

Economic Indicators

定例経済指標レポート

指標名: 商業販売統計(2009年9月)

発表日2009年10月28日(水)

～7-9月期の個人消費は底堅い結果に～

第一生命経済研究所 経済調査部
担当 主任エコノミスト 新家 義貴
TEL : 03-5221-4528

(単位: %)

		商業販売額		卸売業		小売業		大型小売店			コンビニ販売額		
		前年比	前期比	前年比	前期比	前年比	前期比	前年比	既存店 前年比	既存店 前年比	既存店 前年比	前年比	既存店 前年比
08	1月	3.7	0.6	4.5	0.7	1.3	0.5	▲0.9	▲2.1	▲2.1	▲2.1	0.1	▲1.6
	2月	5.6	▲0.2	6.3	▲0.3	3.2	▲0.3	2.6	1.2	0.9	1.4	3.4	0.8
	3月	1.5	▲1.1	1.7	▲1.7	1.0	0.1	1.7	0.2	▲1.2	1.3	1.2	▲0.6
	4月	4.3	3.0	5.6	4.2	0.1	0.0	▲0.7	▲2.2	▲3.4	▲1.4	1.4	▲0.2
	5月	3.8	1.7	4.8	2.2	0.3	▲0.3	▲0.6	▲2.0	▲2.5	▲1.7	5.1	3.5
	6月	4.0	▲0.4	5.0	▲0.5	0.3	0.1	▲2.7	▲4.0	▲7.3	▲1.7	5.7	4.0
	7月	9.0	3.3	11.0	3.9	2.0	0.2	0.2	▲0.7	▲2.3	0.5	13.3	11.5
	8月	2.9	▲3.3	3.5	▲4.1	0.7	0.2	▲1.0	▲2.2	▲2.9	▲1.8	6.7	5.1
	9月	3.3	▲2.8	4.2	▲3.5	▲0.3	0.0	▲2.1	▲3.3	▲4.6	▲2.6	7.5	6.4
	10月	▲1.1	▲1.6	▲1.2	▲1.5	▲0.7	▲0.6	▲2.9	▲4.3	▲6.9	▲2.6	9.8	7.9
	11月	▲8.6	▲4.8	▲10.7	▲6.3	▲0.9	▲0.2	▲1.7	▲3.1	▲6.3	▲0.7	9.1	7.2
	12月	▲11.2	▲6.7	▲13.8	▲8.5	▲2.7	▲1.7	▲4.8	▲6.2	▲9.6	▲3.6	7.8	5.8
09	1月	▲15.5	▲2.5	▲19.5	▲3.6	▲2.4	▲0.1	▲3.8	▲5.5	▲9.2	▲3.1	8.8	6.8
	2月	▲21.5	▲4.6	▲25.7	▲5.4	▲5.7	▲0.2	▲6.5	▲8.1	▲11.4	▲6.1	4.0	2.0
	3月	▲24.0	▲8.5	▲29.2	▲10.8	▲3.8	▲1.0	▲6.7	▲8.2	▲12.9	▲4.9	6.1	3.9
	4月	▲22.4	5.9	▲27.8	7.5	▲2.8	0.7	▲5.0	▲6.7	▲11.3	▲4.0	6.5	4.0
	5月	▲24.3	0.8	▲30.4	0.4	▲2.7	0.1	▲4.5	▲6.5	▲12.1	▲3.0	3.1	0.8
	6月	▲23.3	▲1.4	▲28.7	▲1.1	▲2.9	▲0.2	▲5.2	▲6.8	▲9.1	▲5.4	0.9	▲1.7
	7月	▲24.0	3.1	▲29.8	3.4	▲2.4	0.5	▲7.0	▲8.4	▲11.8	▲6.1	▲5.1	▲7.5
	8月	▲22.4	▲1.2	▲28.0	▲1.6	▲1.8	1.0	▲5.0	▲6.8	▲8.9	▲5.7	▲3.0	▲5.6
	9月	▲22.0	▲1.4	▲27.2	▲1.7	▲1.4	0.9	▲4.2	▲5.6	▲7.8	▲4.2	▲2.4	▲5.7

(出所) 経済産業省「商業販売統計」

○ シルバーウィーク効果もあり、3ヶ月連続で前月比増加

9月の小売業販売額は前年比▲1.4%と8月の同▲1.8%から減少幅が縮小し、事前の市場予想(前年比▲1.6%)を若干上回った。季節調整値でも前月比+0.9%と、3ヶ月連続で高い伸びになっている。前年比の減少幅は依然大きい、これは足元の物価下落によって押し下げられている影響が大きく(小売業販売額は金額ベースの統計)、物価の影響を考慮した実質値¹でみると前年比+3.0%(8月:同+2.5%)と明確に改善している。また、7-9月平均の値(実質・季調値)は4-6月期の水準を+1.5%上回っている。強い結果と言って良いだろう。

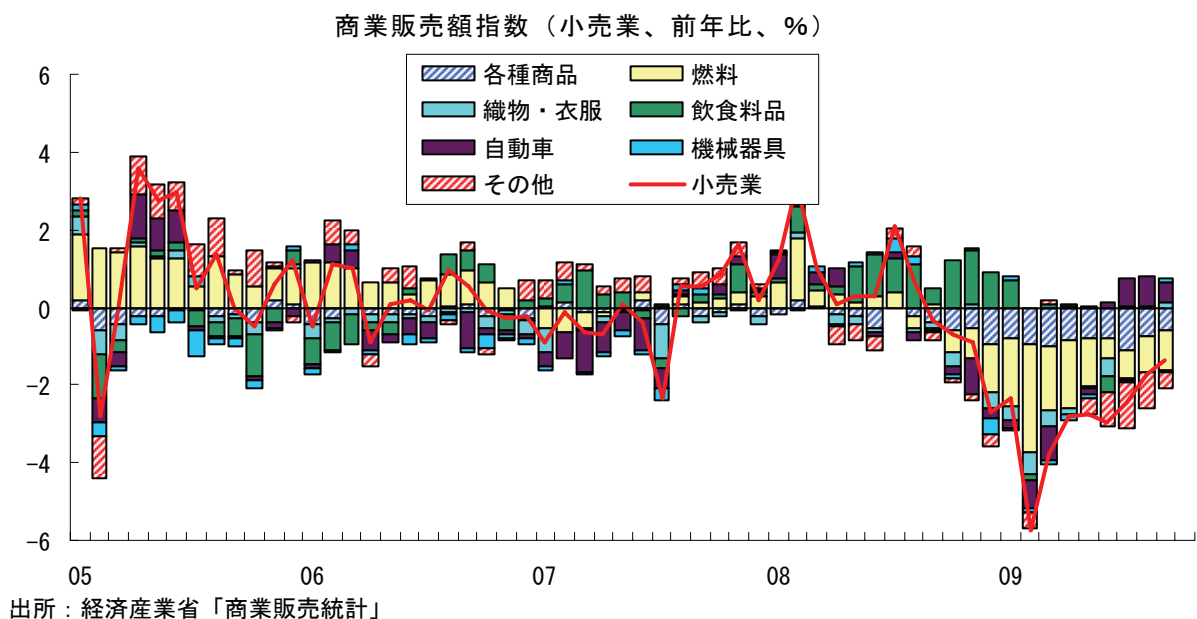
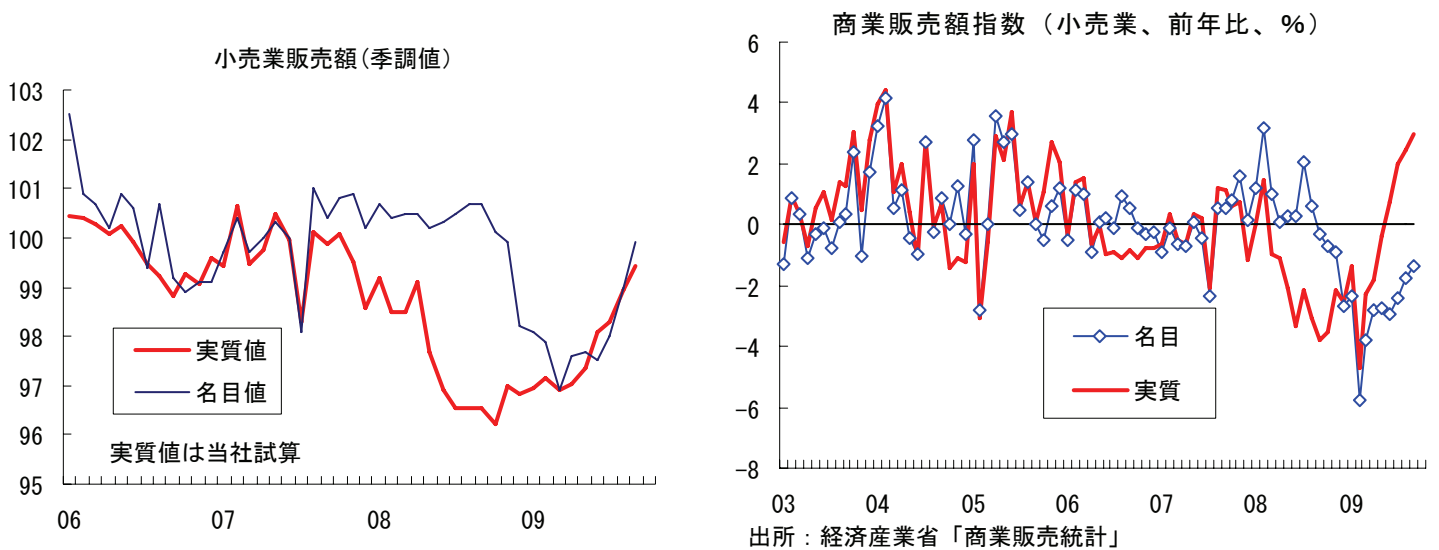
9月は全般的に好天に恵まれたことが売上増に寄与したとみられ、特に5連休となったシルバーウィークの客足は好調だった。加えて、残暑が例年より厳しくなく、秋らしい天候だったことから、秋物衣料品に動きがあったようだ。業種別(名目値)でみても、各種商品小売業や織物・衣服・身の回り品小売業がそれぞれ前月比+1.1%、+2.3%と増加している。また、機械器具小売業が5ヶ月連続で前月比増加しているほか、自動車小売業も、前月比では減少したものの水準は以前に比べて高い。エコポイント制度やエコカー減税・補助金などの政策効果が引き続き残存していることが窺える。

¹ 消費者物価の財(除く電・ガス・水道)で実質化。9月の全国消費者物価指数は未公表のため、東京都区部の値等から当社が推定した。季節調整は当社。

○ 7-9月期の個人消費は前期比プラスの可能性大

当社は元々、7-9月期の個人消費（GDPベース）について、定額給付金の下支えがなくなり、エコカー減税やエコポイントの効果も限界的に弱まるなかで雇用・賃金の大幅悪化が続くことに加え、7～8月の天候不順が足を引っ張ることで小幅減に転じると予想していた。しかし、足元までの個人消費関連指標の数字は軒並み予想を上回っている。9月分の家計調査の結果も確認する必要があるが、7-9月期の個人消費は、4-6月期（前期比+0.7%）に続いて前期比プラスを維持する可能性が高いだろう。雇用・所得環境の大幅悪化が続くなかで、意外な健闘である。①エコカー減税・補助金やエコポイント制度の効果が7-9月期も予想以上に効果を発揮したこと、②消費者の先行きに対する極度に悲観的な見方が和らぎ、消費マインドが持ち直していること、③物価下落が実質購買力の増加をもたらしたこと、等が上振れに繋がったと考えられる。

もっとも、こうした消費の持ち直しの持続性には疑問符が付く。雇用環境の悪化が持続することに加え、冬のボーナスも夏に続いて大幅減が見込まれるなど、消費の源泉となる所得が大幅に落ち込むなかで消費が持続的に増加していくシナリオは描きがたい。政策効果が徐々に弱まっていくとみられることも懸念材料である。個人消費は10-12月期には減速する可能性が高いと考えている。



本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。