

2019年8月6日 全12頁

Indicators Update

2019年6月消費統計

総じてみると消費は小幅に減少も、前月の増加を踏まえると堅調に推移

経済調査部

研究員 山口 茜

シニアエコノミスト 小林 俊介

[要約]

- 【6月の消費】需要側統計を見ると前月から減少した一方、供給側統計では横ばいであった。結果、需要側と供給側を合成したCTIマクロは小幅なマイナスとなったものの、前月の増加を踏まえると堅調に推移したと言えよう。内訳を見ると、需要側の減少はゴールデンウィークの影響により前月が強かった反動という側面が強い。供給側では、業種ごとに明暗が分かれ、衣料品関連が好調だった一方、自動車販売は前月の反動から落ち込んだ。
- 【4-6月期 GDP 個人消費】2019年4-6月期 GDP 個人消費は前期比+0.6%と、2四半期ぶりに増加したと予想する。4-6月期は1-3月期に弱かった反動に加え、10連休のゴールデンウィークが消費を押し上げた。また、雇用環境の改善に頭打ち感が見られることや消費増税を背景に消費者マインドが悪化しており、それが消費の下押し要因となろう。
- 【先行き】実質個人消費は、一進一退が続くとみている。個人消費の鍵を握る所得について、景気が停滞する中、名目賃金の上昇ペースは鈍くなることが見込まれる。また、雇用環境の改善に頭打ち感が見られることや消費増税を背景に消費者マインドが悪化しており、それが消費の下押し要因となろう。

図表1：各種消費指標の概況

		2019年 2月	3月	4月	5月	6月	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	1.7	2.1	1.3	4.0	2.7
		前月比	▲ 2.0	0.1	▲ 1.4	5.5	▲ 2.8
	実質消費支出（CTIマクロ）	前年比	1.7	1.5	▲ 0.4	3.2	2.4
		前月比	▲ 0.6	▲ 0.2	▲ 1.1	4.2	▲ 1.4
供給側	小売販売額	前年比	0.6	1.0	0.4	1.3	0.5
		前月比	0.4	0.2	▲ 0.1	0.4	0.0
	百貨店売上高	前年比	0.4	0.1	▲ 1.1	▲ 0.8	▲ 0.9
	コンビニエンスストア売上高	前年比	2.0	0.0	1.3	1.7	▲ 0.0
	スーパー売上高	前年比	▲ 2.5	0.5	▲ 1.0	▲ 0.7	▲ 0.5
	外食売上高	前年比	1.9	2.8	1.7	3.1	3.4
	旅行取扱高	前年比	1.1	▲ 1.2	14.5	2.7	-
需要側 + 供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	0.7	0.7	0.6	0.9	0.7
		前月比	▲ 0.1	0.0	0.1	0.4	▲ 0.0
	消費総合指数	前月比	▲ 0.5	0.1	1.8	▲ 0.2	-

(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

＜6月の消費総括＞需要側は減少／供給側は横ばい ～総合すると小幅に減少

6月の消費は、需要側統計を見ると前月から減少した一方、供給側統計では横ばいであった。結果、需要側と供給側を合成したCTIマクロは小幅なマイナスとなったものの、前月の増加を踏まえると堅調に推移したと言えよう。ただし、消費者マインドは悪化が続いており、先行きの消費動向には引き続き注意が必要だ。内訳を見ると、需要側の減少はゴールデンウィークの影響により前月が強かった反動という側面が強い。供給側では、業種ごとに明暗が分かれ、衣料品関連が好調だった一方、自動車販売は前月の反動から落ち込んだ。

＜家計調査（需要側）＞2ヶ月ぶりの減少、GW効果で強かった前月の反動減が中心

6月の家計調査によると、二人以上の実質消費支出は前月比▲2.8%と2ヶ月ぶりに減少した（図表2、3）。また、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）も同▲2.9%となった。多くの費目で減少したが、減少の主因は前月にゴールデンウィークの影響で増加した反動である。

実質消費支出の動きを費目別に見ると、10大費目中8費目が前月から減少した。「食料」（前月比+0.6%）や「保健医療」（同+2.6%）が増加した一方、「教育」（同▲18.7%）、「住居」（同▲12.8%）、「その他の消費支出」（同▲4.3%）などは減少した。

「教育」では、補習教育の減少が全体を押し下げている。これはゴールデンウィークの影響により5月に大きく増加していた反動とみられる。

「住居」も、前月に大きく増加した反動とみられるが、その背景にあるのはサンプル要因だ。前月は調査対象世帯の持家率（図表3右上）が一時的に大きく低下（＝借家世帯比率が上昇）したことで、世帯当たりの家賃支出が増加していた。しかし、6月は持家率が以前の水準に戻ったことで、「住居」の支出も以前の水準へと向かい、減少したと考えられる。

「その他消費支出」では、ゴールデンウィークの影響で保険料の支払日が5月に集中した反動減が見られたほか、仕送り金が減少した。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2018/11	2018/12	2019/1	2019/2	2019/3	2019/4	2019/5	2019/6	シェア（%）
消費支出	0.2	▲0.1	0.7	▲2.0	0.1	▲1.4	5.5	▲2.8	100.0
食料	▲1.6	▲0.9	0.7	0.5	▲0.4	1.5	▲1.7	0.6	27.6
住居	11.8	▲8.6	14.7	▲16.5	▲2.9	▲3.1	21.6	▲12.8	5.9
光熱・水道	▲4.5	▲0.3	1.4	▲0.1	▲1.9	▲1.4	15.2	▲8.3	7.7
家具・家事用品	2.9	▲0.5	▲2.0	0.8	▲3.8	▲0.7	9.2	▲1.8	3.9
被服及び履物	7.0	2.5	▲9.7	7.8	▲1.2	▲6.2	7.2	▲1.4	4.0
保健医療	▲4.1	2.0	0.1	▲1.4	▲0.4	1.5	4.1	2.6	4.6
交通・通信	▲2.1	1.3	0.8	5.9	▲7.0	▲0.3	7.3	▲3.9	14.7
教育	▲8.7	8.0	▲2.5	▲20.8	24.1	▲12.4	29.7	▲18.7	4.1
教養娯楽	0.9	3.9	3.9	▲5.5	▲4.4	5.8	1.5	▲0.3	10.1
その他の消費支出	5.2	0.2	▲3.4	▲1.8	1.7	▲3.9	7.7	▲4.3	17.4

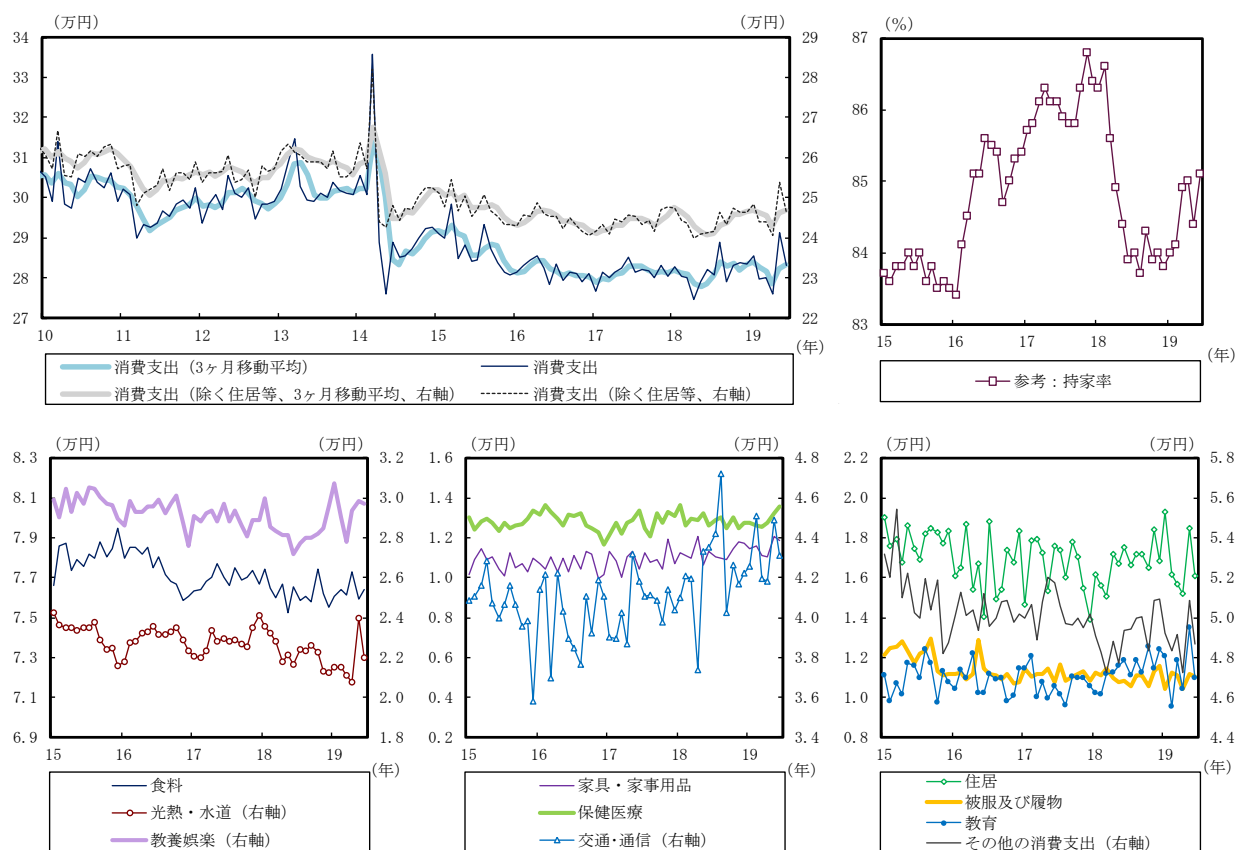
（注1）二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

（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）と持家率の推移



(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。

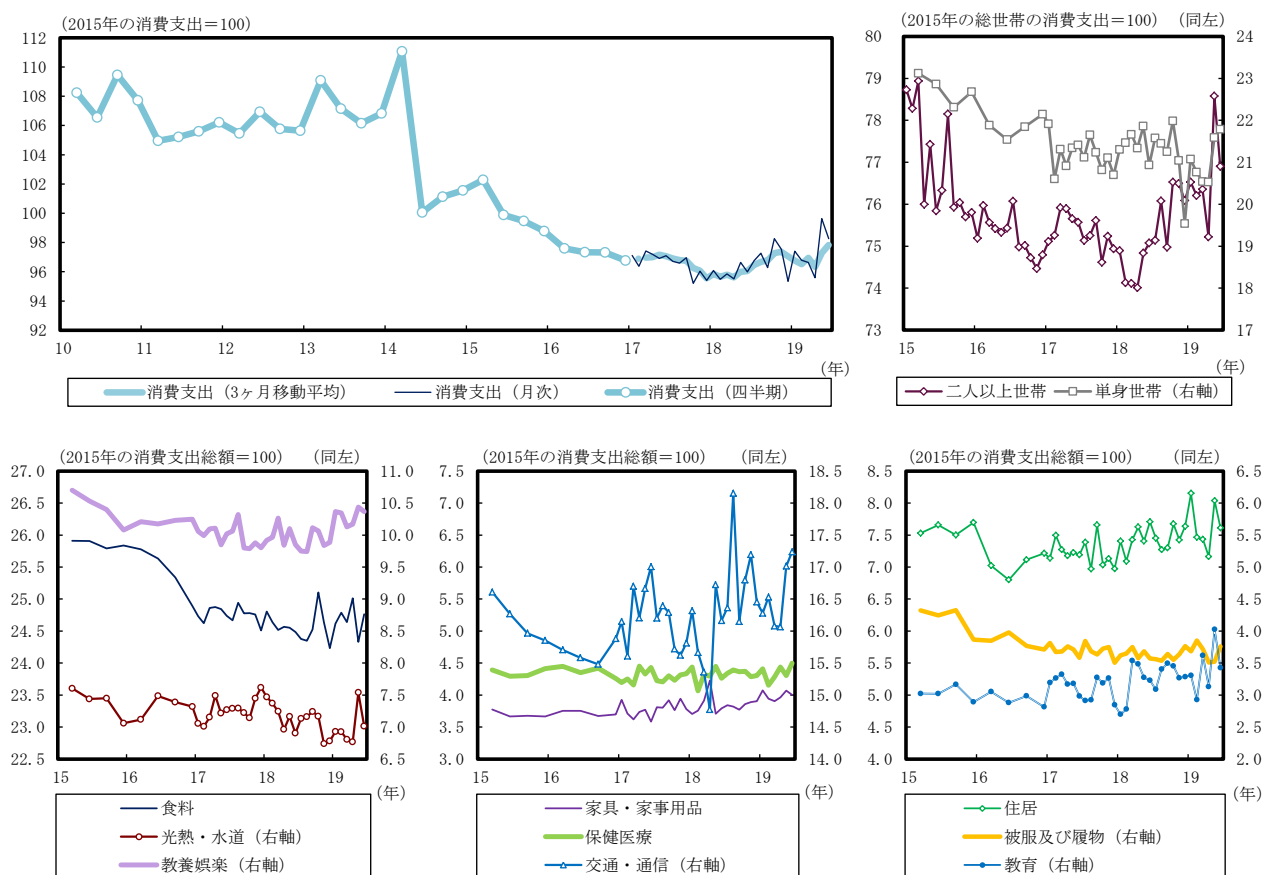
(出所) 総務省統計より大和総研作成

<CTI ミクロ（需要側）>二人以上世帯が減少した一方、単身世帯は増加

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、6 月の実質消費支出は前月比▲1.4%と 2 ヶ月ぶりに減少した（図表 4）。世帯別では、二人以上世帯（同▲2.1%）が減少した一方、単身世帯（同+0.9%）は増加した。

費目別に見ると、「食料」（前月比+1.8%）、「被服及び履物」（同+6.8%）などが増加した一方で、「教育」（同▲15.0%）、「光熱・水道」（同▲7.0%）、「住居」（同▲5.3%）などは減少した。「被服及び履物」は二人以上世帯、単身世帯ともに増加しており、二人以上世帯に関して、前述した家計調査の結果とは方向感が異なる。これは、家計調査では 5 月に同項目が大きく増加した一方、複数の統計により補正されている CTI ミクロでは 5 月の増加幅が限定的だったことが影響しているものとみられる。

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）＞名目小売販売額は横ばい、業種ごとに明暗分かれる

6月の商業動態統計を見ると、名目小売販売額（季節調整値）は前月から横ばいとなった（**図表5、6**）。また、CPIの財指数で小売販売額を実質化しても横ばいである。

名目小売販売額を業種別に見ると、「織物・衣服・身の回り品小売業」（前月比+1.5%）、「各種商品小売業」（同+1.3%）などが増加した一方、「自動車小売業」（同▲3.2%）、「燃料小売業」（同▲1.6%）などは減少した。

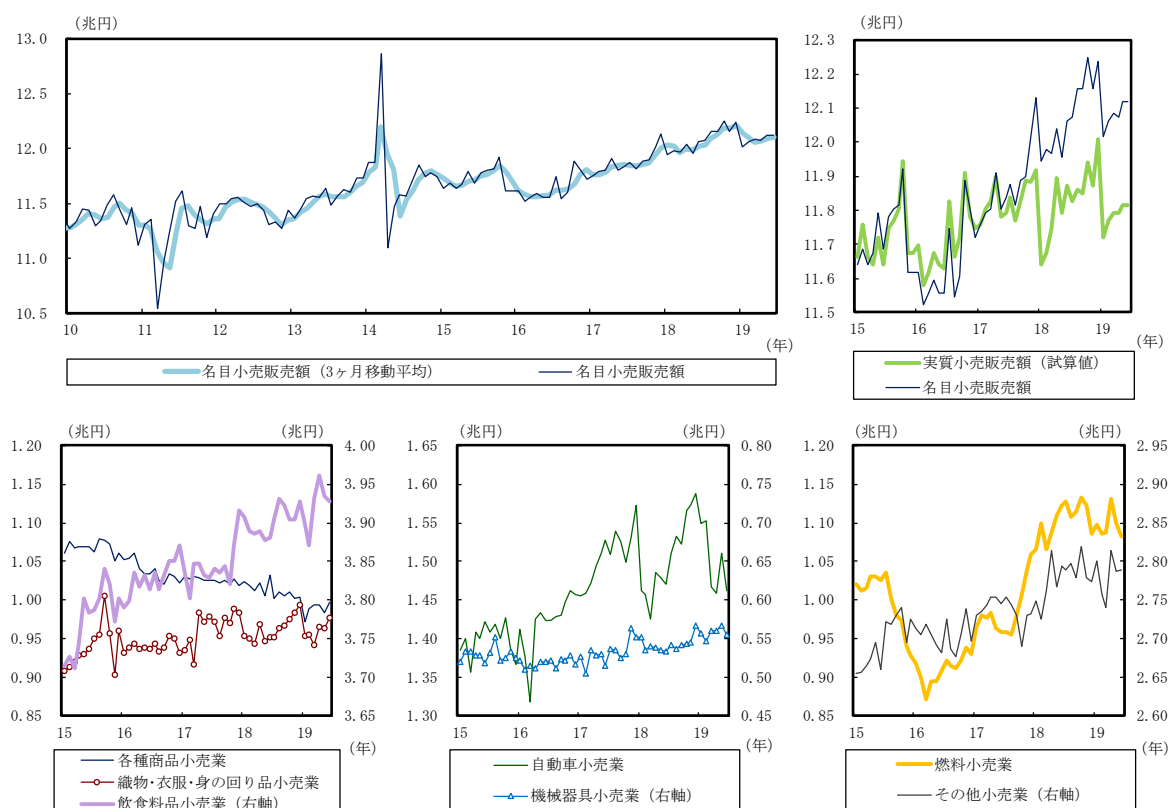
「織物・衣服・身の回り品小売業」に関して、6月の気温は平年並みであり、さほど天候に恵まれていたわけではないものの（**p.11**）、夏物セールが好調だったこともあり、堅調に推移した。

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、特に百貨店が前月の反動もあり大きく増加した。内訳では、衣料品が増加している。

「自動車小売業」は前月に大きく増加した反動とみられる。これは、業界統計（**p.10**）で6月の新車販売台数が落ち込んだこととも整合的である。

「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、6月は前月と比較してガソリン・灯油価格が下落したことで、名目値が押し下げられたと考えられる。

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、%	2018/11	2018/12	2019/1	2019/2	2019/3	2019/4	2019/5	2019/6	シェア(%)
小売業計	▲0.8	0.7	▲1.8	0.4	0.2	▲0.1	0.4	0.0	100.0
各種商品小売業	▲0.8	0.3	▲3.3	1.8	0.5	0.0	▲1.0	1.3	8.4
織物・衣服・身の回り品小売業	0.9	1.0	▲4.0	0.1	▲1.5	2.5	▲0.1	1.5	7.6
飲食料品小売業	0.0	0.6	▲0.8	▲0.7	1.6	0.8	▲0.7	▲0.2	31.2
自動車小売業	0.4	1.0	▲2.5	0.3	▲5.5	▲0.7	3.6	▲3.2	12.5
機械器具小売業	0.3	4.0	▲1.7	▲2.1	2.6	▲0.1	1.3	▲2.1	4.2
燃料小売業	▲0.9	▲3.3	1.1	▲1.1	0.2	4.0	▲2.7	▲1.6	9.1
その他小売業	▲1.4	▲0.2	1.0	▲1.5	▲0.6	2.7	▲1.0	0.1	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」。

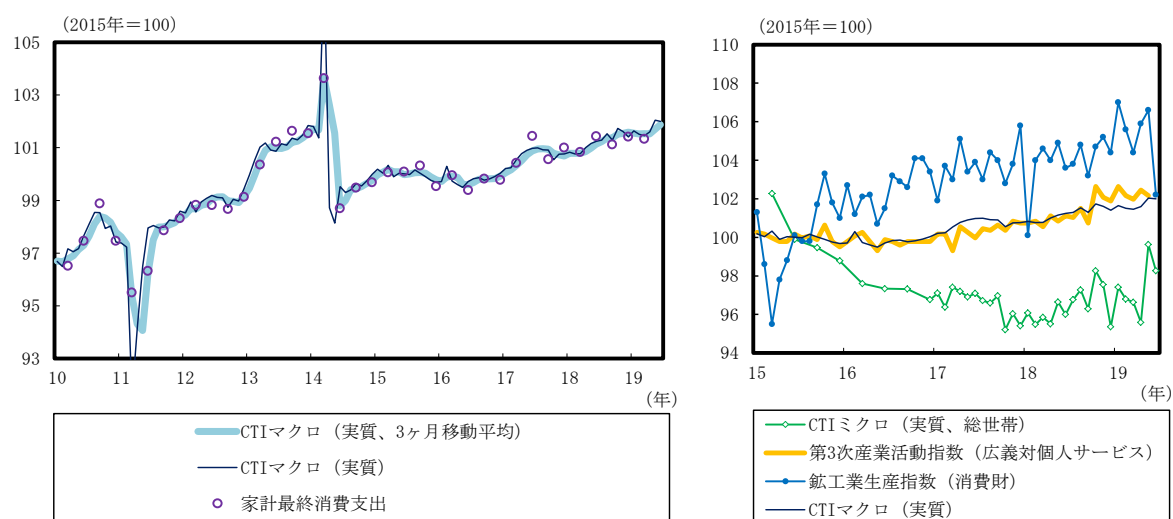
(注3) シェアは、2018年の数値。「無店舗小売業」の系列が無い場合、各系列のシェアを合計しても100%にはならない。

(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)>小幅ながら4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²で見た実質消費は、前月比▲0.0%と小幅ながら4ヶ月ぶりに減少した(図表7)。需要側のCTI ミクロ(同▲1.4%)、供給側の鉱工業生産指数の消費財(同▲4.1%)がともに低下したことが押し下げ要因となった。

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。

＜7月の消費者マインド＞消費増税を前に10ヶ月連続でマインドが悪化

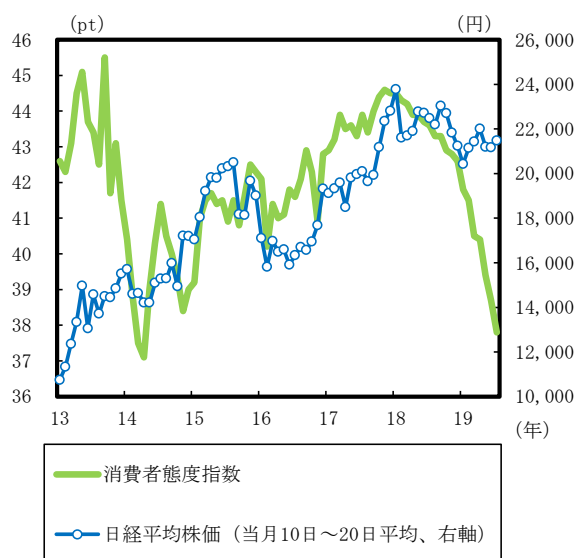
消費動向調査によると、7月の消費者態度指数（二人以上の世帯）は前月差▲0.9ptと10ヶ月連続で低下した（図表8）。この結果を受けて、内閣府は消費者マインドの基調判断を「弱まっている」に据え置いた。

指数の内訳を見ると（図表9）、「耐久消費財の買い時判断」（前月差▲2.2pt）、「暮らし向き」（同▲0.5pt）、「雇用環境」（同▲0.4pt）、「収入の増え方」（同▲0.3pt）の全項目で低下した。一方、参考系列である「資産価値」は、株価の上昇を背景に同+1.6ptと3ヶ月ぶりに上昇した。

10月の消費増税を控え、このところ消費者マインドの悪化に歯止めがかからない。増税の3ヶ月前の消費者態度指数を前回と今回で比べると（2014年1月と2019年7月）、今回は「収入の増え方」を除く全ての項目が前回を下回っている。今回は前回の増税前以上に、マインドの悪化度合いが大きいことがうかがえる。

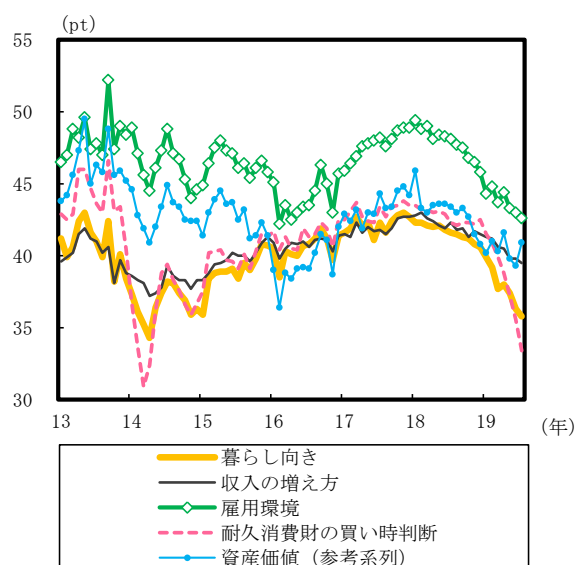
なお、これまでの経験に基づく、マインドは消費増税前までに悪化し続けるが、消費増税の実施月を底に改善へと向かう傾向がある。米中貿易摩擦の激化など、先行き不透明感が増す中、今回は増税後に消費者マインドがどのように推移するのかに注目したい。

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

＜4-6 月期 GDP 個人消費＞前期比+0.6%、2 四半期ぶりの増加を予想

8/9（金）に公表予定の 2019 年 4-6 月期 GDP 個人消費は前期比+0.6%と、2 四半期ぶりに増加したと予想する。4-6 月期は 1-3 月期に弱かった反動に加え、10 連休のゴールデンウィークが消費を押し上げた。また、自動車販売が軽自動車を中心に好調だったことも押し上げ要因となった。

関連統計を見ると、需要側・供給側ともに増加した。需要側の実質消費支出は、家計調査では前期比+0.6%、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 ミクロでは同+0.9%であった。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+0.4%であり、需要側と供給側を合成した CTI マクロは同+0.3%であった。

なお、実質 GDP 全体では先日公表したレポート³の通り、外需の落ち込みを背景に前期比年率▲0.3%（前期比▲0.1%）と 3 四半期ぶりのマイナス成長を予想している。

＜先行き＞実質個人消費は一進一退が続く

実質個人消費の先行きは、一進一退が続くとみている。

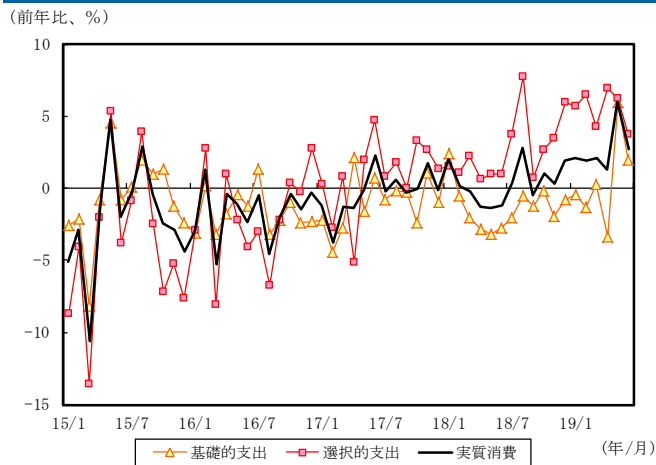
個人消費の鍵を握る所得について、景気が停滞する中、名目賃金の上昇ペースは鈍化することが見込まれる。また、雇用環境の改善に頭打ち感が見られることや消費増税を背景に消費者マインドが悪化しており、それが消費の下押し要因となろう。

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・反動減を生じさせる可能性がある。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すべきだ。

³ 山口茜、小林俊介「[2019 年 4-6 月期 GDP 一次速報予測～前期比年率▲0.3%予想](#)」（大和総研レポート、2019 年 7 月 30 日）

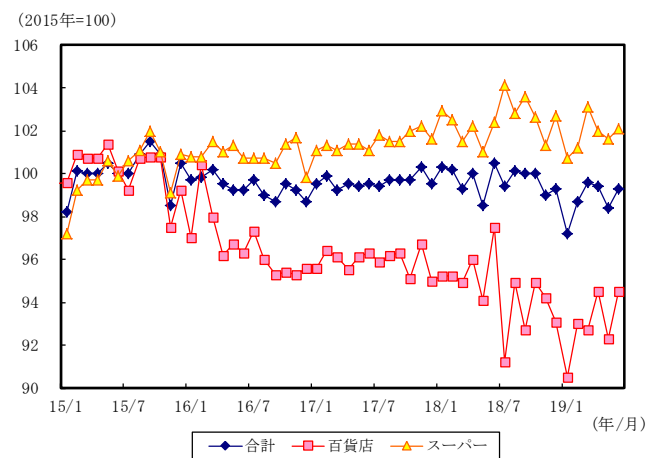
消費・概況

基礎的支出と選択的支出



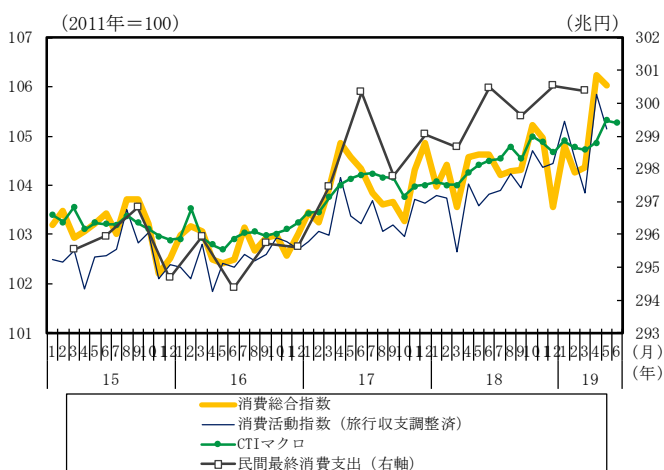
(出所) 総務省統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



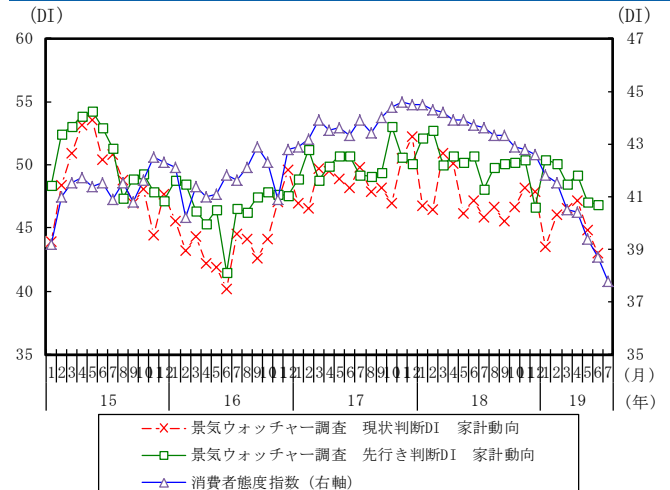
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

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

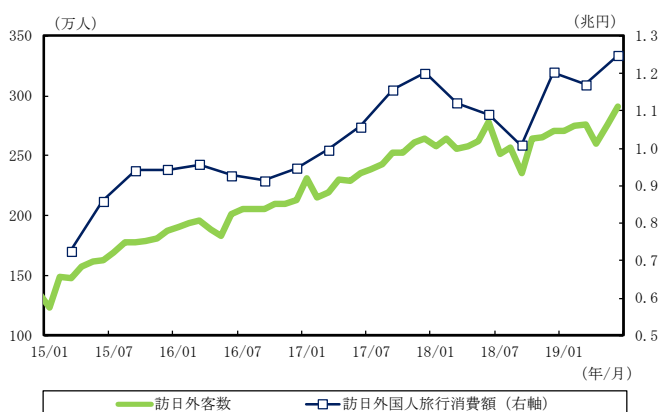
消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

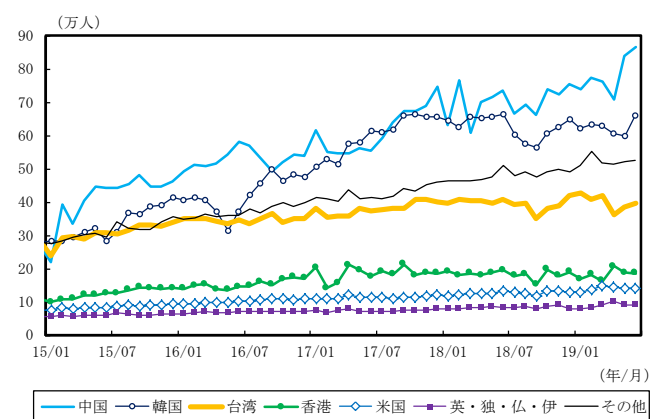
訪日外客

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

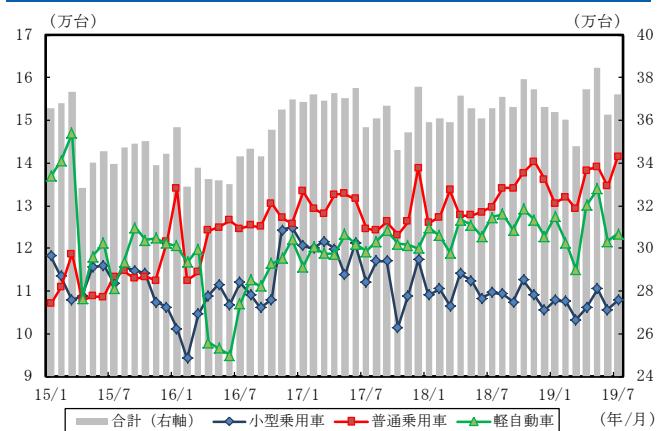
国別別 訪日外客数



(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

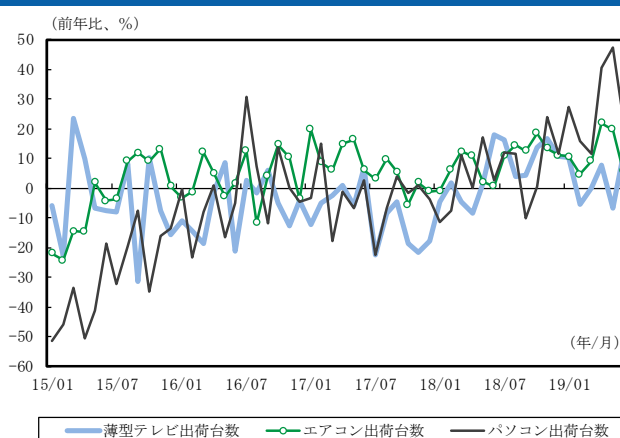
新車販売台数



(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。

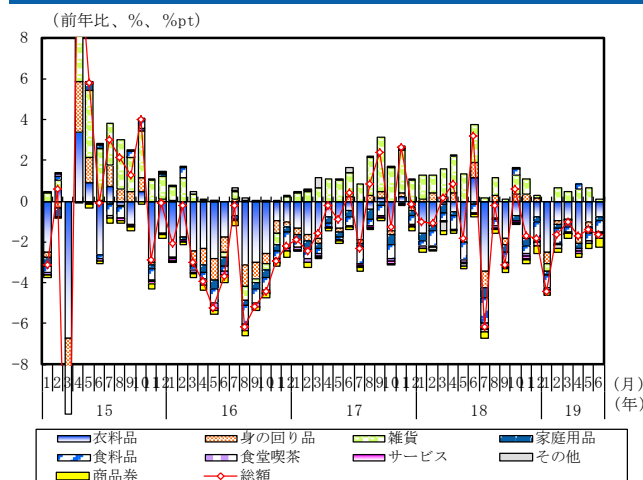
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ、エアコン、パソコンの出荷台数



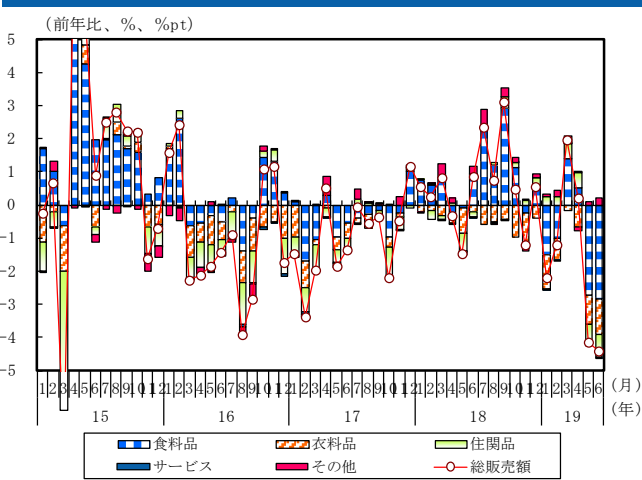
(出所) JRAIA、JEITA統計より大和総研作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



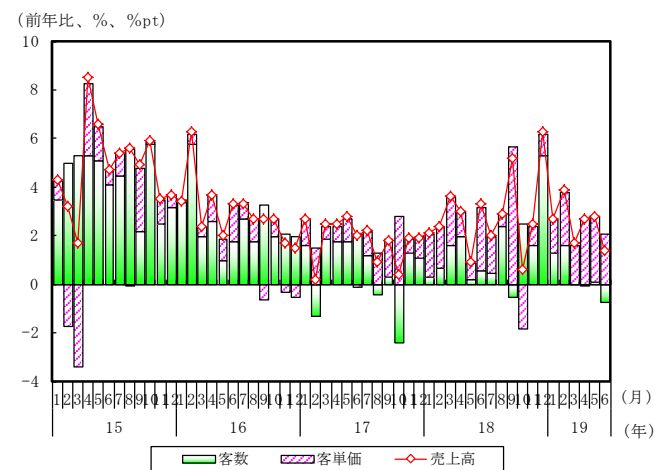
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上高の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



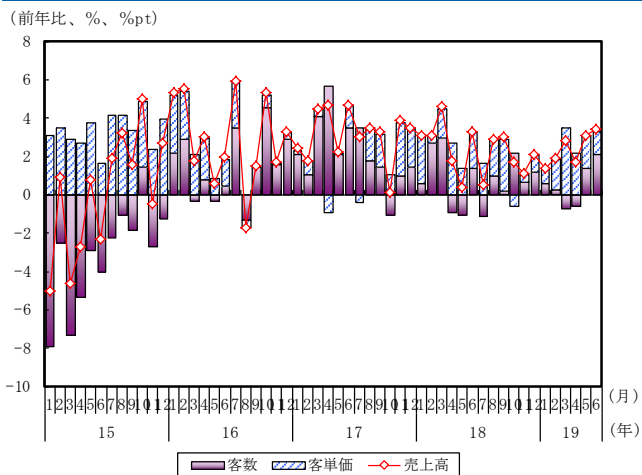
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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

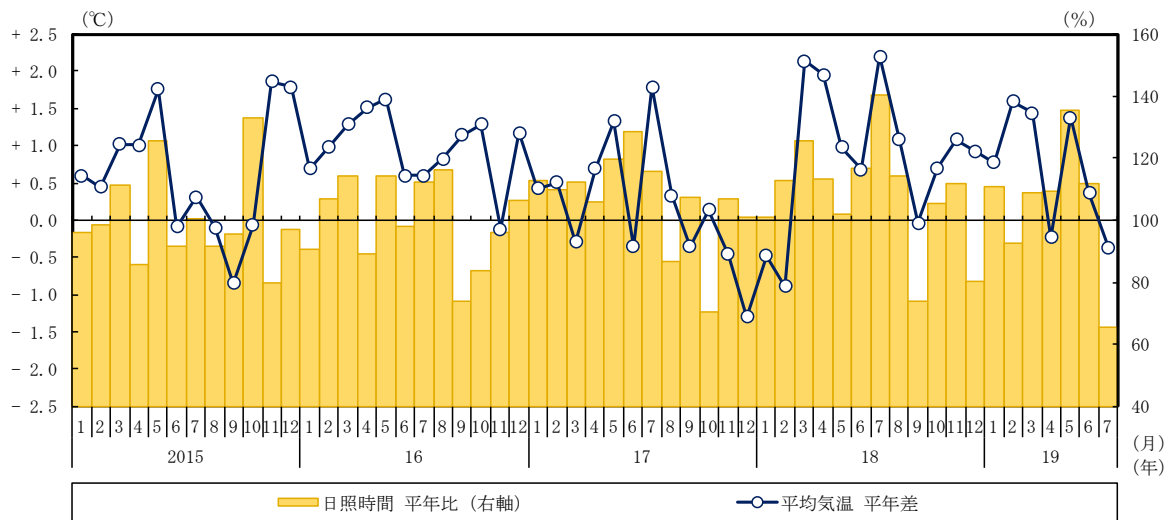
外食市場売上高



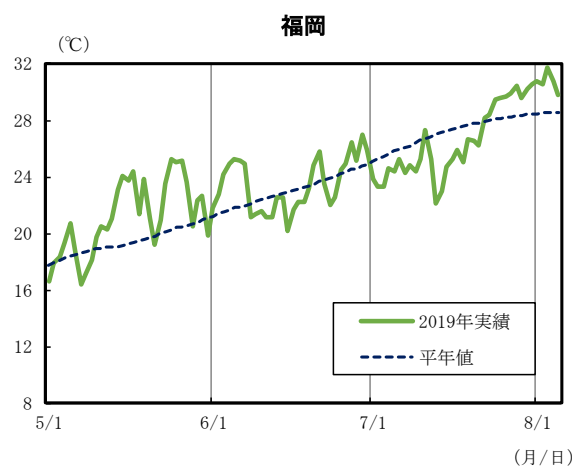
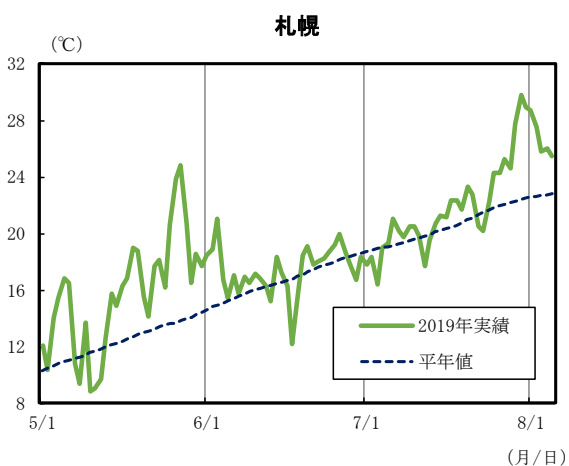
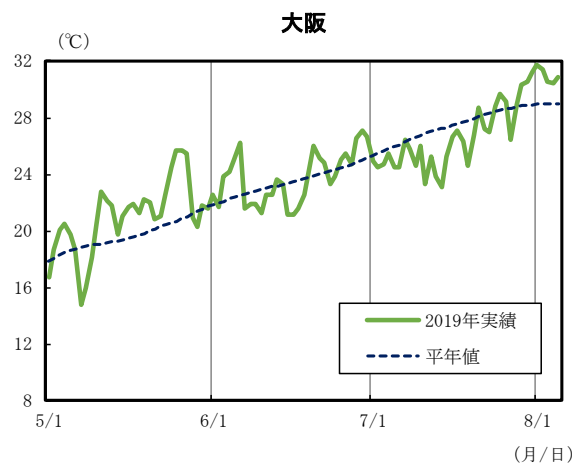
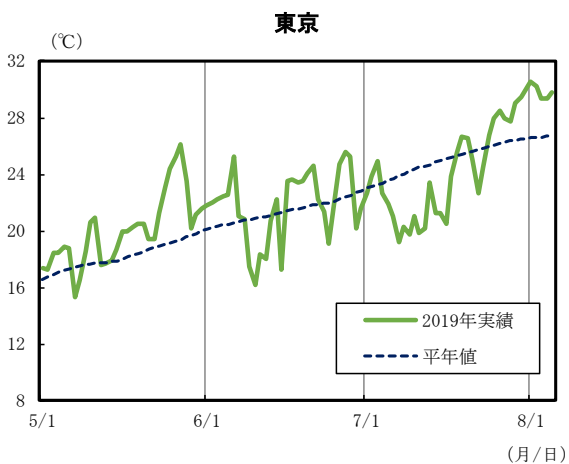
(出所) 日本フードサービス協会統計より大和総研作成

天候

全国の平均気温と日照時間



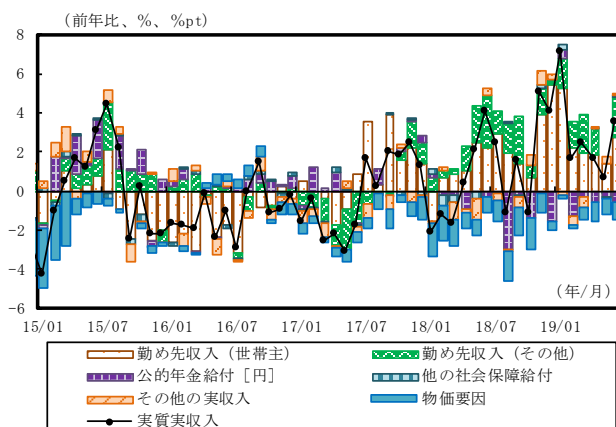
主要都市の日平均気温



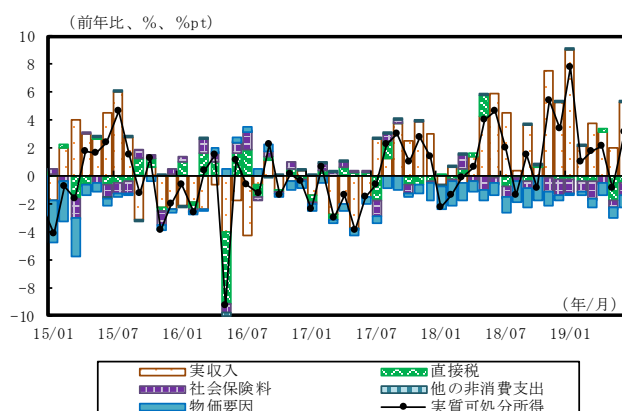
(出所) 気象庁統計より大和総研作成

収入

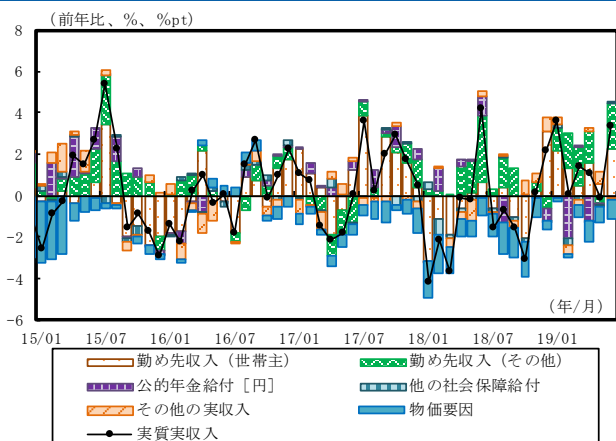
実質実収入の要因分解(勤労者世帯+無職世帯)



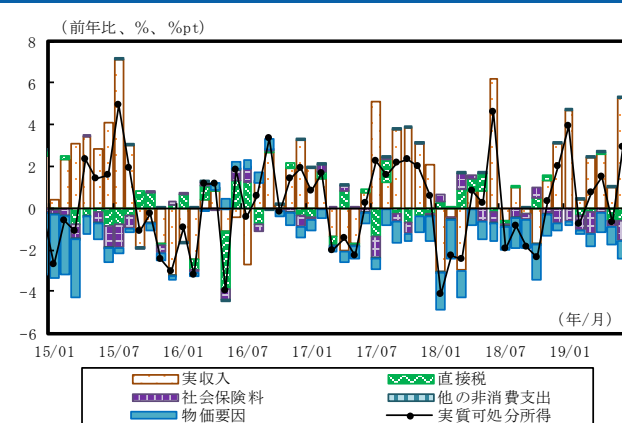
実質可処分所得の要因分解(勤労者世帯+無職世帯)



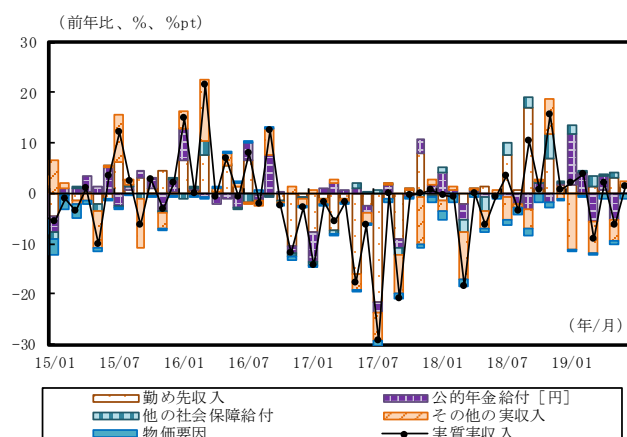
実質実収入の要因分解:勤労者世帯



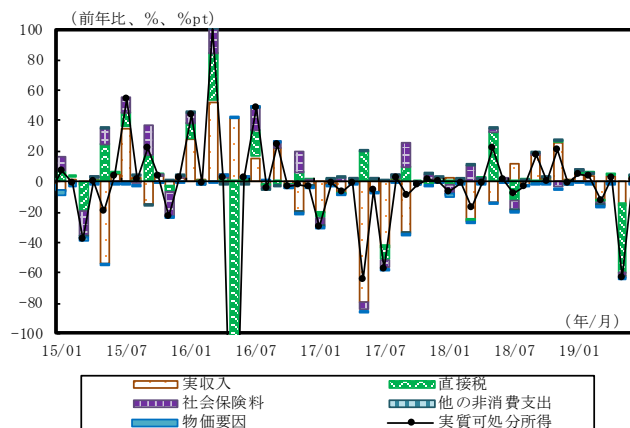
実質可処分所得の要因分解:勤労者世帯



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