

## 第3節 物価、勤労者家計の動向

景気は回復過程にあり、最近では、これまで低下を続けてきた消費者物価もプラスとなった。このように、経済全般としては、デフレは改善する傾向がみられる。

勤労者家計についても、景気回復にともない消費者心理は大きく改善するなど、次第に回復に向かう兆しがみられ、個人消費は、総じてみると緩やかに上昇している。

本節では、物価や勤労者家計の動向や所得階級ごとの消費行動等について分析するとともに、日本経済が持続的に発展していくための課題について検討する。

### 1) 物価の動向

#### (改善されつつあるデフレ傾向)

2005年の物価は、国内企業物価は2年連続して前年比上昇となったものの、2004年に6年ぶりに前年と同水準となった消費者物価は再び下落に転じた。国内企業物価の上昇には、世界経済の回復や高止まりしている原油価格の動向を反映した素材価格の高騰等が影響した。また、消費者物価は、原油価格の高騰があったものの2004年の生鮮野菜高騰の反動減などが大幅な引下げ寄与に働いたため、前年比下落となった。しかし、消費者物価は生鮮食品を除く総合では11月に2003年以来の前年同月比プラスに転じ、総合指数でも2006年1月にプラスに転じたことから、デフレが改善されつつある傾向がみられる。

#### (国内企業物価は2年連続の前年比上昇)

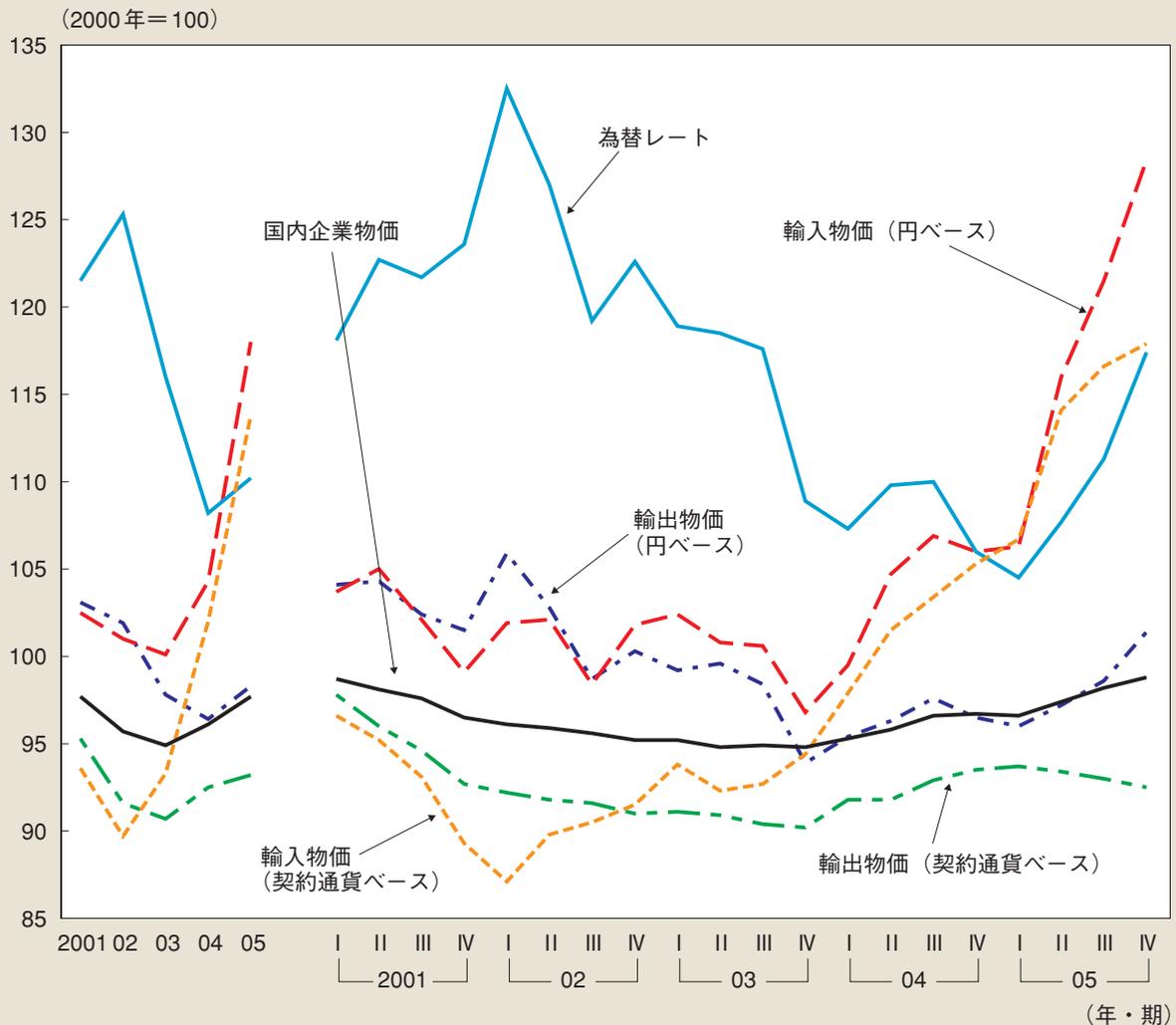
国際商品市況の上昇を受けて素材価格の高騰が続く中、原油価格についても2005年8月に既往最高値を更新した。こうしたことを反映して、2005年の国内企業物価は前年比1.7%上昇と、2004年に7年ぶりで前年比上昇となったことに続き2年連続の上昇となった(第1-3)-1図)。

四半期ごとの推移をみると、2005年1~3月期に前期比0.1%の下落と5四半期ぶりの下落となったものの、4~6月期同0.8%上昇、7~9月期同0.8%上昇、10~12月期0.6%上昇と、2004年以降総じて上昇傾向で推移している。また、前年同期比でみると上昇幅を拡大しつつ推移し、2005年1~3月期は1.4%上昇だったが10~12月期には2.2%上昇となった。

類別にみると、国際的な素材価格の上昇や原油価格の上昇等を背景に、2005年を通じて石油・石炭製品、非鉄金属、鉄鋼、化学製品等において前年比でそれぞれ20.8%、11.5%、11.0%、5.7%と大幅な物価上昇がみられた。一方、2004年に天候不順による生鮮野菜高騰などの影響で上昇した農林水産物は、2005年にはその反動減で同2.7%の下落となった。また、企業物価に占めるウェイトの大きい電気機器は同4.2%下落と下落が続いているが、下落幅は4年連続で縮小している。

原油価格や鉄鋼をはじめとする内外商品市況の上昇が需要段階別にどのように波及してきたかをみると、素原材料が前年比21.9%上昇、中間財が2年連続の上昇で同3.9%上昇とな

第1 - (3) - 1図 企業物価指数の推移



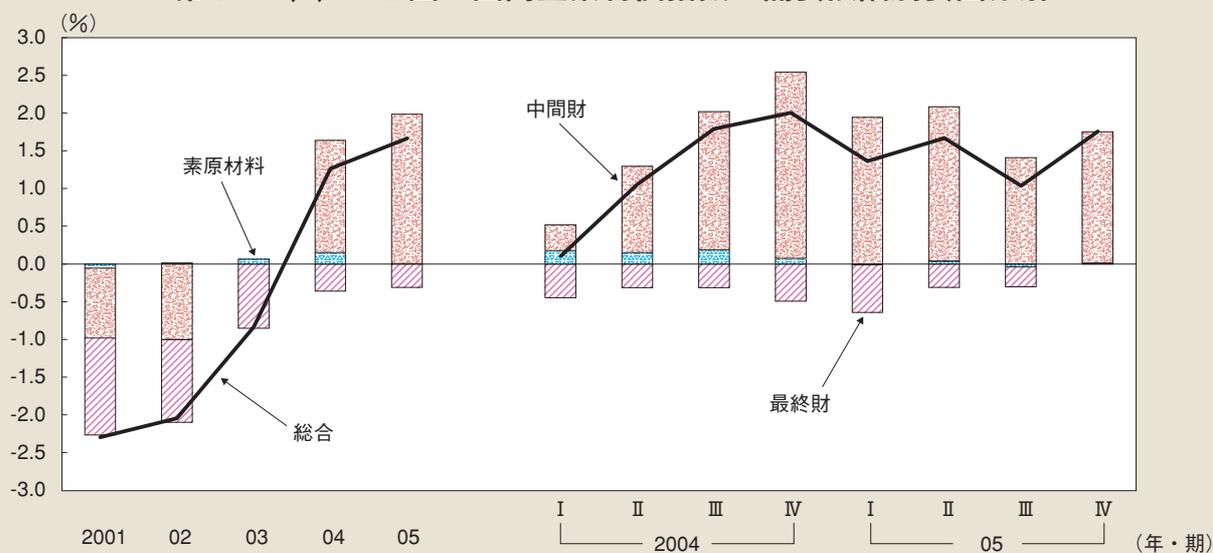
資料出所 日本銀行「企業物価指数」  
 (注) 為替レートは2000年平均を100とした指数。

り、中間財までは素材価格の上昇が波及しその上昇幅を拡大させているが、最終財については、石油・石炭製品等一部は上昇しているものの、同0.7%の下落となり依然として上昇には転じていない(第1 - (3) - 2図)。原油等国际商品市況の高止まりを受けて素材価格が上昇する中でこのように需要段階ごとに異なる動きとなった背景には、より消費者に近い川下段階にある最終財については厳しい価格競争や技術革新などの価格低下圧力などがあると考えられるため、結果として、最終財の下落幅は縮小傾向にあるものの、原料価格の上昇を製品価格に転嫁する動きは限定的な状況にあると考えられる。

輸出物価を契約通貨ベースで見ると、引き続き世界的な経済の回復を反映し2005年平均で前年比0.8%の上昇と、2年連続の上昇となった。しかし足下では、前期比で1~3月期0.2%上昇、4~6月期0.3%下落、7~9月期0.4%下落、10~12月期0.5%下落となった。円ベースで見ると、2005年に入り円安が続いている影響を受け、2005年平均で前年比2.0%上昇となり、4年ぶりに上昇に転じた。

輸入物価を契約通貨ベースで見ると、原油価格や国際商品市況の上昇などにより2005年

第1 - (3) - 2 図 国内企業物価指数の需要段階別要因分解



資料出所 日本銀行「企業物価指数」より厚生労働省労働政策担当参事官室にて試算  
 (注) 需要段階別指数は前年比、国内品。

平均で前年比11.6%上昇と、3年連続の上昇となり、上昇幅は前年より拡大した。類別にみると、木材・同製品と機械器具を除くすべての品目において前年比上昇となり、特に金属・同製品、石油・石炭・天然ガス、化学製品などにおいて上昇が顕著であった。なお、円ベースでは、原油等国际商品市況の影響に加え円安の影響があったことにより、前年比13.1%上昇と上昇幅を大きく拡大させた。

**(企業向けサービス価格は小幅下落で推移)**

企業向けサービス価格は1998年以降下落基調が継続し、2005年平均で0.5%下落と8年連続の下落となったが、2004年(前年比0.5%下落)と比較すると、前年同期比で1~3月期0.7%下落、4~6月期0.4%下落、7~9月期0.7%下落、10~12月期0.4%下落と、下落幅は横ばい圏内で推移している(第1 - (3) - 3表)。

類別にみると、2004年に前年比上昇に転じた広告が2年連続の上昇となったが、上昇幅を縮小させた。また、運輸は外航貨物輸送や航空旅客輸送が引き続き上昇したために前年比0.4%上昇となったが、広告同様上昇幅を縮小させた。また、リース・レンタルの下落幅が横ばいとなったが、ほかの下落した分類ではすべて2004年より下落幅が縮小した。

第1 - (3) - 3表 企業向けサービス価格指数の推移（前年（同期）比）

（単位：%）

年・期	総平均	金融・保険	不動産	運輸	通信・放送	広告	情報サービス	リース・レンタル	諸サービス
2001年	-2.3	-1.4	-1.3	1.1	-6.4	0.3	-1.7	-12.5	-1.2
02	-2.1	-0.9	-1.4	-1.0	-3.8	-2.8	-1.7	-7.7	-1.4
03	-1.5	0.7	-2.1	0.7	-1.7	-0.6	-2.8	-7.1	-1.3
04	-0.5	-0.6	-2.9	2.6	-1.5	0.6	-0.5	-4.7	-0.9
05	-0.5	-0.2	-1.8	0.4	-1.1	0.3	-0.3	-4.7	-0.2
2004 I	-0.6	1.1	-3.3	3.0	-1.5	-0.2	-2.3	-4.7	-1.2
II	-0.5	-1.2	-3.1	2.5	-1.6	0.6	-0.2	-4.5	-0.8
III	-0.3	-1.1	-2.7	2.4	-1.5	1.2	0.4	-4.3	-0.8
IV	-0.4	-1.3	-2.6	2.8	-1.4	1.0	0.1	-5.4	-0.6
05 I	-0.7	-1.2	-2.0	0.5	-2.2	1.2	0.1	-5.8	-0.5
II	-0.4	-0.1	-1.8	0.7	-0.8	0.5	-0.3	-4.7	-0.2
III	-0.7	0.1	-1.8	-0.1	-0.8	0.3	-0.7	-5.0	-0.1
IV	-0.4	0.1	-1.6	0.4	-0.8	-0.8	-0.7	-3.1	-0.2

資料出所 日本銀行「企業向けサービス価格指数」

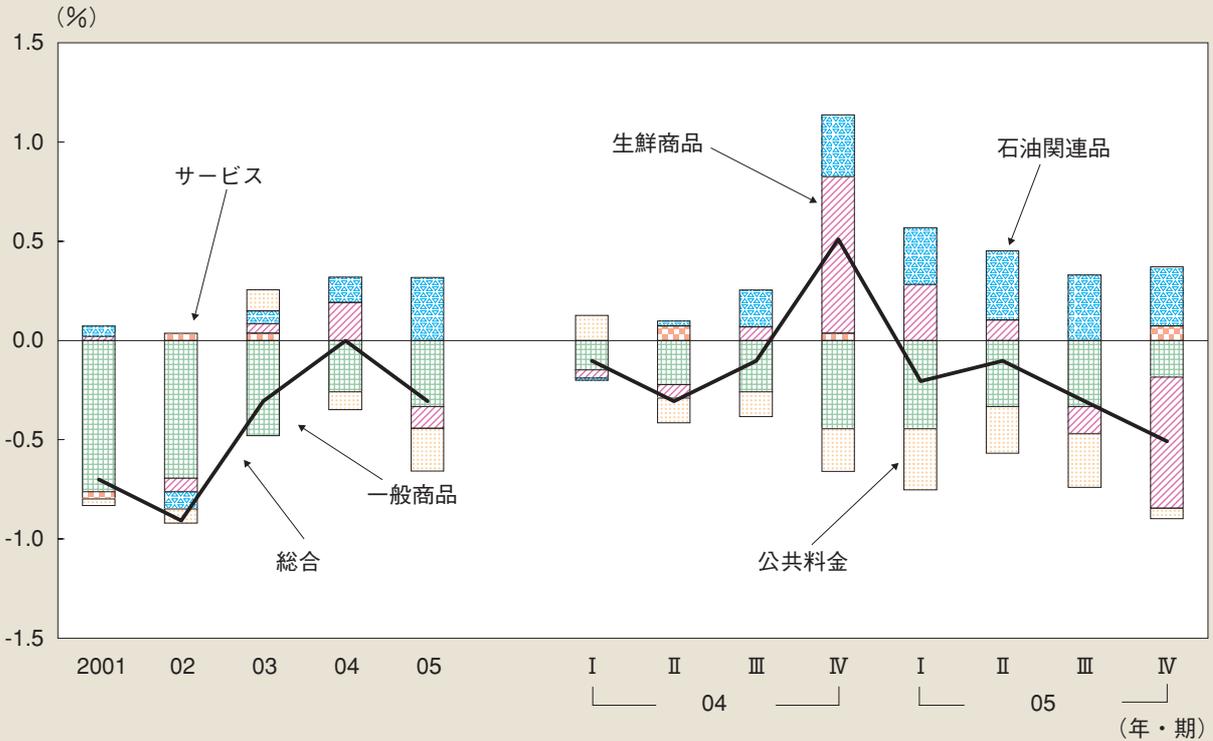
**（消費者物価の動向）**

消費者物価（総合）は、2004年は前年比横ばいとなったものの、1999年以降の下落傾向は続いており、2005年は同0.3%下落と再び下落に転じた。これは、原油価格高騰の影響により石油関連製品が引き続き上昇したものの、2004年に高騰した生鮮野菜・果物や米類の大幅な反動減が影響したことなどによる。価格変動の大きい生鮮食品を除く総合指数でみると、前年比0.1%下落と6年連続の下落となったものの、下落幅は2004年と横ばいとなった。

財・サービス分類別にみると（第1 - (3) - 4図）、一般商品は、2004年に下落幅を縮小させたが2005年には再び拡大させた。これは、出版物が引き続き上昇していることや石油関連製品の上昇があるにもかかわらず、教養娯楽用や家庭用の耐久消費財の下落や、2004年に高騰した米類の大幅な反動減が影響していることによるものと考えられる。また、公共料金は固定電話料金の値下げや電気代の引下げがあり、2004年より下落幅を拡大させた。一方、原油価格高騰の影響で、石油関連製品は同4～6月期以降上昇し続けており、上昇幅も拡大した。生鮮商品は2004年に生鮮野菜、生鮮果物が高騰した反動により、2005年7～9月期に減少に転じた。

2005年の概況は総じて緩やかなデフレ傾向にあるが、2005年11月に生鮮食品を除く総合で2003年10月以来の前年同期比上昇（0.1%上昇）に転じ、2006年1月には総合指数で前年同月比0.5%の上昇となった。これには原油価格高騰など特殊要因の影響があるものの、内需拡大、景気回復の傾向も反映しているものと考えられる。

第1- (3) - 4図 消費者物価上昇率に対する財・サービス分類別寄与度の推移



資料出所 総務省統計局「消費者物価指数」より厚生労働省労働政策担当参事官室にて試算

(注) 消費者物価指数(財・サービス分類)を以下のとおり一部組み替えている。

一般商品: 石油関連品を除く工業製品、米類、出版物等

サービス: 公共サービスを除くサービス

生鮮商品: 生鮮野菜、生鮮果物、生鮮魚介、肉類等

石油関連品: 灯油、プロパンガス、ガソリン(レギュラー、プレミアム)

公共料金: 公共サービス、電気・都市ガス・水道

## 2) 勤労者家計の動向

### (家計消費の動向)

総務省統計局「家計調査」により四半期ごとの消費支出の推移をみると、2005年1～3月期は若干増加したものの、その後2四半期連続で減少となり、2005年10～12月期は3四半期ぶりに増加となった(第1- (3) - 5表)。

費目別の消費の特徴をみていくと、2005年4～6月期に被服及び履物が2.5%増となったが、同時期、男子用シャツ・セーター類が7.0%増となっており、その背景には「クールビズ」効果が働いたことも考えられる。ただし、7～9月期は、5.6%減と減少に転じている。

2005年平均で費目別の消費支出の推移をみると、住居、保健・医療などがプラスに寄与した一方で、教育、教養娯楽などがマイナスに寄与しており、2005年を通してみると、前年同期比名目0.7%減、実質0.3%減となった。光熱・水道は名目1.5%増、実質0.7%増となったが、長引く原油高の影響により消費者物価が上昇したと併せ、厳冬による燃料消費の増加が要因として考えられる。被服及び履物は、年を通してみると、名目0.7%増であったものの、実質では横ばいであった。

第1—(3)—5表 家計主要項目（全国勤労者世帯）と実質消費の増減要因

(単位 %)

年・期	消費支出		実収入		可処分所得		平均消費性向	消費者物価指数
	名目	実質	名目	実質	非消費支出			
					名目	名目		
前年比 [実質消費支出への寄与]								
2003年	-1.5	-1.2	-2.6 [-3.1]	-2.3	-2.7	-2.0 [0.4]	74.0 [1.2]	-0.3 [0.3]
04	1.5	1.5	1.0 [1.2]	1.0	1.0	1.2 [-0.2]	74.4 [0.5]	0.0 [0.0]
05	-0.7	-0.3	-1.4 [-1.7]	-1.0	-1.2	-2.5 [0.5]	74.7 [0.4]	-0.4 [0.4]
前年同期比								
2005年 I	0.1	0.3	-0.2	0.0	-0.1	-0.7	0.2	-0.2
II	-1.8	-1.7	-0.3	-0.2	0.3	-3.1	-1.6	-0.1
III	-2.1	-1.7	-3.3	-2.9	-3.2	-4.1	0.8	-0.4
IV	1.1	1.9	-1.7	-0.9	-1.7	-1.7	1.9	-0.8
指数 (季節調整済)								
2004年 I	97.6	99.9	94.7	97.0	95.1		73.7	
II	98.4	101.0	94.9	97.4	94.6		74.9	
III	96.8	99.2	94.7	97.1	94.8		73.3	
IV	95.6	97.5	93.3	95.2	92.7		74.1	
05 I	97.5	100.0	94.4	96.7	94.8		73.9	
II	96.5	99.1	94.4	97.0	94.6		73.3	
III	94.8	97.6	91.6	94.3	91.8		74.2	
IV	96.7	99.5	91.8	94.4	91.1		76.4	

資料出所 総務省統計局「家計調査」(二人以上の勤労者世帯(農林漁家世帯を除く))、「消費者物価指数」から厚生労働省労働政策担当参事官室にて算出

- (注) 1) 平均消費性向の前年比、指数(季節調整済)の欄には水準、前年同期比の欄には前年同期とのポイント差を示している。  
 2) 消費者物価指数は「持ち家の帰属家賃を除く総合指数」である。  
 3) [ ]内は消費支出の実質増減率への寄与度であり、その合計は実質消費支出の増減率に等しくなる(ただし、計算上の誤差や四捨五入の関係から必ずしも一致はしない)。具体的には、以下の算式で算定した。

$$C/P = Yd \cdot C/Yd \cdot (1/P) \text{ 及び } Yd = I - N = I(1-H) \text{ より、}$$

$$\frac{(C/P)}{0} = \frac{I}{\downarrow} + \frac{(1-H)}{\downarrow} + \frac{(C/Yd)}{\downarrow} - \frac{P}{\downarrow}$$

実質消費支出変化率    実収入効果    非消費支出比率効果    消費性向効果    消費者物価効果

C: 消費支出

Yd: 名目可処分所得

P: 消費者物価

I: 実収入

N: 非消費支出

H: 非消費支出比率(非消費支出/実収入)

ただし、変数の上の下線部はそれぞれの前年比増減率を表す。

勤労者世帯の実収入の動きをみると、2005年平均で前年同期比名目1.4%減、実質1.0%減と2年ぶりの減少となった。内訳をみると勤め先収入については、2005年実質1.4%減となり、2005年では2年ぶりの減少となった。ほかには、財産収入(2005年実質15.2%減)等の減少も大きい。四半期ごとの推移をみると、2005年1~3月期は、実質前年同期比横ばい、4~6月期は同0.2%減、7~9月期は同2.9%減、10~12月期は同0.9%減と、減少基調で推移した。

消費支出の2005年平均の実質減少に対して、①実収入、②非消費支出、③平均消費性向、

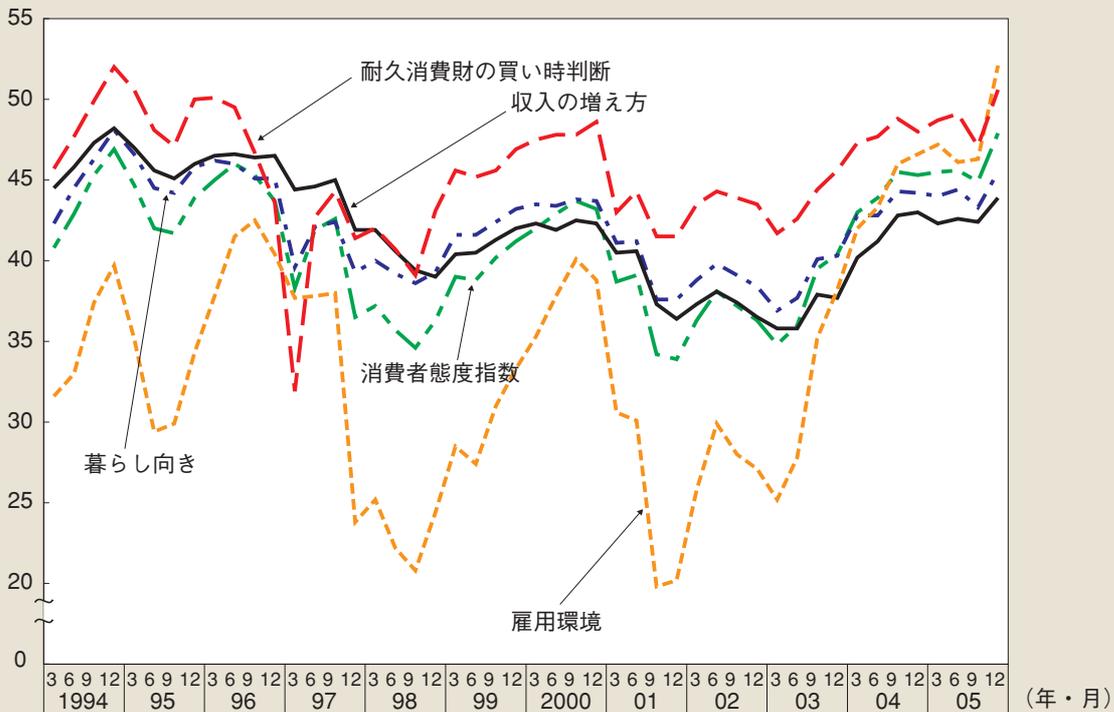
④消費者物価がそれぞれの程度寄与したかをみると、実収入は1.7%ポイントの減少寄与、非消費支出は0.5%ポイントの増加寄与、平均消費性向は0.4%ポイントの増加寄与、消費者物価は前年同期比0.4%ポイントの増加寄与となり、実収入の減少に対する「歯止め効果」が効いたことにより、平均消費性向が高まったことや、物価の下落が、消費の落ち込みを抑えたことがうかがえる。

### (大きく改善した消費者心理)

2005年平均の平均消費性向は74.7%と前年差0.3%ポイントの上昇となった。

この平均消費性向には、可処分所得のみならず消費者心理も大きく影響を与えると考えられる。そこで、その代表的な指標である消費者態度指数をみると、景気の回復傾向や株価の上昇などの影響もあり、2003年6月期に上昇に転じて以降、2004年9月期まで一貫して上昇した。その後、2004年12月期及び2005年9月期に低下するなど、一旦停滞する傾向もみられたが、12月期には再び大きく上昇した(第1-(3)-6図)。

第1 - (3) - 6図 消費者態度指数の推移（一般世帯、季節調整値）



資料出所 内閣府「消費動向調査」

(注) 消費者態度指数の作成方法は以下のとおり。

- まず、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の4項目について消費者の意識を調査する。  
その際、各調査項目が今後半年間に今よりもどのように変化すると考えているか、5段階評価で回答を求める。
- 次に、各調査項目ごとに消費に及ぼす効果に応じて、以下のように5段階評価にそれぞれ点数を与え、この点数を回答区分（構成比、%）に乘じ、乗じた結果を合計して各調査項目ごとの消費者意識指標を算出する。

消費者意識指標・・・

消費にプラスの回答区分「良くなる」に（+1）、「やや良くなる」に（+0.75）、中立の回答区分「変わらない」に（+0.5）、マイナスの回答区分「やや悪くなる」に（+0.25）、「悪くなる」に（0）の評価を与え、これを各回答区分のそれぞれの構成比（%）に乘じ、合計したものである。

- 最後に、これら4項目の消費者意識指標（原数値）を単純平均して消費者態度指数（原数値）を算出する。

なお、四半期毎に公表する一般世帯の消費者意識指標及び消費者態度指数については、それぞれ別個に季節調整を行っているため、消費者意識指標（季節調整値）を単純平均しても消費者態度指数（季節調整値）にはならない。

### （小売業販売の動向）

ここまでは、需要（家計）側から消費等の動向をみてきたが、以下では、供給（企業）側の統計をみていくこととする。需要側の統計と比較すると、供給側の統計は、消費の一部のみが対象となっているが、比較的安定したデータがとれることが特徴であり、特に高額商品等の動向を把握するのに有益である。

経済産業省「商業販売統計」によると、2005年の小売業の販売額は前年比1.1%増となった（第1 - (3) - 7表）。これは、飲食料品小売業が気温要因による飲料の伸び悩みや、米や生鮮野菜・果物の相場安などにより減少となったものの、燃料小売業が原油価格の高騰に

第1—(3)—7表 業態別販売額前年同期比の推移

(単位 %)

年・期・月	小売業		大型小売店 (既存店：前年比・前年同期比)			コンビニエンスストア (既存店：前年比・前年同期比)
	前年比・前年同期比	指数 (季節調整値)		百貨店 (既存店)	スーパー (既存店)	
2003年	-1.9	—	-3.2	-2.6	-3.7	-2.3
04	-0.6	—	-3.5	-2.8	-4.1	-0.8
05	1.1	—	-2.3	-0.5	-3.6	-2.3
2004年 I	0.2	92.7	-2.2	-1.1	-3.0	-2.1
II	-1.9	91.0	-3.9	-3.0	-4.6	-1.4
III	-0.3	91.4	-3.4	-3.0	-3.6	1.1
IV	-0.5	91.7	-4.5	-3.8	-5.1	-1.1
2005年 I	0.0	93.3	-4.0	-3.0	-4.7	-2.1
II	3.2	93.8	-2.4	-0.4	-3.8	-1.5
III	0.8	92.4	-2.4	-0.1	-3.9	-2.3
IV	0.5	92.3	-0.6	1.2	-1.9	-3.4

資料出所 経済産業省「商業販売統計」

よる石油製品の価格上昇などにより増加となったことによる。

業種別にみても、各種商品小売業は、主力商品である衣料品が年を通してみれば季節衣料の伸び悩みに加え、法人需要の減退などにより、前年比1.5%と10年連続の減少となった。織物・衣服・身の回り品小売業は、衣料専門店を中心に夏の軽装運動「クールビズ」効果などによる紳士の夏物衣料の堅調な動きや、年末の冬物衣料の好調などにより、前年比0.3%増と14年ぶりの増加となった。飲食料品小売業は、気温の影響から全般的に飲料が伸び悩んだこと、前年に高騰した米や生鮮野菜・果物の反動による価格下落などにより、前年比0.8%減と2年連続の減少となった。自動車小売業は、新型車効果の一巡後で普通車が伸び悩んだものの、小型自動車や軽自動車の堅調な動きなどにより、前年比0.7%と3年連続の増加となった。機械器具小売業は、薄型テレビやエアコン、洗濯機などが堅調に推移したものの、パソコンやデジタル家電の販売価格の下落傾向もあり、前年比3.2%減と、5年連続の減少となった。燃料小売業は、原油価格の高騰でガソリンなど石油製品の値上がりにより、前年比13.4%増と、2年連続の増加となった。その他小売業は、ホームセンターやドラッグストアなどの出店効果や堅調な動きにより、前年比1.9%増と、5年ぶりの増加となった。

大型小売店の動向をみると、2005年の大型小売店の販売額は、年前半の季節衣料の低調な動きと前年のうるう年の反動減に加え、法人需要の減退などにより、前年比2.3%減と1992年から14年連続の減少となった。

業態別にみても、百貨店販売額は、春物衣料の低調な動きと、前年のうるう年の反動減や法人需要の減退などにより、前年比0.5%減と9年連続の減少となったものの、身の回り品や宝飾品、年央以降の衣料品などの堅調な動きにより減少幅は縮小した。スーパー販売額は、年末が気温の低下による冬物衣料品など季節商材に動きがみられたものの、年前半の季節衣料品の不振や米の相場安などに加え、他業態との競合や価格の低下傾向などにより、前年比3.6%減と14年連続の減少となった。

2005年のコンビニエンスストア販売額は、前年比2.3%減と6年連続の減少となった。これは商品販売額が同2.3%減、サービス売上高が同2.5%減となったことによる。

### (自動車需要・旅行)

(社)日本自動車工業会「新車登録台数・軽自動車販売台数」によると、2005年の乗用車販売台数は、小型車が増加に転じたものの、普通車が減少に転じ0.4%減となった。普通車は、保有期間あるいは車齢の長期化といった構造的な要因があること等により減少となった。軽自動車は、景気の回復に加え、新型車投入やモデルチェンジ効果により、需要の増加がみられた。

鉄道旅客協会「販売概況」によると、旅行は、国内、海外ともに増加となり、前年比2.3%の増加となった。国内については、愛知万博や大型テーマパーク関連が比較的順調に推移した。海外は、中国をはじめアジア方面への業務渡航が順調に推移した(第1-(3)-8表)。

第1-(3)-8表 乗用車販売台数、旅行取扱額前年同月比の推移

(単位 %)

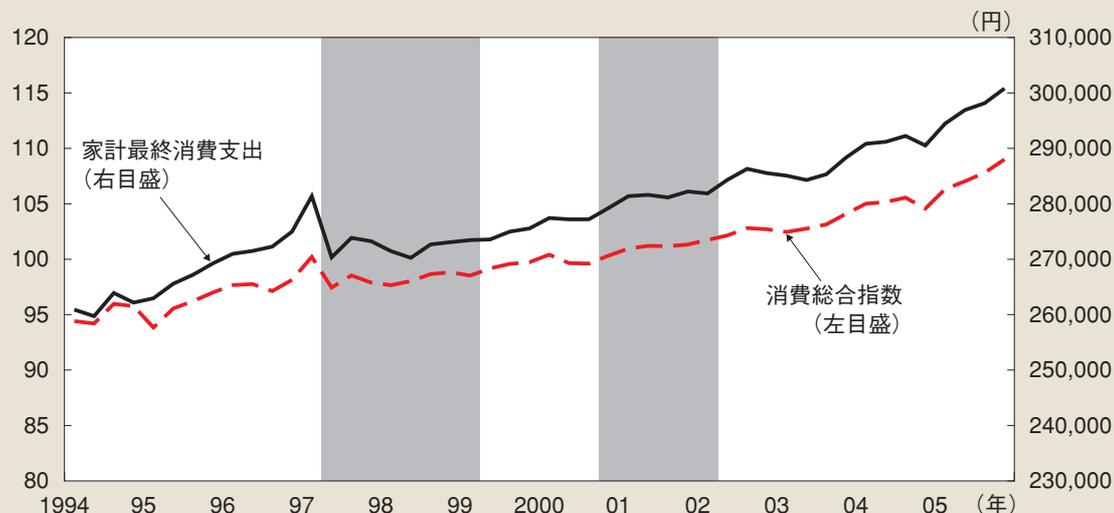
年・月	乗用車			旅行			
	普通車	小型四輪車	軽四輪車	国内旅行	海外旅行		
2003年	0.4	14.1	-2.5	-1.2	-9.0	1.3	-23.9
04	1.1	10.4	-7.1	6.2	5.9	-3.8	30.5
05	-0.4	-6.4	2.6	1.1	2.3	1.2	4.1
2005年1月	-1.1	-9.8	5.1	-0.9	4.9	-1.0	16.2
2	-0.4	-6.5	5.3	-2.8	2.9	-1.1	10.5
3	-1.9	-1.4	0.5	-5.8	8.6	2.5	21.2
4	8.9	3.7	18.3	2.3	5.9	0.8	16.4
5	7.9	1.7	10.3	10.3	0.8	-1.7	6.0
6	8.3	1.4	13.7	7.7	4.3	3.4	6.0
7	-2.0	-12.5	0.8	4.8	1.0	2.7	-2.2
8	-0.3	-11.8	1.6	8.6	-0.9	1.8	-6.2
9	0.4	-8.0	4.3	3.1	1.3	2.5	-0.7
10	-1.6	-7.6	-3.5	7.2	0.1	0.5	-1.1
11	-6.6	-13.5	-7.2	2.2	1.7	2.6	0.1
12	-12.4	-12.9	-11.4	-13.5	-0.2	-0.2	-0.2

資料出所 (社)日本自動車工業会「新車登録台数・軽自動車販売台数」  
鉄道旅客協会「販売概況」

### (個人消費は緩やかに増加)

マクロの家計消費の動向を見るために、GDP統計により、家計最終消費支出の1994年以降の推移を見ると、それまで上昇傾向にあった家計消費は、消費税率引上げを控えた駆け込み需要の影響もあって1997年に一気に上昇したが、その後低下し、直近では緩やかに上昇している。消費動向を総合的に把握する消費総合指数の動きからも、個人消費は緩やかに増加する傾向がみられる(第1-(3)-9図)。

第1 - (3) - 9図 家計最終消費支出及び消費総合指数の推移



資料出所 内閣府「四半期別GDP速報」「消費総合指数」  
 (注) グラフのシャドー部分は景気後退期。

### (貯蓄及び負債の動向)

2005年における勤労者世帯の貯蓄現在残高は1,278万円と前年比0.6%の増加となった。貯蓄年収比(貯蓄現在高の年間収入に対する比)は178.2%となり、前年から3.6%ポイント上昇した。

一般に、貯蓄現在高は世帯間で保有額に格差が大きく、一部の高額保有層のために、平均値は実感に比べると高く感じられるが、世帯分布をみると、平均値を下回る世帯は66.6%と約3分の2を占め、世帯数を2分する値(中位数)は803万円となる。

貯蓄現在高の増減を貯蓄の種類別にみると、有価証券が大きく増加したほか、金融機関外、通貨性預貯金、定期性預貯金が増加し、生命保険などが減少した。

一方で、2005年における勤労者世帯の負債現在高は620万円(前年比6.3%減)となった。負債年収比は86.5%となり、前年に比べ4.4%ポイント低下した。負債のうち、住宅・土地のための負債(いわゆる住宅ローン残高)は566万円となり、前年比8.0%減少となった(第1 - (3) - 10表)。

第1－(3)－10表 貯蓄及び負債の種類別現在高（全国勤労者世帯）

(単位 万円)

項 目	2004年	2005年
貯蓄現在高	1,271	1,278
（中位数）	800	803
通貨性預貯金	205	216
定期性預貯金	519	520
生命保険など	376	355
有価証券	106	119
金融機関外	64	68
貯蓄年収比（％）	174.6	178.2
負債現在高	662	620
住宅・土地のための負債	615	566
負債年収比（％）	90.9	86.5
年収	728	717

資料出所 総務省統計局「家計調査（二人以上の勤労者世帯（農林漁家世帯を除く）」

(注) 「貯蓄・負債編」による。

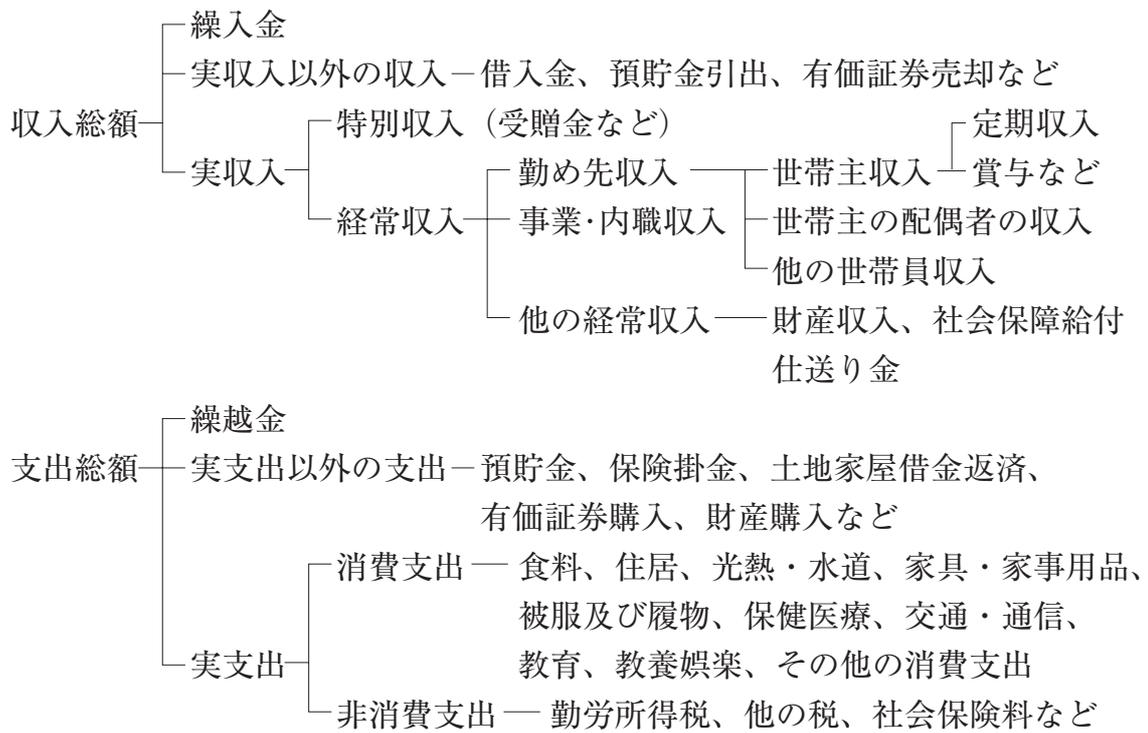
### 3) 2005年の労働経済と勤労者生活

2005年の労働経済の動きをみると、企業の採用意欲が回復する傾向にあることや、高齢者の継続雇用に向けた取り組みが進んできていること等から、完全失業率は高水準ながらも、低下傾向で推移している。雇用については、正規雇用が減少する中で非正規雇用が増加しており、就業形態の多様化が進んでいるが、足下の状況を見ると、新規学卒の就職率は改善し、正社員の有効求人倍率についても上昇傾向で推移している。このように、雇用情勢は、厳しさが残るものの改善しており、景気の回復傾向が強まる中で若年雇用対策の成果も高まっていることから、フリーターの数は大きく減少した。また、賃金は緩やかに増加し、個人消費も、総じて緩やかに増加する傾向にあるなど、改善の動きには広がりが見られる。

このように、景気回復による恩恵は、雇用や勤労者生活へも徐々に現れてきているが、雇用は依然として非正規雇用を中心に拡大しており、労働分配率は低下している。今回の景気の回復傾向をさらに持続させていくためにも、その成果が雇用の質や勤労者生活の向上に反映されていくことが望まれる。

### 家計調査の収入・支出の項目

家計調査の収入、支出の項目は以下のように分類されている。



これらの項目間では、  
 収入総額 = 支出総額という等式が成り立っている。  
 なお、可処分所得は実収入 - 非消費支出と定義される。  
 また、黒字は下のように分類されている。

