

宮城県消費動向指数の作成について

1. 趣 旨

既存の個人消費関連統計の短所を補足し、県内の個人消費動向をよりの確に把握するため、県内におけるマクロの個人消費動向を表す新たな指数を作成したものです。

2. 新指数の名称

「宮城県消費動向指数」

3. 作成の背景

- (1) 都道府県ベースの個人消費動向を把握する際には、一般に百貨店売上高やスーパー売上高、乗用車新車販売台数などの販売統計（供給側統計）が用いられています。しかし、これらについては、従来、以下のような問題点が指摘されてきました。

第1に、百貨店売上高等は主に財の消費に関する統計であり、個人消費の約4割を占めるサービス関連消費が含まれていないということです。

第2に、サービス経済化や小売業態の多様化が進展する中、百貨店やスーパーという既存の小売業態の売上高動向のみから個人消費全体の動きを把握することが困難となっていることです。事実、宮城県の個人消費全体に占める割合をみると、大型小売店売上高（百貨店＋スーパー）が9.7%、乗用車新車販売額（軽含む）が3.8%となっており、これらを合計しても全体の1割強のカバー率にとどまっている状況となっています。

- (2) 一方、個人消費動向を需要側から捉えた統計としては、代表的なものとして総務省「家計調査報告」がありますが、これについても以下のような問題点が指摘されてきました。

第1に、サンプル数が少ないことから、自動車等の高額消費に伴う振れが大きく、特に都道府県ベースではそれが顕著なことです。

第2に、1世帯当たりの消費支出統計であり、人口や世帯数の変動を捕捉していないこと、つまり、マクロの消費動向を表す統計ではないということです。

(3) また、マクロの個人消費動向を表す指標として最も信頼度の高い統計は、県民経済計算（都道府県ベースのGDP統計）における民間最終消費支出（一般に「個人消費」と呼ばれている。）ですが、これについても以下のような問題点があります。

第1に、年度ベースの統計であり、月次ベースでの個人消費動向の捕捉統計としては適さないということです。

第2に、統計の公表に当該年度終了から2年程度を要するなど、公表時期が遅いことです。

(4) 個人消費動向を表す既存の統計は以上のような問題点を抱えており、個人消費動向をよりの確に把握するためには、これらの短所をカバーする必要があります。しかし、販売統計については、多様な業種・業態の売上高等を都道府県ベース・月次ベースで把握することや、これらの動向を総合的に表す新たな指標を作成することは、統計の制約上、困難な状況となっています。

一方、家計調査報告については、振れの大きい高額消費等は別途販売統計等を用いて推計する、あるいは、GDP統計の推計方法や人口・世帯数の動きを反映させマクロの消費動向を表す指標に加工することにより、家計調査報告の有する短所がある程度カバーできるものと考えられます。もとより、家計調査報告は、財、サービス双方の消費支出を網羅した統計であり、こうした補足が可能であれば、個人消費動向の判断精度の向上に有用であると考えられます。

(5) 「宮城県消費動向指数」は、以上のような問題認識に基づき、県内の個人消費動向をよりの確に把握することを目的として作成したものです。

4. 宮城県消費動向指数の内容

(1) 概要

宮城県消費動向指数は、総務省「家計調査報告」をベースとして、県内におけるマクロの個人消費動向を指数化したものです。

(2) 特徴

主な特徴は以下のとおりであり、大型小売店売上高等の販売統計や家計調査報告、民間最終消費支出など既存の個人消費関連統計が持つ短所をある程度補足するものとなっています。

A. 財のみならずサービスに対する消費支出を含むこと。

B. 人口や世帯数の変動を反映したマクロの消費動向を表すこと。

C. 月次ベースで作成することから、速報性を有すること。

5. 作成方法

(1) 概要

内閣府「消費総合指数」の算出方法を参考として、以下の方法により作成しました。

- A. 家計調査報告の消費支出から、高額消費で振れが大きい費目、GDP統計と概念が異なる費目、GDP統計の概念に含まれない費目を控除し、これをコア消費支出とする。
- B. 「A - 、 」の一部について、別途販売統計等を用いて推計する。
- C. 「A、B」で求めた消費支出額に世帯数および人口の変動を反映させ、県内の消費支出総額を算出する。

(2) 作成フロー

作成フローは、「資料」図表1のとおりとなっています。

(3) 留意点

調査は毎月5日前後に実施します。また、使用するデータは、直近（調査月の2カ月前）の月次データとします。ただし、一部のデータ（居住用建築物除去面積、人口、世帯数）については、公表時期が遅れることから、別途暫定値を算出し対応します。

6. 宮城県消費動向指数からみた県内の個人消費動向

作成した宮城県消費動向指数をグラフ化すると、「資料」図表2のとおりとなりますが、ここから平成15年以降の県内の個人消費動向をみると以下のとおりとなります。

- (1) 平成15年は全般的に個人消費が落ち込んだ形となっていますが、この要因としては次の3点が挙げられます。第1は、平成15年3月に勃発したイラク戦争や、サーズ問題の影響により、旅行費等の教養娯楽費が減少したことです。第2は、この年が記録的な冷夏であったことから、夏物衣料や関連商品の需要が減退したことです。第3は、この年の7月に宮城県北部連続地震が発生し、消費マインドも含め、全般的に個人消費を下押ししたことが挙げられます。
- (2) その後、平成16年の前半頃から個人消費は徐々に持ち直しに向かいましたが、この動きを牽引したのは、DVD・薄型テレビ等のデジタル家電や旅行費を含む教養娯楽費などとなっています。
- (3) 平成17年の中盤以降は、概ね横ばい圏内の動きを続けており、足元では天候不順等を背景として、衣料品への支出が減少していることなどから、幾分弱めの動きとなっていますが、総じて底堅さを維持して推移している状況となっています。

このように宮城県消費動向指数から近年の県内の個人消費動向をみると、平成15年をボトムに持ち直しに向い、平成17年中盤以降は、横ばい圏内の中で底堅さを維持しながら足元に至っている状況が読み取れるものとなっています。

7. 評価

作成した宮城県消費動向指数を評価すると以下のとおりとなっており、県内の個人消費動向をよりの確に把握する上で、有用なものと考えられます。

- (1) 宮城県消費動向指数がマクロの個人消費動向を表すパフォーマンスを評価するため、宮城県消費動向指数の年度ベースの動きを、マクロの個人消費動向を表す指標として最も信頼度の高い民間最終消費支出（県のGDP統計での個人消費）の動きと比べると、「資料」図表3のとおりとなります。

これによると宮城県消費動向指数は、かなりの振れはありますが、大きなトレンドとしては民間最終消費支出の動きと整合的な面がみられることから、マクロの個人消費動向を把握する指標として有用性を持つものと考えられます。

なお、販売統計（大型小売店売上高、乗用車新車販売台数）については、平成13年度以降、民間最終消費支出と概ね逆方向の動きを示しており、マクロの個人消費動向を表すパフォーマンスについては、やや問題があることがうかがわれるものとなっています。

- (2) 宮城県消費動向指数と販売統計の相違点を把握するため、これらの月次ベースの動きを比べると、「資料」図表4のとおりとなります。

これによると販売統計には循環的な動きはみられませんが、宮城県消費動向指数には振れはあるものの、大まかな波が観測されることから、宮城県消費動向指数は、販売統計からは捕捉できない個人消費の循環的な動きを捉える指標として有用性を持つものと考えられます。

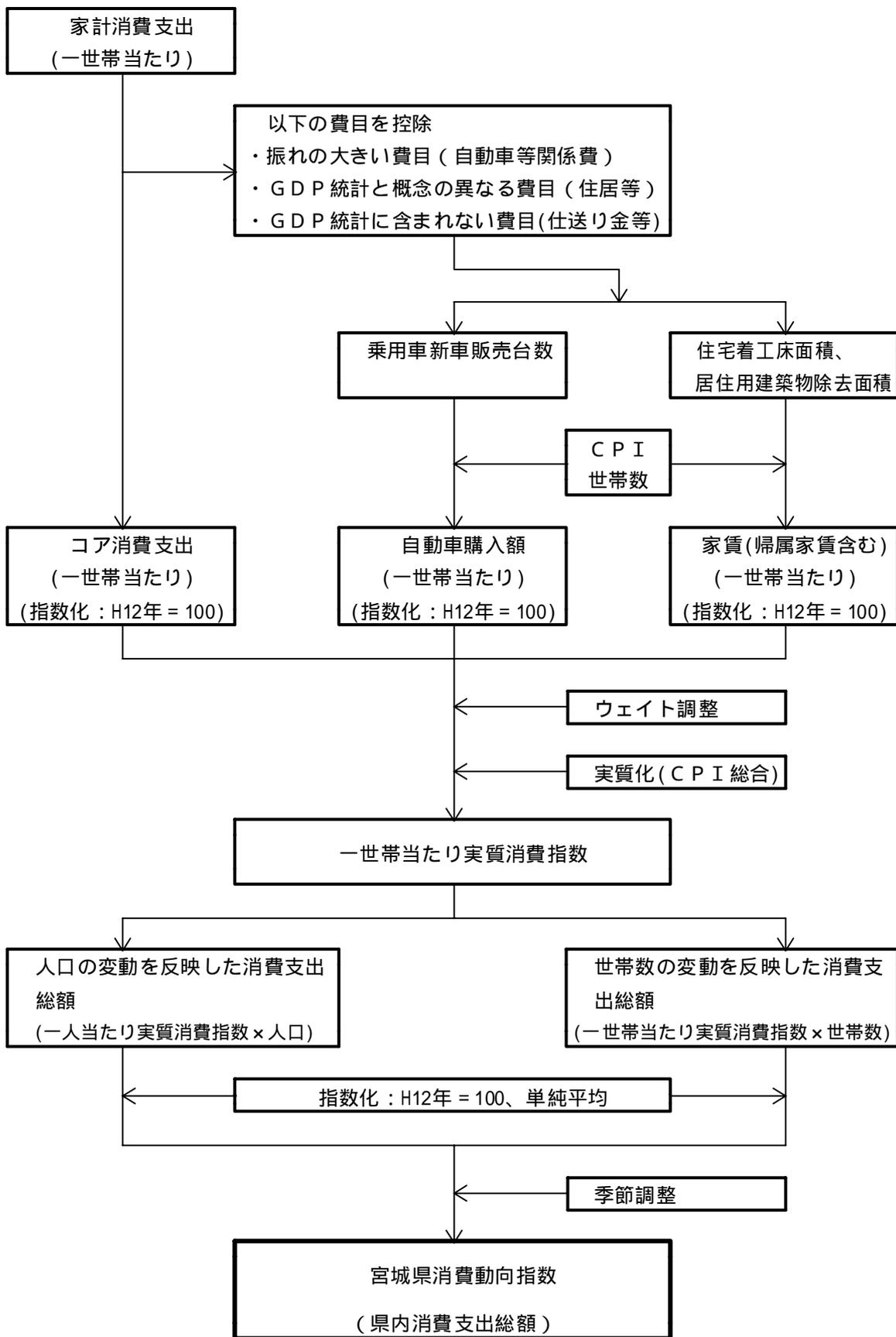
以上

(参考文献)

- ・清水雅之・永野知子・塩川智宏（2001）「消費総合指数の作成について」（景気判断・政策分析ディスカッション・ペーパー DP/01-2）
- ・新家義貴（2003）「消費総合指数の改定とその作成方法について」（景気判断・政策分析ディスカッション・ペーパー DP/03-5）
- ・新家義貴（2004）「地域別の消費動向を総合的に把握する試みについて」（経済財政分析ディスカッション・ペーパー DP/04-2）

「資料」

図表1 宮城県消費動向指数の作成フロー



< 作成フローの解説 >

総務省「家計調査報告(仙台市分)」の消費支出の中から、(ア)振れの大きい費目(自動車等関係費)、(イ)GDP統計と概念の異なる費目(住居等)、(ウ)GDP統計に含まれない費目(仕送り金等)を控除する。

控除後の金額(コア消費支出)を平成12年=100として指数化(A)する。

宮城県の乗用車新車販売台数(軽含む)に全国・CPI<自動車>を乗じて自動車購入額とする。これを世帯数で除し、平成12年=100として指数化(B)する。

宮城県の住宅延床面積に住宅着工床面積を加え、居住用建築物除去面積を差引いたものに、仙台市・CPI<住居>を乗じて家賃(帰属家賃含む)とする。これを世帯数で除し、平成12年=100として指数化(C)する。

総務省「全国消費実態調査(宮城県分)」および宮城県民経済計算の家計最終消費支出から、名目消費支出に占めるコア消費支出(a)、自動車購入額(b)、家賃(c)の割合を求める。

$$a : b : c = 75.3 : 1.9 : 22.8$$

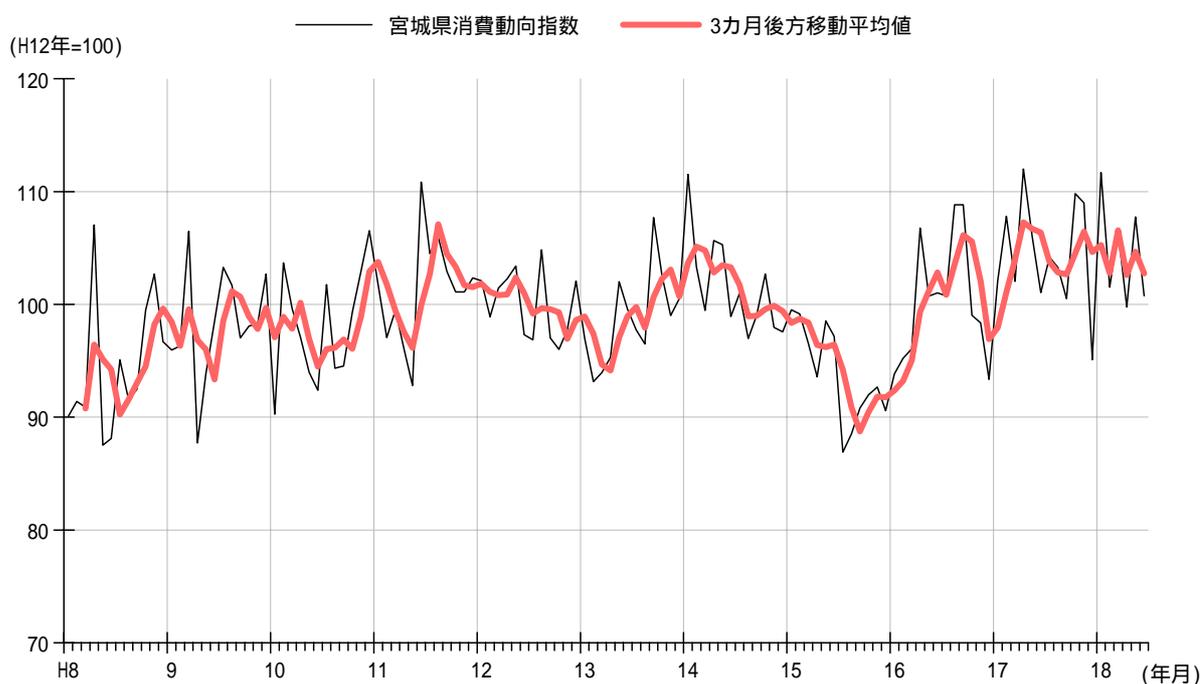
A、B、Cの月次指数を上記のウェイトで加重平均したものを、仙台市・CPI<総合>で実質化し、月次の一世帯当たり実質消費指数を算出する。

で作成した一世帯当たり実質消費指数を「家計調査報告」の世帯人員数で除し、一人当たり実質消費指数を算出する。これに人口を乗じて、人口の変動を反映した消費支出総額を算出する。

で作成した一世帯当たり実質消費指数に世帯数を乗じて、世帯数の変動を反映した消費支出総額を算出する。

、で作成した消費支出総額をそれぞれ平成12年=100として指数化し、それらを単純平均したものを季節調整して宮城県消費動向指数とする。

図表2 宮城県消費動向指数の推移



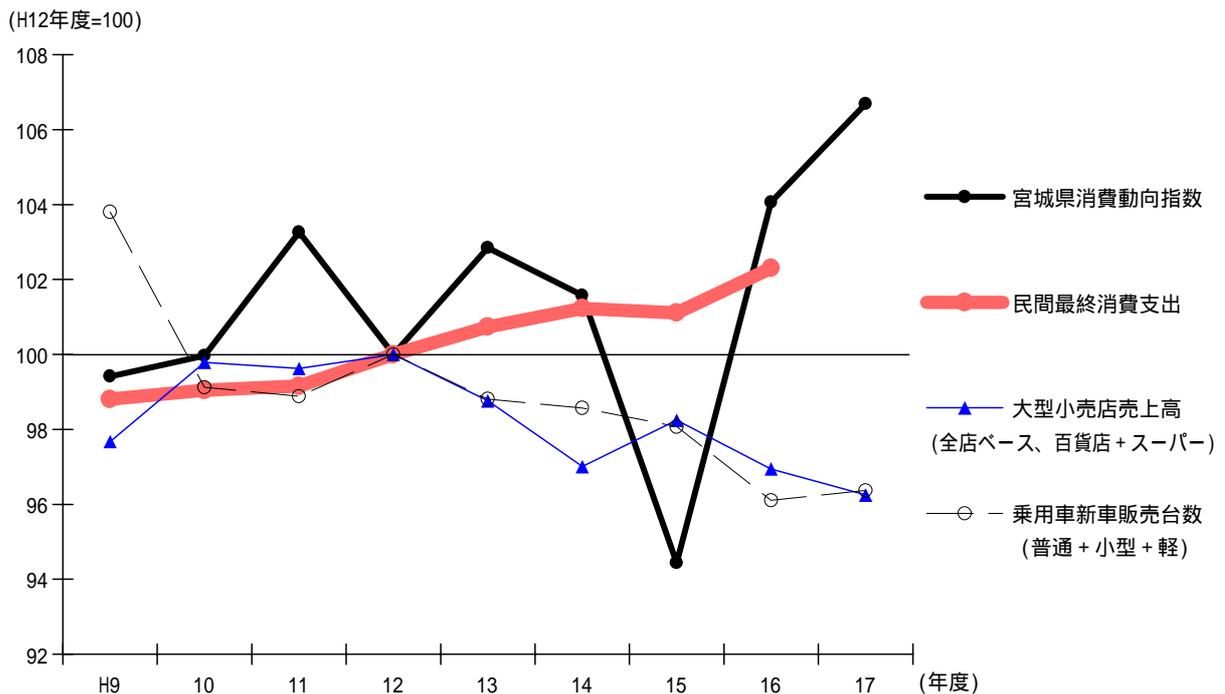
(参考) 宮城県消費動向指数の推移表

(平成12年=100)

		宮城県消費動向指数	
15	年度	93.0	
16	年度	102.5	
17	年度	105.1	
17.	7 ~ 9	102.7	
	10 ~ 12	104.6	
18.	1 ~ 3	106.6	
	4 ~ 6	102.8	
17.	6	101.1	(106.4)
	7	104.2	(103.8)
	8	103.3	(102.8)
	9	100.5	(102.7)
	10	109.8	(104.5)
	11	109.0	(106.4)
	12	95.1	(104.6)
18.	1	111.7	(105.3)
	2	101.5	(102.8)
	3	106.5	(106.6)
	4	99.8	(102.6)
	5	107.7	(104.7)
	6	100.8	(102.8)

注) ()内は3カ月後方移動平均値。

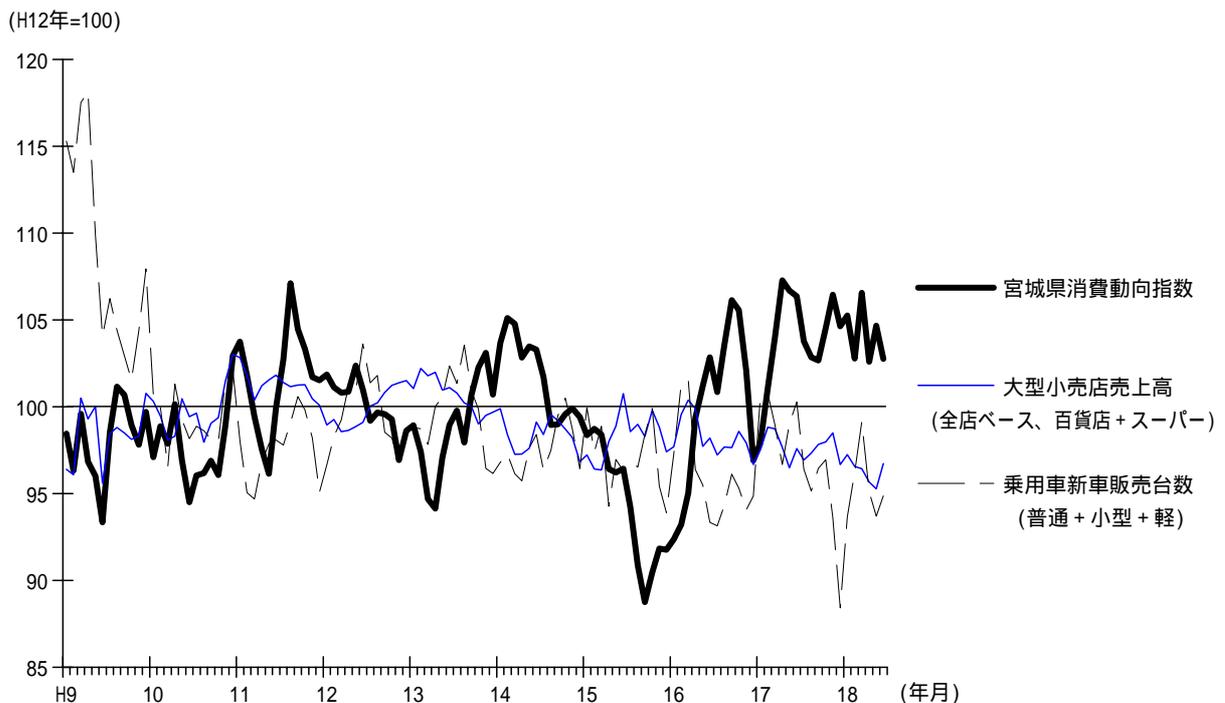
図表3 宮城県消費動向指数、販売統計と民間最終消費支出の比較



注) 「民間最終消費支出」の平成16年度の数値は早期推計値。「大型小売店売上高」は名目値。

資料：宮城県「宮城県民経済計算年報」「宮城県民経済計算早期推計結果」、経済産業省「商業販売統計月報」「商業販売統計年報」、日本自動車販売協会連合会「自動車登録統計情報」、全国軽自動車協会連合会HP「軽四輪車県別新車販売台数」より当行作成。

図表4 宮城県消費動向指数と販売統計の比較(季節調整値・3カ月後方移動平均値)



注) 「大型小売店売上高」は名目値。

資料：経済産業省「商業販売統計月報」「商業販売統計年報」、日本自動車販売協会連合会「自動車登録統計情報」、全国軽自動車協会連合会HP「軽四輪車県別新車販売台数」より当行作成。