

2024年1月9日  
No.2023-042

## 最近の消費低迷の背景を探る

### — 引退世帯は堅調も勤労者世帯が下振れ —

調査部 主任研究員 小方尚子

#### 《要 点》

- ◆ わが国の個人消費は、2023年以降、弱い動きが続いた。世帯タイプ別にみると、引退世帯の消費は堅調を維持する一方、勤労者世帯の消費が弱含んでいる。
- ◆ この背景として、第1に、コロナ禍からの回復のタイミングの違いが挙げられる。引退世帯では、2023年に入ってから本格的な消費回復が始まった一方、先行して回復していた勤労者世帯では、春先までにペントアップ需要が一巡した模様である。
- ◆ 第2に、生活必需品への支出割合の違いが挙げられる。引退世帯では、食料などの必需品の支出割合が高いため、価格が上昇しても購入数量を減らしにくい。一方、勤労者世帯では、選択的支出への割合が高く、物価高で消費が抑制されやすい傾向がある。
- ◆ 第3に、所得状況の違いが挙げられる。引退世帯では、年金給付が引き上げられたほか、金融資産を多く保有する世帯を中心に株高による財産所得の増加が可処分所得を押し上げた。一方、勤労者世帯では、賃上げ幅にバラツキがあるため、多くの低所得世帯で所得が増加しておらず、消費が低迷している。
- ◆ 先行きを展望すると、引退世帯では、コロナ禍からのリバウンド需要が一巡するとみられるものの、必需品の支出割合が高いことから、大きな落ち込みには至らない見込みである。コロナ禍で積み上がった過剰貯蓄を取り崩す動きも下支え要因となると考えられる。
- ◆ 勤労者世帯では、賃金上昇による所得環境の改善により、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が落ち着くにつれて選択的支出品目の買い控えが解消されていくと見込まれる。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、消費者が値上げに慣れる兆しもみられている。
- ◆ もっとも、中東情勢の悪化などを背景に原油高再燃のリスクもくすぶり、消費回復に向けて、輸入コスト面からの物価上昇圧力が落ち着くかどうか注視する必要がある。

**本件に関するご照会は、調査部・主任研究員・小方尚子宛にお願いいたします。**

**Tel : 080-4353-7019**  
**Mail : ogata.naoko@jri.co.jp**

**日本総研・調査部の「経済・政策情報メールマガジン」はこちらから登録できます。**  
<https://www.jri.co.jp/company/business/research/mailmagazine/form/>

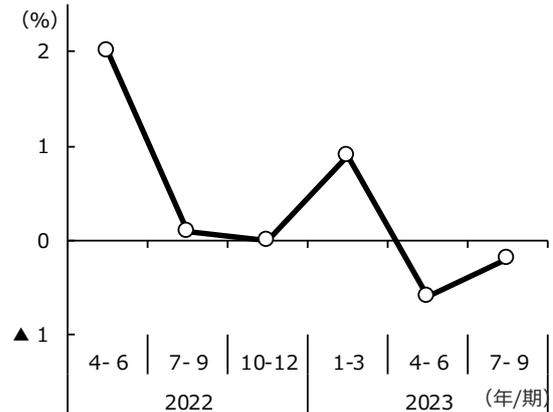
本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。本資料は、作成日時点で弊社が一般に信頼出来ると思われる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を保証するものではありません。また、情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがあります。本資料の情報に基づき起因してご閲覧者様及び第三者に損害が発生したとしても執筆者、執筆にあたっての取材先及び弊社は一切責任を負わないものとします。

## 1. はじめに

わが国の実質GDPベースの個人消費は2023年4～6月期に前期比▲0.6%、7～9月期に同▲0.2%と2期連続でマイナスとなるなど弱い動きとなっている（図表1）。これを受けて、コロナ禍からの消費のリバウンドは早々に息切れしたとの見方も増えている。

そこで以下では、世帯タイプ別の消費の動きを確認しながら、最近の弱さの要因を整理し、今後の動向を展望する。

（図表1）実質個人消費（前期比）



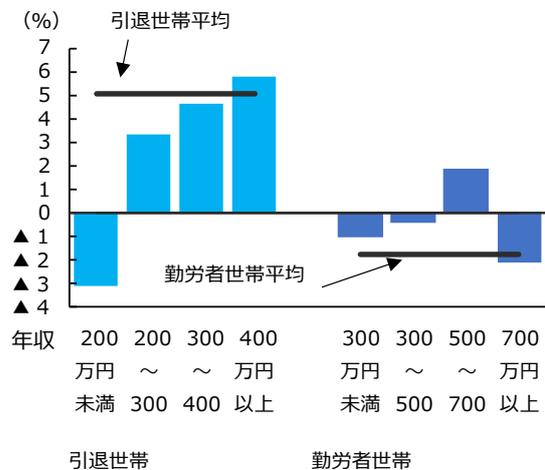
（資料）内閣府

## 2. 堅調な引退世帯と弱い勤労者世帯

世帯タイプ別に名目消費額の推移をみると、引退世帯では、2022年末頃まで、勤労者世帯よりも回復が鈍かったが、2023年入り後は勤労者世帯よりも堅調に推移している。引退世帯の消費は4～11月に前年同期比+5.0%と、同時期の物価上昇（4～11月同+3.2%）を上回って増えている（図表2）。所得階層別にみると、高所得層ほど大きく消費が伸びている。

一方、勤労者世帯では、2023年夏場にかけて消費が弱含んだ（図表3）。勤労者世帯の消費は2023年4～11月に同▲1.7%と減少した。名目ベースの消費額は、消費者物価の上昇を受けて膨らみやすい環境にあるにもかかわらず、勤労者世帯では減少した。とりわけ高所得層が大きく落ち込んでおり、引退世帯とは対照的な動きとなっている。

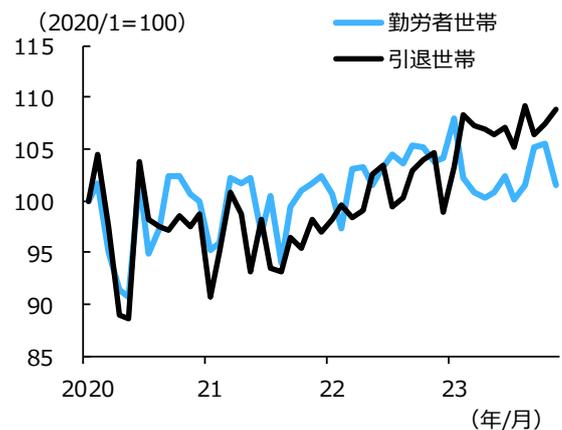
（図表2）年間収入階層別世帯当たり支出（2023年4～11月、前年比）



（資料）総務省「家計調査」

（注）二人以上世帯。引退世帯は世帯主が無職の世帯。

（図表3）世帯当たり名目消費額（季調値）



（資料）総務省「家計調査」

（注）二人以上世帯。引退世帯は世帯主が無職の世帯。

## 3. 引退世帯と勤労者世帯の違いの背景

引退世帯と勤労者世帯で消費の動きが異なる背景として、以下の3点が挙げられる。

第1に、コロナ禍からの回復のタイミングが違うことが挙げられる。

引退世帯では、コロナ感染を警戒したサービス消費の抑制が長期化したうえ、財消費の動き

も弱く、2023年に入ってようやく回復が始まった(図表4)。コロナ禍によるペントアップ需要は高所得層ほど積み上がり、現在、この先延ばしされた消費が顕在化していると思われる。具体的な消費内容を見ると、コロナ禍で手控えられていた旅行関連費を含む「教養娯楽」や、供給制約が緩和した自動車が含まれる「交通・通信」が引退世帯の消費をけん引している(図表5)。

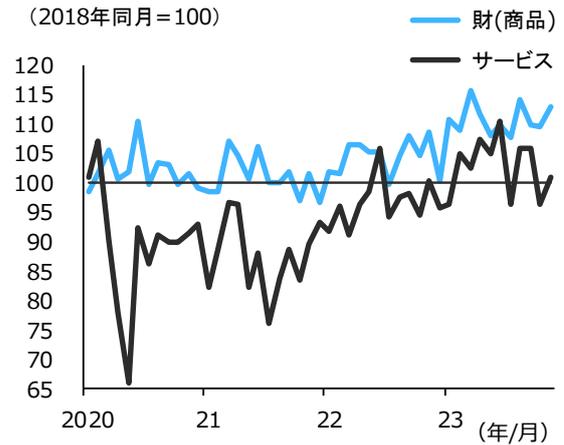
これに対し勤労者世帯では、既にペントアップ需要が一巡した模様である(図表6)。勤労者世帯では、コロナショック後、まずは、在宅勤務などに対応するための家電、家具などの消費が増加し、2022年には対面サービス消費や化粧品・被服など外出関連の財消費も回復した。百貨店売上高も大きく増加し、引退世帯よりも先に外出を再開した勤労者世帯がけん引した。2023年春先までにこうした動きが概ね一巡している。

第2に、生活必需品への支出割合の違いが挙げられる。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い。例えばエンゲル係数は勤労者世帯の平均25.1%に対し、引退世帯では29.4%にのぼる(図表7)。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、この割合が高いと実質ベースの消費が底堅く推移する。

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。2023年4~11月の消費内容を見ると、「家具・家事用品」と「被服・履物」で大幅に消費が抑えられている点が引退世帯との大きな違いとなっている(図表8)。物価上昇を受けて消費の様子見や先送りの動きが広がったと考えられる。

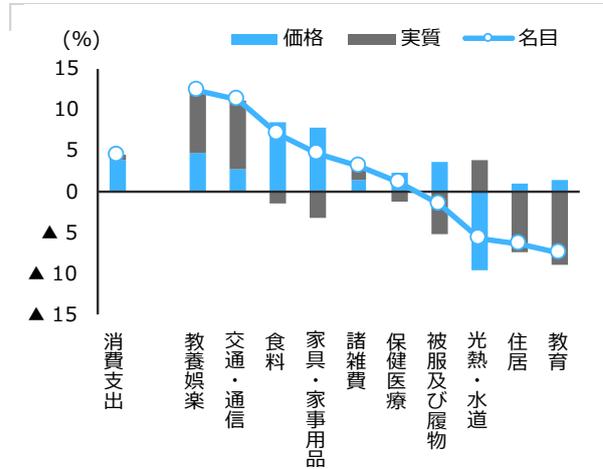
また、「食料」や「教養娯楽」でも引退世帯より支出が伸び悩んでいる。「教養娯楽」では、教養娯楽用品や月謝類が下押ししている。とりわけエンゲル係数が低い高所得層では、消費抑制

(図表4) 引退世帯の名目消費



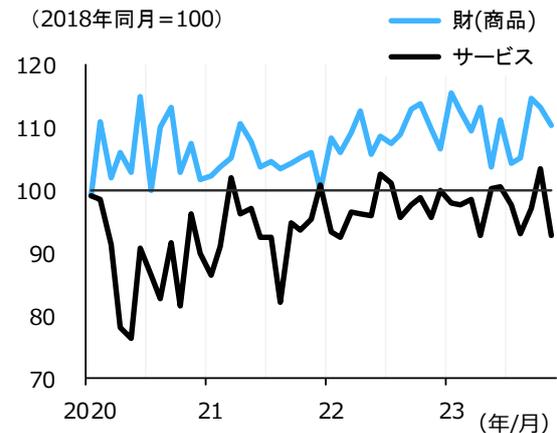
(資料)総務省「家計調査」  
(注)二人以上世帯。世帯主が無職の世帯。

(図表5) 引退世帯の項目別消費額  
(2023年4~11月、前年比)



(資料)総務省「家計調査」  
(注)二人以上世帯。世帯主無職の世帯。全体はCPI(持ち家の帰属家賃を除く総合)、その他は各項目に相当するCPを用いて実質化。

(図表6) 勤労者世帯の名目消費



(資料)総務省「家計調査」  
(注)二人以上世帯。季節調整値。

傾向が強かった。北辻[2023]では高所得世帯においては、家電の買い替え家電や自動車などの耐久財の買い替え理由が「故障」以外の上位機種への乗り換え等の理由を挙げるケースが多く、購入タイミングの調整が容易であることを指摘している。実際、急速な物価上昇に直面して、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、勤労者全体の消費抑制の主因となった。

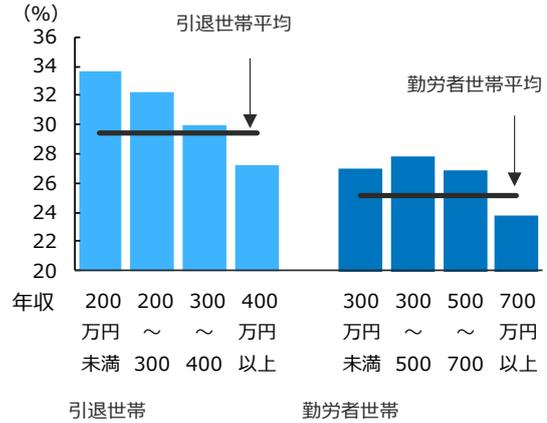
第3に、所得状況の違いが挙げられる。2023年4～11月の可処分所得は、引退世帯では幅広い収入層で増えたのに対し、勤労者世帯では、高所得層のみが増加した(図表9)。

この背景として、まず引退世帯では、主な収入源である年金が、23年4月に引き上げられたことが指摘できる<sup>1</sup>。引き上げ率は、既裁定者(68歳以上)で1.9%、新規裁定者(67歳以下)で2.2%あった。前者は過去3年度の平均名目手取り賃金変動率、後者は2022年の物価上昇率をベースとしており、これに人口減少と平均余命の伸長による影響を調整する「マクロ経済スライド」調整率が差し引かれる。既裁定者も新規裁定者も年金引き上げ率が足元の物価上昇率に追いついていないものの、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る。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だとみられる。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可処分所得を押し上げた。

これに対し、勤労者世帯では、所得が年収700万円未満の層で減少している。2023年度には、春闘賃上げ率が30年ぶりの高さとなったが、賃上げ幅にはバラツキがあり、中小零細企業など

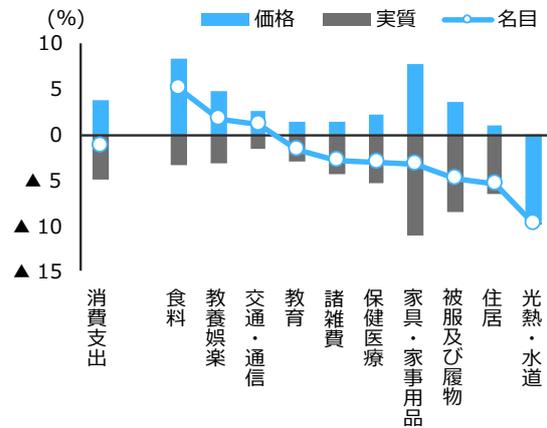
<sup>1</sup> 年金のプラス改定は3年ぶりであり、2021年度には▲0.1%、2022年度には▲0.4%の引き下げとなった。小方[2022]で指摘した通り、こうした引き下げに物価高が重なったことが購買力の低下と消費者マインドの悪化を招き、引退世帯のコロナ禍からの回復が遅れた一因となったとみられる。

(図表7) エンゲル係数(2022年)



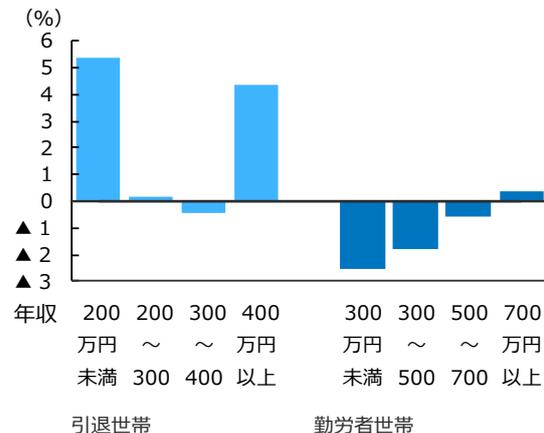
(資料)総務省「家計調査」  
(注)二人以上世帯。引退世帯は世帯主が無職の世帯。  
エンゲル係数 = 食料支出 ÷ 消費支出

(図表8) 勤労者世帯項目別消費額  
(2023年4～11月、前年比)



(資料)総務省「家計調査」  
(注)二人以上世帯。全体はCPI(持ち家の帰属家賃除く総合)、その他は各項目に相当するCPを用いて実質化。

(図表9) 年間収入階層別の可処分所得  
(2023年4～11月、前年比)



(資料)総務省「家計調査」  
(注)二人以上世帯。引退世帯は世帯主が無職の世帯。

では、コロナ禍の落ち込みから業績が十分に立ち直らず、賃金が上昇しないケースもある。勤労者世帯でも低所得層の場合、必需品への支出割合が高い。このため本来であれば物価が上昇しても消費が底堅く推移するはずであるが、今次局面では、厳しい所得環境を背景に低所得層の多くは消費を増やせない状況とみられる。

#### 4. 今後の展望

以上のように、2023年秋口にかけての消費の弱さは、①先行した勤労者世帯のコロナ禍からの消費回復が一巡したこと、②勤労者世帯のうち高所得層で選択的支出を先送りしたこと、③勤労者世帯のうち低所得層で所得環境が悪化したことが主たる要因と考えられる。

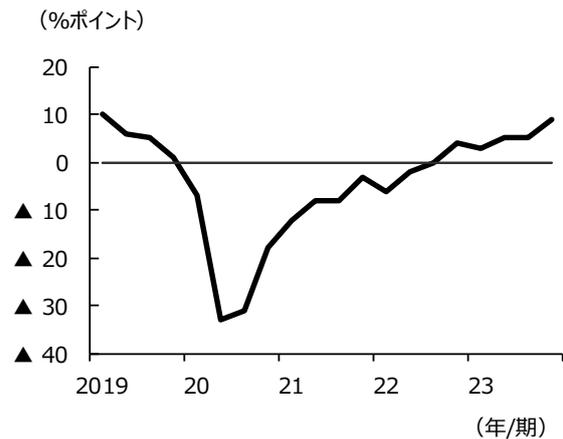
先行きを展望すると、物価は、原材料高を理由とする値上げの動きが落ち着き、前年比2%程度に鈍化していくと予想される<sup>2</sup>。また、2024年の春闘賃上げ率は、23年に続き高い伸びとなる見通しである<sup>3</sup>。賃上げが遅れていた中小企業でも、業況が改善しており（図表10）、人材確保のために賃上げに動く企業が増えると考えられる。このため、家計の購買力は徐々に改善すると考えられる。

勤労者世帯では、賃金上昇により所得環境が改善し、低所得層の消費が持ち直すほか、高所得層でも物価上昇による買い控えが徐々に薄れていくことが見込まれる。

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、その勢いは鈍化するとみられるものの、必需品の支出割合が高いことから、大きな落ち込みには至らないとみられる。世帯平均約70万円にのぼる過剰貯蓄を取り崩す動きも、消費の支えとなる見込みである（図表11）。

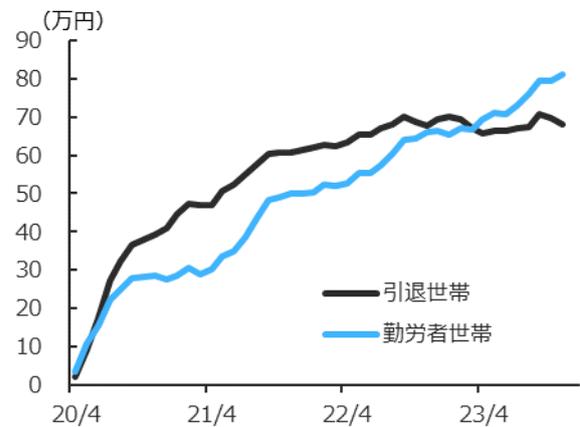
また、今回の物価高局面では、従来との異なり、食品や日用品などで購買単価が物価上

（図表10）中小企業の業況判断DI



（資料）日本銀行「全国企業短期経済観測調査結果」

（図表11）世帯タイプ別の新型コロナ貯蓄

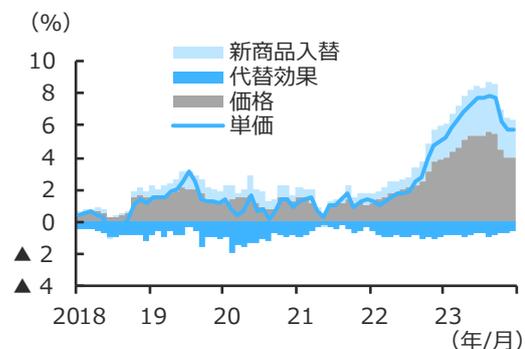


（資料）総務省「家計調査」をもとに日本総研作成（年/月）

（注1）二人以上世帯。引退世帯は世帯主が無職。

（注2）当該月の可処分所得×（2019年度同月の消費性向－当該月の消費性向）で算出した貯蓄額の2020年4月以降の累計。

（図表12）消費者購買単価（前年比）



（資料）SRI一橋大学消費者購買単価指数

（注）全国のスーパー等のPOSデータから作成された指数。価格は継続商品の価格変化（物価変動に相当）、代替効果は継続商品内で割安商品の販売が増える効果。新商品入替は、継続商品より高い新商品導入と安い商品消滅の影響。2023年12月は第3週まで。

<sup>2</sup> 井上・北辻・後藤[2023]参照。

<sup>3</sup> 井上・北辻・後藤[2023]では2024年の春闘賃上げ率を3.8%と予測している。

昇以上に高まる傾向がみられる（図表 12）。自動車、被服・履物などに比べると単価が低い食品を中心にプチ贅沢を楽しむ消費者が年齢、所得階層を問わずみられる。こうした動きは消費者が値上げに慣れる兆しとみることが出来、消費を引き続き下支えしていくことが期待される。

一方、リスクとしては、中東情勢の悪化を背景に原油価格が再び急騰する事態などが挙げられる。これが物価上昇の再加速を通じて、家計の購買力を低下させ、消費を先送りする動きを強める可能性がある。個人消費の回復には、輸入コスト面からの物価上昇圧力が落ち着くかどうかが重要となる。

以上

#### 参考文献

井上肇、北辻宗幹、後藤俊平[2023]「日本経済見通し：日本経済、好循環の実現に向けて正念場～労働力の確保と生産性の向上で供給力強化を～」、日本総合研究所、リサーチ・レポート、No. 2023-015

小方尚子[2021]「節約とプチ贅沢が混在する個人消費―進む個人消費の強弱混在・二極化―」、日本総合研究所、リサーチ・フォーカス、No. 2020-049

小方尚子[2022]「物価上昇の打撃を受ける引退世帯の消費―低所得世帯ではコロナ貯蓄の恩恵も限定的―」、日本総合研究所、リサーチ・フォーカス、No. 2022-018

北辻宗幹 [2023]、「物価上昇で強まる高所得世帯の節約志向 ― ぜいたく品の消費を抑制 ―」、日本総合研究所、リサーチ・アイ、No. 2023-071

