

## 横浜 F・マリノスが地域に与える定量・定性効果に関する研究

経済学部 町田優作 林啓人 柚木友哉 田村浩哉  
担当教員 国際社会科学研究院 居城琢准教授

### 1. はじめに

近年、経済波及効果や雇用効果を生み出すだけでなく、地域貢献活動や地域密着活動によって地域との関係性の密接化を進めており、スポーツチームは単なるエンターテインメントを提供する主体ではなくなり、社会的役割を期待されるようになってきている。様々なスポーツクラブが存在している中でも、横浜 F・マリノスは横浜市を代表するスポーツクラブである。観客動員数もリーグ屈指の値であることから、試合開催に伴う経済効果は非常に大きく、地域になくはない存在であると考えられる。

本稿では、横浜 F・マリノスが地域に及ぼす効果を定量的・定性的側面から研究し、横浜 F・マリノスの存在意義を再確認し、研究から得られた課題を用いて、スポーツチームを通じた地域活性化を行うにはどのような政策が必要になっていくかについて考えていく。

### 2. 仮設

横浜 F・マリノスは横浜市をホームタウンとして活動する J リーグのサッカークラブであり、横浜市の経済効果に占める割合も少なくない。しかし、定性面では、人気と伝統を兼ね備えながらも横浜市における地域主体としての役割は明確に定まりきっていないように思える。よって横浜 F・マリノスを、市の広告塔として全国に横浜を宣伝し、人々の関心を高めることで地域活性化

をもたらし、地元住民の横浜 F マリノス自身横浜市とともに成長、発展を続けていく主体であると役割を定義する。

### 3. 定量効果推計

#### 3.1 前提条件

はじめに推計を行う上での前提条件を挙げておく。(1)アンケート調査は 2017 年 10 月 21 日と 11 月 18 日に日産スタジアムで行った来場者の消費支出額に関するアンケートを使用する。サンプル数は 152 である。(2)ホームゲーム開催地は日産スタジアムとして推計する。(3)ホームゲーム来場者数は「J.LEAGUE Data Site」より、2015 年のホームゲーム計 20 試合(リーグ戦 17 試合 + ナビスコ杯予選リーグ 3 試合)における観客動員数を用い、436,000 人として推計する。(4)産業連関表・雇用表は平成 23 年度の 37 部門表を用いる。(5)平均消費性向は平成 29 年度 11 月の値を用いる。

#### 3.2 イベントによる需要額推計

イベントによる需要項目をカテゴライズすると以下のように分けられる。(1)来場者の消費支出 (①交通費②飲食費③宿泊費④チケット購入費⑤グッズ購入費) (2)イベント開催による経費支出このうち(1)①～③についてはアンケート結果から推計を行い、(1)④⑤、(2)については「J クラブ個別経営情報開示資料 (平成 27、28 年度)」を用いて推計を行った。発生需要額を産業別に割り当てたものが表 1 である。

表 1：産業部門別対応表〔百万円〕

| 対応産業部門   | 消費費目                              | 需要額    |
|----------|-----------------------------------|--------|
| 運輸・郵便    | 交通費(電車、バス)                        | 71.0   |
| 鉱業       | 交通費(ガソリン代)                        | 11.9   |
| 不動産      | 交通費(駐車料)                          | 107.9  |
| 商業       | グッズ購入費                            | 509.00 |
| 対事業所サービス | 経費支出(試合関連経費、トップチーム運営経費、アカデミー運営経費) | 1109.0 |
| 対個人サービス  | 飲食費                               | 3284.6 |
|          | 宿泊費                               |        |
|          | チケット購入費                           |        |
|          | 経費支出(販売費および一般管理費)                 |        |

### 3.3 経済波及効果推計

発生需要額を基に、経済波及効果を推計すると表 2 のような結果になる。

表 2：経済波及効果推計表〔百万円、人〕

| 項目         | 推計法方   | 推計結果   |
|------------|--|--------|
| a. 直接効果    | a=発生需要額×市内自給率                                      | 3434.1 |
| b. 第一次波及効果 | b=a×逆行列係数  | 4208.4 |
| c. 第二次波及効果 | c=消費者需要誘発額×市内自給率×逆行列係数<br>消費需要誘発額=b×雇用者所得係数×平均消費性向 | 1129.1 |
| d. 経済波及効果  | d=b+c  | 5337.5 |
| e. 雇用効果    | e=d×就業者数/市内生産額                                     | 599    |

第 1 次波及効果が 4208.4 百万円、第 2 次波及効果が 1129.1 百万円、経済波及効果は 5337.5 百万円という結果になった。また雇用誘発数は 599 人であった。

### 3.4 推計結果分析

表 3 の産業別波及効果を見ると対個人サービス、対事業所サービス、商業の順に波及効果が大きいことが分かる。これらの産業は共通して発生需要額が大きかったが、波及効果による純増分もかなり大きいことがうかがえる。一方、電力・ガス・熱供給産業では発生需要額が 0 にも関わらずおよそ 102 百万円の波及効果が発生している。このようなエネルギー系のインフラはどの産業の生産活動にも必要不可欠であり大量消費されるものである。つまり逆行列係数の値が他産業に比べると大きく、波及効果に

よる純増分が大きくなったと考えられる。

次に表 3 の産業別雇用誘発数をみていくと、対個人サービス、対事業所サービス、商業の順で多くの雇用が誘発されていることがわかる。また、雇用誘発数に関しても直接効果が 0 であったものに注目すると、最も多く雇用が誘発されているのは建設産業である。建設産業は経済波及効果こそあまり高い数値ではないが、公共事業による有効需要政策といった典型的なモデルがあるように、単位生産当たりの就業者数が高いため雇用効果としては大きくなると考えられる。

表 3：経済波及効果の大きな産業部門〔百万円、人〕

| 産業部門          | 第一次波及効果 | 第二次波及効果 | 経済波及効果  | 雇用誘発数 |
|---------------|---------|---------|---------|-------|
| 飲食料品          | 42.0    | 2.7     | 44.7    | 1     |
| 石油・石炭製品       | 10.6    | 0.1     | 10.7    | 0     |
| 建設            | 21.2    | 9.4     | 30.6    | 4     |
| 電力・ガス・熱供給     | 92.1    | 10.4    | 102.5   | 1     |
| 水道            | 23.1    | 4.5     | 27.6    | 1     |
| 廃棄物処理         | 23.8    | 12.8    | 36.6    | 3     |
| 商業            | 395.1   | 125.3   | 520.4   | 72    |
| 金融・保険         | 28.2    | 6.7     | 34.9    | 2     |
| 不動産           | 174.3   | 12.8    | 187.0   | 2     |
| 運輸・郵便         | 136.8   | 36.9    | 173.7   | 10    |
| 情報通信          | 54.2    | 13.6    | 67.8    | 4     |
| 教育・研究         | 7.1     | 4.6     | 11.7    | 1     |
| その他の非営利団体サービス | 7.4     | 3.7     | 11.1    | 1     |
| 対事業所サービス      | 1,029.9 | 377.3   | 1,407.2 | 110   |
| 対個人サービス       | 2,109.8 | 503.2   | 2,613.0 | 384   |
| 分類不明          | 18.8    | 0.9     | 19.7    | 0     |

### 3.5 経済効果を高めるために

推計結果から分かるように、経済波及効果は直接効果によって大きく左右される。したがって経済波及効果を大きくするためには発生需要額、中でも来場者の消費需要額を大きくすること、控除される市外流出を小さくする、つまり、各産業の市内自給率を高くすることが求められる。来場者の消費支出を大きくするには、単純に来場者数を増やすことも重要であるが、横浜市の産業がしっかりと適応して飲食サービスや宿泊サービスといった産業で大きく来場者を取り込んでいくことも重要なことであろう。

また、市内自給率を高めることは一朝一夕で達成できることではないが、大きな需要額を占める対事業所サービスや対個人サービスなどの産業の供給体制を市内で整えていくことが重要であるといえる。

#### 4. 定性効果推計

##### 4.1 アンケート結果

以下はアンケートの記述部分の肯定的、否定的な回答をまとめたもので、それぞれ記述内容と回答者数を表している。

図表 1：アンケート結果

| 記述内容                                | 回答数 |
|-------------------------------------|-----|
| 地域活性化                               | 25  |
| 横浜市民の誇り、シンボル                        | 12  |
| 地域貢献                                | 10  |
| マリノスを通じた出会い、つながり交流                  | 9   |
| 横浜市の経済が活発に                          | 9   |
| 楽しさを与えてくれる                          | 9   |
| 子供たちがサッカーを含め、スポーツに興味関心を持つきっかけになっている | 8   |
| 夢、勇気、希望を与えてくれる                      | 7   |
| 一体感を感じることができる                       | 6   |
| 元気を与えてくれる                           | 5   |
| 横浜市におけるサッカーの普及に貢献                   | 4   |
| 横浜市に対する親しみ                          | 4   |
| アウェイチームのサポーターが、横浜市について知るきっかけとなる     | 2   |
| 横浜市民の心の支えとなっている                     | 1   |
| 街がサッカー色になっている                       | 1   |
| 記述内容                                | 回答数 |
| 野球（DeNAベイスターズ）とのつながりが弱い             | 2   |
| サッカー専用のグラウンドが欲しい                    | 1   |
| 地域一丸になりたい                           | 1   |
| 横浜市民全体におけるマリノスファンの割合は高くない           | 1   |
| DeNAベイスターズと比べると集客力が弱い               | 1   |
| 人口が多いため、核心的な影響力を与えていない              | 1   |

##### 4.2 関係者の方のご意見

また、観戦者だけでなく、クラブ自体を実際に運営する関係者の方の現場の方の意見も研究に取り入れたいと思い、横浜 F マリノスの関係者の方に「横浜 F マリノスの観客動員数は J リーグ 2 位の値であるが、収容率に関してはワースト 2 位の値である。

このことについてどのように考えているか。」、また「観戦者調査サマリーレポート 2016 によると横浜 F マリノスのホームタウン貢献の評価はリーグ全体と比べると平均的、J1 に限ると低い値である。このことについてどのように考えているか。」という二つの質問をさせて頂いた。

##### (1) 収容率、集客について

一つ目の質問の回答については、「日産スタジアムの場合は収容人数の三分の一程度しか入っていない一方で、ニッパツ三ツ沢球技場の場合ではチケットは完売しているという状況。」「収容人数が 4 万人程度のスタジアムがあると望ましいと考える。」「しかし、前提として観客動員数を増やすことが大事である。」また、「それらに関連して、ターゲットとしては、ファミリー層、また浴衣フェス等のイベントで女性層もターゲットとして取り込みたいと考えている。」そして、「観客動員数増加やグッズ売り上げのために有名スター選手は不要であると考える。」「横浜は観光地であるので、外国人もターゲットとしてうまく取り込みたいと思っている。」と数多くの意見を言及していただいた。

##### (2) 観戦者による評価について

そして二つ目の回答については、「地域が広い分、200 以上のイベントを行ってきているが活動の成果が一部しか自分たちのところに来ていないと感じる。」「チケットの割引キャンペーンの存在があまり知られていないと感じる。」また、「川崎フロンターレは選手を使ったプロモーション活動を行ってきているが、それらに関連してクラブによって色が違うと考える。」そして、「横浜 F マリノスのクラブのイメージ方針としては、

クールなイメージで、イメージに合ったイベントを行いたいと思っている。」と同じくこちらの質問についても多様な意見を頂いた。

#### 4.3 結論

横浜 F マリノスが目指すべき理想的なクラブとは全国的な知名度を持ち、他地域のサッカーファンが横浜 F マリノスのサポーターになりたいと思わせるようなクラブであると考え。横浜の広告塔として、横浜 F マリノスが全国に横浜を宣伝し、他地域の人々の関心を高めることで、他地域の人が横浜を訪れるようになり、地元住民の横浜 F マリノスへの関心も高まれば、それも新たな波及効果として横浜の街も横浜 F マリノスと共に成長するのではないかと考える。

#### 4.4 課題

横浜 F・マリノスは他のチームと比べて男性、若年層のサポーターを獲得することができている。ここから観客を増やすためには、女性やファミリー層の集客に焦点を当てたプロモーションやイベントが必要であると考え。

まず、女性客を獲得するうえでは SNS を用いたイベントが効果的である。Twitter やインスタグラムに試合に関する投稿をすることで割引するなどのサービスをするによって、投稿者本人がリピート客になることが見込め、さらに投稿した写真を見たことがきっかけとなって観戦しにくる層も期待することができるだろう。写真に関連して言うと、ユニフォームのデザインも重要だと考えられる。J リーグにおいて女性ファンが多いとされている鹿島アントラーズやセレッソ大阪はユニフォームにピンク色を採用している。女性が着ることを見越

したユニフォーム作成は今後重要になってくるのではないだろうか。

ファミリー層獲得のための案としては 2 つ考えられる。1 つは「砂かぶり席」の販売である。これを採用することで観戦しに来た人は臨場感と壮大感をより味わうことができ、子どもたちにサッカー観戦の魅力をより伝えることができるだろう。もう 1 つはチケットのサービスである。GW や夏休み期間など、ファミリー層を集めやすい期間に、枚数を限定して無料券や低価格での販売をすることにより、今までサッカーに興味のなかった人を含め、多くの客を集めることができるだろう。

#### 5. おわりに

本稿では、定量面では主にアンケート調査により推計し、それをもとに直接効果、経済波及効果、雇用誘発数を推計・分析を行った。定性面では、横浜市における横浜 F マリノスの役割を考察しながらアンケート調査と文献、ホームページ上のデータなどをもとに分析を行った。

経済波及効果の推計は発生需要額の推計の正確さが大きなカギとなることは言うまでもない。定性効果の分析結果から、横浜 F マリノスが地域活性化の効果を及ぼしていると思っている観戦者が多数なことがわかる。

本稿では今後横浜市や横浜 F・マリノスが相互的に連帯して政策を行っていく際の 1 つの指標としては十分に機能する推計結果が得られたと考える。また、観戦者、もしくは関係者、自治体どちらかを調査対象としている文献はあっても、両方の意見を取り入れている先行研究が現存する段階で少ないことから、観戦者と関係者の両方の意

見を取り入れることができた本研究は存在価値があると考ええる。

最後に、横浜 F・マリノスの定量的な側面だけでなく、定性的な側面についても述べてきた。横浜 F・マリノスが今後さらに大きく発展を遂げ、本拠地である横浜市とともに成長していくことを願うばかりである。

#### 参考文献

・ホームタウン活動とは : About J リーグ : J リーグ.jp

<https://www.jleague.jp/aboutj/hometown/>

・J リーグ スタジアム観戦者調査 2016 サマリーレポート

<https://www.jleague.jp/docs/aboutj/spectators-2016.pdf>

・横浜 F・マリノス+横浜ベイスターズコラボ企画共通観戦券販売のお知らせ  
<

[https://www.jleague.jp/jsgoal\\_archive/official/detail.php?press\\_code=64382](https://www.jleague.jp/jsgoal_archive/official/detail.php?press_code=64382)>

・横浜 F・マリノス 横浜 DeNA ベイスターズ

[https://search.yahoo.co.jp/search?p=%E3%83%9E%E3%83%AA%E3%83%8E%E3%82%B9%E3%80%80%E3%83%99%E3%82%A4%E3%82%B9%E3%82%BF%E3%83%BC%E3%82%BA%E3%80%80&aq=1&oq=&ai=Ux\\_t1a.6TRa8VvcULh9nFA&ts=14725&ei=UTF-](https://search.yahoo.co.jp/search?p=%E3%83%9E%E3%83%AA%E3%83%8E%E3%82%B9%E3%80%80%E3%83%99%E3%82%A4%E3%82%B9%E3%82%BF%E3%83%BC%E3%82%BA%E3%80%80&aq=1&oq=&ai=Ux_t1a.6TRa8VvcULh9nFA&ts=14725&ei=UTF-8&fr=top_gal_sa&x=wrt&clr=1)

[8&fr=top\\_gal\\_sa&x=wrt&clr=1](https://www.jleague.jp/jsgoal_archive/official/detail.php?press_code=64382)

・横浜 F・マリノス 2017 日程・結果・観客数 | Football LAB 〜サッカー

<http://www.football-lab.jp/y-fm/match/>

・ホームタウン・ふれあい活動・紹介

<http://sp.f-marinos.com/hometown>

・施設概要 | 日産スタジアム・日産スタジ

アム NISSAN STADIUM

[http://www.nissan-](http://www.nissan-stadium.jp/stadium/gaiyo.php)

[stadium.jp/stadium/gaiyo.php](http://www.nissan-stadium.jp/stadium/gaiyo.php)

横浜市統計ポータルサイト 人口 大都市推計人口 (平成 29 年 12 月 1

<http://www.city.yokohama.lg.jp/ex/stat/jinko/city/new-j.html>

横浜熱闘倶楽部 [地元・横浜のプロスポーツ 4 チーム (横浜 DeNA ...

<https://www.hamaspo.com/nettouclub/>

・お知らせ | KAWASAKI FRONTALE - 川崎フロンターレ公式

[http://www.frontale.co.jp/info/2009/0428\\_1.html](http://www.frontale.co.jp/info/2009/0428_1.html)

・川崎フロンターレの 上位安定クラブへの発展に関する ...

[www.waseda.jp/sports/supoken/research/2008\\_1/5008A315.pdf](http://www.waseda.jp/sports/supoken/research/2008_1/5008A315.pdf)

・J リーグ・川崎フロンターレに見る「地域密着型」プロスポーツの形

<http://inaho.sub.jp/s1.pdf>

・横浜日吉新聞<J リーグ調査>若いファンが支える F・マリノス、地域貢献で群を抜く フロンターレ

[https://hiyosi.net/2017/03/10/j\\_league/](https://hiyosi.net/2017/03/10/j_league/)