

2016年4月28日 全8頁

## Indicators Update

### 3月消費統計

個人消費の停滞が継続していることを確認

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3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+0.5%と2ヶ月連続で増加した。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）は同▲0.7%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見ると、「住居」（前月比+22.7%）、「家具・家事用品」（同+7.0%）などが前月から増加した一方、「交通・通信」（同▲13.9%）や「教育」（同▲9.4%）などが減少した。
- 先行きの個人消費については、非常に緩やかながら拡大基調をたどると見込んでいるが、個人消費を取り巻く環境は厳しさを増しており、足元の停滞が長期化するリスクも浮上してきている。タイトな労働需給や、政府が景気対策として検討中の低所得者向け給付金は、先行きの個人消費を下支えするだろう。一方、今年のベースアップの増加幅が昨年より縮小したことなどは消費を抑える要因となる。加えて、4月に発生した熊本地震を受けて、国内においても消費自粛ムードが高まってくることになれば、個人消費の停滞が長期化する公算が大きい。

図表1：各種消費指標の概況

		2015年 12月	2016年 1月	2月	3月	出所
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲4.4	▲3.1	1.2	▲5.3	総務省
		前月比 1.0	▲0.6	1.7	0.5	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比 0.6	▲0.2	1.2	▲0.7	総務省
商業動態統計	小売業	前年比 ▲1.1	▲0.2	0.4	▲1.1	経済産業省
		前月比 ▲0.2	▲0.4	▲2.3	1.4	経済産業省
消費総合指数	前月比	0.2	0.5	▲0.2		内閣府
百貨店売上高	前年比	0.1	▲1.9	0.2	▲2.9	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高	前年比	1.4	1.0	1.6	▲0.1	(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	0.0	2.3	3.4	▲0.3	日本チェーンストア協会
外食売上高	前年比	2.7	5.3	5.5	1.8	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高	前年比	▲1.0	2.5	3.2		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3月の実質消費支出は前月比+0.5%と2ヶ月連続で増加

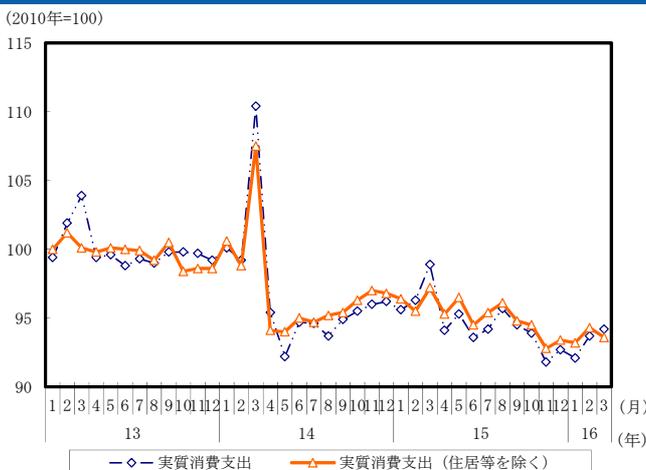
2016年3月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比+0.5%と2ヶ月連続で増加した。一方、振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）は同▲0.7%と2ヶ月ぶりに減少した。需要側の統計である家計調査に見る個人消費は、年初に底打ちした可能性があるものの、依然として停滞していると評価する。

## 10大費目別の動き：増加した費目は5費目であり、強弱まちまちの結果

実質消費支出の動きを費目別に見ると、前月から増加したのは10大費目中5費目であり、強弱まちまちであった。「住居」（前月比+22.7%）が2ヶ月連続で増加したほか、「家具・家事用品」（同+7.0%）、「食料」（同+0.5%）、「光熱・水道」（同+0.6%）、「被服及び履物」（同+0.8%）が増加した。「住居」については、月上旬の温暖な天候などを背景に、設備修繕・維持の支出が増加したもようである。「食料」は、昨年9月以来前月比でマイナスとはなっていない。他の消費を切り詰める一方で、必需品である食料への支出を伸ばしている可能性があると考えられる。「被服及び履物」については、3月は月間を通じての寒暖の差が大きかったものの、気温が高かった月上旬に春物衣料への支出が増加した可能性が指摘できる。また、被服及び履物への支出は2月に落ち込んでおり、その反動の影響もあったとみられる。

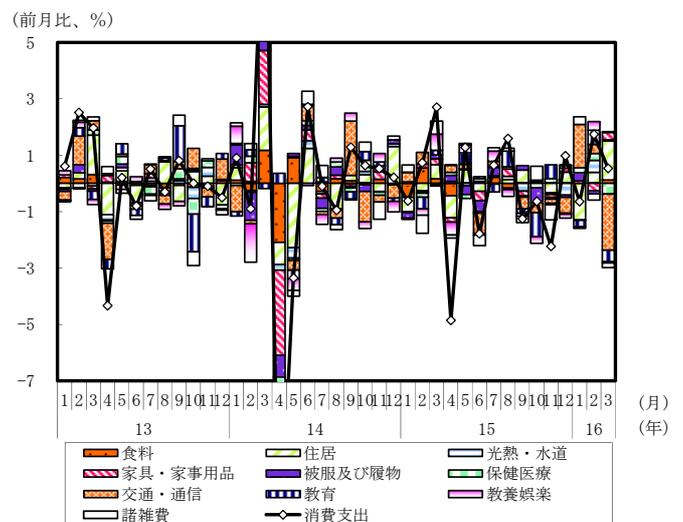
一方、「交通・通信」（前月比▲13.9%）、「教育」（同▲9.4%）、「保健医療」（同▲7.1%）、「諸雑費」（同▲2.3%）、「教養娯楽」（同▲0.5%）が前月から減少した。普通車や軽自動車などの自動車購入が手控えられたことが「交通・通信」への支出を押し下げたもようである。「教育」は前月比で大幅減となったが、これは2月に大幅増となった反動の影響があるとみられる。

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



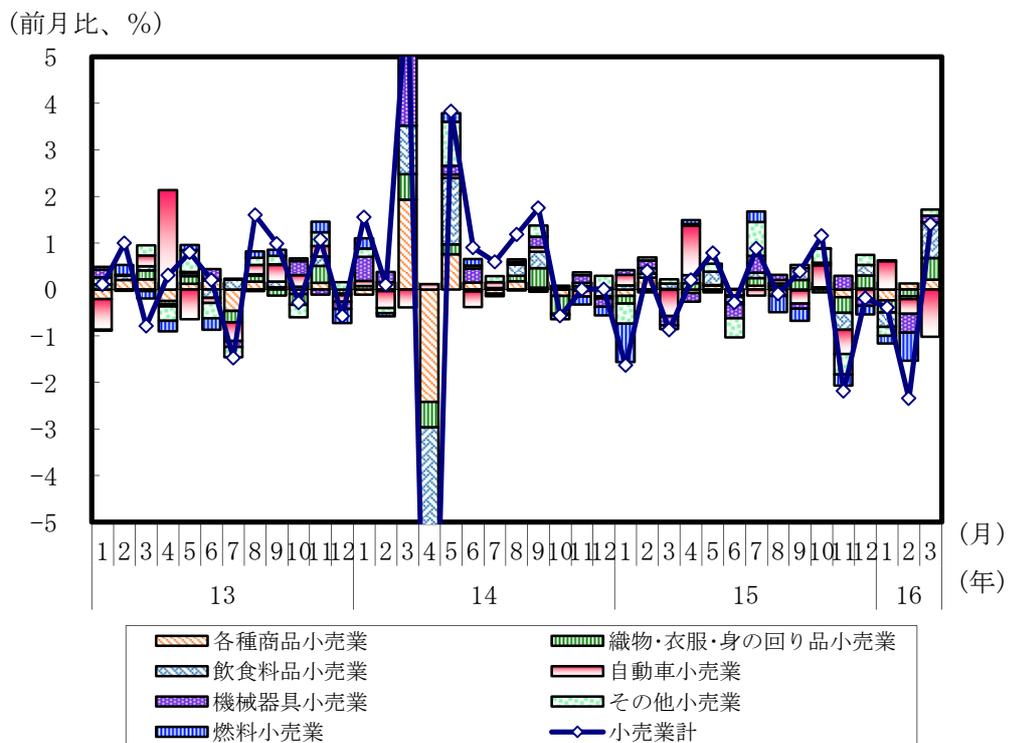
## 商業動態統計の名目小売販売額は5ヶ月ぶりに増加したが、弱含み傾向

2016年3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+1.4%であった。5ヶ月ぶりの増加となったが（図表4）、ならしてみると、供給側統計から見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、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同+6.0%）や「飲食料品小売業」（同+2.5%）、「各種商品小売業」（同+2.2%）などが増加した。「織物・衣服・身の回り品小売業」では、3月は寒暖の差が大きかったものの、上旬の気温高で春物衣料が好調だったもようである。「飲食料品小売業」においては、生鮮食品の価格上昇が背景にあるとみられる。

一方、前月比で減少したのは「自動車小売業」（前月比▲8.7%）のみであった。普通車や軽自動車の販売が低調に推移していることと整合的な動きである。

図表4：商業動態統計の推移



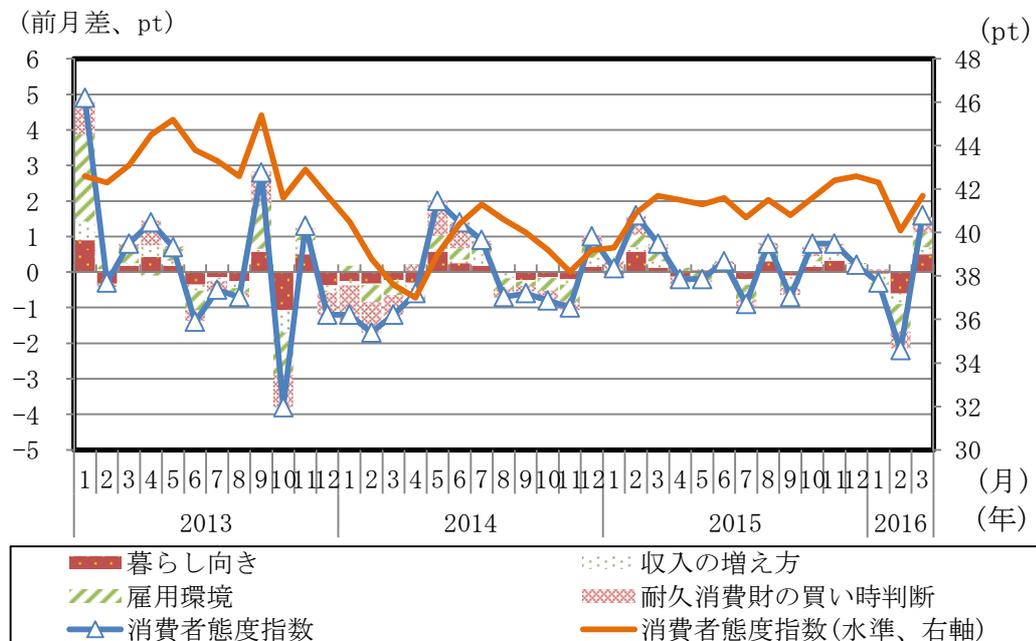
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

## 消費者マインドは3ヶ月ぶりに改善

2016年3月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月差+1.6ptと3ヶ月ぶりに上昇した(図表5)。世界経済の先行き不透明感の強まりや日銀によるマイナス金利の導入などを背景に、急速に冷え込んでいた消費者マインドがひとまず改善した。消費者態度指数の内訳を見ると、「暮らし向き」(同+2.0pt)、「雇用環境」(同+1.7pt)、「耐久消費財の買い時判断」(同+1.7pt)、「収入の増え方」(同+0.8pt)の全てが改善した。「収入の増え方」の改善幅が他と比較して小幅にとどまったのは、今年のベースアップの増加幅が昨年より縮小するとの見方が広がっていたことが背景にあるとみられる。

「資産価値」に関する意識指標は同+2.5ptと、4ヶ月ぶりに改善した。世界の金融市場を覆っていた過度な悲観論が幾分か後退し、日経平均株価が2月半ばを底として上昇基調に転じていたことなどが指標の改善につながったと考えられる。

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

## 個人消費の停滞が長期化するリスクが浮上している点に留意したい

先行きの個人消費については、非常に緩やかながら拡大基調をたどると見込んでいるが、個人消費を取り巻く環境は厳しさを増しており、足元の停滞が長期化するリスクも浮上してきている。

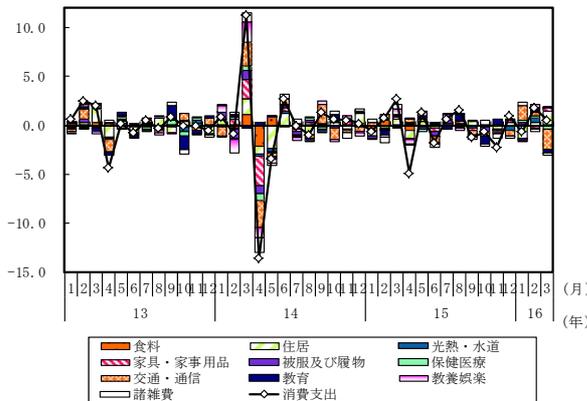
労働需給は引き続きタイトな状況にあり、このことが雇用者報酬の増加を通じて個人消費を下支えするとみている。加えて、政府が景気対策として実施する低所得の年金受給者に対する給付金も先行きの個人消費を下支えするだろう。

一方で、今年の春季労使交渉においてベースアップの増加幅が昨年より縮小したことは消費マインドを抑制する一因となる。また、原油価格が上昇に転じた結果、実質賃金の増加ペースが鈍化するとみられることも消費を抑える要因となろう。加えて、4月に発生した熊本地震を受けて、国内においても消費自粛ムードが高まってくることになれば、個人消費の停滞が長期化する公算が大きい。また、九州地方を中心に訪日外国人客が減少することが予想され、供給側の統計である商業動態統計の名目小売販売額の重石になるとみている。

消費・概況①

実質消費支出の費目別寄与度

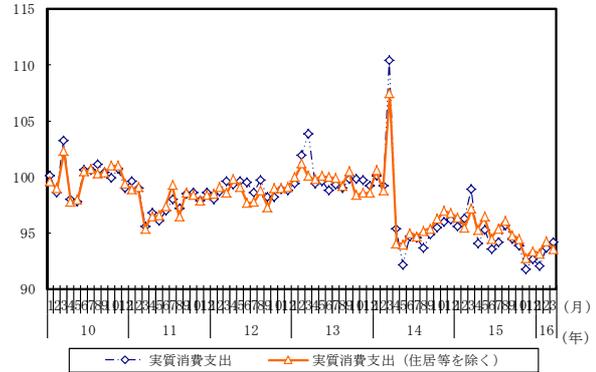
(前月比、%)



(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)

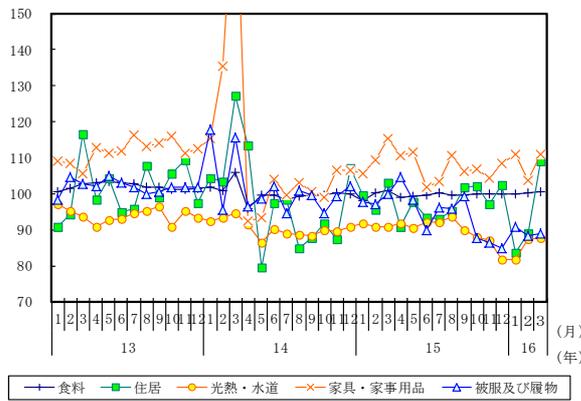
(2010年=100)



(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

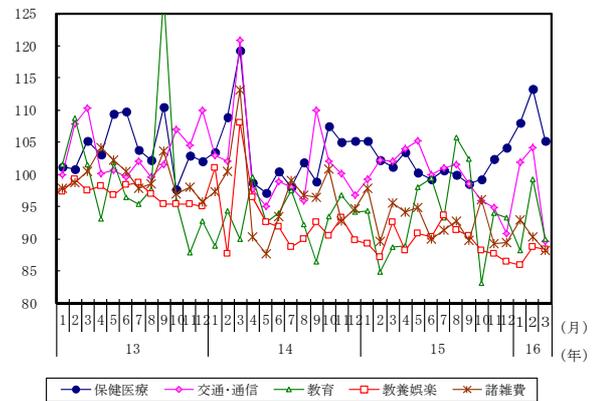
(2010年=100)



(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

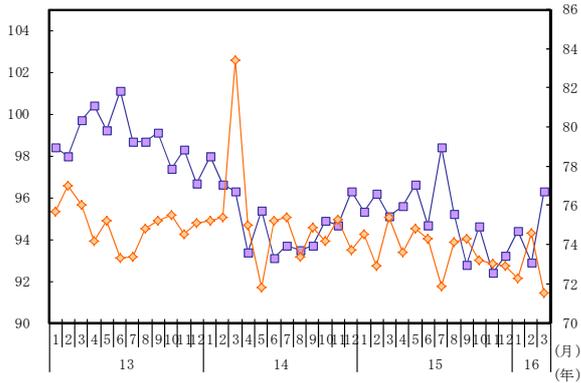
(2010年=100)



(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

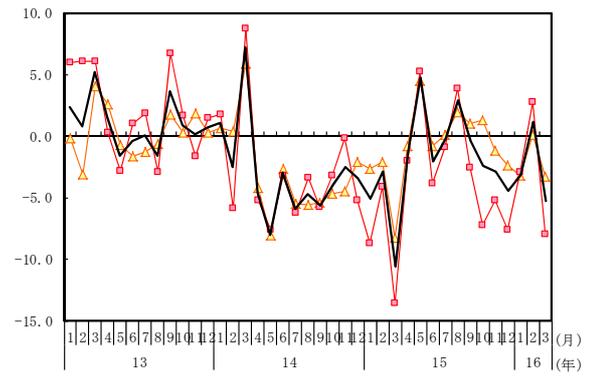
(2010年=100)



(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

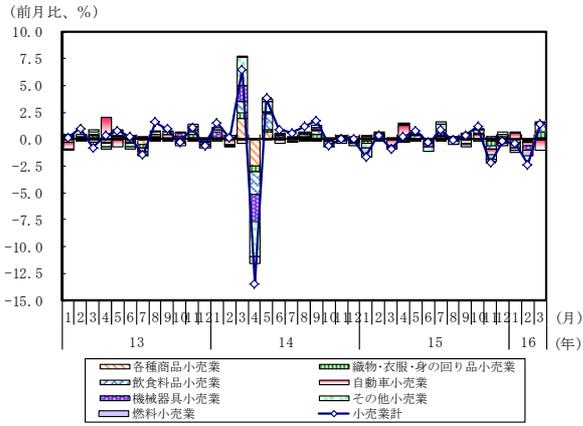
(前年比、%)



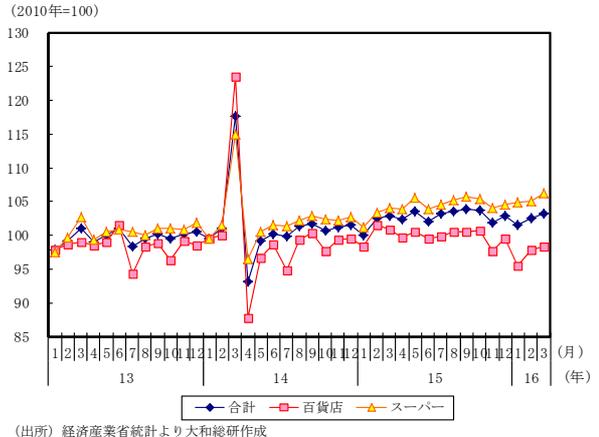
(出所) 総務省統計より大和総研作成

**消費・概況②**

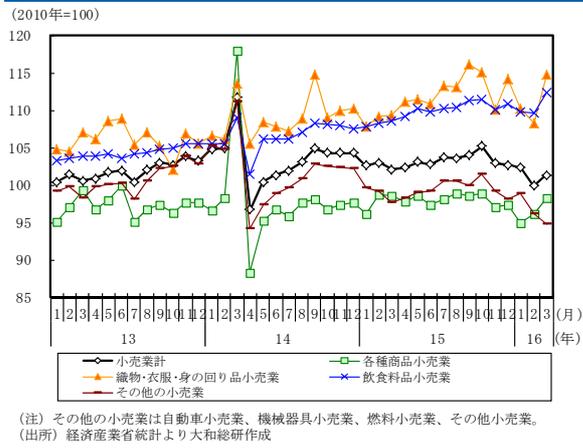
**商業動態統計小売業販売額の推移**



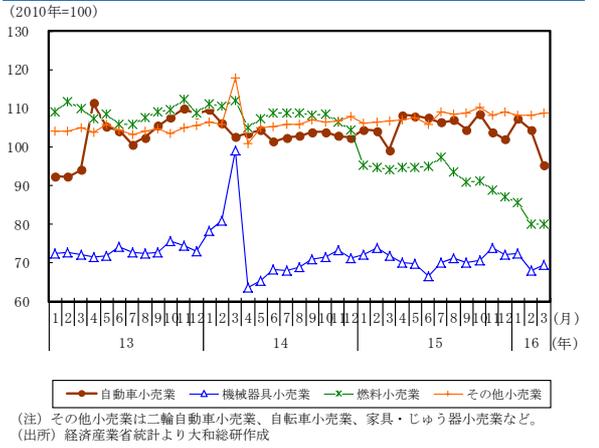
**大型小売業総別商品販売額**



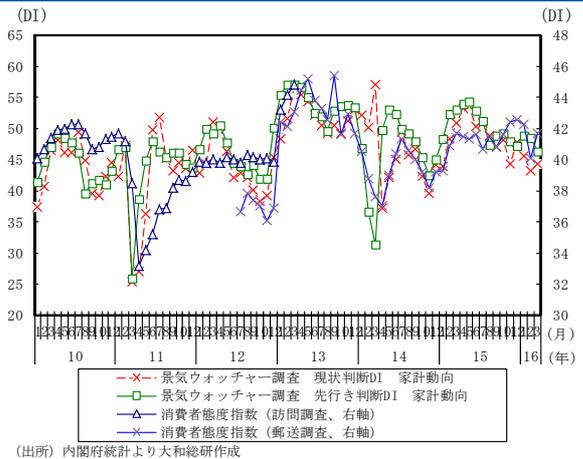
**業種別小売販売①**



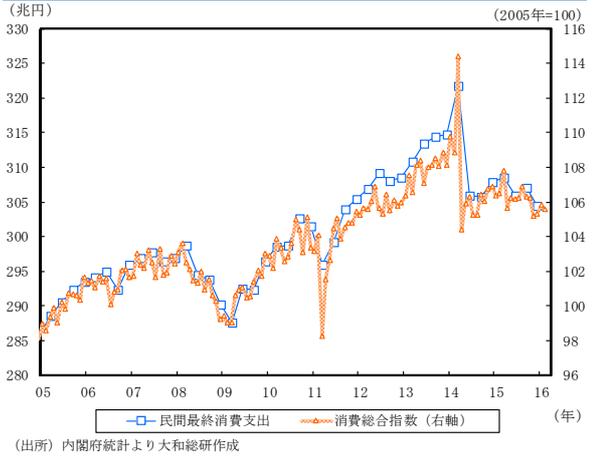
**業種別小売販売②**



**消費者マインド**

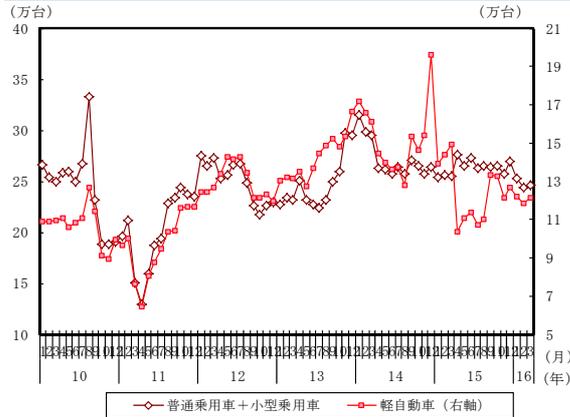


**GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数**



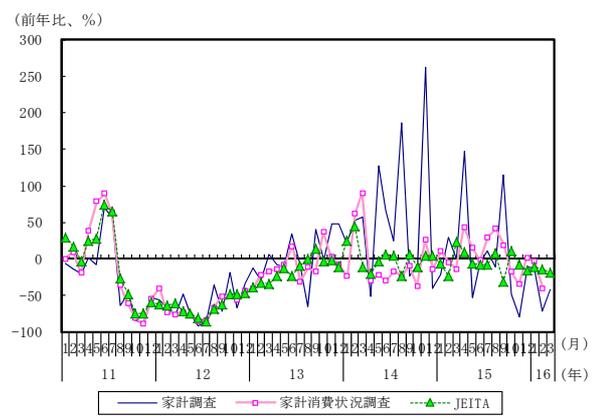
消費・協会統計

新車販売台数



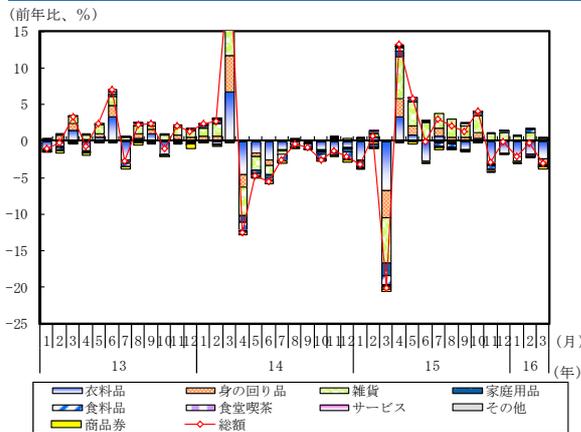
(注) 季節調整は大和総研。  
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



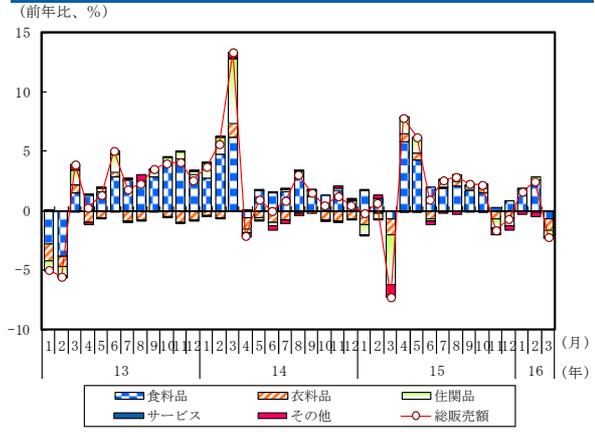
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。  
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



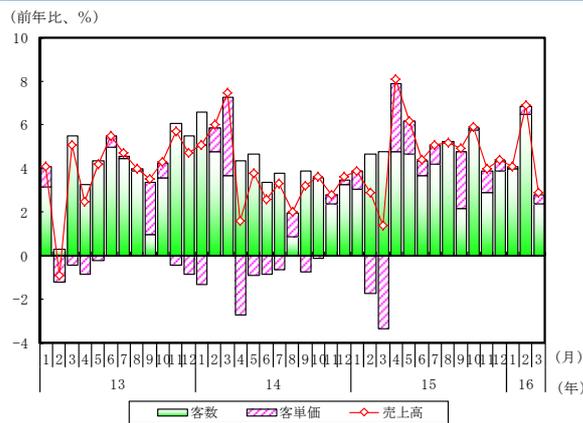
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



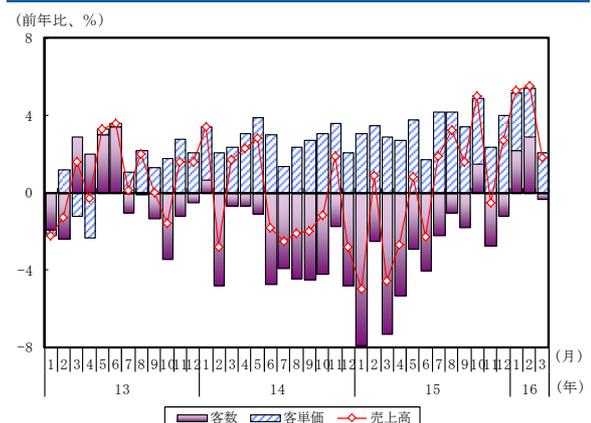
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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