

2019年4月5日 全11頁

Indicators Update

2019年2月消費統計

インバウンド需要が回復

経済調査部

研究員 山口 茜

エコノミスト 小林 俊介

[要約]

- 【総括】 需要側で減少、供給側で増加と前月に続き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として、中国で1月に施行された電子商務法の影響が一巡したことや、インバウンド需要の回復が供給側統計にのみ反映されたことなどが挙げられる。
- 【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減少しており、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、苦戦する業種が多かったものの、インバウンド需要の回復に伴う百貨店売上高の増加が全体を押し上げた。
- 【先行き】 実質個人消費は一進一退が続きながらも緩やかに増加するとみている。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、賃金カーブのフラット化や残業抑制により、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 10月	11月	12月	2019年 1月	2月		
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 0.2	▲ 0.5	0.1	2.0	1.7	総務省
		前月比	1.5	0.2	▲ 0.1	2.2	▲ 2.0	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	3.3	1.3	0.8	1.0	1.7	総務省
		前月比	2.1	▲ 0.7	▲ 2.3	2.2	▲ 0.6	
供給側	小売販売額	前年比	3.6	1.4	1.3	0.6	0.4	経済産業省
		前月比	0.8	▲ 0.8	0.7	▲ 1.8	0.2	
	百貨店売上高	前年比	1.7	▲ 0.6	▲ 0.7	▲ 2.9	0.4	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	▲ 1.5	0.6	1.2	0.8	2.0	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	▲ 0.7	▲ 2.5	▲ 0.7	▲ 3.4	▲ 2.5	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	1.7	1.1	2.1	1.4	1.9	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	3.3	2.8	4.4	1.0	-	観光庁
需要側 + 供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	1.4	1.1	1.0	1.1	1.3	総務省
		前月比	0.5	▲ 0.1	▲ 0.1	0.3	0.1	
	消費総合指数	前月比	0.9	▲ 0.3	▲ 1.2	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。

(出所) 各種統計より大和総研作成

<総括>総合的に判断すると前月から横ばい

2月の消費は、需要側で減少、供給側で増加と前月に続き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として、中国で1月に施行された電子商務法（代理購入を行う事業者や個人への規制の強化）の影響が一巡したことや、インバウンド需要の回復が供給側統計にのみ反映されたことなどが挙げられる。

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減少しており、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、苦戦する業種が多かったものの、インバウンド需要の回復に伴う百貨店売上高の増加が全体を押し上げた。

<家計調査（需要側）>ぶれの大きい項目を除いても前月から減少

2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▲2.0%と2ヶ月ぶりに減少した（**図表 2、3**）。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▲1.8%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4費目が前月から増加した。「交通・通信」（前月比+5.9%）、「被服及び履物」（同+7.8%）などが増加した一方、「住居」（同▲16.5%）、「教育」（同▲20.8%）などは減少した。

「交通・通信」では、自動車購入の大幅な増加が全体を押し上げた。家計調査はサンプル数の少なさから、自動車などの高額・低頻度消費のぶれが大きい。そこで、業界統計を確認すると（**後掲 p.9**）、新車販売台数は2月に大きく増加していないことから、家計調査における2月の自動車購入額の大幅増は一時的なぶれと考えるのが妥当だろう。また、「被服及び履物」に関しては、2月は月後半に気温が上昇したことで（**後掲 p.10**）春物商品が動いたことが押し上げ要因となったと考えられる。

一方で、「住居」は前月に大きく上振れしていた「設備修繕・維持」の減少が全体を押し下げており、前月の反動減と見て良いだろう。また、「教育」では、私立大学の授業料が押し下げ要因となっているものの、こちらもぶれの大きい項目である。

図表 2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2018/7	2018/8	2018/9	2018/10	2018/11	2018/12	2019/1	2019/2	シェア (%)
消費支出	▲0.4	2.9	▲3.5	1.5	0.2	▲0.1	0.7	▲2.0	100.0
食料	▲0.9	0.3	▲0.4	2.2	▲1.6	▲0.9	0.7	0.5	27.6
住居	▲4.9	3.2	0.1	▲4.2	11.8	▲8.6	14.7	▲16.5	5.9
光熱・水道	3.3	▲0.3	1.3	▲1.5	▲4.5	▲0.3	1.4	▲0.1	7.7
家具・家事用品	▲1.9	▲0.7	▲0.9	5.0	2.9	▲0.5	▲2.0	0.8	3.9
被服及び履物	▲2.2	5.1	▲0.5	▲4.8	7.0	2.5	▲9.7	7.8	4.0
保健医療	2.1	1.0	▲4.0	4.5	▲4.1	2.0	0.1	▲1.4	4.6
交通・通信	1.6	6.8	▲14.8	5.9	▲2.1	1.3	0.8	5.9	14.7
教育	▲6.4	6.7	▲5.1	11.8	▲8.7	8.0	▲2.5	▲20.8	4.1
教養娯楽	2.0	1.0	0.1	0.7	0.9	3.9	3.9	▲5.5	10.1
その他の消費支出	0.1	1.1	0.1	▲3.4	5.2	0.2	▲3.4	▲1.8	17.4

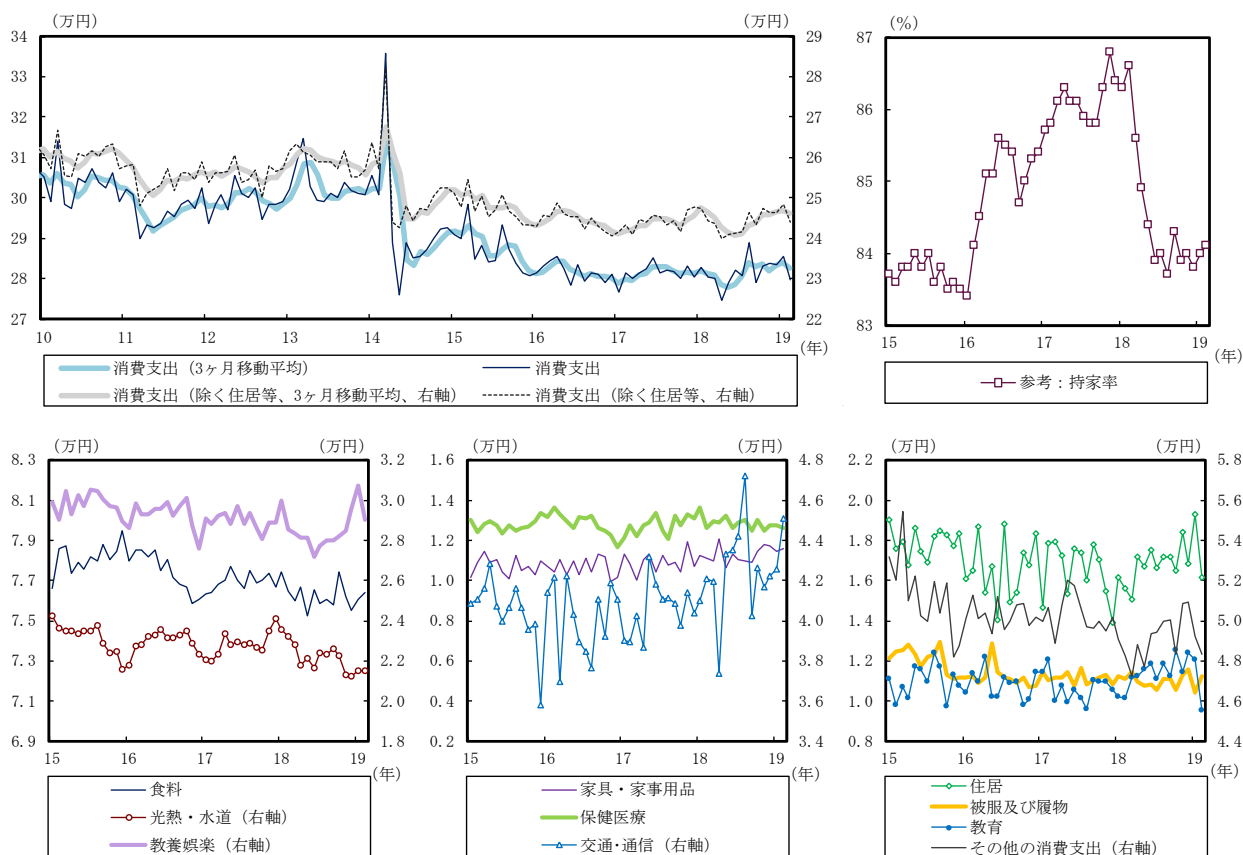
(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

(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

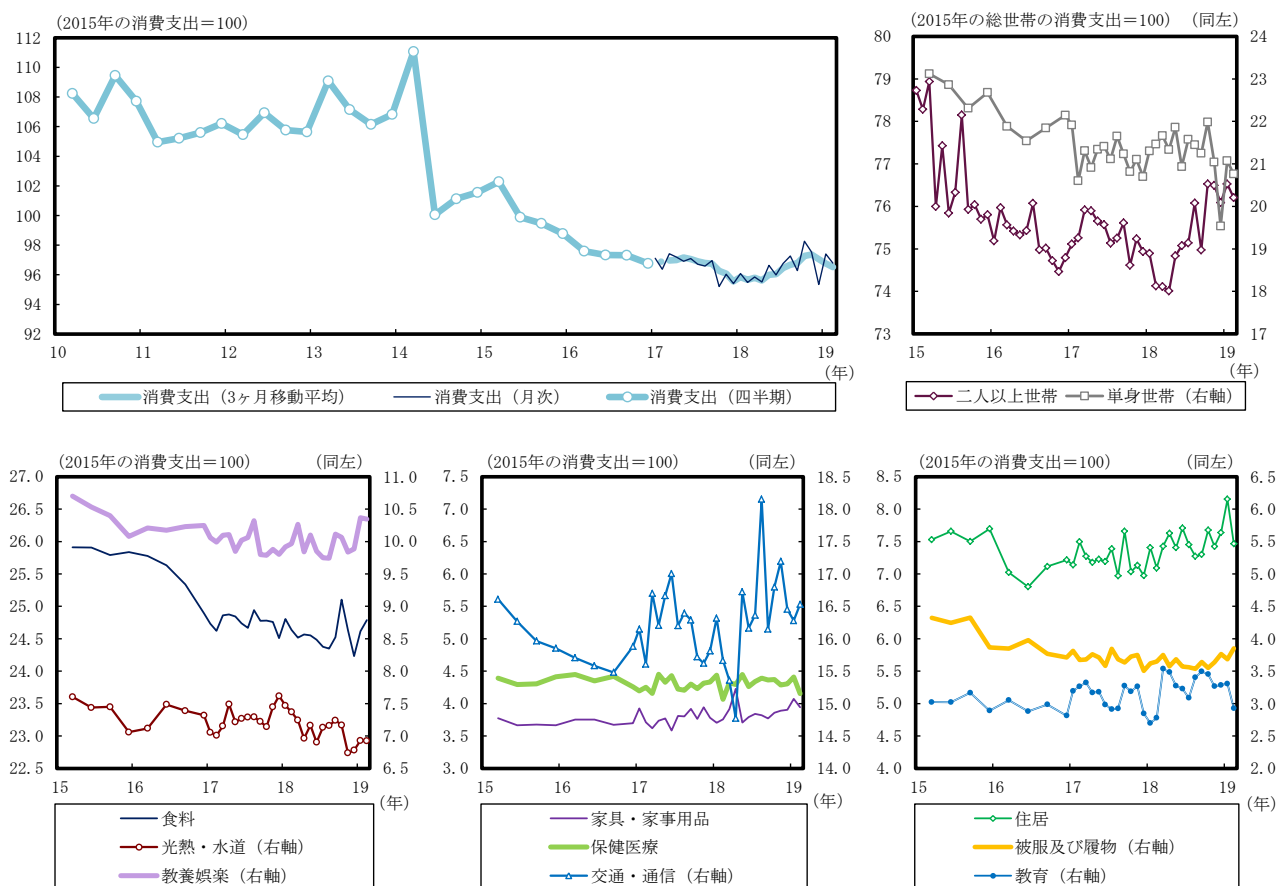
<CTI ミクロ (需要側) >2 ヶ月ぶりの減少

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¹では、2月の実質消費支出(総世帯ベース)は前月比▲0.6%と2ヶ月ぶりに減少した(図表4)。世帯別に見ると、二人以上世帯(同▲0.4%)、単身世帯(同▲1.5%)ともに減少している。

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、「交通・通信」(前月比+1.6%)、「食料」(同+0.7%)、「被服及び履物」(同+4.5%)などが増加した一方で、「住居」(同▲8.4%)、「教育」(同▲11.5%)などは減少した。

これらの方向感の家計調査と概ね一致している。ただし、CTI ミクロでは自動車などの高額・低頻度消費のぶれが補正されるため、増加幅・減少幅は家計調査と比較して小幅にとどまっている。

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)＞百貨店の回復により小幅改善

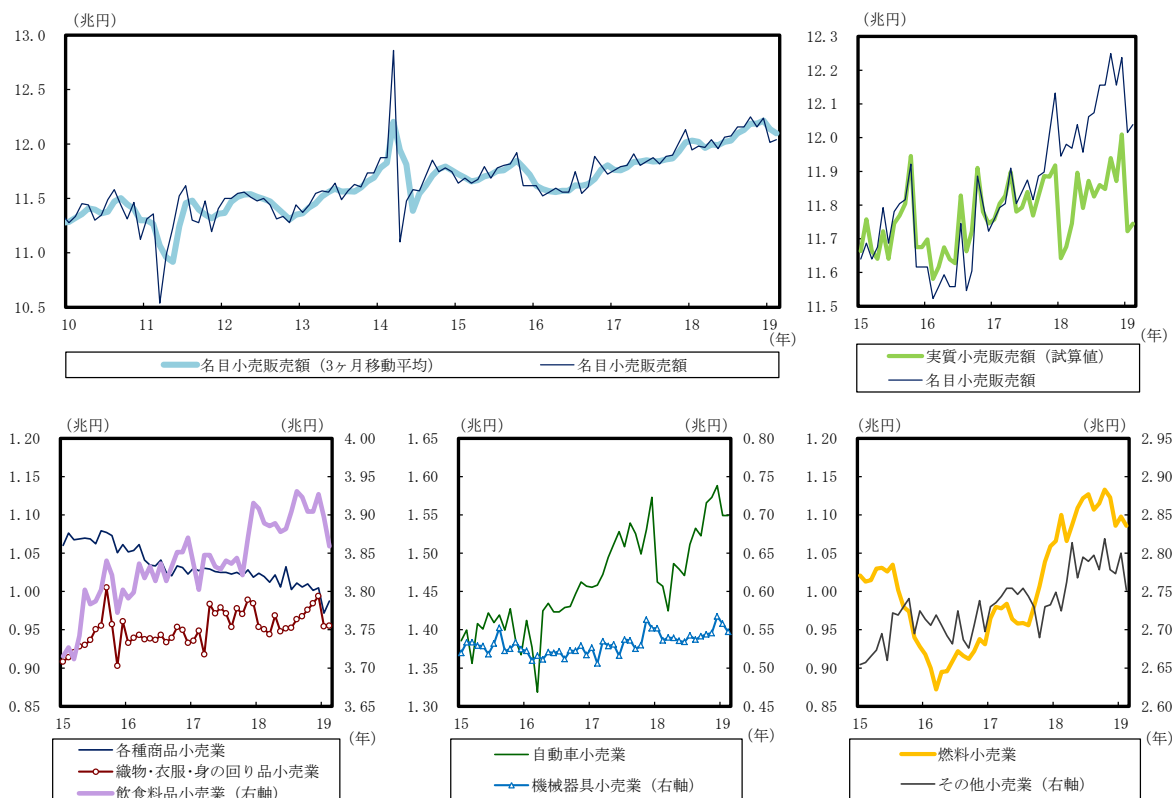
2月の商業動態統計を見ると、名目小売販売額は前月比+0.2%と2ヶ月ぶりに増加した(図表5、6)。また、CPIの財指数で小売販売額を実質化しても、同+0.2%と2ヶ月ぶりの増加となった。

名目小売販売額を業種別に見ると、「各種商品小売業」(前月比+1.6%)、「織物・衣類・身の回り品小売業」(同+0.1%)が増加した一方、「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」(同▲1.7%)、「飲食料品小売業」(同▲1.0%)などは減少した。

「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、特に百貨店の増加幅が大きい(前月比+2.8%)。前月は、中国で1月1日に施行された電子商務法が押し下げ要因となったものの、2月に入り影響は一巡したと考えられる。加えて、2月前半の春節商戦が好調だったことも押し上げ要因となったとみられる。

一方、「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」に関しては、花粉症関連商品は大幅に伸びたものの、インフルエンザ患者数の減少などから、風邪関連商品が不調だったことが下押し要因となったと考えられる。また、「飲食料品小売業」は、生鮮食品価格の下落が名目値を押し下げているとみられる。

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、%	2018/7	2018/8	2018/9	2018/10	2018/11	2018/12	2019/1	2019/2	シェア(%)
小売業計	0.1	0.7	0.0	0.8	▲0.8	0.7	▲1.8	0.2	100.0
各種商品小売業	▲2.9	0.9	▲0.5	0.4	▲0.8	0.3	▲3.3	1.6	8.4
織物・衣服・身の回り品小売業	0.1	1.2	0.4	0.9	0.9	1.0	▲4.0	0.1	7.6
飲食料品小売業	0.6	0.7	▲0.2	▲0.5	0.0	0.6	▲0.8	▲1.0	31.2
自動車小売業	2.8	1.4	▲0.6	2.8	0.4	1.0	▲2.5	0.0	12.5
機械器具小売業	1.6	▲1.0	0.8	0.5	0.3	4.0	▲1.7	▲1.9	4.2
燃料小売業	0.4	▲1.8	0.7	1.6	▲0.9	▲3.3	1.1	▲1.1	9.1
その他小売業	▲0.2	0.3	▲0.7	1.5	▲1.4	▲0.2	1.0	▲1.7	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」。

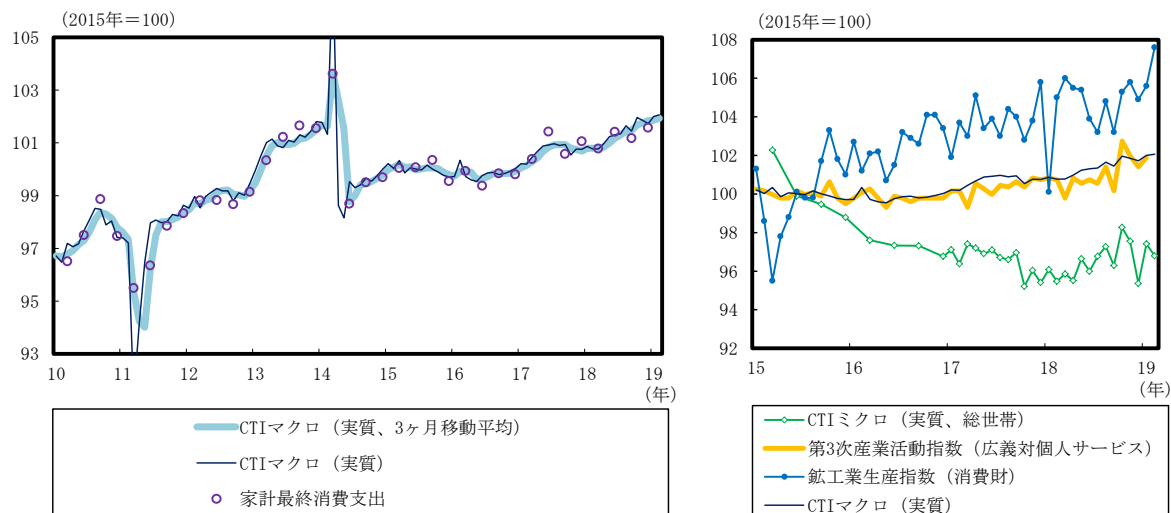
(注3) シェアは、2018年の数値。「無店舗小売業」の系列が無いいため、各系列のシェアを合計しても100%にはならない。

(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

<CTI マクロ(需要側+供給側)>供給側統計の強さを受けて2ヶ月連続で増加

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+0.1%と2ヶ月連続で増加した(図表7)。2月は、CTI ミクロは減少(同▲0.6%)したものの、鉱工業生産指数の消費財が大きく上昇(同+1.9%)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。

＜先行き＞実質個人消費の先行きは一進一退が続きながらも緩やかに増加

実質個人消費の先行きは、一進一退が続きながらも緩やかに増加するとみている。

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、賃金カーブのフラット化や残業抑制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、増税時に実施されるポイント還元策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。

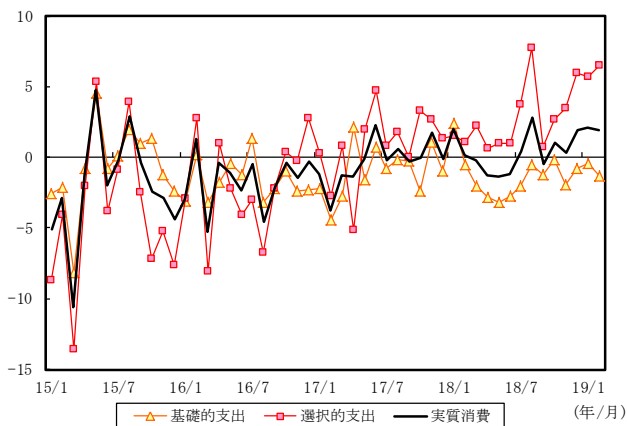
³ 詳しくは、神田慶司、廣野洋太、柿沼英理子「[2019, 20年度の消費増税・関連対策の影響](#)」（大和総研レポート、2018年12月25日）参照。

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

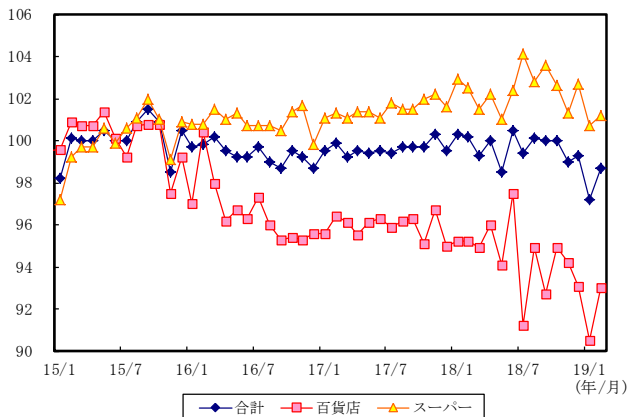
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

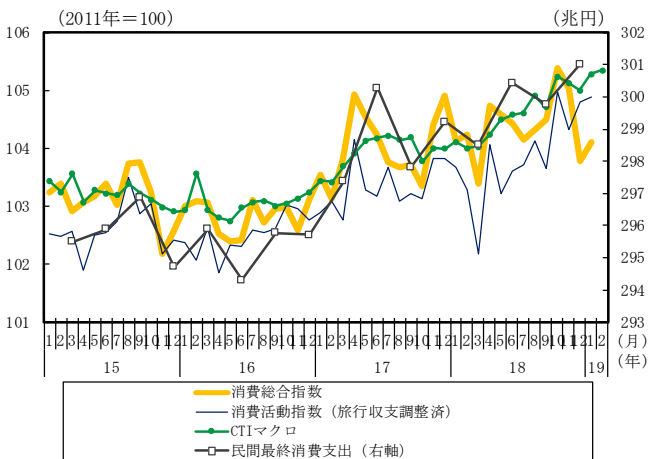
大型小売店業態別商品販売額

(2015年=100)



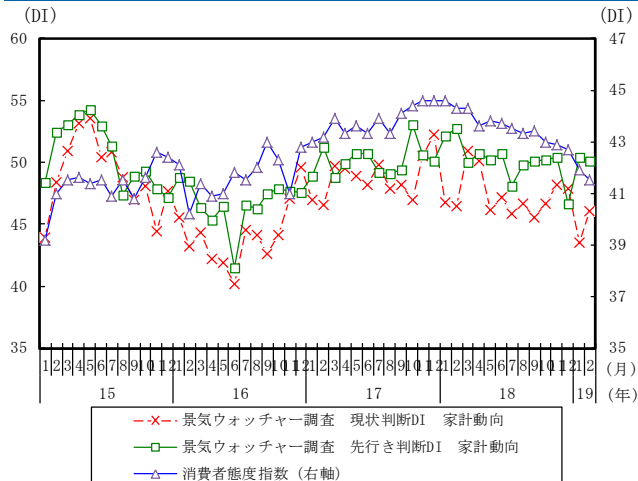
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



(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

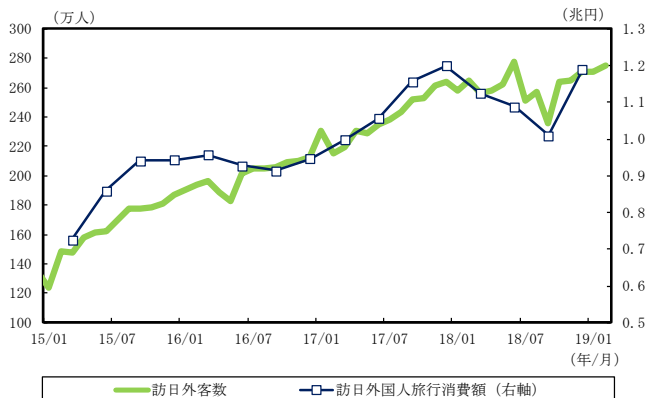
消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

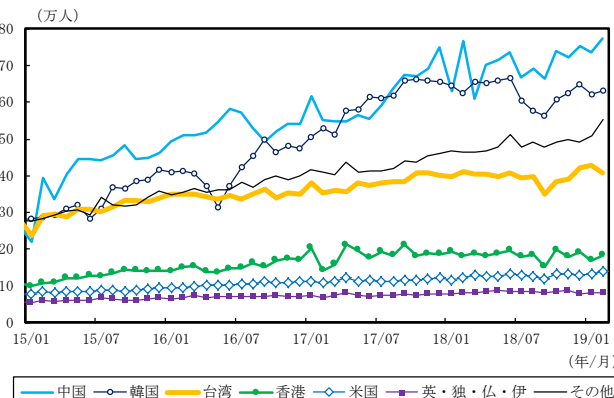
訪日外客

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

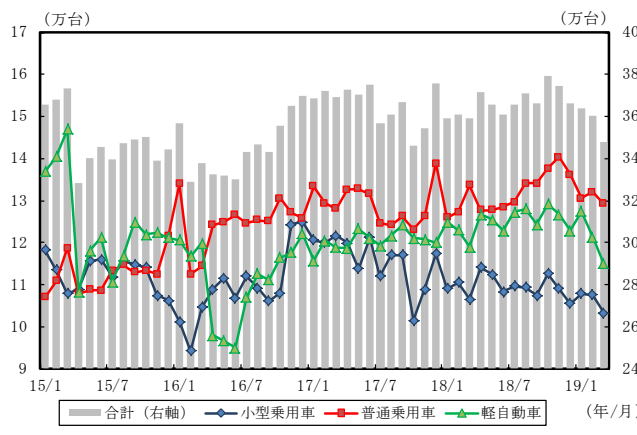
国別 訪日外客数



(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

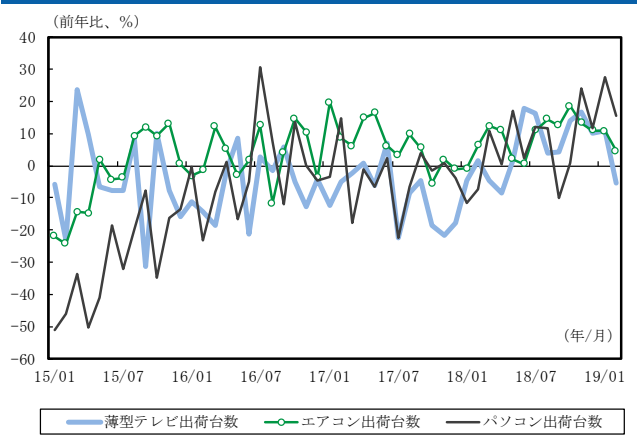
消費・協会統計

新車販売台数



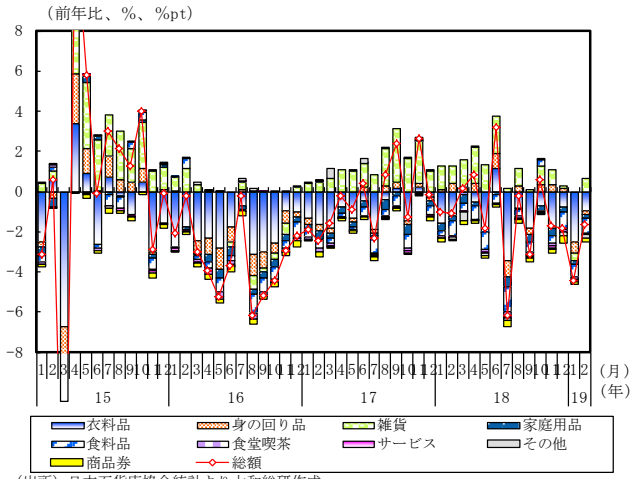
(注) 季節調整は大和総研。個別に季節調整をかけているため、各項目を足し合わせても「合計」と完全には一致しない。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ、エアコン、パソコンの出荷台数



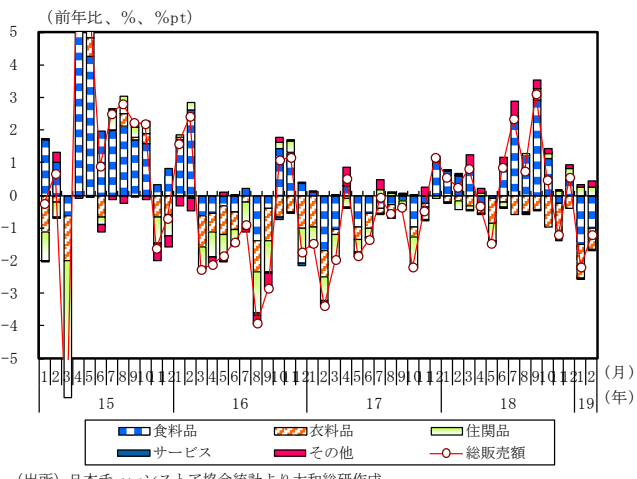
(出所) JRAIA、JEITA統計より大和総研作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



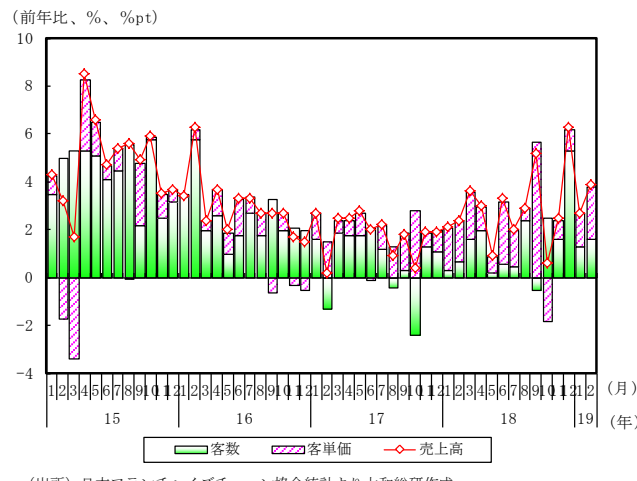
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



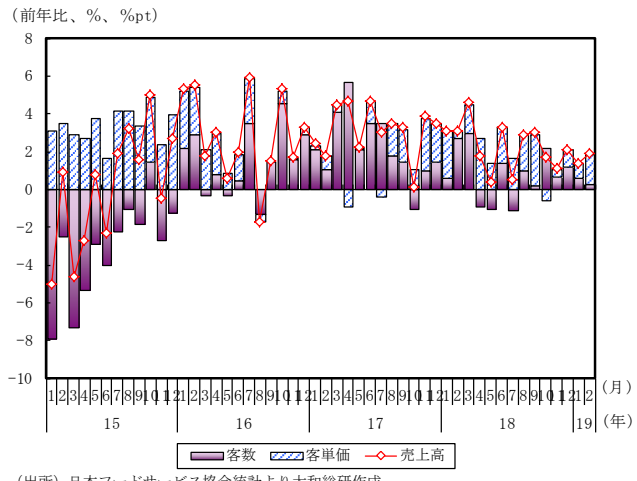
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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

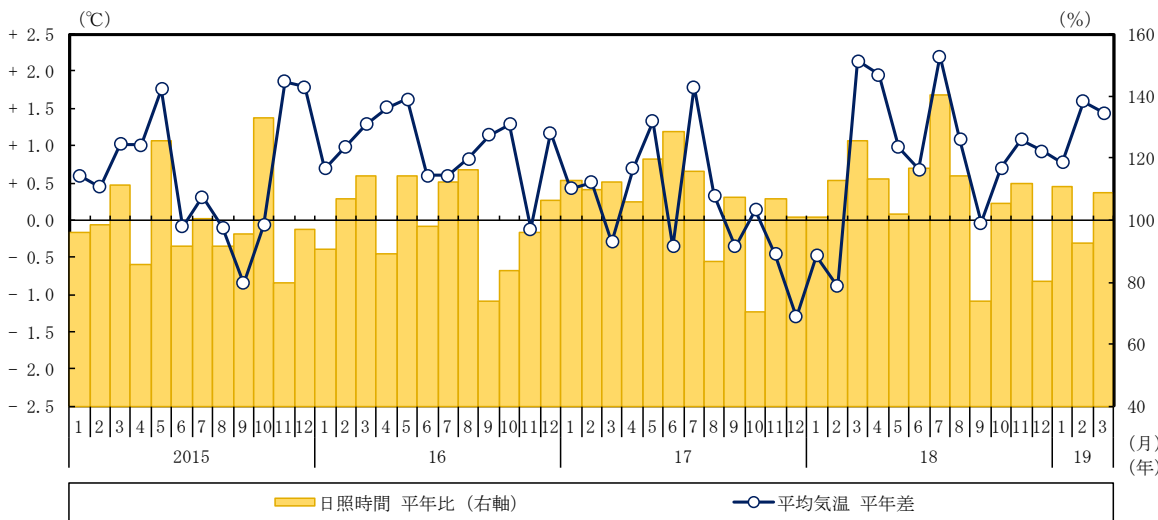
外食市場売上高



(出所) 日本フードサービス協会統計より大和総研作成

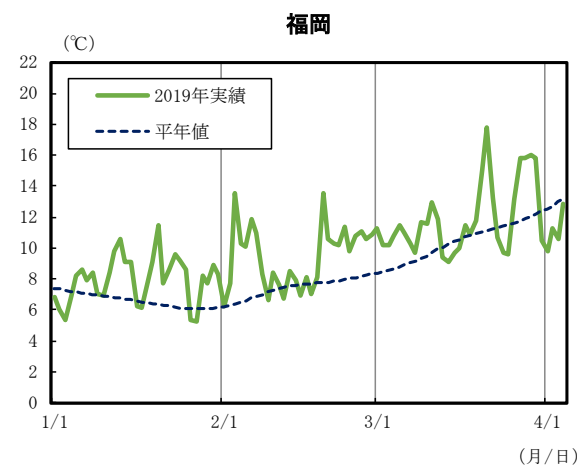
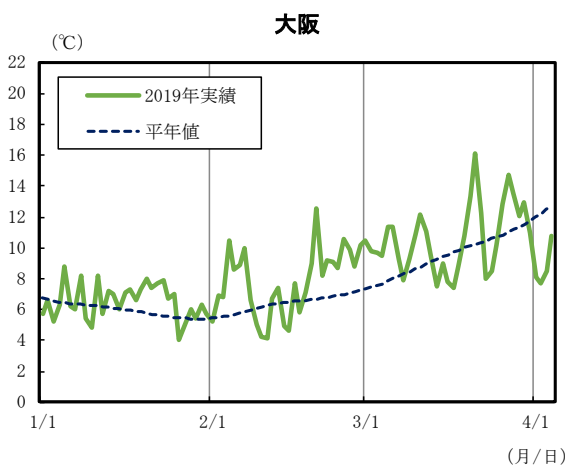
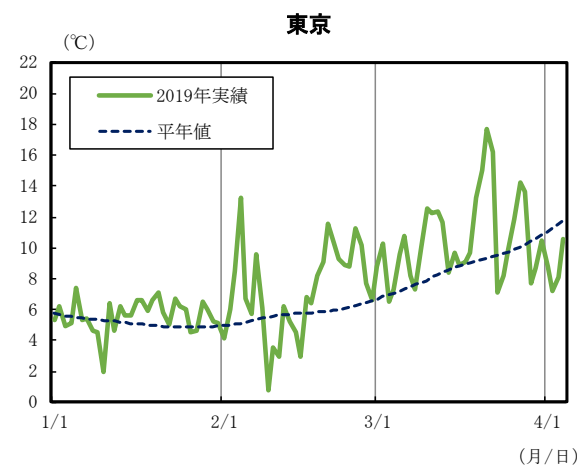
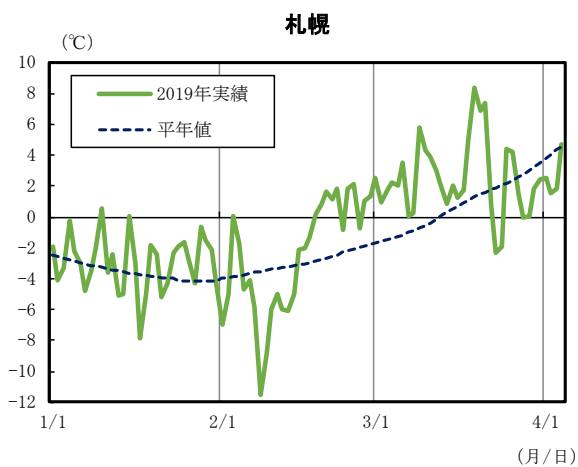
天候

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

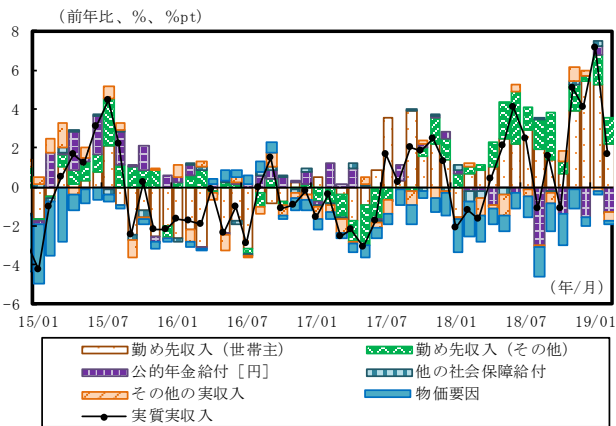
主要都市の日平均気温



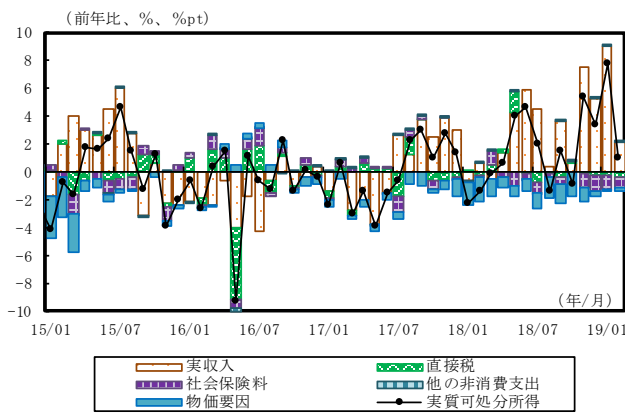
(出所) 気象庁統計より大和総研作成

収入

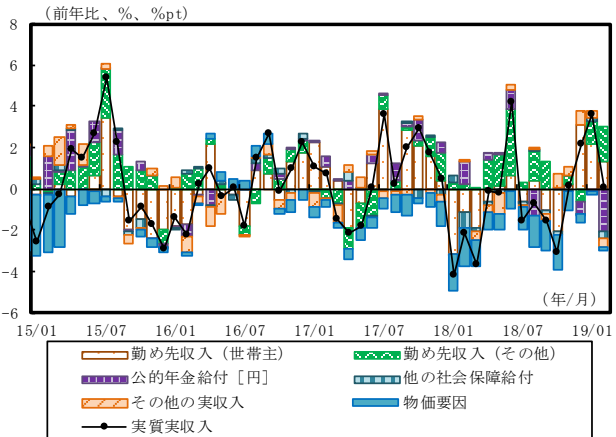
実質実収入の要因分解(勤労者世帯+無職世帯)



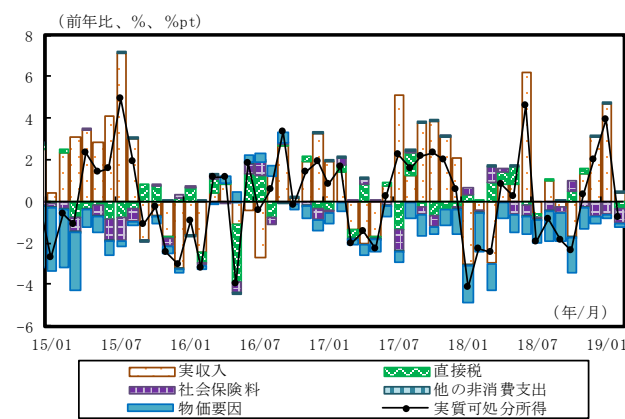
実質可処分所得の要因分解(勤労者世帯+無職世帯)



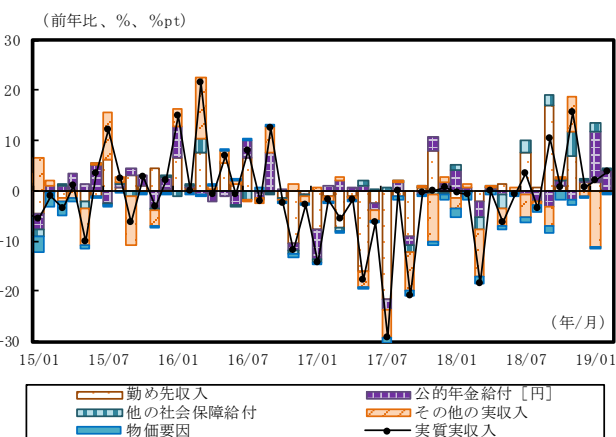
実質実収入の要因分解:勤労者世帯



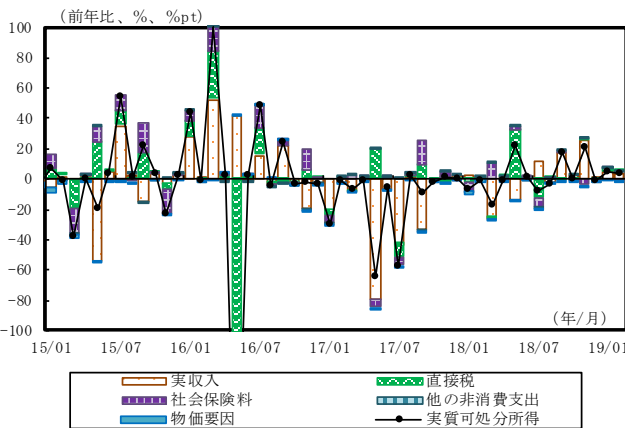
実質可処分所得の要因分解:勤労者世帯



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