

消費統計にある乖離

発表日：2014年10月31日（金）

～なぜ、商業販売統計と家計調査は食い違うのか～

第一生命経済研究所 経済調査部

担当 熊野英生 (Tel : 03-5221-5223)

消費税の反動減の影響が尾を引いていると言われるが、その程度は消費統計によって異なる。経済産業省の「商業販売統計」では、5月以降は回復が進んできている。一方、総務省の「家計調査」では、9月までの1世帯当たりの消費支出が依然として低調なままである。両者の間の定義・範囲の違いを含めて考えると、個人消費は全体的に家計調査で示されているほどは悪くないと言える。

食い違う2つの統計データ

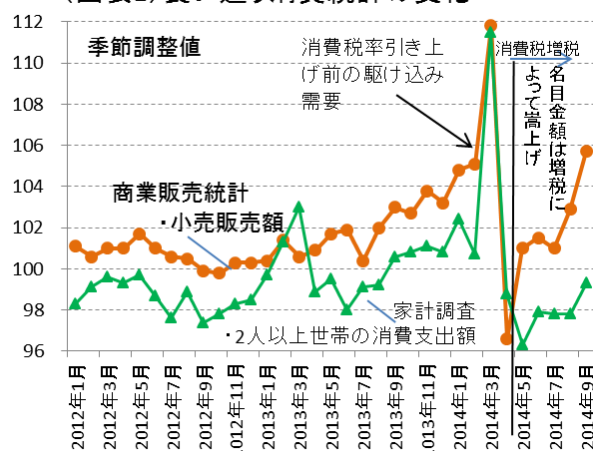
エコノミストたちの間では、消費統計の「食い違い」が問題になっている。4月以降の消費税増税後、経済産業省「商業販売統計」では、小売業販売額が反動減からの順調な回復を遂げているのに、総務省「家計調査」では、消費回復はもたっていない（図表1）。商業販売統計の季節調整済・前月比は8月1.9%、9月2.7%と伸びていた。

一方、家計調査の季節調整済・前月比（名目）は8月0.0%、9月1.5%と相対的に低い伸び率である。エコノミスト達は、強い商業販売統計と、弱い家計調査の数字のどちらが真実に近いのかに戸惑っている。ここでは名目値の伸び率で議論をしているが、実質化した伸び率を比較しても、コントラストはほぼ同様だ（消費税増税の4月をはさむと段差はより大きくなる）。

この相違は、単に統計データの世界の話ではなく、消費税増税後の個人消費がどのくらいダメージを受けているか、また現在、そのダメージから立ち直っているかどうかを考えると重要な論点になる。

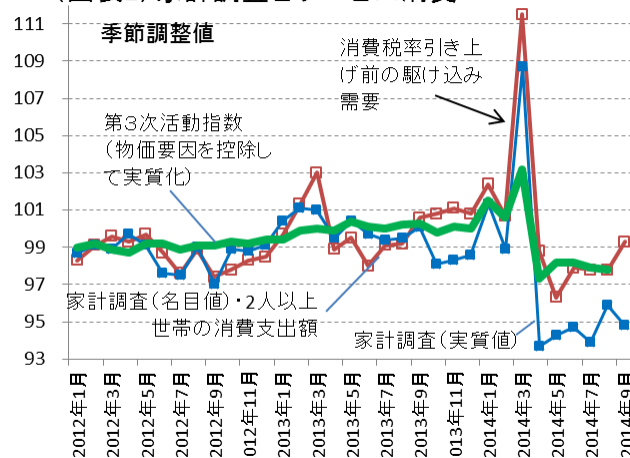
誤解を恐れずに言えば、家計調査をみると、増税のダメージは大きそうに思えるが、商業販売統計では、反動減の影響はそれほどまで大きくないという姿になっている。実質GDPを加工計算する上では、家計調査が多く用いられて個人消費の動きが推計され、商業販売統計の方がそれほど多くは加味されない。このように、両者の相違の問題は重要なので、本稿ではその乖離についてじっくりと考えてみることにしたい。

（図表1）食い違う消費統計の変化



出所：経済産業省「商業販売統計」、総務省「家計調査」

（図表2）家計調査とサービス消費



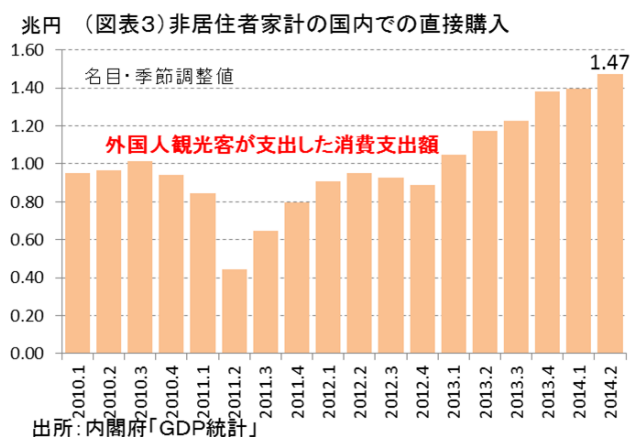
出所：経済産業省「第3次産業活動指数」、総務省「家計調査」

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。

まず、商業販売統計は、衣服・身の回り品、飲食料品、自動車、燃料、医薬品・化粧品という構成項目を供給側（販売事業者側）から集計したものである。財中心の消費であり、サービス支出の多くが入っていない。家計調査の項目に沿って言えば、住居、電気代・水道代、保健医療（除く医薬品）、通信、教養娯楽サービスが入っていない。娯楽サービスなどは、夏場の天候不順によって消費量が減少しているとみられるので、商業販売統計には、天候不順による影響が相対的に小さくしか表れないと考えられる。サービス分野に関しては、第三次産業活動指数・季節調整値（実質値）を参照すると、家計調査が示しているような低調な動きになっている（図表2）。本来、消費税増税による駆け込み需要・反動減は、耐久消費財などの財消費を中心に起こっている変動だと考えられているので、サービス分野の消費が低調であることは、消費税要因以外に個人消費の下押し圧力が大きく存在することを示している。つまり、家計調査にみられる弱さは、消費税以外の要因で起こっている要因もあるということだ。

外国人観光客の消費増加要因

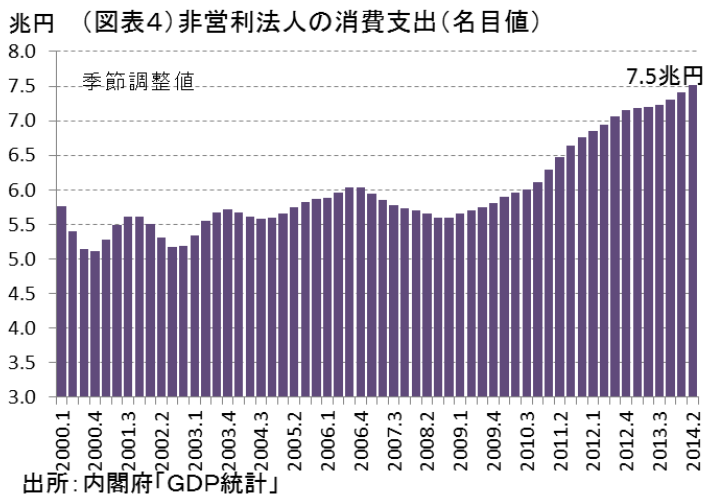
商業販売統計には含まれて、家計調査には表れない要因としては、海外からの観光客の消費増加がある。最近、円安局面になっていることや、ビザの規制緩和によって、このところ観光客の増加が目立っている。GDP統計の中にある「非居住者家計の国内での直接購入」の金額（名目・季節調整値）は、2014年4～6月1兆4,717億円まで膨らんでいる（図表3）。名目・季節調整済前期比は4～6月5.5%の増加となっている。商業販売統計※にはこうした押し上げ効果が含まれていると考えられる。



※外国人観光客の消費の中にはサービスも多く含まれるので、商業販売統計・小売と一致しない部分もある。外国人の消費拡大は、個人消費にはカウントされないが、外需（輸出）としてGDPには計上される。

この外国人観光客の消費拡大は、今後も消費税の免税対象を2014年10月から広げる対応もあって、さらに後押しされていくと予想される。個人消費の動向は、日本人だけでなく、外国人が国内で行う消費の部分を視野に入れないとわからなくなってきていると言える。

もうひとつ、法人などによる消費拡大も、家計調査には表れない主体の支出が商業販売統計を押し上げている要因もある。民間最終消費支出と、家計最終消費支出の間には、対家計民間非営利団体の消費支出がある。この部分は、2014年4～6月の7.5兆円と、ボリュームでは先の外国人観光客の消費支出を上回っている（図表4）。最近、この部分の趨勢的な規模拡大が目立っている。



また、企業支出の分野では、資本金1億円以下の中小企業が、交際費のうち800万円までを全額損金算入**することが2013年4月に認められ、さらに2014年

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。

4月には大企業なども含めて飲食費の50%が損金に認められるようになった。この部分の支出増に少なからず、商業販売統計の小売増加に寄与していると推察される。この要因も、商業販売統計の小売販売額を押し上げていると考えられる。

※※それまでは、600万円までの交際費等につき、90%が経費扱いと認められていた。

この外国人観光客、非営利団体、企業の3つの主体の支出増加は、総需要を押し上げている要因なので、家計調査だけをみては、実態を過小評価する結果を引き起こしてしまう。

家計調査にある過小評価要因

統計データにバイアスがあるという議論は、あまり熱心にやりすぎると「木を見て森を見ず」になってしまうので、あまり筆者の好むところではないのだが、今回のような場合には必ずしも無視できないと考えられる。

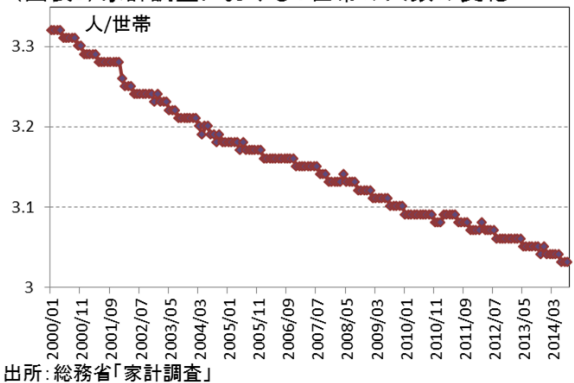
家計調査の評価については、1世帯当たりの消費動向がどう変化しただけに注目しがちな点が問題である。マクロの消費指標と比べると、マクロ消費=1世帯当たりの消費×世帯数という算式になるので、1世帯当たりの消費支出だけをみていると、世帯数の増加が加味されていない問題を見逃してしまう。2人以上世帯の世帯数は、前年比0.1~0.2%の程度で増加しており、さらに総世帯では前年比0.3~0.4%ほどのペースで増加している。商業販売統計など供給側の消費統計は、この世帯数効果を含んでいる分、上向きに押し上げられる。

さらに、2人以上世帯では、趨勢的に世帯人数が減っている。2014年1~8月では世帯人員数は3.03~3.04人であり、前年比増減率で▲0.66%ほど減っている(図表5)。この人数減は、家計消費を押し下げるバイアスになっている。

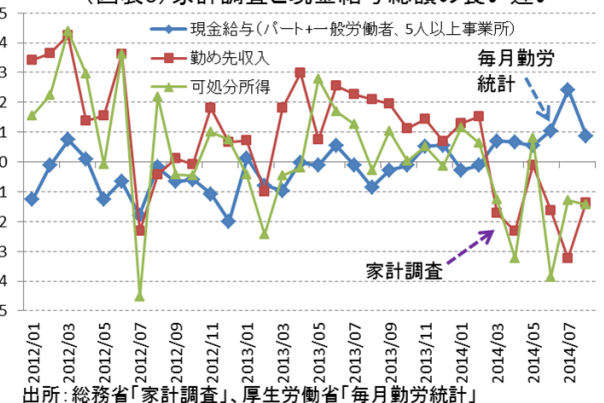
もうひとつ、家計調査に関する最大のバイアスは、所得データが、毎月勤労統計と比べて大きく下方向の動きになっているということだろう。毎月勤労統計の現金給与総額は、5人以上の事業所で、3月以降は前年比0.5%以上のプラスで推移している(図表6)。その現金給与総額の伸び率と比べると、家計調査の勤労世帯の勤め先収入や可処分所得の伸びは、3月以降、低調な推移になっている。ここは正反対の変化に見える。

毎月勤労統計は、1~4人までの小規模事業者の賃金状況が反映されていない難点はあるものの、全体としては実勢を表していると考えられる。それに対して、家計調査・勤労世帯の消費支出動向は、調査サンプルの不安定さのせいか、この時期に所得の伸びが大きく低下する格好になっている。消費税が増税されて以降のサンプルが不安定になっていることは、偶発の産物とはいえ、多くの専門家をミスリードさせやすいという点で、景気判断においては極めて不都合なことになっている。

(図表5) 家計調査における1世帯の人数の変化



(図表6) 家計調査と現金給与総額の食い違い



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。

バイアスを考慮して消費を考える

以上の検討をまとめると、商業販売統計には、①サービスが含まれていない分、天候不順などが消費を下押しする作用を十分織り込んでいないという難点がある。反面、②外国人観光客の消費増、非営利法人・中小企業の支出増という需要拡大を含んでいる点で、上向きの動きを見落としてはいけないという評価もできる。

家計調査については、世帯数の増加が反映されず、世帯人数が少なくなるという構造的な過小評価要因がある。そして、2014年に入って調査サンプルの入れ替えによって、所得環境が厳しい世帯が多く入ってしまったという下方バイアスの問題もあると考えられる。

結論から言えば、マクロの消費動向を家計調査だけで判断することには、過小評価バイアスがあり、実勢はそれなりに緩やかに復調しているということだろう。4月以降に、小売・卸などの企業側から「想定範囲内」という声が聞かれたのも、供給側では家計調査にみられるほどは悪化していなかったという事情が背景にあるからだろう。

こうしたバイアスを念頭におくと、サービス消費は現時点では夏場の天候不順に強く影響を受けているが、これから秋以降はその影響が薄らいでいくことで、改善していくとみられる。財・サービスを合計した個人消費は、これから冬場になって、賞与効果も加わってより改善していくと考えられる。