

2015 年 10 月 30 日 全 7 頁

Indicators Update

9 月消費統計

個人消費は一部に弱さがみられるものの、横ばい圏で推移

エコノミック・インテリジェンス・チーム

エコノミスト 岡本 佳佑

エコノミスト 小林 俊介

[要約]

- 2015 年 9 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▲1.3%と 3 ヶ月ぶりに減少した。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）も同▲1.8%と 3 ヶ月ぶりに減少した。
- 実質消費支出の動きを費目別にみると、「住居」（前月比+9.0%）、「被服及び履物」（同+4.6%）が増加した一方、「交通・通信」（同▲4.1%）や「光熱・水道」（同▲5.0%）などが前月から減少した。「被服及び履物」については、9 月前半の天候不順を背景に、秋物衣料に対する需要が強まったことが一因とみられる。一方、「交通・通信」については、自動車等維持がマイナスに寄与した模様である。
- 先行きの個人消費は所得環境の改善等を背景に、次第に持ち直すとみている。物価の影響を除いた実質賃金が前年同月比で増加を継続するなど、今春のベースアップの効果が着実に現れており、賃金は今後も緩やかながら増加基調をたどるとみられる。また、年金改定率も上昇に転じたことが、高齢者の消費を下支えする見込みである。

図表 1：各種消費指標の概況

			2015年 6月	7月	8月	9月	出所
家計調査	実質消費支出	前年比	▲ 2.0	▲ 0.2	2.9	▲ 0.4	総務省
		前月比	▲ 3.0	0.6	2.5	▲ 1.3	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比	▲ 2.6	1.1	1.5	▲ 1.8	総務省
商業動態統計	小売業	前年比	1.0	1.8	0.8	▲ 0.2	経済産業省
		前月比	▲ 0.6	1.4	0.0	0.7	経済産業省
消費総合指数		前月比	▲ 0.2	▲ 0.1	0.8		内閣府
百貨店売上高		前年比	0.4	3.4	2.7	1.8	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比	0.6	1.2	1.7	1.3	（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	0.3	1.9	2.0	2.9	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比	▲ 2.3	1.9	3.2	1.6	（一社）日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比	0.0	0.2	0.0		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 9 月の実質消費支出は前月比▲1.3%と 3 ヶ月ぶりの減少

2015 年 9 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▲1.3%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）も同▲1.8%と減少した。9 月の実質消費支出は全体的に弱さがみられ、3 ヶ月ぶりの減少となったが、8 月には同+2.5%増加しており、均してみれば、需要側からみた個人消費は横ばい圏で推移している。

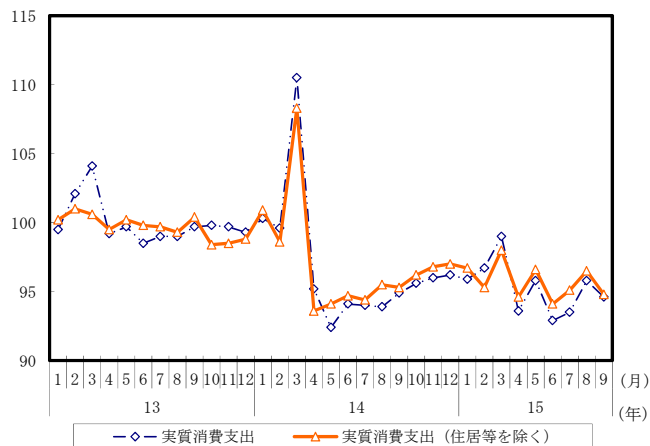
10 大費目別の動き：7 項目が前月から減少

実質消費支出の動きを費目別にみると、「住居」（前月比+9.0%）、「被服及び履物」（同+4.6%）が前月から増加した。「住居」では設備修繕・維持、「被服及び履物」ではシャツ・セーターや洋服といった項目がプラスに寄与したとみられる。「被服及び履物」については、長雨の影響で 9 月前半の気温が低く、秋物衣料に対する需要が強まったことが一因とみられる。

一方、「交通・通信」（前月比▲4.1%）、「光熱・水道」（同▲5.0%）、「諸雑費」（同▲4.3%）、「家具・家事用品」（同▲5.4%）など、7 項目が前月から減少した。「交通・通信」では自動車等維持、「光熱・水道」では電気代がマイナスに寄与した模様である。なお、「食品」は前月から横ばいとなった。

図表 2：実質消費支出の推移

(2010年=100)



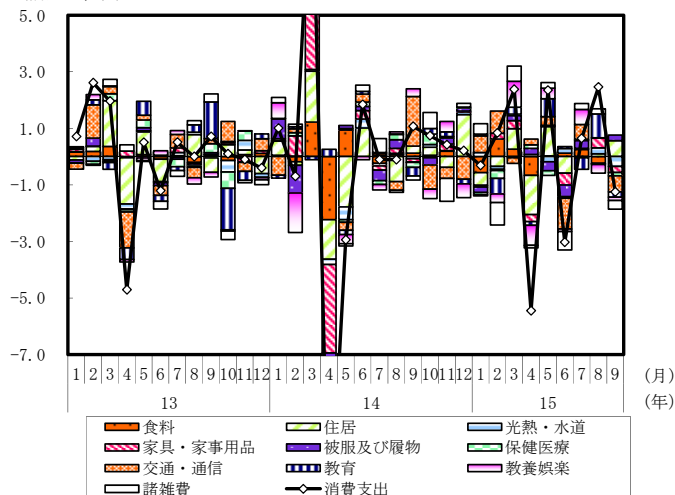
(注1) 季節調整値。

(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

図表 3：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

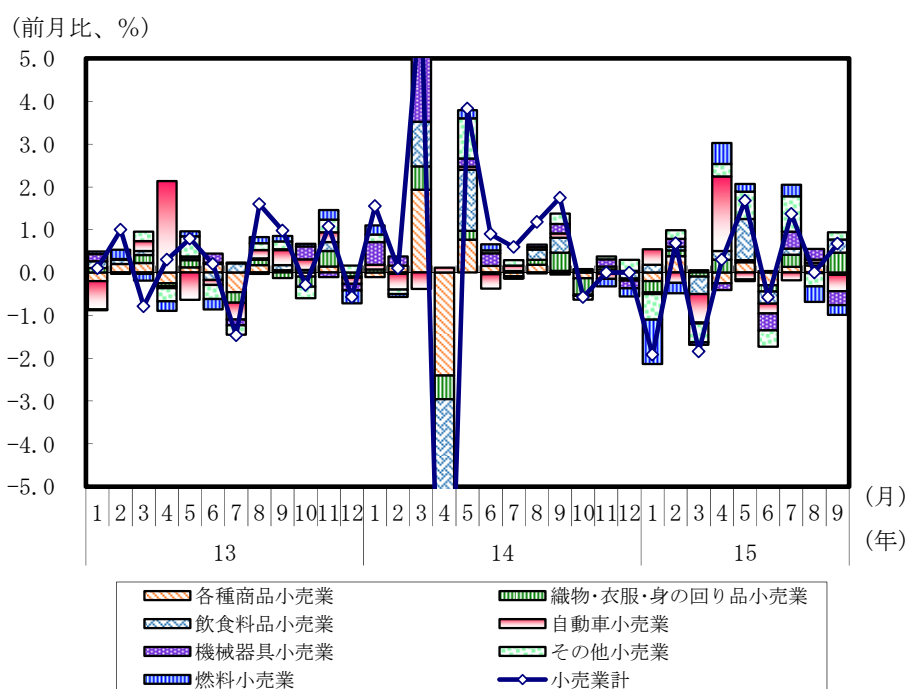
商業動態統計の名目小売販売額は前月比+0.7%の増加

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、9月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+0.7%の増加となった（図表4）。

内訳を見ると、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同+5.9%）、「飲食料品小売業」（同+1.0%）、「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」（同+0.7%）が上昇した。「織物・衣類・身の回り品小売業」については、9月前半は長雨の影響等で気温が低く、秋物衣料の需要が強まったことなどが販売金額を押し上げたものとみられる。また、「飲食料品小売業」では、シルバーウィーク等の行楽需要の拡大が販売の増加に寄与したと推察される。

一方、8月に4ヶ月ぶりに前月比でプラスに転じた「自動車小売業」（同▲3.3%）が下落に転じたほか、「機械器具小売業」（同▲4.7%）、「燃料小売業」（同▲2.4%）、「各種商品小売業」（同▲0.6%）が下落した。「自動車小売業」では、軽自動車に対する増税の影響が引き続き需要を抑制する一因となっている模様である。また、「燃料小売業」については、8月に進行した原油価格の下落や円高ドル安の影響を反映し、ガソリン等の販売価格が下落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



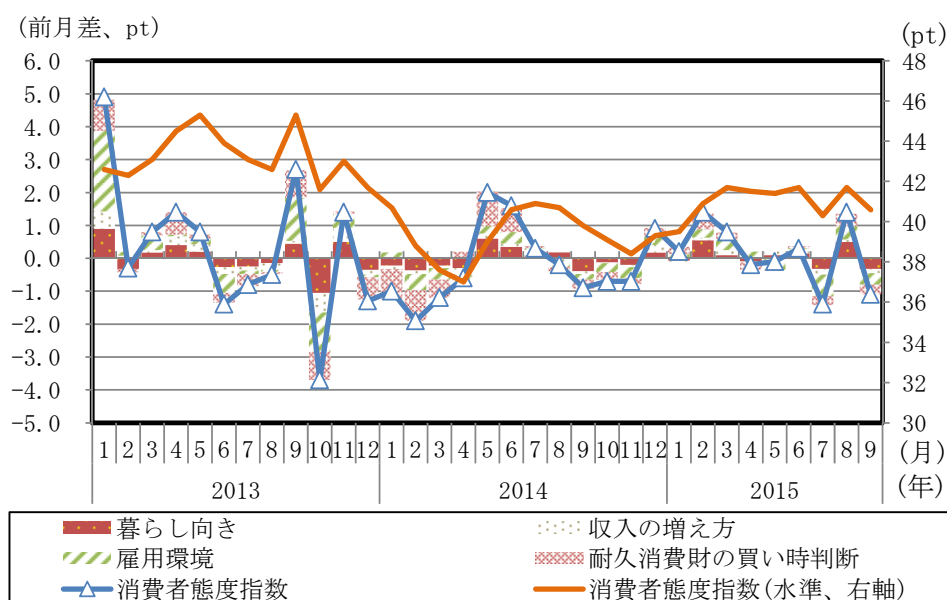
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインドは2ヶ月ぶりに悪化

2015年9月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月差▲1.1ptと2ヶ月ぶりに低下した(図表5)。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悪化した。中でも低下幅が大きかったのが「雇用環境」(前月差▲1.4pt)である。このところ輸出や生産が伸び悩んでおり、先行きの雇用に対する不安感が強まったことなどが一因となっている可能性がある。また、「暮らし向き」(同▲1.3pt)、「耐久消費財の買い時判断」(同▲1.2pt)の低下も指数を押し下げた。「収入の増え方」は、同▲0.5ptだった。

「資産価値」に関する意識指標については、同▲3.0ptとなった。調査時期にあたる9月半ば頃、世界経済に対する先行き不透明感の強まりから日経平均株価が膠着感を強める展開となっていたことなどが、マインドの悪化につながったと推測される。

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

個人消費を取り巻く環境は良好。先行きは次第に持ち直すと想定

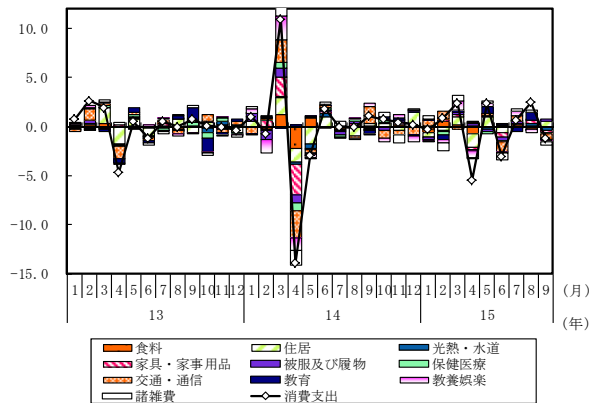
9月の消費関連統計を総じてみると、足元の個人消費は、一部で弱さがみられるものの、横ばい圏での推移が続いていると評価できる。

先行きの個人消費については、所得環境の改善を背景に、次第に持ち直すとみている。物価の影響を除いた実質賃金が前年同月比で増加を継続するなど、今春のベースアップの効果は着実に現れており、賃金は今後も緩やかながら増加基調をたどるとみられる。また、年金改定率も上昇に転じたことが、高齢者の消費を下支えする見込みである。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

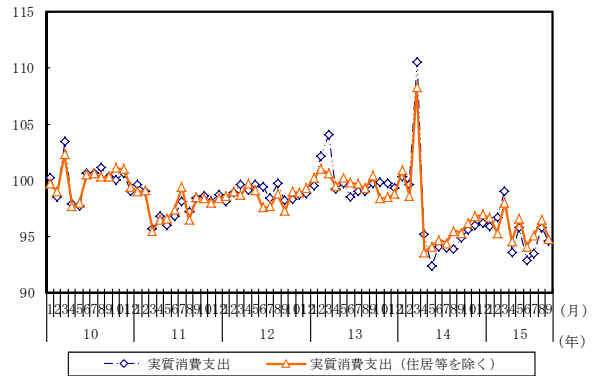
(前月比、%)



(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)



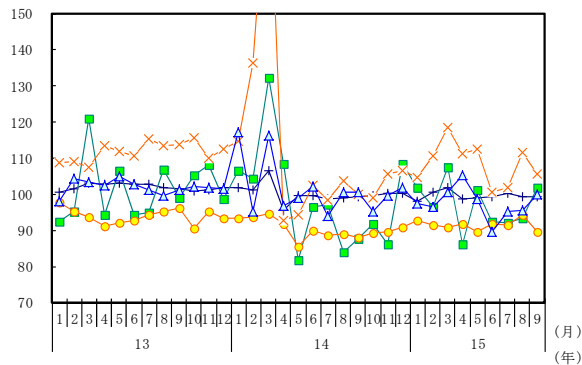
(注1) 季節調整値。

(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)

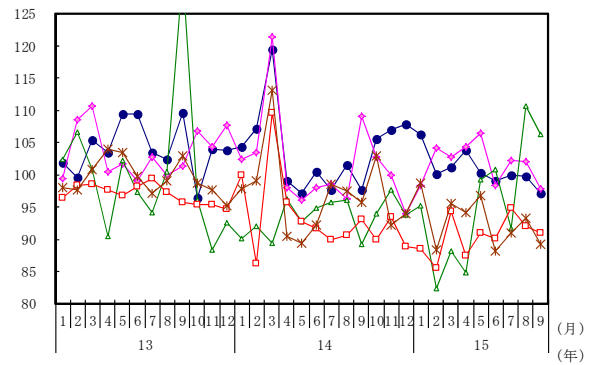


(注) 季節調整値。

(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)

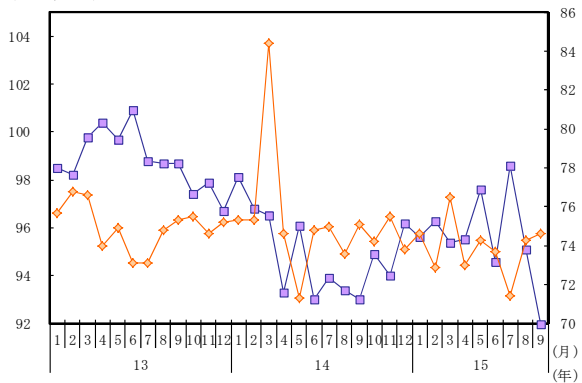


(注) 季節調整値。

(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)

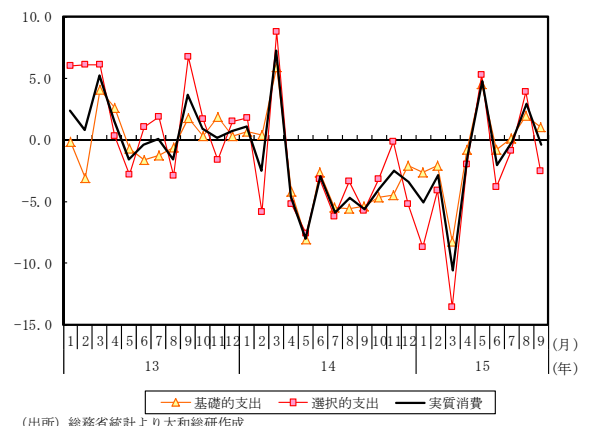


(注) 季節調整値。

(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

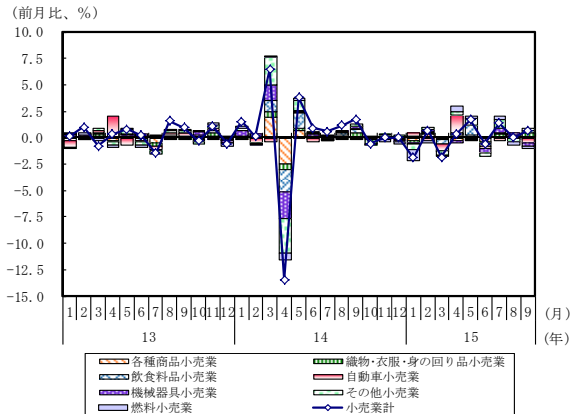
(前年比、%)



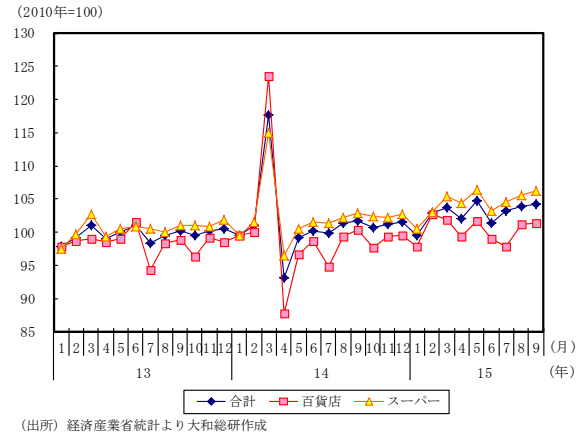
(出所) 総務省統計より大和総研作成

消費・概況②

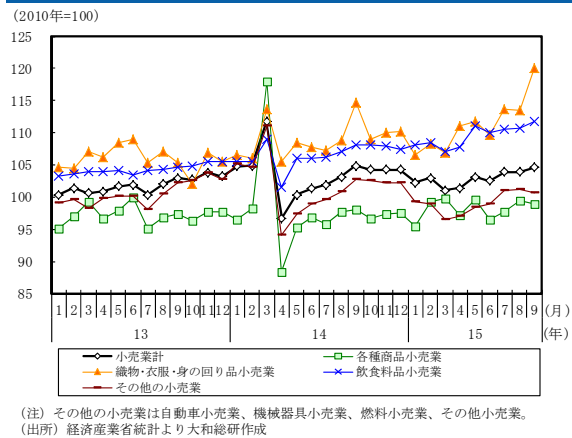
商業動態統計小売業販売額の推移



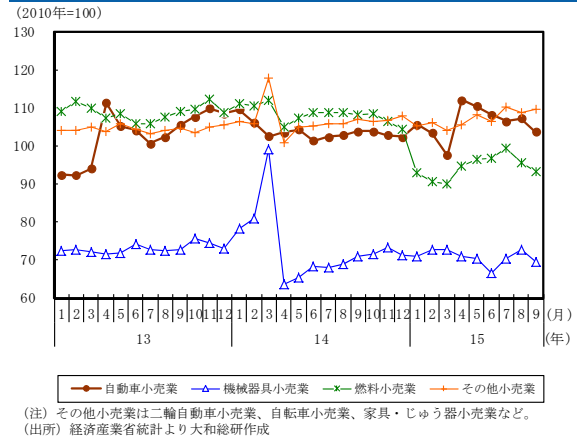
大型小売店業態別商品販売額



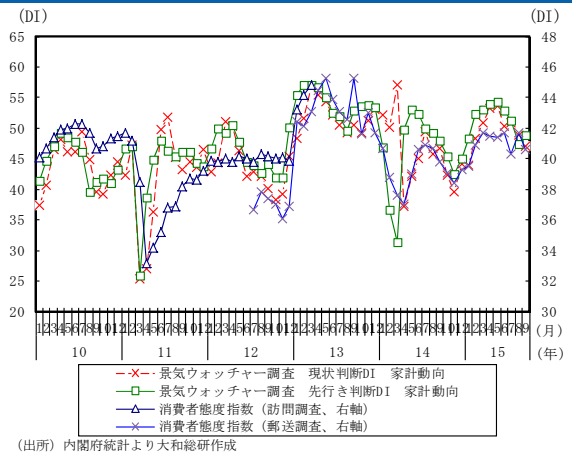
業種別小売販売①



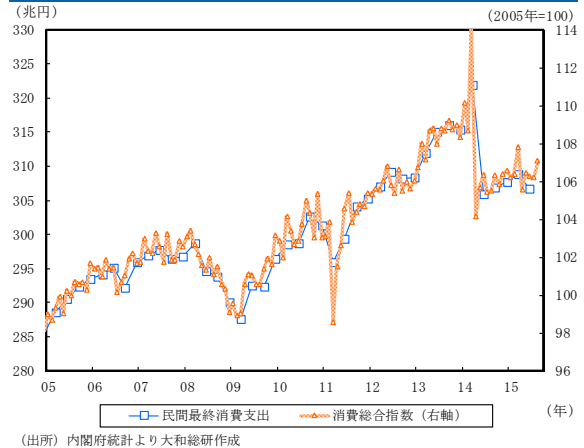
業種別小売販売②



消費者マインド

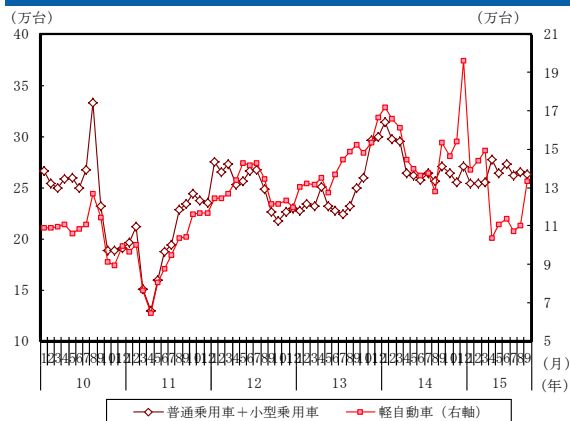


GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



消費・協会統計

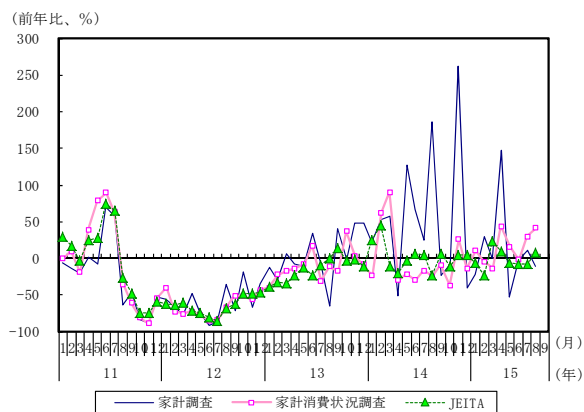
新車販売台数



(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

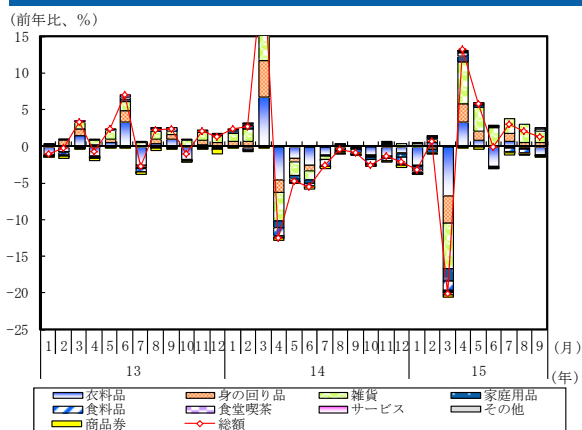
テレビ消費額と出荷台数



(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。

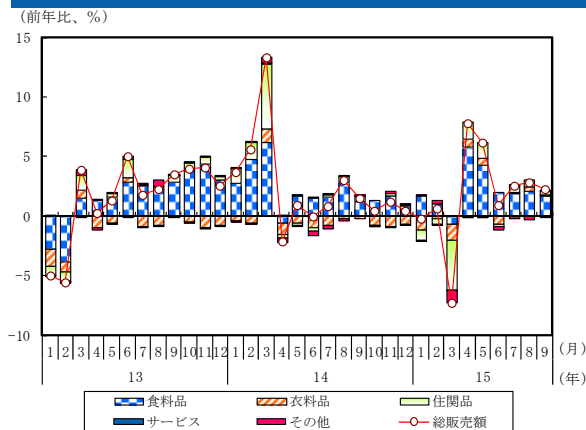
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



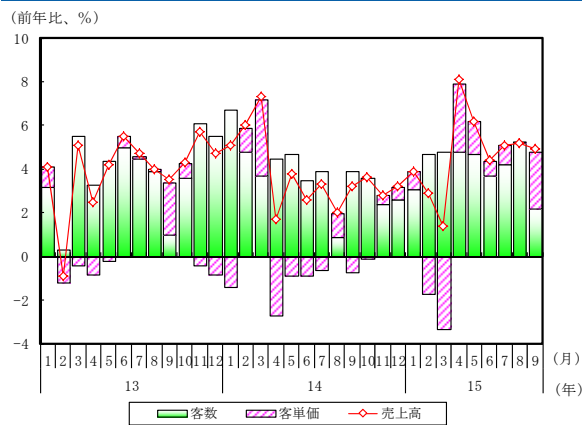
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



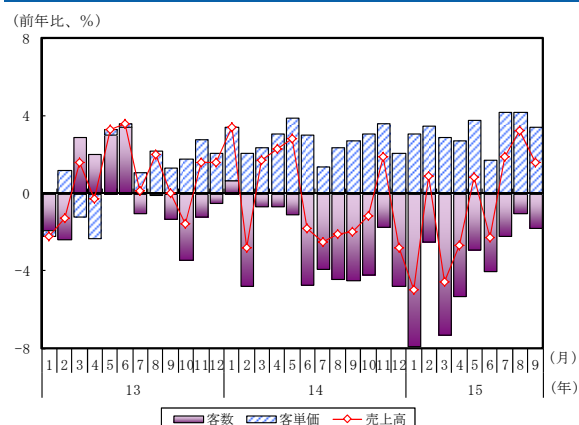
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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