

ショートコメント vol.33 (2014年11月13日)

テーマ：増税後の「消費の二極化」は、従来の二極化とは別物
 ～クリスマス・年末商戦に大きな影響が出る可能性も～

(増税による消費の二極化)

足元の個人消費の動向をみると、低価格品の需要が強まっている一方、高額消費も堅調に推移している。これは、まさに「消費の二極化」の動きであり、増税後のトレンドの一つに挙げられる。

この二極化の動き自体は今に始まったものではないが、注意が必要なのは、例えば増税前にみられた二極化とは少し異なることである。株高が進むたびに高額消費が盛り上がる点は今も同じであるが、以前の二極化は、どちらかといえば「メリハリ消費」が中心であった。これは、一人の消費者が、時と場合に応じて「節約」と「高額消費」を使い分ける動きである。「日頃は節約に努めるが、ここぞという時には高い物を買う」という動きは幅広い層に広がり、様々な業種でみられる動きとなった。

それに対して直近の二極化は、シニアや外国人観光客による高額消費は堅調な一方、消費増税の影響でファミリー層の低価格志向が強まっているという「二極化」であろう。つまり、低価格品を求めるファミリー層と、高額消費を担うシニアや外国人観光客という構図であり、それぞれの担い手が異なる点が大きな変化である。

それに伴う今後への影響としては、「ファミリー層によるメリハリ消費の減退」、「高額消費の多様性の低下」という2点が注目されよう。

(今後予想される2つの変化)

① ファミリー層によるメリハリ消費の減退

増税によってファミリー層の低価格志向が強まる中で、「ここぞという時には高い物を買う」マインドや余力が失われつつある。これが消費全体に与える影響は大きく、特に懸念されるのが、間もなくスタートするクリスマス、年末商戦への影響である。というのも、クリスマスや年末商戦のほか、冬休みのレジャー・観光などに関する需要は、ファミリー層がある程度メインとなる。場合によっては、例年に比べて高い商品が売れにくくなる可能性もあるだけに、その推移が注目されよう。

② 高額消費の多様性の低下

また、今後の高額消費の動向については、担い手の中心がシニアや外国人観光客にある程度限定されることで、多様性の低下が避けられないとみられる。どうしても関心の集まる分野が偏りやすくなるほか、エリアについても従来以上に大都市が中心となる可能性が高い。特に、外国人観光客の消費については、関東と関西が全体の約7割を占めるなど、特定地域に集中しがちである(図表1)。結果として、高額消費の動きが、業種的にも地理的にも厚みを失う可能性があるだろう。

これらの変化が予想される中、直近の注目点としてはクリスマス・年末商戦が挙げられる。冬のボーナス支給状況にも大きく左右される一方、消費の二極化の実態が表れやすいとみられる。

【図表1】

訪日外国人による消費額(2013年)

		金額(億円)	全国比(%)
全国		14,167	100.0
主 な 推 計 地 域 別	関東	6,112	43.1
	中部	1,064	7.5
	関西	3,377	23.8
	九州	1,205	8.5

(出所)観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」、「宿泊旅行統計調査」を元に、リそな総研作成

※地域区分は運輸局ベース(以後の図表も同様)

- ・関東:茨城、栃木、群馬、千葉、埼玉、東京、神奈川、山梨
- ・中部:福井、静岡、岐阜、愛知、三重
- ・関西:滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山

本件照会先:大阪本社 荒木秀之
 TEL:06(4705)3635 mail:hd-araki@rri.co.jp

※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点でのものであり、今後予告なしに変更されることがあります。