

**テーマ：家計調査（2010年9月）**
**発表日：2010年10月29日（金）**

～7～9月期は高い伸びを示したが、10～12月期は弱含みする公算～

第一生命経済研究所 経済調査部

担当 エコノミスト 岩田 陽之助

TEL：03-5221-4525

(%)

		実質消費支出（二人以上世帯）				実質可処分所得 （勤労者世帯）		消費性向 （勤労者世帯）	
		合計		除く住居等 <sup>(※)</sup>		前年比	前期比	季調値	前年差
		前年比	前期比	前年比	前期比				
09	7月	▲2.0	▲0.5	▲1.5	0.1	▲0.4	1.8	74.8	▲0.9
	8月	2.6	1.3	2.6	0.7	▲3.0	0.6	73.7	3.5
	9月	1.0	▲0.1	0.5	0.9	▲0.4	▲0.2	74.0	0.8
	10月	1.6	0.7	0.7	▲0.7	▲1.9	0.3	73.2	2.0
	11月	2.2	▲0.1	2.5	1.0	▲1.0	▲0.5	73.9	1.0
	12月	2.1	0.2	1.7	▲0.2	▲4.7	▲2.1	75.6	2.3
10	1月	1.7	▲1.3	0.4	▲1.9	▲0.4	3.4	73.5	1.7
	2月	▲0.5	▲1.6	0.1	▲0.7	1.5	▲0.1	72.2	▲2.8
	3月	4.4	5.9	3.2	5.0	0.3	▲1.1	78.1	3.2
	4月	▲0.7	▲6.3	▲1.5	▲5.7	0.8	1.2	72.7	▲2.7
	5月	▲0.7	0.7	▲0.8	0.9	▲5.3	▲2.1	72.8	1.8
	6月	0.5	2.9	0.1	2.1	7.4	6.2	71.0	▲3.5
	7月	1.1	▲0.4	0.8	▲0.1	▲0.3	▲5.4	76.1	0.9
	8月	1.7	0.7	0.1	▲0.6	0.6	1.4	75.3	1.6
	9月	0.0	▲0.4	▲0.5	0.8	1.6	0.9	74.9	0.8

(出所) 総務省「家計調査報告」

※「住居」、「自動車購入」、「贈与金」、「仕送り金」を除いている

## ○コンセンサスを下振れ

総務省から公表された10年9月の家計調査実質消費支出（二人以上世帯）は前年比+0.0%と、コンセンサス（+0.8%、レンジ：▲2.5%～+1.9%）を下回る結果となった。季節調整値では、前月比▲0.4%と減少している。総務省の試算する「除く住居等<sup>1</sup>」ベースでは、前月比+0.8%となっているが、同基準では今月の個人消費に大きな影響を与えたとと思われる自動車購入費が除かれている。他の個人消費関連指標をみても、小売業販売額や消費財出荷など主だった統計は前月から悪化しており、9月の個人消費はやや不調であったとの判断が妥当だろう。

9月の個人消費を下押ししたのは、主に自動車販売の急減だ。エコカー補助金制度終了により乗用車販売で反動減が発生した。業界統計では、9月の新車登録台数は前月比で約3割減少しており、家計調査においても、交通・通信が前月比▲3.3%と減少した。その他減少した品目としては、教育（同▲8.9%）、教養娯楽（同▲1.2%）、食料（同▲1.5%）などが挙げられる。

一方、今月増加に寄与したものとしてはたばこと光熱・水道が挙げられる。10月1日からの値上げに向けてたばこの駆け込み需要が発生しており、たばこの実質消費は前年比+145.0%と8月（同▲1.0%）から急増した。たばこが含まれる諸雑費も前月比+12.7%と大きく増加している。また、記録的な残暑の影響によってエアコンの使用が増加したことなどもあり、光熱・水道は前月比+6.9%と増加した。

このように、9月は自動車販売が大きく減少したが、たばこの駆け込み需要などに下支えされる形で、全体としては小幅の悪化に止まる結果となった。

<sup>1</sup> 「住居」、「自動車購入」、「贈与金」、「仕送り金」を除いている。

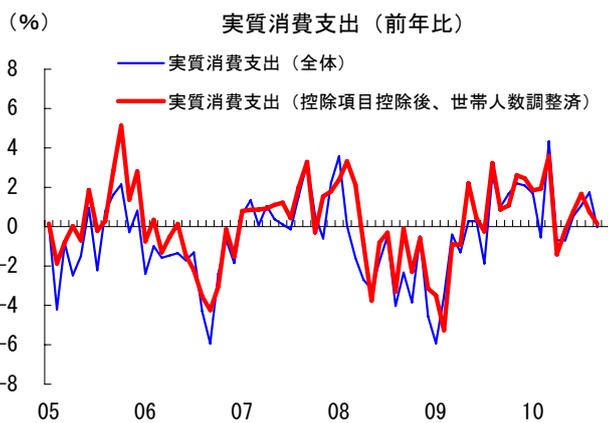
## ○4－6月期の足踏みから一転、7－9月期のGDPベースの個人消費は高い伸びを示す公算

以上の結果、7－9月期の実質消費支出は前期比+2.1%となり、除く住居等ベースでも同+1.4%であった。品目別に見ると、交通・通信（同+8.3%）、諸雑費（同+7.7%）、食料（同+1.3%）などが増加している。エコカー補助金の駆け込みによる自動車販売の増加、たばこの駆け込み需要や猛暑による飲料販売増加などによって、7－9月期のGDPベースの個人消費は高い伸びを示す公算が大きい。

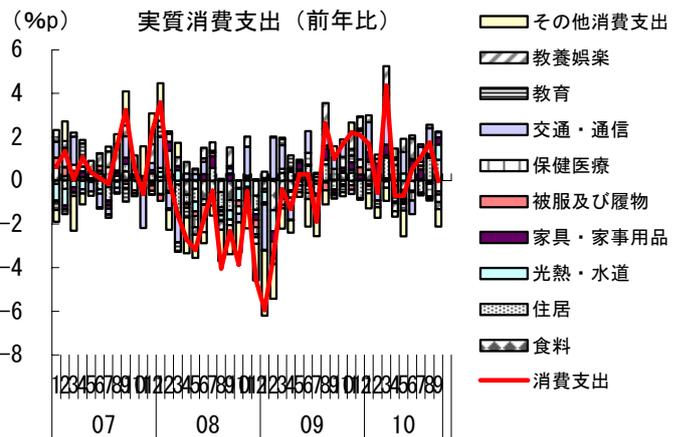
## ○10－12月期の個人消費は弱含み

ただ、7－9月期の個人消費を押し上げたのはいずれも一時的な要因ばかりであり、10－12月期はこれらの反動減が見込まれる。9月の自動車販売でも示されたとおり、特殊要因による需要の押し上げは「需要の先食い」をもたらしている面が大きく、効果剥落後には大幅な反動減が発生する。値上がりという特殊要因によって需要が増加したたばこも同様で、先行きは大きく販売が減少することが予想される。これら2つの品目は10－12月期の個人消費を大きく下押しするだろう。景気先行き懸念の高まりから消費者マインドも低下傾向にあることなどを併せて考えれば、10－12月期の個人消費は弱含む可能性が高い。

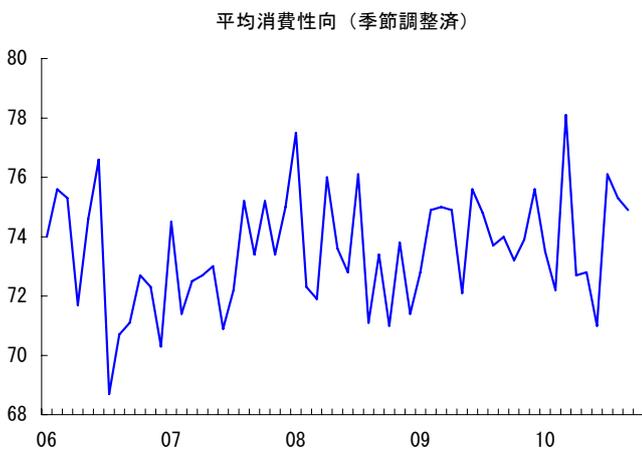
なお、家電販売につき、12月からエコポイントの付与点数が半減するため、10、11月とテレビ中心に販売増加が期待されるが、これも12月に反動が出るであろうことを考えれば、10－12月期全体での押し上げに多くは期待しがたい。



(出所) 総務省「家計調査」「消費者物価指数」により当社作成



(出所) 総務省「家計調査」、「消費者物価指数」



(出所) 総務省「家計調査」



(出所) 総務省「家計調査」