

# Economic Indicators

定例経済指標レポート

指標名：家計調査・商業販売統計(2014年2月)

発表日：2014年3月28日(金)

～大雪による下押しもあり、弱めの結果～

第一生命経済研究所 経済調査部

担当 エコノミスト 高橋 大輝

TEL：03-5221-4524

(単位：%)

		実質消費支出 (二人以上世帯)				実質可処分所得		消費性向
		合計		除く住居等(※)		(勤労者世帯)		(勤労者世帯)
		前年比	前月比	前年比	前月比	前年比	前月比	季調値
2013	1月	2.4	1.0	2.2	1.3	▲ 0.1	▲ 0.2	76.1
	2月	0.8	1.8	0.4	0.7	▲ 1.7	▲ 0.3	77.3
	3月	5.2	1.7	2.4	▲ 0.1	0.6	1.7	77.1
	4月	1.5	▲ 4.0	1.0	▲ 1.5	0.5	▲ 0.5	73.6
	5月	▲ 1.6	0.2	▲ 0.3	0.9	3.1	0.4	74.0
	6月	▲ 0.4	▲ 1.4	2.5	▲ 0.7	1.4	0.1	73.0
	7月	0.1	0.5	1.5	▲ 0.3	0.4	▲ 2.0	73.4
	8月	▲ 1.6	▲ 0.1	0.0	0.1	▲ 1.4	0.1	74.3
	9月	3.7	1.0	5.3	0.6	▲ 0.4	▲ 0.4	75.6
	10月	0.9	0.3	▲ 1.5	▲ 2.0	▲ 1.4	▲ 0.4	75.3
	11月	0.2	▲ 0.2	▲ 1.2	0.2	▲ 1.4	0.3	74.9
	12月	0.7	▲ 0.4	▲ 0.3	0.3	▲ 2.1	▲ 0.6	75.0
2014	1月	1.1	1.6	1.0	2.7	▲ 0.5	1.2	75.9
	2月	▲ 2.5	▲ 1.5	▲ 2.2	▲ 2.4	▲ 1.3	▲ 1.3	75.9

(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

(単位：%)

		商業販売額										コンビニ販売額	
		卸売業		小売業		大型小売店			百貨店		スーパー		
		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		既存店前年比
2013	1月	▲ 0.3	0.8	0.1	0.4	▲ 1.1	0.1	▲ 2.9	▲ 3.5	0.3	▲ 5.5	▲ 1.1	
	2月	▲ 1.6	0.5	▲ 1.3	0.1	▲ 2.2	1.0	▲ 2.9	▲ 3.7	0.7	▲ 5.7	▲ 4.9	
	3月	▲ 1.3	▲ 0.5	▲ 1.8	▲ 0.1	▲ 0.3	▲ 0.8	3.5	2.5	4.0	1.6	▲ 0.4	
	4月	▲ 0.1	0.8	▲ 0.1	0.0	▲ 0.2	0.3	▲ 1.0	▲ 2.3	▲ 0.4	▲ 3.3	▲ 2.6	
	5月	0.6	0.9	0.5	0.4	0.8	0.8	0.8	▲ 0.4	2.8	▲ 2.0	▲ 1.2	
	6月	0.5	▲ 1.4	0.1	▲ 0.3	1.6	0.2	4.5	3.5	7.5	1.4	0.1	
	7月	1.3	0.3	2.0	▲ 0.4	▲ 0.3	▲ 1.5	▲ 0.7	▲ 1.6	▲ 2.2	▲ 1.2	▲ 0.7	
	8月	0.6	▲ 0.2	0.4	0.2	1.1	1.6	0.9	▲ 0.1	3.0	▲ 1.3	▲ 1.3	
	9月	2.8	0.9	2.7	0.4	3.0	1.0	1.7	0.7	3.0	▲ 0.4	▲ 1.6	
	10月	2.0	0.3	1.8	0.3	2.4	▲ 0.3	0.8	▲ 0.1	▲ 0.4	0.0	▲ 0.9	
	11月	2.9	0.7	2.4	1.2	4.1	1.1	1.2	0.6	2.6	▲ 0.6	0.4	
	12月	2.8	▲ 0.1	2.9	▲ 0.3	2.5	▲ 0.6	0.9	0.2	1.9	▲ 0.9	▲ 0.3	
2014	1月	4.4	2.2	4.4	2.6	4.4	1.6	0.7	0.0	3.3	▲ 1.8	▲ 0.1	
	2月	2.8	▲ 1.3	2.4	▲ 1.7	3.6	0.3	2.4	1.3	2.9	0.5	0.9	

(出所) 経済産業省「商業販売統計」

## ○家計調査：前月の反動に加えて、大雪の下押しにより前月比減少

本日総務省から発表された2月の家計調査によれば、実質消費支出は前年比▲2.5%（コンセンサス：同+0.1%、レンジ：同▲2.1%～+1.6%）とコンセンサスを下回る結果となった。前月比をみても、▲1.5%と比較的大きめの減少である（「除く住居等」ベース：同▲2.4%）。2月の減少は、1月の反動（1月：同+2.7%）や大雪による下押しが背景にあるとみている。

項目別に実質消費指数（季節調整値）をみると、駆け込み需要を背景に「家具・家事用品」（同+19.8%）が急増した。一方で「被服および履物」（同▲20.2%、1月：同+14.4%）、「教養娯楽」（同▲14.2%、

1月：同+8.1%) が急減した。これらの項目は1月に大幅増加しており、その反動の面が大きいとみられるが、1月の増加幅を上回る減少であり、大雪による下押しが示唆される。実質消費は駆け込み需要を背景に増勢を強めることが見込まれたが、大雪という一時的な要因もあり弱めの結果となった。

### ○小売業販売額：家電の駆け込みを背景に増加

経済産業省から発表された2014年2月の小売業販売額は、前年比+3.6%（コンセンサス：同+3.5%、レンジ：同+2.0%～+5.5%）とほぼコンセンサス通りの結果となった。前月比でも、+0.3%と増加した。小売業販売額は、駆け込み需要を主因に増加基調で推移している。

業種別に前月比をみると、百貨店を含む「各種商品小売業」（前月比+3.9%）、「機械器具小売業」（同+3.9%）が小売業販売額を牽引した。引き続き好調な高額商品や家具、家電の駆け込み需要顕在化が小売業販売額を押し上げた。一方で、「自動車小売業」（同▲5.7%）などが減少した。新車販売は2月に増加が一服しており、自動車小売業は一足先に駆け込み需要がピークアウトしたようだ。

なお、物価上昇の影響を除いた実質小売業販売額（実質化、季節調整は当社）をみると、前月比▲0.1%と減少した。実質小売業販売額は増加基調で推移しているものの、増加ペースは緩やかなものに留まっている。

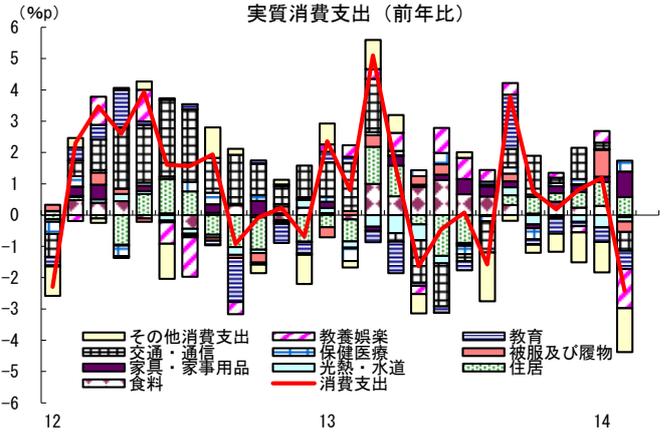
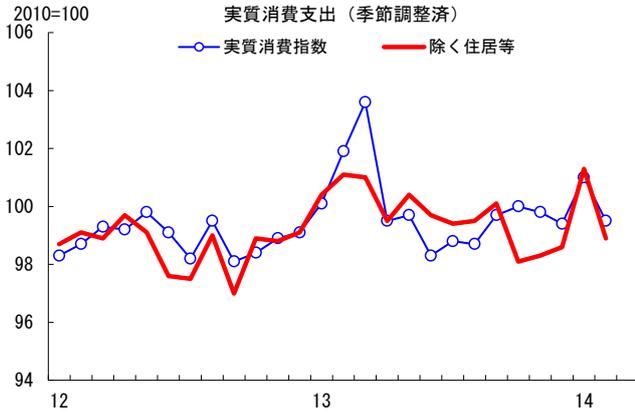
### ○2月の個人消費は弱めの結果も、1-3月期は高い伸びが見込まれる

このように2月の個人消費は、大雪の影響もあって弱めの結果となった。もっとも、14年1-3月の個人消費は、消費税率引き上げ直前の3月に衣料品や食料品などの駆け込みが勢いを強めることで、高い伸びになると見込んでいる。

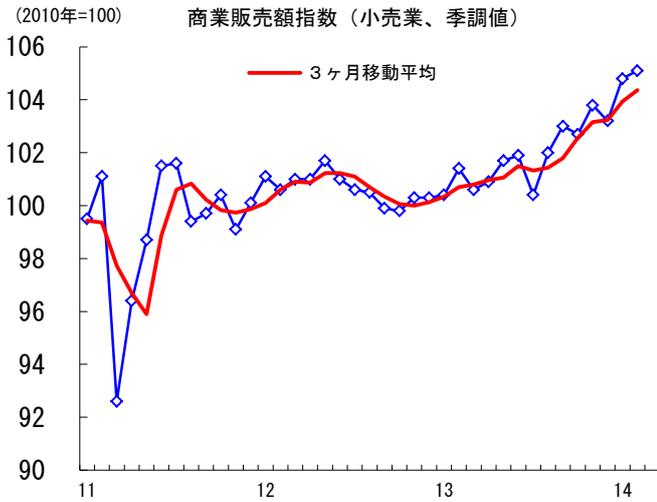
消費税率引き上げ後の4-6月期の個人消費は、駆け込み需要の反動によって落ち込みが避けられない。加えて、消費税率引き上げに伴う実質可処分所得の減少も個人消費の下押しとなる。また、駆け込み要因を除いた消費に強さが感じられない点にも不安が残る。増加が目立つのは自動車や家電であり、駆け込み要因以外の個人消費の基調は、13年前半ほどの勢いはないことが示唆されるためだ。もっとも、国内景気の回復に伴い、雇用・賃金の改善が見込まれることなどから個人消費の腰折れは回避できるとの予想に変更はない。14年度は企業収益の改善や賃上げ機運の高まりなど賃金を巡る環境には明るさが増している。加えて、公務員給与削減の終了も押し上げとなろう<sup>1</sup>。総じてみれば、14年度の個人消費は消費税率引き上げによる下押し圧力を受けるものの、雇用・賃金の改善などを背景に減少基調入りは避けられるだろう。

---

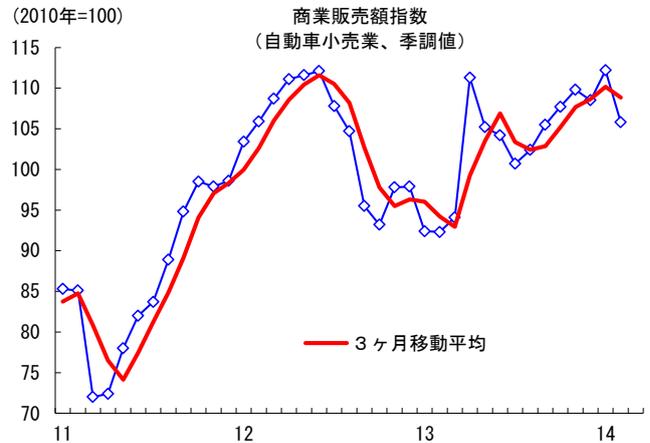
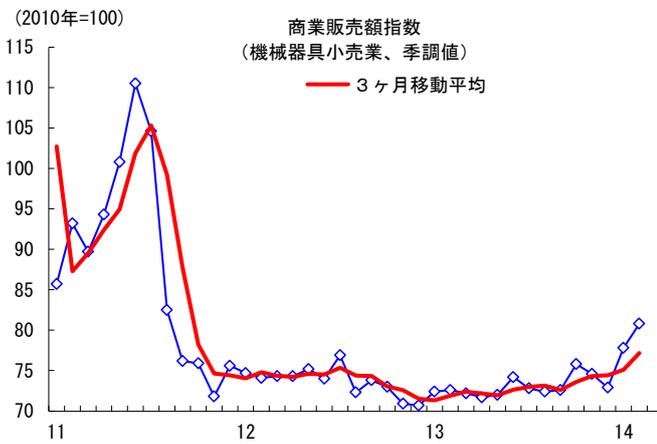
<sup>1</sup> 詳細は、Economic Trends「公務員給与削減“終了”の影響～民間企業におけるペア以上のインパクトに～」（2014年2月20日公表）をご参照ください。



(出所) 総務省「家計調査」



(注)実質化、季節調整は第一生命経済研究所



(出所) 経済産業省「商業販売統計」