

2021年2月5日 全9頁

Indicators Update

2020年12月消費統計

外出自粛などを受け前月から概ね横ばい

経済調査部 研究員 和田 恵

[要約]

- 12月の消費は前月から概ね横ばいであった。需要側の家計調査の実質消費支出は2ヶ月ぶりに小幅に増加した一方、供給側の商業動態統計の名目小売販売額は小幅に減少した。ただし家計調査の実質消費支出を水準で見ると、前月の落ち込みから回復していない。12月は気温が高かった11月から一転してほぼ平年並みの気温であったことからエアコンなど冬物商品の需要は高かったものの、新型コロナウイルス感染対策の効果もあり、風邪治療や医薬品に関する消費は少なかった。また、外出自粛や年末の旅行の自粛などもマイナス要因であった。
- 個社データや業界統計、POSデータを見ると、1月の消費は12月から減少したとみられる。県ごもり需要に関連する業態は堅調に推移したものの、時短営業や不要不急の外出自粛の影響を受けた業態は大幅に減少した。ただし2020年春の前回緊急事態宣言時と比べると、財・サービスとともに変化は小幅に留まるとみられる。2月以降の消費は、緊急事態宣言の延長を受けてサービス消費を中心に低迷するだろう。

図表1：各種消費指標の概況（単位：%）

		2020年8月	9月	10月	11月	12月		
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 6.9	▲ 10.2	1.9	1.1	▲ 0.6	総務省、二人以上世帯
		前月比	1.7	3.8	2.1	▲ 1.8	0.9	
供給側	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲ 6.6	▲ 11.6	5.1	2.5	0.0	総務省、二人以上世帯
		前月比	0.9	3.8	2.9	▲ 2.0	0.1	
供給側	小売販売額	前年比	▲ 1.9	▲ 8.7	6.4	0.6	▲ 0.3	経済産業省
		前月比	4.6	▲ 0.1	0.5	▲ 2.1	▲ 0.8	
供給側	百貨店売上高	前年比	▲ 22.0	▲ 33.6	▲ 1.7	▲ 14.3	▲ 13.7	日本百貨店協会
		前年比	▲ 5.5	▲ 3.0	▲ 4.3	▲ 2.2	▲ 4.0	
供給側	コンビニエンスストア売上高	前年比	3.3	▲ 4.6	2.8	1.2	2.7	日本フランチャイズチェーン協会
		前年比	▲ 16.0	▲ 14.0	▲ 5.7	▲ 7.8	▲ 15.5	
供給側	スーパー売上高	前年比	▲ 86.3	▲ 78.9	▲ 65.7	▲ 55.5	-	日本チェーンストア協会
		前年比	▲ 6.5	▲ 8.8	▲ 0.5	▲ 3.1	▲ 2.4	
需要側+供給側	外食売上高	前年比	0.8	1.2	1.7	▲ 0.6	▲ 0.2	観光庁
		前年比	▲ 0.8	1.6	2.2	▲ 0.1	-	
需要側+供給側	旅行取扱高	前年比	▲ 6.5	▲ 8.8	▲ 0.5	▲ 3.1	▲ 2.4	総務省
		前年比	0.8	1.2	1.7	▲ 0.6	▲ 0.2	
需要側+供給側	消費総合指数	前月比	▲ 0.8	1.6	2.2	▲ 0.1	-	内閣府
		前月比	▲ 0.8	1.6	2.2	▲ 0.1	-	

(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）＞小幅に増加するも、弱い動きが継続

2020年12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+0.9%と2ヶ月ぶりに小幅に増加した（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+0.4%であった。さらに、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+0.1%であった。前月に消費全体の回復が一服しており、12月の増加幅も小幅に留まつたことから、弱い動きが継続した。

内訳を見ると（大和総研による季節調整値）、基礎的支出（前月比+1.0%）は増加した一方、選択的支出（同▲6.9%）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3費目が前月から増加した。「その他の消費支出」（同+2.7%）、「被服及び履物」（同+9.6%）、「家具・家事用品」（同+2.2%）が増加した一方、「光熱・水道」（同▲6.0%）、「保健医療」（同▲6.9%）、「教養娯楽」（同▲3.5%）などが減少した。

増加費目では、「その他の消費支出」に関して交際費、「被服及び履物」では和服など振れの大きい項目が増加した。「家具・家事用品」では平年より気温が高かった11月から一転して12月はほぼ平年並みの気温であったため（p.9）、前月に比べてエアコンなどの冷暖房用器具の需要が高まったとみられる。

減少費目では、「光熱・水道」に関しては電気代が押し下げた。「保健医療」では、医科診療代を含む保健医療サービスが減少した。感染対策の徹底により、季節性の風邪患者等が減少しているとみられる。「教養娯楽」においては、宿泊料やパック旅行費が押し下げた。新型コロナウイルス感染再拡大や「Go To トラベルキャンペーン」の一時停止を受けて、クリスマスや年末などに旅行を自粛する動きが広がったとみられる。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2020/5	2020/6	2020/7	2020/8	2020/9	2020/10	2020/11	2020/12	シェア（%）
消費支出	▲0.1	13.0	▲6.5	1.7	3.8	2.1	▲1.8	0.9	100.0
食料	▲1.0	5.8	▲3.0	▲1.3	5.8	▲1.2	1.4	▲1.2	28.9
住居	▲18.9	21.1	▲9.4	11.4	▲0.7	5.3	▲2.2	▲1.6	6.3
光熱・水道	0.5	1.3	▲3.8	▲4.9	6.5	2.5	▲0.6	▲6.0	7.9
家具・家事用品	10.5	23.4	▲22.3	13.1	▲5.1	6.0	▲13.4	2.2	4.6
被服及び履物	40.8	60.7	▲22.4	5.0	6.0	3.8	▲11.3	9.6	3.3
保健医療	▲3.3	10.9	6.1	2.8	▲8.2	9.1	▲5.9	▲6.9	5.1
交通・通信	▲9.4	11.9	▲10.6	16.5	▲0.4	3.3	▲4.6	▲0.2	14.4
教育	3.9	▲3.9	8.7	5.9	▲10.3	11.5	5.0	▲6.4	3.7
教養娯楽	▲4.7	26.2	▲3.2	▲1.8	12.9	8.7	▲1.7	▲3.5	9.0
その他の消費支出	5.4	16.9	▲7.0	▲7.1	2.9	▲0.4	7.1	2.7	16.9

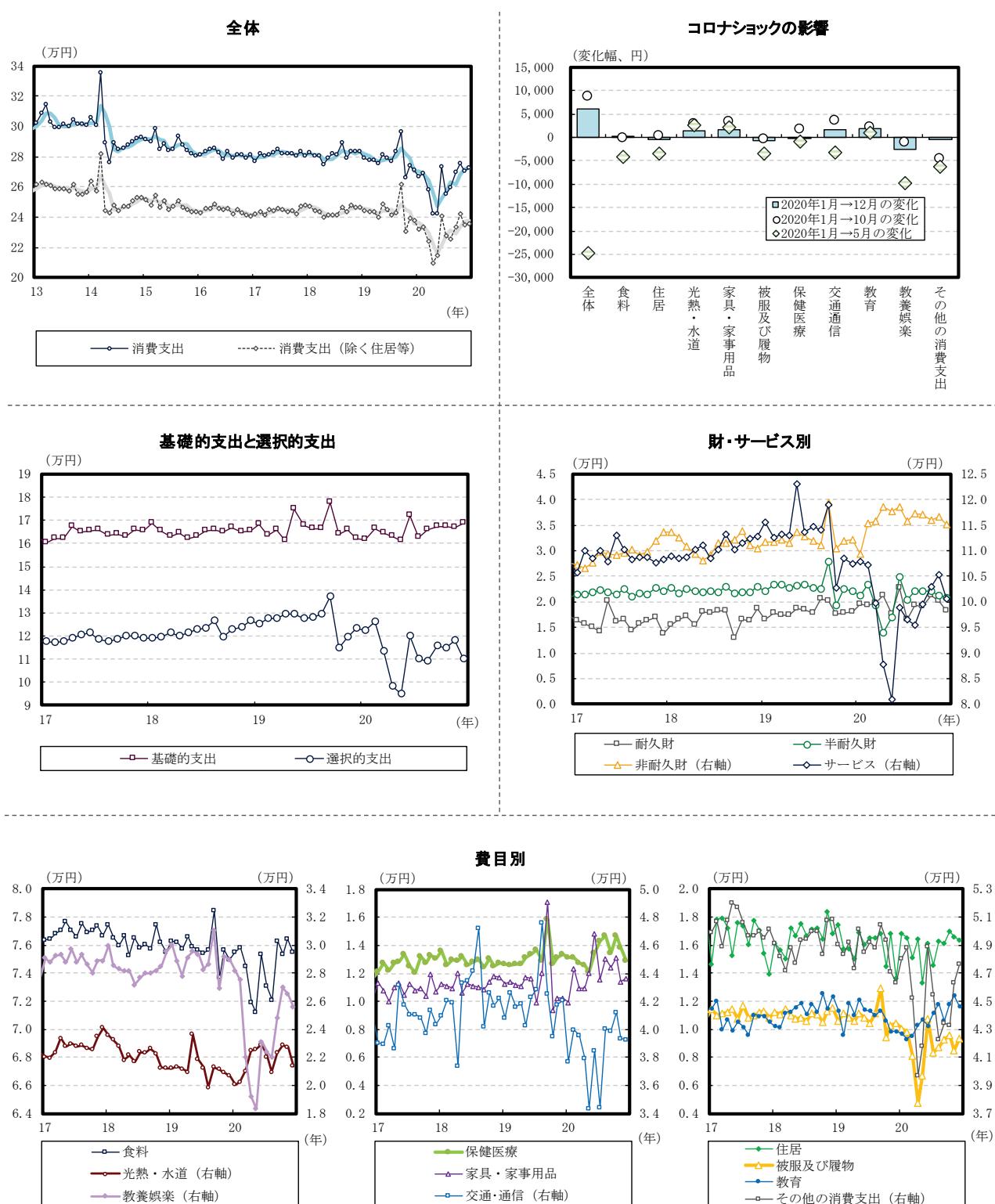
(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

(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2020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

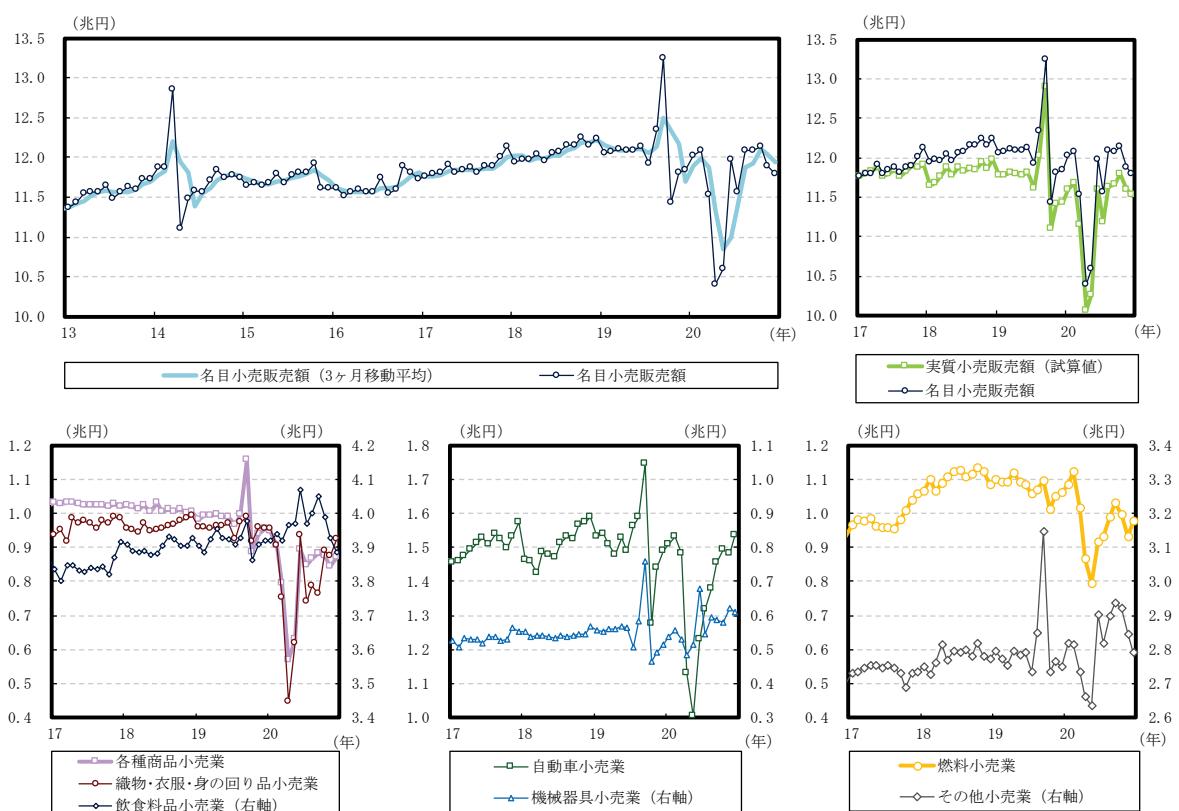
<商業動態統計(供給側)>感染再拡大を受け、年末商戦などが不振

2020年12月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比▲0.8%と小幅に減少した(図表4、5)。CPIの財指数で実質化した金額は同▲0.5%だった。平年より気温が高かった11月から一転して12月は平年並みの気温であったため天候要因はプラスに働いたものの、外出自粛による客数の減少や年末商戦などの不振が押し下げた。

名目小売販売額を業種別に見ると、7業種中3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▲2.0%)、「飲食料品小売業」(同▲1.1%)、「機械器具小売業」(同▲2.0%)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、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、風邪薬などの販売が振るわなかつたとみられる。さらに外出自粛により化粧品販売も苦戦した模様だ。「飲食料品小売業」では、巣ごもり消費として食材の需要は高かったものの、外出自粛により来店客数が減少したコンビニエンスストアの販売の落ち込み等が影響したとみられる。

一方、「自動車小売業」(前月比+3.6%)、「織物・衣服・身の回り品小売業」(同+5.8%)、「燃料小売業」(同+5.0%)などが増加した。「自動車小売業」では、新車販売台数が増加したことが押し上げたとみられる(業界統計:p.7)。「織物・衣服・身の回り品小売業」では、天候要因を追い風とした冬物商品販売が好調だった。

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

图表 5：小売販売額（業種別）の前月比変化率

前月比、%	2020年								シェア(%)
	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
小売業計	1.9	13.1	▲3.4	4.6	▲0.1	0.5	▲2.1	▲0.8	100.0
各種商品小売業	10.7	42.2	▲5.2	2.3	1.7	▲0.7	▲3.8	3.4	7.0
織物・衣服・身の回り品小売業	38.4	51.3	▲21.0	6.3	▲3.1	16.4	▲1.6	5.8	5.9
飲食料品小売業	0.1	2.6	▲2.5	0.8	1.3	▲1.6	▲1.5	▲1.1	30.8
自動車小売業	▲11.1	22.4	7.2	4.6	5.6	2.6	▲0.7	3.6	11.3
機械器具小売業	5.6	32.5	▲19.6	8.9	▲1.4	▲1.2	7.2	▲2.0	6.4
燃料小売業	▲8.8	15.5	1.6	6.2	4.4	▲3.5	▲6.4	5.0	8.1
その他小売業	▲1.0	10.2	▲3.0	3.0	1.3	▲0.6	▲2.6	▲2.0	23.1

(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

＜先行き＞緊急事態宣言の延長を受けて、サービス消費を中心に低迷

個社データや POS データ等を基に判断すると (pp.6-7)、1 月の消費は新型コロナウイルス感染拡大と緊急事態宣言の再発出を受け、12 月から減少したとみられる。足元では、外食・旅行・娯楽関連消費と連動している小売店・娯楽施設の人出は、緊急事態宣言の対象地域だけでなく、それ以外の地域でも大きく落ち込んでいることから、全国で不要不急の外出自粛の動きが出ているとみられる (p.9)。

財消費は巣ごもり需要に関連する業態を中心に堅調に推移し、大手家電量販店、ホームセンター、スーパーマーケットの売上は前月から増加した。今回の宣言下では、前回宣言時に巣ごもり特需が発生したスーパーマーケットやホームセンターの売上については、前回のような大幅な増加はしないと推測する¹。さらに、今回の宣言下では前回のような工場の稼働停止などの供給サイドの混乱は見られず、さらにアパレルなどの企業が EC 対応を拡大しているため、耐久財や半耐久財、非耐久財への影響は限定的と見込まれる。

一方、サービス消費は飲食店の時短営業や不要不急の外出自粛などにより大幅に減少したと見込まれる。今回の緊急事態宣言では、前回よりも対象を絞って経済活動を緩やかに抑制する内容であるため、前回よりも小幅に留まるが、旅行・外食等のサービス消費の落ち込みは避けられないだろう。

2021 年 2 月の消費は、緊急事態宣言が栃木県を除く 10 都府県における緊急事態宣言の 1 ヶ月の延長を受けて低迷するだろう²。

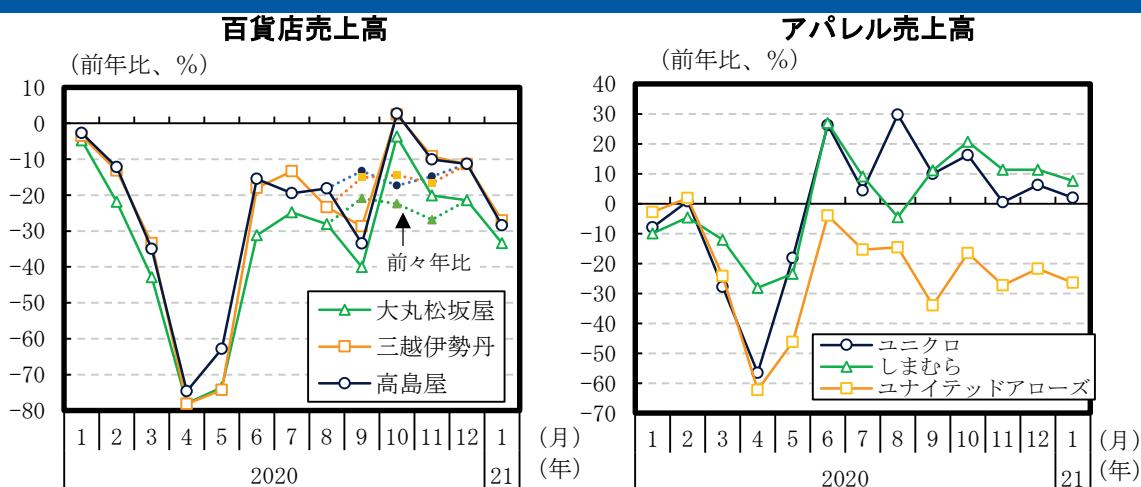
¹ 詳しくは、神田慶司・山口茜・鈴木雄太郎「[日本経済見通し：2021 年 1 月](#)」(2021 年 1 月 20 日、大和総研レポート) を参照。

² 詳しくは、神田慶司・山口茜「[10 都府県への緊急事態宣言の延長で経済見通しを下方修正](#)」(2021 年 2 月 2 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1月の消費

- ◆【百貨店】大手3社の1月の既存店売上高伸び率は前年比3割減程度と、12月（同1～2割減程度）からマイナス幅が拡大。緊急事態宣言再発出を受けた客数の減少や初売りセールの分散開催などが押し下げ。
- ◆【アパレル】1月の既存店売上高伸び率は、ユニクロとしまむらが前年比1割弱増とプラス幅が小幅に縮小。ユナイテッドアローズは同3割減程度とマイナス幅が拡大。外出自粛によるおしゃれ着の需要が減少。

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。

色付きのマーカーは前々年比（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

- ◆【スーパーマーケット】1月の売上高は前月比+3%程度。（大和総研による季節調整値）。

主力の食品売上高も同+2%程度。

- ◆【ホームセンター】1月の売上高は前月比+6%程度（大和総研による季節調整値）。

雑貨、食品などの幅広い品目で売上が増加。

図表7：スーパーマーケット・ホームセンターの売上高

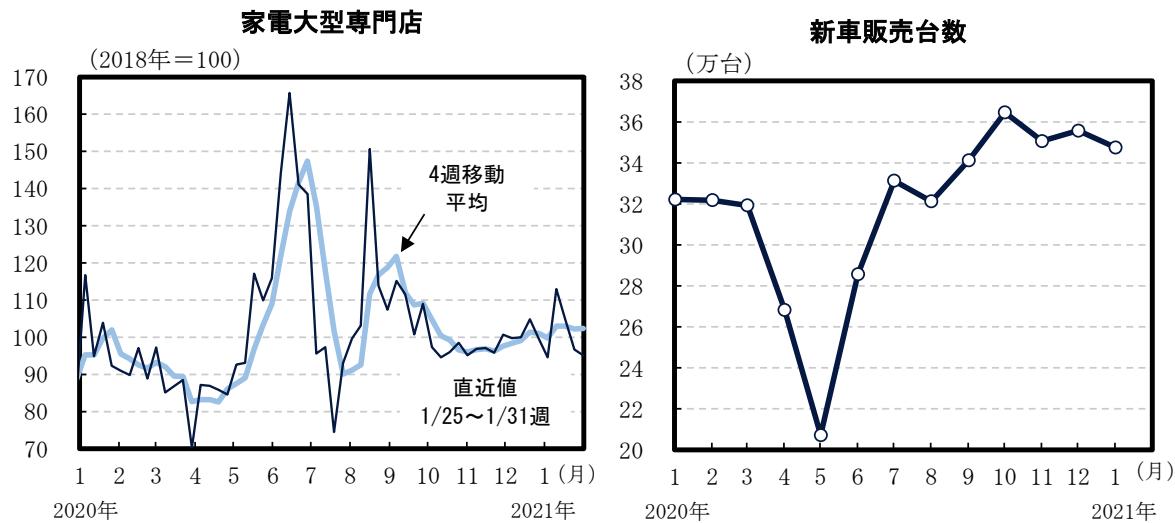


(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

- ◆ 【家電】1月の大手家電量販店の売上高は前月比+2%程度（大和総研による季節調整値）。パソコンや洗濯機の販売が増加した。
- ◆ 【自動車】1月の新車販売台数は12月から8千台減少し、前月比▲2%程度（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。

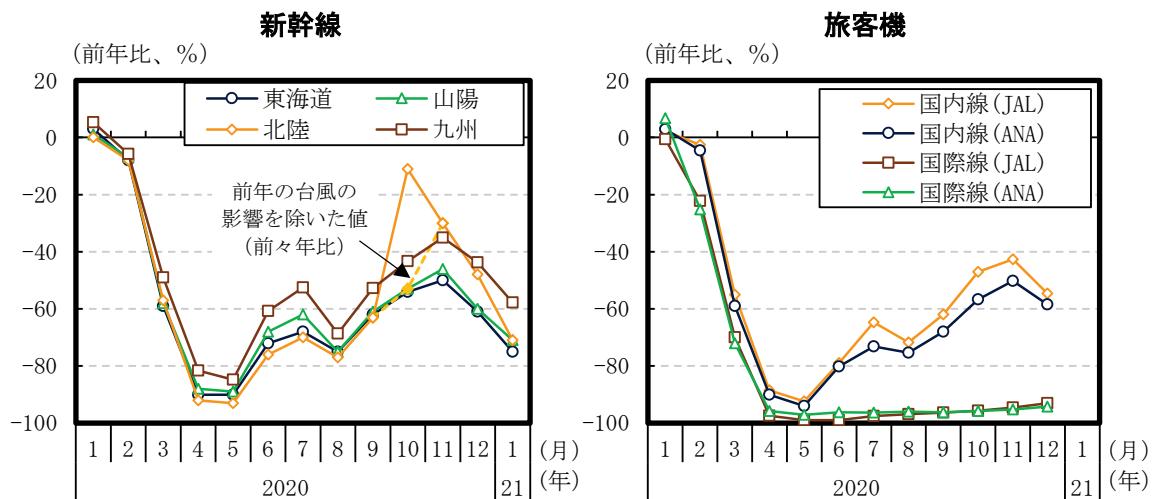
大和総研による季節調整値。

(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】1月の輸送量は、前年比6~8割減程度と12月（同4~6割減程度）からマイナス幅が拡大。
- ◆ 【旅客機】12月の輸送量は、国内線は前年比5~6割減程度とマイナス幅が11月から小幅に拡大。国際線は同95%減程度と変化なし。1月の減便率は国内線が12月より上昇、国際線は横ばいであったことから、更なる前年比マイナス幅の拡大を見込む。

図表9：新幹線・旅客機の利用状況

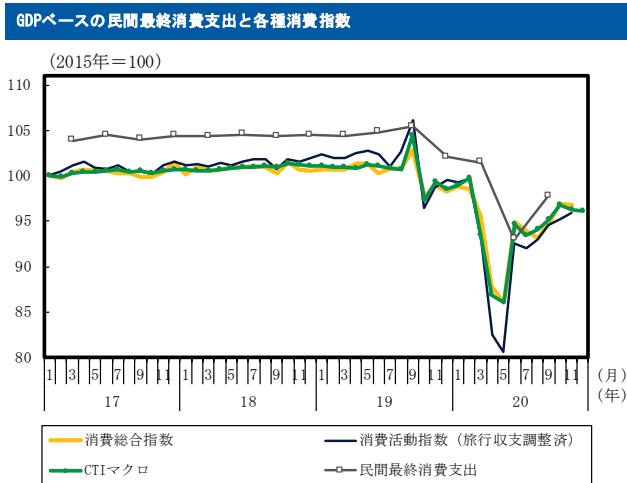


(注1) 新幹線の2021年1月の東海道は28日まで、九州は25日まで、北陸・山陽は14日まで。

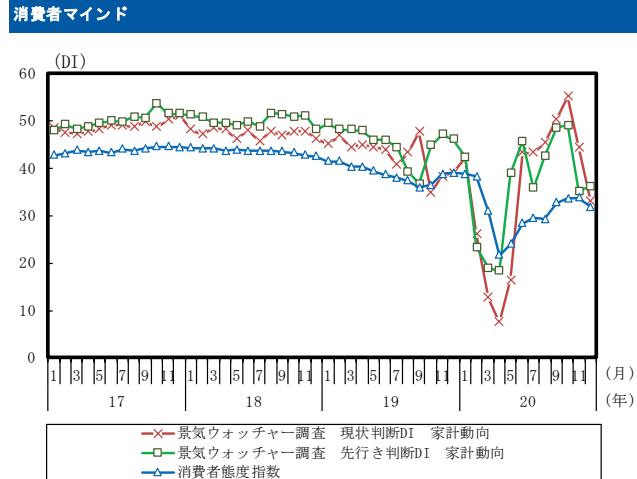
(注2) JAL・ANAのデータはグループ会社を含む数値。

(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

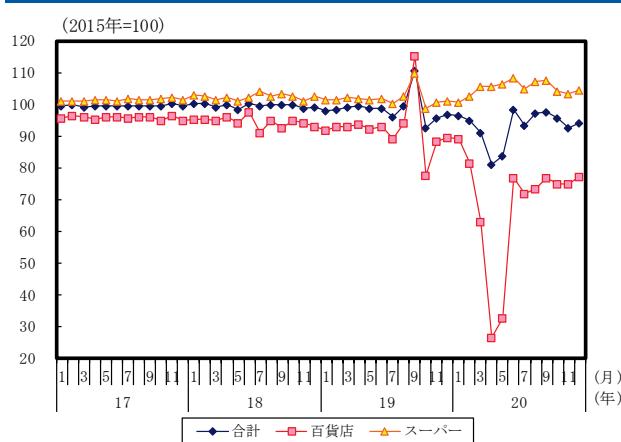


(注) 消費活動指数は、2015年が100となるように変換している。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成



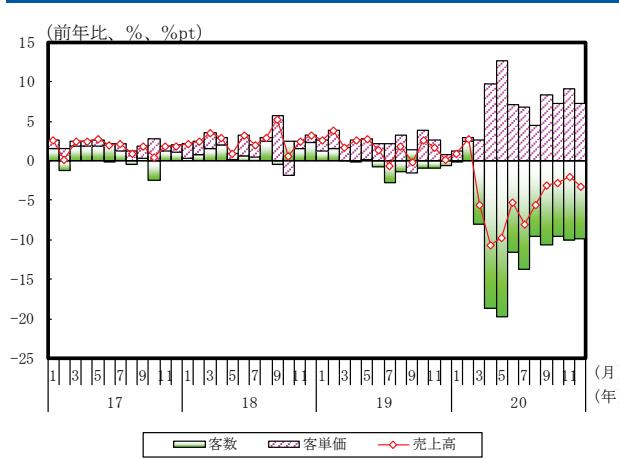
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店専能別商品販売額



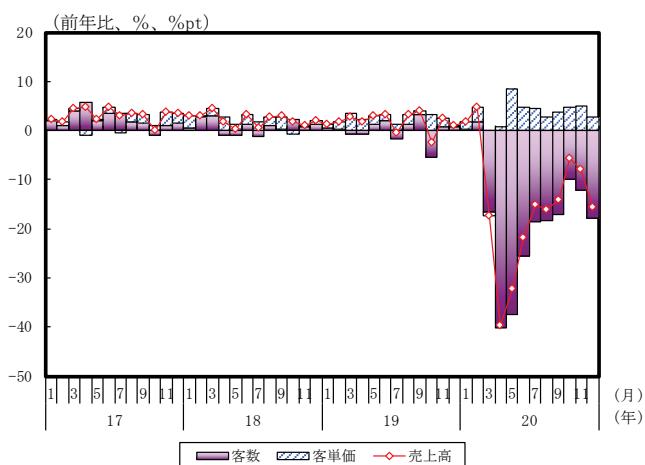
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

コンビニ売上高（店舗数調整前）



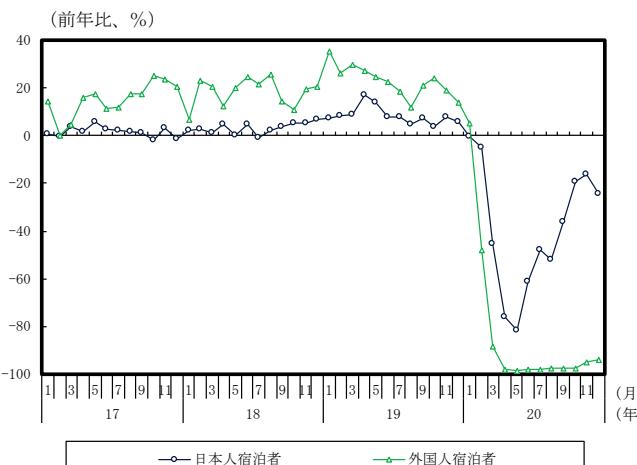
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

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

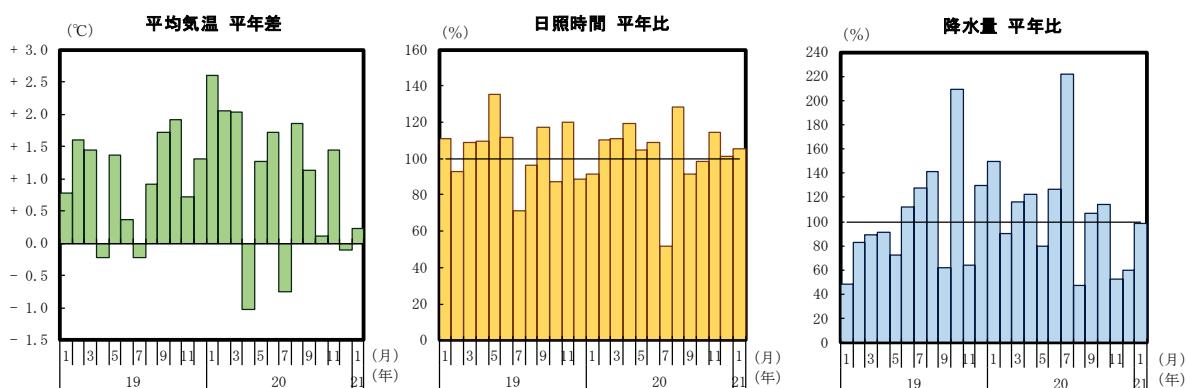
宿泊者数



(注) 宿泊日数ベース。

天候

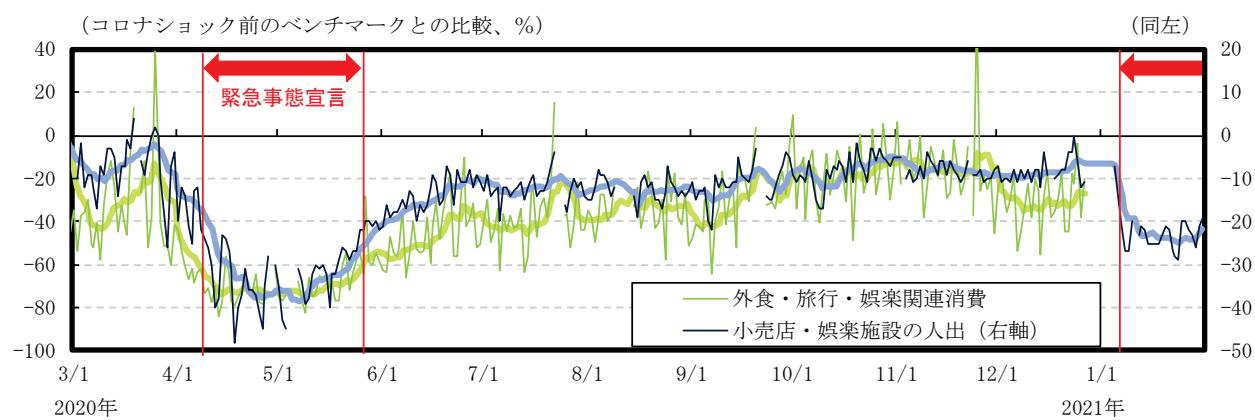
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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

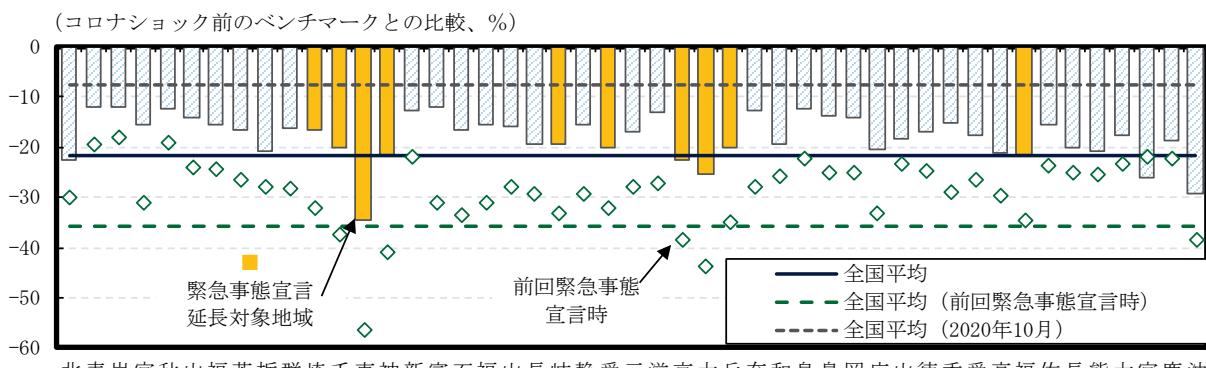
人出

小売店・娯楽施設の人出（直近値1/31）と外食・旅行・娯楽関連消費



(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。太線は7日移動平均。外食・旅行・娯楽関連消費
 は「外食」「交通」「教養娯楽サービス」の合計値。
 月～金曜日の祝日とお盆（8/10～14）、年末年始（12/28～1/4）のデータは除いている。
 (出所) 総務省統計、Google "COVID-19 Community Mobility Reports" より大和総研作成

小売・娯楽施設の人出（1/25～31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。前回緊急事態宣言時は対象が全国の期間の平均。
 (出所) Google "COVID-19 Community Mobility Reports" より大和総研作成