

Indicators Update

2013年4月30日 全5頁

3月消費統計

個人消費の増加は足踏みしたもの、堅調な推移が続く

経済調査部
エコノミスト 齋藤 勉

[要約]

- 2013年3月の家計調査によると、実質消費支出は前年比+5.2%と3ヶ月連続のプラスとなった。季節調整値で見ると前月比+2.0%と3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▲0.3%と4ヶ月ぶりの減少となった。供給側の統計である小売販売金額も減少しており、これまで続いていた個人消費の増加は3月でいったん足踏みした格好である。ただし、消費金額自体は高水準を保っており、消費者マインドの改善を背景として、個人消費は堅調な推移が続いていると言える。
- 実質消費支出の動きを項目別に見ると、「食料」が前月比+1.9%、「被服及び履物」が同+0.5%、「教養娯楽」が同+0.2%と小幅に増加した一方で、「光熱・水道」が同▲2.8%、「交通・通信」が同▲1.0%、「家具・家事用品」が同▲2.5%と減少した。
- 消費者マインドの改善による個人消費の増加は、高額品向けから徐々に身近な品目へと広がりを見せており、基調的な消費増加の下地は整い始めている。消費者マインドが冷え込まないうちに、安定的な所得増を実現する成長経路に入ることが重要であるため、内需の動向を見る上でも、生産や収益など、企業部門の動向の注視が欠かせないものとなる。2014年4月の消費税増税に向けて、徐々に駆け込みの動きも出始めると考えていることから、2013年後半に向けてさらに個人消費は増勢を強める見込みである。ただし、消費税増税前の増加は駆け込みによる一過性のものであり、反動減は避けられない。反動減から早期に脱するためにも、所得増加を背景とした基調的な消費増加が続くかどうか今後の焦点である。

図表1：各種消費指標の概況

			2012年 12月	2013年 1月	2月	3月	出所
家計調査	実質消費支出	前年比	▲0.7	2.4	0.8	5.2	総務省
		前月比	▲0.1	1.9	2.2	2.0	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前年比	0.6	1.8	1.5	▲0.3	総務省
		前月比	0.2	▲1.1	▲2.2	▲0.3	経済産業省
商業販売統計	小売業	前年比	0.0	▲0.2	1.7	▲1.4	経済産業省
		前月比	▲0.1	0.6	0.4		内閣府
	消費総合指数	前年比	▲1.3	0.2	0.3	3.9	日本百貨店協会
	百貨店売上高	前年比	▲2.0	▲0.9	▲4.7	▲0.4	(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	▲1.5	▲4.7	▲5.5	1.7	日本チェーンストア協会
	スーパー売上高	前年比	▲1.0	▲2.2	▲1.3	1.6	(社)日本フードサービス協会
	外食売上高	前年比	▲2.3	1.4	▲0.4		観光庁
	旅行取扱高	前年比					

(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

3月の個人消費は足踏みしたもの、基調で見れば堅調な推移が続く

2013年3月の家計調査によると、実質消費支出は前年比+5.2%と3ヶ月連続のプラスとなった。季節調整値で見ると前月比+2.0%と3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▲0.3%と4ヶ月ぶりの減少となった(図表2-1)。供給側の統計である小売販売金額も減少しており、これまで続けてきた個人消費の増加は3月でいったん足踏みした格好である。ただし、消費金額自体は高水準を保っており、消費者マインドの改善を背景として、個人消費は堅調な推移が続いていると言える。

主要項目の動き：一進一退の動き

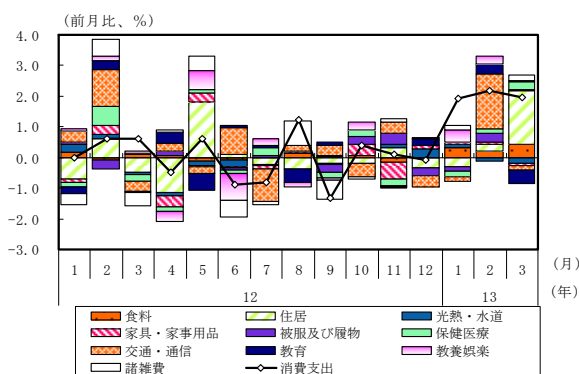
実質消費支出の動きを項目別に見ると、「食料」が前月比+1.9%、「被服及び履物」が同+0.5%、「教養娯楽」が同+0.2%と小幅に増加した一方で、「光熱・水道」が同▲2.8%、「交通・通信」が同▲1.0%、「家具・家事用品」が同▲2.5%と減少した。

「食料」は全般的に増加しているが、なかでも外食が大幅に増加しており、上昇に寄与した模様である。「被服及び履物」は、3月は好天に恵まれた日も多かったことなどから、春物の衣料品の動きが堅調であった。「交通・通信」は減少しているものの、前月の大幅増加(前月比+13.9%)に比べれば減少幅は小さい。乗用車の販売好調は続いており、全体の水準を押し上げる要因となっている。

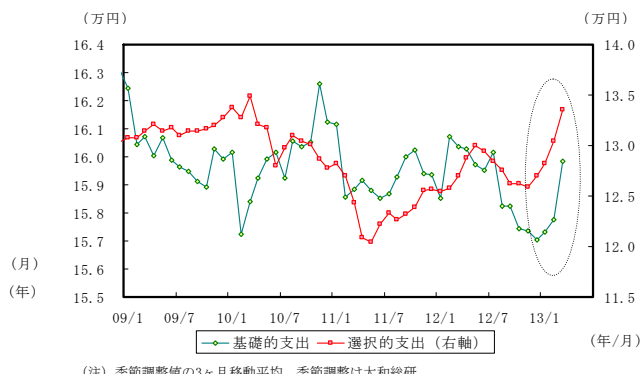
贅沢品の増加から必需品の増加へ

先月までの消費増加は、いわゆる贅沢品にあたる「選択的支出」の増加がけん引していた。しかし、3月の消費金額で見ると、いわゆる必需品である「基礎的支出」が大幅に増加しており、全体の水準を押し上げている。前述の外食向け消費金額の増加などにも象徴されるように、消費者マインドの改善は、徐々に身近な品目向けの消費の増加へと広まり始めている可能性が指摘できよう。今後は、高額品消費の動向よりもむしろ、消費全体に広がりを見せるかを注視していく必要がありそうだ。

図表 2-1：実質消費支出の項目別寄与度



図表 2-2：選択的支出と基礎的支出



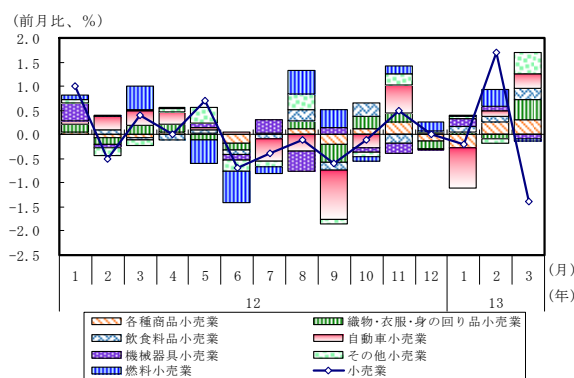
商業販売統計の名目小売販売額は前月比▲1.4%と減少

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、3月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比▲1.4%と減少した（図表 3-1）。ただし、業種別に見ると多くの業種で増加しており、減少の背景には季節調整の振れによるテクニカルな要因が少なからず影響している模様だ。業種別には、春物衣料品の販売好調により「織物・衣服・身の回り品小売業」が前月比+5.4%と増加。また、高額品販売が好調であったことから、「各種商品小売業」が同+3.1%と増加している。「自動車小売業」は同+2.6%、「飲食料品小売業」は同+0.8%と増加するなど、全般的に増加が見られており、3月の小売販売は、ヘッドラインの数字ほど悪い内容ではなかったと判断している。

消費者マインドは3ヶ月連続の改善

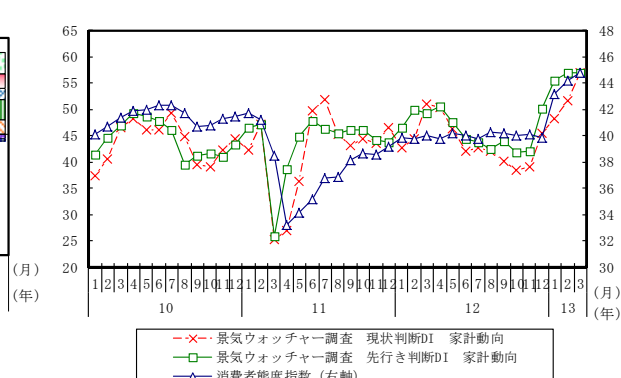
3月の消費動向調査によると、消費者態度指数は、前月差+0.6ptと3ヶ月連続で上昇し、2007年6月以来の高水準となった（図表 3-2）。「雇用環境」に対する意識指標の上昇が全体の上昇を牽引しており、企業の経営環境の改善を好感している模様だ。「耐久消費財の買い時判断」に対する意識指標は上昇が続いており、旅行やサービスなどに対する支出予定も高まりが見られることから、幅広い品目に対して消費者の購入意欲は旺盛になっているとみられる。

図表 3-1：名目小売販売額の商品別寄与度



(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

図表 3-2：消費者マインドの推移



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

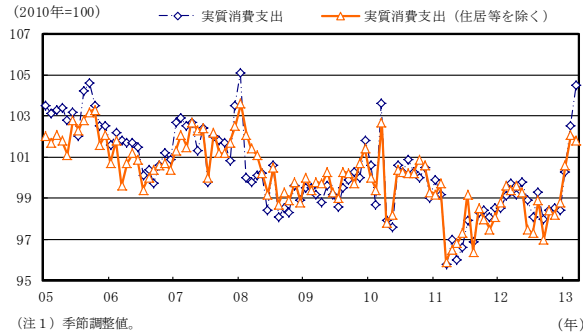
消費税増税前の駆け込み需要に向けて、消費は高水準での推移が続く見込み

消費者マインドの改善による個人消費の増加は、高額品向けから徐々に身近な品目へと広がりを見せており、基調的な消費増加の下地は整い始めている。消費者マインドが冷え込まないうちに、安定的な所得増を実現する成長経路に入ることが重要であるため、内需の動向を見る上でも、生産や収益など、企業部門の動向の注視が欠かせないものとなる。

また、2014年4月の消費税増税に向けて、徐々に駆け込みの動きも出始めると考えていることから、2013年後半に向けてさらに個人消費は増勢を強める見込みである。ただし、消費税増税前の増加は駆け込みによる一過性のものであり、反動減は避けられない。反動減から早期に脱するためにも、所得増加を背景とした基調的な消費増加が続くかどうか今後の焦点である。

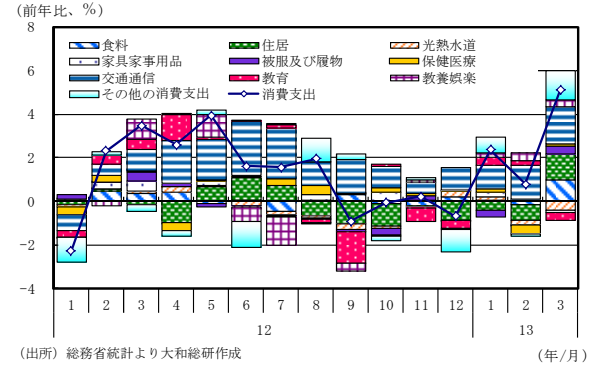
消費・概況

実質消費支出（家計調査、二人以上世帯）



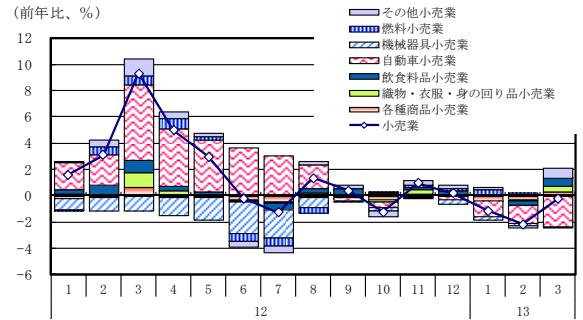
(注1) 季節調整値。
 (注2) 「住居等」とは住居、自動車等購入、贈与金、仕送り金。
 (出所) 総務省統計より大和総研作成

実質消費支出の項目別寄与度



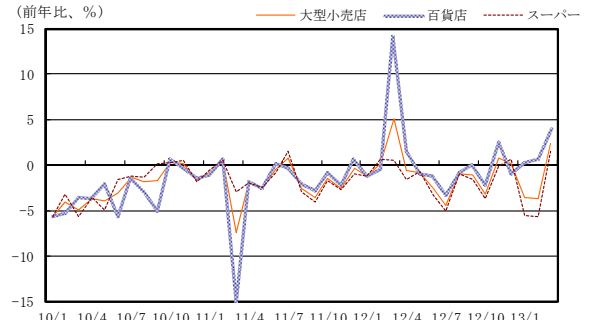
(出所) 総務省統計より大和総研作成

商業販売統計小売業販売額の推移



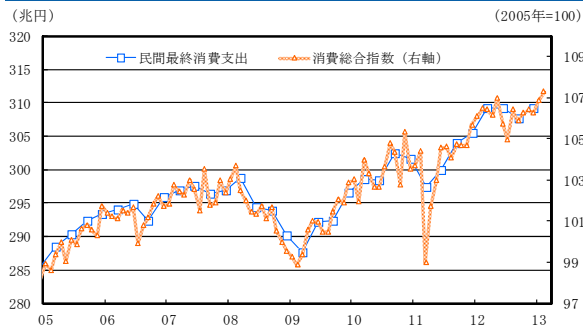
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売店販売額推移



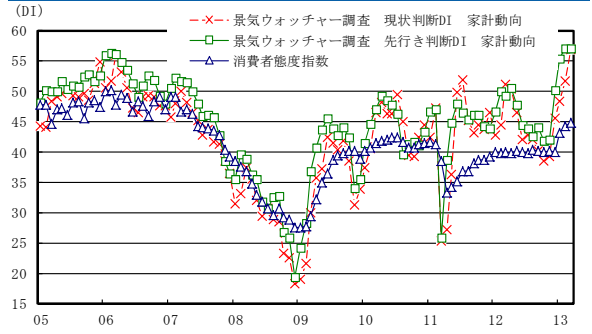
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

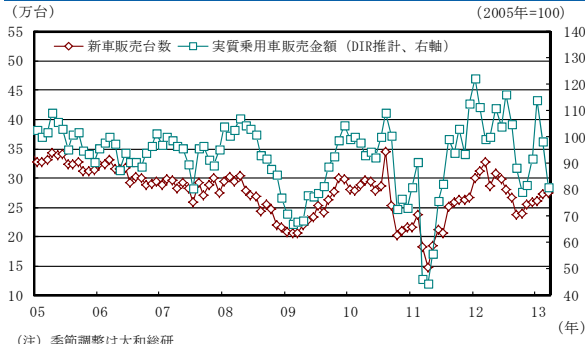
消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

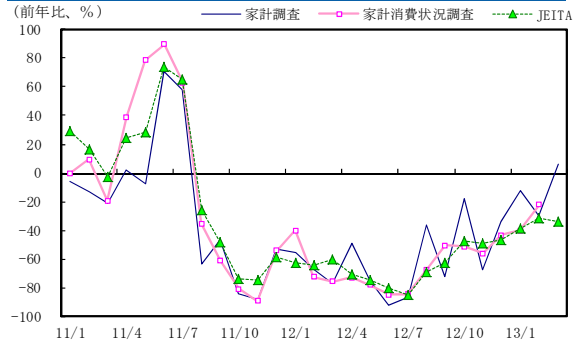
消費・協会統計

新車販売台数と実質乗用車販売金額



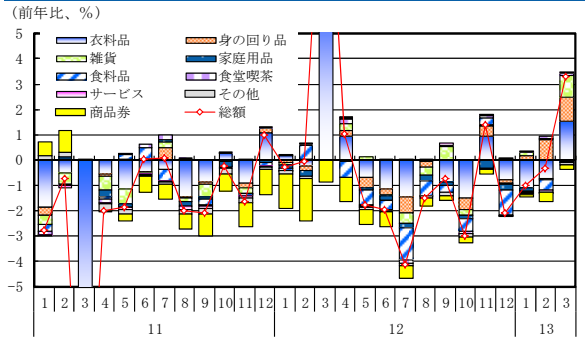
(注) 季節調整は大和総研。
 (出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会、経済産業省、総務省、財務省統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



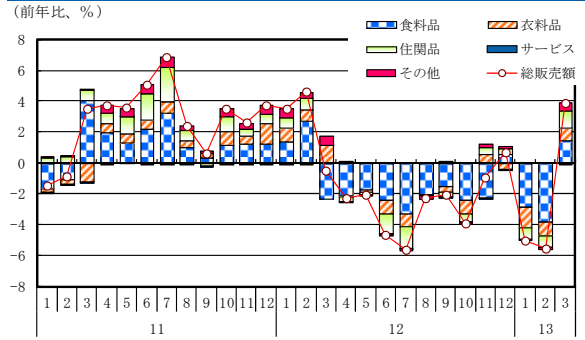
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
 (出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



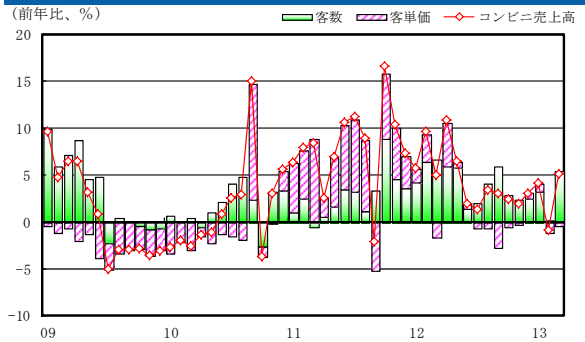
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の推移 (店舗数調整前)



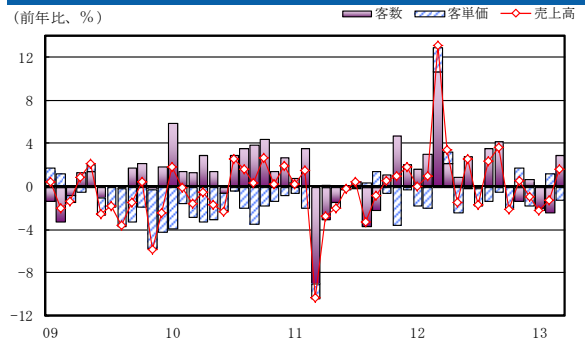
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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