

2018年11月6日 全12頁

## Indicators Update

## 2018年9月消費統計

## 7-9月期の個人消費は2四半期ぶりの減少

経済調査部  
 研究員 山口 茜  
 エコノミスト 小林 俊介

## [要約]

- 【7-9月期 GDP 個人消費】11/14（水）に公表予定の7-9月期 GDP 個人消費は、2四半期ぶりに減少したとみている。雇用・所得環境の改善を背景として、消費者マインドは良好であるものの、7-9月期は酷暑に加え、豪雨、台風、地震と度重なる自然災害に見舞われたことが個人消費の重石となった。
- 【9月の消費】9月の消費は、需要側・供給側ともに前月から減少した。内訳を見ると、需要側・供給側双方の統計において、8月に好調だった自動車の購入・販売の反動減が押し下げ要因となった。また、供給側の商業動態統計では、「医薬品・化粧品小売業含むその他小売業」が減少したが、これは、台風や地震など自然災害の影響により外国人旅行客が減少したことが影響しているとみている。
- 【先行き】実質個人消費は、名目賃金増加の効果が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。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。こうした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	7月	8月	9月	
				6月				
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 1.2	0.1	2.8	▲ 1.6	総務省	
		前月比	2.9	▲ 1.1	3.5	▲ 4.5		
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	0.6	▲ 0.1	1.0	▲ 2.2	総務省	
		前月比	0.5	0.8	▲ 0.1	▲ 2.0		
供給側	小売販売額	前年比	1.7	1.5	2.7	2.1	経済産業省	
		前月比	1.4	0.1	0.9	▲ 0.2		
	百貨店売上高	前年比	3.1	▲ 6.1	▲ 0.2	▲ 3.0	日本百貨店協会	
	コンビニエンスストア売上高	前年比	1.1	0.1	1.0	3.5	（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	0.1	1.5	0.1	1.9	日本チェーンストア協会	
	外食売上高	前年比	3.3	0.5	2.9	3.0	（一社）日本フードサービス協会	
	旅行取扱高	前年比	3.7	0.2	0.9	-	観光庁	
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	0.8	0.8	1.0	0.7	総務省	
		前月比	0.4	0.1	0.2	▲ 0.3		
	消費総合指数	前月比	0.5	▲ 0.6	0.0	-	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

大和証券グループ 株式会社大和総研 丸の内オフィス 〒100-6756 東京都千代田区丸の内一丁目9番1号 グラントウキョウノースター

このレポートは投資勧誘を意図して提供するものではありません。このレポートの掲載情報は信頼できると考えられる情報源から作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。また、記載された意見や予測等は作成時点のものであり今後予告なく変更されることがあります。大和総研の親会社である大和総研ホールディングスと大和証券は、大和証券グループ本社を親会社とする大和証券グループの会社です。内容に関する一切の権利は大和総研にあります。無断での複製・転載・転送等はご遠慮ください。

## <7-9 月期 GDP 個人消費> 自然災害の影響もあり、2 四半期ぶりの減少

11/14（水）に公表予定の 7-9 月期 GDP 個人消費は、2 四半期ぶりに減少したとみている。雇用・所得環境の改善を背景として、消費者マインドは良好であるものの、7-9 月期は酷暑に加え、豪雨、台風、地震と度重なる自然災害に見舞われたことが個人消費の重石となった。

7-9 月期は、需要側と供給側で対照的な結果となった。需要側の実質消費支出は、家計調査（二人以上世帯）で前期比+1.4%、CTI ミクロ（総世帯）で同+0.3%と、ともに増加した。一方で、供給側の商業動態統計の実質小売販売額（CPI 財指数により実質化）は同▲0.3%と減少した。

需要側と供給側で対照的な結果となった要因は二点考えられる。一つ目は、需要側の伸びが過大である可能性だ。4-6 月期の GDP 個人消費が前期比+0.7%であったのに対し、4-6 月期の家計調査の実質消費支出は同▲1.4%と大きく下振れしていたことを踏まえると、家計調査の 7-9 月期の伸びは過大である可能性がある。加えて、CTI ミクロは、購入頻度の少ない高額商品のぶれを補正することが目的の一つとなっているものの、**図表 4** に示すように、「交通・通信」の項目のぶれはかなり大きい。同項目が同+4.9%と大きく増加している点を踏まえると、CTI ミクロの結果も割り引いてみる必要があるだろう。二つ目は、度重なる自然災害により 7-9 月期は外国人旅行客が減少したが、その影響が供給側統計にのみ反映されていることだ。以上の事情を踏まえ、需要側・供給側統計を総合して見ると、7-9 月期 GDP 個人消費は減少したとみている。

## <9 月消費：総括> 需要側・供給側ともに減少

9 月の消費は、需要側・供給側ともに前月から減少した。内訳を見ると、需要側・供給側双方の統計において、8 月に好調だった自動車の購入・販売の反動減が押し下げ要因となった。また、供給側の商業動態統計では、「医薬品・化粧品小売業含むその他小売業」が減少したが、これは、台風や地震など自然災害の影響により外国人旅行客が減少したことが影響しているとみている。

## <9 月消費：家計調査（需要側）> 自動車購入の反動減の影響大

9 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▲4.5%と 2 ヶ月ぶりに大幅に減少した（**図表 2、3**）。8 月は自動車購入が牽引し大きく増加（同+3.5%）したものの、9 月はその反動減から大きく落ち込んでいる。

実質消費支出の動きを費目別に見ると、10 大費目中 8 費目が前月から減少した（**図表 2、3**）。「光熱・水道」（前月比+2.5%）、「住居」（同+1.0%）が増加した一方で、「交通・通信」（同▲18.9%）、「保健医療」（同▲6.9%）、「教育」（同▲7.4%）などは減少した。

「光熱・水道」では、「電気代」が押し上げに寄与している。月半ば以降に気温が低下したことや、台風・地震と自然災害が相次ぐ中で、自宅にいる時間が長かったことが影響している可能性が考えられる。

一方、「交通・通信」では、8月に全体を押し上げた「自動車購入」が大きく落ち込んでいる。後述する、供給側の商業動態統計においても、9月は自動車小売が減速しており、そのことが需要側統計でも確認された。なお、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」は大きく減少（前月比▲14.6%）している。また、「保健医療」では、「医科診療代」や「他の入院料」といった項目が下振れしている。9月は診療報酬の改定などもなく、この落ち込みは一時的なぶれとみて良いだろう。「教育」に関しても、8月に大きく増加した反動とみている。

図表 2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2018/2	2018/3	2018/4	2018/5	2018/6	2018/7	2018/8	2018/9	シェア (%)
消費支出	▲1.5	▲0.1	▲1.6	▲0.2	2.9	▲1.1	3.5	▲4.5	100.0
食料	▲1.6	▲0.8	1.4	▲1.5	1.3	▲1.4	1.3	▲1.3	27.9
住居	▲3.8	▲4.6	18.1	▲4.8	6.6	▲7.2	4.5	1.0	5.9
光熱・水道	▲0.9	▲2.4	▲4.9	2.0	▲2.8	4.5	▲0.3	2.5	7.6
家具・家事用品	▲3.7	▲1.2	12.3	▲14.1	6.7	▲2.0	▲1.6	▲1.3	3.8
被服及び履物	▲2.5	4.7	▲5.2	▲3.7	▲1.7	0.1	5.4	▲0.9	4.1
保健医療	▲10.4	3.9	0.1	3.4	▲6.2	2.5	2.9	▲6.9	4.6
交通・通信	3.1	▲0.6	▲11.1	15.4	2.1	▲0.1	10.4	▲18.9	14.1
教育	▲3.6	14.2	1.8	2.6	3.2	▲9.5	10.4	▲7.4	3.9
教養娯楽	▲5.3	▲1.2	▲0.8	▲0.1	▲4.2	2.6	1.3	▲0.4	10.4
その他の消費支出	▲2.1	▲6.1	7.9	▲3.1	4.9	▲0.4	1.6	0.0	17.8

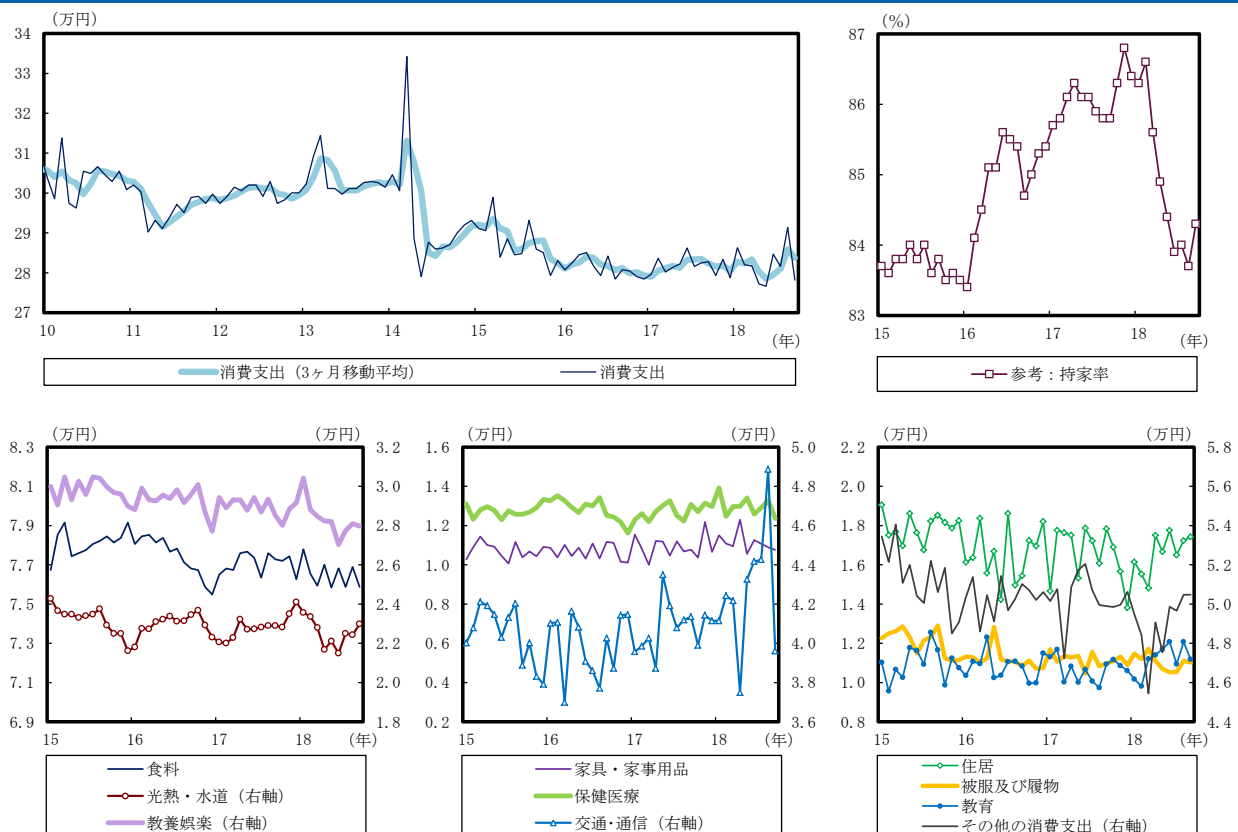
(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。2018年1月の値は、家計簿改正の影響による変動を調整した変動調整値である。

(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

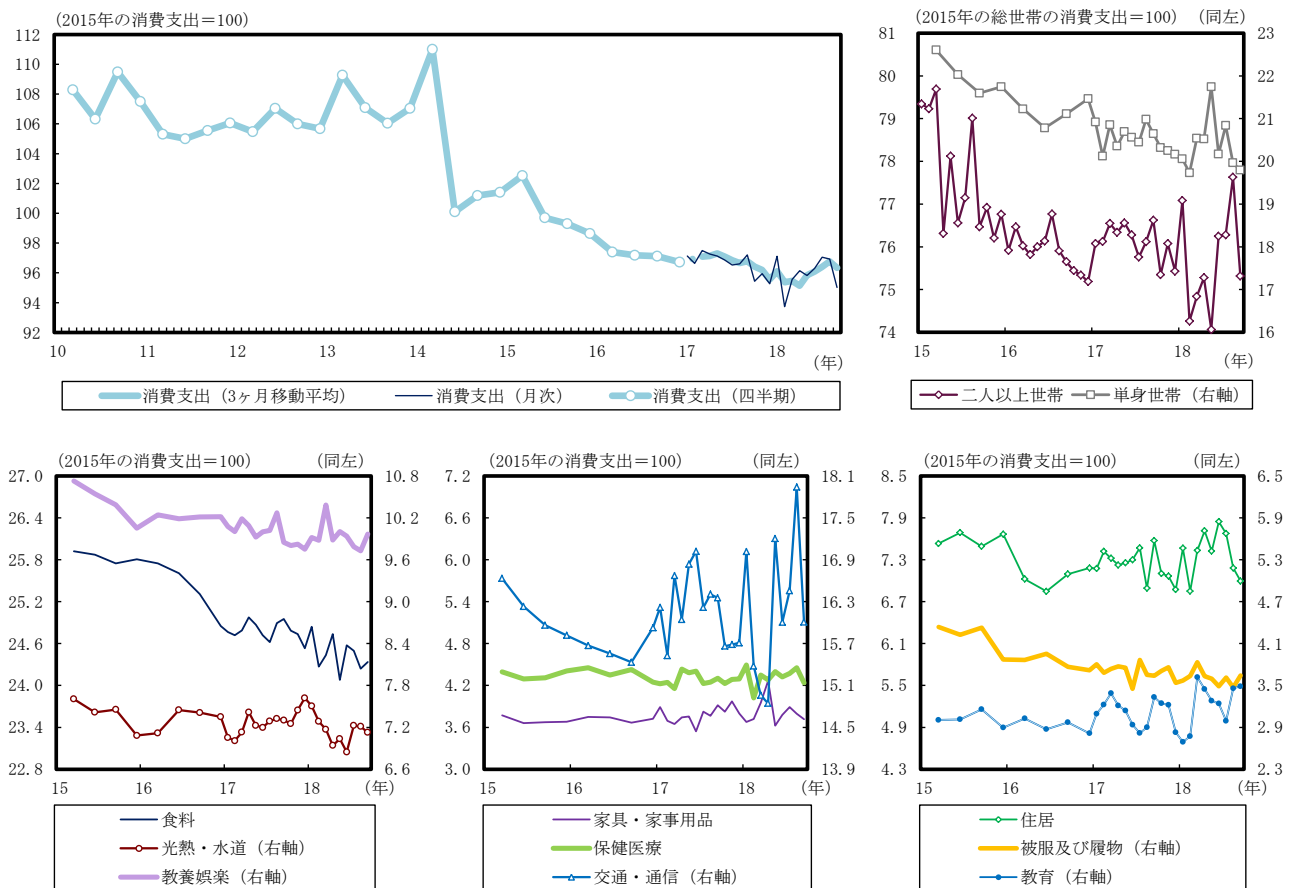
## <9月消費：CTI ミクロ（需要側）>二人以上世帯、単身世帯ともに減少

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、総世帯の消費動向を推計した CTI ミクロ<sup>1</sup>では、9月の実質消費支出（総世帯ベース）は前月比▲2.0%と2ヶ月連続で減少した（**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、「教養娯楽」（前月比+2.5%）、「被服及び履物」（同+4.9%）などが増加した一方で、「交通・通信」（同▲10.8%）、「保健医療」（同▲4.9%）などは減少した。前述した家計調査と同様、「交通・通信」の反動減による影響が大きい。

世帯別に見ると、二人以上世帯（前月比▲3.0%）、単身世帯（同▲0.9%）ともに減少しており、特に二人以上世帯が全体を押し下げている。

**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

<sup>1</sup> 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。

## <9月消費：商業動態統計(供給側)>多くの業種で減少、自然災害の影響も

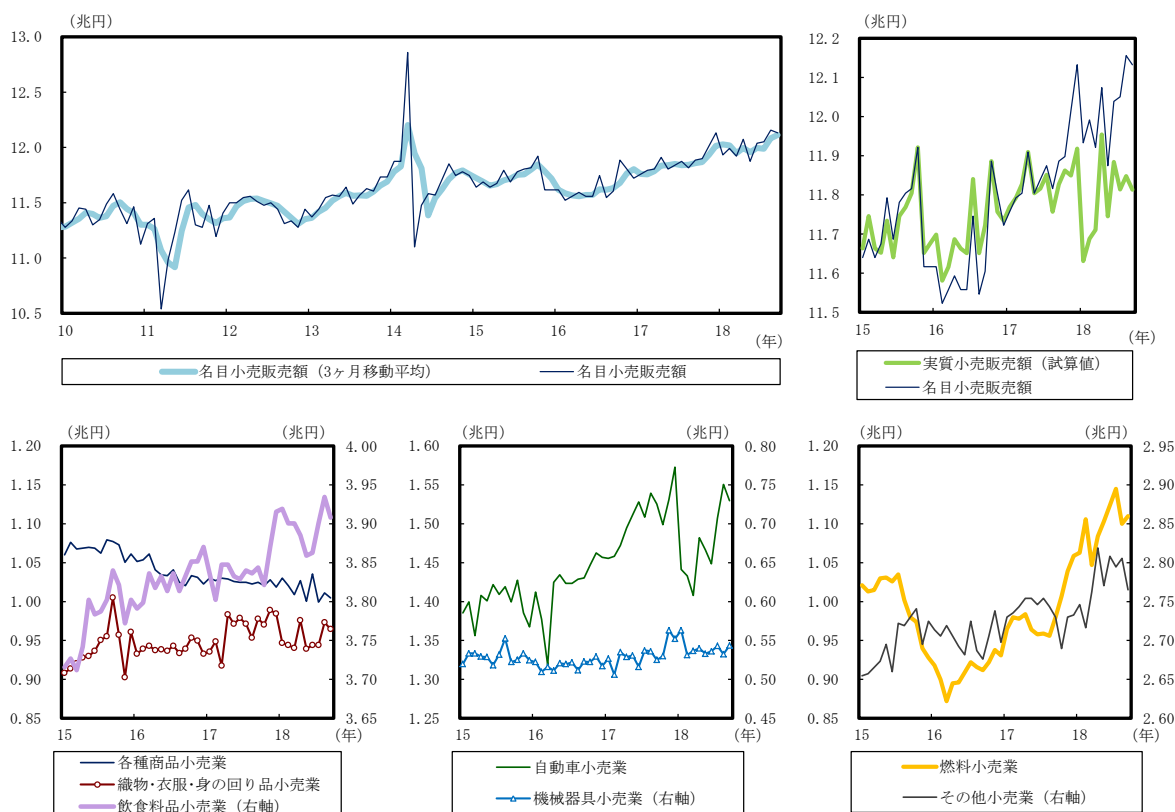
9月の商業動態統計を見ると、名目小売販売額は前月比▲0.2%と4ヶ月ぶりに減少した(図表5、6)。また、CPIの財指数で小売販売額を実質化すると、同▲0.3%と2ヶ月ぶりの減少となった。実質小売販売額は、2018年に入り横ばい圏で推移している。

名目小売販売額を業種別に見ると、「機械器具小売業」(前月比+2.1%)、「燃料小売業」(同+0.9%)が増加した一方、「医薬品・化粧品小売業含むその他小売業」(同▲1.4%)、「飲食料品小売業」(同▲0.7%)、「自動車小売業」(同▲1.4%)などは減少した。

増加した「機械器具小売業」は、8月に減少(前月比▲1.9%)した反動とみている。また、「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が、原油高を背景とするガソリン・灯油価格の上昇が名目値を押し上げたと考えられる。

一方、減少した「医薬品・化粧品小売業含むその他小売業」は、台風や地震など自然災害の影響により外国人旅行者が減少(後掲p.11)したことが下押し要因となったとみている。また、「飲食料品小売業」は、食品価格が上昇する中での減少となった。今夏以降、食品価格の上昇が続く中で、家計の節約志向が強まっている可能性がある。「自動車小売業」に関しては、新型車効果により7月、8月と大幅増が続いていたが、9月は減速した。ただし、業界統計を見ると、10月の新車販売台数は再び大きく伸びており、一時的な落ち込みにすぎないとみている。

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、%	2018/2	2018/3	2018/4	2018/5	2018/6	2018/7	2018/8	2018/9	シェア(%)
小売業計	0.5	▲0.6	1.3	▲1.7	1.4	0.1	0.9	▲0.2	100.0
各種商品小売業	▲0.9	▲1.1	1.8	▲2.6	3.5	▲3.5	1.2	▲0.6	8.6
織物・衣服・身の回り品小売業	▲0.3	▲0.4	3.8	▲3.8	0.5	0.0	3.1	▲0.9	7.8
飲食料品小売業	▲0.5	0.0	▲0.4	▲0.7	0.1	1.0	0.9	▲0.7	31.3
自動車小売業	▲0.6	▲1.8	5.3	▲1.0	▲1.2	4.1	2.9	▲1.4	12.7
機械器具小売業	▲5.6	1.0	0.6	▲1.3	0.6	1.3	▲1.9	2.1	4.2
燃料小売業	4.0	▲5.3	3.5	1.8	1.9	1.9	▲3.9	0.9	8.3
その他小売業	▲1.1	1.7	2.0	▲1.7	1.4	▲0.5	0.4	▲1.4	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」。

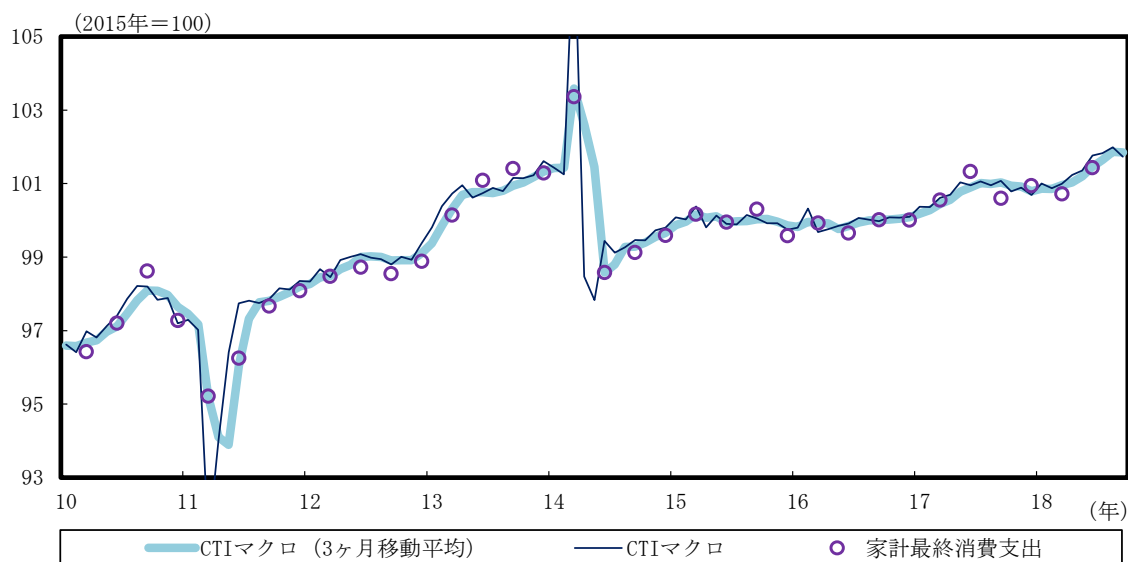
(注3) シェアは、2017年の数値。「無店舗小売業」の系列が無い場合、各系列のシェアを合計しても100%にはならない。

(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

## <9月消費：CTI マクロ（需要側+供給側）>7ヶ月ぶりの減少

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<sup>2</sup>で見た実質消費は、前月比▲0.3%と7ヶ月ぶりに減少した(図表7)。9月は、CTI ミクロが減少(同▲2.0%)した他、鉱工業生産指数の消費財が低下(同▲1.4%)するなど、需要側・供給側ともに弱い動きとなったことが押し下げに寄与した。

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

<sup>2</sup> 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。



## <9月収入：家計調査>勤労者世帯で減少、無職世帯で増加

### 総世帯（勤労者世帯＋無職世帯）<sup>3</sup>

9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+3.0%と2ヶ月ぶりに増加した。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+2.9%と2ヶ月ぶりの増加となった。後述するように、勤労者世帯の実収入は減少したものの、無職世帯の実収入が勤め先収入を中心に増加したことが押し上げ要因となった。

なお、物価の影響を考慮した実質実収入は前年比+1.6%と2ヶ月ぶりに増加（**図表8**）、実質可処分所得も同+1.5%と2ヶ月ぶりの増加となった（**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

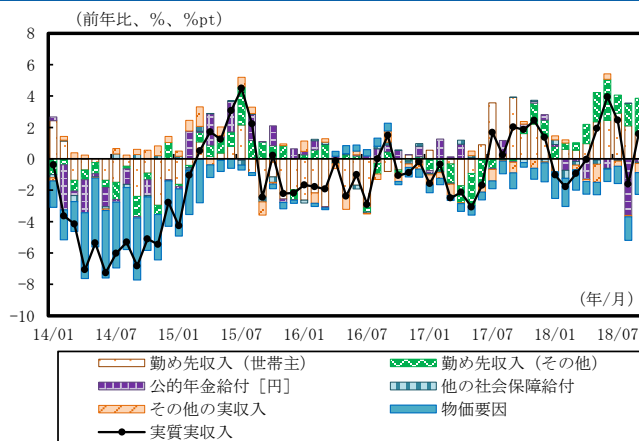
名目実収入は前年比▲0.1%と2ヶ月ぶりに減少し、名目可処分所得も同▲0.4%と2ヶ月ぶりに減少した。勤め先収入に関して、世帯主の配偶者の収入（同+15.0%）は8月に続き大きく増加したものの、世帯主収入（同▲1.0%）が減少したことが全体を押し下げた。足下で、配偶者の収入は、家計の収入増のけん引役となっている。良好な雇用環境を背景に、新たに働きに出ている人がいることや、パートの時給が上昇傾向にあることが背景にあると考えられる。

### 無職世帯

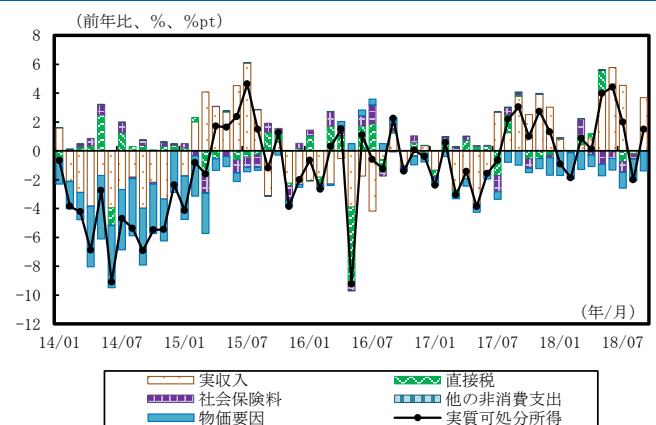
名目実収入は前年比+8.6%と2ヶ月ぶりに増加し、名目可処分所得も同+14.6%と3ヶ月ぶりに増加した。9月は公的年金給付が支給されない奇数月である。前回の非給付月（7月）と比較して増加幅が大きくなっているが、主に押し上げに寄与したのは（世帯主以外の）勤め先収入である。労働力調査によると、65歳以上の就業者は8月以降増加しており、良好な雇用環境を背景に労働市場に参加する高齢者が増えていると考えられる。

<sup>3</sup> 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。

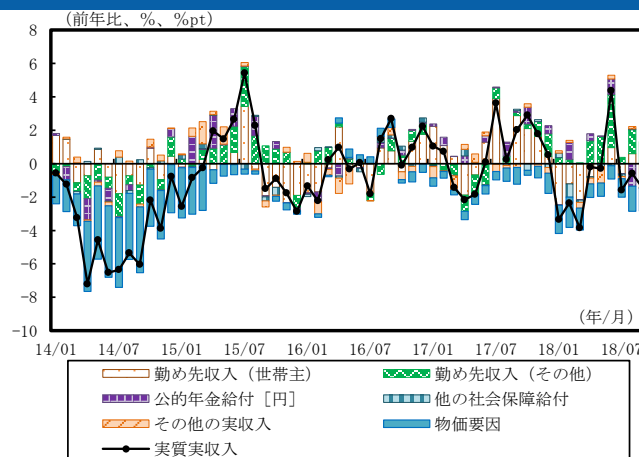
図表 8 : 実質実収入の要因分解 (勤労者+無職)



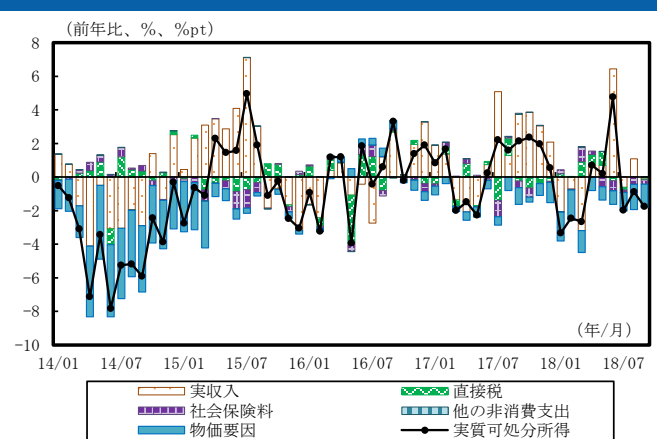
図表 9 : 実質可処分所得の要因分解 (勤労者+無職)



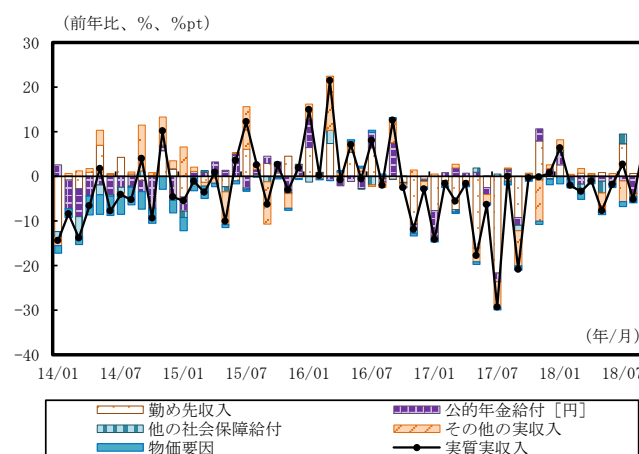
図表 10 : 実質実収入の要因分解 (勤労者世帯)



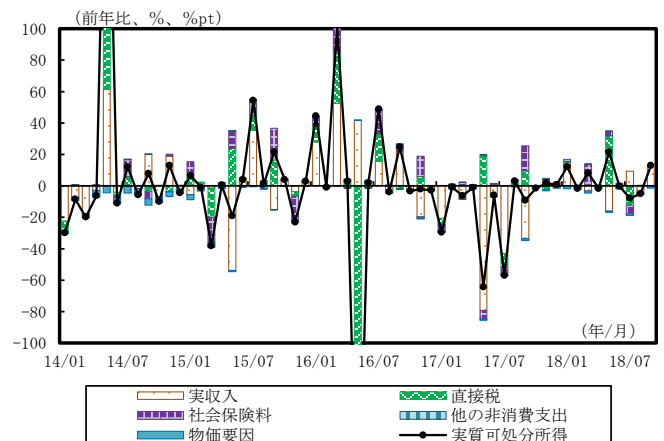
図表 11 : 実質可処分所得の要因分解 (勤労者世帯)



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



## <10月の消費者マインド>調査期間中の株価下落を受け、マインドは悪化

消費動向調査によると、10月の消費者態度指数（二人以上の世帯）は前月差▲0.4ptと2ヶ月ぶりに低下した（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）、「雇用環境」（前月差▲0.9pt）、「収入の増え方」（同▲0.6pt）、「暮らし向き」（同▲0.1pt）は低下し、「耐久消費財の買い時判断」は横ばいとなった。なお、参考系列である「資産価値の増え方」は同▲0.2ptと2ヶ月ぶりに低下した。

低下幅が大きかった「雇用環境」や「収入の増え方」は、地域・年齢を問わず悪化している。消費者マインドは株価の動きに影響を受けやすく、今回の低下も株価の下落が影響しているとみている。10月の調査回答期間中（10日～20日頃）は、米中貿易摩擦の長期化懸念などから米国株式市場が大幅下落したことが、日本の株価にも波及した。このような暗いニュースが消費者マインドを下押しした可能性が考えられる。ただし、関連統計に見る雇用・賃金環境は良好であり、マインドの悪化は一時的なものともみている。

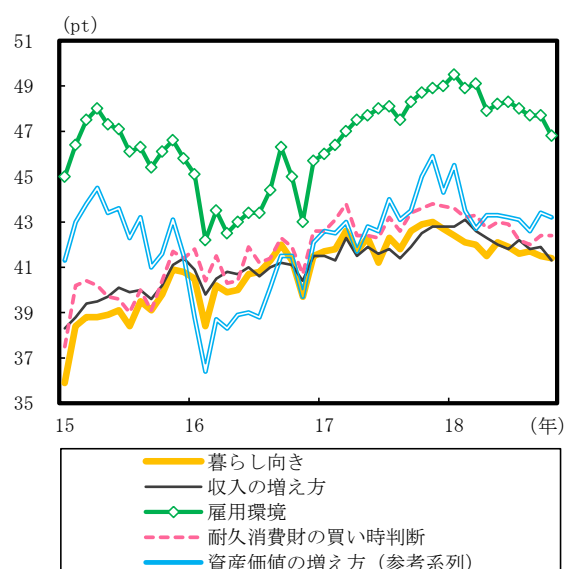
また、「暮らし向き」について、9月は北海道胆振東部地震や台風21号といった自然災害により甚大な被害を受けた「北海道・東北」、「近畿」のマインドが大きく落ち込んでいた。10月は「近畿」のマインドは改善したものの、「北海道・東北」は9月からさらに悪化している。今後は、北海道胆振東部地震により悪化した「北海道・東北」のマインドの回復状況を引き続き注視していきたい。

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

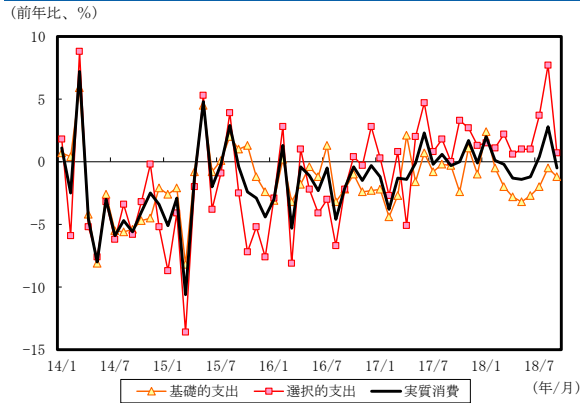
実質個人消費の先行きは、名目賃金増加の効果が、物価高によって相殺され、横ばい圏で推移するとみている。

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、原油高など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。原油高は足下で緩和されつつあるものの、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・冬に関しても、天候要因はマイナスに働きそうだ。10月の気温は、沖縄・奄美では平年よりかなり低かったものの、東日本・北日本では平年以上に暖かかった。気象庁の3ヶ月予報によると、11月以降も全国的に温暖な天候が続く見込みだ。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。

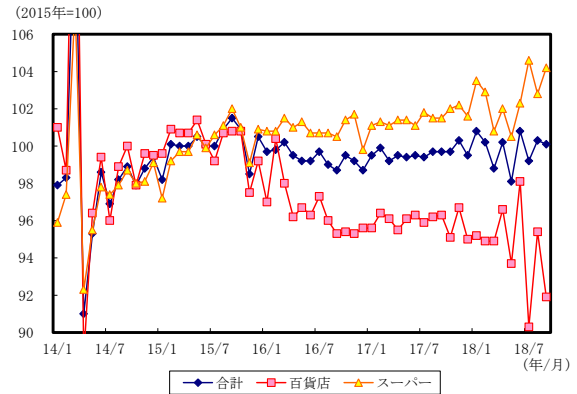
消費・概況

基礎的支出と選択的支出



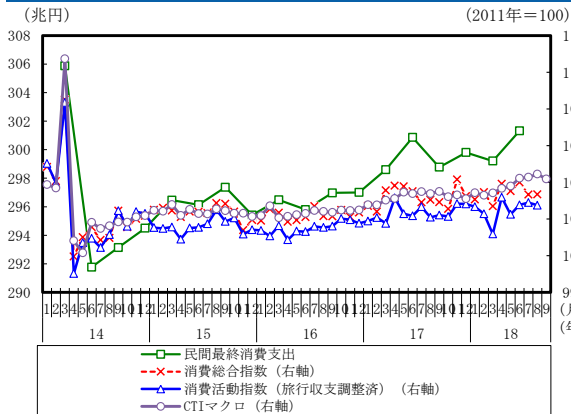
(出所) 総務省統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



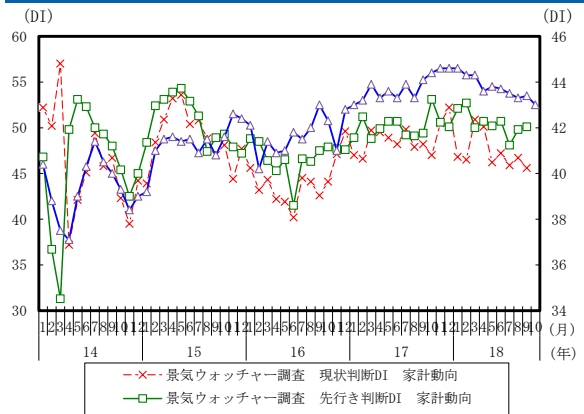
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



(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

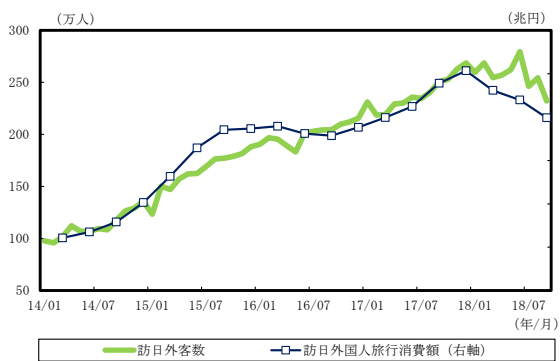
消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

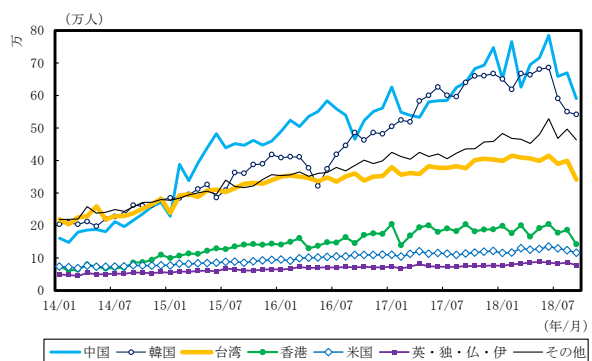
訪日外客

訪日外客数と旅行消費額



(注) 大和総研による季節調整値。  
(出所) 日本政府観光局、観光庁統計より大和総研作成

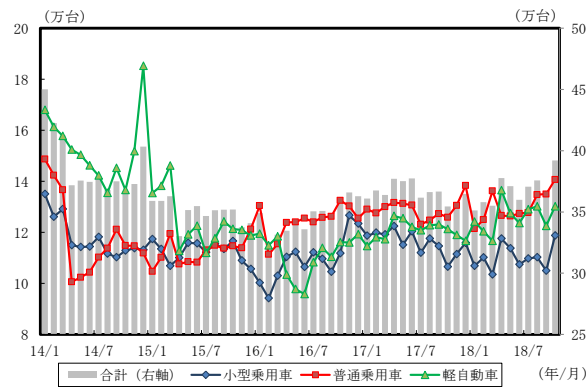
国籍別 訪日外客数



(注) 大和総研による季節調整値。  
(出所) 日本政府観光局統計より大和総研作成

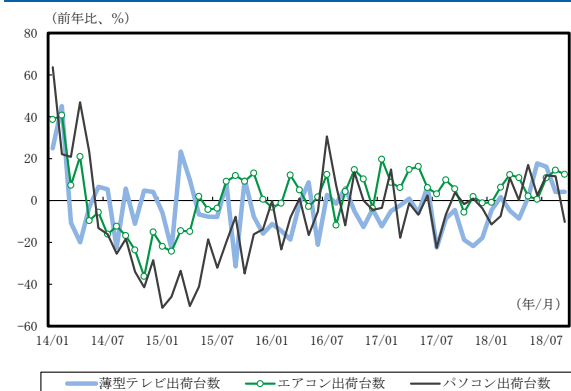
消費・協会統計

新車販売台数



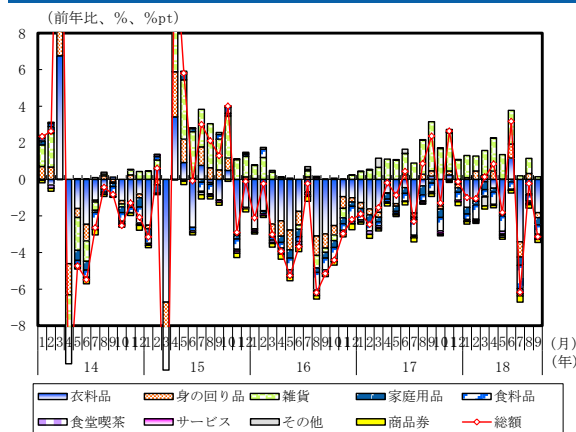
(注) 季節調整は大和総研。個別に季節調整をかけているため、各項目を足し合わせても「合計」と完全には一致しない。  
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ、エアコン、パソコンの出荷台数



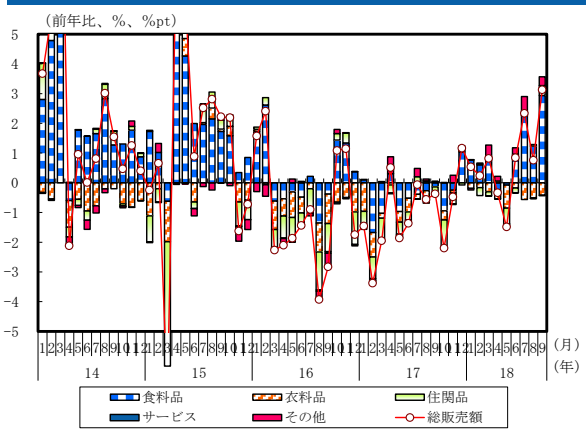
(出所) JRAIA、JEITA統計より大和総研作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



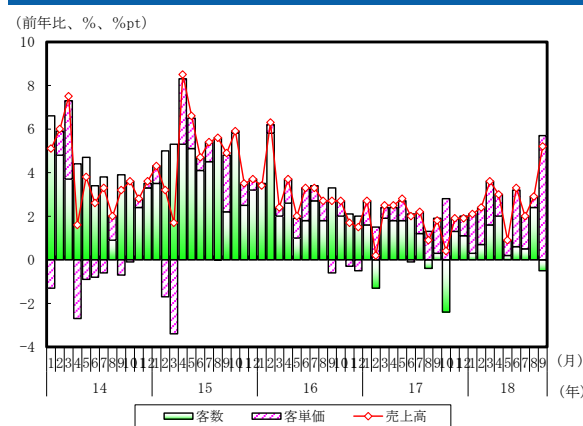
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



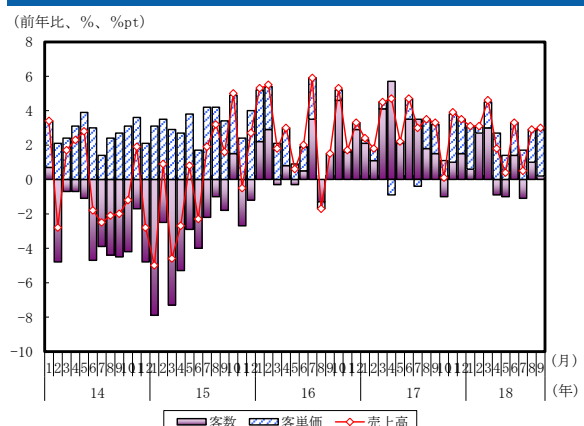
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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