

2015年7月31日 全7頁

Indicators Update

6月消費統計

GDP ベースの個人消費は減少へ転じるも、先行きは強気を維持

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6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▲3.0%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▲2.6%と減少した。
- 実質消費支出の動きを費目別にみると、「交通・通信」（前月比▲7.6%）、「住居」（同▲8.7%）、「諸雑費」（同▲8.9%）、「被服及び履物」（同▲9.1%）、「家具・家事用品」（同▲10.6%）、「教養娯楽」（同▲0.9%）など幅広い費目で前月から減少した。「交通・通信」では自動車等関係費、「住居」では設備修繕・維持といった振れの大きい項目が大きくマイナスに寄与したとみられる。
- ただし、先行きの個人消費は増加へ転じるとみている。すでにスタートしている7-9月期の前半に関しては、特殊要因がプラスに作用したとみられる。すなわち、4-6月期の下押し要因となった天候要因とクリアランスセールの後ろ倒しといった要因が個人消費の増加に寄与したとみている。加えて、所得環境の一層の改善も個人消費を押し上げる要因となろう。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、年金改定率も上昇に転じたことが、高齢者の個人消費を下支えするだろう。

図表1：各種消費指標の概況

		2015年				出所
		3月	4月	5月	6月	
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲10.6	▲1.3	4.8	▲2.0	総務省
		前月比 2.4	▲5.5	2.4	▲3.0	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前年比 2.8	▲3.5	2.1	▲2.6	総務省
商業動態統計	小売業	前年比 ▲9.7	4.9	3.0	0.9	経済産業省
		前月比 ▲1.8	0.3	1.7	▲0.8	経済産業省
消費総合指数		前年比 0.8	▲1.4	0.6		内閣府
百貨店売上高		前年比 ▲19.7	13.7	6.3	0.4	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比 ▲2.8	4.0	1.6	0.6	(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 ▲8.6	6.4	5.7	0.3	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比 ▲4.6	▲2.7	0.8	▲2.3	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比 ▲2.3	3.4	3.5		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

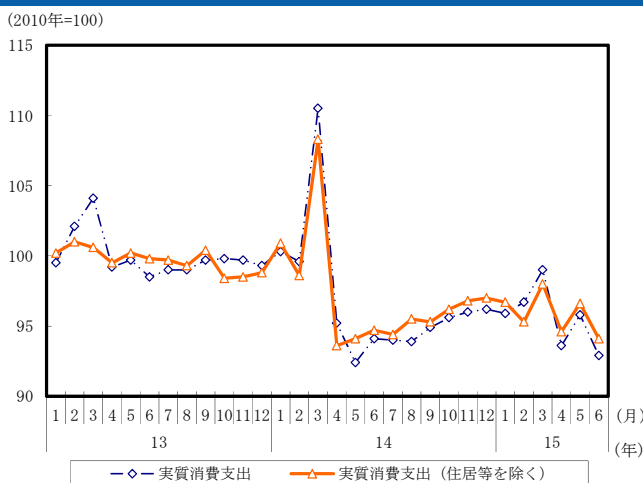
2015年6月の実質消費支出は前月比▲3.0%と2ヶ月ぶりの減少

2015年6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▲3.0%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▲2.6%と減少した。家計調査に見る実質消費支出は振れを伴いながらも減少傾向となっている。減少幅が大きくなったことにはサンプルバイアスの影響で振れやすいという統計のクセが多分に寄与しているとみられるものの、供給側統計も弱いことを考慮すると、6月の消費の実勢はやはり弱いと判断するべきであろう。

10大費目別の動き：幅広い品目で前月から減少

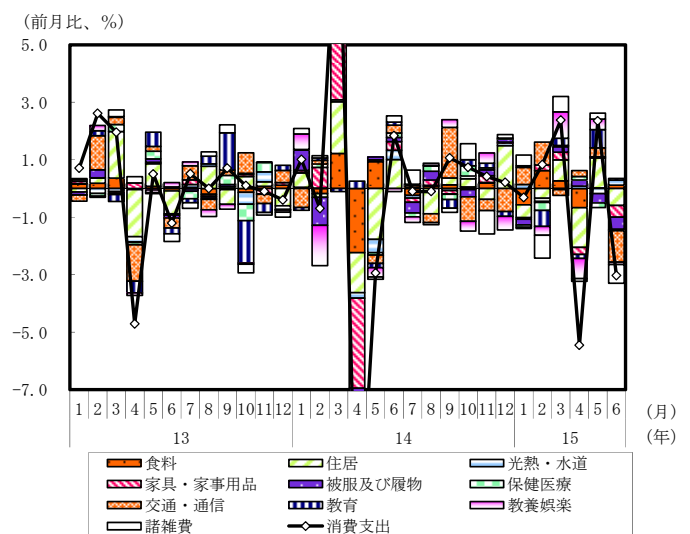
実質消費支出の動きを費目別にみると、「交通・通信」（前月比▲7.6%）、「住居」（同▲8.7%）、「諸雑費」（同▲8.9%）、「被服及び履物」（同▲9.1%）、「家具・家事用品」（同▲10.6%）、「教養娯楽」（同▲0.9%）など幅広い費目で前月から減少した。「交通・通信」では自動車等関係費、「住居」では設備修繕・維持といった振れの大きい項目が大きくマイナスに寄与したとみられる。「被服及び履物」については、6月は気温が例年に比べ低く推移したことで、季節商材の動きが鈍ったことが影響したとみられる。同様の理由から、「家具・家事用品」では冷暖房器具への支出が急減した模様だ。「教養娯楽」に関しては、これまで堅調な推移を示していたパーソナルコンピューターへの支出の減少が足かせとなった。ただし、宿泊料やパック旅行費といった費目を中心に教養娯楽サービスでは緩やかな持ち直しの動きがみられており、消費税率引き上げ後低調な推移を続けてきた嗜好サービスへの支出増加に対する期待感が高まっている。一方、多くの費目に弱さがみられるなか、「食料」（前月比+0.5%）、「光熱・水道」（同+2.5%）、「教育」（同+1.6%）は前月から増加した。

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

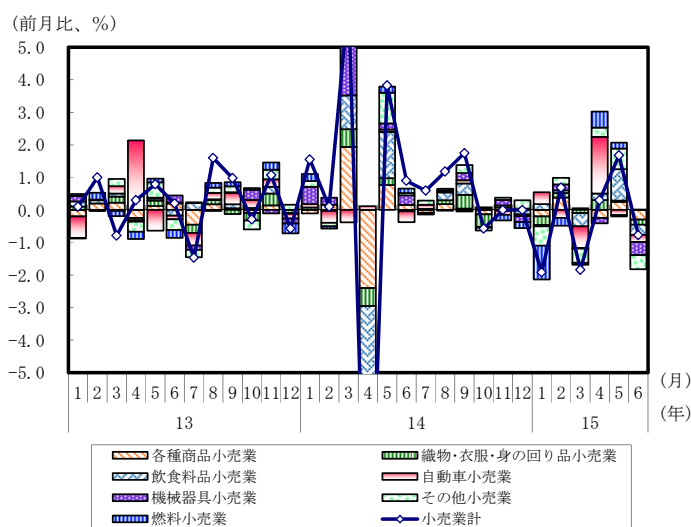


(出所) 総務省統計より大和総研作成

商業動態統計の名目小売販売額は前月比▲0.8%と3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、6月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比▲0.8%と3ヶ月ぶりに減少した（図表4）。内訳を見ると、「その他小売業」（同▲1.8%）、「機械器具小売業」（同▲5.8%）、「飲食料品小売業」（同▲1.0%）、「各種商品小売業」（同▲3.1%）など幅広い業種で減少に転じ、弱さの目立つ内容であった。「機械器具小売業」では、6月の気温が例年に比べ低く推移したことでエアコンの販売が不調であったことなどが影響したとみられる。単月の動きとしては天候要因による押し下げが大きく影響したとみられるが、同業種は4ヶ月連続で減少しており、力強さに欠ける動きが続いている。また、「各種商品小売業」に関しては、例年6月に開催されていたクリアランスセールを開始時期を7月に後ろ倒しする動きが見られたことが販売金額を押し下げた模様だ。

図表4：商業動態統計の推移

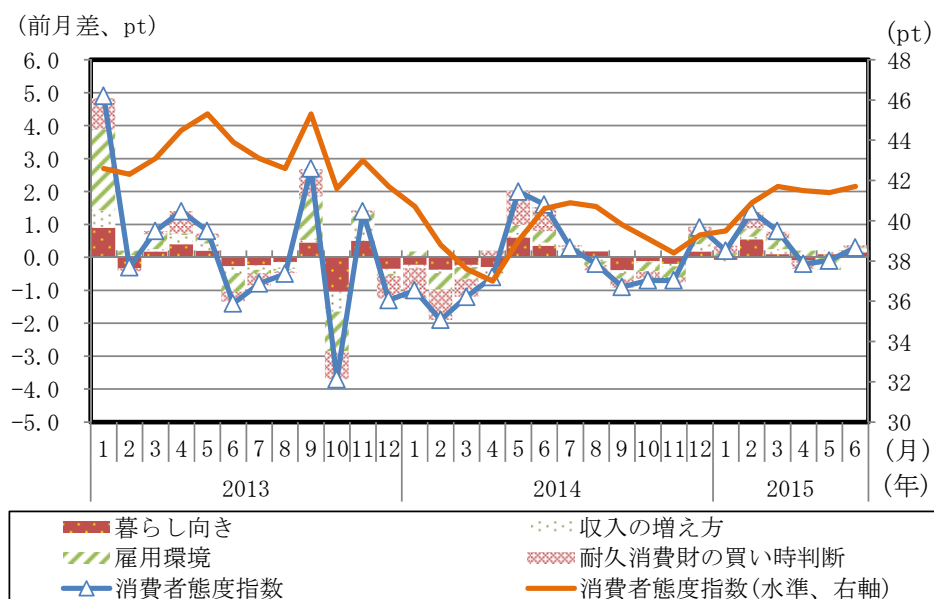


（出所）経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインドは概ね横ばい圏の推移

2015年6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3ヶ月ぶりに上昇した（図表5）。消費者態度指数の内訳を見るとすべての項目が前月から改善したが、なかでも「暮らし向き」（前月差+0.6pt）と「収入の増え方」（同+0.5pt）の上昇幅が大きい。有効求人倍率の上昇傾向が続き、労働需給のひっ迫度合が大きくなっていることに加え、ベースアップや年金改定率の上昇など、良好な雇用・所得環境が消費者マインドの押し上げにつながっている。

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

GDP ベースの個人消費は減少へ転じるも、先行きは強気を維持

6月の主要統計を総じてみると、個人消費は弱い推移が続いていると考える。需要側統計である家計調査は、振れを伴いながらも減少傾向となっている。供給側統計である商業動態統計は均せば横ばい圏の動きとなっている。また、出荷関連統計には底打ちの兆しがみられる。なお、本日公表された家計調査などをもとに、4-6月のGDPベースの個人消費を推計すると、4四半期ぶりの減少となった模様だ。

ただし、先行きの個人消費は増加へ転じるとみている。

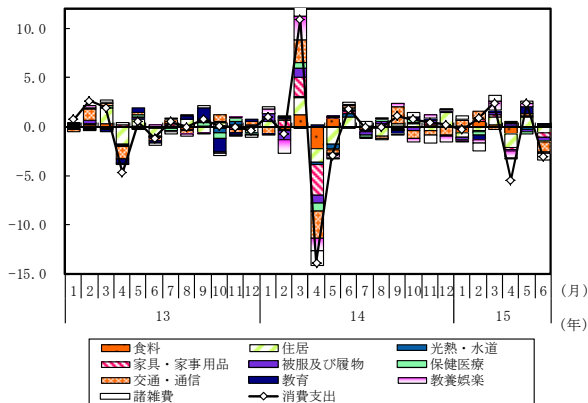
6月の個人消費を下押しした、①天候要因、②クリアランスセールの後ろ倒し、という特殊要因に関しては、7月の個人消費を押し上げる要因となったとみている。すなわち、このところの猛暑により季節商材の動きが活性化しているとみられ、これまでのところ天候要因がプラスに作用したとみられる。さらに、例年6月に開催されていたクリアランスセールが後倒しされたことも、7月の個人消費を下支えする要因となるだろう。

これらの短期的な特殊要因に加え、所得環境の一層の改善も個人消費を押し上げる要因となろう。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、年金改定率も上昇に転じたことが、高齢者の個人消費を下支えするだろう。足下で原油価格は下落しており、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。このように個人消費を取り巻く環境は良好であり、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

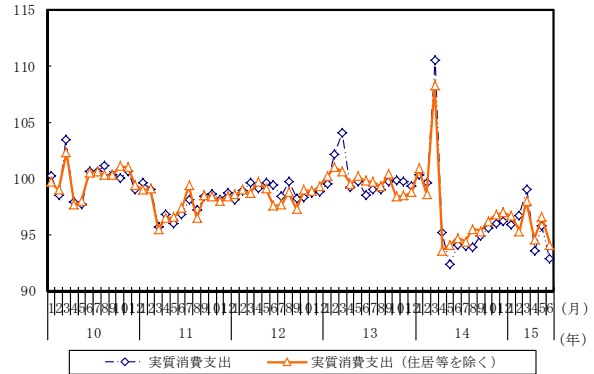
(前月比、%)



(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)

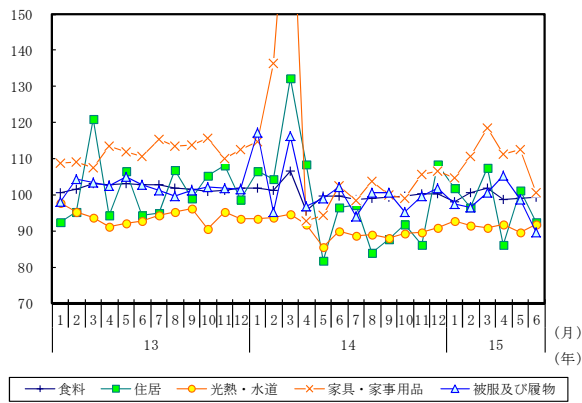
(2010年=100)



(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

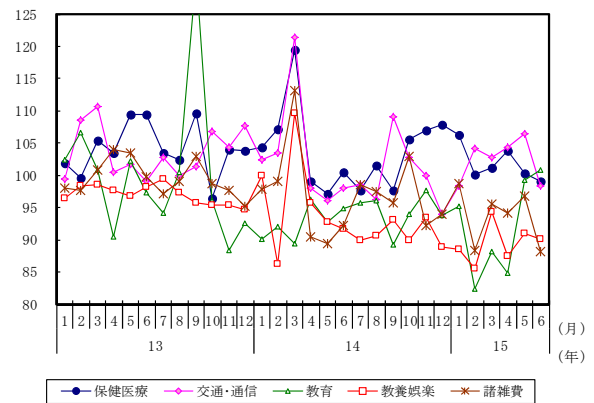
(2010年=100)



(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

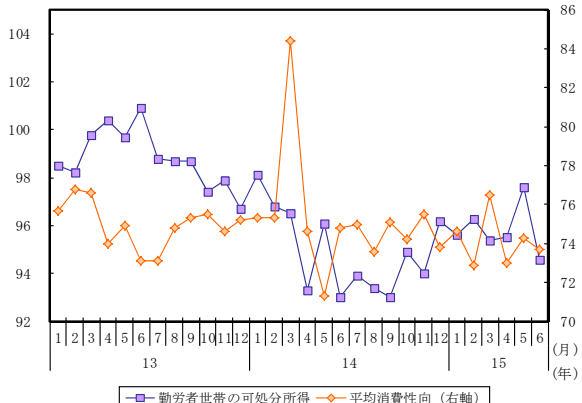
(2010年=100)



(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

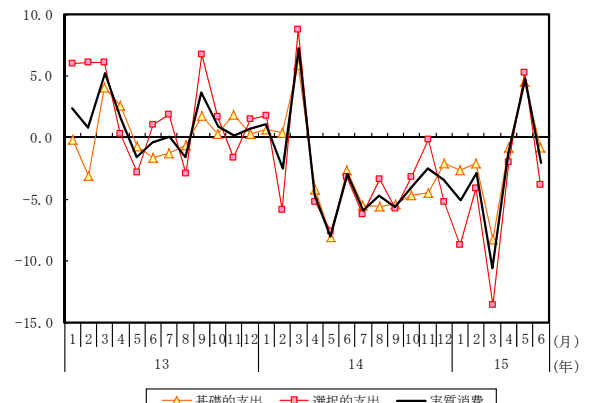
(2010年=100)



(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

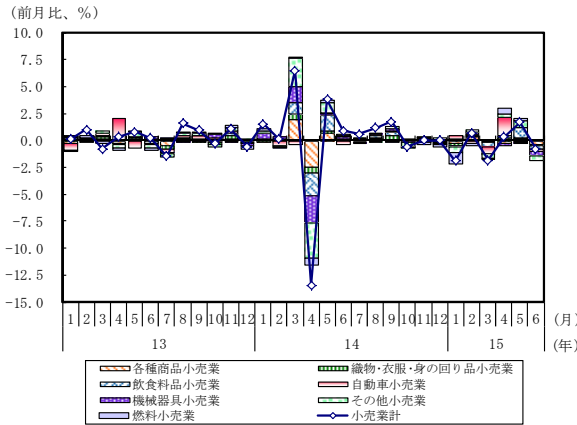
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

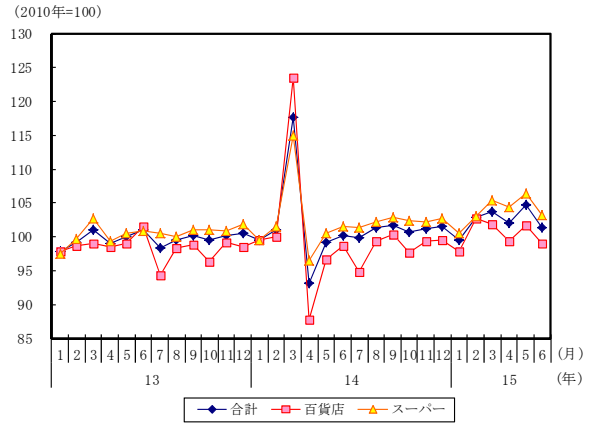
消費・概況②

商業動態統計小売業販売額の推移



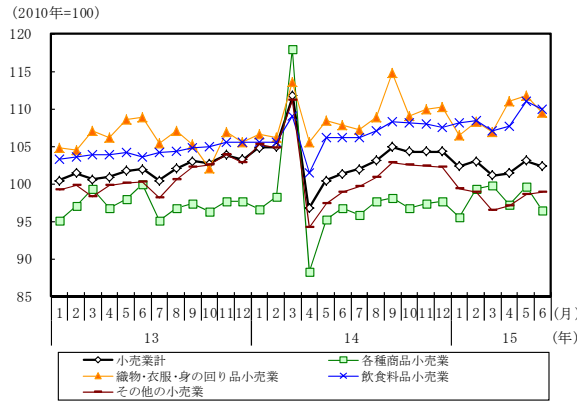
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売業個別商品販売額



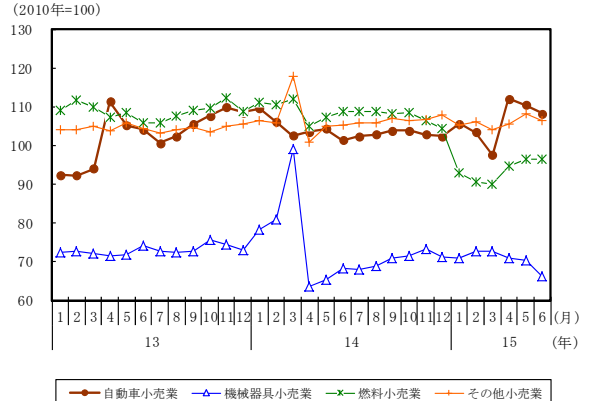
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



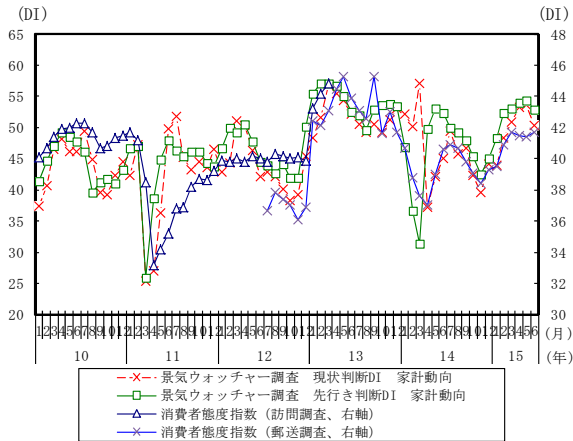
(注) その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



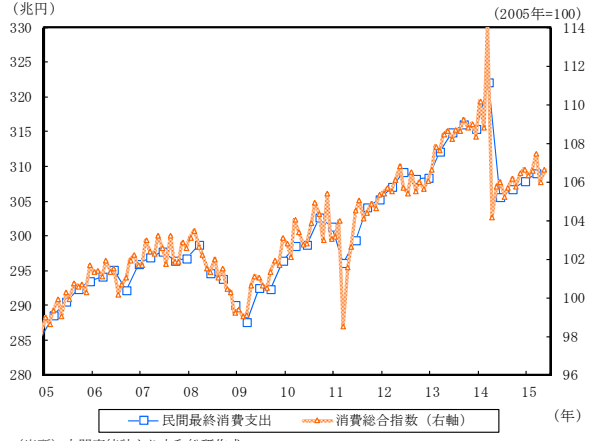
(注) その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

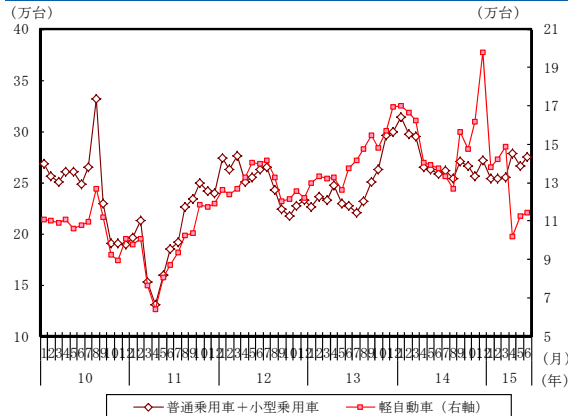
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

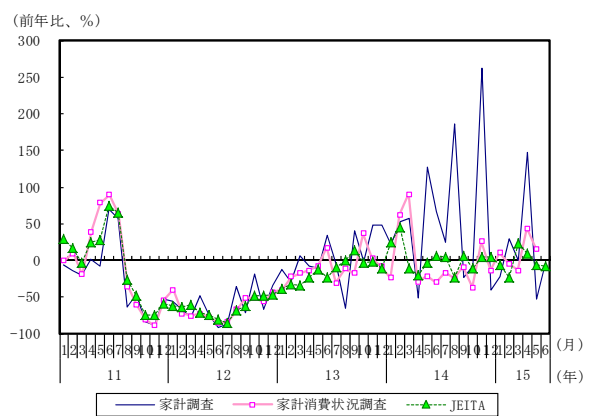
消費・協会統計

新車販売台数



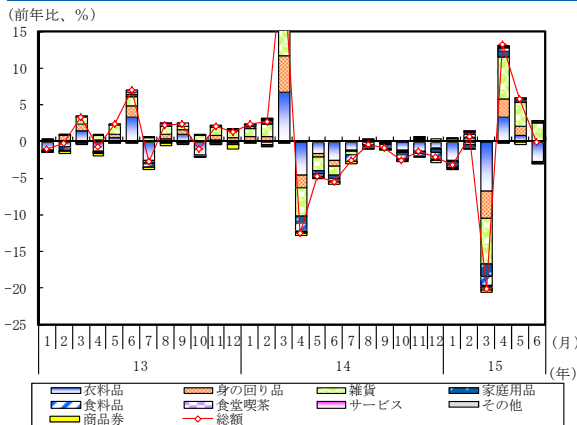
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



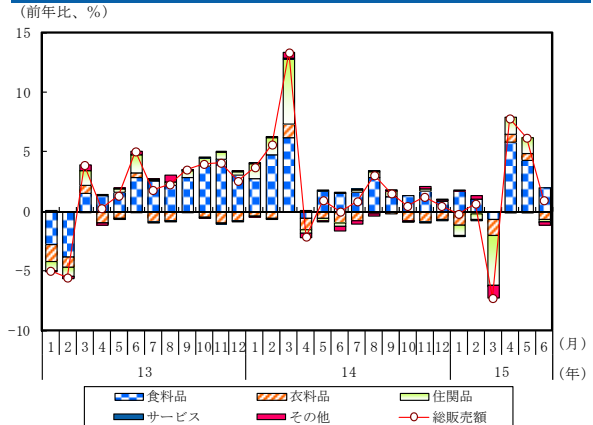
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



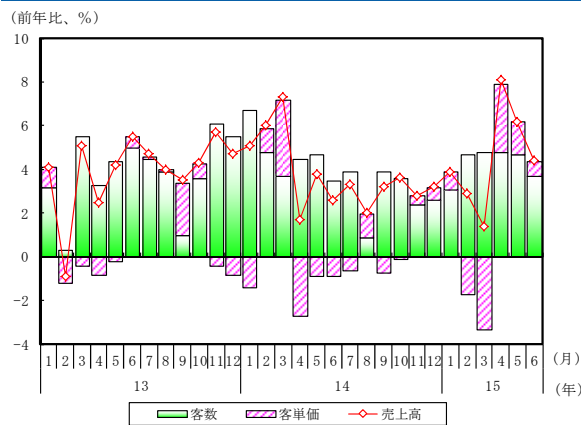
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



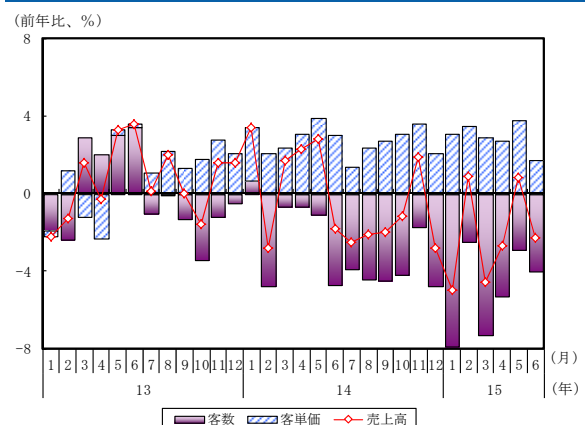
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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