

2017年3月31日 全9頁

## Indicators Update

# 2月消費統計

需要側統計から見た個人消費は、年初来持ち直しの動きが見られる

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]

- 2017年2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2ヶ月連続で増加した。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+0.2%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+25.8%）、「諸雑費」（同+4.6%）、「保健医療」（同+4.7%）などが前月から増加した一方、「教養娯楽」（同▲5.4%）、「家具・家事用品」（同▲8.5%）、「被服及び履物」（同▲7.3%）が減少した。
- 先行きの個人消費は、概ね横ばいでの推移を見込む。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）が押し上げられると見込まれる点が個人消費の押し上げ材料である。一方、今年のベースアップ率は前年水準を下回る見通しであることや、昨秋来の生鮮食品の値上がりや原油価格の上昇などを背景に、消費者物価上昇率が前年比でプラスに転じている点が気がかりだ。物価の影響を考慮した実質賃金が伸び悩めば、個人消費は抑制されることとなろう。

図表1：各種消費指標の概況

			2016年		2017年		出所
			11月	12月	1月	2月	
家計調査	実質消費支出	前年比	▲1.5	▲0.3	▲1.2	▲3.8	総務省
		前月比	▲0.1	▲0.8	0.5	2.5	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前年比	▲0.4	▲1.6	3.2	0.2	総務省
		前月比	1.7	0.7	1.0	0.1	経済産業省
商業動態統計	小売業	前年比	▲0.7	▲0.7	0.2	0.2	経済産業省
消費総合指数		前月比	▲0.5	0.2	0.9		内閣府
百貨店売上高		前年比	▲2.4	▲1.7	▲1.2	▲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	0.5	0.5	0.1	▲1.7	(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	0.8	▲2.0	▲1.6	▲3.3	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比	1.7	3.3	2.4	1.8	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比	▲1.7	▲1.7			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

## 2017年2月の実質消費支出は2ヶ月連続で増加。年初以降、持ち直しの動き

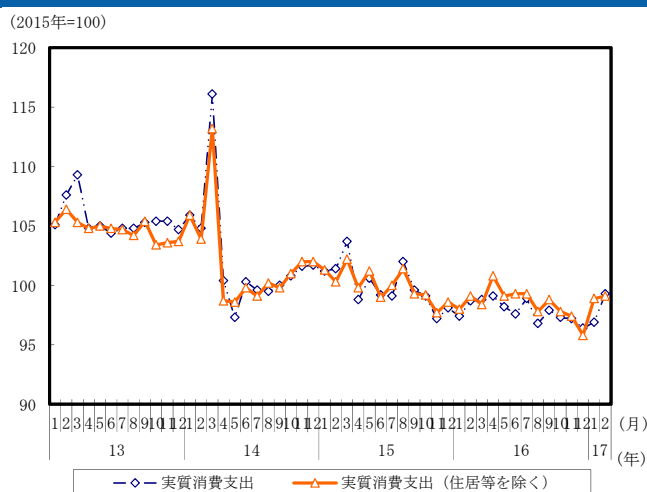
2017年2月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比+2.5%と2ヶ月連続で増加した。また、振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）も同+0.2%と2ヶ月連続で増加した。需要側の統計から見た個人消費は、2017年初以降持ち直しの動きが見られている。

### 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費目が前月から増加した。増加した費目を寄与度の大きい順に並べると、「住居」（前月比+25.8%）、「諸雑費」（同+4.6%）、「保健医療」（同+4.7%）、「教育」（同+4.6%）、「食料」（同+0.3%）、「交通・通信」（同+0.5%）、「光熱・水道」（同+0.9%）であった。「住居」はそもそも単月の振れが大きい費目であり、前月（12月比：▲19.9%）に大きく減少した反動が表れたものと考えられる。「保健医療」では、保健医療サービスへの支出増がプラスに寄与したもようである。「食料」への支出は2ヶ月連続で増加した。季節調整値でみた生鮮食品の物価が概して低下基調にある中、とりわけ果物への支出が増加したとみられる。

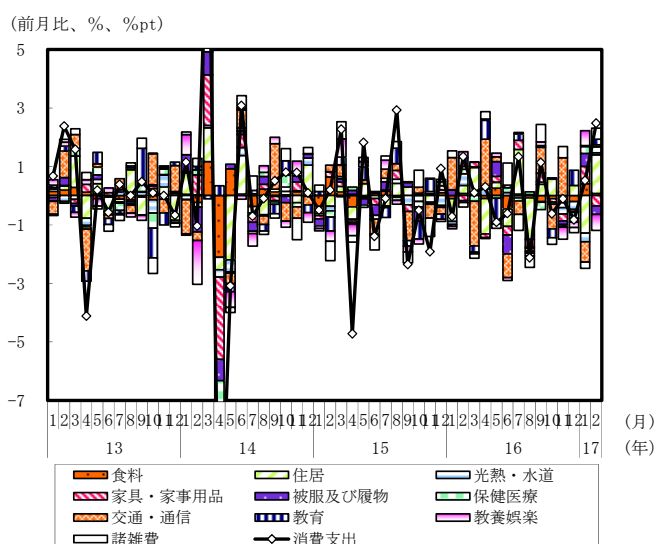
一方、前月から減少したのは「教養娯楽」（前月比▲5.4%）、「家具・家事用品」（同▲8.5%）、「被服及び履物」（同▲7.3%）の3費目であった。「教養娯楽」では、宿泊料やパック旅行費が減少したもようであり、このことから家計が引き続き不急不要な支出を控えている姿がうかがえよう。

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



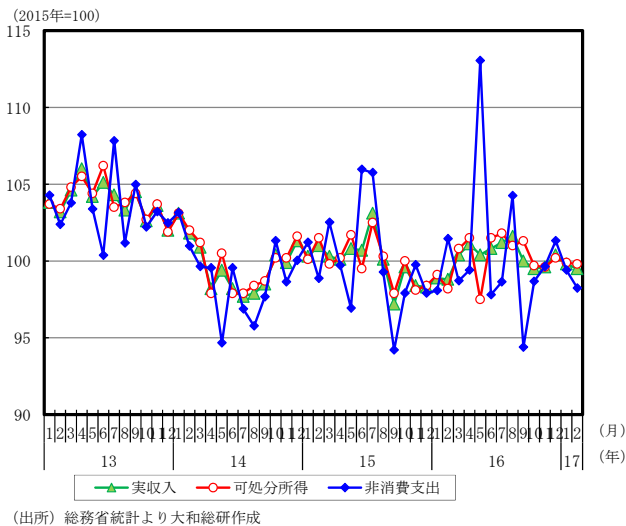
(出所) 総務省統計より大和総研作成

## 平均消費性向は大幅上昇。ただし、今後も上昇トレンドをたどり続けるのは難しい

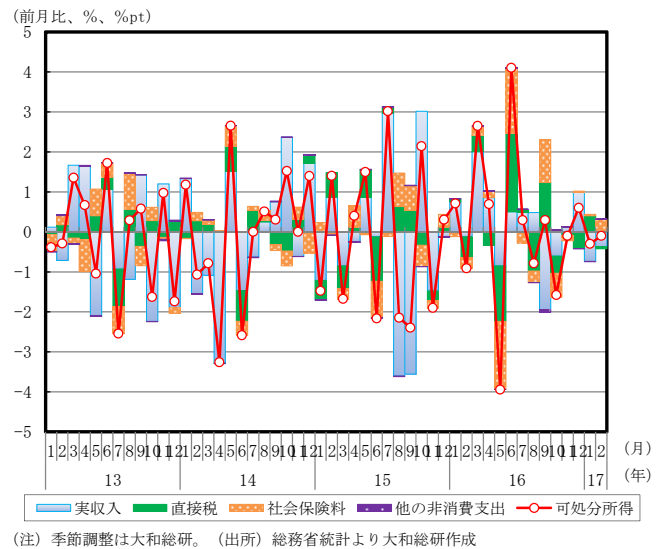
2017年2月の勤労者世帯の実収入（税込み収入、実質）は、季節調整済み前月比▲0.3%と2ヶ月連続で減少した。実収入から非消費支出（直接税、社会保険料など）を除いた実質可処分所得も▲0.1%と2ヶ月連続で減少した（図表4）。実収入（実質）の減少が実質可処分所得の主なマイナス要因となっており、実質可処分所得の動向を均してみると、弱い動きが継続していると評価できる。

名目可処分所得に対する消費支出の割合を示す平均消費性向（季節調整済み）は、前月から4.4%pt上昇した（図表6）。名目可処分所得がわずかに増加し、一方で消費支出が大幅増となったことが背景にある（図表7）。昨夏に急落した平均消費性向は均してみると上昇トレンドをたどっている。しかし、消費の元手となる可処分所得が横ばい圏で推移していることに鑑みると、今後も上昇トレンドをたどり続けることは見込み難いと考えられる。

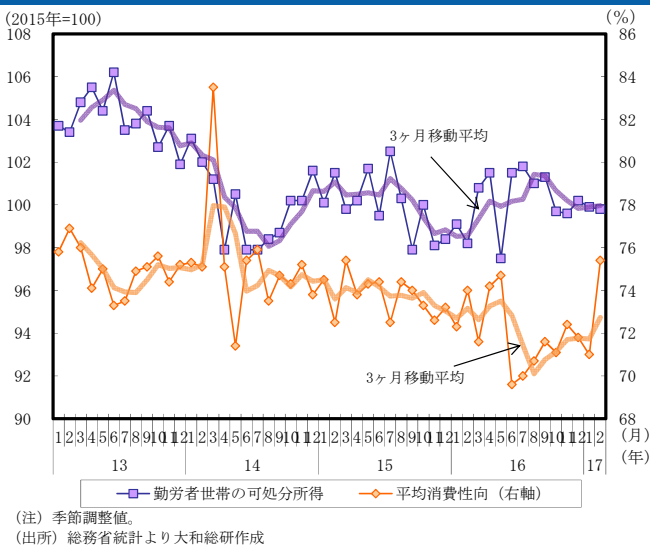
図表4：実収入、非消費支出、可処分所得（実質）



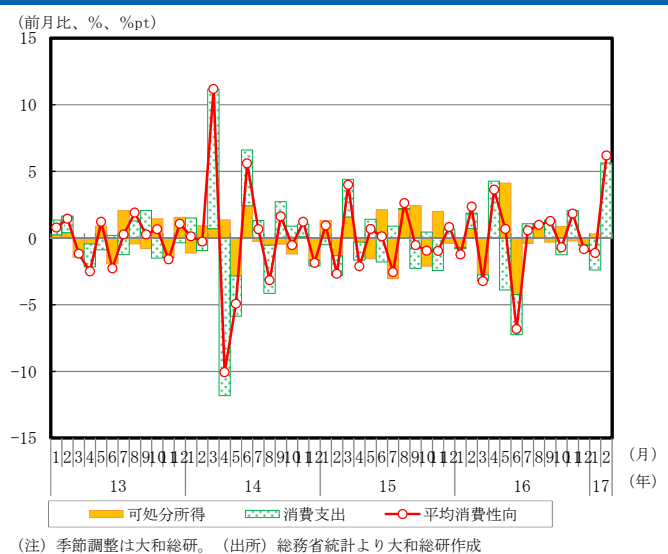
図表5：実質可処分所得の伸び率



図表6：可処分所得、平均消費性向



図表7：平均消費性向の要因分解



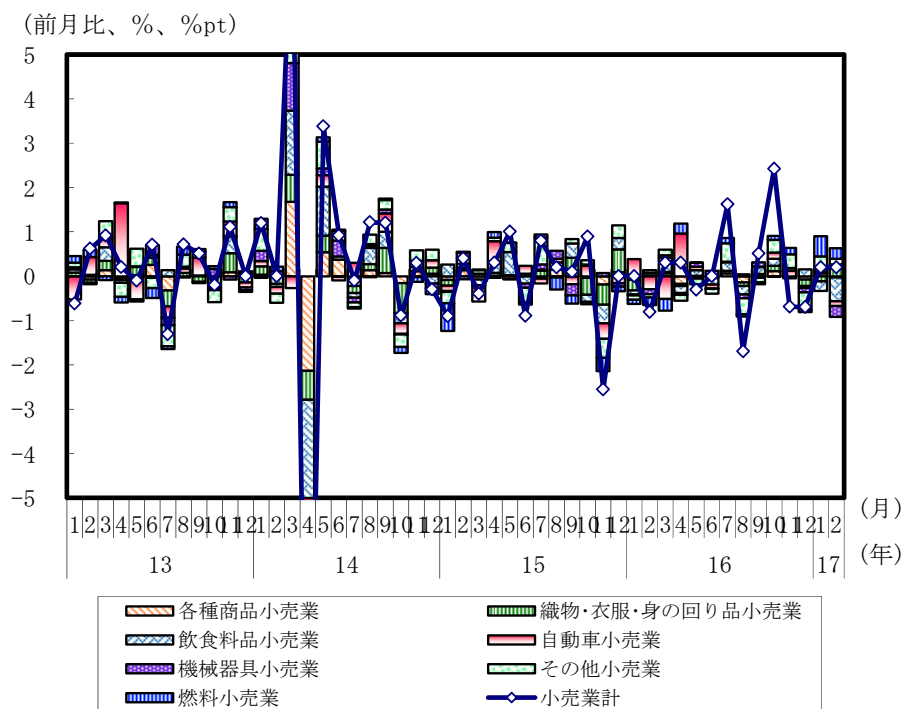
## 名目小売販売額は均してみると概ね横ばいでの推移

2017年2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+0.2%であった（図表8）。名目小売販売額は2ヶ月連続で増加したものの、均してみると概ね横ばいでの推移となっており、供給側統計に見る個人消費は力強さを欠いた状況にあると評価できる。

2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+3.4%）、「燃料小売業」（同+2.8%）、「その他小売業」（同+0.5%）が前月から増加した。「織物・衣服・身の回り品小売業」は4ヶ月ぶりの増加であり、昨秋から継続する減少基調が一服した格好だ。「燃料小売業」は2ヶ月連続の増加となった。2月の全国のガソリン価格が1月の水準から概ね横ばいであったことから、販売数量の増加が燃料小売業の販売増に寄与したものと推測される。

一方、前月から減少したのは「飲食料品小売業」（前月比▲1.7%）、「機械器具小売業」（同▲5.4%）、「自動車小売業」（同▲0.9%）、「各種商品小売業」（同▲0.3%）であった。「自動車小売業」は2ヶ月ぶりの減少となった。しかし、足下の乗用車・軽自動車の登録台数を見ると堅調な推移を続けていることから、現時点において先行きを過度に不安視する必要はなからう。

図表8：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

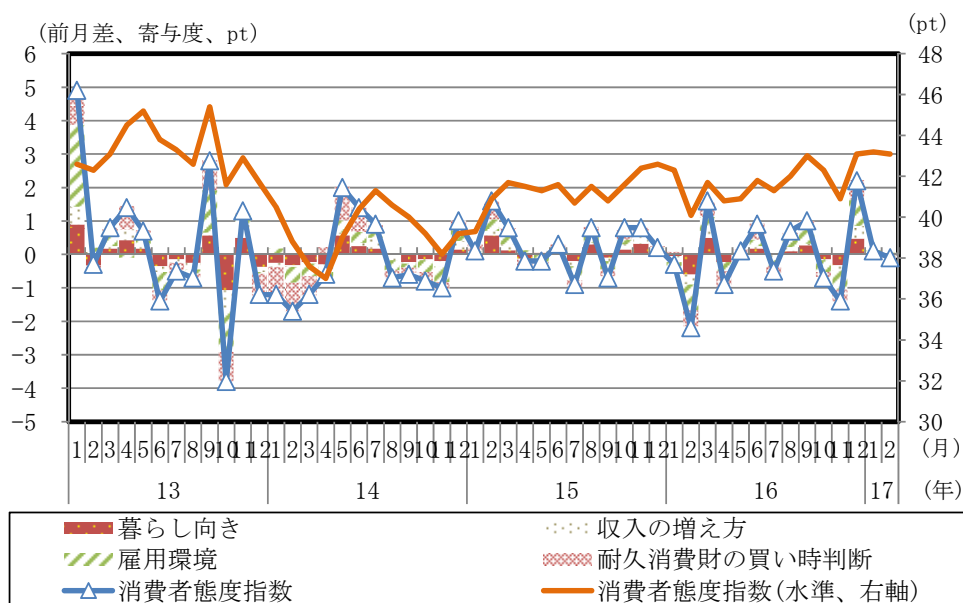
## 2月の消費者マインドは僅かながら3ヶ月ぶりに悪化

2017年2月の消費者マインドを確認しておく、消費動向調査の消費者態度指数は前月差▲0.1ptと、僅かながら3ヶ月ぶりに低下したが、およそ3年半ぶりの高水準を維持している（**図表9**）。指数の内訳を見ると、「雇用環境」（同+0.2pt）のみが上昇、「収入の増え方」（同▲0.2pt）、「暮らし向き」「耐久消費財の買い時判断」（いずれも同▲0.1pt）は前月から低下した。

失業率が低水準を維持するなど、雇用情勢は引き続きひっ迫しており、先行きも「雇用環境」は底堅く推移することが予想される。一方、春闘で2017年のベースアップ率が前年の水準を下回る見通しであることなどから、「収入の増え方」に対する家計の見方が慎重になり、一時的に低下する可能性があるだろう。こうした好悪両材料がある中、先行きの消費者マインドは引き続き一進一退で推移するとみている。

「資産価値」に関する意識指標は前月差▲1.4ptと、3ヶ月ぶりに低下した。昨年11月以降、上昇基調にあった日経平均株価の上昇トレンドが一服したことなどが、意識指標低下の背景にあったと考えられる。

図表9：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

## 個人消費は横ばい圏で推移する見通し。先行きの所得環境の行方がカギ

先行きの個人消費は、概ね横ばいで推移すると見込んでいる。

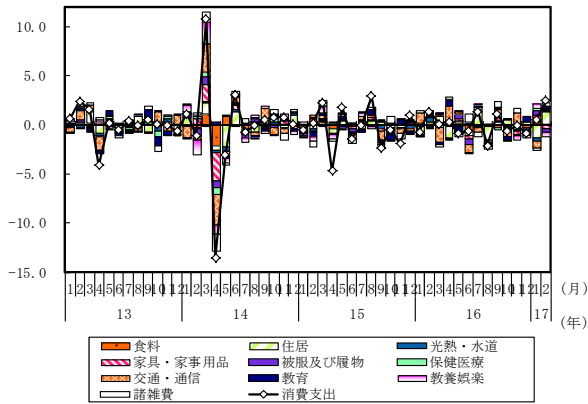
カギを握るのは先行きの所得環境の行方だ。労働需給がタイトな状況の中、非製造業を中心とした労働需要の高まりから雇用者数が継続的に増加しており、マクロの賃金（＝一人当たり賃金×雇用者数）が押し上げられると見込まれる点が個人消費の押し上げ材料である。

ただし、既述の通り、今年のベースアップ率は前年水準を下回る見通しであることから、一人当たり賃金については伸び悩むことが予想される。加えて、昨秋来の生鮮食品の値上がりや原油価格の上昇などを背景に、消費者物価上昇率が前年比でプラスに転じており、先行きも物価上昇率が上昇基調をたどると見込まれる点も気がかりだ。物価の影響を考慮した実質賃金が伸び悩めば、個人消費は抑制されることとなろう。

消費・概況①

実質消費支出の費目別寄与度

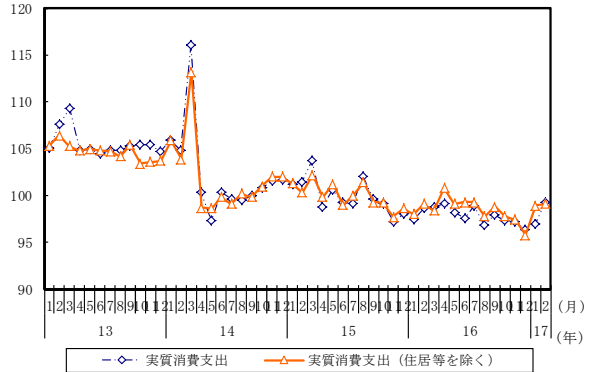
(前月比、%、%pt)



(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)

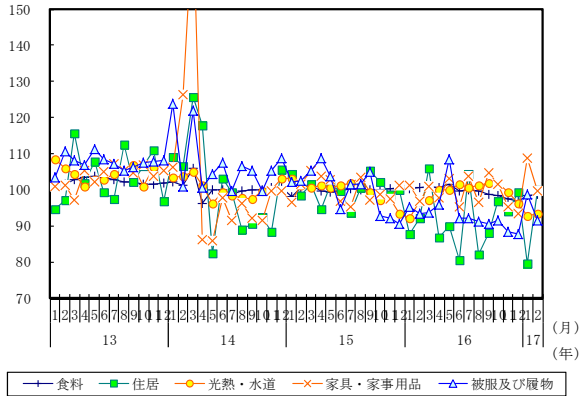
(2015年=100)



(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

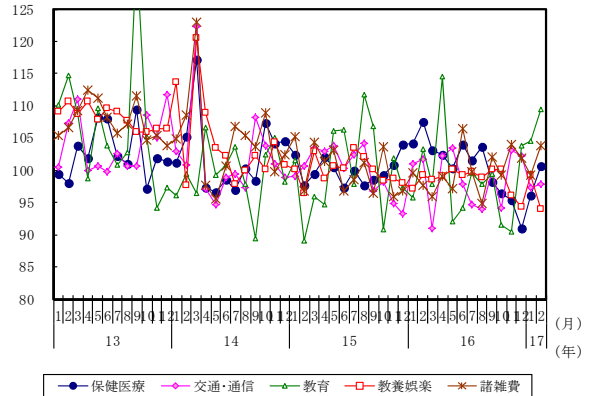
(2015年=100)



(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

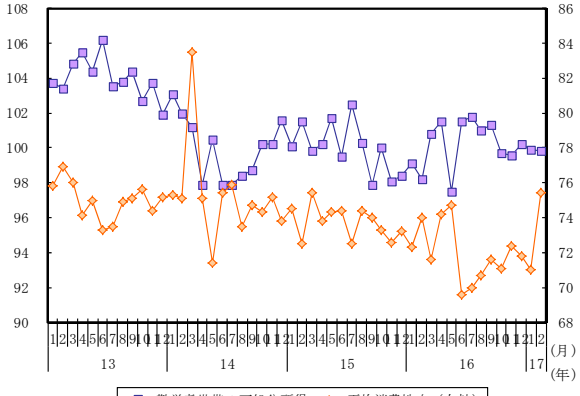
(2015年=100)



(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

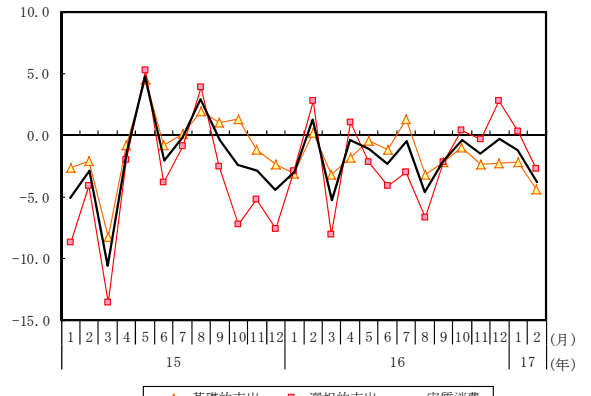
(2015年=100)



(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、%)

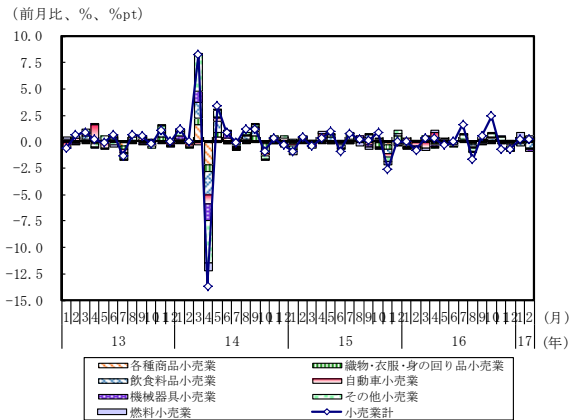


(出所) 総務省統計より大和総研作成

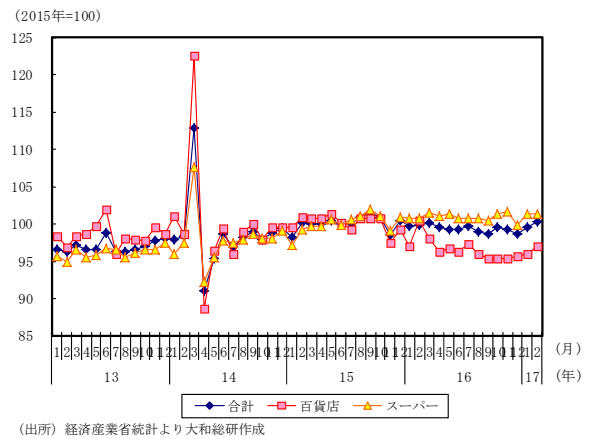


消費・概況②

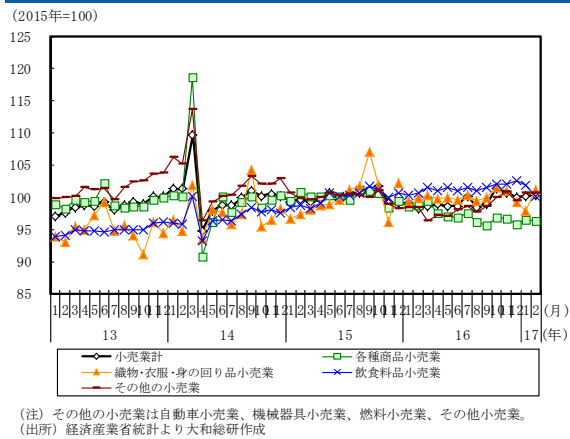
商業動態統計小売販売額の推移



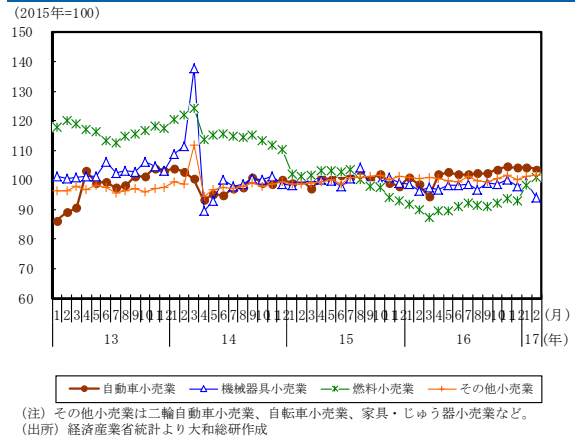
大型小売業態別商品販売額



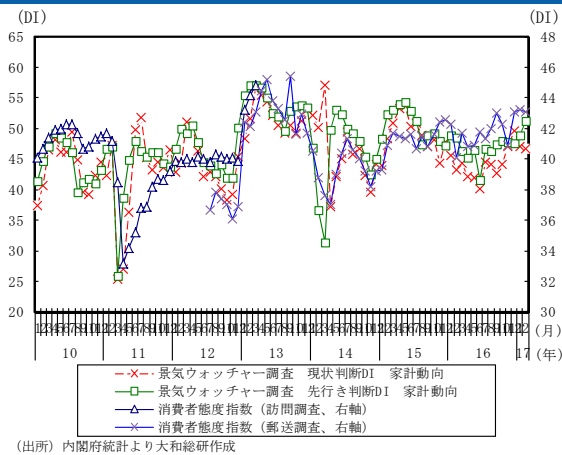
業種別小売販売①



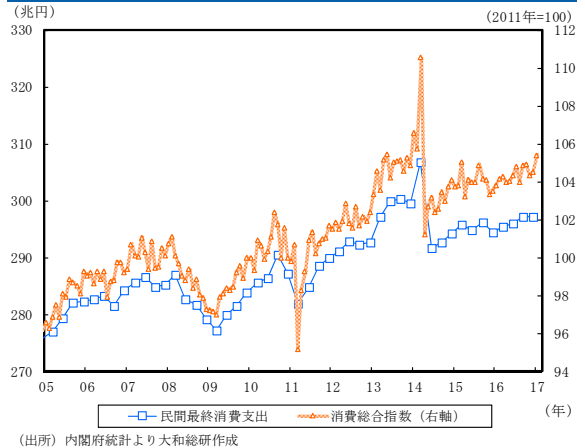
業種別小売販売②



消費者マインド



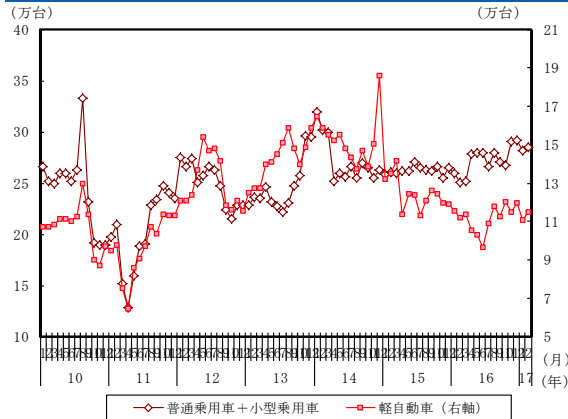
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数





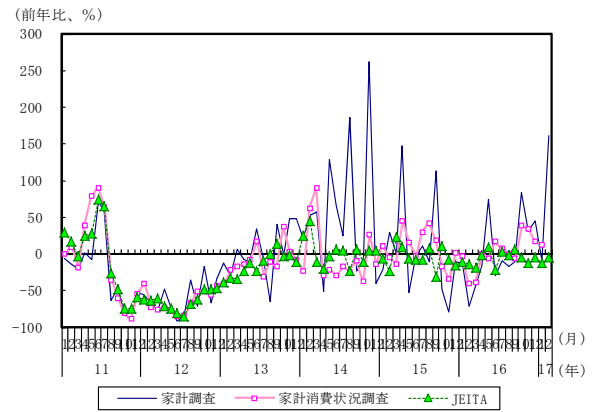
消費・協会統計

新車販売台数



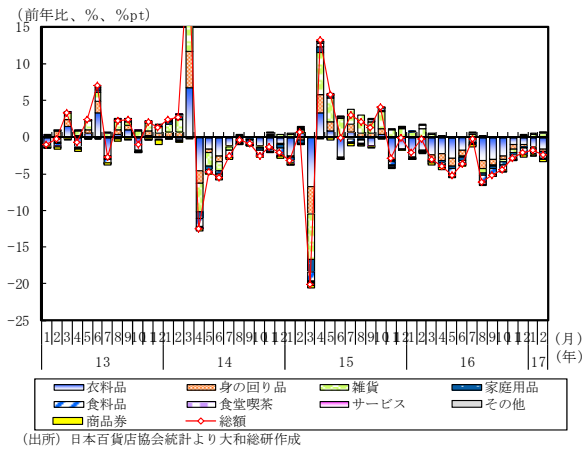
(注) 季節調整は大和総研。  
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



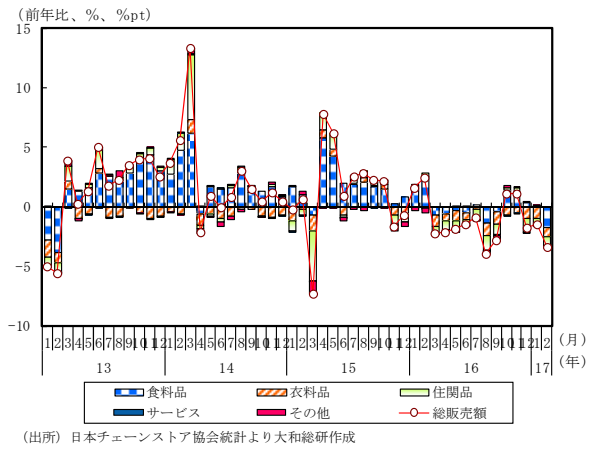
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。  
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



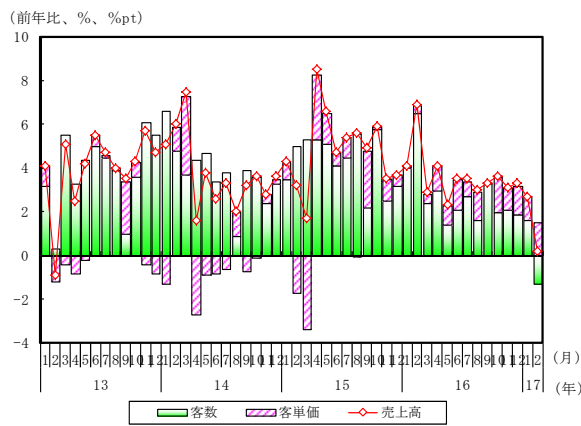
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



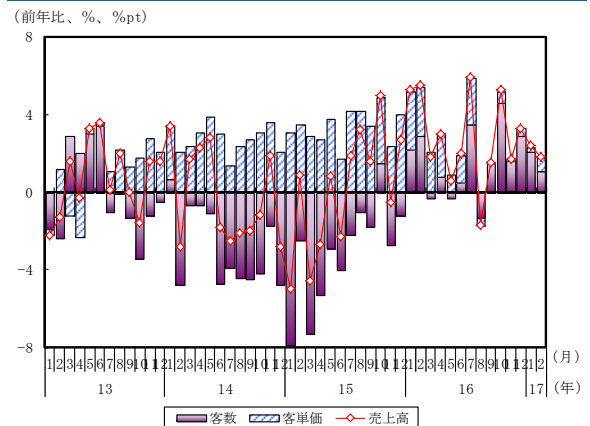
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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