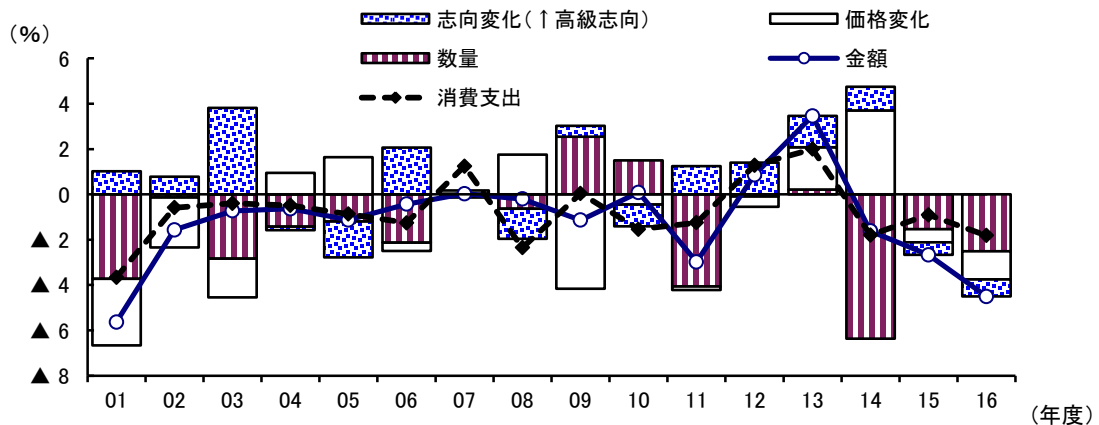


購入単価からみた個人消費動向

- (1) 個人消費の伸び悩みが長期化するなか、消費者物価が下落に転じ、デフレ脱却の動きに黄色信号。そこで、世帯支出を、購入単価と数量に分けて動きをみると、足許では、購入単価が下落傾向にあるうえ、数量も減少傾向。とりわけ、購入単価については、2000年代前半や、同終盤の物価下落時には、より質の高いものを選択する高級志向の効果が購入単価下支えに作用していたが、今回は、そうした動きもみられない（図表1）。
- (2) この背景には、足許の消費者物価の下落が、ガソリン、光熱費など「食料除く非耐久財」に集中し、耐久財、半耐久財、食料などで賃金を上回る物価上昇が持続していることが指摘可能（図表2）。2000年代終盤のような幅広い分野での物価下落がみられず、購入頻度の高い食品や日用品で緩やかな物価上昇が続くなか、家計の物価警戒感・物価先高観は根強く、高級志向を追求する余裕がないことがうかがえる。さらに、消費増税前の駆け込み需要が、数量面での反動減に加え、購入頻度の低い耐久財等で高級志向が強まった反動の顕在化により、購入単価押し下げに作用している可能性も指摘可能。

(図表1) 世帯支出変化の内訳(前年比)



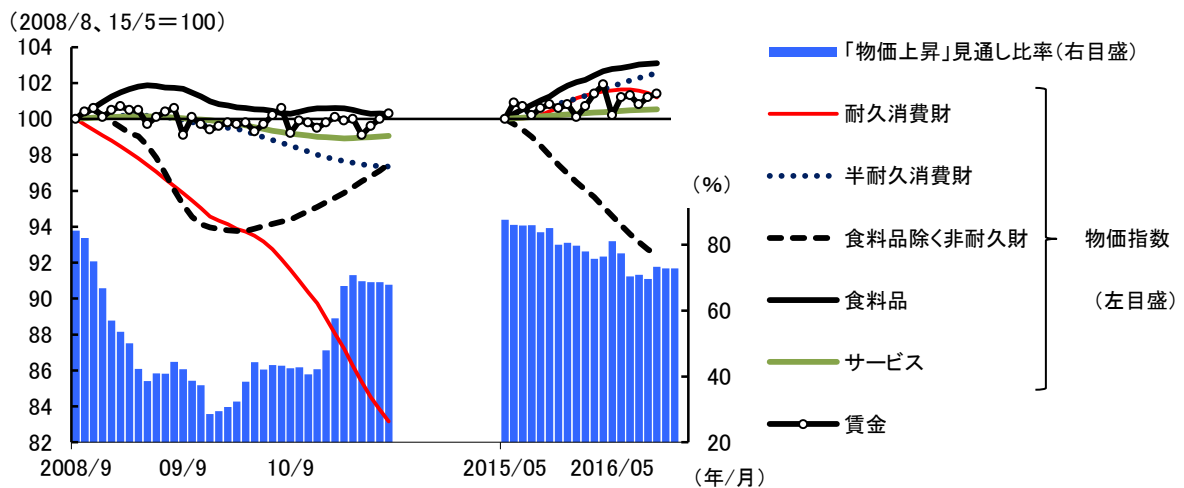
(資料) 総務省

(注1) 金額と内訳は購入単価の公表がある116品目の加重平均。

(注2) 価格変化は消費者物価の前年比伸び率。志向変化は、購入単価の前年比伸び率-消費者物価の前年比伸び率。

(注3) 2016年度は4~11月。

(図表2) 物価下落局面における品目別消費者物価と賃金および物価上昇を見込む消費者の割合

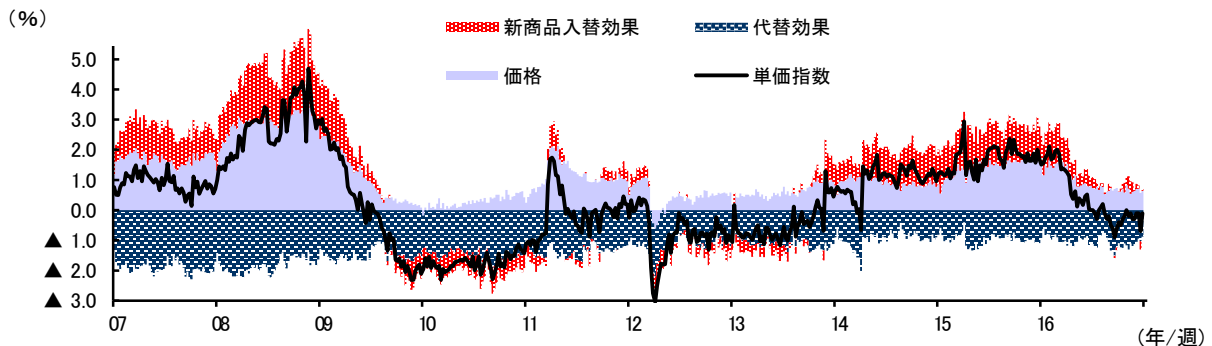


(資料) 総務省「消費者物価指数」、内閣府「消費動向調査」

(注1) 消費者物価指数は後方12ヵ月移動平均。

- (3) 一方、供給サイドでは、単価押し上げに奏功していた新商品投入の効果が一服（図表3）。消費財メーカーは、消費増税前後から、値上がりによる販売不振対策として新商品投入に注力。しかし、今年度入り後、採算低下から、食品分野を中心に新商品投入の選択と集中を進めたため、単価押し上げ効果が低下。また、以前の物価下落局面に比べると限定的ながら、外食、流通企業などで低価格戦略も散見される（図表4）。
- (4) 11月以降に進んだ円安傾向が今後、定着するようであれば、資源価格の下げ止まり傾向とも相俟って、2017年には、輸入食品を筆頭に物価押し上げ圧力が強まり、実質購買力を低下させる可能性（図表5）。この動きが消費者の高級志向の抑制、節約志向の強まりにつながれば、個人消費が下振れする懸念も。
- (5) 人口減少を背景に、数量面からの需要拡大が見込み難いなか、消費拡大とデフレ脱却の両立を実現させるには、需要増加を伴う購入単価の上昇が不可欠。政府が成長戦略や労働市場改革を進める一方、企業には収益増の賃金への配分や、ビッグデータの活用等による消費者のニーズにきめ細かく応えた新製品投入を進めることが求められる。

(図表3) 消費者購買単価指数(前年比)



(資料)一橋大学消費者購買単価指数

(注1)価格は継続商品の価格変化(物価変動に相当)、代替効果は 継続商品内で割安商品の販売が伸びる効果。

新商品入替は継続商品より高い新商品導入と低い商品の市場からの退出の影響。

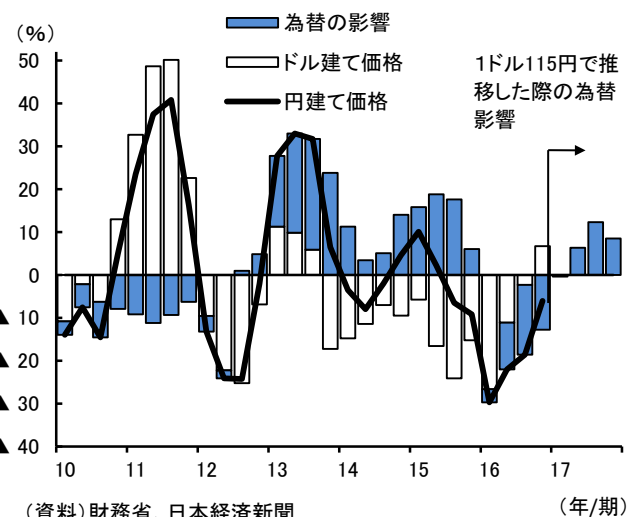
(注2)集計対象は、スーパー、GSM、コンビニ、ドラッグストアのPOSデータ。

(図表4) 2016年度の低価格戦略展開の例

時期	企業名	内容
4月	吉野家	牛丼より50円安い豚丼を発売
8月	エービーシー・マート(靴)	従来比2割程度安価な商品を増やす
9月	マクドナルド	平日限定で低価格ランチセット導入
9月	ユニクロ	一部衣料品を値下げ
10月	ベネッセ(進研ゼミ)	2017年度の小中学生向け教材費等の5~8%値下げを発表
11月	ダスキン(ミスタードーナツ)	35種類を10~30円値下げ
11月	イオン	プライベートブランド(PB)の主力30品目の値下げを発表
12月	青山商事(アメリカンイーグル)	2017年1月からのカジュアル衣料値下げを発表

(資料)各種報道から日本総合研究所作成

(図表5) 輸入小麦価格への為替の影響(前年比)



(資料)財務省、日本経済新聞