

2016年9月30日 全8頁

Indicators Update

8月消費統計

実質消費支出は2ヶ月ぶりに減少。先行きの個人消費は横ばい圏を予想

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8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▲3.7%と2ヶ月ぶりに減少した。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▲2.3%と3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▲26.1%）、「諸雑費」（同▲6.6%）、「家具・家事用品」（同▲8.8%）などが前月から減少した一方、「保健医療」（同+4.4%）と「光熱・水道」（同+0.7%）が増加した。
- 先行きの個人消費は、横ばい圏での推移を予想する。労働需給がタイトな状況にある中、非製造業を中心とした労働需要の高まりから雇用者数が継続的に増加しており、マクロの賃金が押し上げられている。加えて、消費者物価上昇率は当面前年比マイナス圏で推移すると予想され、物価の影響を取り除いた実質賃金が底堅く推移するとみられることも個人消費を下支えしよう。一方、先行きの個人消費に関するリスク要因として、このところの平均消費性向の急低下が挙げられる。消費税増税の延期決定や、円高の進行などを背景とした企業収益の減少といった状況を受けて日本経済の先行き不透明感が強まる中、家計が不要不急の消費を抑制し、増加した収入の多くを貯蓄に回している可能性が指摘できる。

図表1：各種消費指標の概況

		2016年				出所
		5月	6月	7月	8月	
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲1.1	▲2.3	▲0.5	▲4.6	総務省
		前月比 ▲1.4	▲1.3	2.5	▲3.7	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比 ▲1.9	0.2	0.3	▲2.3	総務省
商業動態統計	小売業	前年比 ▲2.1	▲1.3	▲0.2	▲2.1	経済産業省
		前月比 ▲0.1	0.3	1.5	▲1.1	経済産業省
消費総合指数		前月比 ▲0.1	0.2	0.3		内閣府
百貨店売上高		前年比 ▲5.1	▲3.5	▲0.1	▲6.0	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比 ▲0.3	0.8	0.3	0.6	(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 ▲1.3	▲0.5	0.2	▲2.9	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比 0.6	2.0	5.9	▲1.7	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比 ▲7.6	▲2.2			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8月の実質消費支出は前月比▲3.7%と2ヶ月ぶりに減少

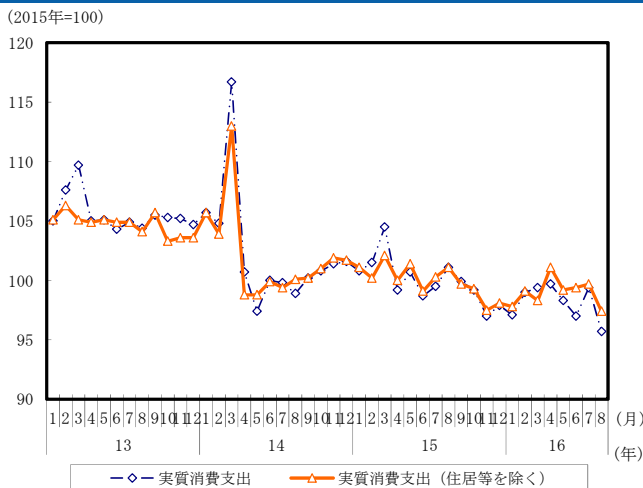
2016年8月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比▲3.7%と2ヶ月ぶりに減少した。一方、振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）は同▲2.3%と3ヶ月ぶりに減少した。このところ緩やかな拡大基調にあった個人消費に弱含みの兆しが出てきたようだ。

10大費目別の動き：8費目が前月から減少

実質消費支出の動きを費目別に見ると、10大費目中8費目が減少した。特に、減少が際立ったのが「住居」（前月比▲26.1%）であった。そのほか、「諸雑費」（同▲6.6%）、「家具・家事用品」（同▲8.8%）、「教養娯楽」（同▲2.2%）、「交通・通信」（同▲1.8%）、「食料」（同▲0.5%）、「教育」（同▲1.5%）、「被服及び履物」（同▲1.1%）が減少した。「住居」については、前月に設備修繕・維持への支出が大きく増加した反動が表れたものとみられる。「家具・家事用品」では、季節商材である冷暖房器具への支出が前月から減少したことなどがマイナス要因となったもようである。また、「被服及び履物」については、8月は全国的に平均気温が高く、夏物衣料への支出が堅調で洋服やシャツへの支出が増加した一方、下着類や履物への支出は伸び悩んだようだ。

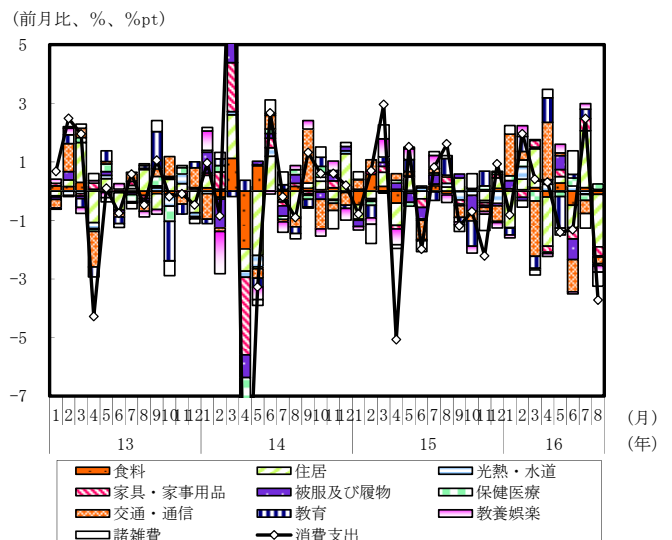
一方、前月から増加したのは「保健医療」（前月比+4.4%）と「光熱・水道」（同+0.7%）の2費目であった。

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



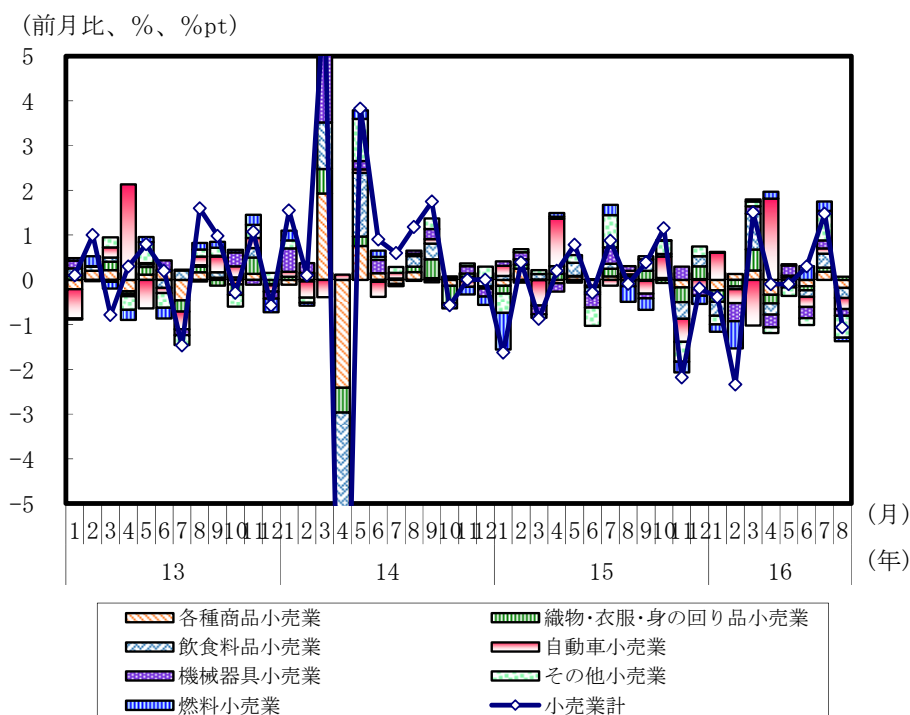
(出所) 総務省統計より大和総研作成

供給側統計に見る個人消費は均してみると非常に緩やかながら拡大

2016年8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ヶ月ぶりに減少した(図表4)。名目小売販売額は力強さに欠けるものの、均してみると春先をボトムにして非常に緩やかながら拡大基調にある。

8月分の結果の内訳を見ると、「その他小売業」(前月比▲2.1%)、「自動車小売業」(同▲2.1%)、「飲食料品小売業」(同▲0.7%)などが前月から減少した。「その他小売業」は、7月に大きく増加(前月比+2.8%)した反動の影響が表れたものとみられる。「飲食料品小売業」については、8月は全国的に平均気温が高かったものの、月後半に東日本・北日本に台風が相次いだことを背景に、客足が遠のいたことなどがマイナスに寄与したものと考えられる。一方、前月から上昇したのは「織物・衣服・身の回り品小売業」(同+0.9%)のみであった。全国的に平均気温が高く、Tシャツやショートパンツなどの夏物衣料が好調で、ジャケットやコートやディガンなど秋物衣料の不振を補ったもようである。

図表4：商業動態統計の推移



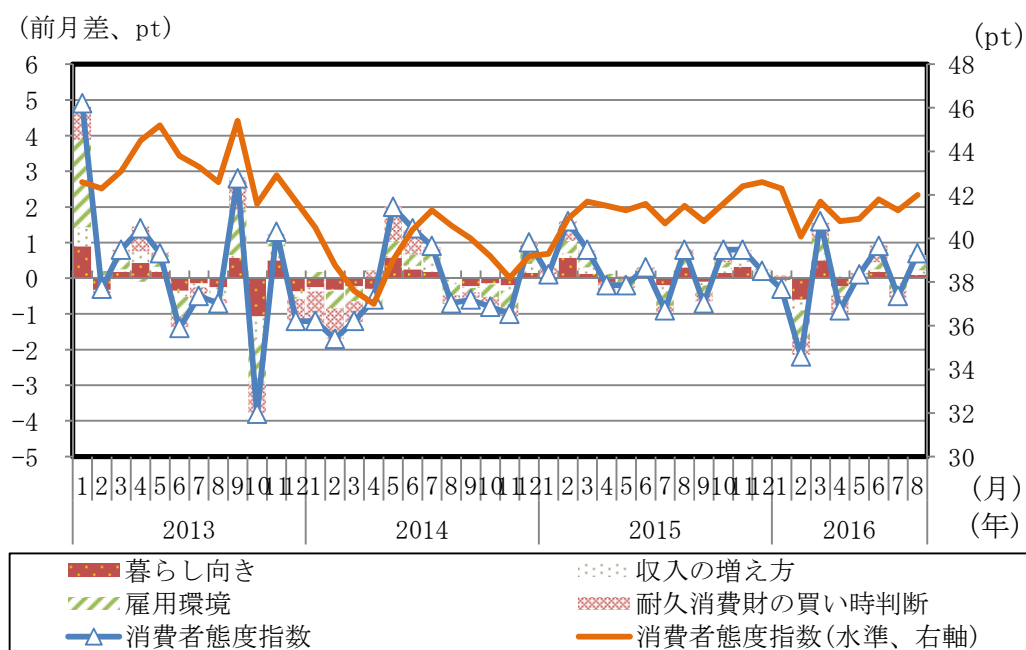
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインドは2ヶ月ぶりに上昇するも、依然として横ばい圏

2016年8月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月差+0.7ptと2ヶ月ぶりに上昇した(図表5)。指数の内訳を見ると、「雇用環境」(同+1.5pt)、「収入の増え方」(同+0.5pt)、「暮らし向き」(同+0.4pt)、「耐久消費財の買い時判断」(同+0.2pt)の4項目すべてが上昇した。消費者態度指数の水準は2016年1月以来の水準に上昇したが、依然として横ばい圏で推移しており、消費者マインドが改善しているとは言い難い状況にある。

「資産価値」に関する意識指標は同+1.7ptと、4ヶ月連続で上昇した。6月の英国のEU離脱決定を受け、日経平均株価は一時的に急落したものの、7月半ば以降は落ち着きを取り戻しており、「資産価値」に関する意識指標の上昇につながったものとみられる。

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横ばい圏で推移する見通し

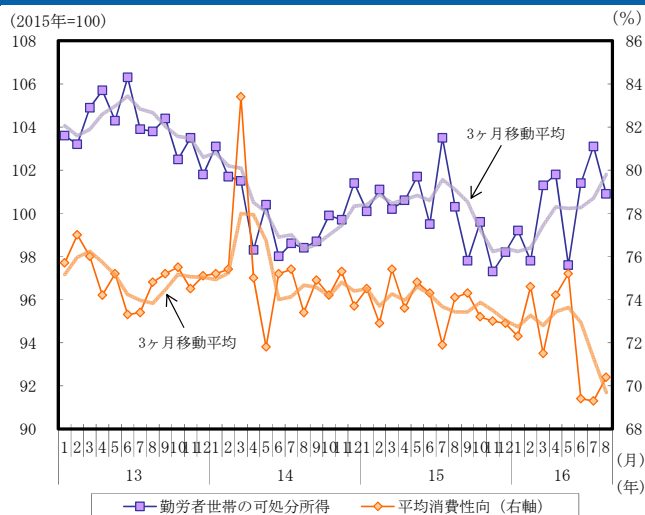
先行きの個人消費は、横ばい圏で推移すると見込んでいる。

労働需給がタイトな状況にある中、非製造業を中心とした労働需要の高まり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。加えて、消費者物価上昇率は当面前年比マイナス圏で推移すると予想され、物価の影響を取り除いた実質賃金が底堅く推移するとみられることも個人消費を下支えすると予想している。

一方、先行きの個人消費に関するリスク要因としては、このところの平均消費性向の急低下が挙げられる（**図表 6**）。6月以降の平均消費性向の低下は、可処分所得が増加する一方で消費支出が伸び悩んでいることが要因である。年間収入五分位別（勤労者世帯）の消費支出の動向を見ると（季節調整値、季節調整は大和総研）、特に高所得世帯（第Ⅴ分位や第Ⅳ分位）で弱含んでおり、平均消費性向の押し下げに寄与しているものと考えられる（**図表 7**）。平均消費性向の低下は、裏を返せば貯蓄率が上昇していることを示している。2017年4月に予定されていた消費税増税の延期決定や、円高の進行などを背景とした企業収益の減少といった状況を受けて日本経済の先行き不透明感が強まる中、家計が不要不急の消費を抑制し、増加した収入の多くを貯蓄に回している可能性が指摘できる。

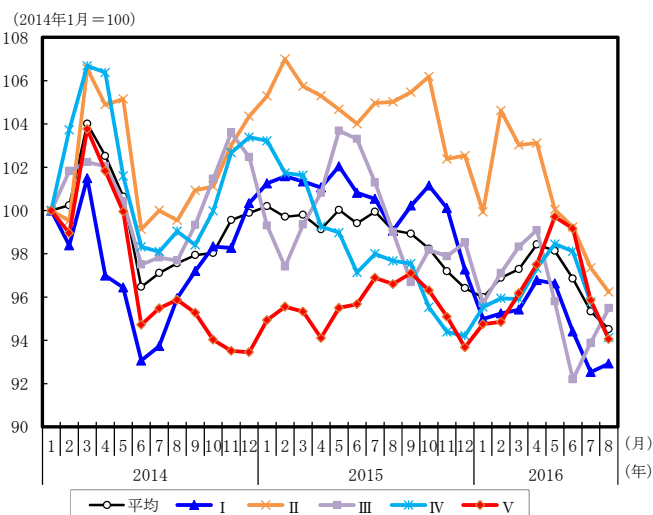
ただし、家計調査では二人以上の世帯について、毎月6分の1ずつ調査世帯の入れ替えを行っており、現時点ではこうしたサンプル入れ替えによる一時的な要因で平均消費性向が低下している可能性も否定できない。6月以降の平均消費性向の低下がサンプル入れ替えによるものであるのか、それとも趨勢的なものであるのかを見極めるため、引き続きその動向に注視しておく必要がある。

図表 6：平均消費性向の推移



(注) 季節調整値。
(出所) 総務省統計より大和総研作成

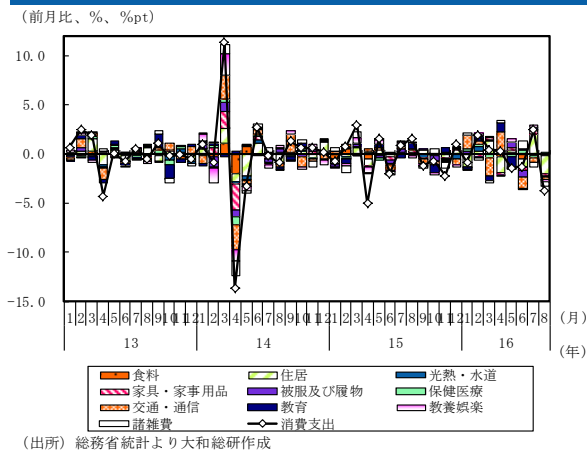
図表 7：年間収入五分位別の消費支出（3ヶ月移動平均）



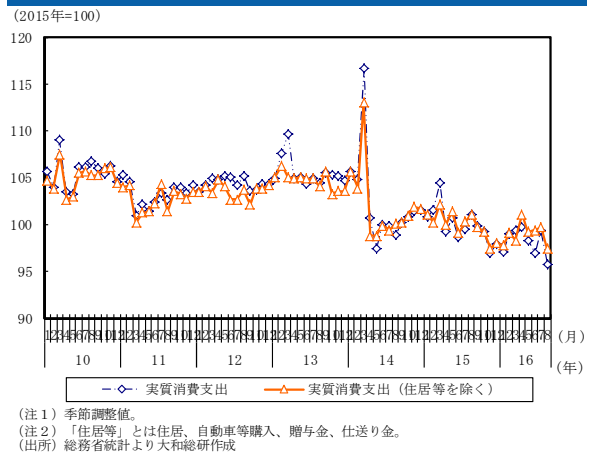
(注) 季節調整値。季節調整は大和総研。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

消費・概況①

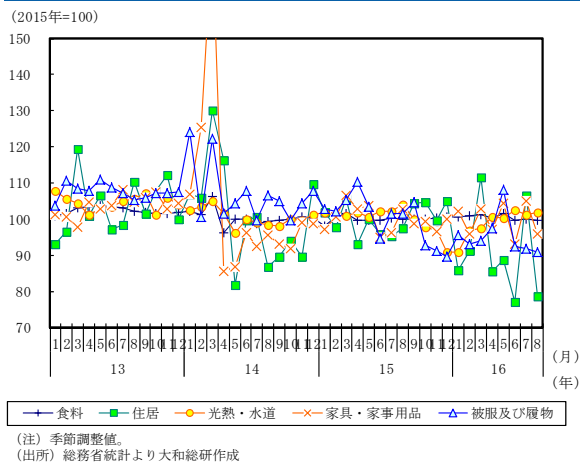
実質消費支出の費目別寄与度



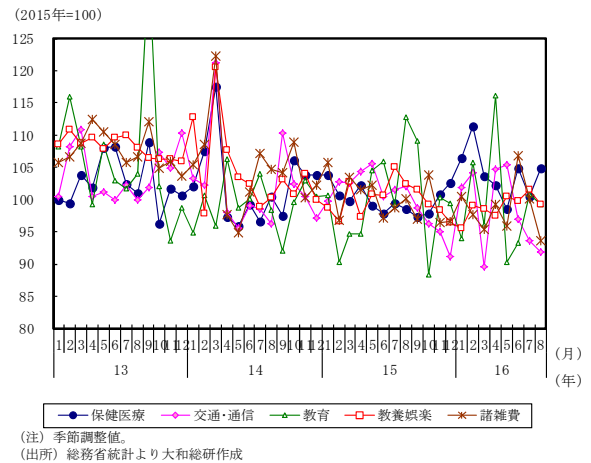
実質消費支出（家計調査、二人以上世帯）



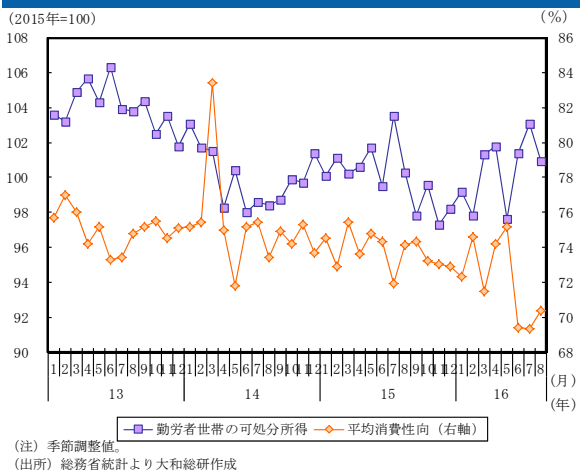
費目別実質消費①



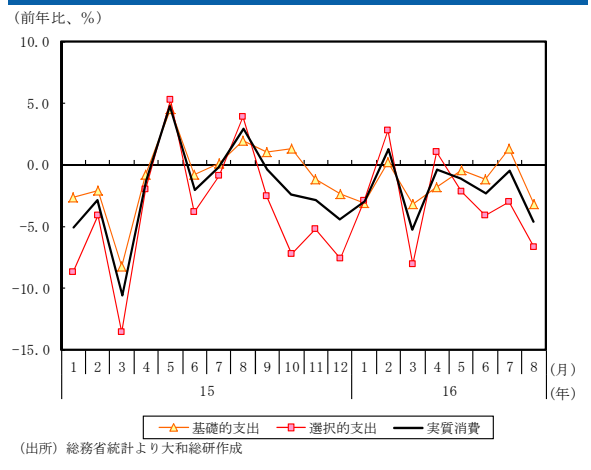
費目別実質消費②



勤労者世帯の実質可処分所得と平均消費性向

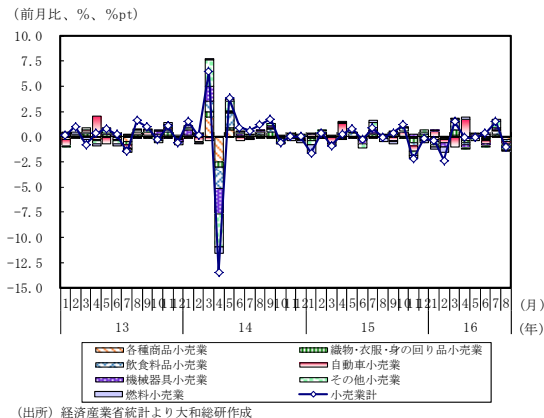


基礎的支出と選択的支出

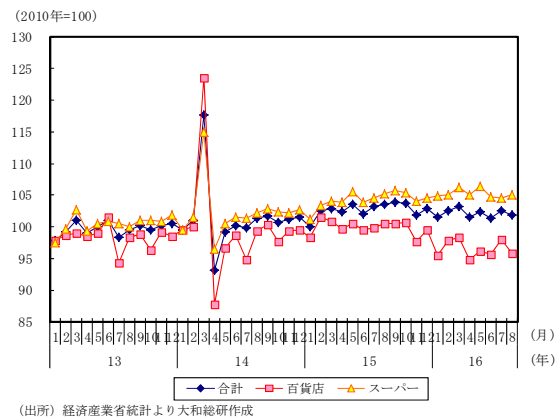


消費・概況②

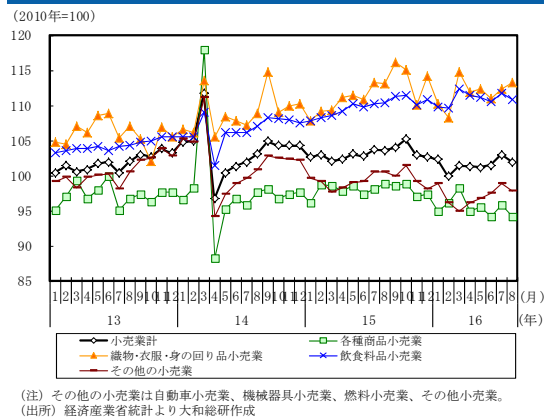
商業動態統計小売販売額の推移



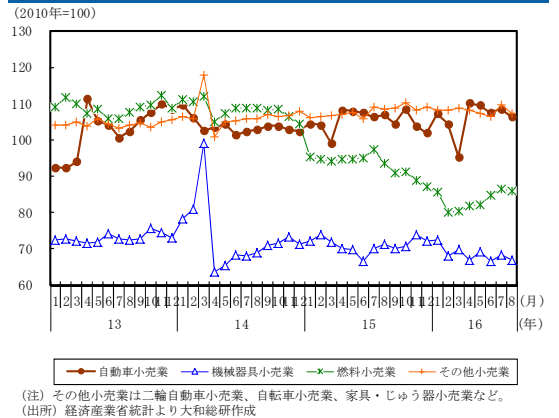
大型小売店業態別商品販売額



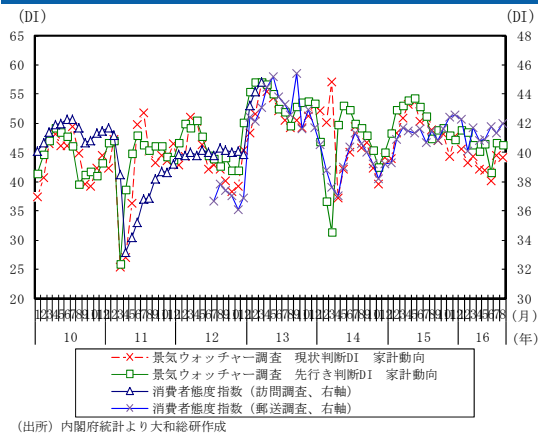
業種別小売販売①



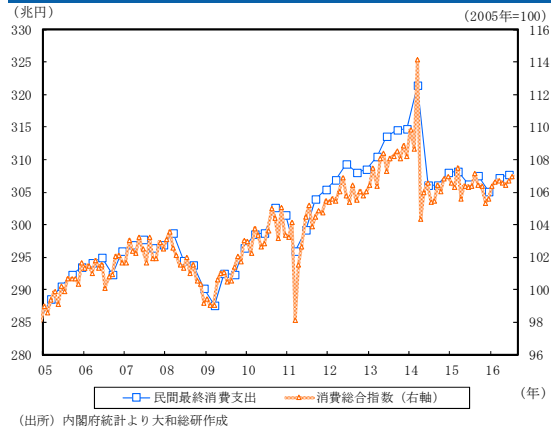
業種別小売販売②



消費者マインド

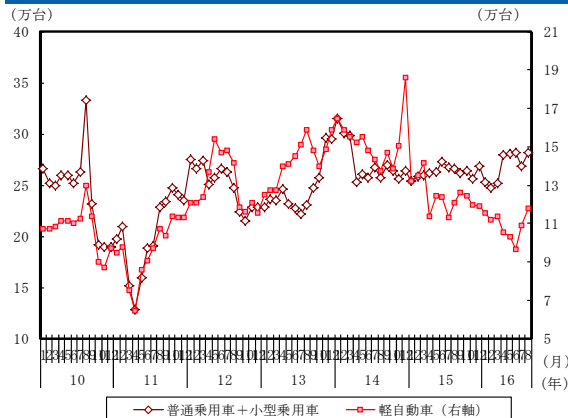


GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



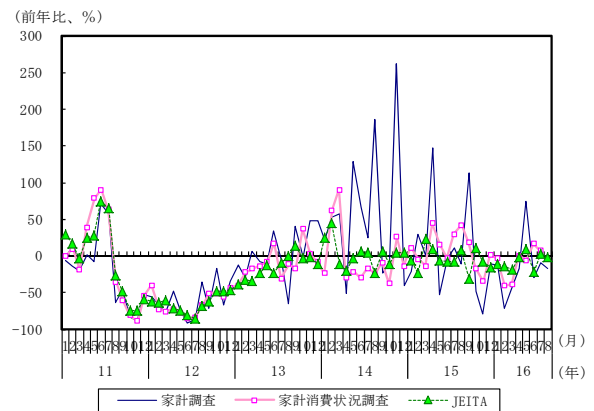
消費・協会統計

新車販売台数



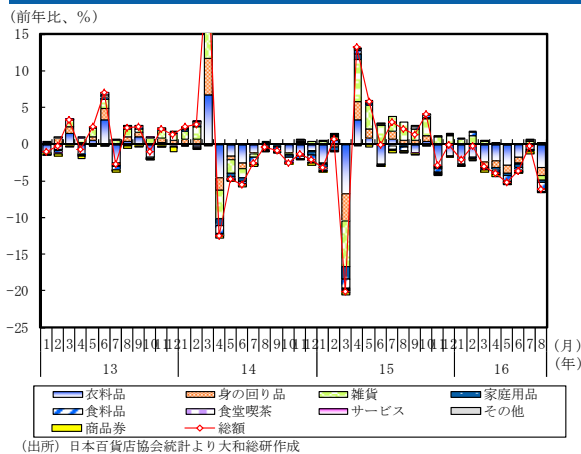
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



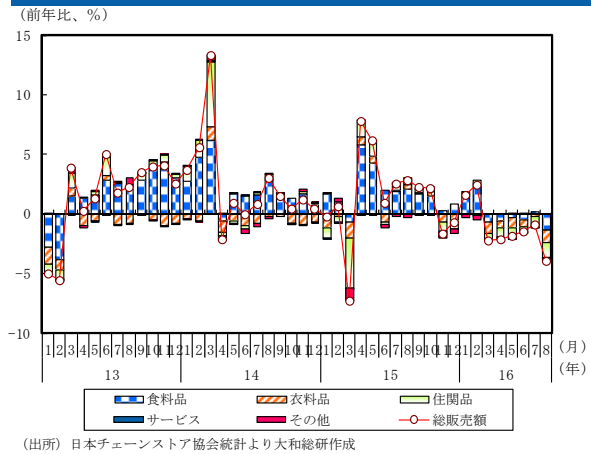
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



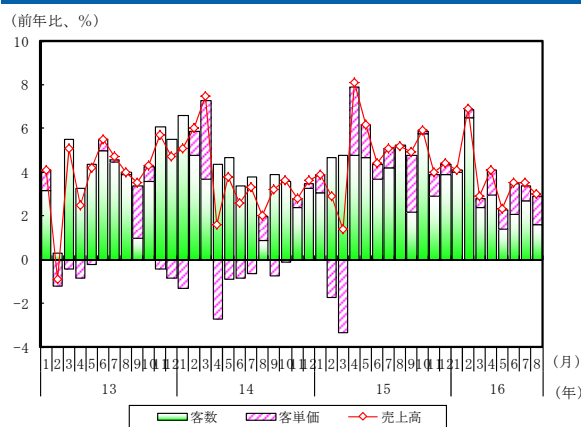
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



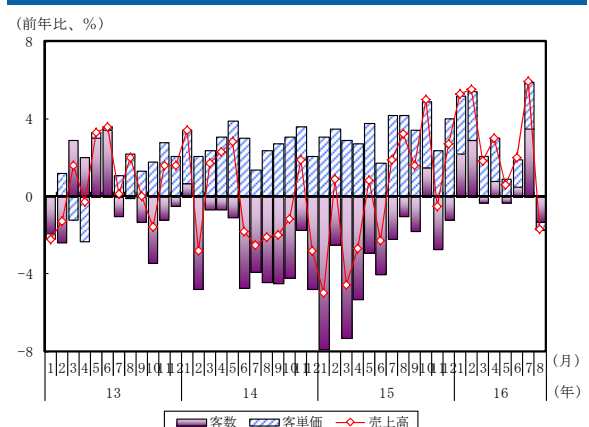
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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