

2019年3月8日 全12頁

Indicators Update

2019年1月消費統計

暖冬でアパレル不調／一部で中国の法改正による影響も

経済調査部
 研究員 山口 茜
 エコノミスト 小林 俊介

[要約]

- 【1月の消費（総括）】需要側で増加、供給側で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前月から概ね横ばいで推移したとみられる。対照的な結果となった要因の一つとして、中国で1月から電子商務法が施行され、代理購入を行う事業者や個人への規制が強化されたことによるマイナスの影響が供給側統計にのみ反映されていることが挙げられる。
- 【1月の消費（詳細）】需要側の家計調査では、増加・減少項目ともに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の動きが目立ったが、そうした要因を除いても前月から増加しており、CTI ミクロでも同様の結果となっている。他方、供給側の商業動態統計では多くの業種で苦戦した。需要側・供給側に共通して見られた特徴としては、アパレル関連の消費が暖冬の影響を受けて減少したことが挙げられる。
- 【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、2018年11月以降原油価格が大きく下落したことで、足下では実質賃金も上昇している。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 9月	10月	11月	12月	2019年 1月		
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 1.5	▲ 0.2	▲ 0.5	0.1	2.0	総務省
		前月比	▲ 3.5	1.5	0.2	▲ 0.1	2.2	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲ 0.4	3.3	1.3	0.8	1.0	総務省
		前月比	▲ 1.0	2.1	▲ 0.7	▲ 2.3	2.2	
供給側	小売販売額	前年比	2.2	3.6	1.4	1.3	0.6	経済産業省
		前月比	0.1	1.3	▲ 1.1	0.9	▲ 2.3	
	百貨店売上高	前年比	▲ 3.0	1.7	▲ 0.6	▲ 0.7	▲ 2.9	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	3.5	▲ 1.5	0.6	1.2	0.8	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	1.9	▲ 0.7	▲ 2.5	▲ 0.7	▲ 3.4	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	3.0	1.7	1.1	2.1	1.4	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	▲ 3.2	3.3	2.8	4.4	-	観光庁
需要側 + 供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	0.6	1.5	1.2	1.1	1.2	総務省
		前月比	▲ 0.2	0.5	▲ 0.1	▲ 0.1	0.2	
	消費総合指数	前月比	0.1	0.9	▲ 0.4	▲ 0.6	-	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・転送等をご遠慮ください。

＜総括＞総合的に判断すると前月から横ばい

1月の消費は、需要側で増加、供給側で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前月から概ね横ばいで推移したとみられる。対照的な結果となった要因の一つとして、中国で1月から電子商務法が施行され、代理購入を行う事業者や個人への規制が強化されたことによるマイナスの影響が供給側統計にのみ反映されていることが挙げられる。

詳細を見ると、需要側の家計調査では、増加・減少項目ともに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の動きが目立ったが、そうした要因を除いても前月から増加しており、CTI ミクロでも同様の結果となっている。他方、供給側の商業動態統計では、多くの業種で苦戦した。需要側・供給側に共通して見られた特徴としては、アパレル関連の消費が暖冬の影響を受けて減少したことが挙げられる。

＜家計調査（需要側）＞ぶれの大きい項目を除いても前月から増加

1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+0.7%と2ヶ月ぶりに増加した（**図表 2、3**）。増加・減少ともに目立つのは家計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ものの、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）も同+0.9%と増加している。

家計調査では、2018年1月から記載様式を改正した家計簿を採用している。2018年は従来の家計簿と新しい家計簿が半々で併用されていたが、今回、2019年1月分からは全ての家計で新家計簿を使用している。なお、本レポートに記載されている数値は、そうした家計簿変更の影響を除いたとされる変動調整値である。

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+14.7%）、「教養娯楽」（同+3.9%）などが増加した一方、「その他の消費支出」（同▲3.4%）、「被服及び履物」（同▲9.7%）などは減少した。

「住居」は前月に大きく減少（前月比▲8.6%）した反動とみられる。家計調査はサンプル数が少ないことから、同項目の「設備修繕・維持」を中心にぶれがかなり大きく、かく乱要因となっている。また、「教養娯楽」では、前月に続きパック旅行費が全体を押し上げている。「教養娯楽」は「教養娯楽サービス」の消費の増加を主因として、足下で強い動きが続いている。

一方、「その他の消費支出」では、「交際費」や「仕送り金」の減少が全体を押し下げているが、これらの項目もぶれの大きい項目である。「被服及び履物」に関しては、1月は平年よりも気温が高く（**後掲 p. 11**）、冬物商品の動きが鈍かったことが押し下げ要因となったと考えられる。

図表 2 : 実質消費支出 (費目別) の前月比変化率

前月比、%	2018/6	2018/7	2018/8	2018/9	2018/10	2018/11	2018/12	2019/1	シェア (%)
消費支出	1.1	▲0.4	2.9	▲3.5	1.5	0.2	▲0.1	0.7	100.0
食料	1.7	▲0.9	0.3	▲0.4	2.2	▲1.6	▲0.9	0.7	27.6
住居	5.0	▲4.9	3.2	0.1	▲4.2	11.8	▲8.6	14.7	5.9
光熱・水道	▲2.1	3.3	▲0.3	1.3	▲1.5	▲4.5	▲0.3	1.4	7.7
家具・家事用品	5.9	▲1.9	▲0.7	▲0.9	5.0	2.9	▲0.5	▲2.0	3.9
被服及び履物	0.8	▲2.2	5.1	▲0.5	▲4.8	7.0	2.5	▲9.7	4.0
保健医療	▲4.5	2.1	1.0	▲4.0	4.5	▲4.1	2.0	0.1	4.6
交通・通信	0.4	1.6	6.8	▲14.8	5.9	▲2.1	1.3	0.8	14.7
教育	2.3	▲6.4	6.7	▲5.1	11.8	▲8.7	8.0	▲2.5	4.1
教養娯楽	▲3.5	2.0	1.0	0.1	0.7	0.9	3.9	3.9	10.1
その他の消費支出	3.5	0.1	1.1	0.1	▲3.4	5.2	0.2	▲3.4	17.4

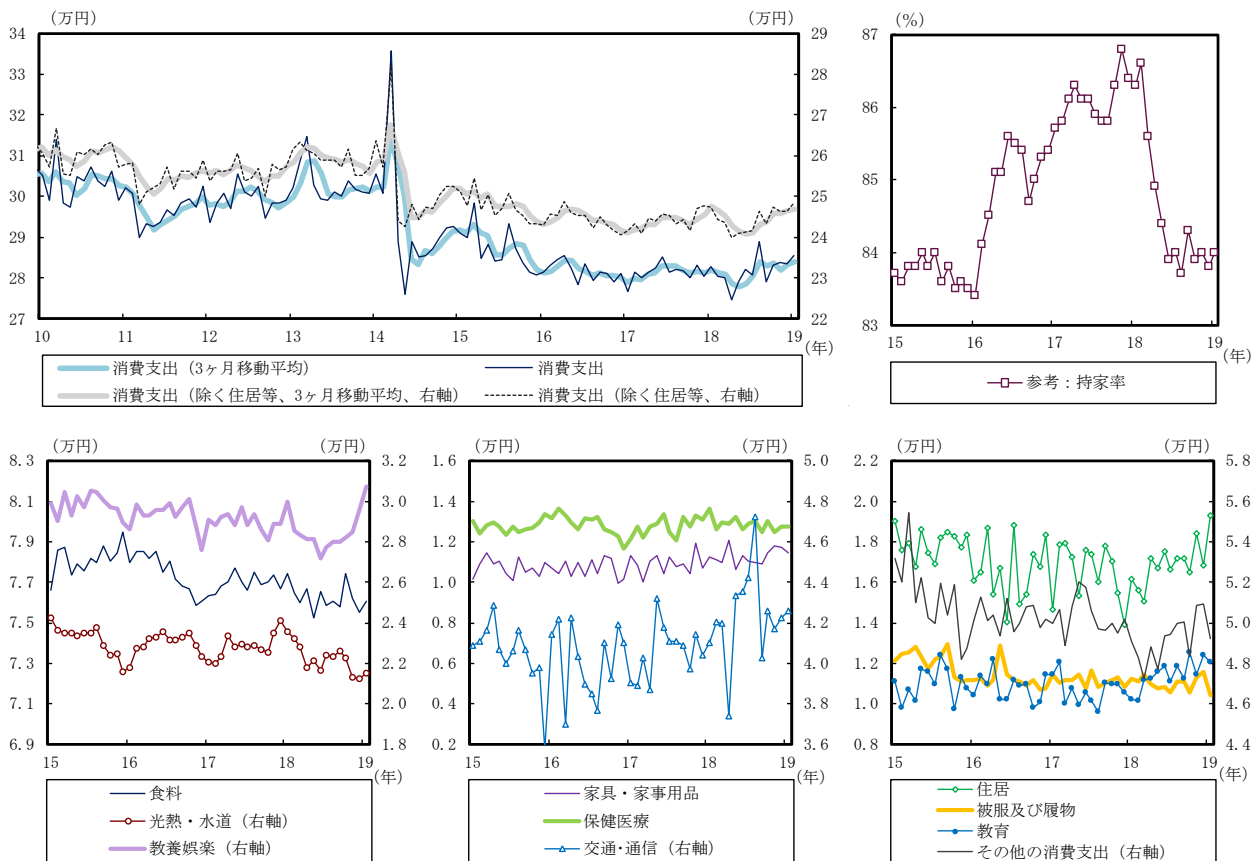
(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

(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) シェアは2018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。

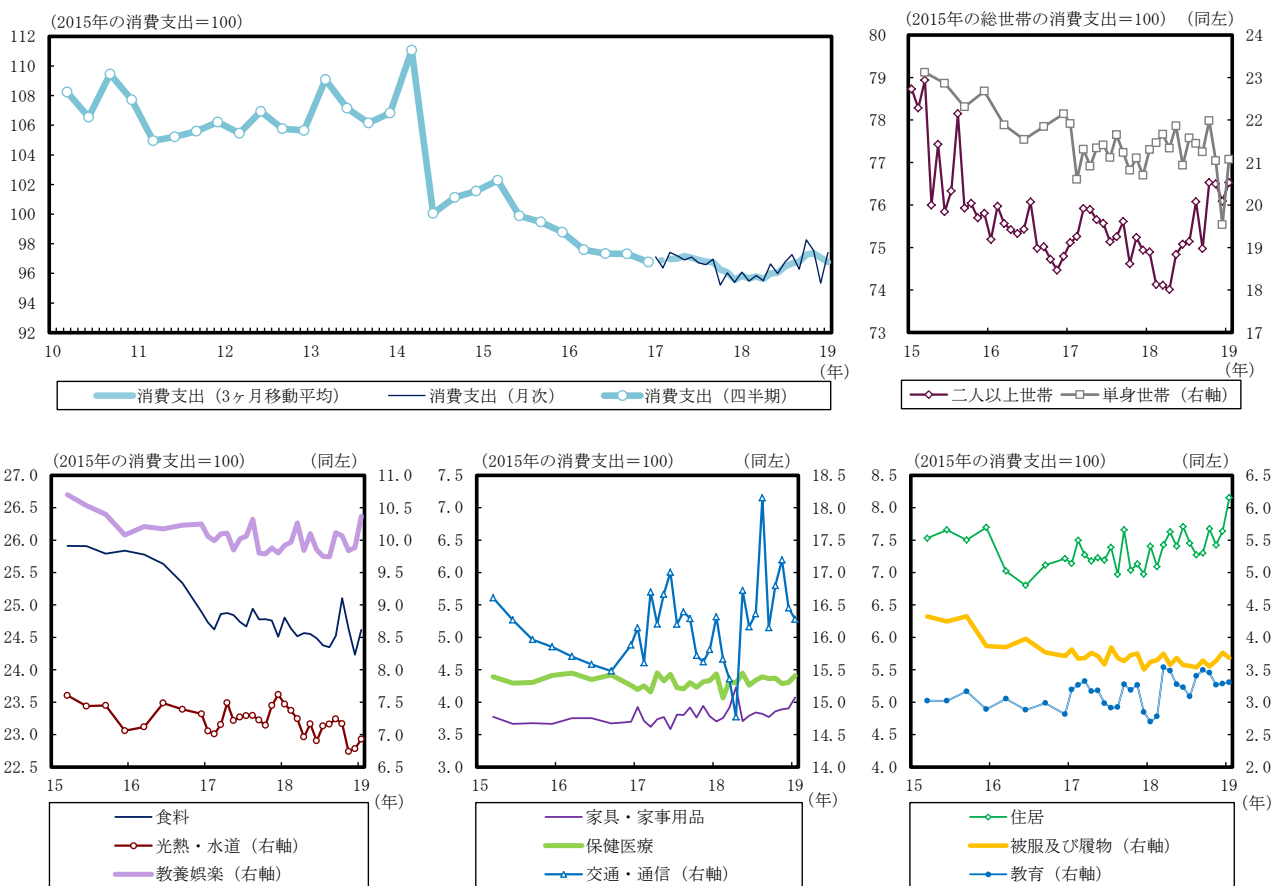
(出所) 総務省統計より大和総研作成

<CTI ミクロ（需要側）> 単身世帯の一時的な下ぶれは解消

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¹では、1月の実質消費支出（総世帯ベース）は前月比+2.2%と3ヶ月ぶりに大幅に増加した（**図表4**）。世帯別に見ると、二人以上世帯（同+0.6%）、単身世帯（同+7.9%）ともに増加しており、特に単身世帯の増加が大きい。単身世帯に関しては、サンプル数の少なさからぶれが大きく、前月に大幅に下振れ（同▲7.1%）した反動が出たものとみられる。

CTI ミクロの実質消費支出（総世帯ベース）の動きを費目別に見ると、「住居」（前月比+6.7%）、「食料」（同+1.6%）などが増加した一方で、「交通・通信」（同▲1.1%）、「被服及び履物」（同▲2.1%）は減少した。家計調査と概ね方向感是一致的しているが、「交通・通信」は家計調査と同じ二人以上世帯ベースで見ても対照的な結果となっている。これは、自動車などの高額・低頻度消費の項目がCTI ミクロにおいて補正されたことによる影響とみられる。

図表4：CTI ミクロ（世帯消費動向指数、実質、季節調整値）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。

＜商業動態統計（供給側）＞多くの業種で苦戦

1月の商業動態統計を見ると、名目小売販売額は前月比▲2.3%と2ヶ月ぶりに大幅に減少した（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▲2.9%と2ヶ月ぶりの減少となった。

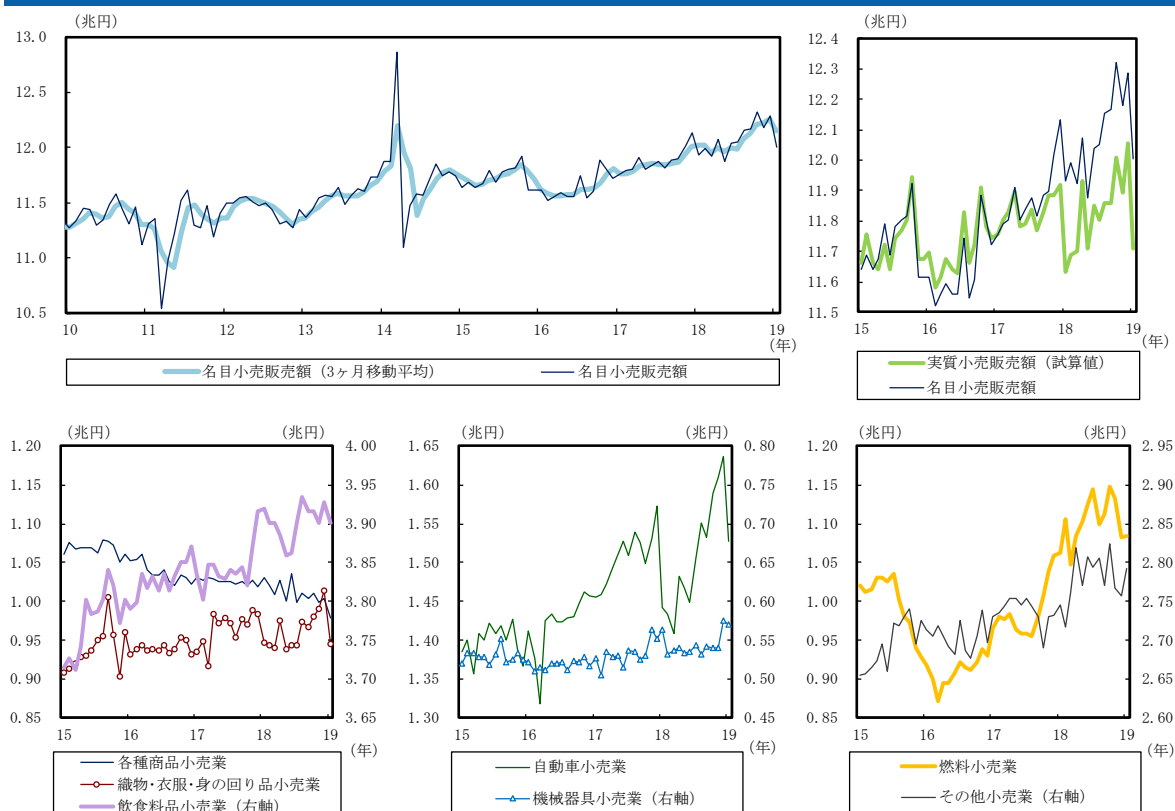
名目小売販売額を業種別に見ると、「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」（前月比+1.3%）、「燃料小売業」（同+0.2%）は小幅に増加したものの、「自動車小売業」（同▲6.6%）、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同▲6.8%）、「各種商品小売業」（同▲2.7%）など多くの業種は減少した。

「自動車小売業」は、新型車効果により2018年7月以降増加傾向が続いていたものの、そうした効果が剥落したことが、1月の大幅減につながったとみられる。業界統計でも、新車販売台数は足下で落ち込んでいることが確認できる（後掲p.10）。

「織物・衣服・身の回り品小売業」に関しては、先述した通り1月は平年よりも気温が高く（後掲p.11）、冬物商品の動きが鈍かったことが押し下げ要因となったと考えられる。

また、「各種商品小売業」は百貨店や総合スーパーなどが該当するが、特に百貨店の減少幅が大きい（前月比▲2.3%）。中国で1月から電子商務法が施行され、代理購入を行う事業者や個人への規制が強化されたことが押し下げ要因となった可能性がある。

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、%	2018/6	2018/7	2018/8	2018/9	2018/10	2018/11	2018/12	2019/1	シェア(%)
小売業計	1.4	0.1	0.9	0.1	1.3	▲1.1	0.9	▲2.3	100.0
各種商品小売業	3.5	▲3.5	1.2	▲0.6	0.6	▲1.3	0.6	▲2.7	8.4
織物・衣服・身の回り品小売業	0.5	0.0	3.1	▲0.7	1.5	1.1	2.4	▲6.8	7.6
飲食料品小売業	0.1	1.0	0.9	▲0.5	0.0	▲0.4	0.7	▲0.7	31.2
自動車小売業	▲1.2	4.1	2.9	▲1.2	3.7	1.2	1.7	▲6.6	12.5
機械器具小売業	0.6	1.3	▲1.9	1.9	▲0.4	0.1	6.3	▲0.6	4.2
燃料小売業	1.9	1.9	▲3.9	1.1	3.2	▲1.4	▲4.4	0.2	9.1
その他小売業	1.4	▲0.5	0.4	▲1.2	1.9	▲2.0	▲0.4	1.3	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」。

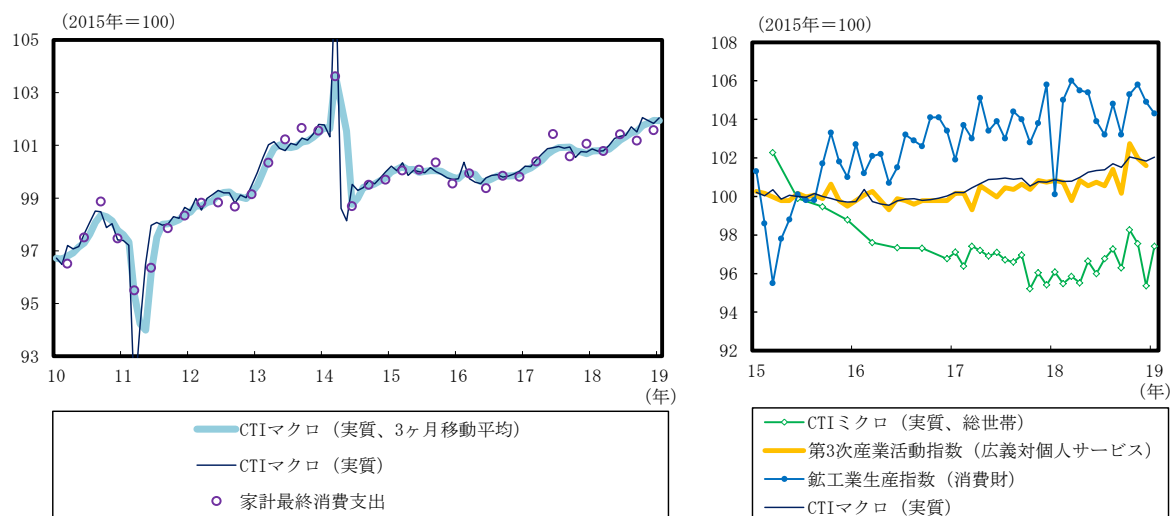
(注3) シェアは、2018年の数値。「無店舗小売業」の系列が無い場合、各系列のシェアを合計しても100%にはならない。

(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

<CTI マクロ(需要側+供給側)> 需要側統計の強さを受けて3ヶ月ぶり増加

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+0.2%と3ヶ月ぶりに増加した(図表7)。1月は、鉱工業生産指数の消費財は低下(同▲0.8%)したものの、CTI ミクロが大きく増加(同+2.2%)したことが全体を押し上げた。

図表 7 : CTI マクロと関連指標



(注1) 家計最終消費支出、CTIミクロ、第3次産業活動指数、鉱工業生産指数は季節調整値。

(注2) CTIミクロの2016年12月以前と家計最終消費支出は四半期データ、それ以外は月次データ。

(注3) 第3次産業活動指数は2010年基準の数値を2015年=100となるように調整している。

(出所) 内閣府、総務省、経済産業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。

<2月の消費者マインド>止まらぬマインドの悪化

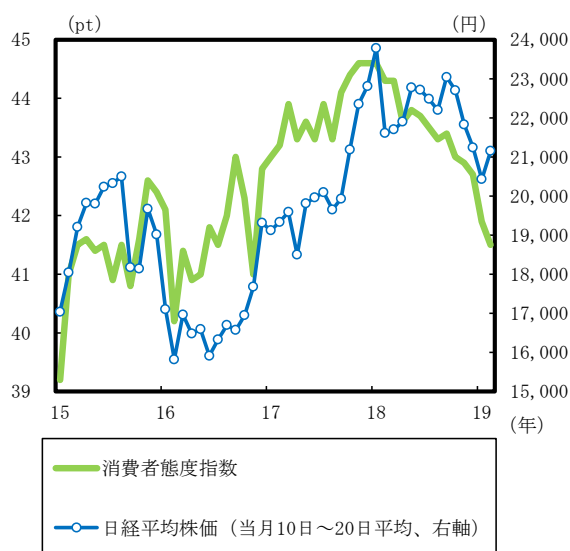
消費動向調査によると、2月の消費者態度指数（二人以上の世帯）は前月差▲0.4ptと5ヶ月連続で低下した（図表8）。株価は上昇したものの、消費者マインドの悪化は止まらなかった。この結果を受けて、内閣府は消費者マインドの基調判断を「弱い動きがみられる」から「弱まっている」へと下方修正した。

指数の内訳を見ると（図表9）、「雇用環境」（前月差+0.5pt）が上昇した一方、「暮らし向き」（同▲1.1pt）、「耐久消費財の買い時判断」（同▲0.8pt）、「収入の増え方」（同▲0.1pt）は低下した。また、参考系列である「資産価値」は株価の上昇を受けて、同+1.2ptと5ヶ月ぶりに上昇した。

「雇用環境」は改善したものの、前月の大幅悪化（前月差▲1.5pt）を踏まえると上昇幅は小さい。同項目は2018年2月以降、低下傾向が続いている。

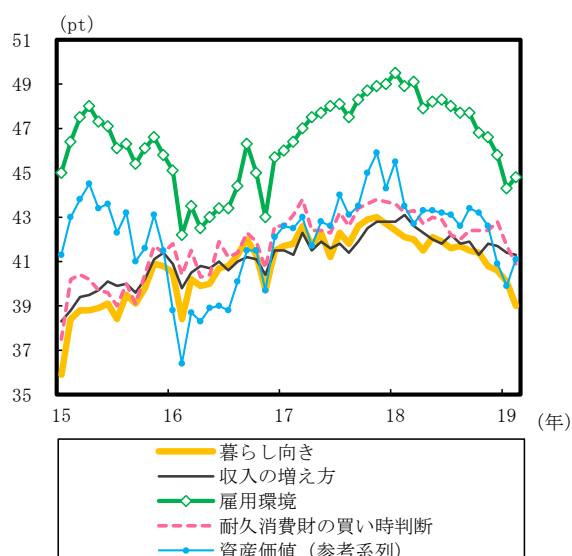
他方、「暮らし向き」は6ヶ月連続の悪化となった。地域、年齢を問わず悪化が見られた。足下では、生鮮食品やエネルギー関連の値段が下がり、家計の実質賃金も増加しているものの、世界経済の減速懸念などがマインドを下押ししている可能性が考えられる。

図表8：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9：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、2018年11月以降原油価格が大きく下落したことで、足下では実質賃金も上昇している。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。

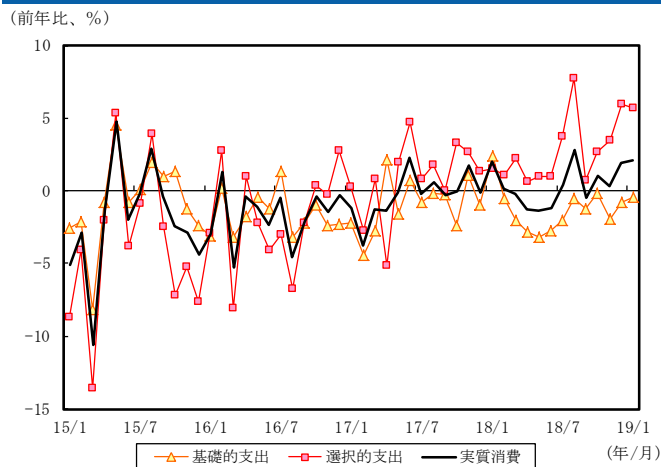
また、2019年10月に予定されている消費増税に関しては、各種経済対策の実施により駆け込み需要・反動減はいくらか緩和される見込みである³。ただし、施策の一つであるポイント還元策（案）⁴が、制度終了（2020年6月末）前後に駆け込み需要・反動減を生じさせる点には留意しておく必要がある。

³ 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。

⁴ 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%。

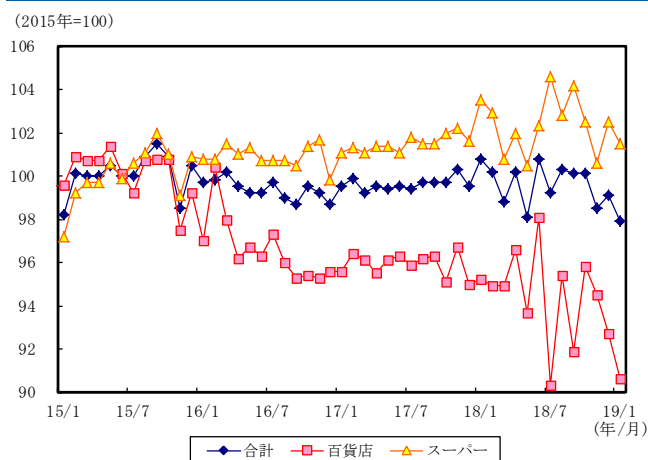
消費・概況

基礎的支出と選択的支出



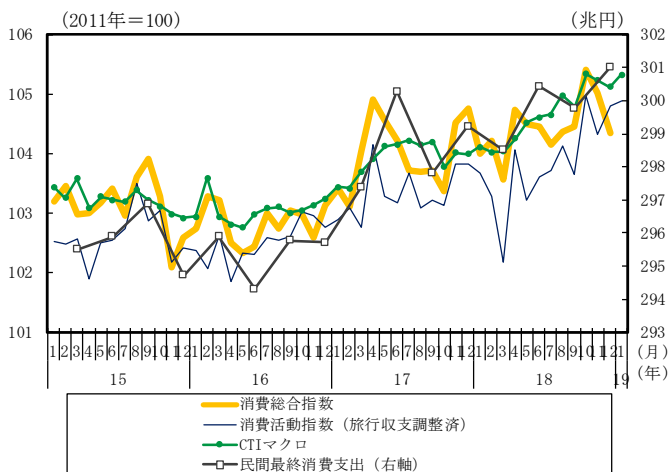
(出所) 総務省統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



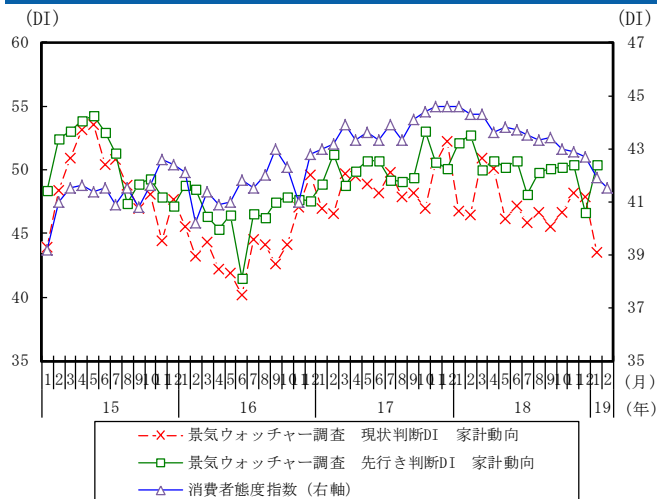
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

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

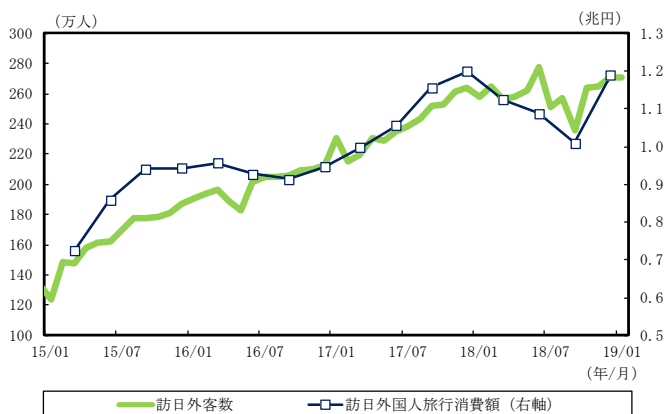
消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

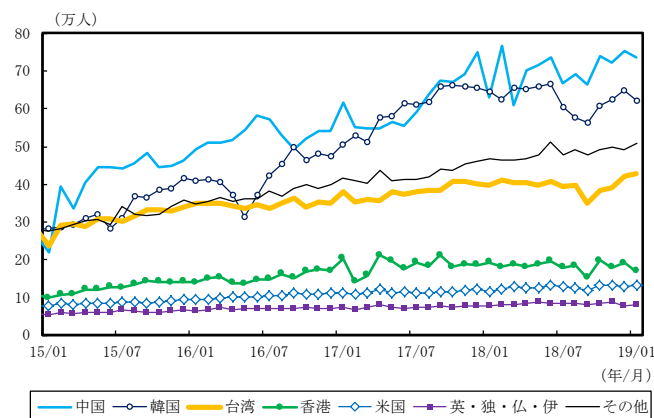
訪日外客

訪日外客数と旅行消費額



(注) 大和総研による季節調整値。訪日外国人旅行消費額はクルーズ客を除く数値。
(出所) 日本政府観光局、観光庁統計より大和総研作成

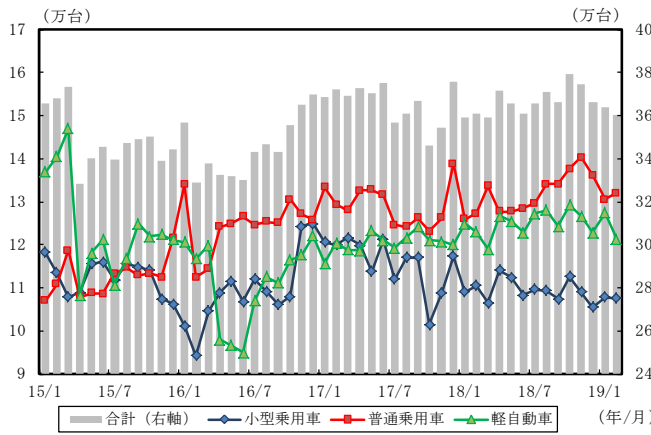
国籍別 訪日外客数



(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

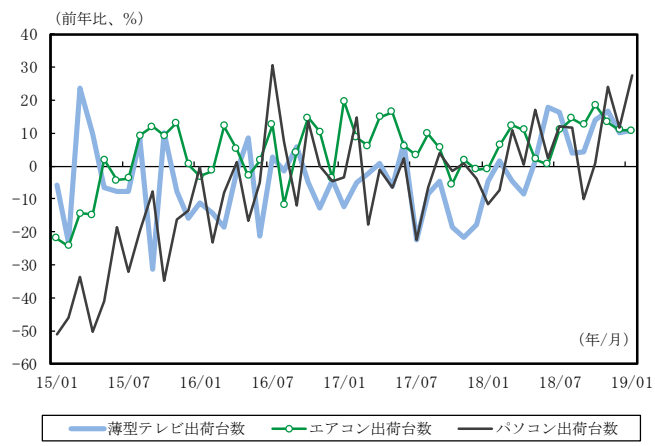
消費・協会統計

新車販売台数



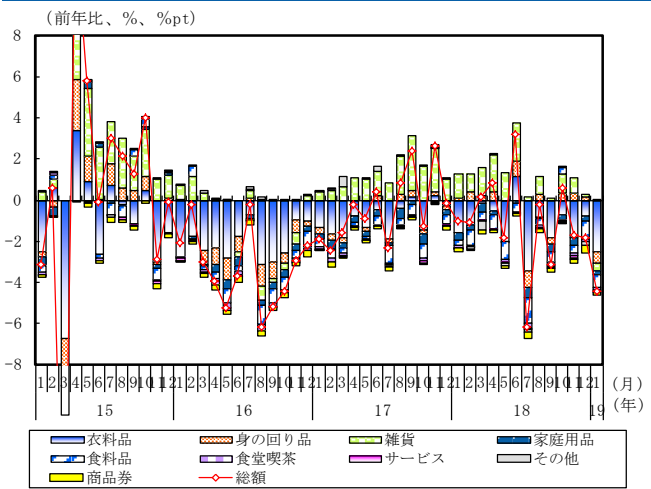
(注) 季節調整は大和総研。個別に季節調整をかけているため、各項目を足し合わせても「合計」と完全には一致しない。
 (出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ、エアコン、パソコンの出荷台数



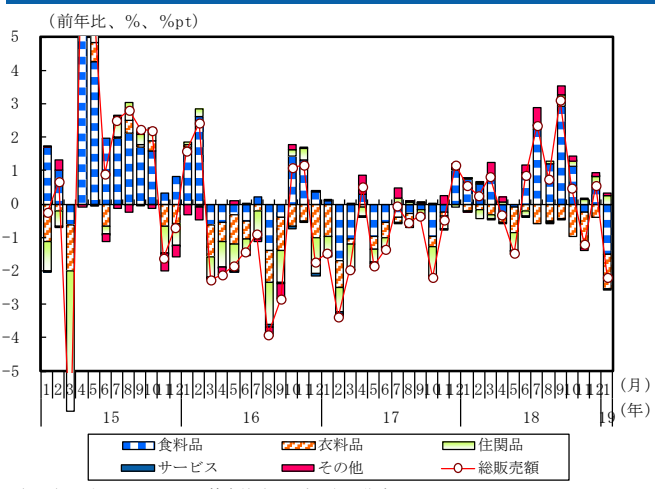
(出所) JRAIA、JEITA統計より大和総研作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



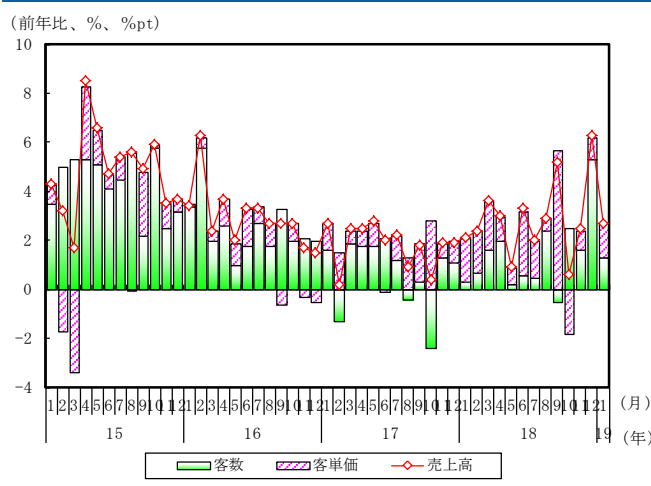
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



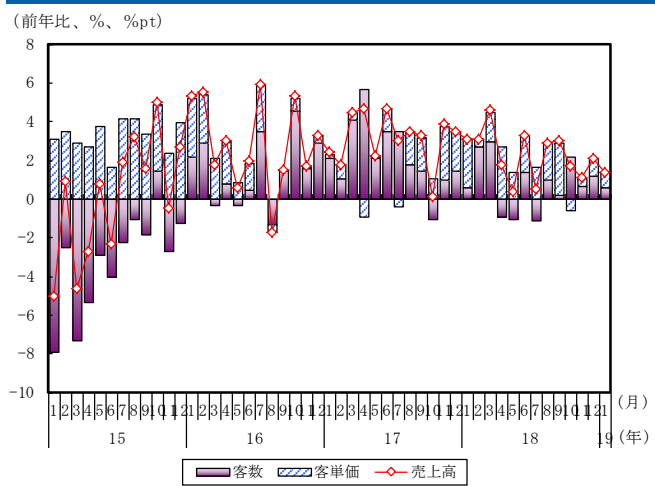
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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

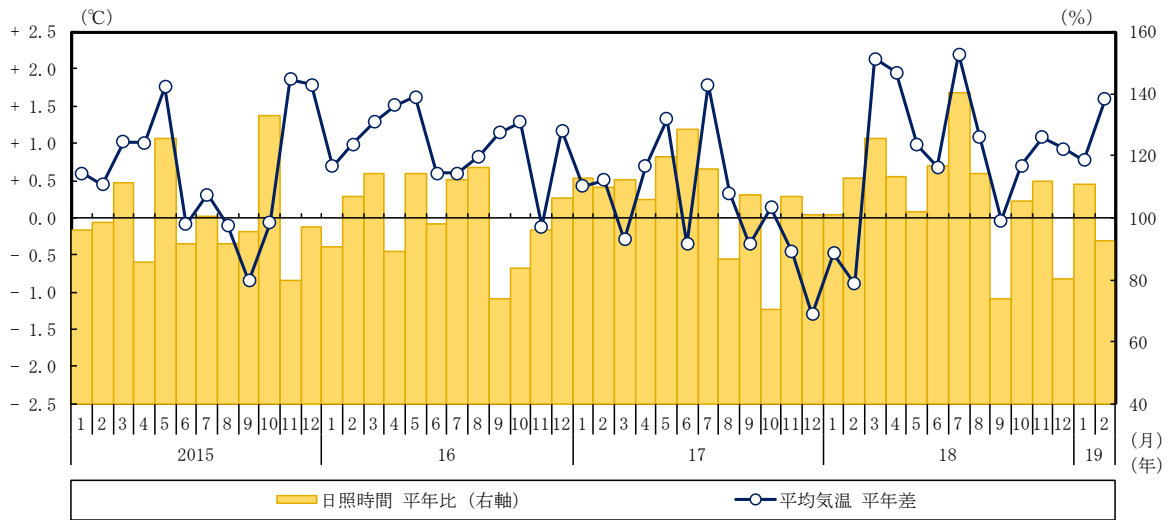
外食市場売上高



(出所) 日本フードサービス協会統計より大和総研作成

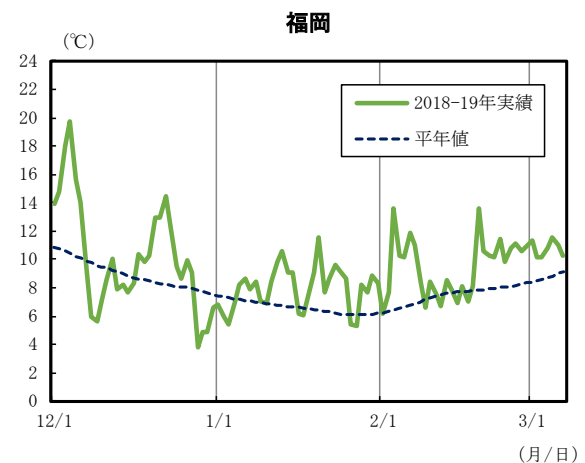
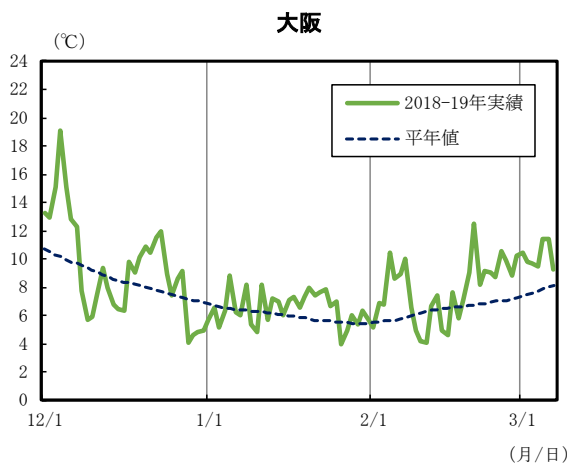
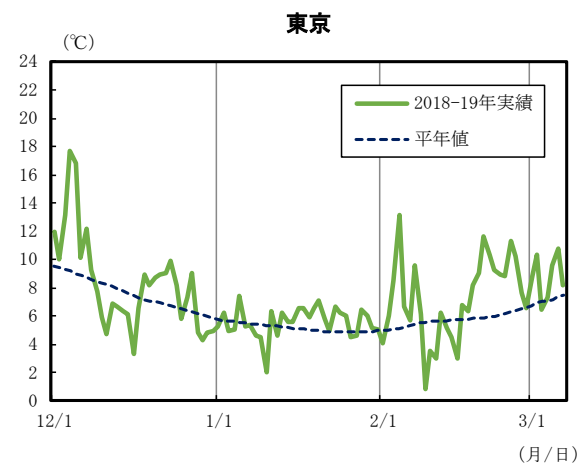
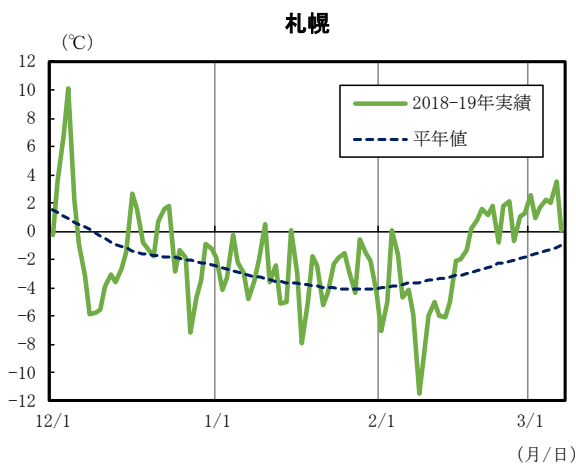
天候

全国の平均気温と日照時間



(注) 東日本、西日本、北日本、沖縄・奄美のデータを2015年国勢調査の人口で加重平均したもの。
 (出所) 総務省、気象庁統計より大和総研作成

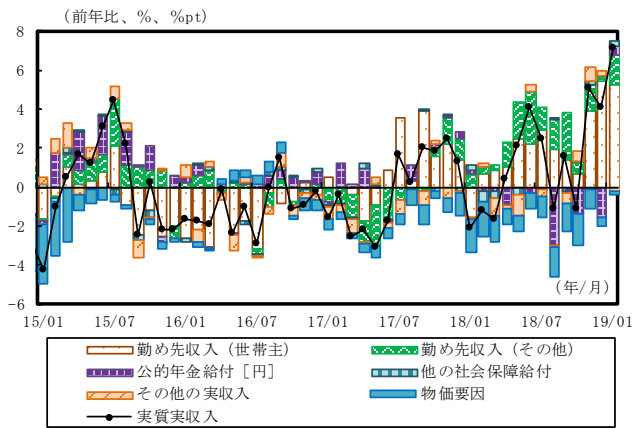
主要都市の日平均気温



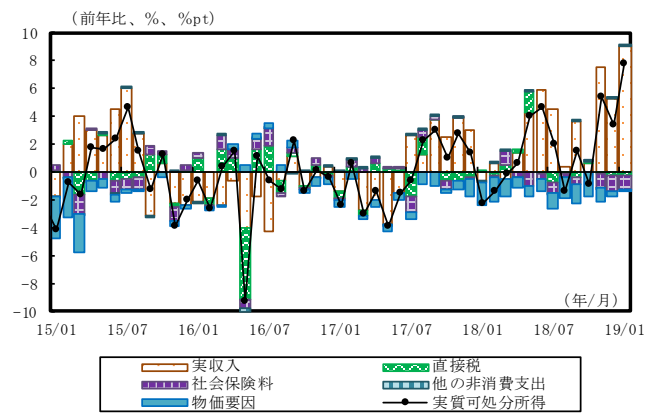
(出所) 気象庁統計より大和総研作成

収入

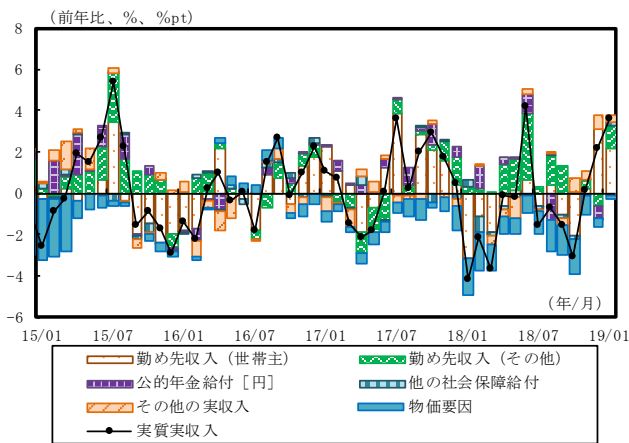
実質実収入の要因分解(勤労者世帯+無職世帯)



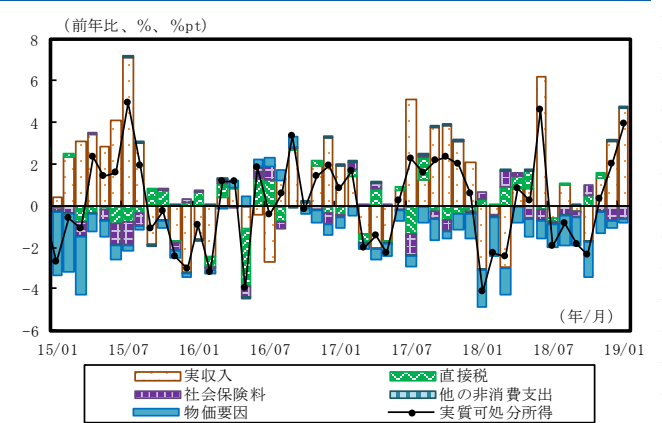
実質可処分所得の要因分解(勤労者世帯+無職世帯)



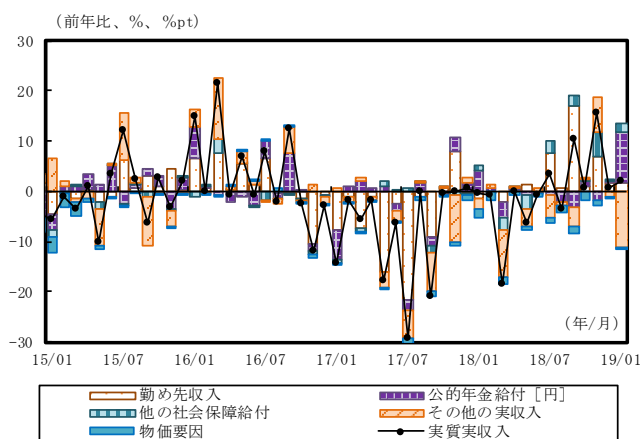
実質実収入の要因分解:勤労者世帯



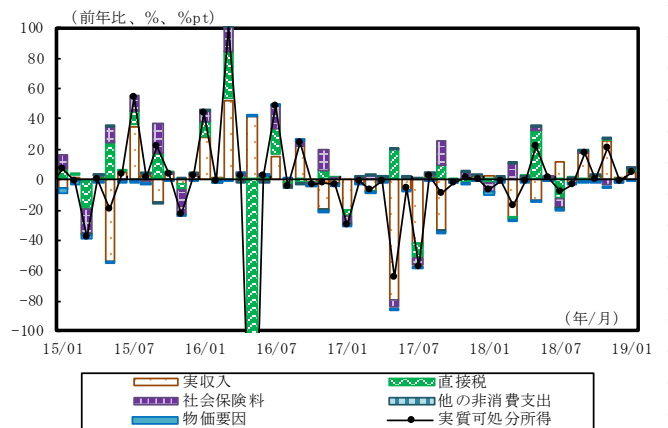
実質可処分所得の要因分解:勤労者世帯



実質実収入の要因分解:無職世帯



実質可処分所得の要因分解:無職世帯



(注) 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。
(出所) 総務省統計より大和総研作成