

攪乱される消費、趨勢は強いかわいかな

発表日：2011年2月17日（木）

～エコカー・エコポイント要因を除外した流れ～

第一生命経済研究所 経済調査部
担当 熊野英生（外線：5221-5223）

2010 年中の消費動向は、エコカー減税・家電エコポイントなど消費刺激策に大きく揺さぶられた。そうした中で、今後、消費動向の中核的な流れがどう推移するかが注目される。消費刺激策を除外した消費動向を読み取ると、常用雇用の拡大ペースが流れに影響していることがわかる。2011 年の個人消費は、雇用拡大が継続し、緩やかな増加になると予想される。

攪乱要因のしつばが胴体を振る？

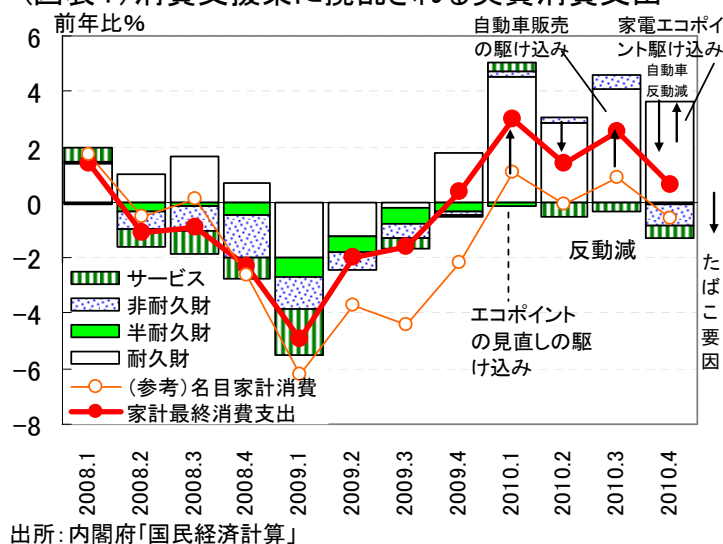
消費分析を行っていて、しばらく方向感を見失って迷宮をさまよう感覚があった。2010 年は家電エコポイント見直しの駆け込み需要に始まり、後半はエコカー補助金が期限切れ、家電エコポイントの半減があった。10-12 月の QE をみると、これらの影響に加えてたばこ税増税の反動減（10 月～）が大きかったことも実感させられる（図表 1）。

一連の攪乱要因は、まだ終了した訳ではなく、2011 年もエコポイントの終了（3 月末）、テレビの地上波デジタル完全移行（7 月 24 日）と続いて消費トレンドをかく乱するだろう（図表 2）。

実は、多くの観察者が、わかりやすい消費刺激策の終了に眼を奪われて、個人消費の流れがあたかもそうした施策に支配されているという錯覚に囚われてしまう（筆者もそうなりがちであった）。

しかし、消費刺激策の有無だけで個人消費の流れを捉えようとする姿勢には禁欲的でなくてはならない。消費刺激策だけに目を奪われると思考の罫にはまり、全体観を見失う可能性がある。むしろ、家電・自動車販売など以外の消費トレンドがどう推移していくかに視点を戻して、個人消費の流れを見極めることがエコノミストの仕事として大事であろう。

（図表 1）消費支援策に攪乱される実質消費支出



（図表 2）2010年度の消費イベント

- 2010年4月 高校授業料無償化
- 6月 子ども手当の支給開始。
- 8月 猛暑効果による消費押し上げ
- 9月 エコカー補助金が7日をもって終了
- 10月 たばこ税増税
- 12月 家電エコポイントのポイント付与半減。
- 2011年1月 15歳以下の所得税扶養控除廃止（子ども手当の財源）
- 3月 家電エコポイント終了予定
- 4月 公的年金支給額が物価スライドによって前年比▲0.4%引き下げ
- 7月 地上波デジタルへの移行

意外に攪乱されていない消費動向

個人消費は、それだけ見ていれば全体を把握できるカバレッジの広い統計がない点で不便である。一般的に使われる総務省「家計調査」は、2010 年中は上記の消費刺激策の攪乱などを受けて振れが大きくなって趨勢が見えにく

い。そこで次善策として筆者が注目するのは、供給側の経済産業省「商業販売統計」である。その中のスーパー、百貨店の販売額前年比は消費の趨勢を知る上で、自動車・家電製品・たばこの影響を受けにくくなっている点で有益である。それらの前年比伸び率をみると、2010 年中はマイナス幅が一貫して縮小する動きになっている。スーパーと百貨店を合計した大型小売店販売は2010 年 19.3 兆円と、小売販売全体の 135.7 兆円の中で 14%のカバレッジに止まっているが、指標性は十分にあるだろう。

カバレッジの点でもっと大きいコンビニ販売額（81.1 兆円）に着目すると、こちらはたばこ販売の変動要因（2008 年 7 月～2009 年 6 月、2010 年 9・10 月）で攪乱されているものの、それを除けば趨勢は、スーパー・百貨店と同じく、伸び率のマイナス幅は縮小していく流れで一致している。

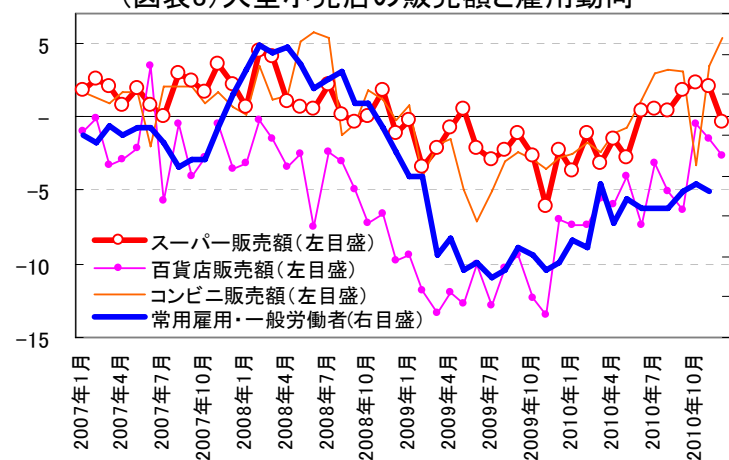
この流れを見ると、個人消費の趨勢は改善方向にあると言える。家計の消費行動は、エコカー・エコポイントの駆け込みで一時的に盛り上がり、それがなくなると「反動減でダメになる」という単純な構図ではないことがわかる。

トレンドを作っているのは何か

では、消費支援策の影響を受けにくい分野で消費動向は何によって作られているのであろうか。

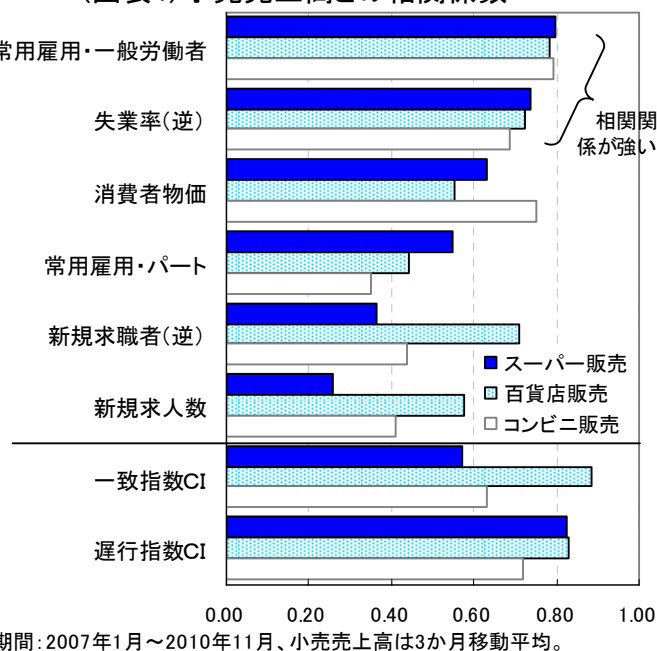
筆者は、その流れは雇用拡大のペースによって支えられていると考えている。スーパー、百貨店の販売高前年比は、常用雇用者数（一般労働者）の伸び率に近似した動きをしている（図表3）。常用雇用者数の伸び率は、完全失業率（逆数）、消費者物価とも似た動きをしていて、それらの相関係数を調べても、小売統計と比較的相関が高い結果になっていた（図表4）。労働需給は、消費に強い影響力を持っていて、そのトレンドを決めていると判断できる。

前年比% (図表3) 大型小売店の販売額と雇用動向



出所：経済産業省「商業販売統計」、厚生労働省「毎月勤労統計」

(図表4) 小売売上高との相関係数



期間：2007年1月～2010年11月、小売売上高は3か月移動平均。

今後、この常用雇用の拡大が続いていくかどうかは、景気全体の流れの継続性にかかっている。この見解は同語反復だと思われるかもしれないので、少し解説しておく、常用雇用がマクロの景気拡大の流れを受けて継続的に拡大していくのならば、消費のトレンドも雇用拡大に沿って継続するということである。内閣府「景気動向指数」のCI 遅行指数の変化は、常用雇用者数の前年比と極めて似た動きになっている。

※※遅行指数の構成統計には、常用雇用指数製造業・前年比が含まれている。

本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見通しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。

この図式を考えると、遅行指数が表しているのは、景気全体の波及効果が及んだ結果、様々な分野に景気回復の影響が遅れて連動してくるという現象である。雇用拡大は、企業業績のトリクルダウンによって形成された内需のトレンドだと解釈できる。

現在、マクロの景気情勢は、輸出・生産指標を中心に再拡大が展望されている。目下、遅行指標にはそのプラス効果は及んでいないが、先行指数から遅行指数への波及が及んでいくことを念頭に置くと、個人消費の流れも改善方向へと動かされていくことが予想される。

扶養控除廃止・縮減の負担増

2011年の個人消費を展望すると、波乱要因は消費支援策以外にも増税要因があることは気になる。すでに、2011年1月から年少扶養控除・特定扶養控除が、子ども手当・高校授業料無償化の見合いで廃止されている。この負担分は、すでに先行して支給された家計への恩恵を縮減させるだろう。

そうした影響はどのくらい考慮すべきなのだろうか。2009年度から比較すると、それまでの児童手当（8,400億円）が、子ども手当に衣替えして、2010年度は対前年比+1.4兆円の実質減税（=2.3兆円-8,400億円）になっている。2011暦年はそこから約▲4,600億円（=扶養控除廃止▲6,100億円+子ども手当追加+1,500億円）の負担増になるだろう。家計の可処分所得の規模からみれば、▲4,600億円の割合は▲0.15%の規模であるので、雇用拡大が続く前提では、消費拡大の腰を折るような影響にはならないとみられる。

地盤沈下する雇用拡大の作用

雇用拡大がプラス方向であることは歓迎されるとしても、その作用に自信を持てるほどではないことには留意が必要だ。それは、雇用が拡大しつつも、同時に非正規化が進みながら、所得形成力が相対的に低下しているからである。趨勢的にみて、全雇用者の中でパート比率は2000～2010年にかけて年平均0.50%ほど上昇している。

※※この結果は、毎月勤労統計のパートアルバイト／（一般労働者+パートアルバイト）の比率の変化である。労働力調査のもっと厳格な非正規比率に基づくと、2002～2010年にかけて0.61%と非正規化のペースは速い。

パート比率の上昇は、その人件費負担の大きさを縮減させる作用を持つ。毎月勤労統計に基づく、パート比率が年0.50%上昇すると、人件費は▲0.48%も低下すると計算される。すなわち、雇用拡大が進みつつも、所得形成力は相対的に非正規化で減殺されていて、消費支出も弱まっていることになる。そのペースを実額に換算させるために雇用者報酬に対応させると、年間▲1.2兆円もの所得切り下げになる（2010暦年の雇用者報酬は名目253兆円）。そのインパクトは、単純にみた所得税の控除廃止・縮減の負担増よりも大きい。

今後、雇用拡大が進む中では、消費拡大のトレンドは続くと思われるが、その中で非正規化の圧力と言ったような所得形成力の減殺作用も同時に働くであろう。雇用対策の内容を工夫しながら、企業が将来の事業拡大に向けて正規雇用を増やすような流れを着実なものにしなければ、消費拡大の作用も微弱なものに止まるだろう。

※※※毎月勤労統計から計算すると、給与総額のうち賞与相当（特別給与）は17.0%である。それに対してパート・アルバイトの人件費は8.4%と半分程度である。2009年のように、大幅に正規雇用者の賞与がカットされて、非正規雇用が増えても、総人件費は大幅に減少する。2010年は賞与はいくらか回復したが、水準としては2008年比では大きく目減りしたままである（特別給与87%=2010年分/2008年分）。