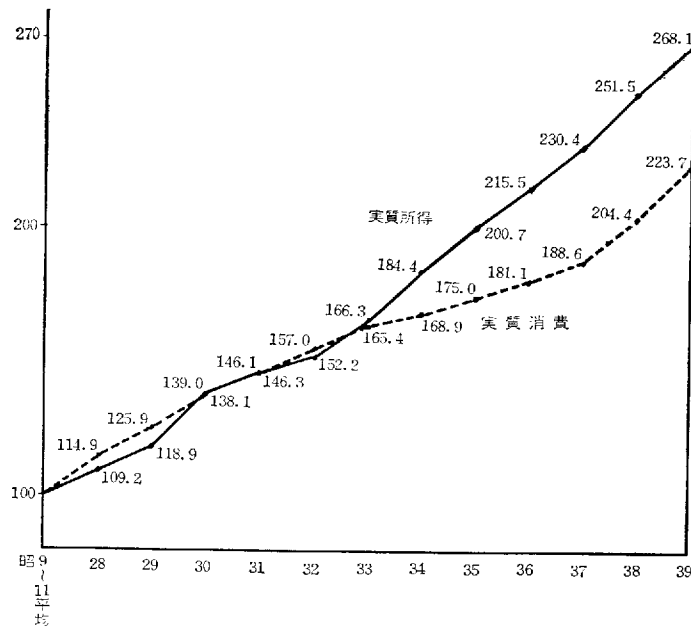


第44図 実質所得、実質消費指数



100とする指数で見ると、昭和50年には、304と大幅に拡大する。技術革新を軸とする工業化の進行は、新しい製品を安いコストで大量に生産され、能力主義への切替えと労働力の需給アンバランスは賃金格差をちぢめ、一方生産性の向上は、賃金所得の上昇をもたらし、消費性向はまた昭和37年以後の上昇を堅実にたどるものと考えられる。とくに、交通通信の発達とマス・コミ、商業主義の広告は、経済的価値に比重をおく意識をさらに推進し、市部、農山村のいずれにも消費量の拡大を促すことになろう。いわゆる消費の平準化がすすみ、大衆消費、大量消費の傾向がつつまると考えられる。百貨店、スーパーマーケット、セルフサービス店、専門店、商店街、盛り場などは、大衆消費に拍車をかけ、月賦制、チケット制など消費者信用制度の拡大は、低所得層の消費拡大は勿論、新中間層の消費拡大を促すことになろう。

第17表 平均消費性向の推移

	A 個人消費支出 百万	B 個人可処分所得 百万	A/B×100 消費性向	全国平均 消費性向
昭39	226,244	297,798	76.0	80.5
38	200,704	270,266	74.9	79.9
37	175,193	237,414	74.0	79.4
36	159,942	211,225	75.4	78.1
35	149,670	185,288	77.5	79.6
34	135,992	169,561	79.8	81.7
33	130,056	148,237	87.7	84.5
32	129,316	139,964	88.1	84.7
31	113,228	132,171	85.7	85.1
30	106,291	123,462	86.1	86.1