
けいざい早わかり 2014年度第4号

消費税率引上げ後の個人消費

【目次】

- Q1. 増税後の個人消費の落ち込みは「想定内」ということですが p.1
- Q2. 賃金が上がって増税の影響は緩和されますか？ p.2
- Q3. 消費者のマインドも持ち直していますね p.3
- Q4. 今後、個人消費は持ち直していくのでしょうか？ p.5

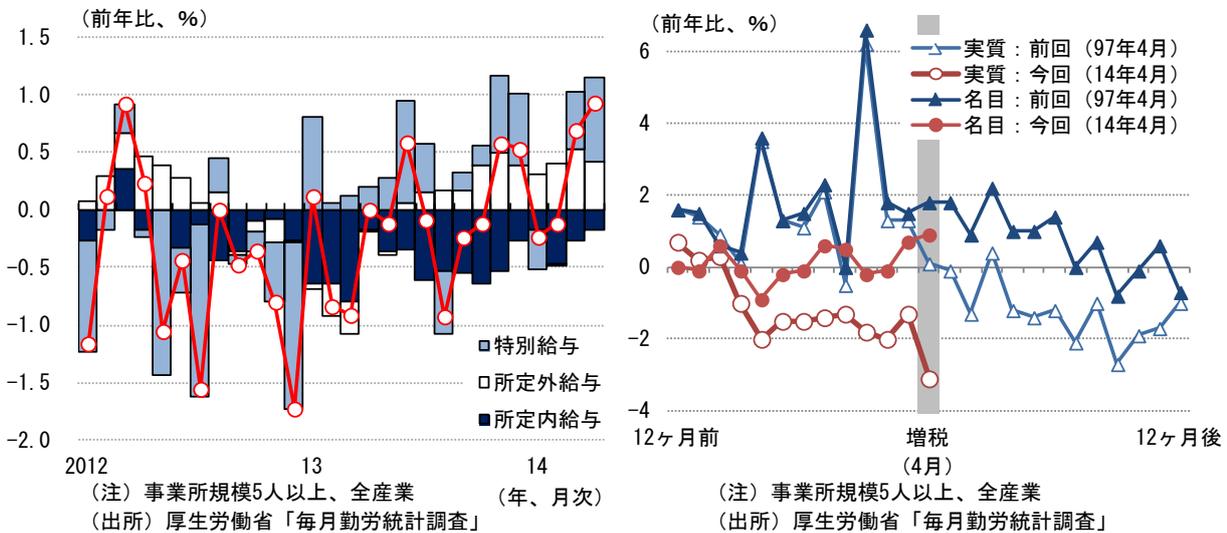
三菱UFJリサーチ & コンサルティング株式会社

調査部 研究員 尾畠 未輝
〒105-8501 東京都港区虎ノ門 5-11-2
TEL: 03-6733-1070

Q2. 賃金が上がって増税の影響は緩和されますか？

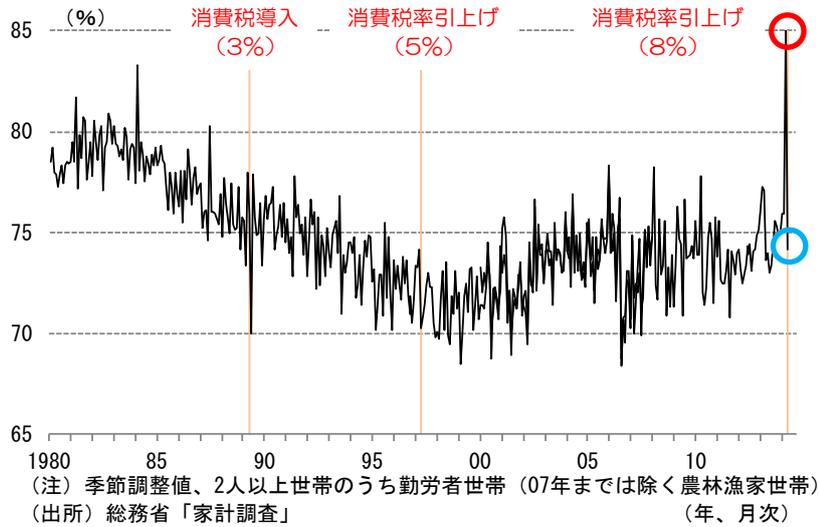
- ・ 賃金はようやく下げ止まってきており、4月の一人あたり賃金（現金給与総額）は前年比+0.9%（速報値）と増加しました（図表2）。しかし、所定内給与に限ってみると、同-0.3%と減少が続いており、足元で賃金を押し上げているのは、残業代などの所定外給与やボーナスなどの特別給与が中心です。2014年の春闘では、大企業を中心にベースアップ（ベア）が数年ぶりに実施されるなど明るい動きがみられました。しかし、今のところ賃上げの動きの広がりには限定的です。
- ・ 一方、4月の消費者物価指数（生鮮食品を除く総合）は前年比+3.2%と大幅に上昇しました。日本銀行の試算によると、このうち消費税率引上げによる影響は+1.7%ポイントとみられています。増税を加味した物価上昇分を補えるだけ名目賃金は十分に伸びておらず、4月の実質賃金は前年比-3.1%と大きく減少しています。
- ・ 前回の増税時の賃金の動きをみると、4月の一人あたり名目賃金は前年比+1.8%と、増加幅は今回を上回っていました。また、消費税率の引上げ幅は2%ポイントと、今回の3%ポイントと比べて小さかったこともあり、実質賃金は前年比+0.1%とわずかながらもプラスを維持していました。今回の方が消費者を取り巻く所得環境は厳しいといえます。

図表2. 一人あたり賃金（現金給与総額）



- ・ 賃金が伸び悩む中であっても、消費者は増税前に駆け込んで支出を増やしました。このため、「家計調査」における消費性向（可処分所得に占める消費支出の割合）は、3月は85.1%と過去最高水準にまで高まったのです（図表3）。
- ・ その後、4月は大きく落ちたものの比較的高い水準を維持しており、均してみると、足元で消費性向は上昇傾向にあります。消費者が意図的に支出を増やしている面ももちろんあるでしょうが、物価の上昇によって支出の増加が避けられなくなっている可能性もあり、消費者の生活は厳しさを増していると考えられます。

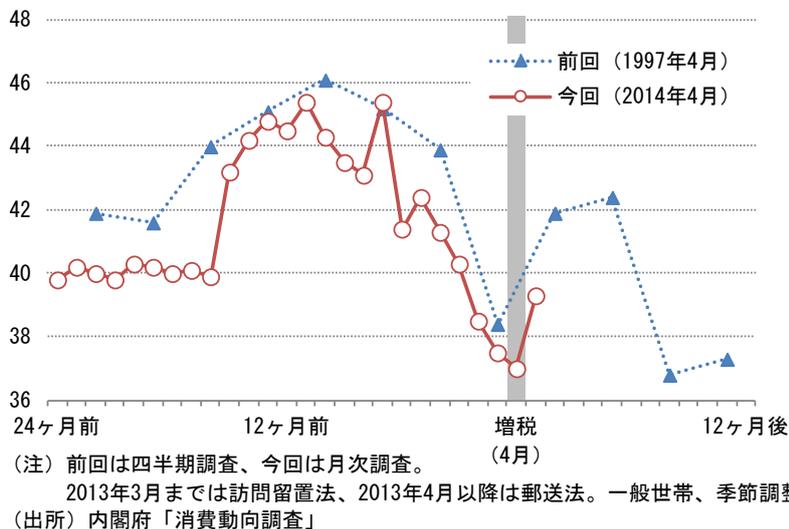
図表3. 消費性向



Q3. 消費者のマインドも持ち直していますね

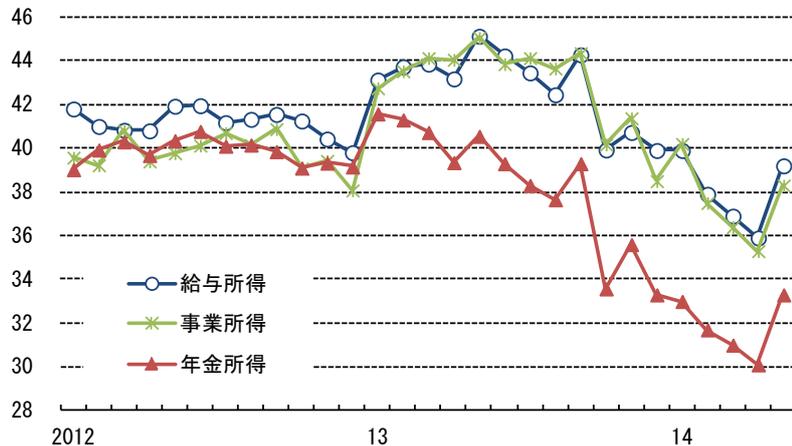
- 2013年前半は、株高に伴って消費者のマインドが改善したことが個人消費を押し上げました。消費者マインドを示す指標に「消費者態度指数」があります。これは、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」という4つの消費者意識指標から構成されます。消費者態度指数は、安倍政権発足直後の2013年1月調査で42.6（前月差+4.9ポイント）へと急上昇しました。しかし、5月以降は均してみると低下傾向が続き、2014年4月調査では37.0と2012年末とほぼ同じ水準にまで下がってしまいました。
- その後、増税から1ヶ月を経た5月の消費者態度指数は39.3（前月差+2.3ポイント）と、「耐久財の買い時」が大きく改善したことを受けて持ち直しに転じています。前回の増税時も、6月調査時点で消費者マインドは改善していましたが、増税前の12月調査と比べると水準は切り下がりました（図表4）。足元の状況を見ると、増税直後の消費者マインドの動きは前回と似通った動きになっています。

図表4. 消費者態度指数



- ・ もっとも、消費者マインドの動きは世帯の種類によって異なっています。消費者意識指標のうち生活の実感に近いと考えられる「暮らし向き」について、世帯の所得の種類別に詳しくみてみます。2012年までは、各世帯とも「暮らし向き」はほぼ同水準で推移していました。
- ・ しかし、2013年に入り、アベノミクスに対する期待が高まったことで、給与所得や事業所得の世帯では水準が大きく上昇し、その後も横ばいでの推移が続きました（図表5）。一方、年金所得の世帯では、1月には一旦マインドが上昇したものの、期待は長続きせずその後は緩やかに低下したことで、給与所得や事業所得の世帯との水準の差が広がりました。
- ・ さらに、年金所得の世帯では、2013年10月に消費税率引上げが決定したことを受けて、「暮らし向き」の先行きに対する見方が大きく悪化しました。その後も2014年4月までは低下が続き、年金所得の世帯では増税に対して非常に厳しい見方をしていることが分かります。
- ・ 総務省「国勢調査」によると、総人口のうち雇用者が占める割合は49.6%、自営業主等が占める割合は7.9%と、両者を合わせても6割弱にとどまっています。一方、高齢化の進行を受けて年金受給者数は増加しており、年金所得の世帯による消費が個人消費全体に占める割合も高まっています。このため、賃金が持ち直しても物価の上昇が続けば、高齢者の生活は厳しさが続くことで消費者全体のマインドはなかなか改善せず、個人消費が抑制される要因となる可能性があります。

図表5. 消費者意識指標（暮らし向き）

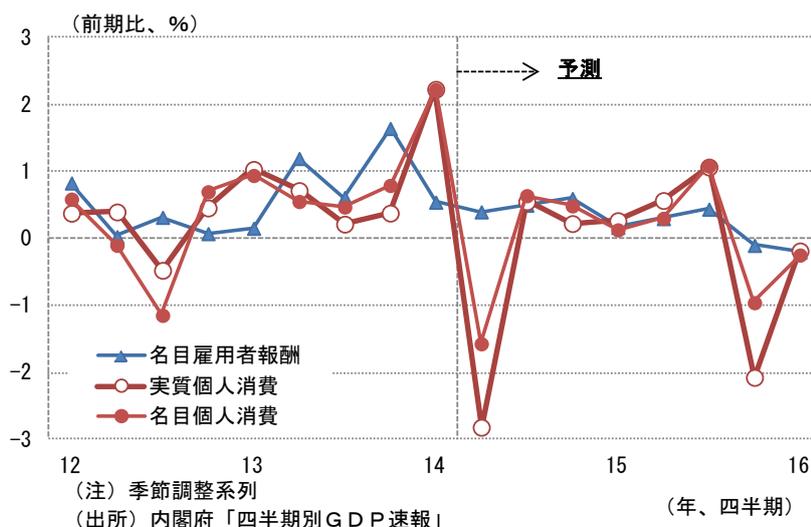


(注) 一般世帯、季節調整値。前回は四半期調査、今回は月次調査。(年、月次)
2013年3月までは訪問留置法、4月からは郵送法。
(出所) 内閣府「消費動向調査」

Q 4. 今後、個人消費は持ち直していくのでしょうか？

- ・ 増税前の駆け込み需要の反動減によって、4月以降、想定内とはいえ個人消費は一時的に落ち込んでいます。GDPベースでみた4~6月期の個人消費は、大幅な減少が避けられないでしょう（図表6）。しかし、今回も前回のように7~9月期には持ち直しに転じると見込まれます。
- ・ 1997年は5月を山に景気が後退局面に入りましたが、増税による影響だけではなく、7月のアジア通貨危機や秋以降の相次ぐ金融機関の破たんが、景気の悪化を決定的にしたと考えられます。一方、今回については、内需は弱い動きがしばらく続くとみられますが、世界経済の拡大にあわせ輸出が緩やかながらも増加することで、景気の底割れは避けられる見通しです。
- ・ 株価が高値圏で推移していることや雇用情勢が好調なことも、消費者マインドを下支えするとみられます。さらに、好調だった2013年度下期の企業収益を受けて、大企業を中心に夏のボーナスは増加が見込まれていることも、個人消費を押し上げる要因となるでしょう。

図表6. 雇用者報酬と個人消費の見通し

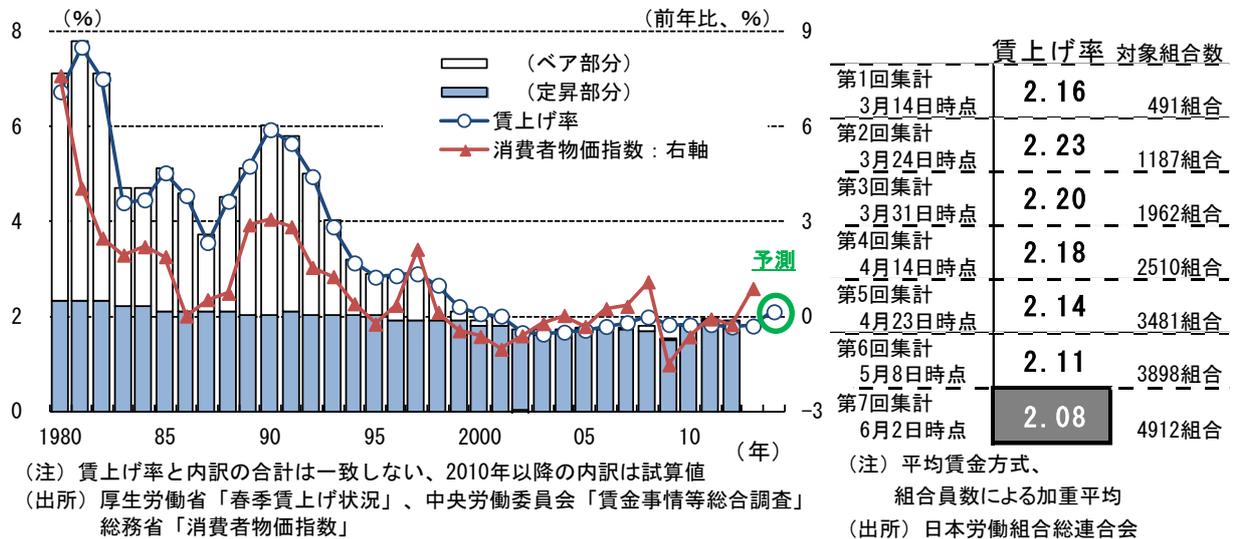


- ・ もっとも、持ち直しに転じた後は、個人消費の増加ペースは緩やかにとどまる見込みです。とくにテレビやエアコン、自動車など一部の耐久消費財では、リーマン・ショック後の景気刺激策もあってかなりの需要を先食いした可能性があり、低迷が長引く懸念があります。
- ・ 先に述べたように、今年の春闘では賃上げに対する明るい動きがみられました。連合の発表によると、6月2日集計時点における賃上げ率は2.08%（平均賃金方式、組合員による加重平均）と、昨年と同一組合で比較した場合、前年同期の水準を0.37%ポイント上回っています。しかし、3月24日集計時点では2.23%でした。中小企業にまで集計が広がっていくにつれ、賃上げ率は徐々に下方修正されてきました。
- ・ 近年では、非正規雇用の増加もあって、労働組合に属さない労働者が増えています。1970年頃は35%程度だった推定組織率（雇用者数に占める労働組合員数の割合）は、2013年は

17%台にまで低下しました。このため、春闘での賃上げ率の上昇が賃金の増加には繋がりにくい状況となっています。

- ・ さらに、労働組合がないような中小、零細企業では、収益環境の厳しさが続いている場合が多いとみられます。業績の好調な大企業を中心に夏のボーナスが一時的に増えたとしても、基本給はあまり上がらず、全体で見ると名目賃金は弱い動きが続く可能性があります。消費税率引き上げも影響した物価上昇を受け実質賃金の下落が続くと、個人消費は伸びが抑制されることになるでしょう。
- ・ 消費税率引上げ直後の落ち込みは前回と同程度にとどまったようですが、賃金や物価動向、消費税率の引上げ幅などの条件はより厳しくなっているといえます。今回は実質所得の落ち込みが個人消費にじわじわ効いてくる可能性があり、先行きには注意が必要です。

図表7. 賃上げ率の推移と今年の状況



お問合せ先：調査部 尾島 未輝

chosa-report@murc.jp

— ご利用に際して —

- 本資料は、信頼できると思わ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、当社の統一した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。当社までご連絡下さい。