

2020年3月6日 全8頁

Indicators Update

2020年1月消費統計

国内消費は依然として弱い／インバウンド消費は1月までは堅調

経済調査部 研究員 山口 茜
シニアエコノミスト 小林 俊介

【要約】

- 【1月の消費】需要側の家計調査で減少した一方、供給側の商業動態統計では小幅に増加した。1月はサービス消費が大きく落ち込んではいないことを踏まえると、インバウンド消費が供給側を下支えした可能性が考えられる。新型肺炎の影響で中国政府が1月末に団体旅行禁止令を出すまでは訪日外客数は堅調に推移したことが押し上げ要因となったとみられる。他方、需要側統計で見る国内の消費は依然として弱く、幅広い品目の消費が落ち込んだ。
- 【2月の消費（業界統計・POSデータ）】＜家電量販店＞OSサポート終了に伴うパソコンの買い替え需要は一服したものの、モバイル決済サービスのキャンペーンの影響もあり、他の家電販売が好調である。＜新車販売＞人気の新型車の販売があったものの伸びは限定的で、依然として増税前の水準を大きく下回る。＜百貨店＞新型肺炎の影響を受け、インバウンドだけでなく国内客の来店も減少し、売上が大きく落ち込んだ。
- 【先行き】実質個人消費は新型肺炎による活動自粛の影響を受け、不要不急の消費を中心に当面は厳しい状況が続くとみられる。新型肺炎が終息し経済が正常化すれば消費も持ち直すとみられるが、新型肺炎の影響が深刻化・長期化することで雇用・所得環境が悪化し、消費がさらに減少する可能性には注意が必要だ。

図表1：各種消費指標の概況（単位：%）

		2019年 9月	10月	11月	12月	2020年 1月		
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	9.5	▲ 5.1	▲ 2.0	▲ 4.8	▲ 3.9	総務省、二人以上世帯
		前月比	4.6	▲ 10.3	3.2	▲ 1.2	▲ 1.6	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	10.5	▲ 6.9	▲ 4.5	▲ 4.2	▲ 4.4	総務省、二人以上世帯
		前月比	7.3	▲ 13.2	2.8	0.4	▲ 1.3	
供給側	小売販売額	前年比	9.2	▲ 7.0	▲ 2.1	▲ 2.6	▲ 0.4	経済産業省
		前月比	7.2	▲ 14.2	4.5	0.2	0.6	
	百貨店売上高	前年比	23.1	▲ 17.5	▲ 6.0	▲ 5.0	▲ 3.1	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	▲ 1.1	1.8	1.0	▲ 0.3	0.4	日本フランチャイズチェーン協会
	スーパー売上高	前年比	2.8	▲ 4.1	▲ 1.4	▲ 3.3	▲ 2.0	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	4.0	▲ 2.4	2.6	1.0	1.9	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	3.6	▲ 3.7	▲ 2.3	▲ 3.0	-	観光庁
需要側 + 供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	3.8	▲ 3.4	▲ 1.3	▲ 2.1	▲ 1.6	総務省
		前月比	3.6	▲ 6.6	2.1	▲ 1.1	0.7	
	消費総合指数	前月比	2.2	▲ 4.5	0.7	▲ 1.1	-	内閣府

(注1) 2019年の家計調査の前年比は、家計簿改正の影響による変動を調整した変動調整値。

(注2) 百貨店売上高、コンビニエンスストア売上高、スーパー売上高の前年比は店舗数調整後。

(出所) 各種統計より大和総研作成

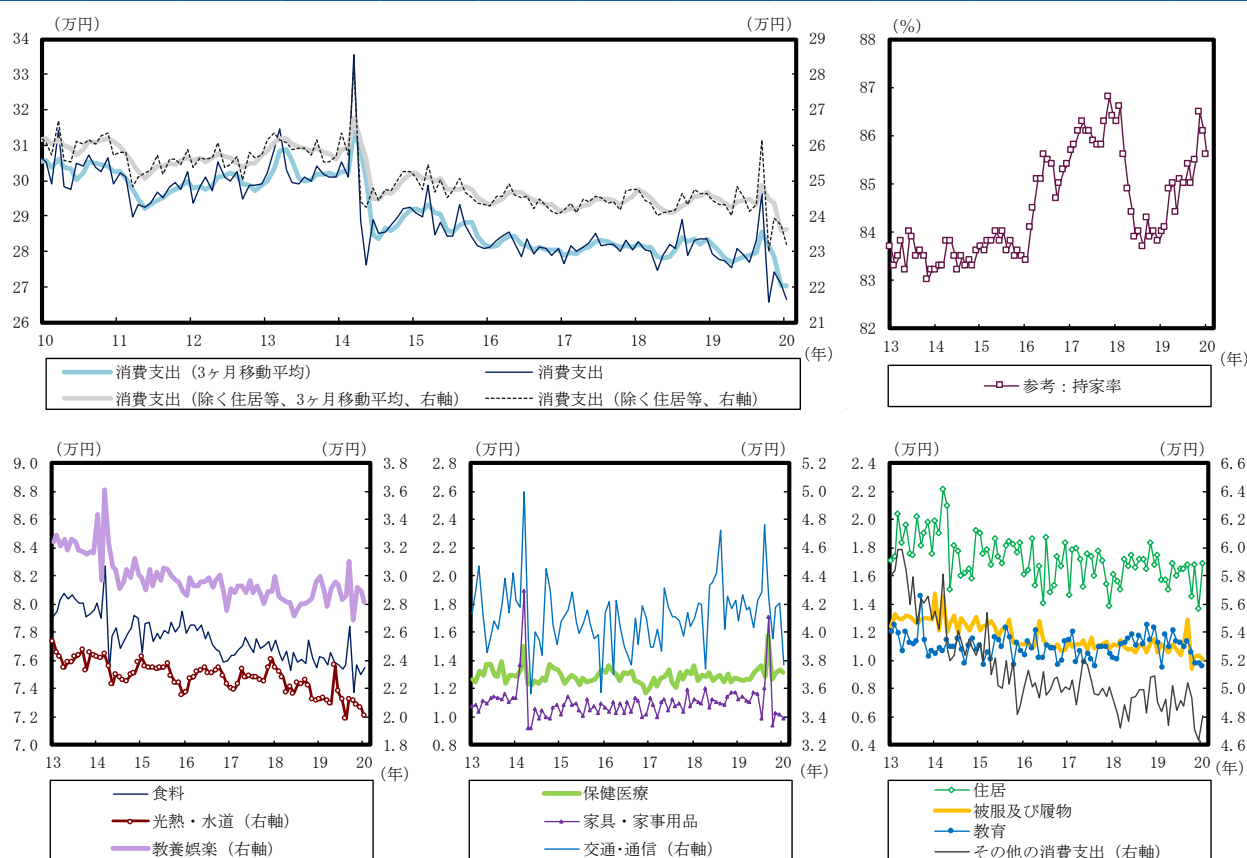
<家計調査（需要側）>実質消費支出は2ヶ月連続の減少

2020年1月の家計調査によると、二人以上世帯の実質消費支出は前月比▲1.6%と2ヶ月連続で減少した（図表2、3）。また、振れが大きい項目を除いた系列である、実質消費支出（除く住居等）は同▲2.4%となった。なお、振れが大きい項目を複数の統計で補正したCTIマイクロにおける二人以上世帯の実質消費支出は同▲1.3%と減少した。

家計調査の実質消費支出の動きを費目別に見ると、10大費目中7費目が前月から減少した。「住居」（前月比+23.4%）や「その他の消費支出」（同+3.8%）などが増加した一方、「交通・通信」（同▲10.3%）や「教養娯楽」（同▲2.7%）などは減少した。

「住居」に関しては、前月に大きく落ち込んだ反動が出たとみられる。また、サンプルとなっている世帯のうち家賃を支払う世帯の割合が前月から高まった（＝持家率が低下した（図表2右上））ことも押し上げに寄与したと考えられる。「その他の消費支出」では、仕送り金や信仰・祭祀費などが押し上げたが、いずれも振れの大きい項目である点には注意が必要だ。他方、「交通・通信」では自動車購入、「教養娯楽」では外国パック旅行費が押し下げに寄与した。

図表2：実質消費支出（季節調整値、2015年基準）と持家率の推移



（注1）二人以上の世帯。総務省による季節調整値（持家率は原数値）。

（注2）「その他の消費支出」は名目金額指数（季節調整値）を、CPIの持家の帰属家賃を除く総合指数で実質化した値。

（注3）各費目で個別に季節調整されているため、その合計は消費支出全体の季節調整値と一致しない。

（注4）「消費支出（除く住居等）」は、消費支出から「住居」「自動車等購入」「贈与金」「仕送り金」を除いた数値。

（出所）総務省統計より大和総研作成

図表 3：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2019/6	2019/7	2019/8	2019/9	2019/10	2019/11	2019/12	2020/1	シェア (%)
消費支出	▲0.7	▲0.8	2.3	4.6	▲10.3	3.2	▲1.2	▲1.6	100.0
食料	▲0.3	▲0.3	0.3	3.7	▲6.0	2.6	▲0.9	0.7	27.4
住居	▲5.2	3.1	0.1	1.8	▲13.7	16.0	▲18.9	23.4	5.8
光熱・水道	▲7.7	▲2.7	▲6.5	7.2	▲0.7	▲1.2	▲1.1	▲2.9	7.5
家具・家事用品	▲0.8	▲14.7	21.5	41.9	▲45.1	9.1	▲0.5	▲2.7	4.0
被服及び履物	▲3.0	▲3.8	6.8	16.3	▲27.3	9.1	1.6	▲3.3	3.9
保健医療	2.1	2.1	▲5.9	23.0	▲19.9	3.6	1.5	▲1.4	4.8
交通・通信	4.9	1.4	11.0	▲10.7	▲7.0	5.6	0.7	▲10.3	14.9
教育	▲6.0	▲0.7	▲2.9	3.3	▲6.3	▲7.6	0.2	▲1.7	3.9
教養娯楽	▲0.6	▲3.7	1.3	8.3	▲13.3	8.6	▲1.0	▲2.7	10.5
その他の消費支出	▲3.4	1.3	▲0.8	3.4	▲2.1	▲4.6	▲1.6	3.8	17.3

(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

(注2) 「その他の消費支出」は名目金額指数（季節調整値）を、CPIの持家の帰属家賃を除く総合指数で実質化した値。

(注3) シェアは2019年の数値。

(出所) 総務省統計より大和総研作成

< 商業動態統計（供給側）> ドラッグストアや家電販売が好調

2020年1月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比+0.6%と3ヶ月連続で増加した（図表4、5）。また、CPIの財指数で実質化した小売販売額でも同+0.5%と増加している。名目小売販売額を業種別に見ると、7業種中3業種が増加、1業種が横ばい、3業種が減少となった。「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」（前月比+3.0%）や「機械器具小売業」（同+5.2%）などが増加した一方、「各種商品小売業」（同▲2.4%）や「織物・衣服・身の回り品小売業」（同▲1.1%）は減少した。

「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」では、新型コロナウイルス感染拡大の影響でマスクや消毒剤などの予防関連商品の売り上げの増加が押し上げ要因となった。また、「機械器具小売業」ではWindows7のサポート終了（1月14日）に伴いパソコン販売が好調だった。また、新型肺炎の影響で中国政府が1月末に団体旅行禁止令を出すまでは訪日外客数は堅調に推移した（p.8）ことも全体の押し上げ要因となったとみられる。

「各種商品小売業」は百貨店や総合スーパーなどが該当するが、1月は百貨店（前月比▲2.1%）、スーパーマーケット（同▲2.0%）ともに減少した。百貨店では衣料品、スーパーでは飲食料品が特に落ち込んだ。暖冬の影響で冬物衣料の販売が不調だったことが百貨店や「織物・衣服・身の回り品小売業」の売上を下押ししたと考えられる。他方、スーパーに関しては野菜価格が下落したことなどが名目ベースの売上の下押し要因になったとみられる。

図表 4：小売販売額（業種別）の前月比変化率

前月比、%	2019年								2020年 1月	シェア (%)
	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月			
小売業計	0.0	▲2.3	4.6	7.2	▲14.2	4.5	0.2	0.6	100.0	
各種商品小売業	1.4	▲4.6	5.6	15.1	▲24.2	8.2	1.3	▲2.4	8.1	
織物・衣服・身の回り品小売業	1.5	▲6.6	7.7	1.6	▲9.1	6.8	▲1.9	▲1.1	7.6	
飲食料品小売業	▲0.1	▲0.8	1.0	1.2	▲3.8	1.8	0.8	▲0.1	31.3	
自動車小売業	▲3.7	6.3	1.2	13.5	▲26.6	13.3	3.3	0.0	12.5	
機械器具小売業	▲2.1	▲9.1	17.3	28.1	▲38.7	6.2	3.6	5.2	4.3	
燃料小売業	▲1.4	▲3.7	2.8	2.6	▲9.2	4.5	2.2	2.0	8.9	
その他小売業	0.4	▲2.5	5.0	10.1	▲13.8	1.6	▲1.0	3.0	21.9	

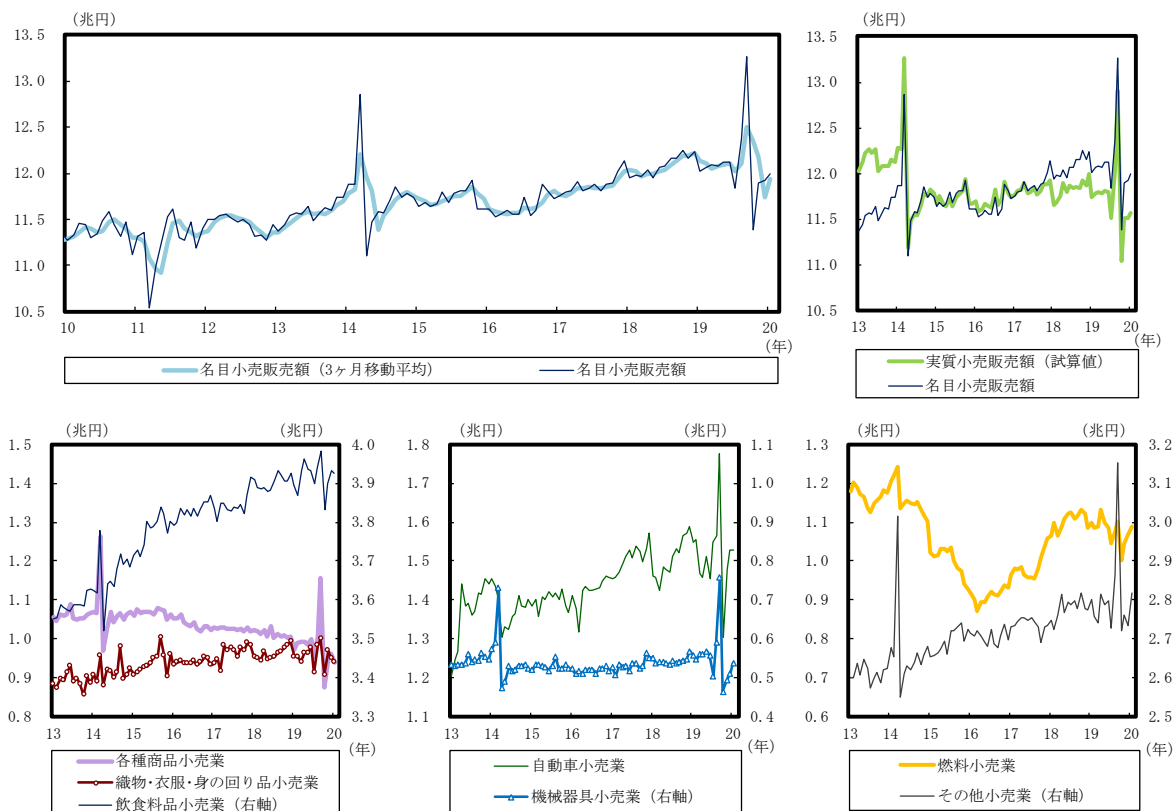
(注1) 経済産業省による季節調整値。

(注2) 「小売業計」は、「無店舗小売業」を含む。「その他小売業」は、「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」。

(注3) シェアは、2019年の数値。「無店舗小売業」の系列が無い場合、各系列のシェアを合計しても100%にはならない。

(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

図表 5 : 名目小売販売額（季節調整値）の推移



(注1) 経済産業省による季節調整値。各業種で個別に季節調整をかけているため、その合計は「小売業計」と一致しない。

(注2) 2015年7月以降の「小売業計」は、「無店舗小売業」を含む。「その他小売業」は、「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」。

(注3) 実質小売販売額は、名目小売販売額をCPIの財指数で実質化したもの。

(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

<トピック> 業界統計・POS データで先取りする2月までの消費

【家電量販店】

METI POS 小売販売額指標¹を見ると（図表6）、2月の家電販売は前月から概ね横ばいで推移した。消費増税後の家電販売はWindows7のサポート終了（1月14日）に伴う買い替え需要を背景とするパソコン販売の好調がけん引役となってきたが、2月に入り買い替え需要が一服した。他方、他の家電は前月から大きく伸びており、テレビ、冷蔵庫、洗濯機は増税前の水準に達している。2月はKDDIのモバイル決済サービス「au PAY」において、最大20%還元キャンペーン「誰でも！毎週10億円！もらえるキャンペーン」の実施が押し上げに寄与した可能性がある。

【自動車】

新車販売台数を確認すると（図表7）、消費増税対策（自動車減税）が実施されているにもかかわらず、小型乗用車、普通乗用車、軽自動車のいずれも増税前よりも低い水準での推移が続

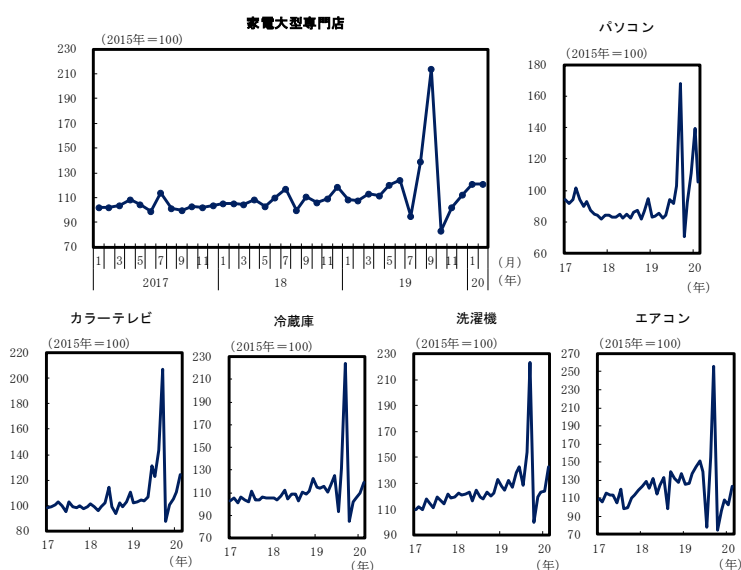
¹ 詳しくは、岸川和馬・山口茜「新指標『METI POS 小売販売額指標』の見方」（2020年1月9日、大和総研レポート）

いている。2月は人気新型車の販売があったことで小型車の販売は増加したものの、普通乗用車の販売が落ち込んだことで一部相殺され、全体の伸びは限定的であった。

【百貨店】

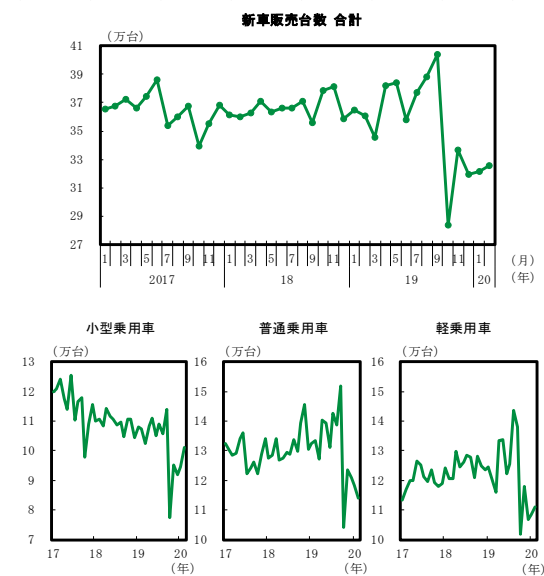
大手百貨店5社の2月の既存店売上高を確認すると、全社が前年同月を下回り4社で2桁減となった。新型肺炎の影響で訪日外国人が大幅に減少したことに加え、日本人においても外出を控える動きが広がったことが下押し要因となった。3月に入り百貨店各社は臨時休業や時短営業を実施しており、3月の売上高はさらに落ち込む可能性が高い。

図表6：METI POS 小売販売額指標



(注) 消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

図表7：新車販売台数



(注) 大和総研による季節調整値。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研

<先行き> 新型肺炎拡大を受けた活動自粛により大幅減が見込まれる

先行きの実質個人消費は新型肺炎による活動自粛の影響を受け²、当面は厳しい状況が続くとみられる。足元では、新型肺炎の感染リスクを避けるためにイベントの延期・中止が相次いでおり、旅行や外出を控える動きが急速に広がっている。政府は2月26日に自粛要請を行い、翌27日には全国の小中学校、高校、特別支援学校を3月2日から春休みまで臨時休校とするよう、教育委員会などに要請した。こうした動きを受け、旅行などの余暇関連消費、外食といった不要不急の消費を中心に消費が抑制されるとみている。

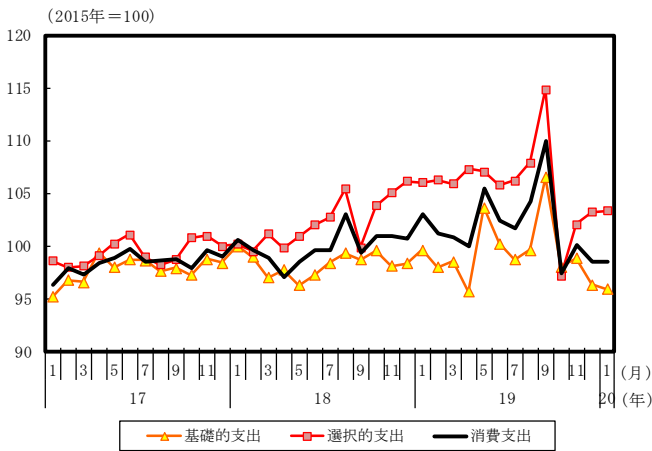
新型肺炎が終息し経済が正常化すれば消費も持ち直すとみられるが、新型肺炎の影響が深刻化・長期化することで雇用・所得環境が悪化し、消費がさらに減少する可能性には注意が必要だ。

² 新型肺炎による活動自粛が日本経済に与える影響については、下記レポート参照。

神田慶司・山口茜・藤原翼「[新型肺炎拡大を受けたイベント自粛等により、個人消費はどれだけ下振れするか?](#)」(2020年2月28日、大和総研レポート)

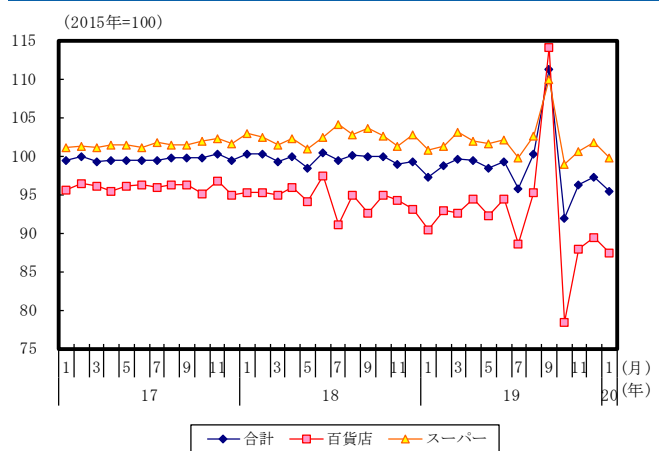
消費・概況

基礎的支出と選択的支出



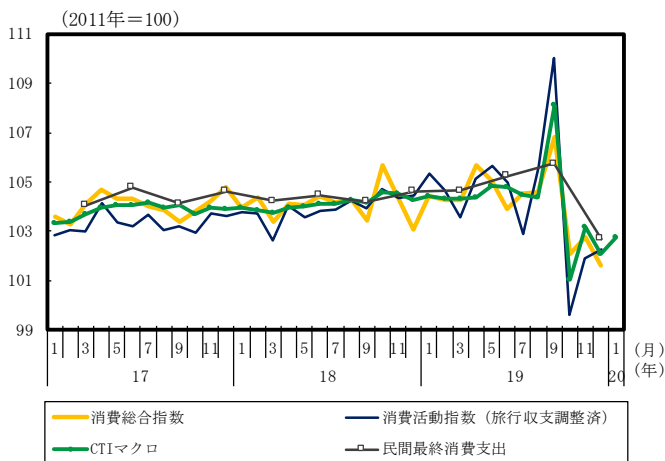
(注) 名目ベース。基礎的支出、選択的支出は大和総研による季節調整値。
(出所) 総務省統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



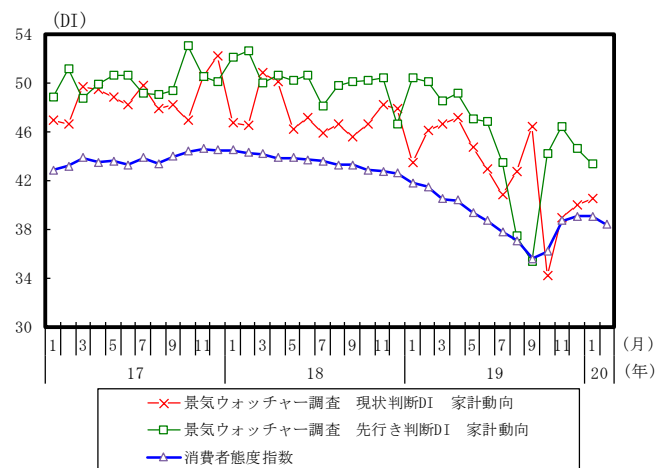
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



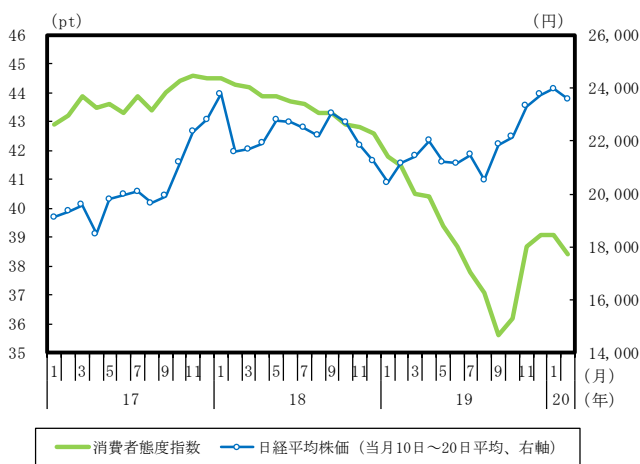
(注) CTIマクロは、2011年が100となるように変換している。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



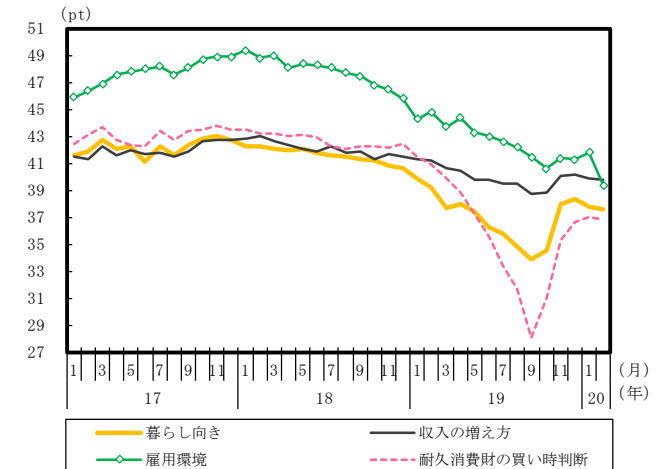
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

消費者態度指数と日経平均株価



(注) 消費者態度指数は二人以上世帯、季節調整値。
(出所) 内閣府統計、日本経済新聞社より大和総研作成

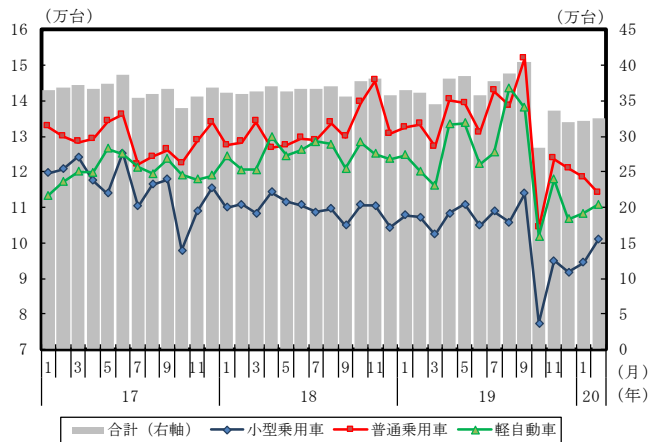
消費者意識指標



(注) 二人以上世帯、季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

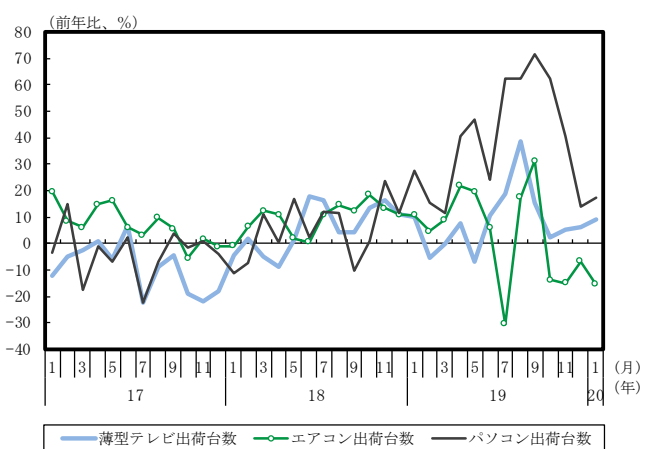
消費・協会統計

新車販売台数



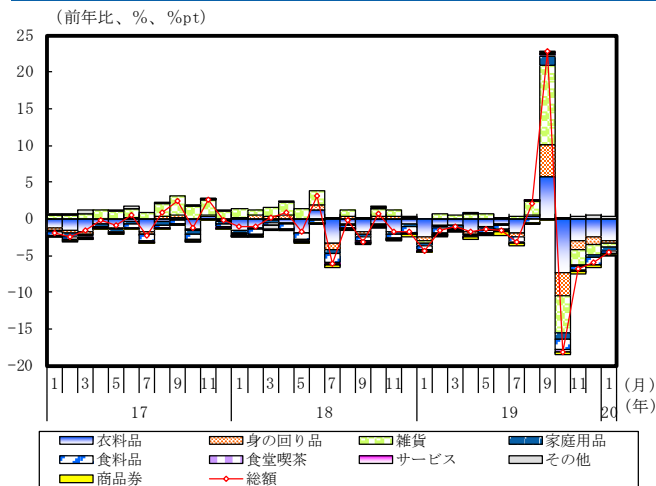
(注) 季節調整は大和総研。個別に季節調整をかけているため、各項目を足し合わせても「合計」と完全には一致しない。
 (出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ、エアコン、パソコンの出荷台数



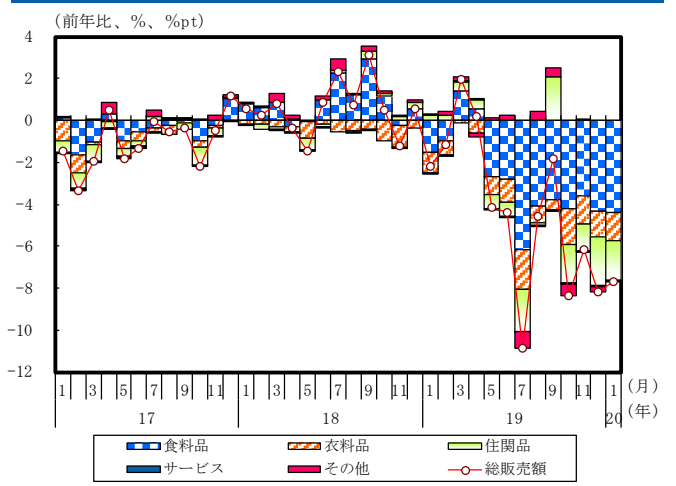
(出所) JRAIA、JEITA統計より大和総研作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



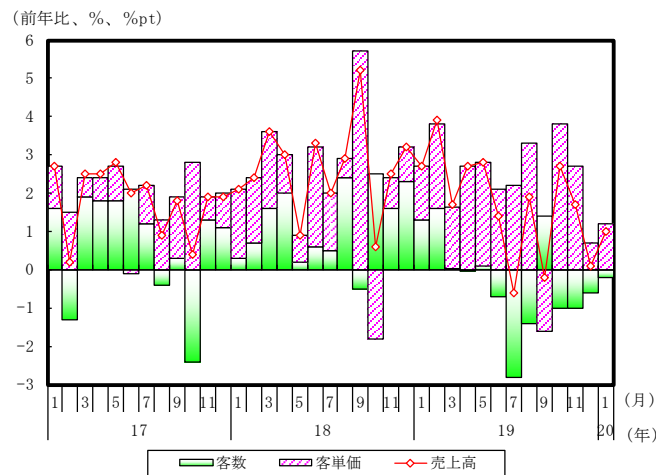
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



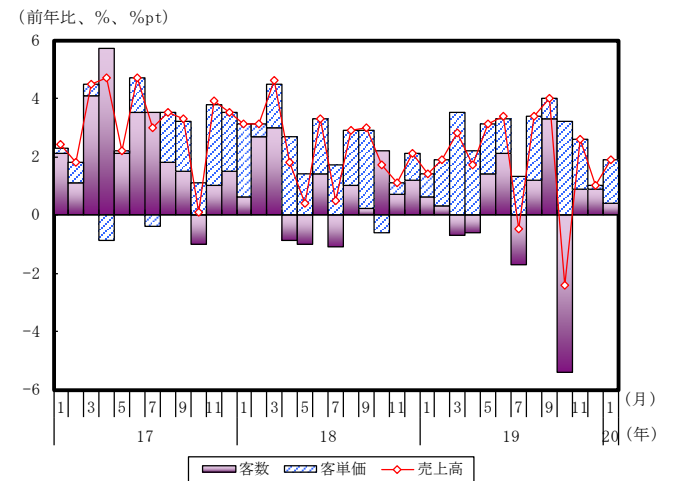
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

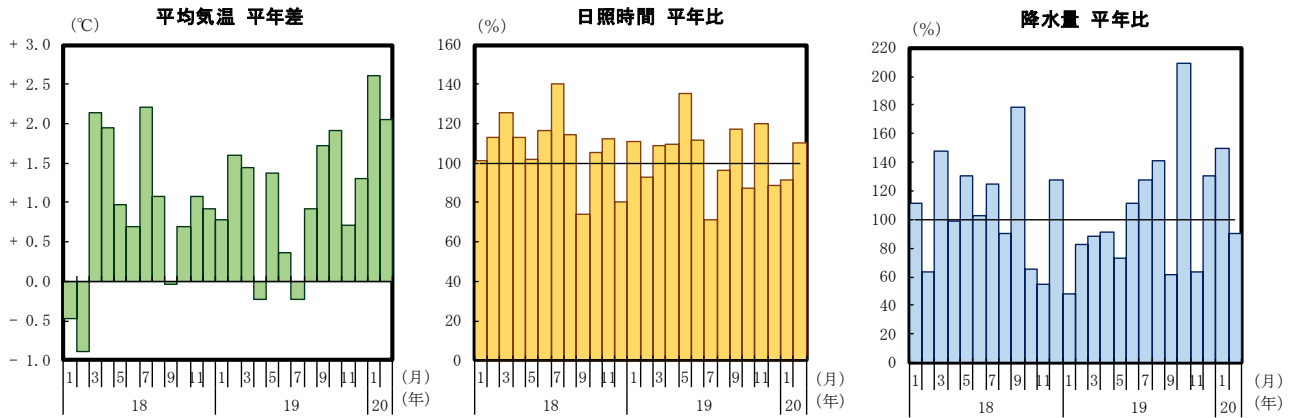
外食市場売上高



(出所) 日本フードサービス協会統計より大和総研作成

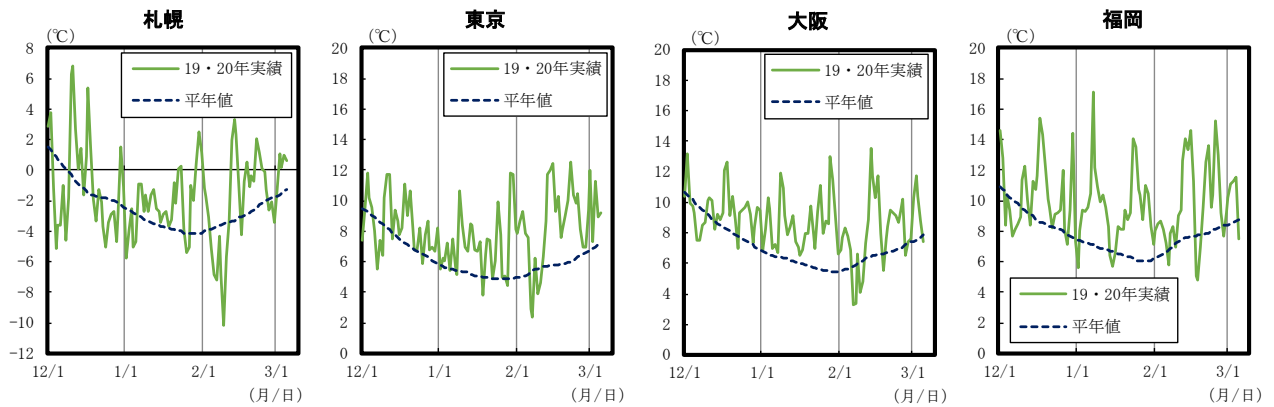
天候

全国の平均気温・日照時間・降水量



(注) 東日本、西日本、北日本、沖縄・奄美のデータを2015年国勢調査の人口で加重平均したもの。
 (出所) 総務省、気象庁統計より大和総研作成

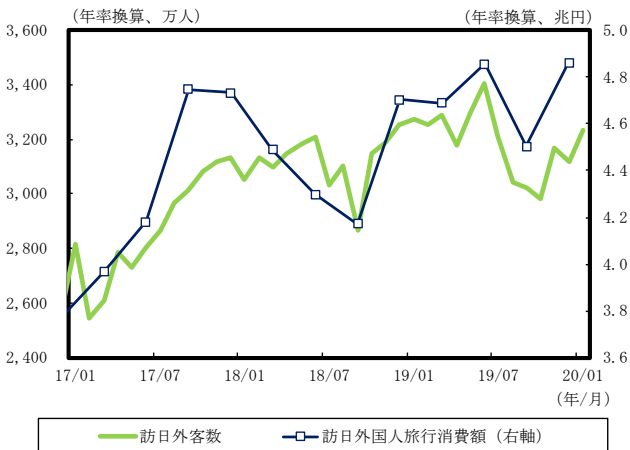
主要都市の日平均気温



(出所) 気象庁統計より大和総研作成

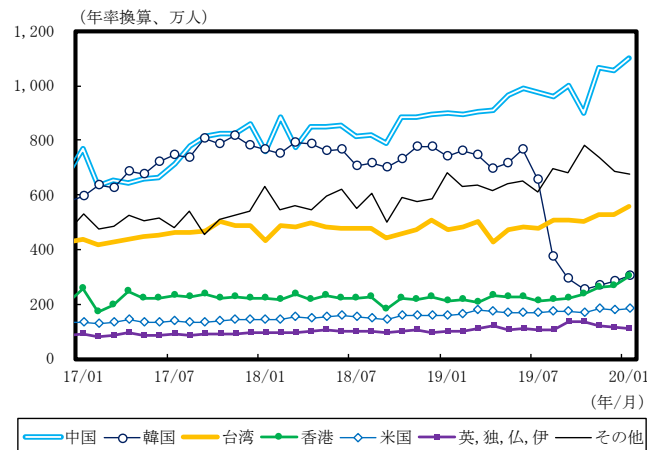
訪日外客

訪日外客数と旅行消費額



(注) 大和総研による季節調整値。訪日外国人旅行消費額はクルーズ客を除く。
 (出所) 日本政府観光局、観光庁統計より大和総研作成

国籍別 訪日外客数



(注) 大和総研による季節調整値。
 (出所) 日本政府観光局統計より大和総研作成