

## 2 家計の消費動向

良好な雇用・所得環境を背景に消費は持ち直しを続けているが、雇用・所得環境の改善に比べると個人消費の伸びは緩やかにとどまっている。ここでは最近の個人消費の動向を確認するとともに、消費を活性化するための課題について考察する。

### ●消費はサービスを中心に持ち直しが続く

2013年度以降の消費動向を、財とサービスに分けてみると、財の消費については、2014年度の消費税率引上げ前後で駆け込み需要とその反動減もあり大きく変動したが、2017年度以降、小幅な増加寄与となっている（第1-2-5図（1））。一方、サービス消費については、消費税率の引上げ前後で若干の変動はあったものの、2015年度以降は毎年度プラスに寄与しており、特に、2017年度、2018年度については良好な雇用・所得環境を背景に増加を続けた。

サービス消費の代表例として、外食の動向を日本フードサービス協会のデータを用いて確認すると、2016年後半から客数が微増で推移する中、客単価が増加していることより、売上げが緩やかに増加している（第1-2-5図（2））。この背景としては、雇用・所得環境が良好な中、共働き世帯が増加し、単価の高いメニューが売れること、注文の品目数を増やしていることが背景にあるとみられる。

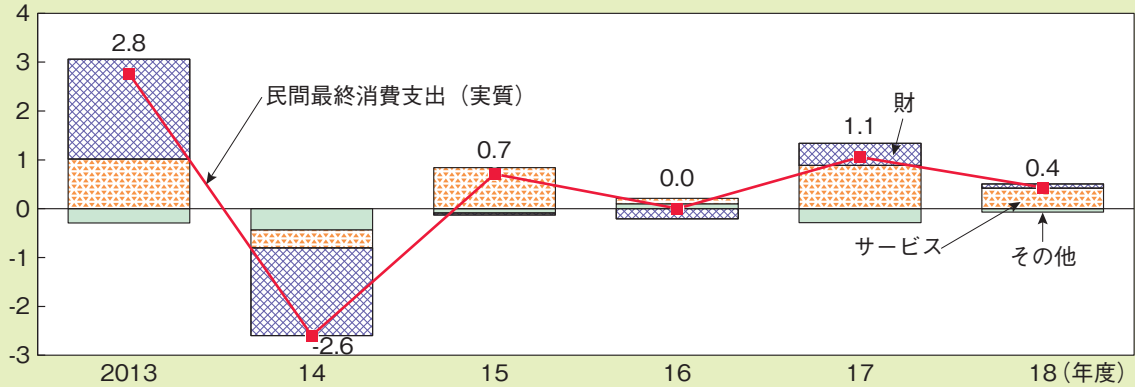
財の消費に関し、耐久財消費の伸びが限定的である要因の一つとしては、パソコンや携帯電話の普及率が頭打ちとなるとともに、乗用車の普及率が緩やかながら低下傾向にあることが影響していることが考えられる（第1-2-5図（3））。このうち、乗用車の普及率がやや低下している背景の一つとしては、自動車の保有割合が低い大都市圏の人口割合が増加していることに加え、カーシェアリングの普及などが考えられる。他方で、家電製品については、共働き世帯が増加する中で、家事負担の軽減効果の高い家電の消費が増加している。食器洗い機の普及率をみると2005年に2割強程度であった普及率が2019年には3割強にまで上昇しているほか、冷蔵庫や洗濯機などについても家事時間を節約するような高機能の製品の売れ行きが好調となっている。

第1-2-5図 最近の個人消費の動向

消費は、消費税率の引上げ以降、サービスを中心に持ち直し

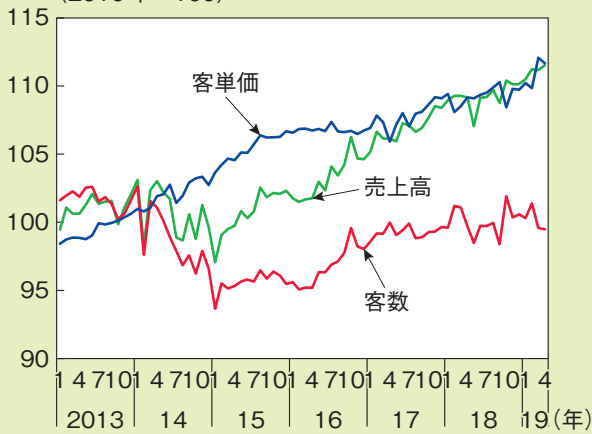
(1) 民間最終消費支出の推移と財・サービスの寄与

(前年比寄与度、%)



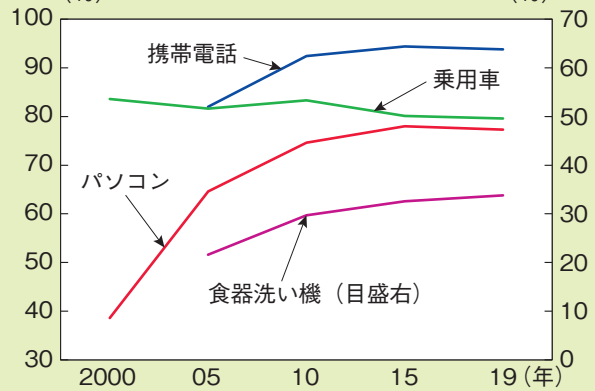
(2) 外食売上高

(2010年=100)



(3) 耐久消費財の普及率

(%)



(備考) 1. 内閣府「2019年1-3月期四半期別GDP速報(2次速報値)」、「消費動向調査」、日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」、経済産業省「第3次産業活動指数」により作成。  
 2. (2)は外食産業市場動向調査、第3次産業活動指数を用いて季節調整値を内閣府にて試算。  
 3. (3)は二人以上の世帯における主要耐久消費財の普及率。

### ●年齢階層別にみた平均消費性向は、若年層においてやや低下傾向

個人消費は持ち直しが続いているものの、雇用・所得環境の改善に比べると緩やかにとどまっている。そこで、家計調査に基づき、年齢階層別の平均消費性向（2人以上のうち勤労者世帯）をみると、各年代ともにやや低下傾向にあるが、若年層の世帯で特に低下幅が大きくなっている（第1-2-6図（1））。

消費性向の動向を、可処分所得の変動と消費支出の変動に分解してみると、30代以下では、傾向として、可処分所得が大きく増加する中で、消費支出が伸びていないことから、消費性向が低下している（第1-2-6図（2））。

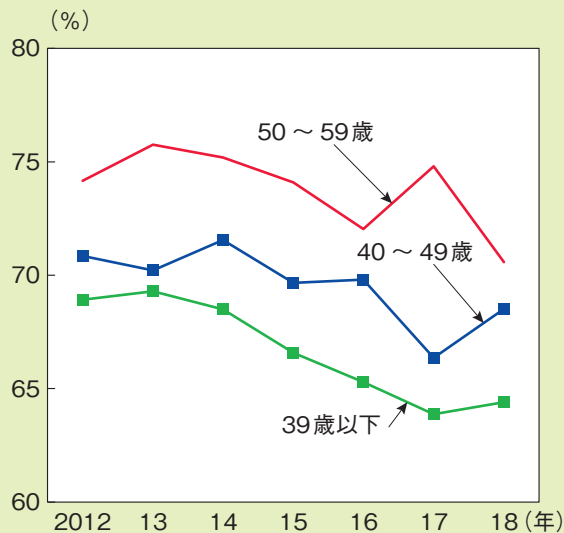
40代の動向をみると、可処分所得の増加傾向が続いている中、消費支出が伸び悩んでいることから消費性向は低下傾向となっている（第1-2-6図（3））。また50代でも、2016年以降は可処分所得が増加する中、消費支出が減少し、消費性向がやや低下している（第1-2-6図（4））。

若年層の消費性向が低い要因として、内閣府（2018）において、モノの保有を減らすミニマリスト志向、持ち家比率が高まることによる所得・債務比率の高まりなどに加え、老後への不安等、様々な点を指摘している。持続可能な社会保障制度を構築するとともに、人づくり革命を通じて、働く意欲がある者がその能力を十分に発揮できる社会をつくることなども重要である。

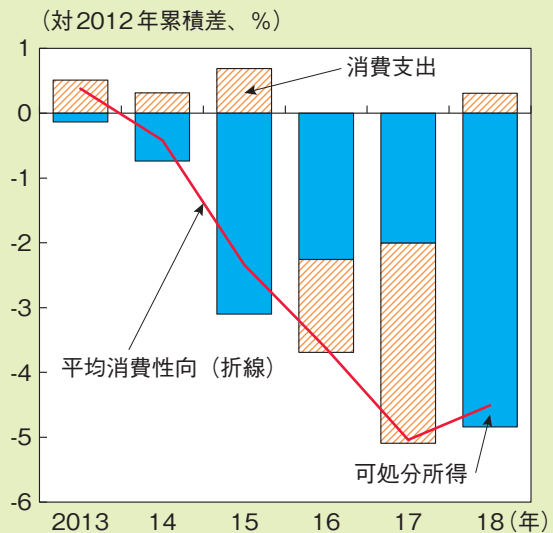
第1-2-6図 年齢別の消費性向

平均消費性向は、可処分所得の増加と消費支出の減少により、30代以下でやや低下傾向

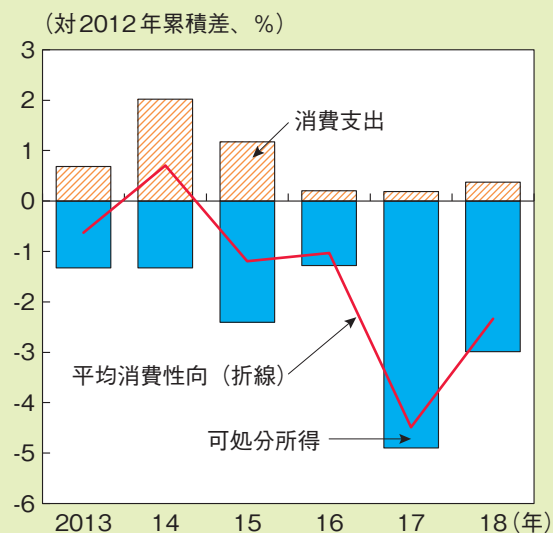
(1) 世帯主の年齢別の平均消費性向



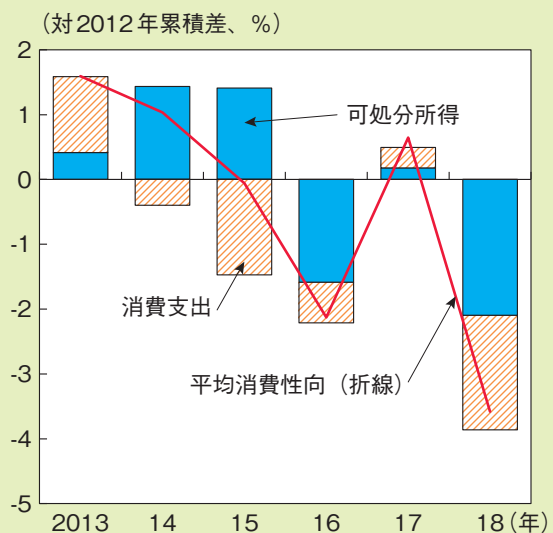
(2) 30代以下の勤労者世帯の消費性向の要因分解



(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



(備考) 1. 総務省「家計調査」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. 2018年については、家計調査の調査方法変更の影響による変動を調整した推計値(変動調整値)。

### ●世帯の平均消費は、世帯の年齢構成の変化の影響を受ける

少子高齢化の進展により、世帯主の年齢が60歳以上の世帯数の割合<sup>9</sup>は2000年の33%から2015年には45%になるなど世帯の年齢構成は大きく変化しているが、高齢者世帯は現役世帯に比べて消費額が少ないことから、高齢世帯の割合が増えることは我が国の消費の伸びを鈍化させる可能性が考えられる。そこで、家計調査に基づき、世帯主の年齢別に世帯消費支出の動向（名目ベース）をみると、60歳未満の世帯、60歳以上の世帯ともに2015年以降消費額が低下しているが、良好な雇用・所得環境もあり、60歳未満世帯の方が消費の落ち込みは小さい（第1-2-7図（1））。また、2012年と2018年の世帯消費額を比較すると、60歳以上世帯では2018年の消費額の方が低いものの、60歳未満世帯では2012年の水準と同程度となっている。

消費支出の水準を比較すると、60歳未満世帯に比べ60歳以上世帯の支出は月額で2万円程度低くなっており、消費水準の低い高齢世帯のウエイトが増加すると世帯全体の平均消費支出を押し下げる方向に寄与すると考えられる。こうした影響を分析するため、家計調査に基づき、世帯当たりの平均消費支出の変化（名目ベース）を、60歳以上世帯の等価支出の変動（世帯の人数を調整した消費の変動）、60歳未満世帯の等価支出の変動、世帯人員数の変動、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）に分解した。これによると、世帯当たりの等価消費支出は、60歳未満世帯、60歳以上世帯どちらも2012年対比では増加している。他方、世帯人員が減少していることは、世帯当たりの消費を押し下げる方向に大きく寄与している（第1-2-7図（2））。さらに、消費支出が相対的に低い高齢者世帯の増加による世帯年齢分布の変動要因も世帯当たりの平均消費額にマイナスに寄与している。

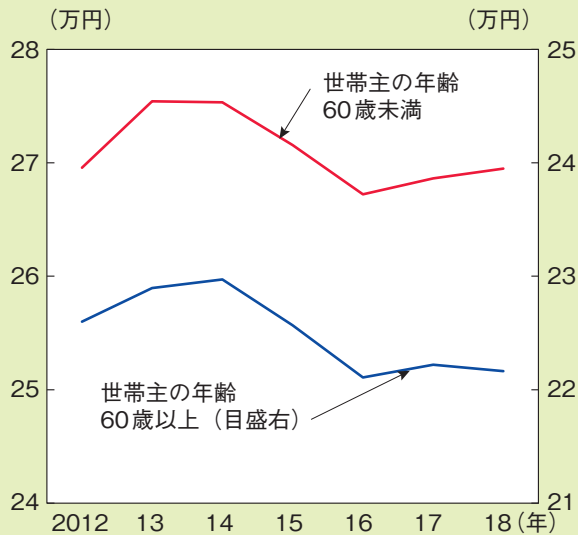
ただし、前項でみた通り、より多くの高齢者が就業することで、高齢者世帯全体でみた所得水準の底上げにつながっていると考えられ、こうしたことで高齢者の消費が活性化されているとみられる。今後も、高齢者の活躍推進により、高齢者消費のさらなる活性化が期待される。

注 (9) 国勢調査より。

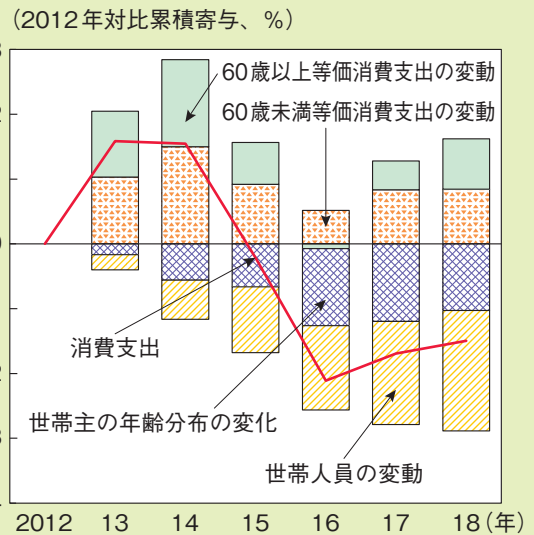
第1-2-7図 高齢化の消費への影響

世帯の平均消費は、年齢構成の変化の影響を受ける

(1) 年齢別の世帯消費支出



(2) 1世帯あたり消費支出要因分解



- (備考) 1. 総務省「家計調査」により作成。  
 2. (1) は月平均、名目額。  
 3. (2) は、以下の算式を基に分解した値をプロットしている。右辺第1項が年齢分布の変化要因、第2項が60歳未満世帯の消費支出の変動要因、第3項が60歳以上世帯の消費支出の変動要因、第4項が世帯人員の変動要因を表す。iは世帯主の年齢階級、jは世帯主の年齢階級(60歳未満)、lは世帯主の年齢階級(60歳以上)、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。

$$\Delta \text{消費支出} = \sum_i [\text{等価消費}_{i,t-1} \times \text{世帯人員}_{i,t-1}^{1/2} \times \Delta \text{ウエイト}_{i,t}] + \sum_j [\text{ウエイト}_{j,t-1} \times \text{世帯人員}_{j,t-1}^{1/2} \times \Delta \text{等価消費}_{j,t}] + \sum_l [\text{ウエイト}_{l,t-1} \times \text{世帯人員}_{l,t-1}^{1/2} \times \Delta \text{等価消費}_{l,t}] + \sum_i [\text{ウエイト}_{i,t-1} \times \text{等価消費}_{i,t-1} \times \Delta \text{世帯人員}_{i,t}^{1/2}] + \text{交差項要因}$$

5. いずれも総世帯。  
 6. 2018年については、家計調査の調査方法変更の影響による変動を調整した推計値(変動調整値)。

### ●若年層の消費刺激には労働時間の短縮も重要

雇用・所得環境が改善している一方で、現役世帯においても、所得の伸びに比べると消費の伸びが緩やかにとどまっている。こうした現役世帯を含めた消費活性化のための課題を検討するために、内閣府が2019年3月に実施した「消費者の行動変化に関するアンケート調査」<sup>10</sup>（以下「内閣府消費行動調査」という。）を用い消費を活性化するためにはどのような条件が重要かを確認する。具体的には、「今後、どのような変化があれば、月々の消費額を増やすか」（3つまでの複数回答）への回答をみると、給与所得の増加が7割程度と最も大きな割合を占めており、それに次いで、社会保障の充実や雇用の安定が続いている（第1-2-8図（1））。こうしたことから、現在だけでなく将来を含めた所得環境の安定が最も重要な要素であることが示唆される。

各項目の回答状況を年齢別にみると、「必要となる教育費の低下」は30代や40代で高くなっているほか、「各種ローン金利の低下」が20代、30代で高くなっており、子育て世代や住宅を保有する世代においては、毎月の支出である教育費やローンの支払いに負担を感じていることが示唆される（第1-2-8図（2））。

一方、「労働時間の短縮」については若年層ほど高い回答となっており、20代では15%となっている。内閣府（2018）においても、労働時間が減ることにより買い物の時間が増加することが試算されていたが、働き方改革が進む中、長時間労働が是正されることにより、若年層を中心に消費が活性化されることが期待される。

なお、「株価等の上昇」は高齢層ほど高くなっており、高齢層ほど株式保有が多いため、資産効果は高齢層を中心に発生すると見込まれる。

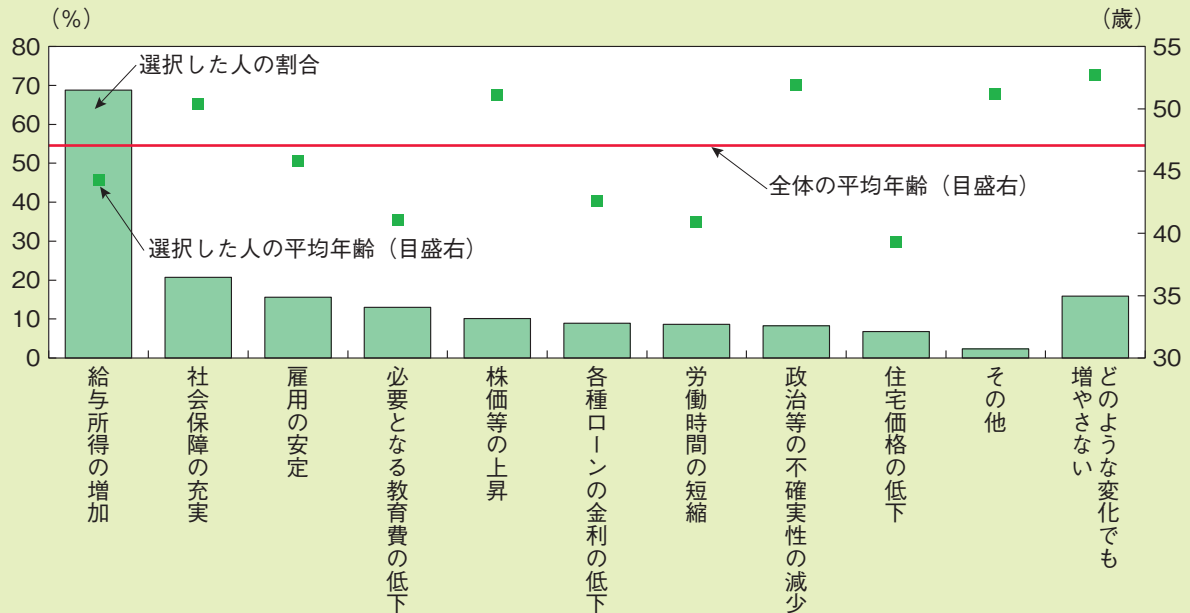
注 (10) 調査対象は20～69歳の男女。有効回答数、10,352人。調査時期は2019年3月8日～2019年3月10日。概要は付注1-2参照。



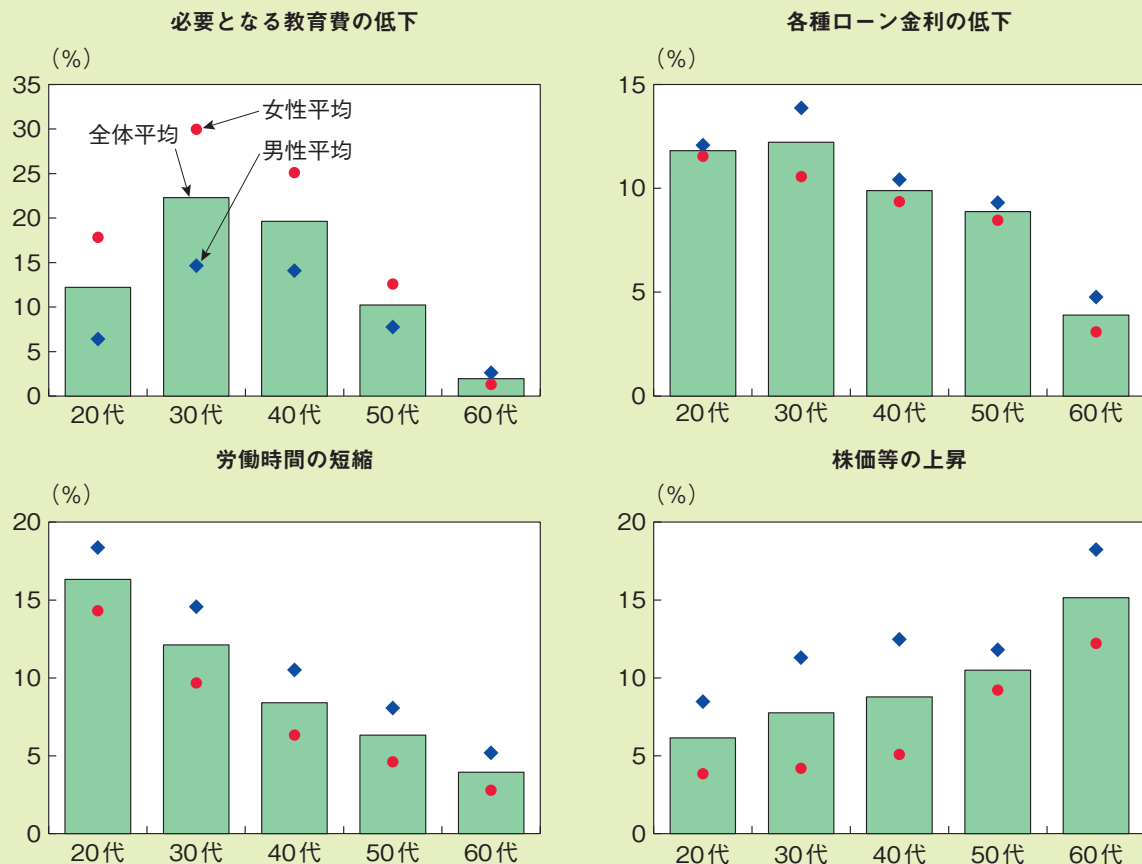
第1-2-8図 消費額を増やす環境変化

若者の消費額増加にとって給与所得の増加や労働時間の短縮が重要

(1) 消費額を増やす環境変化の選択割合と選択した人の平均年齢



(2) 消費額を増やす環境変化の選択割合 (年代別、性別)



(備考) 1. 内閣府「消費者の行動変化に関するアンケート調査」により作成。  
 2. 「今後、どのような変化があれば、月々の消費額を増やすか」という設問に対する回答。3つまでの複数回答。



### ●所得が増加した場合、旅行・レジャー消費が増加

次に、内閣府消費行動調査において、世帯年収が上昇した場合<sup>11</sup>にどの項目の支出を増やすかを確認する。「旅行・レジャー」という回答が5割弱を占めており、世帯年収の増加により嗜好品である旅行・レジャーなどのサービス消費が増えることが期待される（第1-2-9図(1)）。また「貯蓄」が4割強、「ローンの返済」が1割強あるため、所得が増えた場合でも一定程度は貯蓄の増加やローンの返済にまわる可能性がある。

各項目の回答状況の年齢別の特徴をみると、「貯蓄」については若年層ほど高くなっており、先ほどみた若年層で消費性向が低下していることと整合的である（第1-2-9図(2)）。また、「衣類・身の回り品」も若年層ほど高く、かつ女性の回答割合が高く、20代の女性では35%と高い割合となっている。一部で若者の消費離れも指摘されているが、若年層の女性を中心に所得が高まれば衣類・身の回り品などの消費が増加することが期待される。ただし、「耐久財の購入」については、若年層ほど低くなっており、カーシェアリングなどシェアリングエコノミーの普及などもあり一部の耐久財においては若者の消費離れが起きている可能性がある。

なお「株式等への投資」はどの年齢層でも1割弱と変わりがなく、現時点での株保有は高齢世帯ほど多くなっているものの、所得に余裕がでてくれば若年層でも他の年齢層と同程度に株式投資を増やすことが見込まれる。

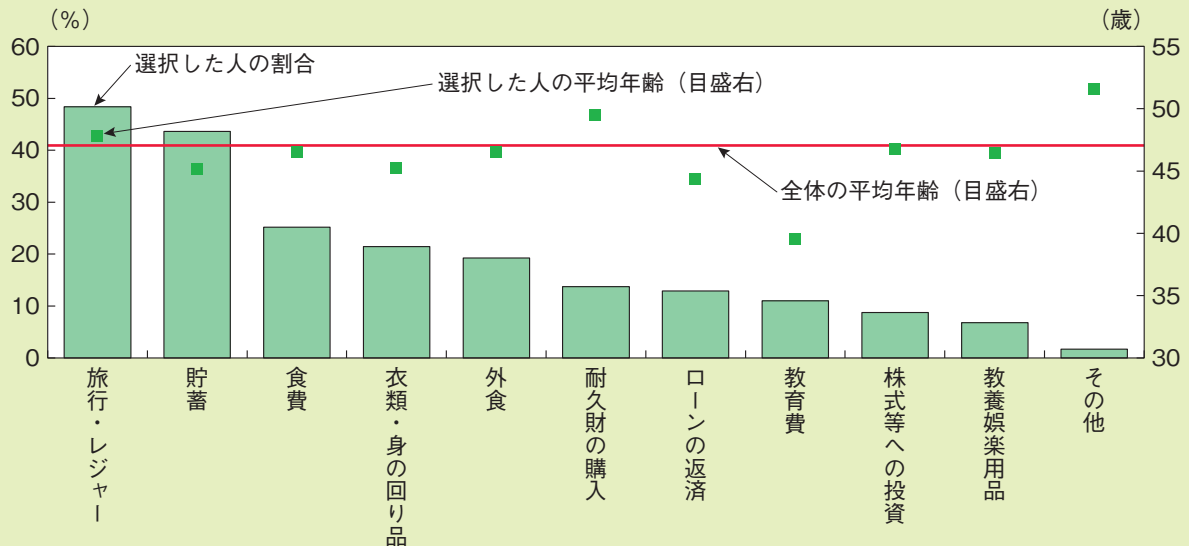
以上に加え、第4節では新技術による消費喚起について確認する。特に若者は新しい製品やサービスの購入に意欲的であるため、新技術を活用した新製品・サービスの出現も若者を中心に消費を押し上げることが期待される。

注 (11) ここでは「仮に、今後あなたの世帯年収が現在より3%永続的に上昇した場合、どのような支出項目を増やすと思いますか」という設問に対する回答。3つまでの複数回答。

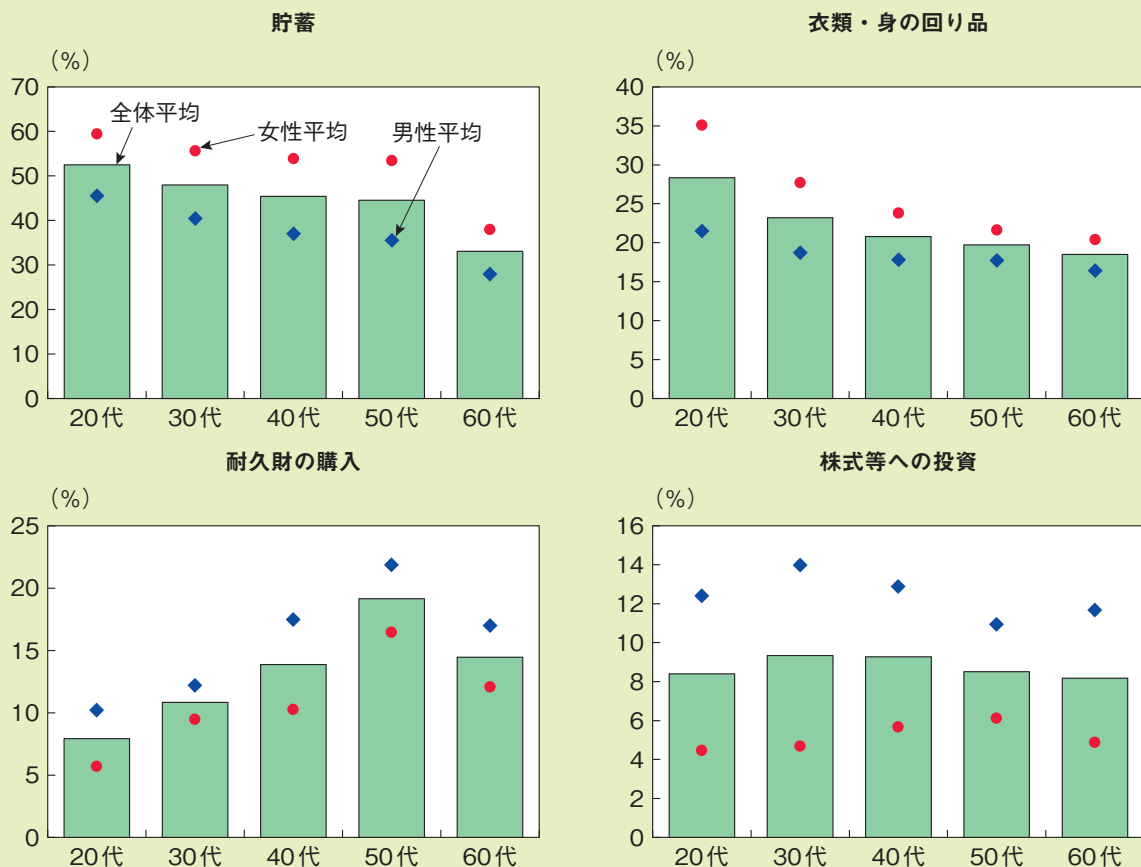
第1-2-9図 世帯年収が上昇した場合に増やす支出項目

衣類・身の回り品など、若者の方が支出に意欲的な項目もある

(1) 世帯年収が上昇した場合に増やす支出項目の選択割合と選択した人の平均年齢



(2) 世帯年収が上昇した場合に増やす支出項目の選択割合 (年代別、性別)



(備考) 1. 内閣府「消費者の行動変化に関するアンケート調査」により作成。  
 2. 「仮に今後あなたの世帯年収が現在より3%永続的に上昇した場合、どのような支出項目を増やすと思いますか」という設問に対する回答。3つまでの複数回答。