

## 富山の個人消費：本当に良くないのか？

いよいよ2017年がスタートしました。昨年の富山県経済を振り返ると、需要項目ごとに多少の振れはあるにせよ、順調に回復を続けたと判断しています<sup>2</sup>。これは、「緩やかな回復基調を続けている」とされている日本経済全体の動きとも整合的です。

そうした中、このところ個人消費が良くないという声が聞かれています。同様の声は、県内だけでなく他の地域でも聞かれているようです。しかし、所得環境が明確に改善している中で、本当に個人消費は良くないのでしょうか。本稿ではいくつかの指標を基に本県の個人消費の状況を探ってみます。

—— なお、本県（及び石川県）については、北陸新幹線の開業による交流人口の増加もあって、2015年の県内消費総額（県外からの来訪者分を含む）が2014年対比で大幅に増加したと思われます。このため、2016年には前年対比で伸び率が鈍化（あるいは減少）したことで、県内の小売店等の消費に関する見方がより厳し目になっている可能性もあります。

### 1. 個人消費に関する指標：百貨店・スーパー売上高と新車登録台数

個人消費に関する指標は多々ありますが、報道等で頻繁に取り上げられ、私たちの目に触れる頻度が高いものとして、①百貨店およびスーパーの売上高、②新車登録台数があります。これらはいずれも「モノ」の販売に関するものですが、目に触れる機会が多く、かつ直感的に分かり易いため、個人消費に関するイメージの形成に相応の影響力があると考えられます<sup>3</sup>。

富山県の百貨店・スーパー売上高と新車登録台数（前年比）の推移は図表1、2の通りです。

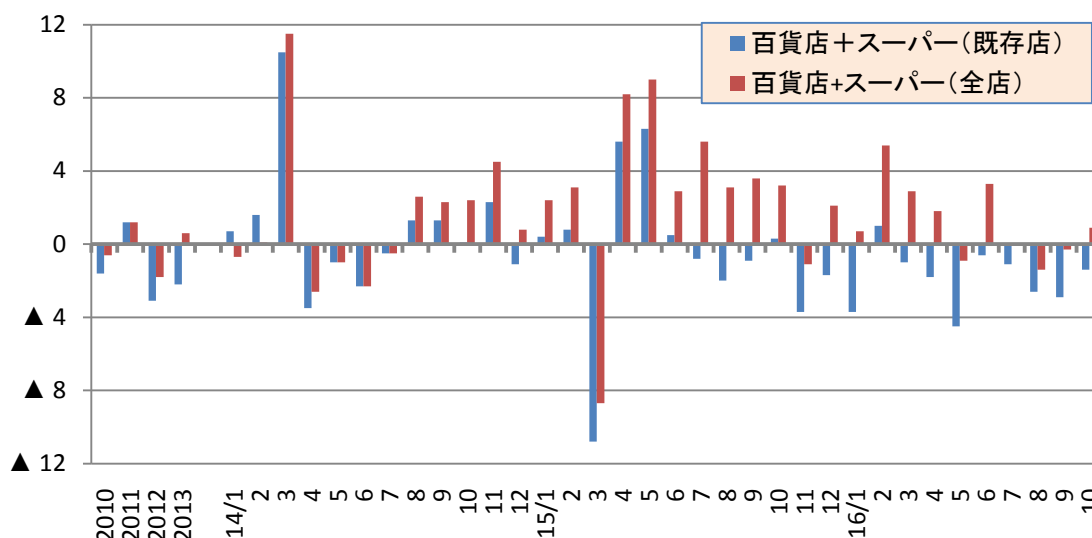
---

<sup>1</sup> 本稿で示された意見等は筆者に属し、必ずしも日本銀行の見解を反映するものではありません。

<sup>2</sup> 詳しくは、弊事務所のHPで四半期ごとに公表している「富山県金融経済クォーターリー」をご参照下さい ([http://www3.boj.or.jp/toyama/t\\_kuo1.htm](http://www3.boj.or.jp/toyama/t_kuo1.htm))。

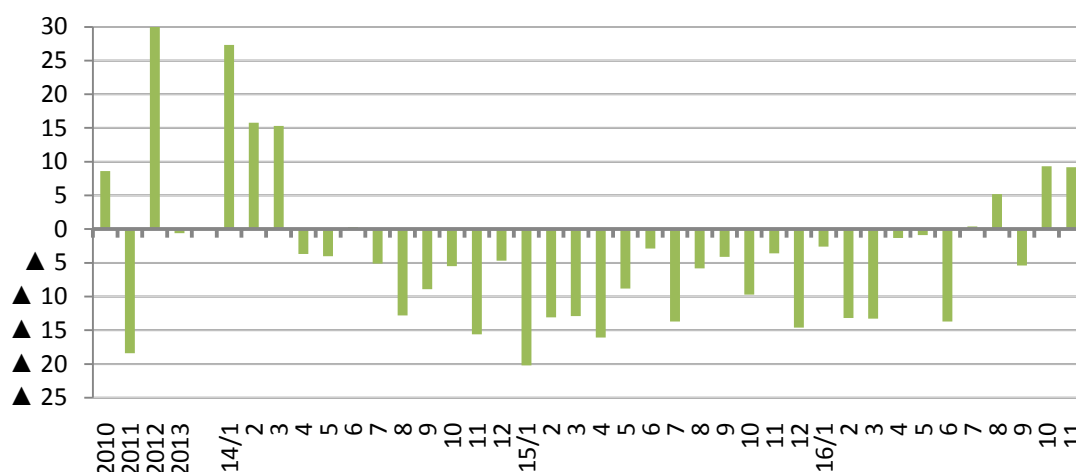
<sup>3</sup> なお、いずれも法人向け販売が一部含まれているほか、百貨店等の売上げには、外食等のサービス消費も一部含まれています。ただ、それらが全体に占めるウエイトはさほど大きくないと思われるため、本稿では特段考慮していません。

(図表 1) 県内百貨店・スーパー売上高の推移 (前年比、%)



(出所) 富山県「経済情勢報告」、中部経済産業局

(図表 2) 県内新車登録台数 (含む軽自動車) の推移 (前年比、%)



(出所) 富山県「経済情勢報告」、自動車販売協会

図表 1、2 を見る限り、やはり消費はあまり思わしくないように見えます。百貨店・スーパーの売上高 (図表 1) は、既存店ベースだけでなく、スーパーを中心に店舗数が増えている全店ベースで見ても前年割れとなっている月が多いですし、軽自動車を含む新車登録台数 (図表 2) についても、足許の数か月を除けば 2014 年の春以降、ほぼ一貫して前年を下回っています<sup>4</sup>。

<sup>4</sup> 県内の百貨店・スーパー売上高には、大型ショッピングセンター内の専門店やアウトレットの計数が反映されていないため、データに一定の下方バイアスがある点や、新車登録台数への軽自動車税引き上げ (2015 年 4 月) の影響等については、2015 年 12 月の所長のメ

— なお、新車登録台数については、一部メーカーの燃費不正問題を受けて、一定期間販売を停止した車種があったほか、4月の熊本地震等の影響で生産が滞る等、供給側の要因で伸び悩んだ側面もあります。

しかしながら、これらのよく見る指標は、主にモノの消費の一部を示すに過ぎず、個人消費全体の動向を判断するにはカバレッジが十分でない点に留意する必要があります。自らの消費行動を考えても、百貨店よりもコンビニエンスストアでモノを買う頻度の方が高いですし、ネット通販で書籍等を購入することもあります。また、外食、交通、通信、水道・電気・ガス、たまに出かけてゆっくりする温泉旅館への宿泊、風邪を引いた際の病院での診察料等々、サービスにも結構な額を消費しています。これらは上記の指標には含まれていません。したがって、これらの良く見る指標のみによって消費の全体を語るのはかなり無理があります<sup>5</sup>。

## 2. 消費活動指数でみる消費動向

実のところ、個人消費の全体像をタイムリーに掴むことが出来る指標はあまりありませんでした。よく取り上げられるのは、サンプル調査によって需要サイド（消費者）側の消費額を集計する家計調査（総務省）ですが、これについてもサンプル数の少なさや偏りが指摘されてきたところです。

こうした事情を踏まえ、日本銀行は、昨年5月より「消費活動指数」の作成・公表を始めました<sup>6</sup>。これは、モノ・サービス等の提供者の業界団体等のデータ（財・サービスの供給サイドのデータ）を利用することで、タイムリーにカバレッジの大きいデータを作成し、データユーザーに提供するものです。残念ながら今のところ都道府県別データは作成されておりませんが、本県の個人消費が全国的な動きとそれほど大きく乖離しているとは考え難いため、本県の個人消費の全体像を掴む意味で、同指数の動きを確認してみます。

---

メッセージ「富山の個人消費を見る視点」(<http://www3.boj.or.jp/toyama/pdf/mes1512.pdf>)をご参照下さい。

<sup>5</sup> コンビニエンスストアやドラッグストア等の売上高のデータも公表されており、これらを合わせて見ていくこともできますが、パーツを個々に見ていくというやり方の下でパーツを増やすに過ぎず、全体が見えないという意味では大きな差はないと言えます。

<sup>6</sup> 消費活動指数の詳細については、以下の日本銀行調査論文をご参照下さい。

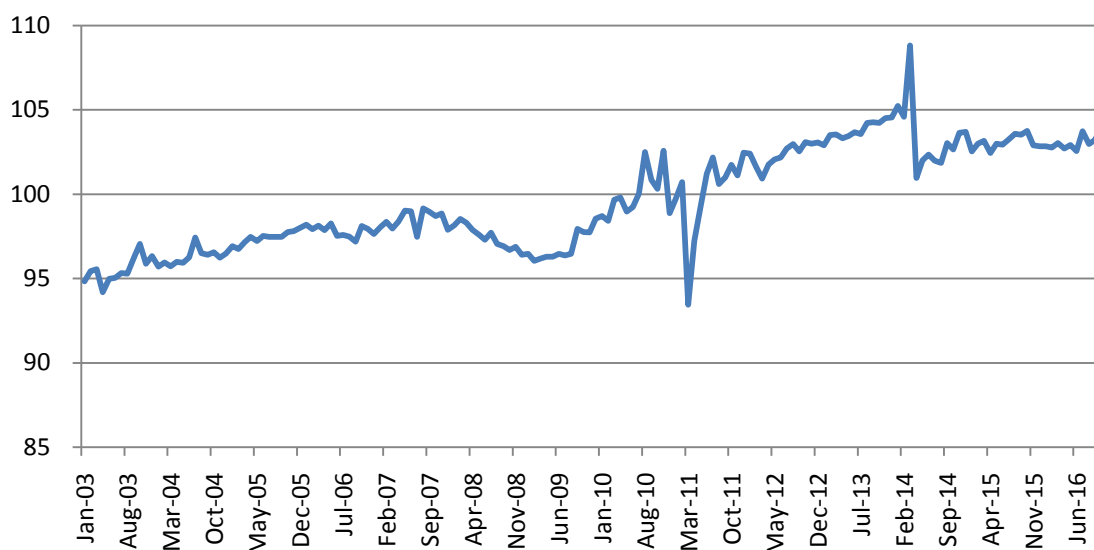
①中村・河田・田中・植前「消費活動指数について」（2016年5月）

([https://www.boj.or.jp/research/brp/ron\\_2016/data/ron160502a.pdf](https://www.boj.or.jp/research/brp/ron_2016/data/ron160502a.pdf))、

②中村・三浦・丸山「消費活動指数の公表内容の拡充と見直しについて」（2016年10月）

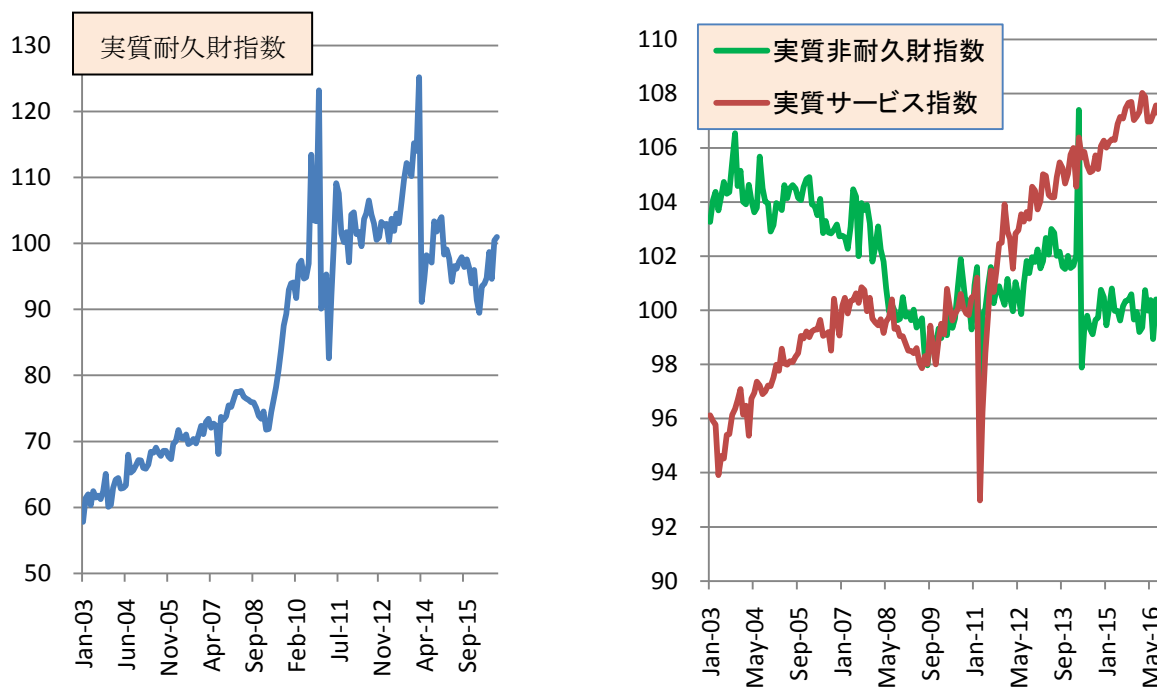
([https://www.boj.or.jp/research/brp/ron\\_2016/data/ron161007a.pdf](https://www.boj.or.jp/research/brp/ron_2016/data/ron161007a.pdf))。

(図表 3) 消費活動指数 (実質、季節調整済、2010=100) の推移



(図表 3) を見ると、全体の消費は、2014 年 4 月の消費税率引上げ (5%→8%) の前後で駆け込み需要と反動減から大きく振れた後、総じてみれば横ばいしないし微増と底堅く推移していることが分かります。これをさらに耐久財 (指数全体に占めるウェイト 10.8%)、非耐久財 (同 40.1%)、サービス (同 49.1%) に分解してみると以下の通りです。

(図表 4) 消費活動指数における形態別消費 (実質、季節調整済、2010=100)



(出所) 図表 3、4 ともに日本銀行

(図表4)をみると、①耐久財の消費はこのところ確かに今一つ(ただし、ウエイトは1割程度)であるほか、②4割を占める非耐久財もあまり良くなく、消費税率引上げ後は、ほぼ横ばいとなっています。したがって、モノの消費については、足許やはり今一つ冴えないと言えそうです。一方、③全体の5割を占めるサービス消費は、かなり順調に伸びていることが分かります。

こうした状況の背景および先行きの展望は以下の通りです。

### (1) 耐久財

- このところの不冴えは、リーマンショック後の需要喚起策として行われた各種施策(エコカー減税・補助金、家電を対象としたエコポイント等)や、2014年4月の消費税率引上げ前の駆け込みにより、需要が先食いされてしまったことが原因と考えられます。家電や自動車のような耐久財は何年も使えますので、こうした時期に購入したモノの買換え時期がまだ到来していない可能性があります。
- ただ、リーマンショックから今年で既に9年経ちますので、目先1~2年以内には買換え需要が出てくることが期待されます。

### (2) 非耐久財

- こちらは、原油市況の下落を映じたガソリン価格等の下落の影響が大きいほか、昨年秋以降については、天候要因(台風、長雨など)に伴う衣料品の不調を反映していると考えられます。
- こちらも、天候要因は一時的ですし、原油市況も底を打って反転しつつありますので、先行きは上向いていくことが期待できます。

### (3) サービス

- 好調なサービス消費を牽引しているのは、①スマートフォン等に関連した通信サービス、②高齢化の進展に伴う、医療・介護サービスとされています。
- スマホは日常生活にますます欠かせなくなっており、格安スマホの登場等で多少の振れはあるかもしれませんが、今後も通信サービスに関する消費が大きく減ることは考え難いと思います。また、医療・介護サービスに関する消費は、先行き高齢化が更に進むことを考えれば、着実に増えていくと考えられます。

前述の通り、都道府県別の消費動向指数は作成・公表されておりませんが、本県についても、上に見た消費に関する事情はほぼそのまま当てはまると思われる。都市部に比べて高齢化の進展が早いことを考えれば、サービス消費(医

療・介護)の増加傾向は、全国ベースよりむしろ強い可能性もあります。

— なお、モノの消費に関する都道府県別のデータは、各種販売統計等が相応にありますが、サービス消費については、個人的にはかなり不足していると感じています。消費活動指数においてサービスのウエイトがほぼ50%となるなど、サービス経済化が大きく進む中で、サービス消費に関する政策・分析ニーズも高まっており、データの拡充が望まれます。

これまで見てきたことから考えると、本県の個人消費の実態は、百貨店売上高等の比較的良好に目にする指標から受ける印象よりもかなり強い(少なくとも弱くはない)と考えてよいのではないのでしょうか。また、先行きの個人消費は、耐久財の買い替え時期の到来、原油価格の底打ち、サービス消費の堅調な伸びといったところから見て、さらに増加していく可能性が高いと思います。もちろん、そのためには足許の雇用環境を反映した確りとした賃金の上昇、雇用者所得の拡大が続いていくことが前提となるのは言うまでもありません。

以 上