

2015年11月27日 全6頁

Indicators Update

10月消費統計

10月実質消費支出は2ヶ月連続で減少。先行きは底堅く推移すると想定

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10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▲0.7%と2ヶ月連続で減少した。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▲0.4%と2ヶ月連続で減少した。
- 実質消費支出の動きを費目別にみると、「教育」(前月比▲21.8%)、「被服及び履物」(同▲11.9%)が減少した一方、「諸雑費」(同+11.0%)や「食料」(同+0.3%)などが前月から増加した。
- 足下の個人消費は弱含んでいるが、先行きは底堅く推移するとみている。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ほか、年金改定率が上昇に転じたことで、高齢者の消費は底堅く推移する見込みである。このような個人消費を取り巻く良好な環境が、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	8月	9月	10月	出所
			7月				
家計調査	実質消費支出	前年比	▲0.2	2.9	▲0.4	▲2.4	総務省
		前月比	0.6	2.5	▲1.3	▲0.7	総務省
	実質消費支出(除く住居等)	前月比	1.1	1.5	▲1.8	▲0.4	総務省
商業動態統計	小売業	前年比	1.8	0.8	▲0.1		経済産業省
		前月比	1.4	0.0	0.8		経済産業省
消費総合指数		前月比	0.0	0.6	0.0		内閣府
百貨店売上高		前年比	3.4	2.7	1.8	4.2	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比	1.2	1.7	1.3	2.5	(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	1.9	2.0	2.9	2.8	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比	1.9	3.2	1.6	5.0	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比	0.2	0.0	8.8		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10月の実質消費支出は前月比▲0.7%と2ヶ月連続で減少

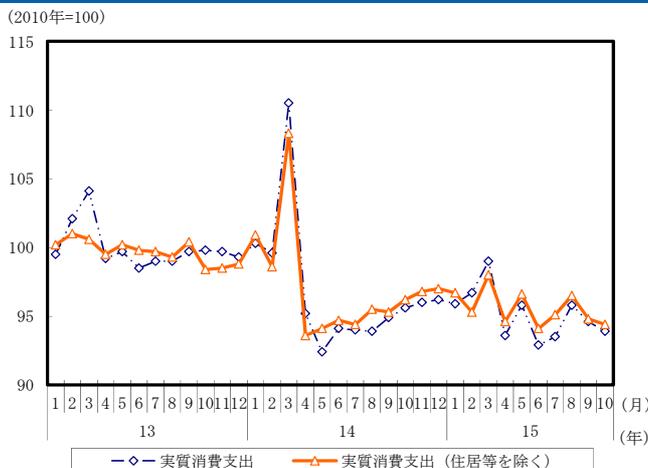
2015年10月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比▲0.7%減少した。振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）も同▲0.4%と減少した。10月の実質消費支出を総じてみると、弱さがみられる結果であった。

10大費目別の動き：「教育」、「被服及び履物」など6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、「教育」（前月比▲21.8%）、「被服及び履物」（同▲11.9%）、「教養娯楽」（同▲3.6%）など6項目が前月から減少し、全体を押し下げた。「教育」では授業料等、「被服及び履物」では洋服やシャツ・セーターといった項目が振るわず、マイナスに寄与した模様である。「被服及び履物」は7月以降3ヶ月連続で増加してきた反動もあるが、10月は11年3月以来となる4年7ヶ月ぶりの水準まで減少するなど、弱さが目立つ結果であった。

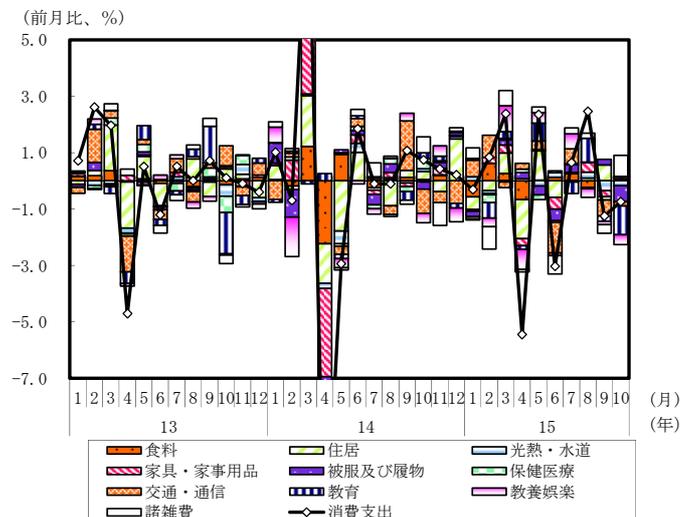
一方、「諸雑費」（前月比+11.0%）、「食料」（同+0.3%）、「住居」（同+0.6%）、「家具・家事用品」（同+0.9%）の4項目が前月から増加した。「諸雑費」では他の諸雑費、「食料」では穀類や飲料、「住居」では家賃地代がプラスに寄与した模様である。

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



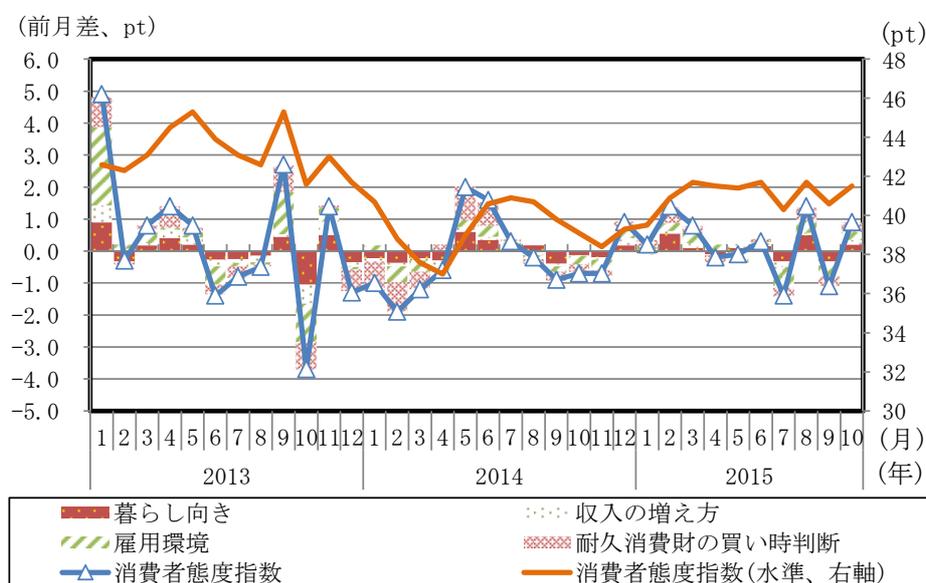
(出所) 総務省統計より大和総研作成

消費者マインドは横ばい圏での推移が続く

2015年10月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月差+0.9ptと2ヶ月ぶりに上昇した(図表4)。過去数ヶ月の消費者態度指数を均してみると、消費者マインドは横ばい圏での推移が続いている。消費者態度指数の内訳を見ると、前月から一転して4つの構成項目のすべてが上昇した。最も上昇幅が大きかったのは「耐久消費財の買い時判断」(前月差+1.2pt)である。また、「雇用環境」は同+1.0pt、「暮らし向き」は同+0.8pt、「収入の増え方」は同+0.6ptであった。

「資産価値」に関する意識指標については、同+1.7ptとなった。10月に入ってから、日経平均株価が上昇基調をたどったことなどが、マインドの改善につながったものと推測される。ただし、前月の低下幅(同▲3.0pt)と比較すると、その上昇幅は限定的であった。

図表4：消費者態度指数の推移



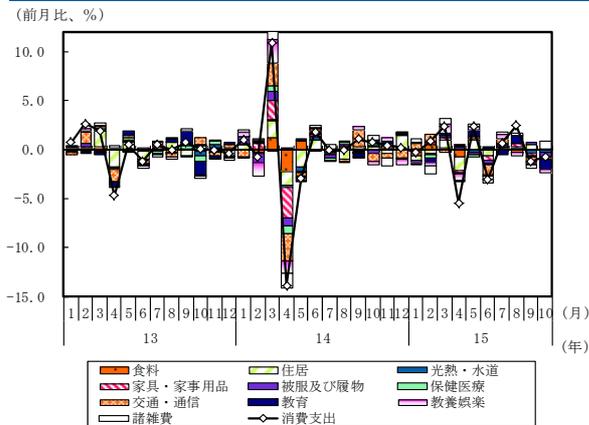
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

個人消費を取り巻く環境は良好。先行きの個人消費は底堅く推移すると想定

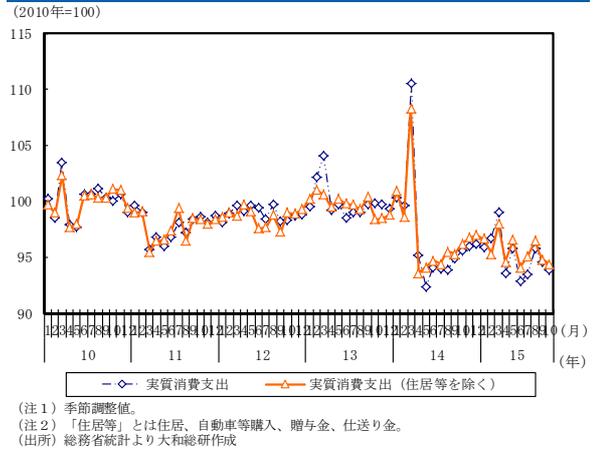
足下の個人消費は弱含んでいるが、先行きは底堅く推移するとみている。物価の影響を除いた実質賃金が前年同月比で増加を継続するなど、今春のベースアップの効果が着実に現れており、賃金は今後も緩やかながら増加基調をたどるとみられるほか、年金改定率が上昇に転じたことで、高齢者の消費は底堅く推移する見込みである。このような個人消費を取り巻く良好な環境が、先行きの個人消費を下支えするとみている。

消費・概況①

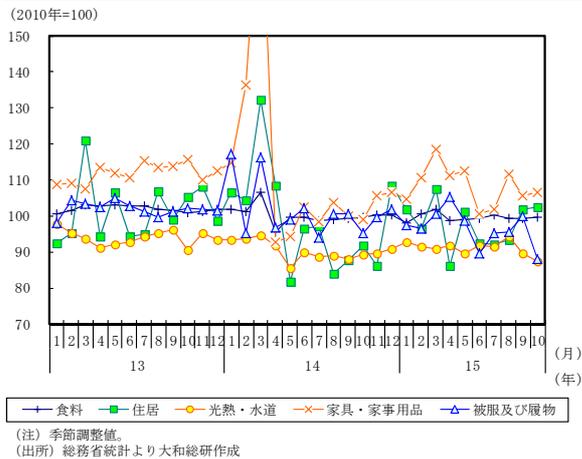
実質消費支出の費目別寄与度



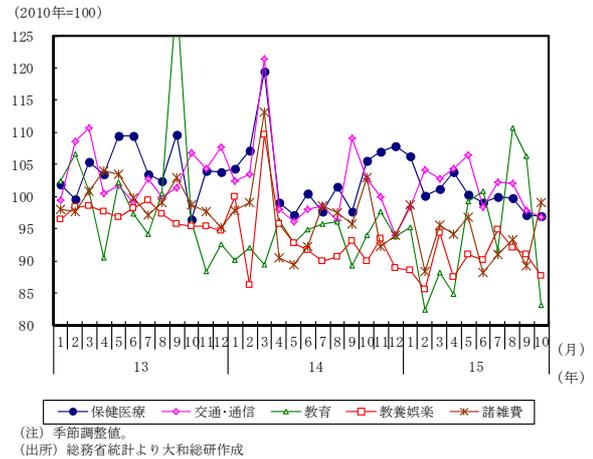
実質消費支出（家計調査、二人以上世帯）



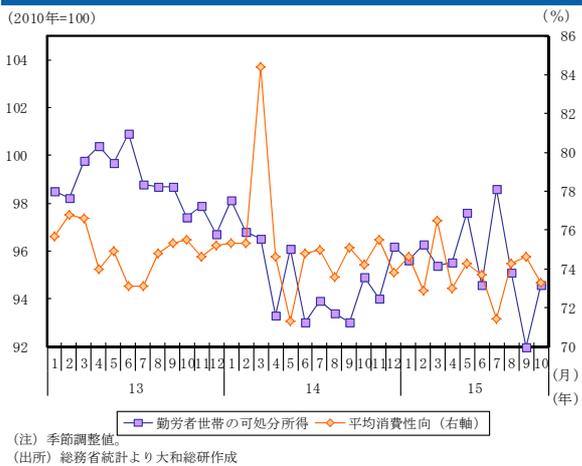
費目別実質消費①



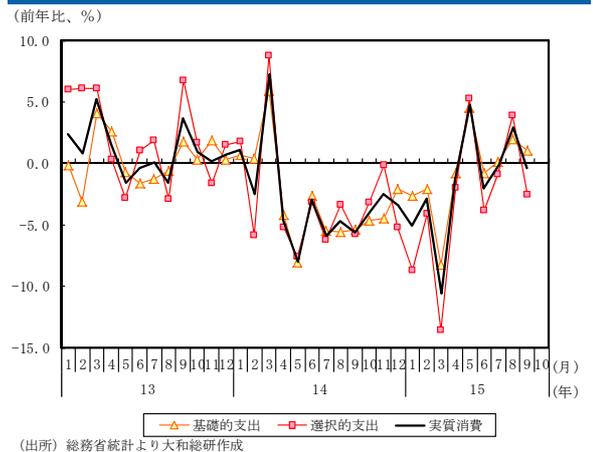
費目別実質消費②



勤労者世帯の実質可処分所得と平均消費性向

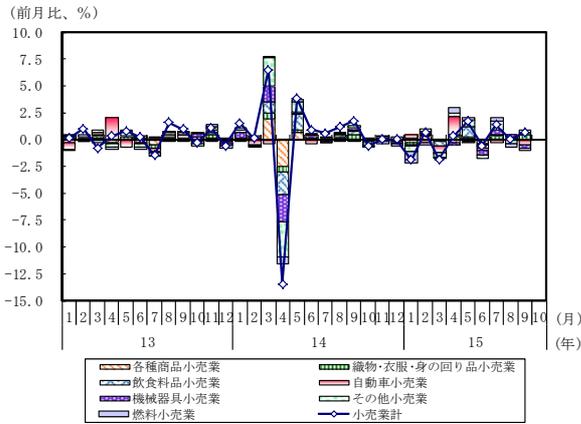


基礎的支出と選択的支出



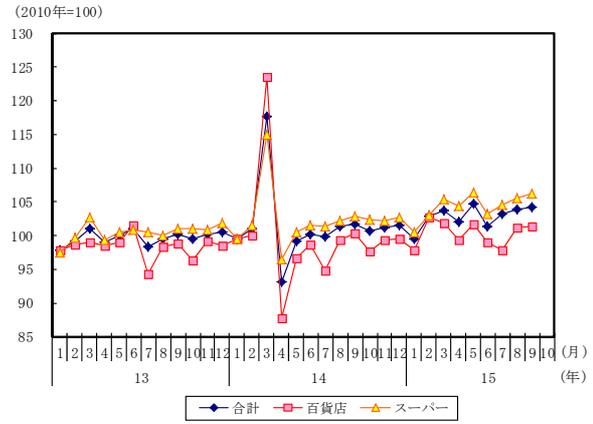
消費・概況②

商業動態統計小売販売額の推移



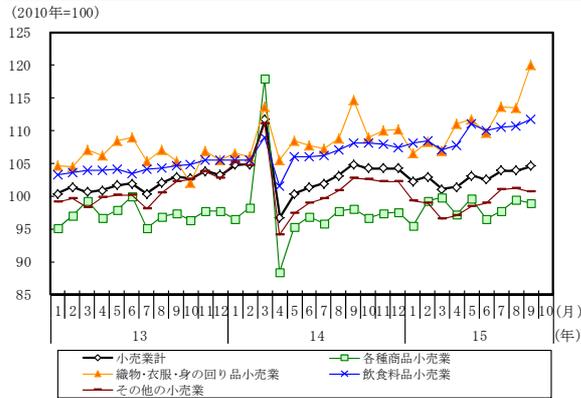
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



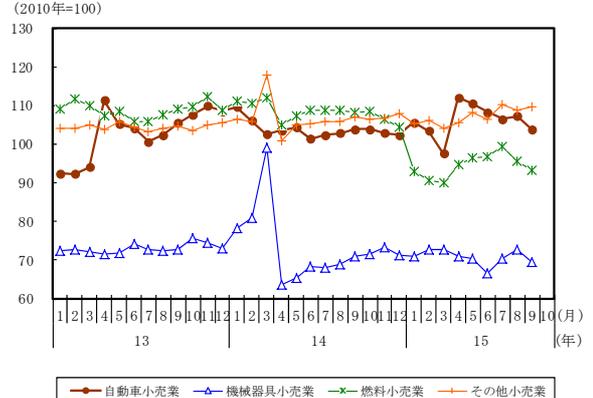
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



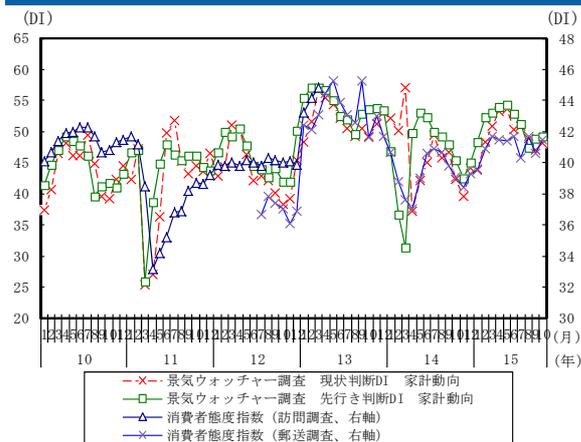
(注) その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



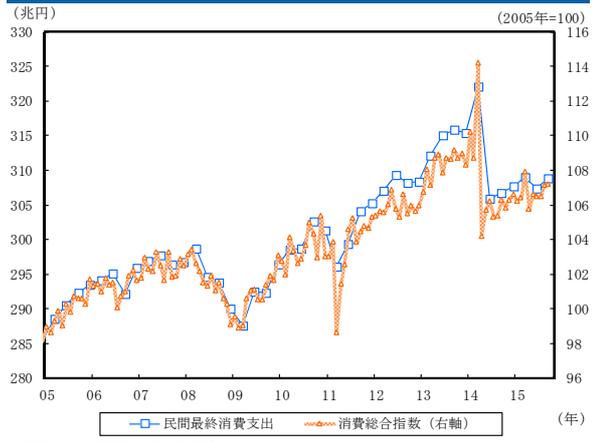
(注) その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

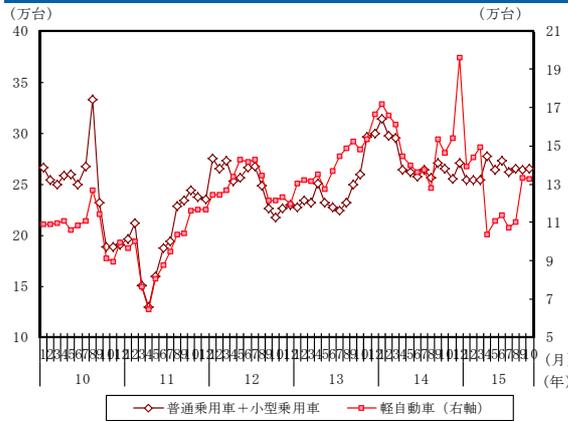
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

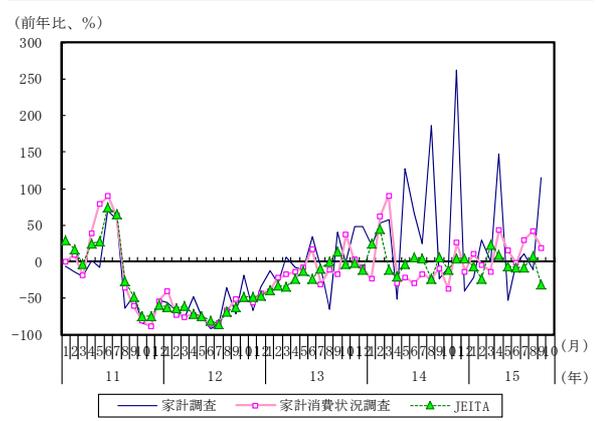
消費・協会統計

新車販売台数



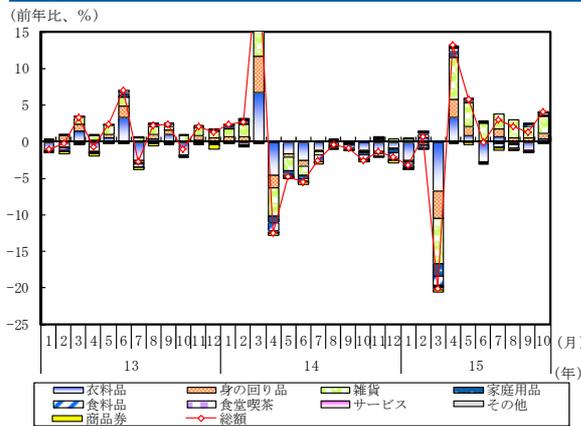
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



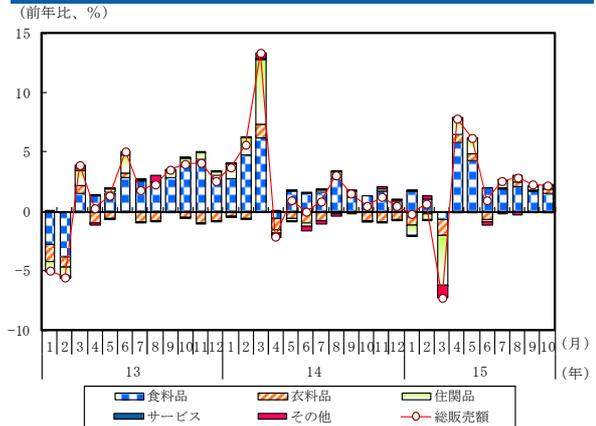
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



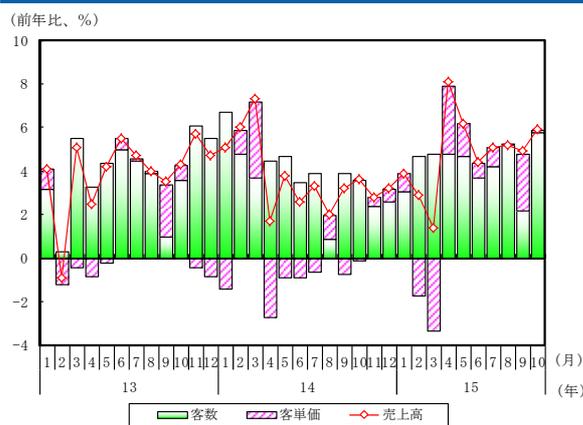
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



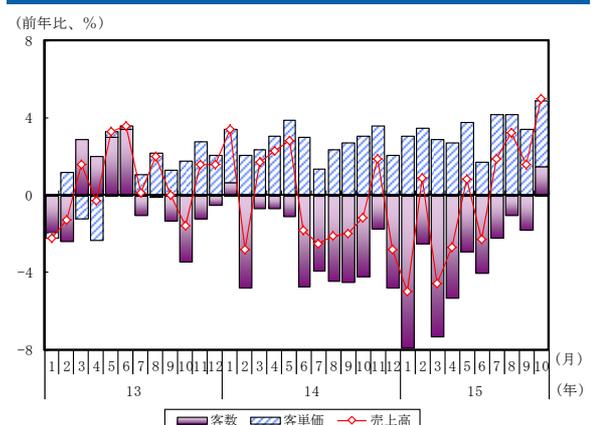
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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