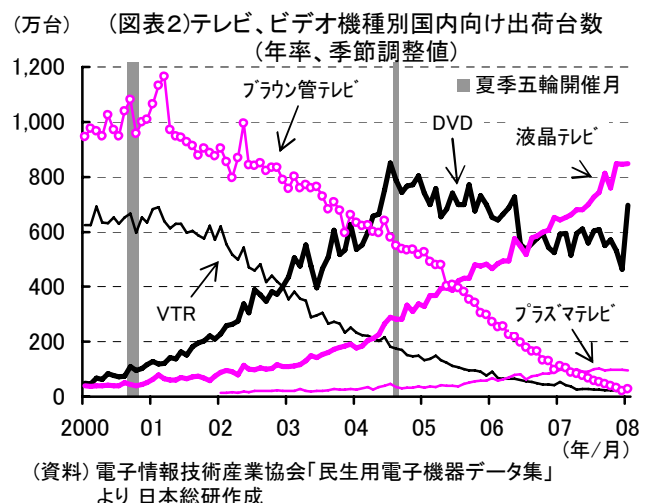
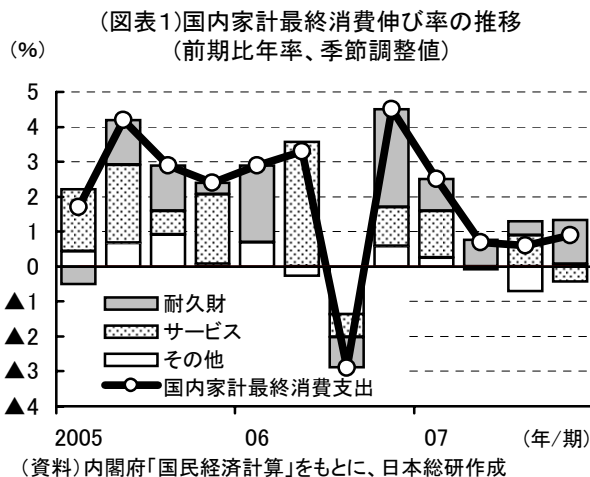




北京五輪によるデジタル家電需要の押し上げ効果 ～液晶テレビは55億円、DVDは42億円～

- (1) 2007年の形態別国内家計消費をみると、所得環境の悪化を受けてサービス消費が弱い動きを示す一方、自動車やデジタル家電など耐久財消費は好調を維持（図表1）。当面を展望しても、2008年8月開催予定の北京五輪によるデジタル家電需要の盛り上がりが注目されている。そこで本レポートでは、北京五輪によるデジタル家電需要の押し上げ効果を試算した。
- (2) 市場規模が大きい液晶テレビとDVD（ブルーレイを含む）を対象（図表2）に、季節調整プログラムを利用して、北京五輪による各々の出荷台数に対する押し上げ効果を算出。具体的には、トレンド（趨勢循環）からの上振れ分を「押し上げ効果」とみなして、前2回の夏季五輪開催年について年初から開催月まで累計。今回も同様の押し上げパターンが発現すると仮定。
- (3) この結果、五輪開催前に、出荷台数ベースで、液晶テレビは前年同期比+5.3万台、DVDは同+11.6万台の需要押し上げ効果が発生。これに1台当たりの販売金額を掛け合わせると、液晶テレビで55億円、DVDで42億円、合計97億円程度の需要押し上げ効果となる見込み。



(図表3)北京五輪によるデジタル家電需要押し上げ効果の試算
(2008年1～3月期から7～9月期累計)

	出荷台数増加		出荷金額増加	
		前年同期比		前年同期比
液晶テレビ	5.3万台	+1.0%	55億円	+0.8%
DVD	11.6万台	+2.7%	42億円	+2.8%
合計			97億円	+1.2%

(資料) 日本総合研究所作成

(注1) 出荷台数は、データのある1999年以降について、季節調整後出荷台数と趨勢循環調整後出荷台数の乖離を「押し上げ効果」と仮定して、年初から開催月まで累計。

なお、シドニー五輪が開催された2000年は、市場規模が小さいため、過少推計となっている可能性がある。

(注2) 販売単価は、2007年の平均変動率をもとに推計。