

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

はじめに

1. 本研究の背景と目的

地域におけるプロスポーツ活動は、教育・文化への貢献、地域PR、人々の交流、郷土意識の高まりなど、地域に様々な効果をもたらすことが考えられ、その一つに経済効果が挙げられる。スポーツチームが活動し試合が開催されること等により、多くの人々が地域に集まり、様々な消費を中心とした経済活動が生まれ、その影響は様々な産業分野に及ぶことが期待される。

我が国におけるプロスポーツは、野球、サッカー、バスケットボール、相撲・ボクシングなどの格闘技、競輪・競馬等の公営競技など様々あるが、特に地域に密着した活動を行っている種目としてサッカーが挙げられよう。日本プロサッカーリーグ（Jリーグ）は、各チームの活動本拠地を「ホームタウン」と呼び、ホームタウンにおいて、地域社会と一体となった活動や社会貢献に努める姿勢を強く打ち出している。

サッカーチームとして、北九州市には「ニューウェーブ北九州」が本拠地を置いており、2008年度現在は日本フットボールリーグ（JFL）に所属しながらJリーグに準加盟を果たし、北九州をホームタウンとした活動を行っている。同チームは2007年末に九州リーグからJFLに昇格し、さらに2010年のJリーグ加盟を目指した活動を行っており、組織力、財政力、支援体制の強化を図り強固なチーム運営をさらに行うため2008年10月には経営母体をNPO法人北九州フットボールクラブから株式会社ニューウェーブ北九州へと移している。このニューウェーブ北九州の活動は様々な形で地域に浸透しつつあり、また、市民、地域経済界、行政等においてもニューウェーブ北九州を応援する機運が高まりつつあると考える。今後Jリーグ加盟を果たした場合、その注目度はさらに上昇し、様々な形で地域の活性化に寄与することが期待される。

こうした点を踏まえ、本研究においては、プロサッカーチーム（注1）としてのニューウェーブ北九州がJリーグ加盟した場合を想定し、北九州市にもたらすことが想定される経済効果を試算することを目的とする。

研究の方法としては、まず日本のサッカーリーグの構図及び他のプロサッカーチームの経済効果の推計状況の事例整理等を行った上で推計手法を検討し、経済効果を試算することとする。

なお、本研究による推計結果を見る際は、ニューウェーブ北九州が北九州市にもたらす影響については経済効果の他に幅広い有形・無形の効果があり、経済効果はその一要素に過ぎない点、また、一般的に経済効果の試算は様々な仮定の上に行われるものである点に留意する必要があるものとする。

2. 先行研究の状況

プロサッカーチームの経済効果については、近年、様々なチームを対象として推計が行われている。その概要については 章にて整理することとする。ほとんどの推計は、本拠地が所在

する県あるいは政令指定都市の産業連関表を用いた推計を行っており、本研究においてもこうした先行研究を踏まえた手法の検討を行う。

(注1) Jリーグ加盟の全チーム及びJFL加盟チームの一部チーム。ニューウェーブ北九州をはじめとして、Jリーグ加盟を目指して活動しているチームは、本研究ではプロサッカーチームとして位置づける。

日本のサッカーリーグの構図

1. サッカーリーグの概要

他のプロサッカーチームの経済効果の推計状況を整理する前に、まず日本のサッカーリーグの現在の構図を概観する。

日本のサッカーリーグの構成は、学生リーグ、なでしこリーグなど特別のカテゴリーのものを除くと、大きく「Jリーグ」、「JFL」、「地域リーグ」、「都道府県リーグ」の4層に大別でき、Jリーグはさらに「J1」、「J2」に分かれる構成となっている(図1)。また、地域リーグ、都道府県リーグの中にはさらに複数の階層に分かれている場合もある。

JFL、地域リーグ、都道府県リーグの間ではそれぞれ成績に応じた入れ替え(昇格・降格)があるが、JFLからJリーグへの加盟については、一定の条件を満たした場合のみ認められることとなっており、Jリーグ準加盟制度(次節参照。)がある。なお、JリーグのJ1とJ2の間では成績に応じた入れ替えが行われる。これらの構成のうち、Jリーグはプロ契約をチームと結んだ選手(プロ選手)により構成されるプロリーグであり、JFLはプロ選手を中心としたチームとアマチュアチーム(企業所属選手や大学所属選手によるチームなど)が混在したリーグである。JFL、地域リーグ、都道府県リーグはアマチュアリーグと言えよう。



出典等：Jリーグホームページ、JFLホームページをもとに筆者作成。2008年の結果を踏まえた入替は反映。

図1 日本のサッカーリーグの構図(2009年当初時点)

経済効果の観点からみると、上位のリーグになるほど、試合の観客数に代表されるようにチームへの社会的関心が高まり、またチーム運営に係る財政規模も大きくなるため、それらを反映して地域にもたらす経済効果も高まっていくものと考えられる。

また、Ｊリーグ及びＪＦＬの 2009 年の参加チームをホームタウン・本拠地ごとに示したものを図 2 に示す。首都圏に集中が見られるものの、日本全国にホームタウンが置かれている状況がうかがわれる。九州にはＪ１は 1 チーム、Ｊ２が 3 チーム、ＪＦＬが 3 チーム（うちニューウェーブ北九州を含む 2 チームはＪリーグ準加盟）の計 7 チームが本拠地を置いており、近畿地方と同程度の集積がある。



出典等：Ｊリーグホームページ、ＪＦＬホームページのチーム情報をもとに筆者作成
 図 2 J リーグ、J F L 加盟チームの本拠地別一覧 (2009 年当初時点)

2. Jリーグへの加盟要件

(1) Jリーグへの加盟要件

本研究においては、ニューウェーブ北九州がJリーグに加盟した場合の経済効果を試算することを目的としているが、それではJリーグに加盟する要件とは何か。この点は試算の前提条件になる事項であるため、以下に基本的な点に絞って概略を整理する。

Jリーグ規約(2008年時点)によると、Jリーグに加盟するには、まず準加盟クラブとなり(第20条)その上で「JFLにおける年間順位が4位以内」、「1試合平均観客数3,000人以上」、「年間事業収入1.5億円程度」及び法人としての各種条件を満たし(第19条の2、第20条の(1)~(7))、かつホームスタジアムの諸条件(J2の場合、イス席で10,000人以上など)を満たす必要がある(第29条)。以下に、Jリーグ規約の主たる関連箇所を抜粋する。

Jリーグ規約における加盟要件等(抜粋)

(特に本研究における試算と関係のある事項は**太字**)

第19条〔J1クラブの資格要件〕

J1クラブは、以下の要件を具備するものでなければならない。

- (1)日本法に基づき設立された公益法人または発行済株式総数の過半数を日本国籍を有する者が保有する株式会社であること
- (2)プロ選手を20名以上保有していること。ただし、そのうち15名以上はプロA契約選手でなければならない
- (3)協会の加盟チームに関する規定に定める登録種別の第1種、第2種、第3種および第4種に属するチームを有していること(ただし、第4種についてはその年代に対するサッカー学校、クリニック等の活動を行っていることで足る)
- (4)そのクラブにおける最高水準の競技力を保持するチーム(以下「トップチーム」という)およびトップチームにおいて競技する選手を養成するチーム(以下「サテライトチーム」という)を、双方編成し得ること
- (5)第21条に定めるホームタウン内に第4章第1節に定める競技場(以下「ホームスタジアム」という)を確保していること
- (6)第113条および第114条に定める監督およびコーチを保有していること

第19条の2〔J2クラブの資格要件〕

J2クラブは、以下の要件を具備するものでなければならない。

- (1)日本法に基づき設立された公益法人または発行済株式総数の過半数を日本国籍を有するものが保有する株式会社であること
- (2)5名以上プロA契約選手を保有していること
- (3)協会の加盟チームに関する規定に定める登録種別の第1種、第2種、第3種および第4種に属するチームを有していること(ただし、第4種についてはその年代に対するサッカー学校、クリニック等の活動を行っていることで足る。)なお、第2種、第3種または第4種のいずれか一つに関しては、クラブがJ2クラブとして初めて参加したシーズンを含め3シーズンが終了するまで猶予を設ける
- (4)ホームスタジアムを確保していること
- (5)第113条および第114条に定める監督およびコーチを保有していること

第20条〔入会〕

Jリーグは、理事会が定める「Jリーグ準加盟規程」の内容を満たす日本フットボールリーグ(JFL)、9地域のサッカーリーグまたは都道府県サッカーリーグに加盟するクラブを準加盟クラブとして認定することができる。

Jリーグは、次の条件を満たす準加盟クラブをJ2会員として入会させることができる。

- (1)準加盟クラブとしての相当期間におよぶ活動実績において、理事会からJ2会員としての適性が認められたこと
- (2)第19条の2第1号から第5号までの要件を具備すること
- (3)JFLにおける年間順位が、4位以内であること。ただしこれは、将来J2会員数が所定の数(現段階では18を想定)に達するまでの暫定的な定めとする
- (4)入会直前年度までに、ファンクラブや後援会などの安定的な支援組織を整備すること
- (5)入会直前年度の**JFLのリーグ戦における1試合平均観客数が、原則として3,000人以上**であること
- (6)入会直前年度に、法人に常勤役員がおり、かつ常勤社員が3人以上いること
- (7)入会直前年度における**年間事業収入が1.5億円程度**になると、合理的に推測できること

~ (略)

(中略)

第29条〔競技場〕

競技場は、次の各号の条件を満たすものでなければならない。

(1)ピッチは天然芝であり、原則として縦長105m、横幅68mであること

(2)～(5) (略)

フィールド(ピッチおよびその周辺部分)には、選手のプレーに影響を与え、または危険を及ぼすおそれのある物は一切放置もしくは設置してはならない。

競技場の観客席は、下記のとおりとする。ただし、芝生席は、観客席とはみなされない。

(1)J1クラブ主管公式試合：**15,000人以上収容できること**

(2)J2クラブ主管公式試合：**10,000人以上収容できること**

競技場には、平均1,500ルクス以上の照度をもつ照明装置を設置しなければならない。

第30条〔競技場付帯設備〕 (略)

第31条〔照明装置〕 (略)

第32条〔ベンチ〕 (略)

第33条〔医療施設〕 (略)

第34条〔ビジタークラブのための観客席の確保〕 (略)

第35条〔広告看板等の設置〕 (略)

(以下略)

出典：社団法人日本プロサッカーリーグ「社団法人日本プロサッカーリーグ規約・規程集」2008年より抜粋

(2) J2リーグの将来像

Jリーグのチーム(クラブ)数については、2009年当初現在、J1は18チーム、J2は18チームとなっている。このうち、J2について財団法人日本サッカー協会は2008年7月、「J2リーグの将来像」をとりまとめている。その中では、以下の4つの点が示されている。

J2リーグの将来像(抜粋)

1. J2リーグのクラブ数を、22まで増やす。
 - a. J2が19クラブになった翌シーズンに入会できるクラブ数は、22から逆算して定める。
この場合もJFL4位以内など、一定の成績条件を設ける。
 2. J2リーグが22クラブになったシーズンから、J2とJFLの入替制度を導入する。
 - a. JFLからJ2へ最大3クラブが昇格(入会)し、同数のクラブがJ2からJFLへ降格(退会)する。
入替戦またはプレーオフ等は実施しない。
 - b. JFL所属クラブは、Jリーグが別に定める入会条件を満足しない場合、JFL順位に関わらず昇格(入会)できない。
 - c. J2からJFLへ降格したクラブは、Jリーグ会員資格を失う。
 3. J2リーグが18クラブになったシーズンから、J1とJ2の入替戦を廃し、リーグ戦成績をもって昇降格要件とする。
 - a. J2からJ1へ最大3クラブが昇格し、同数のクラブがJ1からJ2へ降格する。
 - b. J2クラブは、リーグが別に定めるJ1昇格基準を満足しない場合、J2順位に関わらず昇格できない。
 4. 全国で100以上のJリーグを目指しうるクラブが活動することを、将来目標とする。
- (以下略)

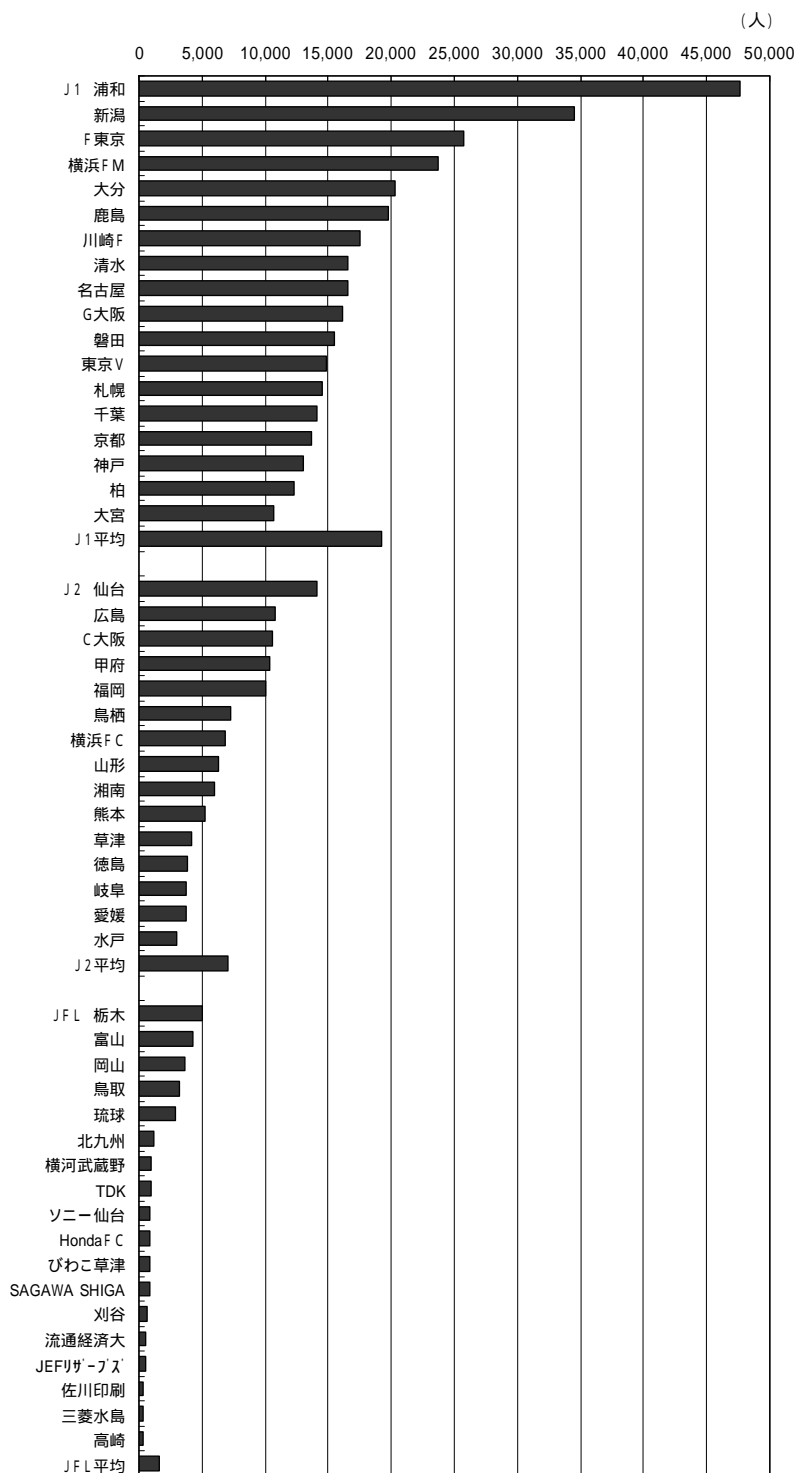
出典：財団法人日本サッカー協会「J2リーグの将来像」2008年7月より抜粋

この方向性によると、J2のチームが現在の18チームから4チーム増えて22チームとなった段階で、J2とJFLの間で、現在は行われていない「入れ替え」を行うことを明記しており、J2からJFLへ移った段階でJリーグ会員資格を失うこととしている。チームの入れ替えを激しくすることによってサッカー界全体の活性化を図ろうとする意図が推測されるが、チームを運営する各クラブにとってはかなり厳しい方向性が示されていると言えよう。

(3) ニューウェーブ北九州のJリーグ加盟に向けた課題として考えられる事項

ニューウェーブ北九州は2008年2月にJリーグ準加盟の承認を受けており、Jリーグ加盟の「第一関門」はクリアしているが、2008年のJFLリーグでは年間順位10位に終わり加盟要件を満たさず、また経営母体は2008年10月に株式会社化して体制強化を図ったものの、ホームスタジアムの整備の課題などが残されている状況にある。まずは選手及び監督・コーチが2009年においてJFL4位以内の好成績を挙げ、それに加えクラブ側が各種体制整備を行い、かつ行政が協力しホームスタジアムを整備し、また何よりも市民がより一層チームを支え観客動員を向上させること(Jリーグ加盟には1試合平均3,000人以上が要件。)等、多くの課題があると言えよう。しかし、こうした課題を越えることにより、多くの実りを北九州市に与えることが期待され、本研究で試算する経済効果もその一要素であると考えられる。

なお、2008年のJFL、J2、J1各チームのホームゲーム(主催試合)の1試合あたり平均観客数を図3に示す。ニューウェーブ北九州は1,149人であり、JFLの中では多い方から栃木SC(2009年からJリーグ加盟)、カターレ富山(同)ファジアーノ岡山(同)ガイナレ鳥取、FC琉球に次いで6番目にとどまっており、観客数面でもJリーグ加盟要件を満たすことができなかった。



出典：Jリーグホームページ、各チームホームページ、JFL公式記録をもとに筆者作成

図3 2008年JFL、J2、J1各チームのホームゲーム1試合あたり平均観客数

他のプロサッカーチームの経済効果の推計状況

1. 先進事例におけるプロサッカーチームの経済効果の試算結果

プロサッカーチームの経済効果の試算は、近年、いくつものチームを対象に各地域の研究機関等によって行われている。

公表されている資料を収集・整理した結果(14事例)を表1に示す。なお、各推計は試算の前提条件や、対象とする経済活動の範囲などが大きく異なっているため、推計額の単純な比較は行うことが難しい点に留意する必要がある。また、基本的に各チームの1年間の活動を基礎に試算は行われているが、波及効果まで含めた場合には1年間に発生する経済効果とは言えない。ただし、「1年間のチーム活動がもたらす経済効果」と言うことはできよう。

表1 プロサッカーチームの経済効果の試算結果事例 一覧

チーム名	推計時期	推計時点の状況	推計機関	経済波及効果の推計額 (直接効果+波及効果)(円)			スタジアム 整備費の 扱い	備考等
				JFL	J2	J1		
浦和レッズ	2007年11月	J1 (前年度優勝)	埼玉りそな産業協 力財団			127.2億	含まない	
大分トリニータ	2007年2月	J1	大分県 大分大学			23.5億	含まない	
アビスパ福岡	2005年11月	J2 J1 復帰	九州経済調査協会			21.0億 +	含まない	福岡市内での効果額
モンテディオ山形	2008年12月	J2 J1	荘銀総合研究所		14.0億	28.4億	含まない	
ベガルタ仙台	2006年12月	J2	宮城県		26.0億		含まない	
アルビレックス新潟	2003年8月	J2	日本政策投資銀行 新潟支店		21-25億		含まない	
ヴァンフォーレ甲府	2005年10月	J2	山梨総合研究所		7.6億	13.6億	含まない	他にPR効果2億円
FC岐阜	2007年12月	JFL J2	共立総合研究所	4.5億	13.2億		含まない	産業連関表不使用。 波及乗数を用いた推計
愛媛FC	2005年11月	JFL J2	いよぎん地域経済 研究センター		13.9億		改修費4.2億 (誘発額6.3 億)含む	他にPR効果2.9億円 改修費除くと7.6億円
徳島ヴォルティス	2005年3月	JFL J2	徳島経済研究所		15.2億		改修費5.4億 (誘発額8.9 億)含む	2年目以降は年6.3億円 改修費除くと6.3億円
カタレ富山	2008年1月	JFL	北陸経済研究所		11.7億		改修費5億 (誘発額7.9 億)含む	改修費除くと3.7億円
ガイナレ鳥取	2008年9月	JFL	鳥取県	4.0億	5.9-7.9億		含まない	5年間で34億円
試算結果から、以下の2チームは試算にあたっての前提条件等が他と大きくことなっていると推測され、比較対象外とする。								
大宮アルディージャ	2004年11月	J2	いよぎん地域経済研 究所			60.9億	改修費40億 (誘発額57 億)含む	改修費除くと3.9億円
ザスパ草津	2005年4月	JFL J2	群馬県(職員等によ る政策プロジェクト)			124億	含まない	手法の詳細不明

注：各推計は試算の前提条件や、対象とする経済活動の範囲などが大きく異なっているため、推計額の単純な比較は行うことが難しい点に留意。

アビスパ福岡以外は各県内での波及効果の推計結果。アビスパ福岡は福岡市内における推計結果。

出典：各推計機関作成の公表資料(巻末の参考資料参照。)をもとに筆者作成。

これらの事例における推計手法については、FC岐阜、ザスパ草津を除くと(注2) 各県の産業連関表(アビスパ福岡のみ福岡市産業連関表)を用いて経済波及効果を推計する手法を用いている。

それぞれ試算の前提条件等が異なるため単純比較には留意が必要であるが、事例から考察すると、以下の4点が推測できる。

スタジアム改修・整備費を加味せず、チーム運営費や観客消費額のみで経済効果を見た場合、多くのチーム、特にニューウェーブ北九州の参考となるような新興チームについてはJ2で4~14億円程度の経済効果額となっている。

しかし、推計当時のベガルタ仙台やアルビレックス新潟のように、安定的にJ2上位(あるいはJ1並み)の成績を上げ、観客動員もできるようになると、J2でも20~25億円程度の経済効果が見込まれる。

一方で、J1とJ2の経済効果は、多くの場合、双方とも20億円程度で大きな差は生じないことも考えられる。ただし浦和レッズのようにJ1で常に優勝争いに加わりサポーター(ファン)の数も多数に上る場合は、100億円を越えるような極めて大きな経済効果も期待できる。

初期投資としてのスタジアム改修・整備費を加味した場合は、経済効果は大きくなる。

2. 先進事例から推測されるニューウェーブ北九州の経済効果の簡易試算(参考)

先進事例における大半の試算で用いられている産業連関表は、県民経済計算・市民経済計算でマクロ的にとらえられている経済構造を、産業部門間の依存関係を通してミクロ的にとらえたもの(注3)であり、経済効果分析や各種経済指標の基準改定を行うための基礎資料を提供すること等を目的に作成されている。

産業連関表を用いた試算においては、推計者が様々な仮定のもとに直接消費額を設定し、それを産業部門別に産業連関表に投入することによって経済効果額が求められることになるが、仮定の置き方によって推計結果も大きく変わるようになるため、異なる推計者によって異なる対象をもとに試算した結果を単純に比較することは好ましくないと考えられる。さらに各県(あるいは政令指定都市)の産業構造の状況が異なるため、仮に全く同じ直接消費額を各産業連関表に投入した場合においても、算出される経済効果額は異なった額が算出される。

こうした点を認識した上で、大まかな傾向を把握するため、先進事例の中からニューウェーブ北九州が当面目指すべきJ2の経済効果について産業連関表を用いて試算している事例を抜き出し、経済活動と密接に関わりがあると推測される各県(注4)の人口(注5)と、経済効果額を比較した。その際、試算結果に大きな影響を与える多額の費用を要するスタジアム改修・整備費の扱いを統一し、その金額を除いた経済効果額を用いた。比較対象となる事例は、モンテディオ山形、ベガルタ仙台、アルビレックス新潟、ヴァンフォーレ甲府、愛媛FC、徳島ヴォルティス、カタレ富山、ガイナレ鳥取の8チームである。相関を見た結果を図4に示す。人口と経済効果の間にある程度の相関があると考えることができる。ここで得られた単回帰式に、北九州市の人口(平成17年国勢調査人口993,525人)を当てはめてニューウェーブ北九州の北九州市内におけるJ2での経済効果を簡易的に試算すると、経済効果は約7.7億円という結果となる。

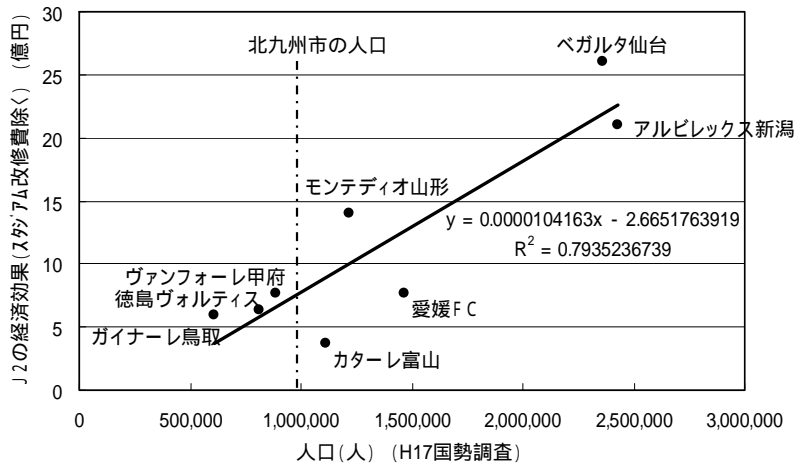


図4 先進事例におけるJ2の経済効果と県内人口の相関

ただし、比較対象としたチームのうち、モンテディオ山形、ベガルタ仙台、アルビレックス新潟、ヴァンフォーレ甲府については、推計時点で既にJ2あるいはJ1での活動実績があり、残る愛媛FC、徳島ヴォルティス、カターレ富山、ガイナーレ鳥取の4チームについては、現在のニューウェーブ北九州と同じくJ2での実績が無い時点での推計となっている。そのため、前者4チームはある程度安定的にJリーグで活動した場合の経済効果、後者4チームについては新興チームがJリーグに加盟する初期段階での経済効果を推計しているとも考えられる。また、後者4チームについては、Jリーグでの活動実績が無い段階のものであるため、試算に用いるあらゆる数値が仮定に基づくものであると言える。こうしたことから、前者4チームによる人口と経済効果の相関を「安定的にJリーグで活動している場合」として図5に、後者4チームによる人口と経済効果の相関を「Jリーグ加盟初期段階で、また、あらゆる試算条件が仮定に基づく場合」として図6に示す。

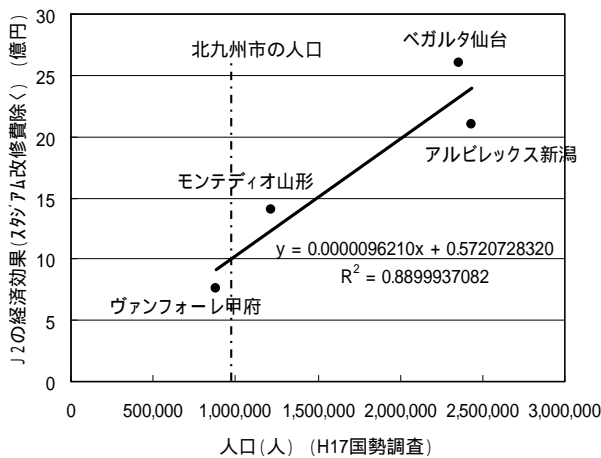


図5 安定的にJリーグで活動している場合の経済効果と人口の相関

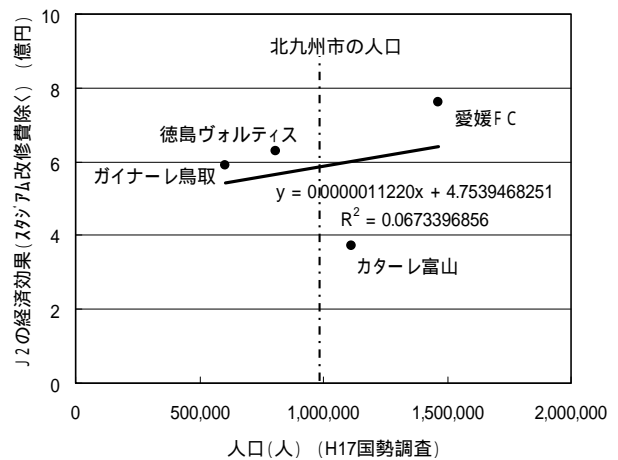


図6 加盟初期段階で、また、あらゆる条件が仮定に基づく場合の経済効果と人口の相関

図5においては経済効果の試算結果と人口の間に高い相関が見られ、図6においては相関は無い結果となった。ただし図6の場合もカターレ富山を除いて比較した場合、高い相関があることが見込まれる。図4の単回帰式の場合と同様、ここでもそれぞれの単回帰式に北九州市の人口をあてはめると、「安定的に」リーグで活動している場合」では約10.1億円、「加盟初期段階で、また、あらゆる条件が仮定に基づく場合」では約5.9億円という結果が得られる。

また、同様にJ1の経済効果について明確な試算結果がある大分トリニータ、モンテディオ山形、ヴァンフォーレ甲府の3チーム(注6)について相関を見ると(図7)、相関があることがうかがわれる結果となった。北九州市の人口をあてはめた場合、おおむね15~20億円程度の経済効果が期待できることが推測される。

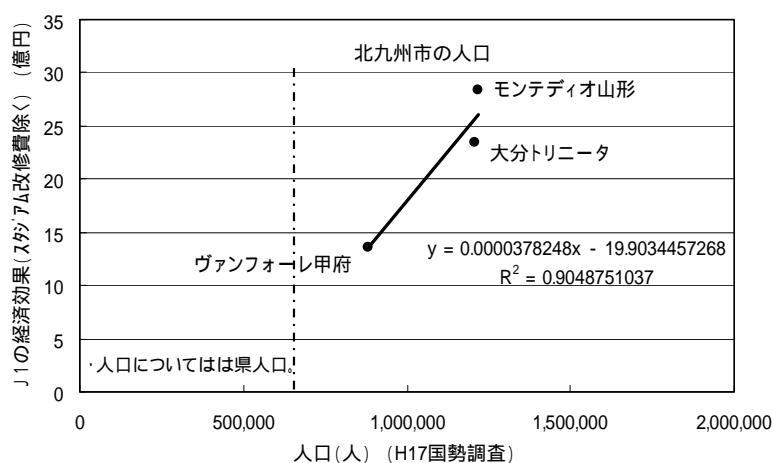


図7 先進事例におけるJ1の経済効果と県(市)内人口の相関

このように、先進事例の経済効果の試算結果と、その経済効果を試算する際に用いられた産業連関表の範囲内の人口との相関関係から、簡易的にニューウェーブ北九州のJ2における経済効果を試算すると効果額6~10億円程度、J1における効果額は15~20億円程度という結果となった。前述のように経済効果はそれぞれ異なる条件で推計されたものであり、事例を単純比較することは好ましくないため、ニューウェーブ北九州の経済効果については次章において別途推計することとするが、その結果を検証するにあたり、先進事例の経済効果と人口に相関が見られることに着目して本章で簡易試算した結果は、一つの参考になるものと言える。

(注2) FC岐阜の経済効果の推計は、入場料収入、観戦関連消費などの額を推定して積み上げた直接効果額(推計)に、波及乗数1.7を乗じる簡略な試算を行っている。ザスパ草津については試算結果を記した報告書に推計手法が掲載されておらず詳細は不明であるが、「少年サッカー需要」なども含んだ経済効果額となっている。

(注3) 北九州市『平成12年 北九州市産業連関表』2005年10月、p.90など。

(注4) ここで示す事例の場合は県の産業連関表を用いて算出されているため、県の単位となる。ただし北九州市の場合は市の産業連関表があるため市の範囲を適用する。

(注5) 産業連関表は、国民経済計算の体系の中に位置づけられるものであり、全国の都道府県の人口と県民経済計算(国民経済計算と関連。)における県内総生産額の間を見ると高い相関がある(平成17年国勢調査人口と平成18年度県内総生産額について、東京都を除く46道府県で比較すると、 $R^2 = 0.945$ の単回帰式が得られる)。

(注6) 浦和レッズもJ1の経済効果の試算があるが、県人口(705万)、経済効果額(127億)であり、他チームと比較し両指標の規模が極めて大きいため、比較対象外とした。

ニューウェーブ北九州が北九州市に与える経済効果の試算

1. 試算方法について

(1) 方法の決定

前章で整理したように、プロサッカーチームの経済効果の試算を行った先進事例のほとんどは産業連関表を用いて定量的に試算する手法を用いている。また、一般的に各種事業やイベントの経済効果（あるいは経済波及効果。本研究では「経済効果」に統一。）の算出に際しては、直接的な消費額を推定してそれを産業別に振り分け、産業連関表に投入して波及効果を算出する手法が用いられる。

そのため、本研究においては、北九州市への総合的な経済効果を試算する観点から、産業連関表を用いた試算手法を用いることとする。

使用する産業連関表は、北九州市総務市民局情報政策室（当時）が2005年10月に公表した「平成12年 北九州市産業連関表」を活用する。産業連関表は5年ごとに作成されるものであり、2008年度時点では最新のものである（注7）。産業部門数は32部門のものを用いる。

なお、産業連関表を用いた経済効果は期間を限定した効果額は得られないが、本研究においては、ニューウェーブ北九州のJリーグにおける1年間における経済活動から直接的な消費額等を設定し、それを産業連関表に投入することにより「1年間のチーム活動がもたらす経済効果」を試算することとみなす。

(2) 産業連関表を用いた試算の流れ

産業連関表を用いて経済効果を試算するには、まず、試合観戦に訪れた観客が消費する金額やチーム運営に係る消費額などの「直接消費額」（直接効果）を推定し、そのうち北九州市内で消費されると推定される金額を産業分野別に振り分け、北九州市産業連関表へ投入する。それにより、各産業へ波及した「生産誘発額」（波及効果、間接効果）が算出される。この波及効果については、他事例を見ると一次波及、二次波及（注8）までを経済効果として含んでおり、本研究においてもそれを踏襲することとする。こうして得られた直接効果と間接効果を合計した金額が「経済効果額」となる。

2. 直接効果の推定

(1) 事例における直接効果の項目等の設定状況の整理

プロサッカーチームが活動する事による直接効果としては、上述のように試合観戦に訪れた観客が消費する金額やチーム運営に係る消費額などが想定される。まず、その内容と設定根拠等については、前章で整理した事例の分析を行う。

参考となるようなある程度詳細な内訳の情報が得られるのは、浦和レッズ、大分トリニータ、モンテディオ山形、アルビレックス新潟、ヴァンフォーレ甲府、FC岐阜（注9）、愛媛FC、徳島ヴォルティス、カタレ富山、ガイナレ鳥取の10事例である。比較一覧を巻末の別表1に示す。推計機関ごとに、大きく異なる推計範囲・仮定のもとに設定が行われていることが分かる。

(2) ニューウェーブ北九州の直接効果の項目の検討

他事例における直接効果の項目等の設定状況を踏まえ、これに北九州地域の地域特性等を勘案した結果、本研究におけるニューウェーブ北九州の直接効果の項目、及び前提条件として表 2 に示す項目及び内容を用いることとする。これらは、経済効果の試算において条件設定が比較的しやすい項目について、大胆な仮定に基づいて消費単価等を設定したものである。消費単価の設定においては、本研究においては他の推計事例や J リーグの各チームの実績等を参考に簡易的に設定するにとどまっており、本調査独自のアンケート・ヒアリング調査等を実施してそれに基づいて設定したものではない。

なお、前章で示したように J リーグでの活動状況によって推定される経済効果は異なることから、推定にあたっては、「J 2 新規参入直後の段階」「J 2 に定着した段階」「J 1 に昇格した段階」の 3 段階で推計することとする。この次の段階として「J 1 で毎年のように優勝争いに加わる段階」も考えられるが、本研究においては、まず短期的・中期的な目標とも言える 3 段階を対象とする。ここでの項目設定はあくまで仮定に基づくものであることや、ここでは加味できていないような経済効果も他にあり得る点などに十分な留意が必要である。

表 2 本研究における直接効果の項目設定

対象とする項目等		考え方	「J 2 新規参入直後の段階」「J 2 に定着した段階」「J 1 に昇格した段階」の条件設定の違い
前提条件	使用する産業連関表	北九州市内の経済効果を測定可能な 2008 年度時点で最新の産業連関表である「平成 12 年(2000 年)北九州市産業連関表(32 部門)」とする。	-
	試合数	他事例と同様、J 2 はリーグ戦、J 1 はリーグ戦及びカップ戦のホームゲームを想定する。なお、J 2 の 2009 年リーグは 18 チーム 3 回総当たり制であり、この試合数を基本とする。今後、22 チームまで増えた場合の試合数は不明であるため、暫定的に 2009 年のホームゲーム数で試算する。天皇杯や北九州市長杯などは考慮しない。	【J 2 参入直後】 26 試合 【J 2 定着】 26 試合 【J 1 昇格】 リーグ戦 17 試合、カップ戦 3 試合
	観客数 (1 試合平均)	1 試合あたり平均入場者数を設定し、それに試合数を乗じて年間の観客数とする。観客数については、観客による消費を算定する際に用いる。その際、J 2、J 1 の 1 試合入場者数の単純平均を用いると、北九州と条件(地域特性など)の大きく異なったチームの影響が加味される可能性があるため、九州に本拠地を置くチームの実績に近い値を設定する。 なお、J リーグへの加盟にあたっては JFL での平均観客数 3,000 人以上であることが条件となっており、この人数を最低ラインとしてとらえる必要がある。	【J 2 参入直後】 2008 年に J 2 に参入したロアッソ熊本の実績(1 試合平均 5,279 人))を踏まえ、5,000 人と仮定 【J 2 定着】 2008 年のアビスパ福岡(10,079 人)、サガン鳥栖(7,261 人)の状況をもとに、8,000 人と仮定 【J 1 昇格】 大分トリニータの近年実績は 20,000 人だが、これは J 1 の中でも 5 番目に多い人数のため、北九州と同じ指定都市に本拠地を置くコンサドーレ札幌やジェフ千葉と同程度の 15,000 人と仮定(J 1 の中で少ない方から 6 番目程度)

対象とする項目等		考え方	「J2新規参入直後の段階」「J2に定着した段階」「J1に昇格した段階」の条件設定の違い
試合運営(チーム運営)に係る消費		基本的に、ホームゲームの開催に係る経費に絞って推計対象とし、サッカースクールの運営や地域事業費、事務所の運営にかかる費用(賃借料等)については考慮しないこととする。また、スタジアム使用料は考慮しない。さらに、選手、スタッフへの報酬についても考慮しないが、その一部については、別掲する「選手による消費」において反映する。 先進事例を見ると、実際のJ2、J1の活動をベースとして数値の詳細を示している事例が少なく、大分トリニータ、モンテディオ山形のみである。この2チームの状況をもとに設定する。なお、大分と山形の大きな内訳を見た結果、ほぼ同じ費目を対象にしているとみなす。	【J2参入直後】 【J2定着】 J2の実績値をベースに推計。参入直後、定着の2段階は同一の値を用いる(ゲーム運営費にかかる費用には大きな差は生じないと仮定) 【J1昇格】 J1の実績値をベースに推計
対戦相手チームの遠征に伴う消費		宿泊は北九州市内で行われると仮定し考慮する(日帰り可能な地域のチームとの対戦も考えられるが、基本的に全相手チームが宿泊と仮定)。なお、北九州市内での相手選手の飲食費、バス代については考慮しない(相手チームの地元のバス会社に運行委託されるものとする)	条件設定の差はつけない。
試合における観客消費	北九州市内及び隣接市町村からの客	全観客の90%(J2の場合)が市内及び隣接市町村からと仮定。市内での消費活動項目と単価は先進事例を踏まえ以下のように設定。 ・交通費：500円/人 ・場内飲食費：客の50%が場内飲食すると仮定し、1,000円/人 ・試合後飲食費：客の25%が試合後に市内で外食すると仮定し、1,500円/人 ・場内でのグッズ等購入費：客の25%が場内でチームグッズ等を購入すると仮定し、500円/人	【J2参入直後】 【J2定着】 左記の通り 【J1昇格】 J1になると対戦相手のファンの来場が増えると仮定し、市内客比率は75%とする。
	その他の日帰り圏内客	全観客の5%(J2の場合)が市外の日帰り圏(あるいは遠隔地からの深夜バス等利用圏)からと仮定。市内での消費活動項目と単価は先進事例を踏まえ以下のように設定。 ・交通費：800円/人 ・場内飲食費：客の50%が場内飲食すると仮定し、1,000円/人 ・試合後飲食費：客の50%が試合後に市内で外食すると仮定し、1,500円/人 ・場内でのグッズ等購入費：客の25%が場内でチームグッズ等を購入すると仮定し、500円/人	【J2参入直後】 【J2定着】 左記の通り 【J1昇格】 J1になると対戦相手のファンの来場が増えると仮定し、日帰り圏内客比率は20%とする。
	宿泊客(主として対戦相手を応援する遠隔地からの客を想定)	全観客の5%が宿泊圏からと仮定。市内での消費活動項目と単価は先進事例を踏まえ以下のように設定。 ・交通費：5,000円/人(片道分を市内購入と仮定) ・場内飲食費：客の100%が場内飲食すると仮定し、1,000円/人 ・試合後飲食費：客の100%が試合後に市内で外食すると仮定し、2,000円/人	条件設定の差はつけない。

対象とする項目等	考え方	「J2新規参入直後の段階」「J2に定着した段階」「J1に昇格した段階」の条件設定の違い
	<ul style="list-style-type: none"> ・場内でのグッズ等購入費：アウェー客と仮定するためゼロ ・土産費：客の50%が市内で土産物を購入すると仮定し、1,000円/人 ・宿泊費：8,000円/人と仮定 	
共通（チケット料金）	チケットの平均価格1,500円と仮定。観客数のうち、75%が北九州市内で購入と仮定（クラブからの直接購入、市内販売代理店等からの購入）	条件設定の差はつけない。
県外への観戦ツアーに関する消費（市内での消費発生分）	クラブと地元旅行代理店等が提携し、応援ツアーが組まれると仮定。ただし、対戦相手によって使用交通機関が異なるなど積算が困難であるため、ごく大まかな設定を行う。	<p>【J2参入直後】</p> <p>【J2定着】</p> <p>双方とも、サポーター50人×平均5,000円×25試合と仮定</p> <p>【J1昇格】</p> <p>サポーター100人×平均5,000円×17試合と仮定</p>
所属選手・スタッフの消費（生活費を対象。サッカー用品の購入やケガの治療費などは含まない）	先進事例では計上していない場合が多いが、選手・スタッフはニューウェーブ北九州が存在することによって北九州で活動し、かつ消費者の一人であることから、試算対象とする。内訳については、本研究では実態調査等は行わず、大まかに「北九州市内で買い物や飲食などの生活費として消費する額は一人あたり月5万円」と設定する（明確な設定根拠無し）。	条件設定の差はつけない。なお、一般的にJ1選手になると年俵はアップすることが考えられるが、北九州市内での消費への影響は小さいとみなす（人の流動性が高い職種であるため、不動産購入等の高額消費も無いものとする）。ただし選手数には差をつける。
スタジアムに訪れない市民等によるチームグッズ購入	先進事例ではほとんど考慮されていないが、ある程度の消費があるものと仮定。ただし明確な設定根拠はないため、大まかな設定（市内人口のx%が、年間1000円/人を購入）を行う。	<p>【J2参入直後】</p> <p>【J2定着】</p> <p>双方とも、市内人口の3%が購入と仮定</p> <p>【J1昇格】</p> <p>市内人口の5%が購入と仮定</p>
他事例では見られるが本研究では対象としない項目		
サッカー学校の運営、各種地域事業費（市内でのイベント参加など）、事務所の運営にかかる費用、サポーター組織の管理に係る費用など	チーム運営には不可欠な費用であるが、経済効果としてとらえることになじまないとみなし、本研究では考慮しない。	
グラウンド維持、スタジアム使用料など	行政との役割分担等がどのようになるか不明であるため、本研究では考慮しない。	
スタジアム改修・整備費	経済効果としては大きな効果額が期待されるが、スタジアムはサッカー以外の競技での活用も考えられる等の理由から、本研究では考慮しない。	

本研究においては、大きな経済効果額が見込まれるスタジアム改修・整備費については考慮しないこととした。そのため、他の推計事例と比較すると経済効果額が少なく算出されることに留意が必要である。

(3) ニューウェーブ北九州の直接効果の推定

前項で示した項目に基づき、ニューウェーブ北九州の1年間のチーム活動による北九州市内での直接効果額を推定すると表3のようになる。

表3 ニューウェーブ北九州の北九州市内における1年間の直接効果額(推定)

推計項目		段階	J2新規参入直後の段階	J2に定着した段階	J1に昇格した段階
前提条件 (再掲)	試合数		26 試合	26 試合	20 試合
	観客数		1 試合平均 5,000 人 年間計 130,000 人	1 試合平均 8,000 人 年間計 208,000 人	1 試合平均 15,000 人 年間計 300,000 人
試合運営に伴う消費			77 百万円 先進事例のうち、J2での運営実績に基づくモンテディオ山形の試算結果に基づく。警備費、遠征費、広告宣伝費など。選手の年俸やサッカースクール運営費等は含んでいない。	77 百万円 同左	157 百万円 先進事例のうち、J1での運営実績に基づく大分トリニータの試算結果に基づく。効果が計上される産業は運輸業、事業所サービス業、個人サービス業。選手の年俸やサッカースクール運営費等は含んでいない。
対戦相手チームの遠征に伴う消費			6.2 百万円 宿泊費のみ考慮 8000 円×30 人×26 試合	6.2 百万円 宿泊費のみ考慮 8000 円×30 人×26 試合	6.4 百万円 宿泊費のみ考慮 8000 円×40 人×20 試合
試合における 観客消費	北九州市内及び隣接市町村からの客		175.5 百万円 観客の90%と想定(1試合4,500人) ・交通費:500円×4,500人×26試合 ・場内飲食費:1,000円×(4,500人×50%)×26試合 ・試合後飲食費:1,500円×(4,500人×25%)×26試合 ・場内でのグッズ等購入費:500円×(4,500人×25%)×26試合	280.8 百万円 観客の90%と想定(1試合7,200人) ・交通費:500円×7,200人×26試合 ・場内飲食費:1,000円×(7,200人×50%)×26試合 ・試合後飲食費:1,500円×(7,200人×25%)×26試合 ・場内でのグッズ等購入費:500円×(7,200人×25%)×26試合	337.5 百万円 観客の75%と想定(1試合11,250人) ・交通費:500円×11,250人×20試合 ・場内飲食費:1,000円×(11,250人×50%)×20試合 ・試合後飲食費:1,500円×(11,250人×25%)×20試合 ・場内でのグッズ等購入費:500円×(11,250人×25%)×20試合
	その他の日帰り圏内客		14.1 百万円 観客の5%と想定(1試合250人) ・交通費:800円×250人×26試合 ・場内飲食費:1,000円×(250人×50%)×26試合 ・試合後飲食費:1,500円×(250人×50%)×26試合 ・場内でのグッズ等購入費:500円×(250人×25%)×26試合	22.6 百万円 観客の5%と想定(1試合400人) ・交通費:800円×400人×26試合 ・場内飲食費:1,000円×(400人×50%)×26試合 ・試合後飲食費:1,500円×(400人×50%)×26試合 ・場内でのグッズ等購入費:500円×(400人×25%)×26試合	130.5 百万円 観客の20%と想定(1試合3,000人) ・交通費:800円×3,000人×20試合 ・場内飲食費:1,000円×(3,000人×50%)×20試合 ・試合後飲食費:1,500円×(3,000人×50%)×20試合 ・場内でのグッズ等購入費:500円×(3,000人×25%)×20試合
	宿泊客		107.3 百万円 観客の5%と想定(1試合250人) ・交通費:5,000円×250人×26試合(片道分を市内購入と仮定) ・場内飲食費:1,000円×250人×26試合 ・試合後飲食費:2,000円×250人×26試合 ・土産費:1,000円×(250人×50%)×26試合 ・宿泊費:8,000円×250人×26試合	171.6 百万円 観客の5%と想定(1試合400人) ・交通費:5,000円×400人×26試合(片道分を市内購入と仮定) ・場内飲食費:1,000円×400人×26試合 ・試合後飲食費:2,000円×400人×26試合 ・土産費:1,000円×(400人×50%)×26試合 ・宿泊費:8,000円×400人×26試合	247.5 百万円 観客の5%と想定(1試合750人) ・交通費:5,000円×750人×20試合(片道分を市内購入と仮定) ・場内飲食費:1,000円×750人×20試合 ・試合後飲食費:2,000円×750人×20試合 ・土産費:1,000円×(750人×50%)×20試合 ・宿泊費:8,000円×750人×20試合
	チケット		146.3 百万円 平均1,500円と仮定し、全観客の75%が北九州市内で購入と仮定 1,500円×(5,000人×75%)×26試合	234 百万円 同左 1,500円×(8,000人×75%)×26試合	337.5 百万円 同左 1,500円×(15,000人×75%)×20試合
県外への観戦ツアーに関する消費(市内での発生分)			6.3 百万円 毎試合平均50名のサポーターがツアー利用と仮定 ツアー料金:5,000円×50人×25試合	6.3 百万円 同左 同左	10 百万円 毎試合平均100名のサポーターがツアー利用と仮定 ツアー料金:5,000円×100人×20試合
					次ページへ続く

推計項目	段階	J 2 新規参入直後の段階	J 2 に定着した段階	J 1 に昇格した段階
所属選手・スタッフの消費 (生活費を対象。サッカー用品の購入やケガの治療費などは含まない)		18 百万円 ごく大まかに「北九州市内で買い物や飲食などの生活費として消費する額は一人あたり月 5 万円」と設定。 30 人×50,000 円×12 ヶ月	18 百万円 同左 同左	24 百万円 同左 40 人×50,000 円×12 ヶ月
	スタジアムに来訪しない市民等によるチームグッズ購入	29.4 百万円 市内人口 (98 万人) の 3% が購入と仮定 年間 1,000 円× (98 万人×3%)	29.4 百万円 同左 同左	49 百万円 市内人口 (98 万人) の 5% が購入と仮定 年間 1,000 円× (98 万人×5%)
推定される直接効果額 (合計)		5.8 億円	8.5 億円	13.0 億円

結果として、ニューウェーブ北九州は「J 2 新規参入直後の段階」では約 5.8 億円、「J 2 に定着した段階」では約 8.5 億円、「J 1 に昇格した段階」では約 13.0 億円の直接効果があると推定される。これらの推定値は、観客数の設定をはじめ表 2、3 で示すように他の推計事例をもとにしたり、暫定的に仮定値を設定したりして求めた仮定のものであり、推定結果は一つの目安として取り扱う必要がある数値であると言える。また、ここでは含まれていない経済効果も発生することは考えられる。従って、ここで示した金額より実際の効果が大きくなることも小さくなることもあり得る点に留意する必要がある。

3. 産業連関表を用いた間接効果及び最終的な経済効果の算出

表 3 で求めた直接効果を産業連関表に投入し間接効果及び経済効果額合計を算出するためには、直接効果額を産業分類別に振り分ける必要がある。項目別振り分け方法を表 4 に示す。

表 4 直接効果の各項目の産業分類別の振り分け方法

推計項目		産業分類 (32 部門) への振り分け方針	
試合運営に伴う消費		運輸業 8.3%、対事業所サービス業 65.6%、対個人サービス業 26.1% 大分トリニータの推計における産業分類に基づく。	
対戦相手チームの遠征に伴う消費		宿泊費	対個人サービス業 100%
試合における観客消費	北九州市内及び隣接市町村からの客	交通費	運輸業 50%、石油・石炭製品 50%
		場内飲食費	食料品 50%、対個人サービス業 50%
		試合後飲食費	食料品 50%、対個人サービス業 50%
		場内グッズ等購入費	商業 100%
	その他の日帰り圏内容	交通費	運輸業 50%、石油・石炭製品 50%
		場内飲食費	食料品 50%、対個人サービス業 50%
		試合後飲食費	食料品 50%、対個人サービス業 50%
		場内グッズ等購入費	商業 100%
	宿泊客	交通費	運輸業 100%
		場内飲食費	食料品 50%、対個人サービス業 50%
		試合後飲食費	食料品 50%、対個人サービス業 50%
		土産費	商業 100%
	宿泊費	対個人サービス業 100%	
チケット	チケット	対個人サービス業 100%	
県外への観戦ツアーに関する消費 (市内での発生分)		対個人サービス業 100%	
所属選手・スタッフの消費 (生活費を対象。サッカー用品の購入やケガの治療費などは含まない)		食料品 20%、石油・石炭製品 10%、電気ガス 10%、水道 10%、商業 20%、通信 10%、対個人サービス 20% 大まかに分類	
スタジアムに来訪しない市民等によるチームグッズ購入	グッズ購入費	商業 100%	

表4の内容で産業別の直接効果額を算出し、その結果を平成12年度北九州市産業連関表(32部門)に投入して「ニューウェーブ北九州の1年間のチーム活動による北九州市内における経済効果」を試算した結果を表5に示す。

表5 ニューウェーブ北九州の北九州市内における経済効果試算結果

(百万円)

項目	J2新規参入直後の段階			J2に定着した段階			J1に昇格した段階		
	直接効果	間接効果 (1次+2次)	経済効果 額 合計	直接効果	間接効果 (1次+2次)	経済効果 額 合計	直接効果	間接効果 (1次+2次)	経済効果 額 合計
試合運営	77	42	119	77	42	119	157	92	249
観客消費	443	243	686	709	394	1,103	1,053	587	1,640
その他()	60	36	96	60	36	96	89	50	139
合計	580	321	901	846	472	1,318	1,299	729	2,028

「その他」の内訳は、「対戦相手チームの遠征に伴う消費」、「県外への観戦ツアーに関する消費」、「所属選手・スタッフの消費(生活費のみ対象)」、「スタジアムに来訪しない市民等によるチームグッズ購入」の4項目。

「J2新規参入直後の段階」では約9億円、「J2に定着した段階」では約13億円、「J1に昇格した段階」では約20億円という経済効果額が推計される。なお、間接効果部分は必ずしも1年間で生じる経済効果とは限らない。

この推計結果は、章での分析結果(注10)とも概ね一致するものである。

繰り返しになるが、ここでの推計値は大まかな仮定のもとに算出したものであり、あくまでも一つの目安として取り扱う必要がある。さらに、ここでは含まれていない経済効果も発生することが考えられる。

ただし、本研究により、ニューウェーブ北九州が一定程度の大きな経済効果を北九州市内にもたらすことは明らかになったと考える。

なお、経済効果の項目の内訳を見ると、中心となるのは「試合における観客消費」である。本研究における推計では、「J2新規参入直後の段階」は1試合平均5,000人、「J2に定着した段階」では同じく8,000人、「J1に昇格した段階」では同じく15,000人と設定している。この人数は現在のJリーグの各チームの観客数の状況(前述の図3)から見ると平均的な水準であり達成すべき観客数であると考えられるが、ニューウェーブ北九州にとっては低いハードルではないと言えよう。観客数が確保できない場合、ここで推計した経済効果より大きく下回る効果額となる。また、それ以前の課題として、Jリーグ加盟に際しては2009年以降のシーズンにおいて1試合平均3,000人の観客数の確保が必要不可欠となっている。スタジアムに観戦に訪れる観客数の増加は、ニューウェーブ北九州にとって大変重要な課題と言えよう。

(注7) なお各都道府県、政令指定都市の産業連関表の作成の基礎となる全国の産業連関表については「平成17年(2005年)産業連関表(速報)」が2008年8月に総務省から公

表されており、確報は2009年3月の予定となっている。

(注8) 一次波及効果は直接効果に要する原材料等の生産等、生産の誘発を指す。二次波及効果は直接効果と一次波及効果によって生じた雇用者所得が消費にまわされることによって生じる生産の誘発を指す。

(注9) FC岐阜の推計には産業連関表は用いられていないが、直接効果に相当する部分については試算が行われている。

(注10) 他のプロサッカーチームの推計事例をもとに、人口との相関関係を用いた簡易推計。J2における経済効果を試算すると6~10億円程度、J1における経済効果は15~20億円程度と試算。

おわりに

プロサッカーチームが地域にもたらす効果は、多様かつ大きなものであると考えられ、その一要素である経済効果について、本研究では大まかな仮定のもので推計を行った。

こうした経済効果がもたらされるかどうかは、経済活動の主体である市民がいかに多くスタジアムに応援に訪れ、また日常的にサッカーに関連する消費活動を行うか、という点が大きな鍵を握っていると言えよう。そのためには、ニューウェーブ北九州が良い成績を上げ市民の関心を引き寄せることが何より重要であるが、市民側もニューウェーブ北九州が地域に多様な効果をもたらす存在である点を改めて認識し、一人ひとりが無理のない範囲で息長くチームを育てていくという視点を持つことが必要であろう。さらには市内の商業・サービス業等を中心とする事業者がニューウェーブ北九州の存在がビジネスチャンスにつながるものと認識し、創意工夫を凝らしたビジネスや広告戦略を展開して消費を呼び込むことも必要であろう。

なお、本研究においては、かなり大まかな設定のもとに推計を行っており、また、想定される効果の全てを推計に反映できているものではない。ニューウェーブ北九州がJリーグに加盟した後、試合運営に係る経費の詳細分析や、また観客に対する消費動向調査(アンケート)を実施すること等により、本研究の結果よりも実態に即した経済効果の推定が可能になるものと考えられる。より精度の高い推計の実施は今後の研究課題としたい。

(都市政策研究所 准教授)

〔参考文献〕

- 社団法人日本プロサッカーリーグ「社団法人日本プロサッカーリーグ規約・規程集」2008年
財団法人日本サッカー協会「J2リーグの将来像」2008年7月
財団法人埼玉りそな産業協力財団「浦和レッズがもたらす経済波及効果は年間127億円」『News Release』No.44A-93、2007年11月
大分県、大分大学「大分トリニータのホームゲーム開催に伴う経済波及効果分析について」2007年2月
財団法人九州経済調査協会「アビスパ福岡、J1へのラストスパート」『九州経済調査月報 2005.11月号』p16、2005年11月
株式会社荘銀総合研究所「モンテディオ山形のJ1昇格が山形県経済に及ぼす経済波及効果について」2008年12月

宮城県「ベガルタ仙台が宮城県に及ぼす経済波及効果について」2006年12月
日本政策投資銀行新潟支店「アルビレックス新潟の経済効果は21～25億円～」J1昇格で上積みも」2003年8月
財団法人山梨総合研究所「V F 甲府、J1昇格による試合開催の経済効果」2005年10月
株式会社共立総合研究所「F C 岐阜J2昇格の経済効果推計～」J2・F C 岐阜の経済効果は約13億円。昇格効果は9億円」2007年12月
株式会社いよぎん地域経済研究センター「J2昇格の夢 実現へ!! ～新生「愛媛F C」効果は17億円」2005年11月
財団法人徳島経済研究所「徳島ヴォルティスの経済波及効果～徳島経済への波及効果は15億2千万円」2006年3月
財団法人徳島経済研究所「徳島ヴォルティスの地域経済への波及効果」『徳島経済』Vol.76、2005年
財団法人北陸経済研究所「Jリーグクラブを地域に根付かせるために」『北陸地域経済 No.354』2008年2月
鳥取県「ガイナレ鳥取の活動による県内への経済波及効果の推計」2008年9月
株式会社いよぎん地域経済研究所「さいたま市に2つ目のサッカーチームが生まれる経済効果」2004年11月
群馬県「Jリーグ発新ぐんま活性化プロジェクト」『平成16年度政策プロジェクト結果報告集』pp.11-52、2005年4月
北九州市『平成12年 北九州市産業連関表』2005年10月
内閣府『平成18年度県民経済計算』2009年2月
総務省統計局ホームページ
社団法人日本プロサッカーリーグ（Jリーグ） ホームページ
日本フットボールリーグ（JFL） ホームページ
ニューウェーブ北九州提供資料

〔別表 直接効果に関する項目内訳等の事例一覧〕
次ページ以降に掲載する。

別表1 直接効果に関する項目内訳等の事例一覧

クラス	推奨対象チーム	チーム運営に係る消費	対戦相手の消費	試合における観客消費		県外観戦のための消費	所属選手の消費	スタジアム整備	その他	直接効果額	備考
				県内	県外(日帰)						
J1	浦和レッズ	事業運営費、選手報酬などの全て含んだ営業費用68.6億円。全額を県内消費で、サービス業に配分	自チームのチーム運営費からの流出と相殺。従ってゼロ計上	全25試合(1試合あたり入場者数証明なし)。交通費はアンケートをもとに電車、バス、自家用車に配分(1試合33百万)。飲食費は入場者の2/3が場内や周辺で購入し、また試合後1/3が酒肴の飲食を行うと仮定(1試合85百万円)。1試合あたり85百万×25試合=21億円。産業別には交通費は全額運輸業、飲食代はサービス業と商業に配分。	計上せず	選手報酬はチーム運営費に内包。従ってゼロ計上	計上せず	該当なし	8,980百万円	H12 埼玉県産業連関表(産業分類数不明)使用	
	大分トリニータ	運輸業13百万円、対事業所サービス103百万円、対個人サービス業41百万円の計157百万円を計上。	計上せず	全19試合、合計入場者数36.6万人。観客アンケートに基づき、「家族連れ」「それ以外」に分けて消費品目別の支出額を詳細に算出。産業別の投入は消費品目別に実施。また、県内自給率の把握は別途算定しているが詳細不明。合計金額13.9億円(県内)。産業別にはチケット料金が該当する個人サービス業が8.3億円で最大。その他、運輸、商業、石油・石炭製品(ガソリン代)が多い。	計上せず	計上せず	計上せず	該当なし	1,542百万円	消費支出額はスタジアムでの観客アンケートに基づく。H12 大分県産業連関表(34分類)使用	
	モンテディオ山形	警備費、遠征費、広告宣伝費など、計109百万円	計上せず	全20試合、1試合あたり平均想定入場者数11,000人(今期実績より74.2%増)と仮定。うち90%の年間計198千人がホーム側(県内)と仮定。飲食費1380円/人、グッズ購入費753円/人、ガソリン代728円/人など仮定し、合計金額830百万円。	計上せず	選手・スタッフの年報192百万円	計上せず	スポンサー料、Jリーグ配分金など合計12.7億円	1,887百万円	消費支出額はスタジアムでの観客アンケートに基づく(ただしJ1分は仮定)。H12 山形県産業連関表(104分類)使用	

クラス	推奨対象チーム	チーム運営に係る消費	対戦相手の消費	試合における観客消費		県外観戦のための消費	所属選手 の消費	スタジアム 整備	その他	直接効果 果額計	備考
				県内	県外(日帰)						
	F C 岐阜	計上せず	宿泊・飲食・交通費 1チーム40名×25,000円	21試合でJ2平均入場者数6521人のうち90%と仮定。 チケット収入：1800円×5869人 飲食：600円/人、グッズ：客の30%が1人800円購入と仮定。 交通費：500円/人	入場者の10%と仮定。 チケット収入：1800円×652人 飲食：600円/人、グッズ：なし 交通費：4000円/人	左記(県内(日帰))に加え、宿泊・滞在費を計上。 アウェイ客の50%が宿泊し、単価12000円/人と仮定。	選手スタッフ50名、年間消費額250万円/人	計上せず	入場者以外へのグッズ販売：入場者グッズ販売年間額の3倍(5.6百万円×3)	778百万円	産業連関表使用せず。直接効果に波及乗数1.7を乗じて経済効果額を算出。
	愛媛 F C	ホームゲーム開催費(警備費、競技場使用料、ボランティア弁当)：12百万円 グッズ商品仕入費：県内業者から12百万円 広告宣伝費8百万円 サッカースクール運営費35百万円 その他事務所経費・委託費など15百万円	移動費：バス貸切10万円×2日×24試合 宿泊費：2万円×24人×24試合	全24試合、1試合平均4750人(全体の95%)と想定。 交通費：1000円/人 飲食費：1321円/人 買物費：486円/人	全24試合、1試合平均200人(全体の4%)と想定。 交通費：1633円/人 飲食費：1321円/人 買物費：3409円/人	全24試合、1試合平均50人(全体の1%)と想定。 交通費：1633円/人 飲食費：1321円/人 買物費：3409円/人 宿泊費：8800円/人	計上せず	該当なし	744百万円(うちスタジアム改修380百万円)	H12 愛媛県産業連関表(産業分類数不明)使用	
	徳島 ヴォルテイス	グラウンド維持費：6百万円 広告宣伝費10百万円 広報費7百万円 試合当日運営費(駐車場、警備、バイク弁当など)60万円×22試合=13百万円 イベント：20万円×22試合=4百万円 競技場使用料12百万円	移動費：バス貸切10万円×2日×22試合 宿泊費：2万円×25人×22試合	全22試合、1試合平均4000人を目標。 交通費：1285円/人 飲食費：1210円/人 買物費：558円/人	全22試合、1試合平均100人と推定。 交通費：1285円/人 飲食費：1700円/人 買物費：1190円/人	全22試合、1試合平均100人と推定。 交通費：2900円/人 飲食費：1700円/人 買物費：2618円/人 宿泊費：10000円/人(100人中30人が宿泊と仮定)	選手住居(クラブが賃貸借上)：9600千円	改修費540百万円	該当なし	915百万円(うちスタジアム改修540百万円)	H7 徳島県産業連関表(34分類)使用

クラス	推奨対象チーム	チーム運営に係る消費	対戦相手の消費	試合における観客消費			県外観戦のための消費	所属選手の消費	スタジアム整備	その他	直接効果額合計	備考
				県内	県外(日帰)	県外(宿泊)						
	カターレ富山	<p>広告宣伝費:10千円 広報費:10千円 試合当日運営費(警備、写真、事務用品、弁当など):60万円×23試合 各種イベント費用:40万円×23試合 チームグッズ商品仕入(Tシャツ、タオル等):20万円×23試合 競技場使用料:7百万円 住居関連(選手の賃貸):40万円×25名</p>	<p>移動費:バス貸切10万円×2日×23試合 宿泊費:2万円×25人×22試合</p>	<p>全23試合、1試合平均4892人を想定。 交通費:約半数がシャトルバスを使用500円/人 飲食費:4000人が利用と仮定1000円/人 買物費:チームグッズ以外1000円/人</p>	<p>全23試合、1試合平均100人と推定。 交通費:3000円/人 飲食費(会場内):1000円/人 飲食費(会場外):2千円×30人(宿泊者30名と仮定) 買物費:2300円/人 宿泊費:8000円/人(100人中30人が宿泊と仮定)</p>	計上せず	<p>選手住居はチーム運営費に内包(10百万円) (参考扱い)選手消費:計275百万円</p>	改修費500万円	該当なし	774万円(うちスタジアム改修500万円)(選手消費除く)	H12 富山県産業 連関表(32分類) 使用	
	ガイナレ鳥取	<p>ホームゲーム運営費:14百万円 グッズ仕入:9百万円 サッカースクール:12百万円 アウェー遠征費:27百万円 キャブ費等:27百万円 印刷費等:7百万円 スポンサー関係費:1.5百万円 広告宣伝費:4百万円 チケット印刷費:3百万円 その他:0.3百万円</p>	<p>移動費:バス貸切4万円×10試合 宿泊費:1万円×30人×22試合 飲食費:4500円×30人×22試合</p>	<p>全22試合、1試合平均4000人を想定。うち9割が県内、うち3割が鳥取市外。また県外客400人のうち1割が宿泊客 交通費:市内客500円/人、市外客875円/人、県外宿泊5731円/人、県外日帰2848円/人 宿泊費(マッチコミッションナー、レフェリー5人含む):7500円/人 場内買物費:600円/人 観戦前後飲食費:市内客1082円×252人、市外客1082円×1080人、県外宿泊4022円×45人、県外日帰2413円×360人 土産費:市外1034円/人、県外宿泊4545円/人、県外日帰2945円/人</p>	<p>全22試合、1試合平均100人と推定。 交通費:1500円/人 飲食費:1000円/人 買物費:チームグッズ以外1000円/人</p>	<p>全23試合、1試合平均100人と推定。 交通費:3000円/人 飲食費(会場内):1000円/人 飲食費(会場外):2千円×30人(宿泊者30名と仮定) 買物費:2300円/人 宿泊費:8000円/人(100人中30人が宿泊と仮定)</p>	<p>アウェー応援車両6台15000円×22試合</p>	計上せず	計上せず	365万円	H12 鳥取県産業 連関表(産業分類数不明)使用	

クラス	推奨対象チーム	チーム運営に係る消費	対戦相手の消費	試合における観客消費		県外観戦のための消費	所属選手の消費	スタジアム整備	その他	直接効果額	備考
				県内	県外(日帰)						
JFL	FC岐阜	計上せず	宿泊・飲食・交通費 1チーム30名×25,000円	17試合で岐阜の実績3529人のうち95%と仮定。 チケット収入:800円×5869人、 飲食:600円/人、 グッズ:客の20% が1人500円購入と仮定。交通費:500円/人	入場者の5%と仮定。 チケット収入:800円×176人、 飲食:600円/人、 グッズ:なし 交通費:4000円/人	上記(県内(日帰))に加え、宿泊・滞在費を計上。 アウェイ客の50%が宿泊し、単価12000円/人7仮定。	選手スタッフ40名、年間消費額250万円/人	計上せず	入場者以外へのグッズ販売;入場者グッズ販売年間額と同額(5.6百万円)	265百万円	産業連関表使用せず。直接効果に波及乗数1.7を乗して経済効果額を算出。
	ガイナレ鳥取	ホームゲーム運営費(スタジアム使用料など):8百万円 グッズ仕入:3百万円 スタッフスウェット:12百万円 アウェイ遠征費:20百万円 ヤジ等:27百万円 印刷費等:7百万円 スポンサー関係費:1.5百万円 広告宣伝:2.9百万円 チケット印刷費:2.4百万円 その他:0.3百万円	移動費:バス貸切4万円×9試合 宿泊費:1万円×30人×17試合 飲食費:4500円×30人×17試合	全27試合のうち、鳥取市で13試合、米子市で4試合。1試合平均で鳥取開催3000人、米子開催5500人の入場者を想定。 交通費:鳥取開催市内客500円/人、市外客875円/人、米子開催市内客280円、市外客875円、県外宿泊5731円/人、 県外日帰2848円/人 宿泊費(マツコミッションナー、レフェリー5人含む):7500円/人 場内買物費:600円/人 観戦前後飲食費:鳥取開催、米子開催とも市内客1082円×252人、市外客1082円×1080人、県外宿泊4022円×45人、県外日帰2413円×360人 土産費:市外客1167円/人、県外宿泊4733円/人、県外日帰2945円/人	アウェイ応援車両15台×15000円×17試合	計上せず	計上せず	チーム運営費の中にキャンプ、サッカースクールの関係費用も含まれている	249百万円	H12鳥取県産業連関表(産業分類数不明)使用	

山形、岐阜、鳥取は複数のクラスの推計を行っている。なお、甲府はJ1は条件設定が詳細が示されているがJ2の内訳は資料に掲載されていないため、J2に関する推計は省略。
出典等: 以下の各推計機関の資料をもとに筆者作成

財団法人埼玉りそな産業協力財団「浦和レッズがもたらす経済波及効果は年間127億円」『News Release』No.44A-93、2007年11月

大分県、大分大学「大分トリニータのホームゲーム開催に伴う経済波及効果分析について」2007年2月

株式会社山形総合研究所「モンテディオ山形のJ1昇格が山形県経済に及ぼす経済波及効果について」2008年12月

財団法人山梨総合研究所「V.F.甲府、J1昇格による試合開催の経済効果」2005年10月

日本政策投資銀行新潟支店「アルビレックス新潟の経済効果は21~25億円~J1昇格で上積みも」2003年8月

株式会社共立総合研究所「FC岐阜」J2昇格の経済効果推計~J2・FC岐阜の経済効果は約13億円。昇格効果は9億円、2007年12月

株式会社いよいよ地域経済研究所「徳島ヴォルティスの経済波及効果~徳島経済への波及効果は15億2千万円、2006年3月

財団法人徳島経済研究所「徳島ヴォルティスの経済波及効果~徳島経済への波及効果は15億2千万円、2006年3月

財団法人北陸経済研究所「Jリーグクラブを地域に根付かせるために」『北陸地域経済 No.354』2008年2月

鳥取県「ガイナレ鳥取の活動による県内への経済波及効果の推計」2008年9月