

Indicators Update

2013年1月4日 全5頁

11月消費統計

所得環境の悪化に比べれば堅調な推移が続く

経済調査部
エコノミスト 齋藤 勉

[要約]

- 11月の個人消費は横ばい圏での推移：11月の家計調査によると、実質消費支出は前年比+0.2%と3ヶ月ぶりのプラスとなった。季節調整値は前月比▲0.1%と2ヶ月ぶりの減少、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）で見ても、同▲0.6%と2ヶ月ぶりの減少となった。例年と比べて気温が低かったため、冬物衣料品を中心とする季節商材に対する支出が増加した。また、エコカー補助金の終了に伴って減少傾向にあった、「自動車購入費」を中心とする「交通・通信」向け消費金額も増加に転じている。一方で、「テレビ」や「ビデオデッキ」など教養娯楽耐久財消費は引き続き弱含んでおり、全体を下押ししたことから、総じてみれば消費金額は横ばいでの推移となっており、11月の個人消費は、所得環境の悪化に比べれば堅調に推移したと言えよう。
- 先行きは低調な推移を見込む：企業業績の下振れにより、冬季の賞与は前年と比べて減少したとみられる。さらに、足下では製造業などで所定外労働時間の削減が行われており、所定外賃金の減少を通じて、所得環境は弱含みが続く。消費者マインドも弱含み傾向が見られており、当面の間個人消費は低調な推移が続くだろう。

図表1：各種消費指標の概況

		2012年				出所	
		8月	9月	10月	11月		
家計調査	実質消費支出	前年比	1.8	▲0.9	▲0.1	0.2	総務省
		前月比	2.2	▲1.9	0.6	▲0.1	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比	3.0	▲2.7	2.0	▲0.6	総務省
商業販売統計	小売業	前年比	1.7	0.4	▲1.2	1.3	経済産業省
		前月比	1.5	▲3.5	0.8	0.0	経済産業省
消費総合指数		前月比	1.6	▲0.5	0.5		内閣府
百貨店売上高		前年比	▲1.0	▲0.2	▲2.4	2.2	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比	▲1.3	▲1.6	▲2.1	▲2.5	(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	▲1.3	▲2.0	▲4.0	▲0.5	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比	2.3	3.6	▲2.1	0.5	(社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比	5.7	▲4.5	▲1.9		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

11月の個人消費は2ヶ月ぶりに前月比で減少

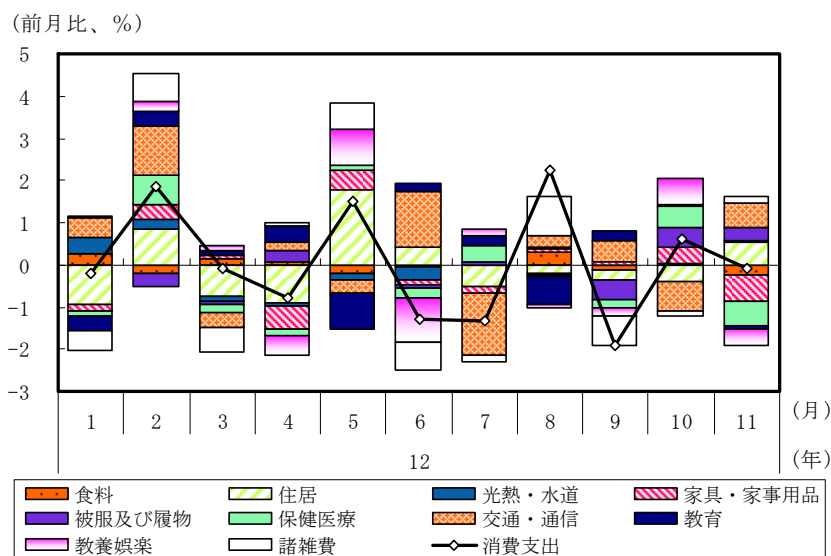
2012年11月の家計調査によると、実質消費支出は前年比+0.2%と3ヶ月ぶりのプラスとなった。季節調整値は前月比▲0.1%と2ヶ月ぶりの減少、振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）で見ても、同▲0.6%と2ヶ月ぶりの減少となった。

例年と比べて気温が低かったため、冬物衣料品を中心とする季節商材に対する支出が増加した。また、エコカー補助金の終了に伴って減少傾向にあった、「自動車購入費」を中心とする「交通・通信」向け消費金額も増加に転じている。一方で、「テレビ」や「ビデオデッキ」など教養娯楽耐久財消費は引き続き弱含んでおり、全体を下押ししたことから、総じてみれば消費金額は横ばいでの推移となった。供給側の統計である商業販売統計を見ても、11月の小売金額は横ばいでの推移となっており、11月の個人消費は、所得環境の悪化に比べれば堅調に推移したと言えよう。

主要項目の動き：衣料品、自動車の消費金額が増加

家計調査の主要項目の動きを確認すると、「被服及び履物」、「交通・通信」などが増加している（図表2）。11月は例年と比べて気温が低かったため、冬物衣料品や暖房器具などの季節商材に対する消費が増加した。結果として、「被服及び履物」の実質支出金額は前月比+7.2%、の増加となり、全体の消費金額を押し上げた。「交通・通信」は前月比+4.3%と全体を下支えする格好となっており、エコカー補助金終了に伴って減少していた「自動車購入費」は、10月を底に増加に転じたとみられる。ただし、前月に増加した「家具・家事用品」や「保健医療」などが反動で減少しており、総合してみれば、11月の個人消費は横ばい圏での推移となった。

図表2：実質消費支出の項目別寄与度



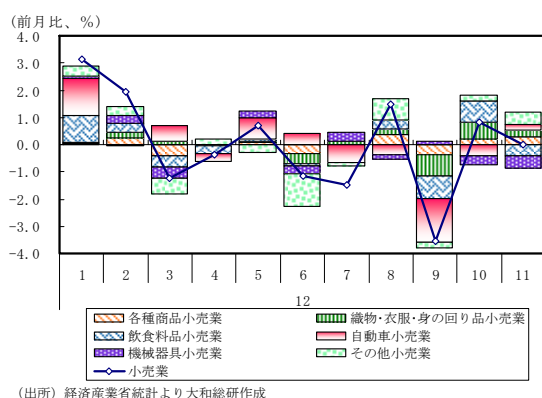
商業販売統計の小売名目販売金額は前月と同水準

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、11月の小売業名目販売額は前年比+1.3%と、2ヶ月ぶりのプラスとなった。また、季節調整済み販売額を見ると、小売業は前月比+0.0%と前月と同水準となった(図表3-1)。小売業販売額の内訳を業種別に見ると、「自動車小売業」は、前月比+1.6%と5ヶ月ぶりに増加に転じた。エコカー補助金終了に伴い自動車販売額は減少が続いていたが、10月を底に増加に転じた公算が高い。また、冬物衣料品の販売好調で「織物・衣服・身の回り品小売業」は、同+3.0%と増加した。一方で、テレビやレコーダーなどの販売不振が続いていることから、「機械器具小売業」は同▲8.0%と減少し、全体の小売金額を下押しした。結果として、全体では横ばいの推移となった。

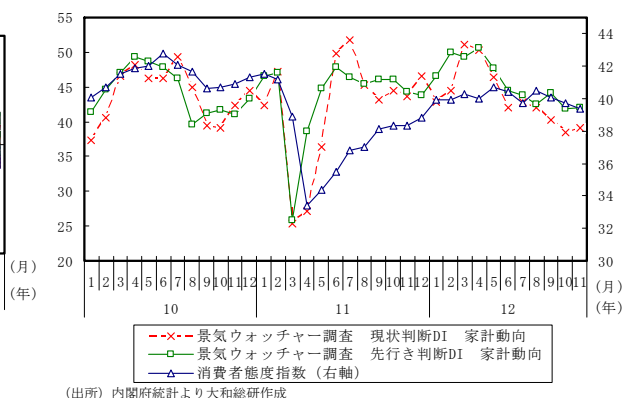
消費者マインドは3ヶ月連続の悪化

11月の消費者態度指数は、前月差▲0.3ptと3ヶ月連続の下落となった(図表3-2)。緩やかな低下が続いており、消費者マインドにも弱含み傾向が表れている。

図表3-1：小売販売額の商品別寄与度



図表3-2：消費者マインドの推移



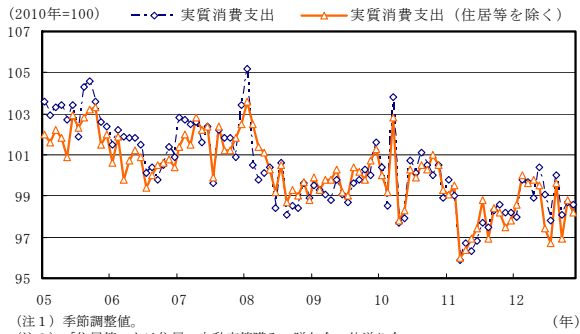
先行きは低調な推移が続くものの、10-12月期で見れば個人消費は微増となる見込み

企業業績の下振れにより、冬季の賞与は前年と比べて減少した可能性が高い。さらに、足下では製造業などで所定外労働時間の削減が行われており、所定外賃金の減少を通じて、所得環境は弱含みが続く。消費者マインドにも弱含み傾向が表れており、当面の間個人消費は低調な推移が続くだろう。

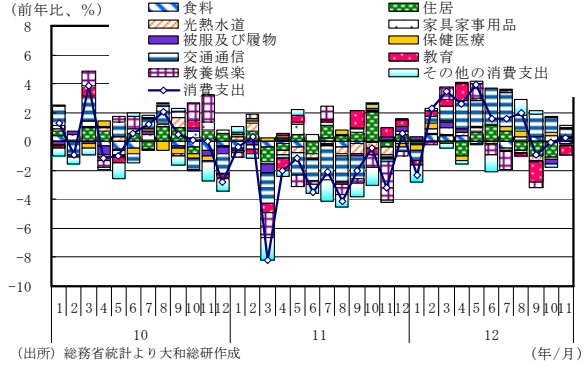
ただし、エコカー補助金終了に伴う反動減が10月に底を打った公算が高く、今後自動車向け支出は増加に転じ、個人消費全体を下支えすると予想される。また、今冬は天候要因も作用し、衣料品の消費が好調であったことから、所得環境の悪化に比べれば個人消費は堅調に推移している。10-12月期で見れば、個人消費は前期比+0.2%程度の微増となるとみられる。

消費・概況

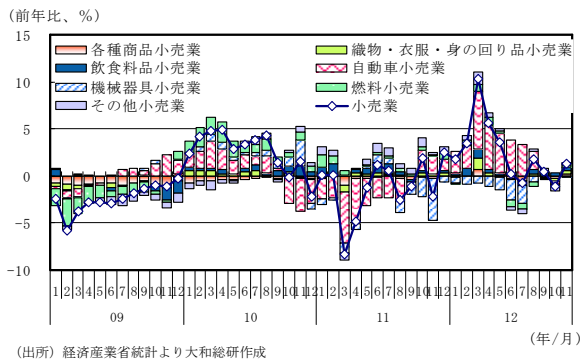
実質消費支出（家計調査、二人以上世帯）



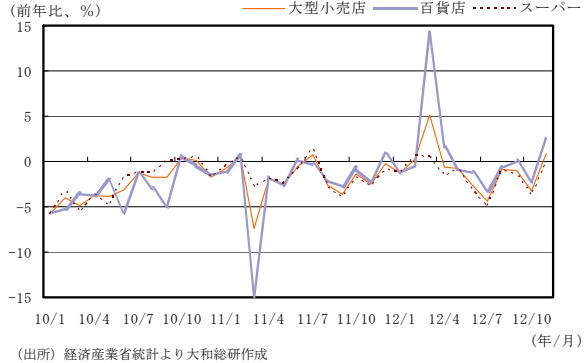
実質消費支出の項目別寄与度



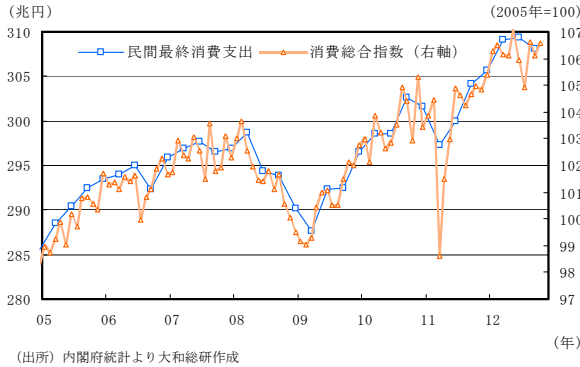
商業販売統計小売業販売額の推移



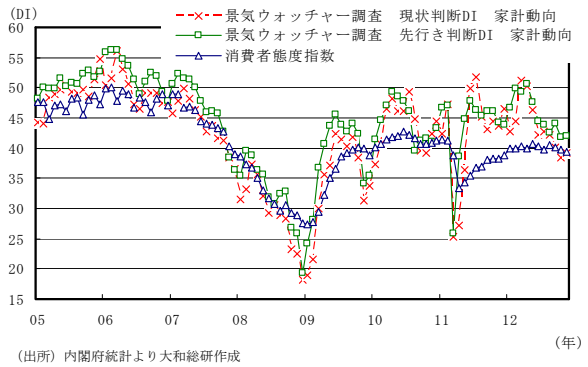
大型小売店販売額推移



GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数

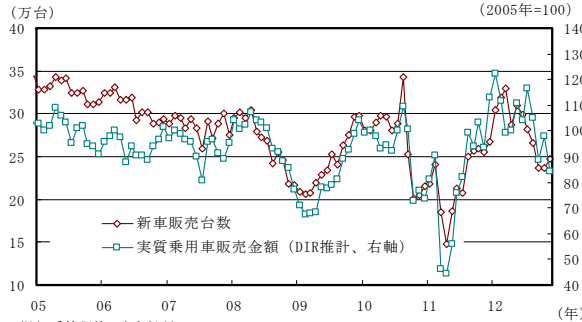


消費者マインド

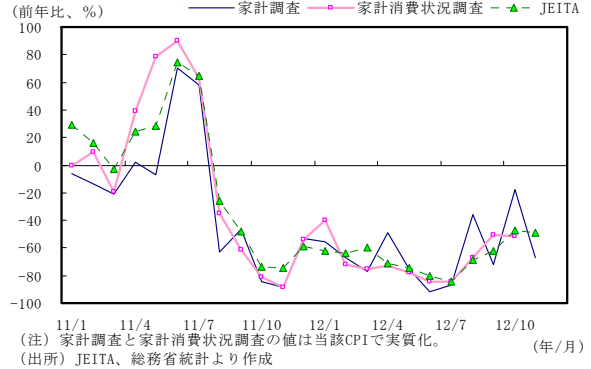


消費・協会統計

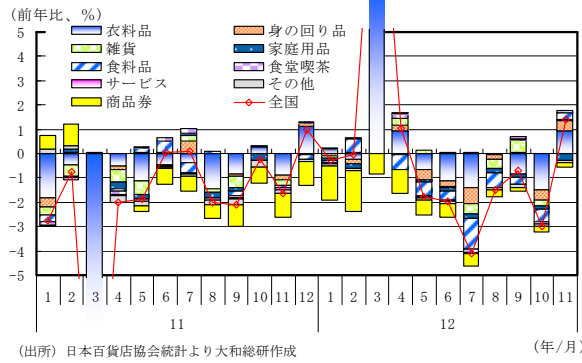
新車販売台数と実質乗用車販売金額



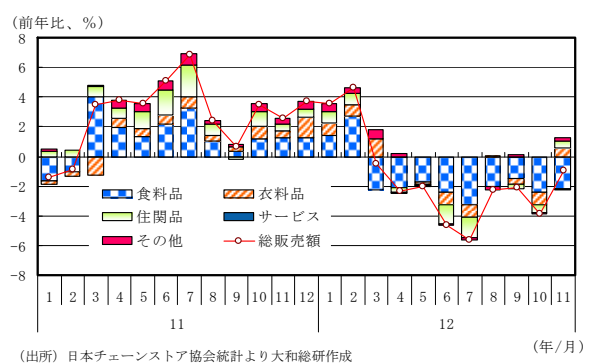
テレビ消費額と出荷台数



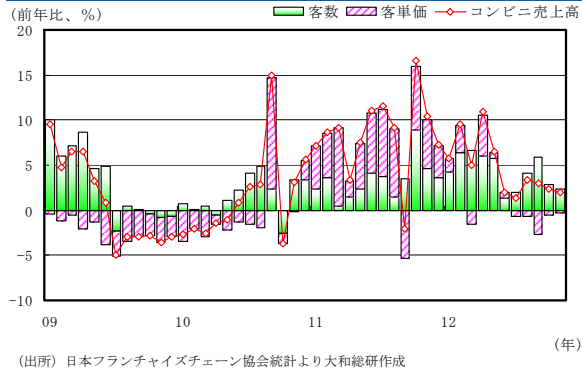
百貨店売上の寄与度分解 (品目別、店舗数調整前)



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

