

時論

阪神タイガース日本一の効果を考える

阪神タイガースが 38 年ぶりの日本一を勝ち取った。前回の日本一はバブルが本格化する前の 1985 年。岡田監督が日本一を決めた直後のインタビューで自身が 27 歳だったと語ったのを聞いて、その時の自分のことを振り返った人も多いだろう。

タイガースが活躍となると、当部内でも「その経済波及効果は如何程か？」が話題になる。1985 年に阪神タイガースが快進撃を続け、優勝が視野に入った 9 月末に、旧住友信託銀行調査部が「タイガースフィーバーの経済的波及効果」というレポートを発信している。タイガースフィーバーを「公共工事を伴わない、ソフト化社会のイベント」と位置付けたこのレポートは、万博など公的な意思決定に基づかない自然発生的なイベントの経済波及効果に着目した初めてのレポートであり、当時も注目を集めるとともに、その後の一つの形を作ったと言えよう。今回は、こうした効果を考える際に自分が気を付けていることを、決して祝勝ムードに水を差す意図がないことを申し上げた上でご紹介しておきたい。

最初は、いわゆる「経済波及効果」と GDP を同列に語れないことである。経済波及効果は、産業連関表の逆行列表から計算される生産誘発額とされることが多いが、これは GDP と一致しない。例えば、一台 500 万円の自動車に対する需要が新たに発生し、その自動車メーカーに 10 社がそれぞれ 25 万円の部品を納入していたとする。この場合の生産誘発効果は、最終的な車の売上 500 万円に部品を納入した企業の売上 250 万円が加わって 750 万円になるが、増える GDP はあくまで最終需要たる自動車一台分の 500 万円である。自動車業界のように関連する業界が幅広い、いわゆる裾野の広い業種の需要が増えた時の生産誘発額は大きくなりやすいが、増える GDP、ラフに言い換えると、新規需要に関わる全企業で増える粗利の合計額は、あくまで最終製品の需要額と一致する。自動車への新規需要で自動車メーカーの利益が増えて設備投資に回るとか、従業員の所得が増えることで新たな消費が生まれるという乗数効果は、この計算プロセスでは測れない¹。従って、分子に生産誘発額、分母を GDP にしてその比率を示すのはミスリーディングになる。この点は、経済波及効果を考える上で念頭に置くべき第一のポイントと認識している。

次に、イベントに伴う新規需要を正確に測るのが難しいことである。私の知人に、今回日本一になった直後にその職場で紅白饅頭を配った人がいる。必ずしも阪神ファンとは限らない周囲の反応と本音を是非知りたいところだが、こうした需要まで織り込んだ計算が現実的ではないのは、容易に想像できよう。さらに重要なのは、それぞれの消費者がイベント発生に伴う支出に鑑みてその後節約した場合、イベント効果はその分減殺されることである。こうしたネットの新規需要を測るのは更に難しくなる。こうした数字は数字になると独り歩きしやすいが、かなりの幅を持って見る必要があるものと考えている。

¹ 当該業種の雇用者報酬増加分のうち一定割合が新たな消費に回るという想定で計算して乗数効果を算出する方法はあり、実際にこれが考慮されるケースも多いが、それでも生産誘発額とはあくまで別のものである。

次いで、全国ベースでみると、毎年いずれかの球団がセパ両リーグでそれぞれ優勝し、一つの球団が日本一になっている。このため、あるチームが優勝あるいは日本一になることによる経済波及効果は毎年どこかで発生しており、タイガースが勝った時だけ発生するものではない。こう考えると、どのチームが優勝した時の経済波及効果が一番大きいのかというのが大変興味深いテーマになる。この計算は優勝したチームのファンの数と勝った時の消費性向の上昇度合いの掛け算の比較ということになるが、先に示した理由からこれを正確に計算し、さらに検証するのは非常に難しい。一人の関西生まれの阪神ファンとしては、もともとファンの数も多く総じて熱狂的で、何せ久しぶりのことでもあるため²、日本経済全体への貢献も大きいと信じたいところではある。しかし熱狂的であると同時にコストパフォーマンスに敏感な関西人のこと、この後どこかで節約する可能性も考えると、やはりここは冷静に見る必要があるだろう。

そして最後に、様々な方法で計算される数字は、当該イベントの効果のほんの一面を示すに過ぎないことである。言い方を変えると、お金では測れない効果も多くあってむしろそちらの方が重要かもしれない、となるだろうか。

これは2010年3月に、その1年前に開通した阪神なんば線の経済波及効果に関するレポートの一部を担った際に感じたことでもある。当初の問題意識が開通による経済波及効果の大きさであったために、当然ながら開通によって奈良から神戸へ、神戸から奈良へといった観光客の増加分などを把握するところからスタートしてそれらの数字も算出したが、こういった数字では測れないもの、例えば今までは現実的でなかった先への通学・通勤が出来るようになったことも無視できないという思いが強くなっていった。ほとんどの人は阪神なんば線の開通がなくても、どこかの学校に通い、どこかで働くことになっていただろう。このため、数字では開通による追加的な経済波及効果はさほど出ないが、人生の選択肢が増えるというのは数字で測れない極めて重要な要素である。

今回はオリックスバファローズとの日本一対決になったことで、両球団の本拠地が交通機関上でも近くなったことが話題になった。これ自体は単なる話の種、関西弁で言う「ネタ」に過ぎず、これ自体が経済波及効果を生むものではないが、開通でこういうネタが生まれたのも、ごく小さいが一つの効果に数えても良いのではないかな。

・・・といったことを、阪神タイガースの日本一に際して考えている。来年も良い試合が見られること、その中でできれば最良のチームが良い成績を残してくれることを願っている。

(調査部長 花田 普)

² 今回の日本一の経済波及効果が大きいと見られる一つの理由に、38年という長い年月があることも間違いない。こう考えると、タイガースがもっと頻繁に日本一になった場合、一回当たりの経済波及効果はどうなるのか？というのも興味深い。しかし現在はこの点を検証する材料が全くない。二年連続で日本一になれば、経済波及効果の正確な額は出せずとも、どちらの方向に変化するのか、あるいはしないのかという考察の材料が得られるかも知れない。

※ 本レポートは作成時に入手可能なデータに基づく情報を提供するものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。また、執筆者個人の見解であり、当社の公式見解ではありません。ご質問等はchosainfo@smtbjpまでご連絡ください。