

(5) 用途分類でみる個人消費の動向

このところの消費支出の動向について、個人消費向け全産業供給指数(数量ベース)を用途別に分類し観察してみる。ここでは、大まかな中期的トレンドを把握するため、便宜的に14年4~6月期の指数水準(7年=100)で、100ポイント以上、90ポイント以上100ポイント未満、90ポイント未満の3グループに分けて、それぞれの推移をみていく(第 - 1- 6図)。

100ポイント以上のグループをみると、通信費と教養娯楽用耐久財は、携帯電話やパソコン、ビデオカメラ、カーナビなどの急速な普及により一貫して上昇したため、他の用途に比べ極めて高い水準にある。しかしながら、13年以降は足下で下げ止まりの兆しもみられるものの、低下傾向で推移したため水準を落としている。次に、住居、光熱・水道、保健・医療費は趨勢的に上昇している。食料費は、必需性が高いことから大きな変動はなく、ほぼ横ばい傾向の推移となっている。また、身の回り品は8年4~6月期以降低下傾向で推移したが、10年10~12月期以降足下まで堅調に上昇している。これは、全般に消費が低迷する中で、バッグ・ケース類などに海外高級ブランド人気の高まりがみられるなど、いわゆる「消費の二極化」を反映したものと考えられる。

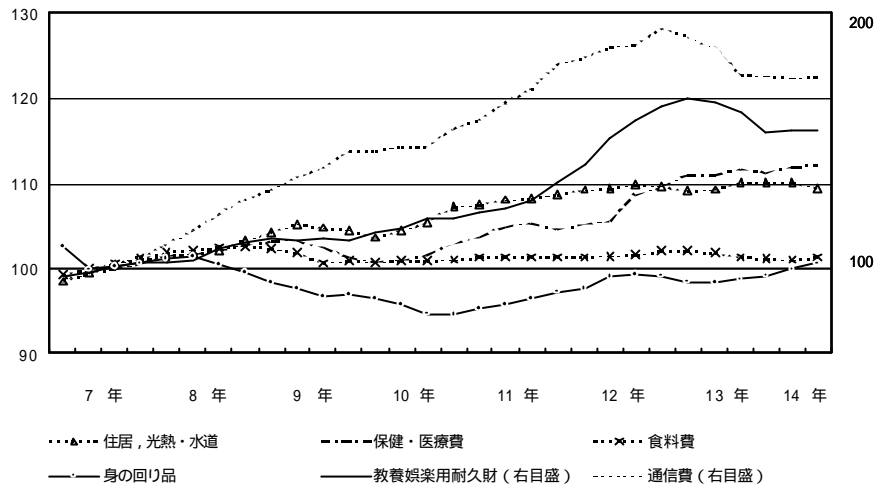
90ポイント以上100ポイント未満のグループをみると、交通費、家事用消耗品・サービス、理美容用品・サービスについては、元来の必需的性格からおおむね95~105ポイントの間で推移している。自動車購入・維持管理も9年の消費税率引き上げに伴う駆け込みがみられたほかは、基本的に95~105ポイントの間で推移している。また、教養娯楽サービスは11年頃まで100ポイント近傍の水準を保っていたものの、その後水準を落としている。

90ポイント未満のグループをみると、家庭用耐久財(白もの家電など)、教養娯楽用品(月刊誌、週刊誌など)は、9年後半からおおむね90~100ポイントの間で推移していたが、14年に入りともに90ポイントを下回っている。教育費は少子化などを背景とした生徒数の減少から趨勢的に低下している。一般家具は9年からの景気後退時に大きく水準を落とした後も回復がみられず、70ポイント近傍での推移が続いている。被服・履物、旅行・宿泊費は趨勢的な低下傾向がみられる。

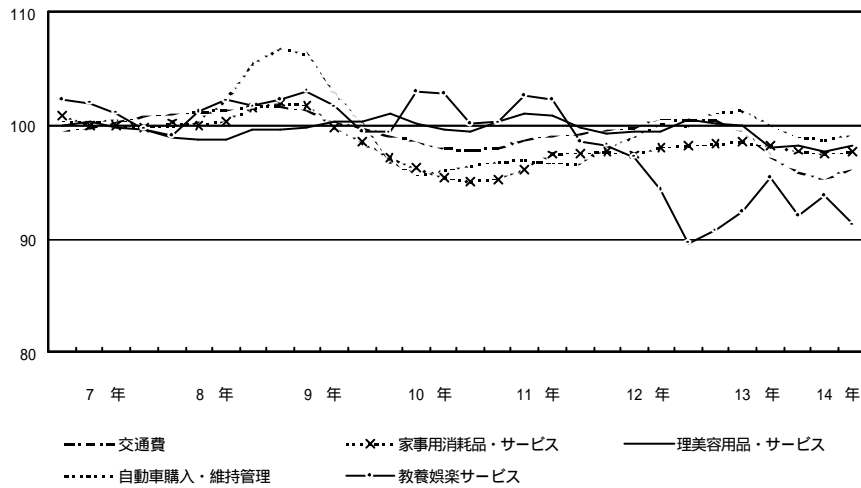
また、当期の状況を見ると、引き続き身の回り品が上昇しているほか、旅行・宿泊費、交通費、自動車購入・維持管理など、前期に比べ上昇に転ずる費目が増加するなど、回復の動きが一部にみられる。

第 - 1 - 6図 用途別の個人消費向け全産業供給指数の推移
(7年 = 100、季節調整済)

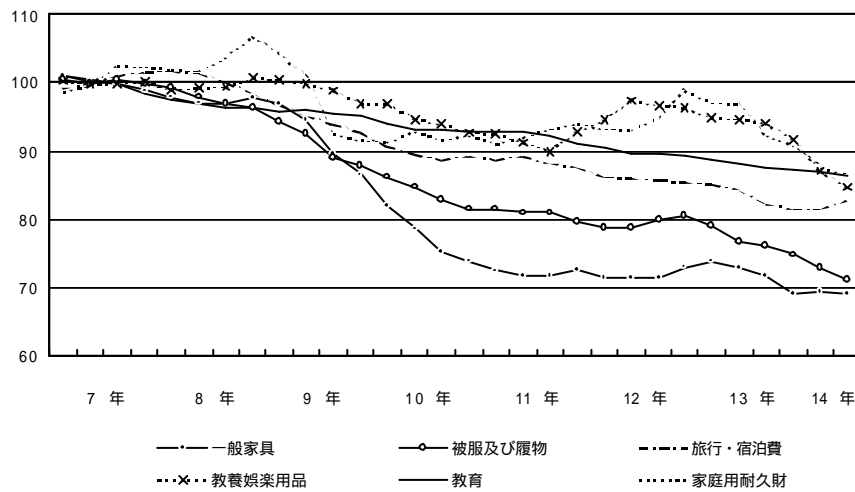
当期100 ポイント以上



当期90 ポイント以上100 ポイント未満



当期90 ポイント未満



(注) 指数水準は3期移動平均値である。グループ分けは、便宜的に当期の指数水準によった。
資料：「全産業供給指数」