

ヒット映画の公開日と株価の関係による 経済指標への心理的影響の分析

○寺田由紀洋, 小笠原敦 (立命館大)

「従来の研究開発は、技術 oriented であったり、市場 oriented であったが、多くの製品は人々の要求水準を上回る技術レベルを達成し、またサービスにおいても必要と思われるものは殆どが達成されてしまっている状態である。

そのような現状の中で、次世代商品、次世代サービスの新規開発は容易ではなく、従来の技術ロードマップからのアプローチ、マーケティングのアプローチとは異なった手法の開発が求められている。近年の行動ファイナンス・行動経済学では、人間の判断は脳機能、認知作用に基づき、合理性とは異なる判断を行うことがあるが、合理的でない行動を取る場合にはランダムではなく、無意識ではあるが法則があると考えられる考え方が提唱されている。本研究ではそのような行動ファイナンス、行動経済学の考えをベースとして、景気変動と人々のアクティブな消費行動との相関の導出を試みた。アクティブな消費行動の指標として、外出を伴う映画館での映画の視聴行動に着目し Hit 映画と株価の関係として分析を行った。」

1. はじめに

行動経済学に利用される心理学には二つのルーツがある。一つはカーネマンらの認知心理学であり、個人の感情的・認知的バイアスなどが投資意志決定に与える影響を考察するマイクロ行動ファイナンスである。もう一つは社会心理学で、人々の間での社会的相互作用やコミュニケーションが意志決定や集合行動にどう影響し、市場全体に何をもたらすのかというマクロ行動ファイナンスである。本研究は後者のマクロ行動ファイナンスについて研究を試みた。

2. 映画と株価は逆相関

不況に強い業界が存在する。それがガス、電力、出版、映画などである。ガスや電力は、生活していく上で必要な産業だからであり、出版や映画はあまりお金のかからない娯楽であるからである。不況になれば海外旅行といった遠出を控えて、近くの映画館で余暇を過ごす人が増えるからであり、実際に景気と映画の興行収入の関係は強く連動している。景気と映画の興行収入との逆相関の関係は、本研究の仮定とは逆の関係であるが、本研究では Hit 映画＝外へ出かける人が多いといった、多くの人々のアクティブな消費行動と株価の関係として分析を行った。

3. 結果

(1991 年～2005 年までの H I T 映画は 459 本あり、ジャンルの内訳は邦画 186 本、洋画 273 本、アニメ 108 本あった。)

図 1 は Hit 映画公開日明けの日経平均株価の収益率である。Hit 映画すべての公開日明け日経平均株価の収益率は 0.046% のプラスだが、この数字は、同一公開日の映画もすべて含んだ収益率になっているため、それを修正し算出した結果は、0.010% のマイナスになっている。

ジャンル別に見てみると、邦画は修正前 0.034 のプラス、修正後 0.015 のプラス、洋画は修正前 0.050 のプラス、修正後は 0.001 のプラス、アニメは修正前 0.161 のプラス、修正後は 0.076 のプラスである。

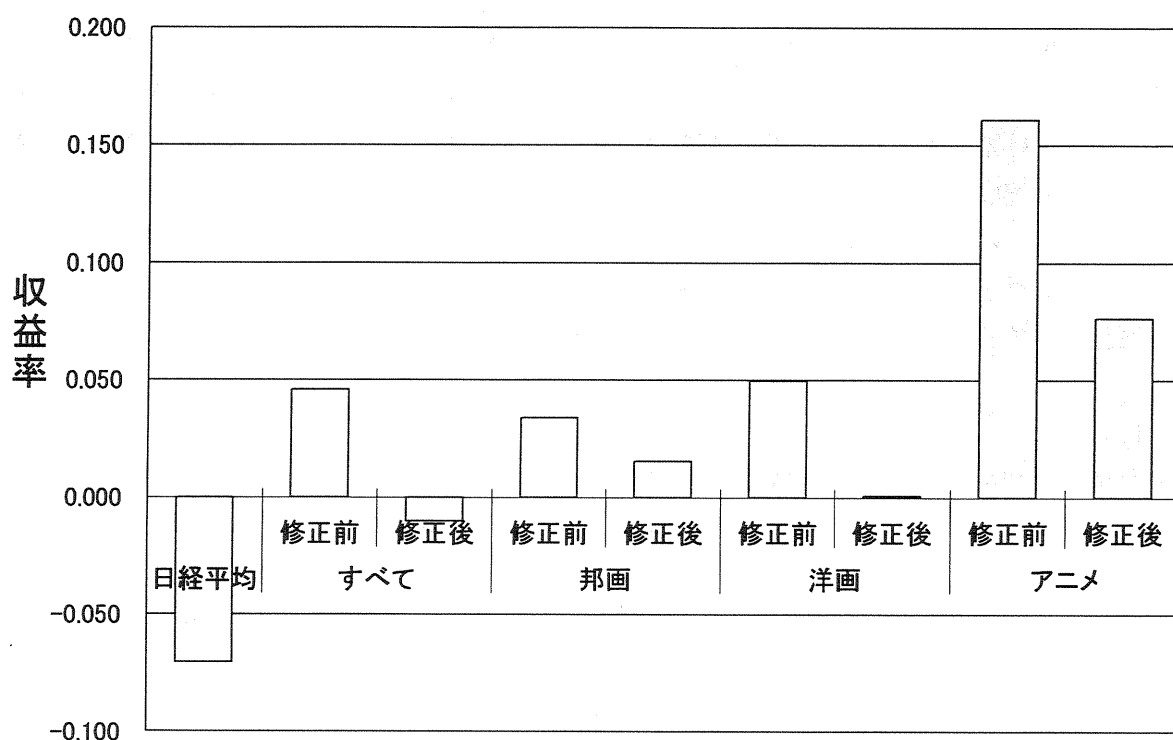


図 1 Hit 映画公開日と日経平均の関係

週明けの日経平均の収益率よりは、修正後の映画公開日の収益率のほうが、数字はよくなっているものの、Hit 映画すべての修正後の収益率はマイナスになっており、あまり良い数字とはいえない。ジャンル別に見てみるとアニメの収益率が、ダントツで良いことが見て取れる

上記の結果から見てわかるとおり、修正前より修正後の収益率のほうが、パフォーマンスが悪くなっている。図 2 は同一公開日に複数の Hit 映画がある場合の収益率である。数値を見てみると、修正前 0.152% のプラス、修正後 0.103% のプラスになっており、すべての数字よりも高い数字になっている。先ほどアニメの Hit 映画と日経平均株価の関係が一番強かったのも、同一公開日に H I T 映画が複数ある日で、そこにアニメが一つでも含まれている日を、調査してみると修正前 0.313% のプラス、修正後 0.236 のプラスとなっており、先ほど同様にアニメのパフォーマンスが高くなっている。

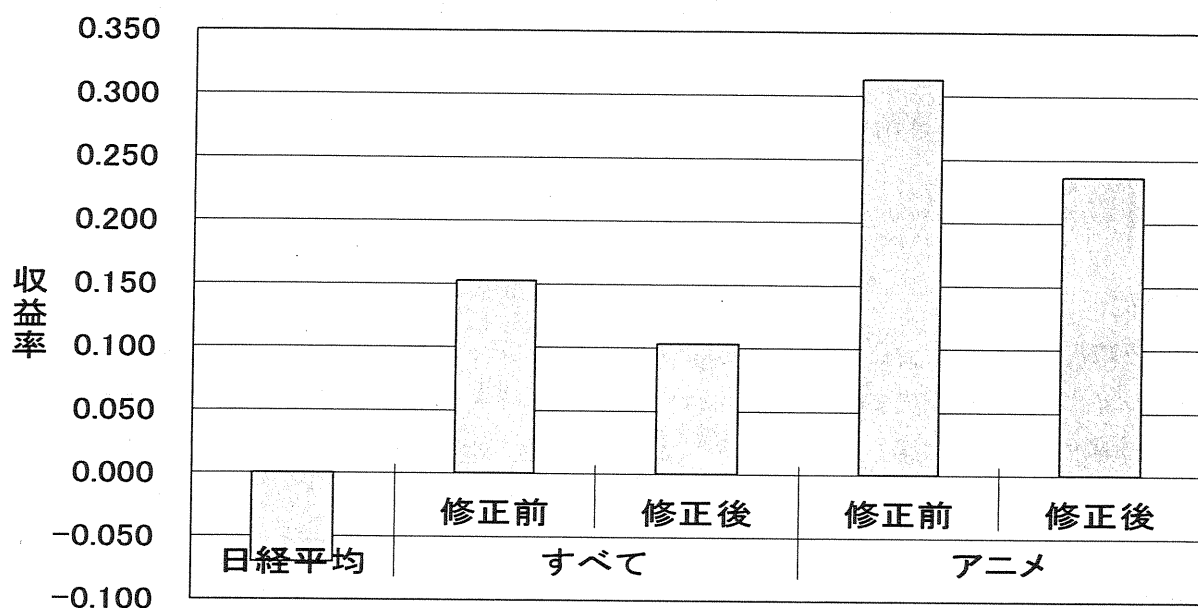


図 2 同一公開日に複数の Hit 映画がある時の収益率

4. まとめ

結果から、同一公開日に Hit 映画があれば、多くの人々が外出しているという能動的な行動が見て取れ、それが株価に反映している。

ジャンル別に見ると、アニメのパフォーマンスが高く、アニメと人の行動を考えてみると、アニメを見に行く＝親と子供が一緒に行動しているということになる。子供を持つ親の年代の行動が及ぼす影響が、それ以外の人たちが及ぼす影響よりも大きいことが、結果からわかる。映画は安価な娯楽として定着しており、映画業界の市場規模と TOPIX は逆相関の関係にありましたが、家庭を持った人たちにとって見れば、映画という娯楽が安価な娯楽で「不況のシグナル」ではなく、一つの娯楽であり、能動的な行動が促され、株価収益率に表れていると思われる。

5. 参考文献

- 山口 勝業 「行動ファイナンスの社会心理学的基礎」 証券アナリストジャーナル 33-45 (2003)
 吉野 貴晶 「サザエさんと株価の関係」 新潮新書 (2006)