

2014年5月2日 全7頁

Indicators Update

3月消費統計

駆け込み需要で大幅増加、先行きは消費者マインドの回復がポイント

経済分析室
エコノミスト 齋藤 勉

[要約]

- 総務省「家計調査」によると、2014年3月の実質消費支出は季節調整済み前月比+10.8%と、消費税率引き上げ前の駆け込み需要によって大幅に増加した。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+9.9%と同様に増加している。幅広い品目で駆け込み需要が発生したことに加え、前月大雪の影響で消費できなかった分が後ずれしたことも、消費を押し上げたとみられる。
- 経済産業省「商業販売統計」によると、3月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+6.3%と3ヶ月連続で増加した。「自動車小売業」を除く全ての業種で、駆け込み需要が売上を押し上げた模様である。
- 4月の小売販売動向によると、消費税率引き上げ後の4月は売上が前年比10%~20%減少している模様だ。3月の大幅な消費増を踏まえると、4月の減少幅は想定よりも小さい印象である。ただし、4月の反動減の規模が小幅だとしても、5月以降も減少が続いた場合、最終的に反動減が想定以上の規模になるということも考えられる。今後の個人消費動向を見る上では、反動減からの回復ペースが焦点になるだろう。

図表1：各種消費指標の概況

			2013年 12月	2014年 1月	2月	3月	出所
家計調査	実質消費支出	前年比	0.7	1.1	▲2.5	7.2	総務省
		前月比	▲0.4	1.6	▲1.5	10.8	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比	0.3	2.7	▲2.4	9.9	総務省
商業販売統計	小売業	前年比	2.5	4.4	3.6	11.0	経済産業省
		前月比	▲0.6	1.6	0.3	6.3	経済産業省
消費総合指数		前月比	▲0.3	1.1	▲1.0		内閣府
百貨店売上高		前年比	1.7	2.9	3.0	25.4	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比	▲0.3	▲0.1	1.0	2.9	(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	▲0.8	▲0.2	1.5	9.4	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比	1.6	3.4	▲2.8	1.7	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比	7.7	5.0	1.1		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

3月の実質消費支出は駆け込み需要で大幅増加

2014年3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+10.8%と、消費税率引き上げ前の駆け込み需要によって大幅に増加した。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+9.9%と同様に増加している。幅広い品目で駆け込み需要が発生したことに加え、前月大雪の影響で消費できなかった分が後ずれしたことも、消費を押し上げたとみられる。

10大費目別の動き：幅広い品目で駆け込みが見られる

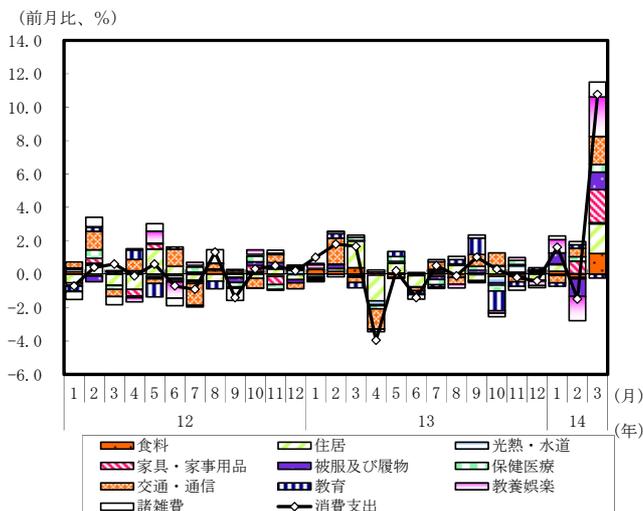
実質消費支出の動きを費目別に見ると、「家具・家事用品」（前月比+43.2%）、「教養娯楽」（同+26.6%）、「住居」（同+26.1%）、「被服及び履物」（同+25.1%）の増加幅が大きい。その他の費目でも、「交通・通信」（同+12.0%）、「諸雑費」（同+12.0%）、「保健医療」（同+9.5%）、「食料」（同+5.3%）など、幅広く増加が見られており、10大費目では「教育」（同▲6.2%）を除くすべてが増加した。

電気冷蔵庫、パーソナルコンピューターなどの耐久財では、2月までも駆け込みによる増加が見られていた。3月にはこれに加えて、衣料品を中心とする半耐久財、米や調味料、化粧品、たばこなどの非耐久財、住宅修繕費などのサービスでも駆け込みによって消費が増加している。

商業販売統計の名目小売販売額は前月比+6.3%と3ヶ月連続の増加

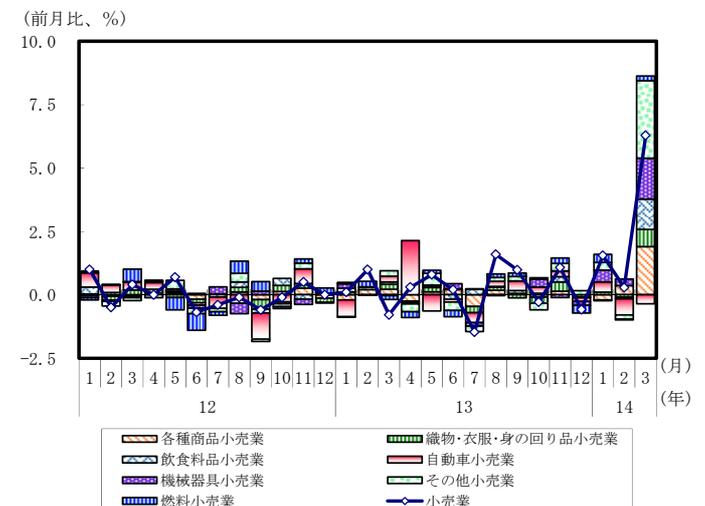
供給側から個人消費動向を捉えた商業販売統計を見ると、3月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+6.3%と3ヶ月連続で増加した（図表3）。業種別に内訳を見ると、「機械器具小売業」（前月比+23.2%）や「各種商品小売業」（同+19.8%）での増加幅が大きい。一方、「自動車小売業」は前月比▲3.0%と減少している。駆け込み需要は生じたものの、人気車種などの納車が税率引き上げに間に合わなかったことで、自動車販売台数は減少した模様である。

図表2：実質消費支出の費目別寄与度



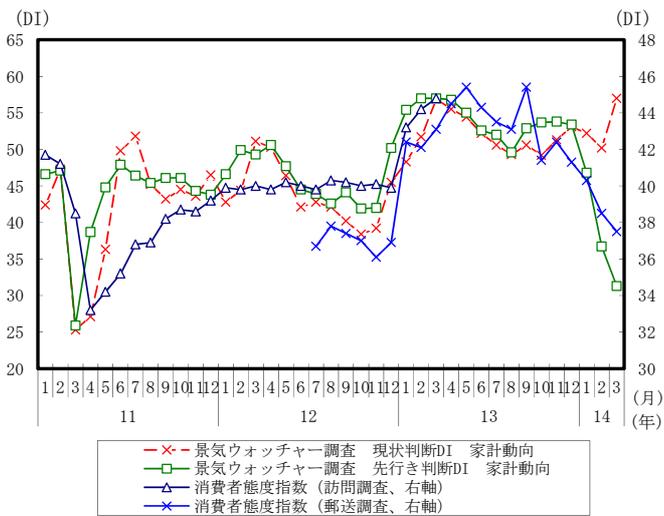
(出所) 総務省統計より大和総研作成

図表3：名目小売販売額の業種別寄与度



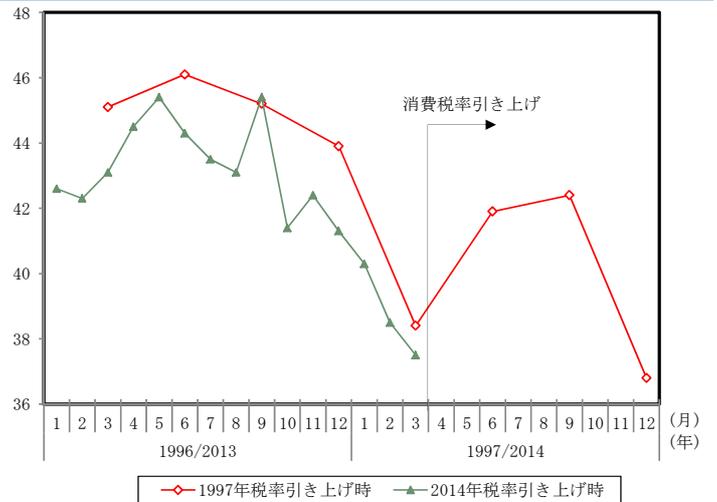
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

図表 4 : 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

図表 5 : 消費税率引き上げ前後の消費者態度指数の推移



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

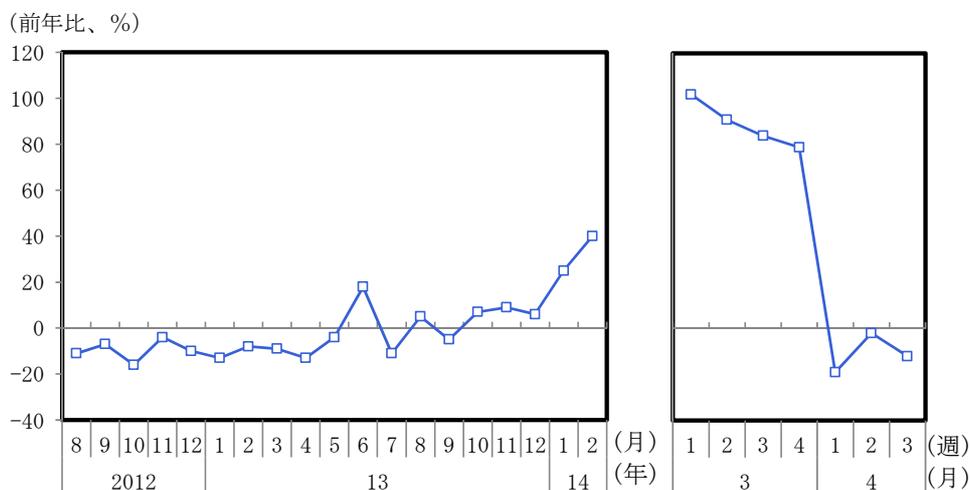
消費者マインドは悪化が続く

2014年3月の消費動向調査によると、消費者態度指数は、前月差▲1.0pt と4ヶ月連続で悪化した(図表4)。判断項目のうち、「耐久消費財の買い時判断」の悪化が続いており、消費税率引き上げを前に、消費者マインドは大きく悪化した模様である。これに対して、1997年には、税率引き上げ後消費者マインドは緩やかに回復していた様子が見て取れる(図表5)。税率引き上げ後、消費者マインドがいつ頃から、どの程度回復するかが、先行きの消費動向を左右すると言えよう。

4月消費動向：反動減は想定よりも小幅であった可能性

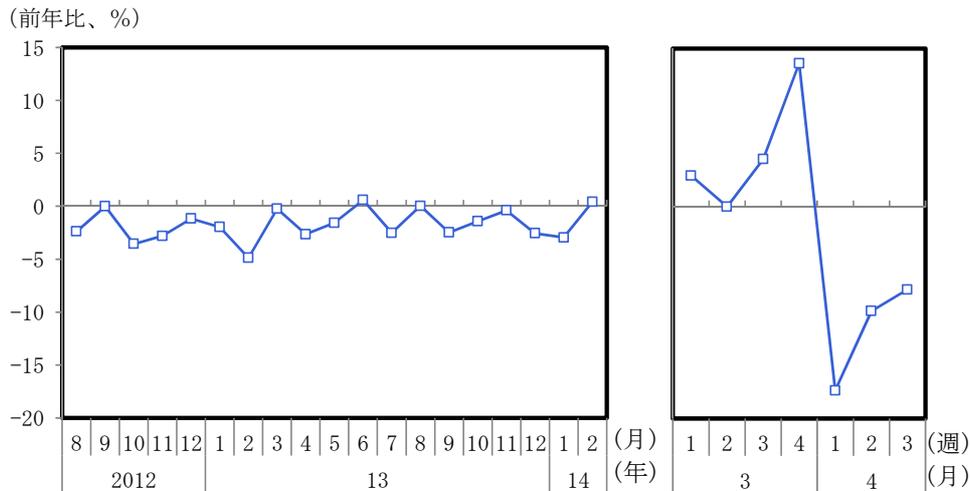
内閣府が公表している、週次の各種小売店販売金額の推移や、百貨店の月次売上などによると、消費税率引き上げ後の4月は売上が前年比10%~20%減少している模様だ(図表6、図表7)。3月の大幅な消費増を踏まえると、4月の減少幅は想定よりも小さい印象である。

図表 6 : 消費税率引き上げ前後の家電販売金額の推移



(出所) 内閣府資料より大和総研作成

図表 7：消費税率引き上げ前後の飲食料品販売金額（スーパー）の推移



(出所) 内閣府資料より大和総研作成

反動減からの回復ペースが焦点。消費者マインドの回復が重要

ただし、4月の反動減の規模が小幅だとしても、5月以降も減少が続いた場合、最終的に反動減が想定以上の規模になるということも考えられる。今後の個人消費動向を見る上では、反動減からの回復ペースが焦点になるだろう。

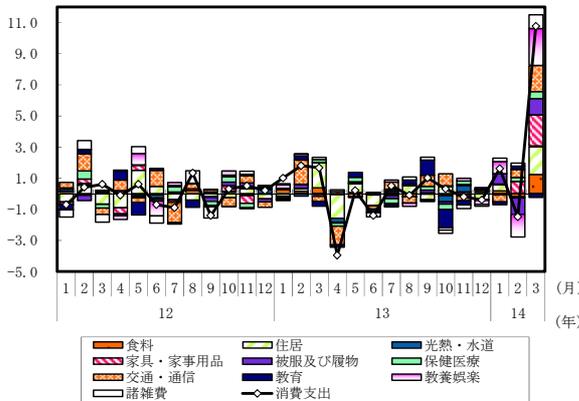
足下では、パートタイム労働者の時給が上昇しつつあり、4月以降多くの企業でベースアップが実施される見込みである。こうした所得環境の改善傾向は、物価上昇に伴う実質所得減を一定程度緩和し、個人消費を下支えすると考えている。所得環境の改善に加えて、消費者マインドが堅調に回復すれば、個人消費は反動減から順調に回復していくとみてよいだろう。すなわち、今後の消費動向を見る上では、消費者マインドの改善がカギになると言える。

消費者マインドの先行きを予測することは困難であるが、大幅に消費者マインドが悪化するようなイベントは想定しにくい。国内外の経済環境が堅調に推移すれば、消費者マインドも徐々に回復し、個人消費は次第に改善基調に復すると考えている。

消費・概況①

実質消費支出の項目別寄与度

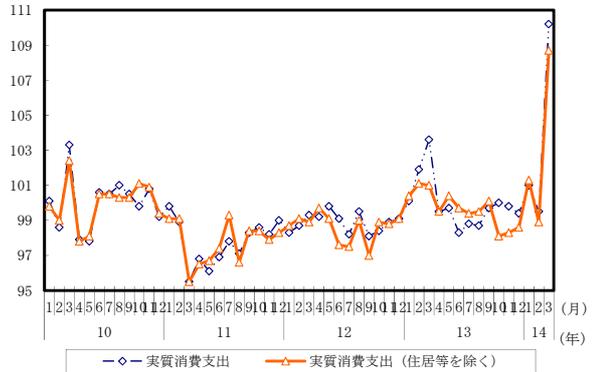
(前月比、%)



(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)

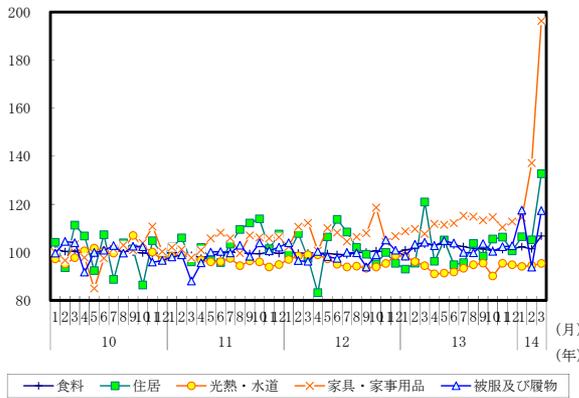
(2010年=100)



(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

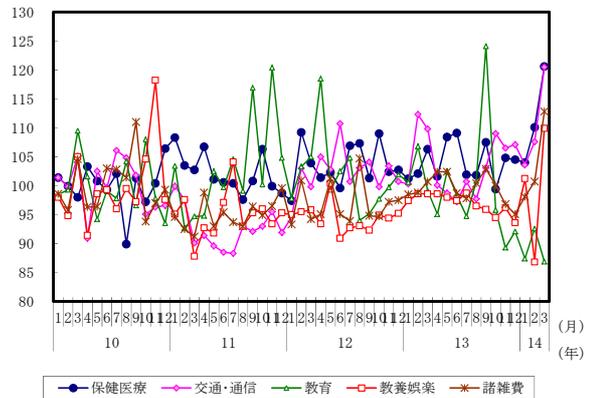
(2010年=100)



(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

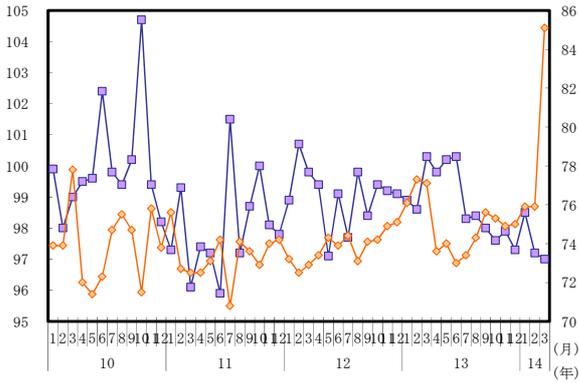
(2010年=100)



(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

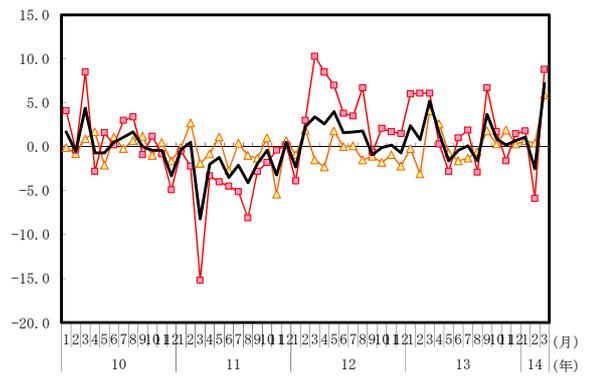
(2010年=100)



(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

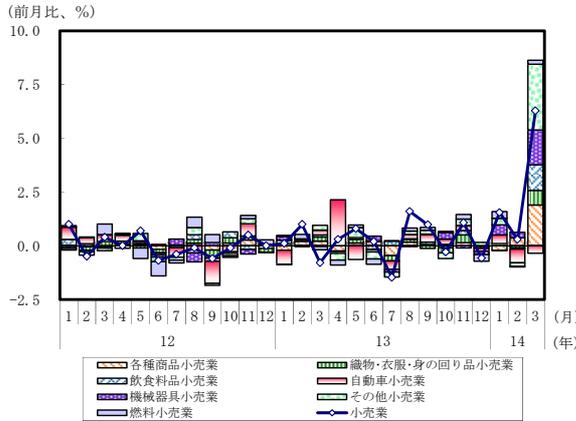
(前年比、%)



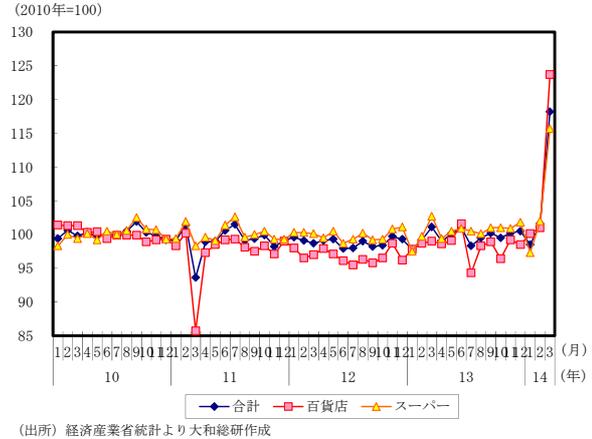
(出所) 総務省統計より大和総研作成

消費・概況②

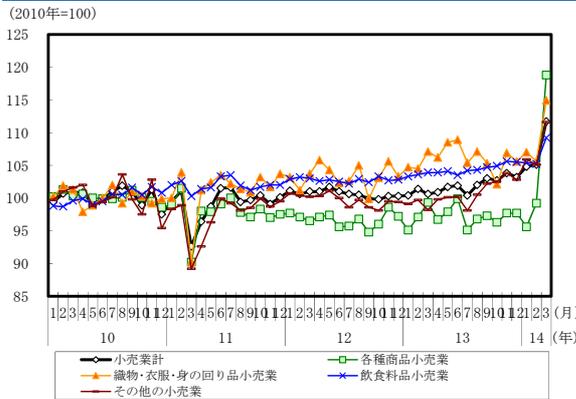
商業販売統計小売業販売額の推移



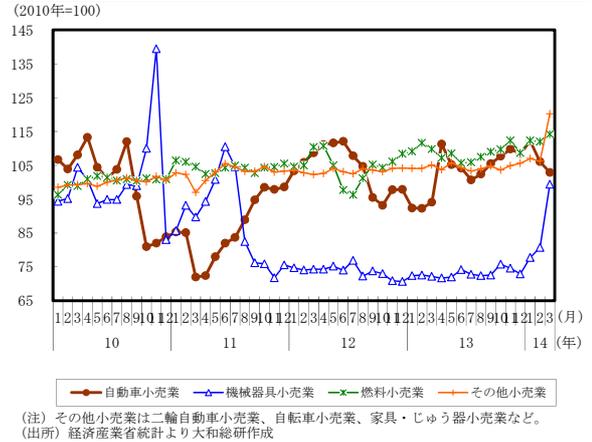
大型小売業総別商品販売額



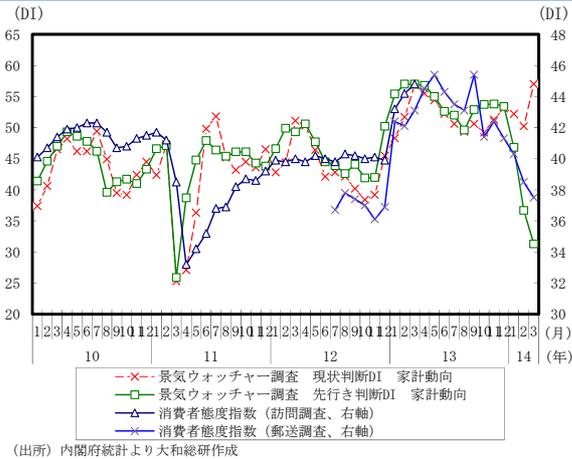
業種別小売販売①



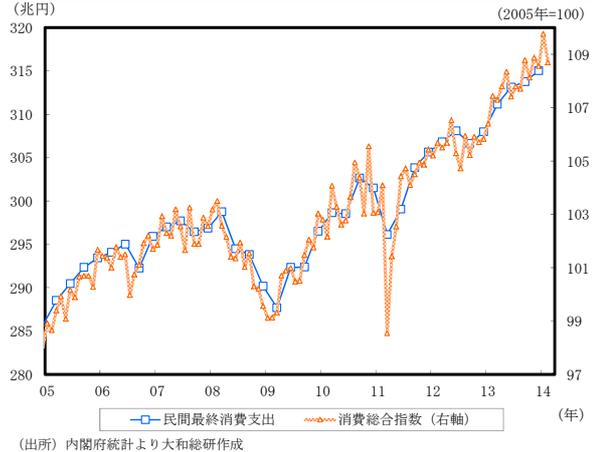
業種別小売販売②



消費者マインド

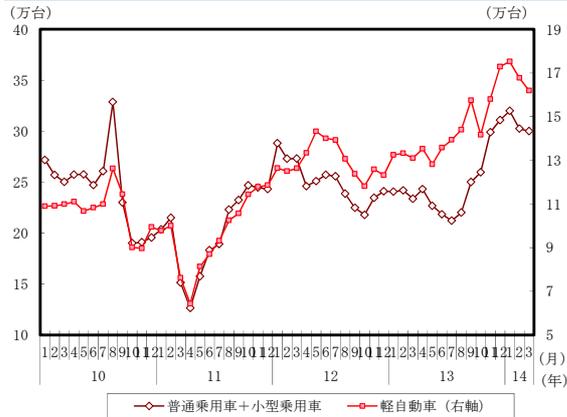


GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



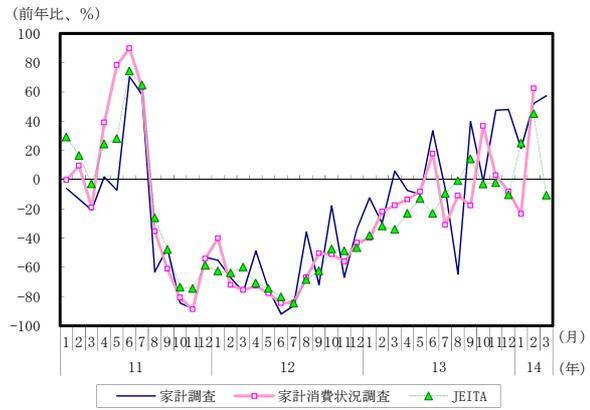
消費・協会統計

新車販売台数



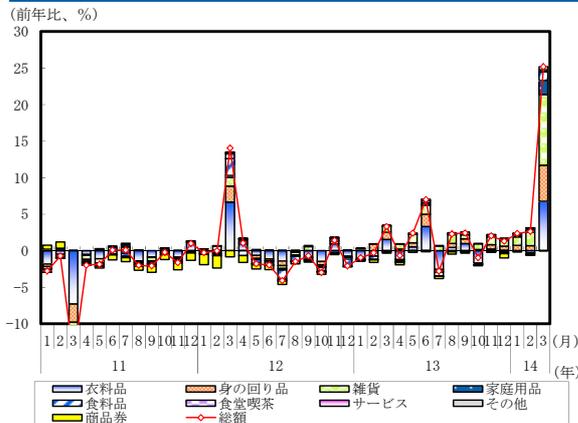
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



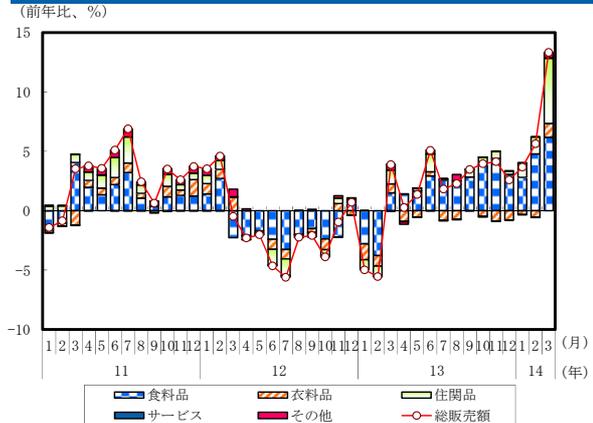
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



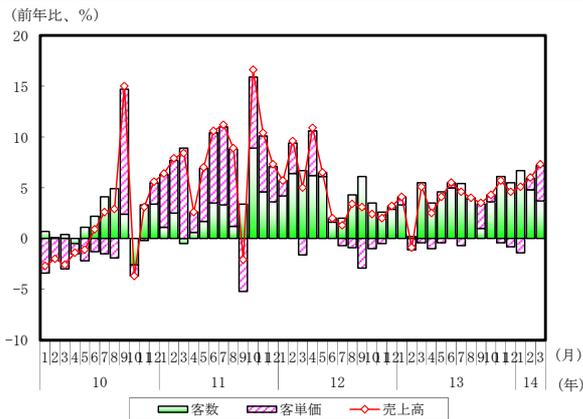
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



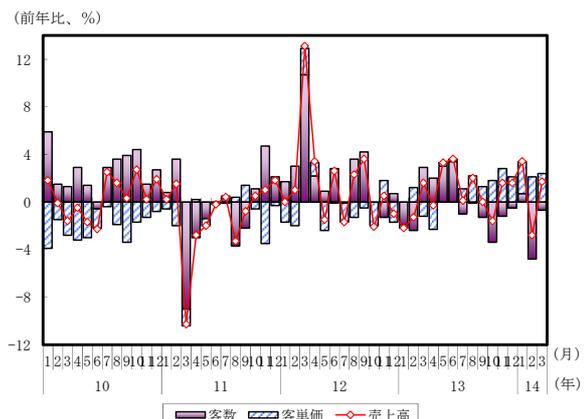
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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