

## 5-33 経済波及

### 5-33-1 全体計画

#### (1) 評価の指標及び目安

全体計画の検討における評価の指標及び目安は、表 5-33-1 に示すとおりである。

経済波及の全体計画の評価については、8 km圏の内外で区分して評価することが困難であることから、ここでは東京都全体を全体計画の評価対象とした。

「波及効果の規模」の評価の目安については、近年実施され、成熟した先進国の首都での開催という面で東京と類似している 2012 年ロンドン大会での経済波及効果を参考とした。2012 年ロンドン大会開催による建設、観光、その他の大会に関連した消費等による大会全体の経済効果は 165 億ポンド（約 2 兆 680 億円）と試算されており、これは、大会予算 92 億 9800 万ポンド（約 1 兆 1500 億）の約 1.8 倍の経済効果となる（「The Economic Impact of the LONDON 2012」（ロイズ銀行グループ、2012 年 7 月））ことから、これを参考として 2 倍程度の経済波及効果を評価の目安とした\*。

表 5-33-1 評価の指標及び目安

評価の指標	評価の基準	評価の目安				
		- 2	- 1	0	+ 1	+ 2
経済効果	波及効果の規模	-	施設整備費・大会運営費等の 2 倍を下回る波及効果	施設整備費・大会運営費等の 2 倍程度の波及効果	施設整備費・大会運営費等の 2 倍を上回る波及効果	-
新規ビジネスの創出	新規ビジネスの創出の有無	-	既存ビジネスを圧迫する	現況と変わらない	新規ビジネスが創出される	-
新たな観光需要の創出	現状の観光の活性化	-	既存の観光利用を妨げる	既存の観光利用を妨げない 観光の活性化に資する機会提供なし	観光の活性化に資する機会提供あり	-

\*2012 年ロンドン大会の開催による経済効果 165 億ポンドのうち、大ロンドン市への経済効果は約 41%とされているが、大ロンドン市における施設整備費・大会運営費の設定が困難であったため、ここでは 2012 ロンドン大会全体における経済効果を用いて評価の目安の参考とした。

## (2) 予測評価の方法

経済波及の予測評価については、開催前（工事による影響、招致・PR 活動による影響）、開催中（競技の実施による影響）、開催後（工事による影響、後利用による影響）について予測評価の検討を行った。

経済波及の指標として、経済効果、新規ビジネスの創出及び新たな観光需要の創出について、波及効果と便益、受益者を定性的に整理するとともに、東京都の計画する施策によって発揮される効果、過去のオリンピック開催都市の事例を参照して予測評価を行った。

それぞれの時期における予測評価の方法は、表 5-33-2 に示すとおりである。

表 5-33-2 予測評価方法（全体計画）

予測評価の時期		予測評価の方法
開催前	工事による影響	「経済効果」、「新規ビジネスの創出」の2指標について、「経済効果」は産業連関分析による定量的な予測評価を行い、「新規ビジネスの創出」は定性的な予測評価を行った。なお、工事中の「新たな観光需要の創出」については、工事による影響・効果が見込めないことから、評価の対象外とした。
	招致・PR 活動による影響	「経済効果」、「新規ビジネスの創出」及び「新たな観光需要の創出」の3指標について、「経済効果」は産業連関分析による定量的な予測評価を行い、「新規ビジネスの創出」、「新たな観光需要の創出」は定性的な予測評価を行った。
開催中	競技の実施による影響	「経済効果」、「新規ビジネスの創出」及び「新たな観光需要の創出」の3指標について、「経済効果」は産業連関分析による定量的な予測評価を行い、「新規ビジネスの創出」、「新たな観光需要の創出」は定性的な予測評価を行った。
開催後	工事による影響	開催前の工事による影響と同等とした。
	後利用による影響	「経済効果」、「新規ビジネスの創出」及び「新たな観光需要の創出」の3指標について、「経済効果」は産業連関分析による定量的な予測評価を行い、「新規ビジネスの創出」、「新たな観光需要の創出」は定性的な予測評価を行った。

### (3) 予測評価の結果

#### 1) 開催前（工事による影響、招致・PR活動による影響）、開催中（競技の実施による影響）、開催後（工事による影響、後利用による影響）

##### ① 一次評価

##### (イ) 経済効果

2020年東京大会における経済効果の波及について、効果の項目と受益者等の関係について、表5-33-3(p5-33-4)の便益帰着構成表のように整理される。

オリンピック・パラリンピック大会は、世界最高のスポーツイベントの開催を通して、競技会場、非競技会場の建設、輸送といった都市インフラの整備によって直接的な経済効果がもたらされ、直接投資の拡大、関連企業の業績拡大、需要拡大等による雇用者の所得増、消費の拡大は所得税や法人税、消費税等の税収につながる。

また、2020年東京大会の開催は、直接的な経済効果にとどまらず、レガシー効果として東京の持続可能な発展のための環境保全、スポーツ・文化振興・地域社会の発展に大いに寄与すると考えられる。

2020年東京大会の波及効果は、環境・社会的な効果の側面を含め、図5-33-1(p5-33-5)に示すように伝播していくと考えられる。

このように、経済波及効果は、開催前、開催中、開催後といった短期で捉えるよりも、2020年東京大会開催に伴う諸々の経済活動と、東京都の施策に基づいて実施される様々な事業の全体計画に対する波及効果に関し、長期的な視点で検討、評価することが必要である。

表 5-33-3 2020年東京大会の便益帰着構成表

(単位：億円)

主 体 項目	組織委員会	オリンピック・パラリンピック会場					東京都				その他の地域			政府等		合計	
		I O C	J O C	スポンサー企業	大会役員・選手・メディア等	国外観戦者・観光客	観戦者	家計・被雇用者	産業	地方政府	観戦者	家計・被雇用者	産業	地方政府	各種公益団体		国
チケット	724				▲	▲					▲						
放送権		▲															
企業協賛金	820			▲											▲		
寄付							▲	▲	▲		▲	▲	▲		▲		
ライセンス関係	121					▲	▲	▲			▲	▲					
その他	397	▲		▲	▲	▲	▲	▲		▲	▲	▲				▲	
施設建設	-3,831							▲	▲			▲				▲	
大会運営	-3,103	●	●					●	●			●	●			●	
大会参加・観戦				▲	▲	▲	▲	●	●		▲	●	●				
企業マーケティング活動				▲				●	●			●	●				
国際映像製作・伝送					▲			●	●			●	●				
記念グッズ・AV機器等						▲	▲	▲			▲	▲					
レガシー効果						▲		●	●			●	●				
税	▲	▲				▲	▲	▲	▲	●	▲	▲	▲	●		●	
合計																	

(●：収入 ▲：支出)

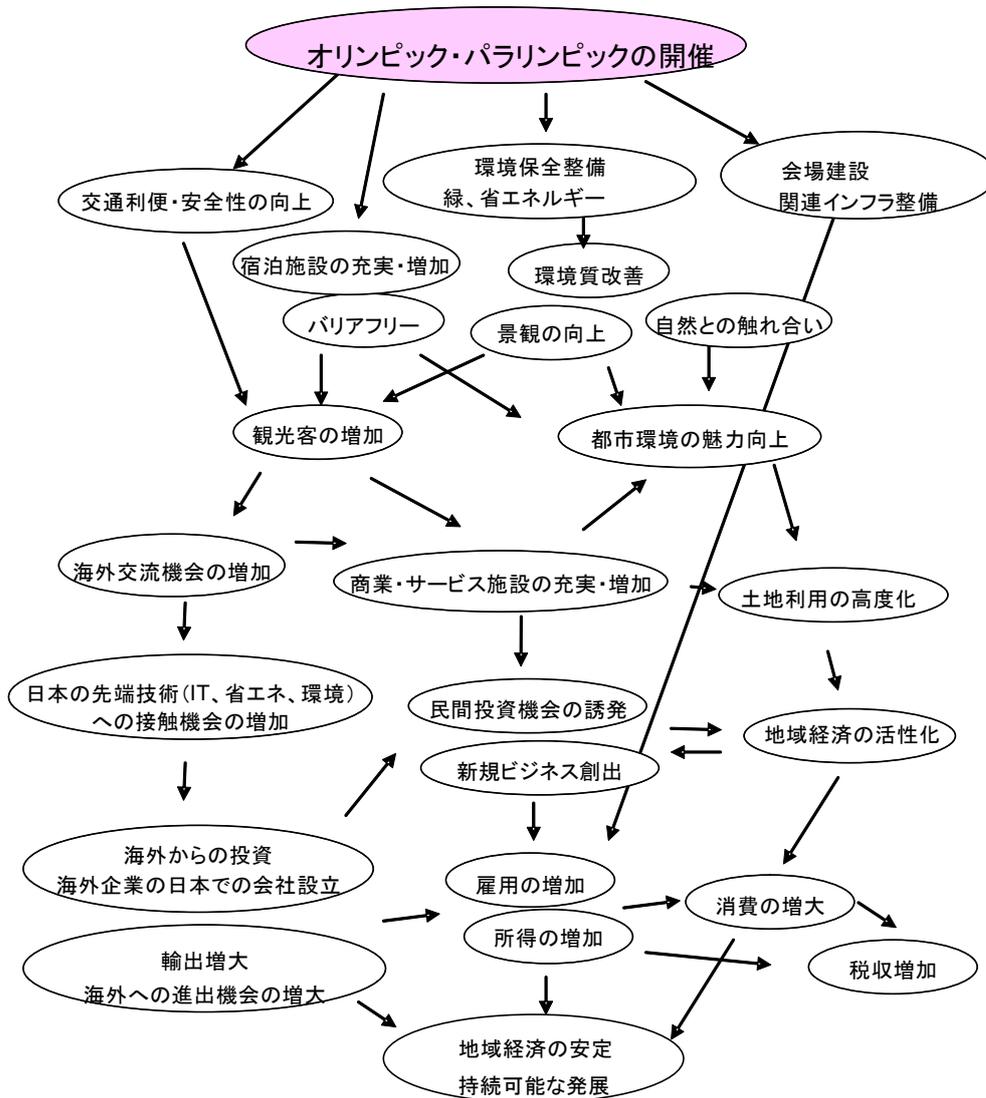


図 5-33-1 2020 年東京大会の開催による効果波及フロー

(a) 2020年東京大会の主な波及効果

2020年東京大会による経済、環境、社会への波及効果について主なものとして以下のような事項が考えられる。

● 工事による影響

競技会場、非競技会場として新設される施設、既存施設の改築・改修、また仮設の施設の建設工事や関連するインフラの整備による事業投資によって、建設関連の企業には、直接的な経済効果がもたらされる。建設等に必要とされる原材料の需要から、これらを生産する企業へも経済的な効果が波及する。建設工事や原材料の増産に伴って、新たな雇用が創出されるとともに、雇用者の所得が増加する。ひいては消費の拡大に繋がることが想定される。

● 輸送・交通

輸送、交通の面では、2020年東京大会の開催に向け、三環状道路の主要部分や骨格幹線道路の整備が進み、また、踏切を削減し連続立体交差の整備を推進していく計画である。これらの整備により、交通渋滞が緩和され、都民のみならず、東京を訪れる周辺地域の住民、観光客の利便性が向上するとともに、開催期間中の会場間の移動アクセスのみならず、観光スポット等へのアクセス性が向上し、交流機会が増加する。

● 環境

環境面においても、東京都では環境共生都市の実現を目指し、持続可能な都市の発展、成熟のために、様々な環境保全施策を実行中である。

今後10年で新たな都市公園等433haを整備し、都心の大規模な緑地をグリーン・ロード・ネットワークで結ぶことで、水と緑の回廊で包まれた美しいまちを復活するプロジェクトを実施することにより新たな生物・生態系を育む場が増加する。

輸送・交通面の効果で述べたように、主要道路網の整備促進や、低公害車の積極的な導入等により、大気質はさらに改善し、温室効果ガスの排出の抑制にも繋がる効果がある。

水質面を見ると、東京都では、合流式下水道越流水の改善、底質汚泥の浄化といった様々な水質浄化対策や水辺再生等の整備を推進している。東京湾の水質は継続的に改善され、豊かな自然環境と共生する水辺空間を創出し、都民や訪問者が安心して水と触れ合う場所と機会を増やすことに貢献する。

● 資源・エネルギー

2020年東京大会での環境の取組みとして、最先端の省エネ技術や再生可能エネルギーを活用することを挙げている。また、資源の有効利用と廃棄物の排出抑制・リユースの推進と多様なリサイクルシステムを構築する制度がある。加えて、都市にとって重要な水資源である雨水や下水道再生水の循環利用を進めている。

### ● 新たな観光需要の創出・新規ビジネスの創出

環境質が良好で緑あふれ、利便性の向上した東京へは、オリンピック観戦だけでなく、観光を目的とする来訪者の増加も見込めるものと考えられる。2020年東京大会を契機として、新たな文化拠点や豊かな水辺空間などが、東京の魅力として世界に発信されることになる。2020年には、年間1,500万人の外国人旅行者が訪れる世界有数の観光都市を目指した施策を東京都は進めている。

都市としての魅力を増した東京には、2020年東京大会の開催後においても、周辺からの来訪者や海外からの旅行者が増加すると見込まれる。したがって、観光産業は開催前から開催後も成長すると予想される。また、海外からの旅行者が不自由なく歩くことのできるホスピタリティあふれる街に成熟することにより、交流機会が増加し、新たなビジネスチャンスを生む素地ができあがる。これらは、商業、サービス産業を発展させ、新規ビジネスの創出をもたらすと予測する。

東京には、企業活動や雇用者の就労に際して、良好な環境質が保全され、高い能力を持つ人材ポテンシャルがある。また、東京の世界最高水準の環境、省エネ技術等を導入した施設やシステムが実際に供用されていることなどに対して、実際に触れる機会や情報を持つことによって、東京の企業への海外からの投資や起業などが活発化し、新規ビジネスの創出のみならず、関連する産業の発展を促すものと考えられる。このことは雇用の増加、所得の増加に繋がるものと予測される。

### ● 後利用の影響

有明アリーナ、夢の島ユース・プラザ・アリーナA、B等の新設会場は、開催後においてスポーツ競技大会や、コンサート等の文化イベント等に利用されることが想定される。また、海の森クロスカントリーコース、海の森水上競技場、葛西臨海公園は、都民のレクリエーションの場、憩いの場となる。したがって、これらの会場の周辺では、継続的に来訪者があり交流機会が生まれ、商業、イベント、サービス等の産業分野の成長が期待できる。

非競技会場では、ユニバーサルデザインの考え方に基づいて建設された選手村が、2020年東京大会の開催後、環境共生型の住宅エリアとなり広く都民に提供される。IBC/MPCは、開催後の後利用として展示会場等としての活用が予定されている。これらの会場の周辺では、新たなコミュニティが出現することによって、商業、サービス等の産業等において新規ビジネスの創出、雇用の創出が予想される。

(b) 過去の大会における経済効果

オリンピックの開催がインフラ整備及び観光客の流入、雇用機会の創出などを通して様々な経済波及効果を誘発することは過去のオリンピックでも報告されている。

過去の大会における開催都市の経済効果等の概要は表 5-33-4 に示すとおりであり、これらの事例に裏付けされるように、オリンピック大会開催は、開催都市の経済的な発展と安定に寄与する経済効果があると考えられる。

表 5-33-4 オリンピック開催都市における経済効果

大会	開催都市の経済効果等
1992年バルセロナ大会	<ul style="list-style-type: none"><li>・建設等の直接投資による経済効果</li><li>・開催都市の魅力増加による住宅建設及び雇用の増加</li><li>・資産の増大、サービス産業、都市の魅力、国際化、生産力、競争力の成長</li></ul>
1996年アトランタ大会	<ul style="list-style-type: none"><li>・雇用者の所得増加</li><li>・観光、会議、ビジネス拡大の場、海外直接投資に対して効果</li><li>・雇用の創出、職業訓練、人材育成等の波及効果</li></ul>
1998年長野大会	<ul style="list-style-type: none"><li>・運営予算 1030 億円</li><li>・経済波及効果として 2 兆 3,244 億円、雇用増加数 29 万 7000 人と試算</li><li>・観光客 225 万人</li></ul>
2000年シドニー大会	<ul style="list-style-type: none"><li>・若年層への新たな雇用の創出</li><li>・地元企業への建設工事による便益</li><li>・海外からの投資活動</li><li>・起業を活発化させるプログラムの成功</li></ul>
2004年アテネ大会	<ul style="list-style-type: none"><li>・労働力の増加、地域の経済システムの発展に効果</li></ul>
2008年北京大会	<ul style="list-style-type: none"><li>・間接的な経済効果約 3 兆 7000 億円、直接的な経済効果 5 兆 2000 億円を合わせた全体的な経済効果として約 9 兆円と試算</li></ul>
2012年ロンドン大会	<ul style="list-style-type: none"><li>・インフラ整備による建設投資により英国及びロンドンに 11~12%の GDP 増加が想定</li><li>・国内投資の増加、観光客の増加</li><li>・建設業、陸上旅客輸送、サービス、スポーツ施設の業種での経済効果</li><li>・多くの新規ビジネス創出</li></ul>

1992年バルセロナオリンピックにおいては、道路建設、選手村、競技会場と関連施設、ホテル改築等の直接的投資による経済効果、また、開催前から開催後（1986-1993年）にかけて、オリンピック施設や関連するインフラ等の建設需要に伴う原材料の需要増加、バルセロナ市の魅力が増したことによる住宅建設の増加と、これらに伴う雇用の増加を報告している。また、資産の増大、サービス産業、都市の魅力、国際化、生産力、競争力の成長がオリンピックのレガシーとしてもたらされたと報告している（An economic analysis of the Barcelona '92 Olympic Games）。

1996年のアトランタオリンピックでは、ジョージア州の産業セクターにもたらされる短期的な経済効果を雇用者の所得の増加として評価している。また、長期的な経済波及効果として、メディアへの集中的な露出によって市と州の国内外の認知効果による観光、会議、ビジネス拡大の場所として、また海外直接投資に対して効果があったとしている。さらに地域社会へは、雇用の創出や職業訓練、人材育成などに波及効果があったと報告している（The Economic Impact of Hosting the 1996 Summer Olympics）。

1998年の長野冬季オリンピックでは、運営予算 1030 億円に対して、経済波及効果として 2 兆 3,244 億円になったと試算されている。また、雇用増加数 29 万 7000 万人となり、225 万人の観光客数があったとされている（笹川スポーツ財団「スポーツ白書（2006 年 3 月）」）。

2000年シドニーオリンピックでは、主に観光、サービス、建設、小売、交通などの産業で若年層に新たな雇用が創出されたことが、オリンピック大会開催の大きな効果であるとしている。多数の地元企業がオリンピック関連施設の建設工事による便益を受けたことや、オリンピックを機にオーストラリアやニューサウスウェールズ州への海外からの投資活動、起業を活性化させるプログラムが成功したと報告している（Sydney 2000 Post Games Report）。

2004年アテネオリンピックでは、オリンピック大会の経済波及効果について、労働力（人口）を指標として注目し、その変化について検討した結果を報告している。アテネ市のあるアッティカ県では、開催前の 1998 年から開催後の 2005 年まで労働力を比較すると 12%増加した。2004年オリンピック終了後も、雇用機会があり労働力がアッティカ県に維持されていることから、地域の経済システムの発展に効果があったことを報告している（Economic Aspects and Sustainability Impact of Athens 2004 Olympic Games）。

2008年北京オリンピックでは、北京市経済社会発展研究センターによるとチケットや放映権販売による収入総額は 2150 億円に達すると試算されている。また、北京市統計局国民経済計算所によると、2005～2008年の北京市のGDP平均成長率は 11.8%であり、GDPの押し上げ効果は 2004年～2008年の 4年間で総額 1055 億円に達したとしている。

また、北京体育大学によると、北京オリンピックの間接的な経済効果は約 3 兆 7000 億円、直接的な経済効果（5 兆 2000 億円）を加えると、開催による全体的な経済効果は約 9 兆円になると試算されている。

2012年ロンドンオリンピックの持続可能な発展に関するレポートでは、経済効果として、インフラ整備による建設投資によって、英国全体とロンドンに 11-12%のGDP増加を想定している。また、国内投資の増加、観光客の増加による経済効果を検討している。また、英国内で経済効果が大きい産業分野として、建設業、陸上旅客輸送分野を挙げ、ロンドン市内では、陸上旅客輸送、サービス、スポーツ施設の業種において、経済効果を予想している。さらに、開催前から開催後にかけて、多くの新規ビジネスが創出されることが予測されている（Olympic Games Impact Study: Final report）。

(c) 2020年東京大会全体の経済効果の試算

●需要増加額

2020年東京大会全体の需要増加額の概要は表5-33-5に示すとおりである。

2020年大会の開催に向けた施設整備についてオリンピックスタジアムをはじめとする競技施設、選手村等の施設整備費に3,557億円、オリンピック・パラリンピック大会の主催機関である大会組織委員会の大会運営費は3,104億円（IOCなどへのロイヤリティ支払や、法人税を除く）になると見込まれている。

大会に参加する選手団、チーム、競技役員等大会関係者の渡航、事前キャンプ等支出、スポンサーとなる企業のマーケティング活動費等支出、メディアの国際映像制作・伝送費等支出及び直接オリンピックを観戦する国内外の観戦客の移動、宿泊、飲食等に伴う支出は2,470億円になると見込まれる。

テレビを通して大会を視聴する一般家庭の映像受信機やオフィシャルグッズ購入費など、オリンピック競技大会開催に伴う我が国全体での家計消費支出の増加は2,286億円になると見込まれる。

東京が2020年のオリンピック・パラリンピックの開催都市になると、東京、日本の知名度・イメージがさらに向上し、外国人観光客とその観光消費額の増加が期待されることから、その誘客効果は2013年から2020年までの間に累計で約1,000億円になると見込まれる。ただし、オリンピック・パラリンピックの開催期間中に訪日観光を回避する観光客がいることも想定し、需要増加額として純観光消費額の822億円を見込んだ。

以上から、これらの資本投資（施設整備費、大会運営費）および消費支出（参加者・観戦客支出、国際映像制作・伝送費、企業マーケティング活動費、家計消費支出、誘客効果）の需要増加額は、我が国全体で1兆2,239億円と見込んだ。

地域別にみると、東京都の需要増加額は、全体の79.0%、9,669億円、その他の地域の需要増加額は、2,569億円となった。

表 5-33-5 2020年東京大会開催に伴う需要増加額の概要  
(2012年6月現在の試算値)

(単位：百万円)

項目	東京都	その他の地域	全国
施設整備費	355,700	0	355,700
大会運営費	295,112	15,299	310,411
参加者・観戦客支出	110,558	66,276	176,834
国際映像制作・伝送費	33,100	400	33,500
企業マーケティング活動費	33,907	2,749	36,656
家計消費支出	96,746	131,821	228,567
誘客効果	41,821	40,390	82,211
総計	966,944	256,935	1,223,879

●経済波及効果

2020年東京大会の開催による経済波及効果について「平成17年（2005年）東京都産業連関表」に基づく産業連関分析により経済波及の評価を行った。

経済波及効果の概要は表5-33-6に、地域別・部門別の推計は表5-33-7に示すとおりである。

大会の開催による生産誘発額（経済波及効果）は、我が国全体で2兆9,609億円になると推計される。これは2020年東京大会の開催に伴う施設整備費・大会運営費6,661億円の4.4倍に相当し、需要総額1兆2,239億円の2.4倍に相当する。

東京都では、生産誘発額が1兆6,753億円になると推計される。

これは、都内の施設整備費・大会運営費6,508億円の2.6倍に相当し、需要増加額9,669億円の1.7倍になると推計される。また、付加価値誘発額は8,586億円と推計される。

この規模は、近年の都内総生産額からみると、およそ1.0%に相当する。雇用者所得誘発額は4,687億円と推計される。

その他の地域では、生産誘発額は1兆2,856億円、付加価値誘発額は5,624億円、雇用者所得誘発額は2,846億円と推計される。

表 5-33-6 2020年東京大会開催に伴う経済波及効果（概要）  
（2012年6月現在の試算値）

（単位：億円）

項 目		直接・第一次 波及効果	第二次 波及効果	総合効果
東京都	生産誘発額 (需要増加額含む)	13,406	3,347	16,753
	付加価値誘発額	6,572	2,014	8,586
	雇用者所得誘発額	3,947	740	4,687
その他の 地域	生産誘発額 (需要増加額含む)	9,051	3,805	12,856
	付加価値誘発額	3,765	1,859	5,624
	雇用者所得誘発額	2,044	802	2,846
全 国	生産誘発額 (需要増加額含む)	22,457	7,152	29,609
	付加価値誘発額	10,337	3,873	14,210
	雇用者所得誘発額	5,991	1,542	7,533

表 5-33-7 2020 年東京大会開催に伴う経済波及効果（地域別・部門別）  
（2012 年 6 月現在の試算値）

	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 (%)	
東京都	第一次産業	663	0.0	402	0.0	154	0.0
	第二次産業	559,537	33.4	247,432	28.8	196,596	41.9
	鉱工業	101,351	6.0	38,031	4.4	26,026	5.5
	建設業	458,186	27.4	209,401	24.4	170,570	36.4
	第三次産業	1,018,398	60.8	541,353	63.1	228,096	48.7
	商業	123,065	7.4	83,421	9.7	45,207	9.7
	金融・保険・不動産業	175,766	10.5	120,472	14.0	17,957	3.8
	運輸・通信業	219,449	13.1	89,798	10.5	42,237	9.0
	サービス業	474,745	28.3	236,049	27.5	117,059	25.0
	その他	25,373	1.5	11,613	1.4	5,636	1.2
	財・サービス部門計	1,578,598	94.2	789,187	91.9	424,846	90.6
本社部門	96,680	5.8	69,420	8.1	43,824	9.4	
総計	1,675,278	100.0	858,607	100.0	468,670	100.0	
その他の地域	第一次産業	24,312	1.9	12,707	2.3	2,427	0.9
	第二次産業	587,705	45.7	171,069	30.4	86,389	30.3
	鉱工業	573,643	44.6	165,642	29.4	82,231	28.9
	建設業	14,062	1.1	5,427	1.0	4,158	1.4
	第三次産業	590,295	45.9	318,405	56.6	157,379	55.3
	商業	121,598	9.5	70,787	12.6	40,807	14.3
	金融・保険・不動産業	74,415	5.8	53,567	9.5	9,398	3.3
	運輸・通信業	172,314	13.4	78,714	14.0	43,841	15.4
	サービス業	183,178	14.2	97,065	17.3	56,783	20.0
	その他	38,790	3.0	18,272	3.2	6,550	2.3
	財・サービス部門計	1,202,312	93.5	502,181	89.3	246,195	86.5
本社部門	83,274	6.5	60,169	10.7	38,464	13.5	
総計	1,285,586	100.0	562,350	100.0	284,659	100.0	
全国	第一次産業	24,975	0.9	13,108	0.9	2,581	0.3
	第二次産業	1,147,242	38.7	418,502	29.5	282,985	37.6
	鉱工業	674,994	22.8	203,673	14.4	108,257	14.4
	建設業	472,248	15.9	214,829	15.1	174,728	23.2
	第三次産業	1,608,692	54.3	859,759	60.5	385,475	51.2
	商業	244,663	8.3	154,208	10.9	86,014	11.4
	金融・保険・不動産業	250,181	8.4	174,040	12.2	27,355	3.6
	運輸・通信業	391,763	13.2	168,512	11.9	86,078	11.5
	サービス業	657,923	22.2	333,114	23.4	173,842	23.1
	その他	64,163	2.2	29,885	2.1	12,186	1.6
	財・サービス部門計	2,780,910	93.9	1,291,369	90.9	671,041	89.1
本社部門	179,954	6.1	129,588	9.1	82,288	10.9	
総計	2,960,864	100.0	1,420,957	100.0	753,329	100.0	

注) 経済波及効果の推計にあたっては、「平成17年(2005年)東京都産業連関表」を使用した。

メモ

「生産誘発額」とは、最終需要(2020 年東京大会開催に伴う需要増加額)を賄うために直接・間接に必要となった生産額を指す。

「付加価値誘発額」とは、生産活動によって新たに付加された価値で、生産額から中間投入額を控除したものを指す。

表 5-33-6(p5-33-11)及び表 5-33-7(p5-33-12)に示した経済効果の試算は、開催前(2013年)から開催(2020年)までを一括で対象としているが、時期別には以下のように整理される。

表 5-33-8 2020年東京大会開催に伴う主な需要増加項目(時期別)

開催前		開催中	開催後	
工事の影響	招致等の影響	競技の実施	工事の影響	後利用の影響
・施設整備費	・家計消費支出 ・誘客効果	・大会運営費 ・参加者・観戦客支出 ・国際映像制作・伝送費 ・企業マーケティング活動費 ・家計消費支出 ・誘客効果	(施設整備費)※	(誘客効果)※

※開催後については、表 5-33-6(p5-33-11)及び表 5-33-7(p5-33-12)の経済効果の試算には含まれていないが、大会の開催により開催後の施設整備費及び誘客効果について需要増加が考えられることから、ここでは表中に記載した。

時期別の経済効果の予測は以下のとおりである。

#### ○開催前(工事の影響)

開催前には、競技会場・非競技会場として新設される施設の建設、既存施設の改修、仮設会場の設営等の施設整備による需要増加・経済波及効果が見込まれる。これらの投資により建設業を中心に直接的な経済効果もたらされるほか、原材料の増産・輸送量の増加や、施設への最新技術の導入等により、関連産業への経済効果の波及が見込まれる。

開催前の工事による施設整備費等から派生する生産誘発額については、都内における大会全体の経済波及効果(施設整備費・大会運営費の2.6倍(p5-33-11参照))と同程度の割合となると想定し、費用の2倍以上の波及効果があるものと予測した。

#### ○開催前(招致等の影響)

東京が2020年大会の開催都市になり、東京の知名度やイメージが向上することによる誘客効果によって、開催前からの外国人観光客とその観光消費額の増加が見込まれ、旅行業、宿泊業、飲料サービス業等の産業への経済効果の波及が見込まれる。

また、2020年大会を契機として、テレビ観戦する一般家庭への映像機器の購入等の家計消費支出が創出されると考えられる。

開催前の招致等による運営経費等から派生する生産誘発額については、都内における大会全体の経済波及効果(施設整備費・大会運営費の2.6倍(p5-33-11参照))と同程度の割合となると想定し、費用の2倍以上の波及効果があるものと予測した。

#### ○開催中(競技の影響)

大会開催期間中には、競技会場のスタッフ人件費や会場の賃借料などの大会運営費

や、選手団や役員等の渡航や事前キャンプ等の支出、メディアの国際映像制作・伝送費等の支出、スポンサー企業のマーケティング活動、2020年東京大会を観戦する国内外の観戦客による支出による需要増加が見込まれ、サービス業等を中心に経済効果の波及が見込まれる。

大会開催中の運営経費等から派生する生産誘発額については、都内における大会全体の経済波及効果（施設整備費・大会運営費の2.6倍（p5-33-11参照））と同程度の割合となると想定し、費用の2倍以上の波及効果があるものと予測した。

#### ○開催後（工事の影響）

開催後には、会場の改修や仮設施設の撤去等が行われる。これらの工事の実施により、開催前と同様に、建設業を中心に直接的な経済効果がもたらされるほか、関連産業への経済効果の波及が見込まれる。

開催後の工事による施設整備費等から派生する生産誘発額については、都内における大会全体の経済波及効果（施設整備費・大会運営費の2.6倍（p5-33-11参照））と同程度の割合となると想定し、費用の2倍以上の波及効果があるものと予測した。

#### ○開催後（後利用の影響）

開催都市としての知名度やイメージの向上による誘客効果は、開催後にも継続されることが考えられることから、開催前・開催中と同様に、外国人観光客とその観光消費額の増加が見込まれ、旅行業、宿泊業、飲料サービス業等の産業への経済効果の波及が見込まれる。

開催後の後利用については、施設整備費・大会運営費等の費用がほとんど想定されないことから、上記の経済効果の波及は費用の2倍以上の効果があるものと予測した。

このように、2020年東京大会の開催により、開催前～開催後を通して費用を大きく上回る経済効果が期待される。

予測評価のいずれの時期においても費用の2倍以上の経済効果が期待されると予測されることから、経済効果の評価結果はすべての予測時期において「+1」とした。

### (p) 新規ビジネスの創出

#### (a) 2020年東京大会による新規ビジネスの創出効果

「経済効果」で予測評価したように、都市としての魅力を増した東京には、周辺からの来訪者や海外からの旅行者が増加すると見込まれ、観光産業は開催前から開催後も成長するとともに、交流機会が増加し、新たなビジネスチャンスを生む素地ができあがる。

これらは、商業、サービス産業を発展させ、新規ビジネスの創出をもたらすと予測する。東京には緑と環境質が良好に保全され、高い人材ポテンシャルがあり、世界最高水準の環境、IT等の技術力を有する企業が多数ある。これらの企業への国内外からの投資が活発化し、関連産業が発展するとともに、多くの新規ビジネスを創出すると予測する。

#### (b) 過去の大会における新規ビジネスの創出

これまでに開催された、また今後開催されるオリンピック都市の事例における新規ビジネスの創出について以下に記す。

2000年シドニーオリンピックでは、オリンピック・レガシー（例えば、開催地の知名度の向上、施設の充足度向上、国際的な人的ネットワークの向上）により、主に観光、サービス、貿易などの産業で新規ビジネスが大幅に増加したとしている（Sydney 2000 Post Games Report）。

2012年ロンドン大会では、開催前から開催後にかけて、ロンドン市のみならず英国全体で、多くの新規ビジネスが創出されることを予測している。今後成長すると考えられる産業分野として、ロンドン市内では、陸上旅客輸送、サービス、スポーツ施設の業種において、英国全体では、建設業、陸上旅客輸送分野を挙げている。これらの産業分野で新規ビジネスの創出が期待できるとしている（Olympic Games Impact Study）。

2012年ロンドン大会では、大会から生じる契機として建設、エンジニアリング、建築、広告、環境技術、ホスピタリティ、セキュリティ、ロジスティックス、ITスポーツ技術、クリエイティブ産業などの分野を網羅したビジネスチャンスが生み出されるものとしている。また、大会を契機とした国外への展開として、ロンドン大会開催前にICT、自動車、エンジニアリング、建設、ファッション及び衣料品などの分野の14社からなる通商使節団が訪日し、会談やネットワークづくり等の企業ビジネス・プログラムによりビジネス展開を図っている。（駐日英国大使館ウェブサイト）

2012年ロンドン大会の開催期間中に英国貿易投資省によりロンドンのランカスター・ハウスで開催されたグローバル・ビジネス・サミット（Advances in Assistive Medical Technologies Global Business Summit）では、コンピュータ制御された義手足から血管管理技術まで、疾患・怪我・障害を持つ人々に向けて開発されたリハビリテーションの画期的なアプローチや支援技術等、英国が医療支援技術分野で誇るイノベーションが披露され、世界中の人々に英国企業が持つ可能性を広く周知させる絶好の機会となった。

また、同じくロンドン大会の開催期間中に開催されたグローバル・スポーツ・サミット（Global Sports Summit）では、国際的なスポーツ大会を開催する主要団体が一堂に会し、持続可能な建築及びエンジニアリング、プランニング、セキュリティ、顧客に経験と収入を最大限に提供する方法等について協議が行われた。ヒュー・ロバートソン英国スポーツオリンピック担当大臣のコメント「ロンドン大会の準備を予定通り・予算内に成し遂げた英国企業は、グローバルなスポーツイベントの建設プロジェクト受注に向けて有利な立場にあり、より多くのビジネス機会が創出されることが期待される」にあるように、大会期間中に開催されたグローバス・スポーツ・サミットが英国企業の国際的なビジネス機会の発掘に資するものとなっている。（駐日英国大使館ウェブサイト）

なお、2012年ロンドン大会では、混雑や宿泊料金の高騰への懸念からスポーツファン以外の観光客が大会期間を回避することにより、大会期間中の観光名所への観光客の減少がみられており、ロンドン市内の小売店、ホテル、劇場等では開催期間中の売上が減少していた（英ファイナンシャル・タイムズ紙）。大会の開催により、既存の観光産業等のビジネスを圧迫する可能性も考えられる。

このように、開催期間中に既存の観光産業等を圧迫する事例が見られるものの、過去の

オリンピック都市の事例においては、総じてオリンピックの経済波及効果や、国内企業の先端技術の披露により多くのビジネスチャンスが生まれていることから、開催前から開催後にかけてのいずれの時期においても、多くの新規ビジネスが創出すると予測する。したがって、すべての予測時期において評価結果は「+1」とした。

(ハ) 新たな観光需要の創出

(a) 2020年東京大会による新たな観光需要の創出

「経済効果」で予測評価したように、オリンピック観戦だけでなく、東京の観光を目的とする来訪者の増加も見込めるものと考えられる。

また、オリンピック開催都市となることにより、開催前の段階から東京の魅力を宣伝する絶好の機会となり、観光客数の増加や観光産業の振興につながると考えられる。

さらに、オリンピックを契機として、新たな文化拠点や豊かな水辺空間などが、東京の魅力として世界に発信されることにより、都市としての魅力を増した東京に、2020年東京大会開催後においても、周辺からの来訪者や海外からの旅行者が増加すると見込まれる。したがって、開催前から開催後も、観光需要は創出されると予測する。

(b) 過去の大会における新たな観光需要の創出

これまでに開催された、また今後開催されるオリンピック都市の事例で、新たな観光需要の創出について以下に記す。

1996年のアトランタオリンピックでは、長期的な経済波及効果として、メディア戦略によって、アトランタ市とジョージア州の認知度が国内外に高まり、観光ビジネスの拡大に貢献したことを報告している。(The Economic Impact of Hosting the 1996 Summer Olympics)

2000年シドニーオリンピックでは、オリンピック大会開催の便益は、国内はもとより、海外からの観光客の増加によるビジネス機会にあったと報告している(Sydney 2000 Post Games Report)。

2012年ロンドン大会の持続可能な発展に関するレポートでは、オリンピック開催都市となることは、ロンドンへの来訪者を惹きつける絶好の機会であるとしている。このことは海外の観光客に対して、ロンドンが魅力ある観光地であることを宣伝する機会であり、観光客数やその支出が観光産業に影響を与えるとして、その経済効果を報告している(Olympic Games Impact Study: Final report)。

ロンドン大会では、混雑や宿泊料金の高騰への懸念からスポーツファン以外の観光客が大会期間を回避することにより、大会期間中の観光名所への観光客の減少がみられていた。英国統計局によると、ロンドン大会が開催された2012年8月について、海外から英国を訪れた外国人観光客数は303万人となっており前年比5%減であったが、この間に観光客が費やした費用総額は23億8千万ポンドで、前年比9%増となっており、「観光客を引きつけることはなかったが、入場券や関連グッズが消費を促すなどの一定の効果はあった」と分析されている。

上記のオリンピック都市の事例で裏付けされるように、2020年東京大会の開催によって、開催前から開催後にかけて新たな観光需要が創出されると予測する。

これらのことから、開催前（招致・PRによる影響）、開催中（競技による影響）、開催後（後利用による影響）における評価結果は「+1」とした。

## ② ミティゲーション

オリンピック・パラリンピックの開催による経済波及効果をより高めるには、大会の開催を契機にした新規ビジネスの創出や、多くの旅行者が訪れる観光需要の創出が考えられる。

開催中の経済波及に関するミティゲーションは、表 5-33-9 (p5-33-18) として、宿泊料金の高騰による観光客の回避を解消するため、多様で合理的な価格の宿泊施設を選択できる仕組みを構築する。また、観戦客の増員を図るためのチケット販売戦略を立てる。

また、オリンピックの開催中は、東京・日本の有する技術力を基盤とした新規ビジネスの創出の絶好の機会として、先端環境技術の導入による環境技術開発の促進や、環境技術の広く世界へ向けた発信等を行う。

大会の開催前から開催後にかけてのミティゲーションとして、新規ビジネスの創出・観光需要の創出の観点から、東京都の掲げる施策として表 5-33-10 (p5-33-19～20) に示すものが挙げられる。

東京都は、新規ビジネスの創出として外国企業の積極誘致や新規分野・新事業の創出を積極的に支援する施策を行うとともに、年間1,500万人の外国人旅行者が訪れる世界有数の観光都市の実現を目指すべく、以下の事業を展開している。

表 5-33-9 経済波及に関するミティゲーションの内容（開催中）

会場区分	ミティゲーションの内容
全体計画	<p>○誘客効果の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・開催期間中の宿泊料金について、来訪者や観客の個々のニーズに応じた、多様で合理的な価格の宿泊施設を選択できる仕組みを構築する。</li> </ul> <p>○観戦客の増員：会場へ来訪する観戦客を増やすため、以下のチケット販売戦略を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国内におけるスポーツ・イベントの人気を分析し需要に応じた価格設定を行う。</li> <li>・インターネットと全国4万点以上のコンビニエンスストアを活用した販売を行い多様な層の集客を目指す。販売の初期段階では公平性を確保するためWEBサイトから申し込みを受け付ける。</li> <li>・大会直前の最終販売ではコンビニエンスストアのネットワークを通して、誰でもいつでもチケットを買うことができるシステムを提供する。</li> <li>・競技大会のチケット保有者は公共交通機関を利用し無料で競技会場にアクセスすることができるようにする。</li> <li>・一般の観客、スポンサー、オリンピック・ファミリーを対象とする大会期間中のチケット交換システムを構築し、チケット購入者の確実な来場を促す。</li> <li>・インターネット、モバイル機器等を通じてリアルタイムな空席情報を配信する。</li> <li>・入退場を緻密に管理し、一定時間が過ぎても入場の無い座席、早い時間に観客が会場を離れた座席を利用できる新たな仕組みを構築する。</li> </ul> <p>○企業マーケティング活動：国内スポンサーシップへのマーケティングプログラムを以下の方針に従って実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・TOPパートナーのカテゴリーと権利を尊重する。</li> <li>・ローカルマーケティング収入を最大化する。</li> <li>・国民の関心を喚起し、スポンサーシップを有意義で価値あるものとする。</li> <li>・スポンサーが野心的でダイナミックなプログラムをとおして大会とオリンピック・ムーブメントのプロモーションに貢献する。</li> </ul> <p>○2020年東京大会のイメージ強化によるライセンス収入</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高品質、高性能な製品</li> <li>・日本の伝統文化を伝えるグッズ</li> <li>・発達した市場と、多くの優れた企業へのアクセス</li> </ul> <p>○新規ビジネスの創出機会 (先端環境技術の導入による環境技術開発の促進)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・東京・日本の持つ高い技術力を基盤として、会場・施設に最新の環境技術を採用することで、新たな環境技術の開発や技術革新を促す。</li> <li>・エネルギー、廃棄物、エコマテリアル、水資源、緑化など、気候変動の抑制、資源循環などに向けて、先進技術を採用する。</li> <li>・道路交通情報や、公共交通利用案内システムなど、IT技術を活用した交通ナビゲーションシステムの導入。</li> </ul> <p>(環境技術情報の発信「環境技術のショーケース化」)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・先進的な環境技術をテーマとした見本市の開催、継続的プレス発表、バックヤードツアー開催など、大会で用いる環境技術の広く世界へ向けた発信。</li> <li>・気象、大気質などの環境情報のモニタリング、表示システムの導入</li> </ul>

表 5-33-10(1) 経済波及に関するミティゲーションの内容（全期間）

会場区分	ミティゲーションの内容
全体計画	<p>○税制、規制緩和、まちづくりを組み合わせた戦略的な外国企業の積極誘致            〈総合特区制度（外国企業誘致）による主な誘致策〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・誘致・ビジネス交流…誘致活動、M I C E開催による誘致対象企業の掘り起こし、地方税（法人事業税等）の全額免除</li> <li>・ビジネス支援…コンシェルジュ機能によるビジネス・ワンストップサービスの提供、中小企業とのマッチングの促進</li> <li>・生活環境の整備…母国語で学べる学校を整備、E P A看護師を活用した外国人向けベビーシッターの確保、社内保育所への運営費補助。</li> <li>・B C Pを確保したビジネス環境整備…先進的ビジネス支援機能、高い防災力、エネルギー自立化を誘導するさらなる容積率緩和</li> </ul> <p>・臨海都市のM I C E拠点化を進め、開発支援や海外企業誘致セミナー等を通じて東京のビジネスの優位性を世界に広く発信するとともに、対日投資に関心を持つ外国企業の経営者層に積極的なアプローチを行う。</p> <p>〈特定都市再生緊急整備地域による企業誘致〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・不動産取得税や固定資産税の控除等による税制支援や、民間都市開発プロジェクトの認定の迅速化等の、民間プロジェクトに対するインセンティブにより魅力的な都市空間を実現する。</li> </ul>

出典：「2020年の東京」（平成23年12月、東京都）

表 5-33-10(2) 経済波及に関するミティゲーションの内容（全期間）

会場区分	ミティゲーションの内容
全体計画	<p>○創造的都市型産業の育成 東京都は、社会経済環境の変化や都民の生活環境の変化を的確に捉え、クリエイティブ産業をはじめとする「創造的都市型産業」を重点的に育成していく。同時に、都民のニーズを満たす地域に密着したサービスの提供などの新ビジネスの創出を支援する。 (創造的都市型産業の支援策)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・業界団体と連携し、育成プログラムの開発による人材育成</li> <li>・コンテストの開催等による才能あるクリエイターの発掘</li> <li>・販路開拓や情報交換の場の提供等によるビジネス支援</li> <li>・国内外で開催される文化技術イベントへの参加を促進</li> </ul> <p>○産学民との連携によるイノベーション創出 東京都は、企業、大学、研究機関等、産業に関わるさまざまなアクター同士の交流・連携を促進し、東京に集積する技術や知識を活用することでイノベーションを創出していく。</p> <p>○中小企業のグローバル化の促進 東京都は、中小企業の優れた技術や製品、サービスの、アジア市場をはじめとする海外市場への展開を支援し、中小企業のグローバル化を促進するとともに、東京の優れた環境技術や、上水道技術等を生かした国際協力を推進する。</p> <p>○ものづくり産業の育成支援 東京都は、産業の空洞化を防ぎ、東京の産業集積を維持・発展させるため、高付加価値、高品質な製品づくりを支える東京のものづくり産業等を多角的に支援するとともに、起業・創業意識の喚起、事業の成長、成功までのインキュベーションマネージャー等を活用した支援により起業・創業を推進する。</p>

出典：「2020年の東京」（平成23年12月、東京都）

メモ

「MICE」：、企業等の会議(Meeting)、企業等の報奨・研修旅行(Incentive travel)、国際機関等が行う国際会議(Convention)、イベントや展示会等(Event/Exhibition)の総称

「EPA」：、経済連携協定(Economic Partnership Agreement)のことで、特定の国や地域との間で係る関税や規制を取り払い、物やサービスの流通を自由に行えるようにする条約

「インキュベーションマネージャー」：、事業をはじめようとする経験の少ない起業家へ事業の知識、ノウハウ、経営資源など不足するものを速やかに幅広く補う、起業や起業家育成の総合的な支援者

表 5-33-10(3) 経済波及に関するミティゲーションの内容（全期間）

会場区分	ミティゲーションの内容														
全体計画	<p>○地域の魅力向上 東京都は、地域ごとの特性を活かした魅力向上、魅力の演出や発信により「一度は行ってみたい都市、何度も訪れたい都市」を目指す。</p> <table border="1" data-bbox="344 555 1366 1245"> <thead> <tr> <th data-bbox="344 555 608 593">主なエリア</th> <th data-bbox="612 555 1366 593">目指すべき姿</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="344 600 608 678">秋葉原</td> <td data-bbox="612 600 1366 678">・アニメ、マンガなど日本が世界に誇るコンテンツ等を活かした観光客誘致の推進</td> </tr> <tr> <td data-bbox="344 685 608 797">上野</td> <td data-bbox="612 685 1366 797">・都立上野恩賜動物公園を、国内随一の文化施設の集積を活かした「文化の森」として再生するとともに、恩賜上野動物園において動物の魅力的な展示施設を整備</td> </tr> <tr> <td data-bbox="344 804 608 882">豊洲</td> <td data-bbox="612 804 1366 882">・食に関する情報が集積する卸売市場の特性を活かし、豊洲新市場内に「食」を中心とする新たな観光拠点を形成</td> </tr> <tr> <td data-bbox="344 889 608 1001">渋谷</td> <td data-bbox="612 889 1366 1001">・再開発に併せてミュージカル劇場やエキシビジョンホールなどを核とした先進的な文化を発信するまちづくりを促進</td> </tr> <tr> <td data-bbox="344 1008 608 1086">隅田川周辺地域</td> <td data-bbox="612 1008 1366 1086">・「隅田川ルネッサンス」の取組を展開し、賑わいが創出され、文化・情報が発信される水辺空間の形成</td> </tr> <tr> <td data-bbox="344 1093 608 1245">多摩地域</td> <td data-bbox="612 1093 1366 1245">・アニメの舞台や映画、ドラマのロケ地、都心に近接したオアシスである御岳山や日の出山などのハイキングコースや温泉、多摩動物園など、固有の資源を活かした観光客誘致を推進</td> </tr> </tbody> </table> <p>○観光プロモーション活動 東京都は、東京の多彩な魅力を演出・発信し、年間1,500万人の外国人旅行者の訪都を目標として、外国人旅行者の潜在需要を東京訪問につなげるため、アジアを中心に国別の戦略的なプロモーションを展開する。</p> <ul data-bbox="344 1451 1460 1682" style="list-style-type: none"> <li>・ウェルカム・アジアキャンペーン…欧米、オセアニア及びアジアからの旅行者を誘致することを目的に、アジアの都市間で連携したプロモーションを展開</li> <li>・国ごとの訪都外国人旅行者数などを踏まえて効果測定を行い、新たな戦略につなげるサイクルを確立</li> <li>・観光情報をソーシャルメディアで発信する等、情報発信メディアを多様化し、より多くの対象者へ効果的に届くプロモーションを実施</li> </ul>	主なエリア	目指すべき姿	秋葉原	・アニメ、マンガなど日本が世界に誇るコンテンツ等を活かした観光客誘致の推進	上野	・都立上野恩賜動物公園を、国内随一の文化施設の集積を活かした「文化の森」として再生するとともに、恩賜上野動物園において動物の魅力的な展示施設を整備	豊洲	・食に関する情報が集積する卸売市場の特性を活かし、豊洲新市場内に「食」を中心とする新たな観光拠点を形成	渋谷	・再開発に併せてミュージカル劇場やエキシビジョンホールなどを核とした先進的な文化を発信するまちづくりを促進	隅田川周辺地域	・「隅田川ルネッサンス」の取組を展開し、賑わいが創出され、文化・情報が発信される水辺空間の形成	多摩地域	・アニメの舞台や映画、ドラマのロケ地、都心に近接したオアシスである御岳山や日の出山などのハイキングコースや温泉、多摩動物園など、固有の資源を活かした観光客誘致を推進
主なエリア	目指すべき姿														
秋葉原	・アニメ、マンガなど日本が世界に誇るコンテンツ等を活かした観光客誘致の推進														
上野	・都立上野恩賜動物公園を、国内随一の文化施設の集積を活かした「文化の森」として再生するとともに、恩賜上野動物園において動物の魅力的な展示施設を整備														
豊洲	・食に関する情報が集積する卸売市場の特性を活かし、豊洲新市場内に「食」を中心とする新たな観光拠点を形成														
渋谷	・再開発に併せてミュージカル劇場やエキシビジョンホールなどを核とした先進的な文化を発信するまちづくりを促進														
隅田川周辺地域	・「隅田川ルネッサンス」の取組を展開し、賑わいが創出され、文化・情報が発信される水辺空間の形成														
多摩地域	・アニメの舞台や映画、ドラマのロケ地、都心に近接したオアシスである御岳山や日の出山などのハイキングコースや温泉、多摩動物園など、固有の資源を活かした観光客誘致を推進														

出典：「2020年の東京」（平成23年12月、東京都）

### ③ 二次評価

#### (イ) 経済効果

一次評価の結果では、2020年東京大会の開催により東京だけで約1兆6,800億円、全国総計で約2兆9,600億円もの大きな経済波及効果をもたらすと予想している。

さらに、2020年大会が契機となり新規ビジネスの創出、新たな観光需要の創出がなされることにより、インフラの整備といったハード面の充実と相俟って、経済効果がより確かなものになると予測できる。

したがって、二次評価においても開催前から開催後にかけてプラスの影響が明確であり、いずれの評価時期においても「+1」と評価した。

#### (ロ) 新規ビジネスの創出

一次評価の結果では、2020年東京大会の開催によって新規ビジネスの創出があると予測している。これらのビジネスの芽は、東京都の進める創造的都市型産業の育成・参入支援施策により、事業として存続する可能性がより高くなると予測する。

したがって、二次評価においても開催前から開催後にかけてプラスの影響が明確であり、いずれの評価時期においても「+1」と評価した。

#### (ハ) 新たな観光需要の創出

一次評価の結果では、2020年東京大会の開催によって新たな観光需要の創出があると予測している。

さらに、東京都では、表 5-33-10 (p5-33-19~21) に示すように外国人旅行者 1,500 万人誘致を実現する観光振興を進めている。2020年東京大会の開催と、これらの施策の実施により、新たな観光客の創出がより確かなものになると予測できる。

したがって、二次評価においてもプラスの影響が明確であり、開催前（招致・PRによる影響）、開催中（競技による影響）、開催後（後利用による影響）における評価結果は「+1」とした。

#### (4) 評価結果の総括

##### 1) 経済効果

全体計画に対する経済波及効果（経済効果）の評価結果のまとめを表 5-33-11 に示す。

2020年東京大会の開催は経済効果として、費用を大きく上回る経済効果が予想されることから、一次評価、二次評価とともにいずれの予測時期においても「+1」となる。

表 5-33-11 全体計画に対する経済波及の評価結果総括表（経済効果）

評価対象	評価点(一次)						評価点(二次)					
	開催前		開催中		開催後		開催前		開催中		開催後	
	工事 影響	招致等 の影響	存在 影響	競技の 影響	工事 影響	後利用 の影響	工事 影響	招致等 の影響	存在 影響	競技の 影響	工事 影響	後利用 の影響
全体計画	+1	+1	■	+1	+1	+1	+1	+1	■	+1	+1	+1

※評価点の目安は以下のとおりである。

+2: 大きなプラスの影響

+1: ある程度のプラスの影響

0: 中立

-1: ある程度のマイナスの影響

-2: 大きなマイナスの影響

— : 予測評価の検討において対象外とした影響

■ : 網掛けは非該当項目のため対象外とした影響

##### 2) 新規ビジネスの創出

全体計画に対する経済波及効果(新規ビジネスの創出)の評価結果のまとめを表 5-33-12 に示す。

新規産業分野、新事業の創出を支援する体制を構築する施策を推進することにより多くの新規ビジネスが持続すると予測し、一次評価、二次評価とともに「+1」となる。

表 5-33-12 全体計画に対する経済波及の評価結果総括表（新規ビジネスの創出）

評価対象	評価点(一次)						評価点(二次)					
	開催前		開催中		開催後		開催前		開催中		開催後	
	工事 影響	招致等 の影響	存在 影響	競技の 影響	工事 影響	後利用 の影響	工事 影響	招致等 の影響	存在 影響	競技の 影響	工事 影響	後利用 の影響
全体計画	+1	+1	■	+1	+1	+1	+1	+1	■	+1	+1	+1

※評価点の目安は以下のとおりである。

+2: 大きなプラスの影響

+1: ある程度のプラスの影響

0: 中立

-1: ある程度のマイナスの影響

-2: 大きなマイナスの影響

— : 予測評価の検討において対象外とした影響

■ : 網掛けは非該当項目のため対象外とした影響

### 3) 新たな観光需要の創出

全体計画に対する経済波及効果(新たな観光需要の創出)の評価結果をまとめ表 5-33-13 に示す。

2020年東京大会の開催は、東京において新たな観光需要の創出につながる上、観光の活性化に資する具体的な施策を推進することにより、さらに、観光需要が増大すると予測し、一次評価、二次評価とともに「+1」となる。

表 5-33-13 全体計画に対する経済波及の評価結果総括表（新たな観光需要の創出）

評価対象	評価点(一次)						評価点(二次)					
	開催前		開催中		開催後		開催前		開催中		開催後	
	工事 影響	招致等 の影響	存在 影響	競技の 影響	工事 影響	後利用 の影響	工事 影響	招致等 の影響	存在 影響	競技の 影響	工事 影響	後利用 の影響
全体計画	-	+1	■	+1	-	+1	-	+1	■	+1	-	+1

※評価点の目安は以下のとおりである。

+2: 大きなプラスの影響

+1: ある程度のプラスの影響

0: 中立

-1: ある程度のマイナスの影響

-2: 大きなマイナスの影響

- : 予測評価の検討において対象外とした影響

■ : 網掛けは非該当項目のため対象外とした影響