

2014年11月28日 全7頁

Indicators Update

10月消費統計

個人消費は持ち直しの動きが続く

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10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+0.9%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+1.3%と増加した。
- 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、10月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比▲1.4%と3ヶ月ぶりに減少した。内訳をみると、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同▲8.4%）、「各種商品小売業」（同▲2.5%）、「その他小売業」（同▲1.3%）などの業種が前月から減少しており、増加傾向が一服する結果となった。
- 2014年10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3ヶ月連続で低下した。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。
- 10月の個人消費は、需要側統計である家計調査は2ヶ月連続の増加となっており、持ち直しの動きを示している。一方、商業販売や消費財出荷などの供給側統計を見ると、10月単月の動きとしてはいずれも改善が一服しているが、方向感としては上向いており、総じてみると10月の個人消費は持ち直しの動きが続いていることを確認させる内容であった。

図表1：各種消費指標の概況

		2014年				出所
		7月	8月	9月	10月	
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲5.9	▲4.7	▲5.6	▲4.0	総務省
		前月比 ▲0.2	▲0.3	1.5	0.9	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比 ▲0.8	2.1	▲1.1	1.3	総務省
商業販売統計	小売業	前年比 0.6	1.2	2.3	1.4	経済産業省
		前月比 ▲0.5	1.9	2.8	▲1.4	経済産業省
消費総合指数		前月比 ▲0.7	0.3	0.5		内閣府
百貨店売上高		前年比 ▲2.5	▲0.3	▲0.7	▲2.2	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比 ▲0.7	▲2.4	▲1.3	▲1.1	(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 ▲2.1	▲0.1	▲1.0	▲1.9	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比 ▲2.5	▲2.1	▲2.0	▲1.2	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比 3.3	▲0.3	3.2		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

10月の実質消費支出は前月比+0.9%と2ヶ月連続の増加

2014年10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+0.9%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+1.3%と増加した。

10大費目別の動き：内訳の動きはまだら模様

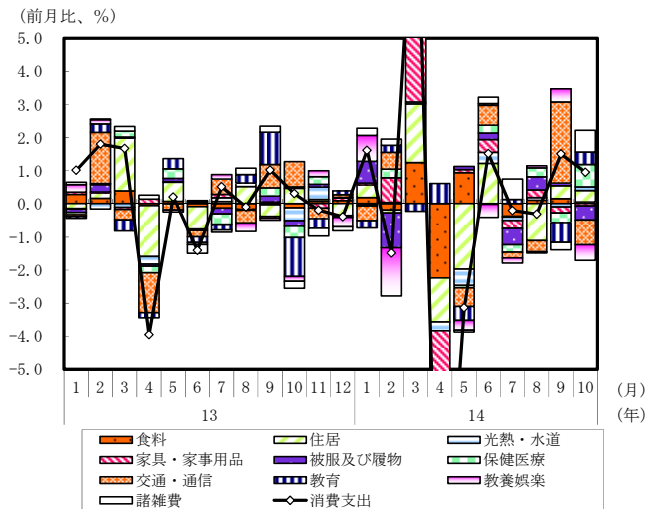
実質消費支出の動きを費目別にみると、「保健医療」（同+15.6%）、「諸雑費」（同+8.9%）、「教育」（同+10.2%）、「住居」（同+5.9%）の増加が全体を押し上げた（**図表2**）。「保健医療」については、保健医療サービスへの支出が急増しているが、一時的な振れの可能性があり結果はやや割り引いてみる必要があるだろう。「住居」に関しては、設備修繕・維持が押し上げに寄与した模様だ。こちらも振れの大きい項目である点には留意が必要だが、2014年4月の消費税率引き上げ後、減少傾向にあったリフォームが徐々に増加し始めている可能性がある。

一方、「交通・通信」（同▲4.9%）、「教養娯楽」（同▲4.7%）、「被服及び履物」（同▲9.0%）は前月から減少した。「交通・通信」については前月の大幅な増加（9月：同+19.1%）からの反動により、減少に転じた格好だ。ただし、①前月の増加幅と比べて今月の減少幅が小さいこと、②新車販売台数で見ても底打ちの動きが見られることを合わせて考えると、家計調査に見る「交通・通信」については持ち直しの兆しが見える。「教養娯楽」については、パック旅行費や宿泊料などの教養娯楽サービスが減少した。これは、10月に日本を直撃した台風の影響で旅行や外出が手控えられたことが原因として考えられる。ただし、パーソナルコンピュータの増加を主因に教養娯楽耐久財は押し上げに寄与したとみられることはポジティブである。「被服及び履物」については、9月頃まで堅調であった秋物商材の動きが、10月に入り軟調となったことが影響したとみられる。

商業販売統計の名目小売販売額は前月比▲1.4%と3ヶ月ぶりの減少

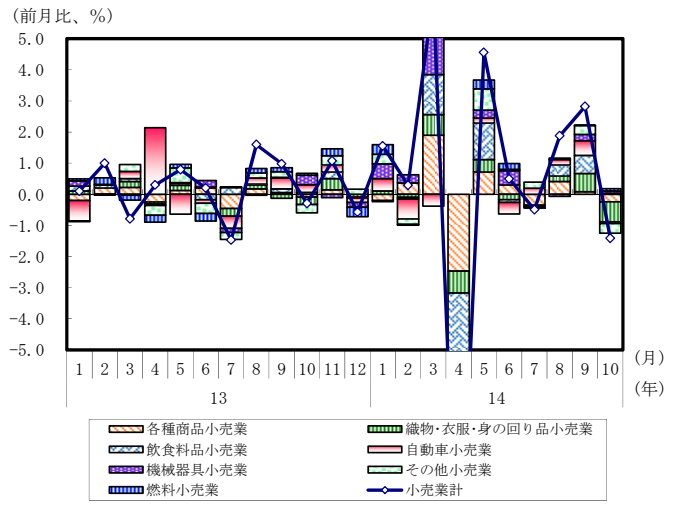
供給側から個人消費動向を捉えた商業販売統計を見ると、10月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比▲1.4%と3ヶ月ぶりに減少した（**図表3**）。内訳をみると、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同▲8.4%）、「各種商品小売業」（同▲2.5%）、「その他小売業」（同▲1.3%）などの業種が前月から減少しており、増加傾向が一服する結果となった。「織物・衣服・身の回り品小売業」の減少に関しては、秋物商材の動きが鈍ったことが影響しているとみられ、秋物商材の弱さが供給側統計でも確認できる内容であった。

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

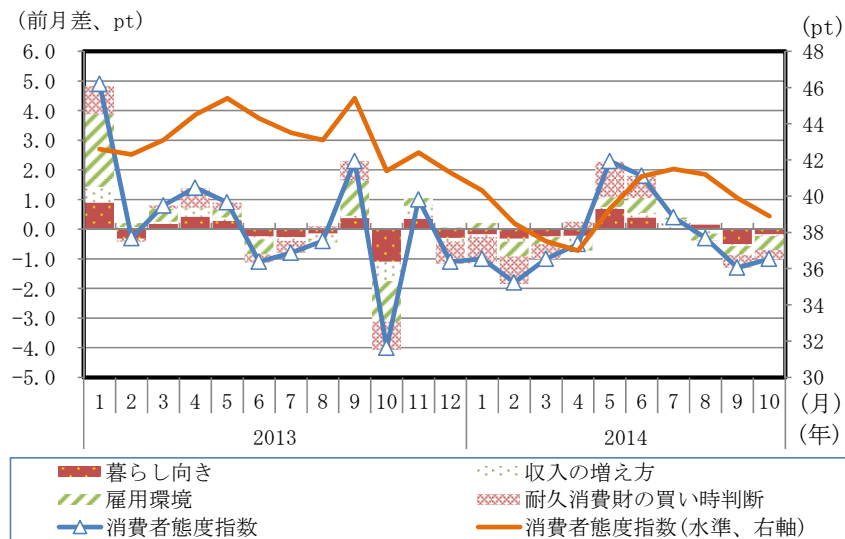


(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインドは悪化傾向

2014年10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3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。特に、雇用環境に関してはマインドの悪化ペースが加速しており、足下での求人数の伸び悩みがマインドを押し下げている可能性がある。一方、消費者態度指数の構成指標ではないものの、資産価格の意識指標は2ヶ月ぶりに上昇した。11月調査では量的・質的金融緩和の拡大による株価の押し上げが資産価格の意識指標を一層改善させている可能性があり、金融緩和がマインドに与える影響を注視したい。

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

10月の個人消費は持ち直しの動きが続く

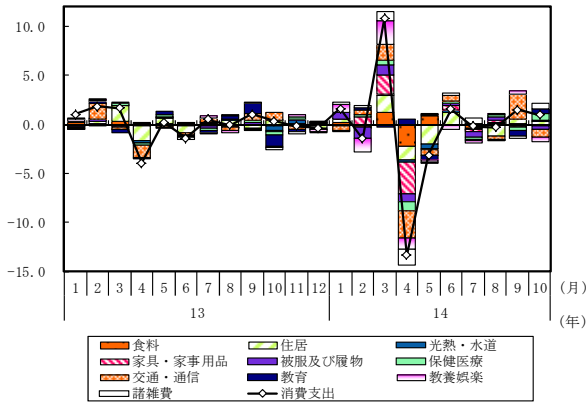
10月の個人消費は、需要側統計である家計調査は2ヶ月連続の増加となっており、持ち直しの動きを示している。一方、商業販売や消費財出荷などの供給側統計を見ると、10月単月の動きとしてはいずれも改善が一服しているが、方向感としては上向いており、総じてみると10月の個人消費は持ち直しの動きが続いていることを確認させる内容であった。

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。10月の動きとして特徴的であった秋物商材の弱さには懸念が残るものの、主力商品は徐々に冬物商材へ移行するため、過度の悲観は無用であろう。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

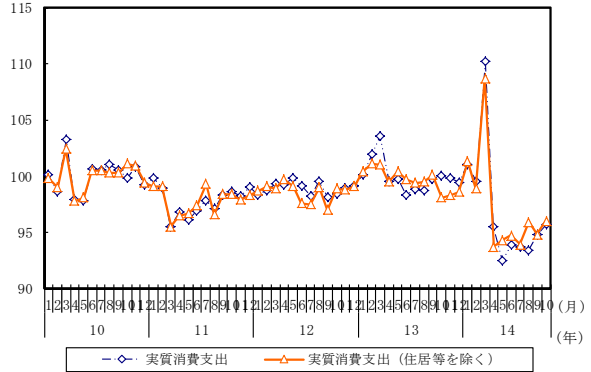
(前月比、%)



(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)



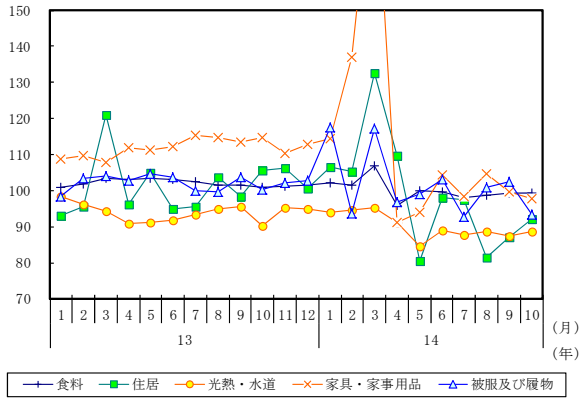
(注1) 季節調整値。

(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)

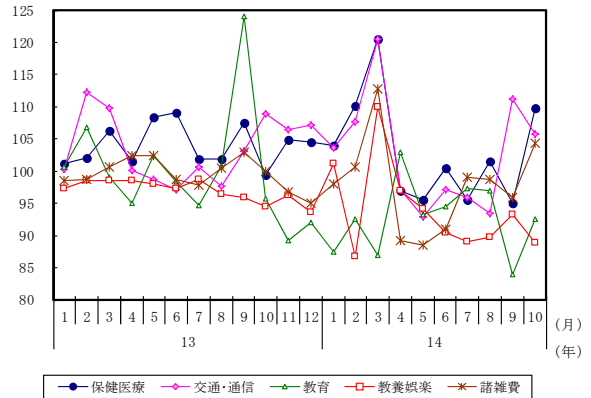


(注) 季節調整値。

(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)

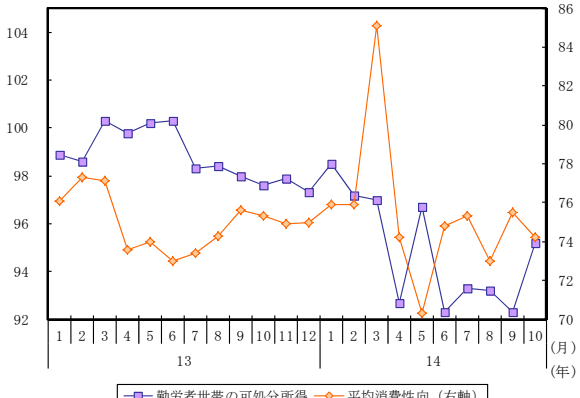


(注) 季節調整値。

(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)

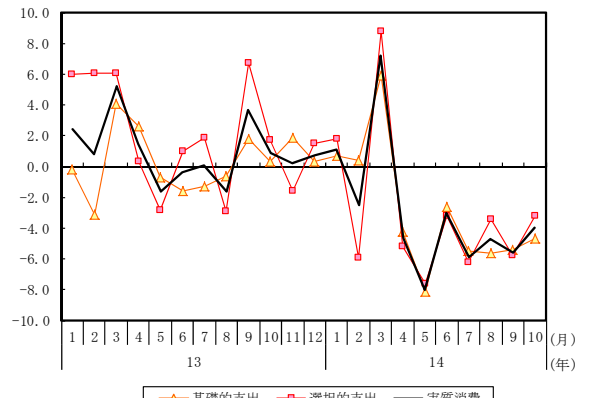


(注) 季節調整値。

(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

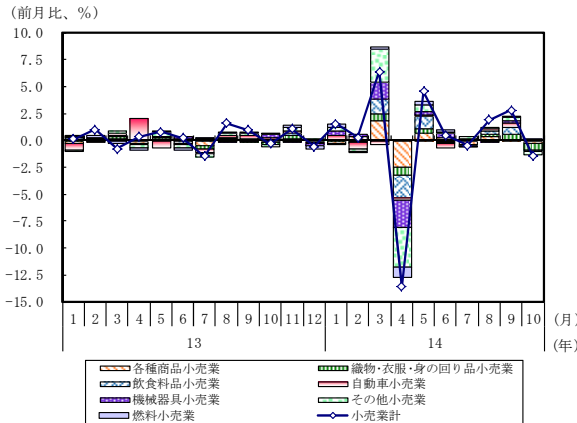
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

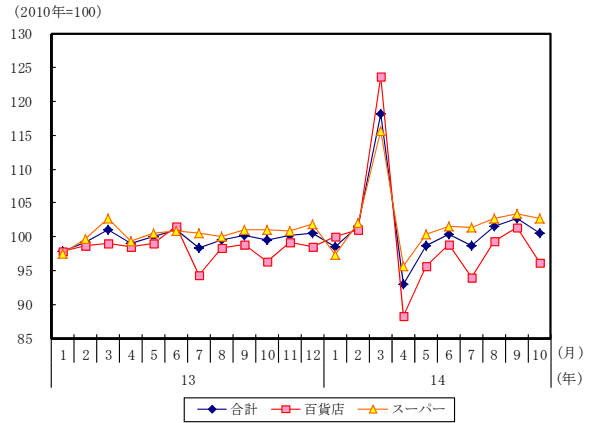
消費・概況②

商業販売統計小売業販売額の推移



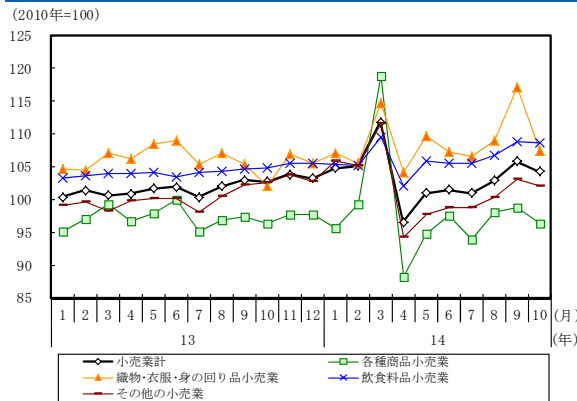
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売業総別商品販売額



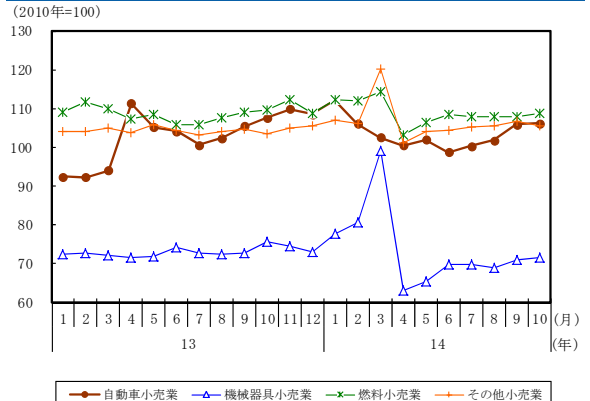
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



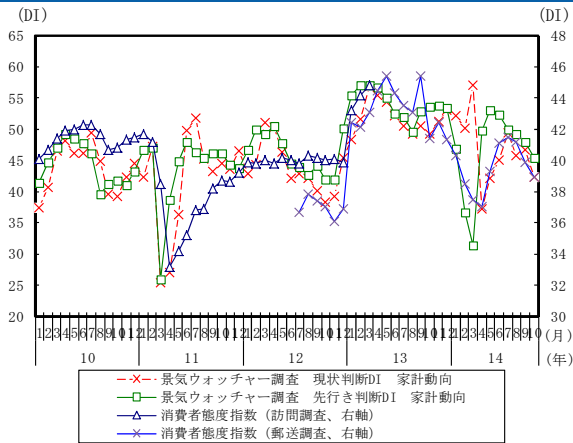
(注) その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



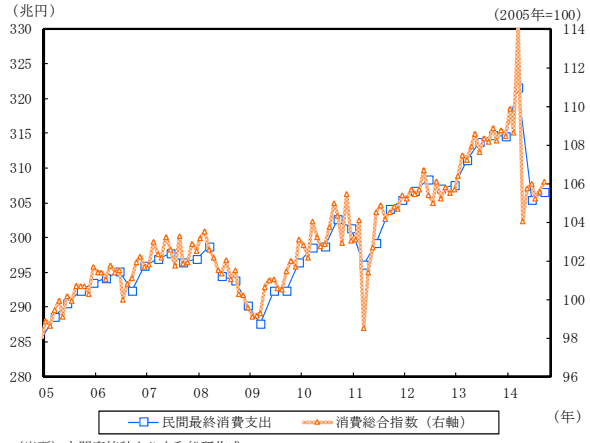
(注) その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

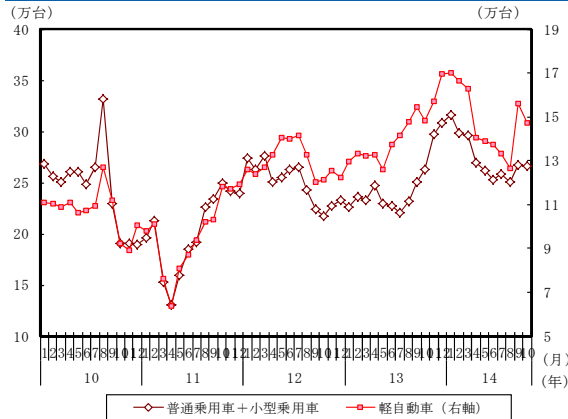
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

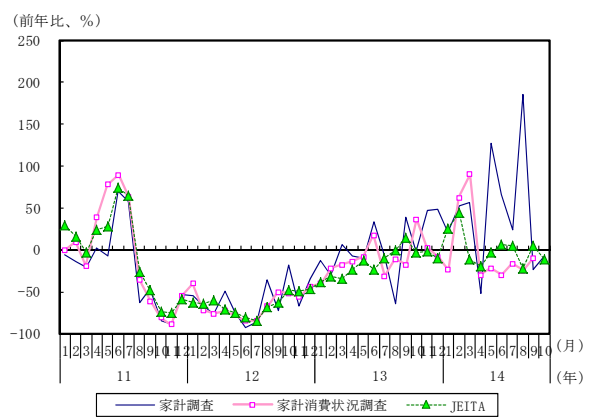
消費・協会統計

新車販売台数



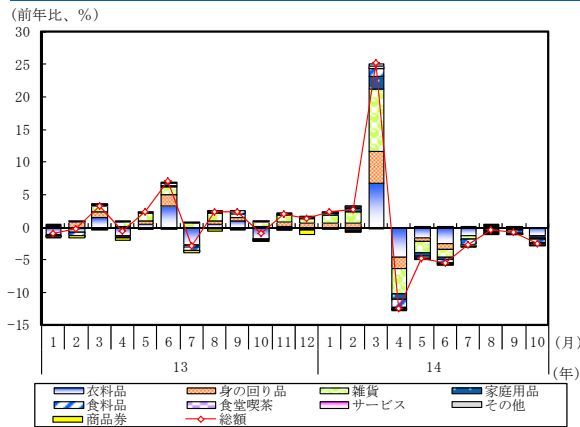
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



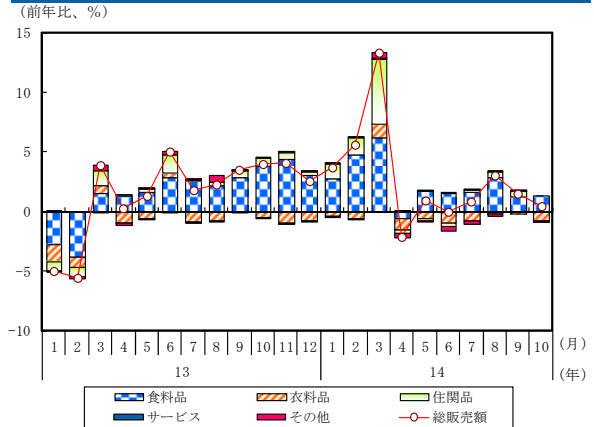
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



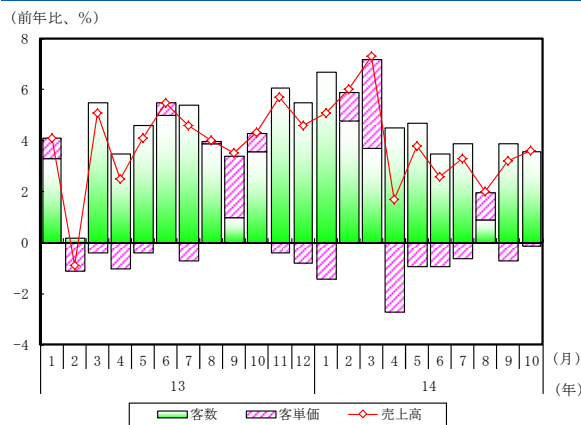
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



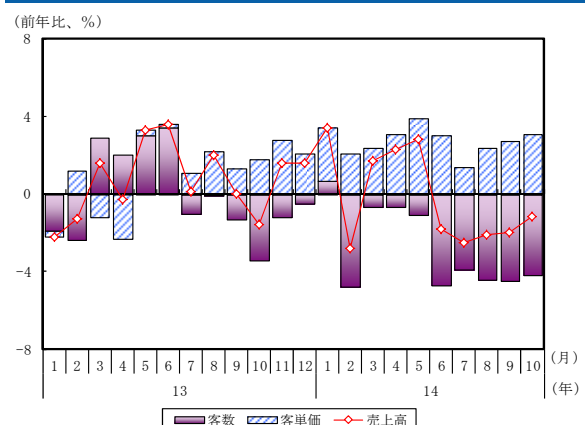
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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