

## 消費の現状と展望

## — 消費新時代の到来 —

## 1. はじめに

日本経済は昨年来、予想を上回るテンポで内需主導による景気の回復・拡大を続けている。物価も安定しており、これまでの急ピッチの拡大のスピード調整があったとしても、国内経済内部に自律的な反転をもたらす要素は少ない。

内需の項目別動向を見てみると、昨年度は緊急経済対策（S62年5月決定）等による公共投資と、金融緩和等を背景にした住宅投資の大幅増加が景気の牽引役を果たしてきた。今年度はこの2つの要素はその伸びを鈍化させていくと思われるが、これに代わって、製造業の設備投資が力強く回復してきており、これからの景気拡大の軸になっていくと期待される。

さらに注目されるのは、このところ盛り上がりを見せている家計消費の動きである。家計消費は円高開始以降、景気後退局面から回復・拡大局面を通して、一貫して堅調に推移してきた。先に発表されたS63年1—3月期のGNP速報でも、実質民間最終消費は前期比2.6%増と高い伸びを示した。これはS53年10—12月期の同2.6%増以来の数値である。この結果、S62年度全体では前年度比4.0%増となった。

我が国経済が内需主導型の経済構造への転換を円滑に進めて行くためには、消費の健全な拡大も必須の要素と言える。これは、社会資本の充実とともに、円の対外購買力に相応しいより豊かな国民生活を実現することでもある。その意味で、単なる量的な拡大だけでなく、内容の質的变化にも目を向ける必要があるだろう。

当レポートでは、最近の消費動向について、円高とそれによる経済の構造変化との関連を中心に分析し、今後の展望についても簡単に述べてみたい。

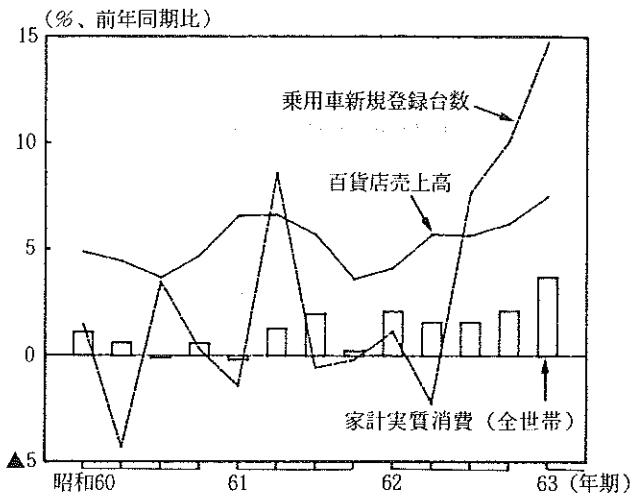
## 2. 最近の消費の動向

まず始めに、最近の消費動向について、幾つかの消費関連統計を見ておこう（図—1参照）。

家計調査報告の全世帯の実質消費支出の推移を見ると、S62年度を通して概ね増勢基調を高めてきたのがわかる。S62年度計の伸びは前年度比2.2%増となり、S61年度の同1.4%増を大きく上回った。

販売面から消費の動きを見ると、S62年度の大型小売店販売高は前年度比5.6%の増加となった。四半期別に見ても、振れはあるものの、好調な推移となっており、特

図-1 消費関連指標の推移



(資料) 総務庁「家計調査報告」、通産省「大型小売店販売統計」、日本自動車販売協会「自動車登録統計」

に、百貨店は年度後半増勢を強めてきている。

また、耐久消費財の中核である乗用車の売れ行きについて、新車新規登録台数の動きを見るとS62年度は340万2700台、前年度比7.8%と過去最高台数を記録した。特に、年度後半以降、2000cc以上クラスが著しい伸びを示している。

### 3. 消費を支えるマクロ的要因

#### (1) 3つの要因

こうした消費の堅調な動きを支えたマクロ的要因については、大きなものとして①物価の安定、②景気の拡大、③資産効果、の3つが挙げられよう。

物価の安定について見てみると、消費者物価上昇率は、S60年度に前年度比1.9%となった後、S61年度は同0%を記録し、S62年度も僅か同0.5%の上昇に止まり、極めて安定した状況が続いている。こうした物価上昇率の低下は、実質所得の増大をもたらすとともに、将来の経済に対する不確実性を減少させて、消費マインドに好影響を与えていよう。

また、S61年末からの景気の回復・拡大は所得、雇用面での改善をもたらし、当然のことながら、消費にプラスに作用していよう。

さらに、資産効果の存在が見逃せない。貿易黒字の積み上がりの中、急ピッチな円高に対応するために超金融緩和が行われたため、「カネ」が株や土地等の金融代替的な市場に流れ込んだ結果、株、土地（特に東京周辺）等の価格上昇が資産価値の増大、キャピタル・ゲイン収入等による購買力の拡大をもたらし、消費需要を高める効果を発揮している（経済レポート昨年10月号での分析を参照）。

ちなみに、金融緩和策のうち、公定歩合の過去2年間での計2%の引き下げは、当社マクロ計量モデルの試算では実質GNP成長率を累計0.6%程度押しあげているが、副産物としての株高の資産効果は、消費関数の推計結果でみて実質家計消費をS61～62年度累計で約2%拡大させていると計算され、実質GNP成長率の押しあげ効果は約1%強となる。もちろん、この計算はかなりの幅を持って考える必要があるものの、

公定歩合引き下げの直接的効果と比べてもかなり大きなものとなっている。

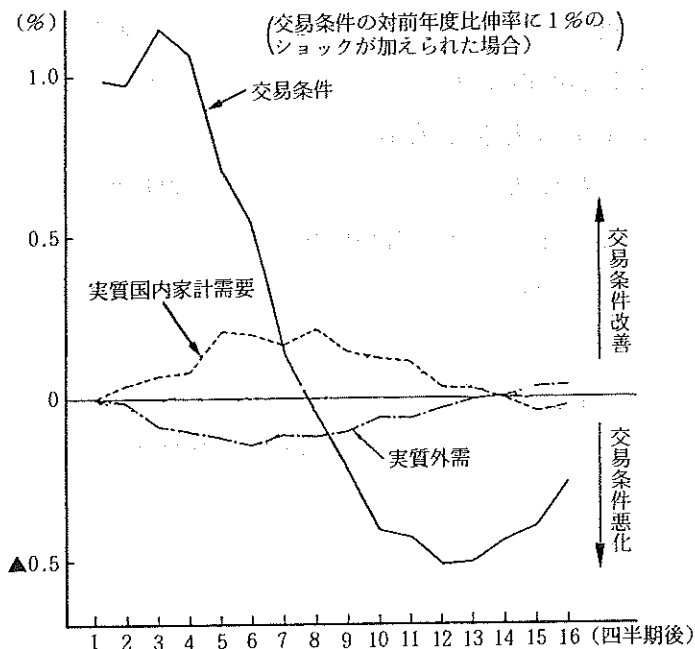
## (2) 円高のマクロ的効果

上記のマクロ的要因の背景としては直接、間接に円高の影響が大きい。

物価の安定に関してはもちろんのこと、上で述べたように金融緩和とそれによる資産効果も背景には円高の存在がある。今回の景気の急激な回復についても、①景気循環的な底入れに、②ケインジアン的な財政金融政策の発動が加わったこともあるが、③企業の円高対応努力が進むとともに、④円高のメリット面が好循環となって経済に浸透してきた点も大きい。

すなわち、円高による交易条件改善は、実質購買力増加効果となってそもそも消費等の国内需要にはプラスに働くものである。S52～53年度の前の円高時を見ても、実質民間最終消費はS52年度4.2%増、S53年度6.2%増と伸びを高めており、今回も同様のパターンとなってきている。経済企画庁の行ったシミュレーション分析（S61年版経済白書）でも、交易条件の改善は、実質外需を減少させる一方、実質家計需要を当初より押し上げ、3年程度の長期間にわたってその効果は続くという結果が得られている（図－2）。この点で、今回の3年近くに及ぶ大幅な円高の累積的な効果は大きなものがあると言えよう。

図－2 円高の交易条件改善による効果



(資料) 経済企画庁「経済白書S61年版」

- 注 1. 経済企画庁「国民経済計算」等により作成。  
 2. 実質外需、実質国内家計需要は、実質GNP対前年同期比増加率に対する寄与度をデータに用いている。  
 3. 国内家計需要＝民間最終消費支出＋民間住宅投資

しかし、それだけでなく、今回の円高は我が国経済の構造調整を促すためのいわば基本的要因として進みつつあり、一過性で終わってしまう性格のものではない点に大きな意味がある。すなわち、今回の円高はいわば構造的なものであり、少なくとも、短期間のうちに今の水準から大きく反転する要素は少ないと言える。したがって、これを受けた家計や企業の行動にも多大な影響を及ぼしていると考えられる。例えば、消費の好調に関しても、上記のマクロ的要因以外に、供給側の企業が内需市場の深耕開拓を強めてきている効果を見逃せない。次節ではこうした点を踏まえて、最近の消費の動きの特色についてやや詳細にみてみよう。

### 3. 最近の消費の特色

#### (1) 最近の消費の特色

最近の消費の特色についてしてみると、多様化の一層の進展の中で、大きく言って次の4つの点が指摘できる。

- ①所得階級別や地域等の経済主体の差異による跛行性、
- ②輸入消費財の拡大、
- ③海外旅行の急増（これも消費の一形態と考えられる。）、
- ④「モノ」、特に耐久財に対する消費の盛り上がり、

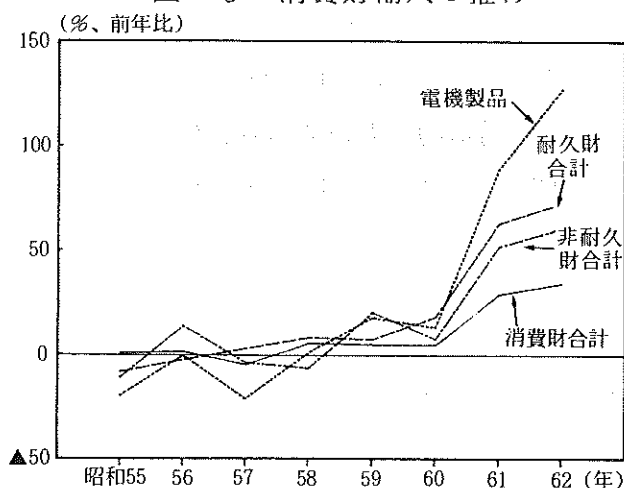
この中で、円高とそれによる経済の構造的変化との関連で見れば、特に(2)、(3)、それに、(4)の動きも注目される。なぜなら、これらの特色の背景には、円高による実質購買力の増加と価格体系の変化、さらにその変化への経済主体の対応、といった要因が（もちろんそれが要因のすべてではないが）存在し、かなりの程度作用していると考えられるからである。特に(3)の輸入消費財の拡大や(4)の海外旅行の急増は、円高による消費の「国際化」とでも言うべき特色である。

そこで、以下では、(2)、(3)、(4)の特色について、具体的に見ていくことにする。

#### (2) 消費財輸入の拡大

円高の消費へのインパクトとしては、直接的なものとして消費財輸入の拡大が挙げられる。

図-3 消費財輸入の推移



(資料) 大蔵省「外国貿易概況」

我が国の通関貿易黒字をみると、S62年度は760億ドルとなり、S61年度の897億ドルから大きく縮小した。これは、輸入の大幅な拡大によるものである。S62年度の輸入金額は前年度比29.2%、数量ベースでも同12.6%の拡大を記録し、現在も着実な拡大基調が続いている。このうち消費財を取り出してみると拡大のテンポはさらに大きく、中でも、家電製品、自動車等の耐久消費財は同72.5%、と伸びが著しいのが注目される（図-3）。

この結果、通産省の輸入浸透度調査を見ると、ラジカセ、カメラ、扇風機等電気製品や綿織物、下着、靴下等の衣料品といった低価格、中品質の消費財では浸透度が大きく上昇しており、構造変化の進展を読み取ることができる（表-1）。

この要因としては、第一に円高による輸入消費財価格の下落が挙げられる。経済企

画庁等が行った「輸入消費財価格動向等調査」S(63年4月)によると、円高開始以降、輸入価格、小売価格ともに下落しているものは調査対象54品目中47品目にのぼっている。特に、食料品等の必需的消費財では、市場の競争が激しいこともあって、かなりの下落となっている(表-2)。

表-1 輸入浸透度の推移

(数量ベース、%)

	80年	86年	87年
電卓	12.9	44.7	49.0
白黒テレビ	1.5	14.3	54.4
ポータブル型ラジオ	38.8	39.9	55.7
ラジカセ	4.6	15.3	47.5
扇風機	21.6	30.1	54.8
集積回路	22.2	21.2	25.3
自動車	1.6	2.2	3.0
自転車	0.0	2.6	7.7
35mmカメラ	7.7	19.4	46.6
綿織物	10.6	24.9	28.8
ニット生地	1.2	2.1	4.0
外衣	20.8	34.8	46.3
下着	12.2	25.4	36.2
ニット靴下	—	18.9	25.1
合板	—	7.8	17.4
ピアノ	0.8	2.0	3.8
プラスチック製がん具	29.8	31.8	37.7
万年筆・ボールペン類	4.6	7.9	13.0
テニスラケット	—	68.9	—
ゴルフクラブ	—	36.6	—

(資料) 通産省

表-2の

(注) ①完成品として輸入したもののみ、②複数銘柄調査の場合、小売価格下落が小さいもの、③食品の単位はキログラム当たり。

(資料) 経済企画庁、通産省、農水省、国税庁等「輸入消費財価格動向調査」(S63年4月)

表-2 輸入消費財の価格動向

(単位円、60年9月-63年4月)

品目	輸入価格 変動 ①	小売価格 変動 ②	②/①
写真用フィルム	76	30	0.39
レコード	802	530	0.66
かさ	119	90	0.76
コート	6,266	5,000	0.80
ワイシャツ・ブラウス	209	200	0.96
ジーンズ	381	400	1.05
電気カミソリ	666	700	1.05
乗用車	74,815	80,000	1.07
テニスラケット	4,120	4,640	1.13
グレープフルーツ	87	116	1.33
ハンドバッグ	340	500	1.47
ワイン(米国産)	237	350	1.48
扇風機	1,500	2,820	1.88
ゴルフクラブ	24,858	48,000	1.93
がん具	512	1,200	2.34
野菜缶詰 (スイートコーン)	71	200	2.82
スポーツシューズ	709	2,200	3.10
ネクタイ	469	1,500	3.20
レモン	283	927	3.28
腕時計	2,440	8,400	3.44
くつ下	25	100	4.00
ウイスキー (スタンダード)	178	775	4.35
ナチュラルチーズ	76	396	5.21
ウイスキー (プレミアム)	321	2,350	7.32
羽毛布団	13,319	110,000	8.26
メガネフレーム	196	5,000	25.51

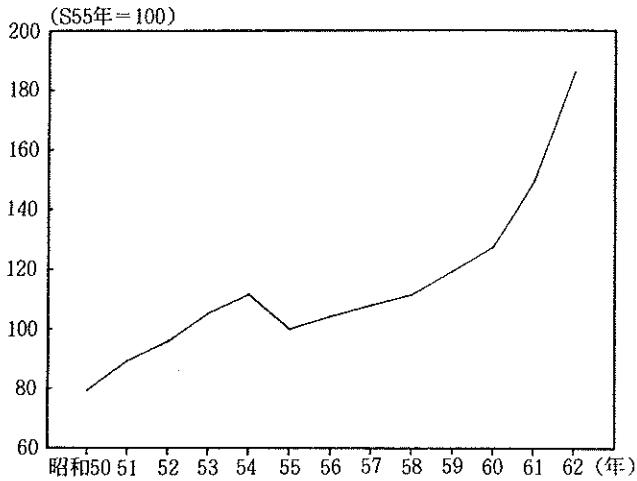
加えて、メーカーや流通業者等における、円高の構造的な継続を前提とした「輸入」への積極的な取組も大きな要因である。これは、従来はあまり見られなかった輸入形態の多様化を伴って現れてきている。

その一つは流通業者等による「並行輸入」と言われるもので、従来は輸入総代理店が独占的に取り扱っていた商品を、輸入総代理店を通さず直接輸入する形態である。今一つは「開発輸入」と呼ばれるもので、百貨店、大手スーパー等の流通業者が、日本国内市場向けに外国メーカーに生産委託し、製品を直接輸入し販売する形態で、ア

ジアNIES等を中心に衣料や家電製品の分野で次第に行われつつある。

このほか、メーカーによる「逆輸入」の動きも大きなものとなってきている。これは、国内メーカーが海外の工場で低コストで生産し、日本国内へ逆に輸入してくるといものである。家電メーカー等が、低価格品を中心にアジア NIES や ASEAN 諸国

図-4 国民1人当り消費財実質輸入の推移



(注) 昭和55年を100とした指数である。  
(資料) 大蔵省「外国貿易概況」、他

等を生産基地として、この動きを強めてきている。また、最近では、自動車でも国産メーカーが米国の現地工場からの逆輸入を開始したのが注目される。

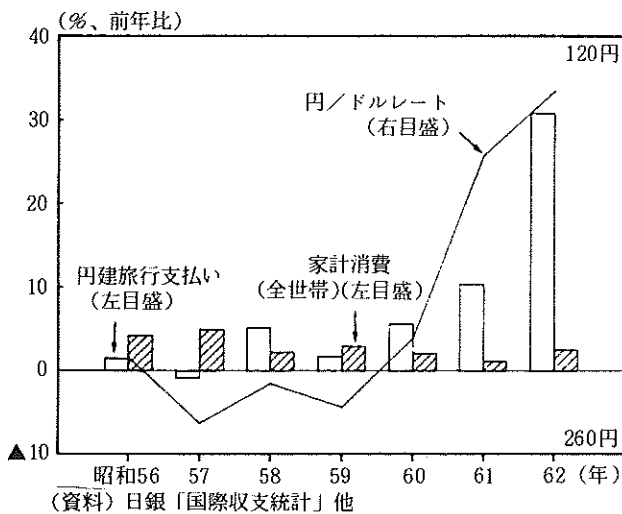
こうした動きの背景の一因としては、海外旅行の急増の項でも触れるが、家計が次第に輸入製品への選好を強めてきていることが挙げられる。ちなみに、国民一人当たりの消費財実質輸入の推移を見てみると、S61年以降急速に増加しており、家計の消費行動も国際的な水平分業の促進に大きな役割を果たしていると言えるだろう(図-4)。

### (3) 海外旅行の急増

円高による内外価格差の拡大——国内と海外での円の購買力の差の拡大——は、「モノ」の消費の面だけでなく、サービス・レジャーの消費の面でも大きなインパクトをもたらしている。具体的には、それは海外旅行の急増となって現れてきている。

我々国内で居住する消費者は、円高によるメリットを国内物価の下落、実質所得の

図-5 海外旅行消費と円高の推移

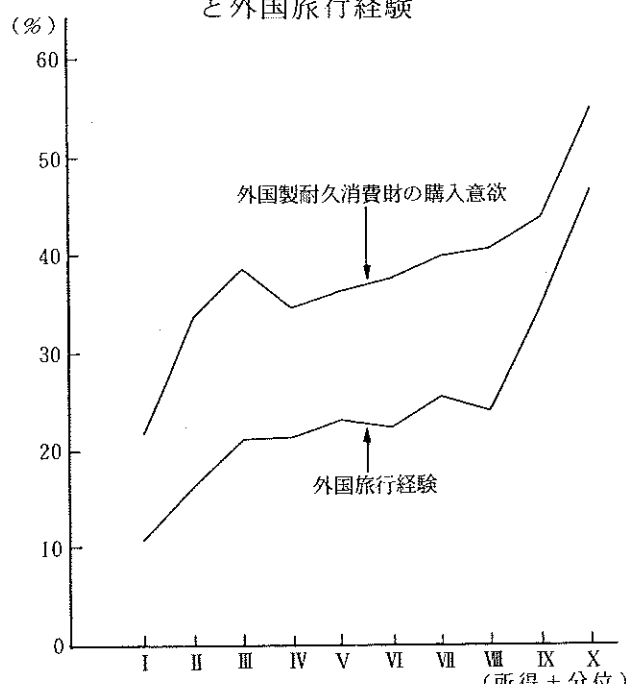


(資料) 日銀「国際収支統計」他

増加という形で享受することができるが、それは間接的、漸進的なものであり、円高によるメリットを最も大きく、直接的に享受できるのは、海外へ出た時である。この意味で海外への旅行、並びに海外での消費という消費の一形態が急激に増加しているのは当然の帰結であると言えよう。

海外旅行者数の推移を見てみると、S62年における日本人出国者数は過去最高の643万人(S61年比23.8%増)を記録した。また、貿易外収支の中の、旅行支払い額

図-6 外国製耐久消費財の購入意欲と外国旅行経験



(資料) 経済企画庁「国民生活白書」(S61年度) (所得+分位)

- 注 1. 経済企画庁「国民生活選好度調査」(S61年)による。  
 2. 「外国製の耐久消費財を日頃抵抗なく買い求める」および「外国旅行をしたことがある」と答えた者の割合。

(円ベース)を見ると、円高に歩調を合わせる形で、急拡大してきている。これを海外旅行消費額とみなし、その伸びを家計消費全体の伸びと比べて見ると、全体の伸びを大きく上回っているのがわかる(図-5)。

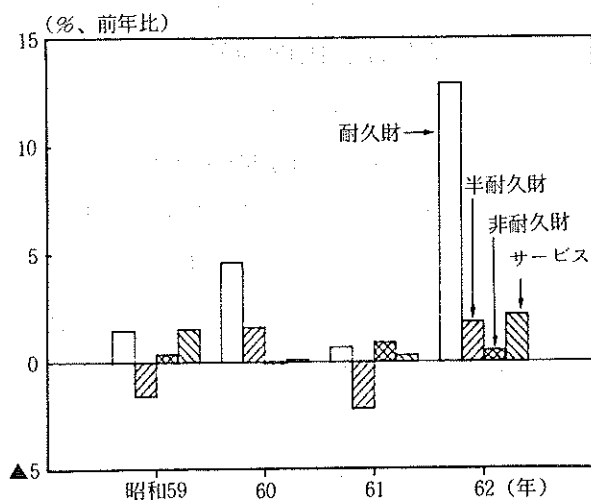
こうした海外旅行の急増は国内経済の構造変化にもつながると考えられる。経済企画庁の「国民生活選好度調査」(S61年)によると、クロスセクションデータである点に注意が必要だが、外国製耐久消費財の購入意欲と海外旅行の経験の間には強い相関が見られる。海外旅行の経験が外国製品への消費選好を高めているという因果関係を見ることができよう。この点で、海外旅行の増加は消費財輸入の拡大にもつながると言えよう(図-6)。

また、さらに円の海外での購買力の強さや内外価格差の存在を目の当たりにすれば、それをもたらしている国内の制度的要因等への問題意識が高まり、ひいては構造改革を促す一つの内在的要因にもなると思われる。

#### (4) 耐久財消費の好調と円高による相対価格の下落

##### ① 耐久財需要の著しい高まり

図-7 実質家計消費の品目別の推移



(資料) 総務庁「家計調査報告」

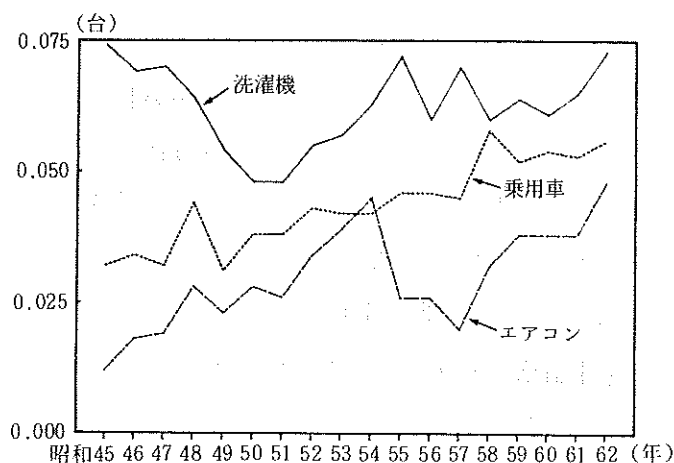
消費のサービス化の大きなトレンドが続く中で、昨年から今年にかけて「モノ」に対する消費が盛り上がっているのが注目される。具体的には、耐久財への需要の著しい高まりが指摘できよう。

家計調査報告ベースで、実質消費支出を耐久財消費、サービス消費等の品目別に分けて、その推移を見てみると、耐久財に対する消費がS62年度には前年比2桁の拡大を示しているのがわかる(図-7)。これを実質家計消費全体(小遣い、支送り金、

交際費等を除く)への寄与度で見ると、全体でのウェイトが約7%しかない耐久財消費がS62年度全体の伸び1.8%のうちの0.8%を占めている。

こうした最近の耐久財消費好調をもたらしている要因としては幾つかのものが考えられ、その好調さは複合的なものといえる。まず、耐久財消費は、基本的には他の消費と同様、所得の変動に左右されるのはもちろんだが、食料品等の生活必需品に比べ選択消費的傾向が強く、景気の回復・拡大による伸び、いわゆる所得効果が大きい。加えて、買い換え需要の波の到来も大きい。耐久財の需要はそれぞれの普及率や耐用年数と密接な関係を持っており、普及率が高い状況では耐用年数に応じた買い換え需要がその需要の多くを占めるようになる。電気冷蔵庫、電気洗濯機、エアコン等の普及率はほぼ100%に達しており、これらのうちいくつかの商品や乗用車においては、買い換え需要の山が重なってきているのがわかる(図-8)。

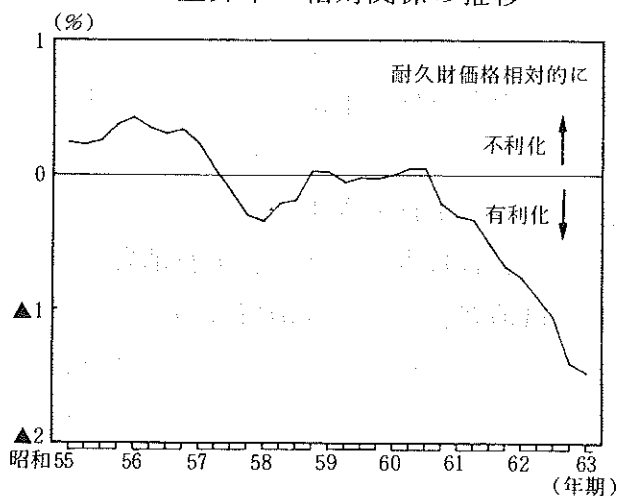
図-8 耐久消費財の買い換え需要の推移



(注) 家計一世帯の年間の平均購入台数である。

(資料) 総務庁「家計調査報告」

図-9 耐久財価格とサービス価格の上昇率の相対関係の推移



(注) 耐久財価格上昇率-サービス価格上昇率を計算。

(資料) 総務庁「消費者物価統計」

さらに、ここ1~2年の住宅建設の著しい増大により、住居内での基本的な消費財、例えば電気冷蔵庫、カラーテレビや家具、乗用車等への需要が刺激されている点も見逃せない。

## ② 相対価格下落による耐久財の有利化

前項で述べた各要因はいわば景気循環的要因といえる。しかし、現在の耐久財消費の盛り上がりには、円高によるより直接的、構造的な要因も作用している。それは、端的に言えば耐久財価格の下落であるが、より詳しく見れば、国内物価体系における相対価格の変化と言える。

すなわち、マクロ的要因の項でも述べたように、消費には物価の動向が影響するが、より細かく見れば、各消費財・サービス毎にその価格の変動は一様ではない。相対的な価格体系は変化しており、それが消費にも影響していると思われる。

例えば、耐久財価格とサービス価格の相対価格上昇率を調べて見ると、S61年に入っ



てから、耐久財価格／サービス価格の相対価格上昇率は大きく下落しており、相対的に耐久財への消費が大きく有利化しているのがわかる（図－9）。これは、円高の物価下落効果の発現度の差によるものである。

円高の物価下落効果を振り返ると、先ず第一に、輸入品の円価格をほとんどの場合大きく下落させ、それが最終財であれば直接的に、原材料や中間財であればタイムラグを伴って間接的に最終財価格を押し下げる。

さらに円高による輸入品の拡大がもたらす需給面からの物価下落圧力もある。(2)の輸入消費財の拡大の節でも述べたように、円高により外国製品は大幅に輸入が拡大しているものが多い。こうした輸入品の国内市場への大量流入は、その価格自体が安価なため国内競争品の価格を押し下げる要因となるだけでなく、国内での供給拡大圧力となって需給バランスの点からも、国内物価の下落圧力となってきている。

ところが以上のメカニズムは貿易可能な「財」の分野では有効に働くが、サービスの分野では、①労働移動の国際的自由化が達成されない限り非貿易財的性格が強く、円高による輸入面での影響を受けにくいという、②コストのうち、価格硬直的な人件費の占める割合が大きく、③「財」と異なり、在庫による調整が不可能であり、④公共料金等規制により価格が硬直的なものが含まれている、等のため、円高による価格押し下げ効果の影響はかなり小さいものとなる。事実、サービス価格は上昇率がやや低下したに止まっている。こうしたサービス価格等の他の物価と比べた耐久財価格の大きな下落も、耐久財の需要を相対的に高めていると考えられるのである。

いづれにせよ、現在のところ、消費は構造変化の動きを見せながら、着実に拡大している。こうした中、今後、消費はどのように展開して行くのだろうか。最後に今後の消費について簡単に展望してみたい。

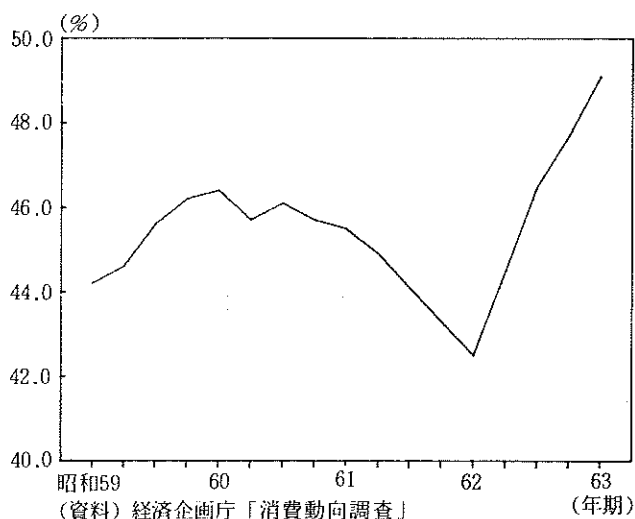
#### 4. 今後の消費の展望

##### (1) 消費マインドの力強い上昇

当面、消費が拡大を続けるかどうかについてをみると、まず第一に、消費マインドが力強い上昇を続けていることが指摘できる。経済企画庁の消費動向調査（S63年2月時点実施）によれば、家計の消費への総合的な意欲を表す消費者態度指数は、景気の底入れ以降急角度で上昇してきており、その勢いは目を見張るものがある（図－10）。消費者の消費マインドは近来になく力強いものになってきていると言えよう。

次に、消費を支える要因についてみると、耐久消費財の買い換え需要と住宅建設ブームによるプラス要因は今後鈍化していく可能性があるものの、その他の点では、消費の足を引っ張る要因は見当たらない。世帯別には、昨年までは今一つ振るわなかった

図-10. 消費者態度指数の推移



勤労者世帯の消費が所得・雇用面での改善を背景に、伸び出しており、今後は消費の主演となろう。地域的にも、東京圏だけでなく、地方にも消費の堅調さが拡がりつつある。マクロ的に見ると、景気の拡大は消費を刺激し、また、消費の堅調さが景気を支えていくであろう。物価の先行きが問題だが、円高基調、輸入拡大による調整弁、金融政策の慎重なスタンス等を考えれば、当面安定基調が継続すると思われる。

## (2) 新たなプラス要因

より重要な点は、今後、来年度に向かって新たに消費にとってプラスのインパクトをもたらす大きな制度的要因の実施が予想されることである。

その一つは減税の実施である。既に昨年度に1兆数千億の所得減税が行われた。これは、当社マクロ計量モデルの試算によれば、2年間で実質民間最終消費を累計1%強押し上げる効果を持ち、それはまさに現在、顕現化しつつあると考えられる。

さらに今年度も、税制改革との絡みがあるが、税収の予想以上の好調等を背景に昨年度を上回る大幅な所得減税が実施される可能性が強まっている。こうした連続的な減税の実施のパターンは高度経済成長期に長く見られたパターンであるが、当時はインフレによる所得の目減りを補填するためのインフレ調整的な意味合いも強かった。今回は物価の安定状態の中の連続的実施であり、その実質的なインパクトはより大きなものがあるだろう。ちなみに、3兆円の所得減税の実施は、他の条件を一定としてその効果だけを取り出して見れば、2年間累計で実質民間最終消費を2%強押し上げるものとなる。

加えて、来年度からは金融機関の完全週休2日制等も実施される。これは、余暇時間を増加させ、レジャー等の時間多消費型の形態を中心に消費を拡大させる。経済企画庁の試算によれば、勤労者全体が完全週休2日制に移行すれば、1兆7千億円程度消費が拡大するとの結果がでていいる。そもそもこれは、国民生活の質的向上にも大きく寄与するものであり、その意義は大きい。

こう見てくると、予想以上に大型の息の長い消費景気が到来しつつあるといえるのではないだろうか。

### (3) 消費の「国際化」の進展と消費新時代到来の可能性

また、そうした中で、量的な拡大だけでなく、内容の質的变化も進んでいくであろう。この点に関しては、円高による国内の「貿易財」と「非貿易財」の相対価格の変化、国内と海外間でのいわゆる内外価格差の存在等の中で、当レポートで指摘した消費の「国際化」がさらに進展していくものと思われる。家計消費に占める輸入消費財への支出や、海外旅行消費の割合は欧米諸外国と比べてまだ低く、消費の「国際化」の本格的な進展はこれからと言える。また、消費の「国際化」は同時に生産・流通・貿易等の各面での構造的変化を促す要因にもなる。(そもそも、内外価格差が是正されれば、それは消費にとってやはりプラス要因である。)

折りしも、政府が先頃発表した新経済5カ年計画では、「低い居住水準、長い労働時間、高い生計費等に象徴されるように、国の経済力と国民の生活実態との間にギャップが見られる」との基本認識に立ち、経済社会の制度・仕組みを変革すること等を通して内需主導型経済への構造転換・定着を計り、対外不均衡の是正するとともに、豊かさを実感する多様な国民生活の実現を目指すことを打ち出している。そして、その中では、完全週休2日制の定着や年間総労働時間の短縮、内外価格差の是正、リゾート関連の地域整備等、消費の量的拡大や質的構造変化に大きな効果のある施策の推進も盛り込まれている。

冒頭でも述べたように、我が国経済が内需主導型の経済構造への転換を円滑に進め、円の対外購買力に相応しいより豊かな国民生活を実現する行くためには、消費の健全な拡大が必須の要素と言える。

こうした点も踏まえて、今の消費を取り巻く環境を振り返って見れば、消費の力強い拡大をもたらす条件は着実に整いつつあるように思われる。高度経済成長期のような高い伸びは望めないものの、消費に新しい次元が広がっていくことが十分期待できよう。

(経済調査部：石尾 勝)