

小方尚子 - 節約とプチ贅沢が混在する個人消費



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

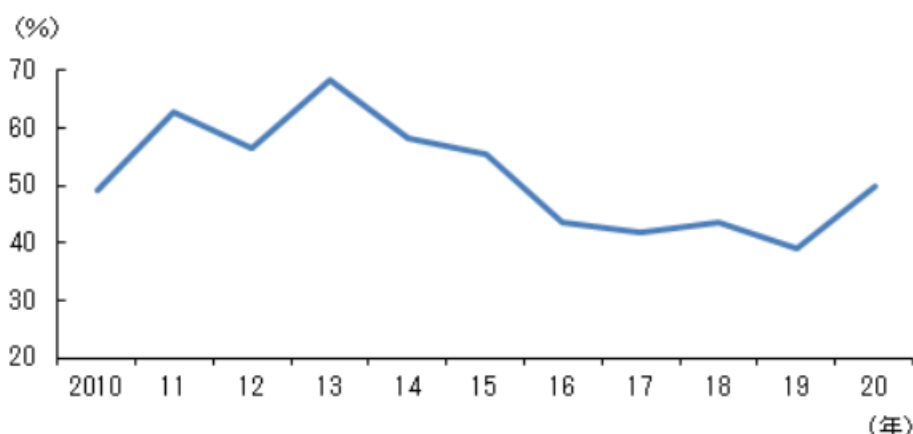
新型コロナ禍によりサービス消費を自粛する分、モノの消費はちょっと贅沢ぜいたくに、という動きが一部に見られます。一方で、雇用・所得環境の悪化を背景とした節約志向の広まりを見込み、値下げを打ち出した大手流通企業も見られます。そこで、2020年に消費者はモノ消費においてプチ贅沢に走ったのか、節約志向が強まったのかについて、世帯支出の購入単価から確認してみました。

総務省「家計調査」の品目別支出統計では、一部のモノについて支出額を数量と数量当たりの購入単価に分けて公表しています。これにより、支出金額の変化が購入数量の増減によるものか、購入単価の変化によるものかを把握できます。

ある品目の購入単価には、消費者物価で表される標準的な商品の価格変動だけでなく、実際に購入された商品の質の差が反映されます。食パンを例にとると、近年人気の高級食パンが多くなれば、購入単価は消費者物価以上に高まります。これとは逆にスーパーの安価なプライベートブランド品などが選ばれるとこの逆の動きとなります。

そこで、この購入単価と消費者物価が比較できる110品目のうち、購入単価の変動率が消費者物価の上昇率を上回ったものを「高級化シフト品目」として、その品目数比率の推移を見てみました【[図表1](#)】。二人以上世帯全体の高級化シフト品目比率は、実質賃金が下げ止まる中で2016年頃から横ばい推移となってきましたが、2020年には上昇しました。2020年には、平均的にはプチ贅沢が節約志向を上回ったといえます。

【図表1】高級化シフト品目比率の推移



資料出所：総務省統計局「家計調査」（二人以上世帯）、「消費者物価指数」を基に日本総研作成（【図表2】も同じ）

【注】購入単価と消費者物価が比較可能な110品目のうち、購入単価の前年比上昇率が消費者物価の同率を上回ったものの割合。

品目別に見ると、家電や寝具の高級化シフトが顕著でした。とりわけ洗濯機、エアコン、テレビなどは高級化シフトによって、前年比10ポイント以上支出額が押し上げられました。

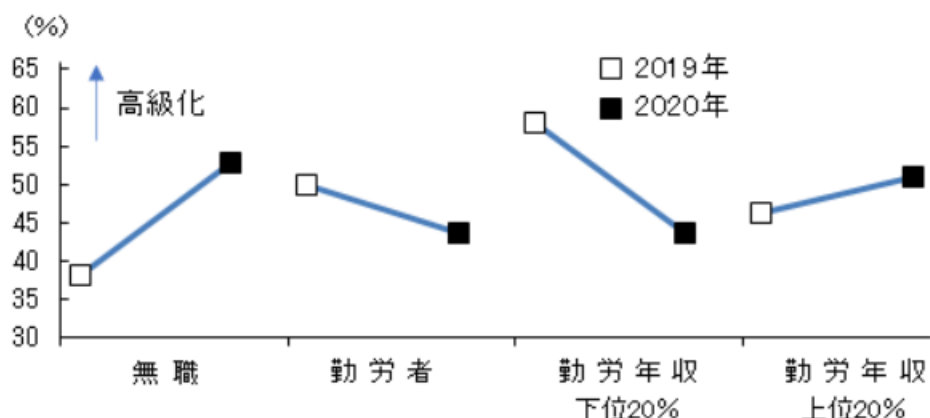
一方、被服・履物類は、外出自粛が続く中で数量的にも高級化シフトの面からもそれぞれ10ポイント以上のマイナスとなり、合わせて支出額が20%以上減るものが続出しました。外出自粛を受けて購入数量が減った上、購入する場合も相対的に安価なホームウェアなどが増えたためです。

また、食品については、調味料、ハムなどをけん引役にマイナスを続けてきた高級化シフト効果がプラスに転じました。比較可能な品目の中には、プチ贅沢の代表例である出前や調理食品が含まれていません。その点を考慮すると、食品関連のプチ贅沢シフト効果はもっと大きいと考えられます。

ただし、購入単価の変動には、新型コロナ禍で混雑回避のためにセールが停止された影響も考えられます。総じて見ればセール等の全面停止は一時的なものにとどまり、セール期間の長期化やエブリデーロープライス戦略など形を変えて復活しているものの、「特売の目玉」となることが多かったマヨネーズ、卵などの購入単価は上昇しているため、セール減少の影響も無視できないことを物語っています。

また、世帯タイプ別に見ると、動きが大きくバラついていることも注目されます。無職世帯と勤労者世帯で比較すると、無職世帯では、2020年に高級化シフト品目比率が前年比15ポイント上昇したのに対し、勤労者世帯では同5ポイント低下しました【図表2】。

【図表2】世帯タイプ別の高級化シフト品目比率



無職世帯の大半は、年金を主な収入とする引退・高齢者世帯です。高齢者は、外出を控えサービス支出を抑える傾向が強かった上、年金には、新型コロナ禍による減少はありません。さらに、家計が持つ投信を含む株式資産の4分の3は世帯主60歳以上の世帯が保有しているため、株価上昇に伴う消費への資産効果も引退・高齢者世帯では相対的に大きかったとみられます。日経平均株価は2020年11月には新型コロナ前の水準を回復し、本年入り後もバブル崩壊後の最高値水準圏にあります。こうした株価上昇の影響も、引退・高齢者世帯でのプチ贅沢の広がりにも寄与したとみられます。

一方、勤労者世帯で見られた高級化シフト品目比率の低下は、新型コロナ禍による所得減を反映しています。ただし、より細かく見ると、勤労者世帯の中でもバラつきがあります。年間収入が下位20%の世帯では高級化シフト品目比率が前年から15ポイント低下し、一気に節約志向に転じたのに対し、上位20%の世帯では5ポイント上昇しました。上位20%の世帯では、サービス支出を自粛した一部がモノの消費のグレードアップに回ったことがうかがえます。

実際、2020年の世帯当たりの経常収入は、下位20%で前年比▲0.7%と前年の+4.1%からマイナスに転じる一方、上位20%では同+0.5%とプラスを維持しました。低所得世帯の節約志向には、相対的に賃金水準が低く、新型コロナ禍の時短営業等で大きく打撃を受けた非正規雇用者が多いことが反映されています。特別定額給付金等を含む実収入では、下位20%では前年比+5.0%と、上位20%の同+3.1%を上回りましたが、単発的な所得底上げに過ぎず、先行き不安が強まっています。

新型コロナの影響が当面続くとみられる中、こうした強弱混在、二極化の状況も長引きそうです。小売企業としては、取扱商品、商圈を踏まえて顧客行動を分析し、自社の顧客が節約志向を強めているのか、プチ贅沢を求めているのかを注意深く判断し、販売戦略を立てていくことが重要となっています。

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。