

ハイライフ研究所 2013 年度都市生活者意識調査におけるトピックステーマ調査について

調査テーマは「都市生活者とアベノミクス&消費増税」

2013 年 11 月 27 日

お知らせ(調査の目的と狙い)

今回(2013 年度)のハイライフ研究所の「都市生活者意識調査トピックス版」で、今年の流行語大賞の候補となってもおかしくない「アベノミクス」と「消費増税」をテーマにアンケート調査をした。アベノミクスとは、昨年 2012 年 12 月 26 日より始まった第 2 次安倍内閣において、安倍首相が表明した”3本の矢”を柱とする経済政策のことで、政策の最大目標を経済回復と位置づけ、デフレ脱却を達成するというものだ。

昨年末と較べると円安・株高が一段と進み、今年の夏季や年末賞与の伸びはリーマンショック以降最高となっている。大企業中心だが 14 年 3 月期の決算では過去最高益となることが確実視されている。消費も百貨店の高級品の売上高前年比は 13 ヶ月連続で二桁に近い伸びとなっている。また、消費者心理も好景気とまでは言えないが、これからは悪くはないという期待感が蔓延している。現況の日本経済は、その筋書きに沿って進行しているようにも見える。

一方、来年 4 月から、消費税は 5%から 8%へとアップするが、消費は駆け込み需要がすでにピークを迎えている業界もあるが、国民は増税そのものに絶対に反対する人は少ないようだ。

確かに、政府発表の景気関連指標データを見る限り、景気の下降・停滞を示すデータは数少なくなっているが、景気は悪くないというものの、実際の都市生活者の実態とその意識はどのようになっているのか。また、果たして、消費増税がアベノミクスと両立するのか。いずれもそのカギを握るのは都市生活者である。

ハイライフ研究所では今年度も 2013 年度生活者意識調査を実施した。トピックスアンケート調査として「アベノミクス」と「消費税税率アップ」について聞いてみた。

「アベノミクス」と「消費増税」についてのトピックス調査の分析とその結果は、本レポート(データファイル)において 6 回連載で報告してゆく。

第一回データファイルは、現在の日本の経済環境や生活環境についてその実際を大まかに整理し、「アベノミクス」と「消費税税率アップ」に対する意識を都市生活者全体像としてまとめた。

地域別、男女別、年齢別、年収別等による詳細な分析は第 2 回から随時レポートしてゆく。

■アンケート調査項目

▼アベノミクスについて	▼最近の収入・消費環境について
① ベノミクスの認知	・今年の賞与、来年の所得の増減予想
② ベノミクスの評価	・今年になってからの消費の増減傾向
③ ベノミクスによる景気の動向	・今年になってから増えた消費分野(MA)
④「アベノミクスに期待すること・起りそうなこと	▼今後の消費行動
▼消費税について	・収入が増えたら消費が増えそうな分野(MA)
① 費税率アップの賛否	・消費税率アップの前になすること(MA)
② 消費税率アップに賛成の理由(MA)	・消費税率アップ後の消費行動(MA)
③ 費税率アップに反対(懸念)の理由(MA)	

■調査実施; 2013年 9 月 27 日(金)~10 月 15 日(火)実施、

■調査サンプル; N=1800[東京=1125+大阪=675]

■分析執筆; マーケット・プレイス・オフィス代表 立澤芳男(ハイライフ研究所主任研究員)

プロローグ 概況—生活者とアベノミクス&消費増税について

1992年からのバブル経済崩壊、2000年前後のITバブル経済崩壊、08年のリーマンショックと長い間日本の経済不安(デフレ不況)が続いた。株価と土地価格は下がり続け、給与・所得も伸びず日本の経済も社会も低迷を続けた。また、日本の年齢人口構造は少子高齢化で世代交替が起こった。しかし、日本社会ではグローバル化とIT化が進み、日本崩壊という大難局を乗り切ってきた。

そして、今、突如というべきか、2012年後半から「失われた20年」という縛りから解放されたかのように、アベノミクス政策が動き始め、日本の経済が変化し始めた。

今どのような変化が起きているのか?アベノミクス効果(円安・株高への誘導)によって景気はリーマンショック以降初めて上昇傾向となっているが、消費税は日本の景気にどう作用するのか?また、来年4月から消費税が5%から8%へとアップすることになったが、好景気は続くのか?

日本の景気・消費の現況を整理し、今回のアンケート調査(9月実施)から読み取れる都市生活者の「アベノミクスと消費増税」に関する考えや意見を大まかにまとめておく。

I - アベノミクスについて

日経平均株価は今年5月にリーマン・ショック前の水準に達し15,000円台を回復した。為替は今年5月に1ドル100円を記録し5ヶ月で20円の円安が進んだ。また、国土基準地価は、三大都市圏(全用途)が前年比0.1%と、リーマン・ショック前の08年以来5年ぶりに上昇。不動産の取得総額(今年1~8月)は、約1兆5000億円で、過去最高だった06年(通年で2兆円)を上回るペースとなった。株や地価、為替など日本経済の主な経済指標をみると、今年に入って、低迷し続けた日本の経済・社会環境の変化の兆しを示唆する様々なデータ・数字が踊っている。注目したいのは、家計支出においての個人の金銭価値観が大きく変わりつつあるということだ。久しぶりに国も個人も経済生活において積極的な取り組みを始めたようだ。アベノミクス効果(円安・株高への誘導)によって景気はリーマンショック以降初めて上昇傾向となっているが、どこに注目すべきか?

1. アベノミクスで『経済や消費の潮目が変わったのか』?今、何が起きているのかその注目ポイント

①株式や投信などへマネーが動き、マネーの好循環が一部で出てきた

今年6月末の日本の家計の金融資産は前年比5%増の1590兆円となった。現金・預金の残高は860兆円となっており、総資産に占める現預金の割合は相変わらず高いが、株高と円安を背景に貯蓄から株式や投信へシフトが始まった。今のところは、株式などのリスク資産を保有できる層のみがアベノミクスの恩恵を受けている構図だ。一方、消費の局面では、百貨店の高級品の売上高が前年同月比二桁の伸びが続き、また、クレジットカード取扱高も二桁近い伸びを示している。

これらの動向を見ると、そこには「貯蓄→株・投資信託への投資



→消費」といったマネーの好循環の流れができつつあることが見られる。株高と円安基調が続くことが前提だが、この流れは来年まで続きそうだ。マネーの好循環という動きが出てきたようだ。

②NISA狂騒曲を奏でる金融機関と高齢者世代。口座数は 430 万件、金額は 5.6 兆円に

今、運用面で家計資産の有効活用が進められ、その一番槍となったのが来年(2014年)1月から始まる少額投資非課税制度(日本版ISA=NISA)だ。そのNISAの実際のターゲットは日本の金融資産の8割を保有する50歳以上(50歳代270兆円、60歳代520兆円、70歳以上460兆円)の世帯である。

日本証券業協会によると、受け付け初日の10月1日時点でNISAの口座開設数は322万に達する見込み。証券会社や銀行で口座獲得競争が激しく、年末までにはさらに伸びそうだ。野村総合研究所がアンケート調査を基にした推計では年間の平均投資額が合計5兆6000億円にのぼる。「貯蓄から投資へ」の流れが促進されることで、家計から企業への資金供給が拡大し、経済が成長するとともに、家計も潤い、さらなる投資につながるという好循環を生み出す事が期待されるが、個人を成長マネー循環の起点に育てるには、中高齢者の金融資産をどう引き出すかがカギになる。

③教育資金贈与信託の契約数は、わずか3カ月で1万8206件、最終は5.4万件に

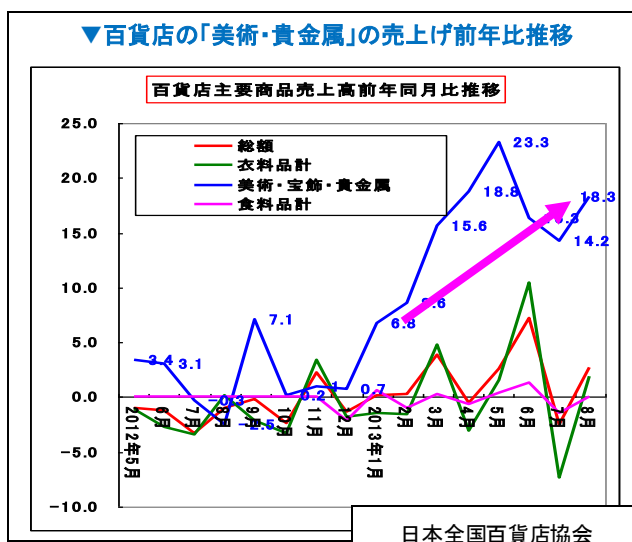
アベノミクスが高評価を受ける中、NISAとともに注目されているのが、子や孫に贈与する際の非課税措置だ。この新制度は、孫の教育資金を1500万円まで非課税で贈与できる新制度で2013年4月から始まっている。2013年4月から3年間は、“教育資金に使う”という目的に限っては、子どもや孫に1500万円まで一括で贈与しても贈与税がかからない。同制度は1500兆円規模に達する個人金融資産の世代間移転を促すと同時に、子育て世代の教育費負担を減らし、その分が消費などに回り、景気浮揚につなげる狙いで導入された。金融機関の新たな富裕層ビジネスとして火をつけた格好だが、信託協会がまとめた6月末時点の教育資金贈与信託の契約数は、スタート後わずか3カ月で1万8206件、新規設定額は計1246億円に達した。

スタートからわずか3カ月で、同信託の契約数で1万件を突破する勢いを見れば、スタート当初に信託大手4行で制度終了までに計5万4000件を見込んでいた契約数の早期達成は、確実だ。贈与される世帯の大半は30~40代のファミリー世帯であり、重い教育資金から開放されるこの世帯の消費はどこへ向かうのか注視する必要がある。

2・アベノミクス景気浮上と消費生活

■アベノミクスによる大規模な金融緩和政策および民間需要の拡大が評価

アベノミクスの経済政策に関する好評価は様々な指標に表れている。例えば、「日経消費DI」での7月調査業況判断指数は、2006年10月以来の水準まで回復。IMF(国際通貨基金)は、世界経済見通し(WEO)の改定版(7月9日)で、日本の13年の成長予測をプラス1.6%からプラス2%へと上方修正を行った。内閣府の景気動向指数(2010年=100、速報値)によると、上昇は6カ月連続。すでに景気回復局面に入った可能性が高いと判断を示している。6月の全国企業短期経済観測調査(6月短観)では、大企業、中小企業ともに景況感が改善するなど、企業の業績回復への期待は高まっている。実体経



済活動を見ると、資産効果によって百貨店では絵画や宝飾品など高額商品の販売が好調だ。アベノミクスによる大規模な金融緩和政策および民間需要の拡大が評価されている。

今年5月に23%も急伸した百貨店の高額品の販売高は、8月も二桁の伸びで、過去最長となる11カ月連続の前年比増だ。一方、家計の支出はゴルフ場の会員権にも広がっており、1980年代の資産バブルを彷彿させる。その背景にはアベノミクスの景気対策(基本は円安と株価高への誘導政策)があるが、一般の消費者には、まだ、銀行からお金を引き出し、支出する準備はできていない。まだ若干の時間的余裕が必要だ。

一方、家計金融資産を保有する人たちは、既に金融資産の運用を積極的に進め、マンション購入。高級品の購入、クルージング旅行、JR九州豪華列車旅行などに走り始めた。高級嗜好品の売上高の増加が個人消費全体に波及するかについては議論が必要であるが、失われた20年間という長期スパンから見れば、世代も交替する中で、少なくとも「金を貯めるだけでなく、金の運用を図り、消費に回すという」積極的な金銭感覚(消費生活スタイル)が頭をもたげてきているのも事実だ。

■消費の二極化が定着し併存。高級化も低価格も明解な「品質と価格」のワケアリが必要条件に

宝飾品など高級品の売れ行きに注目が集まるが、かつてのバブル消費のような、高いモノほど売れる単純なぞいたく志向とは少し違う。品質が良く、デザインなどの趣味が合い、どう役に立つかはっきりしているものが売れる。そのことは高級ブランド専門店や百貨店で的高額品だけではなく、チェーン専門店の商品にも共通している。好調なチェーン専門店の売上を見ても、確かに低価格路線が基本となっているが、高品質で消費者の趣向にあった商品が売れているのである。エコポイントや地デジ需要が終わった今、家電量販店の炊飯器コーナーでは高機能品が目立つ。

「低価格でお得感を楽しむ感覚」と「本当に良いモノだけを選びたいという」消費マインドが併存しており、そのことに気付いた企業の売上高の伸びは業界内・業態内でも他を圧倒する。カジュアル衣料の『ユニクロ』、靴の『ABCマート』、家具の『ニトリ』などなど専門店業界では『一強時代』、百貨店業界やコンビニ業界は「三強時代」、総合スーパーでは『二強時代』等々、消費をめぐる業界ではアベノミクスを契機に弱肉強食化がますます進行する。リーマンショックや東日本大震災で定着していた節約志向は影をひそめ、むしろ堅実志向。そんな地に足のついた消費が経済を先導している。

II - 消費税税率アップについて

2014年4月1日から今まで5%だった消費税が8%に、翌15年10月1日より10%に引き上げられる。消費税の引き上げは1997年以来17年ぶりのこと。消費者ばかりでなく、事業者にとっても大きな問題だ。増税分をいかに吸収していくか、そして客離れと売上減をいかに回避するか。経営そのものに関わる課題を突如突きつけられた事業者にとって、不安は大きい。

来年4月に迫った消費増税だが、年末に近づくにつれ生活者や商業者に慌しい動きが出始めている。

1. 「年末商戦」前から動き始めた駆け込み需要

消費増税での課題の一つは、「駆け込み需要」に関する事柄。もう一つは事業者が増税実施(価格表示や商品価格の値上げ等)をどうするのかという事柄だ。

今まで消費増税を認めてきた人々も、増税を目の当たりにするとかなりシビアになりつつある。

今年の冬のボーナスは、景気の回復を追い風に増える見通しもあり、「駆け込み需要」という消費押し上げが期待されている。増税前の駆け込み需要は、住宅・リフォームが大きく伸びている。消費者の節約志向が依

然として強いため、増税直前には日用品や食品のまとめ買いが本格化するという見通しもある。前回 1997 年の増税時と比べて 1.7 倍の 9 兆 3000 億円にのぼるとい試算もある。

しかし、駆け込み需要の後には反動減は避けられない。実際にどれくらい駆け込み需要が発生し、その後の落ち込みがどの程度成長率にマイナスに働くのかは、今後の株価や雇用情勢の変化次第ということもあり、消費は乱調気味で推移することになるだろう。。

2. アベノミクスと家計の関係では、インフレと増税で消費者は混乱する

インフレ(物価上昇)や消費税増税が、消費の軸となる個人や世帯の家計に与えるダメージは意外と大きいのは確かだ。仮に増税等でモノの値段が上がっても、家計の収入(年金や給料)が増えて今と同じ生活を続けることができれば大きな問題はない。しかし、多く人は自分の収入が増えるかどうか自分で決めることはできない。モノの値段が5%上がった場合、今と同じ生活を続けるためには毎月の消費支出の増加は避けられない。もしこのお金を手当てできなければ買うモノを減らす、つまり生活水準を下げるしかない。それをクリアするには、少しでも収入を増やす方法を考えるしかない。

アベノミクスでインフレ(物価の上昇)化する方向にあり、インフレではモノの値段が上がるので、ほとんど利息がつかない貯金に置いておくと現金の価値が目減りする。つまり、貯金は実質的な減少である。インフレのときにおカネに働いてもらうには、どうすればよいのだろう。

日本では教育プログラムが十分でないこともあって投資とか資産運用に抵抗感を持つ人が多いが、やはり資産運用へ向かわざるを得ない。

安倍総理は失われた 20 年と言われる日本に大きな波を起こそうとしている。大きな波が来たときに、上手に波に乗れる人、波を逃してしまう人、はたまた波に飲み込まれてしまう人、いろいろなケースがあるはずだ。アベノミクスで今までと違うことが起こりそうだという以上、上手く波に乗るためにはこれまでの意識の持ち方を変える必要があるのかも知れない。

3. 消費増税による売上減を回避できるか？年末に差しかなり現実味を帯びる不安

2012 年頃には 1 万円を切っていた日経平均株価だが、2013 年初頭から今に至るまで 1 万円台半ばで安定的に推移している。株価上昇の背景には、安倍内閣の経済政策「アベノミクス」があると言えよう。同政策は、「デフレ脱却」というキャッチフレーズを生み出し、人々に景気回復への前向きな気持ちを与えた。

最近では上向き始めた経済指標もある。デフレ時の消費税引き上げは短期的にGDPに悪影響を与えるとされている。1997 年時の消費税増税後に景気が悪化したことが引き合いに出され、世間には不安が根強く燻っている。いくつかの金融機関からは、短期的のみならず長期的な景気の落ち込みを懸念する声も上がっている。

企業にとって当面の問題になるのは、やはり増税圧力による客離れと売上失速であろう。消費税が 5%から 8%になり、それが 10%になったとき、増税分を完全に商品やサービスへ価格転嫁できる企業が、いったいどれほどあるのだろうか。何の悩みもなく価格転嫁したり、実質値下げなどの具体的なコスト吸収策を持っている企業は、体力や立場の強い大手に限られており、中小企業の多くは頭を悩ませるはずだ。

とりわけ流通業者にとっては、商品などの価格表示について、これまで「総額表示」が義務付けられていた状況から「税抜き価格表示」が認められるようになるため、必要に応じて値札の貼り換えを

行わなければいけないこと、消費増税転嫁法案に基づき、増税分を値引きして集客する目的のセールについては名称が制限されることなど、何かと煩わしい事務作業や検討事項も増える。

4. 税込・税別表記が混在「表記」に注意

今回の消費増税のポイントは、消費税転嫁対策特別措置法のひとつ、「総額表示義務の緩和」である。2004年から、商品の値札表示は消費税額を含めた総額とすることが定められていたが、増税に向けてこの表示がいったん緩和される。2013年10月1日から2017年3月31日までの3年半の間、企業は税別表示を行うことができる。百貨店やスーパーでは「税抜き」と「税込み」表示が混在する事態になっている。「価格が税込価格であると誤認されないための措置」を取っている場合に限りと定められているが、これは消費者に与える値上げの感覚的なインパクトを減らすための措置ともいえる。

5. <消費増税>後の商品の値上げはどうなる？

10月1日に発表された、消費税8%への増税。1989年4月に消費税法が施行され(税率3%)、5%に引き上げられたのが1997年。来年4月に、17年ぶりに引き上げられる。増税に伴う家計負担は年収300万円未満世帯で平均5万7529円、年収1000万円以上世帯で同14万2147円増加すると試算(みずほ総研)している。

消費増税で値上げになる商品(見込含む)については、基本的には、消費税分転嫁を「105分の108」と計算し、約2.86%としており、増税分が上乘せされることになるが、業界団体によっては様々だ。たとえば、電車賃は、現金で運賃を支払う場合は10円単位での切り上げが認めているが、「スイカ」「パスモ」は1円刻みの値上げとするそうだ。清涼飲料の店頭価格も増税分値上げの見通しだが、自動販売機での値段は10円上がるようだ。ちなみに、缶ジュースの価格が100円から110円

になったのは消費税法施行後3年の1992年、120円となったのは5%に引き上げ翌年の1998年からということだ。ATM手数料は108円に引き上げる方向へ検討されている。増税後、引き出し金額が1万円以下で108円(現行105円)、1万円を超えると216円(現行210円)となる見込み。「東京ディズニーランド」「東京ディズニーシー」を運営するオリエンタルランドは、増税に伴いチケット料金の値上げを行うことを10月18日に発表している。大人=6200円だった1dayーパスポートが6400円、大人=5万2000円だった1パーク年間パスポートが5万3000円となるなどの価格改定となっている。

商品名	概要
スイカ、パスモ	1円刻み(券売機は10円刻み)
イコカ、ピタパ	10円刻みの見込み
清涼飲料水	店頭価格が増税分値上がりか
ATM手数料	108円に引き上げへ(1万円以下)
ディズニーランド	1デーパスポートが200円アップ
たばこ	10~20円値上げか

Ⅲ 都市生活者は、『アベノミクス』『消費増税』をこう考える

ハイライフ研究所「都市生活者意識調査」2013トピクスアンケート調査の結果から

1. アベノミクスについての都市生活者意識意識

①「アベノミクス」認知 中身がよくわからない！

認知については、「知らない」がわずかの3%であるが、よく知っているも7.4%ということで、都市生活者にとっては身近なこととしてはとらえられていない。確かにアベノミクスという内容自体があいまいである。何か景気を良くする政治をしてくれるのか、というイメージ程度でしかないことが分かる。

①「アベノミクス」認知		調査数 1800
	良く知っている	7.4
	ある程度知っている	49.2
	言葉をきいたことがある程度	40.4
	知らない	3.0

②「アベノミクス」に期待すること・起りそうなこと とにかく『景気回復』だ！

曖昧模糊とした「アベノミクス」ではあるが、自民党安倍政権期待していると理解してもよいが、もっとも期待しているのは「景気回復」で、62.6%の人が回答している。第2位は「所得の向上」(40.7%)、第3位は「経済成長」(37.3%)となっている。期待することは都市生活者個人個人の思いがあるが、失われた20年間のもと不況を経験してきた多くの人にとっての願いは、景気拡大や経済成長までは期待しないが、とにかく『回復』一本に絞られている。『特にない』が21.1%もいることに注目すべきだ。

②「アベノミクス」に期待すること		
ベスト5(MA)		調査数 1800
1位	景気回復	62.6
2位	所得の向上	40.7
3位	経済成長	37.3
4位	デフレからの脱却	25.4
5位	雇用環境の改善	23.6
6位	特にない・わからない	21.1

③「アベノミクス」評価 「評価する」が「評価していない」を若干上回っている

良し悪しの絶対的評価が一桁で低いが、『ある程度評価』と『あまり評価しない』がともに多くを占める。『ある程度評価する』(38.8%)と答えた人は、株高の恩恵を受けた人や企業業績向上を確認できた人達と想像されるが、「あまり評価していない」(28.3%)人も調査対象の4分1を超えている。

年金者や一部の主婦層や非正規社員などが答えたものとみられる。(詳しいことは次回レポートで報告)

③「アベノミクス」評価		調査数 1019
	非常に評価している	4.0
	ある程度評価している	38.8
	あまり評価してない	28.3
	まったく評価してない	6.0
	どちらともいえない	23.0

④「アベノミクス」による景気の動向 景気は「あまり変わっていないが」半数をこえる

都市生活者調査対象者の調査時点(9月実施)における景気観でもあるが、アベノミクスによる景気動向は、『良くなりつつあると思う』人が20.9%となっており、『悪くなりつつある』(6.5%)を大きく上回っていることは評価に値するが、一方、生活ベースとしては、『(あまり)変わってないと思う』(55.6%)が本音だろう。消費者心理としては、景気について関心を持ち始めており、アベノミクスの評価が、安倍政権の高い支持率を生んでいるものと思われる。

④「アベノミクス」による景気の動向調査数 1800		
	良くなりつつあると思う	20.9
	悪くなりつつあると思う	6.5
	(あまり)変わってないと思う	55.6
	わからない	17.0

2. 消費税についての都市生活者意識

① 消費税率アップの賛否 賛否両論入り乱れるが、絶対反対は少ない

消費税率アップについての賛否は、17年ぶりということもあり、税率アップは、「反対」(19.8%)と言い切るのは20%弱で絶対反対は少ない。「賛成」(5.7%)と「どちらかという賛成」(19.3%)が合わせて25%(賛成派)となり、「反対」と「どちらかという反対」を合わせると47.5%となり、反対派が賛成派を大きく上回った。

但し、「どちらとも言えない」(22.2%)や「わからない」(6.3%)など受け答えが曖昧になっていることが目立っているなど、その時(増税時)になってみなければ何とも言えないというのが本音だろう。

賛否	割合
賛成	5.7
どちらかという賛成	19.3
どちらかという反対	26.7
反対	19.8
どちらとも言えない	22.2
わからない	6.3

② 消費税率アップに「反対(懸念)」の理由(MA) 所得アップがないと生活に困る

税率アップを賛成するものの懸念を持つ人も多い。賛成する人も含め調査対象者全員に『懸念』を聞いてみた。

一番に挙げたのは、「消費税が上がった分、所得が増えるとは思えないので」(64.7%)という見解である。景気は回復しているものの拡大しているわけでもなく、一部の企業業績が上がるだけで賃金には反映されないと考える人が多いようだ。増税部分の使い道への懸念、消費税ですべてが解決するというような考え方に疑問をもつ人は多い。

理由	割合
消費税が上がった分、所得が増えるとは思えないので	64.7
増税した税金の使途が明確ではないので	48.0
消費税は逆累進性があり低所得者にはより厳しいので	40.9
社会保障給付水準の抜本的な見直しなどの改革が見えないので	27.4
中小企業は消費税が上がった分を転嫁しにくいので	19.4
デフレからの脱却が遅れるかもしれないので	13.2
特に懸念していることはない	12.1
その他	0.6

③ 消費税率アップに「賛成」の理由(MA) 国の財政危機回避と次世代への将来生活不安解消に

消費増税『賛成』と回答した人は、1800人中450人いるが、その理由を見ると、「国の借金はもう限界に近いので」(70.2%)、『負担を若い世代に先送りにするのはもうやめたいので』(63.3%)が1,2位となっている。国の財政危機、高齢社会などについて20年以上論議されてきただけに、一貫した態度で賛成票を入れたようである。ただし、財務省の意図通りというのが気になる。

理由	割合
国の借金はもう限界に近いので	70.2
負担を若い世代に先送りにするのはもうやめたいので	63.3
このままでは日本の国債の信認が崩れるので	31.6
世界の国々と比較して日本の消費税率は低いので	26.0
世界の政府や金融機関が日本の消費税率上げを織り込んでいるので	9.6
その他	0.2

▼調査サンプル(男女別・年齢別)

男性		女性		男性		女性	
13~19歳	71	13~19歳	68	50代	132	50代	130
20代	137	20代	133	60代	152	60代	162
30代	186	30代	180	70~74歳	56	70~74歳	63
40代	170	40代	160	男性計	904名	女性計	896名

3. まとめ

■消費増税に追い風

円安株高による資産効果で個人消費は拡大。物価が継続的に下がる「デフレ」からの脱却を目指す安倍政権の狙い通りだ。資産効果とは、保有する土地の価格が上昇したり、株価が上がったりして資産が増えると、消費の伸びにつながるとされる現象だ。とくに、安倍政権下では株高による資産効果が顕著だった。さらに、2020年の東京五輪について、「オリンピック開催に、GDP上方修正と、いい材料が加わった」と評価した。

■資産効果の実態

「株高の恩恵を受けている人は意外に少ない」(りそな総合研究所)。総務省の家計調査(2人以上の世帯)によると、昨年1~3月期に113万円だった勤労者(サラリーマン、公務員など)世帯の有価証券(株式など)保有額は今年1~3月期は108万円とわずかに減っている。しかし、中小企業経営者など勤労者以外の世帯は301万円から376万円に伸びた。

また、厚生労働省がまとめた7月の毎月勤労統計によると、残業代などは増えたが、基本給など「所定内給与」は前年同月比0.9%減の24万1090円と14カ月連続の減少だった。

サラリーマン世帯には株高の資産効果が表れにくくなっており、「株高による消費の押し上げはそろそろ限界」との悲観論もささやかれている。

■景気いいのは一部だけ

2020年夏季五輪の東京開催が決まり、4~6月期の実質GDP(国内総生産)改定値も前期比年率3.8%増と速報値(2.6%増)を大きく上回った。政府・与党内では、消費税率を予定通り来年4月に8%に引き上げることが決まった。確かに、GDPの約6割を占める個人消費は前年比0.8%増と堅調に伸びているが、一般のサラリーマン世帯は本当に好景気を実感しているのだろうか…。

幸い、米国経済が堅調で、金融緩和も続く見通しとなる。日経平均株価も久しぶりに1万5000円台を回復。欧州経済も含めて海外経済は明るさを取り戻しつつある。不安要素が少ない環境で、いかに順調な回復を実現し、消費増税効果に繋げられるのか。アベノミクスの真価が問われている。

以上