2015 年 3 月 27 日　全 6 頁

Indicators Update

2 月消費統計

春物商材、外食の堅調さを確認

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 2 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＋0.8%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▲1.4%と減少した。

■ 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、2 月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比＋0.7%と 5 ヶ月ぶりに増加した。内訳を見ると、「各種商品小売業」（同＋4.0%）、「織物･衣服･身の回り品小売業」（同＋1.6%）などの業種が前月から増加した。百貨店等が含まれる「各種商品小売業」では、例年に比べ春節に伴う訪日外国人数が増加したことでインバウンド需要が旺盛となり、売上を押し上げた。

■ 2 月の主要統計を総じてみると、個人消費は一進一退の動きとなっている。需要側統計である家計調査ではサンプルバイアスが影響しているとみられることには留意が必要であるが、幅広い費目で減少し、弱さの目立つ内容であった。一方、供給側統計である商業動態統計は季節商材の動きが堅調であったことを確認できる良好な結果であったと評価している。また、外食は需要側・供給側統計の双方から堅調さを確認できる内容であった。

図表 1：各種消費指標の概況

			2014年11月	12月	2015年1月	2月	出所
家計調査	実質消費支出	前年比	▲ 2.5	▲ 3.4	▲ 5.1	▲ 2.9	総務省
		前月比	0.4	0.2	▲ 0.3	0.8	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比	0.6	0.2	▲ 0.3	▲ 1.4	総務省
商業動態統計	小売業	前年比	0.5	0.1	▲ 2.0	▲ 1.8	経済産業省
		前月比	0.0	0.0	▲ 1.9	0.7	経済産業省
消費総合指数		前月比	0.8	▲ 0.1	▲ 0.5		内閣府
百貨店売上高		前年比	▲ 1.0	▲ 1.7	▲ 2.8	1.1	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比	▲ 1.7	▲ 1.2	▲ 0.7	▲ 1.4	（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	▲ 0.7	▲ 1.8	▲ 1.7	▲ 0.8	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比	1.9	▲ 2.8	▲ 5.0	0.9	（一社）日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比	1.0	1.1	0.1		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

このレポートは投資勧誘を意図して提供するものではありません。このレポートの掲載情報は信頼できると考えられる情報源から作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。また、記載された意見や予測等は作成時点のものであり今後予告なく変更されることがあります。㈱大和総研の親会社である㈱大和総研ホールディングスと大和証券㈱は、㈱大和証券グループ本社を親会社とする大和証券グループの会社です。内容に関する一切の権利は㈱大和総研にあります。無断での複製・転載・転送等はご遠慮ください。

2015 年 2 月の実質消費支出は前月比＋0.8%と 2 ヶ月ぶりの増加

2015 年 2 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＋0.8%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▲1.4%と減少した。

10 大費目別の動き：幅広い費目で前月から減少し、弱さの目立つ内容

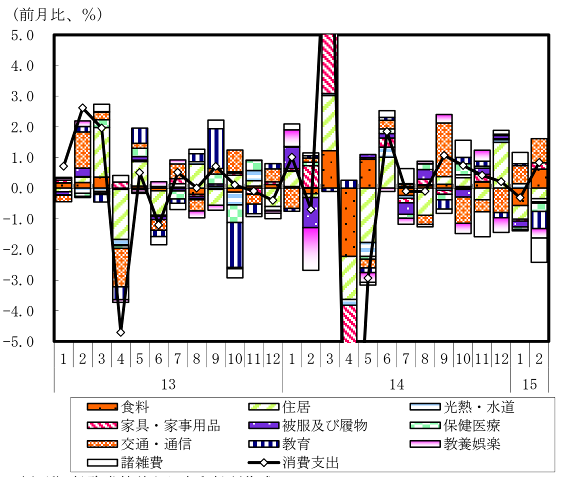
実質消費支出の動きを費目別にみると、10 費目中 7 費目が前月から減少しており弱さの目立つ内容であった。特に、「諸雑費」(前月比▲10.5%)、「教育」(同▲13.4%)、「住居」(同▲5.1%)の減少が全体を下押しした。「諸雑費」では葬儀関係費の減少による寄与が大きいとみられるが、サンプルバイアスの可能性があり結果は割り引いて評価する必要があるだろう。「教育」に関しては、ウエイトの大きい授業料への支出の減少が目立つ。また、設備修繕・維持の減少が「住居」の下押し要因になったとみられる。

一方、「交通・通信」(同＋6.0%)、「食料」(同＋2.7%)、「家具・家事用品」(同＋5.4%)が増加したことが全体を押し上げた。「交通・通信」では自動車等購入の増加が押し上げ要因となった。また、「食料」に関しては、外食への支出が増加した模様だ。業界統計の「外食市場売上高」を見ても、2 月は前年を上回る売上を記録しており、外食サービスは需要側・供給側の双方から堅調な結果であったと評価できる。

商業動態統計の名目小売販売額は前月比＋0.7%と 5 ヶ月ぶりの増加

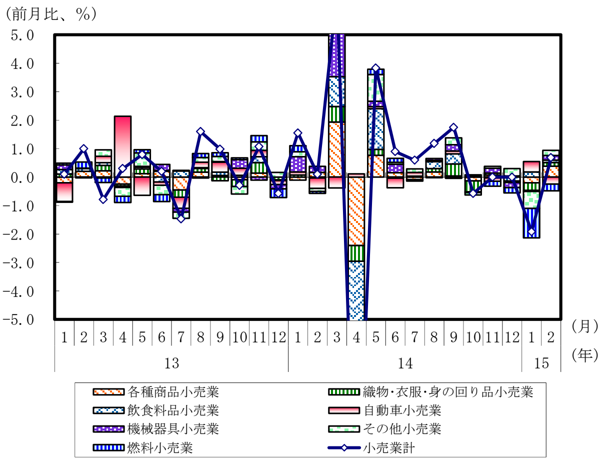
供給側から個人消費動向を捉えた商業動態統計を見ると、2 月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比＋0.7%と 5 ヶ月ぶりに増加した（**図表 3**）。内訳を見ると、「各種商品小売業」(同＋4.0%)、「織物･衣服･身の回り品小売業」(同＋1.6%)などの業種が前月から増加した。百貨店等が含まれる「各種商品小売業」では、例年に比べ春節に伴う訪日外国人数が増加したことでインバウンド需要が旺盛となり、売上を押し上げた。また、2 月は例年より気温が高めに推移し、春物商材の動きが活発となったことが「織物･衣服･身の回り品小売業」の増加に寄与したとみられる。一方、原油価格下落に伴う販売価格の低下を主因に「燃料小売業」は同▲2.5%と 4 ヶ月連続で減少した。

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

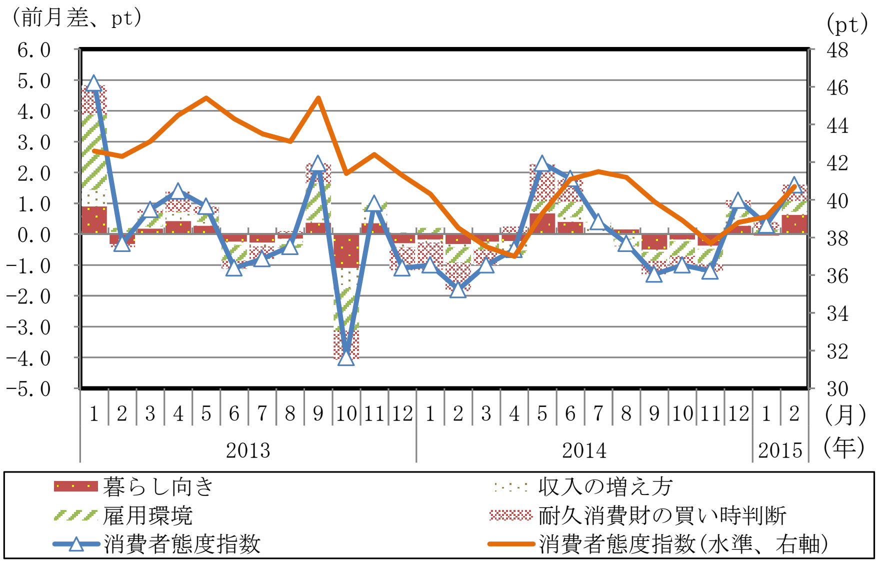


（出所）経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインドは改善傾向が明確化

2015 年 2 月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月差＋1.6pt と 3 ヶ月連続で上昇した（**図表 4**）。内訳を見ると、すべての項目が前月から改善しており、良好な結果であった。特に、「暮らし向き」（同＋2.5pt）や「耐久消費財の買い時判断」（同＋2.1pt）の上昇が全体を押し上げた。燃料価格が大幅に低下したことが「暮らし向き」の改善に寄与したとみられる。

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

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

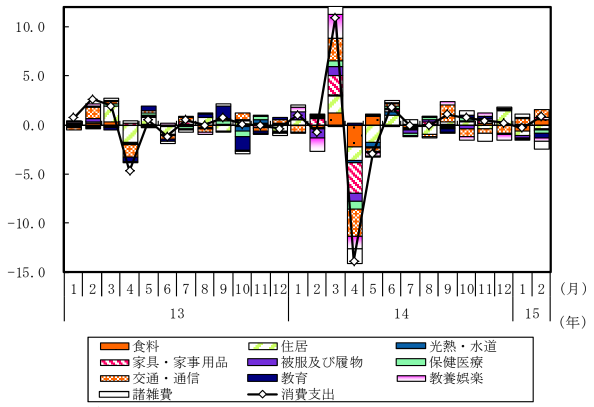
2 月の主要統計を総じてみると、個人消費は一進一退の動きとなっている。需要側統計である家計調査ではサンプルバイアスが影響しているとみられることには留意が必要であるが、幅広い費目で減少し、弱さの目立つ内容であった。一方、供給側統計である商業動態統計は季節商材の動きが堅調であったことを確認できる良好な結果であったと評価している。また、外食は需要側・供給側統計の双方から堅調さを確認できる内容であった。

先行きの個人消費は増加が続くとみている。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 年度のベースアップは昨年を上回る上昇率とな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。消費者マインドに関しても、足下で改善傾向が明確化しており、先行きの個人消費を下支えするとみている。

消費・概況①

実質消費支出の費目別寄与度

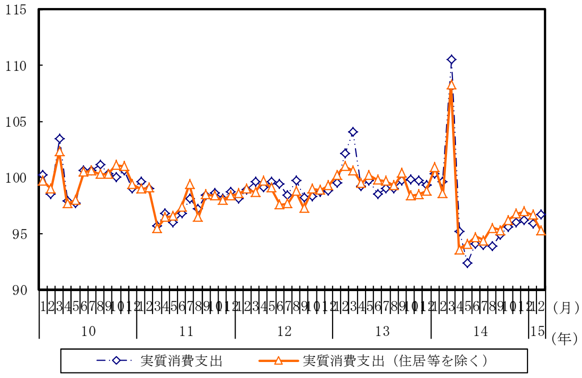
（前月比、%）



（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）

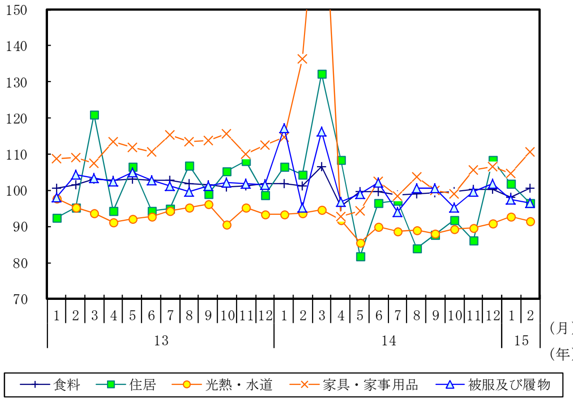
（2010年=100）



（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

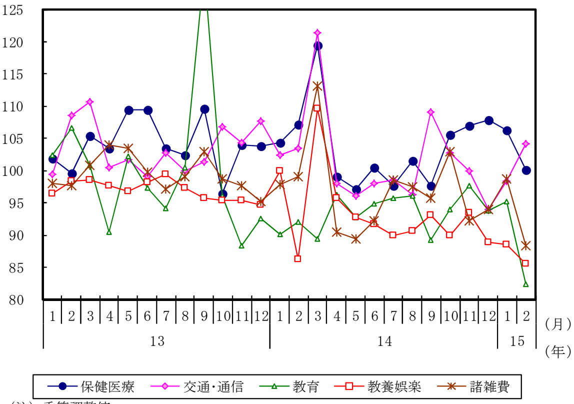
（2010年=100）



（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

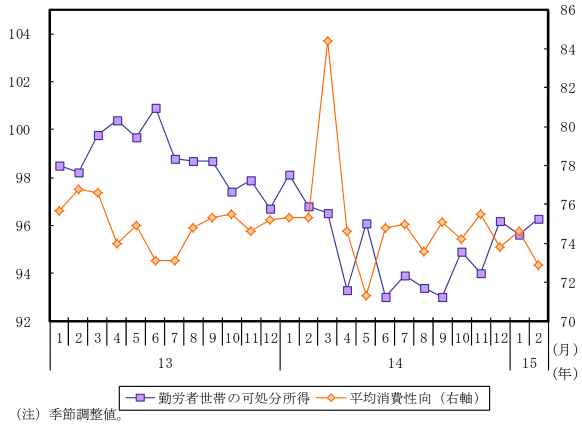
（2010年=100）



（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

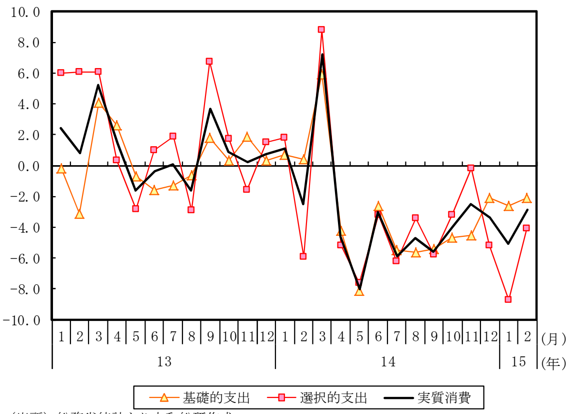
（2010年=100）　　（%）



（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

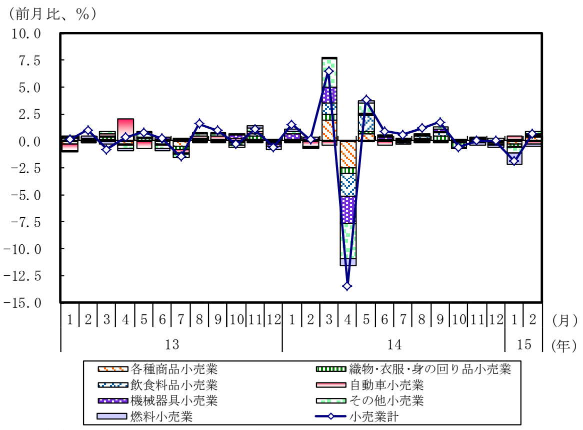
（前年比、%）



（出所）総務省統計より大和総研作成

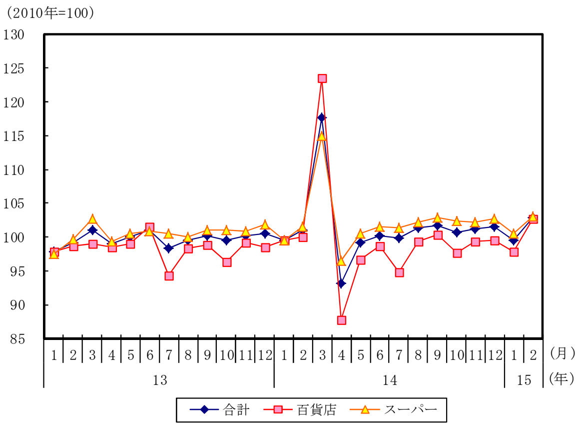
消費・概況②

商業動態統計小売業販売額の推移



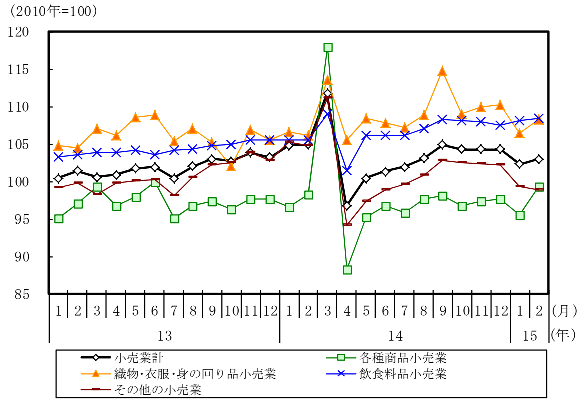
（出所）経済産業省統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



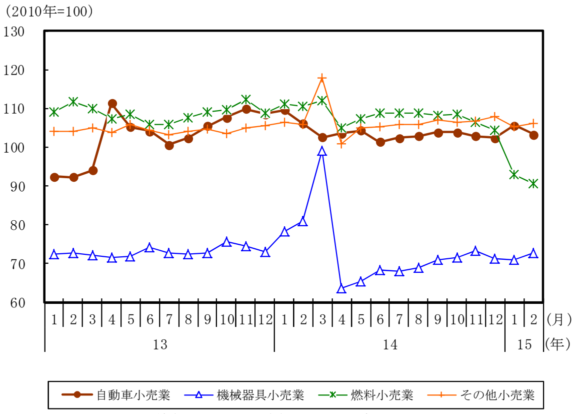
（出所）経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



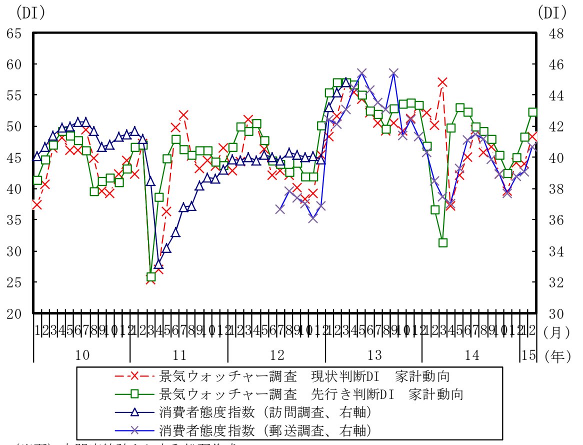
（注）その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。
（出所）経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



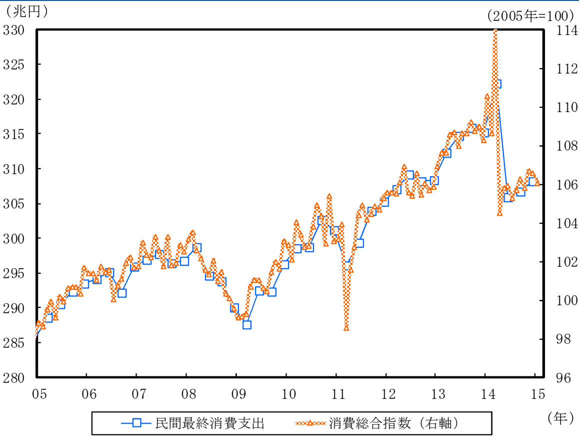
（注）その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。
（出所）経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



（出所）内閣府統計より大和総研作成

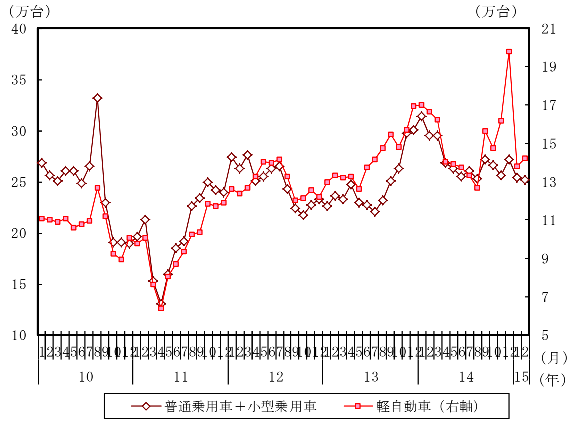
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



（出所）内閣府統計より大和総研作成

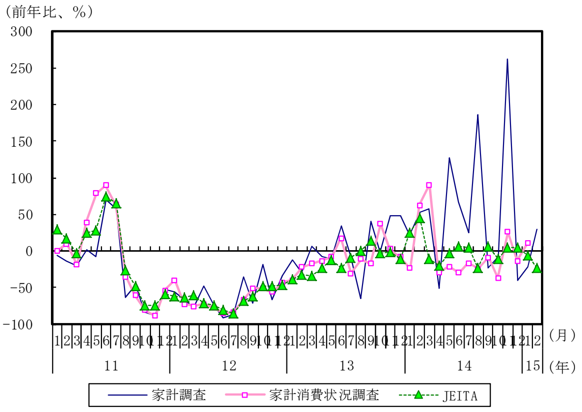
消費・協会統計

新車販売台数



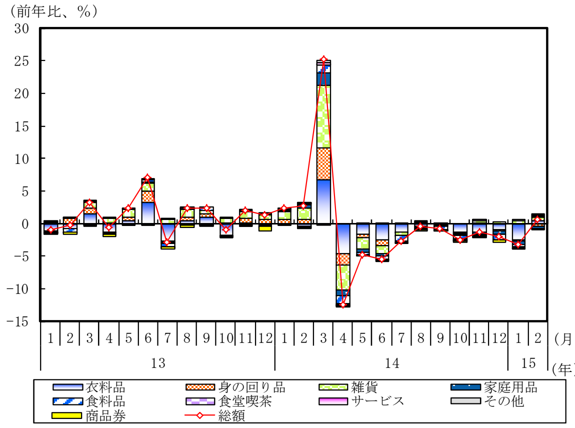
（注）季節調整は大和総研。
（出所）日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



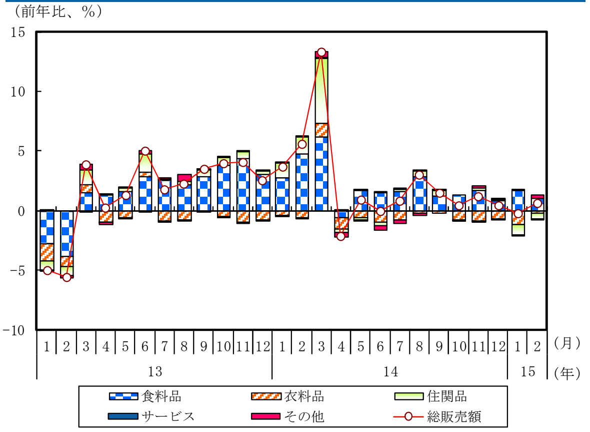
（注）家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
（出所）JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解（品目別、全店舗ベース）



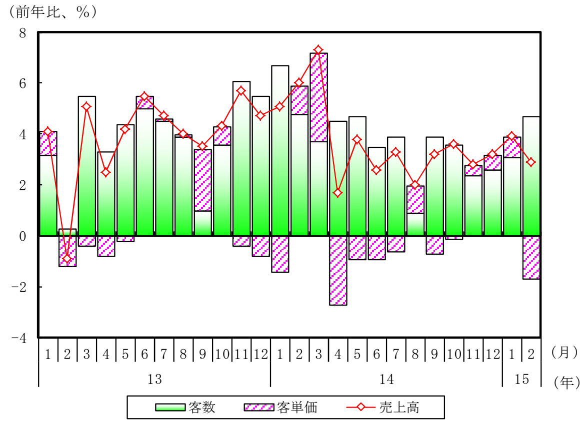
（出所）日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上高の寄与度分解（品目別、全店舗ベース）



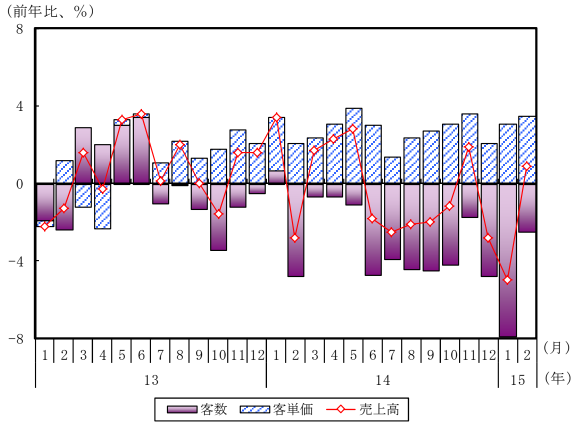
（出所）日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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