

2016年3月1日 全7頁

## Indicators Update

# 1月消費統計

実質消費支出は低水準で横ばい圏での推移

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]

- 2016年1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▲0.6%と2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）は同▲0.2%と2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▲18.3%）、「教育」（同▲5.5%）などが前月から減少した一方、「交通・通信」（同+12.1%）や「被服及び履物」（同+7.1%）などが増加した。
- 個人消費はこのところ弱含み傾向が継続しているが、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。年明け以降、原油価格が一段と下落しており、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と予想され、個人消費を下支えする要因になろう。また、1月完全失業率（3.2%）や1月有効求人倍率（1.28倍）にみられるように、引き続き雇用環境が良好であることも好材料だ。加えて、年初来下落基調にあった株価が、足下で落ち着きを取り戻しつつあることは先行きの消費者マインドを改善させることとなろう。

図表1：各種消費指標の概況

		2015年			2016年	出所
		10月	11月	12月	1月	
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲2.4	▲2.9	▲4.4	▲3.1	総務省
		前月比 ▲0.6	▲2.2	1.0	▲0.6	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比 ▲0.3	▲1.8	0.6	▲0.2	総務省
商業動態統計	小売業	前年比 1.8	▲1.1	▲1.1	▲0.1	経済産業省
		前月比 1.2	▲2.5	▲0.3	▲1.1	経済産業省
消費総合指数	前月比	0.0	▲1.1	0.1		内閣府
百貨店売上高	前年比	4.2	▲2.7	0.1	▲1.9	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高	前年比	2.5	0.9	1.4	1.0	(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	2.8	▲1.0	0.0	2.3	日本チェーンストア協会
外食売上高	前年比	5.0	▲0.5	2.7	5.3	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高	前年比	5.8	2.6	▲1.0		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

## 2016年1月の実質消費支出は前月比▲0.6%と2ヶ月ぶりに減少

2016年1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▲0.6%と2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▲0.2%と2ヶ月ぶりに減少した。需要側の統計である家計調査に見る個人消費は、低水準で横ばい圏での推移となっている。

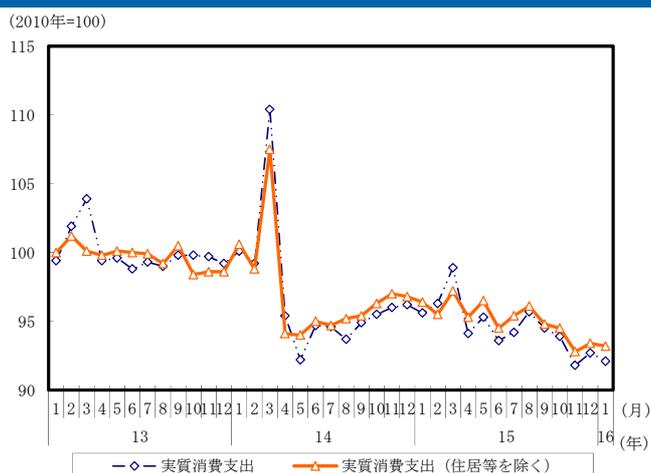
### 10大費目別の動き：「住居」、「教育」など4費目が前月から増加

実質消費支出の動きを費目別に見ると、前月から減少したのは10大費目中4費目であった。前月に増加していた「住居」（前月比▲18.3%）や「教育」（同▲5.5%）、「教養娯楽」（同▲0.6%）、「光熱・水道」（同▲0.1%）が下落した。「住居」では、設備・修繕維持費が大幅減となったことが影響した模様である。また、「教育」では、授業料への支出の減少がマイナスに寄与したものとみられる。

一方、「交通・通信」（前月比+12.1%）、「被服及び履物」（同+7.1%）、「諸雑費」（同+4.0%）、「保健医療」（同+3.7%）、「家具・家事用品」（同+2.2%）が前月から増加した。「交通・通信」については、普通乗用車の購入増加を背景に自動車等購入がプラスに寄与した模様である。「被服及び履物」では、暖冬の影響で婦人用洋服などへの支出は控えられた一方で、被服関連サービスへの支出増が全体を押し上げたとみられる。また、「保健医療」については、保健医療サービスへの支出が増加した模様であり、保険医療への支出は4ヶ月連続で増加している。

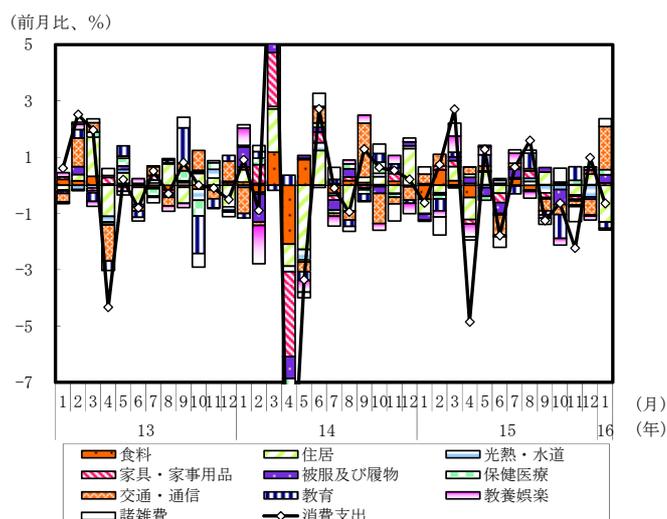
なお、「食料」については、前月比横ばいであった。

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

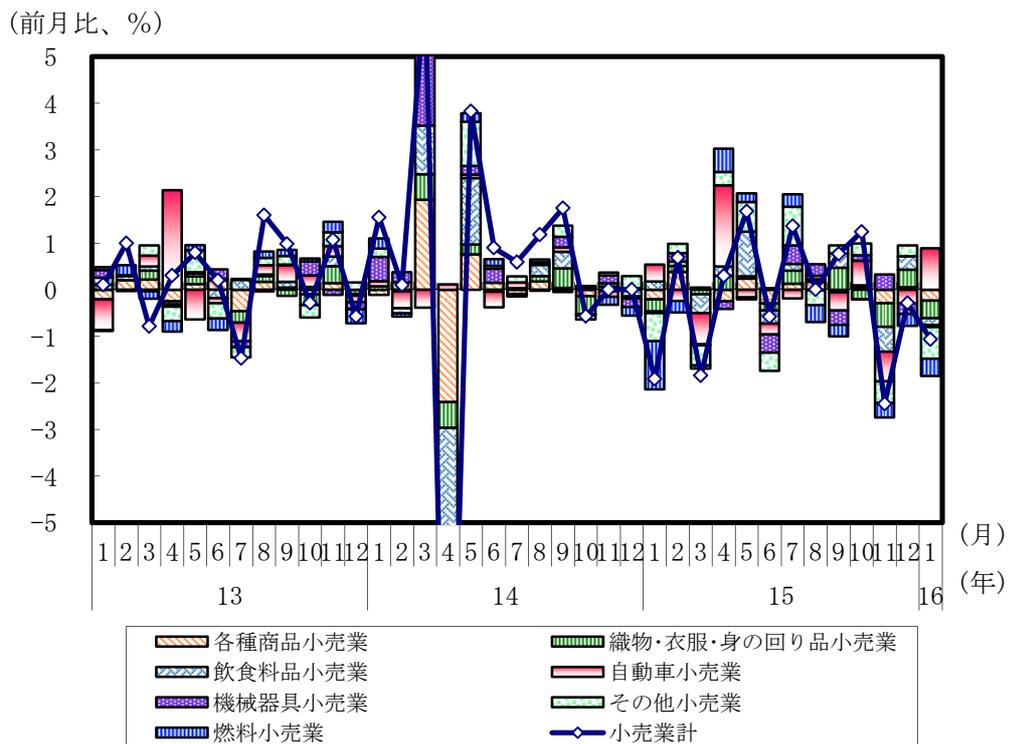
## 商業動態統計の名目小売販売額は3ヶ月連続で減少。弱含み傾向が継続

2016年1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▲1.1%と、3ヶ月連続の減少となった（図表4）。供給側統計から見た個人消費は、弱含み傾向が継続していると評価できる。

内訳を見ると、「その他小売業」（前月比▲0.3%）や「織物・衣服・身の回り品小売業」（同▲4.9%）、「燃料小売業」（同▲3.9%）、「各種商品小売業」（同▲2.5%）などが減少した。「織物・衣服・身の回り品小売業」では、1月前半の暖冬の影響により、冬物衣料の販売が不振だった。月後半からは気温が下がったものの、挽回することはできなかった。「燃料小売業」においても、暖冬の影響が見られ、厳冬期に需要が見込める灯油などの販売が振るわなかった。加えて、ガソリンなどの販売価格の下落もマイナスに寄与したと考えられる。

一方、前月比で増加したのは「自動車小売業」（前月比+7.6%）のみであった。12月に人気車種の新型モデルが登場し、普通車を中心に需要が強まったことが販売額を押し上げた。

図表4：商業動態統計の推移



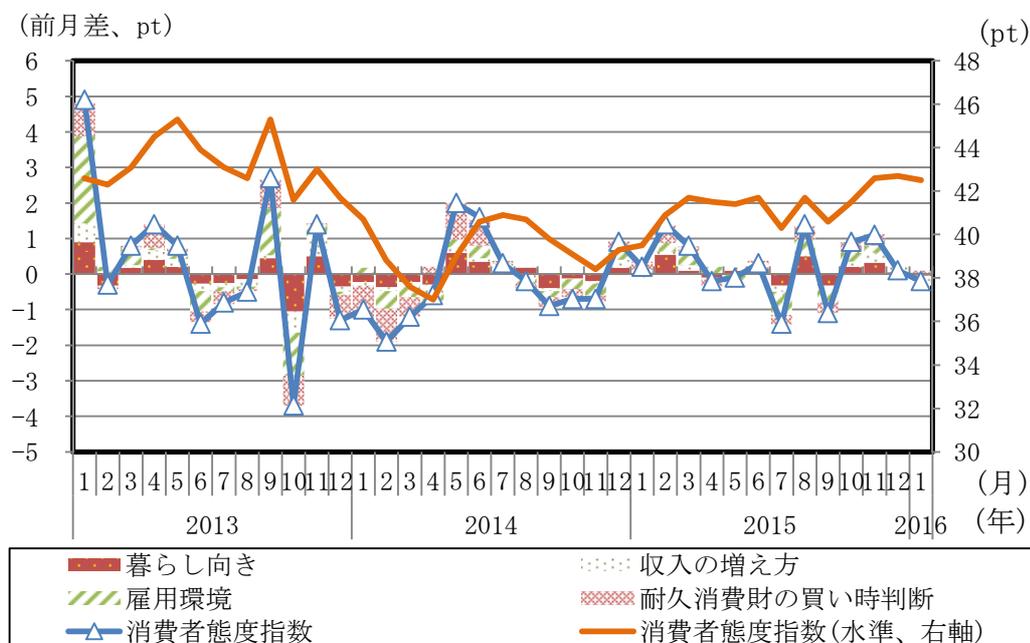
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

## 消費者マインドは4ヶ月ぶりに低下。株価下落は先行きの消費者マインドの重石に

2016年1月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月差▲0.2ptと4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、構成4項目のうち3項目が低下した。「収入の増え方」が前月差▲0.6pt、「雇用環境」が同▲0.5pt、「暮らし向き」が同▲0.2pt下落した。一方、「耐久消費財の買い時判断」については同+0.4ptと上昇した。

「資産価値」に関する意識指標は同▲4.5ptと、2ヶ月連続で低下した。2015年末以来、世界的に株安・原油安が進行し、為替市場においては円高が進行した。日本の株式市場を取り巻く環境が急激に悪化し、日経平均株価が急落したことなどがマインドの悪化につながったと考えられる。なお、調査時点となる2月半ばの日経平均株価の水準は1月から下落しているため、2月の「資産価値」に関する意識指標も低下する公算が大きい。株価下落は先行きの消費者マインドを冷え込ませる可能性がある点に留意しておきたい。

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

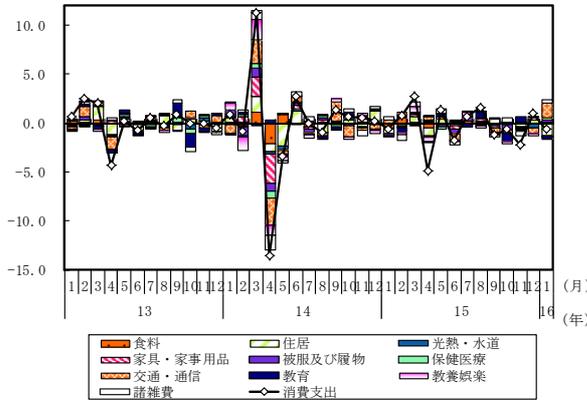
## 先行きの個人消費について過度な悲観は不要

個人消費はこのところ弱含み傾向が継続しているが、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。年明け以降、原油価格が一段と下落しており、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と予想され、個人消費を下支えする要因となる。また、1月完全失業率(3.2%)や1月有効求人倍率(1.28倍)に見られるように、引き続き雇用環境が良好であることも好材料だ。加えて、年初来下落基調にあった株価が足下で落ち着きを取り戻しつつあることは、先行きの消費者マインドを改善させる一因となろう。

消費・概況①

実質消費支出の費目別寄与度

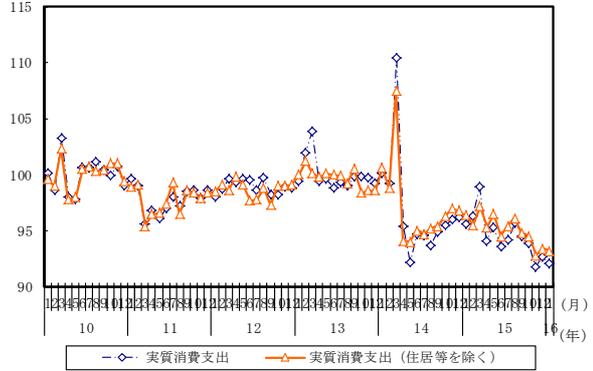
(前月比、%)



(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)

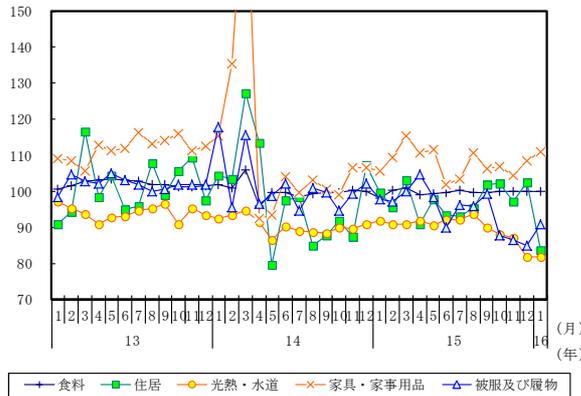
(2010年=100)



(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

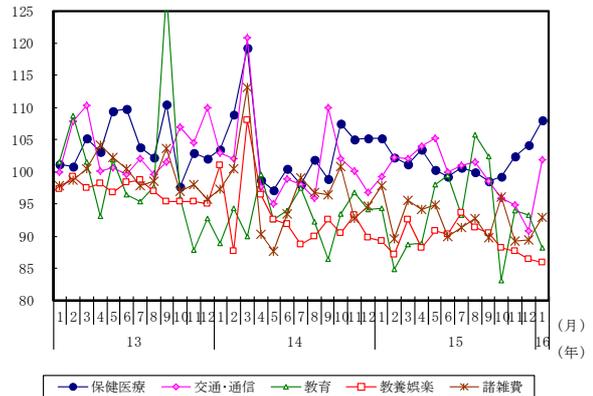
(2010年=100)



(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

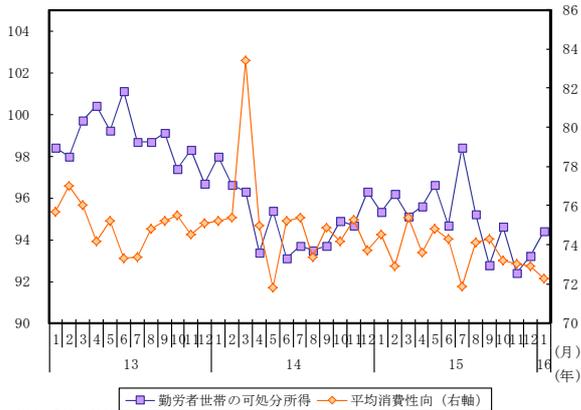
(2010年=100)



(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

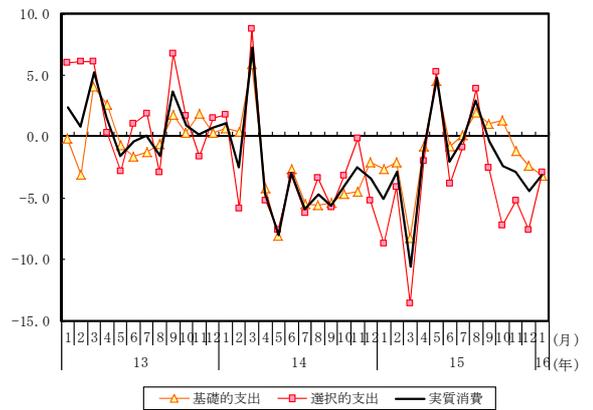
(2010年=100)



(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

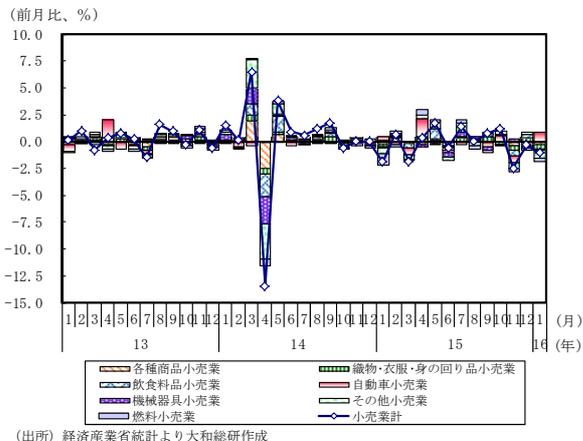
(前年比、%)



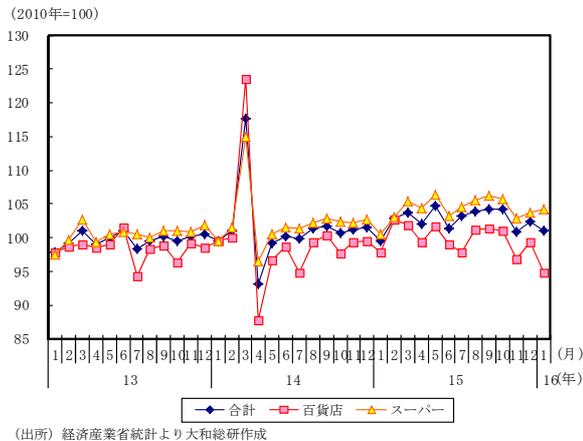
(出所) 総務省統計より大和総研作成

**消費・概況②**

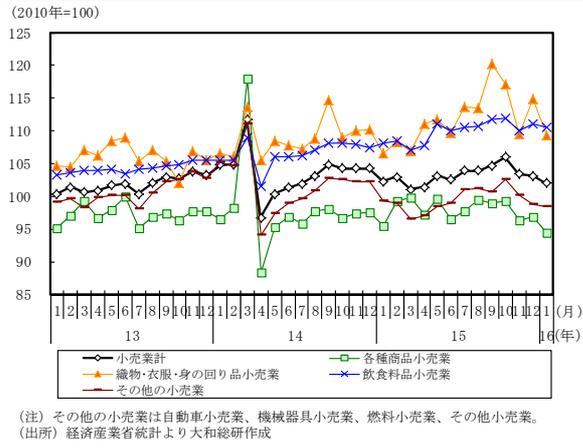
**商業動態統計小売販売額の推移**



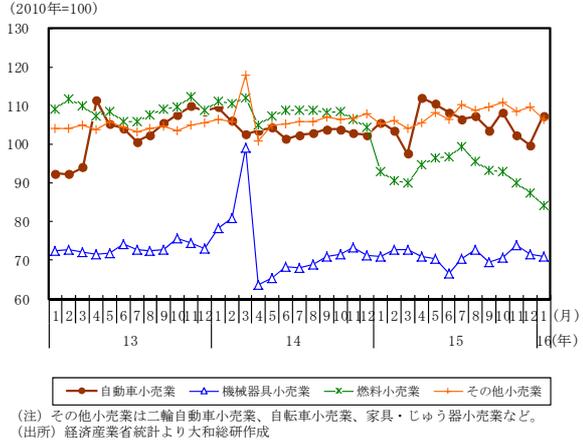
**大型小売店業態別商品販売額**



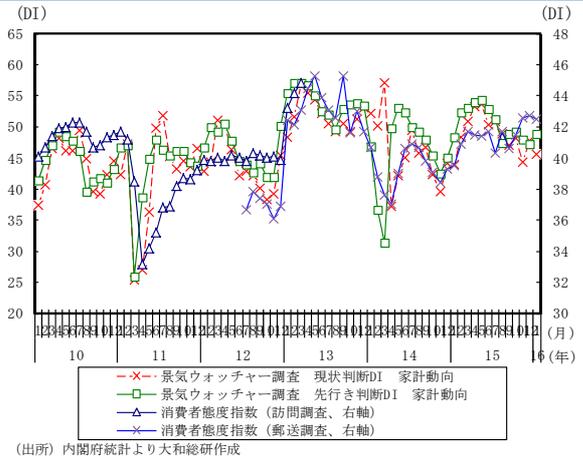
**業種別小売販売①**



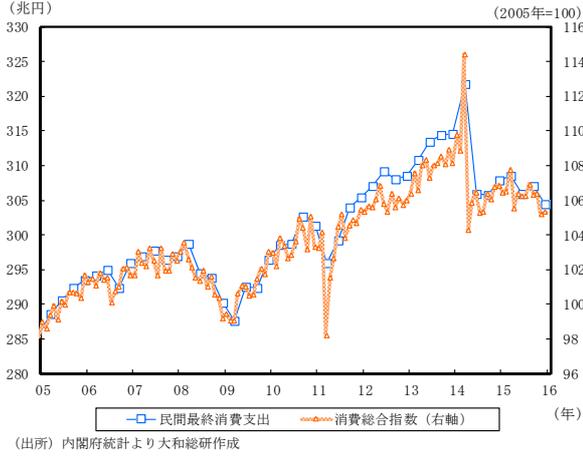
**業種別小売販売②**



**消費者マインド**

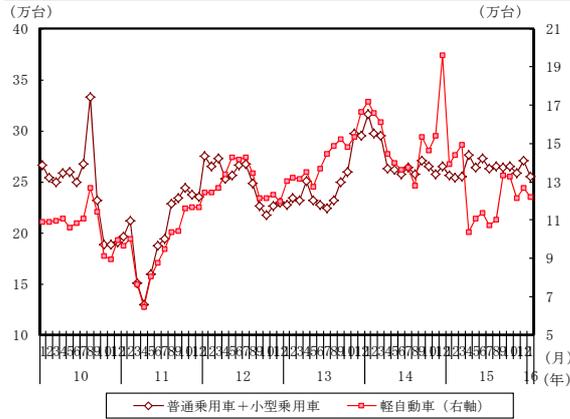


**GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数**



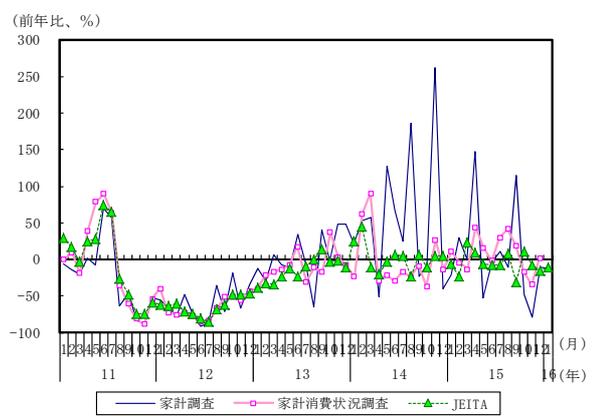
消費・協会統計

新車販売台数



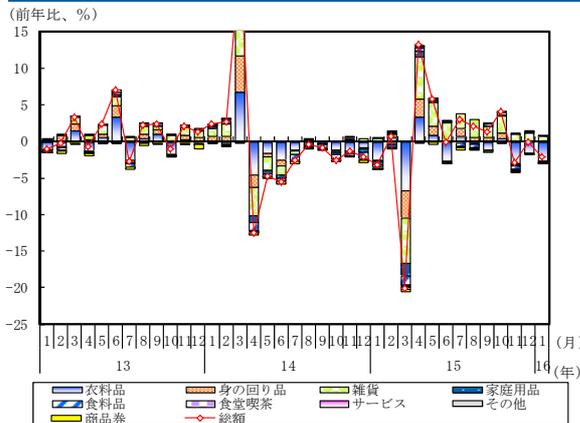
(注) 季節調整は大和総研。  
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



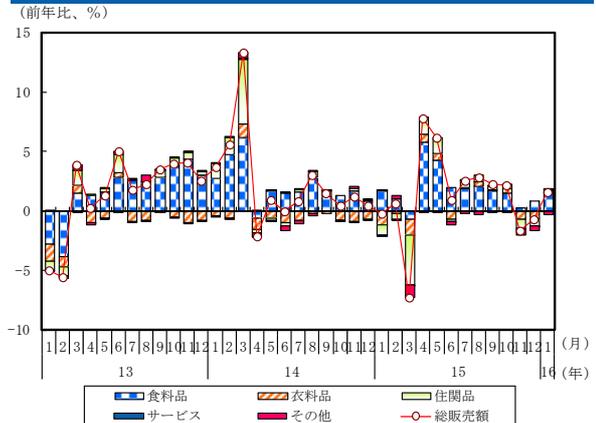
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。  
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



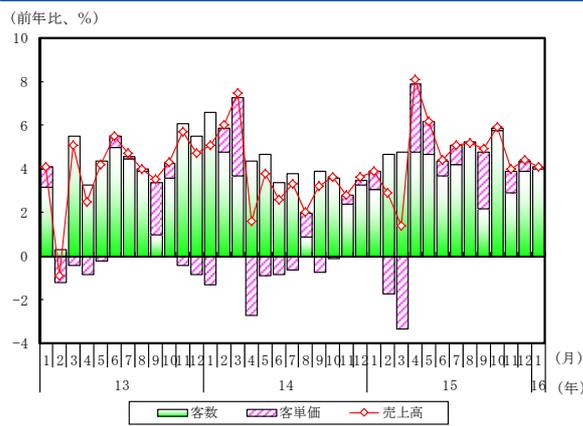
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



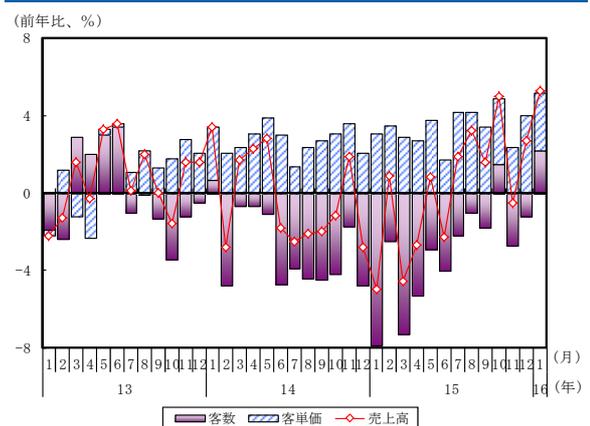
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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