

●潜在成長率向上に向けた課題

少子高齢化が進む中で、人手不足に対処しつつ、持続的な成長を実現するためにはサプライサイドを抜本的に強化し、潜在成長率を引き上げていくことが必要である。人生100年時代を見据え、一人ひとりの人材の質を高める人づくりを進めるとともに、AI、IoT、ロボットなど第4次産業革命の社会実装を進め、人口減少・高齢化、エネルギー・環境制約など、様々な社会課題を解決できる「Society 5.0」の実現を進めていくことが重要である。

人づくりについては、学び直しを促進することで、技術革新に対応した人材を増やすとともに、年齢にかかわらず全ての人々が元気に活躍し続けることができる社会を実現することが必要である。また、新技術を活用して、時間や場所によらず、女性や高齢者を含めあらゆる人々が働きやすい多様な働き方を実現していくことが重要である。

「Society 5.0」の実現に向けては、第4次産業革命が進む中で日本経済の競争力を高め、新技術の社会実装を進めるため、知識・技術面を強化するだけでなく、新技術に適応した組織面の対応や起業の活性化などの課題解決も不可欠である（「人づくり」や「Society 5.0」については、第2章、第3章でみていく）。

第2節 景気回復の進展と経済再生に向けた進捗

我が国経済は長期にわたる景気回復を続けており、企業収益は過去最高を更新し、就業者数も大幅に増加するなど雇用・所得環境は改善を続け、消費も持ち直しが続いている。ただし、家計部門では、所得の伸びと比べると消費はやや力強さに欠ける面があり、年齢別でも若年層で消費性向が低下する傾向がみられている。また、企業部門では、収益が大幅に改善し、設備投資にも前向きな動きがみられるが、人手不足への対応が大きな課題となっている。

本節では、家計部門、企業部門ごとにそれぞれの回復状況の特徴を詳しく考察し、その特徴及び持続性について検証する。またデフレ脱却・経済再生に向けた動きは着実に進展しているが、物価動向を見るといまだデフレ脱却には至っていない。こうした物価動向の背景を詳しく分析することで、今後の課題について検証していく。

1 家計部門の動向

ここでは、個人消費の動向について、最近の持ち直しの背景にある雇用・所得環境の変化や財・サービス別の動向を詳しく分析し消費回復の持続性について検証するとともに、やや中期的な観点から、高齢化の進展や共働き世帯の増加などが消費構造にどのような影響を与えているかについて確認する。

(1) 雇用・所得環境の改善と消費の動向

●生産年齢人口が減少する中、女性や高齢者の就業者が大きく増加

個人消費の持ち直しの背景には、雇用・所得環境が一段と改善していることが挙げられる。少子高齢化によって我が国では生産年齢人口が長期にわたり減少を続けており、こうした中で、我が国の就業者数も2002年から2012年にかけて48万人減少した。しかしながら、今回の回復局面では就業者数は大幅な増加に転じており、2012年には6271万人だった就業者数は2017年には6522万人と251万人も増加し、2000年代の景気回復局面の就業者数を超える水準となっている（第1-2-1図（1））。

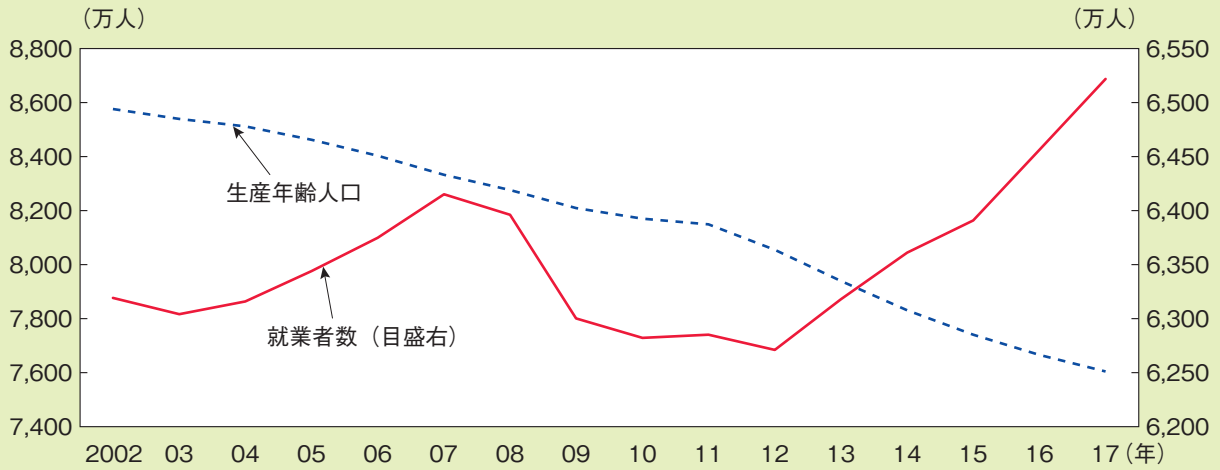
年齢別、性別に2012年以降の就業者数の変化の寄与を見ると、生産年齢人口の減少もあり男性の15～64歳の就業者数は緩やかに減少しているが、政府による子育て支援など女性活躍に向けた政策の後押しもあり女性の就業者数が大きく増加している（第1-2-1図（2））。加えて、65歳以上の高齢者の就業者数も大きく伸びており、景気回復の長期化や人手不足感の高まりのみならず、健康寿命が延び元気な高齢者が増えたことも就業者の増加に寄与していると考えられる。

今後、就業者数の伸びがどの程度継続するかを見込むことは難しいものの、一つの目安として、就業を希望する非労働力人口の数をみると、2017年において65歳以上で43万人、15～64歳で256万人存在しており、このうち、15～64歳の女性が211万人と最も多くなっている（第1-2-1図（3））。こうしたことから、特に、15～64歳の女性の就業者数については、働き方改革などにより女性が働きやすい職場環境の整備が進むとともに、待機児童解消などの子育て支援がより一層進めば、さらに女性の就業者が増えていくことが期待される。また、65歳以上の就業者数についても、健康寿命の延びなどから緩やかに増加することが期待される。

第1-2-1図 生産年齢人口と就業者数の推移

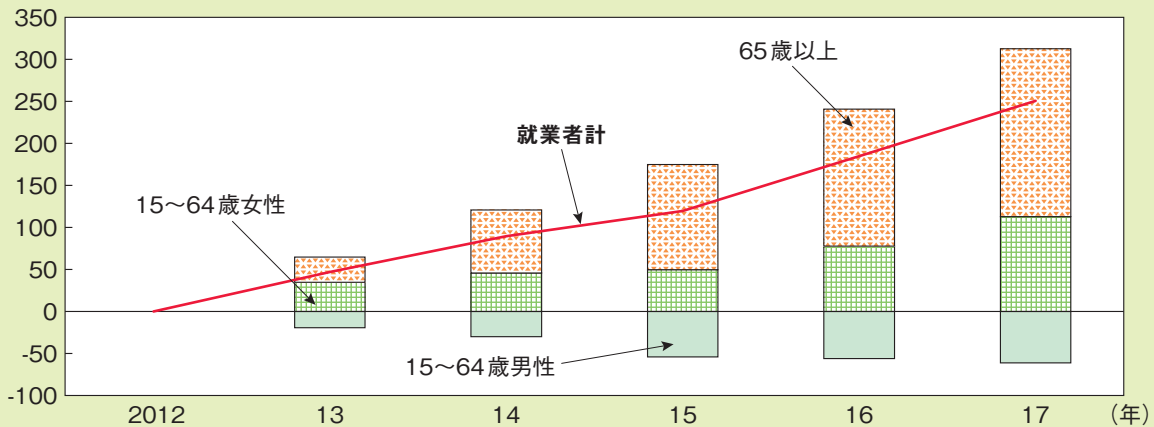
生産年齢人口が減少する中でも、就業者数は2012年以降増加に転じる

(1) 生産年齢人口と就業者数の推移



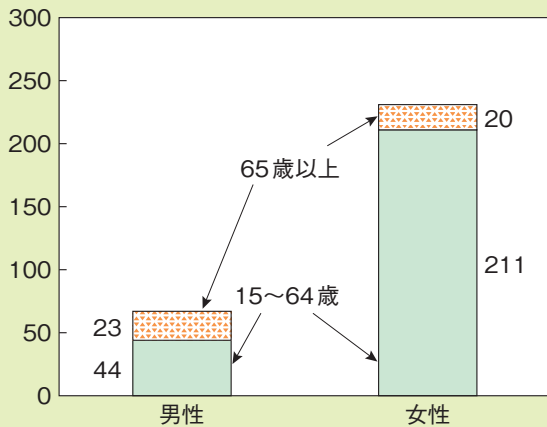
(2) 就業者数変動の累積寄与

(対2012年差、万人)



(3) 就業を希望する非労働力人口 (2017年)

(万人)



(備考) 1. 総務省「労働力調査 (基本集計)」、「労働力調査 (詳細集計)」により作成。
 2. 生産年齢人口は、15~64歳人口。
 3. 非労働力人口は、15歳以上人口のうち、就業者又は完全失業者以外の者。15~24歳のうち在学中の者を除いている。

●雇用・所得環境の改善や消費者マインドの回復を背景に消費は持ち直しが続く

消費の動向について実質民間最終消費支出の動向を確認すると、2014年4月の消費税率引上げの影響により消費支出は大きく減少したが、その後は持ち直しを続け、消費税率引上げ前の2013年後半の水準にまで戻りつつある（第1-2-2図（1））。その背景としては、所得の増加及び消費者マインドの改善が挙げられる。

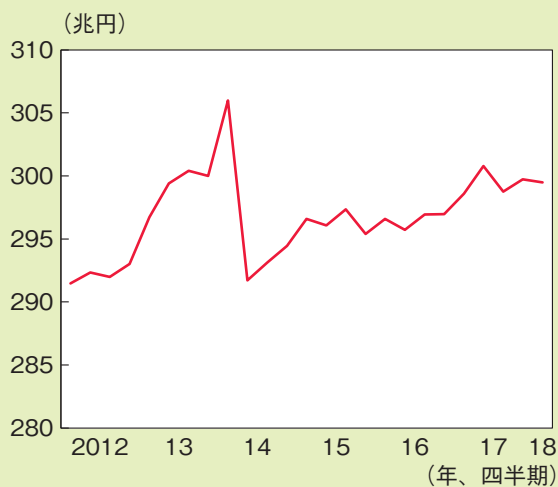
名目可処分所得の動向をみると、社会負担の増加など負担増があるものの、雇用者報酬が大幅に伸びていることから名目可処分所得も増加が続いている（第1-2-2図（2））。また、財産所得は2016年度にマイナスとなったものの、2013年以降を均してみれば株式市場が活況であることを背景におおむねプラスに寄与している。

消費者マインドについても消費税率引上げ後は、振れはあるものの、良好な雇用・所得環境に支えられ、改善傾向にある（第1-2-2図（3））。

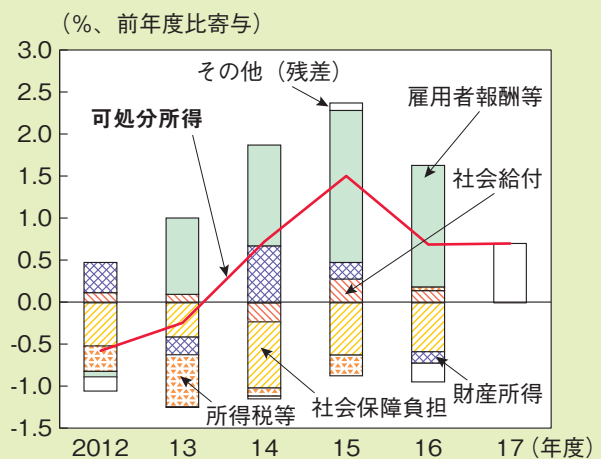
第1-2-2図 消費の動向

雇用・所得環境の改善が続く中、マインドの回復もあって、個人消費は持ち直し

(1) 実質民間最終消費支出



(2) 名目可処分所得の内訳



(3) 消費者態度指数（消費者マインド）

(ポイント)



- (備考) 1. 内閣府「消費動向調査」、「2018年1-3月期四半期別GDP速報（2次速報値）」、「2016年度国民経済計算年次推計」により作成。
2. (2)はGDP統計ベースの値。雇用者報酬等には、雇用者報酬の他に営業余剰・混合所得を含む。財産所得は受取から支払を引いたもの。2017年度の可処分所得は、現時点で未公表のため、可処分所得を雇用者報酬と60歳以上人口比率に回帰することで推計した値を用いて延伸している。
3. (3)の消費者態度指数は、消費者のマインドを表す指標であり、消費者に「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」について、今後半年間の見通しを5段階（「良くなる」、「やや良くなる」、「変わらない」、「やや悪くなる」、「悪くなる」）で評価してもらい、点数化した値。回答者全員が「良くなる」と回答した場合は100、全員が「変わらない」と回答した場合は50、全員が「悪くなる」と回答した場合は0となる。二人以上の世帯かつ季節調整値。また、2013年3月までは訪問留置調査、それ以降は郵送調査による値。

●雇用者報酬の増加や資産効果が消費の押し上げに寄与

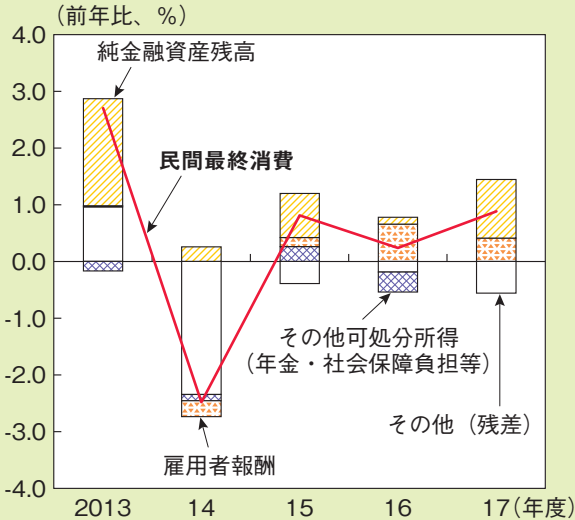
最近の個人消費の動向について、長期的な消費と各要因の関係を示す消費関数を推計することにより所得面と資産面それぞれの寄与を確認すると、2013年度以降の株価の上昇を背景とした資産価格の増加が個人消費を安定的に押し上げる中、2015年度以降は所得の増加も個人消費の押し上げに寄与している（第1-2-3図(1)）。ただし、所得や資産の伸びに比べると、個人消費の伸びは緩やかにとどまっている。この一因としては、消費税率引上げ前の消費の駆け込み需要とその後の反動減の影響や、消費税率引上げに伴う価格上昇による実質所得の減少が挙げられる。

また、家計の貯蓄率の推移をみると、高齢化の進展により貯蓄率は長期的に低下傾向にあるが、2014年の消費税率引上げ前には、消費の駆け込み需要によりトレンド線を割り込んで急低下し、一時マイナスとなった（第1-2-3図(2)）。2015年から16年にかけては、貯蓄率は一時的に上昇したが、2017年以降については、貯蓄率はトレンド線近傍で推移しており、貯蓄率がトレンド線からかい離する動きはすでに一巡したとみられる。今後は雇用・所得環境の改善が続く中で、所得や資産の動きに見合った消費の伸びが期待される。

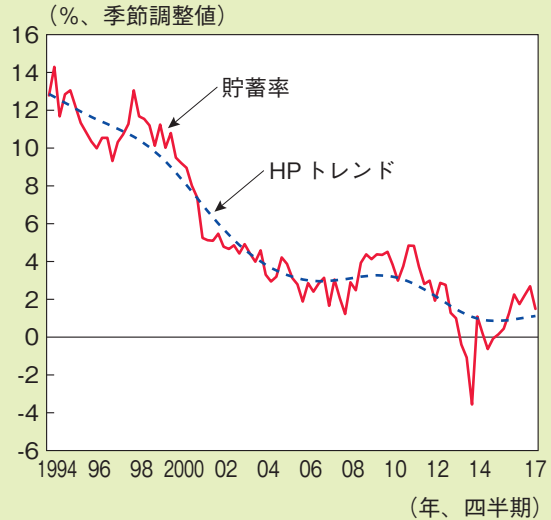
第1-2-3図 最近の個人消費の増加要因

資産の増加が消費を安定的に押し上げる中、2015年度以降は所得の増加も押し上げに寄与

(1) 実質民間最終消費支出の寄与度分解



(2) 家計の貯蓄率の推移



- (備考) 1. 内閣府「2018年1-3月期四半期別GDP速報(2次速報値)」、総務省「人口推計」、日本銀行「資金循環統計」等により作成。
 2. 消費関数の推計方法は付注1-1を参照のこと。(1)の推計値はダミー変数の影響を除いた値。
 3. (1)の推計値について、消費関数の説明変数のひとつである可処分所得の値が、2017年第2四半期以降はまだ公表されていないため、可処分所得を雇用者報酬と60歳以上人口比率に回帰することで推計した値を用いて延伸している。なお、雇用者報酬とその他可処分所得(年金等)の年度値には、四半期ベースの後方3四半期移動平均値の年度平均を用いている。また、2017年度のその他可処分所得(年金等)の寄与度は、その他(残差)に含めている。
 4. (2)はGDP統計ベースの値。HPトレンドは貯蓄率の季節調整値にHPフィルタを適用して抽出したトレンド成分。

(2) 財別、世帯属性別にみた消費の特徴

●耐久財は買い替えサイクルにより押し上げも期待される

最近の個人消費の持ち直しの動向を財・サービス別にみると、財の消費が2014年の消費税率引上げ以降弱含んでいたが、2017年度には耐久財を中心に財の消費が持ち直しに転じているほか、サービス消費については継続的に消費にプラス寄与している(第1-2-4図(1))。そこで、以下では、財とサービスに分けて、詳細に動向を確認する。

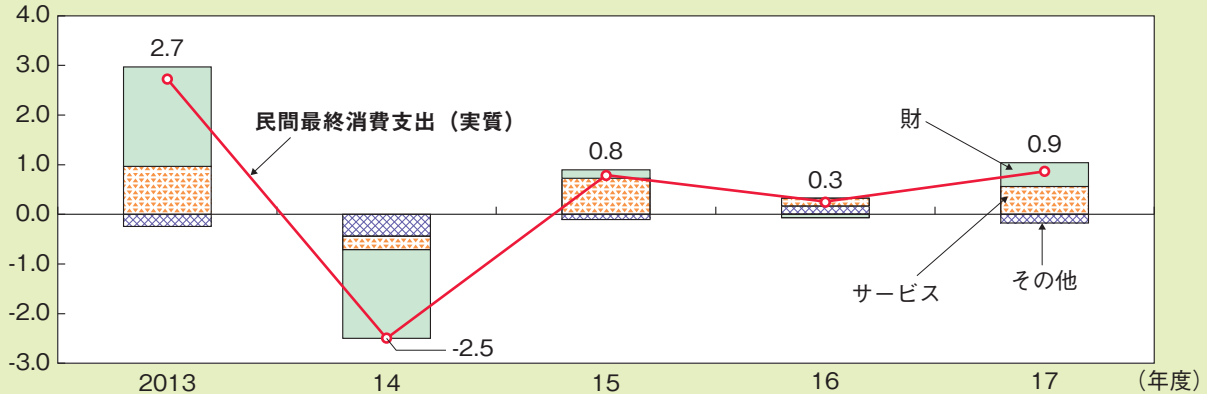
耐久財の動向について、まずは家電販売をみると、2014年の消費税率引上げ前後に駆け込み需要と反動減が生じ、その後低迷が続いたものの、2017年以降は持ち直しの動きがみられる(第1-2-4図(2))。消費税率引上げ後に低迷が長期化した一因としては、世界金融危機後の家電エコポイント制度等の政策効果による家電需要の先食いが指摘されている。主要な家電について買い替え年数の分布をみると、テレビは5~8年程度、冷蔵庫やエアコンは10年程度にそれぞれ買い替え需要の大きな山がある(付図1-1)。2018年現在、家電エコポイント制度から7~8年が経過しており、家電の買い替え需要が高まっている可能性がある。これを検証するため、家電販売額をテレビや携帯電話等が含まれる2~9年程度の短期のサイクルと、エアコンや冷蔵庫等が含まれる9~14年程度の長期のサイクル要因に分解すると、短期サイク

第1-2-4図 耐久財消費の動向

持ち直しの動きがみられる耐久財の消費

(1) 民間最終消費支出の推移と財・サービス別の寄与

(前年比寄与度、%)



(2) 家電販売の動向

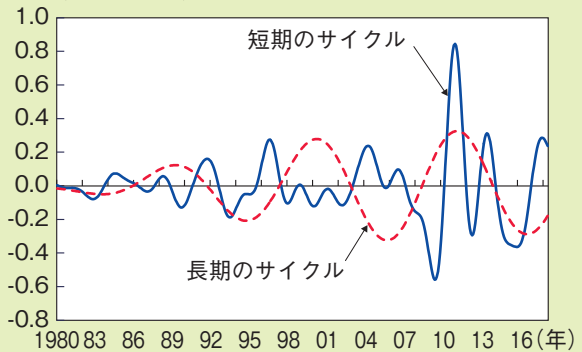
機械器具小売業の販売額 (実質)

(2015年=100)



機械器具小売業のサイクル要因分解

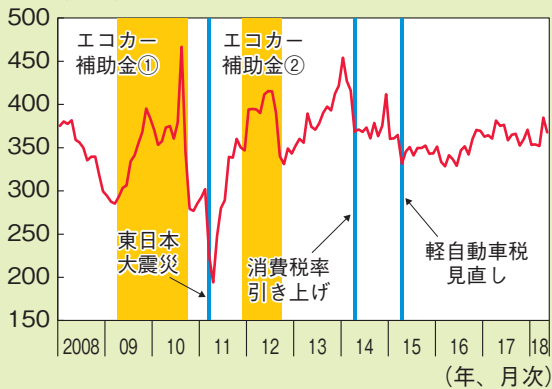
(兆円、年額)



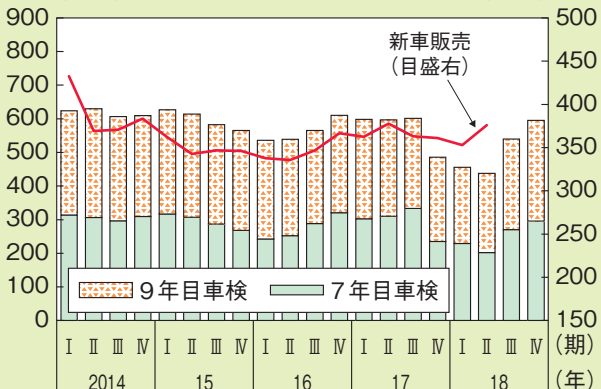
(3) 自動車販売の動向

(千台)

新車販売の推移



(千台) 新車販売と車検更新期車の関係 (千台)



- (備考) 1. 内閣府「2018年1-3月期四半期別GDP速報(2次速報値)」、「消費動向調査」、総務省「消費者物価指数」、経済産業省「商業動態統計」、日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車連合会、自動車検査登録情報協会により作成。
2. 機械器具小売業販売額の実質化には、CPIの耐久消費財から自動車及び家具類を除いた系列を作成のうえ用いた。また、サイクル分解は、短期のサイクルは2~9年、長期のサイクルは9~14年の周期成分を、機械器具小売業の実質季節調整値からバンドパスフィルタを用いて抽出したものの。
3. 車検更新期車は内閣府による試算。なお、内閣府「消費動向調査」によると、新車の買替判断の平均は9.3年(2018年3月調査)。
4. (2)と(3)は季節調整値。(3)右図の新車販売及び7年目、9年目車検台数は月次の四半期平均値。

ルが2017年頃から押上げに寄与していることに加え、9～14年の長期サイクルも底を打っている（前掲第1-2-4図（2））。また、こうした買い替え需要に加え、最近の共働き世帯の増加により、家事の省力化につながる高付加価値な家電製品の需要が増える可能性があるなど、構造的な面からも家電需要の下支えが期待される。

自動車の新車販売についても、消費税率引上げによる駆け込み需要の反動減やエコカー補助金による需要の先食いの反動もあって2014年4月から2016年半ばにかけて弱い動きとなっていたが、2016年後半から2017年春頃は新型車効果もあり好調で推移した（第1-2-4図（3））。自動車の買い替え需要の観点からは、7年目車検を前に買い替える層が多く、新車販売との相関が高くなっている（付図1-1）。7年前の2011年は、東日本大震災による供給制約等の影響で新車販売が大きく落ち込んだため、2017年後半から2018年前半にかけては買い替え需要が高まりにくく、新車販売は伸びにくい状況下にあると考えられる（前掲第1-2-4図（3））。ただし、2011年の夏頃から新車販売は回復へ向かったため、2018年半ば以降は買い替え需要の持ち直しが期待される。なお、今後の自動車販売の動向については、買い替え需要の持ち直しを受けて底堅く推移すると見込まれるが、若者の自動車離れやカーシェアリングの利用が普及しつつあるといった構造的な下押し要因があることには留意する必要がある。

● 単身世帯や共働き世帯の増加で外食が堅調に推移

サービス消費は先ほどみたように、今回の回復局面を通して財よりも伸びており、特に通信費や外食、旅行などの伸びが大きい（第1-2-5図（1））。

通信費については、一人当たり通信関係費が年々増加しており、スマートフォンやタブレットなどの高機能なモバイル端末の普及により多くの層で様々なサービスが利用されている（第1-2-5図（2））。地図・交通情報の提供サービスの利用率は全ての年齢層で大幅に伸びていることに加え、eラーニングの利用率も若年層を中心に非常に伸びており、スマートフォンなどを活用するという生活・学習スタイルの変化も消費行動に影響を及ぼしている姿がみとれる¹²。

外食の売上高についても緩やかに増加している（第1-2-5図（3））。形態別にみると、居酒屋では売上が減少傾向であるものの、ファミリーレストランやファーストフード店では客数の増加に加え、客単価の上昇もあり、高い伸びとなっている¹³。これらの要因として雇用・所得環境が改善を続けていることに加え、単身世帯や共働き世帯の数が増加していることも一因としてあげられる。単身世帯や共働き世帯は、外食に使う金額の割合が高く、特に単身世帯では食料費の約3割を外食に使っている（第1-2-5図（4））。また、SNS（ソーシャル・ネットワークワーキング・サービス）の流行等もあってこのところ食べ歩きへの関心が高まっており、こうした意識や流行の変化も外食需要を押し上げる要因となっているとみられる。

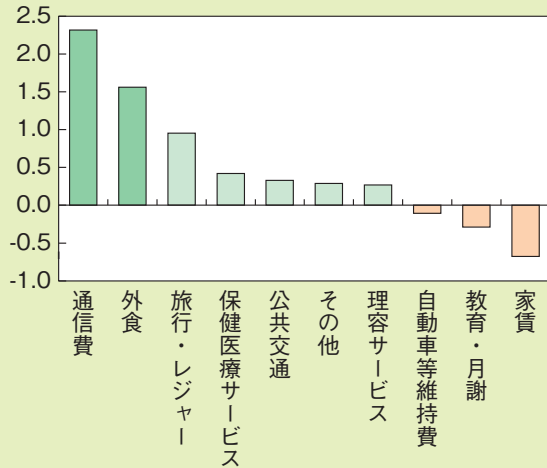
注 (12) 藤田他（2018）
(13) 藤田他（2018）

第1-2-5図 サービス消費の動向

サービス消費は、通信費や外食を中心に増加している。

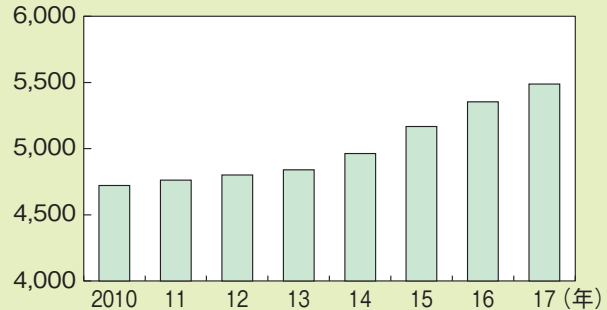
(1) 最近のサービス消費の増加品目

(兆円、2017年と2012年の差)



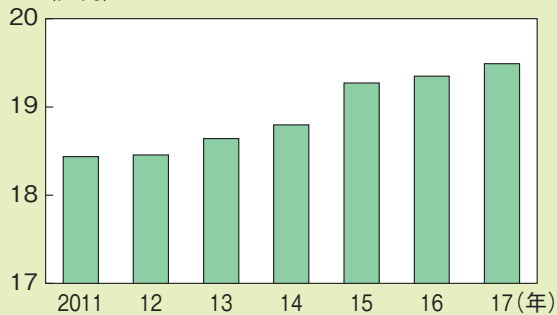
(2) 一人当たり通信関係費の伸び

(円、月平均)



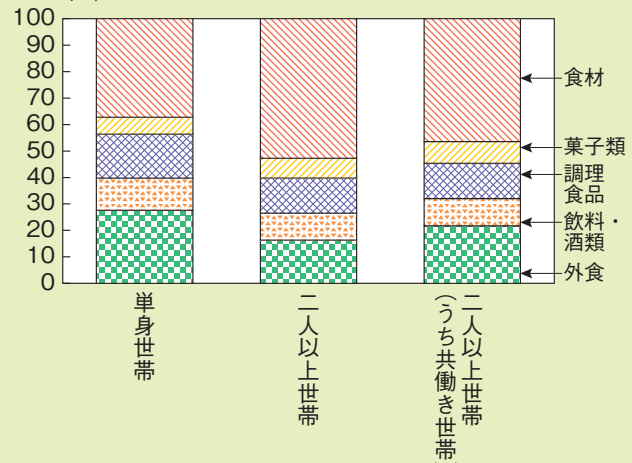
(3) 外食の売上高の推移

(兆円)



(4) 世帯属性別の食料費の内訳 (2017年平均)

(%)



- (備考) 1. 内閣府「国民経済計算」、総務省「家計調査」、「サービス産業動向調査」により作成。
 2. (1)は名目値。試算にあたっては、まずSNAベースの国内家計最終消費のサービス消費額から、持家の帰属家賃と金融・保険サービス(含むFISIM)を除いた系列を作成のうえ、家計調査(総世帯)のサービス消費から設備修繕・維持、諸会費、寄付金、非貯蓄型保険を除いた系列における各サービスのシェアを計算し、両者を掛け合わせることで、SNAベースのサービス消費の内訳を推計した。
 なお、2017年のSNAの金融・保険サービスの額は現時点で未公表のため、2016年から横置きとしている。
 3. (2)は世帯当たり月平均通信関係費(家計調査の総世帯の値)を世帯人員数で除して算出。通信関係費には郵便料、固定電話通信料、移動電話通信料、運送料、インターネット接続料を含む。
 4. (3)は年間売上高。2012年以前の値は前年比を用いた概算値。

●年齢階層別にみると若年層で消費性向が低下傾向

ここまで雇用・所得環境の改善を背景に消費が持ち直していることを確認したが、消費の回復が今後一段と力強さを増すためには、所得の伸びがさらに高まることに加え、所得のうち消費に回す割合を示す消費性向も安定することが重要である。そこで、長期的な消費性向の動きについて世帯主の年齢階級別の推移をみると、50歳代の消費性向はほとんど変化していないのに対し、40代以下、特に39歳以下の若年層では低下傾向にある（第1-2-6図（1））。

この要因を、消費性向の分母にあたる可処分所得要因と分子にあたる消費支出要因に分けてみると、40歳代ではバブル崩壊後の1990年代末から賃金が伸び悩んだことなどもあり可処分所得が一貫して下落し消費性向を押し上げる方向に寄与している一方で、消費支出がそれ以上に減少したため、消費性向は緩やかに低下している（第1-2-6図（3））。ただし、2013年以降についてみれば所得も消費も安定しつつある。他方、39歳以下では2012年までは可処分所得が減少し、消費支出も減少という動きは40歳代と大きく変わらなかったものの、今回の景気回復局面では可処分所得が増加する中でも消費支出の減少が続いており、消費性向の一層の低下につながっている（第1-2-6図（2））。

こうした若年層における消費性向の低下の背景については、賃金カーブのフラット化による生涯所得の低下、モノの保有を減らすミニマリスト志向、未婚化・非婚化の動きなど様々な要因が挙げられている（内閣府（2017））。また、39歳以下や40代で持ち家比率が高まるとともに所得・債務比率がこのところ高まっていることから、住宅ローンを抱える世帯が増えて借入金の返済に充てているという面もある（第1-2-6図（5）、付図1-2）。

こうした様々な仮説の中でも、若者の消費性向の低下の要因として将来不安を指摘する声も多い。そこで、金融広報中央委員会のアンケートをみると、老後の生活について不安と思う者の割合はこの20年近くほとんど変化がない。しかし、老後の生活資金として準備しておきたい金融資産と現在の金融資産残高との差額の推移をみると（第1-2-6図（6））、特に39歳以下の若年層で差額が大きくなっており¹⁴、将来必要と思われる資産を蓄えるために、可処分所得が増加している中でも消費支出を抑制している可能性がある。

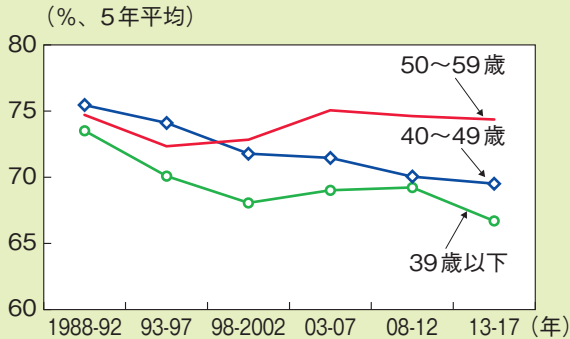
こうした老後への不安はすぐに解決できるものではないが、持続可能な社会保障制度を構築するとともに、例えば人づくり革命を通じて、年齢にかかわらず、全ての人が元気に活躍し続けられる社会をつくることなども重要である。

注 (14) この要因として、寿命が延びていることで老後に必要と思われる費用が増加していることなどが考えられる。

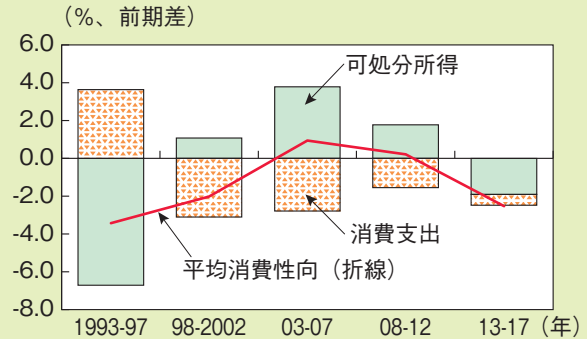
第1-2-6図 若者の消費動向

若年層を中心に消費性向が低下傾向

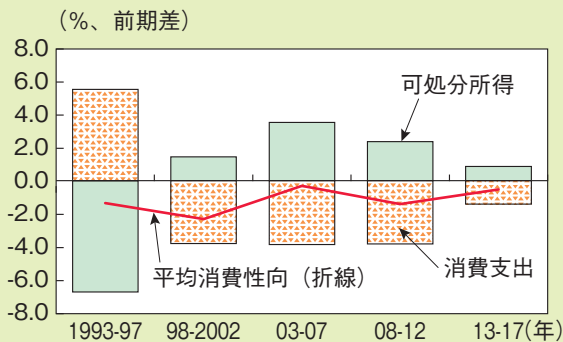
(1) 世帯主の年齢別の平均消費性向



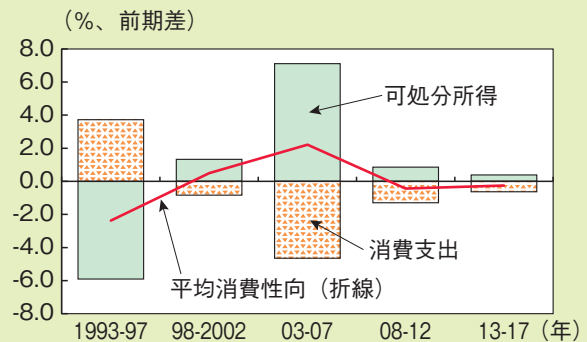
(2) 30代以下の勤労者世帯の消費性向の要因分解



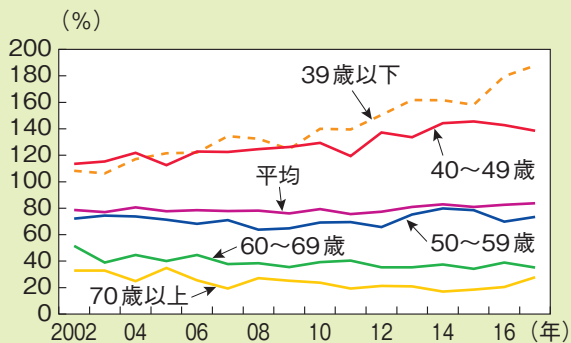
(3) 40代の勤労者世帯の消費性向の要因分解



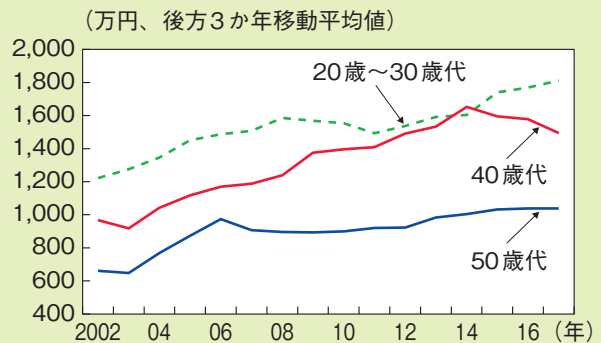
(4) 50代の勤労者世帯の消費性向の要因分解



(5) 家計の所得・債務比率



(6) 老後の生活資金として準備しておきたい金融資産と現在の金融資産残高との差額



- (備考) 1. 総務省「家計調査」、金融広報中央委員会「家計の金融行動に関する世論調査」により作成。
 2. (1)～(4)は、いずれも二人以上世帯のうち勤労者世帯の値。
 3. (5)、(6)は二人以上の世帯。
 4. 所得・債務比率=負債÷年間収入×100(%)。
 5. (6)は、設問「老後の生活資金として、主に家計を支えている方の年金支給時に準備しておけばよい金融資産残高は、最低どれくらいだとお考えですか」に対する平均回答額と平均金融資産残高との差額。

●高齢化は消費の下押し圧力となるものの、高齢者世帯の消費そのものは堅調

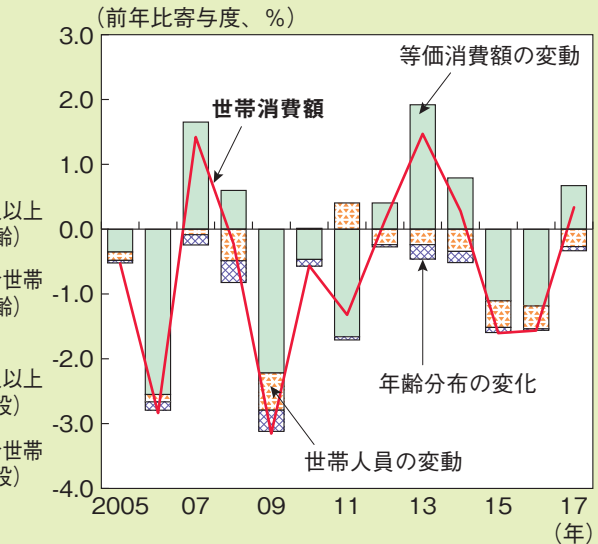
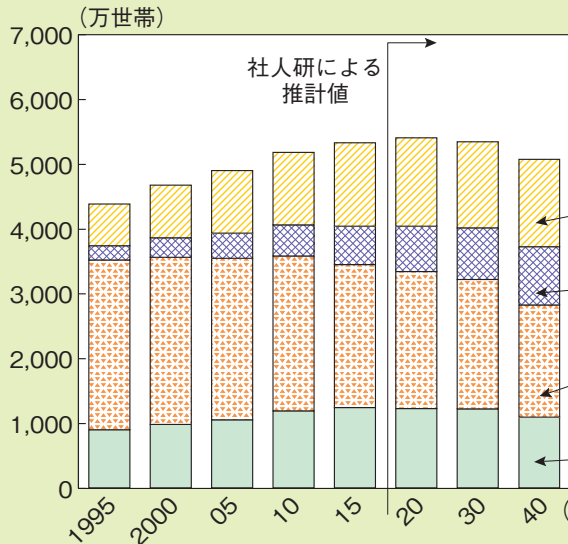
我が国では65歳以上の高齢者世帯の増加が続いており（第1-2-7図（1））、長期的な消費の動向をみる上では、高齢化の影響についても考慮する必要がある。家計調査をみると、高齢者世帯は現役世帯に比べ所得が少ないことや子どもの教育費などの支出が一段落するなど必要な消費額そのものが少なくなることなどから消費額そのものが現役世帯と比べ低いため、高齢者世帯の割合が高まることは日本全体の消費には押下げに働く。こうした影響を分析するため、家計調査を使い、まずは世帯当たりの消費額の変化を、等価消費額の変動（世帯の人数を調整した消費の変動）、世帯人員の変動（単身世帯の増加など世帯の人数が変動したことの影響）、年齢分布の変化（消費額が相対的に少ない高齢者世帯の割合が増加したことなどの影響）に分けて動きをみると、単身世帯の増加などもあり世帯人員の減少は消費の下押しに寄与している（第1-2-7図（2））。一方、高齢者の増加による年齢分布の変化も消費の下押しに寄与しているが、押下げの幅は世帯人員の変動に比べると少ない。また、世帯当たりの消費ではなくマクロの消費に与える影響をみても、年齢分布の変化は毎年マクロの消費を0.1%ポイント程度押し下げており、高齢化の進展は我が国全体の消費を一定程度押し下げている（第1-2-7図（3））。

世帯主の属性別に等価消費額の推移をみると、現役世帯は若干低下しているものの、高齢者世帯は底堅く推移している（第1-2-7図（4））。この要因の一つとして、元気な高齢者、いわゆる「アクティブシニア」による消費の増加が考えられる。家計調査を使い宿泊料やスポーツクラブへの支出をみると60歳代ではどちらの支出も大きく伸びており、70歳代でもスポーツクラブへの支出は大きく増えており¹⁵、元気な高齢者が旅行に出かけたり健康を維持するためにスポーツクラブを利用したりと、アクティブシニアが消費を下支えしている姿がうかがえる（付図1-3）。

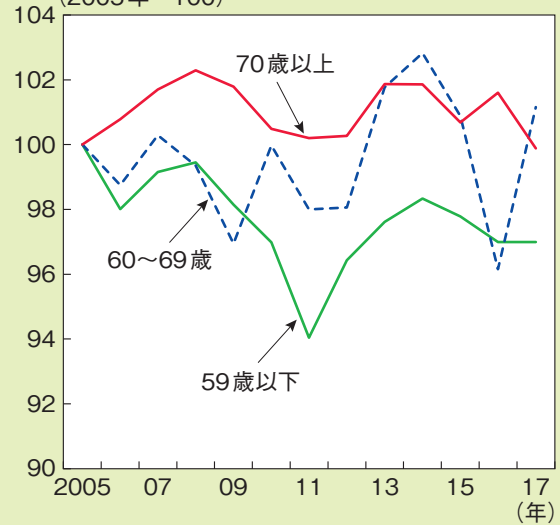
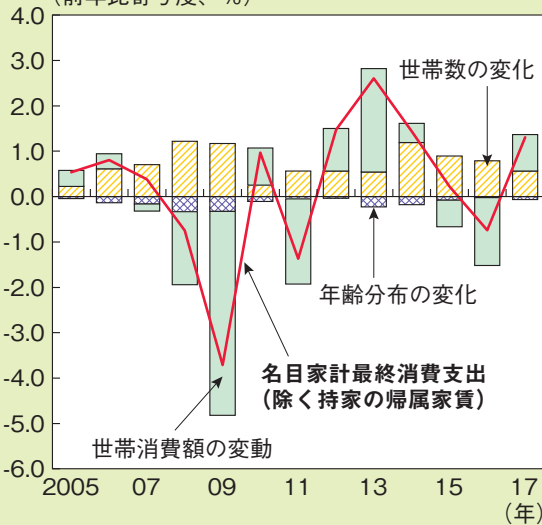
注 (15) 旅行については、体力的な問題もあり70代半ばから需要が落ち込むと言われており、70代後半の割合が相対的に増えている中、消費額が落ちていないことは堅調に推移していると考えられる。

第1-2-7図 高齢化の進展と個人消費

高齢化等によりマクロの消費には下押し圧力が加わるも、高齢者の消費そのものは底堅く推移
 (1) 現役・高齢者別の世帯数の内訳 (2) 世帯消費額の要因分解 (家計調査ベース)



(3) マクロの消費額の要因分解 (SNAベース) (4) 世帯主の年齢階級別の等価消費額の推移 (2005年=100)



- (備考) 1. 内閣府「2018年1-3月期四半期別GDP速報(2次速報値)」、総務省「家計調査」、「労働力調査」、「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)(2018年推計)」により作成。
 2. (1)の現役は65歳未満、高齢者は65歳以上。
 3. 等価消費額は、各年齢階級の消費額を世帯人員の平方根で割った値。
 4. (2)は、以下の算式をもとに分解した値。右辺第1項が年齢分布の変化要因、第2項が等価消費の変動要因、第3項が世帯人員の変動要因を表す。ウェイトは労働力調査の世帯分布を用いた(2011年は線形補間)。
 i は世帯主の年齢階級、 t は時点を表す。なお、グラフからは交差項要因を除いている。

$$\Delta \text{世帯消費} = \sum_i \text{等価消費}_{it-1} \times \text{世帯人員}_{it-1}^{1/2} \times \Delta \text{ウエイト}_{it} + \sum_i \text{ウエイト}_{it-1} \times \text{世帯人員}_{it-1}^{1/2} \times \Delta \text{等価消費}_{it} + \sum_i \text{ウエイト}_{it-1} \times \text{等価消費}_{it-1} \times \Delta \text{世帯人員}_{it} + \text{交差項要因}$$

5. (3)は以下の算式をもとに分解した値。右辺第1項と第2項の和が世帯消費額の変動要因、第3項が年齢分布の変化要因、第4項が世帯数の変化要因を表す。なお、グラフからは交差項要因を除いている。

$$\Delta \text{マクロの消費額} = [\sum_i \text{ウエイト}_{it-1} \times \text{世帯人員}_{it-1}^{1/2} \times \Delta \text{等価消費}_{it} + \sum_i \text{ウエイト}_{it-1} \times \text{等価消費}_{it-1} \times \Delta \text{世帯人員}_{it} + \sum_i \text{等価消費}_{it-1} \times \text{世帯人員}_{it-1}^{1/2} \times \Delta \text{ウエイト}_{it}] \times \text{世帯数}_{t-1} + (\sum_i \text{ウエイト}_{it} \times \text{等価消費}_{it} \times \text{世帯人員}_{it}^{1/2}) \times \Delta \text{世帯数} + \text{交差項要因}$$

なお、分解にあたっては(2)をもとにしているが、世帯当たり消費額は家計調査ではなく、SNAベースの名目消費(除く持家の帰属家賃)を労働力調査の世帯数で除することで計算している。また、年齢階級別の消費額は、年齢階級別の家計調査の消費額と労働力調査の世帯数を掛け合わせたものをもとに各年齢階級のシェアを算出の上、SNAベースの名目家計消費(除く持家の帰属家賃)に掛けあわせ、最後に年齢階級別の世帯数で割ることにより求めた。

6. (2)は家計調査のうち総世帯、(4)はうち二人以上の世帯の値。

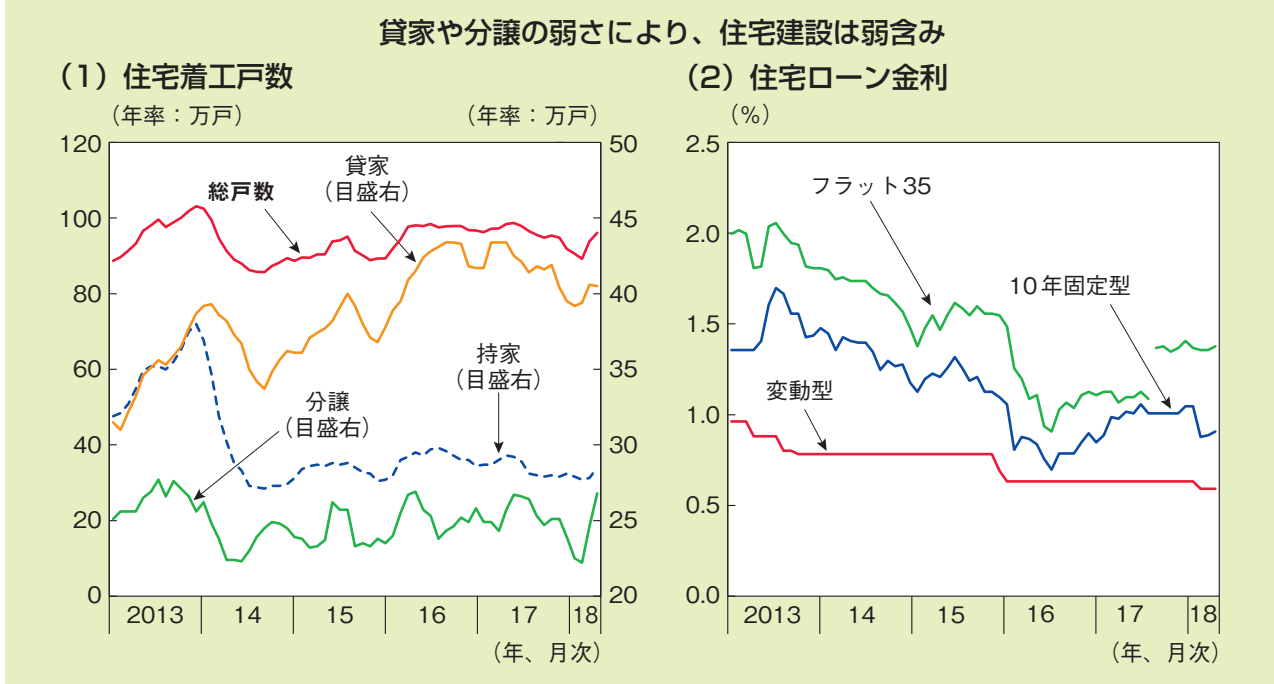
(3) 住宅建設の動向

● 貸家や分譲の弱さにより、住宅建設は弱含み

住宅着工は、2016年初頭の借入金利低下や貸家の増加もあって大きく増加し、2016年には年率換算で100万戸を若干下回る水準で推移した（第1-2-8図(1)）。貸家の着工の増加の背景としては、金利低下による貸家建設の採算改善に加え、2015年の相続税に係る税制改正の影響もあったと考えられる（内閣府（2017））。また、住宅ローン金利の低下（第1-2-8図(2)）は家計の住宅購入も後押しし、2016年の持家や戸建分譲は増加したが、その結果、2016年以降は家計の住宅ローン残高の伸びも高くなり、可処分所得に占める住宅ローン残高も4割程度にまで上昇している（付図1-4）。こうした住宅ローン残高の高まりもあり、前項でみたように若年層で所得・債務比率が高くなっている（前掲第1-2-6図(5)参照）。

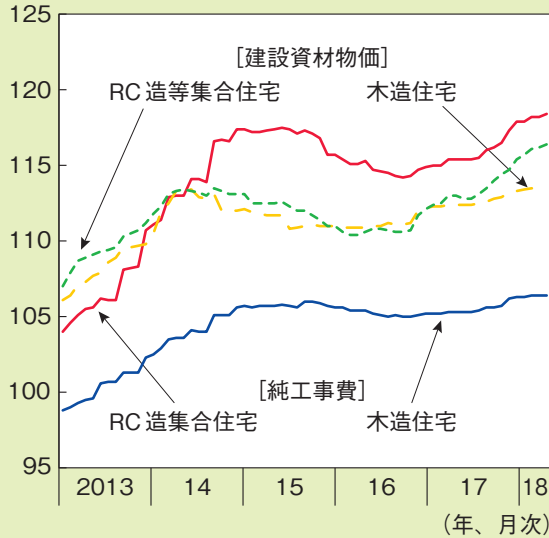
しかし、2017年に入り金融機関の個人による貸家業への新規貸出額が前年比で減少に転じる中で、2017年後半以降貸家が緩やかに減少し、住宅着工全体も弱含んでいる。また、分譲住宅についても、地価の上昇や建設資材の価格上昇、人件費の上昇もあってマンション価格が上昇し、共同分譲は弱い動きが続いている（第1-2-8図(3)、(4)）。ただし、相対的に割安感のある戸建分譲は共同分譲に比べると堅調に推移している。

第1-2-8図 住宅建設の動向



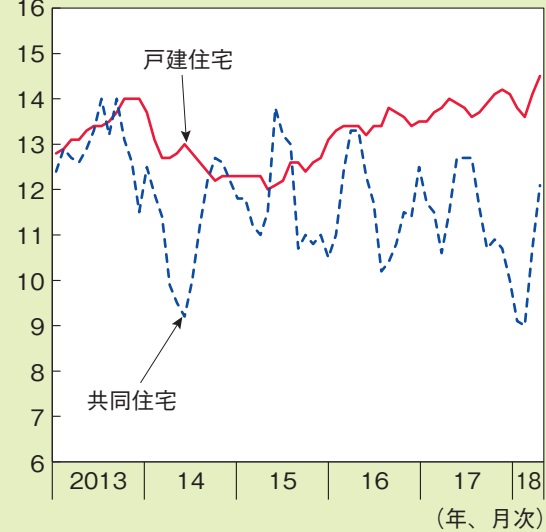
(3) 建設物価指数

(2005年=100)



(4) 分譲住宅着工戸数 (建て方別)

(年率：万戸)



- (備考) 1. 国土交通省「建築着工統計」、一般財団法人建設物価調査会「建設物価指数月報」、独立行政法人住宅金融支援機構公表資料等により作成。
 2. (1)、(4)の数値は、季節調整値かつ後方3か月移動平均値。
 3. (2)について、フラット35は融資率が9割以下で返済期間が21年以上の場合の最低値。2017年10月以降は、新機構団信付きの値。10年固定金利、変動金利は都市銀行5行の最優遇金利の平均。
 4. (3)について、純工事費とは、工事費から一般管理費、現場管理費等を除いたもので、材料費、労務費を含む。RC造とは、鉄筋コンクリート造を指す。建設物価指数は東京の値。
 5. (4)について、戸建住宅とは、建て方が一戸建てまたは長屋建てのものを指す。

2 企業部門の動向

世界経済の緩やかな回復や情報関連財需要等が堅調であることを背景に輸出や生産活動は回復するとともに、消費や投資など内需が堅調であり、インバウンド需要が急増していることなどから非製造業も総じて好調で、企業収益は過去最高を更新している。一方、景気回復の長期化もあり人手不足感が四半世紀ぶりの高水準となっており、人手不足への対応が差し迫った課題となっている。本項ではこうした企業部門の動向について、生産や設備投資、収益の動向を詳しく確認するとともに、人手不足がどの程度企業活動に影響を及ぼしているかについても検証することにより、企業部門の改善の持続性について分析する。

(1) 生産の動向

●世界貿易の回復とともに、我が国の輸出も持ち直し

前節でもみたように、2000年代以降の世界的なバリューチェーンの構築が一段落したことや新興国経済の減速により、2016年頃まで世界貿易の動向は「スロー・トレード」の状態にあり、我が国の輸出も伸び悩んでいたが、2017年以降は、世界の貿易量の回復とともに、我が国の輸出もアジア向けを中心に持ち直している (第1-2-9図 (1) (2))。