

「父の日」の経済効果

～ 名目GDPを1,825億円押し上げるも、母の日の2,377億円には劣る～

第一生命保険相互会社(社長 斎藤 勝利)のシンクタンク、株式会社第一生命経済研究所(社長 石嶺 幸男)では、標記のとおり「父の日」の経済効果」と題するレポートを取りまとめましたので、ご報告いたします。

< 要旨 >

6月の第3日曜日である「父の日」に伴う国内への経済効果は1,825億円程度が見込まれる。しかし、5月の第2日曜日の「母の日」に伴う国内への経済効果2,377億円程度に比べれば金額は劣る。

父の日および母の日の経済効果はそれぞれ2004年4-6月期の名目GDPの約0.1%、約0.2%、トータルで約0.3%に相当する額である。

恩恵を受ける産業としては、卸売・小売業に加え、製造業では衣類・身の回り品、食料品産業等、また小売業の中では大型スーパーが最も恩恵が大きいことが指摘できる。

○この所の雇用・所得環境の改善に加え、インターネット購入が可能になったことや、クールビズ等による相乗効果で、父の日のプレゼント購入頻度が高まれば、更なる経済効果が期待できる可能性もある。

【お問い合わせ先】

第一生命経済研究所 経済調査部
主任エコノミスト 永濱 利廣
TEL 03-5221-4531、4518
(詳細は次頁以降をご覧ください)

はじめに

6月の第3日曜日である父の日まで残り2週間を切った。父の日に関するアンケート調査等は既に幾つかの調査機関が実施しており、贈り物に関する調査を実施する機関もある。ただし、こうした調査の殆どは贈り物の実施状況や金額、購入場所などが占めており、マクロ経済へのインパクトに関する調査はこれまでにない。

そこで本稿では、各調査機関のアンケート調査等をもとに、父の日の贈り物購入により期待される名目GDPに対する経済効果について、母の日と対比しつつ試算を行った。

試算結果

父の日の贈り物購入に伴う名目GDP増加額：約 1,825 億円

(2004年4 - 6月期の名目GDPの約0.1%に相当)

母の日の贈り物購入に伴う名目GDP増加額：約 2,377 億円

(2004年4 - 6月期の名目GDPの約0.2%に相当)

名目GDP増加額(約4,202億円)の内訳

父の日の贈り物：約1,825億円

= 購入対象者数：約6620万人(2005年4月時点の15~54歳人口)

× 購入割合：約53%(マイボイスコム定期アンケート調査による)

× 購入単価：約5,202円(マイボイスコム定期アンケート調査をもとに当社試算)

母の日の贈り物：約2,377億円

= 購入対象者数：約6620万人(2005年4月時点の15~54歳人口)

× 購入割合：約61%(マイボイスコム定期アンケート調査による)

× 購入単価：約5,886円(マイボイスコム定期アンケート調査をもとに当社試算)

試算内容

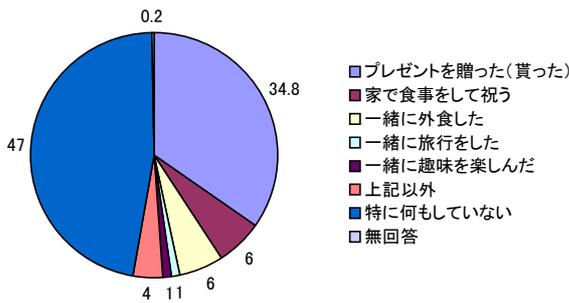
購入対象者数

(株)ドゥ・ハウスが「きかせて・net」で2001年5月に実施したアンケートで「母の日に特別なことをするようになったきっかけ」として「結婚して」や「稼ぐようになって」が多数を占めたこと、および女性の出産年齢と日本人の平均寿命を勘案して、主要な購入対象者を15歳~54歳とした。2005年4月時点の15~54歳人口は総計で約6620万人となる。

購入割合

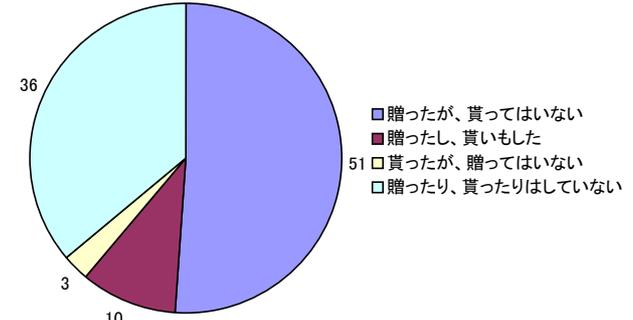
購入割合は父の日で約53%、母の日で約61%と母の日が8%ポイントほど上回った。以下では算出基準を説明する。

父の日にしてあげた、またはしてもらったこと



(出所)マイボイスコム定期アンケート「父の日」より当社作成

昨年の母の日のプレゼントの実施状況



(出所)マイボイスコム定期アンケート「母の日のプレゼント」より当社作成

・ 父の日：約 53%

マイボイスコム（株）が、インターネットコミュニティ「MyVoice」の登録メンバーに2004年7月1日～7月5日の期間でウェブ形式のアンケート調査をしたところ、16,910名の回答が得られ、うち53%が父の日に「何かをしてあげた、またはしてもらった」と回答した。回答者の分布は以下の通り。

性別	男性	女性	合計	年代	10代	20代	30代	40代	50代以上	合計
回答数	7,117	9,793	16,910	回答数	773	4,067	6,697	3,744	1,629	16,910
%	42	58	100	%	4	24	40	22	10	100

(出所)マイボイスコム定期アンケート「父の日」

・ 母の日：約 61%

マイボイスコム（株）が、インターネットコミュニティ「MyVoice」の登録メンバーに2004年5月1日～5月5日の期間でウェブ形式のアンケート調査をしたところ、14,897名の回答が得られ、うち61%が「昨年の母の日にプレゼントを贈った」と回答した。回答者の分布は以下の通り。

性別	男性	女性	合計	年代	10代	20代	30代	40代	50代以上	合計
回答数	6,252	8,645	14,897	回答数	773	3,620	5,768	3,317	1,419	14,897
%	42	58	100	%	5	24	39	22	10	100

(出所)マイボイスコム定期アンケート「母の日のプレゼント」

購入単価

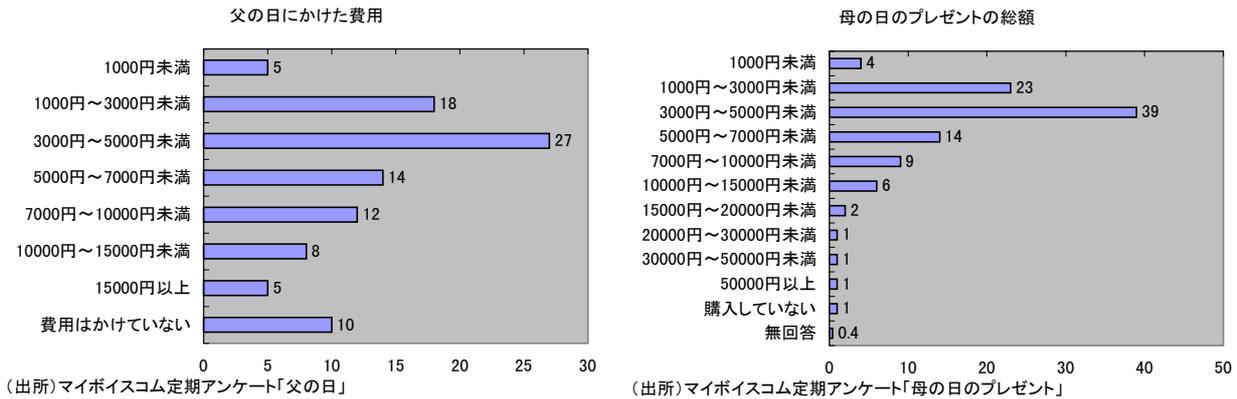
購入単価は父の日で約5,202円、母の日で約5,886円と母の日が684円ほど上回った。以下では算出基準を説明する。

・ 父の日：約 5,202円

マイボイスコム（株）の「父の日」アンケート結果によれば、父の日にかけた費用の総額は「3000円～5000円未満」が27%と最も多く、全体で「5000円未満」が5割を超えている。そして、各レンジの平均額を回答率で加重平均すると、約5,202円となる。なお、1000円未満と15000円以上の平均額はそれぞれ500円と16,500円とした。回答者の分布は以下の通り。

・ 母の日：約 5,886 円

マイボイスコム（株）の「母の日のプレゼント」アンケート結果によれば、プレゼントの総額は 3000 円～5000 円未満が 39%と最も多く、1000 円～3000 円未満が 23%と続いている。各レンジの平均額を回答率で加重平均すると、約 5,886 円となる。なお、1000 円未満と 50000 円以上の平均額はそれぞれ 500 円と 55000 円とした。回答者の分布は以下の通り。



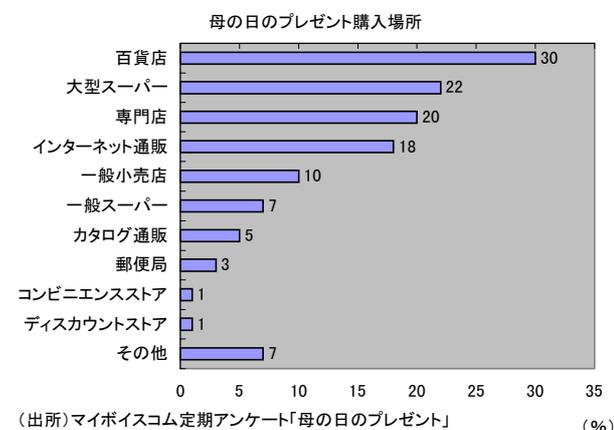
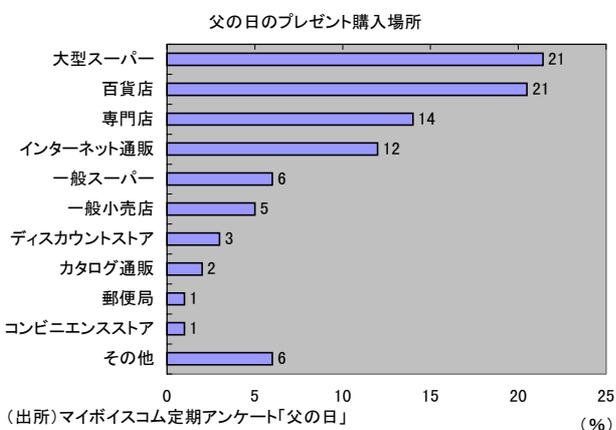
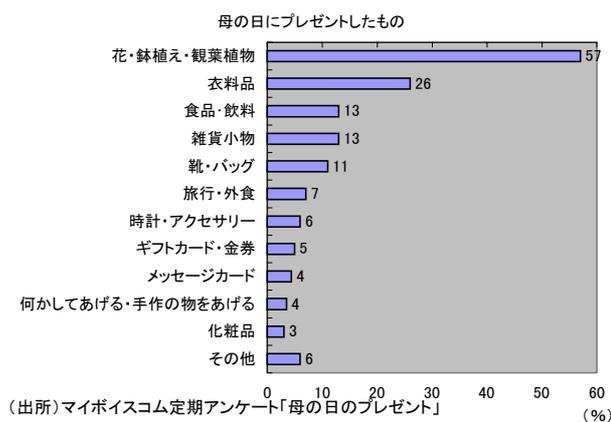
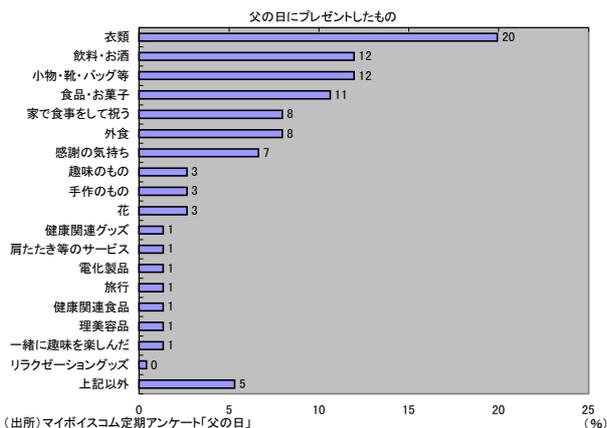
父の日と母の日の経済効果：名目 GDP ベースで約 4,202 億円

以上算出された購入対象者数、購入割合、購入単価をもとに、マクロ経済で見た父の日および母の日の経済効果を試算すると、父の日が 1,825 億円、母の日が 2,377 億円程度となる。これは、それぞれ 2004 年 4 - 6 月期の名目 GDP の約 0.1%、約 0.2%に相当することとなる。母の日の経済効果が大きい理由としては、購入割合、購入単価とも母の日の方が勝っているためである。

恩恵を受ける産業

マイボイスコム（株）のアンケート結果によれば、父の日にプレゼントされるものは衣類（20%）が最も多く、次いで飲料・お酒、小物・靴・バッグ（12%）が同率で続く。したがって、父の日の恩恵を受ける産業としては、卸売・小売業に加え、製造業では衣類・身回品、食料品産業等が指摘できよう。なお、母の日にプレゼントされるものは花・鉢植え・観葉植物（57%）が圧倒的に多く、次位が衣料品（26%）となることから、恩恵を受ける産業としては、卸売・小売業に加え農林業、衣類・身回品産業等が指摘できる。

また、同アンケート結果によれば、プレゼントの購入場所としては母の日では百貨店の 30%がトップで、大型スーパー（22%）、専門店（20%）と続くのに対して、父の日では大型スーパーの 21%が最も多く、続いて百貨店（21%）、専門店（14%）となる。したがって、父の日の恩恵を受ける小売業の中でも、大型スーパーへの恩恵が最も大きいものと思われる。



おわりに

今回は定量化が可能な費目を中心とする積み上げで経済効果を算出した。しかし、この所の雇用所得環境の改善に加え、ヤフー（株）が2004年4月20日～5月7日にかけて「Yahoo!ショッピング」に訪れた方を対象としたアンケートで、父の日の贈り物のインターネット購入が可能になって贈る頻度が増えたと答えた割合が29.3%に対して減った割合が0.8%であった。また、政府の軽装励行（クールビス）運動により男性紳士服業界が盛り上がっていること等からすれば、購入単価や購入割合の増加を通じて、当社想定以上所の経済効果が期待できる可能性も指摘できる。

なお、今回の試算に当たり種々の仮定を置いていることから、経済効果額に関しては十分な幅を持って判断する必要がある点については留意いただきたい。