

Indicators Update

2013年8月30日 全7頁

7月消費統計

衣料品の販売不調が全体を下押し

経済調査部
エコノミスト 齋藤 勉

[要約]

- 2013年7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+0.9%と2ヶ月ぶりの増加となった。ただし、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▲0.4%と2ヶ月連続で減少している。衣料品の販売不調が全体を押し下げたが、7月の上旬から中旬にかけて、例年よりも気温が高かった影響でエアコン販売が好調など、良い動きも見られている。
- 商業販売統計の名目小売販売額は前月比▲1.8%と2ヶ月連続で減少し、消費動向調査の消費者態度指数は前月差▲0.7ptと2ヶ月連続で低下した。
- 以上を総括すると、7月の消費は衣料品の減少を主因に落ち込んだものの、基調としては横ばいで推移している。消費者マインドが高水準ながらも弱含む中で、所得環境の改善も緒についたばかりであることが背景にある。
- 今後は、企業業績の改善と、労働需給の引き締まりが、所得環境を改善させていく見込みである。個人消費は再度増加トレンドに入る可能性が高い。2014年4月に予定されている消費税増税を前に、2013年末頃から駆け込み需要も発現するだろう。所得環境の改善と駆け込み需要によって、個人消費は増加傾向を強めていくとみている。

図表1：各種消費指標の概況

		2013年				出所	
		4月	5月	6月	7月		
家計調査	実質消費支出	前年比	1.5	▲1.6	▲0.4	0.1	総務省
		前月比	▲4.6	0.1	▲2.0	0.9	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比	▲2.4	1.3	▲1.2	▲0.4	総務省
商業販売統計	小売業	前年比	▲0.2	0.8	1.6	▲0.3	経済産業省
		前月比	0.6	1.5	▲0.2	▲1.8	経済産業省
消費総合指数		前月比	0.4	0.6	▲0.7		内閣府
百貨店売上高		前年比	▲0.5	2.6	7.2	▲2.5	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比	▲2.6	▲1.2	0.1	▲0.8	(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	▲1.9	▲1.2	2.7	▲0.5	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比	▲0.3	3.3	3.6	0.1	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比	▲1.6	1.7	1.3		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

7月の実質消費支出（除く住居等）は2ヶ月連続で減少

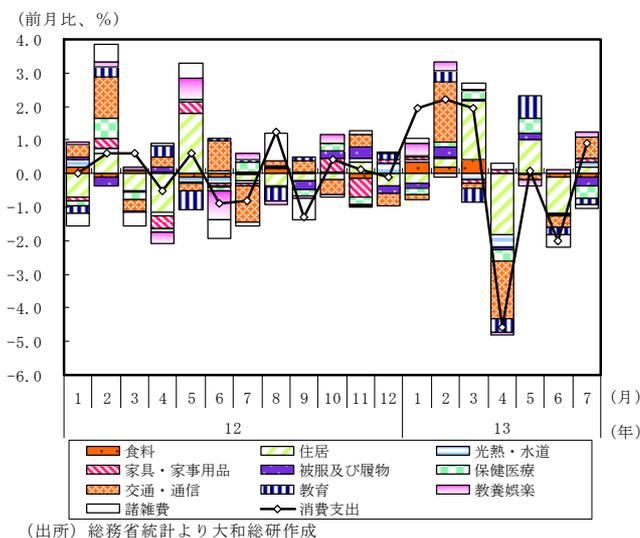
2013年7月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比+0.9%と2ヶ月ぶりの増加となった。ただし、振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）で見ると、同▲0.4%と2ヶ月連続で減少している。衣料品の販売不調が全体を押し下げたが、7月の上旬から中旬にかけて例年よりも気温が高かった影響で、エアコン販売が好調など、良い動きも見られており、基調としては横ばいの推移が続いているとみている。

主要項目の動き：「保健医療」、「被服及び履物」の減少が全体を下押し

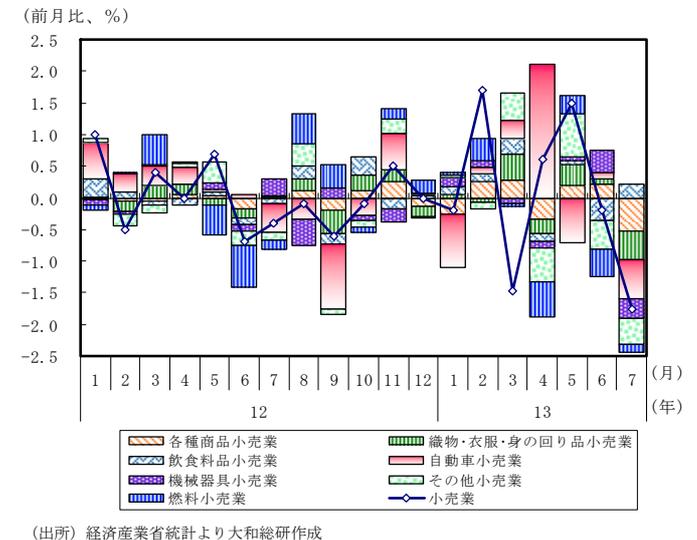
実質消費支出の動きを項目別に見ると、「交通・通信」が前月比+4.9%、「住居」が同+3.1%、「家具・家事用品」が同+3.5%、「光熱・水道」が同+2.2%、「教養娯楽」が同+1.4%と増加した。一方で、「保健医療」が同▲7.4%、「被服及び履物」が同▲5.2%、「教育」が同▲4.5%、「食料」が同▲0.5%とそれぞれ減少した。

「被服及び履物」の減少は、百貨店のセールが6月に前倒しされたため、夏物衣料品需要が息切れしたことが主因であり、秋物商戦に入れば需要は回復するだろう。「家具・家事用品」や「光熱・水道」の増加は、上旬から中旬にかけて気温が例年よりも高く推移したことが影響しているとみられる。特に、6月以降は「エアコンディショナ」の動きが堅調である。

図表2：実質消費支出の項目別寄与度



図表3：名目小売販売額の業種別寄与度



商業販売統計の名目小売販売額は前月比▲1.8%と2ヶ月連続の減少

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、7月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比▲1.8%と2ヶ月連続で減少した（図表3）。

業種別に動きを確認すると、7月に値上げをした一部の輸入ブランド品で販売が減少したことや、セールを6月に前倒した店舗で売り上げが減少したことから「各種商品小売業」が同▲5.4%、「織物・衣服・身の回り品小売業」が同▲5.9%と大幅に減少した。堅調な推移が続いていた自動車販売に一服感が見られたことから、「自動車小売業」も同▲5.2%と減少した。「機

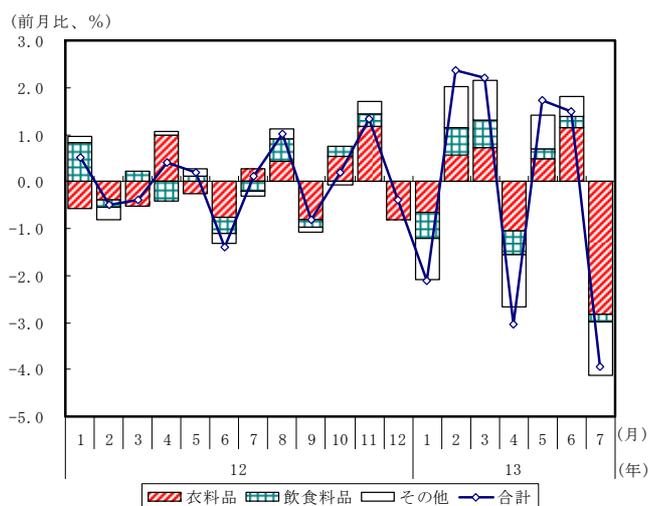
「器具小売業」は同▲4.5%、「燃料小売業」は同▲1.1%と減少した。「飲食料品小売業」は同+0.7%と増加したが、野菜の相場高が影響しているとみられる。

大型小売店の商品別販売額で見ると、「衣料品」の落ち込みが全体を大きく押し下げている(図表4)。7月に幅広く小売販売額は減少したが、主因は「衣料品」であると判断してよいだろう。

消費者マインドは2ヶ月連続の悪化

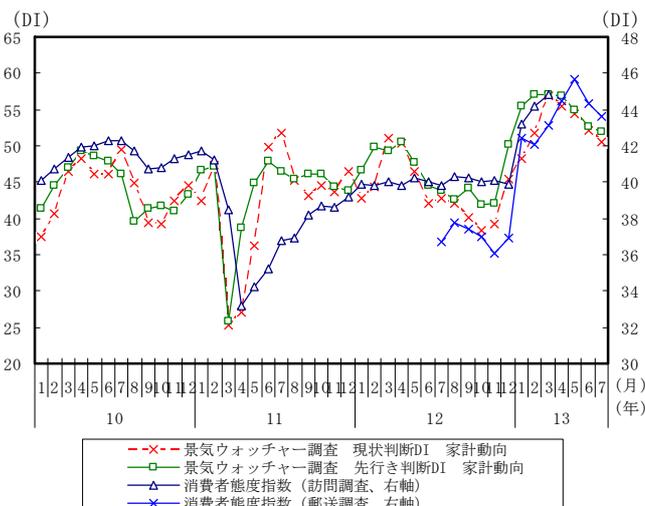
7月の消費動向調査によると、消費者態度指数は、前月差▲0.7ptと2ヶ月連続で低下した(図表5)。5月後半以降株価が低迷していることが、消費者マインドを下押ししているとみられる。また、輸入物価の上昇を受けて消費者物価も上昇していることや、消費税増税議論が高まっていることを背景に、調査家計の86%が1年後の物価上昇を見込んでいる。こうした物価上昇への不安感が消費者マインドを下押ししている可能性もあるだろう。消費者物価はエネルギー価格の上昇を背景に、今後も上昇を続ける見込みであり、消費税増税も予定通り行われる可能性が高い。消費者マインドは、当面横ばい圏での推移が続くとみている。

図表4：大型小売店商品別販売額



(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

図表5：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

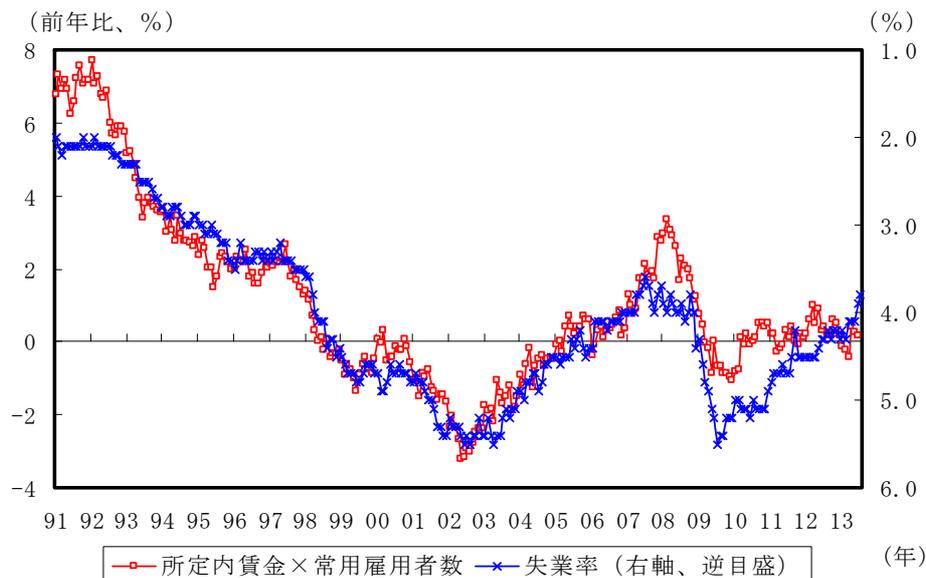
雇用環境の改善が、労働需給の面からも所得改善をサポート

本日公表された労働力調査によると、7月の失業率は3.8%と2008年10月以来の水準まで低下した。過去の傾向を見ると、失業率はマクロで見た所定内給与(一人当たり所定内賃金×雇員数)との連動性が非常に高い(図表6)。

足下では、生産の増加と企業業績の改善が所定外給与、特別給与を押し上げることで、賃金は緩やかに上昇に転じている。今後は、雇用環境の改善が所定内給与を押し上げるとみられるため、所得環境の改善傾向が強まるだろう¹。

¹ ただし、労働需給の改善だけでは所得環境の改善には限界があり、本格的な所得環境の改善には構造改革が不可欠である。詳細は「アベノミクスの鍵を握る賃金の行方」(齋藤勉、大和総研レポート、2013年6月24日)を参照されたい。(http://www.dir.co.jp/research/report/japan/sothers/20130624_007348.html)

図表 6 : 労働需給と所定内給与



(出所) 総務省、厚生労働省統計より大和総研作成

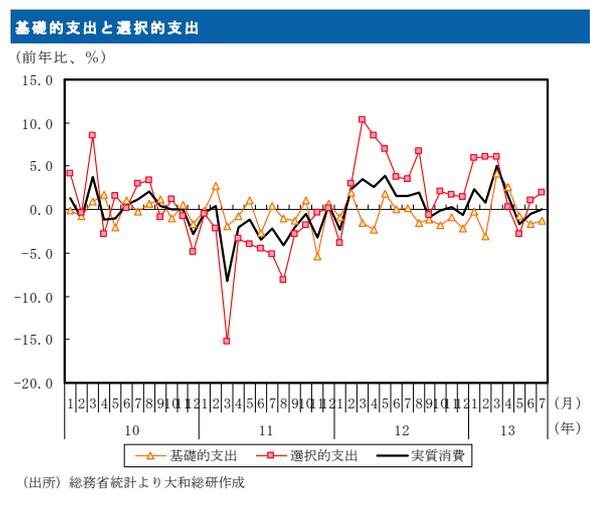
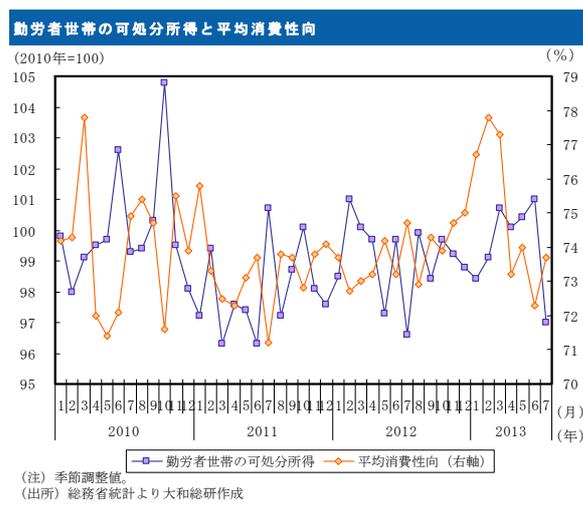
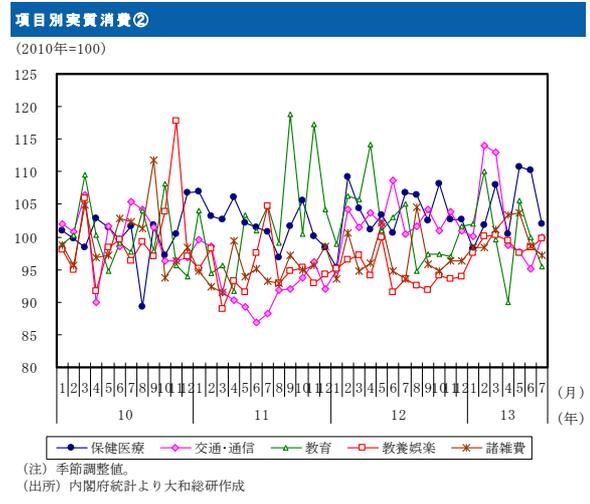
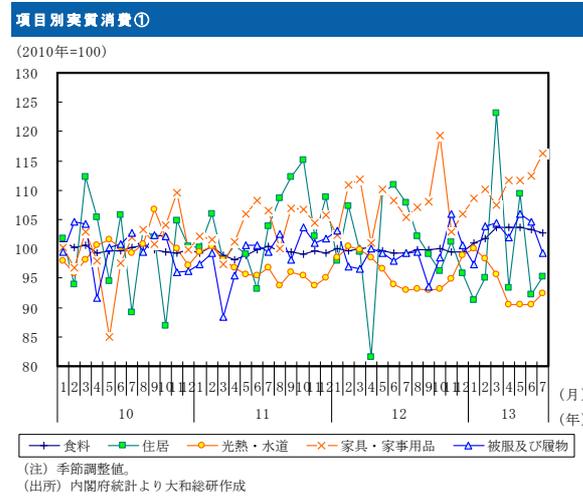
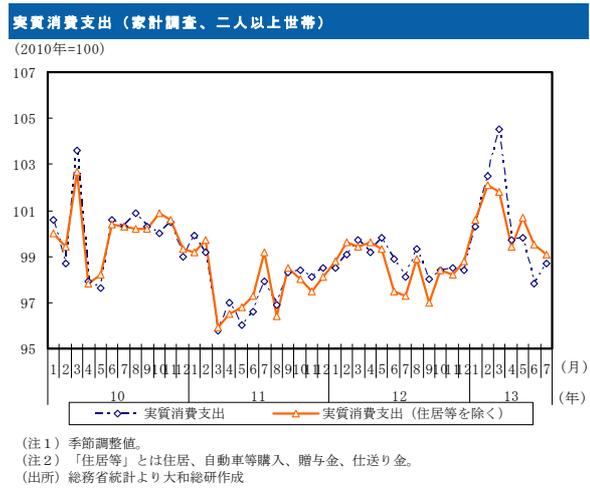
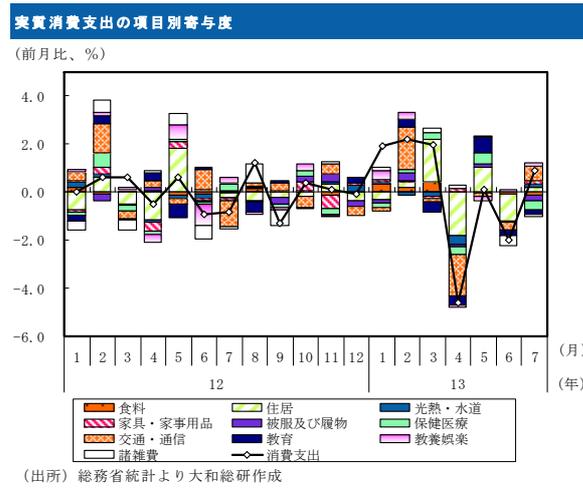
個人消費は横ばい圏の推移

以上を総括すると、7月の消費は衣料品の減少を主因に落ち込んだものの、基調としては横ばいで推移している。消費者マインドが高水準ながらも弱含む中で、所得環境の改善も緒についたばかりであることが背景にある。

先行きは、所得環境の改善と駆け込み需要で個人消費は増勢を強めていく見込み

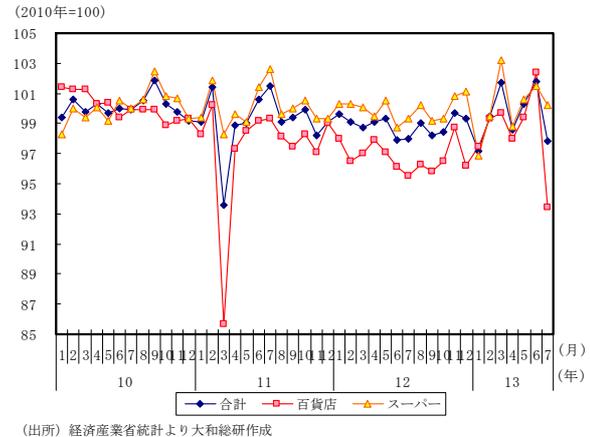
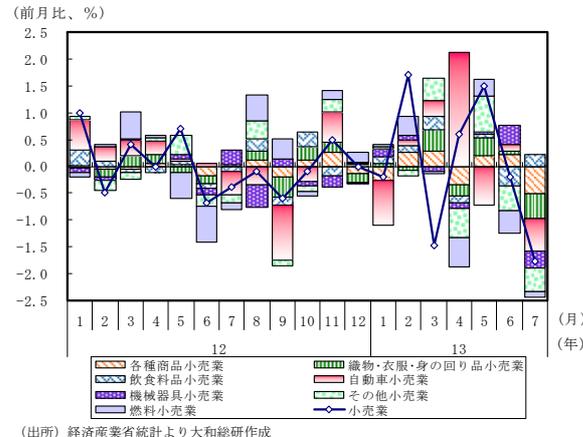
今後は、企業業績の改善と、労働需給の引き締まりが、所得環境を改善させていく見込みである。個人消費は再度増加トレンドに入る可能性が高い。2014年4月に予定されている消費税増税を前に、2013年末頃から駆け込み需要も発現するだろう。所得環境の改善と駆け込み需要によって、個人消費は増勢を強めていくとみている。

消費・概況①

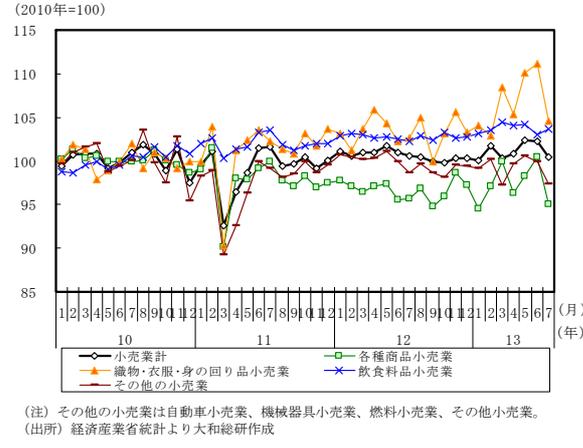


消費・概況②

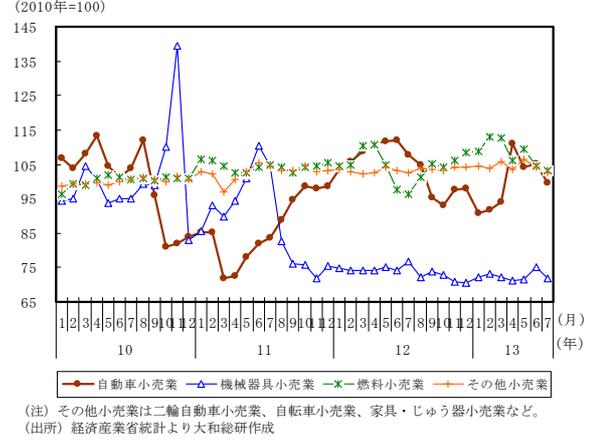
商業販売統計小売業販売額の推移 **大型小売店業態別商品販売額**



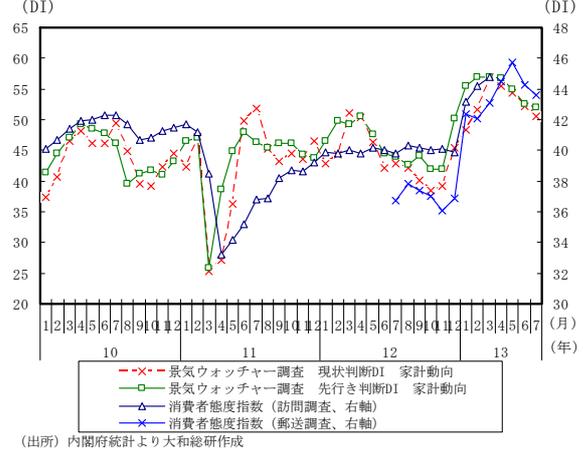
業種別小売販売①



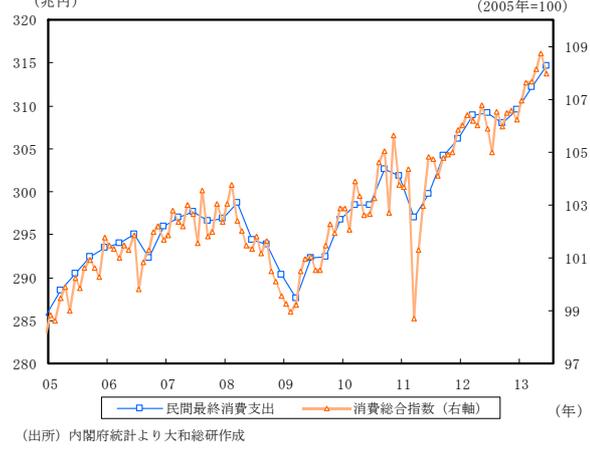
業種別小売販売②



消費者マインド

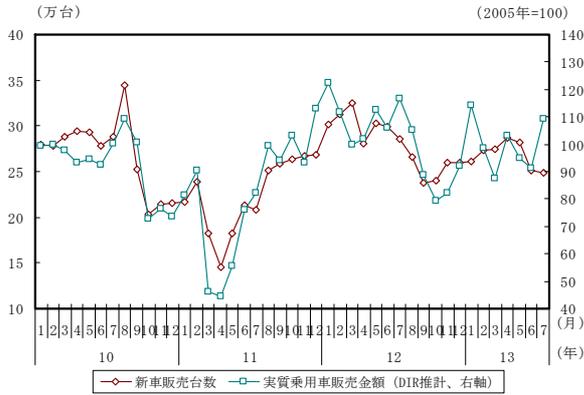


GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



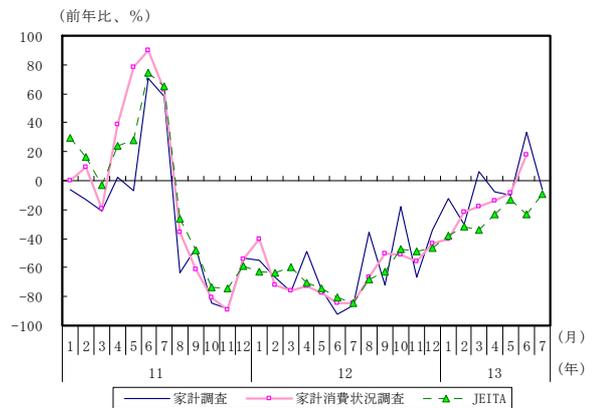
消費・協会統計

新車販売台数と実質乗用車販売金額



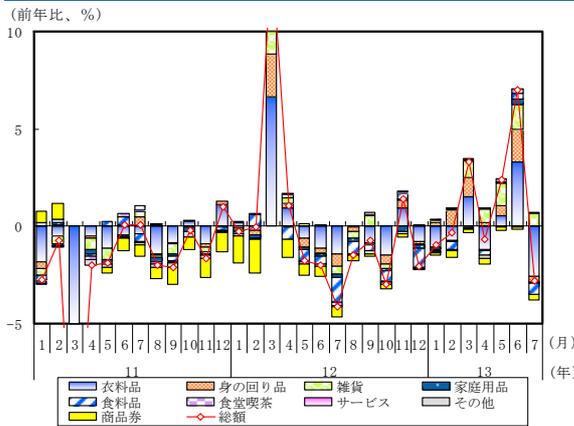
(注) 季節調整は大和総研。
 (出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会、経済産業省、総務省、財務省統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



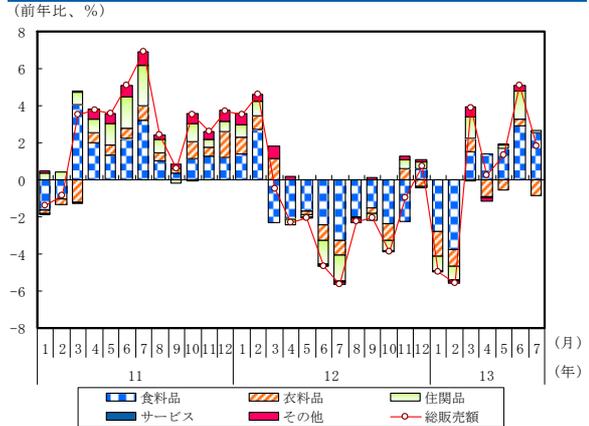
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
 (出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



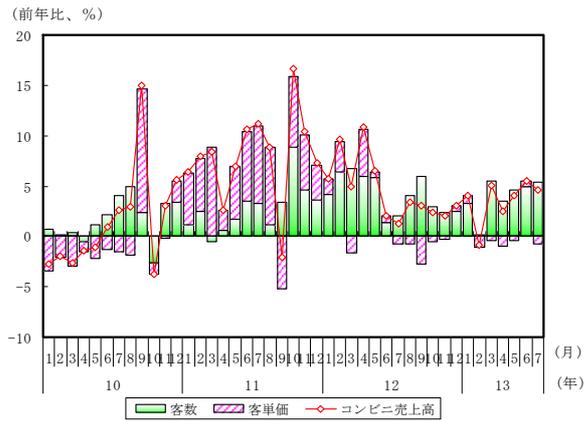
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



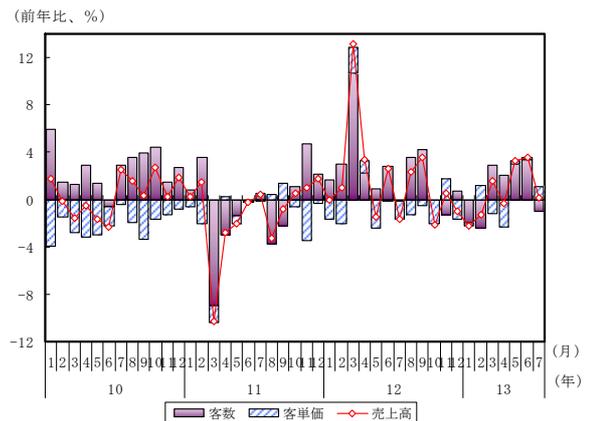
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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