

し好的個人向けサービスの低迷の背景にある 「趣味・娯楽」行動の変化について



2016年



1991年



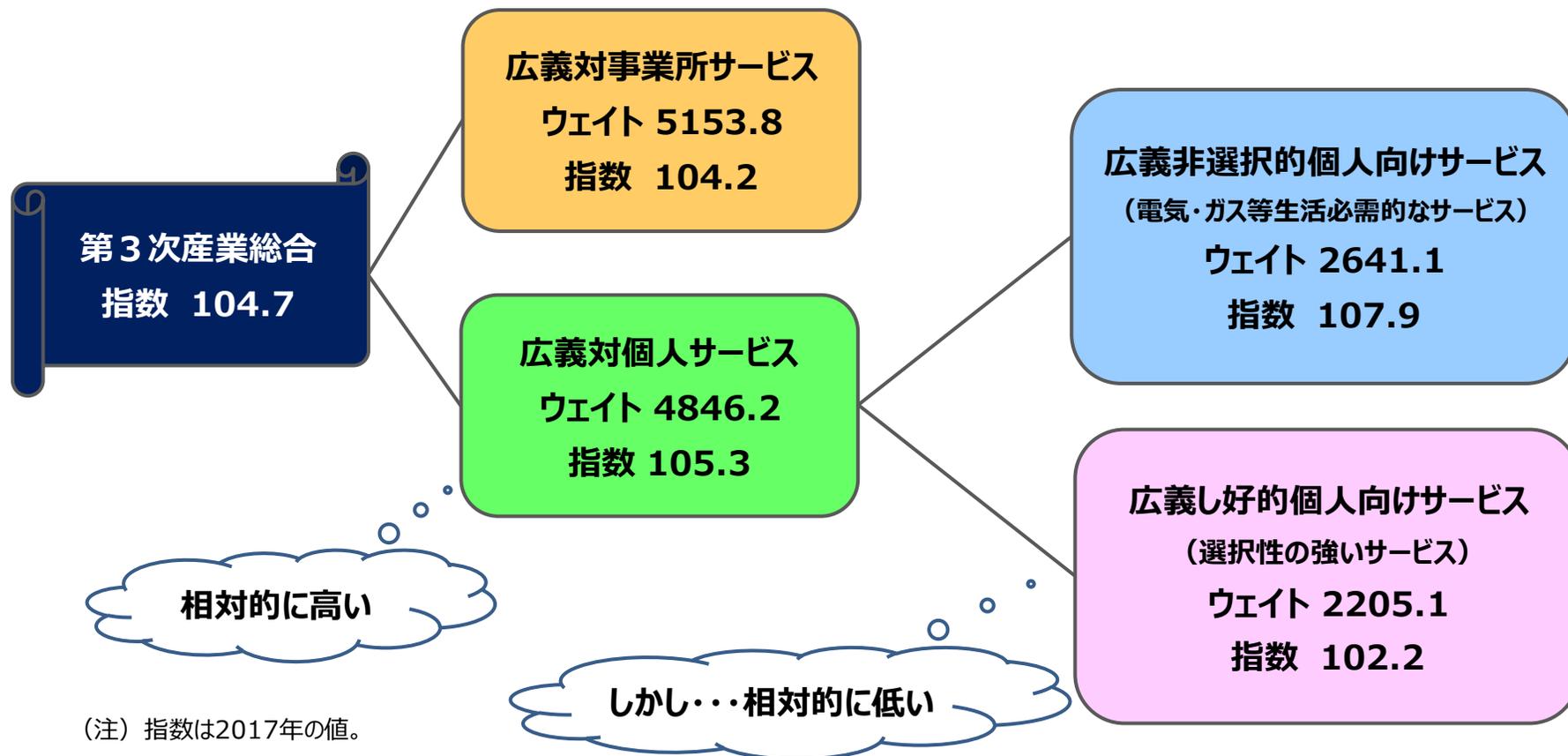
2018年5月 経済解析室

問題意識 ; サービス指数の重石となっているのは「し好的個人向けサービス」

- 第3次産業指数（以下、サービス指数）はリーマンショック以降上昇している。内訳を見ると、個人向けサービスも事業所向けサービスも上昇。
- 個人向けサービスの内訳を見ると、生活必需的なサービスである「広義非選択的個人向けサービス」は上昇しているが、選択性の強いサービスである「広義し好的個人向けサービス」は低下。サービス指数の上昇の足をひっぱっている。
- 「広義し好的個人向けサービス」が低下している原因を、人々の余暇行動の変化という視点で確認してみることにする。

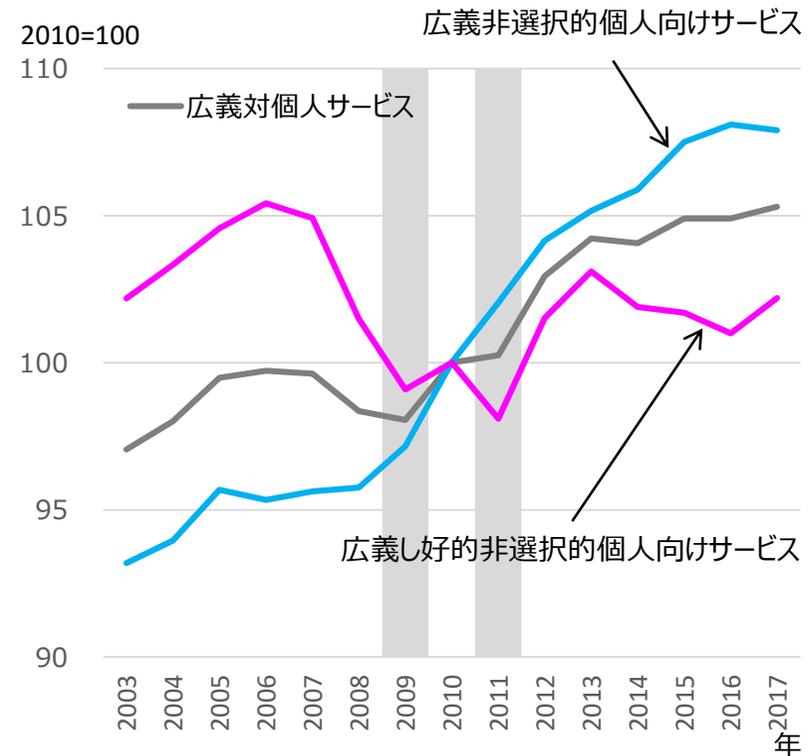
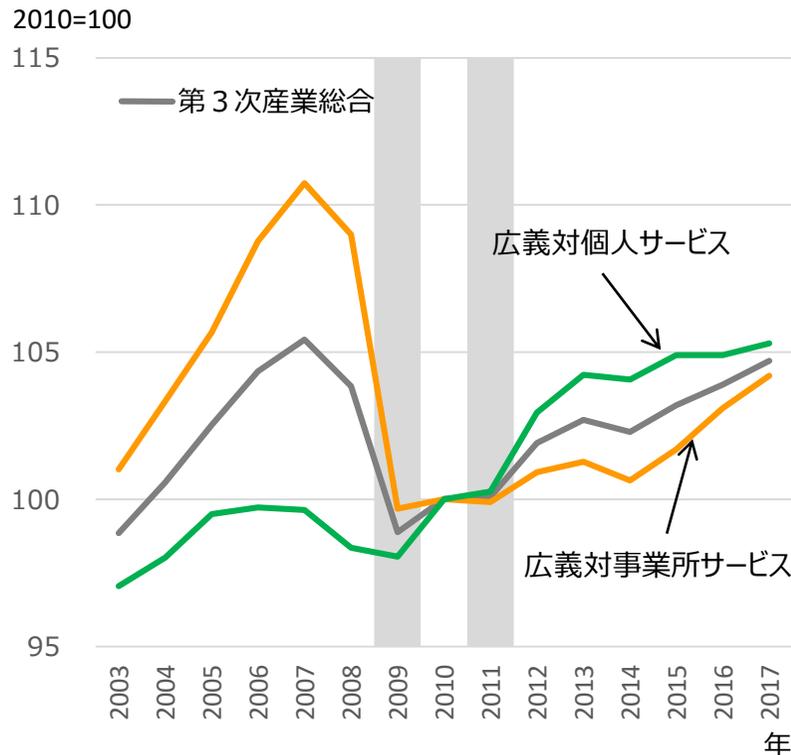
サービス産業の重石となっている「し好的個人向けサービス」

- 2017年のサービス指数は104.7。うち、対事業所サービスは104.2、広義対個人サービスは105.3で、対個人サービスが伸びている。
- しかし、非選択的個人向けサービスが107.9なのに対し、し好的個人向けサービスは102.2に留まっている。
- 「し好的個人向け」サービスの伸びが小さいことが、全体の伸びを押さえる要因となっている。



サービス産業の重石となっている「し好的個人向けサービス」

- 非選択的個人向けサービスが、リーマンショックや東日本大震災に関わらず伸びているのに対して、し好的対個人向けサービスは、リーマンショック、東日本大震災とも大きく影響を受けており、そこからの回復の足取りは重い。
- そこで、サービス指数のここ数年の動きにおける「重石」となっている、し好的対個人向けサービス指数の背景を、余暇行動の変化という視点で確認してみることにした。



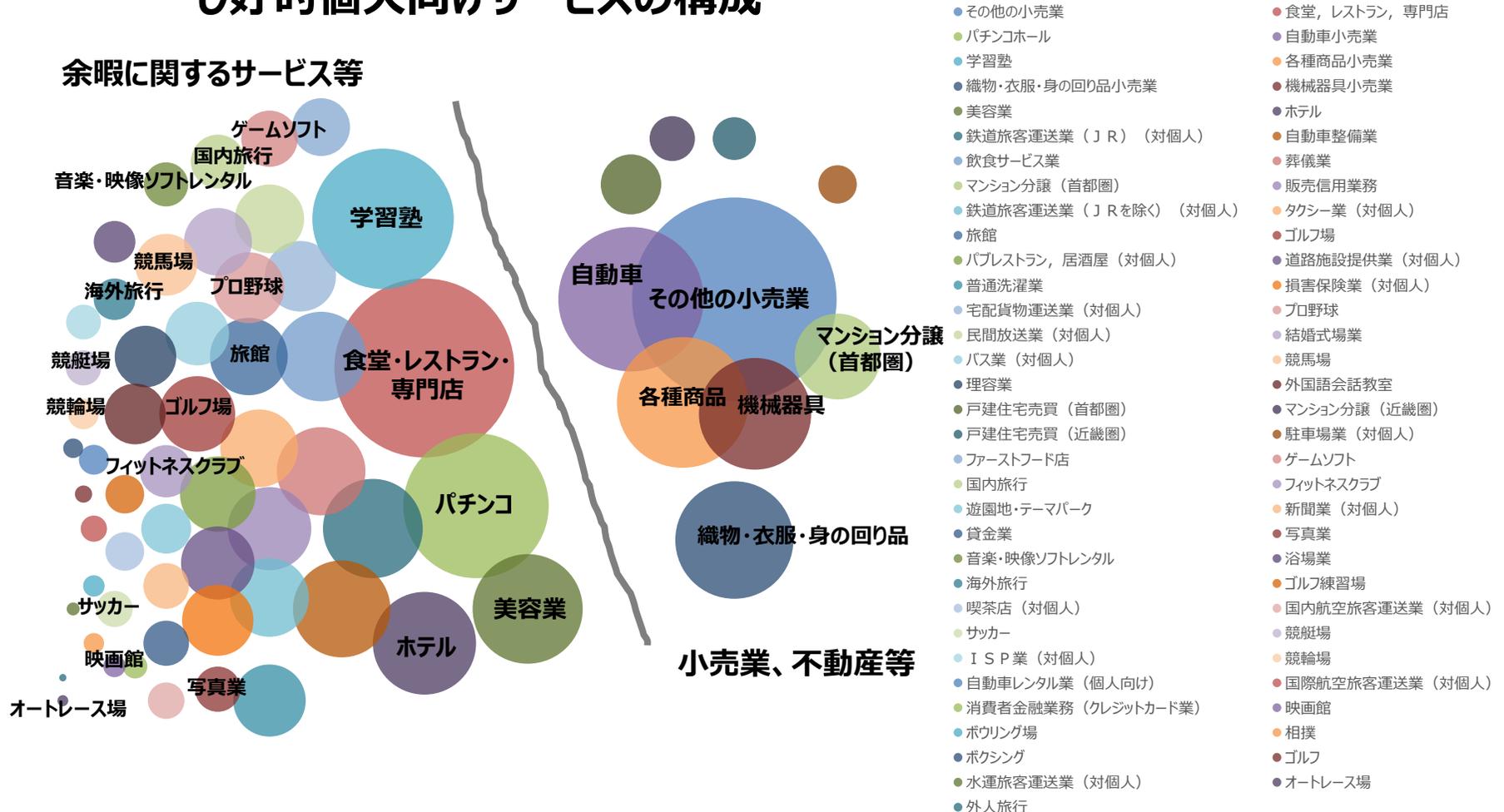
(注) 2009年あたりのグレーの背景はリーマンショック、2011年あたりのグレーの背景は東日本大震災を表す。

(資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」

サービス指数の「し好的個人向けサービス」の多くは余暇に関するサービス

- し好的個人向けサービスには、各種商品小売業やマンション分譲業といったモノの売買に付帯するサービスも含まれているが、余暇に関連するサービスが中心。

し好的個人向けサービスの構成

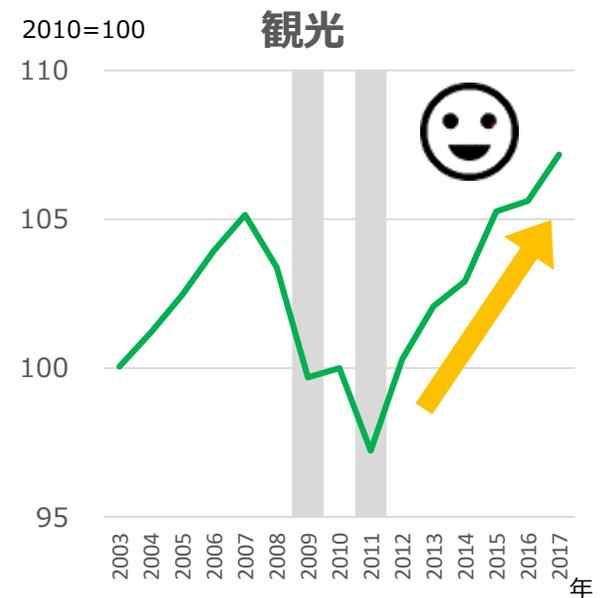
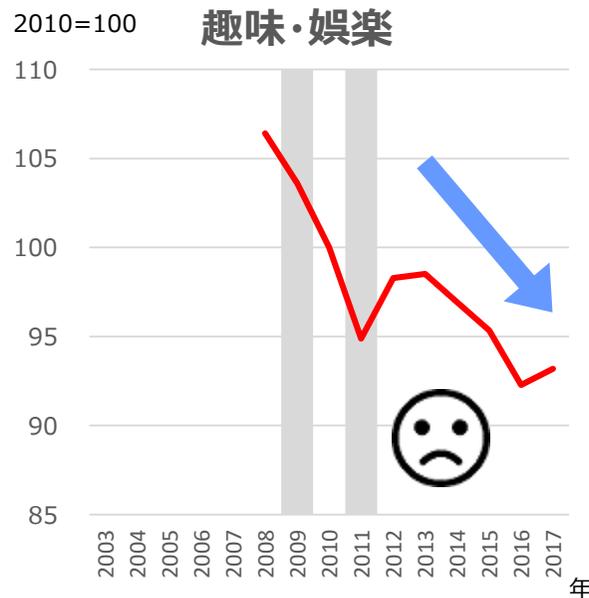
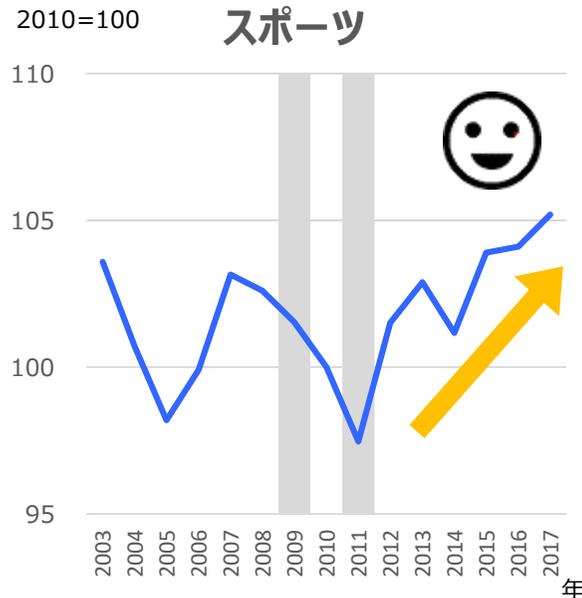


(注) 円の大きさは第3次産業指数におけるウェイトの大きさを表すが、一部の品目については、その品目の対個人と対事業所のウェイトを1/2づつとして推計している。なお、円の重なりに意味はない。
 (資料) 経済産業省 第3次産業活動指数

サービス指数におけるスポーツ、趣味・娯楽、旅行指数の推移

- サービス指数が公表している「スポーツ施設提供業」と、今回新たに再編集した、「観光」及び「趣味・娯楽」指数の推移を見ると、趣味・娯楽の下落が目立つ一方、スポーツと観光は上昇。

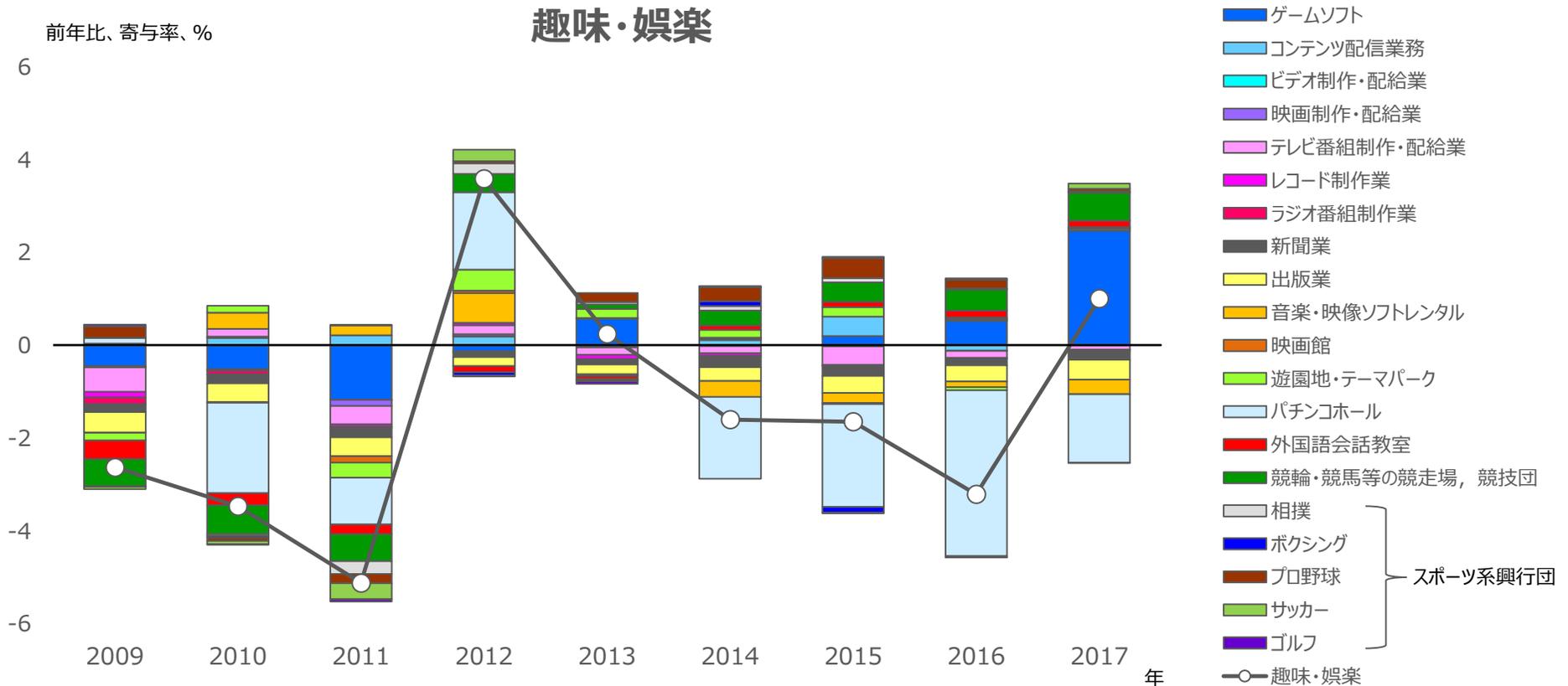
(注) 1. 「観光」は、サービス指数で公表している「観光関連産業」から、遊園地・テーマパークを除いたもの（遊園地・テーマパークは「趣味・娯楽」に含む扱い）。
2. 「趣味・娯楽」は、プロスポーツ、コンテンツ関連産業（ゲームソフト、コンテンツ配信業務、映画・ビデオ、テレビ・ラジオ番組やレコード制作業、新聞業、出版業、音楽・映像ソフトレンタル、映画館、遊園地・テーマパーク、パチンコホール）と、競輪・競馬等の競走場、競技団、外国語会話教室を元にウェイトに基づいて統合して推計。



(注) 1. 2009年あたりの背景のグレーはリーマンショックを、2011年あたりの背景のグレーは東日本大震災を表している。
2. 観光関連は、第3次産業指数で公表している「観光関連産業」指数から、遊園地・テーマパークを除いて計算したもの（遊園地・テーマパークは趣味娯楽に含む）。
(資料) 経済産業省「第3次産業指数」

趣味・娯楽指数の寄与度分解； 下落しているのはパチンコ

- サービス指数の趣味・娯楽の前年比寄与度分解を見ると、パチンコホールは下落寄与が目立つ。
- 他に、新聞業、出版業、テレビ番組制作、音楽・映像ソフトレンタルも低下寄与が続いている。

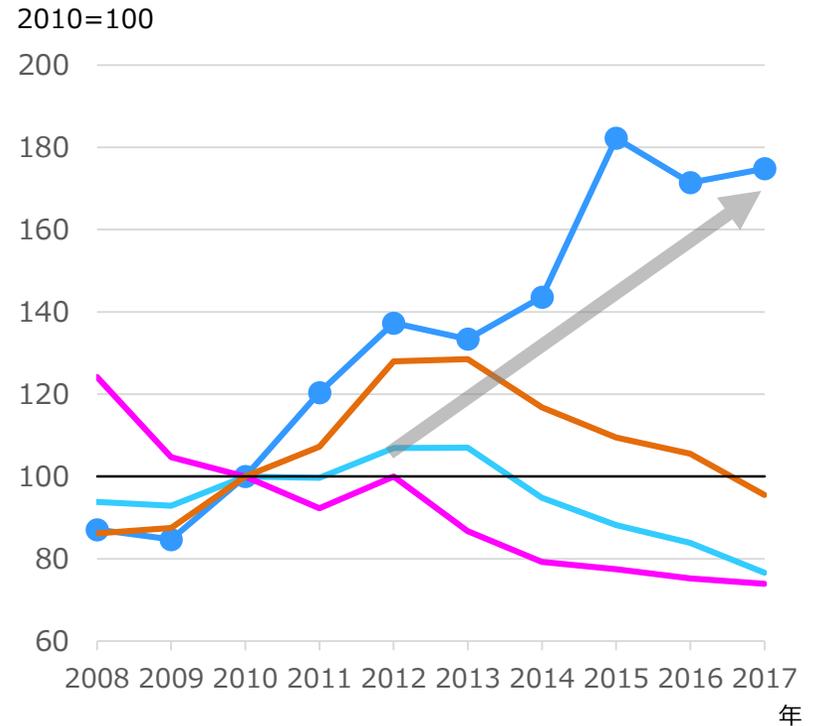


(資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」

コンテンツ系の余暇行動の変化の影響はニュートラル

- 新聞業、出版業、テレビ番組制作、音楽・映像ソフトレンタルといったサービスは、コンテンツ系の余暇行動に結びつくが、このような余暇行動は、昨今、CDやDVDといった有形の媒体を介してではなく、インターネットを通じた（特に定額）配信サービスでの利用が増えている。
- これを裏付けるように、サービス指数の「コンテンツ配信業務」は上昇傾向である一方、「音楽・映像ソフトレンタル」、「ビデオ制作」、「レコード制作」といった有形物の販売や貸与は下落。
- サービス指数の「趣味・娯楽」の中では両者が相殺しあって、今までのところニュートラルな影響と評価できるか。

有形物の販売、貸与からネット配信へ



(注) 元データは次の通り。ビデオ制作・配給；ビデオソフト売上高、レコード制作業；レコード生産額、音楽・映像ソフトレンタル；音楽・映像記録物レンタル売上高、出版業；週刊誌、月刊誌、書籍発行部数。
(資料) 経済産業省 第3次産業活動指数

余暇の過ごし方の統計「社会生活基本調査」とサービス指数は正比例

- 余暇の過ごし方を調査した統計に、「社会生活基本調査」（総務省統計局、以下、生活調査）がある。
- 5年ごとに、自由時間に何をしているか、その活動をする頻度はどのぐらいか、等を調査している（最新は2016年調査）。パチンコも余暇行動の一つとして調査している。
- 生活調査では、「行動者数」と「行動率」が判る。
行動者数 = 推定人口 × **行動率**
- サービス指数はサービスの生産水準を計っている（パチンコの場合はパチンコホール売上高）。
- 生活調査におけるパチンコの行動者数は、サービス指数のパチンコ指数と正比例していると考えられる。



\propto (正比例する)

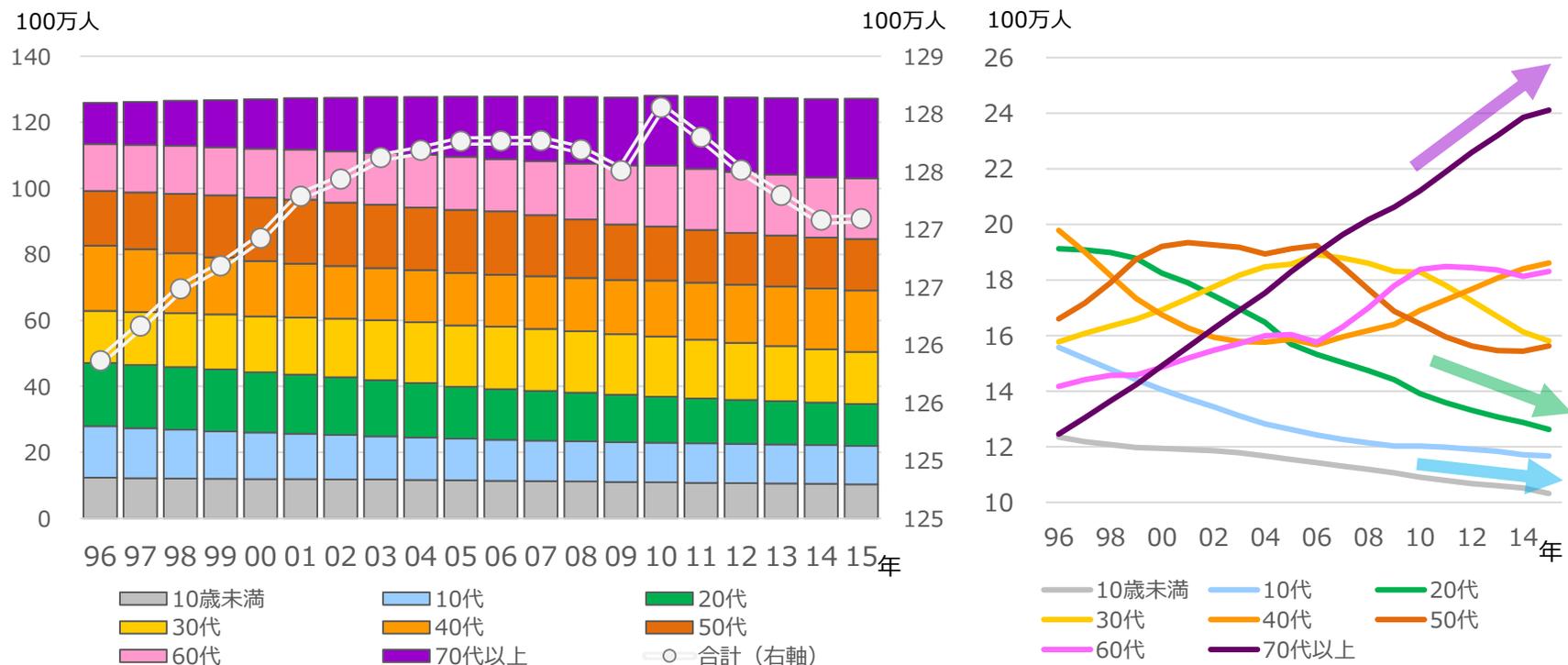


サービス指数における
サービスの生産量

行動者数の構成要素；年代別推計人口の推移

- 推計人口は、2008年（サービス指数の「趣味・娯楽」データ始期）の水準を2012年に下回り、以降も減少。
- 年代別の人口は、60代、70歳以上が継続的かつ急激に増加。10代、20代、30代は2008年以降継続的に減少。

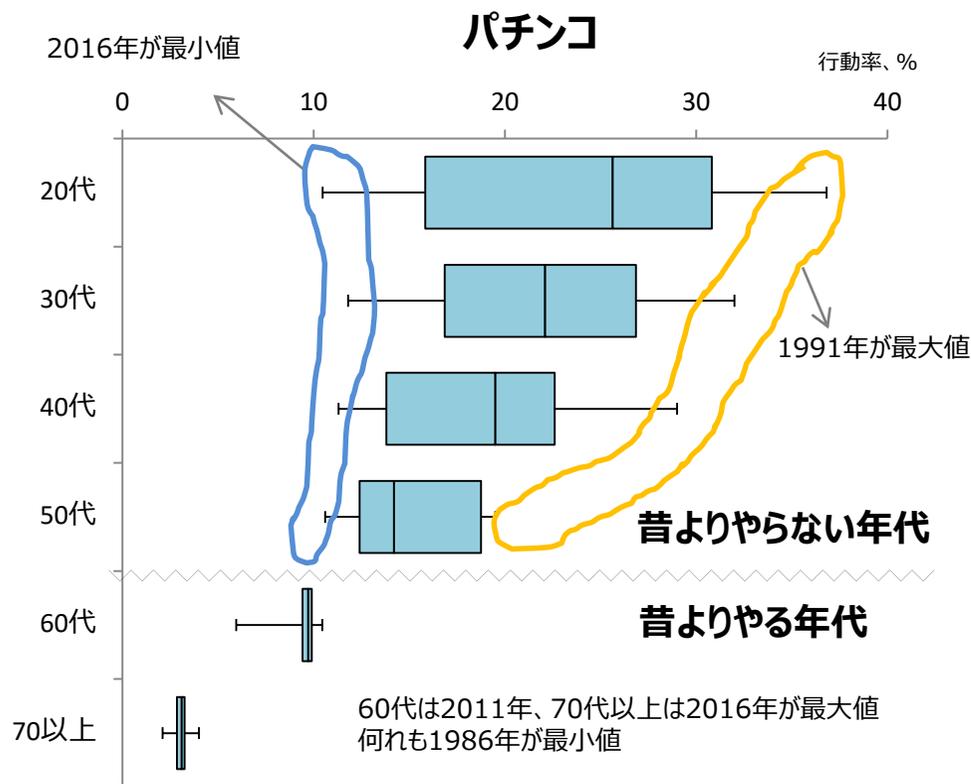
年齢層別推計人口の推移



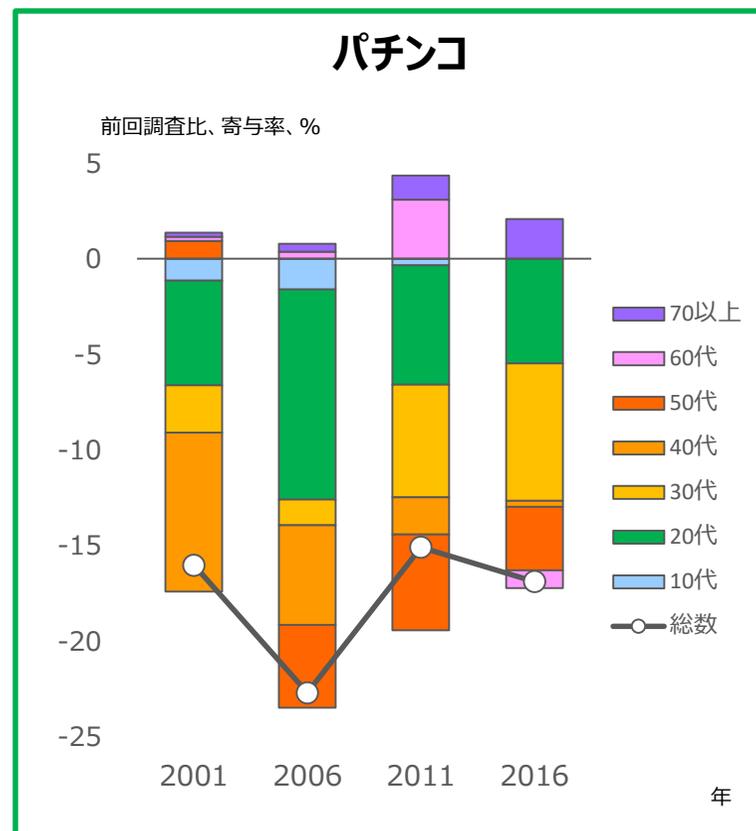
（資料） 総務省統計局「人口推計」

パチンコの年代別行動率、行動者数の年代別寄与度分解

- 左下図は、年代別の行動率 7 調査回分を箱ひげ図風に表したものの。20～50代までは、2016年が最小値、1991年が最大値。20代の行動率が最も高く、年齢が上がると共に減少する傾向がある。
- 右下図は、行動者数の年代別寄与度分解。行動率の20代、30代の下落寄与が大きい。



(注) 社会生活基本調査の1986、1991、1996、2001、2006、2011、2016年の7調査回分の結果を小さい順に並べ、調査回による結果のばらつきをイメージしやすいよう、箱ひげ図風に表したもの。
(資料) 総務省 社会生活基本調査



(注) 法律上18歳以上が行うことができるため、10代のデータも存在する。
(資料) 総務省統計局 「社会生活基本調査」

主要な顧客年代の人口だけではなく、人気も低下

- 20代や30代の行動者数が減少している原因として、その年代の人口が減少していること以外に行動率も低下している。
- コーホート（ある一定期間内に生まれた人の集団）が、年を経て年代が上がる毎に行動率が変化する要因については、2種類が想定できる。
- 一つは、「年齢が上がったこと」である。例えば、10代が20代になったことによって、体力的あるいは年齢に結びつくような社会的要素が変化して、行動率が上下する。
 - 年代別行動率を見ると、ある年代について行動率が高かったり低かったりという特徴がある。これがその種目の適齢期のようなものだとすれば、年齢が上がったことによって、それにあったりそこから外れたりするイメージ。なお、パチンコは法律（風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律）で18歳以上で行うことができるとされているため、10代から20代になれば行動率は増加すると考えられる。
- もう一つは、いわば「その時代の流行」。10年前の20代と今の20代のし好の違いである。
 - 外部環境の変化の影響も含む。パチンコでは、高い射幸性を有する遊技機の規制（いわゆる出玉規制）が行われるなど、行動率に影響を与えられ環境の変化があった。
- パチンコに関して、2016年調査時点で20代のコーホートと、30代のコーホートについて、2006年調査からの10年での変化を、上記2つの視点から見ると、それぞれ10代から20代、20代から30代になったことに伴って行動率が高まっている。しかし、10年前（2006年調査時点）の20代、30代に比べると、行動率は下落していた（行動率の変化率は、20代は-40.7%、30代は-37.6%）。
- 以上から、パチンコの主要な顧客である20代、30代人口の減少以外に、その年代のし好の変化に伴う行動率の低下もあって、行動者数が低下していると考えられる。

- 第3次産業指数（以下、サービス指数）の上昇の足をひっぱっている「趣味・娯楽」の低下原因を、余暇行動の変化という視点で分析した。
- その下落系列で最大のものは、「パチンコ」。
- 他に継続的に下落系列となっている、新聞業、出版業、テレビ番組制作、音楽・映像ソフトレンタルといったコンテンツ系の業種は、ユーザーの間でインターネットを通じた利用が広がっている。その分、コンテンツ配信業が上昇しており、「趣味・娯楽」指数にはニュートラルな影響と現状では評価できる。
- パチンコの下落の背景にどのような余暇行動の変化があるのか、社会生活基本調査（生活調査）で見たところ、パチンコの行動率が最も高いのは20代、30代だが、その20代、30代の行動者数が下落していることが判った。
- 行動者数が減少している要因として、この年代の人口が減っていることだけではなく、10年前の20代、30代と比べてパチンコ人気が下落していることも判った。