

2020年11月6日 全10頁

## Indicators Update

## 2020年9月消費統計

サービス消費がけん引役となり8月から増加

経済調査部 研究員 和田 恵  
エコノミスト 山口 茜

## [要約]

- 9月の消費はサービスがけん引役となり、前月から増加したとみられる。商業動態統計の小売販売額は概ね横ばいであったものの、サービス消費が含まれる家計調査の実質消費支出は増加した。9月は新型コロナウイルス感染拡大が一服したことや「Go To トラベルキャンペーン」を背景に、旅行関連消費が大きく増加した。
- 個社データや業界統計、POSデータを見ると、10月の消費は9月と概ね同水準だったと見込まれる。財消費が減少した一方、サービス消費は増加したとみられる。
- 11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。消費のけん引役は、ペントアップ需要や特別定額給付金の効果が一服した財消費から、「Go To キャンペーン」が追い風となっているサービス消費へと移り変わるだろう。

図表1：各種消費指標の概況（単位：％）

		2020年 5月	6月	7月	8月	9月		
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 16.2	▲ 1.2	▲ 7.6	▲ 6.9	▲ 10.2	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 0.1	13.0	▲ 6.5	1.7	3.8	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲ 16.9	▲ 2.2	▲ 7.2	▲ 6.6	▲ 11.6	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 0.6	14.8	▲ 6.2	0.9	3.8	
供給側	小売販売額	前年比	▲ 12.5	▲ 1.3	▲ 2.9	▲ 1.9	▲ 8.7	経済産業省
		前月比	1.9	13.1	▲ 3.4	4.6	▲ 0.1	
	百貨店売上高	前年比	▲ 65.6	▲ 19.1	▲ 20.3	▲ 22.0	▲ 33.6	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	▲ 10.0	▲ 5.2	▲ 7.4	▲ 5.5	▲ 3.0	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	1.3	3.4	2.6	3.3	▲ 4.6	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	▲ 32.2	▲ 21.9	▲ 15.0	▲ 16.0	▲ 14.0	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	▲ 97.6	▲ 92.9	▲ 87.4	▲ 86.3	-	観光庁
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	▲ 14.5	▲ 5.5	▲ 6.3	▲ 5.9	▲ 9.2	総務省
		前月比	▲ 0.8	10.3	▲ 1.1	0.3	0.3	
	消費総合指数	前月比	▲ 2.2	10.1	▲ 0.9	0.8	-	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）＞ 外食や旅行等のサービス消費を中心に回復

2020年9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+3.8%と2ヶ月連続で増加した（図表2、3）。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+3.5%であった。また、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+3.8%であった。

内訳を見ると、基礎的支出（前月比+0.8%：大和総研による季節調整値）、選択的支出（同+6.2%：同）ともに増加した。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+4.6%）、半耐久財（同+0.9%）が増加した一方、耐久財（同▲2.2%）、非耐久財（同▲0.1%）は減少した。

費目別に見ると（総務省による季節調整値）、10大費目中5費目が前月から増加した。「食料」（前月比+5.8%）、「教養娯楽」（同+12.9%）、「光熱・水道」（同+6.5%）などが増加した一方、「教育」（同▲10.3%）、「保健医療」（同▲8.2%）、「家具・家事用品」（同▲5.1%）などは減少した。

増加費目では、サービス消費がけん引役となった。「食料」では一般外食が押し上げた。新型コロナウイルス新規感染者数が8月前半をピークに減少しており、9月は比較的落ち着いていたことから、シルバーウィークを中心に外食需要が旺盛であったとみられる。「教養娯楽」では「Go To トラベルキャンペーン」が追い風となり、国内パック旅行費が大幅に増加した。日別データを見ると、特に月後半に支出が増加している。また、9月18日に10月以降にキャンペーンの適用が開始される東京都発着旅行の予約が開始されたことも、増加に寄与したとみられる。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

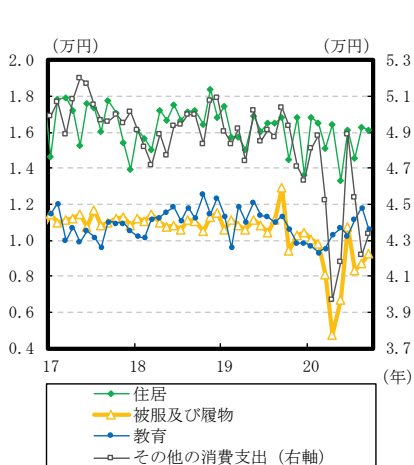
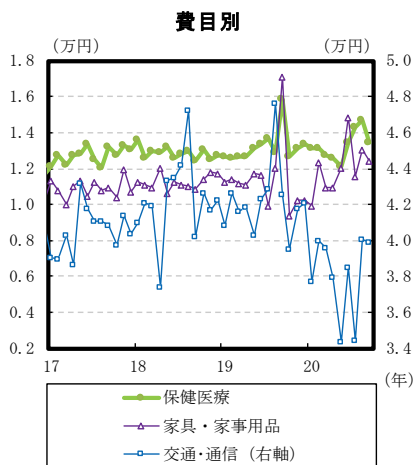
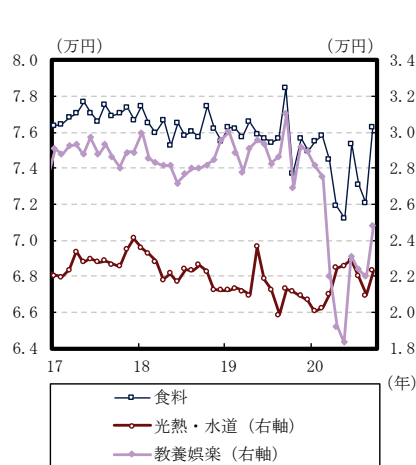
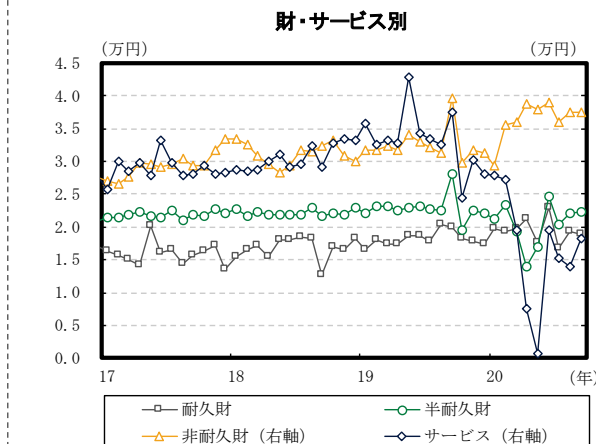
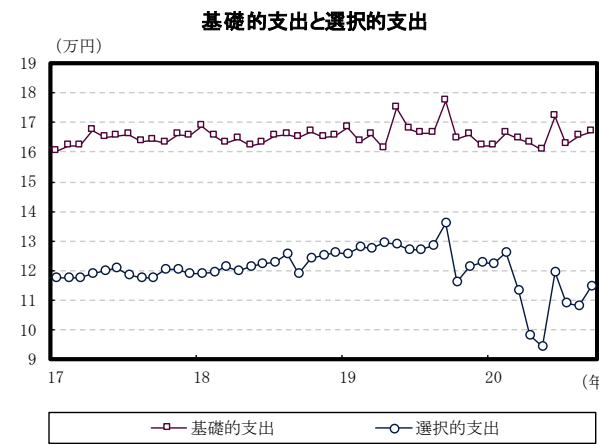
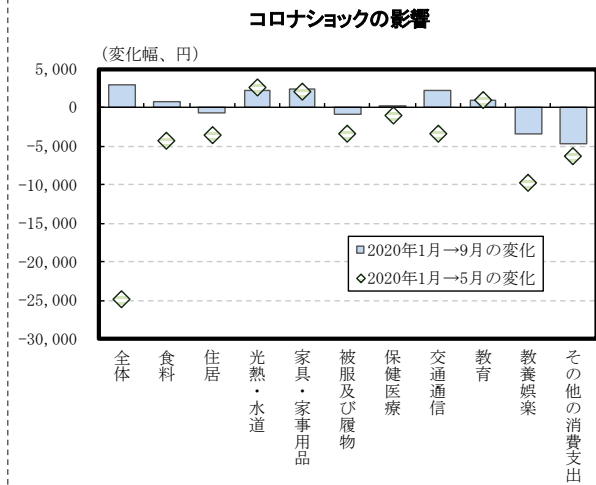
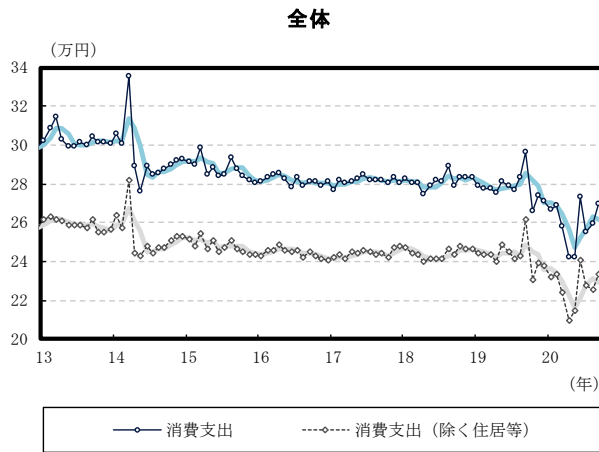
前月比、%	2020/2	2020/3	2020/4	2020/5	2020/6	2020/7	2020/8	2020/9	シェア (%)
消費支出	0.8	▲4.0	▲6.2	▲0.1	13.0	▲6.5	1.7	3.8	100.0
食料	0.4	▲1.7	▲3.5	▲1.0	5.8	▲3.0	▲1.3	5.8	27.4
住居	▲2.0	▲8.4	8.4	▲18.9	21.1	▲9.4	11.4	▲0.7	5.8
光熱・水道	0.9	3.9	6.9	0.5	1.3	▲3.8	▲4.9	6.5	7.5
家具・家事用品	24.5	▲11.7	▲0.1	10.5	23.4	▲22.3	13.1	▲5.1	4.0
被服及び履物	▲2.6	▲17.2	▲41.7	40.8	60.7	▲22.4	5.0	6.0	3.9
保健医療	▲0.2	▲3.2	▲1.2	▲3.3	10.9	6.1	2.8	▲8.2	4.8
交通・通信	6.0	▲1.0	▲4.1	▲9.4	11.9	▲10.6	16.5	▲0.4	14.9
教育	▲3.8	2.7	7.5	3.9	▲3.9	8.7	5.9	▲10.3	3.9
教養娯楽	▲2.2	▲19.9	▲12.8	▲4.7	26.2	▲3.2	▲1.8	12.9	10.5
その他の消費支出	1.5	▲7.3	▲12.2	5.3	16.9	▲7.2	▲7.0	2.8	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。

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

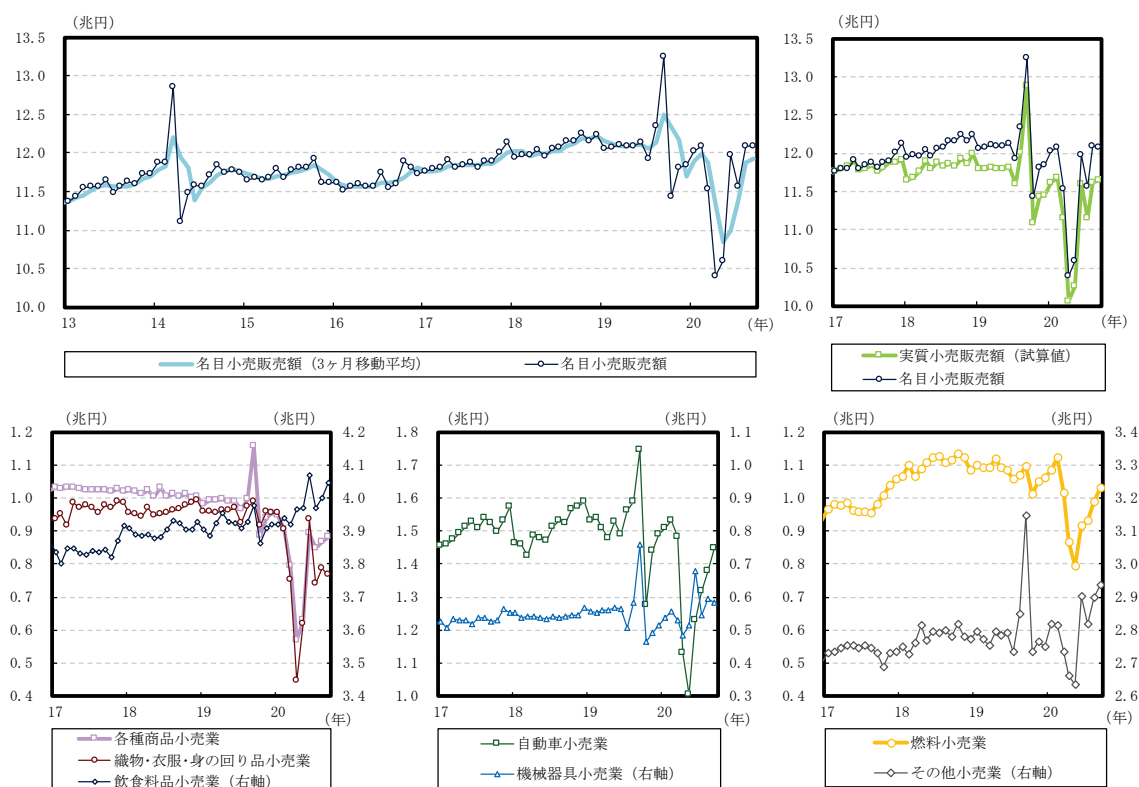
## <商業動態統計(供給側)>9月の販売は前月から概ね横ばい

2020年9月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比▲0.1%と前月から小幅に減少した(図表4、5)。一方、CPIの財指数で実質化した金額は同+0.3%だった。小売販売額は8月にコロナショック前の2月の水準に回復したが、9月もその水準を概ね維持した。なお、Googleの位置情報データを基にした小売店・娯楽施設の人出は前月から均すと概ね横ばいだった(p.10)。

名目小売販売額を業種別に見ると、7業種中5業種で増加した。「自動車小売業」(前月比+5.1%)、「飲食料品小売業」(同+1.2%)、「燃料小売業」(同+4.5%)等が押し上げた。「自動車小売業」は5月を底に回復が続いており、コロナショック前の2月の水準に近付いている。また、「飲食料品小売業」では、コンビニエンスストアでたばこ税引き上げ前の駆け込み需要が発生したことが押し上げに寄与した(コンビニエンスストア非食品売上:同+16.8%)。ガソリンスタンド等が含まれる「燃料小売業」では、物価上昇率以上の増加が見られたが、これは公共交通機関より自家用車での移動が好まれる中で、9月19日から22日にかけての4連休(シルバーウィーク)を中心に自動車を利用した移動が多かったことが影響したとみられる(図表6)。

一方、「織物・衣服・身の回り品小売業」(前月比▲2.4%)、「機械器具小売業」(同▲1.6%)は減少した。「織物・衣服・身の回り品小売業」では平均気温の高さ(p.10)を背景に、9月に開始した秋冬物販売に苦戦した。「機械器具小売業」においては、8月に猛暑効果で好調であったエアコンの売上増の一服が減少に寄与した。

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、%	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	シェア(%)
小売業計	0.5	▲4.6	▲9.9	1.9	13.1	▲3.4	4.6	▲0.1	100.0
各種商品小売業	▲4.7	▲12.2	▲28.4	10.7	42.2	▲5.2	2.3	1.7	8.1
織物・衣服・身の回り品小売業	▲4.9	▲17.1	▲40.4	38.4	51.3	▲21.0	6.3	▲2.4	7.6
飲食料品小売業	0.5	▲0.5	1.2	0.1	2.6	▲2.5	0.8	1.2	31.3
自動車小売業	1.5	▲3.2	▲23.8	▲11.1	22.4	7.2	4.6	5.1	12.5
機械器具小売業	3.2	▲4.9	▲8.2	5.6	32.5	▲19.6	8.9	▲1.6	4.3
燃料小売業	3.4	▲9.4	▲14.6	▲8.8	15.5	1.6	6.2	4.5	8.9
その他小売業	▲0.1	▲2.9	▲2.7	▲1.0	10.2	▲3.0	3.0	1.2	21.9

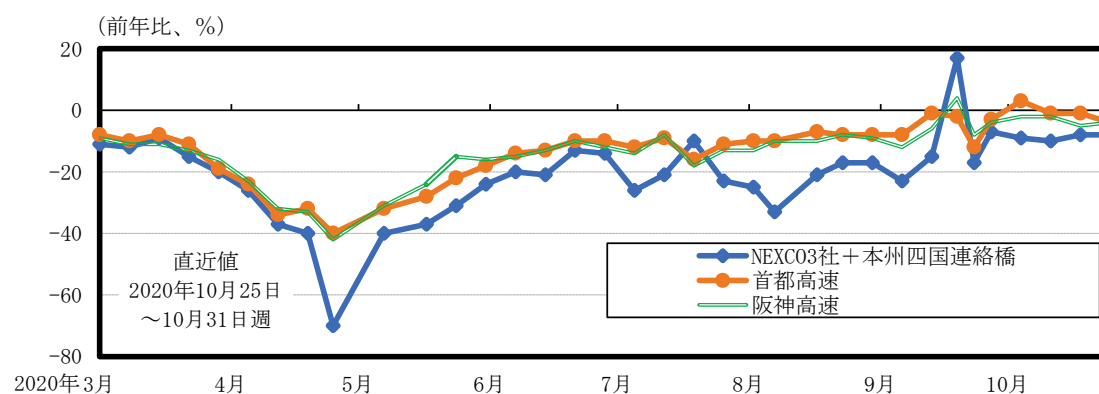
(注1) 経済産業省による季節調整値。

(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

図表 6 : 高速道路交通量



(注) 週次データ。高速道路交通量のゴールデンウィークとお盆期間、シルバーウィークの前後の週は集計日数が異なる。

(出所) 国土交通省より大和総研作成

## <2020年7-9月期 GDP 個人消費>前期比+4.6%予想、経済活動の再開が押し上げた

GDP ベースで見ると、2020年7-9月期の個人消費は前期比+4.6%と、4四半期ぶりに増加したと予想する。緊急事態宣言の全面解除に伴う経済活動の再開が押し上げ要因となった。外食・旅行・娯楽関連などのサービス消費の回復は鈍いものの、耐久財を中心とする財消費が力強く回復した。7-9月期の耐久財消費は緊急事態宣言中に抑えられていた需要の一部がペントアップ需要（繰越需要）として発現したことや1人当たり一律10万円の特別定額給付金等の効果もあり、コロナショック前の水準を大きく上回って推移したとみられる。

実質 GDP 全体では、先日公表したレポート<sup>1</sup>の通り、前期比年率+19.0%（前期比+4.4%）と、大幅なプラス成長を予想する。ただし水準で見れば、4-6月期の落ち込みの半分程度しか埋まらない見通しである。国内外で経済活動が再開されたことは実質 GDP を押し上げたものの、新型コロナウイルス感染拡大防止策が実施される中、回復は限定的だったとみられる。

<sup>1</sup> 山口茜・神田慶司「2020年7-9月期 GDP（1次速報）予測～前期比年率+19.0%予想」（2020年10月30日、大和総研レポート）

## ＜先行き＞消費のけん引役は、財消費からサービス消費へ

個社データやPOS データ等を基に判断すると (pp.7-8)、10月の消費は9月と概ね同水準だったとみられる。財消費が減少した一方、サービス消費は増加したと考えられる。財に関して、10月の家電量販店やスーパー、ホームセンター等の売上は9月から減少した。他方、サービスでは「Go To トラベルキャンペーン」の東京都への適用拡大や「Go To Eat キャンペーン」の開始などが追い風になったとみられる。

11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。消費のけん引役は、財からサービスへと移り変わるだろう。

財に関して、これまで消費のけん引役になっていた耐久財消費は、足元ではペントアップ需要や特別定額給付金等の効果が一服したとみられる。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。他方、非耐久財消費や半耐久財消費は底堅く推移するとみられる。

サービス消費については、「Go To キャンペーン」が追い風となり緩やかな増加が続くだろう。特に「Go To トラベルキャンペーン」<sup>2</sup>が旅行・観光関連消費を押し上げることが見込まれる。加えて、「Go To Eat キャンペーン」(10月開始)やチケット代の2割相当分が支援される「Go To イベントキャンペーン」(10月末開始)が外食・娯楽関連消費を押し上げよう。

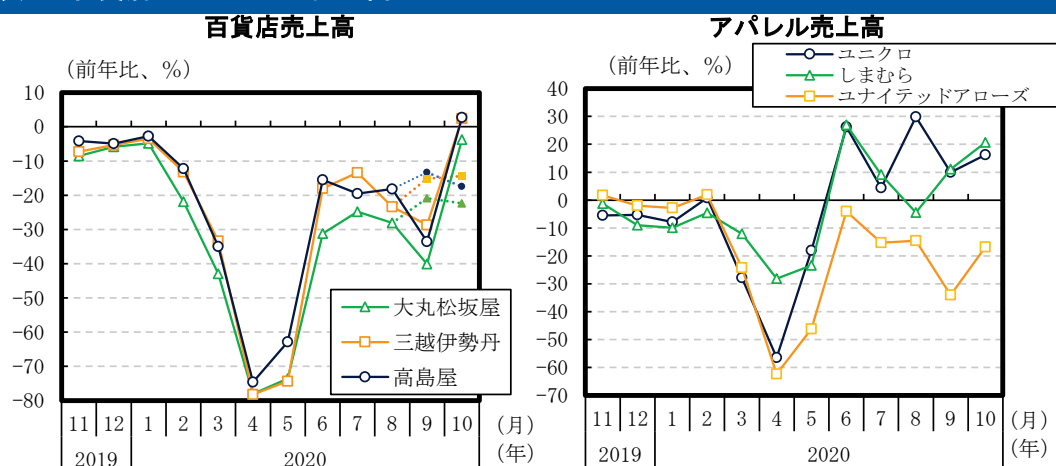
なお、今後の景気回復の足取りは重いことが見込まれる中、雇用・所得環境の更なる悪化が懸念される。ただし、家計の貯蓄は活動自粛による消費の抑制と各種給付金による所得の大幅増で積み上がっている。そのため、貯蓄を取り崩して消費水準を保つことが以前よりも容易になっており、短期的には雇用・所得環境の悪化による消費の腰折れは避けられるだろう。

<sup>2</sup> 観光庁「[Go To トラベル事業の利用実績等について](#)」(2020年10月30日)によると、10月15日までの利用実績は少なくとも約3,138万人泊であった。

## <トピック> 個社データ・業界統計・POS データで先取りする 10月の消費<sup>3</sup>

- ◆【百貨店】大手3社の10月の既存店売上高の前年比伸び率は、2社でプラス転換、1社でマイナス幅縮小。ただし、前年同月の売上が消費増税で落ち込んだ影響が大きい。消費増税前後の影響を除いた前々年比ベースでは、9月と同様に2割減程度。
- ◆【アパレル】10月の既存店売上高伸び率は、しまむらとユニクロは前年比2割増程度とプラス幅が拡大、ユナイテッドアローズは同2割減程度とマイナス幅が縮小。気温が高かった9月から一転して平年並みとなり、秋冬物の販売が好調。

図表7：百貨店・アパレルの売上高



(注1) 百貨店：既存店ベース。

色付きのマーカーは前々年比（三越伊勢丹と9月高島屋の前々年比は大和総研による試算値）。

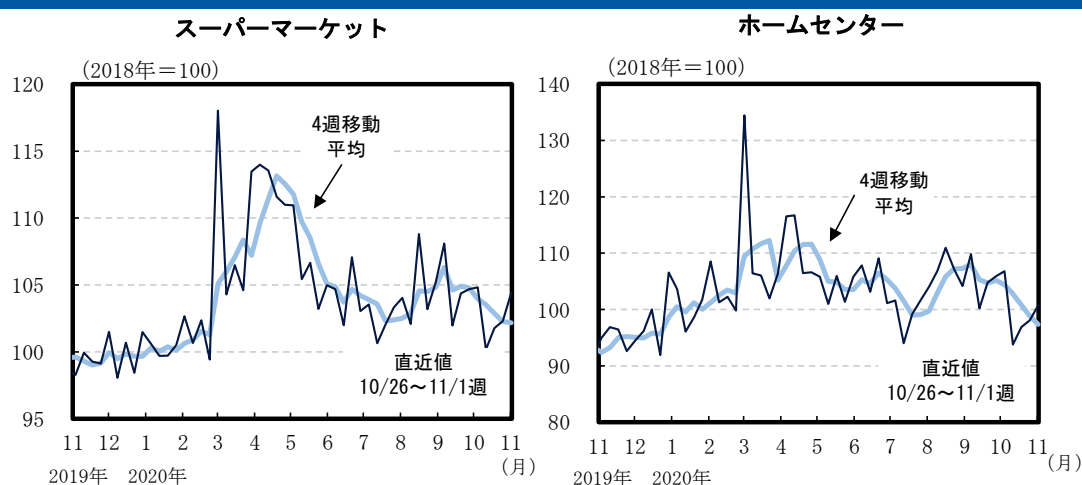
(注2) アパレル：既存店ベース。ユニクロとユナイテッドアローズはネット通販を含む数値。

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】10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▲1%程度）。
- ◆【ホームセンター】10月の売上は前月比▲10%程度（大和総研による季節調整値）。雑貨など幅広い品目で減少。

図表8：スーパーマーケット・ホームセンターの売上高



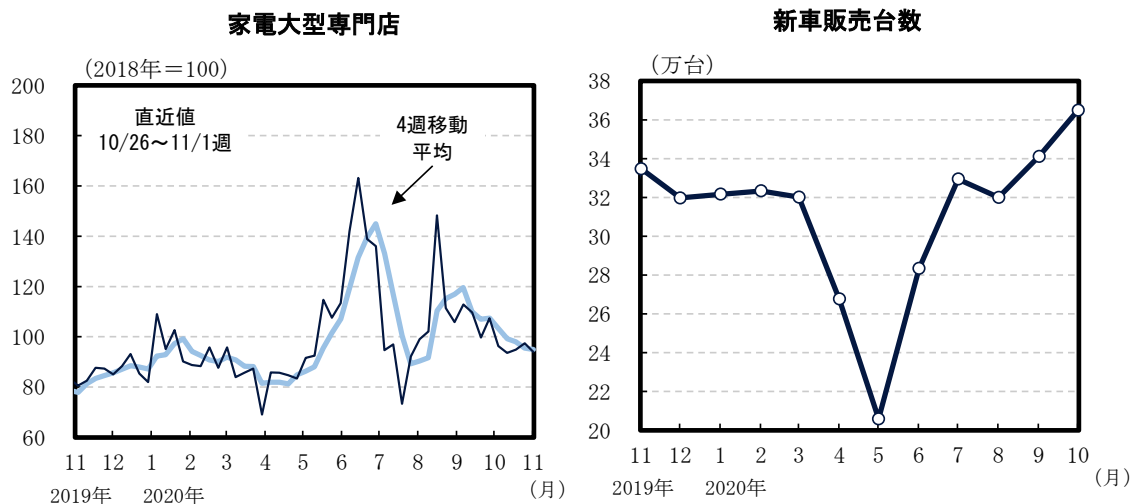
(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

<sup>3</sup> 詳しくは、山口茜・和田恵「消費データブック (11/5号)」(2020年11月5日、大和総研レポート)を参照。

- ◆【家電】10月の大手家電量販店の売上は前月比▲10%程度（大和総研による季節調整値）。エアコンや冷蔵庫など幅広い品目で減少。特別定額給付金等による政策効果が一服したとみられる。
- ◆【自動車】10月の新車販売台数は9月から2.4万台増加（大和総研による季節調整値）。

図表9：家電・自動車の売上高



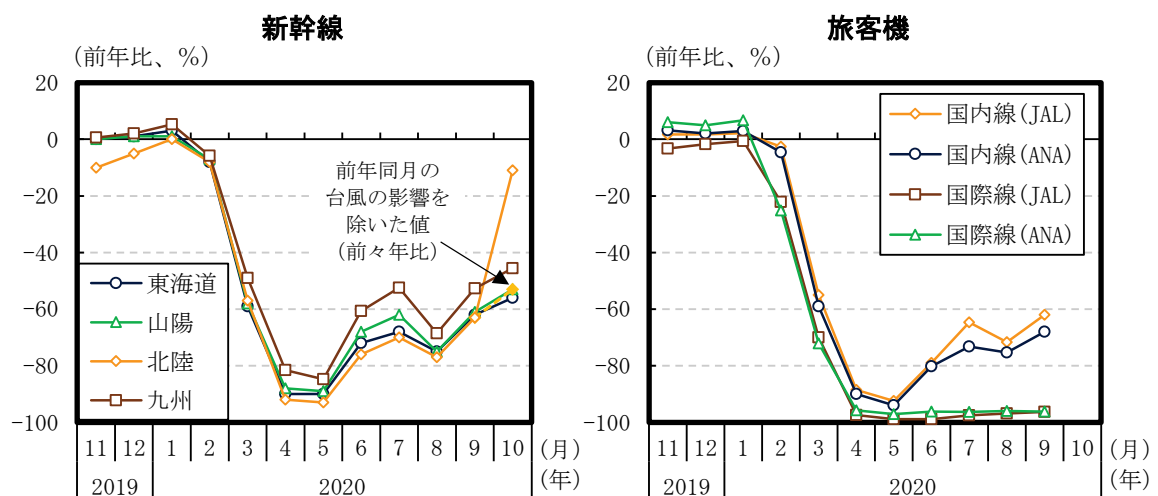
(注1) 家電大型専門店：METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(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】10月の輸送量は、前年比5~6割減程度と9月からマイナス幅が小幅に縮小。（北陸新幹線は前年同月に台風で運休した影響を除くため前々年比を参照。）
- ◆【旅客機】ANA・JALグループの9月の輸送量は、国内線は前年比6~7割減程度とマイナス幅が8月から縮小。国際線は8月と変わらず同95%減程度。10月は国内線の約3~4割、国際線の約9割が運休。いずれも運航便の割合は9月から小幅に上昇。

図表10：新幹線・旅客機の利用状況



(注1) 新幹線の10月分は、東海道が27日まで、九州が26日まで。

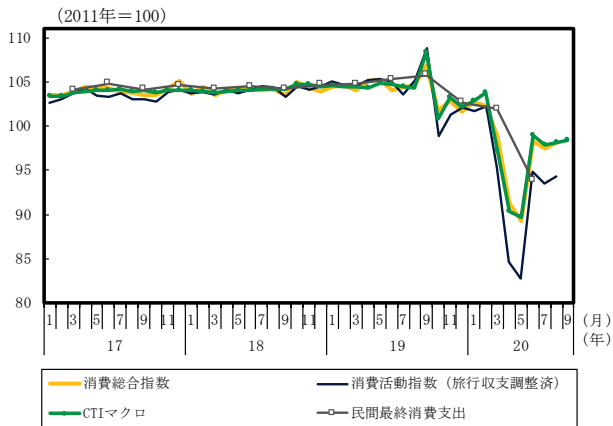
(注2) JAL・ANAのデータはグループ会社を含む数値。

(出所) JR東海、JR西日本、JR九州、JAL、ANA資料より大和総研作成



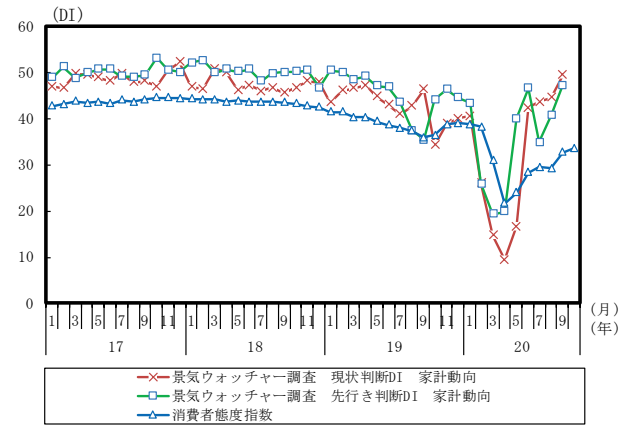
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



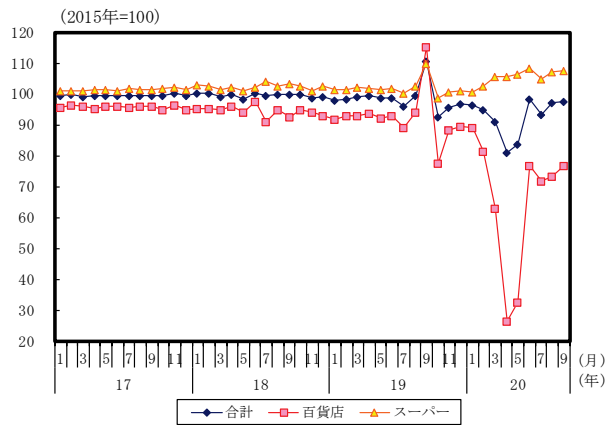
(注) CTIマクロは、2011年が100となるように変換している。  
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



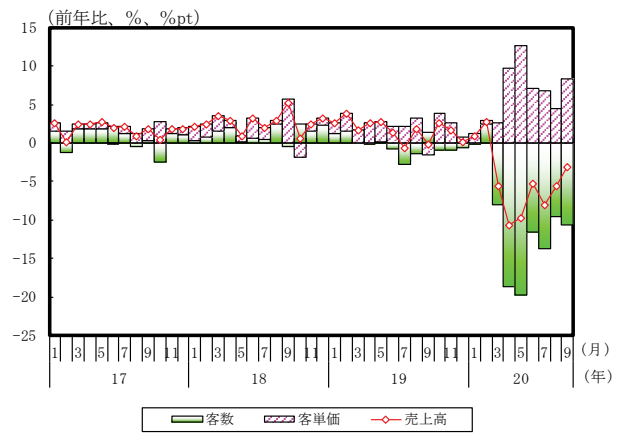
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



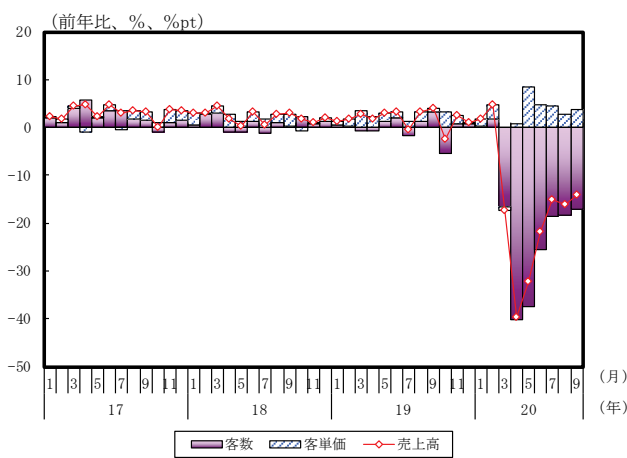
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



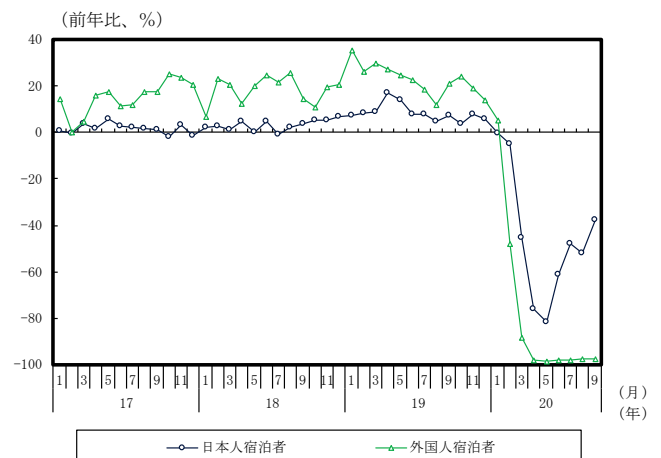
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

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

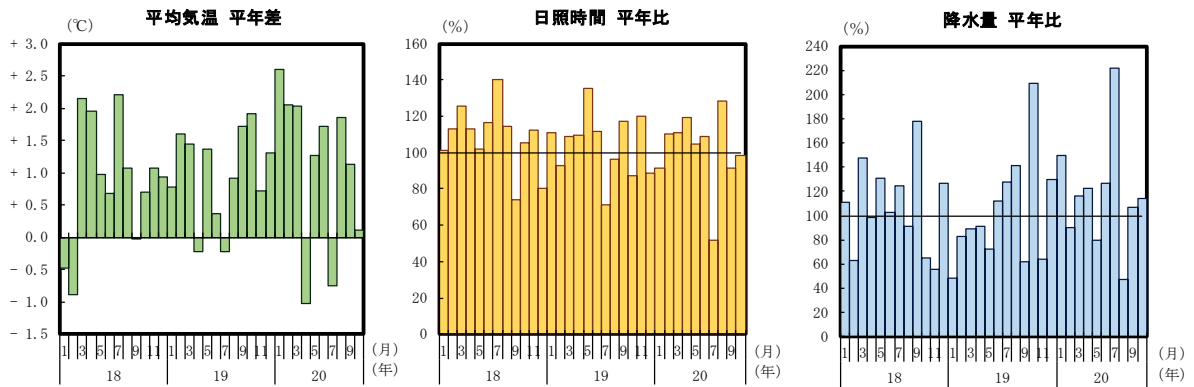
宿泊者数



(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

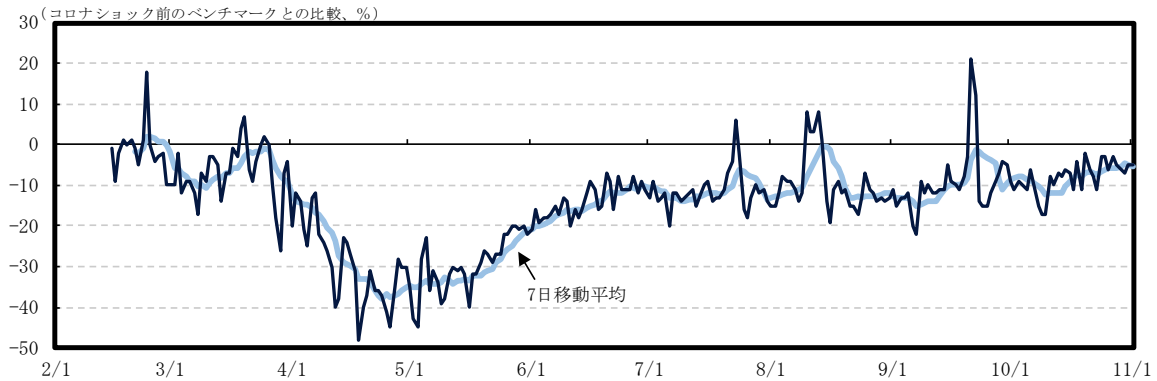
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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

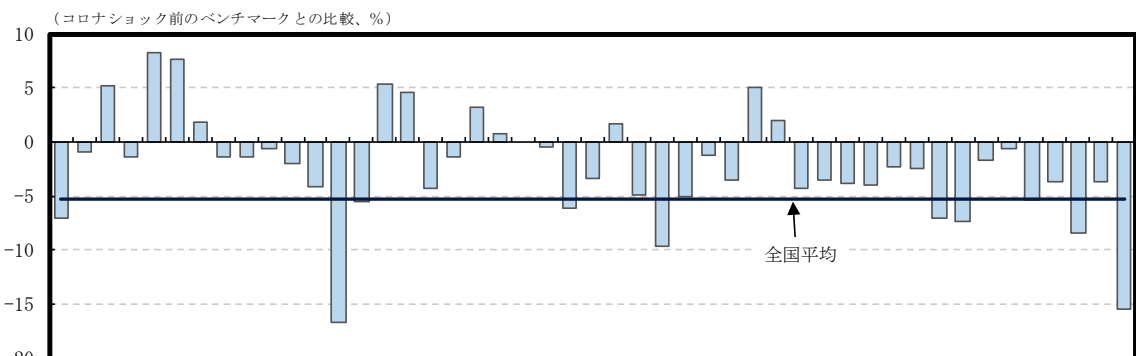
人出

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 (10/26~11/1平均、都道府県別)



北 青 岩 宮 秋 山 福 茨 栃 群 埼 千 東 神 新 富 石 福 山 長 岐 静 愛 三 滋 京 大 兵 奈 和 鳥 島 岡 広 山 徳 香 愛 高 福 佐 長 熊 大 宮 鹿 沖  
 海 森 手 城 田 形 島 城 木 馬 玉 葉 京 奈 潟 山 川 井 梨 野 阜 岡 知 重 賀 都 阪 庫 良 歌 取 根 山 島 口 島 川 媛 知 岡 賀 崎 本 分 崎 児 繩  
 道 川 山

(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