

2021年1月8日 全10頁

Indicators Update

2020年11月消費統計

天候要因で消費の回復が一服

経済調査部 研究員 和田 恵

[要約]

- 11月の消費は前月から減少した。11月は例年より気温が高かったため、衣類関連やエアコンなどの季節商品販売が不調であった。月後半に「Go To トラベルキャンペーン」が一部地域で一時停止されたことなどのサービス消費への影響は限定的であったとみられる。
- 個社データや業界統計、POSデータを見ると、12月の消費は2ヶ月連続で減少したとみられる。2021年1月以降の消費は、新型コロナウイルス感染再拡大と緊急事態宣言の再発出を受けて減少するだろう。これまでサービス消費の追い風となっていたGo To キャンペーンが順次見直されたことが重石となろう。

図表1：各種消費指標の概況（単位：％）

			2020年 7月	8月	9月	10月	11月	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 7.6	▲ 6.9	▲ 10.2	1.9	1.1	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 6.5	1.7	3.8	2.1	▲ 1.8	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲ 7.2	▲ 6.6	▲ 11.6	5.1	2.5	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 6.2	0.9	3.8	2.9	▲ 2.0	
供給側	小売販売額	前年比	▲ 2.9	▲ 1.9	▲ 8.7	6.4	0.7	経済産業省
		前月比	▲ 3.4	4.6	▲ 0.1	0.5	▲ 2.0	
	百貨店売上高	前年比	▲ 20.3	▲ 22.0	▲ 33.6	▲ 1.7	▲ 14.3	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	▲ 7.4	▲ 5.5	▲ 3.0	▲ 4.3	▲ 2.2	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	2.6	3.3	▲ 4.6	2.8	1.2	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	▲ 15.0	▲ 16.0	▲ 14.0	▲ 5.7	▲ 7.8	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	▲ 87.4	▲ 86.3	▲ 78.9	▲ 65.7	-	観光庁
需要側 + 供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	▲ 7.3	▲ 6.5	▲ 8.8	▲ 0.6	▲ 3.1	総務省
		前月比	▲ 1.2	0.7	1.2	1.6	▲ 0.4	
	消費総合指数	前月比	▲ 1.0	▲ 0.8	1.7	2.1	-	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）＞天候要因により消費の回復が一服

2020年11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▲1.8%と4ヶ月ぶりに減少した（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▲2.9%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▲2.0%であった。実質消費支出はコロナショック直前の2020年1月並みの水準にはあるものの（図表3）、前月までの消費全体の回復が一服した。

内訳を見ると（大和総研による季節調整値）財・サービス別では、耐久財（前月比▲4.8%）、半耐久財（同▲4.0%）は減少した一方、サービス（同+2.6%）は3ヶ月連続、非耐久財は3ヶ月ぶりに増加した。サービスについては、月後半には一部地域が対象地となる「Go To トラベルキャンペーン」が一時停止され、11月21日～23日の三連休には外出自粛の呼びかけが行われたものの、それらの影響は限定的であったとみられる。耐久財に関しては商業動態統計や業界統計等を踏まえると11月はサンプルの少なさに起因する振れとみられる。

費目別に見ると（総務省による季節調整値）、10大費目中7費目が前月から減少した。「交通・通信」（前月比▲4.6%）、「家具・家事用品」（同▲13.4%）、「被服及び履物」（同▲11.3%）などが減少した一方、「その他の消費支出」（同+7.1%）、「教育」（同+5.0%）、「食料」（同+1.4%）が増加した。

減少費目では、11月は平年より平均気温が高かった（p.10）ため冬物消費が振るわなかったことが寄与したとみられる。「家具・家事用品」ではエアコンなどの冷暖房用器具が押し下げた。「被服及び履物」では、シャツ・セーター類などの洋服が減少した。

増加費目では、「その他の消費支出」に関して仕送り金、「教育」では私立大学の授業料など振れの大きい項目が増加した。「食料」では、穀類などの食材は増加したものの、外食は3ヶ月ぶりに減少に転じた。新型コロナウイルスの感染再拡大などを受けたものとみられる。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2020/4	2020/5	2020/6	2020/7	2020/8	2020/9	2020/10	2020/11	シェア（%）
消費支出	▲6.2	▲0.1	13.0	▲6.5	1.7	3.8	2.1	▲1.8	100.0
食料	▲3.5	▲1.0	5.8	▲3.0	▲1.3	5.8	▲1.2	1.4	27.4
住居	8.4	▲18.9	21.1	▲9.4	11.4	▲0.7	5.3	▲2.2	5.8
光熱・水道	6.9	0.5	1.3	▲3.8	▲4.9	6.5	2.5	▲0.6	7.5
家具・家事用品	▲0.1	10.5	23.4	▲22.3	13.1	▲5.1	6.0	▲13.4	4.0
被服及び履物	▲41.7	40.8	60.7	▲22.4	5.0	6.0	3.8	▲11.3	3.9
保健医療	▲1.2	▲3.3	10.9	6.1	2.8	▲8.2	9.1	▲5.9	4.8
交通・通信	▲4.1	▲9.4	11.9	▲10.6	16.5	▲0.4	3.3	▲4.6	14.9
教育	7.5	3.9	▲3.9	8.7	5.9	▲10.3	11.5	5.0	3.9
教養娯楽	▲12.8	▲4.7	26.2	▲3.2	▲1.8	12.9	8.7	▲1.7	10.5
その他の消費支出	▲12.2	5.3	16.9	▲7.2	▲7.0	2.8	▲0.2	7.1	17.3

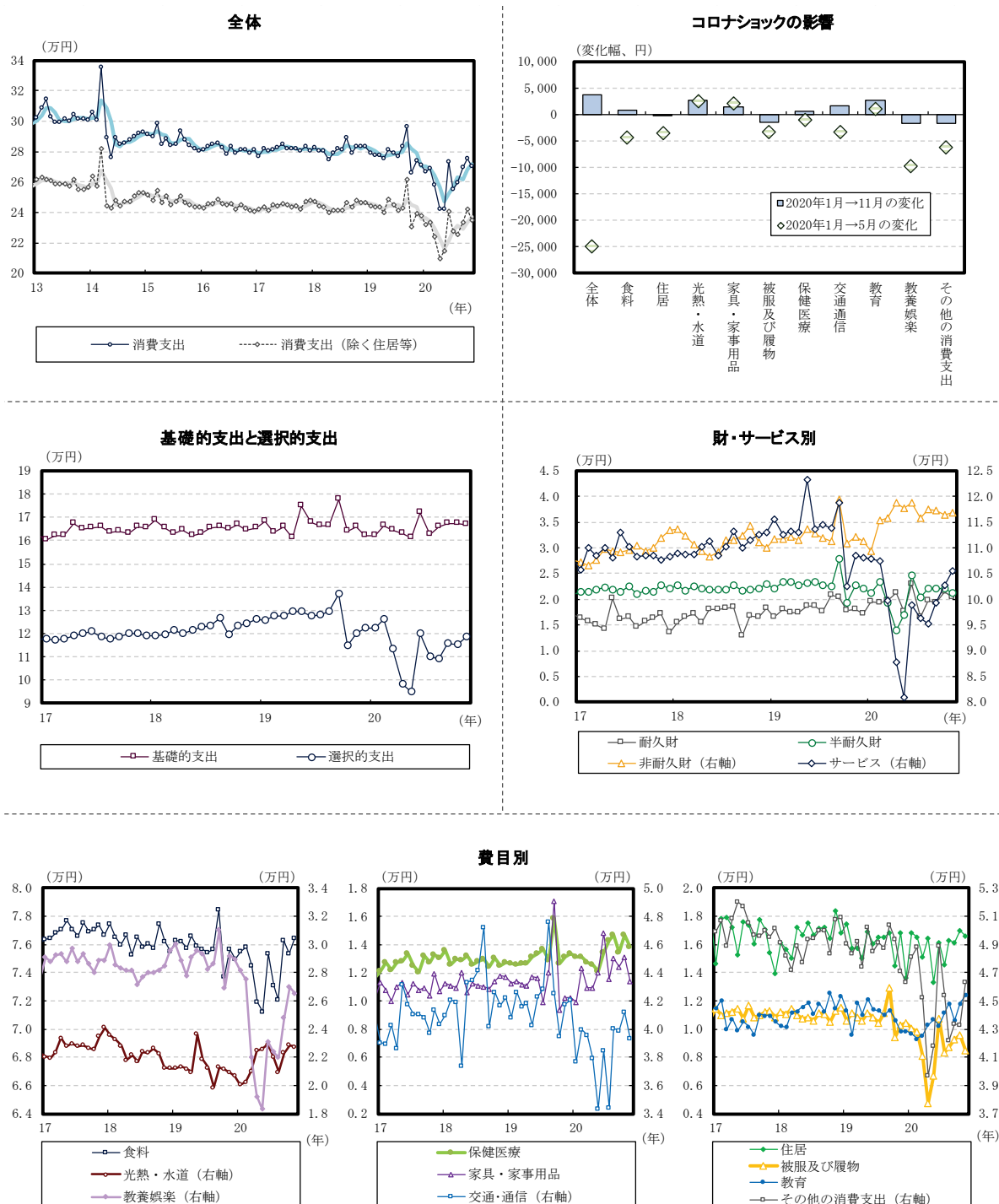
（注1）二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

（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

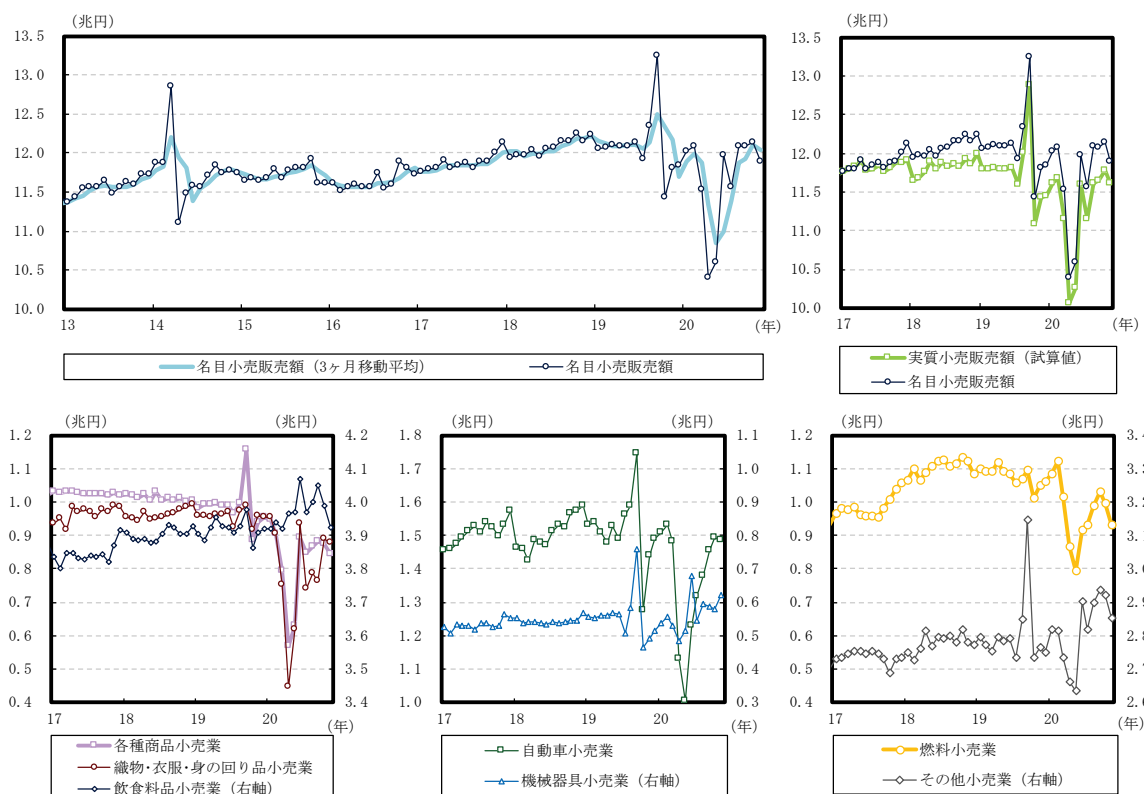
＜商業動態統計（供給側）＞感染再拡大を受け、幅広い業種で前月から減少

2020 年 11 月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比▲2.0%と前月から減少した（図表 4、5）。CPI の財指数で実質化した金額は同▲1.4%だった。小売販売額は 8 月から 10 月にかけてコロナショック前の 2 月の水準を概ね維持していたものの、感染再拡大による自粛を受けて 11 月は減少に転じた。さらに、11 月は例年より気温が高かったため、季節商品販売が不調であったと考えられる。

名目小売販売額を業種別に見ると、7 業種中 6 業種で減少した。「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」（前月比▲2.4%）、「燃料小売業」（同▲6.5%）、「飲食料品小売業」（同▲1.6%）などが減少した。「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」に関しては、平年より気温が高かったことに加え、消毒の徹底などのコロナ対策により風邪が平年より流行しなかったことで、風邪薬などの季節商品の販売が振るわなかったとみられる。ガソリンスタンド等が含まれる「燃料小売業」では、ガソリン価格・灯油価格の下落等が影響したとみられる。さらに高速道路の交通量（図表 6）の前年比のマイナス幅が 10 月から拡大しており、11 月 21 日～23 日の三連休中に自動車を利用した遠出が減少したことも考えられる。

一方、「機械器具小売業」（前月比+7.2%）は増加した。エアコン等の季節商品は減少したものの、家電全体では増加したと考えられる。家電の売上は 9 月以降前月比で減少が続いていたが、11 月は持ち直しの動きが見られた。

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、%	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	シェア (%)
小売業計	▲9.9	1.9	13.1	▲3.4	4.6	▲0.1	0.5	▲2.0	100.0
各種商品小売業	▲28.4	10.7	42.2	▲5.2	2.3	1.7	▲0.7	▲3.8	8.1
織物・衣服・身の回り品小売業	▲40.4	38.4	51.3	▲21.0	6.3	▲3.1	16.4	▲1.3	7.6
飲食料品小売業	1.2	0.1	2.6	▲2.5	0.8	1.3	▲1.6	▲1.6	31.3
自動車小売業	▲23.8	▲11.1	22.4	7.2	4.6	5.6	2.6	▲0.4	12.5
機械器具小売業	▲8.2	5.6	32.5	▲19.6	8.9	▲1.4	▲1.2	7.2	4.3
燃料小売業	▲14.6	▲8.8	15.5	1.6	6.2	4.4	▲3.5	▲6.5	8.9
その他小売業	▲2.7	▲1.0	10.2	▲3.0	3.0	1.3	▲0.6	▲2.4	21.9

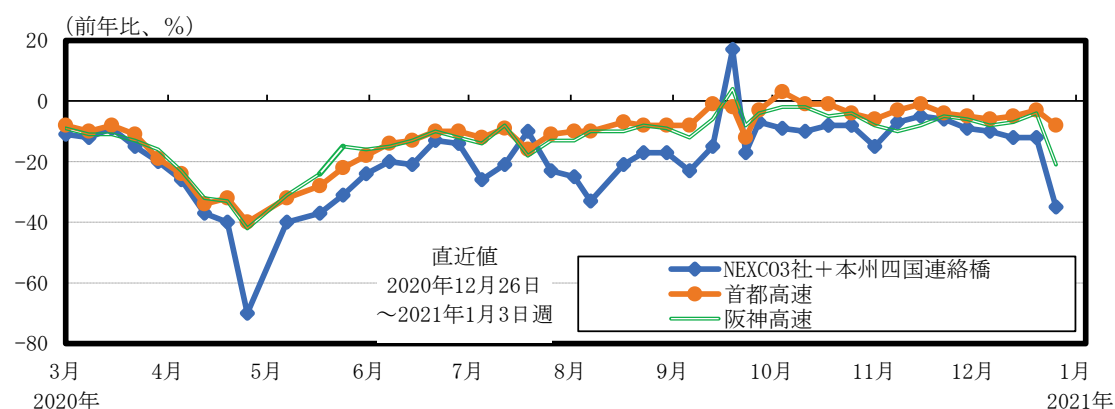
(注1) 経済産業省による季節調整値。

(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」の系列が無いいため、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、年末年始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

＜先行き＞感染再拡大が重石となり、サービス消費を中心に減少

個社データやPOS データ等を基に判断すると (pp.7-8)、12 月の消費は2 ヶ月連続で減少したとみられる。財消費は横ばいで推移した一方、サービス消費は減少したようだ。財は業態によりまちまちであったと考えられる。ホームセンターの売上高は11 月から減少した一方、家電量販店の売上高や新車販売台数は小幅に増加し、スーパーは概ね横ばいであった。他方、サービスに関しては、新幹線輸送量が11 月から小幅に減少した。また、人出や高速道路交通量も11 月前半をピークに振れを伴いながらも減少している。感染再拡大を受けた帰省の自粛や、「Go To トラベルキャンペーン」の一時停止の影響が表れたとみられる。

2021 年1 月の消費は、感染再拡大と緊急事態宣言の再発出を受けて減少するだろう。これまで消費の回復をけん引してきたサービス消費について、足元では感染再拡大が深刻化し、これまでサービス消費の追い風となっていた Go To トラベルキャンペーンにおいて、12 月28 日～2021 年2 月7 日の利用が全国一斉に停止された。さらに1 月8 日から2 月7 日までの1 ヶ月間、東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県を対象とする緊急事態宣言が再発出された。政府はこの期間中に不要不急の外出自粛のほか、飲食店や商業施設の午後8 時までの時短営業を要請している。

財消費に関しても、小売店の営業時間短縮や客数の減少を受けて伸び悩むだろう。

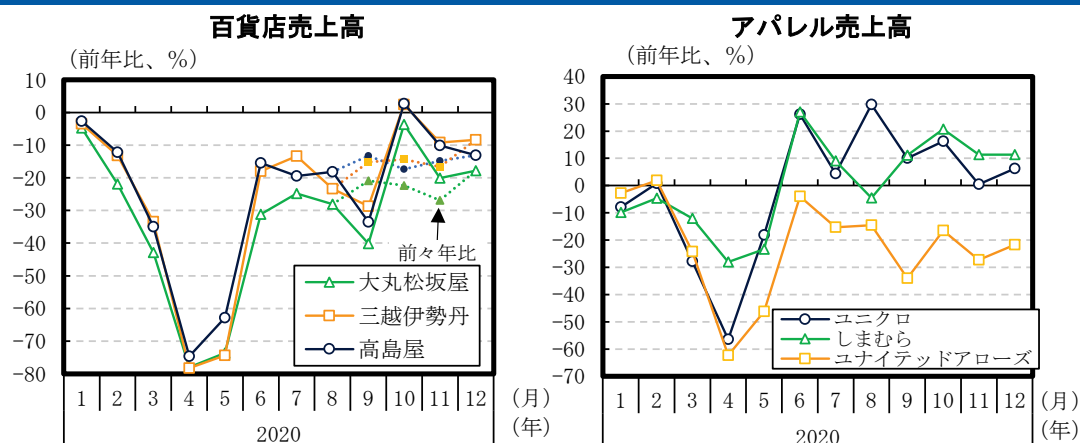
こうした動きを受け、緊急事態宣言の個人消費への影響は前回の落ち込み幅の6 分の1 程度と見込まれる¹。さらに、感染の再拡大を受けて緊急事態宣言の対象地が拡大することで、消費の落ち込みが大きくなるリスクに注意が必要だ。

¹ 詳しくは、神田慶司・山口茜「[緊急事態宣言の再発出で21 年の実質 GDP 成長率見通しは0.3%pt の下方修正](#)」(2021 年1 月7 日、大和総研レポート)を参照

<トピック> 個社データ・業界統計・POS データで先取りする 12 月の消費²

- ◆【百貨店】大手 3 社の 12 月の既存店売上高伸び率は前年比 1～2 割減程度。大丸松坂屋と三越伊勢丹の前年比マイナス幅が 11 月から小幅に縮小。
- ◆【アパレル】12 月の既存店売上高伸び率は、ユニクロが前年比 1 割増程度とプラス幅が拡大。しまむらが横ばい。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。平年より気温が低かったことによる冬物商品の販売が好調。

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。

色付きのマーカは前々年比（一部は大和総研による試算値）。

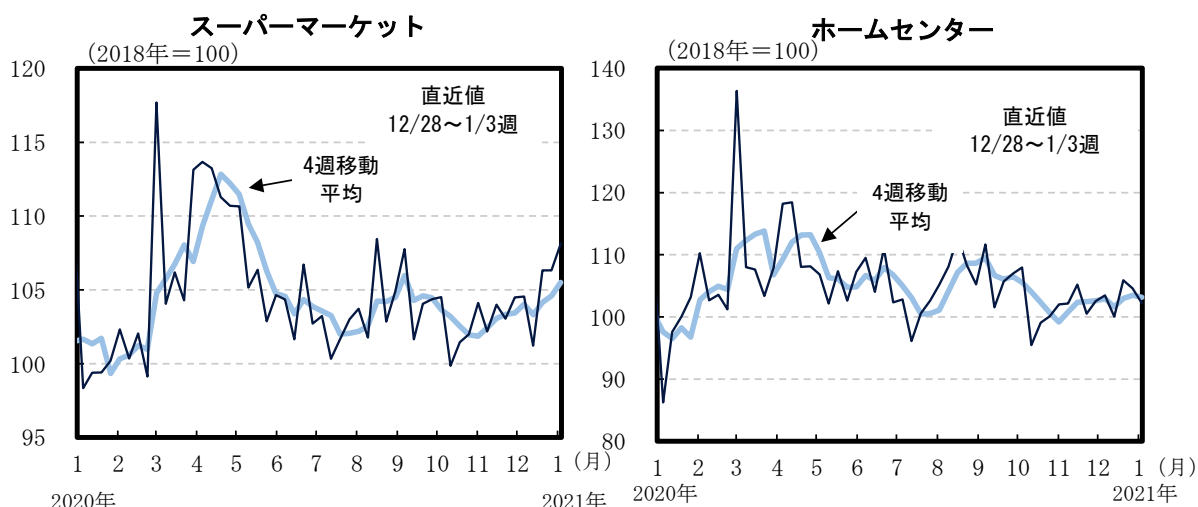
(注2) アパレル：既存店ベース。ユニクロとユナイテッドアローズはネット通販を含む数値。

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、10月以降はオンラインストア含む。

(出所) 各社資料より大和総研作成

- ◆【スーパー】12 月の売上高は 11 月から横ばい（大和総研による季節調整値）。主力の食品売上高も 11 月から変わらず。
- ◆【ホームセンター】12 月の売上高は前月比▲1%程度（大和総研による季節調整値）。雑貨などの幅広い品目で売上が減少。

図表 8：スーパーマーケット・ホームセンターの売上高



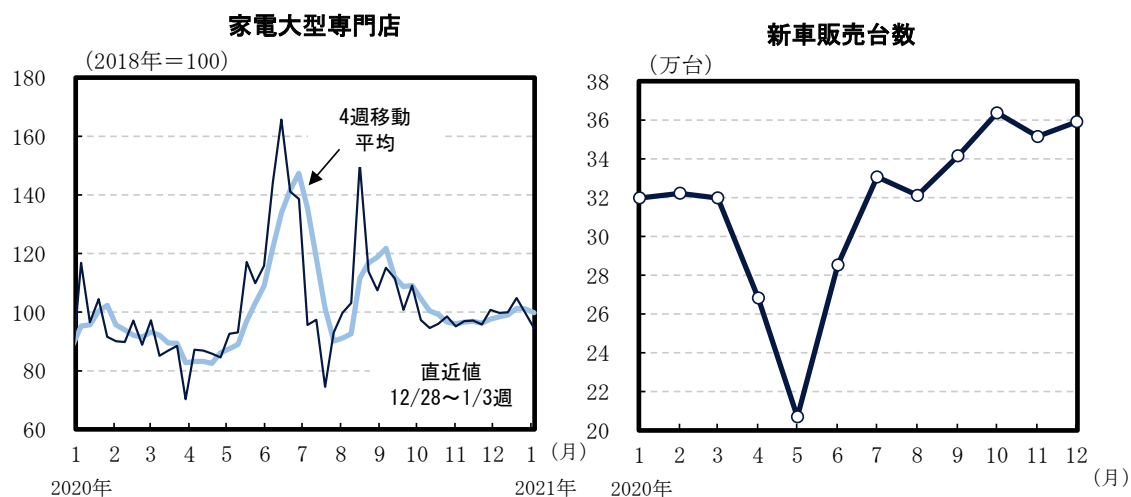
(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

² 詳しくは、山口茜・和田恵「消費データブック (1/7 号)」(2021 年 1 月 7 日、大和総研レポート) を参照。

- ◆【家電】12月の大手家電量販店の売上高は前月比+1%程度（大和総研による季節調整値）。カラーテレビやエアコンの販売が増加した。
- ◆【自動車】12月の新車販売台数は11月から8千台増加（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。

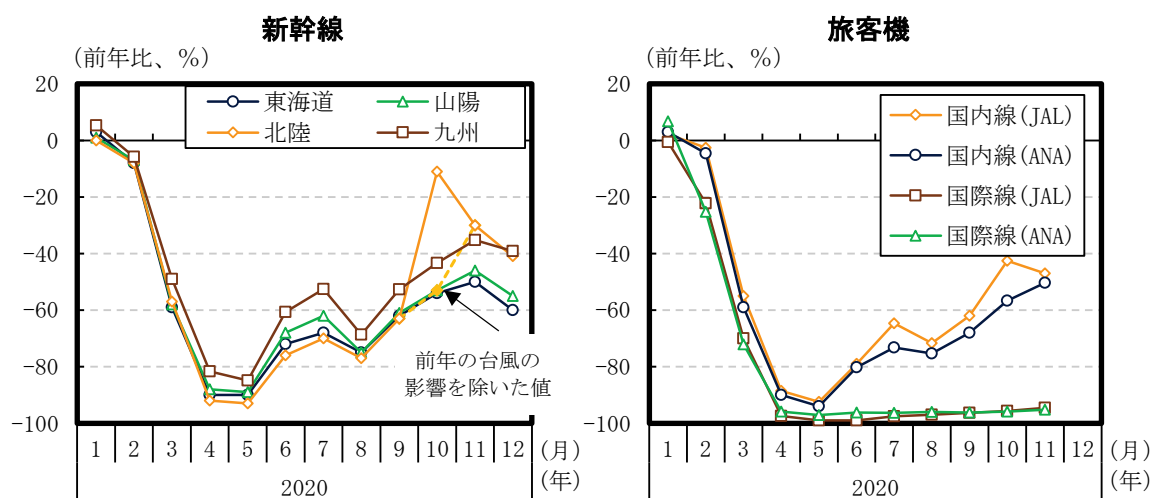
大和総研による季節調整値。

(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】12月の輸送量は、前年比4～6割減程度と11月からマイナス幅が小幅に拡大。
- ◆【旅客機】11月の輸送量は、国内線は前年比5割減程度、国際線は同95%減程度と、ともにマイナス幅は10月から変化なし。年末年始（12月25日～1月3日）の輸送量は、国内線で同6割減程度、国際線で同95%減程度。

図表10：新幹線・旅客機の利用状況



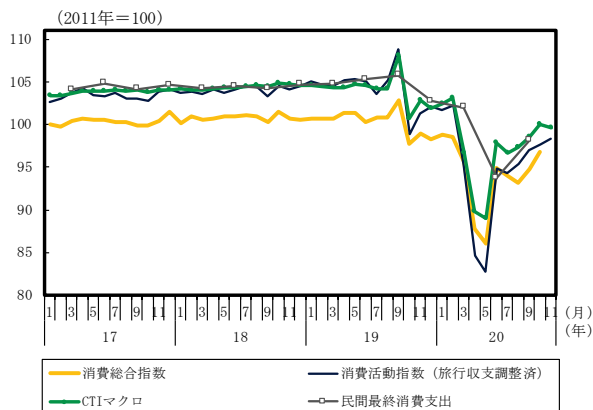
(注1) 新幹線の12月は、東海道が22日まで、九州が19日まで、山陽・北陸が14日まで。

(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

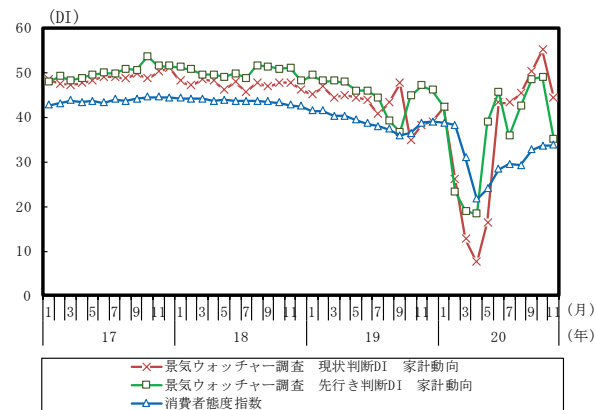
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



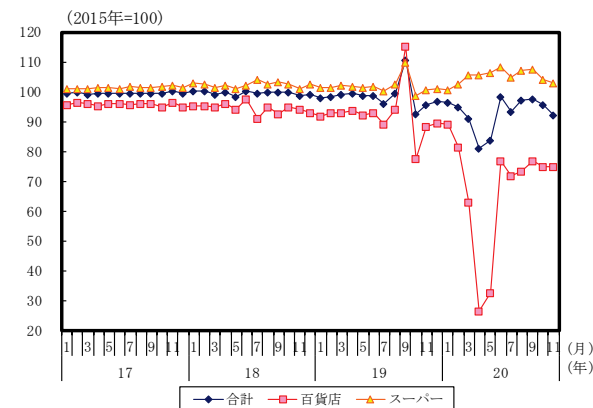
(注) CTIマクロは、2011年が100となるように変換している。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



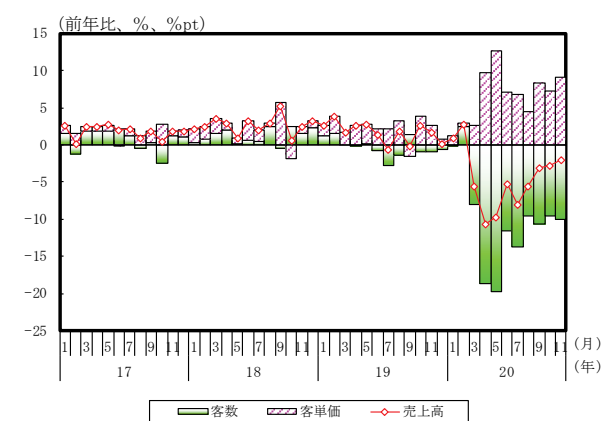
(注) 内閣府による季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



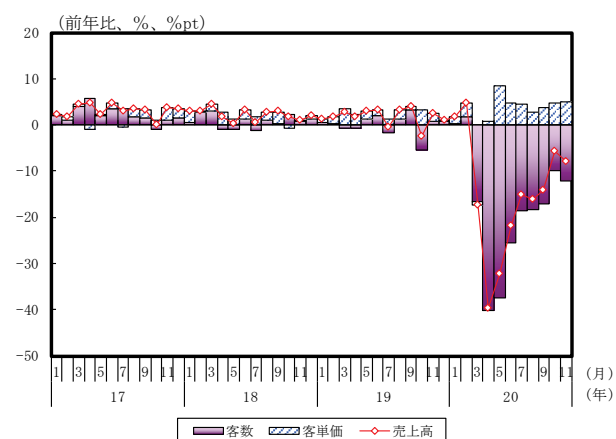
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



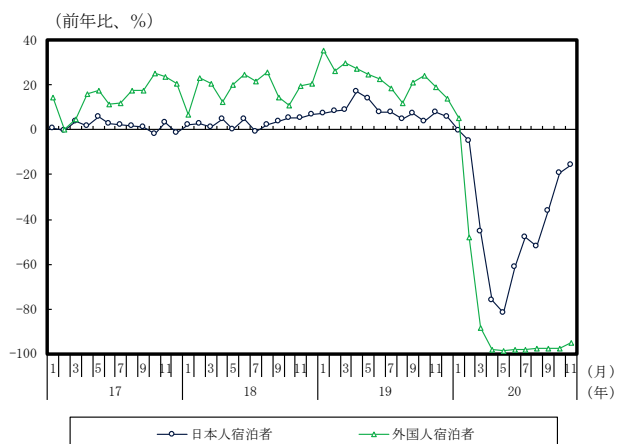
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

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

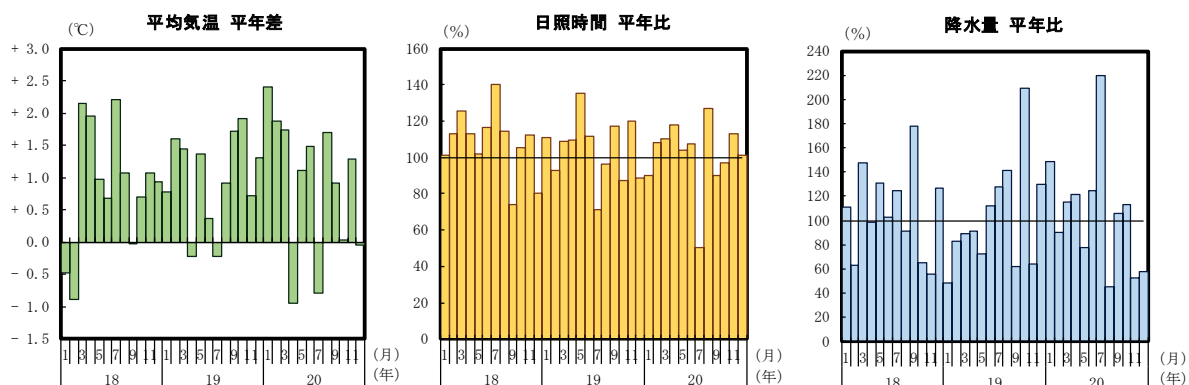
宿泊者数



(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



人出

小売・娯楽施設の人出



小売・娯楽施設の人出 (12/22~12/28平均、都道府県別)

