

ベガルタ仙台の経済効果について

宮城県震災復興・企画部
リビリティ・パブリシティ大会推進課

1 概要

ベガルタ仙台・市民後援会が実施したアンケート調査^{※1}やベガルタ仙台からのヒアリングを基に、2018シーズンのベガルタ仙台ホームゲーム（ルヴァンカップ4試合を含む）の開催が宮城県内にもたらした経済効果^{※2}を推計した。

推計に当たっては、観客動員実績を基に一試合当たりの観客数を13,949人とし、ホームゲーム開催時の観客消費による経済効果を宮城県産業連関表^{※3}を用いて算出した。

この結果、ゲーム開催による観客の入場料、交通費、飲食費やグッズ購入等に伴う直接効果が約16億円、直接効果から生じる各産業への波及効果（1次、2次）が約8億円、合わせて**約24億円の経済効果**と推計した。2017シーズンの経済効果を上回った要因としては、試合数が2試合減ったものの、年間観客数及び一試合平均観客数が増加したためと考えられる。

2 推計結果

| 区 分 | | 2018シーズン | 2017シーズン | 増減（増減率） |
|-------------|-------------------|---------------------------|---------------------------|----------------|
| 前提条件 | 試合数 | 21 試合 | 23 試合 | — |
| | 年間観客数 | 292,921 人 | 289,707 人 | 3,214 人(1.1%) |
| | 一試合平均観客数 | 13,949 人 | 12,596 人 | 1,353 人(10.7%) |
| | 観客一人当たりの消費額（日帰り客） | 5,065 円 | 4,931 円 | 134 円(2.7%) |
| 経済波及効果 A+B | | 24 億円 一試合当たり 1.1 億円 | 23 億円 一試合当たり 1.0 億円 | 1 億円(4.3%) |
| 直接効果 A | | 16 億円 | 15 億円 | |
| 1次・2次波及効果 B | | 8 億円 | 8 億円 | — |
| 誘発される雇用者数 | | 229 人 | 215 人 | 14 人(6.5%) |

3 その他の経済効果

ホームゲーム開催による経済効果以外にも、以下をはじめとした各種の大きな効果が見込まれる。

①シティセールス効果

テレビや新聞などマスメディアを通じ地域の知名度が向上

②クラブ運営による消費効果

ベガルタ仙台レディースの興行やホームゲーム開催時以外の事業活動（物販、広告など）による消費効果

③ビジター（対戦）クラブや取材メディアによる消費効果

来県するビジタークラブの選手や帯同スタッフ、取材メディアの飲食や宿泊などによる消費効果

④選手等の居住による消費効果

選手等が、県内に居住することによる消費効果

⑤天皇杯準優勝による効果

天皇杯においてクラブ史上初の決勝に進出を果たしたことによるホーム試合数の増

- ※1 平成30年10月20日(土)のホームゲーム(対サガン鳥栖戦)において、観客一人当たりの消費額、年齢層、居住地、交通手段等を調査。有効回答は393件。
- ※2 ゲーム開催による観客の消費(直接効果)と、飲食やグッズなどの原材料の供給を通じて他の産業の生産にも波及する第一次効果及び第一次効果によって生み出された雇用者所得が消費に回ることにより、さらに生産を誘発する第二次効果を合計したものを経済効果として算出している。
また、こうした経済効果により、創出された雇用者数を推計(誘発される雇用者数)。
ただし、いずれも計算モデルに基づく推計値であることに注意が必要。
- ※3 産業連関表は、産業相互間及び産業・最終消費者間の取引を一覧表にまとめたもので、その表から導き出される係数を用いて、経済効果を分析することが可能。平成31年1月時点で最新版である、平成25年の産業連関表を用いて算出した。

(参考) 経済効果の年次推移

| 区 分 | | 2018 シーズン | 2017 シーズン | 2016 シーズン | 2015 シーズン | 2014 シーズン |
|-------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------|
| 前提条件 | 試合数 | 21 試合 | 23 試合 | 20 試合 | 20 試合 | 20 試合 |
| | 年間観客数 | 292,921 人 | 289,707 人 | 287,839 人 | 275,040 人 | 280,591 人 |
| | 一試合平均観客数 | 13,949 人 | 12,596 人 | 14,392 人 | 13,752 人 | 14,030 人 |
| | 観客一人当たりの消費額 (日帰り客) | 5,065 円 | 4,931 円 | 4,971 円 | 4,865 円 | 4,654 円 |
| 経済波及効果 A+B | 24 億円 〔一試合当たり〕 1.1 億円 | 23 億円 〔一試合当たり〕 1.0 億円 | 24 億円 〔一試合当たり〕 1.2 億円 | 22 億円 〔一試合当たり〕 1.1 億円 | 21 億円 〔一試合当たり〕 1.1 億円 | |
| 直接効果 A | 16 億円 | 15 億円 | 15 億円 | 14 億円 | 13 億円 | |
| 1次・2次波及効果 B | 8 億円 | 8 億円 | 9 億円 | 8 億円 | 8 億円 | |
| 誘発される雇用者数 | 229 人 | 215 人 | 223 人 | 203 人 | 202 人 | |

| 区 分 | | 2013 シーズン | 2012 シーズン | 2011 シーズン | 2010 シーズン | 2009 シーズン |
|-------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------|
| 前提条件 | 試合数 | 21 試合 | 21 試合 | 19 試合 | 21 試合 | 25 試合 |
| | 年間観客数 | 294,222 人 | 316,812 人 | 283,943 人 | 330,287 人 | 328,001 人 |
| | 一試合平均観客数 | 14,011 人 | 15,086 人 | 14,944 人 | 15,728 人 | 13,120 人 |
| | 観客一人当たりの消費額 (日帰り客) | 4,612 円 | 4,704 円 | 4,921 円 | 4,671 円 | 4,039 円 |
| 経済波及効果 A+B | 23 億円 〔一試合当たり〕 1.1 億円 | 25 億円 〔一試合当たり〕 1.2 億円 | 23 億円 〔一試合当たり〕 1.2 億円 | 25 億円 〔一試合当たり〕 1.2 億円 | 23 億円 〔一試合当たり〕 0.9 億円 | |
| 直接効果 A | 14 億円 | 15 億円 | 14 億円 | 16 億円 | 14 億円 | |
| 1次・2次波及効果 B | 9 億円 | 10 億円 | 9 億円 | 9 億円 | 9 億円 | |
| 誘発される雇用者数 | 214 人 | 237 人 | 215 人 | 236 人 | 211 人 | |

| 区 分 | | 2008 シーズン | 2007 シーズン | 2006 シーズン |
|-------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------|
| 前提条件 | 試合数 | 22 試合 | 24 試合 | 24 試合 |
| | 年間観客数 | 314,653 人 | 352,432 人 | 346,868 人 |
| | 一試合平均観客数 | 14,302 人 | 14,685 人 | 14,453 人 |
| | 観客一人当たりの消費額 (日帰り客) | 4,284 円 | 4,543 円 | 4,469 円 |
| 経済波及効果 A+B | 23 億円 〔一試合当たり〕 1.0 億円 | 27 億円 〔一試合当たり〕 1.1 億円 | 26 億円 〔一試合当たり〕 1.1 億円 | |
| 直接効果 A | 13 億円 | 16 億円 | 16 億円 | |
| 1次・2次波及効果 B | 10 億円 | 11 億円 | 10 億円 | |
| 誘発される雇用者数 | 205 人 | 243 人 | 236 人 | |