

Indicators Update

2013年12月27日 全6頁

11月消費統計

11月は衣料品を中心に増加。増税後の個人消費は所定内給与の動向次第

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、実質消費支出は季節調整済み前月比▲0.3%と、前月から減少した。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+0.2%と2ヶ月ぶりに増加している。自動車に対する支出の増加が続いていることを考慮すると、11月の個人消費は堅調な結果であったと言える。
- 経済産業省「商業販売統計」によると、11月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+1.9%と2ヶ月ぶりに増加した。11月の気温低下によって冬物衣料品の販売が好調であったこと、自動車販売が引き続き堅調に推移していることが小売販売金額を押し上げている。
- 2014年4月の消費税増税を前に、駆け込み需要が本格化するとみられることから、年度末にかけて個人消費は増勢を強める見込みである。特に、足下で堅調な推移を見せている自動車や家電などの耐久財を中心に、駆け込み需要が大きく生じる見込みである。
- 2014年4月以降は、駆け込み需要の反動減により、一時的に個人消費は大幅に落ち込む可能性が高い。その後の個人消費のトレンドは、所定内給与の動向に大きく左右されると考えている。

図表1：各種消費指標の概況

		2013年	2013年	2013年	2013年	出所
		8月	9月	10月	11月	
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲1.6	3.7	0.9	0.2	総務省
		前月比 ▲0.5	1.6	0.0	▲0.3	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比 0.1	1.3	▲3.0	0.2	総務省
商業販売統計	小売業	前年比 1.1	3.0	2.4	4.1	経済産業省
		前月比 0.9	1.7	▲0.9	1.9	経済産業省
消費総合指数		前月比 0.1	0.8	▲0.2		内閣府
百貨店売上高		前年比 2.7	2.8	▲0.6	2.4	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比 ▲1.4	▲1.6	▲0.8	0.4	(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 0.1	0.4	0.5	0.7	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比 2.0	0.0	▲1.6	1.6	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比 2.8	5.0	5.3		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

11月の実質消費支出（除く住居等）は2ヶ月ぶりの増加

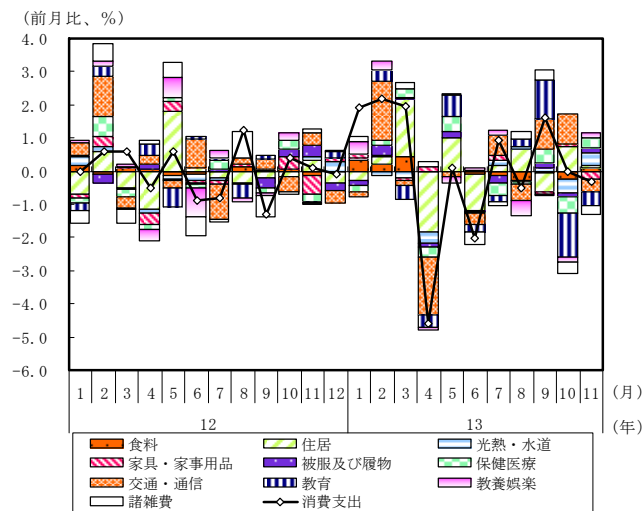
2013年11月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比▲0.3%と、前月から減少した。ただし、振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）で見ると、同+0.2%と2ヶ月ぶりに増加している。自動車に対する支出の増加が続いていることを考慮すると、11月の個人消費は堅調な結果であったと言える。

主要項目の動き：「被服及び履物」が好調、一部耐久消費財は一時的に減少

実質消費支出の動きを項目別に見ると、「被服及び履物」が前月比+3.7%と増加した。11月に入り気温が低下したことで、冬物衣料品の消費が増加した模様だ。また、「教養娯楽」は同+1.5%と増加している。パソコンやビデオデッキなどの教養娯楽用耐久財の動きが堅調であることに加えて、旅行を中心とする教養娯楽サービスも増加に寄与しているとみられる。「光熱・水道」に関しても、11月の気温低下を受けて、電気代の利用が増加した模様だ。

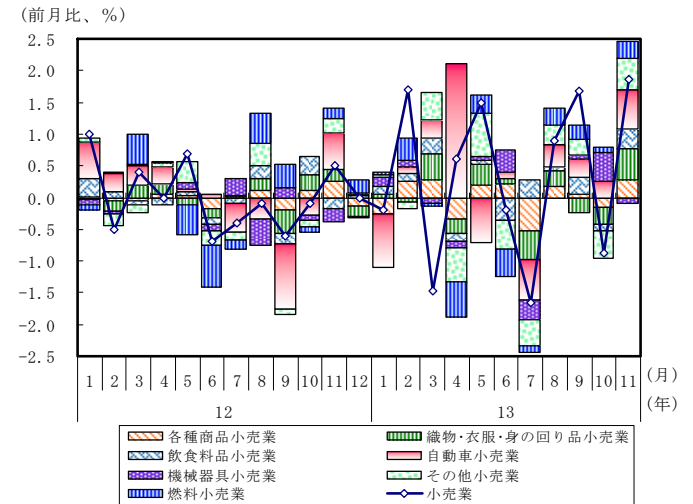
一方、「交通・通信」（前月比▲2.7%）や「家具・家事用品」（同▲6.0%）などの一部耐久消費財で消費が減少している。ただし、商業販売統計や鉱工業出荷指数などの供給側統計で見れば、耐久消費財の販売、出荷は11月も増加が続いていることから、一時的な減少、あるいは家計調査のサンプル数が少ないことによる振れと捉えて良いだろう。

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+1.9%と2ヶ月ぶりの増加

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、11月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+1.9%と2ヶ月ぶりに増加した（図表3）。

業種別に動きを確認すると、「各種商品小売業」は前月比+2.9%、「織物・衣服・身の回り品小売業」は同+6.4%と増加した。冬物衣料品の販売が堅調であったことを大きく反映している。また、「自動車小売業」は前月比+5.2%と4ヶ月連続で増加した。軽自動車や燃費の良い新型車などを中心に、自動車販売は引き続き堅調な推移が続いている。「機械器具小売業」は

同▲1.3%と減少したものの、販売金額は高水準を保っている。「燃料小売業」は前月比+2.9%、「飲食料品小売業」は同+1.0%とそれぞれ増加したが、これは燃料価格の上昇や、生鮮食品価格の上昇による影響が大きい。

消費者マインドは2ヶ月ぶりに改善

11月の消費動向調査によると、消費者態度指数は、前月差+1.3ptと2ヶ月ぶりに改善した(図表4)。景気ウォッチャー調査の家計動向関連DIも2ヶ月ぶりに改善している。11月の個人消費に関するマインドは、消費者、小売業者ともに改善したと言えよう。冬季賞与が増加していること¹、11月以降株価も上昇が続いていることなどから、消費者マインドは今後も高水準での推移が続くと考えている。

駆け込み需要の本格化で個人消費は増勢を強める見込み

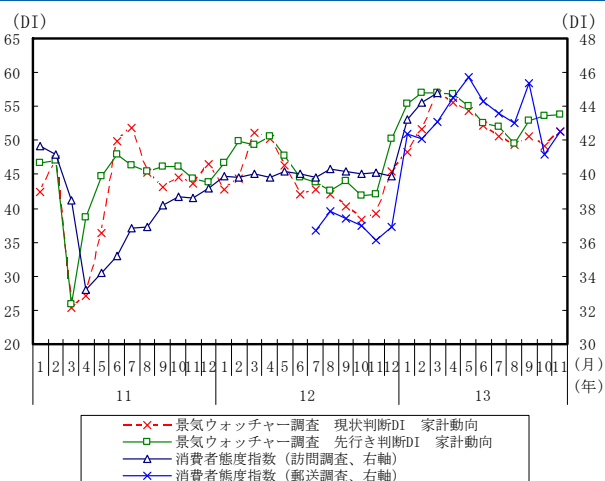
2014年4月の消費税増税を前に、駆け込み需要が本格化するとみられることから、年度末にかけて個人消費は増勢を強める見込みである。特に、足下で堅調な推移を見せている自動車や家電などの耐久財を中心に、駆け込み需要が大きく生じる見込みである。

消費の増加トレンド継続には、所定内給与増加が重要

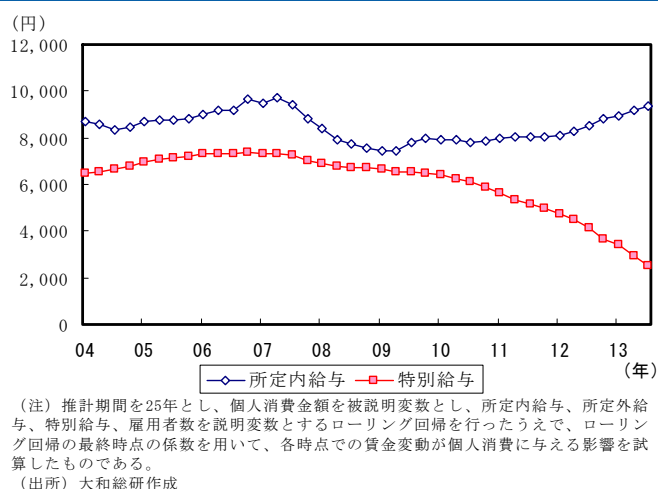
2014年4月以降は、駆け込み需要の反動減により、一時的に個人消費は大幅に落ち込む可能性が高い。その後の個人消費の動向は、所得環境に大きく影響されるだろう。

所定内給与と特別給与が個人消費に与える影響を比較すると、所定内給与の増加は特別給与の増加よりも個人消費を押し上げる効果大きい(図表5)。安倍政権による要請や企業収益の改善を受けて、ベースアップの実施を行うか否かの検討を行っている企業も多い。所定内給与の増加という意味での賃上げが起こるか否かが、消費税増税後の個人消費のトレンドに大きく影響を与えると考えている。

図表4：消費者マインドの推移



図表5：賃金が1万円増加した際の消費金額の増加金額

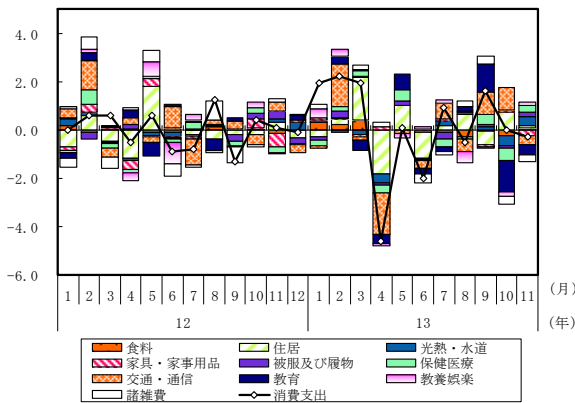


¹ 日本経済団体連合会の集計によると、大手企業の2013年末賞与は前年比+3.5%と、2年ぶりの増加となった。

消費・概況①

実質消費支出の項目別寄与度

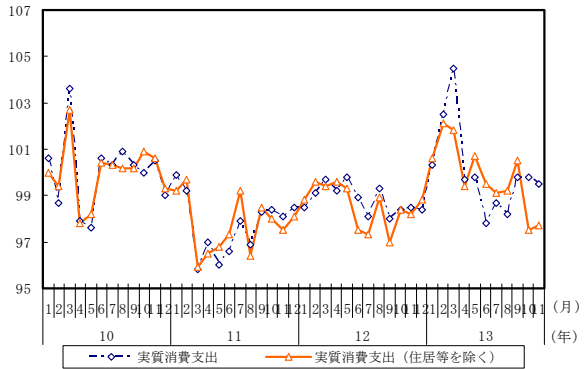
(前月比、%)



(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)

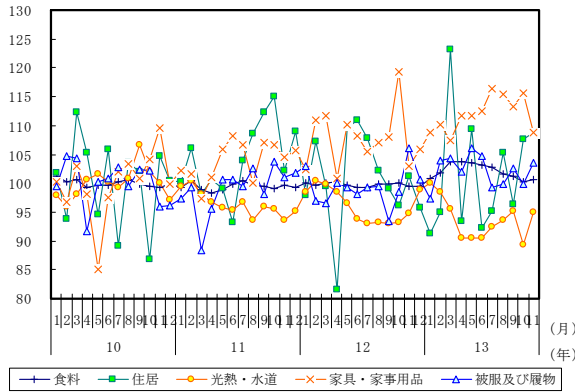
(2010年=100)



(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

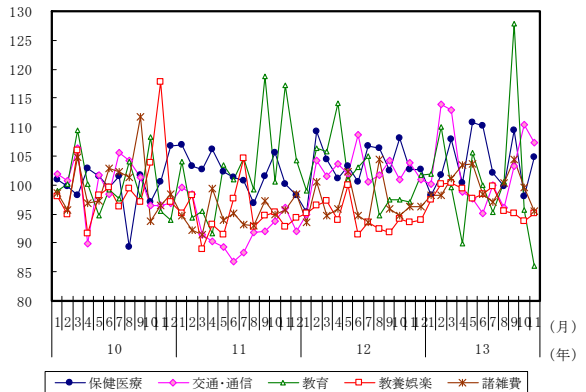
(2010年=100)



(注) 季節調整値。
(出所) 総務省統計より大和総研作成

項目別実質消費②

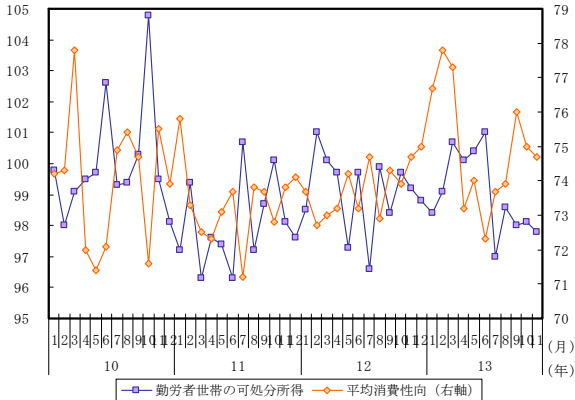
(2010年=100)



(注) 季節調整値。
(出所) 総務省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

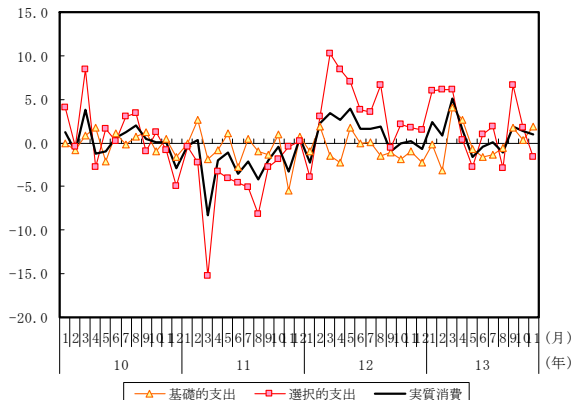
(2010年=100)



(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

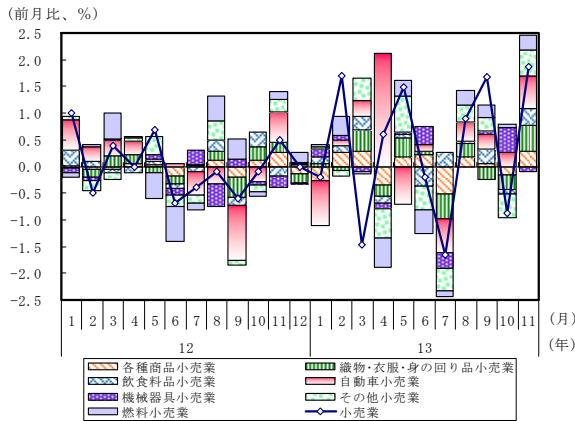
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

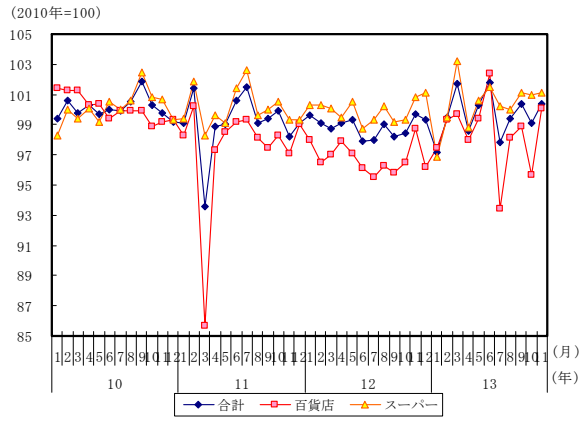
消費・概況②

商業販売統計小売業販売額の推移



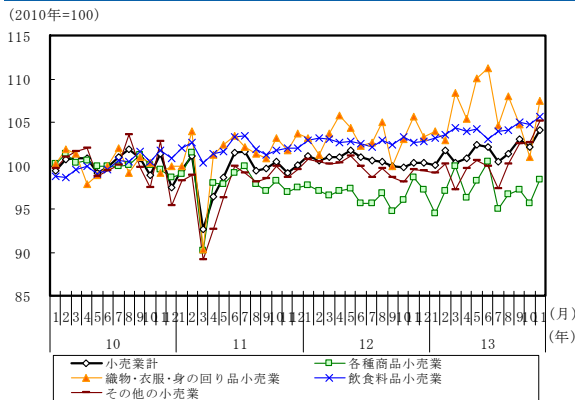
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



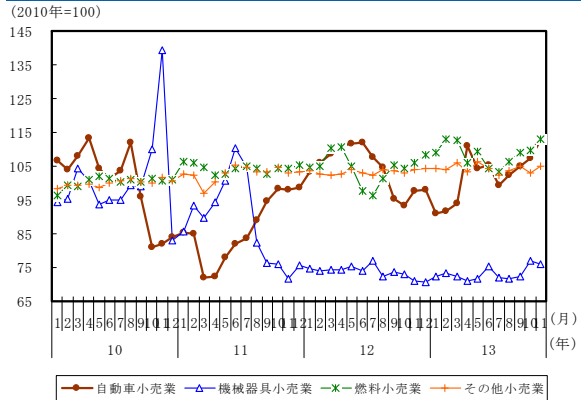
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



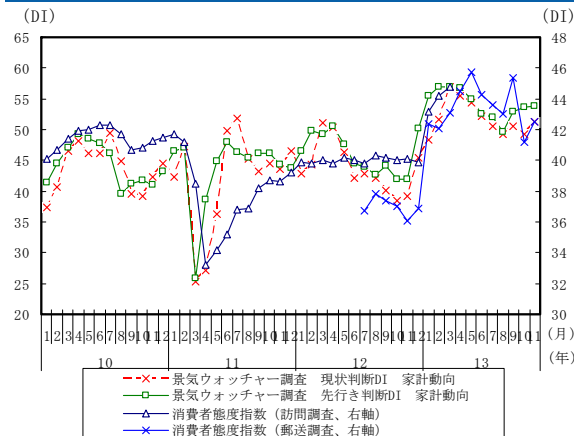
(注) その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



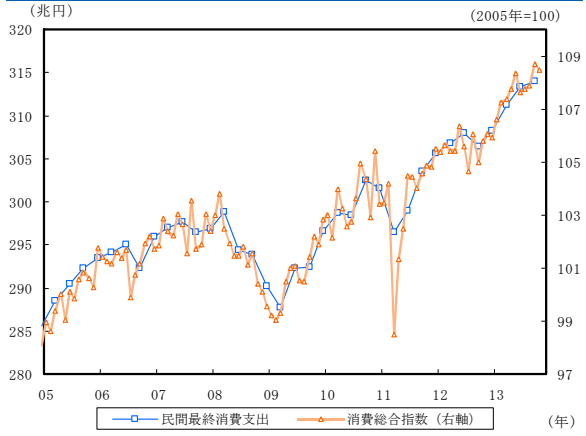
(注) その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

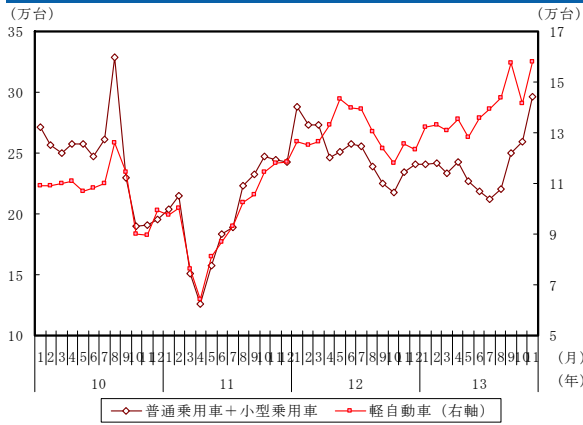
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

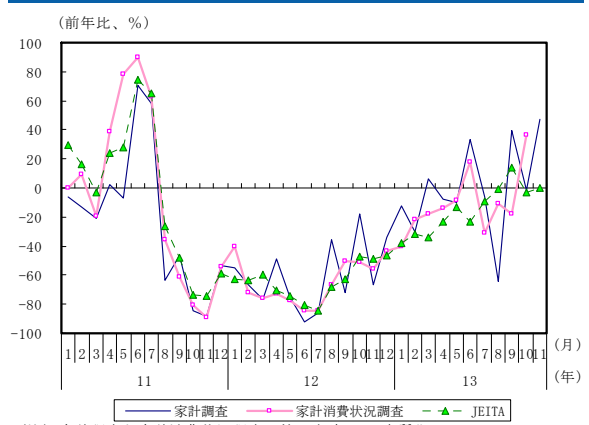
消費・協会統計

新車販売台数



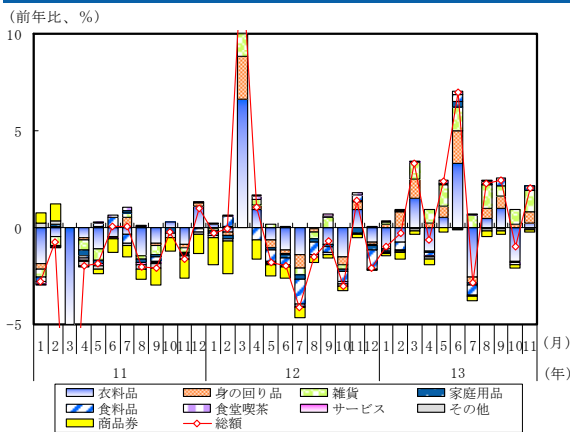
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



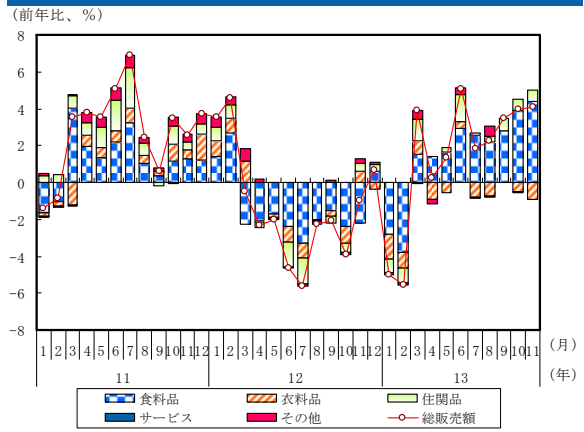
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



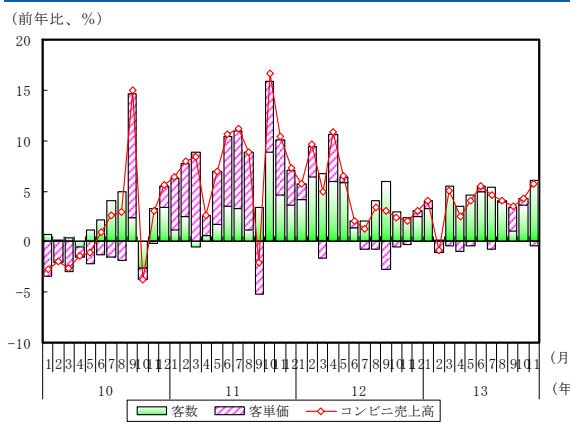
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



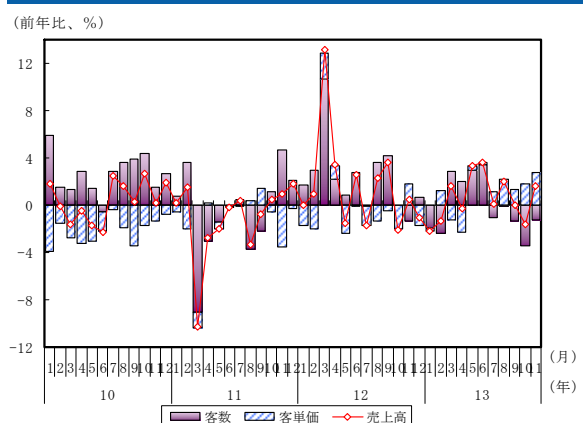
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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