

Indicators Update

3月消費統計

1-3月期のGDPベースの個人消費は小幅の増加を予想

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3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+2.4%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+2.8%と増加し、このところの弱さを払しょくする良好な結果であった。
- 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、3月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比▲1.9%と2ヶ月ぶりに減少した。内訳を見ると、「各種商品小売業」（同+0.4%）を除くすべての業種が前月から減少しており、内容は悪い。
- 3月の主要統計を総じてみると、個人消費は減少ペースに緩和の兆しが伺える内容であった。需要側統計である家計調査ではこのところの弱さを払しょくする良好な結果であった。一方、供給側統計である商業動態統計は幅広い業種で減少となる悪い内容であった。3月の消費財出荷は増加したものの、輸出向け耐久消費財出荷による寄与が大きいとみられ、国内向け出荷は伸び悩んだ模様だ。以上を踏まえると、2015年1-3月期のGDPベースの個人消費は小幅の増加となったものの、耐久消費財の減少を主因に減速したとみられる。

図表1：各種消費指標の概況

		2014年	2015年			出所
		12月	1月	2月	3月	
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲ 3.4	▲ 5.1	▲ 2.9	▲ 10.6	総務省
		前月比 0.2	▲ 0.3	0.8	2.4	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前年比 0.2	▲ 0.3	▲ 1.4	2.8	総務省
商業動態統計	小売業	前年比 0.1	▲ 2.0	▲ 1.7	▲ 9.7	経済産業省
		前月比 0.0	▲ 1.9	0.7	▲ 1.9	経済産業省
消費総合指数		前月比 0.2	▲ 0.4	▲ 0.1		内閣府
百貨店売上高		前年比 ▲ 1.7	▲ 2.7	1.1	▲ 19.7	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比 ▲ 1.2	▲ 0.7	▲ 1.4	▲ 2.8	(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 ▲ 1.8	▲ 1.7	▲ 0.8	▲ 8.6	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比 ▲ 2.8	▲ 5.0	0.9	▲ 4.6	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比 1.1	0.1	2.1		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3月の実質消費支出は前月比+2.4%と2ヶ月連続の増加

2015年3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+2.4%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+2.8%と増加し、このところの弱さを払しょくする良好な結果であった。

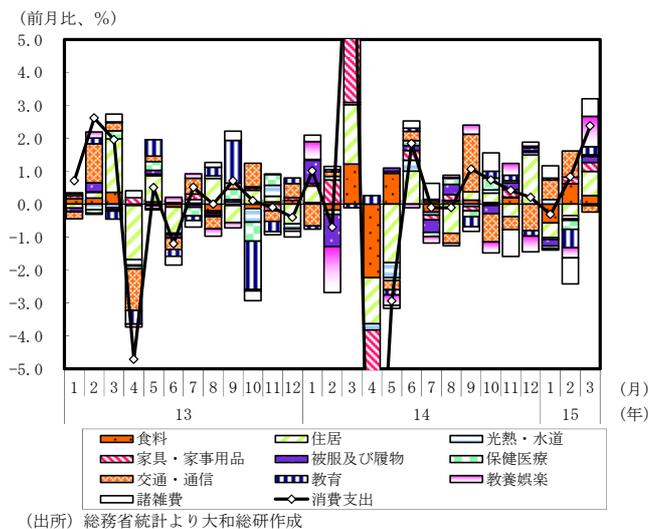
10大費目別の動き：前月からの反発もあり幅広い費目で増加

実質消費支出の動きを費目別にみると、前月に幅広い費目で減少していたこともあり、「光熱・水道」（前月比▲0.7%）、「交通・通信」（同▲1.4%）を除くすべての費目で増加した。特に、「教養娯楽」（同+10.2%）、「住居」（同+11.4%）、「諸雑費」（同+8.0%）、「家具・家事用品」（同+7.2%）による押し上げが大きい。「教養娯楽」では教養娯楽サービスへの支出が増加したとみられる。「住居」については、設備修繕・維持が増加した模様だ。振れの大きい項目であることに加え、前月に減少したことからの揺り戻しであるため、結果はやや割り引いて評価する必要があるが、方向感としては上向きの動きとなっている。「諸雑費」についても同様に前月に減少したことからの揺り戻しの動きにより増加した。「家具・家事用品」では、このところ弱めの推移となっていた家庭用耐久財の増加が押し上げに寄与したとみられる。

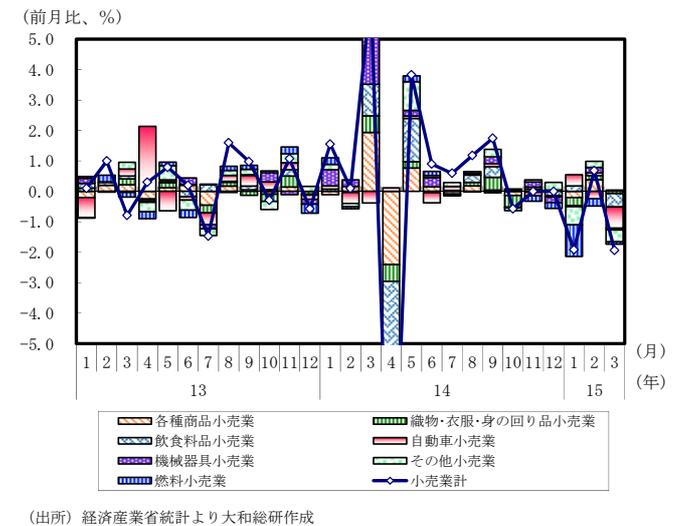
商業動態統計の名目小売販売額は前月比▲1.9%と2ヶ月ぶりの減少

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、3月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比▲1.9%と2ヶ月ぶりに減少した（図表3）。内訳を見ると、「各種商品小売業」（同+0.4%）を除くすべての業種が前月から減少しており、内容は悪い。特に、「自動車小売業」（同▲6.0%）、「飲食料品小売業」（同▲1.4%）の押し下げ寄与が大きい。「自動車小売業」では3月に減少ペースが加速したことに加え、製造工業生産予測調査において輸送機械工業が減産見通しであることを考慮すると、先行きにも不安を残す結果となった。

図表2：実質消費支出の費目別寄与度



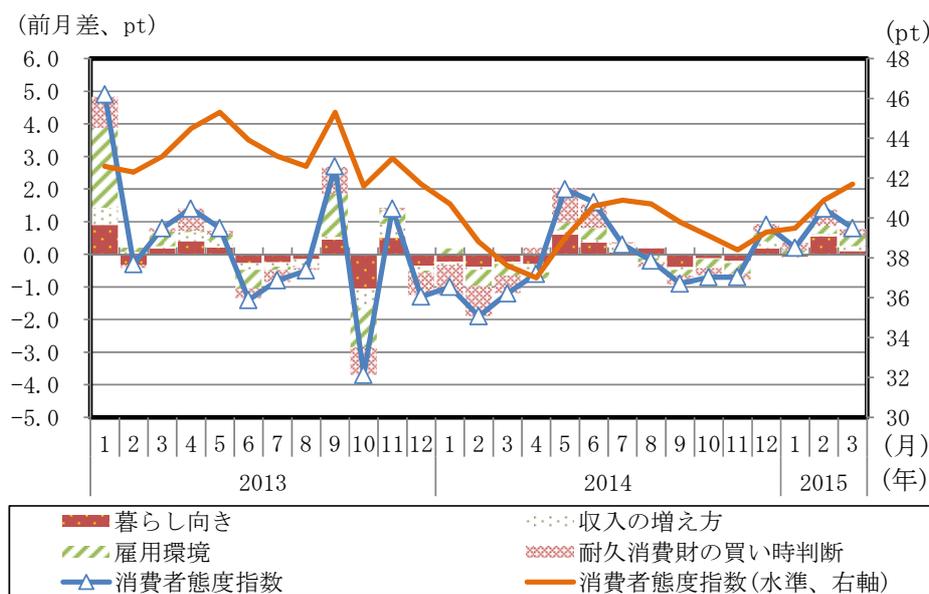
図表3：名目小売販売額の業種別寄与度



消費者マインドは改善傾向が明確化

2015年3月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月差+0.8ptと4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、「雇用環境」（同+1.3pt）や「耐久消費財の買い時判断」（同+0.8pt）の上昇が全体を押し上げた。「雇用環境」に関しては、有効求人数が増加傾向にあることを好感したとみられる。また、消費者態度指数を構成する意識指標ではないものの、上昇傾向にあった株価が「資産価格」（同+0.8pt）の意識指標を押し上げた模様だ。

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

1-3月期のGDPベースの個人消費は小幅の増加を予想

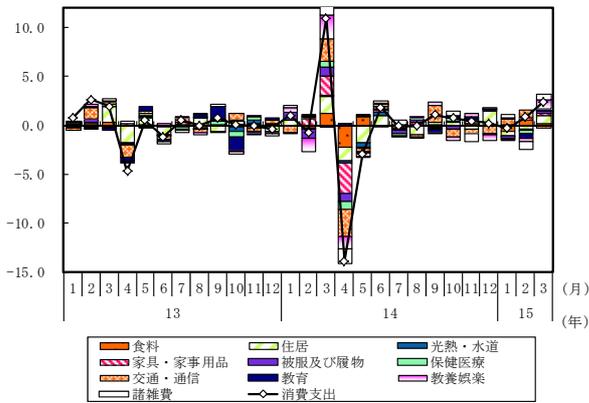
3月の主要統計を総じてみると、個人消費は減少ペースに緩和の兆しが伺える内容であった。需要側統計である家計調査ではこのところの弱さを払しょくする良好な結果であった。一方、供給側統計である商業動態統計は幅広い業種で減少となる悪い内容であった。3月の消費財出荷は増加したものの、輸出向け耐久消費財出荷による寄与が大きいとみられ、国内向け出荷は伸び悩んだ模様だ。以上を踏まえると、2015年1-3月期のGDPベースの個人消費は小幅の増加となったものの、耐久消費財の減少を主因に減速したとみられる。

ただし、先行きの個人消費は増加傾向が明確化するとみている。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。さらに、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、原油価格の低迷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

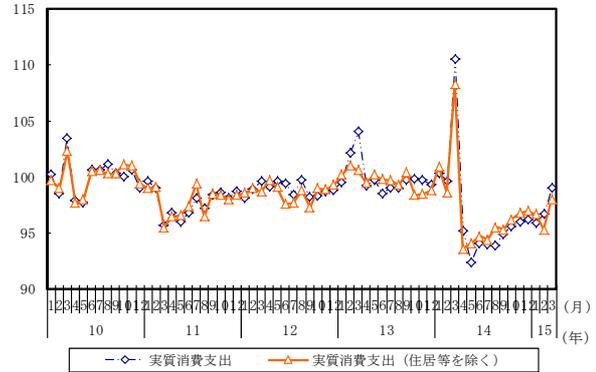
(前月比、%)



(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)

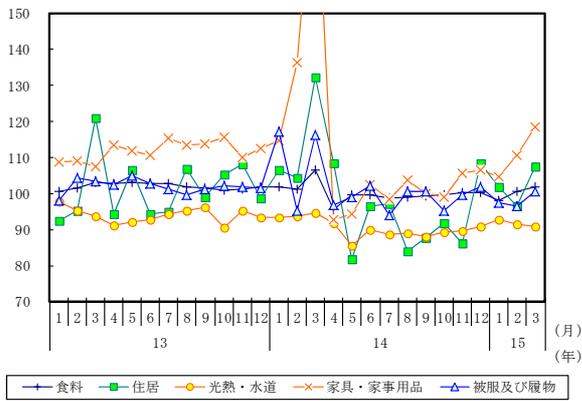
(2010年=100)



(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

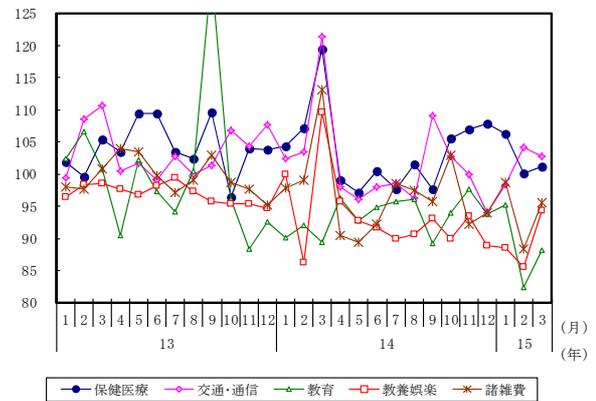
(2010年=100)



(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

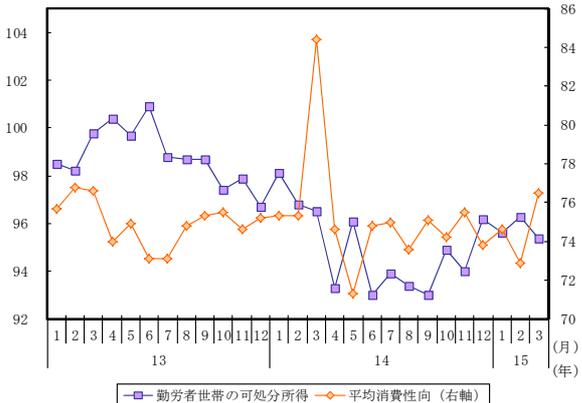
(2010年=100)



(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

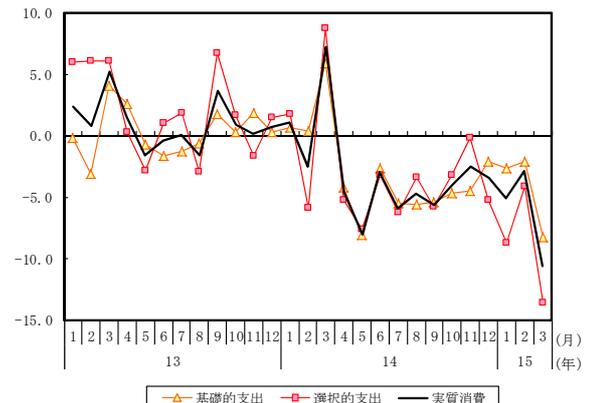
(2010年=100)



(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

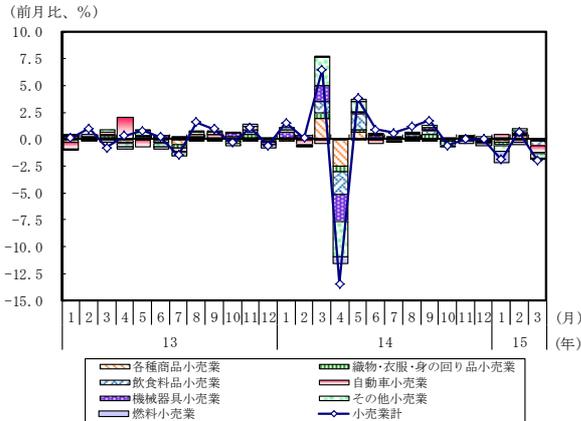
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

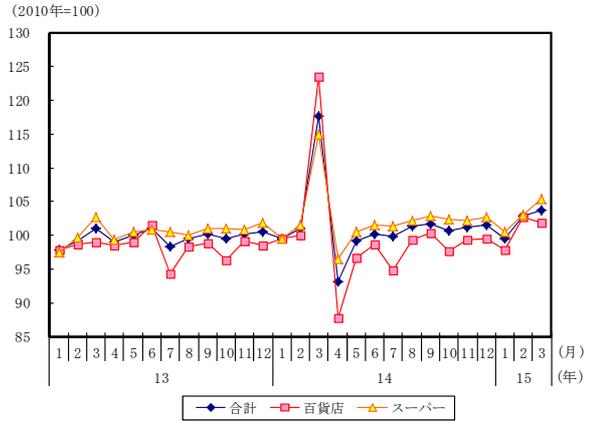
消費・概況②

商業動態統計小売販売額の推移



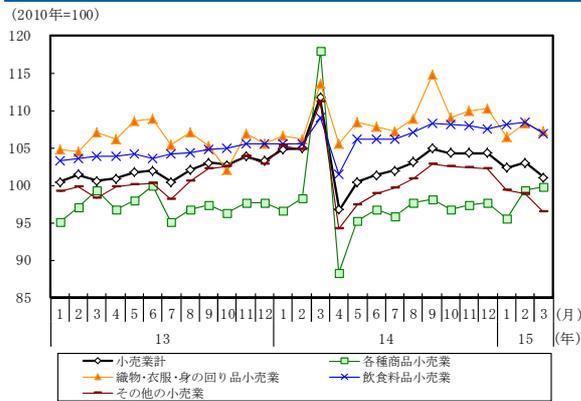
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



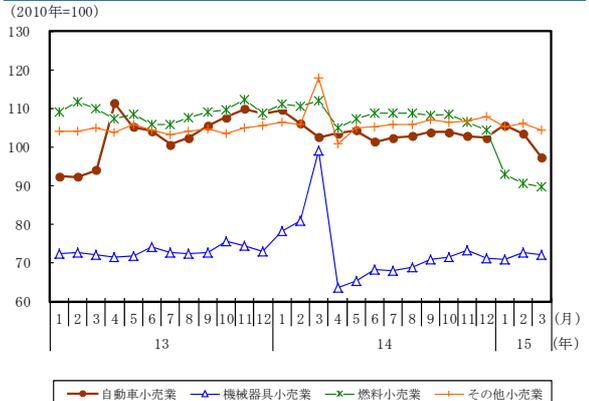
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



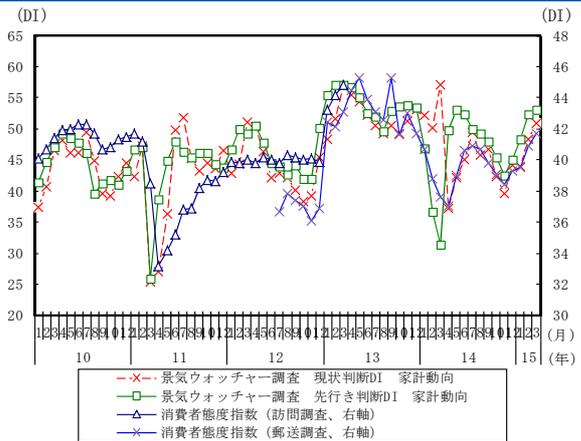
(注) その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



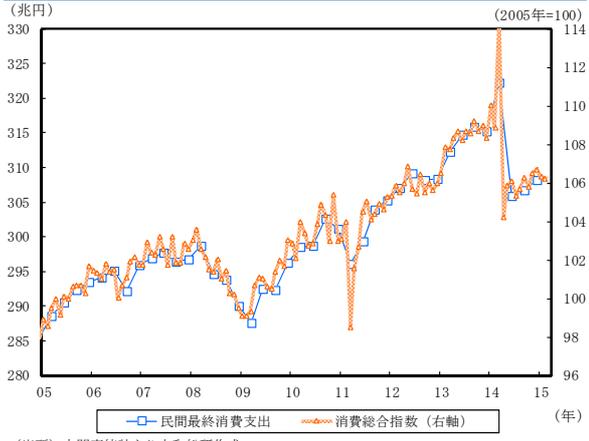
(注) その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

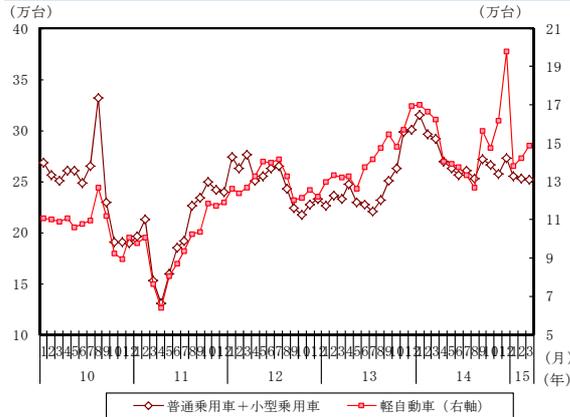
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

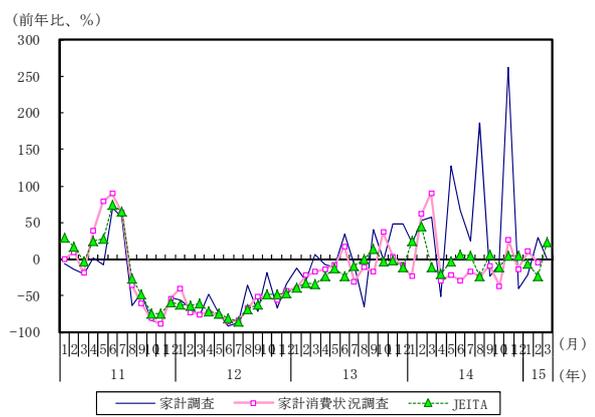
消費・協会統計

新車販売台数



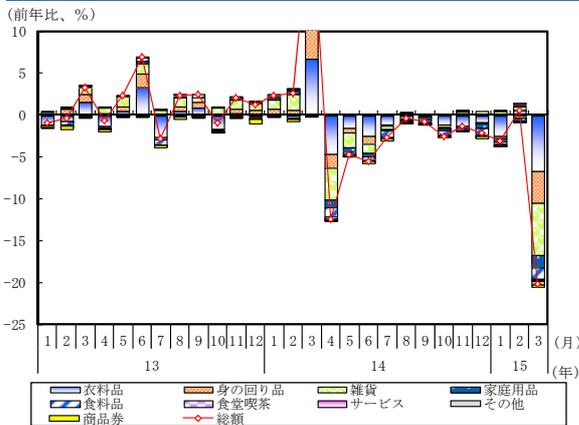
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



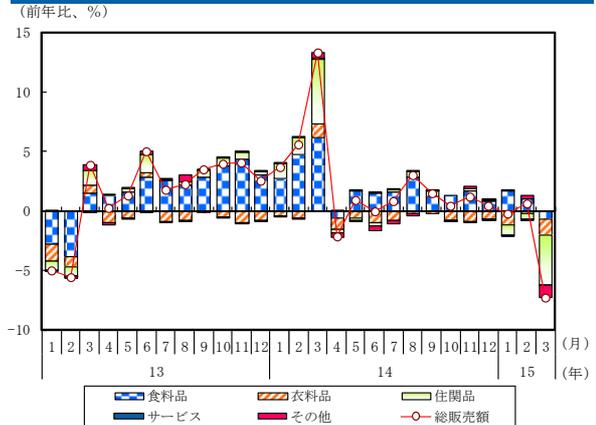
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



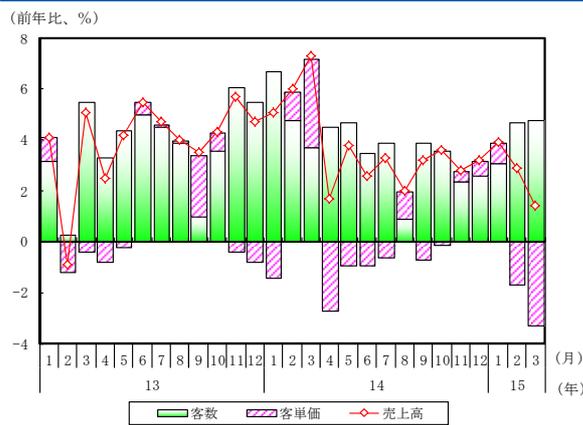
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



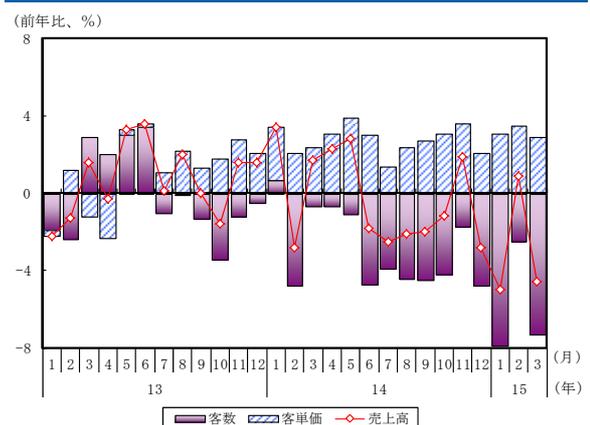
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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