

2016年7月1日 全8頁

## Indicators Update

# 5月消費統計

冴えない結果だが、均してみると個人消費は非常に緩やかに拡大

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5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▲1.5%と4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▲2.0%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、「教育」（前月比▲22.3%）、「諸雑費」（同▲3.3%）などが前月から減少した一方、「被服及び履物」（同+10.8%）、「食料」（同+1.1%）などが増加した。
- 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。労働需給は引き続きタイトであり、パート・アルバイトの賃金が緩やかな増加基調にあることは、先行きの個人消費を下支えする要因になると考えられる。加えて、実質賃金が上向いていることも好材料だ。ただし、英国のEU離脱などによる株価下落は消費マインドを冷やす一因となる点には留意しておきたい。

図表1：各種消費指標の概況

|               |               | 2016年 | 3月        | 4月    | 5月    | 出所                   |
|---------------|---------------|-------|-----------|-------|-------|----------------------|
|               |               | 2月    |           |       |       |                      |
| 家計調査          | 実質消費支出        | 前年比   | 1.2 ▲ 5.3 | ▲ 0.4 | ▲ 1.1 | 総務省                  |
|               |               | 前月比   | 1.7       | 0.5   | 0.2   | ▲ 1.5 総務省            |
|               | 実質消費支出（除く住居等） | 前月比   | 1.2 ▲ 0.7 | 2.9   | ▲ 2.0 | 総務省                  |
| 商業動態統計        | 小売業           | 前年比   | 0.4 ▲ 1.0 | ▲ 0.9 | ▲ 1.9 | 経済産業省                |
|               |               | 前月比   | ▲ 2.3     | 1.5   | ▲ 0.1 | 0.0 経済産業省            |
| 消費総合指数        |               | 前月比   | 0.3       | 0.1   | 0.2   | 内閣府                  |
| 百貨店売上高        |               | 前年比   | 0.2 ▲ 2.9 | ▲ 3.8 | ▲ 5.1 | 日本百貨店協会              |
| コンビニエンスストア売上高 |               | 前年比   | 1.6 ▲ 0.1 | 0.9   | ▲ 0.3 | (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   | 3.4 ▲ 0.3 | ▲ 0.7 | ▲ 1.3 | 日本チェーンストア協会          |
| 外食売上高         |               | 前年比   | 5.5       | 1.8   | 3.0   | 0.6 (一社) 日本フードサービス協会 |
| 旅行取扱高         |               | 前年比   | 3.2       | 5.1   |       | 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5月の実質消費支出は前月比▲1.5%と4ヶ月ぶりに減少

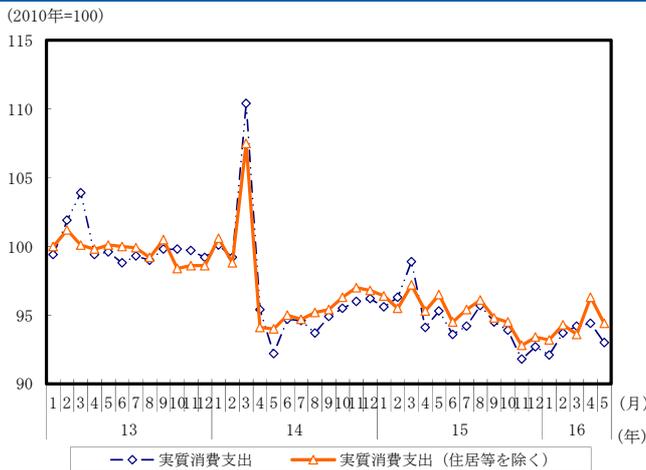
2016年5月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比▲1.5%と4ヶ月ぶりに減少した。また、振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）は同▲2.0%と2ヶ月ぶりに減少した。5月は冴えない結果であったが、均してみると、個人消費は非常に緩やかながらも拡大基調にあると評価できる。

### 10大費目別の動き：4費目が前月から減少。「教育」の大幅減が重石

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。なかでも「教育」（前月比▲22.3）の減少率が大きく、全体を押し下げた。ただし、「教育」の減少は、前月に大幅増（同+21.1%）となった反動が表れたものとみられ、一時的な要因であると考えられる。そのほか、前月から減少した費目は、「諸雑費」（同▲3.3%）、「保健医療」（同▲3.7%）、「光熱・水道」（同▲0.6%）である。「保健医療」では、保健医療用品・器具への支出の減少がマイナス寄与したもようである。

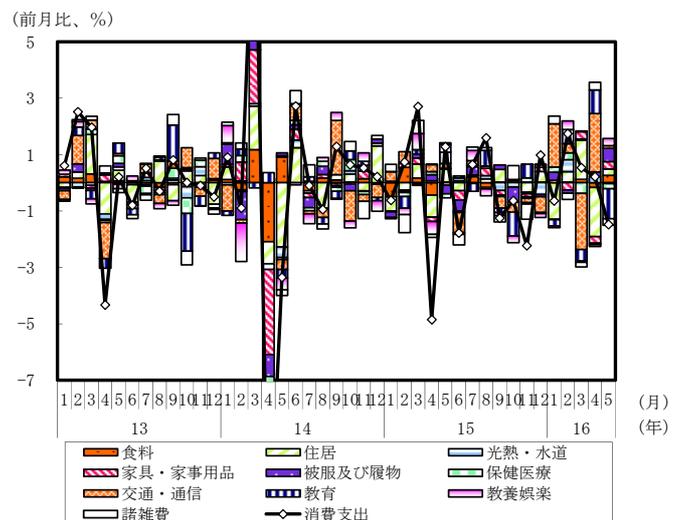
一方、「被服及び履物」（前月比+10.8%）、「食料」（同+1.1%）、「家具・家事用品」（同+7.2%）、「教養娯楽」（同+2.6%）、「住居」（同+3.8%）、「交通・通信」（同+0.7%）が前月から増加した。5月は全国的に気温が高く、洋服への支出が増加したとみられ、「被服及び履物」への支出が増加した。また、天候に恵まれたことが奏功し、弁当など調理食品への支出が増加したもようであり、「食料」も好調に推移した。

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

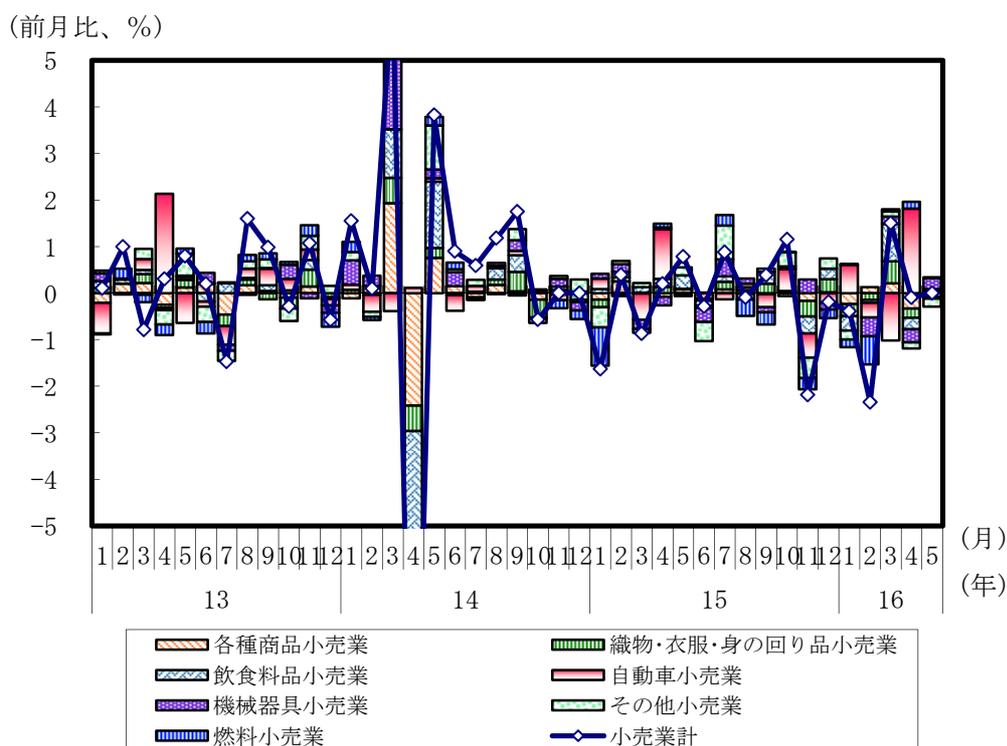
## 供給側統計に見る個人消費は依然として力強さに欠ける

2016年5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横ばいであった（図表4）。昨年後半から続いた名目小売販売額の減少基調は春先に止まったものの、依然として力強さに欠けると評価できる。

内訳を見ると、「機械器具小売業」（前月比+3.3%）と「各種商品小売業」（同+0.6%）、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同+0.4%）、「燃料小売業」（同+0.2%）が増加した。「機械器具小売業」は、前月（同▲4.0%）に大きく減少した反動があったとみられ、均してみると減少基調が続いている。5月は気温が高く、降水量も少ないなど天候に恵まれたことが「織物・衣服・身の回り品小売業」の販売増に寄与したと考えられる。加えて、「燃料小売業」については、ガソリン価格の値上がりも販売額増加の追い風となったもようである。

一方、「その他小売業」（前月比▲0.7%）、「飲食料品小売業」（同▲0.3%）、「自動車小売業」（同▲0.3%）が前月から減少した。「自動車小売業」については、4月に発覚した燃費データの改ざん問題で、一部軽自動車の販売台数が大きく落ち込んだことなどが背景にあると考えられる。

図表4：商業動態統計の推移



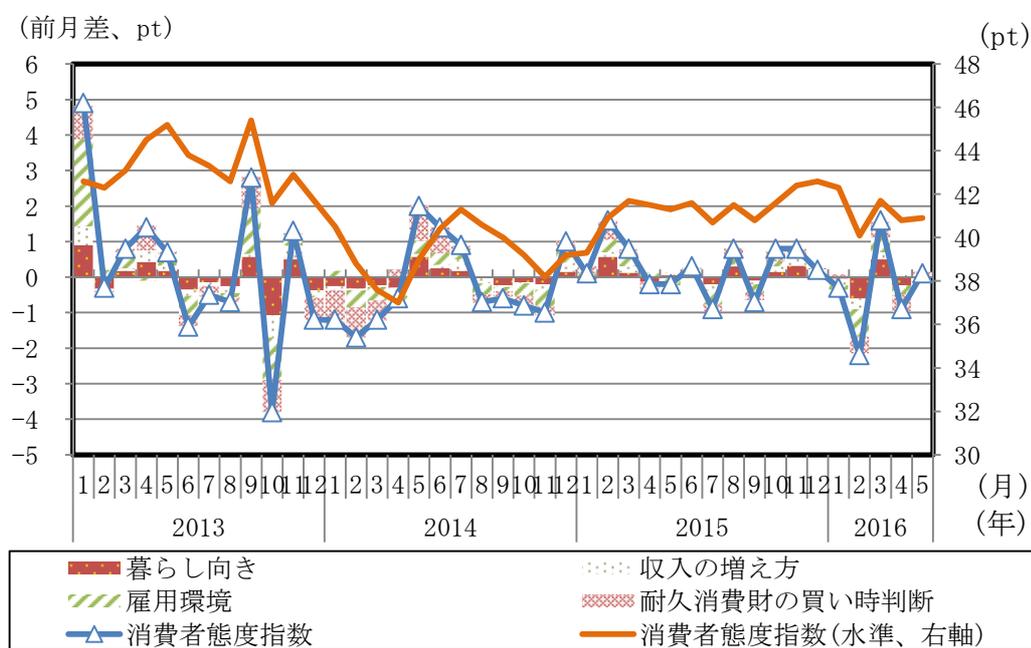
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

## 消費者マインドは横ばい圏で推移

2016年5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と僅かながら2ヶ月ぶりに上昇した(図表5)。指数の内訳を見ると、「耐久消費財の買い時判断」(同+0.4pt)、「暮らし向き」(同+0.1pt)、「雇用環境」(同+0.1pt)が前月から上昇し、「収入の増え方」は横ばいであった。消費者態度指数は、このところ振れが大きくなっているが、均してみると横ばい圏での推移を続けている。

「資産価値」に関する意識指標は同+1.4ptと、2ヶ月ぶりに上昇した。4月末に開催された日銀の金融政策決定会合の結果を受け、日経平均株価は一時的に急変動したものの、総じてみれば堅調に推移したことが背景にあると考えられる。

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

## 英国国民投票の結果を受けた株安が消費者マインドを冷やすリスクに留意したい

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。

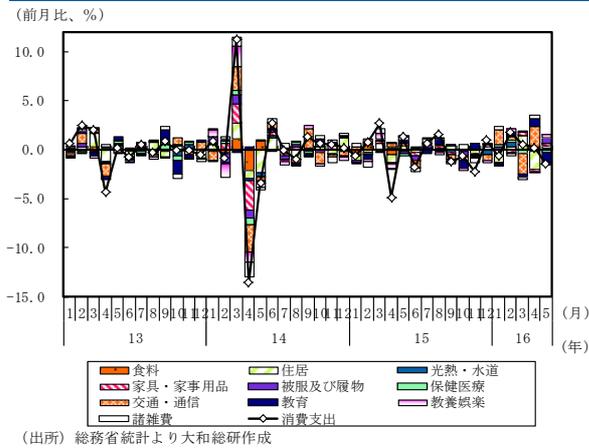
第一に、労働需給は引き続きタイトであり、パート・アルバイトの賃金が緩やかな増加基調にあることが、先行きの個人消費を下支えする要因になると考えられる。第二に、実質賃金が上向いていることも好材料だ。消費者物価上昇率がマイナスに転じた結果、家計の実質的な所得は増加している。

ただし、英国の国民投票の結果を機に、グローバルな金融市場が大きく変動している点には留意しておく必要がある。6月23日に実施された英国のEU残留の是非を問う国民投票で、英国民がEUからの離脱を選択した結果、世界の金融市場は同時株安に見舞われた。日経平均株価も6月24日には前日比7.9%下落した（投票結果は日本時間6月24日に判明）。

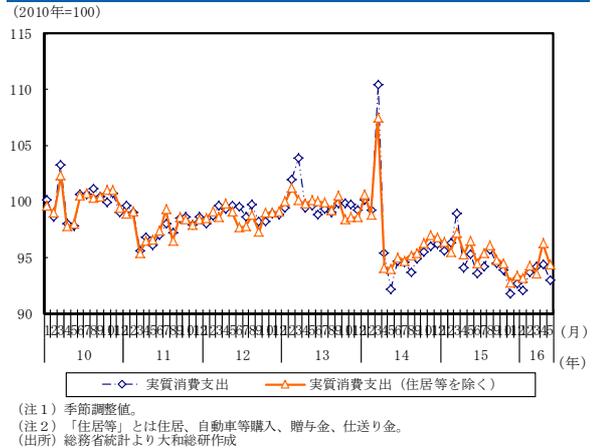
株価の下落は、特に株式資産を多く保有する「高齢者層」の消費に対して大きな影響を与える。世代別の消費支出額を見ると、「高齢者層」は「若年層」と比較して消費支出額が大きいことに加え、「高齢者層」の世帯数は増加基調にあり、マクロの個人消費に与える影響も年々高まってきている。株価下落に伴う「高齢者層」の消費者マインド悪化は、想像以上に個人消費の重石となる可能性がある。

消費・概況①

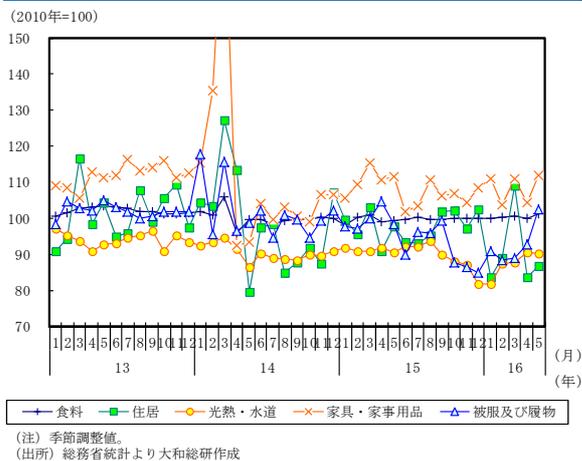
実質消費支出の費目別寄与度



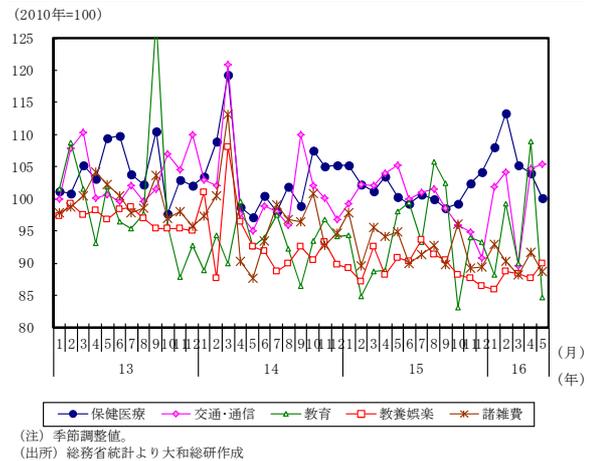
実質消費支出（家計調査、二人以上世帯）



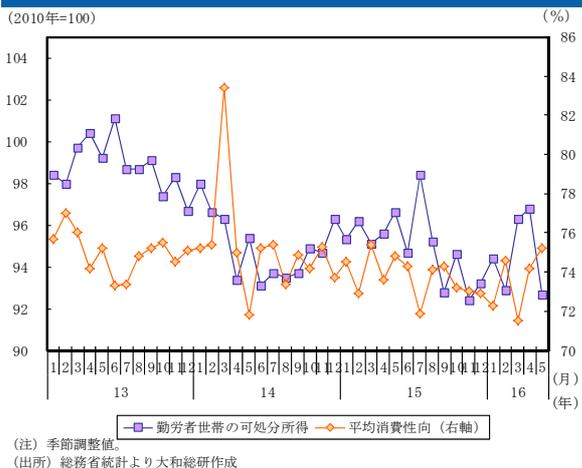
費目別実質消費①



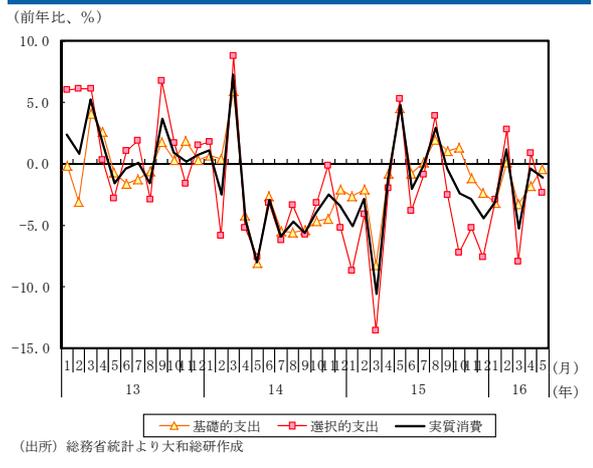
費目別実質消費②



勤労者世帯の実質可処分所得と平均消費性向

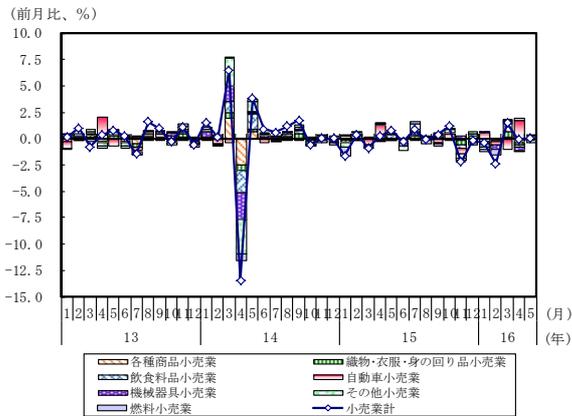


基礎的支出と選択的支出

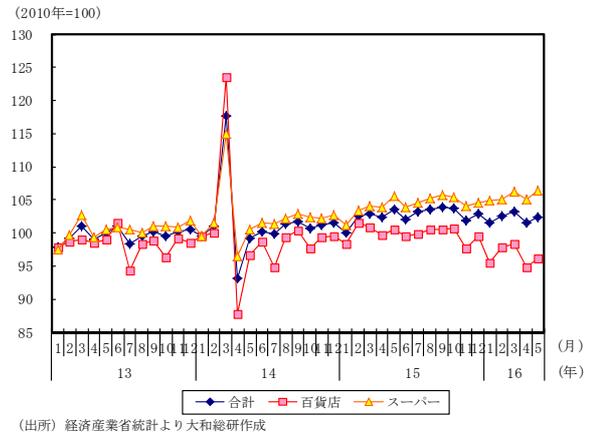


消費・概況②

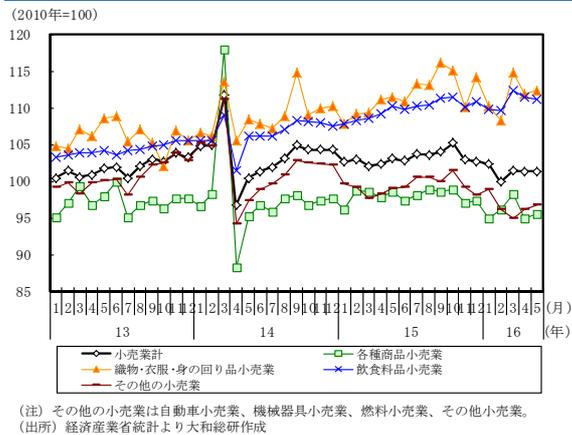
商業動態統計小売販売額の推移



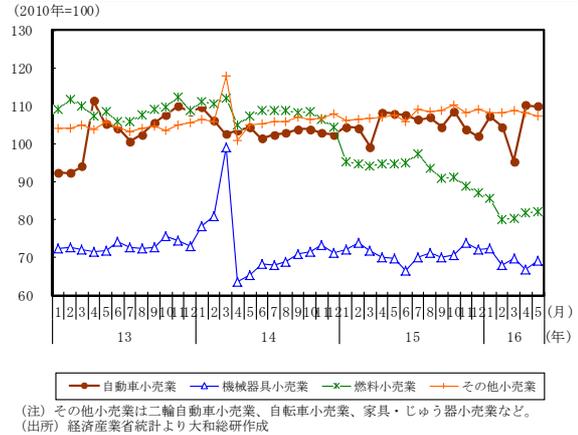
大型小売店業態別商品販売額



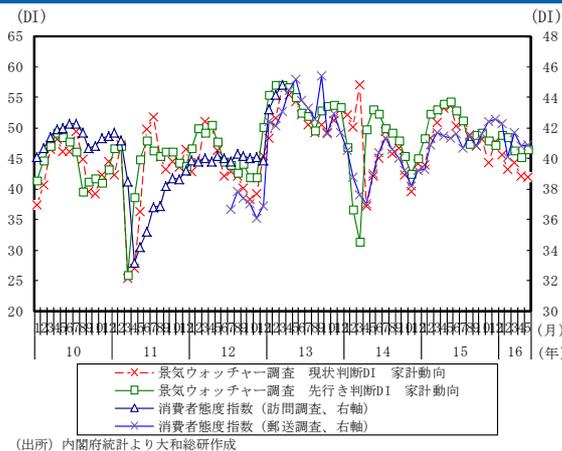
業種別小売販売①



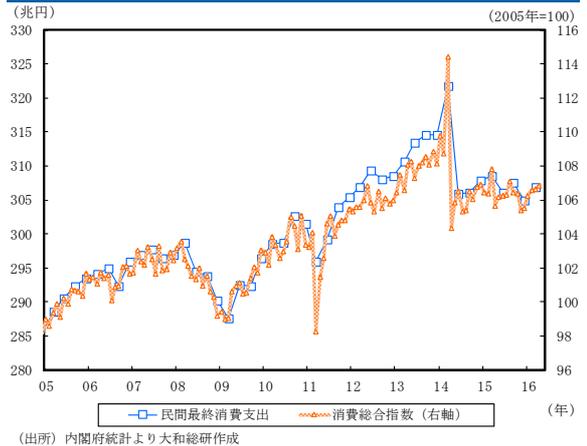
業種別小売販売②



消費者マインド

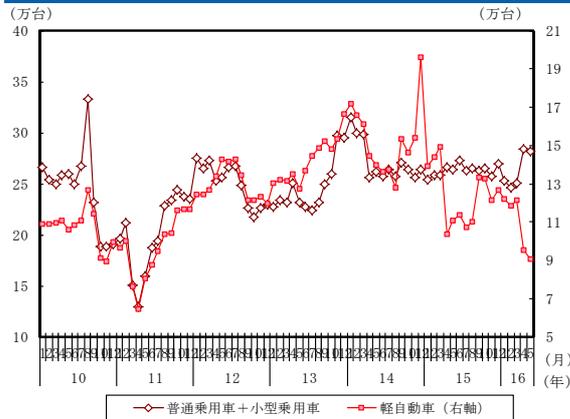


GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



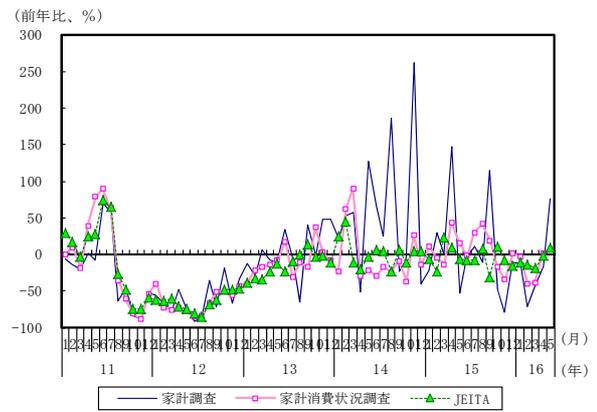
消費・協会統計

新車販売台数



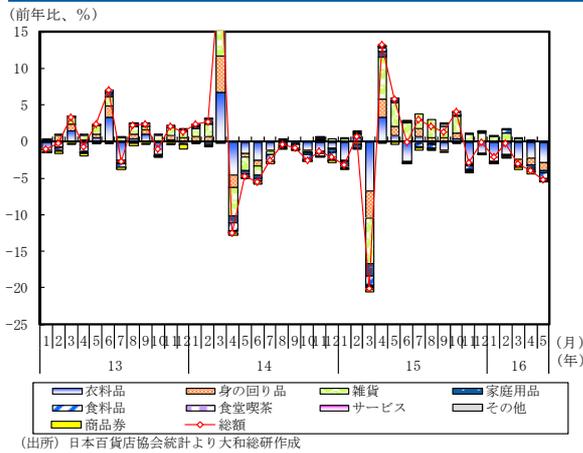
(注) 季節調整は大和総研。  
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



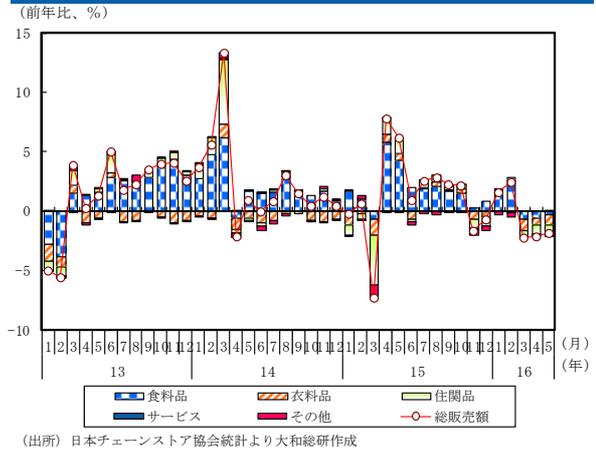
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。  
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



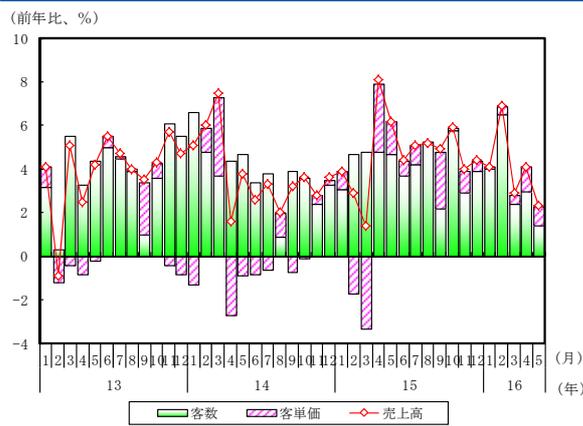
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



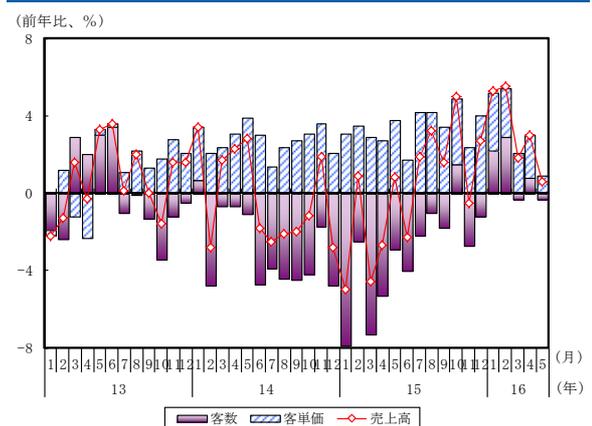
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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