

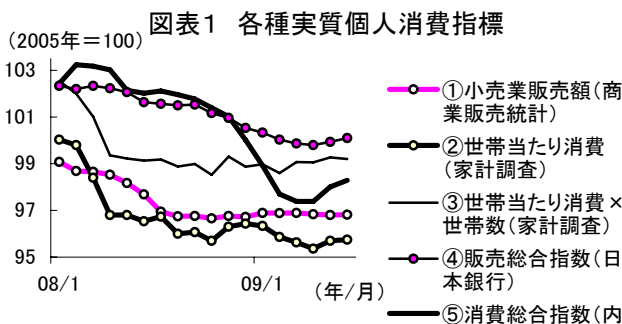
## 悪化する所得環境への対応を図る家計 ～低価格指向と「特別な消費」の底堅さ～

(1) このところ個人消費に下げ止まりの動き(図表1)。この背景には、所得要因として①定額給付金による収入押し上げ効果、マインド要因として②消費者マインド悪化の一面、価格要因として③エコポイントやエコカー減税など消費喚起策の効果、④資源価格下落が波及した物価高の沈静化による実質購買力押し上げ、が指摘可能。さらに、注目すべき点として価格面で⑤消費者の低価格品シフトが加速し、実質ベースの消費堅調に寄与。以下では、厳しい雇用・所得環境の中で進む家計の低価格指向の強まりを、主な品目別に整理したうえで、個人消費の先行きを展望。

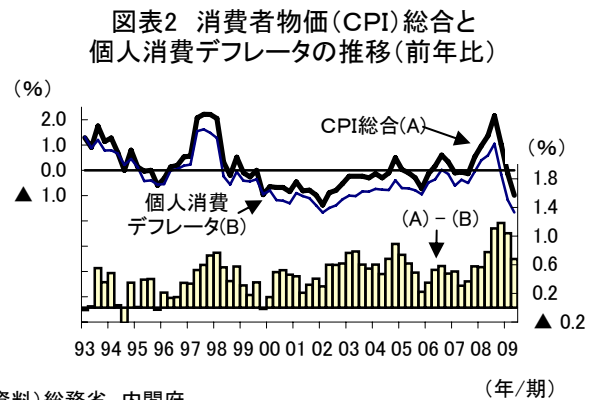
(2) マクロでみた低価格指向の強まりは、消費者物価指数(CPI)と個人消費デフレーターの変化格差から看取可能(図表2)。CPIは、基準時(2005年)の購入数量をウェイトとして加重平均しているのに対し、デフレーターはその時々購入数量をウェイトに用いるため、消費支出がより低価格のものにシフトすると、デフレーターの方がCPIよりも大きく低下する傾向。両者の差は、足元で急拡大し、低価格品へのシフトが加速していることを示唆。

(3) 低価格指向の強まりを主な品目別にみると以下の通り。

【食品】08年春以降、物価上昇に対応し、家計が特売品や安価なPB(自主企画)商品等を利用して購入単価を引き下げる動きが拡大したが、こうした低価格品シフトは、物価上昇の鎮静化とともに足元で一面(図表3)。もっとも数量の減少は持続。年度下期には、食品物価が小幅下落に転じる見込みながら、①07年までの「底値」に比べると高水準での推移が見込まれること、②食費は総支出に占めるシェアが2割強と高いこと、から「節約強化」のターゲットとなり、低価格品シフトが続く見込み。実際、生鮮肉では購入単価抑制の動きが足元でも持続(図表4)。

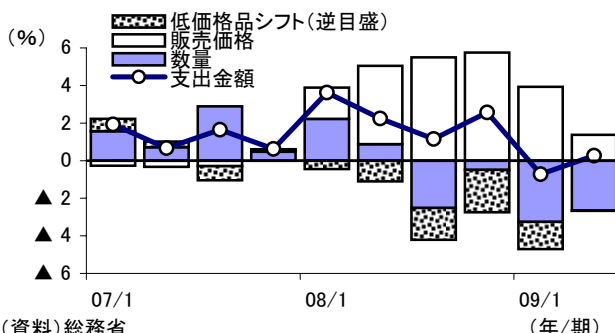


(資料)経済産業省、総務省、日本銀行、内閣府 閣府  
(注)後方3か月移動平均。  
①、③の実質化・季節調整は日本総合研究所。



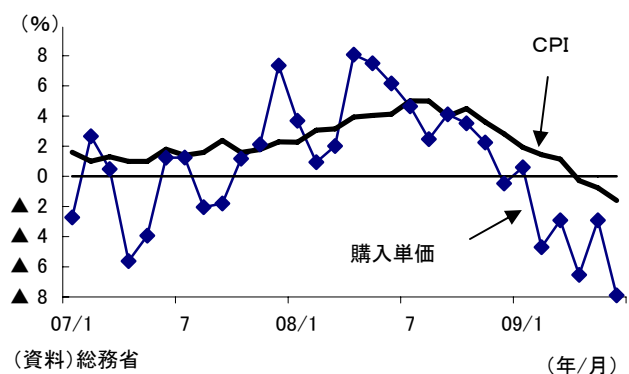
(資料)総務省、内閣府

図表3 食品(生鮮除く)の名目支出額(前年比)



(資料)総務省  
(注)41品目の加重平均値。CPIを販売価格とした。図5、7も同じ。

図表4 生鮮肉のCPIと購入単価(前年比)



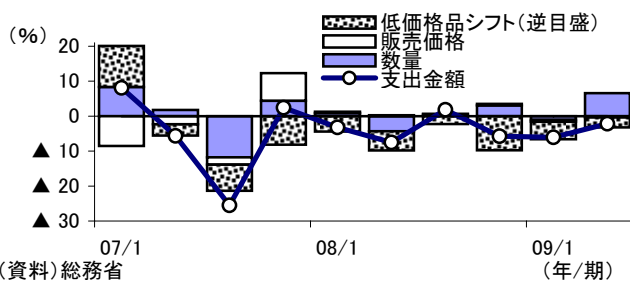
(資料)総務省

【被服】所得環境の厳しさを受けたメリハリのあつた消費行動が強まるなかで、低価格品シフトが持続（図表5）。当面を展望しても、販売側の低価格戦略の強化ともあいまって（図表6）、低価格品シフトが続く公算。

【家電】購入単価、数量ともに堅調が持続（図表7）。高機能化、省エネ化等の進んだ新製品の投入が、消費者の買い替えを誘発し、近年、単価の比較的高いもので使用年数が短縮化する動き（図表8）。エコポイント制度の対象となるテレビ、冷蔵庫、エアコンもこの範疇に。4月には制度開始をにらんだ一時的な買い控えがあつたものの、制度開始後は順調に販売が伸びており、当面、エコポイントがより高性能・高単価の機種種の消費拡大を促す見込み。ただし、携帯、パソコンなどでは使用年数が長期化し、買い替え先送りの動き（図表9）。低価格パソコンの人気上昇に伴いパソコンの出荷単価も低下傾向にあるなど、家電分野内での好不調のばらつきが大きくなる公算。

【乗用車】消費促進策が単価持ち直しに寄与。乗用車販売は軽自動車よりも単価の高い普通乗用車、小型車を中心に持ち直しの動き（図表10）。ハイブリッド車などでは年度末までの受注が既にいっぱいとなつており、年度末までこうした政策効果が続く見通し。

図表5 被服(履物含む)の名目支出額(前年比)



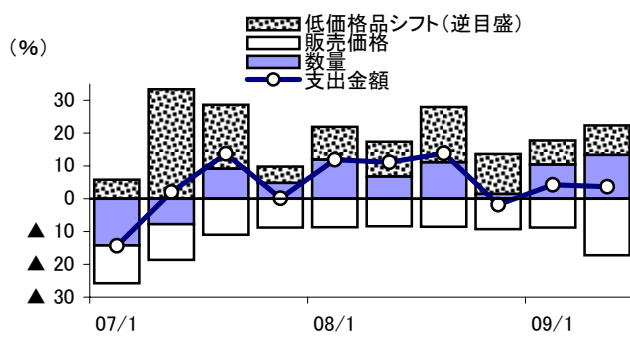
(資料)総務省  
(注)下着類除く35品目の加重平均値。

図表6 低価格衣料販売強化の動き

2008年9月	スウェーデンカジュアル衣料大手H&M日本初出店
2009年3月	カジュアル衣料のジーユー990円のジーンズ発売
2009年3月	スーパーのイトーヨーカドー、衣料品等2600品目の値下げを発表
2009年4月	米国カジュアル衣料のフォーエバー21日本に初出店
2009年5月	スーパーの西友、衣料品の低価格化強化を発表
2009年6月	百貨店の松坂屋上野店が割安な在庫品を仕入れての冬物のバーゲン開催
2009年7月	百貨店のそごうと西武、割安な自主開発衣料品の展開拡充を発表
2009年8月	スーパーのイオン、880円のジーンズ、ドレスシャツ、ネクタイを発売

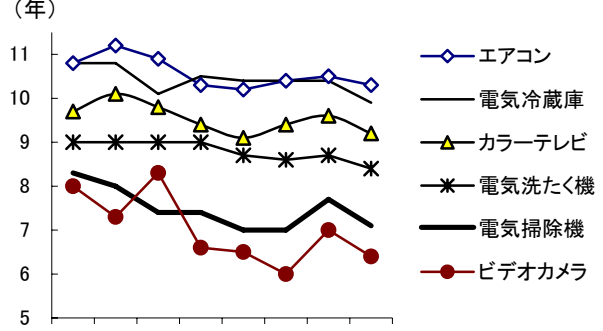
(資料)各社HP

図表7 家電の名目支出額(前年比)



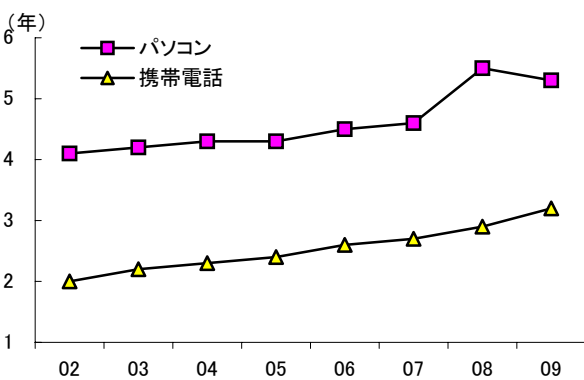
(資料)総務省  
(注)13品目の加重平均値。

図表8 平均使用年数が短縮傾向にある家電



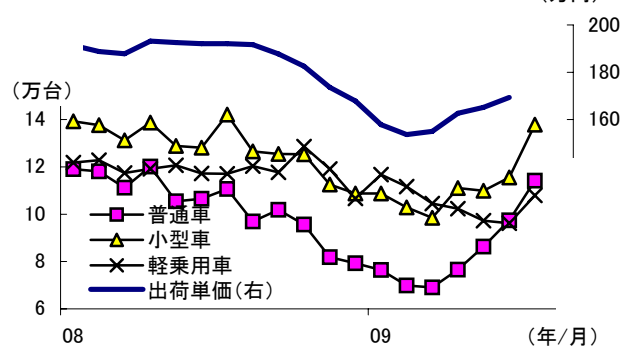
(資料)内閣府「消費動向調査」

図表9 平均使用年数が長期化傾向にある家電



(資料)内閣府「消費動向調査」

図表10 国内乗用車販売台数と出荷単価 (万円)



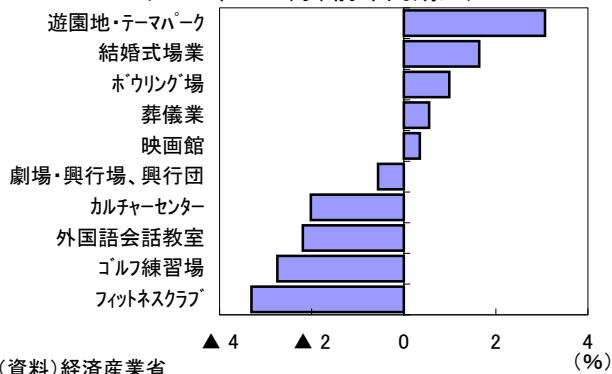
(資料)日本自動車販売協会連合会、経済産業省  
(注)出荷単価は輸出向けを含む。

【サービス】支出頻度が高いものの低価格指向が顕著になる一方、支出頻度が低いものの単価上昇が続く二極化現象（図表11）。ゴルフ練習場、カルチャーセンター、フィットネスクラブ、外国語会話教室といった利用頻度が相対的に高い分野では単価の低下が進行。遊園地・テーマパーク、ボウリング場、映画館では、単価が上昇しているが、相対的により単価の高い旅行が減少するなかで、より安価に楽しめる近場での娯楽に需要がシフトした結果である可能性。一方、結婚式、葬儀では単価上昇が続いており、思い切って支出する特別な分野と節約する日常的な分野の差が鮮明に。

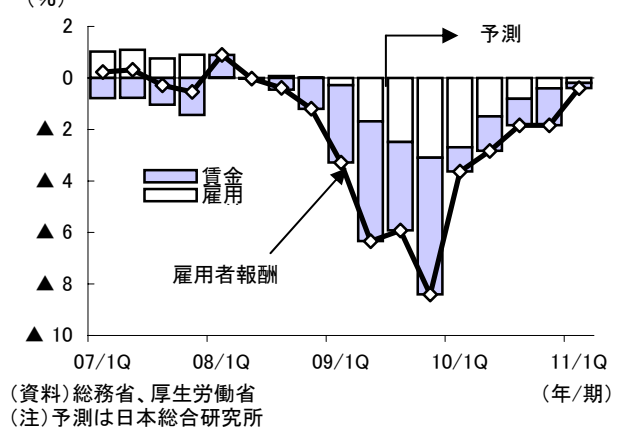
(4) 以上のように、所得環境の悪化に積極的に対応する家計の姿が各種統計からも観察可能。厳しい雇用・所得環境の下で、消費者は全体としては低価格指向を強めているものの、変化は一様ではなく、日常的な分野での低価格化を進める一方で、支出頻度の低い特別な分野や充実した購入インセンティブのある分野では、単価の高い思い切った支出が持続。支出頻度に応じメリハリをつけた予算配分は、限られた収入の中で消費全体の満足度を高めようとする動き。

(5) 先行きを展望すると、09年下期には、厳しい雇用・所得環境が続くなかで（図表12）、低価格品へのシフトが続く公算。一方、物価も資源価格の下落を主因として大幅に下落し、実質消費下支えに作用していく見通し（図表13）。2010年入り後には、資源価格の反騰の影響もあり、物価下落幅は縮小するものの、①低価格品シフトが続くこと、②雇用・所得環境の悪化ペースが緩やかになることから、実質消費が前年比プラスに復帰する見込み。もっとも、2010年度には①エコカー減税やエコポイントなどの政策効果は剥落していくこと、②雇用・所得環境の本格回復には至らないことから、実質消費の回復ペースは緩やかなものにとどまる見通し。また名目ベースでの前年比マイナス傾向は2010年度いっぱい続く公算。

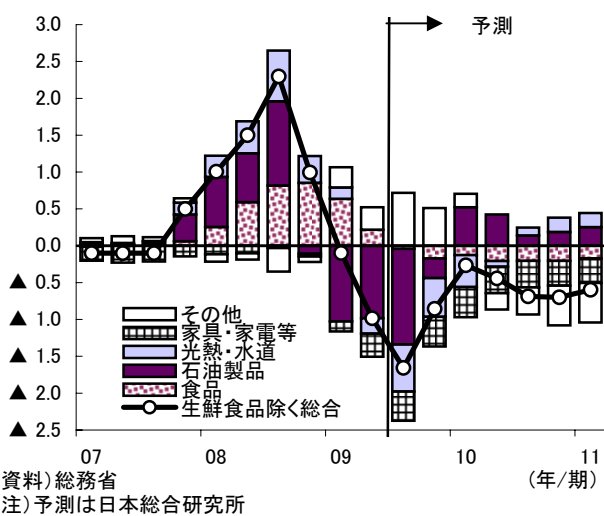
図表11 個人向けサービスの単価  
(2009年1～6月、前年同期比)



図表12 雇用者報酬の見通し(前年比)



図表13 消費者物価の見通し(前年比)



図表14 実質消費の見通し(前年比)

