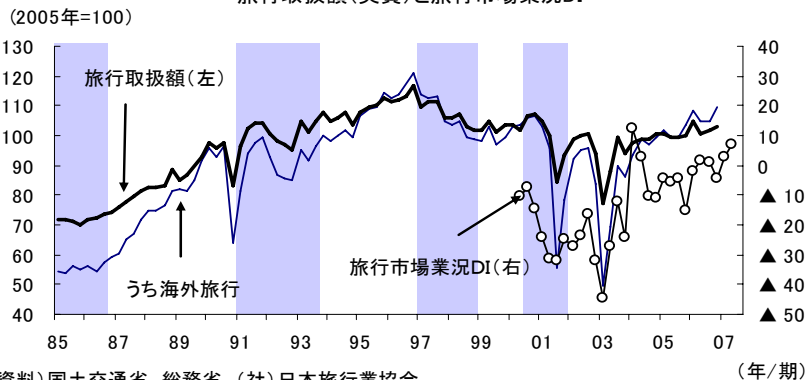


娯楽サービスの動向からみる景気の行方 ～旅行支出の好調が示す景気の底堅さ～

- (1) このところ、消費者マインドを示す指標に弱めの動きがみられ、個人消費、ひいては景気の先行きを懸念する声も。もっとも、**教養娯楽サービス支出の中身を見ると、消費者マインドの底堅さがうかがわれる。**
- (2) 教養娯楽サービスへの支出は、消費者マインドに左右され易い「選択的支出」の代表格。なかでも**旅行支出は、景気に連動した動きを見せる傾向。一方、映画は不況期にメガヒットが生まれるなど、景気とはむしろ逆相関の動き。**「好況期には、支出の大きい旅行に出かけ、不況期には近場で安価な娯楽である映画を楽しむ」といった行動を反映したものと推察される。
- (3) **足元の旅行取扱額の動きをみると、円安の進展による海外宿泊コスト等の上昇、燃料費高騰に伴う燃油サーチャージの負担といった逆風にも拘らず、海外旅行を中心に増加傾向(*)。**シルバー層が牽引役となっているが、現役世代には夏季賞与の増加、雇用不安の後退がプラスに。
(*)5月の旅行取扱額は、国内旅行が前年比24.1%増、海外旅行が▲1.6%であったが、前年の反動とカレンダー要因によるものとみられる。
- (4) 一方、**映画館入場者数は、夏場以降、人気作品の続編などが公開される予定となっており、昨年対比プラス転化を達成する余地は十分あるものの2007年1～5月実績では前年同期比▲0.8%にとどまっている。**
- (5) ガソリン価格の上昇再燃等が消費者マインドに与える悪影響は注視していく必要があるものの、**教養娯楽サービス支出の中身からは、個人消費が景気を下支えする展開に期待できるのではない**か。

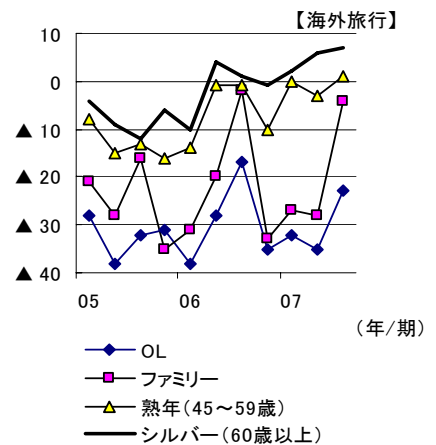
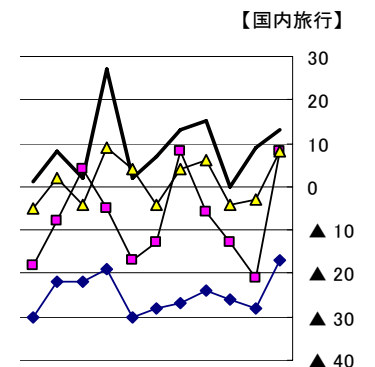
旅行取扱額(実質)と旅行市場業況DI



(資料)国土交通省、総務省、(社)日本旅行業協会

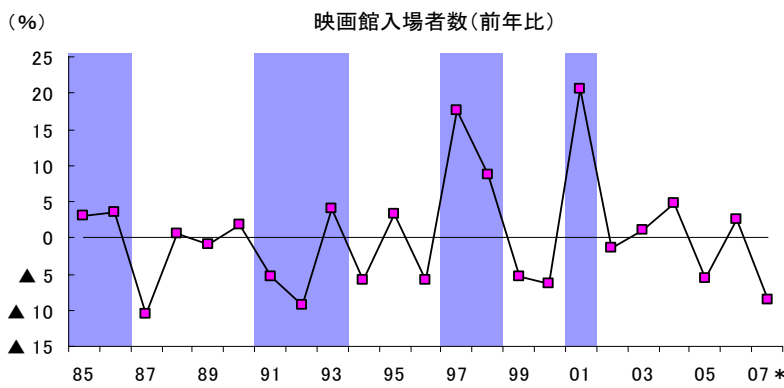
(注)旅行取扱額はCPIで実質化。季節調整は日本総合研究所。旅行市場業況DIは国内旅行DIと海外旅行DIを取扱額をウェイトに用いて加重平均したもの。シャド-は景気後退期。

顧客層別の旅行市場業況DI



(資料)(財)日本旅行業協会

映画館入場者数(前年比)



(資料)日本映画製作者連盟資料、経済産業省

(注)シャド-は景気後退期。2007年は経済産業省「特定サービス産業動態調査」の1～5月期の前年比。