

日本経済：「強制貯蓄」は高所得者層で取り崩し進み、 サービス消費の拡大に貢献

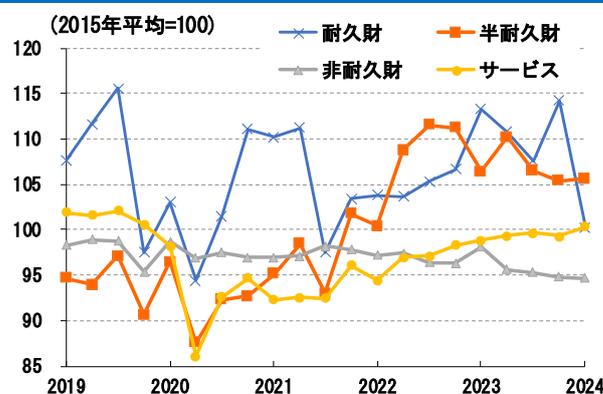
家計調査を用いて所得階層別に「強制貯蓄」を試算すると、高所得者層で取り崩しが進み、外食や旅行などのリベンジ消費の拡大に貢献したことが確認された。一方、低所得者層では、物価上昇を受けて消費への慎重姿勢が強まり、「強制貯蓄」を取り崩す動きは限られた。今後は、物価上昇率の鈍化や賃金上昇加速で消費者マインドが一段と改善し、低所得者層でも「強制貯蓄」の取り崩しが期待できる。

GDP ベースの個人消費は1～3月期に減少も、サービスは回復基調

内閣府が16日に発表した2024年1～3月期GDPの1次速報値によると、個人消費（実質季節調整済値）は前期比▲0.7%と4四半期連続で減少した。

形態別の動きをみると（右図）、「耐久財」は、一部大手自動車メーカーの生産停止などを受けて前期比▲12.2%と大幅に減少したことに加え、食料品などの「非耐久財」でも、物価上昇による影響で前期比▲0.1%と減少が続いた。一方、個人消費の約6割を占めるサービスは、前期比+1.0%と2四半期ぶりにプラスに転じており、外出頻度の増加や行楽需要の高まりを背景とした、サービス消費の回復が確認された。

家計消費の形態別推移（実質季節調整済値）



（出所）内閣府

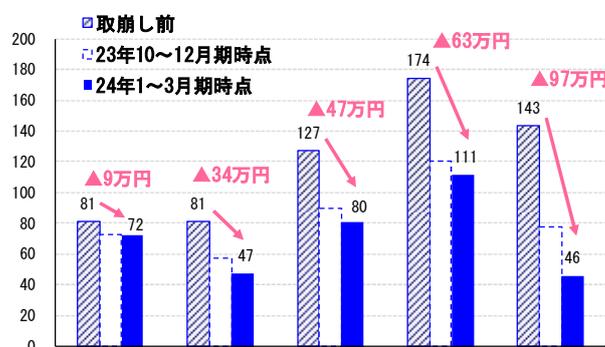
高所得者層で「強制貯蓄」を取り崩し、リベンジ消費の支出が増加

サービス消費が増加した背景には、家計がコロナ期間に消費活動が制約されたことによって積み上がった「強制貯蓄」を取り崩し、外食や旅行などのリベンジ消費を増やしたことがあるだろう。

家計調査の年収五分位階級別¹データを用いて、「強制貯蓄」を試算²すると（右図）、2020年4～6月期から2024年1～3月期までの4年間で、1世帯あたり80～170万円程度積み上がったはずだが、実際には、40～110万円程度にまで減少したとみられる。

この差額が「強制貯蓄」の取り崩し額となるが、所得階層Ⅰでは9万円、所得階層Ⅱでは34万円、所得階層Ⅲでは47万円、所得階層Ⅳでは63万円、所得階層Ⅴで

所得階層別の強制貯蓄額（万円）



（出所）伊藤忠総研による推計値

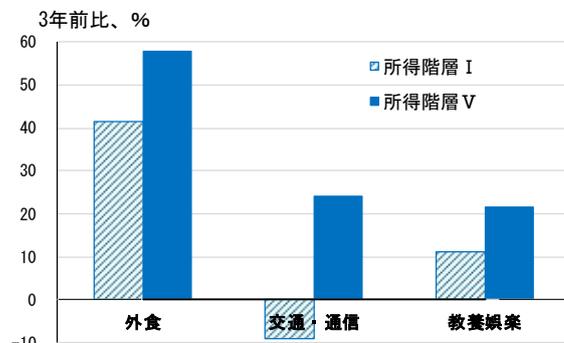
¹ 各所得階層の世帯収入は、2024年1月時点で、所得階層Ⅰは500万円未満、Ⅱは500～638万円未満、Ⅲは638～780万円未満、Ⅳは780～998万円未満、Ⅴは998万円以上。

² 試算の詳細は、2023年3月9日付 Economic Monitor 「日本経済：物価上昇は消費支出にマイナスの影響、物価上昇の鈍化と強制貯蓄の取り崩しで消費の拡大続く」参照。 <https://www.itochu-research.com/ja/report/2023/2311/>

は 97 万円と、高所得者層ほど取り崩し額が大きい。さらに、直近の 2023 年 10～12 月期から 2024 年 1～3 月期にかけてみると、所得階層 I では追加的な取り崩しが殆どなかった一方で、所得階層 V では追加的に 31 万円と取り崩しが加速している。

高所得者層では、強制貯蓄を取り崩し、外出や旅行などのリベンジ消費を増やしている。家計調査によると、所得階層 V の 2024 年 1～3 月期におけるサービス消費は（右図）、外食で 3 年前比+57.8%、交通・通信で+24.0%、宿泊などの教養娯楽で+21.5%と大幅に増加している。一方、所得階層 I では、外食（+41.4%）や教養娯楽（+11.3%）が増加しているものの、所得階層 V に比べると増加幅は小さい。さらに、交通・通信では 3 年前比で▲9.1%と減少している。基礎的消費支出の割合³が高く消費余力の小さい低所得者層では、物価上昇を受けて消費に慎重にならざるを得ず、「強制貯蓄」を取り崩してサービス消費を増やす動きが限られたと考えられる。

2024年1～3月期のサービス消費支出



(出所)総務省

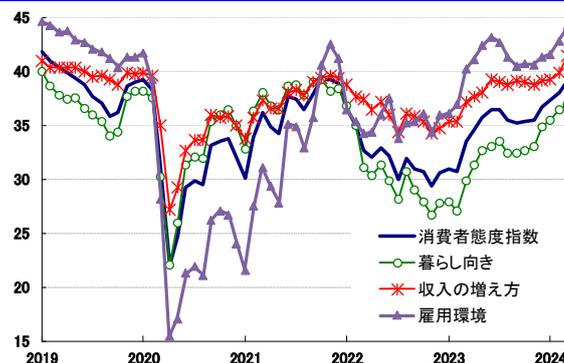
今後は、マインド改善で低所得者層でも「強制貯蓄」の取り崩し進む

慎重な消費姿勢の一因となった消費者マインドは、改善傾向にある。消費者マインドの代表的な指標である消費者態度指数は、物価上昇率の鈍化や賃金上昇の加速を受けて、3 月まで上昇傾向が続いていた。4 月は、半期に一度の価格改定に伴い、財やサービスで値上げが実施されたことが影響し、消費者態度指数は小幅に下落したものの、依然として高い水準を維持している。

今後は、賃金の上昇加速や物価上昇率の鈍化を背景に、消費者マインドの改善傾向が続くと見込まれる。春闘の賃上げ率（ベースアップと定昇の合計）は、労働組合総連合会（連合）が 5 月 2 日に公表した第 5 回集計で、一般組合員（正社員）が平均+5.17%と 1991 年（+5.66%）以来の高い上昇率を維持しており、5%台の賃上げが実現すれば、毎月勤労統計の所定内給与は+3%強まで上昇すると予想している。また、消費者物価の上昇率は、財で価格転嫁が一巡し、2024 年度後半にかけて+2%程度まで鈍化するとみている。

賃上げと物価上昇率の鈍化を追い風に、これまで消費に慎重にならざるを得なかった低所得者層でも「強制貯蓄」の取り崩しが進み、サービスを中心にリベンジ消費の更なる拡大が期待できるだろう。

消費者態度指数（総世帯）



(出所)内閣府

³ 基礎的消費支出の割合は、所得階層 I で 51.4%、所得階層 II で 46.4%、所得階層 III で 44.4%、所得階層 IV で 42.6%、所得階層 V で 38.3%となっている（2023 年時点）。