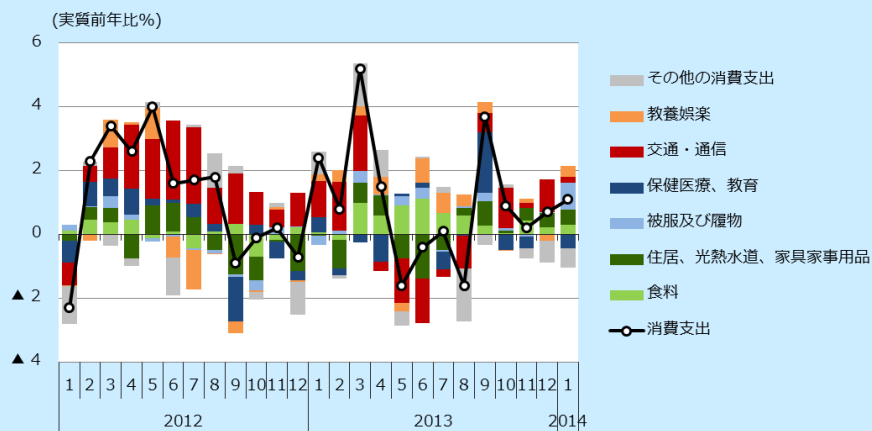


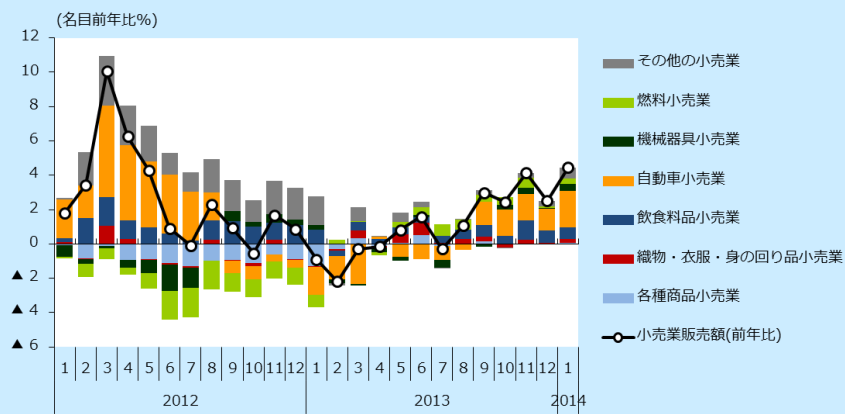
日本：消費関連指標（2014年1月）

MRI Daily Economic Points
February 28, 2014

図表 家計調査



図表 商業販売統計



評価ポイント

2014年1月の結果

- 1月の実質消費支出(二人以上の世帯)は、前年同月比では+1.1%と5ヶ月連続の増加となった。前月比(季節調整値)も+1.6%と増加。
- 品目別にみると、単価の高い品目を中心に支出が増加しており、消費増税前の駆け込みが顕在化している。設備修繕・維持(前年比+36.4%)、洋服(同+22.9%)のほか、自動車等購入(同+10.7%)、国内パック旅行などの教養娯楽サービス(同+7.4%)、白物家電などの家庭用耐久財(同+7.0%)が消費を押し上げた。
- 駆け込み需要により耐久財などへの支出が増加する一方、交際費などが含まれるその他の消費支出は、前年を下回って推移している。所得の伸びが鈍いなか、これらの支出を抑えることでバランスをとっている可能性がある。
- また、小売店等の販売動向をとらえる商業販売統計によると、小売業販売額(名目)は、前年比+4.4%と6ヶ月連続の増加となった。自動車小売業が前年比+21.4%と全体を押し上げたほか、家電量販店などの機械器具小売業(同+7.6%)など、全ての業種で前年比増となった。

基調判断と今後の流れ

- 駆け込み需要の押し上げもあり、消費は堅調に推移している。
- 先行きの消費は、3月末にかけて、駆け込み需要により堅調な推移を予想する。駆け込み消費の中身は、耐久財から日用品などの非耐久財へと徐々に広がっていくであろう。ただし、2月の上中旬の大雪は、消費活動に一定の影響を与えたとみられ、来月発表の指標は弱く出る可能性がある。
- 4月の消費増税後は、耐久財を中心に一時的な消費の落ち込みは免れないが、雇用・所得環境の改善を背景に、14年度後半には本来の回復軌道へ復すると見込む。