

## 第3節

## 物価、勤労者家計の動向

2009年の物価は、2008年に生じた原油や輸入穀物の価格高騰の反動や、極めて大きな経済収縮に伴う需要の減退などの影響により大きく下落した。企業物価については緩やかな上昇に転じたものの、消費者物価は引き続き下落傾向で推移している。

勤労者家計は、企業の雇用維持の取組や政策効果もあって消費は持ち直しており、消費者心理も改善している。

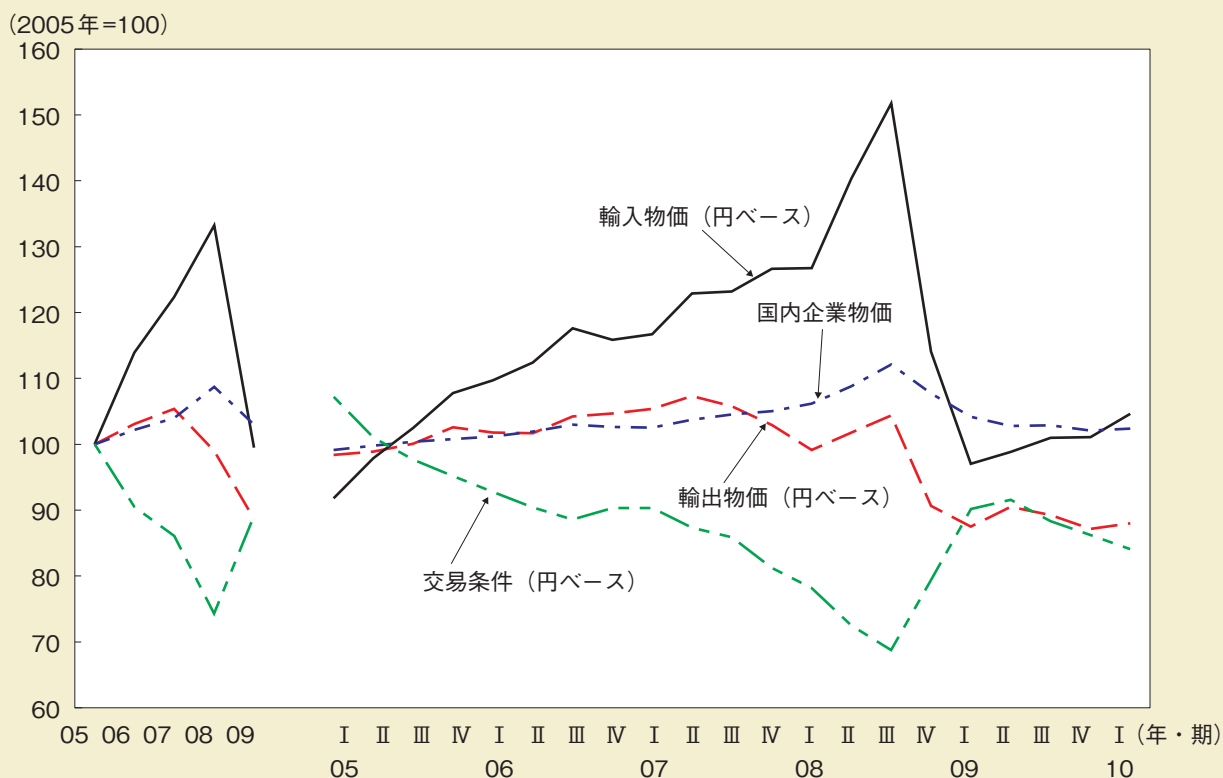
本節では、こうした近年の物価、勤労者家計の動向に着目するとともに、勤労者生活とマクロ経済との関係について分析する。

## 1) 物価の動向

## (国内企業物価は緩やかな上昇へ)

第1－(3)－1図により、企業物価指数の推移をみると、国内企業物価は2008年に入り上昇テンポが高まり、2008年7～9月期にピークを迎えたが、10～12月期以降下落に転じ、2009年1～3月期は前年同期比1.9%下落、4～6月期は同5.5%下落、7～9月期は同8.2%下落と下落幅が拡大した。その後、10～12月期は前年同期比5.2%下落、2010年1～3月期は同

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

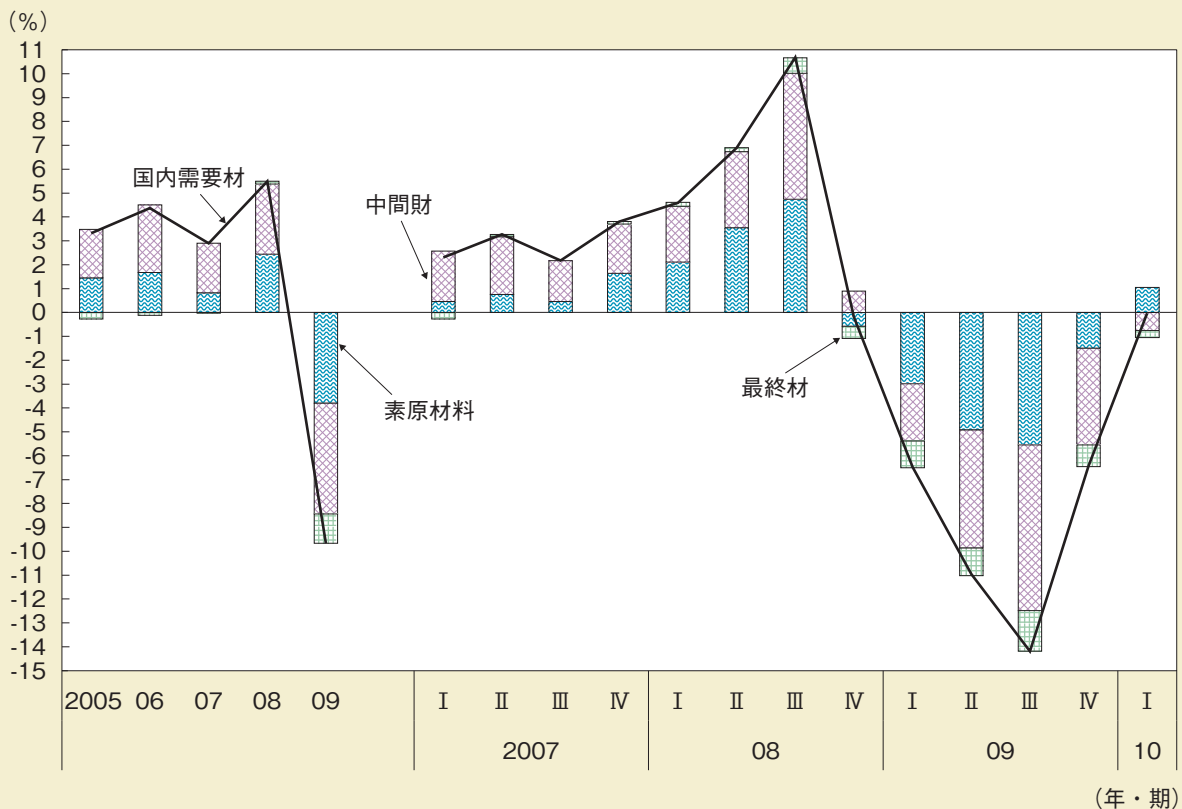
1.7%下落と下落幅が縮小しているが、前月比で見ると2009年12月に上昇に転じて以降、緩やかに上昇している。なお、年平均で見ると、2009年は前年比5.2%と6年ぶりの下落となり、1961年以降、統計的に把握できる範囲内で最大の下落率となった。また、工業製品について品目分類別にみると、石油・石炭製品が前年33.8%下落と下落幅が最も大きく、次いで非鉄金属で同22.4%下落、化学製品で同9.2%下落となった。

輸入物価を円ベースで見ると、長期的な上昇傾向のもとで、2008年に入り急速に上昇し、2008年7～9月期にピークを迎えた後、10～12月期以降下落に転じた。その後、2009年1～3月期に前年同期比23.4%下落、4～6月期に同29.6%下落、7～9月期に同33.5%下落と、下落幅を拡大させたが、水準で見れば上昇しており、2010年1～3月期は同7.8%上昇と前年同期比で見てもプラスになった。月次で見ると、2010年1月は前年同期比10.9%上昇、2月は同8.3%上昇、3月は同4.5%上昇となっている。

一方、輸出物価を円ベースで見ると、2007年10～12月期に前年同期比で下落に転じて以降、下落傾向で推移している。特に、2008年10～12月期から2009年7～9月期は11%超の大幅な下落となった。

第1－(3)－2図により、企業物価指数（国内需要財）上昇率の需要段階別寄与度をみる

第1－(3)－2図 企業物価指数（国内需要材）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算出

- (注) ・「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）

と、2009年1～3月期から7～9月期にかけては、2008年の大幅な物価上昇の反動や需要の低迷により、素原材料、中間財、最終財の全ての財で低下の寄与が大きかったが、10～12月期以降は、素原材料及び中間財の低下の寄与は大きく縮小し、特に、素原材料は2010年1～3月期は再びプラスの寄与に転じている。輸入物価の上昇の影響は、素原材料などの物価上昇にあらわれており、企業は、前回の景気拡張期と同じように、素原材料などの物価上昇により収益が圧迫される経営環境に直面していると考えられる。

### (企業向けサービス価格は、運輸や広告で下落幅が縮小)

第1－(3)－3表により、企業向けサービス価格指数の推移をみると、2008年10～12月期に前年同期比1.0%下落とマイナスになって以降、7～9月期にかけて下落幅が拡大したが、10～12月期で同2.2%下落、2010年1～3月期で同1.3%下落と下落幅が縮小した。なお、年平均でみると、2009年は前年比2.7%下落と3年ぶりの下落となった。

品目分類別にみると、運輸や広告などについては、2009年後半以降、下落幅を縮小させている一方、リース・レンタルや不動産は引き続き下落傾向にある。

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 %)

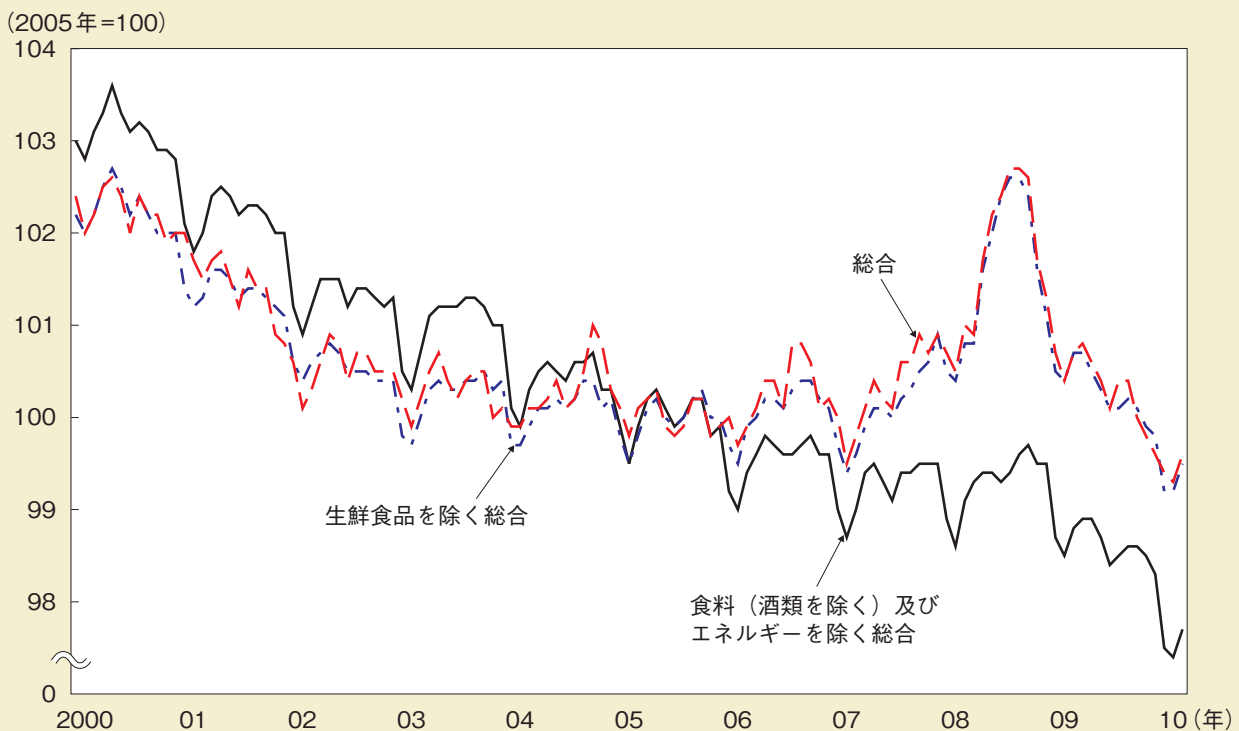
年・期	総平均	金融・保険	不動産	運輸	情報通信	広告	リース・レンタル	諸サービス
2006	-0.2	0.4	0.0	0.6	-0.9	-0.4	-2.4	0.1
07	0.5	-0.4	1.8	3.6	-0.6	-0.2	-3.1	0.1
08	0.6	0.2	2.6	3.1	-0.4	-2.2	-3.3	0.8
09	-2.7	-1.3	0.7	-7.3	-1.7	-6.1	-3.6	0.3
2008 I	0.9	0.3	2.4	4.5	0.5	-1.1	-3.8	0.2
II	1.3	-0.2	2.9	5.4	-0.2	-2.1	-3.3	1.1
III	1.4	0.9	2.7	6.1	-0.7	-2.4	-3.2	1.1
IV	-1.0	-0.3	2.5	-3.3	-1.1	-3.5	-2.8	0.9
09 I	-1.9	-1.1	2.0	-6.1	-1.5	-5.9	-2.9	1.0
II	-2.9	-1.0	1.0	-8.3	-1.5	-7.2	-2.8	-0.1
III	-3.6	-1.8	0.4	-10.7	-1.7	-6.3	-3.8	0.0
IV	-2.2	-1.4	-0.7	-4.1	-1.9	-4.9	-4.8	0.0
10 I	-1.3	-1.1	-1.2	0.1	-2.3	-3.3	-4.8	-0.2

資料出所 日本銀行「企業向けサービス価格指数」

### (緩やかに下落を続けている消費者物価)

消費者物価（総合）は、2009年平均では、前年比1.4%下落と4年ぶりに下落し、1971年以降、統計的に把握できる範囲内で最大の下落率となった。第1－（3）－4図により、消費者物価指数の推移をみると、消費者物価（総合）は、水準で見れば、2008年9月をピークに大きく下落し、その後も下落傾向が続いている。なお、前年同月比で見ると、2009年2月に0.1%下落となって以降マイナスで推移し、特に、2009年7月から10月までは4か月連続で下落幅が2%を超えた。その後、2010年1月は前年同月比1.3%下落、2月は同1.1%下落、3月は同1.1%下落となっている。また、消費者物価（総合）と消費者物価（食料（酒類を除く）及びエネルギーを除く総合）を比較すると、2007年以降、その水準が乖離しており、近年の消費者物価（総合）の急激な上昇及び下落は、エネルギーの変動によるところが大きいと考えられる。先にみたように、国内企業物価は緩やかに上昇しているものの、消費者物価は下落が続いており、企業は、仕入れ価格などの上昇に直面しているものの、コストの上昇を価格転嫁に結びつけられていない可能性がある。

第1－（3）－4図 消費者物価指数の推移

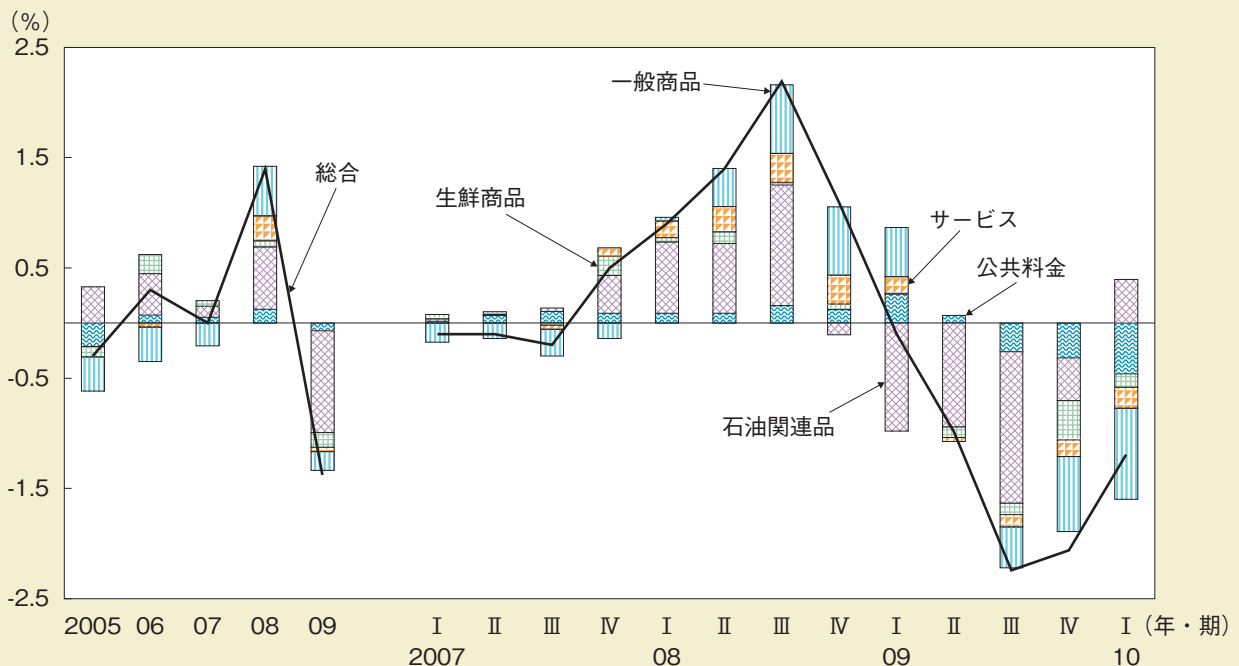


資料出所 総務省統計局「消費者物価指数」  
(注) 数値は月次で、2010年3月まで。

第1 - (3) - 5図により、消費者物価上昇率の財・サービス分類別寄与度をみると、2009年1~3月期から7~9月期にかけて、灯油やガソリンなどの下落の影響で、石油関連品のマイナス寄与が大きかったが、その後は石油価格の上昇もあり、2010年1~3月期には石油関連品はプラスの寄与に転じている。一方、2009年7~9月期以降、耐久消費財や一般食料工業品などの下落の影響により、一般商品のマイナスの寄与が拡大し、サービスについてもマイナスの寄与が拡大している。

消費者物価の動きを費目別にみると、交通・通信は、2009年7~9月期までに大きく下落したものの、2009年10~12月期以降は持ち直している。一方、家事・家具用品は、引き続き下落している（付1 - (3) - 1表）。

第1 - (3) - 5図 消費者物価上昇率の財・サービス分類別寄与度



資料出所 総務省統計局「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算出

(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おり、各項目の合計と総合は必ずしも一致しないことがある。

公共料金：公共サービス、電気・都市ガス・水道

石油関連品：灯油、プロパンガス、ガソリン

生鮮商品：生鮮野菜、生鮮果物、生鮮魚介、肉類等

サービス：公共サービスを除くサービス

一般商品：石油関連品を除く工業製品、米類、出版物等

## 2) 勤労者家計の動向

## (平均消費性向の上昇により実質消費支出は持ち直しの傾向)

第1 - (3) - 6表により、勤労者世帯の消費支出をみると、名目では、2009年1~3月期は前年同期比2.1%減、4~6月期は同0.6%減、7~9月期は同2.5%減、10~12月期は同2.0%減とマイナスで推移しているが、実質では、2009年1~3月期に同2.0%減となって以降、4~6月期は同0.5%増、7~9月期は同0.1%増、10~12月期は同0.3%増と持ち直している。なお、年平均でみると、2009年は、名目では前年比1.8%減、実質では同0.3%減となった。

第1 - (3) - 6表 家計主要項目（二人以上の勤労者世帯）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]								
2007	1.0	0.9	0.6 [0.7]	0.5	0.2	2.4 [-0.5]	73.1 [0.6]	0.1 [-0.1]
08	0.5	-1.1	1.0 [1.2]	-0.6	0.1	6.1 [-1.2]	73.4 [0.3]	1.6 [-1.6]
09	-1.8	-0.3	-3.0 [-3.6]	-1.5	-3.4	-1.3 [0.3]	74.6 [1.2]	-1.5 [1.5]
前年同期比								
2009 I	-2.1	-2.0	-1.3	-1.2	-2.1	2.9	-0.1	-0.1
II	-0.6	0.5	-1.9	-0.8	-1.8	-2.7	0.8	-1.1
III	-2.5	0.1	-3.1	-0.5	-3.8	0.1	1.0	-2.6
IV	-2.0	0.3	-5.1	-2.9	-5.3	-4.1	2.1	-2.3
指数 (季節調整値)								
2008 I	99.6	98.2	101.6	100.2	100.3		74.1	
II	98.6	96.8	101.5	99.6	99.4		74.0	
III	99.0	96.3	101.5	98.8	100.2		73.8	
IV	97.2	95.2	102.3	100.2	100.8		71.9	
09 I	97.5	96.3	100.4	99.1	98.4		74.0	
II	98.0	97.3	99.6	98.8	97.8		74.8	
III	96.4	96.4	98.4	98.3	96.4		74.7	
IV	95.3	95.6	97.0	97.3	95.4		74.5	

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」をもとに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。

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

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

↓ 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・はそれぞれの前年比増減率を表す。

また、2009年の実質消費支出の変化率に対して、実収入、非消費支出、平均消費性向、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3.6%ポイントの減少寄与、非消費支出は0.3%ポイントの増加寄与、平均消費性向は1.2%ポイントの増加寄与、消費者物価は1.5%ポイントの増加寄与となった。賃金調整の影響などにより家計の実収入は大きく減少したものの、消費者物価の下落や平均消費性向の上昇が実質消費支出の持ち直しに寄与したと考えられる。

さらに、第1 - (3) - 7図により、年齢階級別実収入、消費支出及び平均消費性向の動向をみると、30歳未満及び60歳以上では平均消費性向が低下しているが、30歳台から50歳台では、実収入の減少に比べ消費支出の減少が抑えられたことにより平均消費性向が上昇している。全体の平均消費性向の上昇は、30歳台から50歳台における上昇の影響によるものであるといえるが、後にみるように、こうした年代で雇用が維持され、消費が底支えされたことによるところが大きいと考えられる。

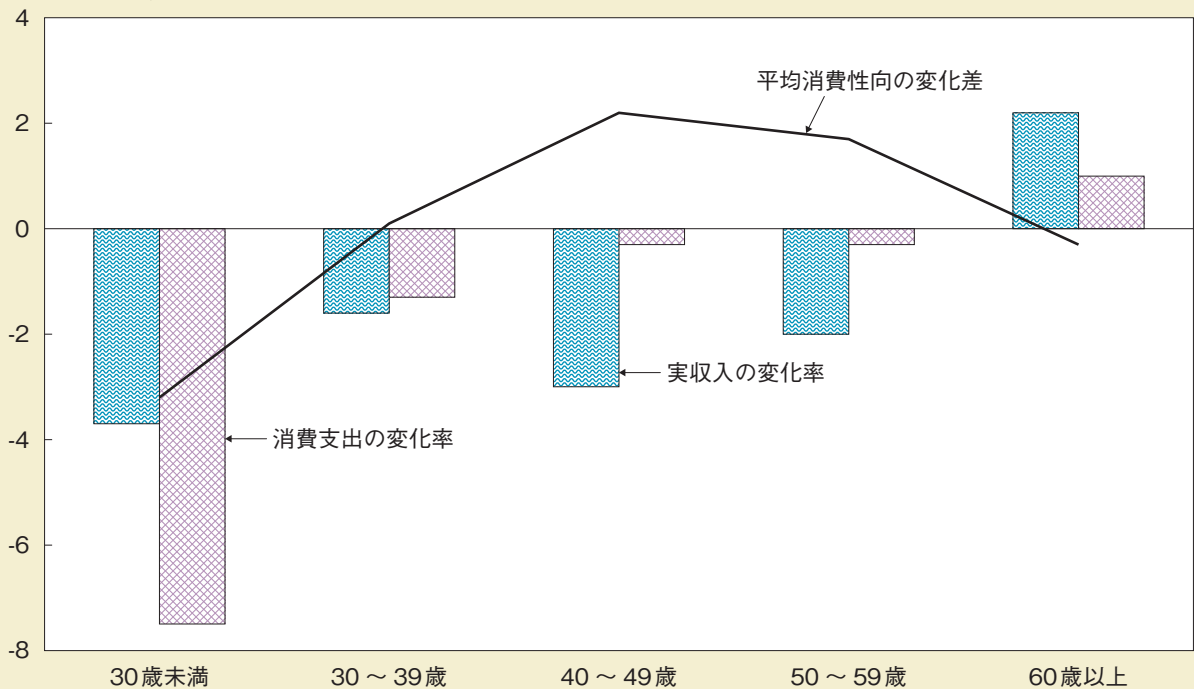
### (政策効果により伸びた耐久財の購入)

四半期ごとの消費支出の特徴をみると、2009年1～3月期は、例年に比べ気温が高く推移したため、暖房器具などの購入が伸びず、家具・家事用品は前年同期比8.0%減となった。一方、薄型テレビなどの教養娯楽用耐久財の購入が大幅に増加したことにより、教養娯楽は前年同期比4.5%増となった。

4～6月期は、4月下旬の新型インフルエンザ発生を受け、マスクなどの保健衛生用品の購

第1 - (3) - 7図 年齢階級別実収入、消費支出及び平均消費性向の動向(2009年、全国勤労者世帯)

(%、%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」をもとに厚生労働省労働政策担当参事官室にて推計

(注) 平均消費性向の変化差は前年(2008年)との差。消費支出、実収入は実質前年比である。

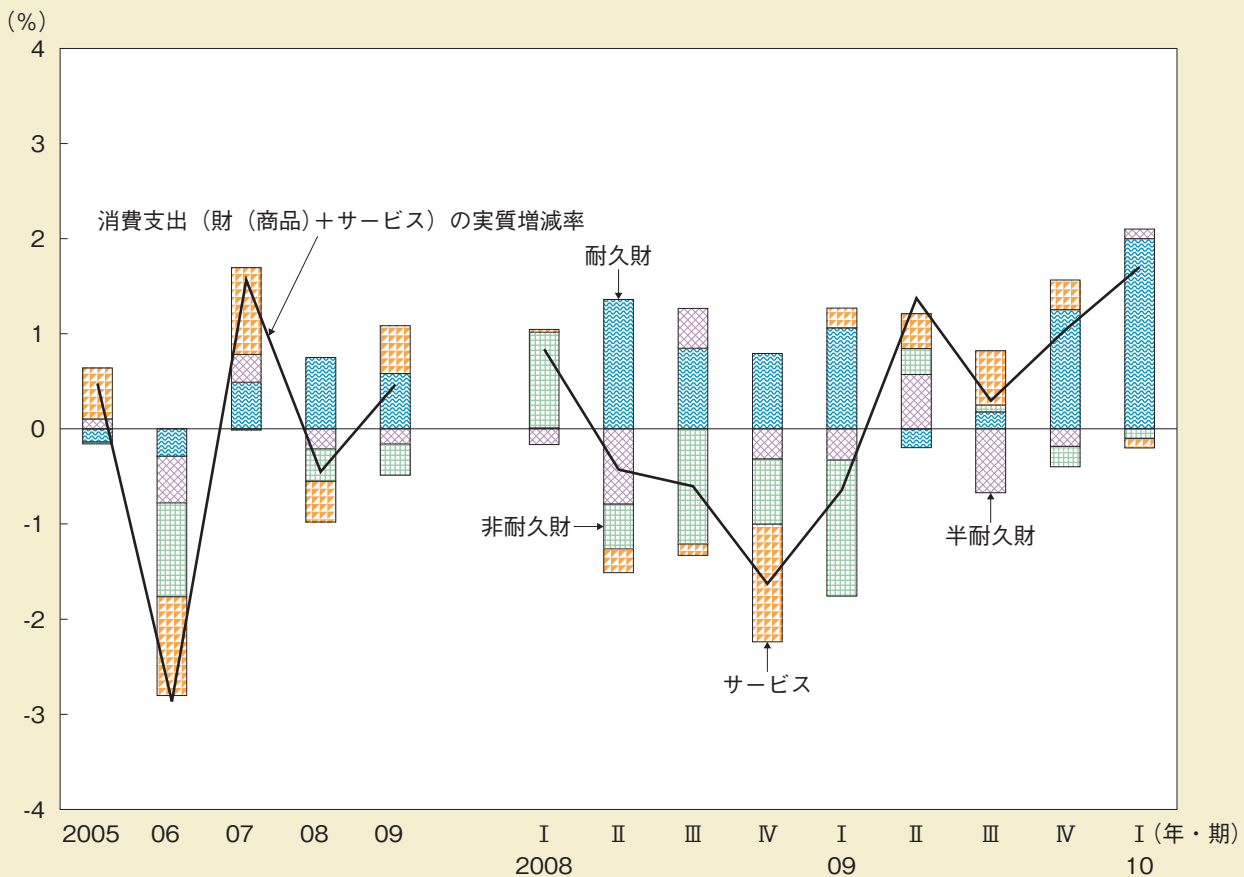
入が大幅に増え、保健医療は前年同期比5.2%増となった。また、新型インフルエンザの影響を受け旅行や外出などが控えられた影響で、教養娯楽は前年同期比0.2%減となった。

7～9月期は、新型インフルエンザの流行もあり、マスクなどの保健衛生用品の購入が引き続き伸び、保健医療は前年同期比4.0%増となった。また、ガソリン価格の低下などにより、交通・通信は前年同期比3.4%増となった。9月の大型連休（シルバーウィーク）を迎え旅行は高い伸び率となり、エコポイント制度で引き続き好調な教養娯楽用耐久財とあわせて、教養娯楽は前年同期比3.2%増となった。一方、天候不順により季節商品の購入が伸び悩んだことや、衣類の値下がりの影響で被服及び履物は前年同期比10.7%減となった。

10～12月期は、エコカー減税・補助金などの政策効果の影響により、交通・通信は前年同期比5.4%増となったが、天候不順の影響により冬物衣料の動きが悪く、被服及び履物は同1.1%減となった（付1－（3）－2表）。

第1－（3）－8図により、消費支出の実質増減率に対する財・サービス別寄与度をみると、2009年7～9月期以降、耐久財のプラスの寄与が拡大していることにより、実質消費支

第1－（3）－8図 消費支出の実質増減率に対する財・サービス別寄与度



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」

- (注) 1) 消費支出には「こづかい」、「贈与金」、「他の交際費」及び「仕送り金」は含まれていない。  
 2) 実質増減率について、財・サービス計は消費者物価指数における持家の帰属家賃を除く総合指数を、耐久財は耐久消費財指数を、半耐久財は半耐久消費財指数を、非耐久財は非耐久消費財指数を、サービスは持家の帰属家賃を除くサービス指数を用いて算出した。  
 3) 「耐久財」とは、予想耐用年数が1年以上、かつ、比較的高額なもの。  
 「半耐久財」とは、予想耐用年数が1年以上だが、耐久財ほど高額ではないもの。  
 「非耐久財」とは、予想耐用年数が1年未満のもの。



出は増加していることがわかる。2009年の消費支出は、政策効果で自動車や薄型テレビをはじめとする家電製品などの耐久財の購入が進んだことにより増加していると考えられる。

### (大きく落ち込んだ商業販売)

第1 - (3) - 9表により、業態別販売額の推移をみると、2009年の小売業販売額は、前年比2.3%減と2年ぶりの減少となった。

業種別にみると、燃料小売業は、2008年の原油価格高騰の反動で、ガソリンなどの石油製品価格が低下したことなどにより、2009年は前年比9.6%減と2年ぶりに減少した。各種商品小売業は、セールや催事効果がみられたものの、天候不順や消費者の節約志向を背景とした商品の低価格化の影響、高額商品の販売不振などにより前年比7.0%減となった。織物・衣服・身の回り品小売業は、年間を通しての天候不順で季節衣料が伸び悩んだことや、格安ジーンズなど低価格商品の増加の影響により、前年比1.8%減となった。飲食料品小売業は、農産品の相場安などにより、前年比0.9%減となった。自動車小売業は、政策効果により環境対応車の販売が好調だったことなどにより、前年比3.9%増となった。機械器具小売業は、エコポイント対象商品である薄型テレビや電気冷蔵庫などの販売が好調だったことなどにより、前年比0.4%増となった。その他小売業は、新型インフルエンザ対策関連商品や化粧品などが好調だったものの、ゲーム機関連商品や家具などが低調だったことなどにより、前年比2.4%減となった。

大型小売店の動向をみると、2009年の販売額は前年比7.0%減となった。四半期ごとの推移をみると、2009年1~3月期は前年同期比7.2%減、4~6月期は同6.6%減、7~9月期は同7.0%減、10~12月期は同7.0%減となっている。

第1 - (3) - 9表 業態別販売額の推移

(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)			
2007	-0.1	—	-1.0	-0.7	-1.3	-1.0	
08	0.3	—	-2.5	-4.2	-1.3	4.3	
09	-2.3	—	-7.0	-10.1	-5.0	-2.1	
2008	I	1.8	100.5	-0.3	-0.9	0.1	-0.9
	II	0.2	100.3	-2.7	-4.5	-1.6	2.5
	III	0.8	100.6	-2.0	-3.2	-1.3	7.6
	IV	-1.5	99.4	-4.6	-7.8	-2.4	6.9
09	I	-3.9	97.8	-7.2	-11.1	-4.6	4.2
	II	-2.8	97.7	-6.6	-10.8	-4.1	1.0
	III	-1.9	98.6	-7.0	-9.8	-5.4	-6.3
	IV	-0.7	98.5	-7.0	-8.8	-5.8	-5.9
10	I	3.8	101.2	-4.9	-4.9	-4.9	-5.2

資料出所 経済産業省「商業販売統計」

(注) 「既存店」とは、当月及び前年同月とも調査対象となっている事業所。

前年同月比の算出はその事業所のみで行っている。

また、前年比の算出は、月次の既存店の販売の積み上げによって計算している。

業態別にみると、百貨店販売額は、セールや催事効果がみられたものの、天候不順や商品の低価格化の影響、高額商品の販売不振などにより、2009年は前年比10.1%減となった。商品別にみると、衣料品は天候不順や消費者の買い控え傾向の高まりなどにより、季節衣料や主力の重衣料を中心に減少となった。飲食料品は、商品の低価格化の影響もあり減少した。その他商品は、新製品の国産化粧品は堅調だったものの、高額商品をはじめとして全般的に不調だったことなどにより減少となった。

スーパーは、薄型テレビや電気冷蔵庫などのエコポイント対象商品や、いわゆる「肉食化」傾向やセール品の需要増の影響により飲食料品が堅調に推移したものの、低価格化や天候不順の影響による衣料品の不振や、ゲーム機関連商品の販売不振の影響により、前年比5.0%減となった。

コンビニエンスストアは、2009年前半は、たばこ自動販売機用成人識別ICカード「taspo（タスポ）」の導入の影響により、たばこの販売が好調であったことや出店効果などがあったものの、2009年後半は「taspo（タスポ）」効果の一巡もあり、商品販売額及びサービス売上高の合計は前年比2.1%減と2年ぶりの減少となった。

### （政策効果により増加した自動車販売）

第1－（3）－10表により、乗用車販売台数の推移をみると、2009年前半は、所得の減少や雇用環境の悪化による個人消費の低迷等により大幅に減少したが、2009年後半は、エコカー減税や補助金などの政策効果による需要の増加がみられ、前年比でみてプラスに転じた。なお、年平均でみると、2009年は前年比7.2%減と、5年連続で減少した。

第1－（3）－10表 乗用車（新車）販売台数の推移

（単位 %）

年・月	乗用車（前年比・前年同月比）			
		普通車	小型四輪	軽四輪車
2007年	-5.2	6.0	-13.3	-4.0
08	-3.9	-3.7	-6.3	-1.4
09	-7.2	-7.3	-4.5	-10.1
2009年				
1月	-20.0	-35.5	-21.6	-3.9
2	-24.4	-40.7	-25.2	-8.7
3	-24.5	-38.0	-25.1	-11.0
4	-22.8	-36.4	-19.6	-14.4
5	-17.4	-18.3	-14.7	-19.4
6	-12.2	-9.0	-9.8	-17.8
7	-2.8	0.5	-1.4	-8.0
8	3.2	16.9	1.8	-6.0
9	4.2	14.2	5.1	-6.3
10	7.8	23.4	15.5	-12.2
11	24.7	45.5	42.7	-8.2
12	27.3	53.7	37.7	-2.7
2010年				
1月	24.9	68.1	25.2	-2.2
2	21.9	72.2	17.8	-3.9
3	25.2	70.7	20.2	0.2

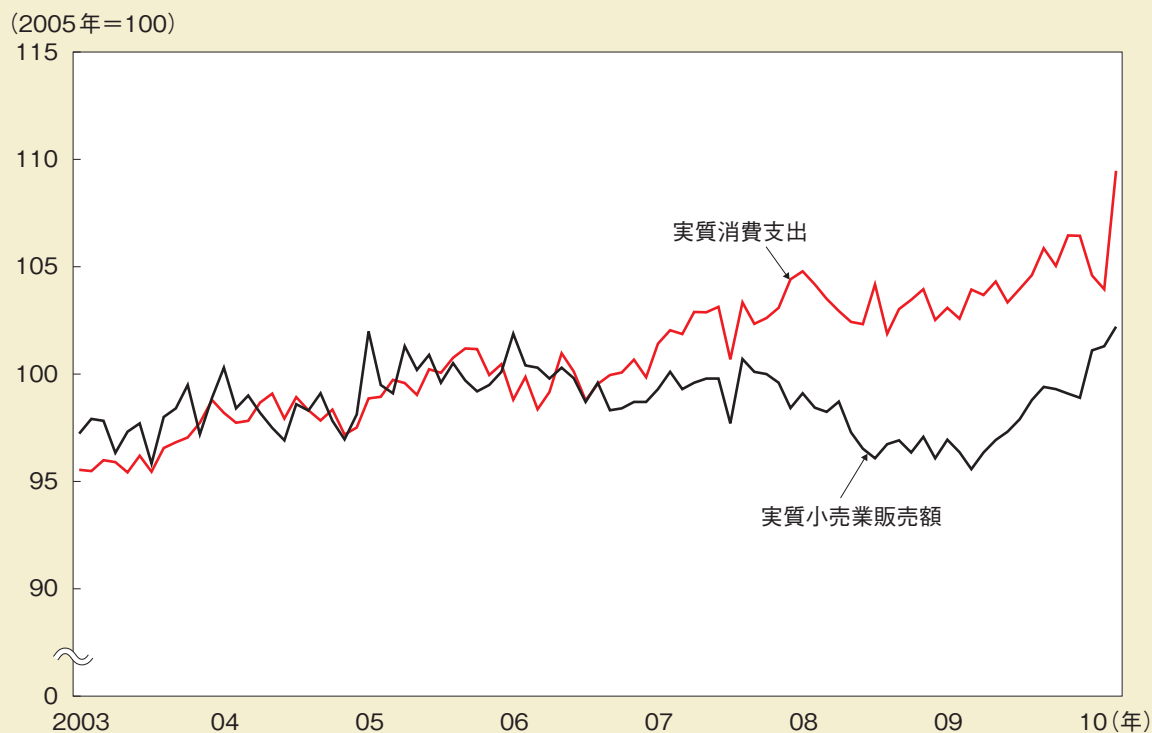
資料出所 （社）日本自動車工業会「新車登録台数・軽自動車販売台数」

また、旅行取扱額の推移をみると、2009年は前年比15.6%減と、2年連続で減少した。内訳をみると、国内旅行は前年比11.7%減、海外旅行は同22.3%減となり、ともに2008年に引き続き減少し、減少幅も拡大した。海外旅行は、燃料サーチャージの大幅な低下の影響による需要増が期待されたものの、新型インフルエンザ発生の影響が大きく、国内旅行も、新型インフルエンザの影響を受け減少した。なお、2009年9月は、大型連休（シルバーウィーク）による需要の増加の影響で減少幅が縮小している（付1 - (3) - 3表）。

### （拡大していく通信販売市場）

第1 - (3) - 11図により、実質消費支出と実質小売業販売額の推移をみると、実質消費支出は長期的に増加傾向にある一方、実質小売業販売額の動きは、2000年代後半以降、相対的にみて停滞している。こうした動きの違いの背景の一つに、インターネットを使用した通信販売の普及があると考えられる。通信販売売上高の推移をみると、2000年代を通じて持続的に増加し、2008年度は推計で約4兆円となっている（付1 - (3) - 4表）。また、第1 - (3) - 12図により、インターネット通信販売利用者の割合をみると、2000年から2009年にかけて全ての年代で上昇しており、特に、20歳台から40歳台で高い伸びを示している。このように、若年層や壮年層を中心にインターネットを利用した通信販売が急速に普及しており、消費の動向を捉えるために、こうした新たな動きについても注目する必要があると考えられる。

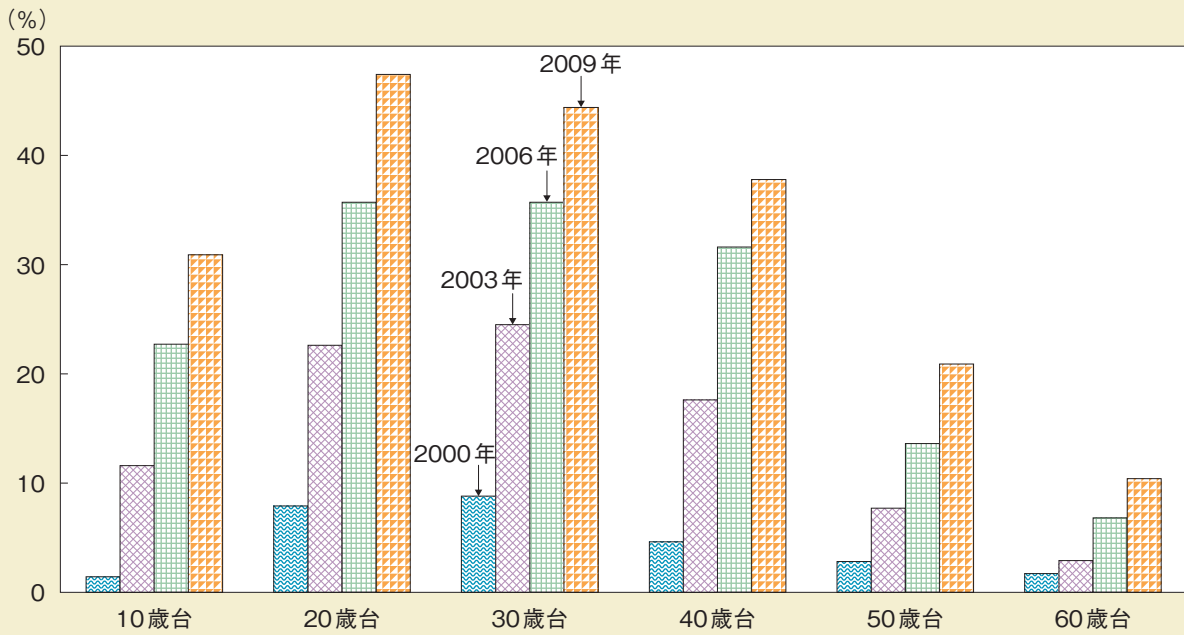
第1 - (3) - 11図 実質消費支出と実質小売業販売額の推移



資料出所 内閣府作成

- (注) 1) 実質消費支出は、二人以上世帯の実質消費支出から住居、自動車等購入、仕送り金、贈与金を除いて世帯数を乗じた内閣府試算値。  
 2) 実質小売業販売額は、CPI（財）を用いた内閣府試算値。  
 3) 数値は月次。

## 第1 - (3) - 12図 インターネット通信販売利用者の割合（一年間での利用経験）



資料出所 (株)野村総合研究所「生活者1万人アンケート調査」

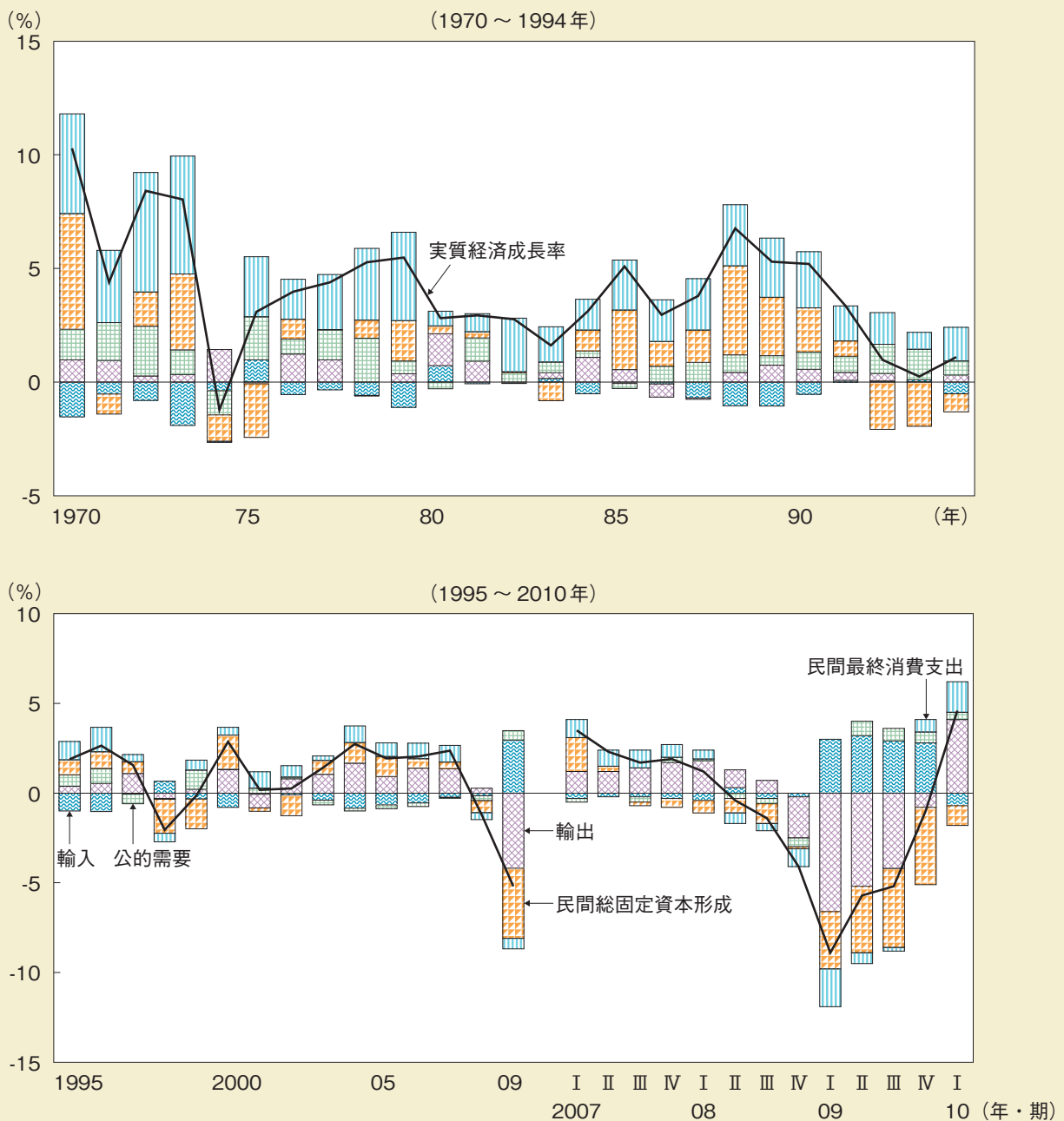
(注) 2000年から2006年調査は「パソコンを使って商品・サービスの発注をしたことがある人」の割合、  
2009年調査は「インターネットショッピング利用者の割合」。

### 3) 勤労者生活とマクロ経済

#### (消費者心理も高まり消費は持ち直しの動き)

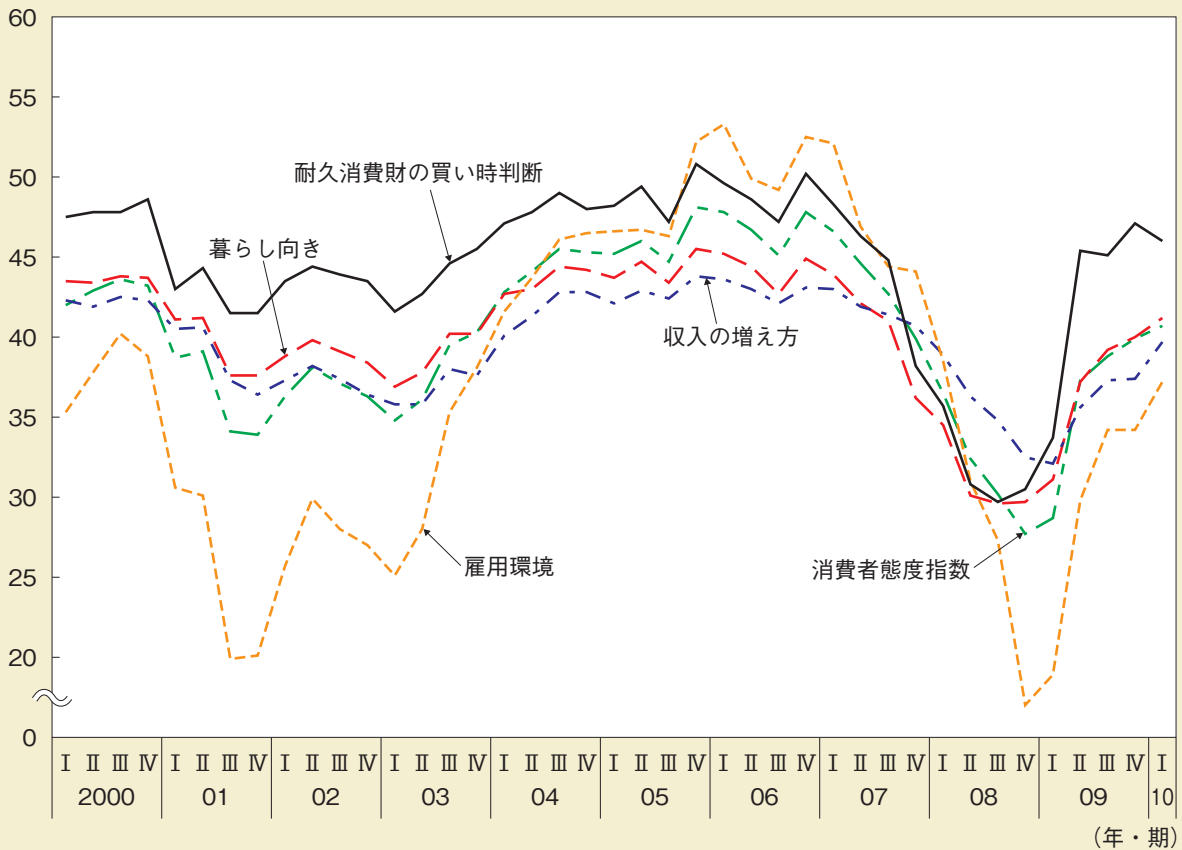
第1 - (3) - 13図により、実質経済成長率の需要項目別寄与度をみると、2009年を通じて、輸出及び民間総固定資本形成がマイナスに寄与した影響により、実質経済成長率は2009年平均で前年同期比マイナス5.2%と過去最大の減少率となったが、2009年10~12月期には民間最終消費支出は前年同期比でみてプラスに転じるなど、景気の大きな落ち込みに比較して消費は底堅く推移している。また、第1 - (3) - 14図により、消費者態度指数の推

第1 - (3) - 13図 実質経済成長率の需要項目別寄与度



資料出所 内閣府「国民経済計算」をもとに厚生労働省労働政策担当参事官室にて算出  
 (注) 数値は前年同期比に対する寄与度。

第1 - (3) - 14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」

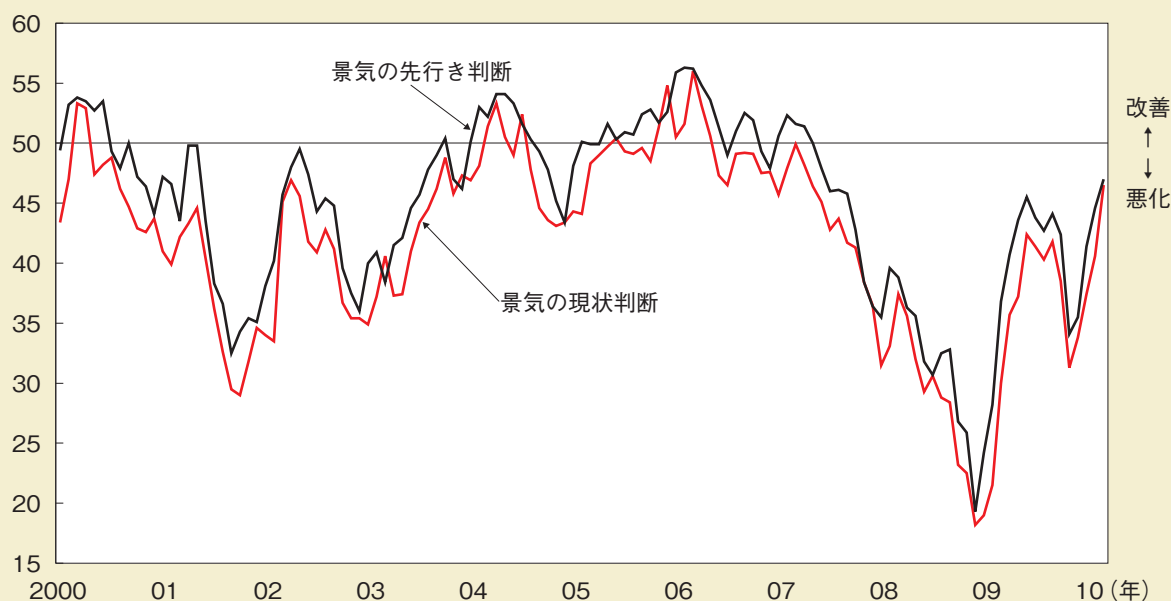
(注) 1) 消費者態度指数の作成方法は次のとおり。

- 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) 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。

移をみると、2007年秋に景気後退局面に入って以降、雇用環境の悪化に伴って大きく低下したが、2009年春以降上昇しており、2010年に入っても上昇傾向は続いている。消費者態度指数を構成する意識指標をみても、特に、「耐久消費財の買い時判断」は高い水準で推移しており、エコポイント制度などの政策効果があらわれているといえる。さらに、第1 - (3) - 15図により、家計動向関連D.I.をみると、2007年半ば以降、景気の現状判断、景気の先行き判断とも横ばいを示す50を下回り大幅に低下したが、2009年の前半は上昇し、2009年の後半は低下傾向で推移したものの、2009年末以降は再び上昇に転じている。

今回の景気後退過程においては、極めて大きな経済収縮に直面したにもかかわらず、経済政策の効果もあり消費は持ち直しており、経済の底割れを食い止めることができたと考えられる。

第1 - (3) - 15図 家計動向関連D.I.の推移



資料出所 内閣府「景気ウォッチャー調査」

(注) 1) 数値は月次。

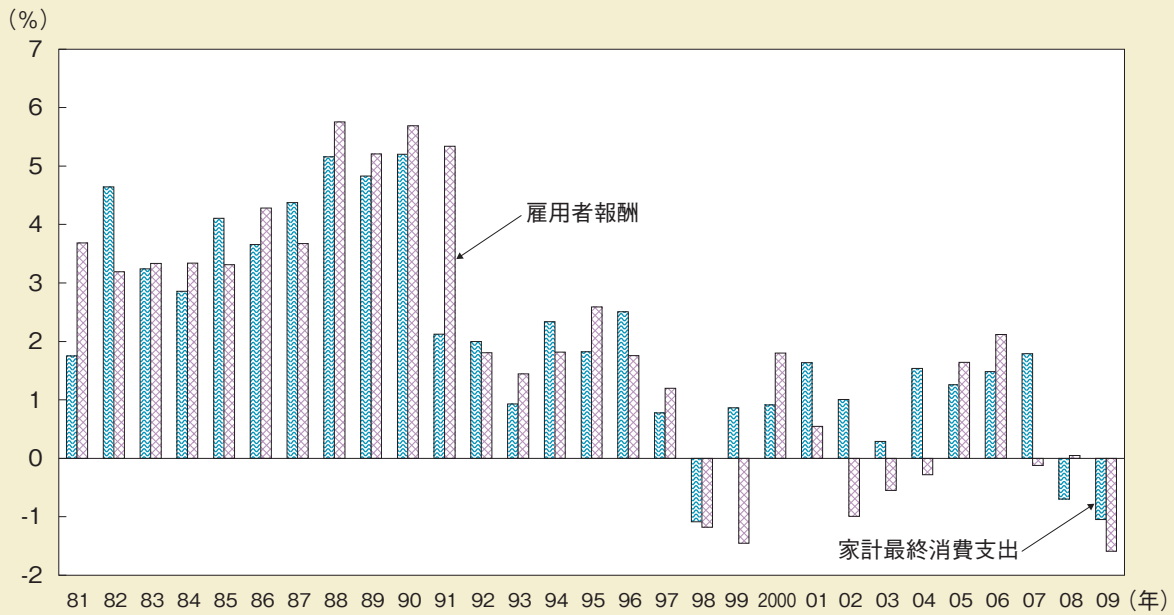
2) 景気の現状、または、景気の先行きに対する5段階の判断に、それぞれ「良くなる」に(+1)、「やや良くなる」に(+0.75)、「変わらない」に(+0.5)、「やや悪くなる」に(+0.25)、「悪くなる」に(0)の点数を与え、これらを各回答区分のそれぞれの構成比(%)に乘じ、D.I.を算出している。

### (雇用維持により食い止められた消費の崩落)

第1 - (3) - 16図により、雇用者報酬と消費支出(実質)の変化率の推移をみると、2009年の雇用者報酬は前年比1.6%低下となった一方、消費支出は同1.0%低下にとどまり、賃金調整により雇用者報酬が大きく落ち込んだのに対し、消費の落ち込みは相対的に小さかったといえる。また、第1 - (3) - 17表により、景気後退期におけるGDP、雇用者、賃金変化率をみると、今回の景気後退過程では、過去の景気後退過程に比べ、GDP、賃金とも最大の減少率であったが、雇用者の減少率は第13循環よりも小さかった。さらに、第1 - (3) - 18図により、1997年以降の景気後退期について、名目国内総生産に対する雇用者数及び名目賃金の弾性値を推計すると、今回の景気後退過程においては、雇用弾性値と賃金弾性値の合計は0.82と過去2回に比べて小さく、また、賃金弾性値が0.65であるのに対し、雇用弾性値は0.17と比較的小さかった。

このように、今回の景気後退過程では、輸出や民間投資の減少によりGDPが大きく落ち込んだものの、雇用削減は極力回避され、そのほとんどが賃金調整により吸収されたことがわかる。企業による雇用維持の努力は、技術・技能を担う人材を組織の中に維持し、組織に蓄積された力を守ろうとしたのと同時に、雇用安定の確保を通じて所得と消費の崩落を防ぎ、人々の不安心理を払拭することによって、経済を底支えたものと評価できる。

第1－(3)－16図 雇用者報酬と消費支出（実質）の変化率の推移



資料出所 内閣府「国民経済計算」

(注) 雇用者報酬及び家計最終消費支出は実質値。

第1－(3)－17表 景気後退期におけるGDP、雇用者、賃金変化率（年率換算）

(単位 %)

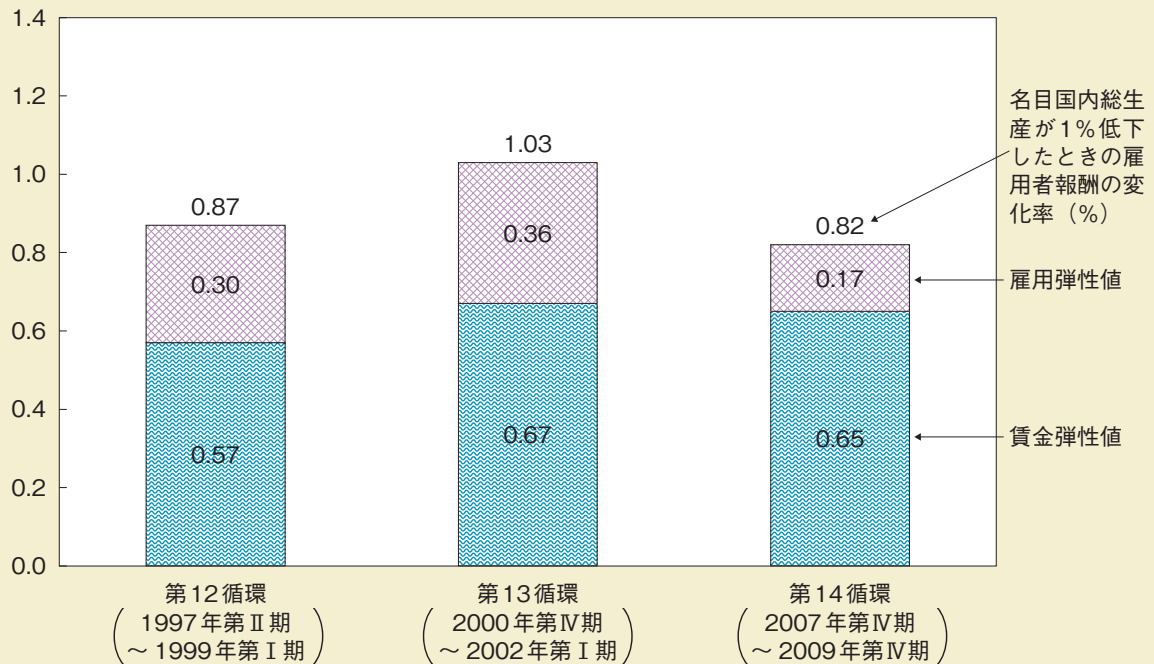
	実質GDP	名目GDP	雇用者	賃金（現金給与総額）
(第7循環) 1973Ⅳ～1975Ⅰ [6]	-0.5	17.0	0.0	28.2
(第8循環) 1977Ⅰ～1977Ⅳ [4]	3.6	9.6	0.3	7.2
(第9循環) 1980Ⅰ～1983Ⅰ [13]	2.8	6.7	1.8	5.2
(第10循環) 1985Ⅱ～1986Ⅳ [7]	3.3	5.0	1.5	2.4
(第11循環) 1991Ⅰ～1993Ⅳ [12]	0.5	1.6	2.0	1.7
(第12循環) 1997Ⅱ～1999Ⅰ [8]	-1.5	-2.0	-0.6	-1.1
(第13循環) 2000Ⅳ～2002Ⅰ [6]	-1.7	-2.8	-1.0	-1.9
(第14循環) 2007Ⅳ～2009Ⅳ [9]	-4.1	-5.0	-0.8	-3.3

資料出所 内閣府「国民経済計算」、総務省「労働力調査」、厚生労働省「毎月勤労統計調査」をもとに厚生労働省労働政策担当参事官室にて推計

- (注) 1) 各景気循環における景気後退後1年間及び景気後退期間全てについて、実質国内総生産、名目国内総生産、雇用者、賃金（現金給与総額）の平均変化率（年率）をタイムトレンド関数を用いて推計したもの。  
 2) [ ] は景気後退期間（1期は3か月）。ただし、第14循環は、雇用者の減少率が最大となった2009年Ⅳ期まで。  
 3) 賃金は名目賃金、事業所規模30人以上。



第1—(3)—18図 名目国内総生産に対する雇用弾性値と賃金弾性値（景気後退過程）



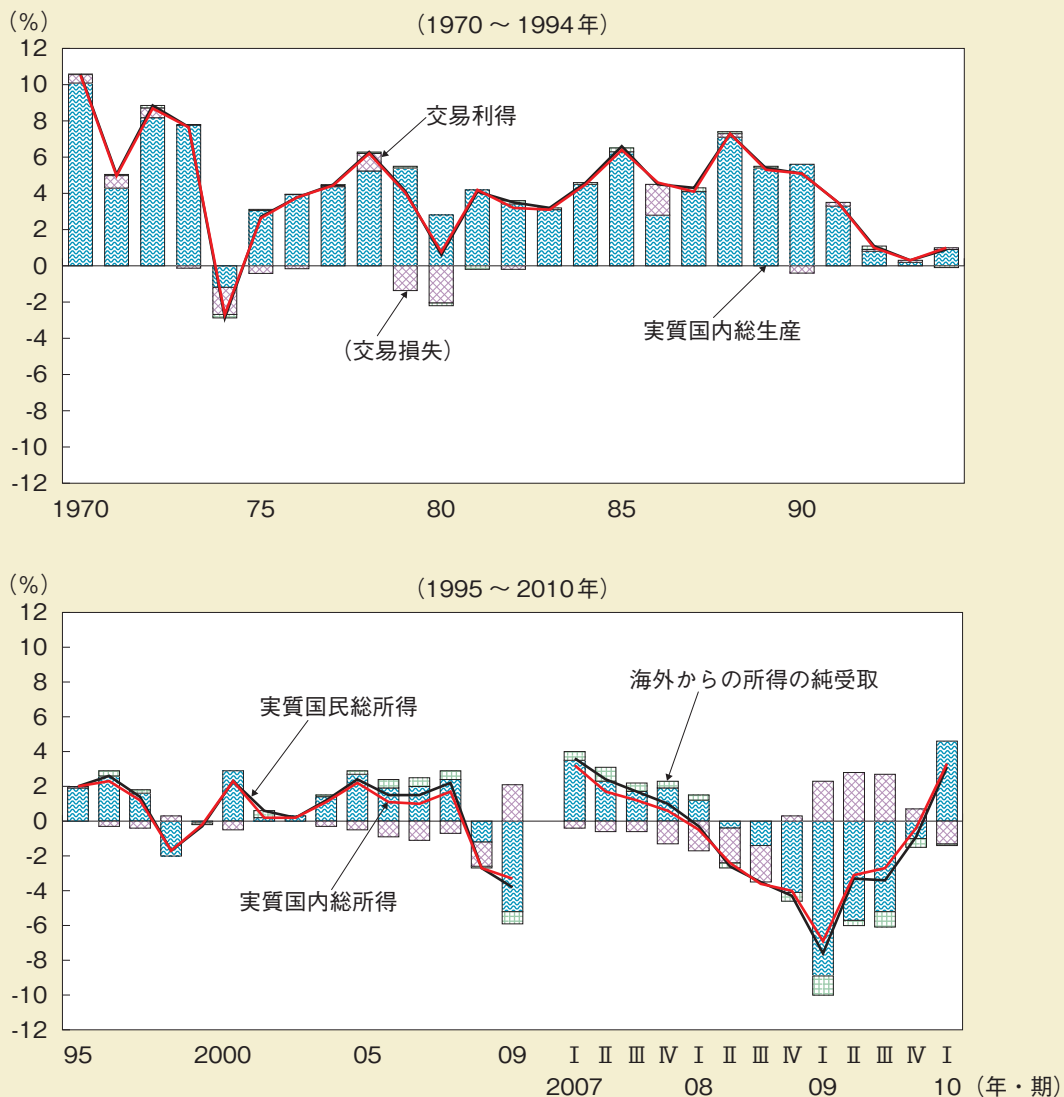
資料出所 内閣府「国民経済計算」、総務省統計局「労働力調査」、厚生労働省「毎月勤労統計調査」をもとに厚生労働省労働政策担当参事官室にて推計

- (注) 1) 各景気循環における景気後退期間について、名目国内総生産、賃金（現金給与総額（30人以上））、雇用の平均変化率をタイムトレンド関数を用いて推計したもの。  
 2) 第14循環については、雇用弾性値と賃金弾性値の合計が最大となる2009年第Ⅳ期までの期間をとった。  
 3) 雇用弾性値＝雇員数の変化率／名目国内総生産の変化率。  
 4) 賃金弾性値＝名目賃金の変化率／名目国内総生産の変化率。  
 5) 雇用弾性値と賃金弾性値を加えたものを、名目国内総生産が1%低下したときの、雇員報酬の変化率とした。

(マクロでみた所得の確保により、持続的な経済発展を)

第1 - (3) - 19図により、マクロの所得形成の推移をみると、1990年代末から2008年にかけて、交易損失が発生し、実質国内総所得の減少に寄与している。これは、相対価格の変動により、我が国の経済的成果が海外に所得移転されたのと同等の影響をもたらすものとして推計されているものである。この交易損失の発生は輸入物価の上昇など交易条件の悪化に伴うものであるが、2009年に入ると、輸入価格の大幅な下落により交易損失は消滅し、交易利得が発生した。しかし、2010年1~3月期には再び交易損失が発生し、前回の景気拡張期と同様に、交易損失が実質国内総所得を抑制する状況が継続することが危惧される。

第1 - (3) - 19図 マクロの所得形成 (実質国民総所得、前年比) の推移



資料出所 内閣府「国民経済計算」

(注) 実質国内総所得=実質国内総生産+交易利得(交易利得がマイナスの時に交易損失という)、  
 実質国民総所得=実質国内総所得+海外からの所得の純受取。

交易利得(損失)とは、輸出入価格の差によって生じる所得の実質移転額。1979年以前は試算値であり、次式によって推計した。

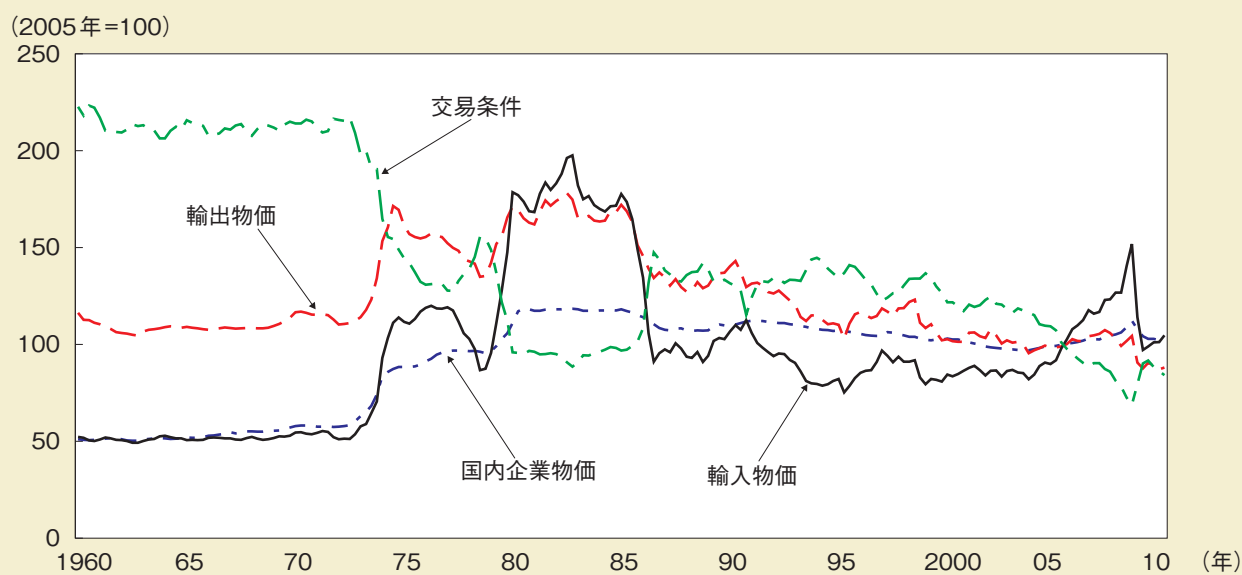
交易利得(損失)=(名目輸出-名目輸入) / P - (実質輸出-実質輸入)

※P=(名目輸出+名目輸入) / (実質輸出+実質輸入)

第1 - (3) - 20図により、交易条件の推移をみると、1980年代後半以降、安定的に推移していたが、2000年代に入り持続的に悪化を続けている。また、1970年代に生じた二度の輸入物価の大幅な上昇は、同時に輸出物価の上昇をもたらすものであったが、2000年代以降の輸入物価の上昇局面では、輸出物価はほとんど上昇しておらず、交易条件が持続的に悪化している。2009年をはじめの輸入物価の大幅上昇により一時的に交易条件は改善したものの、2009年後半以降、再び交易条件は悪化に転じている。2000年代以降、資源価格の高騰などにより輸入物価が上昇しているにもかかわらず、輸出物価に転嫁できない状況が続くことにより、交易条件が持続的に悪化し、それが海外への所得の流出を常態化させ、我が国の経済発展を阻害する要因になっていると考えられる。

今後、持続的に我が国経済が発展していくためには、企業の雇用維持・雇用創出の取組のもとに適切な所得分配がなされ消費を中心とした内需の拡大が図られるとともに、企業は、長期雇用によって蓄積された労働者の技術・技能を基本に国際競争力を向上させ、交易条件の安定を通じて国内経済循環を円滑に進めていくための実質所得を確保していくことが大切である。さらに、アジア諸国の経済成長率が高まり、資源の有限性や地球環境への問題意識が高まる中で、世界全体の経済・社会発展を視野に入れながら、国際連携や国際協調を図っていくことも重要な課題となってきていると考えられる。

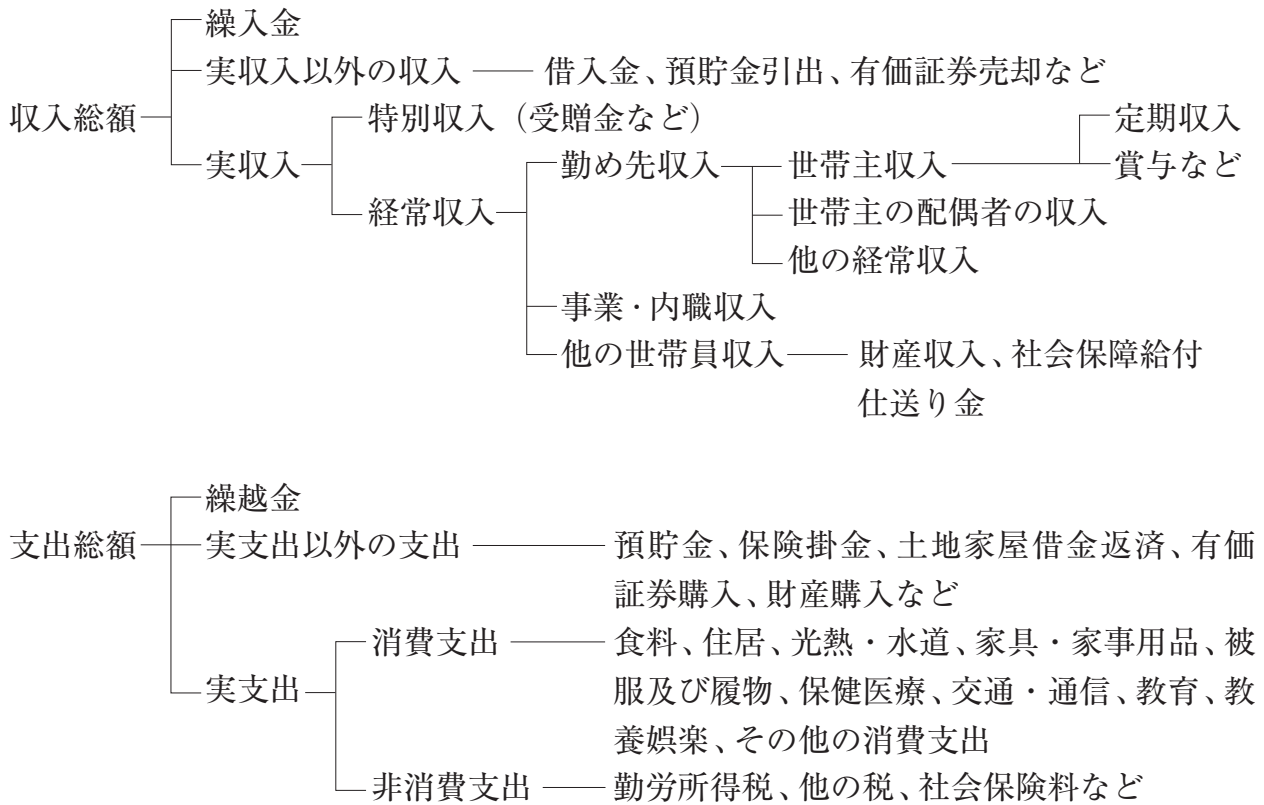
第1 - (3) - 20図 交易条件の推移



資料出所 日本銀行「企業物価指数」  
 (注) 1) 交易条件 = (輸出物価 / 輸入物価) × 100  
 2) 数値は四半期。

## 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。