

Economic Monitor

足元で財消費は急回復だが懸念される特需の反動

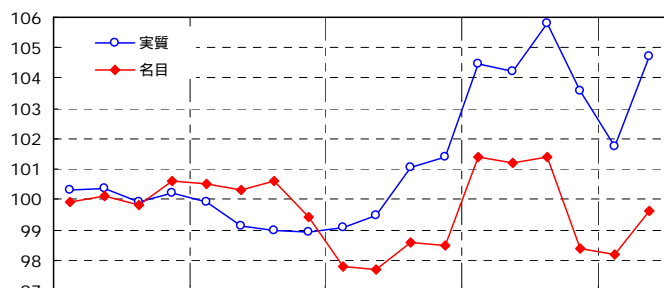
日本の6月小売業販売は前月比2.9%(5月2.4%)と3ヶ月連続で増加した。後述するように価格下落の激しいテレビなどの売上増加が顕著なため実質ベース¹では3.8%(5月3.3%)と更に高い伸びである。

実質ベースで内訳を見ると、サプライチェーン復旧を受けた供給制約の緩和から自動車小売が前月比8.9%(5月15.5%)、地デジ移行に伴うテレビ販売急増と節電特需によるエアコンや冷蔵庫の販売増加に加え、被災地での復旧消費(被災に伴う家電製品などの購入等)もあり機械器具小売(家電等)が12.4%(5月13.6%)と極めて高い伸びを示した。6月は両セクターで実質小売全体を2.2%Ptも押し上げている。また飲食料品小売も1.4%(5月0.7%)と好調だった。

4~6月期で見ても、実質小売販売は前期比2.9%(1~3月期1.8%)と3四半期ぶりに増加した。振り返れば、大震災を受けた消費不能や東日本での計画停電が響き3月こそ前月比7.6%の急減を記録したものの、必需品などを中心として4月に前月比4.4%と逸早く持ち直し、前述の地デジ特需や節電特需(省エネ家電、夏季衣料、涼感製品など)が寄与し、5・6月と増勢が続いた。

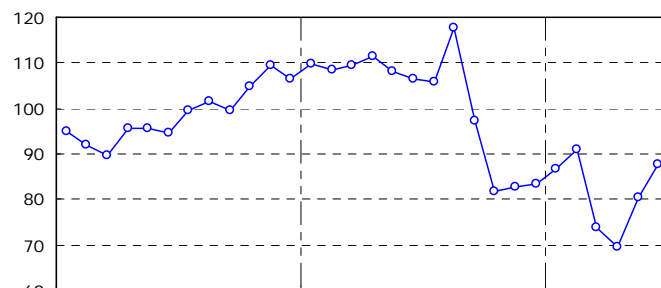
4~6月期のセクター別動向を見ると、供給制約が響いた自動車小売(前期比5.5%)とレジャー自粛などが寄与した燃料小売(5.2%)が大幅減少を余儀なくされている。一方、地デジと節電特需で機械器具小売業が前期比20.9%、夏物衣料好調で衣服関連も5.7%と大幅に増加し、この二つで4~6月期の実質小

小売業販売(2005年=100、四半期)



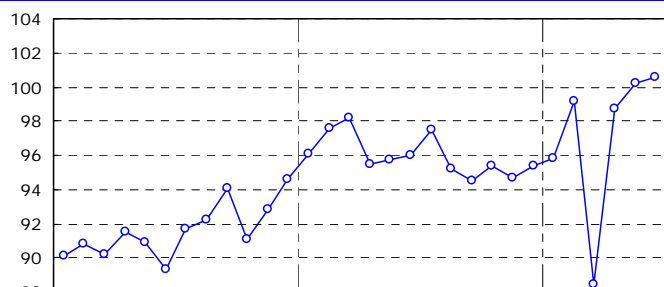
(出所)経済産業省等より当社試算

自動車小売業(実質、2005年=100)



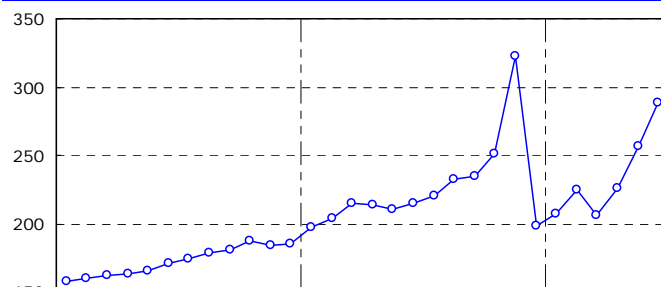
(出所)経済産業省等より当社試算

織物・衣服・身の回り品小売業(実質、2005年=100)



(出所)経済産業省等より当社試算

機械器具小売業(実質、2005年=100)



(出所)経済産業省等より当社試算

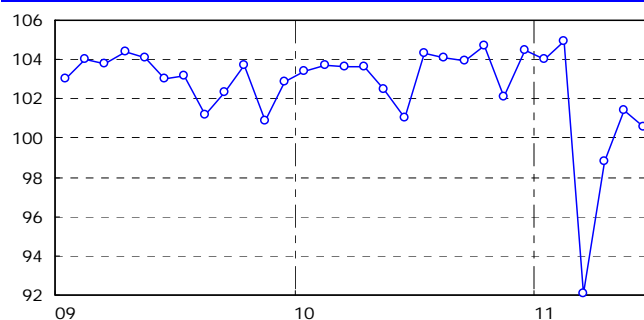
¹ 6月のCPIが未公表のため、東京都区部CPIから全国CPIを推計し、デフレートした暫定値である。

売業全体を 3.0%Pt も押し上げた。他も飲食料品 (0.6%) をはじめ、ほとんどのセクターが前期比プラスを確保しており、自動車と燃料を除けば、4~6 月期の財消費は総じて堅調だったと評価できる。

こうした財消費の持ち直しは方向としては想定通りだが、5 月や 6 月の持ち直しペースは当社予想を幾分上回った。もちろん、自粛ムードが響き、サービス消費は財消費ほどには持ち直しておらず、前述の飲食料品小売の好調の裏で、外食 (飲食店・飲食サービス業²) は未だ震災前水準を大きく下回っている。また、GDP 統計における個人消費は本稿で言及した販売統計ではなく、出荷や家計調査などのデータに基づき推計される。そのため、確たることは言えないが、4~6 月期の個人消費の落ち込みが大方の想定よりもマイルドなものに留まった可能性はあるだろう。

但し、足元の個人消費が予想以上の回復を見せる一方で、懸念されるのは地デジ特需や節電特需の反動である。7~9 月期は自動車販売の回復が消費全体を支えると見込まれるが、年末年始にかけて特需の反動が表面化し、個人消費が低調に推移するリスクも認識しておく必要がある。

飲食店・飲食サービス業の推移 (2005年=100)



(出所) 経済産業省

² 6 月データは当社推計。