

エコポイント制度、エコカー補助金の利用状況

～ 年収1000万円以上世帯は平均40,062円、年収300万円未満世帯は11,974円 ～

(1) 2009年春に始まったエコポイント制度、エコカー補助金は、マクロの個人消費に一定の押し上げ効果(図表1)。以下では、購入支援策の利用状況を世帯タイプ別に検証。

(2) 直近1年間の状況を見ると、いずれのタイプの世帯でも支援対象品の購入が拡大(図表2)。

新車：中低所得勤労者世帯を除く世帯で前年比2～3割超の高い伸び。中低所得勤労者世帯では、支援金が購買力の低さを補うには至らず低い伸び。

冷蔵庫：新車とは対照的に中低所得勤労者世帯で最高の伸び。結婚や子供の成長に伴う買い替え需要が多く、比較的若い世帯が中心的な需要層となるため。

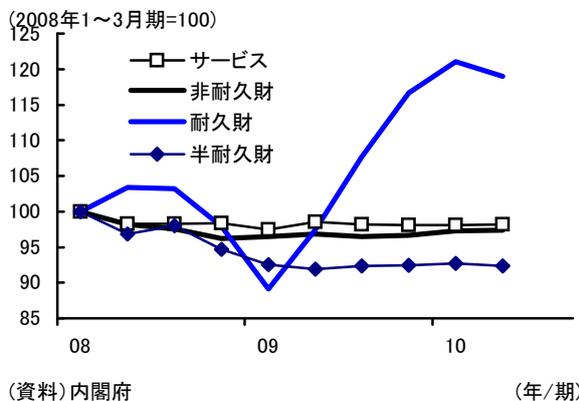
エアコン：選択的支出の性格が強く、高所得勤労者世帯で高い伸び。

テレビ：地デジ対応がすべてのタイプの世帯の買い替え促進に作用。とりわけ、支援策導入前に買い替えが進んでいなかった中低所得勤労者世帯で高い伸び。

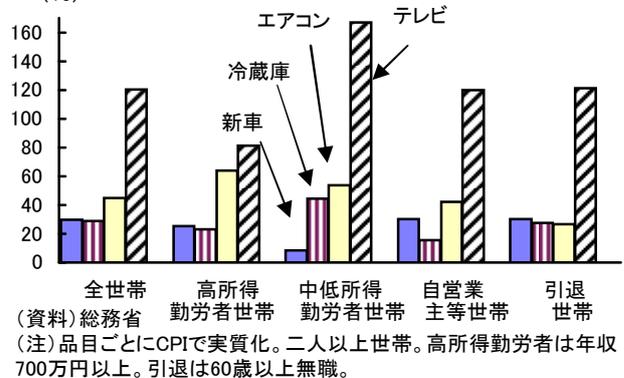
(3) 対象4品目の実質消費額の推移をみると、支援策導入直後の2009年4～6月期には、高所得勤労者世帯と引退世帯のみ消費が拡大したが、同7～9月期以降、その他世帯でも拡大(図表3)。その後、2009年年末商戦、2009年度末のエコポイント制度縮小前の駆け込み需要期に伸びが加速。2010年度入り後は、いずれの世帯タイプでも増加ペースが鈍化。

(4) 世帯当たりの支援策利用額を試算してみると、年収300万円未満の勤労者世帯では11,974円、年収1000万円以上世帯では40,062円(図表4)。テレビ、冷蔵庫については比較的差が小さいものの、総じて消費額が大きい高所得世帯ほど利用額が大きい傾向。

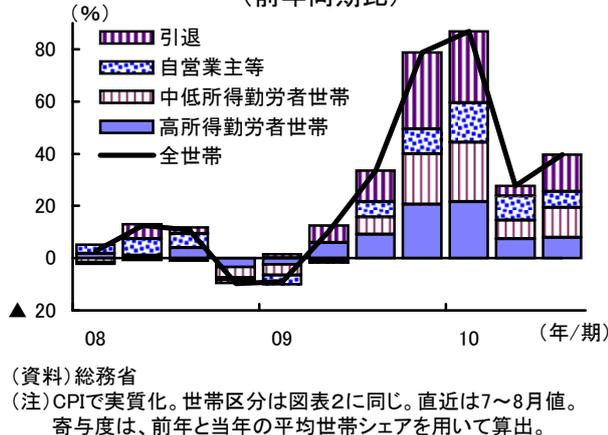
図表1 実質個人消費の推移(季節調整値)



図表2 購入支援対象品の世帯タイプ別実質消費(前年比、2009年9月～2010年8月)(%)



図表3 対象4品目実質消費額の世帯タイプ別推移(前年同期比)(%)



図表4 購入支援策の平均利用額(試算)(2009年4月～2010年8月、1世帯当たり)(円)

	新車	冷蔵庫	エアコン	テレビ	合計
全世帯平均 (世帯シェア、%)	13,886	667	582	5,699	20,834
勤労者世帯					
① 年収300万円未満 (5)	7,058	407	348	4,161	11,974
② 300～500万円 (11)	11,003	634	450	5,066	17,153
③ 500～700万円 (12)	16,358	646	554	4,076	21,634
④ 700～1000万円 (12)	22,766	716	664	6,419	30,565
⑤ 1000万円以上 (7)	31,229	852	980	7,002	40,062
自営業主等世帯 (16)	14,203	717	562	5,686	21,168
引退世帯 (30)	10,140	647	572	6,222	17,581

(資料)総務省ほかをもとに日本総合研究所作成 (注)二人以上世帯。エコポイントは1ポイント=1円で換算。