

# 阪神タイガース優勝の経済(波及)効果の批判的検証 ビール消費額(生産量)の検証

○発表者 田村匡 (大阪成蹊大学)

キーワード: 「経済波及効果の検証」「阪神タイガース優勝」「機関誌」

## 【1】目的

2023年に阪神タイガースはセ・リーグ優勝、さらにはオリックスバファローズを破って38年ぶりに日本一に輝いた。直後に関西大学(宮本勝浩名誉教授)やアジア太平洋研究所が、これらの優勝に関する経済(波及)効果を発表した。また阪神タイガースは、2003年及び2005年にもセ・リーグ優勝しており、宮本(2012)にて経済(波及)効果が示されている。

ここでは2003年の阪神優勝時の経済(波及)効果について、当時のビール及び発泡酒の消費額や生産量データをもとに検証し、想定されたほどのビール消費額(生産量)の増加は無かったこと、従って経済(波及)効果も想定されていたほどは無かったことを明らかにする。

## 【2】2003年阪神タイガース優勝時の経済効果

阪神タイガース優勝時の経済(波及)効果について宮本(2012)は次のように説明している。

- ・直接効果 917.2 億円
- ・第1次波及効果 1209.3 億円
- ・第2次波及効果 1209.3 億円
- ・経済波及効果 1481.3 億円

説明を加えると、直接効果とは優勝を契機として観客やファンが消費する飲食、お土産、交通費等の金額である。第1次波及効果とは、これらの直接効果による消費が次の生産に向けて、その材料等の新たな需要を

表1-2 阪神優勝の直接効果 (単位: 億円)

項目	2003年
(1) 観客増加にもとづく経済効果	52.4
(2) 優勝セール等の経済効果	105.6
(3) 阪神ファンの飲食・飲酒消費の増加による経済効果	416.4
(4) ロゴマーク入りの阪神グッズの売り上げ増加の経済効果	74.0
(5) スポーツ新聞の売り上げ増加分の経済効果	32.4
(6) 放映権、宣伝広告収入の増加	24.0
(7) 尼崎信用金庫の阪神タイガース定期預金の増加による新規投資経済効果	212.4
(8) 優勝パレードによる経済効果	—
直接効果合計	917.2

宮本(2012)pp. 28より

生むと仮定し、産業連関表を利用して将来的に生じる全ての生産額を足しあげたものである。第2次波及効果とは、直接及び第1次波及効果に関して、経営者や従業員の所得等を増加させ、その増加所得が個人の消費(需要)を呼び、その消費活動により新たに生じる経済効果を指す。

本稿では直接効果の最大項目である「(3)阪神ファンの飲食・飲酒消費の増加による経済効果 416.4 億円」に含まれているであろう「ビール及び発泡酒」について注目する。

## 【3】方法

「ビール及び発泡酒」について、2002年から2007年の期間において2つの観点から分析する。1つは「家計調査」の消費支出額のうち、ビールと発泡酒の金額を分析する。これにより各家庭にてビール等の消費が増えたと言えるのか、全国レベルと近畿・大阪市・神

戸市を比較する。もう1つは「国税庁統計年報告書」を元にビール及び発泡酒の製成量について、同様に分析する。

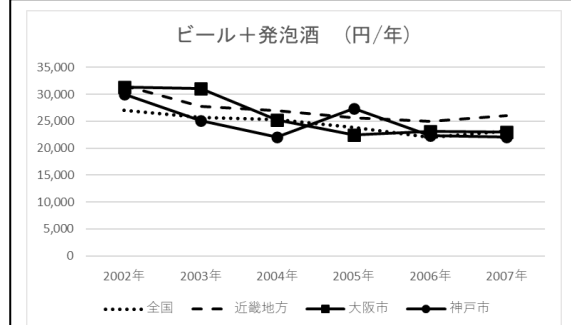
#### 【4】結果

##### 1) 家計調査のビール・発泡酒支出額の分析結果

※家計調査年報《家計収支編》から二人以上世帯 1世帯当り 年間支出金額

	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
全国のビール及び発泡酒支出額合計(円)	27,078	25,683	25,340	23,864	21,930	23,209

- ・2003年には大阪市、2005年には神戸市でのビール・発泡酒支出額が全国より多い。
- ・全国でのビール・発泡酒支出額は2002年から2006年の期間では漸減している。優勝した2003年、2005年には年間では消費額は増加していない。

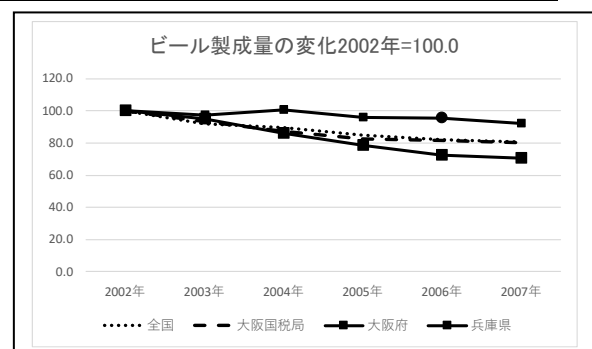


##### 2) ビール・発泡酒の生産量の分析結果

※国税庁統計年報告書からビール及び発泡酒製成量の合計

	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
全国のビール及び発泡酒年間製成数量(kL)	6,923,847	6,461,656	6,126,614	5,343,899	5,129,736	4,997,708

- ・全国の2003年、2005年のビール及び発泡酒合計の製成量は前年よりも減少している。
- ・地域ごとの製成量が公表されているビールについてみると、兵庫県内では2004年に増加が見られ、大阪府内では阪神優勝の2003年、2005年を含め、2002年からは漸減傾向にある。



#### 【5】考察

- ①優勝年における全国のビール等の消費額、生産量ともに増加しているとは言えない。そのため全国的にはビール等の生産増は無く、直接効果も無かったものと考えられる。
- ②直接効果が無かったため第1次波及効果も第2次波及効果も無かったものと考えられる。ちなみに宮本(2012)では、マイナスの経済効果等については考慮しない旨記載されている。

#### 【6】結論

経済(波及)効果の推計は産業連関分析等の方法が用いられ公表されているが、少なくともビール・発泡酒に関しては全く増加していない。理由としては、消費者は過度な消費を控えていると考えられること、生産者も各地の在庫融通により生産量を増やしていないこと等が考えられる。

【引用参考文献】宮本勝浩(2012)「「経済効果」ってなんだろう?」中央経済社/総務省家計調査年報(各年) / 国税庁統計年報告書(各年)