

Indicators Update

4月消費統計

駆け込み需要の反動で大幅減

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4月の実質消費支出は季節調整済み前月比▲13.3%と、消費税率引き上げによる駆け込み需要の反動から大幅に減少した。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▲13.8%と大きく減少している。
- 4月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比▲13.7%と4ヶ月ぶりに減少した。駆け込み需要の反動減の影響が大きく、すべての業種で売上げが減少している。ただし、3月の販売額の上振れ幅を考慮すると、4月時点の販売額の水準が想定以上に落ち込んだということはない。4月時点での反動減の規模は、おおむね想定通りだったと捉えている。
- 経団連調査によると、大手企業の夏季賞与は前年比+8.8%と大幅な増加が見込まれている。所得環境の改善は、耐久財を中心とする消費の回復ペースを後押しするだろう。2014年7-9月期には、実質個人消費は前年を上回る水準に復すると考えている。

図表1：各種消費指標の概況

		2014年				出所
		1月	2月	3月	4月	
家計調査	実質消費支出	前年比	1.1 ▲ 2.5	7.2 ▲ 4.6	総務省	
		前月比	1.6 ▲ 1.5	10.8 ▲ 13.3	総務省	
	実質消費支出（除く住居等）	前月比	2.7 ▲ 2.4	9.9 ▲ 13.8	総務省	
商業販売統計	小売業	前年比	4.4 3.6	11.0 ▲ 4.4	経済産業省	
		前月比	1.6 0.3	6.4 ▲ 13.7	経済産業省	
消費総合指数	前月比	1.4 ▲ 1.3	4.6	内閣府		
百貨店売上高	前年比	2.9 3.0	25.4 ▲ 12.0	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 1.0	2.9 ▲ 2.2	(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	▲ 0.2 1.5	9.4 ▲ 5.4	日本チェーンストア協会		
外食売上高	前年比	3.4 ▲ 2.8	1.7 2.3	(一社)日本フードサービス協会		
旅行取扱高	前年比	5.0 1.1	7.8	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

4月の実質消費支出は前月比▲13.3%と、駆け込み需要の反動から大幅減

2014年4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▲13.3%と、消費税率引き上げによる駆け込み需要の反動から大幅に減少した。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▲13.8%と大きく減少している。

10大費目別の動き：幅広い品目で駆け込み需要の反動減の影響が大きい

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▲53.5%）、「諸雑費」（同▲20.9%）、「保健医療」（同▲19.6%）、「交通・通信」（同▲19.4%）、「被服及び履物」（同▲17.5%）、「住居」（同▲17.3%）、「教養娯楽」（同▲11.8%）、「食料」（同▲10.1%）と幅広い品目で前月から大幅に減少した（図表2）。多くの品目では、2013年末から2014年3月にかけて駆け込み需要が生じており、その反動減の影響が大きい。

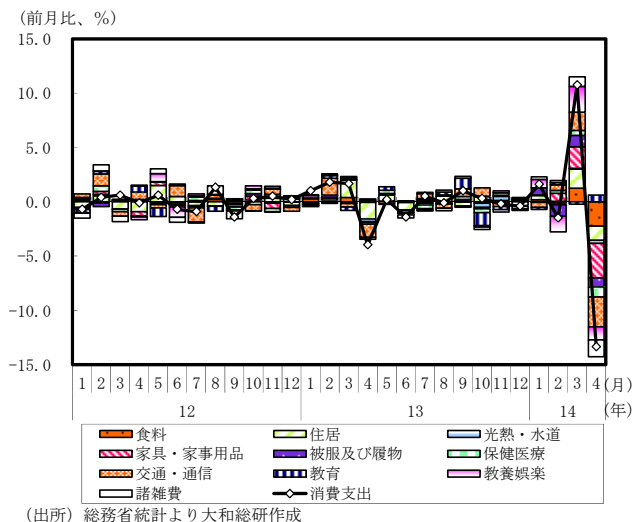
商業販売統計の名目小売販売額は前月比▲13.7%と、反動から大幅減

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、4月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比▲13.7%と4ヶ月ぶりに減少した（図表3）。駆け込み需要の反動減の影響が大きく、すべての業種で売り上げが減少している。業種別に内訳を見ると、「機械器具小売業」（前月比▲36.6%）、「各種商品小売業」（同▲25.8%）、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同▲9.5%）、「燃料小売業」（同▲9.5%）などで減少幅が大きい。ただし、3月の販売額の上振れ幅を考慮すると、4月時点の販売額の水準が想定以上に落ち込んだということはない。4月時点での反動減の規模は、おおむね想定通りだったと捉えている。

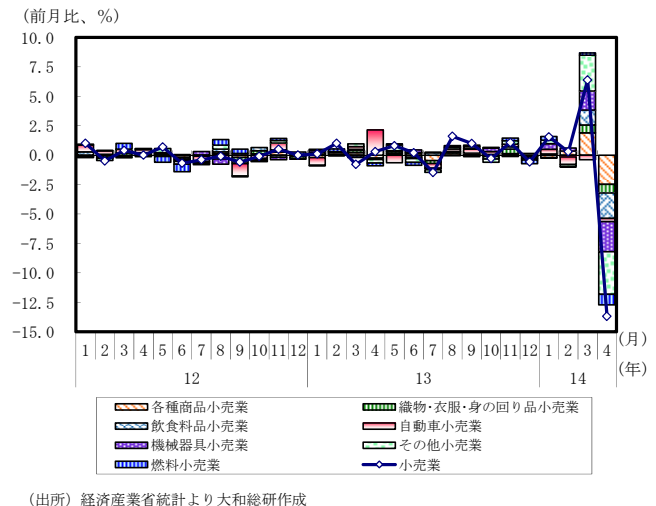
消費者マインドは悪化が続く

2014年4月の消費動向調査によると、消費者態度指数は、前月差▲0.5ptと5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」は改善に転じたものの、「収入の増え方」や「暮らし向き」などの悪化幅が大きく、増税による実質所得減少に対する懸念から、消費者マインドは悪化した模様である。

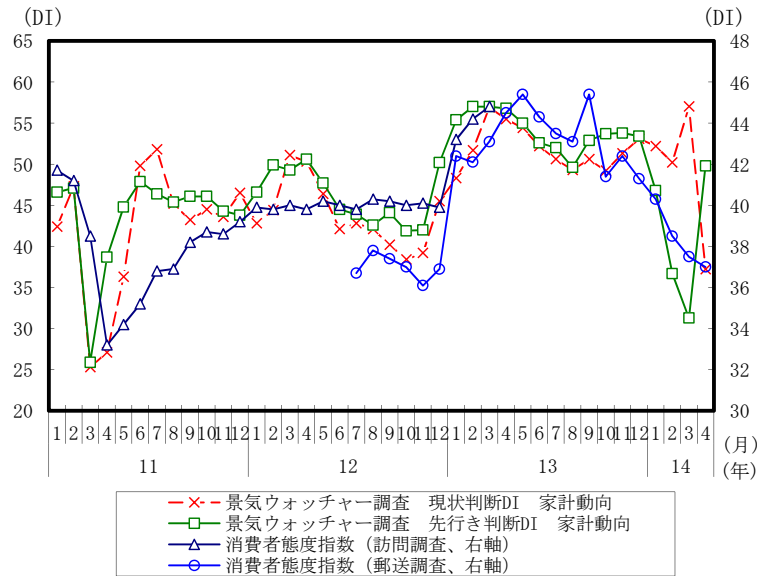
図表2：実質消費支出の費目別寄与度



図表3：名目小売販売額の業種別寄与度



図表 4 : 消費者マインドの推移

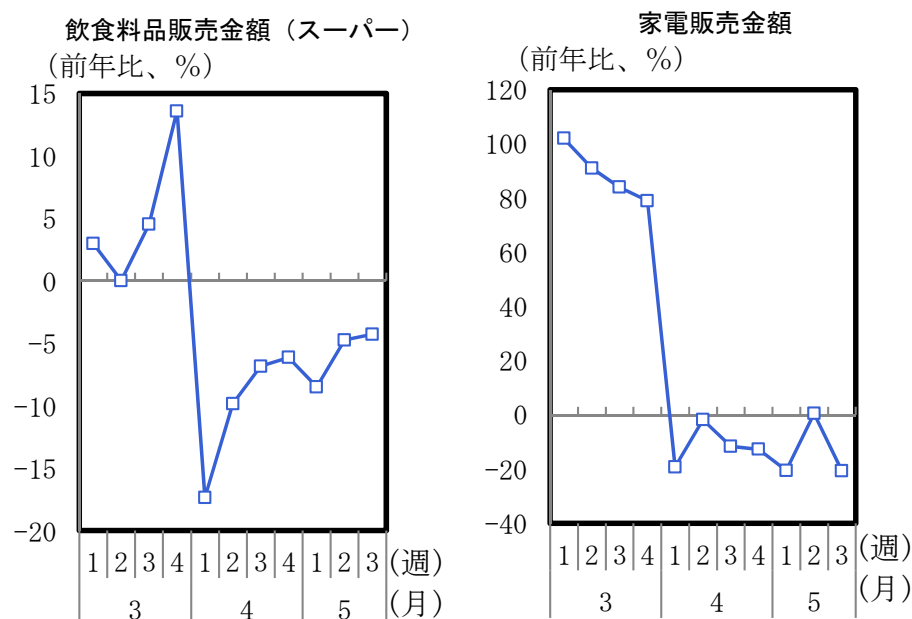


(出所) 内閣府統計より大和総研作成

5月消費動向：財によって異なる回復ペース

内閣府公表の、小売業の週次売り上げ動向によると、スーパーの飲食料品販売金額は、前年比マイナスでの推移が続いているものの、マイナス幅は縮小傾向にある。一方、家電販売金額は前年比▲20%程度での推移が続いており、反動減からの回復は若干鈍い印象だ。耐久財に関しては、5月に入っても反動減の影響が持続している模様である（図表 5）。

図表 5 : 消費税率引き上げ前後の小売販売金額の週次推移



(出所) 内閣府資料より大和総研作成

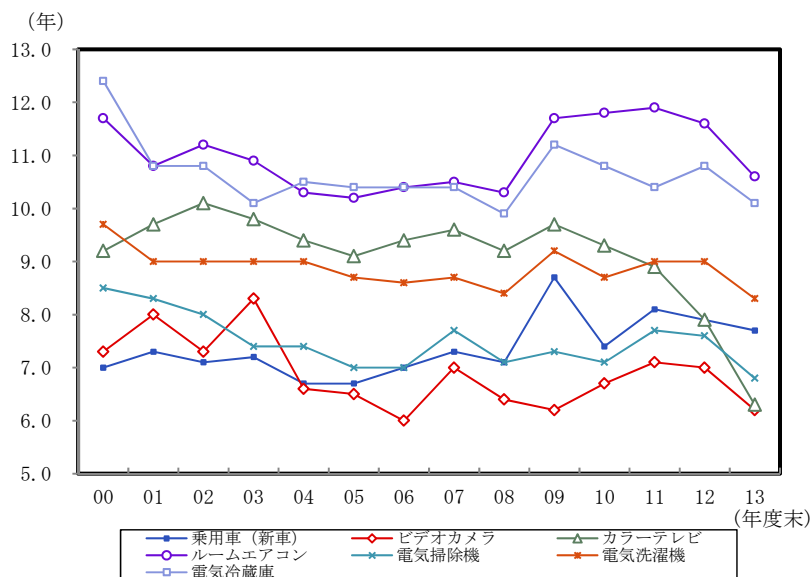
主要耐久財の平均使用年数に見る反動減からの回復

駆け込み需要の反動減からの回復ペースを測る上では、主要耐久財の平均使用年数が参考になる。過去の推移と比べて、平均使用年数が若返っている財については、通常の買い替えサイクルよりも早く製品の買い替えが行われた可能性がある。こうした財については、増税後買い替えが控えられると考えられるため、反動減からの回復も遅いだろう。一方、平均使用年数がそれほど若返っていなければ、急いで買い替えを行った世帯は少ないということになる。今後も、買い替えに伴う潜在的な需要が生じ、当該耐久財向け支出金額は増加に向かう可能性が高いだろう。

財別に動向を見ると、すべての主要耐久財で、2013年度末にかけて平均使用年数が若返っている（**図表 6**）。つまり、2012年度末時点の平均的な買い替えサイクルよりも早いタイミングで買い替えを行った家計があるということである。こうした家計が存在することで、消費税増税後の耐久財需要は、通常の買い替えサイクルに即した需要よりも下振れすることは避けられない。

しかし、カラーテレビを除けば、平均使用年数の若返り幅は限定的であり、おおむね過去の景気回復期の水準と同程度である。増税後も、過去の景気回復期と同程度の買い替えサイクルは生じるとみてよいだろう。需要全体の水準としては低下が避けられないものの、需要の落ち込み幅は限定的なものに留まり、耐久財の需要も徐々に回復すると考えている。

図表 6：主要耐久財の平均使用年数



（出所）内閣府統計より大和総研作成

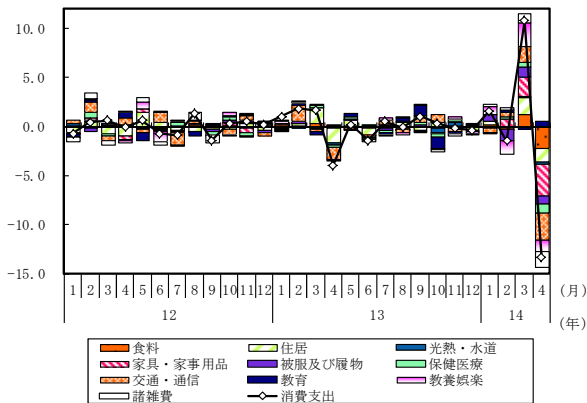
夏季賞与を中心とする所得環境の改善が消費を下支え

上記のとおり、耐久財に対する需要も徐々に回復していくと考えているが、家電販売金額の週次推移からは、耐久財の反動減からの回復ペースはいまだ鈍いことが示唆される。しかし、経団連調査によると、大手企業の夏季賞与は前年比+8.8%と大幅な増加が見込まれており、所得環境の改善が耐久財を中心とする消費の回復ペースを後押しするだろう。2014年7-9月期には、実質個人消費は前年を上回る水準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

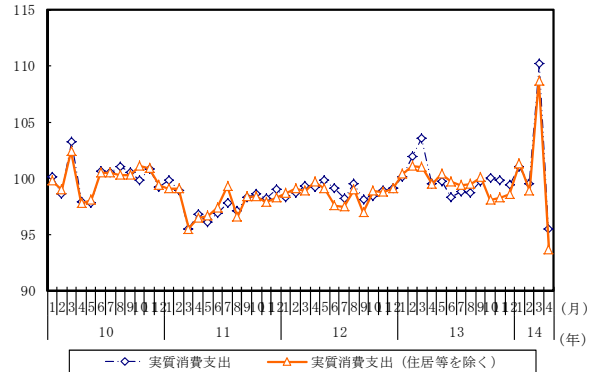
(前月比、%)



(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)

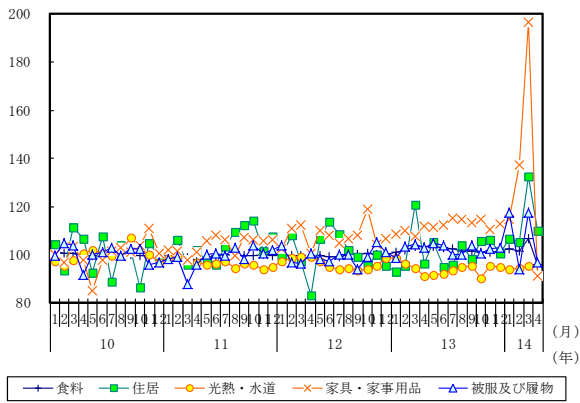
(2010年=100)



(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

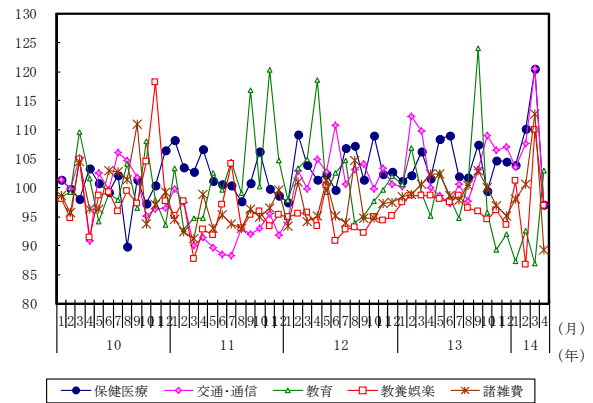
(2010年=100)



(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

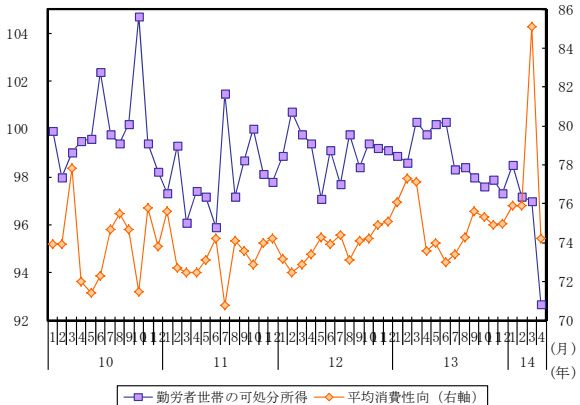
(2010年=100)



(注) 季節調整値。
(出所) 総務省統計より大和総研作成

勤労者世帯の実質可処分所得と平均消費性向

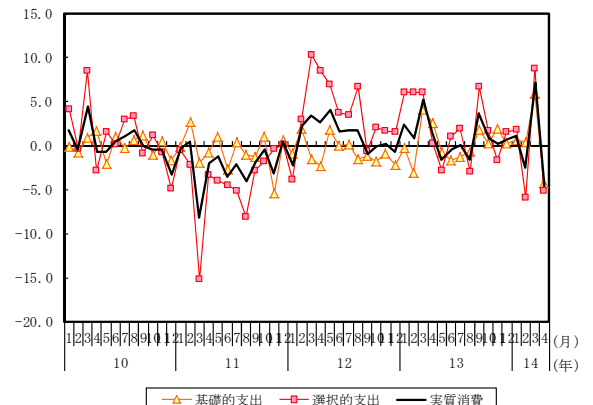
(2010年=100)



(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

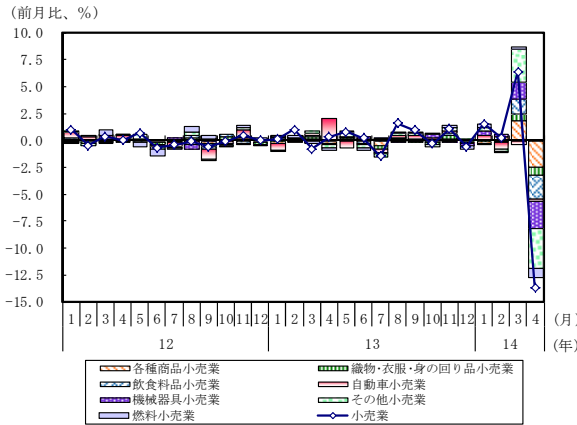
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

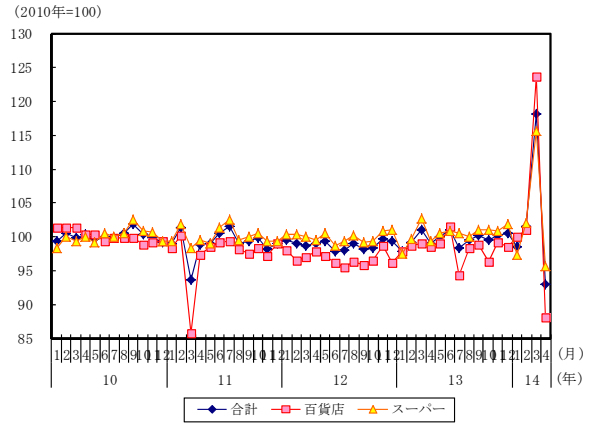
消費・概況②

商業販売統計小売業販売額の推移



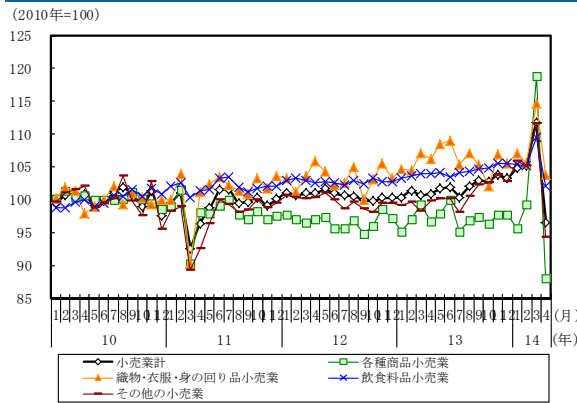
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売業総別商品販売額



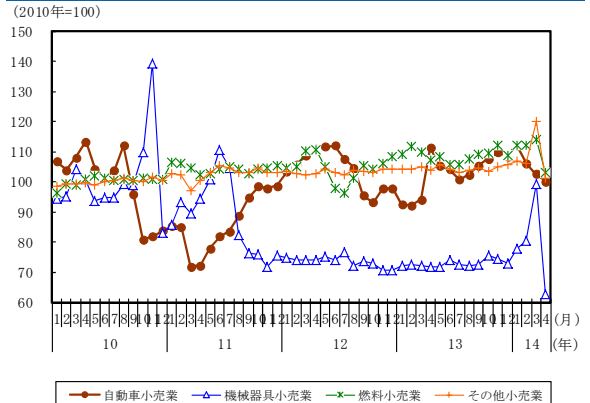
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



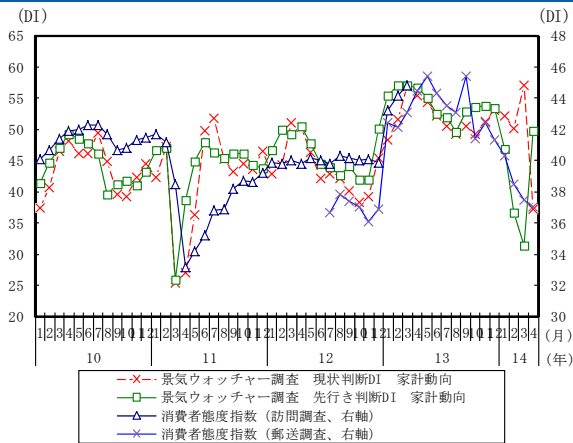
(注) その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



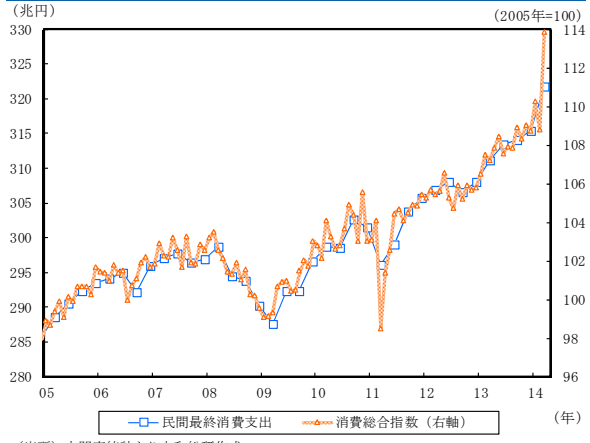
(注) その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

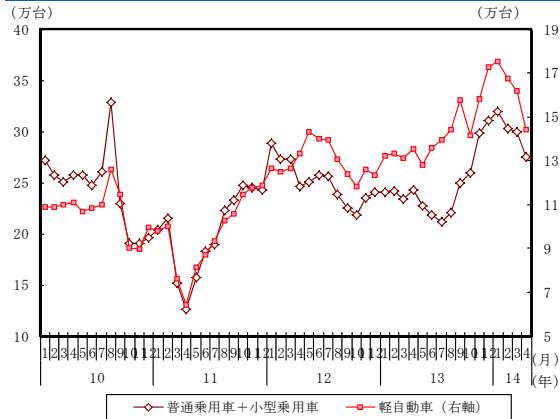
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

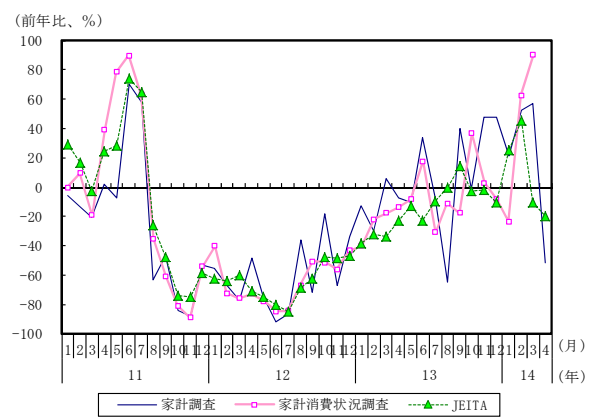
消費・協会統計

新車販売台数



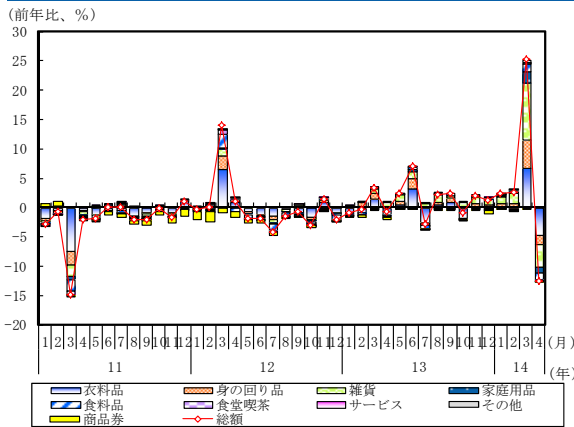
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



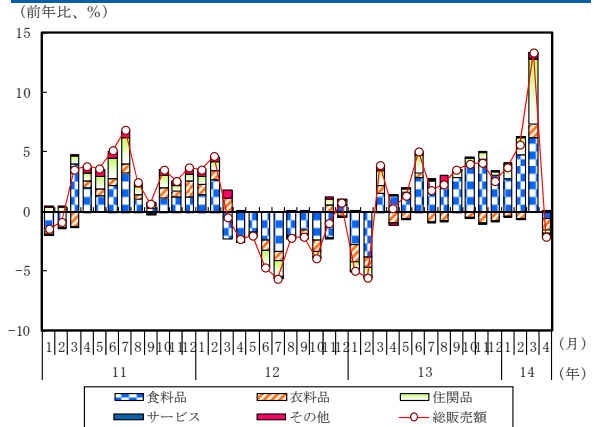
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



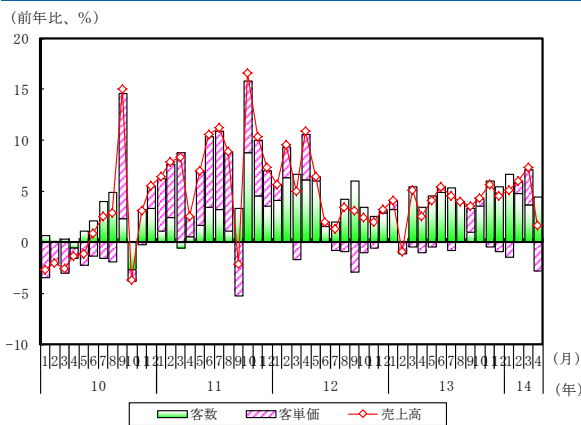
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



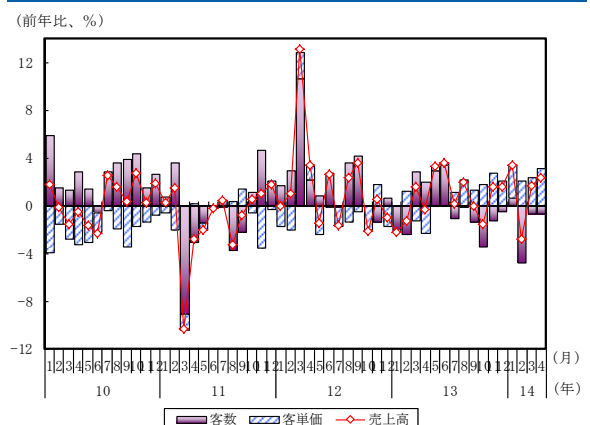
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

コンビニ売上の寄与度分解 (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