

Indicators Update

2013年7月30日 全6頁

6月消費統計

マインドの悪化から一時的に足踏み

経済調査部
エコノミスト 齋藤 勉

[要約]

- 2013年6月の総務省「家計調査」によると、実質消費支出は季節調整済み前月比▲2.0%と2ヶ月ぶりの減少となった。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▲1.2%と2ヶ月ぶりに減少している。2013年初頭から増加の続いてきた個人消費は、一時的に足踏み状態にあると言えよう。
- 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+0.6%、「教養娯楽」が同+0.8%と、それぞれ小幅増となったが、その他の項目は総じて減少した。「被服及び履物」が同▲1.2%と減少し、「交通・通信」は同▲2.6%と4ヶ月連続のマイナス。「食料」は同▲0.4%と小幅減であった。「被服及び履物」は、前月大幅に増加した反動で減少したものの、6月は例年よりも気温が高かったことから、夏物衣料品などの売り上げは堅調に推移しているとみられる。「交通・通信」は4ヶ月連続の減少となったが、供給側の統計を見ても新車販売台数は減少に転じており、自動車販売の増加傾向にも一服感が見られる。「食料」に関しては、2ヶ月連続の減少となったものの、外食への支出の増加などから支出金額の水準自体は高い。
- 5月後半以降の株価急落を受けて、6月の消費者マインドは足踏みとなり、個人消費の増加傾向も一服した模様だ。ただし、消費金額は近年では高い水準に留まっており、消費の減速は経済を大きく押し下げるほどのものではない。一方、足下では、残業代やボーナスの増加を受けて所得環境は改善傾向にある。今後は所得環境が消費の増加に繋がる自律的な回復経路に復していくことになるだろう。

図表1：各種消費指標の概況

		2013年				出所	
		3月	4月	5月	6月		
家計調査	実質消費支出	前年比	5.2	1.5	▲1.6	▲0.4	総務省
		前月比	2.0	▲4.6	0.1	▲2.0	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比	▲0.3	▲2.4	1.3	▲1.2	総務省
商業販売統計	小売業	前年比	▲0.3	▲0.2	0.8	1.6	経済産業省
		前月比	▲1.5	0.6	1.5	▲0.2	経済産業省
消費総合指数		前月比	▲0.1	0.2	0.6		内閣府
百貨店売上高		前年比	3.9	▲0.5	2.6	7.2	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比	▲0.4	▲2.6	▲1.2	0.1	(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	1.7	▲1.9	▲1.2	2.7	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比	1.6	▲0.3	3.3	3.6	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比	▲0.9	▲1.6	1.7		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

6月の実質消費支出（除く住居等）は減少。個人消費は一時的に足踏み

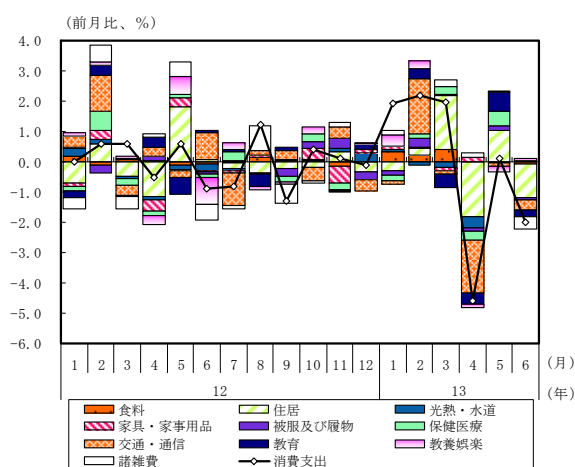
2013年6月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比▲2.0%と2ヶ月ぶりの減少となった。振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）で見ても、同▲1.2%と2ヶ月ぶりに減少している。2013年初頭から増加の続いてきた個人消費は、一時的に足踏み状態にあると言えよう。

主要項目の動き：総じて減少

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+0.6%、「教養娯楽」が同+0.8%と、それぞれ小幅増となったが、その他の項目は総じて減少した。「被服及び履物」が同▲1.2%と減少し、「交通・通信」は同▲2.6%と4ヶ月連続のマイナス。「食料」は同▲0.4%と小幅減であった。

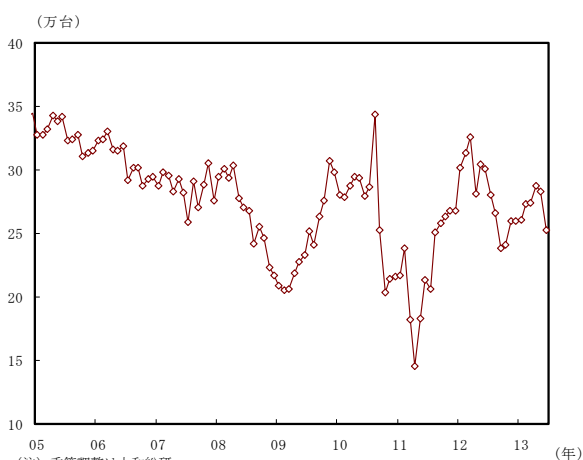
「被服及び履物」は、前月大幅に増加した反動で減少したものの、6月は例年よりも気温が高かったことから、夏物衣料品などの売り上げは堅調に推移しているとみられる。「交通・通信」は4ヶ月連続の減少となったが、供給側の統計を見ても新車販売台数は減少に転じており（図表2-2）、自動車販売の増加傾向にも一服感が見られる。「食料」に関しては、2ヶ月連続の減少となったものの、外食への支出の増加などから支出金額の水準自体は高い。

図表 2-1：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 2-2：新車販売台数の推移（季節調整値）



(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統計より大和総研作成

商業販売統計の名目小売販売額は前月比▲0.2%と3ヶ月ぶりの減少

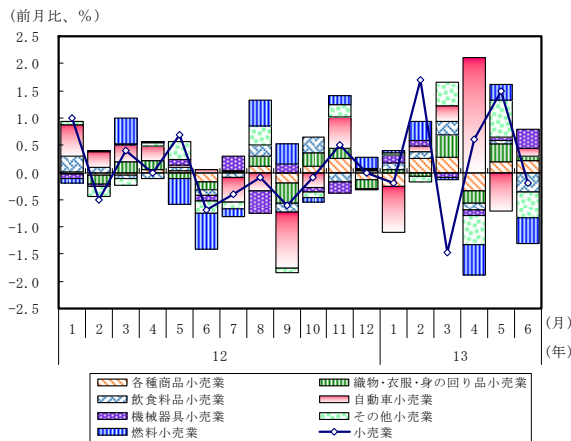
供給側から個人消費動向を捉えた商業販売統計の結果を見ると、6月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比▲0.2%と3ヶ月ぶりに減少した（図表3-1）。

業種別に見ると、7月に値上げをした一部の輸入ブランド品で駆け込み需要が出たことや、セールの前倒しの影響で、いわゆる百貨店が含まれる「各種商品小売業」が同+2.2%増加した。6月は例年と比べ気温が高く、夏物衣料品が好調であったため、「織物・衣服・身の回り品小売業」も同+1.2%と増加。また、「自動車小売業」が同+1.2%、「機械器具小売業」は同+4.9%とそれぞれ増加した。一方で、ガソリン価格高騰が続き、販売数量が減少したとみられることから「燃料小売業」は同▲4.8%とマイナス。「飲食物品小売業」も同▲1.2%と減少した。

消費者マインドは6ヶ月ぶりの悪化

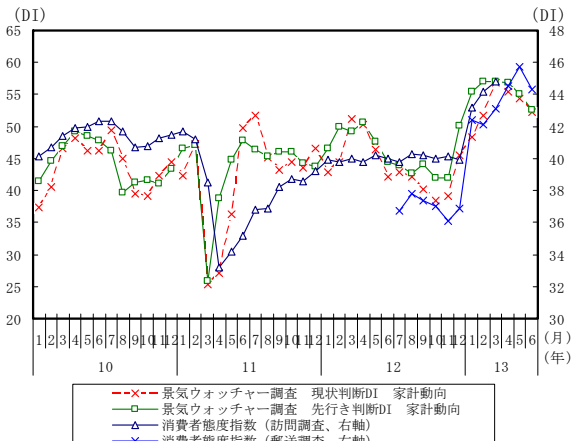
6月の消費動向調査によると、消費者態度指数は、前月差▲1.4ptと6ヶ月ぶりに低下した(図表3-2)。5月後半以降の株価急落を受けて、消費者マインド改善の動きは小休止となった形だ。ただし、消費者態度指数の水準自体は高いこと、6月後半以降株価は再度上昇に転じていることなどから、消費者マインドの悪化は一時的なものにとまるとみている。

図表3-1：名目小売販売額の業種別寄与度



(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

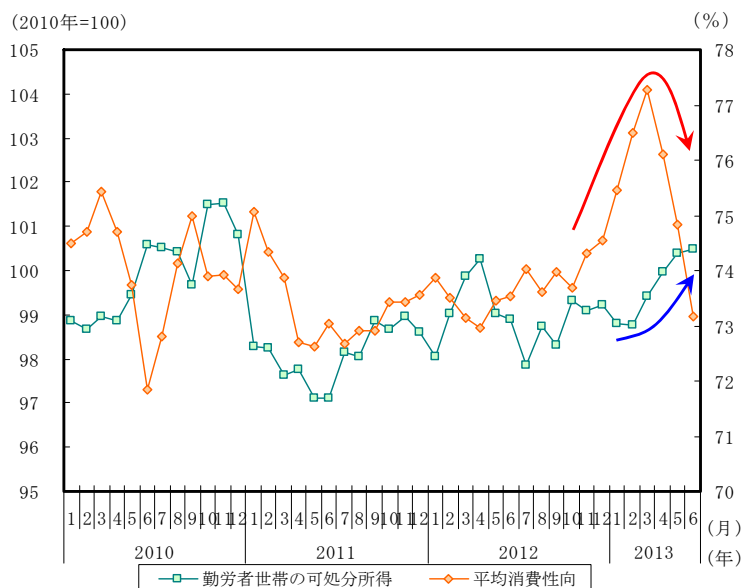


(出所) 内閣府統計より大和総研作成

消費は足踏みしたもの、所得増加が消費増加に繋がる自律的回復経路に復していく見込み

5月後半以降の株価急落を受けて、6月の消費者マインドは足踏みとなり、個人消費の増加傾向も一服した模様だ。ただし、消費金額は近年では高い水準に留まっており、消費の減速は経済を大きく押し下げるほどのものではない。一方、足下では、残業代やボーナスの増加を受けて所得環境は改善傾向にある。今後は所得環境が消費の増加に繋がる自律的な回復経路に復していくことになるだろう。

図表4：勤労者世帯の平均消費性向と実質可処分所得

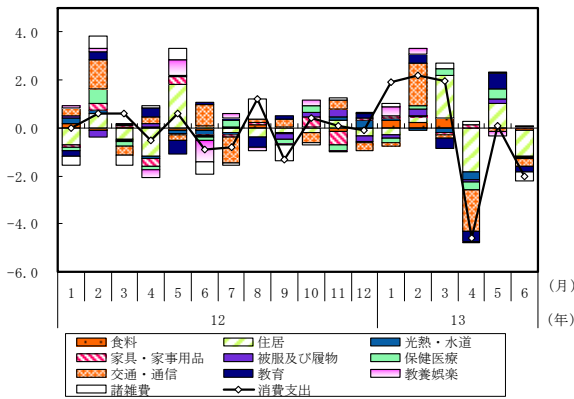


(注) 季節調整値の3ヶ月移動平均。
(出所) 総務省統計より大和総研作成

消費・概況①

実質消費支出の項目別寄与度

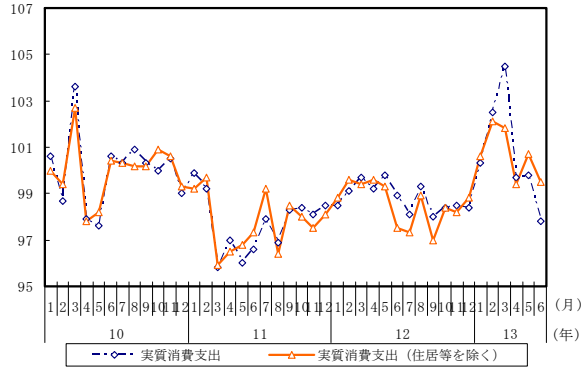
(前月比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

実質消費支出 (家計調査、二人以上世帯)

(2010年=100)



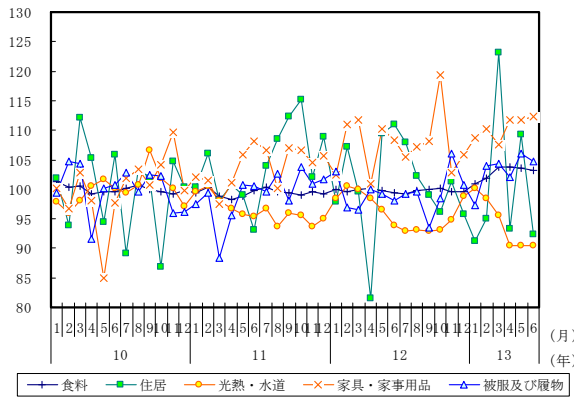
(注1) 季節調整値。

(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

項目別実質消費①

(2010年=100)

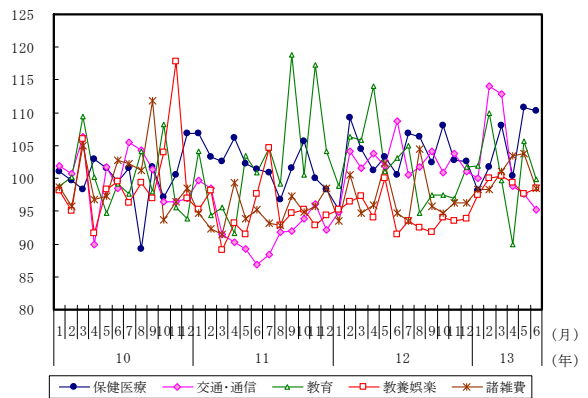


(注) 季節調整値。

(出所) 内閣府統計より大和総研作成

項目別実質消費②

(2010年=100)

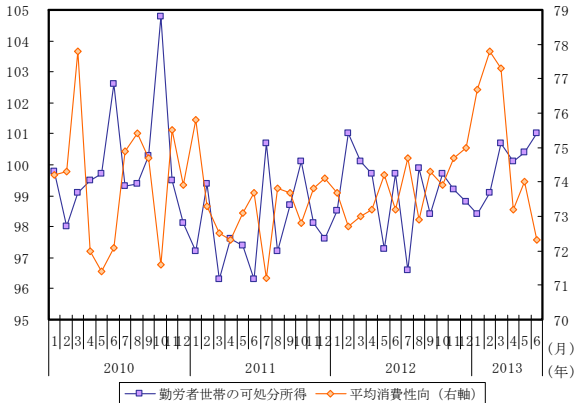


(注) 季節調整値。

(出所) 内閣府統計より大和総研作成

勤労者世帯の可処分所得と平均消費性向

(2010年=100)

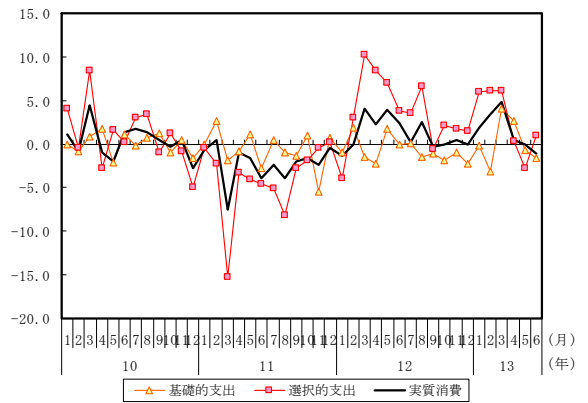


(注) 季節調整値。

(出所) 総務省統計より大和総研作成

基礎的支出と選択的支出

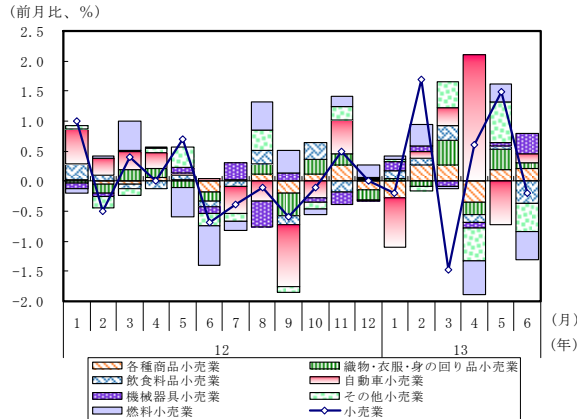
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

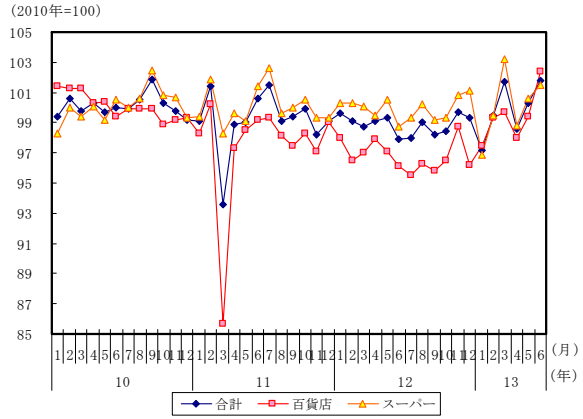
消費・概況②

商業販売統計小売業販売額の推移



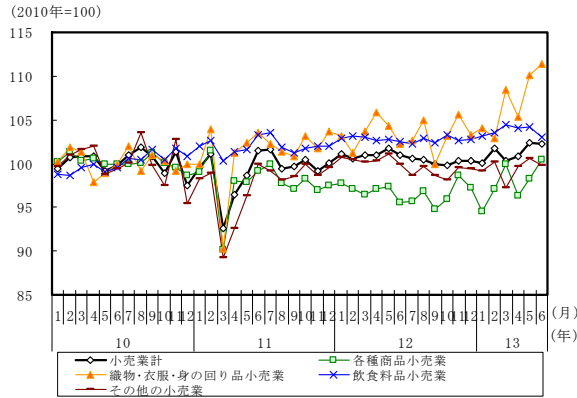
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



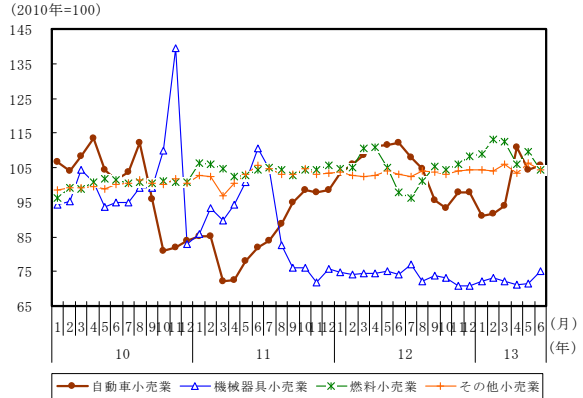
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



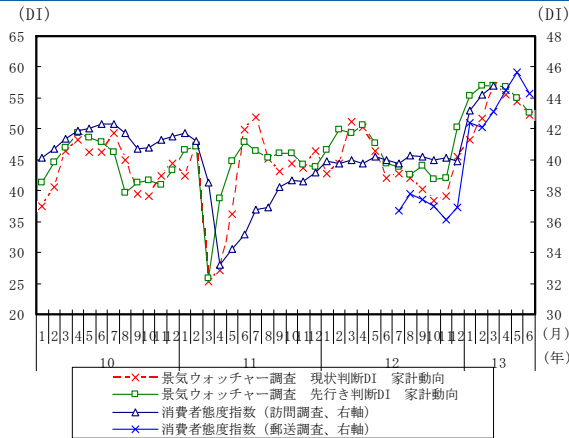
(注) 其他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、其他小売業。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



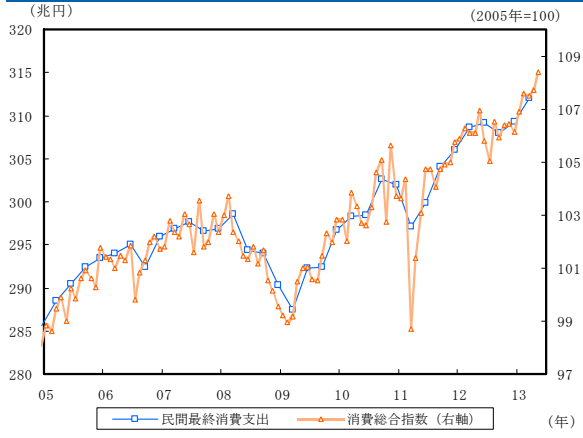
(注) 其他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

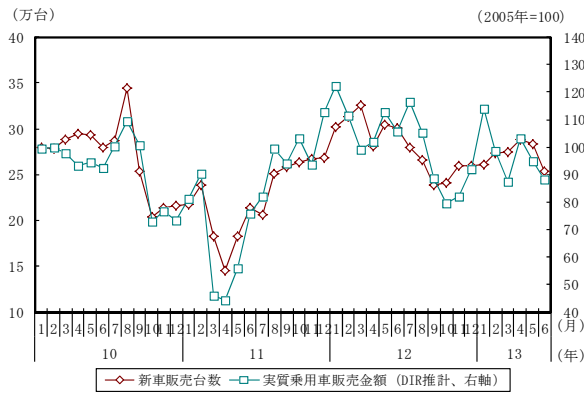
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

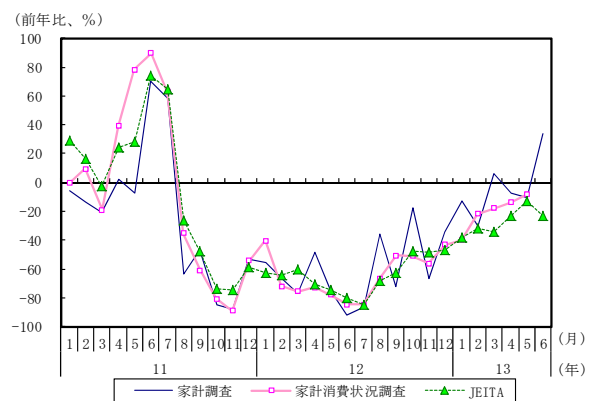
消費・協会統計

新車販売台数と実質乗用車販売金額



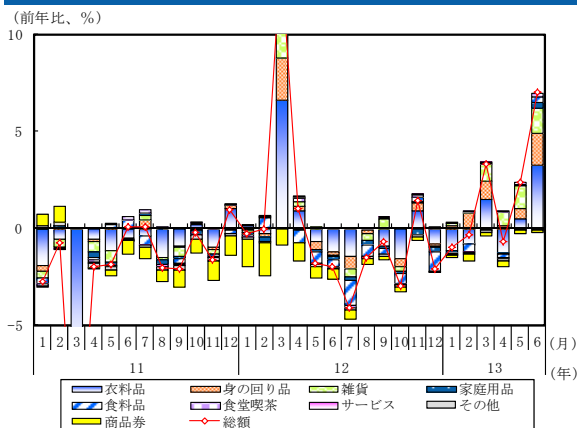
(注) 季節調整は大和総研。
 (出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会、経済産業省、総務省、財務省統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



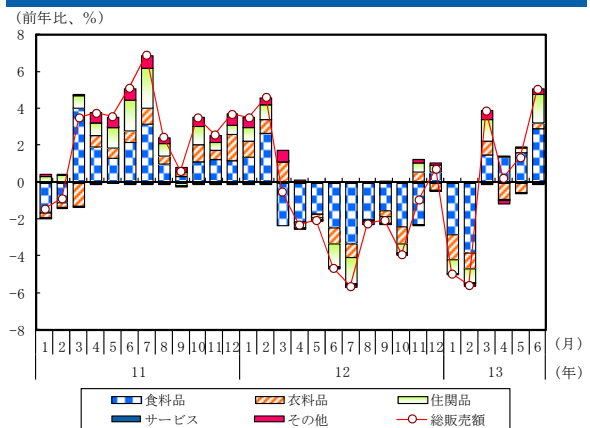
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
 (出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



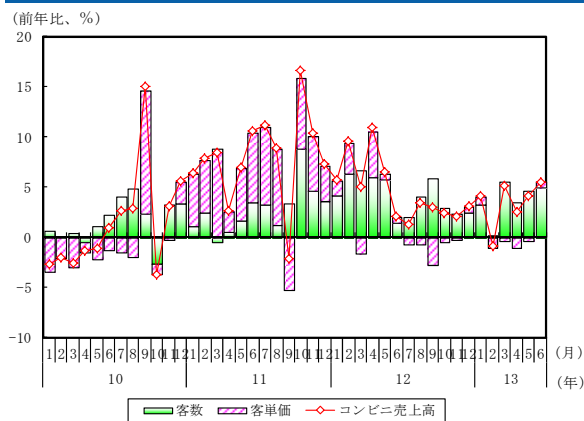
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



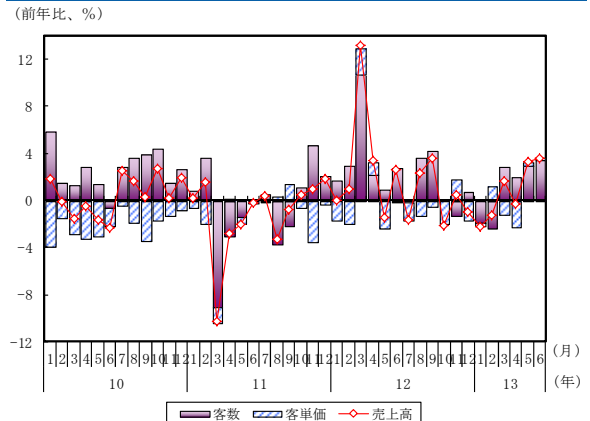
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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