

2015年10月2日 全7頁

# Indicators Update

## 8月消費統計

### 個人消費に持ち直しの兆し

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8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+2.5%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）も同+1.5%と増加した。サンプル数の少なさゆえの振れにより、ヘッドラインの数値が大きく押し上げられている点は割り引いて評価する必要があるものの、このところ力強さを欠いていた消費支出に底入れの動きがみられる。
- 実質消費支出の動きを費目別にみると、「教育」（前月比+20.6%）、「家具・家事用品」（同+9.4%）、「光熱・水道」（同+3.1%）、「諸雑費」（同+2.5%）、「住居」（同+1.5%）、「被服及び履物」（同+0.3%）への支出が増加した。「教育」に関しては、授業料への支出が急激に増加しているが、サンプルバイアスによる振れの影響と捉えるのが自然であろう。「家具・家事用品」については、8月上旬に気温が例年よりも高く推移したことが「冷暖房器具」への支出の増加に繋がったとみられる。
- 先行きの個人消費は、所得環境の一層の改善を受けて、緩やかな持ち直しへ向かうとみている。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、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見込みである。夏場以降の原油安が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。

図表1：各種消費指標の概況

			2015年	6月	7月	8月	出所
			5月				
家計調査	実質消費支出	前年比	4.8	▲ 2.0	▲ 0.2	2.9	総務省
		前月比	2.4	▲ 3.0	0.6	2.5	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比	2.1	▲ 2.6	1.1	1.5	総務省
商業動態統計	小売業	前年比	3.0	1.0	1.8	0.8	経済産業省
		前月比	1.7	▲ 0.6	1.4	0.0	経済産業省
消費総合指数		前月比	0.9	▲ 0.4	▲ 0.0		内閣府
百貨店売上高		前年比	6.3	0.4	3.4	2.7	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比	1.6	0.6	1.2	1.7	(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	5.7	0.3	1.9	2.0	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比	0.8	▲ 2.3	1.9	3.2	(一社) 日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比	3.5	0.0	0.2		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8月の実質消費支出は前月比+2.5%と2ヶ月連続の増加

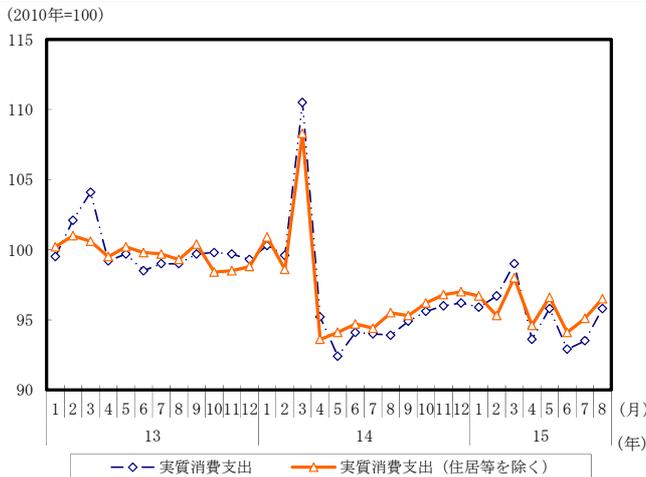
2015年8月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比+2.5%増加した。振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）も同+1.5%と増加した。サンプル数の少なさゆえの振れにより、ヘッドラインの数値が大きく押し上げられている点は割り引いて評価する必要があるものの、このところ力強さを欠いていた消費支出に底入れの動きがみられる。

### 10大費目別の動き：消費支出の内訳はまだら模様

実質消費支出の動きを費目別にみると、「教育」（前月比+20.6%）、「家具・家事用品」（同+9.4%）、「光熱・水道」（同+3.1%）、「諸雑費」（同+2.5%）、「住居」（同+1.5%）、「被服及び履物」（同+0.3%）への支出が増加した。「教育」に関しては、授業料への支出が急激に増加しているが、サンプルバイアスによる振れの影響と捉えるのが自然であろう。「家具・家事用品」については、8月上旬に気温が例年よりも高く推移したことが「冷暖房器具」への支出の増加に繋がったとみられる。

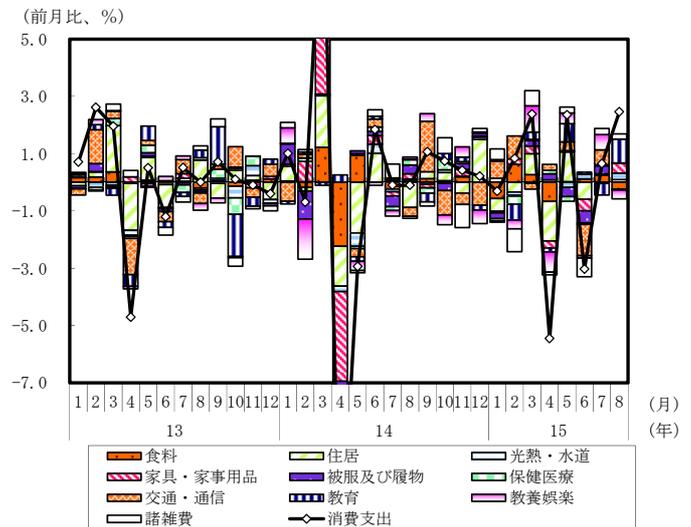
一方、「教養娯楽」（同▲3.0%）、「食料」（同▲1.0%）、「交通・通信」（同▲0.2%）、「保健医療」（同▲0.2%）への支出は減少した。「教養娯楽」に関しては、「パック旅行費」や「教養娯楽用耐久財」への支出が減少したことが影響したとみられる。

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



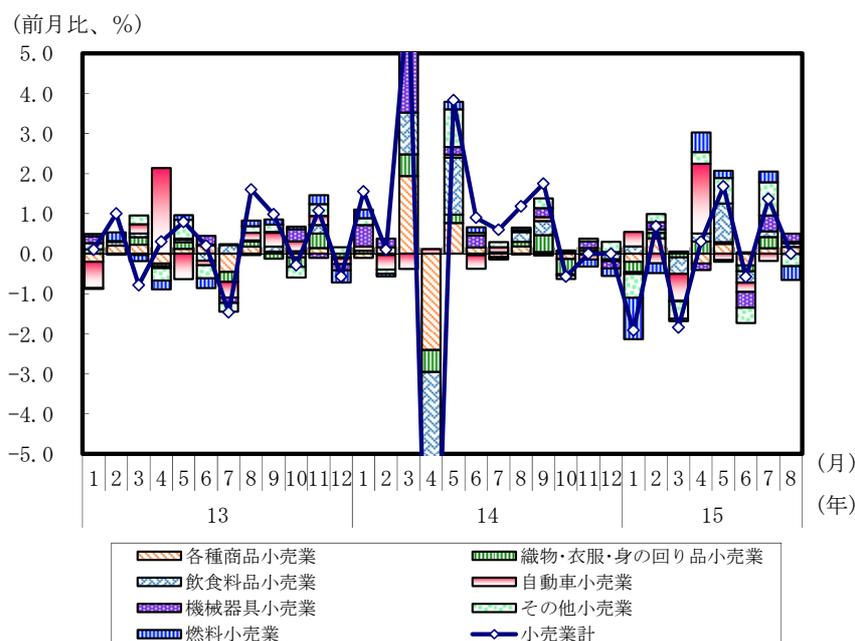
(出所) 総務省統計より大和総研作成

## 商業動態統計の名目小売販売額は前月から横ばい

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、8月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比0.0%となった（図表4）。内訳を見ると、「機械器具小売業」（同+2.8%）、「各種商品小売業」（同+1.7%）、「飲食料品小売業」（同+0.3%）などが上昇した。「機械器具小売業」に関しては、月前半の気温が例年に比べ上振れたことでエアコン販売が堅調であった。加えて、「各種商品小売業」では、好調な衣料品販売が押し上げに寄与した模様だ。8月上旬には夏物商材の動きが活性化し、気温が低下した8月下旬には秋物商材の販売が堅調であったとみられる。また、これまで減少傾向の続いていた「自動車小売業」（同+0.4%）は僅かながらも上昇へ転じた。9月の新車販売台数（大和総研による季節調整値）を見ても、このところ低迷していた軽自動車が増加しており、良好な結果であったことを踏まえると、自動車小売業には底入れの兆しが出ていると評価できるだろう。

一方、「燃料小売業」（同▲3.6%）、「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」（同▲1.4%）は低下した。「燃料小売業」については、原油価格が再び下落したことを受けて、販売価格が低下したことが影響したとみられる。

図表4：商業動態統計の推移

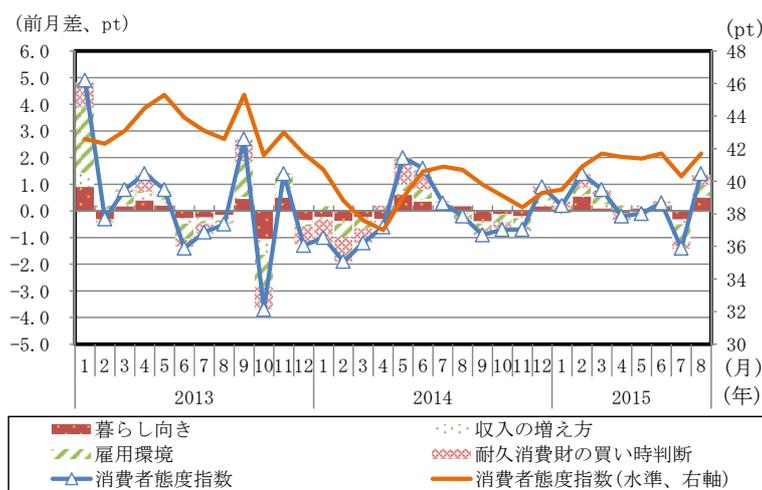


(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

## 消費者マインドは2ヶ月ぶりの改善

2015年8月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月差+1.4ptと2ヶ月ぶりに上昇した(図表5)。前月の落ち込みを取り戻したものの、依然として足踏みが続いている。消費者態度指数の内訳を見ると、4つの構成項目のすべてが前月から改善した。なかでも「暮らし向き」(前月差+2.0pt)の押し上げ寄与が大きい。このところ上向きの動きが続いており、良好な結果であると言える。さらに、「雇用環境」(同+1.6pt)の改善も全体を底上げした。

図表5：消費者態度指数の推移



## 個人消費に持ち直しの兆しを確認

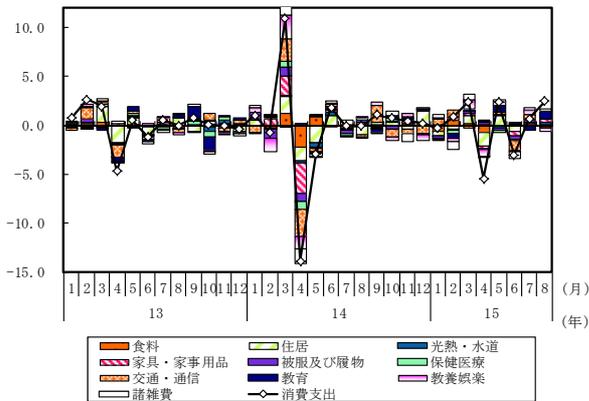
8月の消費関連統計を総じてみると、個人消費に持ち直しの兆しを確認する内容であった。需要側統計である家計調査では、振れの影響を割り引いて評価しても底入れの動きがみられる。また、供給側統計である商業動態統計では、緩やかな持ち直しの動きが確認できる。消費財出荷の動きを見ても、非耐久財を中心に緩やかな増加基調へと転じつつある。

先行きの個人消費は、所得環境の一層の改善を受けて、緩やかな持ち直しへ向かうとみている。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、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見込みである。夏場以降の原油安が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

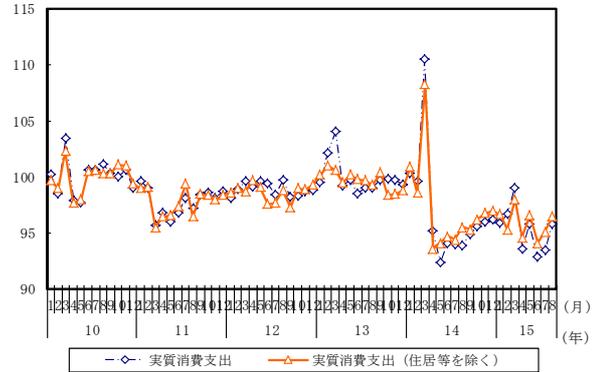
(前月比、%)



(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)



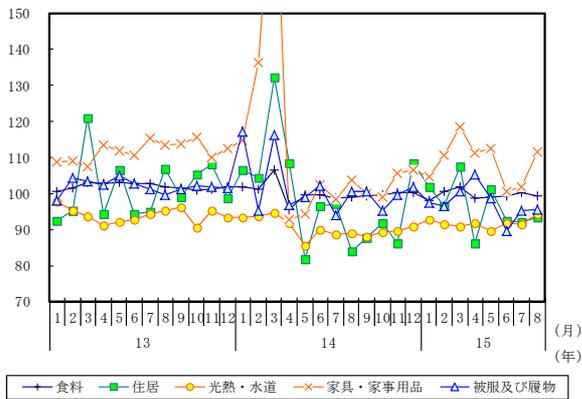
(注1) 季節調整値。

(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)

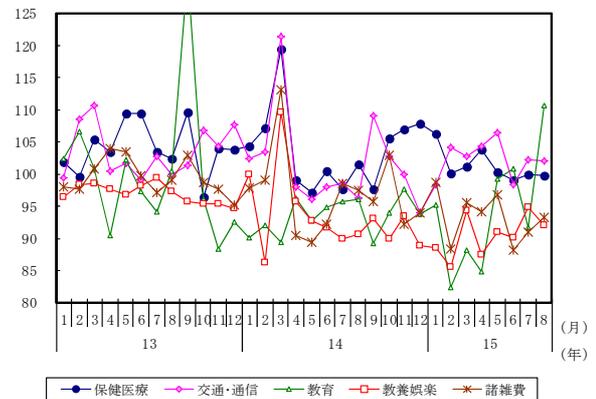


(注) 季節調整値。

(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)

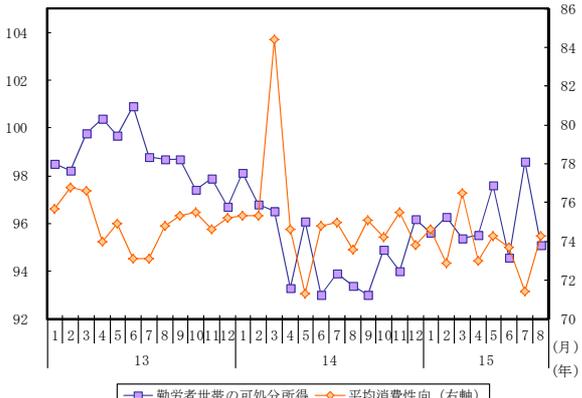


(注) 季節調整値。

(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)

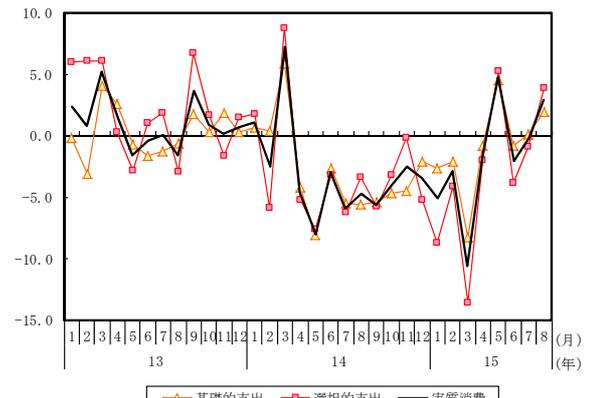


(注) 季節調整値。

(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

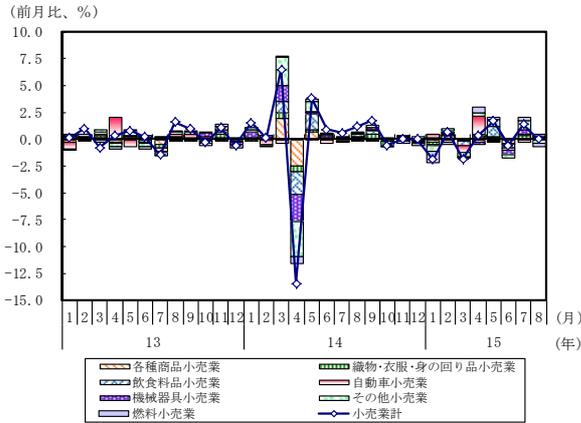
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

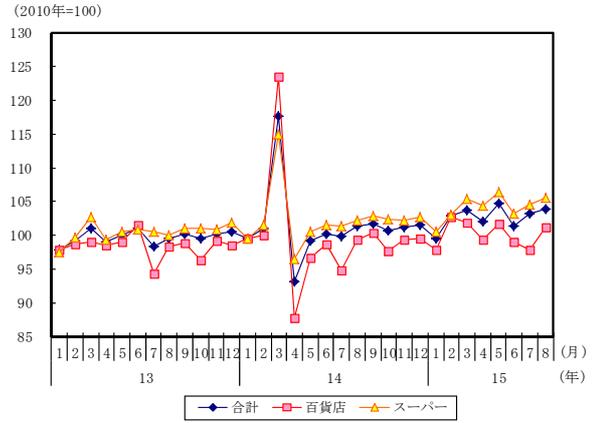
消費・概況②

商業動態統計小売業販売額の推移



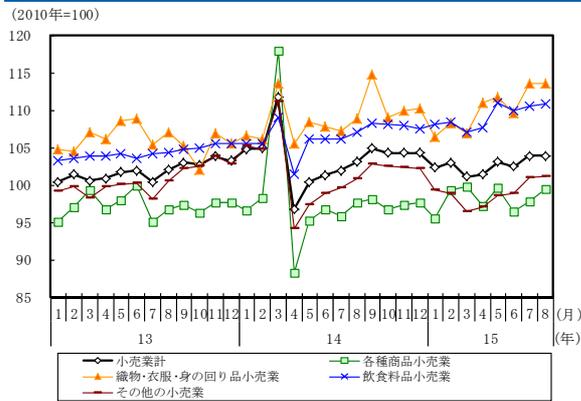
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売業個別商品販売額



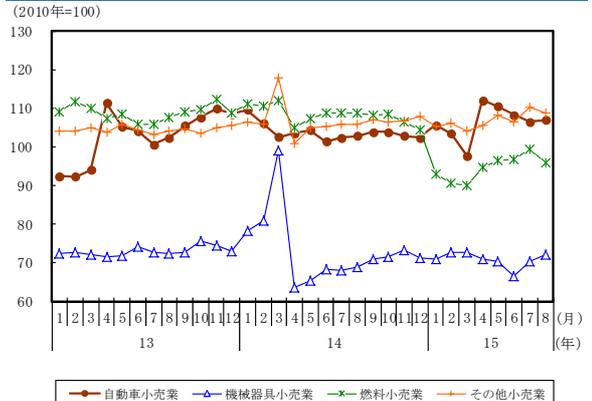
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



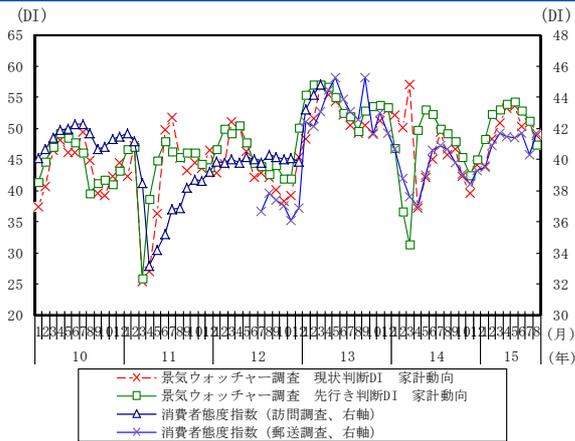
(注) その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。  
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



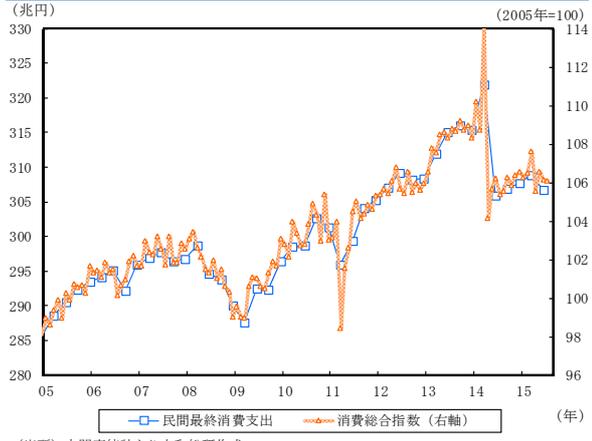
(注) その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。  
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

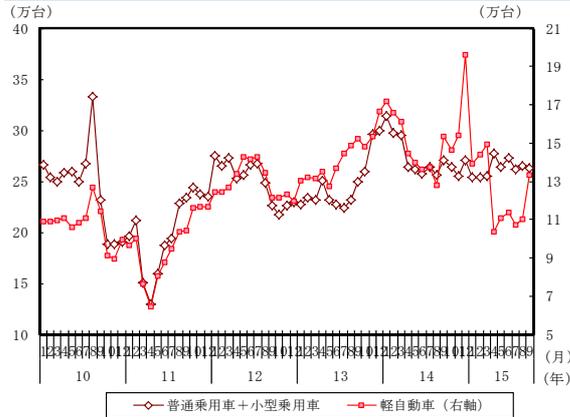
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

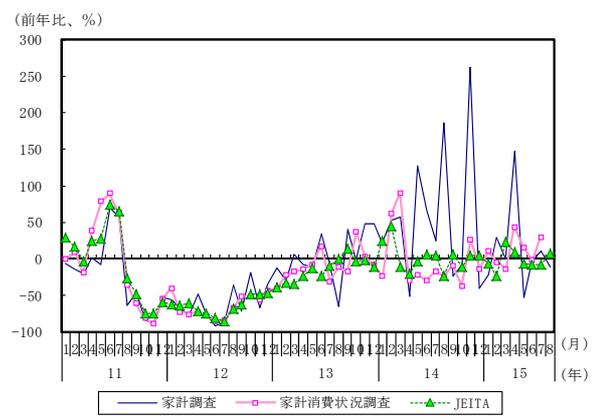
消費・協会統計

新車販売台数



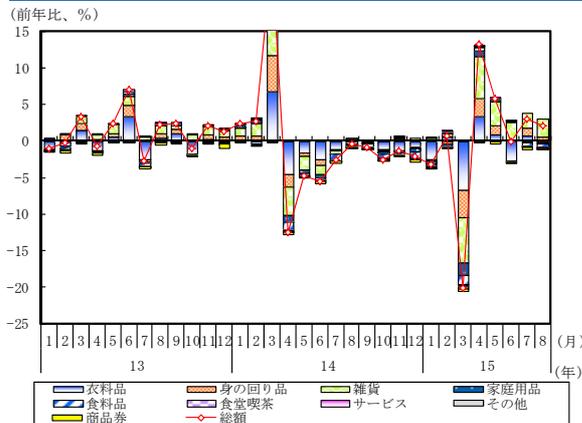
(注) 季節調整は大和総研。  
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



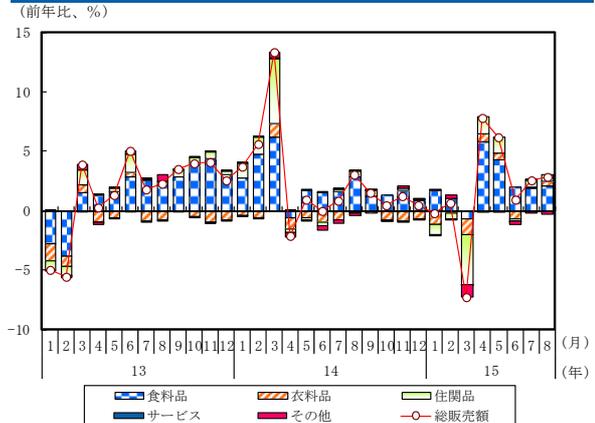
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。  
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



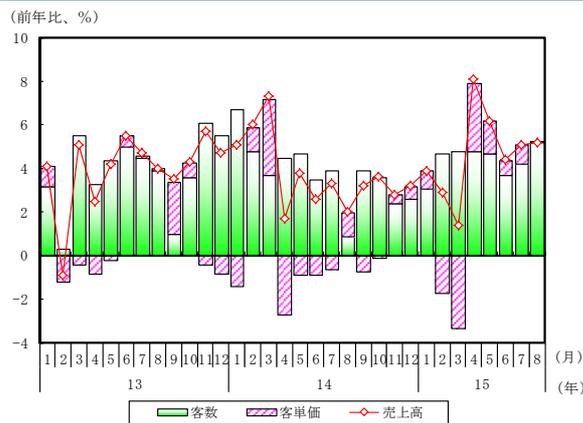
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



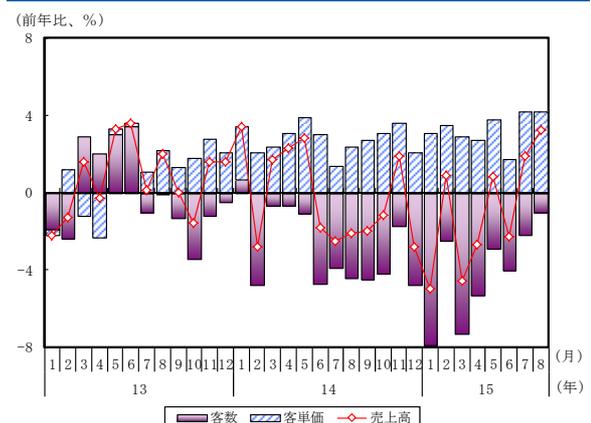
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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