

Indicators Update

6月消費統計

増加幅は小幅ながらも反動減の影響は徐々に緩和

エコノミック・インテリジェンス・チーム
エコノミスト 久後 翔太郎

[要約]

- 2014年6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+1.5%と増加した。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+0.4%の増加であった。実質消費支出は4月、5月の減少を踏まえると、増加幅は小さい印象である。
- 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、6月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+0.4%と2ヶ月連続で増加した。業種別に内訳を見ると、「機械器具小売業」（前月比+7.0%）、「各種商品小売業」（同+3.0%）などが増加する一方、「自動車小売業」（同▲3.2%）、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同▲2.4%）などは減少した。
- 4-6月期の家計調査等をもとに、GDPベースの個人消費を推計すると、前期比▲4%程度の減少に転じる公算である。ただし、反動減の影響は4-6月期をピークに徐々に減衰していくとみられ、個人消費は明確な回復傾向へと復すると予想している。このため、4-6月期の減少幅が大きい分、7-9月期の個人消費は高い増加率を期待できるだろう。

図表1：各種消費指標の概況

		2014年	4月	5月	6月	出所
		3月				
家計調査	実質消費支出	前年比	7.2 ▲ 4.6	▲ 8.0	▲ 3.0	総務省
		前月比	10.8 ▲ 13.3	▲ 3.1	1.5	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比	9.9 ▲ 13.8	0.6	0.4	総務省
商業販売統計	小売業	前年比	11.0 ▲ 4.3	▲ 0.4	▲ 0.6	経済産業省
		前月比	6.4 ▲ 13.6	4.6	0.4	経済産業省
消費総合指数	前月比	4.9 ▲ 8.1	1.3		内閣府	
百貨店売上高	前年比	25.4 ▲ 12.0	▲ 4.2	▲ 4.6	日本百貨店協会	
コンビニエンスストア売上高	前年比	2.9 ▲ 2.2	▲ 0.8	▲ 1.9	(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	9.4 ▲ 5.4	▲ 2.2	▲ 2.8	日本チェーンストア協会	
外食売上高	前年比	1.7 2.3	2.8	▲ 1.8	(一社) 日本フードサービス協会	
旅行取扱高	前年比	7.8 ▲ 1.2	3.4		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

6月の実質消費支出は前月比+1.5%と、反動減から緩やかな回復を示す

2014年6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+1.5%と増加した。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+0.4%の増加であった。ただし、実質消費支出は4月、5月の減少を踏まえると、増加幅は小さい印象である。

10大費目別の動き：幅広い費目で増加し、反動減の影響は徐々に緩和

実質消費支出の動きを費目別に見ると、「住居」（前月比+21.9%）、「交通・通信」（同+4.6%）、「家具・家事用品」（同+11.3%）、「光熱・水道」（同+5.1%）、などの増加が全体を押し上げた。幅広い費目で前月から増加しており、個人消費は反動減から緩やかながら回復傾向へと復している模様だ。

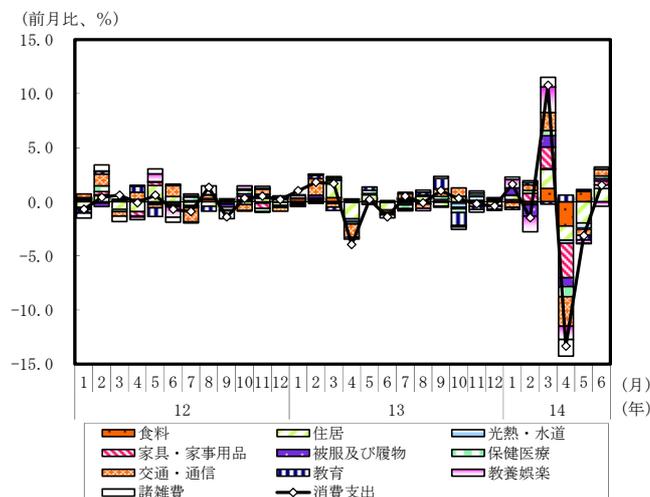
もともと、「住居」や「交通・通信」といった振れの大きい項目が増加している点には注意が必要である。ただし、「家具・家事用品」では、消費税率引き上げの影響が大きいと考えられていた家庭用耐久財で持ち直しの動きが見られていることはポジティブな内容であった。

一方、多くの費目が前月から増加するなか、「教養娯楽」は同▲3.8%と3ヶ月連続で減少した。教養娯楽用耐久財の減少が続いていることが主な要因であり、家庭用耐久財とは対照的に教養娯楽用耐久財は反動減からの回復ペースが遅い。

商業販売統計の名目小売販売額は前月比+0.4%と、緩やかな回復が続く

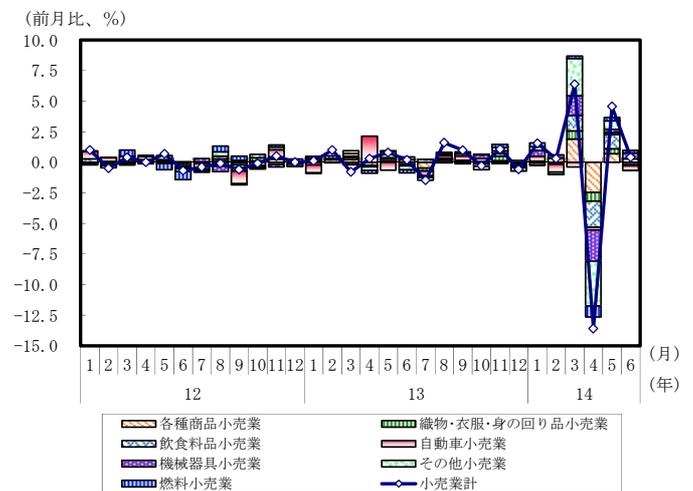
供給側から個人消費動向を捉えた商業販売統計を見ると、6月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+0.4%と2ヶ月連続で増加した（図表3）。業種別に内訳を見ると、「機械器具小売業」（前月比+7.0%）、「各種商品小売業」（同+3.0%）などが増加する一方、「自動車小売業」（同▲3.2%）、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同▲2.4%）などは減少した。自動車の反動減からの戻りは鈍いものの、機械器具小売業の回復ペースが加速した点は評価できる。

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

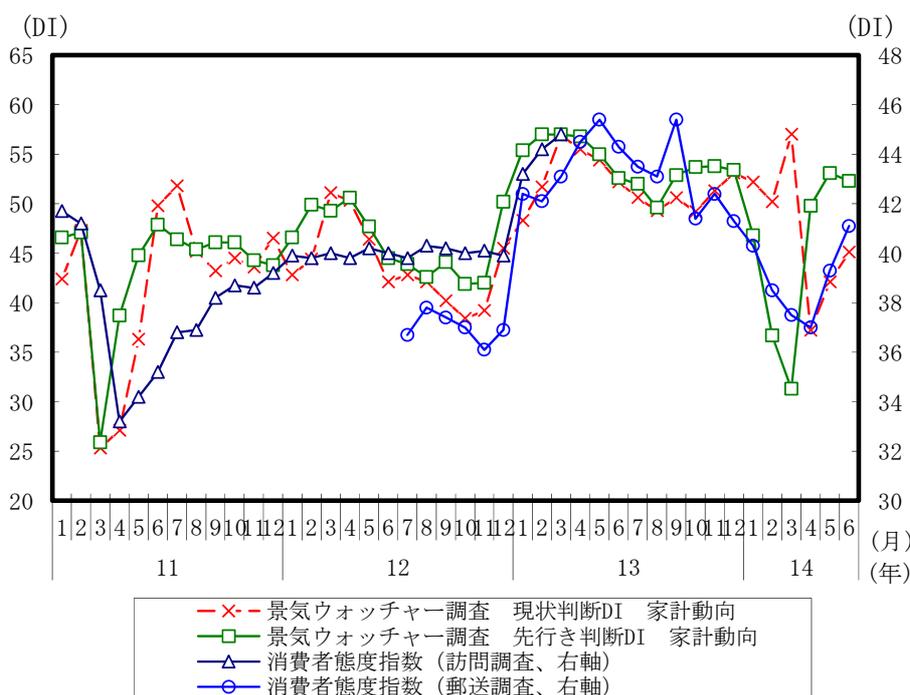


(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインドは改善が続く

2014年6月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月差+1.8ptと2ヶ月連続で上昇し、消費税率引き上げに伴い悪化の続いた消費者マインドは改善傾向が明確化している(図表4)。前月に続き判断項目のうち、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」というすべての意識指標が改善している。今後は、労働需給逼迫に伴う賃金上昇や夏季賞与の増加など、所得・雇用環境の改善が消費者マインドを押し上げていく見込みである。

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

4-6月期のGDPベースの個人消費は前期比▲4%程度の減少へ

6月の個人消費は、幅広い費目で底入れの動きを示しており、反動減の影響が緩和していることを確認できる内容であった。

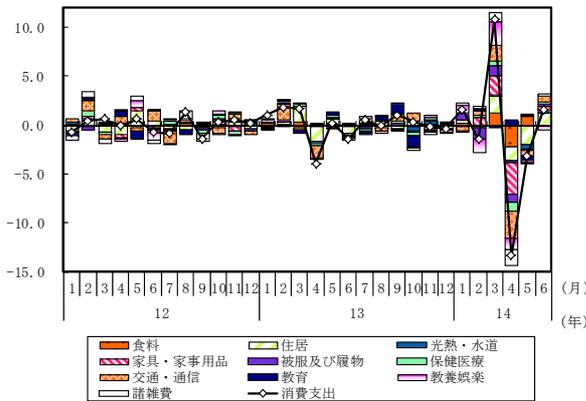
消費税率引き上げの影響は、①駆け込み需要とその反動減、②実質所得減少という2つのチャンネルで個人消費に影響を与えるとみられる。①については、反動減の影響は徐々に緩和していると考えている。②については、足下での労働需給の逼迫が賃金に上昇圧力をかけることで、実質所得の減少を緩和し、個人消費を下支えするとみている。

なお、4-6月期の家計調査等をもとに、GDPベースの個人消費を推計すると、前期比▲4%程度の減少に転じる公算である。ただし、反動減の影響は4-6月期をピークに徐々に減衰していくとみられ、個人消費は明確な回復傾向へと復すると予想している。このため、4-6月期の減少幅が大きい分、7-9月期の個人消費は高い増加率を期待できるだろう。

消費・概況①

実質消費支出の項目別寄与度

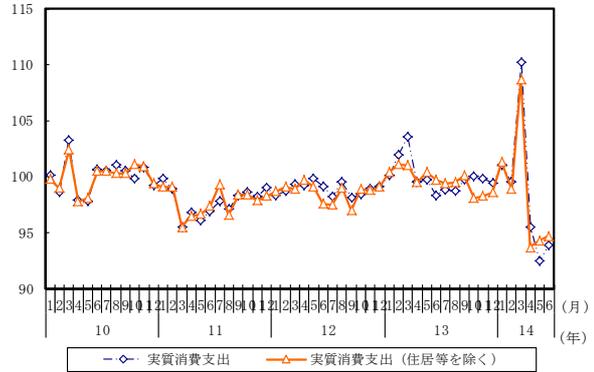
(前月比、%)



(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)



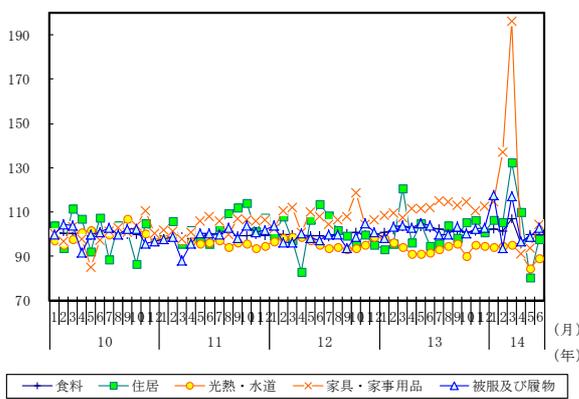
(注1) 季節調整値。

(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)

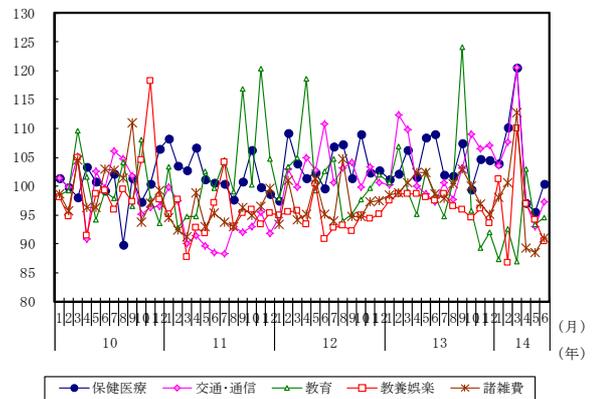


(注) 季節調整値。

(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)

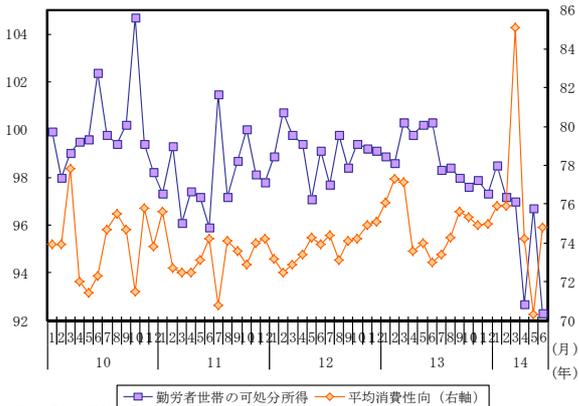


(注) 季節調整値。

(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)

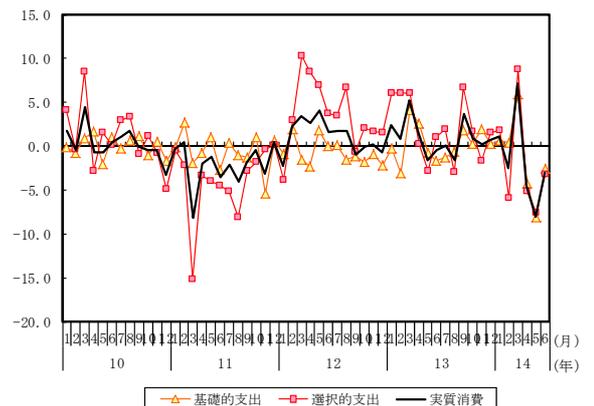


(注) 季節調整値。

(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

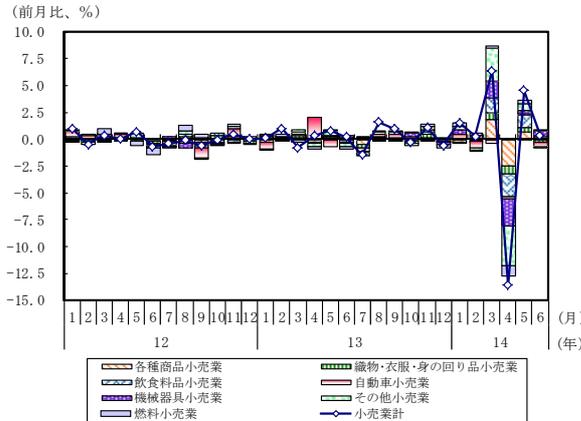
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

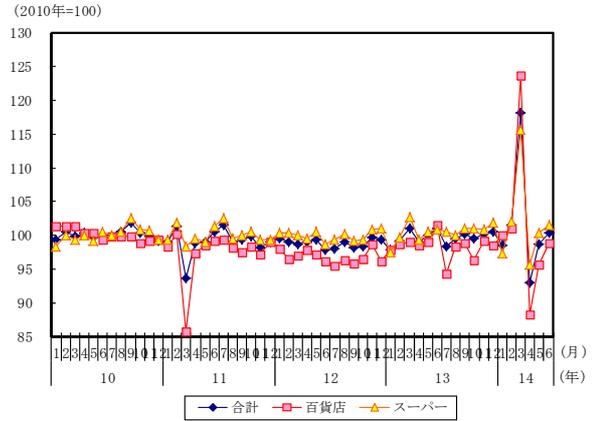
消費・概況②

商業販売統計小売販売額の推移



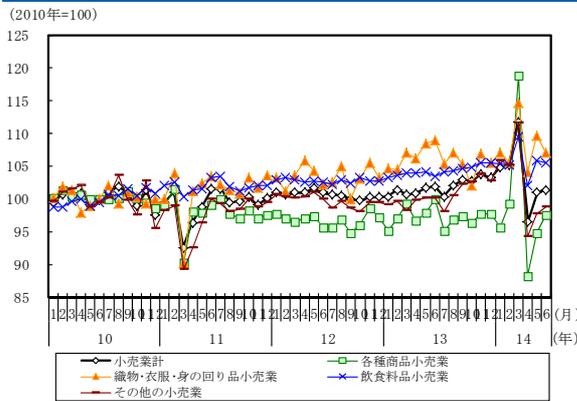
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売業総別商品販売額



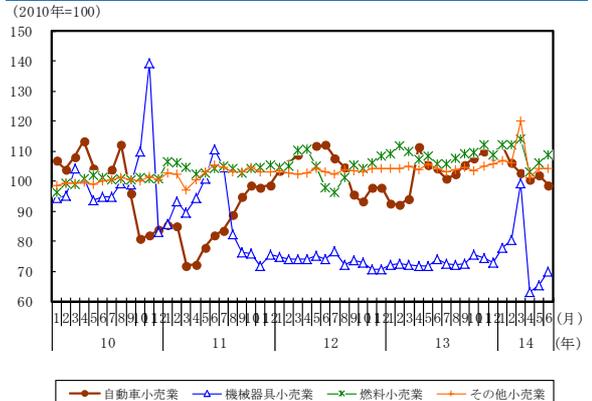
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



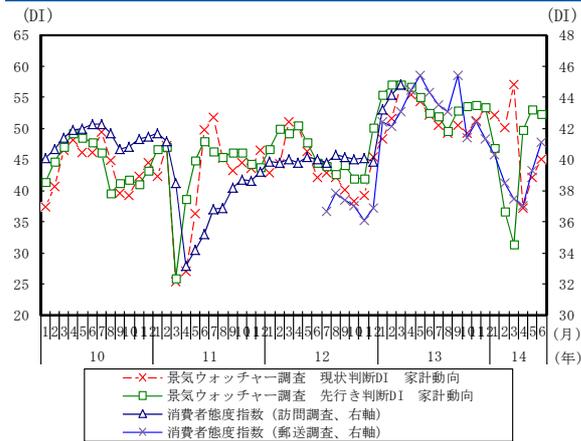
(注) その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



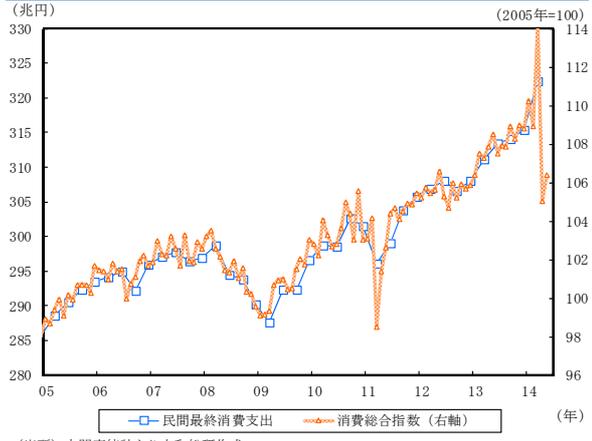
(注) その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

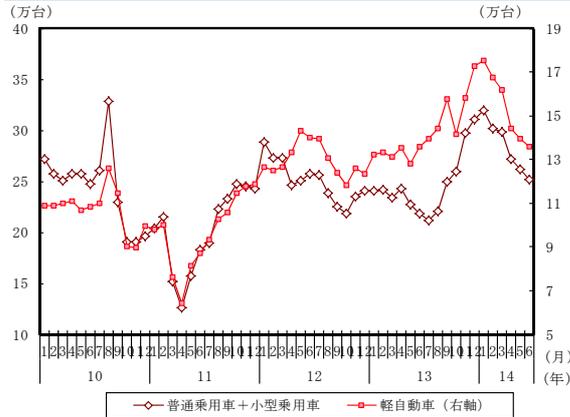
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

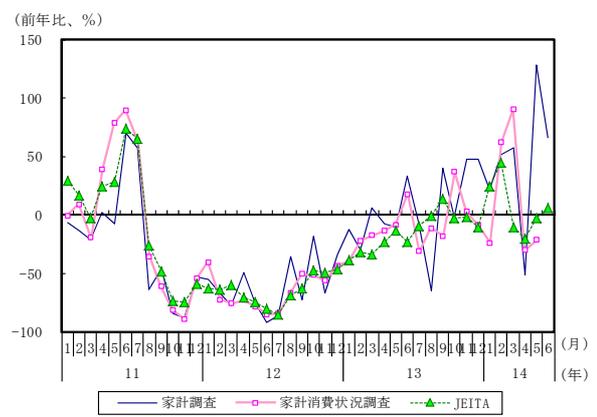
消費・協会統計

新車販売台数



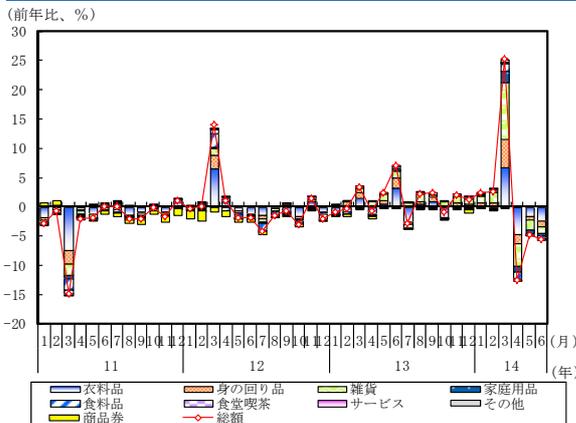
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



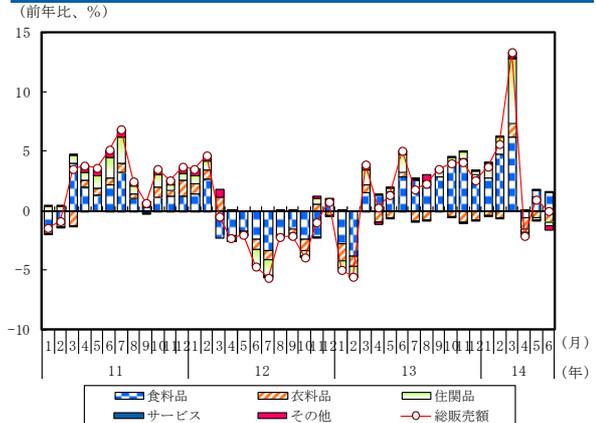
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



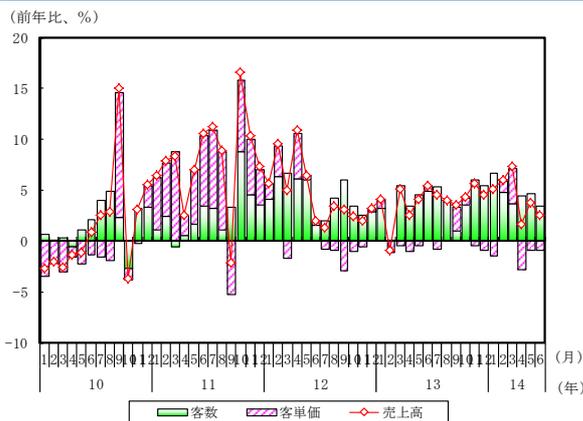
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



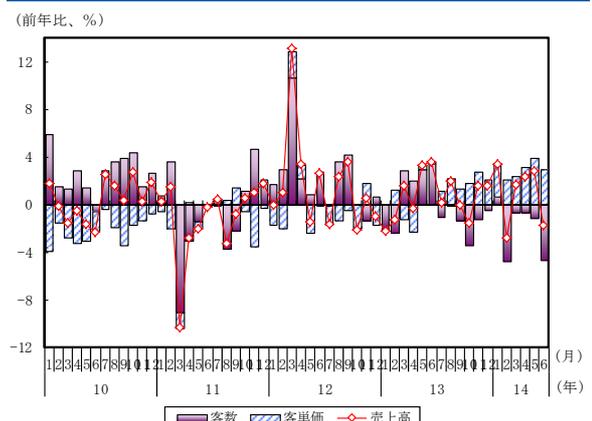
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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