

## 勝率と集客アップに加え、積極的な地域活動で、約7億円の経済波及効果

b j リーグに所属する滋賀レイクスターズ（以下、レイクス）は、2010-11 年シーズンをウェスタン・カンファレンス 4 位で終えた。リーグ序盤では一時首位に立ち、勝率もアップさせるなど、順調にチーム力を上げている。そして、向上する成績に比例するように、観客動員数についても 49,800 人となり、昨シーズンより 4,272 人の増加となっている。

しがぎん経済文化センターでは、県内に年々定着してきているレイクスの 10-11 年シーズンにおける、主催ゲームや積極的な地域活動による県内経済への波及効果額について、観光消費額をもとに、滋賀県が公表している「2005 年滋賀県産業連関表」を使い、「直接効果額」「第 1 次波及効果額」「第 2 次波及効果額」とその合計である「経済波及効果額」を推計、算出した。

### 1. 10-11 年シーズンの活動状況について

レギュラーシーズンの成績は、30 勝 20 敗（勝率.600、4 位）で、前のシーズンより勝率はアップした。また、観客動員数については、49,800 人で、前のシーズンの 45,528 人より 4,272 人増加。その他に、プレイオフ・ファーストラウンドのホームゲームを開催するなど、メインとなる主催興行（試合）での成績や集客は順調に向上した。

表-1 成績と観客数、パートナー（協賛）企業の推移

	順位	試合数	勝	敗	勝率	観客数（人）		パートナー 合計（社）
						総動員数	1 試合平均	
08-09シーズン	5	52	19	33	.365	40,590	1,503	101
09-10シーズン	4	52	29	23	.558	45,528	1,626	216
10-11シーズン	4	50	30	20	.600	49,800	1,844	285

※10-11 シーズンは東日本大震災のため 2 試合中止

レギュラーシーズンでの順調な勝率と集客のアップに加えて、地域貢献活動などについても充実を図っている。一例を挙げると、選手による学校や幼稚園、保育園の訪問、地域イベントへの出演、バスケットボールとチアリーダーのスクールなどがある。また、パートナー（協賛）企業も順調に増加しており、レイクスとパートナーを組むことにより、企業イメージの向上や取扱商品・サービスの販売促進につなげている企業もみられる。

### 2. 経済波及効果額の推計

#### (1) 観光消費額（需要額）の算出

経済効果の試算で、まず推計するのが**観光消費額（需要額）**である。これは、県内外からの観客が、県内の施設で宿泊や飲食の目的で支出した金額であり、費用の種類は以下の 5 種類がある。

表-2 観光消費額の内訳

	詳細
宿泊費	観光客のうち、宿泊した方の宿泊で支出した金額（日帰り客は該当しない）
飲食費	宿泊客、日帰り客それぞれが、飲食で支出した金額
交通費	宿泊客、日帰り客それぞれが、交通機関利用で支払った金額やガソリン代、レンタカーなど移動時に支出した金額
土産品費	宿泊客、日帰り客それぞれが、土産品やオフィシャルグッズなどの購入で支出した金額
入場・観覧費	スポーツの試合や遊園地などの入場料、入園料などの金額

以上の消費額の合計に、会場運営の費用や広告費、人件費などゲームの興行やチーム運営のための支出のうち、県内で支出されるものも含めて観光消費額（需要額）とすると、合計で 526 百万円となる。因みに、レイクスの全支出のうち県内で支出される割合は 8 割以上にのぼっている。

(2) 経済波及効果額の算出

(1) で得られた観光消費額を 34 の産業に分類し、「滋賀県産業連関表」(2005 年基準、滋賀県統計課) を用いて県内各産業への波及効果も含めた経済効果を推計・算出する。ここで、(1) で求めた観光消費額に県内での自給率をかける。これは、県内の産業全体の自給率が 100%でないためであり、この金額は約 501 百万円となった。この約 501 百万円が**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、土産品費、入場・観覧費が県内で支出されると、その該当する産業だけでなく、これらの産業に原材料やサービス等を提供しているさまざまな産業の売上増加へと波及していく。これを**第 1 次波及効果**といい、約 108 百万円となった。

また、直接効果と第 1 次波及効果で各産業に波及した効果は、雇用者の所得に結びつく。ここで得た所得は、生活費などの支出になり、再び各産業の生産を増加させる。これを**第 2 次波及効果**といい、約 92 百万円となった。

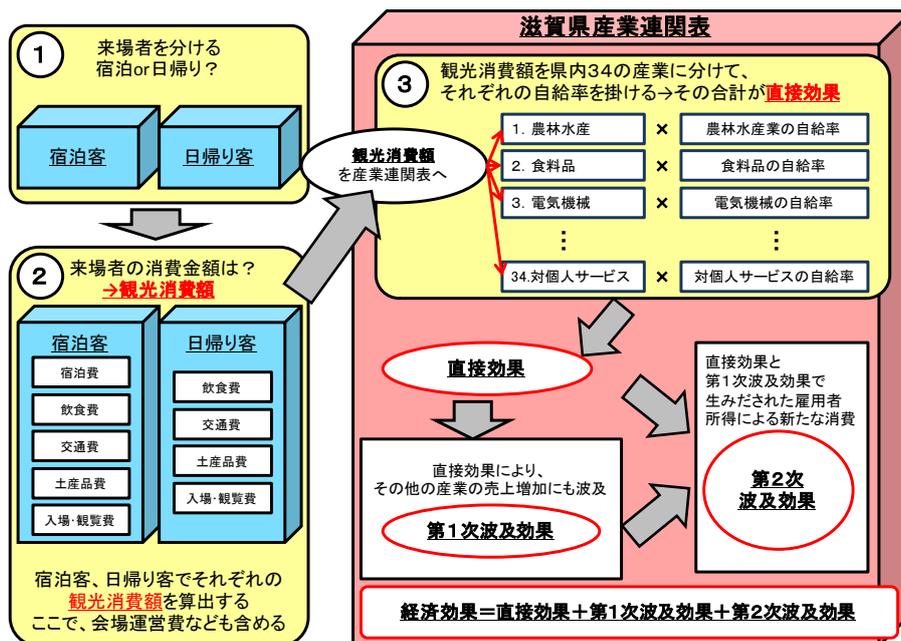
これらの直接効果、第 1 次波及効果、第 2 次波及効果であるそれぞれの生産誘発額の合計が**経済効果(総合効果)**となり、その金額は**約 701 百万円**となった。

なお、経済効果(約 701 百万円)を観光消費額(約 487 百万円)で割った、**波及効果倍率**は 1.33 倍となる。

表-3 産業連関分析によるレイクスの経済効果の試算

指標名	生産誘発額
直接効果	501 百万円
第1次波及効果	108 百万円
第2次波及効果	92 百万円
経済効果(総合効果)	701 百万円 (直接効果+1次波及効果+2次波及効果)
観光消費額(需要額)	526 百万円
波及効果倍率	1.33 倍 (経済効果÷観光消費額)

図 産業連関表を利用した経済波及効果推計・算出のイメージ



(3) レイクスの活動ごとの経済波及効果について

(2) で推計、算出した経済波及効果額は、레이크スの主催試合だけでなく、スクール活動（バスケットボール、キッズチア）、イベント活動への出演、自動販売機の設置などの地域貢献活動においても経済効果があると見込み、それぞれの消費額から算出し、合計している。

そこで、活動ごとの経済波及効果についてみると、主催試合は27試合（プレシーズンマッチを含む）で、動員した観客総数は49,800人であった。この49,800人の観光消費額を推計すると、487百万円となる。ここには、動員した観客の直接の支出に加え、協賛企業の出資金の多くが試合運営のために支出されていることから、観光消費額に含めている。これに自給率をかけて直接効果を算出すると約464百万円となり、第1次波及効果、第2次波及効果はそれぞれ約100百万円、約85百万円で、その合計（経済効果）は約649百万円となった。また、波及効果倍率は1.33倍となった。

次に地域貢献活動についてそれぞれみると、バスケットスクールとキッズチアスクールでは、月謝や交通費が主な支出となり、経済効果はそれぞれ、約13百万円（直接効果約9百万円、第1次波及効果約2百万円、第2次波及効果約2百万円）、約14百万円（直接効果約10百万円、第1次波及効果約2百万円、第2次波及効果約2百万円）となり、波及効果倍率はそれぞれ1.36倍、1.33倍となった。

레이크スの選手などが参加したイベントでは、飲食費や交通費が主な支出となり、経済効果は約17百万円（直接効果約12百万円、第1次波及効果約3百万円、第2次波及効果約2百万円）となり、波及効果倍率は1.35倍となった。

最後に、레이크スデザインの自販機の売り上げについて、레이크スや設置したパートナー（協賛企業）に手数料が入ることから、その波及効果は約8百万円（直接効果約6百万円、第1次波及効果約1百万円、第2次波及効果約1百万円）となり、波及効果倍率は1.39倍だった。

以上より、主催試合での活動以外による経済効果は合計で約52百万円（直接効果約37百万円、第1次波及効果約8百万円、第2次波及効果約7百万円）となった。

表-4 レイクスの各活動による経済波及効果

	主催試合	主催試合以外の活動					合計
		バスケットボール スクール	キッズチア スクール	イベント	自動販売機	主催試合以外 の合計	
直接効果	464 百万円	9 百万円	10 百万円	12 百万円	6 百万円	37 百万円	501 百万円
第1次波及効果	100 百万円	2 百万円	2 百万円	3 百万円	1 百万円	8 百万円	108 百万円
第2次波及効果	85 百万円	2 百万円	2 百万円	2 百万円	1 百万円	7 百万円	92 百万円
①総合効果 (経済効果)	649 百万円	13 百万円	14 百万円	17 百万円	8 百万円	52 百万円	701 百万円
②観光消費額 (需要額)	487 百万円	9 百万円	10 百万円	13 百万円	6 百万円	38 百万円	526 百万円
波及効果倍率 ※(①÷②)	1.33 倍	1.36 倍	1.33 倍	1.35 倍	1.39 倍	1.37 倍	1.33 倍

※波及効果倍率は、①②実数(1の位まで)での計算であり、本表①÷②とは一致しないところがある

◆各指標の説明

【直接効果】

経済波及効果の基になる効果のことで、新たな支出等によって誘発した生産のこと

【第1次波及効果】

直接効果によって生産が増加した産業で必要となる原材料等を満たすために、新たに誘発する生産誘発のこと。新たな生産が起これ、その原材料等から誘発する経済波及効果。

【第2次波及効果】

直接効果と第1次波及効果で増加した雇用者所得のうち支出にまわされた分により、各産業の商品等が消費されて新たに誘発する生産誘発のこと。生産活動により増加した雇用者所得から誘発する経済波及効果。

【経済効果（総合効果）】

最終需要をまかなうために必要となる県内生産の額。

ここでは、直接効果+第1次波及効果+第2次波及効果

### 3. レイクスの経済効果と他チームやイベントとの比較

今回推計、算出した県内経済への波及効果額は約 701 百万円となったが、この効果を参考までに県外チームの経済波及効果額と比較してみると、「琉球ゴールデンキングス」（以下、琉球 GK）の 07-08 シーズンでの経済波及効果は約 784 百万円とされ（算出：㈱りゅうぎん総合研究所）、レイクスより大きい。このときの、琉球 GK の観客動員数は 42,500 人で、レイクスの 49,800 人より少ないものの、沖縄は国内有数の観光地であること、更に観客動員のうち宿泊した人数は、レイクス約 2,000 人に対して琉球 GK は 5,000 人である。宿泊客の支出額は日帰り客に比べ多くなることから、琉球 GK の方がレイクスより経済効果が大きくなりやすい。また、沖縄県は一大観光地のため、滋賀県と比べ観光産業による経済波及が大きい産業構造となっており、直接効果は滋賀県の方が大きいものの、第 1 次、第 2 次波及効果は沖縄県が大きくなっている。したがって、滋賀県として観光産業の育成、発展が今後のひとつの課題と考えられる。同様に b j リーグ所属の、「仙台エィティナイナーズ」（07-08 シーズン結果、算出：宮城県）と「秋田ノーザンハピネッツ」（09-10 シーズン予測、算出：国際教養大学加藤准教授）についてみてみると、レイクスとほぼ同数の観客動員数に対して約 400 百万円の経済波及効果となっており、レイクスの経済効果のほうが大きい。

その他に、県内イベントと比較してみると、09 年 9 月 19、20 日に開催された「イナズマロックフェス」（草津開催、算出：滋賀県商工観光労働部）では、約 30,000 人を動員し、経済効果は約 240 百万円であった。これは短期間のイベントで、算出方法が観客の支出した額に観客数を掛けたものであり、単純に比較できるものではないが、参考として観客数に対する直接効果のみと比較してみると、レイクスの効果はここでも高いと思われる。

表-5 他のチームやイベントとの経済波及効果(経済効果)の比較

算出対象		bj滋賀	bj琉球	bj仙台	bj秋田	イナズマロック フェス
算出期間		10-11シーズン	07-08シーズン	07-08シーズン	09-10試算	09.09.19-20
直接効果	万円	50,100	46,700	20,000	25,000	(※)24,000
第1次波及効果	万円	10,800	17,900	20,000	17,500	-
第2次波及効果	万円	9,200	13,800			-
経済効果	万円	70,100	78,400	40,000	42,500	-
観客数	人	49,800	42,500	50,167	48,400	30,000
うち宿泊	人	1,976	5,000	2,500	-	-
備考						※ 算出方法 観客数×消費単価
算出者		㈱しがぎん 経済文化センター	㈱りゅうぎん 総合研究所	宮城県	国際教養大学 加藤准教授	滋賀県 商工観光労働部

このように、レイクスの主催試合（b j リーグ）は、年間で 50,000 人近い観客数を生み、県外からの観光客誘致にも一役買うことで、大きな経済効果をもたらしている。また、スクール活動、イベント出演などの地道な地域貢献活動により、経済効果だけでなく地域活性化にも貢献しているとみられる。

県内初のプロスポーツチームとして誕生したレイクスであるが、徐々にその活動も認知されてきている。今後もチームの飛躍と地道な地域活動によって、県内経済の更なる活性化につながることを期待したい。

2011 年 8 月  
 ㈱しがぎん経済文化センター  
 森下 剛志