

2016年1月29日 全7頁

Indicators Update

12月消費統計

12月の実質消費支出は4ヶ月ぶりに増加したが、戻りは弱い

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12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+1.0%と4ヶ月ぶりに増加した。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+1.0%と4ヶ月ぶりに増加した。
- 実質消費支出の動きを費目別にみると、「住居」(前月比+9.9%)、「家具・家事用品」(同+5.8%)などが前月から増加した一方、「交通・通信」(同▲7.6%)や「光熱・水道」(同▲6.6%)などが減少した。
- 個人消費はこのところ弱含み傾向で推移しているが、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。足下で原油価格が下落しており、エネルギー価格の下落を通じた実質所得の押し上げ効果が続く予想されるほか、ベースアップ等に伴う名目賃金の上昇も個人消費を下支えする要因となろう。このように個人消費を取り巻く環境が引き続き良好であることに加え、1月に入ってから気温の低下により、短期的には季節商材の動きが活発化すると予想されることも好材料である。以上のことから、先行きの個人消費は底堅く推移すると予想している。

図表1：各種消費指標の概況

		2015年	2015年	2015年	2015年	出所
		9月	10月	11月	12月	
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲0.4	▲2.4	▲2.9	▲4.4	総務省
		前月比 ▲1.3	▲0.7	▲2.2	1.0	総務省
	実質消費支出(除く住居等)	前月比 ▲1.8	▲0.4	▲1.8	1.0	総務省
商業動態統計	小売業	前年比 ▲0.1	1.8	▲1.1	▲1.1	経済産業省
		前月比 0.8	1.2	▲2.5	▲0.2	経済産業省
消費総合指数	前月比 ▲0.4	0.1	▲1.2		内閣府	
百貨店売上高	前年比 1.8	4.2	▲2.7	0.1	日本百貨店協会	
コンビニエンスストア売上高	前年比 1.3	2.5	0.9	1.4	(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 2.9	2.8	▲1.0	0.0	日本チェーンストア協会	
外食売上高	前年比 1.6	5.0	▲0.5	2.7	(一社)日本フードサービス協会	
旅行取扱高	前年比 8.8	5.8	2.6		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12月の実質消費支出は前月比+1.0%と4ヶ月ぶりに増加

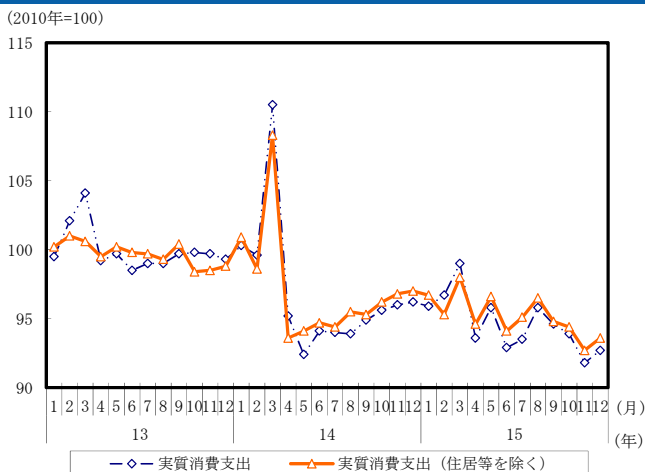
2015年12月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比+1.0%と4ヶ月ぶりに増加した。振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）も同+1.0%と4ヶ月ぶりに増加した。需要側の統計である家計調査に見る個人消費は、4ヶ月ぶりに増加したものの、戻りは弱い。

10大費目別の動き：「住居」、「家具・家事用品」など5項目が前月から増加

実質消費支出の動きを費目別にみると、前月から増加したのは5項目であった。増加した項目は前月に大きくマイナス寄与となった「住居」（前月比+9.9%）のほか、「家具・家事用品」（同+5.8%）、「保健医療」（同+3.2%）、「食料」（同+0.6%）、「諸雑費」（同+0.8%）である。「家具・家事用品」では、暖冬の影響で冷暖房用器具への支出は振るわなかったが、家事用耐久財への支出は堅調だった模様である。「保健医療」では、保健医療サービスへの支出増がプラスに寄与したとみられる。また、「食料」では、穀類や野菜・海藻の購入が増加した模様である。

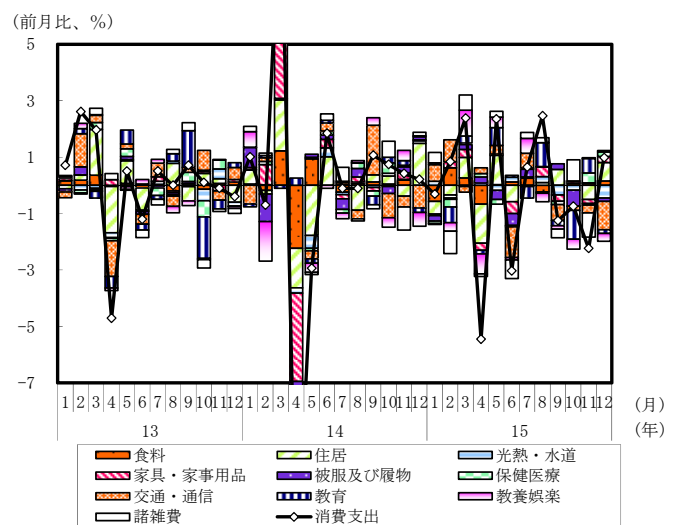
一方、「交通・通信」（前月比▲7.6%）、「光熱・水道」（同▲6.6%）、「教養娯楽」（同▲2.8%）、「教育」（同▲3.0%）、「被服及び履物」（同▲2.8%）が前月から減少した。「交通・通信」については、軽乗用車や小型乗用車の購入が振るわず、自動車等関連費がマイナスに寄与した模様である。「光熱・水道」では、暖冬の影響で暖房器具の使用が控えられ、電気代やガス代の支出が減少した。また、「教養娯楽」では、パック旅行費の減少が影響した模様である。年末年始の曜日の並びが悪く、旅行需要に影響が出た可能性が指摘できる。

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

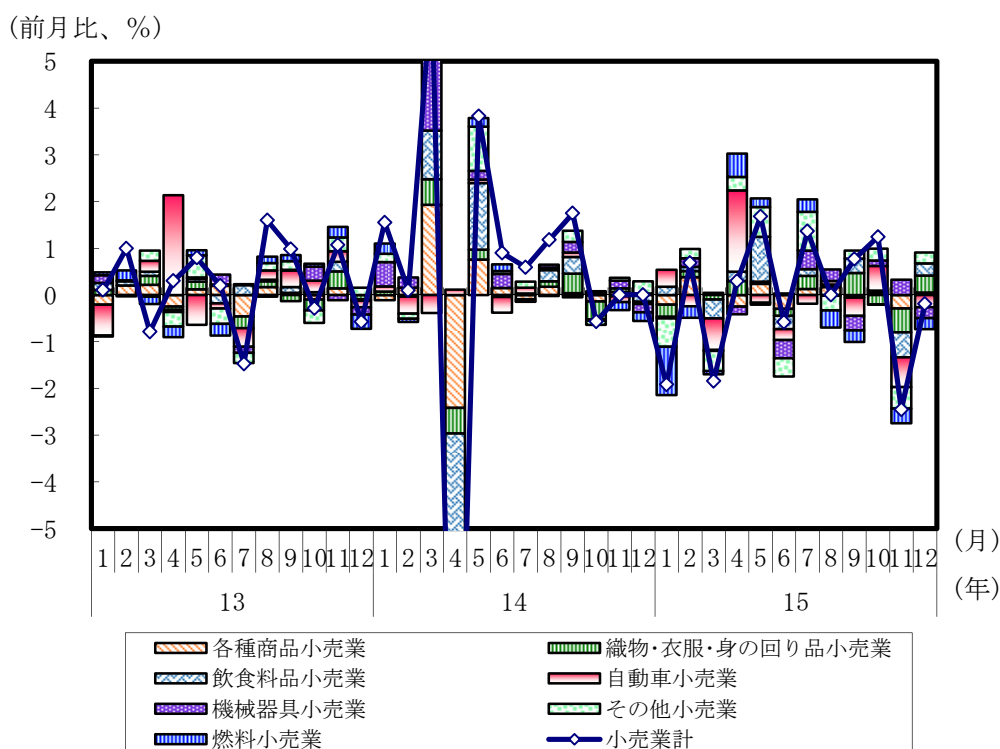
商業動態統計の名目小売販売額は前月比▲0.2%と、2ヶ月連続で減少

12月の商業動態統計を見ると、名目小売販売額は季節調整済み前月比▲0.2%と、2ヶ月連続の減少となった（図表4）。前月比を3ヶ月移動平均で均してみても同▲0.5%と、2ヶ月連続で減少していることから、供給側からみた個人消費は弱含み傾向にあると評価できる。

内訳を見ると、「自動車小売業」（前月比▲2.2%）、「機械器具小売業」（同▲3.4%）、「燃料小売業」（同▲2.4%）が減少した。「自動車小売業」では、普通乗用車の販売は好調だったものの、軽乗用車や小型乗用車の販売が振るわなかったことが減少に寄与した模様である。また、12月は全国的に気温が高く、エアコン等暖房器具の販売不振が「機械器具小売業」の減少につながった。加えて、「燃料小売業」では、ガソリン等の販売価格が下落したことが影響した。

一方、「織物・衣服・身の回り品小売業」（前月比+4.7%）が3ヶ月ぶりに増加に転じたほか、「飲食料品小売業」（同+0.8%）、「各種商品小売業」（同+0.5%）が増加した。「織物・衣服・身の回り品小売業」については、暖冬の影響で引き続きコート等の重衣料の販売は伸び悩んだものの、前月に大きく減少した反動増の影響があったとみられる。また、「飲食料品小売業」は、鍋物関連の動きが鈍かったものの、全体としては堅調に推移した模様である。

図表4：商業動態統計の推移



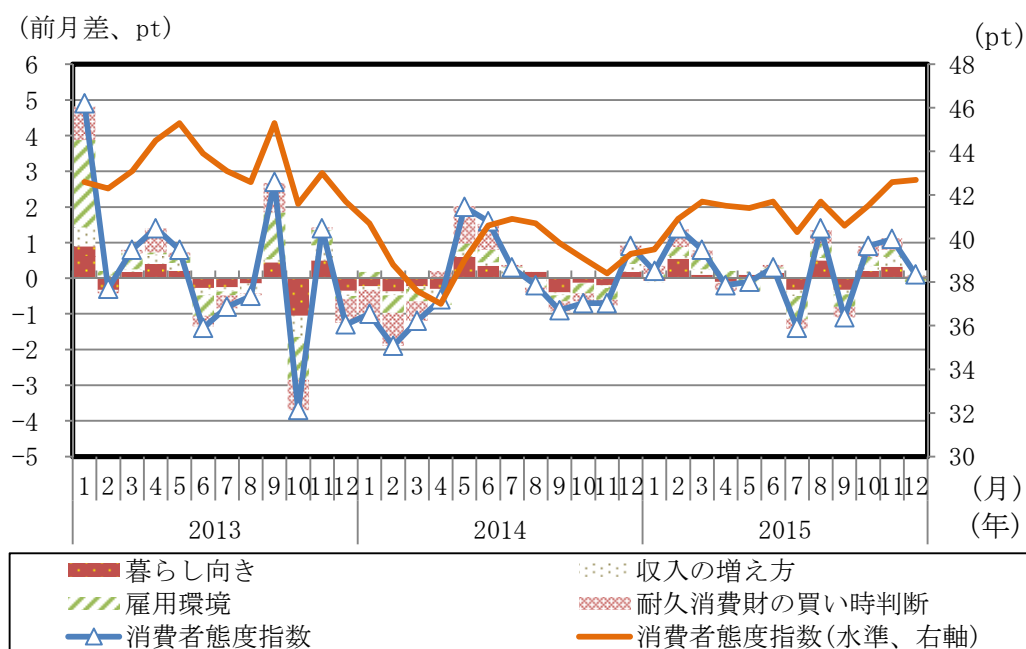
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインドは改善基調が継続

2015年12月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月差+0.1ptと3ヶ月連続で上昇した（図表5）。消費者態度指数は前月につけた2年ぶりの水準を再び更新した。ただし、消費者態度指数の内訳を見ると、項目ごとに強弱まちまちであった。「収入の増え方」が前月差+0.7pt、「暮らし向き」が同+0.2ptと3ヶ月連続で上昇した。一方、「耐久消費財の買い時判断」が同横ばいとなったほか、「雇用環境」は同▲0.4ptと3ヶ月ぶりに低下した。

「資産価値」に関する意識指標は同▲1.2ptと、3ヶ月ぶりに低下した。世界経済に対する先行き不透明感の強まり等を背景に、日経平均株価が軟調に推移していたことなどがマインドの悪化につながったものと推測される。なお、1月に入ってから日経平均株価の下落基調が続いていることに鑑みると、1月の「資産価値」に関する意識指標も低下する可能性が高いと考えられる。

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

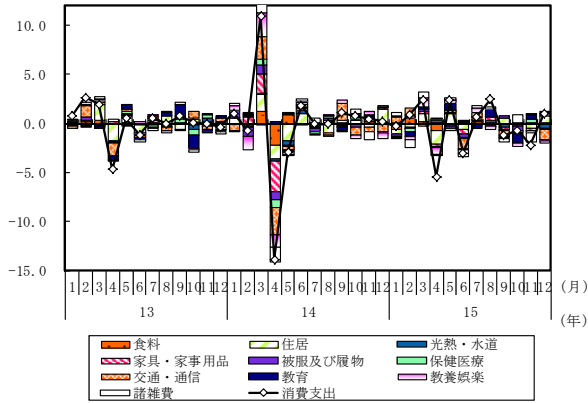
先行きの個人消費は底堅く推移する見通し

個人消費はこのところ弱含み傾向で推移しているが、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。足下で原油価格が下落しており、エネルギー価格の下落を通じた実質所得の押し上げ効果が続く予想されるほか、ベースアップ等に伴う名目賃金の上昇も個人消費を下支えする要因となろう。このように個人消費を取り巻く環境が引き続き良好であることに加え、1月に入ってからからの気温の低下により、短期的には季節商材の動きが活発化すると予想されることも好材料である。以上のことから、先行きの個人消費は底堅く推移すると予想している。

消費・概況①

実質消費支出の費目別寄与度

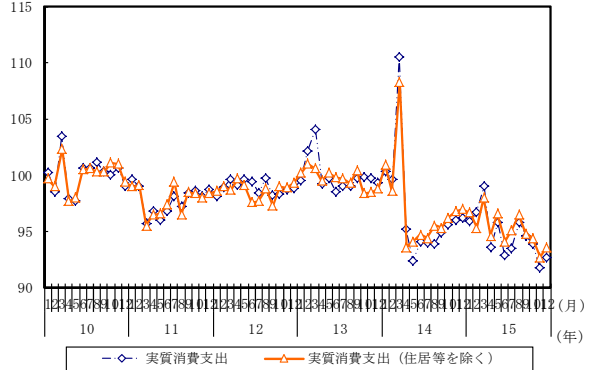
(前月比、%)



(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)

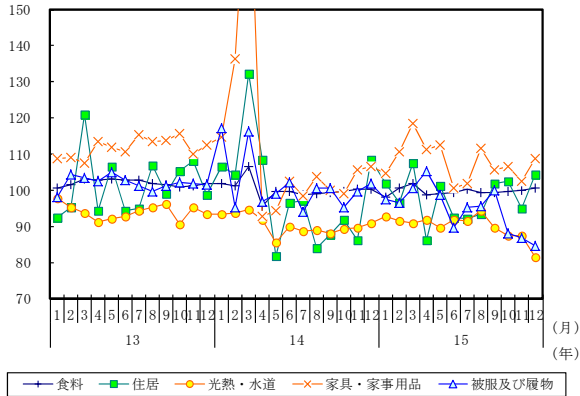
(2010年=100)



(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

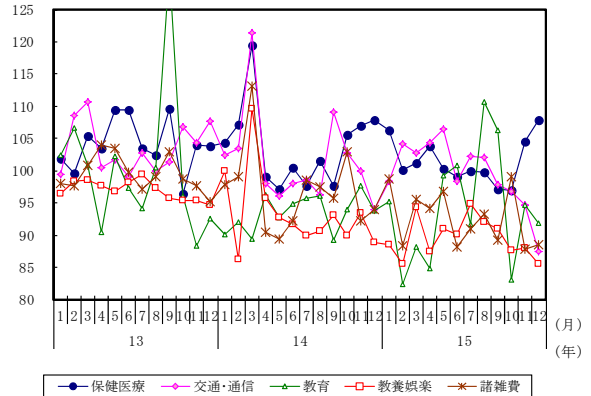
(2010年=100)



(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

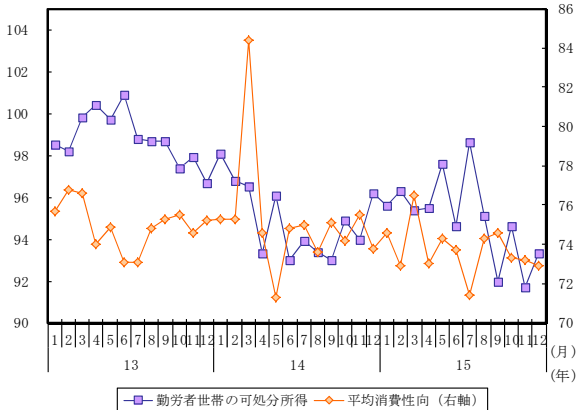
(2010年=100)



(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

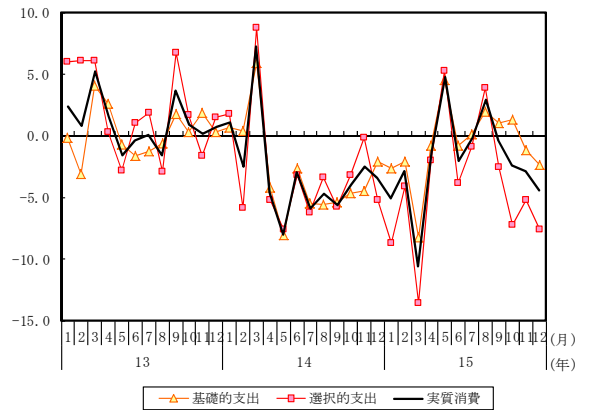
(2010年=100)



(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

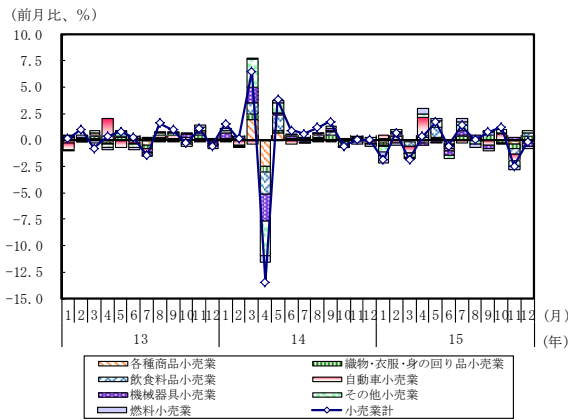
(前年比、%)



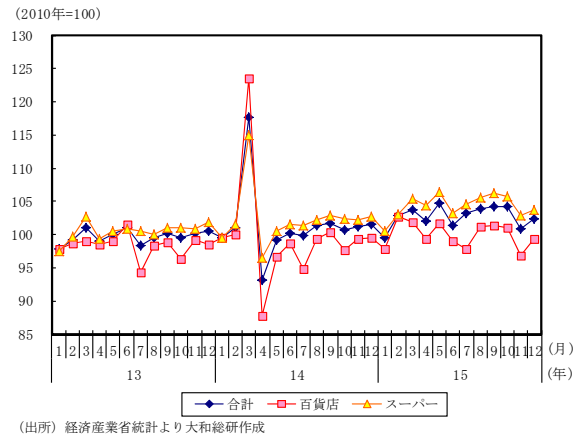
(出所) 総務省統計より大和総研作成

消費・概況②

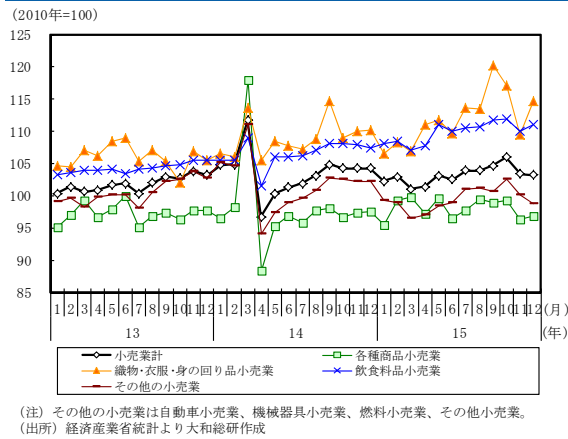
商業動態統計小売販売額の推移



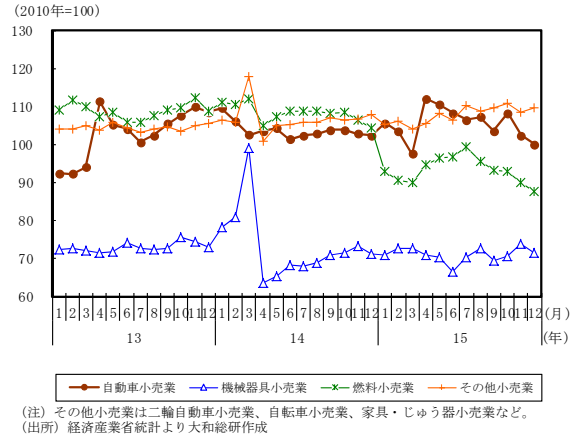
大型小売店業態別商品販売額



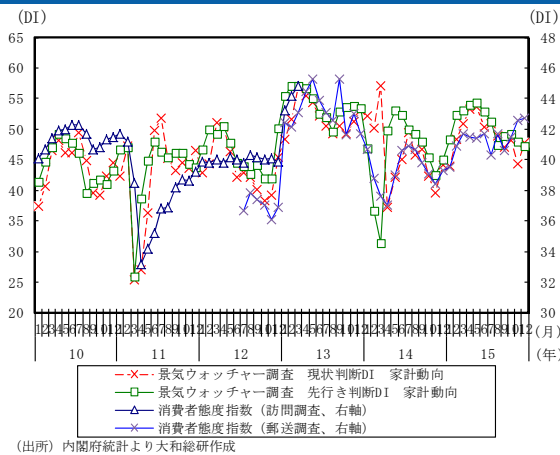
業種別小売販売①



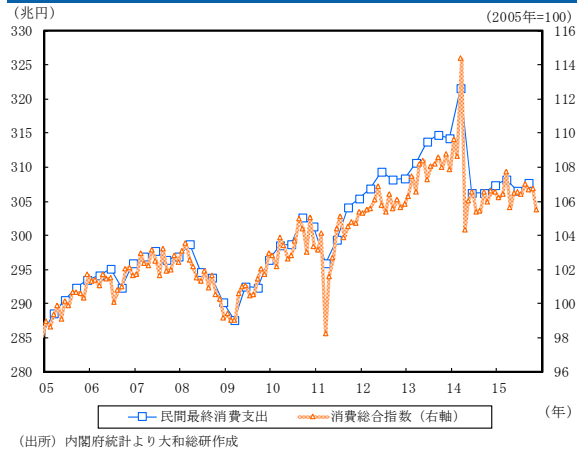
業種別小売販売②



消費者マインド

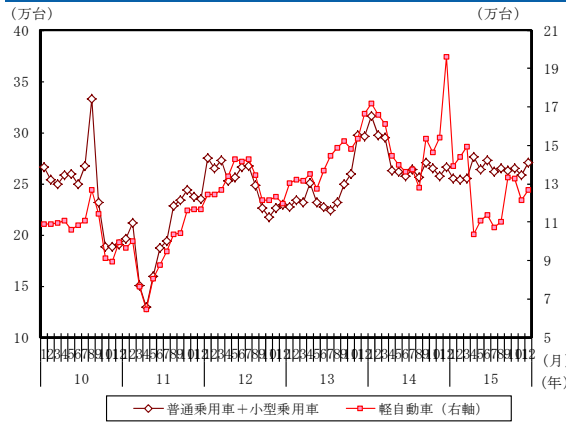


GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



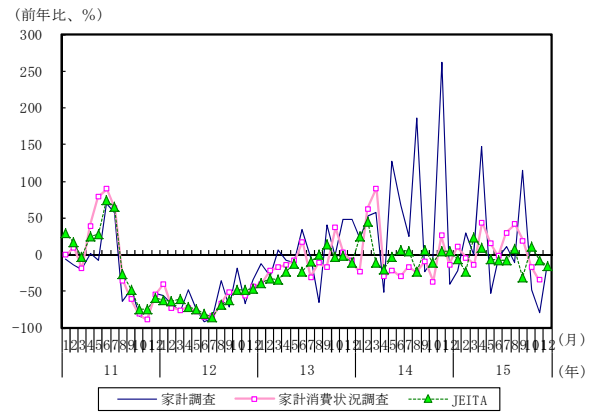
消費・協会統計

新車販売台数



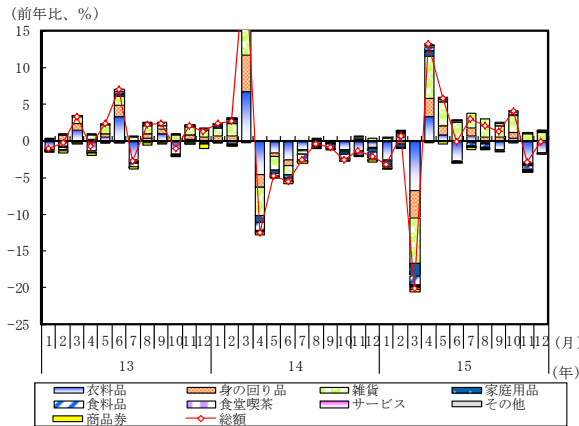
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



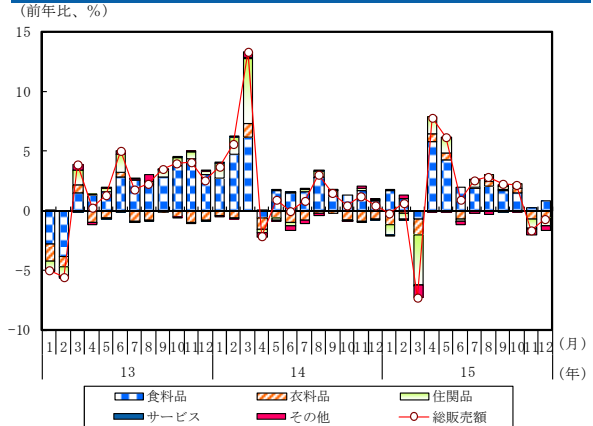
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



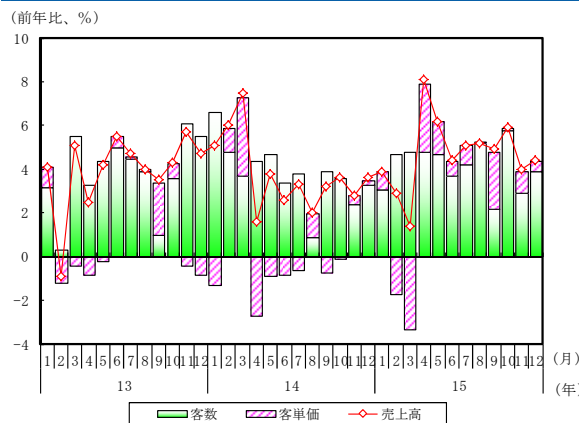
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



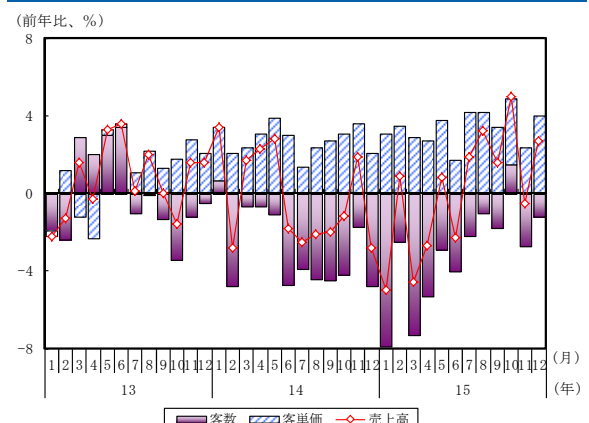
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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