

基礎研 レポート

アベノミクス消費の概況

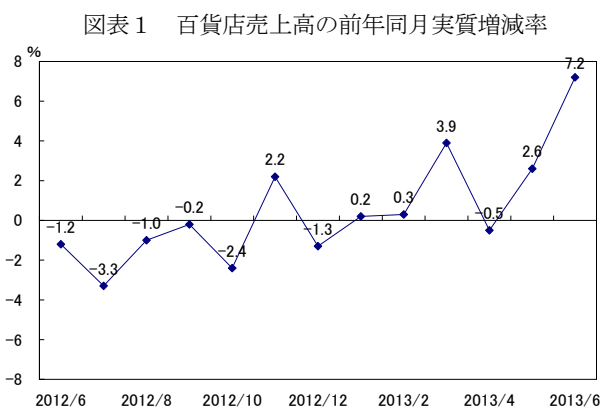
～二人以上勤労者世帯の収入や消費支出の状況は？

生活研究部 准主任研究員 久我 尚子

(03)3512-1846 kuga@nli-research.co.jp

1—アベノミクスで活性化する消費市場

昨年末の政権交代以降、高級時計や宝飾品などの高額消費を中心に消費市場が活性化している。百貨店の売上高は増加しており、特に6月の増加率は大きい（前年同月比+7.2%）（図表1）。百貨店協会によれば、6月の増加は「多くの店で前年7月スタートだった夏のセールを6月末に前倒ししたこと」¹などの影響が大きいようだが、売上高は6月をのぞいても増加傾向にある。また、売上高を品目別にみると、年明け以降、「美術・宝飾・貴金属」や「身のまわり品（靴やアクセサリ、バッグ等）」、「食堂・喫茶」は前年同月比プラスが続いている²。



（資料）日本百貨店協会「最近の百貨店売上高の推移」

また、外食産業も回復基調にある。売上高は5月以降、利用客数は3月以降で前年同月比プラスが続いており、「ファミリー・レストラン」や「ディナー・レストラン」を中心に上向いているようだ³。

これら消費意欲の高まりに加え、夏のボーナスも増加している。円安により自動車・部品などの輸出関連産業で業績が改善し、多くの業種で支給額が前年を上回った⁴。また、経団連によれば⁵、大企業のボーナス平均妥結額は2年ぶりに増加し（+5.0%）、バブル景気以来の高さとなった⁶。

アベノミクスの経済効果はじわじわと出ているようだが、一般世帯の家計収支にはどのような変化があらわれているのだろうか。本稿では、総務省「家計調査」を中心に二人以上勤労者世帯の収入や消費支出の状況を確認する。

¹ 日本百貨店協会「平成25年6月 全国百貨店売上高概況」

² 日本百貨店協会「最近の百貨店売上高の推移」

³ 一般社団法人日本フードサービス協会「データからみる外食産業」

⁴ 「夏のボーナス、35業種本社最終集計、車など25業種プラス。」（2013/07/16、日本経済新聞 朝刊9面）

⁵ 一般社団法人日本経済団体連合会「2013年夏季賞与・一時金 大手企業業種別妥結結果」（2013/08/07）

⁶ 「夏のボーナス4.99%増、2年ぶり伸び率に、大企業、経団連まとめ。」（2013/07/08、日本経済新聞 朝刊5面）

2—勤労者世帯の収入の状況

1 | 勤労者世帯全体の状況～定期収入はやや減少の一方、臨時収入・賞与の増加で収入全体はやや増加

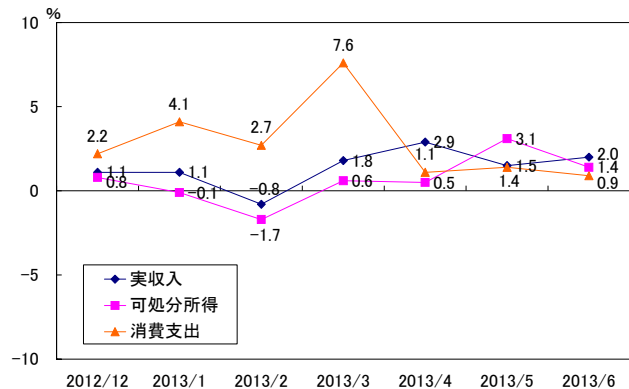
昨年末の政権交代以降の二人以上勤労者世帯の実収入の推移をみると、2月以外は前年同月比プラスであり、3月以降は毎月2%前後、前年より増加している（図表2）。

なお、勤労者世帯の実収入は8割程度が世帯主の勤め先収入によるものだ。また、世帯主の勤め先収入は月々の定期収入や臨時収入、賞与からなる。それぞれの推移をみると、世帯主の定期収入は3～4月にわずかに増加している以外は減少しており、12月から6月までの前年同月比の平均値をとると、若干マイナスとなる（△0.8%）（図表3）。一方、臨時収入は2月以外は大幅に増加している。また、6月の賞与は前年同月比+6.1%である。

ところで、勤労者世帯の実収入のうち約1割は世帯主の配偶者の収入によるものだ。配偶者の収入は図表3でも全ての月で増加しているが、実は2011年11月から19ヶ月も連続して増加している。さらに、配偶者を女性に限ると20ヶ月連続して増加している。

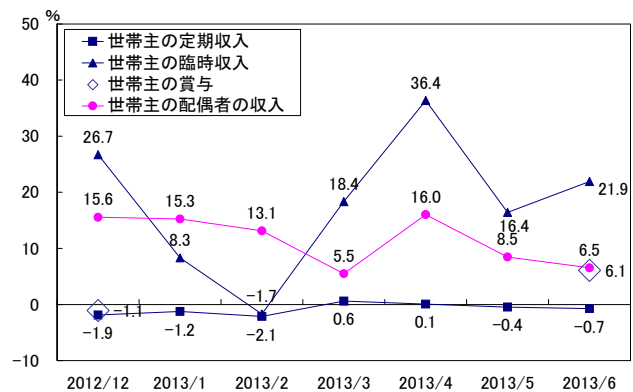
以上より、政権交代以降、世帯主の臨時収入や賞与の増加により二人以上勤労者世帯の収入はやや増加していること、また、より長期的なスパンでは、配偶者の収入の増加も勤労者世帯の収入の増加に影響を与えていることがわかる。

図表2 二人以上勤労者世帯の実収入等の実質増減率の推移



(注意) 実質増減率 = $((100 + \text{名目増減率}) \div (100 + \text{消費者物価指数の変化率} - 1)) \times 100$ で算出。消費者物価指数は持家の帰属家賃を除く総合指数を利用。
(資料) 総務省「家計調査」

図表3 二人以上勤労者世帯の主な収入内訳の実質増減率の推移



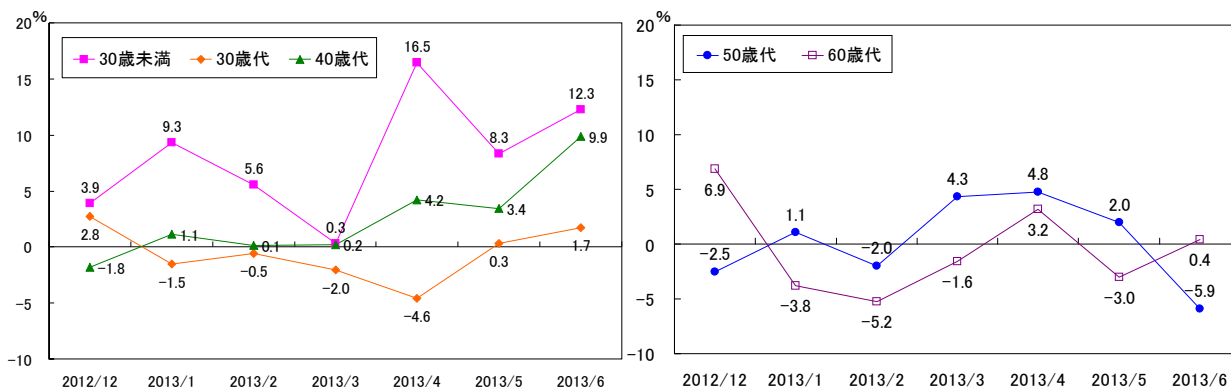
(注意) 実質増減率の算出方法は図表2と同じ。以下同様。
(資料) 総務省「家計調査」

2 | 年代別にみた状況～30歳未満と40歳代で増加、30歳代や50～60歳代は大きな変化なし

次に、世帯主の年代別に二人以上勤労者世帯の実収入の推移をみると、30歳未満と40歳代の世帯では増加傾向がみられるが、そのほかの年代では上下しており一定の傾向はみられない（図表4）。12月から6月までの前年同月比の平均値は、30歳未満（+8.0%）、30歳代（△0.57%）、40歳代（+2.4%）、50歳代（+0.24%）、60歳代（△0.46%）であり、30歳未満や40歳代はプラスで絶対値も比較的大きいが、そのほかの年代では大きな変化はない。なお、30歳未満では未婚率が高いため⁷、限られた対象であり、他の年代に比べてサンプル数が少ないことを注意すべきである。

⁷ 国立社会保障人口問題研究所「人口統計資料集（2013）」より、2010年時点の未婚率は20～24歳では男性94.0%、女性89.6%、25～29歳では男性71.8%、女性60.3%。

図表4 年代別にみた二人以上勤労者世帯の実収入等の実質増減率の推移
 (a) 30歳未満、および30～40歳代 (b) 50～60歳代



(資料) 総務省「家計調査」

世帯主の年代別に収入の内訳の推移をみると、30歳未満の世帯における収入の増加は世帯主の定期収入と賞与、配偶者の収入の増加によるものである(図表略)。世帯主の定期収入は4月以降、前年同月比+10%前後で推移しており、賞与は6月の前年同月比+53.8%と昨年の約1.5倍に増えている。30歳未満の若年世帯は年明け以降で活性化している日本経済の動きに大きな影響を受けているようだが、この背景には若年層では非正規雇用者が多いことがあげられる。周知の通り、非正規雇用は契約社員や派遣社員、パート・アルバイトなどの臨時的な雇用形態であり、経済情勢の影響を受けやすい。また、現在、若年雇用者に占める非正規雇用者の割合は増加傾向にあり、2012年時点で15～24歳では男性43.9%、女性50.6%、25～34歳では男性15.3%、女性40.9%である⁸。なお、30歳未満の世帯では配偶者の収入も増加し続けているが、これはいずれの年代でも同様である。

一方、30歳代以上の世帯では世帯主の定期収入がやや減少しているが、臨時収入や賞与は増加している。それぞれの増減率の違いにより実収入全体の状況が異なっており、40歳代では定期収入の減少(12月から6月までの前年同月比の平均値は△0.59%)に対して賞与の伸び(6月の前年同月比は+22.3%)が比較的大きいため、実収入全体が増加している。一方、30歳代や50～60歳代では各収入項目の増減が相殺されることで実収入全体では大きな変化がない。

3—勤労者世帯の消費支出の状況

収入全体が増えているのは一部の世帯だが、収入全体では大きな変化がなくとも臨時収入や賞与の増加で景況感の好転を感じている世帯も多いだろう。勤労者世帯の消費支出の状況はどうなっているのだろうか。

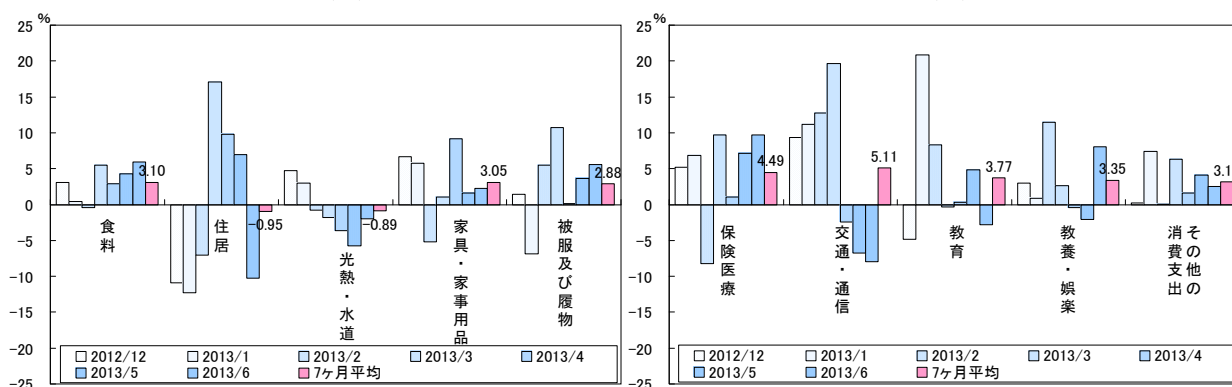
1 | 勤労者世帯全体の状況～多くの支出項目の増加により、消費支出全体が増加

二人以上勤労者世帯の消費支出は、12月以降は全ての月で前年同月比プラスである(前頁図表2)。また、12月から6月までの前年同月比の平均値は+2.8%である。実収入の平均値は+1.4%であるため、収入増に対して消費がやや先行している。

⁸ 総務省「労働力調査」

消費支出の内訳をみると、「食料」や「家具・家事用品」、「被服及び履物」、「保険医療」、「交通・通信」、「教育」、「教養・娯楽」、「その他の消費支出（諸雑費、理美容用品・サービス、こづかい、交際費等）」では12月から6月までの前年同月比の平均値がプラスであり増加傾向を示す（図表5）。

図表5 支出項目分類別にみた二人以上勤労者世帯の消費支出の推移
(a) (b)



(注意) 実質増減率 = ((100 + 名目増減率) ÷ (100 + 各項目に対応する消費者物価指数の変化率) - 1) × 100
(資料) 総務省「家計調査」

増加傾向を示す消費支出の内訳を詳しくみると、「食料」では全ての品目で増加している。これは、景況感の好転によって、安い食材より少し高くても品質の良い食材を選ぶなど、価格より品質を重視する傾向が全体的にあらわれている可能性がある。また、「食料」の中では特に、酒類（+7.1%）や肉類（+6.3%）、果物（+5.2%）の増加が目立つ。5～6月の直近2ヶ月間では、これらのほか、飲料（5～6月の前年同月比の平均値は+7.3%）や外食（同+6.2%）の高さも目立つ。さらに、6月の二人以上世帯の詳細分析⁹によると、肉類の中では牛肉（6月の前年同月比は+12.5%）、外食の中では洋食（同+23.6%）や喫茶代（同+18.4%）、寿司（同+15.4%）などが増加している。以上より、比較的高額を要する食材や外食のほか、酒類や飲料など嗜好性の強いもので特に支出が増えていることから、勤労者世帯では食の贅沢を楽しむ傾向があらわれはじめている様子が窺える。

「家具・家事用品」では、家庭用消耗品（洗剤やラップ等、12月から6月までの前年同月比の平均値は+11.9%）や家庭用耐久財（エアコンや冷蔵庫等、+6.9%）、家事サービス（+6.0%）の増加が目立つ。なお、1～5月の家庭用電気機器の出荷状況をみると、マッサージ機や洗濯機の出荷台数が前年より約1割、出荷金額が約2割増加している¹⁰。不景気が続く中では生活必需度が高くても比較的高額な家庭用耐久材は買い控えられる傾向が強いが、景況感が好転したことで買い替えが進んでいる可能性がある。

「被服及び履物」では、洋服（+8.2%）や履物（+7.5%）が増加している。なお、総務省では「家計調査」とは別に、購入頻度が少ない高額商品・サービス、ICT関連消費の実態を把握するために「家計消費状況調査」を実施している。同調査における衣類等の支出状況をみると、婦人服・ワンピース（6月の前年同月比は+12.8%）や背広服（同+11.9%）が増加している。冒頭で述べた通り、例年7月に実施する夏のセールを今年は6月末に前倒しされ、景況感の好転も相まって、スーツやワンピースなど比較的買い替えの少ない高額商品を中心に支出額が増加した可能性がある。

⁹ 総務省「家計調査（二人以上の世帯）平成25年（2013年）6月分速報—追加参考図表1 消費支出のうち増加した主な品目等」

¹⁰ 一般社団法人日本電機工業会「家庭用電気機器 出荷・在庫（2013年5月分）」

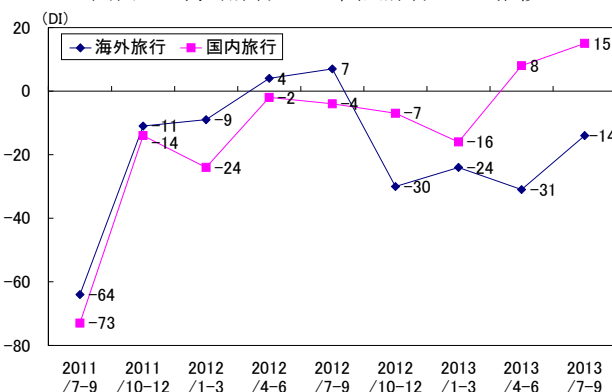
「交通・通信」は3月までは増加しているが4月以降は減少している。4月以降の減少は自動車等関係費の減少によるものである。一方、通信費（携帯電話通信料や固定電話通信料、携帯電話機等）は5月のわずかな減少をのぞくと、そのほかの月では増加している（12月から6月までの前年同月比の平均値は+7.0%）。また、通信費をより細かく把握するために「家計消費状況調査」の携帯電話（携帯電話・PHS）使用料をみると、前年同月比プラスが続いており、12月から6月までの前年同月比の平均値は+4.6%である。また、携帯電話機の購入金額も前年同月比プラスが続いている（+54.4%）。これらはスマートフォンへの乗り換えによるものだろう。スマートフォン利用者は増加傾向にあり、3月末時点で携帯電話契約者のうち約4割を占め、今年度末には約半数に達する見込みである¹¹。また、一般的にスマートフォンでは従来のフィーチャーフォンよりパケット通信料プランの上限額を高く設定しており、通信料が高くなるケースが多い¹²。

「教養・娯楽」では教養娯楽用耐久財（テレビやパソコン等、 $\Delta 7.6\%$ ）、書籍・他の印刷物（書籍や新聞・雑誌等、 $\Delta 2.4\%$ ）は減少しているが、教養娯楽用品（スポーツ用具やゲーム等、+7.3%）や教養娯楽サービス（旅行や月謝代等、+2.2%）は増加している。教養娯楽サービスの中では宿泊料やパック旅行費の増加が目立つ。なお、旅行市場の景気動向指数 DI（Diffusion Index）をみると、海外旅行では昨年末以降、マイナスが続いているが、国内旅行では4～6月期にプラスに転じ、7～9月期の見通しも明るい（図表6）。国内旅行と海外旅行の状況が異なる理由は、円安により海外旅行に対する割高感があるためだろう。

一方、「住居」や「光熱・水道」は減少している。「住居」は家賃・地代、「光熱・水道」はガス代の支出額が減少している影響が大きい。また、電気代も4月以降で減少している。これは、相次いで値上げが発表¹³された影響で節電志向が強まった可能性もあるだろう。

以上より、勤労者世帯におけるアベノミクス消費の特徴としては、①食料品や外食、ファッションなど比較的手の届きやすい価格帯で日常生活を華やがせるような消費が活性化していること、②比較的高額な消費については洗濯機など生活必需性の高い物の買い替えにあてる、また、割高感のある海外旅行ではなく国内旅行を選択するなど堅実・慎重な態度がみられることがあげられる。他方、スマートフォンなど情報技術の進化による消費トレンドという流れもある。

図表6 海外旅行 DI と国内旅行 DI の推移



（注意1）DI（Diffusion Index）とは日本旅行業協会が定義する景気動向指数。同協会では調査モニター622社を対象に四半期ごとに現況・先行き（3ヵ月後）について調査を実施。各設問に対し「良い」「普通」「悪い」「取り扱っていない」で回答を求め、「取り扱っていない」（無回答を含む）を除いたものを母数として各回答のシェアを算出し、「良い」を選んだ割合（%）から「悪い」を選んだ割合（%）がDI。

（注意2）2013/7-9期は見通し。

（資料）一般社団法人日本旅行業協会「旅行市場動向調査（第45回海外旅行及び国内旅行）」

¹¹ 株式会社MM 総研「スマートフォン市場規模の推移・予測（2013年3月）」

¹² 例えば、株式会社NTTドコモ公式HPによれば、スマートフォンが主な対象であるパケット通信料の定額プラン「Xiパケ・ホーダイダブル」の上限額は6510円だが、従来のフィーチャーフォンが主な対象である「パケ・ホーダイダブル」の上限額は5985円であること等。

¹³ 総務省ニュースリリースによれば、4/2に関西電力や九州電力、4/24に北海道電力の料金値上げ申請を認可している。

2 | 年齢別にみた状況～若年層を中心に酒類・外食、若年層で家庭用耐久財、シニア層でスマホが増加

世帯主の年齢別に勤労者世帯の消費支出の推移をみると、酒類や外食は全ての年代で増加しており、特に30歳未満での増加が目立つ（酒類+20.1%、外食+48.2%、図表略）。一方、30歳未満では肉類（△2.9%）や果物（△3.0%）、飲料（△1.5%）は減少し、肉類は50歳代（+12.4%）、飲料は30歳代（+7.6%）の増加が目立つ。なお、高級食材を扱うスーパーでは店舗網を拡大させる動きがあり、今後、シニアや富裕層を中心に食料費の支出額が増加する可能性がある¹⁴。

また、家庭用耐久財は30歳未満から40歳代で増加している（30歳未満+154.2%¹⁵、30歳代+50.8%、40歳代+25.8%）。増加率の大きさから、若い世帯ほど買い控えをしていた様子が窺える。

服飾費は全ての年代で増加しているが、特に30歳未満（+11.8%）と60歳代（+7.5%）の増加が目立つ。なお、「家計消費状況調査」¹⁶にて全体で6月の前年同月比が多かった婦人服・ワンピースは30歳代（+69.3%）や50歳代（+15.3%）、60歳代（+19.0%）で、背広服は30歳代（+14.9%）や40歳代（+9.7%）、50歳代（+11.3%）で増加しており、中年世帯を中心に比較的高額な商品の購入が進んでいる様子が窺える。

通信費は30歳未満（△5.9%）では減少しているが、30歳代以上（30歳代：+5.4%、40歳代：+10.0%、50歳代：+5.8%、60歳代：+9.4%）では増加している。また、「家計消費状況調査」では携帯電話使用料は全ての年代で増加し（30歳未満：+4.2%、30歳代：+6.4%、40歳代：+1.3%、50歳代：+5.8%、60歳代：+6.7%）、携帯電話機の購入金額は30歳未満以外で増加しており（30歳未満：△4.3%、30歳代：+52.2%、40歳代：+69.4%、50歳代：+53.0%、60歳代：+74.7%）、若年層からはじまったスマートフォンへの乗り換えが高年齢層へ移っている様子が窺える。

旅行費は全ての年代で概ね増加しており、旅行意欲は年代によらず高まっているようだ。

4——まとめと今後の動向

政権交代以降、二人以上勤労世帯では賞与や臨時収入等の増加によって実収入はやや増加しており、消費支出も増加している。また、消費状況から、手の届く範囲で生活を華やがせるような消費が活性化していることや、高額な支出は生活必需性の高い物の買い替えなど堅実・慎重な態度がみてとれる。

今後の消費動向には冬のボーナスや定期昇給、4月に予定されている消費増税が大きな影響を与えるだろう。消費増税が決まれば、年度内は駆け込み需要により耐久財などの高額消費が進むだろう。また、収入は回復基調にあるが、4月以降は消費増税による物価上昇により実質収入が減少することで、消費意欲が減退する可能性もある。しかし、現在のように企業業績の改善傾向が続き、ボーナスをはじめとした収入増が期待できるのであれば、消費意欲は底堅く推移するのではないだろうか。そうすると、現在のような手の届く範囲で生活を華やがせるような消費や堅実・慎重な消費から、エンターテインメント性や非日常性が強く高額な消費にも広がっていく可能性もある。また、長期的なスパンでは女性の収入増という流れもあり、働く女性に関わる消費も拡大していくだろう。

¹⁴ 「高級スーパー 消費上向き復権 成城石井、出店5割増、阪急オアシスは2倍。」（2013/08/13、日本経済新聞 朝刊 12面）

¹⁵ 30歳未満の大幅な増加は5月の増加の影響が大きい（565円→4196円、CPI:100→92.4）。元の金額が小さいために増減率が大きくなる。

¹⁶ 総務省「家計消費状況調査」では「家計調査」同様、世帯主の年齢が30歳未満の世帯のサンプル数が少ないことを考慮すべき。