

2020年7月7日 全10頁

Indicators Update

2020年5月消費統計

財消費は前月から小幅改善／サービス消費はさらに悪化

経済調査部 エコノミスト 山口 茜

[要約]

- 【5月の消費】需要側の家計調査では4月から小幅に減少した一方、供給側の商業動態統計では増加した。対照的な結果となったのは、需要側統計にのみサービス消費が含まれることが影響している。5月は、4月と比較すると、例年消費支出が増加するゴールデンウィークが緊急事態宣言と重なったことがマイナスに作用した一方、中旬以降に宣言が段階的に解除されたことはプラスに作用した。財の消費は衣類品などを中心に4月から増加したものの、サービス消費は4月から減少した。
- 【6月の消費（個社データ・業界統計・POSデータ）】財の消費は徐々にコロナショック前の水準に戻りつつある。スーパーなど巣ごもり消費が追い風となった業種では売上の増加が落ち着く一方、売上が大幅に落ち込んだ業種では回復が見られた。他方、人の移動にかかわるサービスの回復は鈍い。
- 【先行き】先行きの個人消費は、外出自粛の反動に加え、特別定額給付金も追い風となり、特に財消費が大きく改善するだろう。一方、サービス消費は、引き続き一定の感染拡大防止策が実施されているため、緩やかな回復に留まると考えられる。また、特別定額給付金などの政策効果が剥落した後は、所得環境の悪化が顕在化することが見込まれる。家計の節約志向が強い中、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：％）

			2020年 1月	2月	3月	4月	5月	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 3.9	▲ 0.3	▲ 6.0	▲ 11.1	▲ 16.2	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 1.6	0.8	▲ 4.0	▲ 6.2	▲ 0.1	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲ 4.4	▲ 0.8	▲ 8.2	▲ 12.3	▲ 16.9	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 1.3	1.2	▲ 5.0	▲ 6.3	▲ 0.6	
供給側	小売販売額	前年比	▲ 0.4	1.6	▲ 4.7	▲ 13.9	▲ 12.3	経済産業省
		前月比	1.5	0.5	▲ 4.6	▲ 9.9	2.1	
	百貨店売上高	前年比	▲ 3.1	▲ 12.2	▲ 33.4	▲ 72.8	▲ 65.6	日本百貨店協会
		前年比	0.4	2.6	▲ 5.8	▲ 10.6	▲ 10.0	
	スーパー売上高	前年比	▲ 2.0	4.1	0.8	▲ 4.5	1.3	日本チェーンストア協会
		前年比	1.9	4.8	▲ 17.3	▲ 39.6	▲ 32.2	
	旅行取扱高	前年比	▲ 4.8	▲ 18.9	▲ 71.4	▲ 95.5	-	観光庁
需要側 + 供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	▲ 1.7	▲ 1.2	▲ 5.9	▲ 9.4	▲ 11.0	総務省
		前月比	0.8	0.4	▲ 4.6	▲ 3.5	▲ 1.4	
	消費総合指数	前月比	0.9	▲ 0.8	▲ 2.9	▲ 5.6	-	内閣府

(注) 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4月から小幅に減少

2020年5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▲0.1%と3ヶ月連続で減少した（図表2、3）。一方、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。ただし、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▲0.6%と減少した。総合してみると、5月の需要側統計で見る消費は、4月から小幅に減少したとみられる。5月は、例年消費支出が増加するゴールデンウィークが緊急事態宣言と重なったことがマイナスに作用した一方、中旬以降に宣言が段階的に解除されたことはプラスに作用した。

基礎的支出（前月比▲0.7%：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▲3.2%：同）が落ち込んでおり、不要不急の消費が4月からさらに抑制されたことがうかがえる。財・サービス別（大和総研による季節調整値）では、サービス（同▲7.3%）、耐久財（同▲18.4%）、非耐久財（同▲0.4%）が減少した一方、半耐久財（同+23.8%）は大幅に増加した。また費目別に見ると（総務省による季節調整値）、10大費目中5費目が前月から減少した。「交通・通信」（同▲9.4%）、「住居」（同▲18.9%）などが減少した一方、「その他の消費支出」（同+5.3%）、「被服及び履物」（同+40.8%）などは増加した。

「交通・通信」では、特に自動車購入が押し下げた。家計調査はサンプル数が少なく、自動車のように高額で購入頻度が低い品目への支出額は振れやすいが、新車販売台数（後掲図表8）も5月に大幅に減少しており、家計調査の結果は実態に沿った内容だったと考えられる。自動車販売店が休業していたことや、景気が悪化する中で購入意欲が減退していることが影響したとみられる。また、「住居」では特に工事・その他のサービスが押し下げた。住居も毎月の支出額の振れが大きい項目であるが、CTIミクロの二人以上世帯の住居への支出も大きく減少している。これを踏まえると、住居設備に関するサービスの利用が落ち込んだのは、緊急事態宣言に伴い供給制約が発生したことなどが影響したと考えられる。

「その他の消費支出」では仕送り金やこづかい、理美容サービスなどが増加した。理美容サービスに関しては、5月後半に緊急事態宣言が解除され、散髪などへの需要が回復したことが影響していると考えられる。「被服及び履物」は洋服をはじめとする幅広い品目が増加した。緊急事態宣言の全面解除を受け、営業時間の短縮や休業が終了したことが押し上げ要因になった。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2019/10	2019/11	2019/12	2020/1	2020/2	2020/3	2020/4	2020/5	シェア（%）
消費支出	▲10.3	3.2	▲1.2	▲1.6	0.8	▲4.0	▲6.2	▲0.1	100.0
食料	▲6.0	2.6	▲0.9	0.7	0.4	▲1.7	▲3.5	▲1.0	27.4
住居	▲13.7	16.0	▲18.9	23.4	▲2.0	▲8.4	8.4	▲18.9	5.8
光熱・水道	▲0.7	▲1.2	▲1.1	▲2.9	0.9	3.9	6.9	0.5	7.5
家具・家事用品	▲45.1	9.1	▲0.5	▲2.7	24.5	▲11.7	▲0.1	10.5	4.0
被服及び履物	▲27.3	9.1	1.6	▲3.3	▲2.6	▲17.2	▲41.7	40.8	3.9
保健医療	▲19.9	3.6	1.5	▲1.4	▲0.2	▲3.2	▲1.2	▲3.3	4.8
交通・通信	▲7.0	5.6	0.7	▲10.3	6.0	▲1.0	▲4.1	▲9.4	14.9
教育	▲6.3	▲7.6	0.2	▲1.7	▲3.8	2.7	7.5	3.9	3.9
教養娯楽	▲13.3	8.6	▲1.0	▲2.7	▲2.2	▲19.9	▲12.8	▲4.7	10.5
その他の消費支出	▲2.1	▲4.6	▲1.6	3.8	1.5	▲7.3	▲12.2	5.3	17.3

（注1）二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

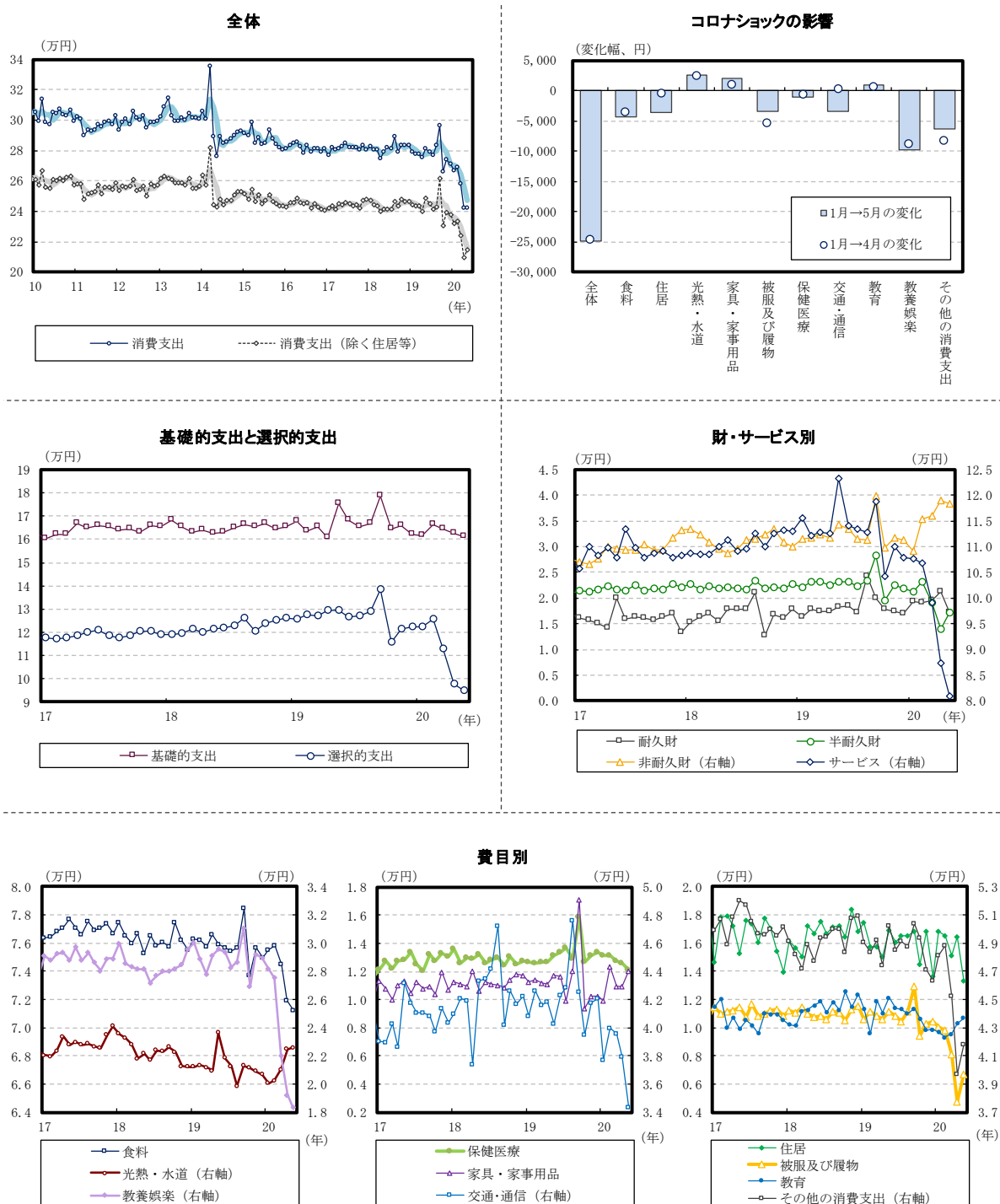
（注2）「その他の消費支出」は名目金額指数（季節調整値）を、CPIの持家の帰属家賃を除く総合指数で実質化した値。

（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

なお、家計調査では収入に関する調査も行っているが、5月の実収入は勤労者世帯で前年比+9.8%（前月：同+0.9%）、無職世帯で同+69.7%（前月：同+1.2%）と大きく増加した。内訳を見ると、特別収入が勤労者世帯で同+417.3%、無職世帯で同+502.5%と増加しており、特別定額給付金（1人10万円の一律給付）などによって押し上げられた。

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。全体の図中の太線は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）＞百貨店・アパレルが持ち直し／自動車販売は減少が続く

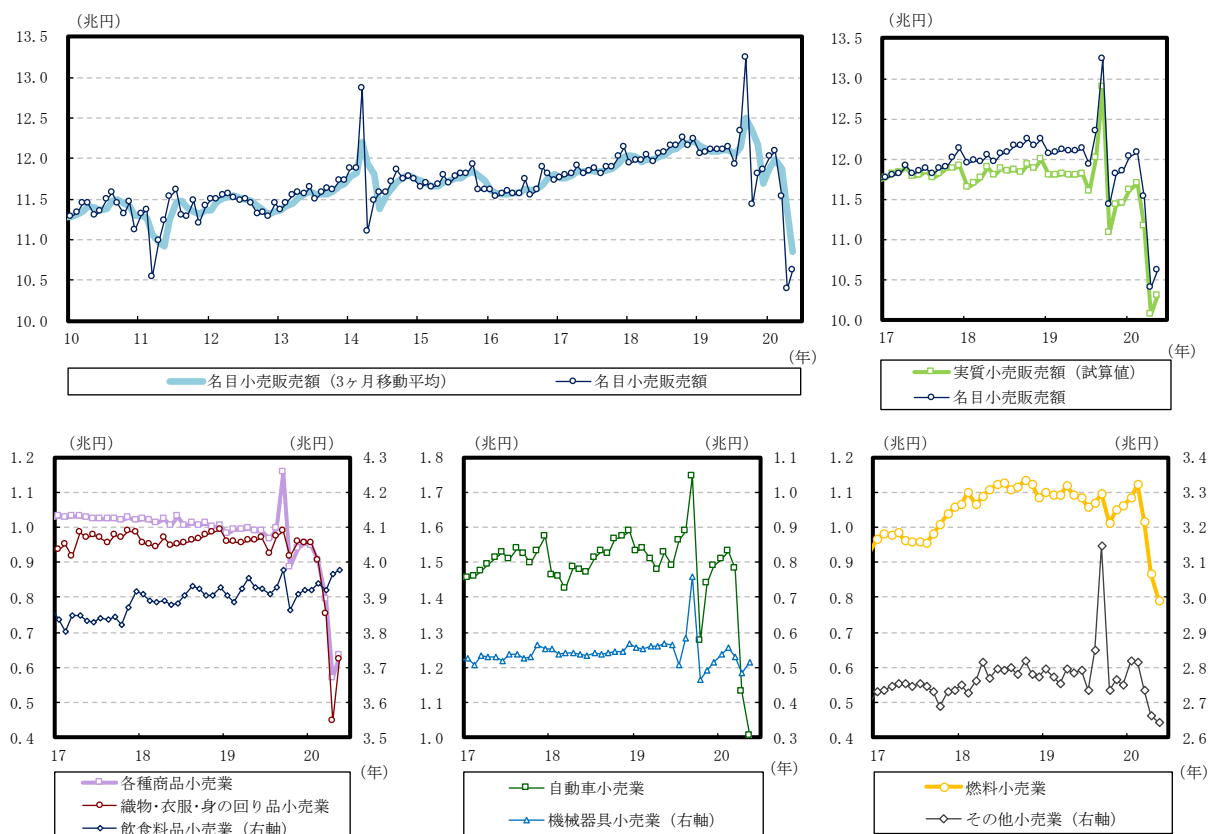
2020年5月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比+2.1%と3ヶ月ぶりに増加した（図表4、5）。なお、CPIの財指数で実質化した金額も前月から2.2%増加した。

名目小売販売額を業種別に見ると、7業種中4業種で増加した。「織物・衣服・身の回り品小売業」（前月比+39.1%）、「各種商品小売業」（同+11.3%）などが増加した一方、「自動車小売業」（同▲11.1%）、「燃料小売業」（同▲8.9%）などは減少した。

増加した業種では、緊急事態宣言の全面解除を受け、営業時間の短縮や休業が終了し通常営業となったことが押し上げ要因となった。また、5月は平年より気温が高かったことで（p.10）夏物衣類の販売が好調であり「織物・衣服・身の回り品小売業」だけでなく、「各種商品小売業」に含まれる百貨店や総合スーパーの衣料品販売も大きく増加した。

一方、「自動車小売業」は4月に続き大幅に減少したが、これは前述した通り、自動車販売店が休業したことや、雇用・所得環境が悪化する中で購入意欲が減退していることが影響したと考えられる。「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が、原油価格の下落を受けてガソリン・灯油価格が低下したことが名目値を押し下げた。また、遠出が控えられる中でガソリン需要の減少も影響したと考えられる。

図表4：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

図表 5：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 (%)
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	
小売業計	▲13.7	3.4	0.3	1.5	0.5	▲4.6	▲9.9	2.1	100.0
各種商品小売業	▲23.4	5.9	1.7	▲0.6	▲4.7	▲12.2	▲28.4	11.3	8.1
織物・衣服・身の回り品小売業	▲7.3	4.5	▲0.5	▲0.1	▲4.9	▲17.1	▲40.4	39.1	7.6
飲食料品小売業	▲2.8	1.2	0.3	0.0	0.5	▲0.5	1.2	0.4	31.3
自動車小売業	▲26.9	13.0	3.3	1.3	1.5	▲3.2	▲23.8	▲11.1	12.5
機械器具小売業	▲39.1	6.4	4.5	4.7	3.2	▲4.9	▲8.2	6.1	4.3
燃料小売業	▲7.8	4.0	1.1	2.0	3.4	▲9.4	▲14.6	▲8.9	8.9
その他小売業	▲13.2	1.2	▲0.6	2.5	▲0.1	▲2.9	▲2.7	▲0.7	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%にはならない。

(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

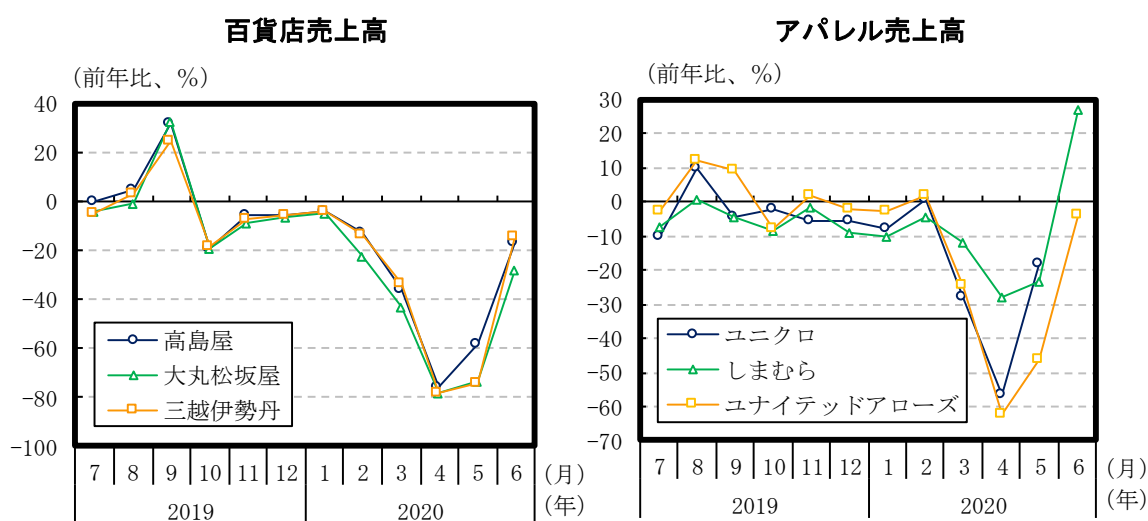
＜トピック＞個社データ・業界統計・POS データで先取りする 6 月の消費

6 月の消費動向を確認すると、財の消費は徐々にコロナショック前の水準に戻りつつある。スーパーなど巣ごもり消費が追い風となった業種では売上の増加が落ち着く一方、売上が大幅に落ち込んだ業種では回復が見られた。他方、人の移動にかかわるサービスの回復は鈍い。

◆【百貨店】大手 3 社の 6 月既存店売上高は前年比 2 割減程度と 5 月から改善。

◆【アパレル】6 月既存店売上高はしまむらが前年比 3 割増程度、
ユニテッドアローズは前年並みとなり 5 月から大幅に改善。

図表 6：百貨店・アパレルの売上高



(注1) 百貨店：既存店ベース。

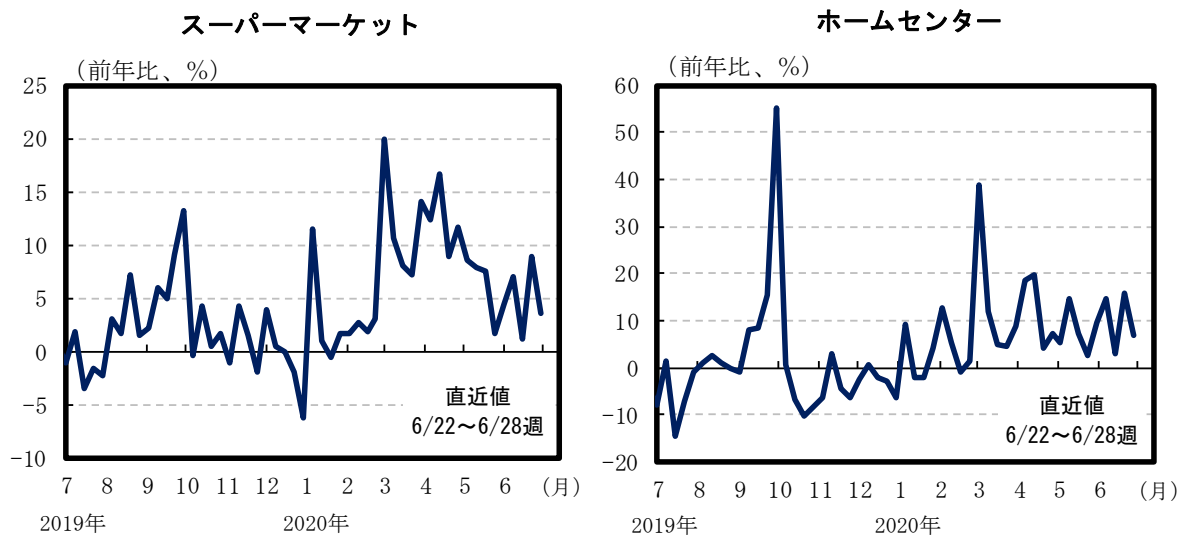
(注2) アパレル：既存店ベース。ユニクロとユニテッドアローズはネット通販を含む数値。

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

- ◆【スーパー】6月の売上は前年比+5%前後で推移。主力の食品売上は、5月は前年比+10%前後で推移していたが、6月は同+5%前後であった。
- ◆【ホームセンター】6月の売上は前年比+10%前後であった。特に雑貨が好調。

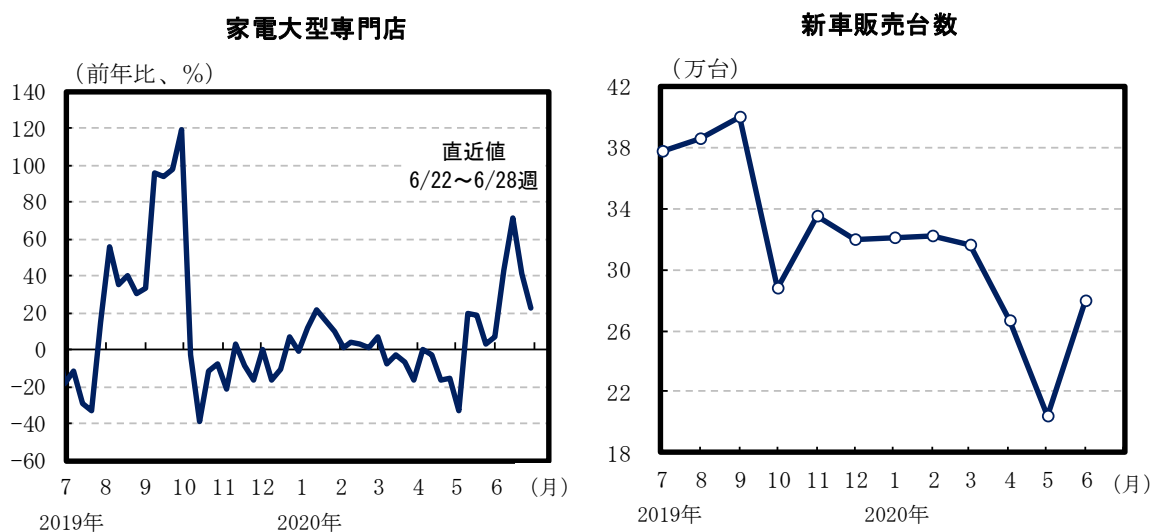
図表7：スーパーマーケット・ホームセンターの売上高



(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。
(出所) 経済産業省より大和総研作成

- ◆【家電】6月の大手家電量販店の売上の伸び率は前年を大きく上回った。特別定額給付金などの影響で幅広い品目で売上が増加している。
- ◆【自動車】6月の新車販売台数は5月から7.6万台増加した（大和総研による季節調整値）。しかしながら、消費増税が実施された2019年10月の水準を依然として下回る。

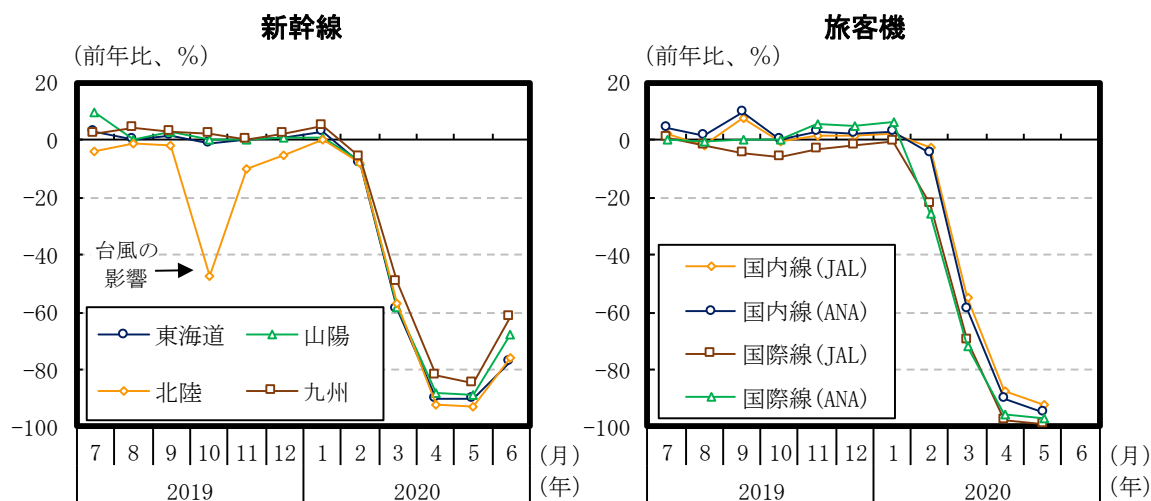
図表8：家電・自動車の売上高



(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。
(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】6月の輸送量は前年比6～8割減程度と5月（同9割減程度）から改善。
- ◆【旅客機】ANAグループでは、6月は国内線の約7割、国際線の約9割が運休した。
7月は国内線の約5割、国際線の約9割が運休する予定。

図表9：新幹線・旅客機の利用状況



(注1) 新幹線の6月分は、東海道が17日まで、九州が27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

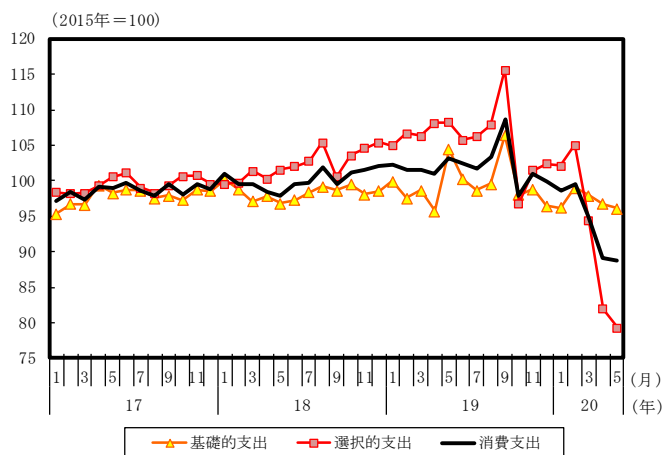
<先行き>財消費が大きく改善する一方、サービス消費の回復は緩やか

先行きの個人消費は、外出自粛の緩和に加え、特別定額給付金（1人10万円の一律給付）なども追い風となり、特に財消費が大きく改善するだろう。一方、サービス消費は、引き続き一定の感染拡大防止策が実施されているため、緩やかな回復に留まると考えられる。

また、特別定額給付金などの政策効果が剥落した後は、所得環境の悪化が顕在化することが見込まれる。家計の節約志向が強い中、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。

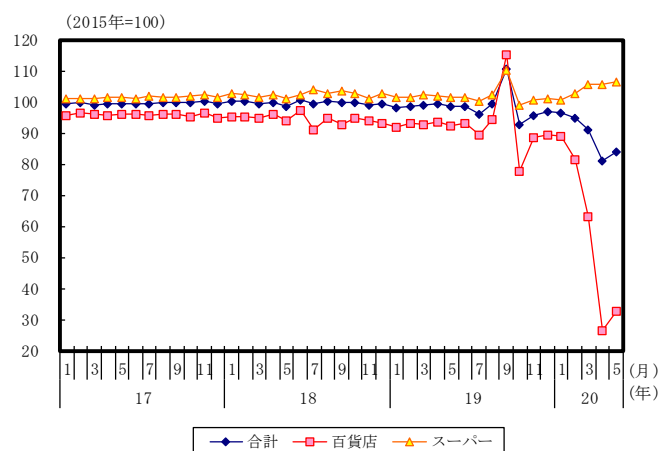
消費・概況

基礎的支出と選択的支出



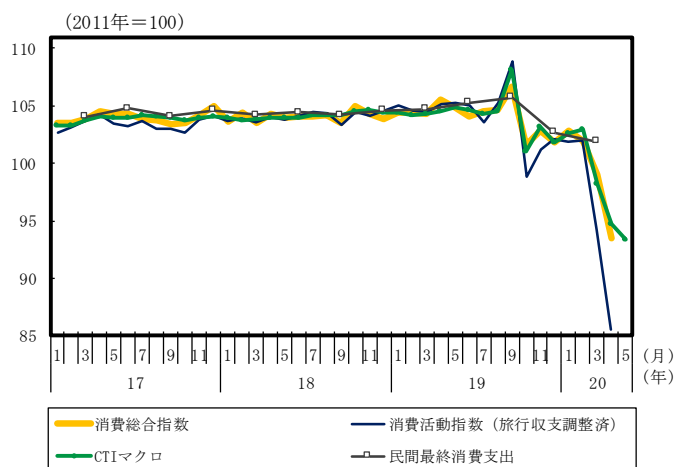
(注) 名目ベース。基礎的支出、選択的支出は大和総研による季節調整値。
(出所) 総務省統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



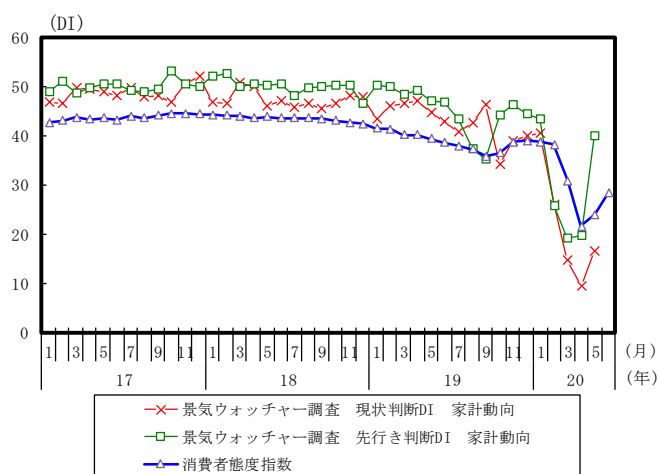
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



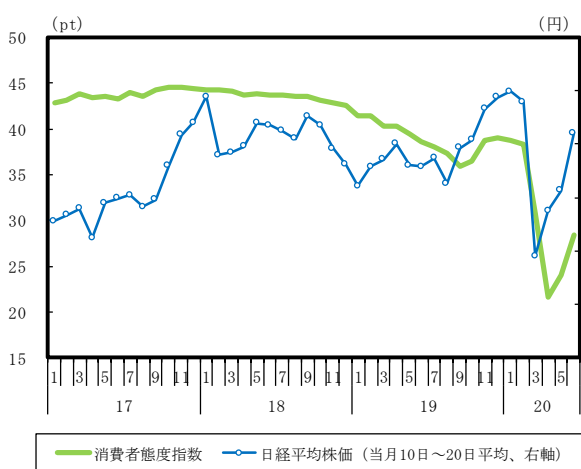
(注) CTIマクロは、2011年が100となるように変換している。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



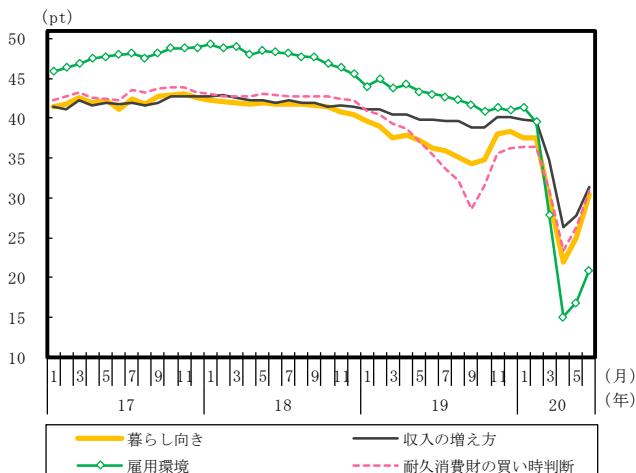
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

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

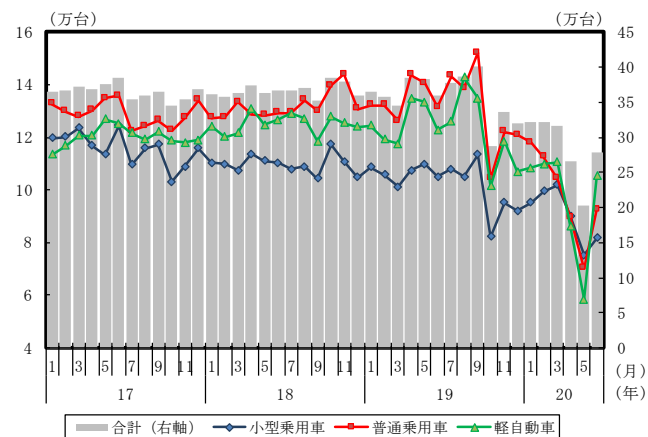
消費者意識指標



(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

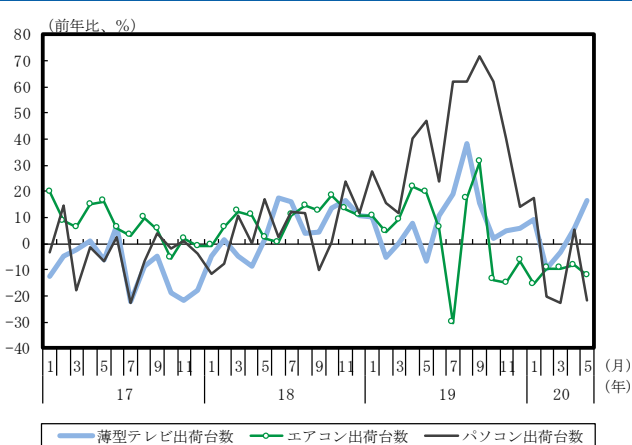
新車販売台数



(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。

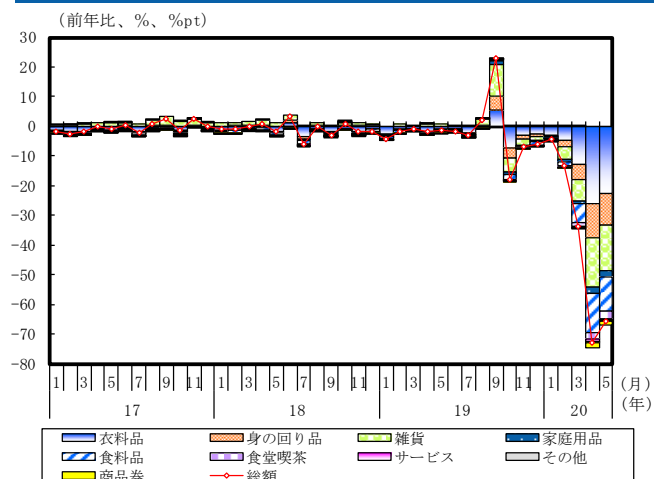
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ、エアコン、パソコンの出荷台数



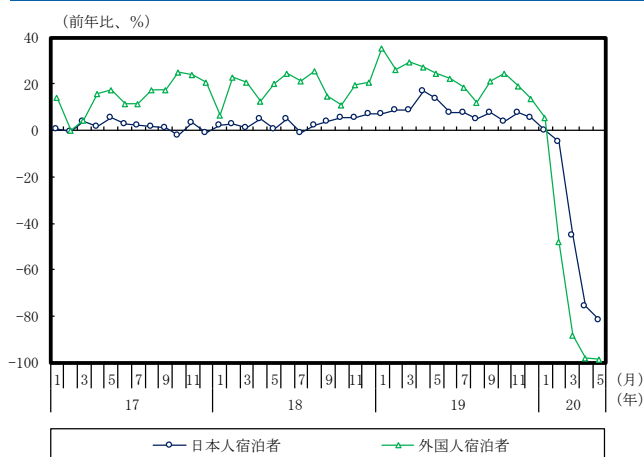
(出所) JRAIA、JEITA統計より大和総研作成

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

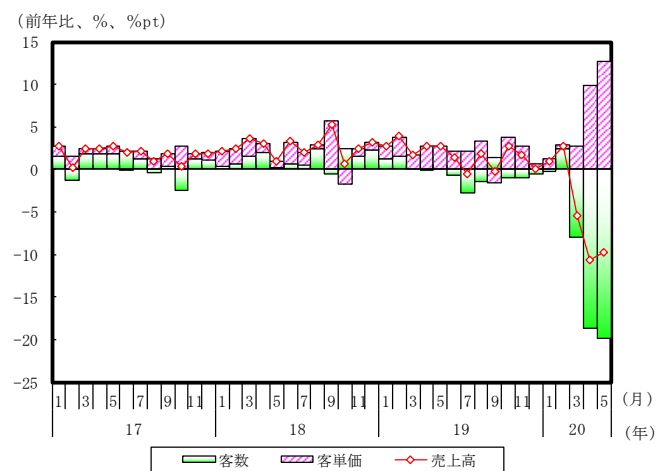
宿泊者数



(注) 宿泊日数ベース。

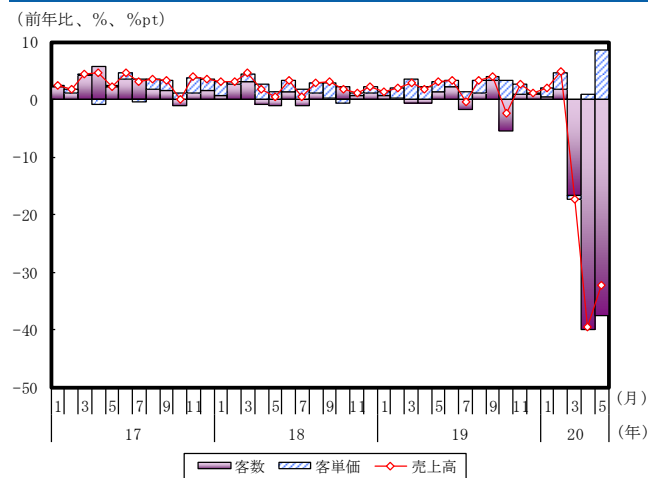
(出所) 観光庁統計より大和総研作成

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

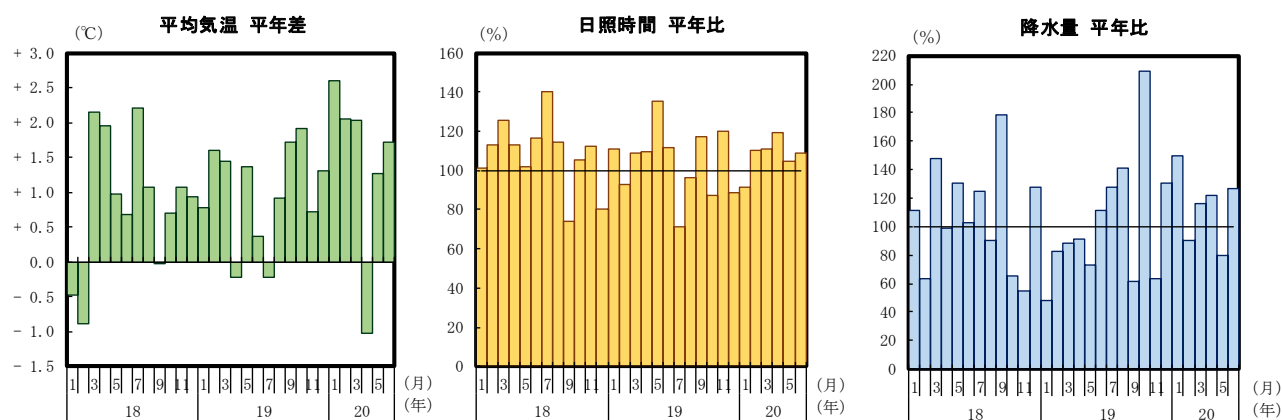
外食市場売上高



(出所) 日本フードサービス協会統計より大和総研作成

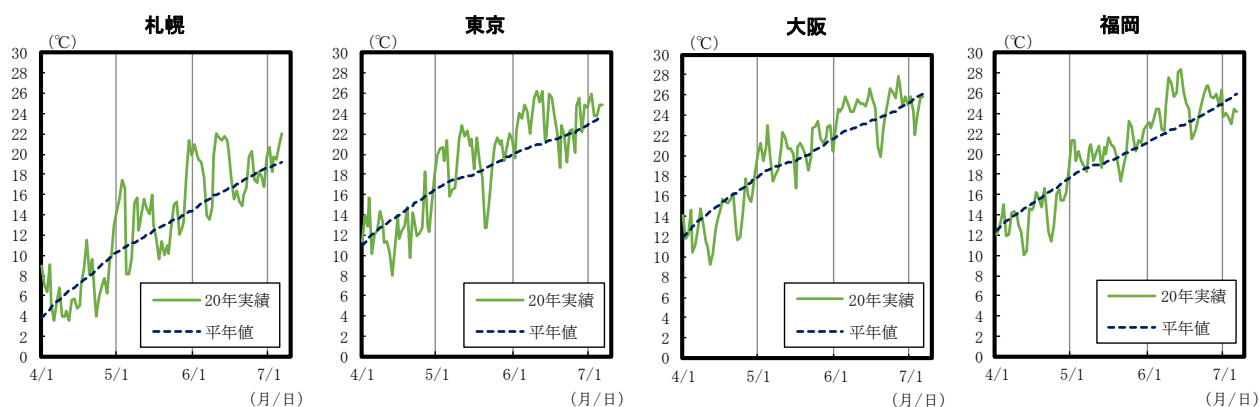
天候

全国の平均気温・日照時間・降水量



(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

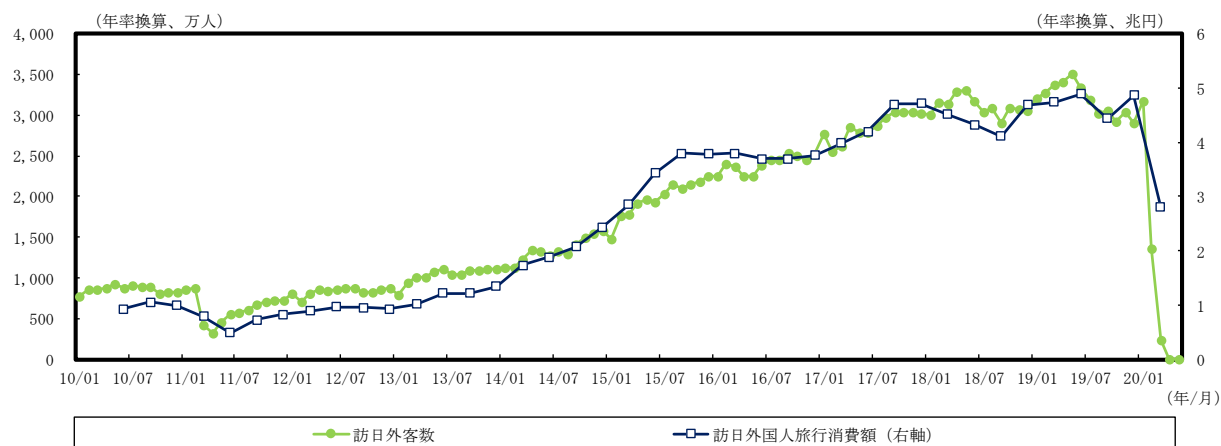
主要都市の日平均気温



(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