

2012年5月30日 全5頁

# 4月消費統計～持ち直し基調が続く中で横ばいの推移

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4月の家計調査によると、実質消費支出は前年比+2.6%と3ヶ月連続のプラスとなった。前月に引き続き、2011年4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実質消費支出（除く住居等）で見れば、季節調整済み前月比+0.2%と2ヶ月ぶりに増加している。家庭用耐久財の動きが弱含んでいるが、全体としては持ち直しの基調が続いている。
- 消費は先行き持ち直しが続くと思込む**：先行きも、消費は持ち直しが続くと思込んでいる。エコカー補助金の影響による自動車消費の拡大や、高額品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こう。ただし、夏場以降エコカー補助金の予算切れにより消費が弱含む可能性があり、海外経済の急速な悪化と合わせて、リスクとして考慮しておくべきだろう。

図表1 各種消費指標の概況

|               |             | 2012年     |       |       |                    | 出所    |
|---------------|-------------|-----------|-------|-------|--------------------|-------|
|               |             | 1月        | 2月    | 3月    | 4月                 |       |
| 家計調査          | 消費支出        | 前年比 ▲ 2.3 | 2.3   | 3.4   | 2.6                | 総務省   |
|               |             | 前月比 ▲ 0.2 | 1.8   | ▲ 0.1 | ▲ 0.8              | 総務省   |
| 商業販売統計        | 消費支出（除く住居等） | 前年比 0.8   | 1.4   | ▲ 0.4 | 0.2                | 総務省   |
|               | 小売業         | 前年比 1.8   | 3.4   | 10.3  | 5.8                | 経済産業省 |
| 消費総合指数        |             | 前月比 3.1   | 2.0   | ▲ 1.2 | ▲ 0.3              | 経済産業省 |
|               |             | 前月比 0.6   | ▲ 0.1 | 0.2   |                    | 内閣府   |
| 百貨店売上高        | 前年比 ▲ 1.1   | ▲ 0.4     | 14.1  | 1.3   | 日本百貨店協会            |       |
| コンビニエンスストア売上高 | 前年比 1.7     | 4.8       | 0.4   | 6.1   | (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 ▲ 1.2   | 0.3       | ▲ 2.4 | ▲ 1.9 | 日本チェーンストア協会        |       |
| 外食売上高         | 前年比 0.0     | 1.0       | 13.1  | 3.4   | (社)日本フードサービス協会     |       |
| 旅行取扱高         | 前年比 1.5     | 3.3       | 35.7  |       | 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～持ち直し基調が続く中で横ばいの推移

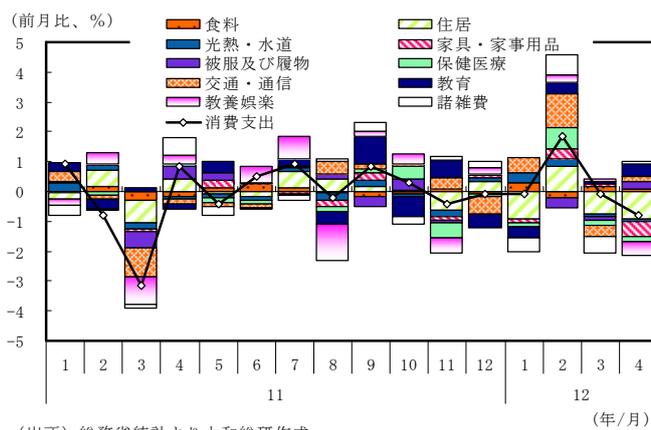
### 4月の消費は持ち直し基調の中で横ばいの推移

2012年4月の家計調査によると、実質消費支出は前年比+2.6%と3ヶ月連続のプラスとなった。前月に引き続き、2011年4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実質消費支出（除く住居等）で見れば、季節調整済み前月比+0.2%と2ヶ月ぶりに増加している。4月は、中旬以降気候も温暖になり、季節商材の動きが堅調であった。加えて、引き続き販売が好調な自動車を中心として、消費者マインドの改善に伴う選択的支出の増加が見られた。一方で、持ち直しの傾向が見られていたエアコンなどの家庭用耐久財が伸び悩んだ結果、ほぼ横ばいでの推移となった。今後も、企業業績や雇用環境、消費者マインドの改善を背景として、消費の基調は持ち直しが続くと考えている。ただし、夏場以降エコカー補助金の予算切れによる反動減が想定されるため、その段階に至るまでに消費の増加が広がっていくことが、継続的な消費の拡大に重要であると考えている。

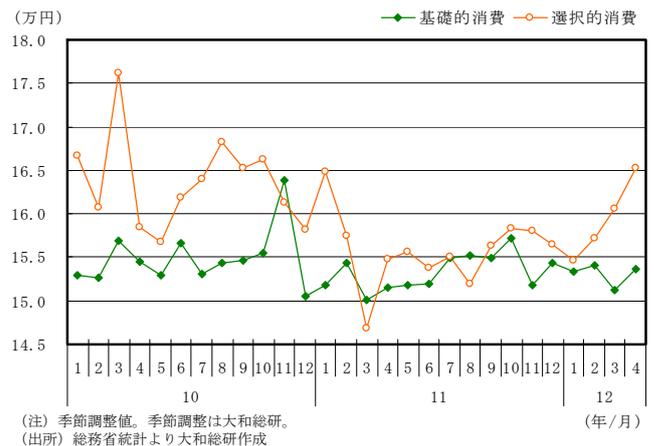
### 衣料品と自動車販売が好調な一方でエコポイント関連商品の回復は減速

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増加した一方で、家具・家事用品や教養娯楽が減少している（図表2-1）。被服及び履物は、中旬以降気温が上昇したことによって、春物の消費が好調であったことが要因であると見られる。また、交通・通信の増加は主に自動車等購入費であり、エコカー補助金の効果が継続している。一方で、家具・家事用品は、このところ持ち直していたエコポイント関連商品の消費が再度減速したことから、減少している。また、エコポイントの反動減以降低水準での推移を続けるテレビの影響で、教養娯楽が減少しており、今夏のロンドンオリンピックを考慮しても大幅な増加は見込めないだろう。

図表 2-1：実質消費支出の推移



図表 2-2：選択的消費と基礎的消費額の推移



### 選択的消費の改善が続く

消費支出の中身を支出弾力性で基礎的消費と選択的消費に分類すると<sup>1</sup>、特に今年に入って以降選択的消費の増加が著しい（図表2-2）。これは、エコカー補助金による自動車販売の増加に加えて、その他の贅沢品の消費が増加し始めているこ

<sup>1</sup> 支出弾力性とは、消費支出総額が1%変化する時に支出項目が何%変化するかを示した指標である。総務省は支出弾力性が1以上の品目を選択的支出、1未満の品目を基礎的支出として分類しており、選択的支出は贅沢品、基礎的支出は必需品とみなすことが出来る。

とを意味する。百貨店売上で見ると、大都市を中心として高額品の売上が堅調な推移を続けていることなどからも、贅沢品消費が増加傾向にあると言える。基礎的消費は短期的には大きく変動しないため、今後もこの選択的消費の増加が消費全体の回復基調を支えていくと考えている。

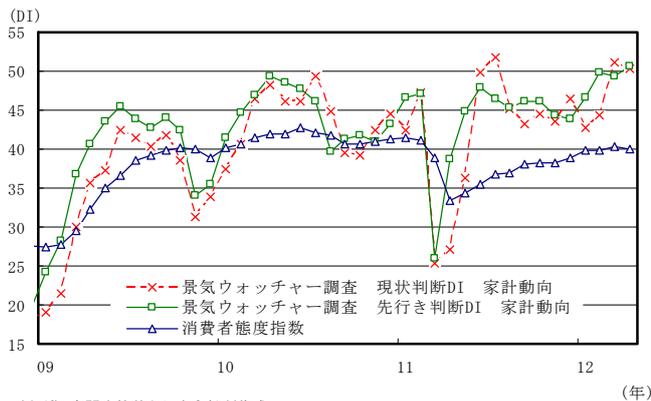
### 消費者マインドは小幅の悪化

消費者マインドを示す消費者態度指数は、前月比▲0.3ptと12ヶ月振りに小幅の悪化となった(図表3-1)。暮らし向き、雇用環境、耐久消費財の買い時判断の三つの指標が小幅に悪化しているが、ほぼ横ばいであると見てよいだろう。

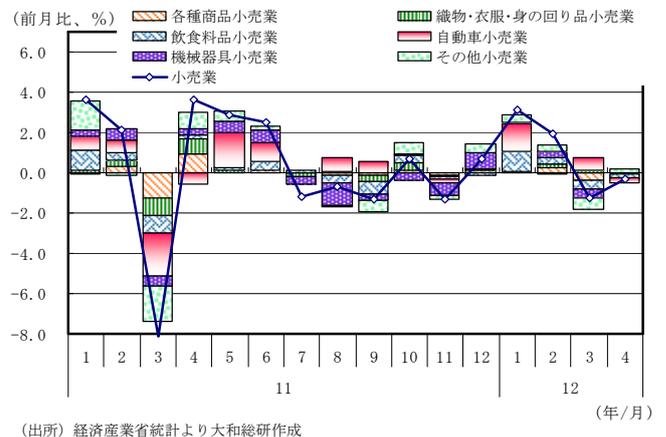
### 名目小売販売総額は2ヶ月連続で減少

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、4月の名目小売販売総額は前年比で+5.8%と5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、▲0.3%と2ヶ月連続での減少となった(図表3-2)。商品別にみると、自動車小売業、飲食料品小売業で売上が前月から減少しているが、小幅なものであり、全体として横ばいでの推移である。

図表3-1：消費者マインドの推移



図表3-2：小売販売額の商品別寄与度分解



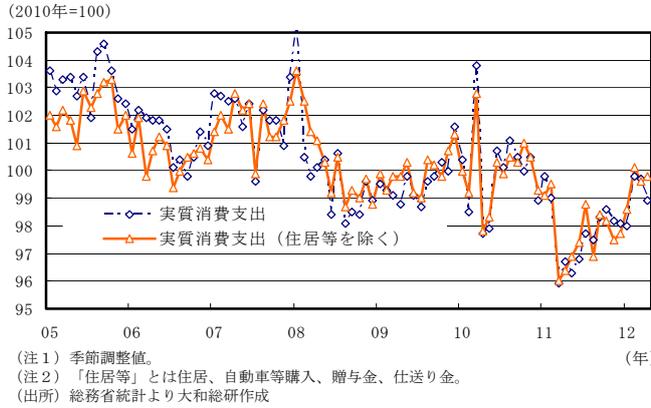
小売販売額の中身をみるために協会統計で補足すると、外食産業の売上高は前年比+3.4%となり、コンビニエンスストア売上高(店舗数調整後)は同+6.1%と7ヶ月連続で前年比プラスとなった。百貨店売上高(店舗数調整後)は同+1.3%と2ヶ月連続のプラスとなり、スーパー売上高(店舗数調整後)は同▲1.9%と2ヶ月連続でのマイナスとなった。前月に引き続き東日本大震災による消費の変動が現れており、判断が困難であるが、コンビニエンスストアやスーパーで客単価が上昇していることなどから、小売売上額は基調として緩やかに改善していると見ている。

### 夏場以降のリスクに注意

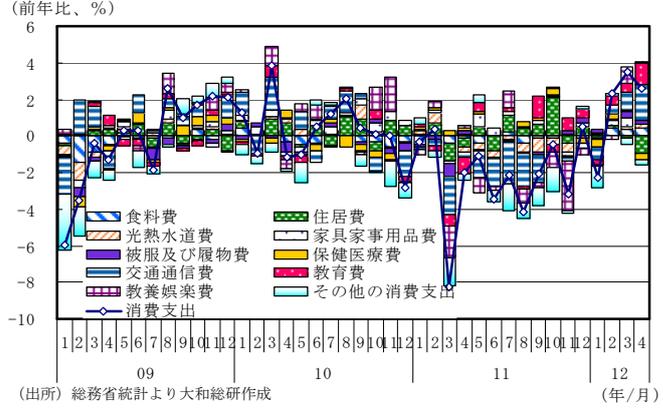
先行きも、消費は持ち直しが続くと思込んでいる。欧州経済の動揺はリスクとして目を追うごとに大きくなっているものの、今のところ日本経済への影響は限定的である。消費者マインドの改善は一服したものの、多くの企業では業績が回復傾向にあり、徐々に雇用・所得環境の改善へ波及していくと思われる。エコカー補助金の影響による自動車消費の拡大や、高額品消費などが改善する中、消費は幅広い品目で持ち直していくだろう。ただし、夏場以降エコカー補助金の予算切れにより消費は弱含む可能性があり、海外経済の急速な悪化と合わせて、リスクとして考慮しておくべきだろう。

**消費・概況**

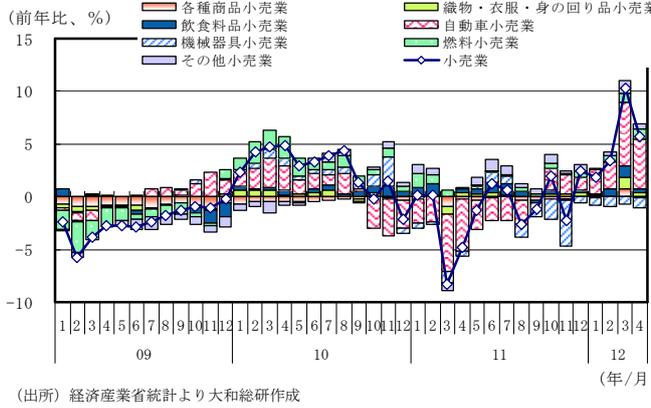
**実質消費支出（家計調査、二人以上世帯）**



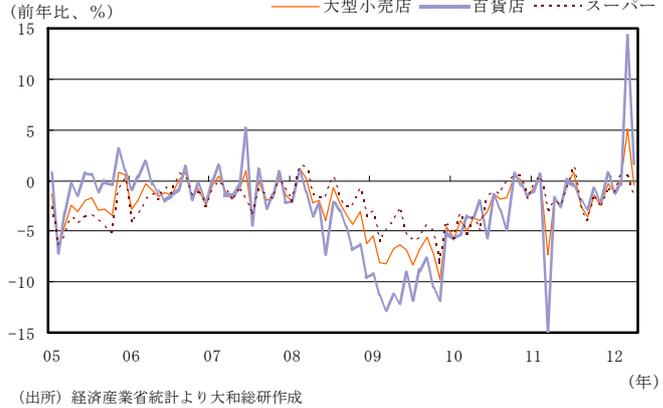
**実質消費支出の項目別寄与度**



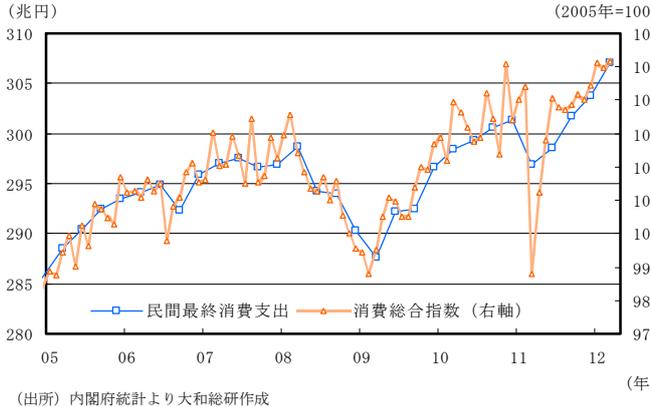
**商業販売統計小売販売額の推移（前年比）**



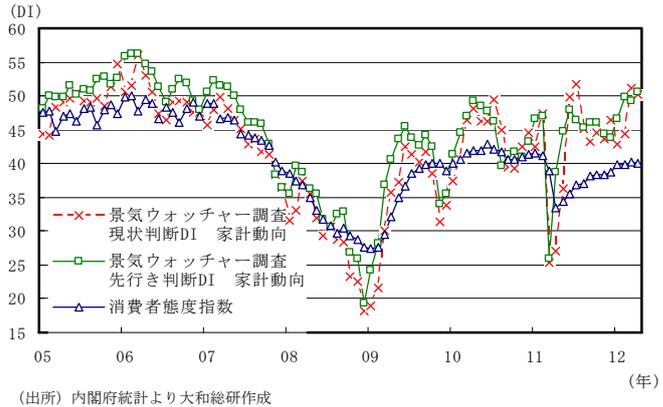
**大型小売店販売額推移**



**GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数**

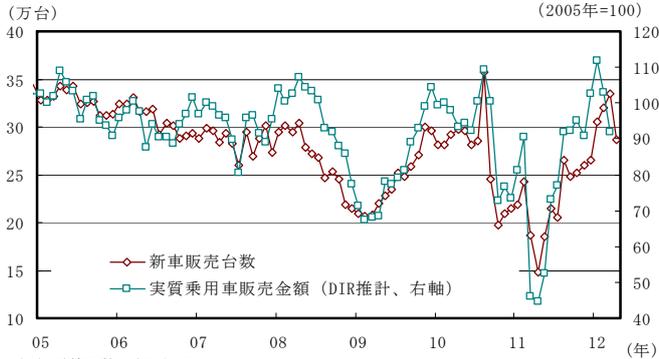


**消費者マインド**



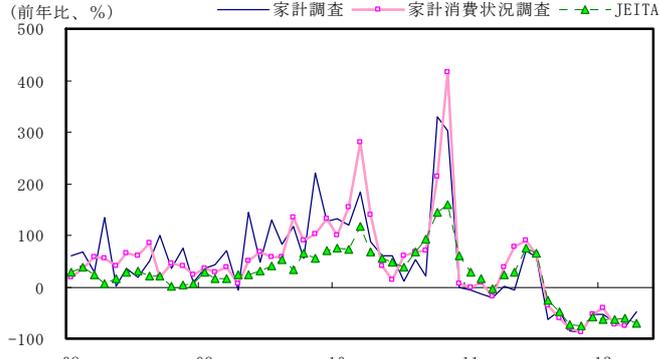
**消費・協会統計**

**新車販売台数と実質新車販売金額**



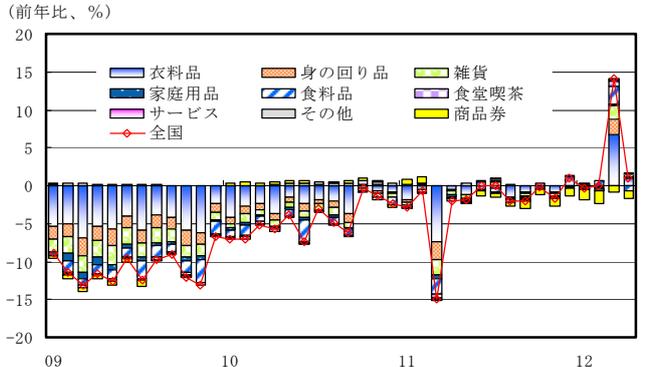
(注) 季節調整は大和総研。  
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会、経済産業省、総務省、財務省統計より大和総研作成

**テレビ消費額と出荷台数**



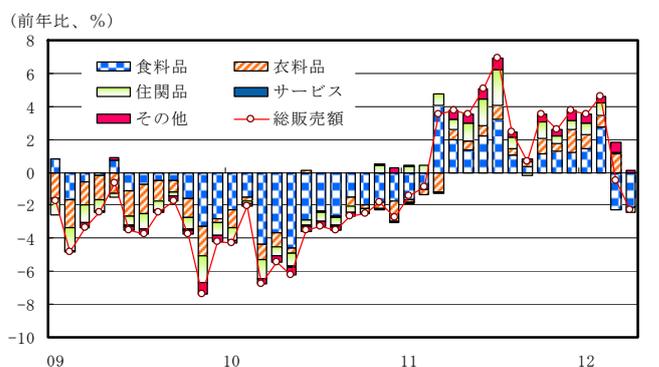
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。  
(出所) JEITA、総務省統計より作成

**百貨店売上の寄与度分解 (品目別、店舗数調整前)**



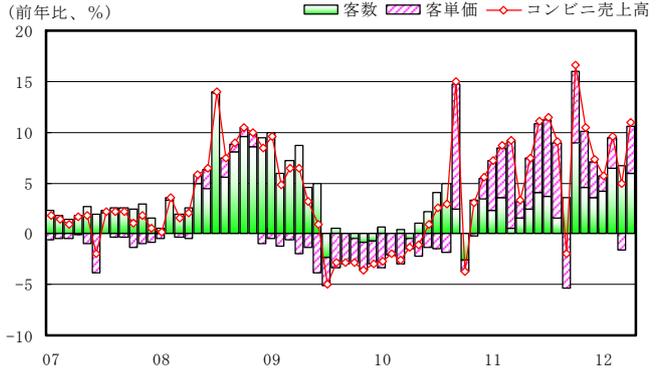
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

**スーパー売上の推移 (店舗数調整前)**



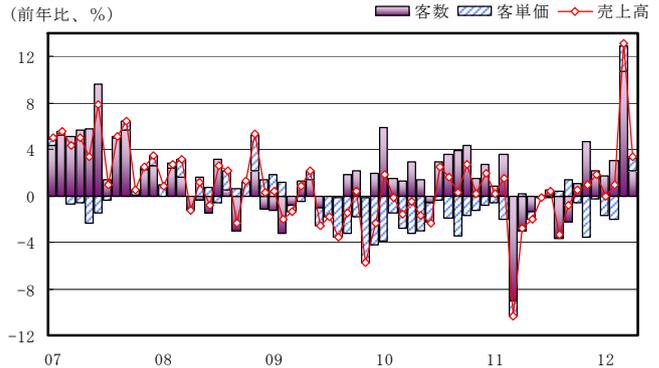
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

**コンビニ売上高 (店舗数調整前)**



(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

**外食市場売上高**



(出所) 日本フードサービス協会統計より大和総研作成