

# Indicators Update

2013年5月31日 全5頁

## 4月消費統計

増加基調のなかで一時的に減少

経済調査部  
エコノミスト 齋藤 勉

### [要約]

- 2013年4月の家計調査によると、実質消費支出は前年比+1.5%と4ヶ月連続のプラスとなった。季節調整値で見ると前月比▲4.6%と4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）で見ると、同▲2.4%と2ヶ月連続の減少となった。ただし、落ち込みの要因は天候などの一時的なものであるとみられること、新車販売台数は増加が続いていることなどから、消費の増加基調は大きくは変わらないと考えている。
- 実質消費支出の動きを項目別に見ると、「家具・家事用品」が前月比+3.9%と増加した一方で、「交通・通信」が同▲12.5%、「教育」が同▲9.7%、「保健医療」が同▲7.0%、「光熱・水道」が同▲5.3%、「被服及び履物」が同▲2.3%、「教養娯楽」が同▲0.9%と総じて減少している。「食料」は前月比0.0%であった。
- 4月の消費はといったんの足踏みとなったものの、天候要因や統計の振れの影響があることや、消費者マインドが依然として高水準で推移していることから、基調としての消費は大きくは減速していないと考えている。ただし、これまでの消費拡大の背景には、株高による消費者マインドの改善に加えて、将来の所得増への期待も含まれているとみられる。そのため、今後残業代やボーナスを中心として所得環境が改善してこなければ、消費は減速する可能性もあるだろう。各種調査では2013年度夏季賞与は前年比で増加が見込まれているものの、賃金の増加が一部の業種や大企業に留まるのでは、消費を増加させる効果は限定的である。幅広い範囲で所得環境が改善するかどうかを、注視していく必要がある。

図表1：各種消費指標の概況

|               |               |     | 2013年 |      |      |      | 出所                  |
|---------------|---------------|-----|-------|------|------|------|---------------------|
|               |               |     | 1月    | 2月   | 3月   | 4月   |                     |
| 家計調査          | 実質消費支出        | 前年比 | 2.4   | 0.8  | 5.2  | 1.5  | 総務省                 |
|               |               | 前月比 | 1.9   | 2.2  | 2.0  | ▲4.6 | 総務省                 |
|               | 実質消費支出（除く住居等） | 前年比 | 1.8   | 1.5  | ▲0.3 | ▲2.4 | 総務省                 |
|               |               | 前月比 | ▲1.1  | ▲2.2 | ▲0.3 | ▲0.1 | 経済産業省               |
| 商業販売統計        | 小売業           | 前年比 | ▲0.2  | 1.7  | ▲1.5 | 0.7  | 経済産業省               |
|               |               | 前月比 | ▲0.2  | 0.6  | ▲0.1 |      | 内閣府                 |
| 消費総合指数        |               | 前年比 | 0.2   | 0.3  | 3.9  | ▲0.5 | 日本百貨店協会             |
| 百貨店売上高        |               | 前年比 | ▲0.9  | ▲4.7 | ▲0.4 | ▲2.6 | (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 | ▲4.7  | ▲5.5 | 1.7  | ▲1.9 | 日本チェーンストア協会         |
| スーパー売上高       |               | 前年比 | ▲2.2  | ▲1.3 | 1.6  | ▲0.3 | (一社)日本フードサービス協会     |
| 外食売上高         |               | 前年比 | 1.4   | ▲0.4 | ▲0.9 |      | 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

大和証券グループ 株式会社大和総研 丸の内オフィス 〒100-6756 東京都千代田区丸の内一丁目9番1号 グラントウキョウノースター

このレポートは投資勧誘を意図して提供するものではありません。このレポートの掲載情報は信頼できると考えられる情報源から作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。また、記載された意見や予測等は作成時点のものであり今後予告なく変更されることがあります。大和総研の親会社である大和総研ホールディングスと大和証券は、大和証券グループ本社を親会社とする大和証券グループの会社です。内容に関する一切の権利は大和総研にあります。無断での複製・転載・転送等をご遠慮ください。

## 4月の個人消費は増加基調のなかで一時的に減少

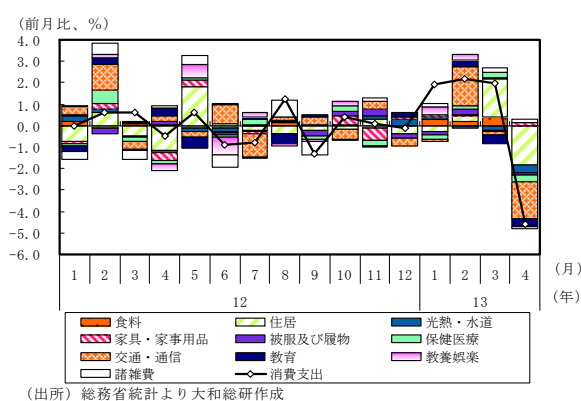
2013年4月の家計調査によると、実質消費支出は前年比+1.5%と4ヶ月連続のプラスとなった。季節調整値で見ると前月比▲4.6%と4ヶ月ぶりの減少、振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出(除く住居等)で見ると、同▲2.4%と2ヶ月連続の減少となった(図表2-1)。ただし、落ち込みの要因は天候などの一時的なものであるとみられること、新車販売台数は増加が続いていることなどから、消費の増加基調は大きくは変わらないと考えている。

### 主要項目の動き：総じて減少したが、統計の特性による振れも見られる

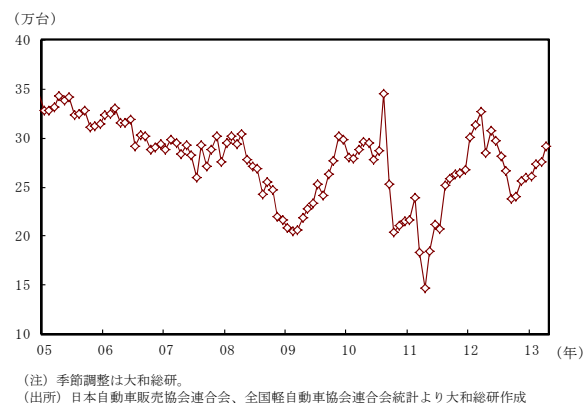
実質消費支出の動きを項目別に見ると、「家具・家事用品」が前月比+3.9%と増加した一方で、「交通・通信」が同▲12.5%、「教育」が同▲9.7%、「保健医療」が同▲7.0%、「光熱・水道」が同▲5.3%、「被服及び履物」が同▲2.3%、「教養娯楽」が同▲0.9%と総じて減少している。「食料」は前月比0.0%であった。

「交通・通信」は減少幅が大きいですが、これは家計調査のサンプルが少ないことによる振れであると考えている。日本自動車販売協会連合会による新車販売台数では増加が続いており(図表2-2)、自動車の販売は好調な推移が続いている。「被服及び履物」は、悪天候や気温の要因で春物の衣料品向け支出が減少したことなどから減少した。「教養娯楽」は前月比減少となったが、旅行を中心とする教養娯楽サービスでは増加が続いている。

図表 2-1：実質消費支出の項目別寄与度



図表 2-2：新車販売台数の推移(季節調整値)



## 商業販売統計の名目小売販売額は前月比+0.7%と増加

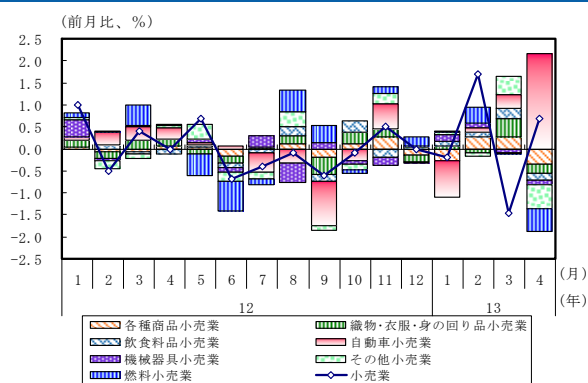
供給側から個人消費動向を捉えた商業販売統計の結果を見ると、4月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+0.7%と2ヶ月ぶりに増加した(図表3-1)。ただし、業種別に見ると自動車小売業以外の業種は減少している。自動車を除いた小売販売は4月に一旦足踏みした形になった。

業種別には、前述の通り「自動車小売業」が前月比+18.5%と大幅に上昇した。軽自動車の販売が好調であることなどをを受けて、販売金額はエコカー補助金対象期間と同程度の水準まで回復している。「織物・衣服・身の回り品小売業」は前月比▲2.9%、「各種商品小売業」は同▲3.6%、「飲食料品小売業」は同▲0.5%とそれぞれ減少している。4月は悪天候や気温の要因で衣料品販売が低調であったほか、輸入ブランド品の値上げ前の駆け込み消費に落ち着きが見られたことなどが、小売販売金額が足踏みした要因である。

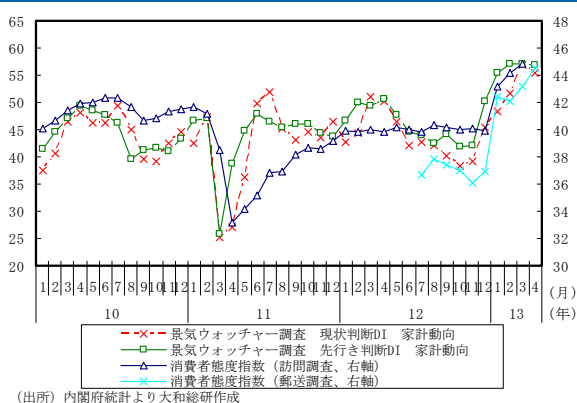
## 消費者マインドは2ヶ月連続の改善

4月の消費動向調査によると、消費者態度指数は、前月差+1.4ptと2ヶ月連続で上昇した（図表3-2）。4月公表分から調査方法が変更になったため、過去の水準との比較は困難であるものの、消費者マインドは依然として高水準での推移が続いている。

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



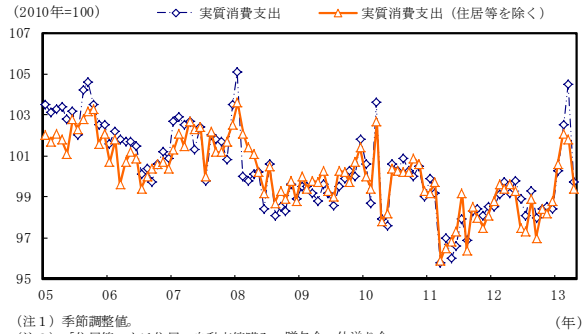
## 消費の増加基調が保てるかどうかは所得環境次第

4月の消費はいったんの足踏みとなったものの、天候要因や統計の振れの影響があることや、消費者マインドが依然として高水準で推移していることから、消費の増加基調は大きくは減速していないと考えている。ただし、これまでの消費拡大の背景には、株高による消費者マインドの改善に加えて、将来の所得増への期待も含まれているとみられる。そのため、今後残業代やボーナスを中心として所得環境が改善してこなければ、消費は減速する可能性もあるだろう。

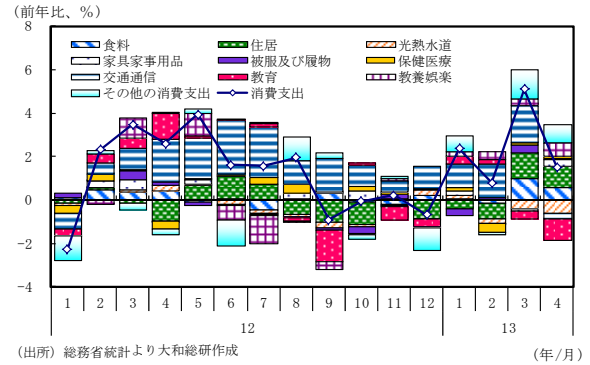
各種調査では2013年度夏季賞与は前年比で増加が見込まれているものの、賃金の増加が一部の業種や大企業に留まるのでは、消費を増加させる効果は限定的である。幅広い範囲で所得環境が改善するかどうかを、注視していく必要がある。

消費・概況

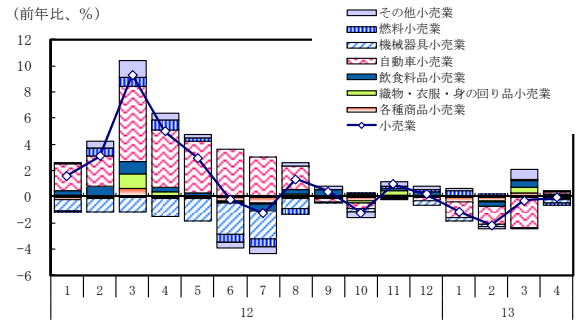
実質消費支出（家計調査、二人以上世帯）



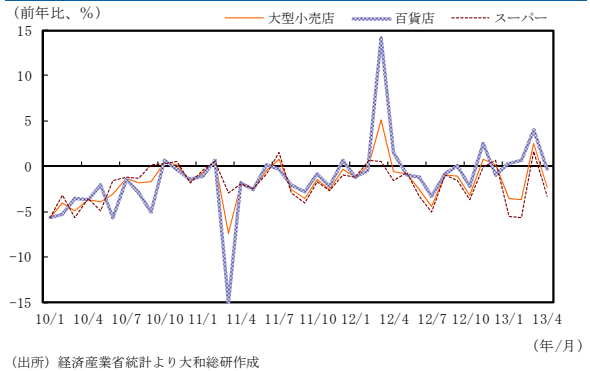
実質消費支出の項目別寄与度



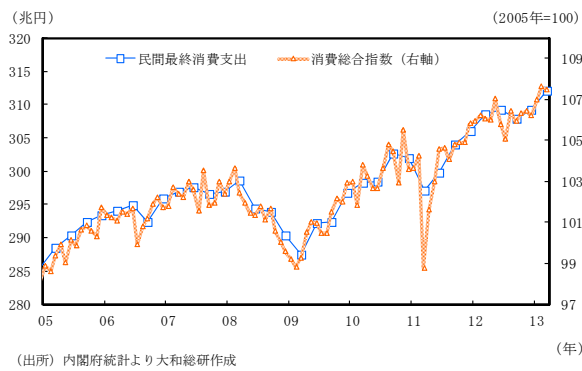
商業販売統計小売業販売額の推移



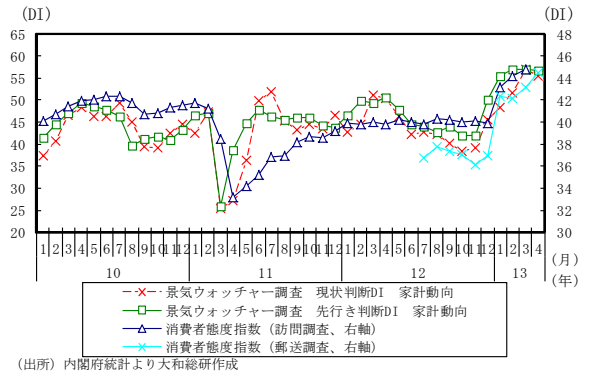
大型小売店販売額推移



GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数

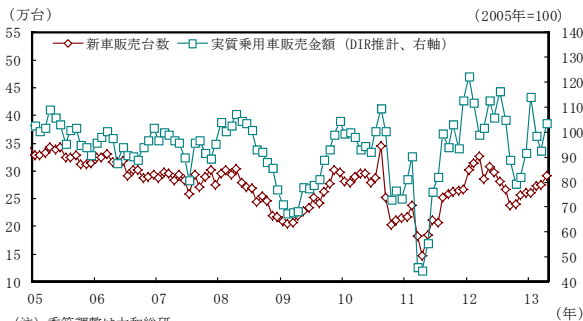


消費者マインド



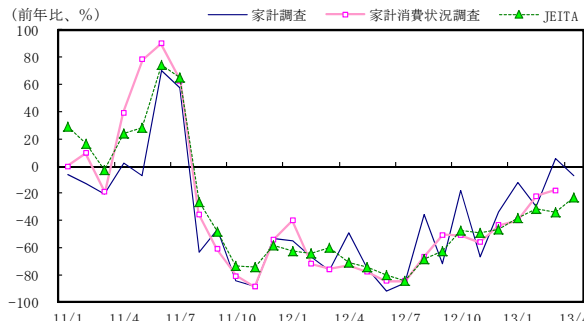
消費・協会統計

新車販売台数と実質乗用車販売金額



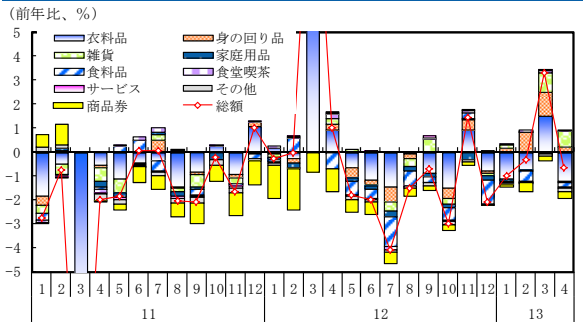
(注) 季節調整は大和総研。  
 (出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会、経済産業省、総務省、財務省統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



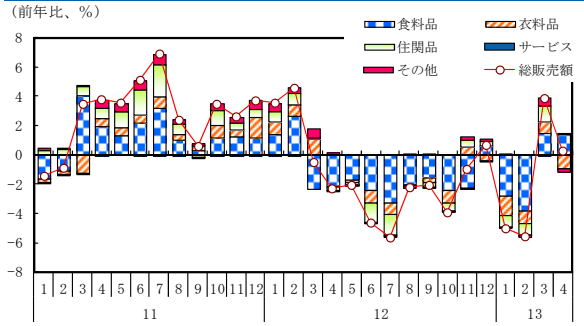
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。  
 (出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



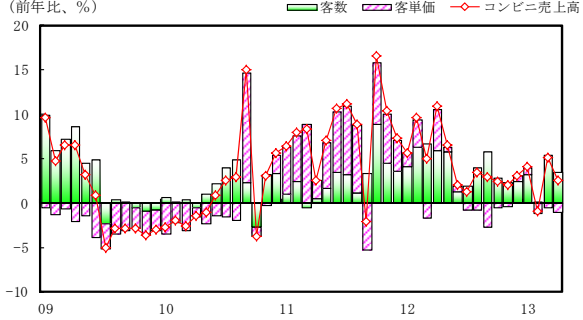
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の推移 (店舗数調整前)



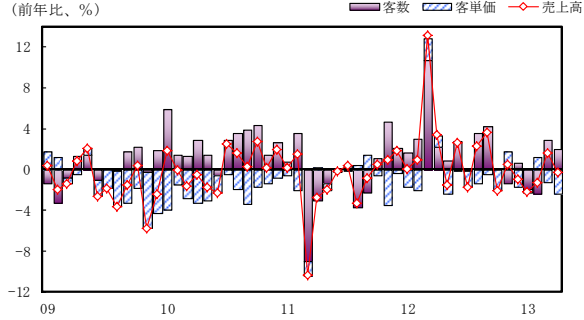
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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