

クリスマスの経済効果 (IRSME14016)

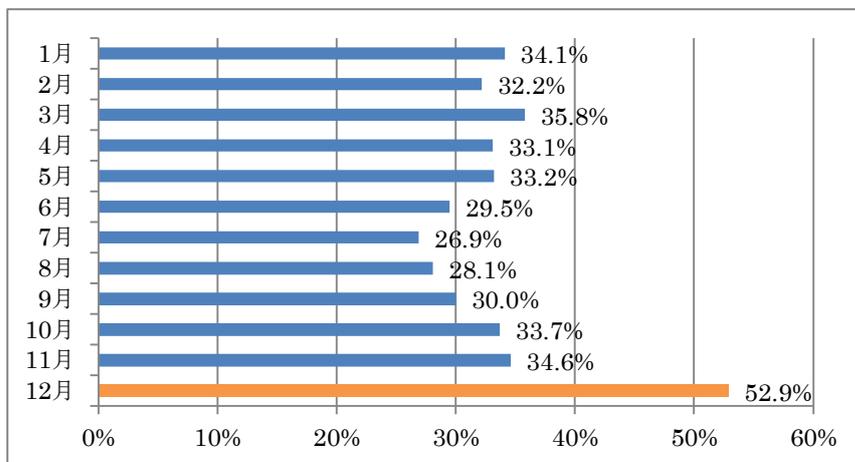
平成 26 年 12 月 1 日 加藤丈侍

今年も早いもので残すところ、1 ヶ月余りとなった。街はすっかりクリスマス一色となり華やかなイルミネーションが道行く人々の足を止める。カップルはクリスマスの計画を立て、テレビでは連日クリスマス商戦についての報道がなされる。クリスマスは年末のBIGイベントだ。

そこで、クリスマスに一体どれぐらいのお金が使われているのか調べてみた。

■ クリスマスにケーキ屋が儲かるって本当？

ケーキを購入した世帯の割合を月別にみると、平成 23 年 1～11 月にケーキを購入した世帯は 30%前後だが、クリスマスがある 12 月には半数以上（約 53%）の世帯で購入していることが分かる。さらにケーキへの支出金額を日別にみると、クリスマスイヴである 12 月 24 日に最も多く（437 円）支出されており、これは年間の 1 日ごとの平均支出金額の 25 倍にもものぼる。



※1. 総務省 統計局ホームページ

下表は平成 23 年 12 月におけるクリスマス前後のケーキの購入額を表したグラフであるが、23 日から 25 日にかけての購入額が突出している。この部分がクリスマスケーキの支出額とみられる。12 月において、23 日～25 日を除いた世帯当たりの支出額の平均は、22.21 円である。一方、23 日～25 日の 3 日間における平均は、238.04 円である。その差額である 215.83 円に 3 日間を乗じた額である 647.49 円がクリスマスケーキの支出額と想定される。平成 23 年 12 月の 2 人以上の世帯数は 3,392 万世帯である。支出額に世帯数を乗ずると 220 億円となる。

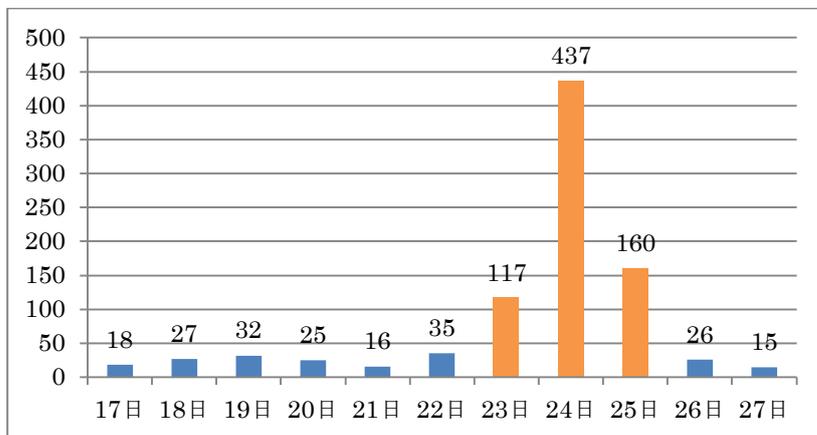
単身世帯については、1～9 月期の平均支出額は 547 円である。クリスマスを含む 10 月～12

平成 26 年 12 月 1 日

(IRSME14016) クリスマスの経済効果

月期の支出額は 833 円である。その差である 286 円がクリスマスケーキ分とみることができるだろう。単身世帯の世帯数は 1,534 万世帯であり、支出額を乗ずると 44 億円となる。

したがって、クリスマスケーキが家庭で食された市場規模は、その合計である 264 億円とみることができる。



※2. 総務省 統計局ホームページ

■ クリスマスプレゼントの額

ウェザーニューズがまとめた 2013 年のクリスマスプレゼントへの平均出費額は男性が約 14,857 円、女性が約 11,000 円だったそうだ。クリスマスプレゼントの全国平均は 13,277 円で 2010 年の調査より 2,452 円上昇していたことが分かった。

クリスマスプレゼントを購入する割合が成人全体の 50%と仮定すると、

男性 14,857 円 × (50,308 千人 ÷ 2) = 約 3,737 億円

女性 11,000 円 × (54,138 千人 ÷ 2) = 約 2,978 億円

となり直接効果が表れる小売業だけで 6,715 億円もの市場となる。これに、外食や旅行など商品購入に付随するサービス業や運輸業、プレゼントに関連する製造業、ローンの支払い等に関連する金融・保険業等の間接効果を加味(第一生命経済研究所公開資料より 1.47 を乗ずる)すると、9,871 億円となり 1 兆円近い経済効果が生まれていることになる。

■ まとめ

厚生労働省が発表した 7 月の勤労統計調査によると実質賃金指数は前年同月比 1.4%減、13 ヶ月連続の減少となった。一人あたりの現金給与総額は前年に比べ 2.6%増え、369,846 円。5 ヶ月連続で増加したが、物価の上昇が上回り実質賃金は減った。苦しくなった家計の懐具合が消費を冷やしている。クリスマスは経済を動かす一大イベントである。冬の賞与が消費に回り、クリスマス商戦が冷え込む個人消費のカンフル剤になることを期待したい。(了)