

当資料は当店 web サイトに掲載しています
<http://www3.boj.or.jp/shimonoseki/>

BOJ Shimonoseki 

山口県金融・経済レポート

山口県における個人消費の現状と 最近の支出行動の特徴点

NO. 35
2015年8月

日本銀行下関支店

本ペーパーは、河原玲が作成しました。

内容に関する照会は、日本銀行下関支店総務課・田嶋治久、河原玲

(Tel : 083-233-3113、E-mail : shimonoseki@boj.or.jp)までお寄せ下さい。



(要旨)

- 山口県における個人消費の動向をみると、2014年4月の消費税率引き上げ以降、弱めの動きが続いたが、足もとでは、雇用・所得環境の改善やガソリン安の恩恵もあって、全体としては持ち直しの動きが広がっている。
- 県内の個人消費をマクロ統計で確認すると、大型小売店では、衣料品の販売不振が続いているものの、足もとは食料品や身の回り品を中心に底堅く推移している。また、家電は、4Kテレビやドラム型洗濯機などの高機能品の販売が徐々に持ち直している。このほか、自動車販売は、エコカー減税の基準の厳格化や軽自動車税率の引き上げの影響があるものの、新型車の販売が好調なほか、高級車の引き合いも相応にみられるなど、販売が持ち直しつつある。
- 外部環境をみると、県内の雇用・所得環境は着実に改善している。一般労働者、パートタイムともにきまって支給する給与が上昇しており、夏季および年末の一時金も上昇している。また、昨夏以降のガソリン安による恩恵も家計支出の改善に寄与しており、1年前と比べると、1世帯当たり月額2,000円程度、県内全体では約8億円の負担軽減になっている。
- 当地の消費行動をみると、「メリハリ」、「お得感」など、コストパフォーマンスを重視する姿勢はなお根強い。しかし、最近では、①「良いものであれば高額でも購入する」といった商品選別意識、②お祝いの日など特別な日には多少の高額支出を許容する動き、③従来よりもワンランク上の支出を許容する動きが広がっている。所得の改善などに伴って、家計の支出行動が徐々に積極的になっているものと考えられる。
- 今後の個人消費については、上記の雇用・所得環境の好転やガソリン安の恩恵に加えて、夏場から販売が広がっているプレミアム商品券の利用も、消費改善に繋がることが期待される。
- 山口県では、中長期的な人口減少や年金世帯の所得の伸び悩みなど留意すべき点もある。そうした中で、消費が改善基調を辿っていくためには、消費者が必要とする新しい商品やサービスを提供することや、消費者の消費意欲を引き出す店舗ごとの取り組みが重要になると考えられる。県内関係者の取り組みが今後さらなる成果を上げることを期待したい。

1. はじめに

山口県における個人消費の動向をみると、2014年4月の消費税率引き上げ以降、食料品や身の回り品から徐々に持ち直しの動きがみられたが、自動車販売や家電販売、衣料品など一部では弱めの動きが続いた。その後、足もとでは、雇用・所得環境の改善やガソリン安の恩恵もあり、持ち直しの動きが広がっている¹。本稿では、こうした山口県内における個人消費の現状と足もとみられる消費者の支出行動の特徴点について述べる。

2. 山口県の個人消費の現状

まず、最近の山口県の個人消費を構成する主要項目の動きを確認する。

百貨店とスーパーマーケットの売上で構成される「大型小売店販売額」をみると、2015年1～3月には前年を下回って推移した（1～3月の前年比：▲4.0%）が、足もと4月以降は回復している（4月：+12.3%、5月：+5.6%、6月：▲0.0%）。このうち、百貨店業界からは、「衣料品の販売は、引き続き鈍い」、「宝飾品や贅沢品の販売は、株高による資産効果の恩恵を受けた一部消費者を除くと振るわない」といった厳しい声が聞かれる一方、スーパーマーケット業界からは、「最近では、値段が多少高くても品質が認められるものは売れ行きが良い」とか「お祝いや催事などのハレの日に、高級和牛などの高級品が売れるようになった」といった前向きな声が聞かれている。

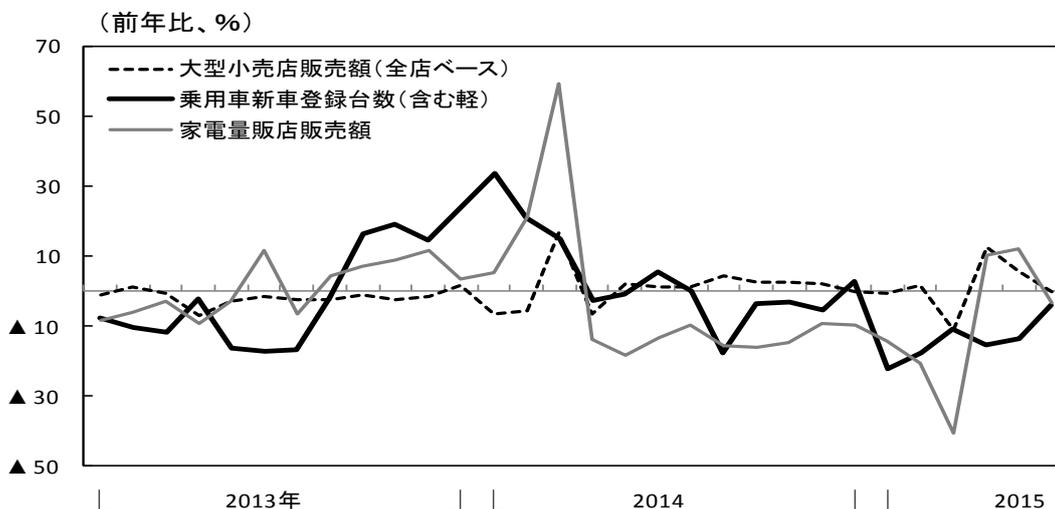
「家電量販店販売額」も、2015年1～3月は前年の駆け込み需要の反動で落ち込んだ（1～3月の前年比：▲28.5%）後、4月以降は回復基調にある（4月：+10.4%、5月：+12.2%、6月：▲3.6%）。家電量販店からは、「パソコン販売は不振が続いているが、4Kテレビやドラム型洗濯機などの高機能品の売れ行きが好転している」といった明るい声が聞かれている。なお、6月については、天候不順により季節商材（エアコン、扇風機）の販売が振るわず、マイナス転化となったが、「消費の地合いは良く、気温の上昇とともに売れ行きが戻る見込み」との声が聞かれている。

「乗用車新車登録台数」については、2015年1～3月が前年比▲16.1%となった後、4月以降も前年を下回って推移しているが、マイナス幅は縮小傾向にある（4月：▲15.4%、5月：▲13.4%、6月：▲4.2%）。カーディーラーからは、「軽自動車販売が振るわない」といった指摘がある一方、「新型車効果は相応にみられる」とか「所得改善を背景に高級輸入車の販売が伸びている」といった明るい声が聞かれ始めている。

¹ 日本銀行下関支店では、2015年4月より「一部に弱さが残るものの、全体としては持ち直しの動きがみられる」と判断している。

このほか、ショッピングセンターなどの専門店については、「休日の客足が回復し、売上が伸長」といった声が聞かれるほか、コンビニエンスストア業からも、「高額なデザートの上売が好調」といった明るい声が聞かれている。

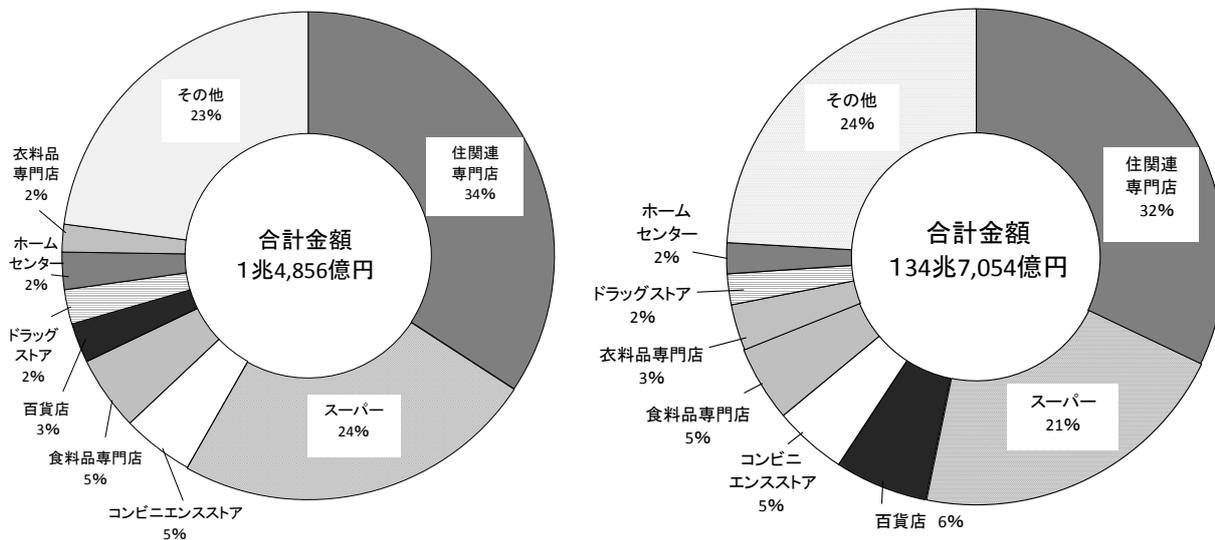
▽山口県の個人消費主要指標の推移



(注) 家電量販店販売額は、統計作成機関の変更に伴い、2015年1月とそれ以前では調査対象企業及び店舗数が異なる。2015年は6月まで。

(出所) 中国経済産業局、経済産業省、中国運輸局

▽山口県と全国の年間小売販売額の業態分類別ウエイト



(注) 経済産業省の「平成19年商業統計」を基に、日本銀行下関支店で算出。

(注) 住関連専門店には、自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器・機械器具小売業、医薬品・化粧品小売業、農耕用品小売業、燃料小売業、書籍・文房具小売業などが含まれる。

(出所) 経済産業省「平成19年商業統計」

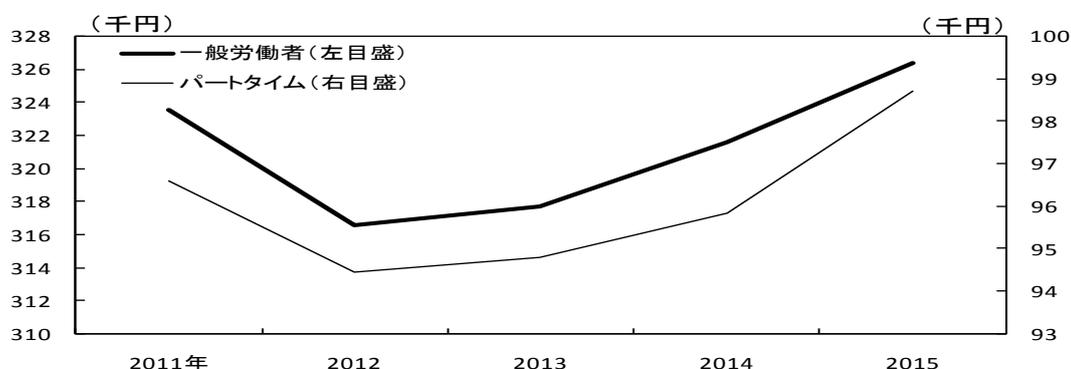
3. 個人消費の改善の背景

足もと個人消費が改善している主な要因としては、「雇用・所得環境の改善」と「ガソリン価格の値下がり」が挙げられる。

(1) 雇用・所得環境の改善

雇用・所得環境についてみると、名目賃金は、ベア実施企業の広がりを映じて、2012年以降、一般労働者とパートタイムともに上昇している。2015年の賃金（年間平均月額）を2012年と比較すると、一般労働者では9,836円の増額、パートタイマーでも、4,237円の増額となっている。また、ボーナスの妥結金額においては、2015年の夏季一時金は、705,384円と上昇している。

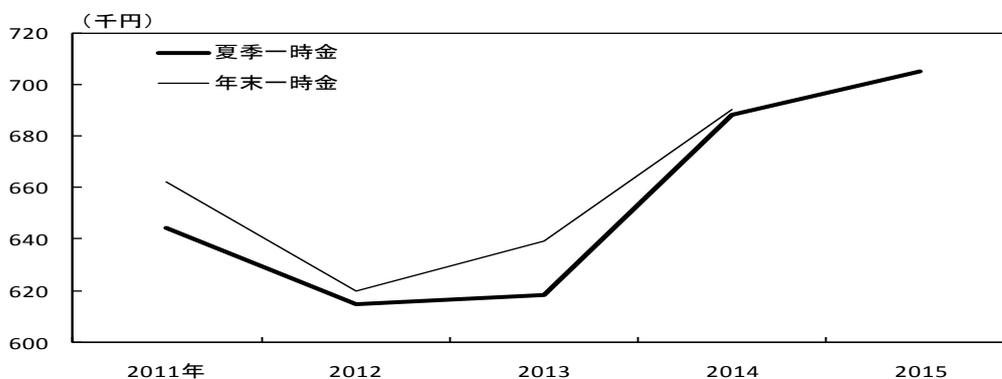
▽山口県の名目賃金（きまって支給する給与）の推移



(注) 1人あたりの年間平均月額を、山口県の「山口県の賃金、労働時間及び雇用の動き、一毎月勤労統計調査地方結果一」を基に、日本銀行下関支店が算出（事業所規模30人以上）。2015年は1～5月の平均。なお、2015年1月に調査対象の抽出替えが行われたため、2015年1月以降とそれ以前では調査対象事業所が異なる。

(出所) 山口県「山口県の賃金、労働時間及び雇用の動き、一毎月勤労統計調査地方結果一」

▽山口県の夏季および年末一時金の妥結金額の推移



(注) 組合員数による加重平均。2015年の夏季一時金については、第1回集計分（2015年6月末現在で妥結した組合は、調査対象200組合のうち90組合）。

(出所) 山口県 労働政策課「夏季一時金要求・妥結状況」、「年末一時金要求・妥結状況」

（２）ガソリン安に伴う所得効果

山口県は、消費支出に占める「交通・通信」²のウエイトが17.0%（山口市）と全国（13.8%）よりも高く、1世帯当たりのガソリン購入額は全国で最も高い（山口市：138,289円、全国：75,553円<2014年>）。これは、山口県では、人口10万人から30万人程度の中規模都市が分散する都市構造になっていることや、充実した道路事情を背景に、通勤や買い物の際に電車やバスよりも自家用車を利用する機会が多いためと考えられる。

昨夏以降、ガソリン価格は、世界的な原油安を映じて大きく低下した。山口県における1リットル当たりのガソリン店頭価格は、本年5月末には141.8円と、直近ピーク（2014年7月末）の168.5円より26.7円下落した。このガソリン安による支出の減少を試算すると、1世帯当たり1か月で約2,000円、県内全体では約8億円の負担軽減になる。これは、7月以降に販売が本格化しているプレミアム商品券のプレミアム分（県内全体で約14億円）を2か月弱で上回るインパクトがある。こうしたガソリン安も、山口県内の個人消費を下支えする所得効果をもたらしていたと考えられる。

【補足】ガソリン安による所得効果の試算

1リットル当たりのガソリン店頭価格（資源エネルギー庁「給油所小売価格調査」）は、直近のピーク時期である2014年7月末と、当地の個人消費に回復がみられはじめた2015年5月末の店頭価格を使用した。

ガソリン購入数量は、2014年の1世帯当たりの年間ガソリン購入数量（総務省「家計調査」、2人以上の世帯）より算出。山口市（896リットル）、全国（484リットル）を月換算した（山口市：75リットル、全国：40リットル）。

▽1世帯当たりの1か月のガソリン購入額の変化（円）

	1世帯当たりの1か月のガソリン購入額		差額
	2014年7月末 (ピーク時期)	2015年5月末 (個人消費の回復局面)	
山口市	12,578	10,585	▲1,993
全国	6,846	5,760	▲1,086

県内全体のガソリン負担軽減額(約8億円)は、1世帯当たりの負担軽減額である1,993円を、山口県における世帯数約41万世帯³（総務省「平成22年国勢調査」）に乗じたもの。

² 家計調査の対象は山口市の2人以上の世帯（2010～2014年平均）。「交通・通信」には、ガソリン購入費のほか、携帯電話通信料や鉄道運賃、バス・タクシー代などが含まれる。

³ 総務省の「平成22年国勢調査」を基に、2人以上の世帯数を日本銀行下関支店で算出（総世帯数から世帯人員が1人の世帯数を控除）。

4. 最近の支出行動の特徴点

県内における消費者の支出スタンスをみると、長年のデフレ経済を経験したことから、現在でも、「お得感」や「割安さ」を重視する向きが強い。例えば、同一商品であればより安い店（ディスカウントストアなど）で購入するとか、生活必需品は安売りの日にある程度まとめ買いするといったスタンスは根強い。

一方、最近の特徴として、①品質を認めたものに高額支出を行う動き、②お祝いの日など特別な日に高額支出を行う動き、③従来よりもワンランク上の支出を許容する動きが広がっている。これは、前述の所得の改善などに伴って、家計の支出行動が徐々に積極的になったものと考えられる。

▽最近の支出行動の特徴点

① 「品質を認めたものについては高額でも支出する」といった支出スタンス

	事例
百貨店 A社	「自分が欲しいものは定価でも買う」という顧客の商品選別意識は根強く、衣料品については、定価品の売れ行きは堅調。今までセールで10万円を使って2~3着を購入していたところが、定価で6万円のを1着購入するような流れになっており、安いから買うのではなく、定価であっても自分が欲しいものを購入している。
スーパー A社	安いものをまとめ買いするのではなく、良質なものや、自分が本当に欲しいものを購入している。
コンビニ A社	比較的高単価なデザート（NB商品）の販売が堅調である。消費者が、「欲しいものであれば、お金をかけてでも手に入りたい」というマインドが働いているとみている。
家電量販店 A社	白物家電（洗濯機や冷蔵庫）、4Kを含むテレビ、掃除機など、全般的に高価格・高付加価値品の売れ行きが良い。品質と価格の双方を吟味して購入する顧客が多くみられる。
自動車販売 A社	軽自動車や低燃費車の売れ行きが低調である一方、高級車の引き合いは堅調である。「質の良い車は売れる」という構図は継続している様子。

② お祝いの日など特別な日に高額支出を行う支出スタンス

	事例
スーパー A社	食料品では、惣菜や生鮮3品（肉、魚、野菜）を中心に「ちょっといいもの」の動きが活発。GWや母の日商戦でも、ちょっとした贅沢品（寿司、牛肉など）の売れ行きが好調。
ショッピングセンター A社	昨年の消費税率引き上げ以降、消費者の節約志向が継続しているものの、最近では普段の日と特別な日の支出の使い分けがみられ始めている。通常の買い物は割安な商品を買うが、特別な日には和牛など高単価の食品などを購入しているようである。
飲食店 A社	週末やハレの日（孫の誕生日など）に家族3世代での利用客が多く見受けられるほか、GWなどの連休の客数が増加傾向にあるなど、特別な日には普段よりも多額の支出を行う行動がみられる。

③ 従来よりもワンランク上の支出を許容する動き

	事例
飲食店 A社	足もとでは、平日の昼間に来店する客が値ごろなランチメニューではなく、単価が高めのフェア商品を注文するケースがみられはじめている。顧客の懐に多少の余裕が生まれているのかもしれない。
飲食店 B社	最近では、中価格帯の店舗における比較的高額なメニューの注文が増えてきている。外食全般的に、顧客が価格帯を過度に気にすることが少なくなっているようである。
宿泊業 A社	最近では、部屋のグレードや料理の質を重視し、比較的高単価の宿泊プランを希望する顧客が増加している。サービスに見合った価格であれば、顧客には相応に受け入れられている模様。

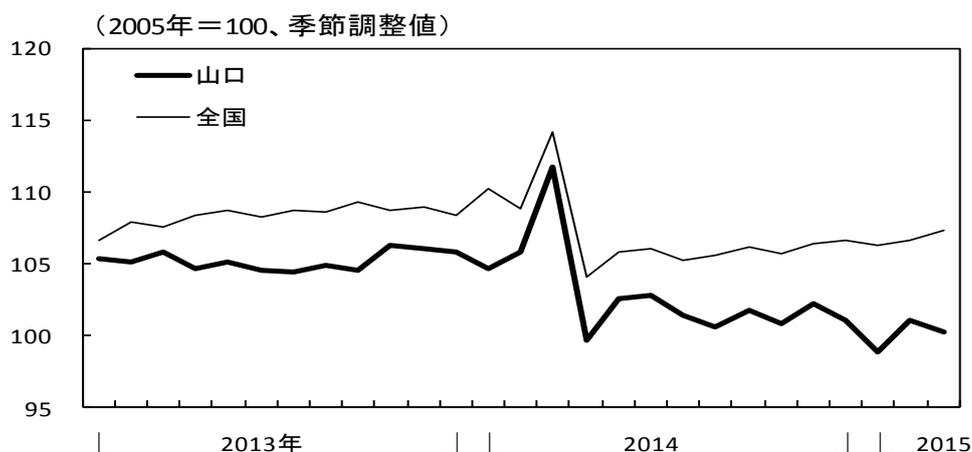
（出所）日本銀行下関支店調べ

5. 今後の消費見通し

今後の個人消費については、基調としては、上記の雇用・所得環境の好転やガソリン安の恩恵に加えて、夏場から販売が始まっているプレミアム商品券の利用により、改善への力強さが増すことが期待される。

もっとも、中長期的にみると留意すべき点もいくつか挙げられる。第一に、県内人口の減少である。山口県では、毎年1%弱のペースで人口減少が続いており、これが消費全体の伸びを抑制することが考えられる。

▽消費総合指数の推移

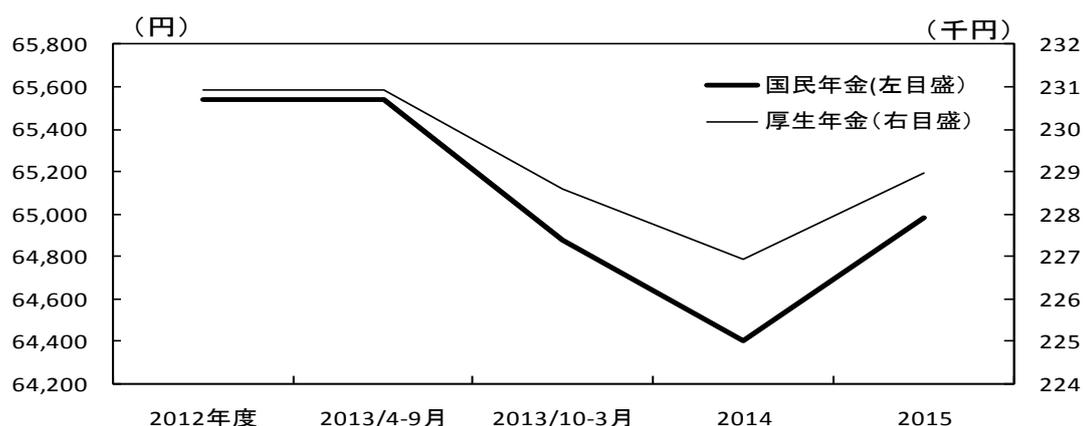


(注) 2015年は3月まで。

(出所) 内閣府「消費総合指数」、「地域別消費総合指数」

第二に、山口県人口の3分の1を占める年金受給者の消費行動である。年金受給額は、2013年10月以降、過去の物価下落時に引き下げられなかった分を徐々に減額する措置が取られた。2015年4月からは「マクロ経済スライド」と呼ばれる制度に従い年金受給額が+0.9%増額されたが、同制度は、年金受給額の増加率を物価上昇率よりも低く抑える効果を有するため、物価上昇分を差し引いた実質的な年金受取額は目減りしていることになる。高齢者の中には金融資産を有する世帯も多く、消費額が年金受給額に連動するとは限らないものの、年金受給者の消費行動が今後も個人消費の動向を左右する可能性には留意する必要がある。

▽年金額（月額）の推移

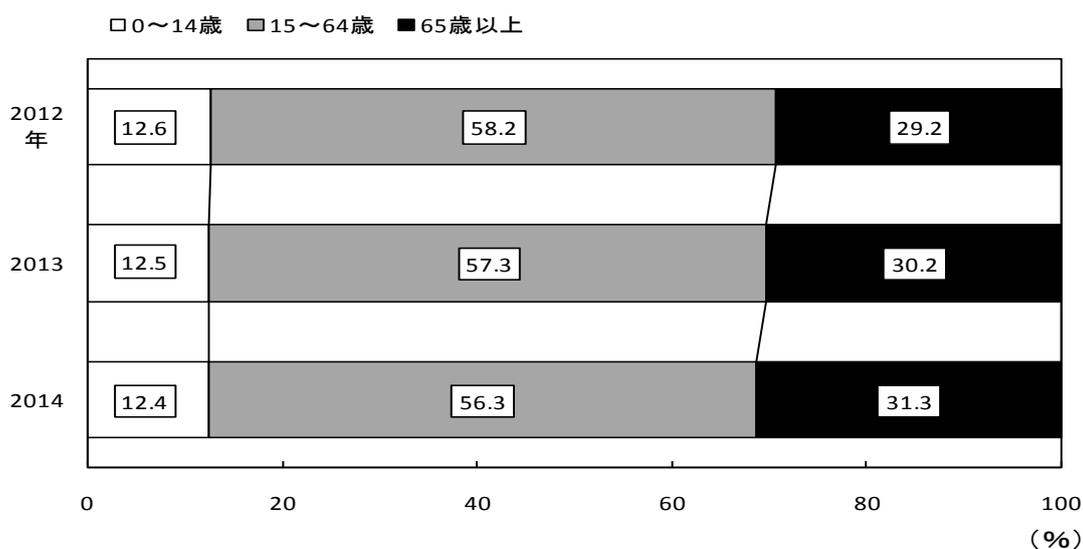


(注) 厚生労働省が公表している年金額改定に関する公表資料を基に、日本銀行下関支店で作成。

(注) 年金額（月額）は厚生労働省が設定するモデルケース。国民年金は、老齢基礎年金（満額）の1人分。厚生年金は、夫婦2人分の老齢基礎年金を含む標準的な年金額。夫が平均的収入（平均標準報酬36.0万円）で40年間就業し、妻がその期間全て専業主婦であった世帯が年金を受け取り始める場合の給付水準。なお、2015年1月の厚生労働省の公表では、平均標準報酬を42.8万円と設定しているため、2015年度の年金額については、2014年度の年金額に0.9%を乗じて算出した。

(出所) 厚生労働省

▽山口県における年齢構成比の推移



(出所) 山口県「市町年齢別推計人口」

山口県内の個人消費がこうした懸念材料を克服しながら回復基調を辿っていくためには、今後も、消費者を惹きつける新しい商品やサービスを提供していくことが欠かせない。同時に、各企業や店舗においては、消費者の購買意欲を引き出すための展示や専門的な商品説明などに工夫を凝らし、顧客満足度を向上させる取り組みが重要になると思われる。

県内関係者の取り組みが今後さらなる成果を上げることに期待したい。

以 上