

## 調査レポート

# 日本経済ウォッチ(2016年1月号)

### 【目次】

1. 今月のグラフ..... p.1  
～弱さが見られる個人消費と所得環境
2. 景気概況..... p.2  
～景気は横ばい圏で推移している
3. 今月のトピック:わが国の産業構造の変化～高まるサービス業の存在感  
..... p.3～14
  - (1) 産業構造の変化
  - (2) サービス業が伸長してきた背景
  - (3) 製造業の停滞の背景
  - (4) 産業構造の将来像
  - (5) 産業構造の変化にともなう課題

### 三菱UFJリサーチ & コンサルティング株式会社

調査部 主任研究員 小林 真一郎  
副主任研究員 細尾 忠生  
研究員 藤田 隼平

〒105-8501 東京都港区虎ノ門5-11-2

TEL: 03-6733-1070

## 1. 今月のグラフ ～弱さが見られる個人消費と所得環境

足元で個人消費に弱さが見られる（図表1）。総務省「家計調査」によると、二人以上世帯の実質消費支出（季節調整値）は増税後の反動減から緩やかに持ち直してきたが、足元では11月まで3ヶ月連続で前月比マイナスとなっている。勤労者世帯の消費も弱く、10～11月の平均をとると、7～9月期から1.8%も減少している。

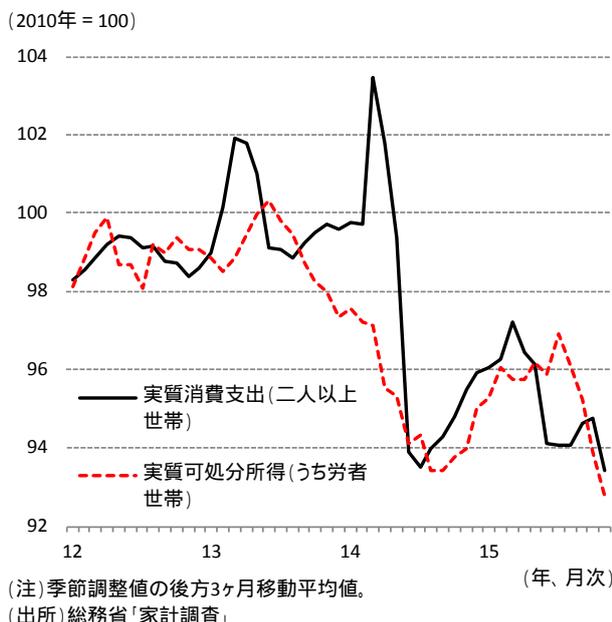
減少ペースがあまりにも速いことから、現在の調査対象に弱いサンプルが多く含まれてしまっている可能性もある。実際、勤労者世帯の可処分所得（税金や社会保険料などを支払った後に残る、家計が自由に使える所得）の動きを見ると、15年8月以降、急激に減少している様子が見て取れる。家計調査の標準誤差率（真の値と標本調査による推計値との間の誤差の範囲）は二人以上世帯の消費支出全体で1%程度とされている。しかし、景気を見る上ではこの程度の誤差であっても小さいとは言えない。誤差率は品目によってはさらに大きく、例えば足元で振幅の激しい「教育」は7～8%、「その他の支出」は2～3%となっている。

もっとも、家計調査より標本の大きい総務省「家計消費状況調査」においても個人消費は伸び悩んでおり、消費の弱さをサンプル要因だけに求めるのは決して妥当ではない（図表2）。足元で所得面の改善が足踏み状態であるのは確かであり、厚生労働省「毎月勤労統計調査」を見ると、実質賃金は前年比では小幅に増加しているものの、水準は15年中頃から横ばいとなっている。このため、12月の家計調査においても、消費の弱さは続く可能性が高い。

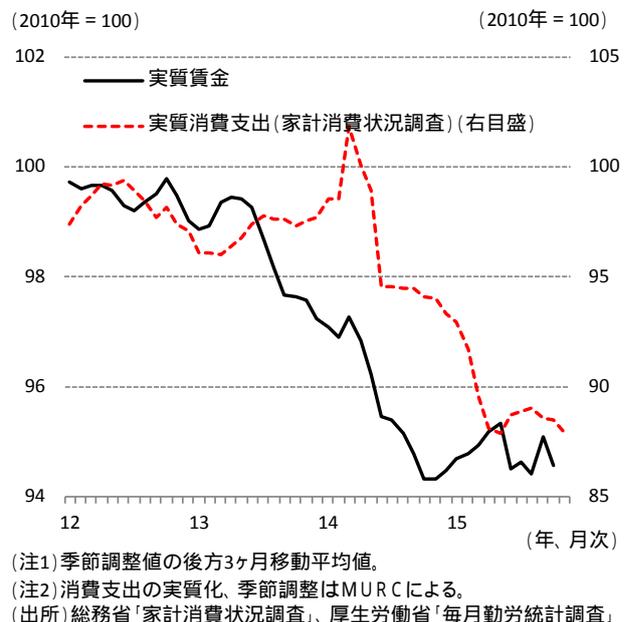
こうした中、来月15日には15年10～12月期の実質GDPが発表される。12月も弱い動きが続けば個人消費は前期比で減少するとみられ、実質GDPも低い伸びとなる可能性がある。足元では世界景気の不透明感も強まっており、日本経済の横ばい圏での動きが長期化するシナリオが現実味を帯びつつある。

（藤田 隼平）

図表1：弱い個人消費



図表2：別統計でも伸び悩み



## 2. 景気概況～景気は横ばい圏で推移している

景気は横ばい圏で推移している。実質GDP成長率は、4～6月期の前期比 - 0.1%（年率換算 - 0.5%）から7～9月期には前期比 + 0.3%（年率換算 + 1.0%）とプラス成長に転じた。内訳をみると、個人消費、設備投資、輸出とも増加しているが、いずれも力強い持ち直しを示すものではない。もっとも、プラス成長となったことで当面の景気の底割れリスクが後退したことも確かであり、月次の経済指標の中には少しずつ前向きな動きも出てきている。

まず、輸出が持ち直してきており、11月の実質輸出は前月比 + 1.6%と3カ月連続で上昇した。自動車やスマートフォン関連の部品類が増加していることが背景にある。鉱工業生産も、11月は前月比 - 1.0%と3カ月ぶりにマイナスに転じたが、徐々に水準を切り上げてきているうえ、生産予測調査では12月同 + 0.9%、1月同 + 6.0%と増加が計画されており持ち直し傾向に転じつつある。積み上がっていた在庫も調整が進んでおり、生産を抑制する圧力が弱まっている。設備投資も緩やかな増加基調にある。先行する機械受注（船舶・電力を除く民需）は9、10月と堅調に増加した反動もあって、11月に前月比 - 14.4%と急下したが、均してみれば増加基調を維持している。

労働需給も依然としてタイトな状況が続いている。失業率は11月に3.3%と前月から若干上昇したが、水準は低いというえ、同月の有効求人倍率はバブル期並みの高さである1.25倍まで上昇している。こうした改善を受けて、均してみると賃金は持ち直し基調にある。11月の1人あたりの現金給与総額（速報値）は前年比で横ばいとどまったが、所定内給与は同 + 0.5%と春闘のベースアップの効果もあって9カ月連続で増加している。

それでも、個人消費は横ばい圏の動きにとどまっており、一部に弱さもみられる。11月家計調査の実質消費支出（二人以上世帯、季節調整値）は消費者の節約志向の高まりや、暖冬といった天候不順の影響を受けて3カ月連続で減少しており、落ち込み幅も前月比 - 2.2%と大きい。12月に大きく持ち直さなければ10～12月期は前期比でマイナスとなってしまう、その場合には同期の実質GDPの個人消費も前期比でマイナスに落ち込む可能性が出てくる。

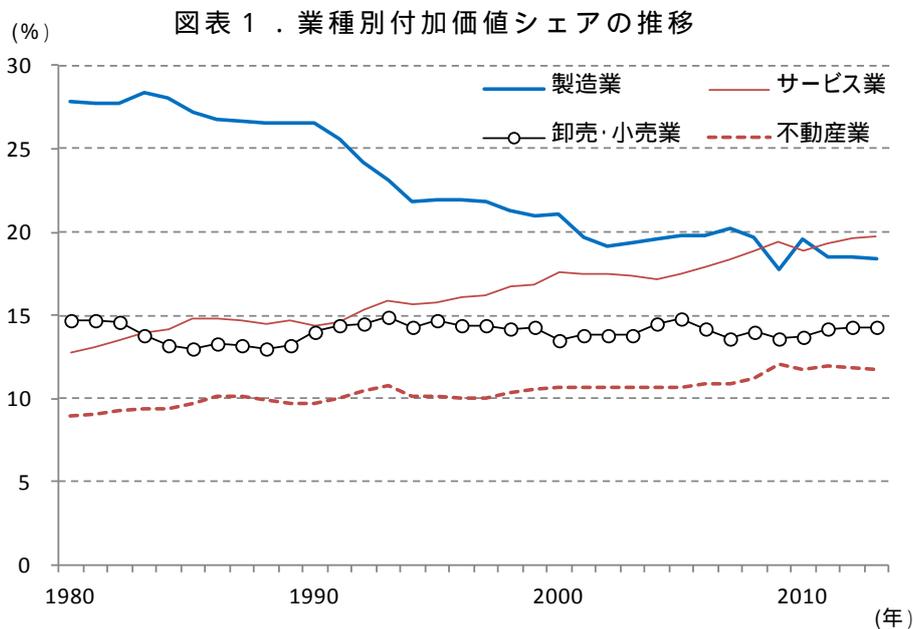
昨年12月の米国の利上げ実施後、米国の金融政策を巡る不透明感の後退を背景に、各国の株価が反発し、それまで下落基調にあった新興国通貨にも概ね持ち直しの動きが広がるなど、国際金融市場はいったん安定化の動きをみせた。しかし、年明け以降は、原油価格など資源価格の一段の下落、中国をはじめとした海外経済の減速懸念の強まりを背景に、世界的に株価が下落するなど不安定な状況が続いている。良好な雇用情勢や企業業績の改善が個人消費や設備投資を押し上げる力が、今後は徐々に強まってくると期待され、2016年の国内景気は緩やかなペースながらも持ち直し傾向が維持されるだろう。しかし、中国など新興国を中心に海外景気の減速の動きが強まれば、横ばい圏内での動きが長期化するリスクがある。中でも、自動車やスマートフォンなど足元で前向きな動きがみられる分野で需要が落ち込み、輸出や生産が再び減少基調に転じることが懸念される。さらに、天候不順による個人消費へのマイナスの影響に加え、株価の下落が続けば、企業や家計のマインドの悪化につながっていく。

（小林 真一郎）

### 3. 今月のトピック：わが国の産業構造の変化～高まるサービス業の存在感

#### (1) 産業構造の変化

わが国の産業構造に変化の動きがみられる。経済活動別GDP（産業別GDP）統計で、各業種が生み出した付加価値のシェアをみると、サービス業と製造業のシェアが逆転している(図表1)。リーマン危機後の景気後退局面で製造業のシェアが大きく低下した2009年に、一時的なシェアの逆転が起きていたが、その後2011年以降はサービス業が製造業を継続的に上回るようになった。経済のサービス化が一段と進展するとともに、製造業のシェアは長期的な低下傾向に歯止めがかからない状況にある。



(注) 不動産業は帰属家賃を含んだ値  
(出所) 内閣府「国民経済計算」

サービス業とは、広い意味では卸売・小売業や金融・保険業を含めた非製造業全体を指すこともある。ただし、GDP統計における業種分類（経済活動別分類）では、非製造業のうち、卸売・小売業や金融・保険業等の、いわば名が体を表す業種には区分されない業種をサービス業と総称している。このため、広義のサービス業と区別して「狭義のサービス業」と呼ばれることもある。

具体的な内容は、「公共サービス」、「対事業所サービス」、「対個人サービス」の3つに分類され、このうち、「公共サービス」には、教育、研究、医療・保健、介護サービス、その他の公共サービスが含まれる。また、「対事業所サービス」は、広告業、業務用物品賃貸業、自動車・機械修理、その他の対事業所サービス業により構成されている。さらに、「対個人サービス」には、娯楽業、飲食店、旅館・その他の宿泊所、洗濯・理容・美容・浴場業、その他の対個人サービス業が含まれる（以上次頁図表2）。

図表 2 . サービス業の具体的な内容

サービス業	
公共サービス	教育、研究、医療・保健、介護サービス、その他の公共サービス
対事業所サービス	広告業、業務用物品質貸業、自動車・機械修理、その他の対事業所サービス業
対個人サービス	娯楽業、飲食店、旅館・その他の宿泊所、洗濯・理容・美容・浴場業、その他の対個人サービス業

(注) 経済活動別分類においてサービス業に区分される業種

(出所) 内閣府「作成基準に基づき公表される参考資料」

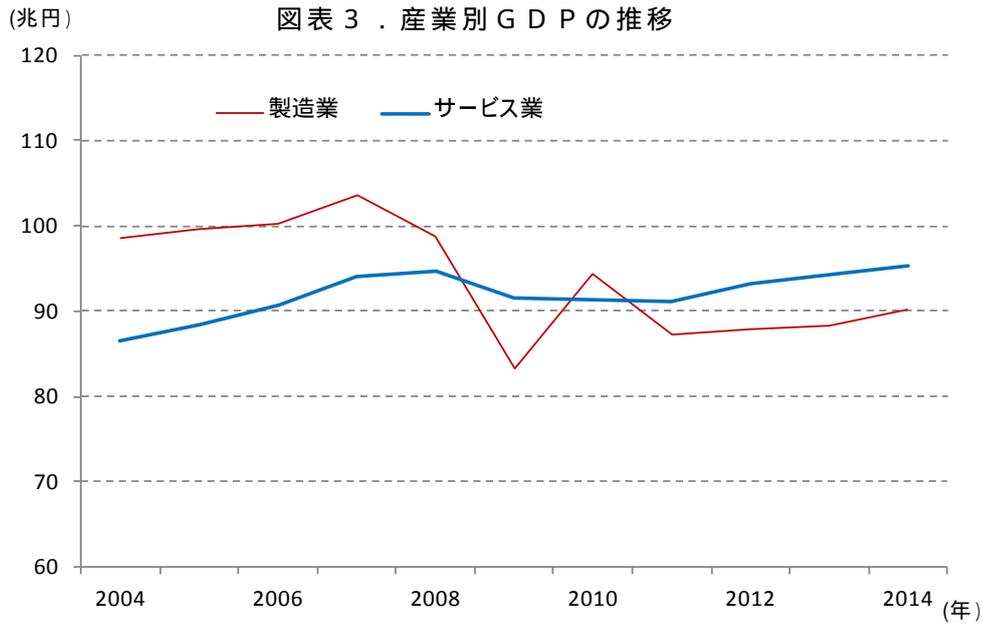
ところで、各産業の付加価値シェアは、ある産業の成長ペースが経済全体の成長ペースを下回ると、当該産業のシェアが低下する。日本の名目GDPの動きをみると10年前と比べ0.3%程度経済規模が縮小しているため、ある産業の付加価値の減少率が0.3%未満に抑えられれば、その産業のシェアが拡大することになる。

そこで、各産業が生み出した付加価値額の水準をみると、国民経済計算の経済活動別分類で産業に分類されている39業種(小分類)の中で、過去10年間に付加価値が増加したのは、わずか7業種にとどまる(住宅賃貸業の付加価値は、統計上の概念である帰属家賃を含むためここでは除いている)。具体的には、林業、鉄鋼、小売業、その他の不動産業、通信業、公共サービス、対事業所サービスである。

大分類である製造業全体、サービス業全体についても、製造業が過去10年間で-0.9%と経済全体を上回るペースで縮小する一方で、サービス業が同期間で+1.0%とわずかに増加した結果、製造業とサービス業のシェアの逆転につながった。もっとも、サービス業が生み出す付加価値に顕著な増加がみられるわけでは必ずしもない(次頁図表3)。

産業構造の変化は、一般的には、ある産業におけるダイナミズムが経済成長を生み出す結果として生じるものであり、高度成長期の日本や近年の米国等にみられるように、技術革新や新市場の開拓がみられる産業の経済全体に占めるシェアが拡大し、衰退産業のシェアが低下する形で生じることが多い。

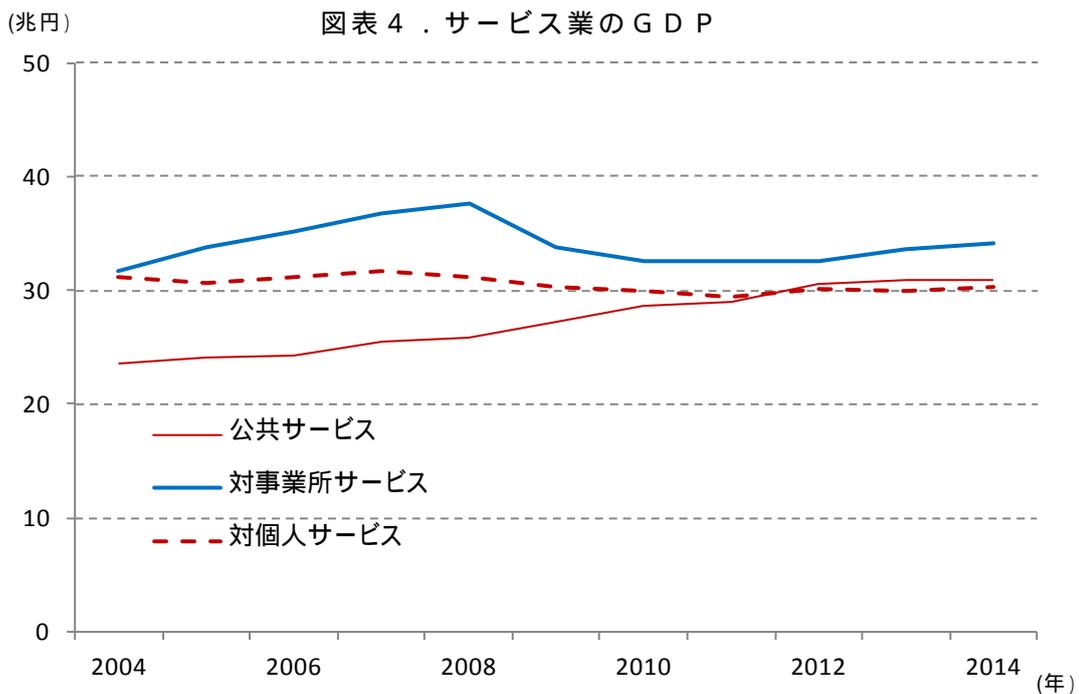
ところが、足元の日本経済で起きている各産業のシェアの変化は、ほとんどの産業が衰退していく中で、経済のサービス化の恩恵によってわずかに成長するサービス業のシェアが増加する形となってあらわれているのが特徴である。



## (2) サービス業が伸長してきた背景

サービス業が必ずしも力強い成長を示しているわけではないものの、各産業の付加価値が総じて減少する中で、サービス業が成長してきた背景とは何だろうか。

まず、サービス業は、上述のとおり、「公共サービス」、「対事業所サービス」、「対個人サービス」の3つに分類される(図表4)。



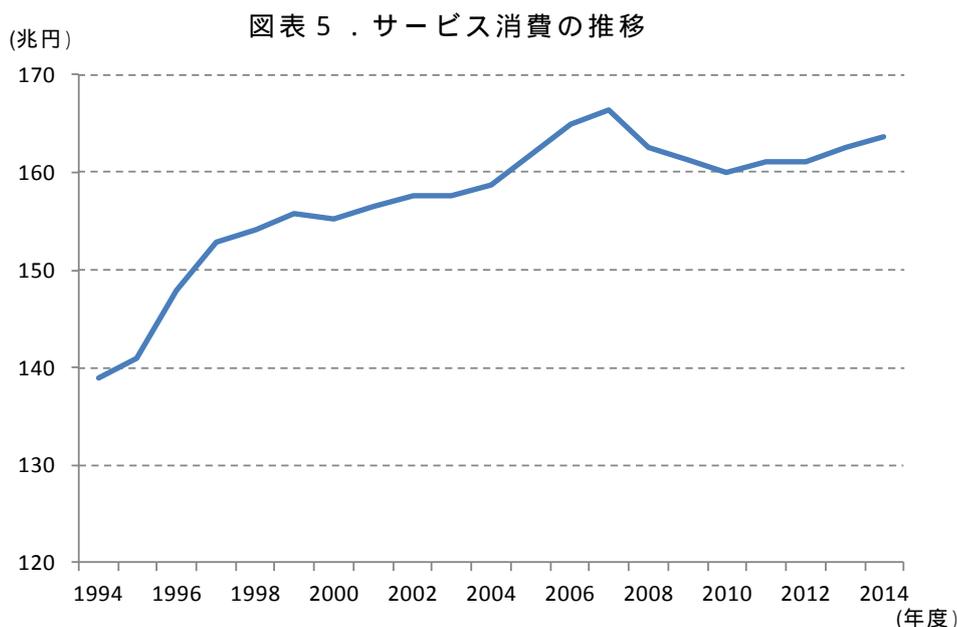
このうち、産業として民間主体が提供する「公共サービス」とは、その大半が、医療・保健、介護サービスであり、国民医療費や介護費が高齢化にともない増加していることが、サービス業の付加価値を押し上げている。これは、産業構造の変化というよりも、むしろ、社会構造の変化を背景とした動きととらえるべきものである。

医療費や介護費の増加を産業の成長ととらえることは、社会保障費の抑制が喫緊の課題となる中では本末転倒であろう。必要な医療費、介護費が増加していく中、技術革新を通じたコストの削減や、同じコストで生み出すことのできるサービスの向上こそが求められている。

次に、「対事業所サービス」は、企業のアウトソーシングの流れが強まっていることを背景に高い伸びを示しており、上述のとおり、過去 10 年間で付加価値が増加した数少ない業種の一つである。昨年公表された「平成 23 年（2011 年）産業連関表」で、代表的な対事業所サービスとその市場規模をみると、労働者派遣サービス（5.3 兆円）、法務・財務・会計サービス（2.5 兆円）、土木建築サービス（3.7 兆円）、建物サービス（6.5 兆円）などである。また、物品賃貸サービス（リース業）のウエイトも大きく市場規模は 9.8 兆円にのぼる。

「対事業所サービス」の業況は、景気動向と密接に連動するが、企業のアウトソーシングの流れを背景に、市場規模は今後も拡大が見込まれる。その際、アウトソーシングを行う企業にとっては、単なるコスト削減を目的としたものではなく、外部の専門的な経営資源を活用することによって、自社の財やサービスの付加価値の向上に寄与するようにアウトソーシングを活用していけるかが課題となる。

最後に、「対個人サービス」は上記 2 業種と異なり、わずかながら市場規模が縮小している。これは、娯楽業に分類されるパチンコ業の市場規模が急速に縮小しているためであり、パチンコ業を除いたベースでみると付加価値が拡大しており、その背景には、家計のサービス支出の増加がある（図表 5）。



(出所) 内閣府「国民経済計算」

「対個人サービス」の具体的な内容について、日本経済新聞社が毎年行っている「サービス業総合調査」が調査対象としているサービス分野と、各分野ごとの最大手企業の当該分野での売上高の動向を整理したのが図表6である。それによると、高齢化を背景に市場規模が拡大している在宅福祉サービスや有料老人ホーム、共働き世帯の需要が拡大している保育サービス、家事支援、さらに、エステティック、会員制リゾートクラブ、複合カフェ（漫画喫茶等）、カーシェアリング等、消費者の嗜好の変化に巧みに対応する企業の行動が伺える。最大手企業でもその売上高は数百億円～1千億円程度と決して大きくはないが、個人の生活スタイルの変化をとらえた成長企業が多数輩出しており、個々の中堅、中小企業の事業拡大の総計が、結果としてGDPベースの対個人サービスの付加価値を押し上げている。

なお、「対事業所サービス」と同様に、平成23年（2011年）産業連関表から市場規模をみると、遊技場（主にパチンコ業）を除き対個人サービスが総じて増加した中、旅館・宿泊サービスの市場規模は4.6兆円と、前回調査である平成17年産業連関表の6.6兆円と比べ大幅に減少した。市場規模が急速に縮小していた中、訪日観光客が急増しているため、受入体制の構築が喫緊の課題となっていることは、産業連関表のデータからも読み取れる。

図表6．対個人サービスの内容と最大手企業の売上高

(億円)

在宅福祉サービス	1,130
保育サービス	1,787
葬祭業	299
有料老人ホーム	867
結婚式場	592
理美容	386
貸し駐車場	1,276
家事支援	1,035
レンタカー	489
ハイヤー・タクシー	690
引っ越し	687
エステティック	387
カーシェアリング	1,039
会員制リゾートクラブ	990
複合カフェ	227
スポーツ施設	733
カルチャー教室	265
学習塾	481
CATV	2,116

(出所)日本経済新聞社「第33回サービス業総合調査」

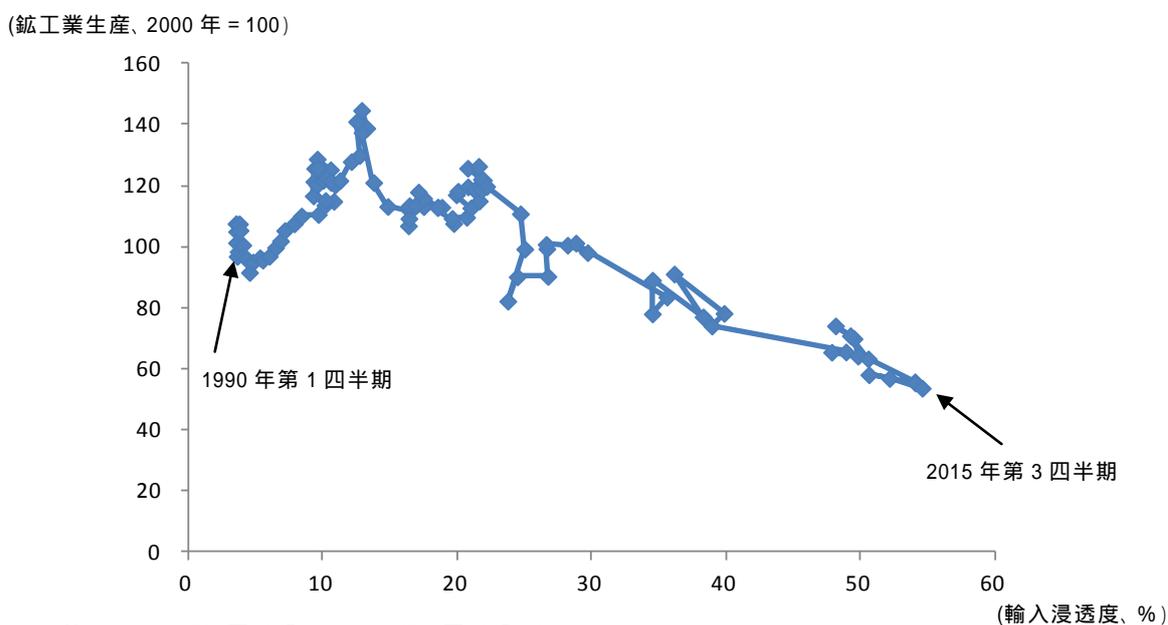
### (3) 製造業の停滞の背景

製造業のシェアはなぜ低下しているのでしょうか。このことは、なぜ、日本経済の成長が低迷しているのかを考える際の重要な視座を与えてくれる。ここでは、製造業の競争力と空洞化を示す指標の動きをそれぞれ確認する。

まず、わが国の製造業の一部で競争力が低下している。新興国企業からの追い上げと、欧米企業の新たなビジネスモデルとの狭間で、競争上の明確な立ち位置を確立できていないことによるものである。

とりわけ、競争力の低下が顕著にみられるのが情報通信機械工業である。テレビやパソコン、ビデオ、デジタルカメラといった情報通信機械は、かつては、大半の製品が国内電機メーカーによって提供され、国内供給に占める輸入品の割合を示す輸入浸透度は10%にも満たなかった。しかし、近年では輸入品が過半を占めるようになり、それに伴い国内生産は2000年の半分程度にまで減少した(図表7)。輸入品の浸透によって国内生産が縮小する動きは、かつての繊維工業でみられたが、同様の動きが日本経済のけん引役であった情報通信機械工業にもみられ競争力の低下を象徴している。

図表7. 生産と輸入の関係(情報通信機械工業)

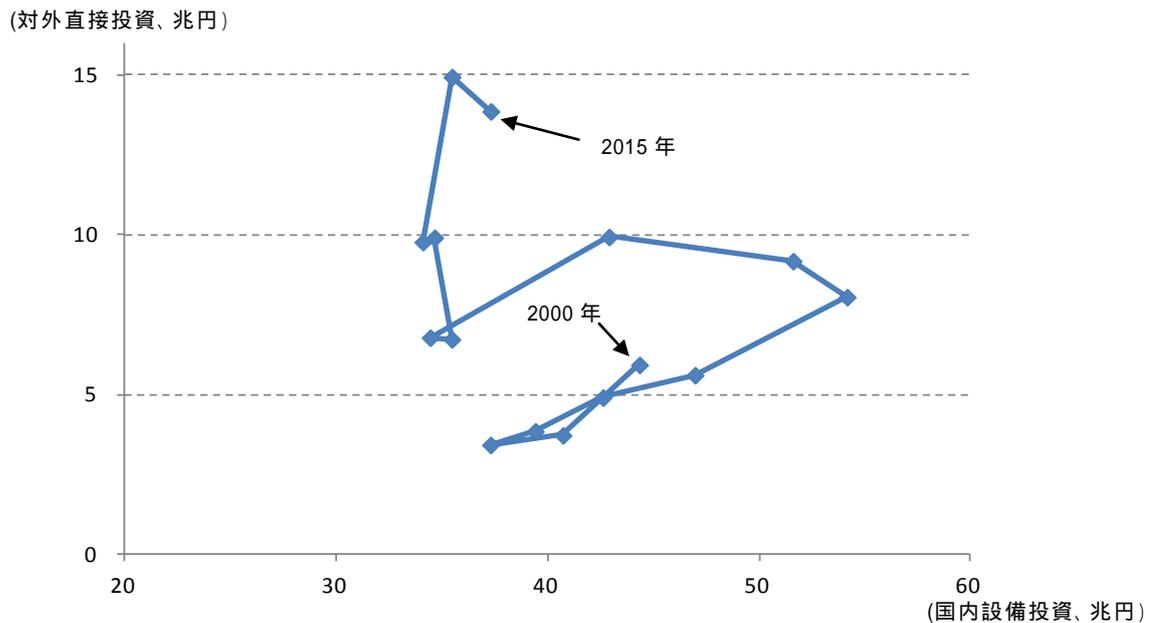


また、製造業の空洞化が進展しつつあり、かつてのように、円安が進行すると輸出が増加するといった関係が弱まっている。

次頁の図表8では、国内設備投資と海外直接投資の関係をみている。それによると、2010年頃まで、景気拡大局面では、国内設備投資と海外直接投資が同程度に増加し、逆に、景気

後退局面では、両方がいずれも減少したため、グラフ上は右上がりの関係がみられた。しかし、近年では、国内設備投資がほとんど増加しない状況下で、海外直接投資だけが増加するようになっている。こうした国内設備投資の抑制が生産能力を縮小させ、製造業のシェアを低下させている。この傾向が続けば空洞化が進み、日本の製造業の競争力はさらに低下するものとみられる。

図表 8 . 国内設備投資と対外直接投資の関係



#### (4) 産業構造の将来像

サービス業と製造業のシェアが逆転する産業構造の変化は、はたして一時的なものだろうか。産業構造の将来像を占うために、最新の産業連関表に基づき産業構造の将来像をみてみよう。

ここでは、まず、最終需要項目別の予測値について、当社が昨年公表した日本経済の中期見通しの値を用いている(次頁図表9)。また、産業連関分析で用いる各種のパラメータは、直近の変化を踏まえて延伸した。これらを用いて、2025年における、付加価値と中間生産物の合計である「総供給」に占める各産業の生産額シェアと、GDPに占める各産業の付加価値のシェアを試算した。

図表 9 . 試算の前提

(前年比、%)

	2011～15年度	2016～20年度	2021～25年度
名目GDP成長率	1.0	1.2	1.0
個人消費	1.0	1.1	0.7
住宅投資	2.3	-2.1	-2.6
設備投資	3.4	2.5	1.6
在庫投資	-0.1	0.0	0.1
政府消費	1.5	1.3	1.5
公共投資	2.8	-1.0	0.5
輸 出	4.9	2.0	1.3
輸 入	7.5	1.9	1.2

(注) 在庫投資は寄与度の値  
 (出所)三菱UFJリサーチ&コンサルティング「日本経済の中期見通し(2014～2025年度)」(2015年2月3日発表)

試算結果について、まず、「総供給」に占める各産業の生産額のシェアをみると、製造業のシェアは2011年と比べ低下するものの、一定の割合を確保している(次頁図表10)。これは、製造業の生産物は、自動車や家電のように最終需要物として需要されるもののほかに、鉄鋼や化学のように中間投入物として需要されるものが多いことによる。中間投入を含んだベースでみると、製造業はサービス業を上回る存在感を引き続き維持できている見通しである。

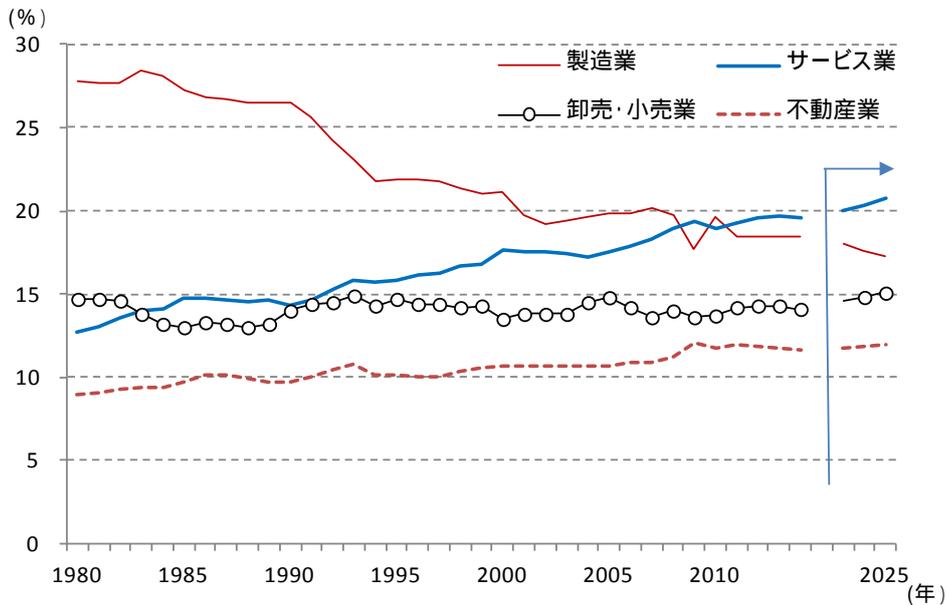
一方、中間投入を除いた付加価値ベースでみると、足元で生じたサービス業の付加価値の増加が、今後も持続的な動きとなる可能性が高いことが示唆されている(次頁図表11)。

図表 10 . 2025 年の産業構造 ~ 生産額シェア

		農林水産業・鉱業	製造業	建設	電力・ガス・熱供給	商業	金融・保険	不動産	運輸・郵便	情報通信	教育・研究	医療・福祉	対事業所サービス	対個人サービス	その他
2011年	1	31	6	2	10	3	8	5	5	4	6	7	6	6	
2025年	1	28	6	2	10	3	7	5	5	4	7	8	6	6	

(注) 表の値は、付加価値と中間生産物の合計である「総供給」に占める各産業のシェア  
 そのほか、「水道」、「廃棄物処理」、「公務」、「その他の非営利団体サービス」  
 最終需要項目の予測値を前提に、投入係数、逆行列係数、需要項目別生産誘発係数の各パラメーターを延伸し推計  
 (出所)総務省「平成 23 年(2011 年)産業連関表」

図表 11 . 2025 年の産業構造 ~ 付加価値シェア



(注) 図中の値は、各産業の付加価値がGDPに占めるシェア  
 最終需要項目の予測値を前提に、投入係数、逆行列係数、需要項目別生産誘発係数の各パラメーターを延伸し推計  
 (出所)総務省「平成 23 年(2011 年)産業連関表」、内閣府「国民経済計算」

## (5) 産業構造の変化にともなう課題

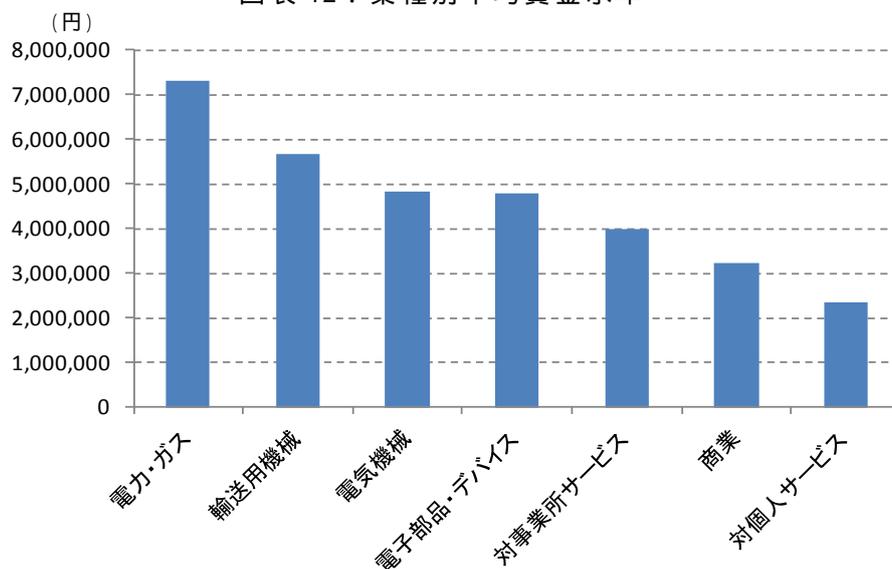
最後に、産業構造の変化にともなう日本経済の課題について整理する。

まず、シェアの拡大が見込まれる業種では、1人当たりの賃金が総じて低く、今後は日本経済に占める低賃金産業割合が一段と拡大していくことが見込まれる(図表12)。業種別の賃金は、長期的には産業ごとの生産性を示しており、日本では経済のサービス化の進展にともない、生産性の低い業種が拡大していくこととなる。

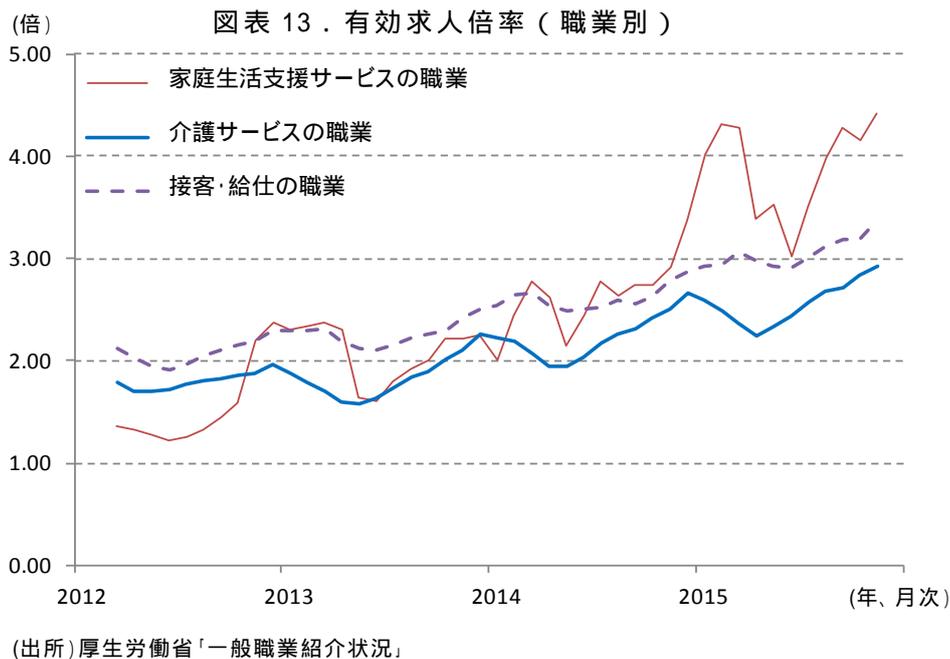
日本のサービス業の生産性については、その低さが問題として指摘されることがあるが、コンビニエンスストアに象徴される通り、実態は生産性が高いとの主張も見受けられるほか、おもてなしに象徴されるサービス業の品質の高さも指摘されている。もともと、サービス業の多くは労働集約型であり、賃金が低い半面、雇用吸収力が高いといった特徴もある。

もっとも、サービス業の生産性が製造業に比べて基本的に低いものであったとしても、日本の場合は、他の産業との賃金格差が極端に大きくなっている。また、サービス業では人手不足が懸念されていることもあり(次頁図表13)、IT化や業務効率の改善を進め、1人当たりの付加価値を高めていくことが必要であることに変わりはないであろう。

図表12. 業種別平均賃金水準



(注) 一人当たり常用雇用者賃金額の値  
(出所) 総務省「平成23年(2011年)産業連関表」



第二に、政府が景気判断に利用している景気動向指数をみると、構成指標が製造業に偏っている。足元においても、鉱工業生産指数が一進一退の動きが続く中で、政府は「緩やかな回復基調が続いている」との景気判断を維持していることについて、疑問の余地を差し挟む指摘もある。もっとも、サービス業をはじめ、非製造業の業況が良好であり、企業の経常利益の動きをみると、製造業では金融危機前のピークを下回るが、非製造業では過去最高水準の利益を実現していることから、政府の景気判断が必ずしも現実とかい離しているとはいえない面もあろう（次頁図表 14）。

いずれにしても、景気の局面を判断する際に、サービス業をはじめ非製造業の動向が重要性を一段と増している中、製造業に比べ量的にも質的にも不足感が否めないサービス業の動向を把握する公式統計を、早急に整備していくことが課題となろう。

図表 14 . 経常利益



(注) 季節調整値  
(出所) 財務省「法人企業統計」

( 細尾 忠生 )

- ご利用に際して -

- 本資料は、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一した見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡下さい。