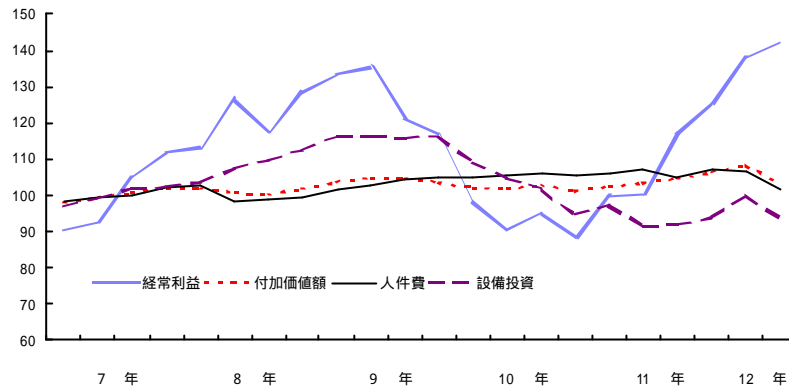
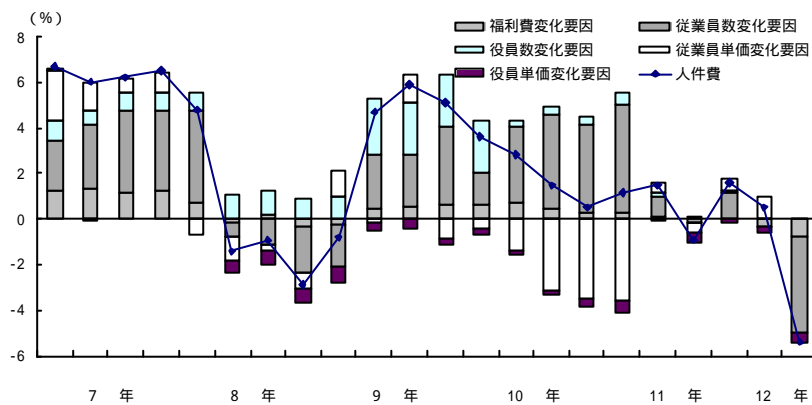


第 - 1 - 12図 経常利益、付加価値額、人件費及び設備投資の推移
(全産業、季節調整済、7年 = 100)



(注)付加価値額 = 経常利益 + 減価償却費 + 支払利息・割引料 + 人件費
資料：「法人企業統計季報」(大蔵省)

第 - 1 - 13図 人件費の要因分解 (前年同期比)



(注)人件費の要因分解は以下の方法により算出した。

$$Pe = Wel + Na \times Pa + Ns \times Ps \text{ より}$$

$$Pe = Wel + Na \times Pa + Na \times Pa + Ns \times Ps + Ns \times Ps$$

(福利費変化要因) (役員数変化要因) (役員単価変化要因)
(従業員数変化要因) (従業員単価変化要因)

Pe:人件費、Wel:福利費、Na:役員数、Pa:役員一人当たり給与、

Ns:従業員数、Ps:従業員一人当たり給与

なお、役員一人当たり給与及び従業員一人当たり給与については役員給与、従業員給与を役員数、従業員数にて除することにより算出した。

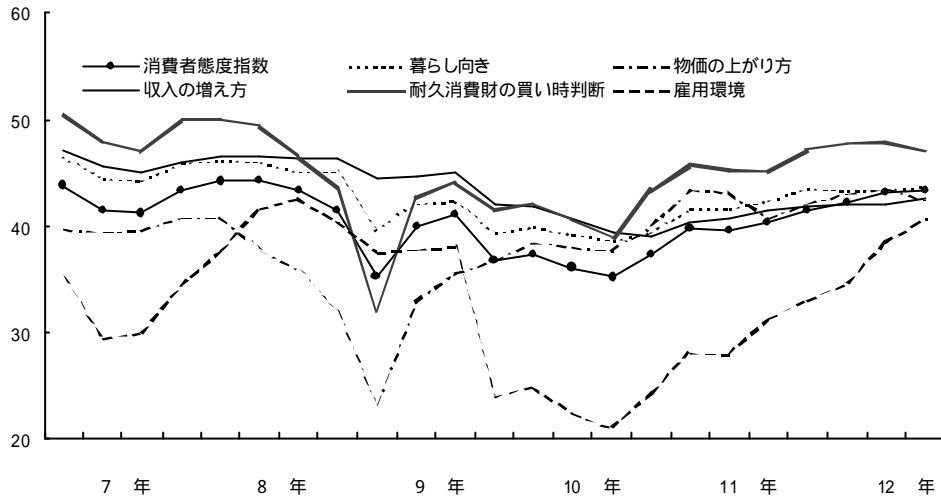
資料：「法人企業統計季報」(大蔵省)

(3) 消費者マインドの動向

今後半年間の消費者マインドの見通しを消費動向調査でみると、消費者態度指数は43.3% (前期差 0.2 ポイント)と5期連続で上昇した。各消費者意識指標をみると、「物価の上がり方」(同 1.0 ポイント)、「耐久消費財の買い時判断」(同 0.7 ポイント)に関する意識が悪化したものの、「雇用環境」(同 2.3 ポイント)、「収入の増え方」(同 0.5 ポイン

ト) 「暮らし向き」(同 0.3 ポイント)に関する意識が上昇した(第 - 1 - 14図)。

第 - 1 - 14図 消費者マインドの動向



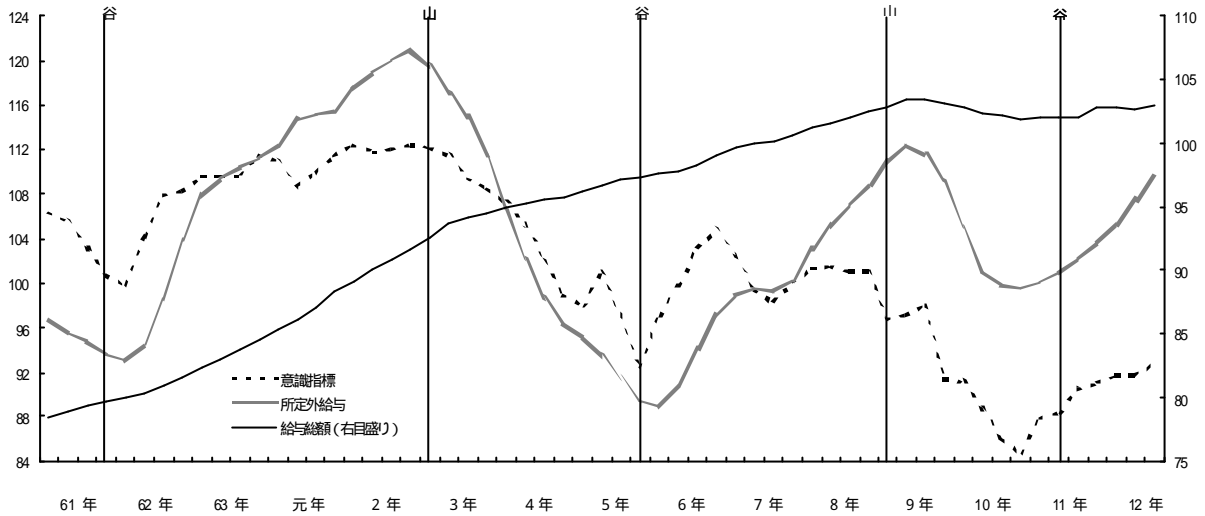
(注) 「物価の上がり方」の数値については上向きに物価が低くなるという方向を示し、「収入の増え方」の数値は上向きが大きくなるという方向、その他については上向きが良くなるという方向を示す。
資料：消費動向調査(経済企画庁)

「収入の増え方」に関する消費者意識指標は2期ぶりの上昇、「雇用環境」に関する消費者意識指標は5期連続の上昇と、消費の背景である所得、雇用についての意識指標は上昇傾向にある。ここで、これらの意識指標と実測の統計指標とを比較する。

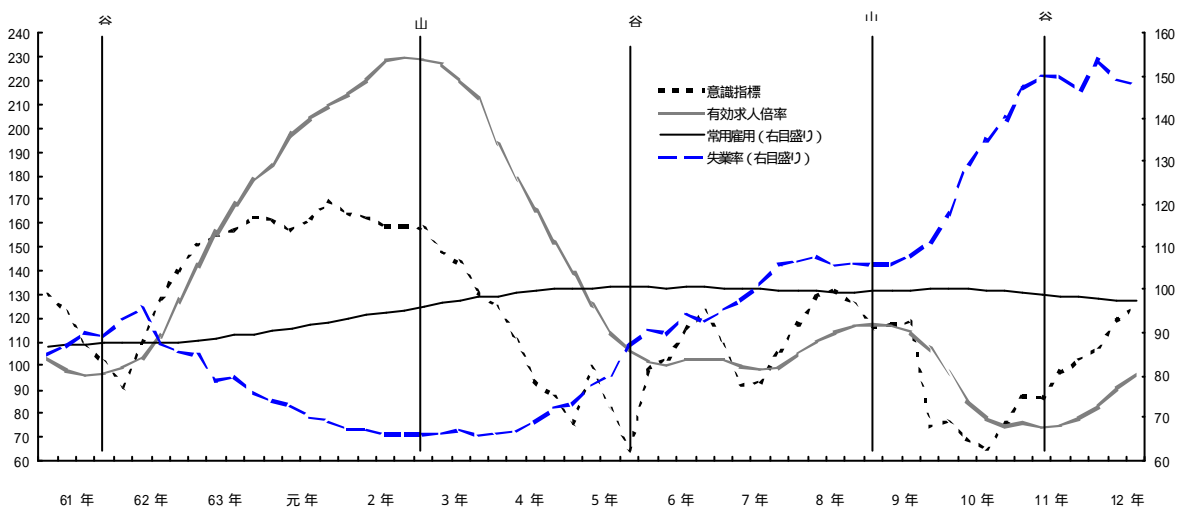
まず、賃金の推移は所定外給与が意識指標の推移とほぼ同様に推移しており、両者はともに景気循環の推移と連動している。11年1~3月期以降所定外給与は上昇傾向にあり、意識指標も11年4~6月期以降上昇傾向にある。雇用の推移は、意識指標が景気循環とほぼ連動して上昇、低下を繰り返しており、この動きは有効求人倍率、失業率の逆サイクルとほぼ同様となっている(第 - 1 - 15図)。

第 - 1 - 15図 消費者マインドの動向

賃金推移 (季節調整済指数、7年=100)



雇用推移 (季節調整済指数、7年=100)



(注) 1. 消費者意識指標は「収入の増え方」、「雇用環境」の評点の季節調整値を形状比較のため独自に指数化(7年=100)したものである。

2. 所定外給与(30人以上、調査産業計)、給与総額(30人以上、調査産業計)、常用雇用(30人以上、調査産業計)はX-12-ARIMAのX-11デフォルトにより独自に季節調整し指数化(7年=100)している。

3. 有効求人倍率、失業率は季節調整済み系列を独自に指数化(7年=100)している。

資料: 「毎月勤労統計月報」・「職業安定業務月報」(労働省)、「消費者動向調査」(経済企画庁)