

2020年9月8日 全9頁

## Indicators Update

## 2020年7月消費統計

「リベンジ消費」の一服などにより幅広い品目で消費が減少

経済調査部 研究員 和田 恵  
エコノミスト 山口 茜

## [要約]

- 【7月の消費】7月の消費は財・サービスともに6月から減少した。緊急事態宣言の全面解除に伴い6月に本格化した「リベンジ消費」の一服や、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効果の剥落、さらに天候不順や新型コロナウイルス感染再拡大による外出の自粛が押し下げ要因になったと考えられる。幅広い品目で減少が見られたが、特にエアコンや衣類等の季節商品が不振であった。
- 【8月の消費（個社データ・業界統計・POSデータ）】8月の消費は7月から小幅に減少したとみられる。財消費は業態によってまちまちな結果が見込まれる。他方、サービス消費は感染拡大地域からの帰省の自粛等が影響し、7月から小幅に減少したとみられる。
- 【先行きの消費】9月以降は社会経済活動と感染拡大防止のバランスを模索する中で、振れを伴いながらも緩やかに増加するとみている。財消費は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。

図表1：各種消費指標の概況（単位：％）

		2020年 3月	4月	5月	6月	7月			
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 6.0	▲ 11.1	▲ 16.2	▲ 1.2	▲ 7.6	総務省、二人以上世帯	
		前月比	▲ 4.0	▲ 6.2	▲ 0.1	13.0	▲ 6.5		
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲ 8.2	▲ 12.3	▲ 16.9	▲ 2.2	▲ 7.2		総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 5.0	▲ 6.3	▲ 0.6	14.8	▲ 6.2		
供給側	小売販売額	前年比	▲ 4.7	▲ 13.9	▲ 12.5	▲ 1.3	▲ 2.8	経済産業省	
		前月比	▲ 4.6	▲ 9.9	1.9	13.1	▲ 3.3		
	百貨店売上高	前年比	▲ 33.4	▲ 72.8	▲ 65.6	▲ 19.1	▲ 20.3		日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	▲ 5.8	▲ 10.6	▲ 10.0	▲ 5.2	▲ 7.4		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	0.8	▲ 4.5	1.3	3.4	2.6		日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	▲ 17.3	▲ 39.6	▲ 32.2	▲ 21.9	▲ 15.0		日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	▲ 71.4	▲ 95.5	▲ 97.6	▲ 92.9	-		観光庁
	需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	▲ 7.4	▲ 12.9	▲ 14.4	▲ 6.8		▲ 4.3
前月比			▲ 6.4	▲ 5.6	▲ 1.2	8.7	2.4		
消費総合指数		前月比	▲ 3.8	▲ 7.5	▲ 2.1	9.4	-	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）> 「リベンジ消費」の一服、天候不順等が消費を下押し

2020年7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▲6.5%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）は同▲5.2%であった。

内訳を見ると、基礎的支出（前月比▲5.6%：大和総研による季節調整値）、選択的支出（同▲9.1%：同）ともに2ヶ月ぶりに減少した。また、財・サービス別（大和総研による季節調整値）では、耐久財（同▲26.2%）、半耐久財（同▲18.8%）、非耐久財（同▲3.2%）、サービス（同▲3.2%）と全ての項目で減少した。

6月は緊急事態宣言の全面解除に伴い、財消費・サービス消費ともに急回復したものの、7月に入り、その動き（「リベンジ消費」）が一服したとみられる。また、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効果の剥落も影響した。さらに、天候不順（p.9）や新型コロナウイルス感染再拡大による外出の自粛も消費を下押しした。これらを背景に、7月の消費は幅広い品目で減少が見られた。

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。「交通・通信」（前月比▲10.6%）、「その他の消費支出」（同▲7.2%）、「家具・家事用品」（同▲22.3%）などが減少した一方、「教育」（同+8.7%）、「保健医療」（同+6.1%）は増加した。

「交通・通信」では、自動車購入費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。商業動態統計（p.4）や業界統計（p.7）を見ると、7月の自動車等販売は実際には増加したと考えられる。また、「家具・家事用品」ではエアコンが押し下げに寄与した。これは、梅雨明けの遅れと気温の低さが影響したとみられる。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2019/12	2020/1	2020/2	2020/3	2020/4	2020/5	2020/6	2020/7	シェア (%)
消費支出	▲1.2	▲1.6	0.8	▲4.0	▲6.2	▲0.1	13.0	▲6.5	100.0
食料	▲0.9	0.7	0.4	▲1.7	▲3.5	▲1.0	5.8	▲3.0	27.4
住居	▲18.9	23.4	▲2.0	▲8.4	8.4	▲18.9	21.1	▲9.4	5.8
光熱・水道	▲1.1	▲2.9	0.9	3.9	6.9	0.5	1.3	▲3.8	7.5
家具・家事用品	▲0.5	▲2.7	24.5	▲11.7	▲0.1	10.5	23.4	▲22.3	4.0
被服及び履物	1.6	▲3.3	▲2.6	▲17.2	▲41.7	40.8	60.7	▲22.4	3.9
保健医療	1.5	▲1.4	▲0.2	▲3.2	▲1.2	▲3.3	10.9	6.1	4.8
交通・通信	0.7	▲10.3	6.0	▲1.0	▲4.1	▲9.4	11.9	▲10.6	14.9
教育	0.2	▲1.7	▲3.8	2.7	7.5	3.9	▲3.9	8.7	3.9
教養娯楽	▲1.0	▲2.7	▲2.2	▲19.9	▲12.8	▲4.7	26.2	▲3.2	10.5
その他の消費支出	▲1.6	3.8	1.5	▲7.3	▲12.2	5.3	16.9	▲7.2	17.3

(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

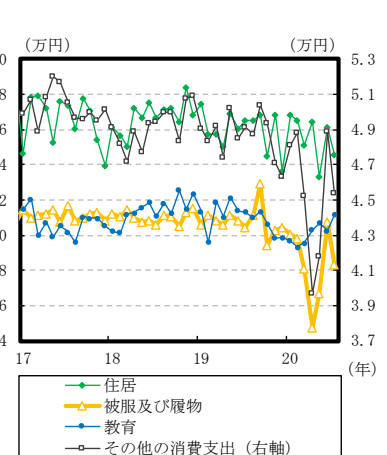
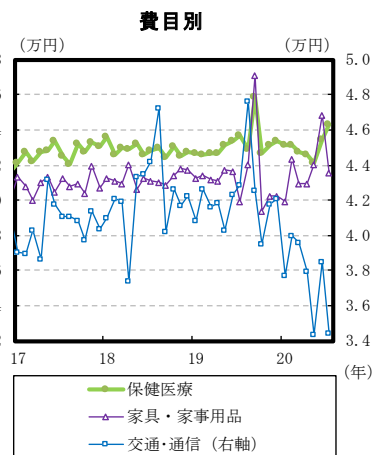
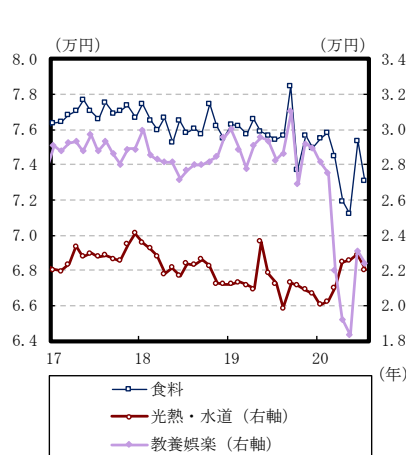
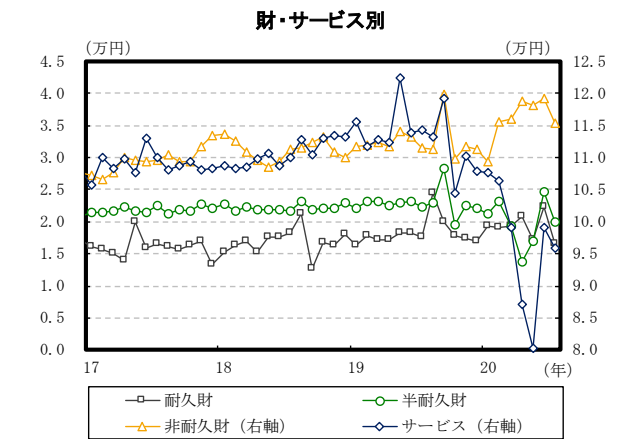
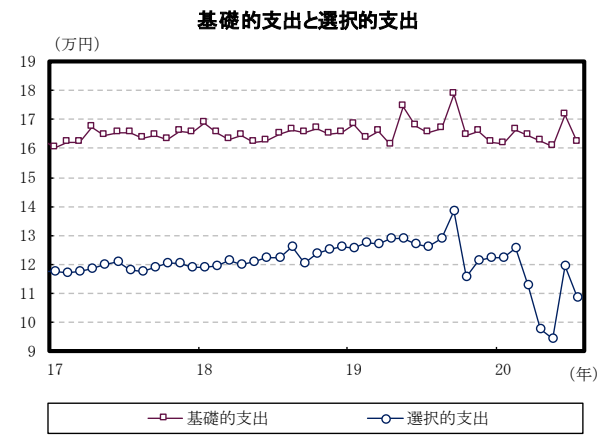
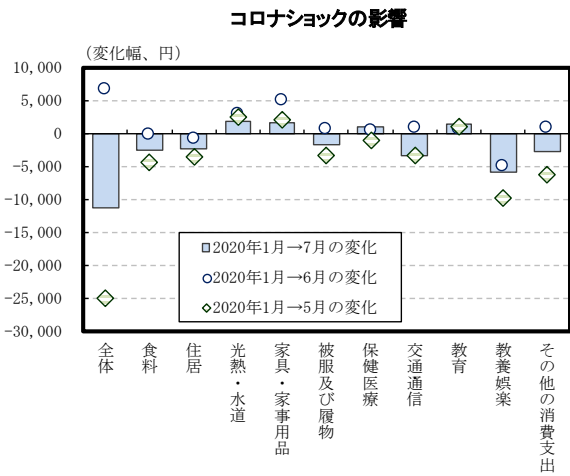
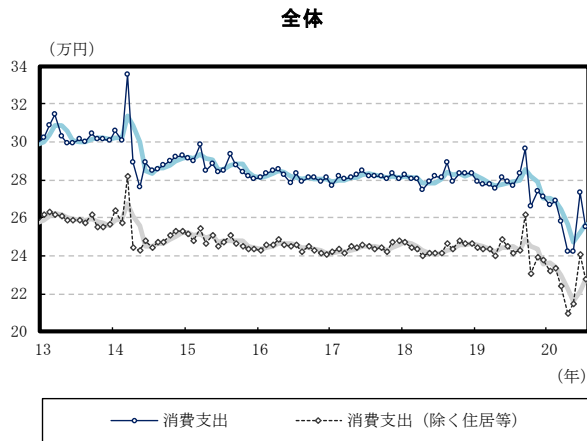
(注2) 「その他の消費支出」は名目金額指数（季節調整値）を、CPIの持家の帰属家賃を除く総合指数で実質化した値。

(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、7月の実収入は勤労者世帯で前年比+9.2%（前月：同+15.6%）、無職世帯で同+82.1%（前月：同+27.5%）と6月に続き増加した。内訳を見ると、特別収入が勤労者世帯で同+751.8%、無職世帯で同+902.8%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。なお、総務省によると、特別定額給付金は7月末時点で予算額の96.8%の給付が完了した。

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

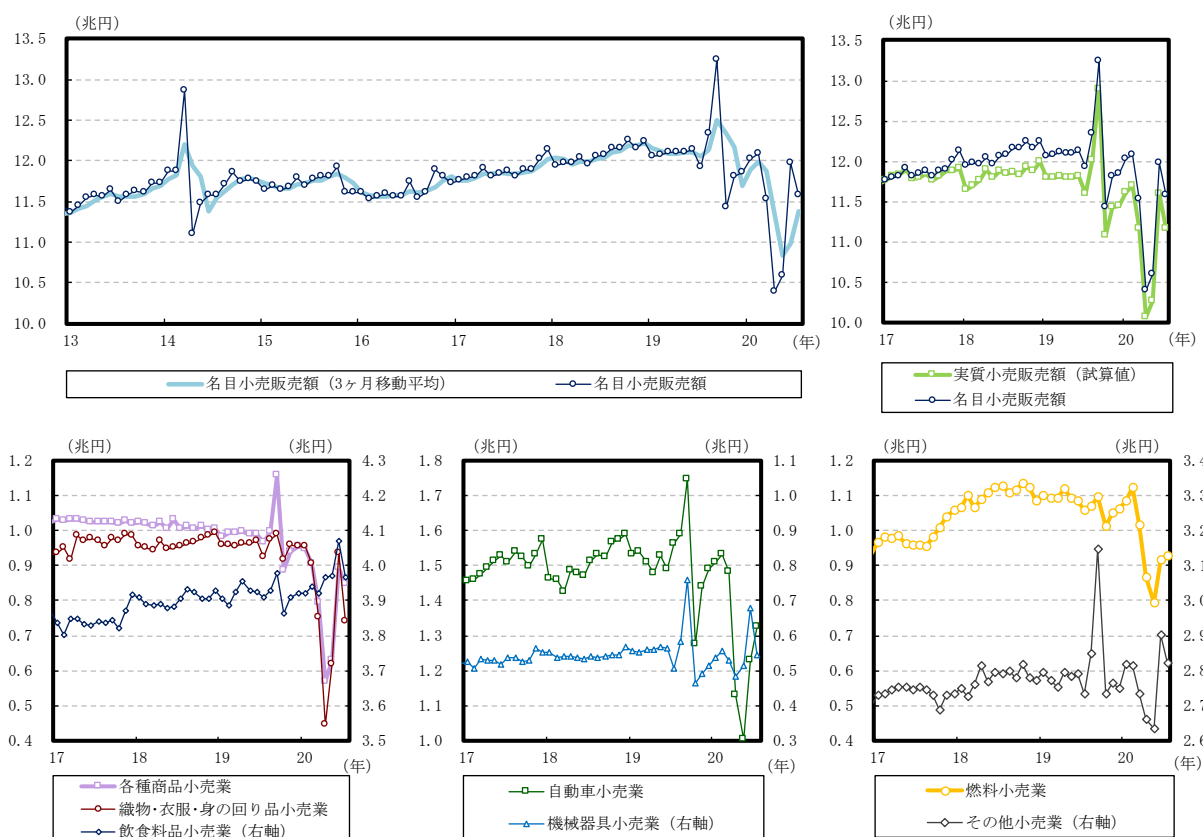
## ＜商業動態統計(供給側)＞アパレル・家電量販店等の売上が前月から大きく減少

2020年7月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比▲3.3%と3ヶ月ぶりに減少した(図表4、5)。なお、CPIの財指数で実質化した金額も前月から▲3.7%減少した。前述した家計調査と同様に、「リベンジ消費」の一服や、キャッシュレス・ポイント還元事業の駆け込み需要の反動減に加え、天候不順(p.9)による客数の減少と季節商品販売の苦戦が下押ししたとみられる。また、大型連休があった7月下旬に、新型コロナウイルス感染再拡大が重なり、都心を中心に外出が抑制されたことも小売販売額の減少に寄与した。

名目小売販売額を業種別に見ると、7業種中5業種で減少した。「織物・衣服・身の回り品小売業」(前月比▲20.9%)、「機械器具小売業」(同▲19.7%)等が大きく減少した一方、「自動車小売業」(同+7.8%)等は増加した。

「織物・衣服・身の回り品小売業」では、通常は6月末に一斉に開始するセールを6月中旬に前倒したことも7月の販売額を押し下げた。「機械器具小売業」では、特別定額給付金等の下支え効果はあるものの、特にエアコンの販売が不振だったとみられる。

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 12月	2020年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	シェア(%)
小売業計	0.3	1.5	0.5	▲4.6	▲9.9	1.9	13.1	▲3.3	100.0
各種商品小売業	1.7	▲0.6	▲4.7	▲12.2	▲28.4	10.7	42.2	▲5.2	8.1
織物・衣服・身の回り品小売業	▲0.5	▲0.1	▲4.9	▲17.1	▲40.4	38.4	51.3	▲20.9	7.6
飲食料品小売業	0.3	0.0	0.5	▲0.5	1.2	0.1	2.6	▲2.6	31.3
自動車小売業	3.3	1.3	1.5	▲3.2	▲23.8	▲11.1	22.4	7.8	12.5
機械器具小売業	4.5	4.7	3.2	▲4.9	▲8.2	5.6	32.5	▲19.7	4.3
燃料小売業	1.1	2.0	3.4	▲9.4	▲14.6	▲8.8	15.5	1.5	8.9
その他小売業	▲0.6	2.5	▲0.1	▲2.9	▲2.7	▲1.0	10.2	▲2.8	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

## <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

個社データや POS データ等を基に判断すると (pp.6-7)、8月の個人消費は7月から小幅に減少したとみられる。財に関しては、業態によってまちまちな結果となろう。8月の小売売上は、家電量販店やホームセンターでは7月から増加した一方、自動車小売業では減少したと見込まれる。また、百貨店やスーパーの売上は7月と同程度であろう。他方、サービス消費は小幅に減少したとみられる。7月22日に「Go To トラベルキャンペーン」が開始されたものの、お盆休み期間においても、感染拡大地域からの帰省の自粛や、学校の夏休み期間の短縮が影響し、新幹線や旅客機などの旅行関連需要の刺激効果は限定的だった。

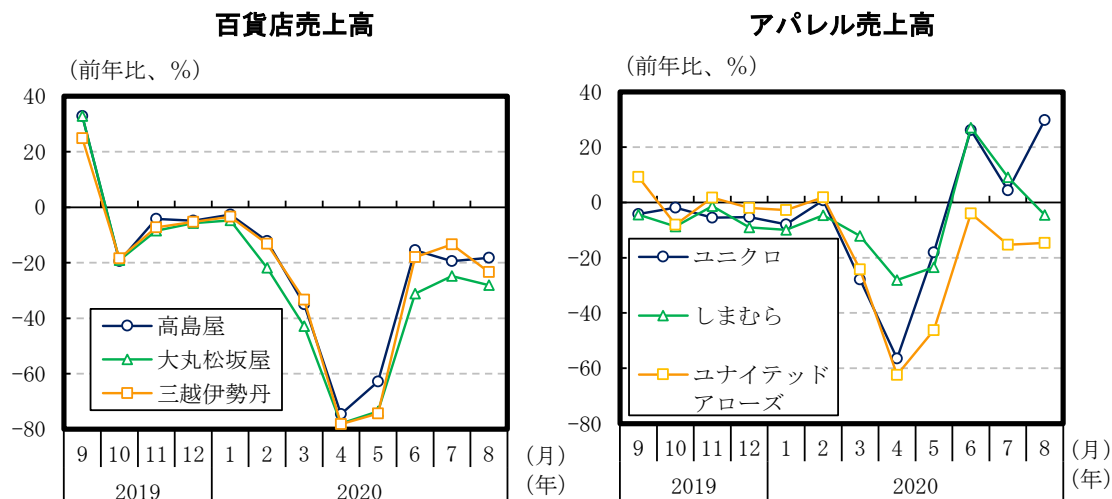
9月以降の消費は社会経済活動と感染拡大防止のバランスを模索する中で、振れを伴いながらも緩やかに増加するとみている。財消費は、特別定額給付金などが追い風となり堅調に推移すると見込まれるが、対面や移動を伴うサービス消費は、感染の恐れから鈍い動きが続くだろう。

また、今後の景気回復の足取りは重いことを見込まれる中、雇用・所得環境の更なる悪化が懸念される。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。そのため、貯蓄を取り崩して消費水準を保つことが以前よりも容易になった。そのため、短期的にはそれによる消費の腰折れは避けられるだろう。

## <トピック> 個社データ・業界統計・POS データで先取りする 8 月の消費<sup>1</sup>

- ◆【百貨店】大手 3 社の 8 月既存店売上高は前年比 2~3 割減程度と、減少率は概ね 7 月並み。
- ◆【アパレル】8 月既存店売上高の前年比伸び率は、しまむらは 7 月から低下、ユニクロとユナイテッドアローズは概ね 7 月並み。ユニクロは夏物商品やマスクが好調で 7 月から上昇。

### 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。

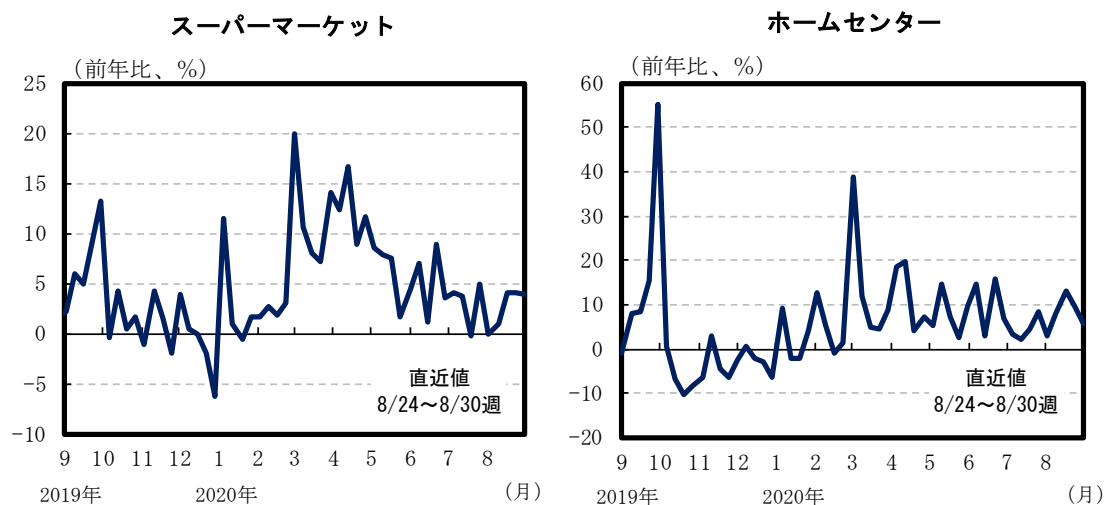
(注2) アパレル：既存店ベース。ユニクロとユナイテッドアローズはネット通販を含む数値。

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】8月の売上伸び率は前年比+3%前後と、主力の食品（同+5%前後）とともに概ね 7 月並み。
- ◆【ホームセンター】8月の売上伸び率は、前年比+10%前後と 7 月（同+5%前後）から加速。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



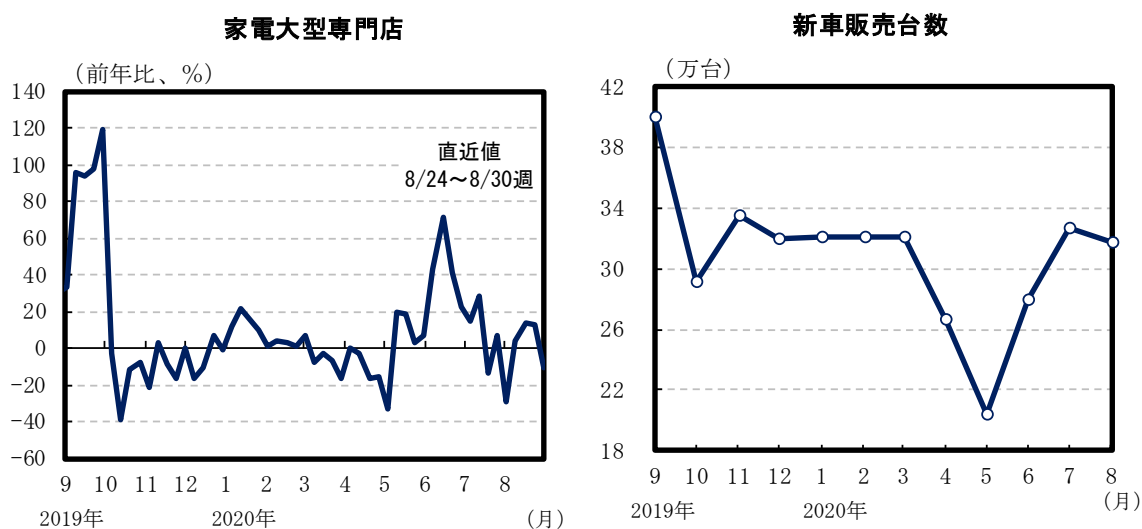
(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

<sup>1</sup> 詳しくは、山口茜・和田恵「消費データブック (9/7号)」(2020年9月7日、大和総研レポート)を参照。

- ◆【家電】8月の大手家電量販店の売上伸び率は前年比+3.8%と7月（同+2.0%）から小幅に上昇。猛暑でエアコン販売が好調だったこと等が全体を押し上げ。
- ◆【自動車】8月の新車販売台数は7月から1.0万台減少（大和総研による季節調整値）。

図表8：家電・自動車の売上高



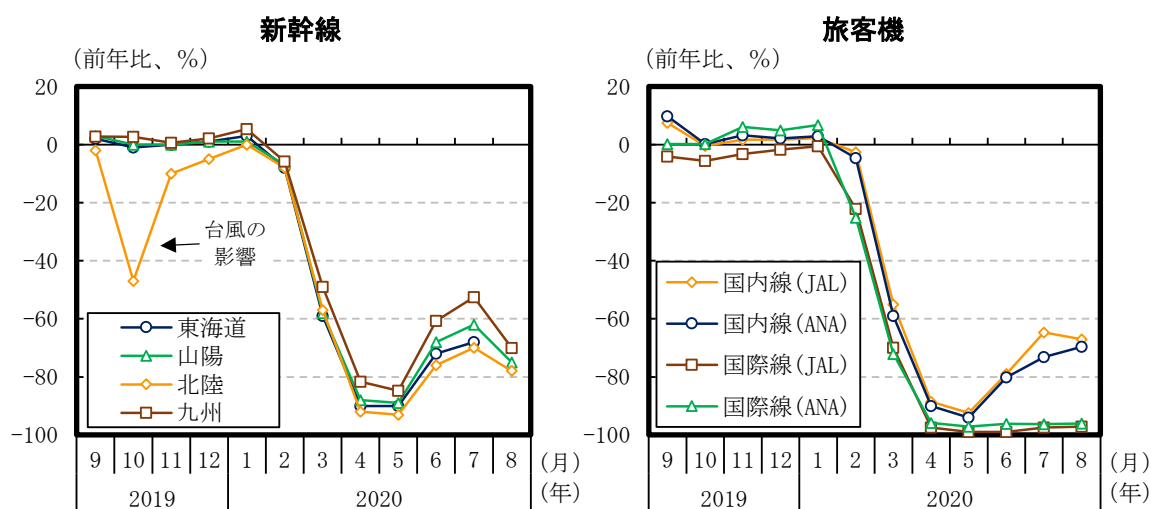
(注1) 家電大型専門店：METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。

(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】8月の輸送量は前年比7~8割減程度と7月（同5~7割減程度）から悪化。
- ◆【旅客機】ANA、JAL両グループの8月の輸送量は、国内線で前年比7割減程度、国際線で同95%減程度。9月は国内線の約4~5割、国際線の約9割が運休予定。

図表9：新幹線・旅客機の利用状況



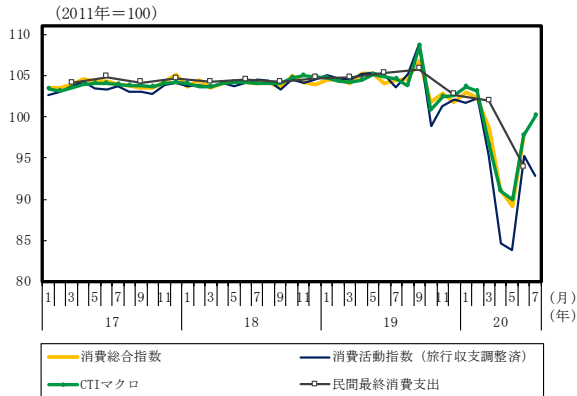
(注1) 新幹線の8月分は九州が24日まで、東海道が26日まで、その他は28日まで。

(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

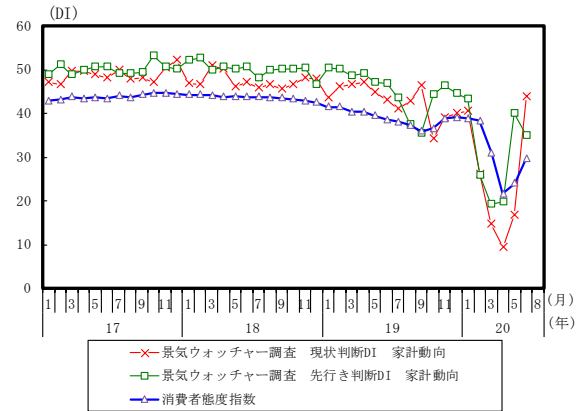
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



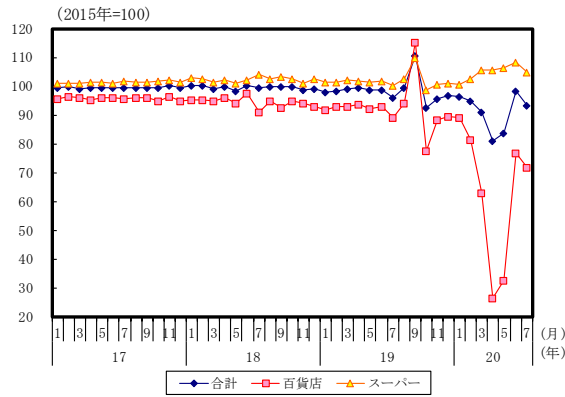
(注) CTIマクロは、2011年が100となるように変換している。  
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



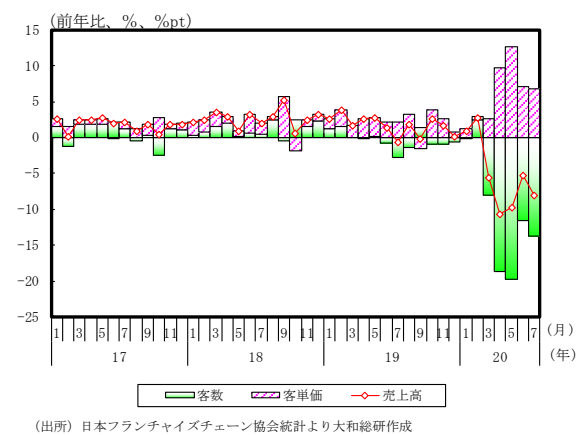
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



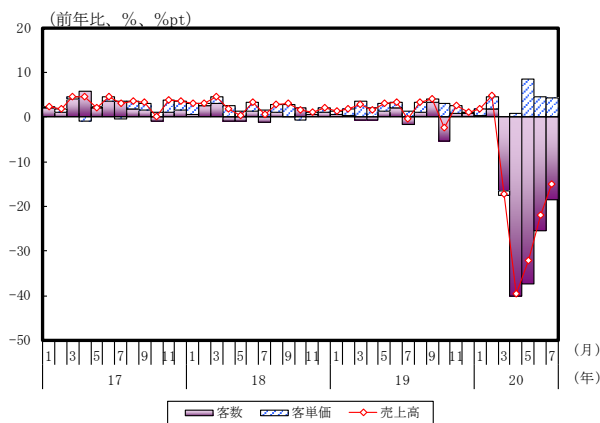
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



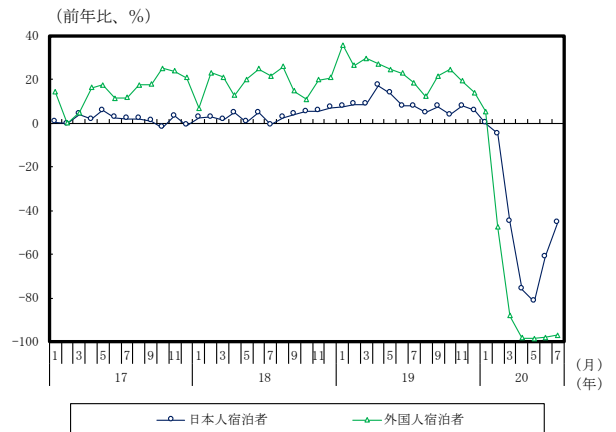
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

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

宿泊者数

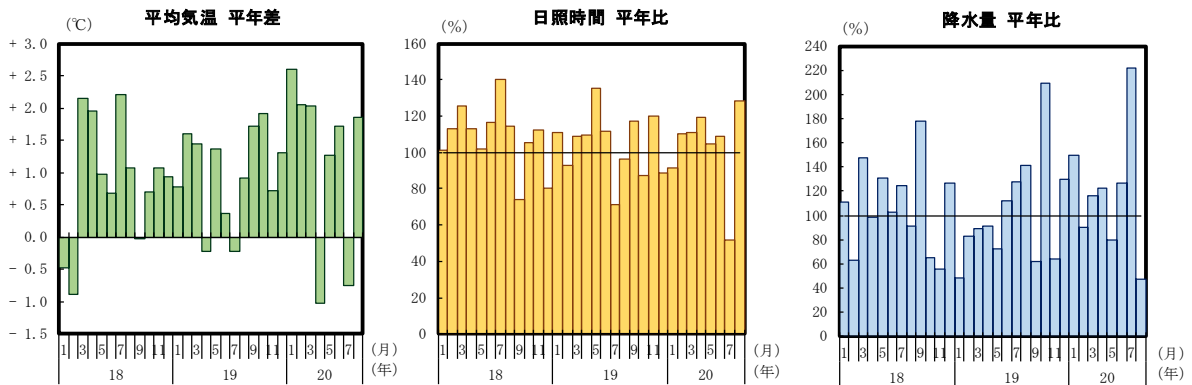


(注) 宿泊日数ベース。  
(出所) 観光庁統計より大和総研作成



天候

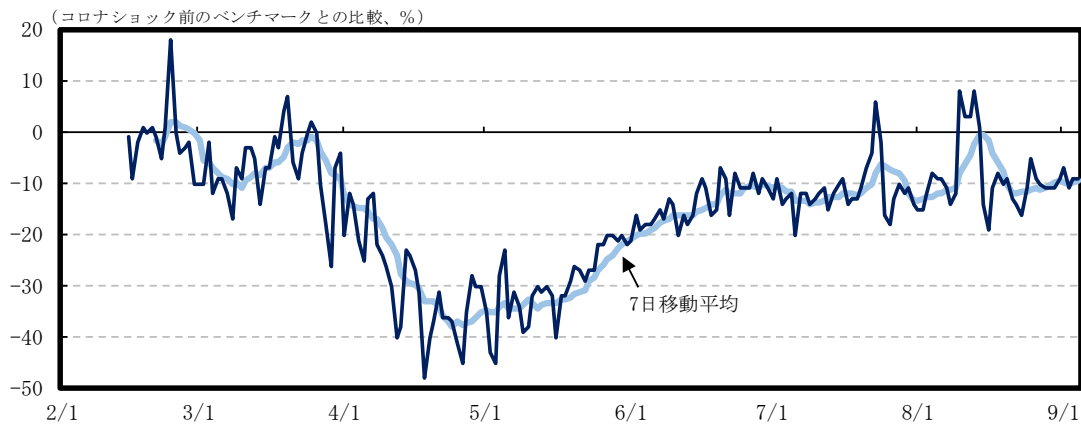
全国の平均気温・日照時間・降水量



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

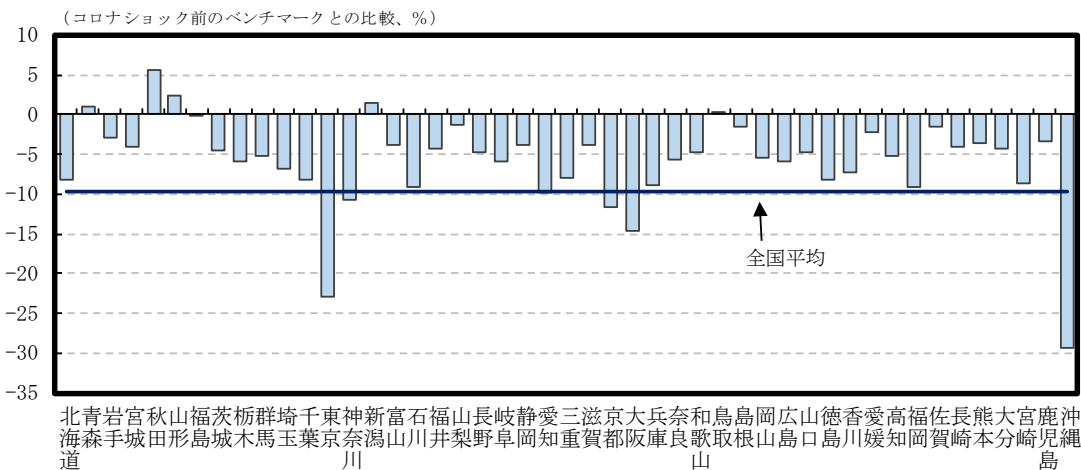
人出

小売・娯楽施設の人出



(注) ベンチマークは2020年1月3日から2月6日の曜日別中央値。  
 (出所) Google“COVID-19 Community Mobility Reports”より大和総研作成

小売・娯楽施設の人出 (8/29~9/4平均、都道府県別)



(注) ベンチマークは2020年1月3日から2月6日の曜日別中央値。  
 (出所) Google“COVID-19 Community Mobility Reports”より大和総研作成