

2024 年 11 月 8 日 全 8 頁

Indicators Update

2024 年 9 月消費統計

猛暑等の影響で一部品目が落ち込むも総じて見れば前月から横ばい

経済調査部 エコノミスト 中村 華奈子

[要約]

- 2024 年 9 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▲1.3%と2カ月ぶりに減少した。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+1.2%であった。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▲1.7%と2カ月ぶりに減少した一方、総消費動向指数（CTI マクロ）は同+0.1%と緩やかながら増加傾向にある。猛暑等の影響で衣料品など一部品目が落ち込むも、総じて見れば、9 月の個人消費は前月から横ばい圏で推移したと判断される。
- 10 月の個人消費は9 月から横ばい圏で推移したとみられる。11 月以降の個人消費は、家計の所得環境の改善などをを受けて緩やかに持ち直すとみている。ただし、物価の上振れリスクには引き続き注意が必要だ。企業による価格転嫁が過度に進展し物価が上振れすれば、実質賃金が低下し、個人消費の回復を妨げる可能性がある。

図表 1：各種消費指標の概況（単位：％）

統計			2024年 5月	6月	7月	8月	9月	出所
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 1.8	▲ 1.4	0.1	▲ 1.9	▲ 1.1	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 0.3	0.1	▲ 1.7	2.0	▲ 1.3	
	実質消費（CTIミクロ）	前年比	▲ 1.0	0.9	▲ 0.7	0.1	1.9	総務省、二人以上世帯
		前月比	1.7	0.6	▲ 1.0	▲ 0.3	1.2	
供給側	小売販売額	前年比	2.8	3.8	2.7	3.1	0.5	経済産業省
		前月比	1.6	0.6	0.2	1.0	▲ 2.3	
	百貨店売上高	前年比	14.4	14.0	5.5	3.9	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	1.2	1.1	0.4	0.2	0.7	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	0.1	4.7	▲ 1.0	3.8	1.0	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	6.3	12.4	4.3	9.3	8.2	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	6.2	2.7	1.1	1.8	－	観光庁
需要側 ＋供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	▲ 0.5	▲ 0.1	0.0	0.2	0.4	総務省
		前月比	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	

（注）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

＜2024 年 9 月の消費総括＞猛暑で一部品目が落ち込むも総じて見れば前月から横ばい

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▲1.3%と2カ月ぶりに減少した（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+1.2%であった。他方、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▲1.7%と2カ月ぶりに減少した。総消費動向指数（CTI マクロ）は同+0.1%と緩やかながら増加傾向が見られる一方、JCB 消費額に見る実質消費額は減少した（p.7）。後述するように、猛暑等の影響により衣料品などは落ち込んだが、総じて見れば、9月の個人消費は前月から横ばい圏で推移したと判断される。

＜CTI ミクロ・家計調査（需要側）＞「光熱・水道」、「交通・通信」など5費目が増加

2024 年 9 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¹のうち、「光熱・水道」（前月比+11.6%）と「交通・通信」（同+6.9%）、「被服及び履物」（同+1.5%）、「教養娯楽」（同+1.3%）、「教育」（同+0.8%）の5費目が増加した。

他方、「その他」（前月比▲4.7%）と「住居」（同▲2.1%）、「家具・家事用品」（同▲1.5%）、「食料」（同▲0.6%）、「保健医療」（同▲0.3%）の5費目は減少した（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、%	2024/2	2024/3	2024/4	2024/5	2024/6	2024/7	2024/8	2024/9	シェア（%）
消費支出	2.4	▲1.8	▲0.5	1.7	0.6	▲1.0	▲0.3	1.2	100.0
食料	0.7	1.6	▲4.2	▲0.4	2.3	▲1.1	2.4	▲0.6	26.3
住居	11.3	▲0.1	▲6.8	6.0	3.8	4.5	▲8.0	▲2.1	6.3
光熱・水道	▲1.9	3.2	4.2	▲5.2	▲2.9	5.6	▲0.7	11.6	7.5
家具・家事用品	0.3	▲3.9	1.2	▲7.2	14.4	▲8.1	▲1.0	▲1.5	4.1
被服及び履物	9.4	▲4.4	5.5	▲11.8	8.1	▲2.7	0.3	1.5	3.3
保健医療	3.9	▲0.8	▲1.3	5.3	▲4.3	▲1.5	1.5	▲0.3	5.2
交通・通信	3.8	0.1	0.8	0.5	1.5	▲5.9	1.2	6.9	18.7
教育	0.3	▲11.1	8.5	14.4	▲11.4	▲0.8	▲6.3	0.8	4.3
教養娯楽	2.8	▲3.7	▲5.8	1.9	2.1	4.5	▲3.5	1.3	9.9
その他	1.4	▲8.0	5.2	9.6	▲3.4	▲1.0	0.2	▲4.7	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

¹ 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。

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。

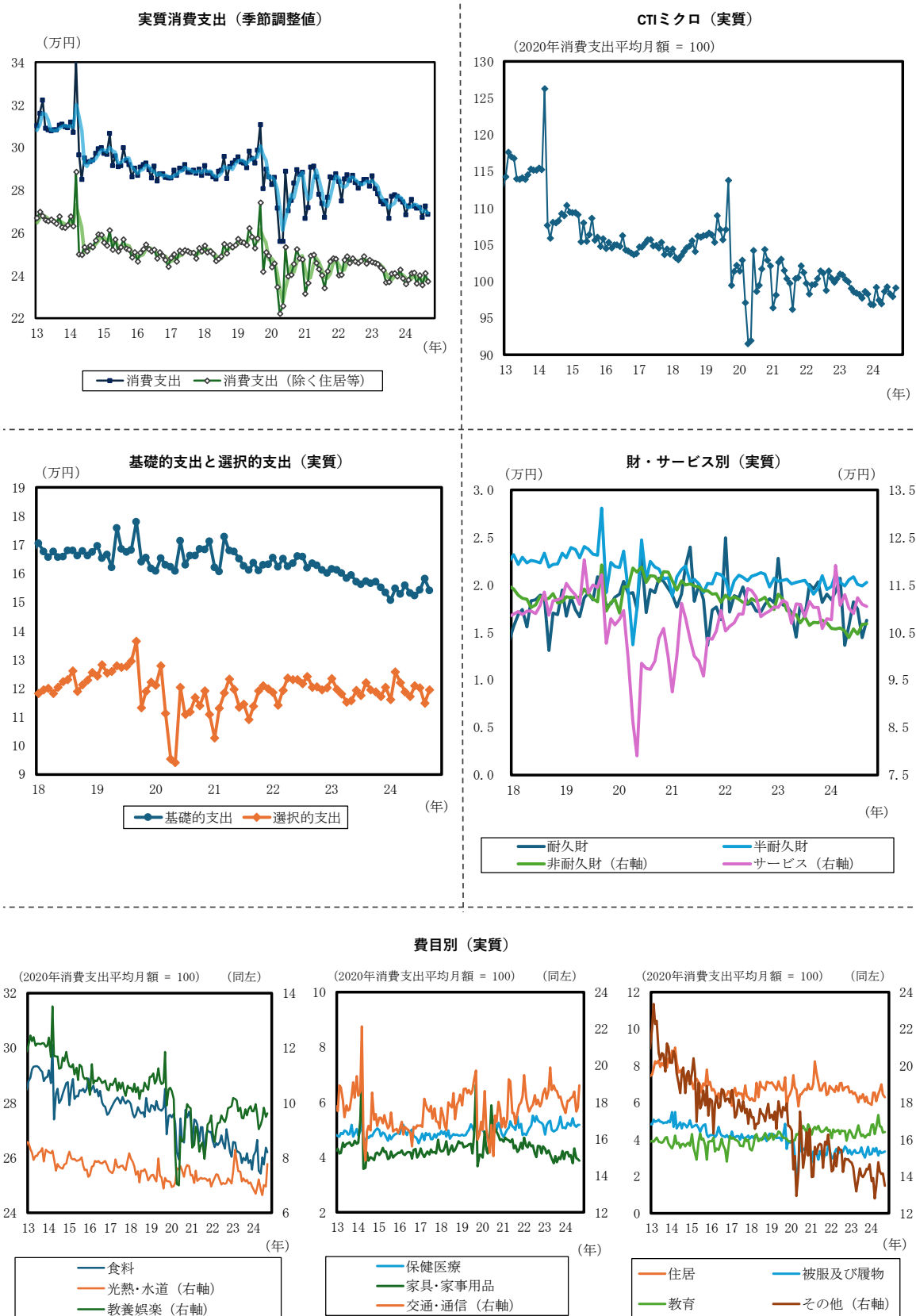
CTI ミクロにおける「光熱・水道」は 2 カ月ぶりに増加した。電気代や上下水道料への支出額が拡大した。「交通・通信」では、自動車購入が押し上げ要因となった。「被服及び履物」は 2 カ月連続で増加した。「教養娯楽」は 2 カ月ぶりに増加した。テレビなどの教養娯楽用耐久財のほか、入場・観覧・ゲーム代などの教養娯楽サービスへの支出額が拡大した。「教育」は、授業料等が押し上げ要因となった。

他方、「住居」では、設備修繕・維持や工事その他のサービスなどが押し下げ要因となった。「家具・家事用品」は 3 カ月連続で減少した。エアコンなど一部の耐久財のほか、家事サービスへの支出額が縮小した。「食料」は 2 カ月ぶりに減少し、米類や調理食品などが押し下げ要因となった。「保健医療」では、保健医療用品・器具などへの支出額が縮小した。

家計調査における基礎的支出は前月比▲2.5%であった一方、選択的支出は同+3.9%と 3 カ月ぶりに増加した（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）、耐久財（前月比+12.5%）と半耐久財（同+1.7%）は増加した一方、サービス（同▲0.4%）は減少した。非耐久財（同+0.0%）は前月から伸び率が横ばいだった（**図表 3 右中**）。耐久財では、自動車のほかテレビや洗濯機などが、半耐久財では衣料品などが全体を押し上げた。他方、サービスでは住居関連のサービスや家事サービスなどが押し下げ要因となった。非耐久財では、電気代などは増加した一方、食料品などは減少した。

図表3：消費支出（CTI ミクロ・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。

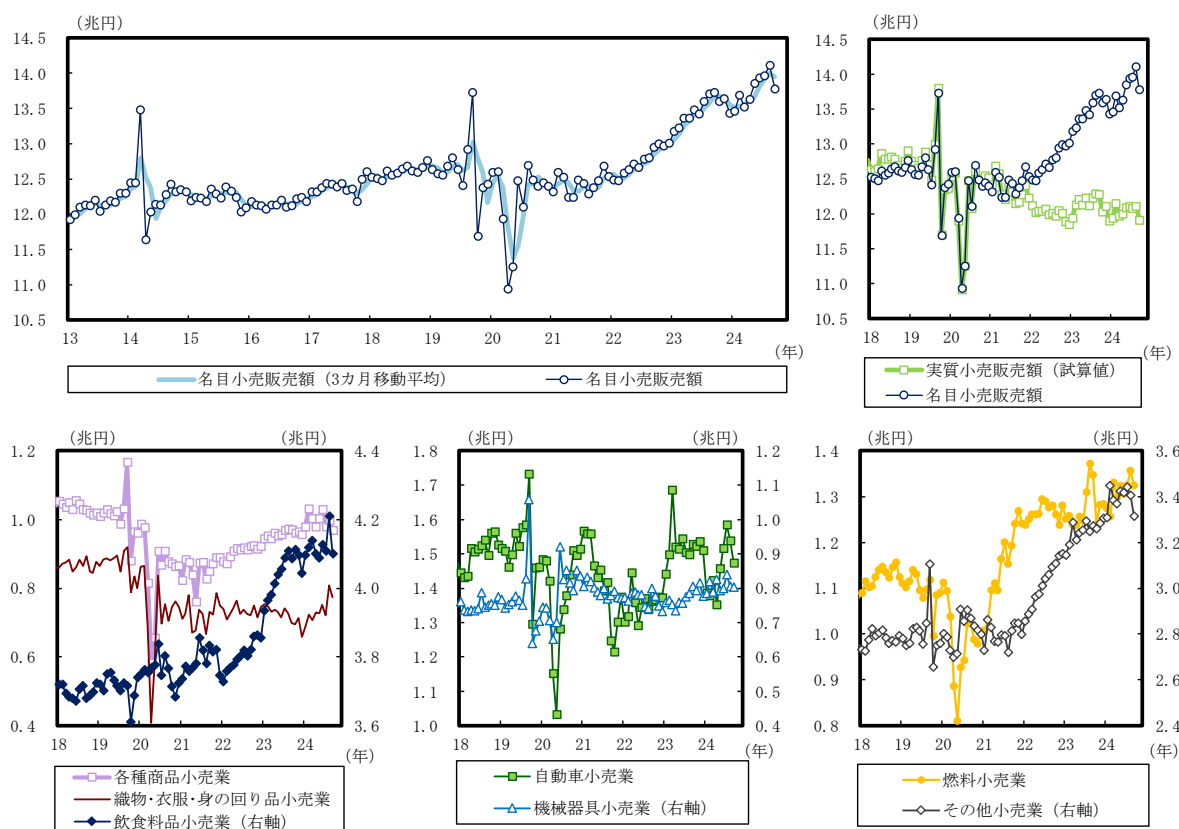
(出所) 総務省統計より大和総研作成

＜商業動態統計（供給側）＞小売販売額は名目、実質ともに減少

2024年9月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比▲2.3%と6カ月ぶりに減少した（図表4、5）。CPIの財指数で実質化した小売販売額は同▲1.7%と2カ月ぶりに減少した。

名目小売販売額を業種別に見ると、すべての業種が前月から減少した。「織物・衣服・身の回り品小売業」（前月比▲4.2%）は、2カ月ぶりに減少した。9月は月の平均気温が平年を大きく上回っており（p.8）、こうした猛暑の影響から秋物衣料の販売額が落ち込んだ。百貨店などが含まれる「各種商品小売業」（同▲3.0%）も同様に、天候要因により秋物商品の動きが鈍く、販売額が減少したとみられる。「自動車小売業」（同▲4.2%）は2カ月連続で減少した。「飲食料品小売業」（同▲2.6%）は2カ月ぶりに減少した。前月に、地震や台風に伴う災害用の備蓄需要が発生した反動減が表れたとみられる。「その他小売業」（同▲2.6%）と「機械器具小売業」（同▲0.3%）は2カ月連続で減少した。「燃料小売業」（同▲2.4%）は3カ月ぶりに減少した。燃料価格は前月比で上昇した一方、販売額が減少したとみられる。

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

図表 5：小売販売額（業種別）の前月比

前月比、%	2024年								シェア (%)
	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	
小売業計	1.7	▲1.2	0.8	1.6	0.6	0.2	1.0	▲2.3	100.0
各種商品小売業	5.4	▲2.6	▲2.5	2.3	2.8	▲5.0	1.9	▲3.0	7.1
織物・衣服・身の回り品小売業	4.9	▲2.2	3.3	▲0.5	3.5	▲3.9	12.0	▲4.2	5.2
飲食料品小売業	0.6	0.5	▲0.9	▲0.3	0.9	▲0.5	2.5	▲2.6	29.7
自動車小売業	▲0.6	3.2	▲4.9	7.8	4.0	4.5	▲2.9	▲4.2	11.3
機械器具小売業	4.3	▲3.6	4.6	▲3.8	0.6	5.1	▲3.9	▲0.3	6.0
燃料小売業	▲1.4	5.8	▲2.4	1.9	▲1.2	1.4	2.4	▲2.4	9.4
その他小売業	4.3	▲1.9	▲0.4	1.6	▲0.2	0.7	▲1.1	▲2.6	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

＜先行き＞実質賃金上昇を背景に消費は持ち直す見込みも、物価動向には注意が必要

業界統計や個社データ、JCB 消費 NOW を基に判断すると、2024 年 10 月の個人消費は前月から横ばい圏で推移したとみている²。財消費のうち、百貨店大手 3 社の既存店売上高は 19 年同月比で 9 月から伸び率が前月から上昇し、プラスに転じた。ただし、19 年 10 月の消費税増税に伴う駆け込み需要の反動減で、同年 10 月の水準が低かった点に留意が必要だ。アパレル大手 3 社の既存店売上高はうち 2 社で前月から伸び率が上昇した。新車販売台数は 2 カ月連続で増加した（大和総研による季節調整値）。サービス消費では、新幹線輸送量は 19 年同月比で 9 月から伸び率が上昇した。JCB が集計した宿泊消費額は 9 月から増加した一方、外食消費額は 9 月から減少し、JCB に見る実質サービス消費額は前月から減少した（いずれも大和総研による季節調整値）。

2024 年 11 月以降の個人消費は緩やかに持ち直すだろう。家計の所得環境の改善などが回復を後押しする見込みだ。先行きの実質賃金について、当社では、2025 年度にかけて近年の労働生産性の伸び率に相当する年率+1%前後で推移するとみている³。

加えて、一部報道によると、政府は経済対策の一環としてエネルギー高対策の再延長を検討しているようだ。延長案での補助対象や予算規模、実施期間次第だが、実現されれば先行きの物価上昇は一定程度抑制される見込みだ。

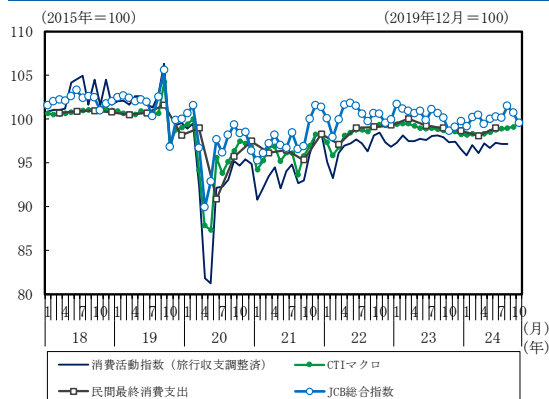
ただし、物価の上振れリスクには引き続き注意が必要だ。企業が人件費の増加分を販売価格に転嫁する動きが 2023 年よりも広まることで、24 年度中頃からは基調的なインフレ率が高まっていく見込みだ。だが、企業による価格転嫁の動きが過度に進展し物価が上振れすれば、実質賃金が低下し、個人消費の回復を妨げる可能性がある。

² 詳細は、拙稿「[消費データブック（2024/11/6 号）](#)」（大和総研レポート、2024 年 11 月 6 日）を参照。

³ 詳細は、熊谷亮丸他「[第 222 回日本経済予測（改訂版）](#)」（大和総研レポート、2024 年 9 月 9 日）を参照。

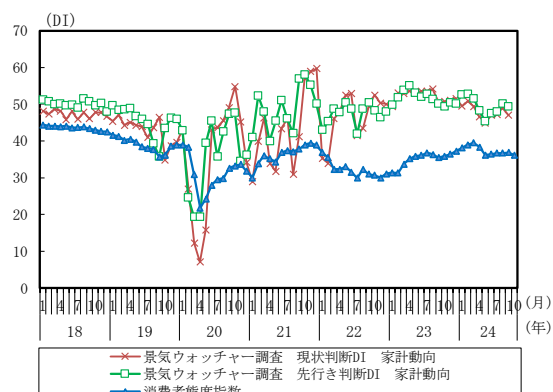
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



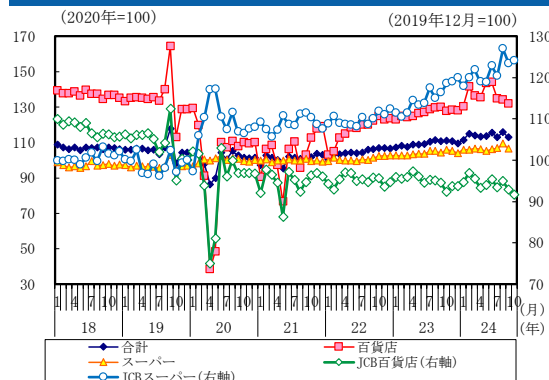
(注) 2024年10月のJCB消費NOWデータは15日まで。大和総研による季節調整値。
CPI (2020年基準) で実質化。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

消費者マインド



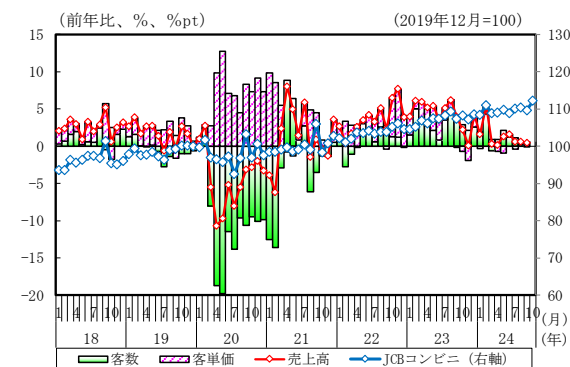
(注) 内閣府による季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



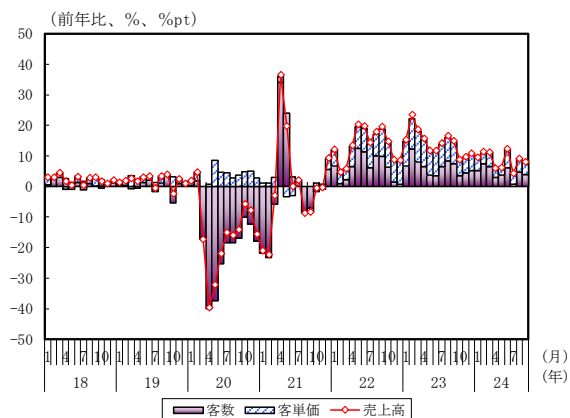
(注) 2024年10月のJCB消費NOWデータは15日まで。大和総研による季節調整値。
(出所) 経済産業省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



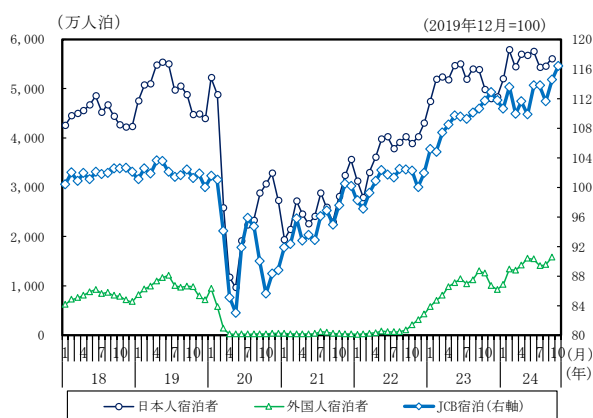
(注) 2024年10月のJCB消費NOWデータは15日まで。大和総研による季節調整値。
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

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

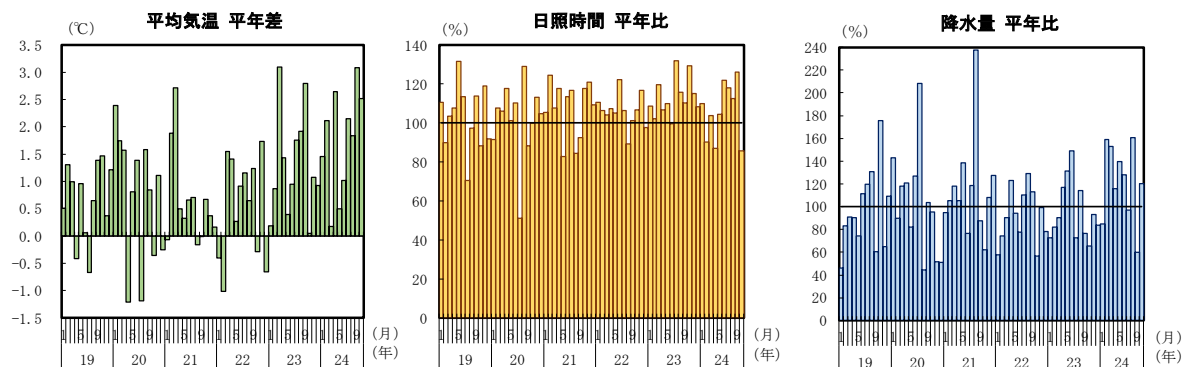
宿泊者数



(注1) 大和総研による季節調整値。
(注2) 2024年10月のJCB消費NOWデータは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