

「沖縄県内におけるプロ野球春季キャンプの経済効果」

(要 旨)

沖縄県内でのプロ野球春季キャンプは、1979年に日本ハムが実施したのが初めてであるが、この03年には阪神が加わり12球団中、7球団(日本ハム、広島、中日、横浜、オリックス、ヤクルト、阪神)が県内でキャンプを実施している。キャンプ期間中の県外からの滞在者は、当部の推計によると、選手、球団関係者が約7百人、報道関係者・解説者が約1千8百人、県外からの観客が約1万1千5百人、合計で約1万4千人と見込まれる。

県外からの滞在者および県民のキャンプ関連支出額(直接支出額)は、総額で約2億4千万円と推計される。主な内訳は、宿泊費が約5億4千万円、次いで飲食費(約4億7千万円)、土産品購入(約3億3千万円)、娯楽レジャー(約2億4千万円)、交通費(約2億3千万円)等であった。また、キャンプならではの支出では施設等整備費が約1億円、次いでクリーニング代(約5千万円)、アルバイト要員への支払い(3千万円)、施設の使用料(2千万円)等であった。このようなキャンプ関連の支出は、宿泊、飲食、運輸業等の産業だけでなく、これらの産業に原材料・サービス等を提供している関連産業の売上増加や雇用者所得の増加による消費の増加を通して、次々に他の関連産業に波及していく。この波及効果も含めた経済効果については、県の95年産業連関表を用いて試算した。産業連関表については、当部で本調査の分析用に県の90部門表を52部門に組み替え、かつ一部観光関連産業の自給率を設定し直した上で用いた。

この産業連関表により経済効果を試算した結果、生産誘発額はキャンプ関連支出による直接効果も含め、総合効果で約32億1千万円となり、これがいわゆる県内におけるプロ野球春季キャンプの経済効果となる。キャンプ関連の直接支出額(約21億4千万円)に対する波及効果は約1.5倍となっている。産業別の生産誘発額は、宿泊業が約5億4千万円、次いで鉱業・製造業(約4億万円)、飲食店(約3億8千万円)、娯楽サービス業(約3億3千万円)等であった。

当部では、2000年2月に当時6球団のキャンプの経済効果を約11億3千万円と試算した。今回の試算結果は約3倍となっているが、これは阪神が加わった影響のほか、他球団の経済効果も高まったこと、調査範囲を拡大したこと(県民の消費支出やキャンプ地の経費支出、オープン戦入場券売上等)、使用した産業連関表が前回と異なること等も影響しているため、前回の試算結果と単純に比較することはできず、その差が全て阪神効果ではないことに留意されたい。

今後、経済効果を高めるためには、マスコミの積極的活用やキャンプ地での消費拡大の仕掛けづくり、本拠地球場での特産品販売やファンクラブとの交流拡大など地道な取り組みが必要であり、また、キャンプを定着させるためには組織的な支援・応援体制の強化も必要である。中長期的な課題としては、公式戦が可能な球場の建設やスポーツコンベンション関連人材の養成等が挙げられる。

1. はじめに

沖縄県内で2月の風物詩として定着してきたプロ野球春季キャンプも、この2003年は、新たに阪神タイガースが一次キャンプを宜野座村で行ったことから、セ・パ両リーグ合わせて12球団中、7球団が沖縄県内に集結した（以下、球団名については「阪神」のように略称を用いる）。

プロ野球の春季キャンプについては、長期滞在であること、またキャンプ期間中、報道関係者や解説者、ファンなどが大勢来訪・滞在すること、キャンプ地の報道を通じたPR効果により知名度アップや観光客の増加が期待できること、スポーツを通して青少年への教育効果があることなど、その効果は多岐にわたる。

当部では、こうした7球団の県内における春季キャンプの様々な効果のうち、経済効果についてその大きさをマクロ的に把握し、今後の受入地の地域活性化やキャンプを実施している各球団への支援・応援体制の充実に結び付けていく際の参考資料にすることができればと企図し、試算を行ってみた。

試算に当たっては、各球団やキャンプ地の市町村、協力会など関係者から入手した資料や取材に基づくが、データが得られなかったものやデータがないものについては当部で推計を行った。なお、報道を通じたPR効果は大きなものと推察されるが、推計が困難なことから調査の対象外とした。また、自主トレについても同様に調査の対象外とした。

ところで、当部では、2000年2月にプロ野球春季キャンプの経済効果について試算を行ったことがあるが、後述するように今回と前回の調査では、球団数が増えたことや調査の対象範囲を拡大したこと、また使用した産業連関表が前回とは異なることなどの相違点があるため、単純な比較はできないことに留意する必要がある。

2. 沖縄県内におけるプロ野球キャンプの推移

沖縄県内でのプロ野球春季キャンプは、79年に日本ハムが投手陣のみのミニキャンプを名護市で実施したのが初めてである（図表1）。75年に開催された海洋博覧会の後の入域観光客数の落ち込みに対処するため、76年から日本ハム球団の協力を得て後樂園球場で球場結婚式を催し、沖縄県への新婚旅行の誘客を行ったことが日本ハムにキャンプ誘致を働きかける契機となった。冬場の観光振興としても有望な春季キャンプについては、当時の沖縄県観光連盟（現、沖縄観光コンベンションビューロー）を中心に誘致活動が行われた。

81年には、日本ハムが一軍主力選手の本格的なキャンプを名護市で実施。これを皮切りに広島（82年、沖縄市）、中日（83年のみ石垣市、85年具志川市、その後石川市を経て現在、北谷町）、横浜（87年、宜野湾市、当時は大洋ホエールズ）、オリックス（89年、糸満市、現在、平良市）、ロッテ（89年のみで投手陣のみ）、ダイエー（90年のみ）が相次いで沖縄県内でキャンプを実施した。近年では、2000年にヤクルトが浦添市でキャンプを実施し、この03年には阪神が一次キャンプを

宜野座村で実施し、この結果、03年はセ・リーグ5球団、パ・リーグ2球団の計7球団が沖縄県内で春季キャンプを実施している。

こうした背景には、2月の平均気温が16.6度(平年値)と本土他地域に比較してかなり温暖であること、また海外と比較した場合に時差がないことや移動が容易であり経費面でも少なくすむこと、さらに雨天練習場をはじめ練習施設が格段に整備されてきたことなどが挙げられる。

(図表1) プロ野球春季キャンプの沖縄県内での実施状況と優勝チームの推移

暦年	日本ハム	広島	中日	横浜	オリックス	ヤクルト	阪神	ロッテ	ダイエー	巨人	西武	近鉄
1978												
79	(投手陣) 名護市											
80												
81	(一軍) 名護市											
82		沖縄市										
83			石垣市									
84	(二軍) 宜野座村 84年のみ											
85			(投手陣) 具志川市									
86												
87			(一軍) 石川市 具志川市	宜野湾市								
88												
89			(一軍) 石川市 (二軍) 具志川市		(投手陣) 糸満市			(投手陣) 那覇市				
90					(一軍) 糸満市			(一軍) 読谷村 (二軍) 嘉手納町				
91					(一軍) 糸満市 (二軍) 那覇市							
92												
93					(一、二軍) 平良市 糸満市							
94					(一、二軍) 平良市 糸満市 城辺町							
95					(一軍) 平良市 (二軍) 城辺町							
96	(二軍) 宜野座村		(一軍) 北谷町 (二軍) 読谷村	(二軍) 嘉手納町								
97												
98												
99												
00						浦添市						
01												
02												
? 03	(二軍) 東風平町						宜野座村					
一軍 キャンプ地	名護市	沖縄市 宮崎県	北谷町	宜野湾市	平良市	浦添市	宜野座村 高知県	鹿児島県	高知県	宮崎県	埼玉県 高知県	宮崎県
二軍 キャンプ地	東風平町	宮崎県 山口県	読谷村	神奈川県 嘉手納町	兵庫県 城辺町	東京都 宮崎県	高知県	埼玉県 鹿児島県	高知県	宮崎県	埼玉県	宮崎県

(備考) 球団名の列の太線枠内は沖縄県内で春季キャンプを実施。 はリーグ優勝、 は日本シリーズ制覇。
年次の列の 印は沖縄県内でキャンプを実施した球団がリーグ優勝した年。

3. 2003年のプロ野球春季キャンプの概況

03年2月に沖縄県内で春季キャンプを実施した国内プロ野球球団は、日本ハム、広島、中日、横浜、オリックス、ヤクルト、阪神（開始年順）の7球団である（図表2）。このうち、阪神は今回、初めて沖縄県（宜野座村）で春季キャンプ（一次キャンプ）を実施している。また、日本ハム、中日、横浜、オリックスの4球団は2軍についても沖縄県内でキャンプを実施している。

この7球団の県内におけるキャンプ期間は広島、阪神が一次キャンプのため各々10日余と短期間であるが、他の5球団は概ね1カ月前後の期間である。参加人数は7球団合計で、選手（一、二軍計）が約4百人、選手以外の球団関係者（監督、コーチ、マネージャー、トレーナー、広報等）が3百人で、総勢約7百人である。また、この03年は県内でオープン戦が7試合行われ、うち2試合は、巨人が24年ぶりに来県し、横浜、中日と各々1試合が行われた。

（図表2）沖縄県内における2003年春季キャンプの実施状況

		日ハム	広島	中日	横浜	オリックス	ヤクルト	阪神
一軍	キャンプ地	名護市	沖縄市	北谷町	宜野湾市	平良市	浦添市	宜野座村
	期間	2/1～3/3	2/1～2/11	2/1～3/2	2/1～2/27	2/1～2/27	2/1～2/24	2/1～2/12
二軍	キャンプ地	東風平町		読谷村	嘉手納町	城辺町		
	期間	2/1～2/21		2/1～3/4	2/9～2/24	2/6～2/27		

4. プロ野球春季キャンプの経済効果

プロ野球春季キャンプの経済効果についての試算結果は以下のとおりである。

本調査では、まず各球団、報道関係者、解説者、県外からの観客、地元観客、キャンプ地の市町村・協力会について、各々の支出額を試算した。試算に当たっては各球団および各市町村役場・協力会の関係者へのアンケート調査や取材、現地調査などに基づいた。また、データが入手できないものやデータがないものについては当部にて各種資料や補足調査などを基に推計した。このようにして得られたキャンプ関連の支出額を約30の支出項目に区分し、同データを産業連関表に投入することにより波及効果を含めた経済効果を算出した。

（1）キャンプ期間の県外からの滞在者数

キャンプ期間中の県外からの滞在者としては、選手、球団関係者のほかに、報道関係者、解説者や観客（ファン等）が挙げられる（図表3）。人数は、選手および球団関係者が同期間中に約7百人滞在している。また、報道関係者、解説者、県外からの観客数については、球団広報の発表や協力会への取材調査などに基づき試算すると報道関係者と解説者（以下、「報道関係者」に解説者を含む）が約1千8百人、県外からの観客が約1万1千5百人と推計される。この県外からの観客数については、推計の制約上、キャンプ地見学が主目的ではなくてもキャンプ地に立ち寄

った観光客や沖縄本島在住者の宮古島訪問（オリックスのキャンプ見学）を含めている（以下、「県外からの観客」と呼称した場合、これらの観客を含む）。こうしたキャンプ期間中の滞在者の合計は、約1万4千人と見込まれる。

（図表3）春季キャンプ期間中の滞在者

滞 在 者 区 分	滞 在 者 数 (百人)
7 球 団 計	7
選 手	4
一 軍	3
二 軍	1
球 団 関 係 者	3
報 道 関 係 者	18
観 客 (県 外)	115
合 計	140

- （注）1．球団関係者とは、監督、コーチ、マネージャー、トレーナー、広報、通訳等、選手以外の合計。
 2．報道関係者には解説者を含む。
 3．観客（県外）には、キャンプ地見学が主目的ではなくても、キャンプ地に立ち寄った観光客や沖縄本島在住者の宮古島訪問（オリックスのキャンプ見学）を含めている。

（2）滞在者および県民の春季キャンプ関連支出額（直接支出額）

キャンプにおいては、県外からの滞在者が県内で宿泊、飲食等に支出するのみならず、多くの県民が各キャンプ地に出かけ、見学の際に飲食したり、土産品（グッズ等）を購入する。また、

（図表4）春季キャンプ関連支出額

支 出 項 目	支 出 額 (百万円)
宿 泊 費	536
飲 食 費	469
土 産 品 購 入	325
娛 楽 レ ジ ャ ー	236
交 通 費	227
練 習 施 設 等 の 整 備 費	98
オ ー プ ン 戦 入 場 券 売 上	49
ク リ ー ニ ン グ 代	46
ア ル バ イ ト へ の 支 払 い	32
施 設 使 用 料	18
そ の 他 支 出	106
合 計	2,142

各キャンプ地の市町村や商工会議所、商工会、観光協会などを中心に結成された協力会がキャンプを応援、支援するために関連経費を支出する。さらにキャンプならではの支出項目として、ユニフォームのクリーニング代やボール拾い、球場整備、警備係などのアルバイト要員への支払い、球場や関連施設の使用料などがある。このほか、練習休日のゴルフや観客が県内観光施設等に出かけたりする娯楽・レジャー費も大きな支出額になる。こうした支出額について

て試算した結果、総額で約 2 1 億 4 千万円と推計された（図表 4）。試算結果によると、宿泊費が約 5 億 4 千万円で最も多く、次いで、飲食費（約 4 億 7 千万円）、土産品購入（約 3 億 3 千万円）、娯楽レジャー（約 2 億 4 千万円）、交通費（約 2 億 3 千万円）等の順になっている。また、キャンプに付随する支出項目では、練習施設や設備等の整備費（約 1 億円）、クリーニング代（約 5 千万円）、アルバイトへの支払い（3 千万円）、施設使用料（2 千万円）などの順となっている。

（3）春季キャンプの経済効果

キャンプに関連した宿泊費、飲食費、交通費、施設整備費、クリーニング代などが県内で支出されると、当該産業だけでなく、こうした産業に原材料・サービス等を提供している産業の売上が増え、また当該産業を含めたこれら産業の雇用者は、増えた所得で消費支出を増加させる。こうした産業の売上増加や消費支出の増加は、次々に他の関連産業に波及していくことになる。そこで、キャンプ関連の支出（直接支出額）が、県内にどの程度の波及効果を生じさせるか、本調査では、県の「産業連関表」を用いて試算を行ってみた（産業連関表の逆行列係数表を用いることにより、このような経済効果の測定が可能となる）。

本調査における産業連関表について

今回の調査では、沖縄県が作成した 95 年産業連関表を用いた。産業部門数で表示する部門表は産業分類が「宿泊業」や「飲食店」、「娯楽サービス」等まで区分されている 90 部門表をベースとした。ただし、分析に際しては、今回の分析において多少統合しても不都合がない部門を当部で統合し、52 部門表に組み替えて使用した。

また、産業連関表における各産業部門の自給率は、県内需要（＝県内居住者の需要）に対する自給率であるため、移輸出（＝非居住者の需要）は対象外となる。このため、統計上、移輸出である「県外からの滞在者の支出（＝非居住者の需要）」の経済効果を試算する際に、そのままの自給率を用いると不都合が生じる。例えば、宿泊業の自給率は、県内居住者の宿泊需要（県外旅行等を含む）のうち県内宿泊部門を利用した割合を意味するが、県内居住者の場合、県外宿泊の支出額が県内宿泊の支出額より大きいため、県内宿泊業の自給率は極めて低くなる。しかし、キャンプ関連の宿泊費や飲食費は全て県内で発生するため、こうした支出に対して県内での自給率が明らかに 100%とみられる宿泊業、飲食店、物品賃貸サービス部門（レンタカー等）などについては自給率を 100%に設定して使用した。

なお、宿泊業は産業連関表の 90 部門表では「旅館・その他の宿泊所」となっているが、ここでは単に「宿泊業」と呼称する。また、ホテル内のレストランは産業連関表の部門では「飲食店」に分類される。さらに産業連関表における商業部門は売上高ではなく商業マージン部分が計上され、運輸業も取扱高ではなく運輸マージン部分が計上されることに留意する必要がある。

生産誘発額を求める算式は以下のとおりである。

$$X = [I - (I - M)A]^{-1} (I - M)F$$

X：各産業部門の財・サービスの生産額

I：単位行列

M：県内需要に対する移輸入係数（対角行列）

A：投入係数（行列）

[]⁻¹：逆行列

F：最終需要額（直接支出額）

X（生産額）が、F（最終需要額）に対応する生産誘発額となる

経済効果の試算結果

キャンプ関連の支出額（直接支出額）をもとに、産業連関表を用いて波及効果を試算してみると、図表5のとおりとなった。

県内の産業全体の自給率は100%ではないため、キャンプ関連の支出額（直接支出額）約21億4千万円のうち、県内で供給された分が約19億2千万円となり、これが直接効果になる（ただし、前述したように宿泊業や飲食店などの部門については産業連関表での自給率を100%に設定した）。

この直接効果のうち、原材料やサービス等の仕入れを除いた分が粗付加価値となり、この中から雇用者へ支払った賃金等が雇用者所得となる。

（図表5）産業連関分析による経済効果の試算結果

	生産誘発額 (百万円)	粗付加価値誘 発 額 (百万円)	雇用者所得誘 発 額 (百万円)
直 接 効 果	1,922	1,085	580
1 次 間 接 波 及 効 果	767	453	215
2 次 間 接 波 及 効 果	525	344	153
総 合 効 果	3,213	1,882	948
直 接 支 出 額 (波 及 効 果)	2,142	(1.5 倍) = 総合効果/直接支出額	

- （注）1．直接効果は、直接の支出による効果（自給率が100%でなければ移輸入の分、直接支出を下回る。一次間接波及効果は、原材料を他の産業から購入することによって起こる波及効果。二次間接波及効果は、直接効果、一次間接波及効果によって生み出された雇用者所得の増加が個人消費の拡大を通して再び生産を誘発する効果。
- 2．生産誘発額は、直接支出の増加により誘発された各部門の生産額の合計。粗付加価値は誘発された生産額の中に占める粗付加価値（雇用者所得と営業余剰）。

このように約 19 億 2 千万円の支出（直接効果）が関連産業に初発の需要として生ずるが、これが原材料の調達等を通して各産業の生産を誘発していく効果が一次間接波及効果で、約 7 億 7 千万円となっている。

さらに、直接効果と一次間接波及効果で生じた雇用者所得は、消費支出を増加させ、これらの消費需要が追加的な需要として各産業の生産を誘発していくが、これを 2 次間接波及効果といい、約 5 億 3 千万円となっている。

この結果、これらを合わせた総合効果は約 32 億 1 千万円となり、これがいわゆる県内におけるプロ野球春季キャンプの経済効果となる。キャンプ関連の直接支出額（約 21 億 4 千万円）に対する波及効果は約 1.5 倍となっている。

産業別波及効果

生産誘発額（総合効果）の約 32 億 1 千万円を産業別にみると、宿泊業が約 5 億 4 千万円と最も大きく、次いで鉱業・製造業（約 4 億万円）、飲食店（約 3 億 8 千万円）、娯楽サービス業（約 3 億 3 千万円）などの順となっている（図表 6）。

（図表 6）産業連関分析による産業別経済効果の試算結果

産 業 区 分	生産誘発額	粗付加価値誘発額	雇用者所得誘発額
	（百万円）	（百万円）	（百万円）
宿 泊 業	536	268	152
鉱 業 ・ 製 造 業	403	157	64
飲 食 店	383	186	120
娯 楽 サ ー ビ ス 業	331	226	77
商 業	260	185	129
運 輸 業	186	125	101
物 品 賃 貸 サ ー ビ ス	125	89	14
建 設 業	119	56	41
農 林 水 産 業	63	34	5
そ の 他 産 業	807	556	245
合 計	3,213	1,882	948

- （注） 1．ホテル内のレストラン売上は「飲食店」に含む。
 2．オープン戦入場券売上、スポーツ施設提供は娯楽・サービス業に含む。
 3．「商業」は売上高ではなく、商業マージン部分が計上される。
 4．「運輸業」は取扱高ではなく、運輸マージン部分が計上される。
 5．レンタカー業は「物品賃貸サービス」に含む。

前回（2000年2月）調査結果との相違点について

当部では、2000年2月に、当時、6球団が沖縄県内でキャンプを実施した際の経済効果を約11億3千万円と試算した。今回の試算結果はその約3倍弱になっている。その差は、阪神効果の影響も大きい。このほかに他球団についても経済効果が高まっていること、また前回の試算では調査の対象外とした「地元県民のキャンプ地見学の際の消費支出」や「キャンプ地の市町村・協力会などの経費支出」、「オープン戦の入場料売上」などが含まれていること、および前回試算と比較して直接支出額の波及効果が、約1.3倍から1.5倍に高まったことなどが影響している。波及効果が高まった要因としては、前回は県が作成した32部門産業連関表を用いたが、今回は観光部門の分析精度を高めるため県の90部門産業連関表を当部で52部門に組み替え、かつその際に観光関連部門の一部の自給率を当部で100%に設定したこと、などが影響したものとみられる。また、検証はしていないが、前回は県の90年表を用いたが、今回はその後作成された95年表を用いたこと（95年表は90年表に比し産業全体の自給率が3.0ポイント高まっている）さらに、前回は32部門表を用いたが、今回は90部門表を52部門表に組み替えたことなども波及効果が高まったことに影響を及ぼした可能性がある。

このような要因が含まれているため、前回と今回の試算結果を単純に比較することはできず、その差が阪神効果のみではないことに留意されたい。

5. キャンプ受入地としての今後の課題

前述のように、プロ野球のキャンプは県内の様々な産業に経済効果を及ぼしていることが窺える。特に前年の6球団から7球団に増えたことにより、その集積効果はより高まっており、来訪した解説者や報道関係者の人数も例年になく増加していると推察される。

これだけ大勢の報道関係者の滞在は、受入地である本県の情報を全国に発信する絶好の機会であり、沖縄県のPRや誘客に積極的に活用していくべきであるが、実際にはまだその取り組みが弱いといわれている。テレビや新聞、雑誌等を通して沖縄県やキャンプ地が全国に情報発信される効果は計り知れないものがあり、そのためには来訪した報道関係者との交流の機会や仕掛け作りを積極的に増やす必要がある。さらにキャンプ地をはじめ県内における経済効果を高めるためには、球場周辺の観光施設や市場などを紹介したマップの観客への配布やキャンプ期間中における沖縄の各キャンプ地の様々な情報を網羅したホームページの開設、開幕後の球場内での沖縄特産品や健康食品などの展示・販売、各球団のファンクラブとの交流機会の拡大など、地道な取り組みも増やしていく必要がある。

一方、スポーツコンベンションについては、地域活性化や観光振興などの面から本土他地域でも誘致活動が活発であり、冬場の温暖な気候という強みを有する本県においても、今後はこうしたプロ野球キャンプをはじめとする各スポーツの合宿を

定着させていく努力が求められる。このためには、まず合宿本来の目的が達成できるように、受入地としての組織的な支援体制を強化していくことが不可欠である。また、県民各自がスポーツコンベンションに理解を示し、関心を持って一人でも多く応援・見学できるように、県内各地におけるスポーツコンベンションの実施状況について、期間や場所、選手名などを広報し、見学・交流の機会を増やすなどの環境整備を行っていかなければならない。こうした支援・応援体制を強化するには、インフラ面の整備や組織運営面で財政的な負担が生じるため、予算面でのバックアップも必要であり、そのためにも経済効果を少しでも高めていく取り組みが重要になる。

また、中長期的な課題としては、公式戦が可能な球場の建設やスポーツドクター、スポーツ用具修理の専門家等、スポーツコンベンション関連人材の確保・養成などが挙げられよう。

6. おわりに

プロ球団が使用した各キャンプ地の球場では、キャンプ終了を待ち構えていたかのように大学等の野球部の練習風景がみられた。プロがキャンプで使用したばかりの球場はグラウンド等の施設の整備が行き届いていることから人気があり、球場施設の稼働率も上がるなど、キャンプの経済効果は様々な面で見られる。

また、この03年の春季キャンプでは国内7球団が沖縄県内に集結したこともあり、報道関係者や解説者も数多く来訪した。こうしたマスコミを通じた全国ネットでの報道は、各キャンプ地の市町村の名前が正確に言える県外の人々が増えてきたことから推察できるように、知名度アップやイメージアップに大きく寄与している。各地域がうまい仕掛けづくりを試みることによって、今後、これらの市町村に立ち寄る観光客の増加も期待できる。

本県では、プロ野球キャンプが春季だけではなく、いくつかの球団は秋季キャンプも実施しており、また野球だけでなくサッカーや陸上、ゴルフなど多くのスポーツ種目の選手が合宿を行い、さらに、プロだけでなく大学や一般社会人などのアマチュアチーム、そして韓国など外国のスポーツチームが合宿を目的に滞在している。これら合宿のほかに大会や各種試合なども含めるとスポーツコンベンションの経済効果はさらに大きなものになる。今後は、こうした他のスポーツコンベンションも含めた経済効果を調査するとともに、こうしたマクロ的な経済効果の分析だけでなく、受入市町村や県内産業に対しても、きめ細かなフィールドサーベイを含めた調査・分析を行い、経済効果をさらに高めるための施策の展開に結び付けていくことが望まれる。

(以 上)