

第3節 物価、勤労者家計の動向

2012年の国内企業物価は、原油等の国際商品市況上昇の影響を受け上昇したが、世界経済の減速の懸念から下落し、前年比では0.9%下落した。なお、為替の円安方向への動き等を受けて12月以降は前月比で緩やかな上昇を続けた。

2012年の消費者物価は、電気料金やガス料金が上昇したものの、テレビ、冷蔵庫やノートパソコン等の耐久消費財の価格が低下し、総合指数は前年と同水準となった。生鮮食品を除く総合指数（いわゆるコア）でみると4年連続のマイナスとなっており、緩やかな下落が続いた。

また、2012年の勤労者家計の動きをみると、前年の東日本大震災や住宅エコポイント制度の反動があった住居等で減少したものの、エコカー補助金制度が導入された交通・通信等が伸びて消費支出は2年ぶりに増加した。さらに、2013年1月から、雇用環境を中心に消費者心理が持ち直している。

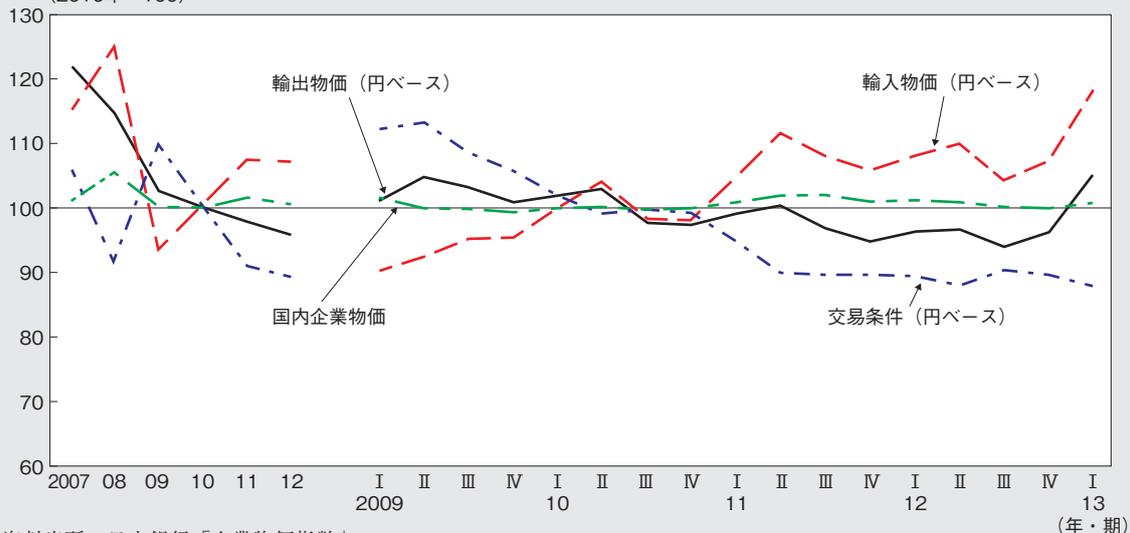
1 物価の動向

●2012年12月から緩やかな上昇に転じた国内企業物価

第1-(3)-1図により企業物価の推移をみると、2012年の国内企業物価指数（2010年=100）は100.6と前年比0.9%下落となった。中東情勢の緊迫化や新興国の成長に伴う需要増により原油価格を始め国際商品市況の上昇を受けて国内企業物価は上昇したが、世界経済の減速への懸念から下落し、その後、為替の円安方向への動き等を受けて12月以降は上昇した。同時に、為替相場の動きが上昇要因となって輸入物価（円ベース）の上昇が進み2012年11月から前年同月比プラスとなった。

第1-(3)-1図 企業物価指数の推移

国内企業物価指数は為替の円安方向への動き等を受け、2012年12月から緩やかに上昇している。
(2010年=100)



資料出所 日本銀行「企業物価指数」

(注) 1) 交易条件（円ベース）＝輸出物価（円ベース）／輸入物価（円ベース）

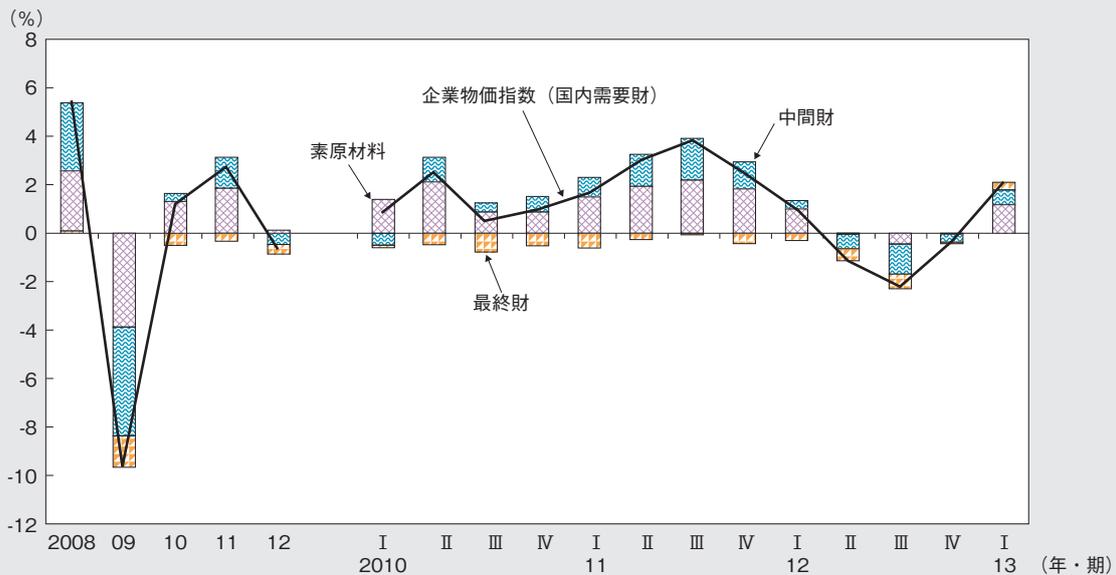
2) 2012年10月以降の月別の企業物価指数は、10月に前月比0.4%減、11月に同0.1%減、12月に同0.4%増、2013年1月に同0.2%増、2月に0.5%増、3月に0.1%増となっている。

品目別にみると、電力会社の料金引上げや、原燃料費調整制度⁴³による値上げ等で電力・都市ガス・水道が前年比9.2%上昇、農林水産物が同4.1%上昇した。他方、価格競争の厳しいテレビや携帯電話（スマートフォンを含む）等の情報通信機器が同10.4%下落、輸送用機器が同1.5%下落、世界経済の減速による需要不足により在庫が過剰となった鉄鋼が同7.1%下落、非鉄金属が同6.5%下落とそれぞれ下落した（付1-(3)-1表）。しかしながら円安が進んだことにより総平均では12月以降に前月比プラスとなった。

また、第1-(3)-2図により、企業物価指数（国内需要財）の上昇率について、需要段階別の寄与度をみると、2011年10～12月期以降、徐々に素原材料と中間財のプラス寄与が縮小し、2012年4～6月期には中間財の寄与はマイナスに転じた。7～9月期には全ての需要段階の寄与がマイナスとなったものの、10～12月期に下落幅は縮小し、その後、2013年1～3月期には輸入物価の上昇を受けて、素原材料、中間財、最終財の全ての需要段階で上昇に転じた。

第1-(3)-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

○ 企業物価（国内需要財）は、2012年4～6月期に下落に転じ、7～9月期に全ての需要段階の寄与がマイナスとなったが、2013年1～3月期に上昇に転じた。



資料出所 日本銀行「企業物価指数」

- (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）
- 3) 2010年基準で算出。

⁴³ 電気及びガスの価格について、事業者の効率化努力を透明化するとともに、経済情勢を迅速に料金に反映させるため、原燃料費の変動に応じて料金に変化する制度。原燃料の貿易統計価格の3か月平均に基づき、原則として料金を毎月調整することとしている。

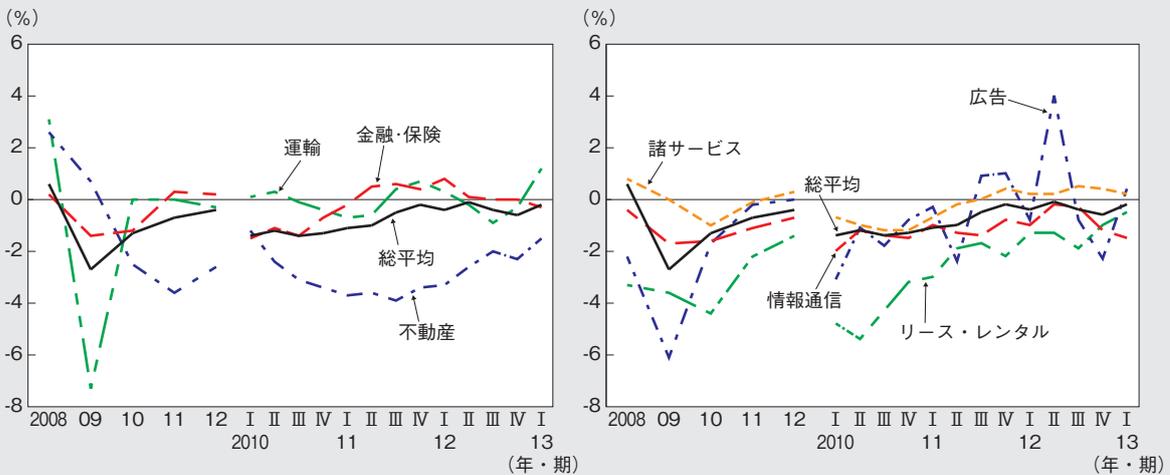
●2012年の企業向けサービス価格は4年連続で下落

第1-(3)-3図により、企業向けサービス価格の推移をみると、2012年の企業向けサービス価格指数は前年比0.4%下落の95.8で4年連続の下落となり、3年連続で1985年の調査開始以降の最低水準を更新したが、下落幅は2011年の同0.7%の下落より縮小した。オフィス需要の低迷で不動産が同2.6%下落、リース物件の価格下落でリース・レンタルが同1.4%下落したほか、情報通信が携帯電話等の移動電気通信の下落により同0.7%下落、運輸が貨物用船料等の下落により同0.3%下落した。他方、宿泊サービスが東日本大震災の落ち込みから回復したこと等から諸サービスが同0.3%上昇した。

2013年1～3月期は、下落幅が縮小してきているものなお不動産で下落していることや、ソフトウェア開発の需要が伸びず情報通信で下落幅が拡大したこと等により、前年同期比0.2%の下落となった。

第1-(3)-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、4年連続で下落。



●2012年の消費者物価は生鮮食品を除く総合で4年連続下落

第1-(3)-4図により、家計を取り巻く環境である賃金と消費者物価の長期的な動向をみると、1990年代初頭まで上昇してきたが、現金給与総額は1997年、消費者物価指数は1998年をそれぞれピークに、1990年代末から賃金の減少と物価の低下が継続的にみられるようになっている。

2008年には原油価格や穀物価格が高騰し、それに伴う生活必需品の値上げによる消費者物価の上昇が一時的に見られたものの、耐久消費財の価格下落等により緩やかな下落が続いている。一方、現金給与総額は2008年のリーマンショックの影響を受けて2009年に大幅に減少する等、回復の動きは強くない状況となっている。

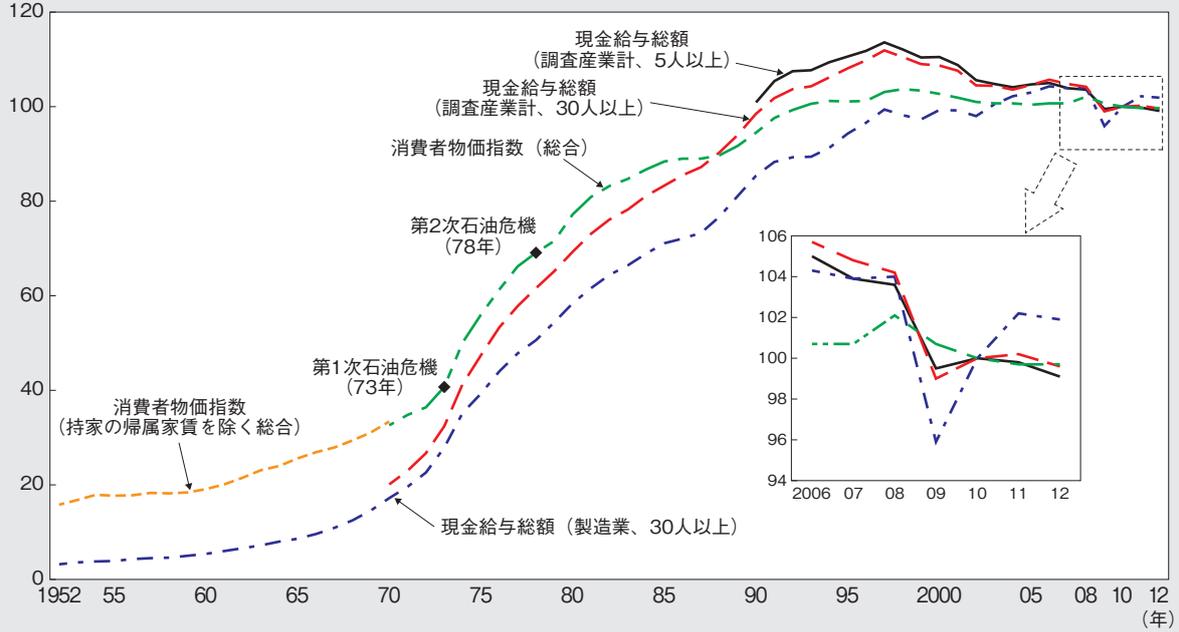
ここで第1-(3)-5図により、消費者物価指数⁴⁴の推移をみると、総合では2012年平均で前年比横ばいと4年ぶりに下げ止まったが、生鮮食品を除く総合(いわゆるコア)でみると同0.1%下落の99.7となり4年連続で前年を下回った。さらに生鮮食品、石油製品及びその他特殊要因を除く総合(いわ

44 総務省「消費者物価指数」の品目及びウェイトについては、消費構造の変化を考慮して、5年ごとに基準が改定されるが、基準改定後に新製品の急速な普及や消費パターンの急激な変化等があった場合には、次の基準改定を待たずに品目の見直しが行われている。2010年基準の消費者物価指数の中間年にあたる2013年以降の指数については、近年の携帯電話機のうち一般にスマートフォンといわれる高性能型の機種が普及に伴い、現行品目である「携帯電話機」及び「携帯電話通信料」についてスマートフォンによる価格も取り込み、従来型携帯電話機とスマートフォンを合成した指数が作成されることとなった。

第1- (3)-4図 賃金と消費者物価の動向

○ 現金給与総額は、2009年以降、徐々に回復傾向にあったが2011年には減少傾向となり、消費者物価は、緩やかに下落している。

(2010年=100)

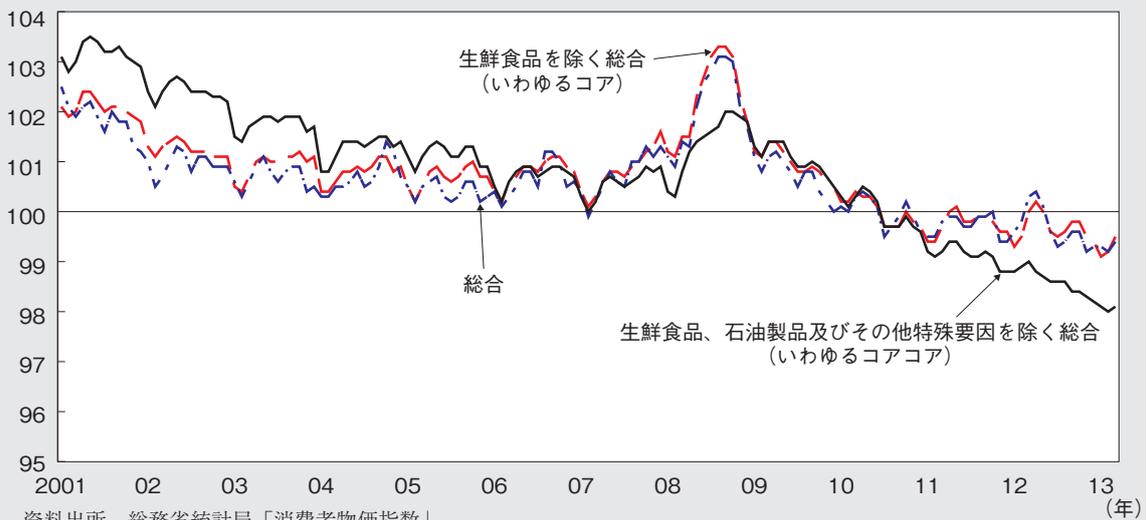


資料出所 総務省統計局「消費者物価指数」、厚生労働省「毎月勤労統計調査」
 (注) 消費者物価は「持家の帰属家賃を除く総合指数」である。

第1- (3)-5図 消費者物価指数の推移

○ 消費者物価指数は、生鮮食品を除く総合 (いわゆるコア) で4年連続下落が続いている。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) でみると、2011年以降、総合や生鮮食品を除く総合 (いわゆるコア) と比較して下落幅が大きくなっている。

(2010年=100)



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、2013年3月まで。

ゆるコアコア)⁴⁵でみると、石油製品や電気・ガス代の上昇による影響が除かれているため、2011年以降、総合や生鮮食品を除く総合（いわゆるコア）と比較すると下落幅が大きくなっている。

近年の消費者物価指数（総合）を10大品目別にみると、光熱・水道が概ね上昇傾向にある一方、テレビやビデオレコーダー等の教養娯楽、電気冷蔵庫や電気掃除機等の家具・家事用品が下落基調にある。保健医療は2004年4～6月期以降緩やかに下落している。教育は2010年4月から開始された公立高校授業料無償制・高等学校等就学支援金制度を受けて2010年4～6月期に前年月期比で大きく下落した後、おおむね横ばいで推移している。被服及び履物は季節的に変動しながらもおおむね横ばいで推移している。交通・通信はリーマンショック後に下落した後は緩やかに上昇しているが、内訳をみると交通で上昇する一方、通信で下落している（付1-（3）-2表）。

2012年に入ってから推移をみると、1～3月期及び4～6月期は家具・家事用品や教養娯楽等で下落したものの光熱・水道等で上昇したことにより前年同期比でプラスとなったが、7～9月期、10～12月期及び2013年1～3月期には家具・家事用品や教養娯楽に加え食料等がマイナス要因となったため、総合ではマイナスに転じた。12月以降、国内企業物価指数は前月比で上昇したが、消費者物価は緩やかな下落が続いた。

なお、2013年1月22日、政府及び日本銀行は「デフレ脱却と持続的な経済成長の実現のための政府・日本銀行の政策連携について（共同声明）」を公表し、日本銀行は2%の物価安定目標を導入することとした。また日本銀行は2013年4月4日の金融政策決定会合において、2%の物価安定目標を、2年程度の期間を念頭に置いて、できるだけ早期に実現するため、マネタリーベースの倍増、長期国債買入れの拡大と年限長期化等を内容とする「量的・質的金融緩和」の導入等を決定した。

2 勤労者家計の動向

●名目と実質ともに増加に転じた2012年の勤労者世帯の消費支出

まず第1-（3）-6図により、年間収入五分位階級別の消費支出⁴⁶の前年比と平均消費性向の推移をみると、1999年以前は階級ごとのばらつきが小さかったが、2001年以降は階級別に増減率の動きが拡散している。中でも特に収入の低い層である第Ⅰ、Ⅱ階級の増減幅が大きくなっているが、これは、第Ⅰ、Ⅱ階級の平均消費性向が他の階級よりも高くなっている中、生活するために切り詰めることが難しい基礎的支出（食料、家賃、光熱費、保健医療サービス等）にまで影響が及んだ可能性が考えられる。平均消費性向は1998年まで低下傾向にあった後、2005年まで上昇傾向を示し、その後上昇・低下を繰り返した。2012年は可処分所得が増加したもののそれ以上に消費が増加したため、3年ぶりに平均消費性向が上昇した。

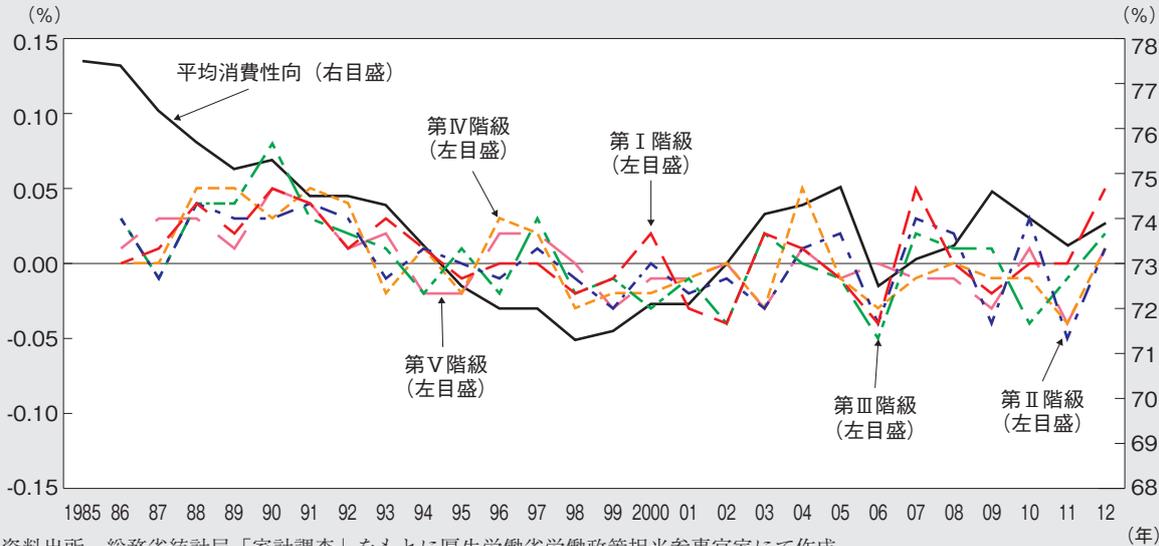
第1-（3）-7図により、勤労者世帯の消費支出と実収入の推移を名目、季節調整値でみると、消費支出は前期比で2011年4～6月期以降増加傾向で推移し、2012年7～9月期に減少となったものの、10～12月期に再び増加に転じている。2012年通年でみると、勤労者世帯の消費支出は名目、実質ともに前年比1.6%増となり、2年ぶりに増加した（付1-（3）-3表）。

⁴⁵ 内閣府が消費者物価の基調的な動きをとら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、介護料、たばこ、公立高校・私立高校授業料を除いたもの。

⁴⁶ 2012年の二人以上の世帯のうち勤労者世帯の消費支出の主な内訳は、食料（全体の22.1%）、交際費、理美容サービス、傘やかばん等の身の回り品等のその他消費支出（同21.3%）、交通・通信（同16.0%）の3費目で約6割を占めている。一方、家具・家事用品（同3.3%）、保健医療（同3.7%）、被服及び履物（4.3%）の支出は少ない。

第1- (3) -6図 年間収入五分位階級別消費支出と平均消費性向の推移

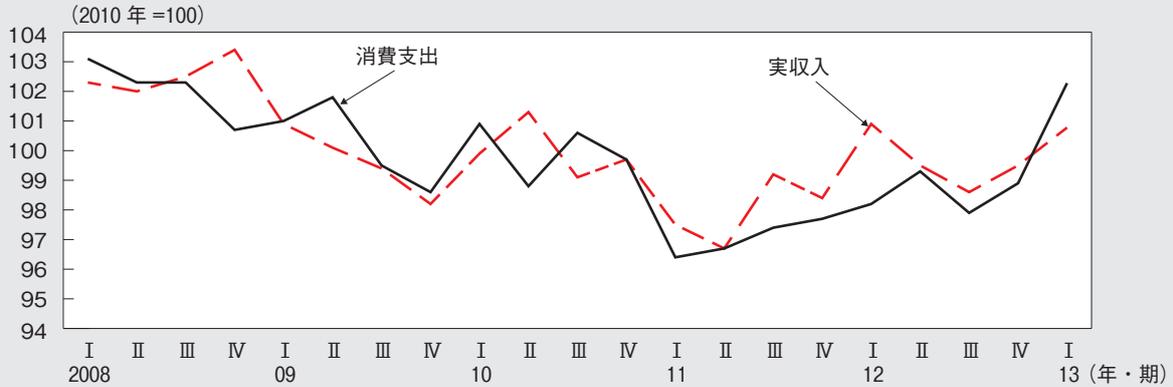
○ 1999年以前は収入階級ごとの消費支出増減率のばらつきが小さかったが、2001年以降は階級別に増減率が拡散している。特に、収入の低い層である第I、II階級の増減率の幅が大きくなっている。



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) 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。但し、年により対象とする収入の幅は異なる。
 2) 消費支出は名目前年比である。
 3) 平均消費性向、各階級の消費支出増減率については、いずれも二人以上の世帯のうち勤労者世帯の数値。但し、1999年以前は農林漁家世帯を除く結果、2000年以降は農林漁家世帯を含む結果の数値を用いている。

第1- (3) -7図 消費支出と実収入 (名目、季節調整済指数)

○ 勤労者世帯の消費支出は2011年4~6月期以降増加傾向で推移し、2012年7~9月期に減少となったものの、10~12月期から再び増加に転じている。



資料出所 総務省統計局「家計調査」
 (注) 二人以上の世帯のうち勤労者世帯。

第1- (3) -8表により、2012年の勤労者世帯の実質消費支出を費目別にみると、住居が前年に東日本大震災への復旧需要があったことの反動により前年比5.0%減と減少したものの、エコカー補助金制度やインターネット・携帯電話(スマートフォンを含む)の普及等により交通・通信が同10.1%増、節電意識の高まりから省エネ家電への買い換えが増加した家具・家事用品が同3.7%増と増加となった。

近年の勤労者世帯の消費の傾向として、第1- (3) -9図により勤労者家計の実収入に占める固定費⁴⁷

⁴⁷ 総務省「家計調査」の結果(勤労者世帯)から、食料、住居、光熱・水道、非消費支出(直接税、社会保険料等)を固定費として算出。

第1-(3)-8表 費目別消費支出の推移

○ 2012年の勤労者世帯の消費支出は前年比で増加となった。費目別ではエコカー補助金の政策効果により「交通・通信」で大きく増加した。

(2010年=100)

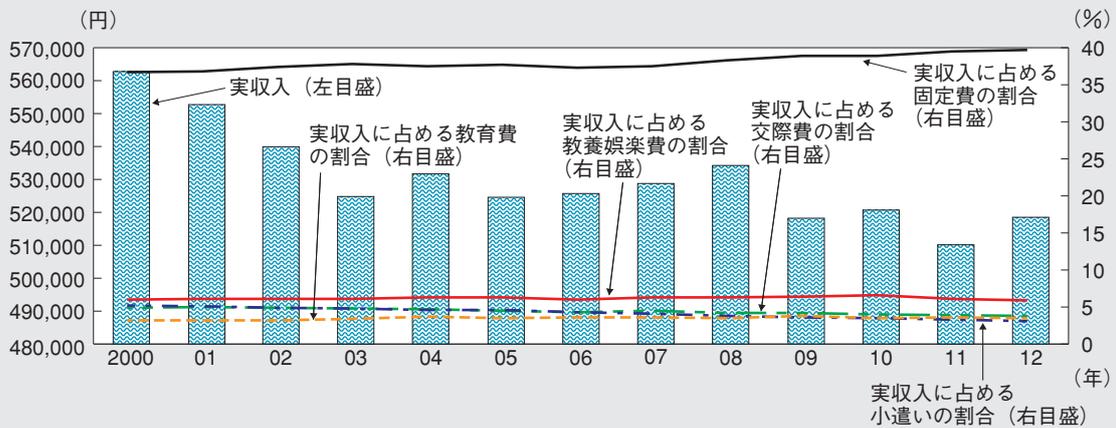
| 年・期 | 消費支出 | | 食料 | | 住居 | | 光熱・水道 | | 家具・家事用品 | | 被服及び履物 | | 保健医療 | | 交通・通信 | | 教育 | | 教養娯楽 | |
|--------|-------|------------|-------|------------|-------|------------|-------|------------|---------|------------|--------|------------|-------|------------|-------|------------|-------|------------|-------|------------|
| | 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(%) |
| 2008 | 99.3 | -1.1 | 101.4 | -1.6 | 92.3 | -5.6 | 99.4 | -0.8 | 91.7 | 6.2 | 102.4 | -4.4 | 100.8 | -0.6 | 96.3 | 2.3 | 91.8 | -2.3 | 93.2 | 1.2 |
| 09 | 99.4 | -0.3 | 100.3 | -1.5 | 94.6 | 2.4 | 98.0 | -1.1 | 91.1 | -1.1 | 100.0 | -2.5 | 104.9 | 3.9 | 99.2 | 2.6 | 95.8 | 2.8 | 95.5 | 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 | 97.3 | -2.7 | 98.7 | -1.3 | 104.8 | 4.7 | 97.1 | -3.0 | 103.4 | 3.6 | 96.7 | -3.2 | 96.1 | -3.8 | 93.8 | -6.3 | 104.1 | 4.5 | 95.4 | -4.6 |
| 12 | 98.6 | 1.6 | 99.8 | 1.4 | 99.4 | -5.0 | 96.3 | -0.4 | 107.1 | 3.7 | 99.7 | 3.4 | 104.2 | 8.6 | 102.9 | 10.1 | 99.6 | -3.6 | 94.1 | -0.9 |
| 2011 I | 97.7 | -4.0 | 96.0 | -1.3 | 93.5 | -2.4 | 125.4 | 2.5 | 90.2 | 3.7 | 98.0 | -9.6 | 95.7 | -3.9 | 97.8 | -5.3 | 101.8 | -1.7 | 90.8 | -6.4 |
| II | 96.1 | -1.7 | 96.2 | -1.6 | 99.2 | -5.8 | 95.1 | -3.3 | 104.3 | 17.0 | 94.5 | -0.9 | 91.6 | -2.5 | 90.2 | -3.6 | 116.0 | -0.2 | 94.7 | 0.2 |
| III | 95.4 | -3.4 | 98.6 | -1.7 | 112.7 | 17.1 | 81.1 | -7.2 | 109.4 | -1.3 | 84.3 | -7.2 | 92.6 | -7.2 | 92.4 | -14.5 | 92.7 | 13.3 | 99.9 | 0.0 |
| IV | 100.2 | -1.6 | 104.0 | -0.6 | 113.8 | 9.8 | 87.0 | -5.3 | 109.7 | -2.7 | 109.9 | 4.2 | 104.6 | -2.0 | 94.8 | -1.0 | 105.8 | 9.2 | 96.1 | -11.5 |
| 12 I | 97.9 | 1.4 | 97.2 | 2.5 | 93.3 | 1.0 | 123.3 | -0.5 | 92.6 | 3.5 | 103.6 | 7.1 | 103.5 | 9.2 | 96.2 | -0.6 | 104.4 | 3.4 | 91.3 | 1.8 |
| II | 98.3 | 2.4 | 97.3 | 1.2 | 98.0 | -1.1 | 94.0 | -0.9 | 103.9 | -0.5 | 98.5 | 4.1 | 96.0 | 4.7 | 103.8 | 15.6 | 119.8 | 3.8 | 93.4 | -1.1 |
| III | 96.4 | 1.0 | 99.8 | 1.1 | 99.4 | -11.6 | 79.6 | -1.8 | 114.8 | 4.7 | 82.4 | -2.3 | 105.5 | 13.8 | 106.2 | 14.8 | 81.0 | -12.3 | 94.0 | -6.0 |
| IV | 101.7 | 1.6 | 105.0 | 1.1 | 107.1 | -6.6 | 88.2 | 1.5 | 117.1 | 6.8 | 114.2 | 4.0 | 111.9 | 6.8 | 105.3 | 11.3 | 93.3 | -10.6 | 97.9 | 2.0 |
| 13 I | 103.6 | 4.9 | 99.8 | 1.9 | 93.4 | -1.7 | 124.6 | 0.2 | 94.1 | 0.7 | 106.8 | 2.7 | 107.3 | 2.6 | 111.5 | 14.8 | 112.3 | 8.4 | 96.3 | 4.7 |

資料出所 総務省統計局「家計調査」

- (注) 1) 二人以上の世帯のうち勤労者世帯の数値。
2) 指数は実質で世帯人員及び1か月の日数調整済。

第1-(3)-9図 勤労者世帯の実収入に占める固定費等の割合の推移

○ 2000年と比較して実収入が減少している。このような中、実収入に占める固定費の割合は増加しているが、交際費、小遣いの占める割合は減少している。なお教育費、教養娯楽費の占める割合に大きな変化はみられない。



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) 1) 固定費を、食費、住居費、光熱・水道費と非消費支出(直接税、社会保険料等)として算出。
2) 二人以上の世帯のうち勤労者世帯。

の割合の推移についてみると、2000年と比較して実収入が減少する中、実収入に占める固定費の割合が上昇傾向にある一方、交際費や小遣いの占める割合が低下していることが分かる。

四半期ごとの実質消費支出の推移を前掲第1-(3)-8表でみると、2012年1～3月期は、インフルエンザ等の感染症が流行したこと等により保健医療が前年同期比9.2%増となったことや、気温の低下により被服及び履物が同7.1%増となったことにより、消費支出は同1.4%増と5四半期ぶりに増加に転じた。

4～6月期は、新たなエコカー補助金⁴⁸制度の開始により交通・通信が同15.6%増と大きく増加したこと、保健医療が同4.7%増、被服及び履物が同4.1%増と引き続き増加したことにより、消費支出は同2.4%増となった。

7～9月期は、住居が前年の東日本大震災への復旧需要の反動に加え、住宅エコポイント制度の工事対象期間（2011年7月まで）前の駆け込み需要の反動により同11.6%減、東日本大震災に伴う私立学校の授業料納付猶予措置により、2011年9月に授業料等の支出が増大したことの反動から教育が同12.3%減少したものの、交通・通信が4～6月期に続き同14.8%増と大幅に増加したことから消費支出全体としては同1.0%増となった。

10～12月期は、前期に引き続き教育が同10.6%減、住居が同6.6%減となったものの、交通・通信が同11.3%増となったことにより消費支出全体としては同1.6%増となった。

2013年1～3月期は、教育で同8.4%増と大きく増加したほか、株高による消費者心理の改善の動きが本格化し、自動車購入等の交通・通信が同14.8%増、教養娯楽が同4.7%増、被服及び履物で同2.7%増となる等、消費支出全体では同4.9%の増加となった。個人消費は持ち直している。

●業態別の販売状況

第1-(3)-10図により業態別販売額の推移についてみると、百貨店は既存店ベースで2011年には東日本大震災後の消費者心理の低下もあって前年比マイナスとなったが、2012年は16年ぶりに前年比0.4%増と前年を上回った。これには①東日本大震災からの反動による増加、②本物志向やこだわり志向等の消費マインドの変化、③都心の大型店の増床・改修等の大型投資が背景にある⁴⁹。なお、2013年1月以降は株価上昇による「資産効果」⁵⁰もあり、美術・宝飾・貴金属品等の高額商品の売行きが堅調に伸びて1～3月期は前年同期比1.7%の増加となっている。

スーパーの2012年の売上高は、全店ベースで前年比0.2%増、既存店ベースで同1.4%減となり、既存店ベースでは21年連続の減少となった。既存店の売上高をみると食料品は年間を通じておおむね前年を下回り、衣料品は2012年の天候の影響を受けてプラスとなることもあったが全体を押し上げるに至らず前年を下回った。秋以降の株高を受けて百貨店では高額商品の消費が活発となったものの、スーパー等における日常の買物の大幅な増加には2013年初頭時点では十分に波及しておらず、1～3月期の既存店の販売額は前年同期比3.3%の減少となっている。

このような概況の中でスーパー各社はネットスーパー等インターネット販売の拡大、店頭や電話で注文を受けた食材や衣料を自宅まで宅配する等シニア層に対する店舗設備や商品・サービスの開発、都市部への小型スーパーの出店等の対応⁵¹を加速している。

コンビニエンスストアの2012年の売上高は、店舗数の拡大により全店ベースでは前年比4.0%増となったが、既存店ベースでは0.3%減となった。2012年の上半期は、大幅な出店による全店ベースの売上高増や、東日本大震災を契機として社会インフラとしての役割が改めて見直されたことにより客

⁴⁸ 2度目のエコカー補助金では大きな駆け込み需要が発生しなかった。この背景について内閣府は「日本経済2012-2013」において、エコカー補助金が復活した直後から早期の補助金終了が予想されており、消費者が早めに自動車購入を行ったこと、一部の人気車種において生産が注文に追いつかないという事例が発生したためとしている。なお、初回の補助金で本当に必要な需要が先取りして消費されてしまったという指摘もある。

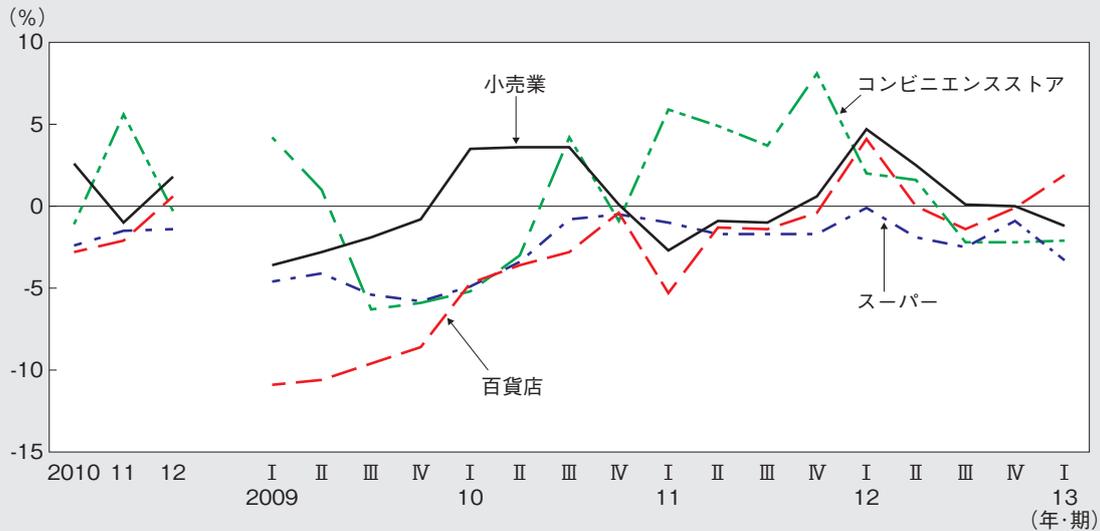
⁴⁹ 「平成24年12月全国百貨店売上高概況」（日本百貨店協会）による分析。

⁵⁰ 保有する土地や株式等の資産の価値の上昇に伴い、消費や投資の意欲が喚起され活発になる効果。

⁵¹ 「～チェーンストア広報担当者が選ぶ～ 2012年チェーンストア10大ニュース」（日本チェーンストア協会）によると、ネットスーパー等のネットビジネス拡大、シニア層をターゲットにした「店舗設備、商品、サービス」等の開発、都市部への小型スーパーの出店加速等があげられている。

第1-(3)-10図 業態別販売額の推移

○ 2012年の業態別販売額（既存店）は、スーパーとコンビニエンスストアで減少傾向、百貨店で16年ぶりのプラスとなった。



資料出所 経済産業省「商業販売統計」

(注) 1) 数値については、前年(同期)比。

2) 百貨店、スーパー、コンビニエンスストアは、既存店ベースの伸び率を示している。

数が増加したが、下半期はその反動やたばこ需要の減少傾向や天候等がマイナスに影響し、2012年としては既存店ベースで2年ぶりのマイナスとなった。また、2013年1～3月期はたばこ需要の減少や豪雪などの天候の影響により前年同期比2.1%の減少となった。

コンビニエンスストアについては店舗数が拡大しつつある一方で、各社は集客を高めるため、プライベートブランドの品揃えの強化、電子マネーの発行、コンサートチケットの販売等を行い、経営の多面化と利便性を向上させている。

なお、業態間の構造においては、販売額が16年ぶりに前年比プラスに転じた百貨店に加え、引き続きコンビニエンスストアや通信販売が伸びているが、特に通信販売の増加に伴って宅配便の取扱い個数が増加している。通信販売は都市部では時間制約のある多忙な層、子育て層、要介護者のいる層にある消費者のネットショッピング等の場で伸びている等、新しい需要を掘り起こしながら堅調に増加している。

●自動車販売はエコカー補助金制度復活により大幅増

第1-(3)-11図により、自動車販売台数⁵²の推移をみると、2011年の自動車販売台数は、東日本大震災やタイ洪水による供給制約を受けたことにより前年比15.1%減の約421万台と大きく落ち込み、1977年(約419万台)以来34年ぶりの低水準となった。

しかしながら、2012年においては上記の供給制約が解消されたことや、新型車の投入やモデルチェンジ効果があったことに加え、2011年12月から実施された2度目のエコカー補助金制度の導入等の政策効果により前年比27.5%増の約537万台となった。この伸びは1968年の統計開始以来で最も高くなっており、2007年の約535万台を上回ってリーマンショック前の水準まで回復した。

なお、同制度は、2012年の個人消費を下支えし、関連する企業の景況感にも多くの影響を与えた。

52 乗用車(普通車、小型四輪車、軽四輪車)、トラック、バスの合計。

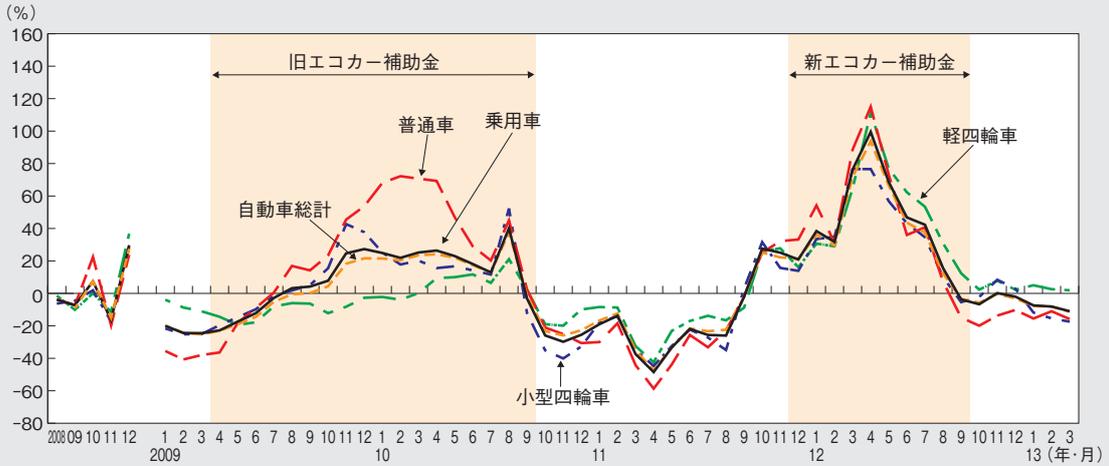
2013年3月現在で前年同月比でみた軽自動車を含む新車販売台数が7か月連続で減少している中、制度終了に伴う新車販売の反動減が日本経済へ与える影響について、単に購入予定者が購入時期をずらしたのか、購入予定がなかった者の購入を促進したのか等を含め、注視が必要である。

●電気料金等の推移と節電の消費スタイル

第1-(3)-12図により、電気とガスの物価の推移と勤労者世帯における使用量と支出の推移をみると、2010年7月頃から電気とガスの物価がおおむね上昇傾向にある。また勤労者世帯における電

第1-(3)-11図 自動車販売台数の推移

2度目のエコカー補助金制度により、自動車販売は前年比で27.5%増加し、2012年の消費を下支えた。



資料出所 (社)日本自動車販売協会連合会・(社)全国軽自動車協会連合会「新車登録台数・軽自動車販売台数」
 (注) 1) 数値は前年同月比。
 2) 自動車総計は乗用車(普通車、小型四輪車、軽四輪車)に加え、バスとトラックを合計したもの。

第1-(3)-12図 電気とガスの物価の推移と勤労者世帯における使用量と支出

○ 電気とガスの物価は2010年7月以降一部の期間を除いて上昇している。他方、2012年における勤労者世帯の電気使用量は記録的な猛暑・寒気の影響があった影響で一部の期間を除き増加となっている。



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) ガス代と電気代の物価指数は、総務省統計局「消費者物価指数」の前年同月比。
 2) 1か月当たりの電気使用量と電気代は、総務省統計局「家計調査」の二人以上の世帯のうち勤労者世帯における前年同月比。但し、電気代は実質値で作成。

気使用量は2011年に大きく減少した後、2012年は節電のため省エネ家電への買い換えが進む中、前年に大幅な節電があったことや記録的な猛暑・寒気・大雪等の影響で前年比1.8%増加となった。このため2012年の勤労者世帯の電気への支出は、名目で前年比6.3%増、実質で同0.4%増となった。

2012年の電気代支出額の増加幅が実質増減率で大きくならなかったのは、物価上昇に加え、震災で東京電力と東北電力管内の電力需要がひっ迫し、さらに福島第一原子力発電所事故の影響により各地の原子力発電所が点検の長期化または運転停止となり、被災地以外でも電力が不足したことから、沖縄を除く日本全国で節電が求められたことが背景にある。

具体的には、働き方の見直し、クールビズやウォームビズの徹底、電気使用量の必要最低限化、電化製品の省エネルギー化、待機電力の削減、こまめなスイッチオフ、太陽光発電（太陽電池）の設置等、各種の工夫が凝らされた⁵³。

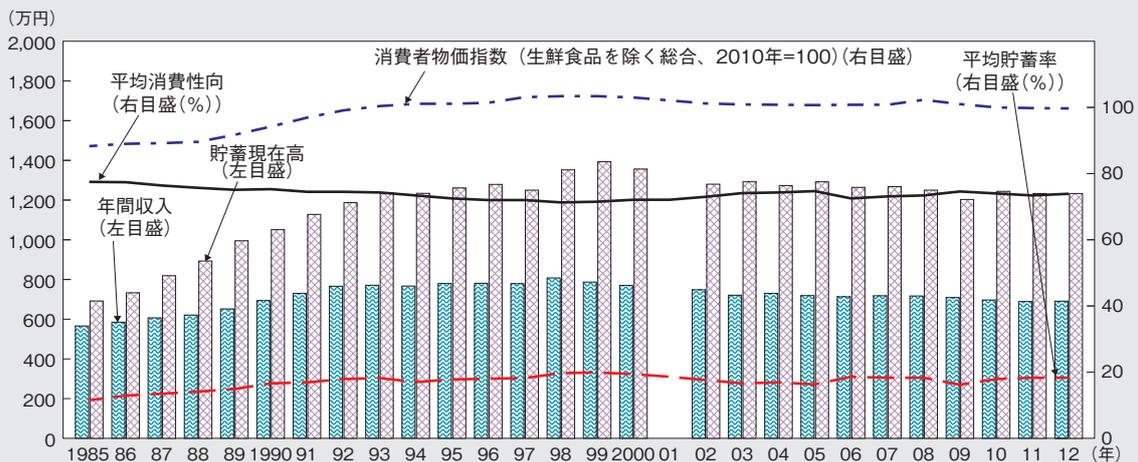
これに伴って、省エネ型製品や防災用品、非常食等への需要が高まっている。大口需要家、小口需要家にとどまらず、家庭にも求められた節電は、経済性の向上等にも寄与する継続的な節電、省エネ活動となっている。

●大きな変動がない平均消費性向

第1-(3)-13図により、1980年代後半以降の二人以上の世帯のうち勤労者世帯についての年間収入、貯蓄現在高、平均消費性向、平均貯蓄率⁵⁴の推移をみると、年間収入は1999年をピークに減少傾向となっているが、勤労者世帯の平均消費性向と平均貯蓄率に大きな変動はなく、貯蓄現在高は99年以降も一定水準が維持されている。これにより、勤労者世帯においては消費者物価が緩やかに下落し

第1-(3)-13図 年間収入と貯蓄現在高、平均消費性向と貯蓄率の推移

○ 勤労者世帯の年間収入は1999年をピークに減少傾向となっているが、平均消費性向と平均貯蓄率に大きな変動はなく、貯蓄現在高は一定水準が維持されている。



資料出所 2000年以前の年間収入、貯蓄現在高は総務省統計局「貯蓄動向調査」、左記以外は総務省統計局「家計調査」及び「消費者物価指数」

(注) 1) 1999年以前は農林漁家世帯を除く結果。

2) 年間収入、貯蓄現在高、平均消費性向、平均貯蓄率は、二人以上の世帯のうち勤労者世帯。

3) 年間収入と貯蓄現在高は、2000年以前は「貯蓄動向調査」、2002年以降は「家計調査(貯蓄・負債編)」で集計されており、2001年の数値は存在しない。

⁵³ 環境省「みんなで節電アクション！」より。

⁵⁴ 総務省「家計調査」において平均貯蓄率は可処分所得に対する貯蓄純増の割合を平均貯蓄率としており、具体的には以下の式で求められている。

$$\text{平均貯蓄率 (\%)} = (\text{貯蓄純増} \div \text{可処分所得}) \times 100$$

賃金収入が減少する中、貯蓄を少なくしつつも一定割合は確保し、消費支出も切り詰めながら必要な額を捻出しているものと考えられる。

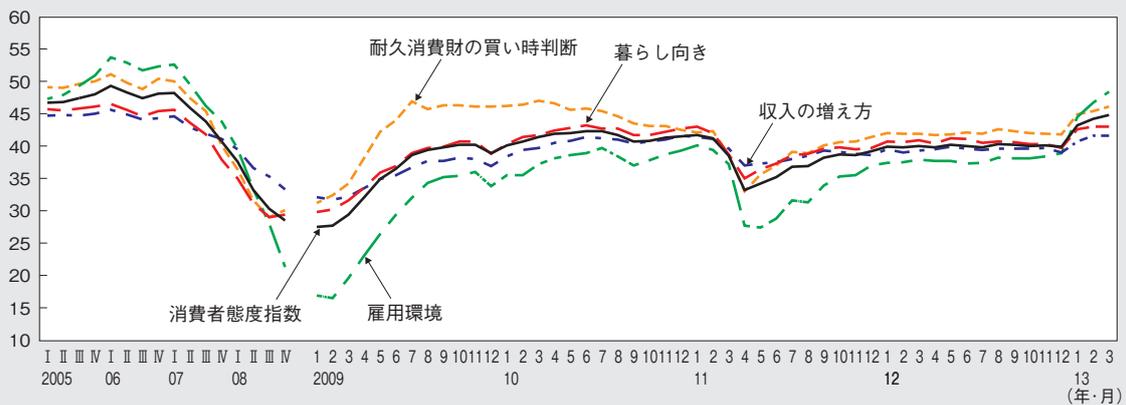
●2013年初めから持ち直した消費者心理

第1-(3)-14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月に、月次調査となった2004年4月以降前月差で最大の落ち込み幅となった後、緩やかに回復しながらも震災前の水準に戻ることはないまま40前後で推移していたが、2013年1月には株高や緊急経済対策等を受け、雇用環境を中心に消費者の先行きへの期待が高まり、2004年7月以来の前月差3.3ポイントの上昇となって以降、3月まで3か月連続で上昇し、消費者心理は持ち直した⁵⁵。

また、需要面、供給面からみた消費の動きを総合的に示す指標である消費総合指数においても2013年1月以降、2か月連続で上昇した。

第1-(3)-14図 消費者態度指数の推移

2013年1月から雇用環境を中心に消費者の先行きへの期待が高まり、消費者心理は持ち直した。



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(二人以上の世帯)、季節調整値。

⁵⁵ 社団法人日本リサーチ総合研究所「消費者心理調査No.206 景況感の急上昇により大きく改善した消費者心理」(2013年2月実施)では、経済対策に対する期待と円安株高の進行により景況感が大幅に改善したことで、消費者心理が大幅に改善したとしている。

〈コラム1〉 物価動向を把握するための指標

物価の変動を把握するための指標である物価指数には、主なものとして消費者物価指数、企業物価指数、企業向けサービス価格指数の3種類がある。

1. 消費者物価指数

全国の世帯が購入する家計における財（商品）とサービスの価格等を総合した物価の変動を時系列的に測定するもの。CPI（Consumer Price Index）とも呼ばれる。

品目は世帯が購入する多種多様な財とサービス全体の物価の変動を代表できるように、家計の消費支出の中で重要度が高いこと、価格変動の中で代表性があること、継続調査が可能であること等の観点から選出された588品目となっている。

指数品目の価格には、原則として小売物価統計調査によって得られた市町村別、品目別の小売価格を用いる。なお、パソコンとカメラについてはPOS情報による全国の主要な家電量販店で販売された全製品の販売価格を用いている。

2. 企業物価指数

企業間で取引される財（商品）の価格の変動を測定する物価指数。「国内企業物価指数」、「輸入物価指数」、「輸出物価指数」で構成される。物価の集約を通じて、財の需要動向を把握し、景気動向や金融政策を判断するための材料を提供することを目的としている。

うち国内企業物価指数は、国内市場向けの財が調査対象となっており、原則として経済産業省「工業統計調査」の製造品出荷額から、財務省「貿易統計」の輸出額を差し引いた国内向け出荷額をウェイトとして計算されている。

うち輸出物価指数は、輸出品が通関段階で船積みされる時点の価格を、輸入物価指数は輸入品が通関段階で荷降ろしされる時点の価格が調査され、円ベースと契約通貨ベースの双方の指数を作成している。

3. 企業向けサービス価格指数

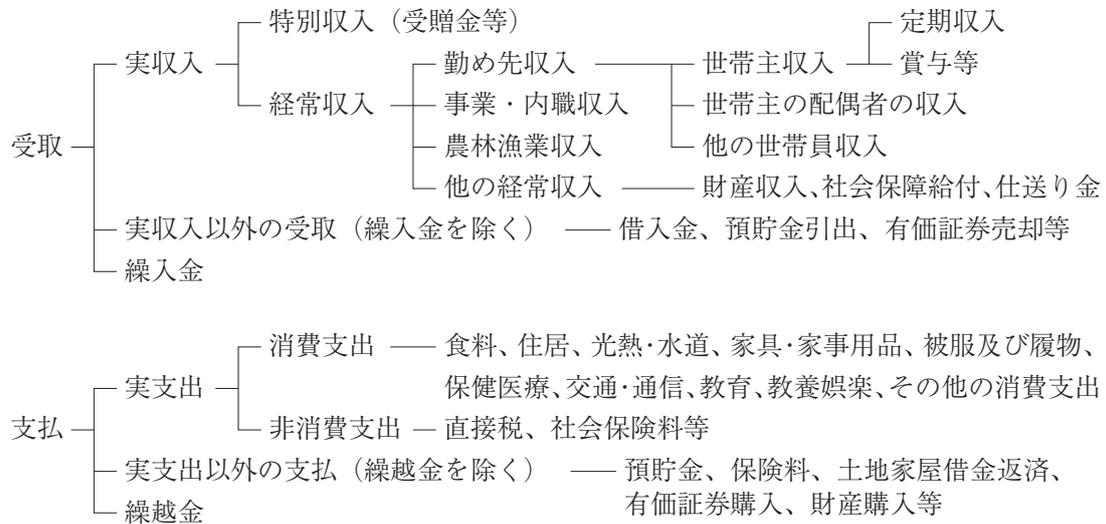
企業間で取引されるサービスの価格変動を測定するもの。企業間で取引される価格の集約を通じて、サービスの需給動向を把握し、企業物価指数と同様に、景気動向や金融政策を判断するための材料を提供することを目的としている。なお、企業物価指数が財（商品）を対象とするのに対し、企業向けサービス価格指数は金融・保険、不動産、運輸、情報通信、広告、リース・レンタル等のサービスを対象とする。

原則として、サービス提供時にサービスの内容、取引相手先、取引条件等を固定した「実際の実取価格」を継続的に調査している。

| | 財 | サービス |
|-------|---------|--------------|
| 企業間 | 企業物価指数 | 企業向けサービス価格指数 |
| 消費者段階 | 消費者物価指数 | |

〈コラム2〉 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、「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。