

2012年4月27日 全5頁

3月消費統計～持ち直し基調の中で一時的に足踏み

経済調査部 齋藤 勉

[要約]

- **個人消費は持ち直しの動きが続く**：2012年3月の家計調査によると、実質消費支出は前年比＋3.4%と2ヶ月連続のプラスとなった。ただし、2011年3月は、東日本大震災による供給制約や消費者マインドの悪化の影響から、消費額が大きく落ち込んでおり、その反動が出ている点を考慮する必要がある。振れの大きい住居や自動車などを除いた消費支出（除く住居等）で見れば、季節調整済み前月比▲0.5%と4ヶ月ぶりに減少している。天候要因や前月からの反動で消費額は足踏みしたが、一時的な要因を除けば概ね堅調な動きである。供給側の統計や雇用環境、マインドなども併せて判断すると、消費の基調は持ち直しが続いていると言える。
- **消費は先行き持ち直しが続くと見込む**：先行きも、消費は持ち直しが続くと見込んでいる。海外経済は、未だに大きなリスクを抱えてはいるものの、足下の経済環境は落ち着いている。また、東日本大震災から一年が経過し、多くの企業では業績が回復傾向にある。企業業績の改善は徐々に雇用・所得環境の改善へ波及していくと思われる。エコカー補助金の影響による自動車消費の拡大や、エコポイント関連消費の持ち直し、外食、旅行消費などが改善する中、消費は幅広い品目で持ち直していくだろう。

図表1 各種消費指標の概況

			2011年 12月	2012年 1月	2月	3月	出所
家計調査	消費支出	前年比	0.3	▲2.1	2.7	3.4	総務省
		前月比	▲0.1	▲0.1	1.8	▲0.1	総務省
	消費支出（除く住居等）	前年比	0.2	0.9	1.5	▲0.5	総務省
商業販売統計	小売業	前年比	2.5	1.8	3.4	10.3	経済産業省
		前月比	0.7	3.1	2.0	▲1.2	経済産業省
消費総合指数		前月比	0.3	0.7	▲0.2		内閣府
百貨店売上高		前年比	0.8	▲1.1	▲0.4	14.1	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比	4.1	1.7	4.8	0.4	(社)日本フランチャイズチェーン協会
スーパー売上高		前年比	▲0.6	▲1.2	0.3	▲2.4	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比	1.8	0.0	1.0	13.1	(社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比	5.5	1.5	3.3		観光庁

（注）百貨店売上高、コンビニエンスストア売上高、スーパー売上高の前年比は店舗数調整後。

（出所）各種統計より大和総研作成

消費動向～一時的に足踏みしたが、持ち直しの基調が続く

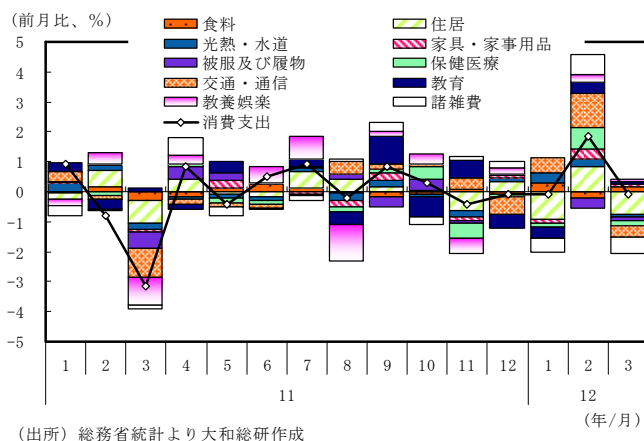
3月の消費は天候要因
や前月からの反動で
減少したものの、基調
としては持ち直しが
続く

2012年3月の家計調査によると、実質消費支出は前年比+3.4%と2ヶ月連続のプラスとなった。ただし、2011年3月は、東日本大震災による供給制約や消費者マインドの悪化の影響から消費額が大きく落ち込んでおり、その反動が出ている点を考慮する必要がある。振れの大きい住居や自動車などを除いた消費支出（除く住居等）で見れば、季節調整済み前月比▲0.5%と4ヶ月ぶりに減少している。3月は、全国的に例年より気温が低く、天候も不順であったため春物衣料品などの動きが鈍かった。また、2月に消費が大きく増加していた反動から前月比で見ると消費額は減少している。しかし、消費の増加は幅広い品目へと広がっており、今後消費が下振れする要素は少ないだろう。また、自動車販売はエコカー補助金の影響から堅調な推移を続けており、消費者マインドの改善は続いている。供給側の統計や雇用環境、マインドなども併せて判断すると、消費の基調は持ち直しが続いていると言える。

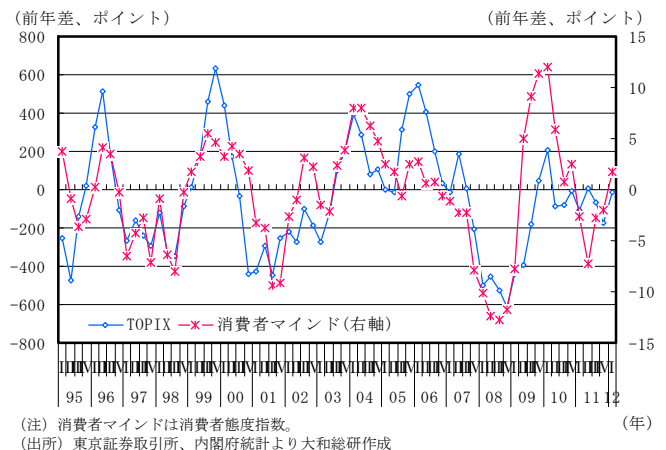
エコポイント関連消
費は持ち直し

主要項目の動きを確認すると、被服及び履物、交通・通信などが前月比で減少した一方で、家具・家事用品や教養娯楽が増加している（図表2-1）。家具・家事用品は、冷蔵庫やルームエアコンなどのエコポイント関連消費が徐々に持ち直していることから、増加している。交通・通信は、エコカー補助金の影響から新車販売が好調であるものの、前月に大きく伸びた反動で減少したとみられる。ただし、家計調査は振れやすい統計であることを考慮して協会統計で確認すると、3月の新車販売台数は季節調整済み前月比で+8.1%と増加しており、自動車消費の拡大傾向は続いていることがわかる。

図表 2-1：実質消費支出の推移



図表 2-2：消費者マインドと株価



消費者マインドは株
価に連動して改善

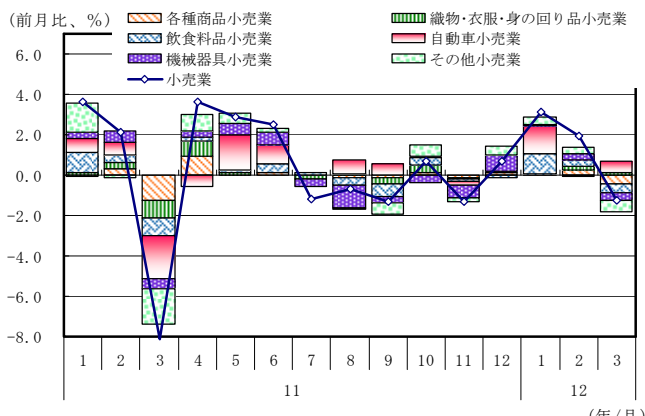
消費者マインドを表す消費者態度指数（季節調整値）は、前月差+0.4ptとなり、改善傾向が続いている。また、小売関連業者などのアンケート結果をもとに作成される景気ウォッチャー調査の現状判断DI（小売関連）は49.9となり、前月から5.0pt改善した。図表2-2に示したように、消費者マインドは、株価との連動が強く、これらの消費者マインドの改善は2月、3月と株価が上昇基調であったことに連動していると考えられる。ただし、4月に入って株式市場は調整局面に入っており、消費者マインドの改善傾向も一時的に足踏み状態に陥る可能性がある。

名目小売販売総額は 3ヶ月ぶりに増加

次に、供給側から個人消費動向を捉えた商業販売統計の結果を見ると、3月の名目小売販売総額は前年比で+10.3%と4ヶ月連続でのプラスとなった。季節調整済み前月比で見ると、▲1.2%と4ヶ月ぶりの減少となった（図表3-1）。

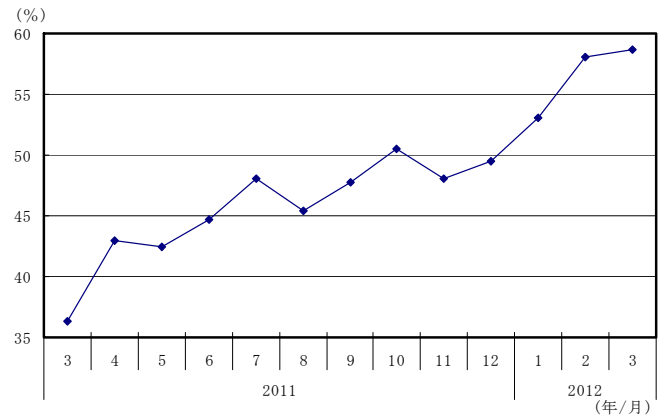
商品別にみると、自動車小売業、織物・衣服・身の回り品小売業は売上が前月から増加しているが、飲食料品小売業、機械器具小売業、各種商品小売業で売上が前月から減少している。このところ改善傾向にあった小売販売額が一旦足踏みした格好になるが、前月からの反動減が大きいと考えられるため、基調として小売額が減少に転ずるとは考えられない。

図表 3-1：小売販売額の商品別寄与度分解



（出所）経済産業省統計より大和総研作成

図表 3-2：支出金額が増加した財の割合



（出所）総務省統計より大和総研作成

小売販売額の中身をみるために協会統計で補足すると、東日本大震災の影響が業態ごとに異なる形で現れていることがわかる。外食産業の売上高は前年比+13.1%となった。コンビニエンスストア売上高（店舗数調整後）は同+0.4%と6ヶ月連続で前年比プラスとなったが、前年の東日本大震災による買いだめの反動から、加工食品などは売上が減少した。百貨店売上高（店舗数調整後）は同+14.1%と3ヶ月ぶりのプラスとなり、特に前年売上が大きく落ち込んだ関東や東北地方で売上が増加している。スーパー売上高（店舗数調整後）は同▲2.4%と2ヶ月ぶりのマイナスとなった。コンビニエンスストアと同様買いだめ需要の反動から備蓄型食品や日用雑貨品などの売上が低下した。

業態によって大きく傾向が異なるため、基調の判断は困難である。しかし、東日本大震災の影響以外に大きく小売額が変動する要因は見当たらないため、小売販売額は今後も堅調に推移すると見てよいだろう。

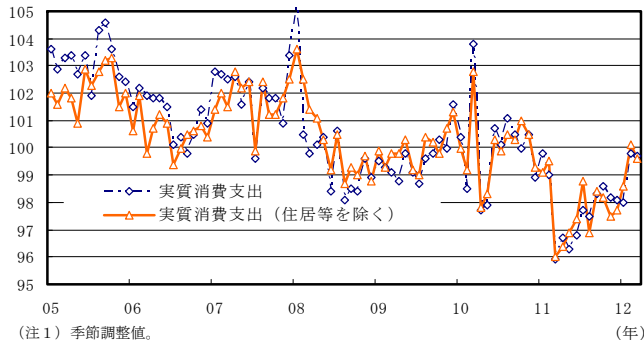
消費は徐々に持ち直すと見込む

先行きも、消費は持ち直しが続くと見込んでいる。海外経済は、未だに大きなリスクを抱えてはいるものの、足下の経済環境は落ち着いている。また、東日本大震災から一年が経過し、多くの企業では業績が回復傾向にある。企業業績の改善は徐々に雇用・所得環境の改善へ波及していくと思われる。家計調査を元に、支出金額が前年比で増加した財の割合を求めると、震災直後の2011年3月から改善傾向にあることがわかる（図表3-2）。エコカー補助金の影響による自動車消費の拡大や、エコポイント関連消費の持ち直し、外食、旅行消費などが改善する中、消費は幅広い品目で持ち直していくだろう。

消費・概況

実質消費支出（家計調査、二人以上世帯）

(2010年=100)



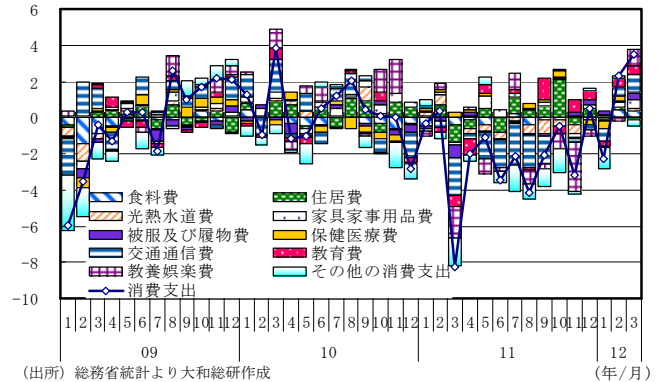
(注1) 季節調整値。

(注2) 「住居等」とは住居、自動車等購入、贈与金、仕送り金。

(出所) 総務省統計より大和総研作成

実質消費支出の項目別寄与度

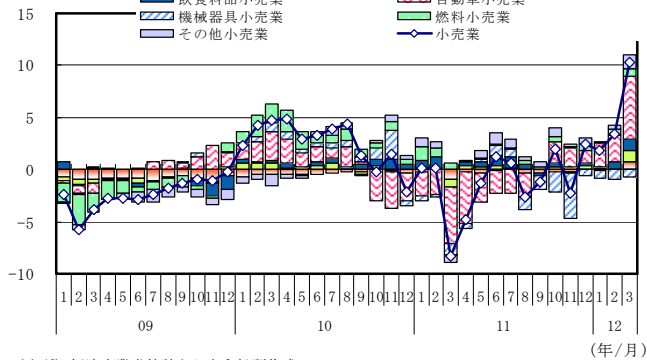
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

商業販売統計小売業販売額の推移（前年比）

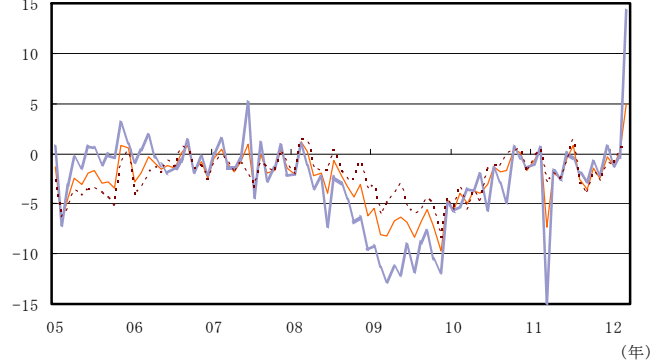
(前年比、%)



(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売店販売額推移

(前年比、%)

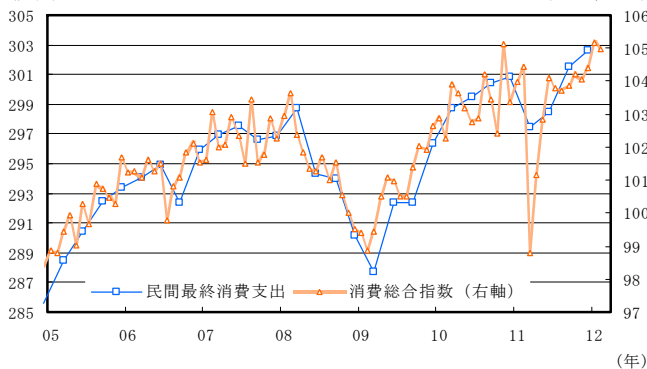


(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数

(兆円)

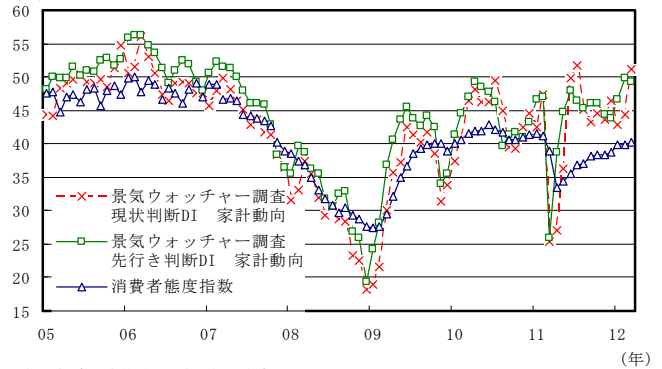
(2005年=100)



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

消費者マインド

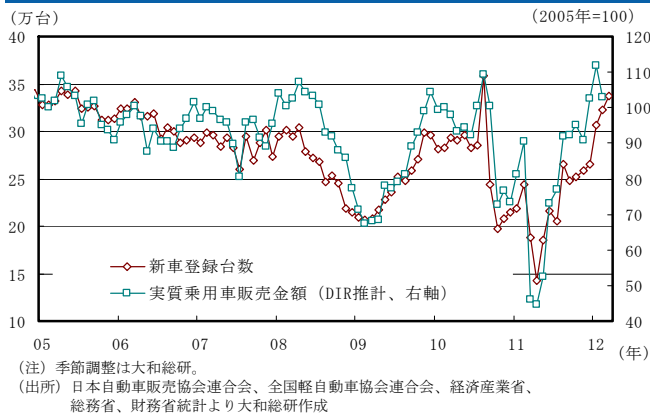
(DI)



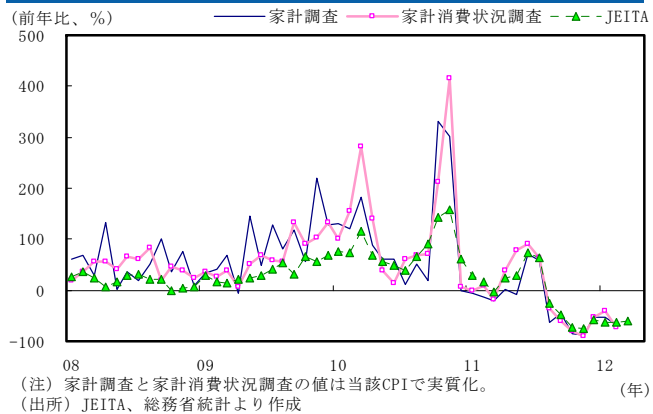
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

消費・協会統計

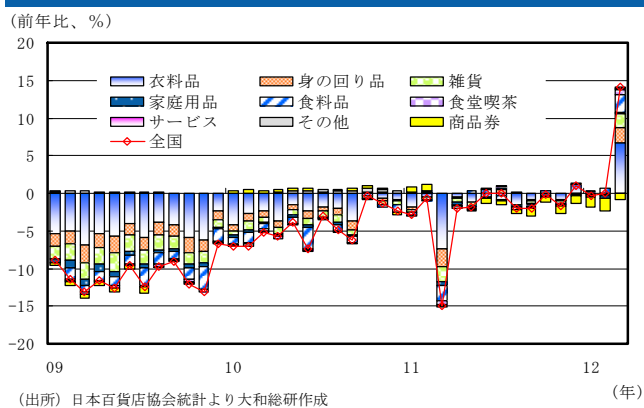
新車販売台数と実質新車販売金額



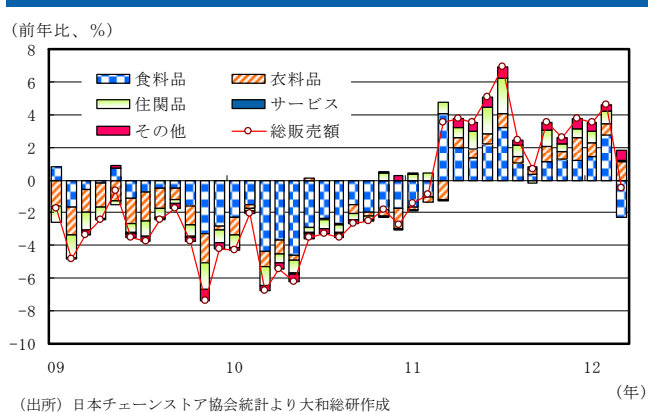
テレビ消費額と出荷台数



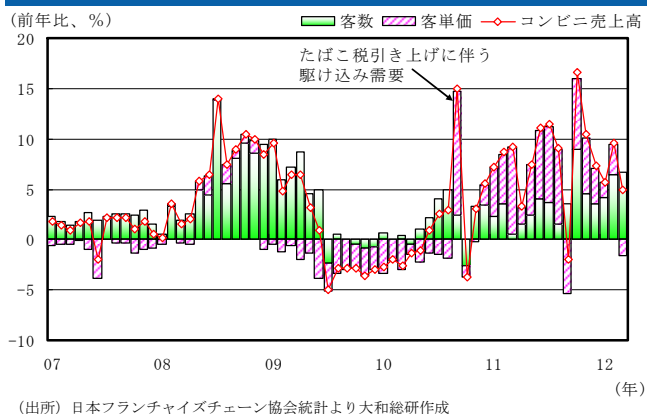
百貨店売上の寄与度分解 (品目別、店舗数調整前)



スーパー売上高の推移 (店舗数調整前)



コンビニ売上高 (店舗数調整前)



外食市場売上高

