

2024年4月5日 全8頁

## Indicators Update

## 2024年2月消費統計

需要側統計、供給側統計ともに実質消費は前月から増加

経済調査部 エコノミスト 中村 華奈子

## [要約]

- 2024年2月の家計調査における二人以上世帯の実質消費支出は前月比+1.4%となった。複数の需要側統計を用いて補正したCTIミクロで見た実質消費は同+2.4%、供給側統計である商業動態統計においてCPIの財指数で実質化した小売販売額は同+1.6%だった。需要側統計と供給側統計を合わせて補正したCTIマクロで見ても実質消費は同+0.2%と増加した。2月の個人消費は前月から増加したと判断される。
- 3月の個人消費は前月から減少したとみられるが、4月以降は緩やかに持ち直すとみている。24年春闘での賃上げ率の高まりもあり、外食や旅行などサービス消費を中心に回復するだろう。ただし、物価動向は引き続き注視する必要がある。企業による価格転嫁の動きが過度に進展すれば、物価が上振れし、実質賃金の上昇タイミングが遅れ、個人消費に影響を及ぼす可能性がある。

図表1：各種消費指標の概況（単位：％）

統計		2023年 10月	11月	12月	2024年 1月	2月	出所	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 2.5	▲ 2.9	▲ 2.5	▲ 6.3	▲ 0.5	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 0.2	▲ 0.5	▲ 0.5	▲ 2.1	1.4	
	実質消費（CTIミクロ）	前年比	▲ 1.9	▲ 1.1	▲ 3.4	▲ 4.5	▲ 0.9	総務省、二人以上世帯
		前月比	0.9	▲ 0.3	▲ 1.4	▲ 0.1	2.4	
供給側	小売販売額	前年比	4.1	5.4	2.4	2.1	4.6	経済産業省
		前月比	▲ 1.0	0.4	▲ 1.5	0.2	1.5	
	百貨店売上高	前年比	6.1	7.4	5.4	7.1	14.0	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	2.1	▲ 0.1	4.2	1.2	5.7	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	3.3	3.7	1.7	1.9	5.5	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	8.8	9.8	11.0	9.6	11.4	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	34.3	9.4	18.0	29.4	-	観光庁
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	▲ 0.6	▲ 0.6	▲ 0.8	▲ 0.9	▲ 1.0	総務省
前月比		0.0	▲ 0.1	▲ 0.3	0.0	0.2		

(注1) 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。

(注2) 2023年12月までの旅行取扱高（前年比）は大和総研による試算値。

(出所) 各種統計より大和総研作成

## <2024年2月の消費総括>個人消費は前月から増加

需要側統計である家計調査における二人以上世帯の実質消費支出は前月比+1.4%と5カ月ぶりに増加した(図表1)。複数の需要側統計を用いて補正した世帯消費動向指数(CTI ミクロ)で見た実質消費は同+2.4%と4カ月ぶりに増加した。供給側統計である商業動態統計では、CPIの財指数で実質化した小売販売額は同+1.6%だった。需要側統計と供給側統計を合わせて補正した総消費動向指数(CTI マクロ)で見た実質消費も同+0.2%と増加した。2024年2月の個人消費は前月から増加したと判断される。

## <CTI ミクロ<sup>1</sup>・家計調査(需要側)>「住居」、「被服及び履物」など9費目が増加

2024年2月のCTI ミクロ(二人以上の世帯)を費目別に見ると、10大費目<sup>2</sup>のうち「住居」(前月比+11.3%)や「被服及び履物」(同+9.4%)、「保健医療」(同+3.9%)、「交通・通信」(同+3.8%)など9費目が増加した。他方、「光熱・水道」(同▲1.9%)は3カ月連続で減少した。(図表2)。

図表2：実質世帯消費動向指数(CTI ミクロ)の前月比

前月比、%	2023/7	2023/8	2023/9	2023/10	2023/11	2023/12	2024/1	2024/2	シェア(%)
消費支出	▲0.2	▲0.2	▲0.5	0.9	▲0.3	▲1.4	▲0.1	2.4	100.0
食料	0.7	▲0.3	1.0	▲1.3	0.4	▲1.4	2.0	0.7	26.3
住居	▲1.9	3.4	▲6.3	4.6	▲5.4	▲0.1	▲1.6	11.3	6.3
光熱・水道	1.5	▲1.5	0.9	▲2.0	0.6	▲2.0	▲1.8	▲1.9	7.5
家具・家事用品	6.8	▲5.7	4.9	▲1.7	7.5	▲7.1	6.3	0.3	4.1
被服及び履物	7.1	▲8.9	▲7.5	10.8	8.5	▲12.0	0.9	9.4	3.3
保健医療	0.8	0.9	4.0	4.9	▲7.2	0.1	▲0.7	3.9	5.2
交通・通信	▲1.3	▲0.4	▲1.9	0.2	▲2.4	▲1.3	▲1.3	3.8	18.7
教育	▲5.0	2.0	▲3.8	2.4	2.2	▲1.3	13.4	0.3	4.3
教養娯楽	▲0.2	3.6	▲2.3	2.4	1.1	▲1.7	▲0.2	2.8	9.9
その他	▲2.7	▲0.6	1.4	1.7	▲0.2	2.0	▲6.3	1.4	14.3

(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」は、「食料」から「教養娯楽」までの合計を消費支出全体から減じて算出している。

(注3) シェアは2023年の数値。

(出所) 総務省統計より大和総研作成

続いて、上記の10大費目に含まれる個別品目への支出について、家計調査の品目分類を対応させて確認する。CTI ミクロにおける「住居」は4カ月ぶりに増加したが、内訳を見ると設備修繕・維持への支出が拡大した。「被服及び履物」は2カ月連続で増加した。月の平均気温が平年

<sup>1</sup> 2024年1月からの家計調査の結果公表の変更により、10大費目別の季節調整値には世帯消費動向指数(CTI ミクロ)を使用。

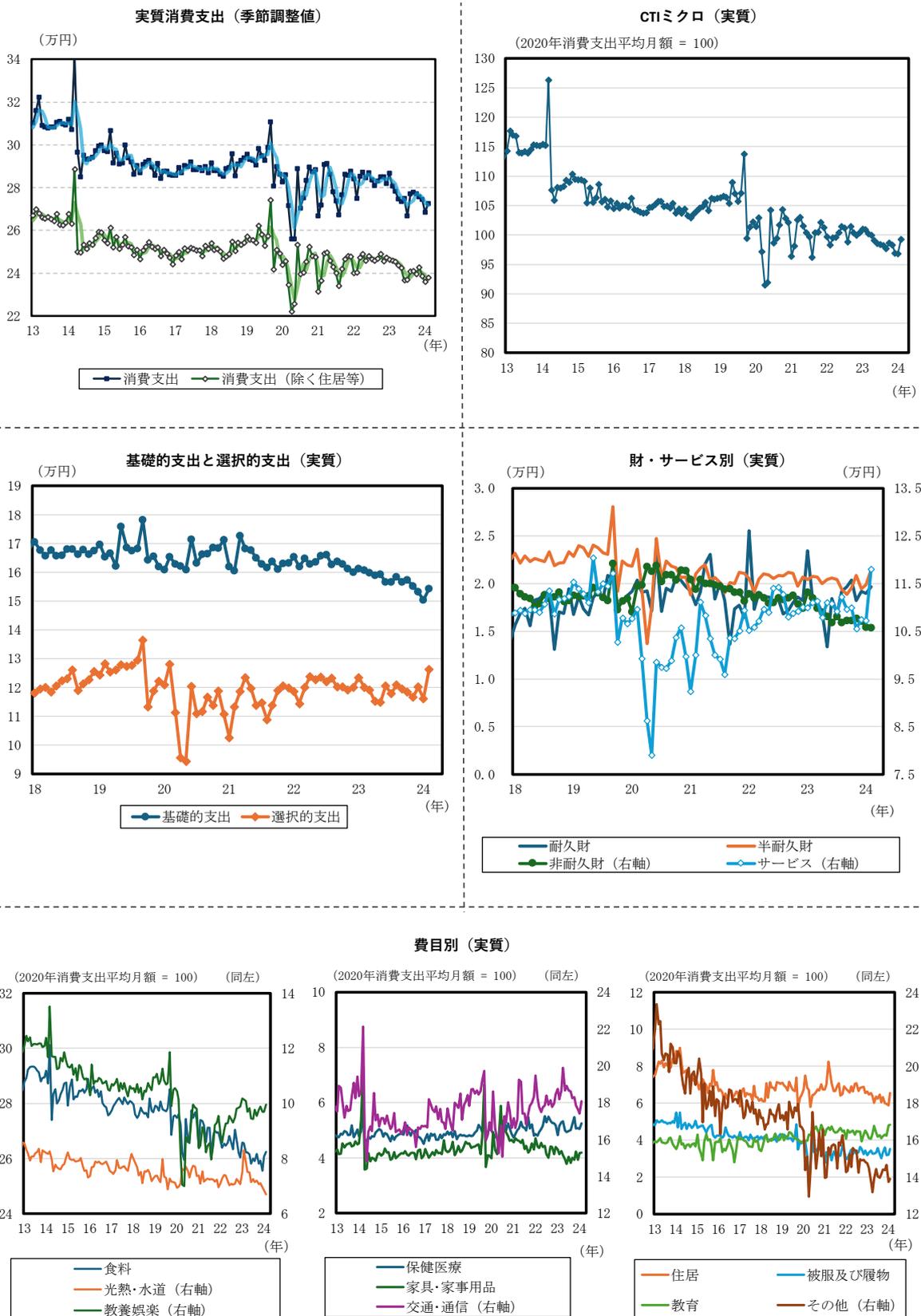
<sup>2</sup> 総務省による季節調整値。「その他」は、「食料」から「教養娯楽」までの合計を消費支出全体から減じて算出している。

より高く推移したこともあり (p. 8)、春物衣料への需要が高まった。「保健医療」では、入院料などの保健医療サービスが押し上げ要因となった。「交通・通信」では、携帯電話通信料などへの支出が拡大した。「教養娯楽」では、宿泊料などを含む教養娯楽サービスが増加した。「食料」では一般外食が押し上げ要因となった。他方、「光熱・水道」では電気代が全体を押し下げた。

家計調査における基礎的支出は前月比+2.5%、選択的支出は同+8.7%といずれも増加した(大和総研による季節調整値、**図表 3 左中**)。

家計調査における消費支出を財・サービス別に見ると(大和総研による季節調整値)、非耐久財(前月比▲0.1%)は小幅に減少した一方、耐久財(同+3.5%)と半耐久財(同+7.7%)、サービス(同+10.1%)はいずれも増加した(**図表 3 右中**)。耐久財では電気冷蔵庫や電気掃除機などが、半耐久財では被服などが、サービスでは外食のほか宿泊料などの教養娯楽サービスが押し上げ要因となった。他方、非耐久財では医薬品などが全体を押し下げた。

図表3：消費支出（CTIマイクロ・家計調査、季節調整値）



(注1) 二人以上の世帯。基礎的支出と選択的支出、財・サービス別支出は大和総研による季節調整値、それ以外は総務省による季節調整値。  
 (注2) 「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。  
 全体の図中の太線は3カ月移動平均。  
 (注3) 図表中段は、それぞれCPI（2020年基準）の基礎的支出項目、選択的支出項目、財・サービス分類指数を用いて実質化。  
 (出所) 総務省統計より大和総研作成

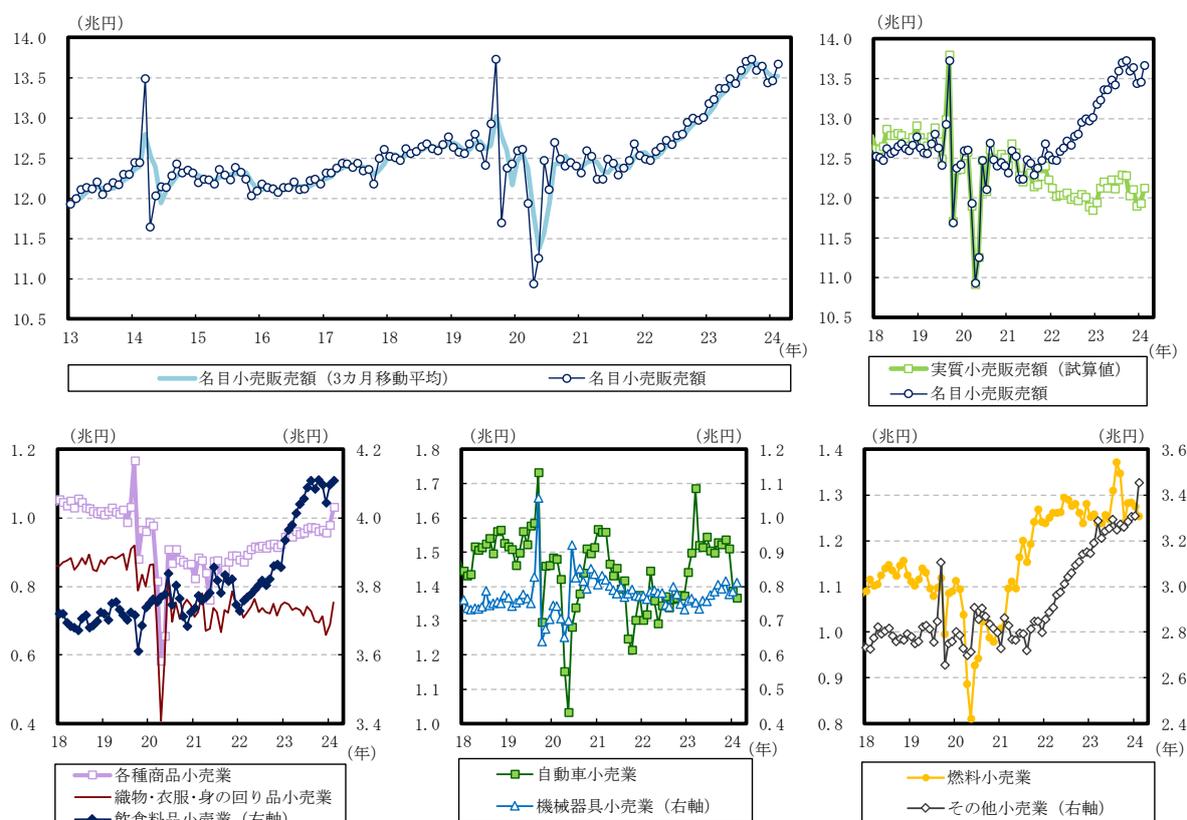
## ＜商業動態統計(供給側)＞「織物・衣服・身の回り品小売業」など5業種が増加

2024年2月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比+1.5%と2カ月連続で増加した(図表4、5)。CPIの財指数で実質化した小売販売額は同+1.6%だった。

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+9.3%)、「各種商品小売業」(同+5.5%)、「その他小売業」(同+4.4%)、「機械器具小売業」(同+3.4%)、「飲食料品小売業」(同+0.3%)の5業種が増加した。「織物・衣服・身の回り品小売業」については、前述の天候要因により春物衣料の販売額が伸長した。百貨店などが含まれる「各種商品小売業」では、ブランド品などの雑貨が押し上げ要因となった。「その他小売業」は4カ月連続で増加した。「機械器具小売業」は2カ月連続で増加した。

他方、「燃料小売業」(前月比▲1.6%)と「自動車小売業」(同▲1.5%)の2業種は減少した。「燃料小売業」では、上述の天候要因もあり灯油などの販売量が減少したとみられる。「自動車小売業」は3カ月連続で減少した。業界統計の動きを確認すると、24年2月の新車販売台数(大和総研による季節調整値)は同▲4.4%であり<sup>3</sup>、この結果とも整合的だ。トヨタ自動車やダイハツ工業の一部工場の稼働停止の影響により、販売台数が落ち込んだことが背景にある。

図表4：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) 「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(2020年基準)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

<sup>3</sup> 詳細は、拙稿「消費データブック(2024/4/2号)」(大和総研レポート、2024年4月2日)を参照。

図表 5：小売販売額（業種別）の前月比

前月比、%	2023年						2024年		シェア(%)
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	
小売業計	1.3	0.8	0.2	▲1.0	0.4	▲1.5	0.2	1.5	100.0
各種商品小売業	1.2	0.4	▲0.3	▲1.0	0.3	▲0.7	2.2	5.5	7.1
織物・衣服・身の回り品小売業	3.6	▲1.9	▲4.0	▲0.5	2.7	▲7.7	4.6	9.3	5.2
飲食料品小売業	0.8	0.5	▲0.5	0.6	▲0.4	▲1.3	1.3	0.3	29.7
自動車小売業	▲2.6	▲0.5	2.1	▲0.5	1.0	▲1.7	▲8.2	▲1.5	11.3
機械器具小売業	2.4	1.3	2.5	▲1.5	2.8	▲4.7	1.1	3.4	6.0
燃料小売業	4.9	4.8	▲1.8	▲7.9	3.4	0.1	▲0.7	▲1.6	9.4
その他小売業	1.2	▲1.5	0.8	▲0.3	0.7	0.7	0.1	4.4	24.2

(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、2023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

### <先行き>緩やかに持ち直す見込みも、物価動向は引き続き注視が必要

業界統計や個社データ、JCB 消費 NOW を基に判断すると、2024 年 3 月の個人消費は前月から減少したとみている<sup>4</sup>。財消費のうち、百貨店大手 3 社の既存店売上高は、うち 2 社において 19 年同月比で前月からプラス幅が縮小した。新車販売台数は前月比▲7.7%と減少が続いた（大和総研による季節調整値）。サービス消費のうち、北陸以外の新幹線輸送量は 19 年同月比で前月から伸び率が縮小した。JCB が集計した宿泊消費額、外食消費額はいずれも前月比で減少した。

2024 年 4 月以降の消費は、緩やかながらも持ち直すとみている。実質可処分所得や人口動態をもとに個人消費の理論値（長期トレンド）を推計すると、実績値は 23 年 10-12 月期時点でこれを 2.4 兆円程度（年率換算額）下回る。その大部分は外食や旅行などのサービス消費が占めており、とりわけ回復の遅れている費目は実質賃金などの影響を受けやすい<sup>5</sup>。日本労働組合総連合会（連合）が 4 月 4 日に公表した第 3 回回答集計結果によると、定期昇給（定昇）込みの賃上げ率は 5.24%、従業員 300 人未満の中小企業では 4.69%であり<sup>6</sup>、24 年春闘でも前年に続き高い賃上げ率の実現する見込みだ。当社のメインシナリオでは、実質賃金（1 人あたり実質雇用者報酬）は 24 年 7-9 月期に前年比でプラスに転換するとみており、そのタイミングで個人消費の回復ペースも加速するだろう。

ただし、物価動向は引き続き注視する必要がある。前年の記録的な値上げラッシュと比べると、2024 年の値上げの勢いは幾分か落ち着くとみている<sup>7</sup>。だが、人件費などの増加は続いている。賃上げの加速に伴い、企業による価格転嫁の動きが過度に進展すれば、物価が上振れし、実質賃金の上昇タイミングが遅れ、個人消費に影響を及ぼす可能性がある。

<sup>4</sup> 詳細は脚注 3 レポートを参照。

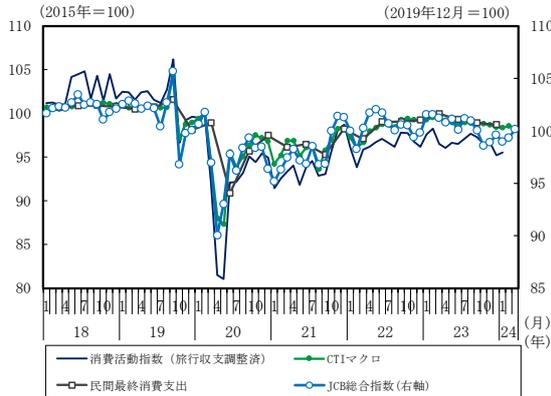
<sup>5</sup> 詳細は、熊谷亮丸他「第 220 回日本経済予測（改訂版）」（大和総研レポート、2024 年 3 月 11 日）を参照。

<sup>6</sup> 日本労働組合総連合会「中堅・中小組合が健闘！高水準の回答が続く！～2024 年春季生活闘争 第 3 回回答集計結果について～」（2024 年 4 月 4 日）

<sup>7</sup> 詳細は、帝国データバンク「『食品主要 195 社』価格改定動向調査－2024 年 4 月」（2024 年 3 月 29 日）を参照。

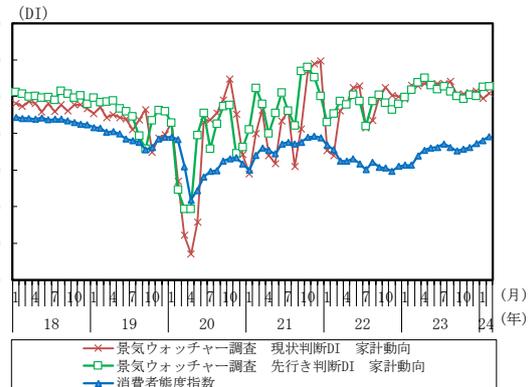
## 消費・概況

### GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



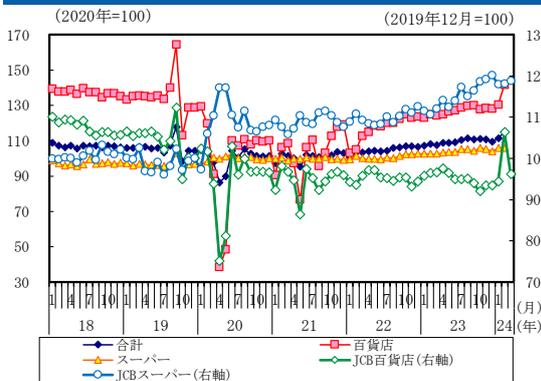
(注) 2024年3月のJCB消費NOWデータは3月15日まで。大和総研による季節調整値。CPI(2020年基準)で実質化。  
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

### 消費者マインド



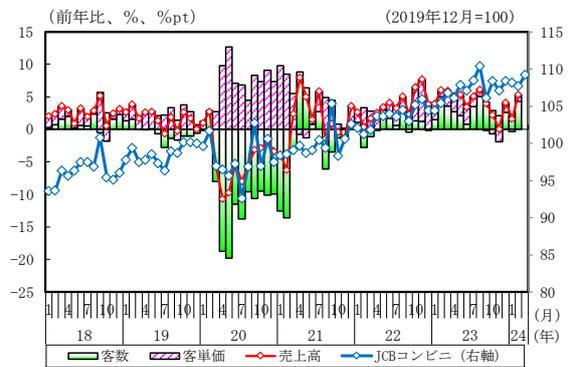
(注) 内閣府による季節調整値。  
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

### 大型小売店業態別商品販売額



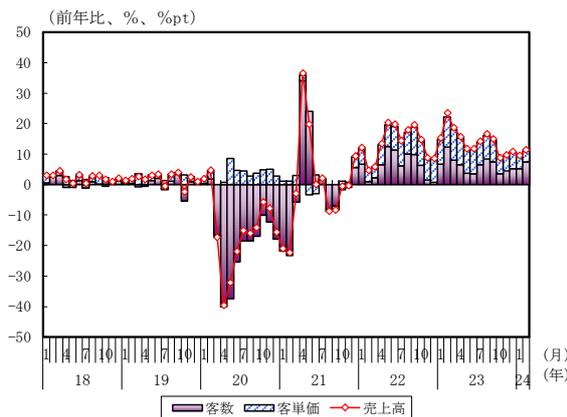
(注) 2024年3月のJCB消費NOWデータは3月15日まで。大和総研による季節調整値。  
(出所) 経済産業省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

### コンビニ売上高(店舗数調整前)



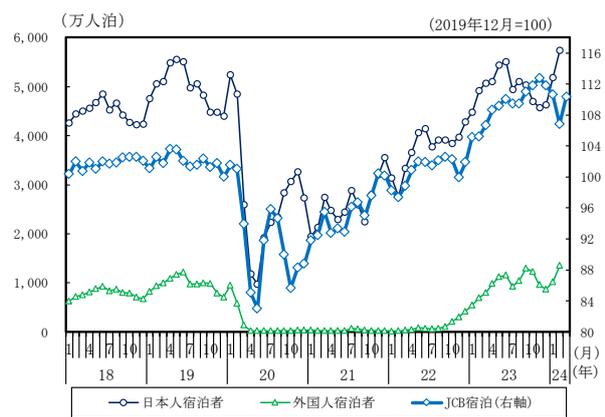
(注) 2024年3月のJCB消費NOWデータは3月15日まで。大和総研による季節調整値。  
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

### 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

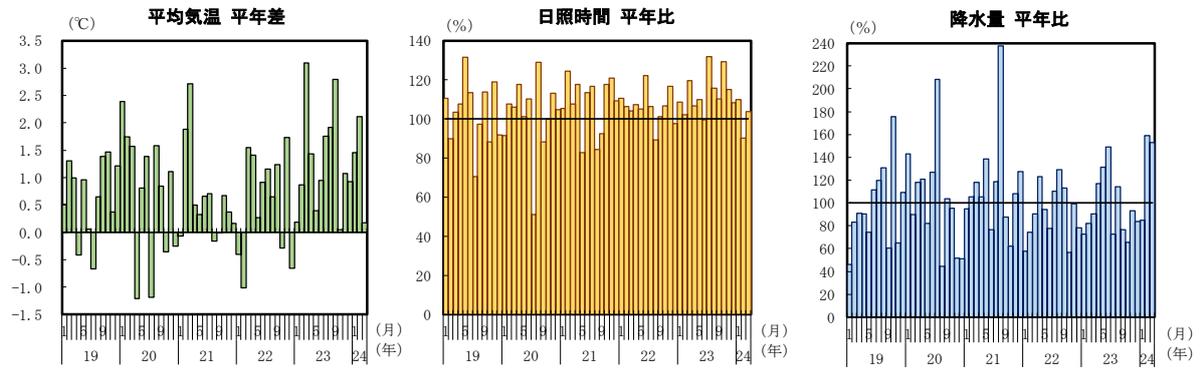
### 宿泊者数



(注1) 大和総研による季節調整値。  
(注2) 2024年3月のJCB消費NOWデータは3月15日まで。  
(出所) 観光庁統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

## 天候

## 全国の平均気温・日照時間・降水量



(注) 東日本、西日本、北日本、沖縄・奄美のデータを2020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