

2017年12月26日 全9頁

## Indicators Update

# 2017年11月消費統計

特殊要因の剥落と好調な白物家電に支えられ、個人消費は底堅い推移

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11月の家計調査では、前月の特殊要因であった台風や自動車メーカーの無資格検査問題などの影響が剥落したことに加え、好調な白物家電の支出によって実質消費支出が前月を上回った。10費目中7費目が増加するなど幅広い項目が増加しており、総じて底堅い結果となった。
- 2017年11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+2.1%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）についても同+2.7%と2ヶ月ぶりに増加している。実質消費支出は、2017年6月頃からほぼ横ばいの推移を続けている。
- 実質消費支出を費目別に見ると、10大費目中7費目が前月から増加した。「交通・通信」（前月比+7.7%）、「家具・家事用品」（同+19.9%）、「教養娯楽」（同+4.6%）が全体を押し上げた一方、「住居」（同▲9.1%）と「教育」（同▲4.6%）が、押し下げに寄与した。

図表1：各種消費指標の概況

		2017年				出所	
		8月	9月	10月	11月		
家計調査	実質消費支出	前年比	0.6	▲0.3	0.0	1.7	総務省
		前月比	0.2	0.4	▲2.0	2.1	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比	▲0.1	0.1	▲1.8	2.7	総務省
商業動態統計	小売業	前年比	1.8	2.3	▲0.2		経済産業省
		前月比	▲1.6	0.8	▲0.1		経済産業省
消費総合指数		前月比	0.0	▲0.5	0.1		内閣府
百貨店売上高		前年比	2.0	4.0	▲1.8	2.2	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比	▲0.9	▲0.0	▲1.8	▲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	▲0.5	▲0.3	▲1.9	▲0.6	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比	3.5	3.3	0.1	3.9	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比	2.2	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

## 特殊要因の剥落と好調な白物家電に支えられ、個人消費は底堅い推移

2017年11月の家計調査では、前月の特殊要因であった台風や自動車メーカーの無資格検査問題などの影響が剥落したことに加え、好調な白物家電の支出によって実質消費支出が前月を上回った。10費目中7費目が増加するなど幅広い項目が増加しており、総じて底堅い結果と言える。

### 2017年11月の実質消費支出は2ヶ月ぶりに増加

2017年11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+2.1%と2ヶ月ぶりに増加した(図表2)。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+2.7%と2ヶ月ぶりに増加している。実質消費支出は、2017年6月頃からはほぼ横ばいの推移を続けている。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2017/4	2017/5	2017/6	2017/7	2017/8	2017/9	2017/10	2017/11
消費支出	0.5	0.7	1.5	▲1.9	0.2	0.4	▲2.0	2.1
消費支出（除く住居等）	3.5	▲1.1	0.8	▲0.3	▲0.1	0.1	▲1.8	2.7
食料	1.0	0.2	▲0.9	▲0.3	1.6	▲0.8	▲0.4	0.6
住居	▲4.6	▲16.2	23.8	▲4.6	▲9.5	16.9	▲6.8	▲9.1
光熱・水道	5.9	▲2.8	0.8	0.4	1.0	▲0.6	▲1.3	3.6
家具・家事用品	12.9	2.3	▲9.6	10.5	▲6.2	▲0.7	▲3.6	19.9
被服及び履物	0.2	▲0.3	▲11.1	15.5	▲8.8	2.0	▲0.5	1.1
保健医療	6.6	2.4	2.3	▲7.0	▲3.5	8.7	▲4.1	4.2
交通・通信	▲4.0	18.1	▲6.3	▲4.0	1.5	0.6	▲6.8	7.7
教育	14.3	▲12.5	9.7	▲7.5	▲4.4	16.7	2.4	▲4.6
教養娯楽	▲0.8	▲3.9	2.8	▲1.2	2.5	▲3.6	▲2.7	4.6
その他の消費支出	7.3	2.7	2.1	▲6.6	1.0	▲0.8	▲1.3	▲0.1

(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

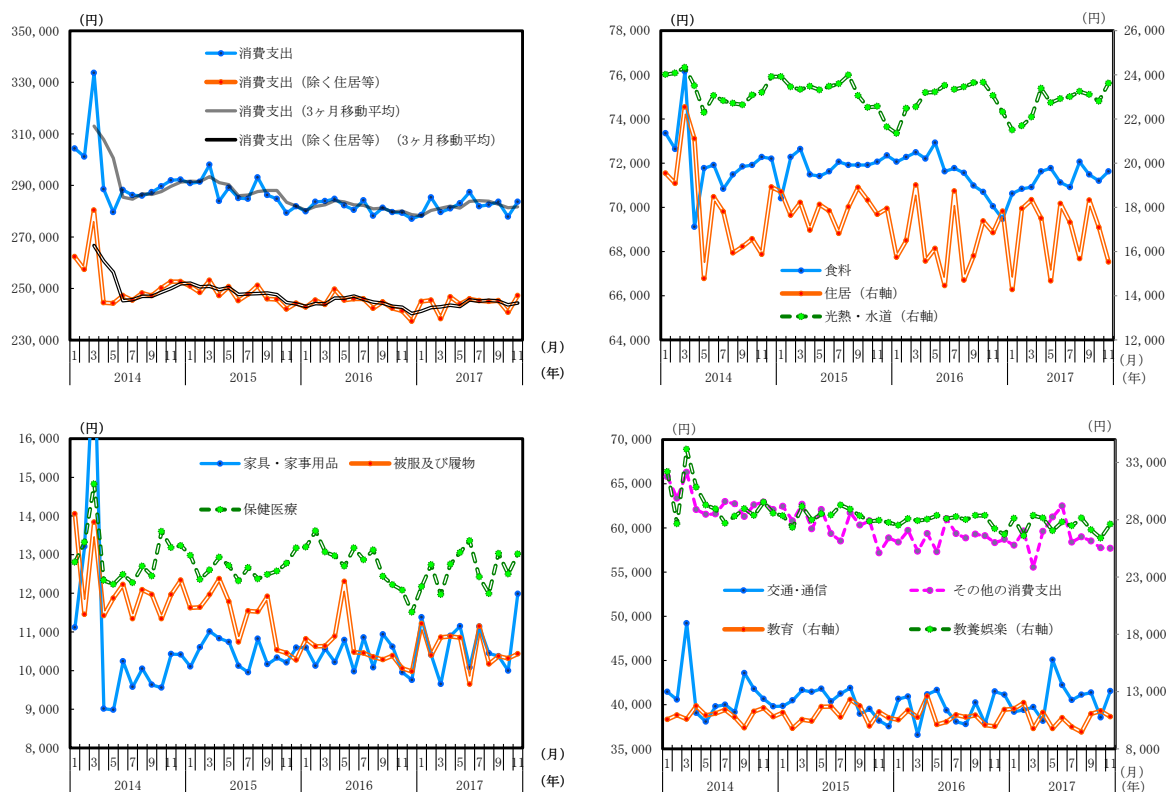
## 10大費目別の動き：7費目が前月から増加

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（**図表2**）。「交通・通信」（前月比+7.7%）、「家具・家事用品」（同+19.9%）、「教養娯楽」（同+4.6%）が全体を押し上げた一方、「住居」（同▲9.1%）と「教育」（同▲4.6%）が、押し下げに寄与した。

「交通・通信」では、「自動車等維持」、特に自動車保険への支出が押し上げに寄与した。また、「自動車等購入」も増加しており、一部メーカーの無資格検査問題の影響も徐々に薄れているようだ。「家具・家事用品」では、冷蔵庫や洗濯機などいわゆる白物家電が含まれる「家事用耐久財」が好調だった。「家事用耐久財」は2014年の消費増税以降、増加傾向で推移しており、買い替え需要は未だ残存しているようである。「教養娯楽」では、「パック旅行」を中心に「教養娯楽サービス」がプラスに寄与した。11月は晴天に恵まれた日が多く、紅葉狩りなど季節の行楽への支出が増えたようだ。

「住居」は、9月が大幅増（8月比+16.9%）であった割に10月の減少が小幅にとどまった（9月比▲6.8%）ことから、引き続き反動減があったものと推測される。特に「工事その他のサービス」が全体を押し下げた。「教育」では、学校などの授業料が押し下げの主因となった。

**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。

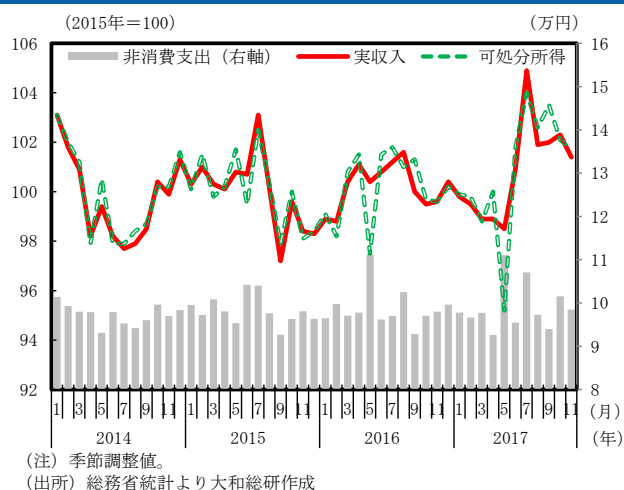
(出所) 総務省統計より大和総研作成

## 勤労者世帯では消費増を背景に消費性向が上昇。可処分所得は減少するも高水準を維持

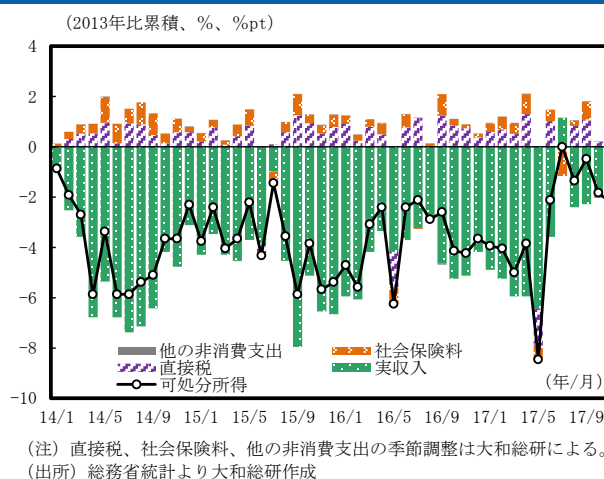
収入関連の動きを実質ベースで見ると、11月の勤労者世帯の実収入（税込み収入）は、季節調整済み前月比▲0.9%と3ヶ月ぶりに減少した。非消費支出（直接税、社会保険料など）は前月比で減少したが、実収入の減少がこれを上回ったため実質可処分所得も同▲0.4%減少した（**図表4**、**図表5**）。

2017年に入り回復を見せていた消費性向は、7月に急落したものの、その後は緩やかな回復傾向となっている（**図表6**）。消費性向の水準自体はまだ低い状態にあるが、2016年の低迷期と比較して分母の可処分所得は高い水準にある。さらに消費増を中心に消費性向が底上げされている（**図表7**）ことに鑑みれば、消費性向の水準について過度に悲観する必要はないだろう。

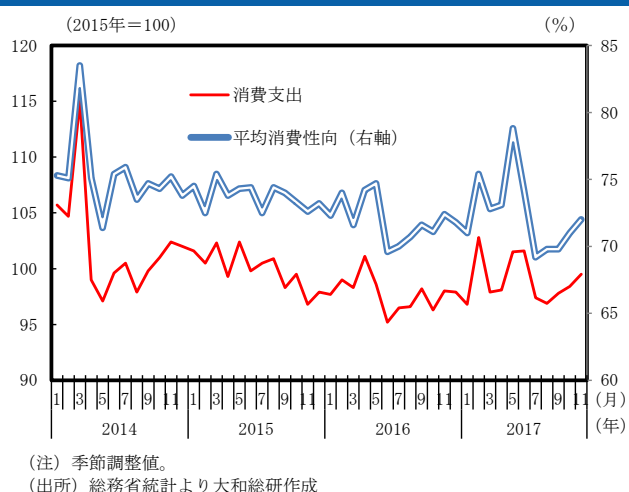
**図表4：実収入、非消費支出、可処分所得（実質）**



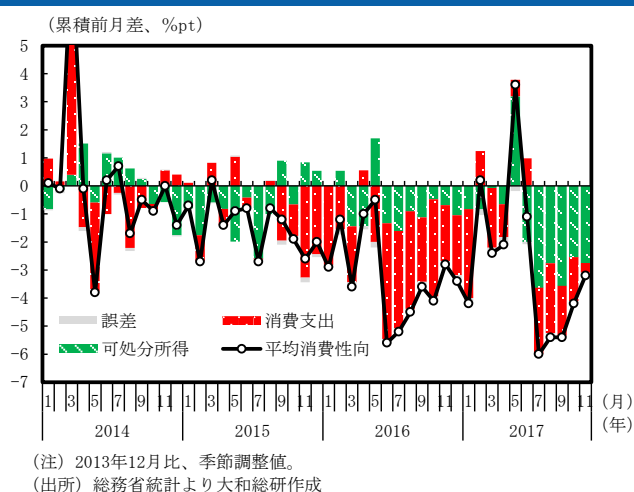
**図表5：実質可処分所得の伸び率（2013年比累積）**



**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**



## 11月の消費者マインドは3ヶ月連続で改善

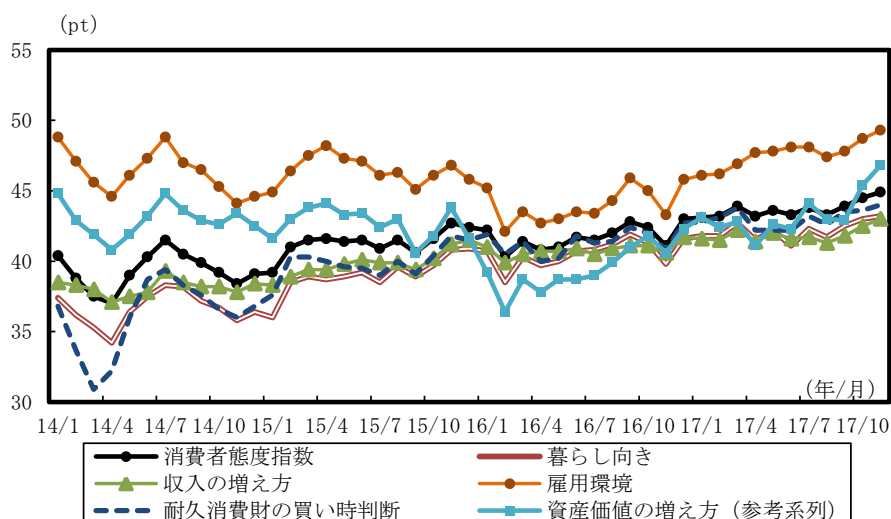
2017年11月の消費者マインドを確認しておく、消費動向調査の消費者態度指数は前月差+0.4ptと、3ヶ月連続で上昇した。

指数の内訳を見ると、「暮らし向き」（前月差+0.2pt）、「収入の増え方」（同+0.5pt）、「雇用環境」（同+0.6pt）、「耐久消費財の買い時判断」（同+0.4pt）と全ての項目が上昇した。

消費者態度指数は2017年に入ってから、一進一退の動きが続いていたが、9月頃から緩やかな上昇傾向となっている（**図表8**）。2017年前半の牽引役であった「雇用環境」に加え、その他の3系列も上昇傾向に転じており、堅調な消費者マインドがうかがえる。

参考系列である「資産価値」に関する意識指標は前月差+1.4ptと上昇した。株価が、調査期間中（10/16～11/15）において堅調であったことが同指標を押し上げたようである。

**図表8：消費者態度指数とその構成系列の推移**



(注) 「資産価値の増え方」は、消費者態度指数の構成系列ではない。

(出所) 内閣府統計より大和総研作成

## 個人消費は緩やかに拡大する見通し

実質個人消費の先行きは、名目賃金の緩やかな上昇を背景に少しずつ増加していくとみている。まず、名目賃金の重石であった非正規比率の上昇は頭打ちになっており、正規雇用も増加し始めている。さらに、人手確保のために非正規雇用の時給は上昇しており、今後もこの傾向は継続し、マクロで見た名目賃金を底上げすると予想される。

もっとも、労働時間が削減されれば総額の名目賃金は伸びない。しかし日本経済は回復局面にあり、企業としてはある程度の労働時間を確保する必要がある。パートタイム労働者の更なる短時間化や長時間労働是正の流れなど労働時間短縮の圧力はあるものの、残業時間に余力のある正規雇用の労働時間を増やすなどの工夫で、当面は労働時間が維持されるとみている。

ただし、原油価格の上昇による実質賃金の抑制や、現在消費を底上げしている耐久財の買い替え需要の剥落は、個人消費にとってマイナス要因であり今後の動向には注意したい。

## トピック：「共働き」で変わる消費

近年、女性の労働参加が進むことで共働き世帯が増加している。実際に2000年に942万世帯であった共働き世帯は、2016年には1,129万世帯にまで増加しており、専業主婦世帯と比較しても2倍弱の世帯数となっている<sup>1</sup>。

そこで、共働き世帯が増えることでどのような消費項目が増えるのか、勤労者世帯のうち「妻が勤労者の世帯」（≡共働き世帯）と「妻が無職の世帯」（≡世帯主のみが勤労者の世帯）の消費支出を比較してみた。

今回は、全国消費実態調査（2014年）における「世帯主夫婦と未婚の子供のみの世帯」の消費支出を【妻の年齢階級】×【妻の就業状態】でクロス集計したデータを利用する。「共働き」の効果を測定するために「世帯主夫婦と未婚の子供のみの世帯」に限定し、年齢階級を固定して比較を行った。

**図表9**の数字は妻の年齢階級ごとに、妻が無職の世帯の消費（一人当たり）を100とした場合の妻が勤労者の世帯の消費（一人当たり）を示している。基本的に妻が勤労者である世帯の方が、可処分所得が大きくなるため、消費全体も大きい。そこで消費全体の指数の水準を超えた項目を共働き世帯において特徴的な消費として色付けしている。

年齢階級を超えて色付けされている項目を見ると、二つの特徴があることがわかる。第一に「調理食品」、「外食」といった家事労働を短縮、代替する項目である。第二に「洋服」や「諸雑費」、「交通」、「交際費」など働くにあたって必要になる経費である。例えば、「洋服」や「諸雑費」は、ビジネスウェアや身の回りの装飾品などへの消費だと推測される。

以上の分析は、厳密に純粋な「共働き」の効果を測定したものではない。しかし、大まかな傾向としては、今後も共働きが進めば、上述のような項目の消費支出が増加する可能性がある。

<sup>1</sup> 独立行政法人 労働政策研究・研修機構「早わかり グラフでみる長期労働統計」（図12 専業主婦世帯と共働き世帯）<http://www.jil.go.jp/kokunai/statistics/timeseries/index.html>

図表9：「妻が無職の世帯」と比較した「妻が勤労者世帯」の消費支出（2014年）

【消費支出全体の指数】 &lt; 【各項目の指数】 の場合：

（妻が無職の世帯=100）

妻の年齢		30歳未満	30～34歳	35～39歳	40～44歳
可	消費支出	123	120	115	113
食	料	115	112	104	105
穀類		104	106	105	100
魚介類		101	95	99	99
肉類		86	103	99	98
乳卵類		93	101	101	101
野菜・海藻類		94	90	86	88
果物		93	96	88	90
油脂調味料		97	105	92	83
菓子類		95	99	98	97
調理食		107	102	103	100
飲酒		105	124	120	115
外食		102	108	105	99
住		108	118	129	116
家賃		124	115	116	101
（特掲）家賃		103	104	83	80
水道		102	101	87	66
電気		102	101	87	66
ガス		98	98	100	103
上下水道		98	103	103	107
家具・家事用品		101	91	90	94
家庭用耐久財		95	97	102	101
被服及び履物		121	107	94	95
洋服		229	113	86	93
保健医療		130	119	112	100
交通・通信		154	126	115	102
自動車等関係		105	91	94	91
（特掲）携帯電話通信料		104	123	105	118
教育		129	127	105	97
養育		104	134	102	126
娯楽		98	106	111	118
書籍・他印刷物		100	108	113	124
娯楽用耐久財		161	108	98	122
娯楽用品		114	102	108	95
印刷物		219	90	140	86
サードピス		97	108	106	107
その他消費支出		88	110	103	92
諸雑費		115	101	106	93
交際費		152	134	113	114
仕送り		185	163	135	114
商品（財）		125	126	96	110
耐久財		234	216	79	273
半耐久財		105	111	104	105
非耐久財		125	150	94	132
サービス		110	122	112	101
		102	104	103	103
		123	113	105	103

(注1) 世帯主夫婦と未婚の子供のみの世帯。世帯人員の平方根で割った等価消費を利用。

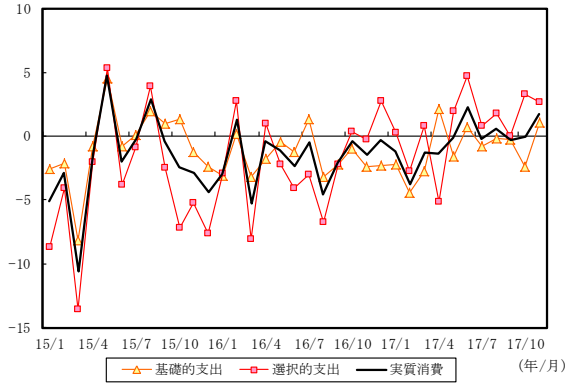
(注2) 妻の年齢が45歳以上は、有業者に子どもが入るため純粋な「共働き」にならないため除外。

(出所) 総務省統計より大和総研作成

消費・概況

基礎的支出と選択的支出

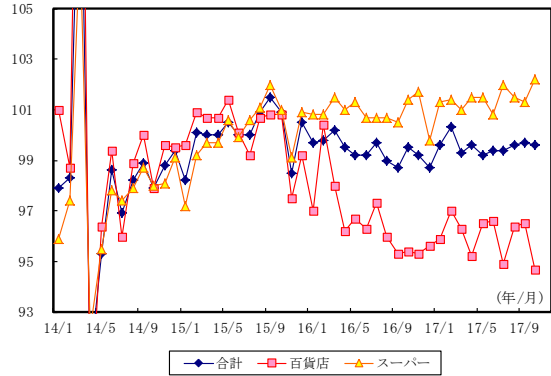
(前年比、%)



(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)

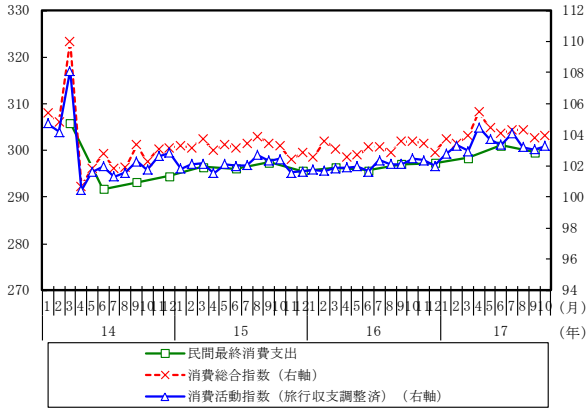


(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

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)

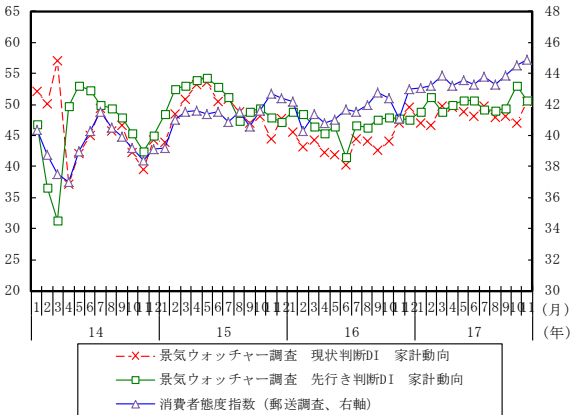


(出所) 内閣府、日本銀行統計より大和総研作成

消費者マインド

(DI)

(DI)

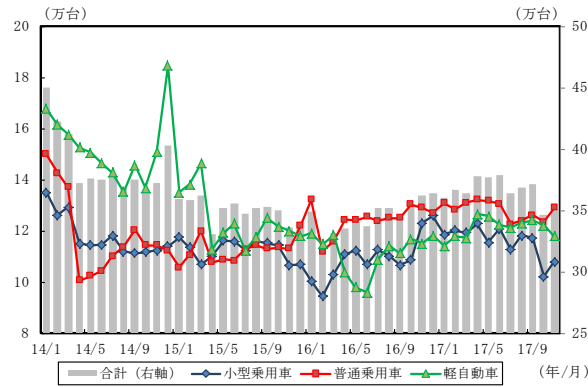


(出所) 内閣府統計より大和総研作成



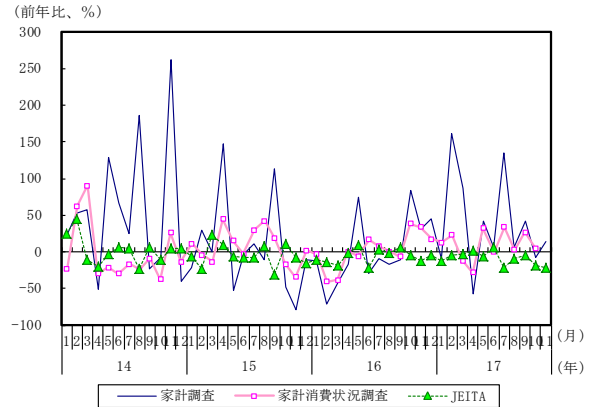
消費・協会統計

新車販売台数



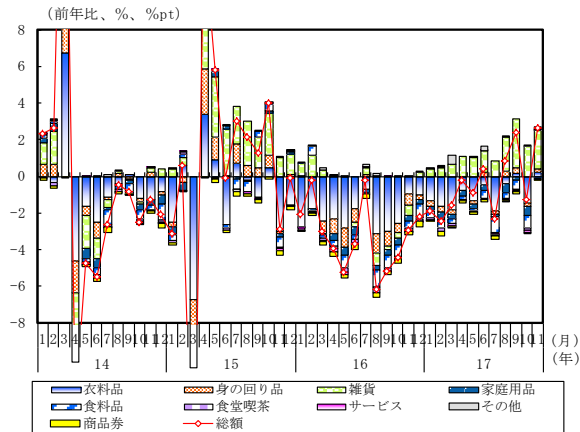
(注) 季節調整は大和総研。個別に季節調整をかけているため、各項目を足し合わせても「合計」と完全には一致しない。  
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



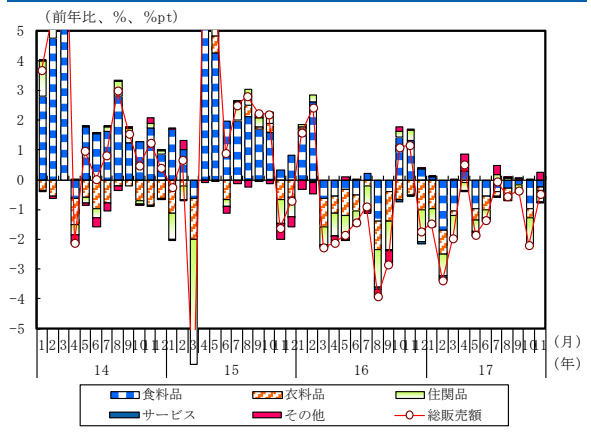
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。  
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



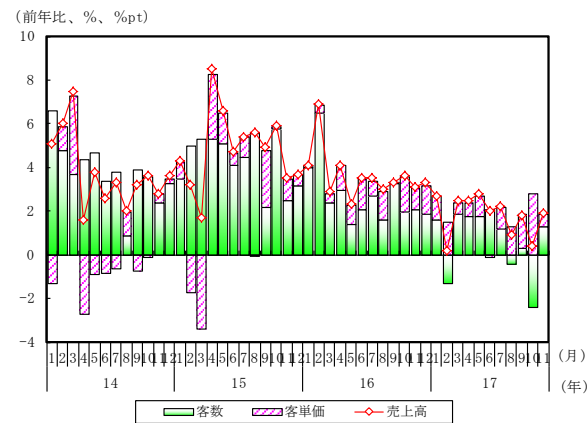
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



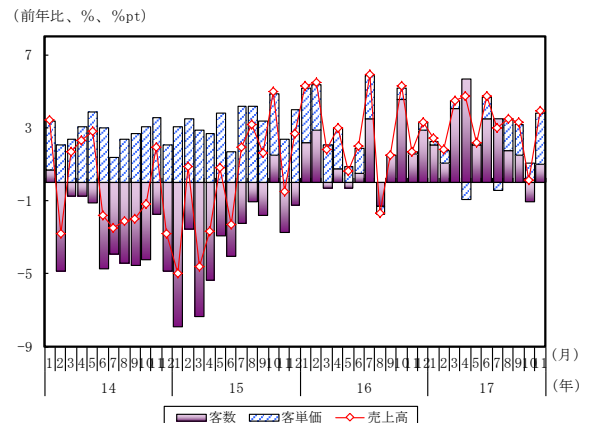
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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