

2020年8月7日 全10頁

Indicators Update

2020年6月消費統計

緊急事態宣言の全面解除により大幅に増加

経済調査部 研究員 和田 恵
エコノミスト 山口 茜

[要約]

- 【6月の消費】緊急事態宣言の全面解除に伴い、需要側の家計調査、供給側の商業動態統計ともに5月から大幅な増加が見られた。特別定額給付金や、6月末で終了したキャッシュレス・ポイント還元事業の駆け込み需要などが押し上げ要因になったと考えられる。品目別では、家電やアクセサリ、腕時計などの高額品や、セールが行われた衣料品への支出が増加した。また、人出の回復に伴い、旅行・娯楽・外食関連の消費も増加したものの、コロナショック前と比較すると依然として低水準にある。
- 【7月の消費（個社データ・業界統計・POSデータ）】7月の消費は、前月の水準を下回ったとみられる。6月末で終了したキャッシュレス・ポイント還元事業関連の駆け込み需要が剥落したことや、6月にセールが前倒しで行われたこと、足元で新型コロナウイルス感染が再拡大していることなどが消費を下押しした。
- 【先行きの消費】8月以降は経済活動の再開と感染再拡大の防止のバランスを模索する中で、一進一退で推移するとみている。財消費は、特別定額給付金などが追い風となり堅調に推移すると見込まれるが、対面や移動を伴うサービス消費は、新型コロナウイルス感染再拡大の懸念から鈍い動きが続くだろう。

図表1：各種消費指標の概況（単位：％）

		2020年 2月	3月	4月	5月	6月	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 0.3	▲ 6.0	▲ 11.1	▲ 16.2	▲ 1.2
		前月比	0.8	▲ 4.0	▲ 6.2	▲ 0.1	13.0
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲ 0.8	▲ 8.2	▲ 12.3	▲ 16.9	▲ 2.2
		前月比	1.2	▲ 5.0	▲ 6.3	▲ 0.6	14.8
供給側	小売販売額	前年比	1.6	▲ 4.7	▲ 13.9	▲ 12.5	▲ 1.2
		前月比	0.5	▲ 4.6	▲ 9.9	1.9	13.1
	百貨店売上高	前年比	▲ 12.2	▲ 33.4	▲ 72.8	▲ 65.6	▲ 19.1
	コンビニエンスストア売上高	前年比	2.6	▲ 5.8	▲ 10.6	▲ 10.0	▲ 5.2
	スーパー売上高	前年比	4.1	0.8	▲ 4.5	1.3	3.4
	外食売上高	前年比	4.8	▲ 17.3	▲ 39.6	▲ 32.2	▲ 21.9
	旅行取扱高	前年比	▲ 18.9	▲ 71.4	▲ 95.5	▲ 97.6	-
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	▲ 1.0	▲ 6.0	▲ 10.1	▲ 12.0	▲ 7.3
		前月比	0.5	▲ 5.0	▲ 4.1	▲ 1.7	4.9
	消費総合指数	前月比	▲ 0.3	▲ 3.5	▲ 7.1	0.2	-

(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ヶ月ぶりに増加

2020年6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+13.0%と4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）は同+12.1%となった。

内訳を見ると、基礎的支出（前月比+7.3%：大和総研による季節調整値）、選択的支出（同+26.6%：同）ともに4ヶ月ぶりに増加した。また、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+23.6%）、半耐久財（同+45.8%）、耐久財（同+31.4%）、非耐久財（同+0.9%）と全ての項目で増加した。財消費はいずれもコロナショック前（1月）を上回ったが、サービス消費は依然として1月の水準を1割程度下回っている。サービス消費は、緊急事態宣言期間中に抑制されていた人間ドッグ等の医療費が増加したものの、宿泊費など多くの費目では感染リスクを懸念した自粛の影響により、コロナショック前の水準を大きく下回ったままである。

費目別に見ると（総務省による季節調整値）、10大費目中9費目が前月から増加した。「その他の消費支出」（前月比+16.9%）、「教養娯楽」（同+26.2%）、「食料」（同+5.8%）などが増加した。一方、「教育」（同▲3.9%）は減少した。

増加した費目では、旅行関連（宿泊料、国内パック旅行費等）、娯楽関連（入場・観覧・ゲーム代、文化施設入場料等）のほか、外食や交際費など、緊急事態宣言中に消費が大きく抑制された項目が、宣言の解除後に回復した。ただし、いずれもコロナショック前の水準を大きく下回っている。また、特別定額給付金（1人10万円の一律給付）が追い風となり、冷蔵庫や洗濯機等の家電や、アクセサリ、腕時計といった高額品消費の増加が見られた。さらに、6月はキャッシュレス・ポイント還元事業の駆け込み需要も消費全体を押し上げたと考えられる。

一方、減少した「教育」では、補習教育や私立中学校授業料等が押し下げたものの、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。家計調査の振れが大きい項目を複数の統計で補正したCTIミクロの二人以上世帯の「教育」への支出は前月比+7.8%と増加しており、実態としては6月の教育は前月から増加したと考えられる。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2019/11	2019/12	2020/1	2020/2	2020/3	2020/4	2020/5	2020/6	シェア (%)
消費支出	3.2	▲1.2	▲1.6	0.8	▲4.0	▲6.2	▲0.1	13.0	100.0
食料	2.6	▲0.9	0.7	0.4	▲1.7	▲3.5	▲1.0	5.8	27.4
住居	16.0	▲18.9	23.4	▲2.0	▲8.4	8.4	▲18.9	21.1	5.8
光熱・水道	▲1.2	▲1.1	▲2.9	0.9	3.9	6.9	0.5	1.3	7.5
家具・家事用品	9.1	▲0.5	▲2.7	24.5	▲11.7	▲0.1	10.5	23.4	4.0
被服及び履物	9.1	1.6	▲3.3	▲2.6	▲17.2	▲41.7	40.8	60.7	3.9
保健医療	3.6	1.5	▲1.4	▲0.2	▲3.2	▲1.2	▲3.3	10.9	4.8
交通・通信	5.6	0.7	▲10.3	6.0	▲1.0	▲4.1	▲9.4	11.9	14.9
教育	▲7.6	0.2	▲1.7	▲3.8	2.7	7.5	3.9	▲3.9	3.9
教養娯楽	8.6	▲1.0	▲2.7	▲2.2	▲19.9	▲12.8	▲4.7	26.2	10.5
その他の消費支出	▲4.6	▲1.6	3.8	1.5	▲7.3	▲12.2	5.3	16.9	17.3

(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

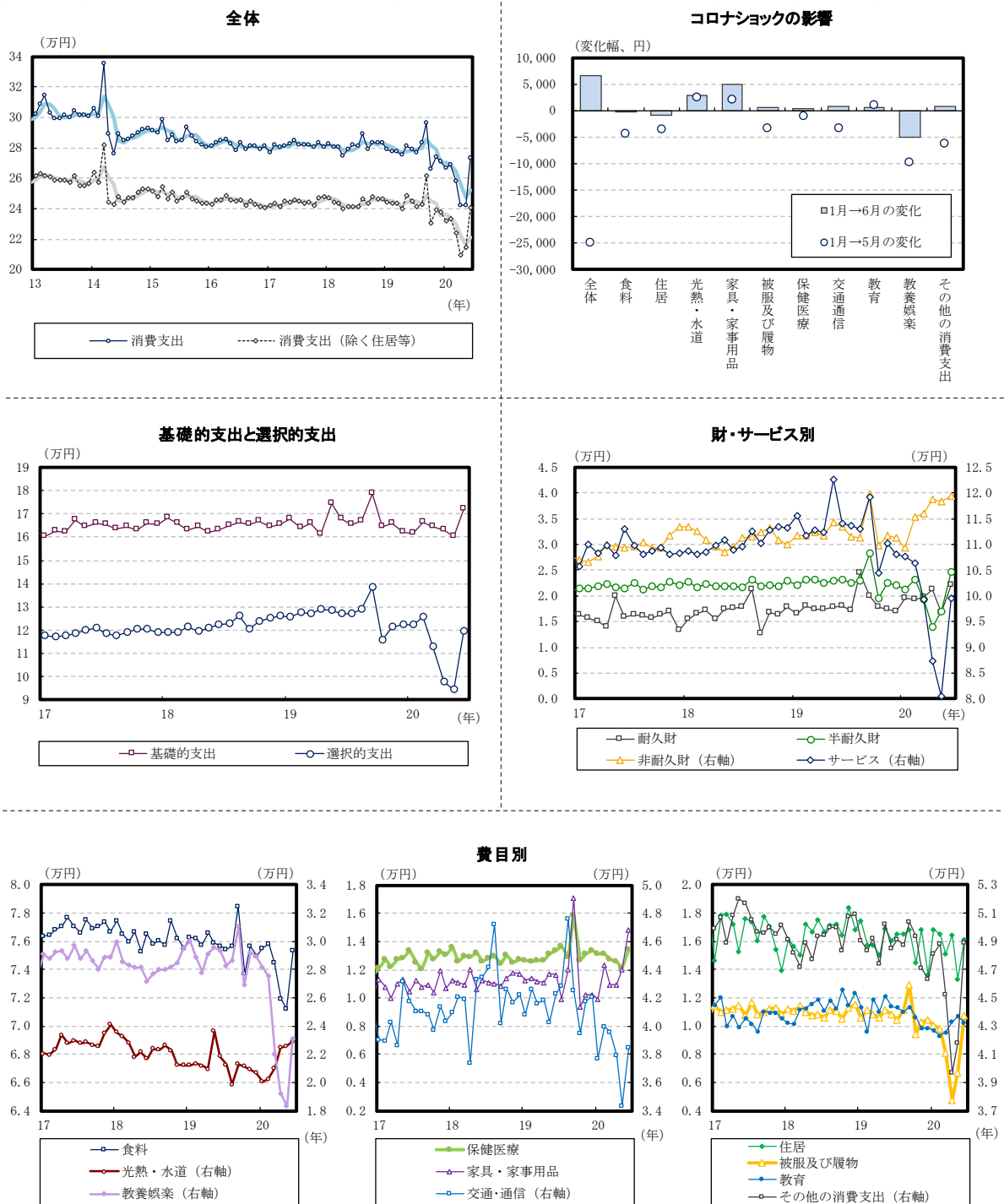
(注2) 「その他の消費支出」は名目金額指数（季節調整値）を、CPIの持家の帰属家賃を除く総合指数で実質化した値。

(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、6月の実収入は勤労者世帯で前年比+15.6%（前月：同+9.8%）、無職世帯で同+27.5%（前月：同+69.7%）と5月に続き大きく増加した。内訳を見ると、特別収入が勤労者世帯で同+1824.4%、無職世帯で同+2416.1%と増加しており、特別定額給付金等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

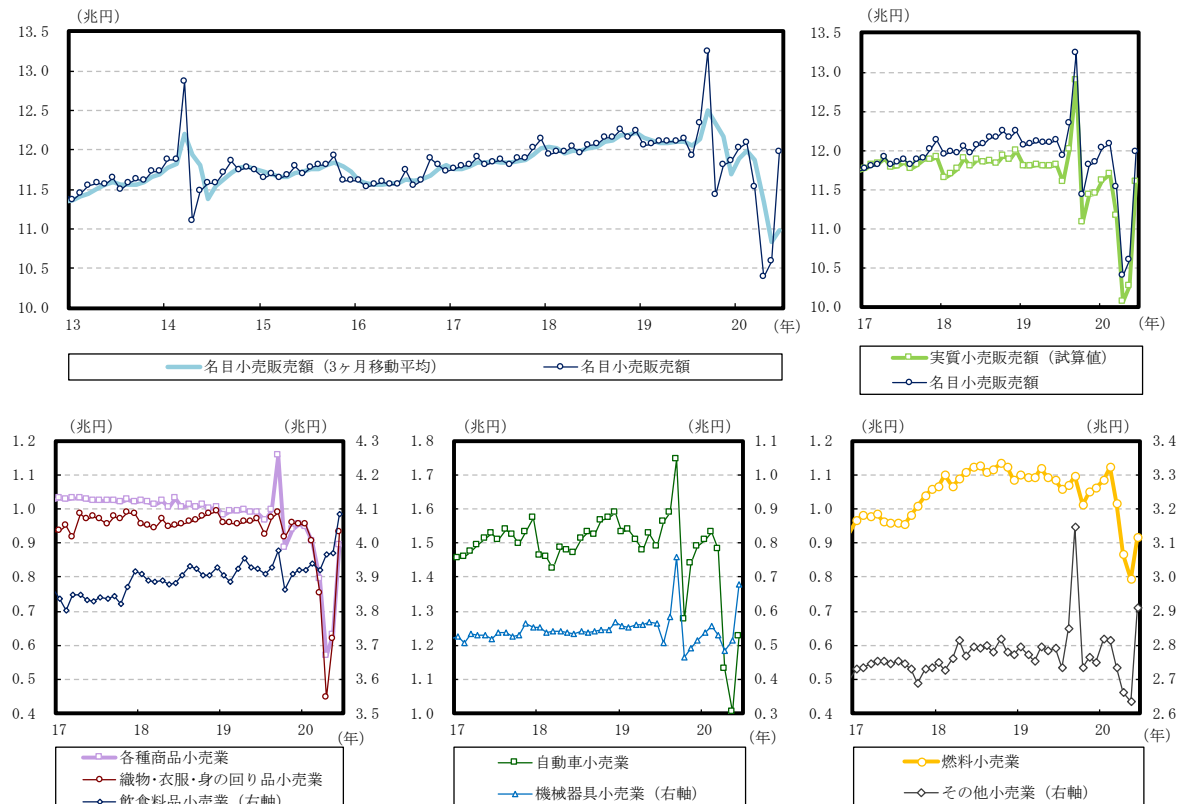
＜商業動態統計(供給側)＞アパレル・百貨店を中心に全業種で販売が増加

2020年6月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比+13.1%と2ヶ月連続で増加した(図表4、5)。なお、CPIの財指数で実質化した金額も前月から+12.9%増加した。緊急事態宣言が全面解除され、6月はほぼ全ての店舗で営業が再開されたことや、6月末で終了したキャッシュレス・ポイント還元事業の駆け込み需要のほか、気温が平年より高い日が多く(p.10)季節商品の売れ行きが好調であったことも販売を後押ししたと考えられる。また、特別定額給付金の効果もあったとみられる。

名目小売販売額を業種別に見ると、全業種で増加した。「織物・衣服・身の回り品小売業」、「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」、「各種商品小売業」等が大きく増加している。

「織物・衣服・身の回り品小売業」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。通常は月末に一斉に開始するセールを、感染防止策として前倒しで6月中旬から実施したことも販売を押し上げた。さらに、6月は平年より気温が高かったことで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。

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(%)
	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	
小売業計	3.4	0.3	1.5	0.5	▲4.6	▲9.9	1.9	13.1	100.0
各種商品小売業	5.9	1.7	▲0.6	▲4.7	▲12.2	▲28.4	10.7	42.0	8.1
織物・衣服・身の回り品小売業	4.5	▲0.5	▲0.1	▲4.9	▲17.1	▲40.4	38.4	50.7	7.6
飲食料品小売業	1.2	0.3	0.0	0.5	▲0.5	1.2	0.1	2.9	31.3
自動車小売業	13.0	3.3	1.3	1.5	▲3.2	▲23.8	▲11.1	22.1	12.5
機械器具小売業	6.4	4.5	4.7	3.2	▲4.9	▲8.2	5.6	32.2	4.3
燃料小売業	4.0	1.1	2.0	3.4	▲9.4	▲14.6	▲8.8	15.9	8.9
その他小売業	1.2	▲0.6	2.5	▲0.1	▲2.9	▲2.7	▲1.0	10.5	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

<2020年4-6月期 GDP 個人消費>前期比▲6.6%、現行統計史上最大の減少を予想

個人消費は前期比▲6.6%と、3四半期連続で減少したと予想する。4、5月は緊急事態宣言の発出による外出自粛や店舗の営業自粛が全国的に広がり、旅行や娯楽、外食をはじめとする不要不急の消費が抑制された。6月は、前述した通り急回復したものの、4-6月期の個人消費は前期比ベースで現行統計史上最大の減少率になったとみられる。

実質 GDP 全体では先日公表したレポート¹の通り、前期比年率▲27.3%（前期比▲7.7%）と、3四半期連続でマイナス成長になったと予想する。リーマン・ショック後の2009年1-3月期に記録した同▲17.8%を超え、現行統計史上最大の減少率となる見込みだ。

<先行き>財消費が堅調に推移する一方、サービス消費は鈍い動きが続く

7月の個人消費は、6月より低い水準であったとみられる。6月末で終了したキャッシュレス・ポイント還元事業関連の駆け込み需要が剥落したことや、6月にセールが前倒しで行われたことが消費を下押ししたと想定される。また、新型コロナウイルスが感染再拡大や天候不順による外出の減少も下押し要因となったと考えられる。

8月以降は経済活動の再開と感染再拡大の防止のバランスを模索する中で、一進一退で推移するとみている。財消費は、特別定額給付金などが追い風となり堅調に推移すると見込まれるが、対面や移動を伴うサービス消費は、感染再拡大への懸念から鈍い動きが続くだろう。

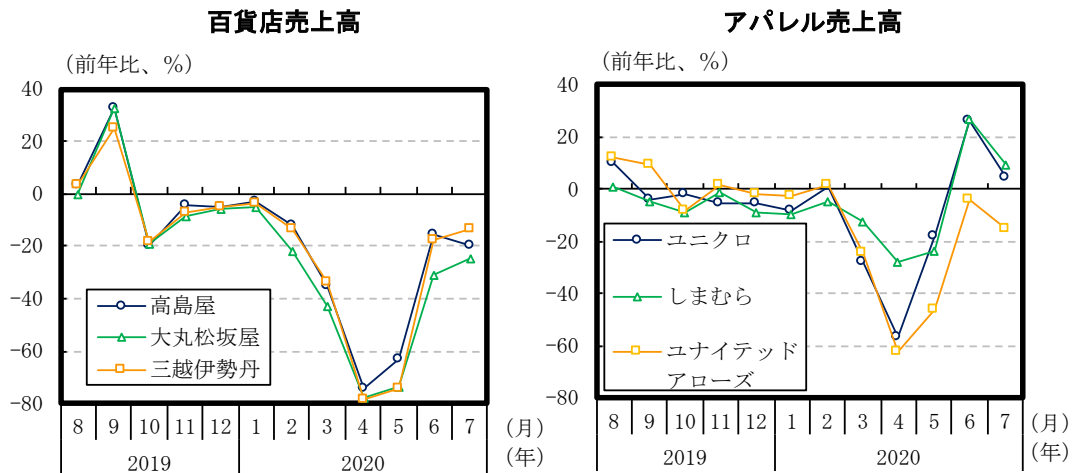
また、特別定額給付金などの政策効果が剥落した後は、雇用・所得環境の悪化が顕在化することが懸念される。ただし、家計の貯蓄は活動自粛による消費の抑制と各種給付金による所得の大幅増で積み上がっているため、短期的には消費の腰折れは避けられるだろう。

¹ 山口茜・神田慶司「[2020年4-6月期 GDP（1次速報）予測～前期比年率▲27.3%予想](#)」（2020年8月3日、大和総研レポート）

<トピック> 個社データ・業界統計・POS データで先取りする 7 月の消費²

- ◆【百貨店】大手 3 社の 7 月既存店売上高は前年比 2 割減程度と、減少率は概ね 6 月並み。
- ◆【アパレル】7 月既存店売上高の前年比変化率は、セール前倒しの影響もあり 6 月からは低下。

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。

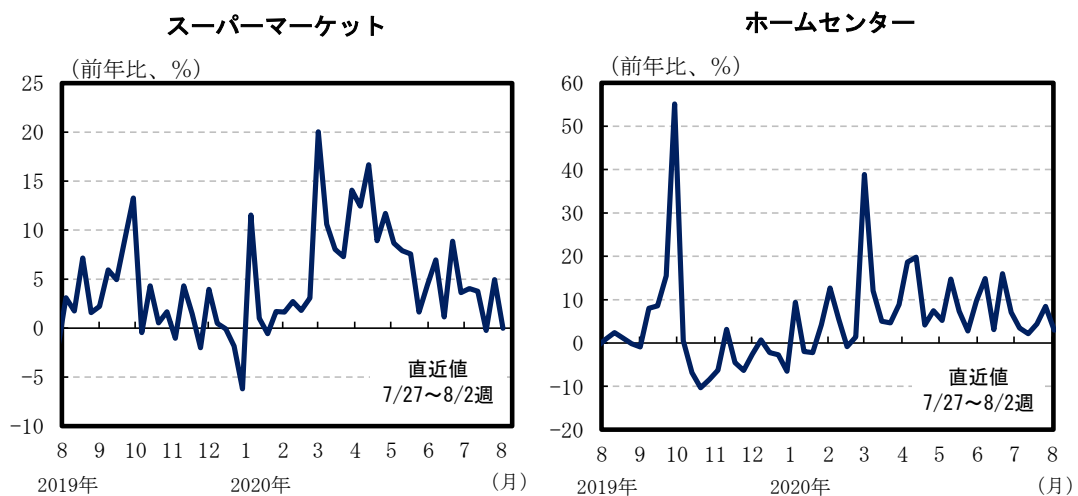
(注2) アパレル：既存店ベース。ユニクロとユナイテッドアローズはネット通販を含む数値。

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

- ◆【スーパー】7月の売上は前年比+3%前後と、6月（同+5%前後）から小幅に低下したものの主力の食品売上（同+5%前後）には大きな変化が見られず。
- ◆【ホームセンター】7月の売上は前年比+5%前後と、伸び率は6月（同+10%前後）を下回ったものの、依然としてプラス圏を維持。

図表 7：スーパーマーケット・ホームセンターの売上高



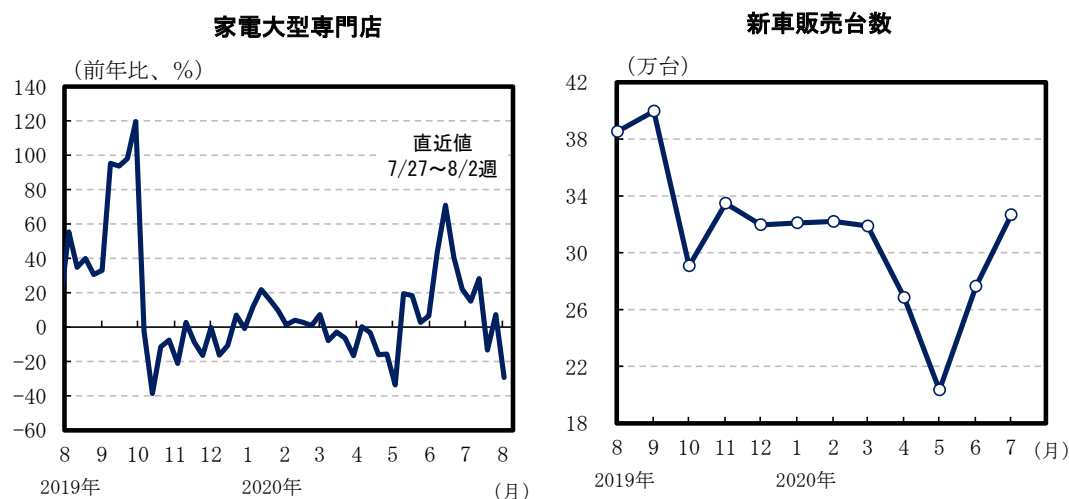
(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

² 詳しくは、山口茜・和田恵「消費データブック (8/5号)」(2020年8月7日)を参照。

- ◆ 【家電】7月の大手家電量販店の売上は前年比+10%前後と6月からは減速したものの、特別定額給付金等の効果から堅調に推移。エアコン販売は気温の低さが影響して不振だったものの、それ以外の品目は6月に続き好調。
- ◆ 【自動車】7月の新車販売台数は6月から5.0万台増加し（大和総研による季節調整値）、コロナショック前の水準まで回復。

図表8：家電・自動車の売上高



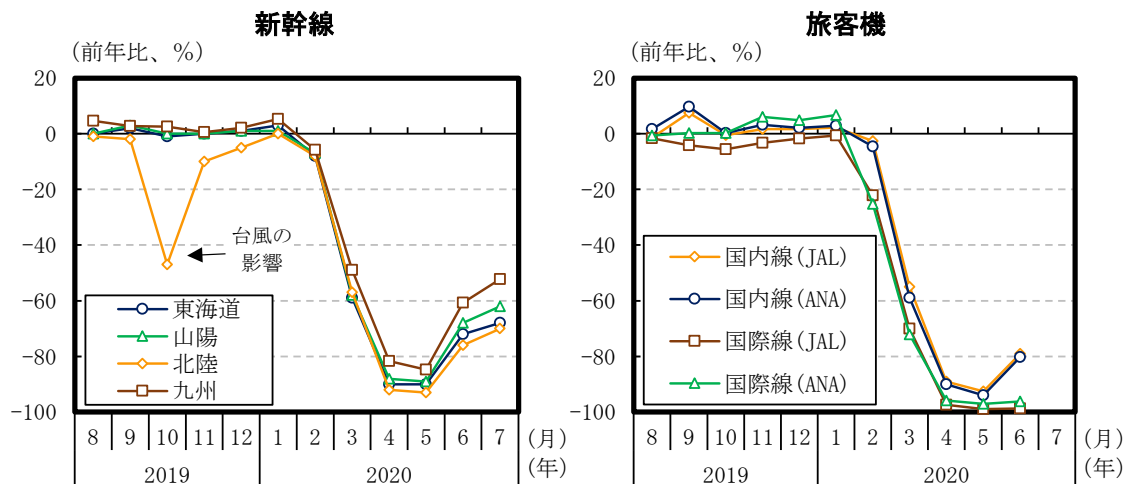
(注1) 家電大型専門店：METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。

(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】7月の輸送量は前年比5~7割減程度と、減少幅は6月から僅かに改善。
- ◆ 【旅客機】ANAグループでは、7月は国内線の約5割、国際線の約9割が運休した。8月はANA、JAL両グループで国内線は約1割、国際線は約9割が運休する予定。

図表9：新幹線・旅客機の利用状況



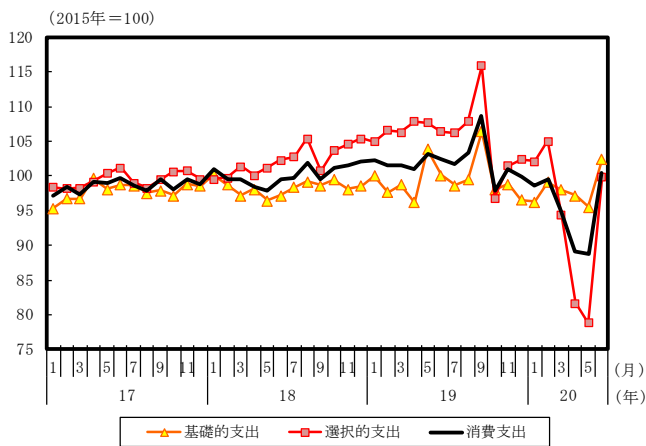
(注1) 新幹線の7月分は、九州が25日まで、その他は月末まで。

(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

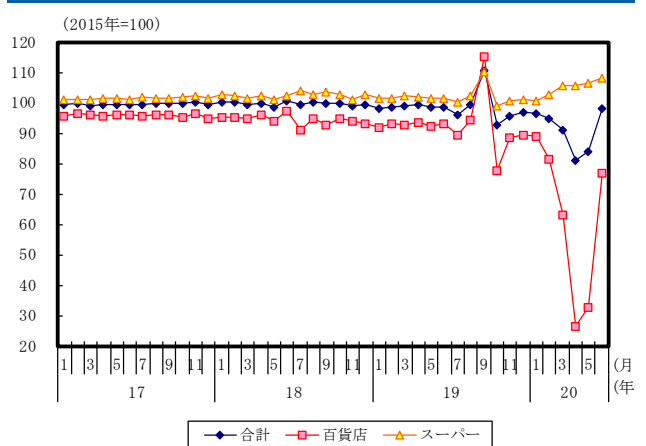
消費・概況

基礎的支出と選択的支出



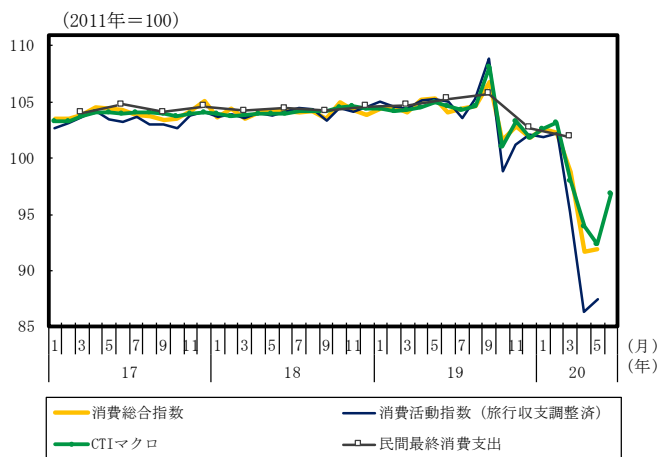
(注) 名目ベース。基礎的支出、選択的支出は大和総研による季節調整値。
(出所) 総務省統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



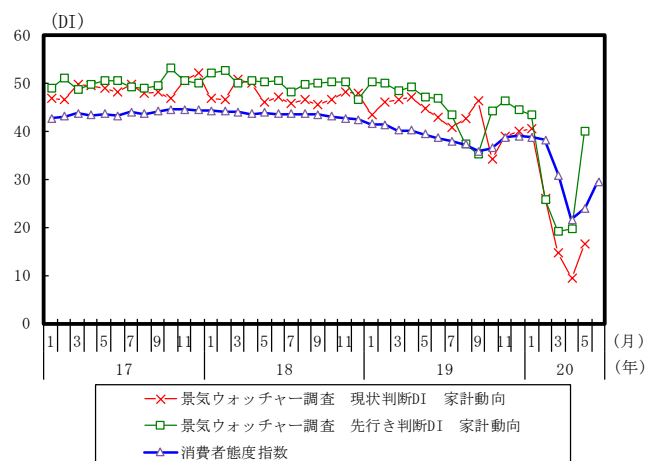
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



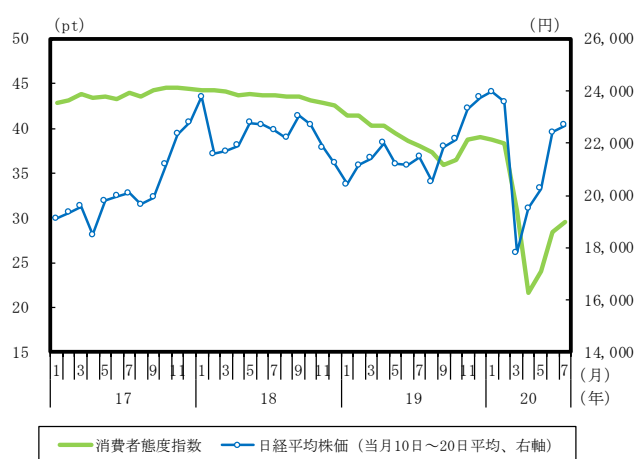
(注) CTIマクロは、2011年が100となるように変換している。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



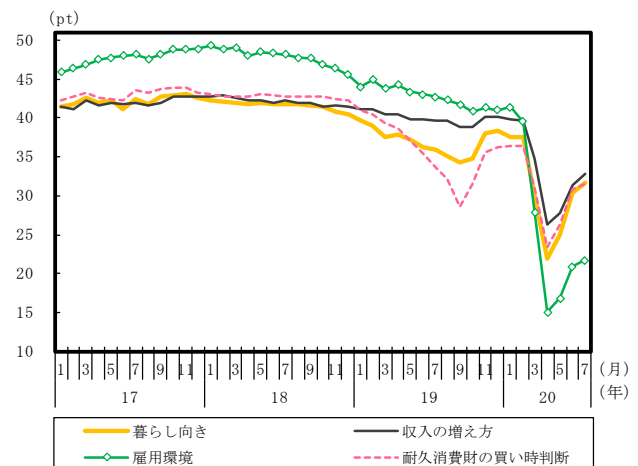
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

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

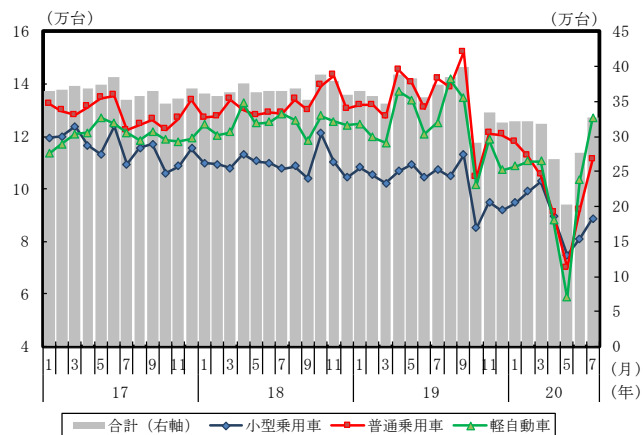
消費者意識指標



(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

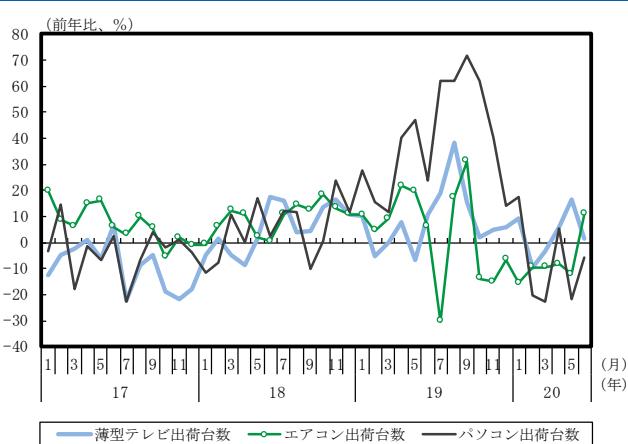
消費・協会統計

新車販売台数



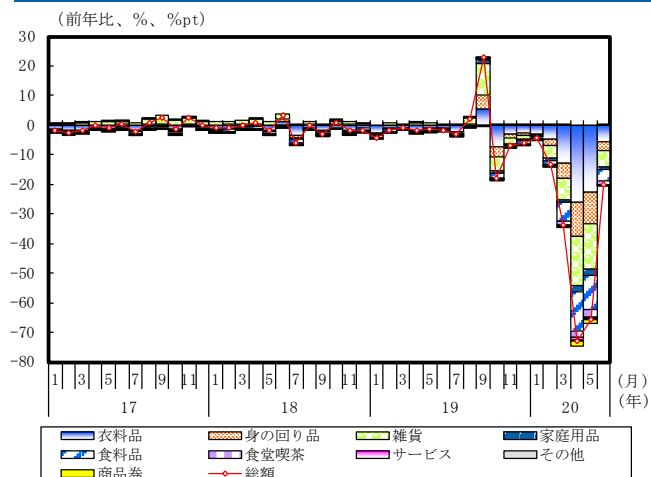
(注) 季節調整は大和総研。個別に季節調整をかけているため、各項目を足し合わせても「合計」と完全には一致しない。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ、エアコン、パソコンの出荷台数



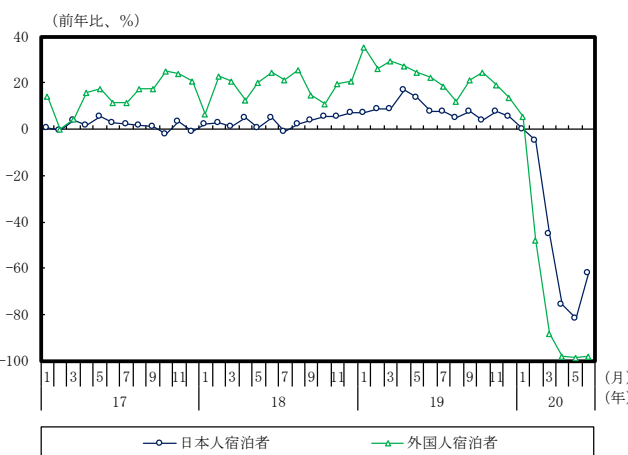
(出所) JRAIA、JEITA統計より大和総研作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



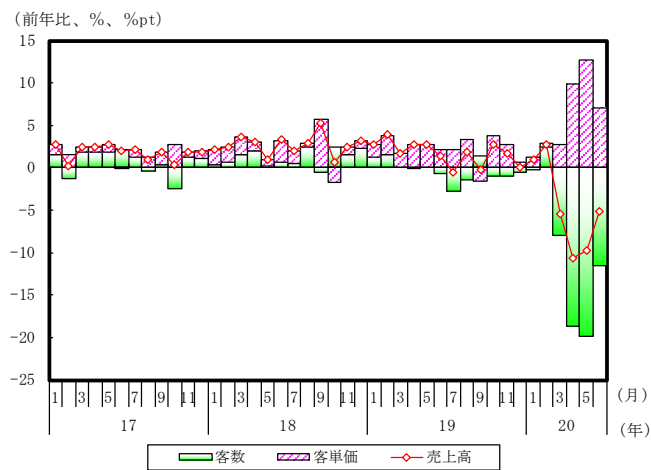
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

宿泊者数



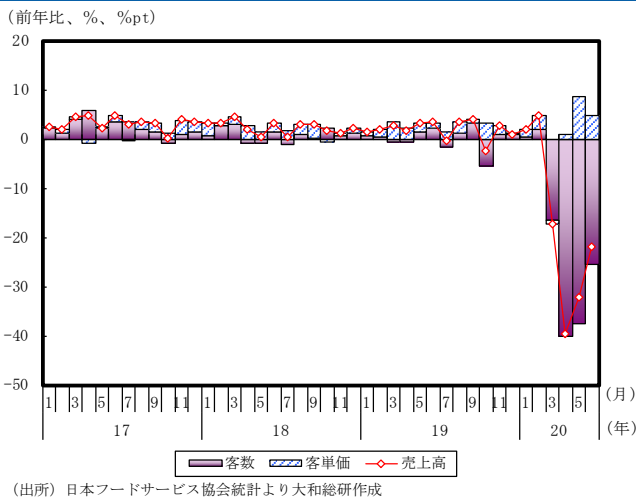
(注) 宿泊日数ベース。
(出所) 観光庁統計より大和総研作成

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

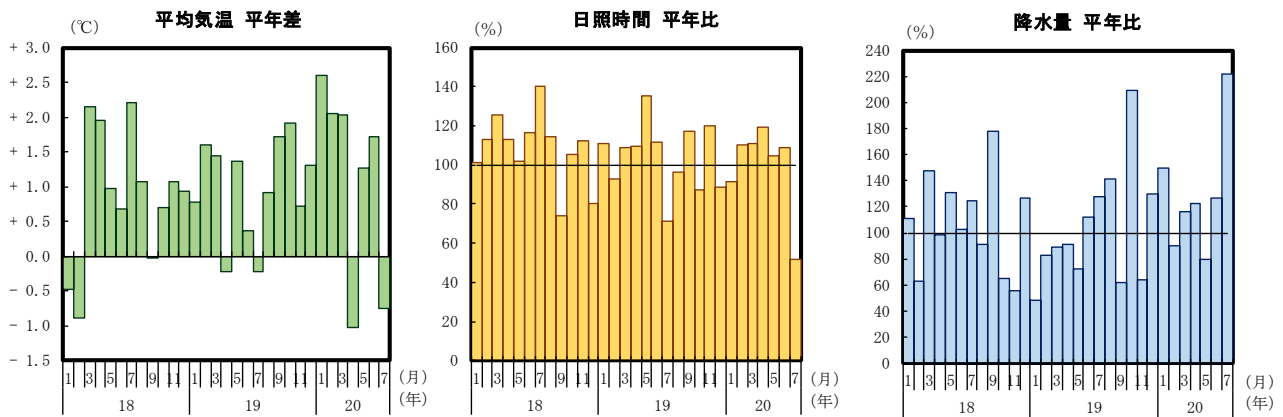
外食市場売上高



(出所) 日本フードサービス協会統計より大和総研作成

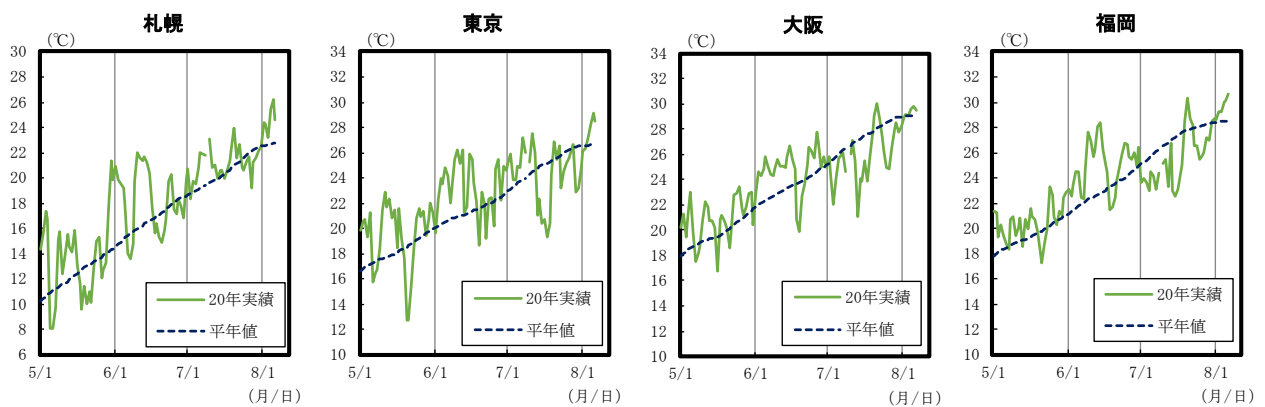
天候

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

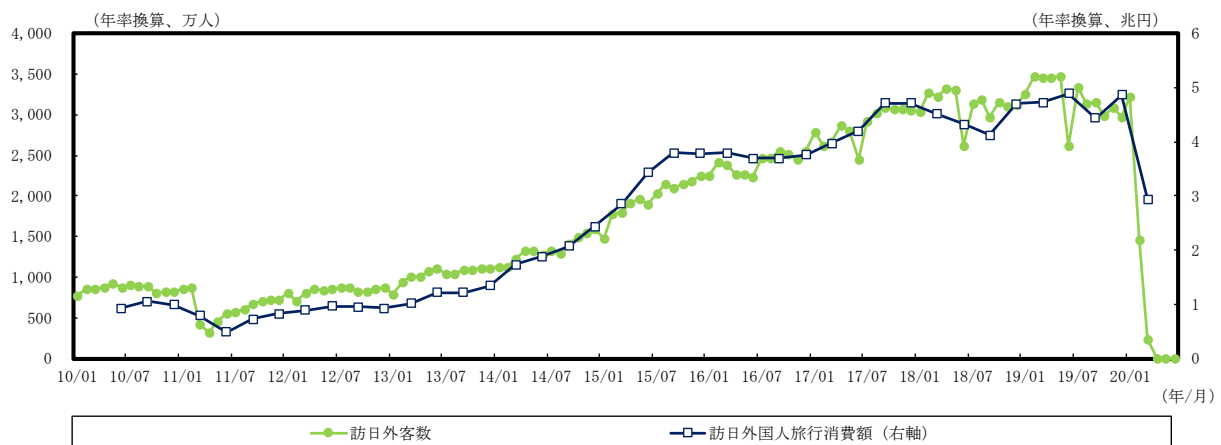
主要都市の日平均気温



(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 (JNTO)、観光庁統計より大和総研作成