

テーマ：買い替えが期待される耐久消費財

発表日：2006年1月11日（水）

～耐久消費財の潜在需要が顕在化すれば2.2兆円個人消費を押し上げ～

(No. N-077)

第一生命経済研究所 経済調査部
担当 副主任エコノミスト 長谷山 則昭

TEL:03-5221-4525

(要旨)

- わが国の耐久消費財の普及率は既に高く、その需要動向を見る上では買い替え動向を把握することが重要となってくる。この買い替えサイクルをみてみると、家電製品、乗用車、パソコンなど多くの財で買い替え時期が到来している。
- 多くの耐久消費財が買い替えサイクルに入っていることもあって、耐久消費財の潜在的な需要は増大していると考えられる。家電製品、自動車、パソコンの潜在需要を簡易的に試算してみると、最大で05年度の消費支出を2.2兆円、名目GDPで0.4%ポイント押し上げる結果となった。
- 定率減税の縮減をはじめとする公的負担増により、家計の可処分所得は雇用者報酬の増加ペースほど増えにくいことが懸念材料ではあるものの、所得の増加や株価の上昇、トリノ冬季オリンピックやドイツW杯などの各種イベントや足元で堅調な住宅着工も勘案すれば、耐久消費財の消費は盛り上がりやすい地合いになっている。買い替え需要が大きく顕在化し、個人消費が想定以上に上振れる可能性についても一定の留意が必要である。

○復調傾向を辿る個人消費

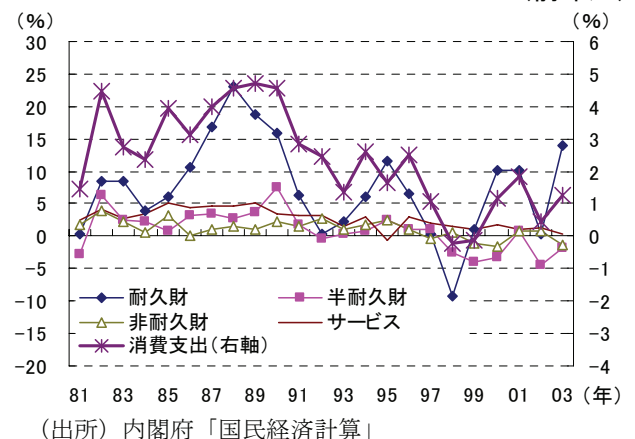
GDPの民間最終消費支出は3四半期連続で増加するなど、個人消費は底堅く推移している。今後も個人消費は復調傾向を辿っていくと予想されるが、その回復ペースを判断する上では耐久消費財の動向が鍵になる。耐久消費財への支出が消費支出全体に占めるウェイトは足元で10%強とそれほど大きくないものの、その他の財やサービスに比べて変動が大きく、個人消費に与えるインパクトは小さい(資料1)。

過去の景気回復局面を見ても、耐久消費財の支出が増加した局面では個人消費に勢いがみられた。以下では先行き耐久消費財支出が増加し、個人消費が想定以上に上振れる可能性について考えてみたい。

○多くの耐久消費財で買い替え時期到来

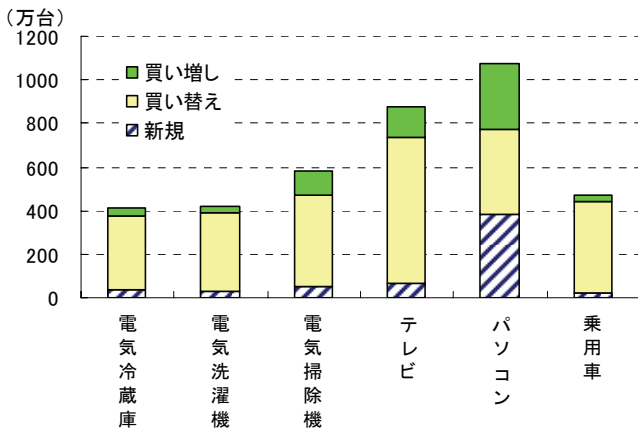
まず、耐久消費財の需要面について考えてみることにする。耐久消費財の場合、新規・買い増しなどの需要をみることも必要であるが、主要な耐久消費財については普及率が既にも高いため、買い替え動向を把握することが重要となってくる。家計にとって家電製品や乗用車は投資財にも近く、ストック循環的な側面も持ち合わせている。例えば、テレビ(カラーテレビ、PDP、液晶の合計)は、2003年度には国内で876.7万台出荷

資料1 財・サービス別実質最終消費支出の推移
(前年比)



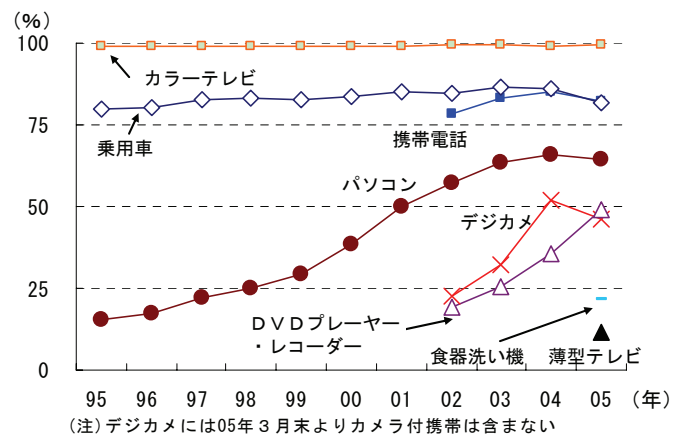
されたが、そのうち76.2%は買い替えによるもの¹である(資料2)。65%程度と世帯普及率がそれほど高くないパソコンについても、3分の1は買い替え需要である(資料3)。故障や新製品が出たことによる買い替えのボリュームは大きい。

資料2 主要耐久財の販売数量(2003年度)



(出所) 経済産業省「機械統計」、(社)電子情報技術産業協会「わが国におけるパソコン出荷実績」、「民生用電子機器国内出荷統計」、(社)日本自動車工業会「新車登録台数・軽自動車販売台数」、内閣府「消費動向調査」

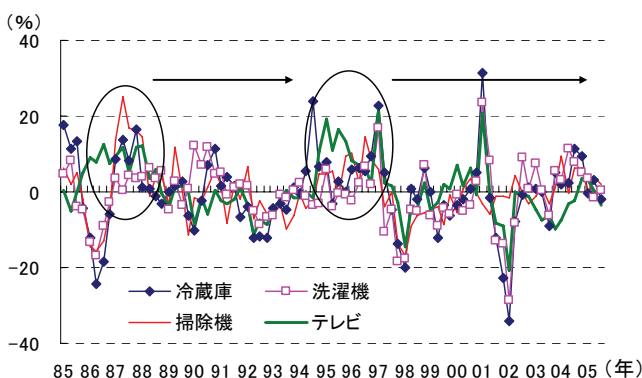
資料3 主要耐久消費財の普及率(3月末)



(出所) 内閣府「消費動向調査」

以下では主要な耐久消費財について、買い替え需要がどの程度存在するのかを検討してみる。過去の耐久消費財の増加サイクルを見てみると、家電製品についてはバブル景気前半の87~88年ごろに消費が盛り上がり、その次に大きく増加が見られたのは94~96年ごろである(資料4)。家電製品の買い替えサイクルは製品により異なるが、概ね7~10年程度である(資料5)。94~96年の増加は、97年4月に消費税が引き上げられることによる駆け込み需要があったことに加えて、家電製品の買い替え時期の到来も消費押し上げに寄与したと思われる。そして、この買い替えサイクルから考えれば94~96年ごろに購入された家電製品は既に買い替え時期に入ってきているものも少なくないと考えられる。2001年4月の家電リサイクル法の施行に伴い、買い替え需要の一部は既に顕在化している可能性があるが、それを割り引いたとしても潜在需要は大きいだろう。

資料4 耐久消費財の販売台数(家電製品、前年比)



(出所) 経済産業省「機械統計」、(社)電子情報技術産業協会「民生用電子機器国内出荷統計」

資料5 主要耐久消費財の買い替え状況

	平均使用年数(年)	買 替 え 理 由 (%)				参考・普及率(17年3月末現在、%)
		故障	上位品目への移行	住居の変更	その他	
電気冷蔵庫	10.5	72.2	14.4	6.6	6.8	-
カラーテレビ	9.4	73.5	18.7	3.1	4.7	99.3
電気洗濯機	9.0	75.8	13.2	5.6	5.4	-
電気掃除機	7.4	72.5	17.8	2.5	7.2	-
乗用車 新車	6.7	28.3	28.1	-	43.5	48.2
ビデオカメラ	6.6	39.4	42.2	1.8	16.5	39.6
DVDプレーヤー・レコーダー	4.6	43.8	42.6	1.2	12.3	49.0
パソコン	4.3	35.2	52.9	0.6	11.3	64.6
デジタルカメラ	2.9	22.0	64.0	0.6	13.4	46.2

「住居の変更」とは住居の新築、購入、増改築をいう。

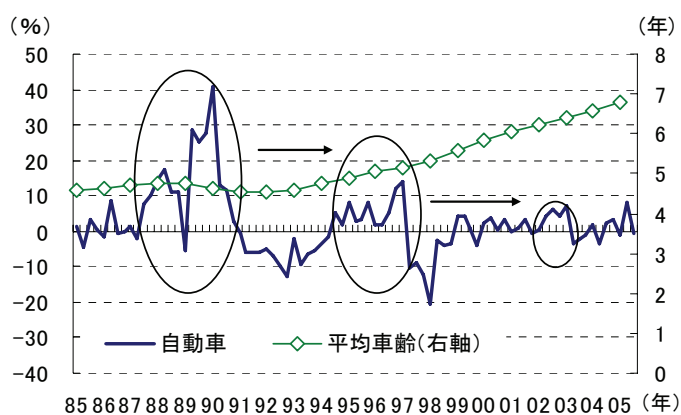
(出所) 内閣府「消費動向調査」

¹ 新規、買い替え、買い増しの割合は、内閣府「消費動向調査」の主要耐久消費財品目別購入世帯割合を用いた。なお、販売統計を元にした試算のため、法人需要も含まれていることには留意が必要である。

乗用車についても、同様に買い替えの潜在需要は大きいと考えられる。乗用車の買い替えサイクルを見てみると、バブル景気に沸いた87～90年に大きく増加し、その後94～96年も消費税引き上げの駆け込みもあって増加傾向で推移した(資料6)。02年には小型乗用車のヒットもあって販売台数は増加したが、平均車齢は上昇の一途を辿っている。乗用車の性能向上により平均車齢は上昇しやすい面もあるが、90年代後半からの上昇ペースは著しく、買い替え需要は増大しているものと思われる。

最後にパソコンのこれまでの推移を見てみると、4～5年のサイクルで販売台数が伸びている(資料7)。買い替え理由として「上位品目への移行」が半数以上を占めているように、新製品の動向に左右されやすいため比較的短いサイクルで推移している。販売台数で見れば03年半ばから増勢基調となっており、テレビパソコンなどAV機能を強化したタイプが売れ筋となっている。普及率がやや頭打ちとなってきていることから新規需要が伸び悩む可能性もあるが、用途に合わせて2台目、3台目を持つ買い増し需要もある。拡大傾向にあると思われる買い替え需要とあわせれば、パソコンの潜在需要についても小さくないと考えられる。

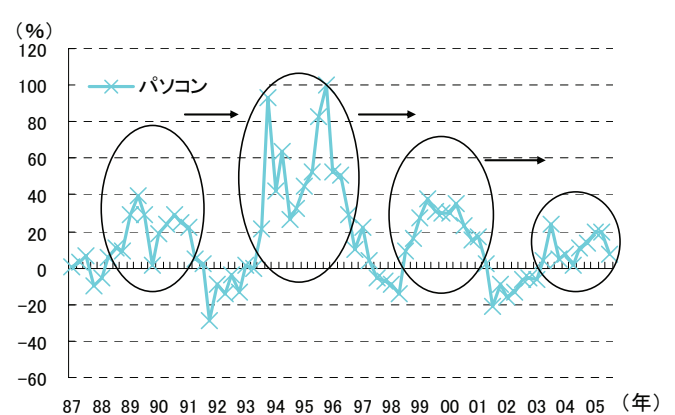
資料6 耐久消費財の販売台数(自動車、前年比)



85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 00 01 02 03 04 05 (年)

(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」、(財) 自動車検査登録協会の

資料7 耐久消費財の販売台数(パソコン、前年比)



87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 00 01 02 03 04 05 (年)

(出所) (社) 電子情報技術産業協会「わが国におけるパソコン出荷実績」

○買い替え需要がすべて顕在化すれば、個人消費を2.2兆円押し上げ

以上のように、多くの耐久消費財で買い替えサイクルに入っていることもあって、潜在的な需要は増大していると考えられる。以下、家電製品、自動車、パソコンの潜在需要を簡易的に試算してみた。

(①潜在買い替え台数+②新規・買い増し台数) × 各製品単価² = 耐久消費財の潜在需要

①潜在買い替え台数は、各耐久消費財の平均使用年数とその前後1年間の販売台数から推定した。例えば電気冷蔵庫では耐用年数9.0年であるため、8～10年前の平均販売台数を電気冷蔵庫の買い替え台数とする。ただし、乗用車については平均車齢が急上昇している94年から99年までの年間平均販売台数を買い替え台数とした。

②新規・買い増し台数は2003年度の販売台数のうち消費動向調査の新規・買い増し購入実績割合を用いた販売台数と同数を仮定した。

この潜在買い替え台数と新規・買い増し台数の合計を年間の潜在購入台数とし、これに各販売単価を乗じて、

²製品単価は、家電製品については総務省「家計調査」の04年度の平均価格、乗用車は(社)日本自動車工業会「平成15年度乗用車市場動向調査」の新車の平均購入価格、パソコンは(社)電子情報技術産業協会「わが国におけるパソコン出荷実績」より、04年度の国内出荷金額を国内出荷台数で割ることで単価を算出。

家電製品、乗用車、パソコンの潜在需要が05年度に最大限顕在化した場合の年間の販売金額を算出すると、総額で15.0兆円となった。04年度の販売台数実績からこれらの財の販売金額を算出すれば12.8兆円だったことから、潜在需要が顕在化すれば05年度は名目の消費支出金額を2.2兆円、名目GDPを0.4%押し上げる効果が期待できる。また、薄型テレビなど単価が高い高級品への支出が増えれば試算を上振れることも考えられよう。様々な仮定を基にした試算であるため幅を持つてみる必要はあるが、耐久消費財の買い替え需要は決して小さくない。

○所得や金融資産の動向が耐久消費財の消費支出に大きく影響

もっとも、足元までの状況を見てみると、買い替え需要のマグマはたまっているが、その需要は大きく表に出ていない模様である。

耐久消費財の潜在需要が顕在化するための条件の一つと考えられる所得との関係を、単純な消費関数を用いて考えてみた(資料8)。財・サービスごとに見ると、概ね所得と消費の関係は有意な結果となったが、非耐久消費財や半耐久消費財との関係はそれほど強くなかった。これらの中には、食料費や光熱費、衣料などの生活必需的な消費が多いことから消費支出が所得に大きく左右されることはないのだろう。一方、耐久消費財は所得との関係が強い。テレビや自動車などいわゆる贅沢品を多く含むからである。これらは每期購入する性格のものではないため、ある程度生活に余裕が出来れば購入行動となりやすく、逆に所得が減少すれば贅沢品への支出を切り詰めることが多い。したがって、所得の変動ペース以上に耐久消費財の消費支出は変動しやすい(資料9)。

また、足元の株高も耐久消費財の支出に追い風となっていると思われる。TOPIXは、05年夏場以降、上昇ペースが強まった(資料10)。足元では1,600ポイント台まで上昇していることから、資産効果や消費マインドの改善による消費支出の押し上げ効果も期待できると考えられる。その他の財やサービスでは金融資産の増減に対して強い関係はみられなかったが、耐久消費財については10%有意水準での関係が認められた。家計所得や資産の増加が、耐久消費財の潜在需要を掘り起こすための重要な要素となろう。

資料8 消費支出と所得の関係

	所得要因	資産要因
民間最終消費支出	0.65(6.42)***	0.07(1.58)*
耐久財	1.92(3.09)***	0.54(1.92)**
半耐久財	0.48(1.56)*	0.07(0.50)
非耐久財	0.28(1.60)*	0.02(0.31)
サービス	0.68(4.49)***	0.11(1.63)*

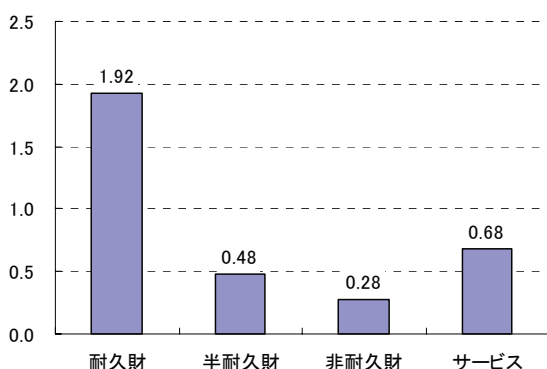
***: 5%有意水準、**: 10%有意水準、*: 15%有意水準

(注) 数値は各弾性値、カッコ内はt値。

弾性値: 所得や資産が1%増加するとそれぞれの消費支出が何%増加するかを表したもの

(出所) 内閣府「国民経済計算」、日本銀行「資金循環統計」より当社推計

資料9 各消費財・サービスの所得弾性値



(出所) 内閣府「国民経済計算」、日本銀行「資金循環統計」より当社推計

資料10 TOPIXの推移



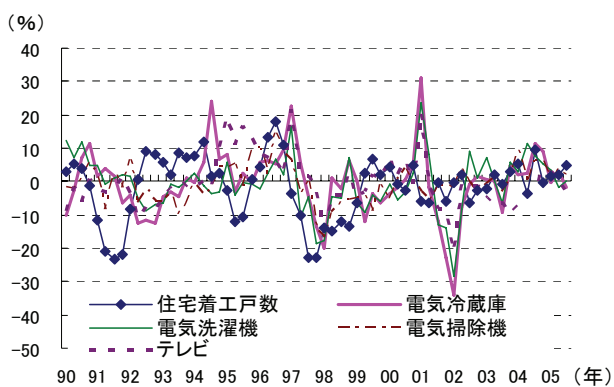
(出所) 東京証券取引所「東証株価指数(TOPIX)」

○イベント効果、これまで堅調な住宅着工も耐久消費財の支出にとってプラス要因

06年2月にトリノ冬季オリンピック、06年6月にドイツワールドカップ、06年末にはウインドウズヴィスタの発売などが予定されている。このような消費者の購入意欲を刺激しやすいイベントが多くあることも薄型テレビやパソコンなどの買い替えを後押しする材料だ。

加えて、このところ住宅着工が堅調なことも家庭用耐久消費財の支出にとってプラス要因である。住宅の住み替えを機に家電製品などの耐久消費財を購入する世帯も少なくないと考えられるからである(資料11)。住宅着工と住み替えの間にはタイムラグがあると考えられることから製品別に時差相関分析を行ったところ、1～3四半期程度住宅着工に遅行することが分かった(資料12)。足元での住宅着工は、工期が短い持家よりも比較的竣工までの期間が長い分譲マンションや貸家が堅調なことから、過去のパターンよりもタイムラグは長めになる可能性があると考えられる。足元での住宅着工の増加は06年においても家電製品の購入が進む可能性を示唆している。

資料11 住宅着工戸数と家電製品販売台数(前年比)



(出所) 国土交通省「住宅着工統計」、経済産業省「機械統計」、(社)電子情報技術産業協会「民生用電子機器国内出荷統計」

資料12 住宅着工戸数と耐久消費財の相関係数

	冷蔵庫	洗濯機	掃除機	テレビ
0 ^(注)	0.166	0.222	0.319	0.005
1	0.424	0.358	0.362	0.187
2	0.513	0.341	0.280	0.334
3	0.458	0.250	0.261	0.404
4	0.301	0.121	0.154	0.340
5	0.099	-0.033	0.044	0.259
6	0.024	-0.075	0.035	0.129

(注)住宅着工戸数と耐久消費財の購入における四半期ごとの相関係数

(出所) 経済産業省「機械統計」、(社)電子情報技術産業協会「民生用電子機器国内出荷統計」、国土交通省「住宅着工統計」より当社試算

○所得の増加やイベント効果、堅調な住宅着工により耐久消費財の消費は盛り上がりやすい地合いに

当社の見通しでは、05年冬のボーナスは前年を上回って推移し、06年度にかけて雇用者報酬は増加ペースが加速すると予測している。所得との関係が強い耐久消費財は、雇用者報酬の増加に伴って需要がより顕在化してくる可能性は高いだろう。

定率減税の縮減をはじめとする公的負担増により、家計の可処分所得は雇用者報酬の増加ペースほど増えにくいことが懸念材料ではあるものの、各種イベント効果や足元で堅調な住宅着工を勘案すれば、耐久消費財の消費は盛り上がりやすい地合いになっている。潜在需要が大きく顕在化し、個人消費が想定以上に上振れる可能性についても一定の留意が必要である。