

2019年
5月27日
月曜日

高林 喜久生 教授（財政学）

「経済効果」を疑う

みなさん方は、新聞や雑誌などで「〇〇の経済効果は××億円」といった新聞記事やニュースを目にしたことがあると思います。最近の関西では「大阪・関西万博の経済効果 約2兆円」、「IR（カジノを含む統合型リゾート）開業の経済効果 約1.3兆円」といった事例が挙げられます。また、「ネコノミクスの経済効果」や古くは「阪神優勝の経済効果」などが取り上げられてきました。今回は『「経済効果」を疑う』というテーマで、経済効果を見る場合の留意すべきポイントをお話したいと思います。

まず「経済効果（経済波及効果ということもあります）」とは、ある特別なイベントが追加的に起こったときに、そのイベントによって地域経済や日本経済に、どれだけのインパクトをもたらしたかを金額や増減率で表現したものです。すなわち水

面に投げた石の波紋が広がっていくように経済的な生産が次々に誘発され波及していく過程をとらえたものです。投げた石に相当する発生した新規需要を該当する産業部門別に割り当て、生産への波及効果を「産業連関表」を使って推計します。その新規需要による直接効果と生産波及による間接効果の合計が経済効果（経済波及効果）となります。

経済効果を見るときの留意点の第1は、経済効果には生産波及による原材料の生産も含まれていて、GDP（国内で生産された粗付加価値）より範囲が広いということです。GDPへの影響を見たいときは経済効果に付加価値率（国の場合は約50%、大阪府の場合は約57%です）をかけて同じ土俵に乗せることを行います。

第2は、経済効果の推計は追加的に起こったイベントを扱うというの

がポイントです。例えば、四季折々のお祝いの日の経済効果を考えてみましょう。「ハロウィーンの経済効果がバレンタインデーの経済効果を上回った」などと言われます。しかし、これらの日について基本的に経済効果はゼロです。なぜならこれらの日は毎年訪れるイベントで追加的イベントではないからです。四季折々の行事の効果は毎年のGDPに折り込み済みで、GDPの押し上げ効果を持ちません。「阪神優勝の経済効果」も追加的に阪神が優勝したときの経済効果を見ます。観客動員についても優勝しなかった年と比べて増加した観客動員をもとに計算します。甲子園球場の観客動員が、280万人から優勝によって300万人に増えたら20万人分だけが新規需要にカウントされます。これに対してオリンピックや万博は追加的イベントなので全額新規需要と

なります。

第3は、経済効果は一般にプラス面だけで評価しますが、試算には含まれないマイナスの経済効果も発生するので現実の効果は相当差し引かれることも重要な点です。例えば、阪神優勝の経済効果の場合、優勝を逃した他の球団のファンの消費は落ち込んでいくかも知れません。関西ではプラスかも知れないが日本全体で見れば経済効果はそれほど大きくないかも知れません。また、阪神ファンも阪神関連以外の消費を抑制している可能性もあります。

これから関西では大型イベントが次々と開催され、その経済効果が取り上げられることも多いと思います。産業連関表による経済効果の推計は有効なツールです。しかし、数字は一人歩きしますがそれを鵜呑みにせずに、多角的に判断する必要があります。■