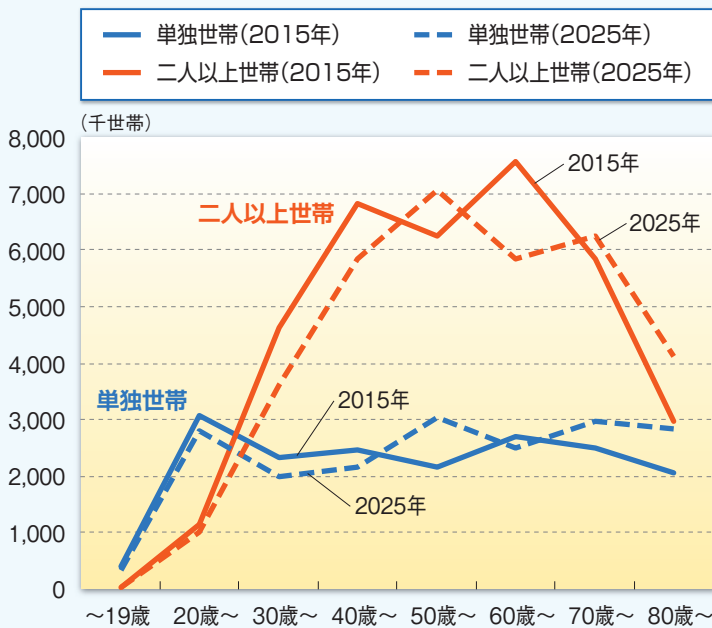


個人消費の 2020年問題

図1 世帯主の年齢階層別世帯数(2015年、2025年)



出所:「日本の世帯数の将来推計(全国)」(2013年1月推計)国立社会保障・人口問題研究所をもとに作成

消費税率引き上げ後の個人消費の回復の勢いは思いのほか弱い。こうしたなか、日本はすでに高齢化と本格的な人口減少時代に入っており世帯数も2020年から減少に転ずるとみられている。個人消費の主体は家計であり、世帯主の高齢化や世帯数の変化が個人消費に少なからぬ影響を及ぼすことが想定されるだろう。

では、これから世帯の構成がどのように変化し、家計の消費や経済にどのような影響を及ぼすのか少し考えてみよう。

まず、世帯数の動きをみると、人口の減少と高齢化が進むなか単独世帯の増加により世帯数は増加しているが、増加のペースが次第に鈍化し2020年からは減少に転ずる。

世帯数は 2020年から減少へ

昨年の消費税率引き上げ後の個人消費の回復力は思いのほか弱く、小売業態の業績も総じて低調であった。まず、2014年の百貨店売上高は主力の衣料品などが伸び悩み前年比0・1%の減少となった。また、スーパーについても既存店ベースで同▲0・6%とマイナスが続き、高成長が続いたコンビニについても同▲0・8%と3年連続のマイナスとなった。

すでに、日本は人口減少時代に入っており世帯数や世帯主の年齢構成も変化している。個人消費は家計が商品やサービスを購入するための支出であり、世帯構成の変化が個人消費の動きに少なからず影響を及ぼしていることが想定されるだろう。そこで、これから世帯の構成がどのように変化し、世帯構成の変化が家計の支出や経済にどのような影響を及ぼすのか少し考えてみよう。

世帯数の変化を家族類型(単独世帯、二人以上世帯)と世帯主の年齢階層別にみると、二人以上世帯では二つの山がある(図1)。団塊の世代の山と団塊ジュニアの山である。15年では60歳台の団塊の世代の山が最も高いが、団塊の世代が70歳台に入ると25年になると

国立社会保障・人口問題研究所の「日本の将来推計人口」(2012年1月推計)によると、日本の人口は減少過程に入っており、減少のスピードも年々加速する。そのなかで、65歳以上の老年人口については、2010年の2948万人から団塊の世代が65歳になる12年には3千万人を上回り20年には3612万人へ増加、人口に占める割合は23・0%から29・1%に上昇し高齢化が一段と進展する。

一方、同「日本の世帯数の将来推計(全国)」(2013年1月推計)によると世帯数は2010年の5184万世帯から19年の5307万世帯まで増加を続けその後減少に転ずる。人口が減少するなかで世帯数が増加しているのは単独世帯が増加しているためで、単独世帯は10年の1679万世帯から25年には1865万世帯に増加し世帯の35・6%を占めるようになる。

*1 日本百貨店協会、*2 日本チェーンストア協会、*3 日本フランチャイズチェーン協会

死別により単独世帯へなることなどから団塊の世代の山は低くなる。そして、40歳代の団塊ジュニアの山は50歳台へシフト、40歳台までの世帯は減少する一方70歳台以上の世帯が増加する。

なお、同「日本の世帯数の将来推計（都道府県）」（2014年4月推計）によると、京都府もおおむね全国と同じ傾向であるが、京都府では20歳台の単独世帯の全体に占める割合が7・9%と全国（5・8%）に比べ高いのが特徴的である。

縮む消費と伸びる消費

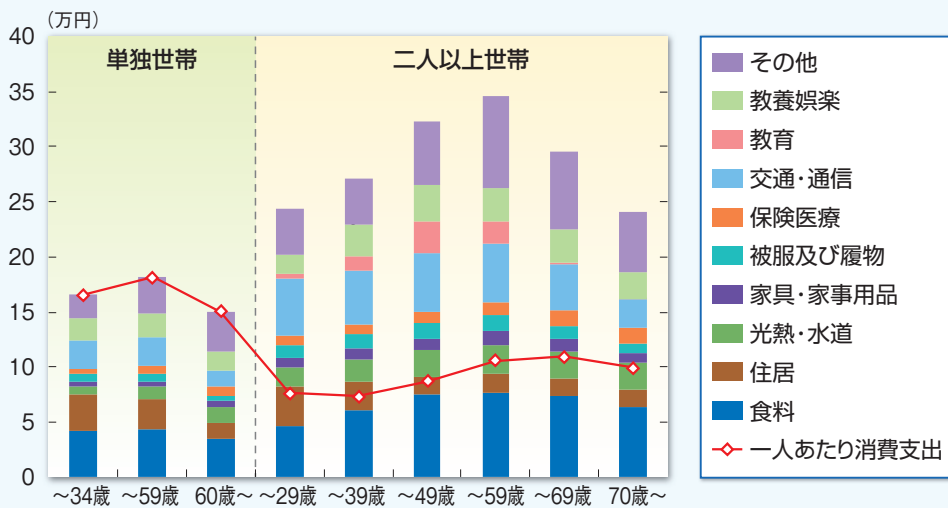
このように、これから世帯構成が高齢化し世帯数が減少に転ずることが推計されているが、世帯の構成や年齢により「何を」、「いくら」買うのか家計の支出には違いがある。家族類型（単独、二人以上世帯）と世帯主の年齢階層により家計の支出はどのような違いがあるのか、総務省の「家計調査」（2014年速報）で調べてみよう。

まず、1か月あたりの消費を世帯主の年齢別にみると、「単独世帯

」では「35歳～59歳」の18・2万円が最も高く、「～34歳」の16・6万円、「60歳～」15・1万円と続く（図2）。「二人以上の世帯」の一人あたり支出額（7・4万円～10・9万円）に比べると単独世帯の支出額はかなり多い。日本が人口減少時代に入るなか、単

独世帯の増加が個人消費を下支えしてきたことが推測されるだろう。一方、「二人以上世帯」では、「～29歳」の24・3万円から年齢が高くなるに従って上昇し「50歳～59歳」で34・6万円と最も高くなる。そして、「60歳～69歳」が29・6万円、「70歳～」が24・1万円と

図2 世帯主の年齢別消費支出と一人あたり消費支出（1か月）



出所：「家計調査（2014年速報）」（総務省）により作成

に従い減少する。高齢化により減少する主な費目は、「被服及び履物」、「交通・通信」、「教育」である。「被服及び履物」は、「40歳～49歳」の1・5万円から「70歳～」では0・8万円、「交通・通信」は「50歳～59歳」の5・3万円から「70歳～」は2・5万円と半減、「教育」は60歳を超えるとほとんどなくなってしまう。反対に、増加するのが「保険医療」である。また、「食料」や「光熱・水道」は高齢化してもそれほど減少しないが、「食料」については支出

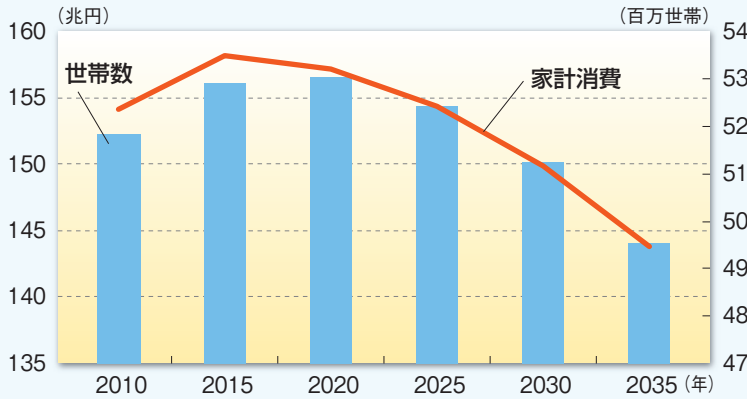
内容が変化し、「外食」は減少するが「魚介類」や「野菜・海藻」、「果物」は増加する。

家計消費も減少へ

では、これから世帯構成が変化することにより家計の消費額はどの程度影響を受けるのだろうか。先の「家計調査」の家族類型および世帯主の年齢階層別の支出額と、「日本の世帯数の将来推計」の家族類型と世帯主の年齢階層別の世帯数により家計の消費額を試算してみよう。試算によると2010年の家計消費は154兆2千億円となる。なお、10年の名目GDPの個人消費は285兆9千億円、13兆7千億円の差がでているが、これは主にGDPの個人消費では持ち家についても借家と同じように家賃を支払っているとみなして「帰属家賃」が計上されていることや、家計調査では自動車などの耐久消費財の購入やサービスへの支出が十分補足されていないためである。ちなみに、京都府の家計消費は3兆3千億円、全国の2・1%に相当する。

15年以降について、世帯類型と世帯主の年齢階層別の支出額が14年の「家計調査」から変化しないと仮定して試算すると、15年は1

図3 日本の将来世帯数と家計消費の推移



出所：「日本の世帯数の将来推計(全国)」(2013年1月)、国立社会保障・人口問題研究所、「家計調査(2014年速報)」総務省をもとに試算

表1 家計消費の増減 (単位：%)

| | | 全 国 | | 京 都 府 | | |
|--------|----------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------|
| | | 2010年 ↓ 2015年 | 2015年 ↓ 2025年 | 2010年 ↓ 2015年 | 2015年 ↓ 2025年 | |
| 家計消費 | | 2.6 | ▲ 2.4 | 3.0 | ▲ 1.9 | |
| 世帯属性別 | 単 独 | ~34歳 | ▲ 2.3 | ▲ 10.1 | ▲ 3.3 | ▲ 12.2 |
| | | 35~59歳 | 3.7 | 7.0 | 4.7 | 10.0 |
| | | 60歳~ | 14.3 | 15.0 | 14.1 | 13.8 |
| | 二 人 以 上 | ~29歳 | ▲ 6.7 | ▲ 11.6 | ▲ 2.9 | ▲ 14.5 |
| | | 30~39歳 | ▲ 11.2 | ▲ 22.3 | ▲ 12.8 | ▲ 18.0 |
| | | 40~49歳 | 10.1 | ▲ 14.2 | 12.8 | ▲ 15.5 |
| 50~59歳 | | ▲ 5.5 | 13.3 | ▲ 2.9 | 20.7 | |
| 60~69歳 | | ▲ 1.5 | ▲ 22.7 | ▲ 7.2 | ▲ 26.0 | |
| 70歳~ | | 17.7 | 17.6 | 22.5 | 16.1 | |
| 費 目 別 | 食料 | 5.0 | ▲ 2.0 | 5.5 | ▲ 1.7 | |
| | 住居 | 3.6 | ▲ 2.2 | 3.9 | ▲ 2.1 | |
| | 光熱・水道 | 10.3 | ▲ 1.4 | 10.8 | ▲ 0.9 | |
| | 家具・家事用品 | 7.1 | ▲ 2.3 | 7.5 | ▲ 1.7 | |
| | 被服及び履物 | 5.8 | ▲ 3.5 | 5.6 | ▲ 2.9 | |
| | 保健医療 | 5.6 | ▲ 0.6 | 6.3 | ▲ 0.3 | |
| | 交通・通信 | 9.0 | ▲ 4.4 | 9.4 | ▲ 3.7 | |
| | 教育 | ▲ 0.9 | ▲ 6.9 | 0.1 | ▲ 5.1 | |
| | 教養娯楽 | ▲ 6.4 | ▲ 2.6 | ▲ 6.3 | ▲ 2.3 | |
| | その他の消費支出 | ▲ 4.4 | ▲ 1.1 | ▲ 3.9 | ▲ 0.4 | |

出所：「日本の世帯数の将来推計(全国)」(2013年1月)、「同・(都道府県)」(2014年4月) 国立社会保障・人口問題研究所、「家計調査(2014年速報)」総務省をもとに試算

「間接一次効果」である。さらに、「直接効果」と「間接一次効果」と「間接二次効果」が生まれる。「間接二次効果」により「間接一次効果」により「間接二次効果」が生まれる。「間接二次効果」と「間接一次効果」により雇用者所得が増加し、雇用者の消費支出が増えることによる生産誘発

5兆8千2億円と10年度比2・6%増加するが、その後は減少に転ずる(図3)。

10年から15年までの増加の動きを少し詳しくみると、世帯主の年齢階層別では団塊ジュニアの40歳台の世帯と70歳以上の世帯で増加し、費目別では「教養娯楽」などを除いた大半の費目で増加する。なお、「教養娯楽」の減少幅が大きいのは09年から始まった家電エコポイントの影響によるものと考えられる。

しかし、25年になると15兆4千億円と15年から10年間で3兆8千億円、2・4%減少する。二人以上世帯では、50歳台になる団塊ジュニアと70歳台になる団塊世代で増加するが、他の世代で減少する。費目別では、強弱はあるがすべての費目で減少する。また、京都府についても減少のペースは多少緩やかだが、15年から10年間で6兆40億円、1・9%減少する(表1)。

負の経済影響

さらに、経済面での影響は家計消費の減少だけにとどまらない。家計消費の減少により、その需要を満たすための生産活動やその生産に必要な原材料の生産にマイナスの影響が及ぶからだ。このように、最終需要が変動したとき、産業間の取引を通じて他の産業に次々と影響が及んでいく現象は経済波及効果といわれている。たとえば消費者がお菓子屋さんでクツ

キーを買った場合、お菓子屋さんでの売上げが増えるだけでなく、原料の小麦やバターの生産が増え、さらに小麦を生産するための農業資材の生産が増えるといったかたちで生産が波及していく。しかし、消費者がクツキーを買ってもそれが輸入したものであれば、国内の生産には波及しない。経済波及効果のうち「直接効果」とは、最終需要のうち輸入のように域外から供給されるものを除いたもので、この「直接効果」により誘発される効果が「間接一次効果」である。先の例でいうと、消費者が域内のお菓子屋さんで買うことによつて生まれるのが「直接効果」、それにより誘発される小麦やバターの生産が「間接一次効果」である。さらに、「直接効果」と「間接一次効果」と「間接二次効果」が生まれる。「間接二次効果」により「間接一次効果」により「間接二次効果」が生まれる。「間接二次効果」と「間接一次効果」により雇用者所得が増加し、雇用者の消費支出が増えることによる生産誘発

表2 家計消費の減少（2015年～25年）
による経済波及効果

| | 全 国 | 京都府 |
|-------------------|---------|---------|
| | (百億円) | (億円) |
| 需要増加・減少額 | ▲ 378 | ▲ 640 |
| (域内自給率) | (91.3%) | (62.3%) |
| 直接効果 | ▲ 353 | ▲ 342 |
| 間接一次効果 | ▲ 253 | ▲ 89 |
| 間接二次効果 | ▲ 178 | ▲ 70 |
| 経済波及効果 (生産誘発額) | ▲ 784 | ▲ 500 |

出所：産業連関表（2011年速報）総務省、京都府産業連関表（2005年）京都府をもとに当社で試算

京都府においても他府県の影響も考慮すれば相応のマイナス影響がでることが想定されるだろう。もちろん、個人消費は世帯の構成だけで決まるものではない。たとえば、世代ごとに価値観やライフスタイルが異なり、現在の70歳台と団塊の世代が70歳台に達したときとでは家計の支出内容が変わってくることも考えら

れる。また、今後の経済成長により家計の収入が増えれば支出も増え、高齢世帯については将来の社会保障制度も影響してくるだろう。しかし、いずれにしても今後の世帯構成の変化は個人消費への下押し圧力になり、経済活動へマイナスの影響を及ぼすことが考えられるだろう。

負の影響にどう向き合うか

では、こうした家計消費の下押し圧力にどう対応すべきだろうか。まず、一つ目は女性の社会進出への支援である。2014年の家計調査によると、二人以上の勤労者世帯のうち有業者が二人の世帯（共働き世帯）の1か月あたりの消費支出は332千円と有業者が1人の世帯の300千円に比べて1割程度多い。女性の社会進出は個人消費を底上げするうえでも重要なテーマであろう。

おわりに

また、「家計調査」では家計が「何を」「いくら」買ったかは分かるが、「どこで」「どう」買ったかまでは分からない。商品やサービスをどういった形で消費者に提供するか、世帯構成の変化に合わせて考えていく必要があるだろう。

カエルをいきなり熱湯に入れるとすぐに飛び出すのが、冷たい水に入れて徐々に水温を上げていくと、やがて熱い湯の中で死んでしまうという。急激な変化に対しては危機感をもって対応するが、ゆっくりとした変化に対しては問題を先送りしがちで、やがて深刻な事態を迎えるという「ゆでガエル」の警句である。

日本では人口の減少は日々進行しており、やがて世帯数も減少に転ずるが、本格的な対応はなされてこなかったのではないだろうか。企業のなかでも、これまでの人口増社会を前提とした発想や習慣が残っているかもしれない。水温の変化を感じることは難しいだけに、ポスト2020年を展望した対応が求められるだろう。

(株)京都総合経済研究所
調査部長 森 秀人

効果である。経済波及効果とは、この「直接効果」と「間接一次効果」、「間接二次効果」を合計したものである。なお、経済波及効果は産業連関表をもとに計算される。産業連関表とは1年間の産業間の販売と調達の取引の関係を縦横のマトリックスで示したもので、総務省や都道府県で公表されている。地域のマラソンやNHKの大河ドラマなどによる経済効果が発表されることもあるが、これも産業連関表をもとに計算されたものである。こうしたイベントでは最終需要が増えプラスの経済波及効果が生まれるが、最終需要が減少する場合は負の影響が波及する。

産業連関表により先の2015年から25年まで10年間の家計消費の減少による経済波及効果を試算すると、全国では家計消費が3兆8千億円減少することにより財やサービスの生産額は7兆8千億円減少する。また、京都府では府内の家計消費の減少額640億円によるマイナス影響は500億円となった（表2）。全国に比べて京都府内の生産額への影響が少ないのは、府内の需要のうち府内の生産により供給されているのは6割で4割は府外から供給されているためである。一方、生産面からみると、府内の生産額の4割は府外に供給されており、府内生産額は他府県の家計消費の減少の影響も被ることになる。このため、