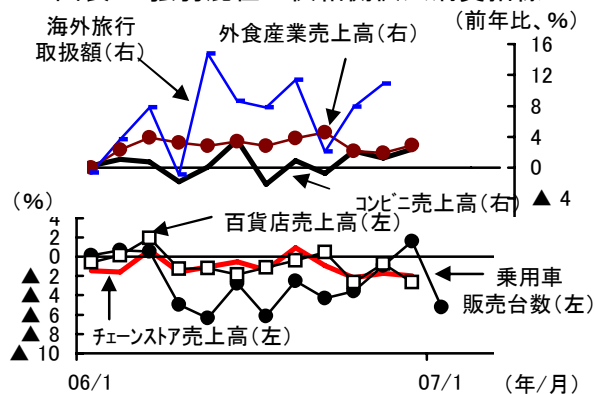


個人消費の先行きをどうみるか

～マクロでは緩やかな回復・ミクロではバラツキ～

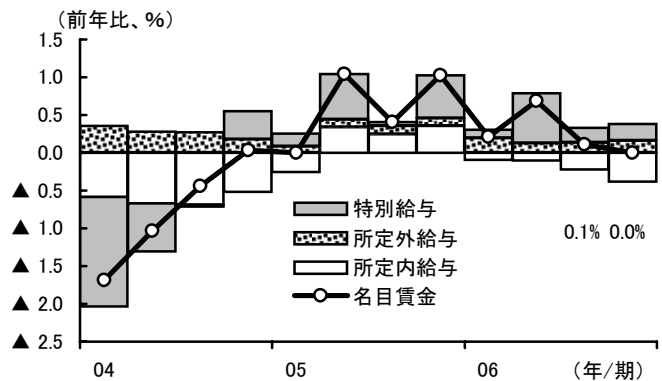
- (1) わが国景気は、企業部門をリード役として景気拡大期間の戦後最長記録を更新中の模様。もっとも、今回の拡大局面では、個人消費に力強さがみられず、景気の先行きに懸念の声も。そこで、以下では、**持続的な成長実現のカギともいえる個人消費の先行きを展望**。
- (2) **足元の個人消費動向を確認しておく、強弱混在の動き。**
- イ) **個人消費は一部に弱い動き** (図表1下段)。これには、衣料品を中心に表れた天候不順のマイナス影響のほか、携帯電話のナンバーポータビリティ導入やパソコンの新製品投入前の買い控えなど、一時的要因が少なからず影響。しかし、より**基本的な要因は、賃金の伸び悩み** (図表2)。さらに、定率減税の縮減等が2006年通年で雇用者報酬の約0.7%にあたる負担増となり、可処分所得を一段と下押し (図表3)。
- ロ) 一方、**コンビニや外食産業では、新規出店が収益面での圧迫要因になっているものの、売上高自体は前年比プラスを維持。旅行需要も堅調** (前掲図表1上段)。さらに、内閣府『景気ウォッチャー調査』では、単月による振れはあるものの、**総じてサービス分野の景況感は改善傾向** (図表4)。こうした底堅さの背景には、**雇用情勢の改善**。雇用者数は、2004年春頃から増加に転じており、雇用不安が薄らいできたことで、消費者マインドも改善傾向 (図表5)。また、**一定規模の金融資産を持ち、安定した年金収入を見込める高齢者層の消費が堅調** (図表6)。そこには、人口シェア上昇に伴い、高齢者層の消費が全体を下支えする効果が徐々に強まる構図。
- ハ) このように、**消費者マインドが安定化し、高齢者層が下支え役を果たすも、薄型テレビや新たなゲーム機、旅行など「新製品・欲しいもの」への支出が拡大。半面、賃金の伸び悩みのもとで収入に限られるため、消費者のモノ・サービスに対する選別の厳しさが強まり、「日常品・こだわりの低いもの」への支出は抑えられる結果、消費の強弱混在の状態に。**

図表1 強弱混在の供給側個人消費指標



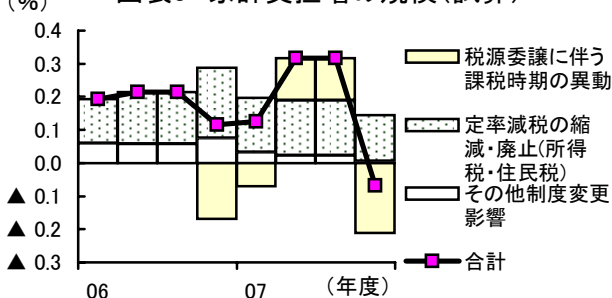
(資料)国土交通省、各業界団体HP
(注)売上高はいずれも全店ベース。

図表2 名目賃金の推移



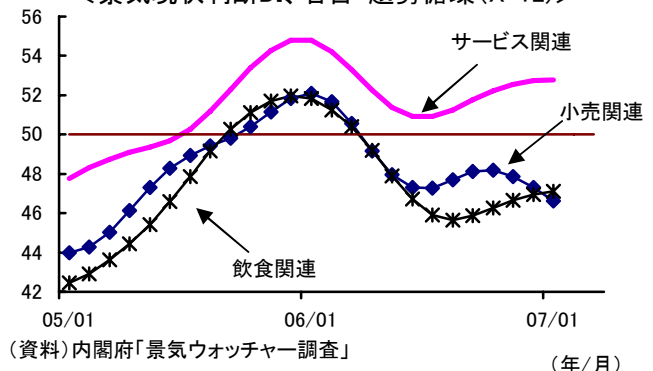
(資料)厚生労働省「毎月勤労統計調査」

図表3 家計負担増の規模(試算)



(資料)財務省、厚生労働省資料ほかから日本総研試算。
(注)前年同期差額の雇用者報酬対比率。

図表4 景気ウォッチャー調査:家計動向関連<景気現状判断DI、名目・趨勢循環(X-12)>



(資料)内閣府「景気ウォッチャー調査」

(3) 先行きを展望すると、2007年の個人消費は、財産所得の増加や資産効果に支えられる形で、マクロ的には回復傾向をたどる見通し。

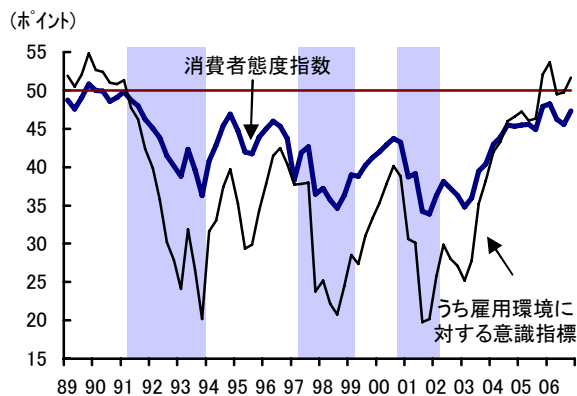
イ) 雇用・所得環境は、引き続き緩やかな回復傾向を続ける見通し。人手不足感を背景に、企業は雇用者採用に引き続き積極的。パート社員の正社員への切り替え、初任給引き上げなどの動きも。しかし、雇用者全体からみると賃金押し上げ効果は限定的(図表7)。2007年度の賃金引き上げ交渉も前年をやや上回る程度での妥結となる見込み。この背景には、世界的な競争激化による賃金引き下げ圧力のほか、「株主重視」の経営姿勢が強まるなか、配当資金を確保するため賃金を抑制する傾向。定率減税の残り半分の廃止も所得下押し要因。

ロ) 一方、近年では、雇用者所得以外の個人消費下支え要因の影響が徐々に拡大(図表8)。

- ① 預金利子、株式の配当、不動産や保険の積み立てなどの保有資産から得られる財産収入が増加傾向。とりわけ、個人株主の配当収入が「株主重視」の経営姿勢により増える見込み。
- ② 地価・株価の上昇による保有資産の評価額押し上げが消費を刺激する資産効果。堅調な企業収益に、米国経済復調の効果に加わり、2007年後半には国内株価の堅調な推移が期待可能。これを受けて資産価格感応度の高い嗜好品・高額品の購買意欲が刺激される可能性。
- ③ 既に触れた年金などの社会給付に伴う高齢者層の消費下支え効果の着実な拡大。

(4) 以上より、マクロ個人消費の回復傾向は、維持される見通し。引き続き新製品や魅力ある商品、シニア関連市場が牽引。半面、賃金の伸び悩み傾向が続くため、消費者はメリハリを付け、「普通のモノ・サービス」は極力安く済ませる傾向も不変。つまり、ミクロの消費における好不調のバラツキも残存。このため、個別の企業にとっては、消費者に魅力を感じさせる「差別化」が引き続き重要な課題。

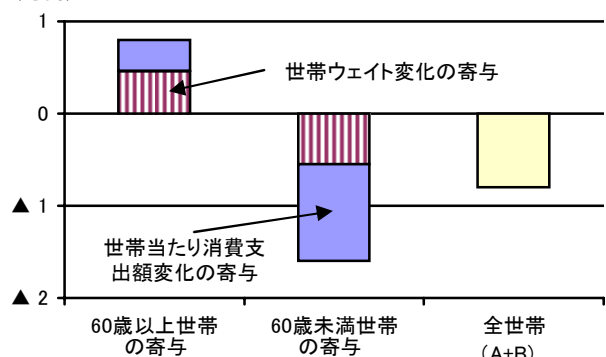
図表5 消費者態度指数の推移



(資料)内閣府「消費動向調査」

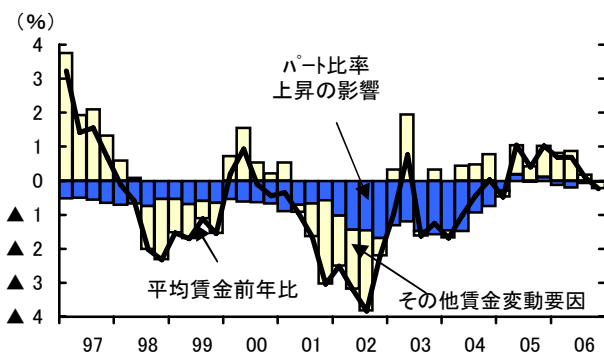
(年)

図表6 個人消費全体を下支えする高齢層消費 (世帯当たり消費額変化の要因分解)



(資料)総務省「家計調査」から日本総研作成
(注)2005~2006年累計変化額。

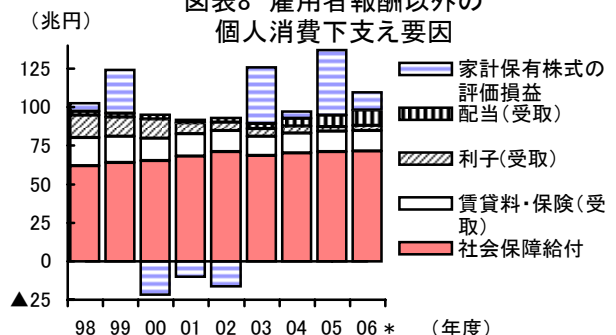
図表7 パート比率上昇による賃金低下圧力の縮小



(資料)厚生労働省「毎月勤労統計」から日本総研作成

(年/期)

図表8 雇用者報酬以外の個人消費下支え要因



(資料)内閣府「国民経済計算」、日本銀行「資金循環」
(注)株式の評価損益は前年度末との比較によるもの。投資信託を含む。2006年度は日本総研推定。