

# 横浜 DeNA ベイスターズが主催したイベント開催試合が横浜市にもたらす経済効果と定性的な分析

甲斐 瑞稀  
指導教員 居城琢

## 第一章 はじめに

### 1.1 背景

横浜スタジアムは 2017 年から改修工事が進み、収容人数は 2 万 9000 人から 3 万 5000 人に増席された。しかし新型コロナウイルスの影響で大規模スポーツの観客制限が実施され、観客数が大幅に減少するとともに、周辺の飲食店などに対しても甚大な影響があった。2022 年シーズンでは大規模スポーツの観客制限は解除されたものの、横浜スタジアムで開催されたプロ野球公式戦の観客数は以前の数値に戻っていない。

一方で、YOKOHAMA STAR NIGHT 2022 をはじめとするイベント開催時の観客数は 3 万人を超えることが多く、コロナ以前のような活気に溢れている。そこで本研究では横浜スタジアムで開催されたプロ野球公式戦のイベント開催時と通常開催時の経済効果を比較検討した。

さらにプロ野球観戦に訪れた観客のコロナウイルスへの意識調査、イベント観戦時の観客の意識調査を行うことで定性的な側面から今後のプロ野球観戦の在り方についての考察を行うこととした。

### 1.2 研究意義

本研究では、新型コロナウイルスの蔓延によって甚大な影響を受けたスポーツ産業の中で、通常開催を行った場合と特別なイベントを開催した場合の横浜市への経済波及効果の差を定量的に推計する。さらに、アン

ケート調査を行いイベント開催が観客にもたらす効果を定性面から考察することで今後イベント開催を行う際に意義を持つと考える。

### 1.3 研究手法

横浜市延長産業連関表を作成し、通常開催時とイベント開催時に球場を訪れた人が横浜市にもたらす経済波及効果を算出する。さらに SNS を用いてアンケート調査を実施し、イベント開催の持つ意義を考察する。

## 第 2 章 イベントの概要

今シーズン開催されたイベントの概要は以下のとおりである

#### ・ OPENING SERIES 2022

実施日：3 月 25 日～3 月 27 日

1 試合当たり平均観客数：31,177 人

イベントの主な概要：試合前に光と炎を用いたセレモニーを実施する

#### ・ YOKOHAMA GIRLS FESTIVAL 2022

実施日：5 月 14・15 日、9 月 9 日

1 試合当たり平均観客数：31,235 人

イベントの主な内容：女性来場客に特別ユニフォームを配布する

#### ・ I☆YOKOHAMA SERIES

実施日：6 月 28 日～6 月 30 日

1 試合当たり平均観客数：23,984 人

イベントの主な内容：横浜 F・マリノスとのコラボ企画。スペシャルユニフォームを共同制作し、両チームともに着用して試合を

行う

・BLUE☆LIGHT SERIES 2022

実施日：7月6・7日、9月27日

1試合当たり平均観客数：23,380人

イベントの主な内容：試合中の特別演出  
アーティストによるライブの実施

・YOKOHAMA STAR☆NIGHT 2022

実施日：8月2・3日

1試合当たり平均観客数：31,765人

イベントの主な内容：来場者全員に特別ユニフォームの配布、試合後の光を用いたイベントの実施

・2022 JERA CLIMAX SERIES

実施日：10月8日～10月10日

1試合当たり平均観客数：33,016人

イベントの主な内容：試合前のセレモニーの実施、試合中に観客全員でコレオグラフィ（人文字）の作成

### 第3章 2022年までの横浜スタジアムで開催されたプロ野球公式戦の動向

2011年10月19日にTBSホールディングスが保有している横浜ベイスターズの株の大半が株式会社ディー・エヌ・エーに譲渡されたことでチーム名が横浜 DeNA ベイスターズに変更され、チームの抜本的な改革が行われた。主な改革としてコミュニティボールパーク化構想があげられる。コミュニティボールパーク化構想ではプロ野球に興味がない層に向けて日常の中にプロ野球が存在する空間を生み出すことに成功した。また座席数の増加を図り、2019年シーズン前にライトウイング席の増設が行われ、座席数が2万9000席から3万2000席に増席された。このような取り組みの結果、横浜スタジアムの来場者数は年々増加し、2019年

の年間来場者数は228万人と、球団譲渡前に比べて約2倍に伸ばした。

さらに2020年シーズン開始前にレフトウイング席の増席が行われ、スタジアム来場者数はさらなる増加が見込まれた。しかし、2020年に新型コロナウイルスが蔓延し、観客数が制限されたことで、2020年は46万人、2021年は72.6万人と観客数は大幅に減少した。

2022年シーズンでは観客数の制限がなくなったものの、総観客数は177万人とコロナ以前の数値に戻っていない現状にある。

表1 ベイスターズの年間来場者数

年	2011	2019	2020	2021	2022
観客数 単位・千人	1,102	2,284	468	726	1,779
1試合平均	15,308	31,176	9,171	10,223	24,708

### 第4章 延長産業連関表の作成

#### 4.1 市内生産額の推計

令和3（2021）年の横浜市生産額は公表されていないものが多かったため、平成27（2015）年から令和2（2020）年までの生産額などの伸び率を平成27（2015）年横浜市各産業生産額に乗じることとした。各産業の生産額野算出方法は以下のとおりである。

表2 各産業の生産額の推計

分類	産業部門	推計資料
第1次産業	農林漁業	農林水産省「市町村別農業産出額」
	鉱業	2015年の値
第2次産業	製造業	経産省「工業統計調査」
第3次産業	建設業	神奈川県「県勢要覧」
	公務	市町村決算カード
	その他	経産省「第3次産業活動指数」
	事務用品	2015年の値
	分類不明	2015年の値

## 4.2 中間投入・粗付加価値の推計

平成 27 年横浜市産業連関表の投入係数を利用し、中間投入と粗付加価値の推計を行った。

## 4.3 最終需要の推計

### 1. 家計内消費支出

2015 年表の各部門構成比を乗じることで求めた。

### 2. 民間消費支出、一般政府消費支出、総固定資本形成(民間)、総固定資本形成(公的)、在庫純増

国民経済計算の四半期別 GDP 速報の 2015 年からの各項目の伸び率を 2015 年表の値に乘じることとした。

### 3. 移輸出入

移出額、輸出額、移入額、輸入額

2015 年表の各部門の移出率、輸出率、移入額、輸入額を求め 2021 年の各部門生産額に乘じることとした。

その後バランス調整を行い、横浜市延長産業連関表を作成した。

## 第 5 章 アンケート調査の実施

### 5.1 アンケート調査の概要

2022 年シーズンの需要増加額の推計のために、試合に観戦に来た観客に向けて Google Form を用いたアンケート調査を実施した。標本数は 110 件で調査内容は以下のとおりである。

表 3 アンケート調査の内容

調査項目
1.イベントの参加状況
2.イベントでの消費金額
3.通常開催時の消費金額
4.観戦時の宿泊費
5.球場までの交通費
6.イベント開催において重要視しているもの
7.コロナ前後での観戦頻度の変化とその理由
8.個人属性

### 5.2 球場内消費金額の推計

アンケート結果を集計し、各イベントの消費単価(来場者一人当たりの消費支出)を推計する。以下の表は各イベントの標本数と球場内での平均消費金額である。ここでの球場内消費金額は球場内での飲食費、グッズ・土産物代とした。この金額に球場外での飲食費、交通費、宿泊費、チケット代を加えることで消費単価を求めた。

表 4 各イベントの標本数と球場内での平均消費金額

イベント名	標本数	消費単価(円)
OPENING SERIES	72	3581
GIRLS FESTIVAL 2022	59	2500
I☆YOKOHAMA SERIES	66	4838
BLUE☆LIGHT SERIES	47	1954
STAR☆NIGHT 2022	85	4982
JERA CLIMAX SERIES	79	3293
通常開催時	104	1,924

### 5.3 球場外飲食費の推計

次に球場外での飲食費を推計する。2022 シーズンは自治体から飲食店への時短要請がなくなったため、コロナウイルス蔓延以前のデータを参照する。丸澤慧太・居城琢(2019)「横浜 DeNA ベイスターズが横浜スタジアム周辺地域の飲食店にもたらす経

済効果について」を参考に球場外の飲食費を計算する。試合前に横浜スタジアム周辺で食事した人の割合は 48.8%、試合前平均消費額は 1192 円である。同様に試合後に横浜スタジアム周辺で食事をした人の割合は 52.7%、平均消費金額は 2800 円である。つまり、一人当たりの球場外での飲食費は  $(0.488 \times 1192) \times (0.527 \times 2800) = 2057.3$  となる。

#### 5.4 チケット代の推計

横浜 DeNA ベイスターズはチケット収入を公表していないため、他球団のデータを参考にチケット代を推計する。

同じセントラル・リーグの球団である広島東洋カープの 2020 年シーズンのチケット収入は 16 億 6 千万円であった。また、2020 年のマツダスタジアムで開催された広島東洋カープ主催試合の総観客数は 53 万 7857 人だったことから、観客一人当たりの平均チケット代は 3,086 円と推計できる。

#### 5.5 交通費・宿泊費の推計

交通費・宿泊費の一人当たり消費金額はアンケート結果から交通費 725 円、宿泊費 210 円と推計する。

表 5 各項目と平均消費金額

項目	一人当たりの消費金額(円)
球場外飲食費	2057
チケット代	3086
交通費	725
宿泊費	210
合計	6078

この金額とイベント別球場内での平均消費金額から、イベントごとの消費単価と需要増加額を推計する。

表 6 イベント別需要増加額

イベント名	消費単価	需要増加額(百万円)
OPENING SERIES	9659	903
GIRLS FESTIVAL 2022	8578	804
I☆YOKOHAMA SERIES	10916	785
BLUE☆LIGHT SERIES	8032	570
STAR☆NIGHT 2022	11060	703
JERA CLIMAX SERIES	9371	928
通常開催時	8002	11324

## 第 6 章 経済波及効果の推計

### 6.1 経済波及効果の推計方法

アンケート結果と横浜市延長産業連関表から経済波及効果を推計する。

経済波及効果の推計方法は以下の通りである。

経済波及効果=直接効果×逆行列係数

直接効果=最終需要×自給率

この式を用いてイベント別の経済波及効果を推計する。

### 6.2 推計結果

推計結果は以下の表の通りである。横浜市への経済波及効果は 182 億 7700 万円であった。

表 7 経済波及効果 (単位:百万円)

	直接効果	経済波及効果	一試合当たり
OPENING SERIES	486	1031	344
GIRLS FESTIVAL 2022	433	918	306
I☆YOKOHAMA SERIES	422	894	298
BLUE☆LIGHT SERIES	304	644	215
STAR☆NIGHT 2022	378	801	400
JERA CLIMAX SERIES	499	1058	353
通常開催時	6095	12932	223
合計	8616	18277	

### 6.3 イベントごとの比較

一試合当たりの経済波及効果でみると、

STAR☆NIGHT が最も高い結果となった。要因として2つのことが考えられる。1つ目は特別ユニフォームを販売していることである。ユニフォームは1枚約8,000円とほかのグッズよりも高価格であるため、消費金額の増加をもたらした。2つ目はイベント開催時、ベイスターズが好調だったことである。今季、ベイスターズは6月28日から8月21日にかけてチーム史上初となるホーム17連勝を記録した。チームが好調だった時期にこれらのイベントが開催されたことで、観客の購買意欲が向上したと考えられる。

BLUE LIGHT SERIESの一試合当たりの経済波及効果は通常開催時とほとんど変わらない結果となった。このイベントでは特別グッズの販売はなく、試合後にアーティストのライブを行う形で開催された。そのため球団の売り上げを伸ばすことよりも、新規ファンの獲得・既存ファンのマンネリ化を防ぐことを重要視していると考えられる。YOKOHAMA GIRLS FESTIVALは女性客にユニフォームの配布を行うイベントである。そのため、他のイベントよりも女性客が多く、消費金額もやや高い結果となった。このように男性・女性、既存客・新規客など幅広い層に向けたイベントを開催し、観客数の増加を図り、通常時と比較して莫大な経済効果を生み出すとともに、観戦価値の向上につながっていると考えた。

## 第7章 今後のプロ野球観戦の在り方

アンケート結果から、試合において観客が最も期待していることは勝利である。しかし、勝敗はコントロールできないため別の要素から考える。勝敗や選手のプレー面の

他に観客が期待しているものは、販売されるグッズ・フード、日常では味わえない特別な雰囲気である。つまり観戦価値をいかに高めていくかが重要である。現在、横浜DeNAベイスターズが取り組んでいる事例としてSNSの活用が挙げられる。具体的には、SNSを用いてファンの声を集めて、ファンの求めているグッズを販売している。ファンの声から生み出されたグッズは非常に評価が高く、オンラインストアでも完売するほどの反響を集めた。

今後、観戦価値を高めていくために周辺地域の活用が重要だと考える。現在、横浜スタジアムの最寄り駅である関内駅南口の再開発が行われている。2020年に関内駅南口の横浜市庁舎が桜木町に移転されたため、市庁舎跡地に高層ビルが建設されることが決定した。ビル内にはオフィス・大学などが入る予定になっており、相乗効果を生み出すことでボールパーク化をさらに進展させられると考える。

### <参考資料>

・横浜 DeNA ベイスターズ公式サイト

<https://www.baystars.co.jp>

・NPB 公式サイト

<https://npb.jp>

・池田純 (2016)「空気の作り方」幻冬舎  
・丸澤慧太・居城琢 (2019)「横浜 DeNA ベイスターズが横浜スタジアム周辺地域の飲食店にもたらす経済効果について」『横浜国立大学地域実践教育研究センター地域課題実習・地域研究報 2019 年度』pp128 - 132  
横浜国立大学地域実践教育研究センター  
・土井英二・浅利一郎・中野親徳 (2019)『はじめよう地域産業連関分析 [改訂版]

基礎編 Excel で初歩から実践まで』 日本評論社

・中国電力 (2019) 「2018 年広島東洋カープの経済効果 ～リーグ 3 連覇と 2 年ぶり日本シリーズ進出の影響」 『エネルギー地域経済レポート No.535』 2019.2

・八尋和郎・外井哲志・梶田佳孝 (2011) 「プロ野球観戦者がもたらす関連産業への来客と経済効果の研究～福岡ソフトバンクホークスを事例として～」 『日本都市計画学会都市計画論文集 Vol.46 No.1』 2011.4

・成莉莎・居城琢「産業連関表による神奈川県産業構造分析—平成 24 (2012) 年神奈川県産業連関表 (延長表) の作成と分析—」 『横浜国際社会科学研究所』 第 21 巻 4・5 号 pp29-51 横浜国際社会学会

・田中江里華 (2021) 「プロ野球ファンのロイヤリティ形成に関する因果モデルの構築—広島東洋カープ、横浜 DeNA ベイスターズ、読売ジャイアンツの比較事例研究—」 『日本マーケティング学会 マーケティングレビュー Vol.2 No.1』