

第5節 物価、勤労者家計の動向

物価の動きをみると、企業物価は原油価格の上昇など国際商品市況の影響を受けて上昇した後、世界経済の減速による原油価格等の落ち着きを受けて横ばいで推移した。一方、消費者物価については、原油価格の上昇分は耐久消費財を含む最終財価格に十分転嫁されておらず、耐久消費財の下落により、緩やかなデフレ状態にある。

また、勤労者家計の動きをみると、東日本大震災からの復興とともに、消費者マインド及び消費の回復が見られる。

本節では、このような物価や勤労者家計の動向を分析しながら、消費支出の拡大について分析していく。

1 物価の動向

● 国際商品市況を背景として上昇に転じた国内企業物価

第1-(5)-1図により、企業物価指数の推移をみると、2011年の国内企業物価指数は前年比2.0%上昇と、国際商品市況に連動した輸入物価の上昇を反映して、3年ぶりの上昇に転じた。

2011年の国際商品市況は、上半期は新興国の経済成長に伴う需要の増加や中東・北アフリカ情勢の不安定化などを背景とした原油価格の上昇などにより上昇したが、下半期には世界経済の減速懸念による原油価格等の落ち着きなどを背景に横ばいとなった。このため企業物価指数も、7~9月期は105.5、10~12月期104.6、2012年1~3月期104.8とおおむね横ばいで推移している。

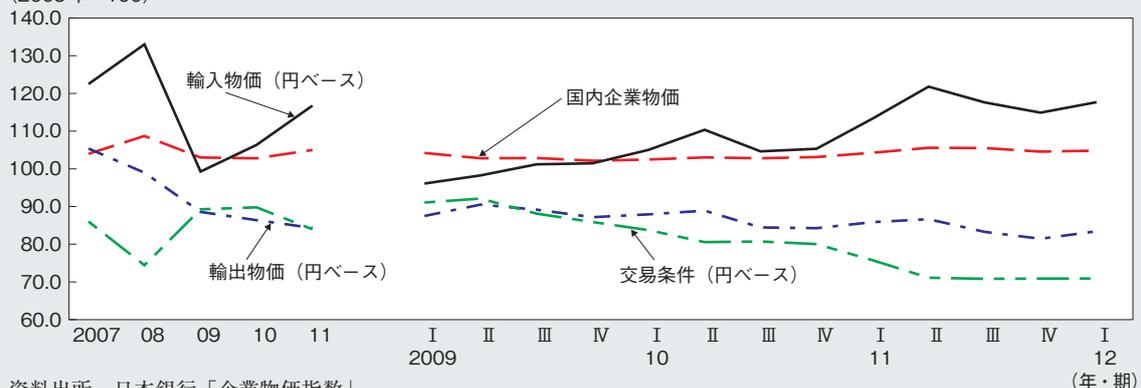
工業製品の品目分類別にみると、石油・石炭製品、鉄鋼などで物価の上昇が、電子部品・デバイス、情報通信機器などで物価の低下がみられた(付1-(5)-1表)。

また、第1-(5)-2図により、企業物価指数(国内需要財)の上昇率について、需要段階別の寄与をみると、全体として上昇に転じた2010年は、素原材料及び中間財はプラス、最終財はマイナスの寄与となった。2011年に入り、4~6月期からは最終財もプラスに転じたが、最終財の寄与は、素原材料及び中間財に比べ小さくなっている。これは、原油価格の上昇など輸入物価の影響があらわれやすい素原材料及び中間財に対し、携帯電話機などの耐久消費財を含む最終財については、企業間の価格競争が激しいため、素原材料などの物価が上昇しても価格に転嫁されにくいと考えられる。

第1-(5)-1図 企業物価指数の推移

企業物価は四半期別でみると、2011年は石油・石炭製品等の値上がりの方、情報通信機器等の下落もあり、横ばい傾向であった。

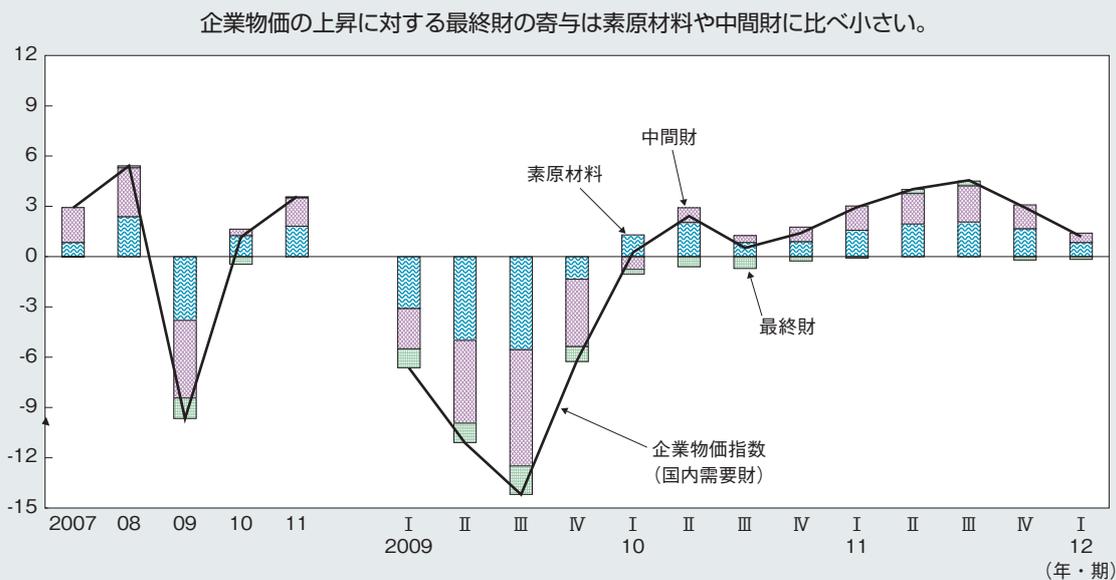
(2005年=100)



資料出所 日本銀行「企業物価指数」

(注) 交易条件(円ベース) = 輸出物価(円ベース) / 輸入物価(円ベース)。

第1-(5)-2図 企業物価指数(国内需要財)上昇率の需要段階別寄与度



資料出所 日本銀行「企業物価指数」をもとに厚生労働省労働政策担当参事官室にて作成

(注) 1) 企業物価指数(国内需要財)は、企業物価指数を需要段階別・用途別に分類し、組替えることにより作成したもの。

具体的には、国内企業物価指数と輸入物価指数(円ベース)の採用品目を国内需要財としている。

2) 国内需要財は、以下の3項目に分類することが出来る。

- ・「素原材料」とは、第一次産業で生産された未加工の原材料、燃料で生産活動のため使用、消費されるもの(例…原油など)
- ・「中間財」とは、加工過程を経た製品で、生産活動のためさらに使用、消費される原材料、燃料、動力及び生産活動の過程で使用される消耗品(例…ナフサなど)。
- ・「最終財」とは、生産活動において原材料、燃料、動力として、さらに使用、消費されることのない最終製品(例…プラスチック製日用品など)。

● 企業向けサービス価格は3年連続で下落

第1-(5)-3図により、企業向けサービス価格の推移をみると、企業の経費節減の動きが続いていることなどをを受け、2011年は前年比0.5%下落と、前年より下落幅は縮小したものの、3年連続で下落した。

四半期別の動きをみると、2011年1~3月期で前年同期比1.1%の下落、4~6月期で同0.9%の下落の後、7~9月期には同0.3%の下落と下落幅は縮小した。これは、2011年6月に高速道路の無料化社会実験⁵⁹が一時凍結となった影響などで運輸が前年同期比0.4%の上昇となったことや、東日本大震災の影響により下落が続いていた広告が同0.7%の上昇に転じたことなどによるものである。続く10~12月期は、同0.1%の上昇と13四半期ぶりに上昇したが、2012年1~3月期には、製造業での広告を削減するなどの影響により、同0.4%の下落と再び下落に転じた。

● 消費者物価は下落基調が緩やかに

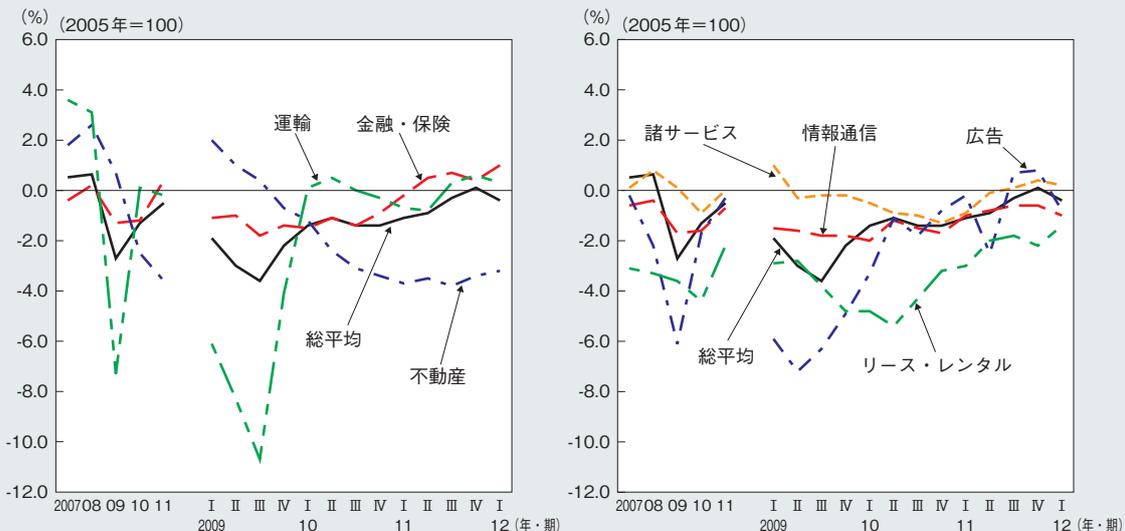
第1-(5)-4図により、消費者物価指数の推移をみると、総合では2011年に入ってから下落が続き、2011年平均では前年比0.3%減と、下落幅は縮小したものの3年連続の下落となった。

原油価格が高水準で推移していることなどを背景に、2010年1月期以降、ガソリンなど石油製品のプラスの寄与が続いている。また、公共料金のプラスの寄与が2011年4月期から拡大している背景にも、高水準で推移している原油や液化天然ガス(LNG)価格があるが、そのほか、2010年4月

59 全国の高速道路の約2割の区間で全車種を対象として、①高速道路を徹底的に活用し、物流コスト・物価を引き下げ、地域経済を活性化するため、②地域への経済効果、渋滞や環境への影響について把握するため、高速道路を原則無料化した。2010年6月28日から開始され、2011年6月19日に一時凍結とされた。

第1-(5)-3図 企業向けサービス価格指数の推移

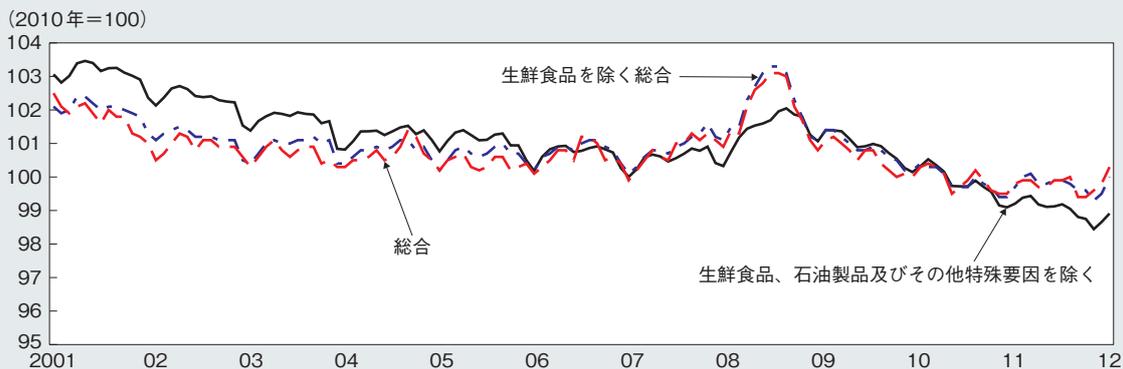
企業向けサービス価格は、四半期別で見ると2010年に引き続き、2011年もマイナス幅が縮小している。



資料出所 日本銀行「企業向けサービス価格指数」
(注) 数値は前年(同期)比。

第1-(5)-4図 消費者物価指数の推移

消費者物価は、2011年はエネルギー関連が上昇となる一方、耐久財の値下がりにより引き続き下落したが、下落幅は縮小。



資料出所 総務省統計局「消費者物価指数」
(注) 1) 「生鮮食品、石油製品及びその他特殊要因を除く総合(いわゆるコアコア)」については、「生鮮食品を除く総合」から、石油製品、電気代、都市ガス代、米類、切り花、鶏卵、固定電話通信料、診療代、介護料、たばこ、公立高校授業料、私立高校授業料を除いたもの。内閣府にて試算。
2) 数値は月次で、2012年3月まで。

に始まった公立高校授業料無償制・高等学校等就学支援金制度⁶⁰が消費者物価の押し下げに働いた影響が、1年経過してなくなったこともある。薄型テレビなどの教養娯楽用耐久財や電気冷蔵庫などの家庭用耐久財の価格が下落しており、引き続き消費者物価を押し下げる要因となっている(付1-(5)-2表)。

消費者物価の基調的な動きを捉えるため、生鮮食品、石油製品及びその他特殊要因を除く総合(コアコア)⁶¹で見ると、2011年以降、総合や生鮮食品を除く総合と比較して下落幅が大きくなっている。物

60 家庭の状況にかかわらず、全ての意志ある高校生等が、安心して勉学に打ち込める社会をつくるため、国の費用により、公立高等学校の授業料を無償化するとともに、国立・私立高校等の生徒の授業料に充てる高等学校等就学支援金を創設し、家庭の教育費の負担を軽減する制度である。

61 内閣府が消費者物価の基調的な動きを捉えるために試算している指標であり、消費者物価の生鮮食品を除く総合(コア)から、石油製品、電気・都市ガス代、米類、切り花、鶏卵、固定電話通信料、診療代、介護代、たばこ、公立高校・私立高校授業料を除いたもの。したがって、2010年4月の公立高校授業料無償制・高等学校等就学支援金制度の開始や同年10月のたばこの値上げの影響は、コアコア指数に反映されない。

価の動向を総合すると、持続的な物価下落という意味において、引き続き緩やかなデフレ状況⁶²にある。

なお、総合指数は2012年に入ってから上昇に転じており、原油価格等の動向とともに、今後に見直しが必要である。

こうした中、日本銀行は、2012年2月14日に「中長期的な物価安定の目途」（消費者物価の前年比上昇率を2%以下のプラスの領域、当面1%）を示し、当面、消費者物価の前年比上昇率1%を目指して、それが見通せるようになるまで、強力に金融緩和を推進していくことを決定した。

2 勤労者家計の動向

● 賃金と物価の下落傾向は継続

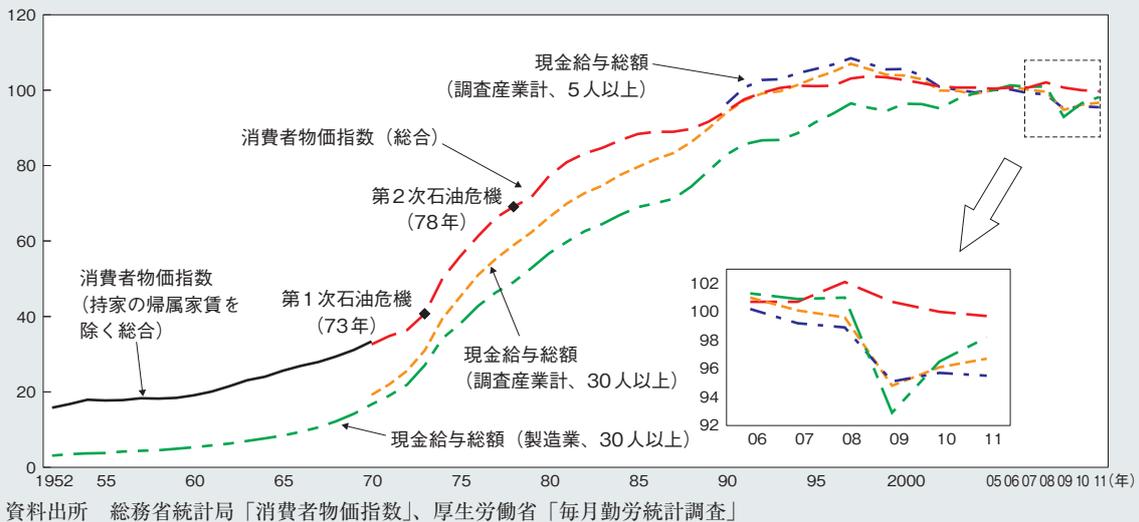
第1-(5)-5図により、家計を取り巻く環境である賃金、物価の長期的な動向をみると、バブル景気だった1990年代初頭まで、マクロの総需要の拡大に牽引され、相互連関的に上昇してきたことが分かる。しかし、1991年のバブル崩壊以降、総需要の伸びが停滞するとともに、完全失業率が上昇し、非正規雇用者比率の上昇も続く中、1990年代末からは賃金の減少と物価の低下が継続的に見られるようになってきている。

消費者物価は、2008年には原油価格や原材料価格が高騰し、それに伴う生活必需品の値上げによる上昇が一時的に見られたものの、耐久消費財の価格下落や地上デジタル放送移行⁶³完了後のテレビの価格の下落などにより、デフレが長期化している。

一方、現金給与総額については2008年のリーマン・ショックの影響を受け、2009年にかけて大幅に減少した後、緩やかな回復傾向にあるが、2000年代半ば以降の物価の下落幅と比較しても相対的に減少幅が大きくなっている。

第1-(5)-5図 賃金と物価の動向

現金給与総額については、2009年以降、徐々に回復傾向にあるものの、消費者物価については、緩やかに下落している。



⁶² 21年11月月例経済報告にて、「先行きについては、消費者物価（コアコア）は、引き続き緩やかな下落傾向で推移すると見込まれる。こうした動向を総合してみると、持続的な物価下落という意味において、緩やかなデフレ状況にある。」との表現が用いられた。

⁶³ 地上デジタル放送は2003年12月に始まりアナログと同一内容のサイマル放送を実施していたが、電波の有効利用やテレビ放送の高画質化・高機能化を推進するため、2011年7月24日に、東日本大震災で大きな被害を受けた岩手、宮城、福島を除く44都道府県でアナログ放送が終了し、地上デジタル放送へ移行した。3県でも2012年3月末にアナログ放送が終了し、47都道府県すべてが地上デジタル放送に完全移行した。

● 実収入の減少などにより減少に転じた実質消費支出

第1-(5)-6表により、勤労者世帯の消費支出をみると、2011年の平均は名目では前年比3.0%減、実質では同2.7%減となった。なお、季節調整値の指数で四半期ごとの動きをみると、名目、実質ともに、2011年1~3月期に東日本大震災の影響を受けて大きく落ち込んで以降、徐々に上昇している。

実質消費支出の減少率に対する要因を見ると、減少に転じた実収入と平均消費性向の低下がマイナスの寄与となっており、特に実収入のマイナスの影響が大きくなっている。平均消費性向については2010年に引き続いてのマイナス寄与となっている。また、消費者物価指数については、下落幅の縮小によりプラスの寄与は小さくなっている。

第1-(5)-6表 家計主要項目(二人以上の世帯のうち勤労者世帯)と実質消費の増減要因

2011年の実質消費支出の減少は、実収入の減少と平均消費性向の低下が、大きな要因となっている。

(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]								
2009年	-1.8	-0.3	-3.0 [-3.6]	-1.5	-3.4	-1.3 [0.3]	74.6 [1.2]	-1.5 [1.5]
2010	-0.2	0.6	0.5 [0.6]	1.3	0.5	0.5 [-0.1]	74.0 [-0.6]	-0.8 [0.8]
2011	-3.0	-2.7	-2.0 [-2.4]	-1.7	-2.2	-1.2 [0.3]	73.4 [-0.6]	-0.3 [0.3]
前年同期比								
2010 I	-0.3	1.1	-0.9	0.5	-0.9	-1.3	0.6	-1.4
II	-3.0	-1.9	1.2	2.3	1.0	2.1	-2.9	-1.1
III	1.2	2.0	-0.3	0.5	-0.3	0.0	1.2	-0.8
IV	1.1	0.9	1.5	1.3	1.7	0.4	-0.4	0.2
11 I	-4.6	-4.0	-2.2	-1.6	-1.7	-4.5	-2.5	-0.6
II	-2.2	-1.7	-4.6	-4.1	-4.4	-5.4	1.6	-0.5
III	-3.2	-3.4	0.0	-0.2	-0.4	2.2	-2.2	0.2
IV	-1.9	-1.6	-1.3	-1.0	-2.1	3.0	0.1	-0.3
12 I	1.8	1.4	3.5	3.1	2.7	7.4	-0.7	0.4
指数(季節調整値)								
2010 I	100.7	100.2	100.1	99.5	100.0		74.6	
II	98.9	98.6	101.3	101.1	101.2		72.3	
III	100.5	101.2	99.0	99.6	99.0		75.2	
IV	99.8	100.0	99.6	99.7	99.8		74.0	
11 I	96.1	96.2	97.8	97.9	98.3		72.4	
II	96.7	96.9	96.7	97.0	96.8		74.0	
III	97.3	97.7	99.0	99.4	98.6		73.1	
IV	97.9	98.5	98.4	98.8	97.8		74.2	
12 I	97.9	97.5	101.2	100.9	100.9		71.8	

資料出所 総務省統計局「家計調査」「消費者物価指数」をもとに厚生労働省労働政策担当参事官室にて作成

- (注) 1) 指数(季節調整値)の欄は、2005年を100とした指数である。
 2) 平均消費性向の前年比、指数(季節調整値)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。

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

\downarrow 実質消費支出変化率 \downarrow 実収入効果 \downarrow 非消費支出比率効果 \downarrow 消費性向効果 \downarrow 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・はそれぞれの前年比増減率を表す。

3 東日本大震災と消費の動向

● 東日本大震災及び消費関連政策の影響を受けた消費動向

第1-(5)-7表により、費目別に実質消費支出の動向をみると、前年同期比4.0%減と大きく落ち込んだ2011年1~3月期については、東日本大震災による消費マインドの低下などにより被服及び履物、旅行などの教養娯楽、自動車購入などの交通・通信で大幅な減少がみられた。自動車購入については、2010年9月の環境対応車への買い替え・購入補助制度（以下「買い替え補助制度」という）の終了に伴う自動車需要の減少やサプライチェーン（供給網）寸断による新車の供給不足の影響もあった。また、住宅エコポイント制度の効果もあって2010年1~3月期以降増加が続いていた住居も、東日本大震災後の資材不足、消費マインドの低下などにより減少に転じた。

4~6月期は、引き続き交通・通信や住居が減少した。また、家庭での節電などにより、光熱・水道の減少がみられた一方、省エネのための電気冷蔵庫や電気洗濯機など家庭用耐久財を中心とした家具・家事用品は大幅に増加した。教養娯楽については、旅行などの減少が続いた一方、7月の地上アナログ放送終了前の駆け込み需要によりテレビなど教養娯楽耐久財が増加し、全体として微増した。

7~9月期は、政府による節電対策の本格化に伴う家庭での節電や2010年夏の記録的な猛暑の反動により、さらに光熱・水道が減少した。また、2010年9月の買い替え補助制度終了前の駆け込み需要の反動により、交通・通信は大幅に減少した。一方、住宅エコポイントが発行される工事の対象期間の終了（7月末）などを前にした駆け込み需要により住居が大幅に増加した。

10~12月期は、前年に買い替え補助制度の終了大幅な減少となっていた反動もあり、交通・通信の減少幅が縮小した。一方、2010年12月以降付与される家電エコポイント数が減少することに伴う駆け込み需要が前年同期にあった教養娯楽については、反動のために減少幅が大きくなった。

2012年1~3月期は、東日本大震災後の供給不足の解消や買い替え補助制度の復活などにより、交通・通信が大幅に増加したほか、消費自粛の反動で国内パック旅行などの教養娯楽サービスも増加した。

● 震災の影響を受けた自動車販売は買い替え補助制度復活により大幅増

第1-(5)-8図により、乗用車販売台数⁶⁴の前年同期比の推移をみると、2010年9月で買い替え補助制度が終了したことにより、販売台数の大幅な減少がみられた後、緩やかな回復を見せていた。

しかしながら、東日本大震災発生後の供給制約により、2011年4月には前年同月比48.5%減と過

第1-(5)-7表 費目別消費支出の推移

2011年に入り、消費支出は減少に転じたが、費目別では交通・通信、教養娯楽の減少幅が大きくなっている。

(2010年=100)

(単位：%)

年・期	消費支出		食料		住居		光熱・水道		家具・家事用品		被服及び履物		保健医療		交通・通信		教育		教養娯楽	
	指数	実質前年同期比	指数	実質前年同期比	指数	実質前年同期比	指数	実質前年同期比	指数	実質前年同期比	指数	実質前年同期比	指数	実質前年同期比	指数	実質前年同期比	指数	実質前年同期比	指数	実質前年同期比
2007	101.6	0.9	101.1	1.1	97.6	-0.4	99.3	-2.8	93.2	1.2	109.4	2.3	102.6	1.7	96.4	1.0	104.9	1.3	97.1	7.0
08	102.1	-1.1	102.1	-1.6	92.6	-5.6	104.4	-0.8	98.7	6.2	105.1	-4.4	101.7	-0.6	100.5	2.3	103.3	-2.3	97.7	1.2
09	100.2	-0.3	100.8	-1.5	94.8	2.4	98.9	-1.1	95.4	-1.1	101.5	-2.5	105.6	3.9	98.1	2.6	107.1	2.8	97.3	2.2
10	100.0	0.6	100.0	-0.5	100.0	6.0	100.0	1.3	100.0	9.9	100.0	-0.3	100.0	-4.8	100.0	0.9	100.0	3.2	100.0	4.6
11	97.0	-2.7	98.3	-1.3	104.4	4.7	100.2	-3.0	97.8	3.6	96.5	-3.2	95.4	-3.8	94.8	-6.3	102.3	4.5	91.6	-4.6
2010 I	100.5	1.1	95.5	0.0	94.5	4.3	119.3	-0.3	88.3	12.7	104.2	-0.4	98.1	-7.2	101.7	4.9	108.9	1.9	96.2	4.3
II	97.7	-1.9	97.8	-2.4	104.8	9.1	97.9	1.5	90.1	2.8	96.8	-6.2	93.8	-6.1	93.4	-3.0	113.2	-0.3	95.0	3.6
III	99.3	2.0	101.1	0.6	96.4	1.0	89.2	5.3	110.4	8.4	90.1	7.1	100.4	-2.8	109.0	7.1	81.4	4.3	101.1	-0.3
IV	102.6	0.9	105.7	-0.3	104.3	9.8	93.6	1.6	111.2	15.1	108.9	-0.2	107.7	-3.3	95.9	-5.5	96.5	8.7	107.7	10.6
11 I	95.9	-4.0	94.4	-1.3	91.9	-2.4	124.8	2.5	86.4	3.7	93.4	-9.6	93.9	-3.9	96.8	-5.3	98.2	-1.7	86.3	-6.4
II	95.5	-1.7	95.3	-1.6	98.5	-5.8	97.5	-3.3	99.9	17.0	95.4	-0.9	91.1	-2.5	91.1	-3.6	113.2	-0.2	90.5	0.2
III	96.1	-3.4	99.1	-1.7	112.6	17.1	85.6	-7.2	103.3	-1.3	83.8	-7.2	92.6	-7.2	94.9	-14.5	92.3	13.3	97.9	0.0
IV	100.7	-1.6	104.4	-0.6	114.4	9.8	92.8	-5.3	101.6	-2.7	113.5	4.2	104.2	-2.0	96.3	-1.0	105.5	9.2	91.7	-11.5
12 I	97.6	1.4	97.8	2.5	92.6	1.0	130.0	-0.5	86.9	3.5	100.7	7.1	101.3	9.2	97.3	-0.6	101.9	3.4	85.8	1.8

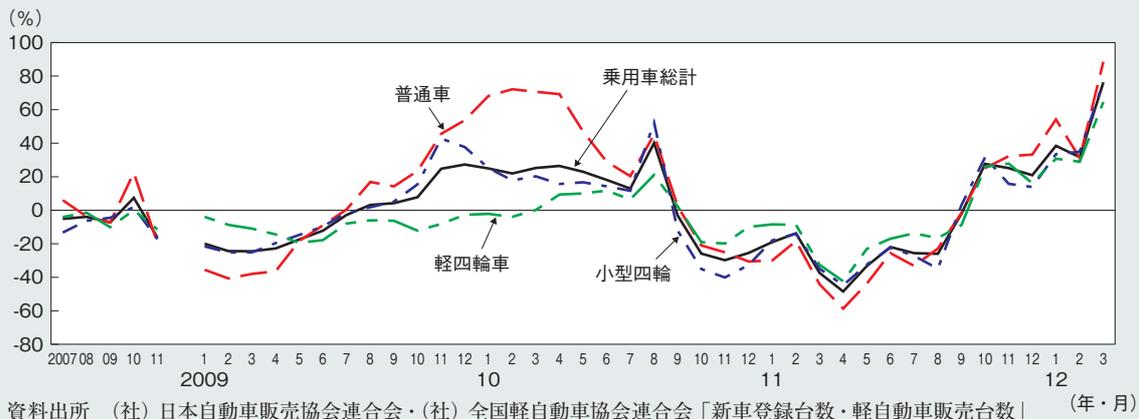
資料出所 総務省統計局「家計調査」をもとに厚生労働省労働政策担当参事官室にて作成

(注) 二人以上うちの勤労者世帯。

64 普通車、小型四輪、軽四輪車の合計。

第1-(5)-8図 乗用車販売台数の推移

乗用車販売台数については、東日本大震災直後は大きく落ち込んだが、後半は大きく回復。



去最大の減少率を記録した。その後は、工場及びサプライチェーン（供給網）が復旧し、生産台数が徐々に回復・正常化したことに伴い、同年10月には同27.6%増と東日本大震災後、はじめてプラスに転じた。

その後も、各社の新車投入が功を奏し前年同月比で増加となったものの、あくまで前年の買い替え補助制度終了後の反動減により、大きく減少した新車販売台数と比較した場合の増加であり、本格回復とは言えない状況であった。

また、2011年後半には、タイ洪水⁶⁵による供給制約の影響を受けたこともあり、2011年暦年での自動車販売台数⁶⁶は、前年比15.1%減の421万台と大きく落ち込み、1977年（419万台）以来34年ぶりの低水準となった。

2012年に入り、東日本大震災やタイ洪水による供給制約が解消されたことや新型車投入やモデルチェンジ効果により好調に推移したことに加え、2011年12月から新たに実施された環境対応車の購入補助制度導入やエコカー減税等の一連の政策効果により、2012年1月の新車登録台数⁶⁷が前年同期比で40.7%増となるなど、1月としては過去最高の伸び率となり、その後も高い水準で推移している。

しかしながら、欧州政府債務危機や円高による企業収益への影響等、景気の先行きが懸念されているほか、新たな買い替え補助制度終了後にも前回同様に反動減が起こることを指摘する声もある。

● 夏以降、回復となった旅行取扱額

第1-(5)-9図により、旅行取扱額の推移をみると、2010年6月には円高を受けて海外旅行が前年同月比60.3%増、総取扱額では同20.4%増となるなど底堅く推移していたものの、東日本大震災後は、自粛ムード等による旅行、レジャーの手控え、ツアーのキャンセルが発生し、2011年4月には前年同期比26.1%減と大きく減少した。特に、東日本を中心とする国内の旅行、観光需要が大きく冷え込んだ。また、訪日外国人についても、アジアなどで流行した重症急性呼吸器症候群（SARS）の影響を受けた2003年6月以来の大きな落ち込みとなった。

6月からは自粛ムードの一巡により、減少幅は縮小し、8月には国内旅行等が増加するなど、震災

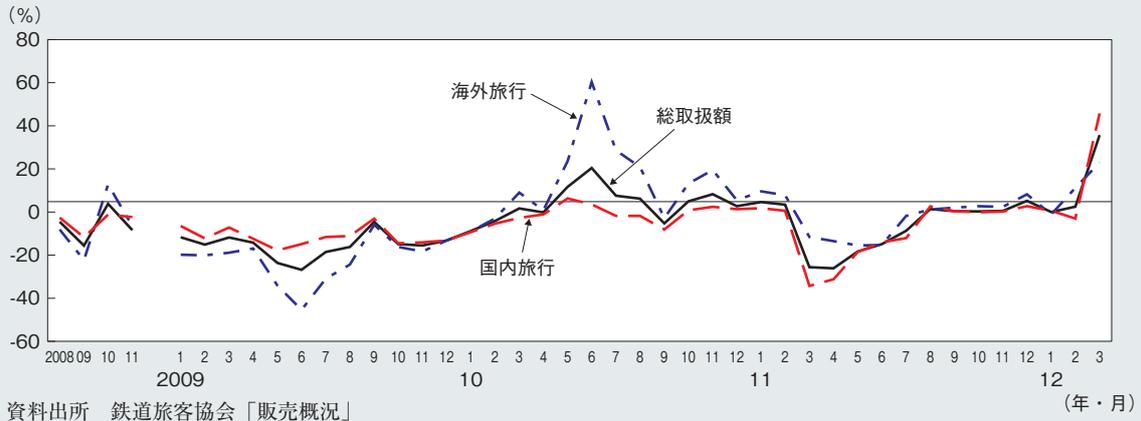
⁶⁵ 2011年のモンスーン期後、7月下旬頃から発生。9月中旬にはタイ中部全域が洪水被害に見舞われ、10月初頭には大部分のダムが一杯になり、11月上旬には首都バンコクにも冠水が広がった。日系の自動車工場が浸水などにより、生産停止に追い込まれたのを始め、電機や食品のメーカーなども大きな影響を受けた。タイは東南アジア屈指の生産・輸出拠点で、被害の拡大は各社の収益に打撃を与えた。被災地から離れたメーカーも、サプライチェーン（供給網）が寸断され、生産を止めざるを得なくなった。なお、被災した全ての工業団地では同年12月8日までに排水が完了した。

⁶⁶ 自動車販売台数：乗用車（普通車、小型四輪、軽四輪車）、トラック、バスの合計。

⁶⁷ 軽四輪車を除いた乗用車（普通車、小型四輪）、トラック、バスの合計。

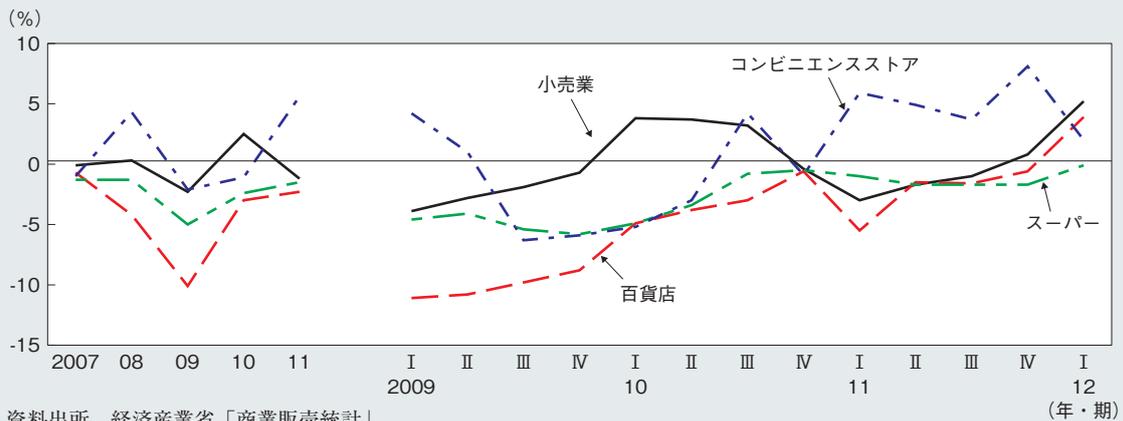
第1-(5)-9図 旅行取扱額の推移

旅行取扱額については、東日本大震災の発生後、大きく落ち込んだが、8月以降は震災前の水準に回復。



第1-(5)-10図 業態別販売額の推移

業態別販売額については、東日本大震災の発生に伴い、小売業、百貨店では大きく落ち込んだ一方、コンビニエンスストアでは大きく増加。



前の水準まで回復し、その後も振れを伴いながらも緩やかな増加傾向にある。特に海外旅行については円高を背景に回復し、年末年始についてもクリスマスの3連休や円高が追い風となり、前年比で増加した。

● 業態別にはコンビニエンスストアの販売額増加

第1-(5)-10図により、業態別販売額の推移をみると、2011年の小売業販売額は自動車小売業、機械器具小売業、各種商品小売業が減少したことにより、前年比1.2%減と2年ぶりの減少となった。

これは、自動車小売業は前年比13.5%減、機械器具小売業は同13.4%減と大幅減となったことによるものであり、ともに1980年以降最大の減少率となっている。前述のとおり、自動車小売業は、買い替え補助制度の終了や震災の影響が、機械器具小売業は、家電エコポイント制度の終了の影響が大きかった。

大型小売店の販売額は、前年比0.9%減と4年連続の減少となった。既存店ベースでは、同1.8%減と20年連続の減少となった。

業態別にみると、百貨店は、夏場の節電意識の高まりによる暑さ対策商材や、一部の高額商品などに動きがみられたものの、震災後の消費マインドの低下や節電・計画停電に伴う営業時間の短縮など

により前年比2.6%減と14年連続の減少となった。既存店ベースでは、同2.3%減と15年連続の減少となった。

スーパーは、衣料品が低調に推移したことに加えて、家電エコポイント制度の終了に伴う反動減などの影響により家庭用電気機械器具が大幅な減少となったものの、主力の飲食料品が、年初の野菜の相場高や肉食志向などを背景に堅調に推移したことなどから、前年と横ばいとなった。既存店ベースでは、前年比1.5%減と20年連続の減少となっている。

商品別にみると、飲食料品は、震災後、鮮魚、和牛が不調であったものの、年初の野菜の相場高や肉食志向などを背景に堅調に推移した。その他は地デジ対応商品に加えて、震災後、節電意識の高まりなどから扇風機などの暑さ対策商材やDIY素材・用品、防災関連用品などに動きが見られたものの、家電エコポイント制度の終了に伴う反動減などの影響により減少となった。

コンビニエンスストアは、2010年10月のたばこ値上げの影響に加え、震災による被災地での需要、夏場の猛暑の影響などにより、売上高が前年比8.1%増と13年連続の増加となった。これには、東日本大震災発生により、コンビニエンスストアの社会インフラとしての機能が再認識され、それまで比較的少なかった高齢者や女性などの利用が増えたことも影響していると考えられる。既存店ベースでは、同5.6%増と3年ぶりの増加となった。

商品別に見ると、非食品でたばこの販売額が増加したことなどにより、前年比17.2%増と13年連続の増加となった。

2012年1～3月期では、小売業販売額は前年同期比5.2%と2期連続の増加となり、1997年1～3月期の前年同期比以来の高い伸びとなった。これは、自動車小売業が新たな買い替え補助制度の効果や前年の震災による大幅減の反動により大幅に増加したこと、飲食料品小売業や身の回り品小売業等が気温低下に伴い冬物商材が好調であったことによる。

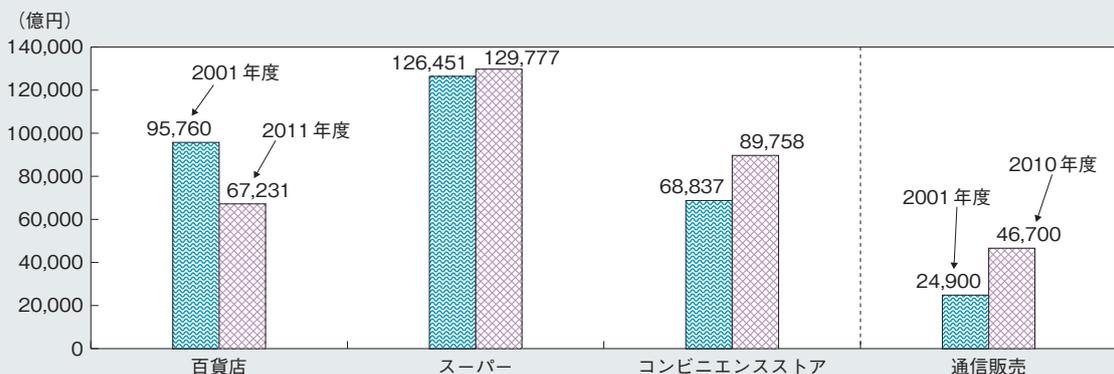
● 通信販売の増加などの業態間の構造変化

流通業界全般では、少子高齢化やデフレなどの影響もあって消費低迷が指摘されているように、国内商業販売の年間販売総額は2001年の136兆8,080億円から、2011年には2.0%減の134兆420億円となるなど、国内市場の縮小が見られる中、業態間では構造変化が続いている。

第1-(5)-11図により業態別の販売額の変化についてみると、百貨店の販売額については、2001年度に9兆5,760億円だったのが2011年度には29.8%減の6兆7,231億円となっており、スーパーマーケットについては、ほぼ横ばい(2.6%増)の12兆9,777億円となっている。その一方で、

第1-(5)-11図 業態別販売額の変化

業態別の販売額の変化を見ると、コンビニエンスストア、通信販売で大きく増加している。



資料出所 経済産業省「商業販売統計」、(社)日本通信販売協会
 (注) 百貨店、スーパー、コンビニエンスストアの販売額には通信販売部門の販売額も含む。

コンビニエンスストアが6兆8,837億円から30.4%増加して8兆9,758億円となり、通信販売については2兆4,900億円から87.6%増の4兆6,700億円とほぼ倍増している。

コンビニエンスストアの増加については、単身者世帯や高齢者世帯の増加に伴う利用増による、生鮮食品や揚げ物惣菜等の商品の取り扱い範囲の拡大の効果もあると考えられる。

また、通信販売の増加については、従来のカタログ通販やテレビショッピングに加え、携帯電話やインターネットの普及を背景として、カード決済の普及から買い物に利便性を求める志向が高まる中で、通信販売が一般的に広く認識されるようになったためと考えられる。

通信販売の利用金額をみると、ネットショッピングでは女性60歳代で5.21万円、テレビショッピングでは男性50歳代で2.62万円、カタログ通販では男性60歳代で1.92万円、女性60歳代で2.09万円など、男女ともに50歳代以上で比較的高くなっており、高齢社会も通信販売額が増加している一因となっていると言える（第1-（5）-3表）。

コンビニエンスストアと通信販売に共通することは、高齢者の利用が増えているということが挙げられ、今後の動向が注目される。

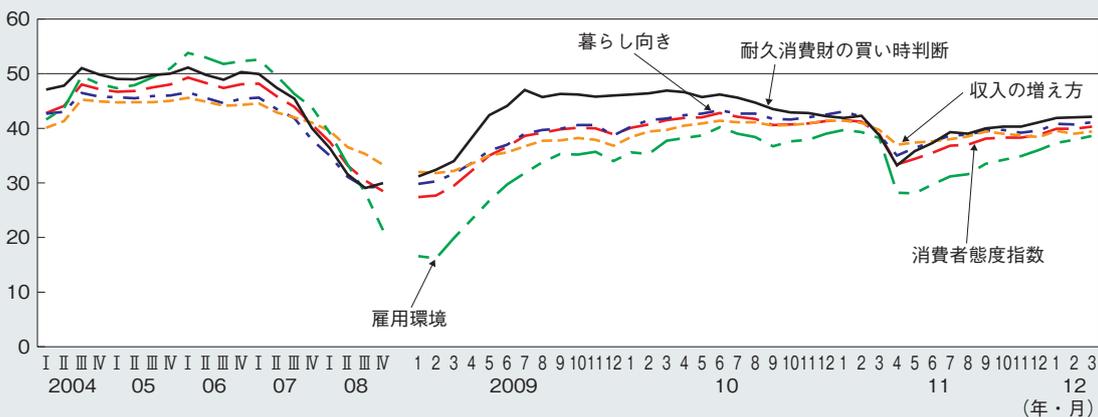
4 国民の家計に対する意識

● 大幅に落ち込んだ後、緩やかに持ち直している消費者心理

第1-（5）-12図により、消費者心理（消費者マインド）の代表的な指標である消費者態度指数（一般世帯・季節調整値）をみると、東日本大震災の発生により、2011年3月は前月差2.3ポイント低下の38.9、4月は同5.5ポイント低下の33.4と月次調査となった2004年4月以降最大の幅で落ち込んだ。消費者態度指数を構成する意識指標をみても全ての項目で落ち込んでおり、3月は家電エコポイント制度や買い換え補助制度などの政策効果で2010年に高い水準で推移していた「耐久消費財

第1-（5）-12図 消費者態度指数の推移

消費者態度指数は、2011年3月から4月にかけて2004年以降最大の幅で落ち込んだ後、持ち直している。



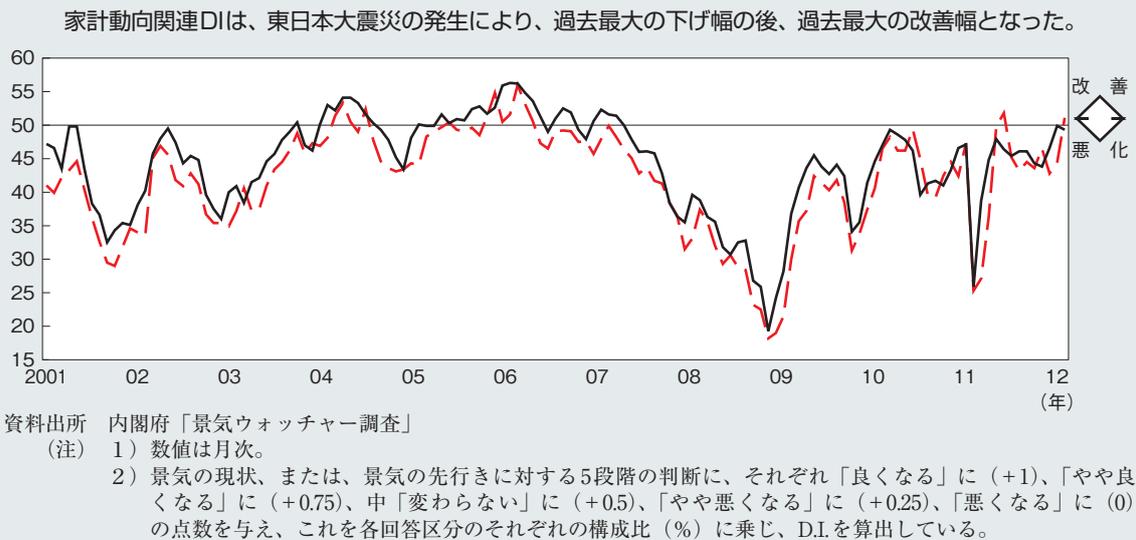
資料出所 内閣府「消費動向調査」

(注) 1) 消費者態度指数の作成方法は以下のとおり。

- ①「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各調査項目ごとに5段階評価にそれぞれ点数を与え、各調査項目ごとの消費者意識指標を算出する。
具体的には、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)の点数を与え、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。

2) 一般世帯、季節調整値

第1-(5)-13図 家計動向関連D.I.の推移



の買い時判断」を中心に、4月は「雇用環境」を中心に悪化した。

6月には全ての項目で改善し、その後もテンポは緩やかながら持ち直しているが、東日本大震災前の2011年2月の水準には至っていない。特に、相対的に低い水準にある雇用環境などの動きに留意が必要である。

また、第1-(5)-13図により、家計動向関連DIをみると、2008年のリーマン・ショックを受けて大幅に悪化した後、改善と悪化を繰り返しながら、トータルでは改善傾向にあったが、東日本大震災後には、過去最大の悪化幅を記録した。その後、緩やかに持ち直してきており、東日本大震災からの復興ムードの高まりに伴い消費の活発化などにより、2011年後半から2012年の初めには、震災前の水準にまで改善してきている。

5 消費の拡大に向けて

● 個人消費は2011年後半から震災前の水準に回復

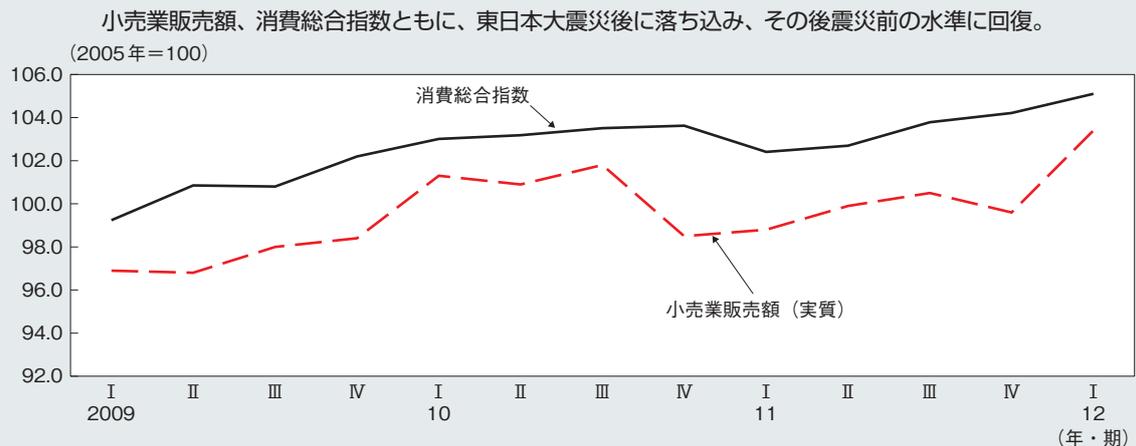
消費全体の推移をみるため、第1-(5)-14図により、消費総合指数と小売業販売額の動きについてみると、小売業販売額は2010年10~12月期に買い替え補助制度の終了もあって落ち込んだ。その後、2011年1~3月期には、消費総合指数は東日本大震災の影響を受けて落ち込んだ一方、小売業販売額は、サプライチェーン（供給網）の寸断による供給不足があったものの、スーパーやコンビニエンスストアなどでインスタント食品や乾電池など保存のきく商品の需要が高まり、むしろ販売額は増加した。

4~6月期にサプライチェーン（供給網）の回復にしたいがい、消費総合指数、小売業販売額ともに上昇傾向となった。小売業販売額では、10~12月期には夏の薄型テレビの駆け込み需要の反動減が発生したが、2012年1~3月期には、12月の買い替え補助制度の復活も後押しとなって、小売業販売額は再び増加した。このように、消費は2011年~2012年にかけて緩やかに増加し、震災前の水準に回復している。

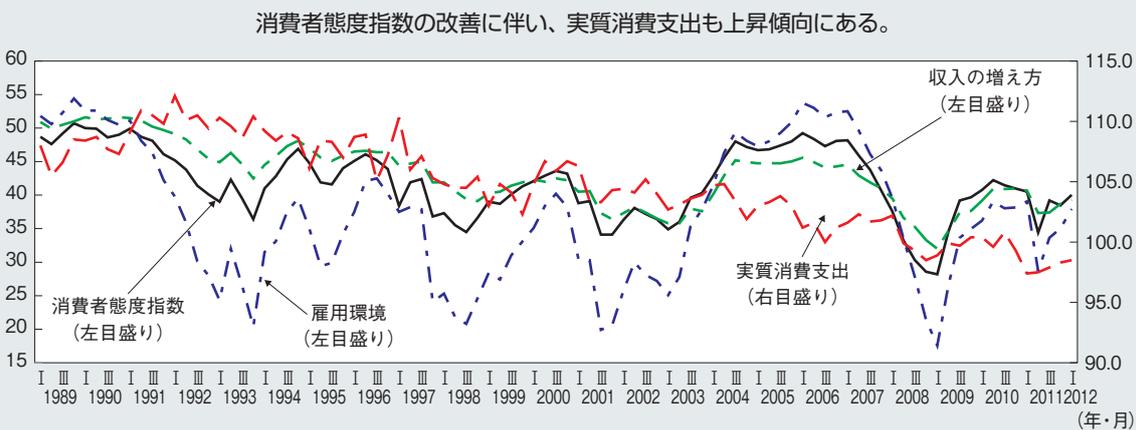
● 個人消費の低迷について

第1-(5)-15図により、実質消費支出と消費者態度指数の推移について、長期的にみても、いわゆるバブル景気と言われる1980年代後半~1990年代初頭では実質消費支出は高水準で推移し

第1-(5)-14図 個人消費の推移



第1-(5)-15図 実質消費支出と消費者マインドの推移

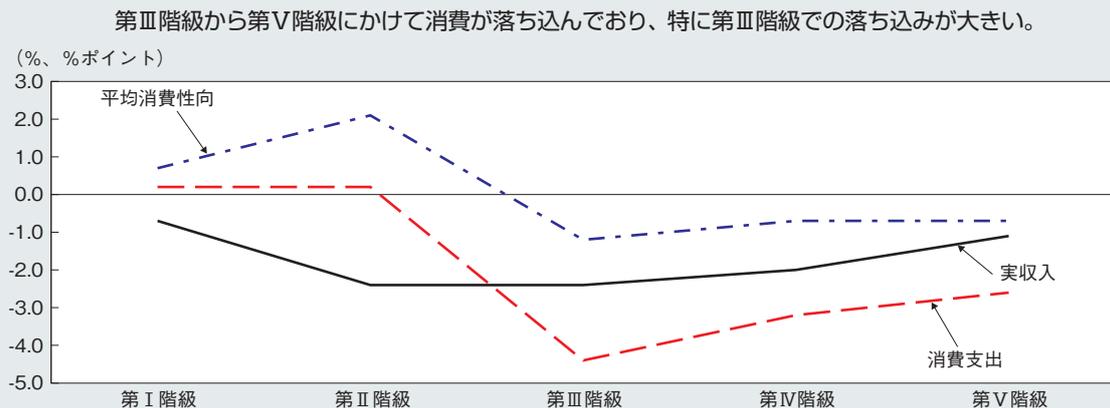


ていた。

1997年には消費税5%の駆け込み需要が発生した。その後、我が国経済は、金融機関の経営に対する信頼の低下、雇用不安などが重なって、家計や企業のマインドが冷え込み、消費、設備投資、住宅投資といった最終需要が減少するなど、極めて厳しい状況となった。このように1990年代後半は景気低迷による実収入の低下に伴う個人消費の低迷を受け、実質消費支出は下落傾向となる。2000年代初頭で持ち直しが見られるものの、収入の減少により、実質消費支出については下落し続けることとなった。

この間の推移をみると、実質消費支出は石油危機の直後を除き、1992年頃までは上昇傾向にあった。バブル景気の崩壊後、しばらくは、ほぼ横ばいで推移していたが、1997年に金融システム不安が生じた後は低下傾向となった。その後、2002年から2007年までほぼ横ばいで推移していたが、リーマン・ショックのあった2008年は低下となり、2009年以降は緩やかな上昇となっていた。2010年は家電エコポイントの制度変更前の駆け込み需要、買い替え補助制度の終了による駆け込み需要により一時的に上昇を見せた。しかしながら、2011年3月の東日本大震災の発生により、サブ

第1-(5)-16図 年間収入五分位階級別実収入、消費支出及び平均消費性向の動向(全国勤労者世帯2011年)



資料出所 総務省統計局「家計調査」「消費者物価指数」をもとに厚生労働省労働政策担当参事官室にて作成。

(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) 第Ⅰ階級～ ¥3,500,000、第Ⅱ階級 ¥3,500,000～ ¥4,820,000、第Ⅲ階級 ¥4,820,000～ ¥6,260,000、第Ⅳ階級 ¥6,260,000～ ¥8,270,000、第Ⅴ階級 ¥8,270,000～
- 3) 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。
- 4) 総世帯のうち勤労者世帯。

ライチェーン（供給網）の寸断、消費者マインドの低下、自粛ムードなどにより実質消費支出、消費者態度指数および雇用環境についても落ち込んだ。

サプライチェーン（供給網）の復旧に伴い実質消費支出も改善傾向にあり、消費者マインドは全体としては緩やかな上昇傾向にある。

● 収入の減少に伴う消費支出の減少

第1-(5)-16図により、収入階級別の2011年の動向をみると、実収入は全ての階級で減少する一方、消費支出は第Ⅲ階級から第Ⅴ階級にかけて減少している。

特に消費の落ち込みが大きいのは第Ⅰ階級～第Ⅴ階級の中間に位置する第Ⅲ階級であり、第Ⅲ階級は収入の落ち込みが大きいため、平均消費性向の落ち込みも大きくなっている。

また、相対的に所得水準の高い第Ⅳ、第Ⅴ階級も、実収入の減少以上の消費支出の減少がみられており、平均消費性向を低下させている。

一方、第Ⅰ階級および第Ⅱ階級は、相対的に収入が低い階級であることから、消費水準を下げる余地が乏しく、厳しい家計にあることも考えられる。このため、実収入が落ち込んだものの、消費支出はほぼ横ばいとなり、消費性向は上昇している。

このように、マクロの消費は緩やかに増加しているとはいえ、家計単位でみると、依然として厳しい状況にあるといえる。

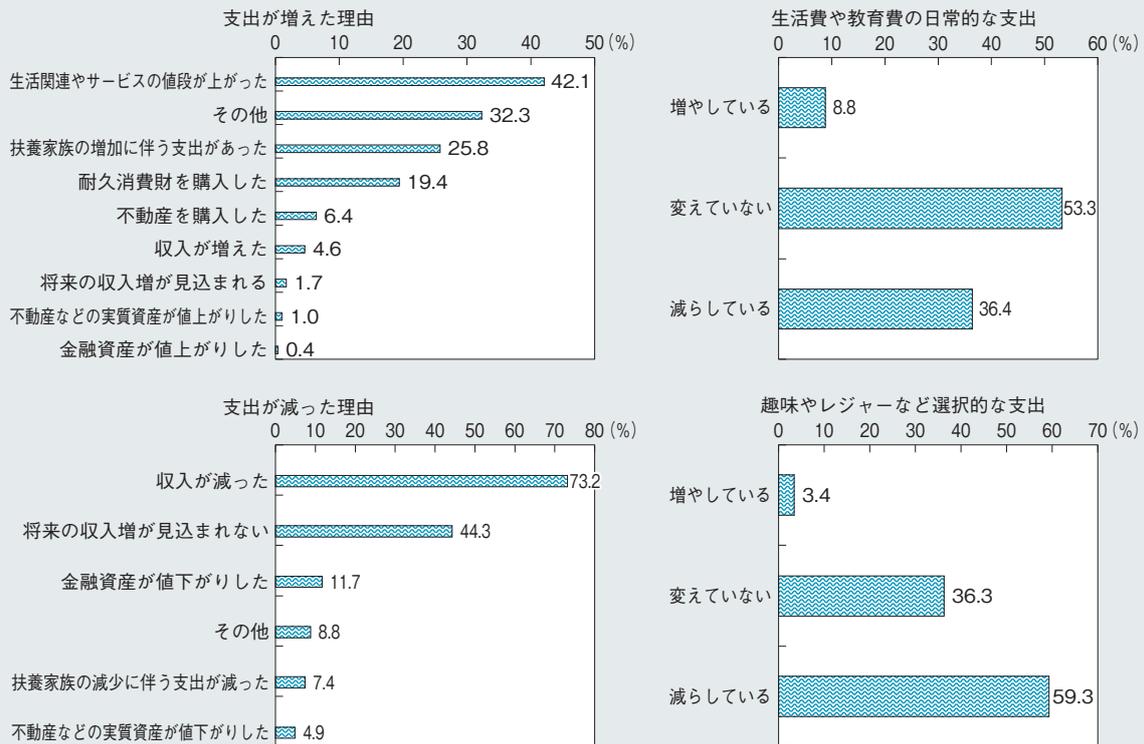
また、第1-(5)-17図により、生活意識と消費支出との関係についてみると、支出が増えた理由としては「生活関連やサービスの値段が上がった」が42.1%と最も多くなっており、支出が減った理由としては「収入が減った」が73.2%と最も多くなっている。

これらのことから、支出の増加は生活必需品の価格上昇が中心で、必ずしも積極的に消費支出を増やしているというわけではなく、一方で、収入の減少は直接支出の減少につながり、特に生活必需品以外の消費支出が抑えられることがうかがわれる。特に、趣味やレジャーなど不要不急の選択的支出は減らしているという回答が多くなっている。

今後の先行きについては、所得環境が安定的に推移するなかで、政策効果による緩やかな増加傾向が続くとの見込みが示されているが、更なる改善が望まれる。

第1-(5)-17図 生活意識と消費支出の動向

収入の減少により、消費支出も減少。特に、レジャーなどの支出はおさえられる傾向にある。



資料出所 日本銀行「生活意識に関するアンケート調査」(第48回)-2011年12月調査-

消費動向を把握するための指数・調査の概要

1. 消費関係用語の説明

- (1) 家計調査：国民生活における家計収支、貯蓄、負債などの実態を把握して、国の経済政策・社会政策の立案のための基礎資料を提供するため、総務省統計局が毎月実施している統計調査である。調査対象は学生の単身世帯等を除く全国の消費者世帯。

消費水準指数：世帯が消費する物とサービスの量を示す指標であり、生活水準がどれだけ上がったかを消費の大きさによって測定しようとするもの。

算出に当たっては、1か月の日数や世帯人員、世帯主の年齢の変動による影響を除去するため、まず月々の1世帯当たりの世帯人員、世帯主の年齢階級別消費支出額を基準年（西暦年の末尾が0か5のつく年とし、5年ごとに改定）の世帯分布で加重平均し、次に1か月を30.4日（365日÷12か月）の額に換算した上で、基準年を100として指数化し、さらに、消費者物価指数で除して実質化する。

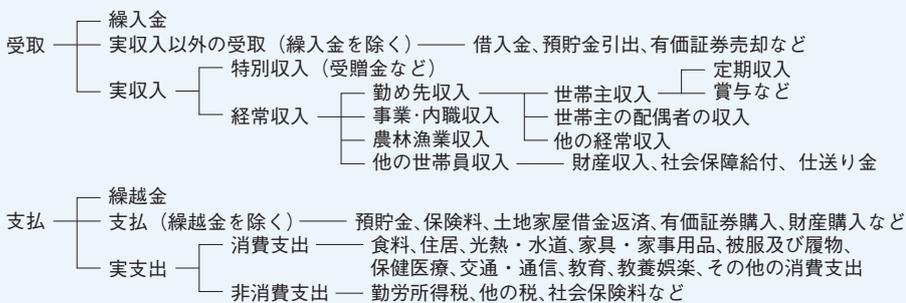
- (2) 全国消費実態調査：全国の全ての世帯を、二人以上の世帯（外国人等を除く）と単身世帯（学生等を除く）とに分け、国民の生活実態について、家計の収支及び貯蓄・負債、耐久消費財、住宅・宅地などの家計資産を総合的に調査し、消費・所得・資産に係る水準、構造、分布などを明らかにすることを目的として、5年ごとに実施している。

当該調査では、家計調査からは得られない詳細な結果を得るために標本数を約57,000世帯（うち単身世帯約4,400世帯）とし、年間収入階級別、世帯主の年齢階級別などの各種世帯属性別あるいは地方別、都道府県別などの地域別に家計の実態を種々の角度から分析している。

- (3) 消費総合指数：個人消費動向の実態をより正確に把握するために内閣府が作成、公表している指標で、家計調査のデータに、高額消費など供給側の統計を組み合わせ推計し、指数化したもの。

2. 家計調査の収入・支出項目の構成

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、「受取」＝「支払」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。

リーマンショック後の緊急対策による消費促進対策

1. 環境対応車への買い替え・購入補助制度：

環境性能の良い新車の買い替え・購入を促進することにより、環境対策と景気対策を効果的に実現するため、環境対応車（ハイブリッド車、電気自動車、クリーンディーゼルなど）などへ買い替えを行う場合、あるいは現在所有している自動車を廃車にして、環境対応車を購入した場合に補助金が受けられる制度。

所有している登録後13年以上経過した自動車を環境対応車に買い替えを行い、廃車にした場合には普通車で25万円、軽自動車で12.5万円が支給された。トラックやバスも対象。廃車にせず、環境対応車に買い替えた場合は普通車は10万円、軽自動車は5万円が支給された。2009年6月から2010年9月まで実施された。

その後、2012年4月から2013年1月までを対象期間とした新型自動車買い替え補助制度が新たに創設された。普通車10万円、軽自動車7万円が支給される。2011年12月20日以降に新車登録されたものが対象。

2. 住宅エコポイント制度：

地球温暖化対策の推進及び経済の活性化を図ることを目的として、エコ住宅を新築した人やエコリフォームをした人に対して一定のポイントを発行し、これを使って様々な商品との交換や追加工事の費用に充当することができる制度のことである。

対象となる住宅は、2009年12月～2011年7月までに建設着工した住宅、2010年1月～2011年7月までにエコリフォームの工事を着工した住宅。

3. 家電エコポイント制度：

地球温暖化対策、経済の活性化および地上デジタル対応テレビの普及を図るため、グリーン家電（統一省エネラベル4相当以上の地上デジタル対応テレビ、冷蔵庫、エアコン）の購入により様々な商品・サービスと交換可能な家電エコポイントが取得できる制度のことである。2009年5月から2011年3月までが対象期間であった。なお、2011年1月以降購入分については、統一省エネラベル5以上が対象となり、リサイクル分の加算は廃止となった。