

平成 24 年 3 月 28 日

**電通総研が「ロンドンオリンピックによる経済波及効果」を推計  
 –直接的な消費押し上げ効果は3,687億円、波及効果全体では8,037億円–**

電通総研は、2012年ロンドンオリンピック（開催地：ロンドン、開催期間：7月27日～8月12日）に関連する日本国内での消費経済波及効果を、独自のアンケート調査結果を基に推計した。

今回の試算では、ロンドンオリンピックに関連する直接的な消費押し上げ効果は3,687億円（表1）と推計され、内訳として、デジタル家電等（薄型テレビ、BD/DVD録画機、BS/CS機器、PC等）に対する支出が2,353億円、グッズ等購入支出が612億円、飲食関連支出が498億円などと推計した。さらに、上記の直接的な消費押し上げ効果は、さまざまな部品調達等を通じて、中期的にはその約2.18倍の計8,037億円（表2）の生産を最終的に誘発するものと予測される。

表1 ロンドンオリンピックによる消費押し上げ効果

費目	金額 (百万円)	構成比
観戦・応援等ツアー代	272	0.1%
電気料金	11,208	3.0%
デジタル家電等購入費	235,295	63.8%
薄型テレビ等購入費	78,680	21.3%
BD/DVD等録画機器購入費	48,421	13.1%
スマートフォン、タブレット端末購入費	11,753	3.2%
パソコン購入費	31,979	8.7%
3Dテレビ、スマートテレビ購入費	29,168	7.9%
光回線・ブロードバンド等加入料	3,761	1.0%
BS/CS等有料放送加入料	31,533	8.6%
飲食費	49,816	13.5%
自宅飲食費	32,659	8.9%
外食・飲食費	12,962	3.5%
外食・交通費	4,195	1.1%
グッズ等購入費	61,162	16.6%
グッズ・CD等購入費	24,948	6.8%
ユニフォーム等購入費	17,621	4.8%
コンテンツ等購入費	18,592	5.0%
新聞・雑誌等購入費	8,318	2.3%
その他	2,626	0.7%
総計	368,697	100%

表2 産業別経済波及効果

	生産誘発額		付加価値誘発額		雇用者所得誘発額	
	百万円	構成比 (%)	百万円	構成比 (%)	百万円	構成比 (%)
<b>第一次産業</b>	<b>9,539</b>	<b>1.2</b>	<b>5,045</b>	<b>1.2</b>	<b>991</b>	<b>0.5</b>
<b>第二次産業</b>	<b>314,048</b>	<b>39.1</b>	<b>99,813</b>	<b>24.3</b>	<b>54,387</b>	<b>26.2</b>
鉱工業	306,794	38.2	96,463	23.5	51,822	24.9
建設業	7,254	0.9	3,350	0.8	2,565	1.2
<b>第三次産業</b>	<b>480,116</b>	<b>59.7</b>	<b>305,114</b>	<b>74.4</b>	<b>152,564</b>	<b>73.4</b>
商業	163,534	20.3	112,012	27.3	64,693	31.1
金融・保険・不動産業	60,451	7.5	46,486	11.3	7,665	3.7
運輸・通信業	95,267	11.9	56,557	13.8	28,282	13.6
サービス業	104,736	13.0	61,473	15.0	33,157	15.9
その他	56,129	7.0	28,586	7.0	18,768	9.0
<b>総計</b>	<b>803,703</b>	<b>100.0</b>	<b>409,973</b>	<b>100.0</b>	<b>207,942</b>	<b>100.0</b>

なお、そのうち東北地域における直接的な消費支出額は173億円で、最終的に418億円の経済波及効果をもたらすと推計した。

なお、日本代表選手・チームの金メダル獲得や予想外の健闘があつて盛り上がった場合、さらなる消費押し上げ効果の拡大が期待できる。

今回の推計では、そのようなオリンピックフィーバー時の経済波及効果は全体で8,451億円に達し、通常ケースよりもさらに414億円の経済波及効果が発生する可能性がある。

---

【アンケート調査実施概要】

---

調査手法：インターネット調査

調査地域：全国47都道府県

調査対象：20-69歳男女個人 1,000名

実施日程：2012年2月25日（土）～2月26日（日）

---

<このリリースに関する問い合わせ先>

（株）電通 電通総研 ヒューマン・インサイト部

四元、野村、黒川 TEL：03-6216-8458