

2017年4月28日 全9頁

Indicators Update

3月消費統計

実質消費支出は3ヶ月ぶりに減少、消費は弱い状況が継続

経済調査部
研究員 廣野 洋太
エコノミスト 小林 俊介

[要約]

- 2017年3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▲2.0%と3ヶ月ぶりに減少した。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▲2.9%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、10大費目中6費目が前月から増加した。増加した費目は、「教養娯楽」（前月比+6.7%）、「被服及び履物」（同+4.5%）、「住居」（同+2.2%）、「光熱・水道」（同+1.8%）、「交通・通信」（同+0.8%）、「食料」（同+0.1%）であった。一方で、「諸雑費」（前月比▲13.2%）、「教育」（同▲18.8%）、「保健医療」（同▲6.1%）、「家具・家事用品」（同▲7.2%）の4費目が前月から大幅な減少となっており、全体を押し下げたものと思われる。
- 2017年3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。名目小売販売額は3ヶ月連続で増加しており、均してみても2016年夏ごろからの拡大傾向が継続している。
- 名目小売販売額の内訳を見ると、「飲食料品小売業」（前月比+1.3%）、「機械器具小売業」（同+8.2%）、「その他小売業」（同+0.4%）が前月から増加した。一方、前月から減少したのは「織物・衣服・身の回り品小売業」（前月比▲5.0%）、「自動車小売業」（同▲0.7%）であった。

図表1：各種消費指標の概況

		2016年 12月	2017年 1月	2月	3月	出所
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲0.3	▲1.2	▲3.8	▲1.3	総務省
		前月比 ▲0.8	0.5	2.5	▲2.0	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比 ▲1.6	3.2	0.2	▲2.9	総務省
商業動態統計	小売業	前年比 -0.7	1.0	0.2	2.1	経済産業省
		前月比 ▲0.7	0.2	0.3	0.2	経済産業省
消費総合指数		前月比 0.1	1.0	0.2		内閣府
百貨店売上高		前年比 ▲1.7	▲1.2	▲1.7	▲0.9	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	0.1	▲1.7	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 ▲2.0	▲1.6	▲3.3	▲1.8	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比 3.3	2.4	1.8	4.5	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比 ▲1.7	▲0.8			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3月の実質消費支出は3ヶ月ぶりに減少

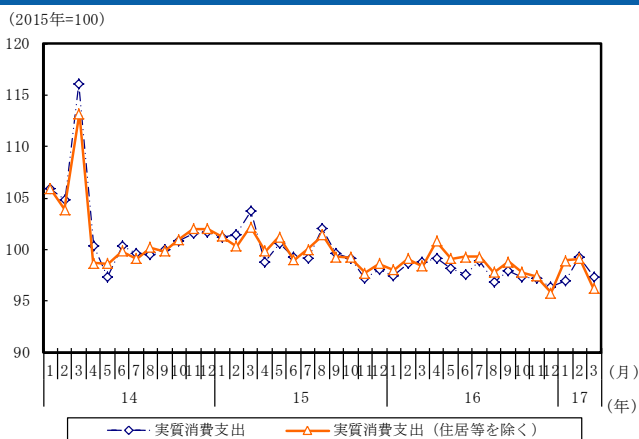
2017年3月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比▲2.0%と3ヶ月ぶりに減少した。また、振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）も同▲2.9%と3ヶ月ぶりに減少した。一方、実質消費支出は年初来好調な推移を見せており、均してみれば底打ちの兆しが見える。

10大費目別の動き：6費目が前月から増加した一方、4費目で大幅減

実質消費支出の動きを費目別に見ると、10大費目中6費目が前月から増加した。増加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+6.7%）、「被服及び履物」（同+4.5%）、「住居」（同+2.2%）、「光熱・水道」（同+1.8%）、「交通・通信」（同+0.8%）、「食料」（同+0.1%）であった。「教養娯楽」では、特にサービスへの支出が増加したことが全体を押し上げたとみられ、中でも旅行関係の支出が増加したようだ。消費者マインドに持ち直しの動きが見られるなかで、これまで控えてきた選択的支出が回復の動きが出始めている可能性を指摘できる。単月の振れが大きい「住居」では、工事その他のサービスへの支出の増加がプラスに寄与したもようである。

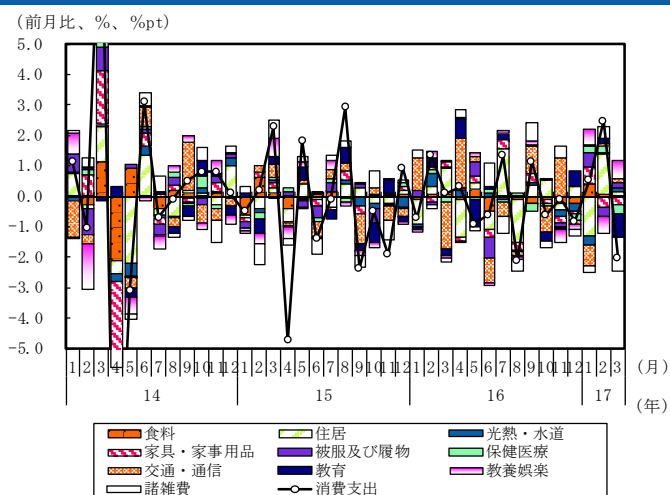
一方、前月から減少したのは「諸雑費」（前月比▲13.2%）、「教育」（同▲18.8%）、「保健医療」（同▲6.1%）、「家具・家事用品」（同▲7.2%）の4費目であった。「家具・家事用品」では、いわゆる白物家電を含む家事用耐久財への支出が減少したことが全体の減少に影響したようだ。

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

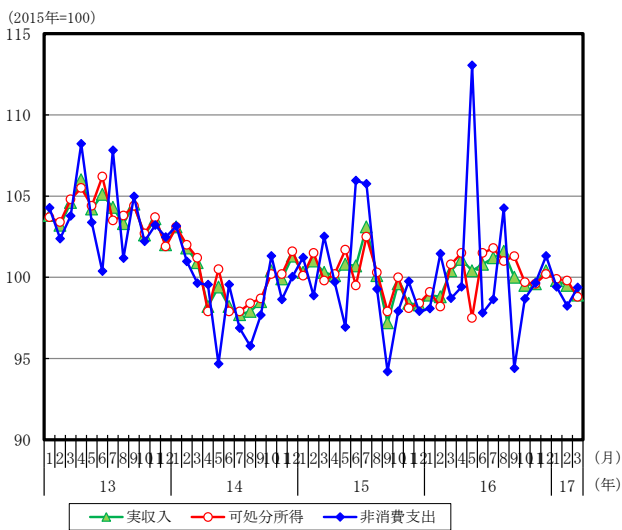


可処分所得は弱い動きが継続

2017年3月の勤労者世帯の実収入（税込み収入）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、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同▲1.0%と3ヶ月連続で減少した（図表4）。可処分所得は昨年9月を境に減少傾向に転じており（図表5）、この背景には社会保険料率の引き上げの影響があると考えられる。

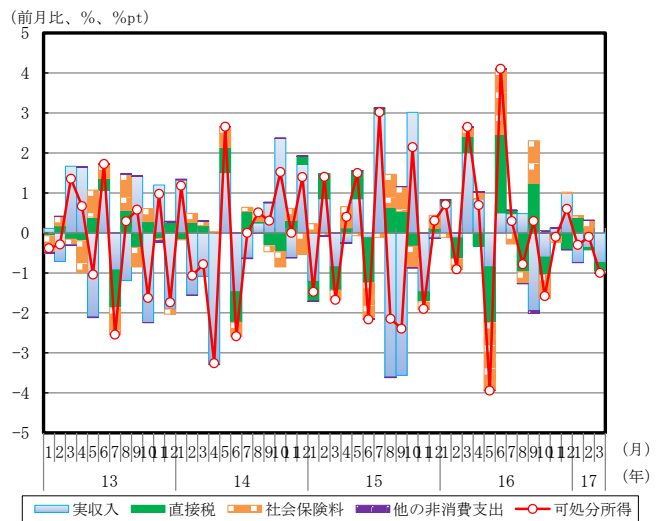
名目可処分所得に対する消費支出の割合を示す平均消費性向（季節調整済み）は、前月から2.6%pt低下した（図表6）。しかし、均してみれば2016年夏場からの上昇基調は継続している。可処分所得が減少する中で、節約による消費抑制に限界が来ている可能性がある。

図表4：実収入、非消費支出、可処分所得（実質）



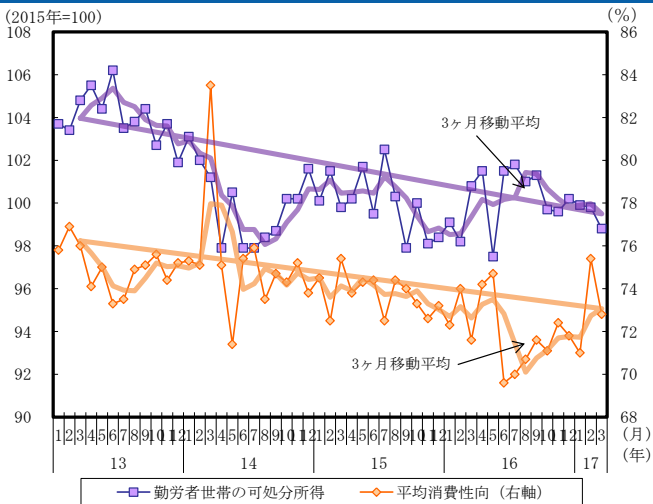
(出所) 総務省統計より大和総研作成

図表5：実質可処分所得の伸び率



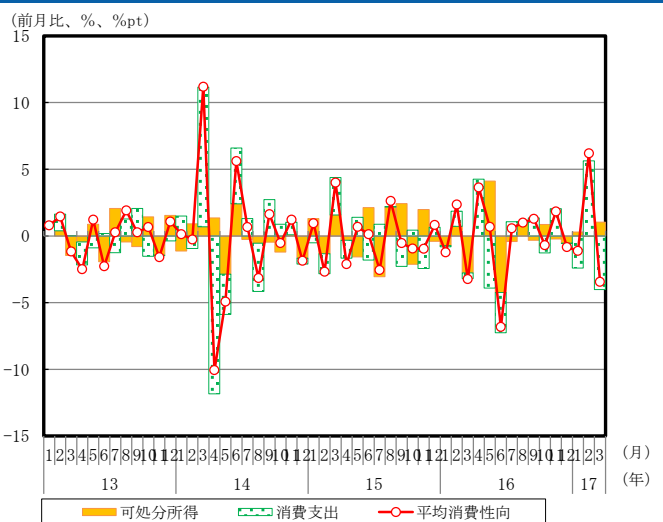
(注) 季節調整は大和総研。(出所) 総務省統計より大和総研作成

図表6：可処分所得、平均消費性向



(注) 季節調整値。(出所) 総務省統計より大和総研作成

図表7：平均消費性向の要因分解



(注) 季節調整は大和総研。(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

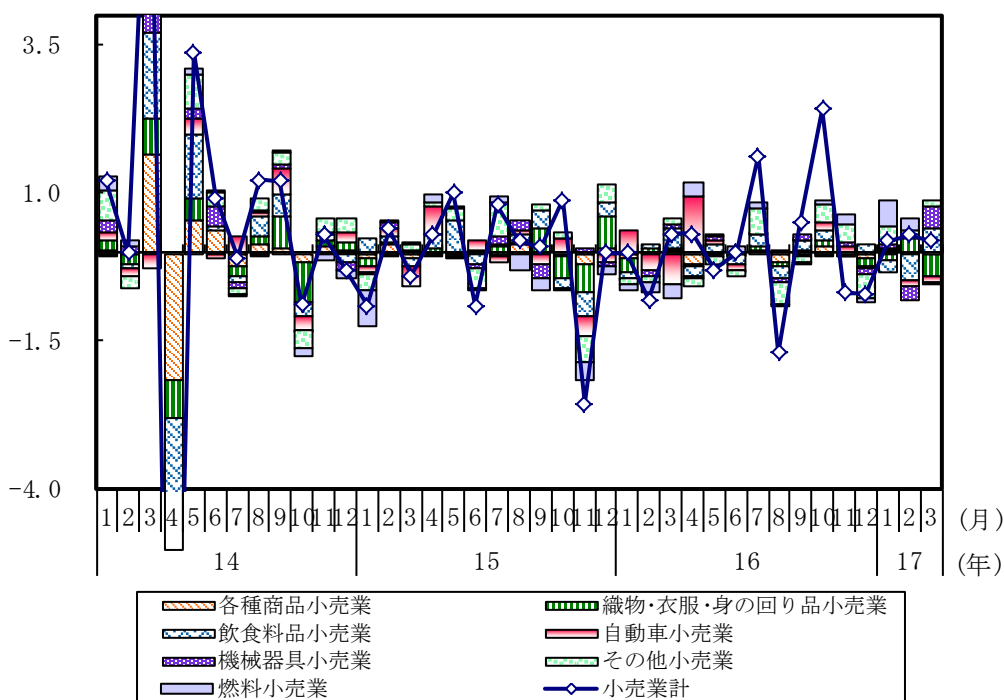
2017年3月の商業動態統計を見ると、名目小売販売額は季節調整済み前月比+0.2%であった（図表8）。名目小売販売額は3ヶ月連続で増加しており、均してみても2016年夏ごろからの拡大傾向が継続している。

3月分の結果の内訳を見ると、「飲食料品小売業」（前月比+1.3%）、「機械器具小売業」（同+8.2%）、「その他小売業」（同+0.4%）が前月から増加した。「飲食料品小売業」は3ヶ月ぶりの増加となった。昨秋高騰した生鮮食料品価格が昨年末から下落しており、家計の節約志向が緩んだ結果、価格の下落以上に購入数量が増えたことで名目販売額が底上げされたものと思われる。

一方、前月から減少したのは「織物・衣服・身の回り品小売業」（前月比▲5.0%）、「自動車小売業」（同▲0.7%）であった。「織物・衣服・身の回り品小売業」は2ヶ月ぶりの減少となっている。3月の気温が平年と比較して低かったため春物衣料の売り上げが伸び悩んだ可能性が高い。「自動車小売業」に関しては、足下の乗用車・軽自動車の登録台数が伸び悩んでいる点に留意したい。

図表8：商業動態統計の推移

（前月比、%、%pt）



（出所）経済産業省統計より大和総研作成

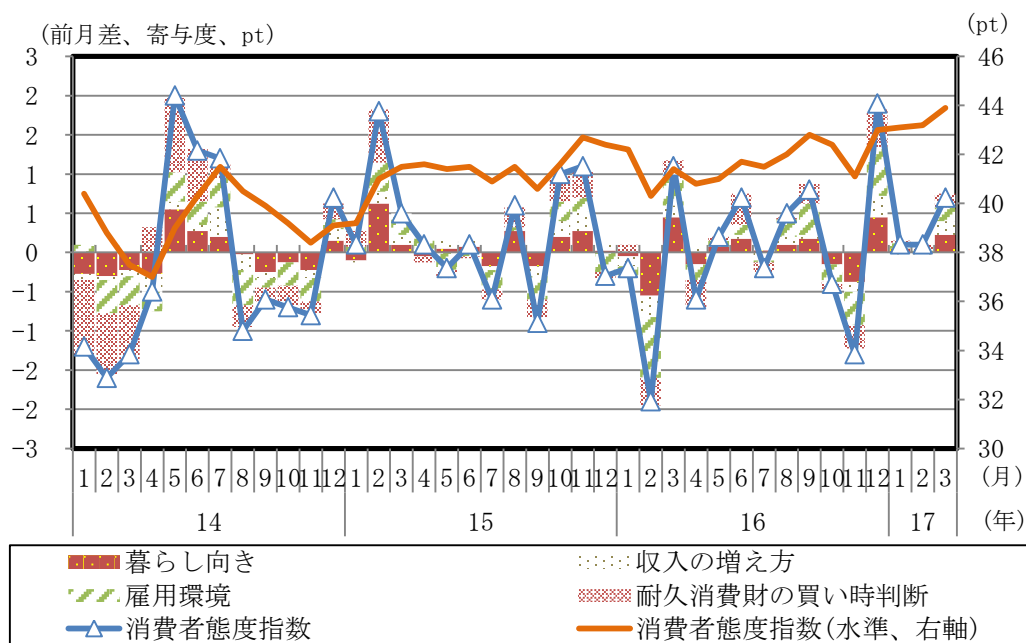
3月の消費者マインドは4ヶ月連続で改善

2017年3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+0.7ptと、4ヶ月連続で改善した(図表9)。指数の内訳を見ると、「暮らし向き」(同+0.9pt)、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」、(いずれも同+0.7pt)であり、全体的な改善となっている。

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。2017年の春闘では、賃上げが継続されており、就業者の大層を占める中小企業や非正規雇用における賃金引き上げが好調であったことが「収入の増え方」に対する家計の見方を一時的に改善させたものと考えられる。一方で、今年のペースアップ率は前年水準をやや下回る見通しであり、今後の消費者マインドの改善は緩やかな動きにとどまると予想される。

「資産価値」に関する意識指標は前月差+0.4ptと2ヶ月ぶりの上昇となった。意識指標と相関の高い日経平均株価が前回調査時点(2月15日)から今回調査時点(3月15日)にかけて緩やかに上昇したことが影響したとみられる。

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

個人消費は横ばいの見通し

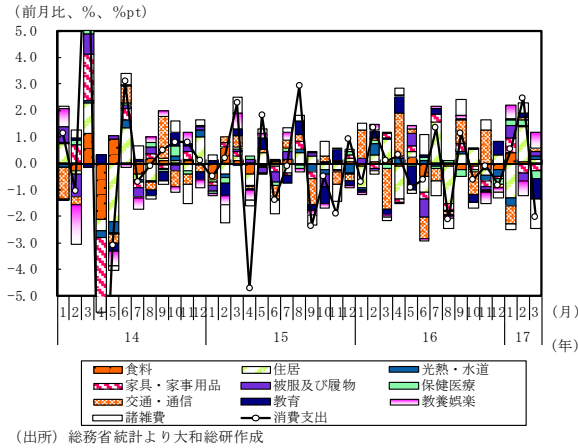
先行きの個人消費は、横ばいに推移すると見込んでいる。

非製造業を中心とした労働需要の高まりから、雇用者数は継続して増加してきたが、昨年末頃から頭打ち感が出てきている。また、今年のベースアップ率は前年水準をやや下回る見通しであることや時間外労働が抑制され始めていることから、一人当たり賃金については伸び悩むことが予想される。結果として、マクロで見た賃金（一人当たり賃金×雇用者数）の見通しも厳しい。

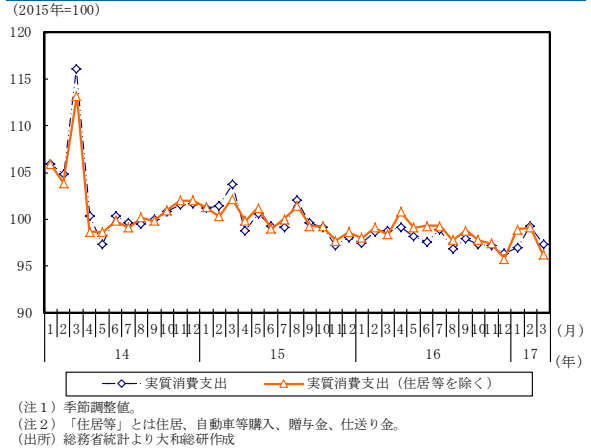
一方、正社員においても人手不足感が高まっており、求人倍率は1倍に近づいている。実際に正規雇用者の数は増加傾向にあり、安定的な雇用によって家計の消費性向が上昇することで個人消費が底上げされる可能性もあろう。

消費・概況①

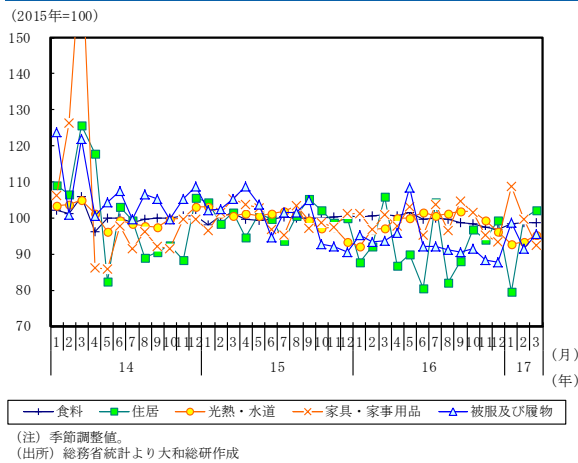
実質消費支出の費目別寄与度



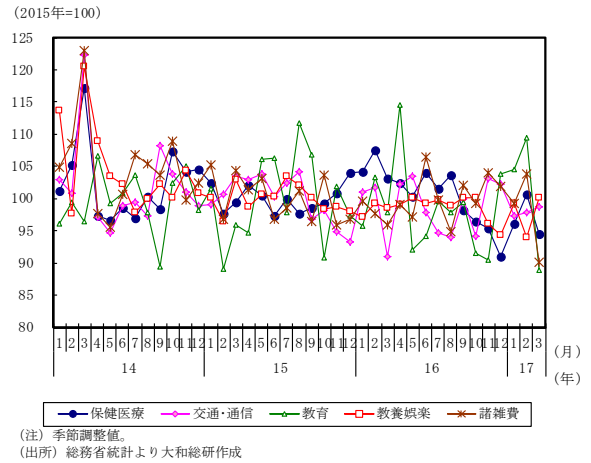
実質消費支出（家計調査、二人以上世帯）



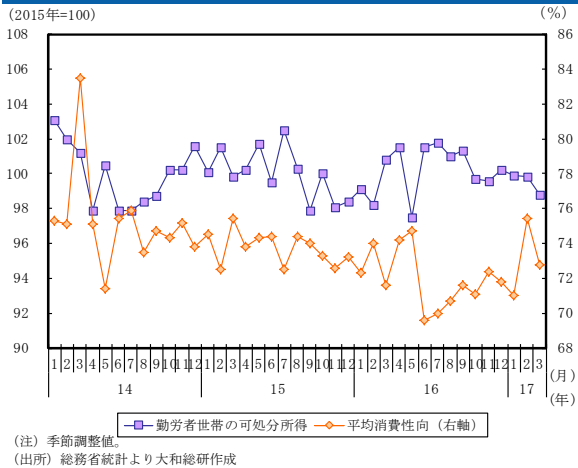
費目別実質消費①



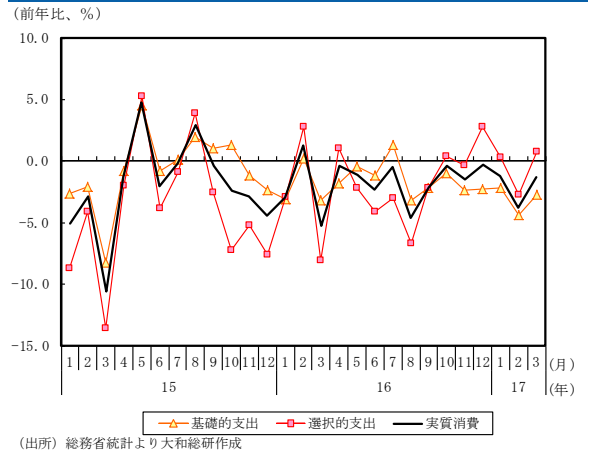
費目別実質消費②



勤労者世帯の実質可処分所得と平均消費性向



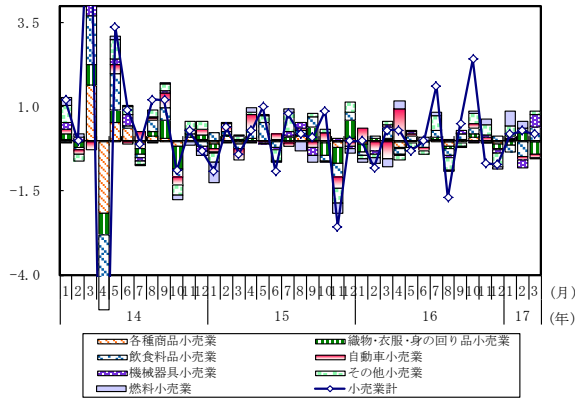
基礎的支出と選択的支出



消費・概況②

商業動態統計小売業販売額の推移

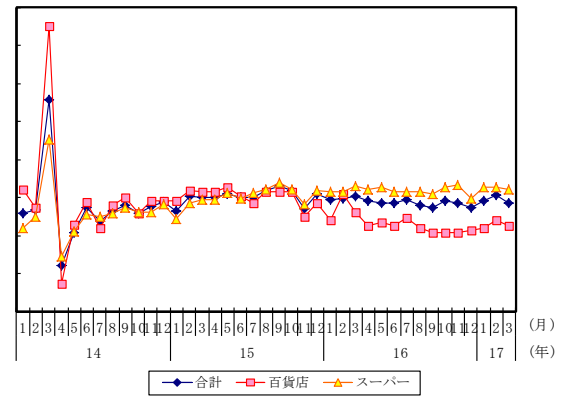
(前月比、%、%pt)



(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売業総別商品販売額

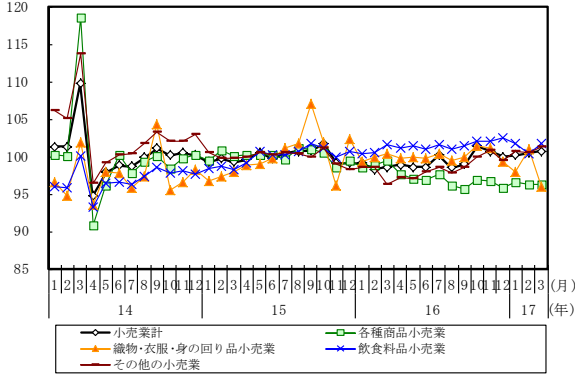
(2010年=100)



(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

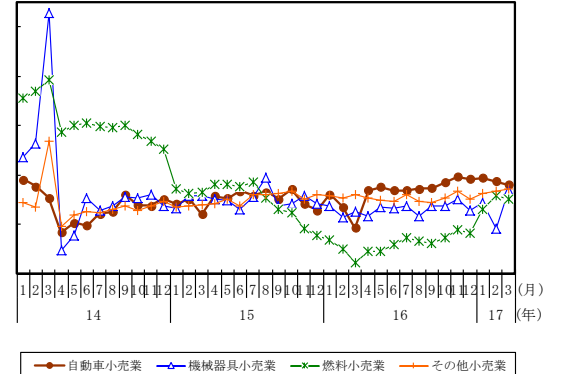
(2010年=100)



(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

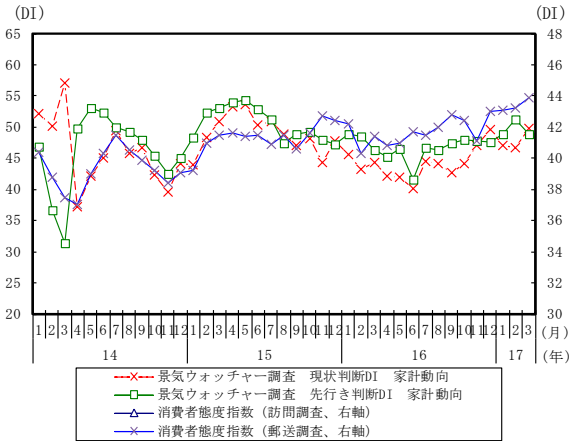
業種別小売販売②

(2010年=100)



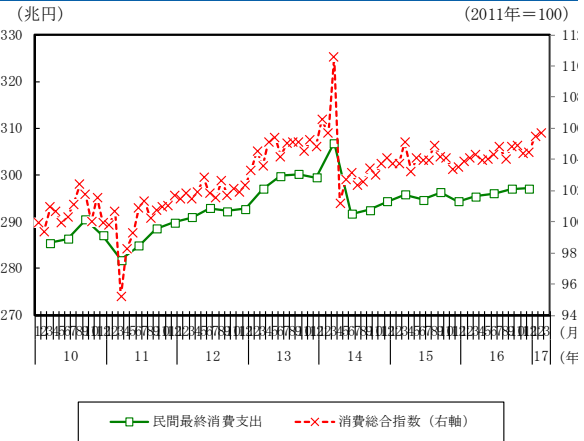
(注) その他の小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

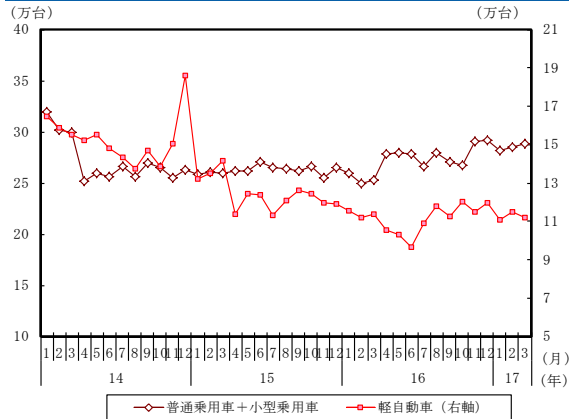
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

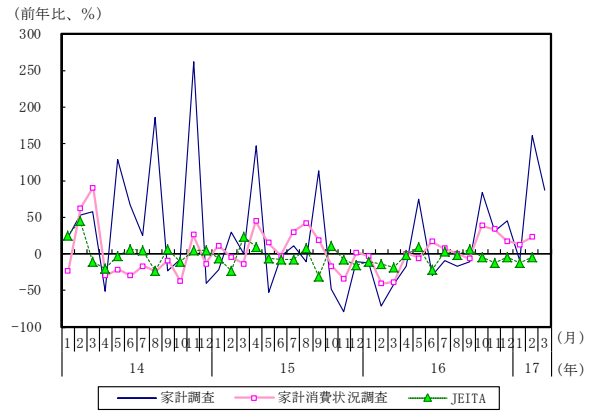
消費・協会統計

新車販売台数



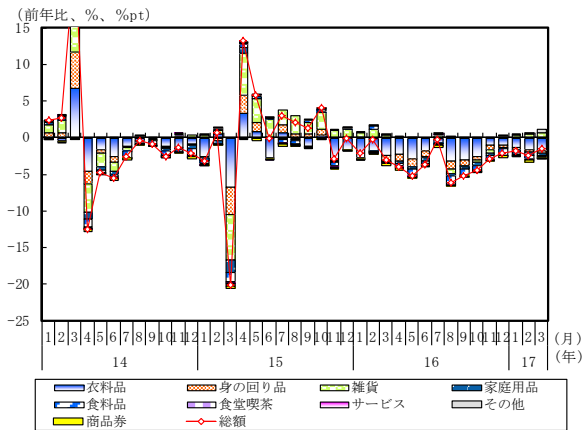
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



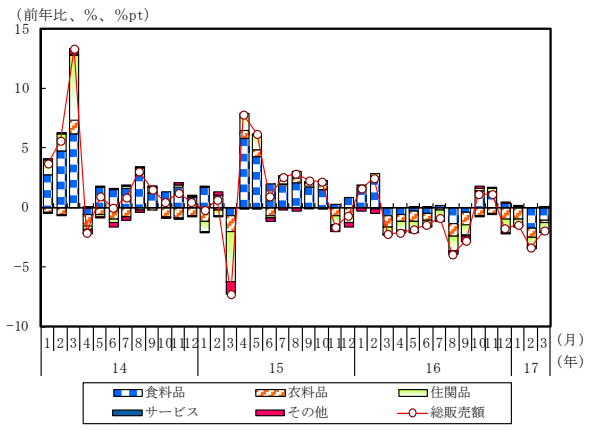
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



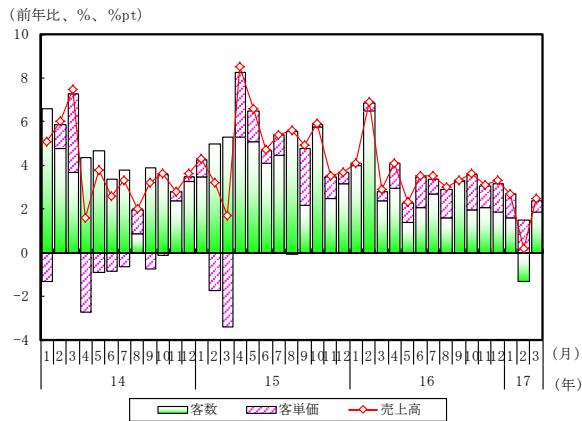
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



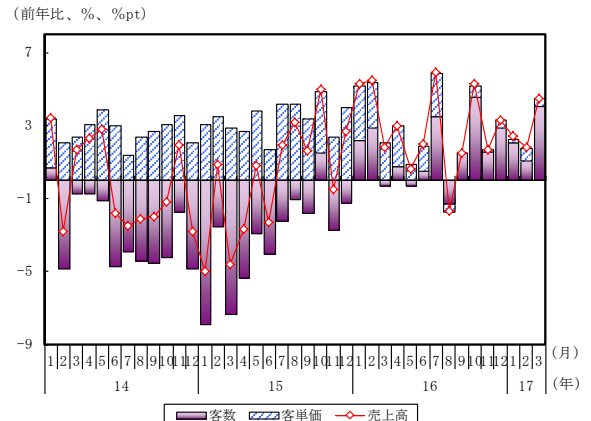
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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