

## 千葉ロッテマリーンズ日本一達成時の千葉県経済への波及効果（概要）

この度、弊社では千葉ロッテマリーンズが日本一を達成した場合のシーズンを通じた千葉県内への経済波及効果を試算しましたので、ご案内申し上げます。

### ○試算結果

千葉ロッテマリーンズが日本一を達成した場合、シーズンを通して千葉県内で389億円の経済波及効果が見込まれる。

（単位：億円）

経済波及効果		<b>389</b>
直接需要		<b>250</b>
主 要 な 内 訳	優勝セール	101
	球場内外での飲食等売上増加	67
	チケット収入増加	20
	宿泊売上の増加	14
一次＋二次効果(直接需要を除く)		<b>139</b>

### 【主な前提条件】

- ・パ・リーグのレギュラーシーズンを首位で終了し、プレーオフ第2ステージを福岡ソフトバンクホークスとマリンスタージアムで対戦、3勝2敗でマリーンズがパ・リーグ制覇。日本シリーズは阪神タイガースと対戦し、4勝3敗でマリーンズが日本一に。
- ・試算に当たって、「平成12年（2000年）千葉県産業連関表」の13部門表を使用した。
- ・試算は、シーズン開幕の3月26日から8月31日までの実績と9月以降シーズン終了までの見通しを基に、9月2日時点で算出した。

プロ野球ペナントレースは終盤戦を迎え、パ・リーグでは千葉ロッテマリーンズと福岡ソフトバンクホークスが一足早くプレーオフ進出を決めた。弊社では今年のシーズン開幕時に続き、今年もマリーンズが日本一になった場合における経済波及効果を算出した。

マリーンズがパ・リーグで1位、かつ日本一になったときのシーズンを通じた千葉県経済への波及効果は**389億円**と、昨年試算時（315億円）に比べ74億円増加する。推計は下記の2つのパターンで行った。

1. レギュラーシーズンを首位で終了し、プレーオフ（注）第2ステージをソフトバンクとマリンスタージアムで対戦、3勝2敗で優勝するケース。
2. レギュラーシーズンを2位で終了するも、プレーオフ第1ステージ（マリンスタージアム）で優勝するケース。

ムで2勝1敗)と、第2ステージ(ヤフードームで開催)を制して優勝するケース。

(注)レギュラーシーズン(136試合)の3位チームと2位チームが、まず3試合制の第1ステージ(2位チームの球場)を行い、その勝者が5試合制の第2ステージ(1位チームの球場)で1位チームと戦う。そして第2ステージの勝者が、日本シリーズに出場する。

なお、日本シリーズは阪神タイガースと対戦し、4勝3敗で優勝することとした(中日ドラゴンズと対戦する場合、地元ファンが千葉まで応援に訪れる数を阪神=1万人、中日=6千人と想定していることから、交通費・宿泊費が減少し、経済波及効果は8億円縮小、381億円となる)。

マリナーズが"日本一"になった場合の経済波及効果

1. のケース (単位:億円)

経済波及効果		389
直接需要		250
主要な内訳	優勝セール	101
	球場内外での飲食等売上増加	67
	チケット収入増加	20
	宿泊売上の増加	14
一次+二次効果(直接需要を除く)		139

2. のケース (単位:億円)

経済波及効果		357
直接需要		230
主要な内訳	優勝セール	101
	球場内外での飲食等売上増加	67
	チケット収入増加	18
	宿泊売上の増加	9
一次+二次効果(直接需要を除く)		127

<参考>

平成16年開幕時試算 (単位:億円)

経済波及効果		315
直接需要		206
主要な内訳	優勝セール	90
	球場内外での飲食等売上増加	53
	グッズの売上増加	22
	チケット収入増加	16
一次+二次効果(直接需要を除く)		109

経済波及効果が 389 億円 (昨年比 74 億円増加) となるのは、

- (1) 観客動員数増加に伴う鉄道会社の売上増加 (+29 億円)
- (2) 球場内外における飲食等の売上増加 (+23 億円)
- (3) 優勝セールに伴う百貨店・スーパー等の売上増加 (+16 億円)
- (4) 観客動員数増加によるチケット売上増加 (+5 億円)
- (5) 優勝パレード実施における飲食等の売上増加 (+3 億円)
- (6) プレーオフのテレビ放映料等の再試算 (△10 億円)

などが影響するためである (注:カッコ内は全て経済波及効果)。

千葉ロッテマリナーズが、日本一マナーが良いと言われるマリナーズ応援団のサポートで日本シリーズを制覇し、名実ともに日本一の球団になるとともに、それが県内経済活性化の大きな起爆剤となることを期待したい。