

阪神タイガース優勝の経済波及効果

阪神タイガースが優勝した場合、全国で4,124億円、関西で1,587億円の生産誘発効果が見込まれる。

(単位:億円)

	全 国	関 西
直接需要	1,848	931
生産誘発効果	4,124	1,587
一次効果	3,038	1,293
二次効果	1,085	294

(注)四捨五入により小計が一致しない場合がある。

試算の基本的な考え方

- ・今回は、阪神タイガース優勝の経済波及効果につき、関西のみならず、全国に及ぼす効果を計測すべく、全国と近畿圏の二つの産業連関表を用いて試算。
- ・阪神ファンの規模は、(株)阪神タイガースの公表数値を参考に、全国1,500万人、近畿2府4県723万人として試算。
- ・試算の対象とした需要項目

「観客動員数の増加に伴う支出」、「優勝記念セールに伴う消費支出」、「阪神タイガースの勝利に伴う飲食等の関連支出」、「阪神タイガース関連商品への支出」、「マスコミ(スポーツ新聞)への支出」。

- ・経済波及効果の試算にあたっては、現時点では不明確な要素も少なくないため、ここでは、「阪神タイガースの勝利に伴う飲食等の関連支出」と「阪神タイガース関連商品への支出」の二つのメルクマールにつき、一定のケースを設定し、それぞれのケースにおける経済波及効果も参考値としてあわせて試算(P2、表-1参照)。

(参考) ケース別経済波及効果(生産誘発効果)

<全国> 2,170億円～6,355億円

<関西> 869億円～2,410億円

1. 直接需要の構成と考え方

		全 国	関 西	備 考
1 観 客 動 員	ホームゲーム (甲子園等)	今期 300 万人の動員を予想。過去 3 年間の平均動員数 239 万人。 今期増分 61 万人。 チケット収入(@2,400 円) 14.64 億円 球場内の消費(@500 円 × 50%) 1.53 億円 交通費(鉄道) (@1,000 円 × 50%) 3.05 億円 小計 19.22 億円	同 左	動員数(実績)は、日本野球機構 による。 チケットの単価は、座席数、料 金体系等より、加重平均。 観客の約半数が鉄道利用。単 価は梅田 - 甲子園往復 520 円 などを参考に設定。 日本シリーズの動員は含んで いない。
	ビジターゲーム	今期 236 万人の動員を予想。過去 3 年間の平均動員数 223 万人。 今期増分 12.45 万人。 チケット収入(@2,000 円) 2.49 億円 球場内の消費(@500 円 × 50%) 0.31 億円 交通費(鉄道) (@1000 円 × 50%) 0.62 億円 小計 3.42 億円	考慮せず	動員数(実績)は、日本野球機構 による。 日本シリーズの動員は含んで いない。
2. 優勝セール		優勝セールの日数・規模が定かではないため、85 年並 の実績を想定。 阪神百貨店(1985 年実績) 55 億円 その他百貨店・商店街 7 億円 小計 62 億円	阪神百貨店以外は関西の阪 神ファン 723 万人を想定。 58.4 億円	< 過去の実績 > (02) 巨人: 三越 42 億円増 (01) 近鉄: 近鉄百 68 億円増 (01) ヤクルト: 東急百 G57 億円 (新聞報道による)
3. 飲食等の関連支出		全国の阪神ファン 1,500 万人を想定。 飲食を中心に年間 1 万円/人を追加支出。(参考:85 勝の 場合、118 円/勝の規模) 1,500 億円	関西の阪神ファン 723 万人 を想定。 723 億円	阪神ファンの数値は球団公表 (03/2)のもの。
4. マスコミ関連		スポーツ新聞の発行部数 580 万部/日。阪神ファン (21%)の 1 割が、1 勝につき新規に購入。 580 万部 × 21% × 10% × @130 円 × 85 勝 13.46 億円	関西の阪神ファン 723 万人 を想定。かつファンの 1.5 割 が 1 勝につき購入。 9.73 億円	スポーツ新聞の発行部数は(社) 日本新聞協会調査結果による。
5. タイガース関連商品		今期の新規購入(@1,667 円)を想定。 250 億円	関西の阪神ファン 723 万人 を想定。 120.5 億円	各種資料、ヒアリング結果をもとに 設定。
直接需要計(注)		1,848.1 億円	930.8 億円	

(注)四捨五入により小計、合計が一致しない場合がある。

・産業連関表:「近畿地域経済の産業連関分析」(平成 12 年 9 月、経済産業省、近畿経済産業局)

全国、近畿の逆行列係数をそれぞれ適用。需要項目は商業、運輸、通信・放送、対個人サービスで按分。

・二次効果の算出に当たっては、産業連関表より雇用所得率を算定、生産誘発効果(一次)の雇用所得に基
づき生産誘発額を試算(消費性向は 0.7 を適用)。

2. ケース設定の考え方

全国 1,500 万人のタイガースファンが、今年の快進撃に応じて日々どれほど酔いしれるのだろうか。また、阪神タイガース関連商品は今や4,000アイテムを超えるうえ、そのアイテム数は日進月歩で増大していると言う。このように「阪神タイガースの勝利に伴う飲食等の関連支出」や「阪神タイガース関連グッズへの支出」の真相を網羅的に把握し、その規模を現時点で断定することは容易ではない。一方、この二つの消費支出は莫大な規模となり、経済波及効果の算定に大きな影響を及ぼす。

このため、今回の推計にあたり、阪神タイガースの勝利に伴う飲食等の関連支出の増分については、ファン一人当たりの消費額(飲食)が5千円、1万円、1万5千円のケースを、また、タイガース関連商品(物販)の増分については、一人833円、1,667円、3,333円のケースを設定し、それぞれの組み合わせによる合計9ケースの経済波及効果を参考までに試算している。

飲食のケース設定では、タイガースが今期85勝する場合、59円/勝～176円/勝とみなされるほか、物販についても、応援メガホンやキーホルダー、文具の類で概ね500円/個、衣類では3,000円前後、そして、これを超える単価のグッズも少なくない状況にあり、いずれも水準として決して高すぎるものではないと思われる。

(表-1) ケース別 経済波及効果の試算結果 (単位:百万円)

(全国)

		一人当たり年間消費(タイガース関連飲食)					
		5000円		10000円		15000円	
タイ ガ ー ス 関 連 商 品	125億円	直接	97,310	直接	172,310	直接	247,310
		一次	159,311	一次	285,747	一次	412,182
		二次	57,675	二次	98,924	二次	140,173
		効果計	216,986	効果計	384,671	効果計	552,355
	250億円	直接	109,810	直接	184,810	直接	259,810
		一次	177,405	一次	303,840	一次	430,276
		二次	67,292	二次	108,541	二次	149,790
		効果計	244,696	効果計	412,381	効果計	580,066
	500億円	直接	134,810	直接	209,810	直接	284,810
		一次	213,592	一次	340,027	一次	466,462
		二次	86,525	二次	127,775	二次	169,024
		効果計	300,117	効果計	467,802	効果計	635,486

(関西)

		一人当たり年間消費(タイガース関連飲食)					
		5000円		10000円		15000円	
タイ ガ ー ス 関 連 商 品	60.2億円	直接	50,907	直接	87,057	直接	123,207
		一次	70,517	一次	121,299	一次	172,082
		二次	16,427	二次	26,766	二次	37,104
		効果計	86,944	効果計	148,065	効果計	209,186
	120.5億円	直接	56,932	直接	93,082	直接	129,232
		一次	78,492	一次	129,274	一次	180,056
		二次	19,070	二次	29,409	二次	39,747
		効果計	97,561	効果計	158,683	効果計	219,804
	241億円	直接	68,982	直接	105,132	直接	141,282
		一次	94,441	一次	145,223	一次	196,006
		二次	24,356	二次	34,695	二次	45,033
		効果計	118,796	効果計	179,918	効果計	241,039

85勝した場合の消費額

59円/勝

118円/勝

176円/勝

(注)四捨五入により小計、合計が一致しない場合がある。

3.その他

- ・株式時価総額 ～ 阪神電鉄、阪神百貨店の時価総額は合計で374.5億円の増加。
阪神百貨店は180.3%の値上がり。

	株数 (百万株)	2003年4月1日		2003年7月28日		増分	
		終値 (円)	時価総額 (億円)	終値 (円)	時価総額 (億円)	終値 (円)	時価総額 (億円)
阪神電鉄	343.659	314	1,079.1	377	1,295.6	+63	+216.5
阪神百貨店	40.3	488	196.7	880	354.6	+392	+158.0

(注)四捨五入により小計、合計が一致しない場合がある

時価総額(2社増分) 合計 374.5 億円

【照会先】

UFJ 総合研究所 調査部(大阪) 廣瀬輝和 e-mail : hirose@ufji.co.jp

本レポートに掲載された意見・予測等は資料作成時点での判断であり、今後予告なしに変更されることがあります。