

調査レポート

日本経済ウォッチ(2012年7月号)

【目次】

1. 今月のグラフ..... p.1
～ 増加する生活保護受給世帯～
2. 景気概況..... p.2
～ 景気は緩やかに持ち直している～
3. 今月のトピック:消費税引き上げが個人消費に及ぼす影響..... p.3～14
～ マイナスの影響は比較的軽微にとどまる～
 - (1)消費税の引き上げで何が変わるのか
 - (2)個人消費への影響をどう考えるか
 - (3)個人消費の落ち込みは比較的軽微にとどまる
 - (4)消費税引き上げ後の個人消費～賃金の動向が重要

三菱UFJリサーチ & コンサルティング株式会社
調査部 小林 真一郎、尾畠 未輝 (chosa-report@murc.jp)
〒105-8501 東京都港区虎ノ門 5-11-2
TEL: 03-6733-1070

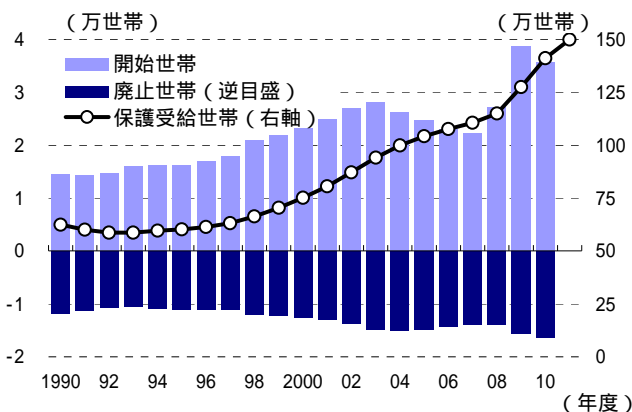
1. 今月のグラフ ～増加する生活保護受給世帯～

厚生労働省によると、2011年度の生活保護の被保護世帯数は月平均149.8万世帯（実人員は同206.7万人）と過去最多となった（図表1）。高齢化の進行を背景に高齢者世帯の受給が増え続けていることに加え、足元ではリーマンショックの影響で賃金収入が減少したために受給を開始した世帯も急増した。最近では高所得の芸能人の母親が生活保護を受けていたことに端を発し、不正受給の問題を巡る議論も活発化している。生活保護制度は、「世帯員全員が、その利用し得る資産、能力その他あらゆるものを、その最低限度の生活の維持のために活用すること」が前提であり、「扶養義務者の扶養は、生活保護法による保護に優先」される。しかし、生活保護の申請は自己申告が基本である上、審査体制はいまだ整っていない点が多く、不正受給が後を絶たない。また、国民年金や最低賃金よりも得られる収入が多くなる場合があるため、人々の勤労意欲は阻害され、安易な受給も広がっている。

2010年度に生活保護の受給を開始した世帯数は月平均25,964世帯と前年度よりは減少したものの、1990年度と比べると約2.7倍となっている。一方、2010年度に受給を廃止した世帯数は16,479世帯であり、1990年度と比べて1.4倍と、開始世帯と比べ伸び率は小さいものの増加している。しかし、保護を廃止した理由をみると、2010年度時点で最も多いのは「死亡」（月平均4,107世帯）であり、全体に占める割合は31.4%となっている（図表2）。2000年度と比べて12.5%ポイント上昇しているが、生活保護の受給廃止は高齢化を背景に増えたに過ぎないことが伺える。一方、2010年度で「勤労収入の増加など」（同2,097世帯）が全体に占める割合は16.0%に過ぎず、前向きな理由で生活保護の受給を止められる世帯はなかなか増えていない。

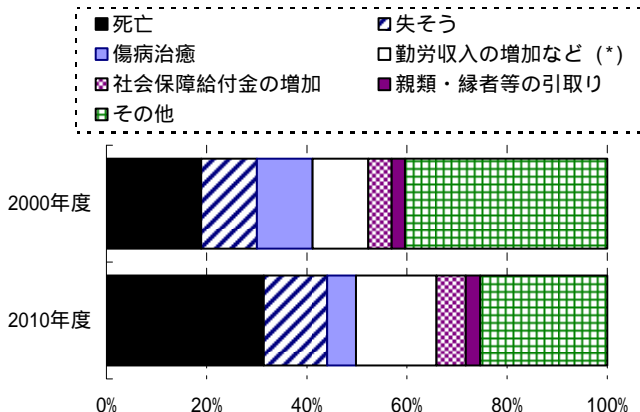
いったん生活保護を受けると抜け出すのが困難だけでなく、なんとか受給を止めることができたとしても短期間のうちに再び保護を受け始めてしまう場合が多い。2010年度時点では、生活保護を開始した世帯のうち16.2%が過去に受給歴があり、そのうち38.2%の世帯は前回の受給を止めてから3ヶ月未満しか経っていない。既存の受給者を保護に頼らない生活へと立て直す仕組みを作ることが喫緊の課題である。（尾畠 未輝）

図表1 生活保護受給世帯



（注）各月中に1日（回）でも生活保護を受けた世帯数の合計を各年度について1か月平均とした値。
（出所）厚生労働省「社会福祉行政業務報告（福祉行政報告例）」

図表2 受給廃止の理由



（注）2010年度は1か月平均値、2000年度は9月の値。
（*）＝「働きによる収入の増加・取得」、「働き手の転入」。
（出所）厚生労働省「社会福祉行政業務報告（福祉行政報告例）」

2. 景気概況 ~ 景気は緩やかに持ち直している ~

堅調な内需を背景に、景気は緩やかに持ち直している。ただし、先行きの景気が一時的に停滞局面に入るリスクには注意を払う必要がある。

6月調査の日銀短観では、大企業製造業の業況判断DIが-1となり、小幅とはいえ3四半期ぶりに改善した。一方、大企業非製造業では4四半期連続で改善しており、業況判断DIも8まで上昇した。景気回復局面において非製造業の改善が先行するケースは珍しく、足元の景気が内需を中心として持ち直していることを示す結果であるといえる。

堅調な内需を牽引しているのが個人消費と公共投資である。個人消費は持ち直しの動きが続いており、5月の家計調査の実質消費支出（二人以上の世帯）も前月比+1.5%と順調に増加し、震災前を上回る水準まで回復してきた。自動車の販売も好調を維持しており、震災の影響で前年に大きく落ち込んだ反動もあって前年比で高い伸びを記録している。所得環境も徐々に改善している。5月の1人当たりの現金給与総額は前年比-0.8%と4ヶ月ぶりに減少したが、特別給与の急減によるものである。所定内給与、所定外給与とも前年比プラスであり、基調は決して弱くない。夏のボーナスは前年の水準を下回った可能性が高いが、所定内給与の増加が定着するようであれば、個人消費を下支えする材料となろう。

公共投資についても、2011年度第3次補正予算の効果が本格化しつつあり、堅調に増加している。特に5月の公共工事請負額が前年比+36.7%と急増しており、少なくとも夏場までは公共投資の増加基調が続く可能性が高い。

回復が遅れていた輸出は、4月に実質輸出が前月比+6.4%と急増加した。5月は同-2.7%とマイナスに転じたが、均してみると持ち直しつつあるといえる。ただし、海外経済の回復ペースが鈍っていることを勘案すると、順調な改善はしばらく望めないであろう。

5月の鉱工業生産指数は前月比-3.1%と2ヶ月連続で減少した。製造工業生産予測指数によれば、6月は同+2.7%と増加に転じるが、予測指数通り伸びたとしても4~6月期は前期比-1.0%と4四半期ぶりにマイナスに転じる計算となる。製造業の活動の鈍化が鮮明となってきた。5月の落ち込みは自動車によるところが大きく（輸送機械工業は前月比-11.1%）、エコカー購入時の補助金枠の消化をにらんで、生産が抑制されつつあるようだ。

ただし、7月の製造工業生産予測指数が前月比+2.4%と6月に続き増加が見込まれており、日銀短観の業況判断DIの先行きも+1と改善継続が予想されていることから判断すると、生産がこのままピークアウトすることも想定しづらい。エコカー購入時の補助金枠は7月中にも枯渇する可能性があり、その後は自動車販売および生産はいったん落ち込むことは避けられない。このため、景気が一時的に停滞局面に入るリスクがあるが、調整が長期化する懸念は小さいであろう。6月のギリシャ再選挙や欧州首脳会談後に金融混乱のリスクが後退し金融市場が安定してきたこと、原発の再稼動により夏の深刻な電力不足が回避できそうなことも、景気にとってはプラス材料である。 （小林 真一郎）

3. 今月のトピック：消費税引き上げが個人消費に及ぼす影響 ～ マイナスの影響は比較的軽微にとどまる～

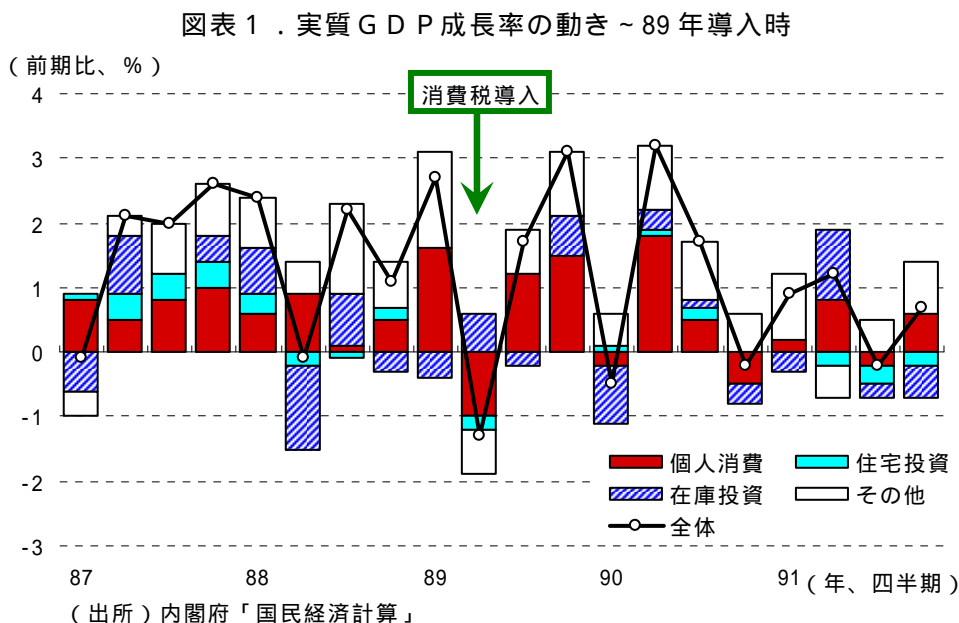
消費税増税関連法案が衆議院を通過し、消費税が2014年4月から8%に、2015年10月から10%に引き上げられる可能性が高まりつつある。消費税の引き上げを巡っては、財政再建の行方、社会保障制度改革のあり方、逆進性に対する緩和策、金融市場への影響など様々な論点がある。そうした中で、今月は景気への影響、特に最も強いインパクトがあると予想される個人消費の動向に絞って検討してみた。

(1) 消費税の引き上げで何が変わるのか

景気の動き～89年の導入時と97年の引き上げ時の比較

最初に1989年の消費税導入時と、1997年の消費税引き上げ時の個人消費への影響について、簡単に確認しておこう。

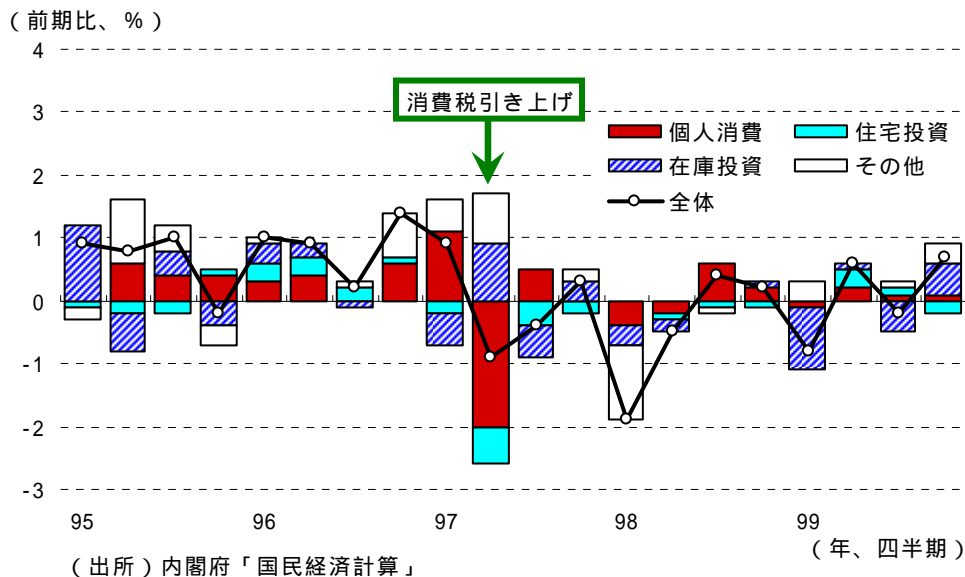
図表1は、実質GDP成長率の前期比の内訳をみたものである。これによると、89年当時は、個人消費は直後に前期比マイナスに落ち込んだものの、その後は増加に転じた。これは、景気がバブルの絶頂期にあったことに加え、物品税の廃止や所得税の最高税率の引き下げといった家計の負担の軽減措置もあったためである。駆け込み需要とその反動減はあったものの、自動車など物品税対象品目（普通乗用車で23%、小型乗用車で18.5%、軽乗用車で15.5%など）については、逆に買い控えの動きが見られ、導入後の落ち込みを相殺した。



次に、1997年の引き上げ時の個人消費の動きをみると、直前に駆け込み需要があり、反動減も導入時と比べて大きくなっている（図表2）。いったん、7～9月期に個人消費は前期比プラスに持ち直したものの、消費税引き上げと同時に社会保険料引き上げ、医療費負担増、所得税の特別減税の終了といった家計の負担増に加え、その後はアジア通貨危機、金融危機（山一証券、北海道拓殖銀行の破綻など）が加わったため、景気が悪化し、個人消費の低迷に拍車がかかった（景気の山は97年5月）。

なお、97年の消費税引き上げの時のマイナス効果については、消費税の引き上げだけを考えれば、景気へのマイナス効果は軽微であったとする説、消費税の引き上げこそが、その後の景気悪化の主因であるとする説など、様々な評価がなされている。しかし、実際のところは、引き上げの効果だけを抽出することが難しいため、それを判別することは難しい。

図表2．実質GDP成長率の動き～97年引き上げ時



いずれにしろ、経済状況、家計の所得環境などから考えて、次回の引き上げに際しては、導入時よりも引き上げ時の個人消費の動向が参考になりそうだ。

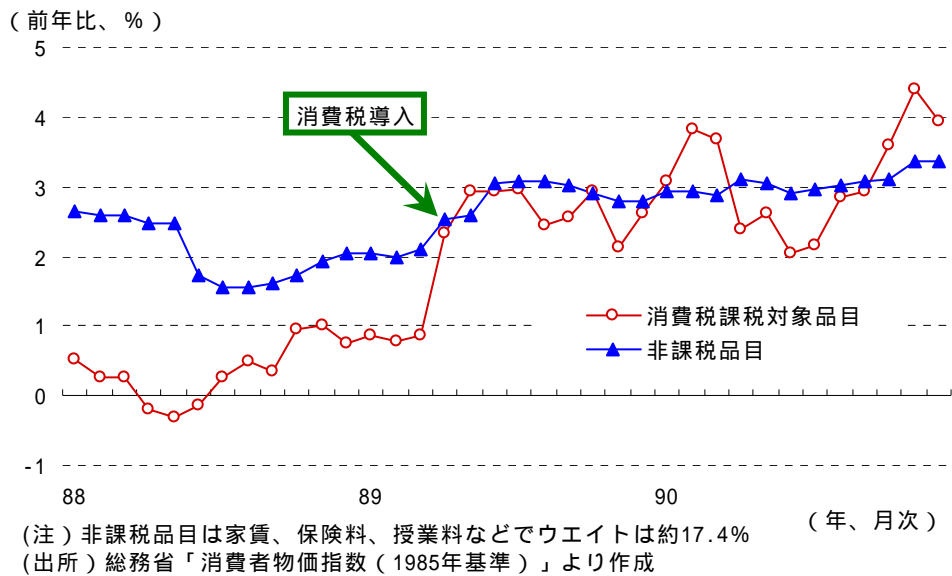
物価への影響～フルに価格転嫁される見込み

次に、消費税が物価に与えた影響についてみていこう。図表3は、89年の消費税導入時の物価動向をみたものである。消費者物価指数のうち、消費税の課税対象品目と非課税品目（家賃、保険料、授業料など全体の約17.4%）で分けてある。これによると、非対象品目では前年比の伸び率が物価上昇率のトレンドに概ね沿った上昇率にとどまっている半面、対象品目で伸び率は急上昇している。もっとも、物品税の廃止により下落したものもあるため上昇幅にも限界があったと考えられる。具体的には、対象品目の伸び率は89年3月の前年比0.9%から4月は同2.3%に上昇しているが、その上昇幅は1.4%ポイントと、消費

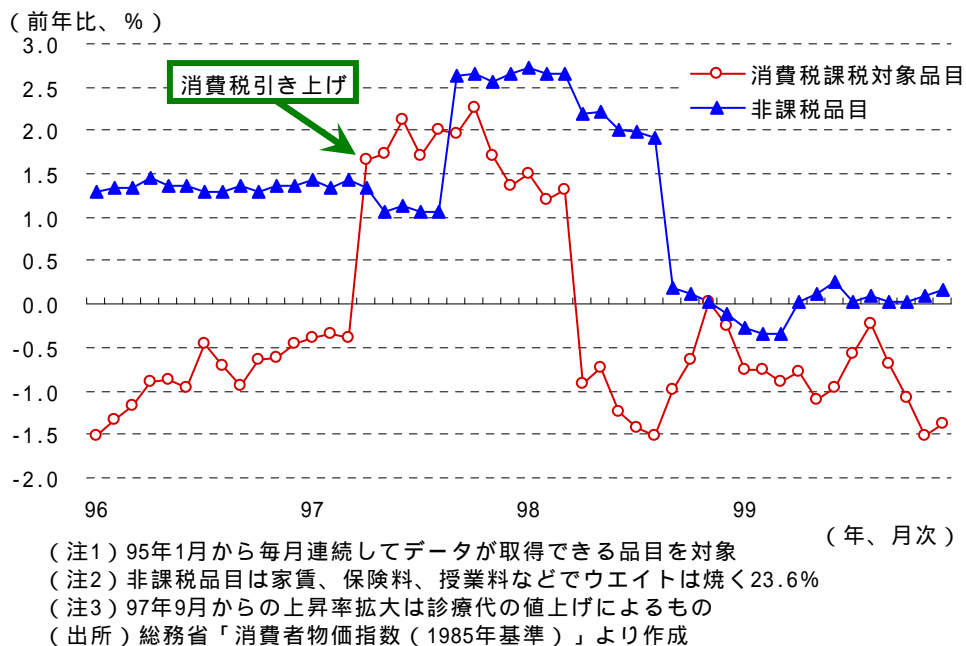
税率 3%を下回っている。

これに対し、97 年の消費税引き上げ時は、非課税品目に動きがないのは同様であるが、課税対象品目においては伸び率が急上昇している（図表 4）。具体的には、対象品目の伸び率は 97 年 3 月の前年比 - 0.4%から 4 月は同 1.7%に上昇しており、その上昇幅は 2.1%ポイントである。この当時は、課税対象品目が前年比でマイナス基調にあったことから判断すると、消費税引き上げ以外の要因による価格上昇がほとんどなかったと考えられる。そうであれば、この上昇幅 2.1%ポイントは、消費税の引き上げ幅 2%がそのまま消費者物価に転嫁された結果であると考えられる。

図表 3 . 消費者物価指数の動き ~ 89 年導入時



図表 4 . 消費者物価指数の動き ~ 97 年引き上げ時

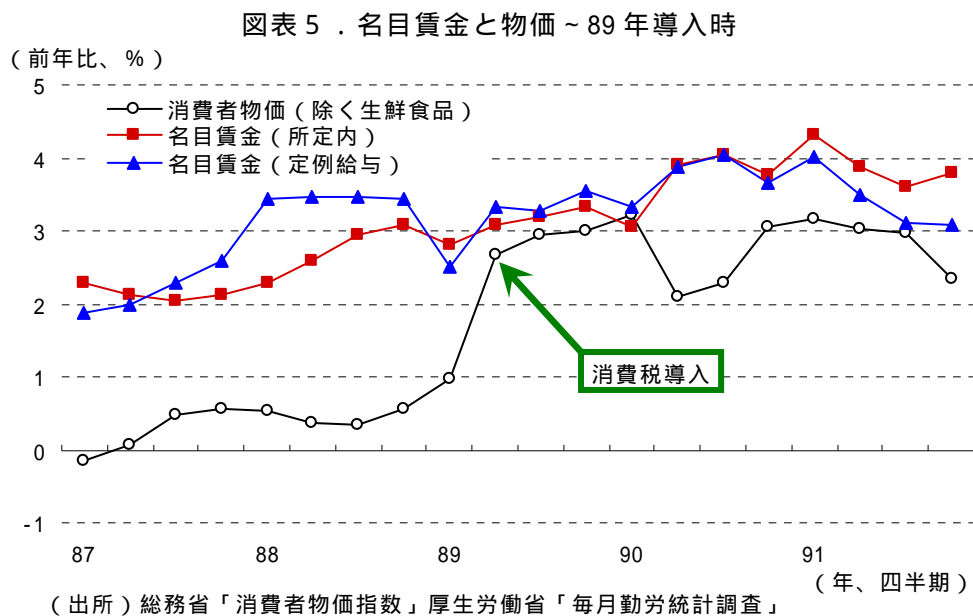


こうした 97 年の物価動向から判断すると、2014 年 4 月の消費税引き上げ時にも、課税対象品目においては増税分がそのまま価格に転嫁されると予想される。この場合、消費者物価指数全体をおよそ 2% 程度上昇させるものと推測される（ $1.08 \div 1.05 \times$ 課税対象ウエイト約 75% = 約 2.1%）。

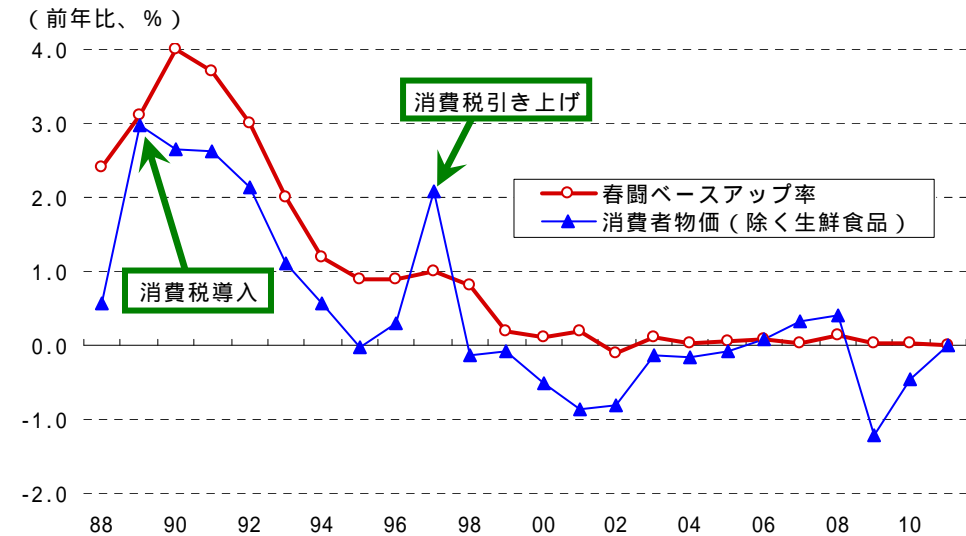
賃金への影響～物価に連動して上昇することはない見込み

今度は、賃金への影響についてみてみよう。消費税導入時においては、導入前から定例給与、所定内給与とも前年比 3% 程度の上昇と堅調に増加していた（図表 5）。消費税導入と同時に消費者物価指数の伸び率が高まっているが、賃金の上昇の範囲内に収まっており、実質賃金もプラスを維持できている状態であった。導入後も賃金は順調に増加し、概ね同ペースでの増加が続いている。

消費税が導入された当時は、春闘において前年度の消費者物価上昇率の実績を参考に、賃金のベースアップ交渉を行なうという慣行があった。このため、物価上昇を受けて労使間で賃上げ交渉が行なわれたと考えられる。図表 6 は大企業の春闘の結果と消費者物価の伸びをみたグラフであるが、ベースアップ分（春闘賃上げ率のうち、定期昇給などによる上昇を除いた部分）が、翌年度に賃金上昇率が 4% まで上昇している。



図表 6 . 春闘ベースアップ率と消費者物価動向

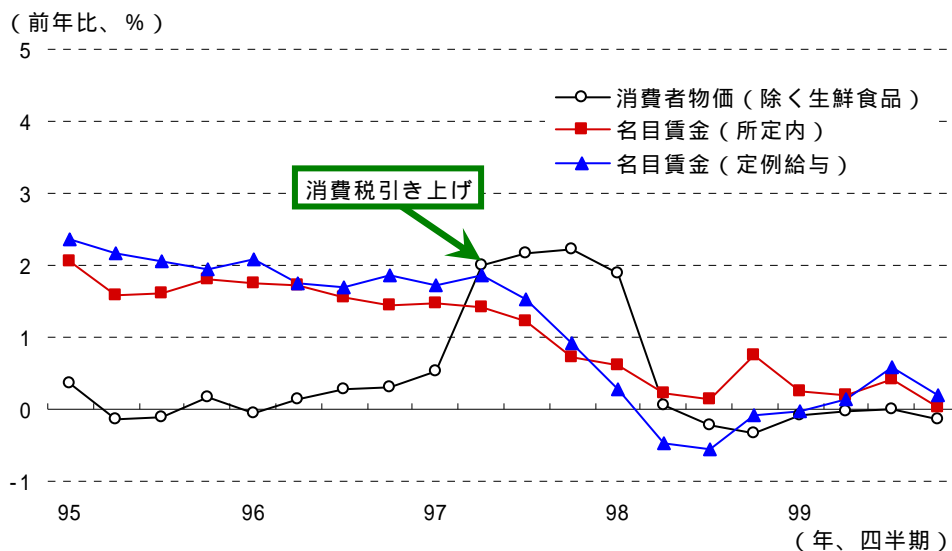


(注) 春闘ベースアップ率とは、春季賃上げ率のうち「昇給部分」を除いたもの (年度)
 (出所) 中央労働委員会「賃金事情等総合調査」、総務省「消費者物価指数」

一方、97年の引き上げ時は、物価が上昇した半面、賃金の伸び率は急速に低下している (図表7)。このため、導入時に実質賃金が前年比マイナスに陥り、その後も落ち込み幅が拡大していった。春闘のベースアップ率との関係を見ると、97年度に1.0%、98年度に0.8%引き上げられているが、消費税引き上げ分をカバーするには至っていない。

最近では、春闘でそもそもベースアップを要求しない組合も増えており、ベースアップ率もこのところほぼゼロで推移している (もっとも、物価もマイナスであったため、実質賃金はプラスを維持できている)。こうした状況から判断すると、2014年4月の消費税引き上げ時にも、消費税の引き上げを受けて賃金が上昇することは難しいであろう。すでに述べたように、消費税引き上げで前年比2%程度消費者物価指数が上昇することになれば、実質賃金はマイナスになることは確実である。

図表 7 . 名目賃金と物価 ~ 97年引き上げ時



(出所) 総務省「消費者物価指数」厚生労働省「毎月勤労統計調査」

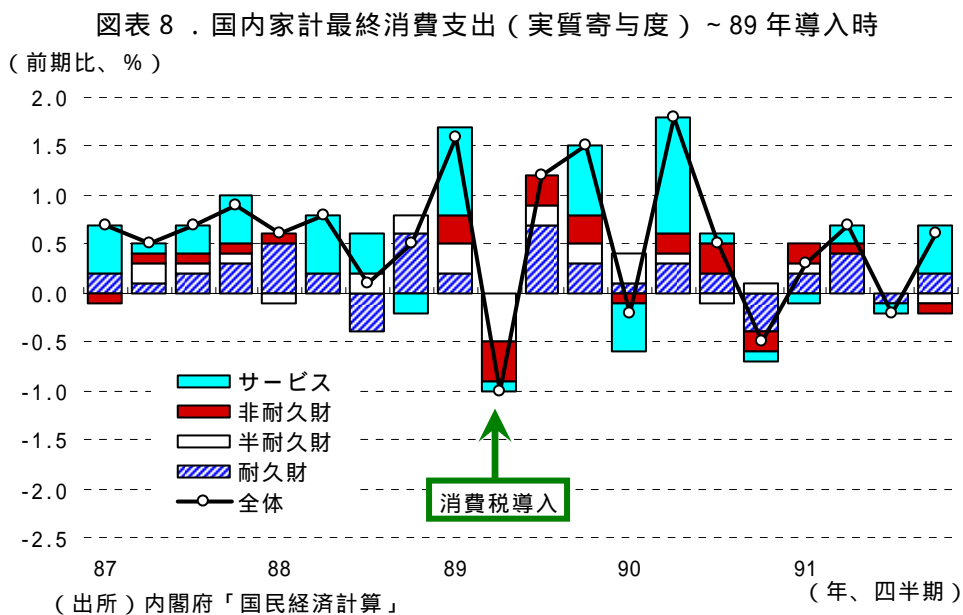
以上、消費税の導入、引き上げによって、景気、物価、賃金にどのような影響があったのかみてきた。これらを踏まえて、次回の引き上げ時に個人消費に対してどのような影響が出ると想定されるのか考えていきたい。

(2) 個人消費への影響をどう考えるか

駆け込みと反動は避けられない～ただし、財別では動きに違い

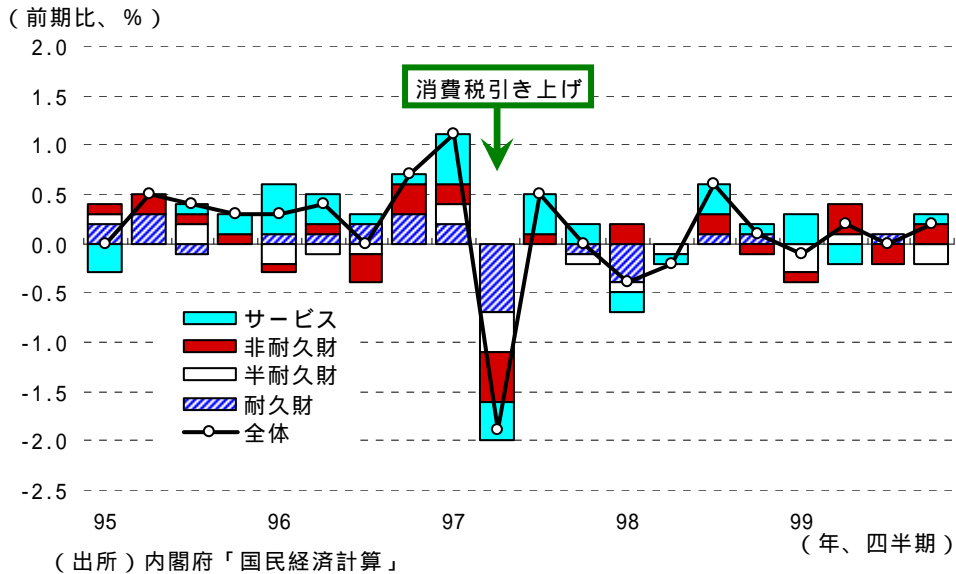
消費税引き上げ時に発生すると予想されるのが、駆け込み需要と直後の反動減である。しかし、財別でみると、駆け込み・反動減の動きにも違いがあることがわかる。

図表8は消費税導入時の個人消費の前期比の動きを、財別の寄与度でみたものである。当時は物品税が廃止されたため、耐久財においては駆け込み需要と買い控えが相殺されて、導入前後の動きにあまり落差がない。一方、非耐久財、半耐久財においては、導入直後こそ反動減で落ち込んだが、次の四半期からは再び増加に転じている。



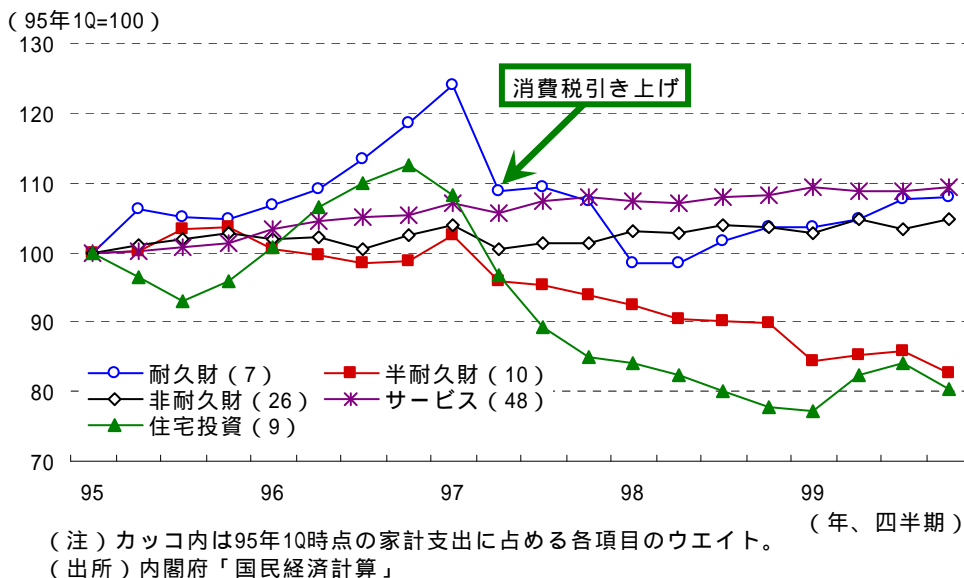
消費税引き上げ時では、すべての財において駆け込みと反動の動きがみられるが、サービスや非耐久財が次の四半期には増加に転じているのに対し、その後景気が後退期に入ったこともあって、耐久財では減少が続いている（図表9）。

図表9 . 国内家計最終消費支出（実質寄与度）～97年引き上げ時



財別の動きを、今度は水準でみてみよう。図表10は消費税引き上げ時の財別の実質消費支出および住宅投資の水準の変化をみたものであり、耐久財は駆け込みと反動が大きいことが改めて分かる。これは長期間の保管が可能という耐久財の性格上、前倒し購入が可能であるためである。また、半耐久財（被服、くつ、アクセサリ・かばん等の身の回り品など）も一定期間の保管が可能であるため、反動減の影響がすぐには一巡していない。なお、個人消費には分類されないが、住宅投資についても、駆け込みと反動の振れ幅が大きい。

図表10 . 家計の支出動向（実質季節調整値）の推移～97年引き上げ時



もっとも、その後、景気が急速に悪化しており、反動減の動きが長期化しているのか、景気の悪化という別の要因によって落ち込んでいるのか、明確に区別がつかない点には注

意が必要である。

一方、サービスおよび非耐久財は、その性格上、駆け込みと反動が小さい。さらに、景気が悪化する中においても増加傾向にある。実質値が増加しているということは、価格が引き上げられても購入量・回数が増えていることを意味しており、消費税引き上げにもかかわらず、消費のペースを落としていないのである。これは、サービス、非耐久財の中には、価格が上昇しても簡単に購入を減らすことのできない性格のものが多く含まれているためと思われる。

実質GDPをどの程度押し下げるのか～影響は財別に異なる

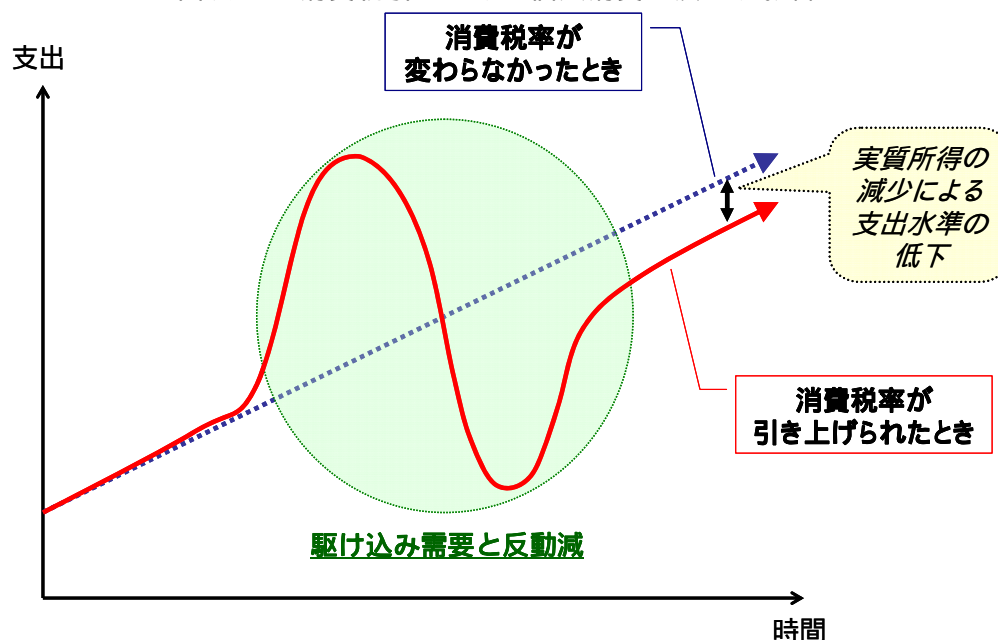
消費税の引き上げによる個人消費の影響には2つの要因がある。ひとつは、駆け込みと反動によるものであり、もうひとつが実質可処分所得の減少による所得効果によるものである。

2014年4月から消費税が引き上げられた場合、2014年度の個人消費へのマイナス効果については、駆け込み需要による押し上げ効果は勘案されず、反動減のマイナス効果だけがカウントされることになる。しかし、駆け込みと反動減は消費のタイミングの違いによるものであり、実際の景気への影響はこれらを均して考えるべきである。

駆け込み需要と反動減は均してみれば、中立に近くなると考えられるが、完全には中立にはならない。実質可処分所得の減少分は、個人消費に対してマイナスの影響が残るためである。もし、均して中立になるのであれば、消費税はいくら上げて大丈夫ということになる。

図表11は、こうした個人消費の動きを考えた概念図である。ポイントとなるのが、駆け込み需要と反動減を均しても埋め切れない、実質所得の減少による目減り分（消費税引き上げの純粋な効果）がどのくらいになるかである。

図表11. 消費税引き上げが個人消費に及ぼす影響



ここで、実質所得の減少による目減り分がどの程度の大きさになるのか、仮定を置いて整理してみよう。

まず、消費税の5%から8%への引き上げで消費者物価指数が2%上昇すると考える（個人消費デフレーターも同率上昇すると考える）。また、純粋に価格の上昇要因だけを知りたいので、賃金・所得は引き上げ前後では変化しないとする。このため、名目可処分所得が変化しない一方で、実質処分所得は2%減少することになる。さらに、数字は2010年度の国民経済計算の確報値におけるGDP、可処分所得、個人消費の各データを使用し、消費税引き上げによって翌年度のGDP、個人消費への影響を調べることにする。なお、2010年度の消費性向（個人消費 / 可処分所得）の実績値は97.0%である。

まず、消費税が引き上げられても実質個人消費が変わらない、すなわち価格が上がっても、全ての財において購入量・回数を減らさない場合には、名目個人消費は前年比+2.0%となる。この場合、可処分所得は変化しなかったと仮定しているため、消費性向が97.0%から98.9%まで上昇する。

次に、消費性向が97.0%のまま変わらない、すなわち全ての財において購入量・回数を減らすことで、名目個人消費が前年比±0.0%になるように支出を削減した場合、実質消費は同-2.0%となる（名目個人消費を個人消費デフレーターで割り引いて算出）。

以上は、物価が上昇しても消費行動が従来と全く同じであったケースと、物価が上昇しても消費総額を変えないケースという両極端な結果である。そう考えると、個人消費は消費税引き上げの要因だけに限ってみると、前年比-2.0~±0.0%の範囲内に収まるということになる（ただし、企業業績悪化 賃金減少 個人消費減少の影響は考慮しない）。これは、実質GDP全体に対しては、前年比-1.1~±0.0%の寄与となる。しかし、すでに指摘したように、物価が上昇しても実質個人消費が減少しないことはあり得ない。一方、食料品など実質値（購入量・回数）を減らせないものもあるため、消費性向が変化しないことも現実的ではないだろう。

それでは、図表8~10でみたように、価格の変動に対し消費行動が財別に異なっている点を考慮して計算するとどうなるだろうか。そこで、消費税引き上げによって耐久財、半耐久財は名目値が変わらない（実質値が前年比-2.0%）、非耐久財は価格上昇分だけ名目値が膨らむ（実質値が前年比±0.0%）と仮定してみた。また、サービスについては、医療費など削れないものもある一方で、教養娯楽など削減の対象となる可能性のあるも含まれるので、これらの中間（実質値が前年比±1.0%）と考えた。

このケースで計算すると、名目消費支出は+1.1%、実質消費支出は-0.9%となる。これは年度の実質GDPを0.5%ほど引き下げる計算になる。景気へのインパクトを考える上でのひとつの目安となる数字に過ぎないが、実際にこの程度のマイナス効果にとどまれば、景気が失速することは避けられるのではないかと考えられる。

以上の試算は、あくまで実質所得の減少による目減り分だけを考えたものである。実際

には、駆け込み需要によって前年度のGDPが押し上げられ、反動減で翌年度のGDPが押し下げられるため、前年比でのマイナス幅はもっと膨らむことになる。さらに、住宅投資のマイナス効果も考慮する必要がある。

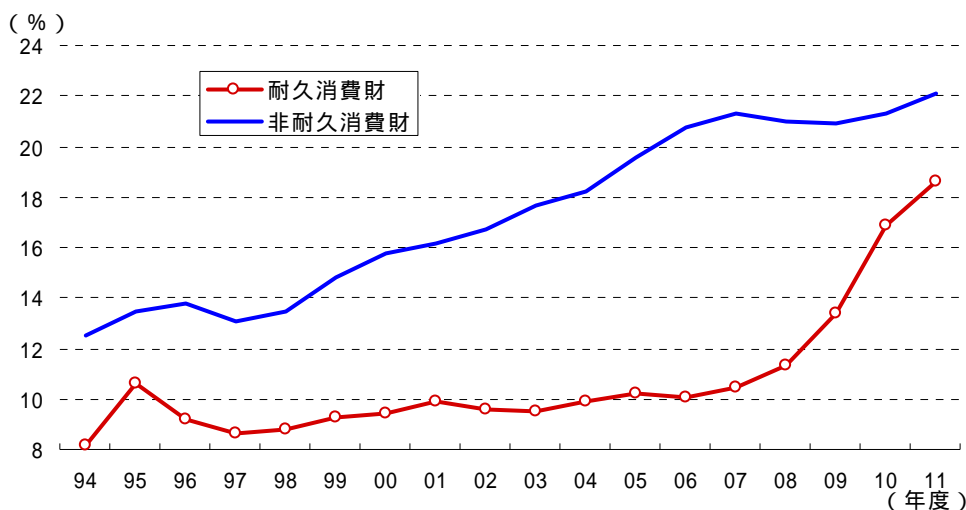
(3) 個人消費の落ち込みは比較的軽微にとどまる

消費の減少は輸入減少で一部相殺～足元では輸入浸透度が上昇

ここまでみてきた内容に加えて、個人消費に直接影響しないが、景気への影響を考える上で検討しておくべき、個人消費に関連するいくつかのポイントがある。そのひとつが、個人消費が落ち込んだとしても、それが輸入品である場合には、輸入の減少によってマイナス効果が相殺されるため、実質GDP成長率に対しては概ね中立であるという点だ。最近では、被服、白物家電、情報通信機械などの多くの製品が海外から輸入されているが、これら輸入品が国内で売れなくなった場合には同額の輸入が減少することになるので、国内総生産には影響しないのである。

図表12は、消費財のうち耐久財、非耐久財の輸入浸透度（国内で出荷される財のうち、輸入品の占める割合）の推移をみたものである。前回の消費税引き上げ時と比べると耐久財は8.7%から18.6%に、非耐久財は13.1%から22.1%にそれぞれ上昇している。消費財全体で比率は約2倍に高まっており、前回引き上げ時と比べて、輸入減少による実質GDPの落ち込みの緩和効果が大きいと考えられる。

図表12. 高まる消費財の輸入浸透度



(注) 輸入浸透度 = (輸入指数 × 輸入ウェイト) ÷ (総供給指数 × 総供給ウェイト)
 (出所) 経済産業省「鉱工業総供給表」

在庫調整圧力は小さくなる見込み～教訓が生かされるか

図表1、図表2でみたように、駆け込み需要に対応して在庫が減少し、反動減によって在庫が積み上がってしまうのは、消費税の導入時、引き上げ時に共通した動きである。特

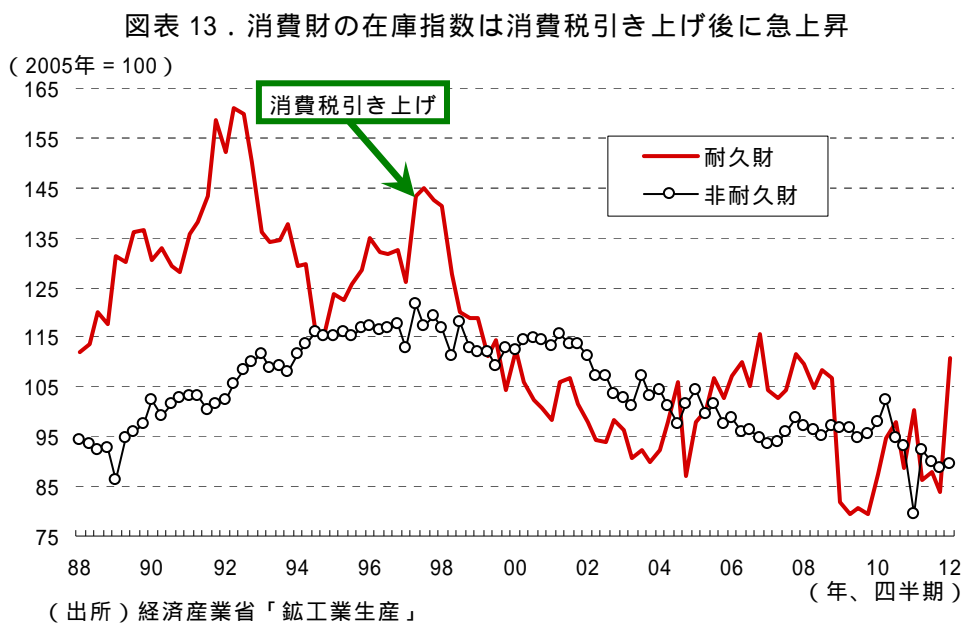
に 97 年の引き上げ時には、消費財の在庫が増加し、その後の調整圧力が生産を低迷の一因になった。中でも耐久財の積み上がり幅が大きく、圧縮に時間がかかっている（図表 13）。

2014 年 4 月の引き上げ時についても、同様に耐久財を中心に在庫が積み上がると予想される。しかし、積み上がり幅は過去と比べて小規模にとどまり、その後の調整圧力も小さくなる可能性がある。

その理由として、第一に 97 年時と比べて在庫の水準自体が低くなっていることが挙げられる。最近では、企業は過剰な在庫を抱えるリスクをできるだけ回避する傾向が強まっており、そのための在庫管理能力も高めている。

第二に、最近のエコポイント制度の導入や、エコカー減税・購入時補助金支給によって、駆け込みと反動減の動きを経験しており、企業の対応能力が高まっていると考えられる。また、こうした駆け込み需要が発生した後だけに、消費者に駆け込むだけの需要があまり残っていない可能性もある。

このように在庫の積み上がりが小さければ、その後の景気へのマイナス効果も小幅にとどまることになる。



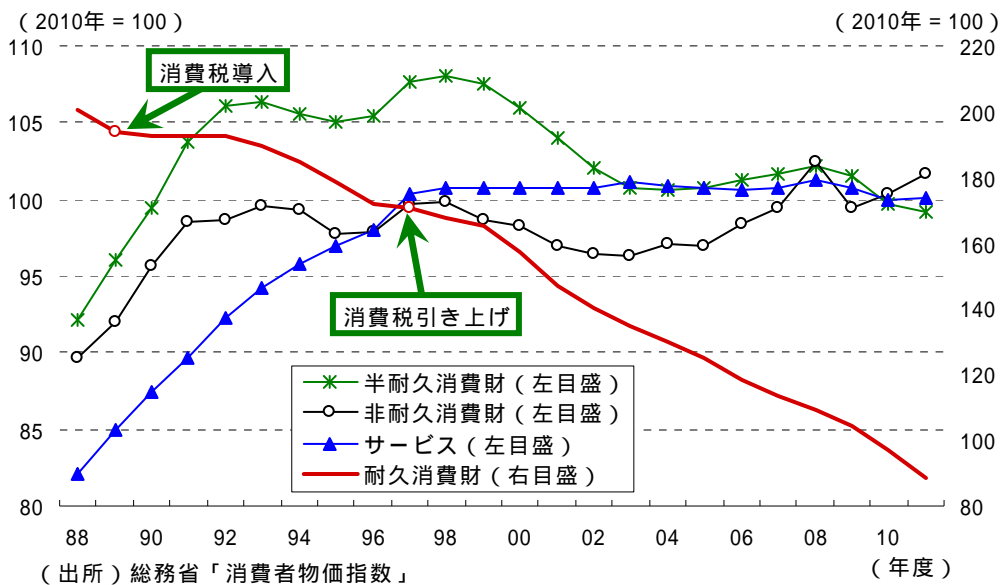
耐久財の価格下落は今後も続く～消費税による値上がり効果はじきに解消へ

消費税引き上げ時に駆け込み需要が顕著に見込まれる耐久財では、中長期的に価格の下落基調が続いている（図表 14）。具体的には、前回の消費税引き上げ後から 2011 年度までの下落ペースは年率 4.8% である。パソコン、デジタルカメラ、薄型テレビなど品質調整を行なっている製品が含まれているため、実際よりも下落幅が大きくなっている点を勘案する必要はある。それでも、消費税による価格上昇効果 2.9% 程度（ $1.08 \div 1.05$ ）であれば、短期間のうちに相殺されてしまう可能性が高い。そうであれば、価格上昇によるマイ

ナス効果（実質所得の減少による目減りによる減少）は一時的なものにとどまると予想される。価格下落速度が非常に速かった薄型テレビでは、エコポイントを得るよりも、制度廃止後の方が、エコポイント分を勘案しても安かったという事例もある。

なお、前回の消費税引き上げ後から 2011 年度までの下落ペースは、非耐久財では年率 + 0.1%、サービスでは同 - 0.1%とほぼ横ばいであるが、半耐久財では同 - 0.7%であり、同様に消費税引き上げ効果の一部が相殺される。

図表 14．財別の消費者物価指数の動向



（４）消費税引き上げ後の個人消費～賃金の動向が重要

以上みてきたように、消費税が引き上げられても、個人消費へのマイナス効果は、景気を失速させるほど大きくないと考えられる。

ただし、これまで考えてきた消費税引き上げの影響は、賃金の変動がなく、純粹に価格が上がったときの個人消費の落ち込み具合を考えてきたものである。このため、賃金を取り巻く環境がどうなっているかで、消費税引き上げ後の個人消費の動きは変わってくる。

足元で緩やかに持ち直している賃金が、このまま順調に増加していけば、消費者のマインドの悪化も限定的で、消費税引き上げのマイナス効果も比較的短期間で一巡するであろう。しかし、消費税引き上げを控え、業績の悪化を警戒した企業が、コスト削減のために賃金の上昇を抑制するようなら、実質賃金の落ち込み幅が大きくなってしまふ。この場合には消費者マインドの悪化が大きくなり、消費の抑制に拍車がかかる可能性がある。

個人消費の先行きを判断する上では、消費税引き上げのマイナス効果だけでなく、その時の賃金がどうなっているかが重要である。

（小林 真一郎）

- ご利用に際して -

- 本資料は、信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一的な見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡下さい。