

2015年12月25日 全6頁

## Indicators Update

# 11月消費統計

11月の家計調査に見る個人消費は、引き続き弱さが見られる結果

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11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▲2.2%と3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▲1.8%と3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、「諸雑費」(前月比▲11.2%)、「住居」(同▲7.2%)などが前月から減少した一方、「教育」(同+14.1%)や「保健医療」(同+7.8%)などが増加した。
- 需要側の統計である家計調査にみる個人消費は、このところ弱含んでいるが、先行きについて過度に悲観視する必要はないとみている。物価の影響を除いた実質賃金は緩やかながらも引き続き前年同月比で増加するなど、今春のベースアップの効果が着実に現れている。また、足下で原油価格が再び下落基調に転じており、エネルギー価格の下落を主因とした消費者物価の低迷は継続するとみられ、実質賃金が堅調に推移すると予想されることも追い風だ。加えて、年金改定率が上昇に転じたことで、高齢者の消費も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	9月	10月	11月	出所
		8月				
家計調査	実質消費支出	前年比	2.9 ▲0.4	▲2.4	▲2.9	総務省
		前月比	2.5 ▲1.3	▲0.7	▲2.2	総務省
	実質消費支出(除く住居等)	前月比	1.5 ▲1.8	▲0.4	▲1.8	総務省
商業動態統計	小売業	前年比	0.8 ▲0.1	1.8		経済産業省
		前月比	0.0 0.8	1.2		経済産業省
消費総合指数		前月比	0.6 ▲0.2	▲0.2		内閣府
百貨店売上高		前年比	2.7 1.8	4.2	▲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	1.7 1.3	2.5	0.9	(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	2.0 2.9	2.8	▲1.0	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比	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	0.0 8.8	5.8		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11月の実質消費支出は前月比▲2.2%と3ヶ月連続で減少

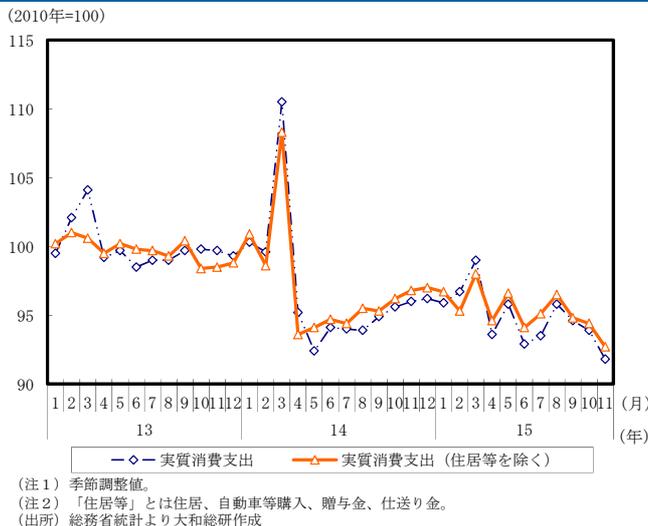
2015年11月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比▲2.2%減少した。振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）も同▲1.8%と減少した。需要側の統計である家計調査に見る個人消費は、このところ弱さが見られている。

### 10大費目別の動き：「諸雑費」、「住居」など5項目が前月から減少

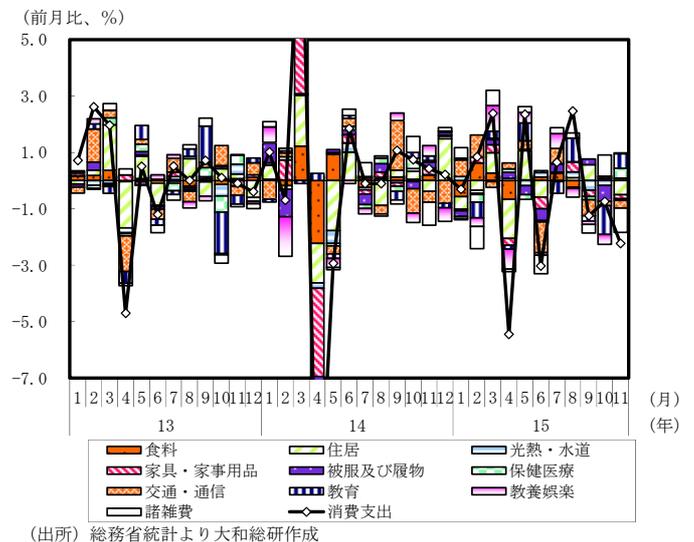
実質消費支出の動きを費目別にみると、前月から減少したのは5項目であり、強弱まちまちとなっている。減少項目のうち、特に減少が目立ったのが「諸雑費」（前月比▲11.2%）であり、他の諸雑費がマイナスに大きく寄与した模様である。そのほか、「住居」（同▲7.2%）、「交通・通信」（同▲2.1%）、「家具・家事用品」（同▲3.8%）、「被服及び履物」（同▲1.4%）も前月から減少した。「住居」では設備材料、「交通・通信」では交通といった項目が振るわず、マイナスに寄与したとみられる。また、「被服及び履物」は暖冬の影響で冬物衣料の購入が手控えられ、2ヶ月連続で前月から減少した。

一方、「教育」（前月比+14.1%）、「保健医療」（同+7.8%）、「食料」（同+0.3%）、「教養娯楽」（同+0.3%）、「光熱・水道」（同+0.1%）が前月から増加した。「教育」については、10月に大きく減少した授業料等が増加に転じたことがプラスに寄与した模様である。また、「食料」では野菜・海藻の増加が押し上げ要因になったとみられる。

図表2：実質消費支出の推移



図表3：実質消費支出の費目別寄与度

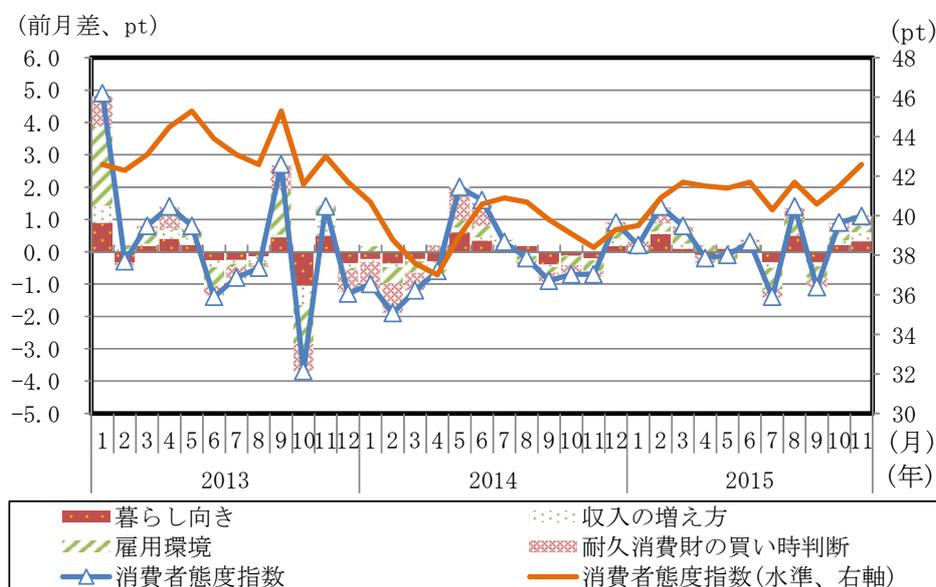


## 消費者マインドは持ち直しの兆し

2015年11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ヶ月連続で上昇した(図表4)。消費者態度指数は2013年11月以来となる2年ぶりの水準まで上昇し、内閣府は消費者マインドの基調判断を「足踏みがみられる」から「持ち直しの動きがみられる」に上方修正した。消費者態度指数の内訳を見ると、前月に続いて4つの構成項目のすべてが上昇した。各項目を前月差の大きい順にみると、「暮らし向き」、「耐久消費財の買い時判断」がともに前月差+1.3pt、「収入の増え方」が同+1.1pt、「雇用環境」が同+0.8ptであった。

「資産価値」に関する意識指標は同+1.5ptと、2ヶ月連続で上昇した。日経平均株価が上昇基調をたどり、調査時点である11月半ばに節目となる2万円台に近づいたことなどが同指標の上昇につながったものと推測される。

図表4：消費者態度指数の推移



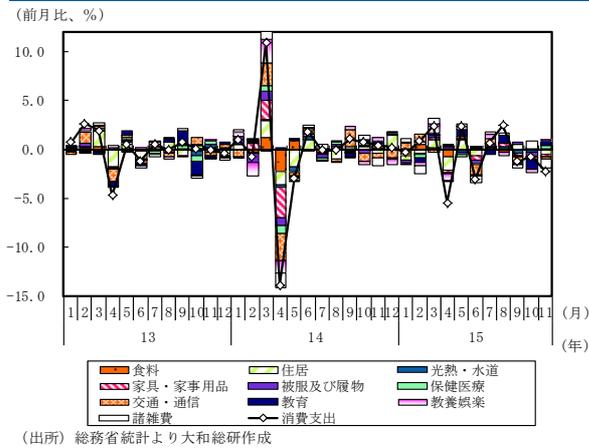
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

## 先行きの個人消費について過度に悲観視する必要はなからう

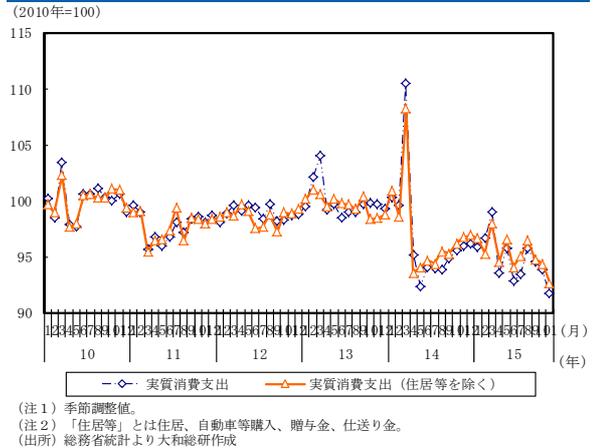
需要側の統計である家計調査にみる個人消費は、このところ弱含んでいるが、先行きについて過度に悲観視する必要はないとみている。物価の影響を除いた実質賃金は緩やかながらも引き続き前年同月比で増加するなど、今春のベースアップの効果が着実に現れている。また、足下で原油価格が再び下落基調に転じており、エネルギー価格の下落を主因とした消費者物価の低迷は継続するとみられ、実質賃金が堅調に推移すると予想されることも追い風だ。加えて、年金改定率が上昇に転じたことで、高齢者の消費も底堅く推移する見込みである。このような個人消費を取り巻く良好な環境が、先行きの個人消費を下支えするとみている。

消費・概況①

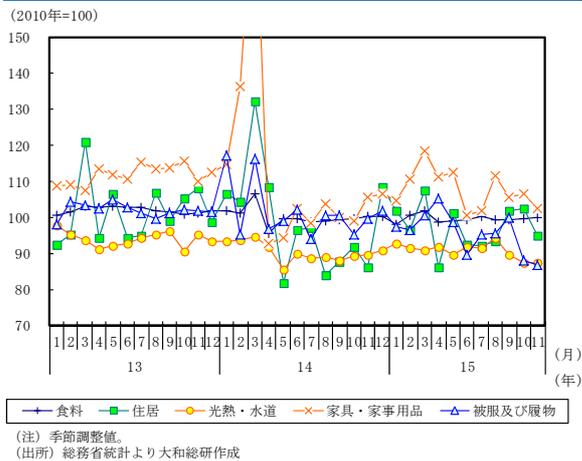
実質消費支出の費目別寄与度



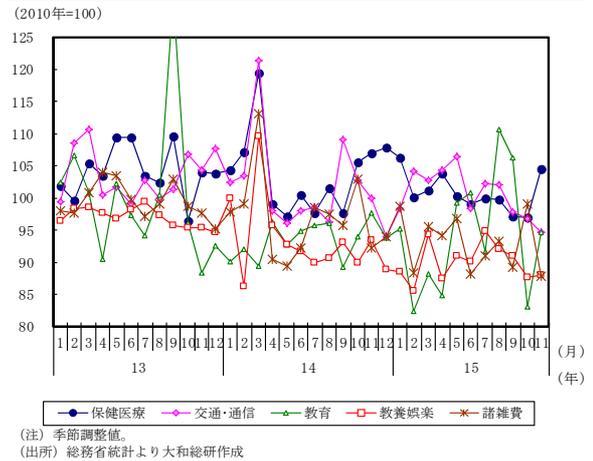
実質消費支出（家計調査、二人以上世帯）



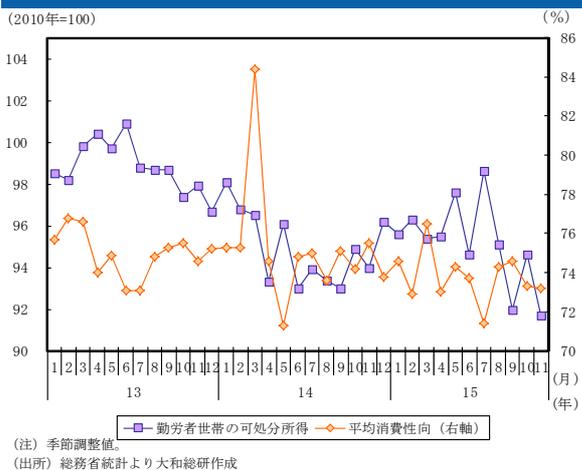
費目別実質消費①



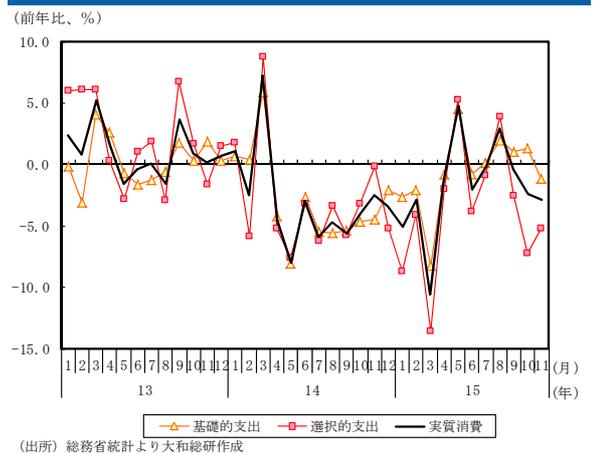
費目別実質消費②



勤労者世帯の実質可処分所得と平均消費性向

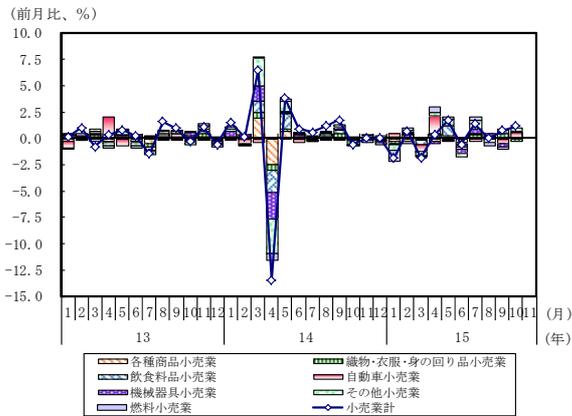


基礎的支出と選択的支出

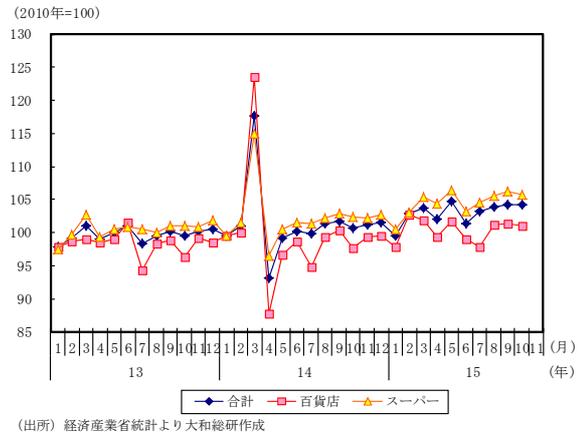


消費・概況②

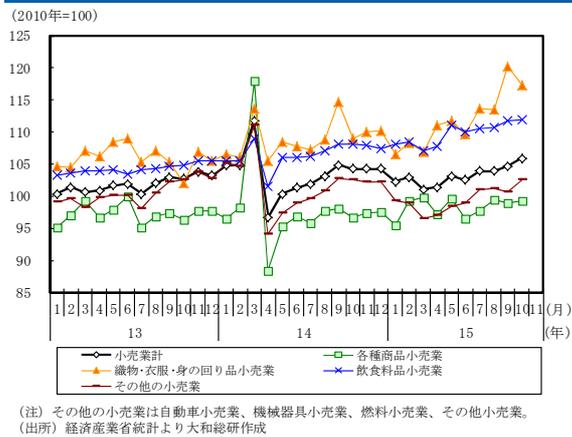
商業動態統計小売販売額の推移



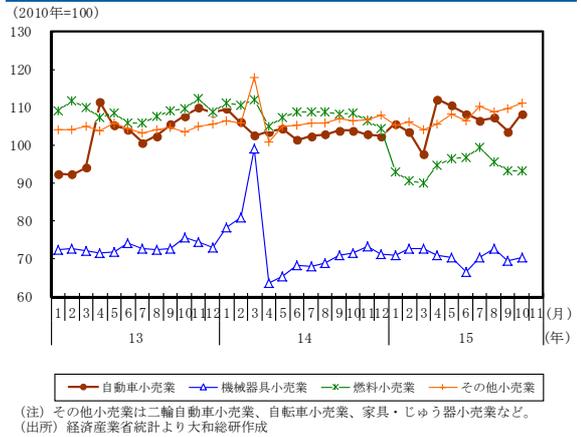
大型小売業態別商品販売額



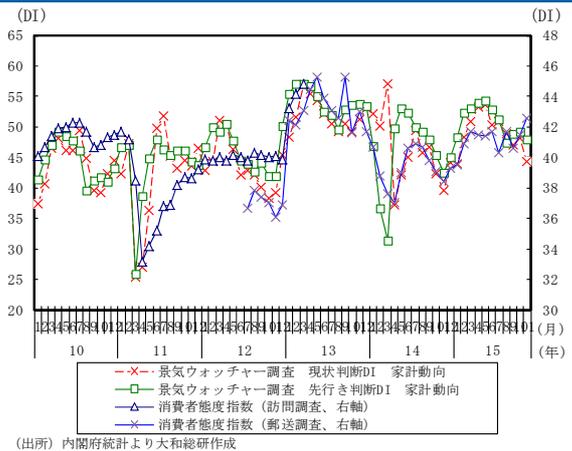
業種別小売販売①



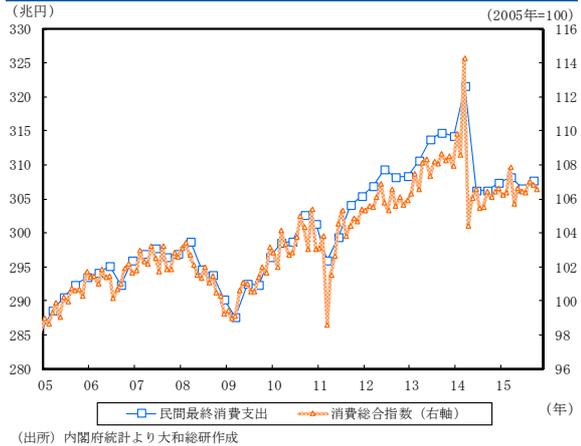
業種別小売販売②



消費者マインド

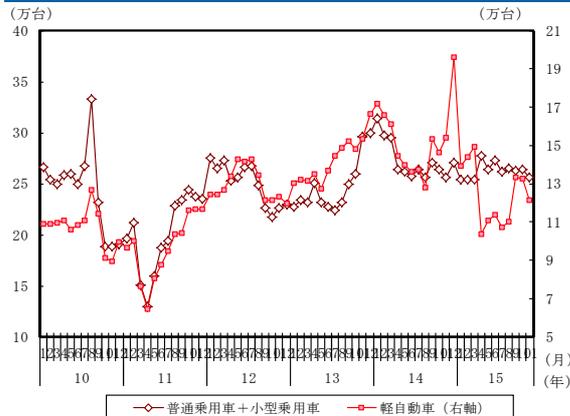


GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



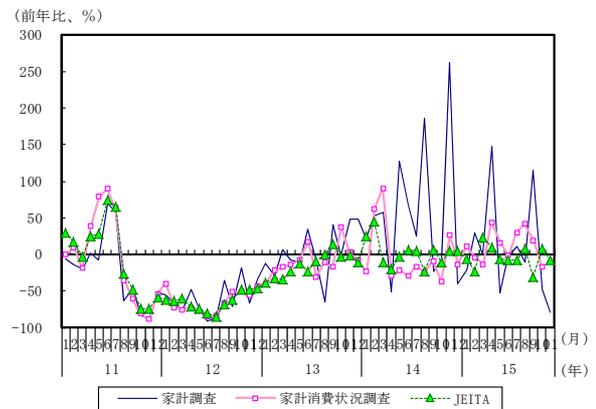
消費・協会統計

新車販売台数



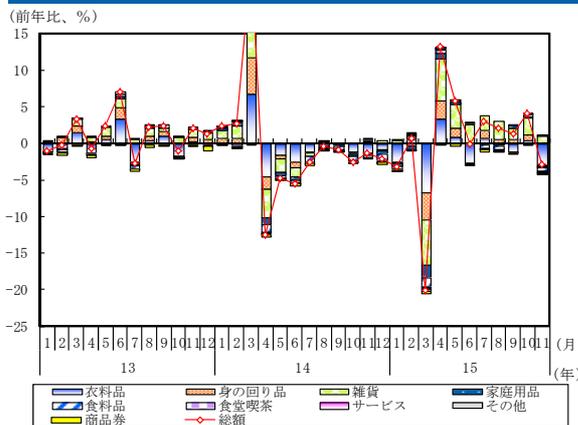
(注) 季節調整は大和総研。  
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



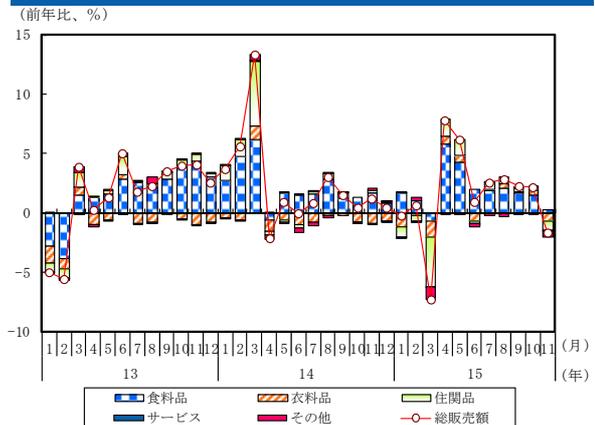
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。  
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



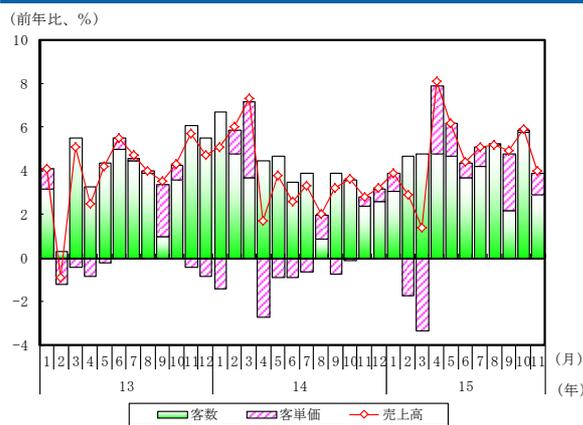
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



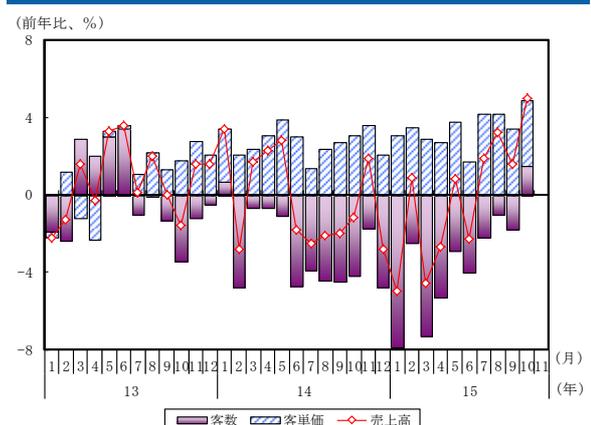
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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