

2017年8月29日 全8頁

## Indicators Update

# 2017年7月消費統計

### 個人消費は一旦の足踏み

経済調査部  
研究員 廣野 洋太  
エコノミスト 小林 俊介

#### [要約]

- 7月の個人消費は一旦の足踏みと評価している。2017年7月の家計調査では幅広い費目が前月から減少した一方、可処分所得が大幅に回復したことで消費性向は大きく落ち込んでいる。ただし、消費者マインドは引き続き堅調であることやあくまで単月の動きであることに鑑みると今回の消費減は一時的な動きだと考えられる。
- 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▲1.9%と4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）についても同▲0.3%と2ヶ月ぶりに減少している。
- 実質消費支出の動きを費目別に見ると、10大費目中7費目が前月から減少した。実質消費支出に占める割合を勘案して全体への影響度を見ると、「その他の消費支出」（前月比▲6.6%）と「交通・通信」（同▲4.0%）が押し下げ、「被服及び履物」（同+15.5%）、「家具・家事用品」（同+10.5%）が押し上げの主因となったようだ。

図表1：各種消費指標の概況

		2017年				出所
		4月	5月	6月	7月	
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲1.4	▲0.1	2.3	▲0.2	総務省
		前月比 0.5	0.7	1.5	▲1.9	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比 3.5	▲1.1	0.8	▲0.3	総務省
商業動態統計	小売業	前年比 3.2	2.1	2.2		経済産業省
		前月比 1.4	▲1.5	0.2		経済産業省
消費総合指数	前月比	0.9	0.2	▲0.0		内閣府
百貨店売上高	前年比	0.7	0.0	1.4	▲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	0.3	1.0	▲0.1	▲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	0.6	▲1.8	▲1.2	0.0	日本チェーンストア協会
外食売上高	前年比	4.7	2.2	4.7	3.0	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高	前年比					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7月の個人消費は、一旦の足踏み

7月の個人消費は一旦の足踏みと評価している。2017年7月の家計調査では幅広い費目が前月から減少した一方、可処分所得が大幅に回復したことで消費性向は大きく落ち込んでいる。ただし、消費者マインドは引き続き堅調であることやあくまで単月の動きであることに鑑みると今回の消費減は一時的な動きだと考えられる。

## 2017年7月の実質消費支出は4ヶ月ぶりに減少

2017年7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▲1.9%と4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）についても同▲0.3%と2ヶ月ぶりに減少している。3ヶ月移動平均で均した実質消費支出は小幅ながら増加しているものの、その回復には足踏みが見られる。

## 10大費目別の動き：7費目が前月から減少

実質消費支出の動きを費目別に見ると、10大費目中7費目が前月から減少した。実質消費支出に占める割合を勘案して全体への影響度を見ると、「その他の消費支出」（前月比▲6.6%）と「交通・通信」（同▲4.0%）が押し下げ、「被服及び履物」（同+15.5%）、「家具・家事用品」（同+10.5%）が押し上げの主因となったようである。

「その他の消費支出」では、「諸雑費」が増加したものの、「交際費」が全体を前月から押し下げたようだ。交際費の内訳を見ると、全般的に減少しているが、特に「贈与金」の落ち込みが激しかった。

「交通・通信」では、「自動車等購入」が前月比マイナスに寄与した。業界統計で見ても、普通・小型・軽すべての車種の新車販売台数が6月から減少している。「自動車等購入」は2017年に入り均してみれば好調な推移を見せていたが、買い替え需要や昨年の燃費不正による軽自動車需要冷え込みの反動、新型車投入や既存車種のマイナーチェンジなどのプラス効果が徐々に剥落している可能性がある。

「被服及び履物」では、「男子用洋服」、「婦人用洋服」が前月比プラスに寄与した。6月は例年と比較して気温が低かった一方で、7月は気温が上昇したため夏物衣料が好調だったとみられる。洋服関連では、百貨店のセールが6月に前倒しされたことが話題となったが、家計調査ベースでは明確な影響が見られなかった。

図表 2 : 実質消費支出（費目別）の前月比変化率

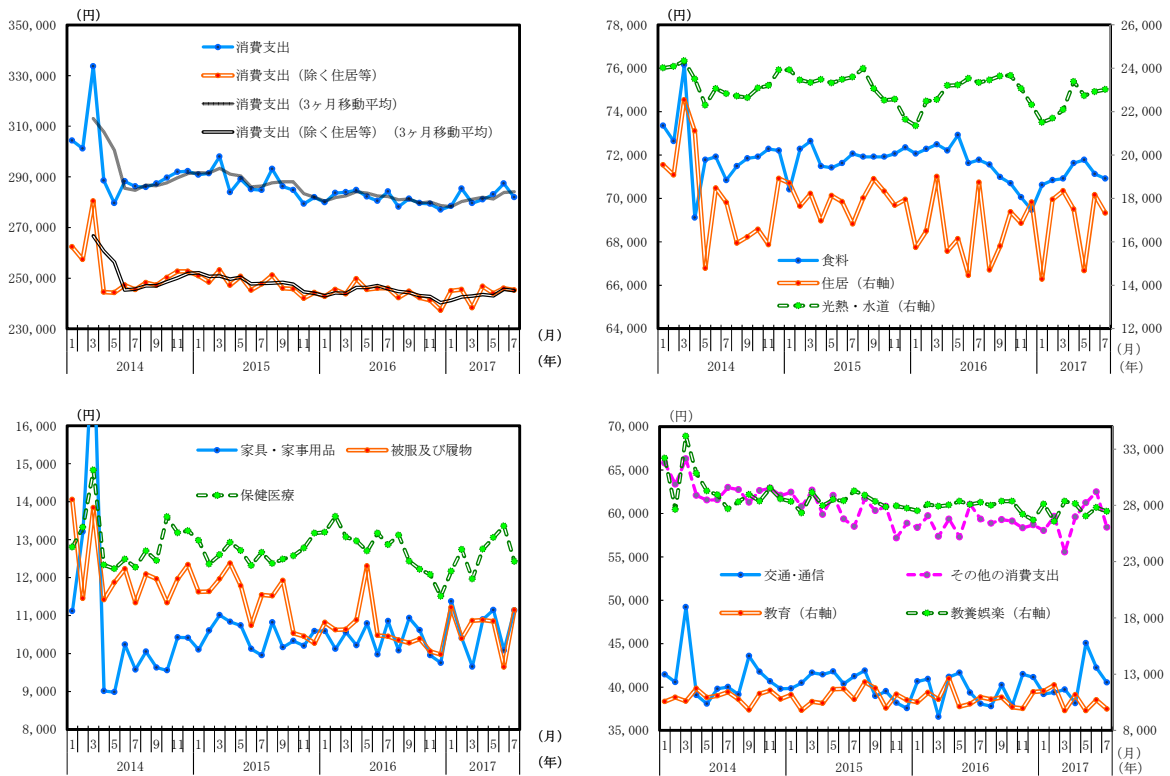
前月比、%	2016/12	2017/1	2017/2	2017/3	2017/4	2017/5	2017/6	2017/7
消費支出	-0.8	0.5	2.5	-2.0	0.5	0.7	1.5	-1.9
消費支出（除く住居等）	-1.6	3.2	0.2	-2.9	3.5	-1.1	0.8	-0.3
食料	-0.8	1.7	0.3	0.1	1.0	0.2	-0.9	-0.3
住居	5.7	-19.9	25.8	2.2	-4.6	-16.2	23.8	-4.6
光熱・水道	-3.2	-3.6	0.9	1.8	5.9	-2.8	0.8	0.4
家具・家事用品	-2.0	16.6	-8.5	-7.2	12.9	2.3	-9.6	10.5
被服及び履物	-0.8	12.4	-7.3	4.5	0.2	-0.3	-11.1	15.5
保健医療	-4.7	5.7	4.7	-6.1	6.6	2.4	2.3	-7.0
交通・通信	-0.9	-4.7	0.5	0.8	-4.0	18.1	-6.3	-4.0
教育	14.8	0.7	4.6	-18.8	14.3	-12.5	9.7	-7.5
教養娯楽	-1.9	5.3	-5.4	6.7	-0.8	-3.9	2.8	-1.2
その他の消費支出	0.6	-1.1	2.8	-6.9	7.3	2.7	2.1	-6.6

(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

(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。

(出所) 総務省統計より大和総研作成

図表 3 : 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。総務省による季節調整値。

(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

## 可処分所得は回復するも、消費性向は低迷

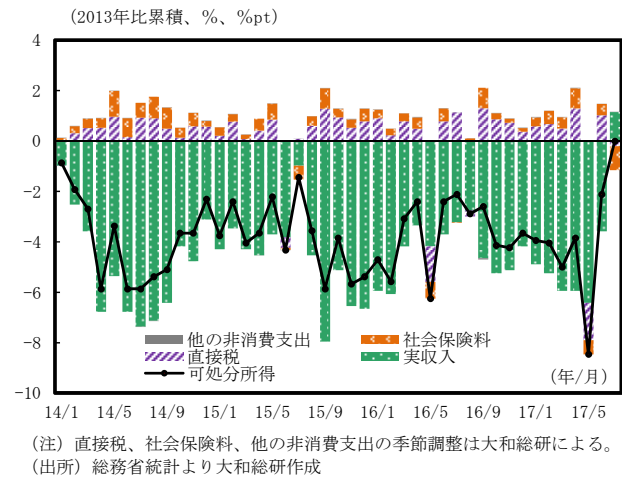
収入関連の動きを実質ベースで見ると、7月の勤労者世帯の実収入（税込み収入）は、季節調整済み前月比+4.0%と2ヶ月連続で増加した。さらに、非消費支出（直接税、社会保険料など）が前月比で減少した結果、可処分所得は、同+2.2%増加した（**図表4、図表5**）。他方、名目可処分所得に対する消費支出の割合を示す平均消費性向（季節調整値）は、前月から▲4.9%ptと大幅に下落した（**図表6、図表7**）。

反動には留意が必要だが、可処分所得は2013年の水準まで回復してきており（**図表5**）、その押し上げ要因が実収入であることも前向きな結果と言える。ただし、消費支出が可処分所得の伸びに追いついておらず、消費性向は伸び悩んだ。家計が所得増を一時的なものとして捉え、消費を手控えている可能性がある。

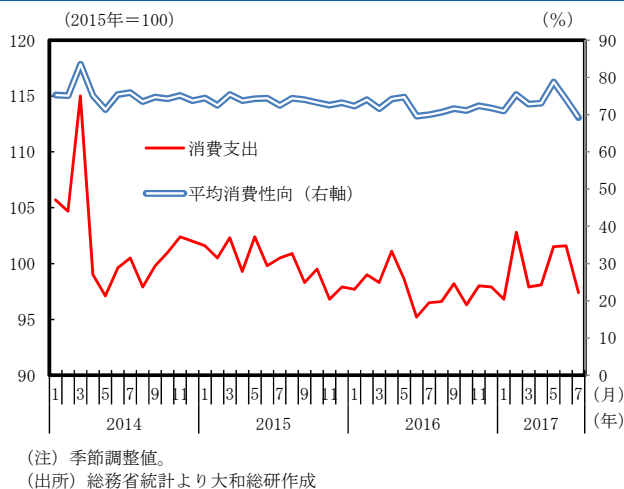
図表4：実収入、非消費支出、可処分所得（実質）



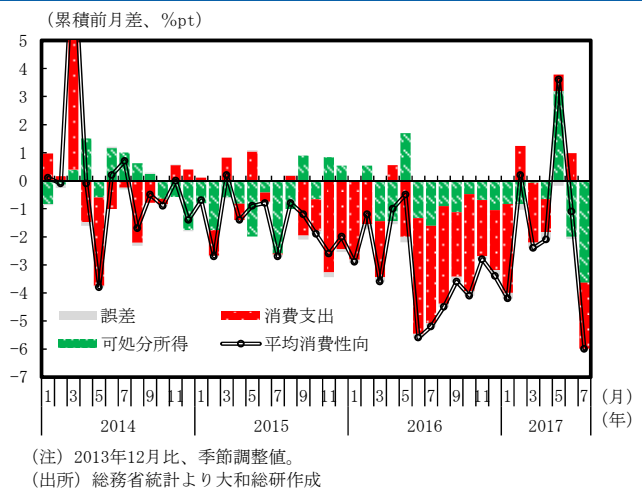
図表5：実質可処分所得の伸び率（2013年比累積）



図表6：実質消費支出、平均消費性向



図表7：平均消費性向の要因分解



## 7月の消費者マインドは2ヶ月ぶりに改善

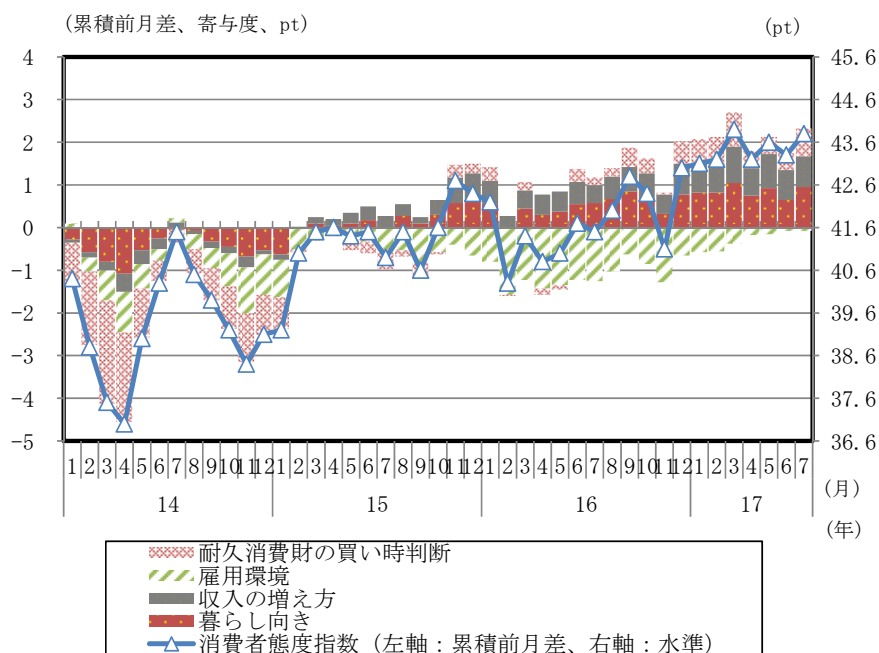
2017年7月の消費者マインドを確認しておく、消費動向調査の消費者態度指数は前月差+0.5ptと、2ヶ月ぶりに改善した。指数の内訳を見ると、「暮らし向き」（同+1.2pt）、「収入の増え方」（同+0.1pt）、「耐久消費財の買い時判断」（同+1.0pt）が前月から上昇した。

「雇用環境」は横ばいだった。ビール類やはがき、電気・ガス料金などの値上げが6月の「暮らし向き」を押し下げていたが、種々の値上げが一服していることや、電気・ガス料金については今後値下げが予定されていることがプラスに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+1.8pt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、調査期間中に堅調な推移を見せたことが、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

実質個人消費は、名目所得の緩やかな増加と安定した物価・消費性向を背景に、少しずつ増加していくとみている。

名目所得については、マクロで見た名目賃金（①労働者数×②一人当たり労働時間×③時間当たり賃金）の動向が重要だ。

まず、①労働者数は、増加ペースは緩やかだが、今後も増加していくとみている。足下の労働者数はすでに高水準であり、ほぼ完全雇用には達している。一方で、「働き方改革」によって労働時間・場所が柔軟に選択できるようになれば、育児や介護を理由に働けない人々の労働参加が進む可能性がある。

次に、②一人当たり労働時間については、横ばいを想定している。「働き方改革」によって長時間労働は是正される見込みである一方、日本経済は回復局面にあり、企業側にとって労働時間を増やすインセンティブは強いだろう。当面は、長時間労働を是正する一方で、非正社員を正社員化するなどして、平均で見た労働時間を維持していく可能性がある。

そして、③時間当たり賃金については、緩やかに上昇していくと考えている。人手不足の一方で賃金が伸び悩んでいる要因の一つとして、労働者数の増加が相対的に賃金の低い非正社員中心であったことが挙げられる。しかし、足下では非正規比率は頭打ちであり、正社員の有効求人倍率も高水準にある。また、上昇幅は縮小したとはいえ、ベアが継続していることなどに鑑みれば、時間当たり賃金は少しずつではあるが上昇していくと考えられる。以上より①労働者数が緩やかに増加し、②一人当たり労働時間は横ばいで推移する中で、③時間当たり賃金は緩やかに上昇していくことからマクロで見た名目所得についても少しずつではあるが増加していくものとみている。

なお、そのインパクトは一定程度にとどまるとみられるが、賃金以外の所得に関するプラス要因として年金受給資格期間の短縮が挙げられる。2017年8月に年金の受給資格期間が25年から10年に短縮された。実際に支給が始まるのは同年10月からだが、これまで年金を受け取ることでできなかった層に年金が支給されることになる。

物価動向について確認しておく、コアCPIで見た足下の物価上昇率は緩やかであり、為替レートと原油価格が比較的安定していることから今後も大きな変動はないと考えている。8月以降の野菜価格高騰には注意が必要であるが、物価変動の影響を調整した実質所得は、名目所得と同様に緩やかに増加していくだろう。

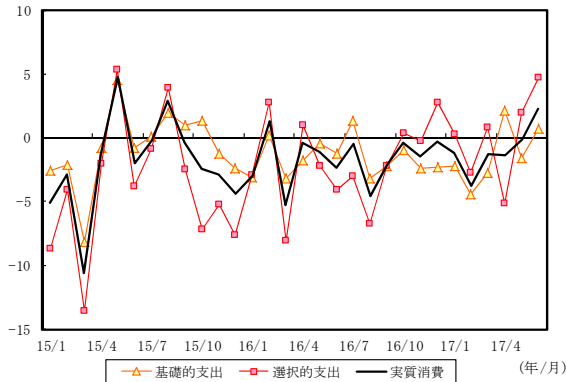
消費性向については、7月に大きく下落したものの2017年全体では回復の兆候が見える。今後も、底堅い消費者マインドに支えられ現在の水準を維持するとみている。8月は、東日本における悪天候の影響で行楽関係の消費低迷が懸念されているが、航空大手2社のお盆期間（8/10～8/20）の国内線旅客数は前年を超え（JAL：+3.5%、ANA：+4.6%）、JR東海の新幹線輸送人員数（8/1～8/24）も前年比+3%となっている。これらの数字は訪日外客の影響を割り引いて見る必要はあるが、堅調な消費者マインドが旅行需要を底上げしたとみることもできよう。

堅調な消費者マインドの背景には、**図表 8** で見えるように雇用環境の見通し改善がある。先行きも雇用環境は引き続き良好とみられ、消費性向を下支える構図は今後も継続するだろう。8月の天候不順の悪影響には注意が必要であるが、安定した物価と消費性向の下で名目所得が少しずつ増加することで、実質個人消費は緩やかに拡大するとみている。

消費・概況

基礎的支出と選択的支出

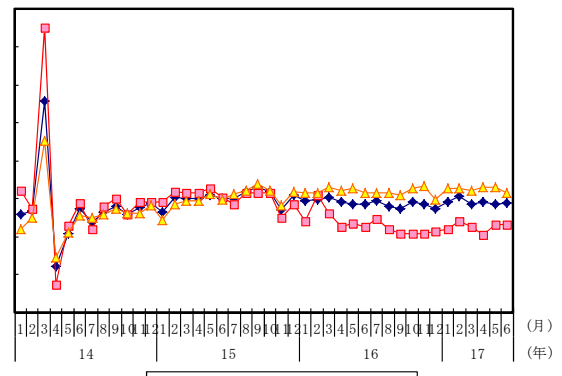
(前年比、%)



(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)

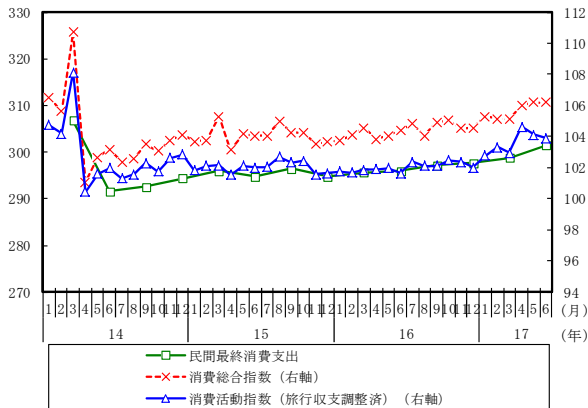


(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

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)

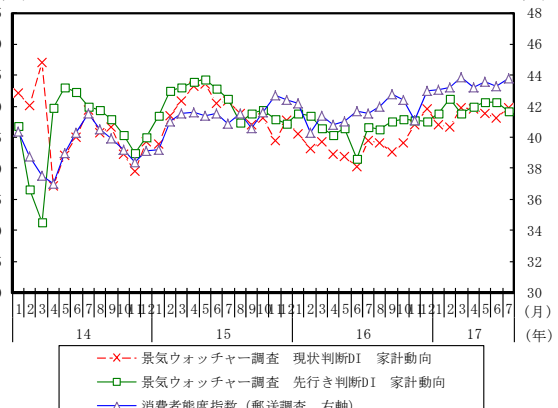


(出所) 内閣府、日本銀行統計より大和総研作成

消費者マインド

(DI)

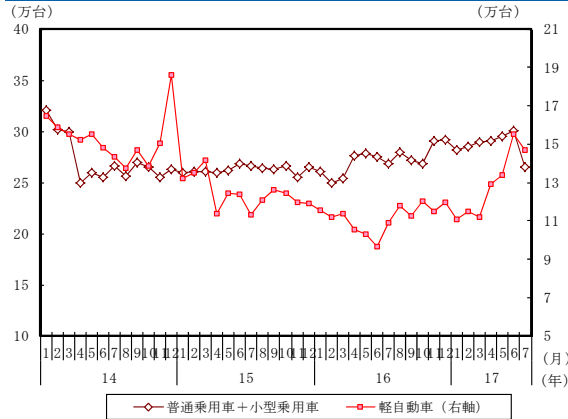
(DI)



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

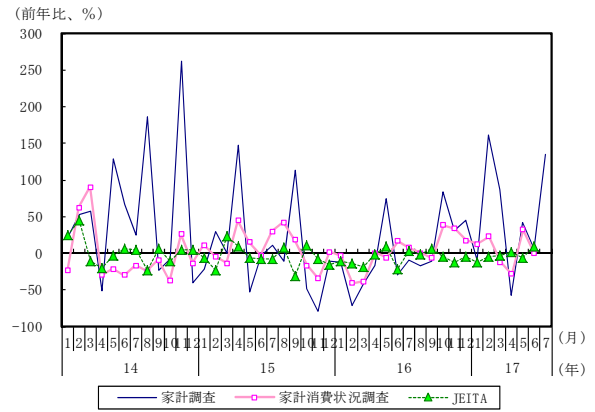
消費・協会統計

新車販売台数



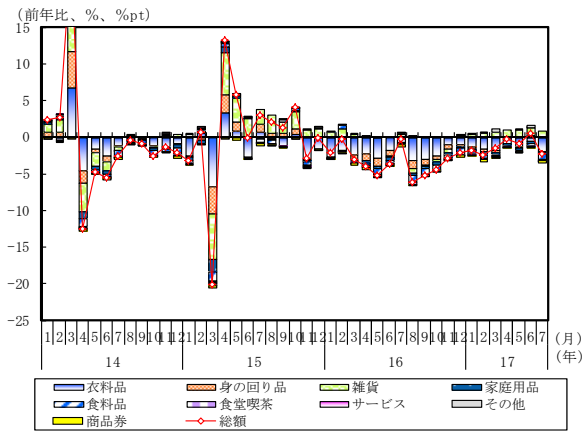
(注) 季節調整は大和総研。  
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



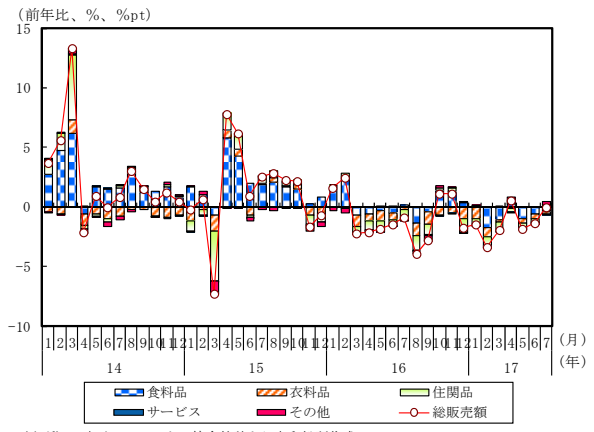
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。  
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



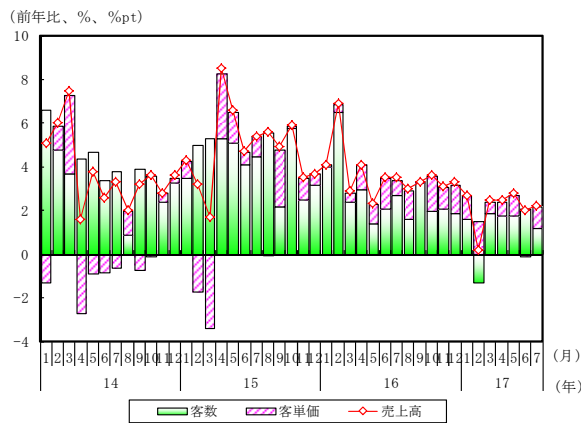
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



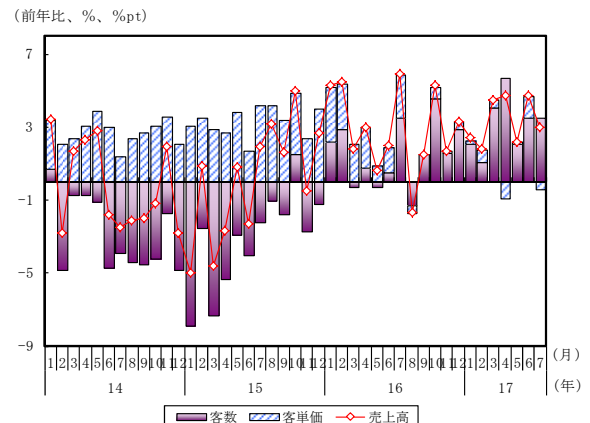
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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