

2015年6月26日 全6頁

Indicators Update

5月消費統計

振れを伴いながらも横ばい圏の推移が続く

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
エコノミスト 小林 俊介

[要約]

- 2015年5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+2.1%と増加した。ただし、前月の落ち込みを取り戻すには至らず、家計調査に見る個人消費は振れを伴いながらも横ばい圏で推移している。
- 実質消費支出の動きを費目別にみると、「住居」（前月比+17.5%）、「教育」（同+17.0%）、「教養娯楽」（同+3.9%）、「交通・通信」（同+2.1%）などが増加に寄与した。一方、「被服及び履物」（同▲6.4%）、「光熱・水道」（同▲2.6%）、「保健医療」（同▲3.5%）は前月から減少した。
- 先行きの個人消費は増加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いている。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、所得環境の見通しは視界良好だ。足下で原油価格はやや反発しているものの水準は低く、燃料費調整制度を通じて引き続き物価を押し下げることが、家計の実質購買力を一層高めるだろう。このような良好な環境が今後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	3月	4月	5月	出所
		2月				
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲2.9	▲10.6	▲1.3	4.8	総務省
		前月比 0.8	2.4	▲5.5	2.4	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前年比 ▲1.4	2.8	▲3.5	2.1	総務省
商業動態統計	小売業	前年比 ▲1.7	▲9.7	4.9		経済産業省
		前月比 0.7	▲1.8	0.3		経済産業省
消費総合指数	前月比	0.3	0.8	▲1.1		内閣府
百貨店売上高	前年比	1.1	▲19.7	13.7	6.3	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高	前年比	▲1.4	▲2.8	4.0	1.6	(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	▲0.8	▲8.6	6.4	5.7	日本チェーンストア協会
外食売上高	前年比	0.9	▲4.6	▲2.7	0.8	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高	前年比	2.1	▲2.3	3.4		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5月の実質消費支出は前月比+2.4%と2ヶ月ぶりの増加

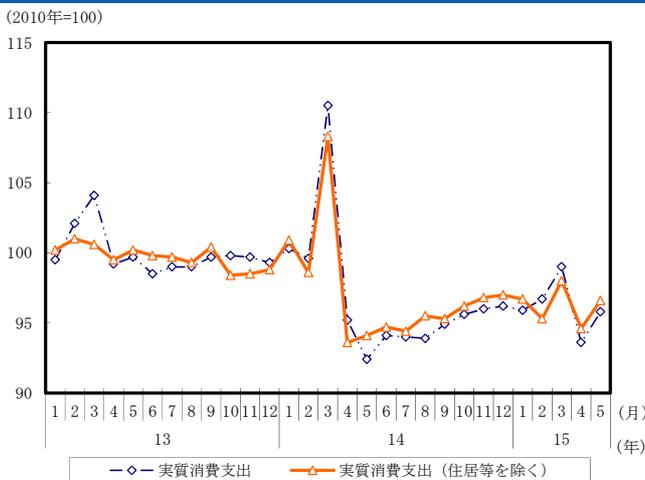
2015年5月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比+2.4%と増加した。振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）で見ても同+2.1%と増加した。ただし、前月の落ち込みを取り戻すには至らず（図表2）、家計調査に見る個人消費は振れを伴いながらも横ばい圏で推移している。

10大費目別の動き：前月からの揺り戻し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、「住居」（前月比+17.5%）、「教育」（同+17.0%）、「教養娯楽」（同+3.9%）、「交通・通信」（同+2.1%）などが増加に寄与した。「住居」の大幅な増加は、前月に大幅に落ち込んだ（4月：同▲19.9%）ことからの揺り戻しの動きによる。「教育」では、授業料等への支出が増加に寄与したとみられるが、サンプルバイアスによる振れと捉えるべきであろう。「教養娯楽」では、ゴールデンウィークの日並びの良さも手伝い、旅行関連を中心とした教養娯楽サービスへの支出が堅調であったとみられる。加えて、教養娯楽用耐久財も緩やかながら持ち直しの動きが続いているとみられ、総じて良好な結果であった。「交通・通信」では、自動車等購入費は低調な結果であったが、交通や通信が下支えしたとみられることで全体としては増加を維持した。なお、業界統計に見る新車販売台数は、4月の税率変更の影響を受けて、軽自動車は依然として低調な推移となっている。

一方、「被服及び履物」（同▲6.4%）、「光熱・水道」（同▲2.6%）、「保健医療」（同▲3.5%）は前月から減少した。5月は例年に比べ、気温が高めに推移したことで夏物商品を中心に支出が増加したとみていたことから、「被服及び履物」の減少はやや期待外れの結果であった。ただし、家計調査は振れが大きいことから、同品目の基調を把握するためには今後発表される供給側統計も合わせて評価する必要があるだろう。

図表2：実質消費支出の推移

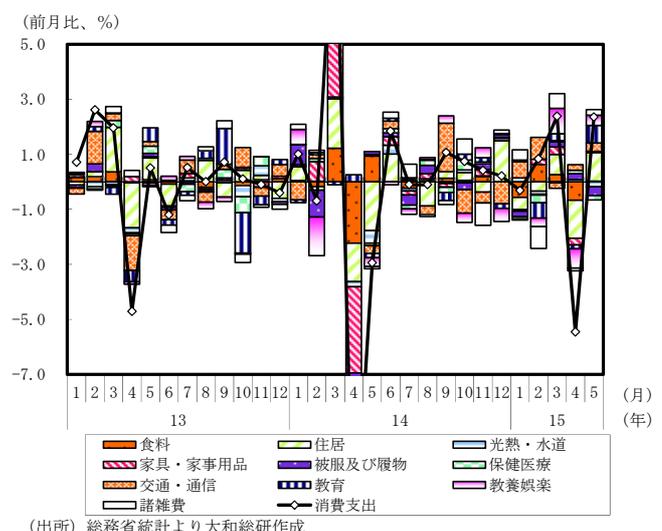


(注1) 季節調整値。

(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

図表3：実質消費支出の費目別寄与度

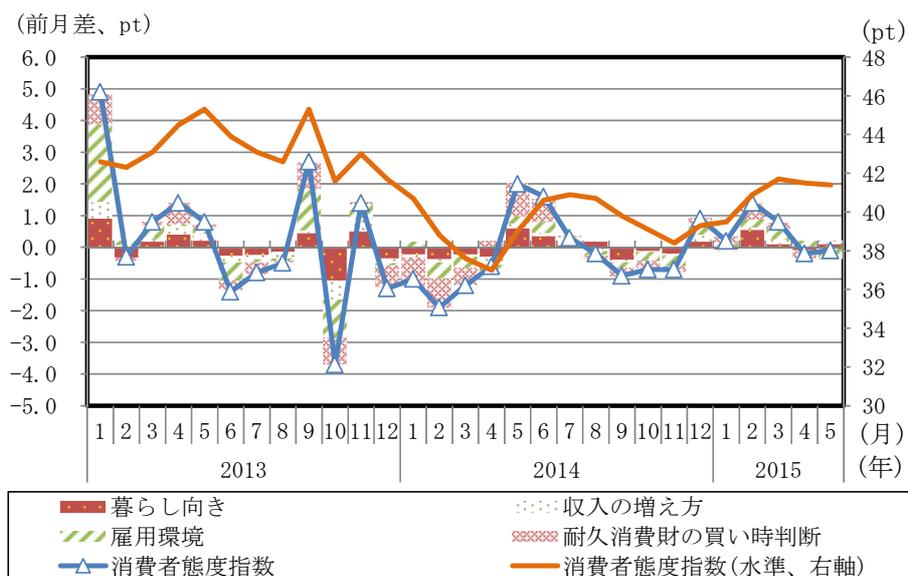


(出所) 総務省統計より大和総研作成

消費者マインドは頭打ち

2015年5月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月差▲0.1ptと2ヶ月連続で低下した（図表4）。景気ウォッチャー調査の現状判断DIを見ても、5月は悪化しており、消費者マインドは頭打ちとなっている。消費者態度指数の内訳を見ると、前月に悪化した「暮らし向き」（同+0.4pt）と「収入の増え方」（同+0.5pt）は改善に転じたものの、「雇用環境」（同▲1.4pt）が6ヶ月ぶりに低下したことが全体を下押しした。

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

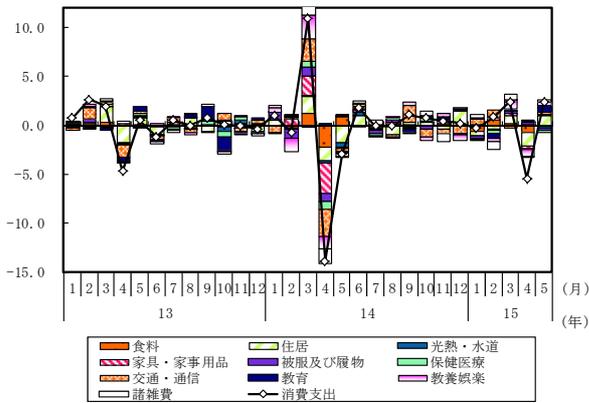
先行きの個人消費は増加を見込む

先行きの個人消費は増加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いている。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、所得環境の見通しは視界良好だ。足下で原油価格はやや反発しているものの水準は低く、燃料費調整制度を通じて引き続き物価を押し下げることが、家計の実質購買力を一層高めるだろう。このような良好な環境が今後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

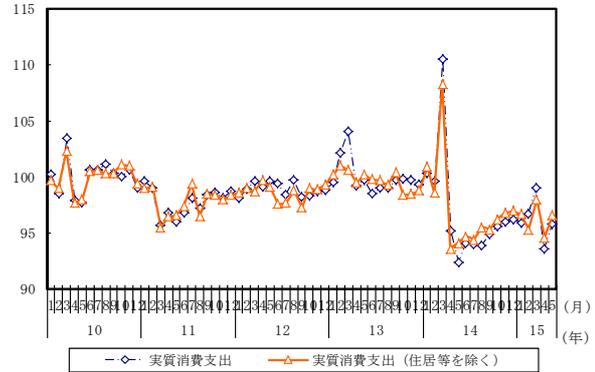
(前月比、%)



(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)

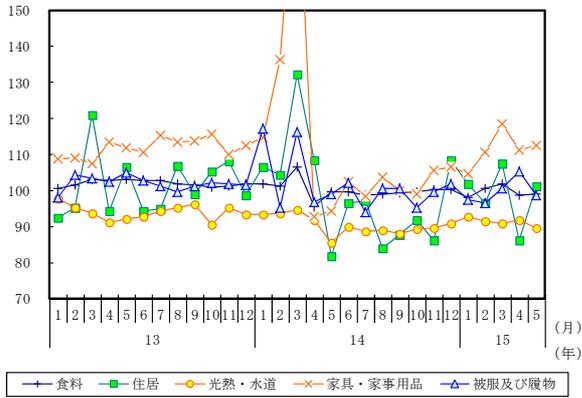
(2010年=100)



(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

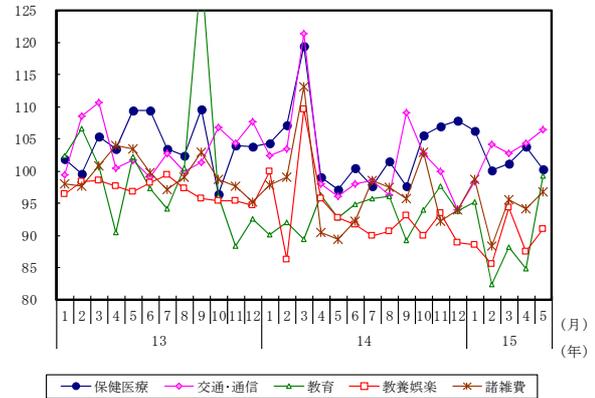
(2010年=100)



(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

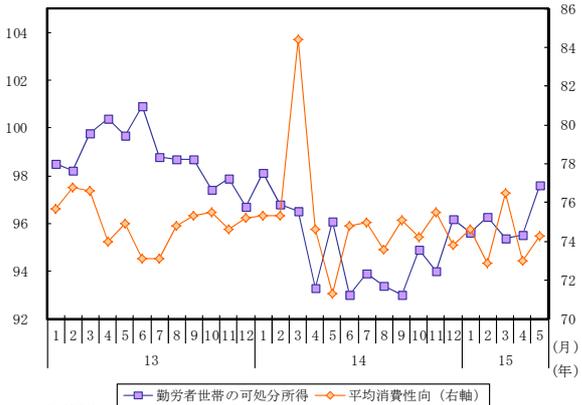
(2010年=100)



(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

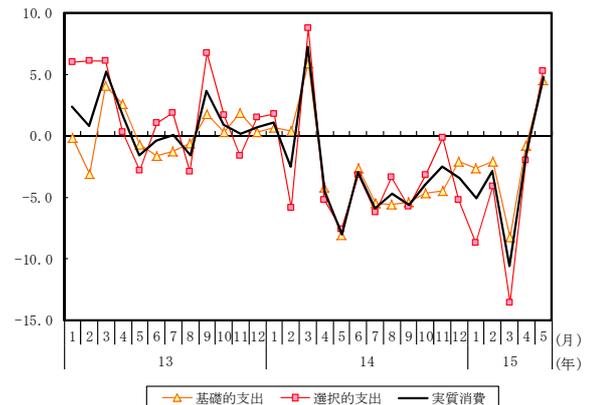
(2010年=100)



(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

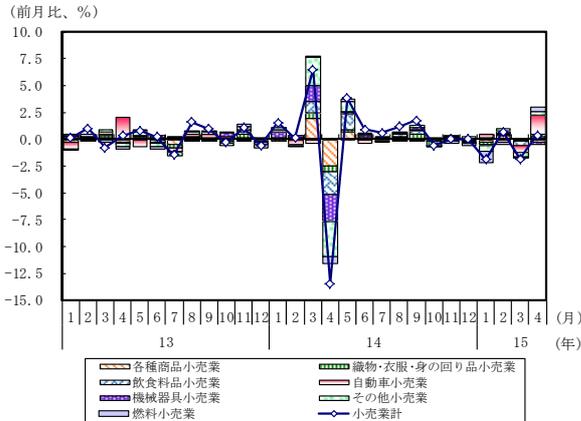
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

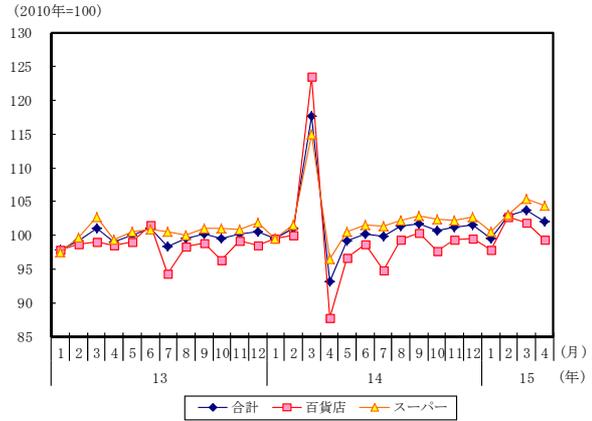
消費・概況②

商業動態統計小売業販売額の推移



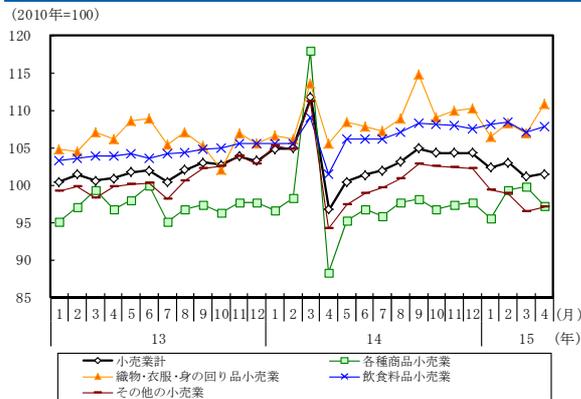
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売業総別商品販売額



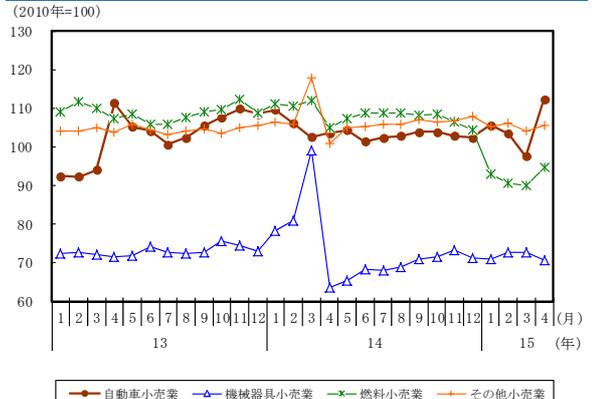
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



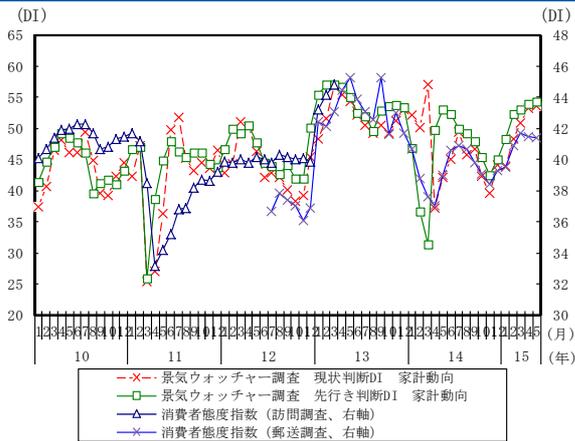
(注) その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



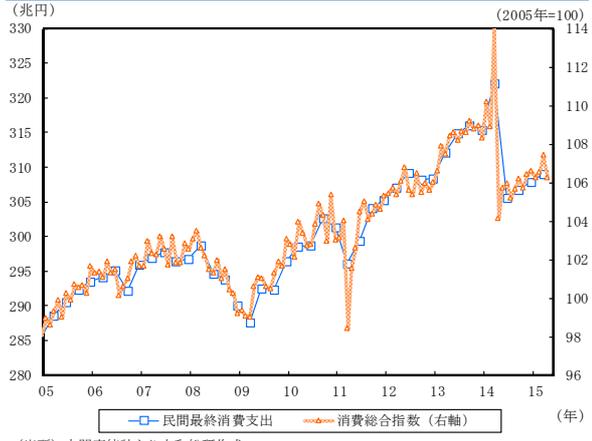
(注) その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

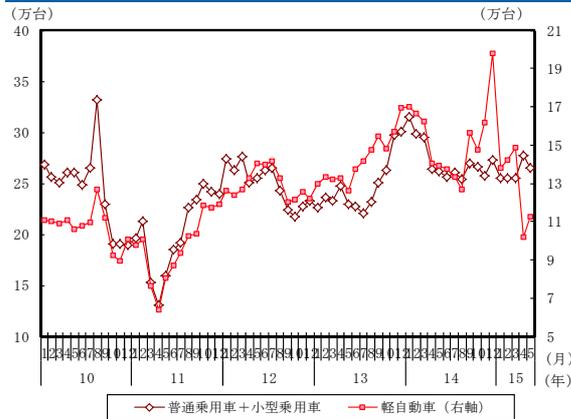
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

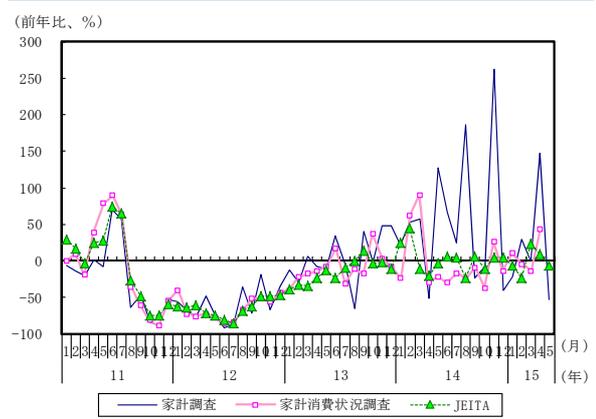
消費・協会統計

新車販売台数



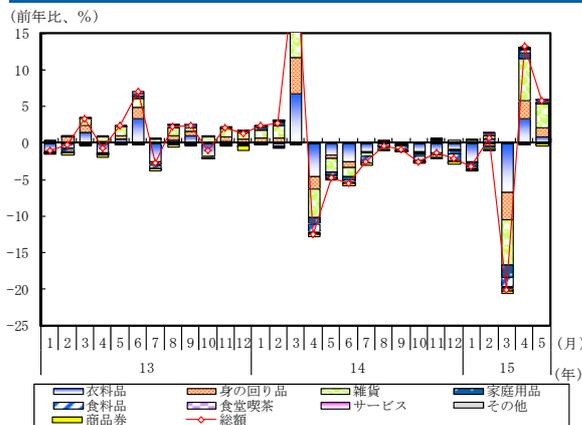
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



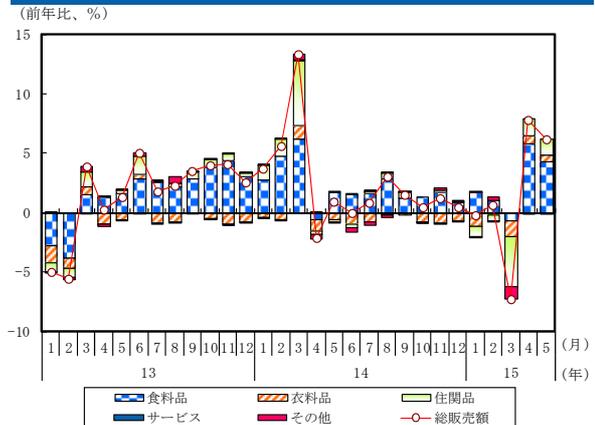
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



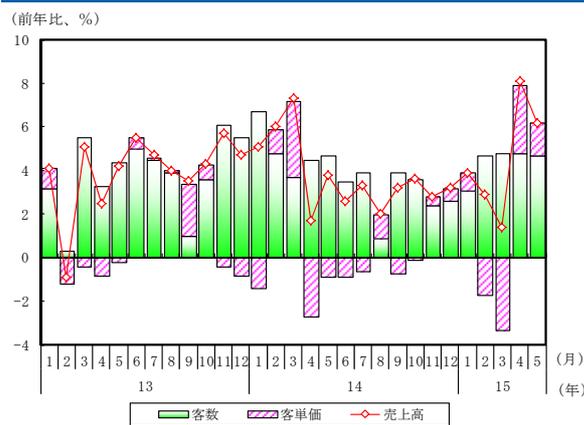
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



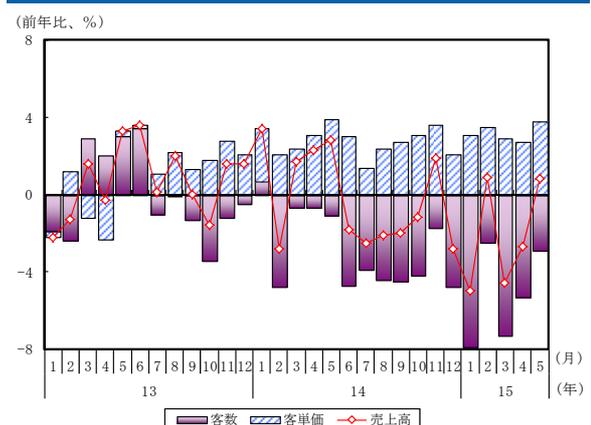
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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