

2020年10月9日 全9頁

Indicators Update

2020年8月消費統計

天候要因もあって財消費が改善し、小幅に増加

経済調査部 研究員 和田 恵
エコノミスト 山口 茜

[要約]

- 【8月の消費】8月の消費は7月から小幅に増加したとみられる。財消費は先月の天候不順の影響が剥落したことに加え、記録的な猛暑で夏物消費が好調であったことが押し上げ要因となり増加した。一方、サービス消費は夏休みの短縮や帰省の自粛等により小幅に減少した。
- 【9月の消費（個社データ・業界統計・POSデータ）】9月の消費は8月と概ね同水準だったと見込まれる。財消費が小幅に減少した一方、サービス消費は小幅に増加したとみられる。
- 【先行きの消費】10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非常に緩やかに増加するとみている。財消費は底堅く推移することが見込まれる。他方、サービス消費は感染への懸念からコロナショック前を下回る水準での推移が続くものの、「Go to キャンペーン」などの効果により緩やかに増加しよう。

図表1：各種消費指標の概況（単位：％）

			2020年 4月	5月	6月	7月	8月	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 11.1	▲ 16.2	▲ 1.2	▲ 7.6	▲ 6.9	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 6.2	▲ 0.1	13.0	▲ 6.5	1.7	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲ 12.3	▲ 16.9	▲ 2.2	▲ 7.2	▲ 6.6	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 6.3	▲ 0.6	14.8	▲ 6.2	0.9	
供給側	小売販売額	前年比	▲ 13.9	▲ 12.5	▲ 1.3	▲ 2.9	▲ 1.9	経済産業省
		前月比	▲ 9.9	1.9	13.1	▲ 3.4	4.6	
	百貨店売上高	前年比	▲ 72.8	▲ 65.6	▲ 19.1	▲ 20.3	▲ 22.0	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	▲ 10.6	▲ 10.0	▲ 5.2	▲ 7.4	▲ 5.5	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	▲ 4.5	1.3	3.4	2.6	3.3	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	▲ 39.6	▲ 32.2	▲ 21.9	▲ 15.0	▲ 16.0	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	▲ 95.5	▲ 97.6	▲ 92.9	▲ 87.4	-	観光庁
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	▲ 12.4	▲ 13.8	▲ 6.9	▲ 6.8	▲ 7.3	総務省
		前月比	▲ 5.3	▲ 1.2	7.5	0.1	▲ 0.9	
	消費総合指数	前月比	▲ 7.6	▲ 2.0	9.7	▲ 4.1	-	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）>財消費が回復した一方、サービス消費は減少

2020年8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+1.7%と2ヶ月ぶりに増加した（**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▲1.0%であった。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+0.9%と増加した。総合してみると、8月の需要側統計で見る消費は、7月から小幅に増加したとみられる。

内訳を見ると、基礎的支出（前月比+1.8%：大和総研による季節調整値）は増加に転じたものの、選択的支出（同▲1.3%：同）は2ヶ月連続で減少した。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+14.0%）、半耐久財（同+8.7%）、非耐久財（同+1.4%）は増加した一方、サービス（同▲2.1%）は減少した。財消費は天候不順の影響の剥落（**p.9**）等が増加に寄与したが、サービス消費は夏休みの短縮や帰省の自粛等で振るわなかった。

費目別に見ると（総務省による季節調整値）、10大費目中6費目が前月から増加した。「交通・通信」（前月比+16.5%）、「住居」（同+11.4%）、「家具・家事用品」（同+13.1%）などが増加した一方、「その他の消費支出」（同▲7.0%）、「光熱・水道」（同▲4.9%）、「食料」（同▲1.3%）などは減少した。

「交通・通信」では自動車購入費の大幅な増加が押し上げた。ただし、供給側統計である商業動態統計における自動車小売業の売上（**p.4**）や新車販売台数（**業界統計:p.7**）の増加率を大きく上回ったことを踏まえると、家計調査ではサンプル数の少なさに起因する振れが出ていると考えられる。「住居」では設備修繕・維持が増加に寄与した。屋外の修繕等は天候に左右されるため、梅雨が長引いた7月の反動が生じたとみられる。「家具・家事用品」ではエアコンが押し上げた。7月の梅雨明けの遅れと気温の低さから一転し、8月は平年に比べ平均気温が高かった（**p.9**）ことが増加に寄与した。一方、「食料」では外食が押し下げた。業界統計（**p.8**）でも減少しており、夏休み期間の短縮、感染リスクを避けるための外出自粛や猛暑等による娯楽目的の外出頻度の減少が押し下げたとみられる。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2020/1	2020/2	2020/3	2020/4	2020/5	2020/6	2020/7	2020/8	シェア (%)
消費支出	▲1.6	0.8	▲4.0	▲6.2	▲0.1	13.0	▲6.5	1.7	100.0
食料	0.7	0.4	▲1.7	▲3.5	▲1.0	5.8	▲3.0	▲1.3	27.4
住居	23.4	▲2.0	▲8.4	8.4	▲18.9	21.1	▲9.4	11.4	5.8
光熱・水道	▲2.9	0.9	3.9	6.9	0.5	1.3	▲3.8	▲4.9	7.5
家具・家事用品	▲2.7	24.5	▲11.7	▲0.1	10.5	23.4	▲22.3	13.1	4.0
被服及び履物	▲3.3	▲2.6	▲17.2	▲41.7	40.8	60.7	▲22.4	5.0	3.9
保健医療	▲1.4	▲0.2	▲3.2	▲1.2	▲3.3	10.9	6.1	2.8	4.8
交通・通信	▲10.3	6.0	▲1.0	▲4.1	▲9.4	11.9	▲10.6	16.5	14.9
教育	▲1.7	▲3.8	2.7	7.5	3.9	▲3.9	8.7	5.9	3.9
教養娯楽	▲2.7	▲2.2	▲19.9	▲12.8	▲4.7	26.2	▲3.2	▲1.8	10.5
その他の消費支出	3.8	1.5	▲7.3	▲12.2	5.3	16.9	▲7.2	▲7.0	17.3

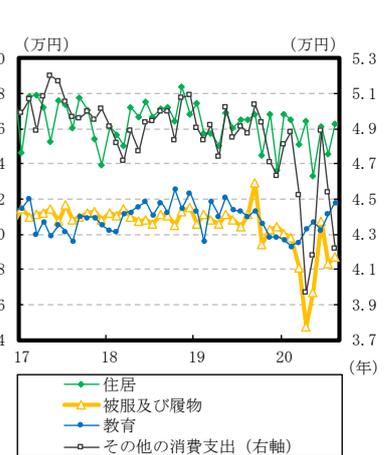
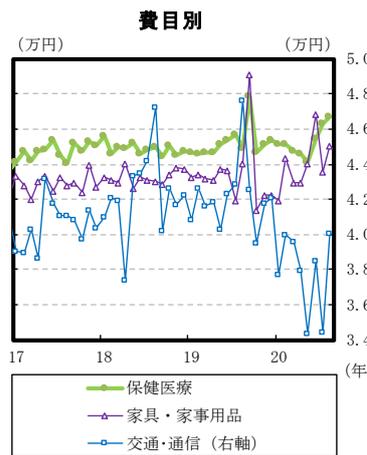
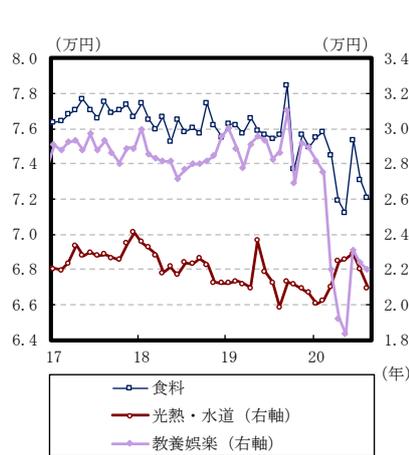
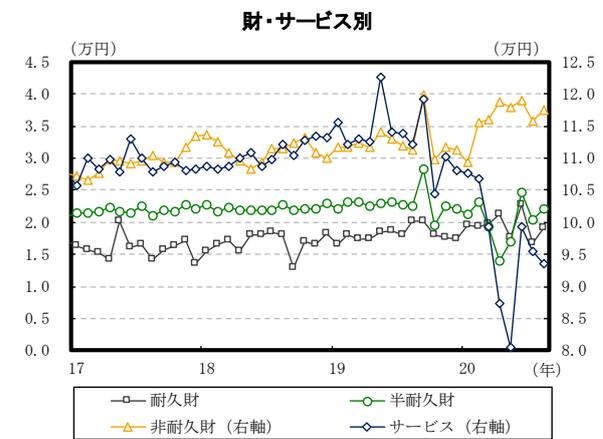
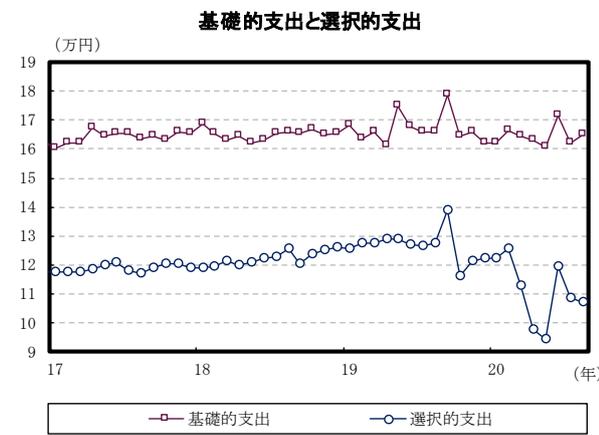
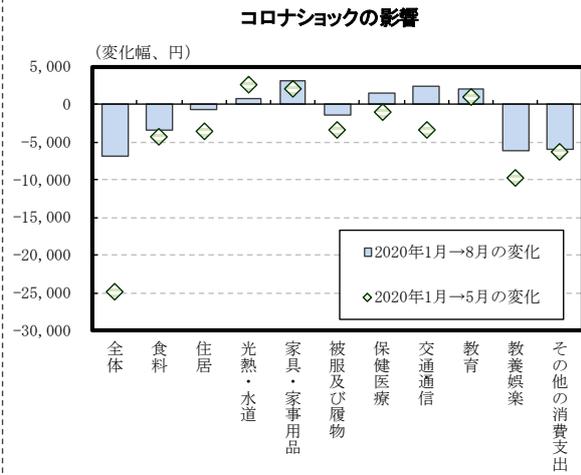
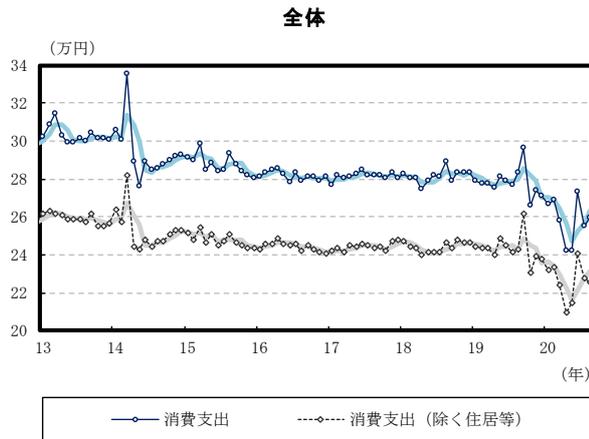
(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

(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。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

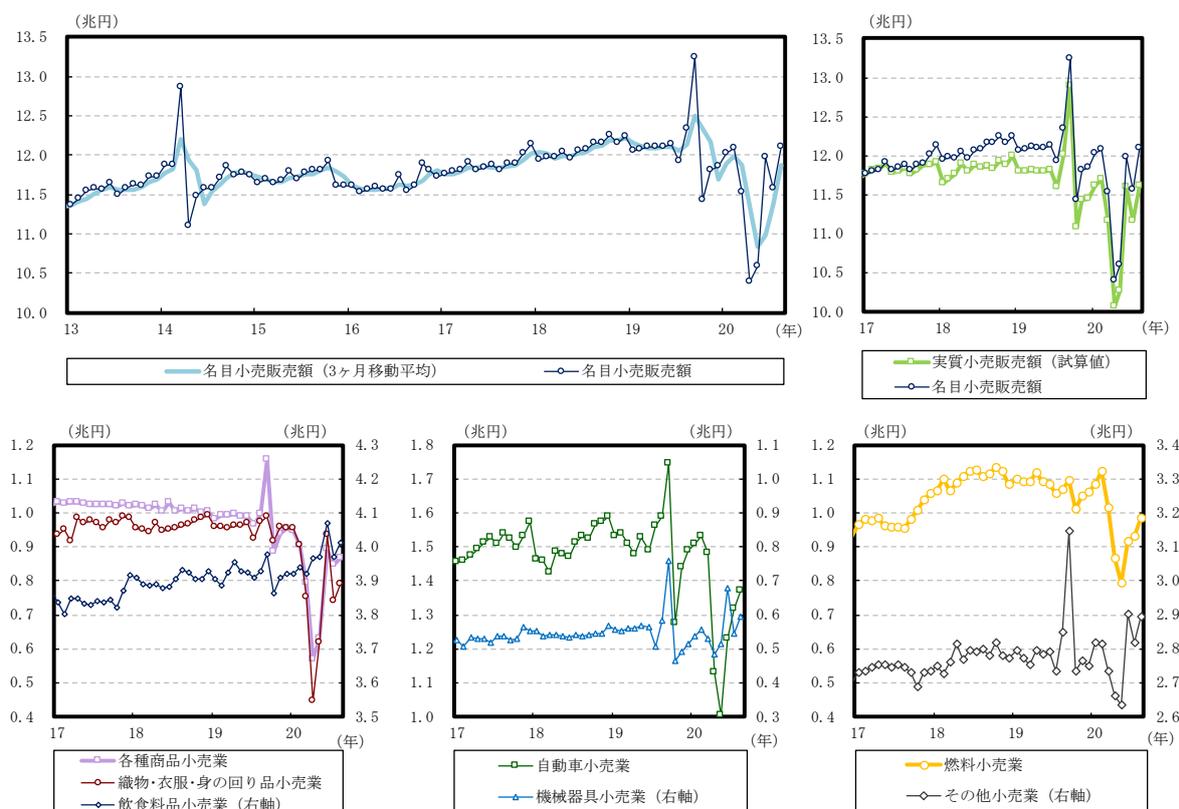
＜商業動態統計(供給側)＞全業種で販売額が増加し、コロナショック前の水準に回復

2020年8月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比+4.6%と2ヶ月ぶりに増加し、コロナショック前の2020年2月の水準まで回復した(図表4、5)。なお、CPIの財指数で実質化した金額も前月から+4.1%増加した。

7月は天候不順が販売額を下押ししていたが、8月に入りその影響が剥落したことに加え、記録的な猛暑(p.9)で季節商品の販売が好調であったことが押し上げ要因となった。また、キャッシュレス・ポイント還元事業(6月末で終了)の駆け込み需要の反動減が一服した。

名目小売販売額を業種別に見ると、全7業種で増加した。特に「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」(前月比+2.8%)、「燃料小売業」(同+6.0%)と「自動車小売業」(同+4.1%)が押し上げている。「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」にはドラッグストア等が含まれるが、猛暑効果で虫さされやあせも対処薬などの季節商品が好調であった。ガソリンスタンド等が含まれる「燃料小売業」では、原油価格の上昇に伴うガソリン価格の上昇(CPI:同+2.4%)や公共交通機関より自家用車での移動が好まれる中での需要の回復が寄与したとみられる。同業種の売上は5月を底に回復基調にある。

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、%	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	シェア(%)
小売業計	1.5	0.5	▲4.6	▲9.9	1.9	13.1	▲3.4	4.6	100.0
各種商品小売業	▲0.6	▲4.7	▲12.2	▲28.4	10.7	42.2	▲5.2	2.3	8.1
織物・衣服・身の回り品小売業	▲0.1	▲4.9	▲17.1	▲40.4	38.4	51.3	▲21.0	6.9	7.6
飲食料品小売業	0.0	0.5	▲0.5	1.2	0.1	2.6	▲2.5	1.1	31.3
自動車小売業	1.3	1.5	▲3.2	▲23.8	▲11.1	22.4	7.2	4.1	12.5
機械器具小売業	4.7	3.2	▲4.9	▲8.2	5.6	32.5	▲19.6	8.9	4.3
燃料小売業	2.0	3.4	▲9.4	▲14.6	▲8.8	15.5	1.6	6.0	8.9
その他小売業	2.5	▲0.1	▲2.9	▲2.7	▲1.0	10.2	▲3.0	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＞財消費が底堅く推移し、サービス消費は緩やかに回復

個社データや POS データ等を基に判断すると (pp.6-7)、9月の個人消費は8月と概ね同水準だったとみられる。財消費は小幅に減少したと推測する。9月の小売売上は、スーパーやホームセンター、家電量販店では8月から減少し、百貨店は概ね8月並みであった。他方、サービス消費は小幅に増加したとみられる。「Go To トラベルキャンペーン」の影響等で旅行関係は持ち直した一方、外食の回復は頭打ちしたと考えられる。

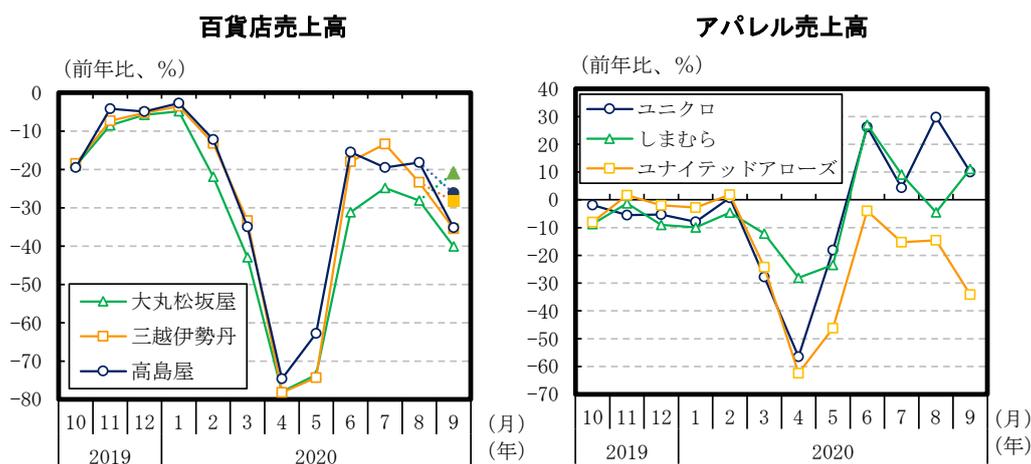
10月以降の消費は社会経済活動と感染拡大防止のバランスを模索する中で、振れを伴いながらも非常に緩やかに増加するとみている。飲食料品等が含まれる非耐久消費財は、家計の高価格志向（いわゆる「プチ贅沢」）が進んでいることが追い風となり堅調に推移するだろう。また、衣料品等の半耐久消費財は、コロナ禍で需要がお洒落着から普段着へとシフトしていることが重石となるものの底堅く推移するとみている。家電や自動車等が含まれる耐久消費財は、足元ではペントアップ需要や特別定額給付金等の効果によりコロナショック前を上回る水準で推移している。ただし、ペントアップ需要はやがて剥落することに加え、政策効果は需要の先食いという側面もあるため、先行きはしばらく調整局面が続くだろう。サービス消費は、感染の恐れから対面や移動を伴うサービスを中心にコロナショック前を下回る水準で推移しよう。しかし、「Go To トラベルキャンペーン」の東京都発着旅行の拡大や、「Go To イートキャンペーン」の開始等の政策もあって、少しずつ回復するとみられる。

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ており、短期的には雇用・所得環境の悪化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 9 月の消費¹

- ◆【百貨店】大手 3 社の 9 月の既存店売上高は前年比 4 割減程度。消費増税前の 2019 年 9 月の駆け込み需要の影響を除くために前々年比で見ると減少率は概ね 8 月並み。
- ◆【アパレル】9 月の既存店売上高の前年比伸び率は、しまむらとユニクロは前年比 1 割増程度、ユナイテッドアローズは秋冬商品の販売が低調で同 3 割減程度。

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。

色付きのマーカは前々年比（三越伊勢丹と高島屋の前々年比は大和総研による試算値）。

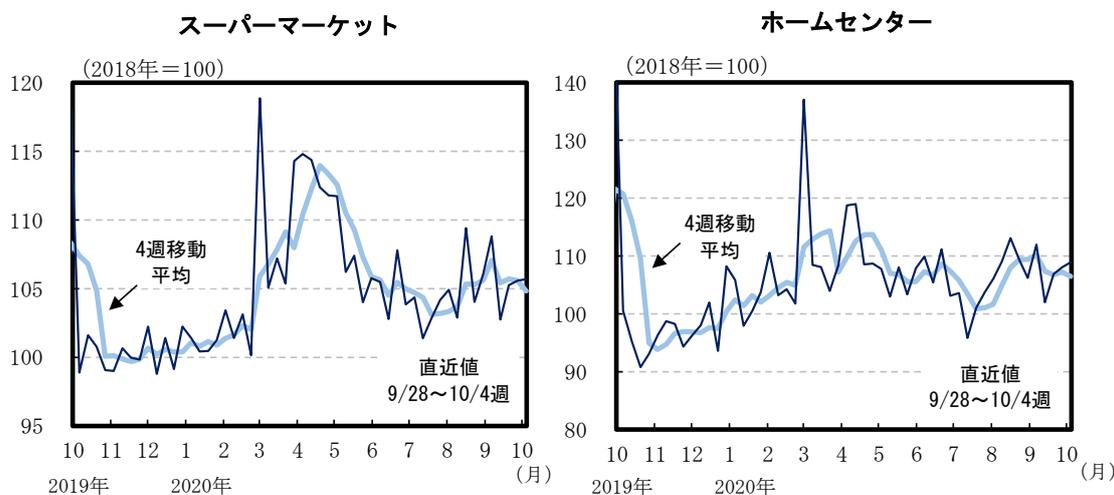
(注2) アパレル：既存店ベース。ユニクロとユナイテッドアローズはネット通販を含む数値。

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】9月の売上は前月比▲2%程度（大和総研による季節調整値）。主力の食品売上も小幅に減少（同▲2%程度）。
- ◆【ホームセンター】9月の売上は前月比▲5%程度（大和総研による季節調整値）。雑貨やヘルスケアの売上が減少。

図表 7：スーパーマーケット・ホームセンターの売上高



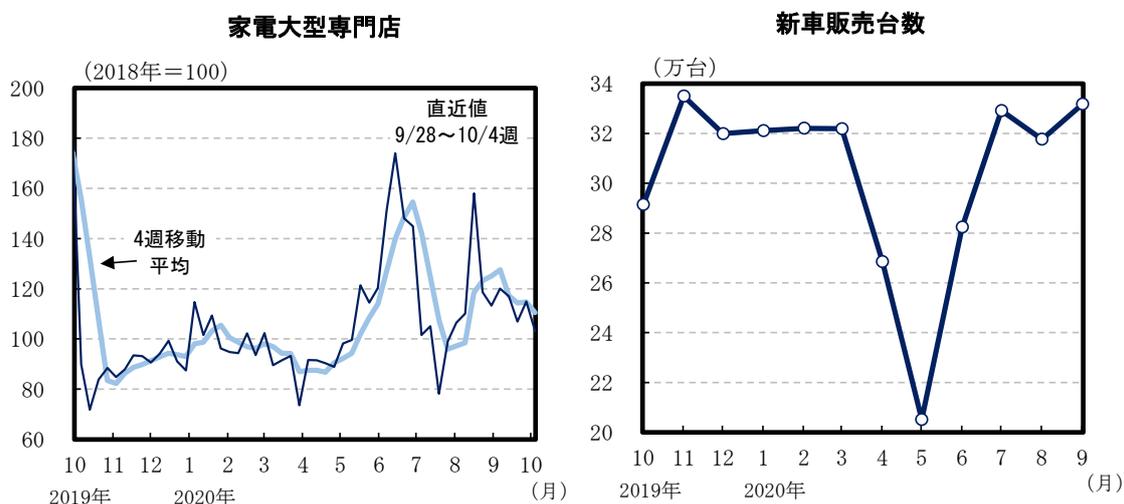
(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

¹ 詳しくは、山口茜・和田恵「消費データブック (10/5号)」(2020年10月5日、大和総研レポート)を参照。

- ◆【家電】9月の大手家電量販店の売上は前月比▲15%程度（大和総研による季節調整値）。8月に猛暑効果で好調であったエアコンの売上の一服が減少に寄与。
- ◆【自動車】9月の新車販売台数は8月から1.4万台増加（大和総研による季節調整値）。

図表8：家電・自動車の売上高



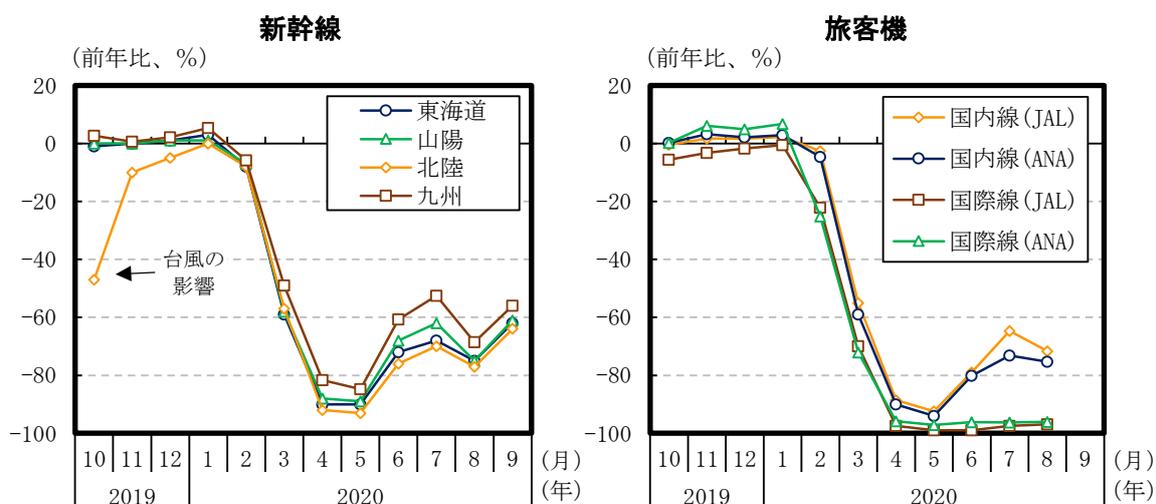
(注1) 家電大型専門店：METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(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】9月の輸送量は前年比6割減程度と8月（同7~8割減程度）からマイナス幅が縮小。
- ◆【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7~8割減程度、国際線で同95%減程度。JCB消費NOW等のデータに基づく、9月は国内線で前年比のマイナス幅が小幅に縮小した一方、国際線は概ね8月並みだったと推測。なお、10月は国内線の約3~5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



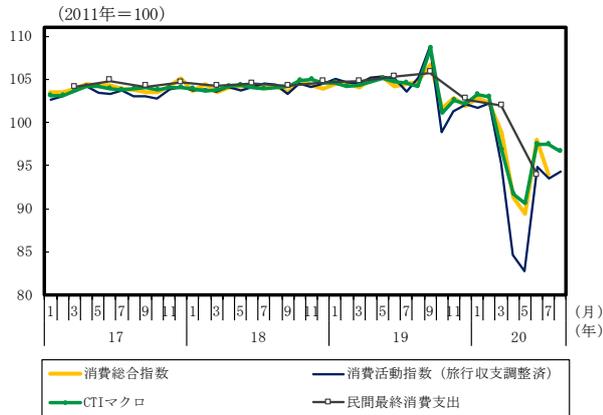
(注1) 新幹線の9月分は、東海道が23日、九州が21日、その他は22日まで。

(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

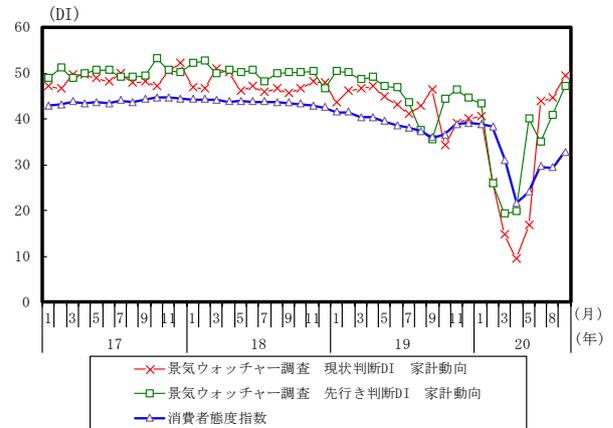
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



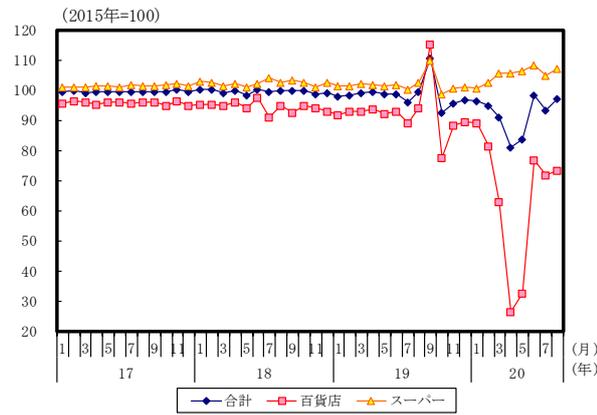
(注) CTIマクロは、2011年が100となるように変換している。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



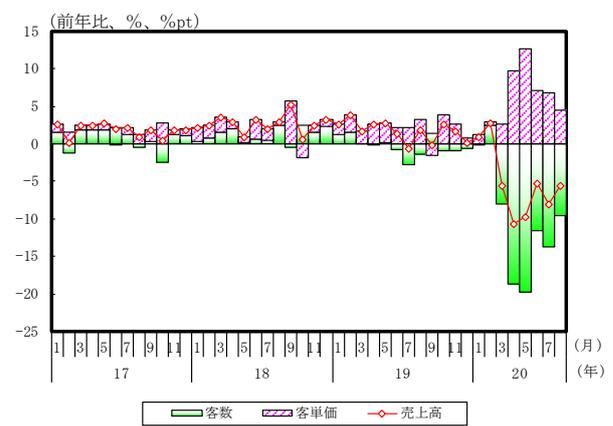
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



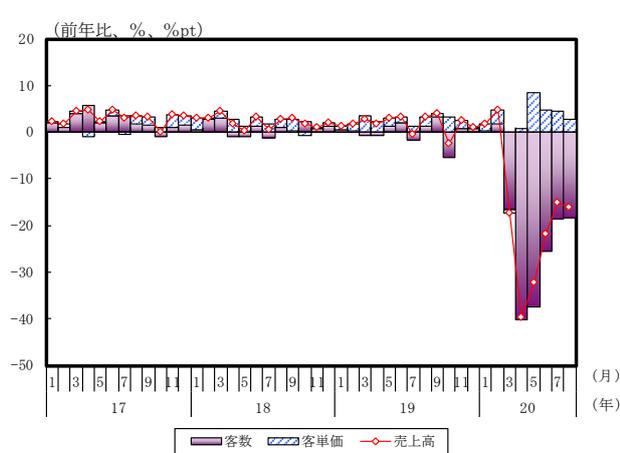
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



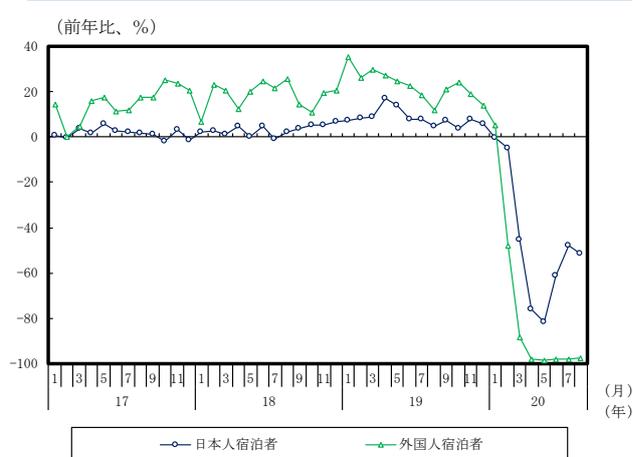
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

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

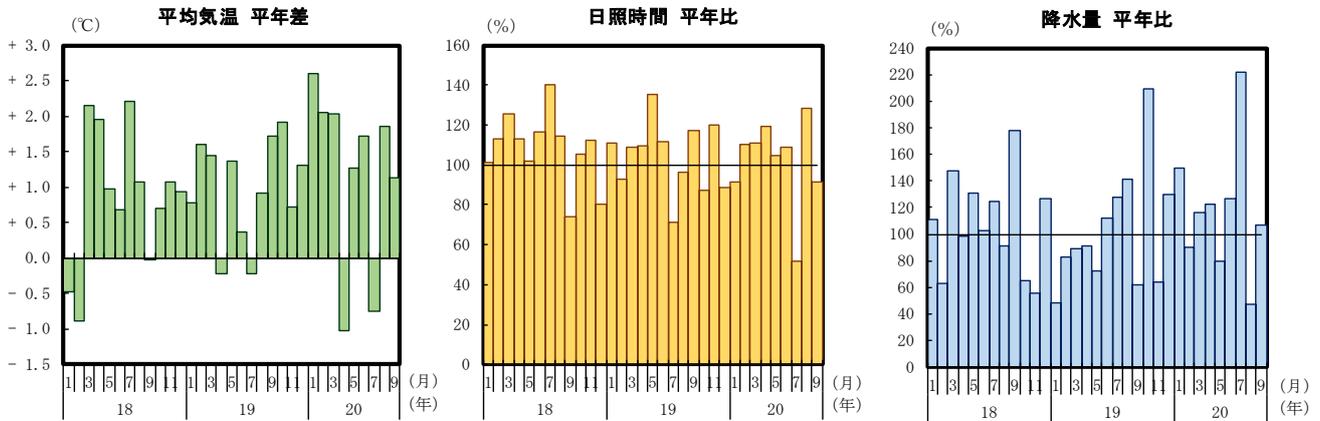
宿泊者数



(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

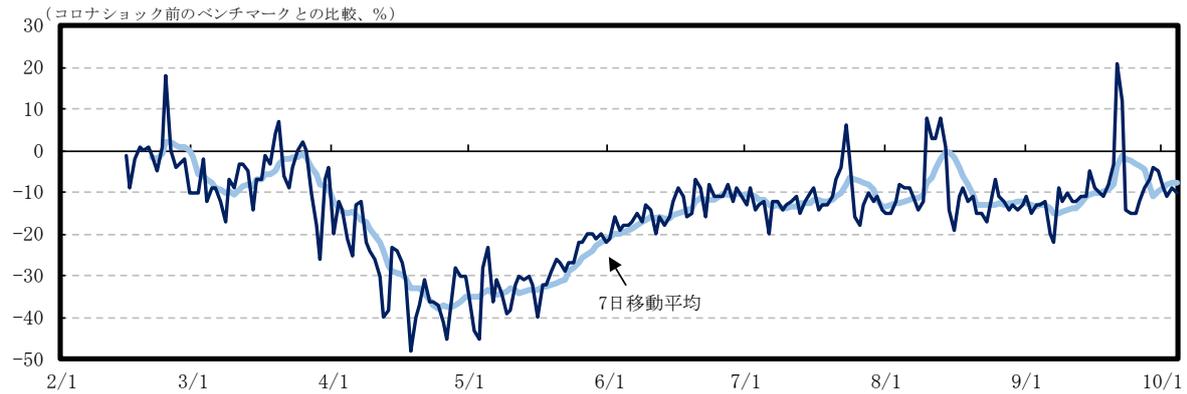
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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

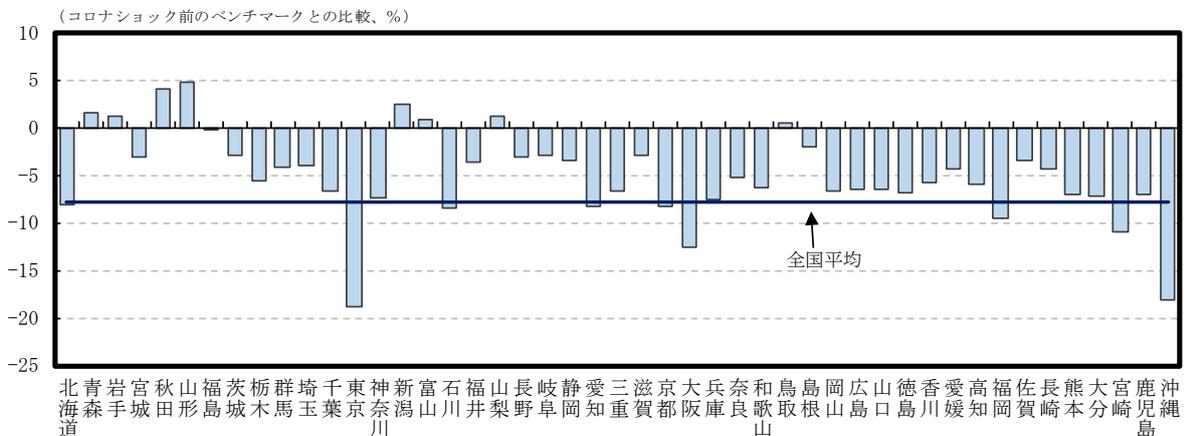
人出

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 (9/28~10/4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