

Indicators Update

9月消費統計

需要側・供給側共に良好な結果

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9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。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▲1.1%の減少であった。
- 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、9月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+2.7%と2ヶ月連続で増加した。すべての業種が前月から増加していることに加え、増税前の水準を取り戻しており、力強い結果であったと言える。特に、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同+7.4%）、「飲食料品小売業」（同+1.8%）などの増加寄与が大きかった。「織物・衣服・身の回り品小売業」に関しては、秋物商材の販売が堅調であったことが増加の要因であるとみられる。
- 9月の個人消費は、需要側・供給側ともに良好な結果であった。特に、業界統計に見る新車販売台数が堅調なことに加え、鉱工業指数に見る耐久消費財出荷の多くの内訳項目が増加に転じるなど、反動減に苦しんだ耐久消費財に底打ちの動きが見られることはポジティブな材料である。

図表1：各種消費指標の概況

			2014年	7月	8月	9月	出所
			6月				
家計調査	実質消費支出	前年比	▲ 3.0	▲ 5.9	▲ 4.7	▲ 5.6	総務省
		前月比	1.5	▲ 0.2	▲ 0.3	1.5	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比	0.4	▲ 0.8	2.1	▲ 1.1	総務省
商業販売統計	小売業	前年比	▲ 0.6	0.6	1.2	2.3	経済産業省
		前月比	0.5	▲ 0.5	1.9	2.7	経済産業省
消費総合指数		前月比	0.4	▲ 0.5	0.4		内閣府
百貨店売上高		前年比	▲ 4.6	▲ 2.5	▲ 0.3	▲ 0.7	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比	▲ 1.9	▲ 0.7	▲ 2.4	▲ 1.3	(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	▲ 2.8	▲ 2.1	▲ 0.1	▲ 1.0	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比	▲ 1.8	▲ 2.5	▲ 2.1	▲ 2.0	(一社) 日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比	2.3	3.3	▲ 0.3		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

9月の実質消費支出は前月比+1.5%と3ヶ月ぶりの増加

2014年9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。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▲1.1%の減少であった。

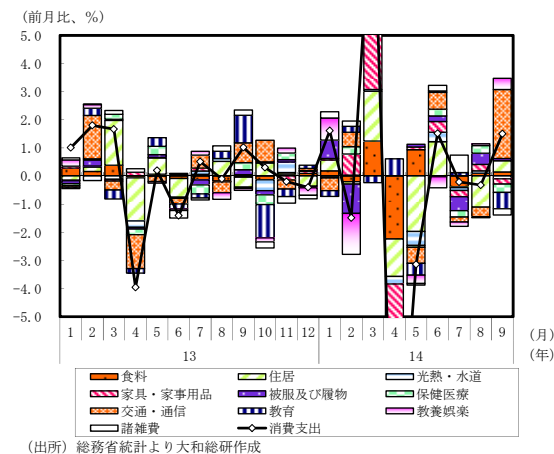
10大費目別の動き：「交通・通信」が増加に転じ、全体を押し上げ

実質消費支出の動きを費目別にみると、「交通・通信」（前月比+19.1%）、「教養娯楽」（同+4.0%）、住居（同+7.0%）、食料（同+0.6%）、被服及び履物（同+1.7%）の増加が全体を押し上げた。「交通・通信」では自動車等購入費が大幅に増加した模様だ。振れの大きい項目であり結果はやや割り引いてみる必要があるものの、9月の新車販売台数が増加に転じたこと¹を考慮すると、方向感としては上向いているとみてよいらる。「教養娯楽」に関しては、教養娯楽サービスへの支出の増加が押し上げ要因になったとみられる。加えて、パーソナルコンピューターも底堅く推移した模様だ。「住居」に関しては、前月大幅に低下したことから反発により、高めの伸び率となった。ただし、振れの大きい項目であり、方向感の定まらない状況が続いている。一方、「教育」（同▲13.3%）、「保健医療」（同▲6.4%）、「諸雑費」（同▲2.9%）などの減少が押し下げ要因となった。

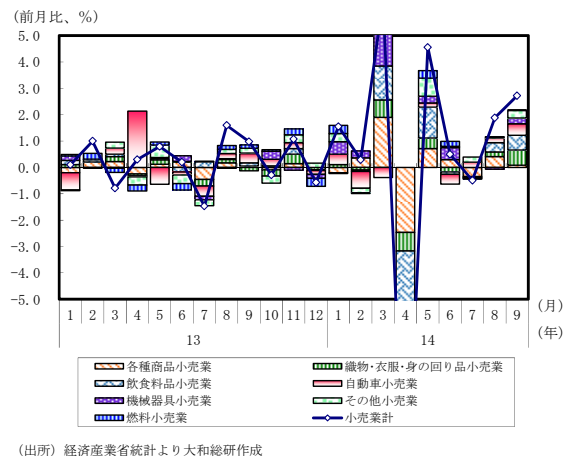
商業販売統計の名目小売販売額は前月比+2.7%と2ヶ月連続で増加

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、9月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+2.7%と2ヶ月連続で増加した（図表3）。すべての業種が前月から増加していることに加え、増税前の水準を取り戻しており、力強い結果であったと言える。特に、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同+7.4%）、「飲食料品小売業」（同+1.8%）などの増加寄与が大きかった。「織物・衣服・身の回り品小売業」に関しては、秋物商材の販売が堅調であったことが増加の要因であるとみられる。

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

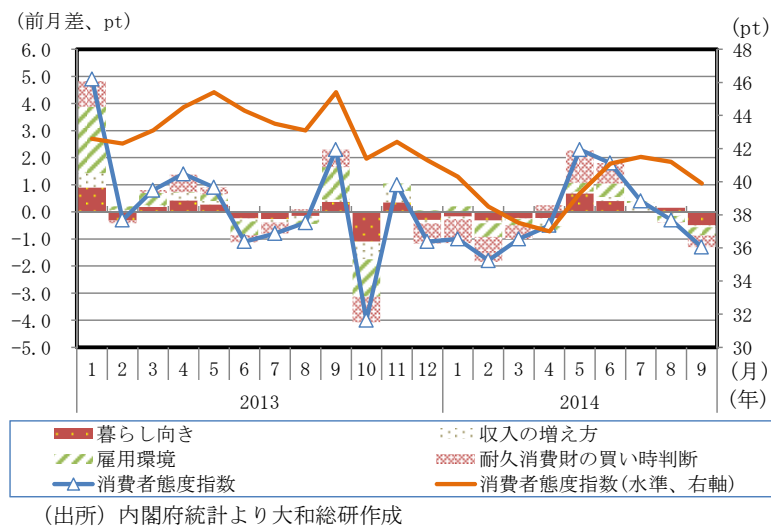


¹ 大和総研による季節調整値。詳細は、大和総研経済分析レポート「月初の消費点検（2/4）～消費税増税の判断を控えて」を参照されたい。

消費者マインドは悪化傾向

2014年9月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月差▲1.3ptと2ヶ月連続で低下した(図表4)。内訳を見ると、すべての判断項目が前月から悪化しており、先行きへの不透明感が強まっている。

図表4：消費者態度指数の推移



9月の個人消費は耐久消費財に持ち直しの動き

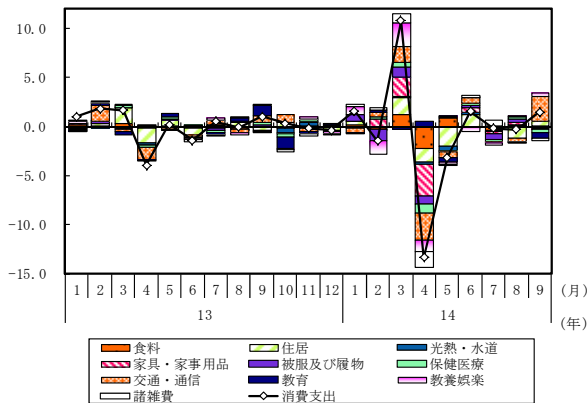
9月の個人消費は、需要側・供給側ともに良好な結果であった。特に、業界統計に見る新車販売台数が堅調なことに加え、鉱工業指数に見る耐久消費財出荷の多くの内訳項目が増加に転じるなど、反動減に苦しんだ耐久消費財に底打ちの動きが見られることはポジティブな材料である。

先行きの個人消費は増加が続くとみている。特に、耐久財については反動減の影響が一巡することで、増加傾向が継続しよう。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

実質消費支出の費目別寄与度

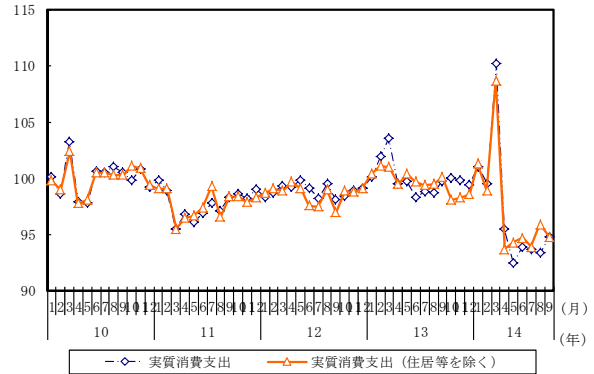
(前月比、%)



(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)

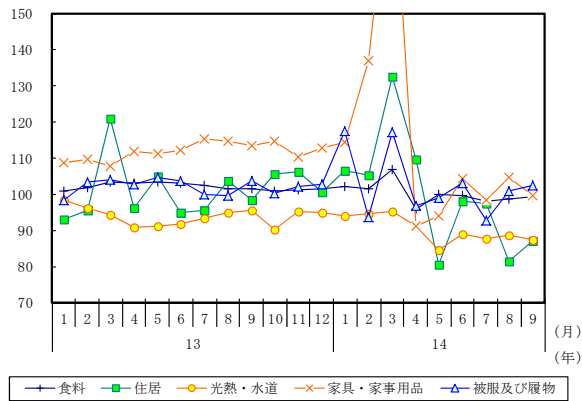
(2010年=100)



(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

費目別実質消費①

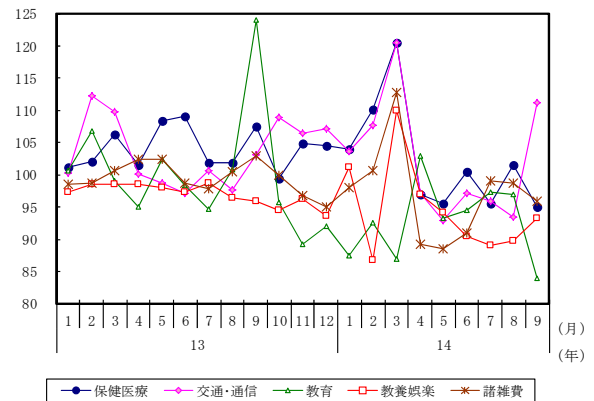
(2010年=100)



(注) 季節調整値。
(出所) 総務省統計より大和総研作成

費目別実質消費②

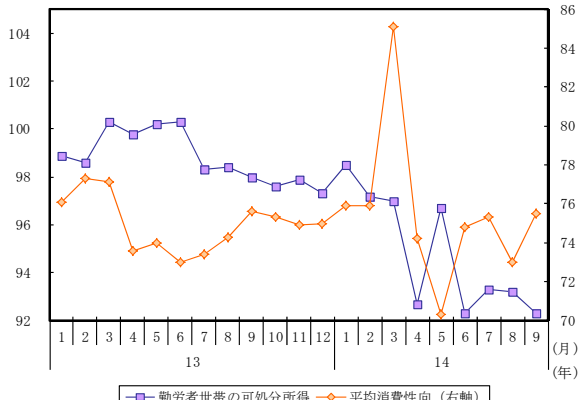
(2010年=100)



(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

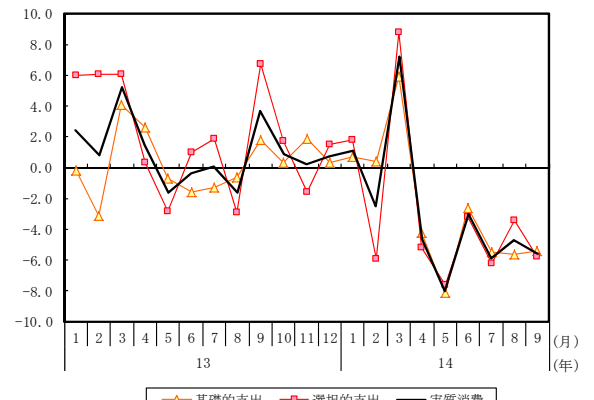
(2010年=100)



(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

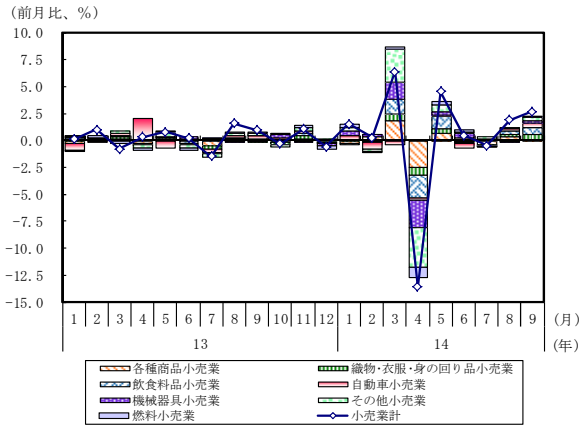
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

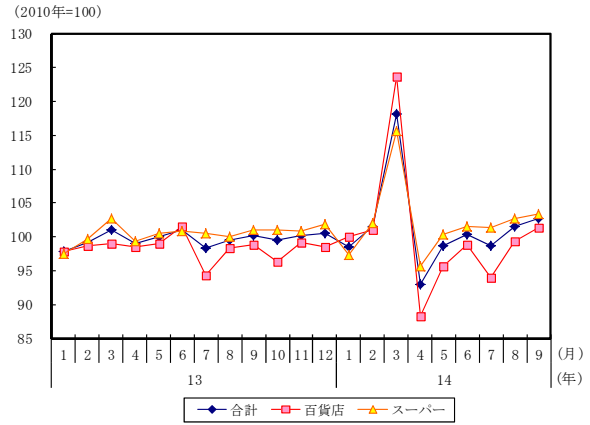
消費・概況②

商業販売統計小売業販売額の推移



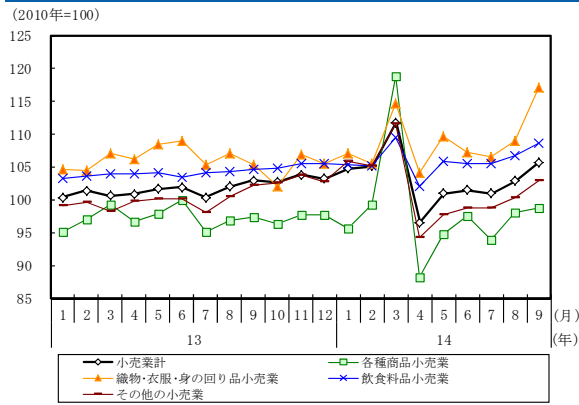
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売業個別商品販売額



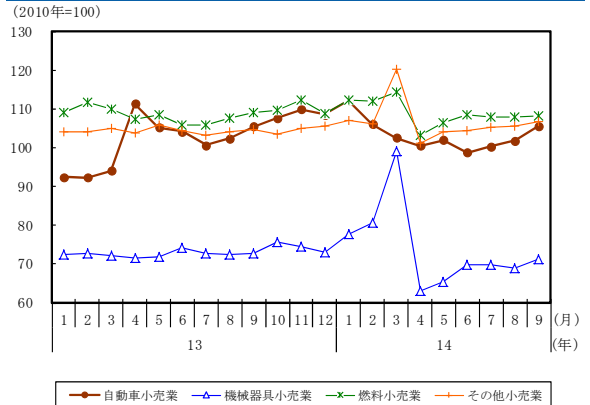
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



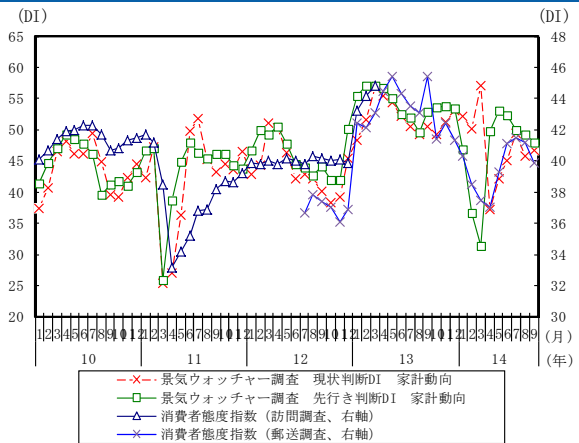
(注) その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



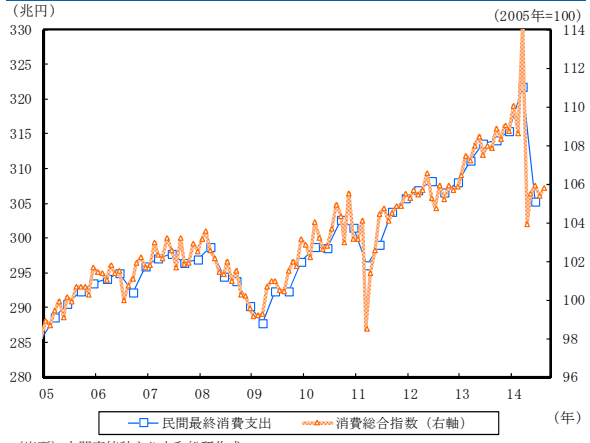
(注) その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

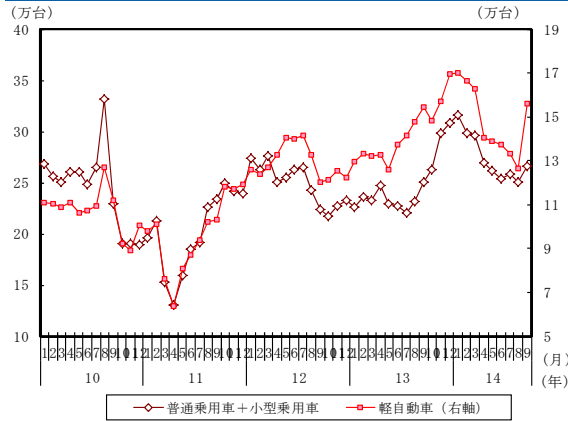
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

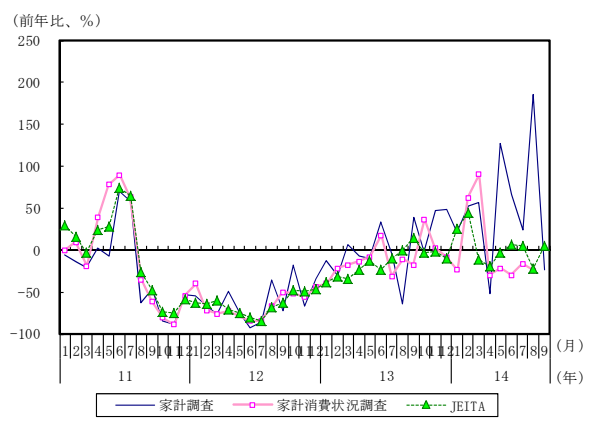
消費・協会統計

新車販売台数



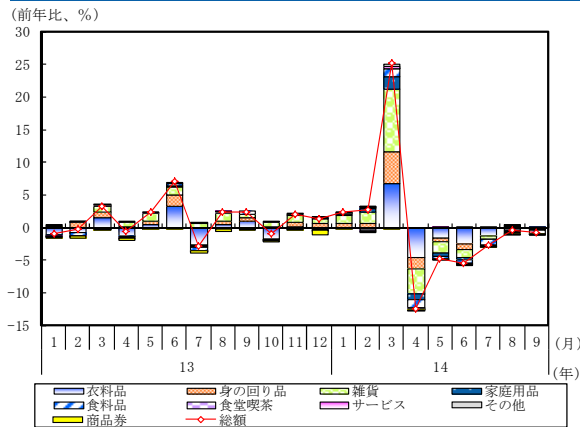
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



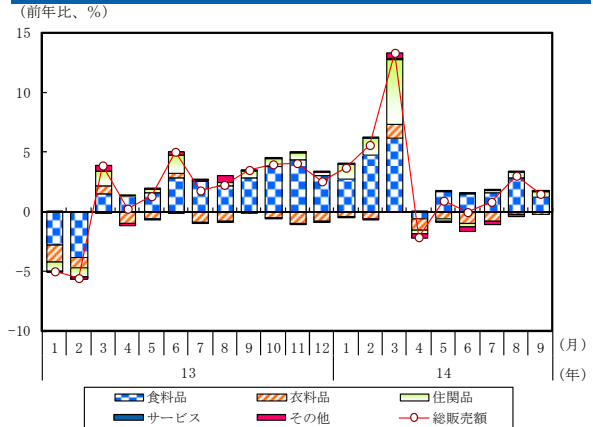
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



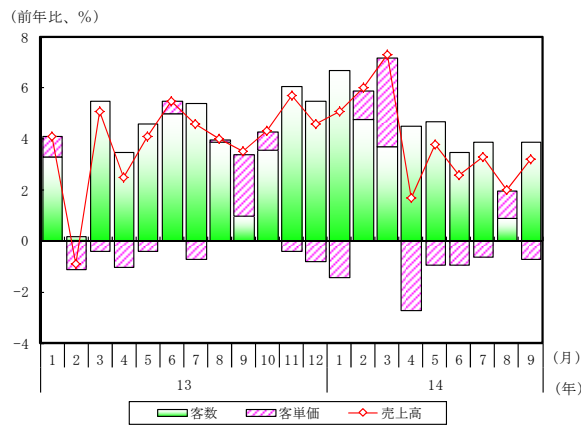
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



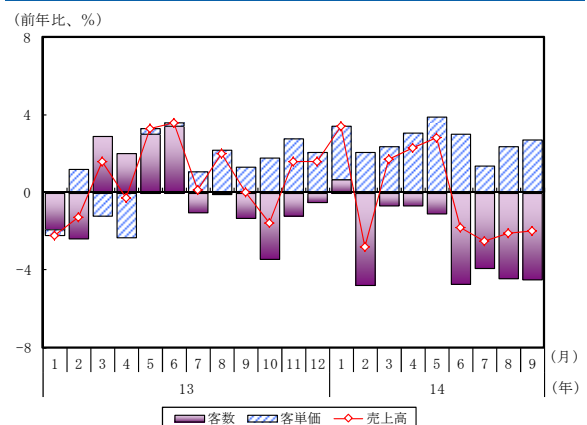
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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