

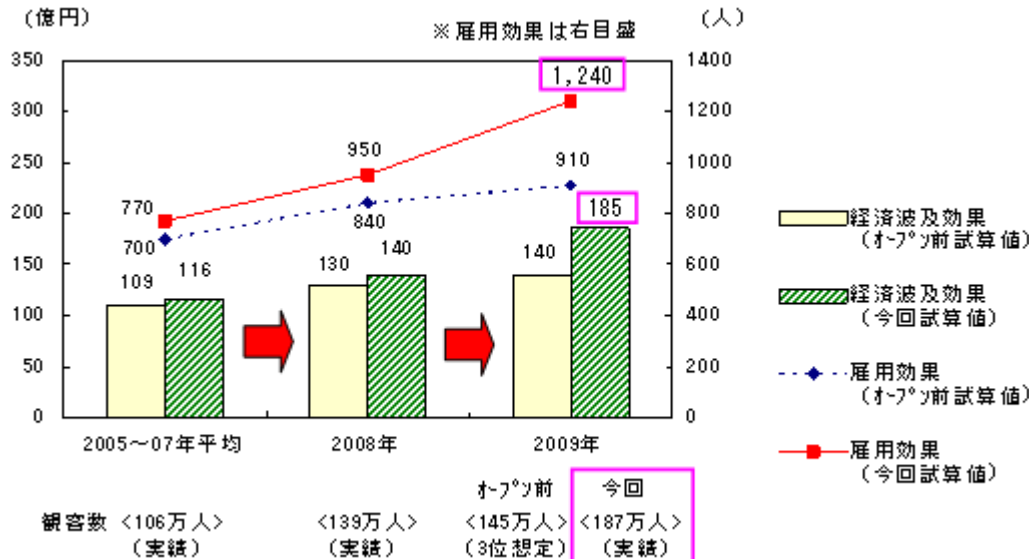
新広島市民球場オープン初年の経済効果について

当社エネルギー総合研究所はこのたび、オープン初年の新広島市民球場(MAZDA Zoom-Zoom スタジアム 広島)が、カープの活動を通じて広島県に及ぼした経済効果を、最終的な観客動員数の実績などを踏まえて、以下のとおり試算しましたのでお知らせします。

【試算結果】

- オープン初年の新球場への関心の高まりは当初の想定を大きく上回り、最終的なカープの年間観客動員数は過去最高を記録した。この結果、新球場を中心とするカープの活動に伴う2009年の広島県における経済効果は約185億円となり、旧広島市民球場の平年(2005～2007年の平均)を約69億円上回る(約59%増)大幅な増加となった。
- 新球場オープン前の試算では、2009年のカープの成績が3位の場合には年間観客動員数(カープ主催試合)を約145万人、優勝の場合は約173万人と想定していたが、実績は約187万人とこれまでの最高(約145万人、1979年)を大幅に上回る過去最高を記録した。
- カープの年間観客動員数がオープン前の想定を大幅に上回ったことなどから、新球場を中心としたカープの活動に伴う **2009年の広島県における経済効果は約185億円に上り、旧広島市民球場の平年(2005～2007年の平均)を約69億円上回った(約59%増)ほか、昨年(2008年)を約45億円上回る(約32%増)など、大幅な増加となった。**
- 経済効果に伴う広島県内における直接間接の **雇用効果は年間約1,240人**に上り(広島県の労働力人口の約0.1%に相当)、旧広島市民球場の平年(2005～2007年の平均)を年間約470人上回った(約61%増)ほか、**昨年(2008年)を年間約290人上回る(約31%増)など、大幅な増加となった。**
- 今回の試算値(経済効果)は**オープン前の試算値(カープが3位の場合約140億円)に比べて約45億円の上方修正**となった。修正幅の主な内訳は、(1)観客数の増加による押し上げ分が約+28億円、(2)観客数以外の条件の見直し(遠方客の比率の変更、飲食店利用率の変更など)による押し上げ分が約+17億円となっている。このように、想定を上回る観客数の増加が最大の押し上げ要因となった。
- 新球場オープン初年の今年**は新球場効果が圧倒的であったため、チーム成績が観客動員数に及ぼす影響はほとんどなかった。最終順位5位ながらシーズン終盤までクライマックス・シリーズ進出を争ったカープの粘りも、観客動員数の伸びに貢献したとも推察される。**

[図表1] 新球場効果により増加する経済効果



- 注: 1. 経済波及効果(経済効果)とは、広島県内におけるカープの興業活動に伴って生じた県内生産活動の成果、すなわち県内生産額(または売上高)の合計
2. 雇用効果とは、カープ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. 観客数は主催試合の動員数

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2]オープン初年の新球場の経済効果 試算結果の総括表(年間の効果)

	今回の試算値		(参考) オープン前の試算値	
	経済波及効果 (億円)	雇用効果 (人)	経済波及効果 (億円)	雇用効果 (人)
2005-2007年の平均(平年)	観客数 106万人(実績)			
	(A) 116	(A) 770	109	700
2008年(市民球場最終年)	観客数 139万人(実績)			
	(B) 140	(B) 950	130	840
2009年(新球場オープン初年)	観客数187万人(実績)		観客数145万人(想定)	
	(D) 185	(D) 1,240	(C) 140	(C) 910
対2005-07年平均 (D) - (A)	+ 69	+ 470		
対2008年 (D) - (B)	+ 45	+ 290		
対オープン前試算値 (D) - (C)	+ 45	+ 330		

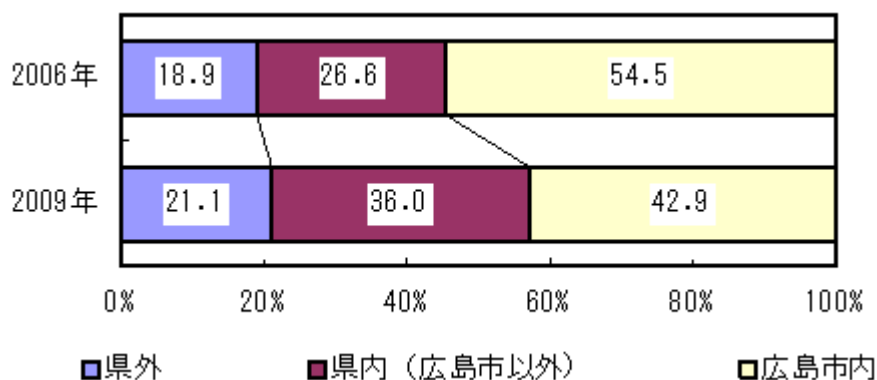
注: 観客数はカーブ主催試合の動員数

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

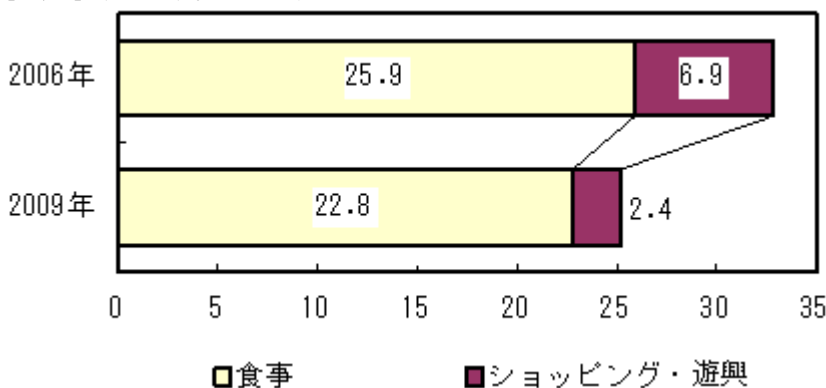
(参考1) 観客数以外の主な条件の見直しについて

- 今回の試算に当たり、比治山大学短期大学部粟屋仁美准教授ゼミナール生による「マツダスタジアム観客動向調査(2009年度版)」の結果を参考に前提値の見直しを行った。
- 比治山大学短期大学部の調査結果によると、県外からの観客は全体の約2割に上る。また、県内(広島市以外)からの観客は旧広島市民球場では約27%だったものが、新球場では約36%に増加した(図表3)。一方、観戦後に飲食店を利用する観客は旧広島市民球場では約26%に上がったが、新球場では約23%とやや比率が低下した(図表4)。
- こうした調査結果を参考に、経済効果計算の前提条件となる県外客比率、県内(広島市以外)客比率、観戦後に飲食店を利用する観客の比率などを、前回試算より上方に改訂した(前回は堅めの前提値で試算)。この結果、今回の試算結果は前回結果より上ぶれとなった。

[図表3] 観客の居住地



[図表4] 観客の観戦後の行動



注: 1. 2006年は旧広島市民球場, 2009年はマツダスタジアムの観客を対象としたインタビュー調査

2. 「観客の居住地」グラフの2009年の「広島市内」には無回答(0.3%)を含む

資料: 比治山大学短期大学部総合生活デザイン学科「マツダスタジアム観客動向調査(2009年度版)」

(参考2) 経済効果算定に含まれるもの・含まれないもの

算定対象	(カープ球団関連)	○ カープの入場料収入 ○ カープのテレビ放映権料収入 ○ カープのグッズ販売収入 ○ カープの広告料収入 など
	(カープ球団以外の事業者関連)	○ 観客の交通費・燃料代 ○ 観客の宿泊・飲食代 ○ 他球団関係者の広島県内での宿泊・飲食・交通費 など
算定対象とならないもの	(経済的な効果)	○ 新球場および周辺道路等の建設事業に伴う効果 ○ 新球場周辺に計画されている集客施設の建設および営業活動に伴う効果 (周辺集客施設の開業は2010年度中の見込み) ○ 新球場周辺の民間による投資活動(上記以外)の効果(民間のマンション建設など) ○ カープのオープン戦およびオールスターゲーム開催に伴う効果 ○ 新球場オープン関連イベントや球場見学に係る効果 ○ カープ関連番組の放映などのテレビ放送局、CATV等の事業活動に伴う効果 ○ カープに関連した金融商品の販売などの金融機関の事業活動に伴う効果 など
	(その他の効果)	○ 地域のスポーツ・文化振興に対する貢献 ○ 高次都市機能としての貢献 など

以上

関連リンク

- ・[エネルギー総合研究所](#)
- ・[中国地域の経済情報](#)