

2016年8月30日 全7頁

## Indicators Update

# 7月消費統計

実質消費支出は3ヶ月ぶりに増加。個人消費は緩やかな増加基調を維持

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7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+2.5%と3ヶ月ぶりに増加した。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+0.3%と2ヶ月連続で増加した。
- 実質消費支出の動きを費目別に見ると、「住居」（前月比+38.2%）、「家具・家事用品」（同+12.8%）などが前月から増加した一方、「諸雑費」（同▲6.2%）、「交通・通信」（同▲3.5%）、「保健医療」（同▲4.2%）などが減少した。
- 先行きの個人消費は、緩やかながら拡大基調をたどると見込んでいる。労働需給のタイト化や、マクロの賃金（＝一人当たり賃金×雇用者数）が増加していることなどが好材料だ。さらに、政府が2017年4月から実施予定であった消費税増税の延期を決定したことで、短期的には消費者マインドが改善し、個人消費が押し上げられるとみている。しかし、消費税増税の延期は、将来の増税への懸念などから家計に財布の紐を締めさせ、中長期的には個人消費を下押しする可能性がある点にも留意しておきたい。

図表1：各種消費指標の概況

		2016年				出所
		4月	5月	6月	7月	
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲0.4	▲1.1	▲2.3	▲0.5	総務省
		前月比 0.3	▲1.4	▲1.3	2.5	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比 2.8	▲1.9	0.2	0.3	総務省
商業動態統計	小売業	前年比 ▲0.9	▲2.1	▲1.3	▲0.2	経済産業省
		前月比 ▲0.1	▲0.1	0.3	1.4	経済産業省
消費総合指数		前月比 ▲0.2	▲0.1	0.3		内閣府
百貨店売上高		前年比 ▲3.8	▲5.1	▲3.5	▲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 0.9	▲0.3	0.8	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 ▲0.7	▲1.3	▲0.5	0.2	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比 3.0	0.6	2.0	5.9	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比 1.6	▲7.6			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

## 2016年7月の実質消費支出は前月比+2.5%と3ヶ月ぶりに増加

2016年7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+2.5%と3ヶ月ぶりに増加した。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+0.3%と2ヶ月連続で増加した。需要側統計である家計調査に見る個人消費は、緩やかな増加基調にあると評価している。

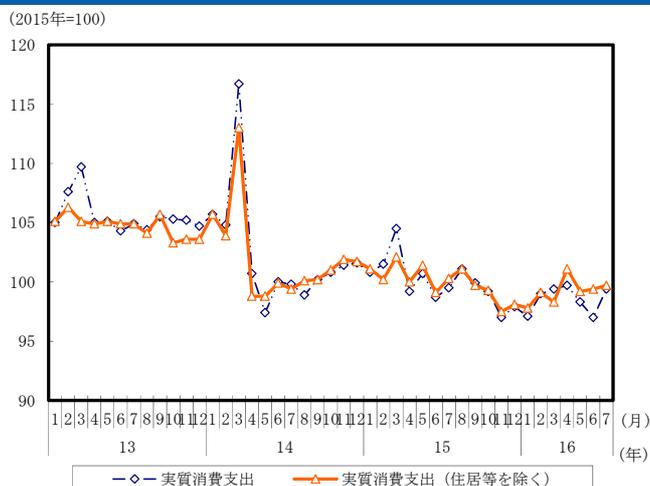
### 10大費目別の動き：5費目が前月から増加

実質消費支出の動きを費目別に見ると、前月から増加したのは10大費目中5費目である。「住居」（前月比+38.2%）、「家具・家事用品」（同+12.8%）、「教育」（同+8.2%）「教養娯楽」（同+1.8%）、「食料」（同+0.5%）が増加した。特に「住居」の振れが大きくなっているが、前月に大きく減少（同▲13.3%）した反動の影響が表れたものとみられる。

一方、「諸雑費」（前月比▲6.2%）、「交通・通信」（同▲3.5%）、「保健医療」（同▲4.2%）、「光熱・水道」（同▲1.3%）、「被服及び履物」（同▲0.6%）が前月から減少した。

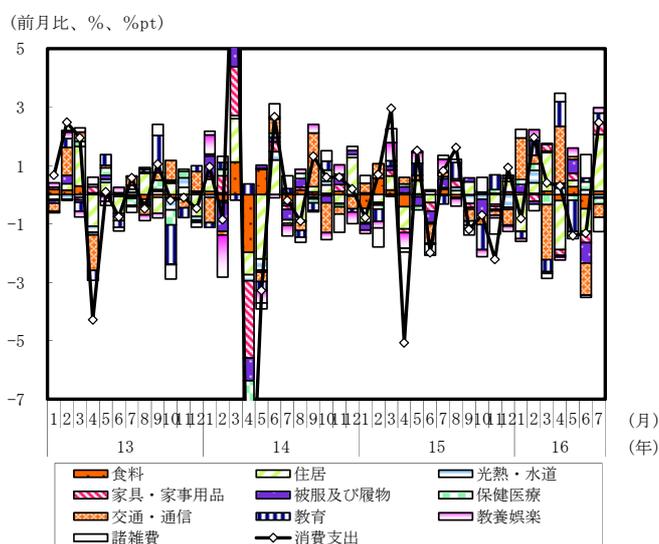
「交通・通信」では自動車等維持への支出の減少がマイナスに寄与したとみられる。また、「被服及び履物」については、関東地方などで梅雨明けが7月末まで後ずれし、夏物衣料の売れ行きが伸び悩んだことなどが背景にあると推測される。

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



(出所) 総務省統計より大和総研作成

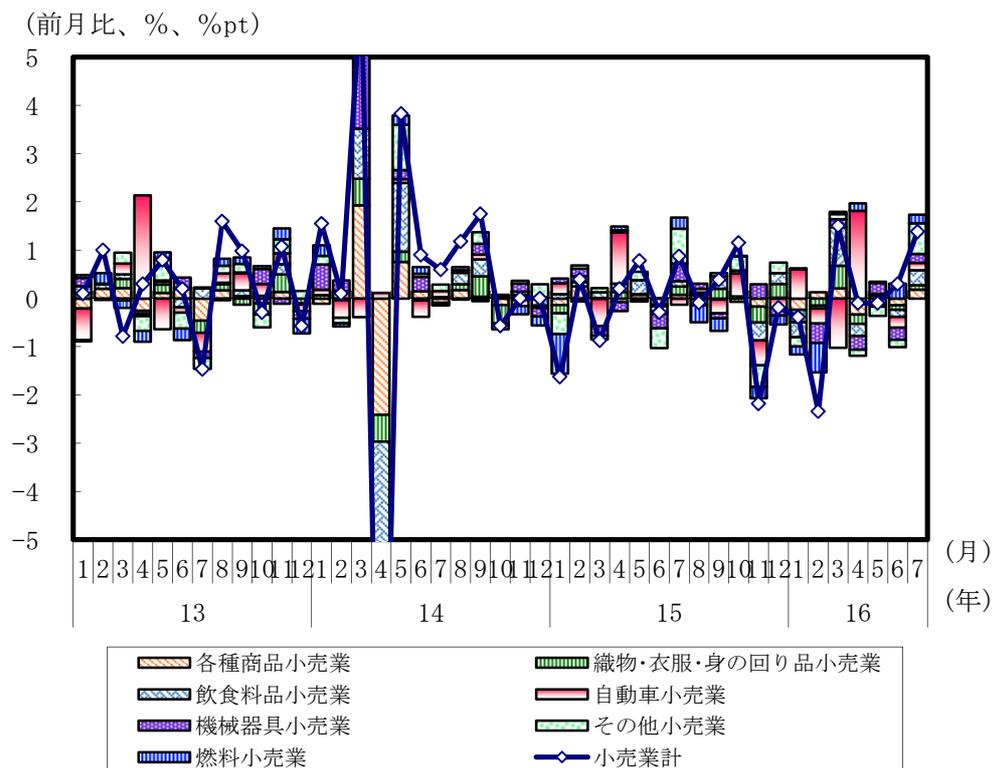
## 供給側統計に見る個人消費は非常に緩やかながら持ち直しつつある

2016年7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%と2ヶ月連続で増加した(図表4)。名目小売販売額は力強さに欠けるものの、このところ非常に緩やかながら持ち直しつつある。

7月分の結果の内訳を見ると、全ての項目が前月比で増加した。特に、「その他小売業」(前月比+2.7%)や「飲食料品小売業」(同+1.0%)、「機械器具小売業」(同+2.7%)、「各種商品小売業」(同+1.9%)、「燃料小売業」(同+1.9%)のプラス寄与度が大きかった。

「その他小売業」は、前月まで3ヶ月連続で前月比マイナスでの推移が続いており、その反動の影響が表れたものとみられる。一方、「機械器具小売業」については、8月に控えたオリンピックの開催を前に、液晶テレビやDVDプレーヤーなどの販売が増加したことが背景にあったものと推測される。また、「燃料小売業」については、ガソリン価格の上昇などが販売額増加の追い風となったもようである。

図表4：商業動態統計の推移



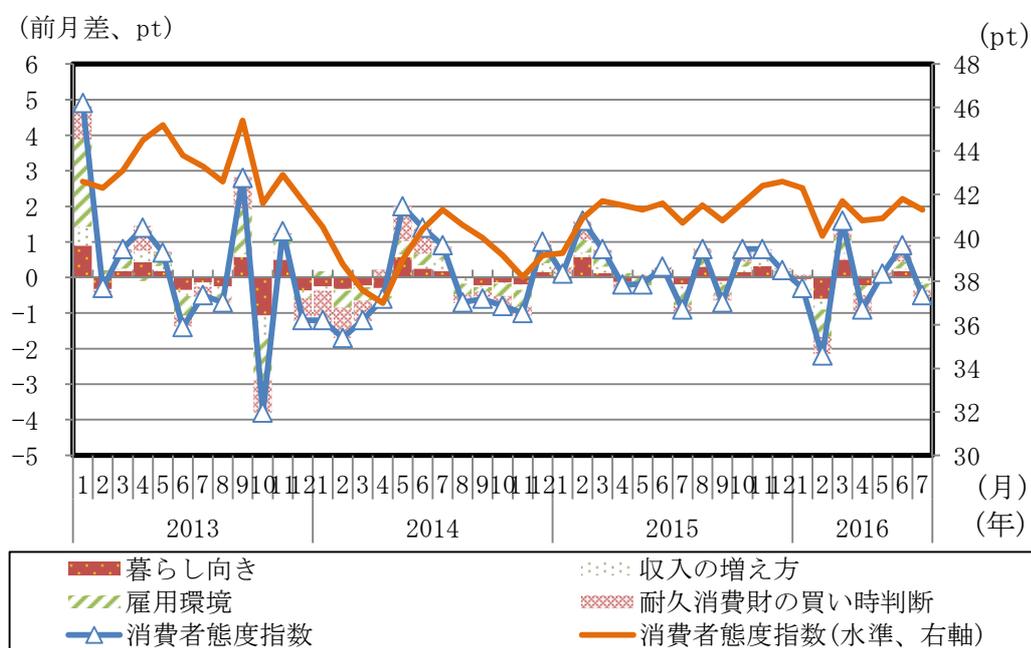
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

## 消費者マインドは横ばい圏での推移が継続

2016年7月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月差▲0.5ptと3ヶ月ぶりに低下した（図表5）。指数の内訳を見ると、「耐久消費財の買い時判断」（同▲0.8pt）、「収入の増え方」（同▲0.7pt）、「雇用環境」（同▲0.7pt）が低下する一方、「暮らし向き」（同+0.1pt）は3ヶ月連続で上昇した。消費者マインドは横ばい圏での推移が継続している。

「資産価値」に関する意識指標は同+0.1ptと、3ヶ月連続で上昇した。6月23日に行われた国民投票における英国のEU離脱決定という結果を受け、日経平均株価は一時的に急落したが、その後世界的に株式市場が落ち着きを取り戻しており、「資産価値」に関する意識指標に大きな変動は見られなかった。

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

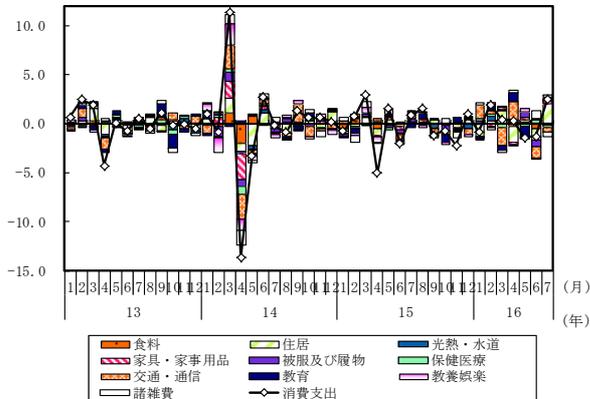
## 先行きの個人消費は緩やかな拡大基調をたどる見通し

先行きの個人消費は、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。加えて、非製造業を中心とする企業の労働需要の増加から雇用者数が継続的に増加しており、マクロの賃金（＝一人当たり賃金×雇用者数）が押し上げられている点も好材料だ。さらに、政府が2017年4月から実施予定であった消費税増税の延期を決定したことで、短期的には消費者マインドが改善し、個人消費が押し上げられるとみている。しかし、消費税増税の延期は、将来の増税への懸念などから家計に財布の紐を締めさせ、中長期的には個人消費を下押しする可能性がある点にも留意しておきたい。

消費・概況①

実質消費支出の費目別寄与度

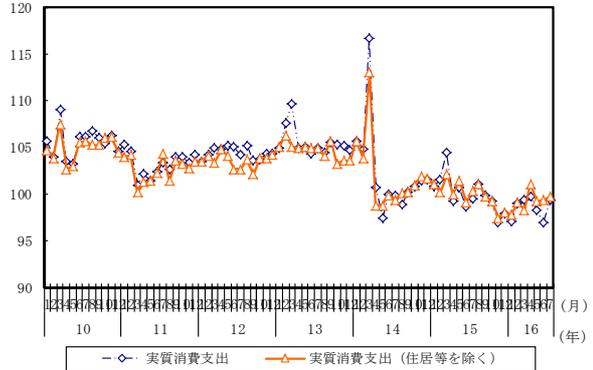
(前月比、%、%pt)



(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)

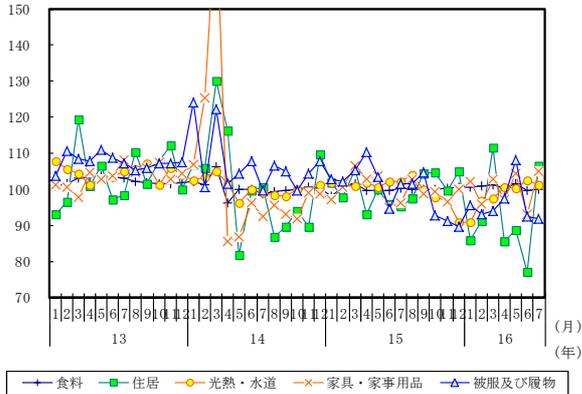
(2015年=100)



(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

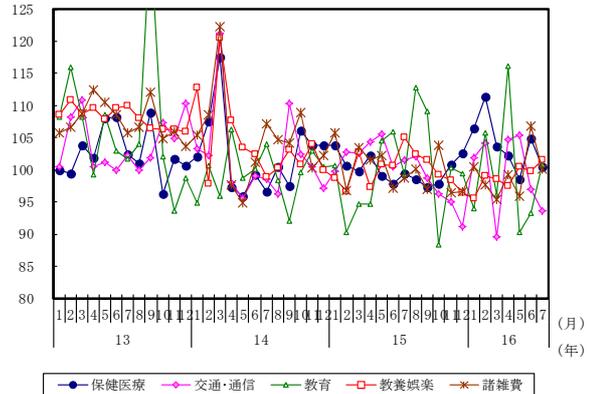
(2015年=100)



(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

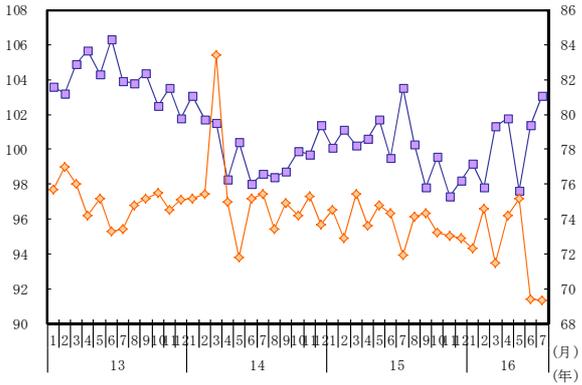
(2015年=100)



(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

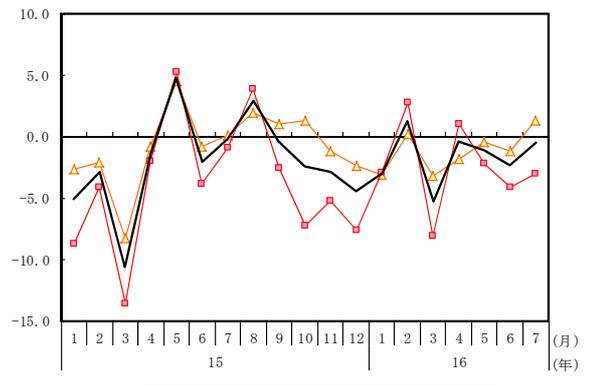
(2015年=100)



(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

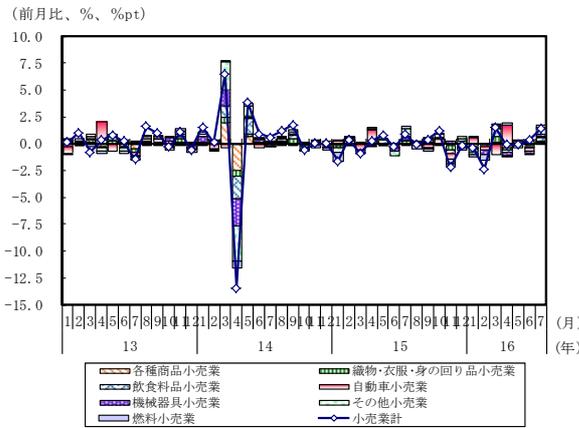
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

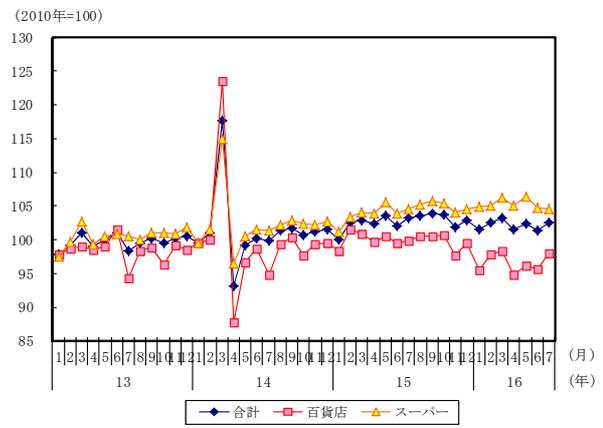
消費・概況②

商業動態統計小売業販売額の推移



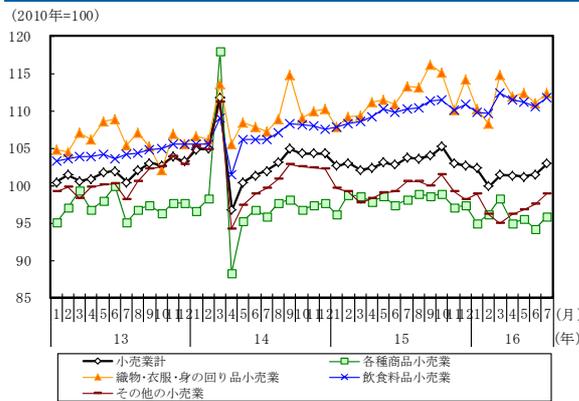
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



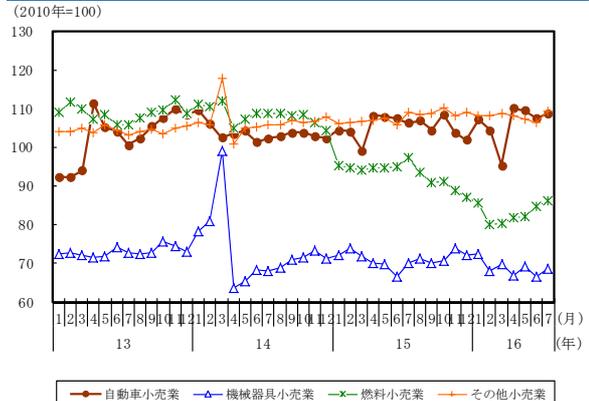
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



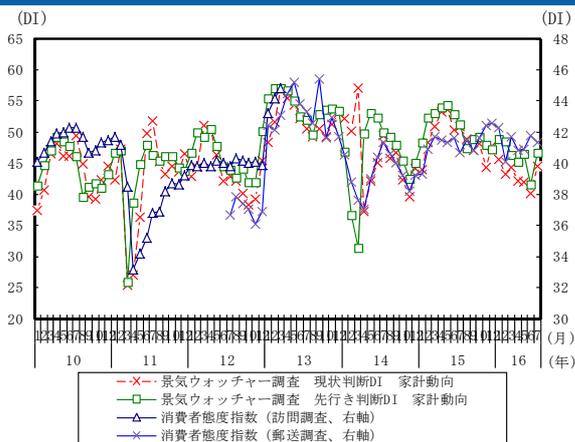
(注) その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。  
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



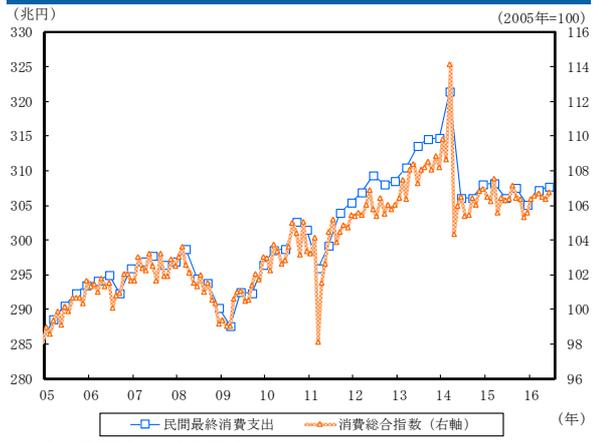
(注) その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。  
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

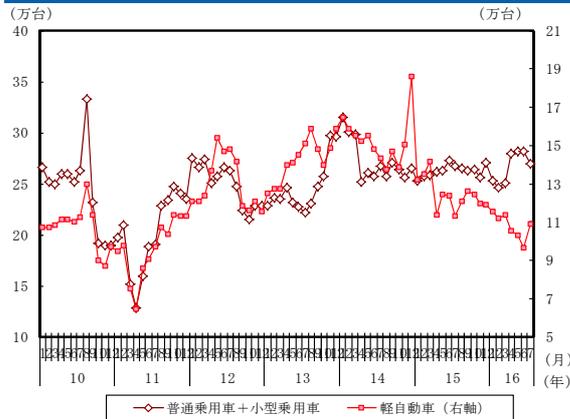
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

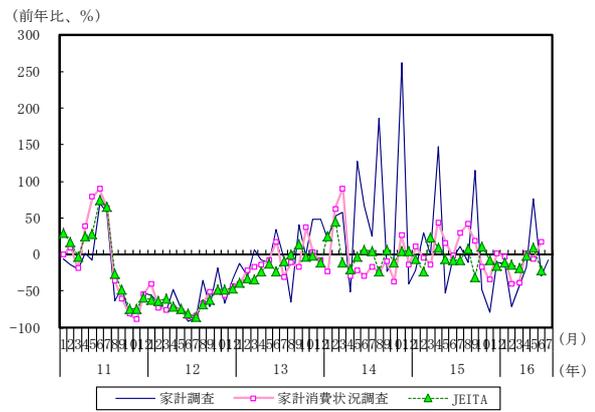
消費・協会統計

新車販売台数



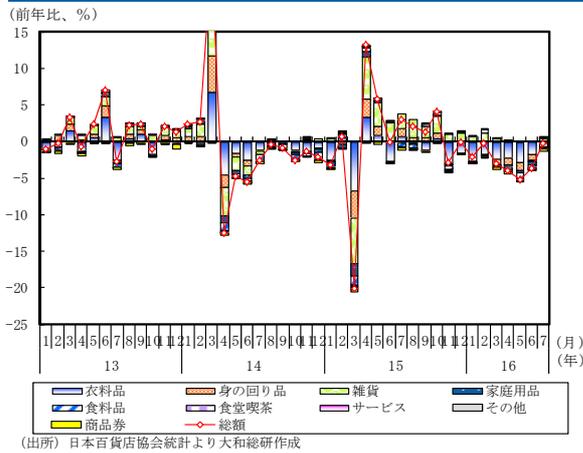
(注) 季節調整は大和総研。  
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



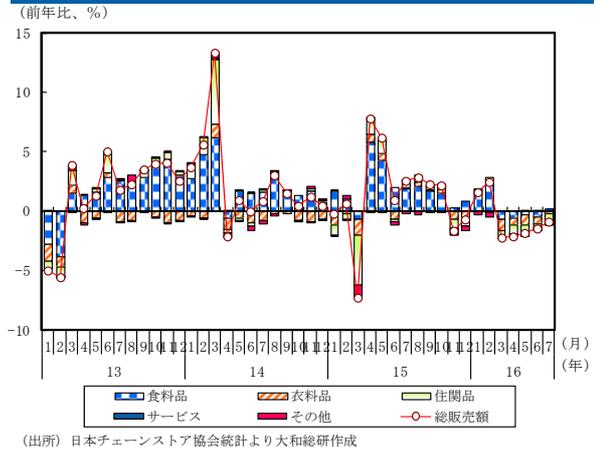
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。  
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



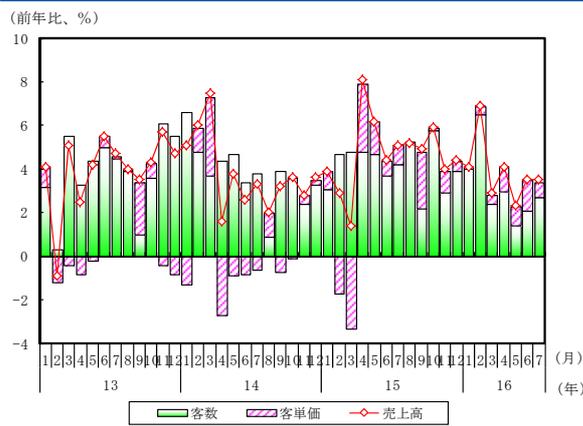
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



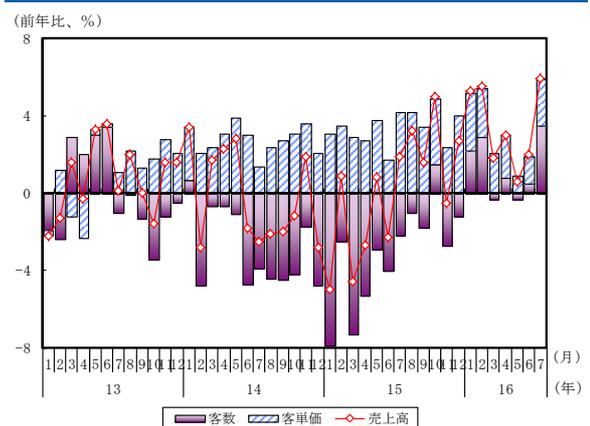
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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