

みずほレポート

2014年12月10日

2020東京オリンピック開催 の経済効果は30兆円規模に —マクロアプローチと個別効果の積み上げによる試算

- ◆本稿では、2020年の東京オリンピック開催に伴う経済効果の定量的な試算を、マクロアプローチと個別事象の効果積み上げの両面から行った。
- ◆過去のオリンピック開催国のケースを参考にマクロアプローチにより試算すると、2020年度までのGDP押し上げ効果は累計で約36兆円に上る可能性がある。
- ◆都市インフラ整備等の投資増加、多言語対応の加速、観光需要の増大など、想定される主な個別事象の効果を試算し積み上げると、GDPは約29兆円押し上げられるとの結果が得られた。
- ◆オリンピック開催に伴って期待される効果は多岐にわたるが、それらの効果を現実に取り出し極大化させるためには、成長戦略の着実な推進や企業行動の積極化が求められる。

経済調査部長 矢野和彦

03-3591-1192 kazuhiko.yano@mizuho-ri.co.jp

ロンドン事務所長 山本康雄

03-3591-1340 yasuo.yamamoto@mhcb.co.uk

経済調査部主任エコノミスト 徳田秀信

03-3591-1298 hidenobu.tokuda@mizuho-ri.co.jp

経済調査部主任エコノミスト 大和香織

03-3591-1284 kaori.yamato@mizuho-ri.co.jp

経済調査部主任エコノミスト 風間春香

03-3591-1418 haruka.kazama@mizuho-ri.co.jp

経済調査部エコノミスト 坂中弥生

03-3591-1242 yayoi.sakanaka@mizuho-ri.co.jp

経済調査部エコノミスト 齋藤周

03-3591-1283 amane.saito@mizuho-ri.co.jp

経済調査部 松浦大将

03-3591-1435 hiromasa.matsuura@mizuho-ri.co.jp

●当レポートは情報提供のみを目的として作成されたものであり、商品の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。また、本資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。

目 次

1. はじめに	1
2. オリンピック開催に伴う経済効果の整理	1
3. 過去の開催国の GDP 上振れ率を用いたマクロアプローチによる試算	4
(1) 過去のオリンピック開催国の GDP は開催決定後に上振れる傾向	4
(2) 2020 年までの GDP 押し上げ効果は約 36 兆円	4
4. 直接効果の試算	6
5. 首都圏インフラ整備等の投資拡大効果	8
(1) 首都圏の交通インフラ整備の事業費は 2.2~2.7 兆円	8
(2) 無電柱化の加速（整備前倒し）効果は約 7,500 億円	9
(3) 民間企業の設備投資活性化効果は、約 10 兆円	10
(4) 日本再興戦略との相乗効果が投資活性化の条件	12
6. 学校・病院施設の耐震化促進効果	13
(1) 東日本大震災後の防災強化をアピールする絶好の機会	13
(2) 学校施設の耐震化前倒しの効果は約 1,800 億円	13
(3) 病院施設の耐震化前倒し効果は約 1,800 億円	15
(4) 都市の安全に対する取り組みアピールに期待	16
7. 公共交通機関などの「バリアフリー」促進効果	17
(1) 加速が見込まれるバリアフリー化投資	17
(2) バリアフリー化投資の促進効果は約 8,300 億円	17
(3) 「心のバリアフリー」の進展も不可欠	19
8. 多言語対応の促進効果	20
(1) オリンピック開催決定で高まった「国際化」の機運	20
(2) 多言語対応の経済効果は総額約 1,000 億円	21
9. スポーツ振興による経済効果	23
(1) オリンピック開催がもたらすスポーツ振興効果	23
(2) スポーツ関連支出は 7 年間で 4,600 億円強増加	23
(3) スポーツ施設整備とスポーツイベントにより 200 億円弱の経済効果	25
(4) 経済効果最大化のために全国的な取り組みを	25
10. 訪日外国人の旅行消費増加	26
(1) オリンピック開催決定で期待される訪日外客数の更なる増加	26
(2) 訪日外客数の増加による経済効果は約 3 兆円	29
(3) 地域の魅力向上というオリンピックのレガシー（遺産）効果も	30
11. MICE（マイス）需要の増加	31
(1) オリンピック開催決定で期待される MICE 開催地としてのプレゼンス向上	31
(2) MICE 効果で約 8,000 億円の需要増加	31
(3) MICE 来訪者の増加にはビジネス環境の整備・強化が必要	33

1 2. カジノ開設による経済効果	34
(1) オリンピック開催決定で高まったカジノ・I R導入機運	34
(2) カジノ開設をきっかけに外国人観光客が約6割増加したシンガポール	34
(3) 統合型リゾート施設開設による経済効果は約3.7兆円	35
(4) カジノのマイナス面も認識し、対策を講じることが不可欠	35
1 3. 4K・8Kテレビの購入前倒し効果	37
(1) オリンピック開催が次世代テレビの普及を後押し	37
(2) 4K・8Kテレビ及び対応レコーダーの購入前倒し効果は約1,900億円	37
(3) 本格普及には採算が取れるビジネスモデルの構築が必要	39
1 4. 観光客需要を梃とした食料品輸出の拡大効果	40
(1) 訪日客増加に伴う日本食の浸透が、食料品輸出拡大を後押し	40
(2) 食料品輸出拡大により、2020年までに2兆円の輸出上乗せ効果	40
(3) 「地方創生」に向けて、食料品輸出に関する環境整備の一層の拡充を	42
1 5. 放送コンテンツの輸出拡大	43
(1) オリンピック開催決定が日本文化発信を後押し	43
(2) 放送コンテンツ輸出増加でGDPを約7,000億円押し上げ	43
(3) 経済効果実現のためには、コンテンツと同時に 商品・サービスの戦略的展開が必要	47
1 6. まとめ	48

1. はじめに

2013年9月、2020年の東京オリンピック開催が決定した。これを受けて、オリンピックの開催がもたらす経済効果に対する期待が高まっている。東京オリンピックの開催年である2020年は、安倍政権の成長戦略（日本再興戦略）の目標年でもある。「2020年」という節目の年に、オリンピックという一大イベントの開催が同タイミングで重なることは、成長戦略推進の機運を高める上でも非常に強力な援軍になると思われる。

本稿では、東京オリンピックの開催決定に伴って期待される様々な経済効果について定量的な試算を行う。次節（第2節）では、まずオリンピック開催の経済効果を時間軸や性質によって整理する。次に第3節では、過去のオリンピック開催国の例を参考に、日本でどの程度のGDP押し上げ効果が期待できるのか、マクロ的なアプローチによって概算する。第4節以降は、オリンピック開催に伴って発生することが予想される様々な事象を取り上げ、個別の積み上げアプローチにより経済効果を試算する。第4節で、オリンピック開催に伴ってほぼ確実に発生することが見込まれる直接的な効果（以下、直接効果）を試算し、第5節から第15節においては、オリンピック開催が後押しとなり付随的に発生しうる種々の経済効果（以下、付随効果）の試算を行う。最後に第16節で試算結果を総括する。

2. オリンピック開催に伴う経済効果の整理

オリンピック開催による経済効果は、「3つの局面」と「2種類の効果」に分けて考えることができる（次頁図表1）。「3つの局面」とは、オリンピックの「開催前」、「開催中」、「開催後」の各局面であり、2種類の効果とは、先述した「直接効果」と「付随効果」である。

直接効果としては、まず「開催前」の効果として、競技施設や選手村の新設などオリンピック開催に直接的に関わる建築物への投資や、大会関連グッズ購入などの新規需要創出がある。次に「開催中」の効果として、大会運営費の支出やオリンピック観戦客による消費支出などが考えられる。そして「開催後」の効果として、施設の転用（公園等）による有効活用や跡地の再開発などによる効果が期待される。このうち、「開催前」及び「開催中」の効果については、公開されている東京都の招致計画や立候補ファイルなどを基にすることで、量感のある程度の確度をもって推計することができる。

他方、付随効果としては、オリンピック開催国としてのイメージアップなどが大きな支えとなり海外からの外国人観光客が増加する「観光振興効果」と、開催決定を契機に首都圏の都市インフラ整備が加速することなどの「投資活性化効果」の2つの効果が柱になると考えられる。前者の観光振興効果は、開催前から開催後にわたり、長期的に持続することが期待できる。また後者の投資活性化効果については、道路整備等をはじめとする、いわゆる公共インフラ投資の増加に限らず、宿泊施設や商業施設のリニューアル投資の加速など、民間投資の活性化効果も含まれることになる。これらは主に開催前に表れる効果である。さらに、都市インフラの整備が加速することは、都市の魅力向上、すなわち都市競争力の強化にも資することになる。その効果は開催後にも息長く続くことが期待される。

図表1 オリンピック開催に伴う経済効果の整理

	五輪関連の「直接的」な効果 (開催決定後)	五輪開催に伴い 「付随的」に生じうる効果	効果を減殺しうる マイナス要因
開催前	<p>本稿における「直接効果」の対象</p> <ul style="list-style-type: none"> ▼ 建設投資増加 (競技施設、選手村等) ▼ 消費支出増加 (五輪関連グッズ等) 	<ul style="list-style-type: none"> ▼ 海外からの観光客・国際会議開催等の増加 ・イメージアップと振興策等の相乗効果 ▼ 都市インフラ整備加速・民間投資活性化 ・公共インフラ整備の加速 (耐震化、バリアフリー化、インフラ等) ・民間投資の活性化 (ホテル・商業施設のリニューアル等) ・多言語対応加速 	<ul style="list-style-type: none"> ▼ 供給制約 ・非五輪関連の建設事業遅延 ▼ 代替効果 ・非五輪関連の消費支出抑制 ▼ 資産取得コスト増大 ・住宅取得費等の増大
開催中	<ul style="list-style-type: none"> ▼ 大会運営支出 ・各種運営費、情報システム等 ▼ 五輪観戦客支出 (宿泊、交通、飲食等) ・海外からの観光客 (五輪観戦客)支出 ・国内旅行者 (五輪観戦者)支出 ▼ 消費支出 (五輪関連グッズ等) 	<ul style="list-style-type: none"> ▼ 地方への観光客増加 ・海外からの観戦客による地方観光誘発 ▼ スポーツ関連支出増加 ・五輪での活躍に 触発された支出増加 <p>本稿における「付随効果」の対象例</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▼ 通常観光客の喪失 ・混雑・滞在費高騰による通常客 (非五輪観戦客)の減少 ▼ 非開催地(地方)の観光客減少 ・東京への集中による売上減 ▼ 代替効果 (非五輪関連支出減)
開催後	<ul style="list-style-type: none"> ▼ 施設の転用(公園等)による有効活用 ▼ 跡地の再開発 	<ul style="list-style-type: none"> ▼ 観光客の趨勢的増加 ・五輪成功によるイメージアップ ▼ 都市競争力・生産性の向上 ・インフラ整備・民間投資 活性化の果実 ▼ スポーツ関連支出増加 ・五輪での活躍に触発 された支出増加 	<ul style="list-style-type: none"> ▼ 投資一巡・五輪ブーム終了に伴う景気減速 ・インフラ投資増・家電売上増の反動減等 ▼ 施設維持・管理・処分コスト ・他の支出用の財源圧迫

(資料) みずほ総合研究所作成

この他、五輪ムードの高まりに後押しされたスポーツ人口の増加や、大会中の選手の活躍に触発されたスポーツ関連支出の増加なども、付随効果として期待できるだろう。また、オリンピック開催は、日本食や日本の文化に対する海外からの関心の高まりを通じて、日本の食品や放送コンテンツの輸出増大に一役買うことにもなりうる。このように、付随効果は多岐にわたることが予想される。

なお、第4節以下で直接効果と付随効果に分けた試算を行うが、留意しておくべきことが2点ある。1点目は、付随効果を推計することの困難さである。先述したように、直接効果はオリンピック開催に伴いほぼ確実に発生するとみられる新規需要が主体となるため、量感を測ることはさほど難しくはない。しかし付随効果については、それを数量的に捉えることは容易ではない。「オリンピック開催に関わらず発生する需要（トレンドとして増加する観光需要やインフラ投資）」と、「オリンピックが開催されることによって追加的に発生する需要（押し上げ効果）」とを区別し、オリンピックによる効果のみを厳密に抽出することが、現実にはきわめて困難なためである。本稿では、付随効果については、一定の仮定を置いた上で、オリンピック開催決定に伴う「追加的な押し上げ効果」を試算するが、結果については十分幅を持ってみる必要がある。

2点目は、直接効果や付随効果を相殺する「マイナス効果」も発生しうることである。典型的なマイナス効果は、いわゆる代替効果によるものであろう。例えば、オリンピック関連グッズの消費が増加したとしても、家計の総収入に変化がなければ他の消費が削減される可能性がある。その場合、ネットの経済効果はゼロということにもなりかねない。また、関連施設や首都圏インフラの整備が加速する一方で、大会とは無関係な事業の進捗が遅れる、あるいはそうした事業の予算が削減される、といったこともありえるだろう。建設業における人手不足問題が深刻化している現状では、なおさらである。本稿ではそうしたマイナス効果は試算対象から外しており、この点からも試算結果については幅を持ってみる必要がある。

3. 過去の開催国の GDP 上振れ率を用いたマクロアプローチによる試算

(1) 過去のオリンピック開催国の GDP は開催決定後に上振れる傾向

本節では、過去のオリンピック開催国の事例を参考に、オリンピック開催（決定）に伴う経済効果がどの程度期待しうるのかを、マクロ的なアプローチで検討する。次頁図表2は、ミュンヘン（1972年）以降のオリンピック開催国について、開催前後の実質GDPの推移を示したものである。開催前に別の要因で成長率が低下していた米国（ロサンゼルス大会及びアトランタ大会）やリーマン・ショックが重なった英国を除き、多くの開催国で開催の約5年前から実質GDPがそれ以前（開催10～6年前）のトレンドより上振れていることが見て取れる。もちろん、トレンドからの上振れ分がすべてオリンピック効果とは言えないが、スペインではオリンピック開催年（1992年）を目標としてインフラ整備が進むなど、各国でオリンピック開催（決定）が契機となって経済成長が加速した側面は小さくないと考えられる。

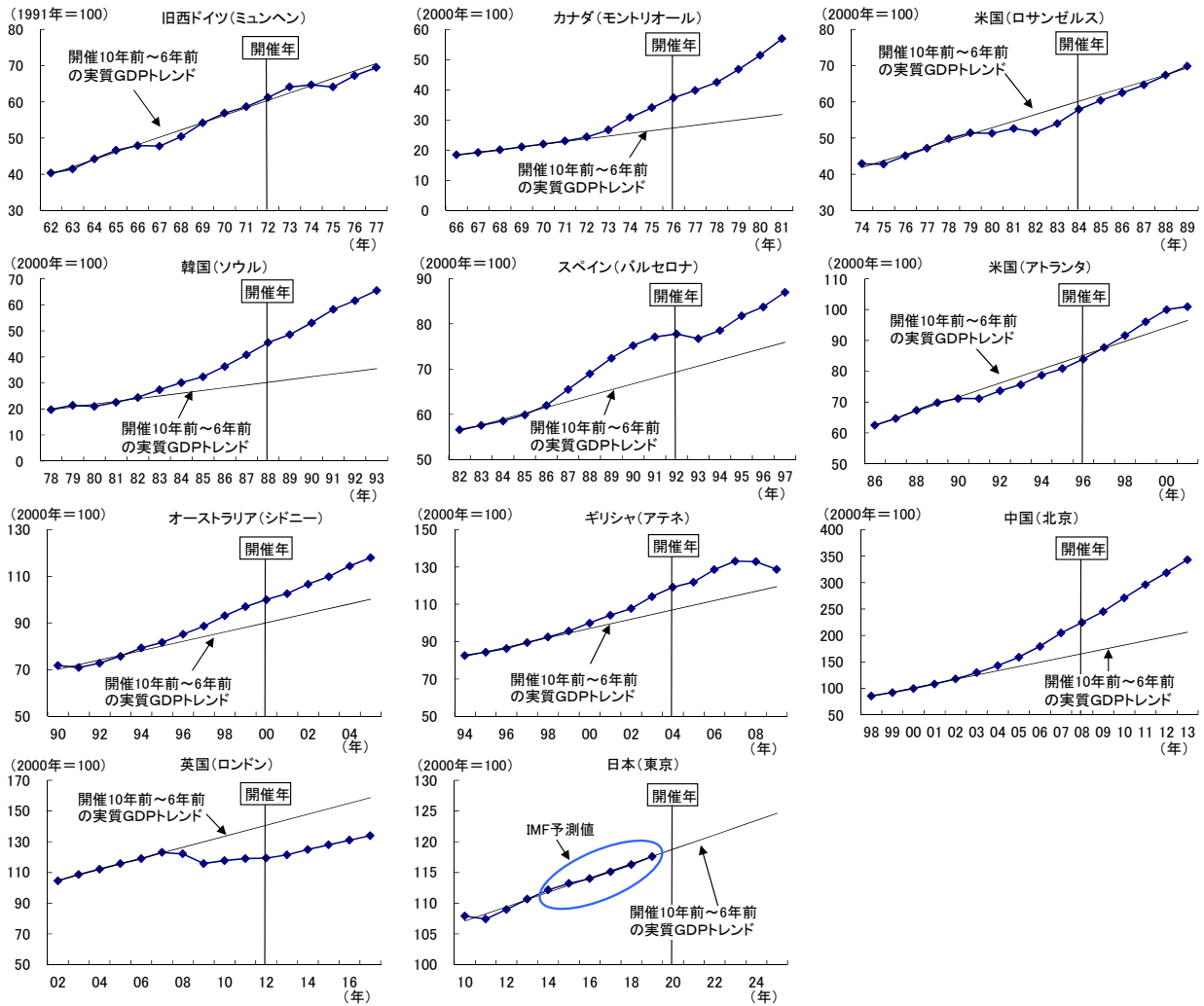
(2) 2020年までの GDP 押し上げ効果は約 36 兆円

こうした過去の開催国同様に、日本も2020年にかけて実質GDPが従来トレンドより上振れた場合、どの程度の押し上げ効果が期待できるだろうか。日本に適用するにあたっては、開催前の年平均成長率が+10%を超える高成長局面にあった韓国および中国、またリーマン・ショック後の急激な景気悪化に直面していた英国を除く、7大会（6カ国）のデータを参考に試算してみよう。これら7大会時の開催5年前から開催時までの年平均実質GDP成長率は、それ以前（開催10～6年前）の年平均成長率に比べて平均1.3倍程度高くなっていった¹。2010～2013年度の日本の実質GDP成長率は年平均+1.0%である。東京オリンピック開催5年前となる2015年度以降、過去の開催国同様に年平均成長率が1.3倍に高まると想定すると、オリンピック効果によって+0.3%Pt成長率が押し上げられる計算となる。2015年度から2020年度までの累積上振れ額は、36兆円に上る。なお、みずほ総合研究所ではオリンピック開催効果に加えて、アベノミクスの成長戦略（日本再興戦略）の成功等による押し上げ効果も勘案し、2015年度から2020年度までの年平均成長率を+1.9%と予測している（次頁図表3）。

もっとも、東京オリンピックの経済効果が、他国でのケースと同程度になるという想定の妥当性については議論の余地があるだろう。そこで、次節以下では、実際に想定される様々な事象の発生とそれに伴う経済効果について、個別に試算を行うこととする。

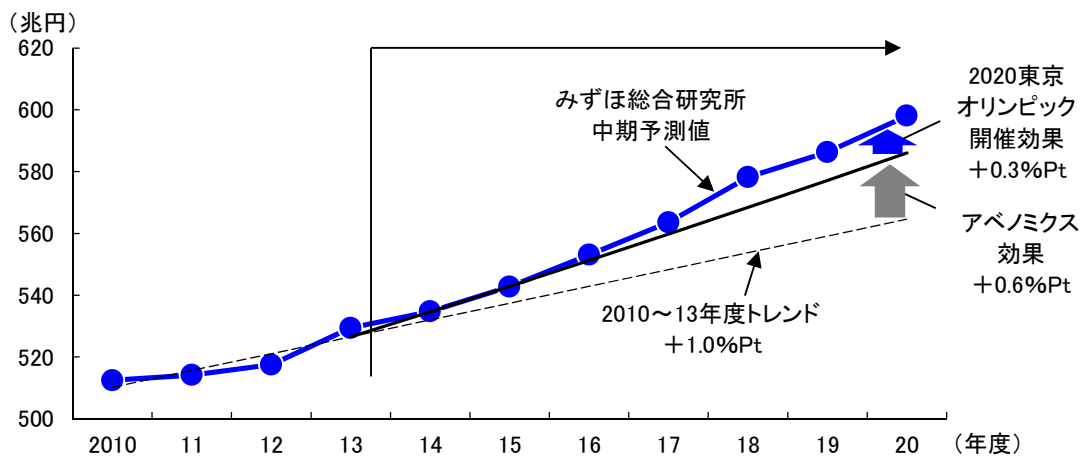
¹成熟国である日本では、インフラ投資の伸びが過去の開催国に比べて小さくなる可能性が高い。そこで、7大会時の開催国のトレンドからの平均上振れ率は、単純平均値にインフラ投資の成長率に対する寄与率を勘案した修正率を乗じて算出している。修正率は、スペイン、米国（アトランタ大会）、オーストラリアの開催5年前～開催年の総固定資本形成の実質GDP成長率に対する寄与率を分母、日本の2002年以降の景気回復局面で最も総固定資本形成が拡大した2006年度の寄与率を分子として算出した。

図表2 オリンピック開催国の実質 GDP 推移



(資料) IMF、CEIC、Haver、ドイツ連邦統計局、カナダ統計局などより、みずほ総合研究所作成

図表3 東京オリンピック開催による実質 GDP 押し上げ効果



(資料) みずほ総合研究所作成

4. 直接効果の試算

本節では、オリンピック開催に伴う直接効果を試算する。直接効果は、競技会場の新設やオリンピック観戦に伴う消費などの新規需要と、それに伴って派生的に生じる需要である。新規需要としては、施設整備費（恒久工事及び大会開催期間中のみ使用される仮設の施設・設備の整備費用合計）、大会運営費（会場賃借料、運営費、情報システム費用等）、観戦客による大会中の消費支出（宿泊費、交通費、飲食費等）、その他の家計消費支出（オリンピック関連グッズ等）などが対象となる。一定の仮定を置いて試算すると、これらの新規需要は約1兆円となる（図表4）。具体的な仮定や試算方法は次頁図表5の通りである²。さらに、こうした新規需要が誘発する生産や所得の増加を通じた2次波及効果まで含めた生産波及効果は約2.5兆円となり、約21万人の新規雇用の創出につながると試算される。また、誘発された生産額から、輸入原材料などの中間投入を差し引いた付加価値誘発額（GDP押し上げ効果）は1.3兆円となる。

図表4 オリンピックの直接効果

【新規需要】		【経済波及効果】	
新規需要計	9,890 億円	生産誘発額	2.5 兆円
<内訳>		所得誘発額	0.6 兆円
(1)施設整備費 (恒久工事及びオーバーレイ)	4,554 億円	雇用誘発(就業者ベース)	20.9 万人
(2)大会運営費 (会場賃借料、運営費、情報システム等)	2,050 億円	<内訳> 建設	4.1 万人
(3)観戦客消費 (宿泊、交通、飲食等)	2,074 億円	卸売・小売	5.8 万人
(4)その他家計消費 (関連グッズ購入)	1,212 億円	対事業所サービス	3.0 万人
		対個人サービス	2.5 万人
		その他	5.5 万人
		付加価値誘発額	1.3 兆円

(注) 1. 総務省「2005年産業連関表」より経済波及効果を試算。2次波及効果は平均消費性向87.7%（2011年度の持家の帰属家賃を除く消費性向）とした。

2. オーバーレイはオリンピック期間中のみ使用される仮設の施設・設備。

(資料) みずほ総合研究所作成

² 建設コストの高まりなどを受けて東京都は会場整備計画を見直す方針を打ち出しているが、本稿での試算は、開催決定時の立候補ファイルに基づいて行っている。

図表5 オリンピックの直接効果試算方法

<p>(1)施設整備費</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・恒久工事費 3,831 億円のうち民間施設分(日本武道館、東京ビッグサイト(MPC/IBC))183 億円は民間設備投資、選手村分 954 億円は住宅投資とした。 ・民間以外の恒久工事費 2,694 億円に加えて、大会組織委員会予算で行われるオーバーレイ(仮設)723 億円は公共投資とみなした。 																				
<p>(2)大会運営費</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・大会組織委員会予算の支出のうちオーバーレイ(723 億円)及び予備費(240 億円)を除き、各項目を産業連関表 108 部門に振り分けた。 																				
<p>(3)観戦客消費</p>	<p>①観光客数:「立候補ファイル」で想定するチケット販売総数(1,010 万枚)を基に、一人平均 2 枚購入すると想定し観戦客数 505 万人と仮定。ロンドンオリンピックを参考に、そのうち 16%が海外、20%が国内(宿泊あり)、64%が国内(日帰り)観光客とした。</p> <p>②平均消費額:観光庁統計より、主目的地が東京(関東)の場合の、海外・国内宿泊旅行・国内日帰り旅行それぞれの一人当たり消費額を設定した。消費内訳のうち、パッケージツアーへの支出については宿泊・交通・飲食に適宜振り分けた。オリンピック観戦に伴いその他の娯楽サービス支出は減ると見込まれることから、消費内訳の「娯楽サービス」は購入頻度・単価とも通常の 1/2 とした。</p> <p>③観光客数に平均消費額を乗じて消費総額を算出(内訳は下表参照)。</p> <table border="1" data-bbox="550 1126 1334 1301"> <thead> <tr> <th></th> <th>計</th> <th>海外</th> <th>国内宿泊</th> <th>国内日帰り</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>観光客数(人)</td> <td>5,050,000</td> <td>808,000</td> <td>1,010,000</td> <td>3,232,000</td> </tr> <tr> <td>平均消費額(円)</td> <td>41,077</td> <td>135,581</td> <td>45,597</td> <td>16,039</td> </tr> <tr> <td>消費総額(億円)</td> <td>2,074</td> <td>1,095</td> <td>461</td> <td>518</td> </tr> </tbody> </table>		計	海外	国内宿泊	国内日帰り	観光客数(人)	5,050,000	808,000	1,010,000	3,232,000	平均消費額(円)	41,077	135,581	45,597	16,039	消費総額(億円)	2,074	1,095	461	518
	計	海外	国内宿泊	国内日帰り																	
観光客数(人)	5,050,000	808,000	1,010,000	3,232,000																	
平均消費額(円)	41,077	135,581	45,597	16,039																	
消費総額(億円)	2,074	1,095	461	518																	
<p>(4)その他家計消費</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・オリンピック関連グッズ購入総額については、「立候補ファイル」で想定するライセンス商品販売によるロイヤリティ収入 121 億円を基に、ロイヤリティ率を 10%として割り戻した。 																				

(資料) 2020東京オリンピック・パラリンピック招致委員会「立候補ファイル」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」「旅行・観光消費動向調査」、IOC, The Olympic Marketing Fact File 2013 Edition, London Assembly(2011), Just the ticket: The ticketing arrangements for the London 2012 Olympic Games and Paralympic Games、Office for National Statistics(2013), Visits to the UK for the London 2012 Olympic Games and Paralympics, Oxford Economics (2012), The economic impact of the London 2012 Olympic & Paralympic Gamesなどより、みずほ総合研究所作成

5. 首都圏インフラ整備等の投資拡大効果

(1) 首都圏の交通インフラ整備の事業費は2.2～2.7兆円

本節以降は、オリンピックの開催決定に伴い期待される様々な付随効果を取り上げ試算する。

東京オリンピック開催までに見込まれる経済効果のうち、もっとも金額が大きくなる可能性が高いのは、首都圏の都市インフラ整備が進んだり、民間企業による設備投資が活性化したりすることによる投資拡大効果であろう。もともと2013年6月に策定された日本再興戦略（2014年6月に改訂）では、東京など大都市の都市機能充実を通じて、競争力を向上させることが目標とされていた。2020年の東京オリンピック開催決定は、こうした動きを加速する効果を持つとみられる。

海外からのアクセス改善や国内での移動時間短縮のため、道路・鉄道・空港などの交通インフラ整備が進むことへの期待は特に強い。2020年にかけて整備が進むと見込まれる主な交通インフラには、(図表6)のようなものがある。この中には首都高速の老朽化対策やJR東日本による山手線新駅建設など、すでにある程度決定済みのプロジェクトが含まれる一方、まだ計画段階で実現が不透明なものも多い。また、計画自体はオリンピック開催が決定する前から存在していたプロジェクトが多く、オリンピック効果を明確に切り出すことは難しい。しかし、オリンピック開催が都市の国際化・効率化を進める機運を高め、プロジェクトの実現を後押しする側面があることは確かであろう。これらの交通インフラ整備に伴う事業費は、金額が判明している分だけで合計2.2～2.7兆円に達している。さらに、今後、新たなプロジェクトが浮上してくる可能性もある。

図表6 首都圏の主な交通インフラ整備計画

		事業費	現状
道路	首都高速道路の老朽化対策	7,900～9,100億	進行中
鉄道	「地下鉄8号線」延伸 (東京メトロ半蔵門線住吉駅～有楽町線豊洲駅間)	1,260億	計画段階
	「新空港線」整備 (JR蒲田駅～京急線蒲田駅間)	1,080億	計画段階
	「都心直結線」整備 (京急線泉岳寺駅～新東京駅～京成線押上駅間)	4,000億	計画段階
	JR山手線新駅	不明	JRが正式発表
	ゆりかもめ延伸	不明	計画段階
	地下鉄新線(晴海～銀座)	不明	計画段階
バス	BRT(バス高速輸送システム)導入	18億	計画段階
空港	羽田空港の新滑走路	6,200～9,700億	検討中
	成田空港の新滑走路	1,000～1,200億	検討中
その他	湾岸ロープウェイ(江東区)	200～250億	計画段階
総額(金額判明分)		2.2～2.7兆円	

(注) BRTの金額は中央区の計画分。

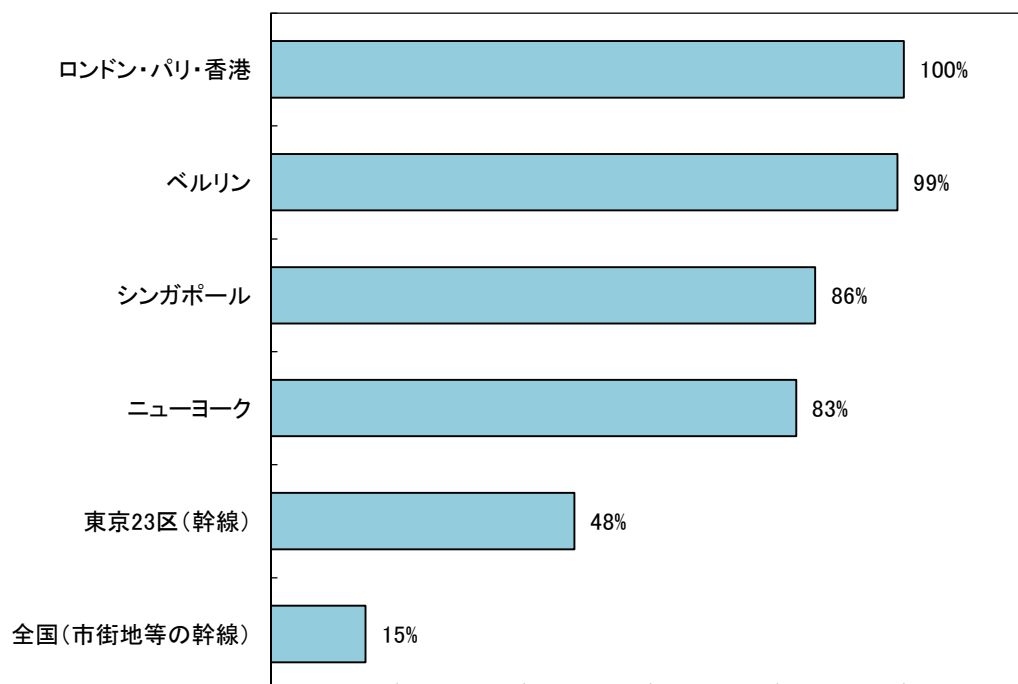
(資料) 首都高速道路株式会社「首都高速道路構造物の大規模更新のあり方に関する調査研究委員会提言」(2013年1月)、各種報道資料などより、みずほ総合研究所作成

(2) 無電柱化の加速（整備前倒し）効果は約7,500億円

東京でのオリンピック開催は、都市部の電柱地中化を加速するきっかけにもなりうる。都市部における電柱の存在は交通の妨げとなるほか、景観も損ねる。日本では1980年代後半から電線の地中化（無電柱化）が順次進められてきたが、現在でも海外の主要都市に比べて多くの電柱が残っている。日本の無電柱化率（2012年度末時点、国土交通省調べ）は、全国（市街地等の幹線道路）で15%、東京23区（幹線）でも48%にとどまっている（図表7）。ロンドン・パリ・香港の無電柱化率は100%、シンガポールやニューヨークも80%を超えており、東京をはじめとする日本の都市が遅れをとっていることは明らかである。

現在は、社会資本整備重点計画（2012年8月閣議決定）に基づき、2016年度までに全国（市街地等の幹線道路）の無電柱化率を18%に引き上げることを目標に整備が進められている。その後の計画は未定だが、都市機能の強化・景観の改善に向け、現状よりも速いペースで整備を進める計画が策定される可能性が高い。みずほ総合研究所が一定の仮定のもとに試算したところ、2017～2020年度に無電柱化のペースが加速することに伴う事業費（増加分）は累計で約7,500億円となる（次頁図表8）。

図表7 主要都市の無電柱化率



(注) 東京23区（幹線）および全国（市街地等の幹線）は、2012年度末時点（国土交通省調べ）。

(資料) 国土交通省資料より、みずほ総合研究所作成

図表8 無電中化の事業費の試算

		＜無電柱化の進捗状況＞		
		無電柱化計画期		無電柱化率 (%)
(1)	全国(市街地等の幹線)の無電柱化率(2017～2020年度)について、下表のようにベースラインと加速ケースを想定。	①	1986～1990年度 電線地中化計画(第一期)	1.9
		②	1991～1994年度 電線地中化計画(第二期)	3.5
(2)	ベースラインと加速ケースの事業費の差を計算(1km当たり事業費は、国土交通省資料より)。 ①加速ケースの無電柱化延長(2020年度) 11,812km－ベースライン10,476km＝1,336km ②1,336km×5.6億円(1km当たり事業費)＝7,484億円	③	1995～1998年度 電線地中化計画(第三期)	5.3
		④	1999～2003年度 新電線類地中化計画	9.0
		⑤	2004～2008年度 無電柱化推進計画	15.0
		⑥	2011～2016年度 社会資本整備重点計画	18.0
		⑦	2017～2020年度	

(注) 1. 無電柱化率(道路：国道、都道府県道)＝市街地における無電柱化済み延長/市街地道路総延長。
 2. 表中の無電柱化率は、計画期間最終年度の値。①～⑤は実績値、⑥は目標値。
 3. ベースラインは、現行の社会資本整備重点計画並みのペースで無電柱化が進むと想定。加速ケースは、過去にもっともペースが速かった2004～2008年度(⑤)並みのペースを想定。

(資料) 国土交通省などより、みずほ総合研究所作成

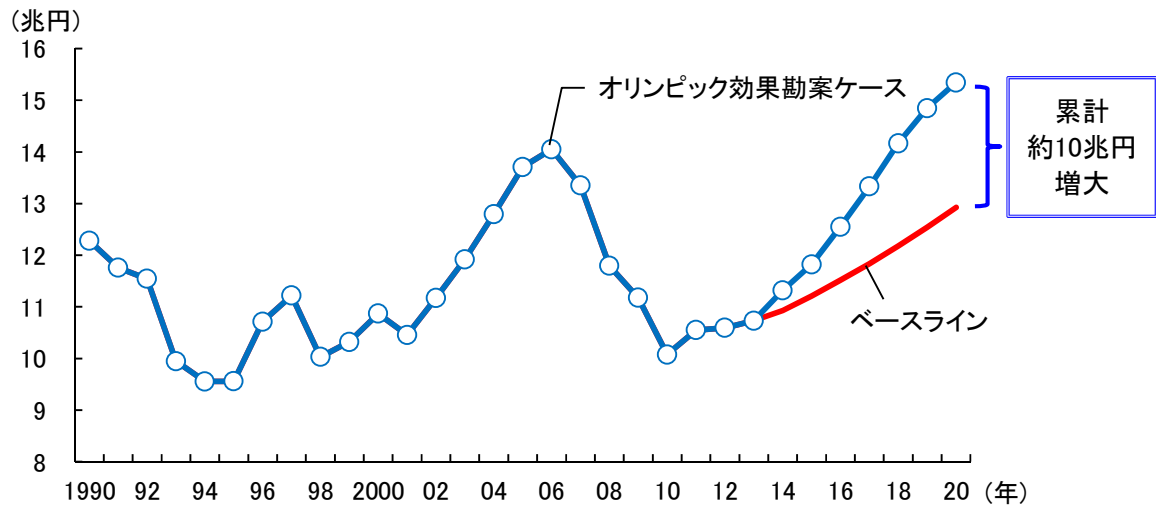
(3) 民間企業の設備投資活性化効果は、約10兆円

交通インフラや電線地中化のほかにも、首都圏を中心に様々な形で投資が活性化することが期待できる。例えばオリンピック開催を契機に市街地の再開発が進めば、一帯のオフィスビルや商業施設の建て替えが促進される。また、オリンピック開催によって増加する外国人観光客の取り込みを意識して、飲食店や宿泊施設の新設・リニューアルが活発になる。次世代通信インフラの整備が加速することなども期待できるだろう。

みずほ総合研究所では、オリンピック開催によって投資が促される業種として、①サービス業(飲食店・宿泊施設など)、②不動産業(複合施設・オフィスビルなど)、③運輸・通信業(交通インフラ・通信インフラなど)、④卸・小売業(物流施設・商業施設など)の4業種を想定した。その上で、1都3県(東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県)のこれら4業種の設備投資が活性化する効果を、2015～2020年度累計で約10兆円と試算した(次頁図表9)。

なお、この金額には前述した交通インフラ(2.2～2.7兆円)のうち、民間企業が主体となるものを含んでいる。本節で述べてきた投資活性化効果を公共投資と民間投資に分けて整理しなおしたものが、(12頁図表10)である。公共・民間を合わせた投資増は総額12.3兆円(公共投資1.7兆円、民間設備投資10.6兆円)となる。

図表9 オリンピック関連業種の首都圏における設備投資額



(注) オリンピック関連4業種（サービス業、不動産業、運輸・通信業、卸・小売業）の1都3県（東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県）における設備投資額。1990年価格。

(資料) 内閣府「都道府県別民間資本ストック」などより、みずほ総合研究所試算

(図表9補注)

<民間設備投資拡大効果の試算方法>

・1都3県（東京・神奈川・千葉・埼玉）のオリンピック関連4業種（サービス業、不動産業、運輸・通信業、卸・小売業）について、下記の仮定の下で設備投資額を試算。

- ① 期待成長率の上昇に伴い、資本ストックの伸びが高まる
- ② オリンピック開催に合わせて、既存設備の更新ペース（除却率）が高まる

<資本ストック・除却率・設備投資>

	1990- 1995	1995- 2000	2000- 2005	2005- 2010	2010- 2013	ベースライン 2014- 2020	加速ケース 2014- 2020
資本ストック(年平均増加率, %)	5.9	3.8	3.5	1.1	1.9	2.0	2.3
除却率(年平均, %)	4.5	4.2	5.2	5.6	3.8	3.8	4.1
設備投資(年平均増加率, %)	▲ 4.9	2.6	4.8	▲ 6.0	2.1	2.7	5.2

(資料) 内閣府「都道府県別民間資本ストック」などより、みずほ総合研究所試算

・なお、1964年東京オリンピック時の関連4業種（全国ベース）の設備投資状況は以下の通り

<1964年東京オリンピック時の関連4業種の設備投資>

	1955- 1959	1960- 1964	1965- 1969
資本ストック(年平均増加率, %)	6.0	9.5	13.4
除却率(年平均, %)	2.9	4.5	5.3
設備投資(年平均増加率, %)	17.4	24.6	18.1

(資料) 内閣府「民間企業資本ストック統計」より、みずほ総合研究所作成

図表 10 東京オリンピック開催に伴う投資拡大効果の整理

	金額	内容
公共投資	1.7 兆円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 首都圏交通インフラのうち、公的機関が事業主体となるもの(首都高速の老朽化対策など) ・ 電線地中化工事
民間設備投資	10.6 兆円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 1都3県(東京・神奈川・千葉・埼玉)のオリンピック関連4業種(サービス業、不動産業、運輸・通信業、卸・小売業)の投資が加速する効果。 ・ 首都圏交通インフラのうち、民間企業が事業主体となるものを含む(運輸業) ・ 耐震化工事の加速(注)
合計	12.3 兆円	

(注) 耐震化工事の加速(約0.4兆円)については第6節を参照。

(資料) 各種資料より、みずほ総合研究所作成

(4) 日本再興戦略との相乗効果が投資活性化の条件

以上の試算は一定の仮定に基づくものであり、不確定要素も多い。特に、アベノミクスの第三の矢である日本再興戦略の成否は、オリンピック開催効果の大きさを左右するであろう。法人税率引き下げや国家戦略特区をはじめとする様々な投資活性化策が功を奏し、民間企業の投資拡大機運が高まれば、オリンピック開催による投資拡大効果が本節の試算を上回ることもありうる。一方で、日本再興戦略に含まれる諸施策の進捗が遅れた場合には、オリンピック開催が民間投資を刺激する度合いが小さくなってしまうリスクもある。

その意味で、日本再興戦略の成功は、東京オリンピック開催の経済効果を極大化する条件であると言えるだろう。

6. 学校・病院施設の耐震化促進効果

(1) 東日本大震災後の防災強化をアピールする絶好の機会

本節では、東京オリンピック開催に伴い学校・病院の耐震化ペースが加速する（前倒しされる）ことによる経済効果を試算する。建築物等の耐震化は、本来、オリンピック開催に関わらず進められるものである。しかし、世界中の注目が集まるオリンピックは、東日本大震災後の防災強化をアピールする絶好の機会でもある。足元で外国人観光客の増加基調が続いているとはいえ、一方で震災発生によって、海外で日本の地震災害に対する警戒心が高まったことも間違いない。オリンピックを機にそうした警戒心を和らげることができれば、観光立国に向けて一層の弾みがつくことも期待される。なお、ここで耐震化とは、1981年6月に導入された現行の耐震基準（新耐震基準）を満たさない建物の耐震補強を意味する。1995年1月に発生した阪神・淡路大震災では新耐震基準導入以前に建築された建物等に被害が集中したことから、同年12月に「建築物の耐震改修の促進に関する法律」が施行され、耐震化促進が図られるようになった。特に多くの人々が利用する学校・病院・百貨店等（特定建築物）については2015年度末までに耐震化率を90%とする目標が掲げられているが、目標達成は難しいのが現状である³。以下では、災害時に応急避難場所としての役割を果たす学校、救援拠点となる病院について、オリンピックまでに耐震化率90～100%を達成するケースを考える。

(2) 学校施設の耐震化前倒しの効果は約1,800億円

学校の耐震化率については、公立・私立の別や学校種別毎に多少の差はあるものの、2013年時点で概ね80～90%となっている。このうち、公立学校の耐震化について、政府は2015年度末までの完了を目標としている⁴。今後、学校施設の耐震化が現在のペースで進むと仮定した場合（詳細は次頁図表11の注釈を参照）、目標時点（2015年度末）には間に合わないものの、2017年度末には耐震化が完了する見込みである。公費でまかなわれる公立学校の耐震化が比較的順調に進むとみられるのに対して、私立学校では、2020年時点で耐震化の完了が見込まれるのは小学校のみである（次頁図表11）。私立学校の耐震化が現在のペースで進んだ場合、2020年時点で幼稚園の3.3%（355校）、中学校4.1%（34校）、高校8.9%（675校）、大学1.9%（17校）が耐震化されずに残る計算となる。そこで、オリンピック開催を契機に私立学校も2020年時点で全施設の耐震化が完了すると想定し、現在のペースから加速させるために追加的に必要となる耐震化費用をオリンピックの経済効果として試算した。試算手順は次の通りである。なお、学校種別（幼稚園、小学校、中学校、高等学校、大学・短大・高等専門学校）によって施設規模が異なるため、学校種別に1校当たりの耐震化費用を算出した。

- ① 施設規模は、学校種別の平均生徒数（2012年度実績）に比例すると仮定
- ② 2012年度の私立学校向け耐震化補助金を、施設規模（生徒数ウェイト①）及び補助率（幼稚園、小学校、中学校、高等学校は耐震化費用の1/3、大学・短大・高等専門学校は1/2）を基に学校種別に按分

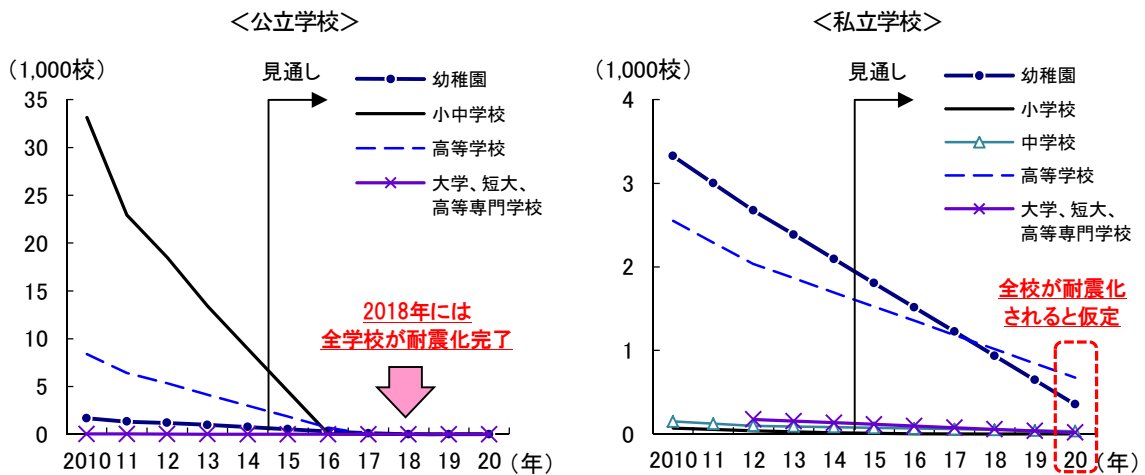
³ 国土交通省「住宅・建築物の耐震化について」より。

⁴ 文部科学省「公立の義務教育諸学校等施設の整備に関する施設整備基本方針」より。

- ③ それぞれの補助額②を補助率で除し、学校種別の耐震化費用総額を算出
- ④ 2012年度に耐震化された学校数で③を除して、1校当たりの耐震化費用単価（図表12）とする⁵
- ⑤ ④に現状ペースで進んだ場合の2020年時点の未耐震化施設数を乗じて、学校種別の前倒しに必要な耐震化費用を学校種別に求める

その結果、前倒しの対象となる学校の耐震化事業費は、総額1,813億円と試算された。

図表 11 未耐震化学校施設数の推移



- (注) 1. 各年4-5月調査時点。
2. 幼稚園、小学校、中学校、高等学校の未耐震化施設数に関しては、公立学校は2014年以降も2013年度中の減少幅が、私立学校は2013年以降も2012年度中の減少幅が続くと仮定。また、大学、短大、高等専門学校に関しては公立・私立ともに2013年以降も2012年度中の減少幅が続くと仮定して耐震化ペースを算出。
3. 国立以外の公立大学、短大、高等専門学校は、国立大学と同水準で耐震化が進捗していると仮定。
4. 私立幼稚園、小学校、中学校、高等学校の2011年度の数値は未公表のため2010年度と2012年度の平均値を使用。
5. 大学、短大、高等専門学校に関しては、面積ベースの耐震化率と施設数ベースの耐震化が等しくなると仮定し、耐震化率(面積ベース)と「学校基本調査」の学校数を用いて未耐震化施設数を算出。
- (資料) 文部科学省「公立学校施設の耐震改修状況調査の結果について」、「国立大学法人等施設実態報告書」、「私立学校施設の耐震改修状況調査結果の概要」、「学校基本調査」より、みずほ総合研究所作成

図表 12 私立学校耐震化前倒し費用の試算

	未耐震化施設数見通し (2020年時点)	1校当たり耐震化費用 (単価)	耐震化費用
幼稚園	355校	0.5億円	164億円
小学校	0校	1.0億円	0億円
中学校	34校	0.9億円	32億円
高等学校	675校	2.2億円	1,502億円
大学、短期大学及び高等専門学校	17校	6.7億円	115億円
合計			1,813億円

(資料) 文部科学省「私立学校施設の耐震改修状況調査結果の概要」、「学校基本調査」、「学校施設の耐震化に対する助成制度等」より、みずほ総合研究所作成

⁵ データは、文部科学省「私立学校施設の耐震改修状況調査結果の概要」、「学校基本調査」、「学校施設の耐震化に対する助成制度等」より。

(3) 病院施設の耐震化前倒し効果は約1,800億円

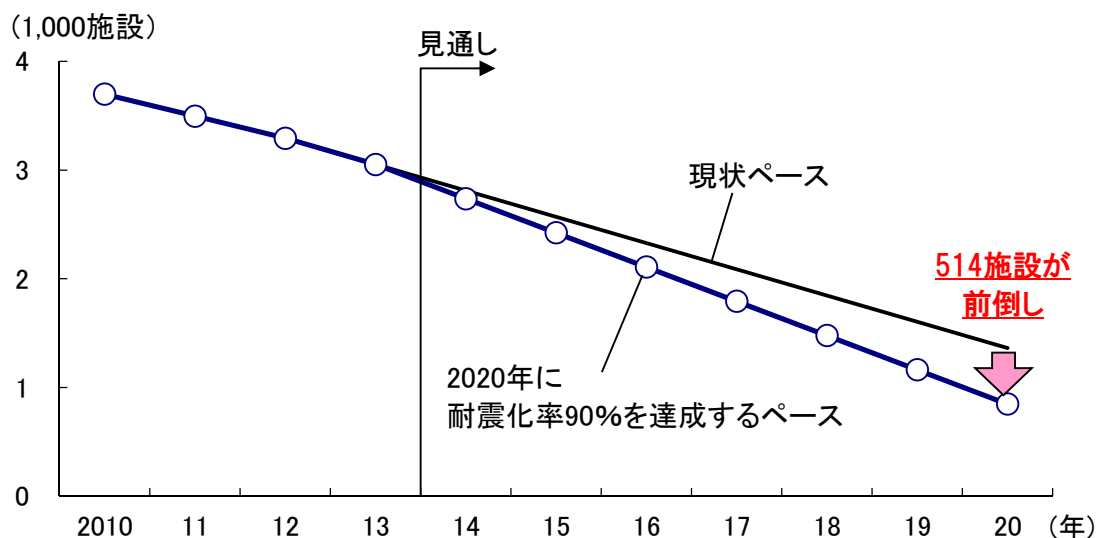
病院の耐震化は2013年時点で64.2%と学校に比べて遅れている。現在のペースで耐震化が進むと仮定すると、2020年時点でも80%程度の耐震化率にとどまり、学校のようにオリンピック開催までに耐震化率100%を達成するハードルは相当に高いと考えられる。そこで、病院の耐震化はオリンピック開催によって、2020年時点で耐震化率90%（特定建築物の2015年度目標耐震化率）に高まると想定した。

2013年以降も2012年度並みのペースで耐震化が進んだ場合（ベースライン）、2020年時点の耐震化率は84%となる。耐震化率90%を達成するためには現在の病院数を基にするとベースラインよりも追加的に514施設の耐震化が必要となる（図表13）。そのための耐震化費用については次のように考えた。

- ① 東京建設業協会「耐震改修工事費用の目安」を参考に、床面積1㎡当たりの耐震化費用を32,500円とする
- ② 病院1施設当たりの平均延床面積データは未公表であるため、国内病院の延病床数と100床当たり床面積データから、国内総病院の延床面積を算出し、それを国内総病院数で除して求める⁶
- ③ ②の1病院当たり平均延床面積に①の1㎡当たり耐震化費用を乗じて、1病院当たり耐震化費用（単価：3.52億円）とした

この単価を基にすると、新たに514病院の耐震化を前倒しする費用は総額約1,810億円（3.52億円×514施設）と試算される。

図表13 未耐震化病院施設数の推移



(注) 各年8-9月調査時点。2011年のデータは、未公表であるため2010年と2012年の平均値を使用した。

(資料) 厚生労働省「病院の耐震改修状況調査の結果」より、みずほ総合研究所作成

⁶ データは、病院数・病床数は厚生労働省「医療施設動態調査」、100床当たり延床面積は全国公私病院連盟「病院運営実態分析調査」より。

(4) 都市の安全に対する取り組みアピールに期待

以上のように、2020年東京オリンピック開催に伴い学校・病院施設の耐震化が加速する場合の経済効果は総額3,623億円と見積もられる。経済効果の規模は大きいとはいえないが、オリンピックを機に建築物等の耐震化が進み社会資本ストックの質が高まることは経済活動にプラスの効果をもたらす。例えば、建築物等の安全性を確保することで日本の地震災害に対する懸念が軽減されれば、外国人旅行者の一層の増加に繋がるであろう。本節では耐震化加速の対象を学校・病院に限定して試算したが、今後は様々な公共施設、さらに宿泊施設やオフィスビル、商業店舗などの民間施設においても耐震化が進められることになるだろう。2020年の東京オリンピック開催に向けて、「都市の安全」に対する官民挙げての取り組みを、しっかりと世界にアピールしていくことが期待される。

7. 公共交通機関などの「バリアフリー」促進効果

(1) 加速が見込まれるバリアフリー化投資

本節では、オリンピック・パラリンピック開催に伴って予想されるバリアフリー化投資の促進効果を試算する。

2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向けて、日本でも開催国に相応しい水準のバリアフリー施設の整備が期待されている。もともと、バリアフリー化については、2006年に施行された「バリアフリー法」⁷の下で、2020年度末までに達成すべき数値目標が公共交通機関、建築物や道路などの分野で定められている⁸。全国的にはこの目標に沿ってバリアフリー化が進められる予定であるが、首都圏では東京オリンピック・パラリンピックの開催決定を受けて、目標達成時期の前倒しや目標を上回る水準のバリアフリー化が見込まれる。バリアフリー化投資の促進は、民間企業の収益獲得機会になるとともに、日本経済全体にとっても設備投資・公共投資の増加を通して成長率押し上げに寄与すると考えられる。

(2) バリアフリー化投資の促進効果は約8,300億円

東京オリンピック・パラリンピック開催に伴うバリアフリー化投資の促進効果を、一定の仮定の下で試算したところ、全体で約8,300億円となった（次頁図表14）。この試算を行う上では、もともと「バリアフリー法」の下で設定された目標の達成に必要な投資額についても、東京オリンピック・パラリンピックの開催に伴い投資時期の前倒しが見込まれる部分は、投資促進効果とみなしている。

事業項目別の内訳をみると、投資促進効果が最も大きいのは、鉄道車両のバリアフリー化の約5,900億円となった。鉄道車両のバリアフリー化率は2012年度末時点で約68%（関東運輸局内）となっており⁹、試算ではこれが2020年度までに85%に高まると仮定した。全国的なバリアフリー化率の目標は2020年度末に約70%（全国平均の2012年度末の実績は55.8%）とされているが、関東地域は全国平均よりバリアフリー化が進んでいること、東京オリンピック・パラリンピックによる上積み効果が見込まれることを踏まえて、目標よりも高めのバリアフリー化率を設定した。これにより、関東地域では約5,100両の鉄道車両が入れ替えられる計算となる¹⁰。1両当たりの整備費用は、国土交通省「鉄道車両等生産動態統計」を基に約1.1億円と設定した。なお、鉄道車両のバリアフリー化の具体的な内容としては、国土交通省が定める基準で求められている視覚情報・聴覚情報の提供設備や車いすスペースの設置などを想定している。

⁷ 正式名称「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律」。

⁸ バリアフリー化の目標は、「バリアフリー法」の下で主務大臣（国家公安委員会・総務大臣・国土交通大臣）が定める「移動等円滑化の促進に関する基本方針」において設定されている。

⁹ 「移動等円滑化のために必要な旅客施設又は車両等の構造及び設備に関する基準を定める省令」（国土交通省）で定められているバリアフリー化の基準を満たす車両の割合。データの出所は関東運輸局「平成24年度末 鉄軌道車両のバリアフリー化設備整備状況」。

¹⁰ 鉄道車両のバリアフリー化には、車両の入れ替えではなく、既存車両の改修という選択肢もある。もともと、関東地域では、少なくとも約5,100両の車両については、2020年までの更新がもともと見込まれるため、車両の入れ替えによりバリアフリー化が行われると想定した。なお、東京オリンピック・パラリンピックの開催に伴い車両の入れ替え時期が前倒しされると考え、約5,100両の入れ替え分全てを投資促進効果として計上した。

図表 14 東京オリンピック・パラリンピック開催に伴うバリアフリー化投資の促進効果

(億円)

旅客施設	
駅の段差解消(エレベーター設置):1駅当たり平均整備費用1.3億円×45駅(東京)	59
駅の可動式ホーム柵設置:1駅当たり設置費用約20億円×93駅(都心部)	1,764
車両等	
鉄道車両のバリアフリー化(車両入替):車両価格約1.1億円×約5,100両(関東)	5,896
ノンステップバスの導入:車両価格約2,000万円×約1,000台(東京)	202
福祉タクシー車両の導入:車両価格約200万円×約2,900台(東京)	58
建築物	
特別特定建築物のバリアフリー化:1施設当たり費用約400万円×約3,600施設(関東)	146
道路	
特定道路のバリアフリー化:1km当たり費用約0.9億円×25km(東京)	22
都市公園	
バリアフリー化された公園の新規開園:1ha当たり費用:約1.4億円×85ha(都立公園)	121
合 計	8,268

- (注) 1. 駅の段差解消の平均整備費用は、沼尻・鈴木(2011)「既存施設のバリアフリー化に係る費用及び技術的課題についての調査研究」の調査結果を基に試算。対象駅は、1日あたりの平均利用者数が3千人以上の駅のうち、段差が解消されていない駅(東京都、2012年度末、国交省資料より)。
2. 駅の可動式ホーム柵設置の1駅あたり平均費用は、大手鉄道A社のB線全駅の設置費用概算をB線駅数で割って試算。設置駅は、都心部の駅で可動式ホーム柵やホームドアが未設置(2013年度末、国交省資料より)の駅。
3. 鉄道車両の車両価格は国交省「鉄道車両等生産動態統計」(2012年度)より計算。車両数は、関東運輸局管内のバリアフリー基準(移動等円滑化基準)に適合する車両の割合が85%に高まると仮定して計算(全国の目標値は約70%だが、関東の整備割合は全国より高いため、85%に設定)。
4. ノンステップバスの車両価格は、新聞報道やC市の資料、自動車大手D社・E社の価格を参考に設定。導入車両数は、東京都のバリアフリー基準に適合する車両の割合が100%に高まると仮定して計算(全国の目標値は、ノンステップバスとリフト付バス等の合計で約95%、国交省資料)。
5. 福祉タクシーの車両価格は、各事業者のHPを参考に設定。導入台数は、全国の目標値を、都道府県別のタクシー総台数をウェイトとして、都道府県別に割り振り計算(国交省資料)。
6. 建築物のバリアフリー化平均費用は、沼尻・鈴木(2011)の調査や自治体資料などをもとに設定。バリアフリー化件数は、目標達成に必要な件数を、地域別の認定特定建築物件数をウェイトとして、地域別に割り振り計算(国交省資料)。
7. 特定道路のバリアフリー化の平均費用は、F市の予算資料より試算。対象道路は、2012年度末時点で未整備の特定道路(東京都、国交省資料)。
8. 都市公園の1haあたり整備費用は、国営G公園整備事業を参考に試算。新規開園数は、東京都の公園整備計画を基に設定。

(資料) 国土交通省資料などより、みずほ総合研究所作成

次に、鉄道駅への可動式ホーム柵（腰高までのタイプのホームドア）の設置も、合計で約1,800億円と大きな投資促進効果が見込まれる。2013年度末時点で、ホームドア（可動式ホーム柵とフルスクリーンタイプのホームドアの合計）は首都圏の約300駅に導入されている（全国では約580駅に導入）。試算では、2020年までに、混雑によるホームからの転落の危険が高い都心部の駅を中心として、新たに約90駅に可動式ホーム柵が設置されると想定した。1駅当たりの設置費用は、大手鉄道会社の資料を参考に約20億円とした。

その他には、鉄道駅の段差解消（エレベーター設置）、バス・タクシーのバリアフリー対応車両の導入や道路・建築物・都市公園のバリアフリー化を試算に盛り込んだ¹¹。これらの投資促進効果は合計で約600億円と試算される（試算の前提や試算方法の詳細は、前掲図表14の注釈を参照）。

（3） 「心のバリアフリー」の進展も不可欠

本節では、東京オリンピック・パラリンピック開催に伴う経済効果を評価するという観点から、バリアフリー化投資の促進効果を試算した。ただし、バリアフリーの本来の目的は、高齢者や障害者、妊産婦などが生活を送る上での障壁を取り除き、他の人達と同様の生活を送れるようにする点にあることは言うまでもない。

この目的を実現するためには、本節で取り上げた物理的なバリアフリー化投資だけでは限界がある。高齢者や障害者などが安心して豊かな生活を送るためには、そうした人々が困っている際に誰もが支援の手を差し伸べられるように、「心のバリアフリー」を推進することが重要である。とりわけ知的障害や発達障害を抱える方にとっては、障害の特徴や本人の個性を理解し、適切な関わり方を持つ人々の存在が不可欠とされる¹²。

東京オリンピック・パラリンピックでは、選手・ボランティア・観光客などとして、高齢者や障害者なども多く集まると考えられる。今回の大会は、高齢者や障害者に対する理解を深めて、「心のバリアフリー」をも大きく進展させる機会にしなければならない。

¹¹ 道路や建築物は、「バリアフリー法」の下でバリアフリー化の義務（新設の場合。既存施設は努力義務）が課される「特定道路」と「特別特定建築物」を試算の対象とした。なお、「特定道路」とは、駅、官公庁施設、病院等を相互に連絡する道路のうち、多数の高齢者、障害者等が通常徒歩で移動する道路の区間として、国土交通大臣が指定したものである。また、「特別特定建築物」とは、百貨店、病院、福祉施設等の不特定多数又は主として高齢者、障害者等が利用する建築物である。

¹² 明石洋子（2009）「知的障害などがある人が暮らしやすい街に：心のバリアフリーを願って」は、「足の不自由な方の車椅子の役目は、知的障害や自閉症等発達障害の方にとっては、「人」になります」と指摘している。

8. 多言語対応の促進効果

(1) オリンピック開催決定で高まった「国際化」の機運

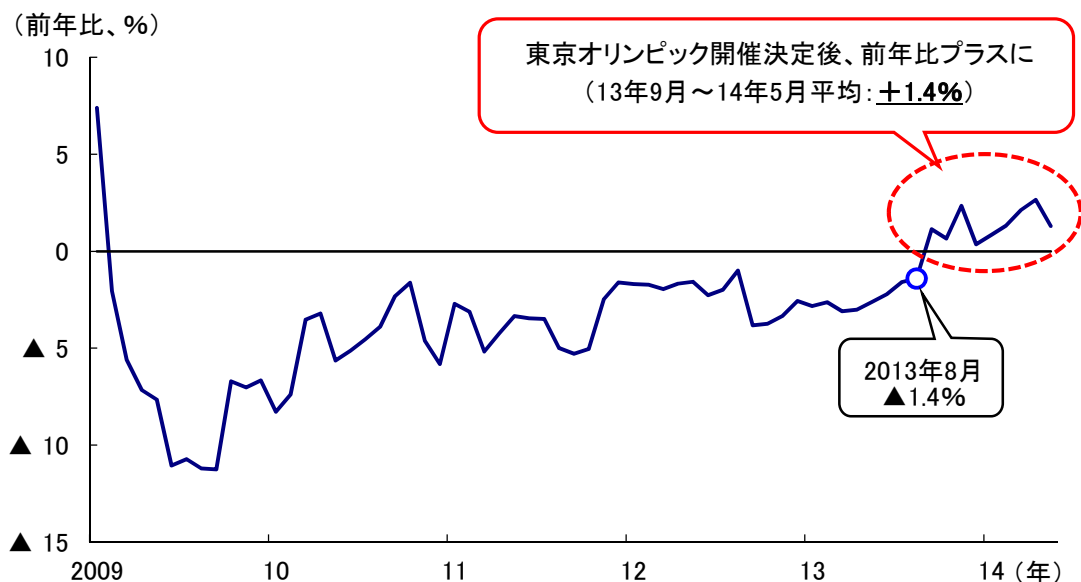
本節では、東京オリンピック開催決定に伴って予想される「多言語対応」の加速を取り上げる。

東京オリンピック開催決定前から、訪日外国人を増やして観光を振興する上で、多言語対応を進めることの必要性が指摘されてきた。外国人観光客が日本で不便・不満を感じる点として「外国語表示の不足」が挙げられていたためである。それを受けて、鉄道会社などでは表記言語を充実させるなどの施策が進められている。また、東京都は関係省庁や業界団体など計56機関が参加する「多言語対応協議会」を設置し、わかりやすい表記の整備の検討を進めている。こうした企業や行政による多言語対応は、東京オリンピックの開催決定により大きく加速するとみられる。

加えて、開催決定後にオリンピックボランティアへの関心が高まる中で、外国語習得意欲が喚起されるなど、個人の多言語対応も脚光を浴びている。報道によると、オリンピックボランティアは8万人以上を募る予定で、その役割は外国人観光客の通訳や道案内のほか、会場の警備や輸送車両の運転、医療など多岐に渡る。2020年まで5年以上の期間があることから、オリンピックに照準を合わせて今から外国語を学習しよう、という趣旨の広告もみられるようになってきた。外国語会話教室の受講者数をみると、2009年2月以降前年比マイナスが続いていたが、開催が決定した2013年9月から前年比プラスに転じている（図表15）。東京オリンピック開催決定は、語学学校市場の活性化をもたらしているようである。

以下では、東京オリンピック開催決定により促進される多言語対応の経済効果について考えたい。

図表 15 外国語学校受講者数の推移



(資料) 経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」より、みずほ総合研究所作成

(2) 多言語対応の経済効果は総額約1,000億円

a. 交通機関の多言語対応による経済効果は85億円

はじめに、交通機関の多言語対応による経済効果を検討する。本試算では、移動手段として利用されるタクシー・鉄道・バスに注目する。タクシーについては、①大手4社では外国語に対応できるタクシーの配送手配などのシステムを盛り込んだ多機能型カーナビの導入、②大手4社以外は行先確認などを補助（翻訳機能の利用など）するタブレット端末の装備、を想定した。鉄道については、①駅構内の案内板における多言語表記、②駅員の訪日外国人への案内を補助（翻訳機能の利用など）するためのタブレット端末配置、③道案内や乗換案内を行う無人端末の導入、を想定した。また、バスについては、車内表示を多言語表記に変更することを想定した。

一定の仮定を置いて試算すると、経済効果はタクシー：33億円、鉄道：7億円、バス：45億円、合計で85億円となった（図表16）。この試算は東京都内を主な対象地域としているが、それ以外の地域においても観光振興のための多言語対応が促進されれば、経済効果はさらに大きくなる可能性がある。

図表 16 交通機関の多言語対応による経済効果の試算

(億円)		
タクシー		
①多機能型カーナビの導入(大手4社)	(多機能型カーナビ1台あたり20万円を想定(注1))	20
②タクシー(大手4社以外)の半数がタブレット端末を装備	(タブレット端末1台あたり6万円を想定(注2))	13
鉄道		
①駅構内の案内板整備(多言語対応)	(1駅あたり70万円を想定(注3))	4
②駅員補助のためタブレット端末を配置	(タブレット端末1台あたり6万円、各駅に2台設置することを想定)	1
③案内(道・乗り換え等)用無人端末(ロボット等)導入	(無人端末1機あたり20万円、各駅に2機設置することを想定(注4))	2
バス		
①車内表示変更(多言語対応)	(1台あたり60万円を想定(注5))	45
合 計		85

- (注) 1. 機械メーカーA社のモデルを参考とした。
 2. 通信会社B社の一般的なモデルを導入した場合。
 3. 私鉄C社の事業計画などより試算。
 4. 通信会社D社のモデルを参考とした。
 5. 私鉄E社のIR資料より試算。

(資料) 一般財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会「立候補ファイル」、各社IR資料などより、みずほ総合研究所作成

b. 個人の多言語対応による経済効果（語学学校市場の拡大）は916億円

次に、個人の多言語対応促進に伴う経済効果として、外国語会話教室の受講者増加によって語学学校市場が拡大する効果を試算する。語学学校受講者数の増加ペースについては、2014年度以降毎年2.8%とした。2013年8月の受講者数が前年比▲1.4%、2013年9月～2014年5月の受講者数が平均で前年比+1.4%であることから、その差を押し上げ効果とみなし、2015年度以降も毎年そのペースで受講者数が増加すると仮定した。また、1人当たり1カ月の受講料は「特定サービス産業動態統計調査」（経済産業省）における1受講者当たりの売上高を参考に17,000円とした。その結果、2019年度までの累計の経済効果は、受講者数：13万人増、語学学校の売上高：916億円増となった（図表17）。「特定サービス産業実態調査」（経済産業省）における外国語会話教授業務の年間売上高が1,234億円、受講者数が78万人（2010年）であることを考えると、業界にとって今後6年間で現れる経済効果は決して小さくない。

図表 17 語学学校市場への経済効果の試算

	受講者数（万人）	売上高（億円）
2013年度	73	1,294
2014年度	75	1,336
2015年度	77	1,379
2016年度	79	1,423
2017年度	81	1,468
2018年度	84	1,514
2019年度	86	1,562
2013年度→2019年度	13	916

（前提条件）

2019年度まで年間2.8%のペースで受講者数が増加
1人当たり月額受講料：17,000円

（注）2013年度はみずほ総合研究所による推計値。

（資料）経済産業省「特定サービス産業実態調査」、経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」より、みずほ総合研究所試算

以上のように、本節では、交通機関の多言語対応進展と、語学学校市場の拡大を対象として、経済効果を試算した。しかし、より期待されるのは、それによって外国人観光客を継続的に呼び込んだり、人材の国際化が進んだりする効果であろう。特に、東京オリンピック開催をきっかけに若年層を中心とした日本人の英語リテラシー向上に繋げることができれば、国際化が進むビジネスの世界で日本企業が競争力を保つ上での支えとなりうる。本節で試算した経済効果（約1,000億円）は日本の経済規模から見ると大きいとは言えないが、多言語対応の促進が日本経済や日本企業の将来にとって重要な意味を持つことは間違いない。

9. スポーツ振興による経済効果

(1) オリンピック開催がもたらすスポーツ振興効果

本節ではスポーツ振興による経済効果を分析する。

過去のオリンピック開催国では、大会開催決定を契機に人々のスポーツへの関心が高まることで、スポーツ用品・関連サービスへの支出が増加した¹³。2020年に開催が予定されている東京オリンピックでも同様に、人々のスポーツ関連支出の増加が期待できる。また大会開会前には、各国の選手団が日本各地で事前合宿を行う見込みである。事前合宿の受け入れ先では、自治体によるスポーツ施設の整備やスポーツイベントが行われると予想される。本節では、こうしたオリンピック開催決定を契機としてスポーツへの関心が高まることによるスポーツ関連支出の増加と、事前合宿などに伴うスポーツ施設整備やスポーツイベントがもたらす経済効果の規模を試算する。

(2) スポーツ関連支出は7年間で4,600億円強増加

ここでは、東京オリンピック開催がスポーツ関連支出に与える影響を試算する。スポーツ関連支出とは、スポーツ用品購入費や、スポーツ施設・スクール使用の際に支払う料金の合計である。試算では、近年開催された夏季オリンピックの中で、推計に必要なデータが入手可能な2012年ロンドンオリンピックを参考にした。

ロンドンオリンピックは、2005年7月に大会開催が決定した。英国のスポーツ参加率は開催決定直後である2005年～2006年は34.2%だったが、その後は2007年～2013年平均で35.5%と1.3%上昇した(次頁図表18)。参加率が上昇したスポーツ種目は、夏季オリンピック競技である陸上や卓球のほか、ネットボール(バスケットボールの一種)やボクシングである。参加率上昇を背景にスポーツ用品への支出は、大会開催決定以前のトレンドを大幅に上回って推移した。2006年から2012年にかけてのスポーツ用品への支出は、2000年から2005年のトレンドに比べて平均+12.5%押し上げられている(次頁図表19)。

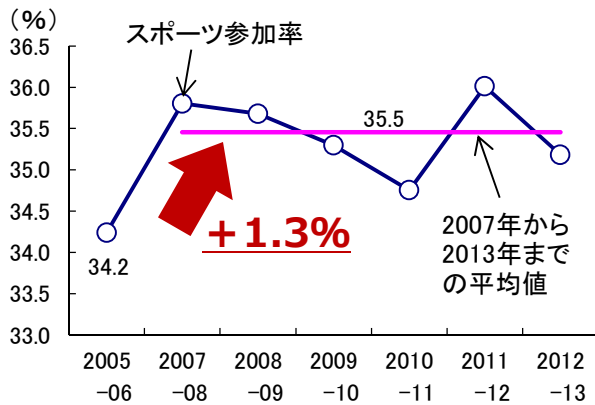
東京オリンピックでもロンドンのケースと同程度スポーツ参加率が上昇し、スポーツ関連支出が増加すると仮定してその規模を推計する。まずスポーツ用品への支出は、英国でみられたトレンドからの上振れ分+12.5%が、東京大会の場合には2020年にかけて徐々に達成されると仮定した。この場合、スポーツ用品への支出は7年間で3,030億円押し上げられると計算される(次頁図表20)。次に、スポーツ施設・スクール使用料がどれだけ増加するかを試算する。大会開催決定を契機として、日本のスポーツ参加率がロンドンオリンピックと同様に1.3%押し上げられると仮定した。また、新たなスポーツ参加者の全員が、これまでのスポーツ参加者と同程度の割合・頻度でスポーツ施設やスポーツスクールを利用すると想定した。これらの仮定の下で、スポーツ関連サービスの消費拡大幅を計算すると、年間231億円(7年間で1,617億円)となった¹⁴(次頁図表21)。以上より、スポーツ用品、ス

¹³ 本文で言及したロンドンオリンピック(2012年)のほかには、米国で開催されたアトランタオリンピック(1996年)で、大会開催3年前の1993年からスポーツ用品売上高の増加がみられた。

¹⁴ なお、日本のスポーツ関連サービス市場ではゴルフ場とゴルフ練習場のシェアが最も大きい。現在、ゴルフはオリンピックの競技種目ではないため、ゴルフ場・練習場を通じた経済効果は取り除いて考えることもできるだろう。ただし、

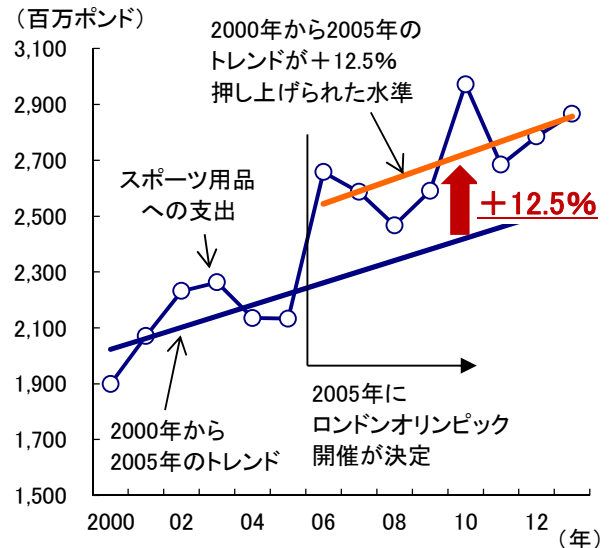
スポーツ関連サービスの両者を合わせて、7年間（2014～2020年）累計で約4,650億円の消費支出拡大効果となる。

図表 18 英国のスポーツ参加率の推移



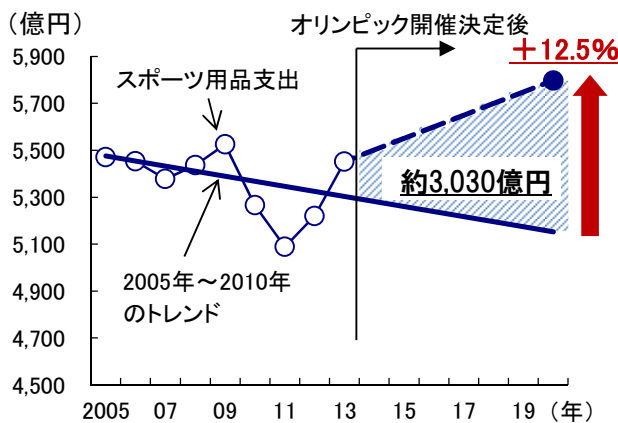
(注) 1. ここでのスポーツ参加者は、16歳以上で週1回以上30分以上の適度なスポーツを行っている人を指す。
 2. スポーツの中にはレクリエーションとしてのウォーキングやサイクリングは含まない。なお、週1回以上30分以上の適度なサイクリング、パワーウォーキングやトレッキングなどはスポーツに含まれる。
 3. スポーツ参加率は、調査対象者全体に対して上記スポーツを行っている人数の割合。
 4. 2005年から2012年までの各期間は、10月から1年間の値。
 5. 2012年から2013年の期間は2012年4月から1年間の値。
 (資料) SPORT ENGLAND「Active People Survey」より、みずほ総合研究所作成

図表 19 英国のスポーツ用品支出推移



(注) ここでは「Equipment for sport, camping and open-air recreation」をスポーツ用品支出としている。
 (資料) ONS「Consumer Trends」より、みずほ総合研究所作成

図表 20 日本のスポーツ用品支出推移の予測



(注) 1. ここでは家計調査の品目別支出における「運動用具類」をスポーツ用品支出としている。
 2. 1世帯当たりのスポーツ用品支出に世帯数を乗じることで、全国規模の値を計算した。
 (資料) 総務省「住民基本台帳に基づく人口・人口動態及び世帯数」、「家計調査」、ONS「Consumer Trends」より、みずほ総合研究所作成

図表 21 日本のスポーツ参加率上昇による効果

	2013年 (実績値)	1.3%上昇したケース	増加分
スポーツ施設・スクール使用料	1兆7,790億円	1兆8,021億円	231億円
ゴルフ場	9,010億円	9,127億円	117億円
ゴルフ練習場	1,290億円	1,307億円	17億円
ボウリング場	720億円	729億円	9億円
テニスクラブ・スクール	580億円	588億円	8億円
スイミングプール	1,310億円	1,327億円	17億円
アイススケート場	70億円	71億円	1億円
フィットネスクラブ	4,240億円	4,295億円	55億円
スキー場 (索道収入)	570億円	577億円	7億円

(資料) 日本生産性本部「レジャー白書2014」より、みずほ総合研究所作成

2016年のリオデジャネイロ大会より、ゴルフがオリンピックの競技種目に復帰する予定である。そのため、東京オリンピック開催時にはゴルフへの注目が高まることにより、スポーツ施設・スクール使用料への支出が試算結果よりも大きくなる可能性も期待できる。

(3) スポーツ施設整備とスポーツイベントにより 200 億円弱の経済効果

オリンピック開催国では、事前合宿の受け入れによって開催都市だけでなく全国に各国選手団が滞在することになる。事前合宿開催に際しては、合宿受け入れ地域でスポーツ施設の修繕・整備が行われることや、スポーツイベント開催による経済効果が見込まれる。ロンドンオリンピックでは、英国内だけで約270件の事前合宿が開催されたといわれる¹⁵。また、2008年の北京オリンピックでは日本で事前合宿を行う国も多くみられた。例えば、岡山県美作（みまさか）市では、北京オリンピック開催時に日本女子サッカー代表「なでしこジャパン」の合宿地となった際、スポーツ施設整備費として約3,000万円が予算に計上された。さらに、事前キャンプ誘致やスポーツイベントなども含めると、合計7,000万円程度の予算が執行された模様である（図表22）。2020年の東京オリンピック開催時にロンドンオリンピック時と同程度の件数の事前合宿が日本国内で行われ、合宿が開催される自治体で岡山県美作市と同規模の予算が執行された場合、全国で合計188億円（うちスポーツ施設整備費は80億円）の経済効果¹⁶が生まれる計算となる。

図表 22 岡山県美作市のスポーツ振興政策関連予算（2008 年）

主要事業	金額(万円)
スポーツイベント等開催事業	983
北京オリンピック事前キャンプ誘致事業	1,200
スポーツ活動支援事業	1,800
スポーツ施設整備・改修事業	2,970
合 計	6,953

(注) 千円単位は四捨五入。

(資料) 美作市「広報みまさか 2008年5月号 VOL.37」より、みずほ総合研究所作成

(4) 経済効果最大化のために全国的な取り組みを

以上の試算は一定の仮定に基づいており、幅を持ってみる必要がある。スポーツ用品・関連サービスへの支出は、参加するスポーツ種目にも大きく左右される。また、事前合宿開催に向けて地方自治体がどれだけの予算を執行するかは、該当する自治体の財政状態や自治体が保有するスポーツ施設の規模・整備状況に依存する。しかしながら、オリンピックによるスポーツ振興効果は、過去の事例をみる限り大いに期待してよいだろう。東京での開催まで残り6年を切った今、スポーツ振興による経済効果をより大きくするためには、開催地の東京だけでなく日本全国でスポーツに参加しやすい環境を整備することや、事前合宿受け入れのための取り組みが広がることが期待される。

¹⁵ 観光庁「平成 25 年度 観光白書」を参照。

¹⁶ 事前合宿開催に伴うスポーツ施設整備とスポーツイベントの経済効果は「6,953 万円×270 カ所=187 億 7,310 万円」と計算した。そのうちスポーツ施設整備は「2,970 万円×270 カ所=80 億 1,900 万円」と計算している。

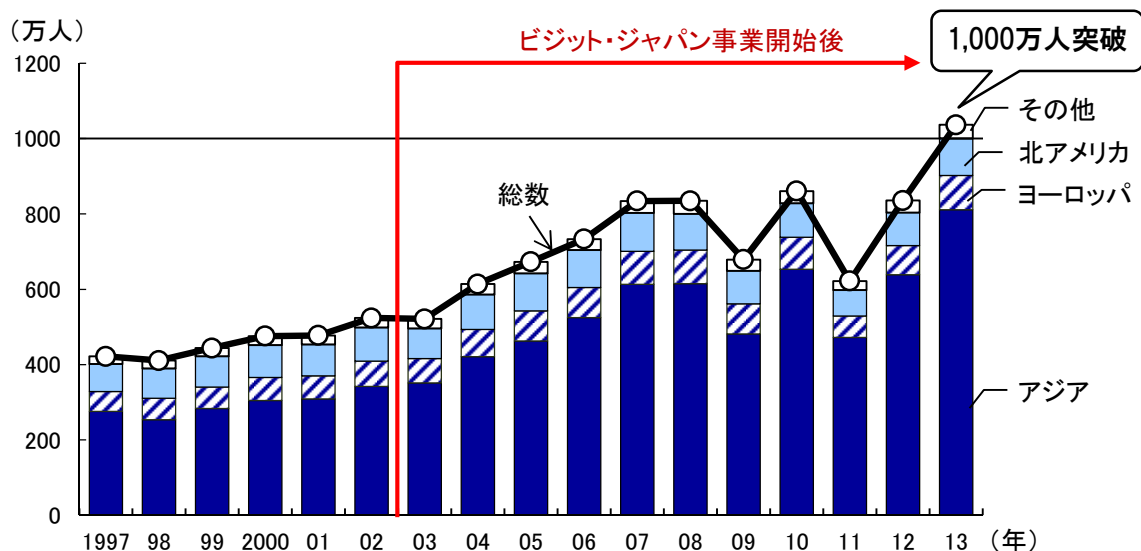
10. 訪日外国人の旅行消費増加

(1) オリンピック開催決定で期待される訪日外客数の更なる増加

本節ではオリンピック開催決定がもたらす「訪日外国人の旅行消費増加」の経済効果を取り上げる。

ビジット・ジャパン事業（訪日外国人旅行者の増加を目的とした訪日プロモーション事業）が開始された2003年以降、リーマン・ショックや東日本大震災による一時的な落ち込みを除き、訪日外客数は増加ペースを急速に高めてきた（図表23）。ビジット・ジャパン事業開始後10周年を迎えた2013年は、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」（2013年6月）が策定され、東南アジア（タイ・マレーシア等）を対象にビザ発給要件が緩和されたことに加えて、円安や富士山の世界遺産登録などが追い風となり、訪日外客数は1,036万人（前年比+24.0%）と大幅に増加した。「日本再興戦略」（2013年6月）におけるKPI（政策群ごとに達成すべき成果目標）は、「2013年に訪日外国人旅行者数1,000万人を達成し、2030年には3,000万人を超えることを目指す」とされており、その一部を達成したことになる。2014年入り後は増加ペースがさらに加速しており、2014年の訪日外客数は1,300万人超えも視野に入る水準となっている。

図表 23 訪日外客数の推移

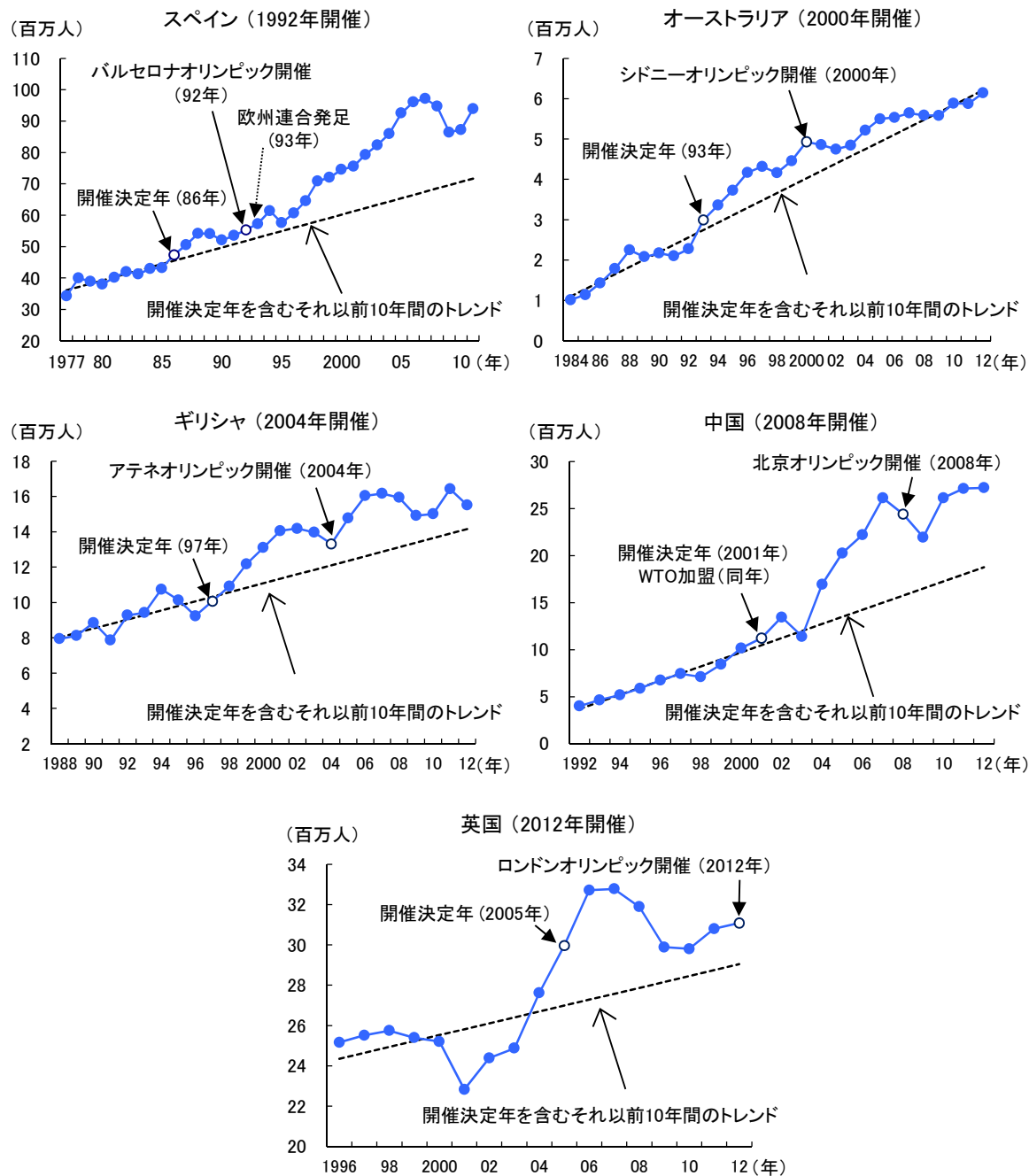


（資料）日本政府観光局「訪日外客数の動向」より、みずほ総合研究所作成

「日本再興戦略改訂2014」では、KPIに「2020年に向けて、2,000万人の高みを目指す」ことも追加された。オリンピック開催決定は、このKPIの達成にとって強力な追い風になると思われる。実際、過去のオリンピック開催国の多くで、開催決定年を境に、インバウンド（海外から自国へ入ってくる）観光客数がそれ以前のトレンドを上回って増加する傾向がみられた（次頁図表24）。「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」（2014年6月）では、聖火リレー等のオリンピックに関連し

た訪日プロモーションや、「2020年オリンピック・パラリンピック大会に向けた多言語対応協議会」と連携した多言語対応の改善・強化といった施策も盛り込まれており、日本でも訪日外客数押し上げ効果への期待は高い。

図表24 オリンピック前後のインバウンド観光客数



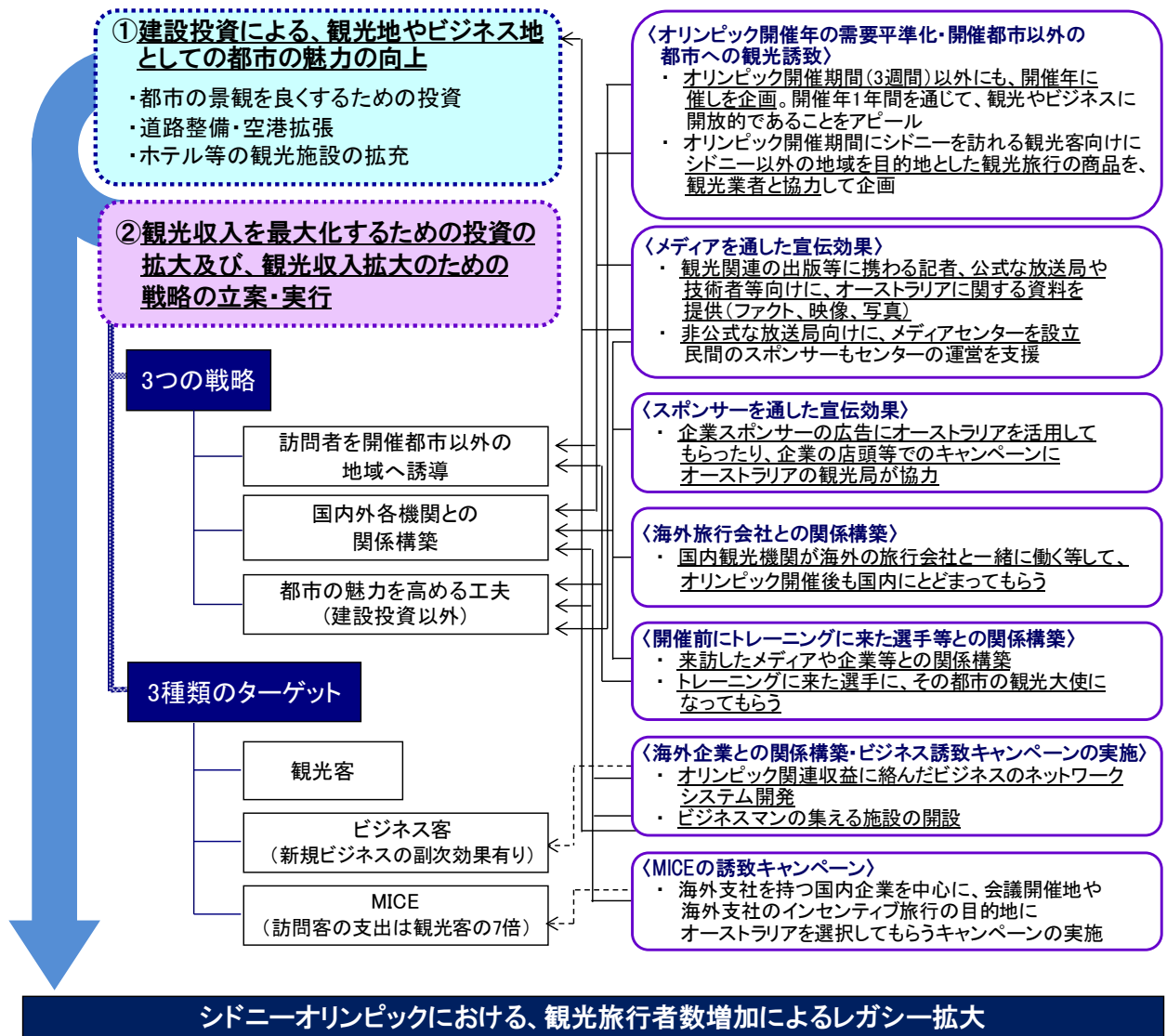
(注) 各国を訪問した外国人の総数(日帰りを含む)。

(資料) スペイン: Venancio Bote Gómez (1994)、Instituto de Estudios Turísticos、オーストラリア: Australian Bureau of Statistics、ギリシャ: Greek National Tourism Organization、National Statistical Service of Greece、World Bank、中国: 国家旅游局、英国: Office for National Statistics などより、みずほ総合研究所作成

オリンピック開催決定を機に観光戦略を強化し、それが奏功した好例とされるのが、オーストラリア（2000年シドニーオリンピック開催）である。オーストラリアでは、海外からの観光客誘致のために様々な施策がとられた（図表25）。その結果、インバウンド観光客数はオリンピック開催決定年である1993年以降、過去（開催決定年を含む過去10年：1984年～1993年）のトレンドを上回るようになった。オリンピック開催年（2000年）のインバウンド観光客数は493万人と、過去のトレンド（402万人）を22.6%上回る水準に達した（次頁図表26）。

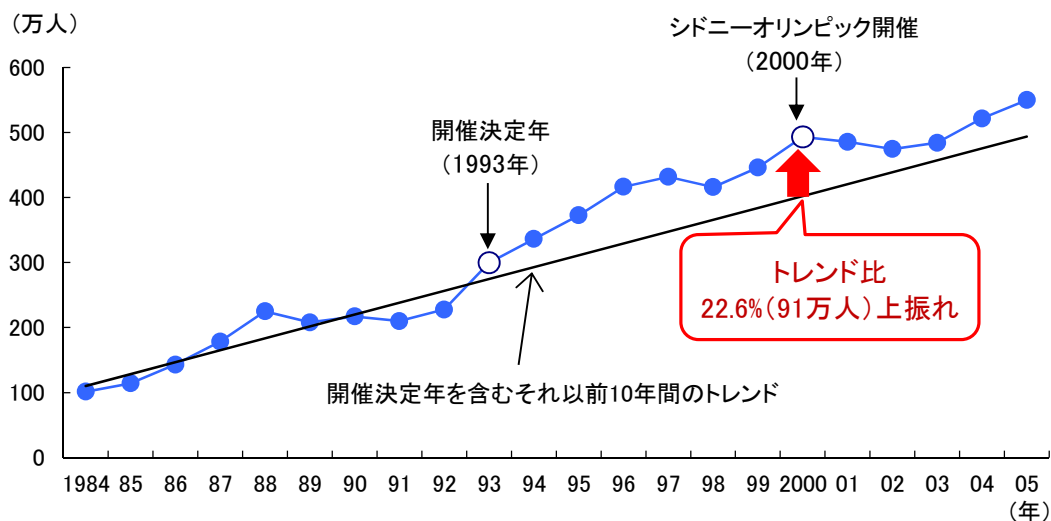
以下では、オーストラリアの例を参考に、東京オリンピック開催により押し上げられる訪日外国人の経済効果を検討する。

図表 25 シドニーオリンピックにおける観光分野のレガシー効果拡大戦略（オーストラリア）



(資料) Laurence Chalip (2000) “Leveraging the Sydney Olympics for Tourism” などより、みずほ総合研究所作成

図表 26 インバウンド客数（オーストラリア）



(注) 1年以内の滞在を目的とした外国人到着数。

(資料) Australian Bureau of Statisticsより、みずほ総合研究所作成

(2) 訪日外客数の増加による経済効果は約3兆円

a. 2020年の訪日外客数は2,000万人を突破

はじめに、東京オリンピック開催により押し上げられる訪日外客数を試算する。シドニーオリンピック前後におけるオーストラリアのインバウンド観光客数のトレンドからの上振れ率を参考に、2020年にオリンピック開催決定前のトレンド対比22.6%増加すると仮定しよう。開催決定前のトレンドについては、ビジット・ジャパン事業開始からリーマン・ショックで一時的に落ち込む前にあたる2003～2007年（毎年16万人増加）を基準とした。その結果、開催決定前のトレンドでは2020年の訪日外客数は1,769万人となるが、オリンピック効果により400万人押し上げられ、2020年の訪日外客数は2,169万人となった（次頁図表27）。7年間（2014～2020年）累計での押し上げ効果は1,600万人に上る。

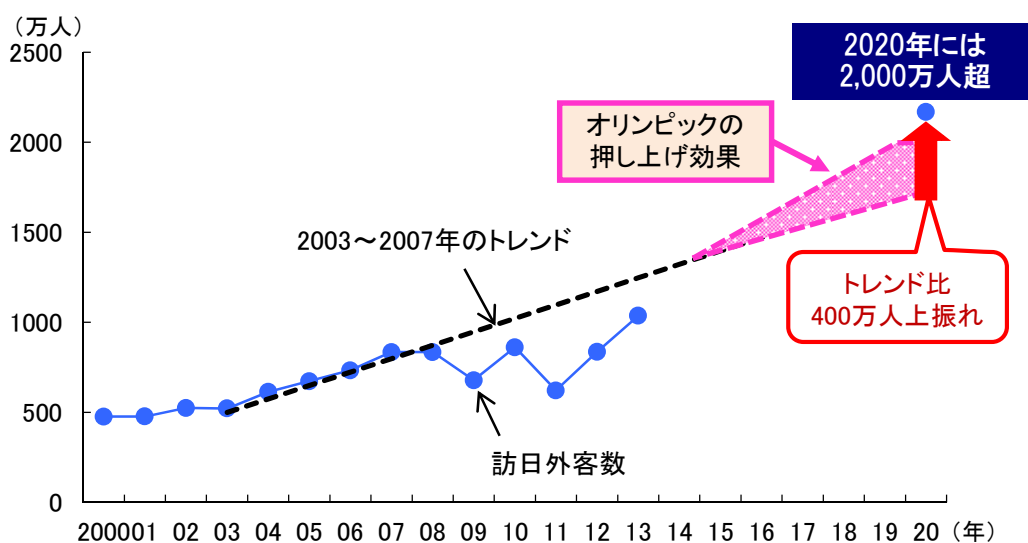
b. 訪日外客数増加によるGDP押し上げ効果は約3兆円（7年間累計）

次に、訪日外客数の消費が増えることによる経済効果を試算する。日本政府観光局等の調査によれば、2013年の訪日外国人一人当たりの消費額は15.8万円であるが、訪日外国人の日本での訪問先が増加傾向にあること等から、今後徐々に増加することが予想される。そこで、一人当たり消費額は2020年時点で17.4万円（2013年比10%増加）まで増加すると仮定した。訪日外客数の増加（オリンピックの押し上げ効果分）と1人当たり消費額の増加を勘案した経済効果（GDP押し上げ効果）は、7年間（2014～2020年）で累計3.1兆円となった（次頁図表28）。これは、2013年度の名目GDP（481兆円）の約0.6%にあたる。

(3) 地域の魅力向上というオリンピックのレガシー（遺産）効果も

東京オリンピック開催が決定したことで世界の日本に対する注目は高まっており、ビジット・ジャパン事業には追い風が吹いている。訪日外国人の増加に向けた施策のなかには、航空ネットワークの充実（LCC専用ターミナル整備等）といった国内旅客増加が期待できるものや、都市部やゴールデンルート以外の観光ルートの開発など地域経済活性化に一役買うものもある。東京オリンピックという一つの目標に向かい官民が一体となって観光振興に取り組むことは、「観光立国日本」実現のための大きな礎となるほか、地域の魅力向上といったレガシー（遺産）効果をもたらすことにもつながるだろう。

図表 27 訪日外客数の試算結果



(資料) 日本政府観光局などより、みずほ総合研究所作成

図表 28 訪日外国人消費増加の経済効果

	2013年	2020年	7年間累計
訪日外客数への効果(万人)	-	400	1,600
オリンピック開催決定前	1,036	1,769	-
オリンピック開催決定後	1,036	2,169	-
1人当たり消費額(万円)	15.8	17.4	-
1人当たり経済効果(万円)	17.8	19.5	-
付加価値額(兆円)	-	0.8	3.1

(注) 1. 2020年の訪日外客数は、オリンピック開催を受けて2,169万人に増加すると想定。

2. 訪日外国人の日本での訪問先が増加傾向にあること等から、2020年の1人当たり消費額は2013年対比10%増加するとした。

(資料) 日本政府観光局などより、みずほ総合研究所作成

1.1. MICE（マイス）需要の増加

(1) オリンピック開催決定で期待される MICE 開催地としてのプレゼンス向上

海外からの観光客増加への期待とともに、オリンピック開催決定に伴う「MICE（マイス）」需要の増加に対する期待も高まっている。オリンピックは、それ自体が大規模なイベントであるだけでなく、MICE開催地としての日本の魅力を国内外に向けて発信できる絶好の機会だからである。

MICEとは、Meeting（企業などの会議）、Incentive Travel（企業などが行う報奨・研修旅行）、Convention（国際機関・団体、学会などが行う国際会議）、Exhibition/Event（展示会・見本市、イベント）の総称であり、これらが開催されることにより「①ビジネス・イノベーションの機会の創造、②地域への経済効果、③国・都市の競争力向上」¹⁷につながることを期待されている。MICE来訪者は一般の観光客に比べて長期間滞在する上、滞在中の消費額が多いことから経済効果が大きいと言われている。さらに、国際会議場や展示場などの施設建設、会場設営・撤去、広告宣伝などMICEならではの経費も支出され、広範な分野に経済効果が波及するため、先進国・新興国ともMICEの誘致を競っている。

オリンピックは世界最大級のスポーツイベントであり、2020年の東京オリンピックに向けても様々な付随的なイベントや会議の開催が予想される。例えば、大会運営組織、各種競技連盟、広報機関、オフィシャルスポンサー企業などの会議、優良顧客を招待する報奨旅行、スポンサー企業の製品やサービスの展示会のようなMICE案件が見込まれる¹⁸。その他、オリンピックを機にMICE開催地としてのプレゼンスが向上すれば、大会関連以外のMICE案件も増えるだろう。

(2) MICE 効果で約 8,000 億円の需要増加

日本はMICE分野でこれまでアジアトップの地位を獲得してきたが、近年のアジア諸国の経済成長や積極的なMICE誘致キャンペーンなどから、日本の優位性が失われつつあることが指摘されている。国際会議の開催件数をみると、2013年は342件とアジア太平洋地域では2年連続で1位となった（世界での順位は7位）¹⁹。他方、アジア太平洋主要国（日本、中国、韓国、オーストラリア、シンガポール）の総開催件数に占める日本のシェアをみると、1990年代前半は過半を占めていたが、その後低下傾向が続き、2013年時点では25%まで低下している。開催件数自体は日本も増加傾向が続いているが、他の国が日本を上回って増加したため、結果として日本のシェアが低下する形になっている。

こうした中、安倍政権は「2030年にはアジアNo. 1の国際会議開催国として不動の地位を築く」との目標を掲げ、成長戦略の重要な柱の一つにMICEを位置づけた。日本政府観光局によると、東京オリンピック開催決定後に国際会議の開催が連続して決定しており、さらなる増加も期待される²⁰。

¹⁷ MICE 国際競争力委員会「我が国のMICE 国際競争力の強化に向けて～アジア No. 1 の国際会議開催国として不動の地位を築く～」(MICE 国際競争力強化委員会最終とりまとめ、平成 25 年 8 月) から引用。

¹⁸ 蓮見秀樹 (2013) 「MICE の実践 2020 年東京五輪に向けて」

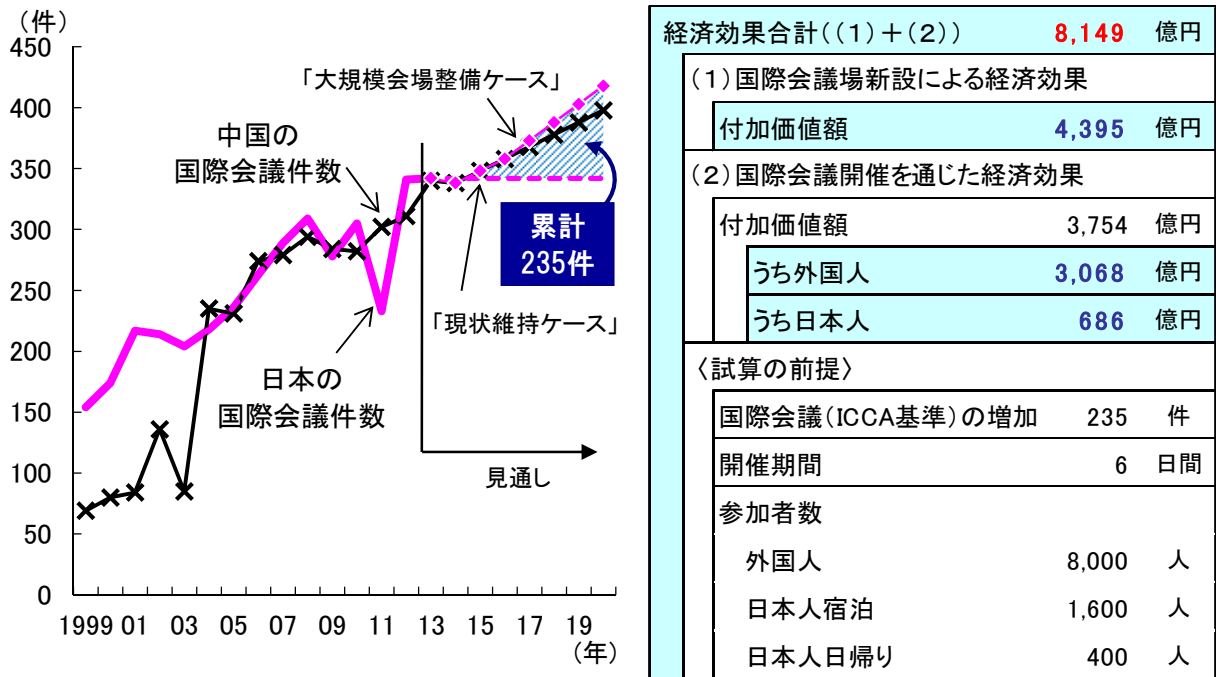
(http://www.jec-jp.org/image/20140314_micejuku_hasumi_hideki.pdf、日本ホテル教育センター) による。

¹⁹ ICCA (国際会議協会: International Congress and Convention Association) のデータ。

²⁰ 日経MJ (2014 年 1 月 15 日)。

オリンピック開催に伴うMICE効果を一定の仮定のもとで試算したところ、8,149億円となった（図表29）。国際会議場新設による効果が4,395億円、国際会議開催を通じた効果が3,754億円である。

図表29 東京オリンピック開催に伴う MICE 効果



(注) 2020年までの大規模国際会議件数の見通しと国際会議件数増加による経済効果を試算する際の前提は下記の通りである。

【2020年までの大規模国際会議件数の見通し】

1. 国際会議件数は、ICCA基準（①参加者総数が50名以上、②定期的に開催され、③3カ国以上で会議持ち回りがあるもの）。
2. 2014年以降の中国の国際会議件数は、2004年～2013年のトレンドで増加すると仮定。
3. 2014年以降の日本の国際会議件数は、オリンピック開催が決定したことなどを受けて、2020年に向けて中国を上回る需要が生じると想定。しかし、現時点においても既に大規模会場が不足していることから、新たに会場整備を行わない場合の会議件数は2013年から横ばいで推移すると仮定（「現状維持ケース」）。メインシナリオは需要の増加に伴い新たに会場整備が行われると仮定（「大規模会場整備ケース」）。

【大規模国際会議件数増加による経済効果（付加価値額）】

1. 上記試算結果（国際会議件数の増加分は年間ベースで最大76件：2020年）より新たに整備する必要がある会場は1件。国際会議を開催する施設の稼働率は構造上年平均最大約60%とされていることを踏まえても、1件の新設により受け入れ可能。
2. 国際会議場（フラッグシップ型の大規模MICE施設）を1件整備した場合の付加価値増加額は、日本経済団体連合会による試算値（土地取得費除くベース）を採用。
3. 国際会議開催を通じた経済効果は、観光庁資料の国際会議の事例の基礎データなどを参考に、一定の想定を置いて、MICE経済波及効果測定モデル（平成22年度観光庁作成）より試算。

(資料) ICCA、観光庁、日本経済団体連合会などより、みずほ総合研究所作成

試算に際しては、まず2020年までの国際会議件数の見通しを立てた。具体的には、オリンピック開催を契機に2020年に向けて、現状で開催件数が拮抗している中国を上回るペースで国内のMICE需要が増加すると仮定した。この時、大型MICE施設に対するニーズが高まっていることを勘案すると、既存のMICE施設では容量の制約から新たな需要を受け入れることが困難である（図表29左の「現状維持

ケース」)。そこで本試算では、オリンピック開催に伴うMICE需要の増加に合わせて国際会議場が新設されると想定した（前掲図表29左の「大規模会場整備ケース」）。オリンピックの効果を「現状維持ケース」と「大規模会場整備ケース」とのかい離分として算出すると、国際会議件数は2014～2020年の累計で235件増加（年間ベースでは最大76件増加（2020年））すると試算される。

次に、年間で最大76件の国際会議を追加的に開催するためには会議場を新設することが必要になるが、ここでは日本経済団体連合会が提言する“フラッグシップ型の大規模MICE施設”²¹が1施設新設されると想定した。日本経済団体連合会は、MICE施設（展示場・会議場）だけでなく、ホテルやレストランなど周辺施設を一体的に備えた大規模施設を、国際空港から30分圏内に建設すべきと提言しており、施設整備により4,395億円の付加価値創出を見込んでいる。

最後に、国際会議への来場者が増加することによる経済効果を試算する。国際会議1件につき8,000人の外国人と2,000人の日本人が参加すると仮定した場合、新たな消費活動（交通、宿泊、会場設営など）によって3,754億円（うち外国人：3,068億円、うち日本人：686億円）の経済効果が生じると試算される（MICE経済波及効果測定モデルによる）。

（3） MICE 来訪者の増加にはビジネス環境の整備・強化が必要

本節では東京オリンピック開催によるMICE効果を試算したが、こうした効果が実現するためには、日本のMICE国際競争力が向上していくことが必要である。政府のMICE国際競争力強化委員会は、競争力を高める上で、施設の整備・改修などハード面での対策に加えて、各種マーケティングやプロモーションの強化、官民の連携などソフト面での対策が重要であることを指摘している²²。さらに、MICE来場者の主目的は「ビジネス」であることから、日本におけるビジネスチャンスの多さが重要な要素であることも間違いない。ビジネス客を増やすためには、ビジネス環境の整備・強化に向けた対応が必要である。例えば、世界経済フォーラムが公表している「旅行・観光競争力指数」²³で低い評価となっている「ビジネスを開始するのに必要な日数」、「海外投資家の普及」、「外国人労働者の採用」、「解雇規制の厳しさ」などの項目における課題を解決していくことが考えられよう。

²¹ 日本経済団体連合会（2013）「新たな成長を実現する大規模 MICE 施設開発に向けて～国際競争力と情報発信力の強化、観光立国の実現のために～」（<https://www.keidanren.or.jp/policy/2013/060.html>）。

²² 注釈 17 と同じ。

²³ The World Economic Forum（2013）“The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013”。

1 2. カジノ開設による経済効果

(1) オリンピック開催決定で高まったカジノ・IR導入機運

2014年秋の臨時国会での成立が目指されていた、カジノを含む統合型リゾート施設(IR: Integrated Resort²⁴)の整備・促進に向けた「特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律案」(IR推進法)は、11月21日の衆議院解散に伴い、一旦廃案となった。ただし、法案を提出した超党派議連「国際観光産業振興議員連盟」(IR議連)は、IRの導入を2020年の東京オリンピック開催に間に合わせるよう「最大限努力」する姿勢を示しており、2015年の通常国会での成立を目指して3月までに同法案を国会に再提出する方針である。カジノに対してマイナスのイメージを持つ人も多いであろうが、同法案で想定されている施設はカジノ単体ではなく、ホテルやショッピングモール、MICE(M=企業会議、I=企業などの行う報奨・研修旅行、C=国際会議、E=展示会・見本市の頭文字を取ったもの)、劇場などのエンターテイメント施設を併設した統合リゾートである。

カジノ・IRの導入機運が高まった背景にあるのが、「観光立国」を目指す政府の方針と2020年の東京オリンピックの開催決定である。安倍政権は観光立国の実現を成長戦略の柱の一つに選定し、2020年に向けて訪日外国人数を現在の約2倍の2,000万人にする目標を掲げている。オリンピック開催を機にIRを本格始動させることで、カジノビジネスをそのための起爆剤にしたい考えである。

カジノはその目的に応じて、「外貨獲得型」「地域振興型」「国内エンターテイメント型」の3種類に分類することができる²⁵。例えば、世界最大級のカジノ市場を有するマカオは「外貨獲得型(カジノを基幹産業として位置づけ、外国人観光客から外貨を獲得することが主目的)」、IR先進国として注目されるシンガポールは「地域振興型(観光産業の目玉として位置づけ、地域活性化を目指す)」、ドイツやイギリスは「国内エンターテイメント型(国民の余暇需要を充足することが一義的目的)」に分類される。日本で開設を目指すカジノは「地域振興型」である。

(2) カジノ開設をきっかけに外国人観光客が約6割増加したシンガポール

カジノ・IR分野でシンガポールは成功事例の一つと称されており、日本はこれを追随する格好となる。シンガポールでも、カジノの合法化は1980年代より続いてきた長年の懸案であった。アジアの都市間競争が激化する中、観光産業の国際競争力低下への危機感が強まり、2005年に合法化に至った。

2010年には「リゾート・ワールド・セントーサ」と「マリーナ・ベイ・サンズ」の2つの統合型リゾート施設が開設された。このうち、大手通信会社のCMで日本でも有名になった「マリーナ・ベイ・サンズ」は、カジノのほか、2,500以上の客室数を有するホテル、300店以上が並ぶショッピングモール、最大4万5千人収容の国際会議場などを併設する大規模リゾート施設である。2つのIRが観光産業にもたらした影響は大きく、2013年の外国人観光客数は1,557万人とIR導入前の2009年に比べて約6割増加した。2013年の観光収入をみても、2009年に比べて5割以上増加しており、観光収入全体の約20%がカジノを含む観光・娯楽による収入であった。

²⁴ IR推進法案では「カジノ施設、会議場施設、宿泊施設等が一体となっている施設であって、民間事業者が設置及び運営するもの」と定義されている。

²⁵ 妹尾雅夫・中村圭介(2004)「カジノと観光産業」『価値総合研究所 Best Value vol.05 2004.4』による。

なお、シンガポールでは、IRが稼ぎ出す収益のうち7～8割がカジノ事業によるものと言われている。カジノは観光客を呼び込むための具体的な仕掛けであることに加え、IRの持続的な事業運営を可能にする役割も担っているようだ。

(3) 統合型リゾート施設開設による経済効果は約3.7兆円

IR推進法の成立に向けた政治の動きと並行して、全国の地方自治体やカジノ関連企業の動きも活発になってきている。現在、IRの導入を検討している地方自治体は東京都（台場）、大阪府（夢洲）、沖縄県など全国各地にある。また、海外の大手カジノ運営企業が日本への進出に意欲的な姿勢を示しているほか、海外のカジノビジネスに参入することで、運営のノウハウを学ぼうとしている企業も出てきている。実際に法案が成立すれば、カジノ運営企業だけでなく、建設・不動産、ゲーミング機器の製造会社をはじめ、カジノ施設以外のホテルや小売・飲食店、旅行業、エンターテインメント関連業など、様々な企業がIR市場に参入し始めると予想される。

現段階で具体的な設置地域や規模などが決まっているわけではないが、本節では、仮に東京地区でカジノを含む統合型リゾート施設が建設された場合の経済効果について、①施設建設のための投資額と②カジノ導入による経済波及効果に分けて考えてみる。なお、①はIR開業前の建設期間中に見込まれる効果、②は開業後1年ごとに生じる効果と考えることができる。

まず①の建設投資額については、カジノ後発国として話題性のある施設を開発するために、一定の質と量を確保することが必要になると想定し、投資規模がシンガポールと同等になると仮定した。これにより8,053億円規模の投資（土地取得費を除く）が行われる（次頁図表30）。次に②のカジノ導入による経済波及効果については、佐和・田口（2009）²⁶が詳しい。当論文は、カジノに対して日本人が米国人と同様の行動パターンを取るとの前提で、地域別のカジノの潜在市場規模と経済波及効果を試算している。その結果、関東地区では2兆8,648億円の付加価値が生じると見込まれている（次頁図表31）。仮に近畿地区であれば3,658億円である。以上を踏まえると、①と②による経済効果は合計で約3.7兆円と計算される（試算の前提や詳細は図表の脚注を参照）。

(4) カジノのマイナス面も認識し、対策を講じることが不可欠

日本でカジノ・IRを開設するならば、オリンピックイヤーである2020年に間に合わせる事が望ましい。オリンピックの開催は、日本が世界から注目され、世界に対する情報発信力が高まる絶好の機会だからである。この機会に日本の観光地としての魅力を向上させ、オリンピック開催後も継続的に観光需要を取り込めるよう、準備を重ねるべきである。

一方で、ギャンブル依存症の増加、多重債務者の増加、青少年への悪影響、治安の悪化など、カジノ開設によるマイナス面を指摘する声も根強い。マイナス面への対策を講じることが不可欠で、政府は諸外国の先行事例などを参考に検討を進めている。例えばシンガポールでは自国民に対してカジノに100シンガポールドル（日本円で8,000円程度）の入場料を課しているほか、失業者や生活保護受給者の入場を禁止することでギャンブル依存症の増加を抑制している。さらに、カジノの売上から徴収

²⁶ 佐和良作・田口順等（2009）「カジノ開設の経済効果」『大阪商業大学論集（第5巻第1号）』。

した税収増加分を、賭博依存症委員会の設置や賭博依存症に対するカウンセリングを提供する組織の支援などにも充てている。これらは日本でカジノ事業を運営する際の参考になるだろう。

図表 30 統合型リゾート施設建設の経済効果

開発地域	事業者	投資額	円換算
シンガポール			
マリナ・ベイ地区開発	Las Vegas Sands	57 億ドル	5,840 億円
セントーサ島開発	Genting Singapore	52 億ドル	4,226 億円
(小計)			10,066 億円
日本(想定)			
東京地区開発	-	-	10,066 億円
東京地区開発による建設投資額(土地取得費除く)			8,053 億円

(注)試算の前提は下記の通り。

1. 日本ではシンガポールと同規模の建設投資が行われる。
2. 投資額のうち、約2割が土地取得費に充てられる。
3. 円換算は2014年上期(平均)の為替レートを用いた。

(資料)Marina Bay Sands「Corporate Factsheets」、各種資料より、みずほ総合研究所作成

図表 31 カジノ導入による経済波及効果

(億円)

	直接効果	生産波及効果	付加価値額
北海道	237	430	247
東北	530	929	539
関東	25,470	49,981	28,648
中部	1,418	2,429	1,408
近畿	4,567	6,293	3,658
中国	392	663	390
四国	90	147	85
九州	1,735	3,144	5,381

(注)佐和・田口(2009)論文p76の表5「経済波及効果」の推計結果①。

当論文の推計は、まず、米国のカジノ収入や人口などのデータ(カジノが許可されていない州を除外した4地域(北西部、中西部、南部、西部)を統合)を用い、下記のモデルで回帰。次に、米国のデータから推計した回帰係数と日本のデータを用いて、日本の地域別カジノ収入(潜在的市場規模)を試算。最後に、地域別潜在的市場規模から産業連関表を使って経済波及効果を推計。

$$\ln(\text{カジノのゲーミング収益}) = -11.54 + 0.25\ln(\text{外国人観光客数}) + 1.18\ln(\text{21歳以上人口})$$

(-4.214) (4.547) (12.529)

R2_Adj=0.915、推計期間：2003～2006年

(※)当論文は米国のカジノ収入の分析にあたり3パターンを推計しているが、ここでは推計結果の当てはまりが最も良かった①を引用。

(資料)佐和・田口(2009)より、みずほ総合研究所作成

1.3. 4K・8Kテレビの購入前倒し効果

(1) オリンピック開催が次世代テレビの普及を後押し

オリンピックは、テレビ放送の技術発展において重要な役割を果たしてきた。1964年の東京オリンピックではカラー放送と衛星国際中継が初めて導入され、1988年のソウルオリンピックでは初のハイビジョン中継が行われた。また、2008年の北京オリンピックでは、全競技がフルハイビジョンで放送された。

2020年の東京オリンピック開催では何が変わるのか。総務省は、現行のフルハイビジョンの4倍・16倍の解像度を持つ4K・8K²⁷の放送推進に関するロードマップを策定している（図表32）。具体的には、2014年6月にCSでの試験放送が始まった4Kの実用放送を「2015年」に開始し、リオデジャネイロ・オリンピックが開催される「2016年」にBSでの試験放送（4K・8K）を開始、「2018年」にBSでの実用放送（4K・8K）を開始する見通しである。「2020年」までに4K・8Kテレビを広く一般家庭に普及させるとともに、日本の最先端技術を世界に発信するべく環境を整備していくことが目指されている。

東京オリンピックの開催に向けて、4K・8Kテレビの普及は加速することになるだろう。さらにこうした次世代テレビに対応したレコーダーなど周辺機器の需要も増えると考えられる。そこで、本節では、東京オリンピック開催による経済効果として、4K・8Kテレビ及び対応レコーダーの購入前倒し効果を試算する。

図表 32 4K・8K 推進のためのロードマップ

年	五輪開催地	実施内容
2014	-	CSなどで、4Kの試験放送を開始
2015	-	CSなどで、4Kの実用放送を開始
2016	リオデジャネイロ	BSなどで、4K及び8Kの試験放送を開始
2018	-	BSなどで、4K及び8Kの実用放送を開始
2020	東京	・数多くの中継を4K・8Kで放送 ・全国各地におけるパブリックビューイングの実施 ・4K・8K放送が普及し多くの視聴者が市販のテレビで4K・8K番組を視聴可能に

（資料）総務省「4K・8Kロードマップに関するフォローアップ会合 中間報告」より、みずほ総合研究所作成

(2) 4K・8Kテレビ及び対応レコーダーの購入前倒し効果は約1,900億円

仮に、4K・8Kテレビの普及が現行のフルハイビジョンテレビの普及と同様のスピードで進むと仮定した場合、4K・8Kテレビの普及率は2020年時点で75.6%に達する（次頁図表33）。オリンピックの効果を、オリンピック開催後1年間に想定されるテレビ購入者の半数が前倒しでテレビ及び対応レコーダーを購入した分とカウントすると、総額1,860億円（テレビ：1,313億円、レコーダー：547億円）の経済効果が生じると試算される（次頁図表34）。

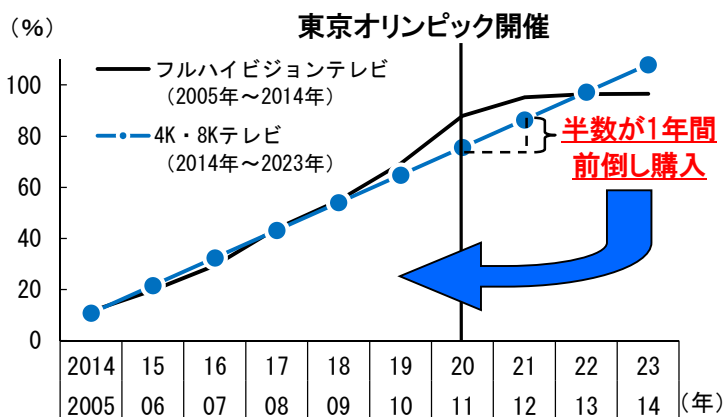
²⁷ 厳密には、現行のフルハイビジョンの解像度は約200万画素（水平画素数×垂直画素数：1,920×1,080）であるのに対して、4Kは約800万画素（3,840×2,160）、8Kは約3300万画素（7,680×4,320）の解像度を持ち、水平画素数がそれぞれ約4000・8000であることから、4K・8K（Kは1,000を意味する）と呼ばれている。

具体的な試算方法は以下のように考えた。

- ① 4K・8Kテレビは、フルハイビジョンテレビ普及率の年平均伸び率（2005年～2008年）と同様のスピードで普及すると仮定。なお、本節では、全世帯に対して4Kもしくは8Kテレビを所有している世帯の割合を4K・8Kテレビの普及率と定義
- ② 国内の4K・8Kテレビ総所有台数を、テレビ普及率×世帯数により試算
- ③ 各年のテレビ販売台数を、②で試算した総所有台数の翌年との差により算出
- ④ オリンピック開催後1年間に想定されるテレビ購入者の半数が前倒して4K・8Kテレビを購入すると想定（テレビ前倒し購入台数＝販売台数③×50%）
- ⑤ テレビ購入者の4割が対応レコーダーも併せて購入すると想定（対応レコーダー前倒し購入台数＝テレビ前倒し購入台数④×40%）²⁸
- ⑥ 総務省「小売物価統計調査」を基に、テレビの単価が46,583円、レコーダーが48,516円と仮定し、テレビ前倒し購入台数④、レコーダー前倒し購入台数⑤にそれぞれの単価を乗じることで4K・8Kテレビ及びレコーダーの前倒し効果を試算

なお、本節では国内のテレビ販売に限定して経済効果を試算したが、実際には試算結果以上の経済効果が創出されると見込まれる。4K・8K放送を導入するために必要な超高精細映像技術は、放送分野だけでなく、幅広い用途に応用される可能性が高いからである。例えば、セキュリティカメラや、医療用機器、テレビ会議用システムなどへの活用が考えられる。また、日本の高精細・高機能放送技術の海外展開も期待できそうだ。

図表 33 4K・8K テレビ普及率の見通し



(注) 1. 各年3月時点の値。
2. 4K・8Kテレビはフルハイビジョンテレビ普及率の平均伸び率と同様のスピードで普及すると仮定した。なお、フルハイビジョンテレビの2009年以降の急速な普及はエコポイント制度による影響が大きいと考えられるため、特殊要因を除くペースで普及スピードを試算するために、2009年以前（2005年～2008年）のデータを用いて算出を行った。

(資料) 内閣府「消費動向調査」より、みずほ総合研究所作成

図表 34 テレビ・レコーダー購入前倒し効果の試算

	前倒し台数	前倒し効果
4K・8Kテレビ	282万台	1,313億円
対応レコーダー	113万台	547億円
合計		1,860億円

(資料) 人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」、内閣府「消費動向調査」、総務省「小売物価統計調査」より、みずほ総合研究所作成

²⁸ 内閣府「消費動向調査」より、DVDプレーヤー・レコーダー及びブルーレイレコーダーの普及率は4割前後で一定となっている。

（３） 本格普及には採算が取れるビジネスモデルの構築が必要

以上のように、2020年の東京オリンピック開催に伴う4K・8Kテレビ及び対応レコーダーの前倒し購入の効果は総額で約1,900億円と見積もられる。ただし、4K・8Kテレビを本格的に普及させるためには、放送コンテンツの充実や消費者が購入しやすい価格帯への値下げが欠かせない。また、テレビ局側の事情として、4K・8K放送を行うためには多額の初期投資（撮影・放送機器）が必要になるため、コストに見合う収益を確保できるビジネスモデルを確立することも重要になるだろう。

1.4. 観光客需要を梃とした食料品輸出の拡大効果

(1) 訪日客増加に伴う日本食の浸透が、食料品輸出拡大を後押し

外国人観光客の増加を期して、日本食を世界にアピールする動きが活発化している。

2013年11月に和食がユネスコの無形文化遺産に登録されたこともあり、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」では日本食文化に関する情報発信の強化が掲げられた。海外における日本食への関心の広がりや、訪日客の呼び込みにとどまらず、中期的にみれば日本産の食料品への需要拡大につながることも期待される。JETROが行った「日本食品に対する海外消費者アンケート調査」（2012年度、2013年度実施）によれば、輸入食品を購入する際の情報源の一つとして「過去に食べたことがある（リピート）」が重視される傾向がある。つまり、外国人観光客が在日中に日本食を経験することで、帰国後に自国でも日本産の食料品購入機会が増加し、日本の食料品輸出を後押しする効果が見込まれる。

実際、外国人観光客が多い国では、食料品の輸出競争力が高い傾向が窺える。輸出競争力を測る指標の一つに貿易特化係数（＝純輸出/（輸出＋輸入）、1に近づくほど輸出特化（競争力高い）、▲1に近づくほど輸入特化（競争力低い））がある。輸出競争力には地理的条件や貿易環境など様々な要因が影響しているが、条件が比較的同一である欧州先進国（年間外国人観光客数1,000万人以上）についてみると、年間外国人観光客数が多い国ほど食料品の貿易特化係数が高い（輸出競争力が高い）傾向が読み取れる（次頁図表35）。なかでも、世界で最も観光客数が多いフランスは貿易特化係数がプラスであり、欧州先進国の中で高い輸出競争力を示している。日本の食料品の貿易特化係数は▲0.878と輸入特化型であり、先進国中では香港（▲0.917）に次ぐ低さである。諸条件の違いから欧州先進国の水準並みにまで貿易特化係数が上昇することは望みにくいと見ても、観光客が増加するに従い改善していく可能性はある。

本節では、日本の観光需要の増大による副次的効果—外国人観光客を通して日本食が世界に浸透することで、日本からの食料品輸出が拡大する効果—を考える。具体的には、現状の食料品輸出拡大テンポが加速し、政府が「日本再興戦略」で掲げる目標（日本の農林水産物・食料輸出を2020年に1兆円とする）を達成するまで押し上げられる部分をオリンピック効果とみなし、次の通り試算した²⁹。

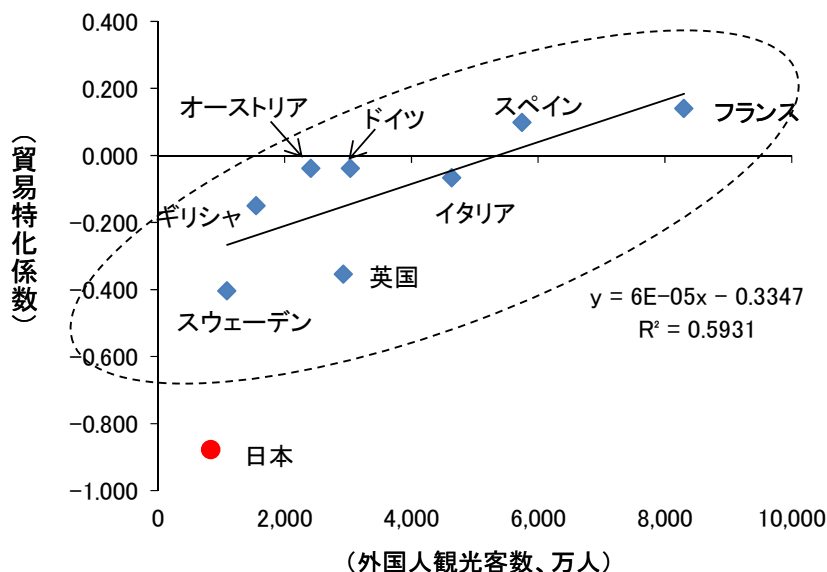
(2) 食料品輸出拡大により、2020年までに2兆円の輸出上乗せ効果

まず、オリンピック効果がなかった場合の食料品輸出（自然体ケース①）については、世界経済の拡大に沿って推移すると想定した。日本の食料品輸出金額の推移をみると、概ね世界GDP（IMF、日本除く）の拡大に伴って増加する傾向がある（次頁図表36）。2000～2013年の両者の関係が今後も続くと仮定し、2014年以降の世界GDPにIMF見通しを用いると、食料品輸出は2020年時点で5,113億円（2013年比+1,069億円）と、緩やかな増加が見込まれる（次頁図表37）³⁰。

²⁹ 「日本再興戦略」では飲食に適さない農林水産物等を含む「農林水産物・食料」輸出（農林水産省集計）を対象としているが、本稿では貿易統計概況品「食料及び動物」（生きた動物・飼料を除く）と「飲料」の合計値を対象として、2020年までに1兆円を達成すると仮定した。

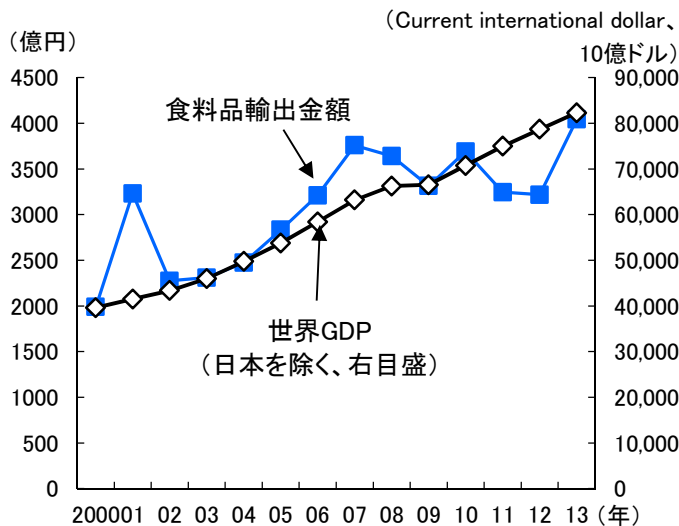
³⁰ IMF見通しは2019年までであり、2020年は2019年と同程度の成長率（前年比+6.1%）として先延ばしした。自然

図表 35 食料品の貿易特化係数と外国人観光客数（2012 年）



(資料) 経済産業研究所「RIETI-TID」、UNWTOより、みずほ総合研究所作成

図表 36 食糧輸出金額と世界 GDP



(注) 食糧輸出金額は「食料及び動物（生きた動物・飼料を除く）」及び「飲料」の合計値。
 (資料) 日本関税協会「外国貿易概況」、IMFより、みずほ総合研究所作成

図表 37 食料品輸出の押し上げ効果

	(単位: 億円)	
	2013年 (実績)	2020年 (試算)
自然体ケース①	4,044	5,113
加速(オリンピック 追い風)ケース②	4,044	10,000
		4,887
オリンピック効果(②-①) 2014~2020年累計		20,411

(注) 「自然体」ケースは世界GDP（日本を除く、PPPベース）を説明変数として食料・飲料輸出金額を推計した結果（推計期間2000年～2013年）。世界GDPの先行きは2019年までIMF予測、2020年は2019年前年比で先延ばした。
 (資料) みずほ総合研究所作成

体ケースの推計結果は以下の通り。

$\log(\text{食料品輸出金額}) = 0.334 + 0.700 \log(\text{世界GDP})$ 、補正R2 = 0.610、D.W. = 2.116、推計期間 2000～2013年

次に、オリンピック効果によって輸出拡大テンポが加速する場合（加速ケース②）については、2020年に1兆円に達するまで2014年以降の年平均増加幅を一定として試算した。以上の自然体ケースと加速ケースの差（②－①）をオリンピックの経済効果とみなすと、2014～2020年までの累計で約2兆円となる（前掲図表37）。2013年の日本の輸出総額（貿易統計ベース）はおよそ70兆円であり、食料品輸出拡大が加速することによる輸出全体に対する押し上げ効果は限定的であるが、農林水産業ウェイトが都市圏に比べて高い地域経済への影響は小さくない。

（3） 「地方創生」に向けて、食料品輸出に関する環境整備の一層の拡充を

現状、日本の食料品輸出は「水産物（魚介類及び同調整品）」に偏っており、次いで「加工食品等（その他の調整食料品）」が多い（図表38）。一方、貿易特化係数でみた輸出競争力が高かったフランスでは、「飲料」（うち9割がアルコール飲料）や「穀物及び同調整品」の割合が高い。飲料や穀物は保存性が比較的高いという点で輸出に適しているとみられるが、日本の食料品輸出に占める割合はそれぞれ1割未満にとどまっている。日本酒・焼酎に関しては2013年度後半に各国際空港でキャンペーンを展開するなど普及に力を入れており、今後の拡大が期待される。

もちろん、外国人観光客へのPRだけでなく、「日本再興戦略（改訂2014）」に掲げられた、輸出先が求める規格の認証体制強化や規格策定への参画、流通システムの整備等の着実な実行が必要であることはいままでもない。食料品輸出拡大を支える環境整備について、政府の果たす役割は大きい。「地方創生」に向けて、食料品輸出に関する一層の政策拡充・実行が望まれる。

図表 38 食料品輸出金額の内訳（2013年）

（単位：％）

	日本	フランス
肉類及び同調整品	1.9	7.9
酪農品及び鳥卵	0.4	13.2
魚介類及び同調整品	44.8	2.6
穀物及び同調整品	9.5	22.6
果実	3.2	5.9
野菜	1.8	4.4
糖類及び同調整品・はちみつ	1.9	3.7
コーヒー・茶・ココア・香辛料類	4.4	5.1
その他の調整食料品	17.9	7.3
飲料	8.9	26.2
たばこ	5.3	1.2

（注）日本はHS、フランスはSITC分類。

（資料）財務省「貿易統計」、Eurostatより、みずほ総合研究所作成

15. 放送コンテンツの輸出拡大

(1) オリンピック開催決定が日本文化発信を後押し

本節では、オリンピック開催に伴う「放送コンテンツの輸出拡大効果」を取り上げる。

国内需要の減少や新興工業国の台頭を背景に、自動車や家電・電子機器をはじめとした日本の従来型産業を取り巻く環境は厳しさを増している。そこで政府は、特色ある日本文化の魅力を付加価値の源泉と捉え経済成長につなげることを目的としたクールジャパン政策に取り組んでいる。その中でも注目されるのが、海外で人気があるアニメやドラマをはじめとした放送コンテンツの輸出である。東京オリンピック開催決定による日本への関心の高まりは、こうした放送コンテンツの輸出拡大を後押しすると期待される。本節では、オリンピック開催決定を追い風に、クールジャパン政策で目指されている放送コンテンツ輸出の拡大が実現した場合の経済効果を検討する。

(2) 放送コンテンツ輸出増加で GDP を約 7,000 億円押し上げ

クールジャパン政策の対象となっている放送コンテンツは、アニメやドラマ、バラエティ番組等である。これらは、番組放送権、ビデオ・DVD化権、インターネット配信権等³¹として輸出される。ここでは放送コンテンツ輸出の大部分を占める番組放送権³²に着目し、分析を行う。

a. 現状、番組放送権輸出額は横ばいで推移

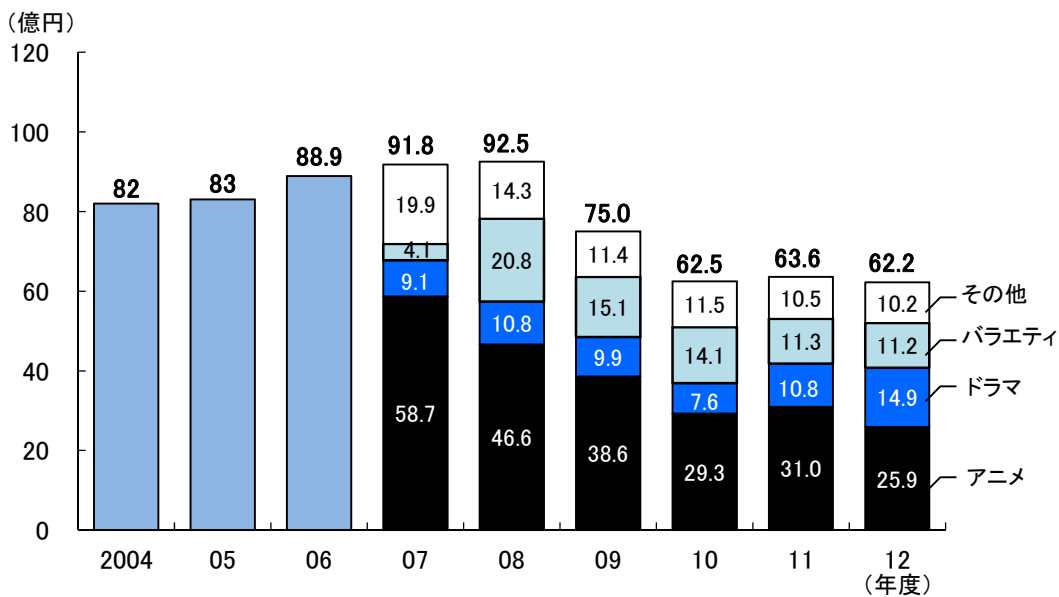
まず、これまでの状況を確認すると、日本の番組放送権輸出額は、調査が開始された2004年度から2008年度にかけて緩やかに増加したが、2008年度にピークの92.5億円となった後は停滞し、63億円前後での推移が続いてきた（次頁図表39）。もっとも、円ベースの増減は為替の変動による影響が大きいとみられる。ドルベースでみた輸出金額の推移は、2004年度から2012年度にかけて横ばいとなっている（次頁図表40）。

輸出される番組をジャンル別にみると、2007年度はアニメが58.7億円と最も多く全体の63.9%を占めていた。次いでドラマ（9.1億円、全体の9.9%）、ドキュメンタリー（7.8億円、全体の8.5%）となっている。2012年度には、アニメの比率が全体の41.7%（25.9億円）まで低下した一方、ドラマ（14.9億円、全体の23.9%）とバラエティ（11.2億円、全体の18.0%）の比率が上昇している。輸出先を地域別にみると、2007年度以降にアジア向けの比率が高まり、2012年度には全体の57.1%を占めている。他方、北米向け（全体の22.1%）と、ヨーロッパ向け（全体の16.2%）の比率は緩やかに低下している。

³¹ 他には商品化権、フォーマット権・リメイク権がある。

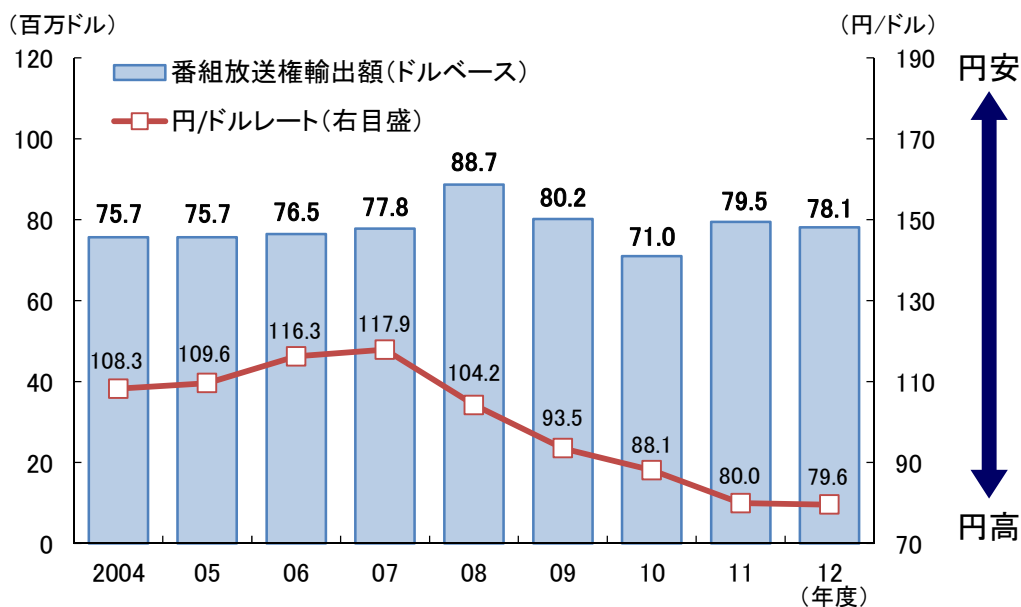
³² 2012年度の放送コンテンツ関連輸出額（104.3億円）に占める番組放送権の輸出額（62.2億円）の割合は59.6%。

図表 39 番組放送権輸出額の推移



(注) 1. ジャンル別の内訳は2007年度以降のみ。
 2. NHK、民放キー局、準キー局、ローカル局、衛星放送事業者、プロダクションへのアンケートにより算出。
 (資料) 総務省「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析」より、みずほ総合研究所作成

図表 40 ドルベースでみた番組放送権輸出の推移



(注) 番組放送権輸出額 (ドルベース) は、円ベースの番組放送権輸出額を円/ドルレートで除して算出。
 (資料) 総務省「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析」、「コンテンツ流通市場の現状分析と海外展開」より、みずほ総合研究所作成

b. 生産・サービス活動を約1兆5,600億円、GDPを約7,000億円押し上げ

アベノミクスの第三の矢である日本再興戦略では、「2018年度までに放送コンテンツ関連海外市場売上高を現在（2010年度）の約3倍に増加させる」ことが目標になっている。目標達成時に得られる2018年度の経済効果は、約4,000億円とされている³³。本試算では、2020年度のオリンピック開催決定によって、①「訪日外国人観光客数が増加³⁴し、海外からの日本への注目が高まる」、②「日本への注目の高まりが日本文化の海外発信を後押しし、番組放送権輸出額が2018年度に現在（2010年度）の約3倍まで増加する」、③「2018年度の目標達成後も、オリンピック開催年の2020年度にかけて、2012年度以降の番組放送権輸出額の増加トレンドが維持される」の3つの段階を経るシナリオを想定した。このシナリオが実現した際に、2014年度から2020年度にかけての7年間の経済効果を試算した。

試算結果をみてみよう。2010年度の番組放送権輸出額は62.5億円であるため、2018年度の目標輸出額はその3倍の187.5億円となる。目標額に対して毎年度同じペースで輸出額が増加した場合、2012年度以降は毎年約20億円輸出額が増加し、2020年度の年間番組放送権輸出額は229.1億円に達する見込みである（次頁図表41）。オリンピック開催決定を背景とした番組放送権輸出の増加額は、2014年度から2018年度までの累計で417.9億円、2020年度にかけての7年間累計では730.9億円と計算される³⁵。

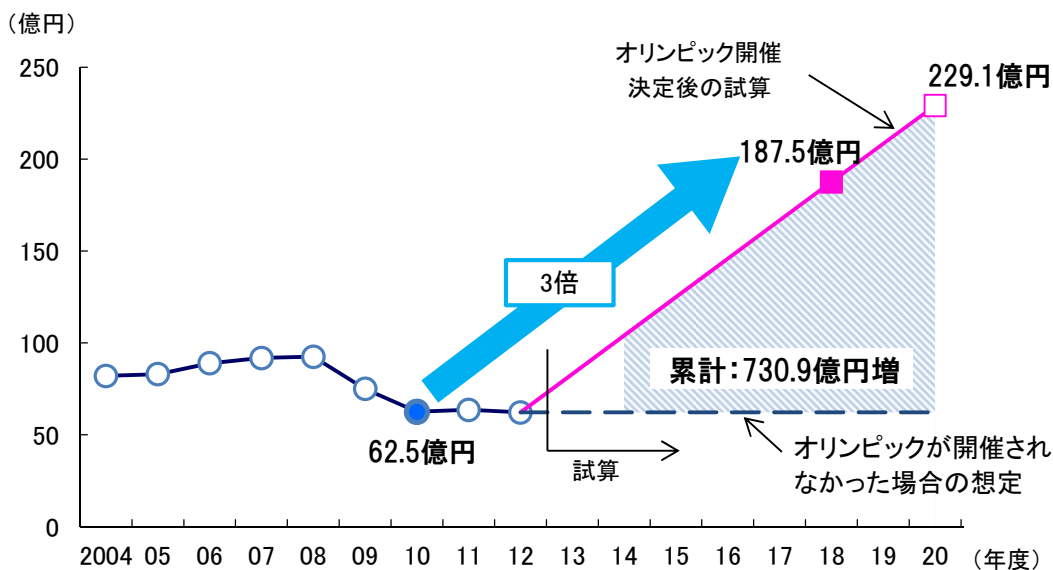
番組放送権の輸出額が2018年度に187.5億円の場合、政府の試算では、前述のように期待される経済効果の規模は年間4,000億円とされる。これは、番組放送権輸出額の21.3倍に当たる規模だ。この関係をもとに、2014年度から2020年度までの番組放送権の輸出拡大による経済効果（生産・サービス活動の押し上げ効果）を試算したところ、7年間の累計で1兆5,593億円となり、付加価値創出額（GDP押し上げ効果）は7,014億円となった（次頁図表42）。

³³ 総務省「放送コンテンツ流通の促進方策に関する検討会 これまでの検討結果について 取りまとめ」参照。4,000億円の経済効果は、以下のような直接効果と間接効果に分けられる。直接効果とは、番組放送権や番組に関係のあるコンテンツ（ゲームや出版物等）の輸出増加額と、輸出増加を背景とした関連商品・サービス（番組に登場した家電や和食等）の海外売上高の増加額を合計したものである。間接効果とは、放送コンテンツと関連商品・サービスの売上高が増加した場合の、関連産業の生産増加額である。

³⁴ 2013年の訪日外国人観光客数は1,036万人と、円安や富士山の世界遺産登録を背景に前年から大幅に増加した。みずほ総合研究所の試算では、オリンピック・パラリンピック開催年である2020年の訪日外国人観光客数は2,169万人と、オリンピック開催がなかった場合（1,769万人）に比べて400万人押し上げられる。訪日を機に日本への興味・関心は一層高まると予想されるため、訪日外国人観光客数の拡大は日本の放送コンテンツ輸出の追い風になるとみられる。（訪日外国人観光客数の試算の詳細は本稿第10節参照）

³⁵ オリンピック・パラリンピック開催決定がなかった場合、番組放送権輸出額は横ばいで推移すると仮定した。

図表 41 オリンピック開催による番組放送権輸出額の押し上げ効果の試算



(注) 地上テレビ番組放送権の輸出金額 (2012年度までは実績値)。

(資料) 総務省情報通信政策研究所 (2013)「コンテンツ流通市場の現状分析と海外展開」、同 (2014)「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析」より、みずほ総合研究所作成

図表 42 放送コンテンツ輸出拡大による経済効果

	2014年度～2020年度累計 (億円)			
	番組放送権輸出額 (①)	関連商品・サービス売上高等 (②)	①+②	付加価値額 (GDP)
オリンピック開催による押し上げ効果 (A)－(B)	731	14,862	15,593	7,014
(A) オリンピックが開催されるケース	1,166	23,715	24,881	11,192
(B) オリンピックが開催されないケース	435	8,853	9,289	4,178

(注) 1. 放送コンテンツの海外売上高は、2018年度に2010年度の3倍となる勢いで増加すると想定。

2. 政府によると、2018年度の放送コンテンツの海外売上高が3倍となった際の経済効果は4,000億円。これをもとに放送コンテンツの海外売上高の経済効果を算出。

3. 関連商品・サービス売上高等には、関連商品・サービスの売上高に加えて、商品・サービス提供に伴う関連産業における生産増加額も含む。

4. 内閣府社会総合研究所によると、情報通信産業の1単位あたりの生産誘発係数は1.614、付加価値誘発係数は0.726。これをもとに付加価値額を算出。

(資料) 総務省 (2013)「放送コンテンツ海外展開に向けた取組」、内閣府経済社会総合研究所 (2010)「IT投資の経済効果分析」などより、みずほ総合研究所作成

（3） 経済効果実現のためには、コンテンツと同時に商品・サービスの戦略的展開が必要

本試算では、日本再興戦略の目標を参考に、2018年度の番組放送権輸出額が2010年度（62.5億円）の3倍である187.5億円に拡大すると想定した。また、生産・サービス活動の規模の計算には総務省による想定値（2018年度に4,000億円、番組放送権輸出額の21.3倍）を用いた。もっとも、この規模に関しては、番組放送権だけでなく、関連商品・サービスについても海外売上高拡大に成功した場合が想定されている。したがって、オリンピック開催決定に伴う訪日外国人観光客数の増加を日本文化発信の追い風とし期待通りの経済効果を得るためには、放送コンテンツだけでなく、関連商品・サービスについても戦略的に展開していくことが重要となるだろう。

16. まとめ

本稿では、2020年の東京オリンピック開催に伴う様々な経済効果について、マクロアプローチと個別効果の積み上げの両面から、定量的な試算を行った。第3節で示したように、過去のオリンピック開催国におけるGDP成長率の高まり（開催決定前のトレンドからの上振れ）を参考に試算すると、2020年度までのGDP押し上げ効果は累積で36兆円に上る可能性がある。また、第4節で計算したオリンピック開催による直接効果と、第5節以下で取り上げた各種の付随効果を積み上げると、約24兆円（23.8兆円）の新規需要の発生が見込まれ、それらの新規需要から誘発される生産額と付加価値額は、それぞれ60兆円、約29兆円（28.9兆円）となる（次頁図表43）。GDP押し上げ効果と同義である付加価値誘発額29兆円と、マクロアプローチで求めた36兆円の乖離については、積み上げ試算の対象とした項目以外の各種事象の効果や、生産性向上に伴うGDP押し上げ効果と解釈することも可能だと思われる。もっとも、第2節でも述べたように、本稿での試算は様々な前提に基づくものであるとともに、代替効果等によって発生しうるマイナス効果については考慮しておらず、結果は幅を持つてみる必要がある。

最後に、本稿における考察からも明らかなように、オリンピック開催に伴う経済効果の大半は、直接効果ではなく付随効果として表れることになる。したがって、東京オリンピックの開催を触媒として、この付随効果を極大化すべく、官民全体で取り組みを加速させることが求められる。第5節でも述べたように、日本再興戦略の成否は民間の投資拡大効果の規模にも大きく影響しうる。本稿の試算においても、いくつかの項目は、日本再興戦略における成果目標の実現を前提としている。また、第3節で示したように、みずほ総合研究所では、アベノミクス効果とオリンピック開催効果の両者によって、2015～2020年度までの年平均成長率が+1.9%と、政府の成長目標（+2.0%）がほぼ達成される姿を、中期経済予測のメインシナリオとしている。それが実現するためには、労働力人口減少に対処するための諸施策や、規制緩和や法人税減税など企業の競争力強化や生産性向上等に資する施策を、果敢に推し進めていくことが求められることは言うまでもない。

本稿の試算結果は、「何もせずとも、オリンピック効果によって日本経済の成長力が大きく高まる」ことを意味するものでは決してない。むしろ、本稿で示したような効果を現実に引き出すためには、政府・民間の行動がどのように変わることが前提となるのか、仮に取り組みが停滞した場合、どのような、あるいはどの程度の潜在的な経済効果やビジネスチャンスを失うことになりうるのか、を改めて確認するための、ひとつの材料としてとらえて頂きたい。

図表 43 東京オリンピック開催に伴う経済効果の総括表

(単位:兆円)

効果の種類	本稿で 取り上げた節	新規需要 (注1)	生産誘発額 (注2)	付加価値 誘発額 (注3)
マクロアプローチによる経済効果試算	第3節			36.0
個別積み上げによる経済効果試算	第4～15節	23.8	60.0	28.9
直接効果	第4節	1.0	2.5	1.3
施設整備費		0.5	1.2	0.6
大会運営費		0.2	0.5	0.3
観戦客消費(宿泊・交通・飲食等)		0.2	0.5	0.3
その他家計消費(関連グッズ購入等)		0.1	0.3	0.2
付随効果	第5～15節	22.8	57.6	27.7
都市インフラ整備・首都圏オリンピック関連業種の 投資加速・耐震化促進	第5～6節	12.3	32.4	15.2
ダイバーシティ対応加速 (バリアフリー化促進・多言語対応加速)	第7～8節	0.9	2.7	1.1
スポーツ支出増加・施設整備	第9節	0.5	1.2	0.5
観光需要増大 (訪日外国人消費増加・MICE需要増加・カジノ開設)	第10～12節	6.8	14.9	7.8
その他 (4K・8Kテレビの購入前倒し) (食料品輸出増大・コンテンツ輸出増大)	第13～15節	2.3	6.4	3.0

- (注) 1. 新規需要は、オリンピック開催によって直接誘発される需要。たとえば、競技場の建設やインフラ整備は民間設備投資・公共投資を、観戦者(居住者)によるチケットやグッズ購入は個人消費を誘発する。
2. 生産誘発額は、上記の新規需要発生に伴い、各産業で誘発される生産額の合計。たとえば、建設・インフラ整備に伴う民間設備投資・公共投資の増加は、主に建設業の生産を誘発する。また、チケット・グッズ購入による個人消費の増加は、小売業やサービス業の生産を誘発する。
3. 付加価値誘発額は、上記の生産誘発額から中間投入(輸入された原材料など)を引いたものであり、GDP押し上げ額に相当する。生産誘発額×粗付加価値係数で求められる。
4. 総務省「2005年産業連関表」より経済波及効果を試算。2次波及効果は消費性向87.7% (2011年度の持家の帰属家賃を除く平均消費性向)とした。

(資料) みずほ総合研究所作成

[参考文献]

- 明石洋子 (2009) 「知的障害などがある人が暮らしやすい街に：心のバリアフリーを願って」 (日本福祉のまちづくり学会『福祉のまちづくり研究』第11巻第1号)
- 妹尾雅夫・中村圭介 (2004) 「カジノと観光産業」 (価値総合研究所『Best Value』 Vol.5)
- 風間春香 (2014) 「オリンピック経済効果シリーズ⑧MICE (マイス) 需要の増加」 (みずほインサイト)
- (2014) 「オリンピック経済効果シリーズ⑨カジノ開設による経済効果」 (みずほインサイト)
- 観光庁 (2013) 『平成25年度 観光白書』
- 齋藤周 (2014) 「オリンピック経済効果シリーズ⑥スポーツ振興による経済効果」 (みずほインサイト)
- (2014) 「オリンピック経済効果シリーズ⑫放送コンテンツの輸出拡大」 (みずほインサイト)
- 坂中弥生 (2014) 「オリンピック経済効果シリーズ⑤多言語対応の促進効果」 (みずほインサイト)
- (2014) 「オリンピック経済効果シリーズ⑦訪日外国人の旅行消費増加」 (みずほインサイト)
- 佐和良作・田口順等 (2009) 「カジノ開設の経済効果」 (大阪商業大学『大阪商業大学論集』第5巻第1号)
- 首相官邸 (2013) 「日本再興戦略 中短期工程表」
- 首相官邸 (2014) 「「日本再興戦略」の改訂について (中短期工程表)」
- 首都高速道路株式会社 (2013) 「首都高速道路構造物の大規模更新のあり方に関する調査研究委員会 提言」
- 総務省 (2013) 「放送コンテンツ海外展開に向けた取組」
- 総務省 (2013) 「放送コンテンツ流通の促進方策に関する検討会 これまでの検討結果について 取りまとめ」
- 総務省 (2014) 「4K・8Kロードマップに関するフォローアップ会合 中間報告」
- 総務省情報通信政策研究所 (2013) 「コンテンツ流通市場の現状分析と海外展開」
- 総務省情報通信政策研究所 (2014) 「放送コンテンツの海外展開に関する現状分析」
- 東京2020年オリンピック・パラリンピック招致委員会 (2013) 「立候補ファイル」
- 東京都スポーツ振興局 (2013) 「2020年オリンピック・パラリンピック開催に伴う経済波及効果は、約3兆円～ 雇用誘発数は約15万人 ～」
- 徳田秀信 (2014) 「オリンピック経済効果シリーズ④公共交通機関などの「バリアフリー」促進効果」 (みずほインサイト)
- 内閣府経済社会総合研究所 (2010) 「IT投資の経済効果分析：固定マトリックスを基礎とした実証研究 調査報告書」
- 日経アーキテクチャ編 (2014) 『東京大改造マップ2020』日経BP社
- 日本経済団体連合会 (2013) 「新たな成長を実現する大規模MICE施設開発に向けて～国際競争力と情報発信力の強化、観光立国の実現のために～」
- 日本生産性本部 (2014) 『レジャー白書 2014』

- 沼尻恵子・鈴木圭一（2011）「既存施設のバリアフリー化に係る費用及び技術的課題についての調査研究」（国土技術研究センター第25回技術研究発表会 発表論文）
- 蓮見秀樹（2013）「MICEの実践 2020年東京五輪に向けて」（一般財団法人日本ホテル教育センター）
- MICE国際競争力委員会（2013）「我が国のMICE国際競争力の強化に向けて～アジアNo. 1の国際会議開催国として不動の地位を築く～」（MICE国際競争力強化委員会最終とりまとめ）
- 松浦大将（2014）「オリンピック経済効果シリーズ③学校・病院施設の耐震化促進効果」（みずほインサイト）
- （2014）「オリンピック経済効果シリーズ⑩4K・8Kテレビの購入前倒し効果」（みずほインサイト）
- みずほ総合研究所（2013）「2020東京オリンピックの経済効果～五輪開催を触媒に成長戦略の推進を～」（緊急レポート）
- 美作市（2008）「美作市予算の概要」（『広報みまさか』2008年5月号 VOL. 37）
- 文部科学省（2011）「公立の義務教育諸学校等施設の整備に関する施設整備基本方針」
- 矢野和彦・千野珠衣（2014）「2020東京オリンピックの経済効果—観光振興・都市インフラ整備加速に伴う効果を中心に—」（一般社団法人情報処理学会『情報処理』Vol. 55 No. 11）
- 大和香織（2014）「オリンピック経済効果シリーズ①過去の開催国GDP上振れ率を用いた試算」（みずほインサイト）
- （2014）「オリンピック経済効果シリーズ⑩観光需要増を梃に食料品輸出の拡大も期待」（みずほインサイト）
- 山本康雄（2014）「オリンピック経済効果シリーズ②五輪開催に伴う投資拡大効果」（みずほインサイト）
- International Olympic Committee（2013），“The Olympic Marketing Fact File 2013 Edition”
- Laurence Chalip（2000），“Leveraging the Sydney Olympics for Tourism” A Paper presented at the 2000 seminar of the International Chair in Olympism
- London Assembly（2011），“Just the ticket: The ticketing arrangements for the London 2012 Olympic Games and Paralympic Games”
- Office for National Statistics（2013），“Visits to the UK for the London 2012 Olympic Games and Paralympics”
- Oxford Economics（2012），“The economic impact of the London 2012 Olympic & Paralympic Games”
- The World Economic Forum（2013），“The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013”