

Indicators Update

2013年3月29日 全5頁

2月消費統計

個人消費の大幅増加が続く

経済調査部
エコノミスト 齋藤 勉

[要約]

- 実質消費支出は前年比+0.8%と2ヶ月連続のプラスとなった。季節調整値で見ても前月比+2.2%と2ヶ月連続の増加、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+1.5%と3ヶ月連続の増加となった。昨年がうるう年であったにもかかわらず消費金額は前年比で増加しており、供給側の統計である小売販売金額も増加が続いている。消費者マインドも高水準での推移が続いており、2月の個人消費は前月に引き続き大幅な改善となった。
- 実質消費支出の動きを項目別に見ると、「交通・通信」が前月比+13.9%、「被服及び履物」が同+6.8%、「教養娯楽」が同+2.7%と増加し、消費全体の増加をけん引した。「光熱・水道」以外の品目全てで実質消費は増加しており、個人消費は全体として改善が続いている。
- 2月の個人消費は前月に引き続き大幅な改善となった。その要因は消費性向の上昇であり、消費者マインドの改善が消費を押し上げている構造になっており、今後は、マインドの改善による消費増から、所得増加による消費増へとスムーズなバトンタッチが行われるかが焦点となる。足下では生産の動向に持ち直しの兆しがみられており、企業活動は活発化が見込まれることから、所得環境は改善し、個人消費についても堅調な推移が続くとみている。

図表1：各種消費指標の概況

			2012年	2012年	2013年	2013年	出所
			11月	12月	1月	2月	
家計調査	実質消費支出	前年比	0.2	▲0.7	2.4	0.8	総務省
		前月比	0.1	▲0.1	1.9	2.2	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前年比	▲0.2	0.6	1.8	1.5	総務省
		前月比	0.9	0.2	▲1.1	▲2.3	経済産業省
商業販売統計	小売業	前年比	0.5	0.0	▲0.2	1.6	経済産業省
		前月比	0.3	0.0	0.5		内閣府
消費総合指数		前年比	2.2	▲1.3	0.2	0.3	日本百貨店協会
百貨店売上高		前年比	▲2.5	▲2.0	▲0.9	▲4.7	(一社)日本フランチャイズチェーン協会
コンビニエンスストア売上高		前年比	▲0.5	▲1.5	▲4.7	▲5.5	日本チェーンストア協会
スーパー売上高		前年比	0.5	▲1.0	▲2.2	▲1.3	(社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比	1.0	▲2.3	1.4		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

個人消費は改善が続く

2013年2月の家計調査によると、実質消費支出は前年比+0.8%と2ヶ月連続のプラスとなった。季節調整値で見ても前月比+2.2%と2ヶ月連続の増加、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+1.5%と3ヶ月連続の増加となった(図表2-1)。昨年がうるう年であったにもかかわらず実質消費は前年比で増加しており、供給側の統計である小売販売金額も増加が続いている。消費者マインドも高水準での推移が続いており、2月の個人消費は前月に引き続き大幅な改善となった。

主要項目の動き：自動車購入が全体をけん引

実質消費支出の動きを項目別に見ると、「交通・通信」が前月比+13.9%、「被服及び履物」が同+6.8%、「教養娯楽」が同+2.7%と増加し、消費全体の増加をけん引した。

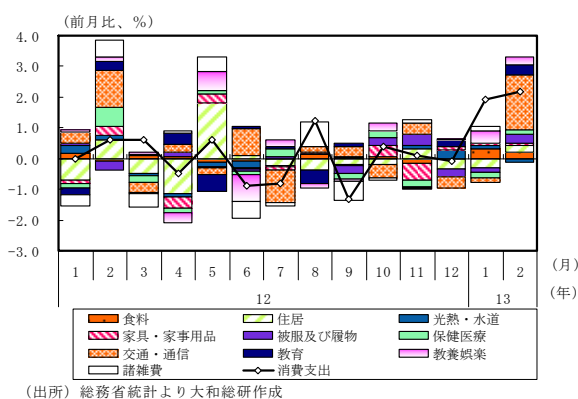
「交通・通信」では自動車購入費が大幅に増加している。自動車を購入した世帯数が増加しており、エコカー補助金終了によって減少していた自動車販売が、本格的に回復してきたとみられる。「被服及び履物」は、12月から1月にかけて冬物衣料品の販売が低調であった反動増で増加した。「教養娯楽」については、主に半耐久財の消費が増加しており、おもちゃやスポーツ用品など、娯楽品の消費が増加している模様だ。「光熱・水道」以外の品目全てで実質消費は増加しており、個人消費は全体として改善した格好である。

個人消費の増加の背景で消費性向が上昇

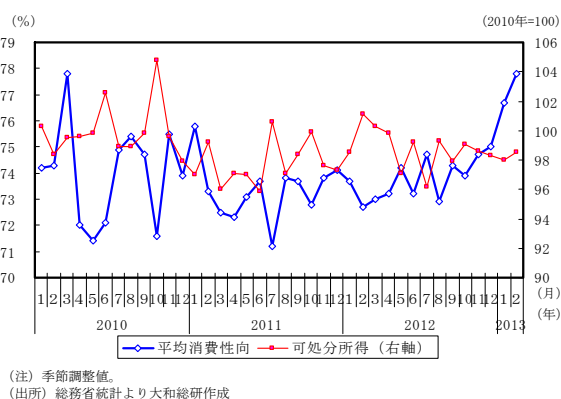
勤労世帯の実質消費支出の動向を可処分所得と平均消費性向に分解してみると、足下で可処分所得は増加していないものの、平均消費性向が顕著に上昇している。

この背景には、株価の上昇による資産効果¹や、将来の所得増を見込んだ消費の増加などがあると考えられる。株価は堅調な推移を続けており、賞与の増加による所得環境の改善は今後具体性を増してくるとみられることから、今後も消費性向は高水準での推移が続く見込みであり、個人消費の増加をけん引するだろう。

図表 2-1：実質消費支出の項目別寄与度



図表 2-2：勤労者世帯の平均消費性向と可処分所得



¹資金循環統計によれば、2012年の家計の金融資産は、株価の上昇に伴い前年比+3.1% (約47兆円) 増加している。

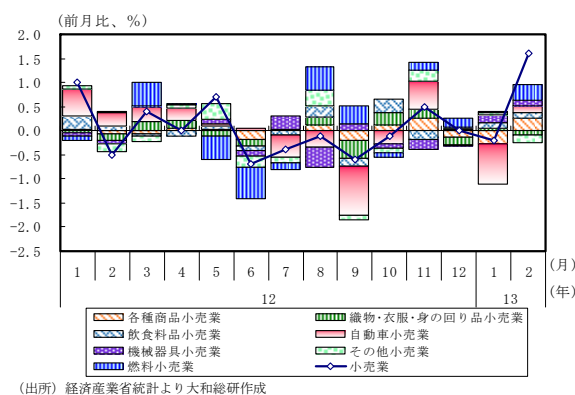
商業販売統計の小売名目販売金額は前月比+1.6%と増加

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、2月の小売業名目販売額は、季節調整済み前月比+1.6%と増加した（図表3-1）。小売業販売額の内訳を業種別に見ると、ガソリン価格の上昇などから「燃料小売業」が前月比+3.6%と増加した。また、高額品販売が好調であったことから、いわゆる百貨店や総合スーパーにあたる「各種商品小売業」が同+2.8%と増加している。「自動車小売業」、「機械器具小売業」などでも販売金額は前月から増加しており、小売販売金額も幅広い業種で増加がみられている。

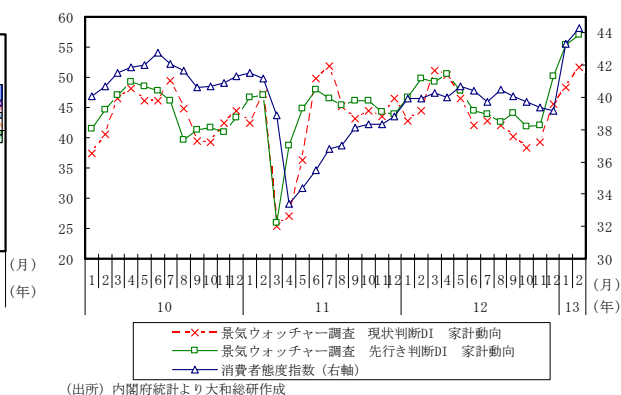
消費者マインドは2ヶ月連続の改善

2月の消費動向調査によると、消費者態度指数は、前月差+1.0ptと2ヶ月連続の上昇となった（図表3-2）。「雇用環境」に対する意識指標の上昇幅が大きいことから、企業の経営環境の改善を好感している模様だ。「収入の増え方」の意識指標も上昇が続いており、所得増加期待も高まっている。消費者態度指数には含まれないものの、「資産価値の増え方」の意識指標も上昇が続いており、株価の上昇や企業の経営環境の改善、所得環境の改善期待が消費者マインドを押し上げている。

図表 3-1：名目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



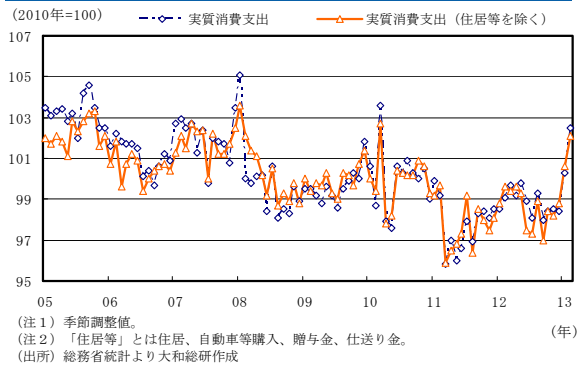
先行きの企業部門の活発化が、安定的な消費増加につながる

2月の個人消費は前月に引き続き大幅な改善となった。前述のとおり、その要因は消費性向の上昇であり、消費者マインドの改善が消費を押し上げている構造になっている。マインドの改善による消費の増加は当面続くとみているものの、安定的な消費の増加には所得の増加が不可欠である。今後は、マインドの改善による消費増から、所得増加による消費増へとスムーズなバトンタッチが行われるかどうか焦点となるだろう。

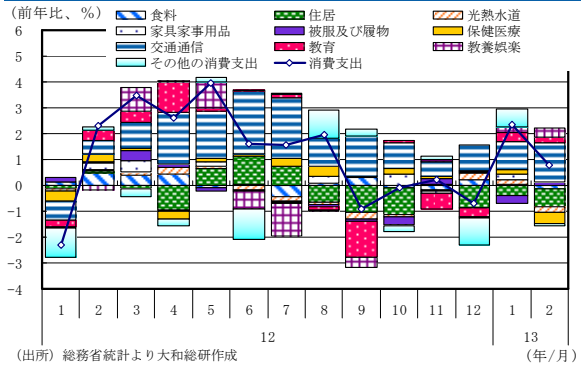
所得が安定的に増加するためには、企業部門の売上高、収益の継続的な改善が重要である。足下では生産の動向に持ち直しの兆しがみられており、企業活動は活発化が見込まれることから、所得環境は改善し、個人消費についても堅調な推移が続くとみている。

消費・概況

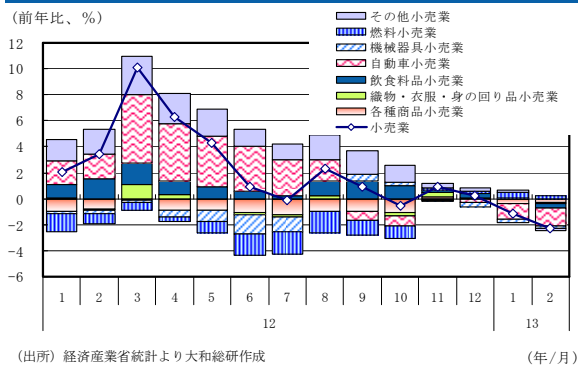
実質消費支出（家計調査、二人以上世帯）



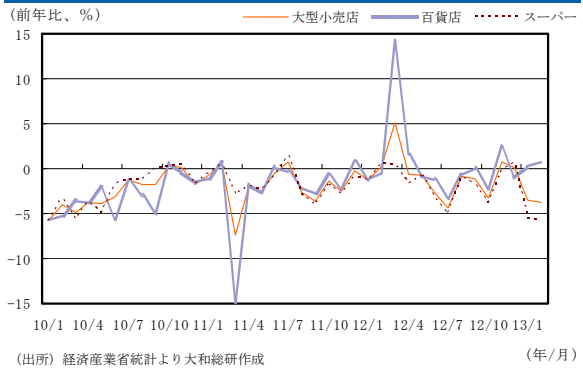
実質消費支出の項目別寄与度



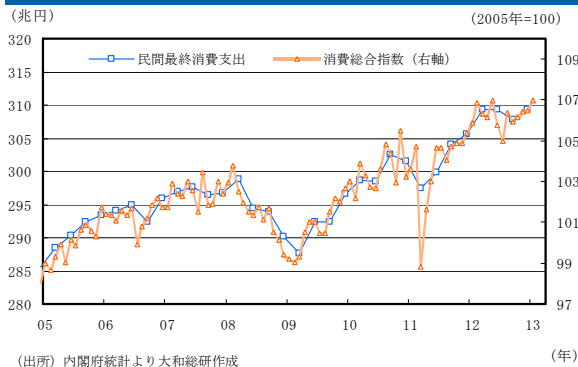
商業販売統計小売販売額の推移



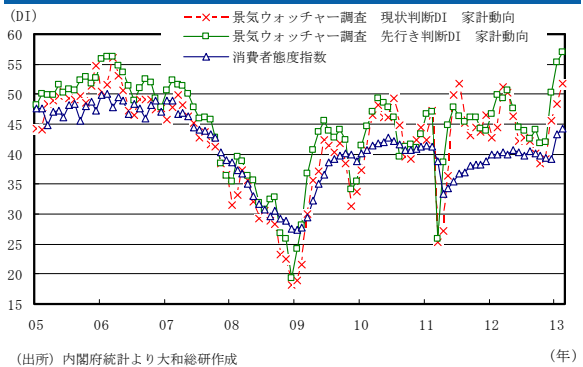
大型小売店販売額推移



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

