

2019年5月10日 全12頁

## Indicators Update

## 2019年3月消費統計

1-3月期 GDP 個人消費は2四半期ぶりの減少を予想

経済調査部  
 研究員 山口 茜  
 エコノミスト 小林 俊介

## [要約]

- 【3月の消費総括】3月の消費は、需要側、供給側ともに小幅に増加した。2019年に入ってから落ち込みを取り戻すほどの勢いはなく、需要側、供給側ともに昨年末の水増しを依然として下回っている。
- 【1-3月期 GDP 個人消費】2019年1-3月期 GDP 個人消費は、前期比▲0.1%と、2四半期ぶりに減少したと予想する。1-3月期は、2018年10-12月期に消費を押し上げた自動車販売が新型車効果の剥落により落ち込んだことが重石となったとみられる。
- 【先行き】実質個人消費の先行きは、非常に緩やかに増加するとみている。個人消費の鍵を握る所得について、企業の人手不足感が一層強まる中、正社員化や賃金引き上げに伴う賃金上昇が見込まれる。また、雇用環境の改善を背景に、就業者数が緩やかに増加し、マクロの賃金を押し上げるとみている。ただし、足下で原油価格が上昇していることは実質賃金の下押し要因となろう。

図表1：各種消費指標の概況

		2018年 11月	12月	2019年 1月	2月	3月		
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲0.5	0.1	2.0	1.7	2.1	総務省
		前月比	0.2	▲0.1	2.2	▲2.0	0.1	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	1.3	0.8	1.0	1.7	1.5	総務省
		前月比	▲0.7	▲2.3	2.2	▲0.6	▲0.2	
供給側	小売販売額	前年比	1.4	1.3	0.6	0.6	1.0	経済産業省
		前月比	▲0.8	0.7	▲1.8	0.4	0.2	
	百貨店売上高	前年比	▲0.6	▲0.7	▲2.9	0.4	0.1	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	0.6	1.2	0.8	2.0	0.0	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	▲2.5	▲0.7	▲3.4	▲2.5	0.5	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	1.1	2.1	1.4	1.9	2.8	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	2.8	4.4	1.0	1.1	-	観光庁
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	1.1	0.9	1.2	1.1	1.1	総務省
		前月比	▲0.1	▲0.2	0.3	▲0.1	▲0.0	
	消費総合指数	前月比	▲0.4	▲1.2	0.8	▲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

## ＜3月の消費総括＞需要側・供給側ともに小幅に改善するも依然として弱い

3月の消費は、需要側、供給側ともに小幅に増加した。2019年に入ってからの落ち込みを取り戻すほどの勢いはなく、需要側、供給側ともに昨年末の水準を依然として下回っている。

## ＜家計調査（需要側）＞多くの費目で減少するも全体では小幅にプラス

3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+0.1%と2ヶ月ぶりに増加した（**図表 2、3**）。多くの費目で減少したものの、「教育」が前月の反動で大きく増加したことで、全体では小幅にプラスとなった。なお、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）は横ばいとなった。

実質消費支出の動きを費目別に見ると、10大費目中2費目が前月から増加した。「教育」（前月比+24.1%）、「その他の消費支出」（同+1.7%）が増加した一方、「交通・通信」（同▲7.0%）、「教養娯楽」（同▲4.4%）などは減少した。

「教育」では、前月に大きく下振れしていた私立大学の授業料の増加が全体を押し上げており、前月の反動増と考えてよいだろう。また、「その他消費支出」では、贈与金の増加が押し上げ要因となっているものの、ぶれの大きい項目であることに注意が必要だ。

一方、「交通・通信」では、自動車保険料（任意）などの自動車等維持費の減少が全体を押し下げている。なお、大手損害保険各社の2019年の自動車保険料は前年から据え置きとされている。また、「教養娯楽」では、入場・観覧・ゲーム代など、「他の教養娯楽サービス」が全体を押し下げた。

図表 2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2018/8	2018/9	2018/10	2018/11	2018/12	2019/1	2019/2	2019/3	シェア (%)
消費支出	2.9	▲3.5	1.5	0.2	▲0.1	0.7	▲2.0	0.1	100.0
食料	0.3	▲0.4	2.2	▲1.6	▲0.9	0.7	0.5	▲0.4	27.6
住居	3.2	0.1	▲4.2	11.8	▲8.6	14.7	▲16.5	▲2.9	5.9
光熱・水道	▲0.3	1.3	▲1.5	▲4.5	▲0.3	1.4	▲0.1	▲1.9	7.7
家具・家事用品	▲0.7	▲0.9	5.0	2.9	▲0.5	▲2.0	0.8	▲3.8	3.9
被服及び履物	5.1	▲0.5	▲4.8	7.0	2.5	▲9.7	7.8	▲1.2	4.0
保健医療	1.0	▲4.0	4.5	▲4.1	2.0	0.1	▲1.4	▲0.4	4.6
交通・通信	6.8	▲14.8	5.9	▲2.1	1.3	0.8	5.9	▲7.0	14.7
教育	6.7	▲5.1	11.8	▲8.7	8.0	▲2.5	▲20.8	24.1	4.1
教養娯楽	1.0	0.1	0.7	0.9	3.9	3.9	▲5.5	▲4.4	10.1
その他の消費支出	1.1	0.1	▲3.4	5.2	0.2	▲3.4	▲1.8	1.7	17.4

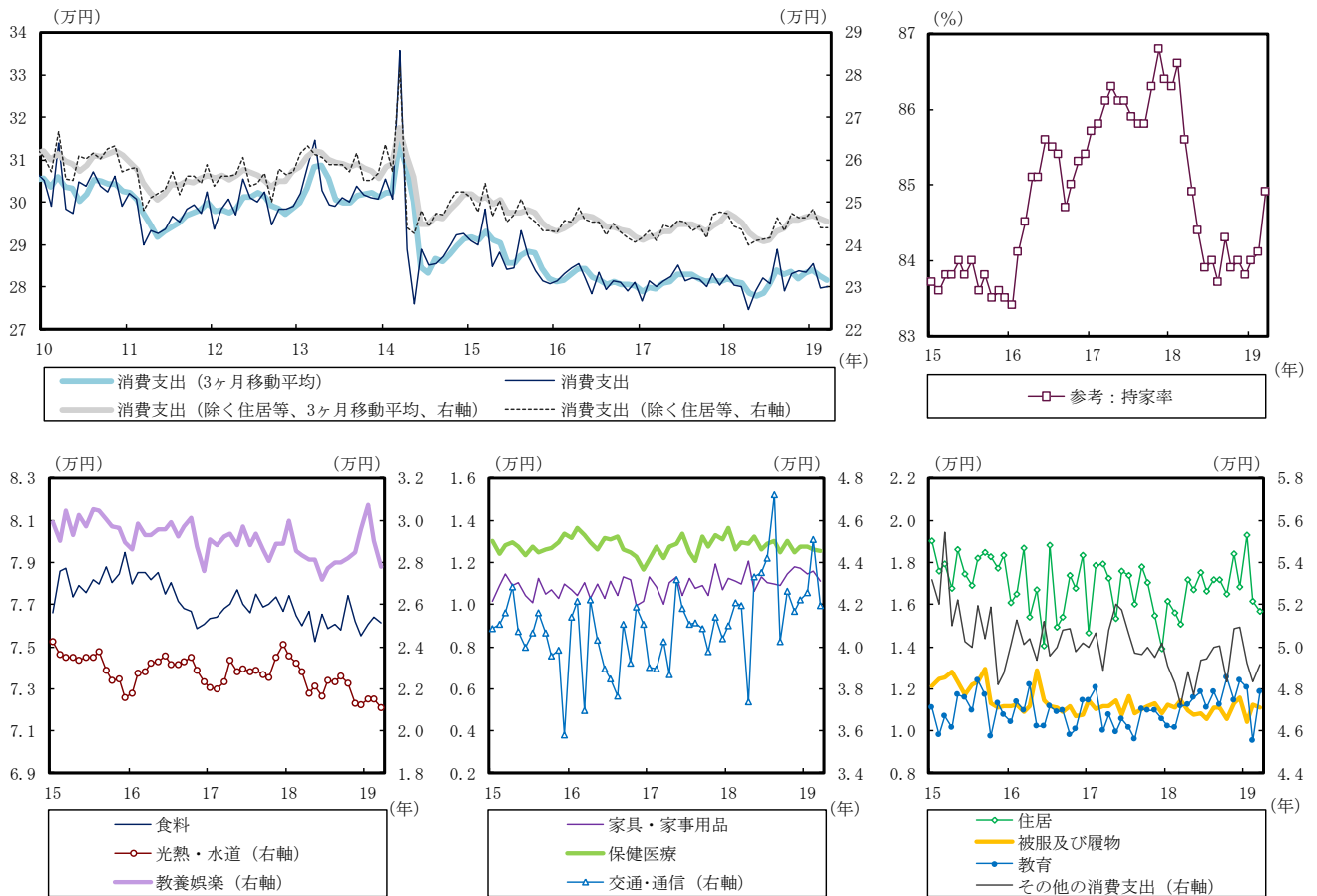
(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

(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

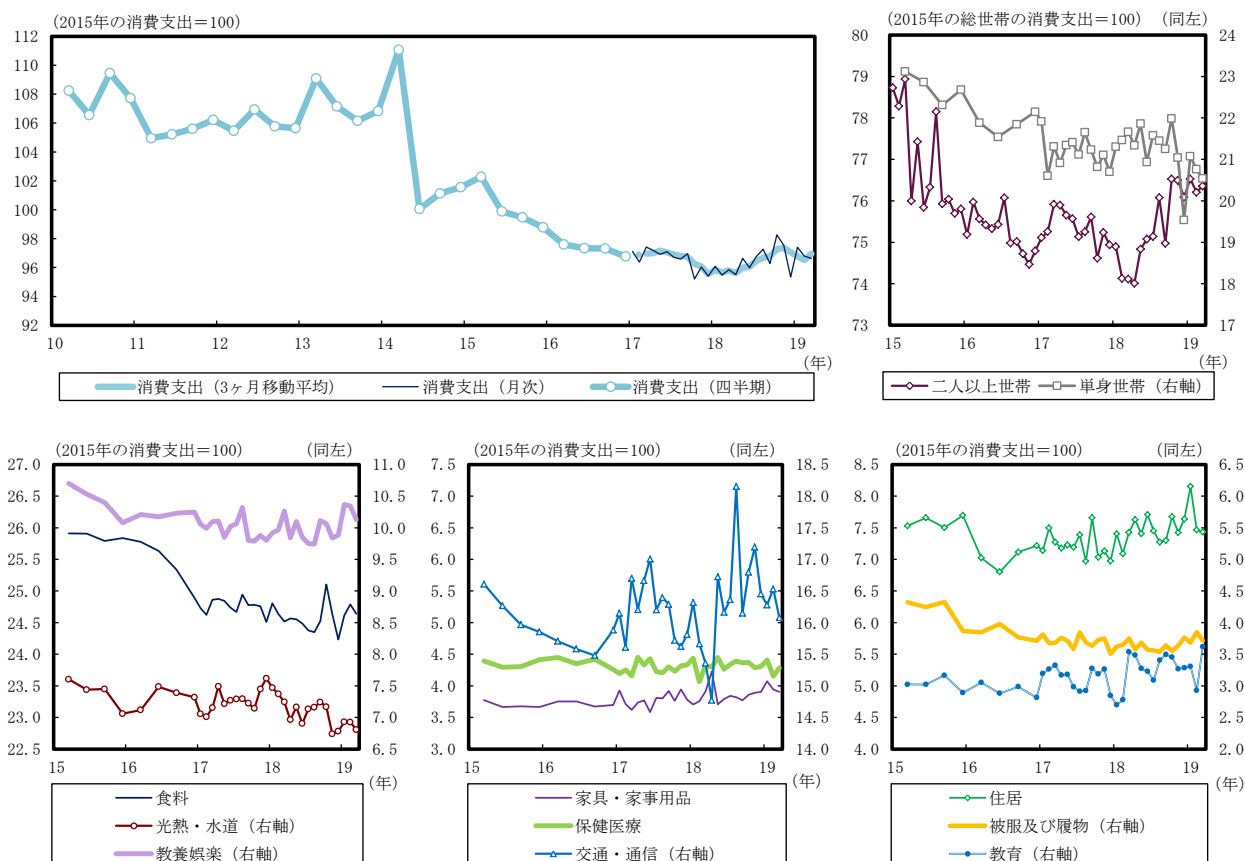
## <CTI ミクロ（需要側）>実質消費支出は二人以上世帯で増加、単身世帯で減少

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、3月の実質消費支出（総世帯ベース）は前月比▲0.2%と2ヶ月連続で減少した（**図表4**）。二人以上世帯（同+0.2%）では家計調査と同様に増加した一方、単身世帯（同▲1.1%）で減少したことが全体を押し下げた。

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、「教育」（前月比+23.7%）、「保健医療」（同+3.1%）が増加した一方で、「交通・通信」（同▲2.7%）、「教養娯楽」（同▲2.1%）などは減少した。

「保健医療」を除けば、これらの方向感の家計調査の結果と概ね一致している。「保健医療」に関しては、家計調査（二人以上世帯）では減少したものの、CTI ミクロでは二人以上世帯、単身世帯ともに増加している。対照的な結果となったのは、CTI ミクロにおいてぶれの大きい項目が補正されたためと考えられる。

**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

<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。

## ＜商業動態統計(供給側)＞小売販売額は名目・実質ともに2ヶ月連続の増加

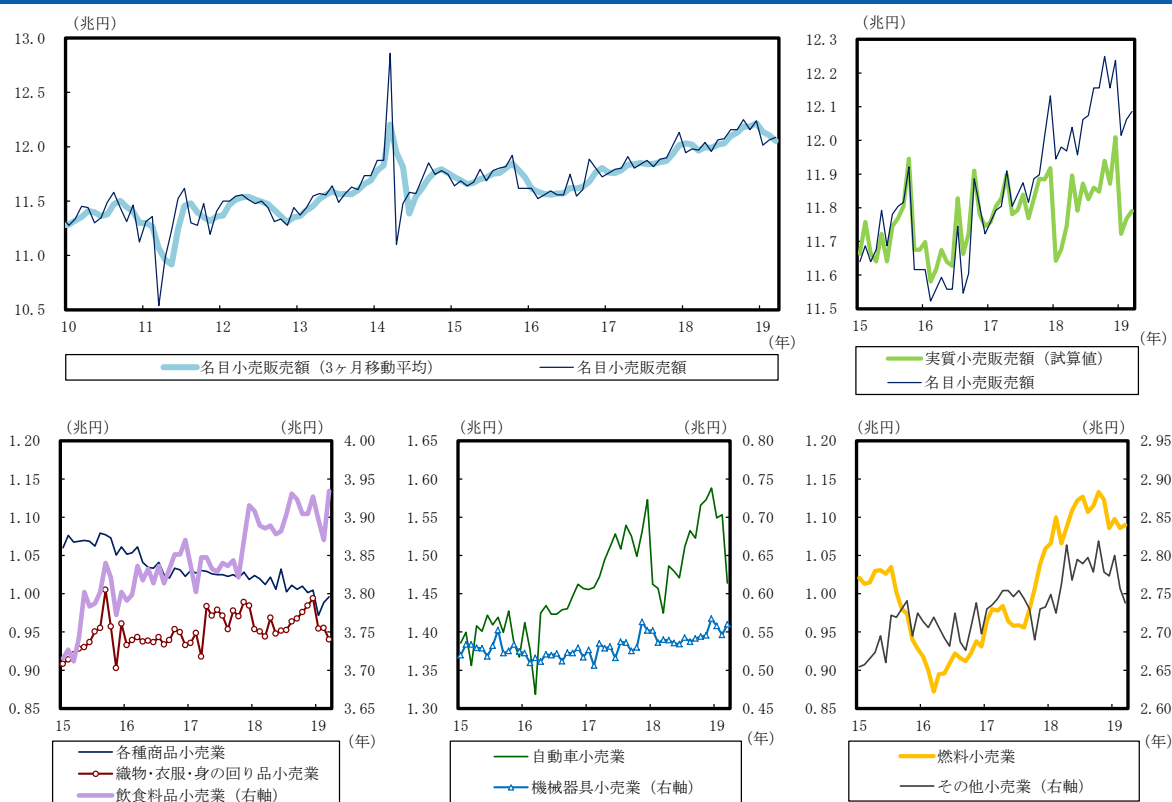
3月の商業動態統計を見ると、名目小売販売額は前月比+0.2%と2ヶ月連続で増加した(図表5、6)。また、CPIの財指数で小売販売額を実質化しても、同+0.2%と2ヶ月連続の増加となった。

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+1.7%)や「機械器具小売業」(同+2.5%)などが増加した一方、「自動車小売業」(同▲5.8%)、「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」(同▲0.7%)などは減少した。

「飲食料品小売業」に関しては、生鮮食品価格が上昇していることで、名目値が押し上げられたと考えられる。また、「機械器具小売業」は家電量販店などが該当するが、3月の増加は前月に大きく減少した反動とみられる。

一方、「自動車小売業」は、新型車効果により2018年7月以降大きく増加していたが、2019年に入ってからの効果は剥落し、減少傾向が続いている。ただし、業界統計(p.10)を見ると、4月は再び新型車効果で新車販売台数が大きく伸びており、商業動態統計でも「自動車小売業」は持ち直すことが予想される。

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、%	2018/8	2018/9	2018/10	2018/11	2018/12	2019/1	2019/2	2019/3	シェア(%)
小売業計	0.7	0.0	0.8	▲0.8	0.7	▲1.8	0.4	0.2	100.0
各種商品小売業	0.9	▲0.5	0.4	▲0.8	0.3	▲3.3	1.8	0.8	8.4
織物・衣服・身の回り品小売業	1.2	0.4	0.9	0.9	1.0	▲4.0	0.1	▲1.6	7.6
飲食料品小売業	0.7	▲0.2	▲0.5	0.0	0.6	▲0.8	▲0.7	1.7	31.2
自動車小売業	1.4	▲0.6	2.8	0.4	1.0	▲2.5	0.3	▲5.8	12.5
機械器具小売業	▲1.0	0.8	0.5	0.3	4.0	▲1.7	▲2.1	2.5	4.2
燃料小売業	▲1.8	0.7	1.6	▲0.9	▲3.3	1.1	▲1.1	0.4	9.1
その他小売業	0.3	▲0.7	1.5	▲1.4	▲0.2	1.0	▲1.5	▲0.7	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」。

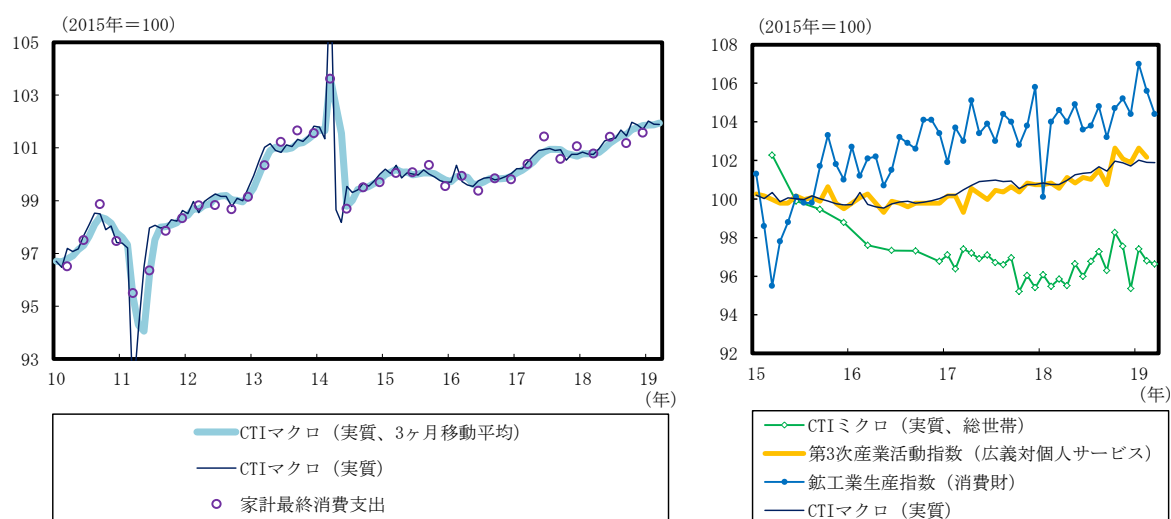
(注3) シェアは、2018年の数値。「無店舗小売業」の系列が無い場合、各系列のシェアを合計しても100%にはならない。

(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)> 2ヶ月連続で減少

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▲0.0%と2ヶ月連続で減少した(図表7)。3月は、需要側の CTI ミクロ(同▲0.2%)と供給側の鉱工業生産指数の消費財(同▲1.1%)がともに低下したことが全体を押し下げた。

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

<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。

## <4月の消費者マインド> 耐久消費財の買い時判断の悪化が続く

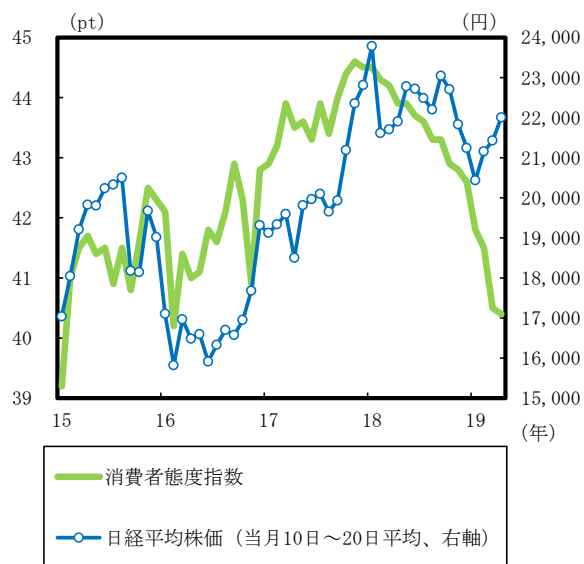
消費動向調査によると、4月の消費者態度指数（二人以上の世帯）は前月差▲0.1ptと7ヶ月連続で低下した（図表8）。株価は上昇したものの、消費者マインドの悪化は止まらなかった。この結果を受けて、内閣府は消費者マインドの基調判断を「弱まっている」に据え置いた。

指数の内訳を見ると（図表9）、「雇用環境」（前月差+0.7pt）、「暮らし向き」（同+0.3pt）が上昇した一方、「耐久消費財の買い時判断」（同▲1.1pt）、「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+1.3ptと2ヶ月ぶりに上昇した。

「雇用環境」は2018年2月以降低下傾向が続いていたものの、2019年に入り、底打ちの兆しが見られる。また、「暮らし向き」は11ヶ月ぶりに上昇した。改元を控え、消費者マインドが上向いた可能性が考えられる。

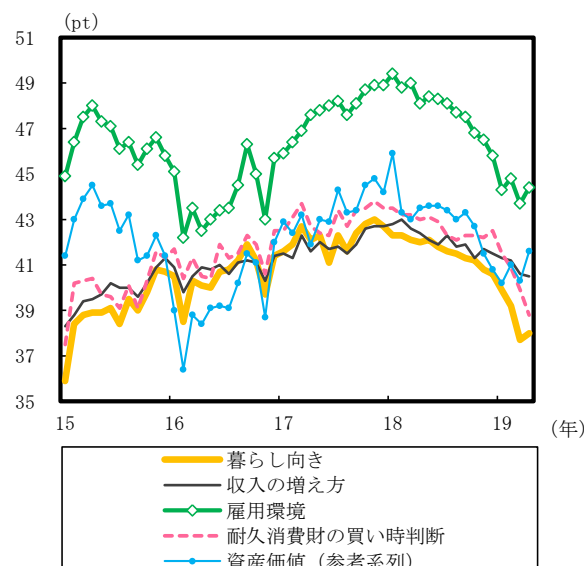
他方、「耐久消費財の買い時判断」は4ヶ月連続で低下した。これは今後半年の耐久消費財の買い時について尋ねたもので、2019年に入り大きく低下している。4月の大幅な低下は、10月の消費増税に対するマインドの悪化と、消費増税時に行われるポイント還元策<sup>3</sup>を見越した買い控えの2つの要因が下押し要因となったと考えられる。

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

<sup>3</sup> 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%。

### <1-3 月期 GDP 個人消費>2 四半期ぶりの減少を予想

5/20 (木) に公表予定の 2019 年 1-3 月期 GDP 個人消費は前期比▲0.1%と、2 四半期ぶりに減少したと予想する。1-3 月期は、2018 年 10-12 月期に消費を押し上げた自動車販売が新型車効果の剥落により落ち込んだことが重石となったとみられる。

関連統計を見ると、需要側・供給側ともに減少した。需要側の実質消費支出は、家計調査では前期比▲0.0%、購入頻度が少ない高額商品などのぶれを補正した総世帯の消費支出を示す CTI ミクロでも同▲0.1%となっている。また、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▲1.5%となった。

これを受け、実質 GDP 全体では先日公表したレポート<sup>4</sup>の通り、前期比年率▲0.5%（前期比▲0.1%）と 2 四半期ぶりのマイナス成長を予想している。

### <先行き>実質個人消費の先行きは非常に緩やかに増加

実質個人消費の先行きは、非常に緩やかに増加するとみている。

個人消費の鍵を握る所得について、企業の人手不足感が一層強まる中、正社員化や賃金引き上げに伴う賃金上昇が見込まれる。また、雇用環境の改善を背景に、就業者数が緩やかに増加し、マクロの賃金を押し上げるとみている。ただし、足下で原油価格が上昇していることは実質賃金の下押し要因となろう。

また、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。ただし、施策の一つであるポイント還元策が、制度終了（2020 年 6 月末）前後に駆け込み需要・反動減を生じさせ得る点には留意しておく必要がある。また、増税対策は公共投資の比重が大きく、家計に限れば消費増税に伴う負の所得効果を全て相殺できるような内容ではないことも留意しておくべきだ。

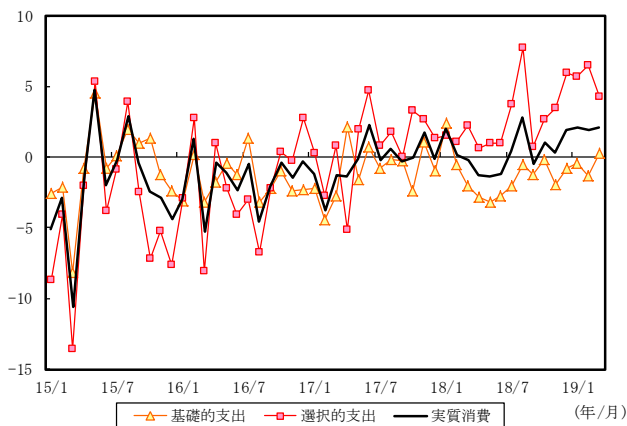
<sup>4</sup> 山口茜、小林俊介「[2019 年 1-3 月期 GDP 一次速報予測～前期比年率▲0.5%予想](#)」（大和総研レポート、2019 年 4 月 26 日）



消費・概況

基礎的支出と選択的支出

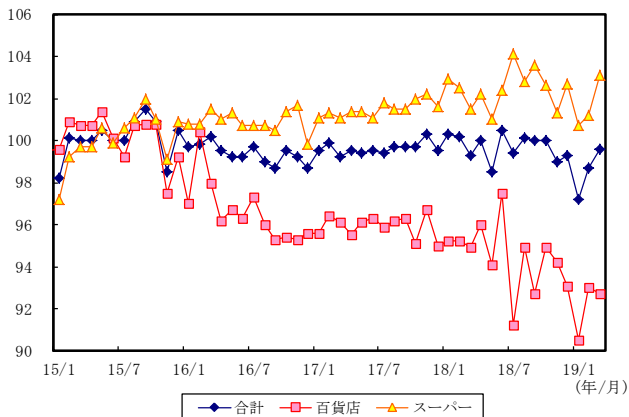
(前年比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

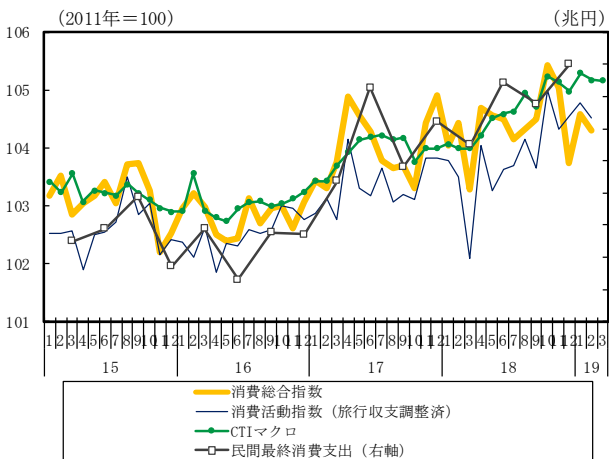
大型小売店業態別商品販売額

(2015年=100)



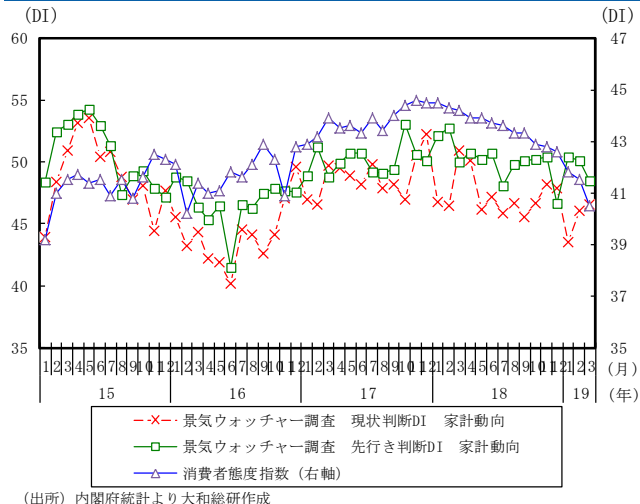
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

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

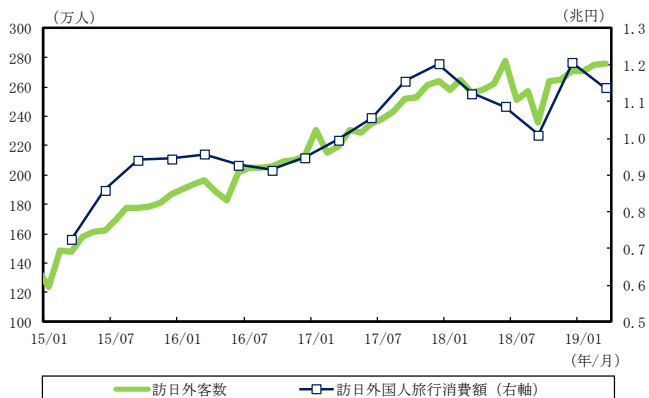
消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

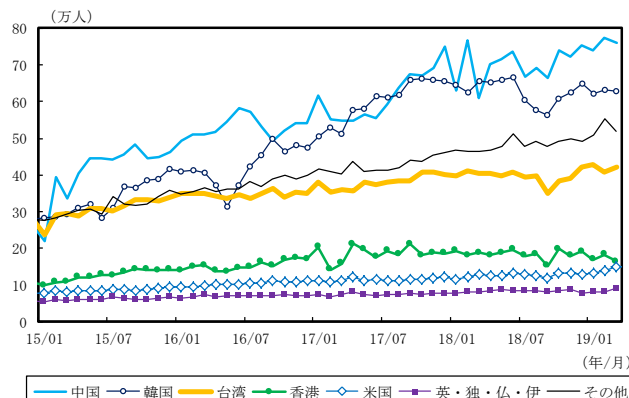
訪日外客

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

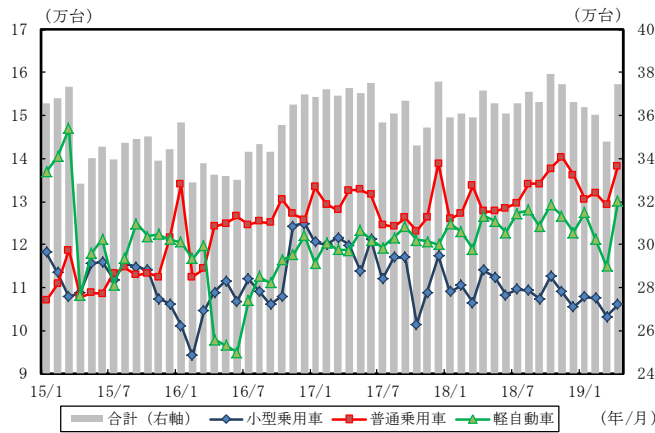
国籍別 訪日外客数



(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

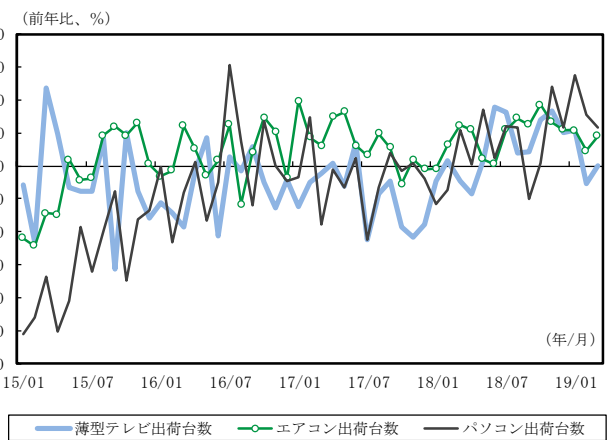
**消費・協会統計**

**新車販売台数**



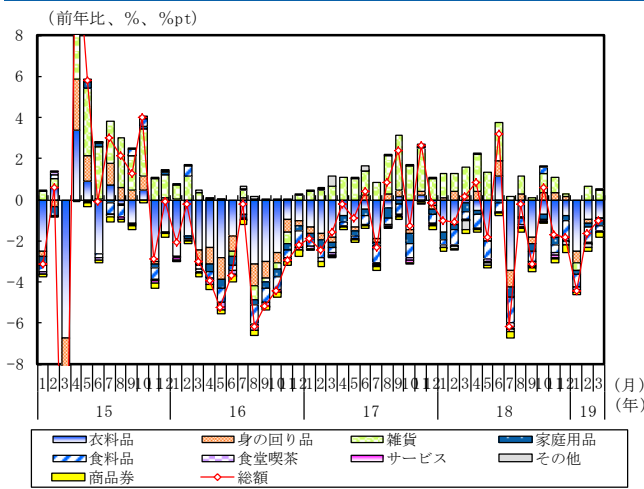
(注) 季節調整は大和総研。個別に季節調整をかけているため、各項目を足し合わせても「合計」と完全には一致しない。  
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

**テレビ、エアコン、パソコンの出荷台数**



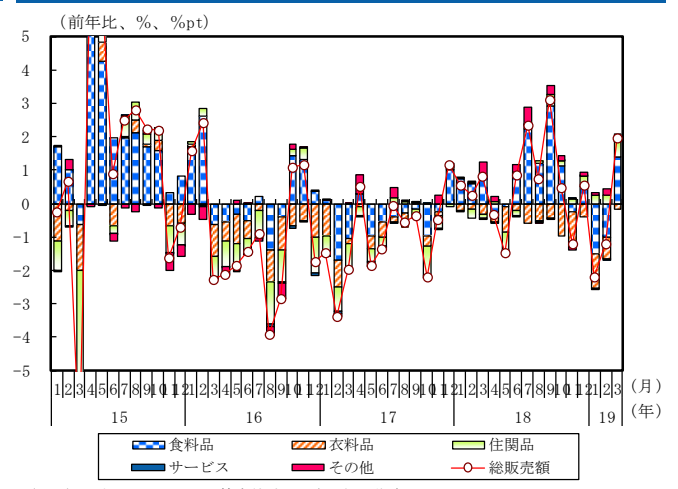
(出所) JRAIA、JEITA統計より大和総研作成

**百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)**



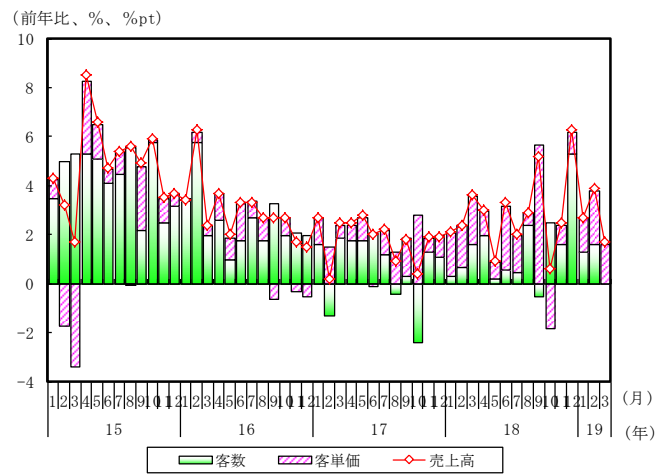
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

**スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)**



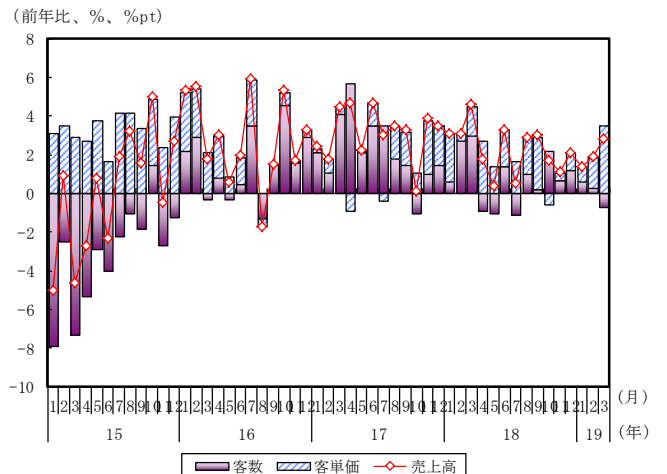
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

**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

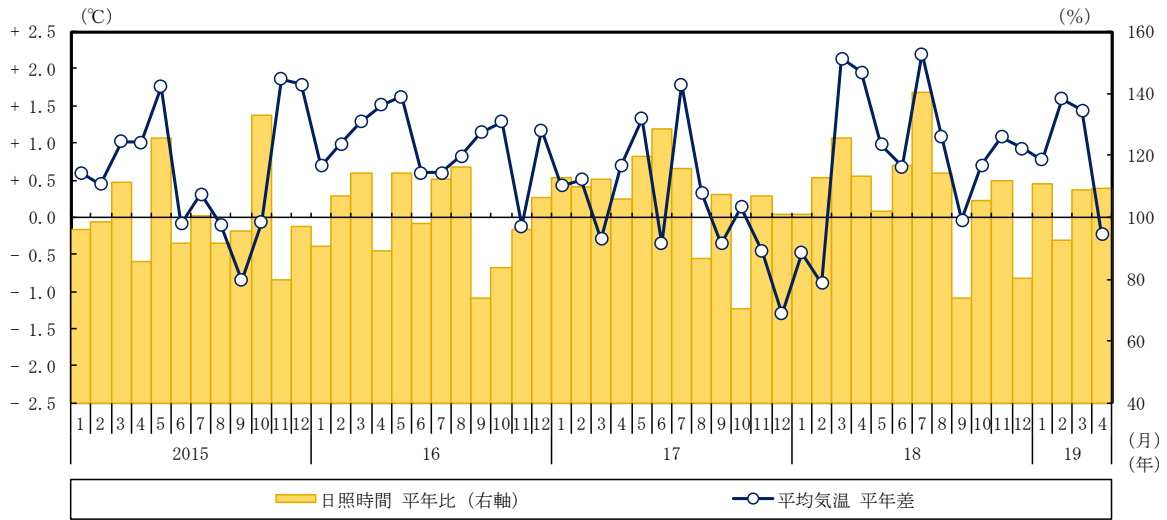
**外食市場売上高**



(出所) 日本フードサービス協会統計より大和総研作成

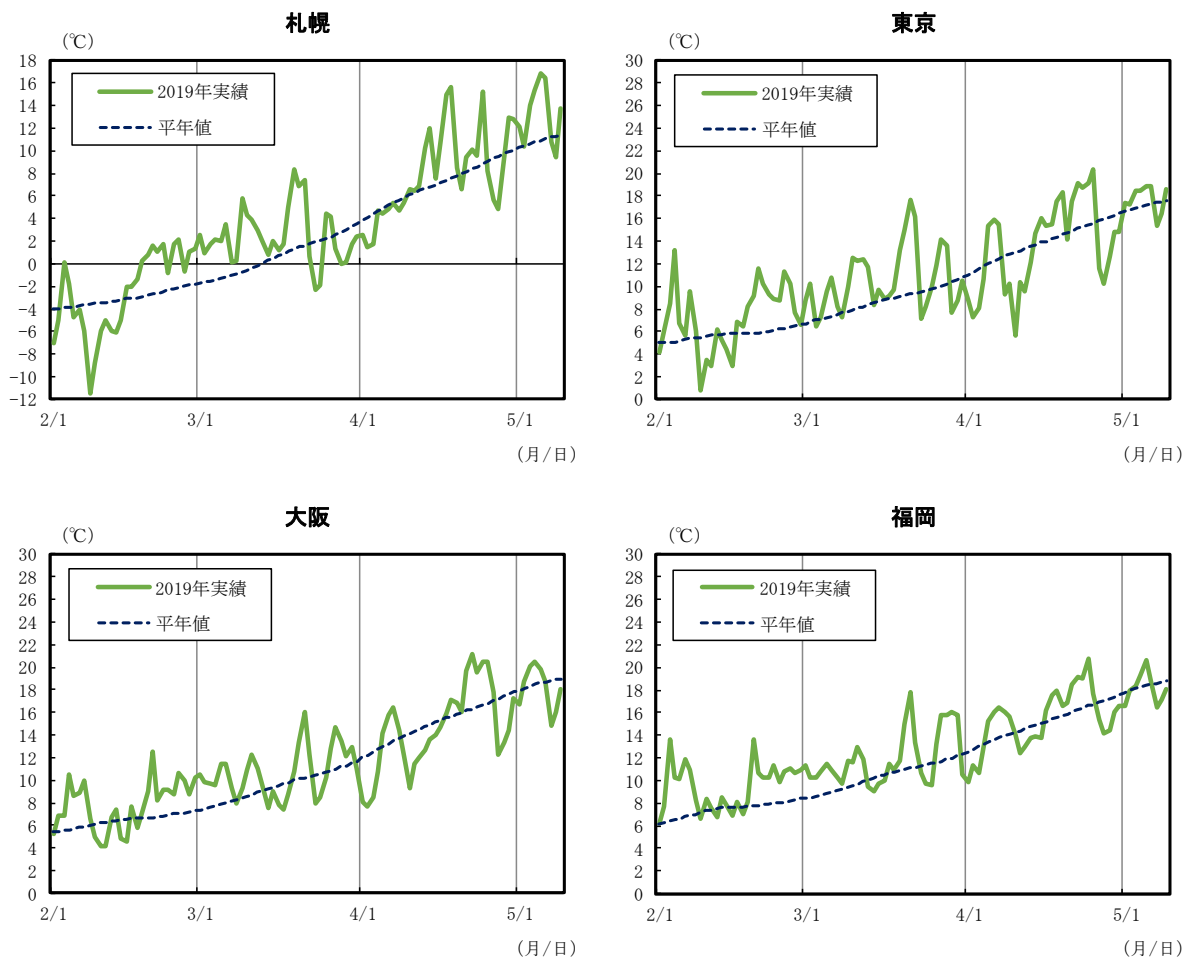
天候

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

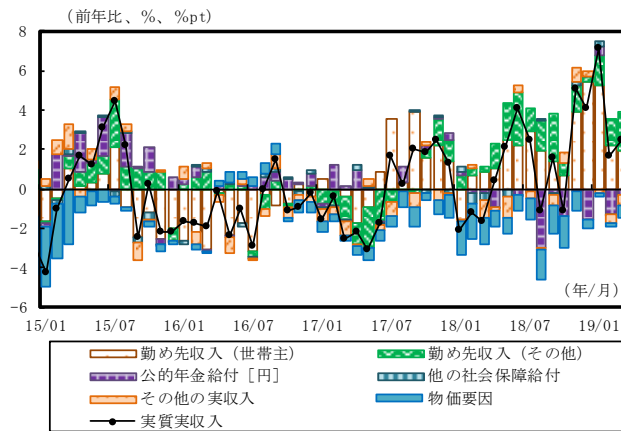
主要都市の日平均気温



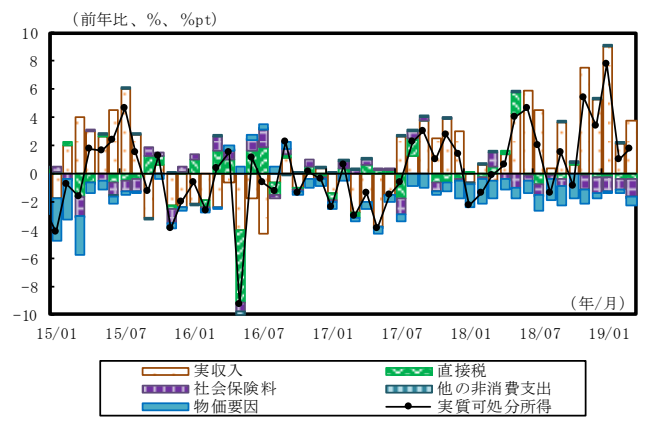
(出所) 気象庁統計より大和総研作成

収入

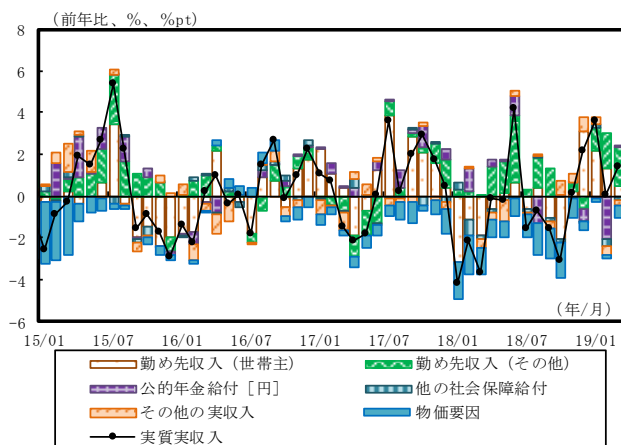
実質実収入の要因分解 (勤労者世帯+無職世帯)



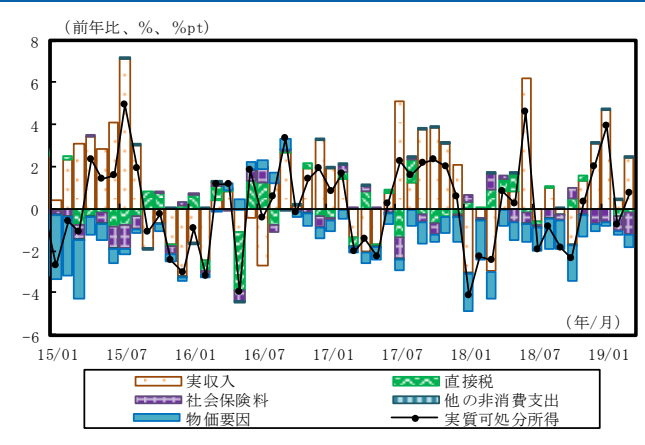
実質可処分所得の要因分解 (勤労者世帯+無職世帯)



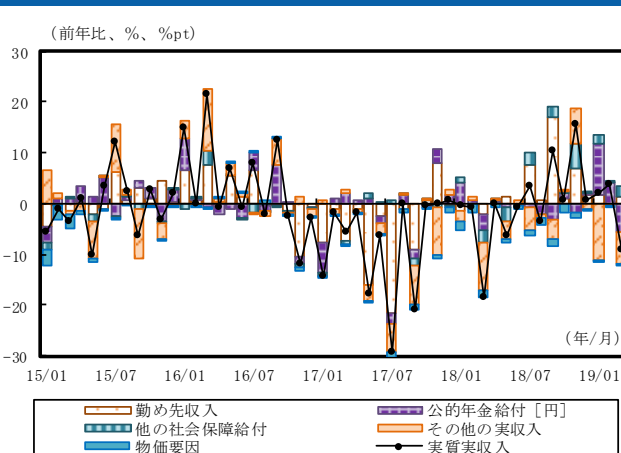
実質実収入の要因分解: 勤労者世帯



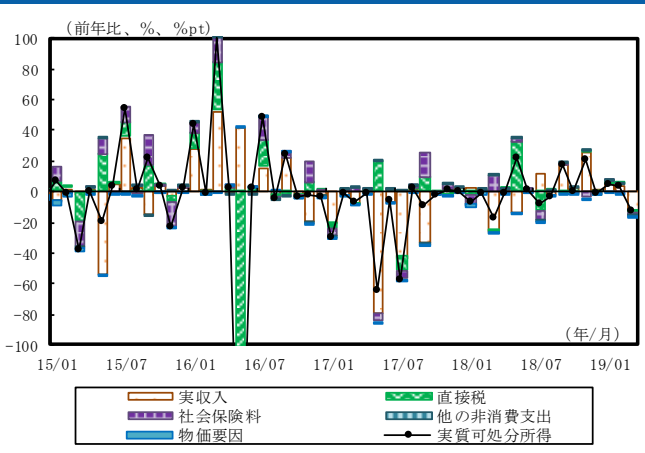
実質可処分所得の要因分解: 勤労者世帯



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