

Indicators Update

12月消費統計

実質消費支出は3ヶ月連続で減少。消費の減速基調が続く

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12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3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▲2.1%と3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、「交通・通信」（前月比▲3.7%）、「光熱・水道」（同▲5.4%）、「教養娯楽」（同▲3.3%）などが前月から減少した一方、「教育」（同+23.1%）や「住居」（同+10.7%）が増加した。
- 先行きの個人消費は、消費マインドの改善などが下支えとなっていったん底を打った後、横ばい圏で推移すると見込んでいる。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押し上げ材料だ。一方、昨秋来の生鮮食品の値上がりを受けて、消費者物価（総合）上昇率が前年比でプラスに転じている点は気がかりだ。物価の影響を考慮した実質賃金が伸び悩めば、家計が財布の紐を緩めていくことは期待しづらいだろう。

図表1：各種消費指標の概況

		2016年				出所
		9月	10月	11月	12月	
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲2.1	▲0.4	▲1.5	▲0.3	総務省
		前月比 2.8	▲1.0	▲0.6	▲0.6	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比 2.1	▲1.5	▲0.7	▲2.1	総務省
商業動態統計	小売業	前年比 ▲1.7	▲0.2	1.7	0.6	経済産業省
		前月比 0.3	2.5	0.2	▲1.7	経済産業省
消費総合指数		前月比 0.9	0.1	▲0.8		内閣府
百貨店売上高		前年比 ▲5.0	▲3.9	▲2.4	▲1.7	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比 ▲0.0	0.2	0.5	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 ▲3.2	0.6	0.8	▲2.0	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比 1.5	5.3	1.7	3.3	(一社) 日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比 ▲7.1	▲6.0			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12月の実質消費支出は3ヶ月連続で減少。緩やかな減速基調が続く

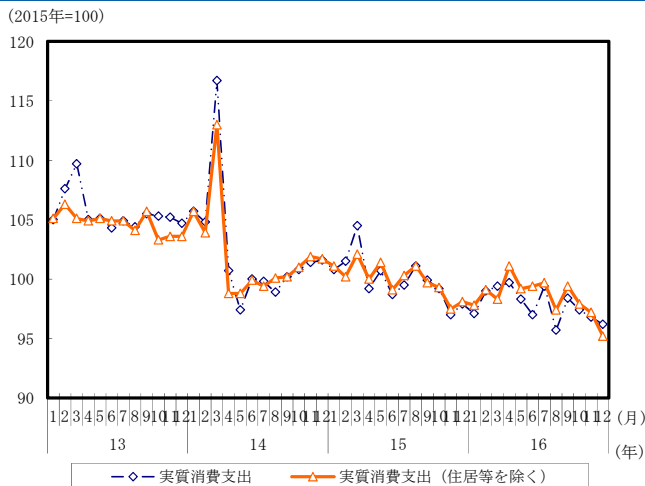
2016年12月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比▲0.6%と3ヶ月連続で減少した。また、振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）も同▲2.1%と3ヶ月連続で減少した。需要側から見た個人消費は緩やかな減速基調が続いている。

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、「交通・通信」（前月比▲3.7%）、「光熱・水道」（同▲5.4%）、「教養娯楽」（同▲3.3%）、「保健医療」（同▲6.4%）、「諸雑費」（同▲3.1%）、「食料」（同▲1.0%）、「家具・家事用品」（同▲2.1%）、「被服及び履物」（同▲0.6%）であった。「交通・通信」は、前月の大幅増（11月：同+12.4%）の反動の影響に加え、自動車保険料など自動車等維持への支出の減少がマイナスに寄与したもようである。「教養娯楽」では、教養娯楽サービスへの支出が減少したとみられる。なかでもパック旅行費や月謝類への支出がマイナス寄与していることから、家計が不要不急の支出を手控え、節約志向を強めつつある姿が読み取れよう。

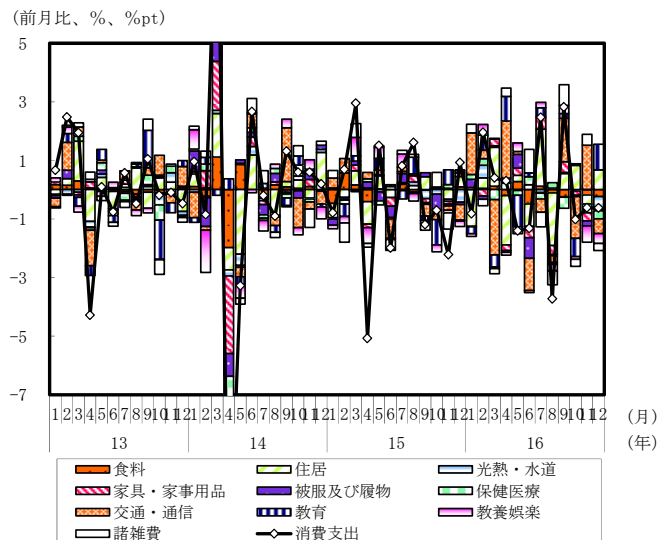
一方、前月から増加したのは「教育」（前月比+23.1%）、「住居」（同+10.7%）の2費目であった。「教育」では、授業料等への支出が急増したことがプラスに寄与したとみられる。また、単月の振れが大きい「住居」では、設備修繕・維持の支出が増加したもようである。

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

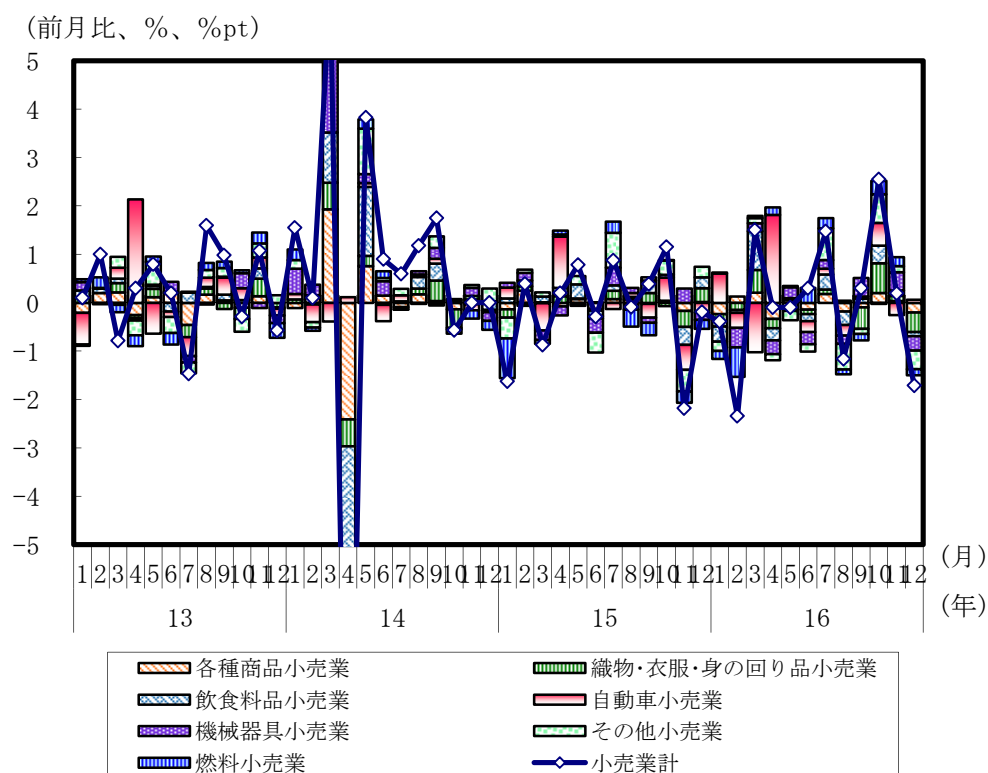
供給側統計に見る個人消費は基調としては緩やかな拡大が継続

2016年12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▲1.7%と4ヶ月ぶりに減少した（図表4）。12月の名目小売販売額は減少したものの、前月比の後方3ヶ月移動平均を見ると8ヶ月連続で増加していることから、供給側統計に見る個人消費は基調としては緩やかな拡大が継続していると評価できよう。

12月分の結果の内訳を見ると、「織物・衣服・身の回り品小売業」（前月比▲5.2%）、「機械器具小売業」（同▲4.3%）、「各種商品小売業」（同▲2.1%）、「燃料小売業」（同▲1.4%）などが前月から減少した。11月に同+5.4%となっていた「機械器具小売業」は、2ヶ月ぶりの減少となった。11月は東京都心で54年ぶりに降雪が観測されるなど寒さが厳しく、暖房需要が強まった反動が12月の結果に表れたと推測される。また、「織物・衣服・身の回り品小売業」についても、機械器具小売業と同様に、季節商品の反動が表れた可能性が指摘できる。

一方、前月から上昇したのは「自動車小売業」（同+0.6%）のみであった。11月に発売された新型車の販売が引き続き好調だったことなどがプラスに寄与したものと考えられる。

図表4：商業動態統計の推移



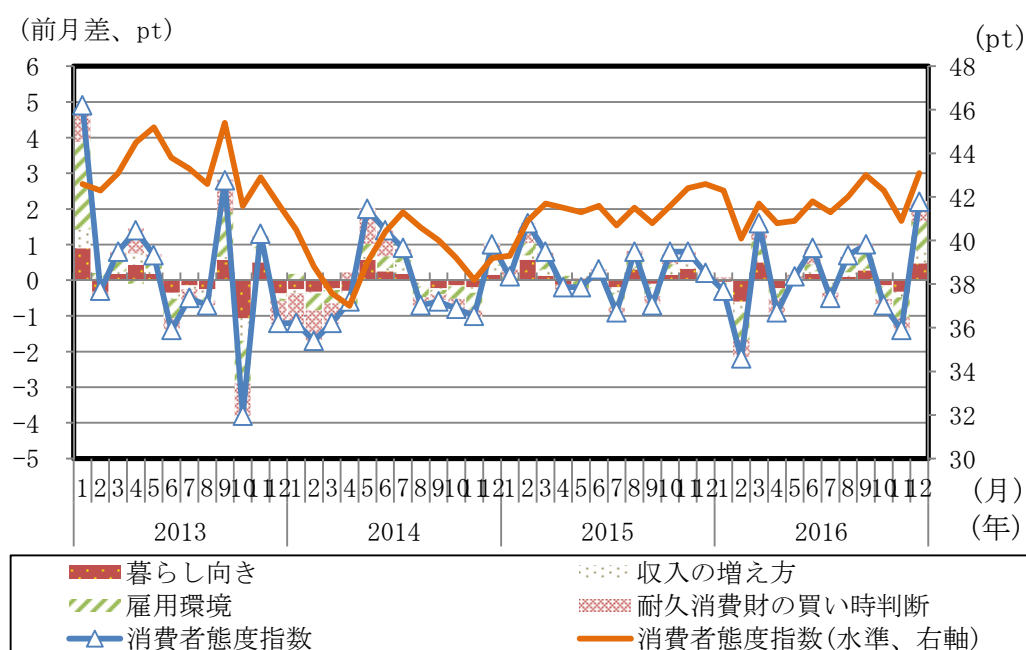
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

日本経済に対する楽観的な見方が広がり、消費者マインドは改善

2016年12月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月差+2.2ptと3ヶ月ぶりに上昇した（図表5）。指数の内訳を見ると、3ヶ月ぶりに4項目の全てが上昇している。4項目を上昇幅の大きい順に並べると、「雇用環境」（同+3.2pt）、「耐久消費財の買い時判断」（同+2.3pt）、「暮らし向き」（同+1.9pt）、「収入の増え方」（同+1.5pt）であった。

また、「資産価値」に関する意識指標は同+3.0ptと、2ヶ月ぶりに上昇した。米大統領選挙でのトランプ氏勝利後に日経平均株価が急上昇したことが、「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。

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いったん底を打ち、その後は横ばい圏で推移する見通し

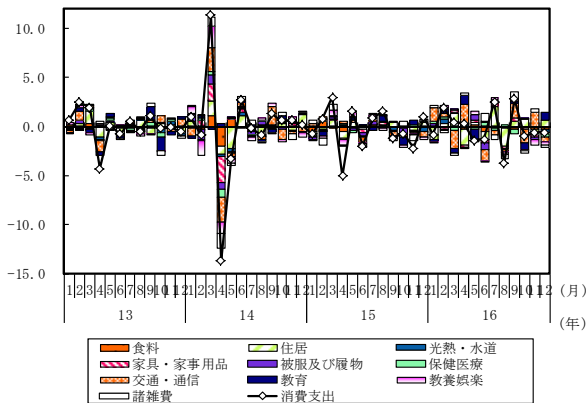
先行きの個人消費は、消費マインドの改善などが下支えとなっていていったん底を打った後、横ばい圏で推移すると見込んでいる。労働需給がタイトな状況の中、非製造業を中心とした労働需要の高まりから雇用者数が継続的に増加しており、マクロの賃金（＝一人当たり賃金×雇用者数）が押し上げられている点が個人消費の押し上げ材料である。

一方、昨秋来の生鮮食品の値上がりを受けて、消費者物価（総合）上昇率が前年比でプラスに転じている点は気がかりだ。政府は2017年の春闘においてもベースアップを要請しているが、将来的な業績への影響を懸念する企業側には、月収ではなく年収ベースでの賃金の引き上げで対応する姿勢を示しているところが多いようだ。物価の影響を考慮した実質賃金が伸び悩めば、家計が財布の紐を緩めていくことは期待しづらいだろう。

消費・概況①

実質消費支出の費目別寄与度

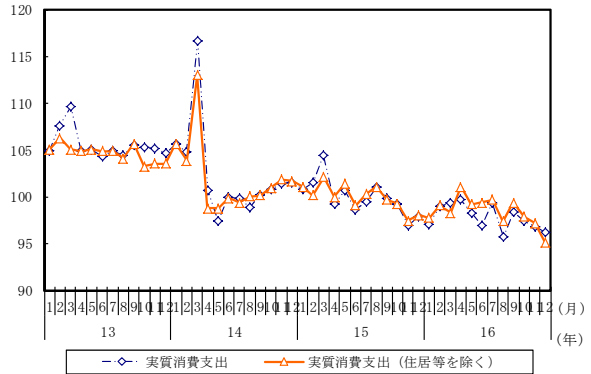
(前月比、%、%pt)



(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)

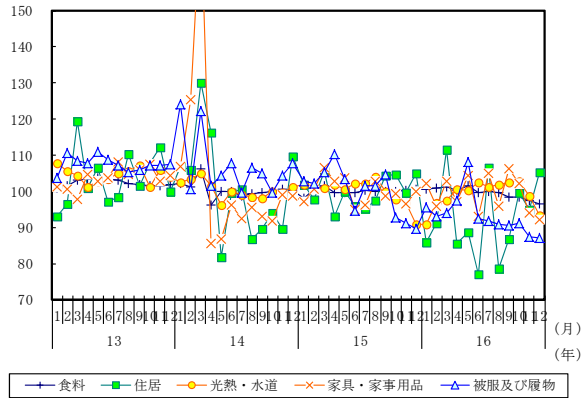
(2015年=100)



(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

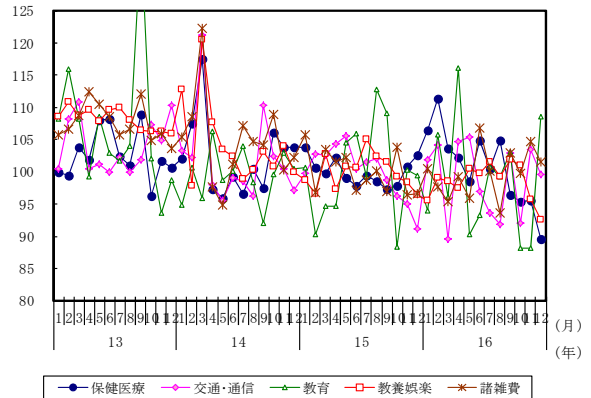
(2015年=100)



(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

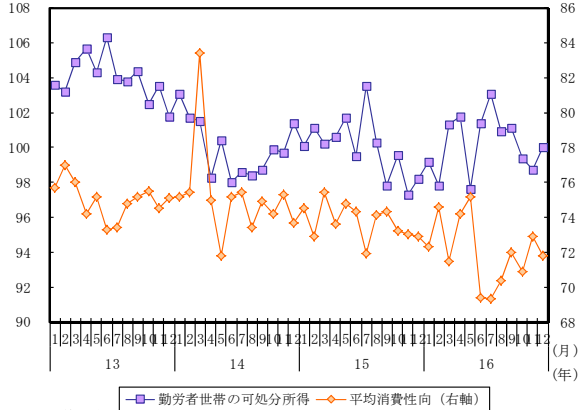
(2015年=100)



(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

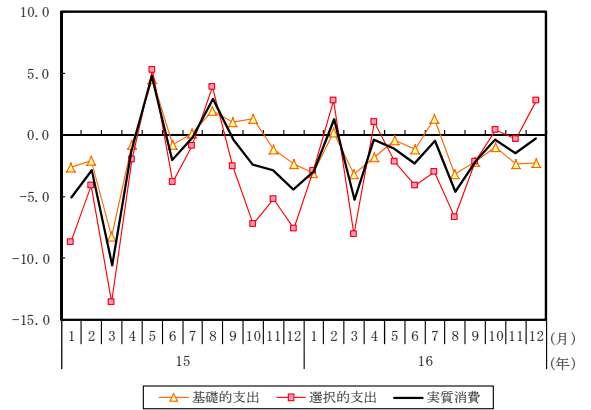
(2015年=100)



(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

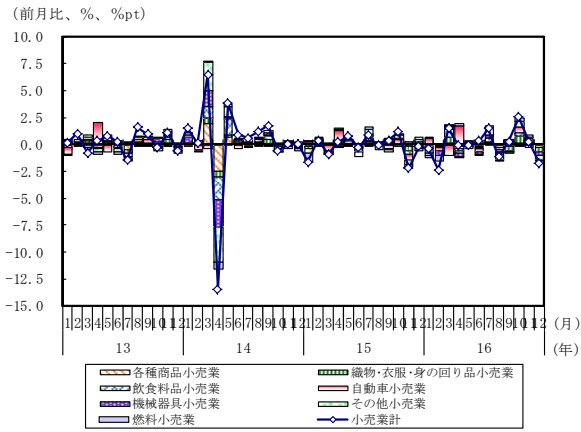
(前年比、%)



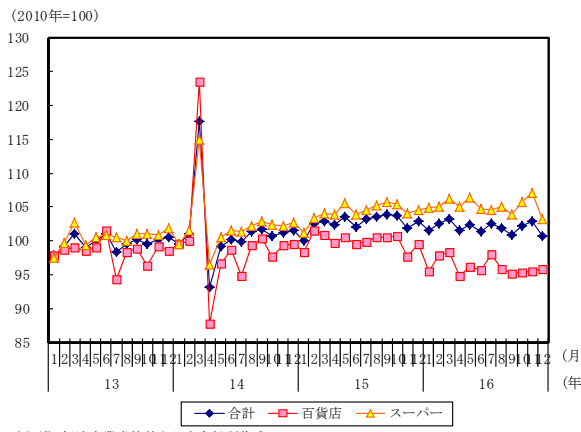
(出所) 総務省統計より大和総研作成

消費・概況②

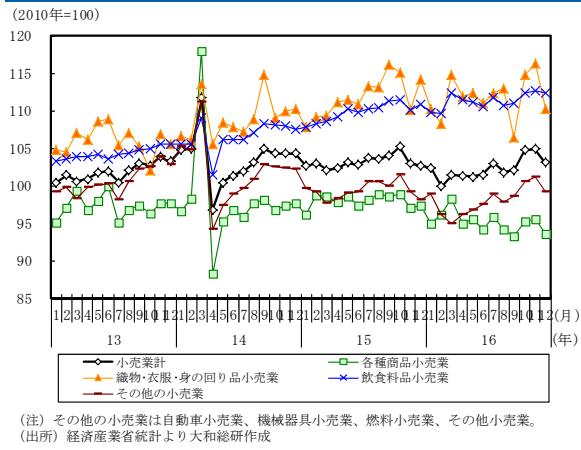
商業動態統計小売業販売額の推移



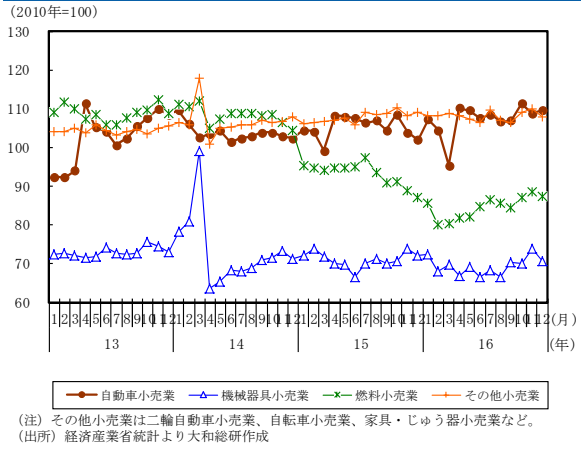
大型小売店業態別商品販売額



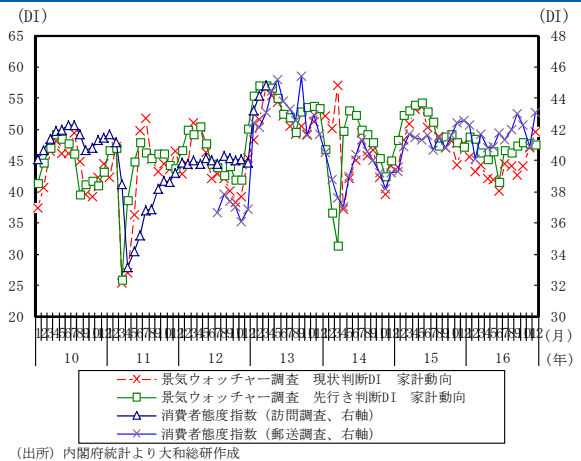
業種別小売販売①



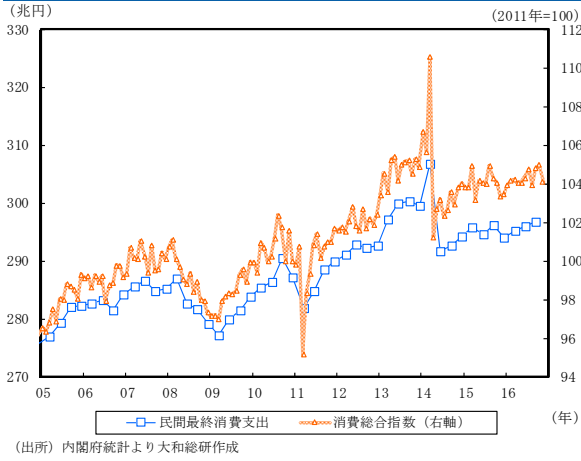
業種別小売販売②



消費者マインド

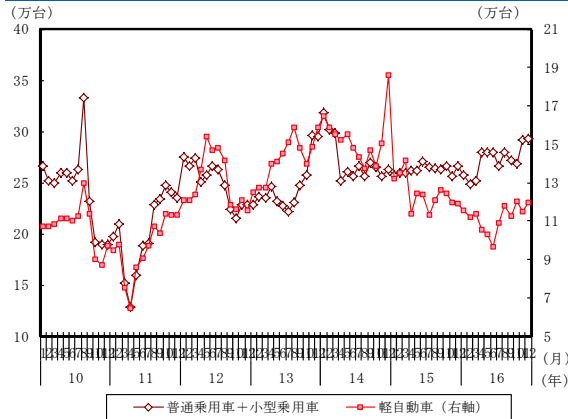


GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



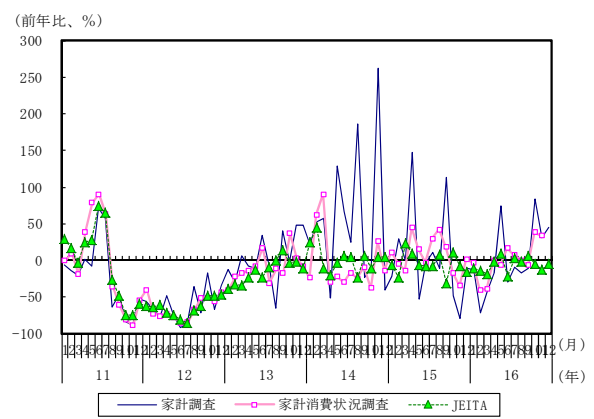
消費・協会統計

新車販売台数



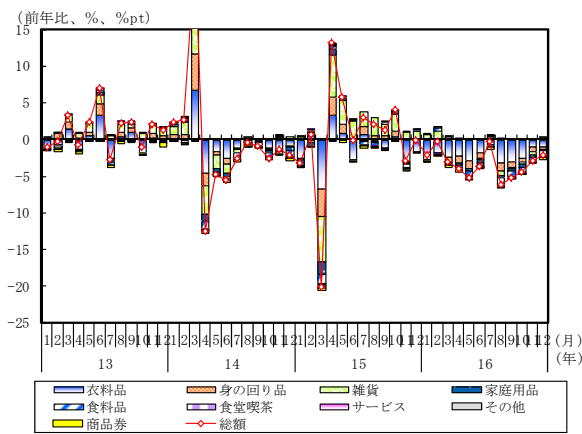
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車販売協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



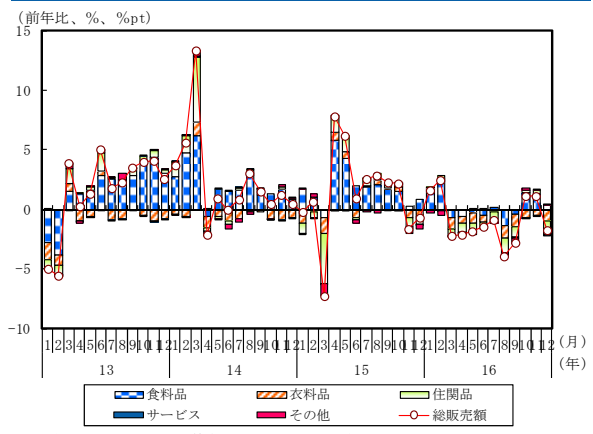
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



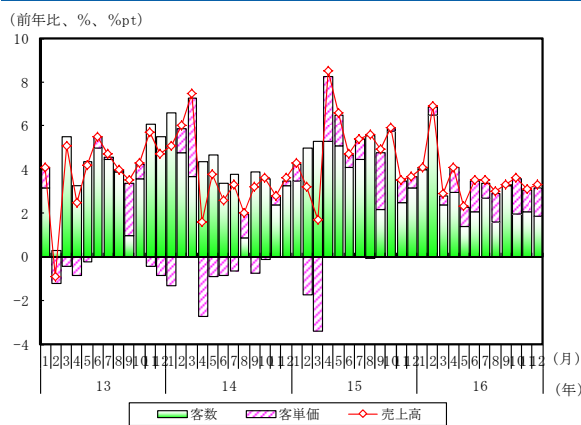
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



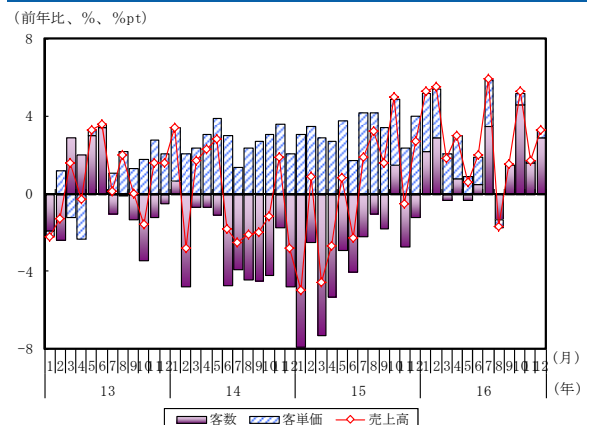
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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