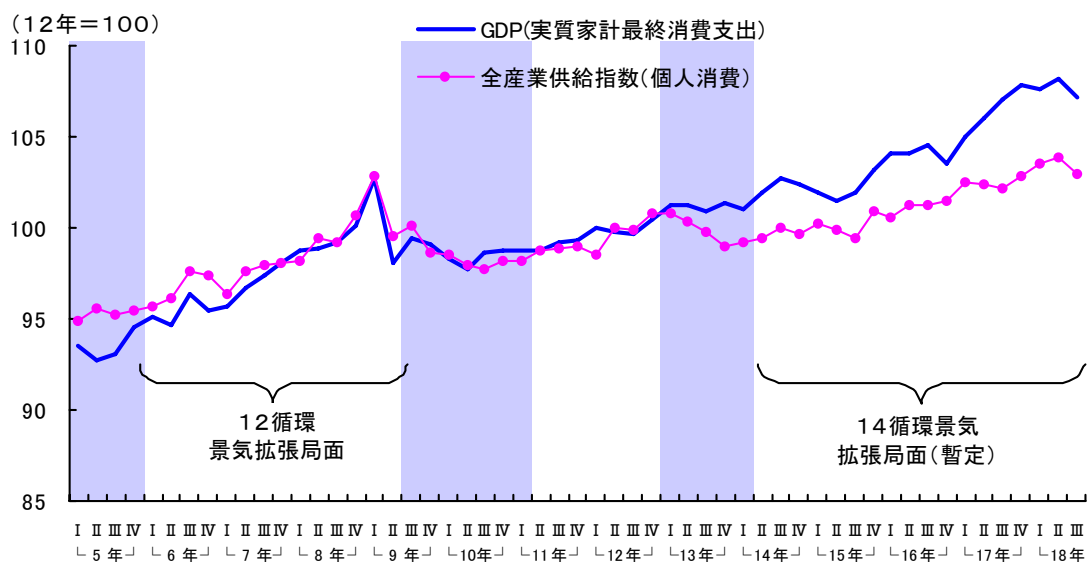


【耐久消費財と家計の消費支出の動向】

家計(個人)の消費支出は、国内総生産の約6割を占めており、景気の動向をみる上で重要である。GDP(国内総生産)の実質家計最終消費支出^{注1)}で最近の消費支出をみると、緩やかな増加が続いているが、足下では伸びが鈍化しているといわれている(第Ⅱ-1-12図)。

そこで本稿では、いざなぎ景気を超えると言われている今回の景気拡張局面(暫定)と12循環の景気拡張局面とを供給側の統計データ等を用いて比較し、その違いなどをみると共に、消費支出と供給側の統計データ(財・サービス、品目別)との関係から、先行、一致、遅行の系列に分類し、消費関連指標と照らし合わせながら、その関連性について考察する。

第Ⅱ-1-12図 GDPの実質家計最終消費支出と
全産業供給指数の個人消費向け供給指数の推移(季節調整済)



(注) 14循環の景気拡張局面(暫定)は、18年7～9月期までとした。

資料:「国民経済計算」(内閣府)、「全産業供給指数」

(1) 12循環景気拡張局面との比較による今回の景気拡張局面の特徴

個人消費の動向を、鉱工業部門からの個人消費向け財供給(出荷)^{注2)}でみると、今回の景気拡張局面(暫定)は、15年7～9月期に一時低下したものの、14年4～6月期から18年7～9月期までおおむね上昇しており、この期間における年平均上昇率は0.9%となっている。財別では、非耐久消費財は教養・娯楽用、被服・履き物などの減少

注1) 本稿では、GDPの実質家計最終消費支出は、持ち家の帰属家賃を除いたものを用いている。

注2) 鉱工業出荷指数と貿易統計(輸出入)から算出したもので、鉱工業総供給指数の消費財出荷(国内向け)に当たり、全産業供給指数(生産された財(もの)、サービスがどの最終需要向けに出荷されたかを把握できる指標)における個人消費向けの財に該当する。

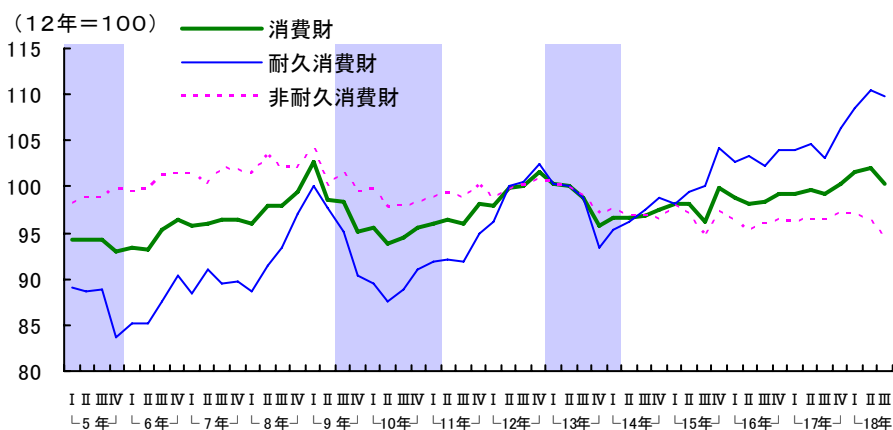
により同▲0.6%低下しているが、他方、耐久消費財は教養・娯楽用の同 7.5%増加に加え、冷暖房用や乗用車・二輪車も増加したことにより同 3.3%と大幅な増加となっている。消費財(前年同期比)を財別の伸び率寄与度でも、耐久消費財は非耐久消費財に比べて上昇寄与が大きく、消費財全体を押し上げていることがみてとれる。

この結果を12循環拡張局面時と比べてみると、12循環拡張局面は、非耐久消費財よりも耐久消費財が増加に寄与しており、用途別では、教養・娯楽用、冷暖房用や乗用車・二輪車などの増加がみられることから、両局面は、上昇率に違いはあるものの、用途別で上昇に寄与しているものは同様であった。年平均上昇率をみると、12循環拡張局面は年平均上昇率 1.7%で、前年同期比ベースで上昇が6年7～9月期から13期続いた(連続していない低下を含む。)が、他方、今回の景気拡張局面(暫定)は、年平均上昇率が 0.9%と12循環拡張局面より▲0.8%ポイント低く、既に上昇が14年10～12月期から16期続いている(連続していない低下を含む。)ことから、今回の景気拡張局面(暫定)は、12循環拡張局面に比べて伸び率は小幅であるものの長期に亘って上昇を続けていることがみてとれる(第Ⅱ-1-13図、14図、第Ⅱ-1-5表)。

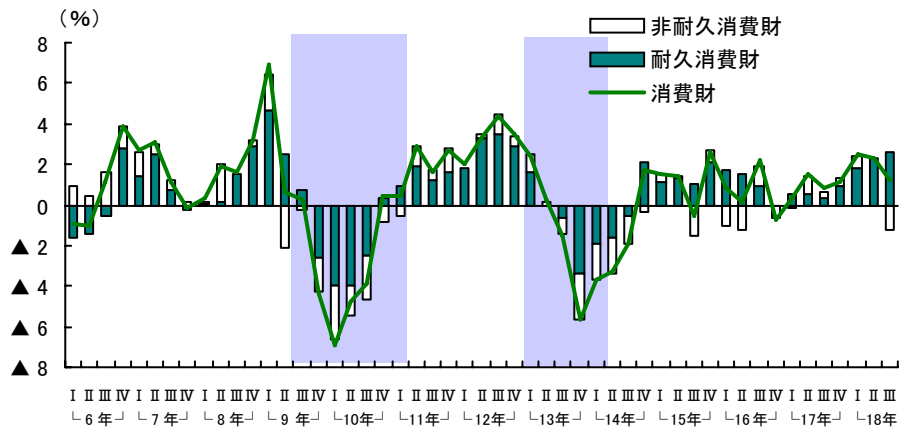
なお、両局面の年平均上昇率と上昇期間から算出した期間内総変化率は、12循環拡張局面時の 5.8%増に比べて、今回の景気拡張局面は 3.6%増にとどまっている。

第Ⅱ-1-13図 個人消費向け財別供給の推移

①推移(季節調整済)



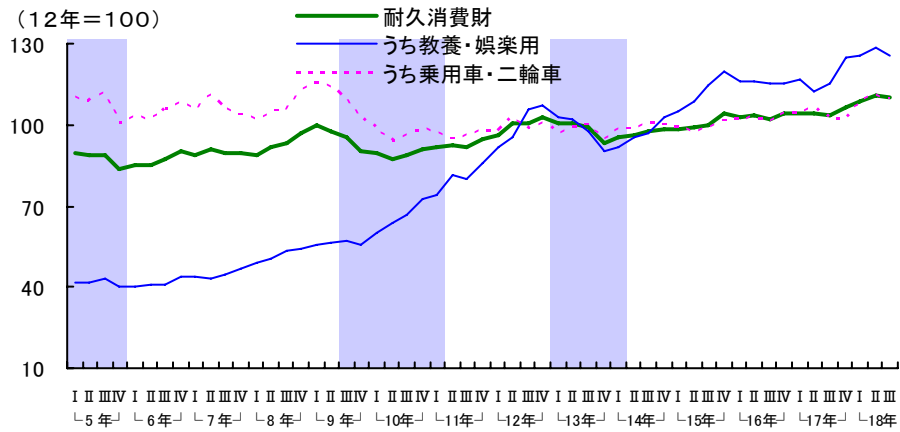
②前年同期比と伸び率寄与度



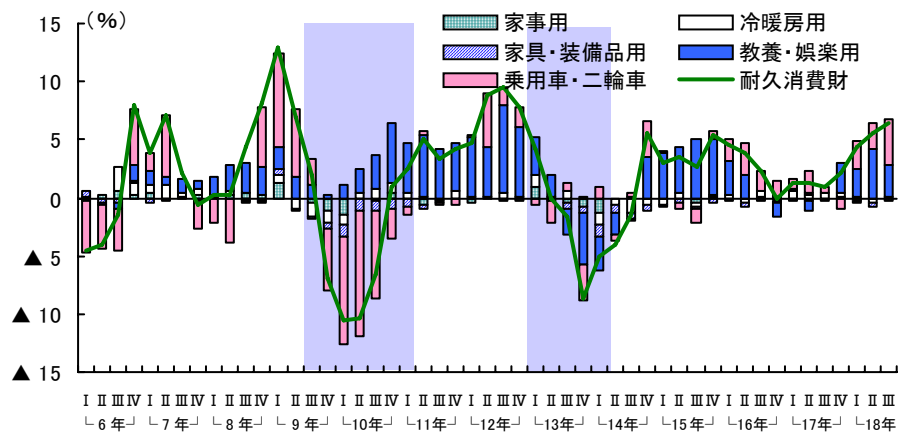
資料:「鉱工業総供給表」(試算値)

第Ⅱ-1-14図 個人消費向け耐久消費財供給の推移

①推移(季節調整済)



②前年同期比と伸び率寄与度



資料:「鉱工業総供給表」(試算値)

第Ⅱ-1-5表 個人消費(財別)の年平均上昇率(%)

	消費財							非耐久消費財				
	消費財	耐久消費財	家事用	冷暖房用	家具・ 装備品用	教養・ 娯楽用	乗用車・ 二輪車	家事用	教養・ 娯楽用	被服・ 履き物	飲食料品	
6年Ⅰ～18年Ⅲ	0.6	2.3	▲0.7	5.0	▲3.6	9.8	0.8	▲0.4	1.1	▲1.3	▲2.5	▲0.0
12循環拡張	1.7	4.6	2.0	7.1	▲0.9	10.8	3.7	0.1	2.8	▲0.2	▲2.1	▲0.0
14循環拡張	0.9	3.3	▲0.4	4.3	▲3.0	7.5	2.4	▲0.6	0.8	▲2.2	▲1.6	▲0.2

(注) 1. 期間「6年Ⅰ～18年Ⅲ」は、6年1～3月期から18年7～9月期までを、期間「12循環拡張」は6年1～3月期から9年4～6月期までの12循環景気拡張局面を、また、期間「14循環拡張」は14年4～6月期から18年7～9月期までの14循環景気拡張局面(暫定)を表している。

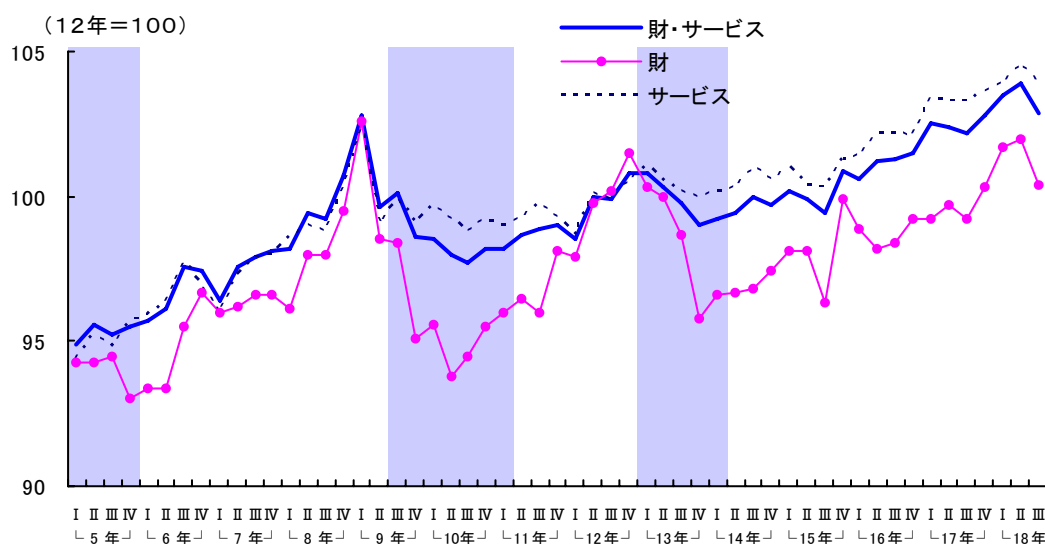
2. 年平均上昇率は、景気拡張局面の最初と最後の指数値から幾何平均で算出したものではない。指数の推移を加味するため、まず季節調整済指数の前期比を算出し、期間ごとに算術平均をとった後、年平均上昇率に換算して求めている(第Ⅱ-1-6表も同様)。

資料:「鉱工業総供給表」(試算値)

次に、第3次産業部門からの個人消費向けサービス供給^{注)}をみると、今回の景気拡張局面では、14年4～6月期から18年7～9月期までの年平均上昇率は0.8%で、消費財とほぼ同じ変化率で上昇している。また、財を加えた全産業供給指数の個人消費向けの供給は、同0.8%の上昇となっている。

これを12循環拡張局面時と比較すると、12循環拡張局面におけるサービス供給は年平均上昇率1.0%で、14循環景気拡張局面とほぼ同じであるが、他方、財供給は同1.7%と14循環拡張局面より高くなっており、産業全体の個人向け財・サービス供給は、14循環拡張局面が12循環拡張局面に比べて同▲0.4%ポイント低く、緩やかな上昇にとどまっていることがみてとれる(第Ⅱ-1-15図、第Ⅱ-1-6表)。

第Ⅱ-1-15図 個人消費向け財・サービスの推移(季節調整済)



資料:「全産業供給指数」(試算値)

注) 第3次産業活動指数と国際収支表から算出した第3次総供給表を基に、産業連関表を用いて再集計したもので、全産業供給指数における個人消費向けのサービスに該当する。

第Ⅱ－1－6表 個人消費の年平均上昇率(%)

	個人消費	財	サービス
6年Ⅰ～18年Ⅲ	0.6	0.6	0.7
12循環景気拡張局面	1.2	1.7	1.0
14循環景気拡張局面	0.8	0.9	0.8

資料:「全産業供給指数」(試算値)

(2) 先行、一致、遅行の各系列からみた最近の個人消費の特徴

GDP の実質家計最終消費支出から個人消費の推移をみると、第Ⅱ－1－12図(前出)のとおり10年以降上昇傾向で推移しており、18年7～9月期は 107.1(12年=100)と、12年基準で最高値であった前期より下がったものの依然高い水準にある。そこで、ここでは、GDP の実質家計最終消費支出と、供給側統計の個人消費向け供給指数(出荷段階、品目ベース)との時差相関係数を使い、この指数を分類分けすることによって、最近の個人消費支出との関係についてその特徴をみた。

具体的には、鉱工業部門や第3次産業部門からの個人消費向け供給指数と、GDP の実質家計最終消費支出との時差相関(計測期間:11年1～3月期から18年7～9月期まで)を算出し、個人消費の品目を先行、一致、遅行^{注)}の3系列に分類した。

なお、計測期間は、14循環拡張局面の14年4～6月期以降ではデータ数が少なくなること、12循環拡張局面の6年1～3月期以降では12年基準改定における新規採用品目の動向が加味されなくなることから、全産業供給指数の12年基準のデータ整備期間である10年1～3月期から18年7～9月期のデータを用いることとした。また、時差相関は、個人消費向け総供給指数、GDPの実質家計最終消費支出ともに、トレンドと季節変動を除去するため、原指数の前年同期比の値を用いた。さらに、最も相関係数が大きい期間をその品目のラグとし、ラグが▲4期～▲2期を先行系列、▲1期～1期を一致系列、2期～4期を遅行系列とした。

品目別の時差相関で分類した結果、消費財は、先行系列が普通乗用車、携帯電話、パーソナルコンピュータなどの 34 品目、一致系列が小型乗用車、軽乗用車、木製たんす・ドレッサー・棚・机・テーブルなどの 46 品目、遅行系列が、カラーテレビ、石油ストーブ、カーナビゲーションなどの 31 品目となった。また、サービスは、先行系列が医療業、学校教育、織物・衣服・身の回り品小売業などの 48 品目、一致系列が住宅賃貸業、食堂、レストラン、生命保険業などの 76 品目、遅行系列が飲食料品小売業、その他の小売業、簡易保険事業などの 42 品目となった(第Ⅱ－1－7表)。

注)時差相関は、GDP の実質家計最終消費支出を固定し、個人消費の品目別指数を前4期と後ろ4期に1期ずつ移動させて算出した。

第Ⅱ－１－７表 個人消費向け財・サービス供給指数と
GDPの実質家計最終消費支出との時差相関による系列分類

①先行、一致、遅行系列の品目数とウエイト

	個人消費向け供給指数		先行系列		一致系列		遅行系列	
	品目数	ウエイト	品目数	ウエイト	品目数	ウエイト	品目数	ウエイト
消費財	111	7,399.4	34	2,725.4	46	3,164.5	31	1,509.5
耐久消費財	41	2,879.1	15	1,616.7	16	1,054.2	10	208.2
非耐久消費財	70	4,520.3	19	1,108.7	30	2,110.3	21	1,301.3
サービス	166	21,995.8	48	5,072.1	76	12,300.4	42	4,623.3
合計	277	29,395.2	82	7,797.5	122	15,464.9	73	6,132.8

②先行、一致、遅行系列の主な品目(ウエイトの上位5品目)

		先行系列	一致系列	遅行系列
消費財	耐久	普通乗用車 携帯電話 パーソナルコンピュータ セパレート形エアコン ビデオカメラ	小型乗用車 軽乗用車 木製たんす・ドレッサー・棚・机・テーブル 電気冷蔵庫 35mmカメラ	カラーテレビ 石油ストーブ カーナビゲーション ガス湯沸器 一般用白熱灯器具
	非耐久	織物製外衣 コーヒー・茶系飲料 ニット製外衣 皮膚用化粧品 麺	医薬品 ガソリン ビール 菓子・調理パン 牛乳	たばこ 頭髪用化粧品 仕上用化粧品 衛生用紙 清酒
サービス	医療業 学校教育 織物・衣服・身の回り品小売業 一般貨物自動車運送業 鉄道旅客運送業	住宅賃貸業 食堂、レストラン 生命保険業 電気業 遊戯場	飲食料品小売業 その他の小売業 簡易保険事業 移動電気通信業 社会福祉	

(注)1. 先行系列は、個人消費向け供給指数が GDP の実質家計最終消費支出より2期から4期先行している品目を、一致系列は、同様に1期先行から1期遅行している品目を、遅行系列は同様に2期から4期遅行している品目とした。

2. 計測期間は、11年1～3月期から18年7～9月期までとした。ただし、18年7～9月期の値は、7月と8月の平均値を用いた。

資料:「国民経済計算」(内閣府)、「全産業供給指数」(試算値)

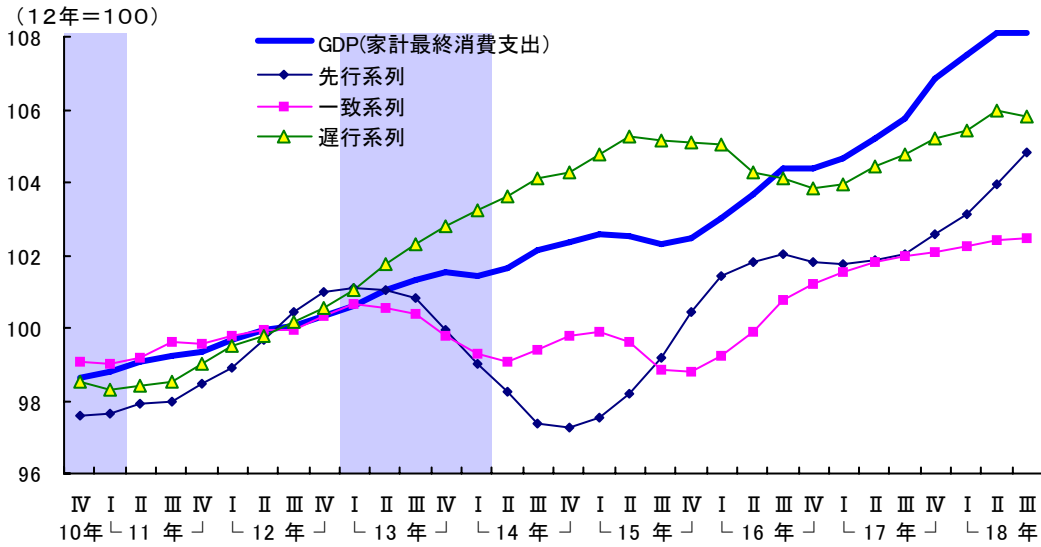
個人消費向け供給指数の系列別指数は、先行、一致、遅行に分類された各品目の原指数を系列ごとにウエイト^{注)}を用いて加重平均し、作成した。

各系列の推移をみると、今回の景気拡張局面では各系列ともおおむね上昇傾向で推移しており、各系列が上昇に転じる前の底の時期は、先行系列が14年10～12月期、一致系列が15年10～12月期、遅行系列が16年10～12月期と、先行、一致、遅行の順になっている。さらに、個人消費向け財・サービス供給の伸び率を各系列で要因分解すると、系列別に上昇に寄与している時期が異なっている(第Ⅱ－１－16図)。

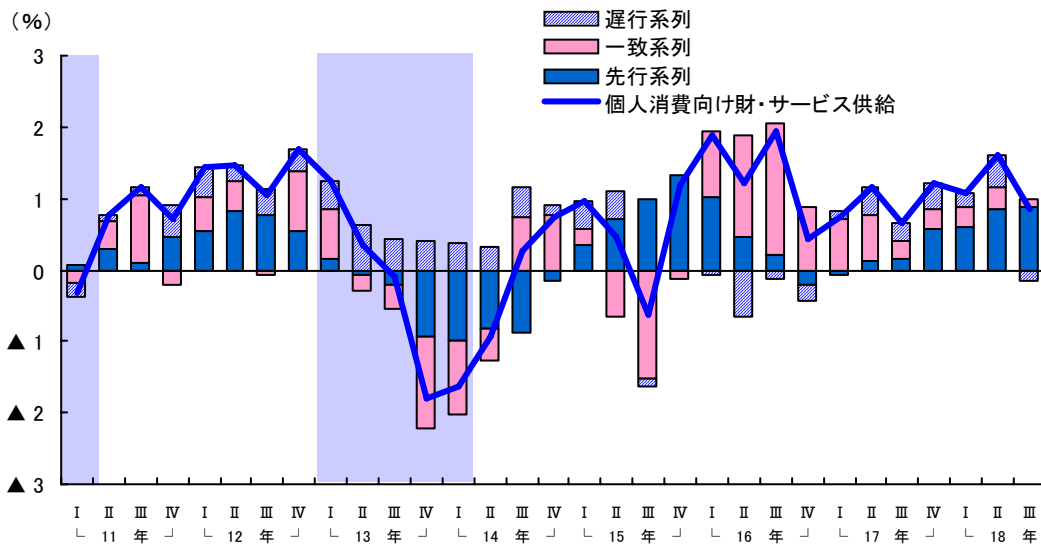
注)ウエイトは、消費財が鉱工業総供給表の作成で用いた12年の国内向け出荷額を、サービスは、全産業供給指数の作成で用いた平成12年産業連関表の需要項目別産出額構成比を基に作成している。

第Ⅱ-1-16図 個人消費向け財・サービス供給の
先行、一致、遅行系列(4期後方移動平均)

①推移



②要因分解(前期比)



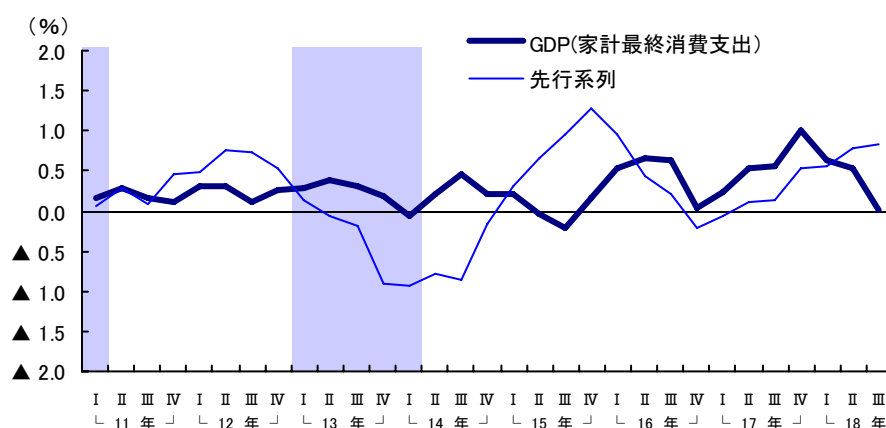
(参考)先行、一致、遅行の各系列とGDP実質家計最終消費支出の前期比を用いた時差相関

	先行系列	一致系列	遅行系列
▲4期	0.416	▲ 0.112	▲ 0.314
▲3期	0.345	▲ 0.244	▲ 0.335
▲2期	0.249	▲ 0.083	▲ 0.261
▲1期	0.165	0.355	▲ 0.337
一致	▲ 0.012	0.713	▲ 0.162
1期	▲ 0.157	0.471	▲ 0.189
2期	▲ 0.160	0.038	▲ 0.032
3期	▲ 0.089	▲ 0.190	0.369
4期	▲ 0.007	▲ 0.321	0.251

資料:「国民経済計算」(内閣府)、「全産業供給指数」(試算値)

3系列のうち、先行系列(4期後方移動平均)の前期比をみると、15年1～3月期以降おおむねプラスで推移しており、足下の18年4～6月期と7～9月期の伸び率は高い水準にある(第Ⅱ-1-17図)。

第Ⅱ-1-17図 先行系列とGDP(実質家計最終消費支出)の比較(4期後方移動平均の前期比)



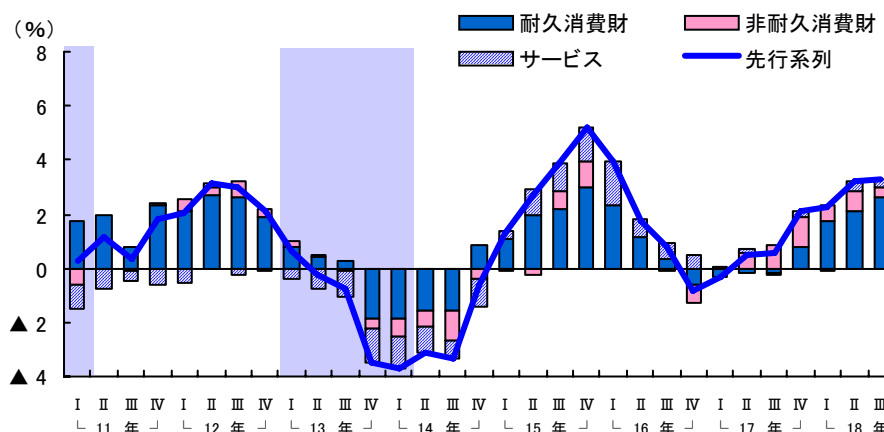
資料:「国民経済計算」(内閣府)、「全産業供給指数」(試算値)

また、先行系列を前年同期比でみると、今回の景気拡張局面では15年10～12月期と18年7～9月期を頂点とする2つの波がみられる。これを財・サービスで要因分解してみると、伸び率への寄与はウエイトの6割以上を占めるサービスよりも耐久消費財によるところが大きい。これは、一致系列や遅行系列と比較しても、顕著である。

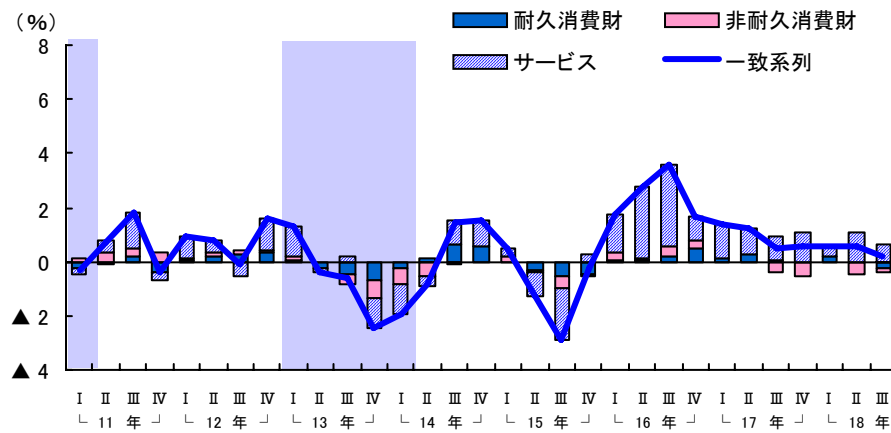
そこでさらに先行系列の耐久消費財についてその傾向をみてみる。先行系列に属する耐久消費財の系列は、14年4～6月期以降おおむね上昇に推移しており、これを用途別に要因分解してみると、教養娯楽用と乗用車・二輪車の寄与が大きい(第Ⅱ-1-18図、19図)。

第Ⅱ-1-18図 先行、一致、遅行系列の要因分解(前年同期比)

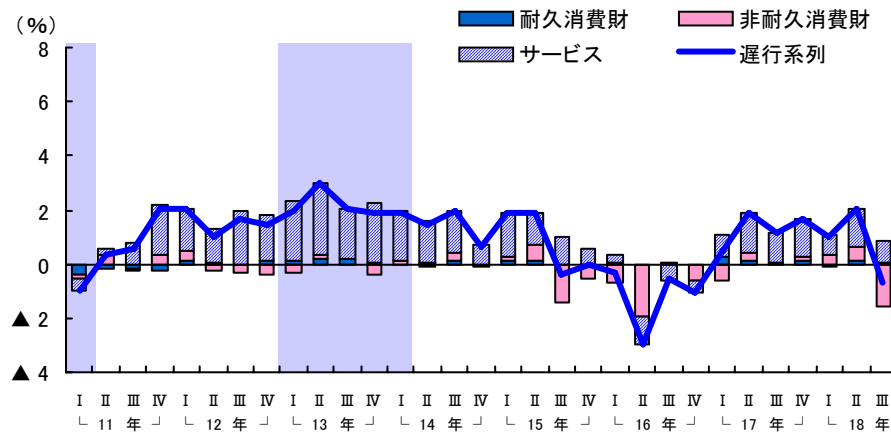
①先行系列



②一致系列

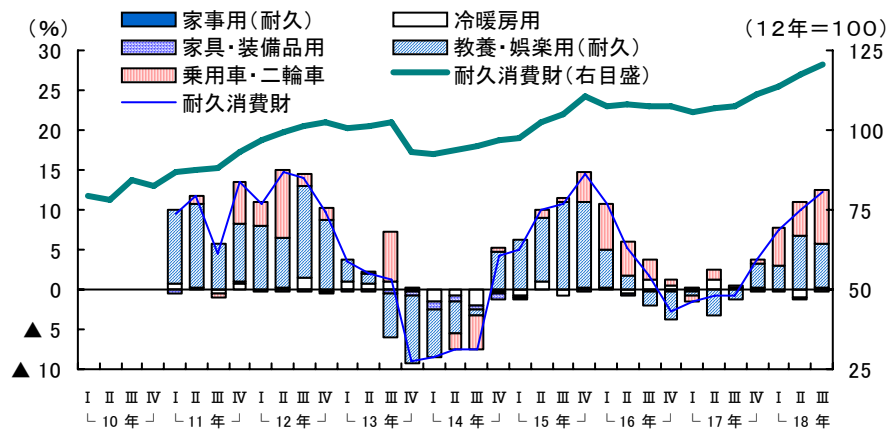


③遅行系列



資料:「国民経済計算」(内閣府)、「全産業供給指数」(試算値)

第Ⅱ-1-19図 先行系列(耐消費財)の用途別要因分解(前年同期比)



(注) 耐用消費財の推移の値は、X-12-ARIMA の X-11 デフォルトにより季節調整している。
資料:「国民経済計算」(内閣府)、「全産業供給指数」(試算値)

これらのことから、先行と分類された系列は、今回の景気拡張局面では教養・娯楽用や乗用車・二輪車などの耐久消費財の増加によって上昇しており、その上昇の時期は、15年頃の次に18年に現れているため、今後の個人消費向け財・サービスの供給が、15年頃と同様、一致系列、遅行系列と続くことを期待したい^{注)}。

注) 先行、一致、遅行系列は、(2)の冒頭で説明したように作成したものであり、計測期間に制約のあることや、各品目をGDP(実質家計最終消費支出)との時差相関係数によっていずれかの系列に区分けし、集約したものであることに留意する必要がある。

作成された各系列の前年同期比から、GDP(実質家計最終消費支出)の弾性値を単回帰分析によって試算すると、それぞれ次のとおりとなった。一致系列は統計的に有意な結果が得られたが、他方、先行系列や遅行系列は、弾性値が正の値となったもののあまり有意な結果が得られなかった。このため、この先行系列のみからGDP(実質家計最終消費支出)の動向を推測することには慎重を期すべきである。

先行、一致、遅行系列のGDP(実質家計最終消費支出)に対する弾性値

	先行系列	一致系列	遅行系列
弾性値	0.108	0.406	0.095
t値	1.181	3.588	0.630

(注) 回帰の期間は、11年1～3月期から18年7～9月期までとした。ただし、第Ⅱ-1-16図の参考で算出した系列別の時差相関から、先行系列は4期後方に、遅行系列は3期前方に移動させて、GDP(実質家計最終消費支出)の弾性値を測定した。

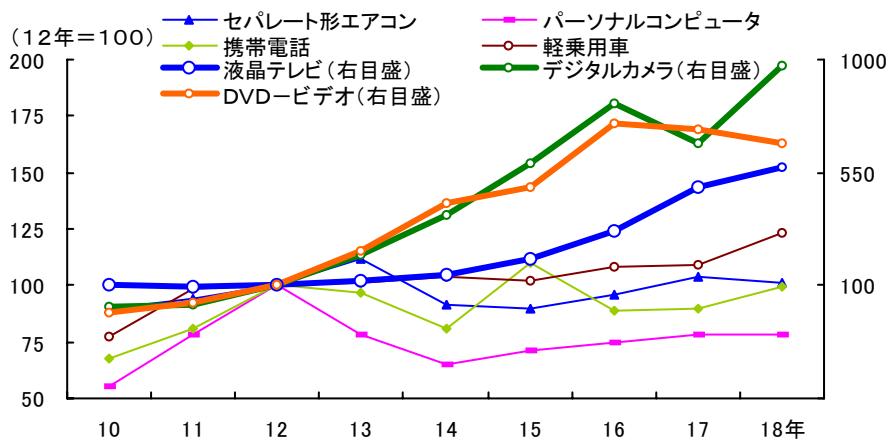
(3) 耐久消費財が個人消費をけん引しうる背景について

今回の景気拡張局面における個人消費は、耐久消費財が消費全体をけん引しており、加えて15年の調整局面以降の上昇はまず先行系列の耐久消費財が増加していることから、今回の景気拡張局面で耐久消費財が増加している背景について、消費関連指標をみることによって考察してみる。

1) 新製品、新技術、省エネと、魅力的な製品の市場展開

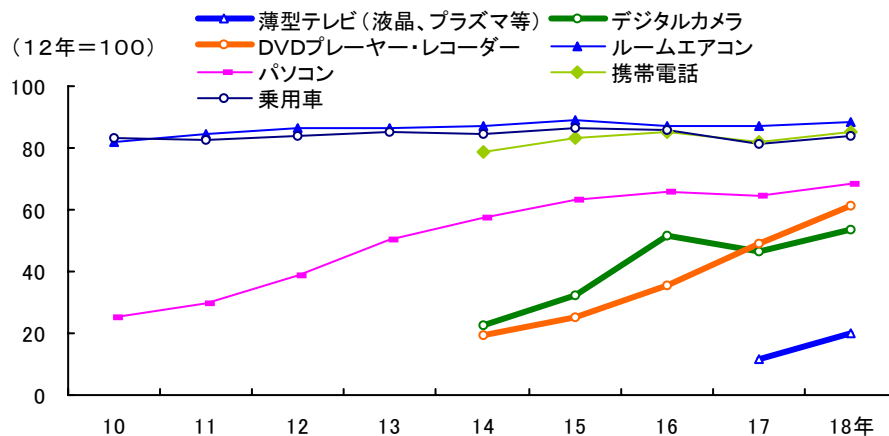
品目別の国内総供給(出荷)をみると、デジタルカメラ、DVD-ビデオ、液晶テレビなどいわゆるバブル期以降に新たに市場に投入された製品の出荷が大幅に増加しており、また、家庭の普及率も急速に拡大している。加えて、携帯電話やパーソナルコンピュータなど新機種の世界への投入もみられる(第Ⅱ-1-20図、21図)。

第Ⅱ-1-20図 主要耐久消費財(品目)の国内出荷の推移



(注) 18年の値は、季節調整済指数の1月から9月までの平均値を用いた。
資料:「鉱工業総供給表」(試算値)

第Ⅱ-1-21図 主要耐久消費財の普及率

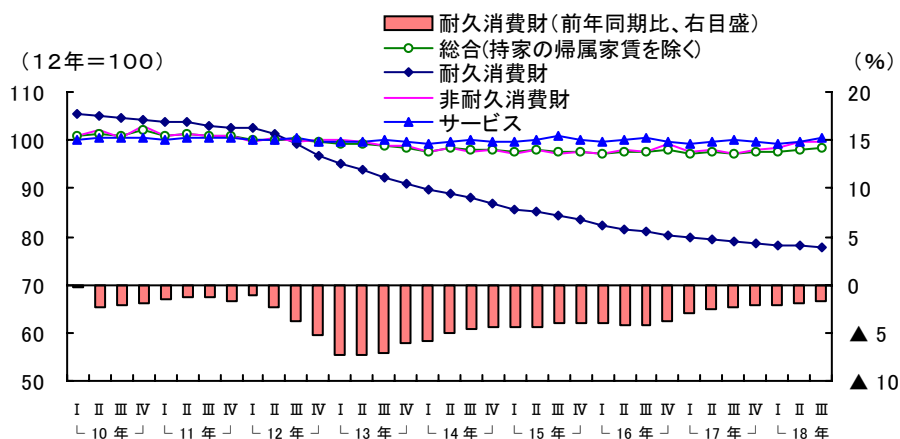


(注) 各年次は、3月時点である。
資料:「消費動向調査」(内閣府)

2) 継続的な物価の下落による割安感

消費者物価指数で、財・サービスの物価の推移を比較してみると、耐久消費財は、他の財・サービスに比べて大幅に低下しており、価格面で個人が購入しやすくなっていると考えられる(第Ⅱ-1-22図)。

第Ⅱ-1-22図 財・サービス別消費者物価指数の推移



資料:「消費者物価指数」(総務省)

3) 所得増減の影響は小さい

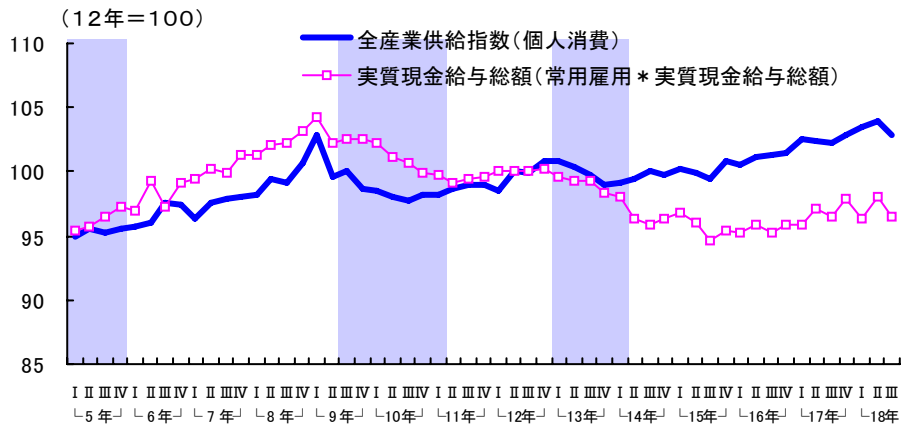
消費支出との関連が強いと言われている所得について、事業者の側から調査した実質現金給与総額(実質現金給与総額指数と常用雇用指数を乗じたもの)で見ると、現金給与総額は9年1~3月期を頂点におおむね低下が続いている。最近では15年7~9月期を底にやや持ち直しているものの、12年前の6年頃の水準にとどまっている。

また、16年年間回顧の記述でもみられるとおり、2000年代は、他の年代に比較して、所得の変化による消費行動の変動幅が小さくなっている。

ここで個人消費(財、サービス)の実質現金給与総額に対する弾性値を算出し、耐久消費財と所得との関係性をみてみると、耐久消費財の弾性値は 0.920 と他の財・サービスより高いが、他方、今回の景気拡張局面では同 0.233 と▲0.687 ポイント低下しており、またt値も低くなっていることから、所得との関連性が稀薄になっていると推測される。

このようなことから、最近の消費行動は、従来の所得要因が稀薄になる一方で、魅力的な割安感のある商品が増えているといった要因が強まって、耐久消費財の消費が増加している可能性がある(第Ⅱ-1-23図、第Ⅱ-1-8表)。

第Ⅱ－1－23図 個人消費と実質現金給与総額の推移(季節調整済)



(注) 実質現金給与総額は、実質現金給与総額指数(季節調整済)と常用雇用指数(季節調整済)を乗じたものを用いている。

資料:「毎月勤労統計調査」(厚生労働省)、「全産業供給指数」

第Ⅱ－1－8表 個人消費(財、サービス)の実質現金給与総額に対する弾性値

	個人消費	消費財	耐久消費財	非耐久消費財	サービス
11年1月～18年8月					
弾性値	0.310	0.631	0.920	0.458	0.212
t値	(4.612)	(3.385)	(3.042)	(3.008)	(4.015)
14年4月～18年8月(14循環景気拡張局面)					
弾性値	0.240	0.345	0.233	0.404	0.211
t値	(3.122)	(1.587)	(0.699)	(2.116)	(3.343)

(注) 1. 実質現金給与総額は、実質現金給与総額指数と常用雇用指数を乗じたものを用いている。

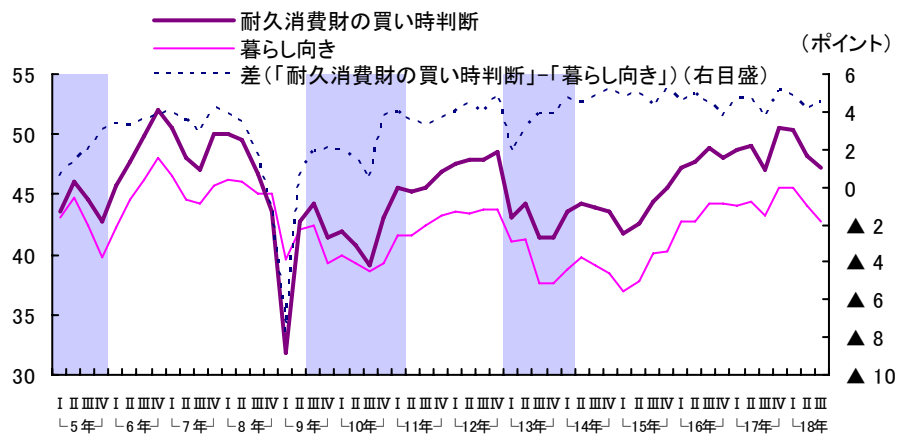
2. 弾性値は、実質現金給与総額と個人消費向け供給指数の各前年同月比を用いた単回帰分析から算出した。

資料:「毎月勤労統計調査」(厚生労働省)、「全産業供給指数」(試算値)

4) 高い水準にある消費者マインド

消費者マインドをみると、今後半年間で耐久消費財の買い時が現在よりもよくなると思う指数、暮らし向きの良くなると思う指数のいずれも15年1～3月期を底に急激に増加し、16年7～9月期以降はほぼ横ばいとなっている。直近の18年7～9月期は、14年4～6月期に比較して両マインドともに 3.0 ポイントの上昇幅で、依然高い水準にあり、また、耐久消費財の買い時が現在よりもよくなると思う指数は、暮らし向きの良くなると思う指数よりも 4.5 ポイントと依然高いことから、耐久消費財の購買意欲はもうしばらく継続するのではないかと推測される(第Ⅱ－1－24図)。

第Ⅱ-1-24図 消費者意識指標の比較(季節調整済)



(注) 1. 左軸の数値は、上向くほど良くなるという方向を示している。
 2. I、II、III、IVは、それぞれ3月、6月、9月、12月時点である。
 資料:「消費動向調査」(内閣府)

ここまでみてきたように、最近の家計消費支出は、足下では伸びが鈍化しているものの、所得が伸び悩むなかにあつて、緩やかな増加傾向にある。なかでも耐久消費財の国内需要が増加しているが、その背景としては、消費者にとって魅力的で割安感のある製品が投入されたことなどが考えられ、さらに、情報技術に係る国内の基盤整備の進展や利用家庭(層)の増加などにより、家庭でIT家電を受け入れる環境が整ってきたことが考えられる。

今後を目を向けると、個人消費の先行に分類された系列が15年頃の次に18年に増加していることに加えて、消費者マインド(今後半年間の買い時判断指標)も18年が依然高い水準であることなどから、耐久消費財の国内需要が当面増加することによって、消費支出全体がけん引される可能性があるのではないかと推測される。