

第3節 物価、勤労者家計の動向

企業収益や設備投資の増加が続くなど企業部門による景気回復の牽引がなされている中、消費者物価上昇率の減少幅も次第に縮小し、2006年には8年ぶりに前年比でみて上昇に転じた。このように、景気回復の影響はようやく物価面にも波及してきている。しかし、勤労者家計については、実収入は増加に転じたものの物価の上昇は実質でみた収入を抑制するとともに、2006年の消費支出は2005年に続き、名目でみても実質でみても減少を続けた。このように企業部門先行の景気回復は、その恩恵が勤労者家計に行き渡っていないように見える。

本節では、物価や勤労者家計の動向を所得階級ごとの消費行動の視点も加味して分析する。また、最後に、第1章の結びとして社会の安定を基盤とした持続的な経済発展を実現していくための今後の課題について検討する。

1) 物価の動向

(物価動向は緩やかに上昇)

2002年からの景気回復の中で、低下を続けてきた物価についてもようやく緩やかな上昇へと転じてきている。2006年の物価動向を概観すると、経済活動の川上段階に相当する国内企業物価は、上昇幅を拡大させて3年連続の前年比上昇となった。また、消費者物価は、原油価格高騰の影響があるとはいえ8年ぶりに前年比上昇となった。

(国内企業物価は3年連続の前年比上昇)

近年の国際商品市況高を受け素材価格の高騰が続く中、原油価格については2006年7月に既往最高値を更新した。こうしたことを反映して、2006年の国内企業物価は前年比3.1%上昇と上昇幅を拡大し、3年連続の上昇となった(第1-(3)-1図)。

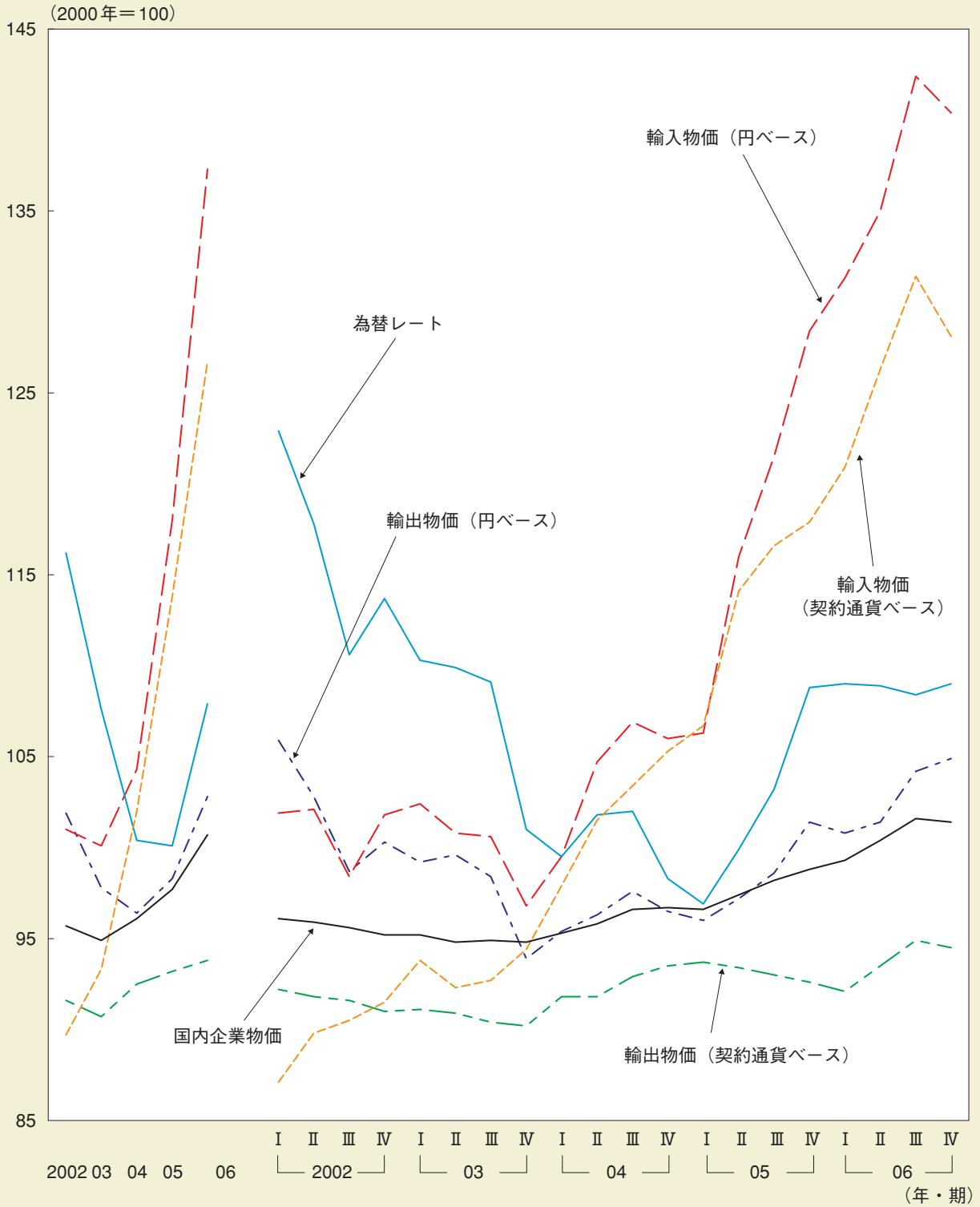
四半期ごとの推移をみると、2006年1~3月期に前期比0.5%上昇、4~6月期同1.1%上昇、7~9月期同1.2%上昇と上昇幅を拡大させて推移していたが、原油市況の軟化を反映して石油製品が下落したことを受け、10~12月期は同0.2%下落となった。また、前年同期比でみても、2005年1~3月期前年同期比2.8%上昇、4~6月期同3.1%上昇、7~9月期同3.5%上昇と上昇幅を拡大させていたが、10~12月期は同2.6%上昇となった。

品目分類別にみると、国際的な素材価格の上昇や原油価格の上昇などを背景に、2006年を通じて石油・石炭製品(前年比18.0%)、非鉄金属(同44.8%)、スクラップ類(同32.6%)で大幅な物価上昇がみられた。

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、素原材料と中間財は素材価格の上昇を受け、それぞれ前年比19.9%上昇、同6.1%上昇となっているが、その内訳では、国内品よりも輸入品における前年比上昇が大きくなっている。このように、中間財までは素材価格の上昇が波及しており物価を押し上げているが、一方では、これまで素材価格上昇の価格転嫁が遅れていた最終財が、主に衣類・履物類や容器類などの非耐久消費財の上昇から2006年は前年比0.5%上昇となり、下落寄与が剥

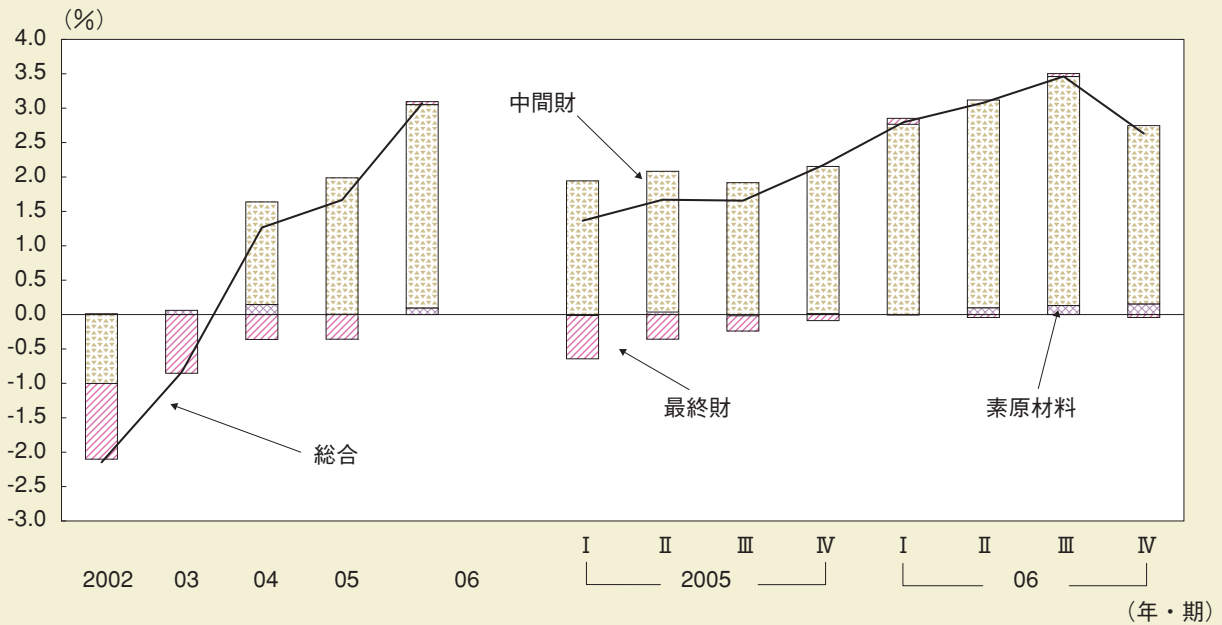
落した（第1 - (3) - 2図）。

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) 2000年平均を100とした指数。

第1 - (3) - 2図 国内企業物価上昇率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、国内品。

輸出物価を契約通貨ベースで見ると、2006年平均で前年比0.6%の上昇と、小幅ながら3年連続の上昇となった。しかし、海外経済の拡大を反映し、前年同期比は足もと7~9月期2.0%上昇、10~12月期同2.1%上昇となった。円ベースで見ると、円安が続いている影響を受け、2006年平均で前年比4.6%上昇となり、2年連続の上昇となった。

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が続いていることなどにより2006年平均で前年比11.2%上昇と、前年に続く大幅な上昇での4年連続の上昇となった。類別にみると、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(前年比34.4%上昇)、木材・同製品(同11.5%)、石油・石炭・天然ガス(同19.6%)、化学製品(同7.6%)で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16.4%上昇と上昇幅を前年よりさらに拡大させた。

(企業向けサービス価格は横ばい圏内で推移)

企業向けサービス価格は、1998年以降下落基調が継続していたが、2006年は7~9月期0.2%上昇、10~12月期0.1%上昇となったことから、2006年平均は前年と同水準となった(第1 - (3) - 3表)。

品目分類別にみると、広告が前年比下落に転じたが、その他については、運輸が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4年連続の上昇となり、金融・保険、情報サービス業が前年比上昇に転じた。また、下落が続いている不動産、通信・放送、リース・レンタルについては減少幅を縮小させたほか、諸サービスは前年と同じ下落幅となり、サービス価格全体が基調として横ばいとなっている。

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
2002年	-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	-0.4	-4.7	-0.2
06	0.0	0.4	-0.8	1.1	-0.2	-1.2	0.2	-1.0	-0.2
2005 I	-0.9	-1.2	-2.0	0.5	-2.0	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	0.2	-0.7	-5.0	-0.1
IV	-0.4	0.1	-1.3	0.4	-0.8	-0.8	-0.9	-3.1	-0.2
06 I	0.0	0.4	-1.4	0.9	-0.1	0.0	-0.5	-1.7	-0.1
II	-0.3	0.6	-1.1	0.3	-0.2	-1.3	-0.1	-0.9	-0.4
III	0.2	0.5	-0.3	2.0	-0.2	-2.1	0.4	-0.7	-0.3
IV	0.1	0.4	-0.1	1.0	-0.3	-1.5	0.6	-0.6	0.0

資料出所 日本銀行「企業向けサービス価格指数」

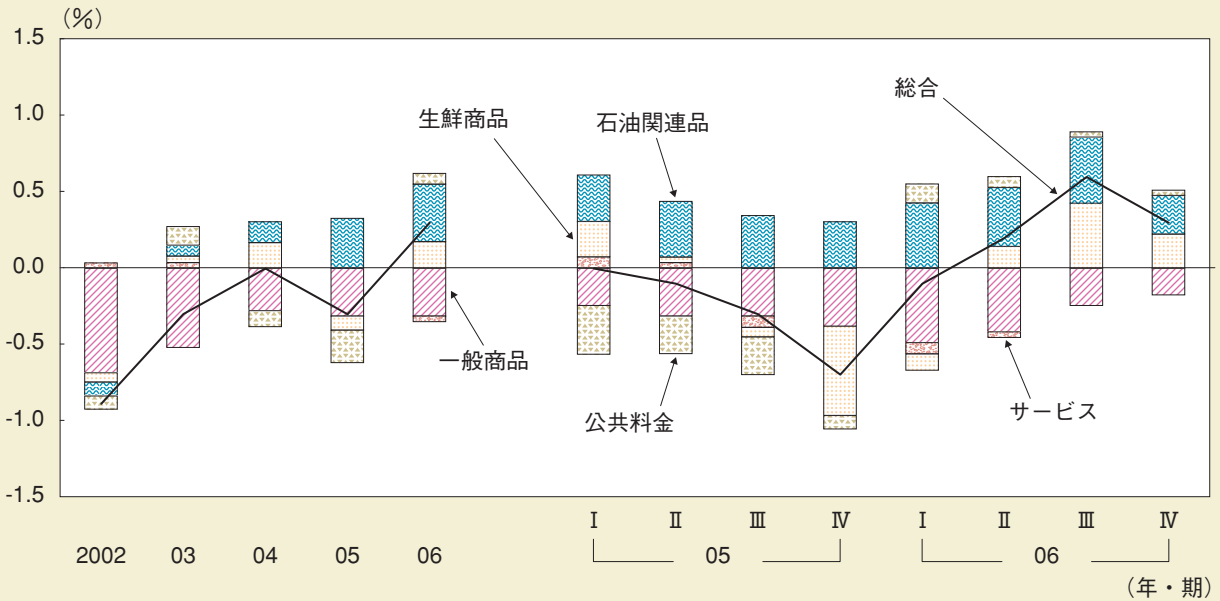
(消費者物価はプラス基調で推移)

消費者物価（総合）は、2005年11月に生鮮食品を除く総合で2003年10月以来の前年同月比上昇（0.1%上昇）に転じ、2006年5月には総合指数で前年同月比0.1%の上昇となった。その後総合指数、生鮮食品を除く総合指数ともプラスで推移し、2006年の総合指数は前年比0.3%上昇、生鮮食品を除く総合指数では0.1%上昇と、それぞれ8年ぶりの前年比上昇となった。

これを商品・サービス分類別にみると（第1－(3)－4図）、一般商品は、足もとでは下落幅を縮小させているものの、依然下落に寄与している。これは、主に教養娯楽用耐久財や家庭用耐久財の下落、米類の下落が影響していることによるものであるが、出版物や被服及び履物は引き続き上昇している。生鮮商品は、天候不順の影響で生鮮野菜及び生鮮果物が高騰し、上昇寄与が大きくなっている。また、公共料金は2006年4月以降診療報酬の引下げが下落に寄与しているものの、電力料金の引上げが影響し上昇寄与となった。さらに、原油価格高騰の影響で、石油関連製品は2004年4～6月期に上昇に転じて以降上昇を続けており、物価の押し上げに大きく寄与している。しかし、足もとでは原油市況の軟化を反映して石油関連製品の前年比上昇幅は縮小している。

なお、食料（酒類を除く）及びエネルギーを除く総合指数でみると前年比は0.4%下落となり、1999年以降8年連続で下落が続いている。足もとでは下落幅が縮小傾向にあるものの、今後も海外経済の動向などが物価動向に与える影響については注視していく必要がある。

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

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

(減少を続けた2006年の家計消費)

総務省統計局「家計調査」によると、勤労者世帯の消費支出は、2006年平均で前年比名目2.8%減、同実質3.1%減となった。四半期ごとの消費支出の推移をみると、名目、実質ともに2006年1~3月期から連続で減少となっている(第1 - (3) - 5表)。

四半期ごとに消費支出の特徴を、実質増減率(対前年同期比)でみると、2006年1~3月期は、外出などの支出が減少したことなどから2.6%減となった。4~6月期は、サッカーワールドカップドイツ大会などもあり、テレビなどの教養娯楽用耐久財が増加したものの、天候不順の影響による生鮮野菜の高騰や夏物衣料の不振などから3.0%減となった。7~9月期は、梅雨明けが遅れた影響による生鮮野菜の高騰や、パック旅行費などを含む教養娯楽サービスの減少などから4.4%減となった。10~12月期は、食料や被服及び履物などが伸び悩んだことなどから2.6%減となったものの、減少幅は7~9月期に比べ縮小した。

実質消費支出の動きを季節調整値でみると、1~3月期前期比2.1%減、4~6月期同1.1%減、7~9月期も同1.5%減となった後、10~12月期は同2.1%増となった。

勤労者世帯の実収入の動きをみると、2006年平均で前年比名目0.2%増、同実質0.1%減と名目では2年ぶりに増加し、実質では2年連続の減少となった。内訳をみると勤め先収入に

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				平均消費性向	消費者物価指数
	名目	実質	名目	実質	可処分所得 名目	非消費支出 名目		
前年比 [実質消費支出への寄与]								
2004年	1.6	1.6	1.3 [1.5]	1.3	1.3	1.5 [-0.3]	74.3 [0.2]	0.0 [0.0]
05	-0.6	-0.2	-1.3 [-1.5]	-0.9	-1.1	-2.3 [0.4]	74.7 [0.4]	-0.4 [0.4]
06	-2.8	-3.1	0.2 [0.2]	-0.1	0.1	1.0 [-0.2]	72.5 [-2.2]	0.3 [-0.3]
前年同期比								
2006年 I期	-2.8	-2.6	-3.0	-2.8	-3.1	-2.0	0.3	-0.2
II	-2.8	-3.0	-4.4	-4.6	-4.5	-3.7	1.3	0.2
III	-3.6	-4.4	3.5	2.7	3.5	3.6	-5.3	0.8
IV	-2.1	-2.6	4.2	3.7	3.8	6.6	-3.8	0.5
指数 (季節調整済)								
2005年 I期	100.8	100.6	100.9	100.6	101.3		74.3	
II	99.9	100.0	101.6	101.5	101.6		73.4	
III	99.2	99.4	98.6	98.7	98.5		75.1	
IV	100.0	100.0	98.9	99.1	98.6		75.7	
06 I	97.9	97.9	97.9	97.8	98.0		74.6	
II	97.0	96.8	97.1	96.8	97.0		74.6	
III	95.8	95.3	102.0	101.3	101.8		70.2	
IV	97.9	97.3	103.1	102.9	102.5		71.3	

資料出所 総務省統計局「家計調査」(二人以上の世帯(農林漁家世帯を含む))、「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) 指数(季節調整済)の欄は、2005年を100とした値である。
 2) 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。
 3) 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。
 4) []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。

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

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

↓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。

については、2006年平均前年比実質0.1%減となり、2年連続で減少となった。勤め先収入の四半期ごとの推移をみると、2006年1～3月期は、実質前年同期比3.1%減、4～6月期は同4.1%減となっているが、7～9月期は同2.8%増、さらに10～12月期は同3.4%増となった。なかでも賞与が7～9月期に前年同期比33.0%増と大きく増加している。また、財産収入も7～9月期に前年同期比19.9%増、さらに10～12月期同91.3%増と大きな増加を示している。

消費支出の2006年平均の実質3.1%減に対して、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どの程度寄与したかをみると、実収入は前年同期比0.2%ポイントの増加寄与、非消費支出は同0.2%ポイントの減少寄与、平均消費性向は同2.2%ポイントの減少寄与、消費者物価は同0.3%ポイントの減少寄与となり、2006年の消費支出の減少は、平均消費性向が低下したことが大きな要因となっている。

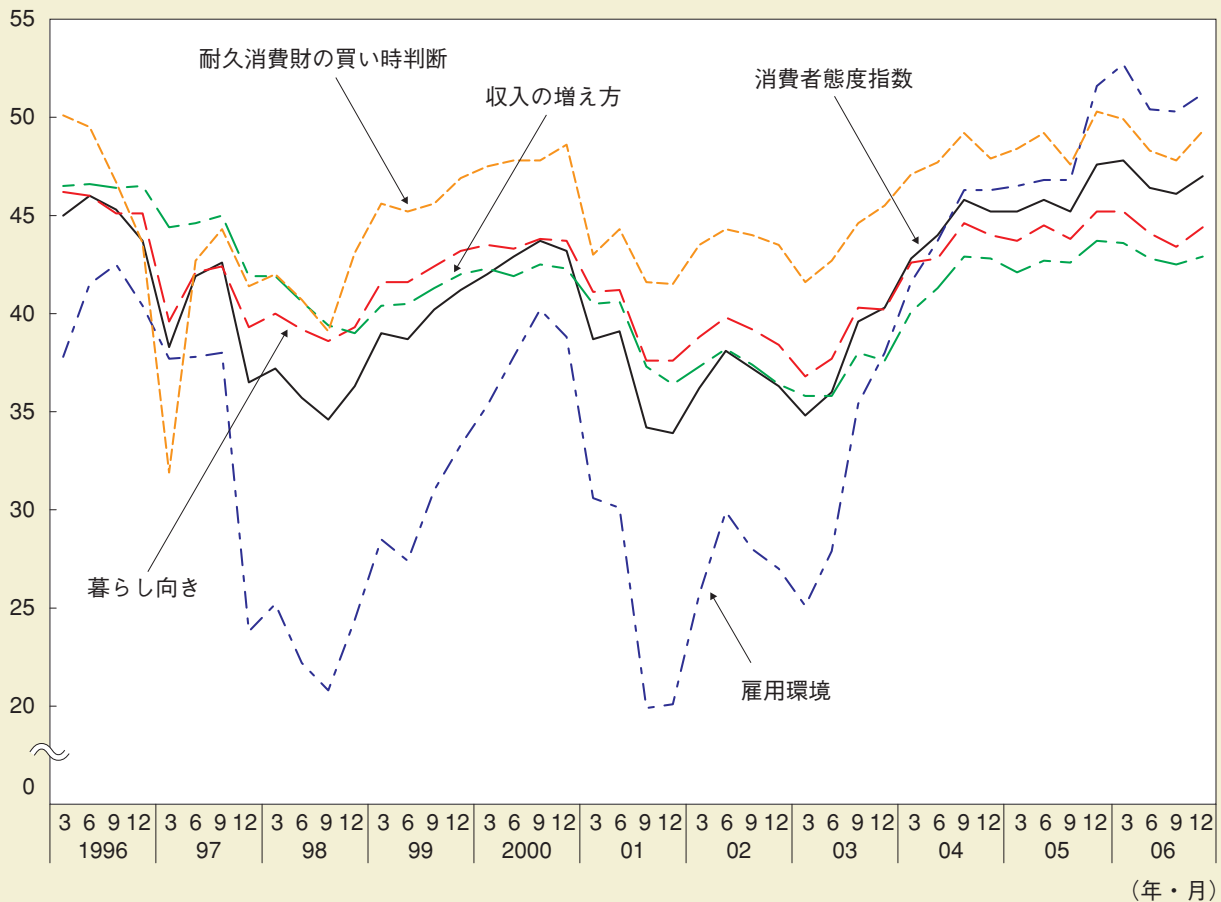
(2006年はほぼ横ばいで推移した消費者心理)

2006年の消費支出の減少は、前年に引き続き所得の伸び悩みや天候不順の影響等により生じているが、さらには消費性向の低下も伴っており、2006年平均の平均消費性向は72.5%と前年差2.2%ポイントの低下となった。平均消費性向の低下の背景として、消費者心理の後退が懸念される。

消費者心理の代表的な指標である消費者態度指数（季節調整値）をみると、景気の回復を反映し上昇傾向にあったが、2005年後半からの大幅な上昇を経た後、2006年半ばに低下がみられた。ただし、2006年12月期には再び上昇している（第1-（3）-6図）。

消費者態度指数（季節調整値）を構成する各項目の中でも、今まで上昇テンポが大きかったのは雇用環境であったが、2006年3月期をピークに大きく低下した。その後、2006年12月期に再び上昇している。他の項目については、2005年12月期又は2006年3月期のいずれかをピークとして低下しており、消費者態度指数（季節調整値）は2006年6月期以降2期連続して悪化したが、2006年12月期には再び上昇している。

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。

- 1) 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。
- 2) 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、乘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。

- 3) 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。

(天候不順の影響がみられた2006年の小売業販売動向)

ここまでは、需要（家計）側の統計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、事業者側から把握した統計として、より正確で継続的なデータがとれることが特徴であり、特に、高額商品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、2006年の小売業の販売額は前年比0.1%増と2年連続の増加となった（第1-（3）-7表）。これは、自動車小売業が小型乗用車の不振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よる石油製品の価格上昇などにより増加となったことなどによるものである。

第1-（3）-7表 業態別販売額の推移（前年（同期）比）

（単位：%）

年・期	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(2005年=100) (季節調整値)	百貨店 (既存店)	スーパー (既存店)		
2004年	1.0	—	-3.5	-2.8	-4.1	-0.8
05	1.0	—	-2.3	-0.5	-3.6	-2.3
06	0.1	—	-1.2	-0.7	-1.6	-2.4
2005年 I 期	0.0	100.7	-4.0	-3.0	-4.7	-2.1
II	3.1	100.9	-2.4	-0.4	-3.8	-1.5
III	0.6	99.5	-2.4	-0.1	-3.9	-2.3
IV	0.5	99.4	-0.6	1.2	-1.9	-3.4
2006年 I	0.6	101.4	-1.7	0.4	-3.2	-2.7
II	-0.2	100.6	-1.2	-1.2	-1.3	-2.4
III	0.5	99.8	-0.2	-0.4	-0.1	-3.5
IV	-0.2	99.0	-1.7	-1.6	-1.8	-0.7

資料出所 経済産業省「商業販売統計」

業種別にみると、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1.3%減と11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前年が「クールビズ」効果で好調であった反動減に加え、天候不順の影響から季節衣料が伸び悩んだことなどにより、前年比2.3%減と2年ぶりの減少となった。飲食料品小売業は、米の相場安や牛肉類の低調な動きなどにより、前年比0.4%減と3年連続の減少となった。自動車小売業は、軽自動車が新型車効果などにより好調な動きだったものの、小型乗用車や普通乗用車が伸び悩んだことにより、前年比1.5%減と4年ぶりの減少となった。機械器具小売業は、薄型テレビなどのデジタル家電や洗濯機などが堅調に推移したものの、パソコンや冷蔵庫などの伸び悩みなどにより、前年比1.8%減と6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などにより、前年比7.3%増と3年連続の増加となった。その他の小売業は、医薬品、化粧品などの堅調な動きにより、前年比0.8%増と2年連続の増加となった。

大型小売店の動向をみると、2006年の大型小売店の販売額は、年央の天候不順や年後半の

気温の上昇により季節衣料が伸び悩んだことに加え、法人需要の減退などにより、前年比1.2%減と15年連続の減少となった。

業態別にみると、百貨店販売額は、全般に季節衣料の低調な動きや法人需要の減退などにより、前年比0.7%減と10年連続の減少となった。商品別にみると、衣料品は、身の回り品が堅調だったものの、年央の天候不順による長梅雨などの影響により夏物衣料や年後半の気温上昇に加え、前年の厳冬の反動減もあり冬物重衣料などの季節衣料の動きが鈍かったことにより減少となった。飲食料品は、法人関連のギフト需要減などから減少となった。その他は、美術品や宝飾品など一部の高額商品に動きがみられたものの、全般に家具などの不振や法人需要減などにより減少となった。

スーパーは、飲食料品が生鮮食品の相場高などがみられたものの、天候不順の影響から季節衣料の不振に加え、他業態との競合や価格の低下傾向などにより、前年比1.6%減と15年連続の減少となった。商品別にみると、衣料品は、年央の天候不順の影響や年後半の気温上昇により季節衣料などが苦戦したことにより減少となった。飲食料品は、天候不順の影響で生鮮食品の相場高などにより増加となった。その他は、家庭用品やその他の商品などに動きがみられたものの、家具などの不振から減少となった。

2006年のコンビニエンスストアの販売額は、前年比2.5%減と7年連続の減少となった。商品別にみると、ファーストフード及び日配食品は、調理パン、調理麺に加え、おでんや中華まんなどが好調であったが、加工食品は、天候不順の影響などもあり主力のソフトドリンク、アイスクリームなどが不振だった。非食品は、たばこの2006年7月1日からの税率引上げによる値上げやゲームソフトの販売増などにより、増加となった。サービス売上高をみると、各種チケット類に動きがみられたものの、ハイウェイカードの販売終了（2005年9月15日）に伴う販売減が響き、減少となっている。

（軽自動車へのシフトがみられる自動車需要）

（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、2006年の乗用車販売台数は、普通車は引き続き減少し、軽四輪車の増加幅が伸びたものの小型四輪車が大幅に減少に転じたため、前年比2.2%減となっており、軽自動車の自動車全体における構成率（割合）が高まっている。ガソリン価格の高止まり等を受け軽自動車人気は鮮明になっている。

また、鉄道旅客協会「販売概況」によると、旅行は、国内は減少に転じ、海外は引き続き増加となり、前年比0.4%増となった（第1-（3）-8表）。

第1 - (3) - 8表 乗用車販売台数、旅行取扱額の推移（前年（同月）比）

(単位 %)

年・月	乗用車（前年比・前年同月比）			旅行（前年比・前年同月比）			
	普通車	小型四輪車	軽四輪車		国内旅行	海外旅行	
2004年	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
06	-2.2	-3.6	-8.7	8.7	0.4	-1.7	4.1
2006年1月	0.1	-6.4	1.1	4.9	-2.8	-2.9	-2.6
2	0.7	-5.3	-2.4	9.0	-1.6	-3.0	1.2
3	0.5	-2.8	-1.7	7.2	1.8	-0.5	6.8
4	-5.0	-8.5	-12.2	7.8	-2.7	-2.1	-3.4
5	-6.4	-11.1	-9.3	1.8	4.3	0.0	13.1
6	-2.8	-4.8	-12.0	3.7	0.1	-4.1	7.2
7	-6.2	-5.9	-14.6	7.0	-0.5	-3.9	6.1
8	-2.5	-0.5	-10.9	8.3	4.2	1.2	9.2
9	-4.3	-6.1	-10.5	7.3	-2.6	-3.9	-0.4
10	-3.6	0.5	-11.6	4.7	1.4	1.2	1.9
11	-0.9	4.3	-12.4	11.5	3.3	1.1	7.0
12	1.6	2.6	-14.1	23.3	-2.5	-4.5	1.1

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」

(貯蓄及び負債の動向)

2006年における勤労者世帯の貯蓄現在残高は1,264万円と前年比2.2%減となった。貯蓄年収比（貯蓄現在高の年間収入に対する比）は177.3%となり、前年から2.4%ポイント低下した。

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66.9%と約3分の2を占め、世帯数を2分する値（中位数）は772万円となる。

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、通貨性預貯金が増加し、定期性預貯金、生命保険などが減少した。

一方で、2006年における勤労者世帯の負債現在高は624万円（前年比1.3%増）となった。負債年収比は87.5%となり、前年に比べ1.8%ポイント上昇した。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577万円となり、前年比2.9%増となった（第1 - (3) - 9表）。

第1－(3)－9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	2005年	2006年
貯蓄現在高	1,292	1,264
（中位数）	807	772
通貨性預貯金	216	218
定期性預貯金	526	485
生命保険など	364	358
有価証券	118	136
金融機関外	67	66
貯蓄年収比（％）	179.7	177.3
負債現在高	616	624
住宅・土地のための負債	561	577
負債年収比（％）	85.7	87.5
年収	719	713

資料出所 総務省統計局「家計調査」（二人以上の世帯
（農林漁家世帯を含む））

（注）「貯蓄・負債編」による。

（所得階層ごとに違いがでてきた消費行動）

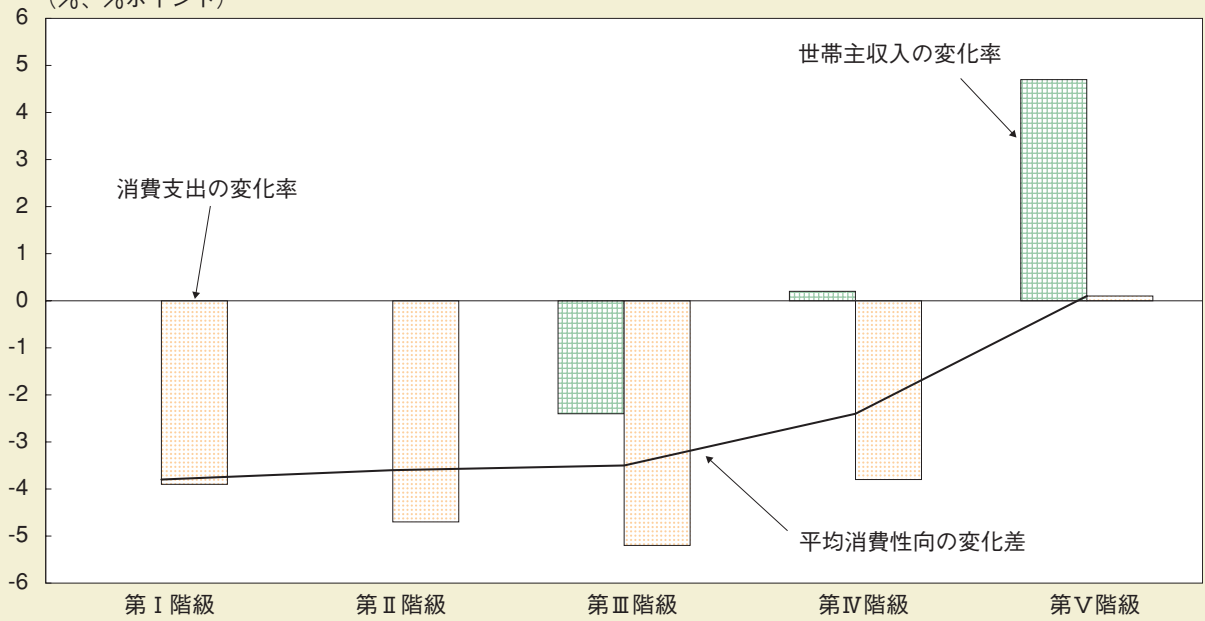
総務省統計局「家計調査」により、世帯主の年間収入五分位階級別に2006年平均の世帯主収入と消費支出の前年に対する増減の状況をみると、消費支出の実質前年比は第Ⅴ階級が若干増加したのを除きすべての階級において減少、世帯主収入は、第Ⅳ階級の若干の増加と第Ⅴ階級が増加したのを除き減少となった。平均消費性向は、第Ⅴ階級で若干増加したのを除き、他のすべての階級において前年差で低下している（第1－(3)－10図）。

また、世帯主の年齢階級別に2006年平均の実収入と消費支出の前年に対する増減をみると、消費支出の実質前年比は30歳未満で増加したのを除きすべての年齢階級において減少、実収入は、40歳台で増加したのを除きすべての年齢階級で減少となった。平均消費性向は、30歳未満と60歳以上を除き前年差で低下した（第1－(3)－11図）。

2006年においては、収入の減少及び消費性向の低下によって消費支出が減少しているところであり、収入階級の高い層の収入増や消費性向の上昇が若干見られるものの、それらによって消費全体を牽引することはできていない。今後はよりすそ野の広い賃金所得の上昇により消費の拡大と持続的な内需の成長がもたらされることが期待される。

さらに、消費支出の2002～2006年平均の5年前（1997～2001年平均）に対する構成比のポイント差を費目別にみると、交通・通信の拡大が大きく、食料、家具・家事用品、被服及び履物の縮小が目立つ。これを収入階級別にみると、収入の低い第Ⅰ階級では、他の消費費目に比べ光熱・水道の拡大が際だって大きい。一方、収入の高い第Ⅴ階級で拡大幅の大きさが目立つのは、教育である。また、住居などについても収入の高い階級ほど拡大する傾向がみられる（第1－(3)－12図）。

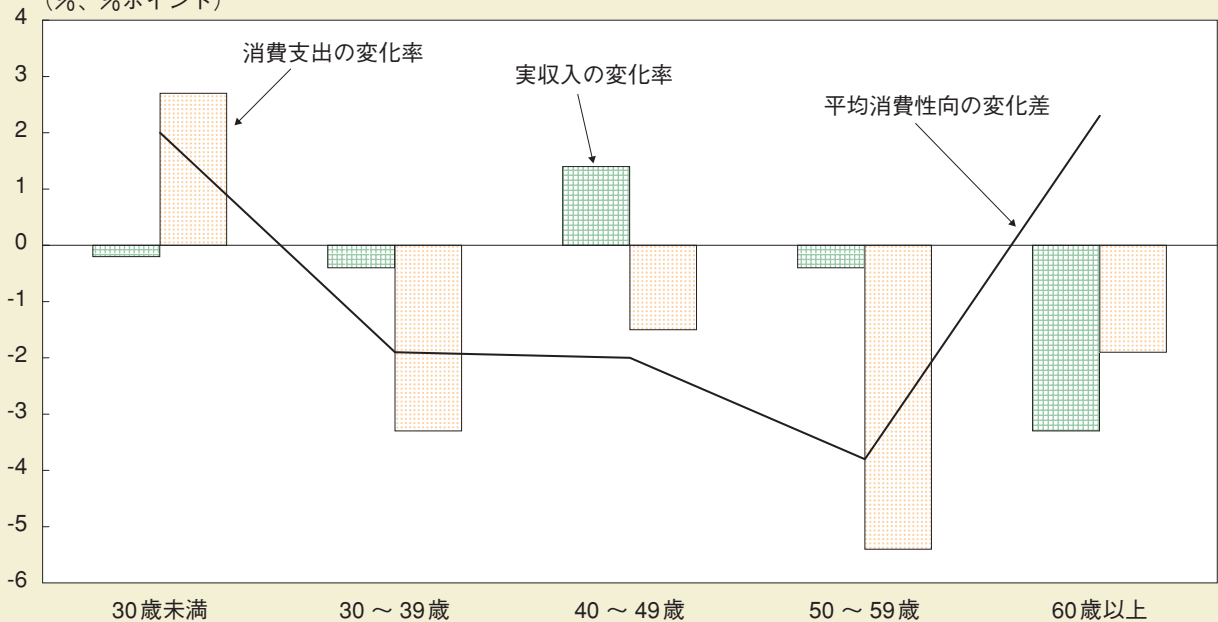
第1 - (3) - 10 図 年間収入五分位階級別世帯主収入、消費支出及び平均消費性向の動向 (全国勤労者世帯、2006年平均)
(%、%ポイント)



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

- (注) 1) 各階級は世帯を年間収入の低い方から高い方へ順に並べて5等分した5つのグループで、収入の低いグループから第I、第II、第III、第IV、第V階級と呼ぶ。
2) 平均消費性向は前年差、消費支出、世帯主収入は実質前年比である。

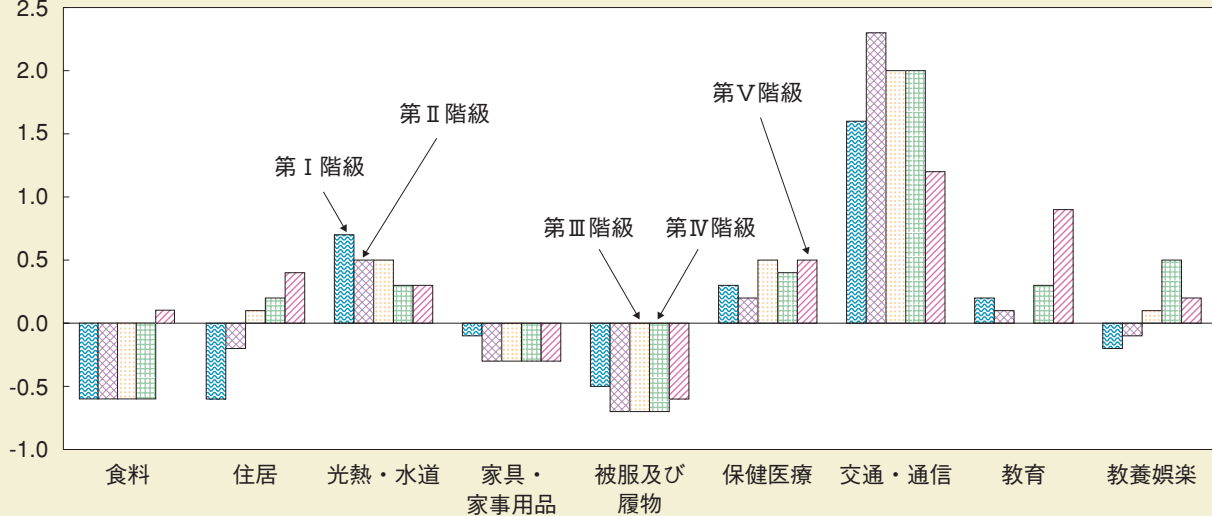
第1 - (3) - 11 図 年齢階級別実収入、消費支出及び平均消費性向の動向 (全国勤労者世帯、2006年平均)
(%、%ポイント)



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

- (注) 平均消費性向は前年差、消費支出、実収入は実質前年比である。

第1 - (3) - 12図 消費費目・年間収入階級別構成比ポイント差（2002～2006年平均）
（%ポイント）



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） 1）総消費支出額に占める費目別消費支出額の割合の変化差ポイント。

2）変化差ポイントは、1997～2001年平均値に対する2002～2006年平均値のポイント差である。

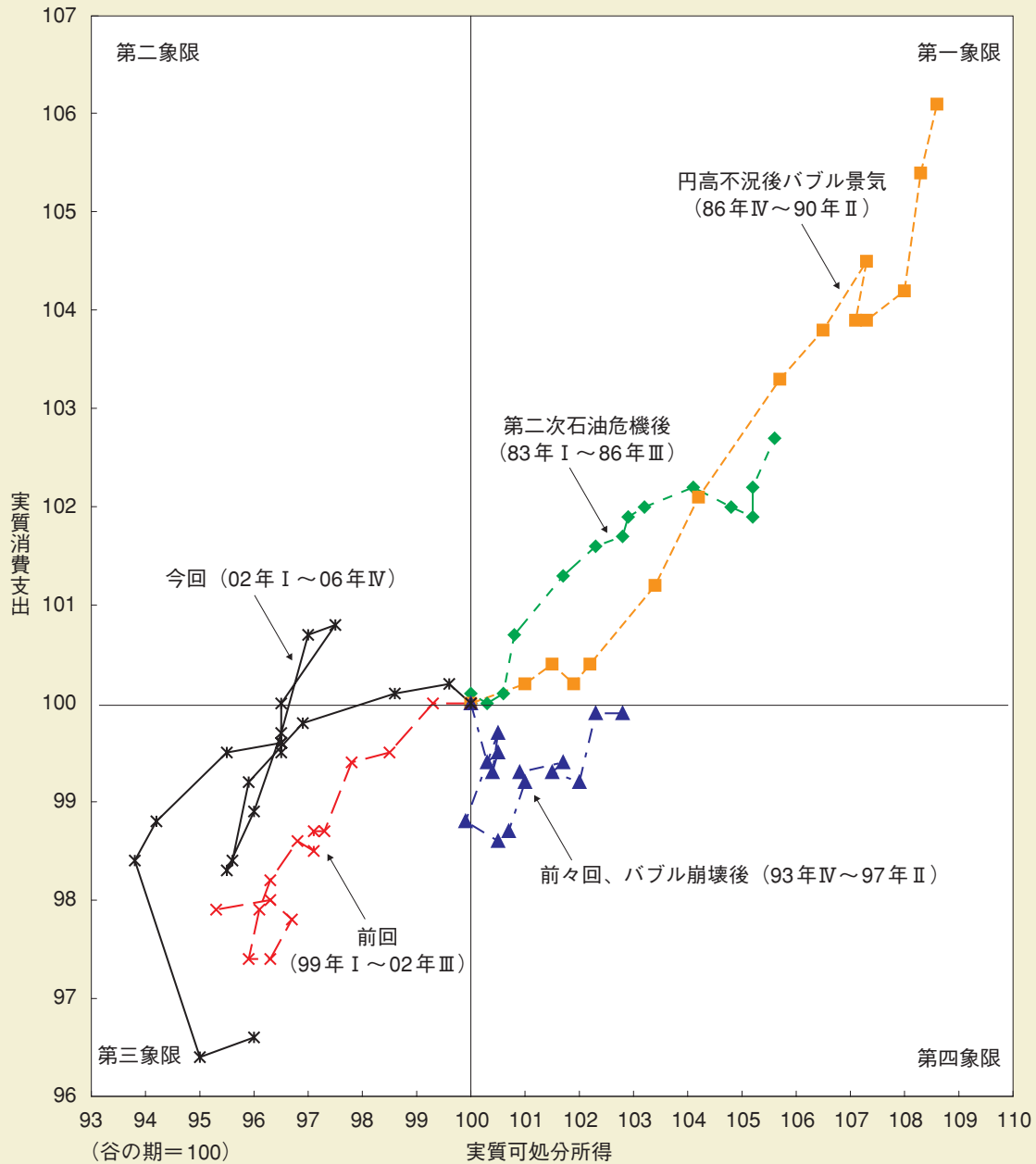
3）年間収入階級のそれぞれの収入は、第I階級～445万円、第II階級445～587万円、第III階級587～740万円、第IV階級740～954万円、第V階級954万円以上となっている。

3) 持続的な経済発展に向けて

（景気回復期における可処分所得と消費支出の関係）

第二次石油危機以降の景気回復局面における実質可処分所得と実質消費支出の関係をみると、第二次石油危機後と円高不況後はグラフが第一象限にあり、所得、消費支出ともにおおむね増加していた。しかし、1990年代以降の景気回復局面ではそのような関係にないことが多く、前々回（バブル崩壊後）は所得がおおむね横ばいで消費支出はピーク時でも景気の谷の水準を下回り、前回は所得、消費支出ともおおむね減少傾向となった。今回の景気回復期についてみると、大まかな傾向として前回同様、所得、消費支出ともに減少が続いており、2005年1～3月期以降は景気の谷の水準を下回っている（第1 - (3) - 13図）。

第1—(3)—13図 景気回復局面における勤労者世帯の実質可処分所得と実質消費支出の推移の比較



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) 1) 景気の谷の期における数値を100とした、谷の期以降の推移。今回(2006年Ⅳ期まで)との比較のため各局面で谷以降15四半期をとっている。

2) 実質可処分所得及び実質消費支出ともに、季節調整値指数の後方3期移動平均。

(勤労者生活の充実へ向けて)

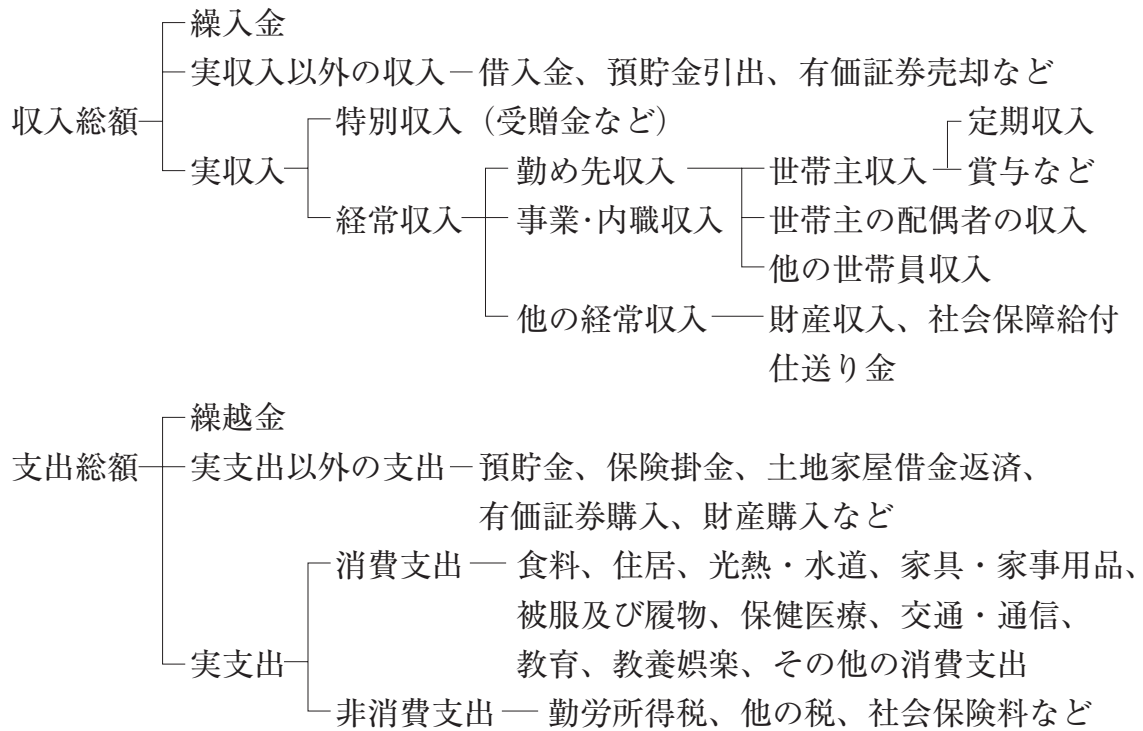
2006年の労働経済の動きをみると、完全失業率は低下傾向、有効求人倍率は上昇傾向で推移し、新規学卒者の就職状況は改善している。また、正規雇用者数は増加に転じたものの、非正規雇用割合は引き続き上昇しており、雇用情勢は厳しさが残るものの改善に広がりが見られる。賃金は、総じて増加しているもの個々の企業業績と労働者の賃金の結びつきが強まっている。また、労働時間は雇用が増加しているにもかかわらず所定外労働時間が大きく増加している。2002年1月を谷としてはじまった今回の景気回復局面も総じてみると、所得

は減少しており、消費支出の回復力も強くない。

企業収益や設備投資などで先行した企業部門での回復を、雇用の拡大、賃金の上昇、労働時間の短縮へとバランスよく配分することにより、勤労者生活の充実へとつなげ、社会の安定を基盤とした持続的な経済発展を目指していくことが求められる。

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。

