

新広島市民球場のオープンとカープ躍進の経済効果

エネルギー総合研究所 経済・産業調査担当 森岡 隆司



~新球場への関心の高まりとカープの躍進により、2009年の広島県における経済効果は140億円以上に~

1 はじめに

広島市民・県民の新たなスポーツの拠点、新広島市民球場（MAZDA Zoom-Zoom スタジアム広島）が2009年4月10日のカープ地元開幕戦で、いよいよオープンした。

本稿では、中国地域屈指の集客施設である新球場がオープンしたことに伴う1年目の経済効果を試算した。

試算結果によると、新球場への関心の高まりとカープの躍進により、2009年の広島県における経済効果は140億円以上になる。仮に、カープがレギュラーシーズンで優勝した場合には、同効果は162億円に上るものとみられる。

2 カープ観客動員数を左右する要因

(1) 旧広島市民球場のラストイヤーで盛り上がった2008年

広島市民球場のラストイヤーとなった昨年（2008年）は、多くの市民・県民・ファンが旧球場を訪れ、別れを惜しんだ。カープの活躍も相まって2008年のカープ主催試合の年間観客動員数は139万人（前年比28%増）に上った。これは、カープが初めて日本一に輝いた1979年の145万人に次ぐ、カープ史上歴代2位の記録となった。

(2) 新球場のオープンに伴う観客動員数押し上げ効果

新広島市民球場への関心が高まる中で、新球場オープン初年の2009年も、多くの観客が球場を訪れるものと予想される。

ここで、過去25年間に同じ都市内で本拠地球場を新設・移転したプロ野球球団（セ・リーグ）の主な事例を顧みると、オープン初年の観客動員数の伸び率は巨人で旧球場での平年に比べ17%増（1988年、東京ドーム）、中日で同32%増（1997年、ナゴヤドーム）などとなっている（図表1）。ここで平年とは新球場新設2年前～4年前の3年間の平均とした。

このように新球場のオープンに伴う観客動員数押し



写真1 旧市民球場の3.6倍の広さを誇る新広島市民球場。大リーグを思わせる内外野総天然芝の開放感あふれるオープン型球場となっている。

上げ効果は、過去の事例からも決して小さくないと考えられる。ただ、カープの場合、旧広島市民球場の最終年（新設1年前）の観客動員数が前年比31%増と異例の盛り上がりとなり、中日の事例などと比較すると、カープの2008年の盛況ぶりはすでに新球場新設効果にほぼ匹敵する規模だったとも考えられる。

(3) チーム成績の向上による観客動員数押し上げ効果

一方、チーム成績が観客動員数に及ぼす影響を正確に推定するのは容易ではないが、一定の仮定のもと、1975年以降のプロ野球12球団の観客動員数と年間順位などのデータを用いて統計的な分析を行った結果、

（上段：万人，下段：％）

	巨人	中日	広島
平年（新設2年前～4年前の平均）	291	198	106
↓ 新設1年前	304 (4.5)	208 (5.1)	139 (31.1)
↓ 新設初年	339 (16.5)	261 (31.8)	? ?

注：下段（ ）内は平年に対する増加率
資料：新聞情報等よりエネルギー総合研究所算定

図表1 新球場新設前後の観客動員数の変化

プロ野球球団の年間順位が1つ上がった場合、年間観客動員数は平均的におおむね3.5%程度増加することが分かった。得られた結果は12球団の過去30年間にわたる平均的な値である。

3 前提条件の設定

(1) 観客動員数の想定

以上のような「新球場効果」と「成績向上効果」を考慮しつつ、2009年の観客動員数を想定した。

新球場オープン初年の2009年は旧球場の平年に比べて大幅な観客増加が期待されるものの、半面、すでに述べた理由から、昨年（2008年）をさらに大幅に上回る客足を想定することは難しい。そこで本試算では、レギュラーシーズンにおけるカーブのチーム成績（年間順位）が昨年と同じ4位ならば、2009年の観客動員数はカーブ歴代2位だった昨年（139万人）と同程度になるものと、堅めの仮定を置いた。

ただし、カーブの活躍次第では新球場との相乗効果でさらなる観客数の伸びが期待できるものと考え、前節で紹介した分析結果をもとに、レギュラーシーズン年間順位別の観客動員数を推定した。

推定結果によると、カーブがレギュラーシーズン3位でクライマックスシリーズ進出を果たした場合の年間観客動員数は、カーブ史上歴代1位の1979年とほぼ同程度の145万人に達する。

同様に、2位の場合は年間159万人、優勝の場合は173万人に上ると推定した。2位、優勝の場合は、カーブ史上新記録となる。

仮にカーブが日本シリーズ進出を果たした場合には、3位～優勝のケースのそれぞれの推定値に、さらに9万人ほどの観客数が上積みされるものと想定した（最大で182万人）（図表2）。

2005～2007年平均（実績）	106万人	
2008年（実績）	139万人	
2009年（想定）	3位	145万人（154万人）
	2位	159万人（168万人）
	優勝	173万人（182万人）

注：1. 観客数はカーブ主催試合とクライマックスシリーズ地元試合分
2. ()内の数字は日本シリーズに進出した場合の年間観客動員数
資料：新聞情報、エネルギー総合研究所推計値

図表2 カーブ観客動員数の想定

(2) 直接効果の推計

2009年のカーブの成績別の観客動員数をベースに、まず経済効果の元となる「直接需要」を推計する。直接需要とは、カーブが広島県内で試合を開催することによって県内で生じる需要である。

直接需要は、主に入場料収入、グッズ販売収入、観客の交通費・燃料代、飲食代、宿泊代などからなる。

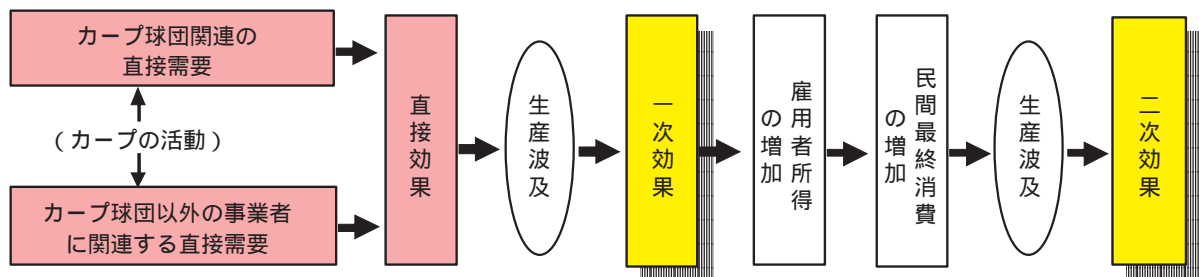
直接需要の一部は県外からの移輸入品によってまかなわれるため、この移輸入分を控除し、県内事業者の生産につながる需要部分を「直接効果」とする。

カーブの興行活動に伴う2009年の直接効果は3位の場合88億円（2005～2007年平均に比べ20億円増）、2位の場合はおよそ94億円（2005～2007年平均に比べ26億円増）、優勝の場合は約101億円（2005～2007年平均に比べ33億円増）とみた。日本シリーズ進出の場合は、各ケースの推計値にさらに5億円が追加される（最大で106億円）。

4 試算結果

(1) 経済効果算定の考え方

経済効果は図表3の波及のプロセスに沿って算定し



図表3 経済効果算定のフロー

た。経済効果の算定に当たっては広島県が公表する「平成16年広島県簡易延長産業連関表」を用いた。

(2) カーブ躍進(3位~優勝)の場合

カーブの広島県内における興行活動やグッズ販売その他の事業活動、観客の移動、飲食、宿泊などに伴う需要をもとに、広島県内への経済波及効果を試算した(図表4, 5)。

まずカーブの成績がレギュラーシーズン3位でクライマックスシリーズ進出を果たした場合、年間約140億円(2005~07年平均に比べ約31億円増)の経済効果が生じるものと考えられる。これに伴う粗付加価値額(名目GDP)は約92億円、雇用効果は910人程度(2005~07年平均に比べ約210人増)とみられる。

カーブの年間順位が上がるほど、さらに大きな経済効果が予想される。

カーブがレギュラーシーズン2位の場合は、年間約151億円(2005~07年平均に比べ約42億円増)の経済効果が生じるものと考えられる。これに伴う粗付加価値額(名目GDP)は約100億円、雇用効果は970人程度(2005~07年平均に比べ約270人増)とみられる。

レギュラーシーズン優勝の場合には、経済効果は約162億円(2005~07年平均に比べ約53億円増)、これに伴う粗付加価値額(名目GDP)は約107億円、雇用効果は1,040人程度(2005~07年平均に比べ約340人増)に上るなど、一段と大きな経済効果が期待される(図表4, 5)。

(3) カーブ躍進(日本シリーズ進出)の場合

また、仮にカーブが日本シリーズ進出を果たした場合には、以上の3位~優勝のケース別試算結果に加え、さらに経済効果で約7億円、雇用効果で40人程度の増加が期待される。この結果、経済効果は最大で169億円、雇用効果は最大で1,080人程度に達する見込みである(図表5)。

5 経済効果を持続させるために

(1) 開業効果は一過性

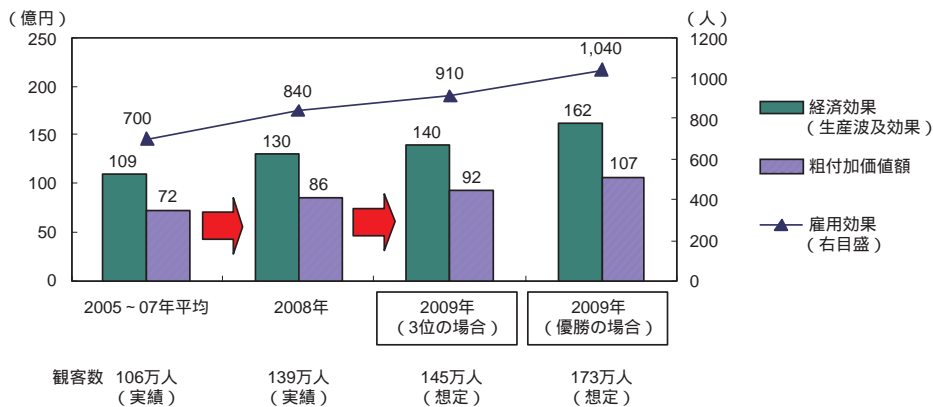
新球場の目新しさに対する市民・県民・ファンの好奇心は1年目限りである。開業効果は2年目以降は当然剥落していくことになる。

本稿で示したカーブの成績別経済効果は、オープン初年(2009年)限定のものであり、2年目(2010年)以降については、別途検討が必要である。

新球場が真価を問われるのは、むしろ2年目以降ということになる。

(2) 末永く親しまれる新球場になるために

開業効果が剥落したあとも新球場が地元経済に貢献し続けるには、言うまでもなく市民・県民・ファンに末永く親しまれ愛される新球場になることが肝心である。そのためには、多方面からの地道な取り組みが求められることになるが、とりわけ以下の4点が挙げられる。



注：1. 粗付加価値額とは、生産活動に伴い新たに生み出された価値で、雇用者の所得、企業の利益、減価償却費、間接税などからなり、おおむね名目GDPと等しい
 2. 雇用効果とは、カーブの広島県内における興業活動に伴って生じる直接・間接の需要を満たすために行われる県内生産活動に従事する雇用者数で、既存の雇用者も含む
 3. 観客数はカーブ主催試合(レギュラーシーズン)およびクライマックスシリーズの合計動員数
 資料：新聞情報、エネルギー総合研究所推計

図表4 新球場とカーブの活躍により増加する経済効果(年間の効果)

新広島市民球場のオープンとカーブ躍進の経済効果

	合計 (億円)	生産波及効果		2次効果 (億円)	粗付加 価値額 (億円)	雇用効果 (人)	観客数 (万人)	
		1次効果 (億円)	直接効果					
2005 - 2007年の平均 (A)	109	91	68	18	72	700	106	
2008年 (市民球場最終年) (B)	130	109	81	21	86	840	139	
(B) - (A)	+21	+18	+13	+3	+14	+140	+33	
2009年	3位の場合 (C)	140	117	88	23	92	910	145
	(C) - (A)	+31	+26	+20	+5	+20	+210	+39
	2位の場合 (D)	151	127	94	25	100	970	159
	(D) - (A)	+42	+36	+26	+7	+28	+270	+53
	優勝の場合 (E)	162	135	101	26	107	1,040	173
(E) - (A)	+53	+44	+33	+8	+35	+340	+67	
2009年	日本シリーズ進出の場合 (追加の効果)	+7	+7	+5	+1	+5	+40	+9

注：1. 観客数はカーブ主催試合（レギュラーシーズン）およびクライマックスシリーズの合計動員数
 2. 2009年のケース別順位はレギュラーシーズン年間順位
 3. 直接効果とは、カーブの興業活動や観客の移動・飲食・宿泊などから生じる直接的な需要を満たすために行われる県内生産活動の効果
 4. 1次効果とは、直接効果に、直接効果分の生産に必要な原材料・部品などの需要を満たすために行われる追加的な県内生産活動（間接効果）を加えた効果
 5. 2次効果とは、1次効果分の生産に携わった従業者の所得をもとに発生する消費需要を満たすために行われる県内生産活動の効果
 6. 端数処理のため合計が一致しない場合がある
 資料：広島県「平成16年広島県簡易延長産業連関表」を用いてエネルギー総合研究所が試算

図表5 新球場とカーブ躍進の経済効果 試算結果総括表（年間の効果）

新球場周辺に計画されている集客施設の整備を計画どおり推進し、試合のない日を含め年間を通した賑わいの空間を創出することが重要である。再開発が進むJR広島駅周辺との連携による新たな都心づくりの取り組みも欠かせない。駅周辺と新球場の間に円滑な「人の流れ」が生じれば、相乗効果により双方の賑わいが増し、百万都市の陸の玄関口にふさわしい街並みが生まれてこよう。観客のスムーズで快適な移動を促すため、JR広島駅や市街地中心部からのアクセスのさらなる改善も課題である。

球団に対しては、新球場への移転を機に新しいファン層の掘り起こしやリピーターの増加に向け、ファンサービスの一層の向上や工夫を期待する。これまで球場を敬遠しがちだった人たちに野球観戦の楽しさを知ってもらおう絶好の機会である。

最後に、何よりも強いカーブ、上位を争うエキサイティングな試合やプレーこそ、最大のファンサービス

であり、カーブの躍進を期待したい。



写真2 地元開幕戦で3万人を超える大観衆がカーブに声援を送る新広島市民球場