

2019年10月8日 全12頁

## Indicators Update

# 2019年8月消費統計

天候回復・駆け込み需要により幅広い業種で増加

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]

- 8月の消費は需要側統計と供給側統計の双方で増加した。前月に悪天候の影響で大きく落ち込んでいた夏物需要が8月に集中したことや、10月の消費増税前の駆け込み需要が自動車や家電を中心に発生したことが全体を押し上げた。
- 実質個人消費は9月に駆け込み需要、10月に反動減が生じた後は一進一退が続くとみている。個人消費の鍵を握る所得は、増加ペースが鈍化することが見込まれる。10月の消費増税に関しては、増税時に実施される各種経済対策が消費を下支えし、消費が腰折れすることはないとみている。ただし、消費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ないことから、消費はいくらか抑制されるだろう。

図表1：各種消費指標の概況

			2019年 4月	5月	6月	7月	8月	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	1.3	4.0	2.7	0.8	1.0	総務省
		前月比	▲ 1.4	5.5	▲ 2.8	▲ 0.9	2.4	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲ 0.4	3.2	2.4	▲ 0.2	0.6	総務省
		前月比	▲ 1.1	4.2	▲ 1.4	▲ 1.8	1.0	
供給側	小売販売額	前年比	0.4	1.3	0.5	▲ 2.0	2.0	経済産業省
		前月比	▲ 0.1	0.4	0.0	▲ 2.3	4.8	
	百貨店売上高	前年比	▲ 1.1	▲ 0.8	▲ 0.9	▲ 2.9	2.3	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	1.3	1.7	▲ 0.0	▲ 2.5	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	▲ 1.0	▲ 0.7	▲ 0.5	▲ 7.1	▲ 0.3	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	1.7	3.1	3.4	▲ 0.5	3.4	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	14.5	2.7	▲ 2.6	▲ 2.4	-	観光庁
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	0.7	1.1	1.0	0.9	0.8	総務省
		前月比	0.1	0.5	▲ 0.0	▲ 0.0	0.1	
	消費総合指数	前月比	1.5	▲ 0.5	▲ 1.1	0.1	-	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

## <8月の消費総括>天候回復・駆け込み需要の発生により増加

8月の消費は需要側統計と供給側統計の双方で増加した。前月に悪天候の影響で大きく落ち込んでいた夏物需要が8月に集中したことや、10月の消費増税前の駆け込み需要が自動車や家電を中心に発生したことが全体を押し上げた。

## <家計調査（需要側）>3ヶ月ぶりの増加、駆け込み需要が押し上げ

8月の家計調査によると、二人以上世帯の実質消費支出は前月比+2.4%と3ヶ月ぶりに増加した（**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）は同+0.6%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5費目が前月から増加した。「交通・通信」（前月比+7.9%）や「家具・家事用品」（同+21.5%）などが増加した一方、「光熱・水道」（同▲7.9%）、「住居」（同▲7.0%）などは減少した。

「交通・通信」では、自動車購入が全体を押し上げている。家計調査はサンプル数が少ないため高額・低頻度消費の振れが大きいことには注意が必要だが、業界統計を踏まえて判断すると（**p.10**）、消費増税前の駆け込み需要が軽自動車など一部で生じていたと考えられる。なお、自動車に関して今回の駆け込み需要は実質金額ベースで前回の4割程度だったとみている。

また、「家具・家事用品」では、7月の天候不順で需要が先送りされていたエアコンの増加が全体を押し上げた他、こちらも消費増税前の駆け込みから家庭用耐久財（家電など）が全般的に増加している。

次に減少費目に関して、「光熱・水道」では上下水道料が全体を押し下げているが、これは天候不順で家で過ごす時間が多かった前月からの反動減とみられる。また、「住居」では特に民営家賃が減少している。その背景にあるのはサンプル要因だ。8月は持家率（**図表 3 右上**）が一時的に上昇（＝借家世帯比率が低下）したことで、世帯当たりの家賃支出が減少したと考えられる。

図表 2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2019/1	2019/2	2019/3	2019/4	2019/5	2019/6	2019/7	2019/8	シェア (%)
消費支出	0.7	▲2.0	0.1	▲1.4	5.5	▲2.8	▲0.9	2.4	100.0
食料	0.7	0.5	▲0.4	1.5	▲1.7	0.6	▲2.4	1.8	27.6
住居	14.7	▲16.5	▲2.9	▲3.1	21.6	▲12.8	11.6	▲7.0	5.9
光熱・水道	1.4	▲0.1	▲1.9	▲1.4	15.2	▲8.3	▲2.0	▲7.9	7.7
家具・家事用品	▲2.0	0.8	▲3.8	▲0.7	9.2	▲1.8	▲14.7	21.5	3.9
被服及び履物	▲9.7	7.8	▲1.2	▲6.2	7.2	▲1.4	▲8.4	12.2	4.0
保健医療	0.1	▲1.4	▲0.4	1.5	4.1	2.6	1.5	▲6.7	4.6
交通・通信	0.8	5.9	▲7.0	▲0.3	7.3	▲3.9	4.2	7.9	14.7
教育	▲2.5	▲20.8	24.1	▲12.4	29.7	▲18.7	5.3	▲5.9	4.1
教養娯楽	3.9	▲5.5	▲4.4	5.8	1.5	▲0.3	▲6.2	2.2	10.1
その他の消費支出	▲3.4	▲1.8	1.7	▲3.9	7.7	▲4.3	1.3	▲0.8	17.4

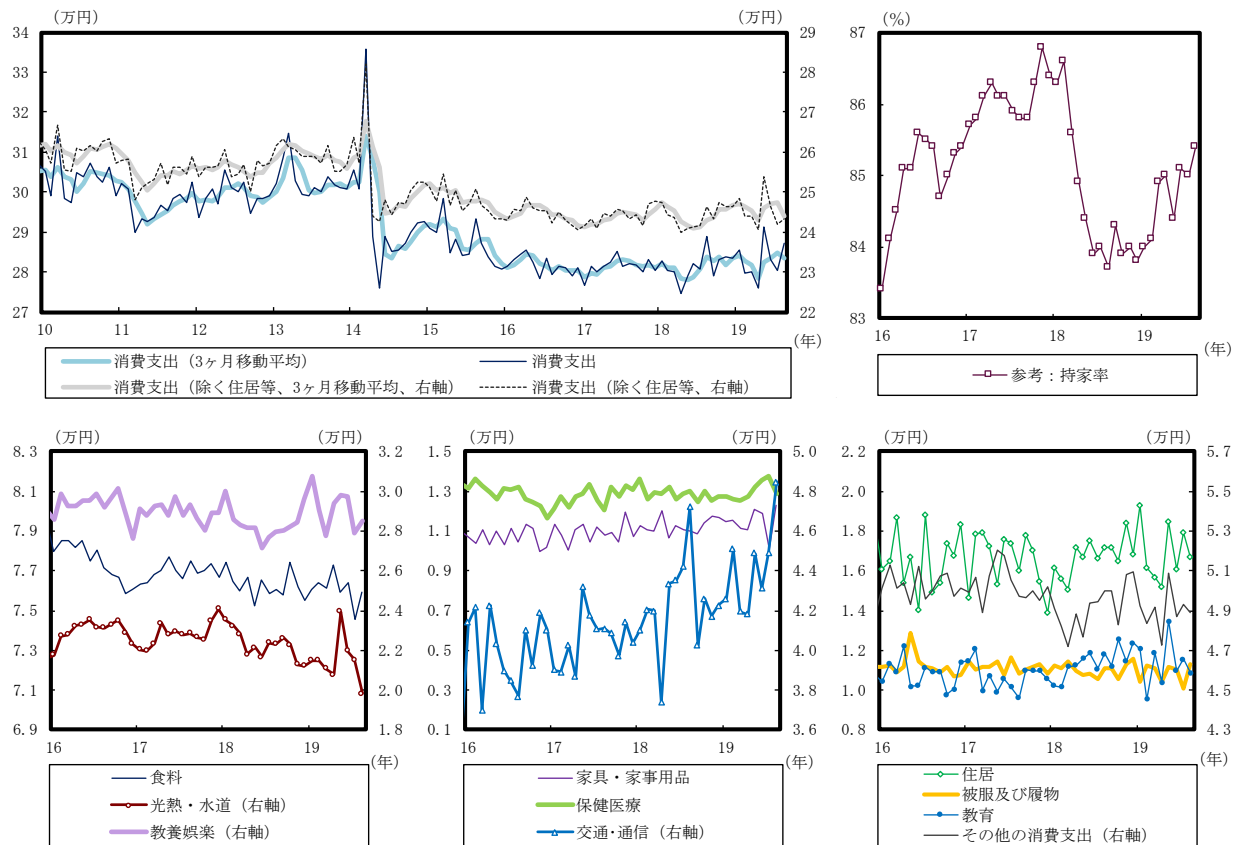
(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

(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) と持家率の推移



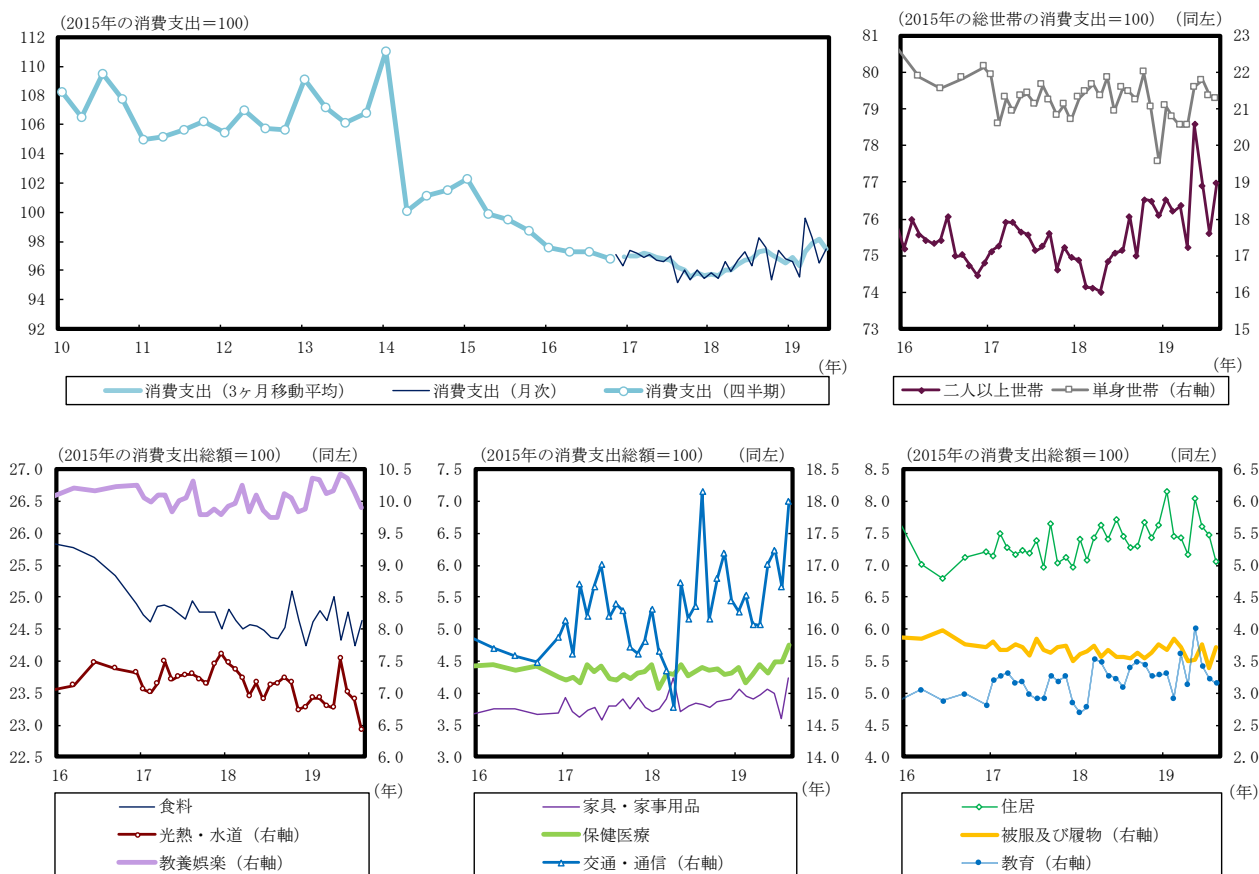
- (注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値(持家率は原数値)。  
 (注2) 「その他の消費支出」は名目金額指数(季節調整値)を、CPIの持家の帰属家賃を除く総合指数で実質化した値。  
 (注3) 各費目で個別に季節調整されているため、その合計は消費支出全体の季節調整値と一致しない。  
 (注4) 「消費支出(除く住居等)」は、消費支出から「住居」「自動車等購入」「贈与金」「仕送り金」を除いた数値。  
 (出所) 総務省統計より大和総研作成

## <CTI ミクロ（需要側）>二人以上世帯は増加するも単身は減少

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、8月の実質消費支出は前月比+1.0%と3ヶ月ぶりに増加した（**図表4**）。

世帯別では二人以上世帯（前月比+1.8%）が増加した一方、単身世帯（同▲0.4%）は減少した。8月に全体を押し上げたのは、先述した家計調査と同様「交通・通信」や「家具・家事用品」である。二人以上世帯と単身世帯で対照的な結果となったのは、自動車や家電の駆け込み需要が特に二人以上世帯で見られるためである。加えて、前月の天候不順によるエアコン需要の後ろ倒しが二人以上世帯でのみ見られたことも影響していると考えられる。

**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)を参照。

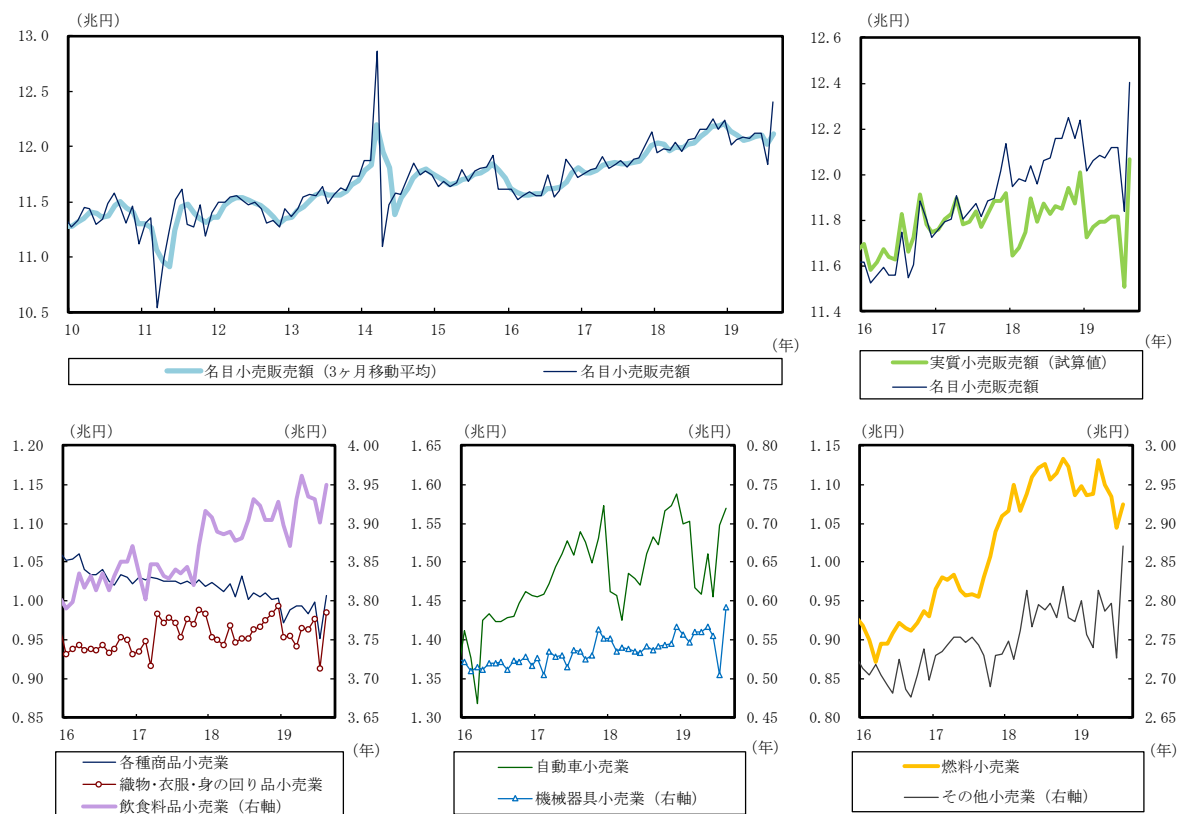
## ＜商業動態統計(供給側)＞夏物需要が集中し全業種で増加

8月の商業動態統計を見ると、名目小売販売額は前月比+4.8%と3ヶ月ぶりに増加した(図表5、6)。また、CPIの財指数で実質化した小売販売額でも同+4.9%と大幅に増加している。

名目小売販売額を業種別に見ると、7業種全てで増加した。特に「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」(前月比+5.2%)、「機械器具小売業」(同+17.4%)、「織物・衣服・身の回り品小売業」(同+8.0%)が全体を押し上げた。

これらの業種は前月に悪天候の影響で大きく落ち込んでいた業種である。「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」では虫さされ薬やあせも治療薬などの季節商品、「機械器具小売業」ではエアコン、「織物・衣服・身の回り品小売業」では夏物衣類の需要が8月に集中したことが全体を押し上げたと考えられる。また、「機械器具小売業」に関して、業界統計によるとテレビ、白物家電、パソコンなどの販売も好調であり(p.10)、消費増税前の駆け込み需要も発生したとみられる。

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、%	2019年								シェア(%)
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	
小売業計	▲1.8	0.4	0.2	▲0.1	0.4	0.0	▲2.3	4.8	100.0
各種商品小売業	▲3.3	1.8	0.5	0.0	▲1.0	1.4	▲4.6	5.7	8.4
織物・衣服・身の回り品小売業	▲4.0	0.1	▲1.5	2.5	▲0.1	1.5	▲6.6	8.0	7.6
飲食料品小売業	▲0.8	▲0.7	1.6	0.8	▲0.7	▲0.1	▲0.8	1.3	31.2
自動車小売業	▲2.5	0.3	▲5.5	▲0.7	3.6	▲3.7	6.3	1.4	12.5
機械器具小売業	▲1.7	▲2.1	2.6	▲0.1	1.3	▲2.1	▲9.1	17.4	4.2
燃料小売業	1.1	▲1.1	0.2	4.0	▲2.7	▲1.4	▲3.7	2.9	9.1
その他小売業	1.0	▲1.5	▲0.6	2.7	▲1.0	0.4	▲2.5	5.2	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」。

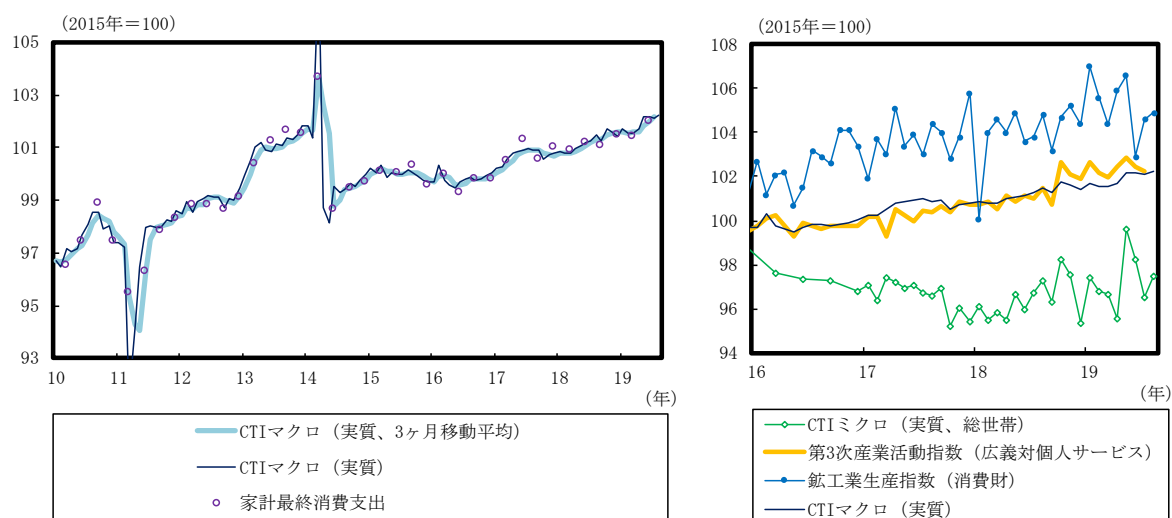
(注3) シェアは、2018年の数値。「無店舗小売業」の系列が無いため、各系列のシェアを合計しても100%にはならない。

(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)>小幅に増加

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<sup>2</sup>で見た8月の実質消費は、前月比+0.1%と3ヶ月ぶりに増加した(図表7)。需要側のCTI ミクロ(同+1.0%)と供給側の鉱工業生産指数の消費財(同+0.3%)がともに上昇したことが押し上げに寄与した。

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)を参照。

## <9月の消費者マインド>12ヶ月連続で低下、2011年6月以来の低水準

消費動向調査によると、9月の消費者態度指数（二人以上の世帯）は前月差▲1.5ptと12ヶ月連続で低下し、35.6ptとなった（**図表8**）。2011年6月（35.2pt）以来の低水準である<sup>3</sup>。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▲3.6pt）、「暮らし向き」（同▲0.9pt）、「収入の増え方」（同▲0.8pt）、「雇用環境」（同▲0.7pt）のいずれの項目も低下した。一方、参考系列である「資産価値」は、株価の上昇を背景に同+1.8ptと2ヶ月ぶりに上昇した。

消費増税を翌月に控え、幅広い項目でマインドが悪化したが、特に悪化の度合いが大きかったのは「耐久消費財の買い時判断」だ。9月の水準は、時系列データが取得できる1982年以降で最も低い。同項目は今後半年間の耐久消費財の買い時について尋ねたもので、2019年に入り合計▲14.4pt悪化している。

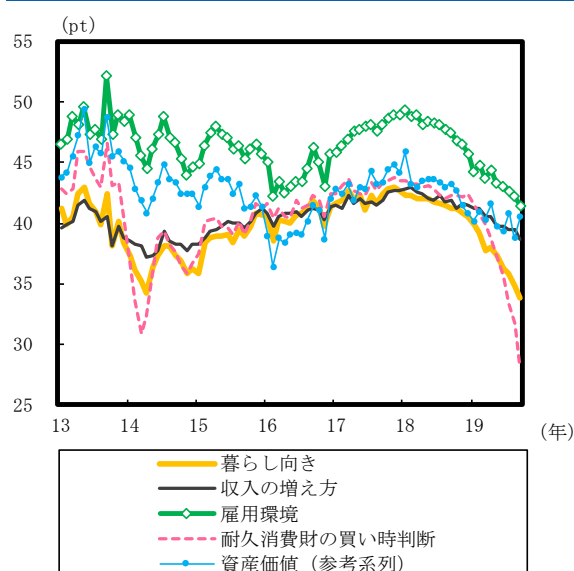
これまでの経験に基づく、マインドは消費増税時まで悪化するが、消費増税の実施月を底に改善へと向かう傾向がある。今回に関しても、増税を控え特に落ち込みの大きい「耐久消費財の買い時判断」は10月を底に改善へと向かうと考えられる。今回の増税時には、キャッシュレス決済時のポイント還元策が実施され、ネットショップを含む中小小売店などで購入した際に5%分のポイント還元を受けられるため、消費者は増税前より安く商品を購入することができる。そうした状況もマインド改善の後押しとなろう。

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> 途中で調査方法の変更があるため、厳密には不連続が生じている。2013年3月以前は訪問留置調査、2013年4月～2018年9月は郵送調査、2018年10月以降は郵送・オンライン併用調査。

## ＜先行き＞実質個人消費は一進一退が続く

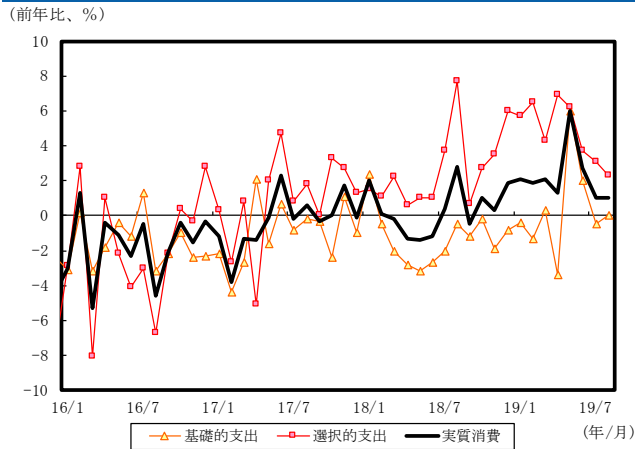
実質個人消費の先行きは9月に駆け込み需要、10月に反動減が生じた後は一進一退が続くとみている。個人消費の鍵を握る所得は、増加ペースが鈍化することが見込まれる。10月の消費増税に関しては、増税時に実施される各種経済対策が消費を下支えし、消費が腰折れすることはないとみている。ただし、消費増税対策は公共投資の比重が大きく、家計に限れば消費増税に伴う負の所得効果を全て相殺できないことから、消費はいくらか抑制されるだろう。

先行きの消費のかく乱要因として、消費増税に伴い実施されるキャッシュレス決済時のポイント還元策が、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ことなどが挙げられる。



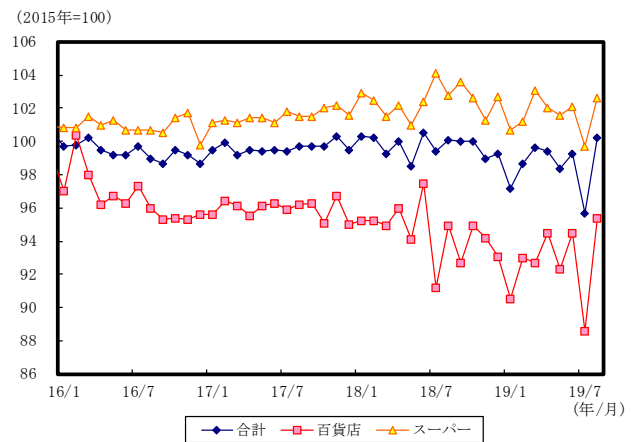
消費・概況

基礎的支出と選択的支出



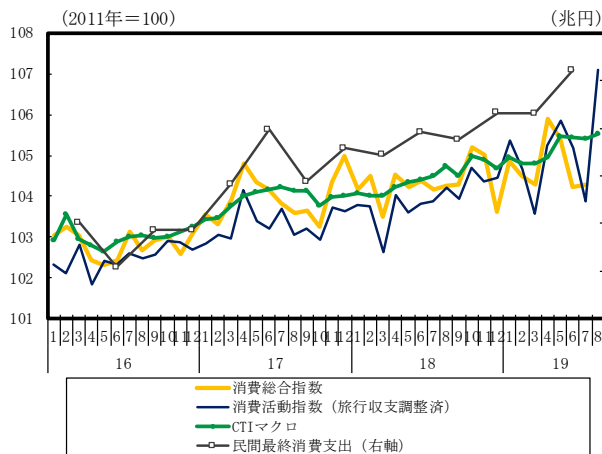
(出所) 総務省統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



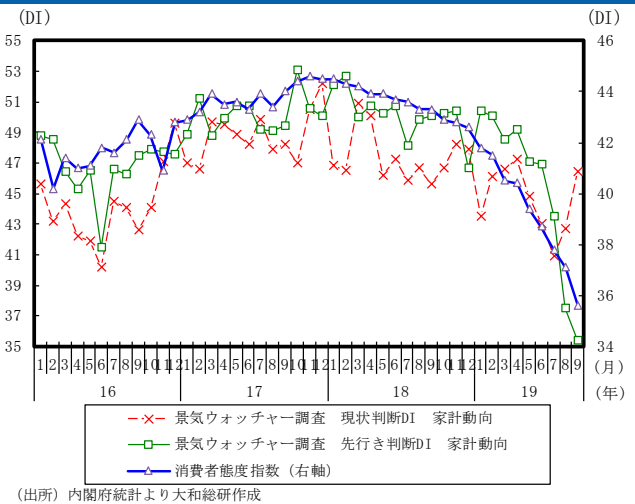
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

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

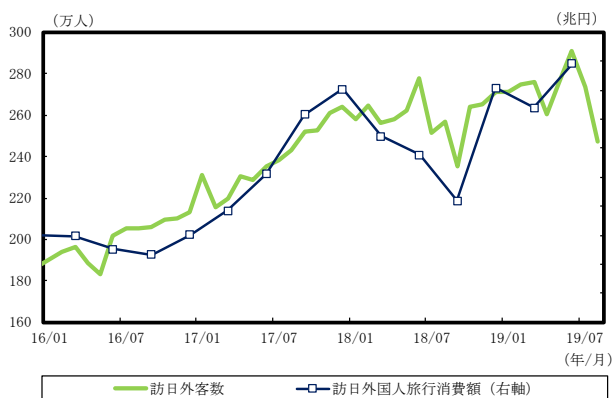
消費者マインド



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

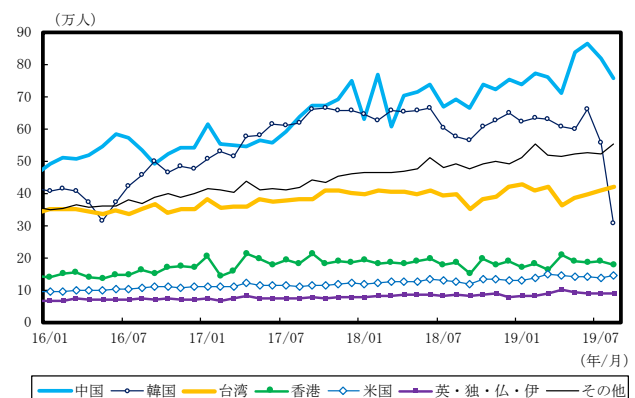
訪日外客

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

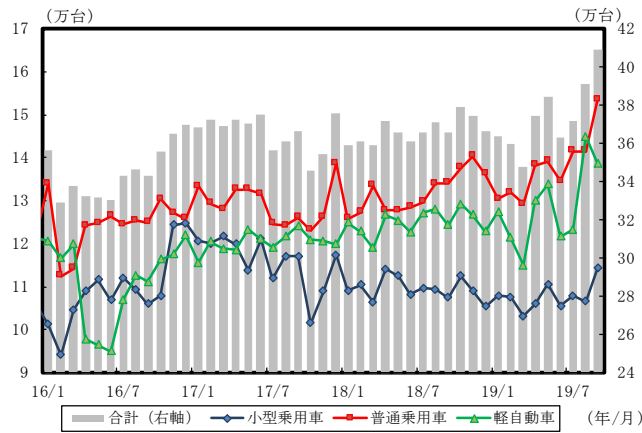
国籍別 訪日外客数



(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

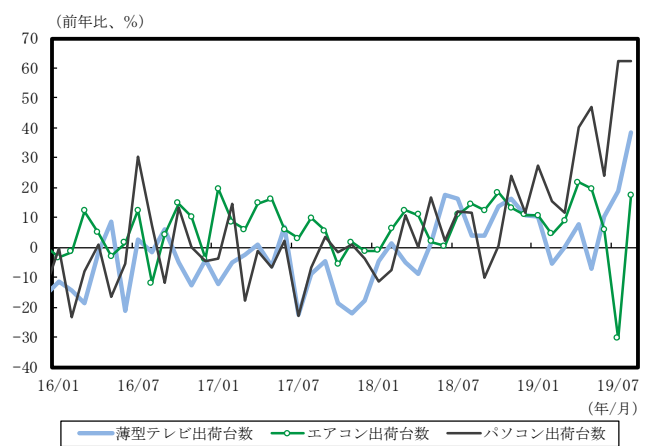
消費・協会統計

新車販売台数



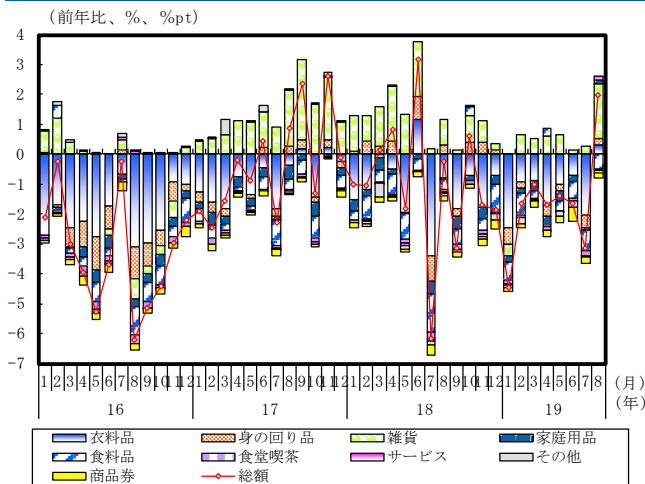
(注) 季節調整は大和総研。個別に季節調整をかけているため、各項目を足し合わせても「合計」と完全には一致しない。  
 (出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ、エアコン、パソコンの出荷台数



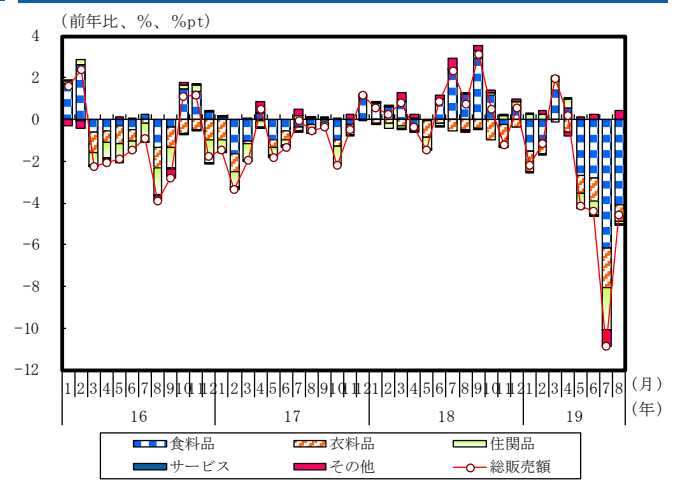
(出所) JRAIA、JEITA統計より大和総研作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



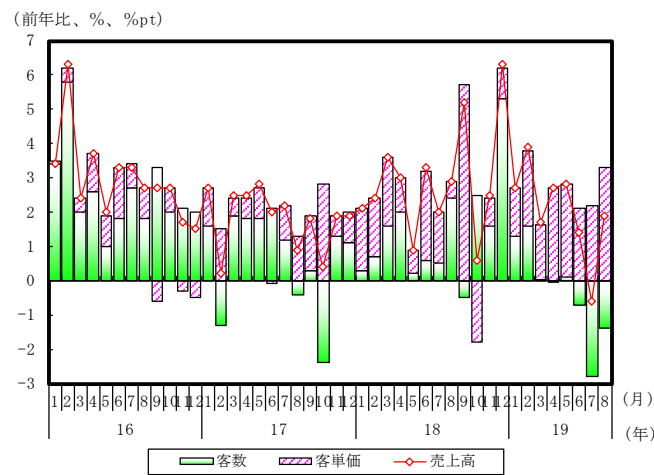
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



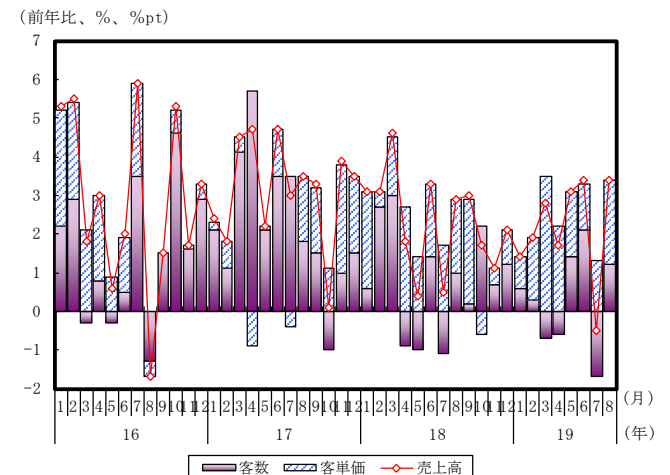
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

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

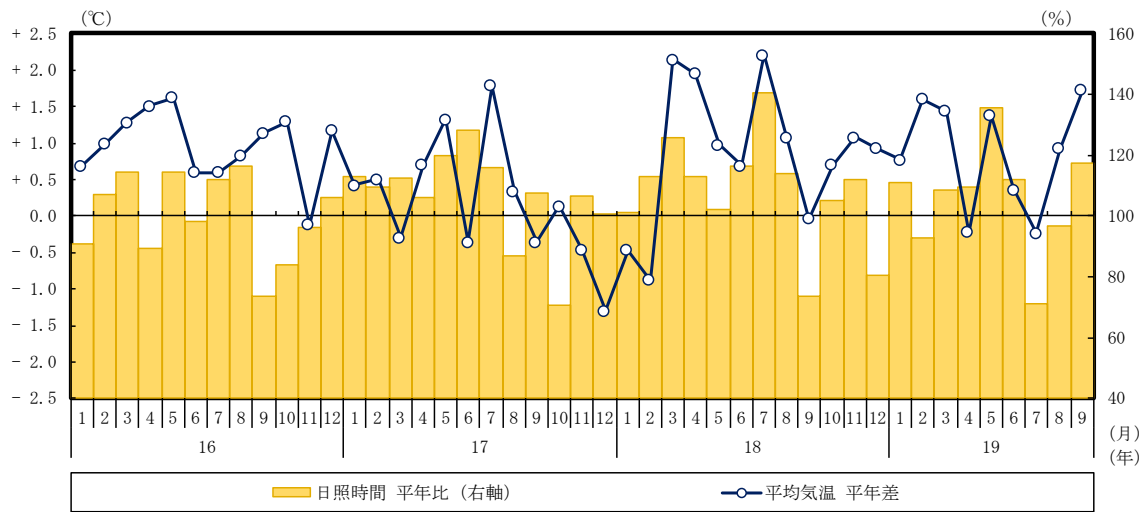
外食市場売上高



(出所) 日本フードサービス協会統計より大和総研作成

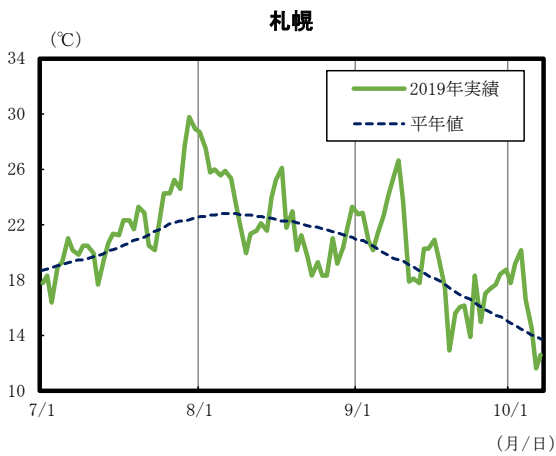
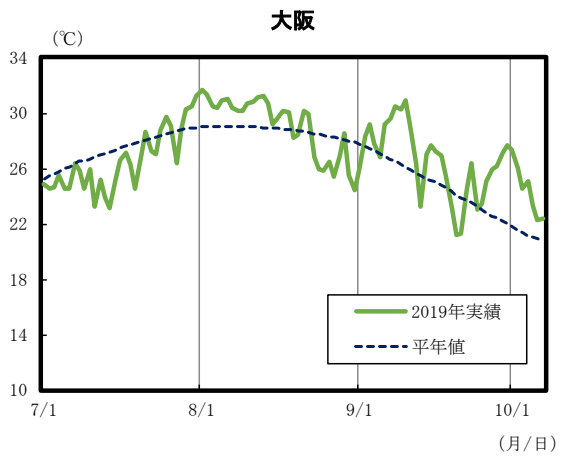
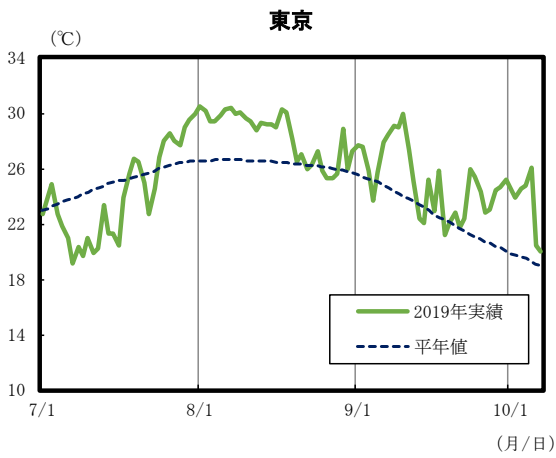
天候

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

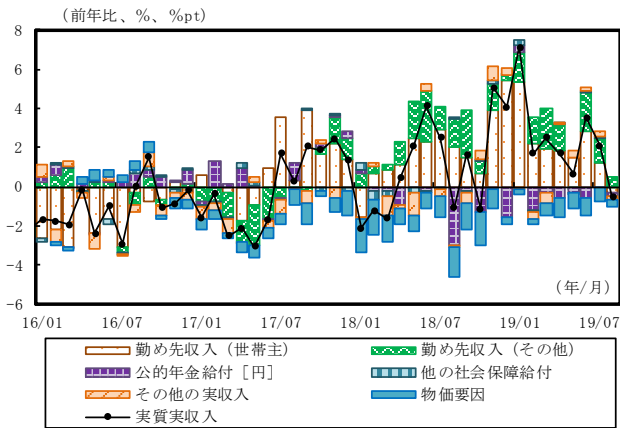
主要都市の日平均気温



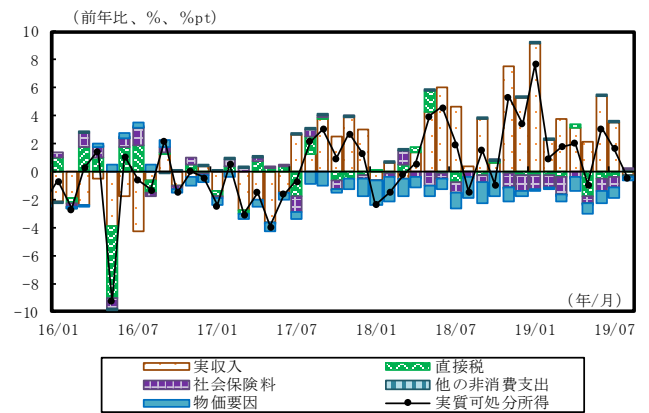
(出所) 気象庁統計より大和総研作成

収入

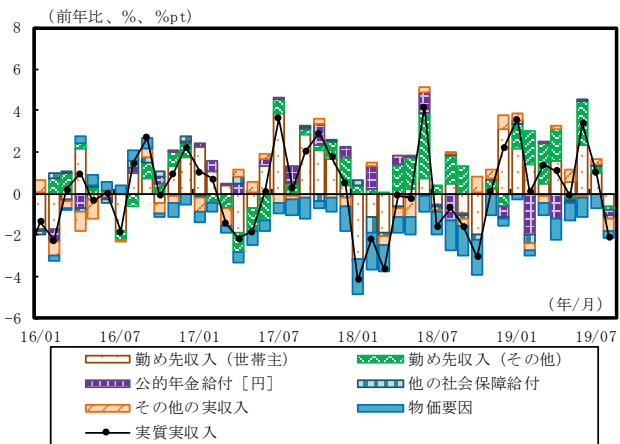
実質実収入の要因分解(勤労者世帯+無職世帯)



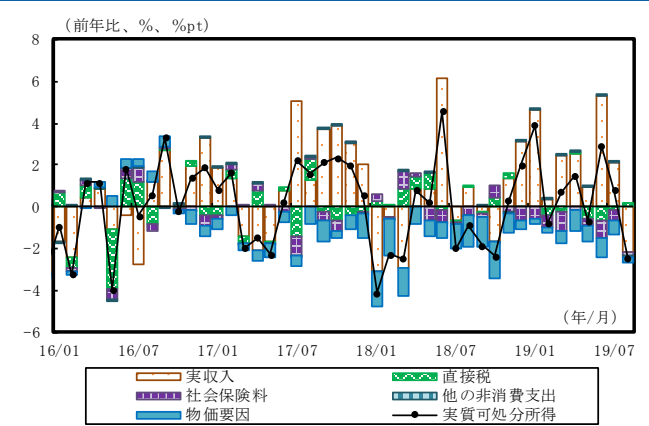
実質可処分所得の要因分解(勤労者世帯+無職世帯)



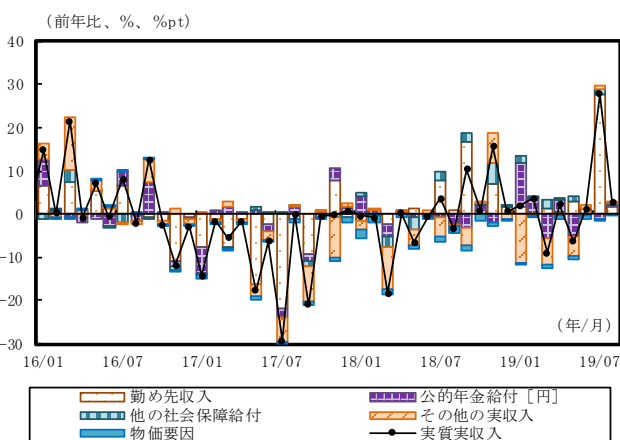
実質実収入の要因分解:勤労者世帯



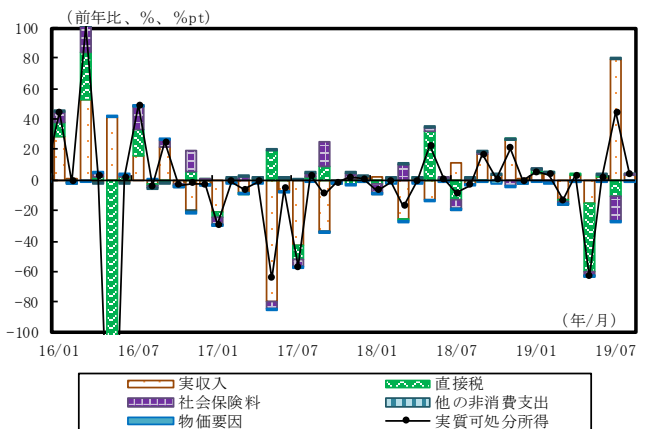
実質可処分所得の要因分解:勤労者世帯



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