

2018年5月8日 全11頁

Indicators Update

2018年3月消費統計

1-3月期の個人消費は、前期比でほぼ横ばい

経済調査部
研究員 廣野 洋太
エコノミスト 小林 俊介

[要約]

- 2018年1-3月期の個人消費を四半期で見ると、家計調査の実質個人消費は前期比+1.1%、商業動態統計の小売販売額は同▲0.6%となっている。需要側と供給側で対照的な結果となっているが、需給の基礎統計を合成したCTIマクロでは同+0.1%となっており、2018年1-3月期の個人消費は、ほぼ横ばいの推移となっている。
- 2018年3月の家計調査は、前月比▲0.1%となった。また、供給側の商業動態統計においても、自動車小売業の販売額減少を背景に同▲0.7%と減少している。一方、合成指標であるCTI(消費動向指数)では、ミクロで同+1.9%と増加し、マクロでも同+0.1%と増加している。また、CTIミクロと家計調査の符号が逆になっている背景には、CTIミクロでは、家計消費状況調査のサンプルが含まれることで「住居」がプラスになっていること、家計調査では含まれない単身世帯の影響(同+4.1%)があるとみられる。
- 2018年3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▲0.1%と2ヶ月連続で減少した。実質消費支出の動きを費目別に見ると、10大費目中7費目が前月から減少した。「その他の消費支出」(同▲6.2%)、「光熱・水道」(同▲2.4%)が押し下げに寄与した一方で、「教育費」(同+14.2%)、「保健医療」(同+3.9%)が増加した。
- 2018年3月の商業動態統計を見ると、名目小売販売額は前月比▲0.7%と2ヶ月ぶりに減少した。業種別に見ると、「燃料小売業」(同▲5.5%)、「自動車小売業」(同▲1.6%)が減少に寄与した。一方、増加したのは「その他の小売業」(同+1.5%)などであった。

図表1：各種消費指標の概況

		2017年	2018年		3月	出所	
		12月	1月	2月			
家計調査	実質消費支出	前年比	▲0.1	2.0	0.1	▲0.2	総務省
		前月比	▲1.6	2.8	▲1.6	▲0.1	総務省
商業動態統計	小売業	前年比	3.6	1.5	1.7	1.0	経済産業省
		前月比	1.0	▲1.6	0.5	▲0.7	経済産業省
消費総合指数		前月比	▲1.0	▲0.2	0.5		内閣府
百貨店売上高		前年比	▲0.6	▲1.2	▲0.9	0.1	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	0.1	0.3	1.3	(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	0.9	0.6	1.3	▲0.1	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比	3.5	3.1	3.1	4.6	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比	1.0	3.2			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

1-3 月期の個人消費は、前期比でほぼ横ばい

2018 年 1-3 月期の個人消費を四半期で見ると、家計調査の実質個人消費は前期比+1.1%、商業動態統計の小売販売額は同▲0.6%となっている。需要側と供給側で対照的な結果となっているが、需給の基礎統計を合成した CTI マクロでは同+0.1%となっており、2018 年 1-3 月期の個人消費は、ほぼ横ばいの推移となっている。

教育費の振れを考慮すると、総じて弱い結果

2018 年 3 月の家計調査では、実質消費支出が 10 大費目中 7 費目で減少した結果、前月比▲0.1%となった。また、供給側の商業動態統計についても、自動車小売業の販売額減少を背景に同▲0.7%と減少している。さらに合成指標である CTI（消費動向指数）では、ミクロで同+1.9%と増加し、マクロでも同+0.1%と増加している。ただし、家計調査と CTI ミクロにおいて教育費が大幅に増加している点に注意が必要である。教育費は振れの大きい項目であり、今回の大幅増についても割り引いて見る必要がある。

2018 年 3 月の実質消費支出は 2 ヶ月連続で減少

2018 年 3 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▲0.1%と 2 ヶ月連続で減少した（**図表 2**）。今回の減少は小幅ではあるが、教育費の大幅増に支えられており、全体としては弱い結果であった。なお四半期で見ると、2018 年 1-3 月期は前期比+1.1%となっている。

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（**図表 2**）。「その他の消費支出」（前月比▲6.2%）、「光熱・水道」（同▲2.4%）が押し下げに寄与した一方で、「教育費」（同+14.2%）、「保健医療」（同+3.9%）が増加した。

「その他の消費支出」では、理美容用品や腕時計などの身の回り用品の減少が大きかった。「光熱・水道」については、エネルギー価格が高止まりする一方で、2 月の低気温が 3 月に入り一服したことで消費量が抑制されたものとみられる。

一方、「教育費」は大幅な増加となっている。教育費は振れの大きい費目であることには注意が必要である。同じく増加費目である「保健医療」では、例年と比較して花粉の飛散量が多いことから、マスクや鼻炎薬などの季節商材が伸長したようだ。

図表 2 : 実質消費支出（費目別）の前月比変化率

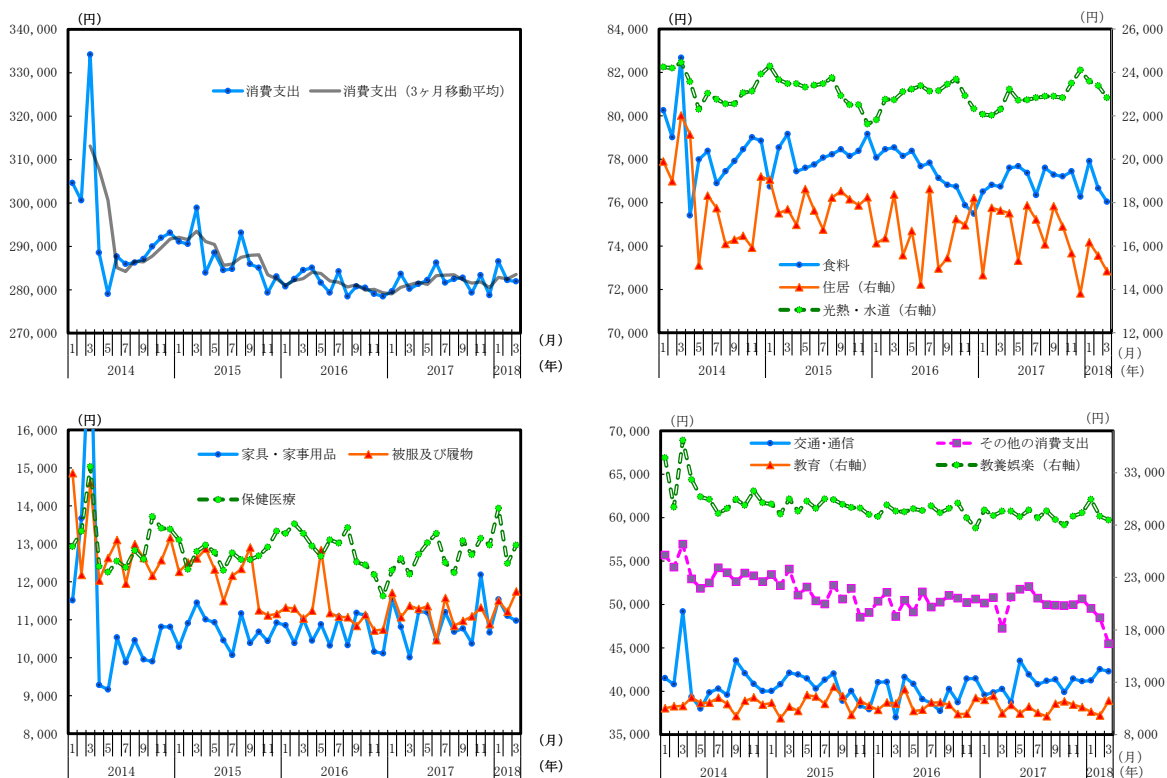
前月比、%	2017/8	2017/9	2017/10	2017/11	2017/12	2018/1	2018/2	2018/3
消費支出	0.3	0.1	▲1.2	1.4	▲1.6	2.8	▲1.5	▲0.1
食料	1.6	▲0.4	▲0.1	0.3	▲1.5	2.2	▲1.6	▲0.8
住居	▲6.7	10.9	▲5.2	▲7.3	▲11.8	17.0	▲3.8	▲4.6
光熱・水道	0.3	0.0	▲0.3	2.9	2.6	▲2.1	▲0.9	▲2.4
家具・家事用品	▲4.6	0.8	▲3.7	17.5	▲12.5	8.1	▲3.7	▲1.2
被服及び履物	▲6.4	1.2	1.1	2.1	▲3.8	5.7	▲2.5	4.7
保健医療	▲2.1	6.9	▲2.8	3.4	▲1.4	7.5	▲10.4	3.9
交通・通信	1.0	0.4	▲3.5	3.9	▲0.7	0.2	3.1	▲0.6
教育	▲3.3	12.3	2.1	▲2.8	▲2.3	▲4.0	▲3.6	14.2
教養娯楽	2.3	▲2.8	▲1.8	3.0	1.1	4.4	▲5.3	▲1.2
その他の消費支出	▲1.5	▲0.1	▲0.1	0.2	1.3	▲2.2	▲2.1	▲6.2

(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。

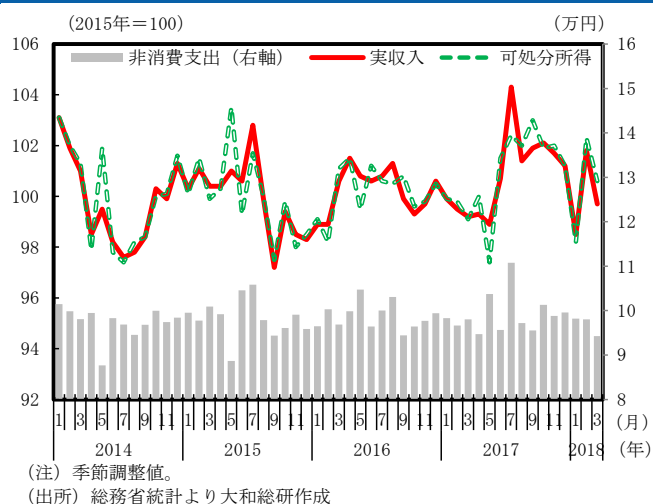
(出所) 総務省統計より大和総研作成

2月大幅増の反動で、実収入は前月比▲2.1%

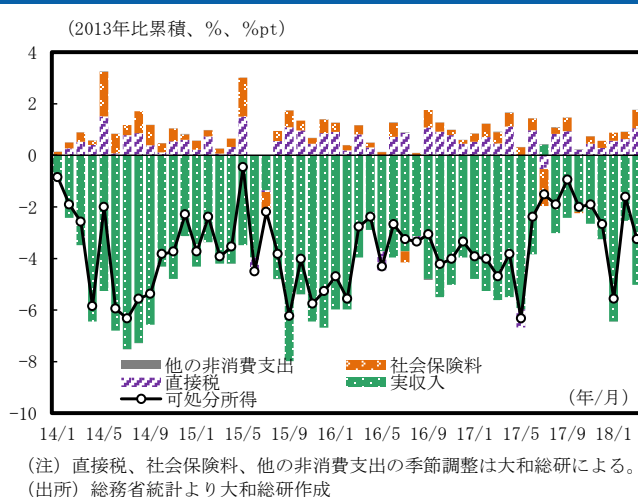
収入関連の動きを実質ベースで見ると、3月の勤労者世帯の実収入（税込み収入）は、季節調整済み前月比▲2.1%と2ヶ月ぶりに減少した（図表4）。実質可処分所得についても同▲1.7%と減少しており、平均消費性向は前月差+1.3%ptと上昇した（図表4、図表6）。

実収入は、2月に大きく上昇しており、この反動が出たものとみられる。特に、社会保障給付での反動が大きかったようだ。また実収入は、物価上昇の影響で名目値と実質値で乖離が生じている。生鮮野菜価格の上昇は落ち着いているが、エネルギー価格の上昇は続いており、実質値で見た実収入の動向には注意が必要である。

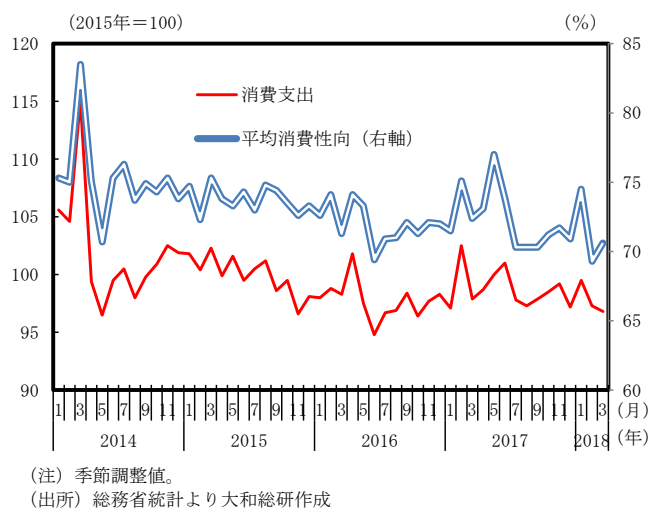
図表4：実収入、非消費支出、可処分所得（実質）



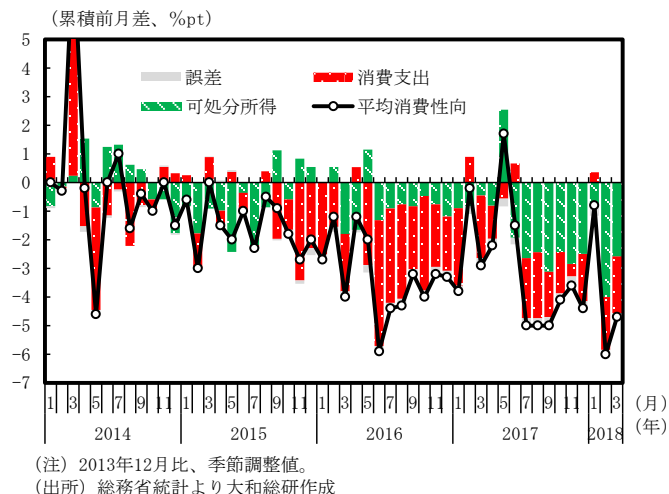
図表5：実質可処分所得の伸び率（2013年比累積）



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



名目小売販売額は2ヶ月ぶりに減少

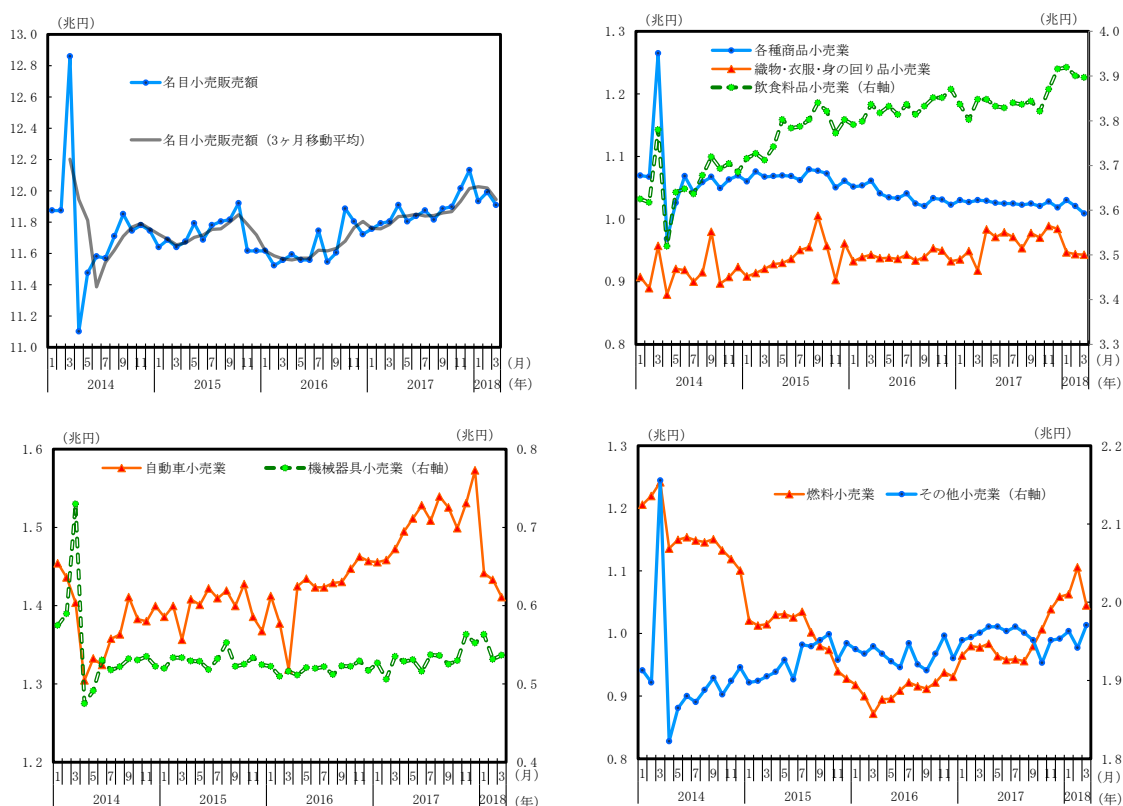
2018年3月の商業動態統計を見ると、名目小売販売額は前月比▲0.7%と2ヶ月ぶりに減少した(図表8、図表9)。名目小売販売額は、均して見るとピークアウト感が見られる。

業種別に見ると、「燃料小売業」(前月比▲5.5%)、「自動車小売業」(同▲1.6%)が減少に寄与した。「燃料小売業」は、2月の低気温による需要増の反動減と見られる。自動車小売業は2018年1月の急減以降、水準が戻らない。業界統計の販売台数においても、2017年秋ごろから緩やかな減少傾向となっており、本格的に買い替え需要が一巡した可能性が高い。

一方、増加したのは「その他の小売業」(前月比+1.5%)、「機械器具小売業」(同+1.0%)のみであった。「その他の小売業」では、医薬品・化粧品小売業において、例年と比較して花粉の飛散量が多かったことからマスクや鼻炎薬などの季節商材の販売が伸びたようだ。機械器具小売業については、2月の大幅減(1月比▲5.6%)の反動とみられる。

また、名目小売販売額を四半期で見ると、2018年1-3月期は前期比▲0.6%だった。同時期に物価上昇が著しかったことを踏まえると実質ベースで見た小売販売額は名目値以上に減少している可能性が高い。

図表8：小売販売額（季節調整値）の推移



(注1) 経済産業省による季節調整値。

(注2) 2015年7月以降の「小売業計」は、「無店舗小売業」を含む。「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

図表9：小売販売額（業種別）の前月比変化率

前月比、%	2017/8	2017/9	2017/10	2017/11	2017/12	2018/1	2018/2	2018/3
小売業計	▲0.5	0.6	0.1	1.0	1.0	▲1.6	0.5	▲0.7
各種商品小売業	▲0.2	0.2	▲0.4	0.7	▲0.9	1.2	▲0.9	▲1.1
織物・衣服・身の回り品小売業	▲1.8	2.6	▲0.8	1.9	▲0.5	▲3.8	▲0.3	▲0.1
飲食物品小売業	▲0.1	0.2	▲0.6	1.3	1.2	0.1	▲0.5	▲0.1
自動車小売業	2.0	▲0.9	▲1.7	2.1	2.7	▲8.4	▲0.6	▲1.6
機械器具小売業	▲0.2	▲2.1	0.9	6.3	▲2.0	2.0	▲5.6	1.0
燃料小売業	▲0.3	2.5	2.8	3.2	1.9	0.4	4.0	▲5.5
その他小売業	▲0.4	▲0.5	▲1.5	1.5	0.1	0.5	▲1.1	1.5

(注1) 経済産業省による季節調整値。

(注2) 「小売業計」は、「無店舗小売業」を含む。「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」。

(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

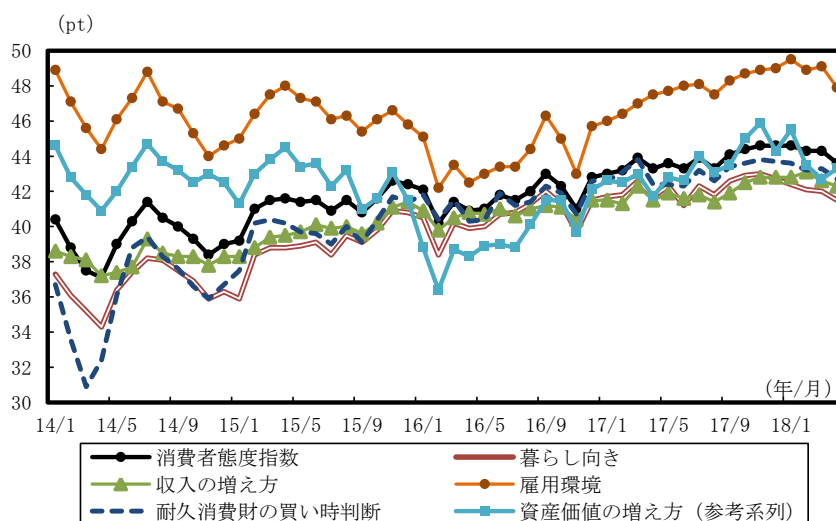
4月の消費者マインドは2ヶ月ぶりに悪化

2018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、2ヶ月ぶりに低下した。同指数は弱含んでいる（図表10）。

指数の内訳を見ると、「暮らし向き」（前月差▲0.5pt）、「収入の増え方」（同▲0.3pt）、「雇用環境」（同▲1.2pt）、「耐久消費財の買い時判断」（同▲0.6pt）と全ての項目が低下した。暮らし向きについては、電気料金や宅配便など必需的な分野での値上げが消費者心理を悪化させたもようだ。また、耐久消費財消費は買い替え需要に支えられてきたが、マインドにおいてもピークアウト感が見られる。

参考系列である「資産価値」に関する意識指標は前月差+0.6ptと上昇した。調査期間中（2018年3/16～4/15）前半に株価が下落したものの、中盤から後半にかけては上昇傾向であったことが先行きの見通しを明るくしたようだ。

図表10：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

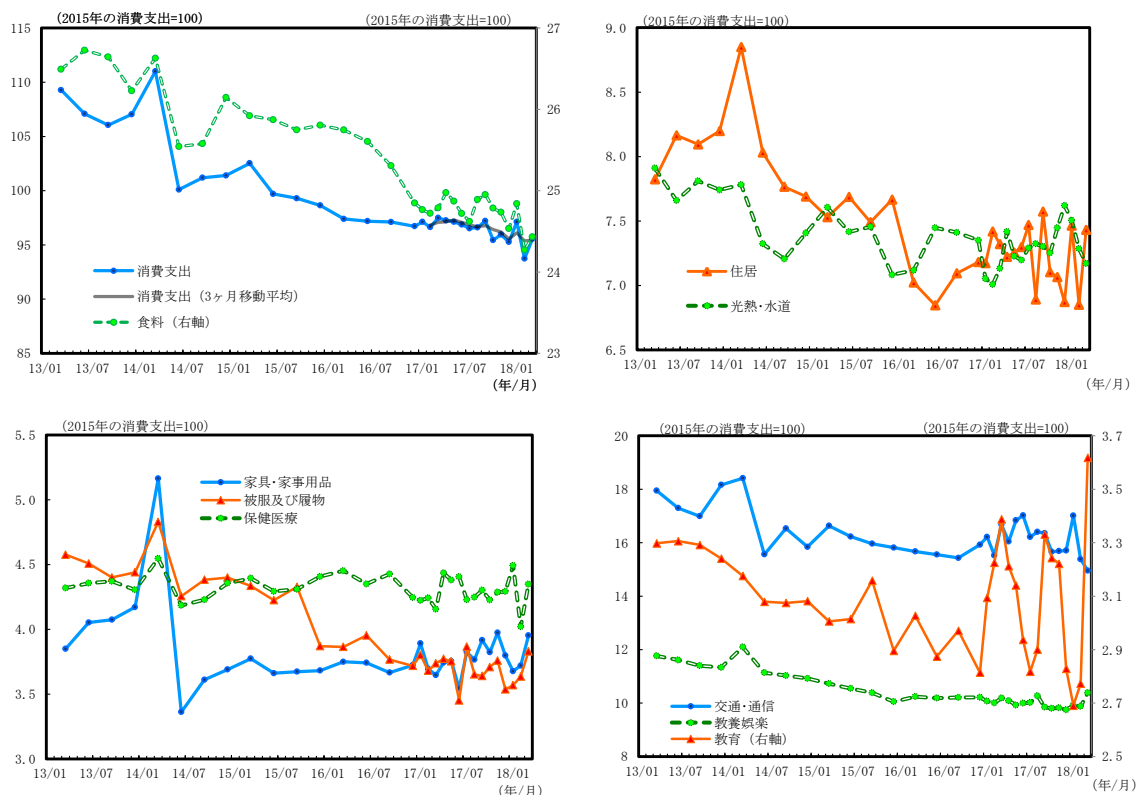
消費動向指数 (CTI) : ミクロ・マクロ双方で前月比増

2018年3月のCTIミクロにおける実質消費支出は前月比+1.9%と2ヶ月ぶりに増加した(図表11)。実質消費支出の動きを費目別に見ると、「教育」(同+30.5%)と「住居」(同+8.5%)が全体を押し上げた一方、「交通・通信」(同▲2.7%)が、押し下げに寄与した。

家計調査と同様に、「教育」が大幅な増加となっている。教育は振れの大きな項目であり、今回の大幅増に関しても割り引いてみる必要があるだろう。また、CTIミクロと家計調査の符号が逆になっている背景には、CTIミクロでは、家計消費状況調査のサンプルが含まれることで「住居」がプラスになっていることや家計調査では含まれていない単身世帯の影響(同+4.1%)があるとみられる。

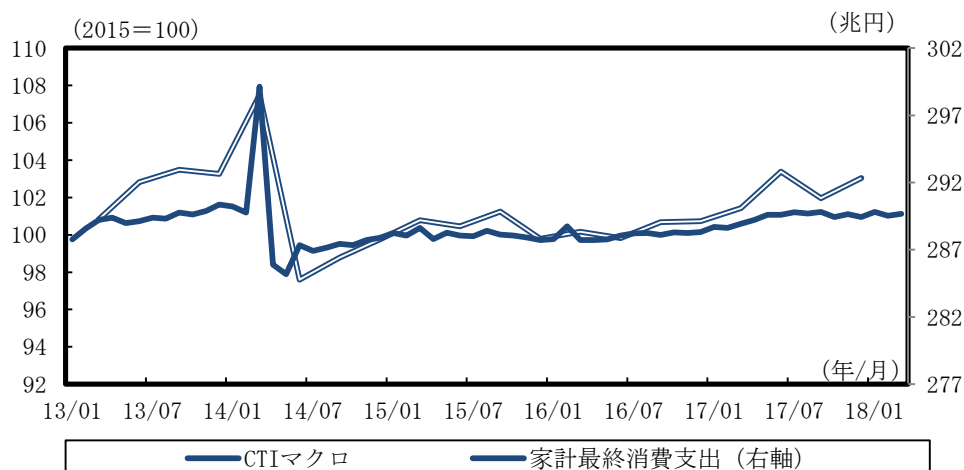
CTIマクロで見た実質消費は、前月比+0.1%と2ヶ月ぶりに増加した(図表12)。2月の商業動態統計は同▲0.7%と減少していた一方、CTIミクロで前月比増となっていることから増加したものと見られる。なお四半期で見ると、2018年1-3月期は前期比+0.1%とほぼ横ばいであった。

図表11：世帯消費動向指数 (CTI ミクロ、実質、季節調整値、2015年基準) の推移



(注1) 総世帯。総務省による季節調整値。
 (注2) 2016年12月以前は四半期ベース
 (出所) 総務省統計より大和総研作成

図表 12：総消費動向指数（CTI マクロ、実質）と GDP における実質家計最終消費支出の推移



(注) 家計最終消費支出は季節調整値、四半期ベース。

(出所) 内閣府、総務省統計より大和総研作成

BOX：新指標、消費動向指数（CTI）について

2018年1月分から、代表的な消費統計である家計調査が一部変更されると同時に、消費動向指数（CTI）と呼ばれる新しい指標が作成されている¹。CTIは、代表的な消費統計である家計調査とその他の消費関連統計・調査を合成し、時系列分析などの統計的な手法を用いることで、家計調査では対処しきれなかった課題に応える指標である。CTIには二種類あり、世帯消費動向指数（CTI ミクロ）と総消費動向指数（CTI マクロ）の二つの指数が作成される。

CTI ミクロは、世帯ベースの消費動向を見る指標である。家計調査の結果を家計消費単身モニター調査と家計消費状況調査の結果などで補正・補強する形で作成される。CTI ミクロでは、調査対象に単身世帯を含み、経済全体の実態が掴みやすい、標本規模の拡大や記入方法の変更で「誤差」が軽減される等の利点が期待される。

CTI マクロは、GDPの家計最終消費支出の動きを月次で推測する指標である。家計調査の他に、商業動態統計調査や第3次産業活動指数など供給側の統計データを説明変数とする時系列回帰モデルを利用することで、GDP統計の月次動向を推測する指標となっている。CTI マクロでは、四半期でしか見ることのできないGDP統計の家計最終消費支出を月次で推測できるという利点がある。

¹ 消費動向指数の解説については、廣野洋太「新指標、消費動向指数（CTI）に注目」（大和総研レポート、2018年3月9日）を参照。

https://www.dir.co.jp/report/research/economics/japan/20180309_012822.html

実質個人消費の先行きは横ばい

実質個人消費の先行きは、名目賃金増加の効果が、原油高などを背景にした物価高や耐久消費財需要の剥落などのマイナス要因によって相殺され、横ばい圏で推移するとみている。

名目賃金を時間当たり賃金と労働時間に分解すると、時間当たり賃金については、重石であった正規比率の低下が底打ちしており、正規雇用者の絶対数も増加していることが好材料だ。さらに正社員の有効求人倍率が1倍を超えていることから、今まで非正規雇用中心だった賃金増が正規雇用に波及する可能性がある。

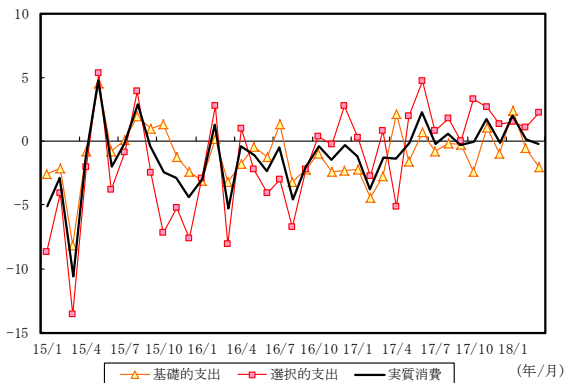
もともと、労働時間が削減されれば経済全体で見た名目賃金は伸びない。しかし、日本経済は回復局面にあり、企業としては労働時間を確保するインセンティブは低くない。パートタイム労働者のさらなる短時間化や過度の長時間労働を是正する動きなど経済全体の労働時間を抑制する流れはあるものの、非正規雇用を正規化するなどして、当面はマクロで見た労働時間は維持されるとみている。

ただし、原油高や人件費、物流費の転嫁による物価上昇は、実質賃金の抑制要因となる。2018年の春闘は、2017年を上回る賃上げが予想されるが、家計が直面する物価上昇と比較すると弱い。さらに、現在個人消費を底上げしている耐久財の買い替え需要が剥落することで、個人消費はさらに抑制される可能性がある。以上のように名目賃金増加の効果が物価上昇と耐久財の買い替え需要の剥落に吸収されることで、実質個人消費は横ばい圏で推移するとみている。

消費・概況

基礎的支出と選択的支出

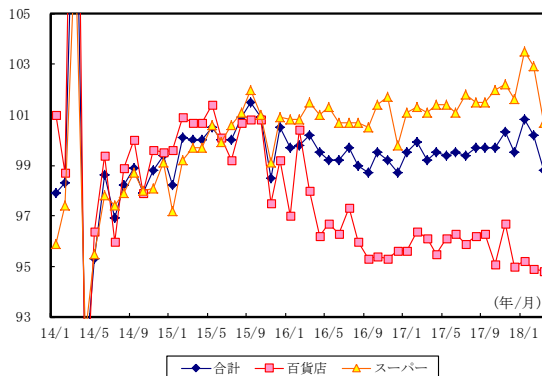
(前年比、%)



(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)

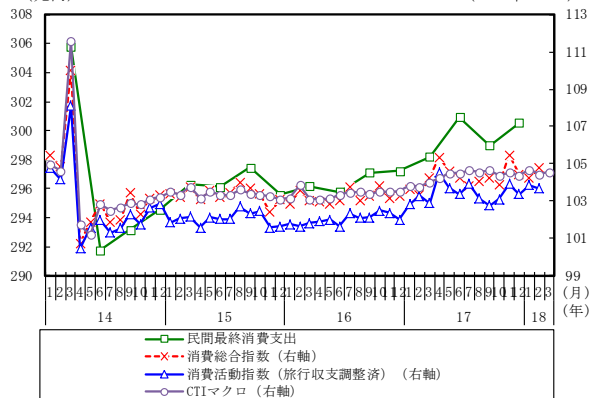


(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

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)

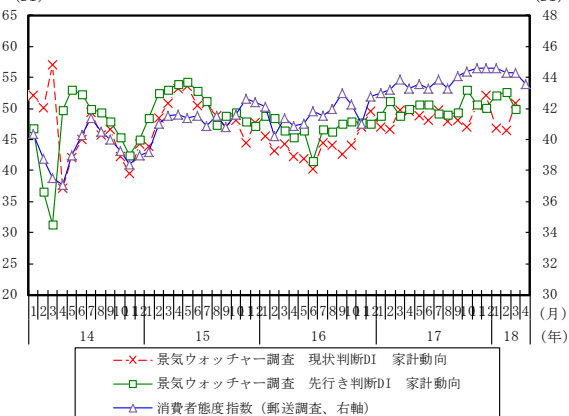


(注) CTIマクロは、2011年が100となるように変換している。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド

(DI)

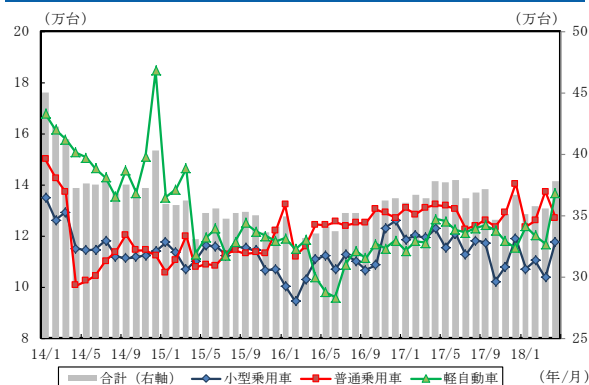
(DI)



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

消費・協会統計

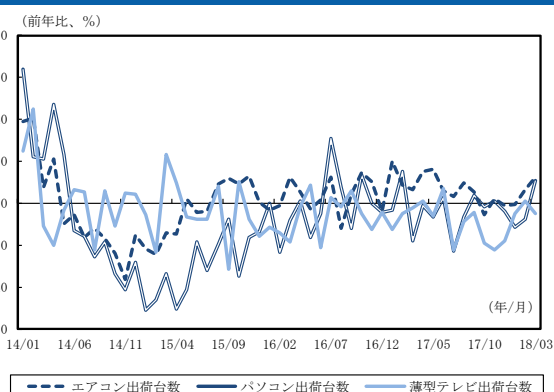
新車販売台数



(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。

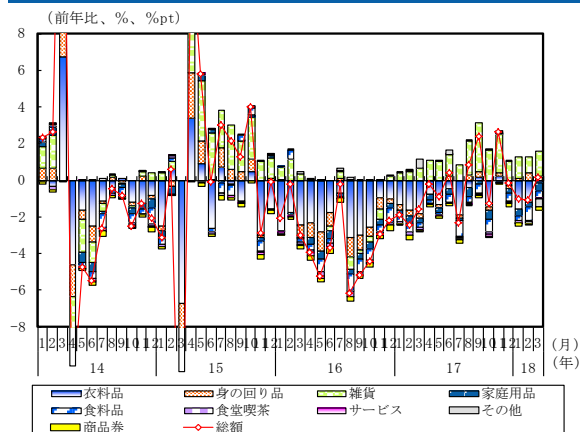
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

エアコン、パソコン、テレビの出荷台数



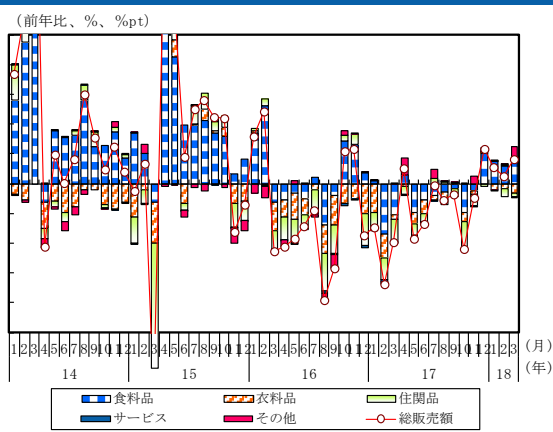
(出所) JRAIA、JEITA統計より大和総研作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



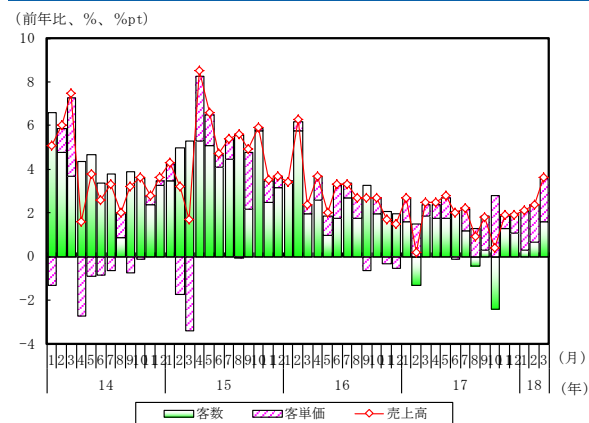
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



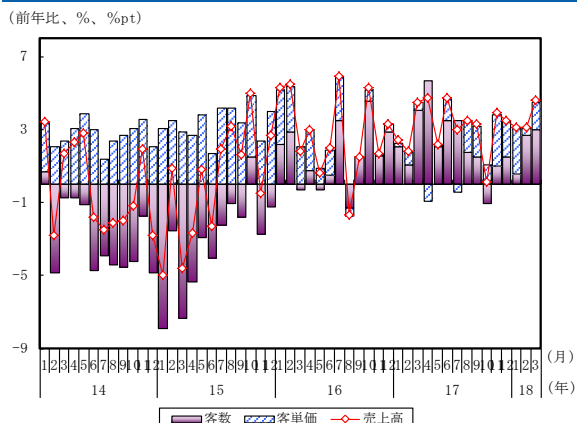
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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