

近年における個人消費の底堅さとその背景^(注 1)

2006 年 3 月 13 日

調 査 統 計 局

1. 近年の個人消費動向とその特徴

(趨勢的に所得対比で強めに推移)

(消費性向上昇の主因は高齢層の消費行動)

(耐久財やサービス消費が好調)

2. 個人消費が底堅く推移してきた背景

(1) 構造的・基調的な要因

(高齢化など人口動態の影響)

(消費者意識の変化と企業努力)

(介護保険制度導入の影響)

(2) 局面ごとに強く現れた要因

(消費の慣性効果)

(マインドの改善と資産効果)

(雇用者所得の改善)

(3) 消費関数によるチェック

3. 先行きの展望

(やや長い目でみた消費を巡る論点)

(おわりに)

(注 1) 本稿は、主に景気動向担当の以下のスタッフが作成した。主たる分析：石崎寛憲、峯岸誠。図表作成：天野佐紀。
執筆および全体のとりまとめ：齋藤克仁。

* 【図表】については、本文末にまとめて掲載。

■ 要 旨 ■

1. 個人消費は、2000 年前後から緩やかな回復を続けてきたが、2003 年後半以降、回復の動きが次第に明確化しており、足もとについても、着実な増加を続けている。2002 年初から始まった今回の景気回復は、2006 年 4 月でバブル期と並ぶ 4 年 3 か月に達することになる。このように、今回の景気回復が息の長いものとなっている背景としては、海外景気の拡大や企業部門の構造調整圧力の後退とともに、個人消費が底堅い動きを続けてきたことも見逃せない。
2. 近年の個人消費の特徴としては、①企業の人件費抑制姿勢を背景に、所得がかなり抑制されたにもかかわらず、消費は底堅く推移してきたこと —— その結果、消費性向が趨勢的に上昇してきたこと —— 、②そうした傾向は、とりわけ高齢者（シニア層）で顕著なこと、③財・サービス別にみると、耐久財消費やサービス消費が相対的に好調なこと、などの点を指摘することができる。また、最近では、雇用者所得が改善するもとで、若年層も含めて、消費の改善に広がりが出てきたことも重要な変化である。
3. 消費の底堅さの背景としては、まず基調的な要因として、①高齢化などの人口動態の影響、②消費者意識の変化と企業努力、③介護保険制度導入の影響、が挙げられる。これらに加え、局面ごとには、④消費の慣性効果、⑤マインドの改善や資産効果、⑥実際の雇用者所得の改善なども、消費の押し上げ要因として比較的強く働いたと考えられる。
4. このように、個人消費は、過去数年にわたって、ある程度構造的・基調的な要因に下支えられてきたと同時に、最近では、所得や資産の増加にも裏付けられた、より前向きなものに変わってきている。消費関数の推計結果からも、最近の消費が、人口構成の高齢化に加え、雇用者所得の増加、株価上昇による資産効果、所得の先行き見通しの改善など、よりしっかりとした回復基盤を持つものになってきていることがわかる。
5. 先行きについては、雇用者所得の増加が続くとみられるほか、将来の所得に関する家計の自信も次第に強まっていくと予想される。また、企業部門の好調が続けば、株価などを通じた家計への好影響も引き続き期待しうる。この間、高齢化のトレンドは、これまで同様、消費性向を押し上げる方向に働くとみられる。こうしたもとで、個人消費は、消費性向の緩やかな上昇を伴いつつ、当面、堅調な増加を続けていく可能性が高いと考えられる。

1. 近年の個人消費動向とその特徴

わが国経済は、1990年代以降、2回の景気回復局面と後退局面を経験した後、現在は、2002年初をボトムとする3度目の景気回復局面にある。今回の景気回復は、2006年4月まで続けばバブル期と並ぶ4年3か月に達することになり、加速感は強くないながらも息の長いものとなっている。その背景としては、海外経済の拡大持続、債務・雇用・設備に関する「3つの過剰」の後退、不良債権処理の進捗などによる金融環境の好転、ストックの積み上がりを回避する慎重な企業行動、といった点に加えて、個人消費が底堅い動きを続けてきたことも見逃せない点である。

今回の景気回復局面を振り返ってみると、2003年春頃からのSARS流行の影響や、2004年後半からのIT調整など、景気後退に繋がりがかねない外的なショックが生じた局面もみられた。また、企業が構造調整を行なう過程では、雇用リストラの実施や、正社員から非正規雇用（パートや派遣など）への代替が進められたことから、家計にとっては厳しい所得環境が続いた。こうした中で、GDPの6割弱を占め、最大の需要項目である個人消費が安定的な増加基調で推移したことは、景気が腰折れすることなく持続し

てきた一つの背景と言えるであろう。

その個人消費の動きをやや細かくみると、1997～1998年には弱い動きとなっていたが、2000年前後からは緩やかに回復し、2003年の後半以降は、回復の動きが次第にはっきりしてきている。すなわち、最も包括的に個人消費の動向を表すと考えられるGDPベースの実質個人消費をみると（図表1）^{（注2）}、1999年から2003年頃まで均してみれば前年比+1%程度の緩やかな伸びで推移してきたが、2004年以降は前年比+2%程度へと増勢がやや強まっている。

また、その他の消費関連指標をみても、ほぼ同様の動きを確認することができる（図表2）。例えば、百貨店やスーパー売上高、新車登録台数、旅行や外食売上高など各種の販売統計を合成して日本銀行が作成している「販売統計合成指数」をみると、2003年の前半（SARS流行の影響）や2004年の後半（地震や台風といった天候要因の影響）など一時的に弱含む局面もみられたが、店舗調整前のベースでは緩やかな増加傾向をたどっている。一方、店舗の増減を調整したベースでは、緩やかな減少基調にあるが、それでも2005年には下げ止まりの動きがみられるなど、潮目の変化がうかがわれる^{（注3）}。また、財消費の動きを供給サイドから把握するために

（注2）GDPベースの個人消費は、消費動向を包括的に示す指標であり、基調としての消費動向を捉えるには最も適切と考えられる。もっとも、①公表のタイミングが遅いこと（当該四半期終了後、約1か月半後の公表）、②速報時には、基礎統計の振れ（とりわけ家計調査のサンプル要因による振れ）の影響を受けること、③実際には現金支出を伴わない「持家の帰属家賃」（消費全体の15%程度を占める）が含まれていること、などには留意が必要である。このため、より直近の情勢や品目別の動向も含めて、消費の全体像を把握するためには、各種の販売統計や供給サイド（消費財の出荷など）の動きなど、幅広い指標を点検することが重要である。

（注3）この間、既存の販売チャンネルを中心とした統計からは捉えにくい、インターネット販売についても、このところ急速に拡大しているとみられる。例えば、経済産業省の「平成16年度電子商取引に関する実態・市場規模調査」によると、2004年のインターネット販売の市場規模は、前年比+28%増の約5.6兆円（商取引全体の2.1%）に達している。また、総務省の「家計消費状況調査」をみると、インターネットを通じて注文を行なった世帯の比率は、2005年には1割強（2002年は5%程度）まで増加しているほか、インターネットを通じた消費金額も2005年は2002年の約2倍となっている。

作成した「消費財総供給」も、振れを伴いつつ、輸入品を中心に緩やかな増加基調を続けている^(注4)。

こうした消費動向を反映して、小売企業などのマインドも改善傾向にある。すなわち、短観における個人消費関連業種（小売、対個人サービス、飲食店・宿泊）の業況感をみると（図表3）、2000年から2003年まで横ばい圏内で推移してきたが、2004年からははっきりと上向いている。また、内閣府の景気ウォッチャー調査における家計関連の現状判断DI（水準）も、概ね同様の動きとなっている。このように、各種の個人消費関連指標の動きからは、ここ数年消費は大きく落ち込むことなく底堅く推移してきたこと、また、最近になって増勢がやや強まってきたこと、が確認できる。

以上、近年における個人消費の動きを概観した。以下ではその特徴を述べるが、あらかじめ整理すると、①企業の人件費抑制姿勢を背景に、所得がかなり抑制されたにもかかわらず、消費は底堅く推移してきたこと——その結果、消費性向が趨勢的に上昇してきたこと——、②そうした傾向は、年齢別にみると、とりわけ高齢者（シニア層）で顕著であるが、最近では若年層も含めて消費の改善に広がりが出てきたこと、③財・サービス別では、耐久財消費やサービス消費が比較的好調なこと、などにまとめることができる。

（趨勢的に所得対比で強めに推移）

近年の個人消費に関する最大の特徴は、企業の人件費抑制姿勢を背景に所得がかなり抑制さ

れたにもかかわらず、趨勢的に底堅い推移が続けてきたことである。

すなわち、まず雇用者所得（常用労働者数×一人当たり賃金）の動きをみると（図表4（1））、1997年をピークに緩やかな低下傾向をたどった後、2001年から2002年頃にかけては、急速に低下テンポを速めた。その後、2004年頃からは、労働需給の改善や企業収益の回復などを背景に緩やかな増加に転じているが、その水準は過去と比べてなお低く、バブル期を超えて既往最高水準に達している企業収益とは対照的な姿となっている。その結果、1990年代半ば以降高止まっていた労働分配率（＝雇用者報酬／名目GDP）は（図表4（2））、今回の景気回復局面入り後から急速に低下した。このように、今回の景気回復期において企業の人件費抑制姿勢が強く現れた背景には、企業が財務体質改善のために収益力重視を強めざるをえなかったことや、非正規雇用の拡大を可能にする労働市場の構造的な変化などがあつたと考えられる^(注5)。さすがに足もとでは、そうした調整がかなり進捗したこともあって、労働分配率は下げ止まってきたが、それでも明確な上昇基調に転じるには至っていない。この間、雇用者所得に加え、社会保障給付や自営業者の所得（利益）、利子・配当収入、所得税の支払いなども反映する可処分所得でみると（図表5）、1999～2001年にかけては、雇用者報酬だけでなく、利子所得や自営業者の所得の減少（図表上はいずれも「その他」に分類されている）も加わって、

（注4）消費財総供給は、消費財の国内向け出荷に、消費財の（純）輸入を加えることにより算出したものである。

（注5）この点についての詳細は、「雇用・所得情勢にみる日本経済の現状」（調査統計局、『日本銀行調査季報』2005年冬（1月）号）が詳しい分析を行なっている。また、この間の企業収益の動向については、「企業収益の改善とその日本経済への含意」（調査統計局、『日本銀行調査季報』2005年秋（10月）号）が詳しい。

大きく落ち込んだ^(注6)。今般の景気回復期に入ってから、2002～2003年は減少が続く、2004年によく増加に転じたが、伸び率自体はきわめて小さなものにとどまっている。また、これを実質ベースでみても——物価の下落を反映して、名目ベースに比べると幾分伸びが高いが——総じて抑制された動きが続いている。

このように、所得が総じて弱めに推移する中でも、前述したとおり個人消費は底割れすることなく着実な増加傾向をたどってきた。もちろん、伸び率自体は、過去と比べて必ずしも目覚ましいとは言えないが、所得環境の厳しさを踏まえると、意外なほどの底堅さを示してきたと評価するのが適当であろう。

こうした所得対比強めの個人消費の姿は、消費性向(＝消費支出／所得)の動きをみると明らかである。可処分所得を分母としたGDPベースの消費性向は(図表6)、趨勢的に上昇基調をたどっているが、2000年頃からは、その水準が大きく切り上がっている。また、自営業者の所得(混合所得)など振れの大きい項目を取り除き、雇用者報酬のみを分母として消費性向を算出すると、2000年前後を境に上昇テンポが速まっている姿がよりはっきりする。ただし、2005

年入り後は、消費性向は概ね横ばい圏内の動きとなっており、所得が増加する中で、消費は概ね所得に見合って増加するようになってきている。

なお、消費性向の上昇は、裏を返せば、貯蓄率の低下を意味するが、わが国の家計貯蓄率の水準は、最近では国際的にみても低い部類になってきている。貯蓄率の国際比較を行なってみると(図表7)、わが国の貯蓄率は、ドイツ、英国などの欧州主要国をすでに下回り、最近では、米国の水準に近づきつつある。わが国の貯蓄率を巡っては、古くから他の先進主要国と比べて高い、との認識が一般的であり、実際、2000年前後までは、わが国の貯蓄率がなぜ高いかについての分析が数多く行われた^(注7)。しかし、その後の貯蓄率の急低下を受けて、最近では、むしろ貯蓄率が低下している背景について、関心が高まっている^(注8)。

(消費性向上昇の主因は高齢層の消費行動)

第二の特徴は、年齢層別にみると、とりわけ高齢層の消費が堅調に推移しており、ここ数年にわたる消費性向の上昇は、もっぱら高齢層によってもたらされている、という点である。

(注6) ただし、2000年から2001年にかけての可処分所得の減少には、定額郵貯の大量満期到来に伴うSNA統計上の扱いがかなり影響している。第一に、定額郵貯の利子所得は、実際に貯金者に支払われる満期時点ではなく、発生時点で分割計上される扱いであるため、むしろ2001年頃は、高利郵貯の残高減少を反映する形で利子所得も大幅に減少した(図表では「その他」のマイナス寄与に含まれる)。第二に、利子所得にかかる課税のタイミングは現金主義であるため、いわば10年分の利子所得にかかる所得税が、満期の時点で一括課税されるとともに、SNA上もそのように計上されている。このうち第一の要因の方は、家計の「実感」とはかなりずれていた——家計はむしろ大量の利子所得を受け取ったと感じていた——と考えられる。

(注7) 例えば、「90年代入り後も日本の家計貯蓄率はなぜ高いのか?」(中川、『日本銀行調査月報』1999年4月号)、「最近の家計貯蓄率とその変動要因について」(肥後・須合・金谷、『日本銀行ワーキングペーパーシリーズ』2001年5月)など。

(注8) ただし、GDPベースの家計貯蓄率は、GDP統計が68SNAから93SNAに変更された際に大きく修正され、1990年代入り後も高止まっているという従来の姿から、緩やかな低下傾向をたどっているという姿に下方修正された。このように、従来の分析のベースとなっていた貯蓄率は、本稿で使用している貯蓄率と異なっていることには、注意が必要である。

年齢別に消費性向をみるためには、家計調査に頼る必要があり、このベースの消費性向は、前述したGDPベースの消費性向とは定義やカバレッジが異なるため、両者を単純に比較することはできない^(注9)。しかし、通常分析に使用される勤労者世帯の消費性向に、60歳以上の無職世帯（大半が仕事を引退した世帯とみられる）の消費性向を合算してみると（図表8）^(注10)、方向性や水準の格差がかなり縮小する。そこで、この60歳以上の無職世帯も含めて、世帯主の年齢別の消費性向をみると（図表9）、全般的に2000年前後から下げ止まりないし緩やかな上昇傾向にあるが、とりわけ60歳以上の高齢者は、消費性向の上昇テンポが急ピッチであることが分かる。中でも、60歳以上の無職世帯については、かなり急速な消費性向の上昇がみられており、足もとでは125%程度にまで達している。言い換えれば、高齢無職世帯の消費金額は、可処分所得を約25%も上回っていることになる。

ちなみに、上述した年齢別の動きを寄与度にしてみると（図表10）、1998年から2005年にかけて消費性向が全体で7.5%ポイント上昇したうち、ほとんどが60歳以上の無職世帯の寄

与であることがわかる^(注11)。また、上記は、2人以上の世帯を対象とした分析であるが、単身世帯についても、高齢無職世帯の消費性向が趨勢的に上昇している、という2人以上世帯と同じ傾向を確認することができる（図表11）^(注12)。

この間、消費支出（名目ベース）そのものの動きをみると（図表12）、勤労者世帯については各年齢層とも、世帯当たりの消費金額が、1997～1998年頃から数年の間に比較的是っきりと減少した^(注13)。しかし、60歳以上の無職世帯に限っては、そうした消費支出額の減少がほとんどみられず、堅調な動きが維持されてきた。この60歳以上の無職世帯は、年金所得に可処分所得の大半を依存しており、ここ数年、年金の支給開始年齢の引き上げなどの影響を受けて、多くの勤労者世帯以上に可処分所得の減少を余儀なくされてきた（図表13）。そうした中で、この層の個人消費は、前述した消費性向の上昇によって下支えされてきた点が特徴である。

ただし、最近では、年齢別にみた消費の動向に変化がみられている。すなわち、2004～2005年については、比較的年齢の若い層の消費も含めて、下げ止まりないし持ち直しの動

（注9）GDPベースの消費性向と家計調査ベースの消費性向の主な違いは、①家計調査では、所得に関するデータのなない勤労者以外の世帯が含まれていないこと、②GDPベースでは、所得と消費の両方に「持家の帰属家賃」が含まれているのに対し、家計調査では含まれていないこと、③家計調査では消費に含まれる「仕送り金」や「贈与金」が、GDP統計では経常移転として扱われ消費に含まれないこと、などである。

（注10）家計調査では、勤労者世帯以外の世帯については、可処分所得のデータがないため、消費性向を算出することができないが、高齢者世帯に限っては、無職者についても可処分所得のデータが存在する。

（注11）高齢無職世帯の寄与の高まりには、上述したこれら世帯の消費性向上昇に加えて、全世帯に占めるこれら世帯のウェイト上昇（すなわち人口の高齢化、詳細は後述）も影響している。

（注12）ただし、単身世帯のデータは2000年以降しか存在しない。また、サンプル数も、2人以上世帯が約8000であるのに対し、単身世帯は約700に過ぎないため、幅を持ってみる必要がある。

（注13）図表1で示したGDPベース（実質値）とは異なる動きとなっているが、これには、①ここでは名目の消費金額をみており、物価下落の影響を受けていること、②世帯当たりの消費金額であり、世帯数の増加を考慮していないこと、③家計調査では、安定的な増加基調を続けている「持家の帰属家賃」が含まれていないこと、などが影響している。

きとなっている（前掲図表 12）^{（注 14）}。これは、基本的には企業部門の回復が、雇用者所得の改善という形で家計に及んできたことを背景とした動きであり、詳しくは後述する。

（耐久財やサービス消費が好調）

過去数年間の個人消費に関する第三の特徴は、財別にみた場合、耐久財消費やサービス消費が比較的好調に推移してきた点である。GDP ベースの個人消費を、耐久財、半耐久財、非耐久財、サービスの 4 つに分けてみると（図表 14）、今回の景気回復のもとでは、衣料品などの半耐久財や、食料品などの非耐久財が総じて弱めの動きとなっている一方、デジタル家電に代表される耐久財や各種のサービスが消費全体を押し上げている。販売側の統計でみても（図表 15）、半耐久財や非耐久財のウェイトが高い百貨店やスーパーの売上高、あるいは、両者を含む各種小売業全体の売上高が緩やかな減少傾向をたどる一方で、個人向けサービス業の売上高については、パチンコホールやフィットネスクラブなどを中心に着実な増加を続けている。

この間、家計調査における基礎的支出（必需品）、選択的支出（嗜好品）別の動きをみると（図表 16）^{（注 15）}、1990 年代後半から 2002 年頃までは基礎的支出の伸びが選択的支出を上回っ

て推移してきた。しかし、2003 年以降は均してみればそれが逆転し、選択的支出の方が高めの伸びとなっており、その結果、消費に占める選択的支出のウェイトも上昇傾向に転じている。このように、最近では、耐久財・サービスの中でも、どちらかと言えば嗜好品の消費が好調になってきていると判断される。

最後に、財・サービス別の消費動向について、年齢層別の特徴をみてみよう。図表 17 は、2001 年から 2004 年にかけての年齢層別の消費性向（家計調査ベース）の変化を、財・サービス別に分解したものである。これをみると、①サービスはすべての年齢層にわたって消費性向の押し上げ要因として働いていること、②サービスの内訳をみると、交通通信（携帯電話通信料）、教養娯楽（インターネット接続料、放送受信料等）などが、すべての年齢層の消費性向を押し上げていること、③ただし、40～50 代では教育費の寄与が比較的大きい一方、60 歳以上では住居、保険医療、外食の寄与が比較的大きい、といった違いもみられること、④耐久財の消費性向押し上げは 50 歳以上で目立っていること、⑤非耐久財（食料品など）は高齢者層の消費性向を大きく押し上げる一方^{（注 16）}、若年層の消費性向を押し下げるなど、ばらつきも大きいことが分かる。

（注 14）家計調査の毎年の動きはサンプル要因にも左右されるため、ここでは 2004～2005 年を一括りにして評価している。

ちなみに、2005 年だけでみると、家計調査（勤労者世帯）の実収入は前年比－1.4%と減少している。しかし、より安定性の高い毎月勤労統計の現金給与総額では前年比＋0.6%となっていることを踏まえると、2005 年の家計調査データは、所得、したがっておそらくは消費についても、前年比が実勢よりも低く出ているのではないかと考えられる。

（注 15）家計調査では、支出弾力性（消費支出の総額が 1%変化するとき、各項目が何%変化するかを示した指標）が 1 未満の費目を基礎的支出、1 以上の費目を選択的支出として分類している。基礎的支出には食料、家賃、光熱費、保健医療サービスなどが、選択的支出には教育費、教養娯楽用耐久財（パソコンなど）などが含まれている。

（注 16）これには、後述するように、食料品の購買単価が高齢層で上昇していることなどが影響している可能性がある。ただし、高齢層は消費支出に占める食料品など非耐久財のウェイトが高いため、可処分所得が減少する中で食費を十分削ることができず、結果的に所得に占める非耐久財消費のウェイトが上昇しているという面もあると考えられる。

2. 個人消費が底堅く推移してきた背景

以上のような特徴を踏まえつつ、消費が底堅く推移してきた基本的な背景を整理すると、数年にわたって構造的ないし基調的に働いている要因として、①高齢化など人口動態の影響、②消費者意識の変化と企業努力、③介護保険制度導入の影響、などが作用してきたと考えられる。さらに、局面ごとには、④所得低迷期における消費の慣性効果（2001～2002年頃）、⑤マインドの改善や資産効果（2003～2004年、2005年央～）、⑥雇用者所得の改善（2004年～）といった要因も、消費押し上げ要因としてそれぞれ重要であったと考えられる。以下、これらについて順に述べていきたい。

（1）構造的・基調的な要因

（高齢化など人口動態の影響）

第一の要因は、高齢化などの人口動態の影響である。一般に個人のライフサイクルは、若年期から中年期にかけて消費性向が下がり、その後、加齢にしたがって消費性向が上がっていくという傾向を持つ。これは、家計の可処分所得が40代後半ないし50代前半まで上昇を続け、その後減少していくというカーブを描く一方、消費については、生涯を通じて所得よりも安定的に推移するためである。実際、家計調査（勤労者世帯、2004年）を用いて、年齢層別の可処分所得と消費の動きをみると（図表18(1)）、可処分所得は、45～49歳まで上昇傾向をたどった後、その後減少に転じ、60歳以上で大きく落

ち込むというカーブが得られる。消費についても、定性的には同様の傾向をたどるが、定量的には可処分所得よりも緩やかにしか変化しない。その結果、消費性向は、所得水準の低い若年層と高齢層で高く、その間が低いというU字型になる（図表18(2)）^{（注17）}。

以上は、2004年一時点のデータを概観した結果であるが、こうしたライフサイクルのパターンが、世代ごとの特性やその時々マクロ環境から独立に、かつ長い目でみても成立するかどうかを確かめてみた。具体的には、「コーホート分析」という手法を用いて、家計調査ベースの消費性向を、①年齢効果、②世代効果（コーホート効果ともいう）、③時代効果に分解することを試みた（コーホート分析については文末の[参考]を参照）。年齢効果とは、年齢に応じて変化する部分、すなわち、まさにここで捉えようとしているライフサイクルに応じた消費性向の変化である。世代効果は、生まれ年の違いによって生じる消費性向の違い、すなわち、生まれ育った時代環境などにより形成された各世代特有の消費行動と考えられる部分である。時代効果は、年齢や世代を問わず、景気の変動などその時々マクロ的な経済環境によって消費性向が影響を受けていると考えられる部分である。その推計結果をみると（図表19）、世代効果は、戦後生まれに限れば、さほど大きな違いがみられない一方で、時代効果については、1990年代半ばまで消費性向を押し下げた後、その後は幾分押し上げている。この間、年齢効果は、若年層と高齢層で消費性向が相対的に高い一方、その間

（注17）なお、2人以上の勤労者世帯を対象とした図表18では、消費性向がボトムを付ける年齢区分は35～39歳となっているが、単身世帯や勤労者世帯以外の世帯も含む家計全体について試算を行なった先行研究では、消費性向は40歳代後半ないし50歳代前半にボトムを付けるという結果が一般的のようである。これは、2人以上世帯の場合、40～50歳代頃に子供の教育費が高くなる傾向があるためではないかと考えられる（前掲図表17）。

の世代では低いという形状となっており、個人のライフサイクルに概ね合致した結果が得られている。

このように、高齢層は相対的に消費性向が高いことから、人口の高齢化が進み、人口に占める高齢層のウェイトが上昇すると、マクロの消費性向はその分押し上げられることになる。わが国の人口構成をみると（図表 20(1)）、65 歳以上の高齢者の比率は趨勢的に上昇しており、足もとでは約 20%に達している。また、世帯ベースでは、単身や 2 人だけの高齢者世帯の比率が上昇していることもあって、人口以上に速いピッチで高齢化が進んでおり、とくに 1990 年代半ば以降は、そのテンポが一層速まっている。こうした人口の高齢化は、やや長い目でみて、緩やかながら構造的に消費性向を押し上げる要因として働いているものと考えられる。

なお、人口構成の変化について、ここ数年の動きを細かくみると、20 代など若年の世帯の割合が低下テンポを速めている（注 18）。若年世帯は、高齢世帯と並んで消費性向が高いため、この点はむしろ全体の消費性向を押し下げる方向に働いている。その一方で、最近では、団塊の世代の加齢が、全体の消費性向を押し上げているという面もある。すなわち、人口ウェイトの高い団塊の世代は、1990 年代には最も消費性向の低いグループとみられる 40 代から 50 代前半に当たっていたため、消費性向を押し下げる要因となっていた。しかし、その後は加齢に伴い消費性向の高いグループに移ってきており、逆に全体の

消費性向を押し上げる要因となっている。

こうした人口構成の全体的な変化が、マクロの消費性向に与えた影響について、年齢別の消費性向に、年齢ごとの世帯シェアを掛け合わせるにより、定量的な試算を行った（注 19）。その結果をみると（図表 20(3)）、2001 年以降は若年世帯の減少や 60～64 歳世帯の増加テンポの鈍化などから、上昇テンポが幾分鈍化しているが、高齢化の進展等を背景に、人口構成の変化は、着実にマクロの消費性向を押し上げてきていることが確認される。

（消費者意識の変化と企業努力）

第二の要因は、高齢層を中心とした消費者意識の変化と、それを捉えようとする企業サイドの消費者ニーズ掘り起こし努力である。最近の消費者は、必ずしも消費全般に積極的という訳ではないが、自分のこだわりを満足させてくれる財やサービスにはある程度お金をかける傾向が強い、とも言われている。また、ライフスタイルの変化として、金融資産や時間にゆとりのある高齢層を中心に、「生活を楽しみたい」という意識が高まっていることもよく指摘されている。内閣府の世論調査「国民生活に関する世論調査」によると、高齢層は、生活の力点として「毎日の生活を充実させて楽しむ」姿勢を強めていることがうかがわれるほか（図表 21(1)）、やや古い調査ではあるが、総務省の「社会活動基本調査」をみると、1 日の生活時間のうち趣味・娯楽などの余暇に充てる時間が、高齢層を

（注 18）ただし、これには晩婚化が影響している面もあり、単身世帯も含めれば、世帯数の減少テンポは幾分緩やかになる可能性もある。

（注 19）年齢階層別の消費性向は、先ほどのコーホート分析（勤労者世帯を対象）で算出したスムージング後の年齢効果（図表 19(1)の点線）を使用した。ただし、60 歳以上については、無職世帯と勤労者世帯では消費性向のレベルが大きく異なることを踏まえ、55～59 歳と 60 歳以上（無職世帯も含む）の平均的な消費性向の格差から算出した試算値を用いている。

中心に増加している（図表 21(2)）。また、各種のアンケート調査をみると、高齢層が具体的に支出を増加させたいと感じている項目として、旅行や住宅リフォーム、趣味・稽古事、外食などのサービス関連（とくに「時間消費型」と呼ばれるサービス消費）が多いことがうかがえる（図表 22）。

こうした需要サイドの変化を受けて、企業側でも、ひと頃のような低価格戦略だけでなく、消費者ニーズをうまく見極めながら、価格対比で付加価値が高く、消費者にとって魅力的な新商品・サービスを提供する姿勢を強めている。とくに、企業は、活動的で金融資産にも余裕があり、消費に対しても積極的ないわゆる「アクティブ・シニア」と呼ばれる層を、主要なターゲットとしている模様である。先にみたとおり、ここ数年は仕事を引退した高齢者の消費が堅調に推移していることが大きな特徴であったが、こうした供給面のニーズ掘り起こし努力が、いくつかの分野で高齢者の消費拡大につながっていると考えられる。

以上のような変化を統計面で確認してみよう。まず、サービス分野の活動状況を示す「第3次産業活動指数」で各サービスの動向をみると（図表 23）、旅行業、フィットネスクラブ、居酒屋などが伸び率の上位にランクしており、上述した高齢層の意識の変化と概ね整合的な姿となっている。また、家計調査で高齢層の支出の内訳を細かくみると（図表 24）、旅行関連の支出（パック旅行）や、住宅リフォームなどの設備修繕・維持費、健康関連（健康保持用摂取品＜サプリメント＞）などの費目については、若年層と比

べて高齢層の消費性向は明らかに高く、しかもそうした傾向が最近一段と強まっていることがみてとれる。

また、消費者の意識の変化や、企業の消費者ニーズ掘り起こし努力を通じて消費拡大がみられる分野は、サービスに限らない。耐久消費財の分野でも、薄型テレビ、DVDレコーダー、デジタルカメラ、携帯音楽プレーヤーなどのデジタル家電や高機能の白物家電など、新しい商品が登場し、市場規模を広げている（図表 25）。もちろん、これらの新しい商品は、若年層も含めて全体の消費押し上げに寄与しているとみられるが、平均的にみて金融資産と時間にゆとりがある高齢層は、やはり重要な購買層となっている。一例として、薄型テレビの購入割合が反映されると考えられる「テレビ」の購入単価を、家計調査でみると（図表 26(1)）、最近はずべての年齢層で単価の上昇がみられるが、高齢層ほど今回の景気回復の初期から上昇し始め、かつ単価も高いという傾向がみられる。

この間、非耐久財については、全体では弱めであるが、高齢層に限っては底堅く推移してきたのが特徴であった（前掲図表 17）。これにも、一部に高齢層の意識の変化が反映されている面がある。例えば、生鮮肉の購入単価をみると、高齢層は若年層と比べてもともと高いが、最近はその差が幾分広がっている（図表 26(2)）。生鮮野菜についても、生鮮肉ほど顕著ではないが、概ね同様の動きである（図表 26(3)）。これは、健康に対する関心の高い高齢者が、BSE問題などを契機に食の安全に対する意識を高め^{（注20）}、品質の高い食材に需要をシフトさせて

（注20） 実際、NTTレゾナントと三菱総研によるアンケート調査（『食品のトレーサビリティ（生産履歴確認の確実性）』に関する一般生活者の意識調査結果、2004年10月）によると、高齢層ほど食の安全に関する意識が高いという傾向がうかがわれる（「食品の安全性が非常に気になる」と回答した割合は、20代から40代まで概ね2割程度であるのに対し、50代は29.9%、60代は30.9%、70歳以上は43.8%）。

いる動きを一部反映したものと考えられる。

以上みたように、多くの財・サービスで、消費者の意識の変化を反映した特徴的な消費の動きがみられる。これらの分野では、企業サイドも特に意識して魅力的な財・サービスを提供しようとしており、高齢層を中心とした消費者の購買意欲を引き出すことにある程度成功していると言えよう^(注 21)。

(介護保険制度導入の影響)

第三の要因としては、2000 年に導入された介護保険が高齢層の消費を押し上げる方向で影響した可能性が考えられる。自分が将来、介護者ないし被介護者になる可能性や、その場合の負担額は、事前に予測できるものではない。したがって、介護保険の導入以前は、そうした将来の不確実性に備える目的で、家計が貯蓄を余計に持とうとしていた可能性がある。その点、2000 年 4 月に介護保険が導入された後は、要介護認定を受けた場合、原則として 1 割の費用負担で介護サービスを受けることが可能になったため、将来負担に対する不確実性は、かなりの程度軽減されることとなったとみられる^(注 22)。さらに、介護保険の導入により介護サービスを受けやすくなったことは、介護する側——親が要介護者となる場合、介護する側は 50～60 代が多いと考えられる——の時間を解放し、その面からも、旅行などの消費活動を何がしか刺激する方向に作用した可能性もある。

こうした介護保険の導入が、消費に与えた効果を統計的に検証することは、介護保険導入からの年月が浅いために、時系列データだけでは難しい。そこで、介護認定率や介護保険給付額の都道府県別情報も利用してパネル分析を行なった。すなわち、介護認定率（要介護認定者数／60 歳以上人口）や、介護保険給付額（60 歳以上人口当たり）を都道府県別にみると（図表 27）、全国的に年々上昇していると同時に、関東や東海では低い一方、西日本が総じて高めであるなど、地域ごとにかなりのばらつきがみられている。こうした地域格差の背景については、高齢者のうち要介護者の割合に地域差がある、住民のサービス利用に対する意識に差がある、介護施設の充実度や事業者の顧客開拓姿勢に格差がある、などいくつかの仮説があるが^(注 23)、はっきりとしたことはわかっていない。いずれにせよ、このような地域差があることを利用して、介護認定率ないし 60 歳以上人口当たりの介護保険給付額（県別可処分所得で標準化したもの）を説明変数に用いて、各県ごとの景気サイクルの違いを有効求人倍率でコントロールしつつ、消費性向の推計を行なった。その結果をみると、介護認定率、介護保険給付額のいずれも、消費性向に正の影響を与えるという効果が統計的にはっきりと有意であることが確認された（図表 28）。

介護保険の導入の消費刺激的な効果を示唆するもう一つのデータは、アンケート調査（金融

(注 21) この間、衣料品や家具などについては、高齢層の消費はかなり減少している。こうした現象をすべて整合的に説明するのは難しいが、高齢層も消費全般に積極的であったのではなく、選別的に、しかし全体としては前向きな消費行動をとってきたとみることが可能であろう。

(注 22) これは、終身年金制度と同様の効果であると言える。ちなみに、1970 年代の年金制度の拡充も、長生きした場合の経済的負担に関する不確実性を低下させ、その後の消費性向の上昇トレンドをもたらす一因になったことが指摘されている。

(注 23) 例えば、健康保険組合連合会「介護保険給付費の地域間較差の要因についての調査研究報告」2003 年。

広報中央委員会「家計の金融資産に関する世論調査」) でみた家計の目標貯蓄額である(図表 29)。すなわち、家計の目標貯蓄額は、ちょうど介護保険が導入された 2000 年を境に、介護を現実的な問題として受け止めている度合いの大きい中高年層を中心に、はっきりとした低下傾向に転じた。もとより、こうした変化の背景を介護保険の導入のみに求めてよいかどうかはわからないが、同じ調査で家計の貯蓄の目的をみると(図表 30)、近年、「耐久財購入やレジャー資金」といった将来の消費目的を挙げる回答割合が幾分上昇している一方で、「病気・災害」や「安心目的」などの予備的な貯蓄の割合は、振れを伴いつつも低下傾向にある。このことも併せて考えると、介護保険の導入が、家計の将来に対する不安を幾分和らげ、消費性向を押し上げる方向で作用した可能性は、それなりに高いと考えられる。

(2) 局面ごとに強く現れた要因

以上の点が、底流として、2000 年頃からの消費性向の押し上げ要因として働いてきたと考えられるが、より短く期間を区切ってみると、消費の慣性効果、消費マインドの改善や資産効果、雇用者所得の改善なども、消費の下支えないし押し上げ要因として重要な役割を果たした局面もあった。そもそも、消費の「ライフサイクル・恒常所得仮説」によれば、家計は現在の可処分所得だけでなく、将来の可処分所得の期待値や金融資産の合計を予算制約として、消費支出を生涯にわたってなるべく平準化させるように、消費と貯蓄を決定している。そうだとすると、仮に現在の可処分所得

が落ち込んだとしても、将来期待される可処分所得に大きな変化がない場合には、現在の消費水準は大きく減少せず、その結果現在の消費性向は上昇する。同様に、株価の上昇などを受けて、保有する金融資産が増加すれば、現在の消費支出は押し上げられ、消費性向は上昇することになる。こうしたメカニズムを念頭に置いたうえで、以下では、局面ごとに強く現れた要因について整理することとしたい。

(消費の慣性効果<2001~2002 年頃>)

2001~2002 年頃は、IT バブルの崩壊に伴う景気後退およびその後の景気回復初期に当たる時期であり、企業のリストラを背景に雇用者所得が大きく減少したほか、自営業者の所得も落ち込んだ。実際、2001~2002 年の 2 年間で、家計の雇用者報酬は-3.2%、可処分所得は-3.3%と、かなりの減少となった。しかし、消費については、同じ 2001~2002 年の 2 年間で-0.1%の減少と、ほぼ横ばいの動きが維持された(いずれも GDP ベース、名目値)。このように、この時期における消費性向の上昇は、家計による消費意欲の増大ではなく、分母に当たる所得が減少した事実を反映して、結果的に上昇したという面が強い。

当時、所得が大きく落ち込む中で、消費がほとんど減少しなかった背景には、消費はもともと所得と比べて緩やかにしか変動しないという「慣性効果」が働いた可能性が指摘できる^(注 24)。こうした消費の慣性効果は、一般に、選択的支出よりも、光熱費や家賃、食費といった基礎的な支出について、より強く現れやすいと考えられる。実際、家計支出を基礎的支出・選択的支出に分類した図表

(注 24) 所得の落ち込みに対して消費があまり反応しない、という方向の慣性効果を強調する考え方もあり、「ラチェット(歯止め)効果」と呼ばれている。慣性効果にそのような非対称性が存在する理由としては、消費にはいったんある水準に達するとその後なかなか減らしにくい性質がある、と説明されることが多い。

16 を振り返ってみると、この時期は選択的支出の減少の方が大きく、基礎的支出は消費全体の落ち込みに歯止めをかける方向に働いていたことが確認できる^(注 25)。

上述した「ライフサイクル・恒常所得仮説」によれば、こうした消費の慣性効果は、家計が所得の減少を、少なくともその一部は一時的なものである、と認識することによって生じる。この点、可処分所得の減少幅が最も大きかった 2001 年の内訳をみると（前掲図表 5）、大きく減少方向に寄与しているのは、「その他」に分類されている自営業者の所得（混合所得）である。自営業者の所得はもともと変動が大きいいため、当時の大幅な減少は、ある程度一時的なものと認識された可能性が高いのではないかと考えられる^(注 26)。GDP 統計や家計調査から自営業者の消費性向だけを取り出すことは困難であるが、家計調査における「個人営業世帯」の消費金額を GDP 統計の「混合所得」で割ることによって、自営業者の消費性向を大まかに試算してみた。その結果をみると（図表 31）、2000 年から 2001 年にかけては、所得が大幅に低下する一方、消費の落ち込みは比較的マイルドなものにとどまったことから、消費性向は大きく跳ね上がっていたことがみてとれる。

（マインドの改善と資産効果＜2003～2004 年、2005 年央～＞）

2003 年から 2004 年にかけての時期、および

2005 年央頃からの時期においては、雇用環境の好転に伴う消費者マインドの改善や、株価上昇に伴う資産効果の影響が、消費の押し上げ要因として比較的強く現れたとみられる。これらは、上述の「ライフサイクル・恒常所得仮説」に基づく、先行きの期待所得の改善や保有する金融資産残高の増加を通じて、生涯の消費に回せる予算が上方修正されたことを反映した動き、と捉えることができる。

まず、消費者マインドについていくつかの指標をみると（図表 32）、2000 年頃をピークに悪化傾向をたどってきたが、2003 年から 2004 年頃にかけては急速に改善した。また、そのうち内閣府の消費者態度指数の内訳をみると、全般的に改善する中で、とりわけ雇用環境に関する見方が急速に好転しており、タイミングとしても、非自発的失業者の減少や有効求人倍率の上昇と概ね符合している。このように、所得が明確な改善を示し始める前でも、雇用環境の好転を通じて、将来の所得に関する消費者の期待は改善した——少なくとも所得のさらなる落ち込みに対する懸念は薄れた——とみられ、この時期の消費性向の上昇をもたらしたと考えられる。また、その後いったん景気は「踊り場」を迎え、消費者マインドもやや頭打ちとなったが、生産活動が再び活発化し賞与も堅調な増加を示した 2005 年末頃には、消費者マインドは再び大きく上昇した^(注 27)。

（注 25）より正確には、こうした選択的支出の切り詰めは、1997 年頃から続いている。これは、1997～1998 年の金融ショック不況に対する消費者の節約行動が完全に終わらないうちに、次の IT バブル崩壊による所得の減少に見舞われたためと考えられる。

（注 26）混合所得の大幅減少については、景気後退に伴う売上げの落ち込みが主因とみられるが、統計的な振れがある程度影響している可能性もある。また、前述（脚注 6）したように、この時期の可処分所得は、郵貯の大量満期に関連する SNA 統計上の扱いによって、家計の実感よりもかなり下方にずれていた可能性が高い。このことが、少なくとも統計上の消費性向を押し上げたという面もある。

（注 27）2005 年 12 月の消費者態度指数は、1991 年 6 月以来、14 年半振りの高水準となった。

また、株価も、2003 年をボトムとして急速に持ち直した。東証株価指数（TOPIX）は、2003 年 3 月（770 ポイント<11 日>）をボトムに、2004 年 4 月頃まで 5 割強上昇した。その後はいったん横ばい圏内となったが、2005 年の夏場から再び急速に上昇し、最近ではボトム対比 2 倍を超える水準となっている。この間、家計の金融資産保有状況をみると、2003 年と 2005 年は株価の上昇を反映して、株式の保有残高（時価ベース）ひいては金融資産残高全体が増加した（図表 33（2））。このことが、2003～2004 年の一時期や 2005 年後半の消費に好影響を与えたと考えられる。もとより、家計の金融資産全体に占める株式のウェイトはなお 1 割程度に過ぎないが（図表 33（1））、今回の景気回復局面では、配当所得の増加も目立っており、2004 年度には利子所得を幾分上回る水準にまで達している（図表 34）。また、長期に株式を保有し続けずに短期売買を繰り返す個人投資家も、株価の上昇局面では売買益を得たものと考えられる。このように、株価の上昇は、必ずしも株式保有残高には反映されないルートも通じて、消費の押し上げに作用してきた可能性が高い（注 28）。

こうした金融資産（とりわけ株式や投資信託などのリスク資産）の保有額は、高齢層ほど大きいのが特徴である（図表 35（1））。家計調査で株式および株式投信の年齢階層別保有比率をみると（図表 35（2））、60 歳以上の世帯が全体の 6 割以上を占めている。もとより、高齢層は保有資産額にばらつきが大きく（図表 35（3））、

必ずしもひとくくりにできない点に留意する必要はあるが、株価の上昇は主として高齢層の消費を刺激した可能性が高い。実際、家計調査を用いて、年齢階層別の簡単な消費関数（説明変数は勤め先収入および金融資産残高）を推計してみると（図表 36（1））、金融資産残高の変動が消費に対して有意に影響しているのは 60 代である、との結果が得られる。また、財・サービス別の同様の消費関数を推計すると（図表 36（2））、金融資産残高の変動の影響を受けやすいのは、主として耐久財やサービス消費という結果となっている。これらの推計結果は、近年の個人消費が、年齢別には高齢層、財別にはサービスや耐久財を中心に底堅く推移してきた事実とも、概ね整合的である。また、株価が急騰した 2005 年後半の消費関連統計を細かくみると（図表 37）、高額品を扱う百貨店の売上高が全体として持ち直しており、とくにその内訳として、ブランド品のバッグやアクセサリーを含む「身の回り品」や宝飾品や高級時計を含む「その他の商品」の売り上げが好調に推移している。また、単価の高い業態を中心にレストランの売り上げがはっきりと増加しているほか、東京のホテル稼働率にも幾分上昇の動きがみられるなど、資産効果が一因と考えられる動きが出てきている（注 29）。

（雇用者所得の改善<2004 年頃～>）

2004 年以降については、実際の雇用者所得の改善が、次第に消費回復の主要な背景になって

（注 28）さらに、個人が証券会社に支払う売買手数料は、「金融サービスの購入代金」という意味で個人消費そのものである。GDP 統計では株式売買高から推計されている。とりわけ 2005 年後半は、ネット取引の拡大もあって株式売買高が急増したため、株式売買の活況自体が GDP ベースでの消費の増加に寄与した面も大きい。

（注 29）この間、需要サイドの統計として、総務省「家計消費状況調査」における高額消費の動向をみても（原則として 1 回の支出金額が 3 万円以上で、購入頻度が年 1 回未満の品目が対象）、このところ伸び率が高まってきている。

きたと考えられる。上述したように、家計は、現在の所得だけでなく将来の所得に対する期待なども勘案しながら、消費・貯蓄の意思決定を行っているが、長い目でみれば「期待」は「実績」に裏付けられる必要があり、やはり最終的には、実際の雇用者所得が個人消費のトレンドを規定すると考えられる。とりわけ、若年層を中心に、金融資産の蓄積が十分ではない——すなわち流動性制約を受けている——家計にとっては、消費は短期的にも所得の動向に影響されやすい。この点、年齢階層別の消費関数を振り返ってみると（前掲図表 36(1)）、若年層（20代）では、所得（勤め先収入）に対する消費の弾性値が高い、という結果が得られている（注 30）。

最近の雇用者所得の動きを改めて確認すると（前掲図表 4）、常用労働者数の増加や好調な企業収益を受けた賞与の増加、パート比率の上昇一服などを背景に、2004 年から増加に転じており、足もとにかけては、緩やかながらも幾分伸びが高まりつつある。また、家計調査ベースで可処分所得をみても、サンプル要因などから足もとはやや弱めであるが、振れを均してみれば、2004 年頃から緩やかな増加傾向にある。

こうした所得の改善に裏付けられた消費の増加は、家計調査でも確認することができる。年齢階層別、所得階層別のデータを用いて、可処分所得と消費の関係をみると（図表 38）、2001～2003 年は、可処分所得が減少するもとで、高齢層など一部を除いて、消費は——可処分所得ほどではないが——総じて弱含んでいた。しかし、2004 年以降のデータでは、所得と消費がともに前年を上回る年齢階層や所得階層が増

えてきており、所得の増加に見合って消費が増加していることを示している。このように、最近の個人消費は、所得の増加に裏付けられたより着実なものになってきていると判断される。

（3）消費関数によるチェック

以上、近年の個人消費の動向について、その特徴を整理するとともに、これまで底堅く推移してきた背景について、基調的に消費を押し上げてきたとみられる要因と、その時々消費に比較的大きな影響を及ぼしたと考えられる要因に分けて考察した。それらを改めて整理すると、以下のとおりである。

まず、人口構成の高齢化が、やや長い目でみて基調的な消費性向の上昇に寄与している。また、年齢別にみると、高齢層（とりわけ仕事を引退した高齢者）の消費性向が大幅に上昇したことが特徴であり、その背景は、①高齢層を中心に、満足度の高い財・サービスへの支出は惜しまないという傾向が強まるもとで、企業側でも高齢層を重要な顧客層と捉えて潜在需要の掘り起こしに努めてきたこと、②介護保険の導入により、予備的な貯蓄の一部や、場合によっては介護する側にとっての拘束時間が、解放されたと考えられること、③株価が上昇する局面では、資産蓄積のある高齢層を中心に資産効果が働いたこと、などであると考えられる。ただし、最近では、高齢層だけではなく、若年層も含めて消費が堅調に推移しており、これには、雇用者所得が改善し始めたことが大きいとみられる。財・サービス別には、耐久財やサービスが強めという特徴がみられたが、その背景としては、

（注 30）若年層については、2005 年に入った頃から、それまで高止まっていた失業率が低下に転じたほか、正社員の雇用増加や新卒採用の活発化がみられるなど、雇用環境は明らかに改善してきた。こうした変化も若年層の消費意欲の回復につながっている可能性がある。

①デジタル家電などの新商品が登場し、市場規模が拡大したこと、②高齢層の消費意識やライフスタイルの変化などを背景に、旅行など「時間消費型」と呼ばれるサービス需要が拡大したこと、③資産効果が、耐久財支出や選択的なサービス支出に強めに現れたこと、などが指摘できる。

以上の整理を定量的に確認するため、誤差修正モデル（ECM、Error Correction Model）を用いてマクロの消費関数の推計を行なった。このモデルは、まず、消費が現在および先行きの所得や保有金融資産残高と長期的に安定した関係にあること——すなわち長期均衡式が存在すること——を確かめたうえで、これらの変数間の関係が崩れている局面では元に戻ろうとする力が働くはず、という考え方で消費の予測を行なうものである^{（注31）}。その推計結果（長期均衡式）をみると（図表39）、①高齢化要因が趨勢的に消費を押し上げていること、②2003年から2004年にかけては純資産要因や所得見通し要因が消費増加の主因となっていること、③2004年半ばからは、雇用者所得の改善も消費増加に寄与し始めていること、④2001～2002年にかけては、長期均衡値と実際の消費がかなり異なる動きをしており、消費の慣性効果や、郵貯の大量満期到来に伴う統計と実感のずれなどが影響した可能性を示唆していること、などの点を確認することができる。これらは、過去数年の個人消費動向について本稿で説明してきた内容と整合的な結果である。また、関数推計によると、足もとの消費は、雇用者所得の増加、株価上昇

による資産効果、所得の見通しの改善のいずれにも支えられる姿となっている。また、長期均衡水準と比較すると、大きな乖離はみられていないものの、足もとの消費の方が幾分弱めとなっている。これは、最近の個人消費は家計を取り巻く環境と概ね整合的な状態で推移しているが、それと同時に、株価上昇などの影響が今後次第に顕現化していく可能性も示唆するものである^{（注32）}。

3. 先行きの展望

（やや長い目でみた消費を巡る論点）

消費の先行きについては、家計の将来不安や、団塊の世代の退職の影響など、やや中長期的な視点も持ちながら展望する必要がある。以下では、先行きの消費を巡るいくつかの論点について若干触れておきたい。

まず、家計の将来に対する認識について、アンケート調査（金融広報中央委員会「家計の金融資産に関する世論調査」）をみると（図表40（1）①）、約8割の世帯が、老後の生活について「非常に心配」ないし「多少心配」と回答しており、現時点では、家計が抱えている将来不安が根強く残っていることを示している。こうした将来不安の理由をみると、同アンケートでは「年金や保険が十分ではないから」と回答する割合が緩やかな増加傾向にあるほか、別のアンケート調査（日本銀行「生活意識に関するアンケート調査」）でも、「1年前と比べて支出を減らした」理由として、「将来の年金や社会保険給付に対する不安」や「将来の増税や社会保障負担

（注31）長期均衡式の説明変数には、60歳以上人口比率（高齢化要因）、家計保有の実質純金融資産残高（純資産要因）、実質雇用者報酬（所得要因）、 $(1 - \text{失業率}) \times \text{実質雇用者報酬}$ （所得見通し要因）の4つを使用した。なお、最後の項は、失業率で代表される労働市場の逼迫度合いが、将来の賃金上昇率の代理変数とみなすことができるとの考えに基づき、所得見通し要因として使用している。

（注32）この消費関数によれば、10%の株価上昇は、出尽くしの効果として消費を0.2%程度押し上げる。もっとも、こうした定量的な関係は、かなりの幅を持ってみておく必要がある。

の引き上げに対する不安」を指摘する家計の割合が増加傾向をたどっている（図表 40(1)②、40(2)）。前述したように、介護保険の導入等を背景として、ここ数年老後の不安が幾分弱まる動きもみられているが、日本経済は少子高齢化や年金問題など長期的な課題を抱えているだけに、家計の将来不安の行方や、それが個人消費に与える影響については、今後も注意深くみていく必要がある。

また、現在や将来の所得、あるいは金融資産保有額のばらつきが徐々に広がっているとみられる中、家計間の消費の格差も広がっている可能性がある。この点、総務省「全国消費実態調査」を用いて、家計間の消費のばらつき度合いをみると（図表 41）、趨勢的にみて緩やかな拡大傾向にある。年齢別には、高齢者のばらつきが縮小傾向にある一方で、現役世代のばらつきが全般的に緩やかな拡大傾向を示している^(注33)。この間、貯蓄水準の低い家計のウェイトが徐々に高まっていることを示唆する調査結果もみられる。例えば、「家計の金融資産に関する世論調査」で、可処分所得に占める貯蓄の割合をみると（図表 42(1)）—— この調査における「貯蓄」には、事業のための預貯金や、給与振込、口座振替など一時的にしか口座にとどまらないような預貯金が含まれていない点には十分な注意が必要であるが—— 「貯蓄に回した金額がゼロ」と回答した世帯のシェアは、趨勢的に上

昇してきている。また、残高ベースでの貯蓄の保有状況をみても、「貯蓄を保有していない」と回答した世帯の割合は、2000 年頃から上昇が目立ってきており、2005 年の調査では、2 人以上の世帯で約 23%（単身世帯では約 41%）に達している（図表 42(2)）^(注34)。上述した「貯蓄」の定義を踏まえると、この調査結果をもって預貯金残高が常にゼロの世帯が増加しているとまでは言えないが^(注35)、金融資産や所得を巡る家計間の格差の実態やその影響は、今後の個人消費動向をみていくうえで無視できない注目点の一つであろう。

最後に、今後数年を展望する場合、団塊の世代の退職が個人消費にどのような影響を与えるかも、興味深い論点である。1947～1949 年生まれを中心とする団塊の世代は、2007 年以降引退の時期を迎えていく。これらの世代は、総人口に占めるウェイトで 5% 程度、就業者に占めるウェイトでは 8% 程度と大きなシェアを占めるだけに、引退を機に消費行動が変わると、マクロの消費動向にも無視しえないインパクトを与える可能性がある。もとより、団塊の世代の退職がマクロ経済に与える影響を見積もるためには、定年を迎えた後、団塊の世代が再雇用等によりどの程度労働市場に残るのか、あるいは、団塊の世代の退職に伴い労働市場が全体としてどう変化するのか、など相互に影響し合う様々な要因を見通す必要があるため、現時点ではか

（注 33）こうした消費のばらつきの拡大については、必ずしも現在の所得格差の拡大だけでなく、将来の所得に関する見方のばらつきが広がっていることも大きな背景であると指摘されている（例えば、大竹『日本の不平等』日本経済新聞社）。

（注 34）これを年齢階層別（2 人以上の世帯）にみると、「貯蓄がない」と回答した世帯の割合の上昇は若年層で顕著であるが、その他の年齢階層についても 2000 年頃から上昇傾向にある。また、所得階層別には、やはり 2000 年頃から全般的に上昇傾向がみられる中で、とりわけ年収 300 万円未満の低所得者層で上昇テンポが急となっている（図表 42(3)、(4)）。

（注 35）また、場合によっては定期性預金から流動性預金へのシフトの動きを反映しているに過ぎない可能性もある。

なり不確実な面が大きい。したがって、以下では、高齢層のこれまでの消費行動等から推測できる事柄に絞って、ラフな考察を行ってみたい。

まず、高齢層が引退に伴い消費水準を大きく低下させるかどうか、また、団塊の世代は、他の世代と比較して、消費行動に世代特有の特徴があるのかどうか、について確かめるために、前出の「コーホート分析」を用いて分析を行なった^(注36)。その結果をみると(図表43)、①団塊世代が属する1946～1950年生まれ世代は、その前後の世代と比べて特段異なる消費パターンを持っているわけではないこと、②年齢効果をみると、退職に伴い消費水準は幾分減少するが、その程度は必ずしも大きくないこと、が確認される。こうした結果は、欧米においては、退職と同時に消費水準が大きく落ち込むという動きがみられることとは異なるものである^(注37)。

これは、わが国では、現役時代に余暇時間が相対的に少ないこともあって(図表44(1))、引退を機に余暇時間が増加すると、旅行など余暇と補完的な消費が増加しやすいことが指摘できる。また、米国などでは、引退後小さな家に引っ越すケースが多く、帰属家賃をはじめとする住居関連費が大きく減少する一方、わが国では、リフォームを行ないつつ同じ家に住み続ける人が多いため、住居費の減少は観察されない(図表44(3)①)^(注38)。さらに、海外と比べれば所得分布に偏りが小さいほか(図表44(2))、

高齢者の金融資産蓄積が比較的進んでおり、引退を境に流動性制約に陥る家計が少ないことも、消費水準が大きく低下しない要因のひとつと考えられる。先にみたように、旅行をはじめとする「時間消費」や、リフォームなど住居関連の需要はこのところ一段と拡大しており、団塊の世代もとりわけ関心を高めている分野である。したがって、今後、数年間を視野に入れた場合、高齢層の消費は、少なくとも所得対比では、これまでも増して堅調に推移する可能性が高いと考えられる。

(おわりに)

以上、先行きの個人消費を展望するうえでのいくつかの論点について——やや留意すべき点も含めて——若干の考察を行なってきたが、本稿の分析を踏まえると、今後の個人消費の基本的な道筋としては、次のように考えることができる。

まず、家計の所得面では、企業が大卒として慎重な雇用・賃金スタンスを続けているほか、来年度にかけては、定率減税の廃止や社会保障負担の増加など、家計負担の増大につながるような制度改正も控えている。しかし、2005年の冬季賞与がしっかりと増加したことにも現れており、高水準でなお増加基調を続ける企業収益が次第に家計へと還元されてきており、労働需給が徐々にタイト化する中で、所定内給

(注36) 図表19では、「消費性向」についてコーホート分析を行なったのに対し、ここでは、退職に伴う消費水準の変化に焦点を当てるため、「消費のレベル」について分析を行なっている。なお、50代と60代では、子供の独立などの要因から、世帯の構成人数に違いがみられるため、被説明変数として世帯当たりの消費金額を用いると、世帯主の退職の影響のみを取り出すことが難しくなる。したがって、ここでは1人当たりの消費金額(および1人当たりの消費金額から固定費的な要素の強い住居費、光熱費・水道費を除いたもの)を用いて分析を行なっている。

(注37) 退職に伴う消費水準の低下について、欧米では、退職の時期は以前から分かっていたはずであり、ライフサイクル仮説に基づく消費の平準化行動とは相反する動きであることから、“Retirement-Consumption Puzzle”と呼ばれている。

(注38) 逆に、教育費に関しては、日本では米国と逆に、高齢になると大きく減少する(図表44(3)②)。これはむしろ、現役世代中における子供への教育費のかけ方が、日本と米国では異なると理解すべきであろう。

与にも増加圧力が加わりつつある。このため、上記の負担増を考慮しても、可処分所得は緩やかに伸びを高めていくと予想される^(注 39)。また、所定内給与の増加が定着することで、将来の所得に関する家計の自信も次第に強まっていくと考えられる。

また、企業部門の好調が続けば、株価などを通じた家計への好影響も期待しうるほか、ライフスタイルの変化等を反映した高齢層の前向き

な消費意欲も当面続くと考えられる。この間、高齢化のトレンドは、これまで同様、緩やかに消費性向を押し上げる方向に働いていくとみられる。

以上を踏まえると、先行きの個人消費は、家計の将来不安や団塊の世代の退職の影響などを受けつつ、基本的には、消費性向の緩やかな上昇を伴いながら、堅調な増加を続けていく可能性が高いと考えられる。

(注 39) もともと定率減税については、その具体的なタイミングはともかく、いずれは廃止が想定されていたものであるため、多くの家計が恒常所得仮説に基づく消費行動を取っていれば、廃止が実現する段階で、個人消費に突然大きな影響が出るとは考えにくい。

[参 考]

コーホート分析の概要

(コーホート分析とは何か)

コーホート分析とは、年齢階層別に区分された時系列データについて、①年齢効果（「ある年齢」に特有の効果）、②時代効果（「ある調査年」に特有の効果）、③世代（コーホート）効果（「ある年に生まれた人」に特有の効果）の3つの効果に分ける手法のことである。

例えば、ある財の消費金額について、下表のとおり1995年、2000年、2005年の3つの時点と、5歳刻みの4つの年齢区分からなるデータ系列（標準コーホート表）があるとする（表中の→は同じ世代に属することを意味する）。その場合、コーホート分析では、各表で印を付けた、①3つの時代区分、②4つの年齢区分、③6つの世代区分の効果をそれぞれ推計することになる。その結果、各時点における各年齢階層の消費金額は、以下のように3つの効果に分解して示すことが可能になる。

$$X_{it} = \beta_0 + \beta_i + \beta_t + \beta_c + e_{it}$$

X_{it} : 年齢階層 i の t 時点における消費金額、 β_0 : 定数項、 β_i : 年齢効果、

β_t : 時代効果、 β_c : 世代効果、 e_{it} : 誤差項

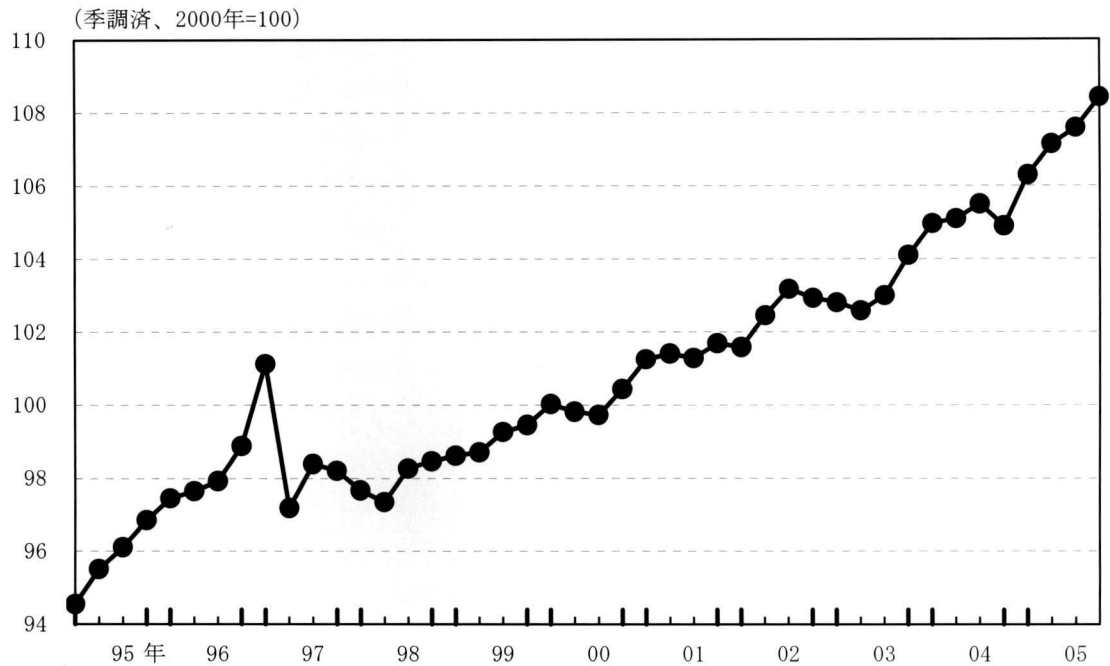
					3つの効果に分解			
					時代効果			
年齢別の時系列データ								
	20歳～24歳	25歳～29歳	30歳～34歳	35歳～39歳	20歳～24歳	25歳～29歳	30歳～34歳	35歳～39歳
1995年	79	76	74	72	●	●	●	●
2000年	70	72	69	68	△	△	△	△
2005年	83	73	69	67	□	□	□	□
					年齢効果			
	20歳～24歳	25歳～29歳	30歳～34歳	35歳～39歳	20歳～24歳	25歳～29歳	30歳～34歳	35歳～39歳
1995年	○	▲	×	◎	○	▲	×	◎
2000年	○	▲	×	◎	○	▲	×	◎
2005年	○	▲	×	◎	○	▲	×	◎
					世代効果			
	20歳～24歳	25歳～29歳	30歳～34歳	35歳～39歳	20歳～24歳	25歳～29歳	30歳～34歳	35歳～39歳
1995年	▼	○	△	□	▼	○	△	□
2000年	×	▼	○	△	×	▼	○	△
2005年	◎	×	▼	○	◎	×	▼	○

(具体的な分析手法)

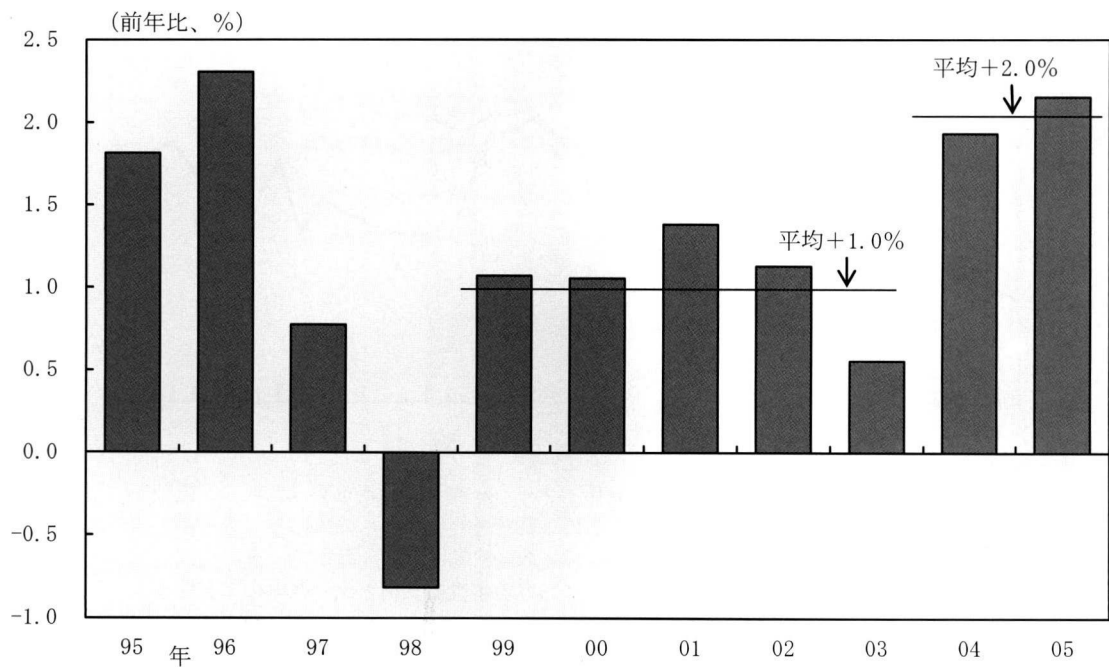
コーホート分析は、具体的には、標準コーホート表上の各データを被説明変数として、各区分（年齢区分、時代区分、世代区分）にダミー変数を設定し、最小二乗法で回帰する。なお、本稿では、1965～2005年までの5年刻みの9時代区分（図表43の消費金額を対象とした分析では1970～2005年の8時代区分）、および5歳刻みの10年齢区分に分けて分析を行なっている。その際、すべての区分にダミー変数を設定すると、パラメータの識別ができないことから、1936～1940年生まれと1941～1945年生まれの世代効果を同一と仮定する制約条件をかけて推計している。

【図表 1】 GDPベースの実質個人消費

(1) 水準



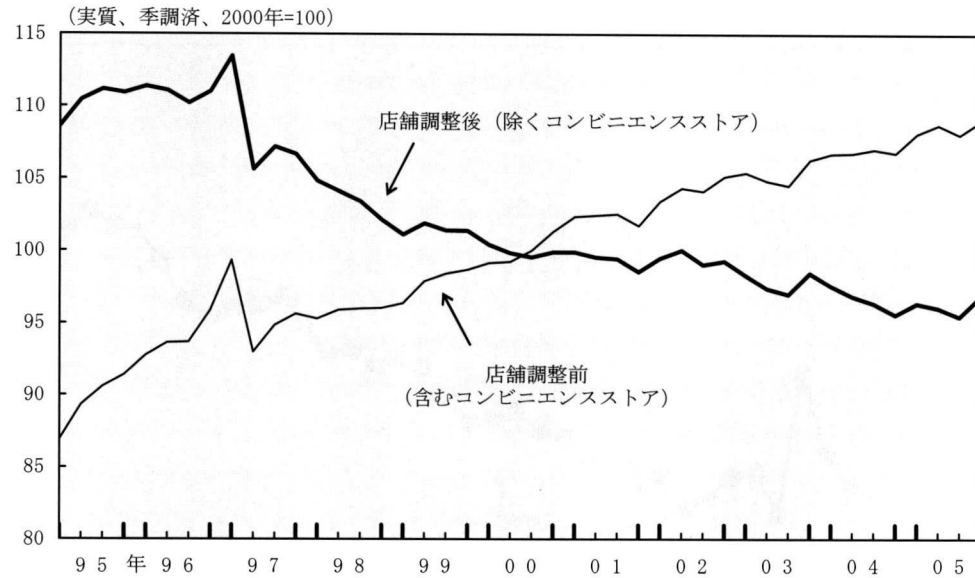
(2) 前年比



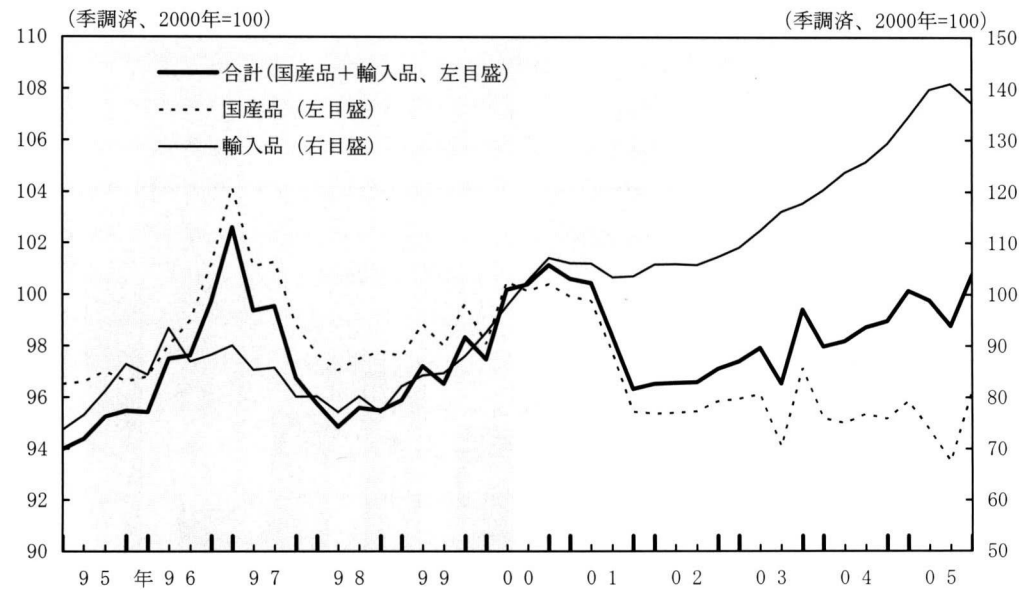
(資料) 内閣府「国民経済計算」

【図表 2】その他の消費関連指標（1）

（1）販売統計合成指数



（2）消費財総供給

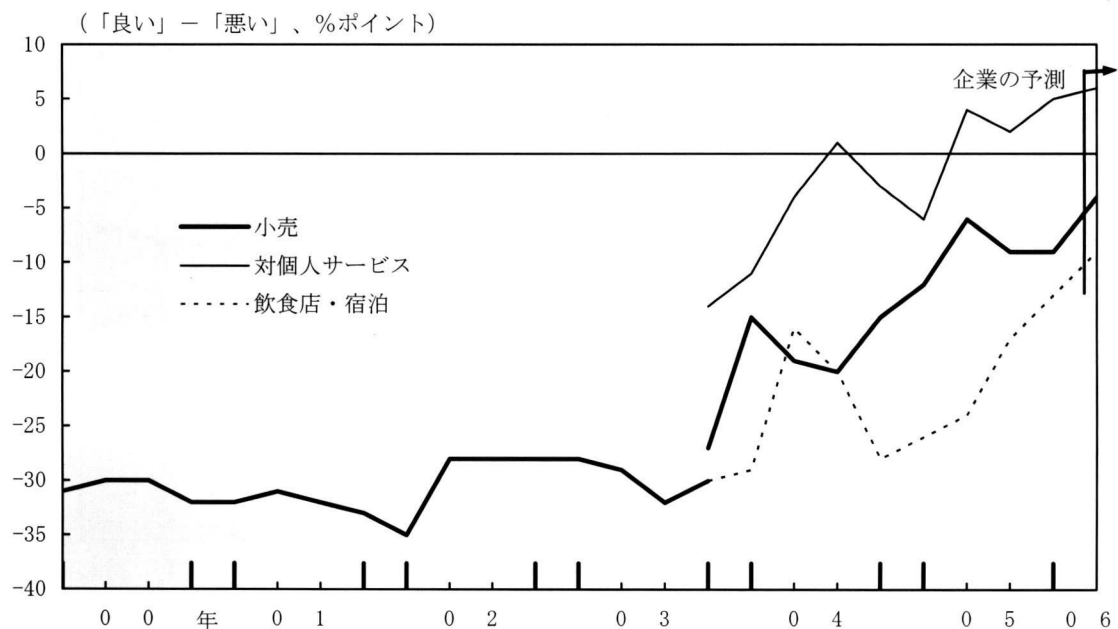


- （注） 1. 販売統計合成指数は、全国百貨店・スーパー売上高、新車登録台数、家電販売額、旅行取扱額、外食産業売上高の各統計を合成したものである。さらに、店舗調整前の指数には、コンビニエンスストア売上高も合算している。
2. 消費財総供給は、鉱工業指数統計における消費財出荷と、消費財の実質輸出入を用いて算出したものである。

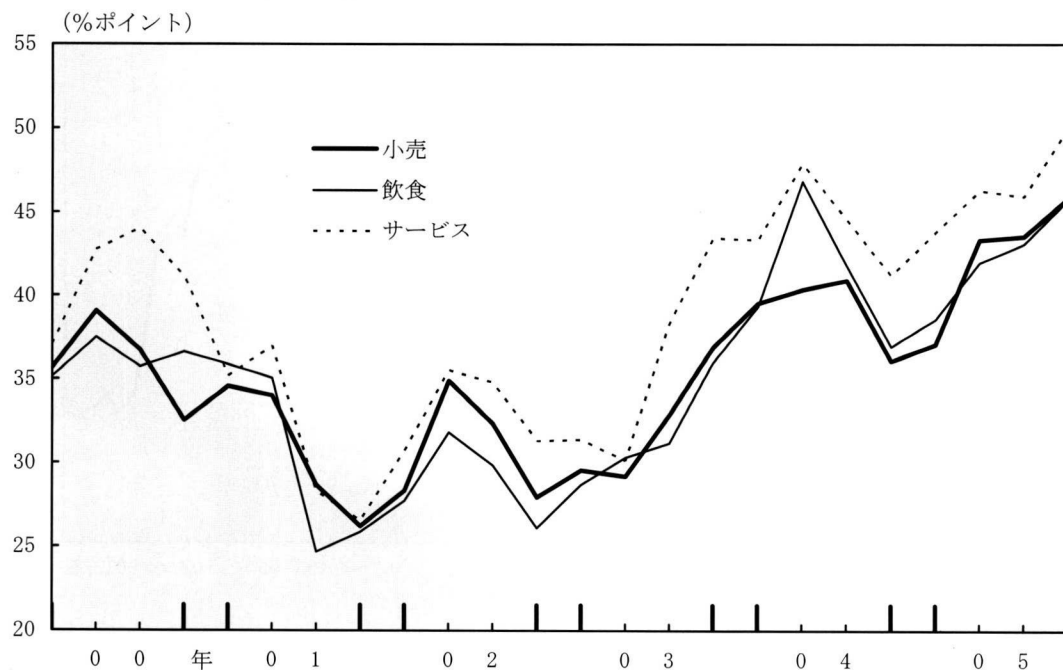
（資料）経済産業省「鉱工業指数統計」、「鉱工業総供給表」、財務省「外国貿易概況」、内閣府「国民経済計算」、日本銀行「販売統計合成指数」、「企業物価指数」

【図表 3】その他の消費関連指標（2）

（1）短観（業況判断D. I.）



（2）景気ウォッチャー調査（景気の現状判断D. I. <水準>）

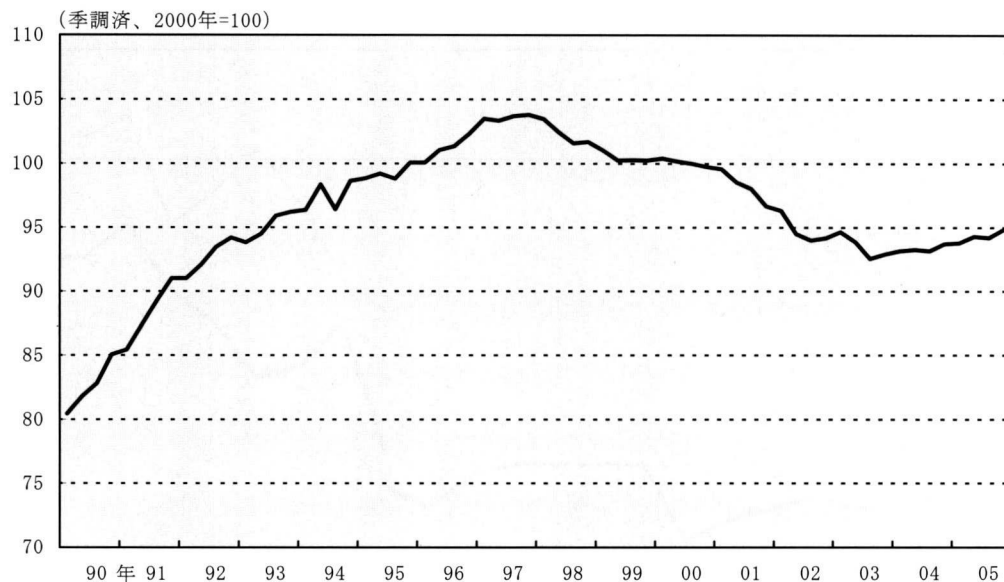


（注）景気ウォッチャー調査におけるD. I.は、「良い」×1＋「やや良い」×0.75＋「どちらとも言えない」×0.5＋「やや悪い」×0.25＋「悪い」×0、で算出。

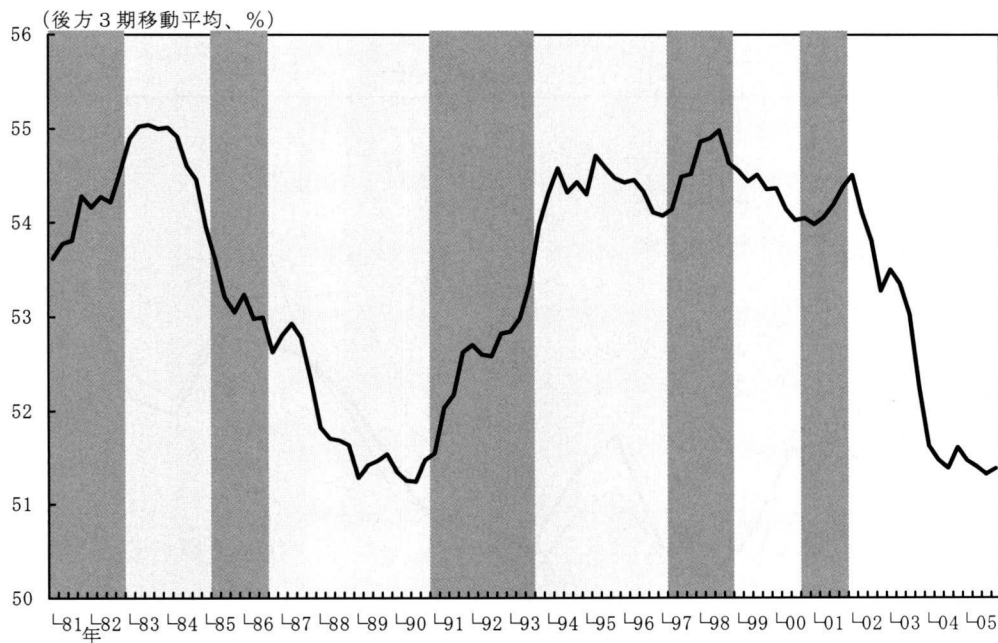
（資料）日本銀行「短観」、内閣府「景気ウォッチャー調査」

【図表4】雇用者所得

(1) 雇用者所得（毎勤統計ベース）



(2) 労働分配率（雇用者報酬／名目GDP）

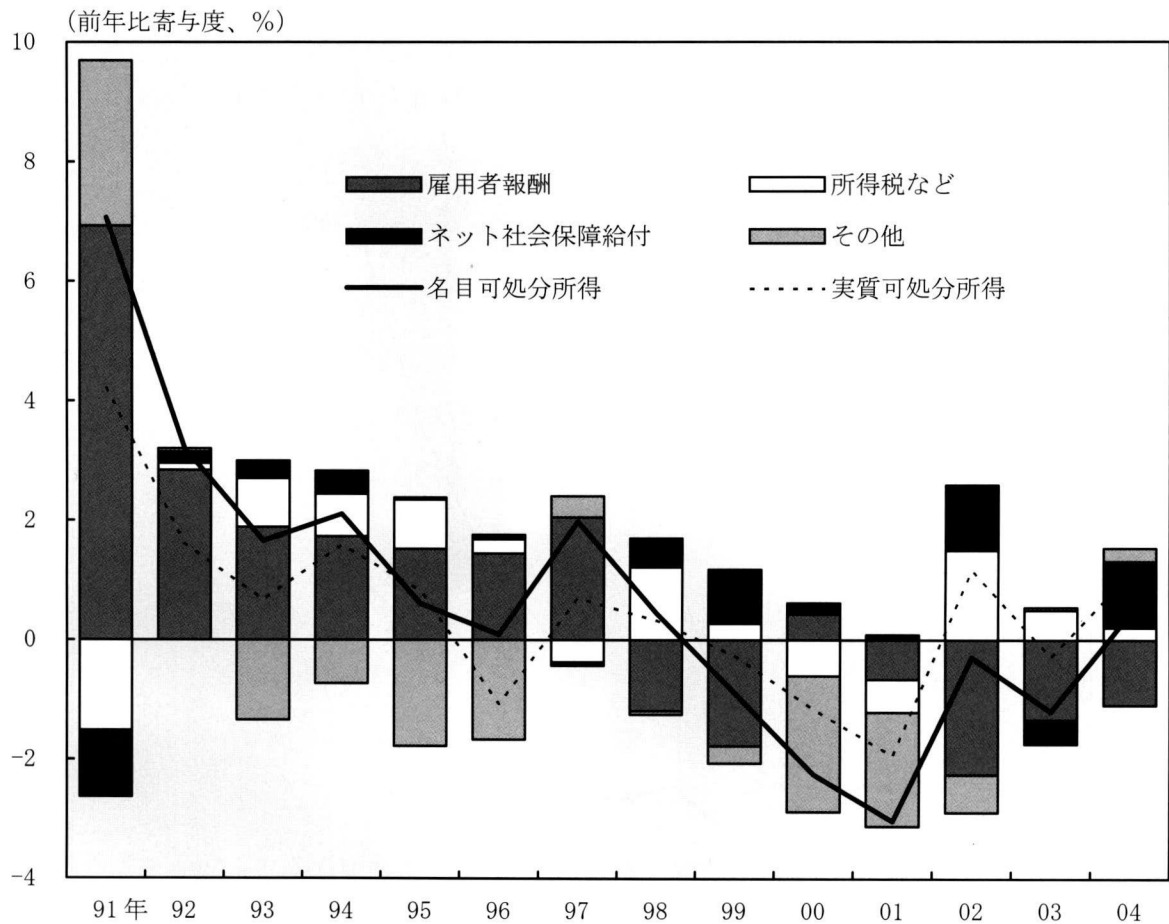


(注) 1. シャドーは、景気後退局面。

2. 雇用者所得は、1人当たり賃金に常用労働者数をかけ合わせたもの。なお、(2)で使用した雇用者報酬には、退職金や社会保険料の企業負担分も含まれる。

(資料) 厚生労働省「毎月勤労統計」、内閣府「国民経済計算」

【図表5】可処分所得（GDPベース）

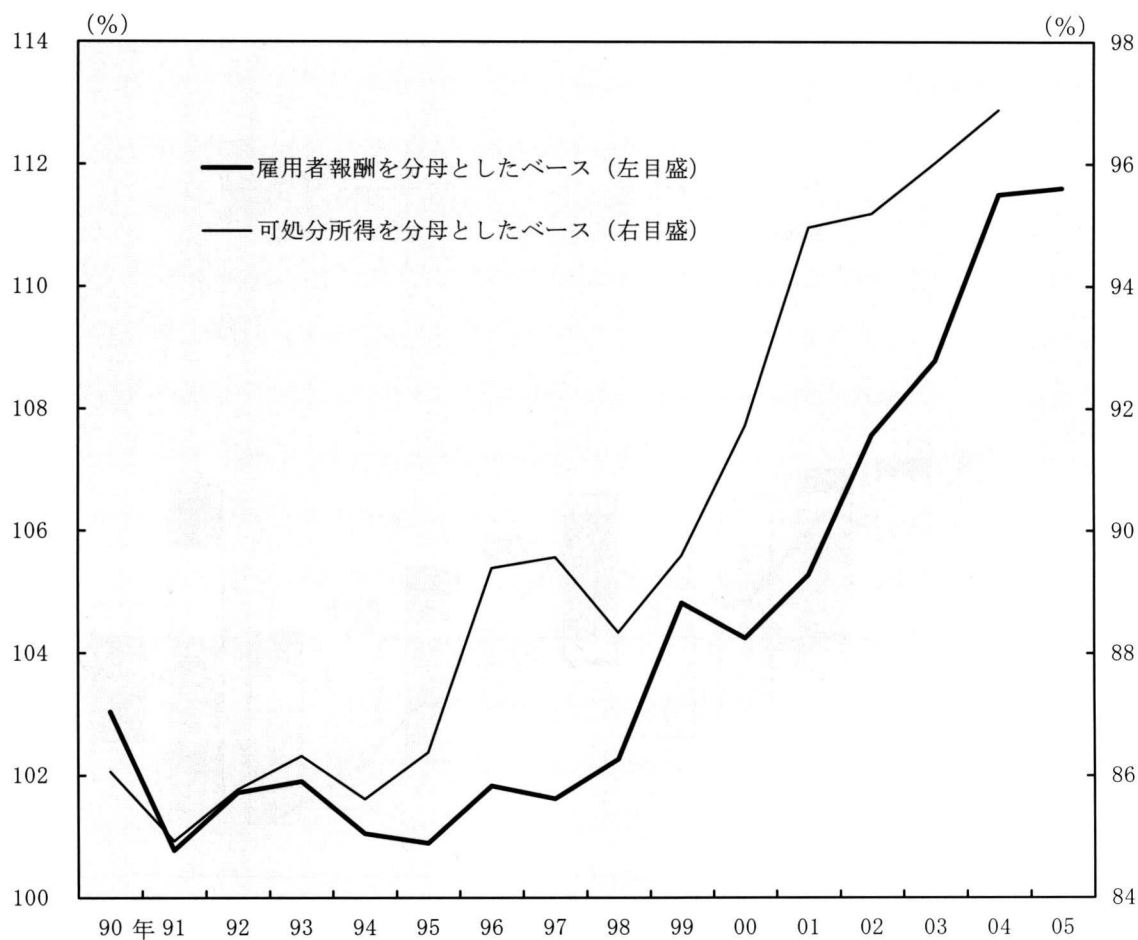


(注) 1. その他には、混合所得（自営業者の所得）、財産所得（利子、配当など）、持家の営業余剰、その他の経常移転が含まれる。

2. 実質可処分所得は、消費デフレーターで実質化した。

(資料) 内閣府「国民経済計算」

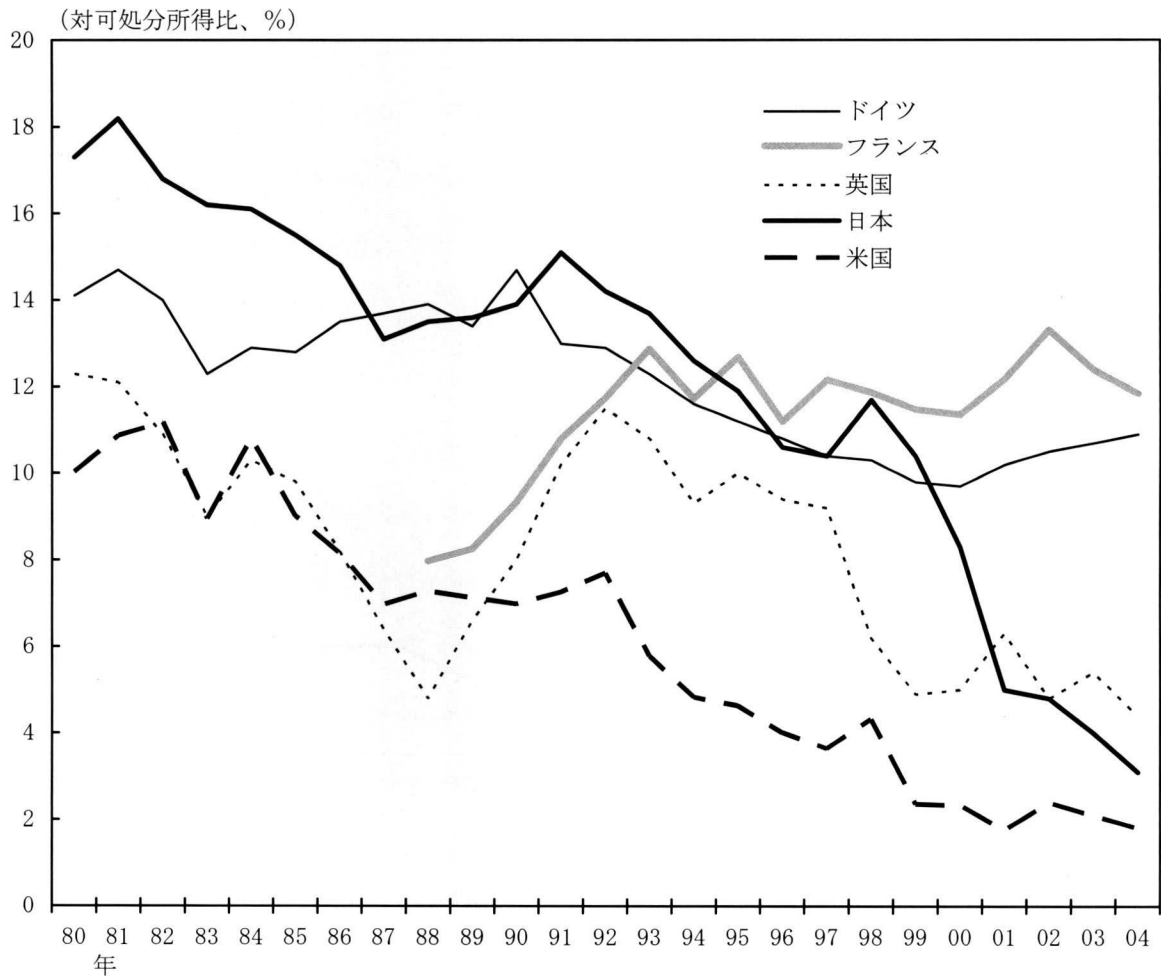
【図表6】消費性向（GDPベース）



(注) 可処分所得ベースの消費性向＝家計最終消費支出／（家計可処分所得＋年金基金年金準備金の変動）
 雇用者報酬ベースの消費性向＝民間最終消費支出／雇用者報酬

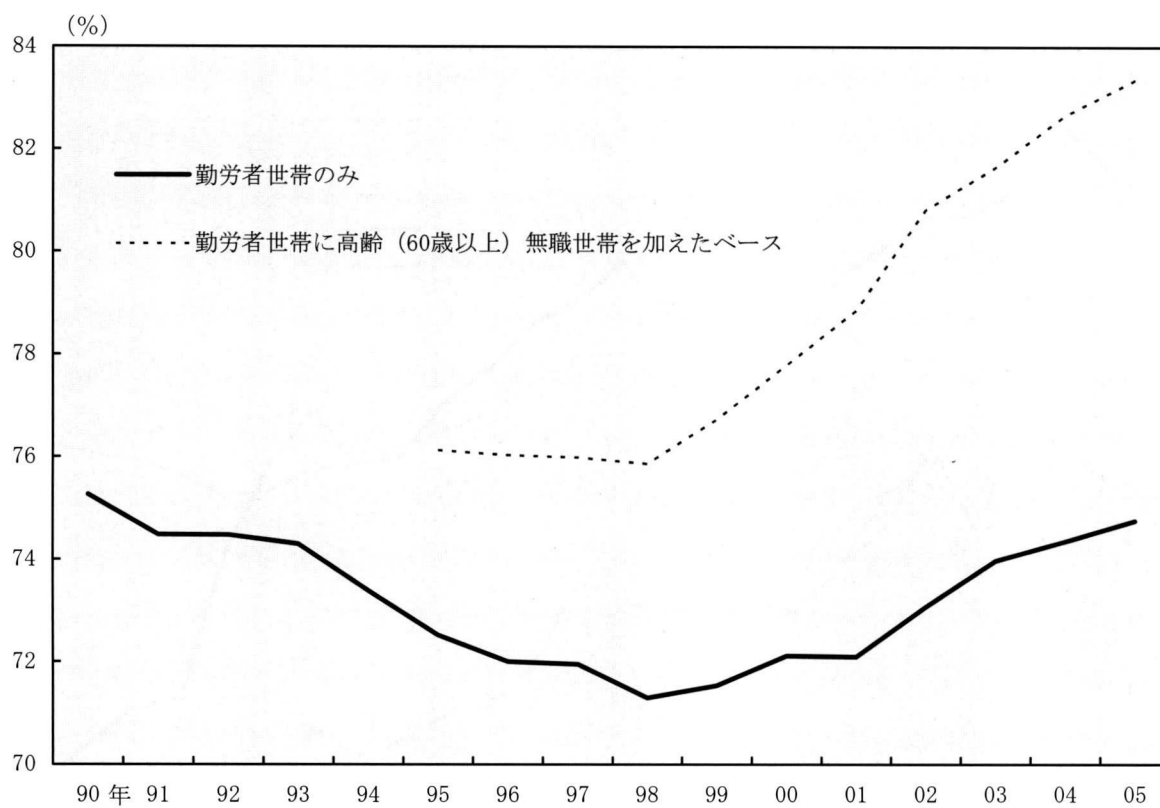
(資料) 内閣府「国民経済計算」

【図表 7】貯蓄率の各国比較



(資料) 内閣府「国民経済計算」、各国政府等

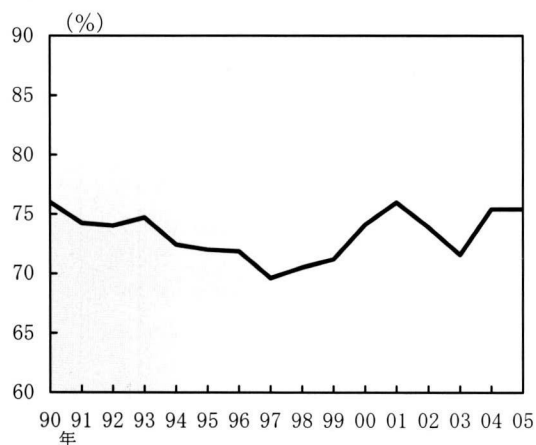
【図表 8】消費性向（家計調査ベース）



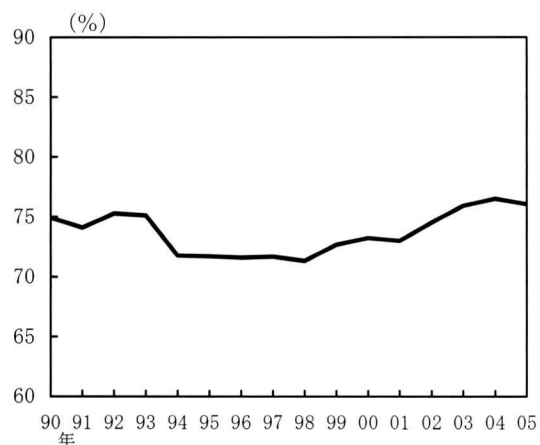
（資料）総務省「家計調査報告」

【図表 9】年齢階層別の消費性向

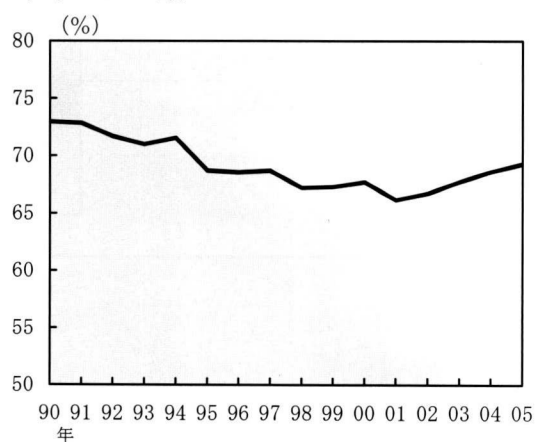
(1) ～29歳



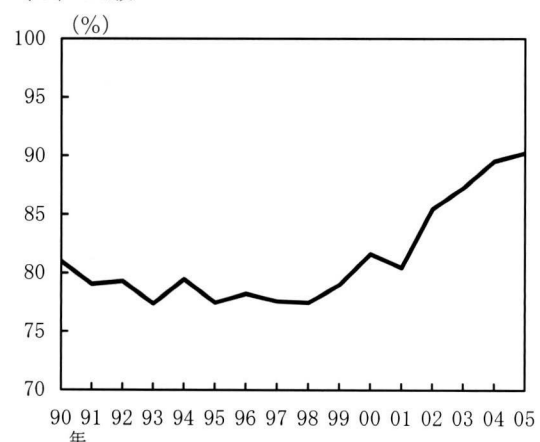
(4) 50～59歳



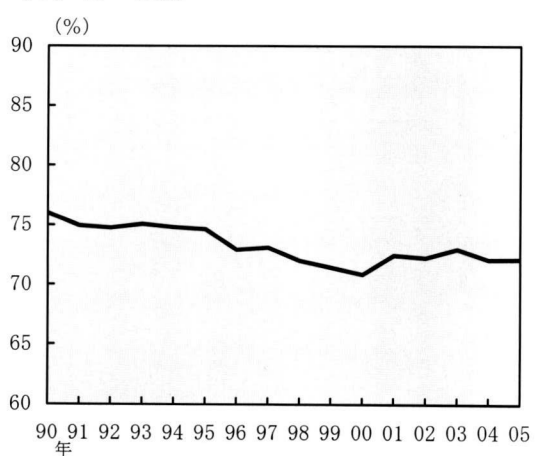
(2) 30～39歳



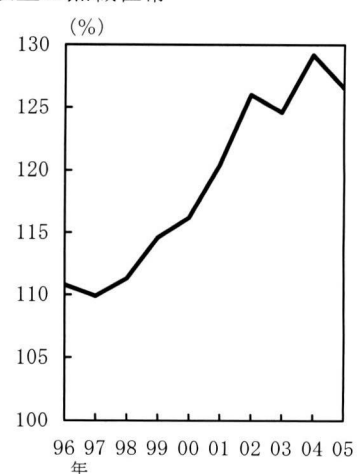
(5) 60歳～



(3) 40～49歳



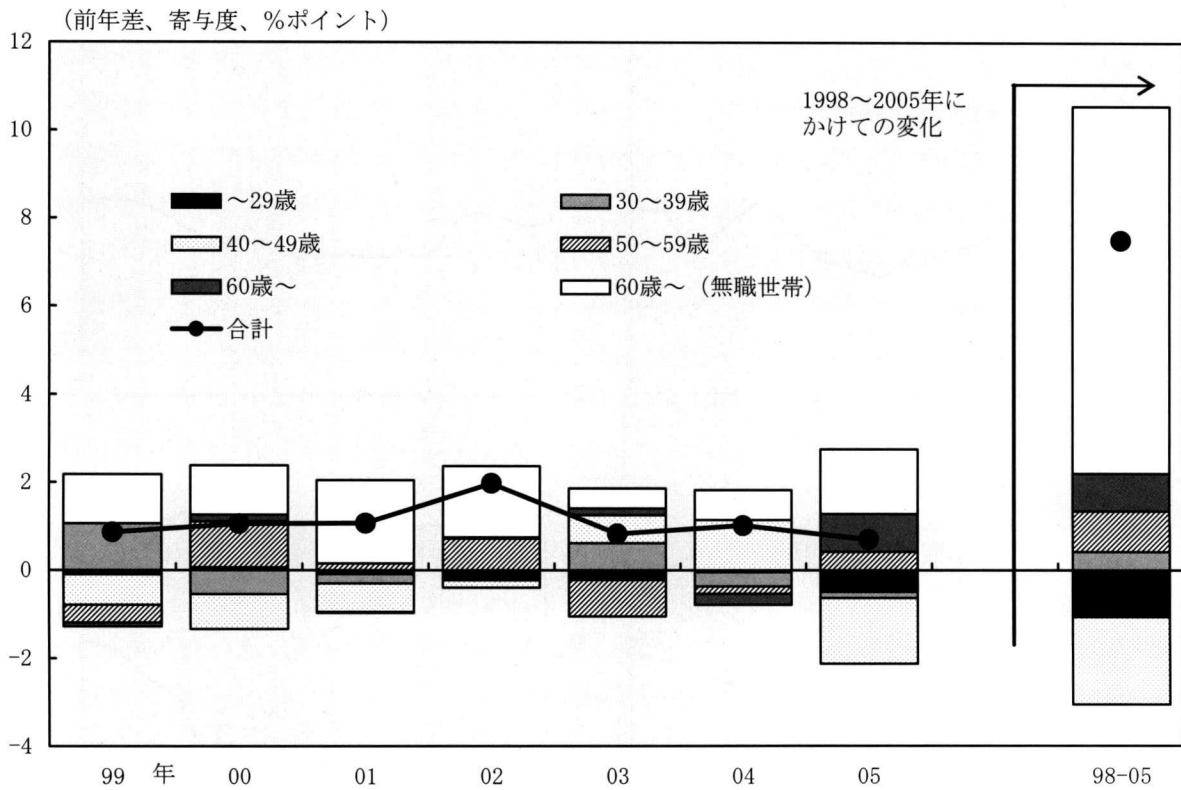
(6) 60歳以上の無職世帯



(注) (1) から (5) は勤労者世帯。

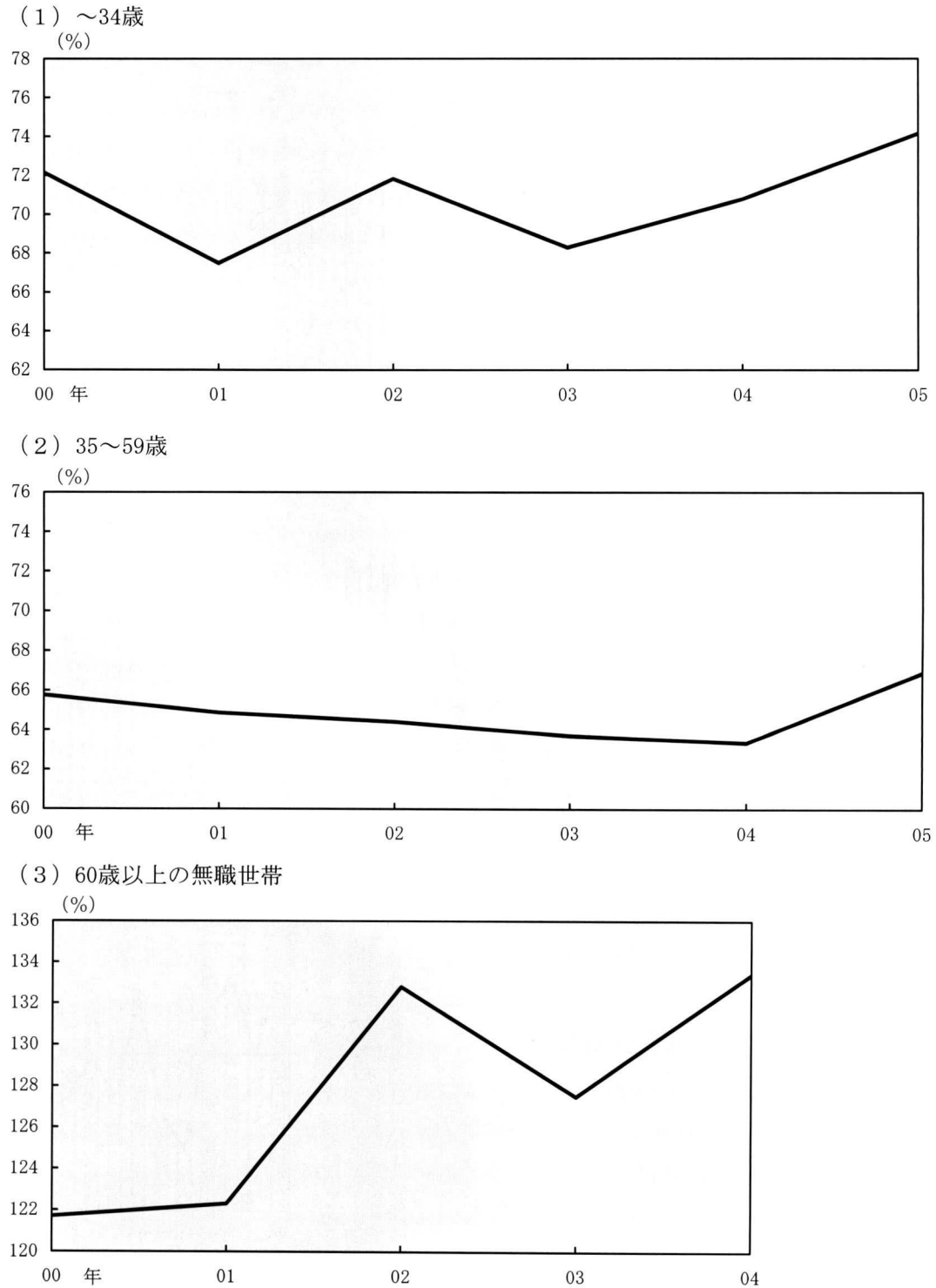
(資料) 総務省「家計調査報告」

【図表 10】消費性向の変化（年齢別寄与度）



（資料）総務省「家計調査報告」

【図表 11】単身世帯の年齢階層別消費性向

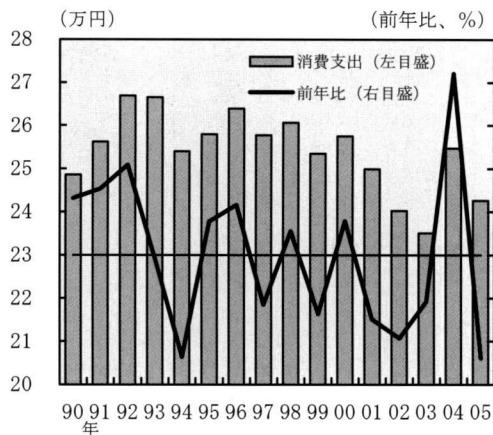


(注) (1) (2) は、勤労者世帯。

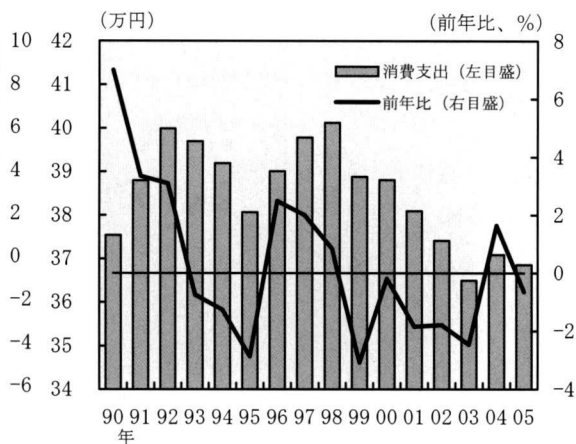
(資料) 総務省「家計調査報告」

【図表 12】 年齢階層別の消費金額

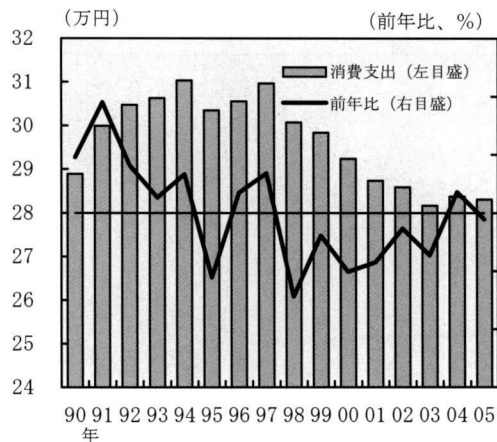
(1) ～29歳



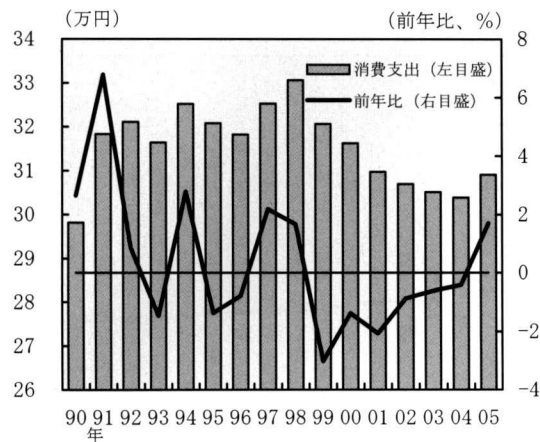
(4) 50～59歳



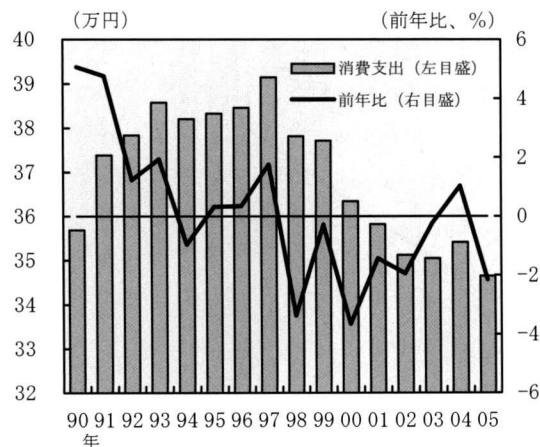
(2) 30～39歳



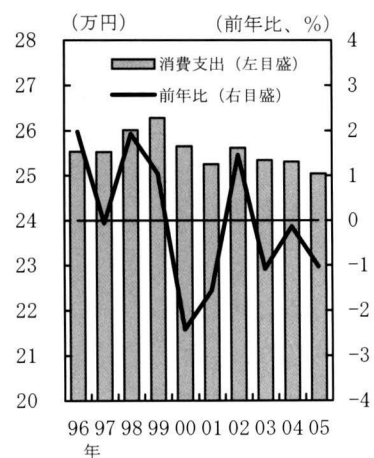
(5) 60歳～



(3) 40～49歳



(6) 60歳以上の無職世帯



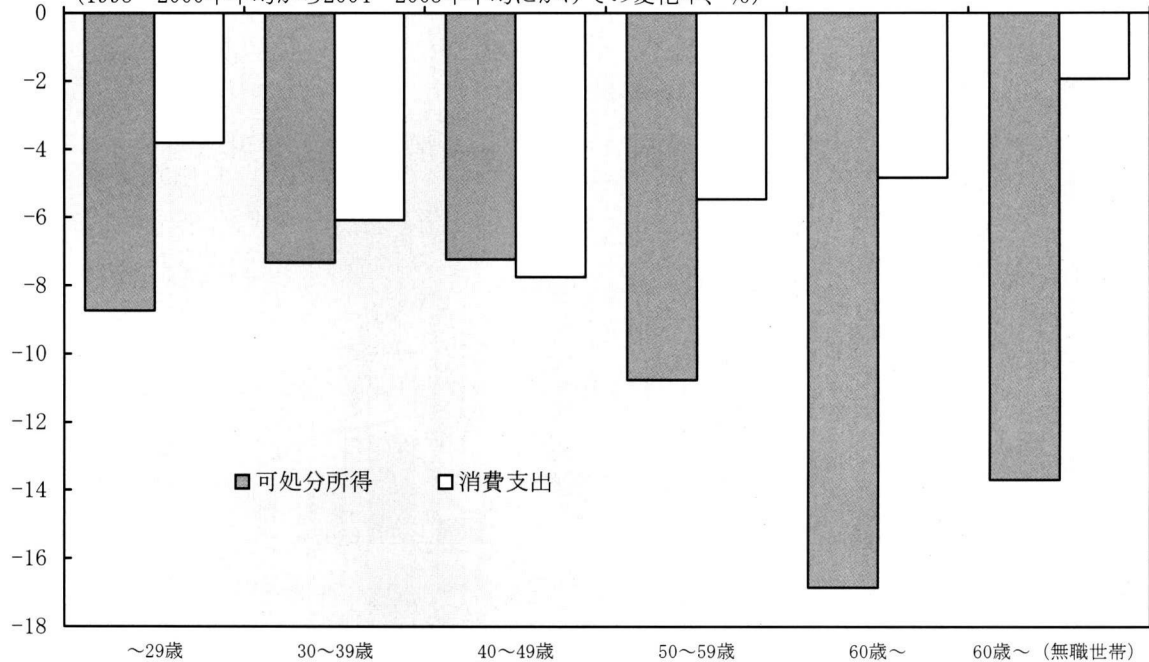
(注) 1. 金額は月平均。
2. (1) から (5) は勤労者世帯。

(資料) 総務省「家計調査報告」

【図表 13】年齢別の可処分所得と消費支出

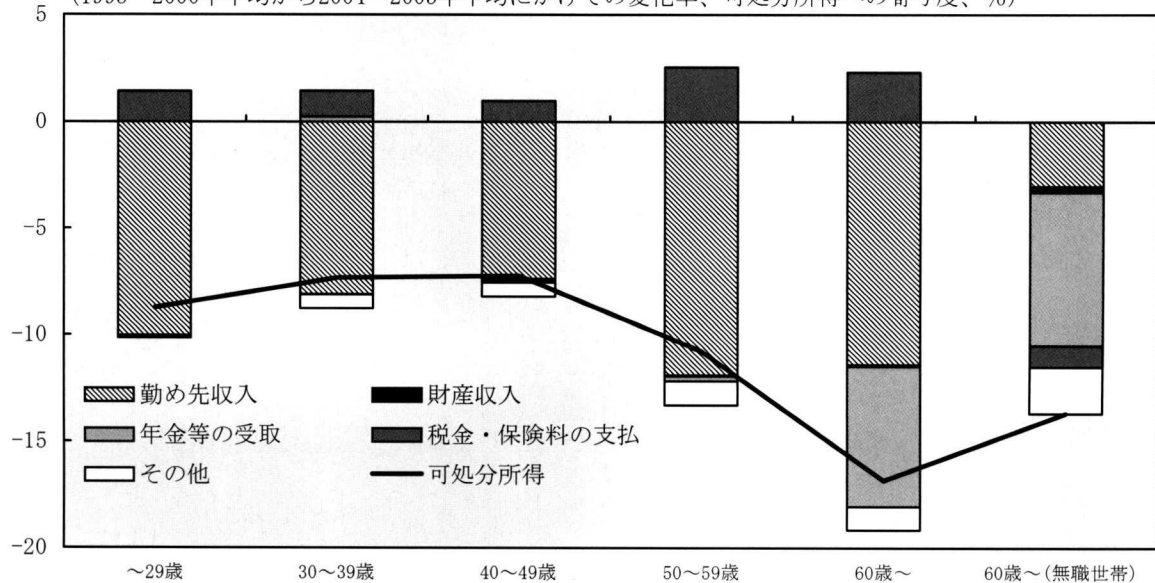
(1) 年齢別の可処分所得と消費支出

(1995－2000年平均から2004－2005年平均にかけての変化率、%)



(2) 可処分所得の内訳

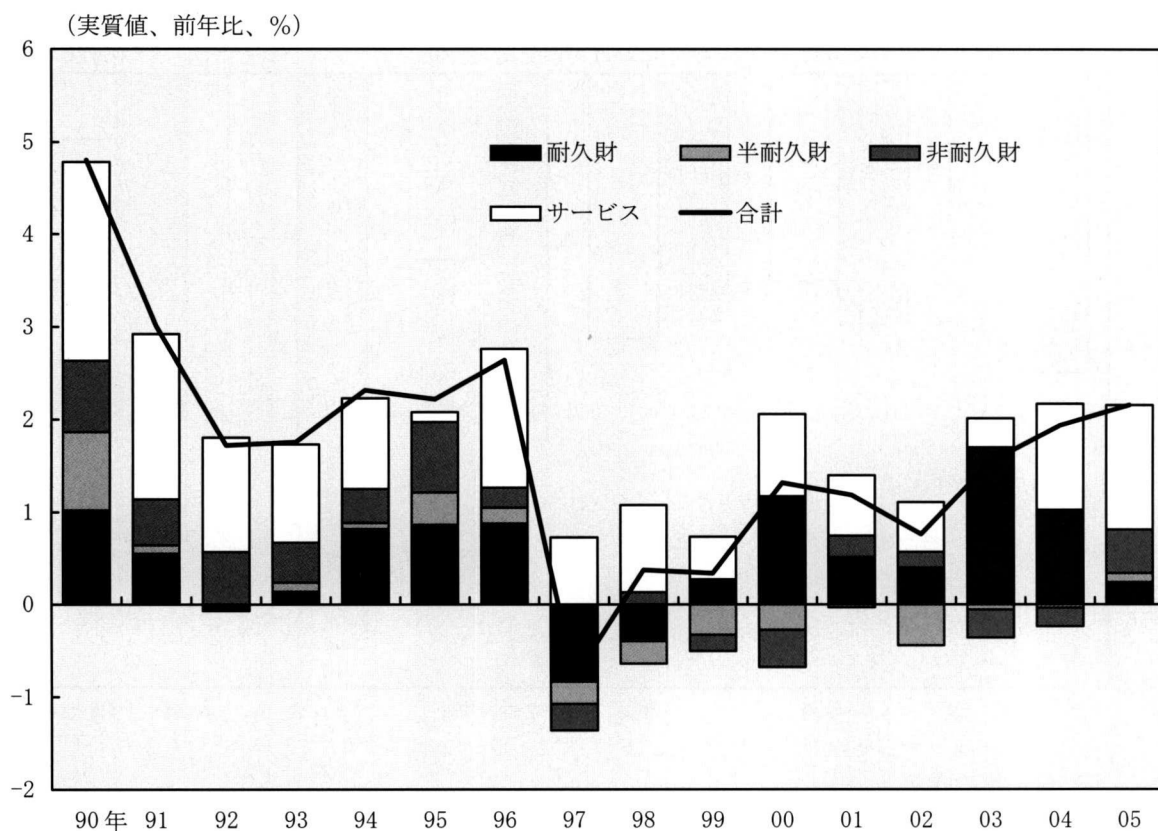
(1995－2000年平均から2004－2005年平均にかけての変化率、可処分所得への寄与度、%)



(注) 勤め先収入には、世帯主だけでなく、配偶者等の収入も含まれる。なお、税金・保険料の支払は可処分所得の控除項目であるため、同支払の減少は、可処分所得の増加要因である。

(資料) 総務省「家計調査報告」

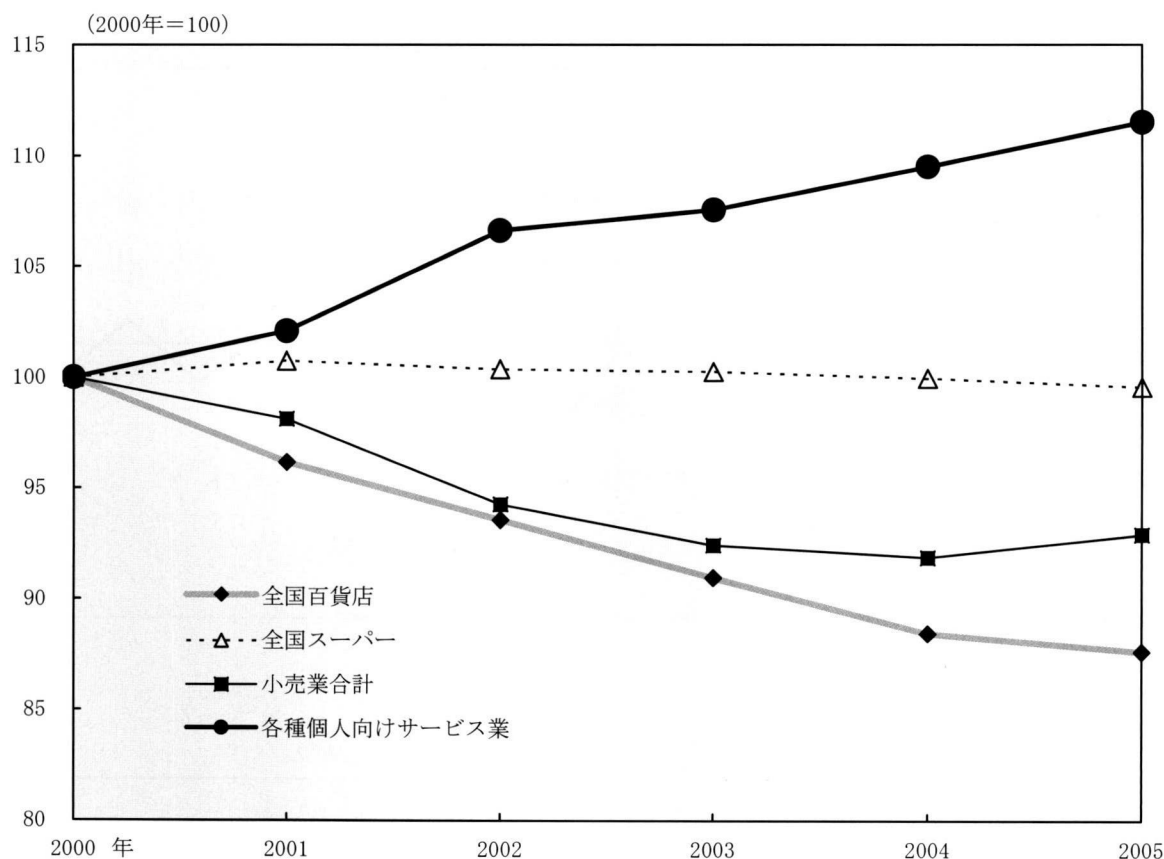
【図表 14】財・サービス別の消費動向（GDPベース）



(注) 1. データは旧 1995 年基準・固定基準年方式の計数であり、図表 1 の連鎖方式の計数とは異なる。
 2. 2004 年、2005 年については、消費全体の伸び率は新基準の連鎖計数。内訳については、家計調査（該当する C P I で実質化）の構成比を用いて試算している。

(資料) 総務省「家計調査報告」、内閣府「国民経済計算」

【図表 15】 財とサービスの販売動向



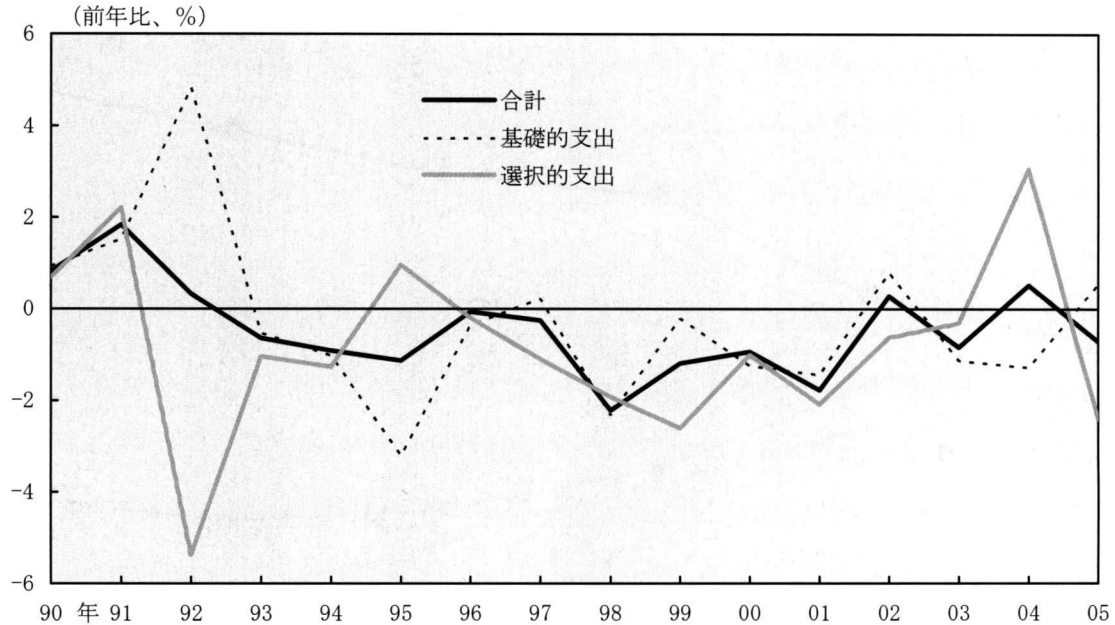
(注) 1. 各種個人向けサービス業の売上高は、映画館・劇場・興行場・興行団、ゴルフ場、ゴルフ練習場、ボウリング場、遊園地・テーマパーク、パチンコホール、葬儀業、結婚式場業、外国語会話教室、カルチャーセンター、フィットネスクラブ、学習塾の合計。

2. 百貨店、スーパー、小売業合計の売上高は全店ベース。

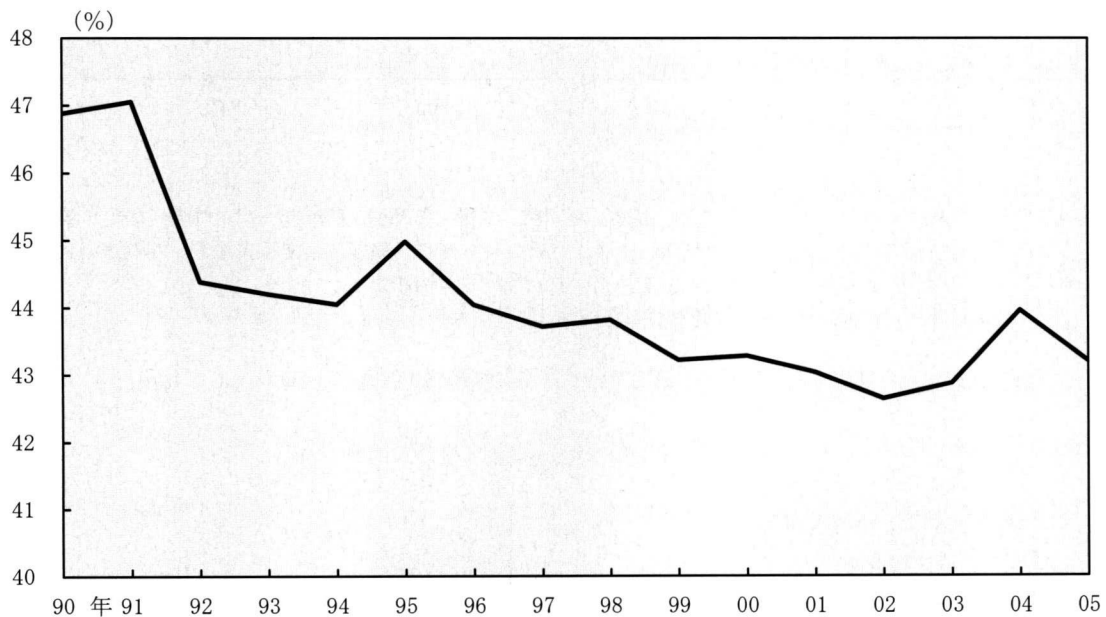
(資料) 経済産業省「商業販売統計」、「特定サービス産業動態統計調査」

【図表 16】基礎的支出と選択的支出（家計調査）

（１）基礎的支出と選択的支出（前年比）



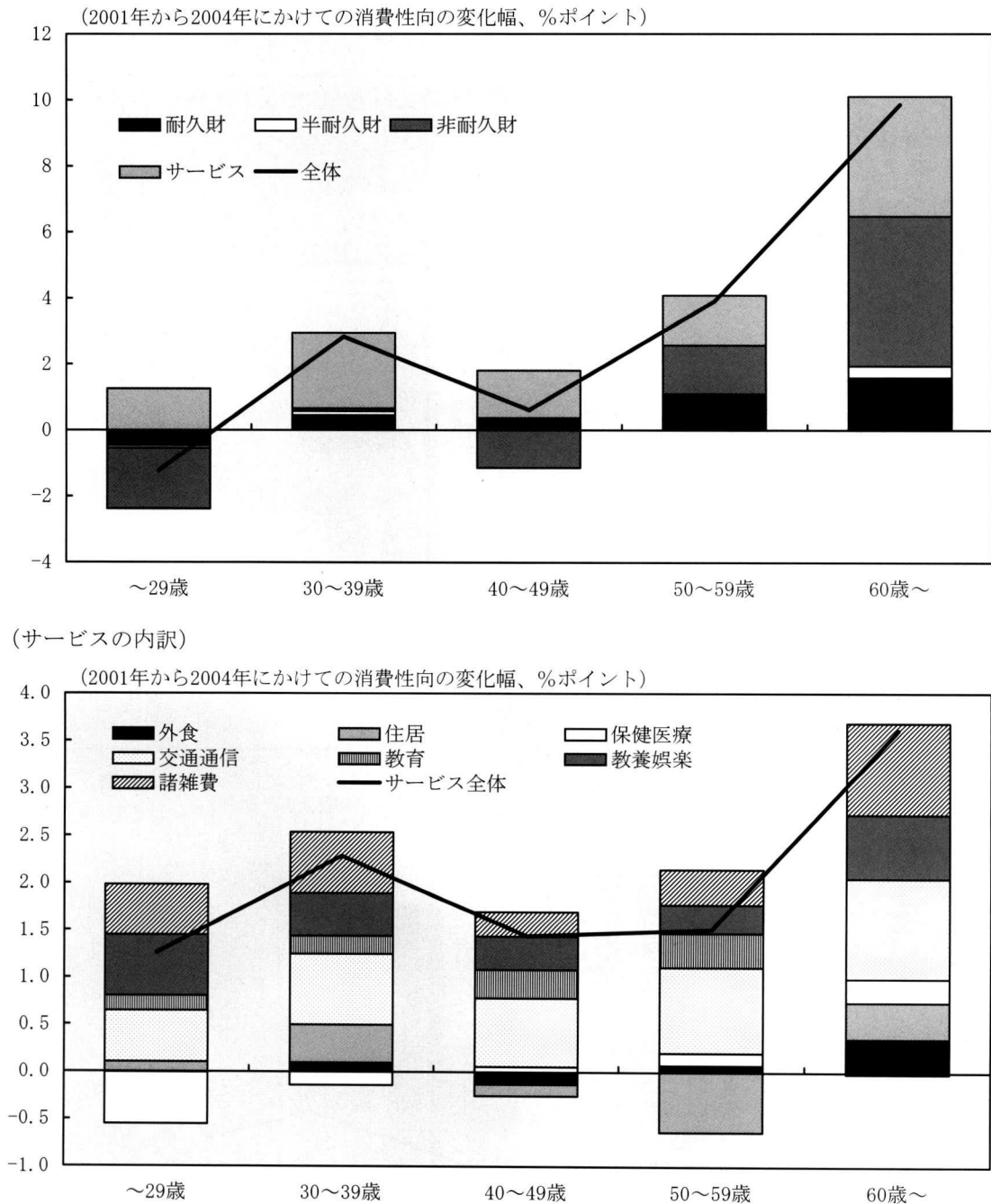
（２）選択的支出のウェイト



- （注） 1. 対応する消費者物価指数を用いた実質ベース。
 2. 1990～1995年と1996～2000年、2001年以降では、基礎的支出と選択的支出に分類される財がそれぞれ一部異なっている。

（資料）総務省「家計調査報告」

【図表 17】年齢別の財・サービス別消費

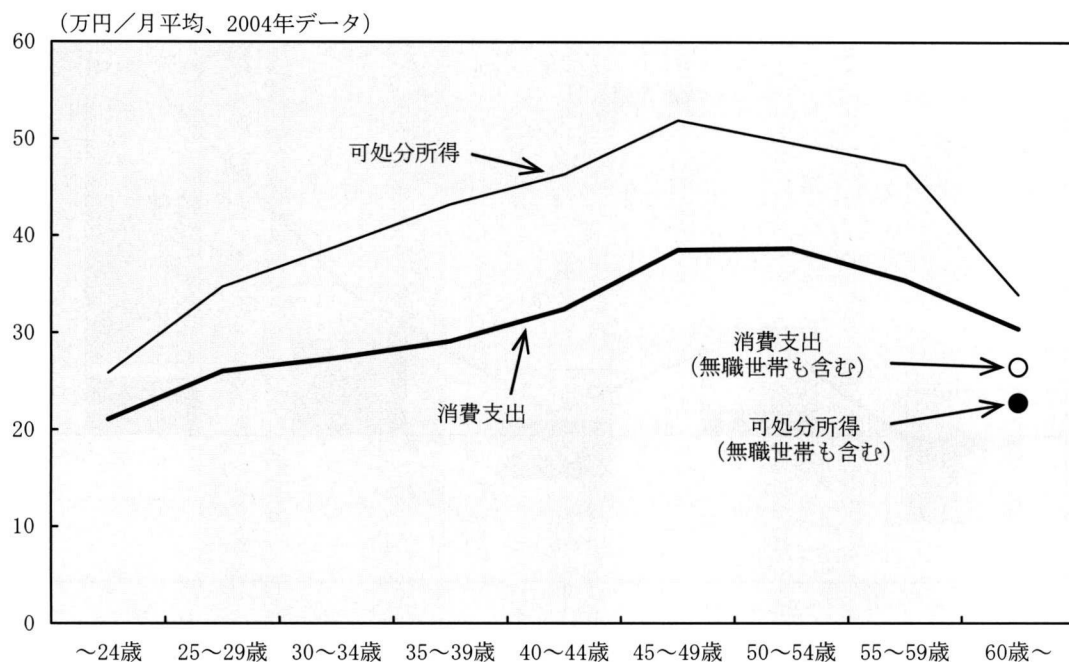


- (注) 1. 消費支出は全世帯の計数。消費性向を算出する際の可処分所得は勤労者世帯のデータを用いた(ただし、60歳以上の可処分所得は、勤労者に無職者を足したベース)。
 2. 支出項目の内訳については、対応するCPIを用いて実質化している(消費全体および可処分所得はCPI<総合除く帰属家賃>で実質化)。

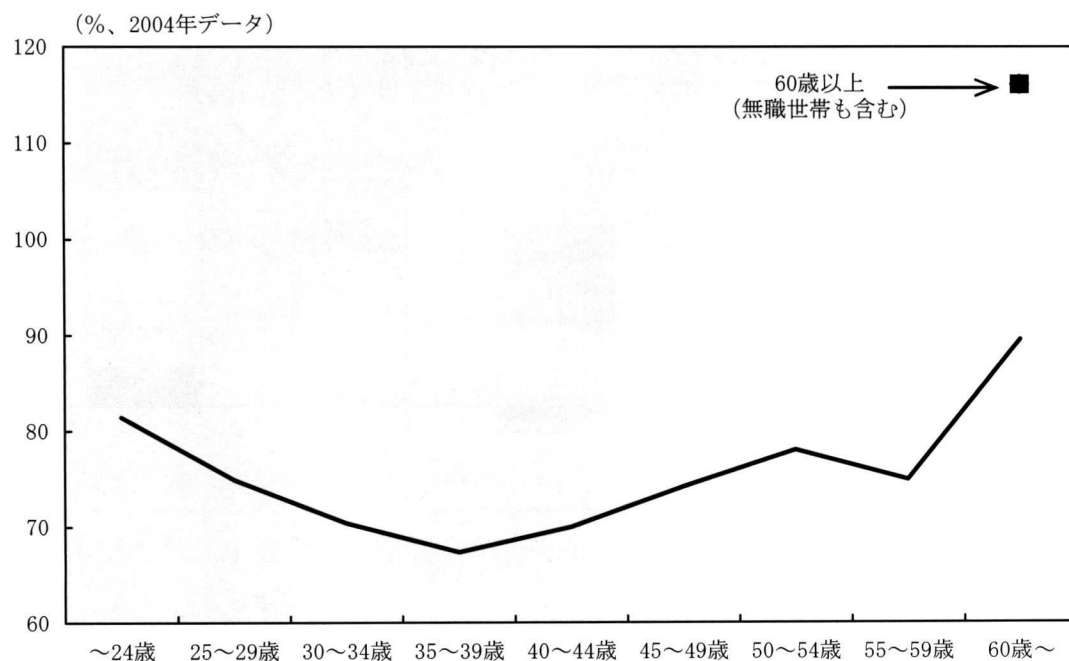
(資料) 総務省「家計調査報告」、「消費者物価指数」

【図表 18】 所得・消費のライフサイクルカーブ

(1) 年齢階層別の可処分所得・消費（勤労者世帯）



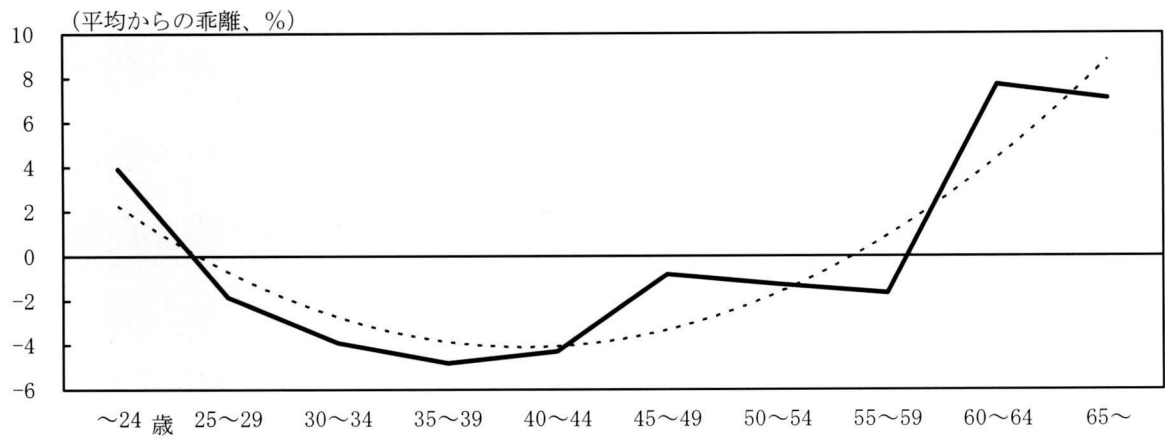
(2) 年齢別の消費性向（勤労者世帯）



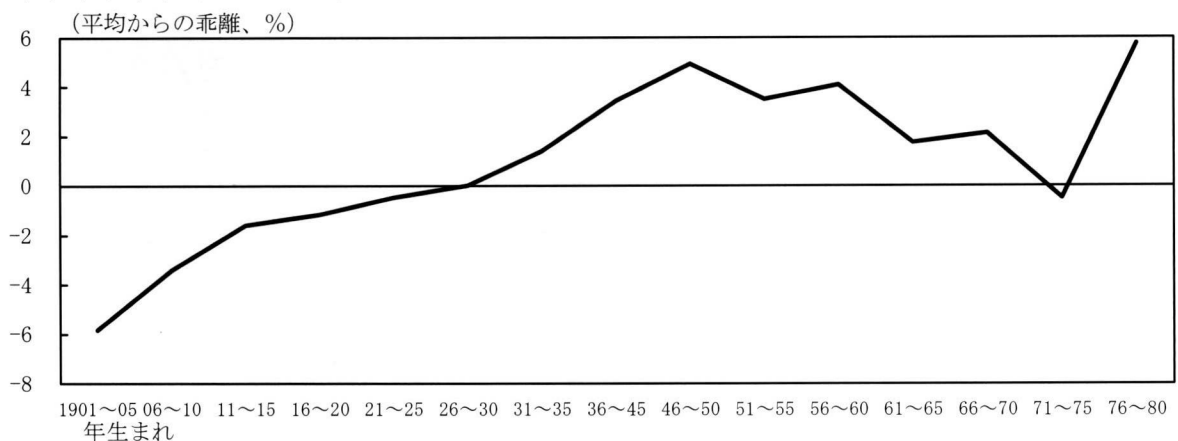
(資料) 総務省「家計調査報告」

【図表 19】消費性向のコーホート分析

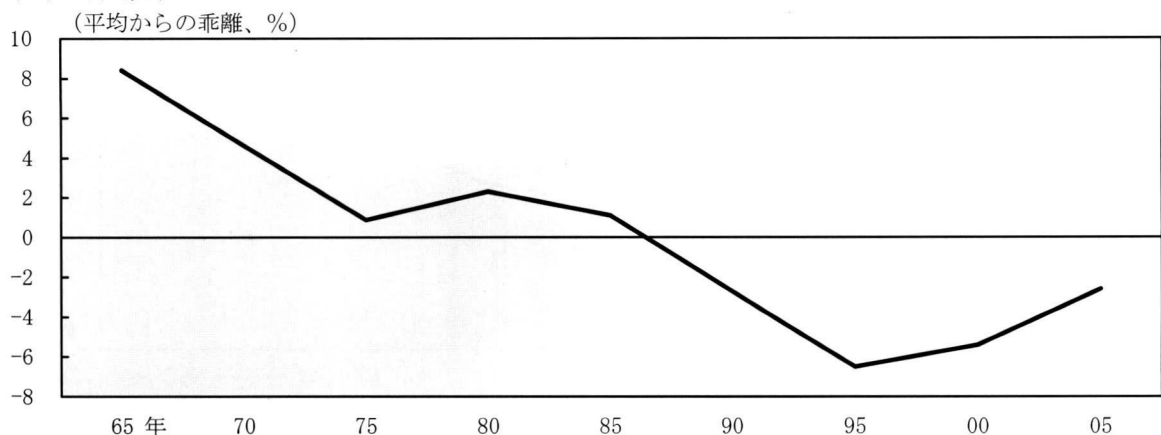
(1) 年齢効果



(2) 世代効果 (コーホート効果)



(3) 時代効果



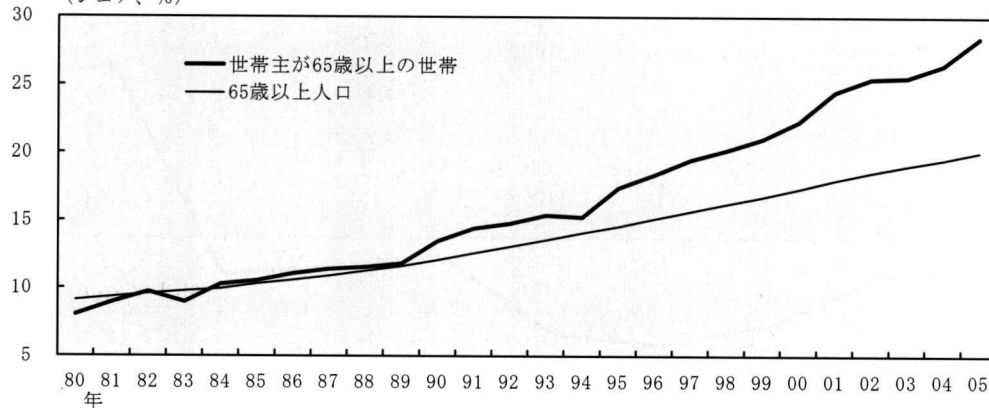
(注) データは、勤労者世帯。推計方法等の詳細は、本文末の[参考]を参照。

(資料) 総務省「家計調査報告」

【図表 20】 高齢化などの人口構成の変化

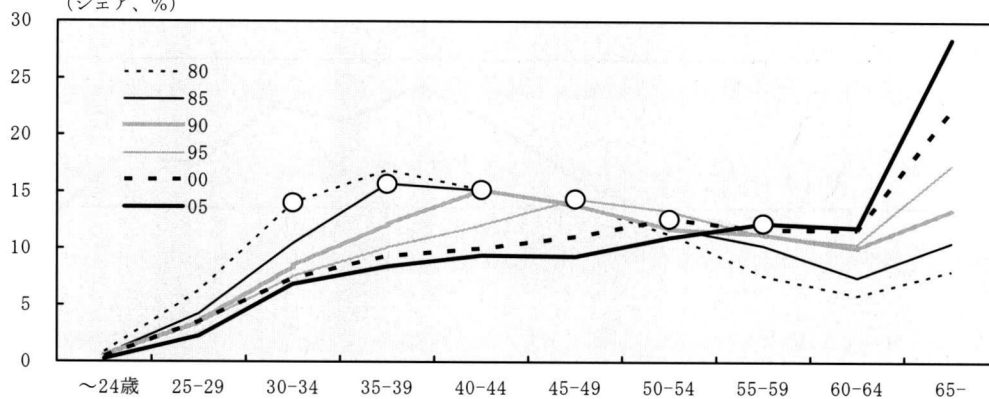
(1) 年齢別、世帯別の高齢者比率

(シェア、%)



(2) 世帯数分布の推移

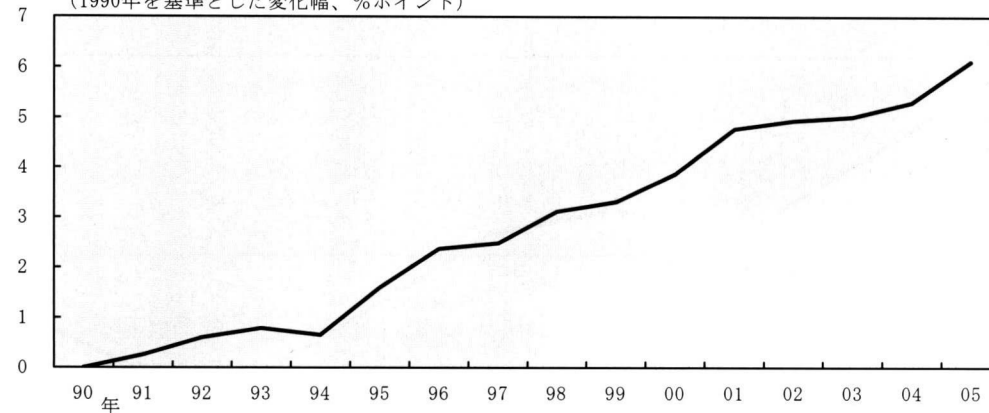
(シェア、%)



(注) ○印は、団塊の世代が属している年齢区分。

(3) 人口構成の変化による消費性向の押し上げ効果

(1990年を基準とした変化幅、%ポイント)



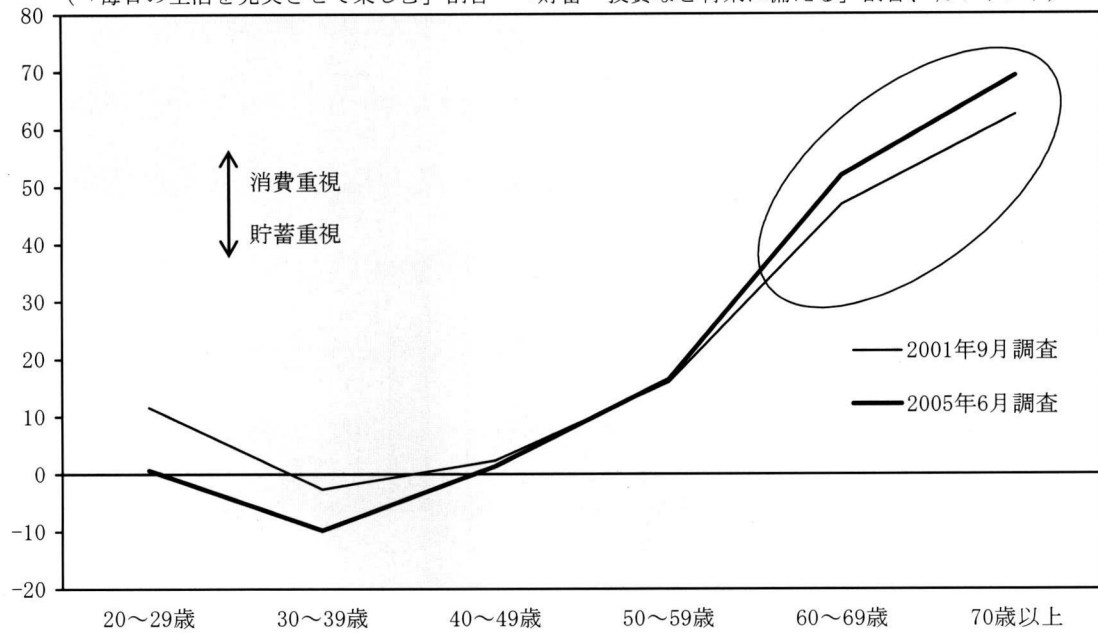
(注) 図表 19 のコーホート分析における年齢効果に世帯数分布を掛け合わせて算出した (ただし、60 歳以上については、無職世帯と勤労者世帯の消費性向が異なることを勘案している)。

(資料) 総務省「家計調査報告」、「人口推計」

【図表 21】高齢層の生活意識

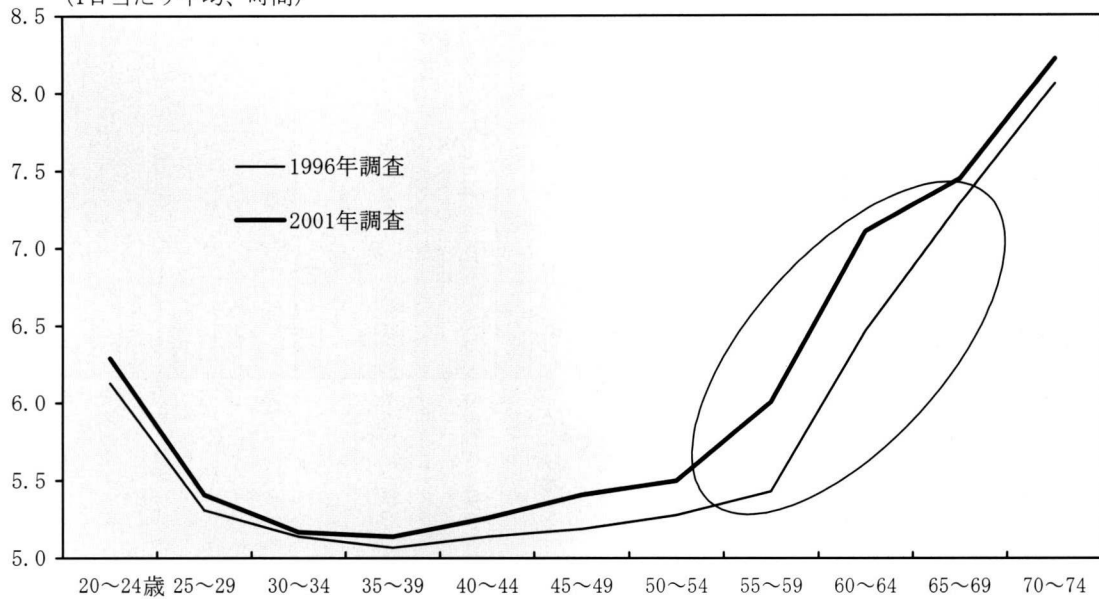
(1) 今後の生活についての意識

(「毎日の生活を充実させて楽しむ」割合－「貯蓄・投資など将来に備える」割合、%ポイント)



(2) 年齢階層ごとの余暇時間

(1日当たり平均、時間)

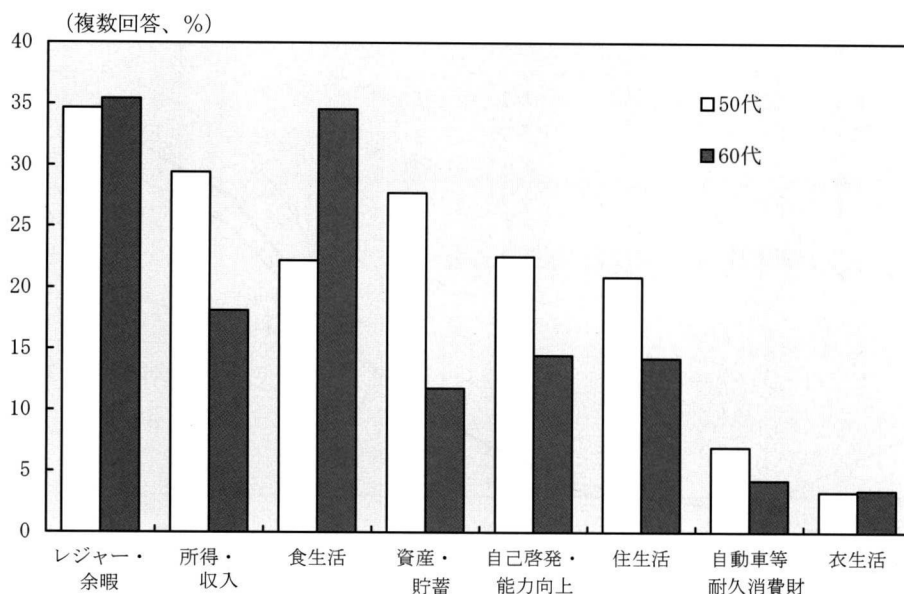


(注) 1日の生活時間のうち、第3次活動(テレビ、趣味・娯楽、スポーツ、交際・付き合い、受診など)に使った時間。

(資料) 内閣府「国民生活に関する世論調査」、総務省「社会活動基本調査」

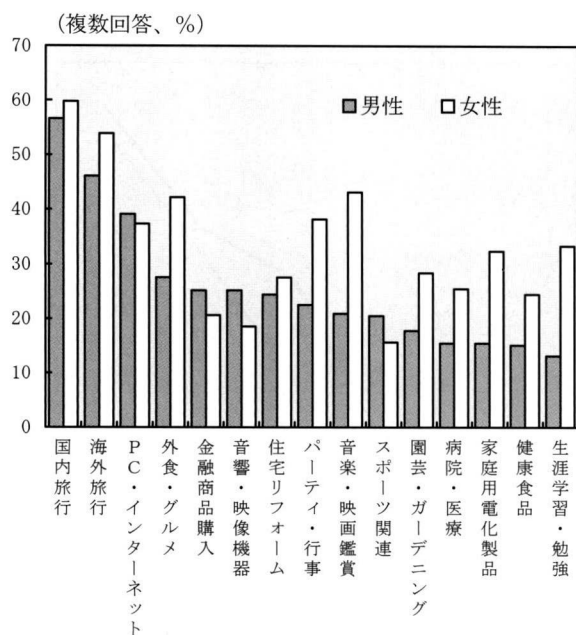
【図表 22】高齢層の消費に対する意識

(1) 今後の生活の力点 (内閣府「国民生活に関する世論調査」2005年)



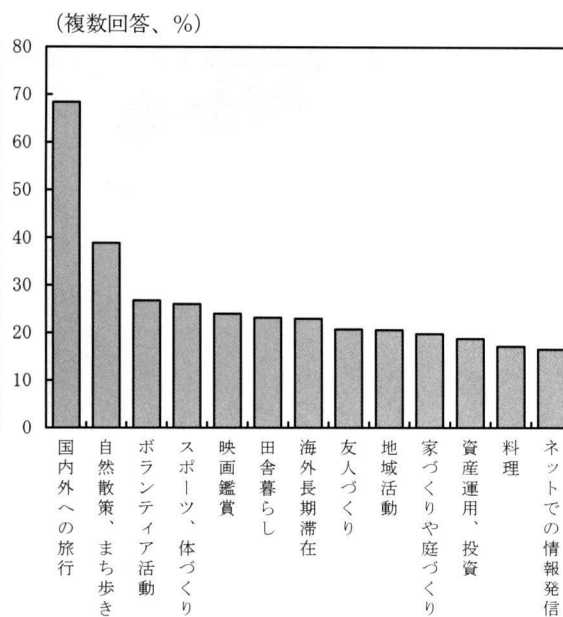
(2) 高齢者の支出意欲

① 定年後お金をかけたいもの



(注) 2005年7月上旬に、博報堂がインターネットを通じて、団塊世代(1946-1951年生)の360人(男性258人、女性102人)を対象に実施した調査。

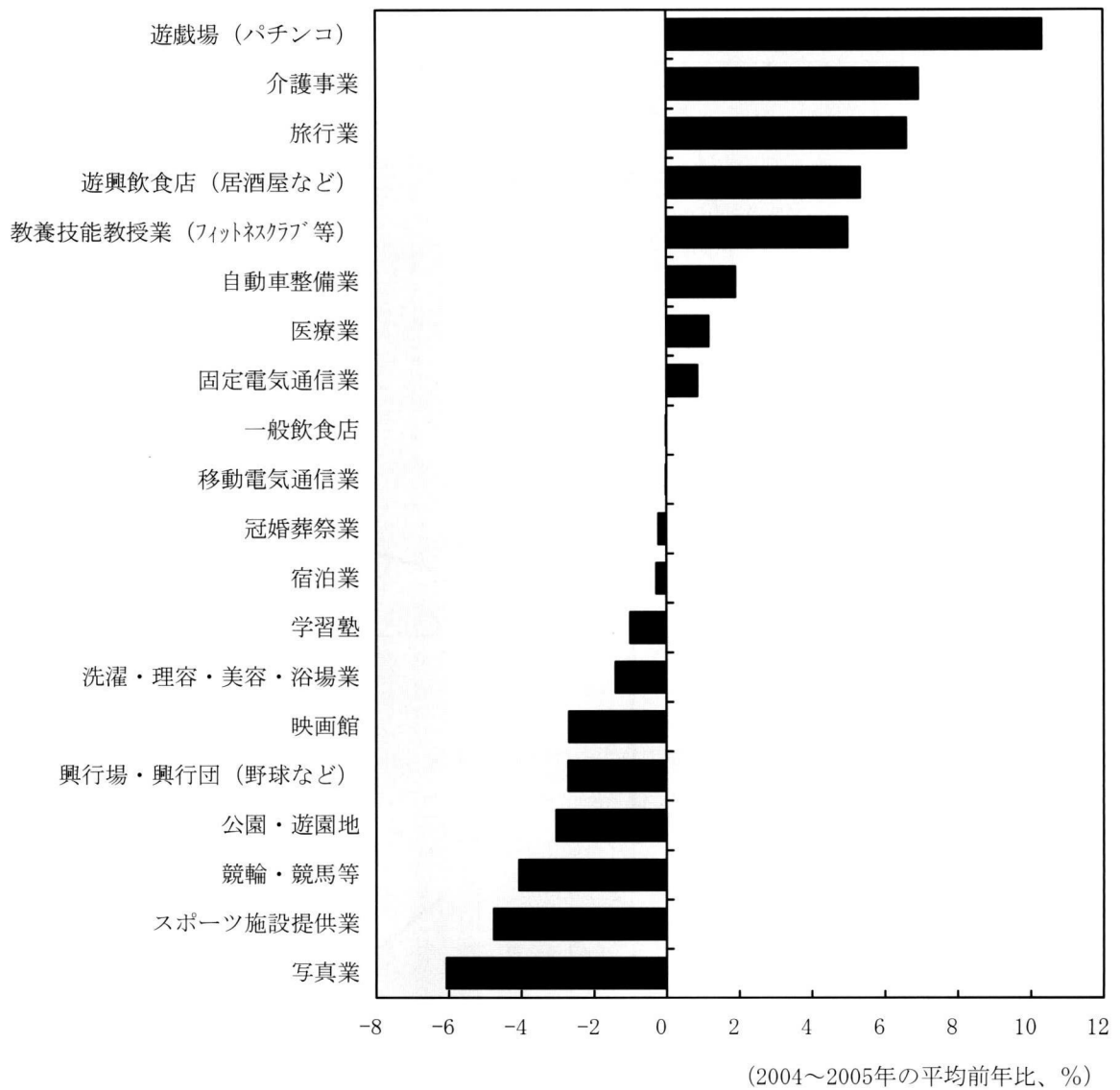
② 60歳を過ぎてからやってみたいこと



(注) 2005年8月に、野村総研がインターネットを通じて、全国の55歳以上60歳未満の会社員・公務員500人を対象に実施した調査。

(資料) 内閣府「国民生活に関する世論調査」、博報堂「団塊世代～定年(引退)後のライフスタイル調査」、野村総研「団塊世代のセカンドライフに関するアンケート調査」

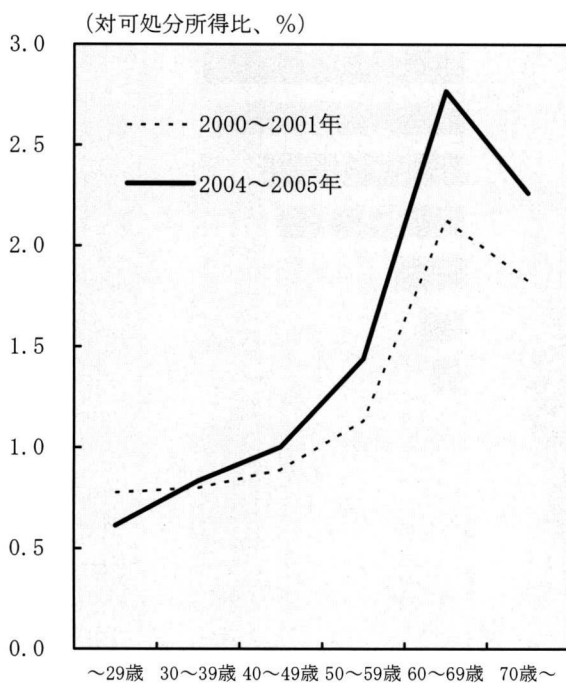
【図表 23】 サービス分野の活動状況（第3次産業活動指数）



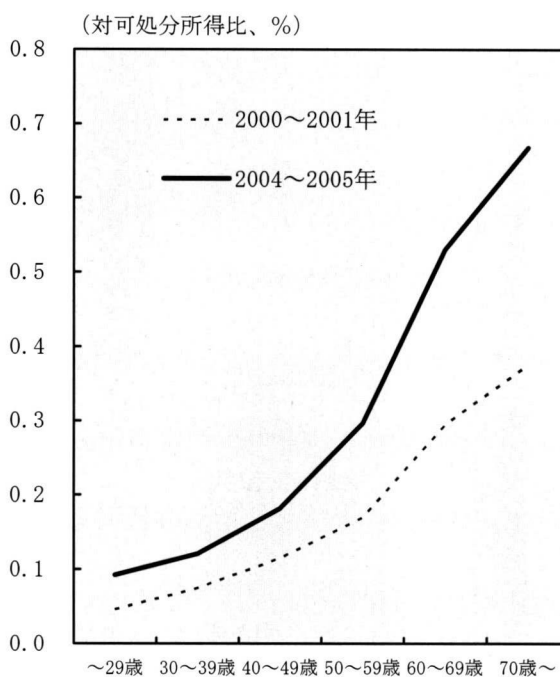
(資料) 経済産業省「第3次産業活動指数」

【図表 24】高齢層の特徴的な消費

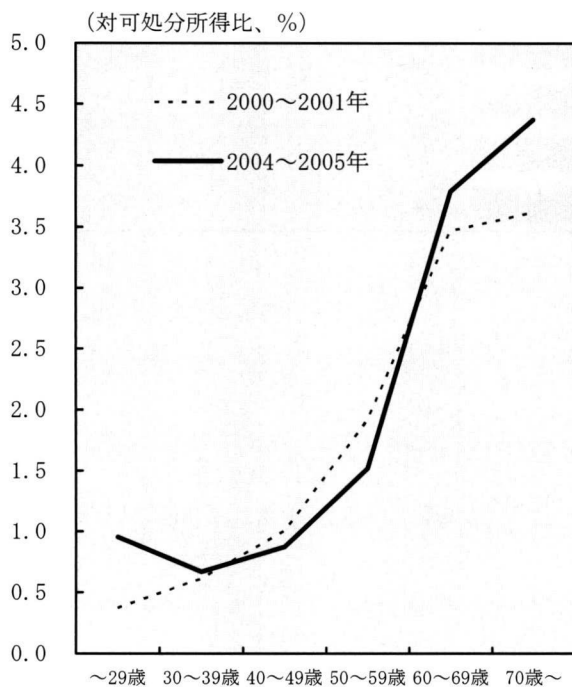
(1) パック旅行



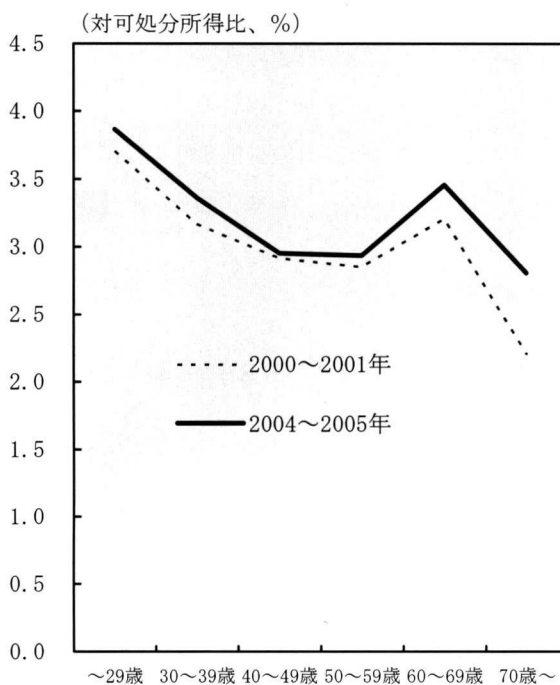
(2) 健康保持用摂取品 (サプリメント)



(3) 設備修繕・維持費 (リフォーム費用)

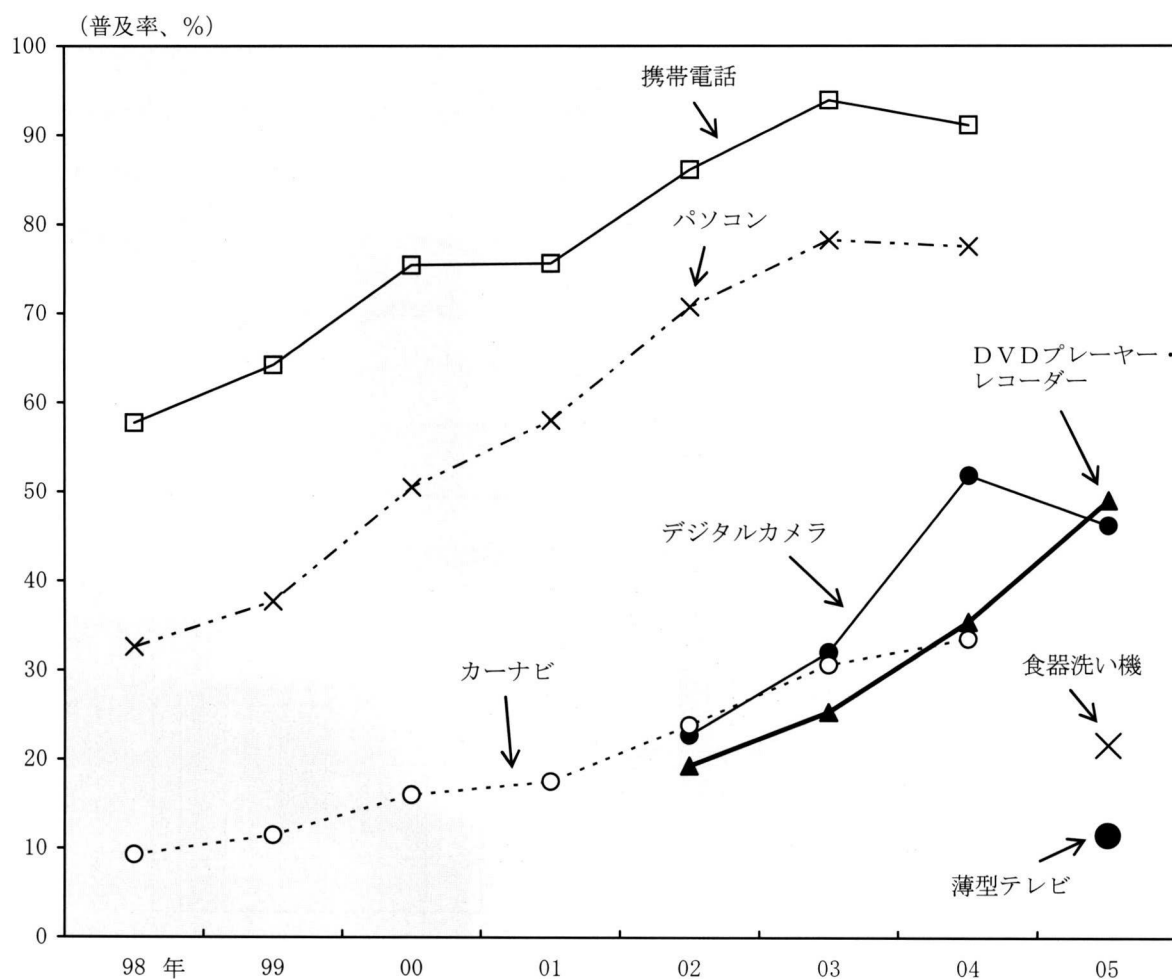


(4) 外食



(資料) 総務省「家計調査報告」、「家計消費状況調査」

【図表 25】新しい耐久消費財の普及

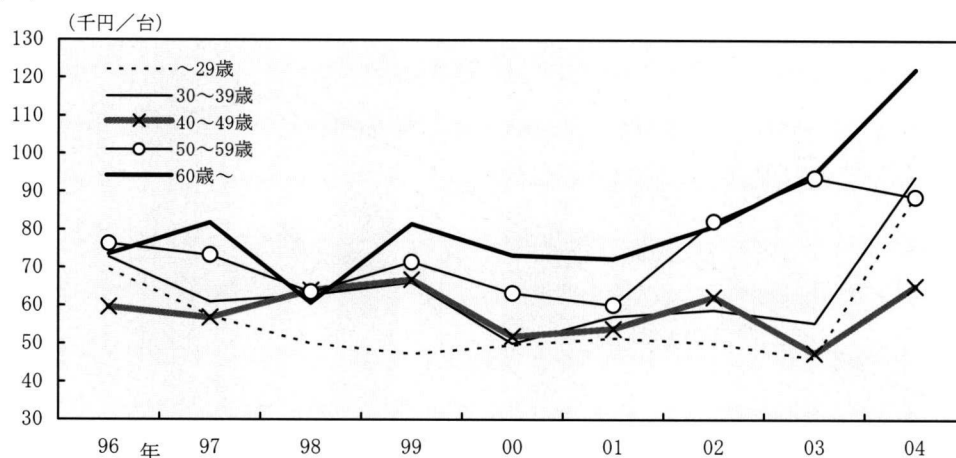


(注) デジタルカメラの 2005 年はカメラ付き携帯が除かれている。

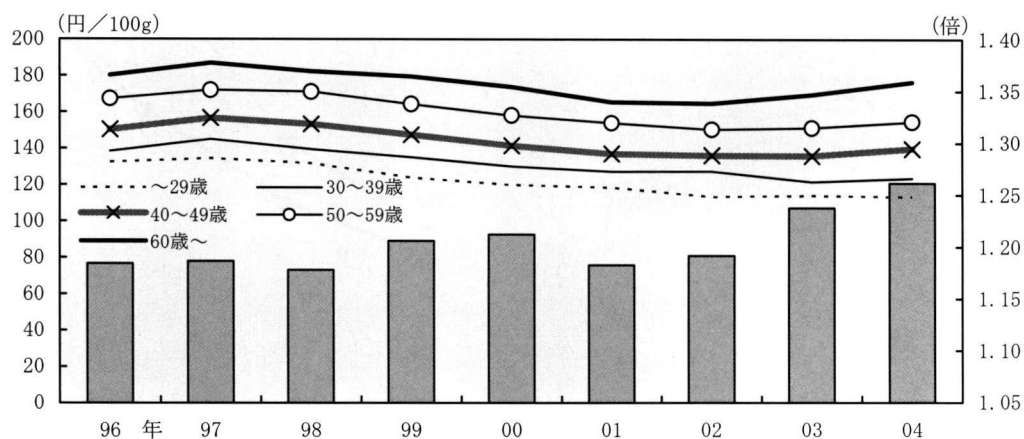
(資料) 内閣府「消費動向調査」、総務省「通信利用動向調査」

【図表 26】 年齢別の購入単価

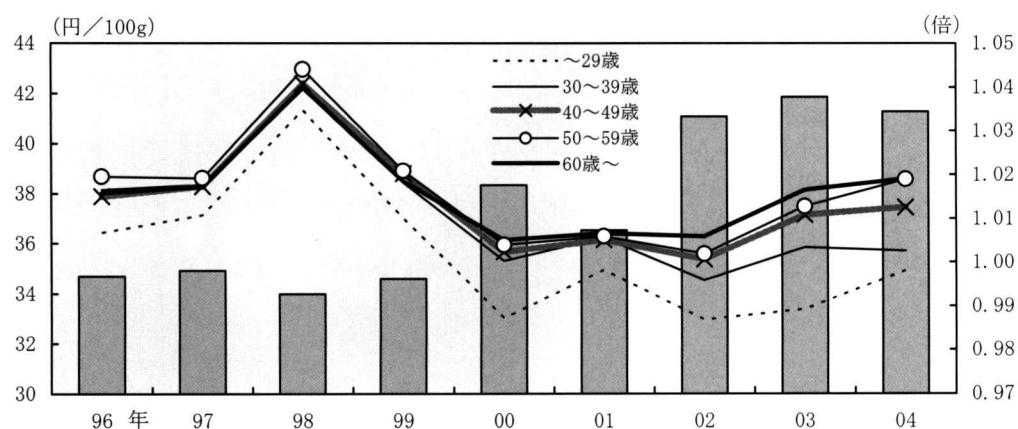
(1) テレビ



(2) 生鮮肉



(3) 生鮮野菜



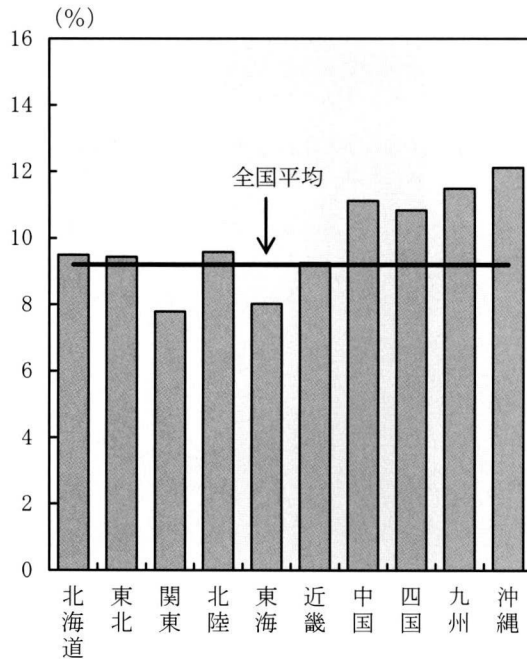
(注) 棒グラフは、60歳以上の単価/60歳未満の単価の比率(右目盛)。

(資料) 総務省「家計調査報告」

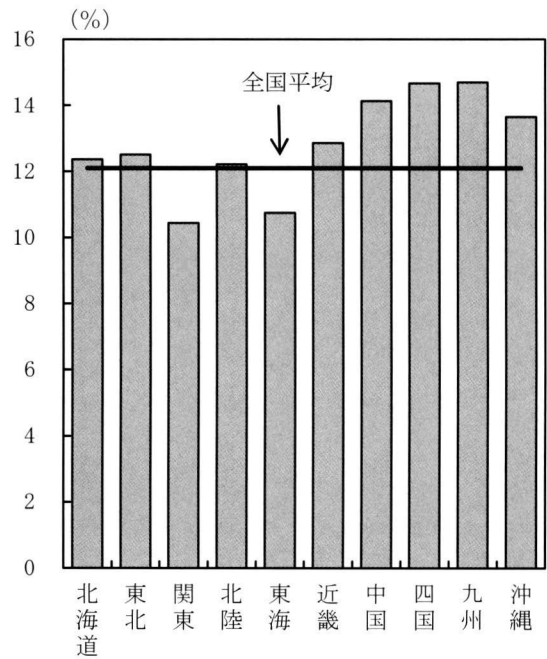
【図表 27】 地域別介護認定率・給付額

(1) 介護認定率 (要介護認定者数/60歳以上人口)

①2001年度

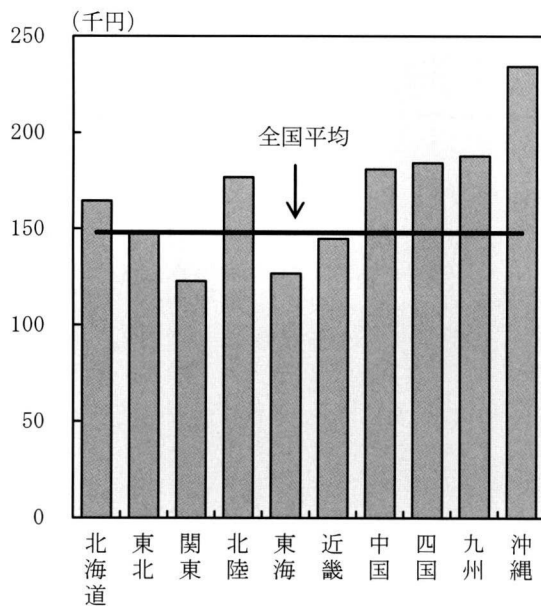


②2004年度

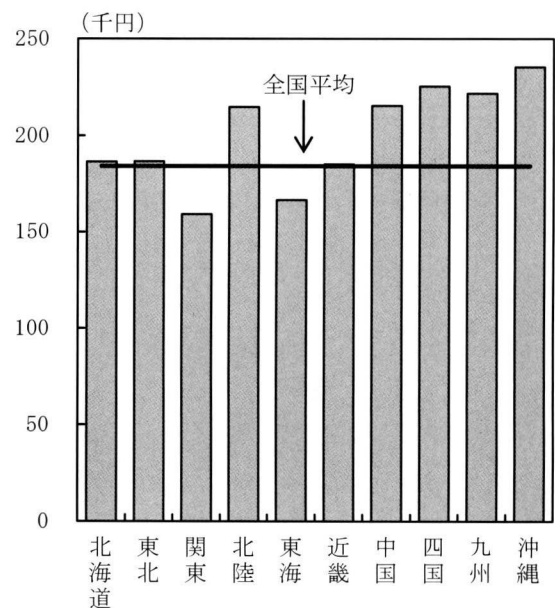


(2) 介護保険給付額 (60歳以上人口当たり)

①2001年度



②2004年度



(資料) 総務省「推計人口」、国民健康保険中央会「介護給付費の状況」等

【図表 28】介護保険が消費に及ぼす効果（パネル分析）

① 介護認定率を説明変数とした場合

県別消費性向 $=0.163 \times \text{介護認定率}^* + 0.018 \times \text{有効求人倍率} + \text{県別固定効果}$

t 値 $\langle 5.38 \rangle$ $\langle 1.37 \rangle$

* 要介護認定者数/60 歳以上人口

Adjusted R-squared: 0.587、S.E of regression: 0.034

② 介護保険給付額を説明変数とした場合

県別消費性向 $=0.675 \times (\text{介護保険給付額} \langle 60 \text{ 歳以上人口当たり} \rangle / \text{可処分所得})$

t 値 $\langle 6.25 \rangle$

$+0.018 \times \text{有効求人倍率} + \text{県別固定効果}$

$\langle 1.38 \rangle$

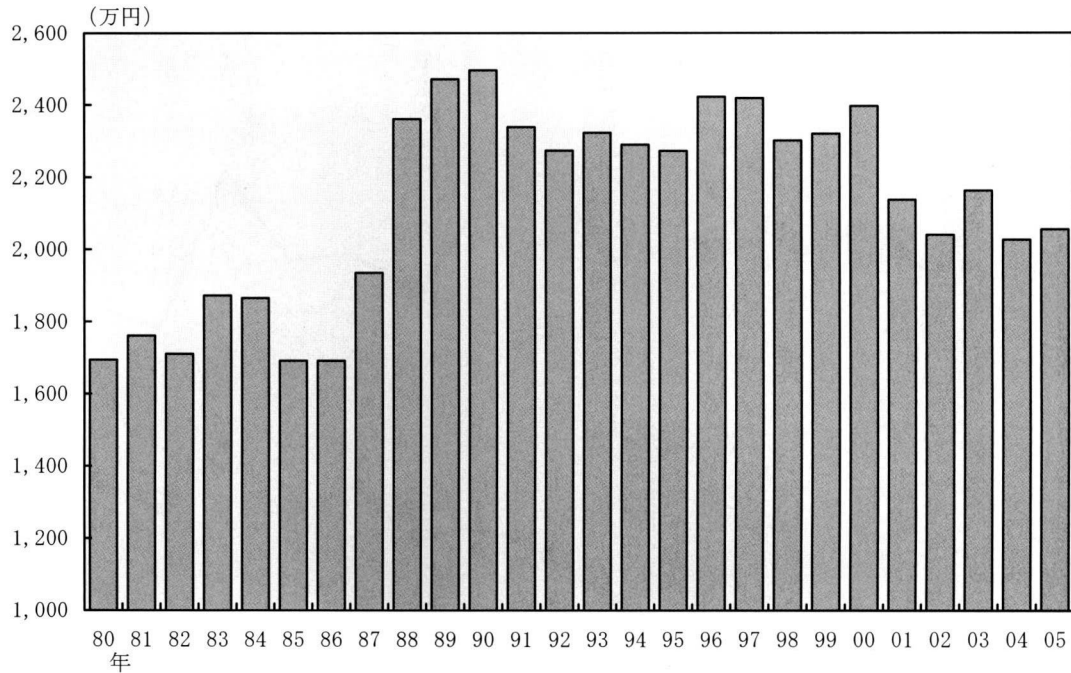
Adjusted R-squared: 0.599、S.E of regression: 0.034

(注) サンプル期間: 1997～2004 年 (年データ)、消費性向は家計調査ベース (都道府県庁所在市のデータ)。

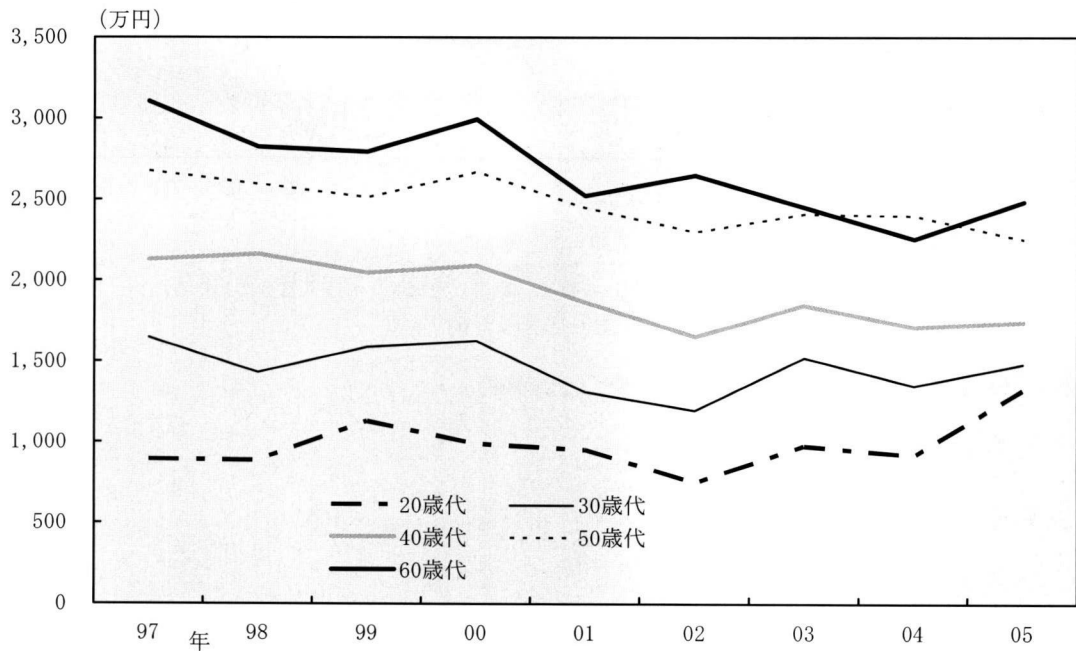
(資料) 総務省「家計調査報告」、「人口推計」、国民健康保険中央会「介護給付費の状況」等

【図表 29】家計の目標貯蓄額

(1) 家計の目標貯蓄額



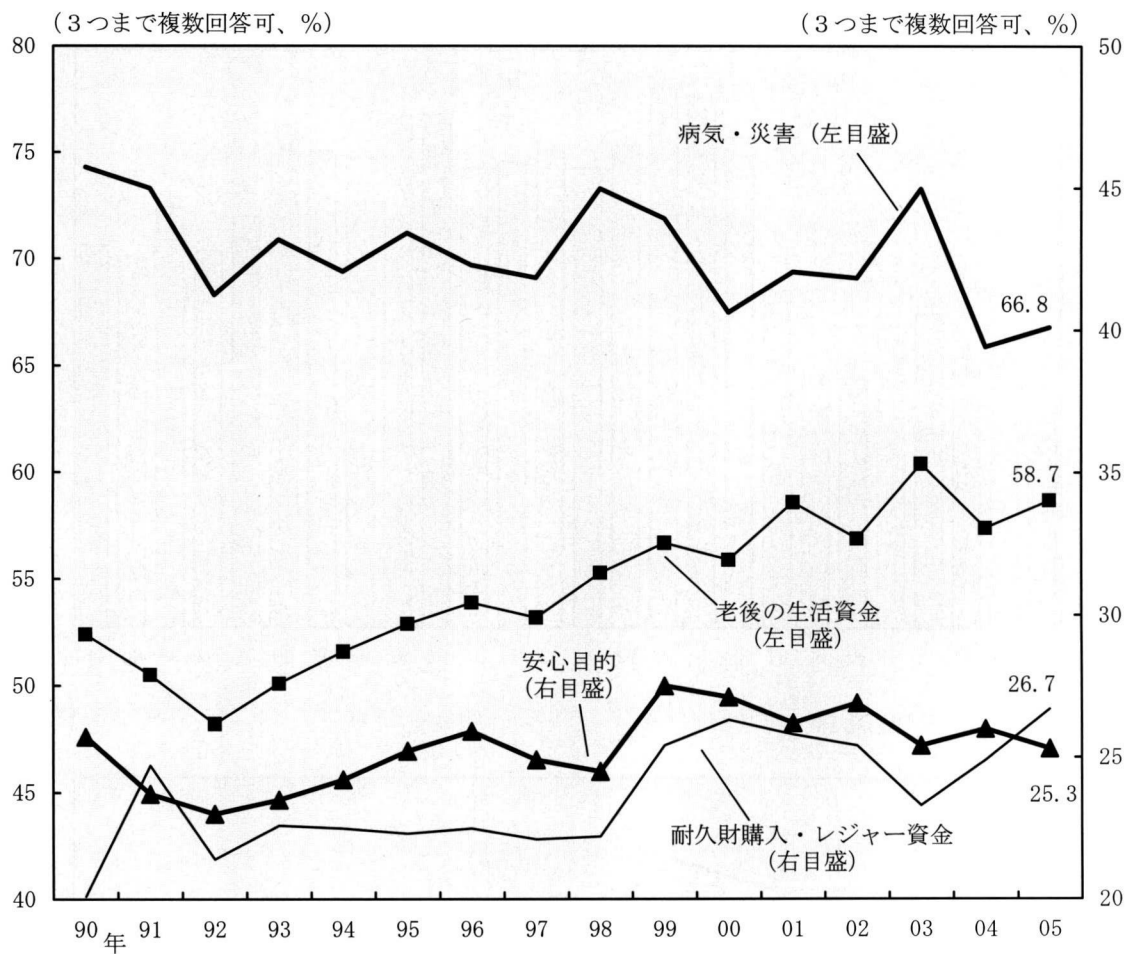
(2) 年齢階層別の目標貯蓄額



(注) 単身世帯が調査対象に加わった2004年以降も、データの連続性の観点から、2人以上世帯のみのデータを使用している(断りのない限り、以降の図表も同様)。

(資料) 金融広報中央委員会「家計の金融資産に関する世論調査」

【図表 30】家計の貯蓄の目的

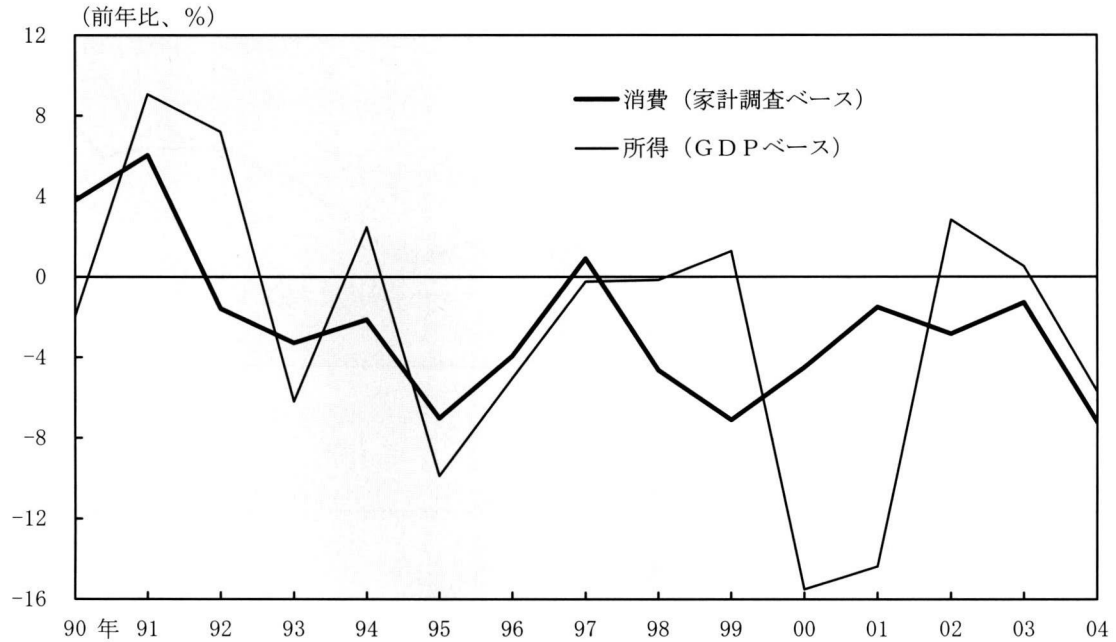


(注) 耐久財購入・レジャー資金は、「耐久財購入(自動車、家具、家電等)の購入資金にあてるため」の回答割合と、「旅行、レジャーの資金にあてるため」の回答割合の合計。

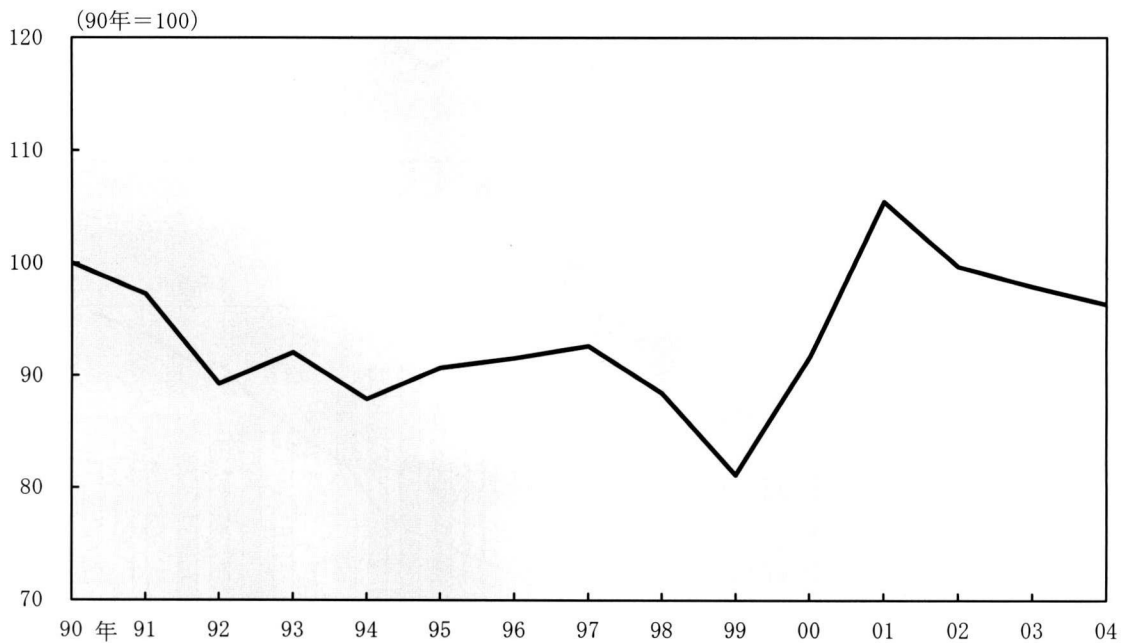
(資料) 金融広報中央委員会「家計の金融資産に関する世論調査」

【図表 31】自営業者の所得・消費動向

(1) 自営業者の消費・所得の動向



(2) 消費性向

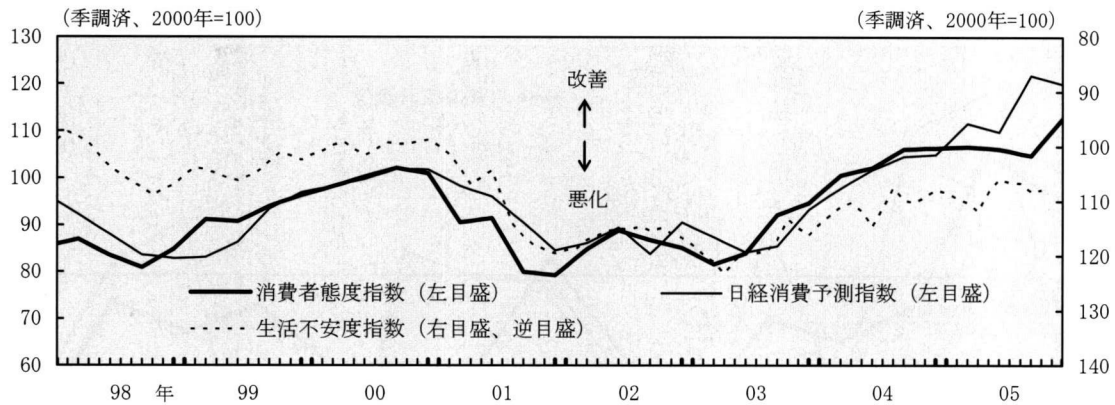


(注) 消費は、家計調査における「個人営業世帯」の世帯当たり消費額に世帯数のウェイトを掛け合わせて算出した。一方、所得は、SNA統計の「混合所得」を使用した。

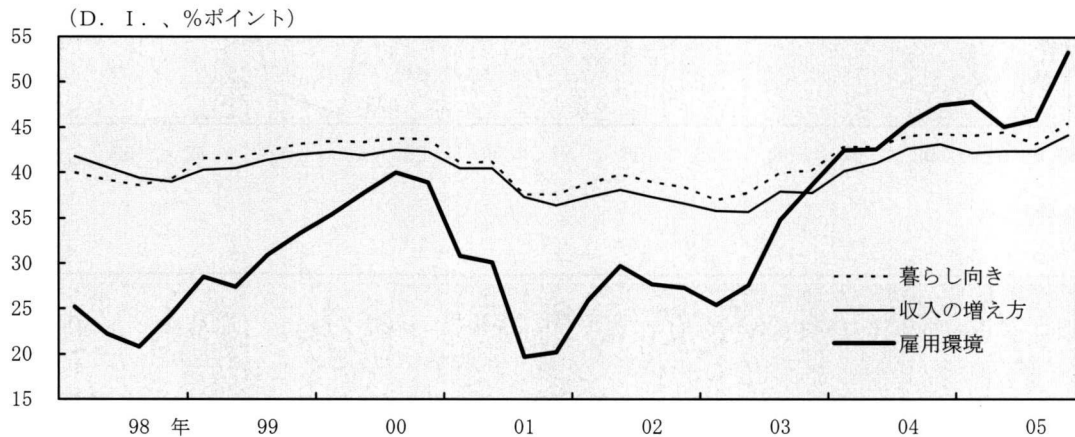
(資料) 総務省「家計調査報告」、内閣府「国民経済計算」

【図表 32】消費者マインドの動向

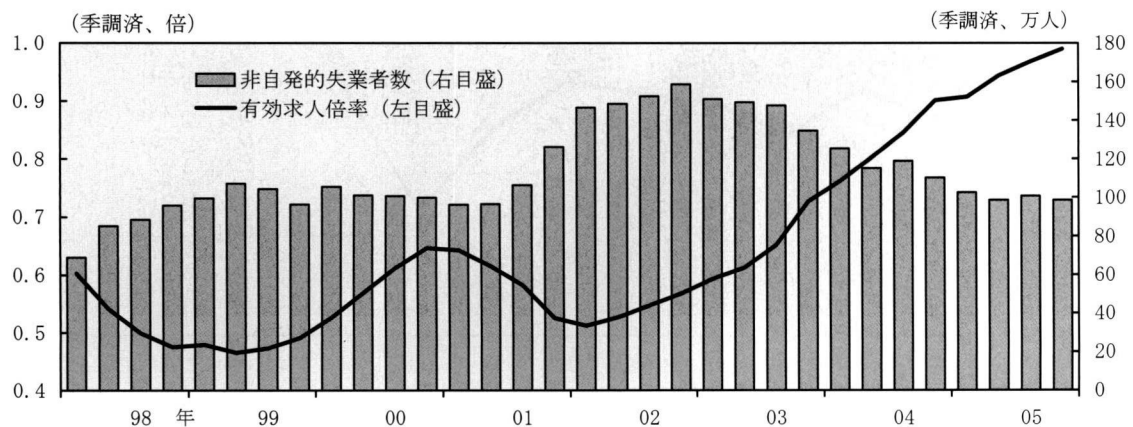
(1) 各種消費者コンフィデンス指標



(2) 消費者コンフィデンスの内訳 (消費者態度指数)



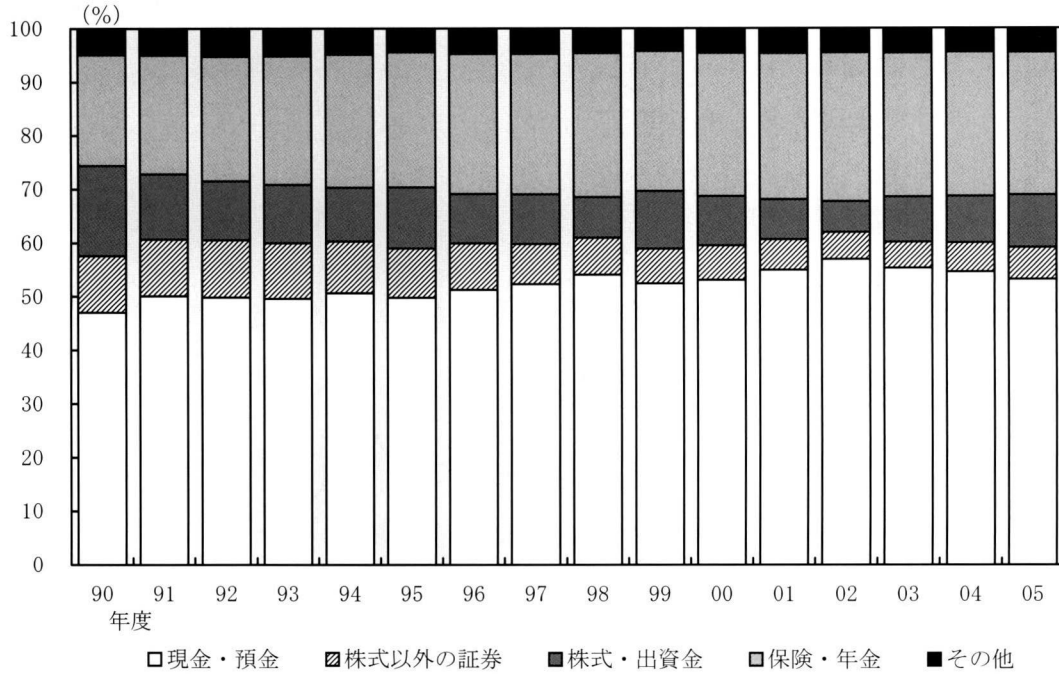
(3) 雇用関連指標



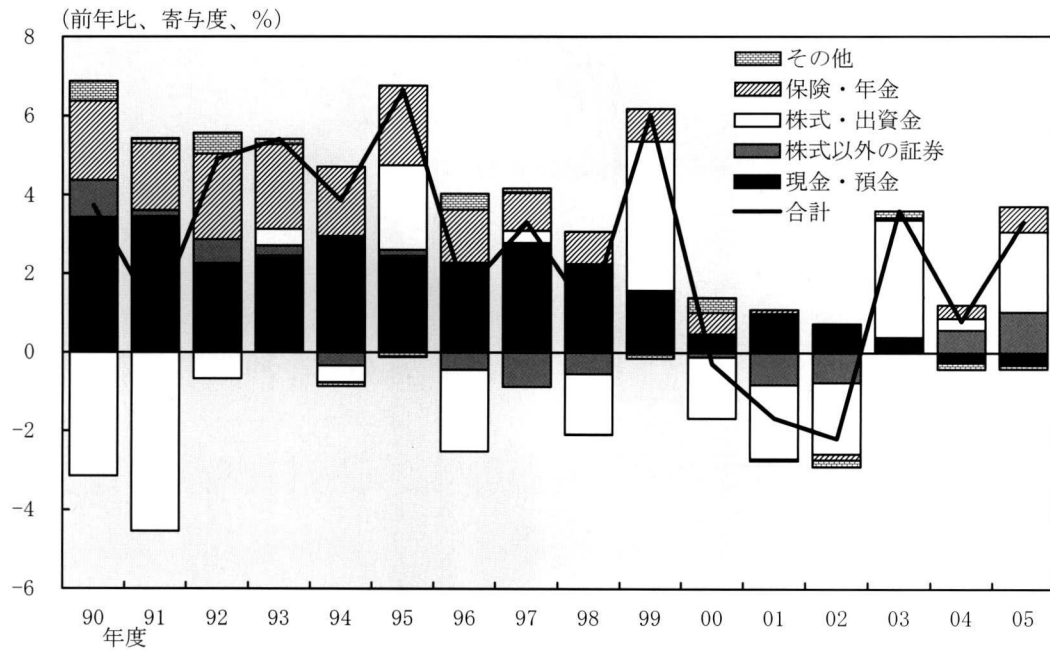
(資料) 内閣府「消費動向調査」、日経産業消費研究所「日経消費予測指数」、日本リサーチ総合研究所「消費者心理調査」、厚生労働省「職業安定業務統計」、総務省「労働力調査」

【図表 33】家計の金融資産残高

(1) 家計の金融資産残高の構成比



(2) 家計の金融資産残高の変化率

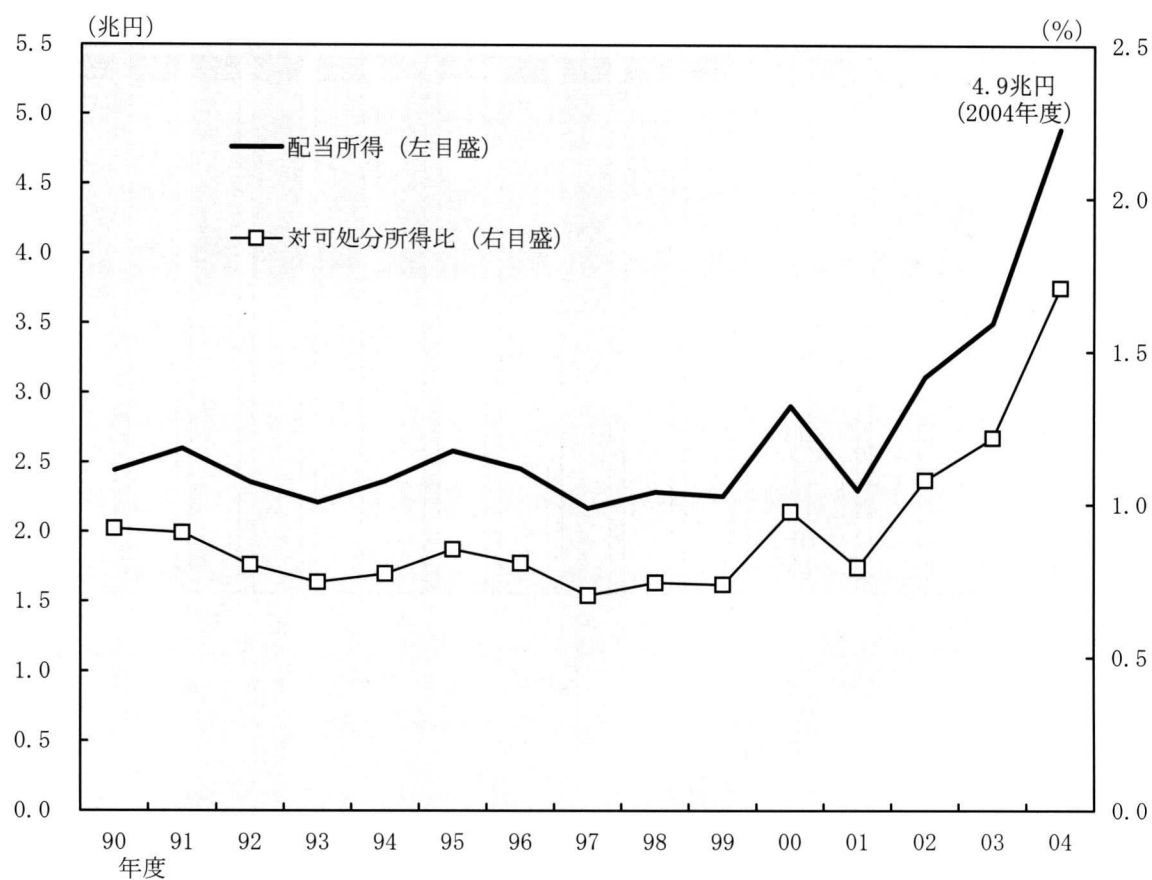


(注) 1. 株式以外の証券には、国債や投資信託などが含まれる。

2. 2005 年度は 9 月末の値。

(資料) 日本銀行「資金循環統計」

【図表 34】家計の配当所得

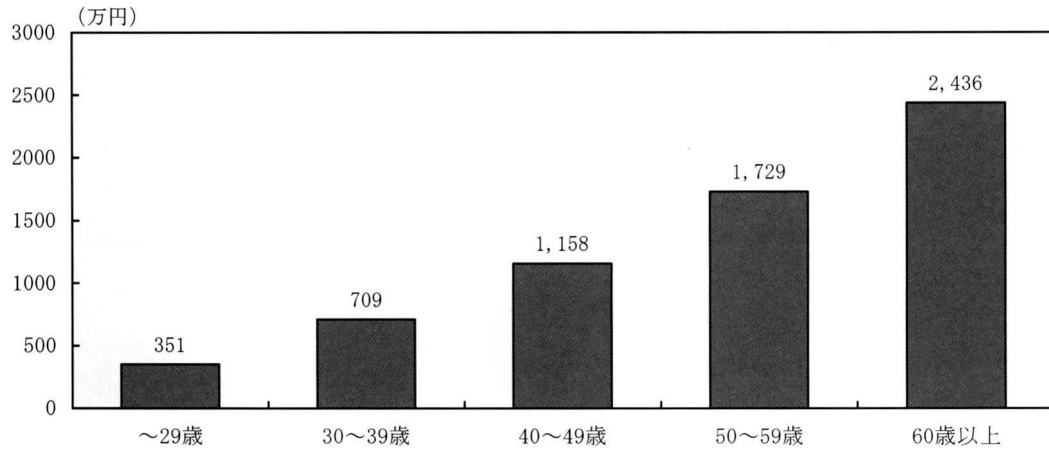


(参考) 利子所得：1990 年度 36.6 兆円→2004 年度 4.5 兆円

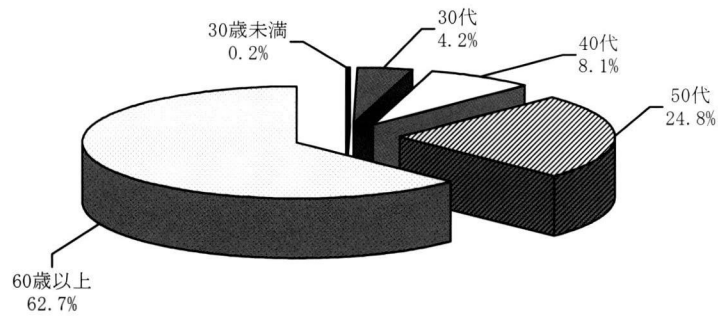
(資料) 内閣府「国民経済計算」

【図表 35】年齢別の貯蓄残高

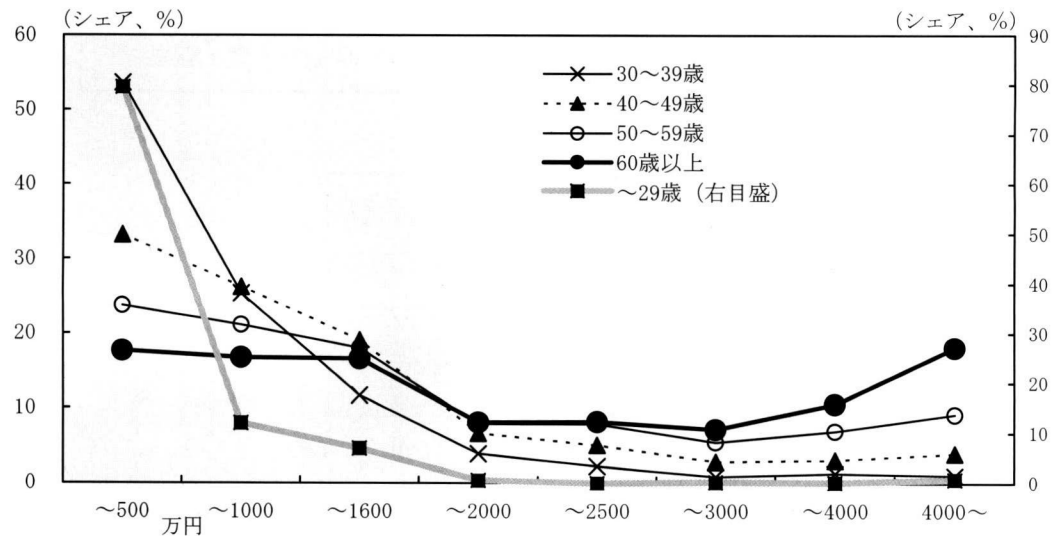
(1) 年齢階層別の貯蓄残高



(2) 株式・株式投信の年齢別保有比率



(3) 年齢階層別の金融資産保有状況



(注) データはいずれも2004年の値。

(資料) 総務省「家計調査報告(貯蓄・負債編)」

【図表 36】年齢階層別、財・サービス別の消費関数

(1) 年齢階層別の消費関数

$$\text{dlog} (C_{i,t}) = \alpha + \beta \times \text{dlog} (W_{i,t}) + \gamma \times \text{dlog} (A_{i,t})$$

C : 一世帯あたりの実質消費支出、W : 一世帯あたりの実質勤め先収入、
A : 実質純金融資産、i : 世帯主の年齢、t : 年

推計期間 : 1982～2004 年

< 推計結果 >

	β	γ
20代	0.72 *** < 3.39 >	0.065 < 0.47 >
30代	0.45 ** < 2.58 >	-0.000 < -0.00 >
40代	0.69 *** < 7.52 >	-0.016 < -0.29 >
50代	0.64 *** < 4.64 >	0.010 < 0.12 >
60代前半	0.39 *** < 3.70 >	0.343 *** < 2.81 >

(注) 1. ***は1%水準で有意。

2. < >内はt値。

(2) 財・サービス別の消費関数

$$\text{d4log} (C_{i,t}) = \alpha + \beta \times \text{d4log} (Y_t) + \gamma \times \text{d4log} (A_{i,t})$$

C : 実質消費支出、Y : 実質雇用者報酬、A : 実質純金融資産、
i : 各財またはサービス、t : 四半期

推計期間 : 1981 年 2 Q～2005 年 3 Q

(注) d4log は対数 4 期差

< 推計結果 >

	β	γ
耐久財	0.72 * < 1.92 >	0.87 *** < 3.77 >
半耐久財	0.69 *** < 3.83 >	0.23 ** < 2.10 >
非耐久財	0.27 *** < 2.91 >	0.02 < 0.42 >
サービス	0.31 *** < 4.04 >	0.20 *** < 4.28 >

(注) 1. ***は1%水準、**は5%水準、*は10%水準で有意。

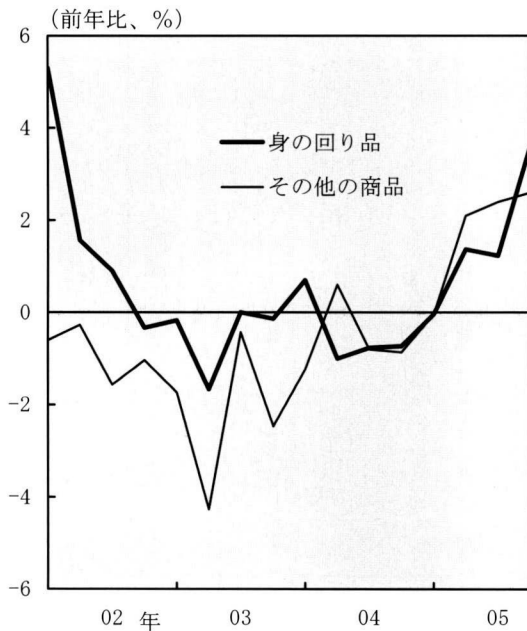
2. < >内はt値。

3. SNAの財・サービス別消費を使用。ただし、2004 年 2 Q以降は、家計調査 (CPIで実質化) の前年比を用いて延長。

(資料) 総務省「家計調査報告」、日本銀行「資金循環統計」、内閣府「国民経済計算」

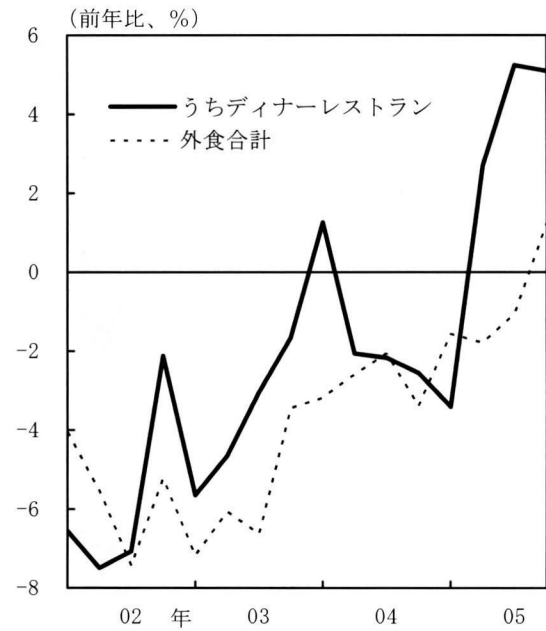
【図表 37】資産効果とみられる最近の動き

(1) 百貨店における奢侈品の売上高

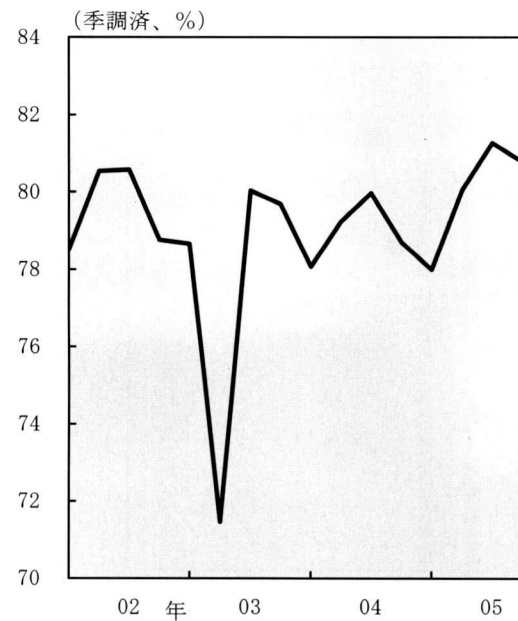


(注) ハンドバックやアクセサリは「身の回り品」に、宝飾品や高級時計などは「その他の商品」に含まれる。

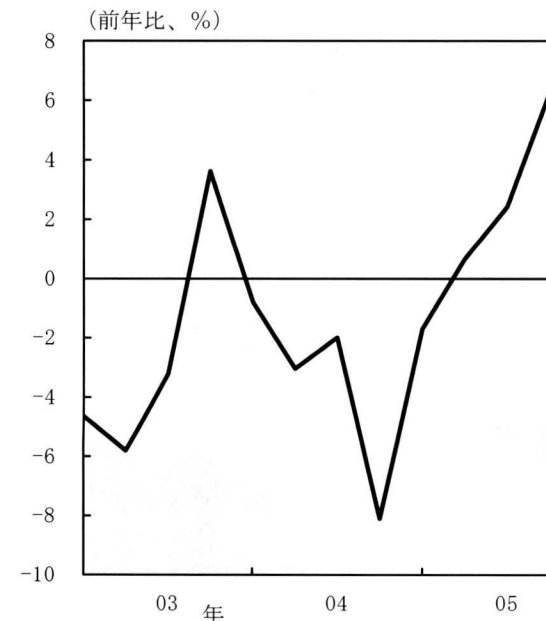
(2) レストランの売上高



(3) 東京のホテル稼働率



(4) 高額消費の動向 (家計消費状況調査)

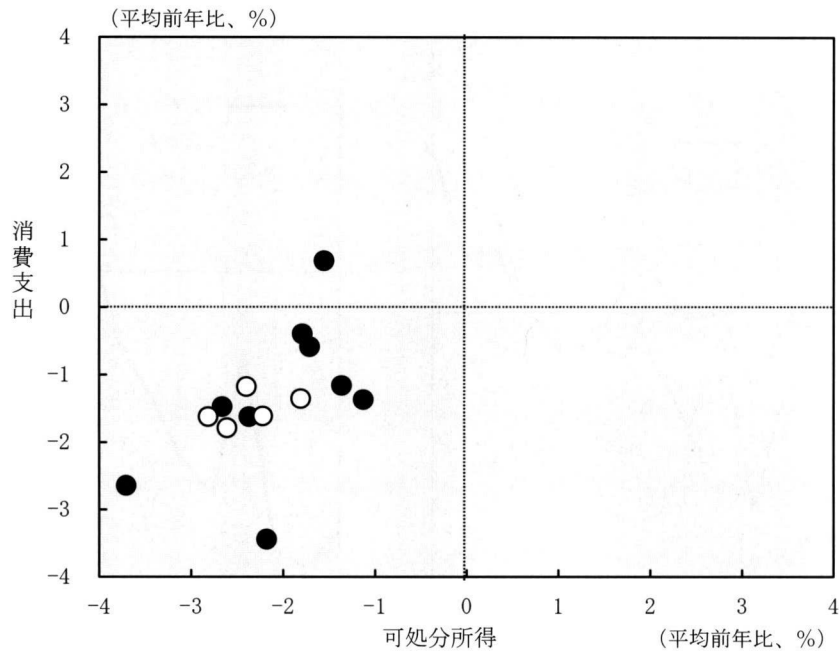


(注) 家計消費状況調査における高額消費は、原則として、1回の支出金額が3万円以上で、購入頻度が年間1回未満の品目。

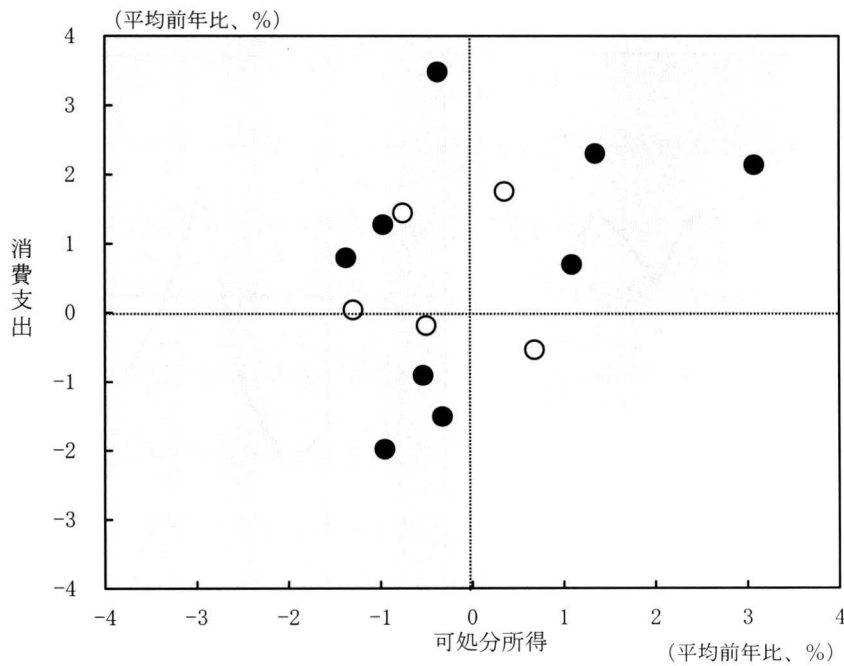
(資料) 経済産業省「商業販売統計」、日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」、日経産業新聞「主要ホテル稼働率」、総務省「家計消費状況調査」

【図表 38】可処分所得と消費支出

(1) 2001～2003年の平均



(2) 2004～2005年の平均

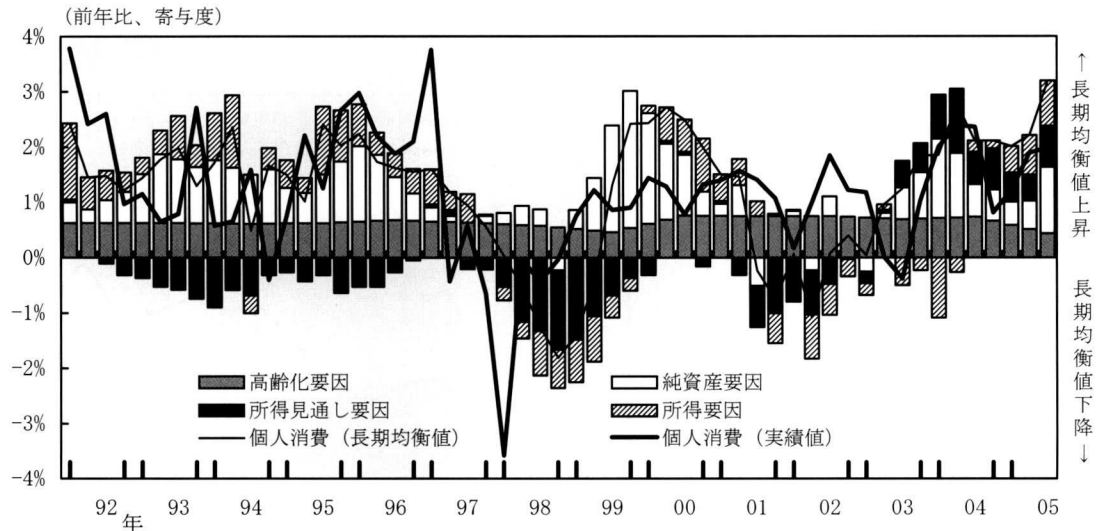


- (注) 1. ●は年齢階層別のデータ、○は所得階層別のデータ。いずれも勤労者世帯。
 2. サンプル数の少ない24歳以下の家計および変化率が不自然に大きい年齢階層区分は、グラフから除いている。

(資料) 総務省「家計調査報告」

【図表 39】マクロの個人消費関数の推計結果

(1) 個人消費の長期均衡値

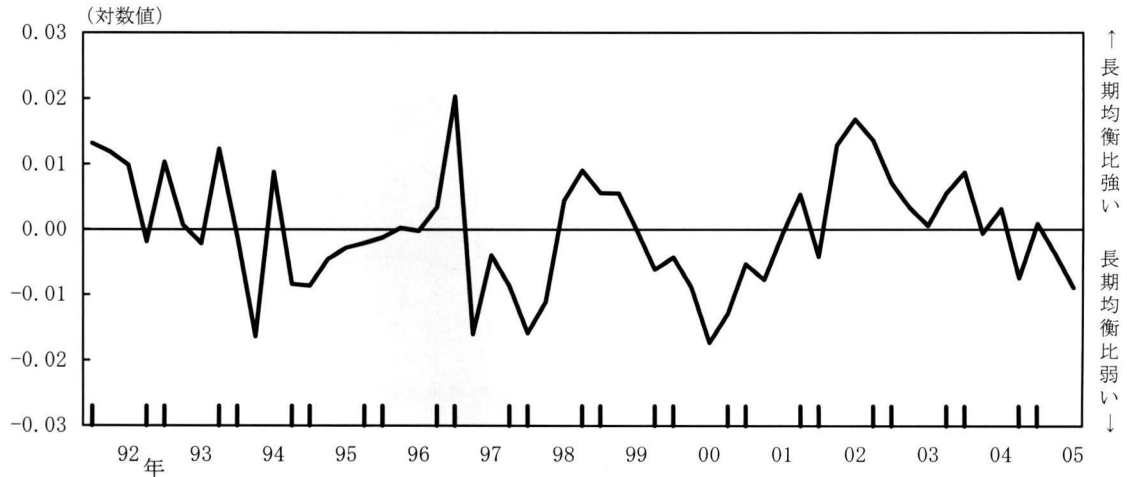


長期均衡関係式 $\ln(\text{実質家計最終消費}) = 2.18 + \{0.19 + 0.20 \times (1 - \text{失業率})\} \times \ln(\text{実質雇員報酬})$
 $+ 0.01 \times (60 \text{ 歳以上人口比率}) + 0.22 \times \ln(\text{実質純金融資産残高})$
 $[0.10] \quad [0.04] \quad [0.02] \quad [0.001] \quad [0.02]$

推計期間：1980 年 1Q～2005 年 3Q [] 内は S. E

(注) 所得の見通し要因として、就業率（1－失業率）と実質雇員報酬のクロス項を用いている。

(2) 個人消費の長期均衡からの乖離



(3) 短期変動推計式

$d\log(\text{実質家計最終消費}) = 0.005 - 0.03 \times d\log(\text{実質家計最終消費}(-1)) + 0.26 \times d\log(\text{実質雇員報酬})$
 $<4.64> \quad <-0.34> \quad <2.91>$
 $+ 1.27 \times d(1 - \text{失業率}) - 0.68 \times \text{誤差修正項}(-1)$
 $<1.77> \quad <-5.83>$

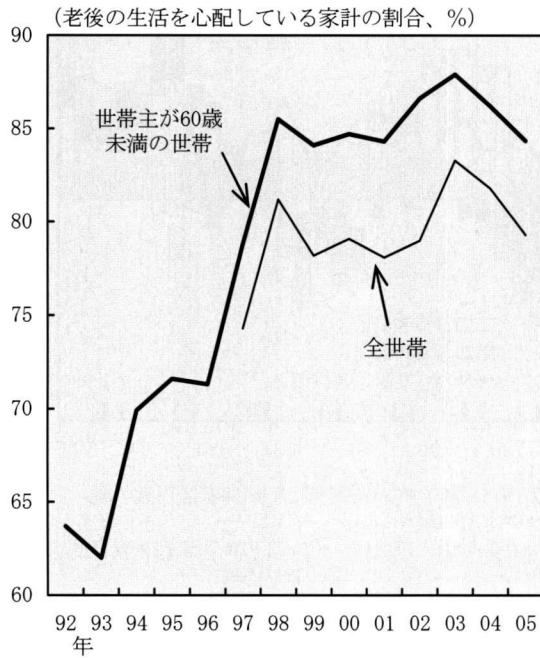
推計期間：1980 年 3Q～2005 年 3Q < > 内は t 値 Adjusted R-squared=0.32 Durbin-Watson stat=1.98

(資料) 内閣府「国民経済計算」、総務省「人口推計」、日本銀行「資金循環統計」等

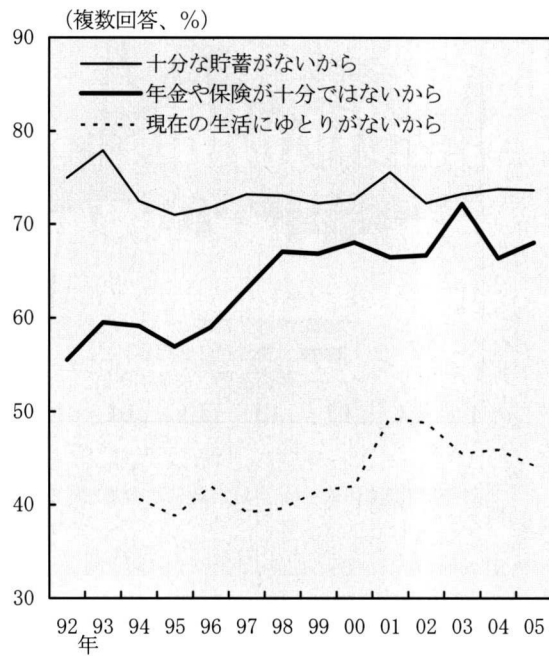
【図表 40】家計の将来不安

(1) 老後の生活に対する考え方 (家計の金融資産に関する世論調査)

① 老後の生活への心配度

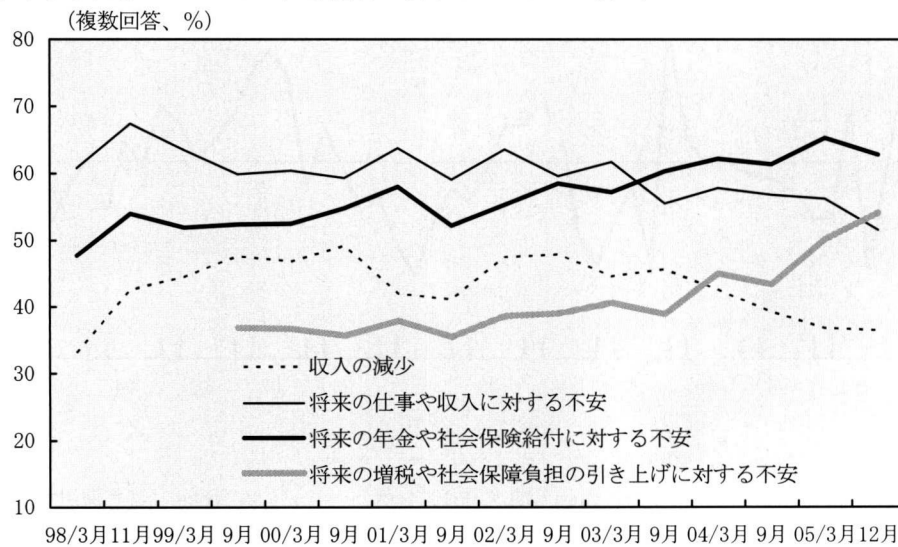


② 老後の生活を心配している理由 (世帯主60歳未満)



(注) 「非常に心配である」と「多少心配である」の合計。

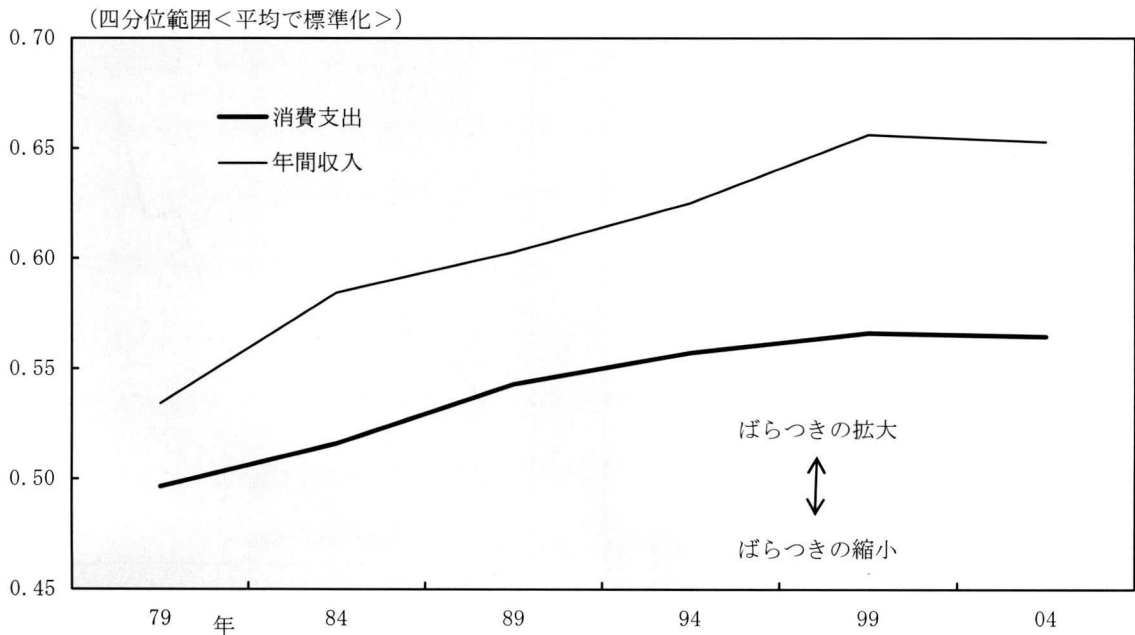
(2) 支出を減らした理由 (生活意識に関するアンケート調査)



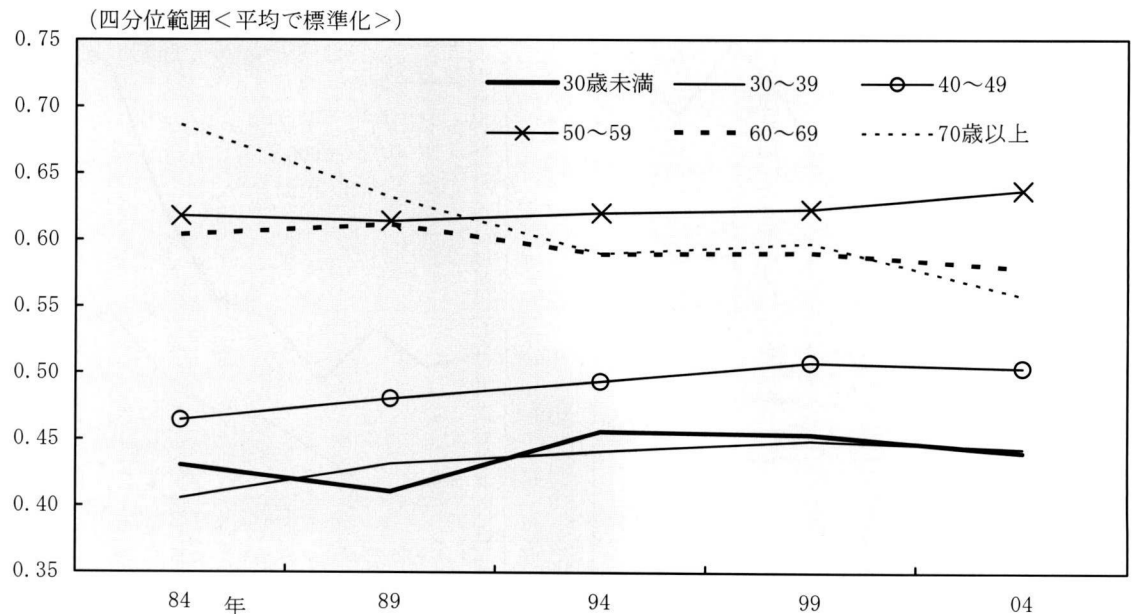
(資料) 金融広報中央委員会「家計の金融資産に関する世論調査」、日本銀行「生活意識に関するアンケート調査」

【図表 41】 家計間の消費のばらつき

(1) 年間収入と消費支出のばらつき度合い



(2) 年齢階層別の消費のばらつき度合い

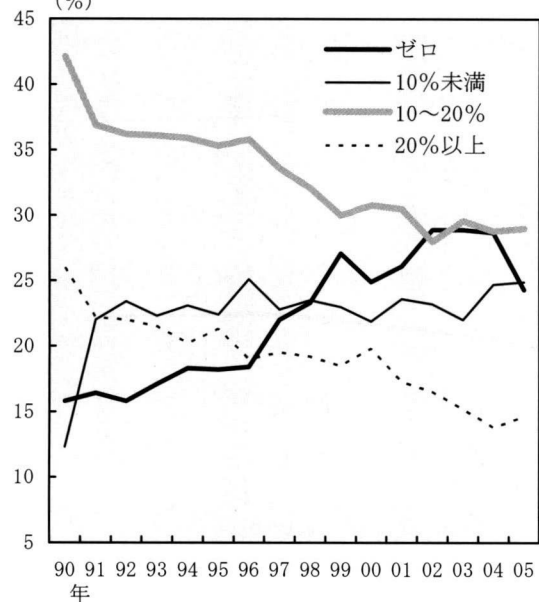


(注) 四分位範囲とは、第1四分位数（世帯ごとの消費金額を少ない方から順に並べて、データのサンプル数が丁度1/4となる時の値）と第3四分位数（同様に3/4となる時の値）の差——すなわち全体のデータが中央の50%に入る幅——のこと。四分位範囲は、データがどれだけ真中に集中しているかを示す指標であり、四分位範囲が拡大すれば、世帯間での消費のばらつきが拡大していると評価できる。なお、ここでは、時系列および年齢階層間の比較を可能にするため、消費支出の平均（（2）は各年齢階層ごとの平均）で標準化している。

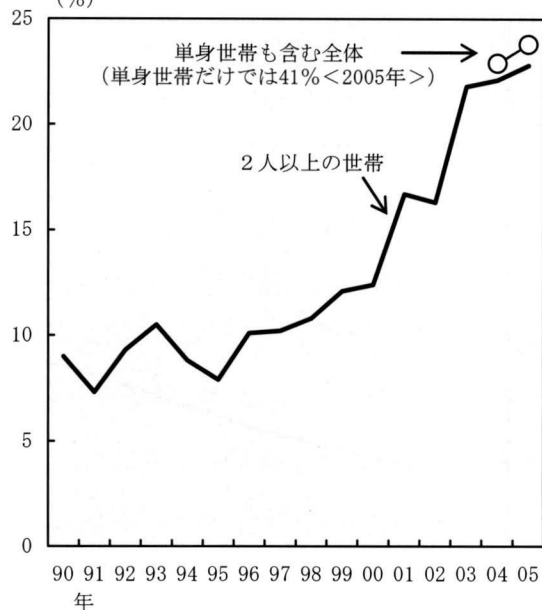
(資料) 総務省「全国消費実態調査」

【図表 42】貯蓄に関するアンケート調査

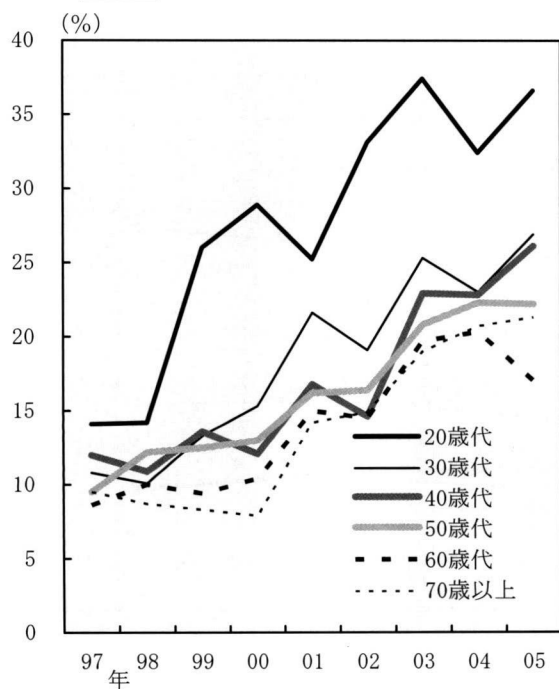
(1) 手取り収入から「貯蓄」に回した割合 (%)



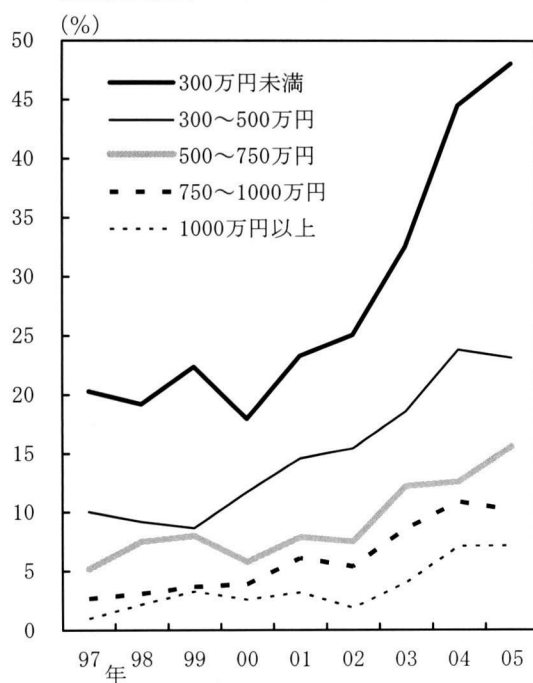
(2) 「貯蓄を保有していない」世帯の比率 (%)



(3) 年齢別の貯蓄非保有世帯の比率 (%)



(4) 所得階層別の貯蓄非保有世帯の比率 (%)

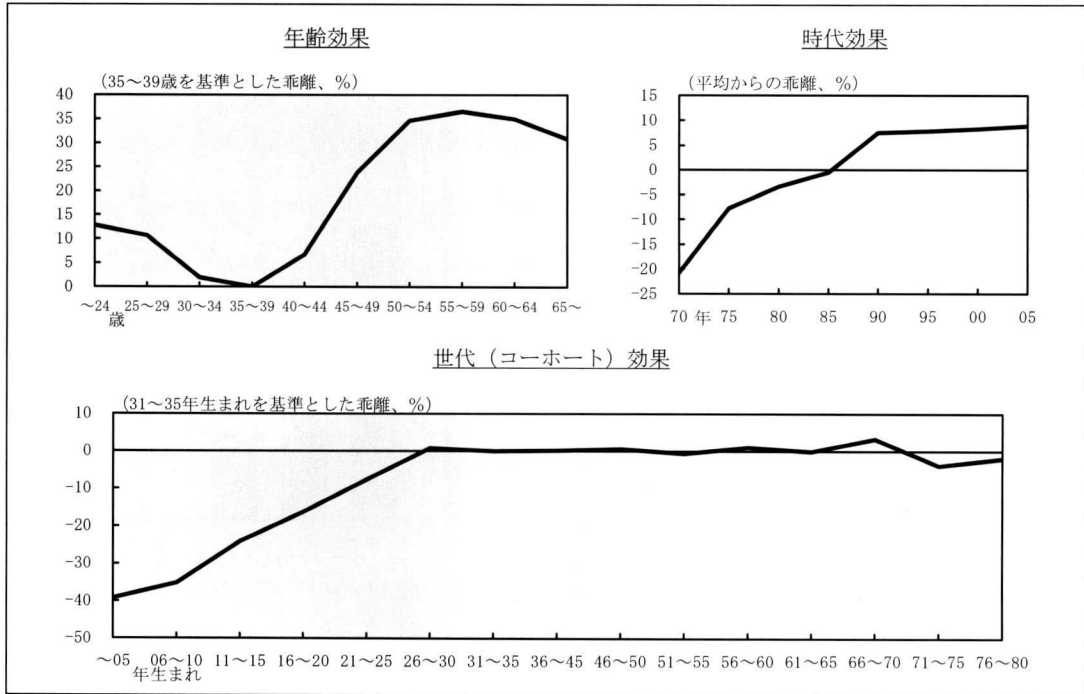


(注) 本調査における「貯蓄」には、事業性の預貯金等および給与振込や振替等で一時的にしか口座にとどまらないような預貯金等は含まれない点には注意が必要である。

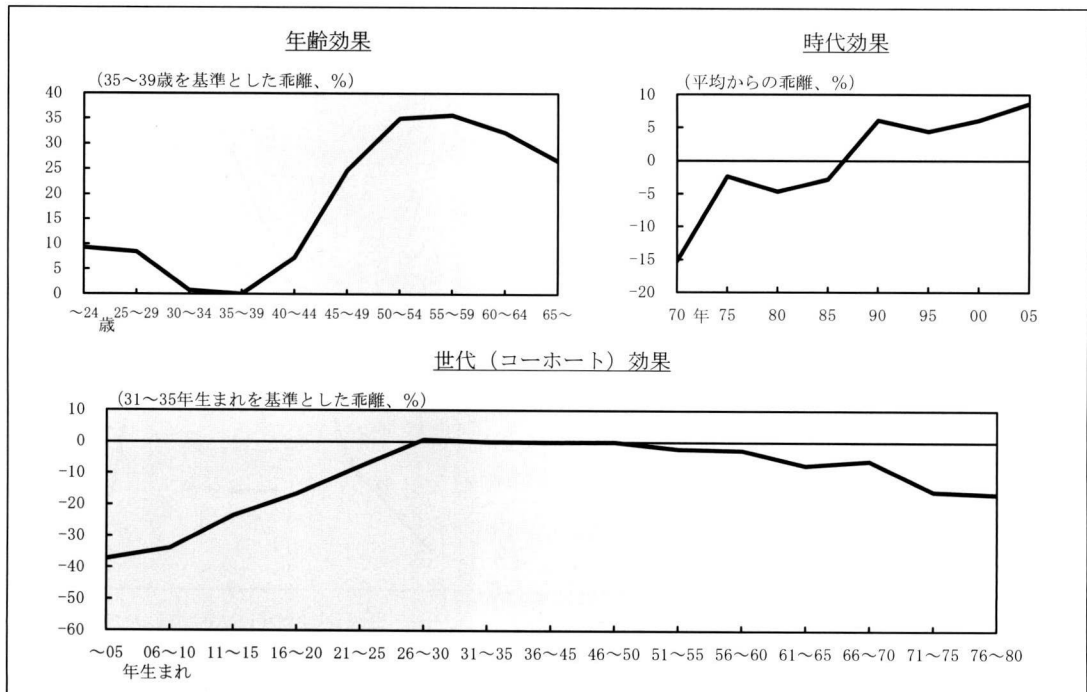
(資料) 金融広報中央委員会「家計の金融資産に関する世論調査」

【図表 43】実質消費のコーホート分析

(1) 一人当たり（世帯当たり／世帯人員）の実質消費



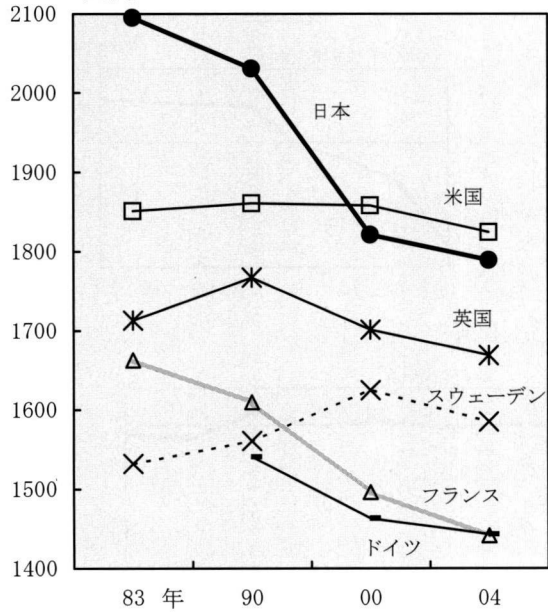
(2) 一人当たり（世帯当たり／世帯人員、除く住居・光熱・水道費）の実質消費



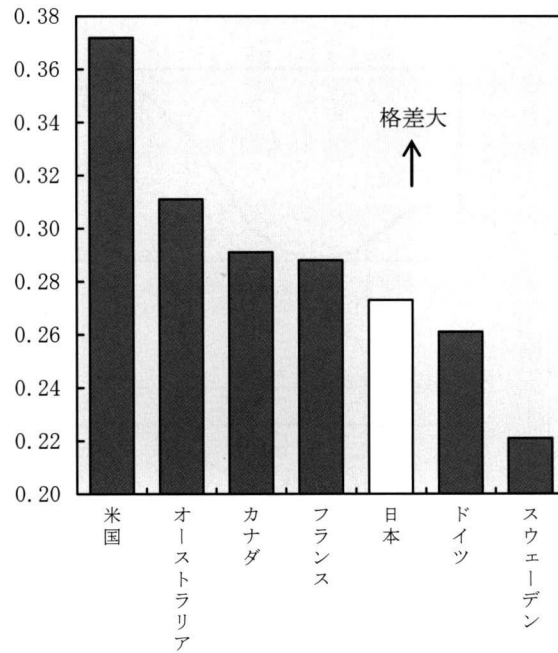
(資料) 総務省「家計調査報告」、「消費者物価指数」

【図表 44】団塊世代の引退の影響

(1) 年間労働時間の国際比較
(時間)



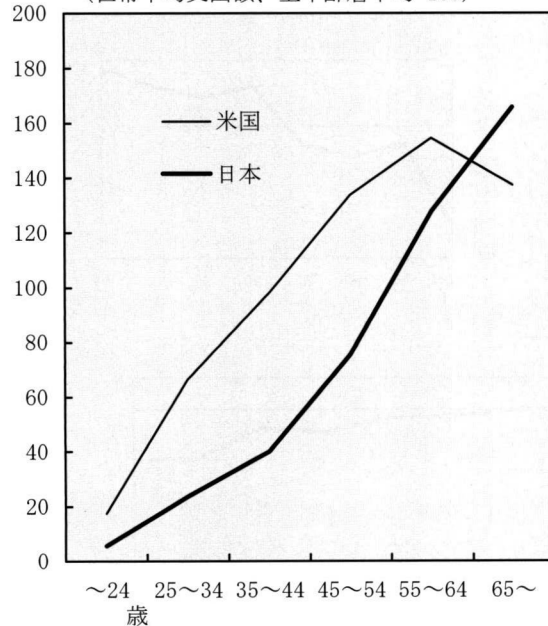
(2) ジニ係数の国際比較



(3) 年齢別消費の日米比較

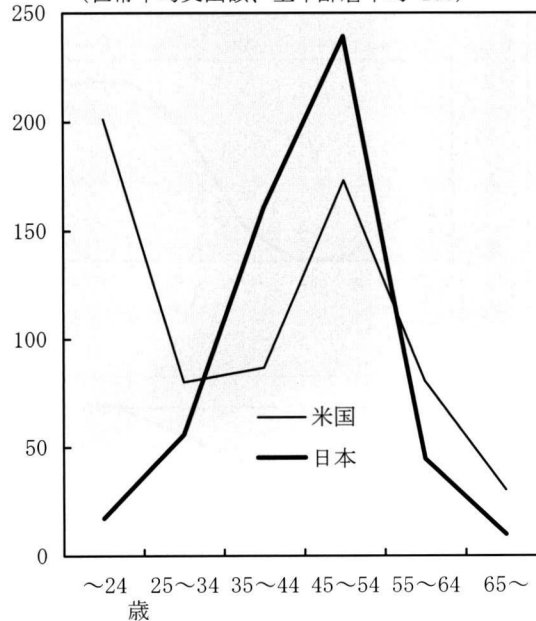
①設備修繕費

(世帯平均支出額、全年齢層平均=100)



②教育費

(世帯平均支出額、全年齢層平均=100)



(資料) OECD “Employment Outlook 2005”、総務省「家計調査報告」、「全国消費実態調査トピックス」、Bureau of Labor Statistics “Consumer Expenditure Survey”