

## 景気を支える「アウトドア消費」

発表日：2007年5月16日(水)

～外食・飲料・衣料・娯楽サービスが消費の牽引役～

第一生命経済研究所 経済調査部  
担当 熊野英生 (外線：5221-5223)

個人消費が緩やかに回復してきている。これは、家計調査だけでなく、百貨店売上高など供給側の統計でも確認できる変化である。回復の牽引役は、外食、飲料・酒類、衣料品、娯楽サービスといった消費費目である。タイプを特徴づけると「アウトドア消費」ということができるかもしれない。これらは、気温といった天候要因の作用が大きいのだろうが、所得階層別にみると雇用拡大が低所得層まで浸透している効果もあるのではないかと。また、団塊世代の退職がこのところ進んでいることも、ゴルフなどの消費内容にはプラスを及ぼしている可能性がある。

### 2007年1～3月は消費が堅調

景気動向指数の一致DIは、2007年1～3月にかけて3か月連続(速報段階)で50%を下回った。一致DIが50%を切った状態が続くと、景気後退と判定される可能性が濃くなるが、今のところは個人消費が下支えしている。実質GDP前年比については、過去景気動向指数のDIの動きとほぼ対応する動きをみせていたが、今回は伸び率を高めようとしている。つまり、今次景気拡大期の寿命は、個人消費の堅調さに救われる格好なのだ。

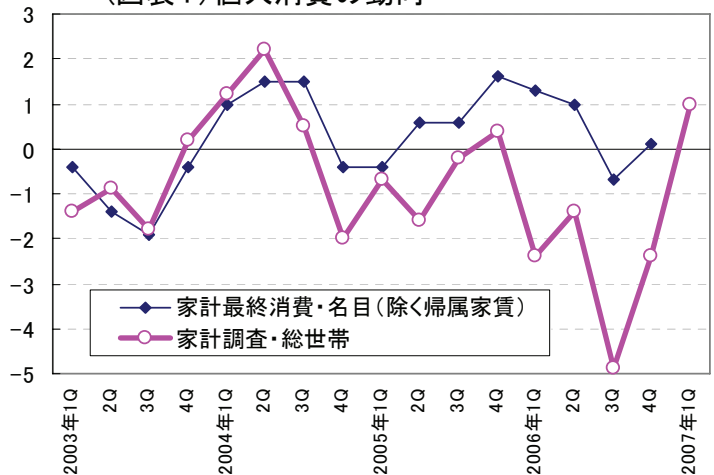
消費動向を総務省「家計調査」を使ってみると、総世帯の1～3月の消費支出・前年比は名目

1.0%、実質1.0%と前期10～12月(名目▲1.9%、実質▲2.4%)よりも拡大方向にある(図表1)。家計調査の結果は、所得の前年比プラスの伸びが毎月勤労統計の名目賃金とは異なる動きをみせているので、サンプルのバイアスがあるのではないかとという疑惑が持たれているが、百貨店売上高や商業販売統計・小売といった供給側の統計でも1～3月に回復方向に変化しているのは共通した動きだ。程度の差こそあれ、今年に入って消費拡大が緩やかに進んでいることは確かなことだろう。

### 伸びているのはアウトドア消費関連

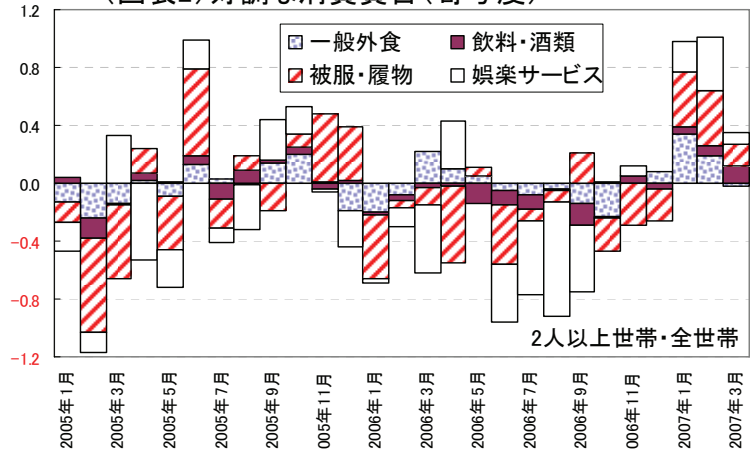
この消費堅調の内訳を分解してみると、家計調査に基づくと、①被服・履物、②娯楽サービス、③食品(一般外食、飲料・酒類)の寄与が目立っている(図表2)。これらが上向く背景には、主に気温の要因が作用しているという見方ができる。すなわち、2007年は当初1・2月は暖冬傾向が強くと、3月に今度は平均気温が下がった。このため、2月には衣料品の春物販売が前倒して進み、婦人服などで好調が

前年比%(図表1)個人消費の動向



出所：総務省、内閣府

前年比%(図表2)好調な消費費目(寄与度)



出所：総務省「家計調査」

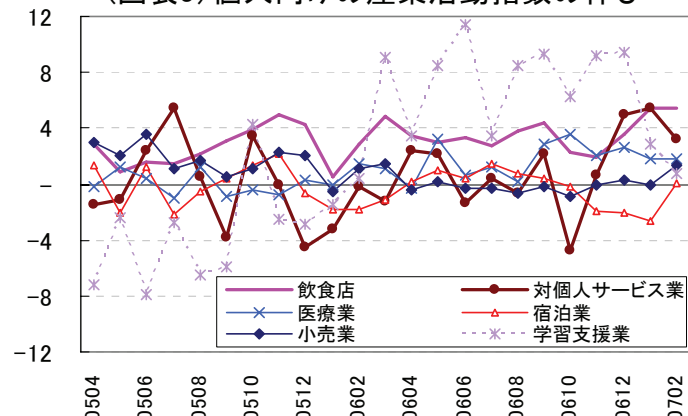
本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。

伝えられた。気温はその後4月に下がったが、5月は少し高い温度になる日が多いように見える。家計調査\*のベースでみて、自動車関連消費が増えていることも、アウトドア志向の高まりと整合的である。

※家計調査で自動車関連消費が好調な点は、新車販売台数などが不振であるデータとは対立する。

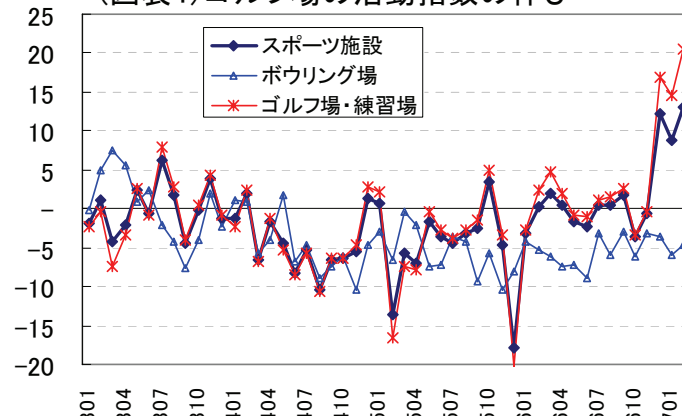
①～③の消費費目に共通するのは、いずれもアウトドア志向の消費内容である点だ。経済産業省「第三次産業活動指数」によって、供給側の消費支出を確認すると、同様に飲食店、対個人サービスなど娯楽サービスに関連した分野の好調が目立つ（図表3）。内訳では、遊興飲食店が伸び率を高め、フィットネスクラブもこのところ好調さを強めている。特に、盛り上がりを見せているのは、ゴルフ場・ゴルフ練習場である。第三次産業活動指数では、ゴルフ場とゴルフ練習場の指数が、遡及可能な1999年以来で2006年12月～2007年2月にかけて過去最高の伸び率で推移している（図表4）。ゴルフ場では、土日祝日の利用が増えており、非会員の利用の伸びも目立っているようだ。

前年比% (図表3) 個人向けの産業活動指数の伸び



出所：経済産業省「第三次産業活動指数」

前年比% (図表4) ゴルフ場の活動指数の伸び



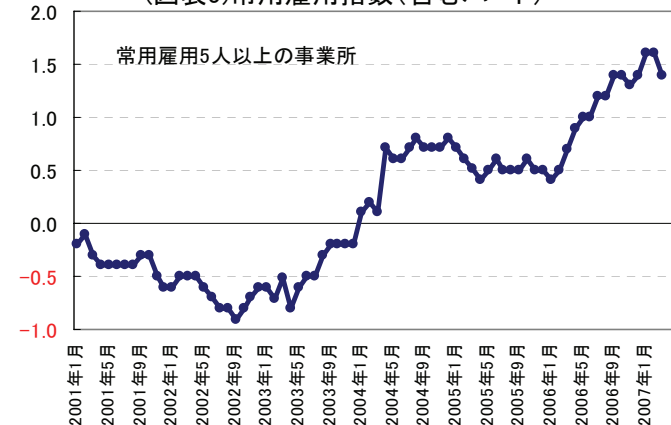
出所：経済産業省「第三次産業活動指数」

### 緩やかな消費拡大の原因は何か

アウトドア消費が好調な背景には、まずは気温の影響があるにしても、トレンドとして消費拡大を後押しする要因が別にあるのではないかと考えられる。単純に、所得改善を挙げたいところだが、毎月勤労統計と家計調査の所得動向の違いが気になるので、明確な結論を下せない。むしろ、毎月勤労統計の雇用数量が、ここまで好調に伸びていることの影響が大きいと考えた方が素直な読みかもしれない（図表5）。

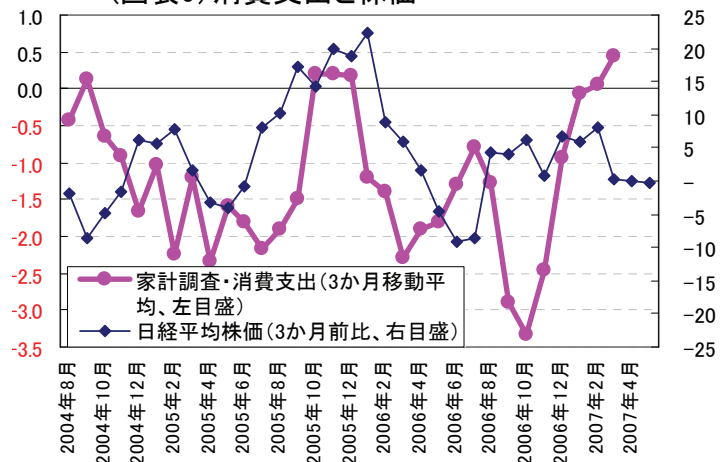
もうひとつ、仮説として、世界同時株安前の1・2月は、株価上昇の資産効果が消費に影響を与えたという見方もできる。だが、株価と消費支出の関係はこのところ曖昧になっており、資産効果の仮説を支持しにくい（図表6）。

前年比% (図表5) 常用雇用指数(含むパート)



出所：厚生労働省「毎月勤労統計」

前年比% (図表6) 消費支出と株価



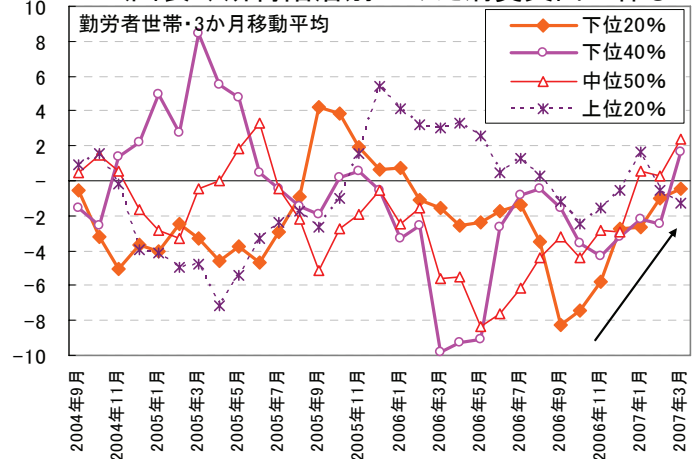
出所：総務省

本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。

家計調査を分析して興味深いのは、勤労世帯の所得階層別の消費動向に変化があることだ。最近では、下位20%（年収318万円以下）、下位40%（年収450万円以下）の世帯の消費支出が増えている（図表7）。

過去との対比でみると、2005年度後半に消費支出が伸びたときには、株価上昇の資産効果が高所得者を中心に消費を押し上げた。当時、勤労者世帯を所得分位ごとに分けて消費動向をみると、消費の牽引役は専ら上位20%（年収731万円以上）の所得階層に限られていた。それが、最近の消費拡大は、下位の所得階層を含めて全般的に消費改善がみられており、消費拡大の裾野が広がっている。そうした背景を考えると、雇用情勢が改善して、下位の所得層まで労働需給改善の恩恵を受けやすくなったという仮説の方が支持されるだろう。今は、2005年度後半とは質的な違いがあると感じられる。

前年比% (図表7) 所得階層別に見た消費支出の伸び



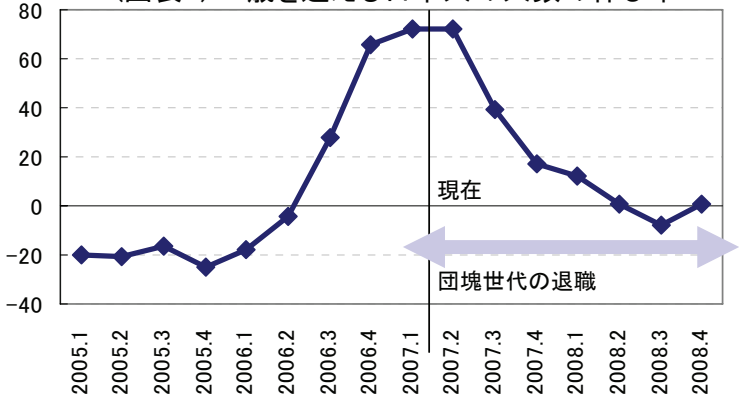
出所:総務省

### 団塊退職の効果

さらに、サービス消費拡大の背景要因として考えられるのは、団塊世代の効果である。団塊世代の退職は前述の雇用者増加とは逆行する作用であるが、消費の構成変化には少なからぬ影響を与える。団塊世代の消費は、必ずしも持続的な消費押し上げが期待できるものではないが、それでも団塊世代が退職した直後は、一時的な消費増の要因としてマクロの消費拡大にも寄与していく可能性はある。

総務省「国勢調査」を使って、60歳の誕生日を迎えた日本人の人数を予想すると、2007年1~6月

前年比% (図表8) 60歳を迎える日本人の人数の伸び率



出所:総務省「国勢調査」

は前年比 1.7 倍も増えていきそうだ（図表 8）。団塊世代の退職が目立って増えるのは、2007 年前半の時期である。最近になって、長く会社勤めをした団塊サラリーマンが、同年代の友人たちとゴルフをする機会を増やしたり、外出して消費を増やす効果が活発化したと考えてもおかしくはない。すでに退職した人々が、これまで労働時間に縛られてできなかったサービス支出に消費をシフトさせている効果が、アウトドア消費に反映している可能性はある。

### サービス消費は雇用誘発度を高める

最近の個人消費が、サービス、飲食、小売という順番で好調さをみせていることは、労働市場にはプラスが大きい。さらに、外出が増えることは、運輸・交通業界にも需要が及ぶ。労働市場に対しては、サービス消費や運輸・交通が活発になることは、需給の逼迫度をより後押しすると考えられる。サービス分野は労働集約的産業であり、新規有効求人倍率が高いことが知られている。もともとサービスの有効求人倍率は2007年3月2.20倍、中でも接客・給仕3.85倍が高くなっている。有効求人と有効求職のギャップの実数（含むパート）でみると、接客・給仕の不足人数▲9.5万人は職業分類中で最も多く、サービス全体の不足人数も▲17.2万人と技術者と並んで不足幅が大きい。こうした傾向は、最近の個人消費がより雇用誘発度を高めていると考えられる。

本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。