

2015年1月30日 全6頁

# Indicators Update

## 12月消費統計

2014年10-12月期のGDPベースの個人消費は前期比+1%程度の増加へ

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12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+0.4%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+0.3%と増加しており、家計調査に見る個人消費は持ち直しの動きを示している。
- 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、12月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比▲0.3%と3ヶ月連続で減少し、緩やかな減少傾向となっている。内訳を見ると、「燃料小売業」（同▲3.8%）、「機械器具小売業」（同▲4.9%）、「飲食品小売業」（同▲0.6%）などの業種が前月から減少した。
- 12月の消費統計は、個人消費の持ち直しの動きが継続していることを確認できる内容であった。家計調査のヘッドラインの数値が改善を続けていることに加え、内容を見ても、これまで軟調な動きであった季節商材への支出が増加したことや、業界統計に見る新車販売が増加していることから、個人消費全体として良好な結果であったといえる。
- 本日公表された家計調査等から2014年10-12月期のGDPベースの個人消費を推計すると、前期比+1%程度となった。新車販売を中心とした耐久財の増加が個人消費全体を押し上げた模様だ。

図表1：各種消費指標の概況

		2014年				出所
		9月	10月	11月	12月	
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲5.6	▲4.0	▲2.5	▲3.4	総務省
		前月比 1.5	0.9	0.4	0.4	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比 ▲1.1	1.3	0.6	0.3	総務省
商業販売統計	小売業	前年比 2.3	1.4	0.5	0.2	経済産業省
		前月比 2.8	▲1.4	▲0.2	▲0.3	経済産業省
消費総合指数		前月比 0.7	▲0.3	0.9		内閣府
百貨店売上高		前年比 ▲0.7	▲2.2	▲1.0	▲1.7	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比 ▲1.3	▲1.1	▲1.7	▲1.2	(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 ▲1.0	▲1.9	▲0.7	▲1.8	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比 ▲2.0	▲1.2	1.9	▲2.8	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比 3.2	1.9	1.0		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

## 2014年12月の実質消費支出は前月比+0.4%と4ヶ月連続の増加

2014年12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+0.4%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+0.3%と増加しており、家計調査に見る個人消費は持ち直しの動きを示している。

### 10大費目別の動き：住居の急増が全体を押し上げ

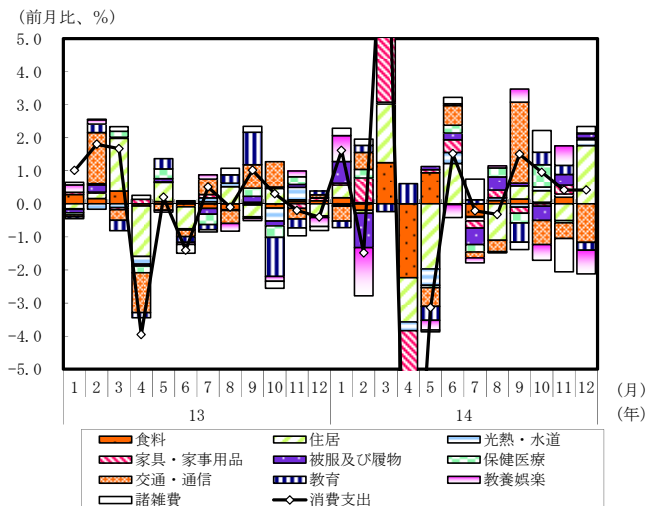
実質消費支出の動きを費目別にみると、「住居」（前月比+31.2%）、「諸雑費」（同+2.9%）、「光熱・水道」（同+2.7%）、「被服及び履物」（同+2.9%）などの増加が全体を押し上げた（**図表2**）。「住居」については、設備修繕・維持が急増したことで大幅な増加となった。振れの大きい項目であるため結果は割り引いて見る必要があるが、方向感としては上向きの動きとなっている。「被服及び履物」に関しては、12月に入り気温が低下したことで季節商材への支出が増加したことが押し上げ要因になったとみられる。

一方、「交通・通信」（同▲8.5%）、「教養娯楽」（同▲7.1%）、「教育」（同▲5.7%）などは前月から減少した。「交通・通信」では自動車等購入費の減少が下押し要因となった。ただし、①振れの大きい項目であり結果は割り引いてみる必要があること、②業界統計に見る新車販売台数が増加していることを考慮すると、過度の悲観は無用であろう。「教養娯楽」については、教養娯楽耐久財への支出の減少が響いたとみられる。

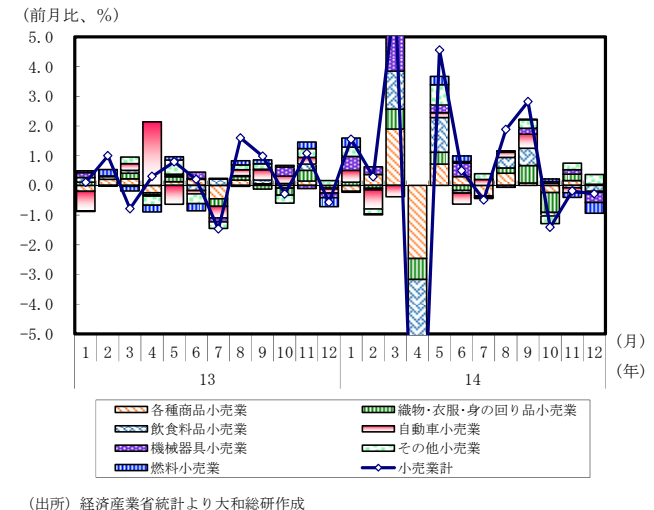
### 商業販売統計の名目小売販売額は前月比▲0.3%と3ヶ月連続の減少

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、12月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比▲0.3%と3ヶ月連続で減少し、緩やかな減少傾向となっている（**図表3**）。内訳を見ると、「燃料小売業」（同▲3.8%）、「機械器具小売業」（同▲4.9%）、「飲食料品小売業」（同▲0.6%）などの業種が前月から減少した。「燃料小売業」に関しては、原油価格の急落に伴う販売価格の低下が販売金額を押し下げたとみられる。一方、気温が低下したことで、季節商材の動きが活性化したため、「織物・衣服・身の回り品小売業」は同+0.3%と、2ヶ月連続で増加した。

図表2：実質消費支出の費目別寄与度



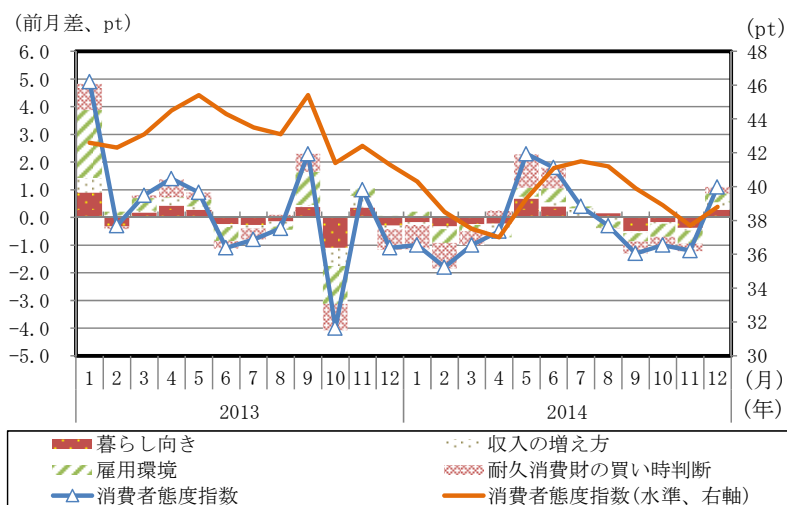
図表3：名目小売販売額の業種別寄与度



## 悪化傾向にあった消費者マインドに底打ちの兆し

2014年12月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月差+1.1ptと5ヶ月ぶりに上昇した(図表4)。消費者態度指数と同様に悪化傾向にあった景気ウォッチャー調査でも改善がみられたことを併せて評価すると、悪化傾向にあった消費者マインドに底打ちの兆しがみられる。消費者態度指数の内訳を見ると、すべての意識指標が前月から改善した。一方、消費者態度指数を構成する意識指標ではないものの、「資産価格」に関しては3ヶ月ぶりに低下した。

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

## 2014年10-12月期のGDPベースの個人消費は前期比+1%程度の増加へ

12月の消費統計は、個人消費の持ち直しの動きが継続していることを確認できる内容であった。家計調査のヘッドラインの数値が改善を続けていることに加え、内容を見ても、これまで軟調な動きであった季節商材への支出が増加したことや、業界統計に見る新車販売が増加していることから、個人消費全体として良好な結果であったといえる。

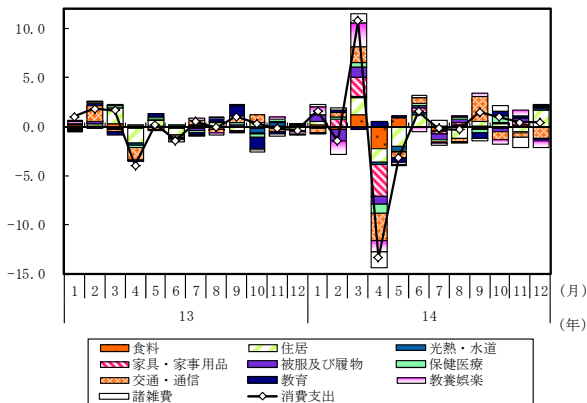
なお、本日公表された家計調査等から2014年10-12月期のGDPベースの個人消費を推計すると、前期比+1%程度となった。新車販売を中心とした耐久財の増加が個人消費全体を押し上げた模様だ。

先行きの個人消費は増加が続くとみている。個人消費の前提となる賃金の動きを確認すると、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、所得の増加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。加えて、原油価格の下落が今後も物価を押し下げる公算であり、家計の購買力を一層高めるだろう。懸念材料であった消費者マインドに関しても、足下で底打ちの動きがみられており、先行きの個人消費を考えるうえで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

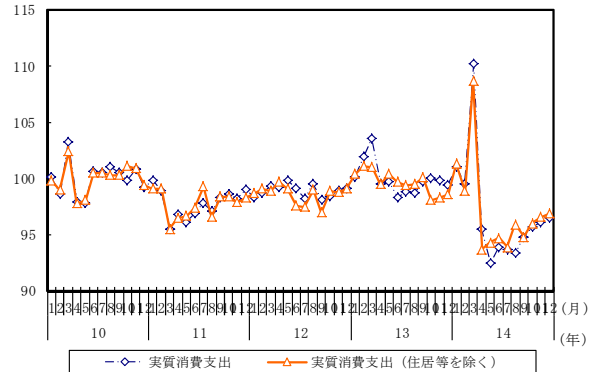
(前月比、%)



(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)

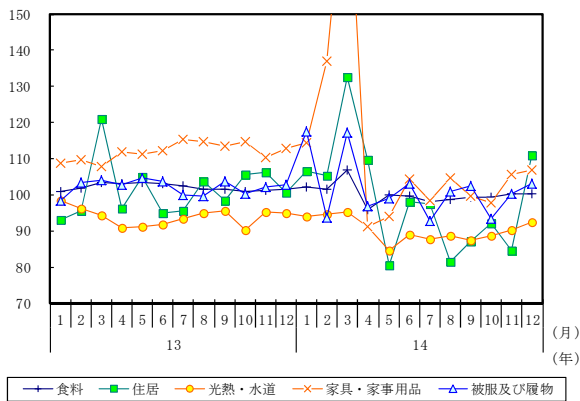
(2010年=100)



(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

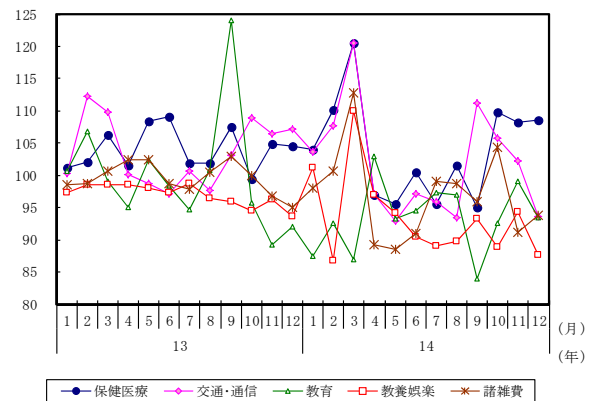
(2010年=100)



(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

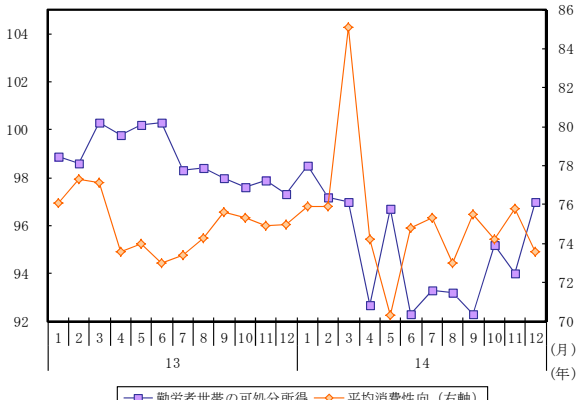
(2010年=100)



(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

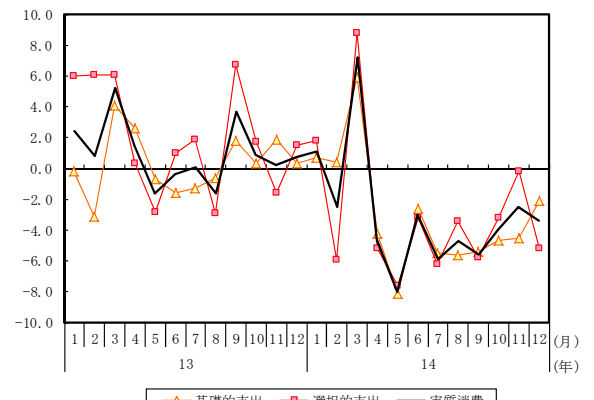
(2010年=100)



(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

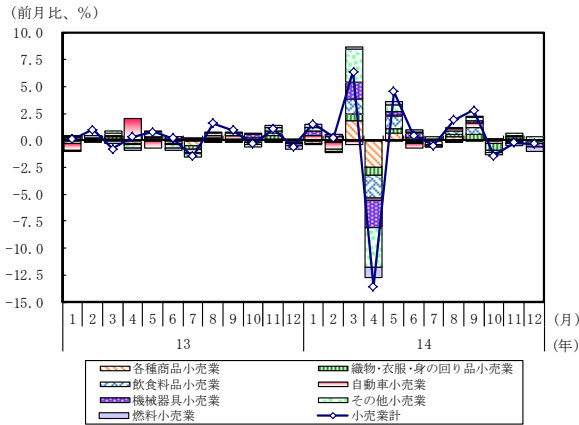
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

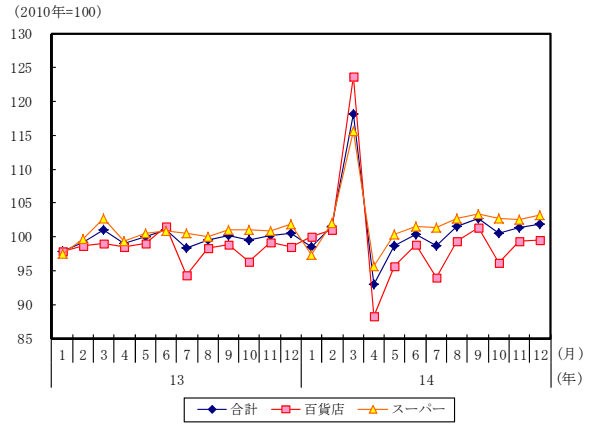
消費・概況②

商業販売統計小売販売額の推移



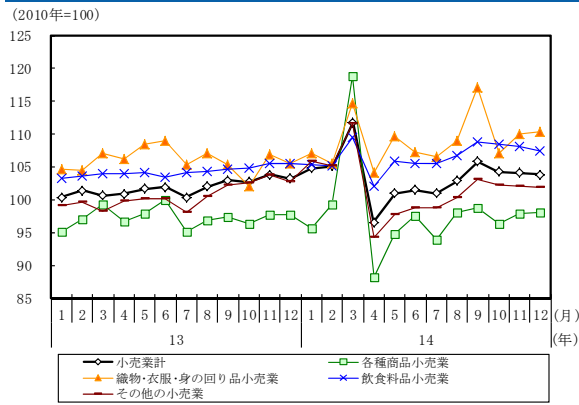
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売業総別商品販売額



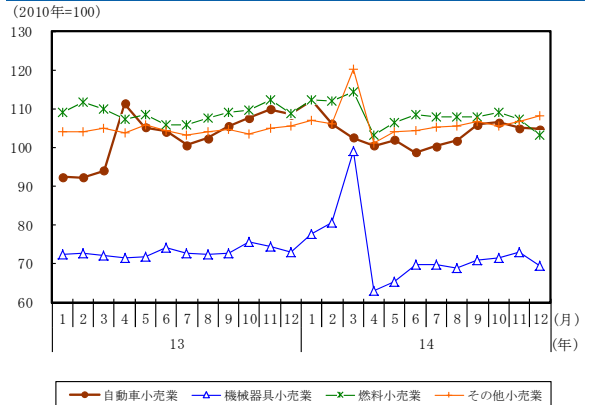
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



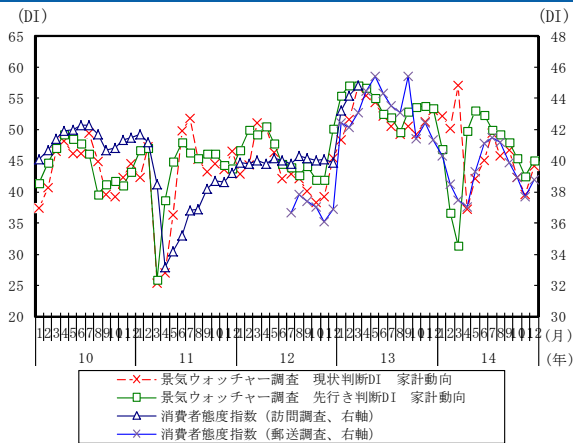
(注) その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。  
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



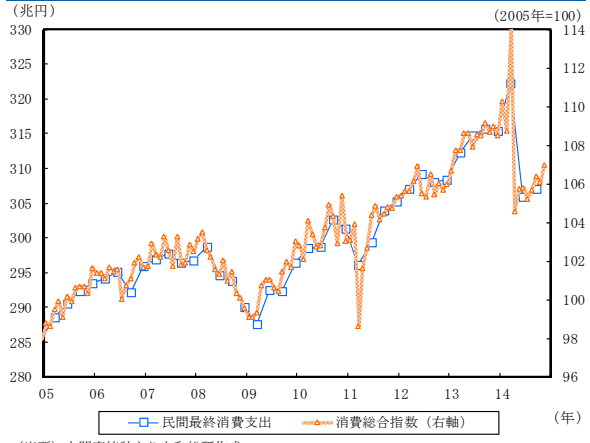
(注) その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。  
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

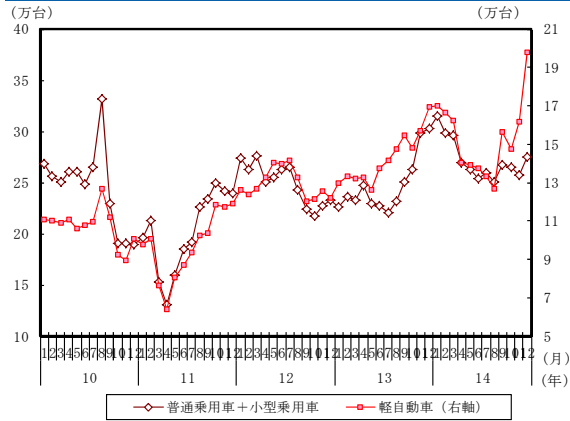
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

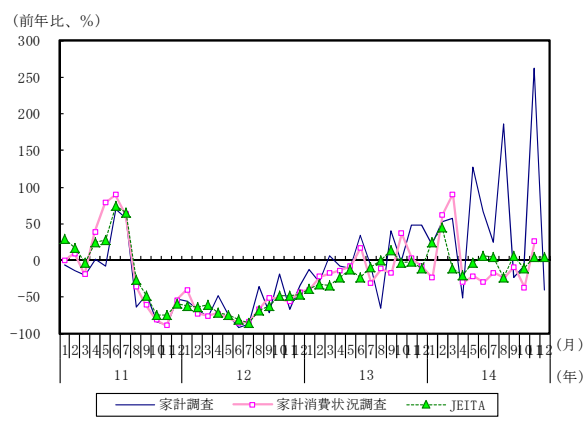
消費・協会統計

新車販売台数



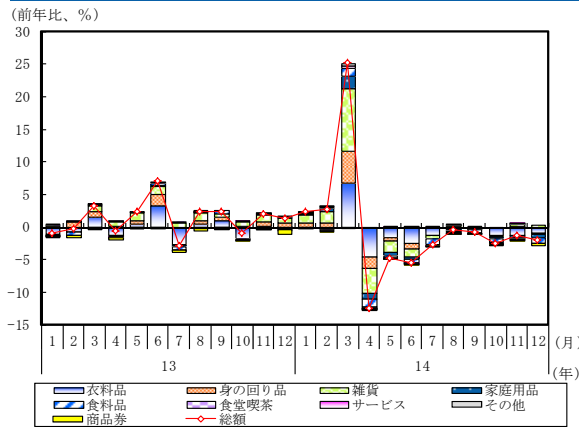
(注) 季節調整は大和総研。  
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



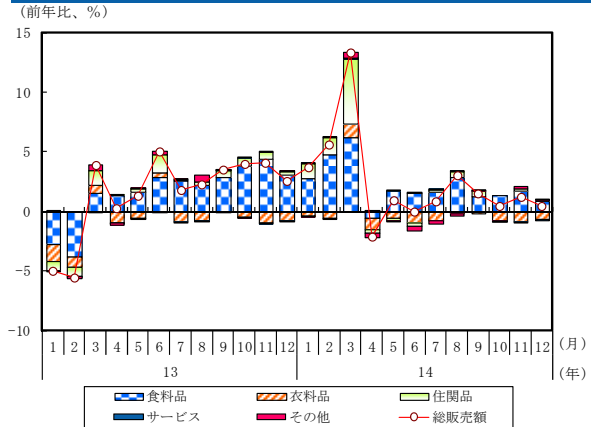
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。  
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



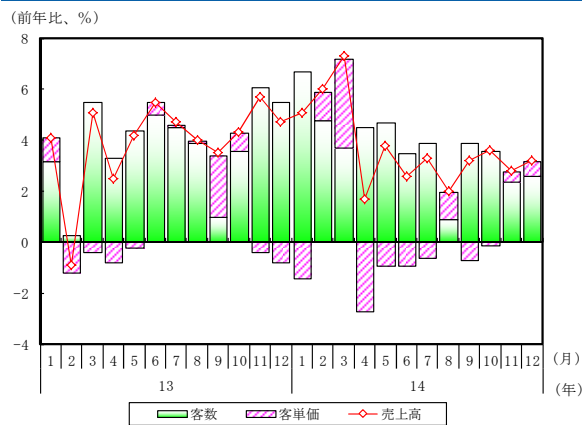
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



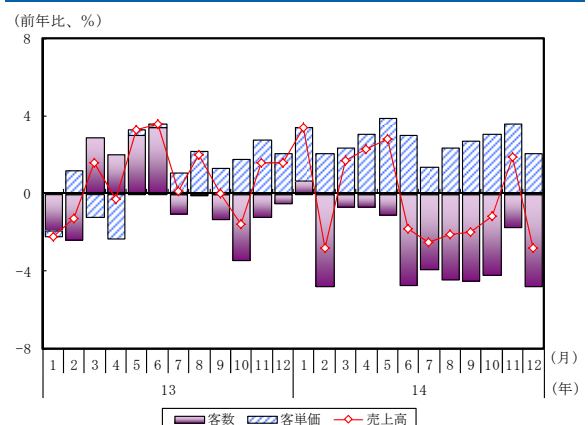
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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