

今日のキーワード「個人消費」、4月以降の回復に期待(日本)

消費税増税から1年以上が経過しました。当初は増税の消費への影響は比較的軽微と見られていましたが、夏場にもたつきが見られ、主な小売関連指標は、前年比でマイナスが続いています。今年4月以降は、前年が増税後の反動減もあり水準が低くなっていることから、小売関連指標はプラスに転じることが期待されます。

ポイント1 3月は前年の消費税増税前の駆け込み需要が影響 消費に底堅さは見られる

■3月の全国百貨店、コンビニ、スーパーの売上高(既存店ベース、以下同様)は、消費税増税前の駆け込み需要で急増した月との比較となるため前年比のマイナス幅はいずれも2月から拡大しました。しかし、スーパー、コンビニでは駆け込み需要の影響が比較的小さかった食料品などの売上が増加し、コンビニでは前年より来客数が増加しており、消費に底堅い動きもうかがわれます。

ポイント2 百貨店はインバウンド消費拡大が続く コンビニは来客数が2カ月連続で増加

■3月の全国百貨店売上高は、前年比では2割弱の減少となりましたが、一昨年の水準をわずかに上回りました。販売促進の催事が好調だったことや訪日外国人向けの売上げが前年同月比2倍強に拡大するなど、明るさも見られました。

■3月のコンビニの状況は、駆け込み需要で増加した月との比較にもかかわらず好調です。弁当やパンなどの日配食品の売上高は3カ月連続で増加し、来客数(既存店ベース)は2カ月連続で増加しました。増税の影響が大きかったタバコの売上減少の影響を除くと、3月の売上高は前年同月比でプラスと堅調でした。

■3月のスーパー売上高は、住宅関連品、衣料品、買いだめができる加工食品などが大きく減少しました。一方、肉、魚、野菜の生鮮食品はすべてプラスとなるなど堅調でした。



今後の展開 企業収益拡大、賃上げの好循環で消費マインド改善に期待

■「消費者態度指数」は4カ月連続のプラス

内閣府が17日に発表した「消費者態度指数(一般世帯)」は、4カ月連続で前月比プラスとなりました。同指数を構成する「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」のすべての意識指標がプラスになっており消費マインドの好転がうかがわれます。

■賃上げ、ボーナスアップに期待

今年は昨年を上回る賃上げが見込まれます。加えて、消費税増税後1年が経過し、次の増税まで2年の猶予があることなどから、消費マインドの改善が期待されます。企業収益の拡大基調が続いていることから、今年の夏のボーナスがアップし、さらなる消費回復につながることを期待されます。

ここも
チェック! 2015年04月17日 2つの「コード」が株式市場を変える(日本)
2015年04月16日 明るさ増す「さくらレポート」(日本)

■当資料は、情報提供を目的として、三井住友アセットマネジメントが作成したものです。特定の投資信託、生命保険、株式、債券等の売買を推奨・勧誘するものではありません。■当資料に基づいて取られた投資行動の結果については、当社は責任を負いません。■当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。■当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績及び将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。■当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。■当資料にインデックス・統計資料等が記載される場合、それらの知的所有権その他の一切の権利は、その発行者および許諾者に帰属します。■当資料に掲載されている写真がある場合、写真はイメージであり、本文とは関係ない場合があります。