

2017年6月30日 全8頁

Indicators Update

2017年5月消費統計

増勢は若干の鈍化、一方で拡大は継続するとみられる

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5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+0.7%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）は同▲1.1%と2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5費目が前月から増加した。増加した費目は、「食料」（前月比+0.2%）、「その他の消費支出」（同+2.7%）、「交通・通信」（同+18.1%）、「保健医療」（同+2.4%）、「家具・家事用品」（同+2.3%）であった。一方、前月から減少したのは「教養娯楽」（前月比▲3.9%）、「光熱・水道」（同▲2.8%）、「住居」（同▲16.2%）、「教育」（同▲12.5%）、「被服及び履物」（同▲0.3%）の5費目であった。
- 2017年5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▲1.6%と5ヶ月ぶりに減少した。ただし、3ヶ月移動平均で均してみれば2016年夏ごろからの拡大傾向は継続している。
- 名目小売販売額の内訳を見ると、「飲食料品小売業」（前月比▲0.3%）、「その他小売業」（同▲0.4%）、「各種商品小売業」（同▲0.6%）、「燃料小売業」（同▲5.2%）、「織物・衣服・身の回り品小売業」（▲2.9%）が前月から減少した。一方、前月から増加したのは「自動車小売業」（前月比+0.1%）、「機械器具小売業」（同+0.6%）であった。

図表1：各種消費指標の概況

		2017年	3月	4月	5月	出所
家計調査	実質消費支出	前年比	▲3.8	▲1.3	▲1.4	▲0.1
		前月比	2.5	▲2.0	0.5	0.7
	実質消費支出（除く住居等）	前年比	0.2	▲2.9	3.5	▲1.1
商業動態統計	小売業	前年比	0.2	2.1	3.2	2.0
		前月比	0.3	0.2	1.4	▲1.6
消費総合指数	前年比	▲0.2	▲0.1	0.8		
百貨店売上高	前年比	▲1.7	▲0.9	0.7	0.0	
コンビニエンスストア売上高	前年比	▲1.7	0.0	0.3	1.0	
スーパー売上高	前年比	▲3.3	▲1.8	0.6	▲1.8	
外食売上高	前年比	1.8	4.5	4.7	2.2	
旅行取扱高	前年比	▲1.3				

（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5月の実質消費支出は2ヶ月連続で増加

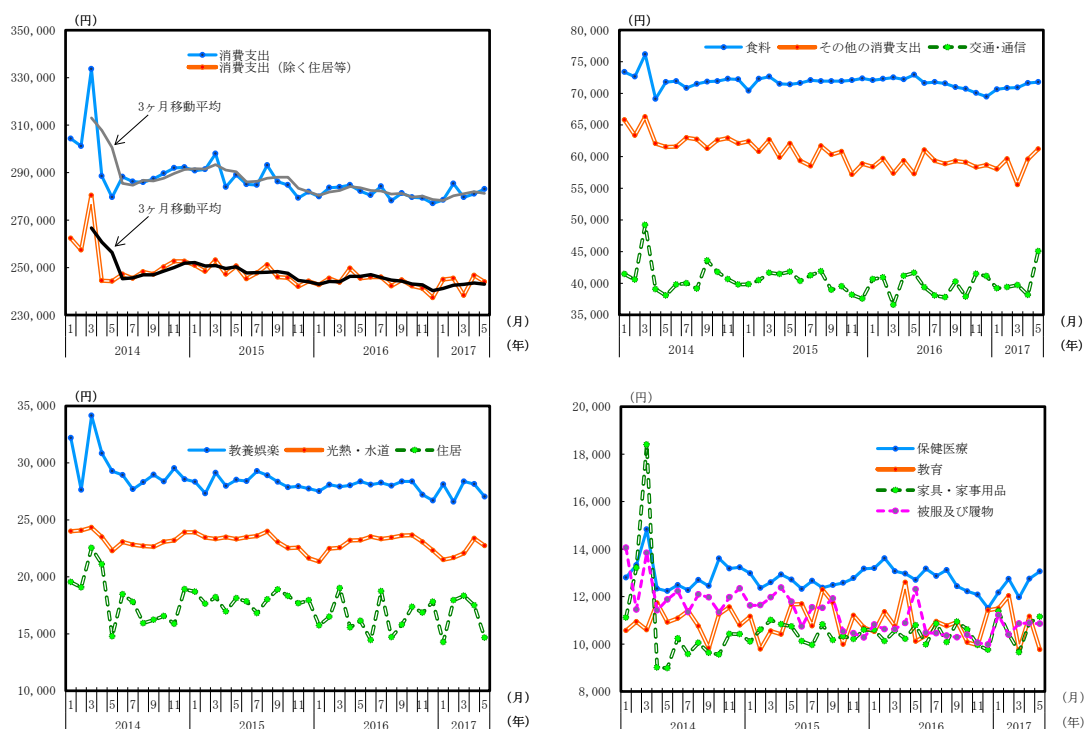
2017年5月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比+0.7%と2ヶ月連続で増加した。また、振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）は同▲1.1%と2ヶ月ぶりに減少した。実質消費支出は、均してみれば回復の兆しがうかがえる。

10大費目別の動き：5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5費目が前月から増加した。増加した費目は、「食料」（前月比+0.2%）、「その他の消費支出」（同+2.7%）、「交通・通信」（同+18.1%）、「保健医療」（同+2.4%）、「家具・家事用品」（同+2.3%）であった。「食料」は特に酒類への支出が活発であったようだ。6月にビール価格の上昇が見込まれていたことから、駆け込み需要があったと考えられる。「交通・通信」は前月から大幅増となっており、自動車等購入の増加が大きく寄与したもようである。

一方、前月から減少したのは「教養娯楽」（前月比▲3.9%）、「光熱・水道」（同▲2.8%）、「住居」（同▲16.2%）、「教育」（同▲12.5%）、「被服及び履物」（同▲0.3%）の5費目であった。「教養娯楽」では、テレビ、カメラなどの耐久財は好調だった一方で、パック旅行などのサービスへの支出が大きく減少したようだ。「住居」では、設備修繕・維持にかかわる材料・工事その他のサービスの双方が減少したことで全体が押し下げられたとみられる。

図表2：実質消費支出（季節調整値、2015年基準）の推移



(注1) 二人以上の世帯。

(注2) 「その他の消費支出」は名目金額指数(季節調整値)を、持家の帰属家賃を除く総合指数で実質化した値。

(注3) 各費目で個別に季節調整されているため、その合計は消費支出全体の季節調整値と一致しない。

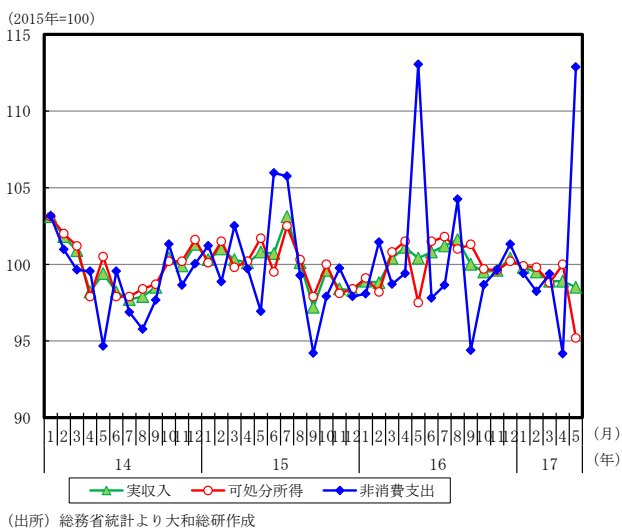
(出所) 総務省統計より大和総研作成

非消費支出の増加により、可処分所得が大幅減

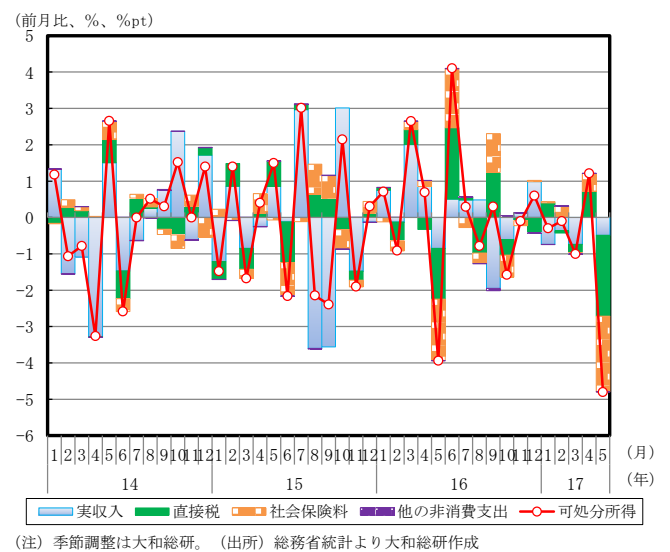
収入関連の動きを実質ベースで見ると、2017年5月の勤労者世帯の実収入（税込み収入）は、季節調整済み前月比▲0.4と減少した。さらに、非消費支出（直接税、社会保険料など）が増加した結果、可処分所得は、同▲4.8%と大幅に減少した（**図表3**、**図表4**）。

他方、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+5.7%ptと大幅に上昇した（**図表5**）。前述の可処分所得の大幅減が平均消費性向の押し上げにも大きく寄与したようである（**図表6**）。

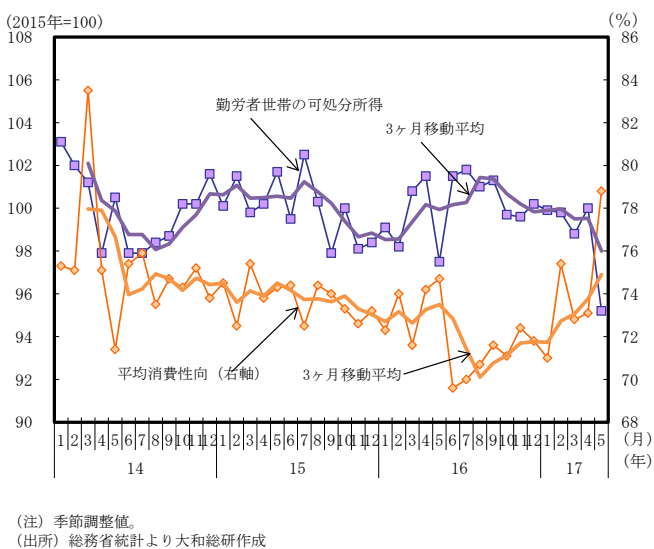
図表3：実収入、非消費支出、可処分所得（実質）



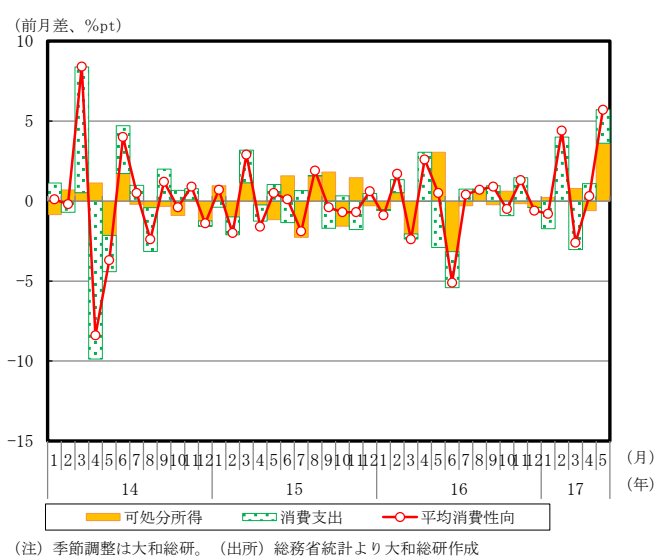
図表4：実質可処分所得の伸び率



図表5：可処分所得、平均消費性向



図表6：平均消費性向の要因分解



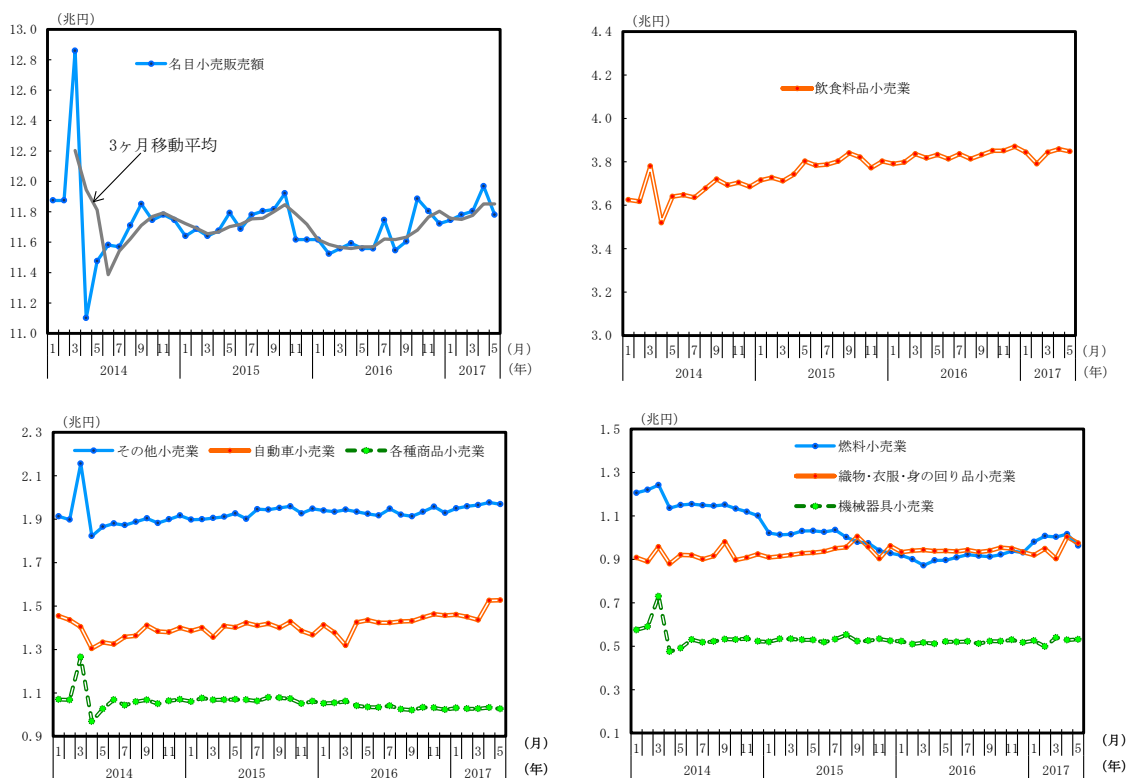
供給側統計に見る個人消費は基調としては緩やかな拡大が継続

2017年5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▲1.6%と5ヶ月ぶりに減少した(図表7)。ただし、3ヶ月移動平均で均してみれば2016年夏ごろからの拡大傾向は継続している。

5月分の結果の内訳を見ると、「飲食料品小売業」(前月比▲0.3%)、「その他小売業」(同▲0.4%)、「各種商品小売業」(同▲0.6%)、「燃料小売業」(同▲5.2%)、「織物・衣服・身の回り品小売業」(▲2.9%)が前月から減少した。「燃料小売業」は大幅な減少となったが、原油価格の下落が影響したものと思われる。「織物・衣服・身の回り品小売業」も比較的大きな減少となったものの、その水準自体は過去3年間と比較して高い位置にある。これは、5月は例年と比較して気温が高く、夏物衣料の売り上げが好調であったことによると考えられる。

一方、前月から増加したのは「自動車小売業」(前月比+0.1%)、「機械器具小売業」(同+0.6%)であった。「自動車小売業」は前月の大幅増(3月比+6.2%)の反動減もなく、高い水準を維持した。新型車が牽引役となった軽自動車の販売が特に好調であることに加えて、普通乗用車等の販売も堅調に推移しているようだ。

図表7：小売販売額（季節調整値、2015年基準）の推移



(注1) 2015年7月以降の「小売業計」は、「無店舗小売業」を含む。
(注2) 「その他小売業」は、「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」。
(注3) 各業種で個別に季節調整をかけているため、その合計は「小売業計」と一致しない。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

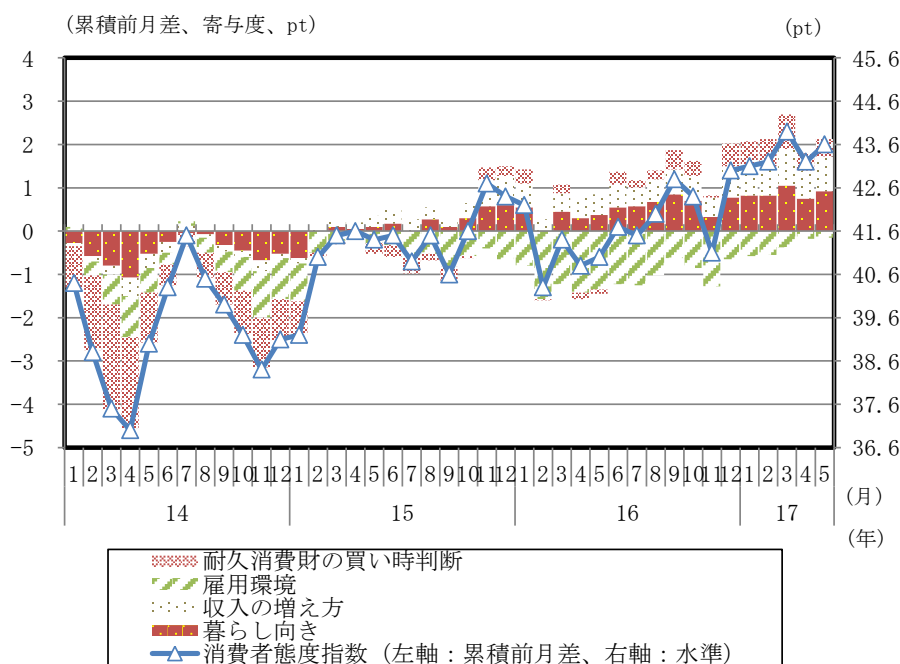
5月の消費者マインドは2ヶ月ぶりに改善

2017年5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+0.4ptと、2ヶ月ぶりに改善した。指数の内訳を見ると、「暮らし向き」（同+0.7pt）、「収入の増え方」（同+0.6pt）、「雇用環境」（同+0.1pt）が改善した。他方、「耐久消費財の買い時判断」は横ばいだった。同指数は依然として高水準で推移している。

消費者態度指数の前月差寄与度を累積で見ると、2016年12月から「雇用環境」のマイナスの累積寄与が急速に縮小している一方で、「収入の増え方」の累積寄与の拡大は緩やかなものにとどまっている（図表8）。これは、失業率や有効求人倍率が示す雇用環境と比較して賃金の伸びが緩やかであることが消費者マインドに反映された結果だと考えられる。

「資産価値」に関する意識指標は前月差+1.5pt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（4月15日）から今回調査時点（5月15日）にかけて上昇したことが影響したとみられる。

図表8：消費者態度指数の推移（累積前月差、水準）



(注) 2013年12月比。

(出所) 内閣府統計より大和総研作成

個人消費の増勢は5月で若干の鈍化、先行きは緩やかに拡大する見通し

5月に入り、個人消費の増勢には若干の鈍化が見られる。需要側統計では、実質消費支出が前月比プラスとなったものの、増加した費目は5項目にとどまる。さらに供給側統計において、名目小売販売額が前月比マイナスとなっていることから、増勢の鈍化がうかがえる。

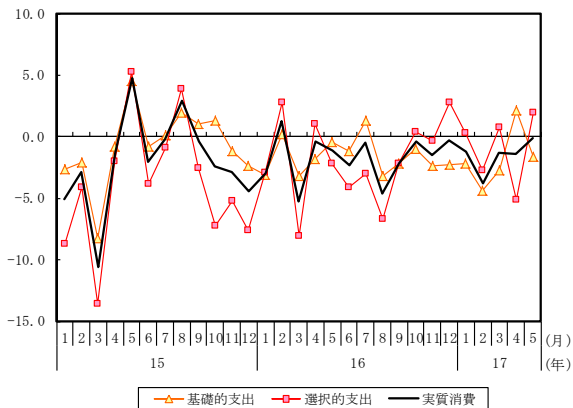
ただし、先行きの個人消費は緩やかに拡大すると見込んでいる。本格的な人手不足に直面し始めた企業は、①賃金引上げによる人材確保、②設備投資・業務効率改善などによる労働生産性の向上、で対応するものと思われる。前者は、一人当たりの賃金を引き上げる可能性が高く、個人消費にはプラスになるだろう。

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

基礎的支出と選択的支出

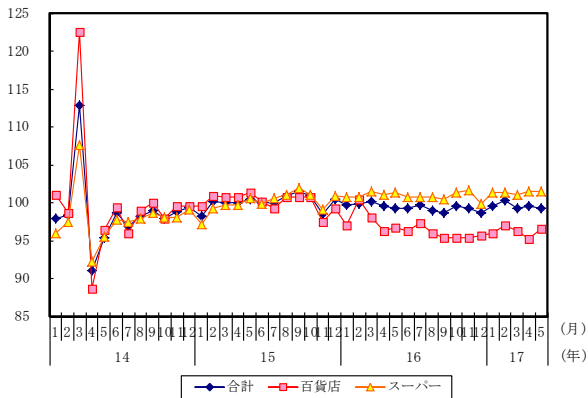
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額

(2010年=100)

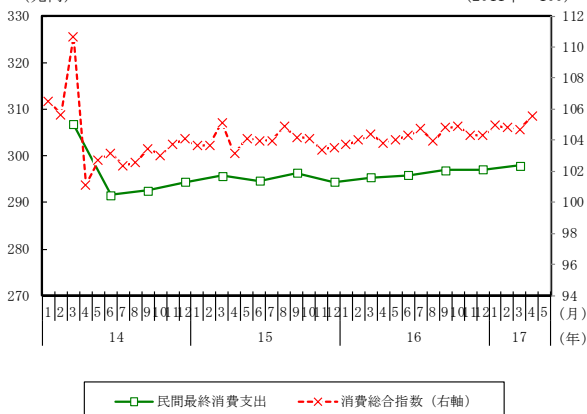


(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数

(兆円)

(2011年=100)

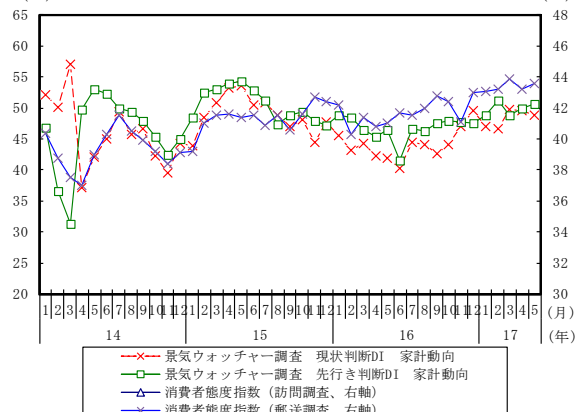


(出所) 内閣府統計より大和総研作成

消費者マインド

(DI)

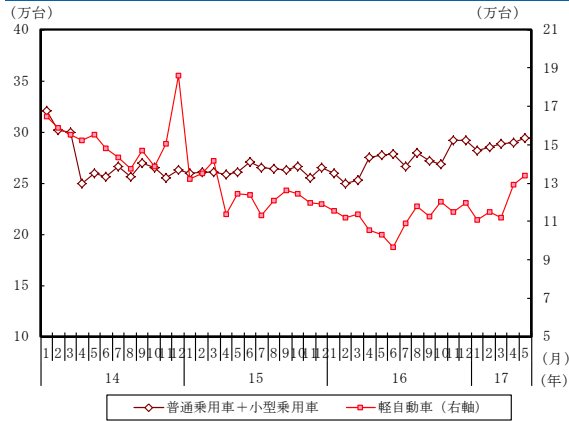
(DI)



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

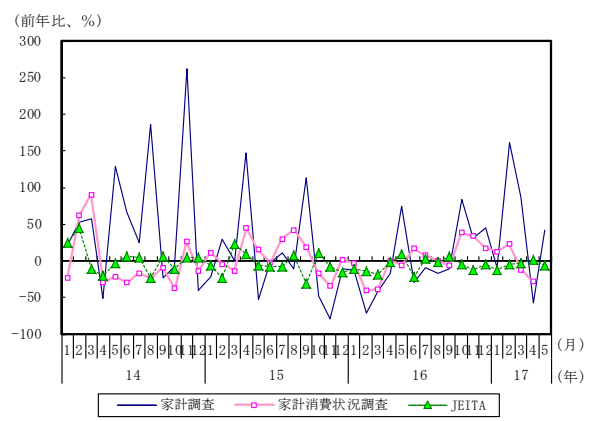
消費・協会統計

新車販売台数



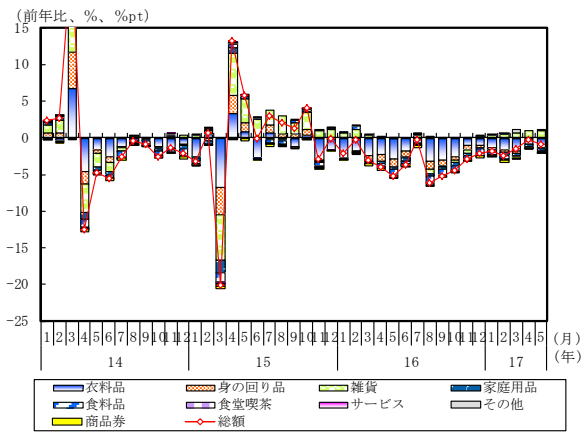
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



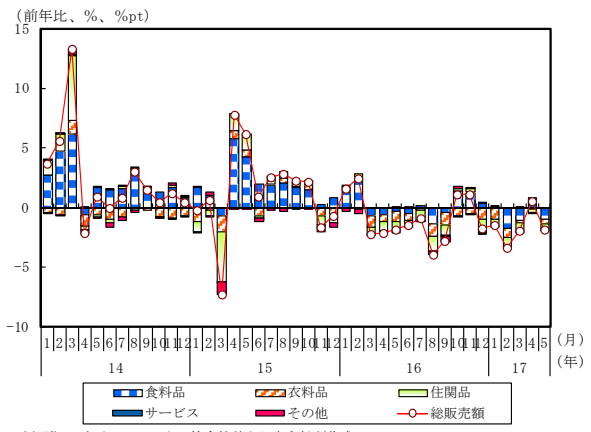
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



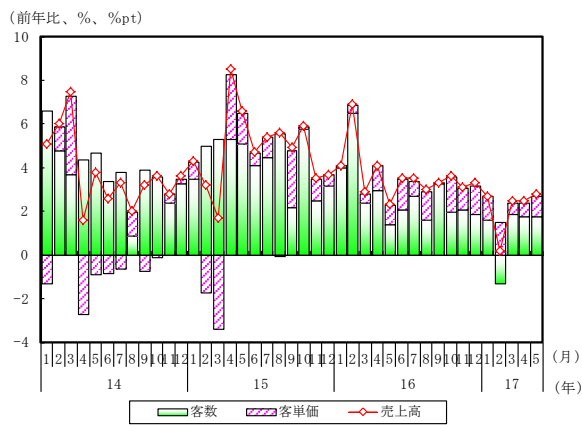
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



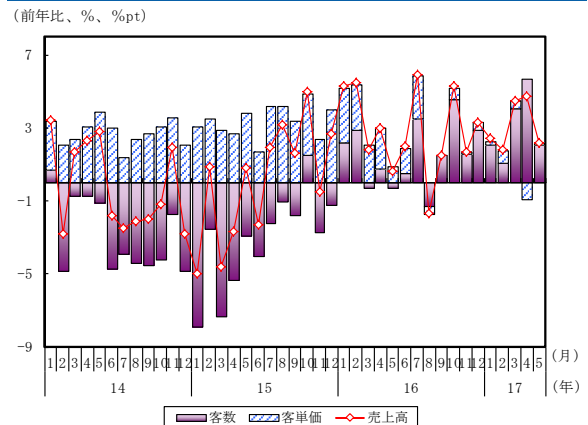
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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