

経済情報

シニア層に支えられた消費の回復は減速局面

【要旨】

- ◇ 2009 年以降、個人消費は、エコカー減税・補助金やエコポイントなど、政府の消費支援策の開始をきっかけとし、60 歳以上のシニア層による耐久財消費の大幅な拡大に牽引され堅調に回復してきた。
- ◇ 政府の消費支援策が奏功し、シニア層の耐久財購入が促されたが、シニア層の収入は大半を社会保障に依存しており、消費拡大は主に貯蓄の取り崩しによるものである。シニア層は他世代に比べ預貯金が多いため、買い時判断の合理的選択が働きやすく、政府の消費支援策を積極的に活用してきた。
- ◇ 足元の自動車やテレビの販売が鈍化し始めていることから、耐久財消費は減速局面に入っており、個人消費全体も頭打ちになりつつある。
- ◇ 先行き、雇用・所得環境の改善にともない消費の自律的回復が期待されるが、政策効果の一巡や支援策による需要の先食いなどから、シニア層の耐久財消費は縮小する公算が大きく、短期的には個人消費の減速リスクに注意を要する。

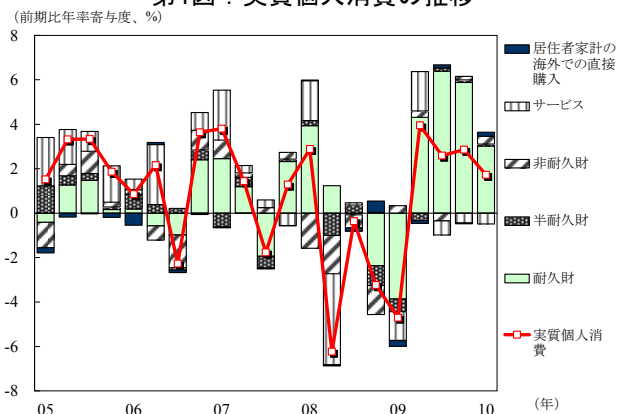
1. 耐久財消費の拡大を支えたシニア層

個人消費はリーマン・ショック以降大幅に落ち込み、マイナス圏での推移が続いたが、2009 年 1-3 月期を底に 4-6 月期は大幅に増加し、以降順調に回復してきた。昨年 4-6 月期以降の個人消費の回復は、4 月に開始されたエコカー減税や、次いで導入されたエコカー補助金、エコポイントなどの政府の消費支援策により、耐久財

消費が大幅に拡大したことが主な要因である（第1図）。耐久財消費の前期比年率寄与度をみると、制度開始直後にプラスに転換し、その後も引き続き大きな伸びを続けている。

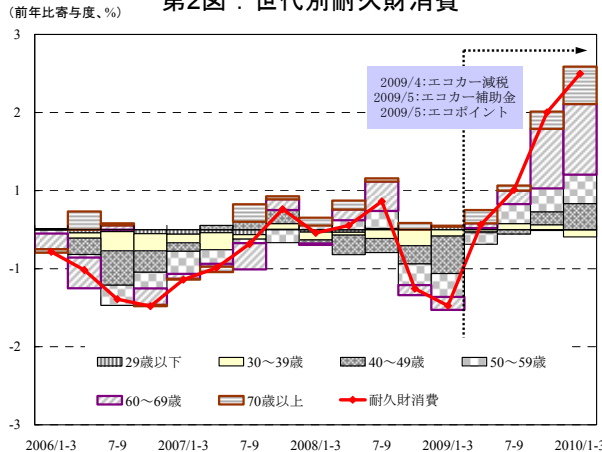
耐久財消費の世代別動向をみると、政府の消費支援策開始後、60歳以上のシニア層による伸びが顕著である（第2図）。一方で、40歳代以下の世代では回復が鈍く、特に30歳代は足元でマイナス寄与となっている。また、29歳以下の若年層は他世代に比べごく僅かな寄与に止まっていることなどを踏まえると、これまでの耐久財消費の拡大はシニア層によって牽引されてきたといえよう。

第1図：実質個人消費の推移



(注) 連鎖方式による実質値計算の影響で、実質個人消費は内訳項目の寄与度の合計と一致せず。
(資料) 内閣府「国民経済計算」より三菱東京UFJ銀行経済調査室作成

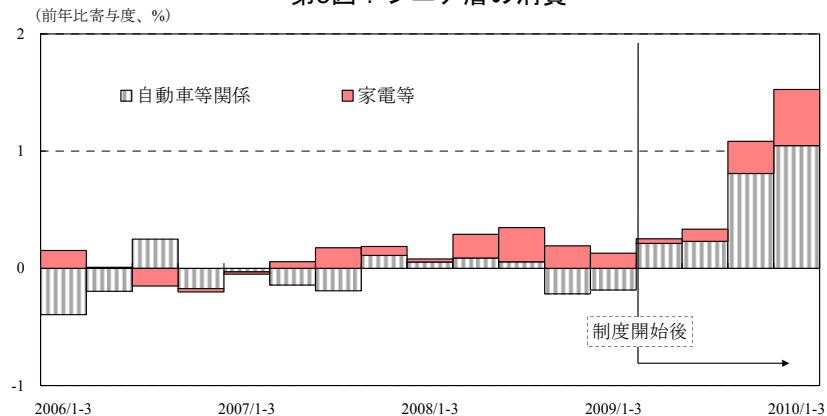
第2図：世代別耐久財消費



(資料) 総務省「家計消費状況調査」より三菱東京UFJ銀行経済調査室作成

60歳以上のシニア層の品目別消費動向をみると、政府の消費支援策開始後は自動車関連と家電への支出が大きな伸びをみせていることが確認できる（第3図）。エコカー減税・補助金やエコポイントにより、シニア層の耐久財の買い替えや購入が後押しされたことでシニア層の消費が大幅に増加し、個人消費全体の伸びにも繋がったといえよう。

第3図：シニア層の消費



(注) 自動車等関係には自動車購入、自動車保険料、自動車以外の原動機付輸送機器、自動車整備が含まれる。
家電等には冷蔵庫、洗濯機、エアコン、ミシン、ステレオ、パソコン（周辺機器含む）、携帯電話機、ファクシミリ、テレビ（デジタルチューナー含む）、デジタルカメラ・ビデオカメラ、カーナビが含まれる。
(資料) 総務省「家計消費状況調査」より三菱東京UFJ銀行経済調査室作成

2. シニア層の耐久財消費拡大の背景

(1) 消費支援策を積極的に活用したシニア層

ここ3年間の60歳以上のシニア層によるテレビの買い替え状況をみると、これまでは故障による買い替えが最も多くを占めていたが、2009年4月以降は上位品目への買い替えが大幅に増加した(第1表)。エコポイントの開始や地デジ移行を受け、シニア層が薄型テレビへの買い替えを行った可能性が高く、政府の消費支援策はシニア層の買い替え需要を喚起し、テレビ購入を促したことが確認できる。雇用や所得環境に左右されやすい現役世代の消費に比べ、収入が景気に左右されにくいシニア層が、支援策に対してより敏感に反応し積極的に制度を利用したといえよう。

第1表：テレビの買い替え状況(60歳以上) (単位:%)

	買い替え理由			
	上位品目	故障	住居変更	その他
2008	29.6	57.6	4.4	8.4
2009	33.5	57.5	3.6	5.4
2010	40.8	37.2	1.6	20.4

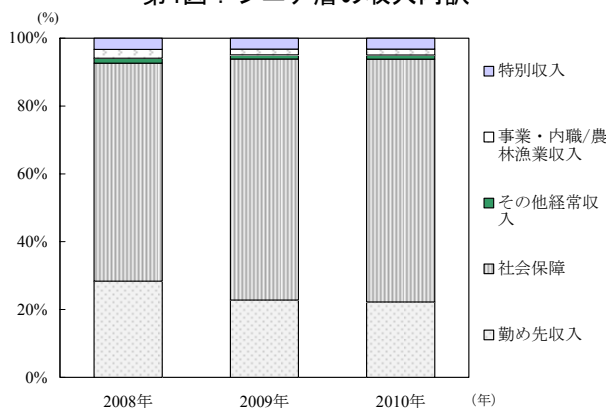
(注) 2008年=2007年4月～2008年3月、2009年=2008年4月～2009年3月、
2010年=2009年4月～2010年3月

(資料) 総務省「消費動向調査」より三菱東京UFJ銀行経済調査室作成

(2) シニア層の消費拡大は貯蓄を取り崩したものの

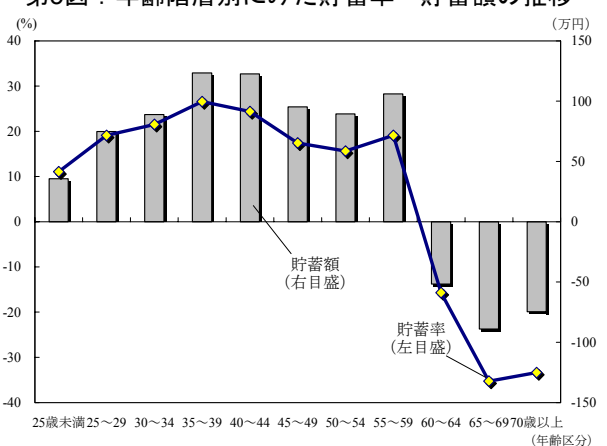
こうしたシニア層による消費拡大は、主に貯蓄の取り崩しによるものである可能性が高い。消費支援策開始以降、シニア層の消費支出は右肩上がりに増加してきた。しかしながら、シニア層の収入内訳をみるとその大半を公的年金などの社会保障に依存しており(第4図)、今回の消費拡大が収入の増加によってもたらされたとは考えにくい。世帯主の年齢階級別貯蓄率・貯蓄額の推移をみても、60歳を境に貯蓄額、貯蓄率ともにマイナスとなり(第5図)、シニア層は貯蓄を取り崩しながら生活していることがわかる。これらを踏まえると、昨年4月以降のシニア層の消費拡大は、主に貯蓄の取り崩しによって支えられてきたといえよう。

第4図：シニア層の収入内訳



(注) 勤労世帯と無職世帯(ともに二人以上の世帯)を加重平均したもの。
その他経常収入は財産収入と仕送り金。特別収入は受贈金と他の臨時収入。
(資料) 総務省「家計調査報告」より三菱東京UFJ銀行経済調査室作成

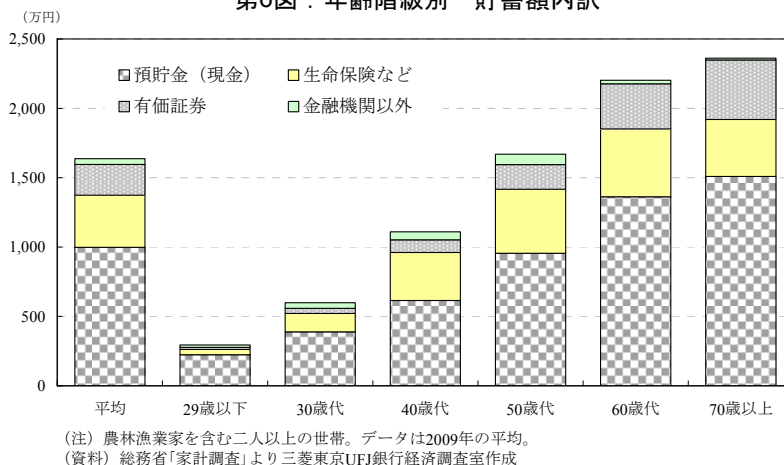
第5図：年齢階級別にみた貯蓄率・貯蓄額の推移



(注) 勤労者世帯・無職世帯の平均。自営業者などは含まない。
(資料) 総務省「消費実態調査」より三菱東京UFJ銀行経済調査室作成

年齢階級別に貯蓄額を比較すると、60歳以上のシニア層は、他世代に比べて貯蓄額が最も多い世代である。貯蓄額の内訳をみても、預貯金といった流動性の高い資産を多くもっており（第6図）、必要に応じて貯蓄を取り崩し、消費を拡大させることが可能である。消費が景気に左右されやすい現役世代に比べ、シニア層は買い時タイミングの合理的選択が働きやすく、政府の自動車・家電購入支援策が、同層の買い替え需要を刺激した側面が大きかったとみられる。

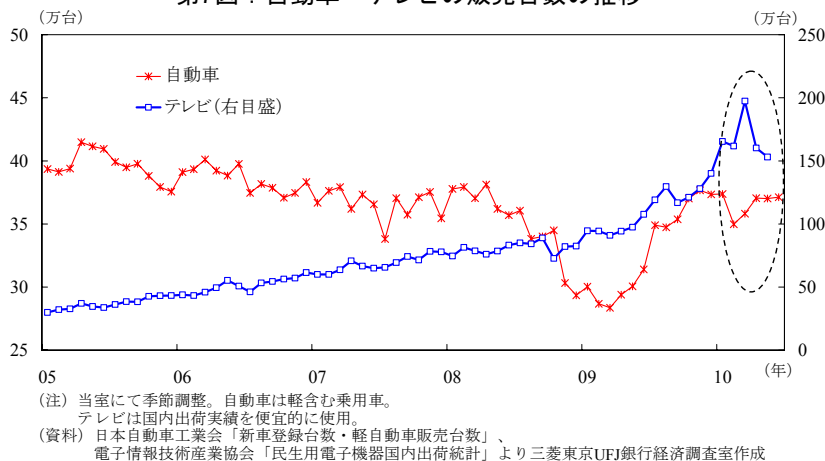
第6図：年齢階級別 貯蓄額内訳



3. 耐久財消費の減速により今後の消費回復スピードは鈍化

もともと、こうしたシニア層による消費押し上げ効果の持続性について、今後は慎重に見ておく必要があるようだ。足元では耐久財消費の勢いが減速し始めている。エコポイント支給対象機種種の削減開始を前にしたテレビ購入の駆け込み需要の反動もあり、4月以降、テレビ販売は減少を続けている。さらに、自動車販売もエコカー減税・補助金の導入による急回復の後、昨年末から既に頭打ちになっており（第7図）、耐久財消費の伸びを牽引してきたテレビと自動車販売の勢いは鈍化し始めている。

第7図：自動車・テレビの販売台数の推移



シニア層の耐久財の消費動向をみても、薄型テレビの普及率や保有台数は既に高水準に達しており（第2表）、今後、さらなる需要の拡大や消費の増加は見込みにくい。また、消費支援策開始後、順調に推移してきたシニア層の耐久財の買い時判断もこのところ低下し始めていることから（第8図）、支援策の効果が一巡してきている可能性が高い。

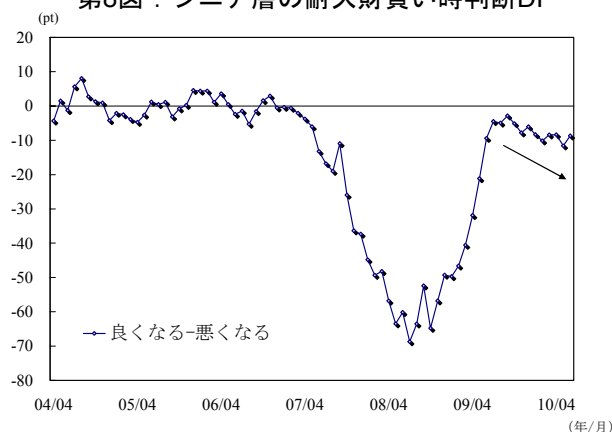
第2表：薄型テレビの普及率

世代	普及率(%)	保有台数(台)
29歳以下	65.9	81.8
30～59歳	67.2	102.2
60歳以上	70.8	113.7

(注) 保有台数は100世帯あたりの数量。結果は2010年3月末時点。

(資料) 総務省「消費動向調査」より三菱東京UFJ銀行経済調査室作成。

第8図：シニア層の耐久財買い時判断DI



(資料) 内閣府「消費動向調査」より三菱東京UFJ銀行経済調査室作成

先行き、政策効果の一巡や支援策によって需要が先食いされた可能性があることを勘案すると、シニア層の耐久財消費が引き続き拡大することは見込みにくく、耐久財消費の勢いは減速すると予想される。一方、これまで低水準で推移してきた現役世代の消費は、4月からの高校授業料の実質無償化や6月に第1回の支給が行われた子ども手当が押し上げ要因となることが期待されるが、雇用・所得環境の改善が緩慢であることを踏まえると、効果は一過性のものに止まろう。来年にかけては、賃金環境の改善から消費の自律的回復が期待されるが、短期的には個人消費の息切れリスクを注視すべき局面に入ってきたように思われる。

以 上

(H22. 7. 20 西村 実季子 mikiko_nishimura@mufg.jp)

発行：株式会社 三菱東京UFJ銀行 経済調査室

〒100-8388 東京都千代田区丸の内 2-7-1

当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、金融商品の売買や投資など何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に関しては、すべてお客様御自身でご判断下さいませよう、宜しくお願い申し上げます。当資料は信頼できると思われる情報に基づいて作成されていますが、当室はその正確性を保証するものではありません。内容は予告なしに変更することがありますので、予めご了承下さい。また、当資料は著作物であり、著作権法により保護されております。全文または一部を転載する場合は出所を明記してください。