

2017年5月30日 全9頁

Indicators Update

4月消費統計

需給両面の統計で幅広い項目が増加

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4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+0.5%と2ヶ月ぶりに増加した。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+3.5%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、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、「諸雑費」（前月比+13.0%）、「教育」（同+14.3%）、「光熱・水道」（同+5.9%）、「家具・家事用品」（同+12.9%）、「保健医療」（同+6.6%）、「食料」（同+1.0%）、「被服及び履物」（同+0.2%）であった。一方、前月から減少したのは「交通・通信」（同▲4.0%）、「住居」（同▲4.6%）、「教養娯楽」（同▲0.8%）の3費目であった。
- 2017年4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+1.4%増加した。名目小売販売額は4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、「織物・衣服・身の回り品小売業」（前月比+11.2%）、「自動車小売業」（同+5.9%）、「飲食料品小売業」（同+0.5%）、「その他小売業」（同+0.5%）、「燃料小売業」（同+1.4%）、「各種商品小売業」（同+0.5%）が前月から増加した。一方、前月から減少したのは「機械器具小売業」（同▲2.5%）であった。

図表1：各種消費指標の概況

		2017年				出所
		1月	2月	3月	4月	
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲1.2	▲3.8	▲1.3	▲1.4	総務省
		前月比 0.5	2.5	▲2.0	0.5	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前年比 3.2	0.2	▲2.9	3.5	総務省
商業動態統計	小売業	前年比 1.0	0.2	2.1	3.2	経済産業省
		前月比 0.2	0.3	0.2	1.4	経済産業省
消費総合指数		前月比 0.7	▲0.1	▲0.1		内閣府
百貨店売上高		前年比 ▲1.2	▲1.7	▲0.9	0.7	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比 0.1	▲1.7	0.0	0.3	(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 ▲1.6	▲3.3	▲1.8	0.6	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比 2.4	1.8	4.5	4.7	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比 ▲0.8	▲1.3			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

大和証券グループ 株式会社大和総研 丸の内オフィス 〒100-6756 東京都千代田区丸の内一丁目9番1号 グラントウキョウノースター

このレポートは投資勧誘を意図して提供するものではありません。このレポートの掲載情報は信頼できると考えられる情報源から作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。また、記載された意見や予測等は作成時点のものであり今後予告なく変更されることがあります。大和総研の親会社である大和総研ホールディングスと大和証券は、大和証券グループ本社を親会社とする大和証券グループの会社です。内容に関する一切の権利は大和総研にあります。無断での複製・転載・転送等はご遠慮ください。

2017年4月の実質消費支出は2ヶ月ぶりに増加

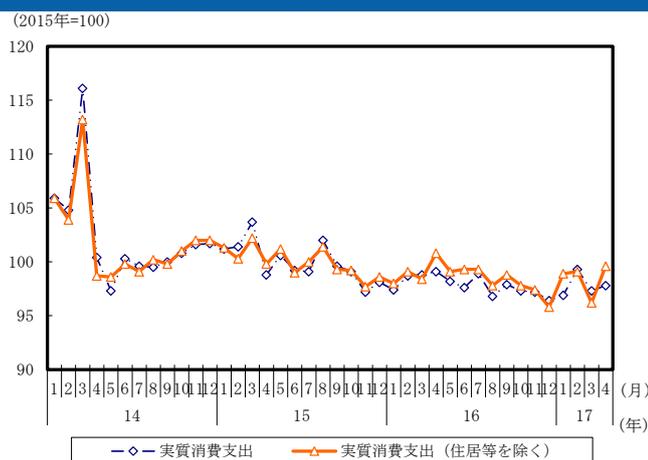
2017年4月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比+0.5%と2ヶ月ぶりに増加した。また、振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）も同+3.5%と2ヶ月ぶりに増加した。実質消費支出は年初来底堅い推移を見せており、均してみれば回復の兆しがうかがえる。

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、「諸雑費」（前月比+13.0%）、「教育」（同+14.3%）、「光熱・水道」（同+5.9%）、「家具・家事用品」（同+12.9%）、「保健医療」（同+6.6%）、「食料」（同+1.0%）、「被服及び履物」（同+0.2%）であった。「諸雑費」、「教育」は前月の大幅減（それぞれ2月比で▲13.2%、▲18.8%）からの反動とみられる。「家具・家事用品」では、冷暖房器具や家事用耐久財などが全体を押し上げた。家電エコポイントや消費増税前の駆け込みによる耐久財消費先食いの悪影響が薄れている可能性がある。「食料」は外食や調理食品が好調だった。

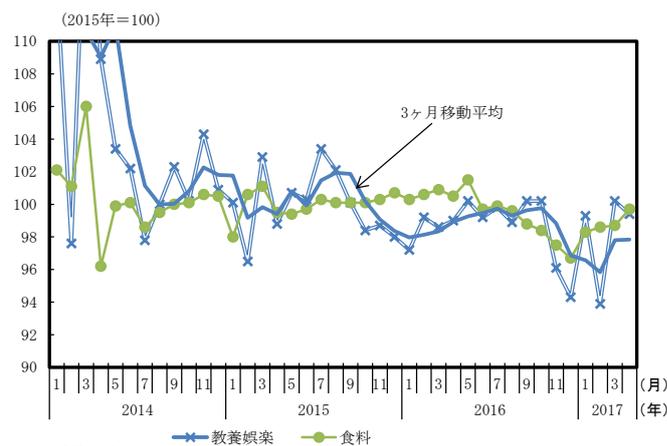
一方、前月から減少したのは「交通・通信」（前月比▲4.0%）、「住居」（同▲4.6%）、「教養娯楽」（同▲0.8%）の3費目であった。ただし、3ヶ月移動平均で基調を見ると、教養娯楽は2017年2月に底打ちの兆しが出ている（**図表3**）。さらに、後述するように消費者マインドは相対的に高い水準を維持しており、不要不急の消費項目である「教養娯楽」を下支えすることが期待される。

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：教養娯楽・食料支出の推移



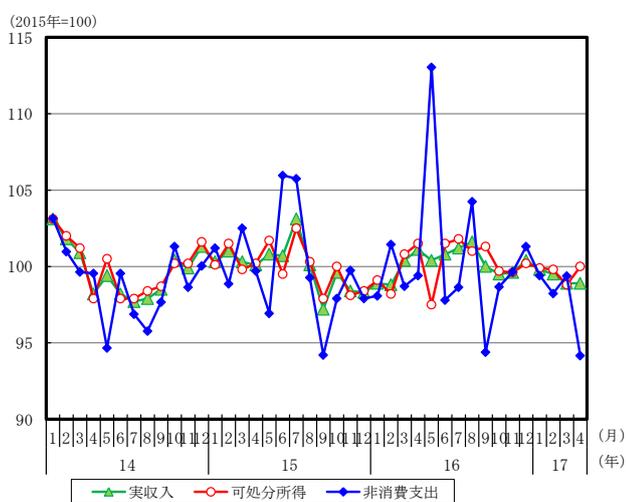
(注) 季節調整値。
(出所) 総務省統計より大和総研作成

非消費支出の減少により、可処分所得が増加

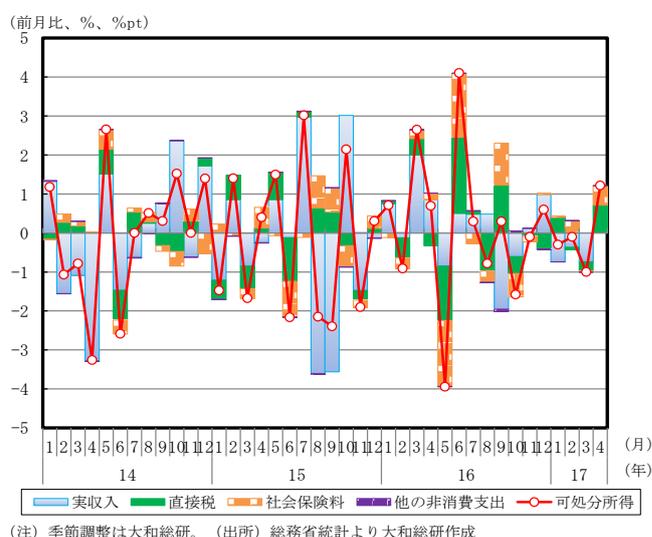
収入関連の動きを実質ベースで見ると、2017年4月の勤労者世帯の実収入（税込み収入）は、季節調整済み前月比+0.0%と横ばいとなった。一方、非消費支出（直接税、社会保険料など）が減少した結果、可処分所得は、同+1.2%と4ヶ月ぶりに増加した（**図表4**、**図表5**）。

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（季節調整値）は、前月から0.3%pt上昇した（**図表6**）。足下では、可処分所得が増加する中で消費性向が上昇しており、消費底打ちの影響が見られる。

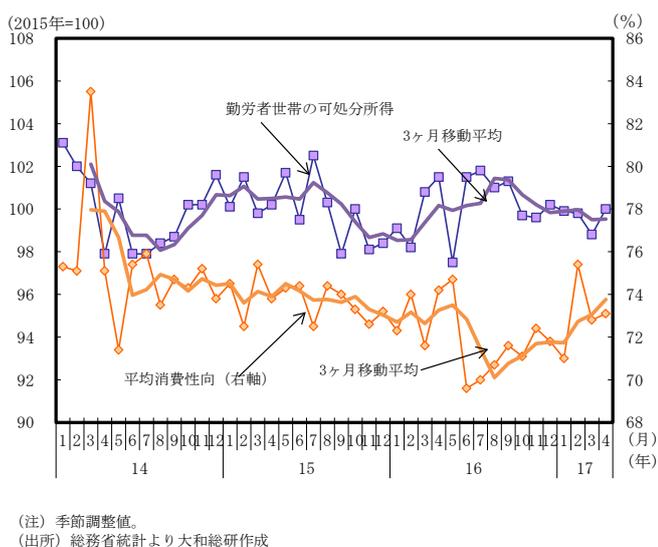
図表4：実収入、非消費支出、可処分所得（実質）



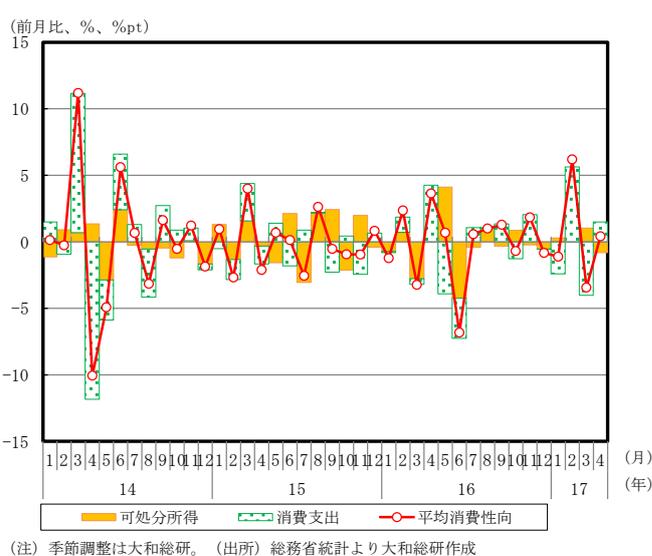
図表5：実質可処分所得の伸び率



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



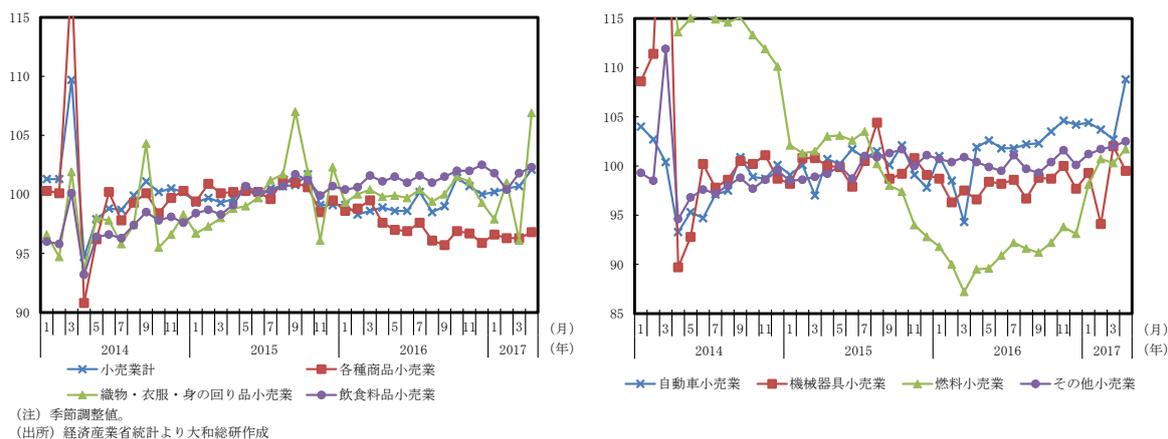
供給側統計に見る個人消費は基調としては緩やかな拡大が継続

2017年4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+1.4%増加した（図表8）。名目小売販売額は4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。

4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+11.2%）「自動車小売業」（同+5.9%）、「飲食料品小売業」（同+0.5%）、「その他小売業」（同+0.5%）、「燃料小売業」（同+1.4%）、「各種商品小売業」（同+0.5%）が前月から増加した。「織物・衣服・身の回り品小売業」は大幅な増加となった。4月上旬の気温が例年と比較して高かったことから、3月に控えられた春物衣料の購入や夏物衣料の先取りがあったようだ。「自動車小売業」では、軽自動車の販売が好調だったようだ。

一方、前月から減少したのは「機械器具小売業」（前月比▲2.5%）であった。家計調査では白物家電等は好調だったものの、テレビやカメラなどの教養娯楽耐久財は減少しており、同様の動きが供給側統計から確認される。

図表8：商業販売額指数（2015年=100）



4月の消費者マインドは5ヶ月ぶりに悪化

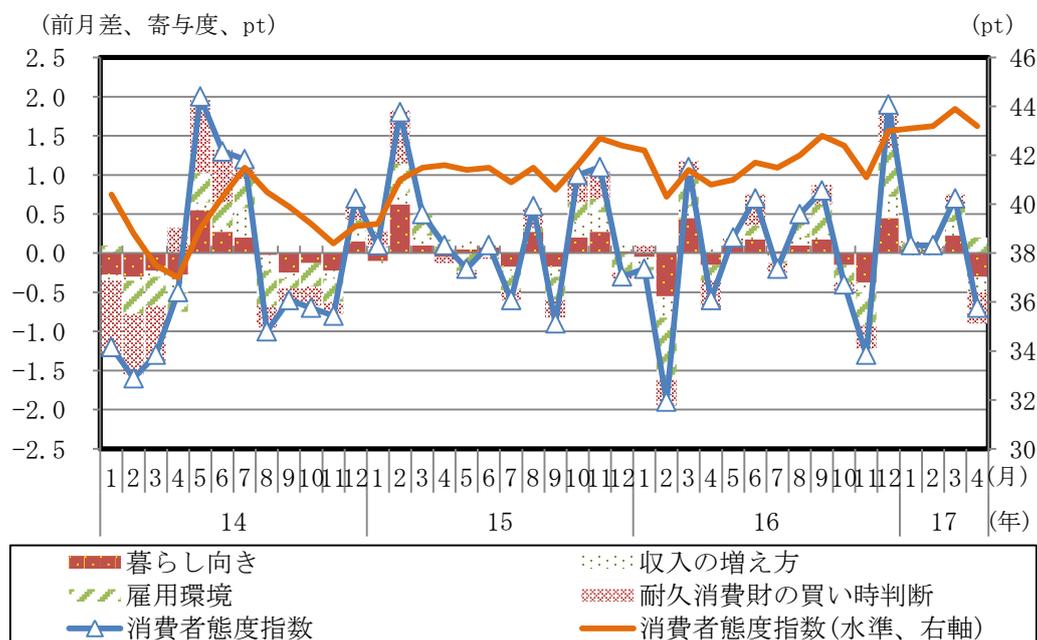
2017年4月の消費者マインドを確認しておく、消費動向調査の消費者態度指数は前月差▲0.7ptと、5ヶ月ぶりに悪化した(図表9)。指数の内訳を見ると、「雇用環境」(同+0.8pt)は改善したものの、「暮らし向き」(同▲1.2pt)、「収入の増え方」(同▲0.8pt)、「耐久消費財の買い時判断」(同▲1.6pt)は悪化した。しかし、指数の水準自体は相対的に高い位置にあり、消費支出に対し大きな悪影響はなかったものと考えられる。

失業率が低水準を維持していることに加え、女性中心だった正規雇用の増加が男性でも見られるようになってきていることから、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「暮らし向き」では、緩やかではあるものの物価上昇が継続しており、電気料金の値上げ等も予定されていることが見通しにマイナスの影響を与えた可能性がある。「収入の増え方」は、足下の名目賃金が伸び悩んでいることに加え、労働時間短縮の取り組みも重石になったとみられる。

「資産価値」に関する意識指標は前月差▲1.7ptと2ヶ月ぶりの下落となった。意識指標と相関の高い日経平均株価が前回調査時点(3月15日)から今回調査時点(4月15日)にかけて下落基調だっ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

4月の個人消費は堅調、先行きは緩やかに拡大する見通し

4月の個人消費は、総じて堅調であったと評価できよう。需給両面の統計が前月比でプラスとなったことに加え、その内訳項目が幅広く増加していることは好材料である。消費者マインドが悪化したことには注意が必要だが、その水準自体は相対的に見て高い位置にあることから4月の消費に対し大きな悪影響はなかったものと考えられる。

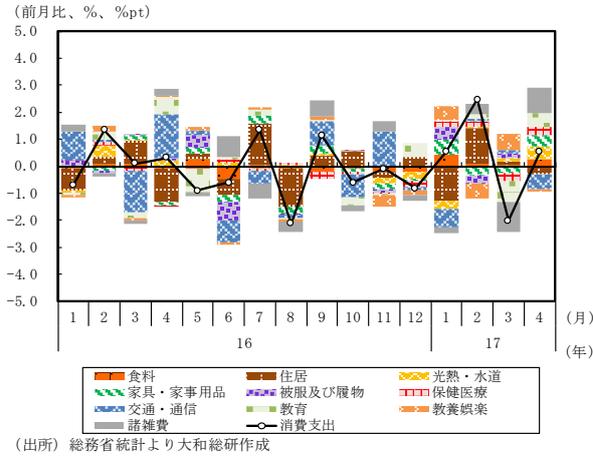
また、先行きの個人消費は緩やかに拡大すると見込んでいる。本格的な人手不足に直面し始めた企業は、①賃金引上げによる人材確保、②設備投資・業務効率改善などによる労働生産性の向上、で対応するものと思われる。前者は、一人当たりの賃金を引き上げる可能性が高く、個人消費にはプラスになるだろう。

さらに、非正規雇用だけではなく正規雇用においても人手不足感は強まっており、正規雇用者数は増加傾向である。雇用の安定につながる正規雇用化の動きを背景に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るだろう。

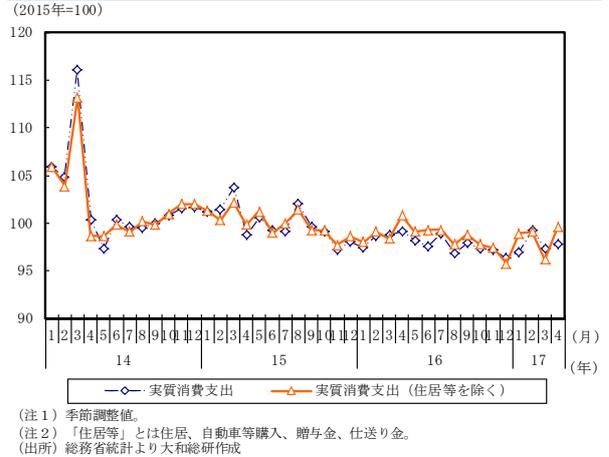
一方で、女性と高齢者を中心とする雇用者数の増加ペースが鈍化していることに加え、労働時間短縮の流れが今後も続くことが見込まれる。結果として、時間当たりの賃金が増加したとしても、マクロで見た賃金（＝時間当たり賃金×労働時間×雇用者数）の増加は緩やかなものにとどまるとみられ、個人消費も同様の動きを見せるだろう。

消費・概況①

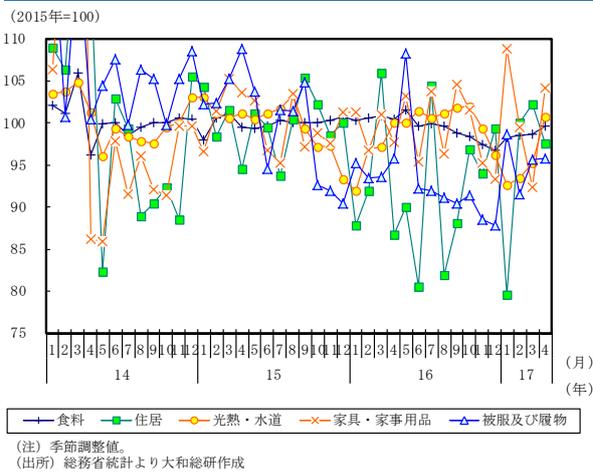
実質消費支出の費目別寄与度



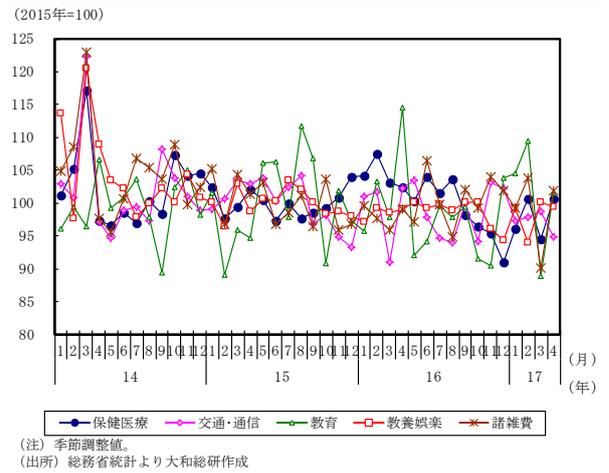
実質消費支出 (家計調査、二人以上世帯)



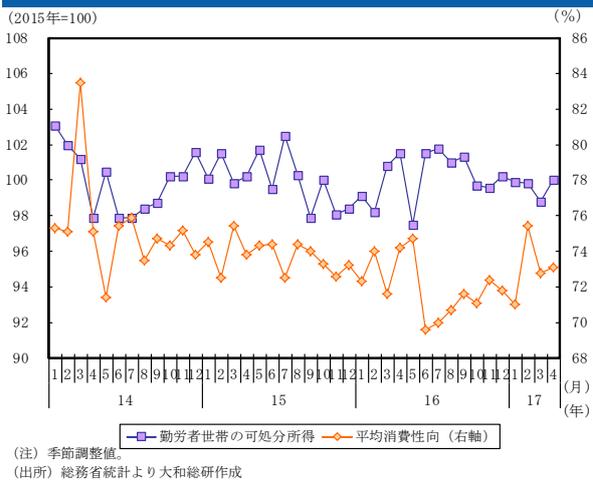
費目別実質消費①



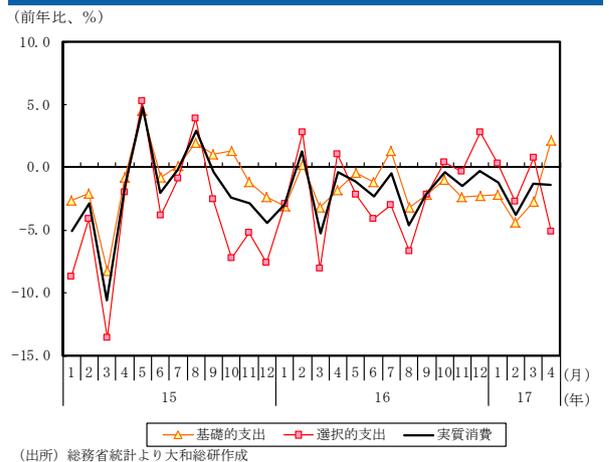
費目別実質消費②



勤労者世帯の実質可処分所得と平均消費性向



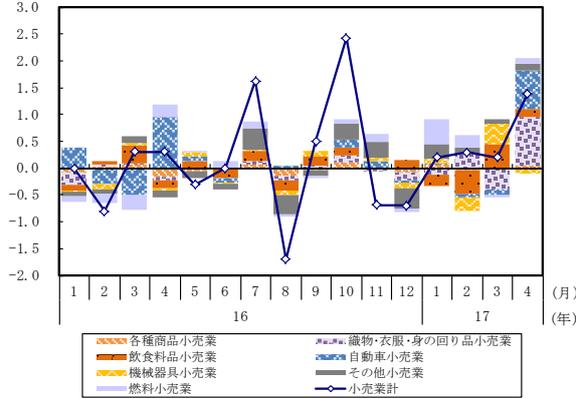
基礎的支出と選択的支出



消費・概況②

商業動態統計小売業販売額の推移

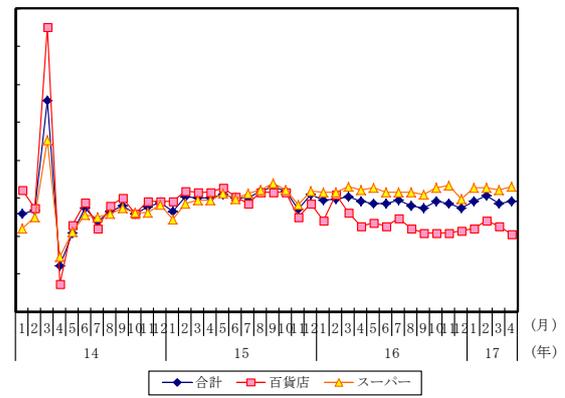
(前月比、%、%pt)



(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額

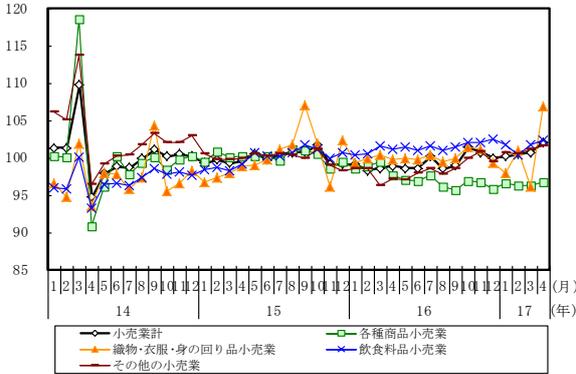
(2010年=100)



(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

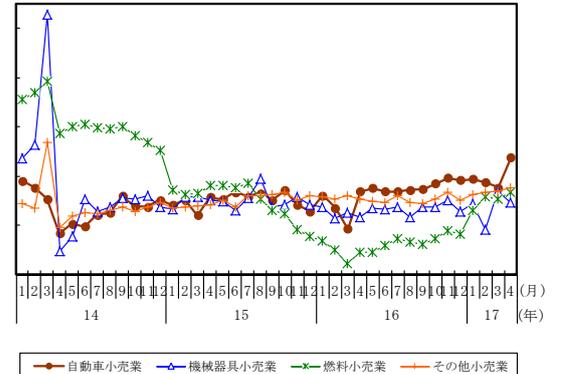
(2010年=100)



(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

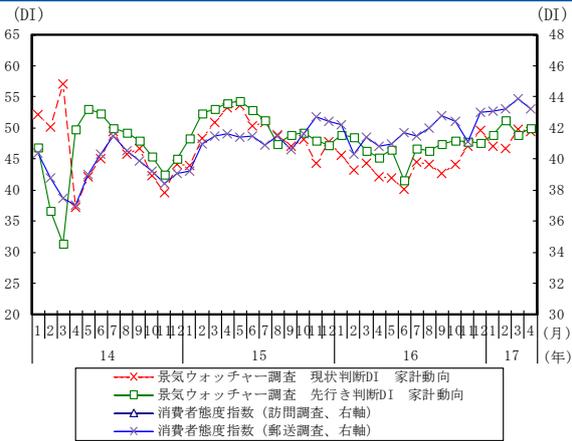
業種別小売販売②

(2010年=100)



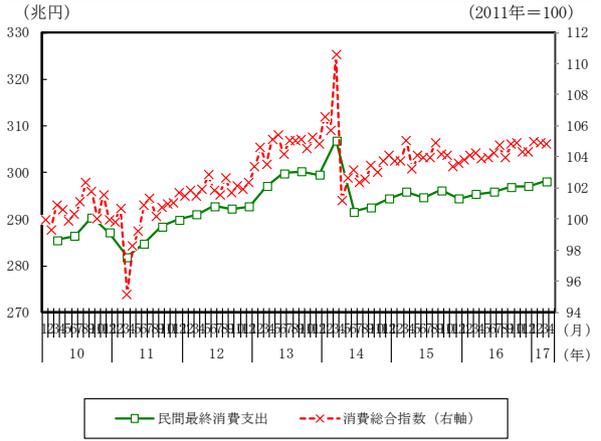
(注) その他小売業は二輪自動車小売業、自転車小売業、家具・じゅう器小売業など。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

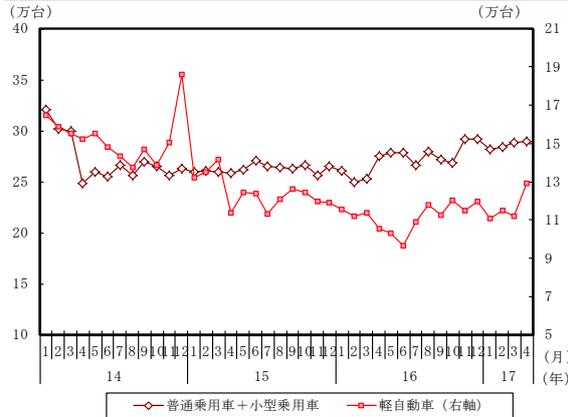
GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

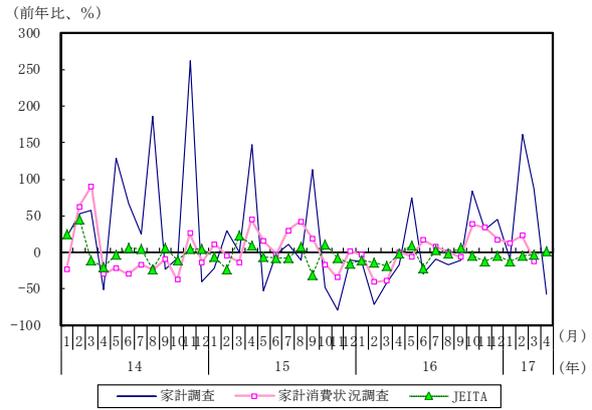
消費・協会統計

新車販売台数



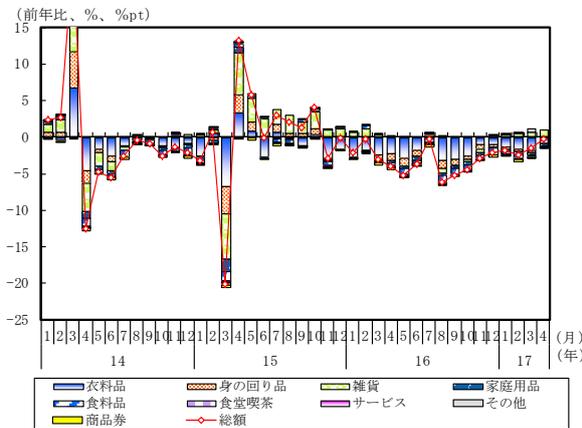
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



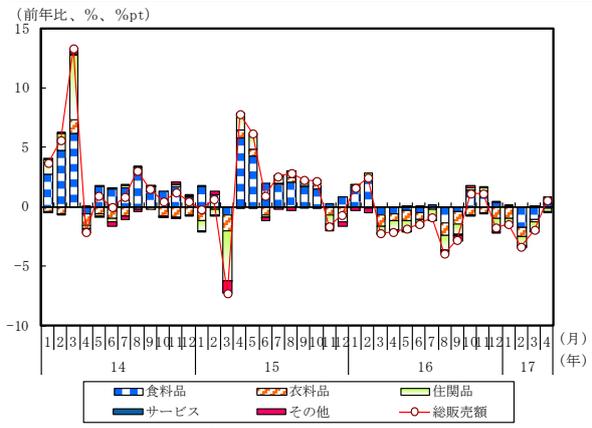
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



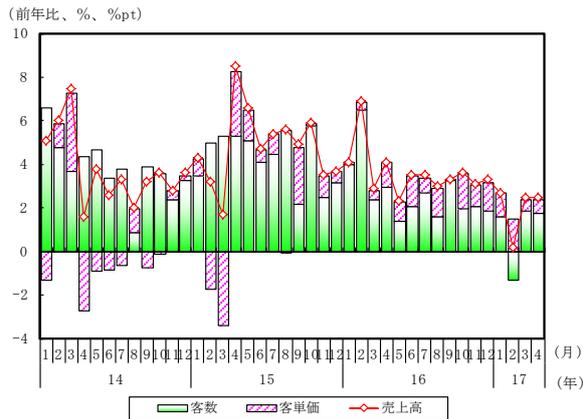
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



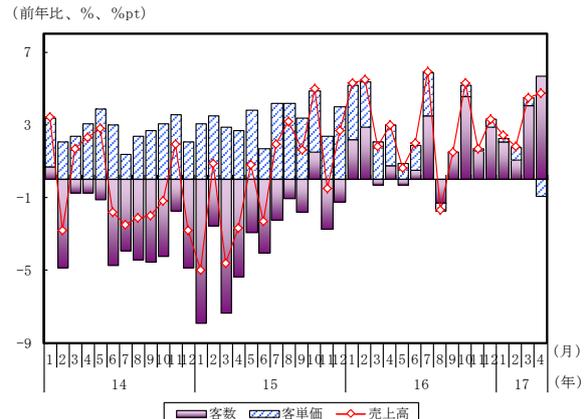
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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