



～第5回「個人消費Ⅰ」～

○紙上講座「5分でわかる経済統計の見方」では、これまで景気や経済関係の指標を見る際のポイント等について解説しましたが、第5回目からは、具体的に消費、生産、物価、労働など各種指標について、順番に解説していきたいと思えます。

○そこで、今回は「個人消費Ⅰ」として、個人消費の主な指標のタイプと、販売した側（供給側）からの指標について解説し、次回第6回「個人消費Ⅱ」で消費した側（需要側）からの指標と消費者のマインドから把握した指標について解説します。

1. 個人消費の主な指標のタイプ

【ポイント】

- ・個人消費の主な指標は販売した側（供給側）、消費した側（需要側）、消費者のマインドから把握した指標に大別される

個人消費は、GDPの約6割を占める最大の需要項目であるため、景気の動向を見るうえで、非常に重要です。

個人消費の主な指標は販売した側（供給側）、消費した側（需要側）、消費者のマインドから把握した指標に大別されます（図表1）。

図表1 個人消費の主な指標のタイプ

販売した側 (供給側)	供給側（商品の販売動向）から把握 経済産業省「商業販売統計」、 中国経済産業局「中国地域大型小売店販売動向」、 (一社)日本自動車販売協会連合会「新車販売台数」等
消費した側 (需要側)	需要側（個人のお金の使われ方）から把握 総務省「家計調査」等
消費者 マインド	消費者のマインド（気持ち、スタンス）から把握 内閣府「消費動向調査」等

需要側の指標である家計調査は詳細な品目の消費動向がわかるなど有用な調査ですが、サンプル調査ゆえの統計の振れや自動車購入など高額消費を正確に把握しにくい等の問題があります。

このため、自動車への消費は供給側の指標であ

る新車登録・届出台数を活用するなど、消費全体の動向を把握するには、各指標の特徴を理解し、目的に合わせて使い分ける必要があります。

2. 供給側からの指標

(1) 大型小売店販売等の指標

【ポイント】

- ・大型小売店販売額の前年比は全店舗ベースと既存店ベースが公表されるので、活用の際に注意が必要である

経済産業省の「商業販売統計」や中国経済産業局の「中国地域大型小売店販売動向」では、百貨店、スーパーなど大型小売店やコンビニエンスストアの商品販売額、店舗数等が公表されています。

大型小売店販売額は供給側の指標の代表的なもので、調査対象が従業員50人以上、売場面積1,500㎡以上の百貨店（政令指定都市は3,000㎡以上）やスーパーに限定されているものの、全数調査で信頼性が高く、速報性もあることから、個人消費の指標として広く活用されています。

大型小売店販売額の数値を活用する際は、販売額が構成比の高い衣料品に左右されることや、百貨店の販売額に法人向けの販売額が含まれていることなどに留意する必要があります。

また、販売額の前年比は、全店舗ベースと、調

査当月と前年同月でともに存在した店舗で集計する既存店ベースが公表されます（図表2）。

全店舗ベースが1年間に開業、廃業した店舗の増減による販売額の変動も含んだ販売額であるのに対し、既存店ベースは比較可能な店舗の販売額だけに絞っているため、店舗の開店や閉店によ

るバイアスなしに販売額の変化を把握できます。

例えば、図表2を見ると、平成23年以降、スーパーの販売額は、全店舗ベースが3年連続の増加となっているのに対し、既存店ベースが3年連続の減少となっており、全店舗ベースの販売額に新店効果が反映されていることがわかります。

図表2 大型小売店業態別販売額・前年（度、同期、同月）比増減率及び事業所数

(単位：億円，%)

年 月	合 計											
	前年比	事業所数		百貨店			スーパー					
		既存店	(店)	前年比	既存店	事業所数	前年比	既存店	事業所数			
平成23年	195,933	▲ 0.9	▲ 1.8	5,036	66,606	▲ 2.6	▲ 2.3	265	129,327	0.0	▲ 1.5	4,771
24	195,916	▲ 0.0	▲ 0.8	5,132	66,389	▲ 0.3	0.4	259	129,527	0.2	▲ 1.4	4,873
25	197,774	0.6	▲ 0.4	5,311	67,195	1.2	1.8	254	130,579	0.2	▲ 1.5	5,057
平成23年度	197,008	0.1	▲ 0.9	5,034	67,231	▲ 0.1	▲ 0.0	262	129,777	0.2	▲ 1.3	4,772
24	195,552	▲ 0.7	▲ 1.4	5,138	66,493	▲ 1.1	▲ 0.1	256	129,059	▲ 0.6	▲ 2.1	4,882
25	201,432	2.4	1.5	5,302	68,924	3.7	4.1	253	132,508	1.8	0.1	5,049
平成25年 4～6月	47,781	1.4	0.2	5,142	15,992	3.0	3.3	255	31,789	0.7	▲ 1.3	4,887
7～9	48,009	0.5	▲ 0.4	5,236	15,504	0.4	0.9	254	32,505	0.6	▲ 1.0	4,982
10～12	54,273	1.0	0.2	5,311	19,235	1.0	1.5	254	35,039	1.0	▲ 0.5	5,057
平成26年 1～3月	51,368	6.9	6.0	5,302	18,193	10.5	11.0	253	33,175	5.0	3.3	5,049
4～6	46,918	▲ 2.5	▲ 3.2	5,303	15,125	▲ 5.4	▲ 4.7	252	31,792	▲ 1.1	▲ 2.4	5,051
平成25年 5月	15,889	0.8	▲ 0.4	5,152	5,252	2.4	2.8	255	10,637	0.1	▲ 2.0	4,897
6	16,385	4.5	3.5	5,142	5,586	7.1	7.5	255	10,799	3.2	1.4	4,887
7	17,127	▲ 0.7	▲ 1.6	5,223	6,041	▲ 2.7	▲ 2.2	254	11,086	0.4	▲ 1.2	4,969
8	15,823	0.9	▲ 0.1	5,226	4,653	2.4	3.0	254	11,170	0.2	▲ 1.3	4,972
!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!	!

資料：経済産業省「商業販売統計月報」

(2) 新車登録・届出台数

【ポイント】

・高額の耐久消費財である自動車の販売は、景気に敏感に反応するので、景気動向を把握するうえでも有用である

一般社団法人日本自動車販売協会連合会の「新車販売台数」や中国運輸局の「中国運輸局管内新車登録・届出数」では、貨物車、乗用車など車種別の新車登録台数が公表されています（図表3）。

図表3 中国運輸局管内新車登録・届出数

車種別	県別	広島	福山	広島県	鳥取	...
貨物	普通	132	60	192	53	...
	小型	282	68	350	34	...
	被牽引	4	4	8	1	...
	計	418	132	550	88	...
乗合	25	3	28	6	...	
乗用	普通	1,563	465	2,028	295	...
	小型	1,511	579	2,090	409	...
	計	3,074	1,044	4,118	704	...
特種(殊)	75	29	104	21	...	
登録車計	3,592	1,208	4,800	819	...	
!	!	!	!	!	!	

資料：中国運輸局「中国運輸局管内新車登録・届出数」

また、一般社団法人全国軽自動車協会連合会の「軽自動車新車販売」では、軽自動車の車種別の新車届出台数が公表されています。

個人消費の動きを把握するという意味では、一般家庭が購入する乗用車の台数を捉えることが重要になります。

個人消費の中でも、家電製品や自動車等の耐久消費財、特に自動車のような高額の耐久消費財への支出は、景気を反映するので、新車登録・届出台数の推移の把握は、景気動向を把握するうえでも有用です。

ただ、新車登録・届出台数は、景気だけでなく、自動車購入に対する減税や補助金など国の政策等にも左右されるので、それらの動きも注視しながら、指標を捉える必要があります。

経済・産業調査担当 小出 修司