

## 第 3 節 家計部門の動向

### ●個人消費は持ち直しの動き

国内家計最終消費支出（以下「個人消費」という。）は名目 GDP の 5 割強を占め、その動向は国内経済に大きな影響を及ぼす。個人消費の推移をみると、現金給与総額が増加する中、2024 年の名目個人消費は前年差 9.0 兆円増加の 326.9 兆円と前年比 2.8% 増加し、持ち直しの動きがみられた（第 1-(1)-8 図（1））。

実質個人消費の伸び率の寄与度分解をみると、2024 年は、第 I 四半期（1-3 月期）は自動車認証不正問題による工場操業停止や令和 6 年能登半島地震の影響により、自動車の販売等を含む耐久財の落ち込みがみられたが、第 II 四半期（4-6 月期）はその反動があり、耐久財が増加した。第 III 四半期（7-9 月期）は防災関連の備蓄需要から飲料等の非耐久財が増加したが、第 IV 四半期（10-12 月期）は、パソコンや白物家電等を中心に持ち直しの動きがみられたことから耐久財が増加した（第 1-(1)-8 図（2））。2024 年全体を通してみると、耐久財の増減は相殺されておおむねゼロであったが、サービス及び食料品等非耐久財が増加した。

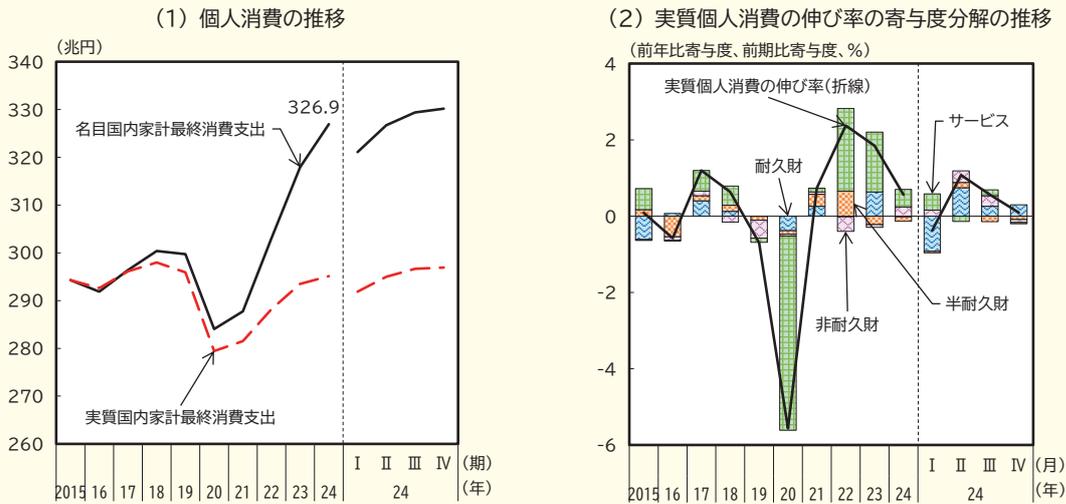
消費者マインドを示す消費者態度指数は、2021 年以降横ばい圏内で推移している（第 1-(1)-9 図（1））。2024 年の月次の動きをみると、消費者態度指数は低下傾向となっている。消費者マインドのうち「家計が今後 1 年間の支出を考えるにあたって特に重視する要素」についてみると、過去 10 年間で、「今後の物価の動向」と回答した割合は 2022 年以降、約 7 割まで上昇している（第 1-(1)-9 図（2））。その背景として、物価が 2% 以上上昇すると予想した世帯の割合は 2022 年以降、約 8 割で推移しており、足下では物価の動向が消費者マインドの動向により大きな影響を与えていることが分かる。

個人消費は、マクロでみた賃金・所得環境の影響を受けるため、総雇用者所得<sup>6</sup>をみると、33 年ぶりの高水準となった春季労使交渉の賃上げの影響や、ボーナスの増加、さらには雇用者数が緩やかに増加したことから、2024 年の名目総雇用者所得は 4 年連続増加した（第 1-(1)-9 図（3））。実質総雇用者所得についてはプラス傾向で推移しており、賃金・所得環境の改善が個人消費の下支えに寄与することが期待される。

6 「名目総雇用者所得」は、厚生労働省「毎月勤労統計調査」の一人当たり現金給与総額に、総務省「労働力調査」の非農林業雇用者数を乗じて算出したもの。「実質総雇用者所得」は、「名目総雇用者所得」を物価要因で除して算出している。物価要因は、内閣府「国民経済計算」の家計最終消費支出（除く持ち家の帰属家賃及び FISIM）デフレーターで実質化している。

第1-(1)-8図 個人消費の推移

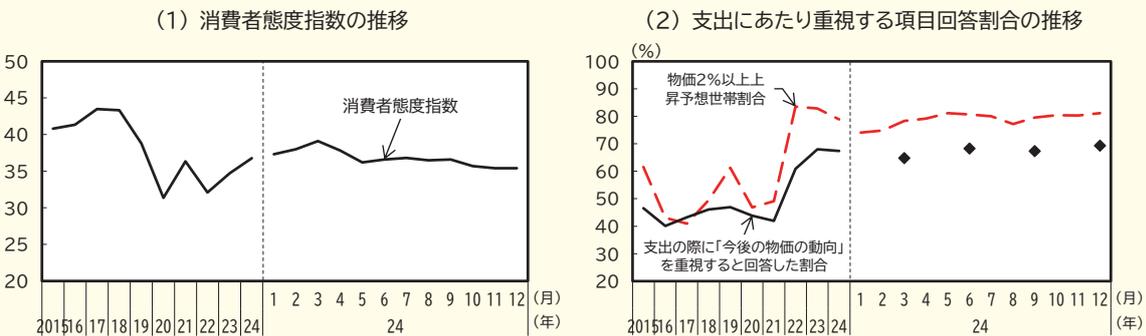
○ 個人消費は持ち直しの動き。



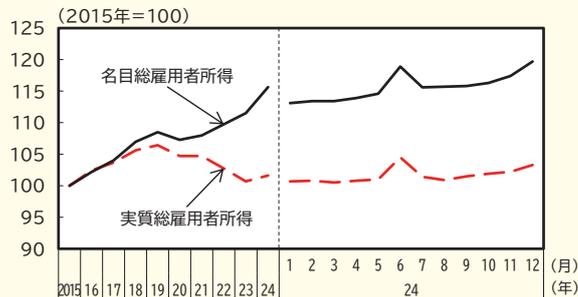
資料出所 内閣府「国民経済計算」をもとに厚生労働省政策統括官付政策統括室にて作成  
 (注) 月次のデータは季節調整値。

第1-(1)-9図 消費者態度指数等の推移

○ 2024年の月次の動きをみると、消費者態度指数は低下傾向。



(3) 総雇用者所得の推移



資料出所 内閣府「消費動向調査」「総雇用者所得」、日本銀行「生活意識に関するアンケート調査」をもとに厚生労働省政策統括官付政策統括室にて作成

- (注) 1) (2) について、「支出の際に「今後の物価の動向」を重視すると回答した割合」は四半期調査データであり、年次のデータは四半期のデータの平均値である。ただし、2015年の値は3月調査の値、2016年の値は3月調査の値と9月調査の値の平均値である。  
 2) 「名目総雇用者所得」は、厚生労働省「毎月勤労統計調査」の一人当たり名目賃金（現金給与総額）に、総務省「労働力調査」の非農林業雇用者数を乗じて算出したもの。「実質総雇用者所得」は、「名目総雇用者所得」を物価要因で除して算出している。実質総雇用者所得について、家計最終消費支出（除く持ち家の帰属家賃及びFISIM）デフレーターで実質化している。  
 3) (3) について、月次のデータは季節調整値。

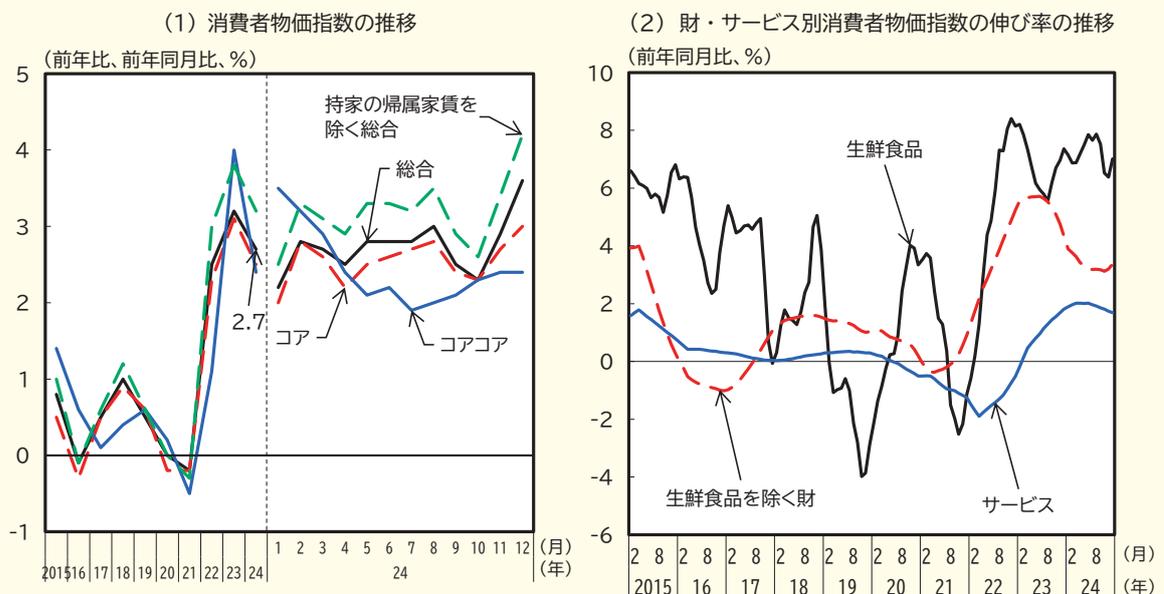
●消費者物価指数は3年連続2%以上の上昇

消費者物価指数（総合）についてみると、2022年以降、伸び率が前年比でおおむね2%台で推移しているが、2024年11月以降は生鮮食品の伸び率が大きかったため、消費者物価指数（総合）は消費者物価指数（コア）及び消費者物価指数（コアコア）<sup>7</sup>よりも大きい3%前後の伸び率となっている（第1-(1)-10図（1））。生鮮食品の伸び率が平年を大きく上回って推移している理由については、冬物野菜を中心に、夏場の高い気温等の影響による生育不良が主な要因として考えられる。2010年代以降は猛暑日の急増や肥料価格の高騰などにより、生鮮食品の価格上昇率が他の財・サービスを上回る傾向にあり、今後も動向に注視する必要がある（第1-(1)-10図（2））。

生鮮食品以外の動向について、2024年の財・サービス分類による消費者物価指数（総合）の寄与度分解をみると、「電気・都市ガス・水道」は、原油価格がほぼ横ばいで推移していたものの、5月の「再生可能エネルギー発電促進賦課金」の単価の引上げに伴いプラスに転じ、その後、電気・ガスの激変緩和措置の終了等により上昇幅は拡大したが、8～10月まで電気・ガス料金の補助が行われたことから、9～11月にかけて上昇幅は縮小した（第1-(1)-11図（1））。「食料工業製品」は、円安傾向が落ち着いたことに伴い輸入物価指数がほぼ横ばいで推移したことにより、9月までは価格上昇幅が縮小してきたが、10月以降価格上昇幅が拡大に転じた。こうした動きや販売価格への転嫁が前年より進んだ<sup>8</sup>ことなどから、2024年の消費者物価指数（総合）の伸び率は前年比2.7%上昇し、1989～1991年以来の、3年連続前年比2%以上の上昇となった。（第1-(1)-11図（2））。

第1-(1)-10図 消費者物価指数の推移

○ 消費者物価指数は3年連続2%以上の上昇。



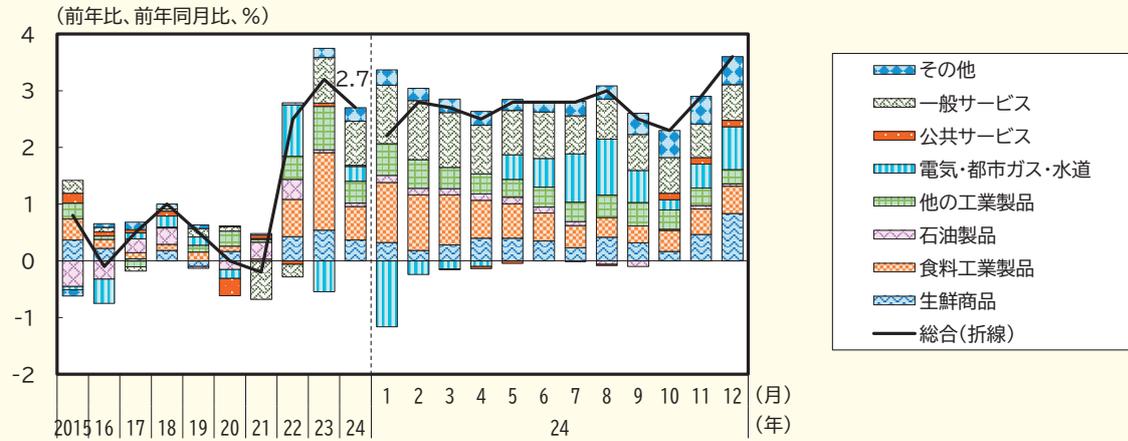
資料出所 総務省「消費者物価指数」をもとに厚生労働省政策統括官付政策統括室にて作成  
 (注) 1) (1)「コア」は「生鮮食品を除く総合」を、「コアコア」は「生鮮食品及びエネルギーを除く総合」を指す。  
 2) (2)について、12か月後方移動平均をとっている。

7 消費者物価指数において、「コア」とは「生鮮食品を除く総合」を指し、「コアコア」とは「生鮮食品及びエネルギーを除く総合」を指す。  
 8 2024年の仕入価格D.I.と販売価格D.I.の差は縮小している（付1-(1)-2図）。

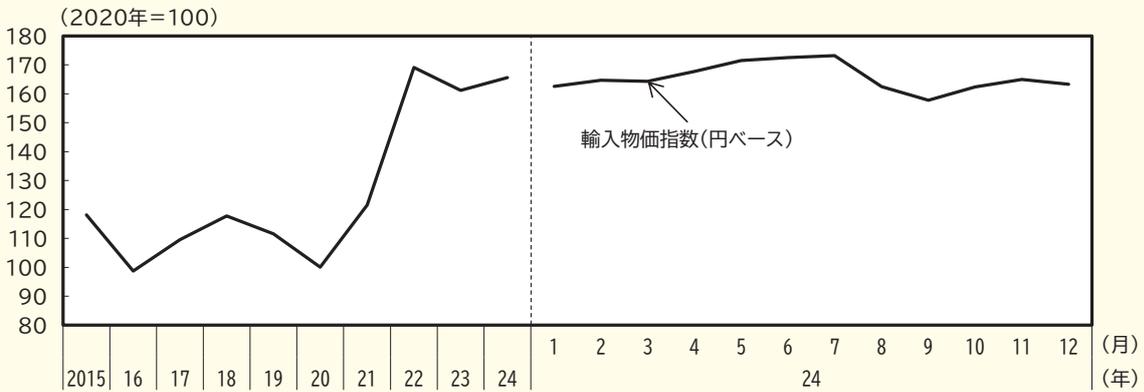
第1-(1)-11図 消費者物価指数（総合）に対する財・サービス分類別寄与度の推移

- 2024年の消費者物価指数（総合）の伸び率は前年比2.7%となり、1991年以来3年連続で前年比2%以上の上昇。

(1) 消費者物価指数（総合）に対する財・サービス分類別寄与度の推移



(2) 輸入物価指数の推移



資料出所 総務省「消費者物価指数」、日本銀行「企業物価指数」をもとに厚生労働省政策統括官付政策統括室にて作成

## コラム 1-1 サービス収支における「デジタル関連サービス」について

一定期間における海外との財・サービスの受払（貿易・サービス収支）や海外への投資に伴う受払（第 1 次所得収支）等で構成される経常収支は、我が国では長期的に黒字で推移しているが、その内訳は大きく変化してきた。経常収支は、財貨（物）の輸出入の収支を表す「貿易収支」、サービス取引の収支を表す「サービス収支」、対外金融債権・債務から生じる利子・配当金等の収支状況を表す「第一次所得収支」及び居住者と非居住者との間の対価を伴わない資産の提供に係る収支状況を表す「第二次所得収支」により構成される。黒字を長らくけん引してきた貿易収支は、2000年代後半、リーマンショック頃を境に構造が変化しており、2022年以降は赤字基調となるなど、常態的な黒字ではなくなっている（コラム 1-(1)-1 図）。

また、サービス収支については、2019年以前は 1 兆円前後で推移していた赤字が、2020年以降は年平均で▲3.9兆円の赤字となっており、2024年についても▲2.8兆円の赤字と、2010年代と比較すると赤字が拡大する傾向にある。サービス収支については、国際貨物、旅客運賃等の「輸送」、訪日外国人旅行者の宿泊費、飲食費等の「旅行」、証券売買等に係る手数料の「金融」及び特許権、著作権等の使用料の「知的財産権等使用料」等から構成される。ここで、日本政策投資銀行のレポート<sup>9</sup>を参考に、サービス収支の項目のうち、「著作権等使用料」「通信・コンピューター・情報サービス」、「専門・経営コンサルティングサービス」を「デジタル関連サービス」と定義し<sup>10</sup>、その動向を確認すると、サービス収支の赤字幅の主な要因が「デジタル関連サービス」の赤字幅によるものであることが分かる（コラム 1-(1)-2 図）。

「デジタル関連サービス」の収支をみると、2019年は▲3.9兆円だった赤字幅が、2024年には▲6.8兆円に達し、大幅に赤字幅が拡大している。AIの進展やDX化に伴い、クラウドサービス等のデジタル関連サービスの利用は進んでいるが、そのプラットフォームの多くが、外資系巨大IT企業等により提供されていることや、「専門・経営コンサルティングサービス」に区分されるインターネット広告の外資系企業のシェアが拡大していることなどを背景に、「デジタル関連サービス」の赤字幅が拡大している<sup>11</sup>と考えられる。

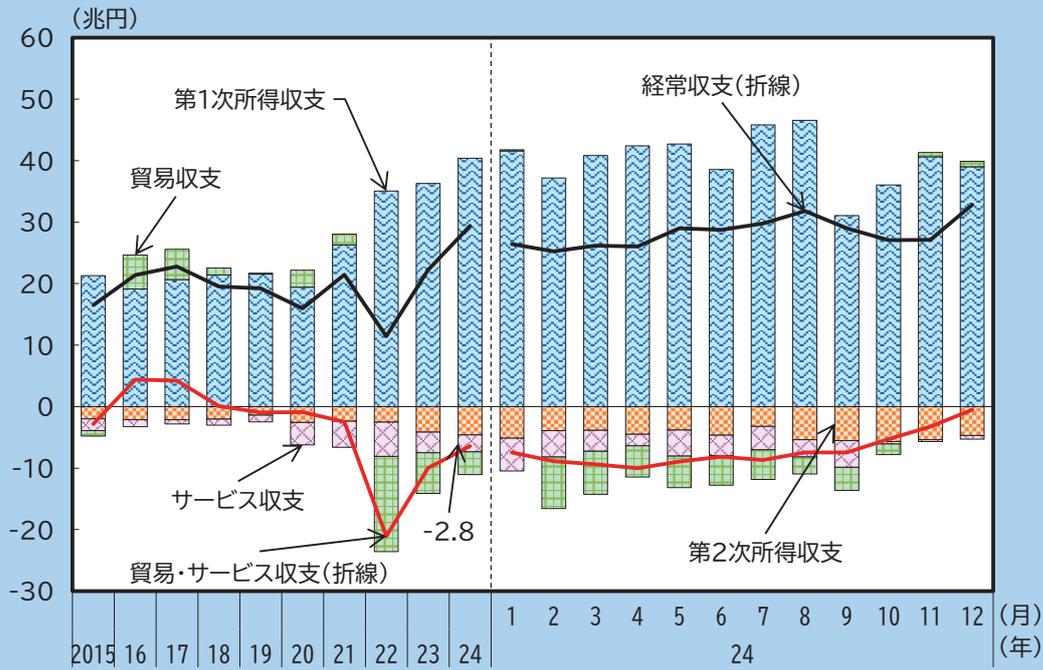
9 日本政策投資銀行「拡大するサービス貿易と日本のデジタル赤字」（2024）。

10 「著作権等使用料」にはスマートフォン等のOSやアプリケーションのライセンス料が、「通信・コンピューター・情報サービス」にはクラウドサービス料が、「専門・経営コンサルティングサービス」にはウェブサイト広告の広告料が含まれる。

11 日本銀行「国際収支統計からみたサービス取引のグローバル化」（2023）。

【コラム1-(1)-1図 経常収支の推移】

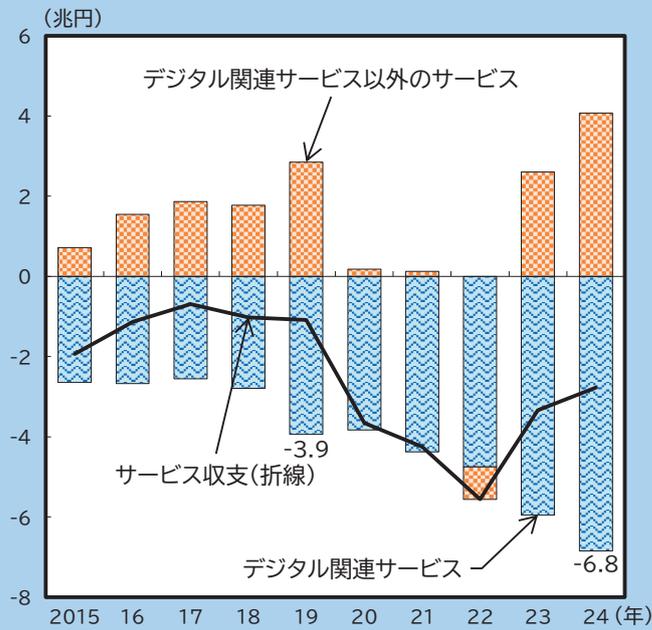
○ サービス収支の赤字は、2010年代と比較すると、2020年以降は拡大傾向。



資料出所 財務省「国際収支状況」をもとに厚生労働省政策統括官付政策統括室にて作成  
 (注) 1) 月別の経常収支及び貿易・サービス収支については、3か月後方移動平均値。  
 2) 月別のデータは、年換算額。

【コラム1-(1)-2図 デジタル関連サービスの収支の推移】

○ 2024年の「デジタル関連サービス」の赤字は6.8兆円。



資料出所 財務省「国際収支状況」をもとに厚生労働省政策統括官付政策統括室にて作成  
 (注) 「デジタル関連サービス」とは、サービス収支の項目のうち、「著作権等使用料」「通信・コンピューター・情報サービス」「専門・経営コンサルティングサービス」を指す。