

# Indicators Update

2013年2月1日 全6頁

## 12月消費統計

底堅い推移が続く

経済調査部  
エコノミスト 齋藤 勉

### [要約]

- 2012年12月の家計調査によると、実質消費支出は前年比▲0.7%と2ヶ月ぶりのマイナスとなった。季節調整値は前月比▲0.7%と2ヶ月連続の減少、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）で見ると、同+0.3%と2ヶ月ぶりの増加となった。個人消費は底堅い推移が続いていると判断できる。
- 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、2012年12月の小売業名目販売額は前年比+0.4%と、2ヶ月連続のプラスとなった。また、季節調整済み販売額を見ると、小売業は前月比+0.1%と2ヶ月ぶりのプラスとなった。
- 冬季賞与の減少による所得環境の悪化、弱含みの続く消費者マインドと、悪材料が多かったものの、気温が例年よりも低い水準で推移したこと、自動車販売が想定よりも急速に回復したことなどから、2012年10-12月期の個人消費はGDPベースで前期比+0.9%程度の増加となる見込みである。
- 足下では、個人消費の増加につながる好材料の兆しが多く見えている。個人消費は2013年4-6月期以降本格的な回復傾向に復するとみている。消費税増税前の駆け込み消費もあいまって、2013年度中は活発な消費活動が予想される。

図表1：各種消費指標の概況

		2012年				出所
		9月	10月	11月	12月	
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲0.9	▲0.1	0.2	▲0.7	総務省
		前月比 ▲1.9	0.6	▲0.1	▲0.7	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前年比 ▲2.7	2.0	▲0.6	0.3	総務省
商業販売統計	小売業	前年比 0.4	▲1.2	1.2	0.4	経済産業省
		前月比 ▲3.5	0.8	▲0.1	0.1	経済産業省
消費総合指数	前月比	▲0.2	0.4	0.5		内閣府
百貨店売上高	前年比	▲0.2	▲2.4	2.2	▲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	▲1.6	▲2.1	▲2.5	▲2.0	(一社)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	▲2.0	▲4.0	▲0.5	▲1.5	日本チェーンストア協会
外食売上高	前年比	3.6	▲2.1	0.5	▲1.0	(社)日本フードサービス協会
旅行取扱高	前年比	▲4.5	▲1.9	1.0		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

## 12月の個人消費は振れの大きい項目を除けば2ヶ月ぶりの前月比プラス

2012年12月の家計調査によると、実質消費支出は前年比▲0.7%と2ヶ月ぶりのマイナスとなった。季節調整値は前月比▲0.7%と2ヶ月連続の減少、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）で見ると、同+0.3%と2ヶ月ぶりの増加となった（図表2）。

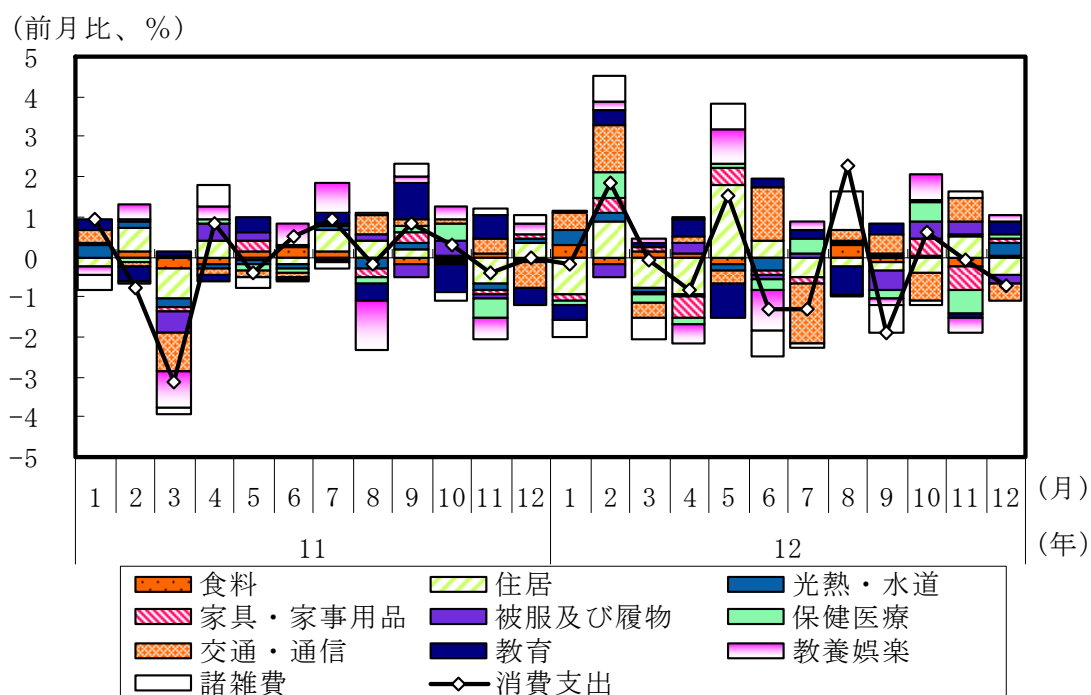
### 主要項目の動き：衣料品、自動車の消費金額が減少

10月、11月に販売が増加していた冬物衣料品の消費が減少し、「被服及び履物」が前月比▲4.7%と全体を押し下げた。エコカー補助金終了に伴い販売台数が急減した自動車に関しては、11月以降増加に転じているが、12月の家計調査では前月比で減少となったことから「交通・通信」も同▲3.3%と減少した。ただし、供給側の統計である新車販売台数を確認すると、12月も増加は続いているため、結果は割り引いて見る必要があるだろう（図表3）。

12月は寒波が到来するなど、全国的に気温が低位で推移したため電気代やガス代の支出が増加し、「光熱・水道」は前月比+4.8%と増加した。また、冷暖房用器具の消費金額も増加したとみられることから、「家具・家事用品」も同+3.5%と増加している。

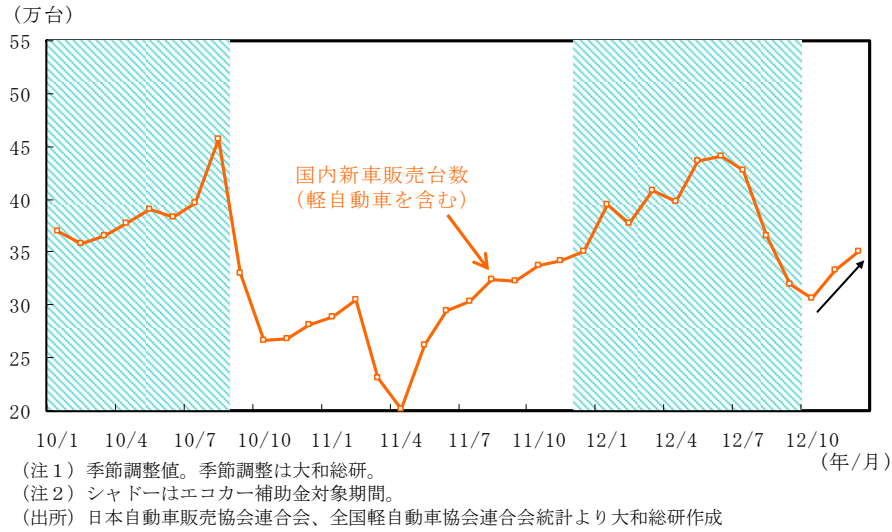
振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）で見れば、12月の個人消費は前月比+0.3%と小幅ながら増加している。自動車消費が堅調に推移していることを考慮すれば、個人消費は底堅い推移を続けていると判断できる。

図表2：実質消費支出の項目別寄与度



(出所) 総務省統計より大和総研作成

図表 3 : 新車販売台数の推移



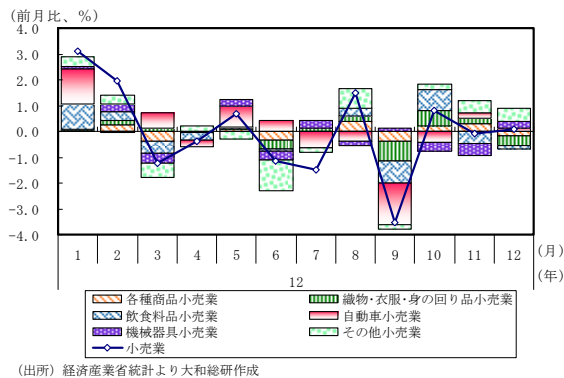
商業販売統計の小売名目販売金額は前月と同水準

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、12月の小売業名目販売額は前年比+0.4%と、2ヶ月連続のプラスとなった。また、季節調整済み販売額を見ると、小売業は前月比+0.1%と2ヶ月ぶりのプラスとなった(図表4-1)。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+0.9%と2ヶ月連続で増加した。また、エアコン、冷蔵庫、暖房機器などの省エネ製品に動きが見られたことを背景に、機械器具小売業が同+4.9%と増加に転じた。「織物・衣服・身の回り品小売業」では、前月まで好調であった冬物衣料品の販売額が減少したため、同▲4.8%と3ヶ月ぶりの減少となった。総じてみれば、供給側からみても12月の個人消費は堅調であったと言えるだろう。

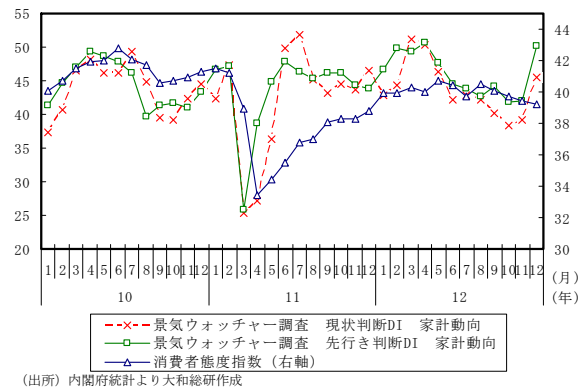
消費者マインドは4ヶ月連続の悪化

12月の消費者態度指数は、前月差▲0.2ptと4ヶ月連続の低下となった(図表4-2)。「収入の増え方」の項目が全体を押し下げており、冬季賞与の減少が消費者マインドを下押ししている格好である。

図表 4-1 : 小売販売額の商品別寄与度



図表 4-2 : 消費者マインドの推移



## 2012年10-12月期の個人消費は前期比+0.9%となる見込み

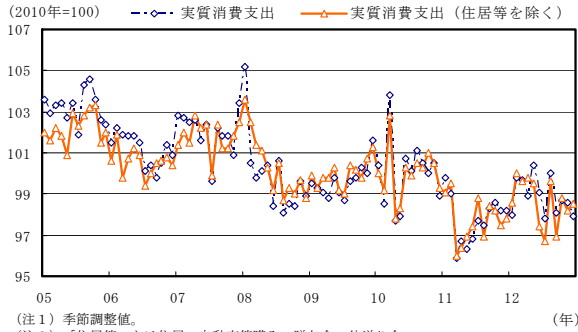
冬季賞与の減少による所得環境の悪化、弱含みの続く消費者マインドと、悪材料が多かったものの、気温が例年よりも低い水準で推移したこと、自動車販売が想定よりも急速に回復したことなどから、2012年10-12月期の個人消費はGDPベースで前期比+0.9%程度の増加となる見込みである。

## 2013年度は消費活動の活発化が見込まれる

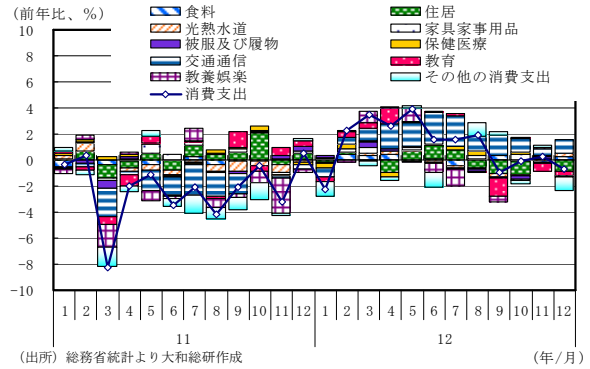
足下では、海外経済の回復と円安株高による企業業績と消費者マインドの改善など、個人消費の増加につながる好材料の兆しが多く見えている。ただし、10-12月期の個人消費が天候要因で上振れしていること、所得環境の改善は企業活動の活発化から多少のラグを伴うことなどを考慮すれば、個人消費は2013年4-6月期以降本格的な回復傾向に復するとみている。消費税増税前の駆け込み消費もあいまって、2013年度中は活発な消費活動が予想される。

消費・概況

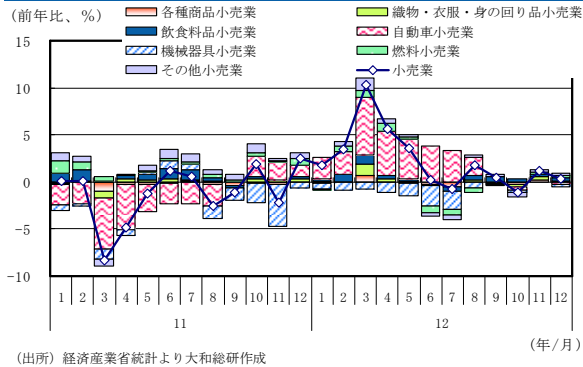
実質消費支出（家計調査、二人以上世帯）



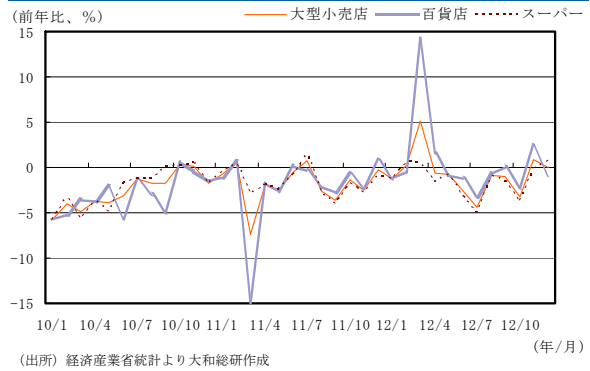
実質消費支出の項目別寄与度



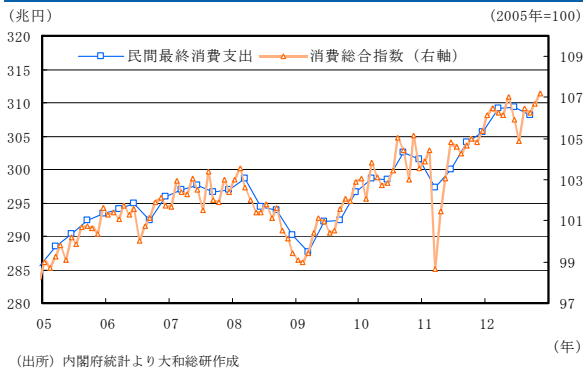
商業販売統計小売業販売額の推移



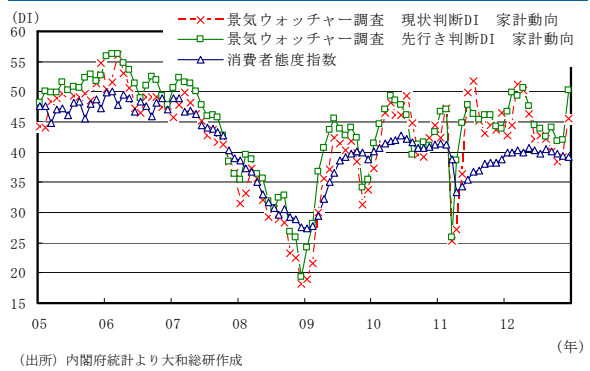
大型小売店販売額推移



GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数

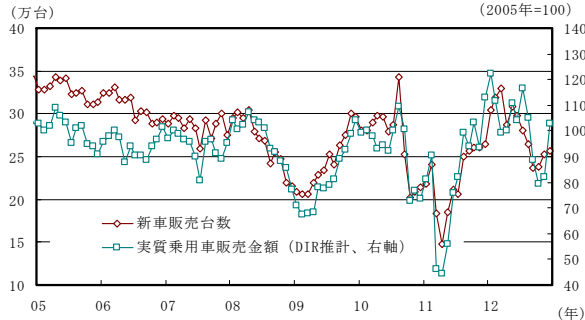


消費者マインド

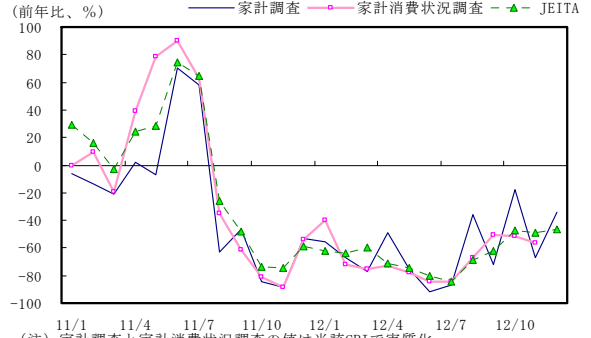


消費・協会統計

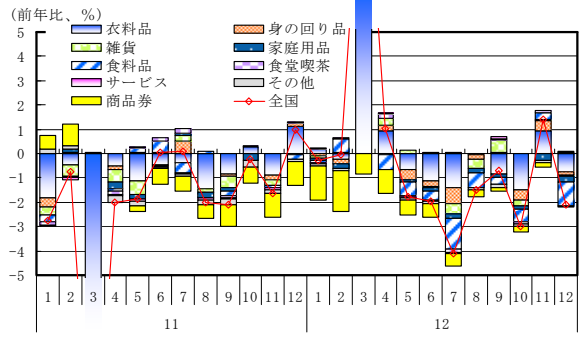
新車販売台数と実質乗用車販売金額



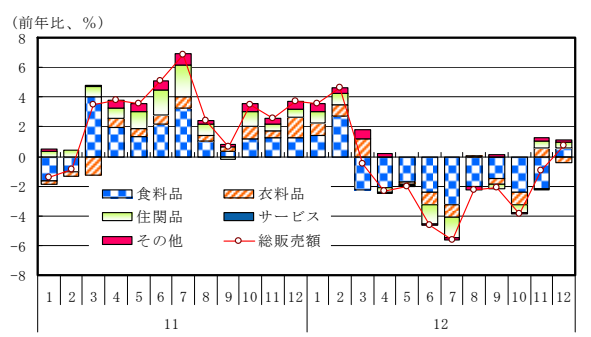
テレビ消費額と出荷台数



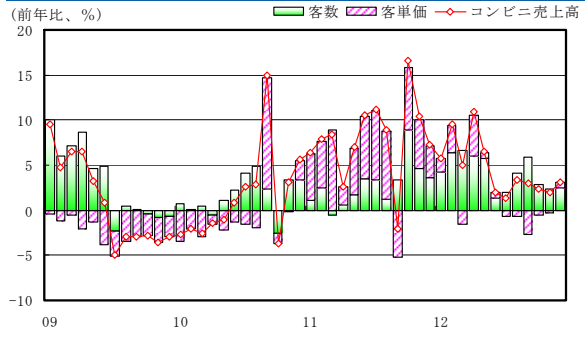
百貨店売上の寄与度分解 (品目別、店舗数調整前)



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

