



生活経済ジャーナリスト
和泉昭子

日本FP協会CFP認定者。OLからアナウンサーを経て、現職へ。各種メディアで、お金とキャリアに関する情報を発信中。近著に「シングル女性の未来予想図」(ソニー・マガジンス)

OL economic terms
経済用語事典

日本代表がもたらす「経済効果」とは？

サッカーワールドカップ(W杯)ドイツ大会が始まった。世界を興奮の渦に巻き込む大イベント。大量の人が動くところには、それに応じて大きなお金が動くことも忘れてはいけない。何か起きたときにどれだけの資金が動くかを算出したものを「経済効果」という。

W杯の経済効果については、複数のシンクタンクが試算を行っている。このうち電通消費者研究センターは、独自のアンケート調査結果をもとに、直接的な日本の消費押し上げ効果を2241億円と予測している。最も影響が大きいのは、観戦を楽しむための薄型テレビやDVDレコーダー、パソコンなどに対する支出で約931億円。

続いて、ユニフォームや関連グッズの購入費、スポーツバーや自宅での飲食費が、それぞれ400億円強。以下、観戦・応援ツアーや新聞・雑誌などの購入費と続く。

さらに、部品生産や物流、サービス業といった広範囲な分野に対する波及効果は4759億円。日本代表が準決勝や決勝まで勝ち進めば、702億円も効果を押し上げる可能性があるという。選手たちが担うのは、サポーターの期待だけでなく、上向きかけた日本経済でもあるわけだ。

こうした試算はあくまで予測で、各機関によって数値も異なる。プラスの効果だけでなく、それによって何かをしなくなったという

マイナス効果もあるはずだから、実際のところはよく分からない。しかし、遠いヨーロッパのイベントが、海を越え、私たちの消費行動や生活に大きな影響を与えることを実感できる便利な指標といえるだろう。

経済効果が測られるのは、W杯だけではない。オリンピックや阪神優勝、皇室のご成婚などでも試算が出るからウオッチしよう。

「風が吹けば桶(おけ)屋が儲(もう)かる」の発想で、あれこれつけて考えれば、難しい経済も身近になるに違いない。連想ゲームが得意になれば、はやりの株式投資もうまくなるかも。これも隠れた経済効果？

▶この記事に関する意見・問い合わせ シティ編集部 ☎03 (5208) 4520