

第2節 消費の動向

●収入が回復に転じた一方で、消費は低調で推移

続いて、個人の経済活動の状況として、消費がどのように推移しているかをみていく。第1-(4)-3図では、二人以上の世帯のうち勤労者世帯における名目の消費支出と実収入の推移を示している。まず、実収入の推移をみると、景気の回復に伴い実収入も回復傾向にあり、2015年7月には、直近で最も水準の高かった2010年10月の水準を超えた。その後、2015年の夏期賞与の減少により落ち込みもみられたものの、同年12月以降に再び回復に転じ、足下では持ち直しの動きがみられる。

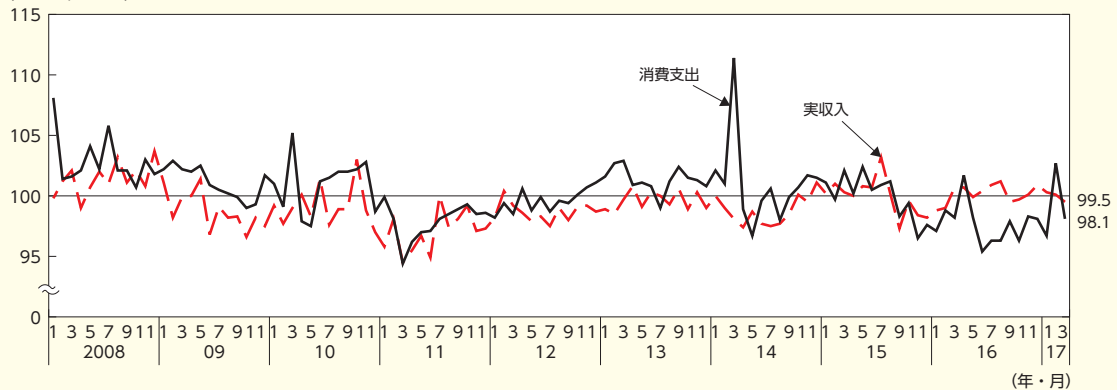
次に、同図において消費支出の推移をみると、消費税率引き上げの影響により2014年3月から5月にかけて駆け込み需要による増加とその反動減による大幅な減少がみられたが、その後は回復に転じ、2015年春頃まで増加傾向で推移した。その後、2015年8月まではおおむね横ばいで推移していたが、実収入の減少がみられた同年9月以降は減少傾向に転じ、2016年に入ってから、実収入が回復する中で消費は伸び悩み、2016年6月以降は2015年を100とした指数でみて消費と実収入の動向に乖離がみられた。

また、品目別に名目での前年からの増減率をみると、電気代などの「光熱・水道」や自動車等関係費などの「交通・通信」が減少した中で、「保健医療」が3年ぶりに増加に転じたが、全体では前年比1.8%減と減少幅が拡大した（付1-(4)-2表）。

第1-(4)-3図 勤労者世帯の消費支出と実収入の推移

- 消費支出は2015年9月以降は減少傾向に転じ、足下では回復傾向で推移している実収入との乖離が生じている。

(2015年=100)



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) 二人以上世帯のうち勤労者世帯の名目、季節調整値。

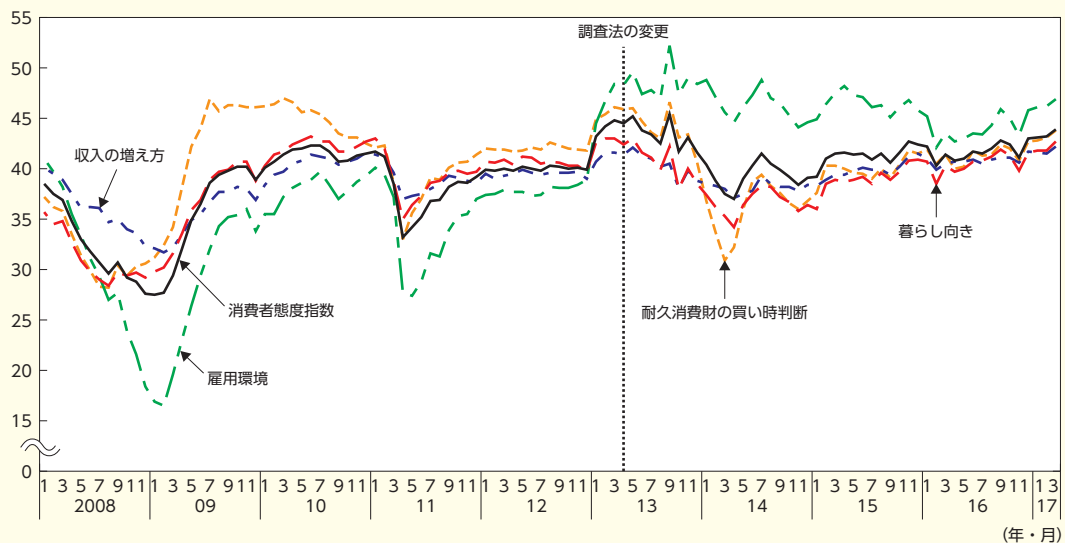
●消費者マインドは持ち直しの動きがみられる

消費の動向については、所得以外の要因である消費者のマインドの影響も受ける。そこで、第1-(4)-4図により、消費者態度指数の推移をみていこう。消費者態度指数は、2014年4月の消費税率引上げ時を底としていったん回復の動きをみせた後、2016年に入ってからは、消費者マインドには足踏みがみられたが、その後は持ち直しの動きがみられた。

また、項目別に2016年の推移をみると、「雇用環境」は比較的高水準で推移している中、「暮らし向き」も緩やかな上昇傾向で推移した。

第1-(4)-4図 消費者態度指数の推移

○ 雇用環境は高水準を続けている中で、暮らし向きや収入の増え方は緩やかな上昇傾向で推移。



資料出所 内閣府「消費動向調査」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) 二人以上の世帯、季節調整値。

2) 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、今後半年間の見通しについて5段階評価で回答を求める。
- ② 5段階評価のそれぞれ「良くなる・大きくなる」に(+1)、「やや良くなる・やや大きくなる」に(+0.75)、「変わらない」に(+0.5)、「やや悪くなる・やや小さくなる」に(+0.25)、「悪くなる・小さくなる」に(0)の点数を与え、これに各回答区分のそれぞれの構成比(%)を乗じ、乗じた結果を合計して、項目ごとに消費者意識指標(原数値)を算出する。
- ③ 4項目の消費者意識指標(原数値)それぞれについて季節調整値を算出し、それらを単純平均して消費者態度指数(季節調整値)を算出する。

3) 2013年4月調査から、訪問留置調査法から郵送調査法に変更したことにより、不連続が生じている。

●消費総合指数は緩やかに上昇

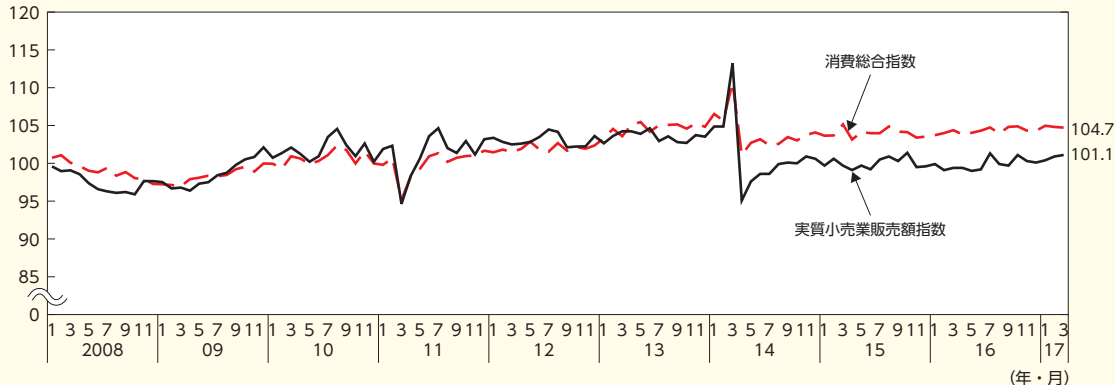
次に、消費者以外の面にも着目して消費の動向についてみていくために、第1-(4)-5図により、需要側と供給側の要因を包括的にまとめた消費総合指数と、販売側の状況を示す実質小売業販売額指数についてみていこう。まず、実質小売業販売額指数をみると、2014年3月までは消費総合指数と同様の動きを示していたが、2014年4月の落ち込みが大きく、同年5月に回復に転じた後は横ばいで推移しており、2016年には前年比0.6%減少と2013年の水準まで回復していない状況にある。

そこで、消費総合指数をみると、2014年4月には消費税率引上げによる駆け込み需要の反動でいったん低下したが、その後は緩やかながら上昇傾向で推移していることが分かる。

第1-(4)-5図 消費総合指数・実質小売業販売額指数の推移

○ 消費総合指数は緩やかに上昇している。

(消費総合指数：2011年=100/実質小売業販売額指数：2015年=100)



資料出所 内閣府「消費総合指数」、総務省統計局「消費者物価指数」及び経済産業省「商業動態統計」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) 数値は、季節調整済指数。
- 2) 実質小売業販売額指数については、消費者物価指数(財)を用いて実質化。

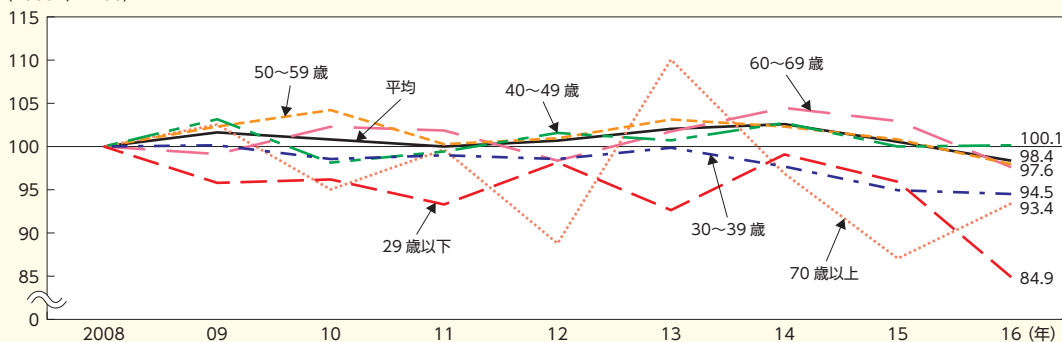
● 若年層は消費性向が低下傾向で推移

最後に、第1-(4)-6図により、二人以上の世帯のうち勤労者世帯における世帯主の年齢階級の平均消費性向をみていこう。2008年の水準と比較すると、40歳台の壮年層を除く全ての年齢階級で平均消費性向は低下しており、70歳以上の高齢者を除くと、40歳未満の若い層は消費性向が低くなっており、特に30歳未満の若年者については消費性向が大きく低下していることが分かる。また、2016年の状況を見ると、70歳以上の高齢者は前年から上昇している中で、30歳未満の若年者が低下している。

第1-(4)-6図 世帯主の年齢階級別平均消費性向の推移

○ 40歳以上の中高年層と比較して、若年層では平均消費性向が低下傾向で推移している。

(2008年=100)



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) 二人以上の世帯のうち勤労者世帯が対象。