

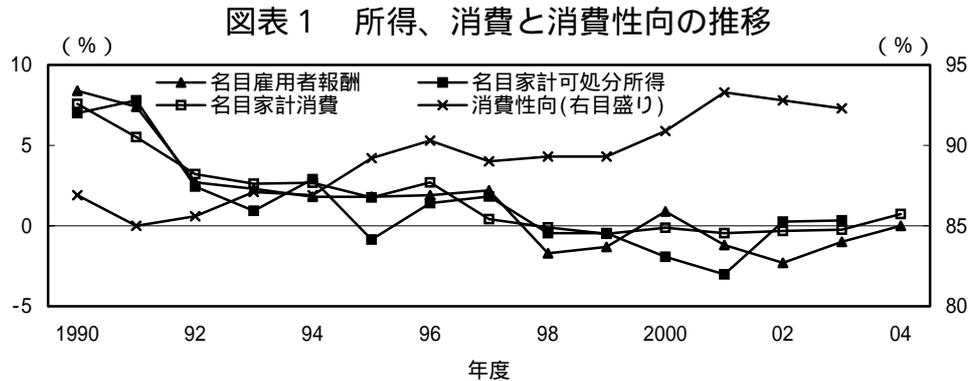
持続性が問われる個人消費の行方

- 低所得層への配慮が求められる追加的な家計負担増 -

企画調整室（調査情報室） 竹田 智哉

1. 所得減少下で上昇してきた消費性向

近年、特に1997年の金融不安以降、厳しい所得環境が続く中でも、消費は比較的堅調に推移してきた（図表1）。この間、所得の落ち込みにもかかわらず一定の消費水準が維持されてきたことから、結果として消費性向は、2000年度には90%を超え、2001年度に93.3%まで上昇した¹後、2003年度でも92.3%という高い水準で推移している²。



（注1）名目雇用者報酬、名目家計可処分所得、名目家計消費は前年度比。

（注2）名目家計可処分所得は、年金基金年金準備金の変動（受取）を含む。

（出所）内閣府『国民経済計算年報』

消費性向が上昇した理由としては、中長期的には高齢化の進展が挙げられる³が、短期的には、所得が減少しても、すぐに生活水準を変えることは難しいので、経験的に消費は所得の変動に比べて緩やかに変化するという、いわゆるラチェット効果が影響していると考えられる。なお、2004年度以降は、景気回復

¹ 2000～2001年度の消費性向の上昇については、定額郵便貯金の大量満期も影響している。SNA（国民経済計算）では、利子所得は、その発生時点（各期）に分割計上されるが、利子所得に対する税については満期に一括計上される。そのため、2000～2001年度の可処分所得は、それぞれ4.5兆円、3.7兆円程度の税負担分だけ縮小しているからである（内閣府（2004, p.39））。しかし、これを勘案しても、2001年度の消費性向は92.2%となっており、趨勢的には大きな影響とは言えない。

² これは、SNAの数字である。水準・推移ともに家計調査の数字とは異なっているが、これは両統計の計算方法や調査対象の違いに原因がある。

³ 内閣府（2005, p.236）では、消費性向は高齢化の進展による影響だけで、2003年の92%程度から2010年頃には97%程度に上昇する、としている。

に伴う所得の下げ止まりや将来不安の緩和に起因した消費者マインドの改善も、消費を下支えしたと思われる（図表1、2）。いずれにせよ、近年の堅調な消費を支えてきた消費性向上昇の背景には、家計が所得のうち貯蓄に回す割合を抑える、あるいは貯蓄を取り崩して消費に回すという、いわゆる「背伸び消費」の存在を指摘する見方は多い。

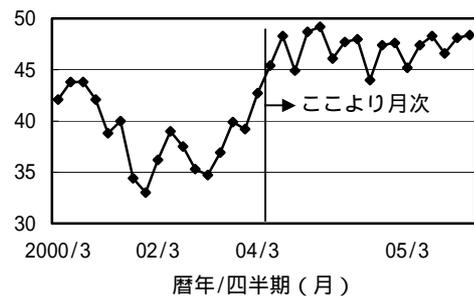
2005年度に入り、所得の回復傾向も見られ始めている⁴ことから、今後、消費者マインドも更に改善し、個人消費が景気回復の一翼を担う姿を期待する見方もある⁵。しかし、「背伸び」の部分が剥落し消費性向が低下していくなれば、今後順調に所得が回復したとしても、所得の回復ほどには消費は伸びず、まして所得の増加が限られたものであれば、個人消費が景気回復局面において主要な役割を演ずることまでは難しくなる可能性もある。

2. 堅調な個人消費の要因は何か

近年の消費が堅調に推移した理由としては、ラチェット効果、所得の下げ止まり、消費者マインド改善の3つが想定される⁶。データを概観すると、家計の所得が低下し続けていた2002年度頃まではラチェット効果が、その後は所得の下げ止まりと雇用情勢の改善等を受けた消費マインドの回復が、消費を下支えした要因であると推察される（図表1、2）。中でも、近年まで消費を支えてきたのは、ラチェット効果を主因とする背伸び消費による部分が大きいとみられる。

もちろん、背伸び消費の内実は、所得水準によっても異なるだろう。近年では、所得格差が広がっており⁷、低・中所得者層と高所得者層とでは、ラチェッ

図表2 消費者態度指数の推移



(注) 2004年3月以前は、四半期データ。

(出所) 内閣府『消費動向調査年報』

⁴ 毎月勤労統計(厚生労働省)によると、所定内給与は2005年4月以降、5ヶ月連続で前年比プラスとなっている。

⁵ 例えば、みずほ総合研究所『2005・06年度内外経済見通し』(2005年5月)など。

⁶ ラチェット効果が消費性向を上昇させたという経路は、家計がある程度の水準の消費を維持することを目的として、貯蓄を抑えた「結果」として消費性向が上昇したことを想定している。消費者マインドの改善の場合は、相応の所得水準の下で、消費性向を上昇させたことが消費を押し上げる「原因」になった、という経路を想定している。

⁷ 所得再分配調査(厚生労働省)によると、所得の平等度を示すジニ係数(値が1に近いほど、所得格差が大きい)は、税・社会保障による所得再分配を考慮しない当初所得の場合、1990年の0.4334から2002年の0.4983まで、一貫して増加している。ただし、大竹(2005)では、用いる統計や所得の定義により、ジニ係数の上昇スピードは異なることを指摘している。

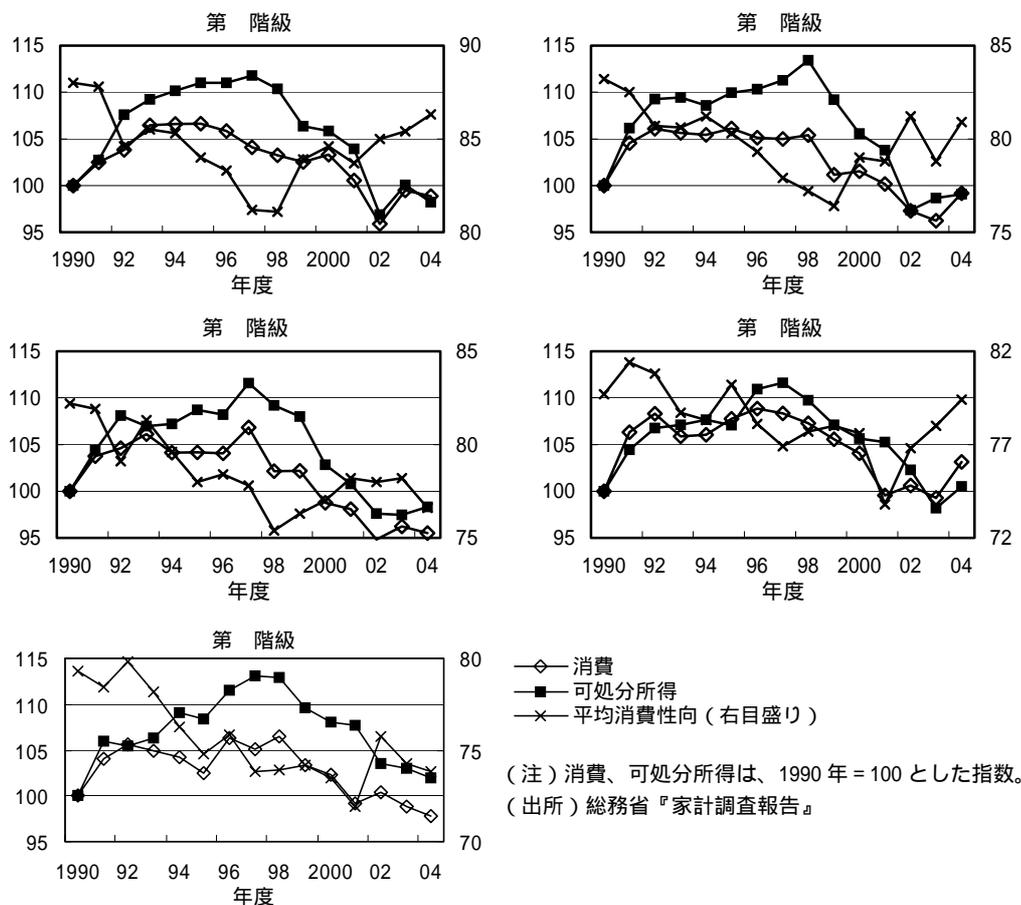
ト効果や消費者マインドが個人消費に及ぼす効果は一様ではないことが想像される。次節では、所得階級別にラチェット効果や消費マインド等が個人消費に及ぼす影響を定量的に検討してみたい。

3. 所得階級別に見た所得・消費の推移

3-1. 中・低所得者層で顕著な背伸び消費

総務省『家計調査』を用い、所得階級別の消費と所得を概観すると、所得は、1998年度（第 階級のみ 1999年度）から下落し始めているが、第 ~ 階級（低~中所得者層）は 1998~1999年度から、第 ~ 階級（高所得者層）は 2002年度から、消費性向が傾向的に上昇している（図表3）。家計調査のデータを見て、いずれの階級も可処分所得の下落が続く中で、低所得者層ほど消費性向の上昇が早い。これは、低所得者層ほど所得が減少しても、現在の消費をすぐに削減することが難しいことから、背伸び消費の影響がより顕著に現れた可能性を示唆していると考えられる。

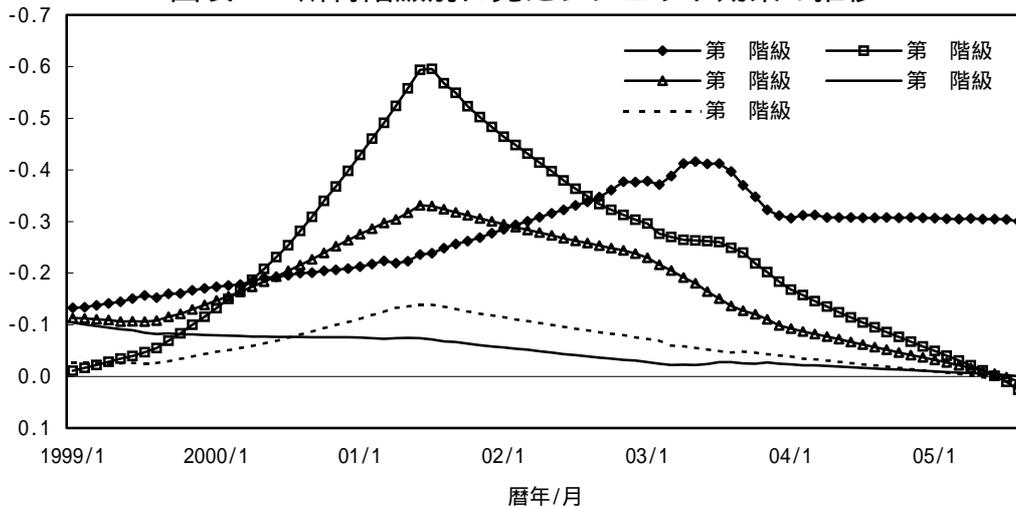
図表3 所得階級別に見た所得、消費と消費性向の推移



そこで、家計消費の実態を定量的に測るため、第～所得階級別に、消費関数をカルマン＝フィルター法で推定した（具体的な方法は、補論を参照）。消費関数は、可処分所得、ラチェット効果要因、消費者マインド要因、高齢化要因の4つの変数で個人消費を説明する定式化になっている。

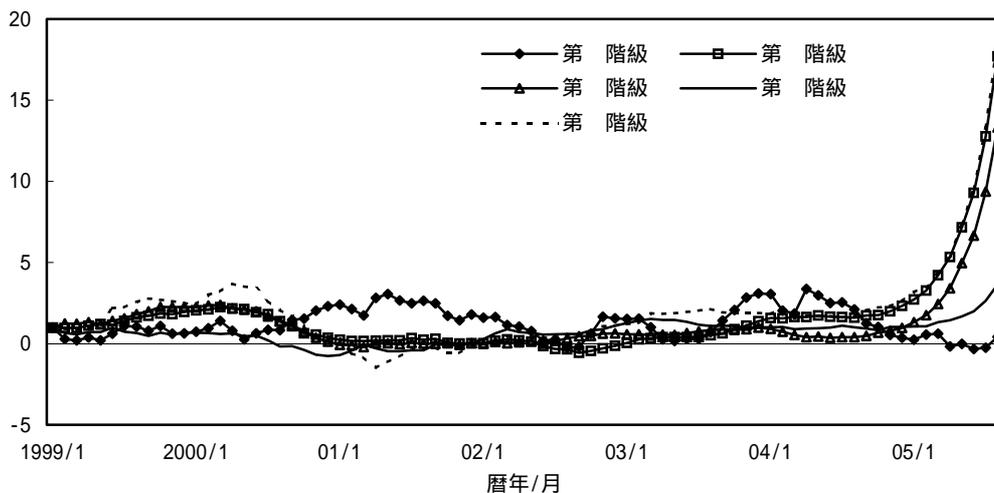
所得階級別に見た消費におけるラチェット効果の影響の推移を見ると、全体を通して低所得層になるほど影響は強く、高所得者層（第・階級）への影響は乏しい（図表4）。中所得者層（第階級）、低～中所得者層（第階級）

図表4 所得階級別に見たラチェット効果の推移



（注1）ラチェット効果の計算方法については、補論を参照。
 （注2）縦軸は、上に行く（より値が小さくなる）ほど、ラチェット効果は大きい、と読む。
 （出所）総務省『家計調査年報』等より作成

図表5 所得階級別に見た消費者マインド効果の推移



（注1）消費者マインド効果の計算方法については、補論を参照。
 （注2）1999年1月＝1としている。
 （出所）総務省『家計調査年報』、内閣府『消費動向調査』等より作成

については、2001年央を境にラチェット効果の影響は減少に転じており、2004年以降、その影響は低い水準にある。低所得者層（第 階級）は、ピークは過ぎているものの、現在もその影響は未だ小さいとは言えない。

一方、所得階級別に見た消費者マインド効果の影響の推移を見ると、ほぼ全ての所得階級について、消費者マインド効果が消費に継続的なプラスの寄与を見せ始めたのは、早くても2003年央からと言えよう（図表5）。また、2005年に入ってから、その影響が大幅に増していることがわかる。

図表4、5から、高所得者層の消費については、そもそもラチェット効果は乏しかった、中所得者層の消費については、過去にはラチェット効果による影響は存在していたが、近年ではその影響は低減している、低所得者層の消費については、現在に至るまで、ラチェット効果による影響は大きい、いずれの所得層においても、特に2004年以降は、ラチェット効果の影響は弱まっており、消費者マインド効果の影響がより強くなりつつある、という結論となった。やはり、2004年以前の個人消費については、特に低所得者層ほど、ラチェット効果を主因とする背伸び消費の部分が大きかったことは否めない。

3-2. 今後の消費の行方は所得動向が鍵

足元では、景気の回復により消費者マインド効果は増勢にあるが、ラチェット効果は減衰している。ラチェット効果は、理論的には、所得が減少しているときに発生する効果であるため、所得が下げ止まり、反転しつつある現在のよう状況⁸では、その影響は低下する。その意味では、2002年度頃に所得が下げ止まっていることと、ラチェット効果が減衰し始めていることは整合的である（図表3、4）。今後も、先行きの所得環境が急速に再び下落基調へ戻るようなことがない限り、ラチェット効果すなわち背伸び消費は、全体としては抑制されていく傾向が続くと予想される。

所得環境の改善は、それ自体が個人消費を押し上げるとともに、消費者マインドの改善を通じて、個人消費を押し上げる。今後、力強い景気回復が進むことで所得が順調に回復し、消費者マインドもより高い水準で推移するならば、ラチェット効果の剥落というマイナス効果は相殺されよう。しかし、所得回復の足取りが弱いならば、所得増や消費者マインドの押上げによる消費へのプラス効果は限られたものにとどまるのではないだろうか。

⁸ 脚注4を参照。

4．求められる財政再建と景気回復との両立

所得の減少に歯止めがかかった現在、家計は「背伸び消費」から、等身大の消費行動へと軸足を移しつつあると考えられる。所得が順調に回復するならば、「背伸び」が無くなったとしても大きな問題はなく、個人消費が景気回復の一翼を担うことも期待されよう。しかし、所得環境に大きな改善が見られないならば、個人消費が景気の牽引役を担うという過大な期待は難しいのではなかろうか。今後の個人消費の推移については、所得の動向が鍵を握っている。

今後は、財政再建への要請から、消費税率の引上げや各種控除の縮小・廃止など、税制の逆進性が強化される可能性もある。家計の将来不安を払拭するためにも、財政再建は喫緊の課題であるが、このような政策は、短期的には家計の消費行動をある程度は萎縮させるだろう。景気の腰折れを防ぐためにも、また徐々に近づきつつあるデフレ脱却への道を着実に進むためにも、財政再建と景気回復との両立が求められている。このためには、家計に追加的な負担が及ぶような政策を導入する際には、それに伴う消費行動の萎縮を可能な限り抑制することを念頭に置くべきであろう。特に、逆進性をもつ租税政策を導入する場合には、相対的に大きな影響を受ける低所得者層の消費の動向に十分配慮し、その影響を極力避けるような措置を講ずることが求められよう。

【参考文献】

大竹文雄『日本の不平等』日本経済新聞社、2005年5月

高村正樹「消費性向上昇の原因を探る」『JCER REVIEW Vol.59』、日本経済研究センター、2005年6月

貞廣彰『戦後日本のマクロ経済分析』東洋経済新報社、2005年7月

内閣府『平成16年度 年次経済財政報告』2004年7月

内閣府『平成17年度 年次経済財政報告』2005年7月

みずほ総合研究所「デフレ下の消費動向」『みずほレポート』2003年10月

山澤成康『実戦計量経済学入門』日本評論社、2004年3月

山根英嗣「消費性向の決定要因の分析」『JCER REVIEW Vol.45』、日本経済研究センター、2003年3月

(内線 3297)

【補論】所得階級別の消費関数の推定とその結果について

第 ～ 所得階級別に、

$$\begin{aligned} \text{消費} = & + \times \text{可処分所得} + \times \text{ラチェット効果要因} \\ & + \times \text{消費者マインド要因} + \times \text{高齢化要因} \end{aligned} \quad (1)$$

という消費関数を、月次データを用いて 1999 年 1 月～2005 年 8 月まで推計した（データは、いずれも前年比(消費者マインド要因と高齢化要因は前年差)の後方 12 ヶ月移動平均）。推定には、時点毎のパラメータが得られるカルマン＝フィルター法^{9,10}を用いている。なお、高齢化要因については、その影響が短期的には変動しないと考え、パラメータ（ ）を固定として推定した。

ラチェット効果要因は、高村(2005)・貞廣(2005)を参考に、前期よりも所得が減少しているときのみ 1 を取るダミー変数 D を作成し、「ダミー変数 D × 可処分所得」というデータを用いた。 の先験的な符合条件をマイナスとすることで、「ダミー変数 D × 可処分所得」がラチェット効果を代表する変数となりうる。なぜならば、

所得が 1 円増加するとき (D = 0) は、消費は 円だけ増加する
所得が 1 円減少するとき (D = 1) は、消費は + 円だけ減少する
< 0 ならば + < であり、所得が減少するときの消費の減り方が、所得が増加するときの消費の増え方よりも小さい。両者の差である は、ラチェット効果に他ならない。

となるからである（ の符合条件はプラス）。また、消費者マインド要因には消費者態度指数を、高齢化要因には高齢化率を用いている（各所得階級ともに共通）¹¹。なお、 以外のパラメータの符合条件は全てプラスである。

ラチェット効果の大きさは で測られるが、 は消費の限界消費性向 が大きければ、それに比例して大きくなる傾向がある。そのため、両者の比である / を基準化されたラチェット効果として、図表 4 に掲載している。 、 / ともに、マイナスの値が大きいほど、ラチェット効果は強いと読む。また、 を消費者マインド効果として、図表 5 に掲載している。

⁹ カルマン＝フィルター法とは、推計式のパラメータが時間とともに変化する可変パラメータモデルを推計する手法の 1 つである。詳細は、山澤(2004)等を参照。

¹⁰ カルマン＝フィルター法による推定は、所与の初期値や分散により大きな影響を受ける。本稿では、1995～2000 年間の適当な期間(1～5 年)について、(1)式を最小二乗法で推定し、結果として得られたパラメータとその分散を、それぞれ観測方程式の初期値が従う正規分布の平均と分散に充てている。

¹¹ 2004 年 3 月以前の消費者態度指数は四半期データ、高齢化率を計算する際に必要な人口に関するデータは年次データであるが、これらは月次データに変換して用いている。