

2014年9月30日 全6頁

## Indicators Update

# 8月消費統計

個人消費の回復ペースは依然緩やか

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8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▲0.3%と減少した。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+2.1%の増加であった。
- 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、8月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+1.9%と2ヶ月ぶりに増加した。業種別に内訳を見ると、「各種商品小売業」（前月比+4.3%）、「飲食料品小売業」（同+1.1%）、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同+2.3%）などが増加した。婦人服の売上が堅調であったため、百貨店販売が増加したことなどが全体の押し上げ要因となった模様だ。
- 先行きについては、個人消費は緩やかな回復へ向かうとみている。耐久消費財については依然反動減の影響がみられるが、徐々に回復へ向かうとみている。実際、本日公表された製造工業予測調査によると、耐久消費財生産は9月に増産に転じる見込みであり、予測調査に照らすと企業は耐久消費財の需要の底入れを見込んでいる。半耐久消費財に関しては、反動減の影響が緩和することで、個人消費を下支えすると考える。

図表1：各種消費指標の概況

		2014年				出所
		5月	6月	7月	8月	
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲ 8.0	▲ 3.0	▲ 5.9	▲ 4.7	総務省
		前月比 ▲ 3.1	1.5	▲ 0.2	▲ 0.3	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比 0.6	0.4	▲ 0.8	2.1	総務省
商業販売統計	小売業	前年比 ▲ 0.4	▲ 0.6	0.6	1.2	経済産業省
		前月比 4.6	0.5	▲ 0.5	1.9	経済産業省
消費総合指数		前月比 1.5	0.5	▲ 0.6		内閣府
百貨店売上高		前年比 ▲ 4.2	▲ 4.6	▲ 2.5	▲ 0.3	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	▲ 1.9	▲ 0.7	▲ 2.4	(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 ▲ 2.2	▲ 2.8	▲ 2.1	▲ 0.1	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比 2.8	▲ 1.8	▲ 2.5	▲ 2.1	(一社) 日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比 3.4	2.3	3.3		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

## 8月の実質消費支出は前月比▲0.3%と2ヶ月連続の減少

2014年8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▲0.3%と減少した。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+2.1%の増加であった。

### 10大費目別の動き：前月からの反発で多くの費目で増加に転じる

実質消費支出の動きを費目別に見ると、幅広い費目で増加に転じた。ただし、前月に天候不順の影響などで減少したことからの反発が主因であり、振れの大きい項目を除いて均してみると個人消費の回復ペースは依然として緩やかであると捉えている。

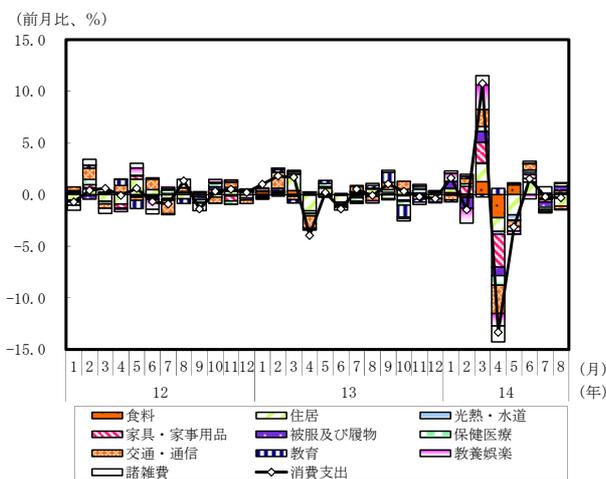
費目別を見ると、「被服及び履物」（前月比+9.0%）、「保健医療」（同+6.2%）、「家具・家事用品」（同+6.6%）、「食料」（同+0.4%）、「光熱・水道」（同+1.3%）、「教養娯楽」（同+0.7%）が前月から増加した。「被服及び履物」では、前月低調であった洋服が増加に転じた模様だ。また、「家具・家事用品」に関しては、家事用耐久財の増加が全体を押し上げたとみられる。反動減に苦しんだ「教養娯楽」は5ヶ月ぶりに増加し、底入れの兆しが見える。減少傾向にあったテレビやパーソナルコンピューターが増加に転じたとみられる。

一方、「住居」（同▲16.6%）と「交通・通信」（同▲2.6%）の減少が全体を下押しした。「住居」では、設備修繕・維持が大幅に減少した模様だ。ただし、振れの大きい項目であるため、結果はやや割り引いてみる必要があるだろう。「交通・通信」に関しては、自動車等購入の減少が響いた。新車販売台数を見ても減少が続いており、消費税率引き上げ後の回復の鈍さが示された。

### 商業販売統計の名目小売販売額は前月比+1.9%と2ヶ月ぶりに増加

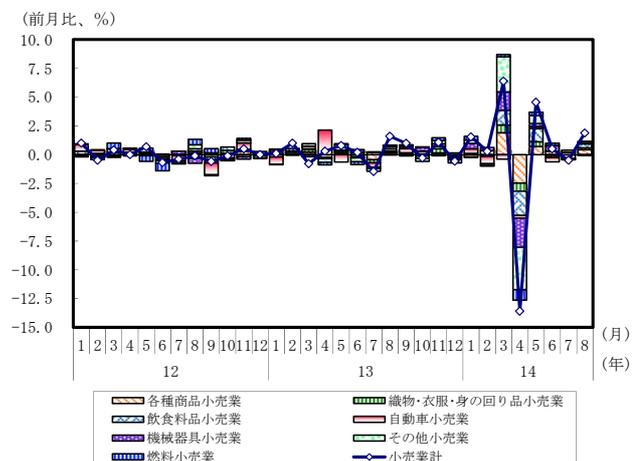
供給側から個人消費動向を捉えた商業販売統計を見ると、8月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+1.9%と2ヶ月ぶりに増加した（図表3）。業種別に内訳を見ると、「各種商品小売業」（前月比+4.3%）、「飲食料品小売業」（同+1.1%）、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同+2.3%）などが増加した。婦人服の売上が堅調であったため、百貨店販売が増加したことなどが全体の押し上げ要因となった模様だ。

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

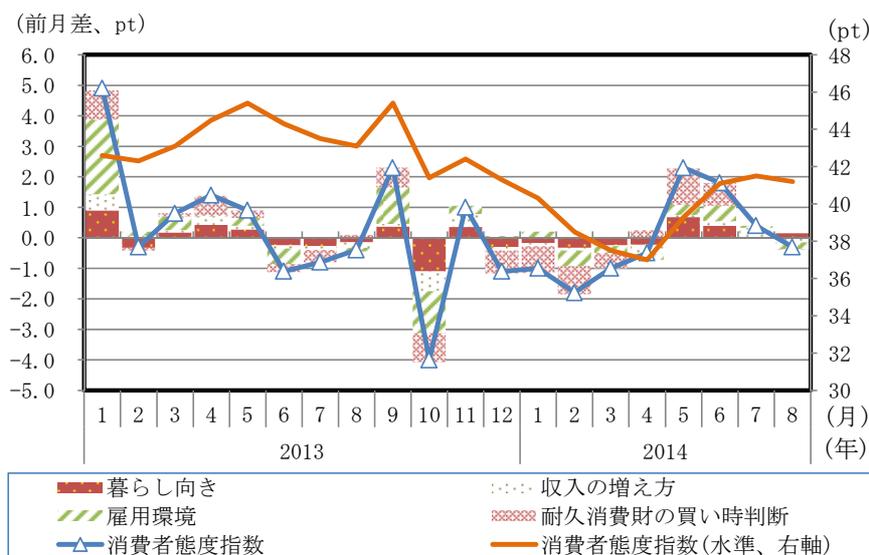


(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

## 消費者マインドの改善は一服

2014年8月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月差▲0.3ptと4ヶ月ぶりに低下した(図表4)。内訳を見ると、判断項目のうち「暮らし向き」以外のすべての意識指標が悪化している。特に、「雇用環境」(同▲0.9pt)の低下が全体を下押しした。消費税率の引き上げ後、雇用情勢の改善ペースが鈍化していたことが、消費者マインドに影響したとみられる。

図表4：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

## 先行きは耐久消費財が底入れへ

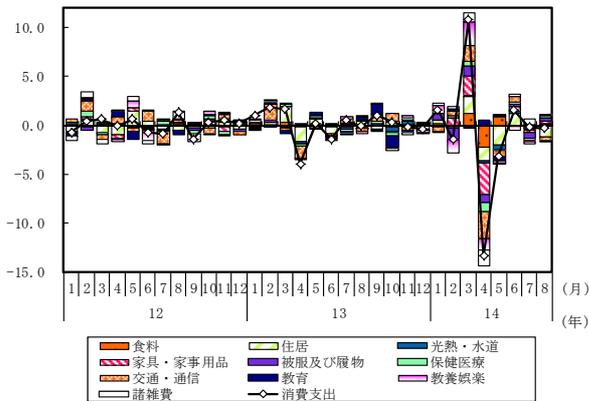
先行きについては、個人消費は緩やかな回復へ向かうとみている。耐久消費財については依然反動減の影響がみられるが、徐々に回復へ向かうとみている。実際、本日公表された製造工業予測調査によると、耐久消費財生産は9月に増産に転じる見込みであり、予測調査に照らすと企業は耐久消費財の需要の底入れを見込んでいる。半耐久消費財に関しては、反動減の影響が緩和することで、個人消費を下支えすると考える。

個人消費の前提となる賃金の動きをみると、一般労働者、パートタイム労働者の双方で上向きの動きが見られており、所得環境の改善が消費税率引き上げによる実質所得減少の影響を一部緩和している点は明るい材料である。

消費・概況①

実質消費支出の項目別寄与度

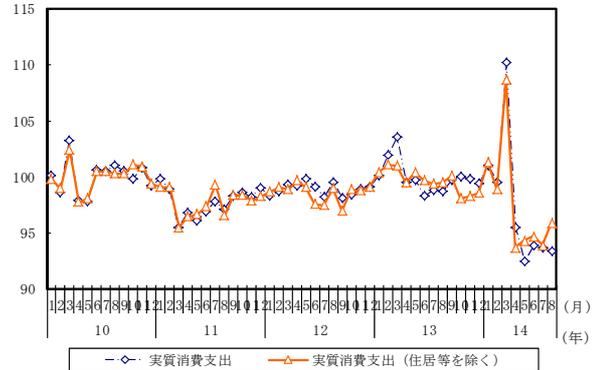
(前月比、%)



(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)

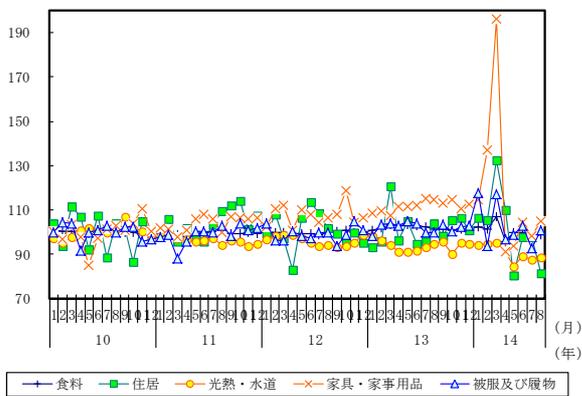
(2010年=100)



(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

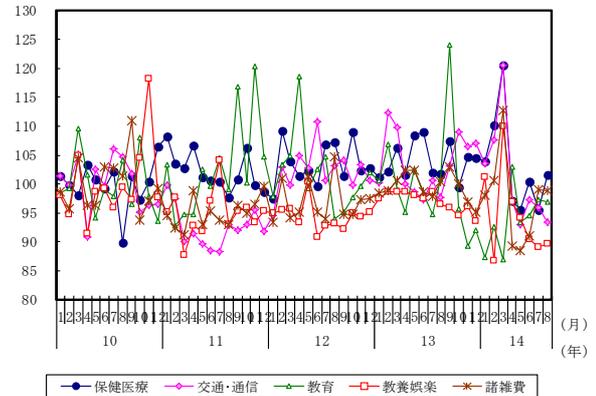
(2010年=100)



(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

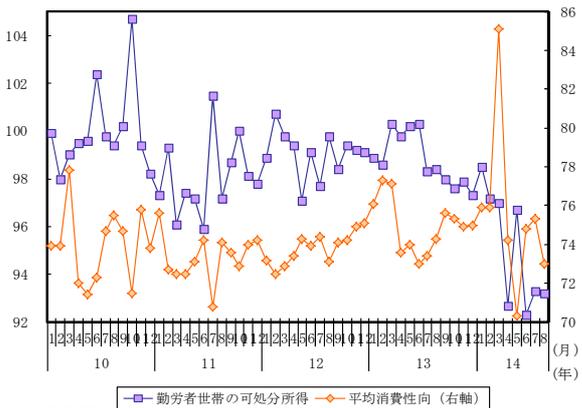
(2010年=100)



(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

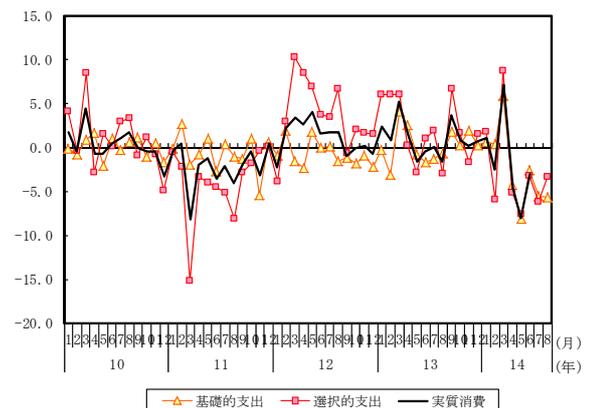
(2010年=100)



(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

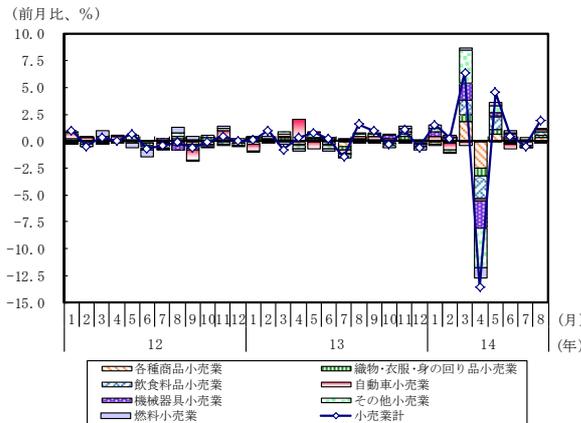
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

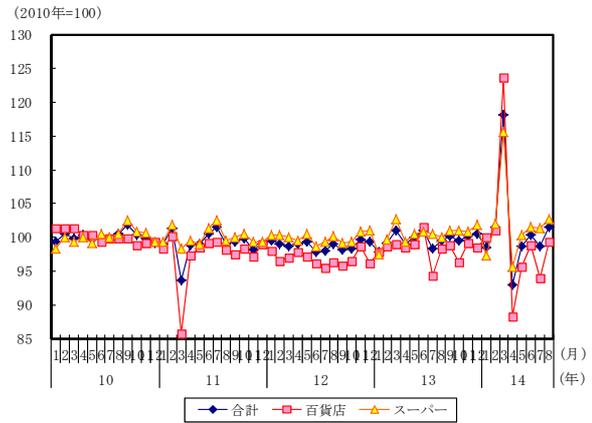
消費・概況②

商業販売統計小売業販売額の推移



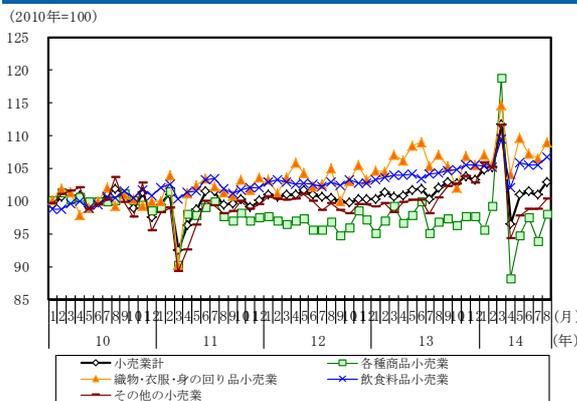
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売業総別商品販売額



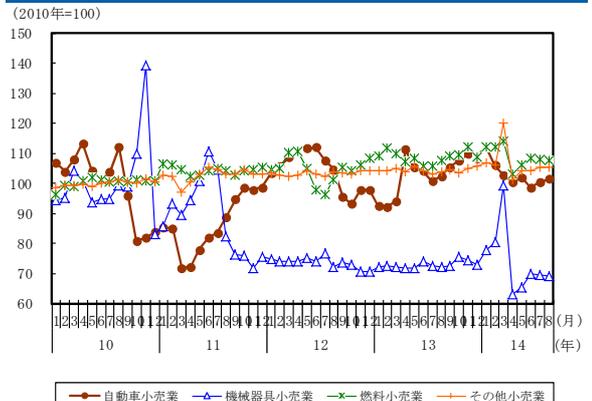
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



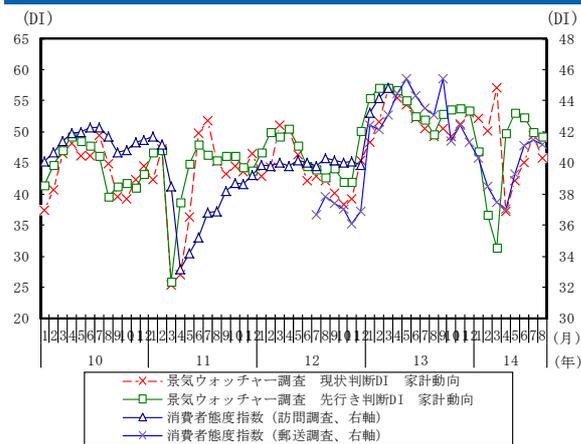
(注) その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。  
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



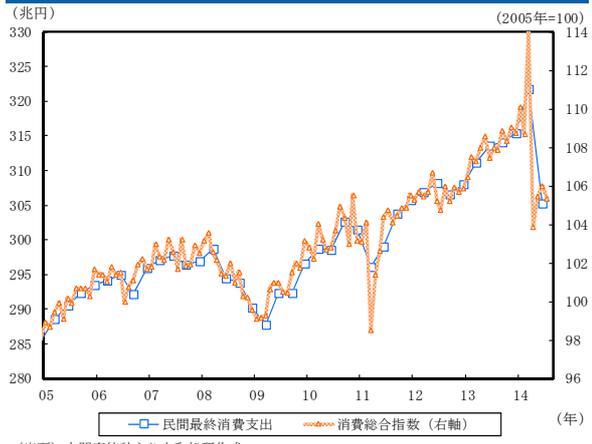
(注) その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。  
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

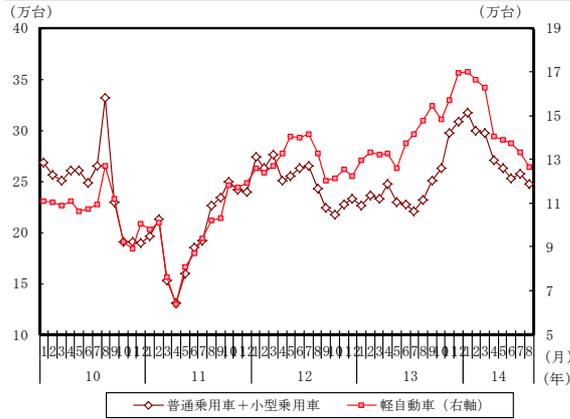
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

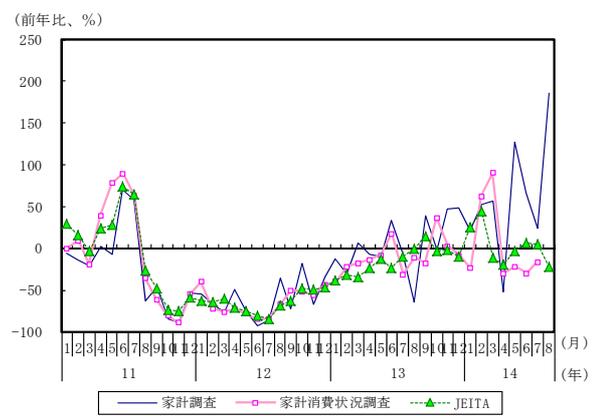
消費・協会統計

新車販売台数



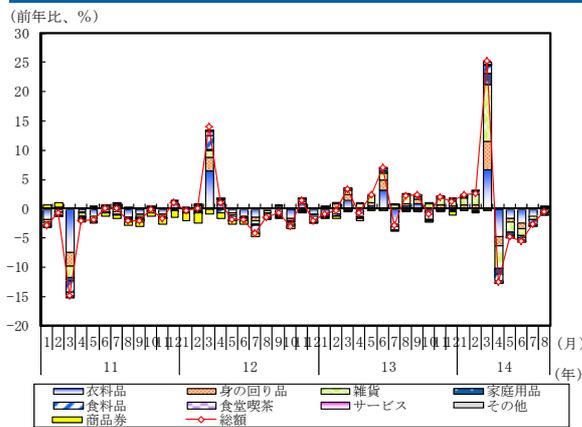
(注) 季節調整は大和総研。  
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



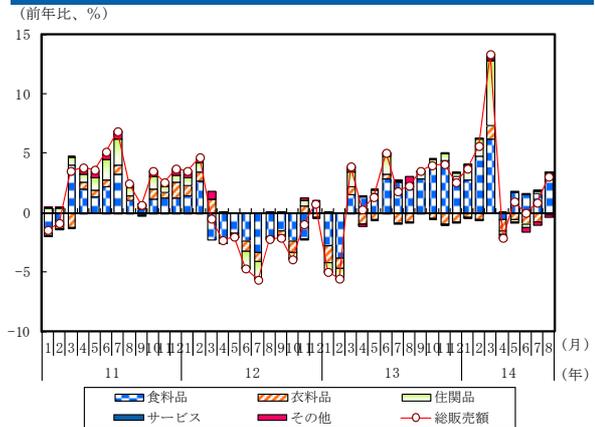
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。  
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



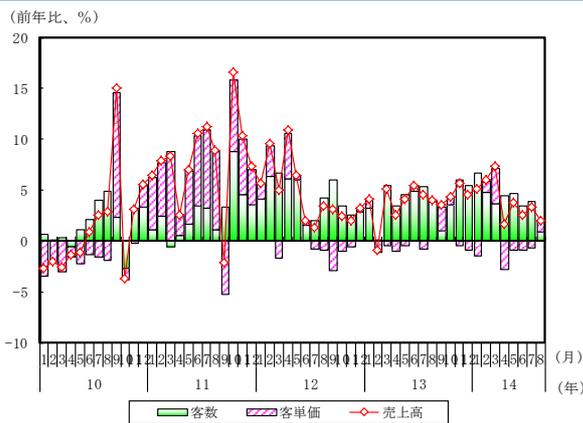
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



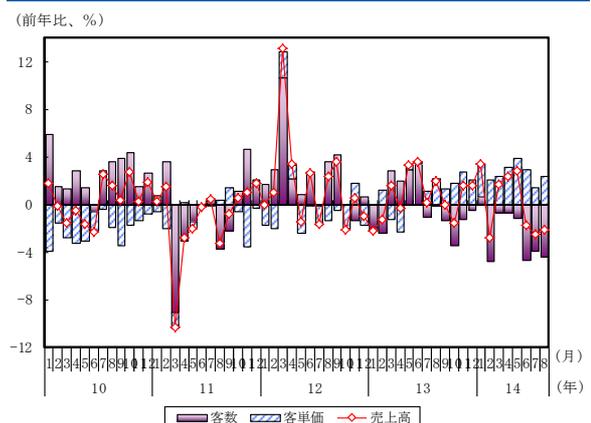
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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