

7月の業界統計は個人消費の好調持続を示唆

7月も個人消費は概ね好調に推移した模様である。

7月の消費関連業種で、最も好調だったのはコンビニエンスストアである。節電を受けてアイスなどの夏季食品や冷感商品が好調に推移し、たばこ値上げ前の駆け込み購入で急増した昨年9月に匹敵する売り上げを記録した(当社試算の季調値ベース)。7月の水準は4~6月期を6%程度も上回っており、7~9月期は大幅増加が確実と言える。

スーパーは、コンビニと同様に夏季食品や冷感商品が好調だったことに加え、節電に伴い夏物衣料や省エネ家電の販売が大幅に増加し、6月・7月と水準を切り上げている。なお、被災地では家具や家電購入など復興消費のも売り上げ増加に寄与したと考えられる。

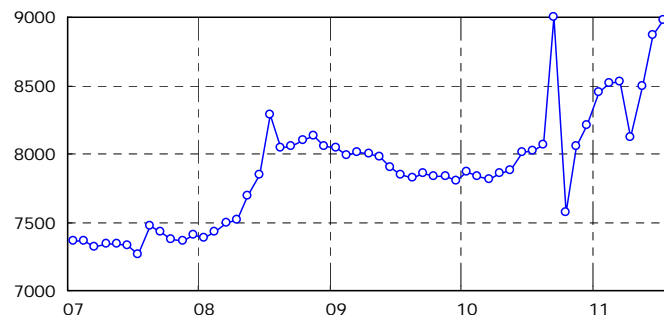
一方、伸び悩んだのは百貨店である。男性向けの夏物衣料は好調だったが、衣料品の過半を占める女性向けが振るわなかった。百貨店業界は節電特需の恩恵をあまり受けなかったと言えるだろう。とはいえ、5月以降の売上高は季調値ベースで概ね横ばいを確保しており、落ち込んでいる訳ではない。

新車販売は、サプライチェーン復旧に伴う供給制約の解消が寄与し、7月も増勢を維持した。但し、売れ筋車種の供給不足など車種構成の問題が、普通車では増勢がやや鈍っている点が気にかかる。受注残は残っていると考えられ、モメンタムは鈍化するものの8月以降も増勢は続くだろう。

薄型テレビ出荷は7月データが執筆時点で未公表だが、民間リサーチ会社の集計などを参考にすれば7月24日の地デジ移行前後までの販売急増が寄与し、季調値ベースで6月を上回る出荷水準を確保したと考えられる。

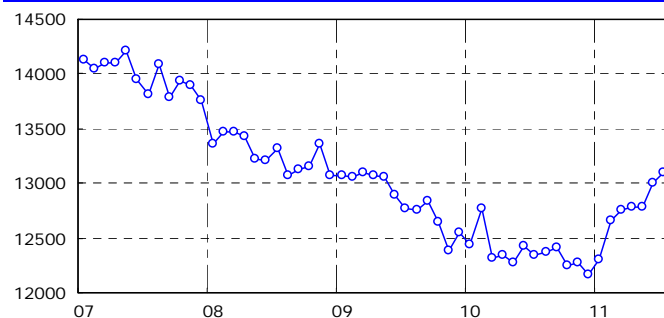
4~6月期は大きく出遅れていたサービス消費にも持

コンビニ売上高(季調値、年率、10億円)



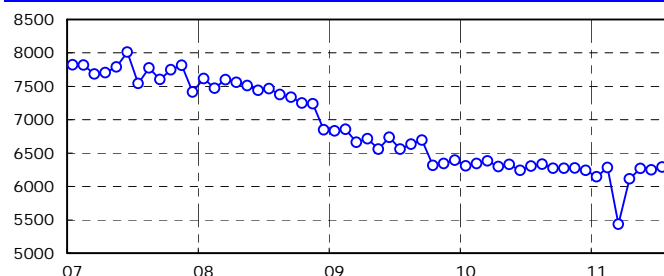
(出所)CEIC Data

全国スーパー売上高(季調値、年率、10億円)



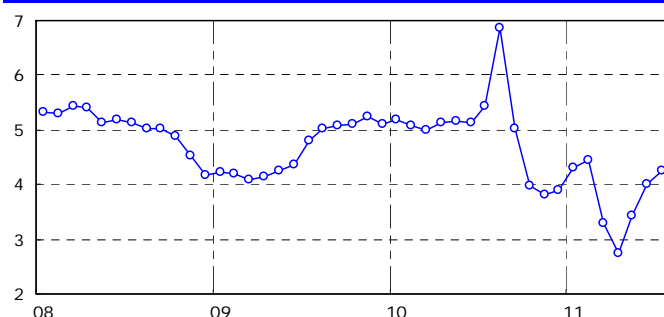
(出所)CEIC Data

全国百貨店売上高(季調値、年率、10億円)



(出所)CEIC Data

新車販売合計(年率、百万台)



(出所)自動車販売連合会等

ち直しの動きが見られる。

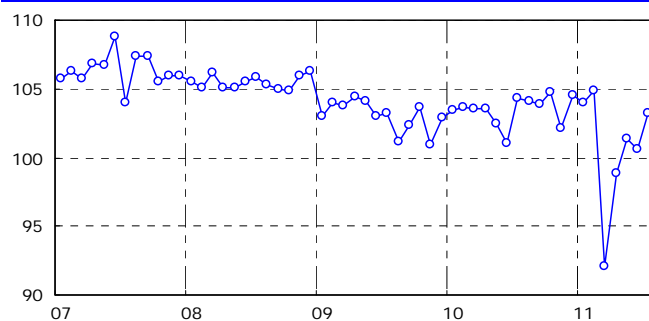
飲食店売上高は3月に大きく落ち込んだものの、自粛ムードが薄れたことで4月以降は早いペースで回復している。7月は汚染牛肉問題が一部業種で影響したものの、ファミレスなどが好調だった。7月の水準は既に震災前の2月を1.6%下回るところまで回復した。

旅行消費も持ち直している模様である。海外旅行の回復を反映して、7月の出国日本人数は5ヶ月ぶりに前年比でプラスに転じた。国内旅行支出に関する公式データは現時点で未公表だが、国内旅行の敬遠が海外旅行の堅調に繋がっていると考えられ、国内旅行の持ち直しは海外旅行に比べ鈍いと推測される。但し、訪日外国人数が徐々に持ち直しつつある点は、明るい材料の一つと言えるだろう。

米国では、8月の金融市場混乱などを受けた家計のマインド悪化が消費支出に及ぼす影響が懸念されている。一方、日本人はある意味で不幸慣れしており、そうした株価下落などに対しては耐性があると考えられる（資産構成の違いももちろんある）。そのため8月以降も個人消費が大崩れすることはなく、7~9月期トータルでは大幅増加を確保する見込みである。

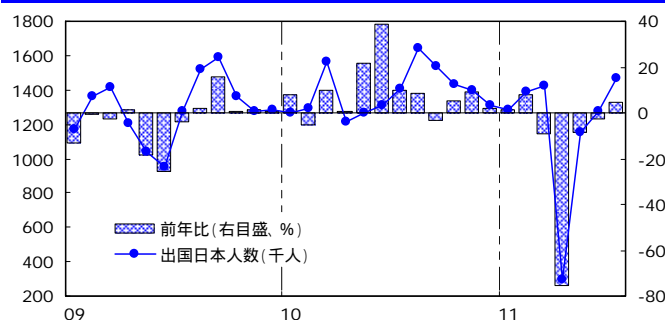
但し、地デジ移行特需や節電特需、新車販売の持ち直しのいずれも7~9月期で概ね出尽くしてしまう。不幸慣れと述べたが、それは個人消費が基調として強いことを意味しているのではなく、寧ろデフレ継続や雇用者所得の低迷、将来不安の下で弱含み基調が慢性化しており、それ故に下向きの一時的ショックに対しては改めて反応しないということに過ぎない。特需要因などが剥落する10~12月期の個人消費は前期比でマイナスに転じる可能性もあるだろう。

飲食店・飲食サービスの推移 (2005年=100)



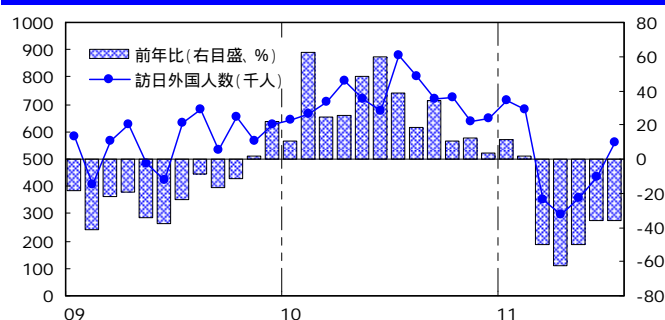
(出所) 経済産業省

出国日本人数の推移



(出所) 観光局

訪日外国人数の推移



(出所) 観光局