

＝プレスリリース＝

平成25年2月25日

岩手ビッグブルズが県内経済に
もたらす波及効果について

標記について、概要を取りまとめましたので公表いたします。
なお、詳細は機関誌「岩手経済研究」25年3月号に掲載予定です。

盛岡市中ノ橋通一丁目2番16号
岩手銀行中ノ橋支店3階
財団法人 岩手経済研究所
理事長 高橋 真裕
経営相談部（担当 上杉）
TEL 019-622-1212

< 試算結果の概要 >

岩手ビッグブルズの活動により県内にもたらされる経済波及効果は、年間で**4億2000万円**に上ると試算。

1. 分析の前提条件

(1) 産業連関表

当研究所では、本県初のプロスポーツチームである岩手ビッグブルズの活動により、どれだけの経済効果があるか、分析ツール「産業連関表」を使用し試算をおこなった。

使用する産業連関表については、岩手県が発表しているもので最も新しい平成17年の統合大分類表(35部門表)を用いた。なお、県内経済の構造は、特に震災を経ていることもあり、大きく変動していることが推察されるため、今回試算した波及効果の精度については、一定の限界があることに留意する必要がある。

(2) 観客動員数

岩手ビッグブルズの発表によると、2012～13シーズンのホームゲームにおいて、開幕から2月3日まで14試合で1万4793人が観戦している(図表1)。この数字から、今シーズンの年間観客動員数は2万7000人あまりと予想できるが、チームが好調であることから試合を重ねるにつれて徐々に観客動員数が増えていることが読み取れる。そうした状況を勘案し、年間の観客動員数は3万人として分析をおこなった。

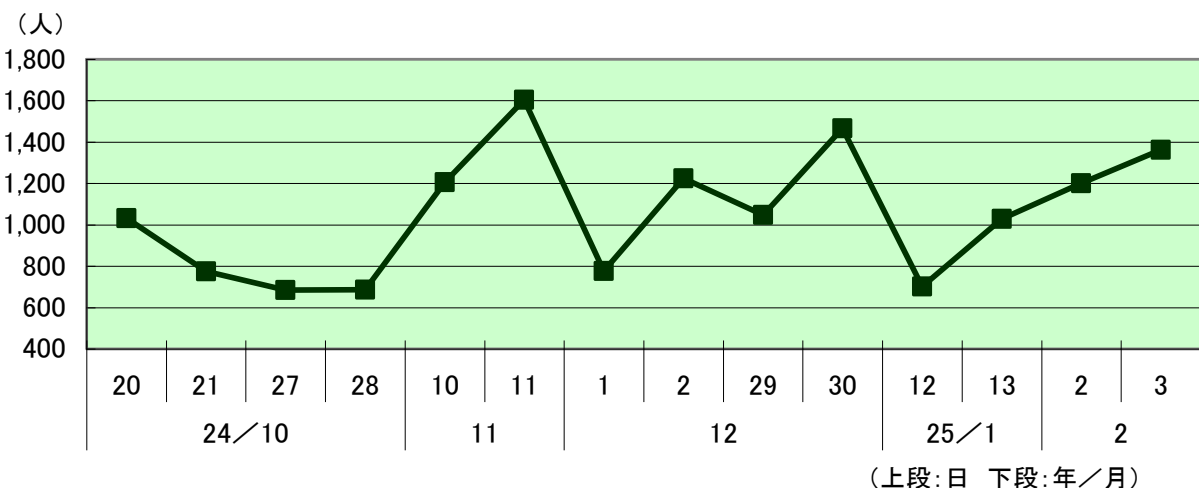
なお、東地区で4位以内となった場合、プレーオフにおいてホームゲームがさらに1試合開催されることになるが、今回の推計では含めなかった。

(3) 最終需要増加額の推計

観客がどのような消費行動をとり、県内で最終需要が産業ごとにどれだけ増加するかについては、国土交通省が行った「旅行消費アンケート調査」の平均的な値を基に推計した。ただし、本アンケートは一般の観光客が対象となっているため、スポーツ観戦を目的とする客とは消費行動に差があるものと推察されることから、一部調整を行っている。

また、観客が支払う消費額のほか、ビッグブルズの活動に伴い、会場運営の費用や広告費、人件費などが発生する。それらを含めると、最終需要増加額は合計で3億6000万円に上るものと見込まれる。

図表1 2012～13シーズン ホームゲームの観客動員数の推移



2. 分析結果とその考察

以上の前提条件を基に経済波及効果を試算すると、次ページ図表2のフローチャートのとおりとなる。

(1) 直接効果

県内に波及効果が生じるのは、消費された物品が県内で生産された場合のみであり、県外で生産されたものがいくら消費されても、経済効果は生じない。よって、最終需要増加額3億6000万円に、県内自給率を乗じた2億7000万円が直接効果の値である。

(2) 第1次波及効果

最終需要2億7000万円を生産するには、新たな原材料が必要である。その原材料を生産するために、また新たな需要が発生する。これを生産誘発効果といい、その額は8900万円と算出される。

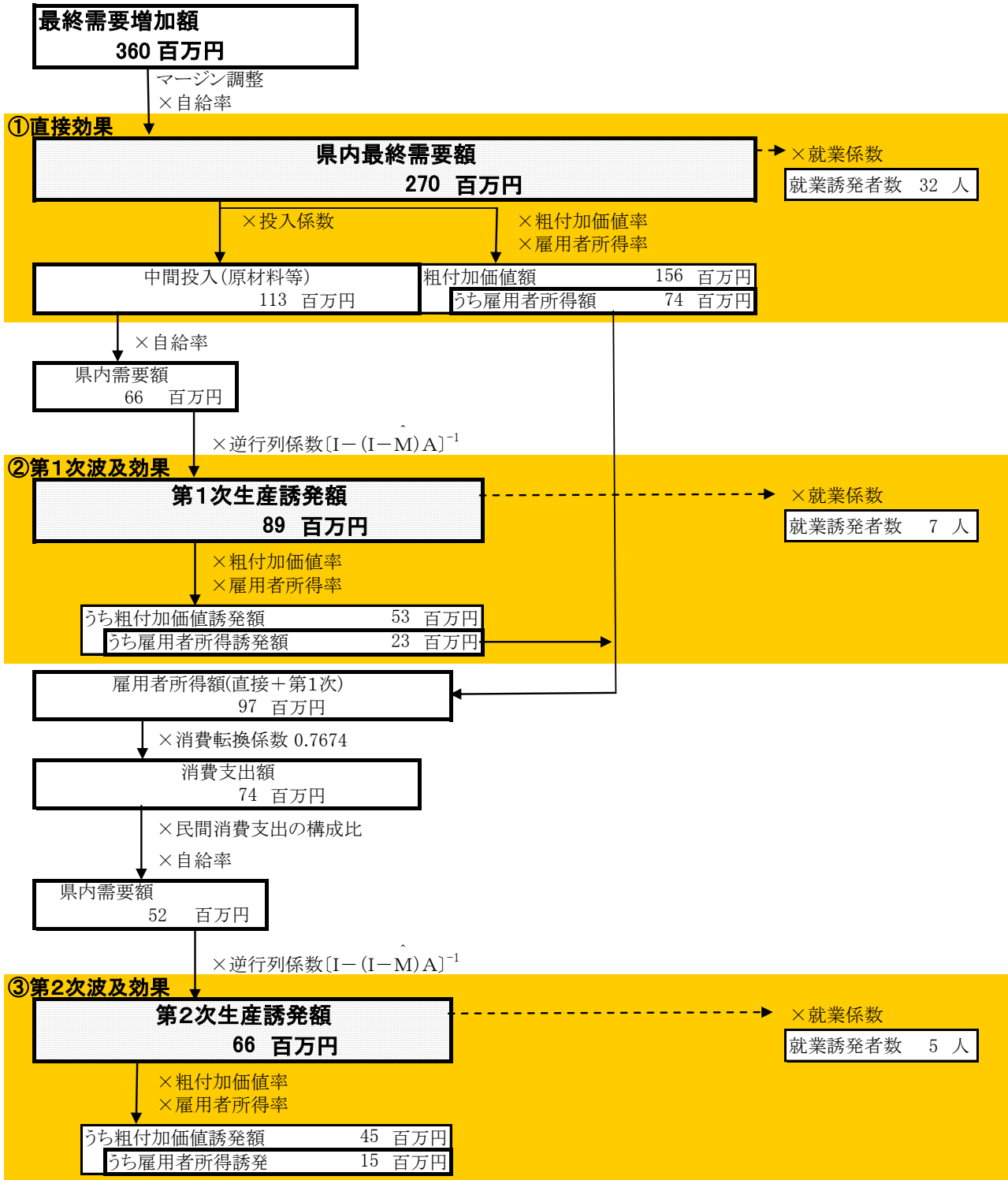
(3) 第2次波及効果

観客等による消費がもたらすのは、他の産業への原材料の中間投入だけではない。直接効果のあった産業や生産が波及した産業において、雇用者所得や営業余剰を生み出し、個人消費が誘発されることになる。

さらにその個人消費に対応するため、さらなる生産誘発が繰り返される。これが第2次波及効果であり、その額は6600万円と算出される。

以上の(1)～(3)を合計すると、岩手ビッグブルズの活動に伴う経済波及効果は、年間4億2000万円あまりと推計できる。

図表2 岩手ビッグブルズの経済波及効果フロー図



経済効果 = ① + ② + ③ = 426 百万円