

2015年5月29日 全7頁

Indicators Update

4月消費統計

弱さが目立つ内容だが先行きは明るい

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4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▲5.5%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▲3.5%と減少しており、低調な結果であった。
- 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、4月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+0.4%と2ヶ月ぶりに増加し、緩やかな減少傾向に歯止めがかかりつつある。
- 先行きの個人消費は増加傾向へ転じるとみている。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、足下で改善傾向となっており、先行きの個人消費を下支えするとみている。

図表1：各種消費指標の概況

		2015年				出所
		1月	2月	3月	4月	
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲5.1	▲2.9	▲10.6	▲1.3	総務省
		前月比 ▲0.3	0.8	2.4	▲5.5	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前年比 ▲0.3	▲1.4	2.8	▲3.5	総務省
商業動態統計	小売業	前年比 ▲2.0	▲1.7	▲9.7	5.0	経済産業省
		前月比 ▲1.9	0.7	▲1.8	0.4	経済産業省
消費総合指数		前月比 ▲0.3	0.3	0.6		内閣府
百貨店売上高		前年比 ▲2.7	1.1	▲19.7	13.7	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	▲1.4	▲2.8	4.0	(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 ▲1.7	▲0.8	▲8.6	6.4	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比 ▲5.0	0.9	▲4.6	▲2.7	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比 0.1	2.1	▲2.3		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

4月の実質消費支出は前月比▲5.5%と3ヶ月ぶりの減少

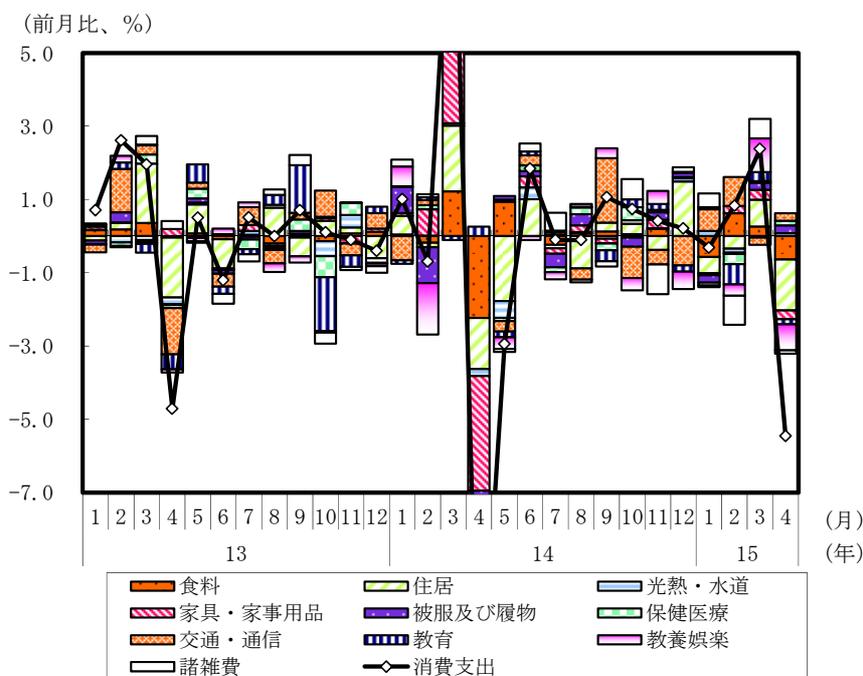
2015年4月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比▲5.5%と減少した。振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）で見ても同▲3.5%と減少しており、低調な結果であった。

10大費目別の動き：前月に増加した費目の多くが減少に転じる

実質消費支出の動きを費目別にみると、「住居」（同▲19.9%）、「教養娯楽」（同▲7.2%）、「食料」（同▲2.8%）、「家具・家事用品」（同▲6.1%）などが減少した。傾向としては前月大幅に増加した費目が減少しており、サンプル数が少ないことで振れが大きくなっていることに加えて、季節指数に歪みが生じている可能性がある。「住居」では設備修繕・維持が減少に寄与した模様だ。振れの大きい項目であるため、単月の振れは割り引いて評価する必要があるが、水準を大きく切り下げていることを考慮すると、やはり弱い結果であるといえるだろう。「教養娯楽」では教養娯楽サービスが低調であったものの、教養娯楽用耐久財に持ち直しの動きが続いており、一部に明るい内容も見て取れる。

一方、「被服及び履物」（同+4.8%）、「交通・通信」（同+1.6%）などは前月から増加した。「被服及び履物」については、4月後半にかけて気温が例年よりも高めに推移したことから、季節商品の動きが活性化したとみられる。

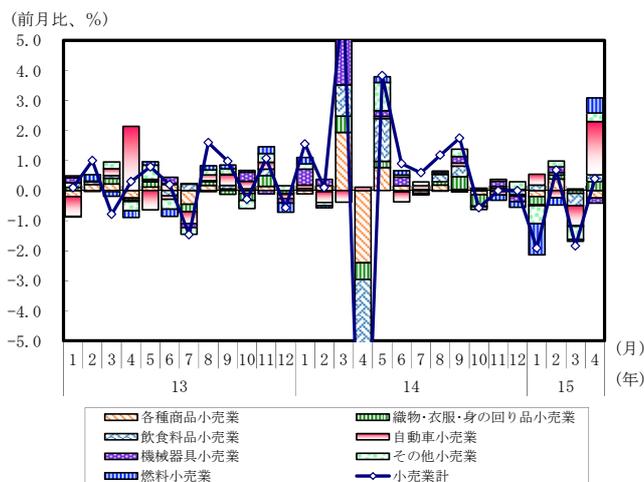
図表2：実質消費支出の費目別寄与度



商業動態統計の名目小売販売額は前月比+0.4%と2ヶ月ぶりの増加

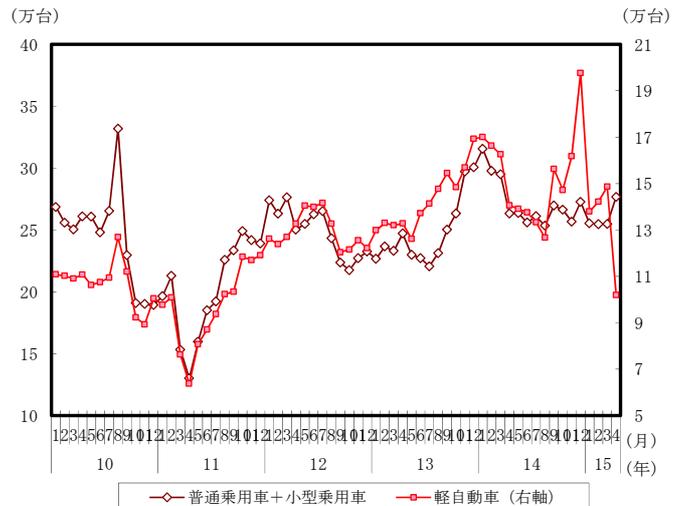
供給側から個人消費動向を捉えた商業動態統計を見ると、4月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+0.4%と2ヶ月ぶりに増加し、緩やかな減少傾向に歯止めがかかりつつある（**図表3**）。内訳を見ると、「自動車小売業」（同+15.2%）、「燃料小売業」（同+5.2%）、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同+3.7%）など幅広い業種で前月から増加した。業界統計に見る4月の新車販売台数（大和総研による季節調整値）では、軽自動車税率引き上げを受けて軽自動車の販売台数が急減している。加えて、水準で見ても2014年4月の消費税率引き上げ前を上回っており、極めて強い結果であることを考慮すると、「自動車小売業」の急増はやや違和感のある結果であった。年度初めである4月は制度変更の影響を受けやすく、季節指数に多くのノイズが含まれている可能性がある点には留意が必要だ。ただし、軽自動車税率変更の影響を受けていない車種（普通車と小型車の合計）は販売台数を伸ばしており、税率引き上げという特殊要因を除けば自動車小売業を取り巻く環境に過度の悲観は無用であろう。その他の業種を見ると、販売価格が上昇に転じたことが売上の増加に寄与したことで、燃料小売業では6ヶ月ぶりに増加した。また、「織物・衣服・身の回り品小売業」では、季節商品の販売が堅調であったことが売上増加に寄与したとみられる。

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

図表4：新車販売台数



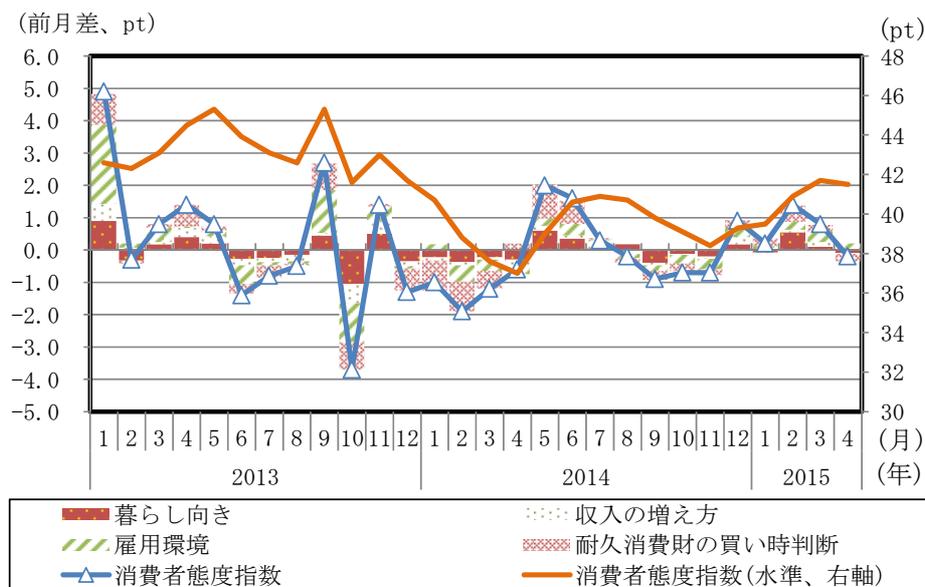
(注) 季節調整は大和総研。

(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

消費者マインドは小幅の悪化

2015年4月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月差▲0.2ptと5ヶ月ぶりに悪化した（図表5）。内訳を見ると、「耐久消費財の買い時判断」（同▲0.9pt）の低下が全体を下押しした。ただし、労働需給のタイト化や増加傾向にある求人数を背景に、雇用環境（同+0.8pt）は5ヶ月連続で改善しており、消費者マインドを下支えしている。

図表5：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

先行きの個人消費は増加を見込む

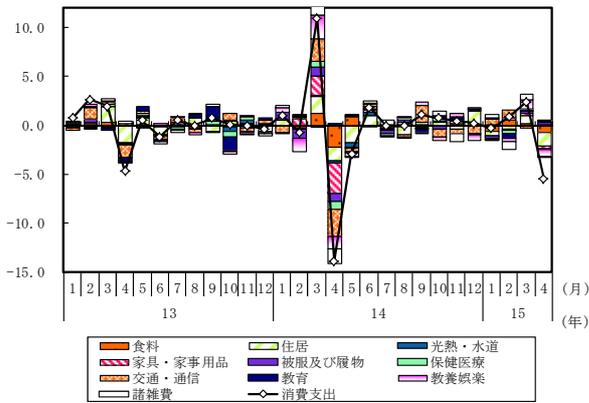
4月の主要統計を総じてみると、個人消費が足踏みしていることを確認させる内容であった。需要側統計である家計調査では、実質消費支出は水準を大きく切り下げており、振れの影響を考慮しても弱い結果であった。供給側統計である商業動態統計は緩やかな減少傾向に歯止めがかかりつつあることが示された。

ただし、先行きの個人消費は増加傾向へ転じるとみている。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、足下で改善傾向となっており、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

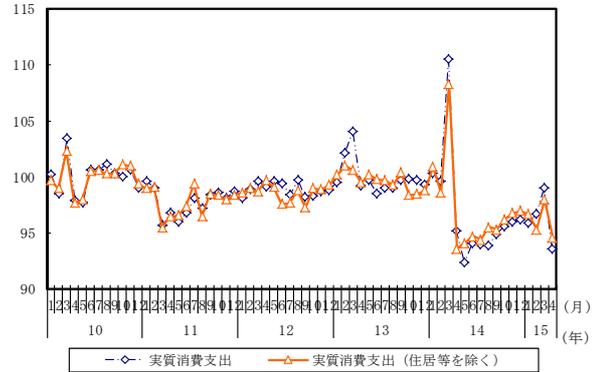
(前月比、%)



(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)

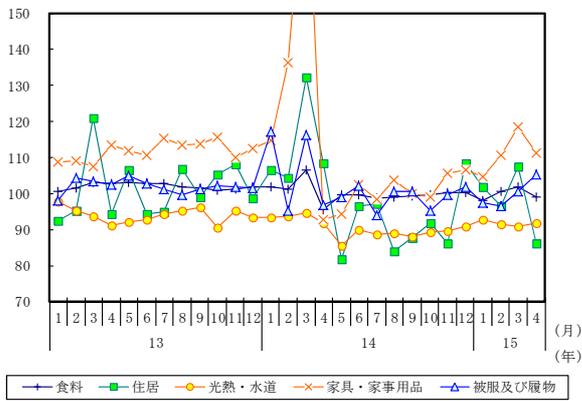
(2010年=100)



(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

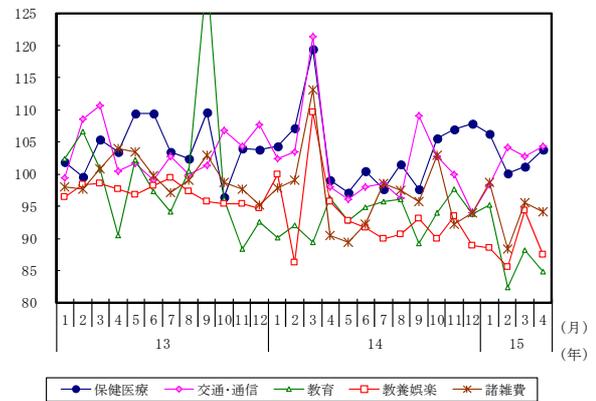
(2010年=100)



(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

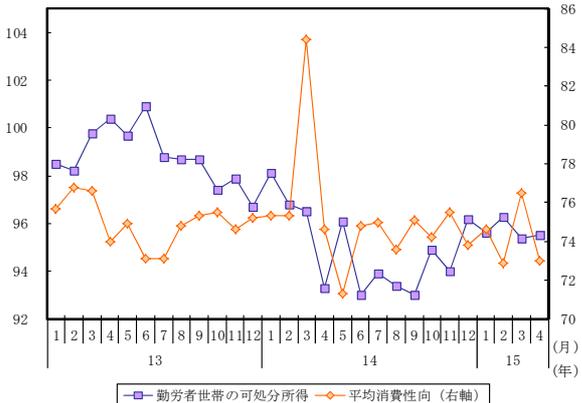
(2010年=100)



(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

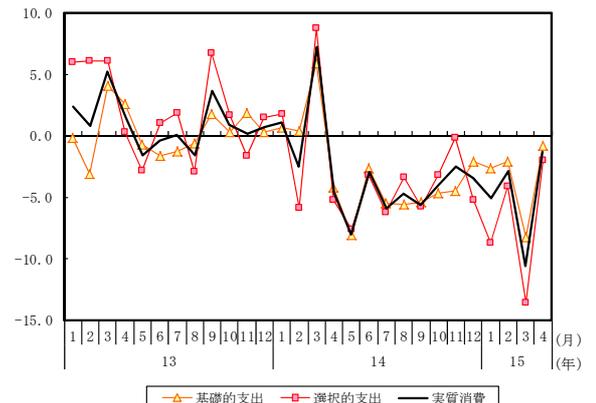
(2010年=100)



(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

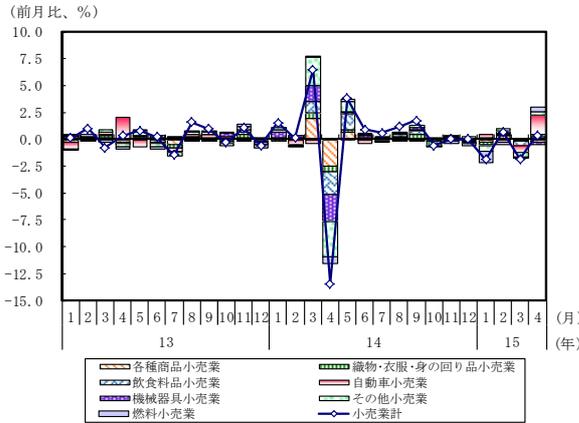
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

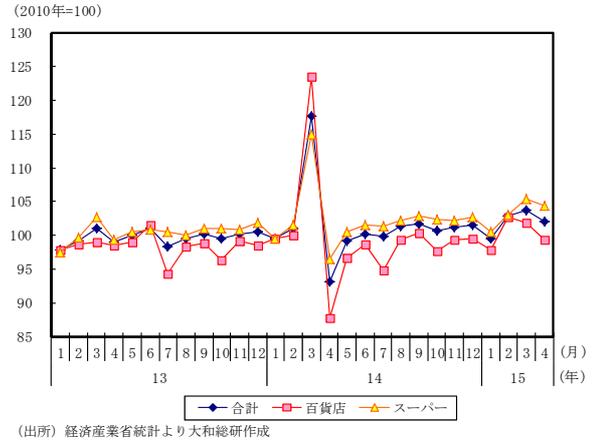
消費・概況②

商業動態統計小売業販売額の推移



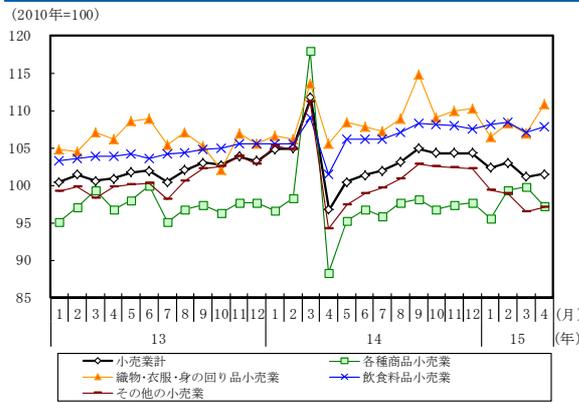
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売業個別商品販売額



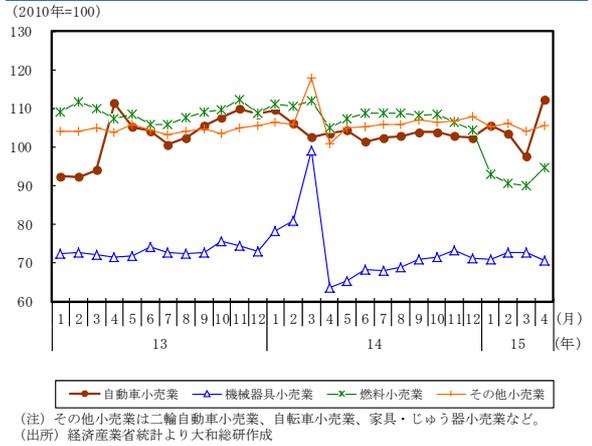
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



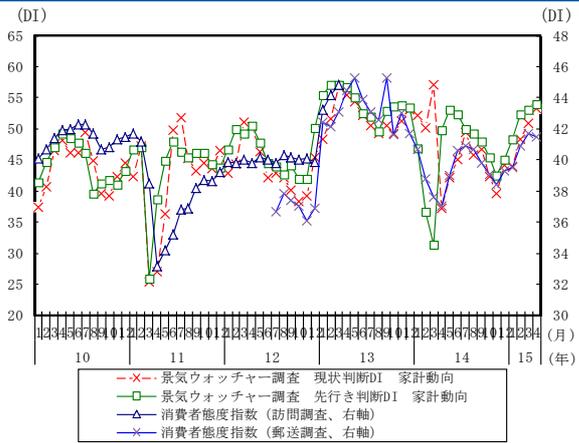
(注) その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



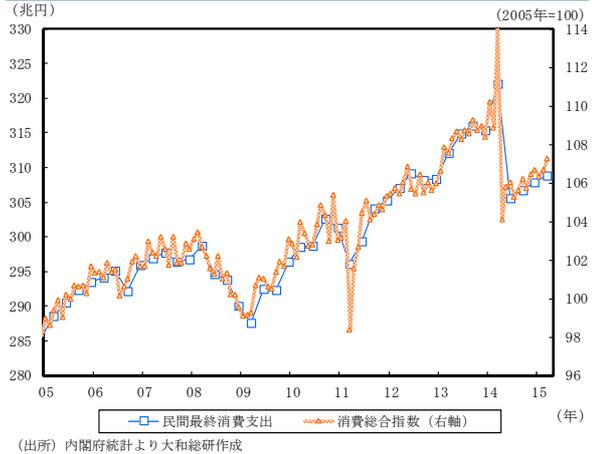
(注) その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

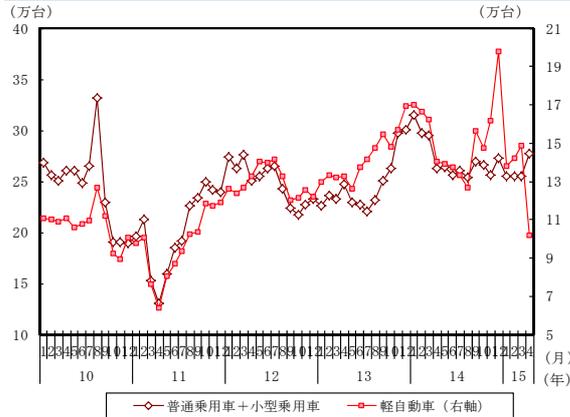
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

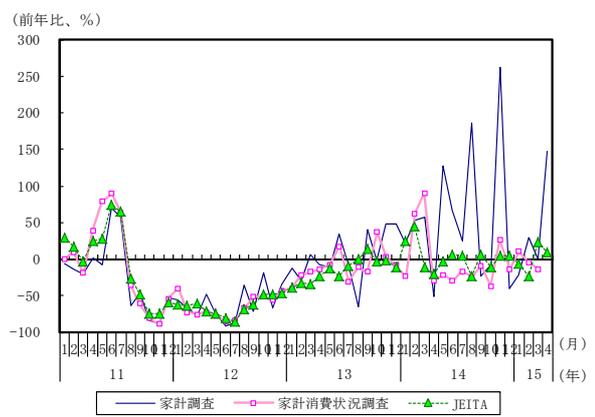
消費・協会統計

新車販売台数



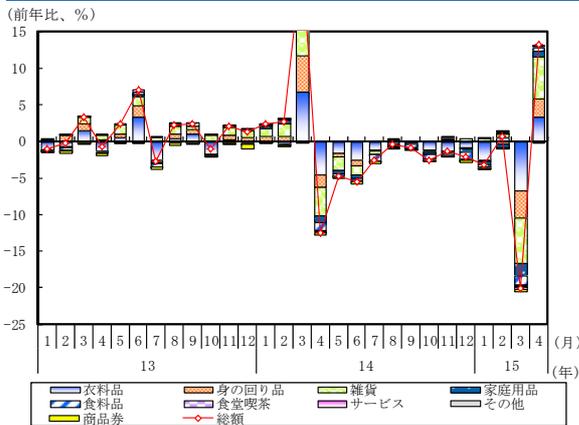
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



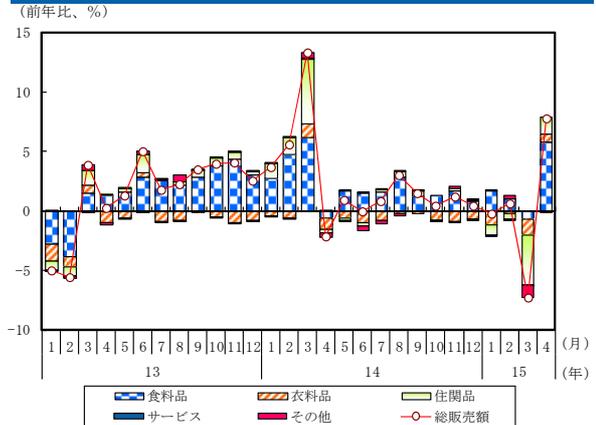
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



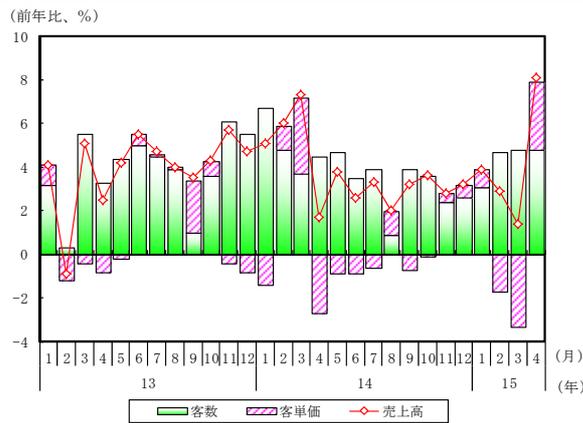
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



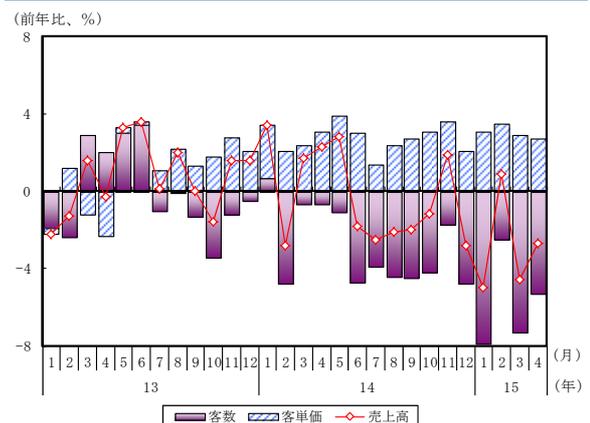
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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