

第3節 物価、勤労者家計の動向

2007年の物価は、原油価格の高騰や公共料金などの価格の上昇があったものの、教養娯楽用耐久財などの価格低下により、2007年平均でみれば、消費者物価は前年比横ばいとなった。ただし、2007年後半以降、生活関連商品の上昇がみられ今後の動きを注視していく必要がある。

また、勤労者家計については、家計の消費支出についてみると2007年は名目、実質ともに増加した。一方、商業販売は低迷しており、収入の増加の見通しが立ちにくくなる中で、このところの原油価格の上昇やそれに伴い一部の商品の価格が上昇していることもあり、消費者心理の後退が懸念される。

本節では、物価や勤労者家計の動向を年齢階級ごとの消費の視点等から分析するとともに、消費者心理の動向や今後の勤労者生活について展望し、課題を検討する。

1) 物価の動向

(物価動向は緩やかに上昇)

2007年の物価は、エネルギー価格の上昇などの影響が物価上昇要因として働いている。2007年の物価動向を概観すると、経済活動の川上段階に相当する国内企業物価は、上昇幅を縮小させたものの4年連続の前年比上昇となった。また、消費者物価は、原油価格高騰の影響はあったが、教養娯楽や住居、家具・家事用品価格の下落などもあって、2007年平均でみれば前年比横ばいとなった。

(国内企業物価は4年連続の上昇)

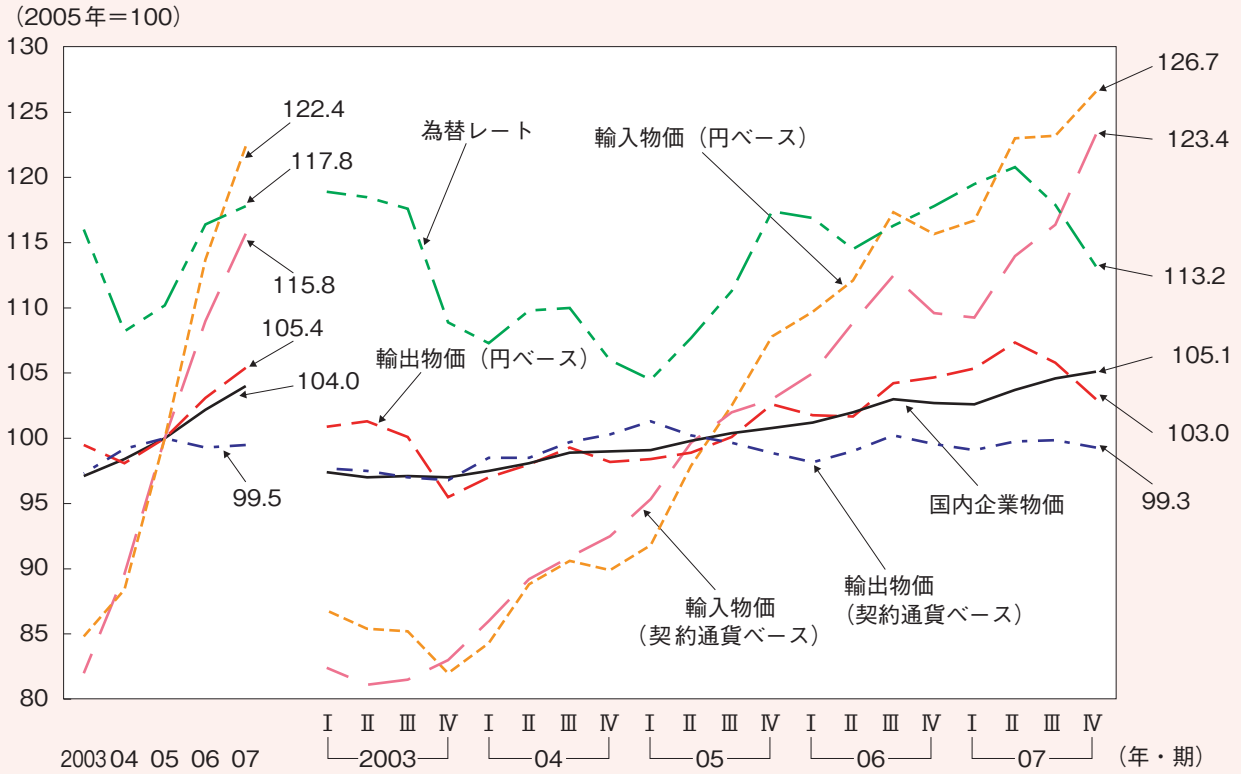
近年の国際商品市況高を受け素材価格の高騰が続く中、原油価格については、既往最高値の更新が相次いでいる。こうしたことを反映して、2007年の国内企業物価は、前年比1.8%上昇となり、4年連続の上昇となった。

四半期ごとの推移をみると、2007年1~3月期前年同期比1.4%上昇、4~6月期同1.8%上昇、7~9月期同1.6%上昇、10~12月期同2.4%上昇と上昇が続いている。

品目分類別にみると、国際的な素材価格の上昇や原油価格の上昇などを背景に、2007年を通じてスクラップ類（前年比31.0%）、非鉄金属（同9.0%）、製材・木製品（同7.5%）で大幅な物価上昇がみられた。企業が購入する工業製品価格の上昇は、企業の経費を増大させるため、その影響は大きいものと考えられる（第1 - (3) - 1図）。

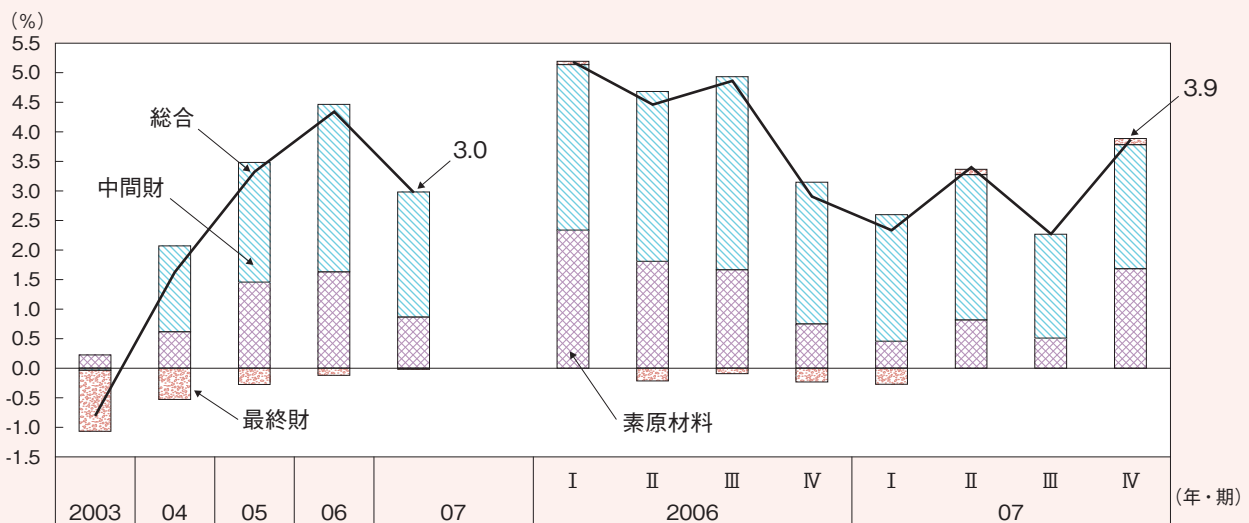
原油価格や鉄鋼をはじめとする内外商品市況の上昇が需要段階別にどのように波及してきたかをみると、素原材料と中間財は素材価格の上昇を受け、それぞれ前年比9.5%上昇、同4.0%上昇となっているが、その内訳では、国内品よりも輸入品における前年比上昇が大きくなっている。このように、中間財までは素材価格の上昇が波及する中で物価を押し上げているが、最終財については、2007年は前年比と同水準であり、素材価格上昇の価格転嫁が遅れている（第1 - (3) - 2図）。

第1 - (3) - 1図 企業物価指数の推移



第3節

第1 - (3) - 2図 国内企業物価上昇率の需要段階別要因分解



輸出物価を契約通貨ベースで見ると、2007年平均では、前年比0.2%の上昇と、小幅ながら上昇した。円ベースで見ると、2008年に入って円高ドル安に傾いてきているとはいえ、2007年後半まで円安が続いていた影響を受け、2007年平均で前年比2.2%上昇と2年連続の上昇となった。

輸入物価を契約通貨ベースで見ると、原油価格やバイオ燃料の需要増などによる国際商品市況の上昇が続いていることなどにより、2007年平均では前年比6.1%上昇と5年連続の上昇となった。類別にみると、電気・電子機器、輸送用機器を除くすべての品目において前年比上昇となり、特に金属・同製品（前年比17.5%上昇）、食料品・飼料（同14.8%上昇）、石油・石炭・天然ガス（同7.6%上昇）、木材・同製品（同5.9%上昇）で上昇が顕著であった。なお、円ベースでは、原油等国際商品市況の影響に加え円安の影響があったことにより、前年比7.7%上昇と昨年に続き上昇した。

（企業向けサービス価格は横ばい圏内で推移）

企業向けサービス価格は、1998年以降下落基調が継続していたが、2007年は1.2%上昇となった（第1－（3）－3表）。

品目分類別にみると、金融・保険が前年比で下落に転じたが、その他については、運輸が外航貨物輸送や航空旅客輸送が引き続き上昇したために5年連続の上昇となり、不動産、諸サービスが前年比上昇に転じた。また、下落が続いている通信・放送、リース・レンタルは下落幅を拡大させたが、広告については減少幅を縮小させたほか、情報サービスが上昇幅を拡大させ、サービス価格全体が基調として上昇となっている。

第1－（3）－3表 企業向けサービス価格指数の推移（前年同期比）

（単位：%）									
年・期	総平均	金融・保険	不動産	運輸	通信・放送	広告	情報サービス	リース・レンタル	諸サービス
2003年	-1.5	0.7	-2.1	0.7	-1.7	-0.6	-2.8	-7.1	-1.3
04	-0.5	-0.6	-2.9	2.6	-1.5	0.6	-0.5	-4.7	-0.9
05	-0.5	-0.2	-1.8	0.4	-1.1	0.3	-0.4	-4.7	-0.2
06	-0.1	0.4	-0.7	1.1	-0.6	-1.2	0.2	-1.0	-0.2
07	1.2	-0.5	0.9	4.9	-1.2	-0.8	0.8	-1.2	0.7
2006 I	0.0	0.4	-1.4	0.9	-0.1	0.0	-0.5	-1.7	-0.1
II	-0.3	0.6	-1.0	0.4	-0.7	-1.3	-0.1	-0.9	-0.4
III	0.2	0.5	-0.3	2.1	-0.7	-2.1	0.5	-0.7	0.2
IV	0.1	0.4	-0.1	1.0	-0.7	-1.4	0.8	-0.6	0.0
07 I	0.5	0.0	0.4	2.5	-0.5	-0.2	0.6	-0.6	0.0
II	1.3	-0.7	0.9	5.1	-0.2	-1.3	1.0	-1.5	1.1
III	1.3	-1.0	1.0	4.7	-2.1	0.1	1.1	-1.3	1.0
IV	1.4	-0.6	1.1	7.0	-2.1	-2.0	0.5	-1.6	0.8

資料出所 日本銀行「企業向けサービス価格指数」

（消費者物価は横ばい）

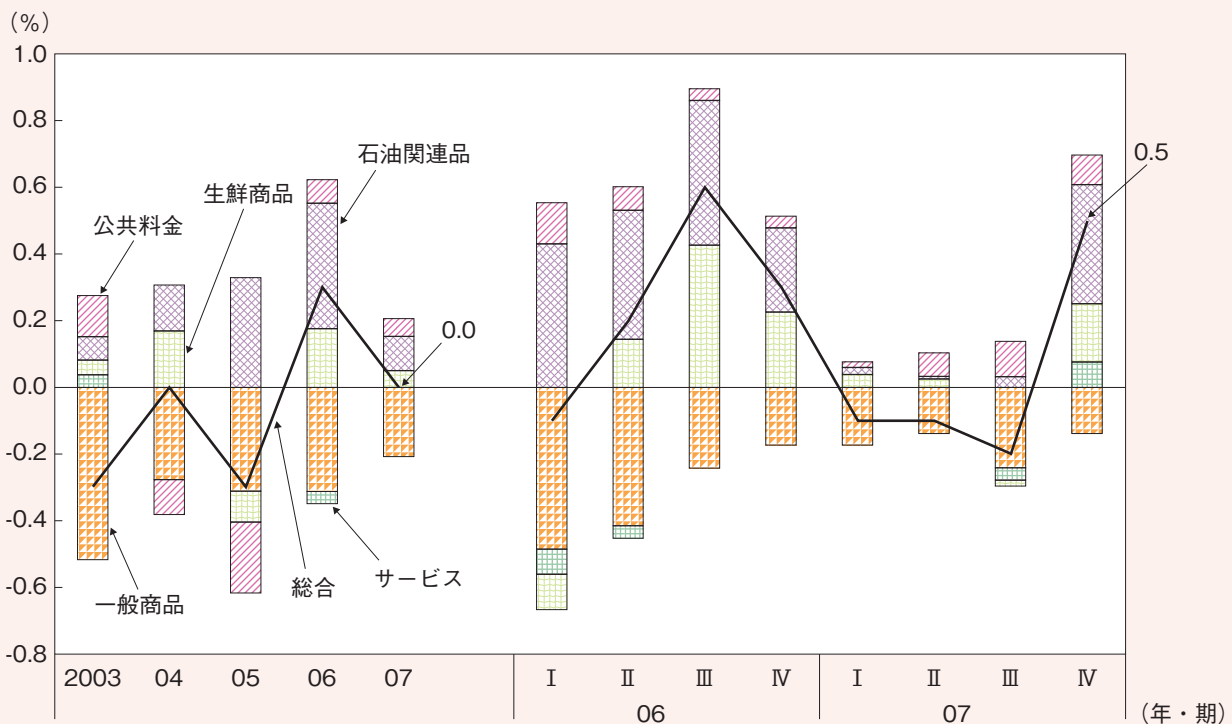
消費者物価指数は、2006年は総合で前年比0.3%の上昇となった。2007年は、9月までは生鮮食品、家賃、交通・通信や教養娯楽などの下落の影響により総合で前年を若干下回る水

準で推移していたが、10月以降は生鮮食品、光熱・水道、交通・通信などの価格上昇により上昇基調に転じた。ただし、2007年全体としては総合で前年比横ばいとなった。

これを商品・サービス分類別にみると、一般商品は、足もとでは下落幅を縮小させているものの、依然下落に寄与している。これは、主に教養娯楽用耐久財や家庭用耐久財の下落、米類の下落が影響していることによるものであるが、出版物や被服及び履物は引き続き上昇している。生鮮商品は、上昇寄与が小さくなっている。また、公共料金は電力料金やガス料金等の引上げが影響し上昇寄与となった。さらに、原油価格高騰の影響で、石油関連製品は2004年4～6月期に上昇に転じて以降上昇を続けており、物価の押上げに大きく寄与している。足もとでは原油市況の軟化を反映して石油関連製品の前年比上昇幅は縮小していたが、2007年10～12月期は再び原油価格の上昇等が影響し大幅な上昇寄与となった（第1－（3）－4図）。

なお、生鮮食品を除く総合指数でみると、2007年9月以降上昇傾向が続いているが、石油製品、その他特殊要因を除く総合では、上昇幅は小さくなっている。また、支出弾力性に基づいて区分した基礎的支出項目と選択的支出項目をみてみると、2007年後半は選択的支出項目がほぼ横ばい傾向で推移しているのに対し、基礎的支出項目ははっきりした上昇傾向に

第1－（3）－4図 消費者物価上昇率に対する財・サービス分類別寄与度の推移



資料出所 総務省統計局「消費者物価指数」より厚生労働省労働政策担当参事官室にて試算

(注) 消費者物価指数(財・サービス分類)を以下のとおり一部組み替えている。

一般商品：石油関連品を除く工業製品、米類、出版物等

サービス：公共サービスを除くサービス

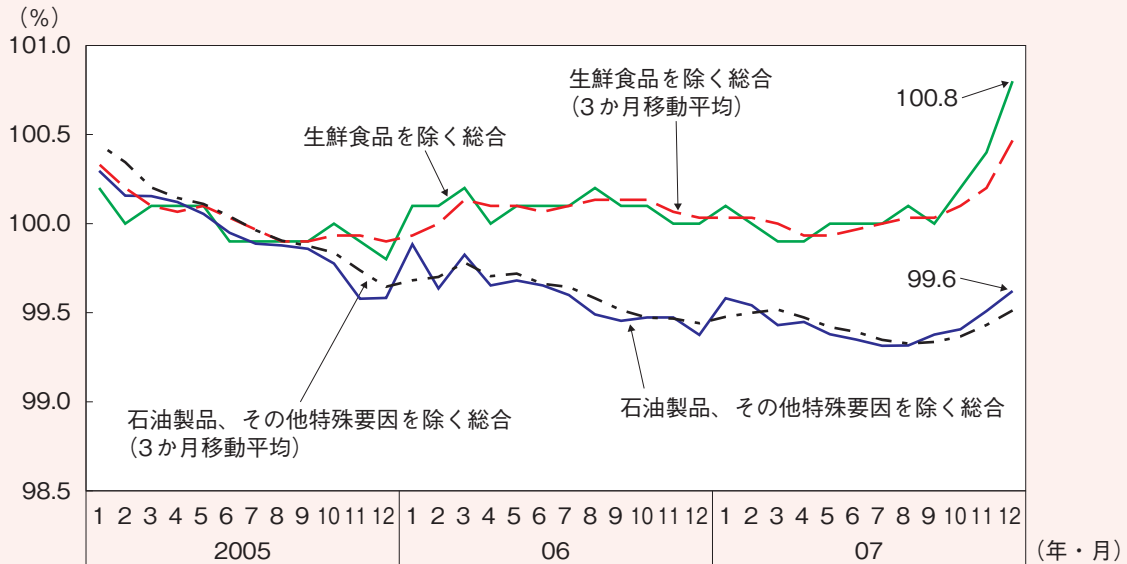
生鮮商品：生鮮野菜、生鮮果物、生鮮魚介、肉類等

石油関連品：灯油、プロパンガス、ガソリン

公共料金：公共サービス、電気・都市ガス・水道

ある。こうしたことから、今後の物価の情勢については注視していく必要がある（第1-（3）-5図、第1-（3）-6図）。

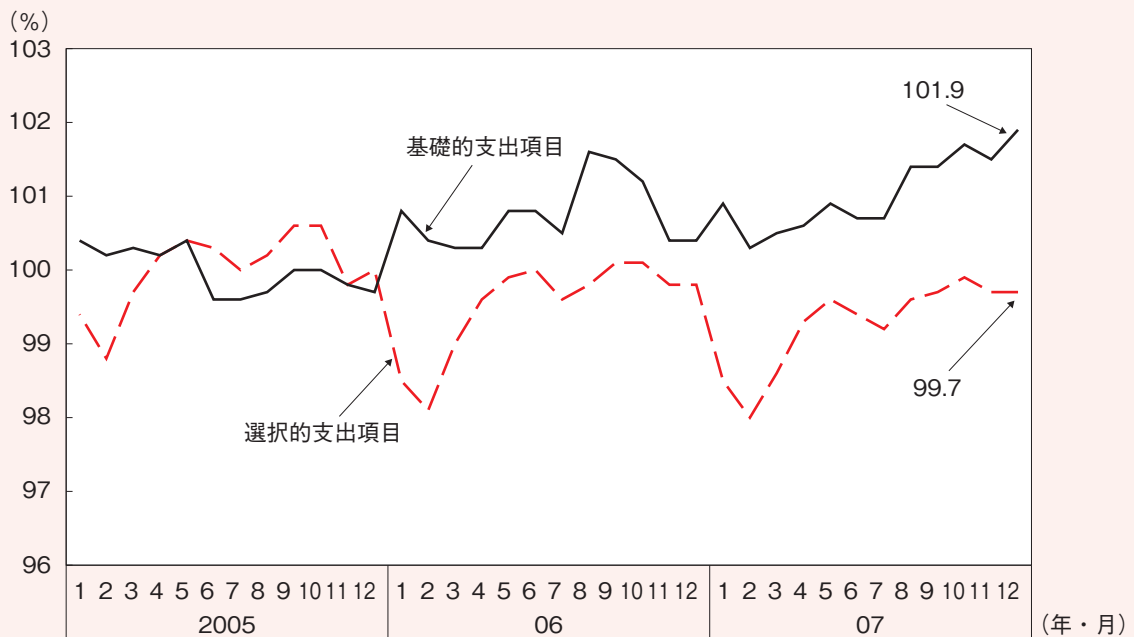
第1-（3）-5図 消費者物価指数（「生鮮食品を除く総合」及び「石油製品、その他特殊要因を除く総合」）の推移



資料出所 総務省統計局「消費者物価指数」

- (注) 1) 「石油製品、その他特殊要因を除く総合」は、「生鮮食品を除く総合」から、石油製品、電気代、都市ガス代、鶏卵、米類、切り花、固定電話通信用料、診療代、介護料、たばこを除いたもの。
 2) 季節調整値については総務省方式に従い、2000年以降のデータでARIMA (x11) を使用。

第1-（3）-6図 消費者物価指数（基礎的支出項目及び選択的支出項目）の推移



資料出所 総務省統計局「消費者物価指数」

- (注) 基礎的支出項目及び選択的支出項目は、平成17年家計調査品目の支出弾力性に基づいて区分したものである。

2) 家計消費の概況

(家計消費は増加)

総務省統計局「家計調査」によると、勤労者世帯の消費支出は、2007年平均で前年比名目1.0%増、同実質0.9%増となった。四半期ごとの消費支出の推移を前年同期比でみると、2007年1～3月期は名目、実質ともに減少となっていたが、4～6月期、7～9月期、10～12月期と連続で増加となった（第1－(3)－7表）。

四半期ごとに消費支出の特徴を、実質増減率でみると、2007年1～3月期は、暖冬の影響から春物衣料などが好調に推移したため、被服及び履物が8.9%増となり、宿泊料を含む教

第1－(3)－7表 家計主要項目（全国勤労者世帯）と実質消費の増減要因

(単位 %)

年・期	消費支出		実収入				平均消費性向	消費者物価指数
	名目	実質	名目	実質	可処分所得 名目	非消費支出 名目		
前年比 [実質消費支出への寄与]								
2005年	-0.6	-0.2	-1.3 [-1.5]	-0.9	-1.1	-2.3 [0.4]	74.7 [0.4]	-0.4 [0.4]
06	-2.8	-3.1	0.2 [0.2]	-0.1	0.1	1.0 [-0.2]	72.5 [-2.2]	0.3 [-0.3]
07	1.0	0.9	0.6 [0.7]	0.5	0.2	2.4 [-0.5]	73.1 [0.6]	0.1 [-0.1]
前年同期比								
2007年 I 期	-0.6	-0.6	2.2	2.2	2.6	-0.1	-2.7	0.0
II 期	0.2	0.3	3.5	3.6	3.5	3.3	-2.3	-0.1
III 期	3.0	3.2	-1.7	-1.5	-2.6	3.2	4.2	-0.2
IV 期	1.5	0.9	-1.1	-1.7	-1.8	2.5	2.1	0.6
指数 (季節調整値)								
2006年 I 期	97.8	97.8	98.4	98.2	98.2		74.3	
II 期	97.3	97.0	97.2	97.1	97.3		74.6	
III 期	96.0	95.5	102.1	101.4	101.9		70.3	
IV 期	97.5	97.2	102.5	102.1	101.9		71.4	
07 I 期	97.2	97.1	100.6	100.4	100.7		72.0	
II 期	97.5	97.3	100.7	100.7	100.8		72.2	
III 期	99.0	98.6	100.3	99.8	99.2		74.4	
IV 期	98.9	97.9	101.2	100.3	100.0		73.7	

資料出所 総務省統計局「家計調査」、「消費者物価指数」から厚生労働省労働政策担当参事官室にて算出

- (注) 1) 指数 (季節調整値) の欄は、2005年を100とした指数である。
 2) 平均消費性向の前年比、指数 (季節調整値) の欄には水準、前年同期比の欄には前年同期とのポイント差を示している。
 3) 消費者物価指数は「持ち家の帰属家賃を除く総合指数」である。
 4) [] 内は消費支出の実質増減率への寄与度であり、その合計は実質消費支出の増減率に等しくなる (ただし、計算上の誤差や四捨五入の関係から必ずしも一致はしない)。具体的には、以下の算式で算定した。

$C/P = Yd \cdot C/Yd \cdot (1/P)$ 及び $Yd = I - N = I(1 - H)$ より、

$$\frac{\dot{C}}{C/P} = \underbrace{\frac{\dot{I}}{I}}_{\text{実質消費支出変化率}} + \underbrace{\frac{\dot{(1-H)}}{(1-H)}}_{\text{実収入効果}} + \underbrace{\frac{\dot{(C/Yd)}}{(C/Yd)}}_{\text{非消費支出比率効果}} - \underbrace{\frac{\dot{P}}{P}}_{\text{消費性向効果}} - \underbrace{\frac{\dot{P}}{P}}_{\text{消費者物価効果}}$$

C : 消費支出

Yd : 名目可処分所得

P : 消費者物価

I : 実収入

N : 非消費支出

H : 非消費支出比率 (非消費支出/実収入)

ただし、変数の上の・はそれぞれの前年比増減率を表す。

養娯楽も4.7%増となった。一方、光熱費や冷暖房器具などは減少し、光熱・水道が6.3%減、家具・家事用品が4.7%減となっている。交通・通信は、原油高の影響等を受け軽自動車の購入が増加したことなどから7.7%増となった。

4~6月期は、家具・家事用品が2.8%増、被服及び履物が2.1%増など新生活をスタートするものに関連した費目の増加がみられた。また、私立学校への進学が増加したことの影響などにより教育が11.5%増と高い伸びをみせている。教養娯楽は5.4%増となっており、教養娯楽用耐久財、教養娯楽サービスなどの増加がみられる。

7~9月期は、梅雨明けの遅れがあったものの、その後の猛暑の影響で、飲料を含む食料が2.2%増、冷暖房用器具を含む家具・家事用品が5.1%増となった。費目別にみて、一番高い伸びをみせたのはテレビを含む教養娯楽用耐久財でこれを含む教養娯楽が13.0%増となっており、2011年に控えた地上デジタル放送（地デジ）対応の薄型テレビへの買い換えの影響などが考えられる。

10~12月期も引き続き教養娯楽が4.5%増となっており、薄型テレビへの買い換えの影響が続いていると考えられる。また、交通・通信は4.4%減となっており、原油高の影響が自動車購入の買い控えにまで及んでいることも考えられる。

実質消費支出の動きを季節調整値でみると、2007年1~3月期前期比0.1%減、4~6月期同0.2%増、7~9月期同1.3%増、10~12月期同0.7%減となり、10~12月期には物価上昇や実収入の減少の影響から実質消費支出は減少となった。

2007年平均の消費支出の実質前年比を費目別にみると、教養娯楽が7.0%増、被服及び履物が2.3%増、保健医療が1.7%増、教育が1.3%増、家具・家事用品が1.2%増、食料が1.1%増、交通・通信が1.0%増となっている。一方、光熱・水道が2.8%減、その他の消費支出が0.6%減、住居が0.4%減となった（付1 - (3) - 2表）。

増加した費目の中身をみると、教養娯楽では教養娯楽耐久財、被服及び履物では和服、保健医療では保健医療用品・器具、教育では授業料等、家具・家事用品では家事用耐久財、食料では飲料、交通・通信では自転車購入が最も大きく増加している。また、実質消費支出の増加に対する費目別の寄与度をみると、教養娯楽が0.68%と大きく増加に寄与しており、次いで食料が0.23%増加に寄与している。

消費支出の2007年平均の実質0.9%増に対して、実収入、非消費支出、平均消費性向、消費者物価がそれぞれどの程度寄与したかをみると、①実収入は0.7%ポイントの増加寄与、②非消費支出は0.5%ポイントの減少寄与、③平均消費性向は0.6%ポイントの増加寄与、④消費者物価は0.1%ポイントの減少寄与となった。

(天候不順等により伸び悩んだ商業販売)

ここまでは、需要側の統計から家計消費の動向をみてきたが、以下では、商業販売統計等をもとに供給側の動向をみていくこととする。需要側の統計と比較すると、供給側の統計は消費の一部のみが対象となっているが、事業側から把握した統計として、より正確で継続的なデータがとれることが特徴であり、特に、高額商品の動向を把握するのに有益である。

経済産業省「商業販売統計」によると、2007年の小売業販売額は、前年比0.1%減と5年ぶりの減少となった（第1 - (3) - 8表）。これは、化粧品、医薬品などの堅調な動きによ

第1 - (3) - 8表 業態別販売額の推移

(単位 %))

年・期	小売業		大型小売店 (既存店：前年比・前年同期比)			コンビニエンスストア (既存店：前年比・前年同期比)
	前年比・前年同期比	指数 (2005年=100) (季節調整値)		百貨店 (既存店)	スーパー (既存店)	
2005年	1.0	—	-2.3	-0.5	-3.6	-2.3
06	0.1	—	-1.2	-0.7	-1.6	-2.4
07	-0.1	—	-1.0	-0.7	-1.3	-1.0
2006年 I 期	0.6	101.4	-1.7	0.4	-3.2	-2.7
II	-0.2	100.6	-1.2	-1.2	-1.3	-2.4
III	0.5	99.8	-0.2	-0.4	-0.1	-3.5
IV	-0.2	99.0	-1.7	-1.6	-1.8	-0.7
07 I	-0.6	99.9	-0.4	-0.1	-0.6	-1.1
II	-0.3	100.1	-0.6	1.0	-1.6	-1.9
III	-0.5	99.8	-2.0	-2.3	-1.9	-0.1
IV	0.8	100.6	-1.0	-1.1	-0.9	-1.0

資料出所 経済産業省「商業販売統計」

り増加となったものの、自動車小売業が減少したこと、また、織物・衣服・身の回り小売業が天候不順により季節衣料が伸び悩んだことにより減少したものと思われる。

業種別にみると、各種商品小売業および織物・衣服・身の回り品小売業は、天候不順などの影響から季節衣料が伸び悩んだことなどにより、それぞれ前年比0.6%減、同2.2%減となった。飲食料品小売業は、飲料などの伸びに加え、果物の相場高などにより、前年比0.8%増となった。自動車小売業は、年央から普通乗用車が新型車効果もあり好調だったものの、小型乗用車が既存車種の不振に加え、軽乗用車が昨年的大幅増の反動減などにより前年比3.0%減となった。機械器具小売業は、薄型テレビが堅調に推移したものの、DVDや原油高による石油暖房機器などの伸び悩みなどにより前年比0.5%減となった。燃料小売業は、10月以降、原油高によるガソリンなど石油製品価格の上昇がみられたものの前年比0.2%減となった。その他の小売業は、化粧品、医薬品、園芸用品などの堅調な動きにより前年比1.3%増となった。

大型小売店の動向をみると、2007年の大型小売店の販売額は、天候不順などの影響から季節衣料が伸び悩み、前年比1.0%減となった。

業態別にみると、百貨店販売額は、飲食料品が改装・催事効果などがみられたものの、衣料品が天候不順の影響から季節衣料が苦戦し前年比0.7%減となった。商品別にみると、衣料品は、年間を通して天候不順などの影響から季節衣料が伸び悩み減少となった。飲食料品は、改装・催事効果などがみられたものの、全般的に不調だったことにより減少となった。その他は、化粧品、高級時計などに動きがみられたものの、全般に家具の不振などにより減少となった。

スーパーは、出店効果に加え、飲食料品などに動きがみられたが、既存店ベースでみると前年比1.3%減となった。商品別にみると、衣料品は、年間を通して天候不順などの影響から季節衣料が伸び悩んだことなどにより減少となった。飲食料品は、猛暑や残暑だったこと

から飲料、アイスなどが好調だったことに加え、年間を通して加工品、総菜などが好調だったことにより増加となった。その他は、家庭用品や家具などが不振だったものの、その他の商品などに動きがみられたことにより増加となった。

コンビニエンスストアは、サービス売上高が前年比5.1%増となったものの、商品販売額が同1.3%減となり、2007年の販売額は全体で同1.0%減となった。

(原油高の影響を受けた海外旅行)

(社)日本自動車工業会「新車登録台数・軽自動車販売台数」によると、2007年の乗用車登録台数は前年比5.2%減と、2006年に引き続き減少となった(第1-(3)-9表)。内訳をみると、普通車は、モデルチェンジ効果等により2007年から盛り返し、前年比6.0%増となった。小型四輪車は、前年比13.3%減となり、2006年に引き続き減少し、減少幅も大きくなっている。軽四輪車は、ガソリン価格の高止まり等を受け、2006年は軽自動車人気が鮮明になっていたが、小型四輪車から軽四輪車へのシフトが一段落したこと等により前年比4.0%減となった。ただし、普通車の増加幅は2007年秋以降縮小しており、今後の原油価格の動向等にも注意していく必要があると考えられる。

また、鉄道旅客協会「販売概況」によると、旅行は、前年比1.0%増と引き続き増加となった。国内旅行は、前年比1.7%増と増加に転じ、海外旅行は、同0.9%減と減少に転じた。海外旅行は、原油高による燃料サーチャージの高騰の影響を受け減少がみられたが、その反面、国内旅行は増加となった。

第1-(3)-9表 乗用車販売台数、旅行取扱額の推移

(単位 %)

年・月	乗用車(前年比・前年同月比)				旅行(前年比・前年同月比)		
		普通車	小型四輪車	軽四輪車		国内旅行	海外旅行
2005年	-0.4	-6.4	2.6	1.1	2.3	1.2	4.1
06	-2.2	-3.6	-8.7	8.7	0.4	-1.7	4.1
07	-5.2	6.0	-13.3	-4.0	1.0	1.7	-0.9
2007年 1月	-5.3	3.8	-18.2	5.5	4.4	4.3	5.0
2	-4.2	3.3	-14.1	3.6	2.7	3.2	1.8
3	-7.1	-2.7	-18.3	5.3	0.5	-1.0	2.4
4	-7.3	-4.0	-11.6	-4.8	0.9	-1.1	3.1
5	-4.8	-0.3	-11.2	-0.6	-2.7	-2.0	-4.7
6	-8.0	-4.4	-12.9	-5.1	-1.2	1.6	-5.0
7	-9.7	0.9	-14.6	-11.9	-2.0	-1.2	-4.1
8	-2.1	17.1	-9.5	-7.9	2.0	5.7	-3.5
9	-5.0	16.6	-18.1	-5.4	2.6	5.9	-2.9
10	1.1	28.4	-9.3	-7.8	-0.1	-2.0	0.6
11	0.6	17.0	-1.0	-11.5	2.1	2.7	-0.6
12	-7.7	5.4	-12.0	-14.4	4.9	5.2	2.2

資料出所 (社)日本自動車工業会「新車登録台数・軽自動車販売台数」
鉄道旅客協会「販売概況」

3) 年齢階級別にみた勤労者家計の概況

(年齢階級別にみた貯蓄・負債と消費の動向)

2006年における勤労者世帯の貯蓄現在高は、1,264万円と前年比2.2%減となった。貯蓄年収比（貯蓄現在高の年間収入に対する百分率）は177.3%となり、前年から2.4ポイント低下した（第1－（3）－10表）。

一般に、貯蓄現在高は世帯間で保有額に格差が大きく、一部の高額保有層のために、平均値は実感に比べると高く感じられるが、世帯分布をみると、平均値を下回る世帯は66.9%と3分の2を占め、世帯数を2分する値（中位数）は772万円となる。

貯蓄現在高の増減を種類別にみると、有価証券が大きく増加したほか、通貨性預貯金が増加し、定期性預貯金、生命保険などが減少した。

一方で、2006年における勤労者世帯の負債現在高は624万円と前年比1.3%増となった。負債年収比は87.5%となり、前年に比べ1.8ポイント上昇した。負債のうち、住宅・土地のための負債（いわゆる住宅ローン残高）は577万円となり、前年比2.9%増となった。

なお、2007年における勤労者世帯の貯蓄現在高は、1,268万円と前年比0.3%増となり、一方、負債現在高は664万円と同6.4%増となった。

世帯主の年齢階級ごとに、2006年の貯蓄・負債現在高をみると、40歳台以上では、負債現在高に比べ貯蓄現在高が上回っているが、30歳台未満では負債現在高に比べ貯蓄現在高が下回っている。負債現在高のうち住宅・土地のための負債が、すべての年齢階級において大部分を占めており、特に、30～40歳台で大きくなっている（第1－（3）－11図）。

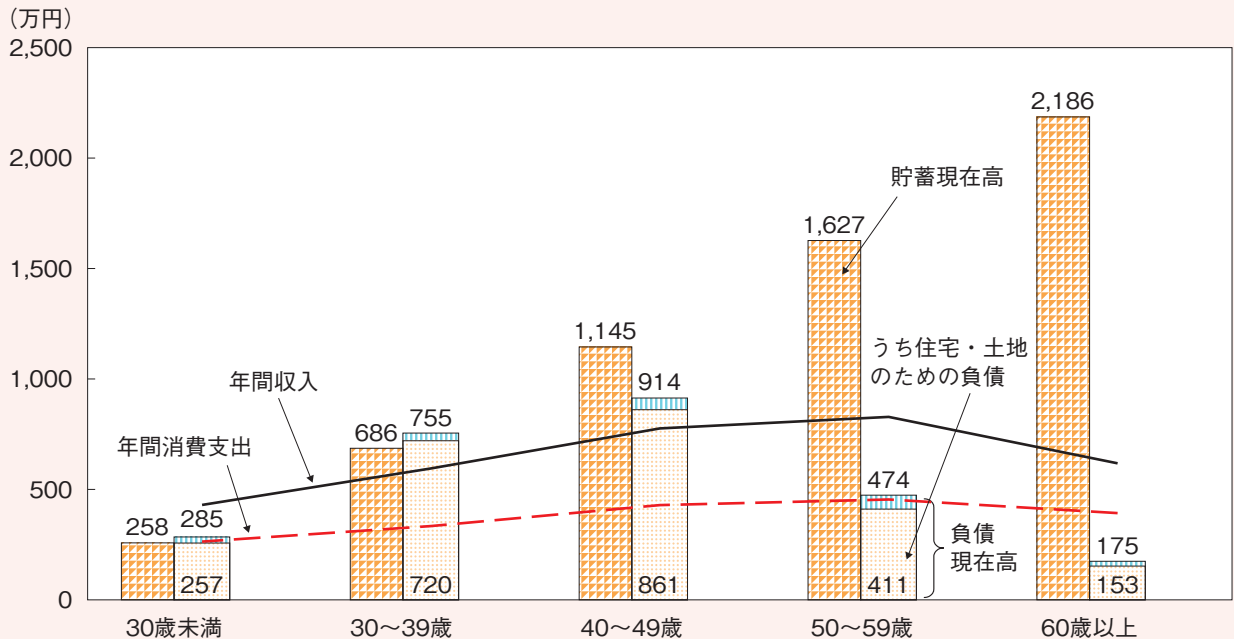
また、年間収入及び貯蓄・負債現在高について、2005年平均値に対する2006年平均値を年齢階級別に比較してみると、年間収入は40歳台で増加しているが、他の年齢階級では減

第1－（3）－10表 貯蓄及び負債の種類別現在高（全国勤労者世帯）

項目	(単位 万円)		
	2005年	2006年	2007年
貯蓄現在高	1,292	1,264	1,268
（中位数）	807	772	783
通貨性預貯金	216	218	232
定期性預貯金	526	485	471
生命保険など	364	358	356
有価証券	118	136	154
金融機関外	67	66	56
貯蓄年収比（%）	179.7	177.3	176.6
負債現在高	616	624	664
住宅・土地のための負債	561	577	614
負債年収比（%）	85.7	87.5	92.5
年収	719	713	718

資料出所 総務省統計局「家計調査」（二人以上の世帯（農林漁家世帯を含む））
 (注) 「貯蓄・負債編」による。

第1 - (3) - 11図 世帯主の年齢階級別貯蓄・負債現在高 (2006年)



資料出所 総務省統計局「家計調査 (貯蓄・負債編)」

(注) 1) 二人以上の世帯のうち負債保有勤労者世帯についてみたもの。

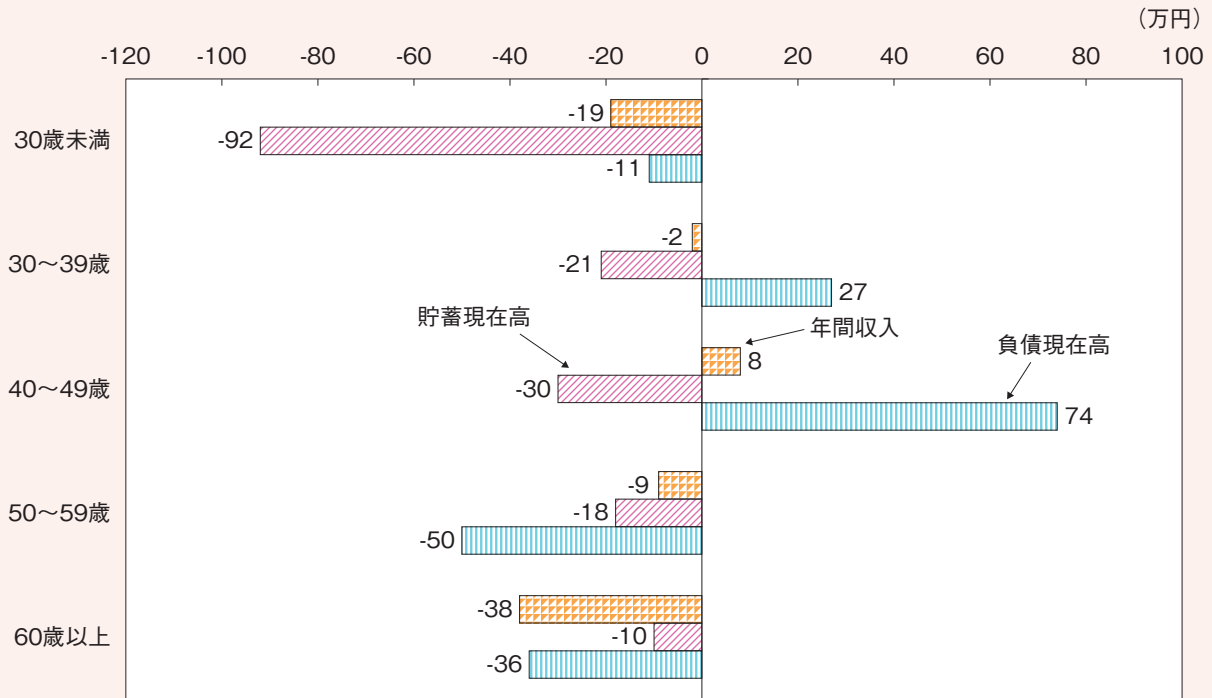
2) 年間消費支出については、家計収支編より消費支出の1か月平均を12倍した値である。

少している。貯蓄については、どの年齢階級においても減少しており、貯蓄の取り崩しがみられる。負債は、30~40歳台で増加しているが、他の年齢階級では減少している。30~40歳台では収入の伸びが停滞する中で、負債が大きく増加しており、家計の状況が厳しくなっていることがうかがえる (第1 - (3) - 12図)。

消費支出が大きい30~50歳台の消費支出を前年と比較してみると、30~40歳台では消費支出が減少しており、50歳台では増加している。うち住宅ローン返済世帯の消費支出の前年との比較をみても、30~40歳台では消費支出が減少し、50歳台では増加となっている。消費支出の前年との比較は、どちらも同じような傾向がみられるが、住宅ローン返済世帯では、30~40歳台では消費支出の減少幅は全体でみた場合よりも大きくなり、50歳台ではその増加幅は全体でみた場合よりも小さくとどまっている。このように、消費が低迷する要因の一つには、住宅ローンを抱える世帯の負担感もあることがうかがえる (第1 - (3) - 13図)。

2007年における消費支出の割合を年齢階級別にみると、各年齢層において最も大きなウェイトを占める食料は、どの年齢階級においても20%前後となっているが、子育て世代にあたる30~40歳台ではその割合が高くなり、50歳台ではいったん低くなるものの、60歳台以上では再び高まっている (第1 - (3) - 14図)。住居 (家賃地代等) をみると、30歳未満での支出割合が非常に大きくなっている。年齢が高まるにつれ収入が高まっていることや住宅を購入する世帯も多くなることから、その割合は年齢が高まるにつれ低くなっている。光熱・水道や家具・家事用品は60歳台以上で若干高いが、どの年齢階級をみてもほぼ同程度となっている。被服及び履物や交通・通信は30歳未満において最も高く、保健医療は30歳未満と60歳以上において高くなっている。教育への支出割合は、40~50歳台において高く

第1 - (3) - 12図 世帯主の年齢階級別貯蓄・負債現在高の増減

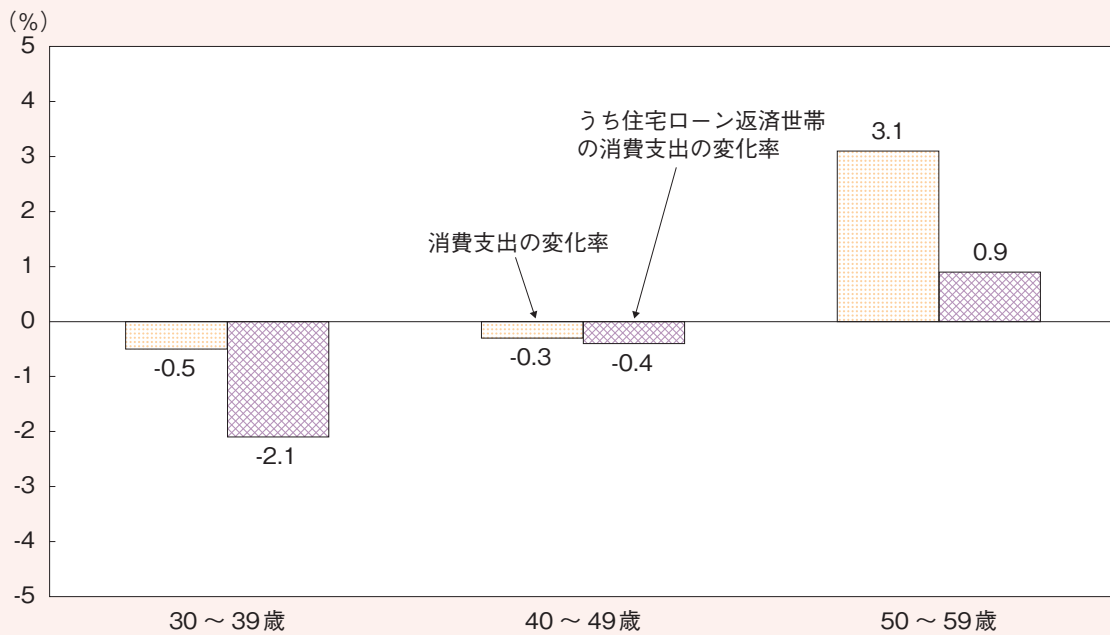


資料出所 総務省統計局「家計調査（貯蓄・負債編）」

(注) 二人以上の世帯のうち負債保有勤労者世帯の2005年平均値に対する2006年平均値の差である。

第3節

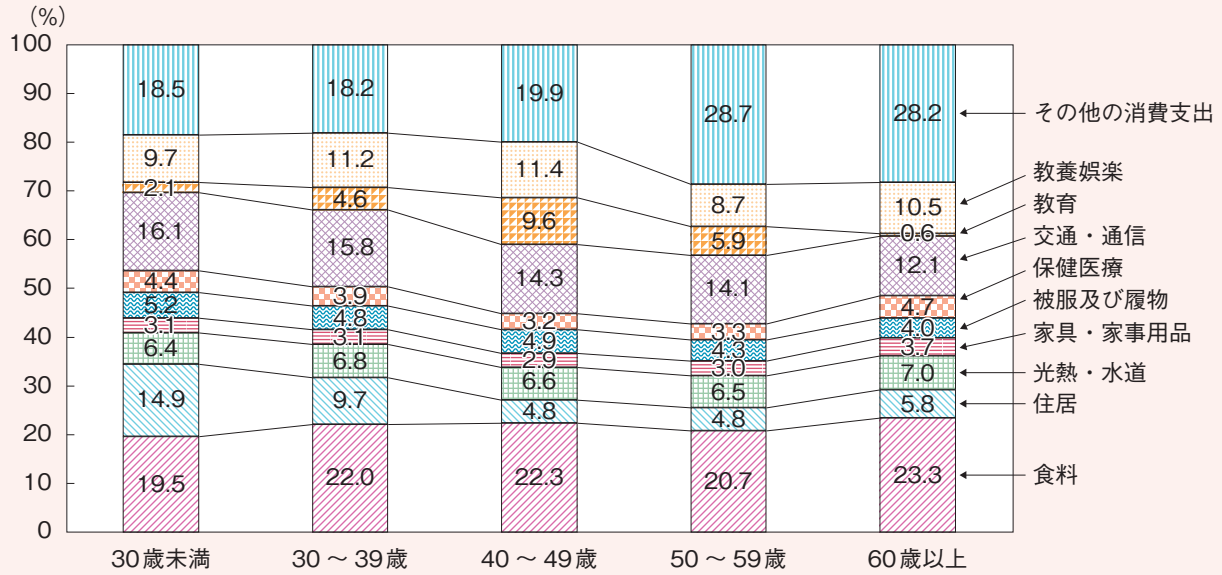
第1 - (3) - 13図 年齢階級別消費支出、住宅ローン返済世帯との比較（2007年平均）



資料出所 総務省統計局「家計調査」（二人以上の世帯（農林漁家世帯を含む））「消費者物価指数」から厚生労働省労働政策担当参事官室にて推計

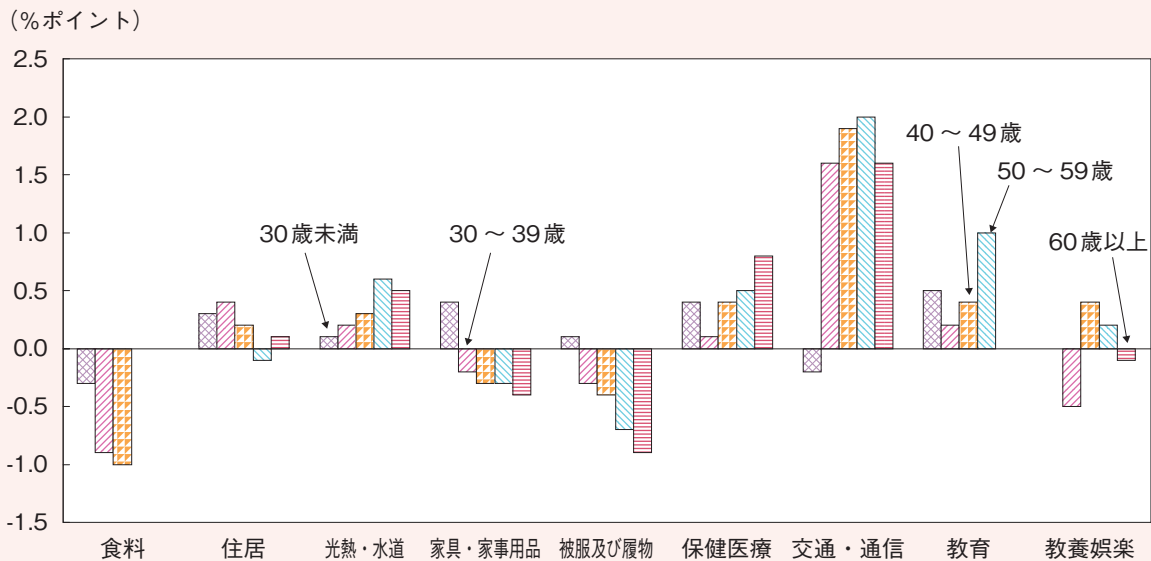
(注) 1) 消費支出の変化率は2007年の対前年同期比率である。
 2) 住宅ローン返済世帯とは、勤労者世帯の中から土地家屋借金返済の記入のあった世帯を取り出し、その世帯の消費支出を集計したもの。

第1 - (3) - 14図 年齢階級別・消費支出割合 (2007年)



資料出所 総務省統計局「家計調査 (二人以上の世帯 (農林漁家世帯を含む))」

第1 - (3) - 15図 消費費目・年齢階級別構成比ポイント差 (2003~2007年平均)



資料出所 総務省統計局「家計調査」(二人以上の勤労者世帯 (農林漁家世帯を除く))

(注) 1) 総消費支出額に占める費目別消費支出額の割合の変化差ポイント。
2) 変化差ポイントは、1998~2002年平均値に対する2003~2007年平均値のポイント差である。

なっている。教養娯楽は、30~40歳台、60歳以上で高くなっている。

さらに、消費支出の2003年~2007年平均の5年前(1998~2002年平均)に対する構成比のポイント差を費目別にみると、交通・通信の拡大が大きく、食料、家具・家事用品、被服及び履物などの縮小が目立つ(第1 - (3) - 15図)。これを年齢階級別にみると、50歳台で教育の拡大幅が大きくなることや、保健医療が60歳台で高まっているのが目立つ。

4) 国民の家計に対する意識

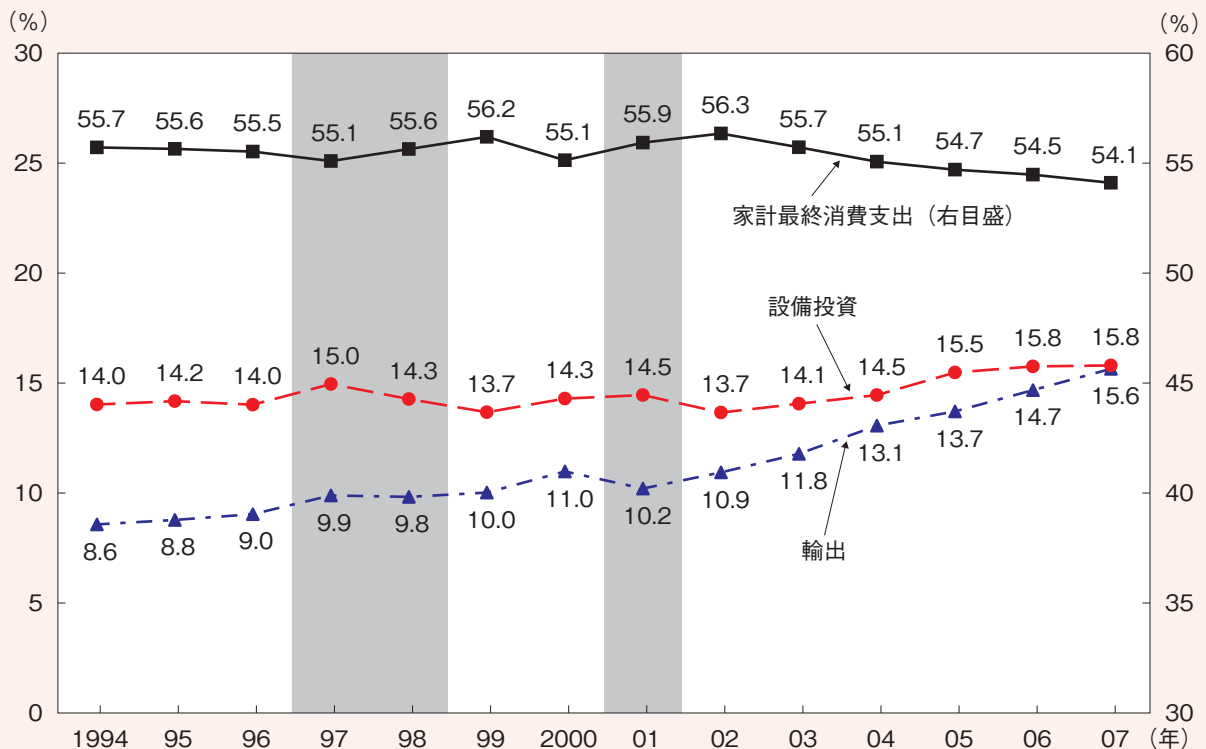
(冷え込む消費者心理)

1994年以降における実質GDPに占める主な需要項目の比率をみると、家計最終消費支出の比率はこのところ緩やかに低下してきているが、設備投資については家計最終消費支出と対照的に緩やかに上昇している。輸出については、1994年には10%弱の比率であったものの、2007年には15%程度に達しており、近年の経済成長は輸出に大きく依存したものであることが分かる（第1－（3）－16図）。

その一方で、近年その割合が緩やかに低下している民間最終消費支出と雇用者報酬との関係を見ると、1980年代から1990年代半ばまでの景気回復過程では、雇用者報酬の拡大のもと民間最終消費支出の伸びがみられたが、1998年度からの景気回復過程や2001年度からの景気回復過程においては、雇用者報酬の削減がみられ、景気回復に対する消費の伸びの強さは力強さを欠いている（第1－（3）－17図）。また、分母となる付加価値の増加に対し雇用者報酬の伸びは小さく、労働分配率はこのところ低下傾向にある（第1－（3）－18図）。内需の拡大により、輸出に過度に依存することのないバランスのとれた経済循環を実現するためにも、労働生産性向上の裏付けのもとに雇用者報酬を増加させていくことが課題である。

内閣府「消費動向調査」より、耐久消費財の買い時判断を「良くなる」「やや良くなる」から「やや悪くなる」「悪くなる」を引いたD.I.を年齢階級別にみると、すべての年齢階級に

第1－（3）－16図 主な需要項目のGDPに占める割合

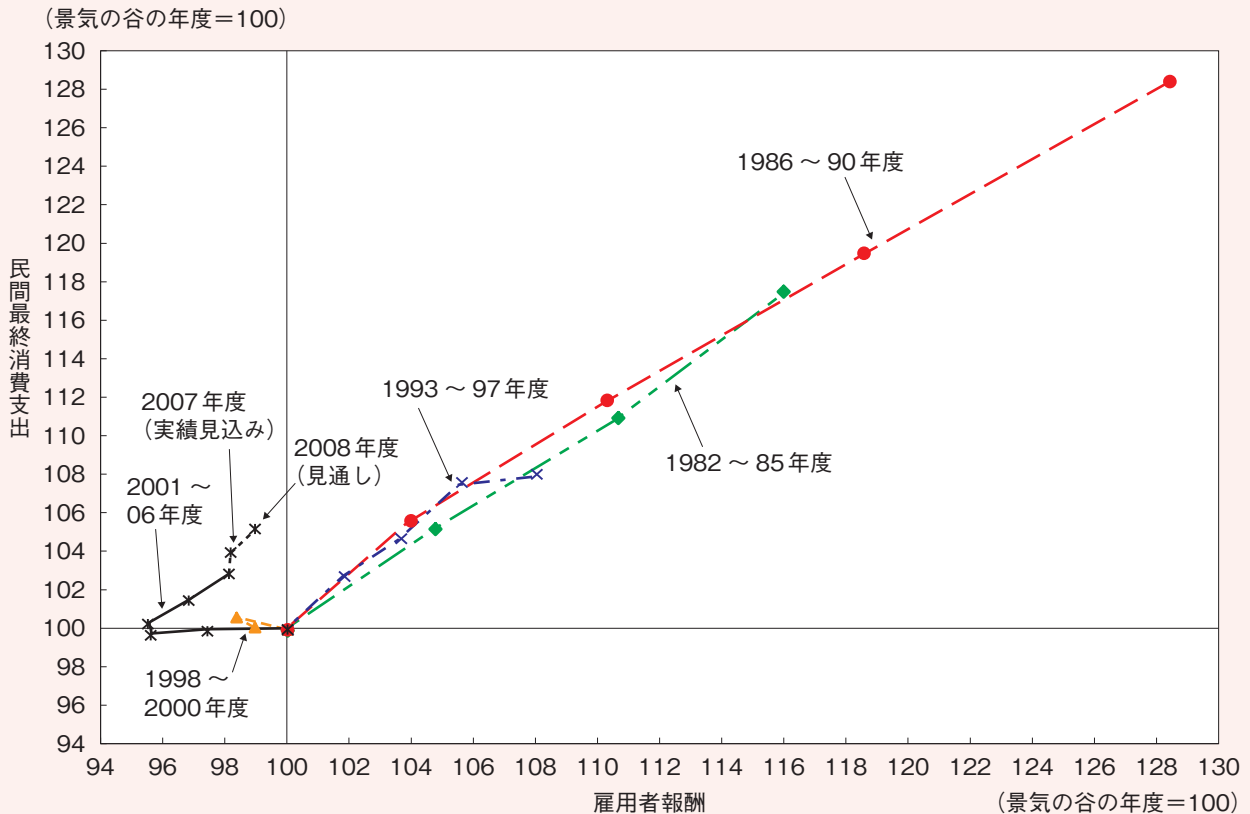


資料出所 内閣府「国民経済計算」により厚生労働省労働政策担当参事官室にて作成

(注) 1) 93SNA連鎖方式の実質値を用いて計算。

2) シャドー部分は景気後退期。

第1 - (3) - 17図 雇用者報酬と消費支出 (景気回復局面)



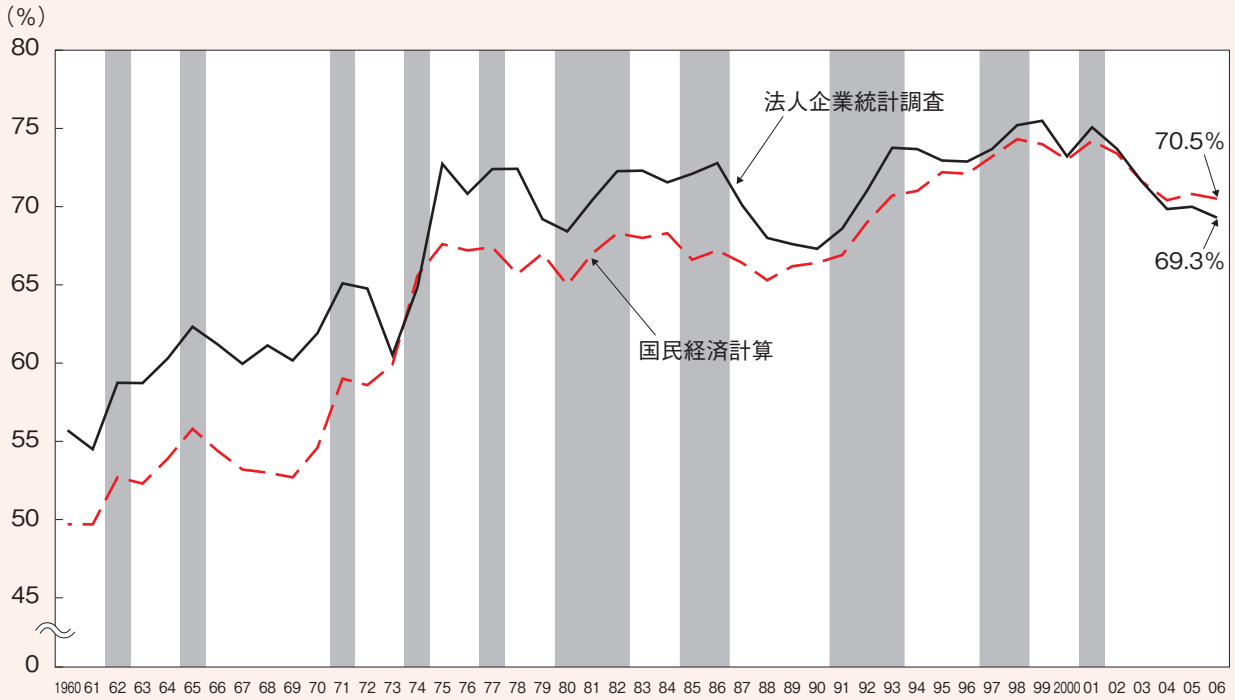
資料出所 内閣府「平成20年度の経済見通しと経済財政運営の基本的態度」、「国民経済計算」より厚生労働省労働政策担当参事官室にて作成

- (注) 1) 雇用者報酬と民間最終消費支出は名目値であり、1982~85、1986~90、1993~97年度は平成7年基準の93SNA、1998~2000、2001~05年度は平成12年基準の93SNAによる。
 2) 各景気回復局面は、景気の谷を含む年度を始点とし、景気の山を含む年度を終点とした。ただし、直近は、2006年度までを実績とした。

において2007年4~6月期以降低下を続けており、なかでも60歳以上においての低下幅が大きくなっている(第1 - (3) - 19図)。

また、消費者態度指数は、2006年半ば頃から若干ながら悪化したものの、総じてみれば横ばいで推移していたが、2007年以降は低下傾向にあり、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」のすべての意識指標において大きく低下している(第1 - (3) - 20図)。その中でも低下幅が大きいのが、「耐久消費財の買い時判断」となっている。

第1 - (3) - 18図 労働分配率の推移

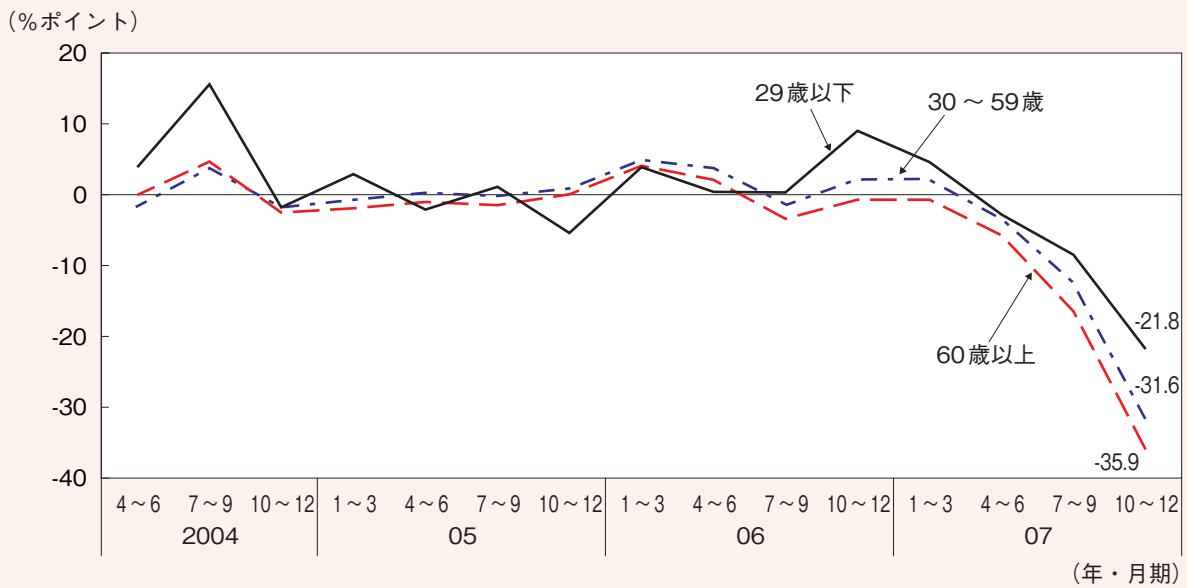


資料出所 内閣府「国民経済計算」、財務省「法人企業統計調査」

(年度)

- (注) 1) シャドー部分は景気後退期。
 2) 労働分配率 (国民経済計算) = 雇用者報酬 ÷ 国民所得 × 100 (%)
 3) 労働分配率 (法人企業統計調査) = 人件費 ÷ 付加価値 × 100 (%)
 付加価値 = 人件費 + 営業純益 + 支払利息等 + 租税公課 + 動産・不動産賃借料

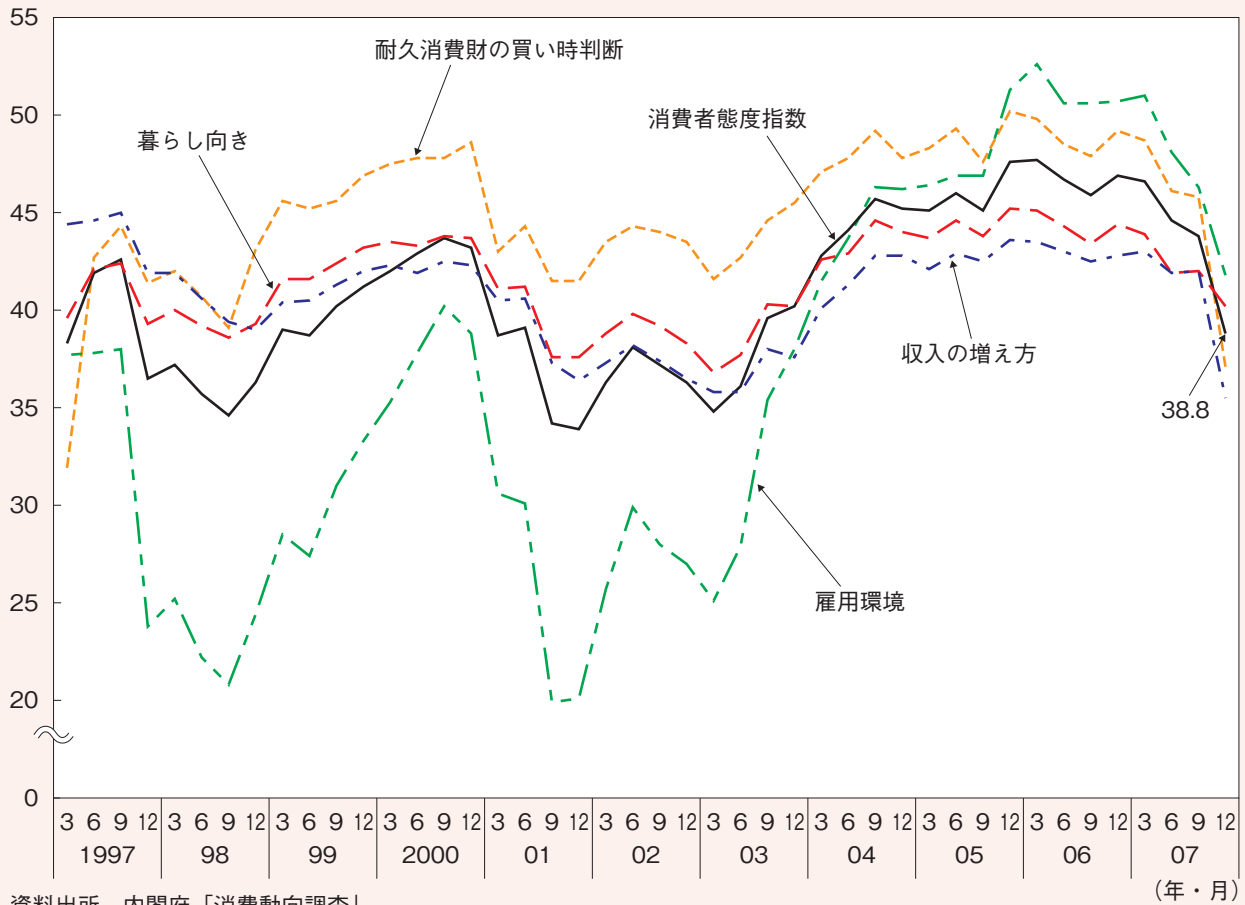
第1 - (3) - 19図 年齢階級別・耐久消費財の買い時判断D.I.



資料出所 内閣府「消費動向調査」から厚生労働省労働政策担当参事官室にて作成

- (注) 「良くなる」「やや良くなる」「やや悪くなる」「悪くなる」のそれぞれについて3か月の値を平均し、「良くなる」「やや良くなる」から「やや悪くなる」「悪くなる」を引いた値である。

第1 - (3) - 20図 消費者態度指数の推移（一般世帯、季節調整値）



資料出所 内閣府「消費動向調査」

(注) 消費者態度指数の作成方法は以下のとおり。

- まず、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の4項目について消費者の意識を調査する。
その際、各調査項目が今後半年間に今よりもどのように変化すると考えているか、5段階評価で回答を求める。
- 次に、各調査項目ごとに5段階評価にそれぞれ点数を与え、次のようにして、各調査項目ごとの消費者意識指標を算出する。

消費者意識指標……

消費にプラスの回答区分「良くなる」に(+1)、「やや良くなる」に(+0.75)、中立の回答区分「変わらない」に(+0.5)、マイナスの回答区分「やや悪くなる」に(+0.25)、「悪くなる」に(0)の点数を与え、これを各回答区分のそれぞれの構成比(%)に乘じ、合計したものである。

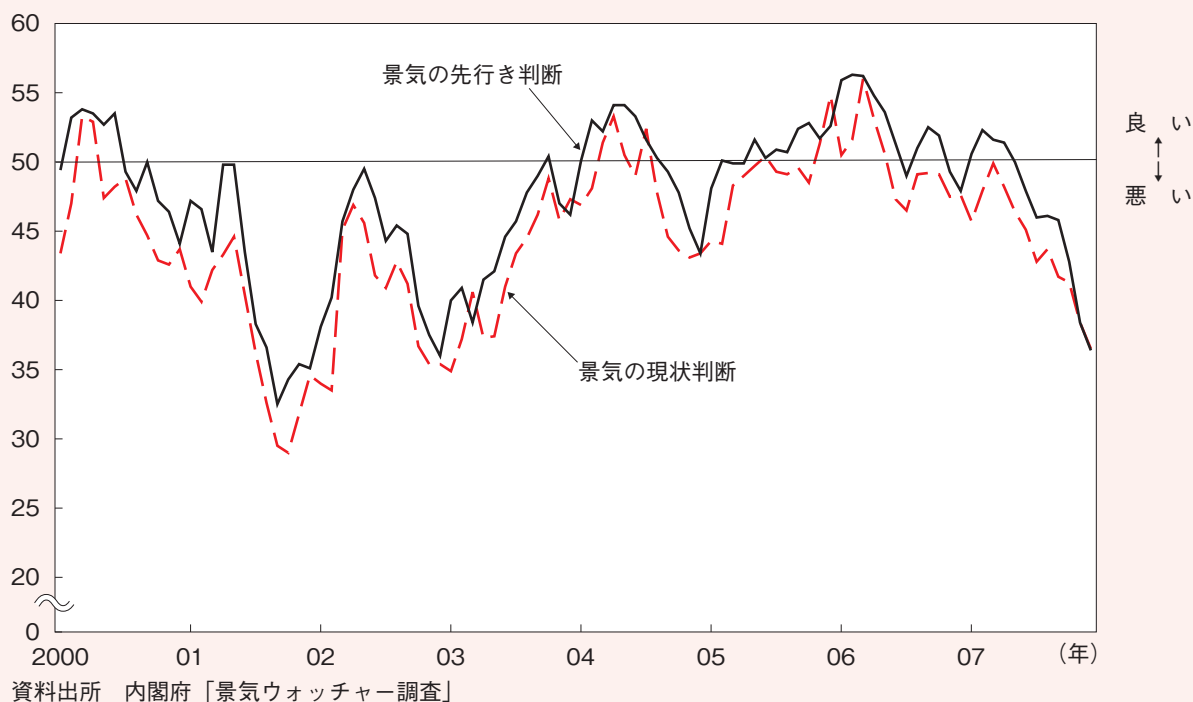
- 最後に、これら4項目の消費者意識指標(原数値)を単純平均して消費者態度指数(原数値)を算出する。

なお、四半期毎に公表する一般世帯の消費者意識指標及び消費者態度指数については、それぞれ別個に季節調整を行っているため、消費者意識指標(季節調整値)を単純平均しても消費者態度指数(季節調整値)にはならない。

内閣府「景気ウォッチャー調査」における家計動向関連D.I.の動きをみても、2006年半ばにかけては、横ばいを示す50を超えて推移するなど、消費者マインドは総じてみれば安定的な動きをみせていたが、2007年半ば以降、景気の先行き判断、景気の実況判断ともに横ばいを示す50を大きく下回っている(第1 - (3) - 21図)。

日本銀行「生活意識に関するアンケート調査」により、1年前と比べた世帯の支出の変化をみると、「増えた」及び「変わらない」とする者が8割を占めている。支出が増えたとす

第1 - (3) - 21図 家計動向関連D.I.の推移

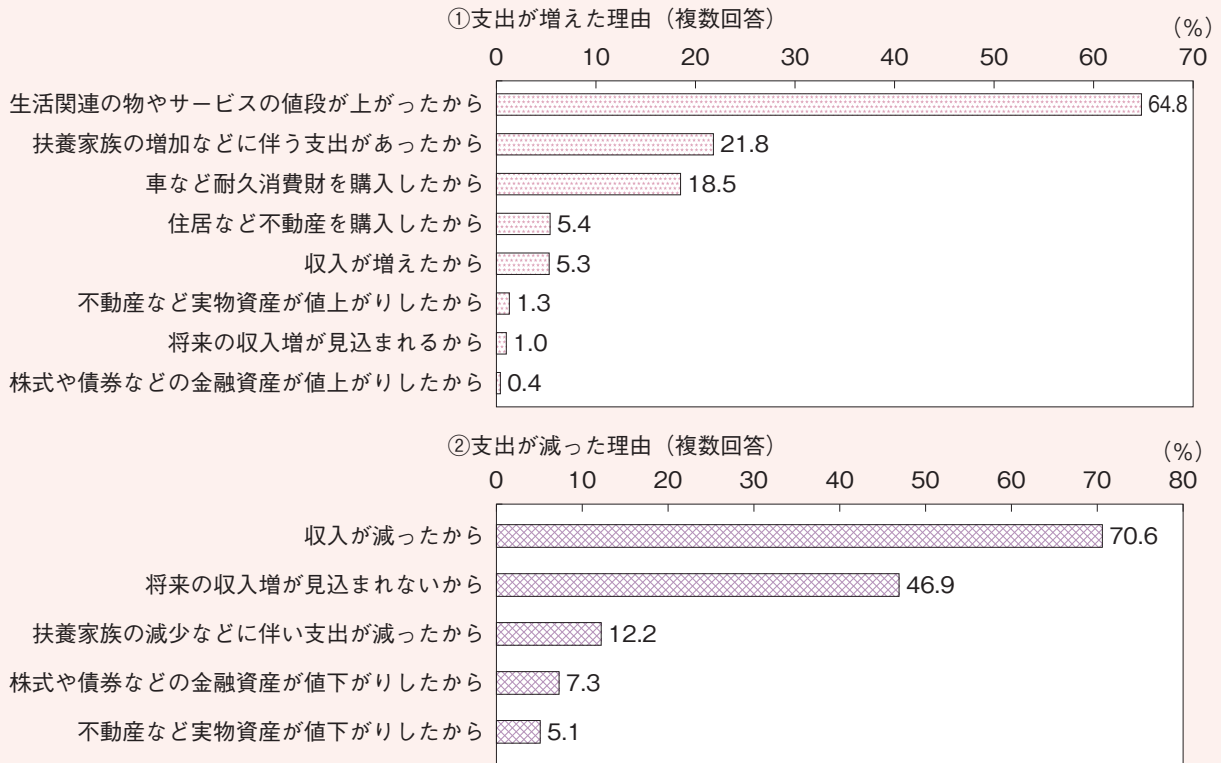


る者についてその理由をみると、「生活関連の物やサービスの値段が上がったから」とする者が最も多い（第1 - (3) - 22図）。その一方で、支出が減ったとする者についてその理由をみると、「収入が減ったから」、「将来の収入増が見込まれないから」とする者が多くなっている。

2007年の消費支出は増加に転じ、平均消費性向も73.1%と前年差0.6ポイントの上昇となったが、このように、消費者心理が後退していることや収入増加の見通しが立ちにくいこと、このところの原油価格の上昇やそれに伴い一部の商品の価格が上昇していることなどもあり、先行きの消費に影響を与える消費者心理は冷え込んでいる。さらに、住宅・土地などの負債を抱える世帯については、金利上昇などがあれば負担感の高まりをもたらす懸念もある。

経済の回復を雇用の拡大、賃金の上昇、労働時間の短縮へとバランスよく配分していくことによって、内需の自律的な成長に支えられたバランスのとれた経済成長へ移行していくことが求められる。また、今までみたように勤労者家計において将来見通しが立てにくくなり、不安心理が高まっていることも消費購買意欲の低迷に影響していくことが懸念されるものであり、一人ひとりの労働者が将来を展望した長期的な生活設計を行えるよう、持続的な成長を維持するとともに、家計の状況にも配慮したバランスのとれたマクロ経済運営を行うことはますます重要な課題になるものと思われる。

第1 - (3) - 22図 生活意識と消費支出の動向

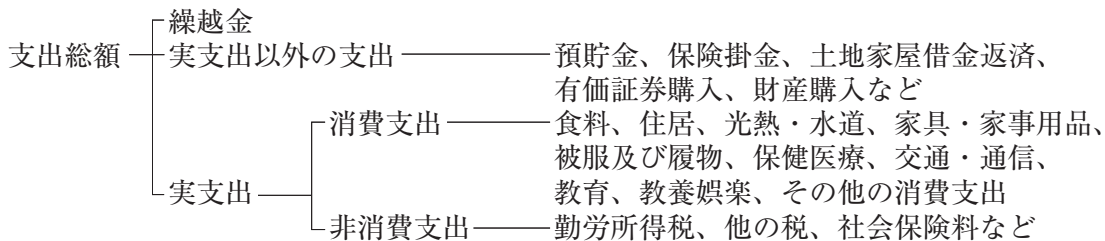
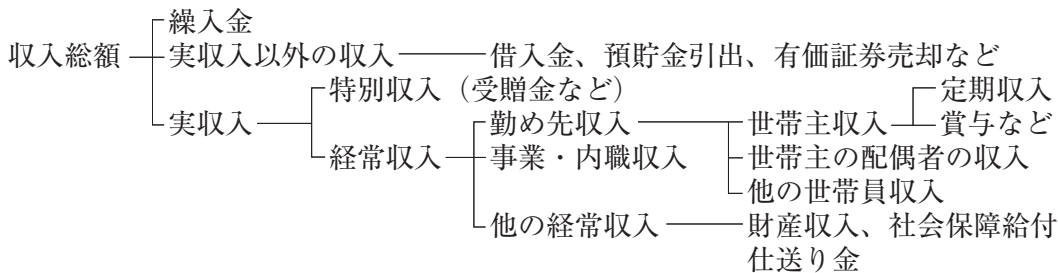


資料出所 日本銀行「生活意識に関するアンケート調査（2007年12月調査）」

(注) 支出が増えた理由は支出が増えた者（42.4%）、支出が減った理由は支出が減った者（21.3%）に対して聞いたもの。

家計調査の収入・支出の項目

家計調査の収入、支出の項目は以下のように分類されている。



これらの項目間では、「収入総額」＝「支出総額」という等式が成り立っている。なお、「可処分所得」は「実収入」－「非消費支出」と定義される。