

2005年の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1,455億円、関西で709億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	648	431
生産誘発効果	1,455	709
一次効果	984	583
二次効果	472	125

(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、2003年に使用した優勝効果試算モデルで、関西および全国に及ぼす効果を産業連関表により試算。
- ・阪神ファンの規模は、2003年に㈱阪神タイガースから公表された数値を参考に、その後の動向を加味して、全国1,100万人、近畿2府4県531万人として試算。
- ・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」。

- ・2003年の優勝時と比較して、前回の18年ぶり優勝に対し、今回は2年ぶりでありマインドの高揚は限定的、ファン数は、前回の優勝フィーバー時にファンとなった『無球団派層』の一部が、球団合併・新球団の参入によりパリーグへの関心を高めたこともあり減少。また、ペナントレース終盤に、郵政解散から衆議院選挙があったことは注目度の低下要因の一つ、マジック点灯から優勝までの期間が短く、消費機会が減少。一方で、景気は緩やかに回復しており、消費一回当たりの支出額は増加することが期待できる。

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)	<p>今期 328 万人の動員を想定(日本シリーズ 14 万人含む)。00～02 年の平均動員数 239 万人は公表ベースであり、満員時の実数 48 千人 / 公表 53 千人から、0.9 で計上。 増分 113 万人。</p> <p>チケット収入(@2,400 円) 27.2 億円 球場内の消費(@500 円×50%) 2.8 億円 交通費(鉄道) (@1,000 円×60%) 6.8 億円 小計 36.8 億円</p>	同 左	<p>動員数(実績)は、新聞、インターネットによる。</p> <p>チケットの単価は、座席数、料金体系等より、加重平均。</p> <p>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。</p> <p>日本シリーズの動員を 3 試合分含む。</p>
	ビジターゲーム	<p>今期 206 万人の動員を予想。00～02 年の平均動員数 223 万人は公表ベースであり 0.85 で計上。 増分 16.5 万人。</p> <p>チケット収入(@2,000 円) 3.3 億円 球場内の消費(@500 円×50%) 0.4 億円 交通費(鉄道) (@1000 円×50%) 0.8 億円 小計 4.5 億円</p>	考慮せず	<p>動員数(実績)は、新聞、インターネットによる。</p> <p>日本シリーズは相手チームが未定、及び阪神の優勝にかかわらず、ほぼ満員の状態が続いているため含めず。</p>
2. 優勝セール		<p>優勝セールは阪神百貨店が 03 年並、その他は準備期間の短さから前回の 5～7 割程度と想定。</p> <p>阪神百貨店 60.0 億円 その他百貨店・商店街 26.0 億円 小計 86.0 億円</p>	阪神百貨店以外は実施店舗数等を参考に想定。 77.5 億円	
3. 飲食等の関連支出		<p>全国の阪神ファン 1,100 万人を想定。 飲食を中心に年間 750 円/人を追加支出。(単価 1,200 円×5回×2週間/2ヶ月×参加率 50%)</p> <p>82.5 億円</p>	関西の阪神ファン 531 万人を想定。関西は参加率を 25% 増と想定 49.8 億円	阪神ファンの数値は球団公表(03/2)を参考に、その後の動向を加味して想定
4. マスコミ関連		<p>スポーツ新聞の発行部数 555 万部/日。関西の阪神ファン(17%)の 1 割が、1 勝につき新規に購入。 555 万部×17%×10%×@130 円×85 勝×531/1100</p> <p>5.0 億円</p>	同左	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		<p>今期の新規購入(@3939 円)を想定。</p> <p>433.3 億円</p>	関西の阪神ファン 531 万人を想定(単価は 25% 増) 261.5 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)		648.2 億円	430.6 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 16 年 12 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. 試算の考え方

2003年に比べ、今年は盛り上がりには欠けると言われるが、18年ぶりの優勝フィーバーと、勝つことが通常になったチームの差であり、致し方ない。一方、甲子園球場をみると、満員の状態が続き、非常に盛り上がり、試合観戦に伴う経済効果も既に上限に張り付いている。固定層の経済効果は、高原状態で維持されているものの、にわかファンも巻き込んだ、マインドの高揚については、今回は限定的となる見込みである。

昨年は、ストの決行、球団合併・新球団の参入などプロ野球界にとっては激動の1年であった。今年は、その流れを受けて、交流戦が開始されるなど、パシフィックリーグへの注目が高まっている。2003年の優勝フィーバーで阪神ファンとなった、プロ野球ファン(無球団派層)の一部の関心が移り変わったこともあり、阪神ファンは1,500万人から1,100万人になったと見ている。また、ペナントレースの終盤に来て、郵政解散から衆議院選挙が行われたことも、注目度が低下した一因であろう。

今回は、オールスター明けから9月16日の優勝決定まで、約2ヶ月に渡り、優勝に向けた盛り上がりがあった。しかし、今回は終盤までデットヒートが続き、優勝マジックが点灯したのは9月14日であり、盛り上がり期間も2週間程度に短縮されている。そのため、優勝関連セールは、売り手側としても準備期間が短くなり、また参加者も、前回よりは減少する見込みである。ただし、事前に着々と準備を整え、期間が短縮されたがゆえに凝縮された消費マインドの高揚をうまく捉えたところは、前回並みの売上げを確保できる見込みである。また、景気は緩やかながらも回復傾向を続けているため、一人あたり単価の上昇も期待できよう。

これらの要因を、産業連関表を用いて、定量的に分析すると、関西で709億円、全国で1,455億円となり、2003年時点の1,281億円、3,423億円からは約45～55%となる。

(表-1) 2003年優勝時との比較表

		関西		全国	
		2005年	2003年	2005年	2003年
経済効果 (億円)	生産波及効果	709	1,281	1,455	3,423
	直接効果	431	785	648	1,526
ファン数	(万人)	531	723	1,100	1,500
観衆(実数想定値)(日本シリーズ除く、万人)		314	296	520	501
優勝セール	(億円)	77.5	80.0	86.0	100.0
応援グッズ	(一人当たり単価、円)	4,924	4,178	3,939	4,178

【照会先】

UFJ 総合研究所 調査部(大阪) 鶴岡武 e-mail : tsuruoka@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。