の日程で 2 次キャンプという形式で初めて県内で行われた。

キャンプは、オープン戦が3試合開催されたほかオリックスや韓国のプロ野球球団との練習試合など実戦中心の内容で進められた。その間、選手・球団関係者の滞在者は約100人、観客は約87,800人となり、うち県外からの観客は約14,700人と推察される。

また、キャンプ期間中は、概ね天候にも恵まれ、キャンプ会場となった那覇市奥武山の沖縄セルラースタジアム那覇には、屋台や県産品、巨人軍のグッズ販売コーナーが設置され、多くの観客で賑わった。

(2) 経済効果について

直接支出額の試算

初めてとなる巨人軍の県内キャンプでの関連支出額について主な内訳をみると、観客による土産品・グッズ購入が3億9,700万円、宿泊費が3億2,000万円、飲食費が2億7,600万円、交通費が1億2,700万円などとなっており、これらを合計すると14億2,700万円となる。

経済効果の試算

ここで得られた直接支出額に県内での自給率を掛けると、県内で調達された分である12億4,700万円が求められ、これが直接効果となる。

この直接効果により、2(2)と同様に原材料、サービス等を提供している産業の売上の増加へと波及していく1次間接波及効果が5億4,800万円となる。また、直接効果と1次間接波及効果で生じた各産業における雇用者の所得増加は、これら雇用者の消費支出を増加させ、消費需要の増加がさらに各産業の生産を誘発していく2次間接波及効果が、4億2,800万円となる。

これらを合計(直接効果+1次間接波及効果+2次間接波及効果)したものが、22億3,400万円となり、これが沖縄県内における巨人キャンプの経済効果となる。そのうち、原材料やサービス等の仕入れを除いた分である粗付加価値額が12億900万円となり、この中で雇用者へ支払われた賃金等である雇用者所得が5億9,500万円となる。

また、この経済効果を産業別にみると製造業が3億3,600万円と最も大きく、次いで宿泊業が3億2,700万円、商業2億8,300万円、飲食店2億3,100万円、その他の対個人サービス1億4,900万円などとなっている(図表5)。

なお、当社では巨人キャンプの経済効果を約20億円と予想したが、巨人人気やキャンプ会場における屋台、グッズ販売などの集客効果により、当初予想より2億円以上多い経済効果となった。

(図表5) 巨人軍のキャンプ概要

キャンプ期間	2011年2月20日～27日	
観客数	約 87,800人	
(うち県外からの観客)	(約 14,700人)	
直接支出額	14億2,700万円	
経済効果	22億3,400万円	
(うち租付加価値額)	(12億900万円)	
(うち雇用者所得額)	(5億9,500万円)	
主な産業別の経済効果	製造業	3億3,600万円
	宿泊業	3億2,700万円
	商業	2億8,300万円
	飲食店	2億3,100万円
	その他の対個人サービス	1億4,900万円

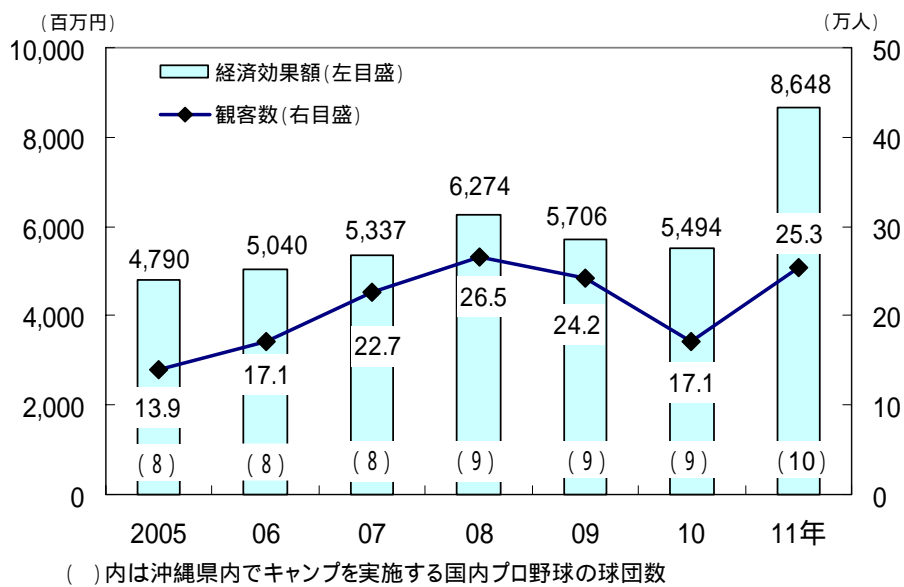
5. おわりに

県内のプロ野球春季キャンプは、1979年に日本ハムが初めて名護市でのキャンプを実施したことから始まり、今年是国内プロ野球球団12球団中10球団がキャンプを実施するまでになった。その結果、今年の経済効果である86億4,800万円は、先述したようにこれまでの最高であった2008年の62億7,400万円を大幅に上回り、過去最高となった(図表6)。

一方、キャンプの課題として、県内でのキャンプを早い時期より実施した球団が練習に使用している球場等の施設が老朽化していることから、これらの整備や更新が必要になってきている。これに対しキャンプを迎え入れる市町村においては、厳しい財政事情のなかで対応を進めており、具体例として広島のカンパ地である沖縄市においては球場の建替えを2012年に予定している。

また、今年のプロ野球春季キャンプは、沖縄県が各キャンプ地を巡回するラッピングバスの運行やキャンプ情報を発信するウェブサイトの開設などの新たな取り組みも始まったほか、キャンプ関連のグッズや泡盛、食品、金融商品なども多くの関連商品も販売された。このようにキャンプを通し、新たなビジネスチャンスを構築するとともに、キャンプを迎え入れる県民サイドでは、一人でも多くの県民がキャンプ地に出向くなどしてキャンプを盛り上げていくことが引き続き求められる。

(図表6) プロ野球春季キャンプの経済効果と観客数の推移



以上

【補注1】プロ野球春季キャンプの沖縄県内での実施状況

暦年	日本ハム	広島	中日	横浜	オリックス	ヤクルト	阪神	楽天	ロッテ	巨人	ソフトバンク	西武
1979	(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) 嘉手納町								
97			(二軍) 読谷村									
98												
99												
2000						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							
05			(一軍) 北谷町 (二軍) 読谷村 北谷町		(一軍) 平良市			(一、二軍) 久米島町				
06	(二軍) 八重瀬町 国頭村		(二軍) 読谷村		(一軍) 宮古島市							
07	(二軍) 国頭村											
08									(一軍) 石垣市			
09					(二軍) 宮古島市	(二軍) 八重瀬町						
10												
11												
一軍 キャンプ地	名護市	沖縄市 宮崎県	北谷町	宜野湾市	宮古島市、 高知県	浦添市	宜野座村 高知県	久米島町	石垣市	宮崎県 那覇市	宮崎県	宮崎県
二軍 キャンプ地	国頭村	宮崎県	読谷村	嘉手納町 神奈川県	宮古島市	八重瀬町 宮崎県	高知県	久米島町	千葉県 鹿児島県	宮崎県	宮崎県	埼玉県 高知県

- (注) 1.太線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。
 2.年次列の 印は沖縄県内でキャンプを実施した球団がリーグ優勝をした年。
 3.楽天の列の()は、05年からオリックスと合併した旧・近鉄のリーグ優勝。

【補注2】：本調査で使用した産業連関表について

今回の調査では、2010年2月に改定された沖縄県の2005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35部門表をベースにしたが、35部門表では「宿泊業」や「飲食店」、「航空輸送」、「陸運」、「海運」、「貸自動車業」等の部門が明示されていないので、これらの産業部門については、県が公表した基本分類表（404行×350列）から該当する業種を抽出した。さらに、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社で統合し、本件調査の分析用に組み替えた。

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、飲食店などについては自給率を100%に設定し直して使用した。

生産誘発額を求める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）

[]⁻¹：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