

Indicators Update

11月消費統計

需要側から見た個人消費は緩やかに減速基調

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11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▲0.6%と2ヶ月連続で減少した。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）も同▲0.7%と2ヶ月連続で減少した。
- 実質消費支出の動きを費目別に見ると、「教養娯楽」（前月比▲5.2%）、「光熱・水道」（同▲4.1%）、「住居」（同▲4.5%）などが前月から減少した一方、「交通・通信」（同+12.4%）や「諸雑費」（同+5.0%）などが増加した。
- 引き続き労働需給がタイトな状況の中、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点が個人消費の好材料だ。一方、生鮮食品価格の高騰や原油価格の上昇は実質賃金を押し下げるため、個人消費の重石となる。先行きの個人消費は、上記のプラス・マイナスの両要因が綱引きするような状況の下、横ばい圏で推移すると予想している。

図表1：各種消費指標の概況

		2016年				出所
		8月	9月	10月	11月	
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲4.6	▲2.1	▲0.4	▲1.5	総務省
		前月比 ▲3.7	2.8	▲1.0	▲0.6	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比 ▲2.3	2.1	▲1.5	▲0.7	総務省
商業動態統計	小売業	前年比 ▲2.1	▲1.7	▲0.2		経済産業省
		前月比 ▲1.2	0.3	2.5		経済産業省
消費総合指数		前月比 ▲0.9	0.8	0.4		内閣府
百貨店売上高		前年比 ▲6.0	▲5.0	▲3.9	▲2.4	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比 0.6	▲0.0	0.2	0.5	(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 ▲2.9	▲3.2	0.6	0.8	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比 ▲1.7	1.5	5.3	1.7	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比 ▲0.3	▲7.1			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11月の実質消費支出は2ヶ月連続で減少。緩やかに減速基調を辿る

2016年11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▲0.6%と2ヶ月連続で減少した。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）も同▲0.7%と2ヶ月連続で減少した。需要側から見た個人消費は緩やかに減速基調を辿っている。

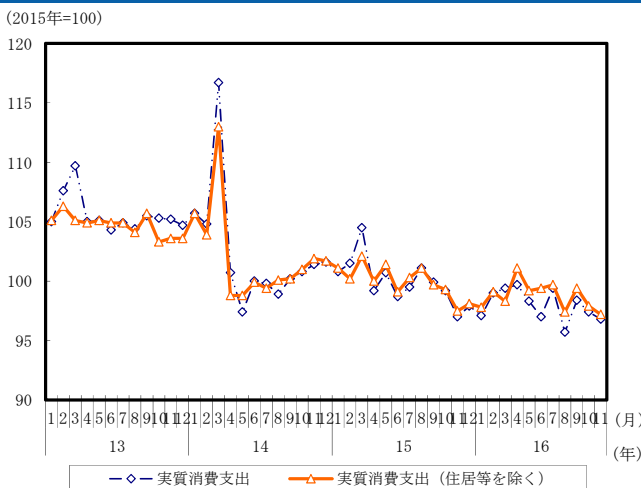
10大費目別の動き：6費目が前月から増加

実質消費支出の動きを費目別に見ると、10大費目中6費目が前月から減少した。減少した費目を寄与度の大きい順に並べると、「教養娯楽」（前月比▲5.2%）、「光熱・水道」（同▲4.1%）、「住居」（同▲4.5%）、「家具・家事用品」（同▲7.9%）、「食料」（同▲0.8%）、「被服及び履物」（同▲4.1%）であった。「教養娯楽」では、このところパック旅行費への支出が減少しているようだ。生鮮食品等の価格上昇などを背景に、家計が節約志向を強める中、旅行など不要不急な支出を抑制している可能性が指摘できる。「光熱・水道」では、電気代やガス代への支出がマイナスに寄与したとみられる。10月は全国的に温暖な気候であったため、暖房などの使用が伸びなかったことが、翌月払である電気代やガス代の支出減につながったと推測される。

一方、前月から増加したのは「交通・通信」（前月比+12.4%）、「諸雑費」（同+5.0%）、「保健医療」（同+0.2%）の3費目であった。「交通・通信」の大幅増は、振れの大きい自動車等購入が急増したことが主因と考えられる。また、「諸雑費」については、他の諸雑費の増加がプラスに寄与したとみられる。

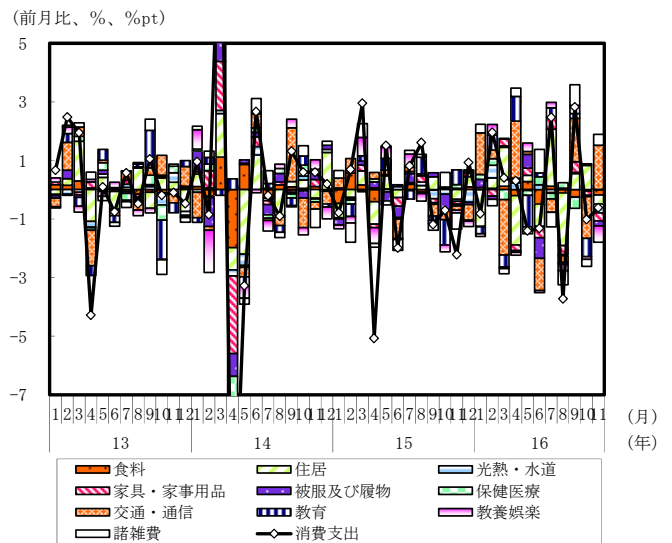
なお、「教育」は前月から横ばいであった。

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



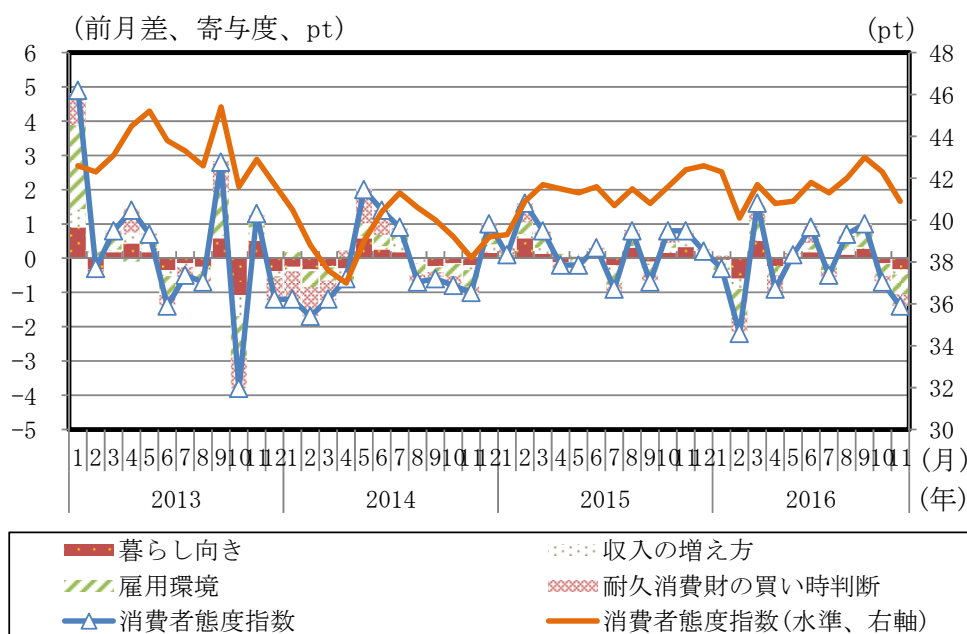
消費者マインドは再度、緩やかに悪化

2016年11月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月差▲1.4ptと2ヶ月連続で低下した（図表4）。指数の内訳を見ると、2ヶ月連続で4項目の全てが低下。4項目を低下幅の大きい順に並べると、「雇用環境」（同▲2.3pt）、「耐久財の買い時判断」（同▲1.4pt）、「暮らし向き」（同▲1.3pt）、「収入の増え方」（同▲0.6pt）であった。秋口まで改善傾向を示していた消費者マインドは、再び緩やかに悪化しつつあるもようである。

また、「資産価値」に関する意識指標は同▲2.6ptと、7ヶ月ぶりに低下した。11月調査の調査基準日は11月15日。11月8日（米国時間）の米大統領選挙でトランプ氏が勝利したことを受け、その後の日経平均株価は急上昇を演じたが、調査基準日時点では、株高よりも金融市場に対する先行きへの不安の高まりの方が強く意識されていた様子が、「資産価値」に関する意識指標に反映されているとみられる。

なお、足下の日経平均株価が年初来高値圏で推移していることなどに鑑みると、12月の「資産価値」に関する意識指標は上昇に転じる公算が大きい。

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

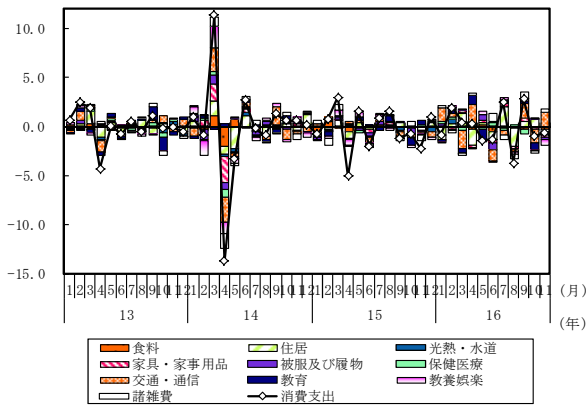
好悪両要因の綱引き状態の下、先行きの個人消費は横ばい圏で推移する見通し

引き続き労働需給がタイトな状況の中、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点が個人消費の好材料だ。一方、生鮮食品価格の高騰や原油価格の上昇は実質賃金を押し下げるため、個人消費の重石となる。先行きの個人消費は、上記のプラス・マイナスの両要因が綱引きするような状況の下、横ばい圏で推移すると予想している。

消費・概況①

実質消費支出の費目別寄与度

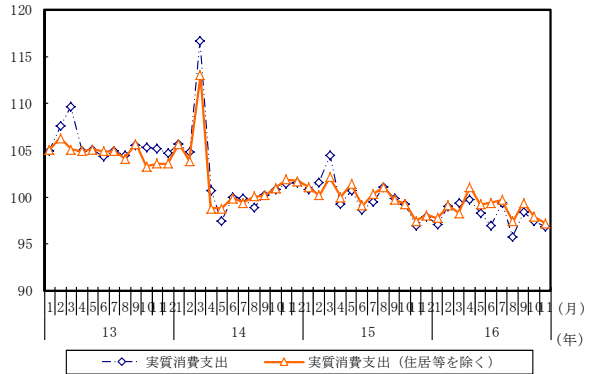
(前月比、%、%pt)



(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)

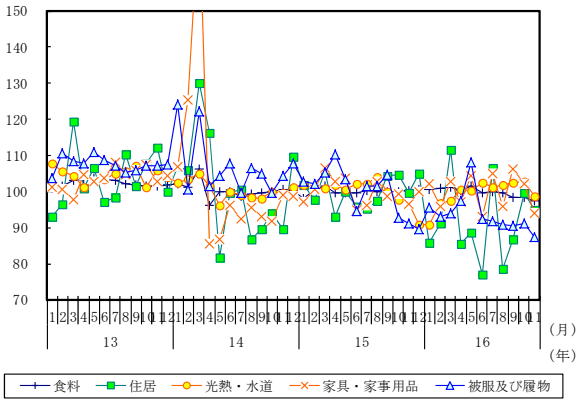
(2015年=100)



(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

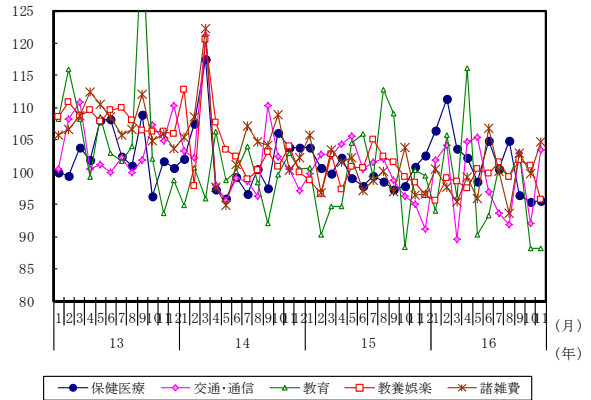
(2015年=100)



(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

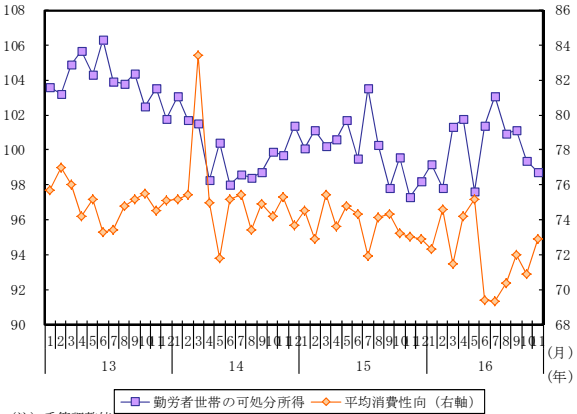
(2015年=100)



(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

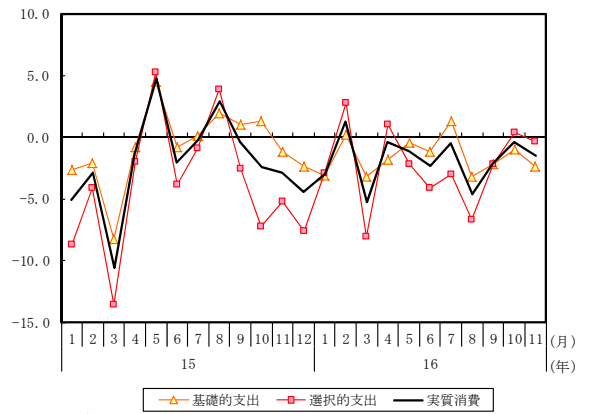
(2015年=100)



(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

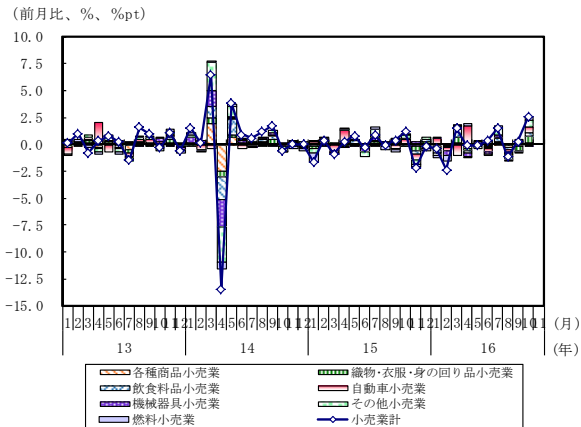
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

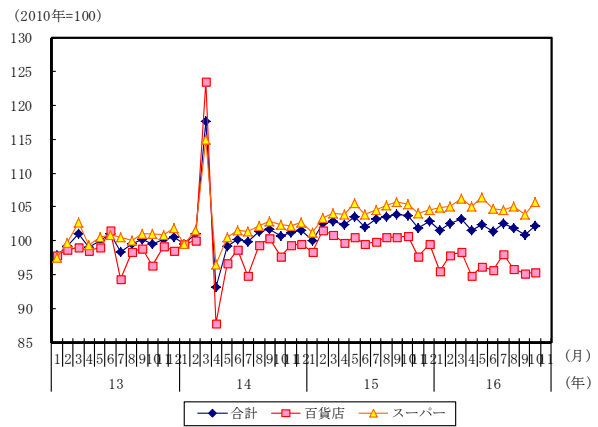
消費・概況②

商業動態統計小売業販売額の推移



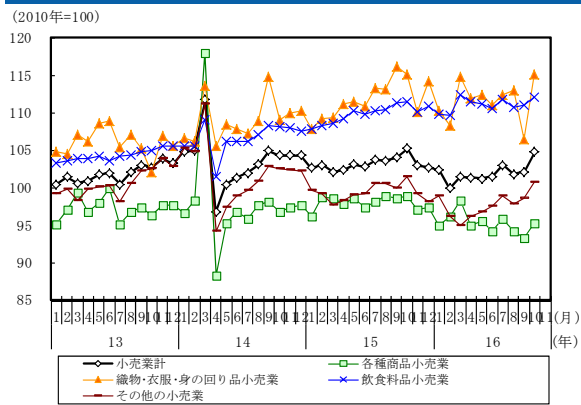
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売業個別商品販売額



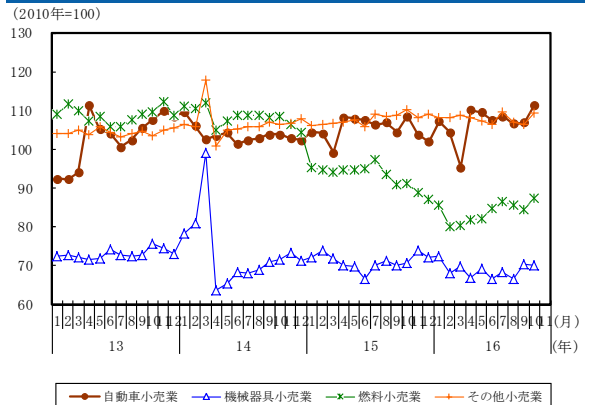
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売①



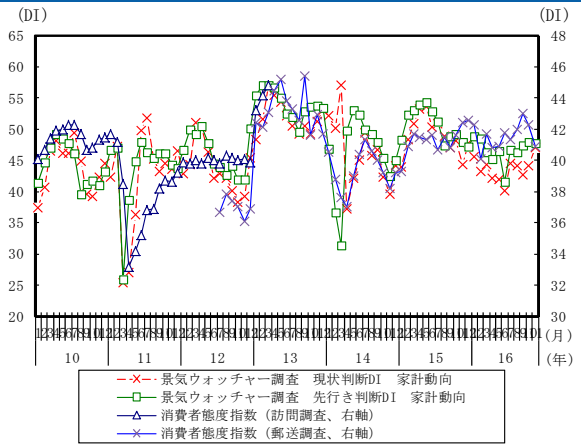
(注) その他の小売業は自動車小売業、機械器具小売業、燃料小売業、その他小売業。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

業種別小売販売②



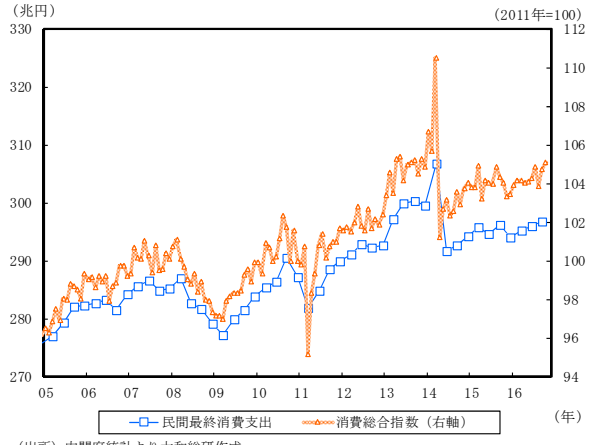
(注) その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

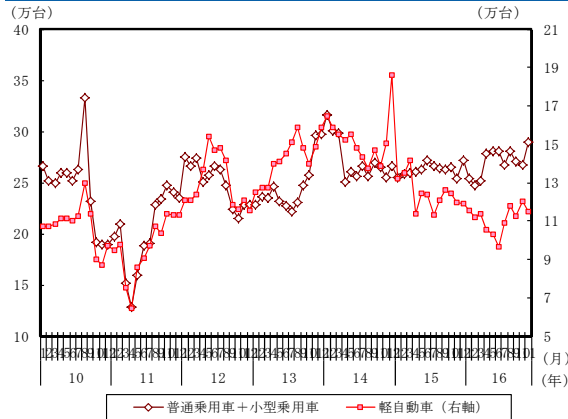
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

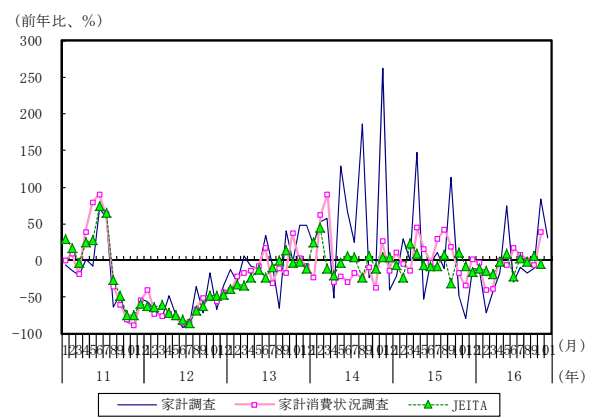
消費・協会統計

新車販売台数



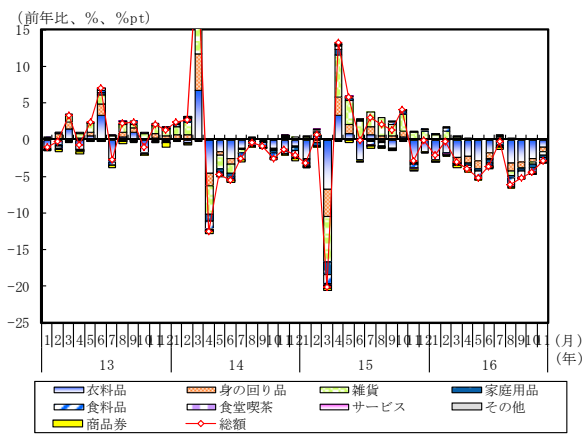
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車販売協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



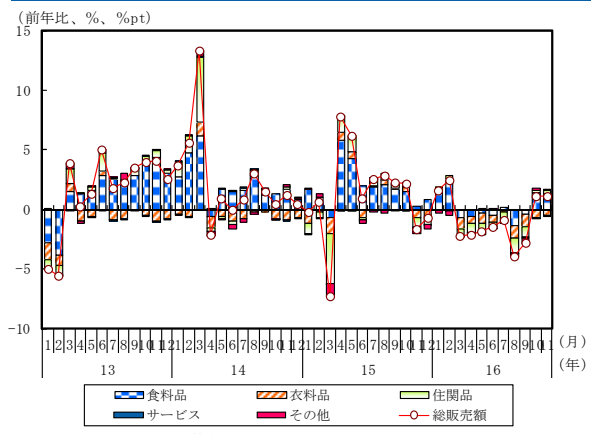
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



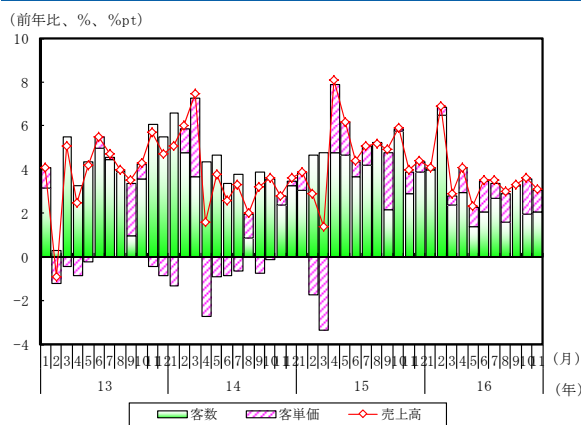
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



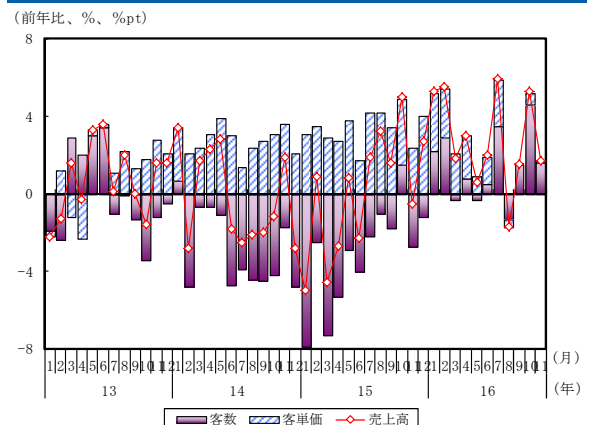
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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