

最近における個人消費の動向

〔要 旨〕

1. 個人消費は、石油危機以降景気が緩やかな回復に転じたあとも一進一退の動きを繰り返してきたが、53年に入ってから徐々に底固さを加えてきた。特に昨秋以降は回復傾向が一段と明確になり、設備投資とならんで景気回復の主役としての役割を果たしつつある。

2. 個人消費の回復をもたらした要因としては、まず消費者物価の鎮静から実質所得の伸びが高まったことが挙げられる。これに加え、消費者マインドの面でも、生活必需品目の価格落ち着きによる生活裕り感の回復、雇用情勢の改善による先行き不安感の後退などからかなりの改善がみられたことも大きく寄与している。

3. 今後の消費動向については、厳しい物価環境の下、予断はできないが、雇用調整がおおむね一巡していることから、雇用不安の再燃により消費者のコンフィデンスが大きく動揺するといった懸念は比較的少ないと思われる。また石油危機以降の経験を踏まえた消費者行動の落ち着きや、流通・サービス関係企業のコスト吸収余力の向上なども、今後の消費者物価の動きにそれなりの好影響を及ぼすものと期待される。

しかし、消費者物価の騰勢いかんでは、消費者マインドが再び萎縮するおそれも少なくない。その意味でも物価の安定は、今後の最も重要な政策課題といえよう。

〔目 次〕

はじめに

1. 個人消費の足取りとその特色

2. 消費回復の背景

(1) 実質所得の回復

(2) 消費者マインドの改善

(消費者物価の落ち着きに伴う生活裕り感の回復)

(実質金融資産残高の影響)

(雇用情勢の改善)

(3) 耐久消費財の更新需要の増加

3. 物価上昇局面における消費動向

はじめに

石油危機以降の景気調整過程において個人消費はかつてない停滞を示した。これまでも景気後退期には所得の伸び悩みを背景に消費の伸びが鈍化したことがあったが、その程度は比較的小さく、個人消費は概して景気下支えの役割を果たしてきた。ところが今回の場合には、50年春から景気が緩やかな回復に転じたあとも52年まで、期によってはその伸びがほとんど横ばいになるといった一進一退の動きを示し、景気回復の足取りを重くする一因となった。

このように長らく停滞を続けてきた個人消費も53年に入ってから徐々に底固さを加えてきた。特に秋口以降は回復傾向が一段と明確になり、民間設備投資とならんで景気回復の主役としての役割を果たしつつある。

こうした個人消費の回復力の強まりには、各種の要因が複合的に絡んでいるが、基本的には、石油危機後の激しい物価上昇や雇用調整の動きが鎮静化するなかで、実質所得の伸びが高まるとともに、消費者の先行き不安感が徐々に後退したためと考えられる。

もっとも、下期以降を展望した場合、石油問題等を背景に物価環境が一段と厳しさを加えることが予想されるため、個人消費の回復傾向がこのまま定着するかどうかは予断を許さない情勢といえよう。

この調査は、こうした問題意識を踏まえなが

ら、最近の個人消費回復の背景を検討したものである。

1. 個人消費の足取りとその特色

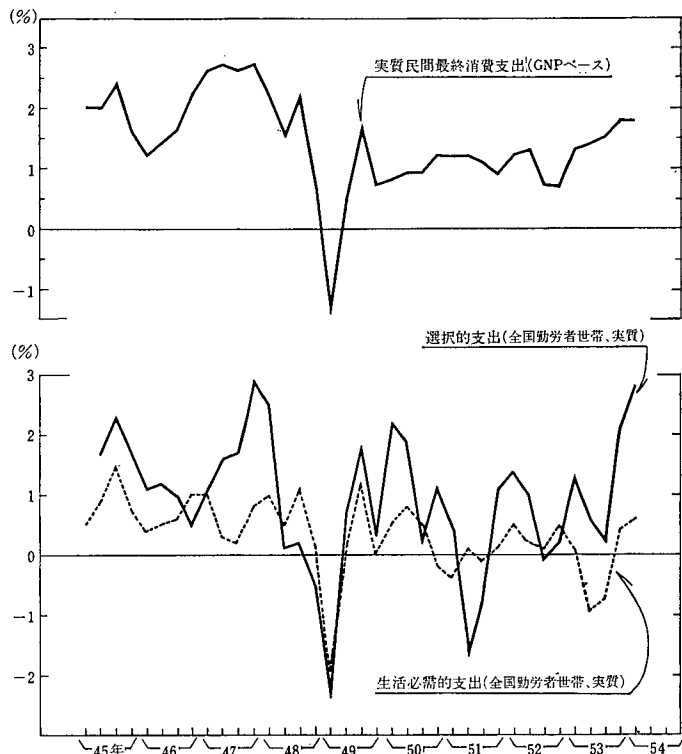
石油危機後の個人消費(GNPベースの民間最終消費支出、実質)の推移を振り返ってみると(第1、2図)、異常な物価高騰をみた49年1～3月には大幅な落込みを示し(季節調整済み、前期比-6.1%)、景気の下方向転換の大きな要因になった。その後、4～6月、7～9月といったんかなりの回復を示したが長続きせず、10～12月には再び冷え込んだ(同、0.0%)。50年に入り景気がおおむね底入れしたあともその回復テンポは総じて鈍く、特に7～9月には微増(同、+0.4%)にとどまるなど、依然回復力に乏しい状態が続いた。さらに51年から52年にかけても、回復と停滞を波動的に繰返す不安定な動きを示したが、最終需要のうちに消費の占める比重が大きいだけに、このように不規則な消費の動きは企業の需要見通しを混乱させ、企業マインドの萎縮を増幅させるところとなった(51～52年の実質GNPの年平均伸び率+6.0%に対する個人消費の寄与率は40.3%、第2図参照)。

このように石油危機以降の個人消費支出は、総じて景気支持力を欠いていたが、53年に入ってから、1～3月に前期比+1.7%と高い伸びとなり、それ以降も4～6月+1.3%、7～9月+1.4%とやや伸び率は鈍ったものの安定した増加基調をたどった。さらに10～12月、54年1～3月には

〔第1図〕

個人消費の推移

(季節調整済み、3期加重移動平均、前期比増減率・%)



(注) 1. 経済企画庁「国民経済計算年報」、総理府「家計調査報告」より作成。

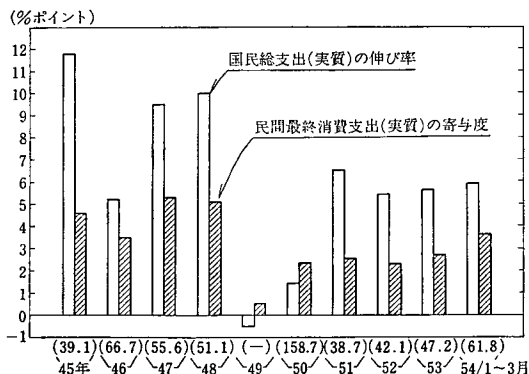
2. 生活必需的支出：主食、副食、嗜好品、家賃地代、水道料、光熱費、保険医療、美容衛生、教育費、文房具、たばこ、仕送り金。

選択的支出：消費支出から生活必需的支出を控除したもの。

〔第2図〕

民間最終消費支出(実質)
国民総支出(実質)に対する寄与度

(前年比・%ポイント、カッコ内は寄与率・%)



(注) 経済企画庁「国民経済計算年報」より作成。

各々+1.9%、+1.7%と伸び率を再び高め、民間設備投資とならんで景気回復の主役を果しつつある(53年第1四半期から54年第1四半期に至る期間の実質GNPの伸び率<年率>+6.1%に対する個人消費の寄与率は58.6%)。

最近の個人消費の動きを全国勤労者世帯の生活必需的支出(主食、副食、家賃、教育費等生活必需的性格の強い支出項目についての支出総額、実質)および選択的支出(ここでは、消費全体から生活必需的支出を控除したもの、同実質)に分けてみると(第1図下段)、生活必需的支出は49年1~3月のような極く特殊な一時期を除きおおむね横ばい圏内の小動きに終始している。これに対して、消費者マインドを端的に反映するとみられる選択的支出は石油危機以降しばらく一進一退の不安定な動きを続けたあと、昨年1~3月以降毎期生活必需的支出を上回る伸びを示し、消費全体を押し上げる大きな要因となっている。

2. 消費回復の背景

このような個人消費の回復の要因は①実質所得の回復と②消費者マインドの改善(消費性向の上昇)との2つに分けられる。以下それぞれについて順次検討することとしよう。

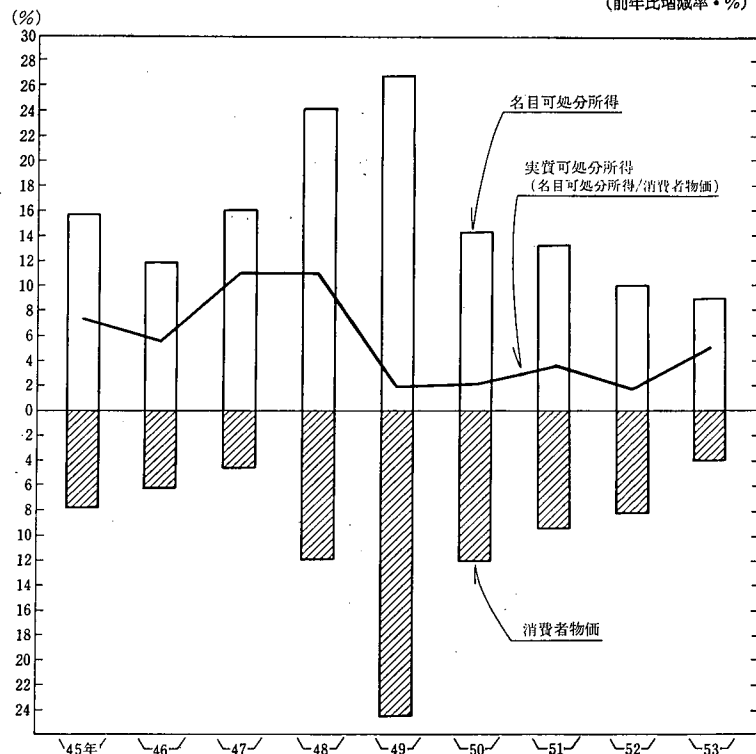
(1) 実質所得の回復

まず、石油危機以降の実質所得(家計部門の実質可処分所得<GNPベース、前年比>)の動きをみると(第3図)、49年は大幅ペア(労働省調査、主要企業32.9%、中小企業33.8%)に伴う勤労者世帯の所得増加(家計可処分所得に占めるウエイ

〔第3図〕

実質可処分所得（GNPベース、家計部門）の推移

（前年比増減率・％）



（注） 経済企画庁「国民経済計算年報」等より作成。53年分の名目可処分所得は日本銀行調査局推計。

ト6割弱）を映じて、名目可処分所得は+26.8%と著増をみたが、消費者物価の異常な高騰（年平均+24.4%、48年+11.8%）から、実質可処分所得の伸びは48年の+11.0%から+1.9%へと急速に低下した。

その後50年から52年にかけては、減速経済への移行の下、企業収益の低迷等を背景に、ベア率が大幅に低下し（同、主要企業49年32.9%→52年8.8%、中小企業49年33.8%→52年9.4%）、賞与・時間外手当等も伸び悩んだほか、雇用調整の動きも拡大したことから、勤労者世帯を中心に名目可処分所得自体の伸びが大きく鈍化した（50年から52年の年平均伸び率+12.5%）。一方、消費者物価は落着き傾向に転じたとはいえなお2けたに近い上昇（同+9.7%）を続けたことから、実質可処分所得は一進一退のうちにも停滞色を強めた（同

+2.5%）。

特に52年には、名目所得が伸び悩む（+10.0%、51年+13.2%）一方、消費者物価の上昇率が公共性料金の改定等を背景に、前年比小幅の低下にとどまった（+8.1%、51年+9.3%）ため、実質可処分所得の伸びは+1.8%とさらに低下した。

勤労者世帯の名目所得は53年に入ってからベア率の低下（同、主要企業5.9%、中小企業6.4%）を主因に引続き伸び悩み傾向をたどった。このため、個人業主所得（家計可処分所得に占めるウェイト2割弱）が業況好転を映じてかなりの回復を示したにもかかわらず、名目可処分所得の伸

びは+9.1%（日本銀行調査局推計）と小幅ながら前年を下回った。しかし消費者物価が鎮静傾向を一段と強めた（+3.8%、52年+8.1%）ため、実質可処分所得は+5.1%（52年+1.8%）とここ数年来の最高の伸びとなった。その後54年に入っても、ベア率の若干の上昇（同、主要企業6.0%）に加え、賞与・時間外手当の増加もあって、勤労者世帯の所得が回復しはじめているため、家計全体の可処分所得は名目、実質とも着実に伸び率を高めてきているものと考えられる。

（2）消費者マインドの改善

最近の個人消費の回復には実質所得の増加のほか、消費者マインドの改善（消費性向の上昇）も大きく寄与しているように思われる。

この点を、まず勤労者世帯の消費性向の動向から裏付けてみよう。通常消費性向とは、可処分所

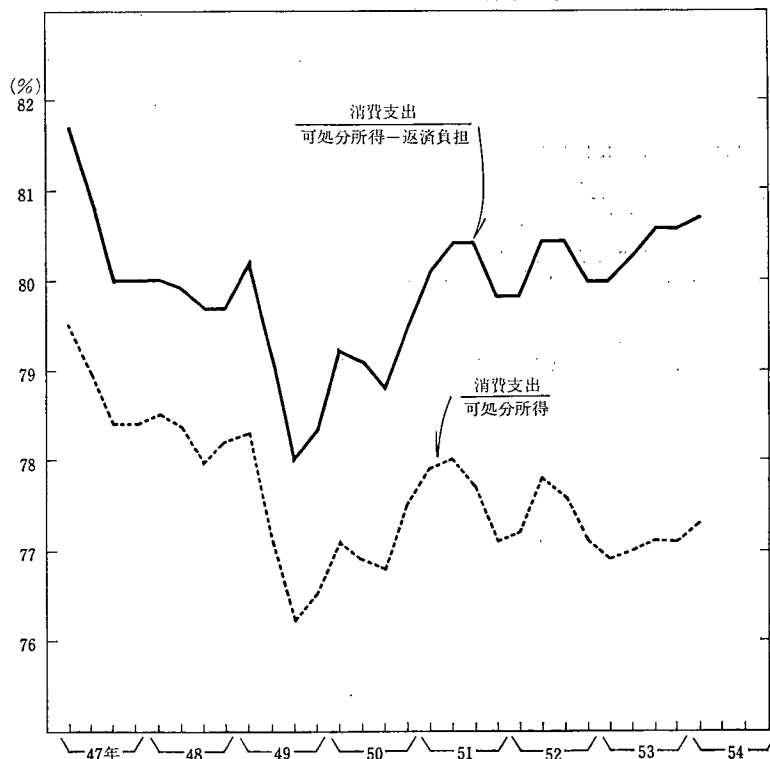
得に対する消費支出の割合と定義されるが、可処分所得のうち返済負担(借入金および月賦の返済)に見合う所得は家計の裁量の余地がほとんどないものだけに、可処分所得から返済負担を控除した所得に対する消費支出の比率の方が消費者マインドをより的確に示す指標といえよう。この比率をみると、第4図のように石油危機直後、節約意識の高まりを映じて急落したあと、その反動もあって、50年から51年にかけてはかなりの回復を示したが、その後は再び一進一退の動きを続け、ようやく53年ごろから上昇傾向に転じている。

このように消費者マインドは53年ごろから着実に改善に向ったものと考えられる。そこで次に、その基本的な背景とみられるいくつかの要因について検討してみよう。

〔第4図〕

消費性向の推移

(季節調整済み、3期加重移動平均値)



(注) 総理府「家計調査報告」の全国勤労者世帯につき作成。
返済負担：土地家屋借入金、その他借入金、月賦についての返済負担の合計。

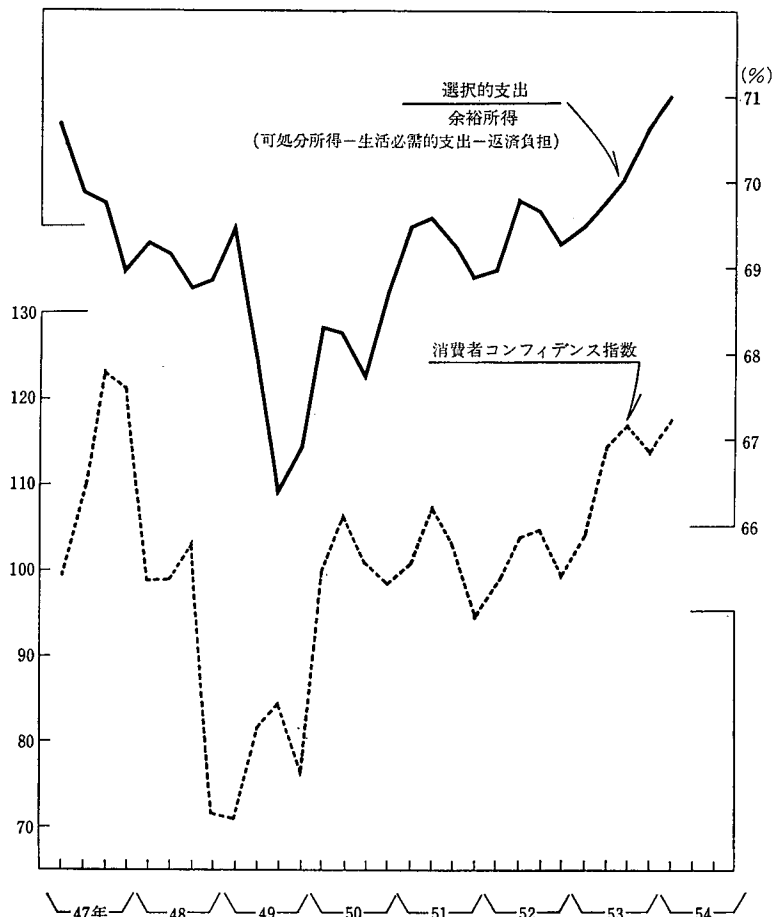
(消費者物価の落ち着きに伴う生活裕り感の回復)

消費者物価の落ち着きが実質所得の増加をもたらすことはすでにみたとおりであるが、これに加え、こうした落ち着きが先行きに対する家計のコンフィデンスを高め、消費マインドの解きほぐれを導く一因となっていることも無視できない。特に最近のように食料品、公共料金など生活必需的性格が濃く、購入頻度も高い品目の価格が落ち着き傾向にある状況の下では、物価の鎮静は家計により強く意識される(注1)であろう。その結果、先行きの暮し向きに対する不安感が後退するばかりでなく、それと同時に現実、必需的支出以外の支出(前記選択的支出)に振り向けられる所得(可処分所得から生活必需的支出および返済負担を控除した所得で、以後「余裕所得」と呼ぶ)の割合が増

大することとなる。家計の生活裕り感はこの面からも高まり、通常であれば消費行動の慣性から余裕所得の伸び程度にしか増えない選択的消費支出が、所得の伸び以上に増えるという副次的効果をもたらすものと推測される。

こうした点を実証的に検証することは容易ではないが、ちなみに、上記「余裕所得」のうち現実に「選択的支出」に充当された比率をみると、第5図のように、53年に入ってから着実な上昇を続けており、こうした裕り感が消費者マインドの改善を通じ現実の消費支出の増加テンポを加速していることがわかる。なおこの比率は、「消費動向調査」(企画庁)をもとに作成した消

〔第5図〕 余裕所得に対する選択的支出の比率およびコンフィデンス指数



- (注) 1. 選択的支出/余裕所得は総理府「家計調査報告」の全国勤労者世帯につき作成。季節調整済み、3期加重移動平均値。
2. 消費者コンフィデンス指数は、経済企画庁「消費動向調査」の「今後1年間の暮らし向き」等6項目についての判断DIを単純合計したうえ、48/I、II、III=100として指数化したもの。

費者コンフィデンス指数とも一致した動きとなっている。

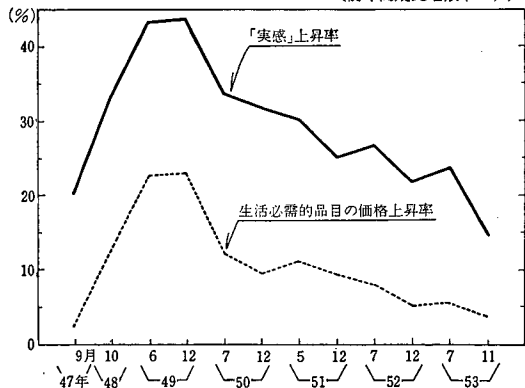
(実質金融資産残高の影響)

消費者物価の鎮静は、上記のようにフローの面で余裕所得のウェイトを高め、家計に生活の裕りをもたらすばかりでなく、同時に、ストックとしての貯蓄(家計保有の金融資産残高)の減価を防ぎ、家計が例えば将来の住宅建設や生活保障のために必要と考える貯蓄目標額を引下げる効果(注2)をもつ。最近における消費者物価の落ち着きは、このような意味でも消費者マインドを好転させ、現在の消費支出を拡大させたと考えられる。ちなみに実質民間最終消費支出の動きを実質家計可処分所得と実質個人金融資産増加率の両方の影響で説明する試算を行ってみると、実質家計可処分所得の動きだけで説

(注1) 東京都の世論調査によれば、国民の生活実感としての物価上昇率は、生活必需的支出品目の価格の落ち着きを映じて、53年以降急速に低下してきており、家計のコンフィデンス上昇の一因をなしている。

消費者物価の「実感」上昇率の推移

(前年同期比増減率・%)



(注) 「実感」上昇率は東京都都民生活局「都民要望に関する世論調査」、「都市生活に関する世論調査」による。

(注2) 貯蓄増強中央委員会の「貯蓄に関する世論調査」によれば、貯蓄目標額は50年以降ほとんど横ばい(1世帯当り49年1,310万円→53年1,286万円)であり、年間収入に対する比率もかなり低下してきている(49年6.42倍→53年3.92倍)。

明しようとする場合に比べて説明力がかなり高まっている(注3)。

(雇用情勢の改善)

消費者のマインド解きはぐしの方向に作用した要因として、雇用情勢の変化やこれより多少先行性のある景気あるいは生産活動の回復(ないし所定外労働時間の増加)も軽視できない。もともと、消費者マインドは家計の将来所得についての見通しによって左右されるところが極めて大きく、しかもその「期待」は多数の要因から形成されるわけであるが、ここで特に雇用情勢に注目する理由は、家計収入の先行きが雇用の安定度に大きく依存しているといった一般的な事情に加え、近年のように企業の減量経営努力が続けられている下では、雇用調整の可能性が一段とクローズアップされ、消費者マインドに大きな影響を及ぼす場合が多いと考えられるからである(注4)。

ただ現在のところ、家計の側からみた雇用情勢に関する意識ないし判断を時系列として把握でき

る調査は見当らない。そこで、ここでは次善の策として企業側の雇用態度に関する調査を利用して、最近の変化をみることにしよう。雇用要因のうち消費者マインドに影響を及ぼす点でもっとも重視しなければならないのは当然のことながら企業が実施する雇用調整の動向であろう。

まず、雇用調整の最近の推移をみると(第6図)、人員整理や外部出向、一時帰休、残業規制などを中心とする企業の雇用調整は、49年末から50年にかけて相当規模で実施されたあと、51年にはいったん鎮静化した。その後52年末にかけて再び広範化した。53年以降は極く一部の地域や業種を除けば減勢の一途をたどっている。

このような雇用調整の動きを、「消費動向調査」(企画庁)の「今後1年間の家計収入増加率」についての見通しと対比しながら検討すると、雇用調整の動きが後退すると家計の先行き収入に対する見通しが明るくなることがわかる(第6図上段)。このことからみても、最近の雇用調整の一巡に伴

$$(注3) \quad C/ = 0.7636 \sum_{i=0}^3 \frac{4-i}{10} Yd/_{-i} + 138.29 \sum_{i=0}^3 \frac{4-i}{10} \dot{K}/_{-i} + 1,819.2 \quad \bar{R}^2 = 0.9949, D.W. = 0.33$$

$C/$: 実質民間最終消費支出、 $Yd/$: 家計可処分所得/民間最終消費支出デフレーター、 $\dot{K}/$: (個人部門金融資産残高/消費者物価)の年率増加率、計測期間 66/II~79/I。

(注4) これらの点を総合的に検証するため、実質民間最終消費支出を所得要因(実質家計可処分所得)、資産要因(実質金融資産増加率)、雇用要因(有効求人倍率)によって説明するかたちで回帰計測を行ったところ、石油危機以降の消費の落込みとそれに続く3年間の消費停滞、ならびに53年入り後の消費の回復を十分フォローするかなり良好な計測結果が得られた。

(注) 要因分解の推計式は次式による。

$$C/ = 0.7841 \sum_{i=0}^3 \frac{4-i}{10} Yd/_{-i} + 189.48 \sum_{i=0}^3 \frac{4-i}{10} \dot{K}/_{-i} + 1,730.00 \sum_{i=0}^3 \frac{4-i}{10} \left(\frac{LD}{LS} \right)_{-i} + 1,587.93$$

$\bar{R}^2 = 0.998, D.W. = 0.73, \text{計測期間 } 66/II \sim 79/I。$

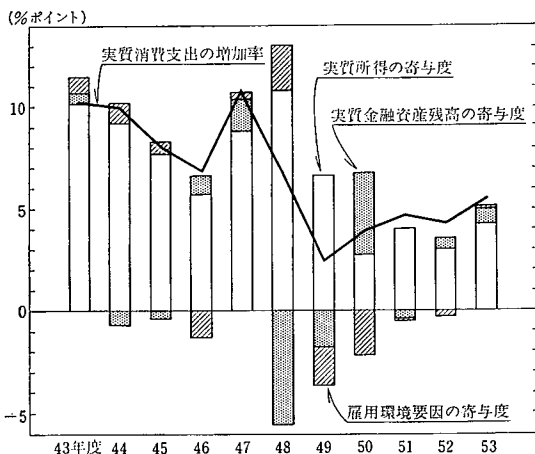
$C/$: 実質民間最終消費支出。

$Yd/$: 家計可処分所得/民間最終消費支出デフレーター。

$\dot{K}/$: (個人部門金融資産残高/消費者物価)の年率増加率。

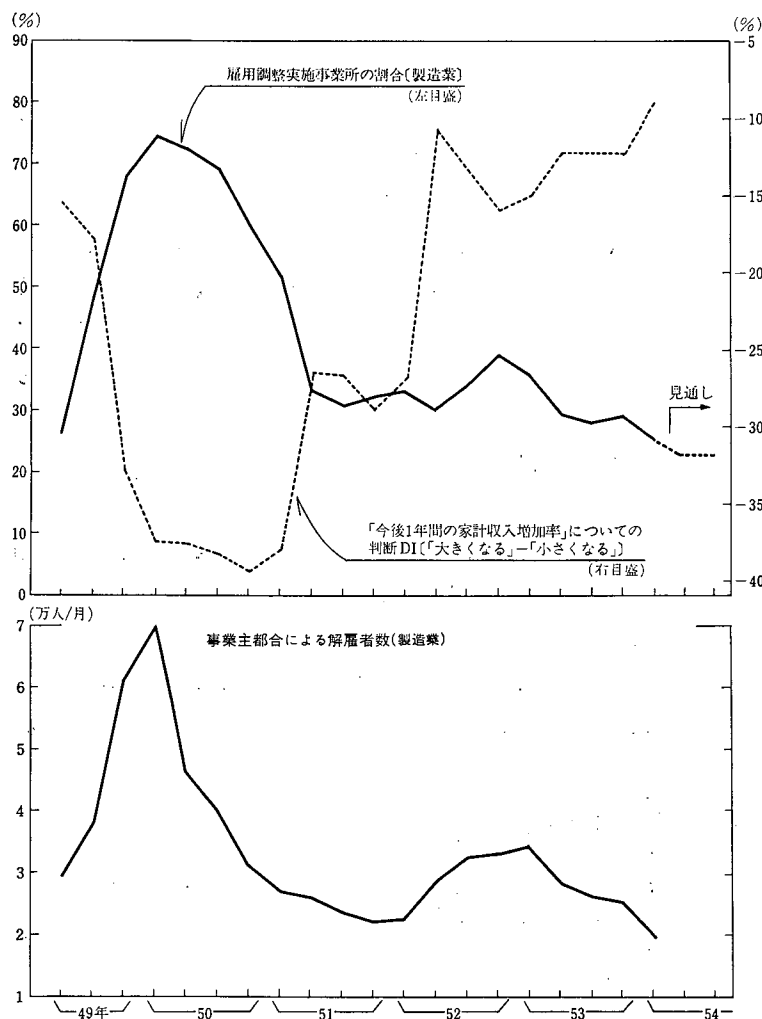
LD/LS : 有効求人倍率。

民間最終消費支出(実質)と
その変動要因分解(GNPベース)



〔第6図〕

雇用調整の動向と消費者マインド



- (注) 1. 雇用調整実施事業所の割合は労働省「労働経済動向調査」(調査対象、民営約3,400事業所)より作成。
 2. 「今後1年間の家計収入増加率」は経済企画庁「消費動向調査」より作成。
 3. 事業主都合による解雇者数は労働省「雇用保険事業月報」より作成。

う先行き不安感の後退が、消費者の将来所得についての見通しを安定させ、従って消費者マインドに落ち着きをもたらす方向にかなり寄与していると判断できよう。

次に、景気あるいは、生産活動の回復(ないし所定外労働時間の増加)と消費者マインドの関係についてみてみよう。両者の関係については、通

常、景気の上昇が所得と雇用の増加を通じて個人消費支出の回復をもたらすという側面(すなわち所得を通じる効果)に焦点があてられがちであるが、41年、47年、53年の消費回復局面における各指標の動きをみると(第7図)、生産活動の回復(所定外労働時間の増加)が雇用者所得の目立った増加をもたらす以前の段階(注5)で早くも実質民間最終消費支出が上昇に向うという傾向があらわれている。これは、生産活動の回復やこれを映じた時間外手当の増加が雇用者の将来所得に対する期待を好転させ、それを通じて消費者マインドの面からも消費活動に好影響を及ぼすという関係があるためとみられる。もっとも50年から51年にかけては、生産が回復に向い時間外手当が増加しても実質消費が一進一退を続けるという現象がみられたが、これは先にみた雇用不安や物価高騰見通

しといった、将来所得に関するより基本的な不安が根強く底流し、生産上昇の消費者マインド面への好影響を減殺していたためではないかと考えられる。

(3) 耐久消費財の更新需要の増加

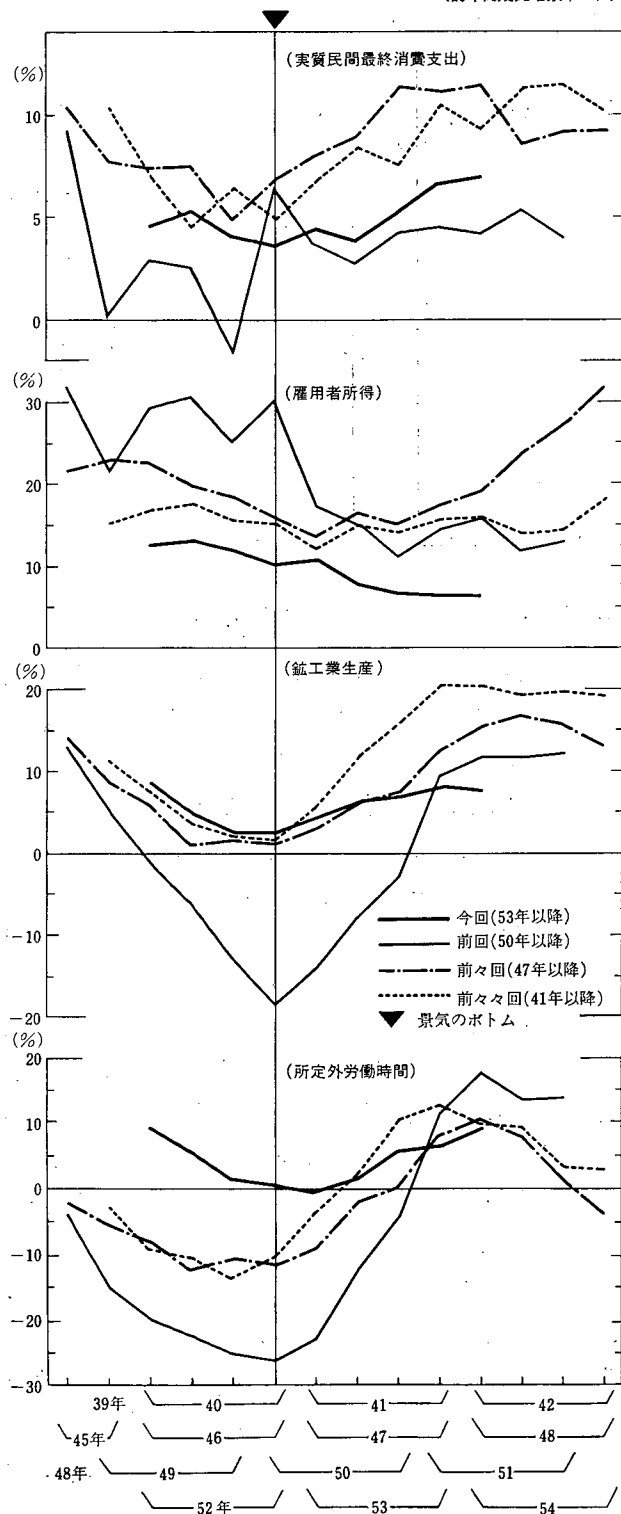
以上、最近までの個人消費回復を支えている最も基本的な要因を検討してきたが、53年初以降の

(注5) 所定外労働時間が増加しても直ちに雇用者所得全般の増加に結びつかないのは、時間外手当の雇用者所得に占めるウエイトが小さい(ちなみに53年は6.5%、所定内給与67.8%、特別給与25.7%)ためと考えられる。

〔第7図〕

個人消費の景気局面対比

(前年同期比増減率・%)



消費持直しの背景の1つとしては、乗用車、家電製品など耐久消費財の老朽化に伴う更新需要の台頭も無視できないと思われるので、この点につき若干の検討を加えよう。

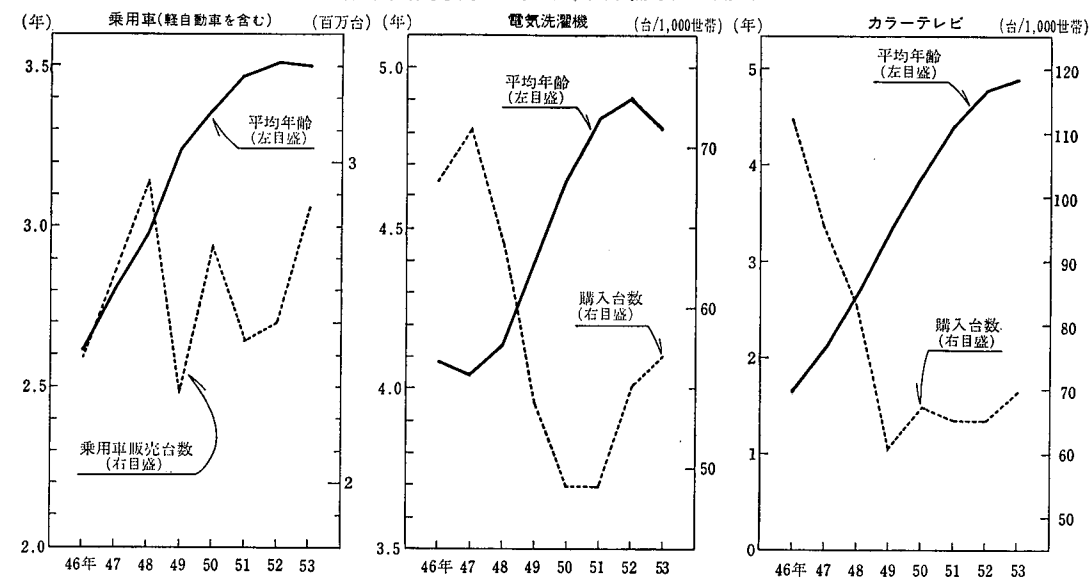
耐久消費財に対する消費需要(家計最終消費支出<実質GNPベース>に占める割合は52年度で7.4%)は、石油危機後の節約ムードの高まりのなかで繰り延べが続いてきたが、その結果、家計の保有する耐久消費財の老朽化、陳腐化がかなり進んだとみられる。このため、景気の回復とともに潜在的な買い替え需要が現実化し、最近の消費者マインドの改善と相まって消費回復に結びついたものと考えられる。

ちなみに、家計調査報告の消費データや、国富調査の推計に用いられている財毎の耐用年数を用いて、主要な耐久消費財の平均年齢を試算してみると、第8図のとおりである。すなわち、かなり以前から普及率が飽和状態に近づいている財、例えば乗用車、電気洗濯機等では石油危機後の買い控えが響いて49年以降旧式機種比率が高まってきており、これを背景に52年から購入台数が増えている。またカラーテレビ、ステレオ等についても、54年に入ってから更新需要が盛上がりつつあり、当面、消費者マインドの安定傾向が維持される限り耐久消費財の買い替え需要が品目毎の主役交代を伴いながら続くものと思われる。

なお、こうした品目の最近の売行き好調の背景として、買い替えの促進をねらった新型商品開発の奏効という点も指摘できよう。乗用車では燃費効率の向上し

〔第8図〕

耐久消費財にみる更新需要の動き



(注) 1. 日本自動車工業会「自動車統計年報」、総理府「家計調査報告」により作成。

2. 国富調査ベースの耐用年数(乗用車—6年、家電製品—8年)を前提に、経過年数毎のストックを推計したうえ、平均年齢を算出。

た53年排ガス規制対策済みのニューモデル車、テレビでは音声多重方式機種、電気冷蔵庫では米国流の大型・冷凍冷蔵庫、電気洗濯機では全自動式機種といった新製品の投入が買い替え需要を引出す大きなきっかけとなったとされている。

3. 物価上昇局面における消費動向

以上にみてきたように、53年に入ってから個人の消費の回復には、消費者物価の落ち着きを背景とする実質所得の増加、家計の生活裕り感の回復、実質金融資産の増大といった効果に加え、雇用情勢の改善、耐久消費財の更新需要増といった要因も大きく寄与していると思われる。

しかしながら、このように個人消費の回復をもたらした最大の要因である消費者物価の落ち着きについては、昨秋来卸売物価が月を逐って騰勢を強めている現状からみて、今後これが維持されるものとは期待し難い。むしろ緩慢ながらしだいに上昇傾向に向うものとみておかざるをえない。先行きこのような厳しい物価環境の下で、個人消費

が今後どのような動きを示すかについて予断は出ないが、ただすでにみてきた個人消費の回復をもたらした諸要因のうちには、今後の消費動向を占ううえで好材料として数え上げうるものが2～3含まれていることを指摘しておきたい。

その第一は、昨年までの減量経営推進に伴い、企業内の過剰労働力が一部の業種を除きほぼ解消したとみられる点である。この点は最近の製造業を中心とする所定外労働時間の大幅な伸びや求人活動の回復等からも推測出来るところであるが、従って今後大幅な雇用調整が再燃し、雇用面の不安から消費者のコンフィデンスが大きく動揺するといった懸念は比較的少ないとみておいてよいように思われる。

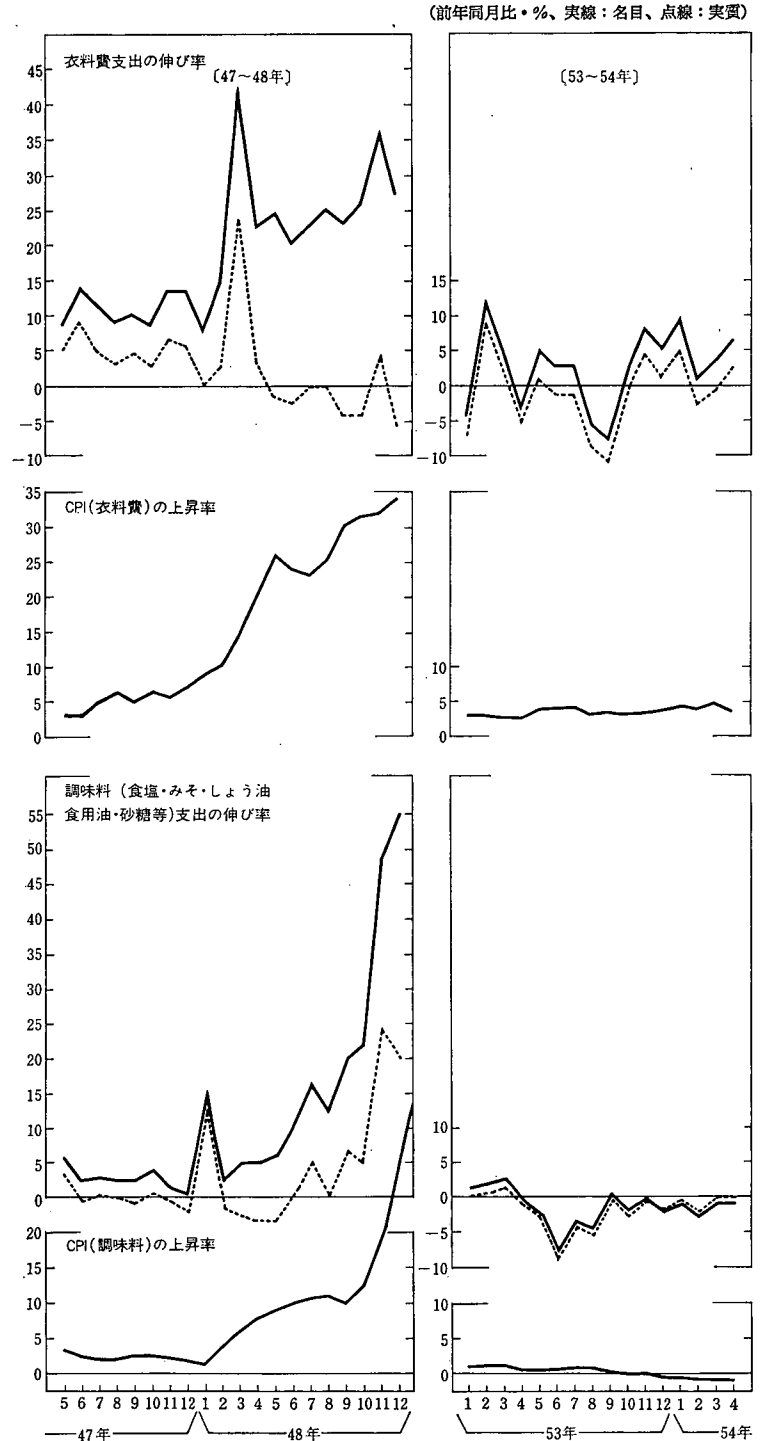
第二の要因は、石油危機以降の経験を踏まえた消費者行動の変化である。すなわち、最近の消費者行動は、石油危機後の買い溜め、買い漁りといった異常な行動がもたらした苦い経験やその後の景気低迷期における所得の伸び率鈍化の中で、近年かなり合理的、弾力的なものに変ってきている

ように思われる。今回の石油問題発生に伴って、石油関連品を中心に先高感が拡がったにもかかわらず、購入態度は引続き冷静で、前回石油危機当時のような買い急ぎの動きがみられないのも、このような消費者行動の変化を示すものといえよう(第9図)。こうした消費者行動の変化は消費者物価の落ち着きに好影響を与えることを通じて先にみた消費回復の1つの要素にもなっているわけであり、今後もこのような行動パターンが失われないならば、個人消費の先行きを予測するうえでの好材料の1つとしてみておいても間違いあるまい。

こういった消費者行動の変化は、その過程を通じて流通・サービス関係企業の行動にも影響を与え、例えば仕入コストの上昇を安易に販価に転嫁せず極力固定費の削減により吸収しようとする、いわゆる減量経営努力を促す効果をもたらしてきた。しかもこういった企業の最近の収益状況は仕入コストの落ち着きや経費節減効果等からこのところかなりの改善を示している(注6)。このような事情からすれば、こういった消費に直接関連する企業において、今後価格指向の動きが急速に強

(第9図)

買い急ぎ、買い溜めと消費者物価の動き(47~48年当時との比較)



(注) 総理府「家計調査報告」(全国勤労者世帯)等による。

まるようなことにはなるまいとも期待できるのではないか。

こうした諸点を総合してみると、当面個人消費が49年初のように大きな落込みを示す公算は少なく、ここしばらくは現在の堅調な伸びを持続するものと考えられる。

しかしながら、先にもみたように個人消費の回

復には何といても消費者物価の落着きが不可欠の前提であり、この前提が崩れる場合には、今取上げたような消費者や流通・サービス関係企業の行動が再び逆の方向にフレのおそれが皆無とはいえない。従って、このような事態の発生を防ぎ、景気の安定的拡大に資するという意味でも、物価の安定が今後の最も重要な課題といえよう。

(注6) 消費者物価のうち卸売物価に対応する品目を取り出して、その卸売物価指数、消費者物価指数それぞれの推移を検討してみると(図表)、石油危機以降両者はほぼ同様な動きを示してきたが、52年央以降に拡大傾向を示している。これは、流通企業の仕入価格が落着いた推移をたどる中で、その販売価格との値開き、すなわち売上数量1単位当りの粗マージンが拡大していることを表すものといえよう。

そこで別途「法人企業統計季報」によって小売業の売上数量1単位当り粗マージン(経常利益+固定費)の推移をみると、現実に52年後半以降かなり顕著な拡大傾向がうかがえる。またその内訳をみると、減量努力を反映して固定費負担の増加が軽微にとどまっているため、経常利益を中心とする改善となっている。

- (注) 1. 卸売物価対応消費者物価は195品目で消費者物価指数に占めるウェイト36.5%、消費者物価対応卸売物価は消費者物価指数ウェイトで合成。
2. 「法人企業統計季報」(小売業、季節調整済み)により作成。売上数量は売上高を消費者物価商品指数でデフレート。固定費は人件費+金融費用+減価償却費。

小売業の粗マージン等の推移(50年=100)

