

2020年5月8日 全10頁

Indicators Update

2020年3月消費統計

外出自粛で不要不急の消費が大幅に減少

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]

- 【3月の消費】3月は新型コロナウイルス感染拡大に伴う活動自粛により、需要側の家計調査、供給側の商業動態統計とともに消費が大幅に減少した。特に、旅行・娯楽関連や衣類などへの支出が落ち込んだ。他方、食料品や光熱費・水道代などの必需的な支出は在宅時間が長くなったことで増加した。今回の結果を受け、1-3月期のGDPベースの個人消費は前期比▲2.5%と、2四半期連続で減少したと予想する。
- 【4月以降の消費（個社データ・業界統計・POSデータ）】スーパーなど一部の業態では巣ごもり特需で売上が増加している一方、サービス関連・百貨店・アパレルの売上は大きく落ち込んでいる。なかでも都心を中心に店舗を展開する企業への影響が大きく、それと比較すると地方・郊外に店舗を展開する企業への影響は小幅に留まる。
- 【先行きの消費】新型コロナウイルスの感染収束の目途が立たない中、旅行・レジャー関連の消費を中心に当面は厳しい状況が続くだろう。収束後は緊急経済対策に盛り込まれた各種消費喚起策の効果が期待されるものの、雇用・所得環境の悪化が下押し要因となり、消費がコロナショック前の水準に戻るまでには相当な時間を要するだろう。

図表1：各種消費指標の概況（単位：％）

			2019年 11月	12月	2020年 1月	2月	3月	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 2.0	▲ 4.8	▲ 3.9	▲ 0.3	▲ 6.0	総務省、二人以上世帯
		前月比	3.2	▲ 1.2	▲ 1.6	0.8	▲ 4.0	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲ 4.5	▲ 4.2	▲ 4.4	▲ 0.8	▲ 8.2	総務省、二人以上世帯
		前月比	2.8	0.4	▲ 1.3	1.2	▲ 5.0	
供給側	小売販売額	前年比	▲ 2.1	▲ 2.6	▲ 0.4	1.6	▲ 4.6	経済産業省
		前月比	3.4	0.3	1.5	0.5	▲ 4.5	
	百貨店売上高	前年比	▲ 6.0	▲ 5.0	▲ 3.1	▲ 12.2	▲ 33.4	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	1.0	▲ 0.3	0.4	2.6	▲ 5.8	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	▲ 1.4	▲ 3.3	▲ 2.0	4.1	0.8	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	2.6	1.0	1.9	4.8	▲ 17.3	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	▲ 2.3	▲ 3.0	▲ 4.8	▲ 18.9	—	観光庁
需要側 + 供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	▲ 1.2	▲ 2.1	▲ 1.6	▲ 0.5	▲ 3.3	総務省
		前月比	2.2	▲ 1.1	0.6	1.0	▲ 2.8	
	消費総合指数	前月比	1.6	▲ 1.0	0.6	▲ 1.5	—	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）＞外出自粛で不要不急の消費が大幅に減少

2020年3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▲4.0%と2ヶ月ぶりに減少した（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）も同▲4.3%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▲5.0%と減少した。

3月は新型コロナウイルス感染拡大に伴う活動自粛により、消費支出は大きく落ち込んだ。基礎的支出（前月比▲1.0%：大和総研による季節調整値）の減少は限定的だった一方、選択的支出（同▲9.8%：同）が大きく落ち込んでおり、不要不急の消費を中心に抑制されたことが分かる。

財・サービス別（大和総研による季節調整値）では、サービス（前月比▲7.4%）や半耐久財（同▲17.4%）の落ち込みが目立つ。他方、非耐久財（同▲0.2%）は概ね横ばいで推移し、耐久財（同+2.4%）は増加した。

費目別に見ると（総務省による季節調整値）、10大費目中8費目が前月から減少した。「教養娯楽」（前月比▲19.9%）、「その他の消費支出」（同▲7.3%）、「被服及び履物」（同▲17.2%）などが減少した一方、「光熱・水道」（同+3.9%）と「教育」（同+2.7%）は増加した。

「教養娯楽」では、パック旅行費や宿泊料などの旅行関連の支出や、入場・観覧・ゲーム代、映画・演劇等入場料などのレジャー関連の支出、月謝類の落ち込みが目立った。また、「その他の消費支出」では、仕送り金や交際費の減少が下押し要因となった。「被服及び履物」では特に洋服への支出の減少が目立つが、下着類などそれ以外も含めた幅広い品目で購入頻度が低下しており、外出が控えられた影響が表れている。

「食料」では、品目ごとに明暗が分かれている。外出自粛により外食への支出が大きく減少した一方、食料品への支出は増加した。ただし、外食への支出の減少幅の方が大きかったため、全体では減少となった。

「光熱・水道」では、外出自粛により在宅時間が長くなったことで電気・ガス・上下水道への支出が増加した。「教育」では、国公立大学授業料などへの支出が押し上げているものの、これは家計調査のサンプル数の少なさに起因する振れとみられる。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2019/8	2019/9	2019/10	2019/11	2019/12	2020/1	2020/2	2020/3	シェア (%)
消費支出	2.3	4.6	▲10.3	3.2	▲1.2	▲1.6	0.8	▲4.0	100.0
食料	0.3	3.7	▲6.0	2.6	▲0.9	0.7	0.4	▲1.7	27.4
住居	0.1	1.8	▲13.7	16.0	▲18.9	23.4	▲2.0	▲8.4	5.8
光熱・水道	▲6.5	7.2	▲0.7	▲1.2	▲1.1	▲2.9	0.9	3.9	7.5
家具・家事用品	21.5	41.9	▲45.1	9.1	▲0.5	▲2.7	24.5	▲11.7	4.0
被服及び履物	6.8	16.3	▲27.3	9.1	1.6	▲3.3	▲2.6	▲17.2	3.9
保健医療	▲5.9	23.0	▲19.9	3.6	1.5	▲1.4	▲0.2	▲3.2	4.8
交通・通信	11.0	▲10.7	▲7.0	5.6	0.7	▲10.3	6.0	▲1.0	14.9
教育	▲2.9	3.3	▲6.3	▲7.6	0.2	▲1.7	▲3.8	2.7	3.9
教養娯楽	1.3	8.3	▲13.3	8.6	▲1.0	▲2.7	▲2.2	▲19.9	10.5
その他の消費支出	▲0.8	3.4	▲2.1	▲4.6	▲1.6	3.8	1.5	▲7.3	17.3

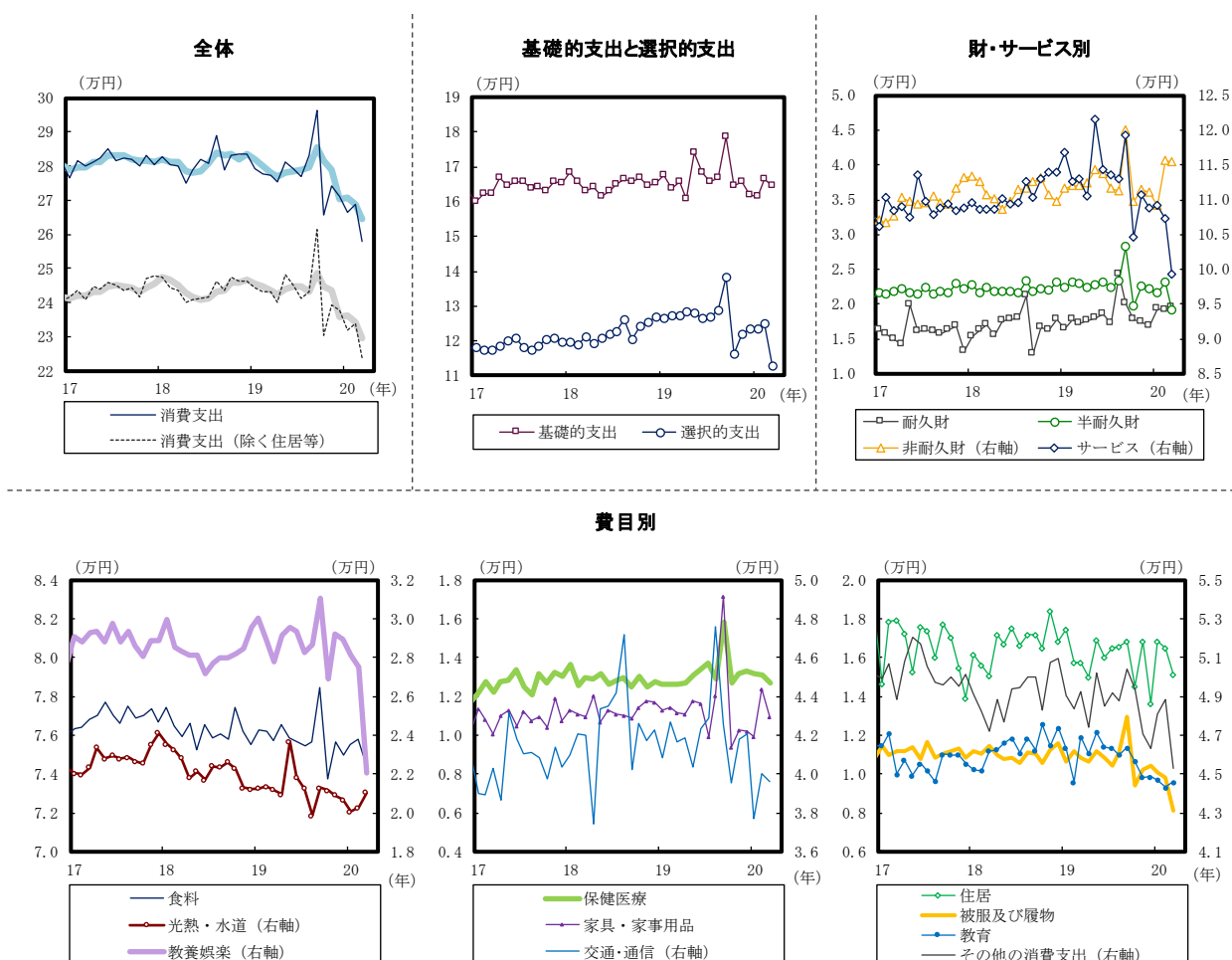
（注1）二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

（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、財・サービス別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) 「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。左上の図中の太線は3ヶ月移動平均。
 (注 3) 「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 4) 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。
 (出所) 総務省統計より大和総研作成

< 商業動態統計 (供給側) > 全業種で減少～特に百貨店・アパレルで大幅減

2020 年 3 月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比▲4.5%と 5 ヶ月ぶりに減少した (図表 4、5)。CPI の財指数で実質化した小売販売額でも同▲4.5%と大幅に減少している。

名目小売販売額を業種別に見ると、7 業種全てで減少した。特に「織物・衣服・身の回り品小売業」(前月比▲16.7%)、「各種商品小売業」(同▲12.2%)、「燃料小売業」(同▲9.5%) の減少額が大きい。

「織物・衣服・身の回り品小売業」では、新型コロナウイルス感染拡大により時短営業や休業を行う店舗があったことや、外出自粛に伴い客数が減少したことが影響したと考えられる。

「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、3 月は百貨店 (前月比▲22.8%) が大きく減少した一方、スーパー (同+3.0%) は増加した。必需的な商品を扱う業態とそうでない業態で明暗が分かれている。

「燃料小売業」はガソリンスタンドや灯油小売業等が該当する。外出自粛に伴いガソリン需要が減少したことに加え、原油価格の下落によるガソリン・灯油価格の下落が名目販売額の下押し要因となったと考えられる。

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			シェア(%)
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
小売業計	3.5	7.3	▲13.7	3.4	0.3	1.5	0.5	▲4.5	100.0
各種商品小売業	3.5	15.8	▲23.4	5.9	1.7	▲0.6	▲4.7	▲12.2	8.1
繊維・衣服・身の回り品小売業	5.4	1.6	▲7.3	4.5	▲0.5	▲0.1	▲4.9	▲16.7	7.6
飲食料品小売業	0.5	1.3	▲2.8	1.2	0.3	0.0	0.5	▲0.4	31.3
自動車小売業	1.8	9.8	▲26.9	13.0	3.3	1.3	1.5	▲2.7	12.5
機械器具小売業	15.4	30.1	▲39.1	6.4	4.5	4.7	3.2	▲4.6	4.3
燃料小売業	1.3	2.3	▲7.8	4.0	1.1	2.0	3.4	▲9.5	8.9
その他小売業	4.2	10.5	▲13.2	1.2	▲0.6	2.5	▲0.1	▲2.7	21.9

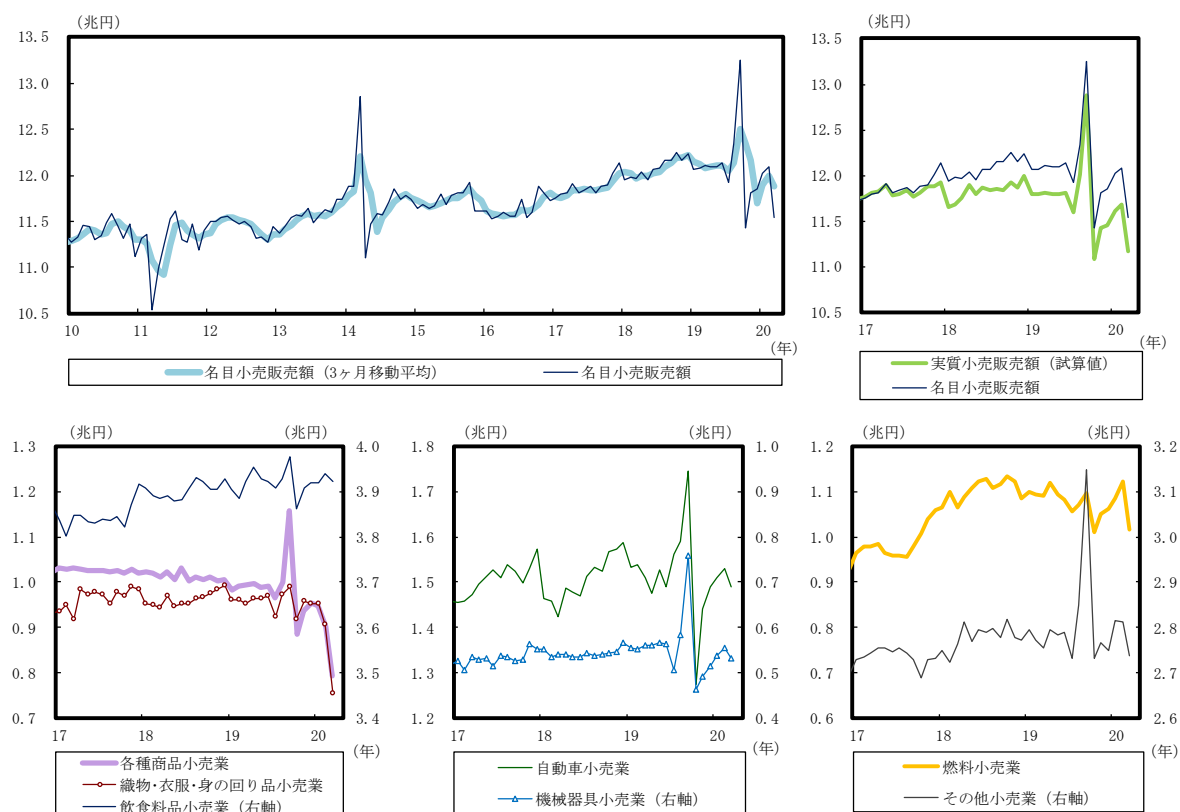
(注1) 経済産業省による季節調整値。

(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

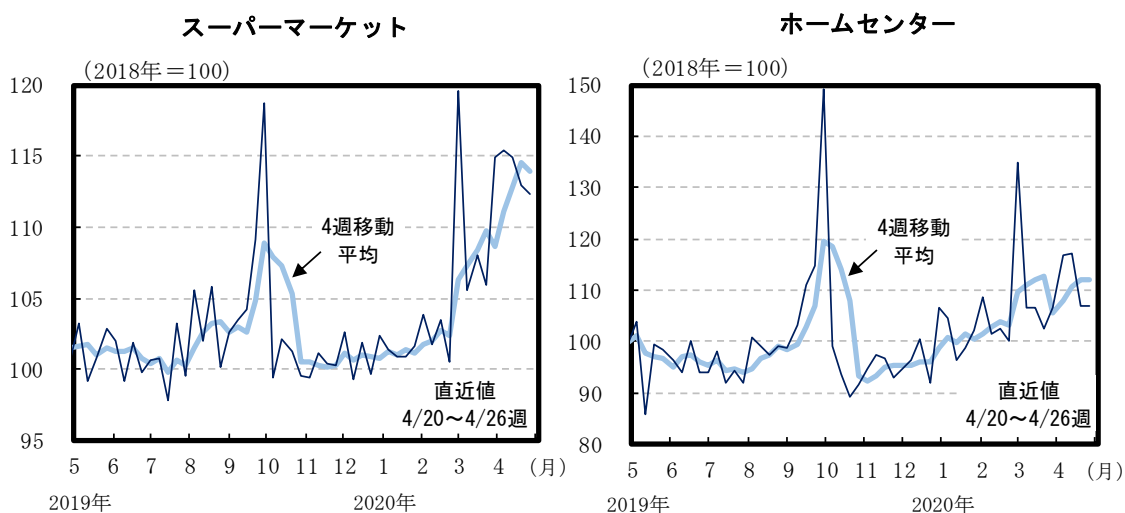
<トピック> 個社データ・業界統計・POS データで先取りする 4 月以降の消費

サービス関連・百貨店・アパレル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巣ごもり特需で売上が増加している。

◆【スーパー】4 月売上は前年比+15%前後で推移。特に食品・雑貨が好調。

◆【ホームセンター】4 月に入り高水準（前年比+20%弱）で推移。特に雑貨が好調。

図表 6：スーパーマーケット・ホームセンターの売上高



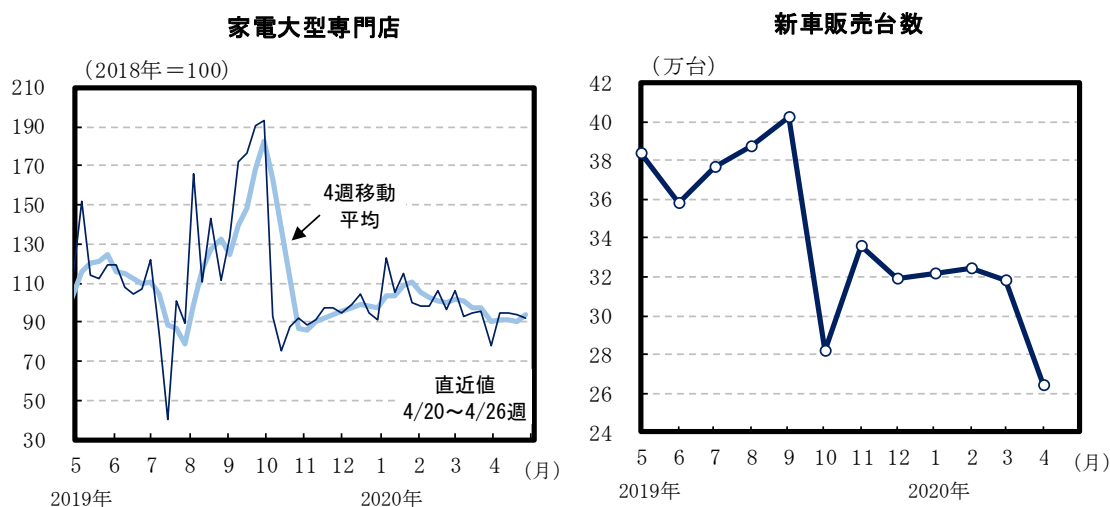
(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

◆【家電】大型家電量販店の売上は、足元で概ね横ばいで推移。

◆【自動車】4 月の新車販売台数は大幅に減少。消費増税が実施された 2019 年 10 月を下回る。

図表 7：家電・自動車の売上高



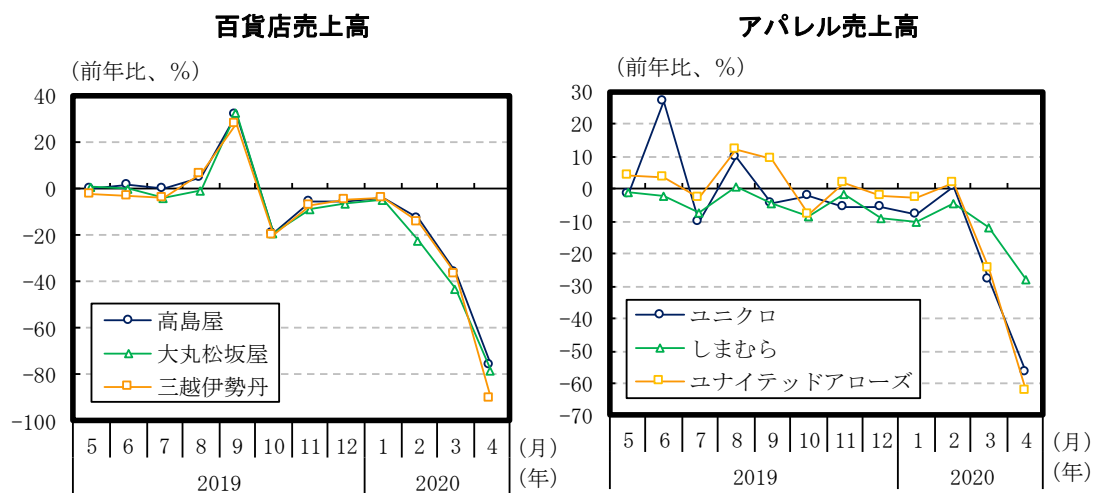
(注1) 家電大型専門店：METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(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

- ◆【百貨店】大手3社の4月既存店売上高は前年比8～9割減程度。
緊急事態宣言後は休業する店舗が多く、売上が大幅に落ち込んだ。
- ◆【アパレル】4月既存店売上高はユニクロとユナイテッドアローズが前年比6割減程度、
地方・郊外の店舗が多いしまむらは同3割減程度。しまむらは20日締めのため、
緊急事態宣言が全国に拡大(4月16日～)したことによる影響が限定的だった。

図表8：百貨店・アパレルの売上高



(注1) 百貨店：既存店ベース。

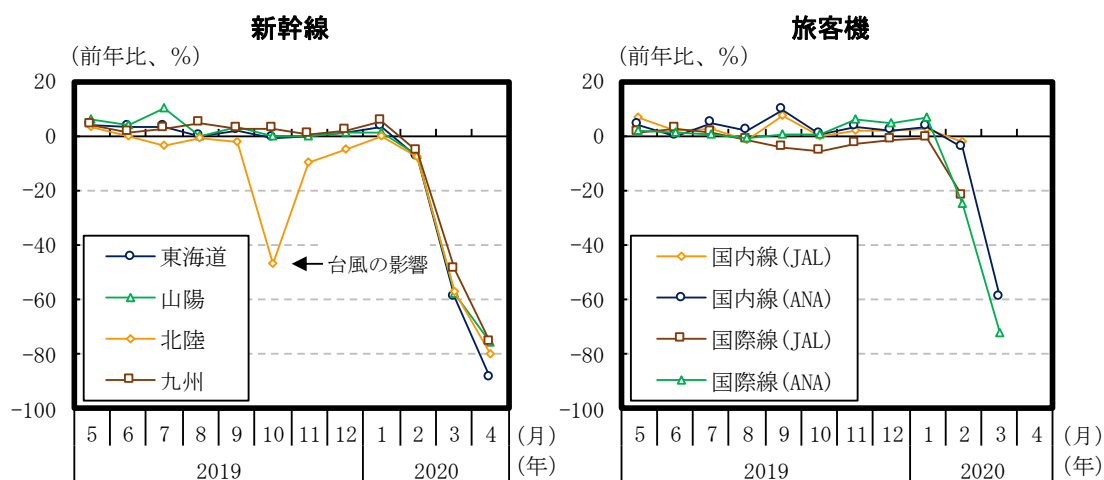
(注2) アパレル：既存店ベース。ユニクロとユナイテッドアローズはネット通販を含む数値。

しまむらの各月の数値は前月21日から当月20日の集計値。

(出所) 各社資料より大和総研作成

- ◆【新幹線】4月の輸送量は前年比9割減程度。
- ◆【旅客機】ゴールデンウィーク中の予約数は、国内線で前年比9割減程度、国際線はほぼゼロに。

図表9：新幹線・旅客機の利用状況



(注1) 4月分は東海道新幹線は26日まで、山陽・北陸新幹線は7日まで、九州新幹線は19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

＜2020 年 1-3 月期 GDP 個人消費＞前期比▲2.5%、2 四半期連続の減少を予想

個人消費は前期比▲2.5%と、2 四半期連続で減少したと予想する。新型コロナウイルス感染拡大に伴う活動自粛により、旅行・レジャー関連など不要不急の消費が大きく落ち込んだ。個人消費が 2 四半期連続で減少するのは、東日本大震災があった 2011 年 1-3 月期以来のことである。

なお、今回に限り、サービス関連の供給側統計の推計方法が変更されており¹、この変更は主に個人消費の算出に影響を与える。通常、3 月のサービス関連の消費は供給側の基礎統計の公表が遅く GDP 一次速報に間に合わないため、1、2 月の結果や前年 3 月の結果を基に推計される。しかし、今回は通常通りの推計を行うと新型コロナウイルスによる活動自粛で消費が急減した 3 月の状況を十分に反映できないため、公表済みの業界統計や大手企業のデータなどを用いて推計されることになった。

実際、3 月の旅行・レジャー関連の消費は大きく落ち込んでいる。外食産業の売上高は前年比▲17.3%（2 月：同+4.8%）、日本人宿泊者数は同▲41.8%（2 月：同+5.2%）、新幹線輸送量は同 6 割減程度（2 月：同 1 割減程度）であった。こうした消費の急減により、1-3 月期の個人消費は、消費増税の影響で大きく落ち込んだ 2019 年 10-12 月期からさらに減少する見込みだ。

なお、実質 GDP 全体では先日公表したレポート²の通り、前期比年率▲5.8%（前期比▲1.5%）と 2 四半期連続のマイナス成長を予想している。

＜先行き＞新型コロナ拡大を受けた活動自粛により厳しい状況が続く

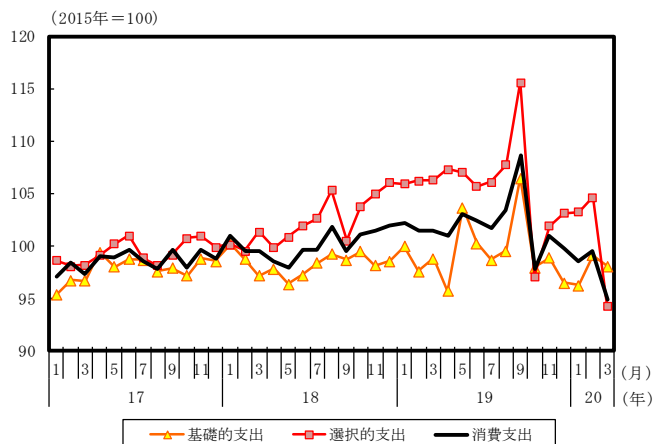
先行きの消費は、新型コロナウイルスによる活動自粛の影響を受け、旅行・レジャー関連の消費を中心に当面は厳しい状況が続くだろう。4、5 月は緊急事態宣言の影響を受け、3 月以上に消費が落ち込むことが予想される。感染収束後は、緊急経済対策に盛り込まれた各種消費喚起策の効果が期待されるものの、世界的な有効な治療薬やワクチンに目途が立っていない中、雇用・所得環境の悪化が下押し要因となり、消費がコロナショック前の水準に戻るまでには相当な時間を要するだろう。

¹ 詳しくは、内閣府「[2020 年 1-3 月期四半期別 GDP 速報（1 次速報値）における推計方法の変更等について](#)」（2020 年 4 月 28 日）を参照。

² 山口茜・神田慶司・小林俊介「[2020 年 1-3 月期 GDP 一次速報予測～前期比年率▲5.8%予想](#)」（2020 年 4 月 30 日、大和総研レポート）

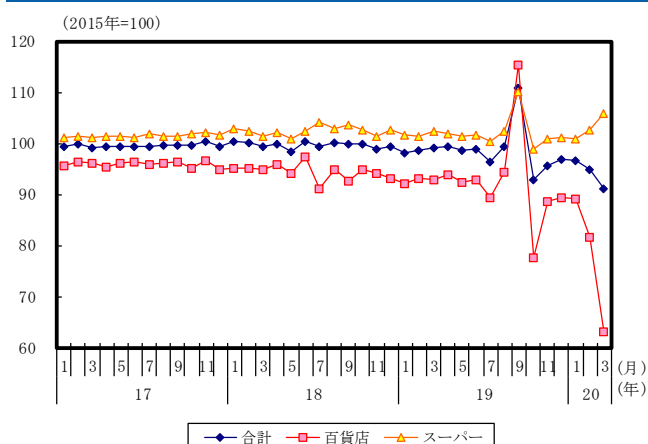
消費・概況

基礎的支出と選択的支出



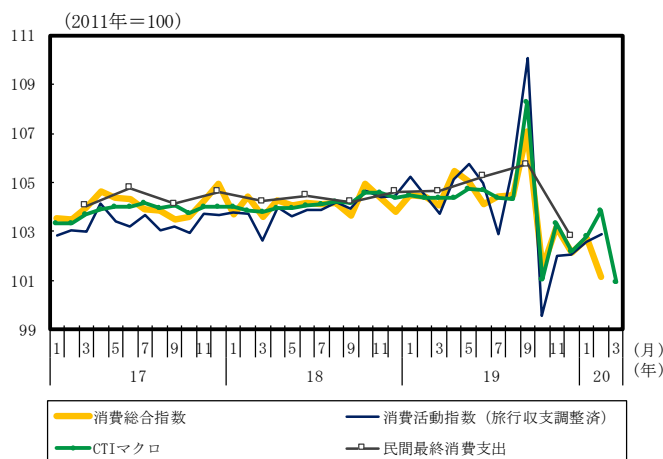
(注) 名目ベース。基礎的支出、選択的支出は大和総研による季節調整値。
(出所) 総務省統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



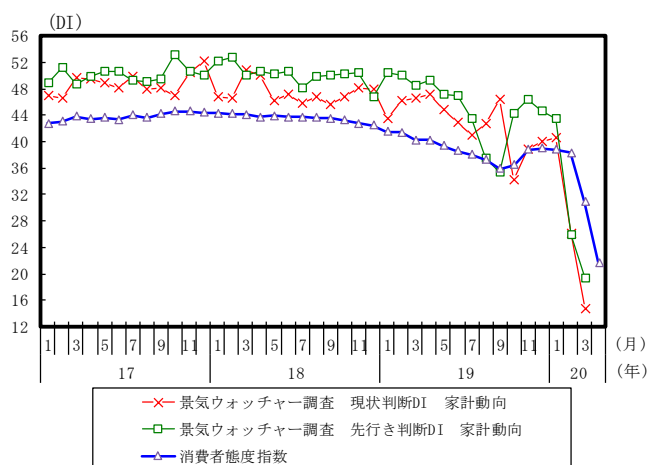
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



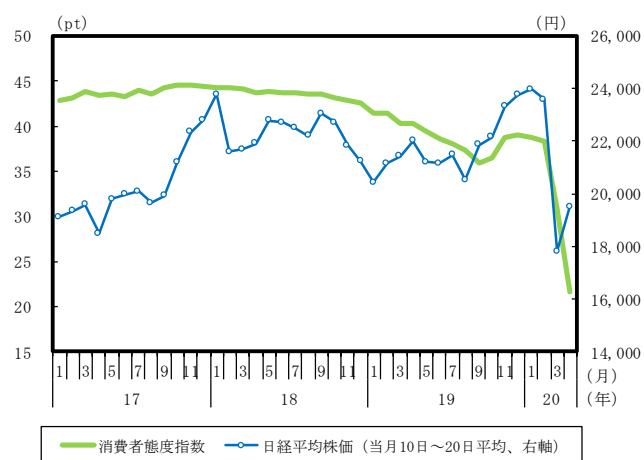
(注) CTIマクロは、2011年が100となるように変換している。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



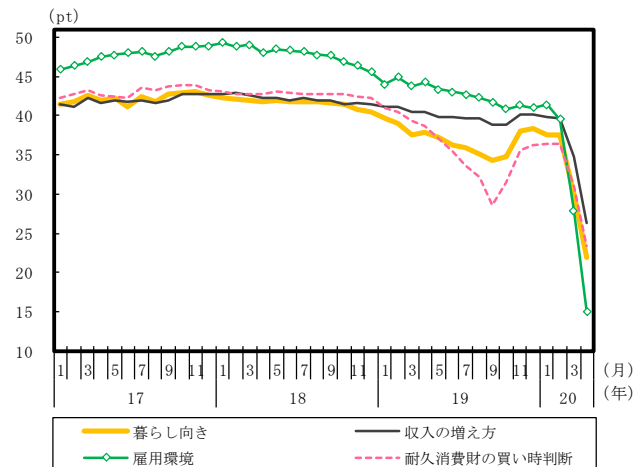
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

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

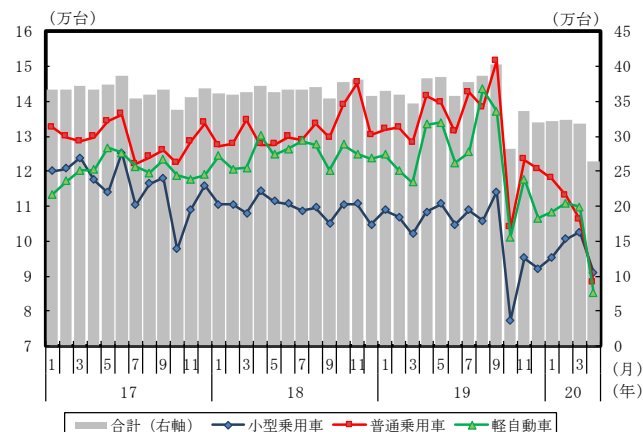
消費者意識指標



(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

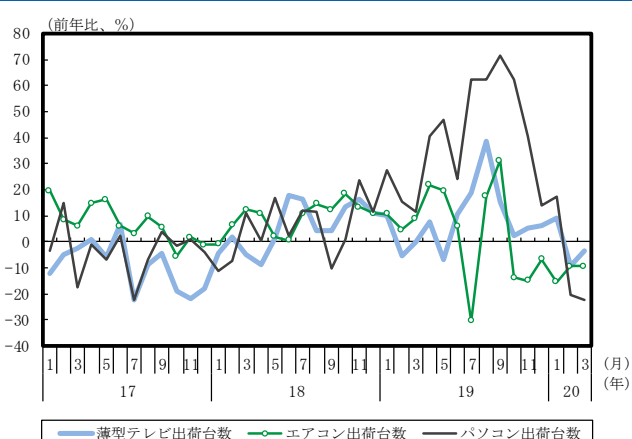
新車販売台数



(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。

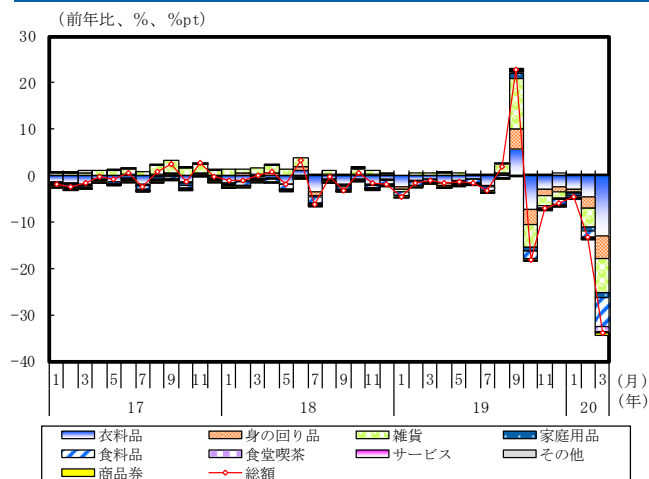
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ、エアコン、パソコンの出荷台数



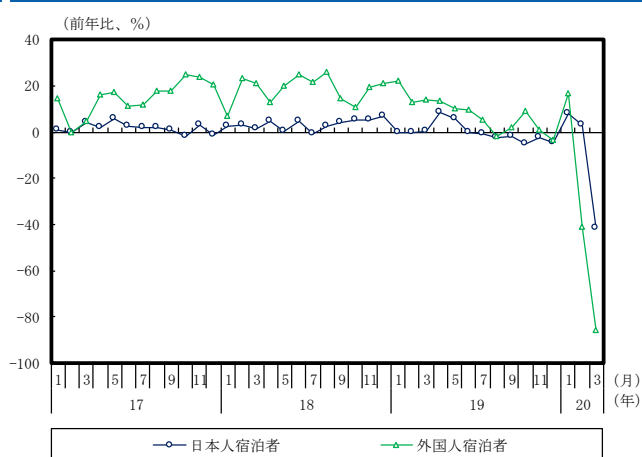
(出所) JRAIA、JEITA統計より大和総研作成

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

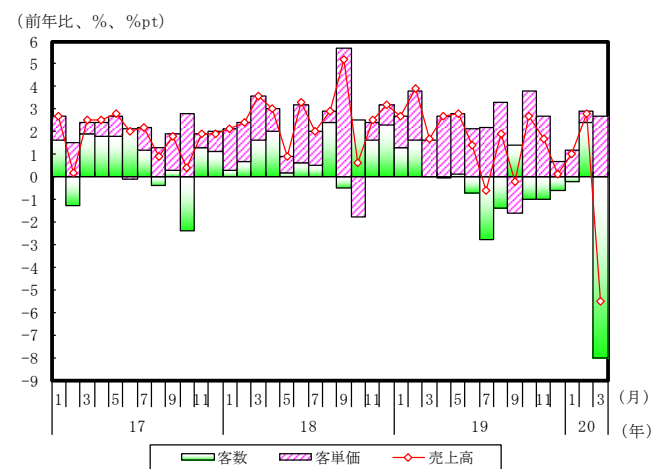
宿泊者数



(注) 宿泊日数ベース。

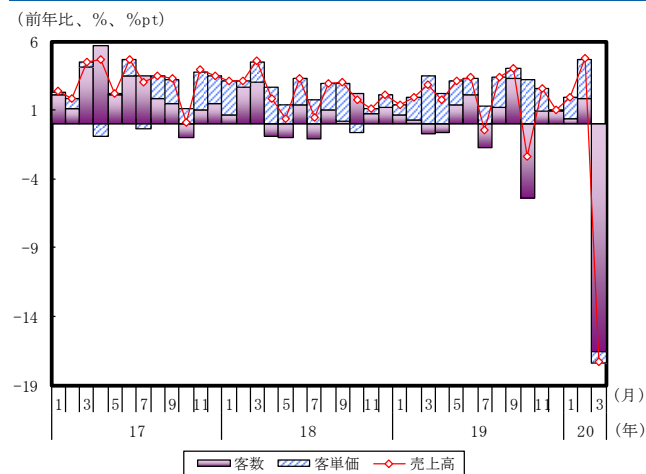
(出所) 観光庁統計より大和総研作成

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

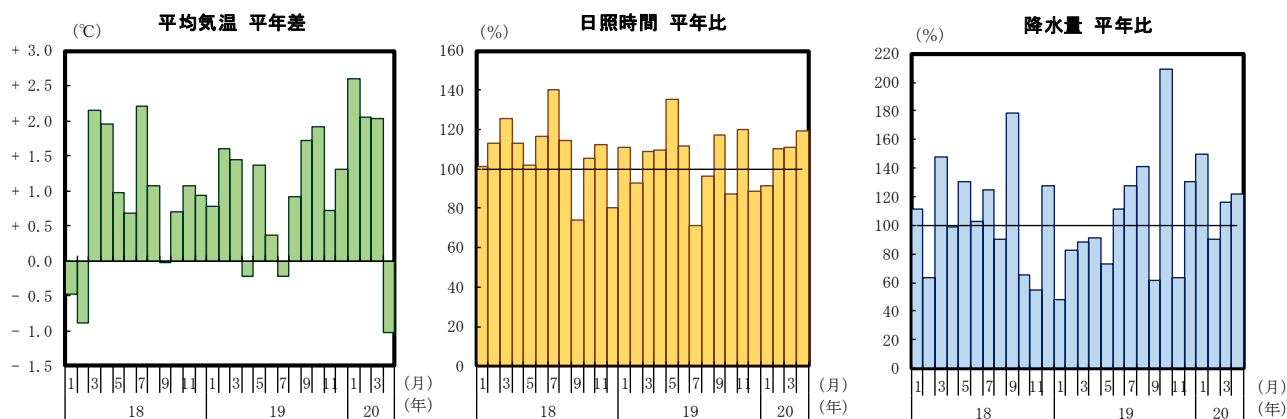
外食市場売上高



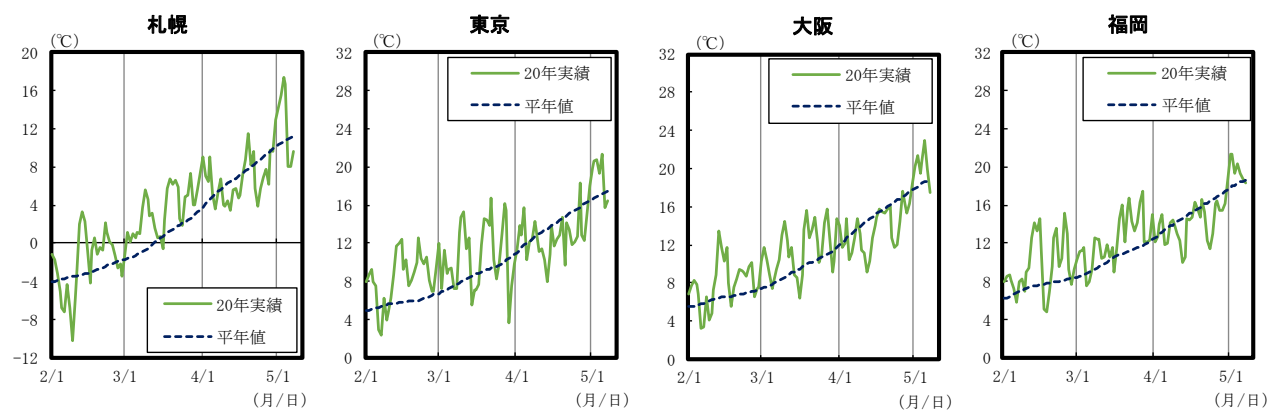
(出所) 日本フードサービス協会統計より大和総研作成

天候

全国の平均気温・日照時間・降水量

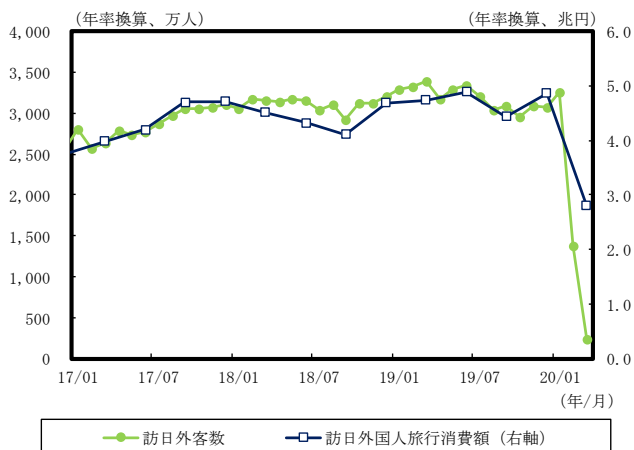


主要都市の日平均気温



訪日外客

訪日外客数と旅行消費額



国籍別 訪日外客数

