

物価上昇への対応を進める家計 ～低所得層を中心に強まる節約志向～

(1) 7月の消費者物価上昇率(生鮮除く総合)は前年比2.4%と92年以来の高さに。夏場以降、原油・穀物など多くの資源価格が調整局面入りしたものの、小売価格への価格転嫁の動きは持続。こうしたなかで、家計の負担増回避の動きが活発化。以下では4～7月の消費支出実績から、品目別、世帯タイプ別の消費行動の変化を整理。

(2) 物価上昇品目(消費者物価上昇率が2%以上)の支出動向は以下の3タイプに分類可能。

- A) **物価上昇相殺型**(実質支出大幅減少により名目支出額も減少)(図表1-A)
原油価格高騰が直接影響し、物価上昇率が2ケタに達した灯油、航空運賃など。チョコレート、ケーキなど嗜好性の高い食品。
- B) **物価上昇相殺不足型**(実質支出減少ながら名目支出額増加)(図表1-B)
チーズ、マーガリン、マヨネーズ、豆腐など基本的食品、ガソリンなどの日用品が中心。食品では、銘柄変更、特売品などの利用による購入単価の引き下げが進んでいるものの(図表2)、購入数量の抑制に限界があり、名目支出が増加。
- C) **物価上昇受け入れ型**(物価上昇にもかかわらず実質支出増加)(図表1-C)
食用油、めん類、生鮮肉など食品素材は、外食費の節約や最近の食の安全性への関心の高まりによる「内食志向」を反映。焼酎、ビスケットなどの嗜好品は、より単価の高い酒、菓子の代替品としての増加。もっともこうした品目はごく限定的。

(3) 一方、物価安定(消費者物価上昇率2%未満、下落含む)品目には、以下の2タイプ。

- D) **物価上昇余波型**(物価安定でも実質支出が減少)(図表3)
娯楽費、被服費等。被服費は、今年に入り、単価の低いものへのシフトが顕著に。外食費は、居酒屋、ディナーレストランなどレジャー性の強いものを中心に減少(図表4)。

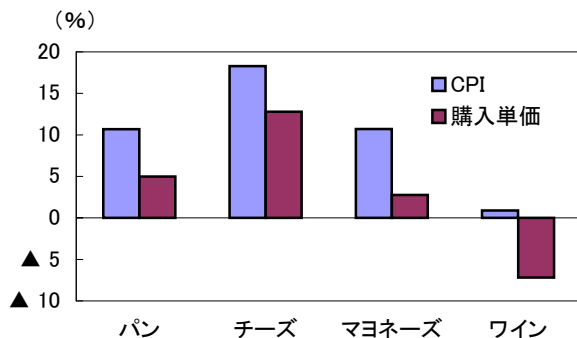
図表1 実質・名目支出パターン別の物価上昇2%以上の品目(2008年4～7月、前年同期比)

A)物価上昇相殺型 実質支出大幅減少、名目支出減少				B)物価上昇相殺不足型 実質支出減少、名目支出増加				C)物価上昇受け入れ型 実質支出増加			
	物価	支出額			物価	支出額			物価	支出額	
		実質	名目			実質	名目			実質	名目
灯油	38.1	▲53.0	▲14.9	チーズ	26.3	▲21.7	4.6	食用油	17.6	3.7	21.3
チョコレート	18.7	▲24.3	▲5.6	ガソリン	18.2	▲1.1	17.2	めん類	12.5	0.3	12.8
うなぎのかば焼き	13.3	▲31.7	▲18.4	他の菓子	13.4	▲13.1	0.3	バター	12.1	4.1	16.1
粉ミルク	8.5	▲14.8	▲6.3	パン	13.0	▲10.5	2.5	カレールウ	9.2	6.7	15.9
他の通信機器	8.1	▲28.8	▲20.6	マーガリン	12.9	▲0.9	12.0	干ししいたけ	8.5	4.1	12.7
しょう油	7.8	▲10.4	▲2.6	小麦粉	12.8	▲8.5	4.2	ビスケット	8.4	1.2	9.6
ノートブック	7.8	▲40.4	▲32.6	ヘアリンス等	9.4	▲1.8	7.5	トイレトペーパー	6.5	1.4	7.9
ケーキ	7.8	▲13.3	▲5.5	マヨネーズ等	8.9	▲5.0	3.9	殺虫・防虫剤	5.8	20.8	26.7
航空運賃	7.2	▲34.7	▲27.5	キャンデー	8.5	▲4.5	4.0	焼ちゅう	4.7	6.5	11.2
ペットフード	6.9	▲8.5	▲1.6	シャンプー	7.5	▲1.4	6.1	生鮮肉	4.3	1.2	5.5
牛乳	4.4	▲5.9	▲1.5	豆腐	3.8	▲3.2	0.6	物価上昇率ランク外で購入頻度(2007年)が100世帯当たり5000以上の品目			
				生鮮野菜	3.3	▲1.4	1.9				

(資料)総務省

(注)「家計調査」と「消費者物価指数」の共通項目で各グループの物価上昇率上位10品目。購入頻度(2007年)が100世帯当たり10未満の品目は除外。

図表2 消費者物価(CPI)上昇率と購入単価上昇率
(2008年4～7月、前年同期比)



(資料)総務省

図表3 物価上昇2%未満の実質支出減少品目
(2008年4～7月、前年同期比)

	物価	支出額	
		実質	名目
フィルム	1.3	▲48.0	▲46.7
楽器	0.0	▲35.3	▲35.3
テレビゲーム	▲0.2	▲34.4	▲34.6
遊園地入場・乗物代	0.0	▲30.4	▲30.4
カーテン	0.7	▲30.4	▲29.6
照明器具	▲2.1	▲28.9	▲31.0
掛・置時計	0.6	▲28.9	▲28.2
和服	0.3	▲18.3	▲18.0
温泉・銭湯入浴料	▲1.5	▲17.5	▲19.0
身の回り用品	2.0	▲16.5	▲14.6
生鮮魚介	1.6	▲9.1	▲7.5
一般外食	1.7	▲2.2	▲0.5

(資料)総務省

(注)物価上昇率が2%未満で実質支出減少幅上位10品目とランク外で購入頻度が高い品目。授業料等、調査対象世帯の属性変化の影響が大きいと判断されるものは除外。

E) 物価影響限定型 (物価安定が続き実質支出が増加) (図表5)
家電製品が典型で、数量的な増加に加え、上位機種への購入などによる平均単価の上昇が持続。一方、日用品については、先行きの価格上昇を見込んだ買いだめの可能性。

(4) 上記タイプ別に、消費全体の伸び(▲1.4%)(*)を寄与度分解してみると以下の通り(図表6)。

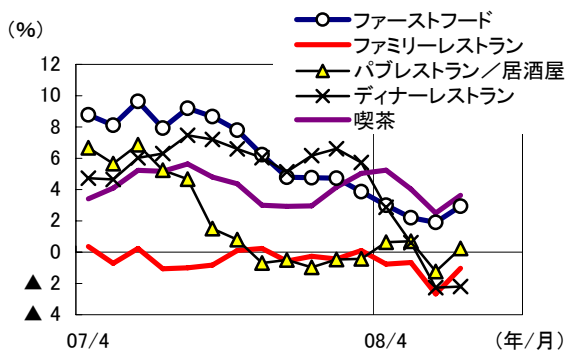
	寄与度	(支出ウェイト)
A) 物価上昇相殺型	▲1.4%	(13%)
B) 物価上昇相殺不足型	▲0.3%	(8%)
C) 物価上昇受け入れ型	0.7%	(5%)
D) 物価上昇余波型	▲3.4%	(40%)
E) 物価影響限定型	3.0%	(38%)

(*) 品目別に消費者物価指数で実質化したため総務省公表の実質消費伸び率と異なる。支出ウェイトも100%とならない。

(5) さらに世帯タイプ別に消費行動の変化をみると(図表7)、実質支出額は、中低所得世帯、引退世帯で大きく減少。食品、光熱・水道費、ガソリンなど個別分野ごとにみても、低所得世帯ほど減少幅が大きく、節約強化の傾向。

(6) 今後を展望すると、秋から来年初にかけて食品、日用品分野で再値上げが予定されており、これをうけたD)タイプ品目の広がりが見込まれるほか、一部家電製品などこれまで値上げが見送られてきた分野の価格転嫁開始が、E)タイプ品目の減少を通じて全体の実質支出を下押しする懸念。低所得世帯を中心とした節約志向がさらに強まる公算。

図表4 外食産業の売上高(全店ベース)



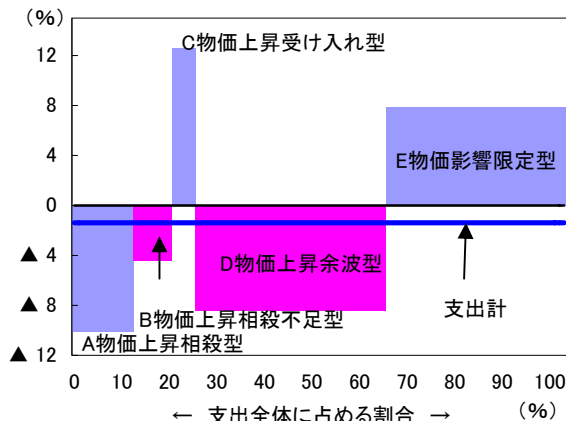
(資料) 日本フードサービス協会
(注) 前年比の3ヵ月移動平均。

図表5 物価下落品目
(2008年4~7月、前年同期比)

	物価	支出額	
		実質	名目
自動車保険料(自賠責)	▲26.6	16.3	▲10.2
テレビ	▲20.9	28.5	7.5
パーソナルコンピュータ	▲20.5	7.5	▲13.0
携帯電話	▲9.3	37.6	28.3
台所・住居用洗剤	▲6.8	12.3	5.4
紙おむつ	▲5.4	9.3	3.8
理美容用電気器具	▲4.5	7.6	3.0
敷物	▲4.5	16.9	12.4
歯ブラシ	▲3.7	3.5	▲0.2
生鮮果物	▲3.6	5.1	1.5

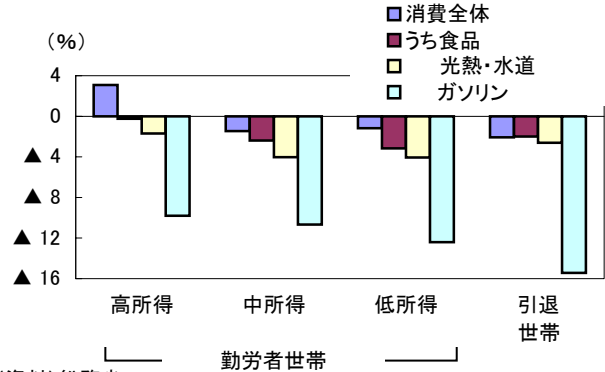
(資料) 総務省
(注) 実質支出がプラスで物価下落幅が大きい上位10品目。
購入頻度(2007年)が100世帯当たり10未満の品目は除外。

図表6 支出変化タイプ別にみた実質消費増減率
(2008年4~7月、前年同期比)



(資料) 総務省

図表7 世帯タイプ別にみた実質消費増減率
(2008年4~7月、前年同期比)



(資料) 総務省
(注) 高所得は所得上位20%、中所得はこれに次ぐ40%、低所得は下位40%の世帯。引退世帯は世帯主が60歳以上で無職。