

2016年10月28日 全7頁

Indicators Update

9月消費統計

7-9月期の個人消費は緩やかに減速したもよう

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9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+2.8%と2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+2.1%と2ヶ月ぶりに増加した。
- 実質消費支出の動きを費目別に見ると、「交通・通信」（前月比+12.0%）、「諸雑費」（同+9.9%）、「住居」（同+10.8%）などが前月から増加した一方、「保健医療」（同▲8.0%）と「食料」（同▲1.0%）などが減少した。
- 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。しかし、11月14日に発表される7-9月期実質GDP（一次速報）の個人消費については、天候不順に伴う季節商品の消費不振などが要因となり、3四半期ぶりのマイナス成長となる可能性があるかとみている。

図表1：各種消費指標の概況

		2016年	7月	8月	9月	出所
		6月				
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲2.3	▲0.5	▲4.6	▲2.1	総務省
		前月比 ▲1.3	2.5	▲3.7	2.8	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比 0.2	0.3	▲2.3	2.1	総務省
商業動態統計	小売業	前年比 ▲1.3	▲0.2	▲2.1		経済産業省
		前月比 0.3	1.5	▲1.2		経済産業省
消費総合指数	前月比 0.0	0.5	▲1.2		内閣府	
百貨店売上高	前年比 ▲3.5	▲0.1	▲6.0	▲5.0	日本百貨店協会	
コンビニエンスストア売上高	前年比 0.8	0.3	0.6	▲0.0	(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 ▲0.5	0.2	▲2.9	▲3.2	日本チェーンストア協会	
外食売上高	前年比 2.0	5.9	▲1.7	1.5	(一社) 日本フードサービス協会	
旅行取扱高	前年比 ▲2.2	▲3.1			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9月の実質消費支出は2ヶ月ぶりに増加したが、均してみると緩やかに減速

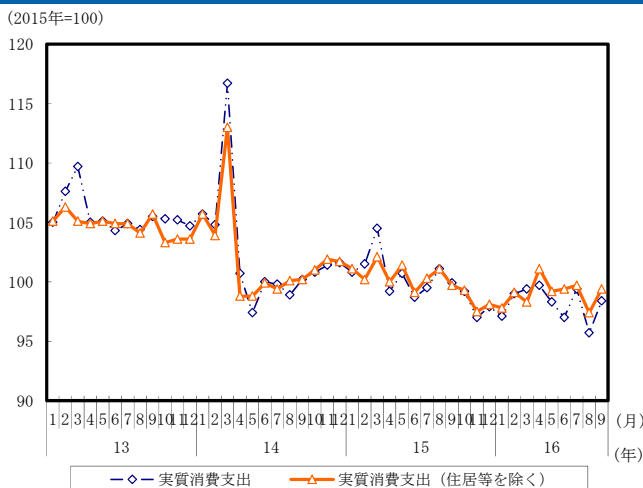
2016年9月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比+2.8%と2ヶ月ぶりに増加した。一方、振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）は同+2.1%と2ヶ月ぶりに増加した。9月に前月比大幅増となったのは、前月に大きく減少（実質消費支出、同▲3.7%）した反動によるものであると考えられ、均してみると個人消費は足下で非常に緩やかに減速している。

10大費目別の動き：7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、10大費目中7費目が増加した。増加した費目を寄与度の大きい順に並べると、「交通・通信」（前月比+12.0%）、「諸雑費」（同+9.9%）、「住居」（同+10.4%）、「家具・家事用品」（同+10.8%）、「教養娯楽」（同+2.6%）、「教育」（同+3.8%）、「光熱・水道」（同+0.6%）であった。「交通・通信」が前月比で大きく上昇した要因としては、単月の振れが大きい自動車等購入が大幅反発したことが主因となったもようである。「家具・家事用品」は、前月に季節商品である冷暖房器具への支出が振るわなかったことの反動があったとみられる。

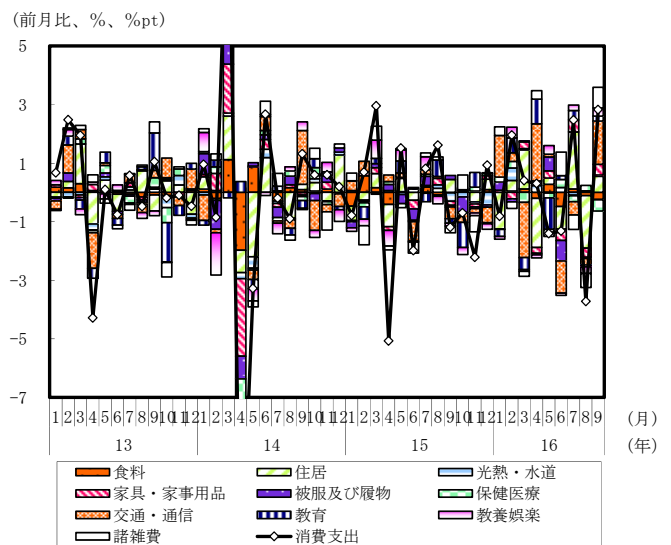
一方、前月から減少したのは「保健医療」（前月比▲8.0%）、「食料」（同▲1.0%）、「被服及び履物」（同▲0.4%）の3費目であった。「保健医療」では、健康保持用摂取品や保健医療サービスなどへの支出が総じて減少しているもようであり、前月（同+4.4%）に増加した反動の影響が表れたと考えられる。「食料」については生鮮魚介の価格が急騰したことなどを背景に、魚介類への支出が減少したことが重石となったと考えられる。

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

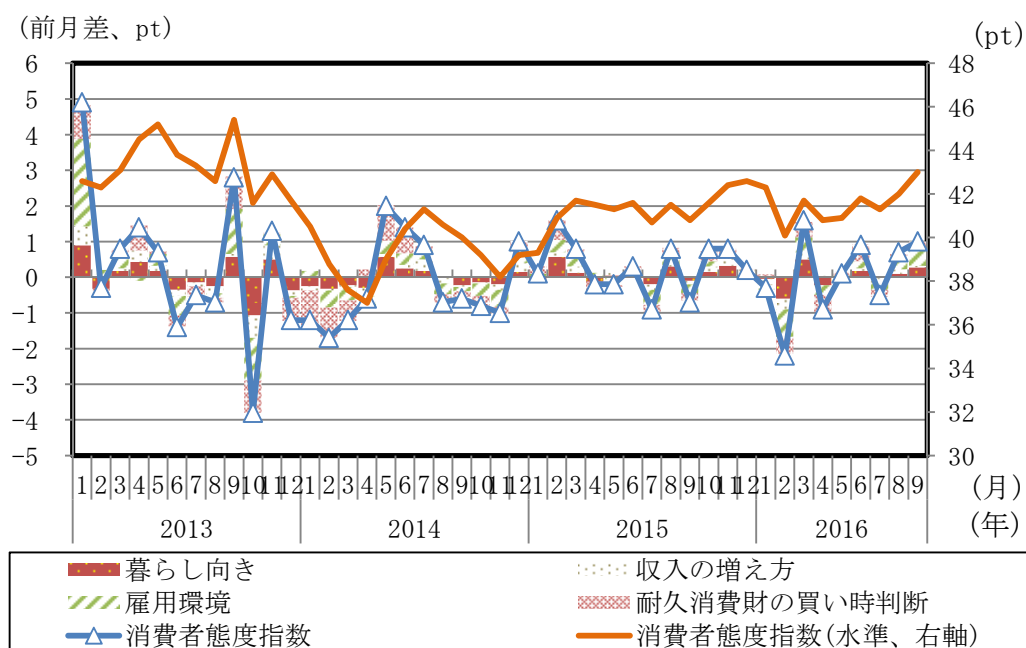


(出所) 総務省統計より大和総研作成

消費者マインドは緩やかながらも改善の動き

2016年9月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月差+1.0ptと2ヶ月連続で上昇し、2013年9月以来3年ぶりの水準まで上昇した（図表4）。長期にわたって横ばい圏で推移していた消費者マインドに、緩やかながらも改善の動きが見られ始めたもようである。指数の内訳を見ると、「雇用環境」（同+1.7pt）、「暮らし向き」（同+1.1pt）、「耐久財の買い時判断」（同+1.0pt）、「収入の増え方」（同+0.2pt）の4項目すべてが上昇した。雇用情勢が引き続きタイトな状況にあるほか、2009年以降続いてきたエコカー減税・家電エコポイント・消費増税前の駆け込み等による需要先食いの悪影響が緩和し、耐久財の買い替えサイクルが好循環に入りつつあることなどが「雇用環境」および「耐久財の買い時判断」などの指数にプラス寄与している可能性がある。

図表4：消費者態度指数の推移



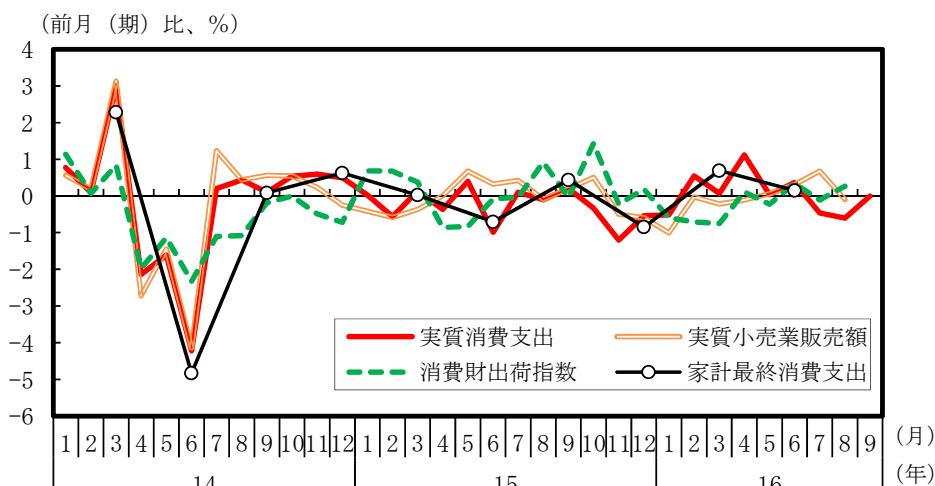
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

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、緩やかな減速基調が止まり、横ばい圏で推移すると予想している。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しよう。

しかし、11月14日に発表される7-9月期実質GDP（一次速報）の個人消費については、前期比で3四半期ぶりにマイナス圏に転じる公算が大きい。このところの消費関連統計の動向を見ると、7月・8月の実質小売業販売額や消費財出荷指数の平均値は4-6月期比でプラス圏を維持している一方、実質消費支出（除く住居等）の7-9月期平均値は4-6月平均比▲1.1%となっている（**図表5**）。天候不順に伴う季節商品の消費不振などが要因となり、個人消費は7-9月期にいったん落ち込む可能性があるだろう。

図表5：消費関連統計と家計最終消費支出



(注) 実質消費支出、実質小売業販売額、消費財出荷指数は3ヶ月移動平均の前月比。実質消費支出は、住居等を除く。

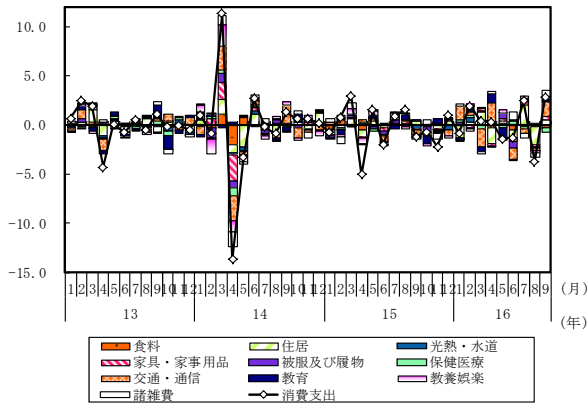
実質小売業販売額は消費者物価指数（総合）で実質化。季節調整は大和総研。

(出所) 経済産業省、総務省、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

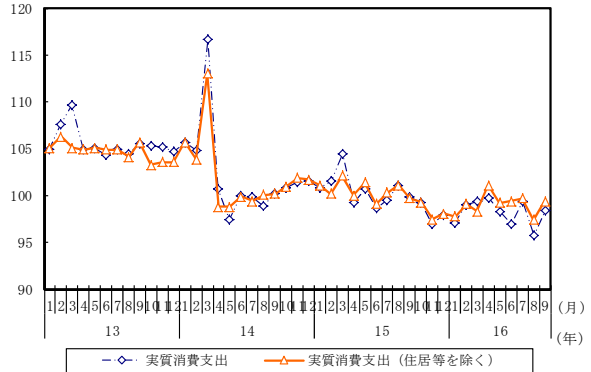
(前月比、%、%pt)



(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)

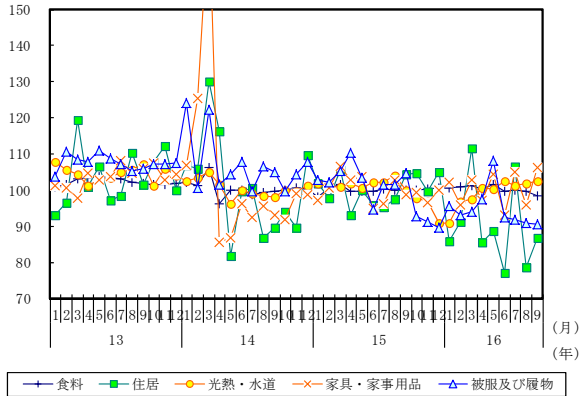
(2015年=100)



(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

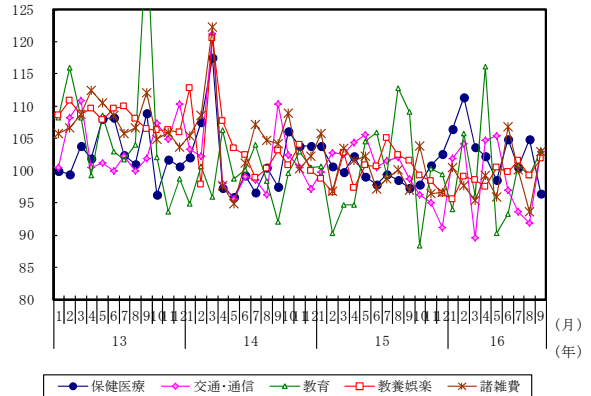
(2015年=100)



(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

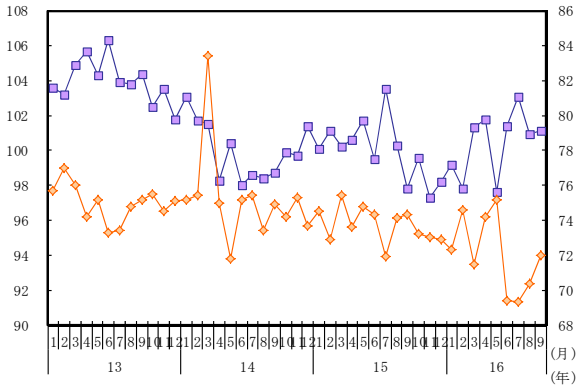
(2015年=100)



(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

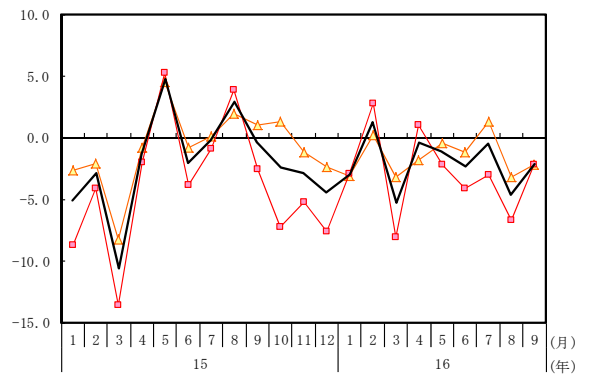
(2015年=100)



(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

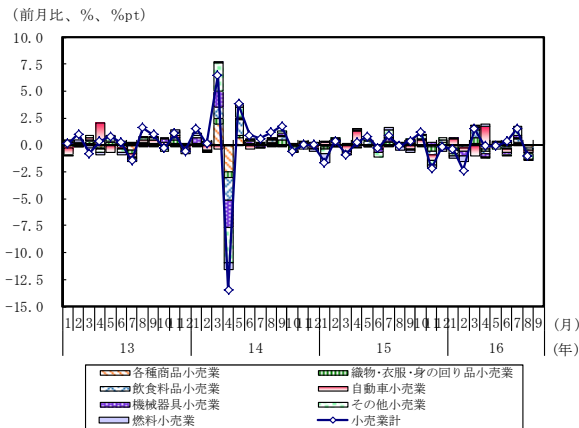
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

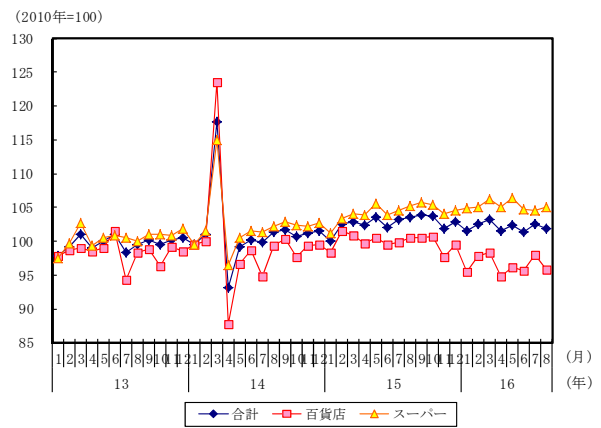
消費・概況②

商業動態統計小売販売額の推移



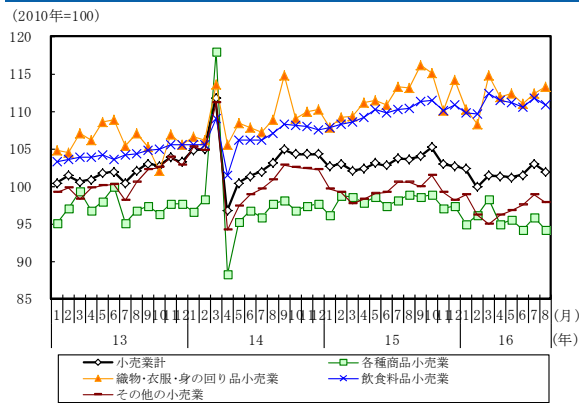
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



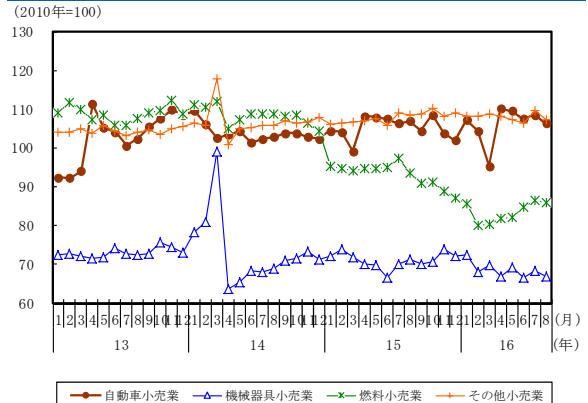
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



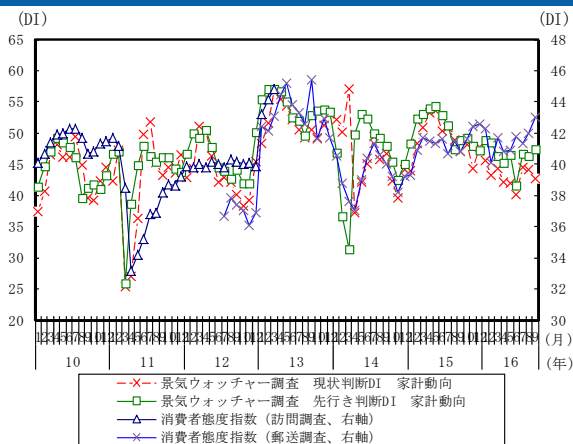
(注) その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



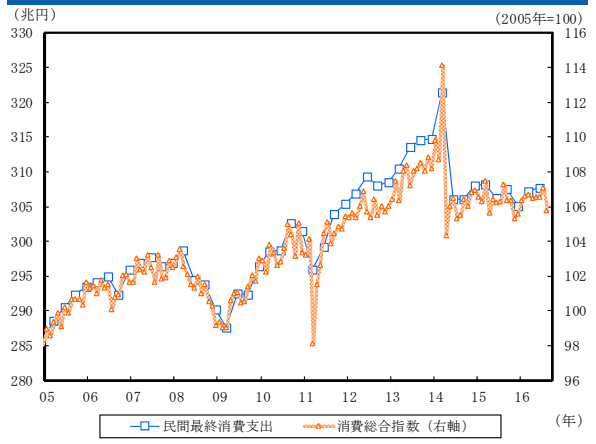
(注) その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

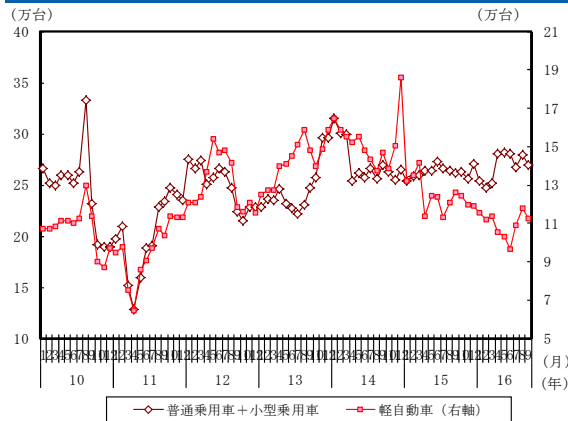
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

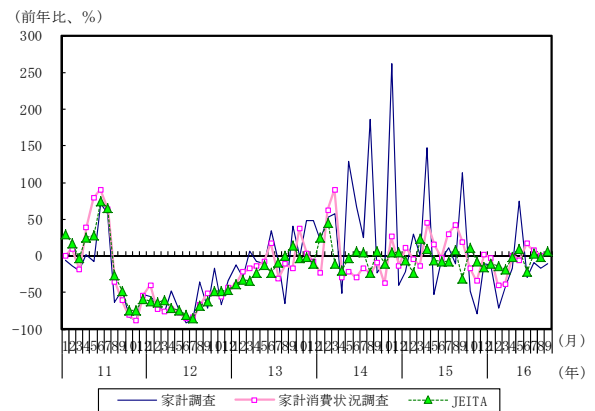
消費・協会統計

新車販売台数



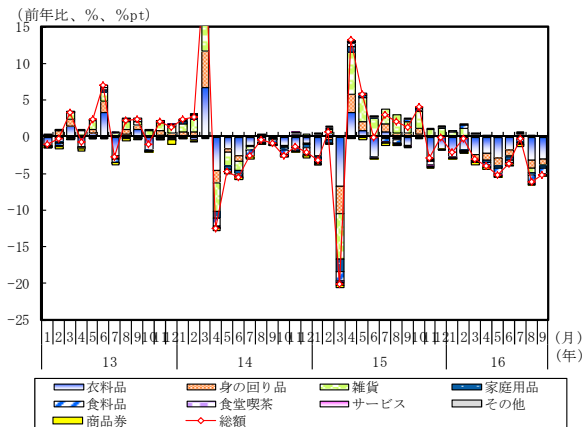
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



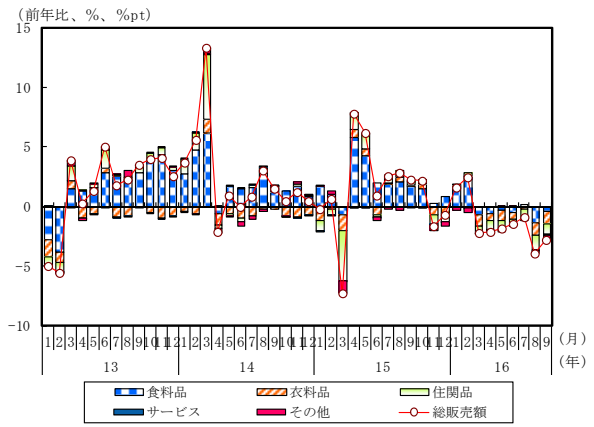
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



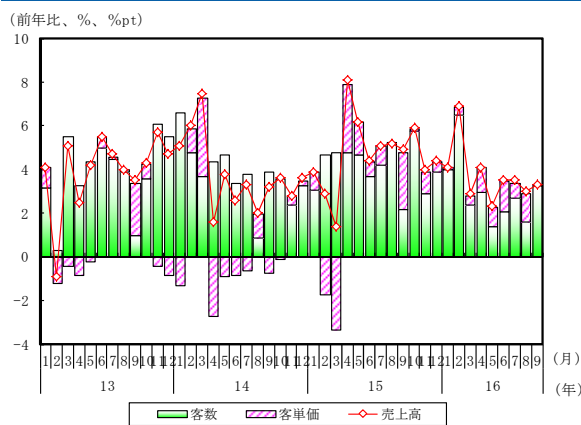
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



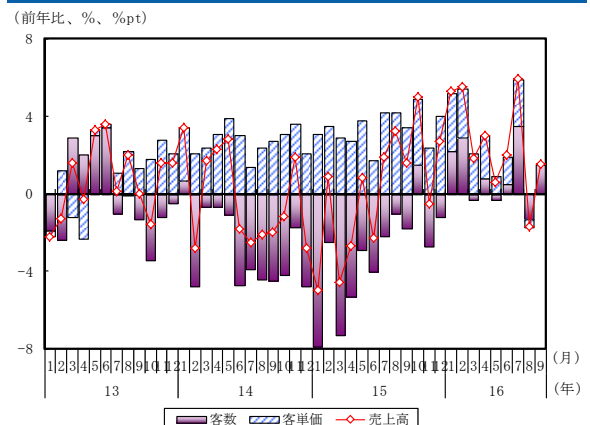
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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