

WBC（ワールド・ベースボール・クラシック）は、日本の劇的な優勝で終わった。WBCの期間中、試合の経過が気になり、仕事を手につかなかった人も多いのではないだろうか。今回はテレビ中継だけでなく、アマゾン・プライムでも観戦できたので、スマホやパソコンなど、場所を選ばずに観戦できた。また、アマゾン・プライムでの中継はリアルタイムでの視聴に加えて、試合の最初から再度見ることも可能で、いろいろな観戦の仕方を楽しむことができた。

今回のWBCの観戦であらためて感じたことは、スポーツの持つ経済効果の大きさである。準決勝のメキシコ戦ではテレビでの視聴率が40%を超えたという（米国の決勝戦の視聴率の数字は、この原稿を書いている時点ではまだ分からないが、高いことは間違いない）。これだけ高

東京大名誉教授(国際経済学)

伊藤 元重

論壇

い視聴率をとるような番組がどれだけあるだろうか。それだけ多くの人が野球を楽しんでいるということだ。

もちろん、野球だけではない。サッカーや駅伝でも、大きな試合になると多くの人が注目する。イベントとしての重要性も非常に高い。昔から野球や相撲への関心は高かったが、今やサッカーをはじめとして多

スポーツと地域経済活性化

くのスポーツへの関心が広がっている。

少し前に、日本政策投資銀行が行ったスポーツの経済波及効果に関する調査のアドバイザーを依頼されたことがある。ここではGDP（国内総生産）におけるスポーツの直接間接の貢献の分析が行われた。要するに、日本の所得や生産の中でどの程

度の割合がスポーツ由来であるのかということだ。

サッカーや野球の観戦収入がここに入ることはもちろんだが、それに加えて実にさまざまな間接的な効果がある。スポーツ関連の衣料の市場は大きい。ジムのようなスポーツを楽しむ施設も含まれる。飲料や自動車などさまざまな商品でスポーツ選手が広告塔になっているが、こ

れもスポーツの間接効果である。学校で行われるスポーツ教育もGDPの換算に入る。スポーツ市場の大きさを測る指標はいろいろあるが、付加価値であるGDPの中の割合で見ると、2019年時点でGDPの1・65%の約9兆円で、前年比で約3%の成長を遂げている。スポーツ市場の付加価値が9兆円とい

うのもすごいことだが、それが年率3%で伸びているというのは驚きだ。

それでも、欧州などに比べると、日本のスポーツ市場はまだまだ小さい。欧州ではサッカーやウィンタースポーツなど、スポーツの産業化が広がっており、それが人々の生活の豊かさにもつながっている。サッカーは地元経済に活力を与える存在であるし、ウィンタースポーツは観光なども深く関わっている。日本でも欧州並みにスポーツの振興が必要だ。

地域経済の活性化でも、スポーツという視点がますます重要である。スポーツには多様な競技があるが、静岡と言えはまずはサッカーだろう。プロのサッカーチームも複数ある。サッカーという切り口で地域経済をさらに活性化できるか検討してみよう余地はある。

*この記事は静岡新聞社編集局調査部の許諾を得て転載しています。無断転載、複製を禁じます。