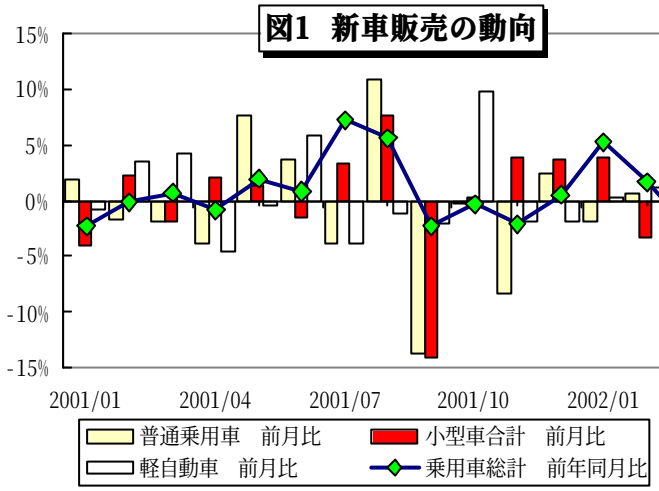
夏季賞与減少のもとマインド好転が消費下支え？

民間最終消費支出(以下、民間消費)が、4～6月期も前四半期に続いて堅調推移している模様である。

図1　新車販売の動向



(資料)日経Financial Questから農中総研作成

小売販売では、天候・気温要因から季節衣料売上が不調で大型小売店販売は前年同月比のマイナスが続いているが、身の回り品売上は前年比増加を維持している。

耐久財関係では、乗用車販売が４月（前月比：＋２．６%）に続き、５月も前月比＋６．１%となった(当社でセンサス局法－X11により季節調整、図1)。また、デジタルＡＶの販売増加などから民生用電子機器出荷額も4月に10カ月ぶりに前年比＋０．８%とプラスに転じており、ＦＩＦＡワールドカップによって喚起される消費需要も期待できる。

しかし、民間消費の好転がこのまま継続するかについて懸念も指摘される。その要因として先ず上げられるのが、夏季賞与の減少である。

夏季賞与は、年間現金給与総額(事業所規模：5人以上で約４20万円)の約９%と試算される。０１年度に夏季賞与は、景気悪化を受けて前年比▲１%減少するとともに、支給事業所比率も前年から▲３．6%ポイント低下し、７４．２%となったが、今年も２年連続の減少は避けられず、支給事業所比率も低下が見込まれる。

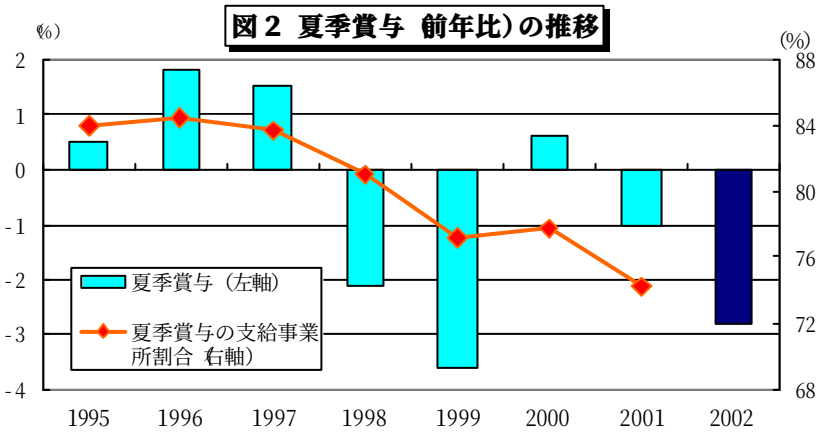
日本経団連による夏季賞与の６月１３日現在の妥結状況調査では、全産業で前年比▲１．４７%、製造業が同▲１．42%、非製造業が同▲１．81%となっている。しかし、今後厳しい内容で妥結する企業が集計に上ってくると考えられるため、減少幅は更に拡大する可能性があろう。当総研では、前期企業業績と今期業績予想からの夏季賞与を前年比▲２．8%と推計している（図2）。

当総研では、景気の底入れによって消費者センチメントの好転が生じていることから、推計程度の夏季賞与の減少であれば消費性向の上昇が補って、民間消費の失速は避けられると見ている。

しかし、消費性向の上昇が期待はずれとなると、夏季賞与の減少分だけ夏場のボーナス商戦を冷え込ませ、景気の停滞感が高まる可能性も否定できない。今後の消費者センチメントの動向に、景気の先行きを決める重要なポイントとなろう。

(農中総研　渡部　田口)

図２　夏季賞与（前年比）の推移



(資料)厚生労働省「毎月勤労統計」（事業所規模５人以上）
（注）　2002年は農中総研推計値