

2024年01月11日掲載

## 小方尚子 - 消費弱含みの原因をどうみるか



小方尚子

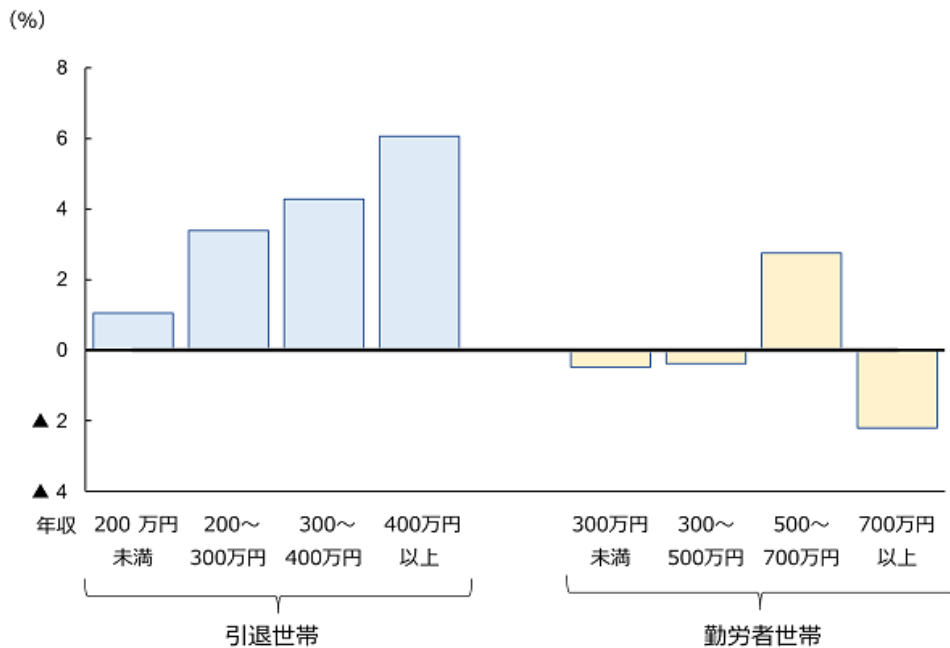
株式会社日本総合研究所  
調査部 マクロ経済研究センター 主任研究員

*HR* **watcher**

わが国の個人消費は、実質GDPベースでは、2023年7～9月期に2期連続で前期比マイナスとなるなど弱含み、腰折れ懸念も浮上しています。もっとも、世帯タイプ別の消費動向をみると、勤労者世帯でコロナ禍からの回復が一巡したことに加え、高所得層が物価高を背景に家電や自動車といった耐久財等の購入を先送りするなど、一時的とみられる要因が大きく作用していることから、今後の個人消費は、総じて回復傾向を維持すると判断されます。

所得階層別に2023年4～10月の名目消費支出をみると、引退世帯平均では前年比+5.2%と、同時期の物価上昇（4～10月平均、同+3.3%）を上回って増えており、堅調な回復を続けています。一方、勤労者世帯平均では同▲0.5%と、物価高を受けて膨らみやすいはずの名目ベースの消費が減少しました。とりわけ高所得層が大きく落ち込んでいます **【図表1】**。

【図表1】世帯タイプ別の名目消費支出（2023年4～10月、前年比）



資料出所：総務省「家計調査」（以下、【図表2、3】も同じ）

【注】1. 二人以上世帯。引退世帯は世帯主が無職の世帯。

2. ▲はマイナスを表す（以下同じ）。

“堅調な引退世帯の消費”と、“低調な勤労者世帯の消費”の背景として、3点挙げられます。

第1に、コロナ禍からの回復のタイミングの違いです。

引退世帯では、コロナ感染を警戒したサービス消費抑制が長期化した上に、財消費も横ばいで推移し、本格的な回復が2023年に入ってからでした。コロナ禍によるペントアップ需要（一時的に購買活動を控えていた消費者の需要が、一気に表面化すること。繰越需要）は高所得層ほど積み上がっており、現在、この先延ばしされた消費が顕在化しています。供給制約が緩和した自動車などの耐久財に加え、コロナ禍で手控えられた旅行など教養娯楽サービスが引退世帯の消費をけん引しています。

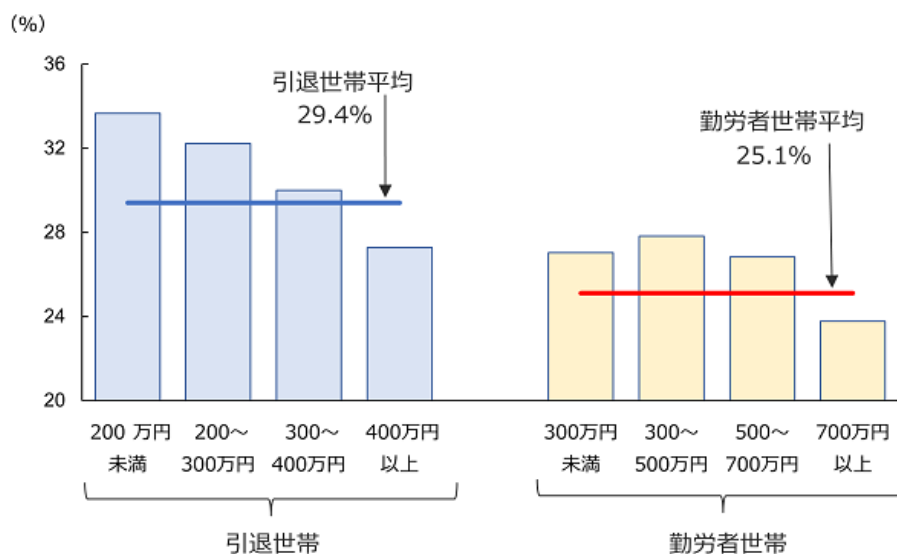
これに対し勤労者世帯では、既にペントアップ需要が一巡しつつあります。勤労者世帯では、コロナショック後、まずは在宅勤務などに対応した家電や家具などの消費が増加し、2022年には対面サービス消費や化粧品・被服など外出関連の財消費も回復しました。2023年にはこうした動きがおおむね一巡しています。

第2に、生活必需品への支出割合の違いです。

引退世帯では、食料や光熱費などの必需品の割合が高く、選択的な支出への割合が低くなっています。例えば、2022年のエンゲル係数（消費支出に占める食費の割合）は、勤労者世帯の平均25.1%に対し、引退世帯平均では29.4%に上ります【図表2】。必需品への支出は、価格が上昇しても購入数量を減らしにくいいため、この割合が高いと、物価が上昇しても、結果として実質ベースの消費が底堅く推移することになります。

これに対し勤労者世帯では、選択的支出への割合が高い分、物価が上昇すると消費が抑制されやすい傾向があります。とりわけエンゲル係数が低い高所得層では、消費抑制傾向が強まり、①家電の新機種、②新車、③ファッションを楽しむという意味での被服・履物、といった選択的支出が減りました。

【図表2】 世帯タイプ別のエンゲル係数（2022年）

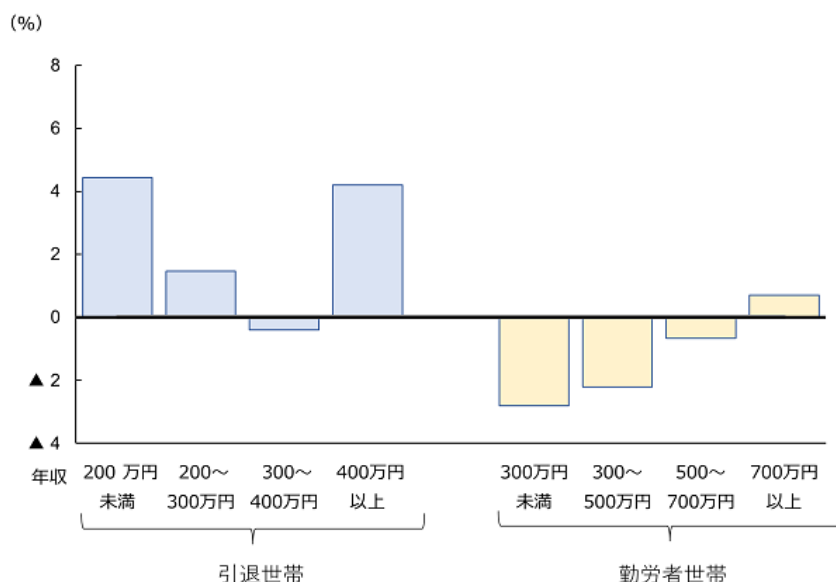


第3に、所得状況の違いです。

引退世帯にとって主な収入源である年金が、2023年4月に既裁定者（既に年金を受給している人、68歳以上）で1.9%、新規裁定者（新規に年金を受け取る人、67歳以下）で2.2%引き上げられました。ともに、足元の物価上昇には追いついていないものの、年金受給額の大きさにかかわらず同じ改定率で引き上げられます。これにより、物価上昇による購買力低下を緩和する効果が低所得世帯にも及んでいます【図表3】。また、高齢者には、年収が低くても金融資産がある世帯も多く、こうした世帯では株高に伴う財産所得の増加もみられました。

これに対し、勤労者世帯については、可処分所得が年収700万円未満の層で減少しています。近時、賃金が引き上げられていますが、賃上げ幅にはバラツキがあります。中小零細企業などでは、コロナ禍後の環境変化への順応の遅れなどから業績が悪化し、賃金が上昇しないケースもみられます。このため、低所得の勤労者世帯の多くは、消費を増やせない状況に陥っていると考えられます。

【図表3】世帯タイプ別の可処分所得（2023年4～10月、前年比）



先行きの物価は、原材料高を理由とする値上げの動きが落ち着き、前年比2%程度に鈍化していくと予想されます。また、2024年春闘の賃上げ率は、2023年に続き高い伸びとなる見通しで、既に大幅な賃上げを表明している企業もみられます。このため、家計の購買力は回復し、消費は緩やかに増加すると考えられます。

引退世帯では、コロナ禍からの消費回復が一巡するにつれ、消費増加ペースは鈍化するとみられるものの、必需品の割合が高いことから、大きな落ち込みには至らないと予想されます。世帯平均で70万円ほどと試算される、コロナ禍で積み上がった過剰貯蓄を取り崩す動きも、消費の支えとなる見込みです。

勤労者世帯については、賃金上昇による所得環境の改善が見込まれることで、低所得層の消費が持ち直すほか、高所得世帯でも物価上昇による買い控えが徐々に薄れていく見込みです。今回の物価高局面では、[前々回の本欄](#)でも指摘したとおり、従来の局面と異なり、食品や日用品などで購買単価が物価上昇以上に高まる傾向が続いており、プチ贅沢を楽しむ消費者もみられています。こうした動きは、物価上昇に消費者が徐々に慣れつつある兆しと考えることができます。

一方、リスクとしては、中東情勢の悪化などを背景とする原油高などが挙げられます。これが物価全般のさらなる上昇を招き、家計の購買力が低下すると、賃金が上昇した世帯でも消費の先送りを続けることが懸念されます。このため、個人消費の回復に向けては、コスト増による物価上昇が落ち着くかどうかを注視する必要があります。

#### Profile

小方尚子 おがた なおこ

株式会社日本総合研究所 調査部 マクロ経済研究センター 主任研究員

東京大学教養学部教養学科卒業。三井銀行（現三井住友銀行）入行と同時に三井銀総合研究所

（現日本総合研究所）へ出向。2005年、法政大学大学院修士課程修了。アジア経済、米国経済の調査分析を担当した後、現在は、個人消費、雇用、賃金、物価など家計部門を中心とする国内マクロ経済分析に従事。