

2015年2月27日 全6頁

Indicators Update

1月消費統計

食料品の値上げや冬物商品の動きの鈍さを主因に増加傾向が足踏み

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]

- 2015年1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。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%と減少しており、家計調査に見る個人消費は増加傾向が足踏みする結果となった。
- 供給側から個人消費動向を捉えた商業動態統計を見ると、1月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比▲1.3%と4ヶ月連続で減少し、減少傾向が鮮明となっている。内訳を見ると、「燃料小売業」（同▲8.8%）、「各種商品小売業」（同▲3.7%）、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同▲3.4%）などの業種が前月から減少した。「燃料小売業」に関しては、原油価格急落に伴う販売価格の低下が販売金額を押し下げた。また、冬物商品の動きが鈍かったことが「織物・衣服・身の回り品小売業」の減少要因とみられる。
- 1月の個人消費を総じてみると、家計調査では食料品の値上げや冬物商品の動きの鈍さを主因に増加傾向が足踏みする結果となった。ただし、本日公表された鉱工業指数では消費財出荷及びその内訳項目が軒並み堅調な動きを示しており、これまで緩慢な推移を続けてきた供給側統計が持ち直してきたことは明るい材料である。

図表1：各種消費指標の概況

		2014年			2015年	出所
		10月	11月	12月	1月	
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲4.0	▲2.5	▲3.4	▲5.1	総務省
		前月比 0.7	0.4	0.2	▲0.3	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比 0.9	0.6	0.2	▲0.3	総務省
商業動態統計	小売業	前年比 1.4	0.5	0.1	▲2.0	経済産業省
		前月比 ▲1.4	▲0.2	▲0.4	▲1.3	経済産業省
消費総合指数		前月比 ▲0.5	0.7	▲0.2		内閣府
百貨店売上高		前年比 ▲2.2	▲1.0	▲1.7	▲2.8	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比 ▲1.1	▲1.7	▲1.2	▲0.7	(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 ▲1.9	▲0.7	▲1.8	▲1.7	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比 ▲1.2	1.9	▲2.8	▲5.0	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比 1.9	1.0	1.1		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

2015年1月の実質消費支出は前月比▲0.3%と5ヶ月ぶりの減少

2015年1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。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%と減少しており、家計調査に見る個人消費は増加傾向が足踏みする結果となった。

10大費目別の動き：食料品の値上げにより支出を手控える動き

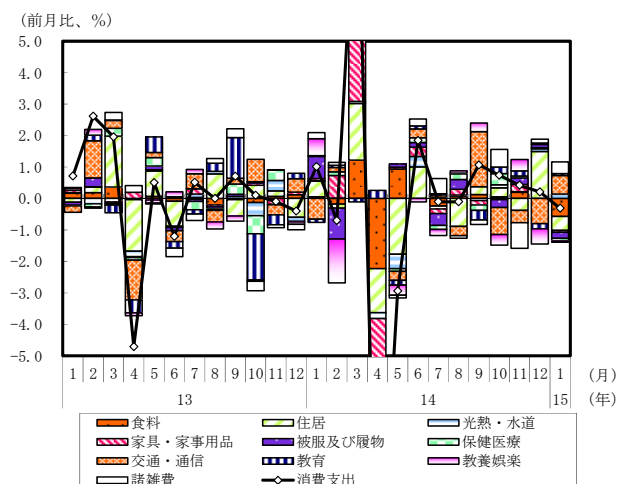
実質消費支出の動きを費目別にみると、「食料」（前月比▲2.4%）、「住居」（同▲6.2%）、「被服及び履物」（同▲4.2%）などの減少が下押し要因となった（**図表2**）。「食料」に関しては、1月に入り相次いで値上げが行われたことから、支出が手控えられた可能性がある。「住居」については設備修繕・維持への支出が減少したとみられる。ただし、前月の大幅な増加に照らすと減少幅は限定的であり、均して見ても緩やかな増加傾向にある。「被服及び履物」に関しては、1月に気温が例年よりも高めに推移したことから、冬物商品が不調であったとみられる。

一方、「交通・通信」（同+4.7%）、「諸雑費」（同+5.2%）、「光熱・水道」（同+2.1%）などは前月から増加した。減少傾向にあった「交通・通信」は自動車や自動車保険料への支出の増加を主因に、4ヶ月ぶりに増加に転じた。同費目は振れの大きい項目であるため結果は割り引いて評価する必要があるものの、業界統計に見る新車販売台数は軽自動車を中心に2014年末にかけて急激な増加がみられており、その傾向が家計調査で遅れて確認できた格好だ。新車販売台数の増加に伴い、保険料への支出も増加したとみられる。

商業動態統計の名目小売販売額は前月比▲1.3%と4ヶ月連続の減少

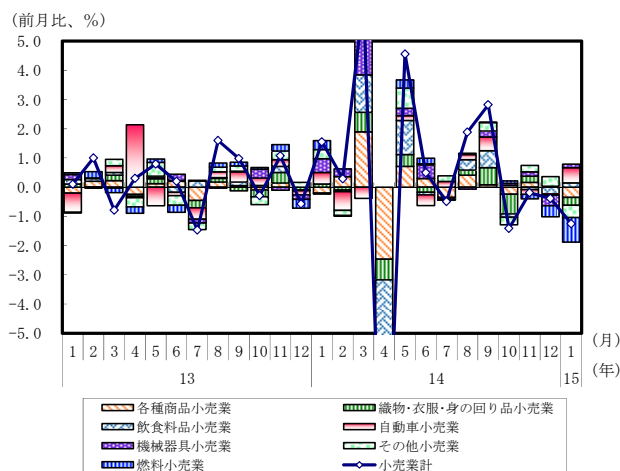
供給側から個人消費動向を捉えた商業動態統計を見ると、1月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比▲1.3%と4ヶ月連続で減少し、減少傾向が鮮明となっている（**図表3**）。内訳を見ると、「燃料小売業」（同▲8.8%）、「各種商品小売業」（同▲3.7%）、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同▲3.4%）などの業種が前月から減少した。「燃料小売業」に関しては、原油価格急落に伴う販売価格の低下が販売金額を押し下げた。また、冬物商品の動きが鈍かったことが「織物・衣服・身の回り品小売業」の減少要因とみられる。

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

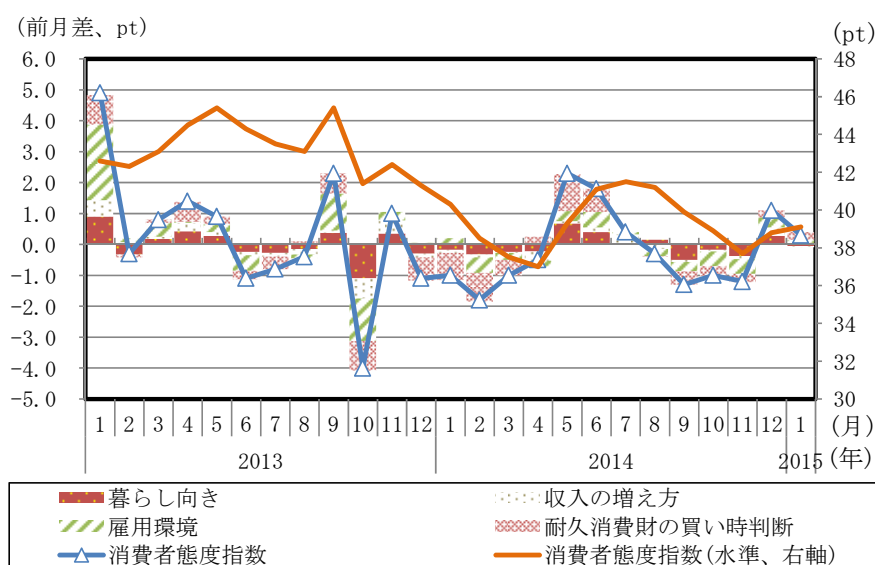


(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

悪化傾向にあった消費者マインドは持ち直しの動き

2015年1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2ヶ月連続で上昇した(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続い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は持ち直しの動きがみられる。消費者態度指数の内訳を見ると、「暮らし向き」(同▲0.2pt)や「収入の増え方」(同▲0.2pt)がわずかながら悪化したものの、求人数の増加等から「雇用環境」が同+0.6ptと上昇したことに加えて、「耐久消費財の買い時判断」(同+1.0pt)の改善も消費者態度指数を押し上げた。

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

実質所得の増加を主因に個人消費は底堅い推移を見込む

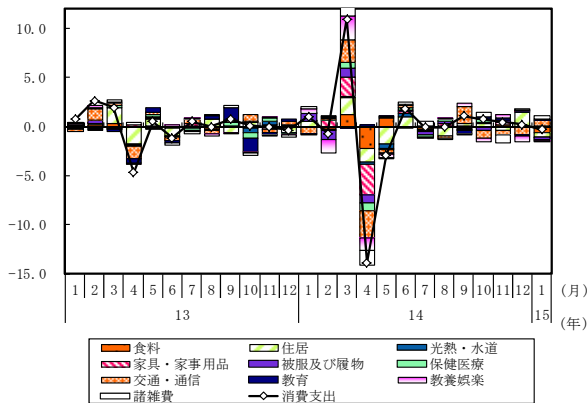
1月の個人消費を総じてみると、家計調査では食料品の値上げや冬物商品の動きの鈍さを主因に増加傾向が足踏みする結果となった。ただし、本日公表された鉱工業指数では消費財出荷及びその内訳項目が軒並み堅調な動きを示しており、これまで緩慢な推移を続けてきた供給側統計が持ち直してきたことは明るい材料である。

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いること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。2015年度もベースアップが実施されることが確実な情勢となり、所得環境の先行きは視界良好だ。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、家計の実質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、足下で持ち直し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

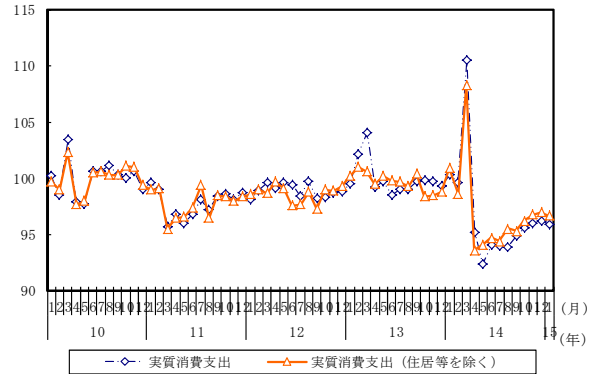
(前月比、%)



(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)



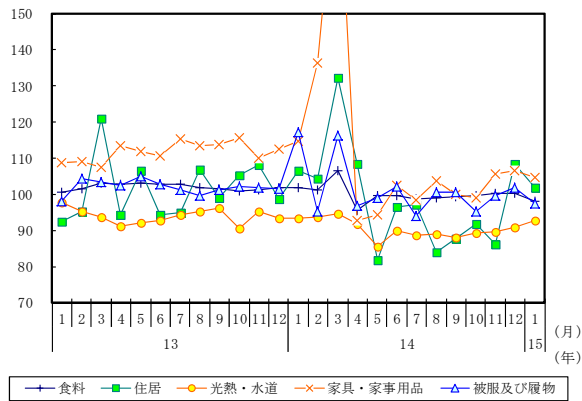
(注1) 季節調整値。

(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)

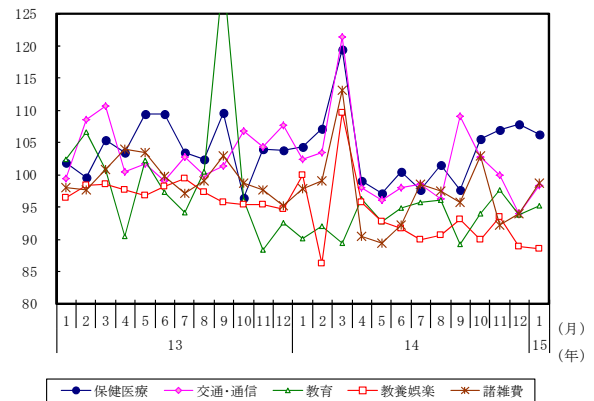


(注) 季節調整値。

(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)

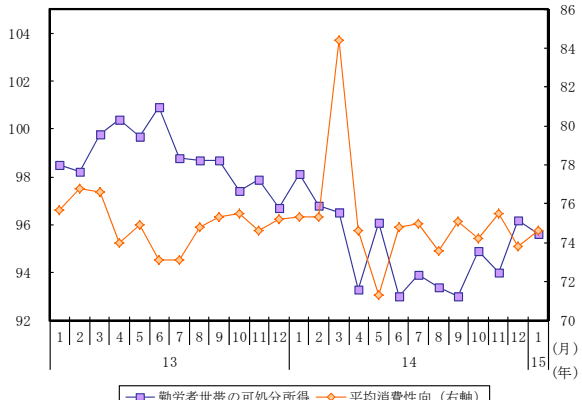


(注) 季節調整値。

(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)

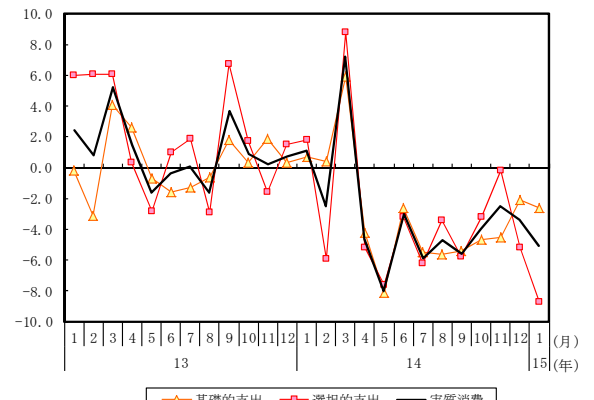


(注) 季節調整値。

(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

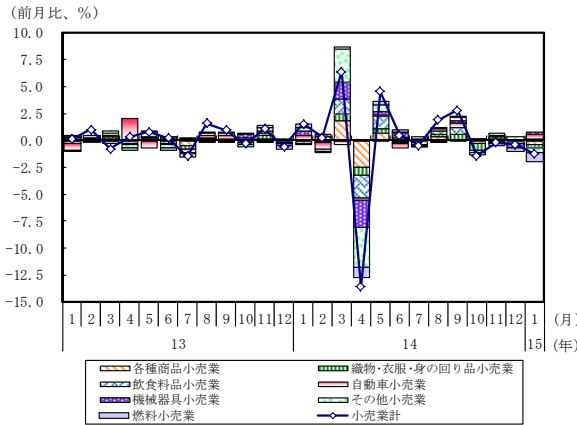
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

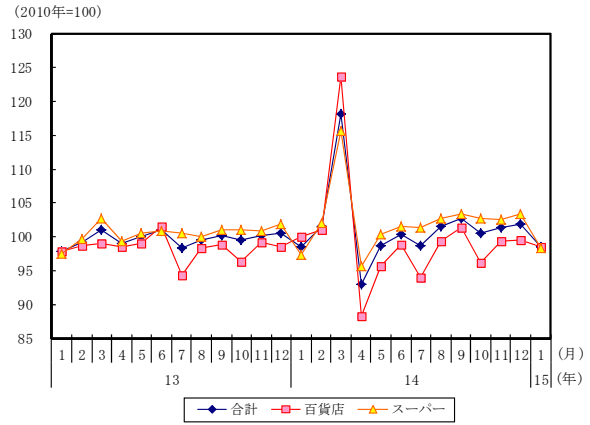
消費・概況②

商業動態統計小売販売額の推移



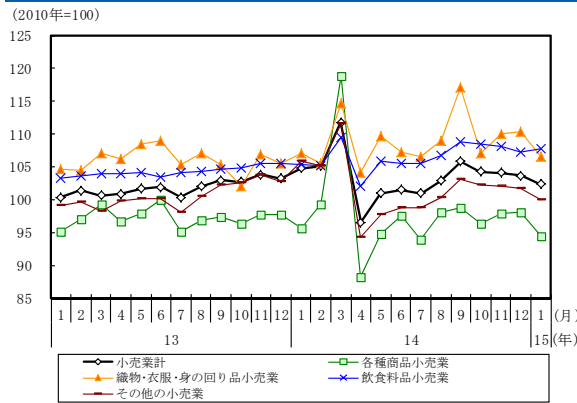
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売業総別商品販売額



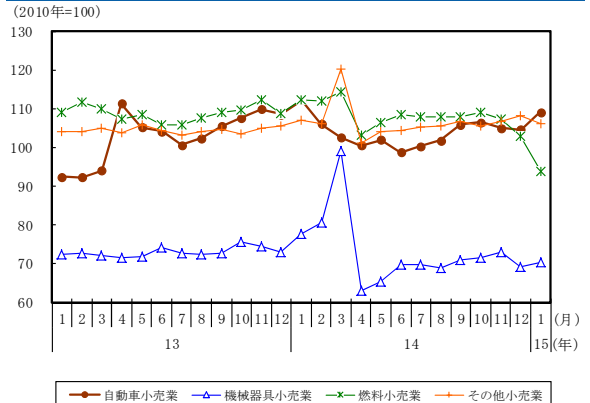
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



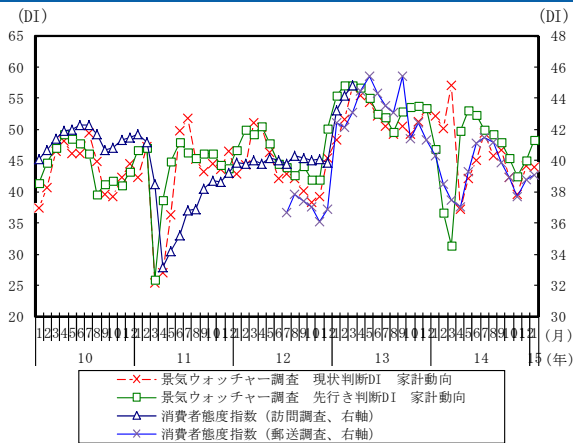
(注) その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



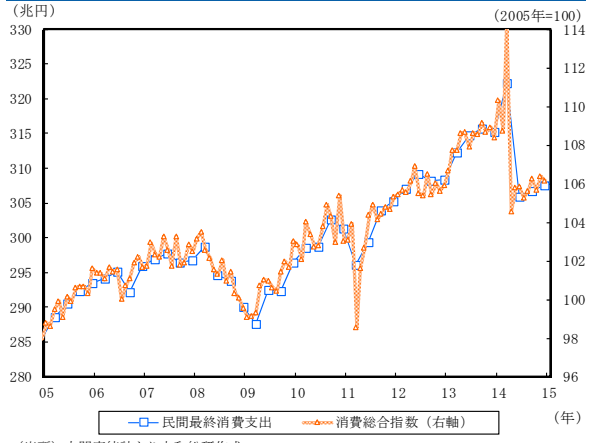
(注) その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

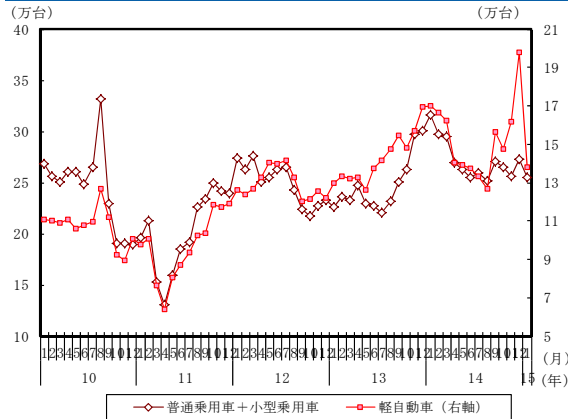
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

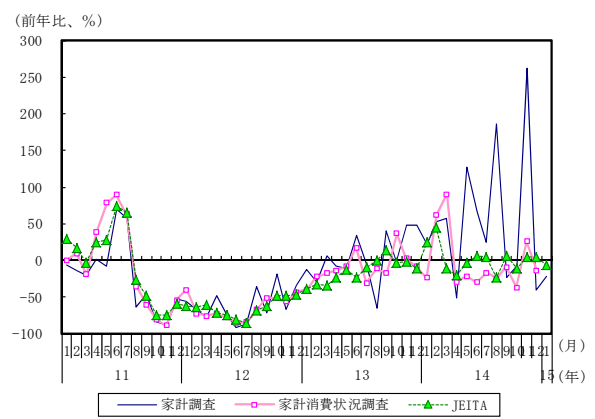
消費・協会統計

新車販売台数



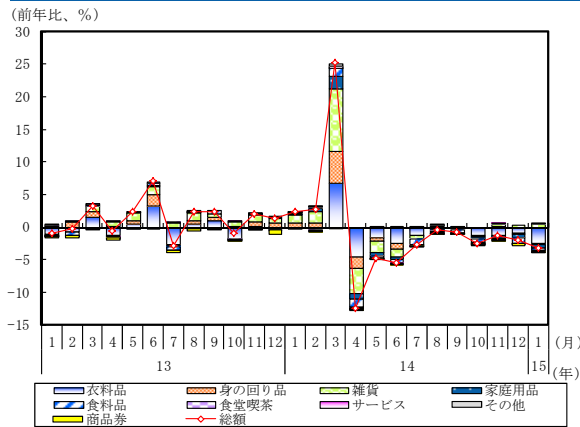
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



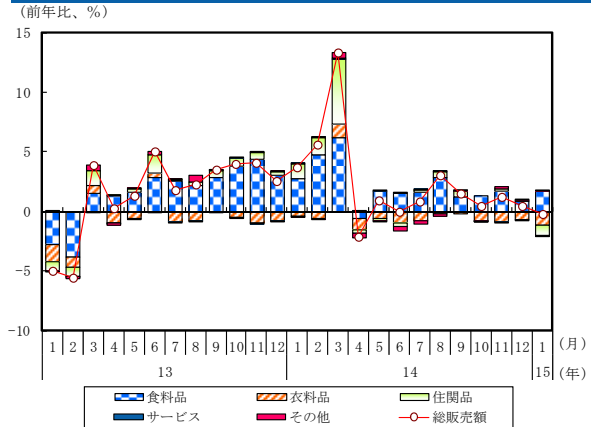
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



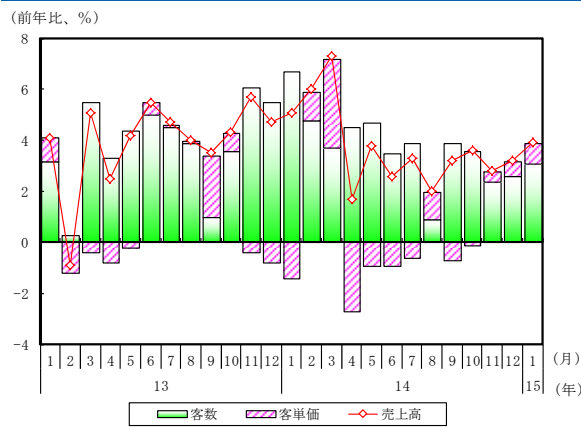
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



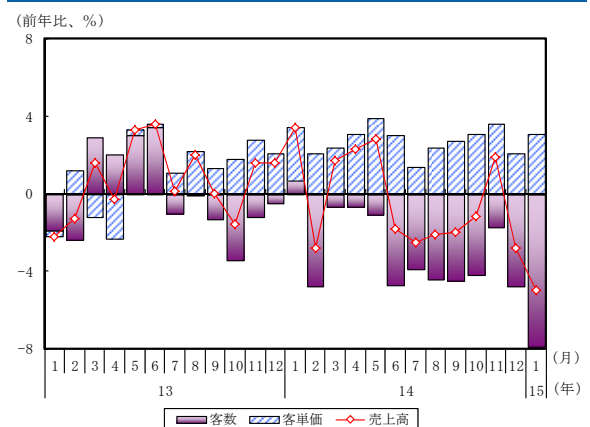
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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