

2020年4月7日 全10頁

## Indicators Update

## 2020年2月消費統計

2月の消費は前月から増加／新型コロナの影響は3月から本格化

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]

- 【2月の消費】需要側の家計調査、供給側の商業動態統計ともに増加した。新型肺炎感染拡大の影響については、政府がイベント開催等自粛要請を出したのが2月26日ということもあり、2月の消費を下押しする効果は限定的であった。ただし、必需的な財を扱うスーパーやドラッグストアの売上が伸びる一方、百貨店売上は大きく落ち込むなど、既に影響は顕在化し始めている。
- 【3月以降の消費（個社データ・業界統計・POSデータ）】サービス関連・百貨店の売上は大きく落ち込む一方、スーパーなど一部の業態では特需で売上が増加している。＜百貨店＞大手3社の3月売上は前年比4割減。＜スーパー＞イベント開催等自粛要請が出された2月最終週以降大きく増加。＜家電＞1月をピークに緩やかに減少。＜自動車＞3月は概ね横ばいで推移。＜新幹線＞3月輸送量は路線を問わず前年の半分程度。＜旅客機＞4月予約数は月初時点で国内線が前年比6割減、国際線が9割減。
- 【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。新型肺炎が収束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	11月	12月	2020年	2月		
		10月			1月			
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 5.1	▲ 2.0	▲ 4.8	▲ 3.9	▲ 0.3	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 10.3	3.2	▲ 1.2	▲ 1.6	0.8	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲ 6.9	▲ 4.5	▲ 4.2	▲ 4.4	▲ 0.8	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 13.2	2.8	0.5	▲ 1.3	1.2	
供給側	小売販売額	前年比	▲ 7.0	▲ 2.1	▲ 2.6	▲ 0.4	1.7	経済産業省
		前月比	▲ 13.7	3.4	0.3	1.5	0.6	
	百貨店売上高	前年比	▲ 17.5	▲ 6.0	▲ 5.0	▲ 3.1	▲ 12.2	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	1.8	1.0	▲ 0.3	0.4	2.6	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	▲ 4.1	▲ 1.4	▲ 3.3	▲ 2.0	4.1	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	▲ 2.4	2.6	1.0	1.9	4.8	日本フードサービス協会
旅行取扱高	前年比	▲ 3.7	▲ 2.3	▲ 3.0	▲ 4.8	-	観光庁	
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	▲ 3.3	▲ 1.1	▲ 2.1	▲ 1.5	▲ 0.5	総務省
		前月比	▲ 6.5	2.2	▲ 1.2	0.7	1.0	
	消費総合指数	前月比	▲ 5.0	1.3	▲ 0.8	1.0	-	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

大和証券グループ 株式会社大和総研 丸の内オフィス 〒100-6756 東京都千代田区丸の内一丁目9番1号 グラントウキョウノースター

このレポートは投資勧誘を意図して提供するものではありません。このレポートの掲載情報は信頼できると考えられる情報源から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。また、記載された意見や予測等は作成時点のものであり今後予告なく変更されることがあります。大和総研の親会社である大和総研ホールディングスと大和証券は、大和証券グループ本社を親会社とする大和証券グループの会社です。内容に関する一切の権利は大和総研にあります。無断での複製・転載・転送等はご遠慮ください。

## <家計調査（需要側）>実質消費支出は3ヶ月ぶりの増加

2020年2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+0.8%と3ヶ月ぶりに増加した（**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）も同+0.8%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ミクロにおける二人以上世帯の実質消費支出は同+1.2%と増加した。

新型コロナウイルス感染拡大の影響については、政府がイベント開催等自粛要請を出したのが2月26日ということもあり、2月の消費を下押しする効果は限定的であった。

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5費目が前月から増加した。「家具・家事用品」（前月比+24.5%）、「交通・通信」（同+6.0%）、「その他の消費支出」（同+1.5%）、「食料」（同+0.4%）などが増加した一方、「教養娯楽」（同▲2.2%）、「教育」（同▲3.8%）、「住居」（同▲2.0%）などは減少した。

「家具・家事用品」では、家電や紙製品の増加が目立つ。家電に関しては、KDDIのモバイル決済サービスにおいて、最大20%還元キャンペーンが実施されたこと（実施期間は2月10日～3月24日）が押し上げに寄与した可能性がある。また、紙製品はデマ情報が広がったことで買いだめが発生したことが影響している。「交通・通信」では前月に落ち込んでいた自動車購入、「その他消費支出」では葬儀関係費などが押し上げた。「食料」に関しては、食品への支出の増加を外食への支出の減少が一部相殺し、増加幅は限定的となった。

一方、「教養娯楽」ではパソコンなどが押し下げた。1月14日のWindows7サポート終了に伴う買い替え需要が一服したことが影響していると考えられる。また、「教育」では授業料等、「住居」では設備修繕・維持費が押し下げに寄与した。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2019/7	2019/8	2019/9	2019/10	2019/11	2019/12	2020/1	2020/2	シェア (%)
消費支出	▲0.8	2.3	4.6	▲10.3	3.2	▲1.2	▲1.6	0.8	100.0
食料	▲0.3	0.3	3.7	▲6.0	2.6	▲0.9	0.7	0.4	27.4
住居	3.1	0.1	1.8	▲13.7	16.0	▲18.9	23.4	▲2.0	5.8
光熱・水道	▲2.7	▲6.5	7.2	▲0.7	▲1.2	▲1.1	▲2.9	0.9	7.5
家具・家事用品	▲14.7	21.5	41.9	▲45.1	9.1	▲0.5	▲2.7	24.5	4.0
被服及び履物	▲3.8	6.8	16.3	▲27.3	9.1	1.6	▲3.3	▲2.6	3.9
保健医療	2.1	▲5.9	23.0	▲19.9	3.6	1.5	▲1.4	▲0.2	4.8
交通・通信	1.4	11.0	▲10.7	▲7.0	5.6	0.7	▲10.3	6.0	14.9
教育	▲0.7	▲2.9	3.3	▲6.3	▲7.6	0.2	▲1.7	▲3.8	3.9
教養娯楽	▲3.7	1.3	8.3	▲13.3	8.6	▲1.0	▲2.7	▲2.2	10.5
その他の消費支出	1.3	▲0.8	3.4	▲2.1	▲4.6	▲1.6	3.8	1.5	17.3

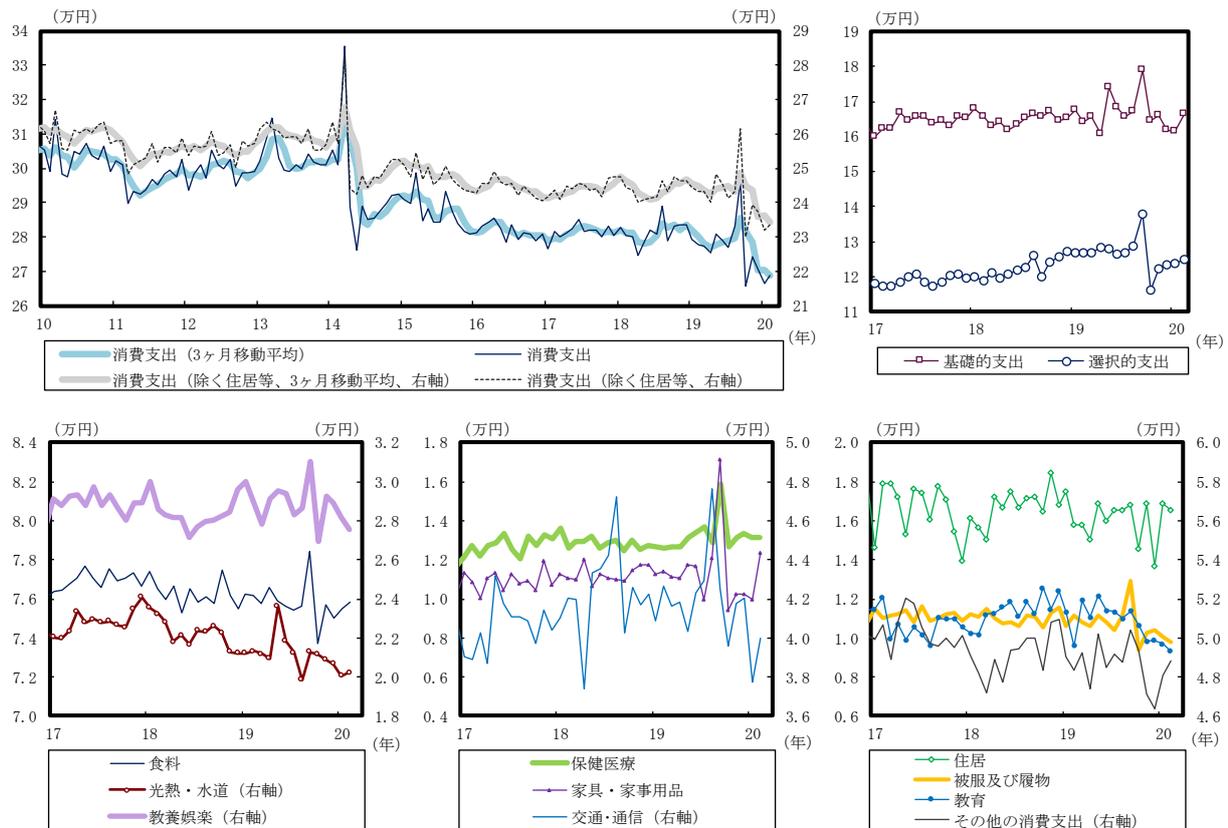
(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

(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

図表 3：実質消費支出（季節調整値、2015年基準）



(注1) 二人以上の世帯。基礎的支出と選択的支出は大和総研による季節調整値、それ以外は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) 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

## <商業動態統計(供給側)>スーパー・ドラッグストアは好調／百貨店は不調

2020年2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4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+0.8%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4業種が増加した。「燃料小売業」（前月比+3.5%）、「自動車小売業」（同+1.8%）、「飲食料品小売業」（同+0.7%）などが増加した一方、「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」（同▲0.2%）、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同▲4.7%）、「各種商品小売業」（同▲4.7%）は減少した。

「自動車小売業」は、人気新型車の販売が開始したことが影響しているとみられる。また、「飲食料品小売業」はコンビニの売上が好調（前月比+3.1%：大和総研による季節調整値）だったことが押し上げ要因になった。

一方、「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」に関しては、ドラッグストアの売上（前月比+11.5%：大和総研による季節調整値）は好調だったものの、2月に入り外国人旅行者が急減（同▲57.7%：同）したことで、化粧品小売業など他の業種の売上が落ち込んだとみられる。

また、「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、2月は百貨店（前月比▲8.3%）が大きく減少した一方、スーパーマーケット（同+1.9%）は増加した。必需的な財を扱う業態とそうでない業態で明暗が分かれている。

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			シェア(%)
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月		
小売業計	▲1.7	3.5	7.3	▲13.7	3.4	0.3	1.5	0.6	100.0	
各種商品小売業	▲2.6	3.5	15.8	▲23.4	5.9	1.7	▲0.6	▲4.7	8.1	
織物・衣服・身の回り品小売業	▲4.7	5.4	1.6	▲7.3	4.5	▲0.5	▲0.1	▲4.7	7.6	
飲食料品小売業	▲0.4	0.5	1.3	▲2.8	1.2	0.3	0.0	0.7	31.3	
自動車小売業	4.8	1.8	9.8	▲26.9	13.0	3.3	1.3	1.8	12.5	
機械器具小売業	▲10.2	15.4	30.1	▲39.1	6.4	4.5	4.7	3.4	4.3	
燃料小売業	▲2.4	1.3	2.3	▲7.8	4.0	1.1	2.0	3.5	8.9	
その他小売業	▲2.0	4.2	10.5	▲13.2	1.2	▲0.6	2.5	▲0.2	21.9	

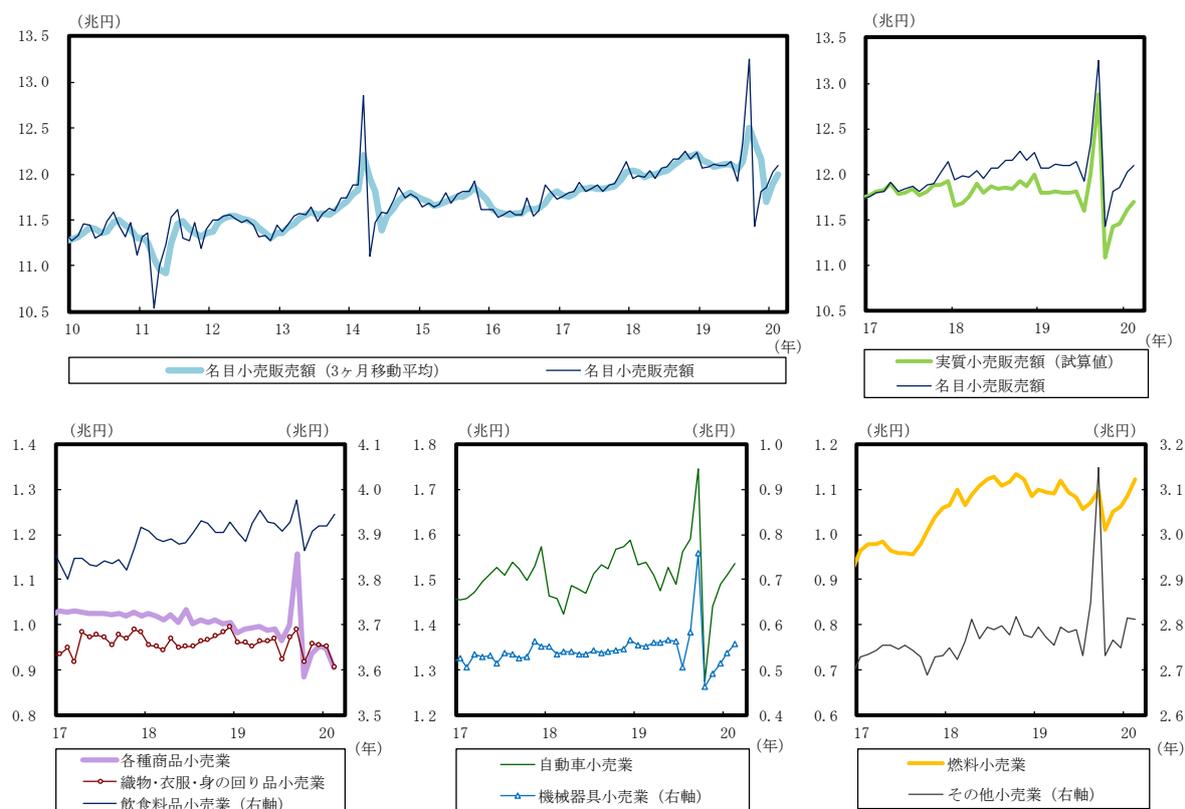
(注1) 経済産業省による季節調整値。

(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」の系列が無いいため、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。

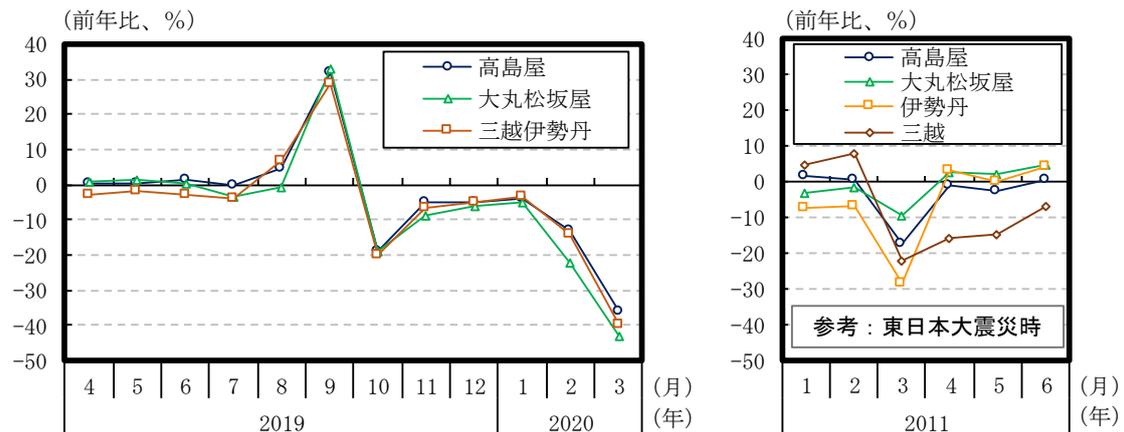
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

## <トピック> 個社データ・業界統計・POS データで先取りする 3 月以降の消費

サービス関連・百貨店の売上は大きく落ち込む一方、スーパーなど一部の業態では特需で売上が増加している。

- ◆ **【百貨店】** 大手 3 社の 3 月既存店売上高は前年比 4 割減程度。  
東日本大震災時を上回る落ち込み（震災時は前年比 1 割～3 割減）。

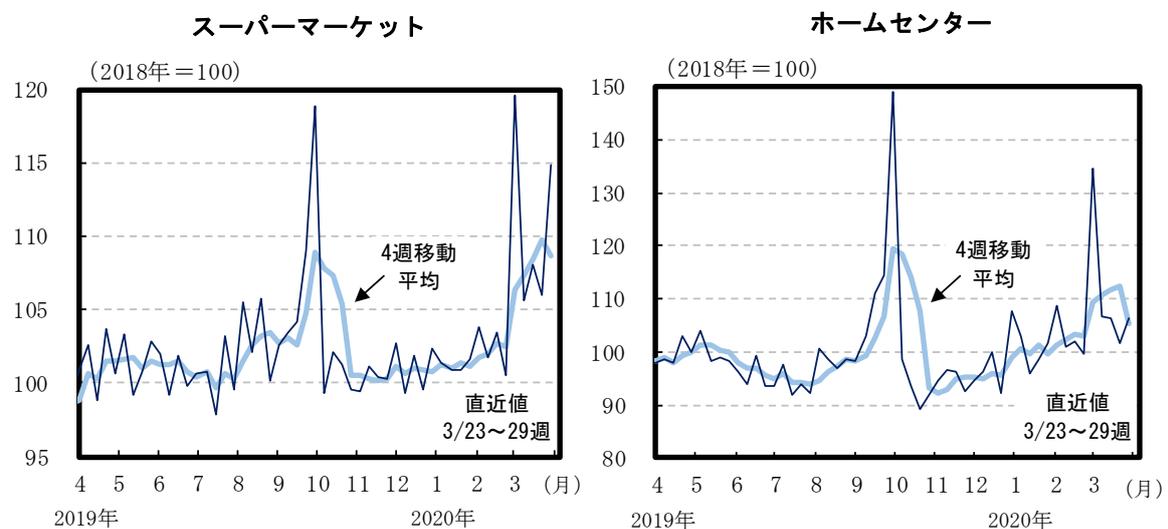
図表 6：大手百貨店の売上高



(注) 既存店ベース。  
(出所) 各社資料より大和総研作成

- ◆ **【スーパー】** 2 月最終週以降、売上は増加。特に食品・雑貨が好調。  
イベント開催等自粛要請が出された 2 月最終週、東京都知事により週末の外出自粛要請が出された 3 月最終週には買いだめが発生した。
- ◆ **【ホームセンター】** イベント開催等自粛要請が出された 2 月最終週は買いだめが発生し、売上は急増。3 月に入ってから 2 月前半並みの水準で底堅く推移。

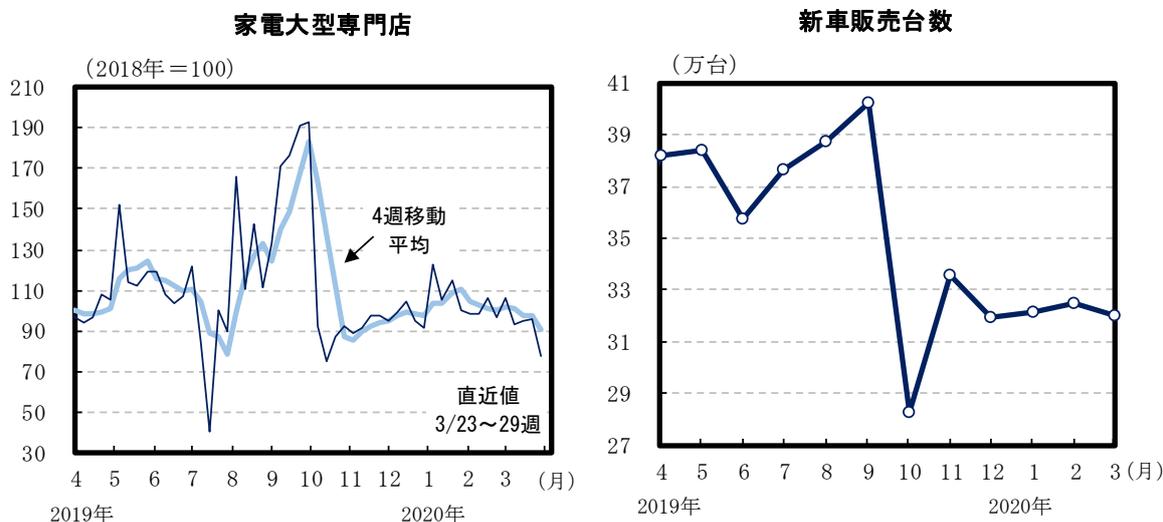
図表 7：スーパーマーケット・ホームセンターの売上高



(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。  
(出所) 経済産業省より大和総研作成

- ◆【家電】OS サポート終了に伴うパソコンの買い替え需要はピークアウトし緩やかに減少。
- ◆【自動車】2019年12月以降、横ばい圏での推移が続き、水準は消費増税前を大きく下回る。

図表8：家電・自動車の売上



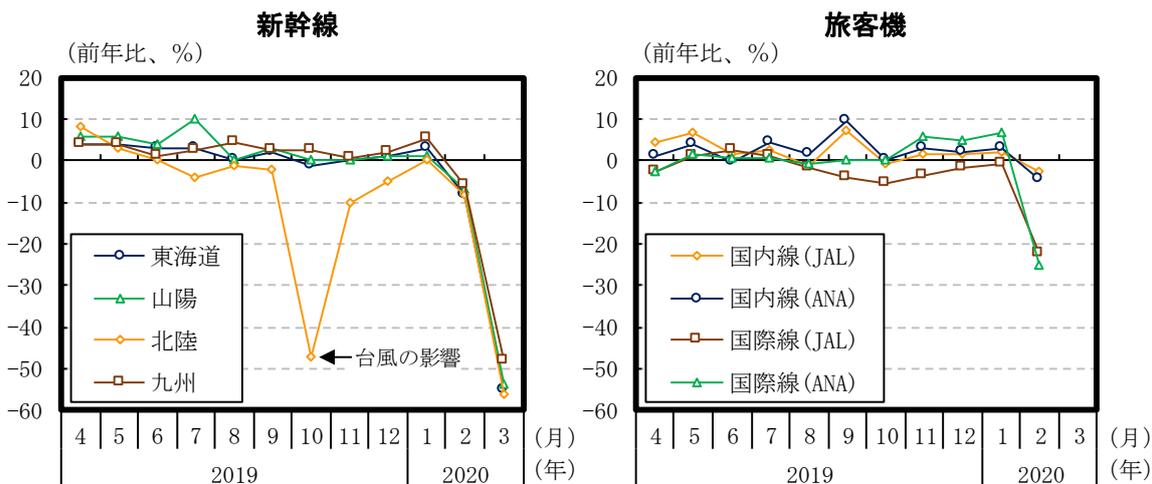
(注1) 家電大型専門店：METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(注2) 新車販売台数：月次データ。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省、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

- ◆【新幹線】3月輸送量は前年の半分程度。路線を問わず大幅に減少。
- ◆【旅客機】報道によると、4月予約数は月初時点で国内線が前年比6割減、国際線が同9割減。

図表9：新幹線・旅客機の利用状況



(注1) 新幹線の3月のデータは、東海道は25日まで、山陽・北陸は14日まで、九州は23日までの数値。

(注2) JAL・ANAのデータはグループ会社を含む数値。

(出所) JR東海、JR西日本、JR九州、JAL、ANA資料より大和総研作成

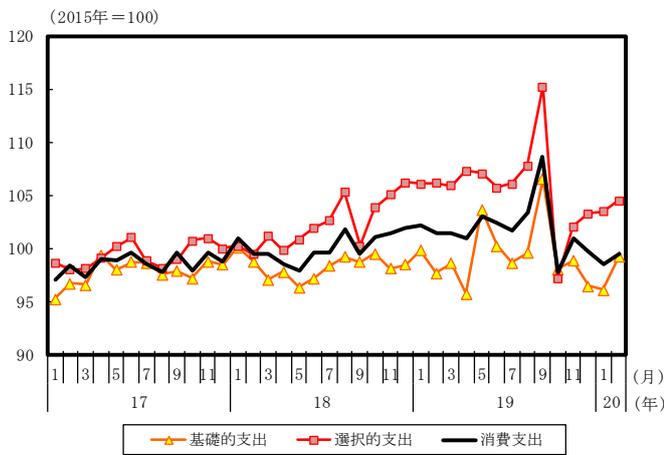
## ＜先行き＞新型コロナ拡大を受けた活動自粛により大幅減が見込まれる

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、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日にイベント開催等自粛要請を行い、本日4月7日には7都府県（東京、神奈川、埼玉、千葉、大阪、兵庫、福岡）を対象に緊急事態宣言が出される見込みである。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支出を中心に消費が抑制されるとみている。

新型肺炎が収束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。

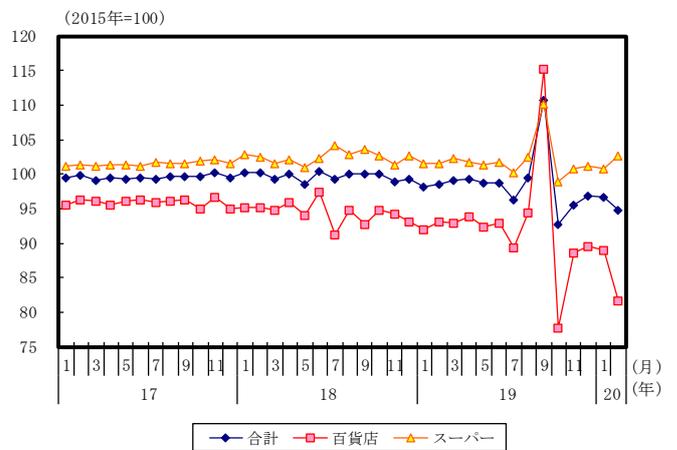
消費・概況

基礎的支出と選択的支出



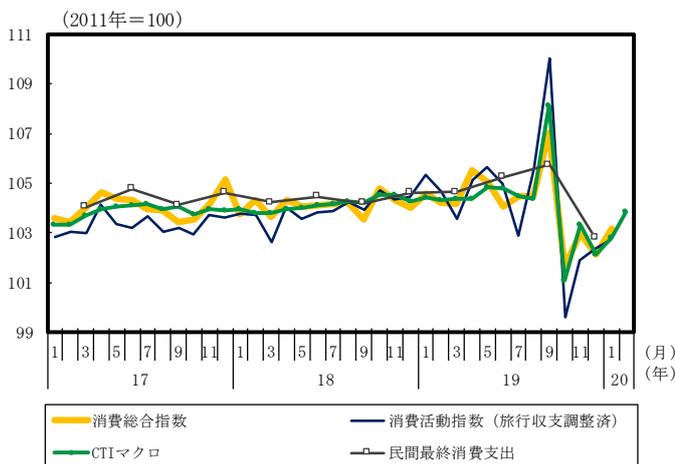
(注) 名目ベース。基礎的支出、選択的支出は大和総研による季節調整値。  
(出所) 総務省統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



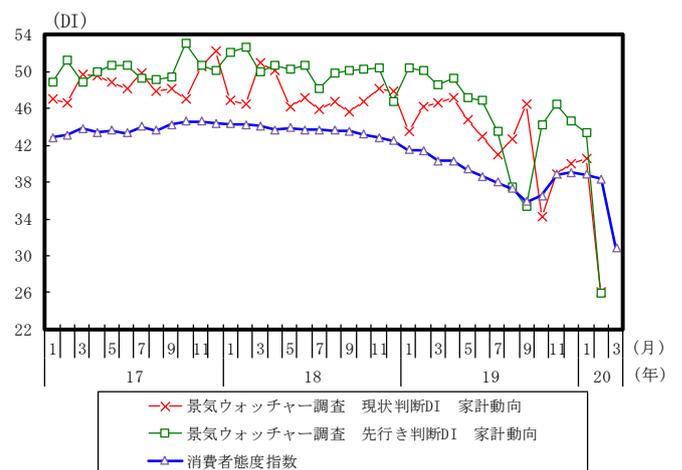
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



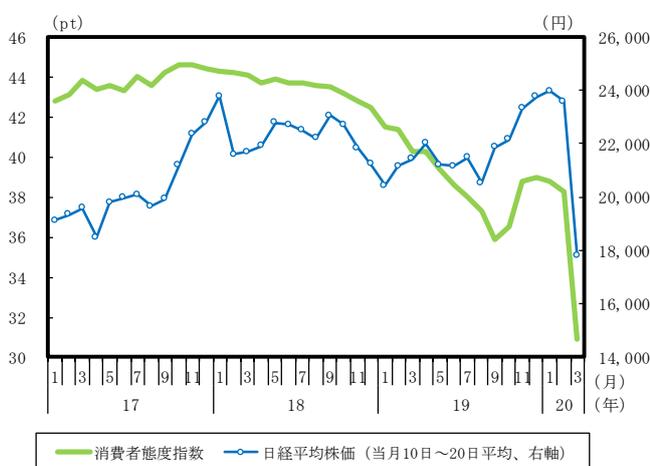
(注) CTIマクロは、2011年が100となるように変換している。  
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



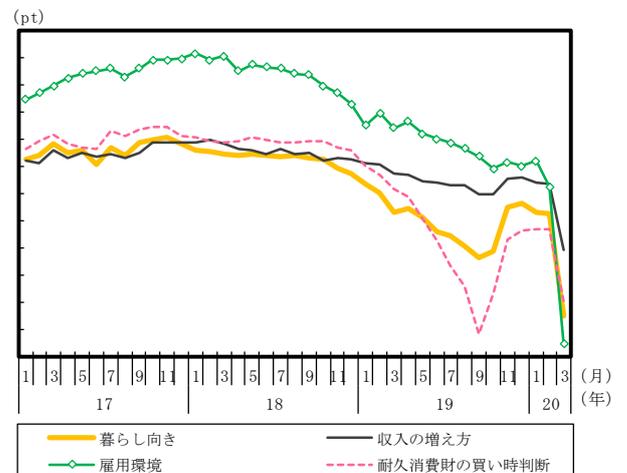
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

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

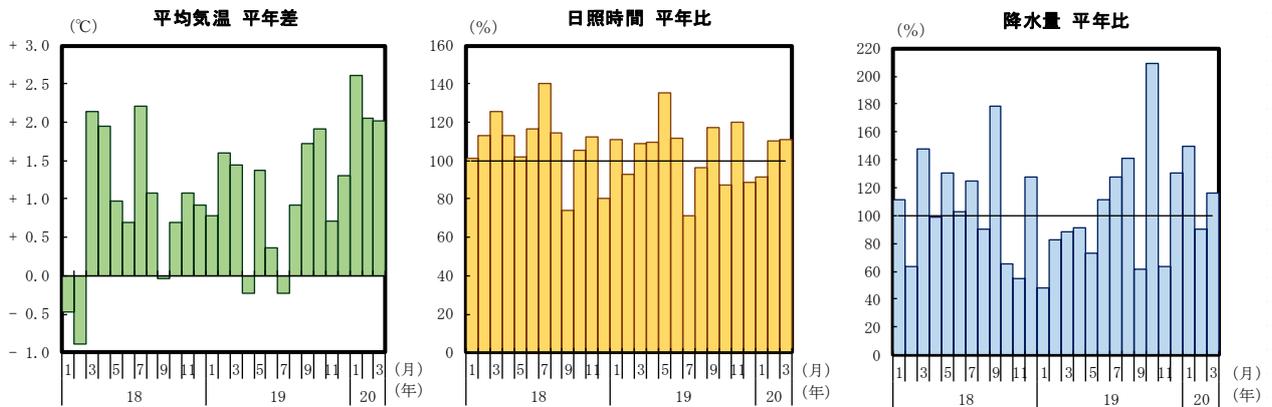


(注) 二人以上世帯、季節調整値。  
(出所) 内閣府統計より大和総研作成



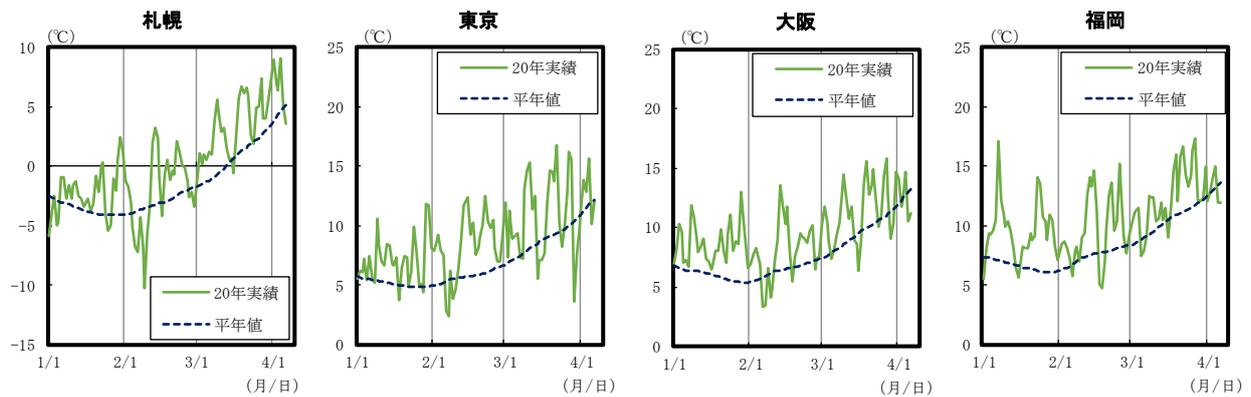
天候

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

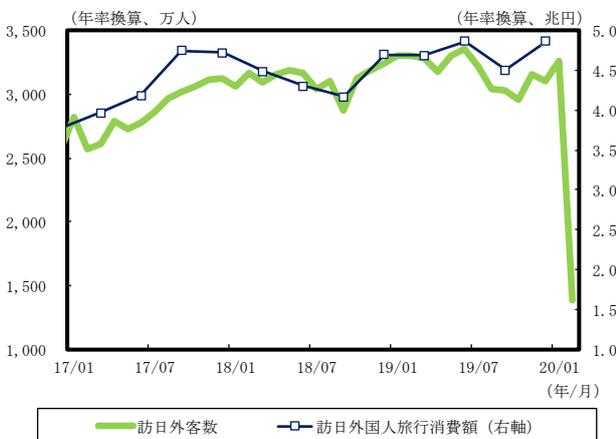
主要都市の日平均気温



(出所) 気象庁統計より大和総研作成

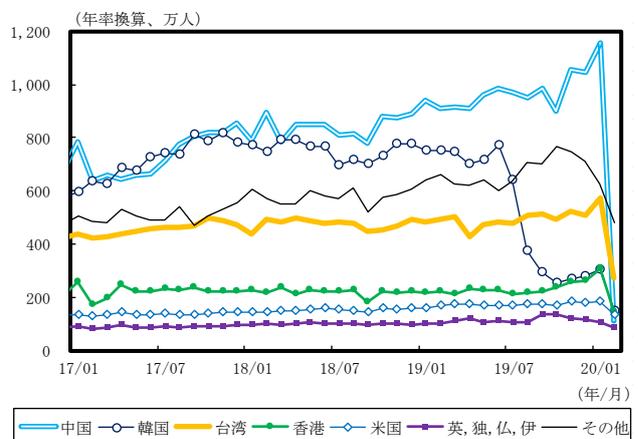
訪日外客

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