

# Indicators Update

2014年1月31日 全6頁

## 12月消費統計

耐久財中心に堅調な結果。駆け込み需要は徐々に広がりを見せる見込み

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12月の実質消費支出は季節調整済み前月比▲0.7%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+0.5%と2ヶ月連続で増加している。新車販売が引き続き好調であることを踏まえると、12月の個人消費は堅調な増加が見られたと考えてよいだろう。
- 経済産業省「商業販売統計」によると、12月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比▲1.1%と2ヶ月ぶりに減少した。多くの業種で減少が見られているが、一時的な減速であると捉えている。
- 2014年4月の消費税増税を前に、耐久財を中心に駆け込み需要の影響が発現し始めている。1-3月期には、さらに幅広い品目に駆け込み需要の影響が生じるだろう。足下で堅調な動きが続く個人消費は、さらに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	10月	11月	12月	出所	
		9月					
家計調査	実質消費支出	前年比	3.7	0.9	0.2	0.7	総務省
		前月比	1.6	0.0	▲0.3	▲0.7	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前年比	1.3	▲3.0	0.2	0.5	総務省
		前月比	3.0	2.4	4.1	2.6	経済産業省
商業販売統計	小売業	前年比	1.7	▲0.9	2.0	▲1.1	経済産業省
消費総合指数		前月比	1.0	▲0.3	0.8		内閣府
百貨店売上高		前年比	2.8	▲0.6	2.4	1.7	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比	▲1.6	▲0.8	0.4	▲0.3	(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	0.4	0.5	0.7	▲0.8	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比	0.0	▲1.6	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	5.0	5.3	4.6		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

## 2013年12月の実質消費支出（除く住居等）は2ヶ月連続の増加

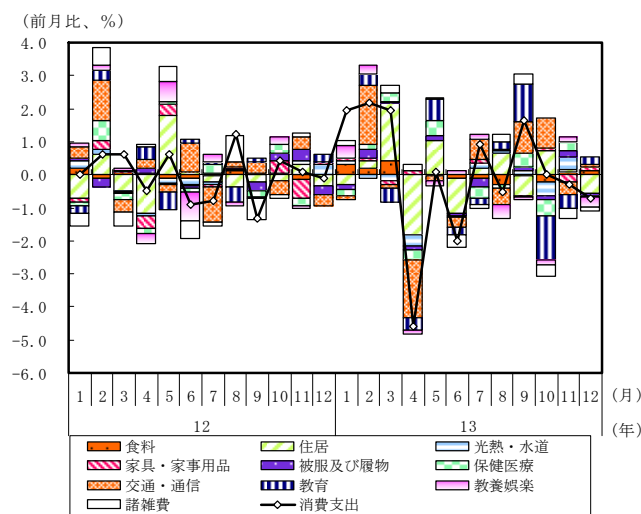
2013年12月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比▲0.7%と、2ヶ月連続で減少した。ただし、振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）で見ると、同+0.5%と2ヶ月連続で増加している。新車販売が引き続き好調であることなどを踏まえると、12月の個人消費は堅調な増加が見られたと考えてよいだろう。

### 主要項目の動き：耐久財、食料が好調

実質消費支出の動きを項目別に見ると、「家具・家事用品」は前月比+2.9%と増加した。家庭用耐久財が大きく増加しており、白物家電を中心に、消費税増税前の駆け込み需要が発現し始めているとみられる。「教養娯楽」は同▲3.0%と減少しているものの、教養娯楽用耐久財の消費は増加した模様であり、いわゆる黒物家電でも駆け込みの影響が出始めている。また、好調な自動車販売を背景に、「交通・通信」も同+0.4%と増加した。新車販売台数は乗用車、軽自動車ともに増加傾向が続いており、耐久財消費は幅広く増加していると言えよう。

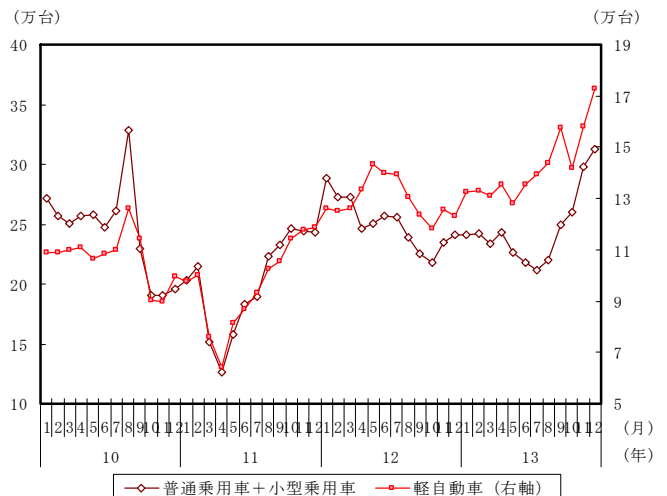
その他の項目では、「食料」が同+0.5%と増加した。魚介類などの鍋物商材が好調であった模様である。「被服及び履物」は同▲1.2%と減少しているが、前月（同+3.7%）の増加幅と比べれば減少幅は小さい。

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：新車販売台数の推移



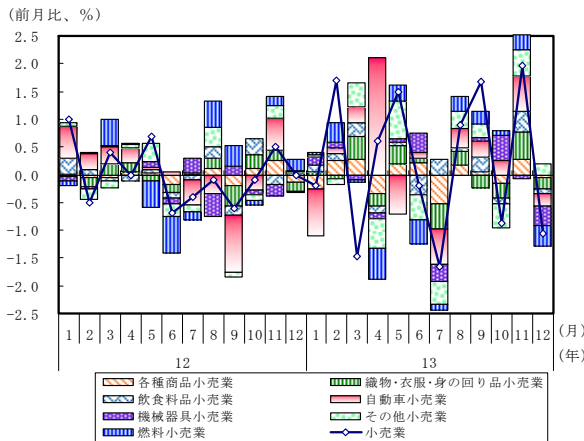
(注) 季節調整は大和総研。

(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▲1.1%と2ヶ月ぶりの減少

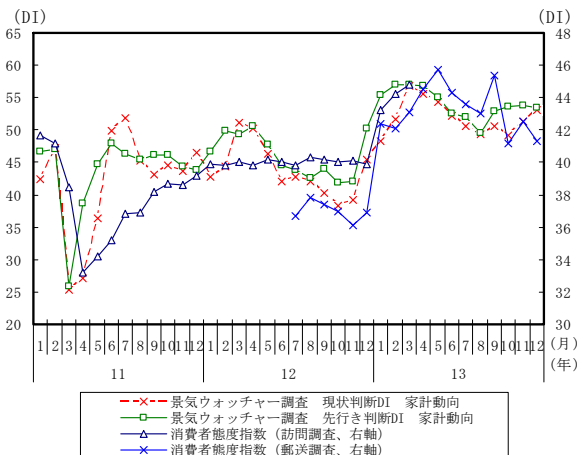
供給側から個人消費動向を捉えた商業販売統計の結果を見ると、2013年12月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比▲1.1%と2ヶ月ぶりに減少した(図表4)。業種別に内訳をみると、「各種商品小売業」は前月比▲0.6%、「織物・衣服・身の回り品小売業」は同▲2.5%、「自動車小売業」は同▲1.9%、「機械器具小売業」は同▲5.2%とそれぞれ減少した。「その他小売業」を除くすべての業種で小売販売額が減少しており、12月の小売販売は一時的に減速した模様である。ただし、11月には多くの業種で小売販売額が増加していたことなどを踏まえると、小売販売金額の基調は増加が続いていると考えられるため、ネガティブに捉える必要はないだろう。

図表 4 : 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 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

### 消費者マインドは2ヶ月ぶりに悪化

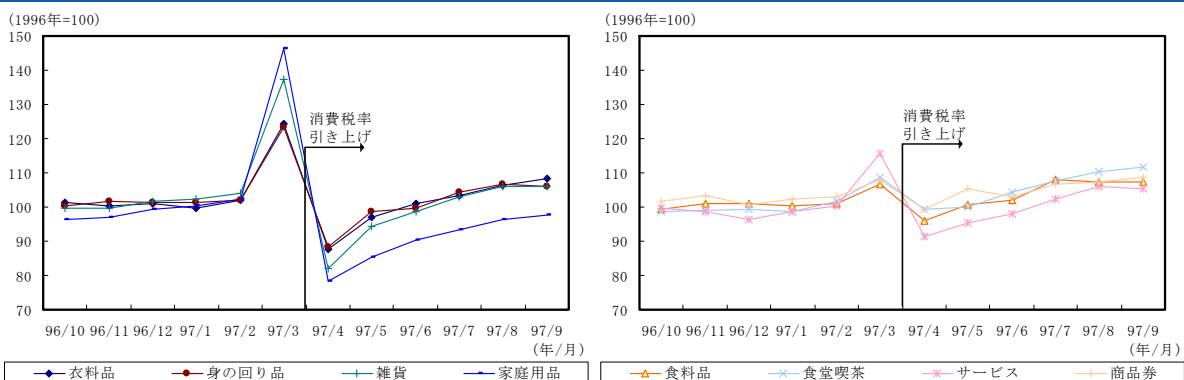
2013年12月の消費動向調査によると、消費者態度指数は、前月差▲1.2ptと2ヶ月ぶりに悪化した(図表5)。判断項目のうち、「耐久消費財の買い時判断」の悪化幅が大きく、全体を下押ししている。しかし、これは2014年4月の消費税率引き上げ後に、消費環境が悪化することを見越したものとみられる。足下で消費者が個人消費に消極的になっているということではないだろう。ただし、物価上昇などの影響から、「暮らし向き」に関する判断なども悪化していることには注意が必要である。

### 駆け込み需要はさらに本格化へ

前述の通り、2014年4月の消費税増税を前に、耐久財を中心に駆け込み需要の影響が発現し始めている。2014年1-3月期には、さらに駆け込み需要の影響が広がるだろう。

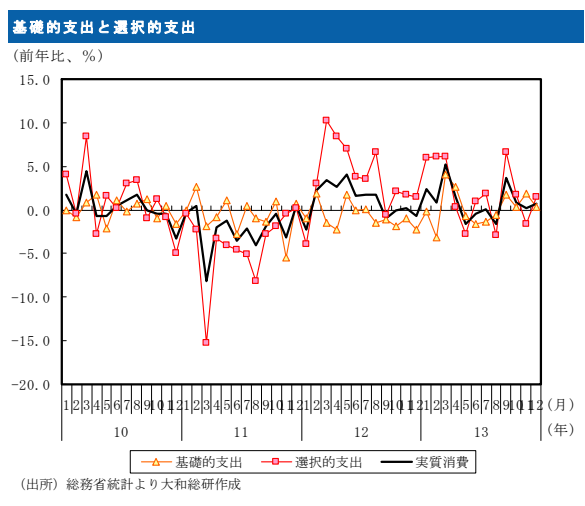
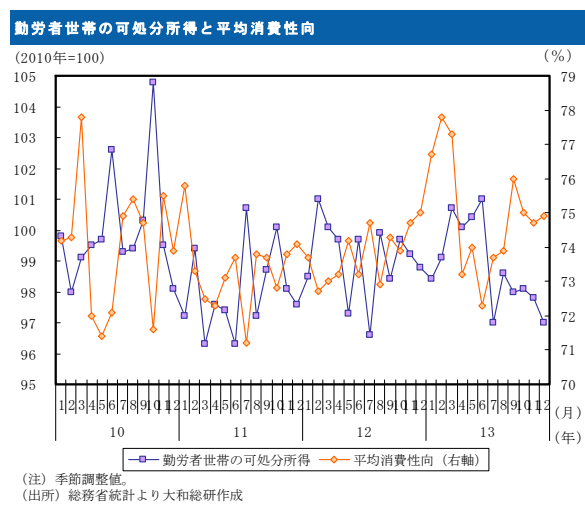
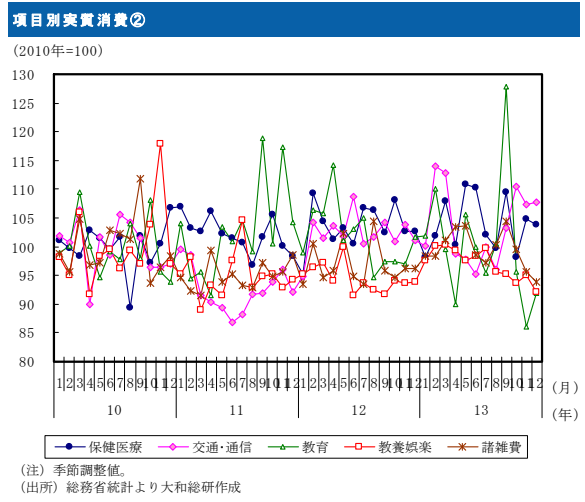
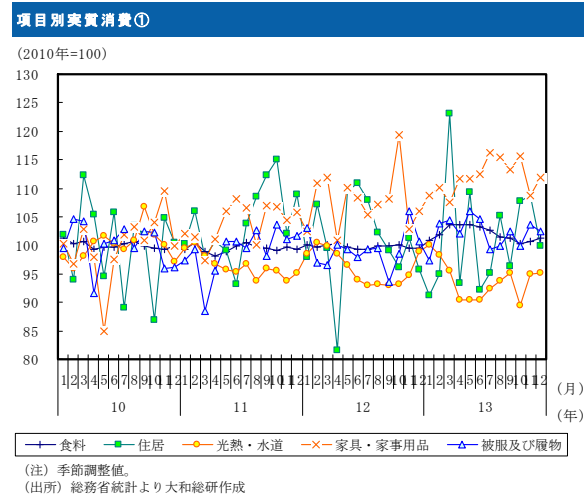
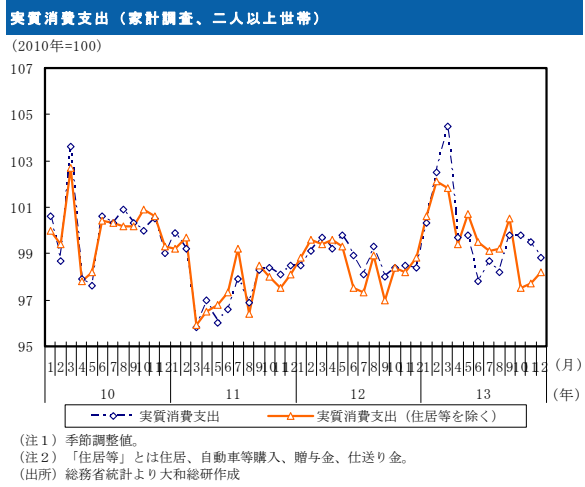
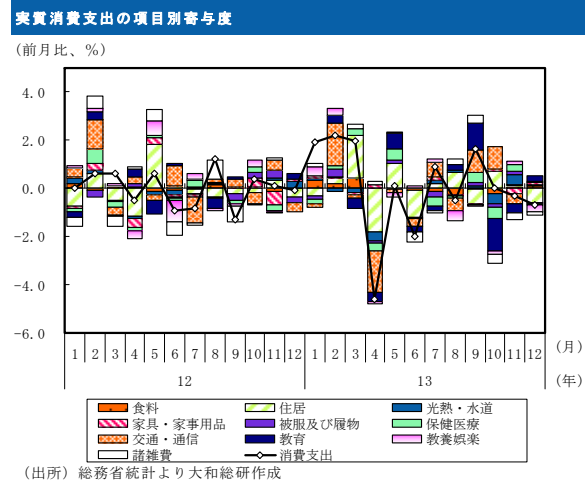
前回消費税率が引き上げられた1997年時の百貨店販売金額の内訳を見ると、衣料品や身の回り品、家具や家電を含む家庭用品などで駆け込み需要が大きく発現していることがわかる。さらに、サービスなどの品目でも一定程度駆け込みの影響が生じている。買いだめが難しい一部の非耐久財を除く、多くの品目に駆け込み需要の影響は及ぶとみている。2014年1-3月期の個人消費は、駆け込み需要を中心に大幅に増加する可能性が高い。足下で堅調な動きが続く個人消費は、さらに増勢を強めていく見込みである。

図表 6 : 百貨店の販売金額に見る過去の消費税増税時の駆け込みパターン



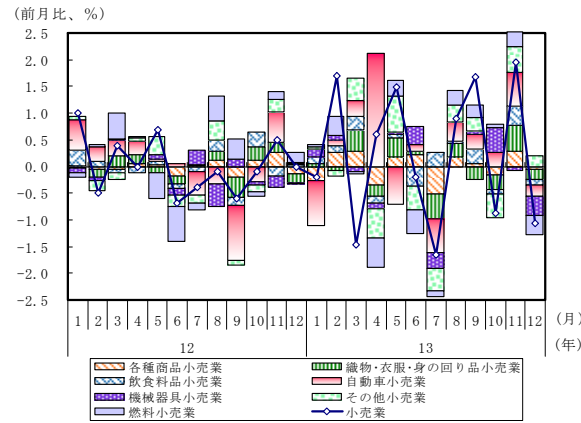
(注) 季節調整値。季節調整は大和総研  
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

**消費・概況①**



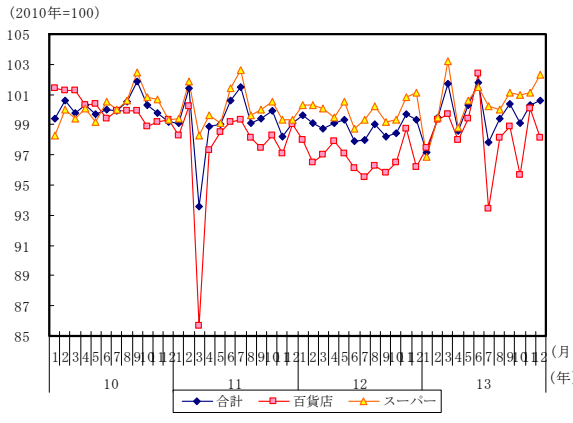
消費・概況②

商業販売統計小売販売額の推移



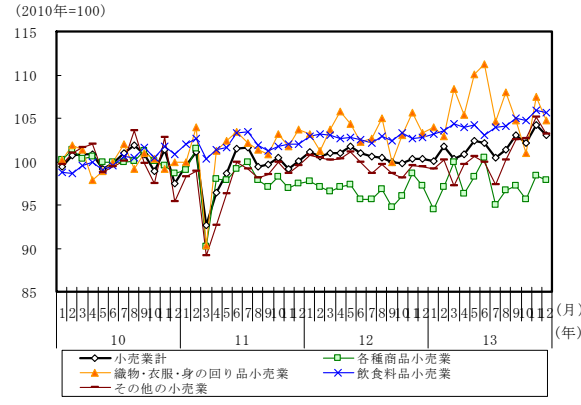
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



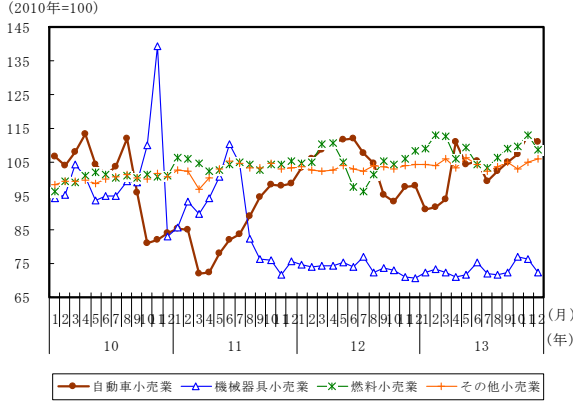
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



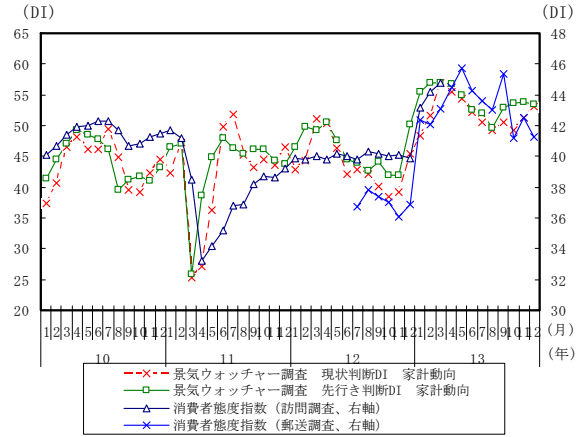
(注) その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。  
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



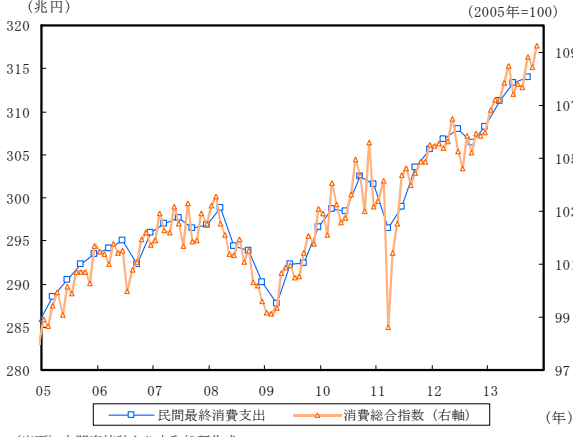
(注) その他の小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。  
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

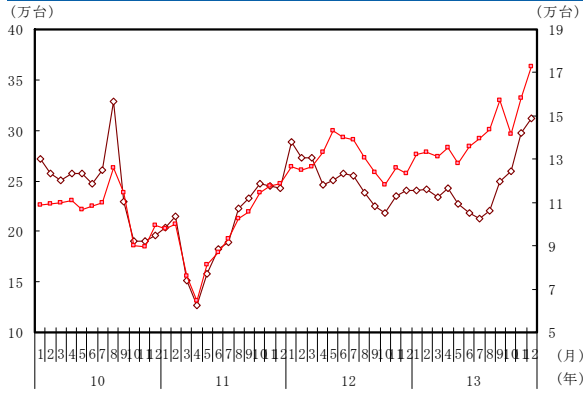
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

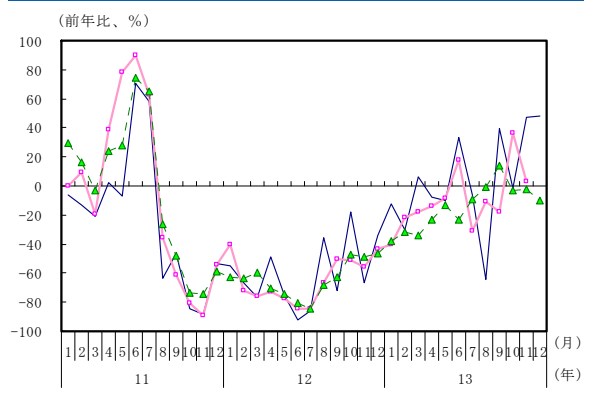
消費・協会統計

新車販売台数



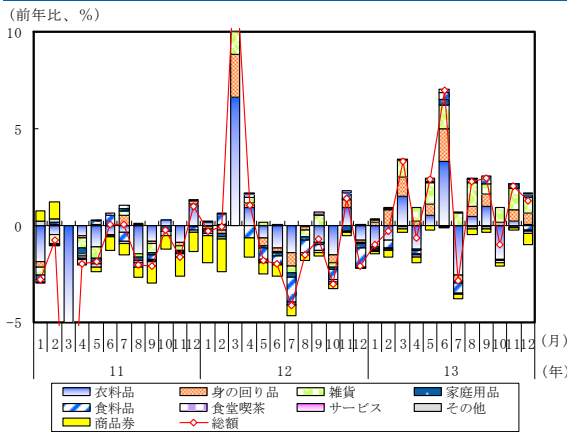
(注) 季節調整は大和総研。  
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



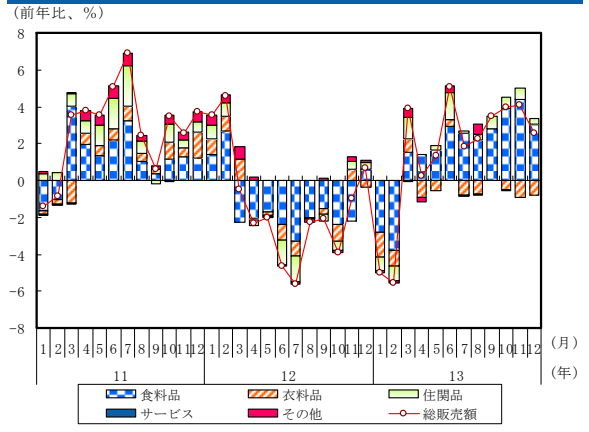
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。  
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



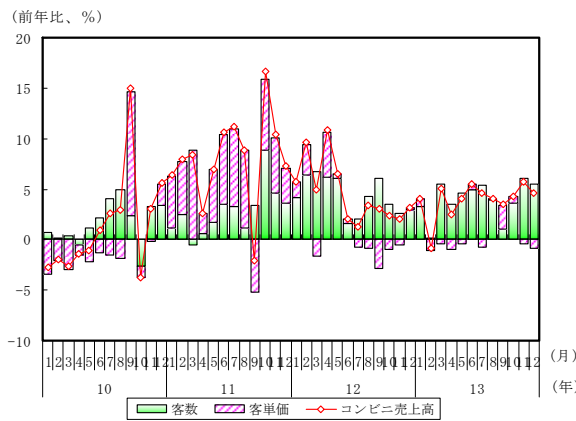
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



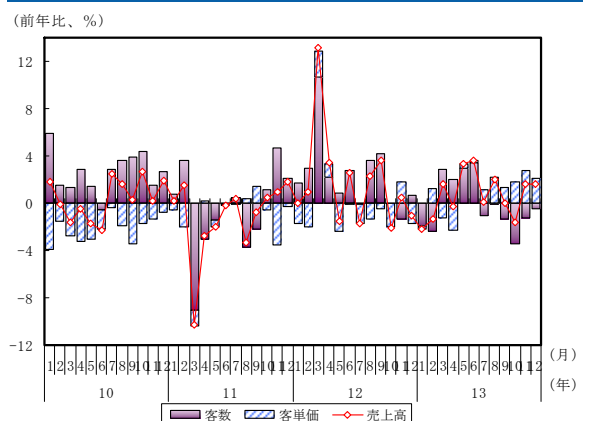
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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