

2018年10月5日 全12頁

Indicators Update

2018年8月消費統計

総合すれば小幅に増加、自動車が好調

経済調査部

研究員 山口 茜

エコノミスト 小林 俊介

[要約]

- 【8月の消費】複数の統計でまちまちの結果となったものの、合わせて見ると前月から小幅に増加したとみられる。需要側の統計に関して、家計調査では、実質消費支出は前月から大幅に増加したが、前月が高額・低頻度消費によるぶれにより実態より弱かった可能性があることから、伸び率は割り引いて見る必要があるだろう。一方、単身世帯も含めたCTIミクロでは、実質消費支出は前月からわずかながらも減少している。両者を総合すると、需要側は横ばい圏の推移とみられる。他方、供給側の商業動態統計の小売販売額は、名目・実質ともに増加した。内訳については、需要側・供給側双方の統計において、自動車の購入・販売の好調さが際立つ結果となった。
- 【先行き】実質個人消費は、名目賃金増加の効果が、原油高などを背景とした物価高によって相殺され、横ばい圏で推移するとみている。足下で、エネルギー価格や生鮮食品価格の上昇を背景に、家計の直面する物価は大きく上昇している。物価の上昇が家計の節約志向を一層強める可能性には注意が必要だ。なお、今年の秋・冬は平年より暖くなる見込みで、天候要因は消費にマイナスに働きそうだ。

図表1：各種消費指標の概況

		2018年					
		5月	6月	7月	8月		
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 3.9	▲ 1.2	0.1	2.8	総務省
		前月比	▲ 0.2	2.9	▲ 1.1	3.5	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲ 2.7	0.6	▲ 0.1	1.0	総務省
		前月比	▲ 0.3	0.5	0.8	▲ 0.1	
供給側	小売販売額	前年比	0.6	1.7	1.5	2.7	経済産業省
		前月比	▲ 1.7	1.4	0.1	0.9	
	百貨店売上高	前年比	▲ 2.0	3.1	▲ 6.1	▲ 0.2	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	▲ 1.2	1.1	0.1	1.0	（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	▲ 2.3	0.1	1.5	0.1	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	0.4	3.3	0.5	2.9	（一社）日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	1.9	3.7	0.2	-	観光庁
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	0.3	0.8	0.8	1.2	総務省
		前月比	0.1	0.4	0.1	0.3	
	消費総合指数	前月比	▲ 0.3	0.4	▲ 0.8	-	内閣府

(注1) 家計調査の前年比は、家計簿改正の影響による変動を調整した変動調整値。

(注2) 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

＜8月消費：総括＞統計によりまちまちの結果も、総合すれば小幅に増加

8月の消費は、複数の統計でまちまちの結果となったものの、合わせて見ると前月から小幅に増加したとみられる。需要側の統計に関して、家計調査では、実質消費支出は前月から大幅に増加したが、前月が高額・低頻度消費によるぶれにより実態より弱かった可能性があることから、伸び率は割り引いて見る必要がある。一方、単身世帯も含めた CTI ミクロでは、実質消費支出は前月からわずかながらも減少している。両者を総合すると、需要側は横ばい圏の推移とみられる。他方、供給側の商業動態統計の小売販売額は、名目・実質ともに増加した。内訳については、需要側・供給側双方の統計において、自動車の購入・販売の好調さが際立つ結果となった。

＜8月消費：家計調査（需要側）＞自動車の購入が牽引し、大幅増

8月の家計調査（二人以上世帯）によると、実質消費支出は前月比+3.5%と2ヶ月ぶりに大幅に増加した。（**図表 2、3**）。ただし、前月からの伸び率は割り引いて見る必要がある。それは、比較する前月（7月）の結果が、エアコンなどの家庭用耐久財のぶれにより結果が下押しされ、実態より弱かった可能性があるためだ。

実質消費支出の動きを費目別に見ると、10大費目中8費目が前月から増加した（**図表 2、3**）。「交通・通信」（前月比+10.4%）、「教育」（同+10.4%）、「食料」（同+1.3%）などが増加した一方で、「家具・家事用品」（同▲1.6%）と「光熱・水道」（同▲0.3%）は減少した。

「交通・通信」では、「自動車購入」が全体を大きく押し上げている。後述する、供給側の商業動態統計において、7月以降、新型車効果で自動車販売が好調であり、そのことが需要側統計でも確認された。家計調査は、サンプル数が少ないことから、高額・低頻度消費によるぶれが出やすいが、このようなぶれを補正することが目的の一つとされている CTI ミクロ（後述、二人以上世帯）でも「交通・通信」は大きく増加（前月比+9.2%）していることから、実態として、自動車購入が進んだと言えよう。また、「教育」に関しては、内訳を見ると国公立大学の授業料が大きく増加しているが、同項目はぶれの大きい項目であり、8月に関しても一時的なぶれとみて良いだろう。

一方、「家具・家事用品」では、「電気洗濯機」の購入の減少が全体を押し下げている。同項目も高額・低頻度消費でぶれが出やすいが、CTI ミクロ（後述、二人以上世帯）での「家具・家事用品」も前月比▲3.8%と減少している。

図表 2 : 実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2018/1	2018/2	2018/3	2018/4	2018/5	2018/6	2018/7	2018/8	シェア (%)
消費支出	2.7	▲1.5	▲0.1	▲1.6	▲0.2	2.9	▲1.1	3.5	100.0
食料	2.0	▲1.6	▲0.8	1.4	▲1.5	1.3	▲1.4	1.3	27.9
住居	16.9	▲3.8	▲4.6	18.1	▲4.8	6.6	▲7.2	4.5	5.9
光熱・水道	▲2.2	▲0.9	▲2.4	▲4.9	2.0	▲2.8	4.5	▲0.3	7.6
家具・家事用品	7.9	▲3.7	▲1.2	12.3	▲14.1	6.7	▲2.0	▲1.6	3.8
被服及び履物	5.5	▲2.5	4.7	▲5.2	▲3.7	▲1.7	0.1	5.4	4.1
保健医療	7.4	▲10.4	3.9	0.1	3.4	▲6.2	2.5	2.9	4.6
交通・通信	0.0	3.1	▲0.6	▲11.1	15.4	2.1	▲0.1	10.4	14.1
教育	▲4.1	▲3.6	14.2	1.8	2.6	3.2	▲9.5	10.4	3.9
教養娯楽	4.3	▲5.3	▲1.2	▲0.8	▲0.1	▲4.2	2.6	1.3	10.4
その他の消費支出	▲1.3	▲2.1	▲6.1	7.9	▲3.1	4.9	▲0.4	1.6	17.8

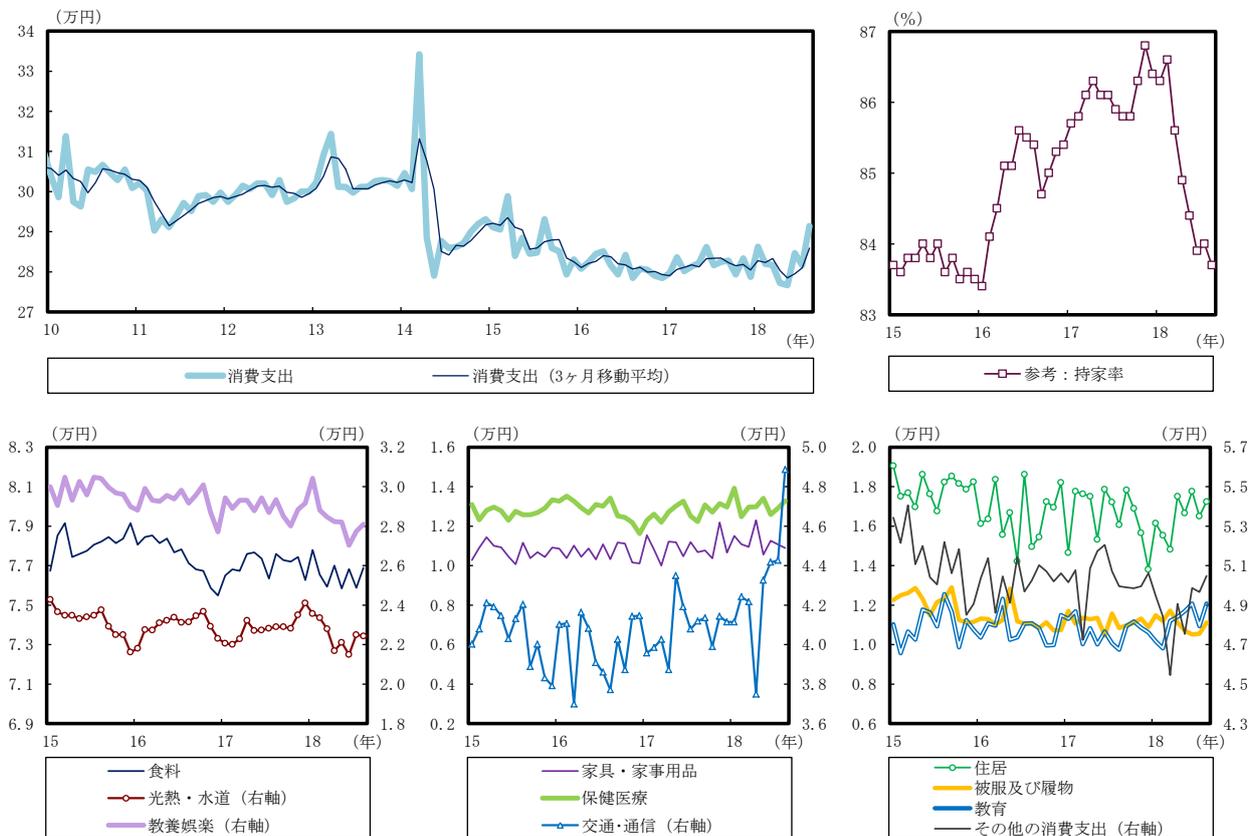
(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。2018年1月の値は、家計簿改正の影響による変動を調整した変動調整値である。

(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) シェアは2017年の数値。

(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（持家率は原数値）。

(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

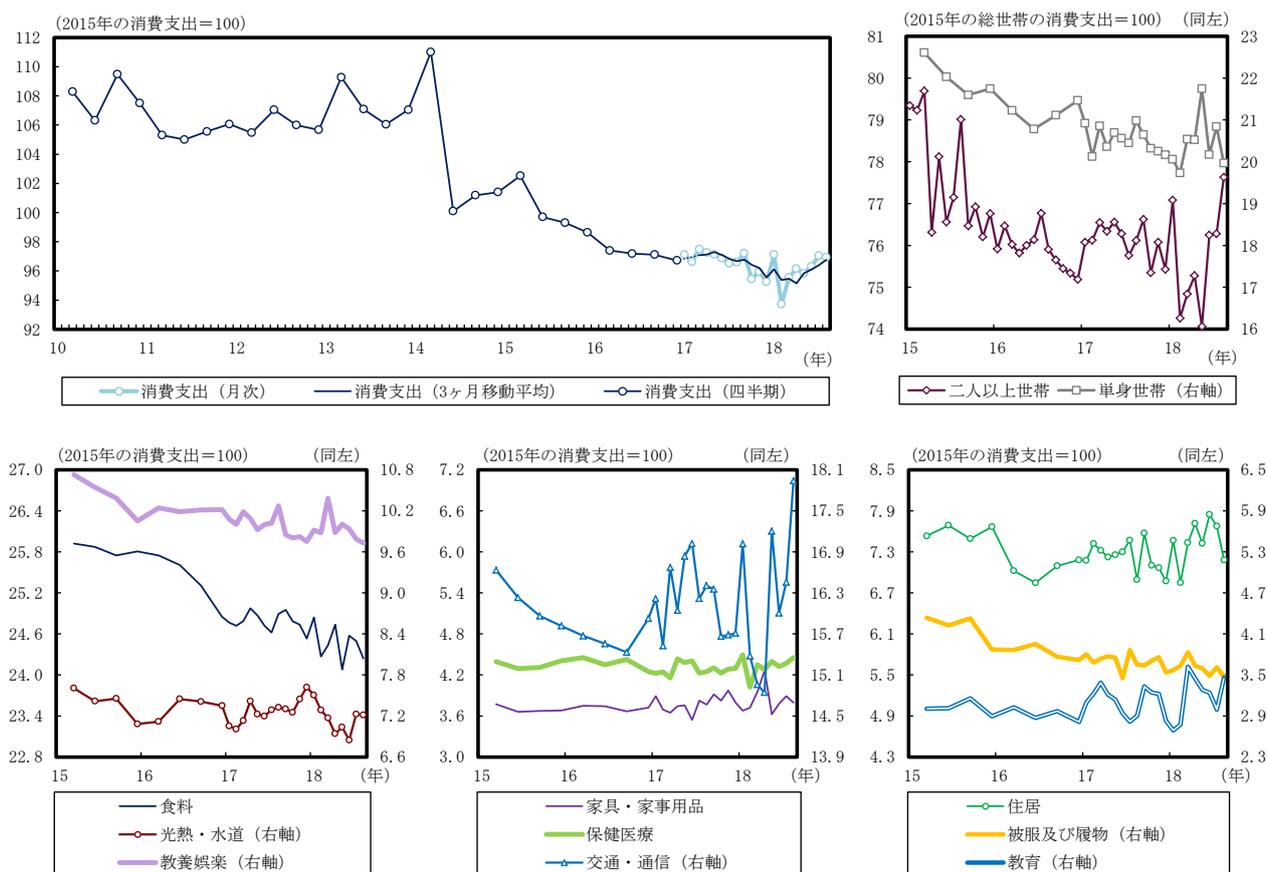
<8月消費：CTI ミクロ（需要側）> 単身世帯の落ち込みが響き、小幅に減少

前述した家計調査を中心とする複数の需要側統計を基に、全世帯の消費動向を推計した CTI ミクロ¹では、8月の実質消費支出（総世帯ベース）は前月比▲0.1%と小幅ながらも3ヶ月ぶりに減少した（図表4）。

CTI ミクロの実質消費支出の動きを費目別に見ると、「交通・通信」（前月比+9.0%）、「教育」（同+15.5%）などが増加した一方で、「住居」（同▲6.4%）、「食料」（同▲1.0%）などは減少した。

二人以上世帯では、前述した家計調査と同様に大きく増加（前月比+1.8%）したものの、単身世帯で大きく減少（同▲4.2%）したことが全体を押し下げた。単身世帯の消費を押し下げたのは、「住居」（同▲12.4%）などであるが、同項目はかなりふれが出やすいことに注意が必要だ。

図表4：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) 右上の図表以外は全て総世帯。総務省による季節調整値。

(注2) 総世帯、単身世帯の2016年12月以前、二人以上世帯の2015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

¹ 別名：世帯消費動向指数。家計調査の結果を、単身世帯のデータと、購入頻度が少ない高額商品・サービスの消費や ICT 関連消費のデータで補正・補強して作成される。詳しくは、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) 参照。

<8月消費：商業動態統計(供給側)>引き続き、新型車効果で自動車小売業が好調

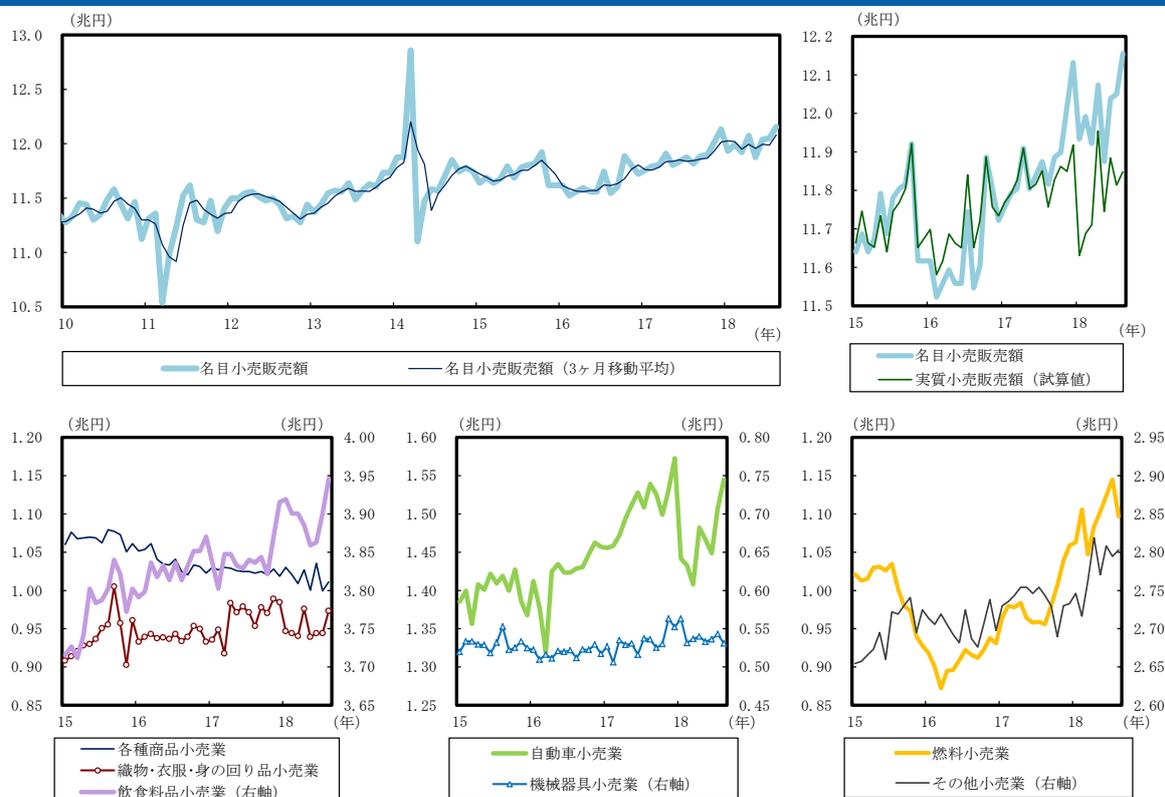
8月の商業動態統計を見ると、名目小売販売額は前月比+0.9%と3ヶ月連続で増加した(図表5、6)。なお、CPIの財指数で小売販売額を実質化すると、同+0.3%となり、増加幅は小幅なものに留まる。実質小売販売額は、2018年に入り横ばい圏で推移している。

名目小売販売額を業種別に見ると、「飲食料品小売業」(前月比+1.2%)、「自動車小売業」(同+2.5%)などが7月に続き増加した一方、「燃料小売業」(同▲4.2%)、「機械器具小売業」(同▲2.2%)は減少した。

増加した「飲食料品小売業」は、今夏の異常気象を背景に生鮮食品を中心とする食品価格が上昇していることが、名目値を押し上げている(食料CPIは、7月：前年比+1.4%⇒8月：同+2.1%)。また、「自動車小売業」は、業界統計を踏まえると、7月に全体を牽引した軽新型車が引き続き好調であるのに加え、7月中旬に新型が投入されたスバルの「フォレスター」など普通乗用車の新型車も好調であったことが押し上げ要因となった。

一方、減少した「燃料小売業」はガソリンスタンドや灯油小売業等が該当する。基調としてエネルギー価格は上昇傾向にあるものの、8月は一時的にガソリン価格が低下したことで「燃料小売業」の名目値が押し下げられた。ただし、9月以降、再びガソリン価格・灯油価格は大きく上昇していることから、9月の「燃料小売業」は大幅なプラスになったと推定される。

図表5：名目小売販売額(季節調整値)の推移



(注1) 経済産業省による季節調整値。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。

(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) 実質小売販売額は、名目小売販売額をCPIの財指数で実質化したもの。

(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

図表 6 : 小売販売額（業種別）の前月比変化率

前月比、%	2018/1	2018/2	2018/3	2018/4	2018/5	2018/6	2018/7	2018/8	シェア(%)
小売業計	▲1.6	0.5	▲0.6	1.3	▲1.7	1.4	0.1	0.9	100.0
各種商品小売業	1.2	▲0.9	▲1.1	1.8	▲2.6	3.5	▲3.5	1.2	8.6
織物・衣服・身の回り品小売業	▲3.8	▲0.3	▲0.4	3.8	▲3.8	0.5	0.0	3.1	7.8
飲食料品小売業	0.1	▲0.5	0.0	▲0.4	▲0.7	0.1	1.0	1.2	31.3
自動車小売業	▲8.4	▲0.6	▲1.8	5.3	▲1.0	▲1.2	4.1	2.5	12.7
機械器具小売業	2.0	▲5.6	1.0	0.6	▲1.3	0.6	1.3	▲2.2	4.2
燃料小売業	0.4	4.0	▲5.3	3.5	1.8	1.9	1.9	▲4.2	8.3
その他小売業	0.5	▲1.1	1.7	2.0	▲1.7	1.4	▲0.5	0.3	21.8

(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」。

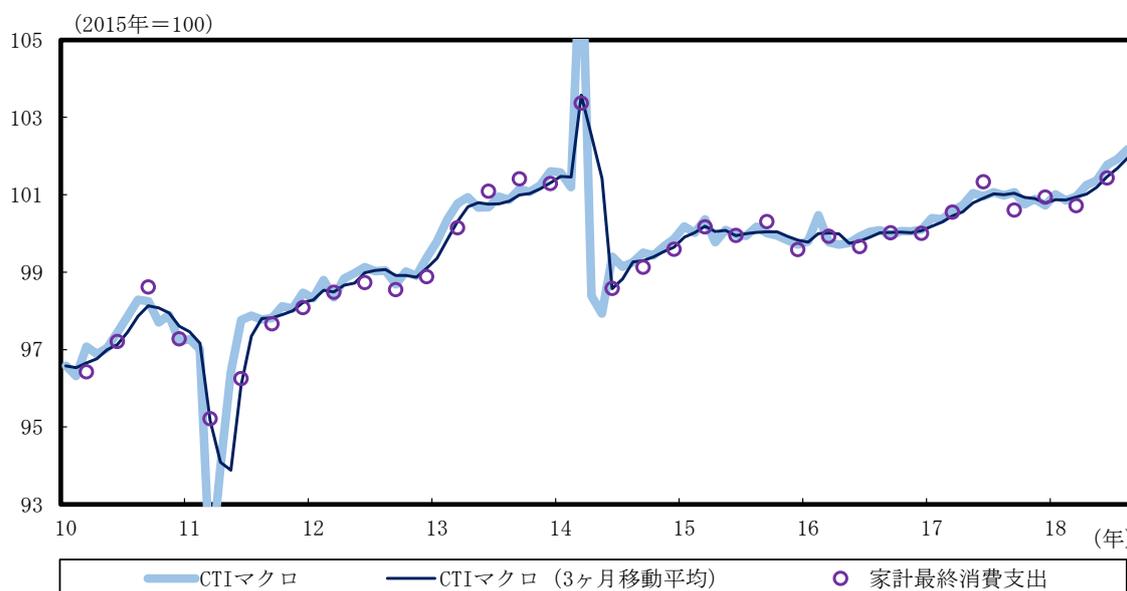
(注3) シェアは、2017年の数値。「無店舗小売業」の系列が無い場合、各系列のシェアを合計しても100%にはならない。

(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

<8月消費：CTI マクロ(需要側+供給側)>6ヶ月連続の増加

需要側と供給側の統計を基に推計され、消費の基調を見る上で有用なCTI マクロ²で見た実質消費は、前月比+0.3%と6ヶ月連続で増加した(図表7)。8月は、CTI ミクロは小幅に減少したものの、鉱工業生産指数の消費財が上昇(同+1.0%)したことなどが押し上げに寄与したと考えられる。

図表 7 : 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

² 別名：総消費動向指数。需要側統計である家計調査に加え、商業動態統計や第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により、GDP統計の民間最終消費支出の月次動向を推測する指標。詳しくは、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)参照。

<8月収入：家計調査>配偶者の収入増が目立つ

総世帯（勤労者世帯＋無職世帯）³

8月の名目実収入（以下、家計簿変更による影響を除いたベース）は、前年比▲0.2%と6ヶ月ぶりに減少した。また、実収入から保険料や税金を除いた名目可処分所得も同▲0.6%と6ヶ月ぶりの減少となった。ただし、実態はヘッドラインより強い可能性がある。8月に名目実収入がマイナスになったのは、無職世帯の収入の減少によるものであるが、後述するように、これはサンプル替えによる影響で下押しされていると考えられる。

なお、物価の影響を考慮した実質実収入は前年比▲1.6%と4ヶ月ぶりに減少（**図表8**）、実質可処分所得も同▲0.6%と6ヶ月ぶりの減少となった（**図表9**）。原油高を背景にエネルギー価格が上昇していることに加え、今夏の異常気象により生鮮食品を中心とする食品価格が上昇していることから、家計の直面する物価（持家の帰属家賃除く総合）は大きく上昇している。それが、実質値の押し下げ要因となっている。

勤労者世帯

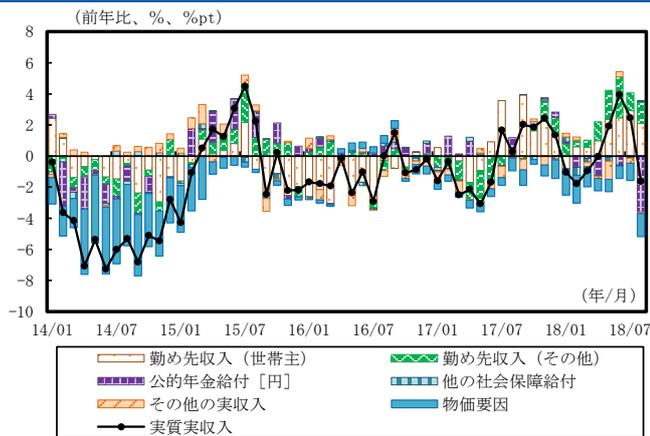
名目実収入は前年比+0.9%と2ヶ月ぶりに増加し、名目可処分所得も同+0.6%と2ヶ月ぶりに増加した。特に、世帯主の配偶者の収入（同+14.0%）が大きく上昇している。足下で、配偶者の収入は、家計の収入増のけん引役となっている。良好な雇用環境を背景に、新たに働きに出ている人がいることや、パートの時給が上昇傾向にあることが背景にあると考えられる。なお、本日公表された8月毎月勤労統計において、パートタイム労働者の時給は同+2.8%の1,137円となっている。

無職世帯

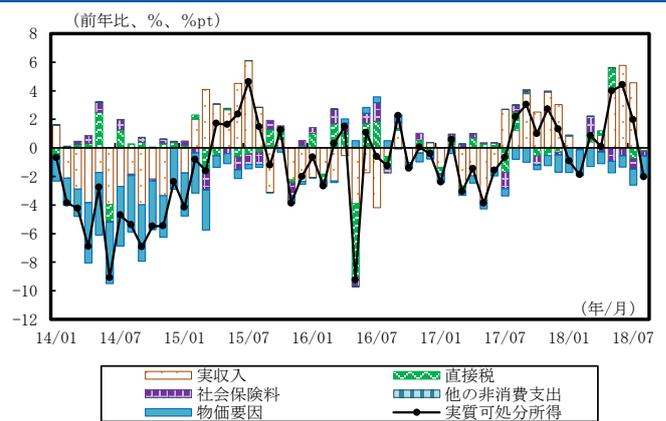
名目実収入は前年比▲3.8%と2ヶ月ぶりに減少し、名目可処分所得も同▲3.6%と2ヶ月連続で減少した。8月は公的年金給付の支給月の偶数月である。前回の給付月（6月）と比較して減少幅が大きくなっているが、主に押し下げに寄与したのは公的年金給付である。ただし、年金給付額に大きな変更はなく、サンプル替えといったテクニカルな要因が大きいとみている。

³ 大和総研による試算値。勤労者世帯と無職世帯の系列を世帯数でウェイト付けした。

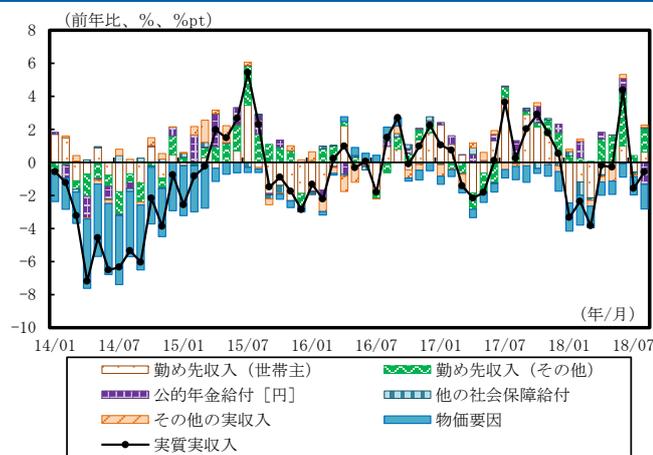
図表 8 : 実質実収入の要因分解 (勤労者+無職)



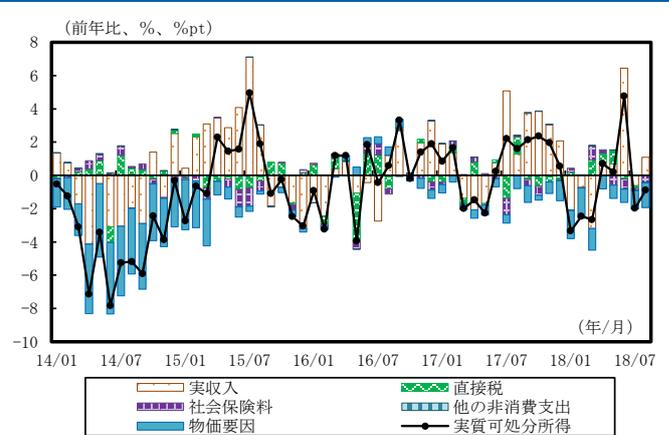
図表 9 : 実質可処分所得の要因分解 (勤労者+無職)



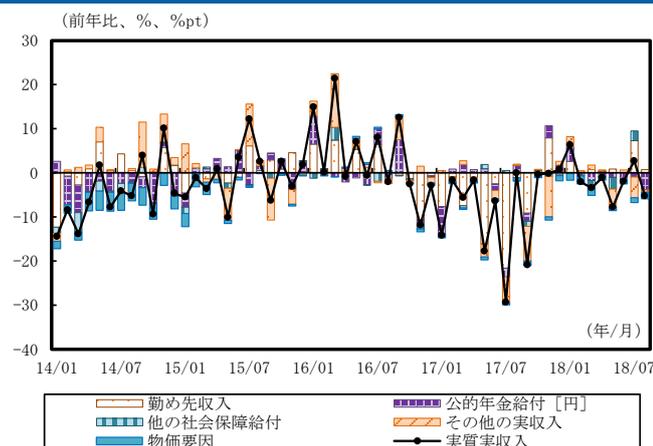
図表 10 : 実質実収入の要因分解 (勤労者世帯)



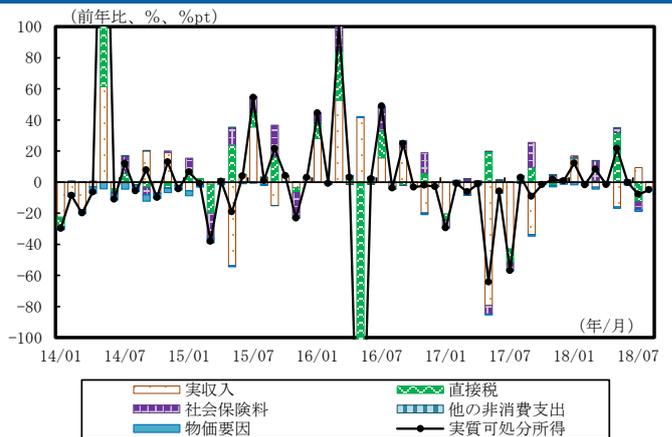
図表 11 : 実質可処分所得の要因分解 (勤労者世帯)



図表 12 : 実質実収入の要因分解 (無職世帯)



図表 13 : 実質可処分所得の要因分解 (無職世帯)



(注1) 物価要因は、CPIの持家の帰属家賃を除く総合のインフレ率。家計簿の変更(2018年1月~)の影響を補正した値を利用。
 (注2) 無職世帯に関しては補正值が4月からしか公表されていないため、1~3月の値は4月の原数値と補正值の比率を用いて接続している。
 (出所) 総務省統計より大和総研作成

<9月の消費者マインド>小幅に改善するも、一部地域では地震や台風の影響大

消費動向調査によると、9月の消費者態度指数（二人以上の世帯）は前月差+0.1ptと4ヶ月ぶりに上昇した（図表14）。内閣府は、消費者マインドの基調判断を「弱い動きがみられる」と据え置いた。

指数の内訳を見ると（図表15）、「耐久消費財の買い時判断」（前月差+0.4pt）と「収入の増え方」（同+0.1pt）が上昇、「雇用環境」が横ばい、「暮らし向き」（同▲0.2pt）が低下となった。

「耐久消費財の買い時判断」については、20代以下の世帯と70代以上の世帯という対照的な世帯で大幅な改善が見られた。20代以下の世帯では、新型iPhoneの発売とそれに伴う旧型の値下げなどが影響している可能性がある。また、70代以上の世帯は、マインドが株価の変化に影響を受けやすく、調査期間中の株価の上昇を受けて同項目も改善したとみられる。「耐久消費財の買い時判断」は、9月は上昇したものの、基調としては昨年末に耐久財の買い替えサイクルが消失したことを背景に弱い動きが続いている。

一方、「暮らし向き」については、9月上旬に起きた北海道胆振東部地震や台風21号といった自然災害により甚大な被害を受けた「北海道・東北」、「近畿」のマインドが大きく落ち込んでいる。7月の西日本豪雨の際、大きく落ち込んだ「中国・四国」などの被害地域のマインドは翌月には持ち直したが、今回も被害地域のマインドが短期間で回復するのか注視していきたい。

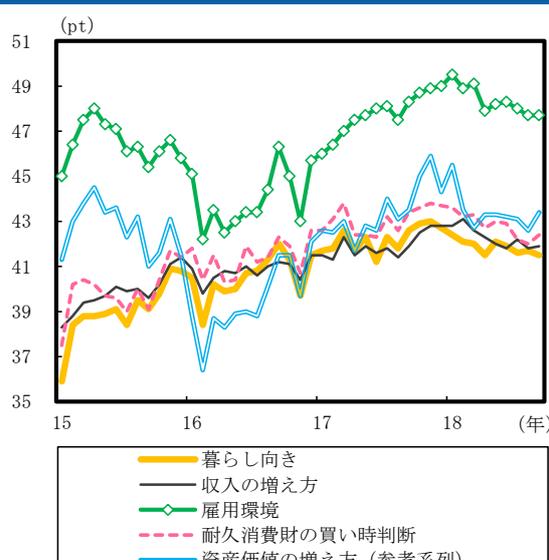
なお、参考系列である「資産価値の増え方」は前月差+0.8ptと5ヶ月ぶりに大きく上昇した。調査期間中に、通商摩擦問題への懸念が少し和らいだこと等を背景に株価が上昇したことがマインドを改善させた。

図表14：消費者態度指数と日経平均株価



(注) 消費者態度指数は二人以上世帯、季節調整値。
(出所) 内閣府統計、日本経済新聞社より大和総研作成

図表15：消費者意識指標



(注1) 二人以上世帯、季節調整値。
(注2) 資産価値の増え方は消費者態度指数の構成項目ではない。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

＜先行き＞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、原油高などを背景とした物価高によって相殺され、横ばい圏で推移するとみている。

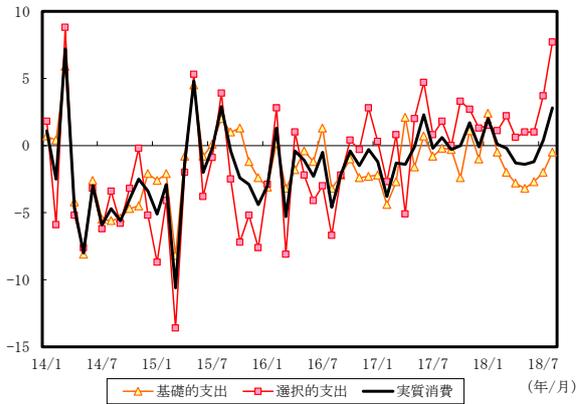
名目賃金は、深刻な人手不足や好調な企業収益を背景に、緩やかながらも増加傾向が続くだろう。他方で、家計の直面する物価は上昇傾向にある。今夏の異常気象や、9月上旬の台風・地震による影響で、生鮮食品を中心とする食料価格は上昇し、高止まりしている。加えて、原油高や人手不足などの供給制約に伴うコストプッシュ・インフレが一部で着実に顕在化している。こうした物価の上昇は、名目賃金増加の効果を相殺することに加え、家計の節約志向を一層強める可能性に注意が必要だ。

なお、天候と消費には密接な関係があるが、今年の秋・冬に関しては、天候要因はマイナスに働きそうだ。9月は平年並みの気温であったものの、気象庁の3ヶ月予報によると、10月以降は平年より温暖な天候となる見込みだ。さらに、冬（12～2月）に関しては、北日本では平年並みの気温となるものの、西日本、沖縄・奄美で暖冬となり、東日本でも平年並みか高い気温になると見込まれている。過去の例に照らすと、暖秋・暖冬は、消費に対しマイナスに作用する。外出の機会が多くなり、サービス消費などが押し上げられる一方で、防寒グッズや冬物衣類といった季節商品が低迷することで消費が押し下げられよう。

消費・概況

基礎的支出と選択的支出

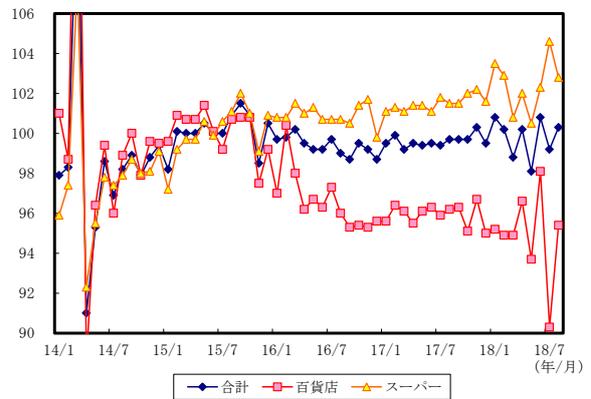
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

大型小売店集態別商品販売額

(2015年=100)

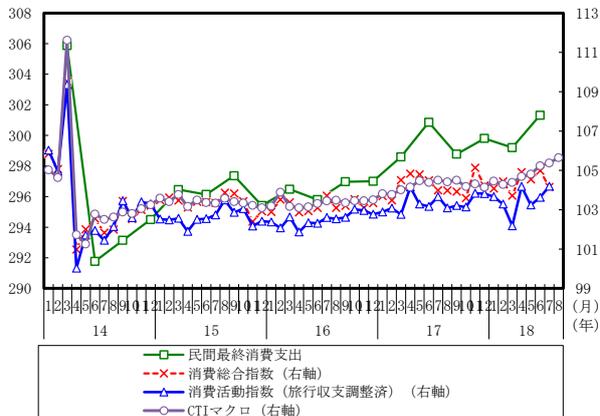


(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数

(兆円)

(2011年=100)

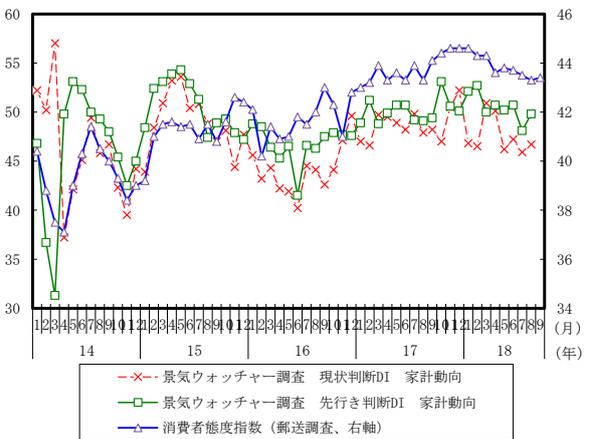


(注) CTIマクロは、2011年が100となるように変換している。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド

(DI)

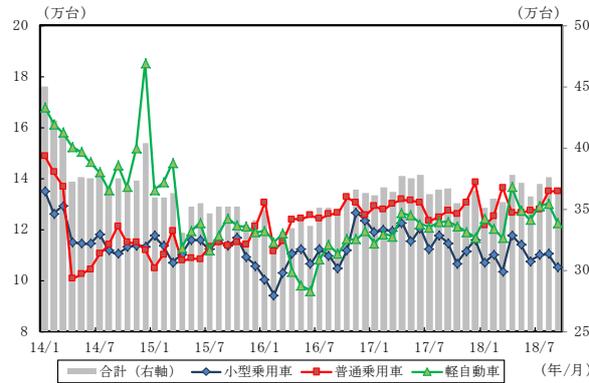
(DI)



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

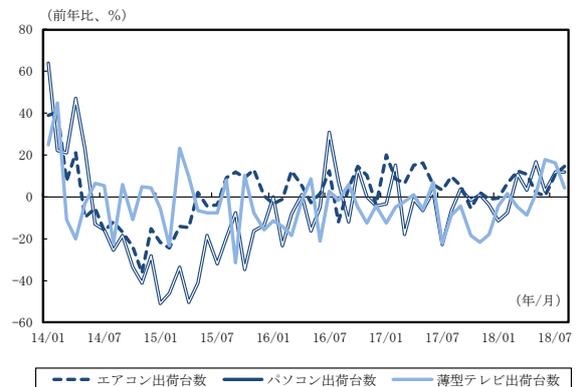
消費・協会統計

新車販売台数



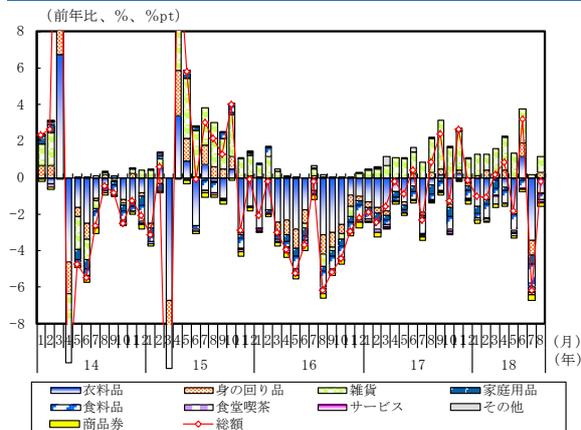
(注) 季節調整は大和総研。個別に季節調整をかけているため、各項目を足し合わせても「合計」と完全には一致しない。
 (出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

エアコン、パソコン、テレビの出荷台数



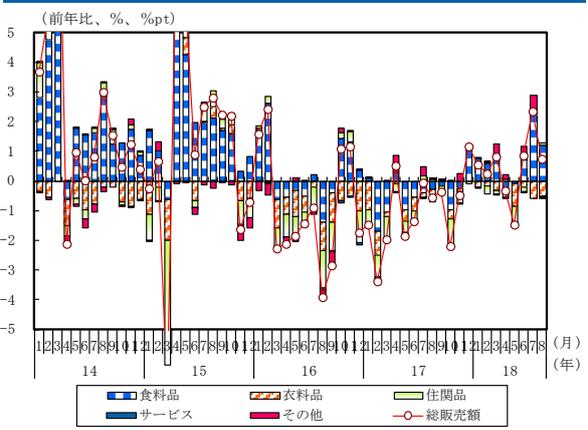
(出所) JRAIA、JEITA統計より大和総研作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



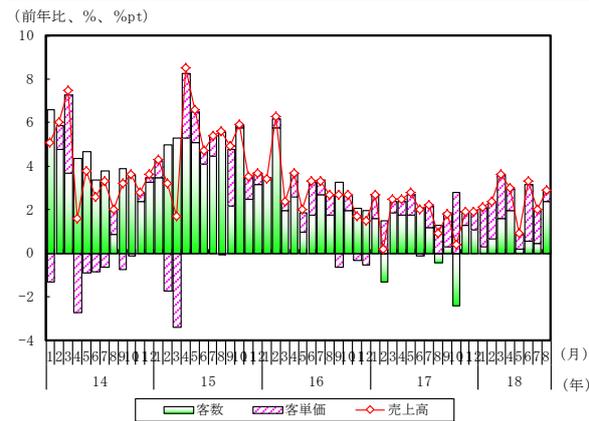
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



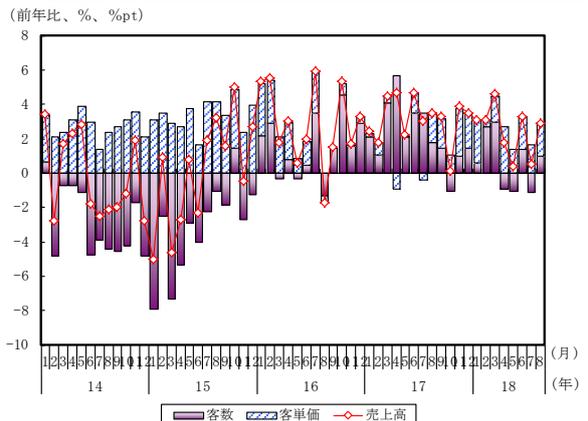
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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