

2017年7月28日 全9頁

## Indicators Update

# 2017年6月消費統計

### 個人消費は緩やかに拡大

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6月の個人消費は堅調な結果であったと評価している。需要側統計では、実質消費支出の前月比プラスが継続した。さらに供給側統計においても、名目小売販売額が前月比プラスとなっており、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。需要側と供給側の両方の統計で明るい内容であった。
- 需要側統計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+1.5%と3ヶ月連続で増加した。増加した費目は、「教養娯楽」（前月比+2.8%）、「光熱・水道」（同+0.8%）、「住居」（同+23.8%）、「保健医療」（同+2.3%）、「教育」（同+9.7%）、「その他の消費支出」（同+2.0%）の6費目であった。一方、前月から減少したのは「食料」（同▲0.9%）「交通・通信」（同▲6.3%）、「家具・家事用品」（同▲9.6%）、「被服及び履物」（同▲11.1%）の4費目であった。
- 供給側統計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%と2ヶ月ぶりに増加した。内訳を見ると、「自動車小売業」（前月比+1.2%）、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同+1.5%）が増加した。一方、前月から減少したのは「飲食料品小売業」（同▲0.6%）、「その他小売業」（同▲0.5%）、「燃料小売業」（同▲1.5%）、「機械器具小売業」（同▲4.3%）が前月から減少した。

図表1：各種消費指標の概況

		2017年				出所
		3月	4月	5月	6月	
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲1.3	▲1.4	▲0.1	2.3	総務省
		前月比 ▲2.0	0.5	0.7	1.5	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比 ▲2.9	3.5	▲1.1	0.8	総務省
商業動態統計	小売業	前年比 2.1	3.2	2.1	2.1	経済産業省
		前月比 0.2	1.4	▲1.5	0.2	経済産業省
消費総合指数		前月比 ▲0.1	0.8	▲0.3		内閣府
百貨店売上高		前年比 ▲0.9	0.7	0.0	1.4	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	0.3	1.0	▲0.1	(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 ▲1.8	0.6	▲1.8	▲1.2	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比 4.5	4.7	2.2	4.7	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比 3.8				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6月の実質消費支出は3ヶ月連続で増加

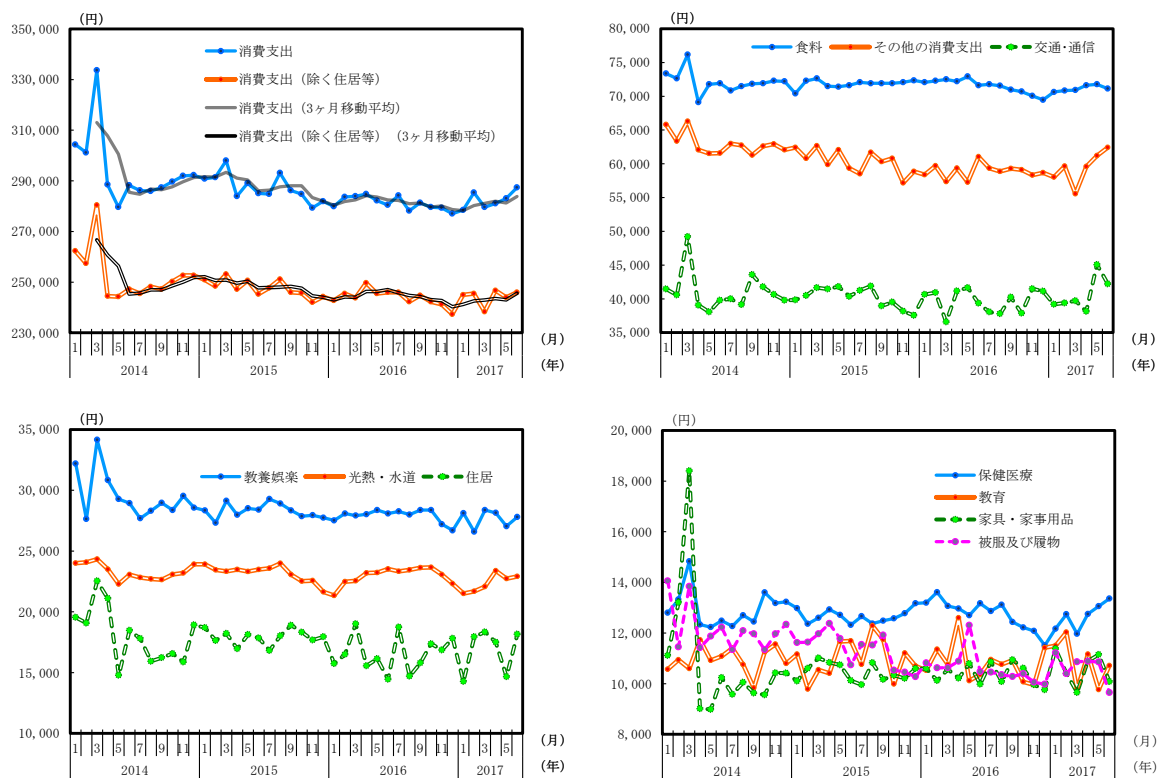
2017年6月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比+1.5%と3ヶ月連続で増加した。また、振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）は同+0.8%と2ヶ月ぶりに増加した。実質消費支出は、均してみれば回復の兆しが見られる。

### 10大費目別の動き：6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+2.8%）、「光熱・水道」（同+0.8%）、「住居」（同+23.8%）、「保健医療」（同+2.3%）、「教育」（同+9.7%）、「その他の消費支出」（同+2.0%）であった。「教養娯楽」では、耐久財消費は不調であったものの、サービスが好調であったため前月比プラスとなった。今年の梅雨は例年と比較して好天の日が多かったことで、パック旅行など行楽への消費が増加したものと考えられる。「住居」は前月の大幅減（4月比▲16.2%）の反動とみられる。

一方、前月から減少したのは「食料」（前月比▲0.9%）、「交通・通信」（同▲6.3%）、「家具・家事用品」（同▲9.6%）、「被服及び履物」（同▲11.1%）の4費目であった。「食料」は特に酒類が減少したようだ。5月は6月のビール価格上昇を見込んだ駆け込み需要があったため、この反動と考えられる。「交通・通信」では、自動車購入の減少が全体を押し下げたようだ。ただし、業界統計で見た新車登録台数は堅調な動きを見せており、過度の心配は無用と考えられる。

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、CPIの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。

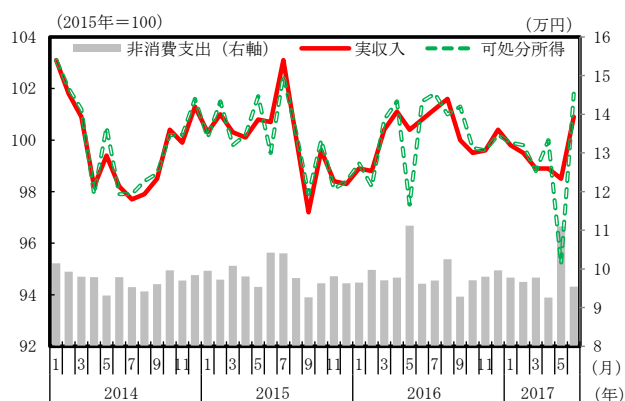
(出所) 総務省統計より大和総研作成

## 実収入が6ヶ月ぶりに増加

収入関連の動きを実質ベースで見ると、6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+2.4%と6ヶ月ぶりに増加した。さらに、非消費支出（直接税、社会保険料など）が前月比で減少した結果、可処分所得は、同+6.9%と大幅に増加した（**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▲4.7%ptと大幅に下落した（**図表5**）。

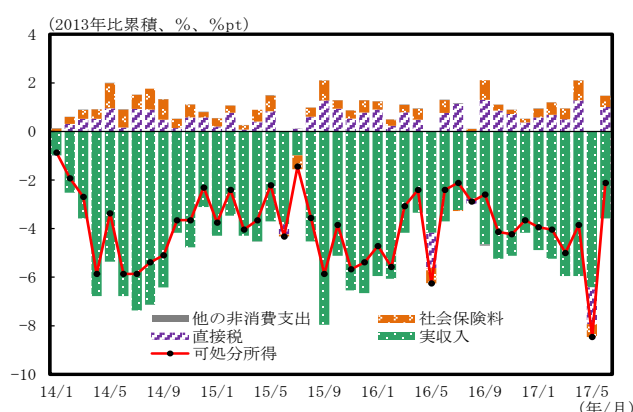
非消費支出が乱高下しているが、この要因としては、直接税に含まれる2016年の軽自動車税の引き上げによって季節調整に歪みが出ている可能性が指摘できる。軽自動車税は、毎年5月に納められることになっており、2016年納税分から一部引き上げられている。この影響が季節調整で除去できていないため、2017年5月の非消費支出が大幅に増加しているものと考えられる（**図表3**）。他方、6月の可処分所得の増加は実収入にも支えられており、収入関連の指標は基調としては底堅い動きであったと評価できよう。

図表3：実収入、非消費支出、可処分所得（実質）



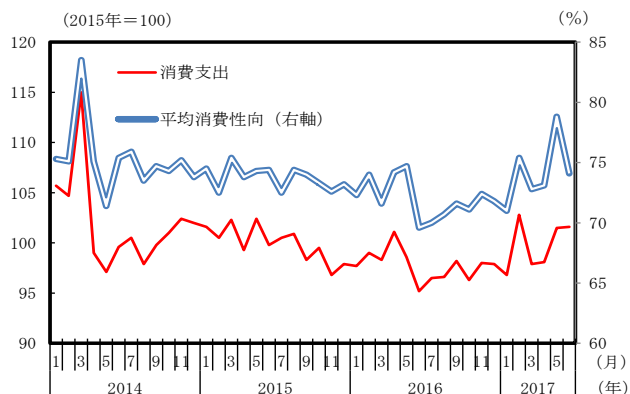
(注) 季節調整値。  
(出所) 総務省統計より大和総研作成

図表4：実質可処分所得の伸び率（2013年比累積）



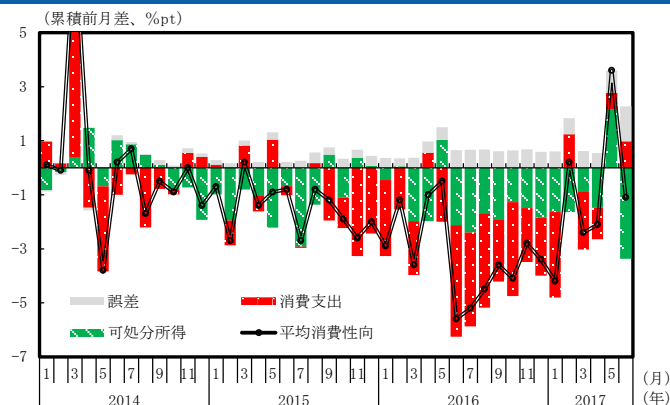
(注) 直接税、社会保険料、他の非消費支出の季節調整は大和総研による。  
(出所) 総務省統計より大和総研作成

図表5：実質消費支出、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6：平均消費性向の要因分解



(注1) 2013年12月比  
(注2) 季節調整値。  
(注3) 近似値を用いているため、「誤差」が生じる。  
(出所) 総務省統計より大和総研作成

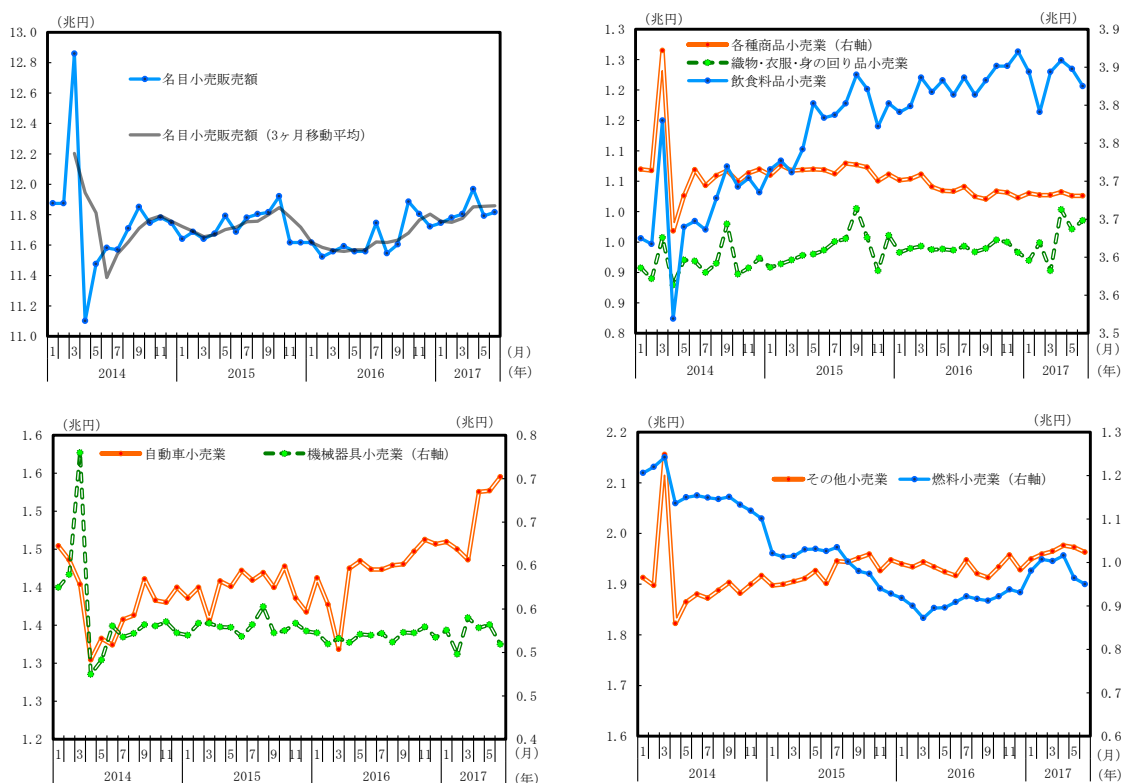
## 供給側統計に見る個人消費は緩やかな拡大が継続

2017年6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%と2ヶ月ぶりに増加した(図表7)。5月は一時的に減少(4月比▲1.5%)したものの、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。

6月分の結果の内訳を見ると、「自動車小売業」(前月比+1.2%)、「織物・衣服・身の回り品小売業」(同+1.5%)が増加した。「自動車小売業」は、引き続き軽自動車の販売が好調なようである。「織物・衣服・身の回り品小売業」はバーゲンセールの前倒しや、今年の梅雨は例年と比較して好天の日が多かったことで客足が伸びた効果が出たようだ。

一方、前月から減少したのは「飲食料品小売業」(前月比▲0.6%)、「その他小売業」(同▲0.5%)、「燃料小売業」(同▲1.5%)、「機械器具小売業」(同▲4.3%)であった。「飲食料品小売業」(前月比▲0.6%)は、6月の値上げを見越したビール類の駆け込み需要が5月にあり、この反動で減少したものとみられる。「燃料小売業」は、ガソリン価格の下落が影響したものと考えられる。「機械器具小売業」では、テレビなどの教養娯楽耐久財の販売が苦戦したと推測される。また、「各種商品小売業」は、横ばいであった。

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

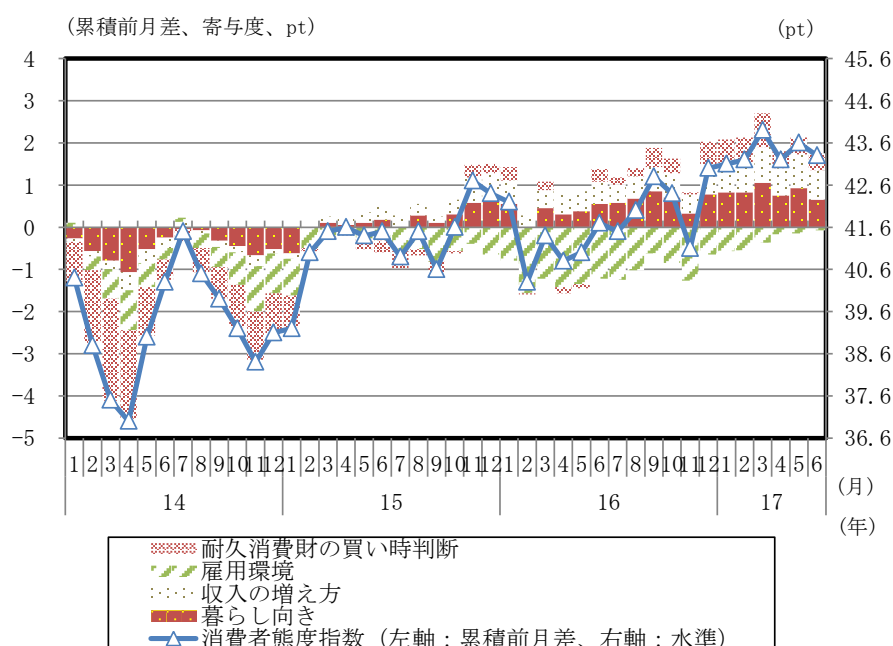
## 6月の消費者マインドは2ヶ月ぶりに悪化

2017年6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▲0.3ptと、2ヶ月ぶりに悪化した。指数の内訳を見ると、「暮らし向き」（同▲1.1pt）、「収入の増え方」（同▲0.4pt）が前月から下落した。一方で、「雇用環境」（同+0.3pt）は改善し、「耐久消費財の買い時判断」は横ばいだった。「暮らし向き」が比較的大きな下落となった背景には、ビール類やはがき、電気・ガス料金などの値上げが6月に集中したことが影響したとみられる。

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着実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▲0.3ptと、小幅ながら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は、調査期間中に一時的な急上昇を見せたが、それ以外の期間は均してみれば下落基調であったことが先行きの見通しに影響したもようだ。

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

## 個人消費の先行きは緩やかに拡大する見通し

6月の個人消費は堅調な結果であったと評価している。需要側統計では、実質消費支出の前月比プラスが継続した。さらに供給側統計においても、名目小売販売額が前月比プラスとなっており、需要側と供給側の両方の統計で明るい内容だった。

先行きの個人消費は緩やかに拡大すると見込んでいる。労働需給は、引き続きタイトな状況が続くと見込まれ、マクロで見た賃金（＝時間当たり賃金×労働時間×雇用者数）を緩やかに増加させると考えられる。

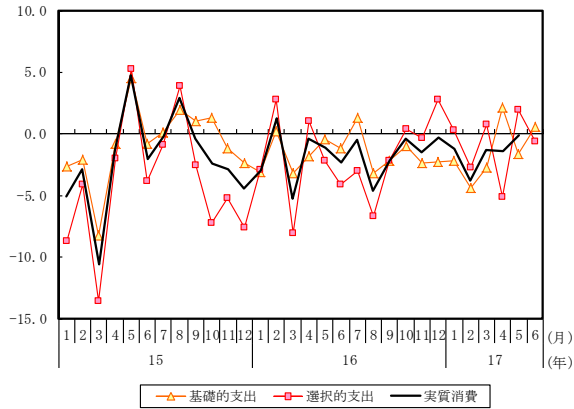
宿泊・飲食サービス業など相対的に賃金の低い産業では特に人手不足が深刻化していると考えられ、今後、正社員化や賃金引き上げといった処遇の改善が必要とされるだろう。こういった処遇の改善が実現されれば、時間当たりの賃金を底上げする可能性が高く、個人消費にはプラスになるだろう。

ただし、人手不足対策としての省人化・省力化投資、「働き方改革」の推進などによって労働時間は短縮される可能性が高い。長時間労働の是正は、仕事と育児・介護との両立を可能にし、さらなる労働参加とそれに伴う就業者数の増加につながる可能性もあるため、一概に賃金上昇を抑制するとは言えないがその効果は未知数である。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×就業者数）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

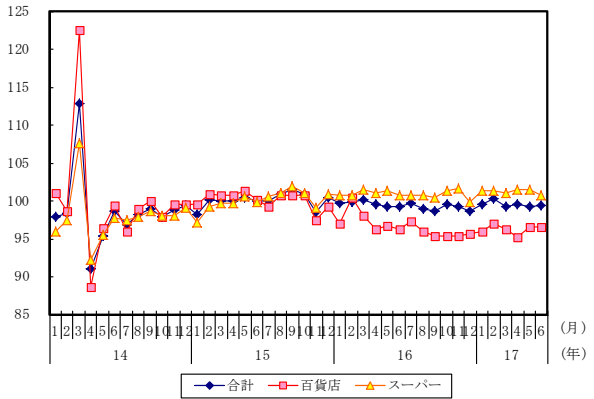
(前年比、%)



(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)

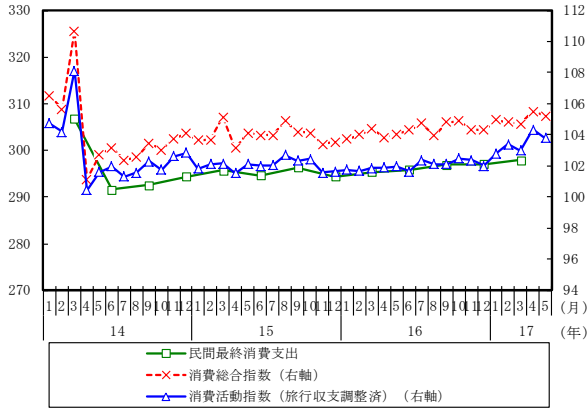


(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

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)

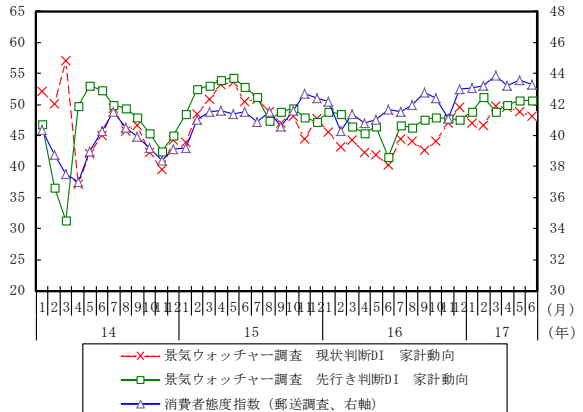


(出所) 内閣府、日本銀行統計より大和総研作成

消費者マインド

(DI)

(DI)

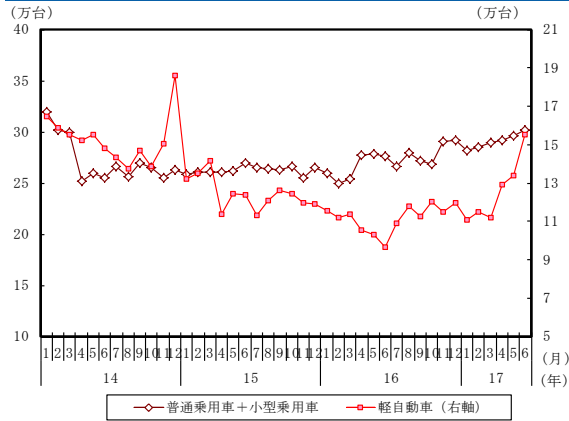


(出所) 内閣府統計より大和総研作成



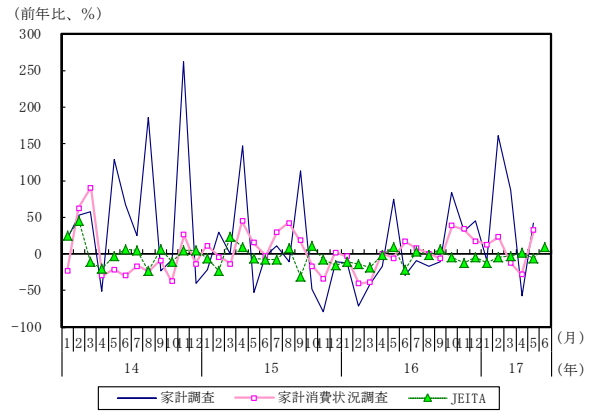
消費・協会統計

新車販売台数



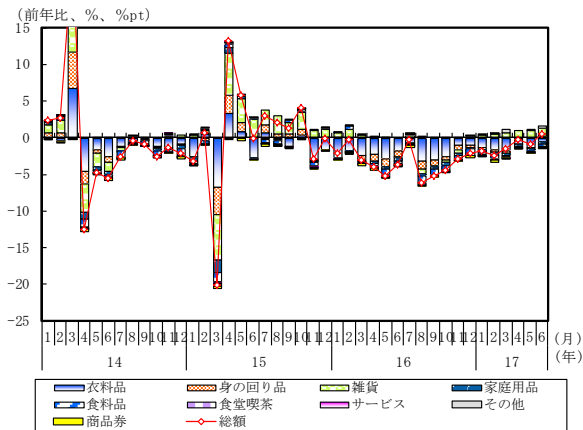
(注) 季節調整は大和総研。  
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



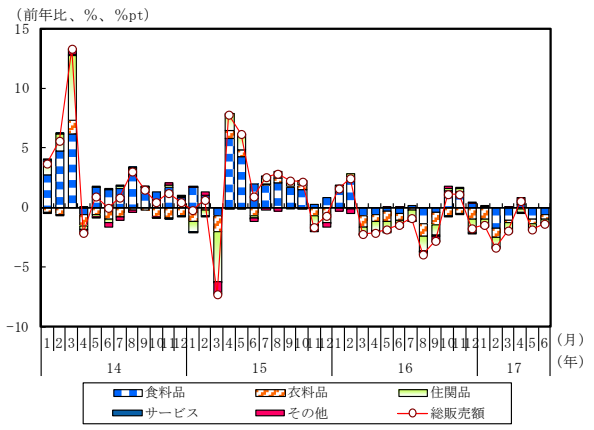
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。  
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



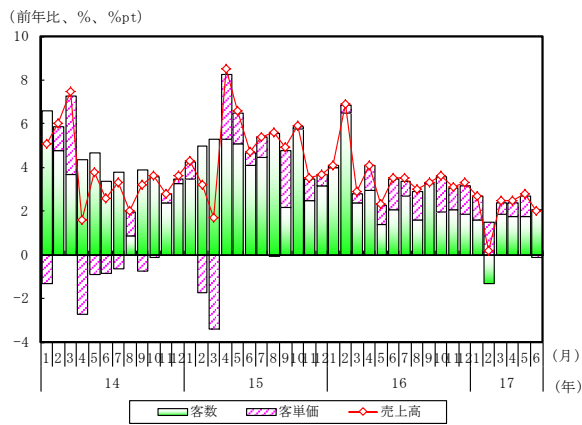
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



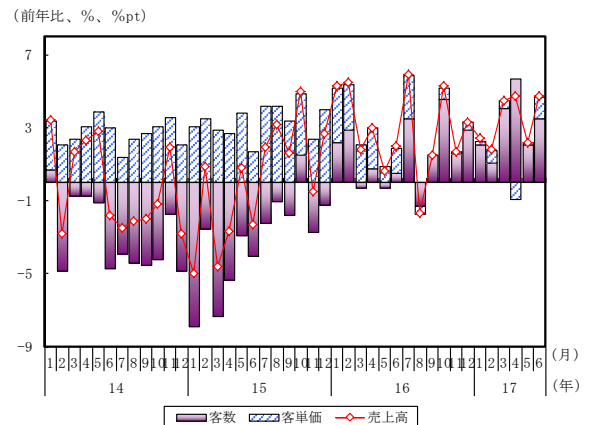
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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