

消費支出の動向

わが国の景気は2002年1月以降回復局面にあり、既に景気回復は4年を超えたことになる。しかし、今回の景気回復局面においては回復の実感が乏しく、経済活動全般にわたって好調に推移しているとはいえない状況にある。これは、内需の中でもウェイトの高い消費支出の回復が遅れていることによるものであろう。ただ、消費支出は全体としては伸び悩んでいるものの、高級ブランド品が売れるといった、とらえにくい動きも見せている。今回は、消費支出の動向について調査・分析した。

今回の景気回復期間はバブル期に並び、戦後最長の景気回復になる勢いである。しかしながら、今回の回復局面においては、消費支出の改善が遅れていることもあり、景気のリcovery感が乏しい状況になっている。

消費支出は過去から近年まで一貫して上昇傾向にあったが、90年代半ば以降はほぼ横ばいで推移しており、停滞感が強い状況となっている。もちろん、消費品目のすべてが伸び悩んでいるわけではなく、中には順調に消費が拡大しているものもある。最近の消費支出には、価格志向はもちろん、健康志向、時間消費型といった傾向が見られ、こうした消費行動の変化が消費支出にも表れてきているといえる。また、デジタル家電、情報化、女性の社会進出など最近の技術的・社会的な変化も消費支出に大きな影響を与えている。

また、所得水準によっても消費行動に違いが見られ、昨今の高級ブランド品の購入などは高所得者層によって支えられている一方で、日常的に消費支出を切り詰めている低所得者層もあるとみられ、そのことが消費支出全体の盛り上げを抑制していると考えられる。

ただ、最近になって消費支出に上向きの傾向が出てくるなど、明るさも見られるようになってきたが、財政赤字解消のための税率引き上げなどが行なわれた場合、消費支出が再び落ち込むことも考えられ、今後は経済情勢のみならず社会政策を含む消費を取り巻く環境を見極めていく必要がある。

1. 景気回復と消費支出

(1) 生活者の景況感と消費

2002年1月を底にわが国は景気回復局面にあり、2006年4月で51ヵ月とバブル期の景気拡大に並ぶことになる。しかし、今回の景気回復局面においては、経済活動分野全般にわたって堅調に推移しているわけではなく、経済活動に勢いのあったバブル期のような状況とはかなり異なっている。

中でも、消費支出は回復感に乏しい状況が続いており、このことが景気は回復局面にあるとはいいいながら、やや弱含みで時折不安定な動き

を見せる要因ではないかと考えられる。

このたびの景気回復が、主に外需の伸びに支えられたものであることはいうまでもないが、その結果、企業部門での業績は改善され、それが設備投資の増加をもたらすことになった。しかし、長期にわたって不安定な経済情勢が続いたことから、わが国経済には数多くの問題点が出現している。

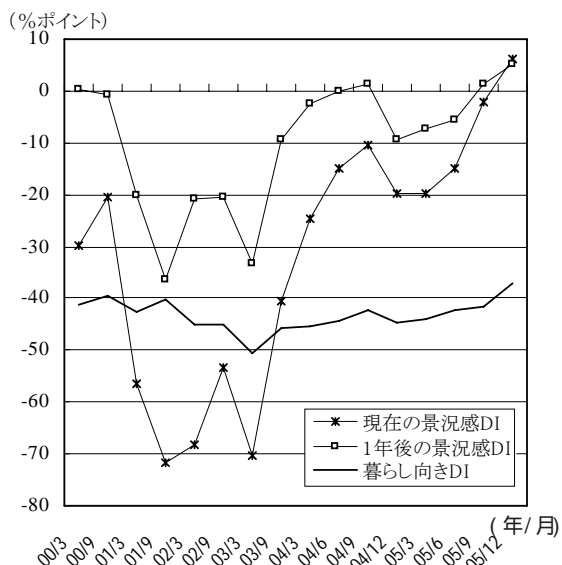
それは、企業のコストダウンを目指した海外進出と国内での人員削減、および正社員からパートなど非正社員へのシフトといった雇用環境の変化、金融不安の解消のための長期にわ

たる低金利状態，バブル崩壊後，数度にわたる大規模な経済対策などを背景とした大幅な財政赤字とその不安要素を高める少子高齢化，安価な海外製品との競合や消費者の価格志向の高まりによるデフレ経済化，などである。

これらの問題点のうち，短期的には消費にとってプラスの要素となるものもあるが，いずれも個人消費にとってマイナス要因になる可能性があるといえよう。の低金利についてはローン金利の低下によって高額物件を購入しやすくなるといったメリットもあるものの，預金金利の低下から主として退職後の高齢者などそれまでに蓄えた預金を生活費の一部に充てている生活者にとってはデメリットにもなる。

日本銀行が行なっているアンケート調査においても（図表1），現在の景況感DI（「良くなっている」の割合から「悪くなっている」の割合を差し引いたもの）は2003年9月調査を底に上昇しており2005年12月には若干のプラスとなっている。個人でも景気は「良くなっている」との見方が多くなってきたことによるものだが，同じ調査による暮らし向きDI（「ゆとりが出てきた」から「苦しくなってきた」を差し引いたもの）に

図表1 生活者の景況感と暮らし向き（全国）



（資料）日本銀行「生活意識に関するアンケート調査」

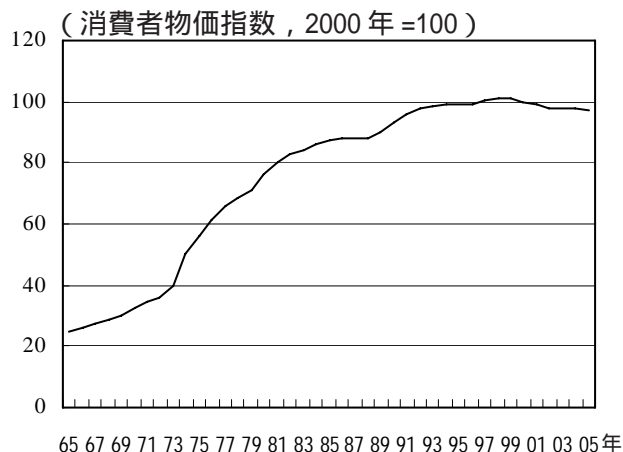
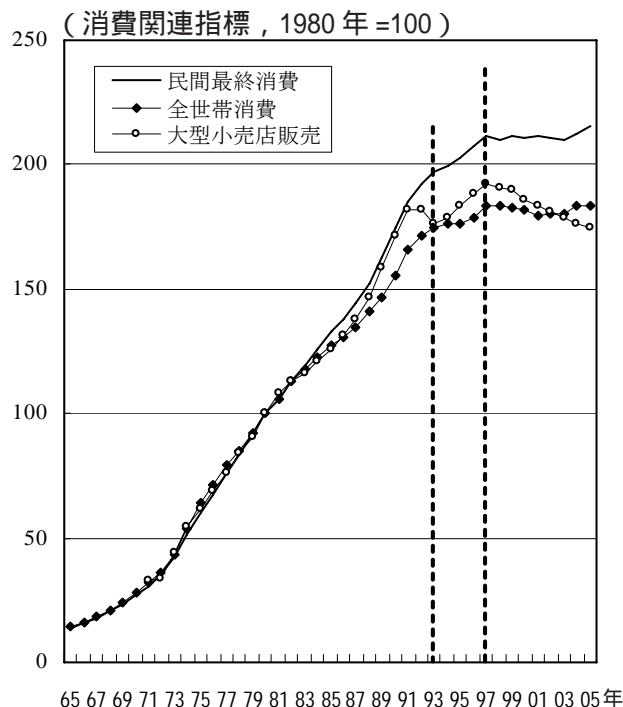
については，ほぼ -50 ~ -40 の間で推移しており，改善する兆しが見られない。

このことは，世の中の景気と個人の生活での実感にはやはり乖離があることを示すものとみられ，消費支出の改善がなかなか進まない理由のひとつではないかと考えることができる。

（2）消費関連指標の長期推移

図表2は消費関連指標のうち，国民経済計算による民間最終消費（名目），家計調査における

図表2 消費関連指標と物価の動き（全国）



（資料）内閣府「国民経済計算年報」，総務省「家計調査年報」，「国勢調査報告」，「消費者物価指数年報」，経済産業省「商業販売統計年報」

全世帯消費（1世帯当たりの消費支出×世帯数）、および大型小売店販売額の動きについて、80年を100とした指数で示したものである。

これによれば、70年代から80年代半ばあたりまではそれぞれの指標がかなり近い動きを見せていたことがわかる。しかし、80年代半ば以降は全世帯消費が民間最終消費を常に下回る水準で推移しており、90年代に入り大型小売店販売額も民間最終消費を下回っている。全世帯消費や大型小売店販売額は消費支出の全体をとらえたものではないことから、民間最終消費との乖離があっても不思議ではない。ただ、このところ乖離幅が拡大しているのは家計調査や大型小売店販売額ではとらえきれない部分の消費支出が増加しているということであろう。

例えば、家計調査はサンプル調査であるため何度も購入することのない乗用車のような高額品の消費は反映しにくいといわれている。家計調査による結果が民間最終消費を下回っているのは、こうした高額消費が増えていることも考えられる。

また、大型小売店販売額はいわゆる百貨店と総合スーパーの一部が調査の対象であり、専門店やコンビニエンスストアは含まれない。近年では家電専門店、ホームセンターを始めとした各種の専門店、コンビニエンスストアに比べ、従来の百貨店や総合スーパーを利用する消費者が減少していることが、民間最終消費との乖離を引き起こしていると思われる。

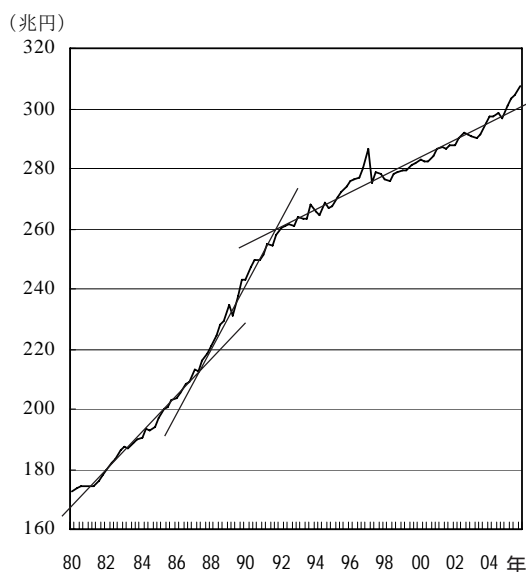
このように、各種の消費統計の動きを比較することによって、近年の消費の構造変化を推測することが可能である。ただし、いずれの統計を見ても90年代半ば以降横ばいで推移していることは明らかであり、60年代から90年代にかけて一貫して増加してきた消費支出は、このところ停滞感が強まっているといえよう。

90年代半ば以降の消費支出が横ばいで推移している理由のひとつは物価の低下であると思われる。購入量を一定とすれば、価格の低下は名目値の低下をもたらすことになる。しかし、通常は価格低下は消費数量の増加に寄与することになる。同一の品目を増やすだけでなく、それまで購入を控えていた他の品目の購入といった形で消費数量の増加が現れてくることもある。

価格の影響を除いて実質ベースの消費支出を見ても（図表3）、バブル期の異常な盛り上がりはもちろん、それ以前の伸びと比較しても90年代以降の消費の動きは緩やかになっており、言い換えれば消費支出は伸びにくくなっていると考えることができる。

こうしたことから、価格以外に消費支出額を抑制する何らかの要素があったと考えることが妥当であろう。例えば、消費数量に変化がなくとも、価格の低下によって消費支出額が減少すれば、それまでと所得水準が同一である限り、資金的な余剰が生じることになる。余剰資金が多くなれば、それだけ暮らし向きに余裕が出てくることになる。

図表3 実質民間最終消費の動き（全国）



（資料）内閣府「国民経済計算年報」

しかしながら、日本銀行の調査によれば暮らし向きに余裕がないという回答の割合が高いことから考えて、それほどの資金的余裕が出ていない可能性がある。従って、近年の消費支出の停滞は、所得の減少や暮らし向きに余裕がないと感じることによる消費者マインドの低迷などによるものだとみることができよう。

冒頭に述べたような雇用環境の悪化を始めとした様々な要因によって、消費支出を取り巻く環境は依然として厳しい状況にあるとみられ、消費支出は総じて改善が遅れているということができよう。

2. 大型小売店販売額から見た消費

(1) 百貨店販売額

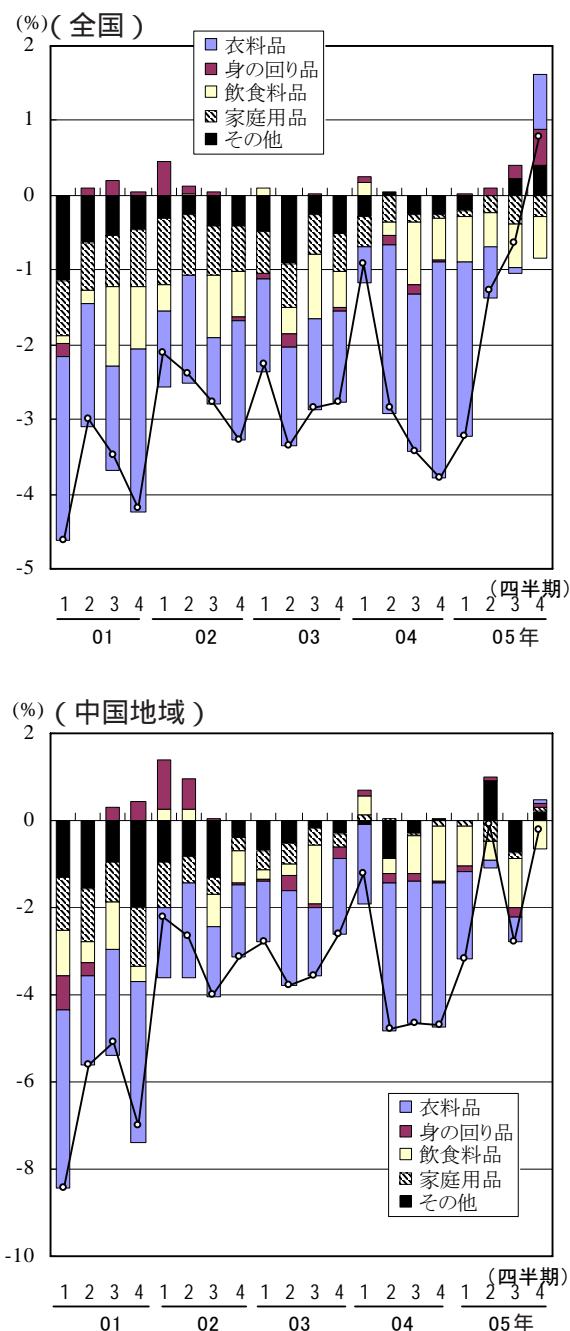
大型小売店販売額のうち、百貨店販売額の動きを見ると、全国、中国地域ともこれまで主に衣料品の大幅な低下から一貫して前年比マイナスで推移してきた。しかし、2005年に入り衣料品のマイナス寄与が縮小しており、第4四半期にはプラス寄与に転じたこともあって、全国の百貨店販売額は前年比0.8%増と2001年以降では初めてプラスとなった。

中国地域においては、百貨店販売額の伸び率がプラスにはならなかったものの、全国同様にそれまでマイナス寄与であった衣料品が、プラス寄与に転じており、百貨店販売額の前年比マイナス幅も大きく縮小した。

全国、中国地域ともに2005年第4四半期に衣料品がプラス寄与となったのは、この時期の気温が当初の予想に比べ低めで推移し、季節衣料の前倒し需要が発生したことによる。身の回り品、その他など、衣料品以外にプラス寄与となった品目もあるが、これらについても季節商品や衣料品に合わせた装飾品などの需要が増えたことによる影響が出ているものとみられる。

従って、2005年第4四半期に大型小売店の伸び率が改善したのは気候の影響によるものであり、消費支出そのものが改善したわけではないことがわかる。2004年第4四半期以降、マイナス幅が縮小するなど百貨店販売額の回復をうかがわせるような動きも出ているものの、今後2005年第4四半期の前倒し需要の影響で再び販

図表3 百貨店販売額の品目別増減寄与度



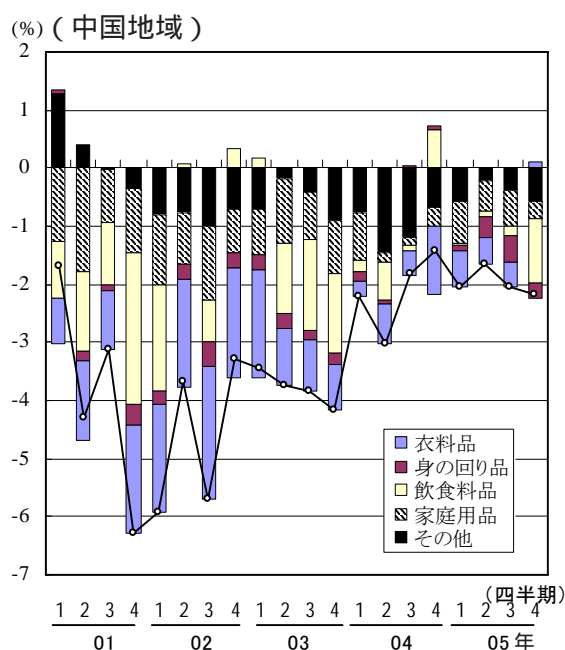
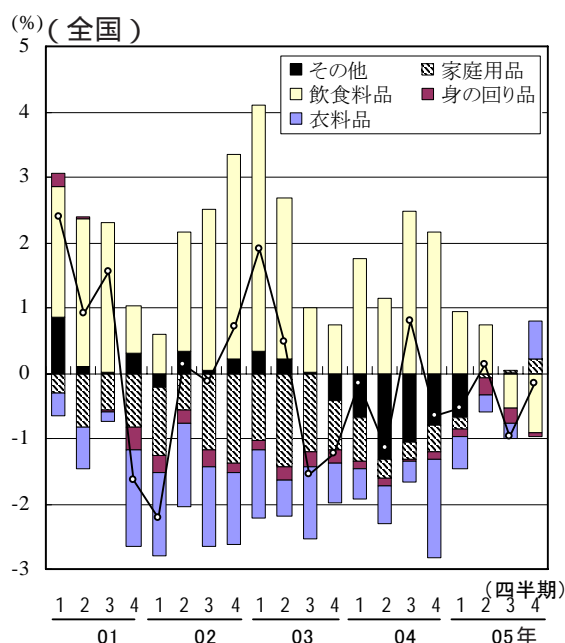
(注) 全店舗ベース
(資料) 経済産業省「商業販売統計年報」

売額が前年割れとなる可能性が高く、まだ百貨店販売額が改善しているとはいいいにくい状況にあるといえよう。

(2) スーパー販売額

スーパー販売額については、全国では衣料品や家庭用品のマイナス寄与が目立つものの、飲食料品がほぼ一貫してプラス寄与で推移している

図表4 スーパー販売額の品目別増減寄与度



(注) 全店舗ベース
(資料) 経済産業省「商業販売統計年報」

ることから、販売額が前年比プラスになっている時期もある。しかし、2004年から2005年にかけては飲食料品のプラス寄与が縮小し、2005年第3四半期から第4四半期にかけてはマイナス寄与となっており、スーパー販売額は伸び悩んでいる。ただ、2005年第4四半期に衣料品がプラス寄与に転じているのは百貨店販売同様であり、スーパー販売額においても気候の影響が出ているものとみられる。

中国地域については、全国とは異なり、ほとんどの期間においてすべての品目がマイナス寄与となっており、スーパー販売額は一貫して前年比マイナスで推移している。2005年第4四半期には衣料品がわずかにプラス寄与となっているものの、それ以外の品目がすべてマイナス寄与となっているため、スーパー販売額は前期に比べてもマイナス幅が拡大している。

このように、百貨店販売額、スーパー販売額のいずれについても全国に比べ中国地域の伸び率は低い水準にとどまっており、大型小売店販売額から見た当地域の消費支出は全国以上に停滞感が強いと考えることができる。

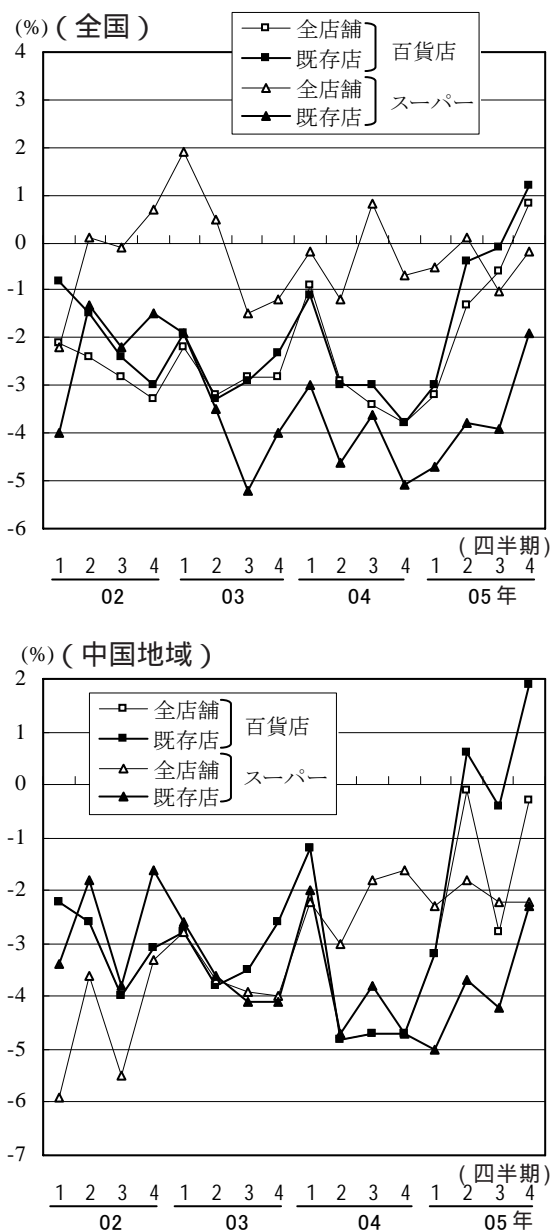
なお、全国においてこれまで飲食料品の寄与度が高かったのは、飲食料品を中心としたスーパーストアの新規出店などがあったことによるものではないかとみられる。全店舗、既存店別の販売額の伸び率を見ると(図表5)、百貨店は両者にほとんど違いがないものの、スーパーでは全店舗ベースの数値がプラス・マイナスの変動はあるものの比較的高い水準であるのに対し、既存店ベースの数値は百貨店を下回る低い水準で推移している。つまり、ここまで差が出るほどに新規出店があったということであり、新規出店がなければ百貨店販売額より販売額が低迷していた可能性もあるということになる。

中国地域についても、全国同様にスーパーの

全店舗ベースの数値が既存店ベースの数値を上回っているが、それでも一貫して前年割れにとどまっていることから、新規出店効果があっても販売額をプラスにできないほどの不振が続いているということになる。

中国地域の百貨店販売額については、2005年第2四半期以降、既存店ベースの伸び率が全店舗ベースの伸び率を上回っているが、これは不採算店の撤退による影響ではないかとみられる。

図表5 大型小売店販売額の前年比増減率における全店舗・既存店比較



(資料) 経済産業省「商業販売統計年報」

つまり、既存店ベースでは、2005年第4四半期には中国地域の百貨店販売額の伸び率は、全国をやや上回る水準となっており、当地域においても気候変動の影響がかなりあったということになる。

以上のように、大型小売店から見た消費支出は、気候変動などの特殊要因による一時的な増加を除けば、引き続き停滞感が強いとみられる。ただ、既に述べたように、近年の消費活動の場は百貨店や総合スーパーから、専門店やコンビニエンスストアなどに拡大しており、大型小売店販売額だけでは把握しきれない。大型小売店販売額の低迷は、消費支出そのものが伸び悩む中で、大型小売店の役割がかなり低下していることを示しているともいえよう。

3. 家計消費から見た消費

(1) 項目別の消費動向

消費支出は全般的に低調に推移する中で、デジタル家電や高級ブランド品が伸びるなど、必ずしもすべての品目について、同じように消費が減少しているわけではない。

図表6は家計調査における全国全世帯の世帯当たり消費支出の中から、消費水準が低下している項目を示したものであり、一方、図表7は同調査の消費支出の中から、消費水準が上昇あるいはほぼ横ばいで推移している項目を示したものである。いずれも95年を100とした指数にすることで項目間の比較を行ないやすいようにしてある。

この図表を見ればわかるように、家計消費においてもこの何年か間に消費水準が低下しているもの、上昇しているものにかかなり明確に分けることができる。

消費水準が低下している項目のうち、代表的なものが被服・履物(衣料品)である。衣料品に

については、百貨店やスーパーでの販売額が低下しているが、これは、衣料品関連の消費支出そのものが低下していることによるものだといえよう。ただし、このことは、必ずしも衣料品の消費数量が低下しているということを意味しているわけではなく、衣料品の単価が下がっている、つまり同程度の品質であれば、より安価なものを購入するといった消費者の価格志向も影響しているものとみられる。いずれにせよ、全体として減少傾向にある消費支出の中で、衣料品への支出が最も低下しているということになる。

被服・履物ほどではないものの、家具・家事用品、飲食料品、住居費についてもほぼ一貫して低下傾向にある。ただ、飲食料品や住居費の低下幅は被服・履物や家具・家事用品に比べ緩やかであり、消費支出全体の動きに近いものとなっている。つまり、飲食料品や住居費が消費支出全体に占める割合はそれほど変化していないということになる。教育費については、95年から2002

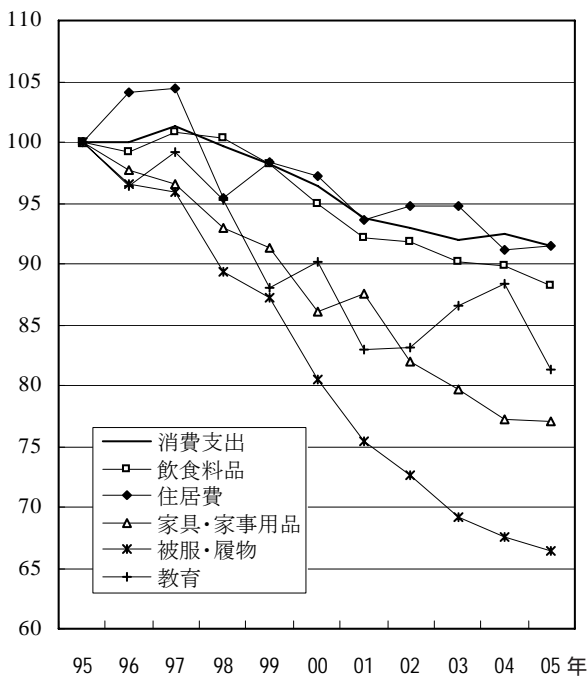
年にかけて低下傾向にあったが、その後、学校週5日制の開始で習い事などが増加した影響もあり、拡大傾向にあった。しかし、2005年には、所得が伸び悩む中で、大幅に拡大した教育費を抑制する動きもあり、再び低下するといったやや不規則な動きを見せている。

次に、家計消費における上昇・横ばい項目を見ると、このうち最も上昇しているのが保健医療であり、健康ブームの影響や、高齢化による医療費の増加などによるものとみられる。また、交通・通信についても上昇傾向が目立つ項目となっているが、これは、携帯電話やインターネットといった通信費の増加に加え、自動車関連の支出が増えていることによるものである。

教養娯楽については、99年から2003年にかけて低下傾向にあったが、2004年から2005年にかけてやや持ち直しているといえよう。

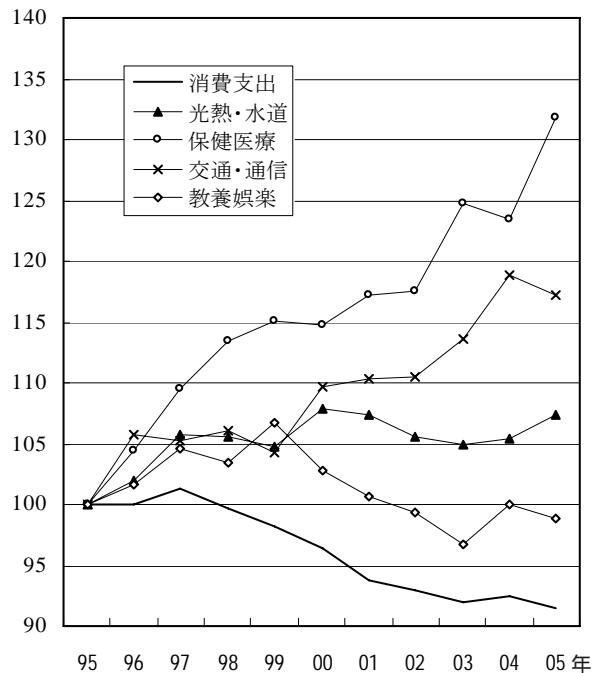
このように、世帯当たりの消費支出は低下傾向にあるものの、項目別に見れば上昇している

図表6 家計消費における低下項目
(全国全世帯, 95年=100)



(注) 上記の数値は1世帯当たりの平均値。以下図表26まで同様。
(資料) 総務省「家計調査年報」

図表7 家計消費における上昇・横ばい項目
(全国全世帯, 95年=100)



(資料) 総務省「家計調査年報」

ものもあり、消費者の消費行動や意識などが変化していることを示しているといえよう。各世帯の平均的な動きを見る限り、衣料品や家具などへの支出を減らし、健康関連、通信関連などの支出を増やしていることがわかる。昨今の消費者行動は健康志向、時間消費型といった特徴がより顕著になってきたといえよう。

(2) 項目別に見た増加品目の割合

消費支出における項目別の増減傾向をより細かく把握するために、詳細な消費品目を食品、飲料、住居費などの分類項目に統合し、それぞれの分類項目を構成する詳細品目における増加品目の割合を示したものが図表8である。

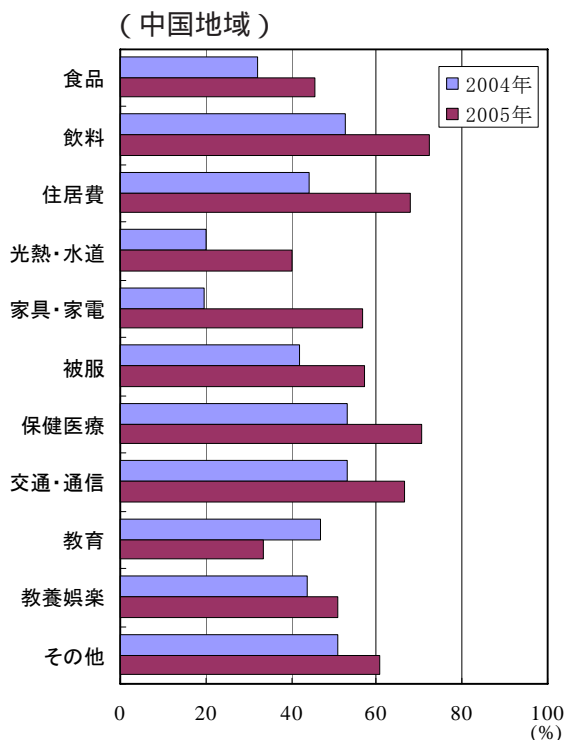
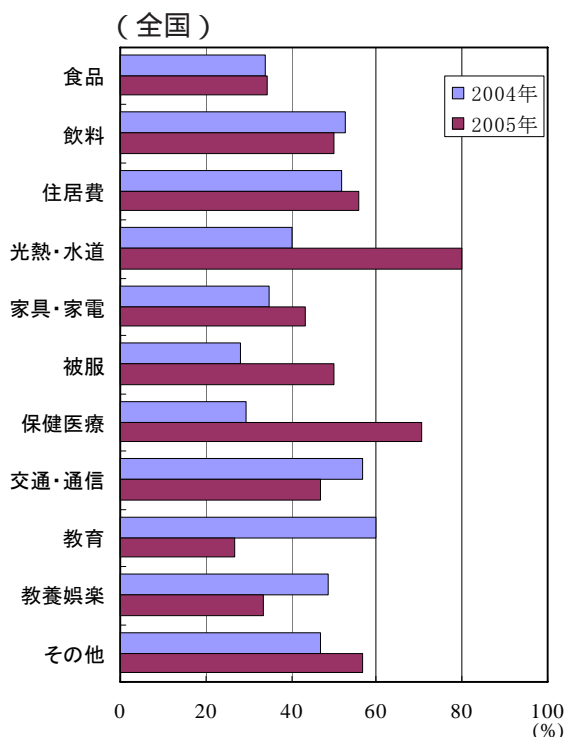
これによれば、2004年から2005年にかけて増加品目が拡大している項目と、減っている項目に分かれている。全国では、住居費、光熱・水道、家具・家電、被服、保健医療において増加品目が拡大しており、中でも光熱・水道、保健医療が目立っている。

一方、飲料、交通・通信、教育、教養娯楽については増加品目が減っており、消費支出の対象品目が絞り込まれていることがうかがえる。

また、中国地域においては、教育を除くすべての分類項目について増加品目が拡大しており、品目数から見る限り、全国に比べ消費支出が良好であるととらえることも可能である。ただし、それぞれの伸び率については考慮していないため、どの程度の回復力があるのかについては不明である。

ここで示した分類項目のうち、増加品目が拡大しているものについては、それだけ支出の対象が増えていることになり、それだけで、当該分類項目の消費が堅調であることにはならないものの、消費支出を増加させる要素にはなりうると思われる。

図表8 家計消費における増加品目割合の項目分類別比較(全世帯)



(注) 上記の数値は、「食品」「飲料」など大分類項目ごとに、これらを構成する詳細品目(例えば食品であれば、米、牛肉、イワシ、卵など)について、増加した品目の割合を算出したもの。大分類項目によって、これを構成する詳細品目数が異なるため、項目間の単純比較はできない。

(資料) 総務省「家計調査年報」

(3) 個別品目で見た消費支出

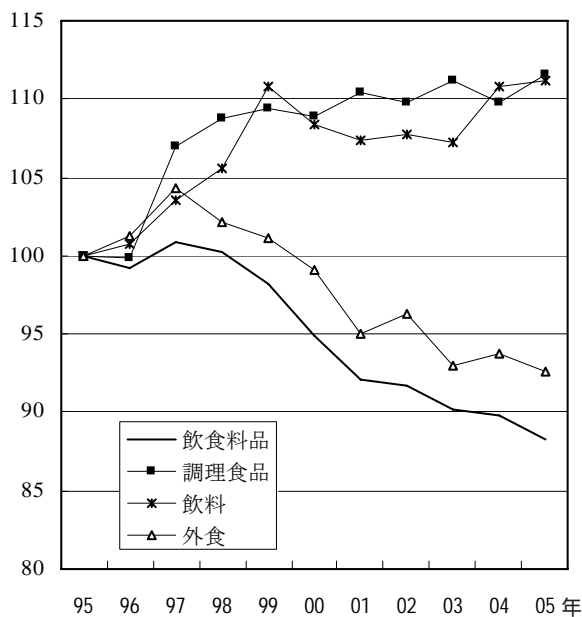
消費支出の動向が、項目によって異なっていることはこれまで述べた通りだが、全体としては低下している項目であっても、それを構成する品目のすべてが減少しているとはいえない。ここでは、各項目別に主要品目の動きを比較・分析した。

飲食料品関連

飲食料品については、全体として消費支出が減少している項目だが、飲食料品の中でも調理食品、飲料についてはむしろ増加傾向にあるといえる(図表9)。

これは、女性の労働者が増え、生活時間の中でもかなりのウェイトを占める調理の手間を省くことができること、コンビニエンスストアなど身近にこうした食品を購入できる店舗が出現してきたこと、外食ほどのコストがかからないことなどによるものであろう。

図表9 飲食料品関連品目別の消費支出の動き(全国全世帯、95年=100)



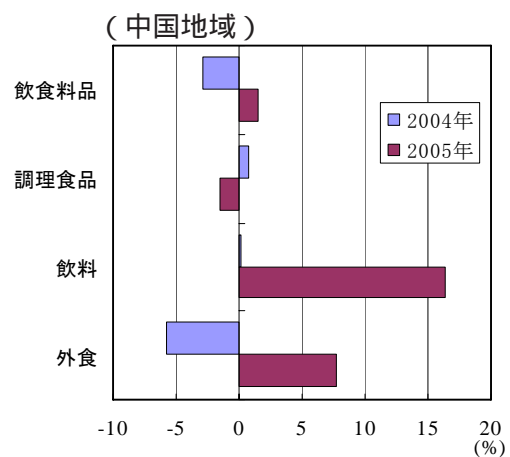
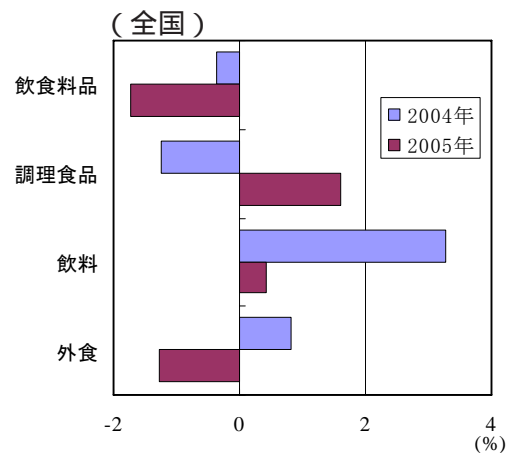
(資料) 総務省「家計調査年報」

調理食品や飲料の消費支出が増加する一方で、外食への消費支出がほぼ一貫して減少しているのは、まさにこうした外食から調理食品へのシフトが起きていることを表しているといえよう。

これらの動きを前年比増減率で見ると(図表10)、全国においては、調理食品、飲料が2005年にプラスとなっているのに対し、外食はマイナスとなっている。一方、中国地域では調理食品は2004年にプラスであったものの、2005年にはマイナスとなっている。これに対し、飲料と外食は2005年に大幅なプラスとなるなど全国とはやや異なる傾向も見られる。

なお、飲料がこれほど伸びているのは、2004年、2005年といずれも夏季に猛暑であったことによるものとみられる。

図表10 飲食料品関連品目別消費支出の前年比増減率



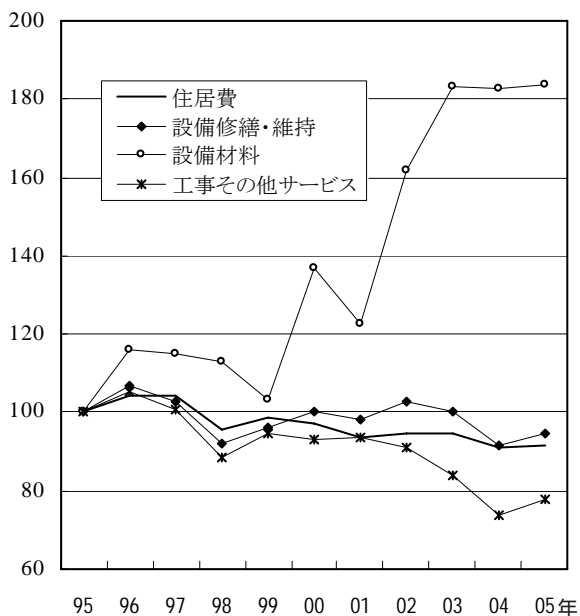
(資料) 総務省「家計調査年報」

住居関連

住居関連については、全体としては飲食料品同様に低下傾向にある。しかし、住居関連の個別品目のうち、設備修繕・維持については住居費全体に比べ低下が緩やかなものにとどまっている。また、設備修繕・維持を構成する個別品目のうち、設備材料については99年から2003年にかけて大幅に高まっており、同様に設備修繕・維持を構成する個別品目である工事その他サービスが低下しているのとは対照的である（図表11）。

設備修繕・維持とは、いわゆるリフォームに相当するものといえるが、このうち、設備材料とはリフォームを行なうための機器、工具やコンクリート、塗料、板などの材料を指す。設備材料が大幅に増加しているということは、自らリフォームに取り組むために、各種の機器や材料を購入する消費者が増えているということであり、いわゆるDIY(Do It Yourself)が活発化していることを示すものといえよう。

図表11 住居関連品目別の消費支出の動き
(全国全世帯、95年=100)

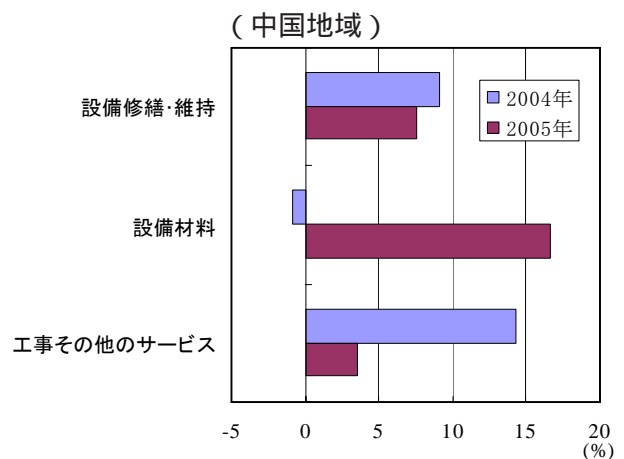
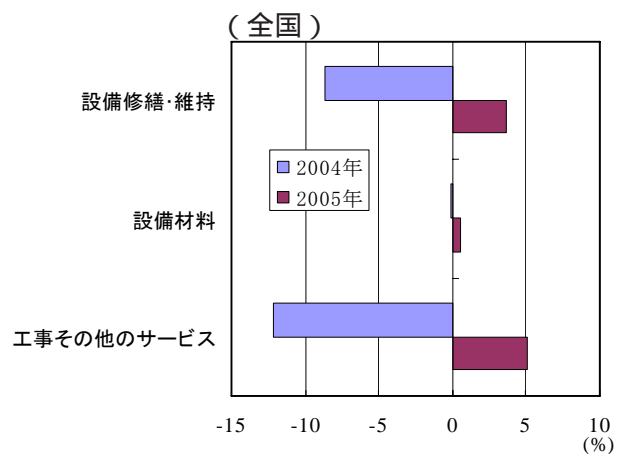


(資料) 総務省「家計調査年報」

これに対して、工事その他サービスといった工務店やリフォーム専門の事業者などへの支出は低下しており、自ら実行可能なことはできるだけ自分で行うといった風潮が高まっているものとみられる。

これを前年比増減率で見ると(図表12)、全国では設備材料、工事その他サービスとも2005年には前年比プラスとなっており、リフォームのニーズが高まっていることを示している。中国地域では、設備材料は2004年にマイナスであったものの2005年には大幅なプラスとなっており、一方で工事その他サービスは2004年に比べ2005年の伸び率が大きく低下するなど、当地域においてもDIYが活発化していることを示しているといえよう。

図表12 住居関連品目別消費支出の前年比増減率



(資料) 総務省「家計調査年報」

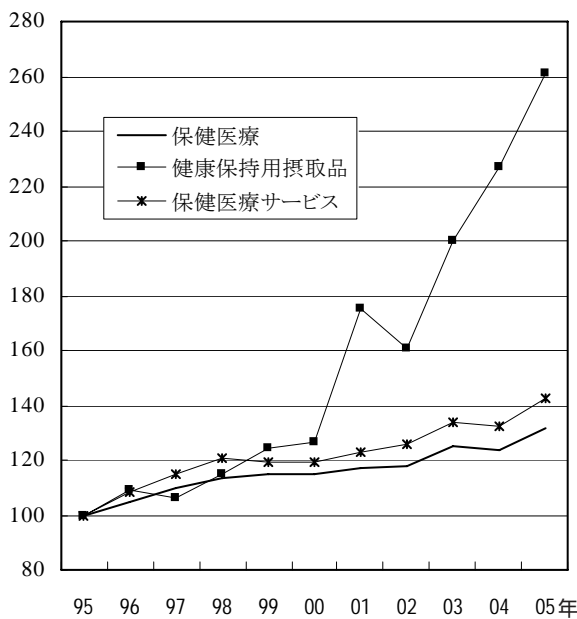
保健医療関連

保健医療関連については、全体的に消費支出が増加している項目であるが、その中でも健康保持用摂取品の伸びが著しい。

健康保持用摂取品とはビタミン剤、カルシウム剤など、いわゆる薬品に分類される栄養剤を除くドリンク剤等であり、滋養強壯食品、高麗ニンジンエキス、青汁など、どちらかといえば食品に近いものといえる。99年にはそれまで医薬品扱いをされていた栄養剤などのドリンク剤が医薬部外品として一般小売店で販売できるようになったが、それとの相乗効果もあってこうした健康保持用摂取品の消費が2000年以降急増してきた（図表13）。

保健医療サービス（病院・診療所）についても健康保持用摂取品ほどではないものの増加傾向にあり、近年増えている生活習慣病への懸念や、高齢者の増加を背景に、健康志向が高まっており、こうした消費者の意識変化が保健医療関連の消費支出を増加させているといえよう。

図表13 保健医療関連品目別の消費支出の動き（全国全世帯、95年=100）

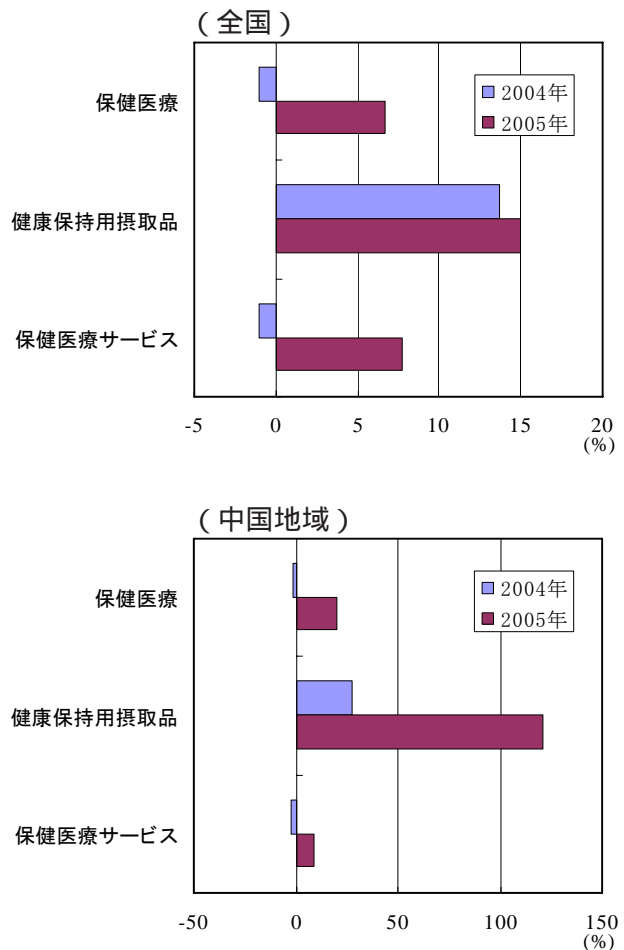


（資料）総務省「家計調査年報」

この中でも、健康保持用摂取品といった品目が急増している背景には、繁忙感が強くストレスが蓄積されやすい世の中にあつて、手軽に体力の回復や維持ができるのではないかとの期待が高まっていることによるものであろう。

これらを前年比増減率で見ると（図表14）、健康保持用摂取品については、全国、中国地域ともに2004年、2005年と高い伸びを示しており、相当に健康志向が高まっていることをうかがわせるものとなっている。また、保健医療サービスについても、2004年はマイナスであったものが、2005年にはプラスに転じており、それだけ健康に対する不安が拡大しているということであろう。

図表14 保健医療関連品目別消費支出の前年比増減率



（資料）総務省「家計調査年報」

教養娯楽関連

a. 教養娯楽関連全般

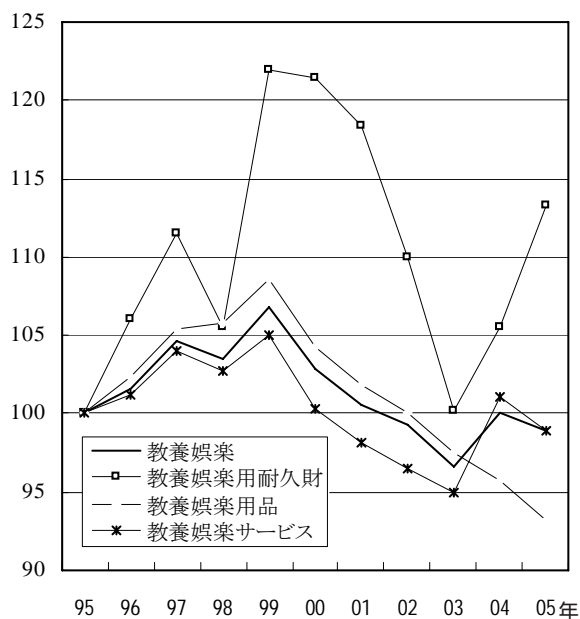
教養娯楽関連については、99年をピークに低下傾向にあったが、2004年以降、持ち直しの兆しも見られる（図表15）。

教養娯楽関連品目の中でも、教養娯楽用耐久財については、ITブームの影響によるパソコン需要の増大や、ビデオカメラ等の急増から、99年から2000年にかけて大幅な上昇を示している。その後は、ブームの沈静化もあって徐々に低下しているものの、インターネットの普及に伴う情報通信関連機器の増加、デジタルカメラなどデジタル関連機器の需要増もあって、比較的高い水準を維持してきた。

2003年には大きく落ち込んでいるものの、2004年、2005年には薄型テレビ、DVD機器といったデジタル家電を中心に再び拡大傾向にある。

これに対し、旅行などを始めとする教養娯楽サービスについては、2001年9月に起きたアメリカでの同時多発テロ、2003年3月からのイラク戦争など不穏な海外情勢を背景に海外旅行が

図表15 教養娯楽関連品目別の消費支出の動き
(全国全世帯、95年=100)



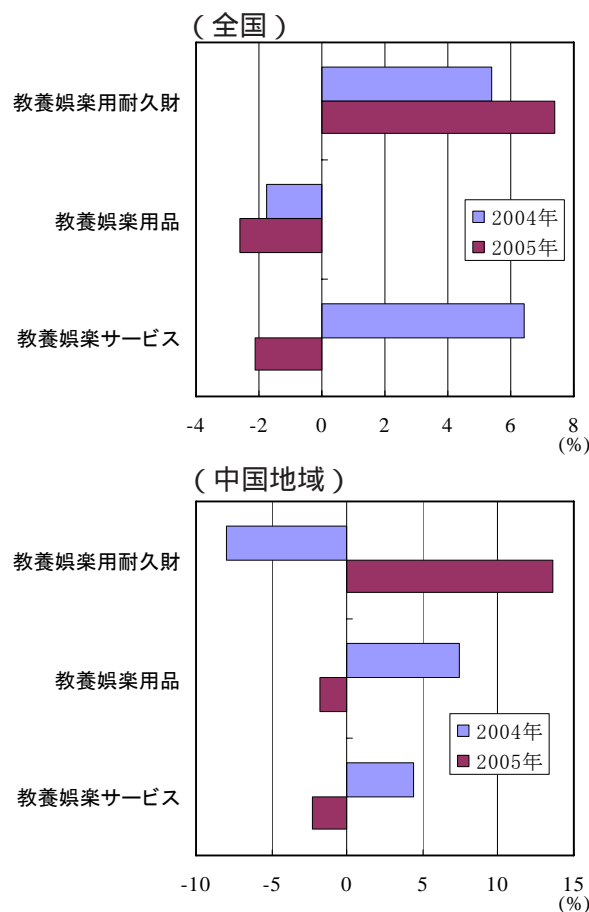
(資料) 総務省「家計調査年報」

落ち込んだこともあって、教養娯楽関連の中でも低下が目立っている。しかし、2004年には海外旅行の回復などから増加に転じており、2005年はやや低下したものの2001～2003年に比べれば高い水準を維持しているといえよう。

これを前年比増減率で見ると(図表16)、全国、中国地域とも2005年には教養娯楽用耐久財が大幅な伸びを見せており、デジタル家電を中心とした需要が拡大していることをうかがわせるものとなっている。一方、教養娯楽用サービスについては、2004年には全国、中国地域とも伸びたものの、2005年には前年割れとなっている。

こうしたことから、教養娯楽関連の消費支出については主に耐久財の伸びが寄与しているということになる。

図表16 教養娯楽関連品目別消費支出の前年比増減率



(資料) 総務省「家計調査年報」

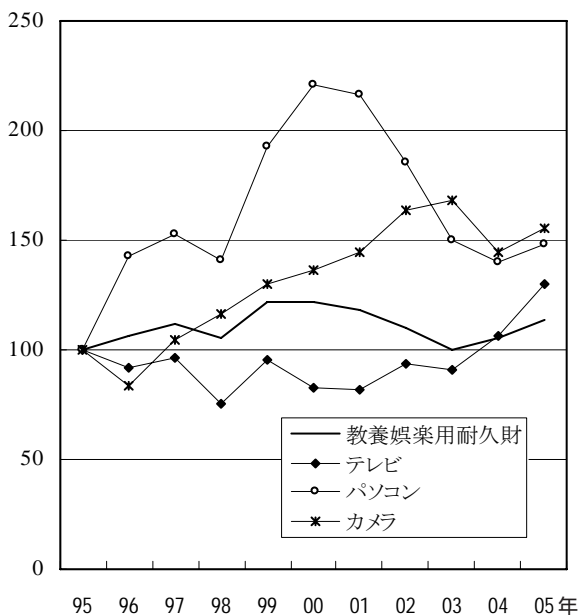
b. 教養娯楽用耐久財

教養娯楽関連品目の中で、高い伸びを示しているのが耐久財であることは既に述べたが、耐久財の中でも品目によって動きがやや異なっている（図表17）。

教養娯楽用耐久財の99年から2001年にかけての著しい消費支出の増加に寄与したのはパソコンであり、パソコンやパソコン関連機器の消費支出への寄与はかなり大きかったといえよう。2002年以降は、価格低下などもあってパソコンの消費支出は減少しているが、これに代わって伸びているのがカメラであり、デジタルカメラに対する需要の拡大を背景に、99年半ばから2003年にかけて増加傾向で推移してきた。

カメラの消費支出は2003年をピークにやや落ち込んでいるものの、2004年から2005年にかけては、それまでほぼ横ばいで推移していたテレビの消費支出が増加しており、教養娯楽用耐久財の消費支出におけるウェイトがパソコン カ

図表17 教養娯楽用耐久財関連品目別の消費支出の動き(全国全世帯,95年=100)



(資料)総務省「家計調査年報」

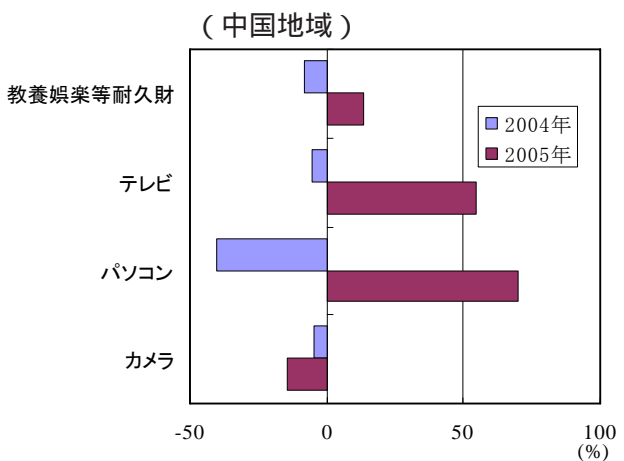
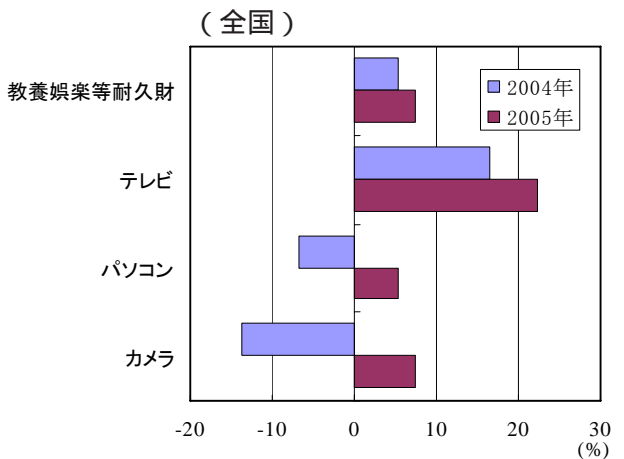
メラ テレビへと変化してきたことがわかる。

最近になって、テレビの消費支出が増加しているのは、液晶やプラズマディスプレイなどによる大画面薄型テレビの需要が拡大していることによるものである。デジタル放送の開始も、これらテレビへの買い替え需要を引き起こしているものと考えられる。

もちろん、教養娯楽用耐久財の消費支出の増加に寄与した品目は他にもあるものの、どちらにしても従来機器のデジタル化が消費支出の増加に影響してきたことは間違いない。

これを前年比増減率で見ると(図表18),全国ではテレビ,パソコン,カメラのいずれもが2005

図表18 教養娯楽用耐久財関連品目別消費支出の前年比増減率



(資料)総務省「家計調査年報」

年に前年比プラスとなっているが、中でもテレビの伸びが著しい。中国地域においては、カメラは前年割れであるものの、テレビやパソコンは大幅な伸びを記録している。

その他の増加品目

図表19はこれまで取り上げなかった品目のうち、全国、中国地域において2005年に高い増加率となった主要な品目を示したものである。

この中で、ストーブ・温風ヒーター、男子用コート、子供用セーターといった寒冷対策のための器具や衣料品が伸びているのは、冬季の気温が予想を大幅に下回るものであったことによるものであろう。これらは、気候的な要因によって消費支出が伸びたものと考えられ、傾向的な消費支出の変化とは区別する必要があると思われる。

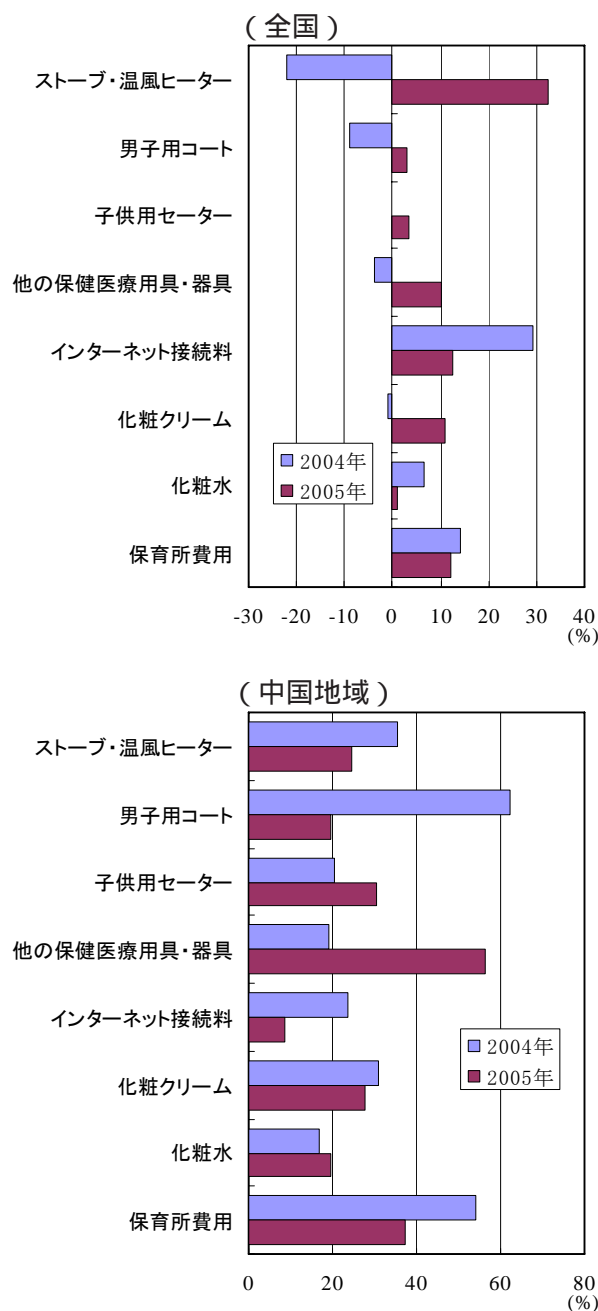
また、他の保健医療用具・器具が特に中国地域で大幅な伸びを記録しているが、これは既に述べた健康保持用摂取品が伸びていることと同様に、健康志向の高まりを背景にしたものだとみられる。

インターネット接続料が増加していることについては、携帯電話の通信料と同様に、情報化が依然として進展していることを示すものといえよう。ただし、2004年に比べ2005年の伸び率は全国、中国地域ともにやや低くなっており、家計のIT支出がそろそろ頭打ちになってきていることをうかがわせる。

この他、化粧品関連や保育所費用が増加しているが、これらについては女性の社会進出に伴うものとみられ、このうち化粧品については健康志向ともかかわっているものとみられる。いずれにしても女性の社会進出は今後も拡大するとみられるため、保育所費用などへの消費支出はこれからも増加していくことが予想される。

以上のように、品目別に家計消費の変化を見ると、最近の消費動向を見る上で重要な要素として、女性の社会進出に伴う「利便性志向」、高齢化やストレス化社会の中での「健康志向」があるといえよう。これに「時間消費型消費」「IT化」「こだわり志向」といった各種の要素が加わって、消費支出の動きに影響を与えているとみられる。

図表19 その他の増加品目における消費支出の前年比増減率



(資料) 総務省「家計調査年報」

4. 所得水準と消費支出

(1) 所得階層別の消費支出

かつて、所得水準が低い家計では、消費に占める食料品のウェイトが高いといわれ、いわゆる「エンゲル係数（食料品が消費支出に占める割合）」で消費支出の特徴が示されることもあった。食料品は最低限生活に必要なもののひとつであるため、所得水準が低下してもあまり削ることのできないものであることは確かだが、近年では様々な食材が出現しており、加工食品や調理食品のウェイト上昇などもあって、以前とはやや様相が異なってきている。

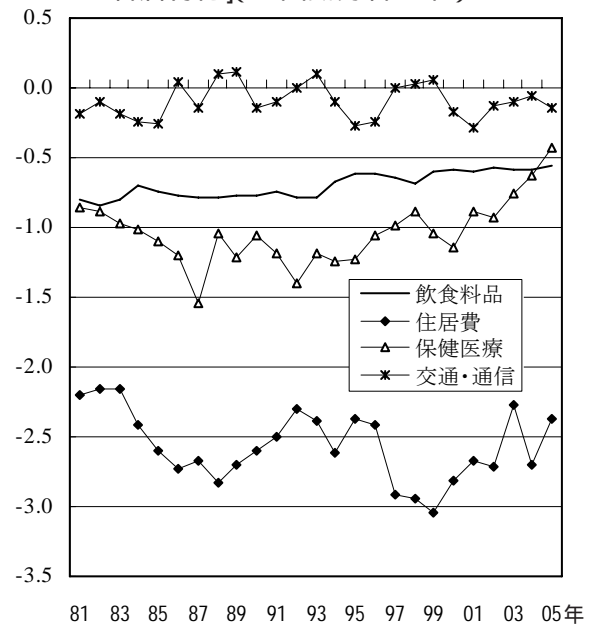
食料品だけでなく、他の項目についても所得水準によって消費支出に占めるウェイトは異なっているとみられるため、所得と項目別消費支出の関係を表したものが図表20および図表21である。これらのグラフで示しているのは、家計調査における年間収入五分位別に消費支出の項目別特化係数を算出し、第一分位（最も低所得）から第五分位（最も高所得）までに一律の定数を乗じて合計したものである（注参照）。従って、この数値がマイナス方向にあれば低所得者層での消費割合が高く、プラス方向にあれば高所得者での消費割合が高いということになる。

図表20は主に低所得者層での消費のウェイトが高い項目を示したものだが、このうち最も低所得者層に特化しているのが住居費であり、次いで保健医療、飲食料品となっている。交通・通信はマイナスであることが多いものの、他の項目に比べれば平均的な水準にあるといえよう。

一方、最も高所得者層に特化しているのは教育であり、次いで被服・履物、教養娯楽となっている。

このように、所得水準によって消費支出における各項目の重要度がかなり異なっており、近年増加傾向にある教育や教養娯楽関連支出につ

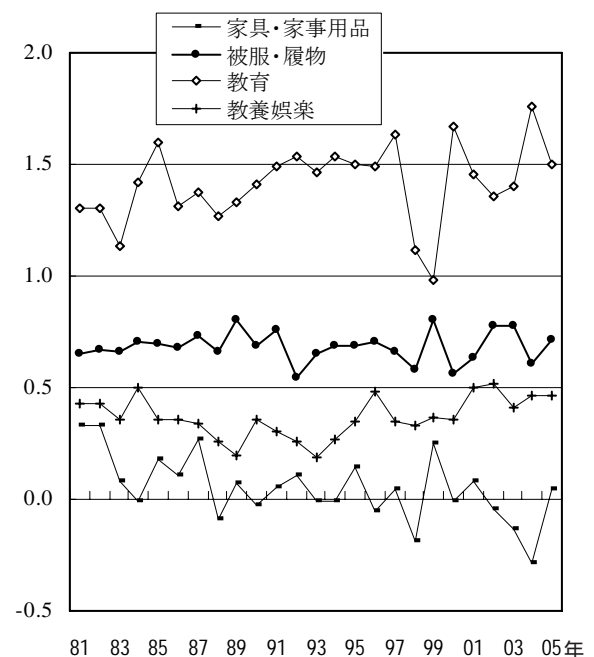
図表20 所得階層による項目特化度[低所得者層特化](全国勤労者世帯)



(注) 1. 上記の数値の算出方法は、所得階層五分位別の項目別消費支出を基に項目別特化係数を算出し、最も所得階層の低い第一分位から最も高い第五分位位置までに -2 から 2 までの定数を乗じて合成したものである。
2. 所得分類は年によって異なるが、2005 年では第一分位 = 442 万円未満、第二分位 = 442 ~ 582 万円、第三分位 = 582 ~ 730 万円、第四分位 = 730 ~ 944 万円、第五分位 = 944 万円以上となっている。

(資料) 総務省「家計調査年報」

図表21 所得階層による項目特化度[高所得者層特化](全国勤労者世帯)



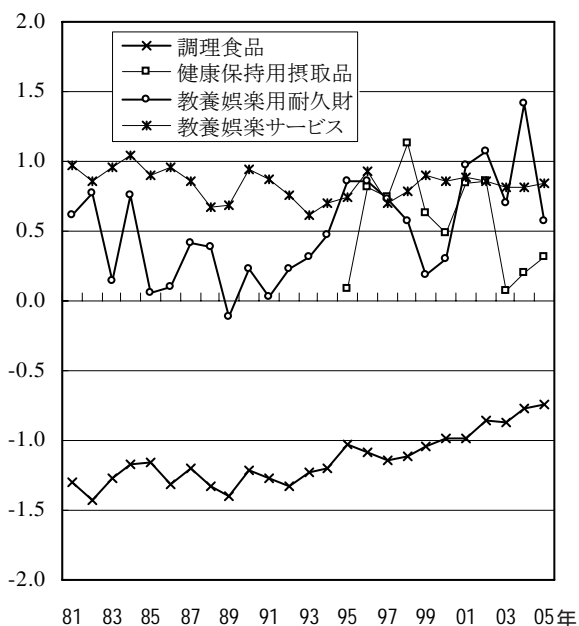
(資料) 総務省「家計調査年報」

いては、主に高所得者層の消費が寄与していることがわかる。また、保健医療については低所得者層でのウェイトが高いものの、2000年以降は高所得者層にシフトする傾向があり、健康志向を支えているのはどちらかといえば高所得者層であることを示すものといえよう。

図表22は最近の消費支出の傾向を示す特徴的な品目について所得階層による特化度を示したもののだが、健康保持用摂取品は明らかに高所得者層に特化しており、保健医療全体とは異なっていることがわかる。

一方、飲食料品の中でも増加傾向にある調理食品については、低所得者層から高所得者層へのシフトが緩やかに進んではいるものの、依然として低所得者層に特化している。飲食料品全体に比較してもより低所得者層へ特化していることから、所得水準がそれほど高くなく、夫婦共稼ぎなどで時間的余裕のない家計での消費支出が多いのではないかとみられる。

図表 22 特定品目の所得階層による特化度 (全国勤労者世帯)



(注) 算出法については図表 20 を参照のこと
(資料) 総務省「家計調査年報」

このように、全体として消費支出が伸び悩む中で、堅調な伸びを記録している品目もあるが、これらが増加している要因は同じではない。近年増加傾向にある調理食品と健康保持用摂取品についても、消費支出の中心となっている所得階層が異なっていることがわかる。

つまり、このところ消費支出の中でも伸びている項目である教養娯楽関連支出や教育費などについては、高所得者層を中心としたものであるといえよう。ただし、高所得者層は低所得者層に比べ年齢階層が高い場合があり、教育費への特化度の高さなどの特徴は、所得階層による家族構成の違いが反映されている可能性もある。とはいえ、消費支出の傾向そのものが所得階層によって異なっているということではできよう。

消費支出が全体として停滞しているにもかかわらず、ブランド品の購入や高額品の購入が見受けられることから、こうした購買行動が消費支出回復の一面を示すものという見方もあるが、これらについてもどちらかといえば所得階層の高い、一部の消費者の消費支出にとどまっていることも考えられる。

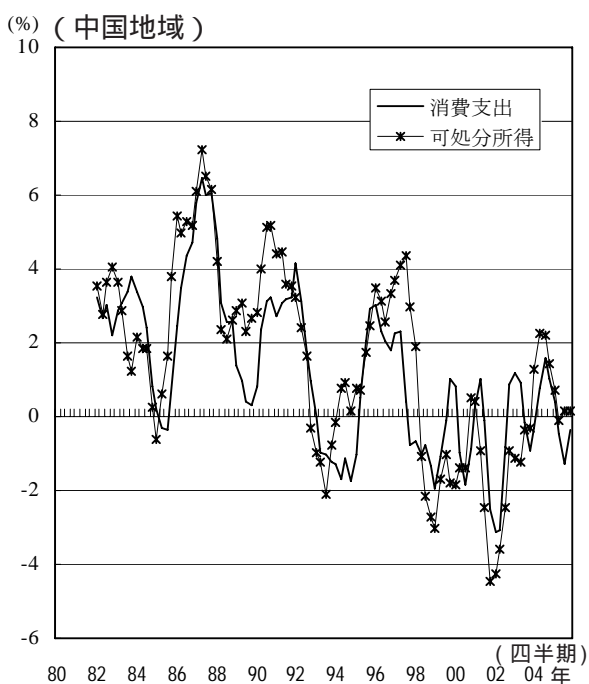
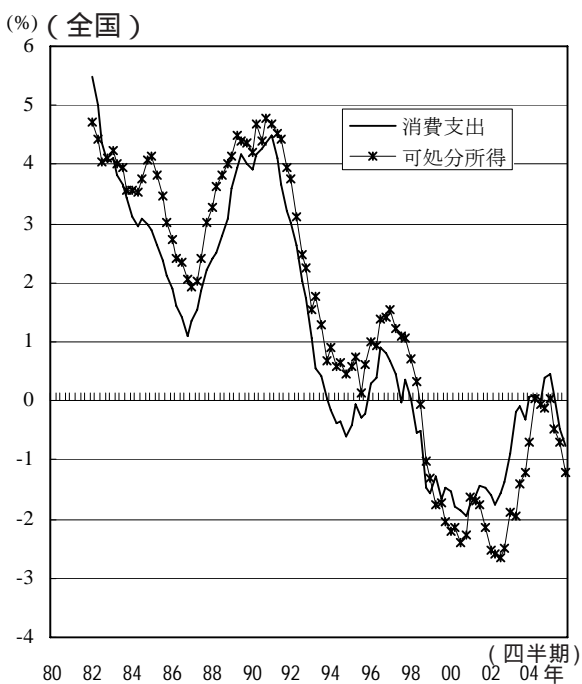
ただその一方で、生活必需品を抑制しながら自分の気に入ったものには金をかけるなど、いわゆる「こだわり消費」「一点豪華主義」などと呼ばれる消費行動も見られ、所得水準が低いからといって、奢侈品に対する需要が低いわけではないとみられる。

いずれにしても、消費支出が全体としての盛り上がり欠けるのは、奢侈品の消費を活発に行なうほどの余裕のある世帯がある一方で、リストラや失業などによって消費を切り詰めている低所得者が増えていることもあるのではないかと考えられる。このことから、近年の消費支出の動きは、単純化して把握することが難しい状況になりつつあるといえよう。

(2) 所得の推移

消費支出は所得による影響が大きいいため、消費支出の動向を判断する場合には、所得の動きを見ることが重要であろう。図表23は消費支出と可処分所得の前年比増減率を示したものである。なお、前年比増減率をそのまま示した場合、

図表23 勤労者世帯の消費支出と可処分所得
(前年比増減率)



(資料) 総務省「家計調査年報」

不規則変動が激しく、それぞれの指標の方向性を判断することができないため、ここでは移動平均によって平滑化した。

これによれば、全国の可処分所得の伸び率は変動はあるものの、全体として90年をピークに低下傾向にあり、98年以降はマイナスに転じている。その後、2004年にかけてマイナス幅は縮小していたものの、2005年に入り再びマイナス幅が拡大している。消費支出の伸び率についても可処分所得と類似した動きを示しており、2005年に入りマイナス幅が拡大している。

こうしたことから、所得水準は2002年を底に回復傾向にあったものの、このところ再び悪化する傾向にあるということになる。

中国地域についても、2002年を底に回復してきた可処分所得は2004年後半から再び落ち込んでいる。ただ、全国とは異なり、2005年の第3四半期以降はプラスとなっている。

ただ、どちらにせよこれまで回復傾向にあった可処分所得が、ここにきて不安定な動きを示しているということであり、今後の消費支出に対してマイナスの影響が出てくるのが懸念される。

また、収入全体の伸び率を、収入の種類別に寄与度分解したものが図表24である。これによれば、全国では2000年から2003年にかけてマイナス寄与であった定期収入が、2004年にプラス寄与に転じており、いわゆる所得環境が改善してきたことを示しているが、2005年には再び大幅なマイナス寄与となっている。

中国地域についても、2004年にはプラス寄与となっていた定期収入が2005年にはマイナスとなっている期間が全国同様目立っている。定期収入とは勤務先からの給与であることから、雇用環境が依然不安定であることに加え、非正社員の増加による影響も考えられる。

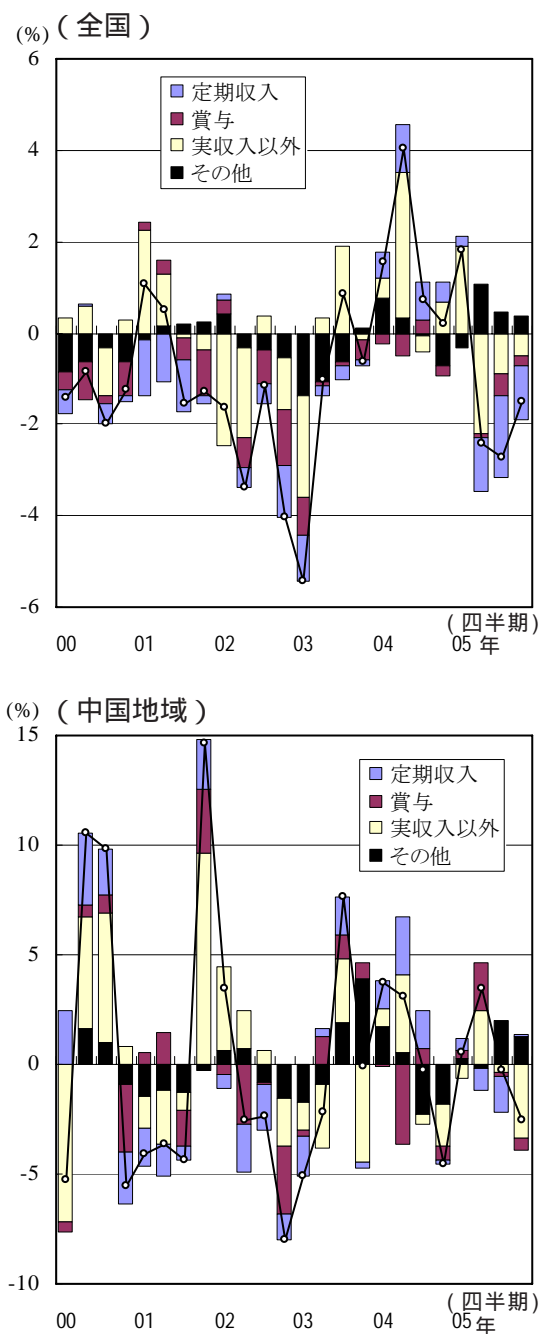
預貯金の取り崩しや有価証券の売却など、実収入以外の収入については、定期収入の減少を補完する目的もあって、全国では2003年から2004年にかけてプラス寄与となっている時期もあるが、2005年にはマイナス寄与となっている。中国地域においては変動が激しく傾向をつかみにくいものの、2005年の第3四半期から第4

半期にかけて実収入以外の収入の寄与度がマイナスとなっている。

全国、中国地域とも最近プラス寄与となっているのはその他の項目であるが、これは家賃収入、内職収入、社会保障給付などである。

こうしたことから考えて、勤め先からの収入が減らされ、預貯金の取り崩しや有価証券売却などによる見かけ上の収入の増加も限りがあり、結局内職など臨時収入に依存した状況になっているとみることもできよう。ここ1年間の状況だけでは明確な判断はできないが、相変わらず家計における所得環境は厳しい状況にあることは間違いないとみられる。

図表24 勤労者世帯における収入の内訳別増減寄与度



(3) 所得と貯蓄の変化

このように、厳しい所得環境を背景に、消費支出の回復も遅れている。しかし、高級ブランド品、乗用車、装飾品などの高額商品が売れるといった状況も出ており、品目によっては大幅に消費が増えているものもある。

これらの消費支出を支えているのが、高所得者層であることは既に述べたとおりだが、わが国全体として所得環境がそれほど良くはないとみられる中で、こうした高額消費が可能になるのは、消費品目の選別が行なわれていることに加え、様々な所得を補完する手段が用いられていることによるものではないかと思われる。

所得を補完する手段とは、土地や株などの資産の売却、預貯金の取り崩し、ローンの借り入れなどであり、これらの手段を用いることによって奢侈品を購入している消費者もかなり存在しているものとみられる。

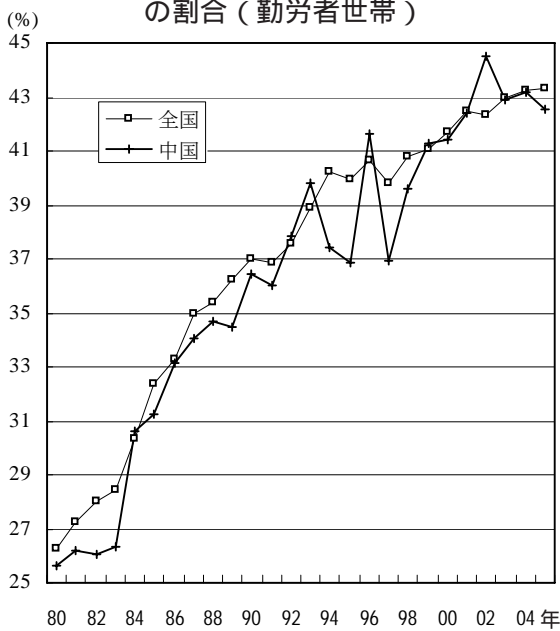
わが国では長期にわたって低金利が続いていることから、ローン金利が低くなっており、資金の借り入れを行ないやすい環境にあることは確かである。また、一方で、預貯金金利が低いこと

から、定期預金などを保有する意義が薄れており、預金の解約や縮小も起きていることから、貯蓄より消費を選択する消費者が増えていると考えてもおかしくはない。

図表25は収入全体に占める実収入以外の収入の割合を示したものである。実収入以外の収入とは、預貯金取り崩し、有価証券売却、クレジットカードによる支払いなどだが、図によれば、これらが収入全体に占める割合はほぼ一貫して上昇傾向にある。

このことは、消費水準を維持するためには通常の収入だけでは足りないため、これらの手段に依存した収入の増加を図ったということになる。

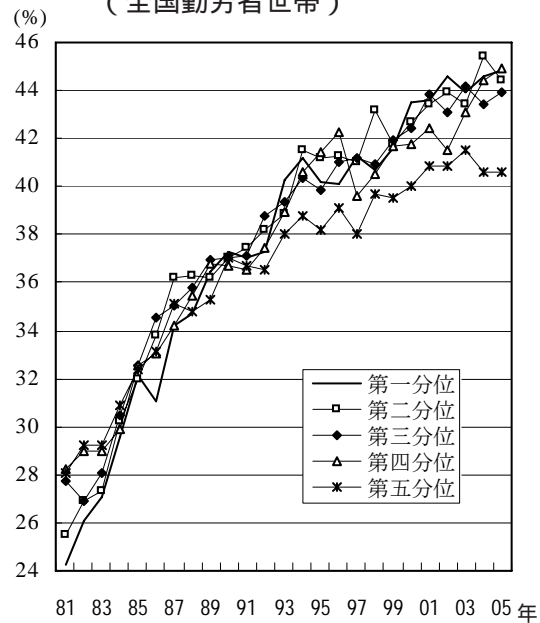
図表 25 収入全体に占める実収入以外の収入の割合（勤労者世帯）



(資料) 総務省「家計調査年報」

これを収入階層別に見たものが図表 26 だが、収入階層にかかわらず収入全体に実収入以外の収入が占める割合は上昇している。ただし、最も収入階層の高い第五分位では他の階層に比べ低い水準であり、高収入の世帯では、低収入の世帯ほど実収入以外の収入に頼る必要がないことを表しているとみられる。

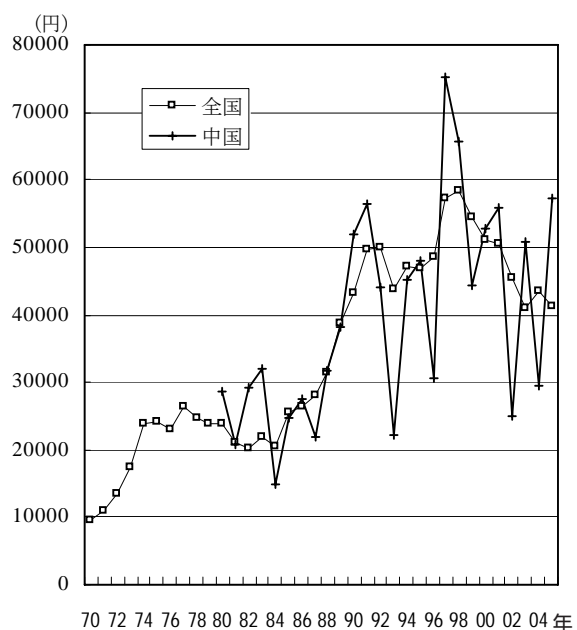
図表 26 収入階層別に見た収入全体に占める実収入以外の収入割合（全国勤労者世帯）



(資料) 総務省「家計調査年報」

ただ、一般的に実収入外の収入に依存する傾向があることは明らかであり、この結果として家計における預貯金の増加幅は次第に低下する傾向が見られる（図表 27）。

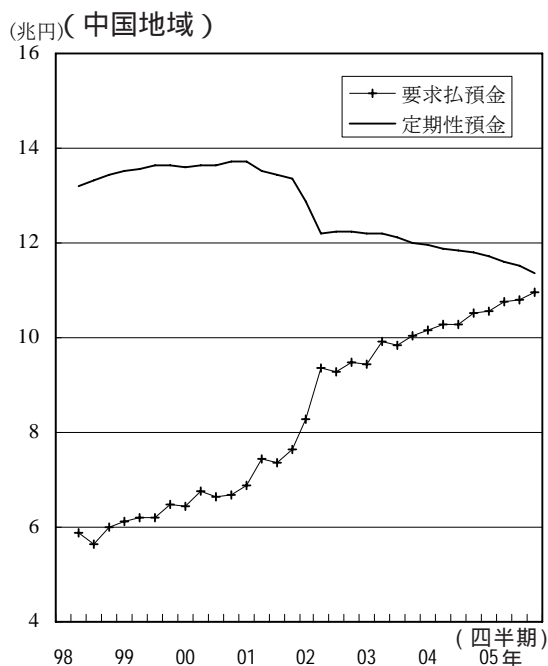
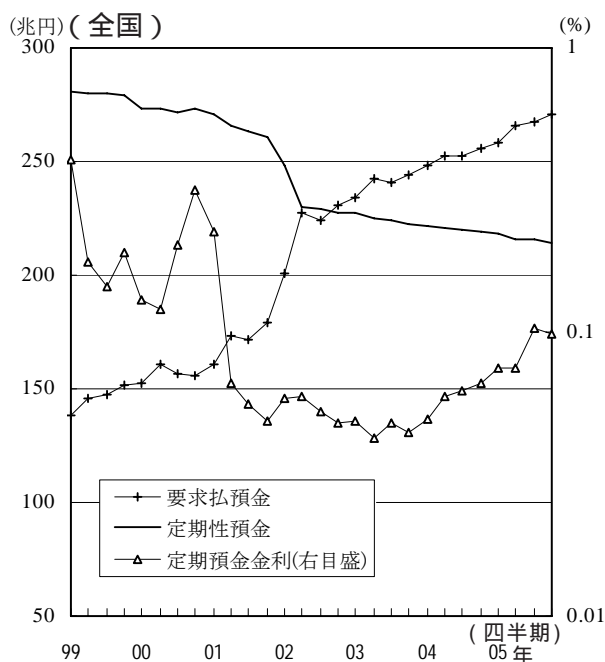
図表 27 預貯金の対前年増減（勤労者世帯）



(資料) 総務省「家計調査年報」

また、銀行における預金残高についても、全国、中国地域ともに定期性預金が一貫して縮小し、要求払預金へのシフトが見られる。このことは、金利水準が非常に低いことから貯蓄の手段としての定期性預金に魅力がなくなってきたことを示しており、定期性預金を解約して得た資金のいくらかは消費支出に向けられている可能性がある。

図表 27 銀行における預金の推移



(資料) 日本銀行

5. 今後の消費支出

消費支出の回復が遅れており、そのことが国内需要の盛り上がりを抑制し、景気の回復感を薄れさせてきた。

これまで物価が低下傾向にあったことから、実質的な購買力は上昇し、消費支出を活発化させる要素は十分にあったと思われる。現実にも、80年代半ばの円高は輸入価格の低下とそれに伴う物価の安定をもたらした。それが国内の購買力を強めたことから景気の回復へとつながっていった。当時と現在の経済情勢の大きな違いは、外需の状況であろう。すなわち、80年代は外需が伸び悩んだため内需を盛り上げる必要があったのに対し、現在は外需が好調なため、それだけで景気が回復する要素があったということになる。このような、外需依存の景気回復では、資金が海外に流出し、国内に戻りにくいいため、内需の盛り上がりには寄与しない可能性もある。

加えて、雇用情勢は改善しているとはいえ、依然として失業率が高く、パートタイマーや派遣労働者など正社員以外の労働力の求人が多いことから、国内の所得が上がりにくい状況にあるといえよう。このため、物価の低下による購買力の上昇と、所得水準の低下が相殺されて、現実の消費に結びつかない状況もあったものとみられる。とはいえ、最近になって消費支出に上向きの傾向が見られるなど、先行き回復感も出ている。

今後は景気の回復によって国内経済全般が改善していけば消費支出が次第に盛り上がっていくことも考えられる。ただ、財政赤字解消のための税率引き上げ、保険料率の引き上げなどがあった場合、再び消費が大きく落ち込む可能性もある。これからは、経済情勢のみならず、社会政策を含む消費を取り巻く環境を見極めていくことが重要になるだろう。

経済・産業調査担当 広実 孝