



老春水、蒙衝の巨艦も一毛軽し

この数ヵ月間、繰り返し提供してきた話題は個人消費についてだった。消費の水位は上昇してきてはいるものの、明確な方向感が見えない消費動向が景気全体に掴み処のなさをもたらしている。迎える5月は、その消費水準を見る大事な月だといえる。5月は休日が始まる。話題の中心が消費で始まるからだ。

ただ、この月は毎年、国内の経済動向よりも海外の政治動向から生じる話題が中心となる月でもある。話題の重心が政治に移り、G7での議題が金融市場へも影響するだろう。その後に海外企業の業績動向から、国内企業の見通しが推定される展開になる。

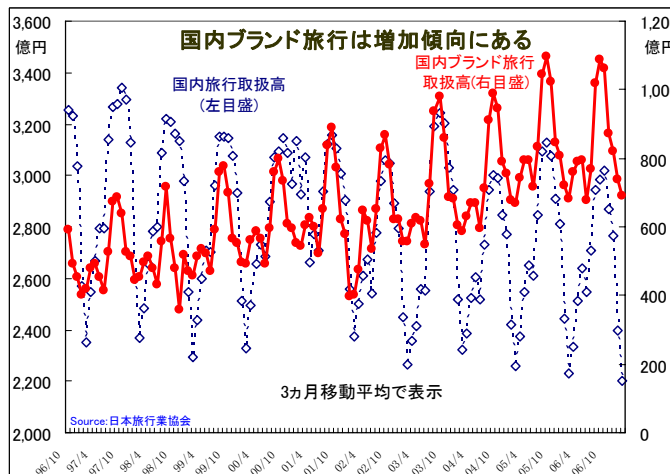
昨年まで、3年連続の過去最高益を更新してきた企業業績は、一転して慎重姿勢となる可能性がある。企業業績が強気になれないのならば、景気の牽引役として引き続き消費動向への期待と注目が高まる。

消費を考える上で欠かせないのは、その前提となる所得動向だ。このレポートでも、これまでに労働分配率やボーナス、賃金動向を考えてきた。しかし、所得が消費に及ぼす影響は、毎年低下してきている可能性がある。消費社会に占める、「引退者」の比率が高まってきているからだ。このことは、賃金やボーナスの動向から、直線的な消費動向の推定を引き出せない可能性を示唆している。

団塊の世代の動向が、その変化に大きな影響力を持っているのは言うまでもない。その点で、兵庫県は大阪府よりも、この世代の比率が高い(本レポート1月号)ことを以前に報告した。兵庫県は、わが国で生じる変化をより大きく表現してくれる地域だとも言える。この地域で5月に生じる変化は見逃せない。

ブランド旅行の販売は拡大している

往きつ、戻りつしている消費動向の中で、一貫して拡大の動きを見せているもの



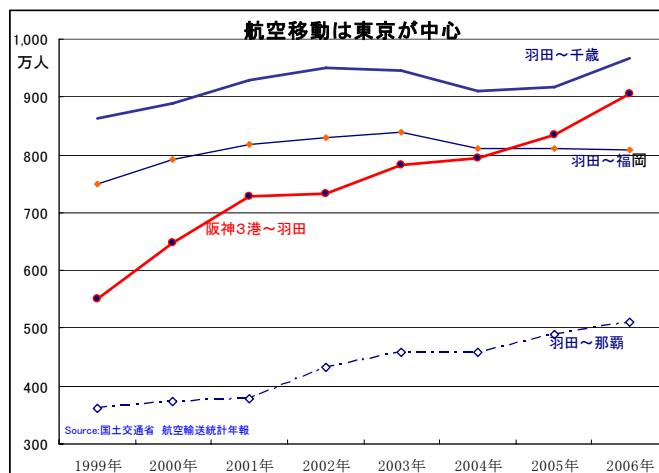
の一つにブランド旅行(募集型企画旅行)がある。主要旅行業者50社が取り扱っている国内旅行全体は横ばいを続けている。しかし、ブランド旅行は増加傾向にある。

増加傾向にあるのは国

内旅行ばかりではない。海外旅行も、統計が公表されている今年の2月段階まででは、昨年の5月以降連続して、前年同月比プラスの状況にある。額が張る商品であっても、消費者の財布を緩める商品分野は存在している。

首都圏は人流でも首都圏

旅行支出が多いとはいえ、阪神3空港(伊丹、関西、神戸)発の地方路線旅客数は増えていない。2000年との比較では3港⇄那覇こそ横ばいだが、それ以外の3港⇄



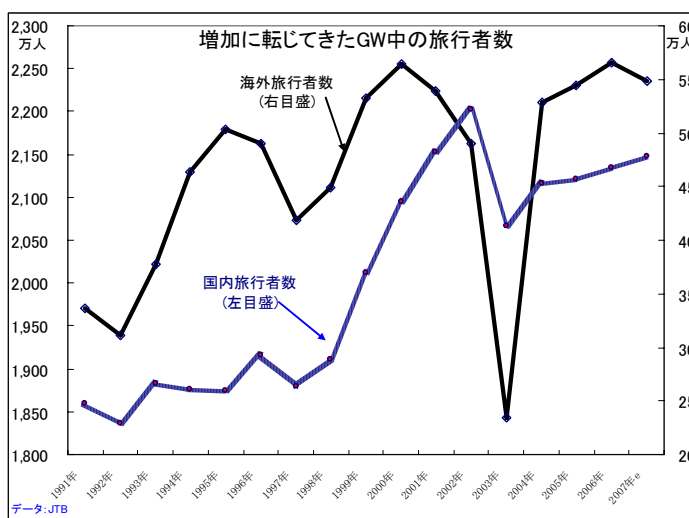
千歳は3割減、伊丹⇄福岡や伊丹⇄鹿児島路線でも減少している。

ところが、羽田路線は国内路線の中でも伸び率が突出して高い。羽田路線は、千歳間や那覇間でも増加傾向にある。このことは、

首都圏が人の流れの上で拠点地となっていることを示唆している。

東京は「観光地」

旅行需要は、労働から解放される心と時間の余裕がなければ生まれにくい。不況期には低迷することから判断して、景気動向の一面を表現していると考えられる。



今年5月のゴールデン・ウィーク中に旅行する人の数は、曜日繰りの悪さから総数は前年並み。しかし、3泊以内で行うことができる国内旅行は増加する見通しだ(JTB「ゴールデンウィークの旅行動向」07年4月5日)。

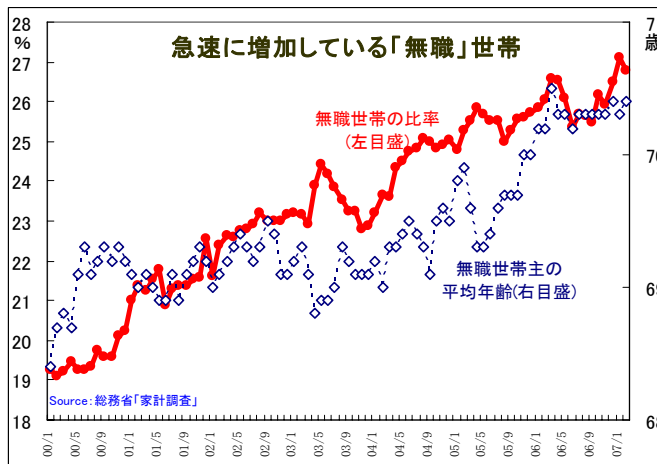
最も人気が高い訪問地の一つは東京。東京ミッド

タウン(3月30日開業)、新丸ビル(4月27日開業)の他、六本木の国立新美術館(1月開館)などが集客の目玉となっている。昨年以降から開業が相次いでいる高級ホテルも人気

を呼んでいる。訪問動機は、体を動かせる動的体験型よりも、静的見学型が中心だ。

「無職」世帯の比率増加は、消費構造に変化を生んでいる

夏のボーナスや、その他の所得推計からだけでこの種の消費動向が見えにくい

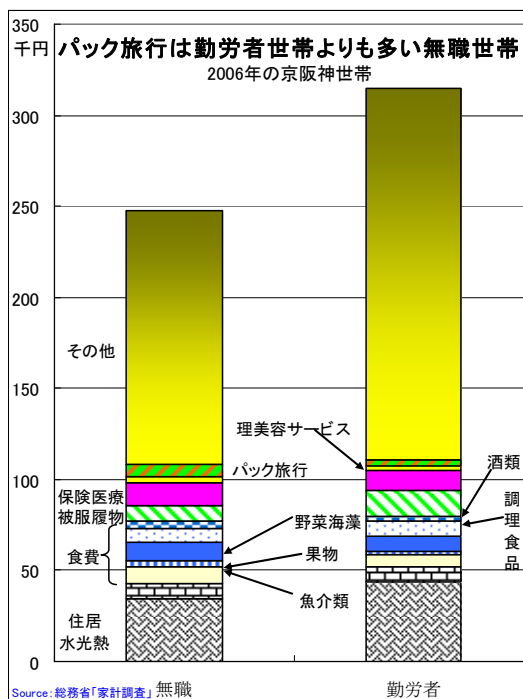


背景の一つに、消費者像の変化があると考えられる。2000年以降の僅かな期間だけでも、家計調査対象世帯での「無職」率が急速に上昇してきているからだ。この期間だけで世帯の「無職」率は7.9ポイントも上昇した。無職世帯の平均年

齢も、7年前の68.4歳が、今年1月には70.4歳へと台替わりしてきた。経常所得が低位安定している無職・高齢世帯比率の増加は、消費全体にこれまでとは異なる動きを生んでいる可能性がある。

無職世帯と勤労者世帯の違いは

消費行動がこれまでとは異なる点の第一は、増加品目と減少品目との間に大きな



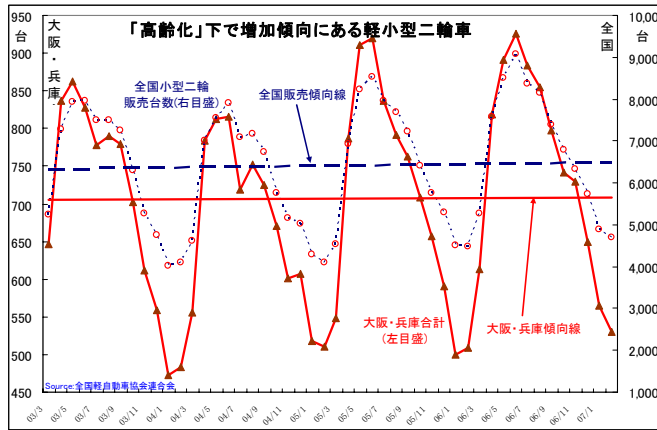
差が出る点だ。世帯年齢の高齢化によって平均持ち家比率は高まるので住居費用の総額は減少するが、維持補修費用は減らない。食費の総額は勤労者世帯と比較して実額に大きな差はない。しかし、購入品目では魚介類、果物、野菜海藻類が増加する。外食は大きく減少するが非主食的調理食品の購入は増加する。

被服履物は減少し、特に男子用は激減する。交通・通信費用も減少し、自動車関連費用の減少は大きい。保険医療費用は増加するが、理美容サービス支出は勤労者世帯を上回っている。パック旅行は

実額でも支出比率でも、勤労者世帯を上回っている。大雑把な個別の動きは、小売市場で起きている変化と連動しているように見える。

意外性がある健闘商品。大型、高級バイクの場合

消費市場で「無職」世帯の影響が高まるにつれて、30年前の人気商品の中から売上を伸ばしているものが登場してきている。その一つに大型・高級バイクがある。

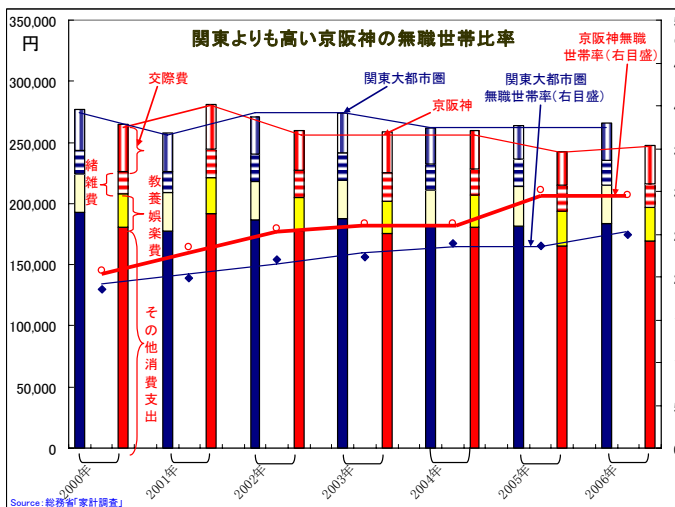


短期的な背景としては、二輪オートマチック免許や高速道路での二人乗り解禁などの規制緩和がある。同時に、人口構成から見て団塊の世代需要が底上げしている可能性がある。

二輪車には軽二輪（126～250cc）と小型二輪（251cc超）がある。グラフに示したのはこの月次合計販売台数。人口構成上では若年層比率が低下しているの、減少すると予想される。ところが、現実には、大型バイクの販売台数が緩やかな増加を見せている。

「教養娯楽」支出を増やしている「無職」世帯

関東大都市圏と京阪神の無職世帯比率を比較すると、京阪神が先行して高い水準



で推移している。京阪神での消費支出実額は関東よりも少ないが、支出構成での差は少ない。支出構成では双方ともに旅行、娯楽費用を含む「教養娯楽」支出が2年間で1ポイント近く上昇した。消費社会での比重が高まっている無職

世帯の支出構成変化は、消費市場への影響力を高めている。 (神保)

本資料は、参考情報の提供を目的としたものです。いかなる契約の締結も解約をも勧誘するものではありません。記載内容は、3月23日までに新聞その他の情報メディアによる報道、官・民間調査機関による各種刊行物、インターネットホームページ等で公表された資料に基づいて作成していますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。主張や結論は、作成時点での執筆者の判断によるもので、資料発行/配布機関の公式見解を表明するものではありません。見解は、その後の状況に応じて予告なく変更されます。既刊分は池田銀行ホームページ <http://www.ikedabank.co.jp/h/1001.html> からご覧頂くことができます。より詳細なデータ、記載内容に対するお問い合わせは、池田銀行東京事務所 03-3284-1253 / 神保 敏明、までお願いします。