

Indicators Update

2014年2月28日 全6頁

1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、2014年1月の実質消費支出は季節調整済み前月比+1.6%と、3ヶ月ぶりに増加した。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+2.7%と3ヶ月連続で増加している。2014年1月の個人消費は、駆け込み需要の本格化と天候要因などに支えられ、堅調に増加し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、2014年1月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+1.4%と2ヶ月ぶりに増加した。駆け込み需要の本格化と天候要因が小売販売を押し上げた格好である。
- 2月の個人消費は、大雪の影響で一部減速する可能性がある点に注意が必要である。ただし、これまで動きが鈍かった家電に関しても、1月には駆け込み需要の動きが大きく見られていることを考えれば、2月、3月には駆け込み需要による個人消費の上振れがさらに拡大する見込みである。大雪による減速を上回る規模で、個人消費の拡大が続くとみて良いだろう。

図表1：各種消費指標の概況

			2013年	11月	12月	2014年	出所	
			10月			1月		
家計調査	実質消費支出	前年比	0.9	0.2	0.7	1.1	総務省	
		前月比	0.3	▲ 0.2	▲ 0.4	1.6	総務省	
	実質消費支出（除く住居等）	前月比	▲ 2.0	0.2	0.3	2.7	総務省	
商業販売統計	小売業	前年比	2.4	4.1	2.5	4.5	経済産業省	
		前月比	▲ 0.9	2.0	▲ 1.2	1.4	経済産業省	
消費総合指数			前月比	▲ 0.3	0.7	▲ 0.5	内閣府	
百貨店売上高			前年比	▲ 0.6	2.4	1.7	2.9	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高			前年比	▲ 0.8	0.4	▲ 0.3	▲ 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	0.5	0.7	▲ 0.8	▲ 0.2	日本チェーンストア協会
外食売上高			前年比	▲ 1.6	1.6	1.6	3.4	(一社) 日本フードサービス協会
旅行取扱高			前年比	5.3	4.6	7.7		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

2014年1月の実質消費支出（除く住居等）は3ヶ月連続の増加

2014年1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、3ヶ月ぶりに増加した。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+2.7%と3ヶ月連続で増加している。2014年1月の個人消費は、駆け込み需要の本格化と天候要因などに支えられ、堅調に増加したと考えてよいだろう。

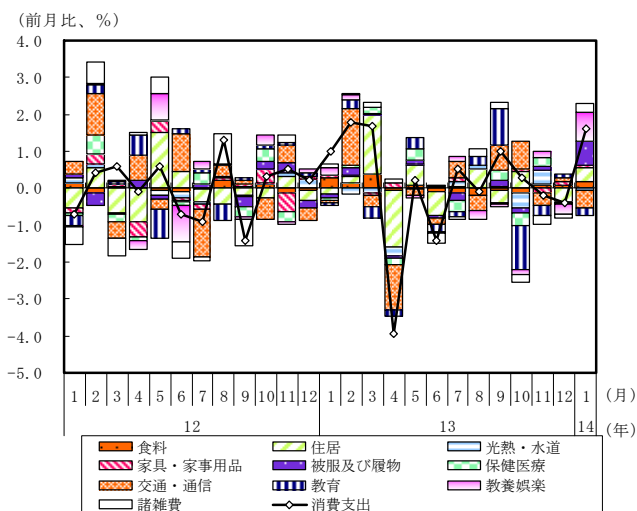
主要項目の動き：「被服及び履物」、「教養娯楽」の伸びが大きい

実質消費支出の動きを項目別に見ると、「被服及び履物」は前月比+14.4%と、増加幅が大きい。2013年12月は例年と比べて気温が高かったものの、1月に入り気温が低下した影響で、冬物衣料品が好調であった模様である。また、「教養娯楽」は同+8.1%と、こちらも大きく増加した。年末から1月5日まで休日が並んだことで、旅行者数が増加した模様であり、「宿泊料」、「パック旅行」などの支出が増加している。また、外食支出の増加を背景に、「食料」は同+0.8%と増加した。日本フードサービス協会の統計を見ても、外食は客単価の上昇を背景に好調な推移が続いている模様である。一方で、「交通・通信」は同▲3.3%と減少したが、自動車販売台数は高水準での推移が続いていることから、一時的な振れと捉えている。

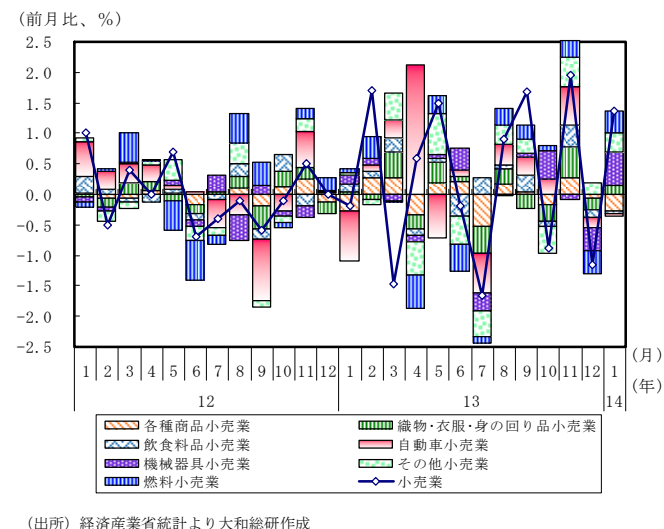
商業販売統計の名目小売販売額は前月比+1.4%と2ヶ月ぶりの増加

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、2014年1月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+1.4%と2ヶ月ぶりに増加した（図表3）。業種別に内訳をみると、「機械器具小売業」は前月比+8.0%と増加幅が大きい。業界統計で家電販売の動向を見ると、2014年1月から出荷数量の前年比伸び率が拡大しており、消費税増税前の駆け込み需要が本格化し始めたと考えられる（図表4）。「織物・衣服・身の回り品小売業」は同+1.8%と増加した。既述の通り、1月の気温低下を背景とした冬物衣料品が堅調に推移した結果であろう。「自動車小売業」は同▲0.4%と減少したが、販売金額の水準は依然高く、自動車では駆け込み需要の影響が発現し続けている。1月の小売販売は、駆け込み需要の本格化と天候要因が押し上げた格好である。

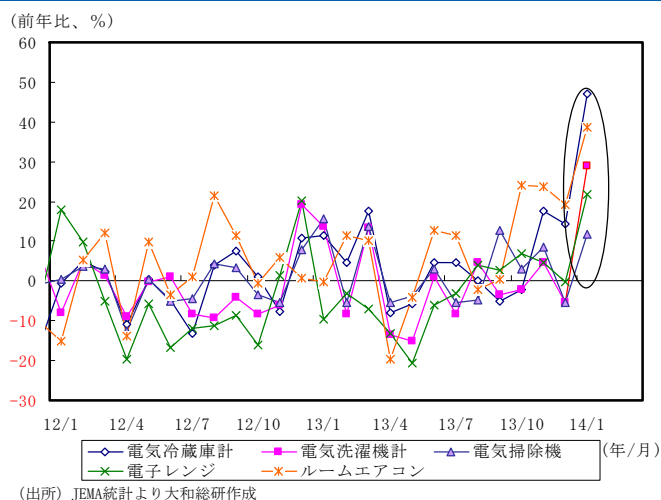
図表2：実質消費支出の項目別寄与度



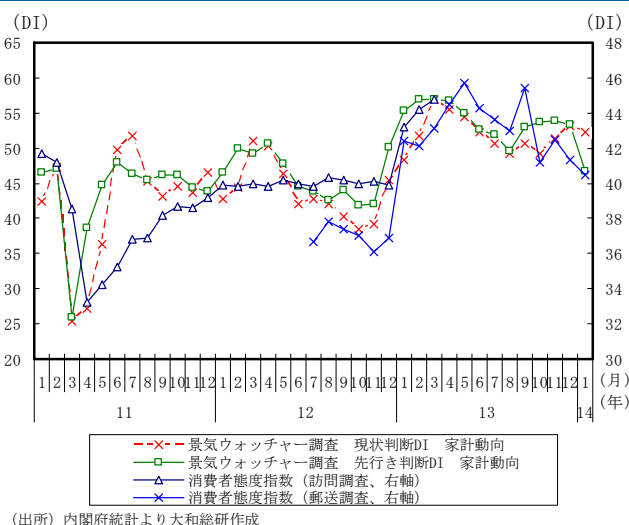
図表3：名目小売販売額の業種別寄与度



図表 4 : 民生用電気機器国内出荷数量の推移



図表 5 : 消費者マインドの推移



消費者マインドは2ヶ月連続で悪化

2014年1月の消費動向調査によると、消費者態度指数は、前月差▲0.8ptと2ヶ月連続で悪化した(図表5)。判断項目のうち、「耐久消費財の買い時判断」の悪化が続いている。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消費者マインドの悪化であるとみられる。そのため、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く、むしろ消費税増税前の駆け込み需要が増加している背景である。一方、「雇用環境」に関する判断は改善が続いている。雇用者数の増加や求人増加を反映したものであるとみられ、ポジティブな内容と捉えている。

大雪の影響で2月の消費は若干下押しされる見込み。ただし駆け込み需要の増加が上回る

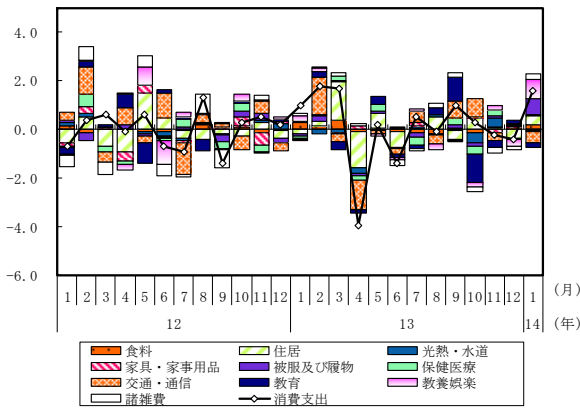
2月の個人消費は、大雪の影響で一部減速する可能性がある点に注意が必要である。関東地方を中心に大雪が降ったのは、2月8日(土)、2月14日(金)とどちらも週末のことであった。土曜日の外出が困難になったことで、関東圏の一部百貨店などで来客数が減少した模様である。物流が途絶えたことで、在庫不足になった店舗などもあり、一定程度大雪が消費を下押ししていると考えられる。

ただし、これまで動きが鈍かった家電に関しても、1月には駆け込み需要の動きが大きく見られていることを考えれば、2月、3月には駆け込み需要による個人消費の上振れがさらに拡大する見込みである。大雪による減速を上回る規模で、個人消費の拡大が続くとみて良いだろう。

消費・概況①

実質消費支出の項目別寄与度

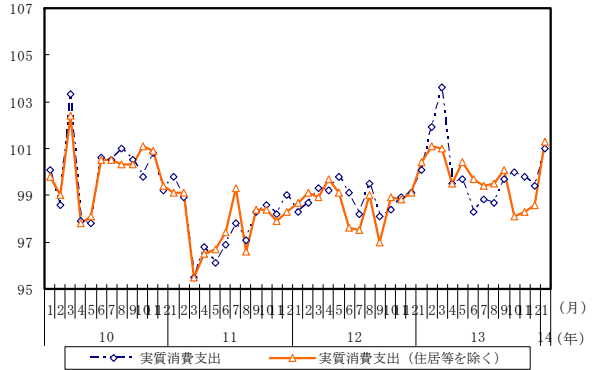
(前月比、%)



(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）

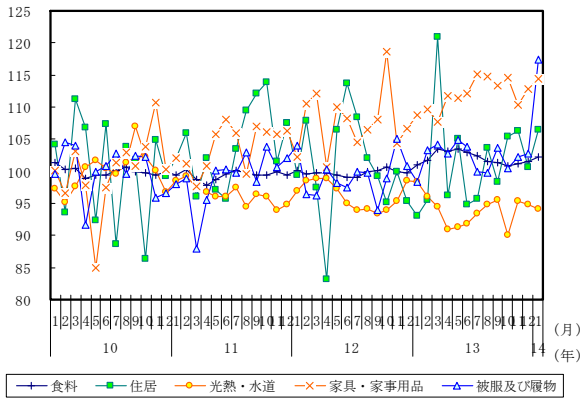
(2010年=100)



(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

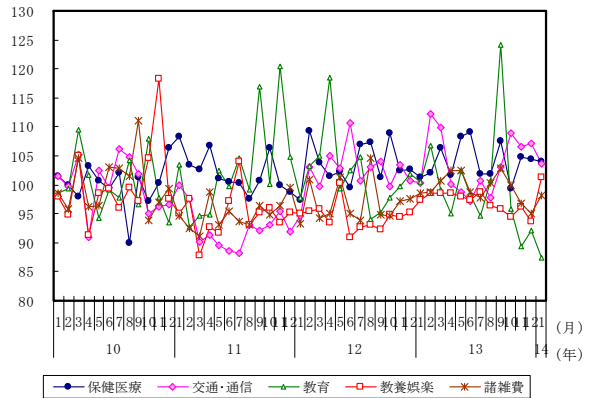
(2010年=100)



(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

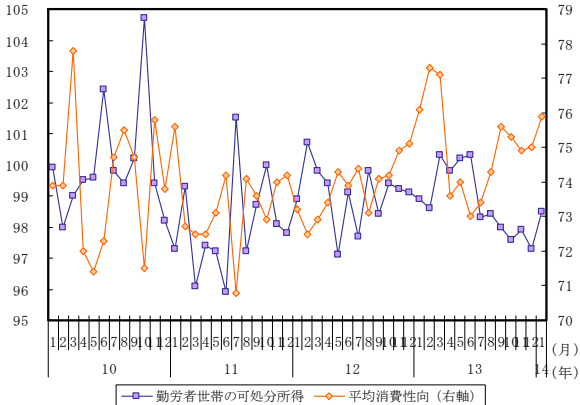
(2010年=100)



(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

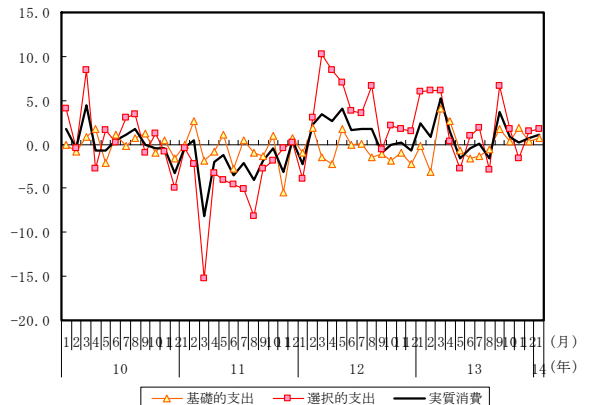
(2010年=100)



(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

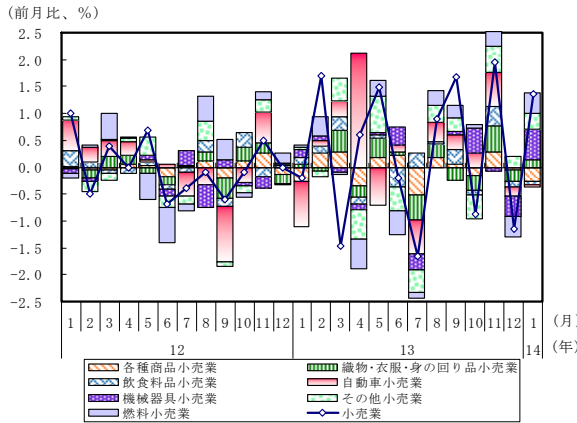
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

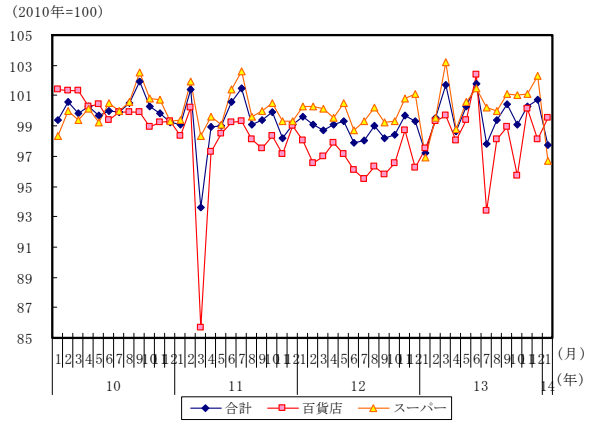
消費・概況②

商業販売統計小売業販売額の推移



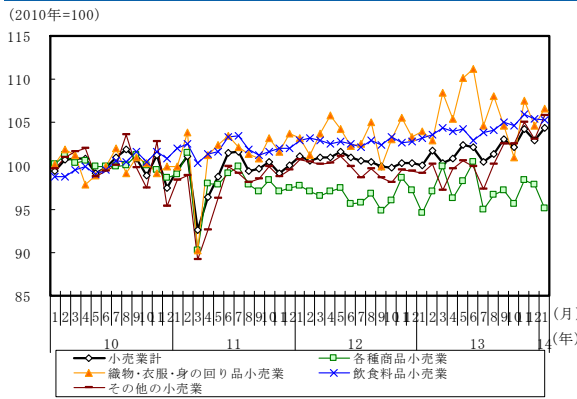
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売店業種別商品販売額



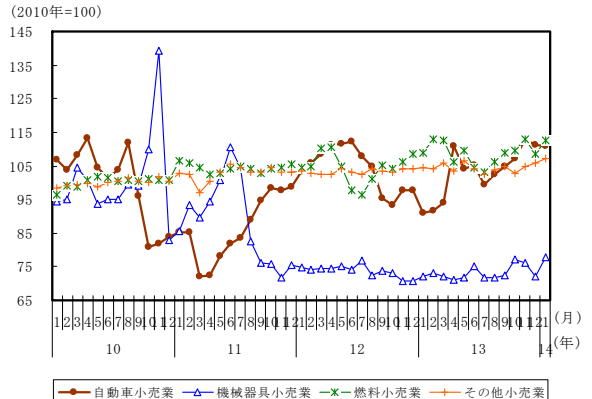
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



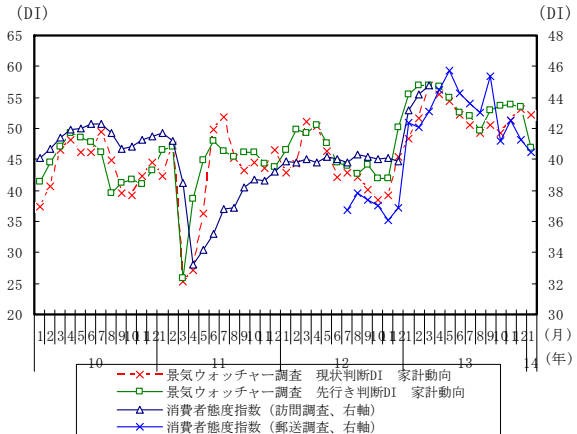
(注) その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



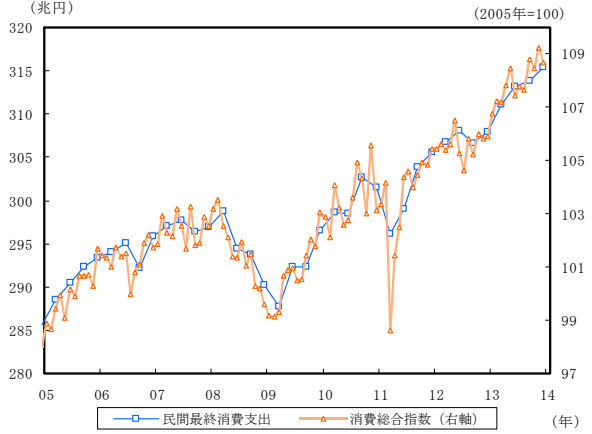
(注) その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

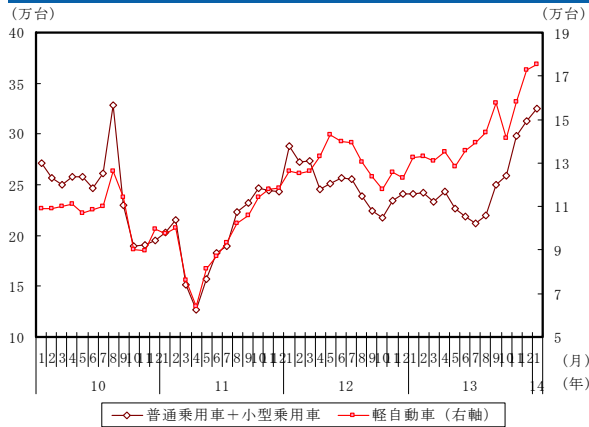
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

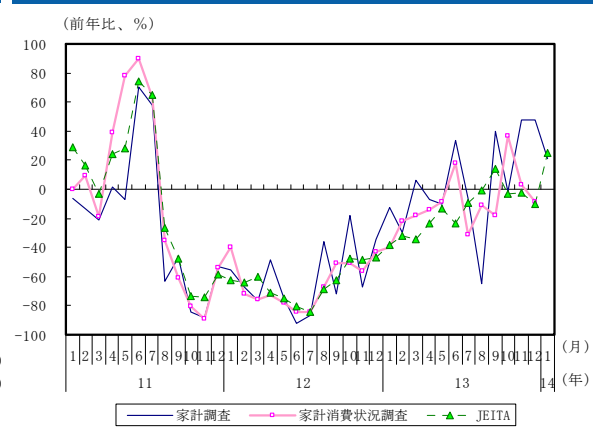
消費・協会統計

新車販売台数



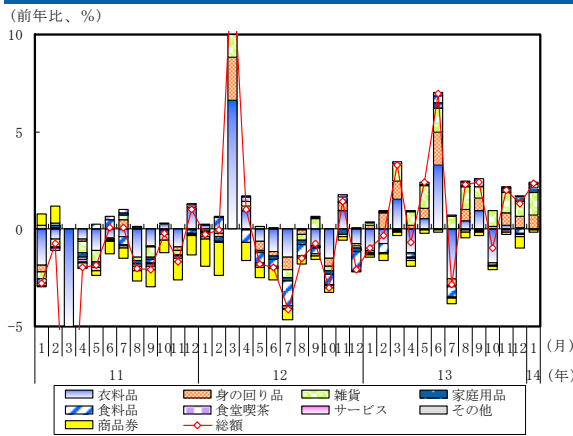
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



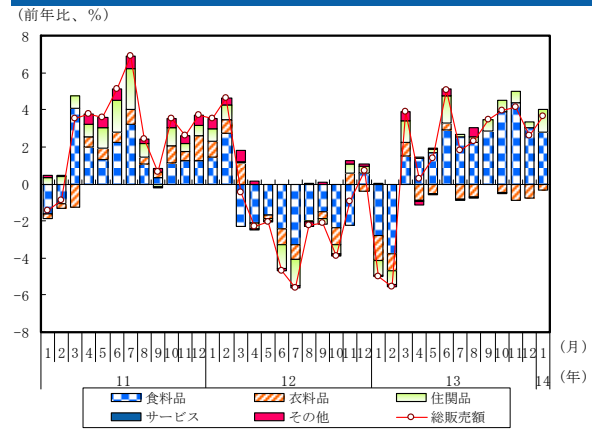
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



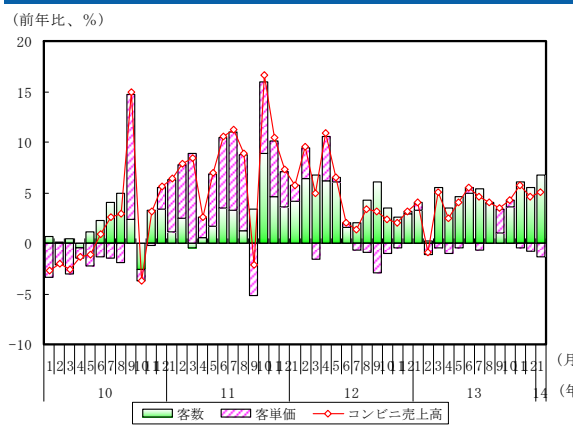
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



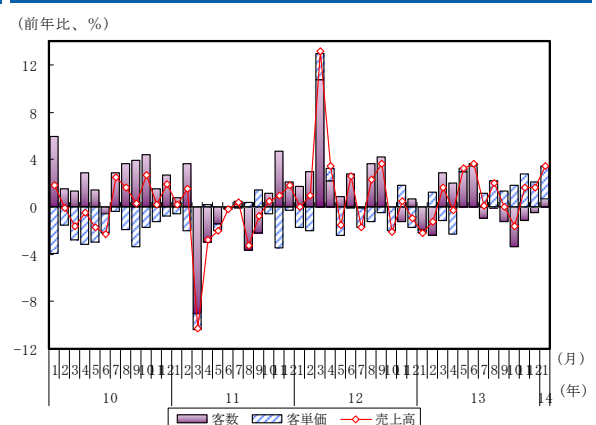
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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