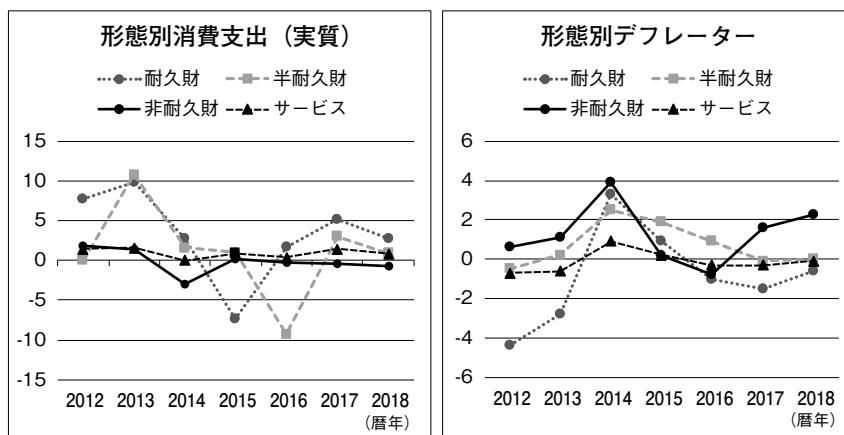


## 堅調な耐久財消費、冴えない非耐久財消費

わが国ではこのところ、個人消費にやや力強さが欠ける状況が続いている。GDPベースの「実質民間最終消費支出」は、足元の2018年10-12月期こそ前期比プラスとなったが(+0.4%)、2018年1年間の動きをみるとプラスとマイナスを繰り返してきている。また、消費者マインドを示す「消費者態度指数」も前月比マイナスとなる状況が続いており、2019年1月は前月より0.8ポイント低下し41.9となった。1年前(44.6:2018年1月)からは2.7ポイントの低下である。

消費は全体としてどのような動きとなっているのか。内閣府のGDP統計で発表している「形態別国内家計最終消費支出」により形態別に消費の動向をみてみよう。「形態別国内家計最終消費支出」では、消費支出を耐久財(自動車、家電など)、半耐久財(衣料品、カーテンなど)、非耐久財(食料品、燃料など)、サービスの4つに分類している。消費する額としてはサービスが最も多い。2018年(暦年)でみると、耐久財が26.7兆円(9.1%)、半耐久財が15.0兆円(5.1%)、非耐久財が75.1兆円(25.5%)、サービスが178.3兆円(60.5%)である(いずれも2011年基準実質値)。このうち最近動きが冴えないのが非耐久財で、2016年から3年連続して前年比マイナスとなった。2018年は前年比▲0.7%である。一方、耐久財は2016年から3年間プラスを維持している。また、サービスは2008~2009年のリーマンショック時を除けば長期的に緩やかな増加傾向をたどっている。

足元では非耐久財だけ不振が目立つが、その要因の一つと考えられるのが非耐久財の価格の上昇である。同統計で形態別のデフレーターをみると、耐久財とサービスが2016~2018年の3年間マイナス(下落)だったのに対し、非耐久財は逆に2016年を除けばほぼ一貫してプラス(上昇)が続いている。非耐久財はいわゆる日用品であり、日々目にする商品の価格が上昇していることになる。これが消費者マインドの悪化に影響しているのではないだろうか。(商工総合研究所主任研究員 赤松健治)



(資料) 内閣府「GDP統計」  
(注) 前年比 (%)