

# Indicators Update

2013年10月29日 全6頁

## 9月消費統計

7-9月期の個人消費は横ばい圏での推移となる見込み

経済調査部  
エコノミスト 齋藤 勉

### [要約]

- 総務省「家計調査」によると、2013年9月の実質消費支出は季節調整済み前月比+1.6%と2ヶ月ぶりの増加となった。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+1.3%と2ヶ月連続で増加している。9月の個人消費は、堅調に増加したと捉えている。
- 経済産業省「商業販売統計」によると、9月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+1.8%と2ヶ月連続で増加した。様々な商品で販売価格が上昇しているため、名目の販売金額が上振れしているものの、物価上昇の影響を差し引いても9月の小売販売は堅調な結果であったと言えよう。
- 9月の個人消費は総じて改善したと言える。ただし、7月、8月の個人消費は4-6月期と比較して低い水準で推移したことから、GDPベースで見た7-9月期の個人消費は横ばい圏での推移となる見込みである。
- 雇用環境は改善が続いており、労働需給の引き締めりを通じて、徐々に所得を増加させる可能性が高い。消費者マインドは改善に転じており、消費性向も上昇傾向にある。さらに、10-12月期以降は、2014年4月に予定されている消費税増税前の駆け込み需要が発現するとみられることから、個人消費は増勢を強めていく見込みである。

図表1：各種消費指標の概況

		2013年				出所
		6月	7月	8月	9月	
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲0.4	0.1	▲1.6	3.7	総務省
		前月比 ▲2.0	0.9	▲0.5	1.6	総務省
家計調査	実質消費支出（除く住居等）	前年比 ▲1.2	▲0.4	0.1	1.3	総務省
		前月比 ▲1.2	▲0.4	0.1	1.3	総務省
商業販売統計	小売業	前年比 1.6	▲0.3	1.1	3.1	経済産業省
		前月比 ▲0.2	▲1.7	0.9	1.8	経済産業省
消費総合指数		前年比 ▲0.7	▲0.0	0.1		内閣府
百貨店売上高		前年比 7.2	▲2.5	2.7	2.8	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比 0.1	▲0.8	▲1.4	▲1.6	(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 2.7	▲0.5	0.1	0.4	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比 3.6	0.1	2.0	0.0	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比 1.3	2.4	2.8		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

## 9月の実質消費支出（除く住居等）は2ヶ月連続の増加

2013年9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+1.6%と2ヶ月ぶりの増加となった。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+1.3%と2ヶ月連続で増加している。

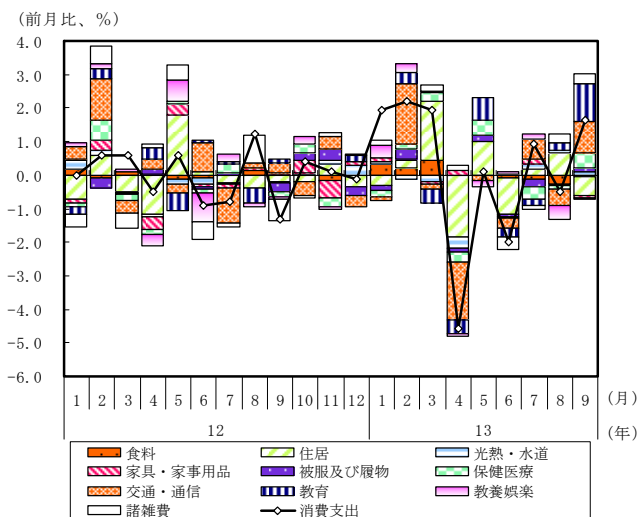
### 主要項目の動き：「交通・通信」が大幅に増加

実質消費支出の動きを項目別に見ると、「教育」が前月比+27.0%、「保健医療」が同+9.6%、「交通・通信」が同+7.4%、「被服及び履物」が同+2.7%、「光熱・水道」が同+1.6%と増加した。一方で、「住居」が前月比▲8.4%、「家具・家事用品」が同▲1.9%、「教養娯楽」が同▲0.4%、「食料」が同▲0.2%とそれぞれ減少した。

「教育」は授業料等の伸びが大きいですが、これは家計調査のサンプル数が少ないことによる振れであると捉えるべきだろう。「交通・通信」は、前月に落ち込んだ自動車購入費が増加したことがプラスの要因。日本自動車販売協会連合会などの供給側の統計を見ても、自動車販売台数は増加傾向が続いており、自動車販売は引き続き堅調に推移している。「被服及び履物」に対する消費は、7月以降天候要因などで弱含んでいたものの、9月に入り秋物衣料品に対する需要が出始めているとみられる。

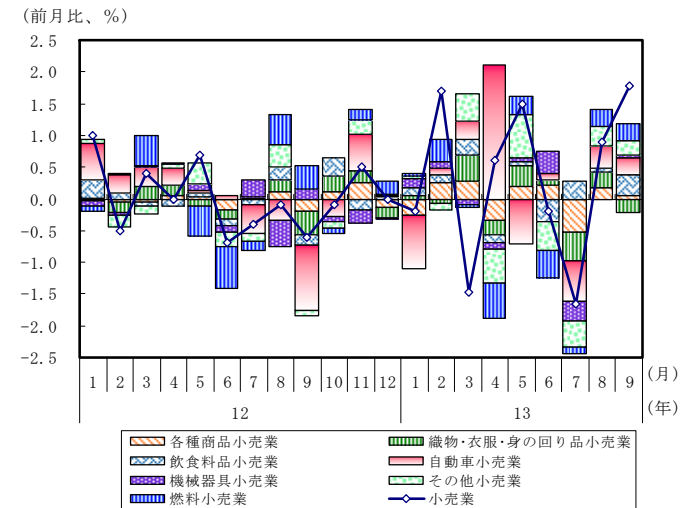
9月の個人消費は、堅調に増加したと捉えている。ただし、7月まで増加が続いていた「家具・家事用品」が2ヶ月連続で減少しており、「食料」は5ヶ月連続で減少している。全体への寄与は大きくないものの、いわゆる必需品が多く含まれる項目であるため、消費のトレンドに影響を与える可能性がある。今後の注視が必要であろう。

図表2：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3：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

## 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

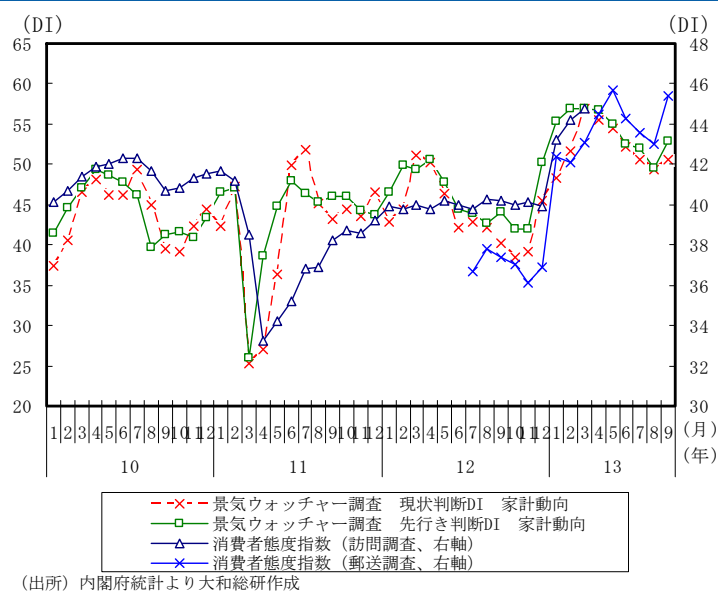
供給側から個人消費動向を捉えた商業販売統計の結果を見ると、9月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+1.8%と2ヶ月連続で増加した（図表3）。

業種別に動きを確認すると、「自動車小売業」は前月比+2.3%と増加した。自動車販売の堅調さを裏付ける内容である。「燃料小売業」は同+2.7%と増加しているが、9月上旬にエネルギー価格が上昇したことが背景にあるとみられる。また、「各種商品小売業」は同+0.5%、「飲食品小売業」は同+1.1%、「機械器具小売業」は同+0.6%とそれぞれ増加しており、「織物・衣服・身の回り品小売業」以外のすべての業種で売り上げが増加した。様々な商品で販売価格が上昇しているため、名目の販売金額は上振れしているものの、物価上昇の影響を差し引いても9月の小売販売は堅調な結果であったと言える。

### 消費者マインドは4ヶ月ぶりの改善

9月の消費動向調査によると、消費者態度指数は、前月差+2.4ptと4ヶ月ぶりに改善した(図表4)。「暮らし向き」「収入の増え方」「雇用環境」「耐久消費財の買い時判断」のすべてが改善している。2020年のオリンピック開催地が東京に決定したこと、株価が上昇基調にあったことなどを受けて、大きく改善したとみられる。

図表4：消費者マインドの推移



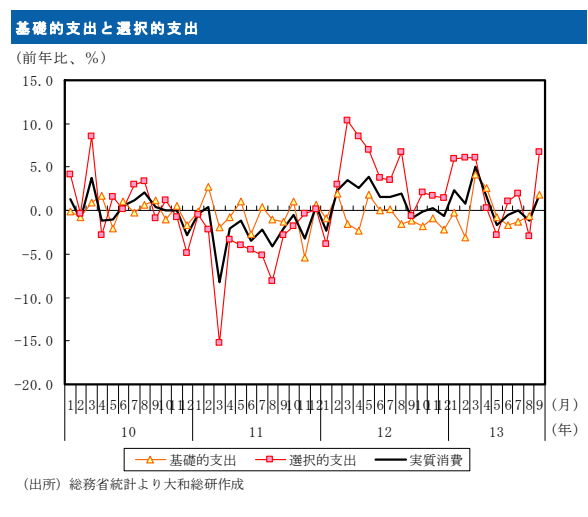
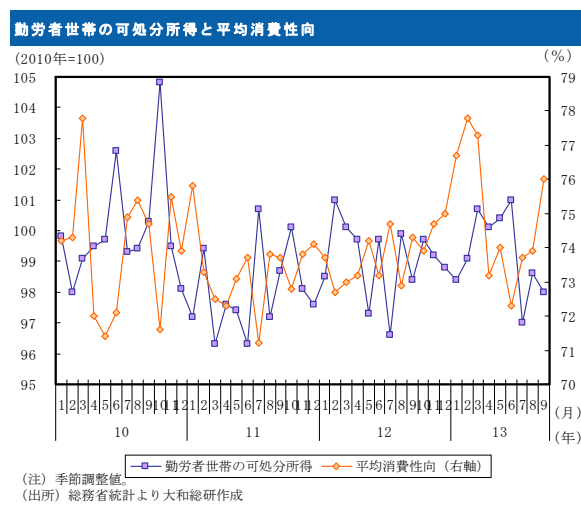
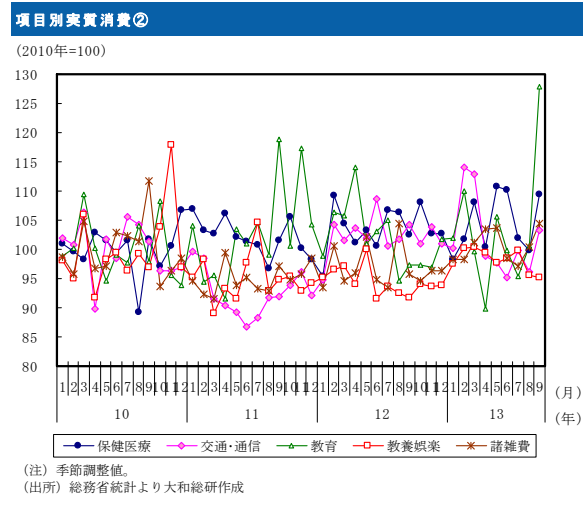
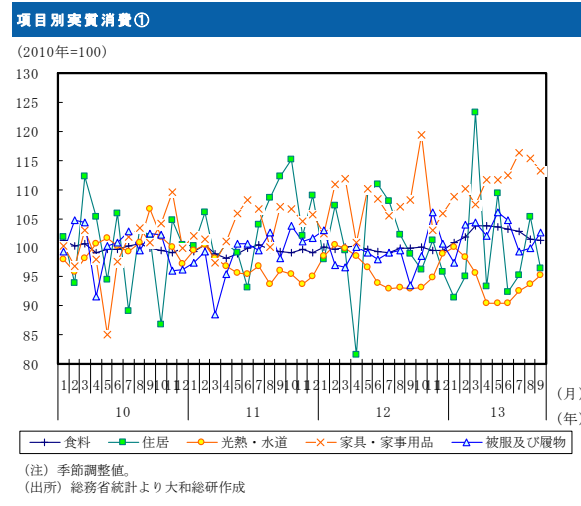
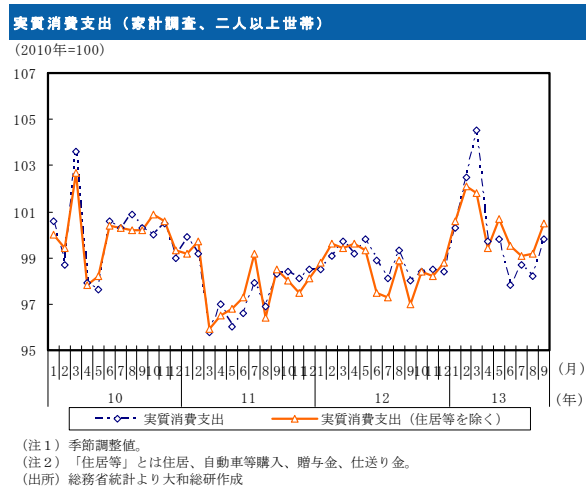
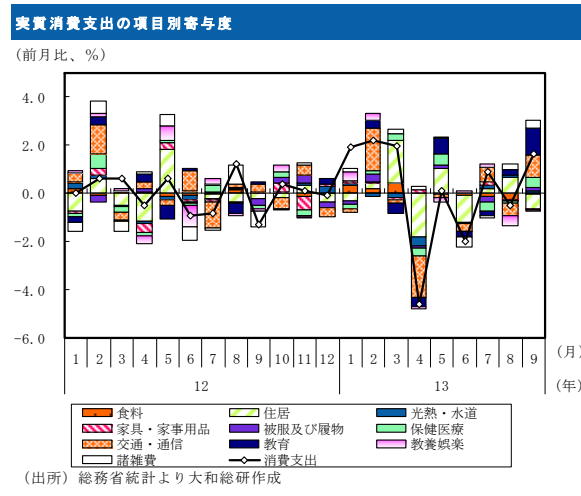
### 7-9月期の個人消費は横ばい圏の推移

9月の個人消費は総じて改善したと言える。ただし、7月、8月の個人消費は4-6月期と比較して低い水準で推移したことから、GDPベースで見た7-9月期の個人消費は横ばい圏での推移となる見込みである。

### 10-12月期以降個人消費は増勢を強める見込み

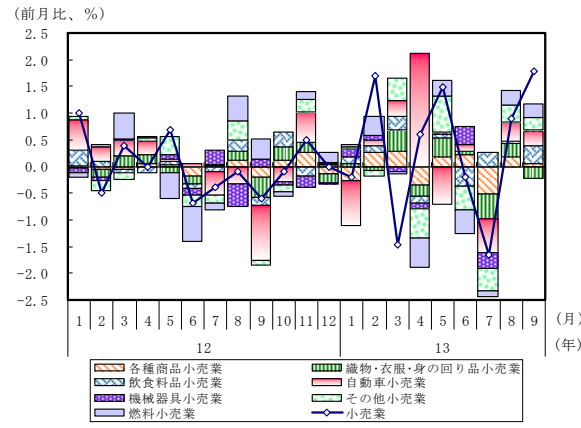
雇用環境は改善が続いており、労働需給の引き締まりを通じて、徐々に所得を増加させる可能性が高い。消費者マインドは改善に転じており、消費性向も上昇傾向にある。さらに、10-12月期以降は、2014年4月に予定されている消費税増税前の駆け込み需要が発現するとみられることから、個人消費は増勢を強めていく見込みである。

**消費・概況①**

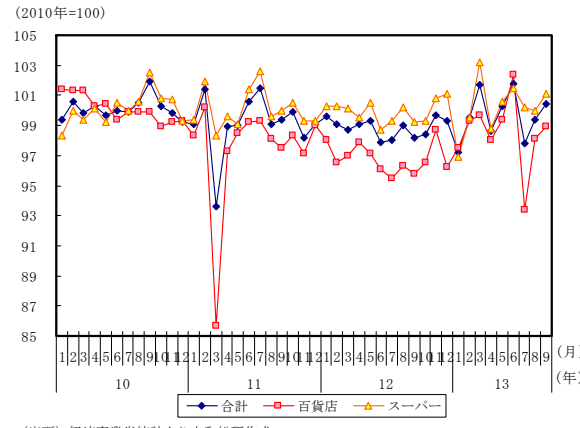


**消費・概況②**

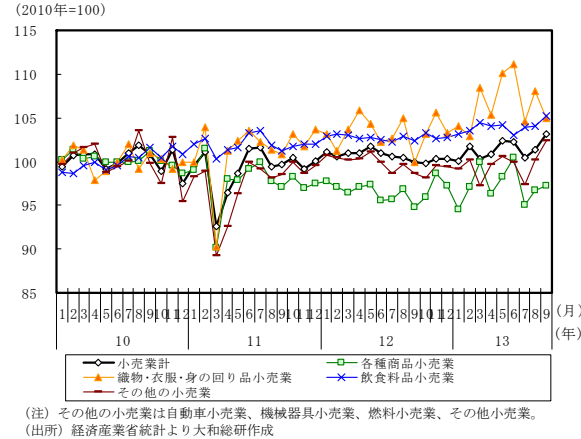
**商業販売統計小売業販売額の推移**



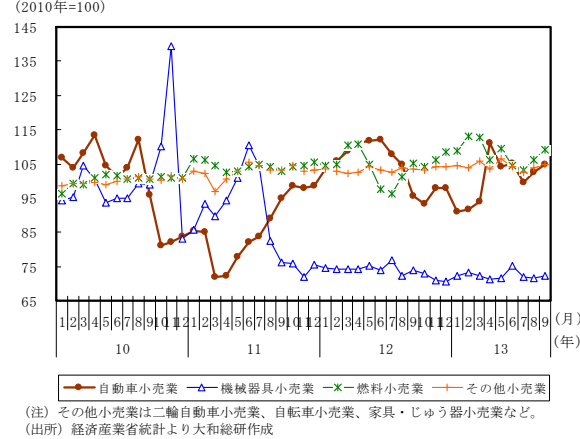
**大型小売店業別商品販売額**



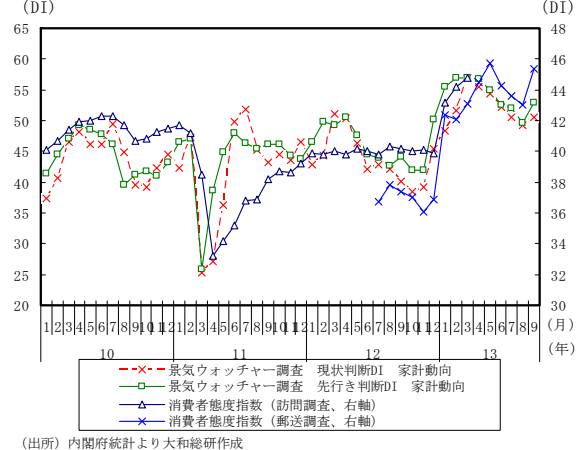
**業種別小売販売①**



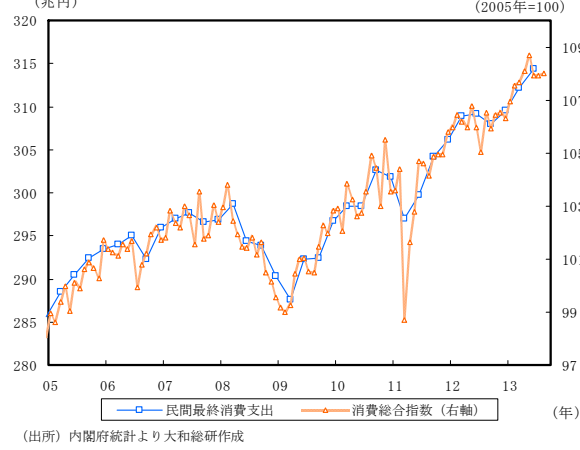
**業種別小売販売②**



**消費者マインド**

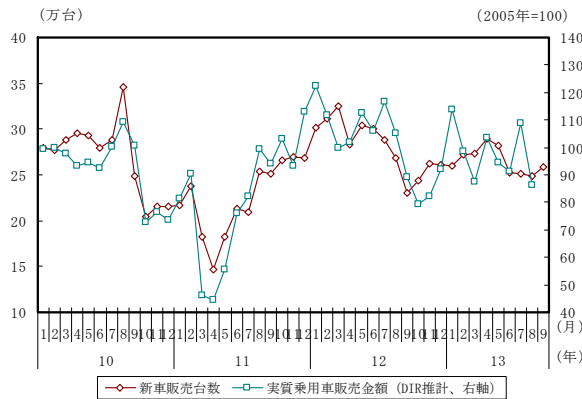


**GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数**



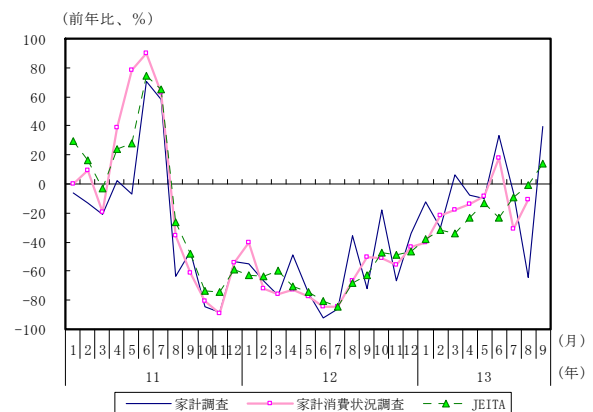
消費・協会統計

新車販売台数と実質乗用車販売金額



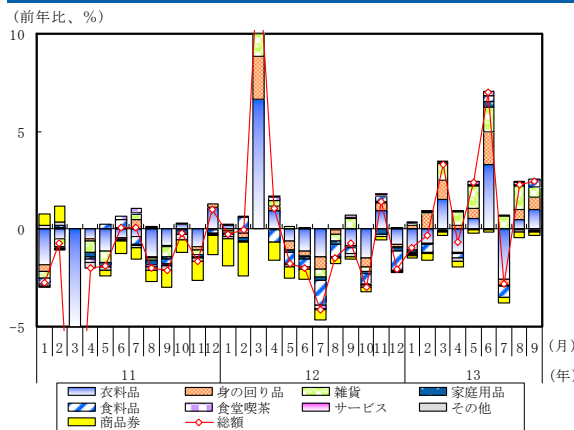
(注) 季節調整は大和総研。  
 (出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会、経済産業省、総務省、財務省統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



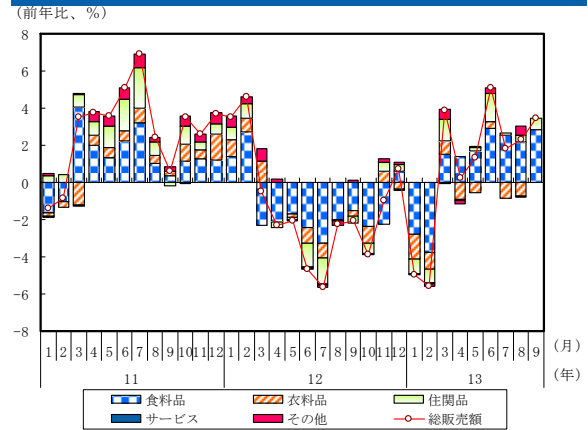
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。  
 (出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



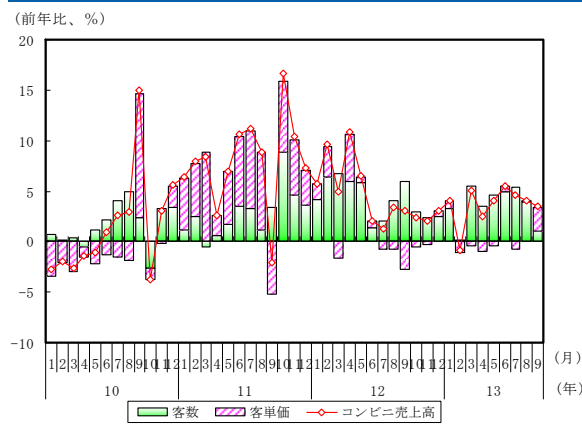
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



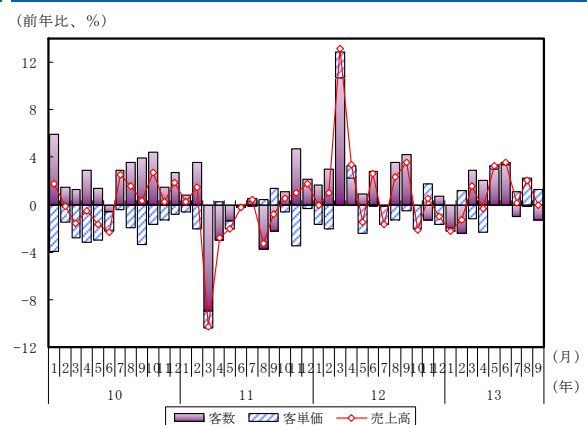
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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