

Contents

\*\*\*\*\*

特集：阪神タイガースと日本経済	1p
< 今週の”The Economist”から >	
”A central problem” 「中央の問題」	7p
< From the Editor > 「1985年」	8p

\*\*\*\*\*

特集：阪神タイガースと日本経済

「春の椿事」とはさすがに呼ばれなくなった今年の阪神タイガースは、苦手の6月を15勝5敗で乗り切り、7月3日時点で51勝21敗、貯金30で2位に13.5ゲーム差です。長年のファンとしては慎重に構えたいところですが、ここまで来ればさすがに安全圏でしょう。

すると例によって聞こえてきたのは、「阪神優勝は景気回復の起爆剤になるか？」という皮算用です。果たして、シンクタンクによる経済効果の試算も出てきました。景気の「気」の字は「気分」の気。無下に扱うのも考えものですが、それで景気回復とはお手軽すぎる気がします。「阪神タイガース」から見えてくる日本経済と個人消費の謎を再考してみます。

効果は1000億円～1兆円説も

塩川財務大臣（大阪出身）、竹中経済財政・金融担当大臣（和歌山出身）、福井日銀総裁（大阪出身）。経済政策の要のポストにいる3人は、全員が阪神ファンである。それが政府の景況感に影響しているようでは困るのだが、6月28日に横浜市で開かれた政府主催の対話集会「タウンミーティング」でも、阪神タイガースの独走が話題になった<sup>1</sup>。

会場から「阪神優勝による経済効果はどの程度か」との質問が飛び出すと、経済財政諮問会議民間議員の牛尾治朗・ウシオ電機会長は「鬱積してきたものがあるのが阪神ファン。（優勝は）解放感につながるので、目先の経済効果は500億円か600億円そこらといわれるが、潜在的には1兆円の効果がある」とぶち上げたという。

<sup>1</sup> 6月29日産経新聞「“虎ファン”竹中担当相らも期待 経済効果1兆円!？」

ここでいう「目先の経済効果」として挙げられているのは、おそらくは日本総合研究所が6月12日に発表した「阪神タイガースの活躍に伴う経済効果」であろう<sup>2</sup>。これによると、観客動員数の増加、企画商品の拡大、飲食機会の増加、百貨店などによる優勝セール開催などから688億円の需要（当初消費需要額、関西地域）が喚起され、**他産業への生産誘発効果を含めると約1133億円になる**という。さらに日本シリーズが阪神対近鉄という関西決戦になれば、総効果は1500億円へと夢が膨らむ。

#### 当初消費需要額の試算（関西地区）

・交通費、入場料、飲食費、グッズ購入など	32億円
・街中における飲食などの増加	254億円
・グッズ、企画商品、雑誌の販売など	128億円
・新聞販売の増加	25億円
・百貨店などの優勝セール	250億円
<b>合計</b>	<b>688億円</b>

1985年の優勝時は、住友信託銀行が地元経済への効果を400億円と算出して話題になった。当時の名目GDPは330兆円と現在の約3分の2に過ぎず、上記の数値にさほど異和感はない。

また、阪神タイガースといえば**全国に熱狂的なファンが多い球団であり、その優勝は1985年**以来のこと。すでに神宮球場や横浜球場では、対阪神戦になると対巨人戦以上の入場があり、どちらがフランチャイズだか分からないような応援ぶりになっている。となれば、経済効果は関西地区だけでは留まらないだろう。

タウンミーティングに出席した竹中平蔵金融・経済財政担当相は、集会後の記者会見で、「前回、阪神が優勝した昭和60年は経済の大きな節目だった」と指摘。その後、日本の景気が拡大していったことを例にあげたうえで、「阪神ファンとして、経済がよくなることを願っている者として、今年がそのような転換の節目になることを非常に期待している」と強調している。我田引水なこじつけとってしまえばそれまでだが、これだけ話題になるということは、他の球団では考えにくい現象であろう。

#### 景気刺激効果は下期が勝負

阪神電鉄は5月29日、今年度のタイガース関連収入が過去最高の168億8500万円になるという見通しを発表している。甲子園球場は阪神電鉄の持ち物であり、今年は過去最速で観客動員が100万人を突破している。そして平均4万5000人の観客は、ほとんどが阪神電鉄を利用する。ということで、阪神がオープン戦で優勝した時点から、同社の株価は上がり続けている。

<sup>2</sup> <http://www.jri.co.jp/research/kansai/report/2003/K20030612hanshin.pdf>

株価という点では、タイガースグッズを一手に扱う阪神百貨店は年初からほぼ倍の上昇となっている。電鉄と百貨店と、近鉄や阪急に比べると規模が小さいので、球団の調子および稼ぎが会社全体に跳ね返ってくるという点が面白い。ただし、1985年にも同様な現象が見られたが、「いずれも優勝の瞬間に暴落した」という故事は強調しておく価値があるだろう。

タイガース人気にあやかろうという商品は種類が多い。みずから球団を運営しているロッテまでが、関西地区限定で「阪神タイガース アーモンドビッグバー」と「タイガースガム」を発売している。球団によると、ロゴの使用許諾契約の件数は5月末までに700件と、昨年同月の500件に比べて40%増。優勝した場合、年間の契約件数は昨年の900件から2000件にまではね上がるのではないかと予測している。

ただしこうやって個々の需要を挙げてみると、さほどの「大物」は見当たらない。日経流通新聞の「2003年上期ヒット商品番付」において、阪神タイガースは「東の小結」に輝いた。それより上のランクでは、GWの10日間で265万人を集客した「六本木ヒルズ」（東の大関）や、大容量HDD付きのDVDレコーダー「DIGA」（西の大関）、急速に普及しつつある「小型デジカメ」（西の関脇）などが目を引く。

2003年上期は、イラク戦争やSARSの影響もあってヒット商品は小粒なものが多かった。その点、タイガースの優勝が決まるとしたら、どんなに早くても8月下旬以降であろうから、下期のヒット商品として期待がかかるのは当然である。

### **関西経済の起爆剤に？**

そもそも関西経済は、全国的に見ても厳しい状態にある。リソナグループの事実上の国有化も痛手なら、台湾人医師によるSARS騒動の被害など、運にも恵まれていない感がある。

日本中どこへ行っても「地方経済の衰退」という問題に出くわす昨今だが、関西こそはその典型かもしれない。かつては「政治は東京、経済は大阪」であったものが、現在はローカル都市に転落しつつあり、人口も横浜に大きく水をあけられている。そして、「関西の復権」のために行われて来た数々のプロジェクトは、そのほとんどがうまくいっていない。

#### 地方活性化の失敗

- ・ 空港を作る 関空を作るが地盤沈下、りんくうタウンの失敗など
- ・ 博覧会を行う 花博（90年）など不評
- ・ 国際的なイベントを誘致する 2008年の五輪誘致に失敗
- ・ 第三セクターによる開発 USJは初年度で1000万人を動員するも、不祥事続出

同様な失敗は、日本中で繰り返されているといっても過言ではない。酷なことを言うようだが、自治体が上記のような「地域活性化」の努力をしなければ、財政状況がこれだけ悪化することはなかっただろう。

かくして万策尽きた後に、残された希望の星が阪神タイガースの優勝、というのだからいささか寂しい話である。総じて「プロジェクトもの」による地域活性化策は、そのときは良くても、作った「箱モノ」の維持費がかかる上に、その後は使い道に困るといった例が多い。ギリ貧を恐れて大きな絵を描いたばかりに、後世の納税者には財政赤字が残る。それをもっとも盛大にやったのが関西地区であった。

対照的に、全国的に見れば景気が悪くない中京地区は、雇用でも税収でもトヨタグループの存在が大きいとされる。それと同時に、名古屋市が1988年の五輪誘致をソウルに負けて以来、この手の「プロジェクト」をあまり手がけて来なかった点を評価できるかもしれない。もっとも中京地区では現在、「2005年万博」と「中部新空港」を仕掛けており、同じトラップに陥るのではないかと心配になってくるけれども。

### スポーツと経済は別モノ

話を元に戻して、スポーツの経済効果という話は昨年もやった記憶がある。日韓共催ワールドカップの経済効果はどれくらいかという議論である<sup>3</sup>。当時は第一生命経済研究所が「3700億円」とはじいたものの、そもそも国土交通省が予想した「海外からの観光客40万人」という前提が大はずれで、終わってみれば拍子抜けするような結果だった。

そもそも付加価値だけで年間500兆円もある日本経済で、スポーツイベントによる景気刺激効果などはたかが知れている。関西地区だけでも、経済規模としては「イタリアや英国よりは小さいが、カナダやスペインよりは大きい」のである。仮に阪神優勝の経済効果が1000億円あったとしても、関西地区にはせいぜい0.1%程度の景気浮揚効果しかない。これをもって「景気回復の起爆剤」というのは根本的に無理があるだろう。

そろそろイベントやスポーツで景気回復や地域活性化を、という発想は終わりにした方がいいのではないだろうか。オリンピックや万博によって、景気が良くなったり社会インフラが整備されたのは、いいとこ1970年代までの話である。冬季五輪後の長野県経済や、W杯が終わった後の各地サッカースタジアムの運営を見ても、中長期的に見た採算はまったく採れていない。もちろん長野五輪や日韓W杯の記録や感動は永遠に残るが、こうしたイベントはそもそも経済効果を期待してするようなものではないはずである。

同様に阪神タイガースの優勝も（筆者はそれを祈ることで人後に落ちるものではないが）、経済効果の議論は切り離すべきだと思う。

この点で、非常に立派なのが地元タイガースファンを代表する経済人である国定浩一氏（りそな総合研究所社長）の態度である。このたび『阪神ファンの経済効果』（角川ONEテーマ21）を出版し、この問題における「権威」となっているが、以下のような発言は実に含蓄に富むといえる。

<sup>3</sup> 本誌2002年5月31日号「ワールドカップの経済学」を参照。

他の球団だったら、デパートの優勝お祝セールでどれだけ売上が伸びたかを計算し、その波及効果を計算すれば、優勝の経済効果は算出できる。阪神ファンは19年前の優勝を今も話題にして酒を飲んでいるのだから、経済効果を簡単には計算することはできない。とにかく、「ごっついで」としかいいようがない。

タイガースの勝利が中小企業を勇気づけ、消費マインドを明るくするといった効果まで考えれば、数値で表せるレベルをはるかに超える、ということであろう。

### しぶとい景気、しぶとい消費

景気刺激効果をうんぬんする以前に、日本全体の足元の景気はどのようなだろう。7月1日をもって、下記の物価が改定された。

- ・たばこ 1箱あたり10～30円値上げ
- ・日本マクドナルドが価格改定。59円ハンバーガーは80円に値上げ
- ・日本航空システム、全日空が国内線普通運賃を約11%値上げ
- ・本州四国連絡橋公団が通行料金を10%値下げ

そうでなくとも4月からの医療費国民負担引き上げ、公務員の給与平均2%引き下げといったマイナス効果があるので、「これですます景気が悪くなる」と見るのが一般的だろう。ところが日経平均は9000円台を回復して一時1万円近くまで迫り、7月1日発表の日銀短観は、景況感が2期ぶりの改善となっている。いったいどっちが本当なのか。景気は頭打ちして下降に向かうのか、それとも踊り場にいるだけで、しぶとく上昇に向かうのか。

筆者は、景気は上昇に向かうと見ている。5月までの日本経済は、イラク戦争とSARSのリスクが重くのしかかっていた。それでも1-3月期のGDPはプラス成長で、個人消費もプラスだった。6月になってこれらの重しが消えたら、とりあえず株価が上昇した。あとは消費や設備投資も上向くのが道理というものだろう。とくにこれまで、企業部門が設備投資を抑えに抑えてきたことを考えれば、収益が史上最高に近づいているのであるから、そろそろ前向きな投資が出てきても不思議はない。

細かなデータを見れば、不安材料はいくらでもある。「雇用に不安があり、可処分所得も伸びない中で、消費だけが伸びるということはありません」「唯一の頼りである輸出の伸びも峠を越している。日本経済は牽引役不在の状態だ」といった声が聞こえてきそう。ただし、こうした正論がかならずしも当たらないのが実態経済であり、そんな例は過去にいくらでもある。そして本誌の3月7日号「個人消費のミステリーを考える」でも取りあげた通り、「なぜ消費が失速しないのか」という問いに、確たる答えは出ていないのである。

## 消費はコントロールできない

おもしろい仮説をご紹介します。7月1日に発表された塚崎公義氏の「もはやデフレではない？」という論文である<sup>4</sup>。要旨は以下のとおり。

- ・ 消費者物価が下がっていたのは今年の10月まで。実は日本はもうデフレから脱却しているかもしれず、景気もそれほど悪くないかもしれない。
- ・ なぜこのような勘違いが生じたかという点、構造改革が当初予想されたほどの「痛み」をもたらしていないこと、リストラや構造改革の痛みへの人々の過剰反応が薄れてきたから。
- ・ 不良債権処理も進んでいるようで、銀行と顧客との関係は、劇的には変化していない。りそな銀行に対する「寛大なご処置」を見ても、竹中ショックは杞憂だったという安心感がある。
- ・ カメのように首を引っ込めていた消費者も、危機に目が慣れてきた。失業率は数%だし、残りの人々は従来通り職についている。そこで首を出して歩き始めた。
- ・ 昨年度に比べ、今年度の方が景気にプラスに働きそうな要因は少なからずある。今年度の景気は低水準横ばいといったところではないか。

6月20日号「再び日米のデフレ比較論」でも論じたように、資産デフレや少子化といった構造問題を抱えている日本では、そう簡単にデフレ圧力は消えないはずである。その辺の異論はさておいて、構造改革の進展によってではなく、政府や銀行の優柔不断な態度のおかげで景気の悪化が避けられているという指摘は面白い。こういう消費者心理は、経済政策の議論からは抜け落ちがちな視点だが、まさに現実の現実らしいところといえないだろうか。

個人消費はGDPの6割を占める。雇用者報酬がマイナスになっている中で、消費はプラスをキープし、家計貯蓄率が減少している。つまり消費者は、過去の貯蓄を取り崩して生活しているわけだが、それによって今の景気が下支えされている。

考えてみれば、世界でもっとも生活水準の高い国民が1億2500万人もいて、家計貯蓄も潤沢にあるわけだから、消費が行なわれることには何の不思議もないのである。人は生きていくためにおカネを使わなければならないのだから。

ひとつだけ確かなことは、現在の家計部門の奮闘は、賢明な政策によってもたらされた結果ではないということだ。おそらく消費者は、政府の経済政策や自治体の地域活性化策というものに、まったく期待していないのであろう。

ということで、個人消費は人智ではコントロールできない（阪神の戦績のように？）ということ、今週号の結論にしたいと思う。

---

<sup>4</sup> <http://www.tsukasaki.net/report/report0307.html>

< 今週の”The Economist”誌から >

”A central problem”

P 32

「中央の問題」

Asia

\* 中央と地方が対立する「三位一体改革」は、海外からはどんな風に見られているのでしょうか。辛らつな”The Economist”誌の目に映る光景はこんな感じです。

< 抜粋 >

無益な抵抗とはいえ、日本の自治体の首長達は必死になっている。6月上旬、鳥取県知事の片山義博は、地方分権会議が地方への税源移譲の延期を勧告したときに激怒した。片山氏は、東芝の会長でもある議長に対し、同社からの調達を拒否すると脅した。片山氏はすぐに撤回したものの、小泉首相には地方財政への中央の支配を緩めるよう迫っている。

6月26日、首相官邸で行なわれた経済財政諮問会議では、自治体の国債依存度を下げる計画が用意されていた。しかし有益な改革案は、官僚と与党の政治家たちの連合軍に妨げられた。またしても既得権に切り込むことに失敗したことで、最新案が自治体の権限を拡大するかどうかに疑念を投げかけている。

日本第2の都市、大阪のケースが典型的だ。もう十年もの間、需要は伸び悩んでいる。しかしそれ以上に、大阪は地元で言うところの「二重空洞化」に直面している。工場が海外に移転した後で、本社オフィスが東京に移転しているのだ。8.4%という地域の失業率は、全国平均よりも3%も高い。展望が開けない中で地元の人々が願いを託すのは、阪神タイガースがこの夏も勝ち続けて、優勝による支出が景気を刺激してくれることだ。

すべてのことが大阪府の財政を直撃している。大阪の主たる独自財源たる事業税は、1989年の8350億円から、今年は3340億円になると見込まれている。他方、支出は増加している。地方自治体の財政難は、一部は自業自得である。いずれ需要が回復するだろうと見越して、大型インフラ案件をいくつも進めたのだから。だが地元官僚たちは、支出を増やすように求めた中央政府を批判する。たとえば医療、福祉、教育といった支出は、ほとんどが政府で決まっており、中央からの補助金にはいささかも裁量の余地がない。

大阪以外の小さな県においても、同種の制約がある。日本の都道府県税の総収入は、98年の15.3兆円から、今年は13.4兆円にまで落ちる。ドレスナー証券の奥江勲二は、「増税、借金、そして国の計画の廃止などの機能はほとんど東京に制限されており、多くの自治体は自分たちの裁量的支出分野で巨額の支出削減を迫られている」と語る。

小泉氏の当初案においては、都道府県により大きな自治権を与え、税金を決めることができるようになっていた。最新案では補助金の削減と税源の移譲を差し違えにして、自治体に真の自由を与えるような改革は延期している。悪いことに、中央政府に対しては、彼らは失望の声を挙げてボイコットすることができないのである。

## < From the Editor > 1985年

プラザ合意（円高の始まり）、都内の地価上昇（バブルの始まり）、ゴルバチョフ書記長の登場（冷戦終結の始まり）など、1985年がいろんな意味で転換点だったことは間違いのないと思います。個人的には御巢鷹山の悲劇も印象に残っています。それでも、1985年の記憶といえば、阪神タイガースの優勝に止めを刺します。

4月17日の甲子園球場のバックスクリーンへの三連発に始まり、10月16日の神宮球場での優勝決定、そして11月2日に決めた日本シリーズ優勝まで、自分が何をしていたか、いちいち鮮明に覚えているのが自分でもあきれれるほどです。当時入社2年目、25歳であった筆者は、1964年の優勝の記憶がほとんどない（覚えている人も、東京オリンピックの陰に隠れて印象が薄いという証言多し）ために、「優勝の味を知らない阪神ファン」であったからでしょう。

それに比べると今年は、ファンの大多数が「1985年の伝説」を共有しているという点が大きな違いです。夕刊紙の記者に聞いた話では、さすがに今年は「勝った翌日は、全部のスポーツ紙を買い占める」ような熱烈ファンは少ないとか。それでも、暗黒の日々に別れを告げ、「18年ぶり」を待ち望む心に迷いはなく、なにより自分がもう42歳になってしまったという事実、いささか悄然とする思いがしています。そして何より心配なのは、こんな文章を書いたばかりに、今週末から阪神が負け始めるんじゃないかという嫌な予感です。

85年、阪神が日本一になったとき、今は亡き落語家の桂春蝶さんがこう言ったそうです。

「阪神の優勝を知らずに亡くなった方がたくさんいます。四国の霊場を巡ってこの方たちに報告してきますわ」。

こういうのが本物の阪神ファンですね。ほかのチームのファンの方々には申し訳ないのですが、やっぱりどこか異質なところがあるんじゃないかと思う次第です。

編集者敬白

- 本レポートの内容は担当者個人の見解に基づいており、日商岩井株式会社および株式会社日商岩井総合研究所の見解を示すものではありません。ご要望、問い合わせ等は下記にてお願いします。

〒135-8655 東京都港区台場 2-3-1 <http://www.niri.co.jp>

日商岩井総合研究所 吉崎達彦 TEL:(03)5520-2195 FAX:(03)5520-2183

E-MAIL: [yoshizaki.tatsuhiko@nisshoiwai.com](mailto:yoshizaki.tatsuhiko@nisshoiwai.com)