

個人消費低迷の構造

食料インフレの長期化が消費を下押し

みずほリサーチ&テクノロジーズ

調査部

080-1069-4827

- 日本の個人消費は長期間低迷しており、その背景には実質所得の伸び悩みがある。足元では食料品など生活必需品の価格上昇が実質所得を下押ししており、個人消費の拡大を妨げている
- 生活必需品は企業が価格を上げやすい構造にあり、今後も家計を圧迫し続ける可能性が高い。特に食料品は供給面の要因から価格が上昇しやすく、食料インフレが長期化することが懸念される
- 個人消費の拡大にはインフレを上回る所得増加が必要であり、労働生産性の上昇が不可欠。雇用吸収力の大きい医療・福祉や運輸・郵便等でデジタル化・機械化による生産性向上が求められる

1. 長期低迷が続く個人消費

日本の個人消費は長期間にわたって力強さを欠いた状態が続いている。背景には実質可処分所得の伸び悩みがある。実質可処分所得と実質家計消費の過去20年間の推移をみると、いずれも年平均増加率は+0.2%程度という低い伸びにとどまっている（図表1）。

本稿では、個人消費の長年にわたる低迷を引き起こした実質所得の伸び悩みについて、足元では「食料インフレ」が主因となっていることに着目し、その実態を分析する。また、中長期的な対応策として、雇用吸収力が大きい産業における「生産性の向上」が持つ意義と課題についても考察する。

図表 1 可処分所得と家計消費



(出所) 内閣府より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

2. 消費伸び悩みの原因は実質所得を抑えるインフレ。足元では食料インフレの影響大

消費の拡大を妨げている所得の伸び悩みだが、名目ベースでみれば所得が伸びていないわけではない。近年は、人手不足を背景に名目雇用者報酬が高い伸びを示している。しかし、同様に物価も上昇していることから、実質可処分所得の改善にはつながっておらず、実質ベースの所得は依然低い伸びにとどまっている（図表2）。

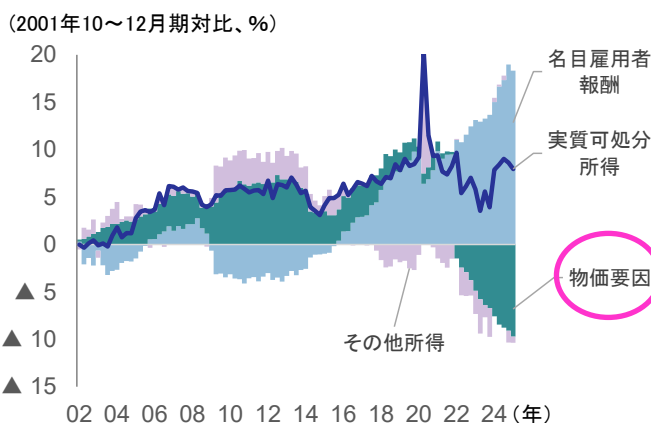
こうした足元の物価上昇（インフレ）は、食料品など日常生活に不可欠な必需品を中心に引き起こされている。図表3は、財・サービスの価格変化を品目別にみたものだが、近年の価格上昇は日常生活に欠かせない必需品（基礎的支出品¹）に集中していることがわかる。なかでも食料品の価格上昇は顕著だ。消費者物価上昇率の寄与度の約半分はこうした食料品や農水産物が占めている。後述するように、需要の価格弾力性が小さい必需品については企業が値上げしやすい状況にあることや、農業の生産能力を短期間で拡大させるのは難しいことが要因となり、食料品のインフレ圧力は長期化する可能性がある。

3. 食料インフレの背景に「企業が値上げしやすい市場構造」

足元のインフレの主因である食料品価格の上昇は、家計を直撃している。必需品の購入量を抑制する動きもみられるが（図表4）、そうした必需品購入の抑制には限界がある。食料品のような必需品は、生活に不可欠であるがゆえに、価格が上昇しても一定量の購入が維持されるためだ。実際、図表4のとおり、価格が上がっても必需品の購入数量は下げ止まっており、家計の基礎的支出は増加し続けている。必需品は「価格が上がっても買わざるを得ない」状況が、家計を圧迫する要因となっている。

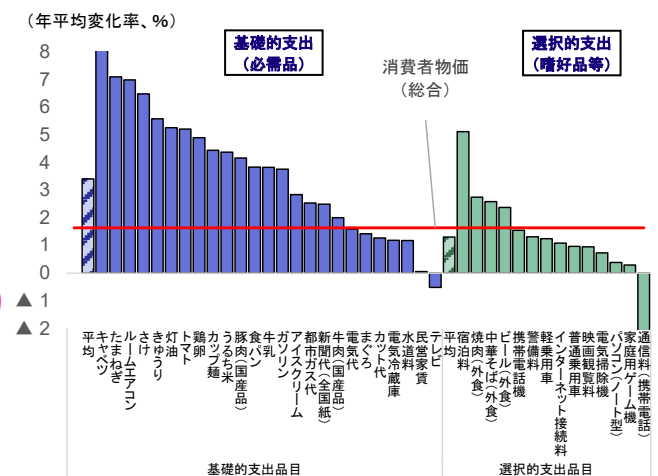
食料インフレの影響は、基礎的支出の増加にとどまらず、嗜好品などの選択的支出²にも波及している。食料品などの必需品への支出（基礎的支出）は家計にとって大幅な削減が難しく、嗜好品への支出（選択的支出）を抑制せざるを得なくなっている（図表5）。そもそも、外食、娯楽、化粧品などの嗜好品の購入（選択的支出）は、生活の質を高めることに大きく寄与する一方、生活に必ずしも必要

図表 2 実質可処分所得の推移



（出所）内閣府より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

図表 3 基礎的支出・選択的支出分野の価格変化



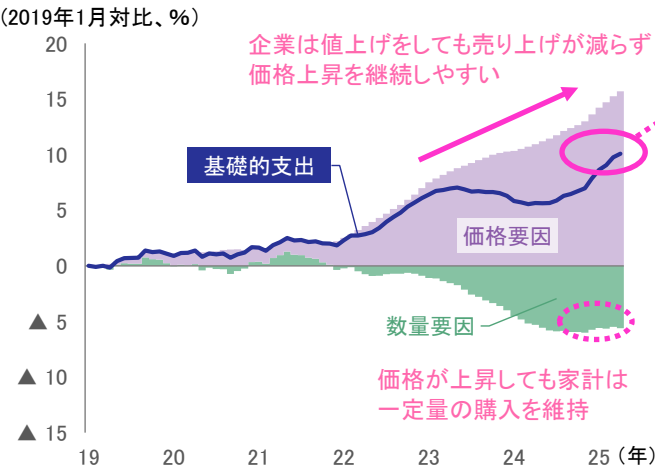
（注）2019年と2024年の比較

（出所）総務省より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

ではない。そのため、価格が上昇すれば消費量が大きく減少する可能性がある。企業は当然のことながら値上げに対して慎重にならざるを得ず、必需品に比べれば値上げ幅も抑えられている。しかし、基礎的支出の増加が家計を圧迫していることから、嗜好品を購入する余力は縮小していると考えられる。

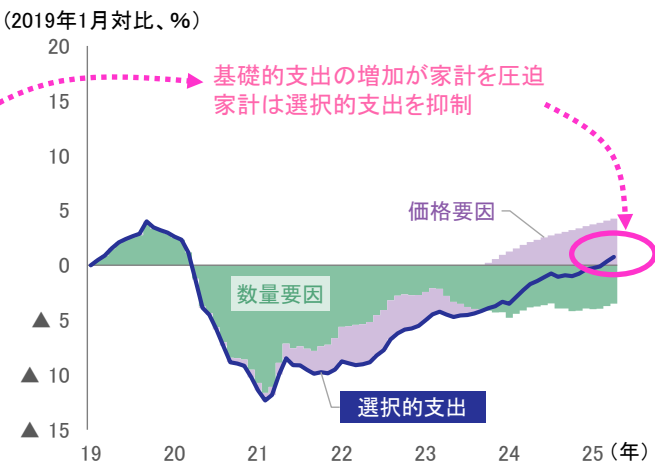
こうした食料インフレによる消費の抑制は今後も続く可能性がある。価格が上昇しても購入量を減らさない家計の行動は、企業が必需品価格の引き上げを継続しやすい状況をもたらしている(図表6)。実際、必需品に関しては売上高が増加傾向にあり、企業はコスト上昇分を価格に転嫁しやすい。また、価格改定を繰り返すことで、値上げへの抵抗感も弱まりつつある。帝国データバンクが実施した飲料品価格に関する調査によれば、今年は6月時点ですでに昨年を上回る1万8,697品目(24年:1万2,520品目)の値上げが予定されている。企業側が今後もさらなる値上げに踏み切る可能性は高く、食料品

図表 4 基礎的支出の推移



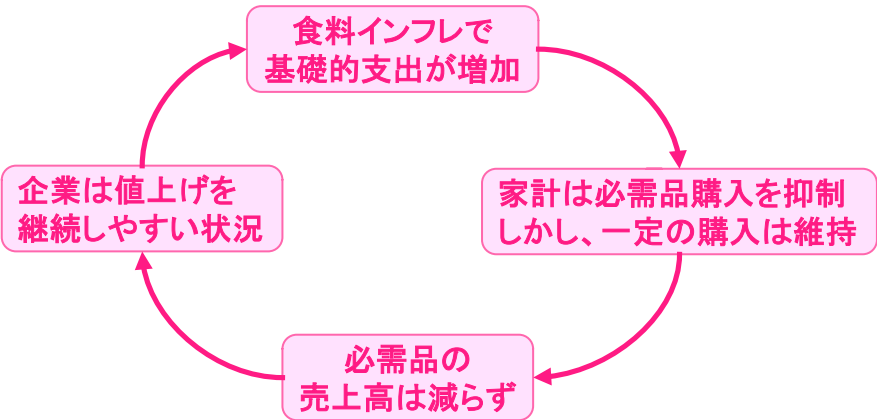
(注) 2人以上世帯。12カ月移動平均値
(出所) 総務省より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

図表 5 選択的支出の推移



(注) 2人以上世帯。12カ月移動平均値
(出所) 総務省より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

図表 6 必需品の価格上昇が持続しやすい構図



(出所) みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

などの必需品を中心にインフレが長期化する見通しである。

4. 食料インフレは供給制約等を背景に長期化の可能性

「値上げしやすい市場構造」に加えて、日本の農業の生産能力縮小（供給制約）が食料インフレを長期化させる要因となる。例えば、今年、価格高騰が話題になったコメの例がわかりやすい。コメについては、これまでの減反政策の影響もあり、生産量をすぐには拡大できない状況にある。今年も酷暑となり作柄に影響するのではないかと懸念は多く、25年産のコメも例年より高値で流通する可能性が相応にあると予想される。

さらに、食料品価格の上昇は、コメにとどまらず、その他の食料品でもみられる（図表7）。背景にあるのは、供給制約や気候変動といった長期的・構造的な要因である。とくに農業分野では、担い手の高齢化が深刻であり、専業従事者の平均年齢はすでに69歳に達している。今後は農業人口の急減が避けられず、現状のままでは国内供給体制の維持すら危ぶまれる状況にある（図表8）。また、地球温暖化の影響による異常気象や災害が、生鮮食品の供給不安定化を引き起こしており、これが価格の上昇要因として継続的に作用している（河田皓史（2024）が指摘しているように、生鮮食品の価格は2010年代半ば以降、上昇傾向にある）。

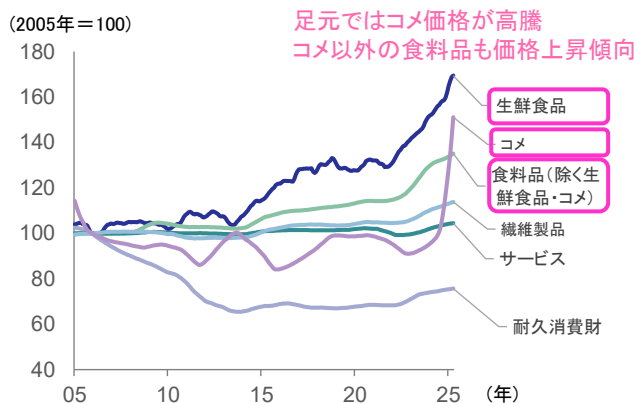
加えて、世界的な食料需給のひっ迫も懸念材料だ。新興国の所得増加や地政学リスクによる物流の混乱などが重なり、食料品の多くを輸入に頼る日本では国際的な農産物価格の上昇が国内の食料品価格にも波及している。

このように食料インフレは単なる短期的な価格変動ではなく、供給制約や気候変動、国際情勢といった複数の要因によって、すでに「構造化」しつつある。そのため、今後も食料品価格の上昇が続いて、実質所得の回復を妨げる要因となり続ける可能性がある点には十分に留意する必要があるだろう。

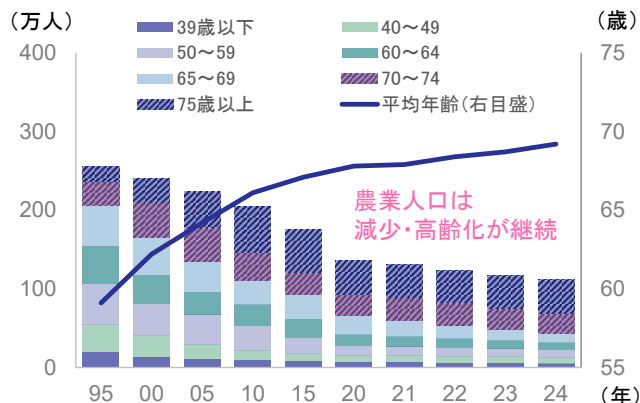
5. 2025年以降も、高水準の賃上げは継続の一方で実質所得の伸びは緩慢

企業による賃上げは今後も継続するとみられる。2025年の春闘賃上げ率は、第6回回答集計時点で5.26%（前年同時期：5.08%）と高水準だった2024年を上回る水準で推移しており、5.3%程度での着

図表 7 財・サービスの価格推移



図表 8 農業人口と平均年齢の推移



（出所）総務省より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

（注）平均年齢は基幹的農業従事者の平均

（出所）農林水産省より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

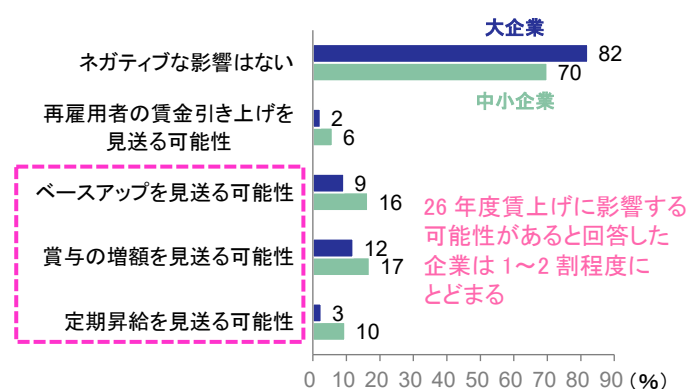
地が見込まれる。人手不足が深刻化する中で、2026年の春闘の賃上げ率についても期待が持たれるところだが、懸念材料として考えられるのは、米国の関税措置、いわゆる「トランプ関税」の影響だ。しかし、2026年のベースアップや賞与に何らかの影響があると回答した企業は今のところ1～2割程度にとどまっている（図表9）。トランプ関税を受けて自動車など製造業は打撃が避けられないものの、トランプ関税の影響を直接受けにくい業種が多い非製造業を中心に、多くの企業は高水準の企業収益を確保しており、十分な賃上げ余力を確保していると考えられる（みずほリサーチ&テクノロジーズ（2025）が指摘しているように、原油価格の低下に伴う交易条件の改善が企業収益を下支えする影響も大きい）。そのため、企業全体としては引き続き人手不足を背景に賃上げ気運が継続する見通しであり、2026年の春闘賃上げ率は4.7%と高水準が維持されると見込んでいる（図表10）。ベースアップや賞与の増額といった形で名目ベースでは所得増加が続く公算が大きいだろう（ただし、日米交渉で着地点が見出されていない中、足元ではトランプ大統領が日本に対して30～35%の関税賦課を示唆するなど、引き続き不透明感が大きい状況である点には留意する必要がある）。

しかし、問題は「名目所得の増加」がそのまま「実質所得の改善」につながらない点にある。現在の賃上げは、概ねインフレ見合いの賃上げにとどまっており、実質ベースでの購買力は大きく向上していない。つまり、企業は賃金を上げてはいるものの、その効果は物価上昇によって相殺され、家計の実質所得の改善にはつながりにくいということだ。

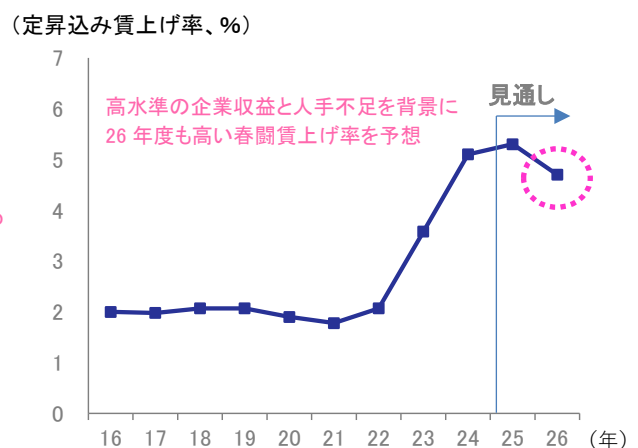
6. 医療・福祉など労働生産性が低く雇用吸収力が大きい産業の賃上げが課題

実質所得の持続的な改善には、単にインフレ見合いで名目賃金を引き上げるだけでなく、労働生産性の向上が不可欠である。特に、労働市場において製造業に次ぐ規模の雇用を抱える医療・福祉、その他サービス、運輸・郵便といった労働集約的産業は、労働生産性が相対的に低く、賃金水準も低位にとどまりやすい構造を有している（図表11、12）。こうした産業は雇用吸収力が高い反面、マクロ

図表 9 トランプ関税が26年賃上げに与える影響



図表 10 春闘賃上げ率の推移



（注）調査期間は2025年6月2日～9日（複数回答）。大企業は資本金1億円以上、中小企業は資本金1億円未満の企業。回答社数は大企業431社、中小企業5,377社

（出所）株式会社東京商工リサーチ「2025年6月「トランプ関税」に関するアンケート調査」より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

（出所）連合より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

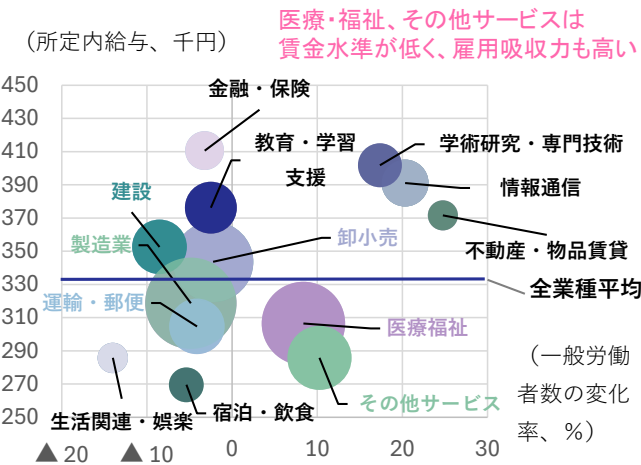
全体の所得の伸びを抑制する要因にもなっており、日本経済の中長期的な課題として位置づけられる。

とりわけ医療・福祉分野は、高齢化が進展する中で今後も雇用需要が拡大することが見込まれる一方、報酬が「公的価格」で決められており、賃金が上がりにくい特性を持つ。このため、医療・介護報酬制度の見直しなど、公的価格の柔軟な引き上げが、賃上げを実現するための重要な政策手段となる。

また、医療・福祉、その他サービス、運輸・郵便等の産業における賃上げの実現には、デジタル化や機械化といった技術的革新の導入による労働生産性の底上げも不可欠である。たとえば、介護分野においては見守りセンサーやパワーアシストスーツなどの導入、医療・福祉分野以外のサービス業でもセルフレジや自動配膳システムといった取り組みが、すでに生産性向上と人手不足対応の両面で効果を上げつつある。こうした取り組みをさらに進めていくことが重要だ。

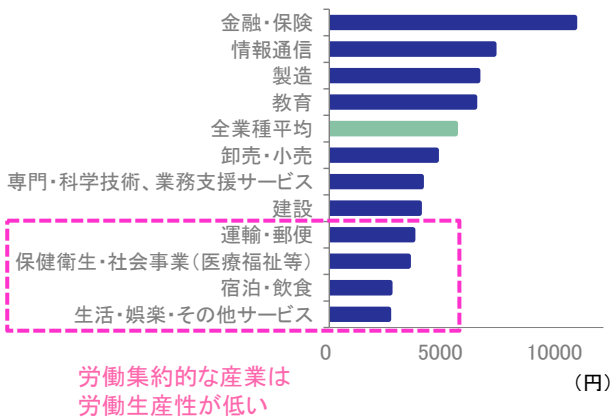
今後、インフレを上回る水準で持続的に賃上げを行うためには、こうした雇用吸収力の大きい産業の賃金上昇が鍵を握る。マクロ経済全体の賃金水準を引き上げ、実質所得の改善を通じて個人消費の回復を後押しするには、労働生産性の向上と制度的環境の整備を両輪とする長期的な視点が求められている。

図表 11 「賃金水準」と「労働者数の変化率」



(注) バブルの大きさは一般労働者数。所定内給与は一般労働者の2024年度実績。一般労働者数の変化率は、2019年度と2024年度の比較
(出所) 厚生労働省より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

図表 12 業種別の実質労働生産性



(注) 2023年の産業別の時間当たりの労働生産性
(出所) 内閣府より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

[参考文献]

河田皓史（2024）「高騰し続ける生鮮食品価格 一本当に物価の基調判断から除くべきなのか？」、
みずほインサイト、2024年7月22日

厚生労働省（2025）「令和6年 賃金構造基本統計調査」2025年3月

帝国データバンク（2025）「『食品主要195社』価格改定動向調査」2025年6月30日

農林水産省（2024）「令和5年度 食料需給表」2024年8月

農林水産省（2025）「令和6年度 食料・農業・農村白書」2025年5月

農林水産省（2025）「米に関するマンスリーレポート」、2025年6月

みずほリサーチ&テクノロジーズ（2025）「2025・2026年 内外経済見通し ートランプ2.0への対応
が進む過渡期の世界経済」、2025年6月30日、[https://www.mizuho-rt.co.jp/publication/
2025/research_0089.html](https://www.mizuho-rt.co.jp/publication/2025/research_0089.html)

¹ 総務省は消費支出総額が1%変化する際に支出額の変化（支出弾性値）が1%未満の財・サービスを基礎的支出と定義

² 総務省は消費支出総額が1%変化する際に支出額の変化（支出弾性値）が1%以上の財・サービスを選択的支出と定義

[共同執筆]

調査部	上席主任エコノミスト	井上 淳	jun.inoue@mizuho-rt.co.jp
調査部	主任エコノミスト	坂本明日香	asuka.sakamoto@mizuho-rt.co.jp
調査部	エコノミスト	今井 大輔	daisuke.imai@mizuho-rt.co.jp
調査部		池田 亮平	ryohei.ikeda@mizuho-rt.co.jp

【PR】YouTube[®]動画「MHRT Eyes」・各種 調査レポート（無料）を配信中！（「YouTube」はGoogle LLCの登録商標です）

～国内外の経済・金融動向など幅広い分野について、エコノミスト・研究員が専門的な知見をご提供～

▽メルマガ（登録無料）では、配信をいち早くお知らせしております。下記より是非お申込みください

<https://www.mizuho-rt.co.jp/publication/mailmagazine/research/index.html>



（QRコードはデンソーウェーブの登録商標です）

お問い合わせ：みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社 調査部メールマガジン事務局

（03-6808-9022, chousa-mag@mizuho-rt.co.jp）

●当レポートは情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しては、ご自身の判断にてなされますようお願い申し上げます。また、本資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。なお、当社は本情報を無償でのみ提供しております。当社からの無償の情報提供をお望みにならない場合には、配信停止を希望する旨をお知らせ願います。