

2019年1月11日 全10頁

## Indicators Update

## 2018年11月消費統計

需要側で増加、供給側で減少、総合的に判断すると小幅に減少

経済調査部

研究員 山口 茜

エコノミスト 小林 俊介

## [要約]

- 【18年11月の消費】需要側の家計調査では前月から増加、供給側の商業動態統計では減少と対照的な結果になったものの、総合的に判断すると小幅に減少したとみられる。家計調査で全体を押し上げたのは、いずれも同調査のサンプル数の少なさに起因するぶれの大きい項目である。ぶれの大きい項目を除いた系列では減少している。11月は平年より気温が高かったため、光熱・水道などが押し下げに寄与した。
- なお、本日公表予定だった消費動向指数（CTI）は、指数作成に用いているデータ（2018年4月分以降）の一部に誤りがあることが判明し、公表が延期された。誤りの内容としては、世帯主年齢が1歳ずれていることであり、影響は限定的とみている。
- 【先行き】実質個人消費は一進一退が続くとみている。これまで、労働需給のタイト化に伴う名目賃金上昇の効果は物価高により相殺されてきたが、今後は、原油価格が直近まで大きく下落してきたことがラグを伴って顕在化することで、実質賃金も上昇に向かうだろう。ただし、人手不足に伴う賃金上昇を賃金カーブのフラット化や残業削減によって企業が相殺することにより、名目賃金の上昇ペースが鈍る可能性には注意が必要だ。

図表1：各種消費指標の概況

		2018年 7月	8月	9月	10月	11月		
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	0.1	2.8	▲1.6	▲0.3	▲0.6	総務省
		前月比	▲1.1	3.5	▲4.5	1.8	1.1	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲0.1	1.0	▲2.2	2.7	-	総務省
		前月比	0.8	▲0.1	▲2.0	3.2	-	
供給側	小売販売額	前年比	1.5	2.7	2.2	3.6	1.4	経済産業省
		前月比	0.1	0.9	0.1	1.3	▲1.0	
	百貨店売上高	前年比	▲6.1	▲0.2	▲3.0	1.7	▲0.6	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	0.1	1.0	3.5	▲1.5	0.6	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	1.5	0.1	1.9	▲0.7	▲2.5	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	0.5	2.9	3.0	1.7	1.1	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	0.2	0.9	▲3.2	3.3	-	観光庁
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	0.5	0.9	0.3	1.3	-	総務省
		前月比	0.0	0.3	▲0.4	0.5	-	
	消費総合指数	前月比	▲0.1	0.0	▲0.1	0.3	-	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。

(注3) CTIミクロ・CTIマクロの11月分はデータ不備により公表延期。2018年4月分以降の公表値に關しても再演算が行われる予定。

(出所) 各種統計より大和総研作成

## <18年11月消費：総括>総合的に判断すると小幅に減少

2018年11月の消費は、需要側の家計調査では前月から増加、供給側の商業動態統計では減少と対照的な結果になったものの、総合的に判断すると小幅に減少したとみられる。家計調査で全体を押し上げたのは、いずれも同調査のサンプル数の少なさに起因するぶれの大きい項目である。ぶれの大きい項目を除いた系列では減少している。11月は平年より気温が高かったため、光熱・水道などが押し下げに寄与した。

## <18年11月消費：家計調査（需要側）>ぶれの大きい項目を除けば前月から減少

2018年11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+1.1%と2ヶ月連続で増加した（**図表2、3**）。ただし、全体を押し上げているのはいずれもぶれの大きい項目である。家計調査はサンプル数の少なさから高額・低頻度消費のぶれが大きい。こうしたぶれが大きい項目を除いた系列である、実質消費支出（除く住居等）は同▲0.4%と減少している。

実質消費支出の動きを費目別に見ると、10大費目中6費目が前月から増加した。「住居」（前月比+14.3%）、「その他の消費支出」（同+6.5%）などが増加した一方で、「教育」（同▲12.3%）、「光熱・水道」（同▲5.8%）などは減少した。

「住居」では、外壁・塀等工事費が全体を大きく押し上げており、一時的なぶれと考えられる。また、「その他の消費支出」では、仕送り金やたばこが押し上げ要因となっている。仕送り金については一時的なぶれとみられる一方で、たばこは9月・10月に増税に伴う駆け込み需要・反動減が生じた影響が剥落したことによるものと考えられる。

一方、「教育」では、10月に大きく上振れしていた私立大学の授業料の減少が全体を押し下げており、前月の反動減とみて良いだろう。「光熱・水道」では、電気代が大きく減少している。11月は平年より気温が高かったため、暖房器具を使う機会が少なかったことが影響していると考えられる。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2018/4	2018/5	2018/6	2018/7	2018/8	2018/9	2018/10	2018/11	シェア (%)
消費支出	▲1.6	▲0.2	2.9	▲1.1	3.5	▲4.5	1.8	1.1	100.0
食料	1.4	▲1.5	1.3	▲1.4	1.3	▲1.3	2.6	▲1.3	27.9
住居	18.1	▲4.8	6.6	▲7.2	4.5	1.0	▲5.7	14.3	5.9
光熱・水道	▲4.9	2.0	▲2.8	4.5	▲0.3	2.5	▲1.4	▲5.8	7.6
家具・家事用品	12.3	▲14.1	6.7	▲2.0	▲1.6	▲1.3	6.3	5.7	3.8
被服及び履物	▲5.2	▲3.7	▲1.7	0.1	5.4	▲0.9	▲4.9	8.2	4.1
保健医療	0.1	3.4	▲6.2	2.5	2.9	▲6.9	5.8	▲5.5	4.6
交通・通信	▲11.1	15.4	2.1	▲0.1	10.4	▲18.9	6.8	1.1	14.1
教育	1.8	2.6	3.2	▲9.5	10.4	▲7.4	15.1	▲12.3	3.9
教養娯楽	▲0.8	▲0.1	▲4.2	2.6	1.3	▲0.4	1.2	0.6	10.4
その他の消費支出	7.9	▲3.1	4.9	▲0.5	1.6	0.0	▲4.5	6.5	17.8

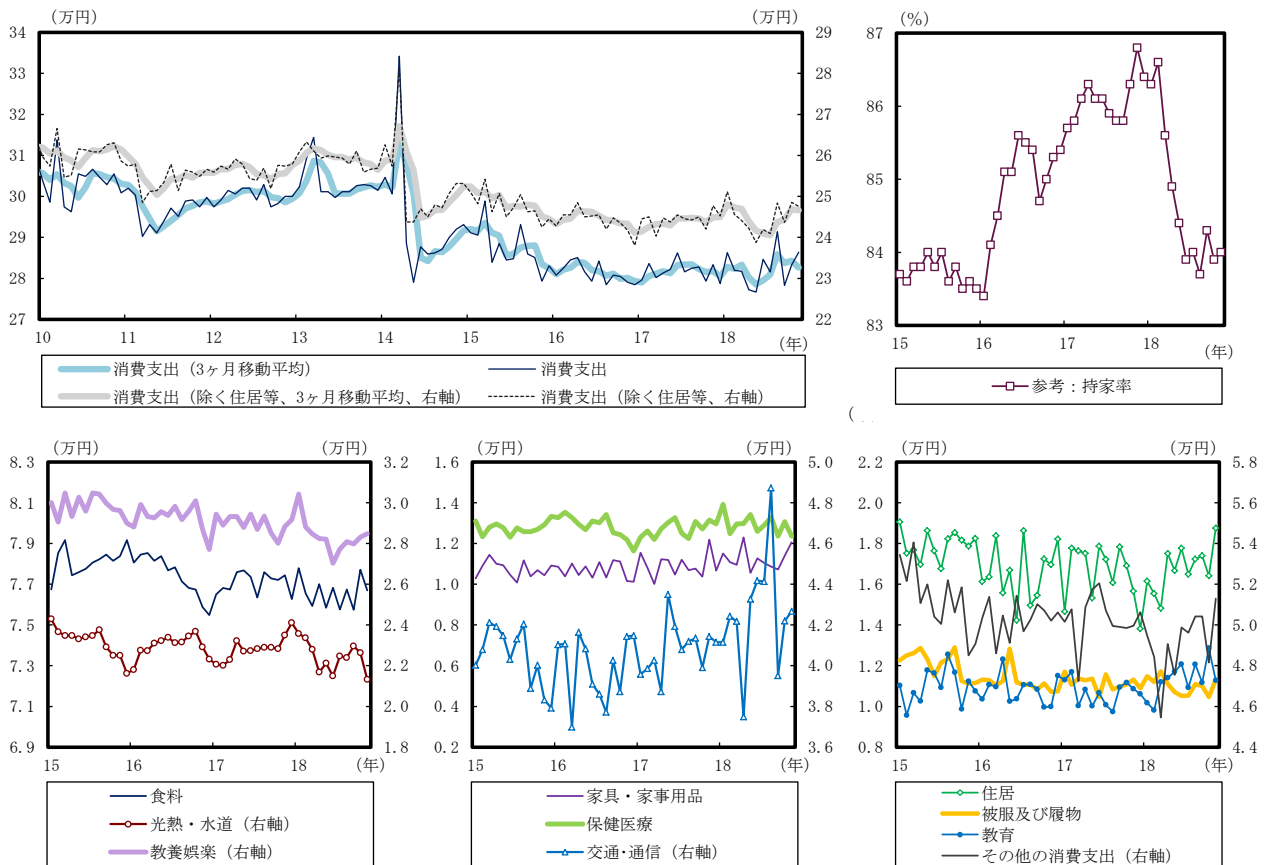
(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。2018年1月の値は、家計簿改正の影響による変動を調整した変動調整値である。

(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。  
 (注4) 「消費支出（除く住居等）」は、消費支出から「住居」「自動車等購入」「贈与金」「仕送り金」を除いた数値。  
 (出所) 総務省統計より大和総研作成

## <CTI ミクロ・CTI マクロ>データ不備により公表延期

本日公表予定だった消費動向指数（CTI ミクロ・CTI マクロ）は、指数作成に用いている事業者納品データの一部に誤りがあることが判明し、公表が延期された<sup>1</sup>。

誤っているデータは2018年4月以降のデータで、1月21日の週を目途に、2018年11月分の結果及び4月～10月分までの正誤情報を公表することが予定されている。誤りの内容としては、世帯主年齢が1歳ずれていたことであり、影響は限定的とみている。

<sup>1</sup> 詳しくは、下記URLを参照。[https://www.stat.go.jp/data/cti/pdf/happyo\\_201901.pdf](https://www.stat.go.jp/data/cti/pdf/happyo_201901.pdf)

## <18年11月消費：商業動態統計(供給側)>名目小売販売額は6ヶ月ぶりの減少

2018年11月の商業動態統計を見ると、名目小売販売額は前月比▲1.0%と6ヶ月ぶりに減少した(図表4、5)。また、CPIの財指数で小売販売額を実質化すると、同▲0.9%と2ヶ月ぶりの減少となった。実質小売販売額は横ばい圏で推移している。

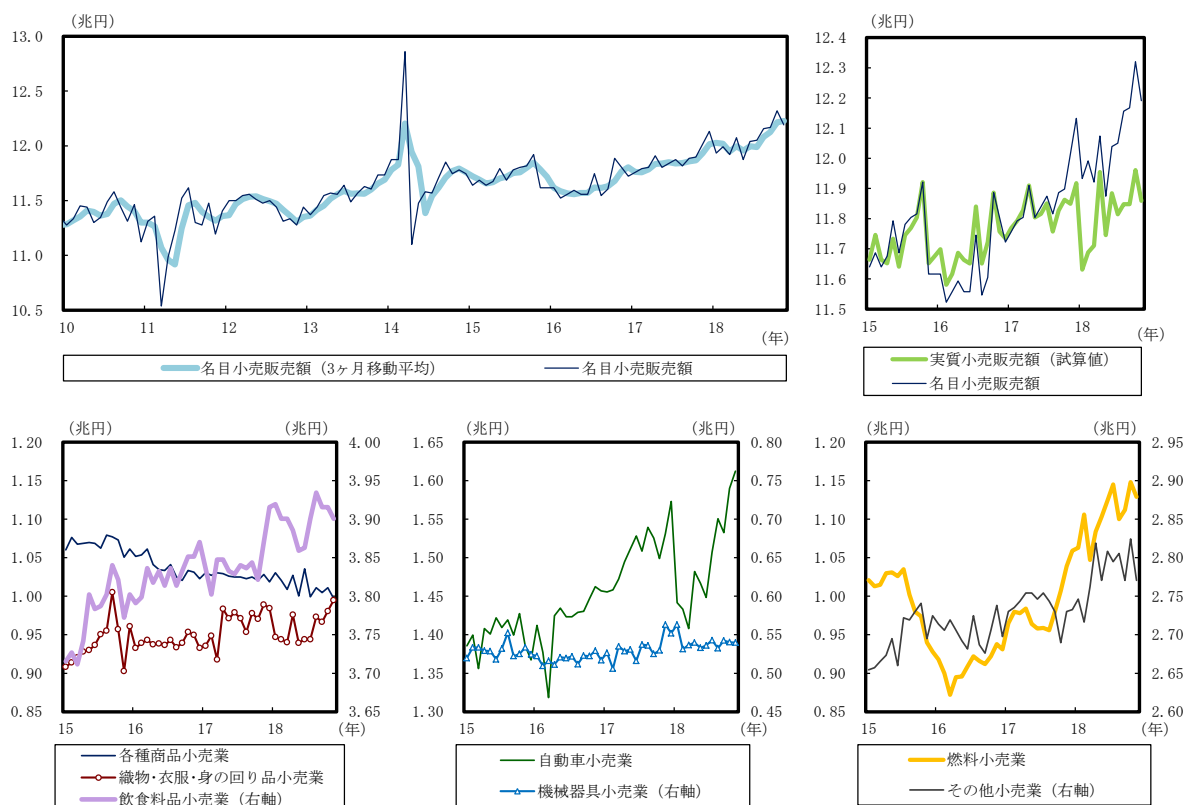
名目小売販売額を業種別に見ると、「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」(前月比▲1.9%)、「燃料小売業」(同▲1.7%)などが減少した一方、「自動車小売業」(同+1.4%)、「織物・衣服・身の回り品小売業」(同+1.4%)は増加した。

「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」に関しては、10月に増加(前月比+1.9%)した反動とみている。「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、11月以降、原油価格が大きく下落したことが徐々に価格に反映され始めており、名目値を押し下げた。

一方、「自動車小売業」は、10月の大幅増(前月比+3.7%)に続き、11月も増加となった。自動車小売業は、新型車効果により7月以降増加基調にあり、このところ小売販売全体のけん引役となっている。

なお、12月は、ガソリン価格、灯油価格ともにさらに低下しており、引き続き燃料小売業は名目小売販売額の押し下げ要因になったとみている。また、11月に増加した自動車小売業も業界統計を踏まえると(後掲p.10)、減少した可能性が高い。

図表4：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 5：小売販売額（業種別）の前月比変化率

前月比、%	2018/4	2018/5	2018/6	2018/7	2018/8	2018/9	2018/10	2018/11	シェア(%)
小売業計	1.3	▲1.7	1.4	0.1	0.9	0.1	1.3	▲1.0	100.0
各種商品小売業	1.8	▲2.6	3.5	▲3.5	1.2	▲0.6	0.6	▲1.4	8.6
織物・衣服・身の回り品小売業	3.8	▲3.8	0.5	0.0	3.1	▲0.7	1.5	1.4	7.8
飲食料品小売業	▲0.4	▲0.7	0.1	1.0	0.9	▲0.5	0.0	▲0.4	31.3
自動車小売業	5.3	▲1.0	▲1.2	4.1	2.9	▲1.2	3.7	1.4	12.7
機械器具小売業	0.6	▲1.3	0.6	1.3	▲1.9	1.9	▲0.4	▲0.1	4.2
燃料小売業	3.5	1.8	1.9	1.9	▲3.9	1.1	3.2	▲1.7	8.3
その他小売業	2.0	▲1.7	1.4	▲0.5	0.4	▲1.2	1.9	▲1.9	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」の系列が無いいため、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

## <18年11月収入：家計調査>勤労者世帯、無職世帯ともに増加

### 総世帯（勤労者世帯＋無職世帯）<sup>2</sup>

11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+6.0%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は同+6.3%と3ヶ月連続で増加した。勤労者世帯、無職世帯ともに増加しており、特に無職世帯の増加が全体を押し上げている。なお、物価の影響を考慮した実質実収入は前年比+4.9%と2ヶ月ぶりに増加（図表6）、実質可処分所得も同+5.3%と2ヶ月ぶりの増加となった（図表7）。

### 勤労者世帯

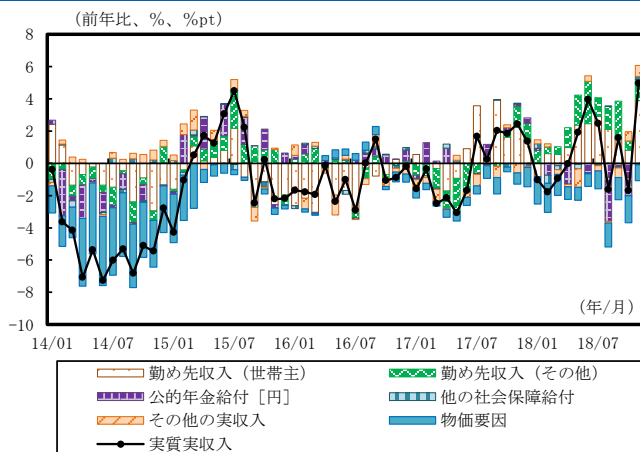
名目実収入は前年比+1.1%と3ヶ月ぶりに増加し、名目可処分所得も同+1.3%と3ヶ月ぶりに増加した。勤め先収入に関して、世帯主の配偶者の収入（同+5.9%）が増加したことが全体を押し上げた。足下で、配偶者の収入は家計の収入増のけん引役となっている。良好な雇用環境を背景に、新たに働きに出ている人がいることや、パートの時給が上昇傾向にあることが背景にあると考えられる。なお、1月9日に公表された11月毎月勤労統計（速報）（厚生労働省）において、パートタイム労働者の時給は前年比+1.7%の1,134円となっている。

### 無職世帯

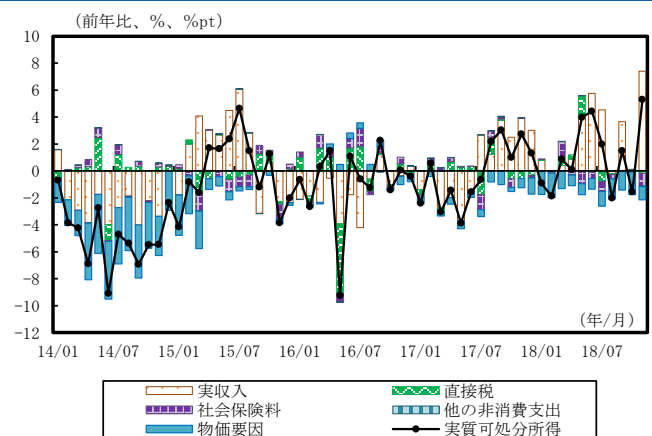
名目実収入は前年比+14.8%と3ヶ月連続で増加し、名目可処分所得も同+19.3%と3ヶ月連続で増加した。11月は公的年金給付が支給されない奇数月である。前回の非支給月（9月）と比較して増加幅が大きくなっているが、主に押し上げに寄与したのは、その他の実収入である。ただし、これは2017年11月に同項目が大きく減少した裏の影響であり、水準に大きな変化はない。

<sup>2</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。

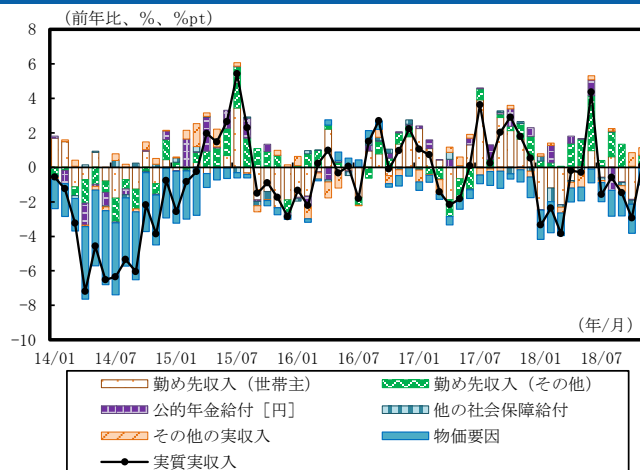
図表 6 : 実質実収入の要因分解 (勤労者+無職)



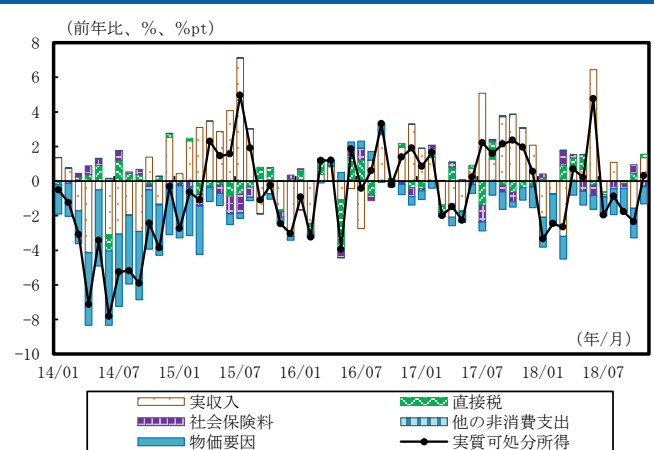
図表 7 : 実質可処分所得の要因分解 (勤労者+無職)



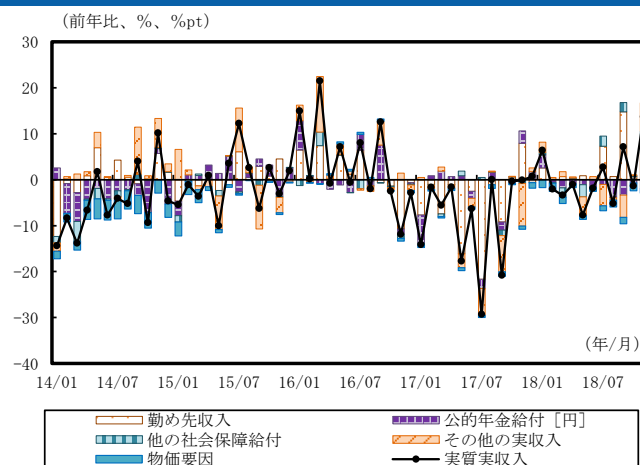
図表 8 : 実質実収入の要因分解 (勤労者世帯)



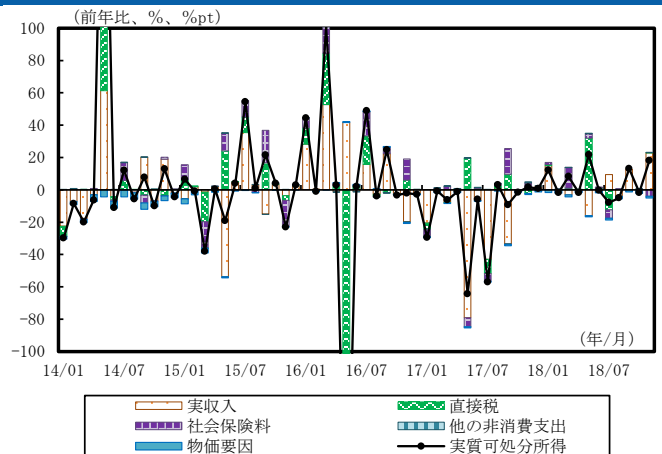
図表 9 : 実質可処分所得の要因分解 (勤労者世帯)



図表 10 : 実質実収入の要因分解 (無職世帯)



図表 11 : 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

## <18年12月の消費者マインド>マインドの悪化が続く

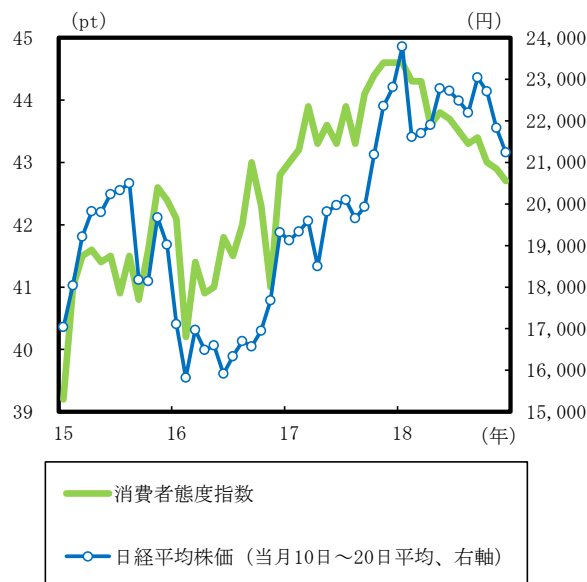
消費動向調査によると、12月の消費者態度指数（二人以上の世帯）は前月差▲0.2ptと3ヶ月連続で低下した（図表12）。内閣府は、消費者マインドの基調判断を「弱い動きがみられる」と据え置いた。

指数の内訳を見ると（図表13）、「雇用環境」（前月差▲0.8pt）、「暮らし向き」（同▲0.2pt）、「収入の増え方」（同▲0.1pt）が低下した一方、「耐久消費財の買い時判断」（同+0.4pt）は上昇した。また、参考系列である「資産価値の増え方」は同▲1.7ptと3ヶ月連続で低下した。

「雇用環境」に関しては、2018年2月以降低下傾向が続いている。消費動向調査では、「良くなる・やや良くなる・変わらない・やや悪くなる・悪くなる」の5段階を調査対象者に尋ねている。雇用環境は、2018年2月以降「やや良くなる」と答えた人の割合が低下し続けている。反対に「変わらない」と答えた人の割合が上昇してきたが、10月以降は「やや悪くなる」と答えた人の割合が上昇している。雇用関連統計でみる国内の雇用環境は引き続き良好であるものの、世界経済の減速懸念などがマインドを下押ししている可能性が考えられる。

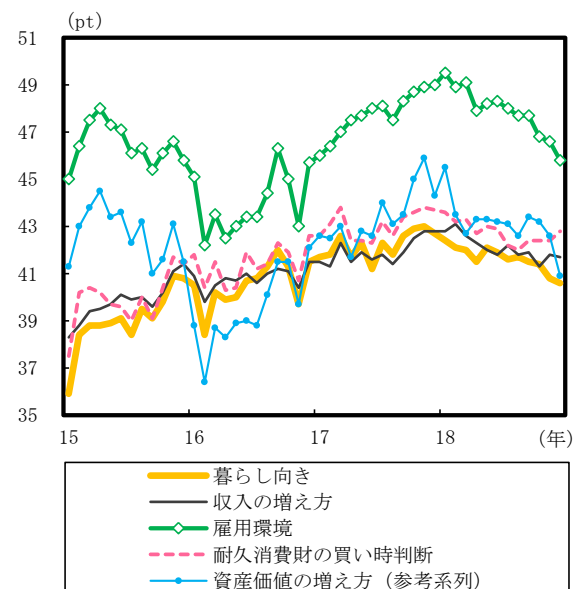
一方、「耐久消費財の買い時判断」は幅広い世代で上昇しているが、特に若年層（世帯主29歳以下の世帯）で上昇幅が大きい。なお、耐久消費財に関連した動きとして、12月上～中旬にヤフーとソフトバンクが出資するスマホ決済サービス「PayPay」が100億円還元キャンペーンを行い（12月4日～13日）、大手家電量販店が対象店舗となっていたことが挙げられる。

図表12：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13：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一進一退

実質個人消費の先行きは、一進一退が続くとみている。

個人消費のカギを握る所得について、名目賃金は労働需給が一段とタイト化するのに伴い緩やかに上昇することを見込んでいる。これまで名目賃金上昇の効果は、物価高により相殺されてきたが、今後は原油価格が直近まで大きく下落してきたことがラグを伴って顕在化することで実質賃金も上昇に向かうだろう。ただし、人手不足に伴う賃金上昇を賃金カーブのフラット化や残業削減によって企業が相殺することにより、名目賃金の上昇ペースが鈍る可能性には注意が必要だ。

また、2019年10月に予定されている消費増税に関しては、各種経済対策の実施により駆け込み需要・反動減はいくらか緩和される見込みである<sup>3</sup>。ただし、施策の一つであるポイント還元策（案）<sup>4</sup>が、制度終了（2020年6月）前後に駆け込み需要・反動減を生じさせる点には留意しておく必要がある。

<sup>3</sup> 詳しくは、神田慶司、廣野洋太、柿沼英理子「[2019, 20年度の消費増税・関連対策の影響](#)」（大和総研レポート、2018年12月25日）参照。

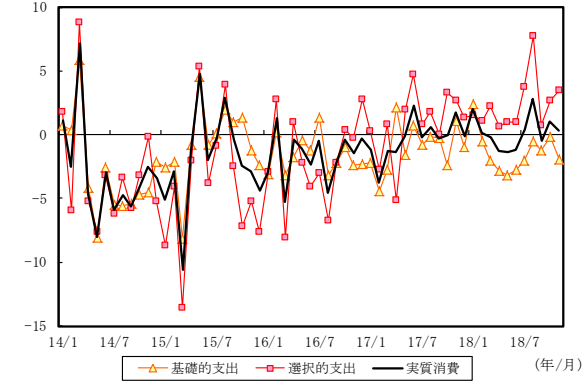
<sup>4</sup> ポイント還元策（案）は、中小小売店（サービス業者・飲食店等を含む）でキャッシュレス決済を行った消費者に対してポイントを還元し、その費用を国が負担する。実施期間は2019年10月から2020年6月（9ヶ月間）。対象は、中小小売店に加え、コンビニや外食、ガソリンスタンドなど大手系列のフランチャイズチェーン店。ポイントの還元率は、中小小売店では5%、大手系列のフランチャイズチェーン店では2%。



消費・概況

基礎的支出と選択的支出

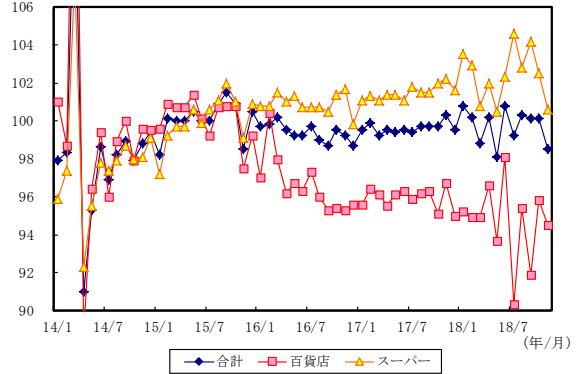
(前年比、%)



(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

(2015年=100)

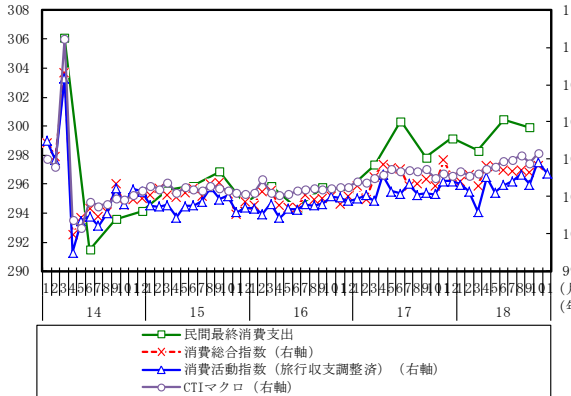


(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

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)

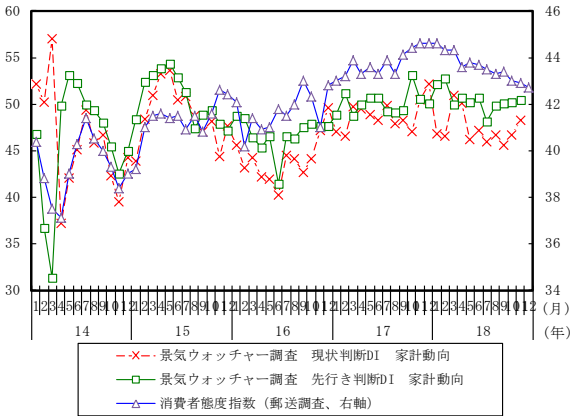


(注) CTIマクロは、2011年が100となるように変換している。  
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド

(DI)

(DI)



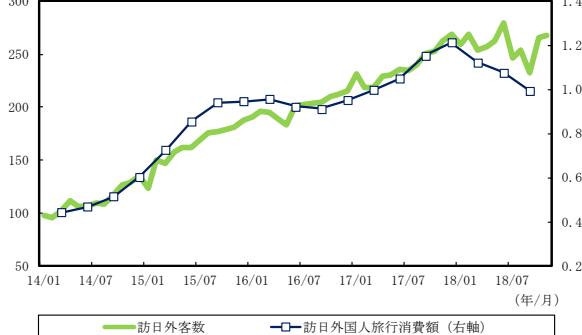
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

訪日外客

訪日外客数と旅行消費額

(万人)

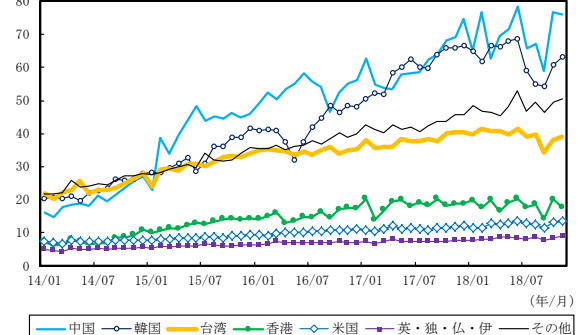
(兆円)



(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

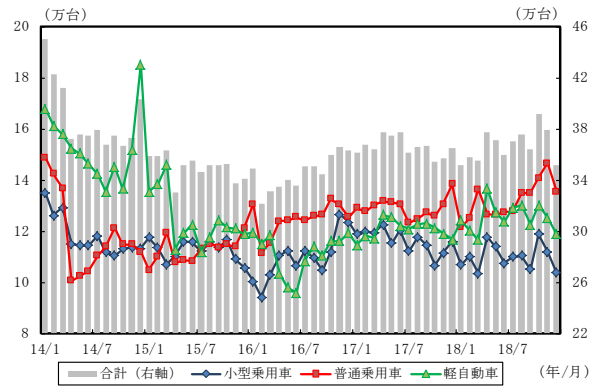
(万人)



(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

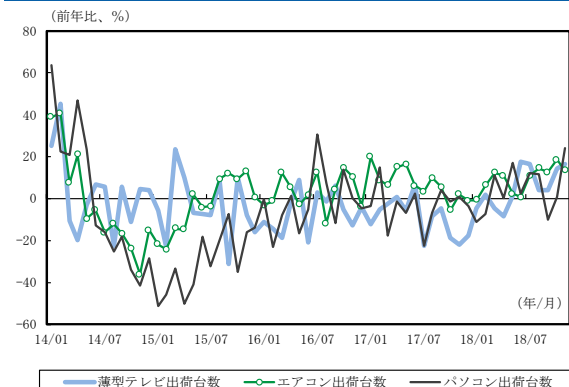
消費・協会統計

新車販売台数



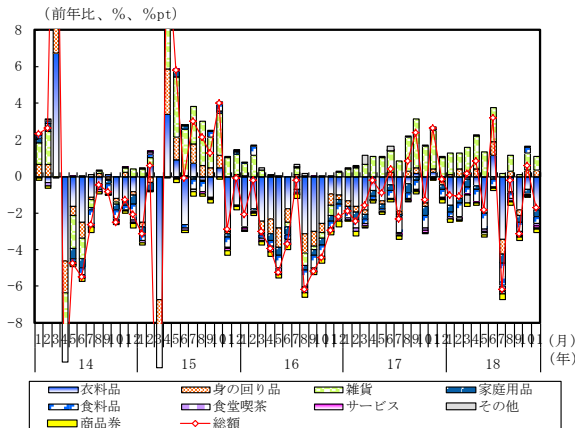
(注) 季節調整は大和総研。個別に季節調整をかけているため、各項目を足し合わせても「合計」と完全には一致しない。  
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ、エアコン、パソコンの出荷台数



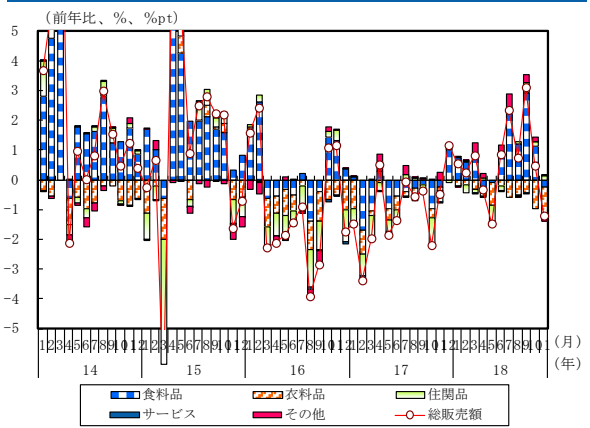
(出所) JRAIA、JEITA統計より大和総研作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



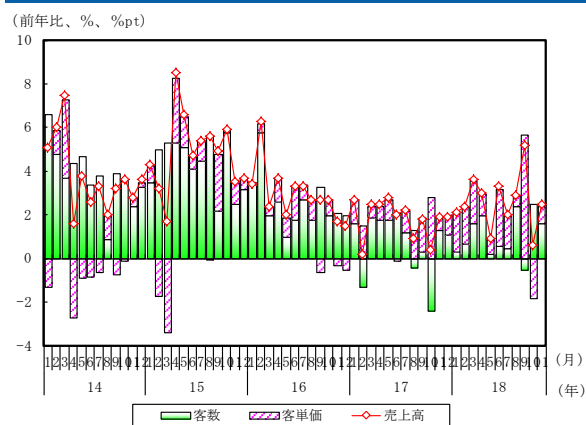
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



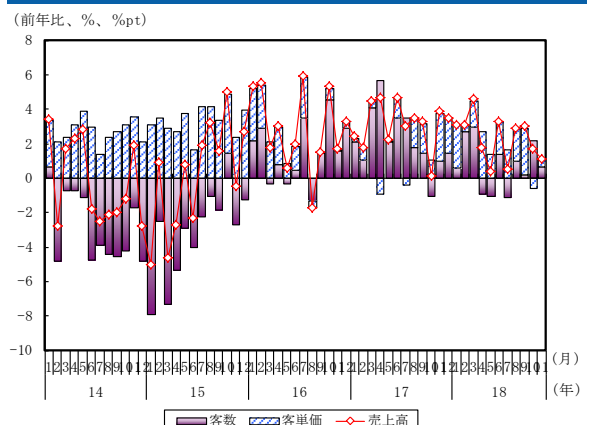
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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