

2021年4月6日 全9頁

Indicators Update

2021年2月消費統計

人出の回復を受けて、財・サービスともに増加

経済調査部 研究員 和田 恵

[要約]

- 2月の消費は財・サービスともに前月から増加した。1月は緊急事態宣言が再発出されたことでサービス消費を中心に落ち込んだが、2月は前月から新型コロナウイルス新規感染者数が減少し人出が増加したことで、外食・娯楽関連などのサービス消費が増加に転じたとみられる。また財消費も平年より高い気温や人出の回復を背景に増加した。
- 3月の消費は緊急事態宣言の全面解除を受けて2月から小幅に増加したとみられる。宣言解除と春休みシーズンが重なったことや飲食店への時短要請が1時間後ろ倒しされたこと等を背景に飲食・娯楽・旅行関連消費が回復したと推測する。一方、4月5日に3府県6市にまん延防止等重点措置が適用された。東京都などでも感染が拡大しており、措置の適用地域が拡大する可能性もある。4月以降の消費は感染拡大によりサービスを中心に消費が再び落ち込む可能性に注意が必要だ。

図表1：各種消費指標の概況（単位：％）

			2020年 10月	11月	12月	2021年 1月	2月	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	1.9	1.1	▲ 0.6	▲ 6.1	▲ 6.6	総務省、二人以上世帯
		前月比	2.5	▲ 1.6	0.2	▲ 7.3	2.4	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	5.1	2.5	0.0	▲ 5.0	▲ 6.7	総務省、二人以上世帯
		前月比	2.9	▲ 2.1	0.1	▲ 6.4	2.2	
供給側	小売販売額	前年比	6.4	0.6	▲ 0.2	▲ 2.4	▲ 1.5	経済産業省
		前月比	▲ 0.3	0.1	▲ 0.6	▲ 1.7	3.1	
	百貨店売上高	前年比	▲ 1.7	▲ 14.3	▲ 13.7	▲ 29.7	▲ 10.7	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	▲ 4.3	▲ 2.2	▲ 4.0	▲ 4.9	▲ 5.3	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	2.8	1.2	2.7	1.2	▲ 2.1	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	▲ 5.7	▲ 7.8	▲ 15.5	▲ 21.0	▲ 22.3	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	▲ 65.7	▲ 55.5	▲ 64.6	▲ 87.4	-	観光庁
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	▲ 1.0	▲ 2.8	▲ 3.4	▲ 6.1	▲ 5.6	総務省
		前月比	1.2	▲ 0.4	▲ 0.6	▲ 2.5	0.8	
	消費総合指数	前月比	1.4	▲ 0.2	▲ 0.4	▲ 3.0	-	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）＞サービス消費を中心に2ヶ月ぶりに増加

2021年2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+2.4%と2ヶ月ぶりに増加した（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+2.8%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+2.2%であった。

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+0.2%）は概ね横ばい、選択的支出（同+6.2%）は大幅に増加した。財・サービス別に見ると、サービス（同+7.4%）、半耐久財（同+12.5%）が増加した一方、耐久財（同▲14.5%）、非耐久財（同▲0.6%）が減少した。1月は緊急事態宣言が再発出されたことでサービス消費を中心に落ち込んだが、2月は前月と比べて新型コロナウイルス新規感染者数が減少し人出が増加したことで（p.9）、外食などへのサービス支出が増加したとみられる。

費目別に見ると（総務省による季節調整値）、10大費目中5費目が前月から増加した。「教育」（前月比+28.0%）、「食料」（同+4.0%）、「被服及び履物」（同+22.5%）などが増加した。一方、「交通・通信」（同▲10.2%）、「光熱・水道」（同▲2.2%）などが減少した。

増加費目に関して、「教育」は大きく振れることが多いがCTIミクロでも前月比+6.6%と増加している。授業料などが寄与した。「食料」では外食が押し上げた。飲酒代（飲酒を目的とした飲食）や焼肉など複数人で長時間飲食する形態への支出が増加した。「被服及び履物」では婦人用洋服が押し上げた。供給側統計でも同様に販売額が増加している。

減少費目の「交通・通信」では、自動車購入費が押し下げた。業界統計である新車販売台数（p.7）でも2月は同様に減少が確認できる。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2020/7	2020/8	2020/9	2020/10	2020/11	2020/12	2021/1	2021/2	シェア (%)
消費支出	▲6.2	1.1	3.3	2.5	▲1.6	0.2	▲7.3	2.4	100.0
食料	▲2.6	▲1.6	5.4	▲0.4	0.6	▲0.7	▲4.2	4.0	28.9
住居	▲6.4	8.3	▲0.4	5.2	▲2.1	0.5	▲3.3	▲1.9	6.3
光熱・水道	▲2.5	▲5.0	6.3	2.1	0.1	▲5.2	▲0.5	▲2.2	7.9
家具・家事用品	▲20.7	8.6	▲3.3	7.3	▲15.6	3.8	0.2	▲1.3	4.6
被服及び履物	▲22.5	6.4	4.0	3.1	▲9.0	6.7	▲23.4	22.5	3.3
保健医療	3.2	3.1	▲5.2	4.5	▲3.7	▲6.5	▲6.1	4.8	5.1
交通・通信	▲12.2	17.1	▲0.8	2.7	▲2.6	▲1.0	▲2.9	▲10.2	14.4
教育	7.5	4.9	▲7.4	6.8	4.4	▲4.5	▲10.7	28.0	3.7
教養娯楽	▲4.6	▲0.3	12.0	8.0	▲1.7	▲3.0	▲13.3	3.8	9.0
その他の消費支出	▲7.2	▲6.3	3.0	0.4	4.5	1.4	▲7.7	▲0.2	16.9

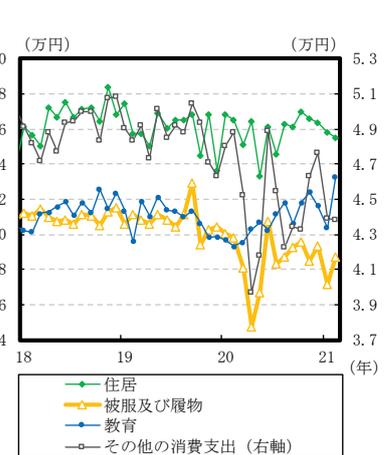
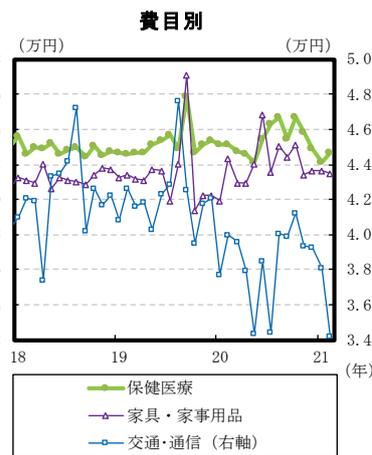
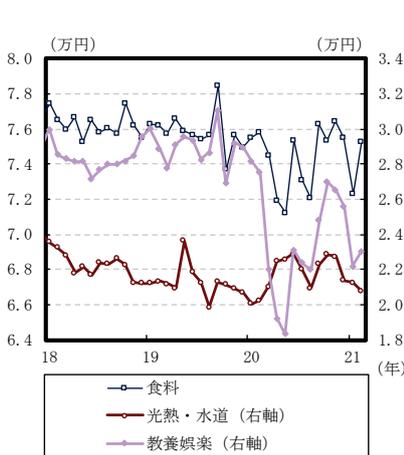
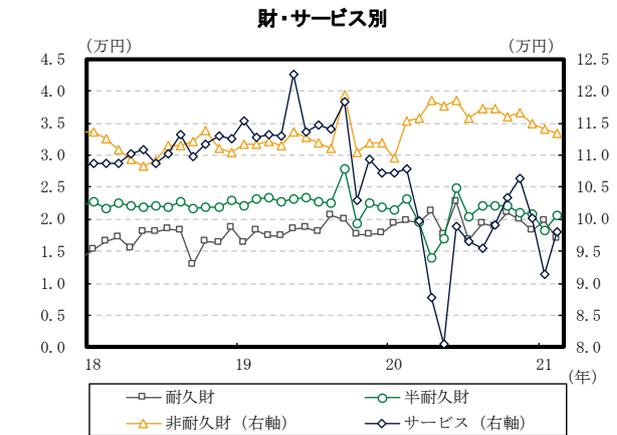
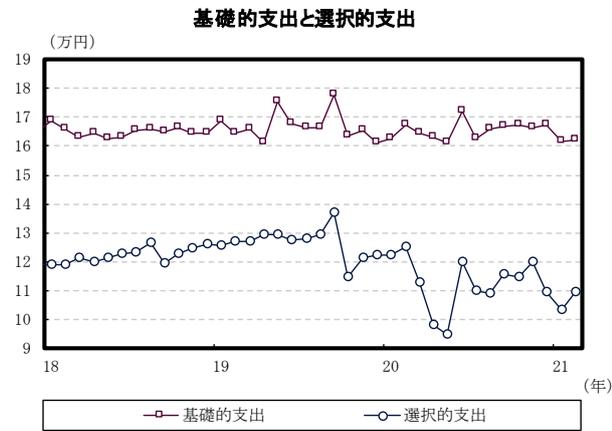
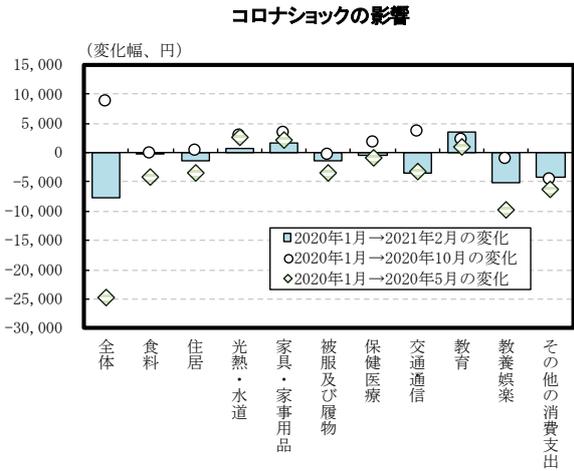
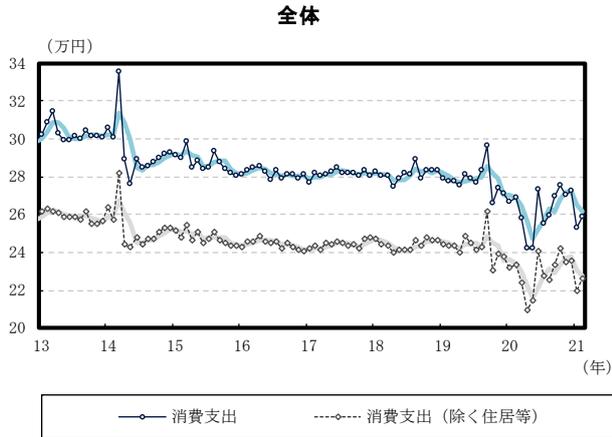
（注1）二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

（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

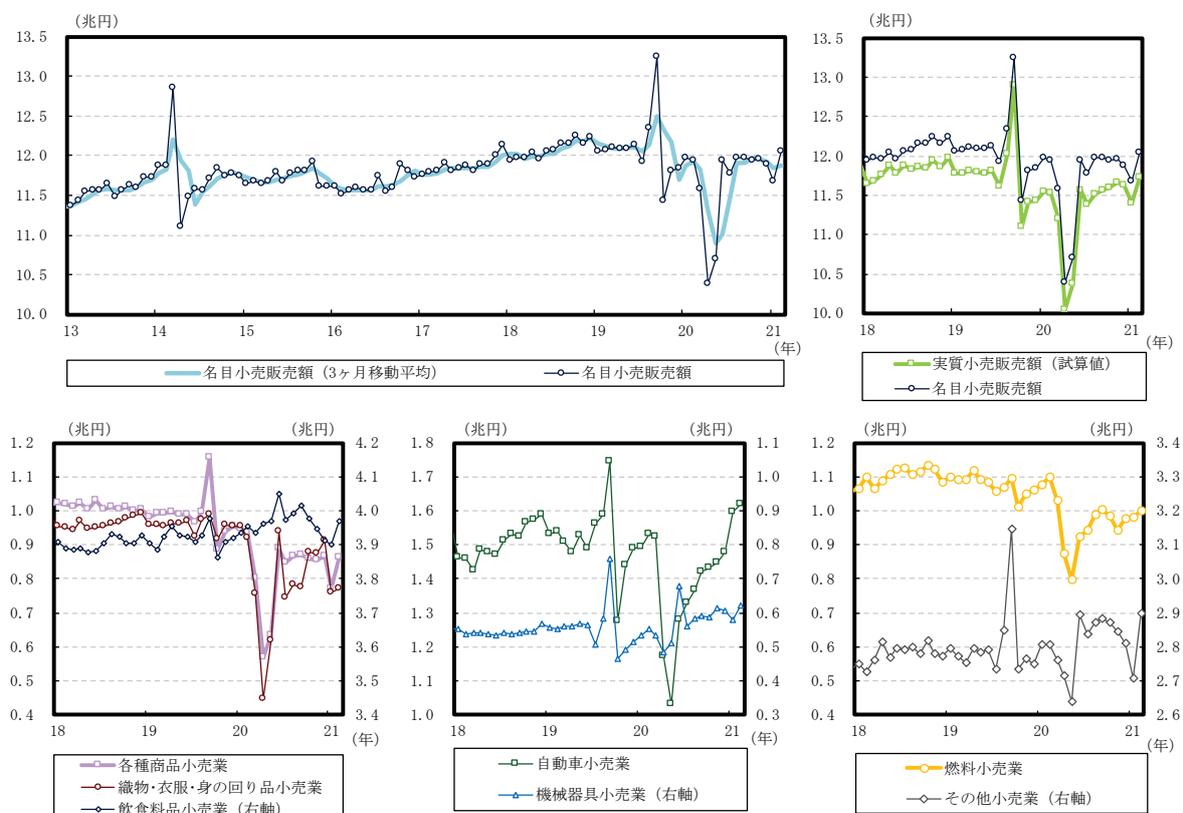
＜商業動態統計(供給側)＞人出の回復を受け、全業種で増加

2021年2月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比+3.1%と3ヶ月ぶりに増加した(図表4、5)。CPIの財指数で実質化した金額は同+2.9%だった。小売店・娯楽施設の人出が2月に入り徐々に回復したことから(p.9)、客数の増加が押し上げたとみられる。

名目小売販売額を業種別に見ると、7業種全てで増加した。「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」(前月比+7.1%)や「各種商品小売業」(同+12.2%)、「飲食料品小売業」(同+1.7%)がとりわけ増加に寄与した。「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」では、ドラッグストアにおいて市販薬の販売が好調であった。気温が平年より高かったため(p.9)、花粉の飛散ピークが早まったことが影響したとみられる。「各種商品小売業」に含まれる百貨店においては絵画やラグジュアリーブランドなど高額品の販売が好調であった。

一方、「織物・衣服・身の回り品小売業」(前月比+1.5%)、「燃料小売業」(同+1.8%)の増加は限定的だった。「織物・衣服・身の回り品小売業」では平年より気温が高く春物販売が好調であった半面、テレワーク拡大等の影響で需要の回復が鈍いおしゃれ着等を中心に低水準で推移したとみられる。

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、%	2020年					2021年			シェア (%)
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	
小売業計	▲1.4	1.7	0.0	▲0.3	0.1	▲0.6	▲1.7	3.1	100.0
各種商品小売業	▲4.8	2.3	0.4	▲1.3	▲0.1	1.1	▲11.2	12.2	7.0
織物・衣服・身の回り品小売業	▲20.9	5.3	▲1.1	13.2	▲0.2	4.1	▲16.8	1.5	5.9
飲食料品小売業	▲2.0	0.5	0.6	▲0.9	▲0.8	▲0.9	▲0.3	1.7	30.8
自動車小売業	3.9	3.1	3.7	0.8	1.2	2.0	8.0	1.4	11.3
機械器具小売業	▲17.7	4.5	0.8	▲0.5	4.7	▲1.2	▲4.6	7.2	6.4
燃料小売業	2.1	4.6	1.7	▲1.9	▲4.3	3.8	0.4	1.8	8.1
その他小売業	▲2.0	1.2	0.4	▲0.4	▲0.9	▲1.2	▲3.7	7.1	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、2020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>3月は小幅に増加するも、4月以降は感染拡大がサービス消費の重石に

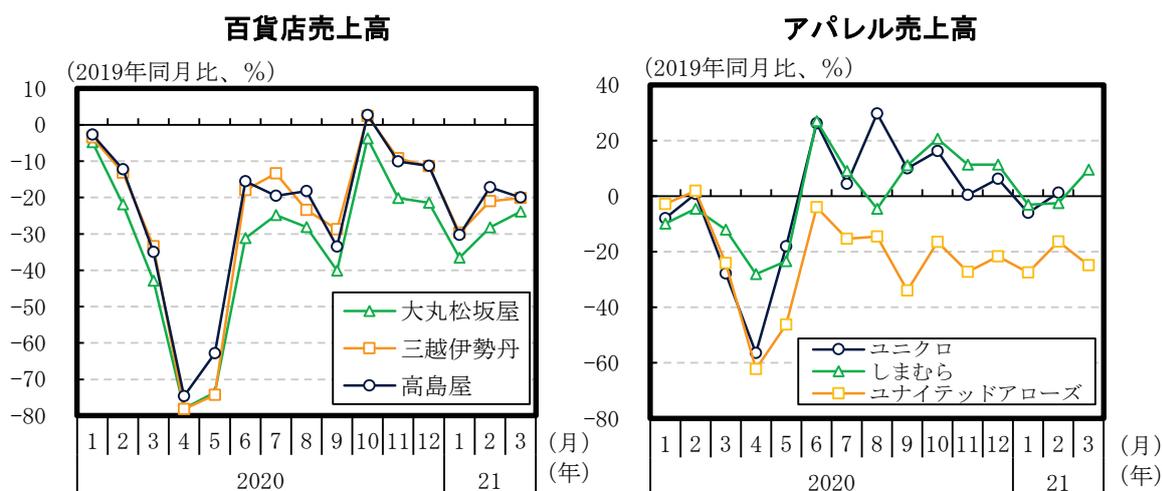
個社データやPOSデータ等を基に判断すると（pp.6-7）、3月の消費は2月から小幅に増加したとみられる。財消費は横ばいだった一方、緊急事態宣言の全面解除や人出の回復もあってサービス消費が緩やかに増加した。サービス消費においては小売店・娯楽施設の人出が緩やかに増加し、宣言解除地域の飲食店に対する時短要請が午後9時までと1時間後ろ倒しされた中で、3月の外食・娯楽関連消費は2月から増加したとみられる。さらに宣言解除と春休みシーズンが重なったことで、旅行関連消費も小幅に回復したと推測する。

4月以降の消費は感染拡大によりサービスを中心に消費が再び落ち込む可能性に注意が必要だ。足元では新型コロナウイルスの感染拡大が再び深刻化し、4月5日から大阪、兵庫、宮城の3府県6市にまん延防止等重点措置が適用された。対象地域では飲食店の営業時間を午後8時までとする時短要請やイベントの人数制限強化等が行われている。期間は5月5日までとゴールデンウィークが重なることから、3府県を中心に観光需要が抑制されるだろう。また東京都など他の地域でも感染が拡大しており、措置の適用地域が拡大する可能性もある。一方、政府は感染状況が落ち着いているステージ2以下の都道府県に対して5月31日までの同一都道府県内旅行の割引を行う「地域観光事業支援」を開始したため、対象地域の観光需要の落ち込みは緩和される可能性がある。

<トピック> 個社データ・業界統計・POS データで先取りする3月の消費

- ◆【百貨店】大手3社の3月の既存店売上高伸び率は、前年の新型コロナウイルス感染拡大の影響を除くため2019年同月比で見ると、2割減程度と2月（同2~3割減程度）からマイナス幅が小幅に縮小。緊急事態宣言の段階的解除等が寄与した。
- ◆【アパレル】3月のしまむらの既存店売上高伸び率（2019年同月比）は2月から上昇。平年より気温が高かったことから春物販売が好調。他方、ユニテッドアローズはマイナス幅が拡大。

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。2021年1月以降の大丸松坂屋と三越伊勢丹は大和総研による試算値。

(注2) アパレル：既存店ベース。大和総研による試算値。

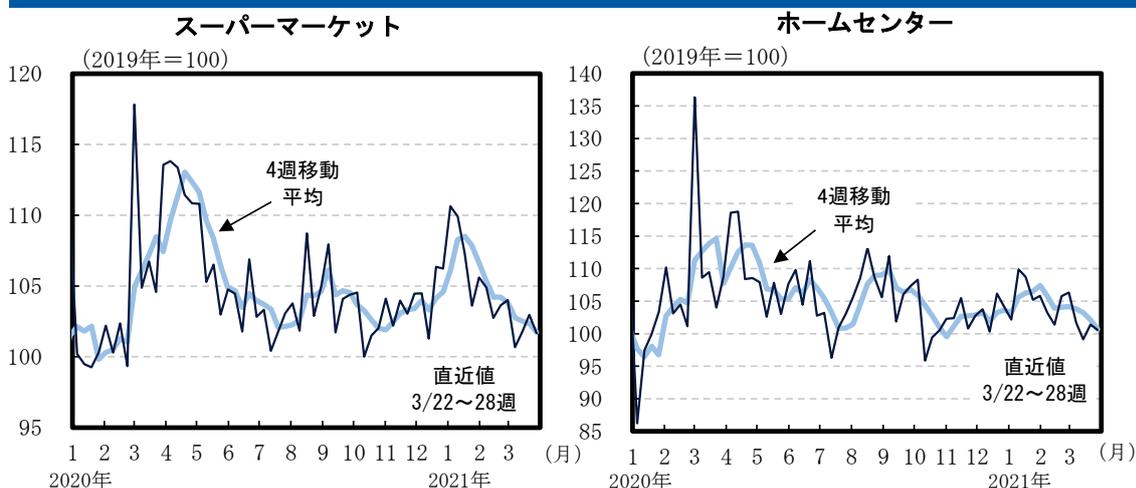
ユニクロとユニテッドアローズはネット通販を含む数値。

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】3月の売上高は前月比▲1%程度。（大和総研による季節調整値）。主力の食品は横ばい。
- ◆【ホームセンター】3月の売上高は前月比▲3%程度（大和総研による季節調整値）。ヘルスケア、化粧品などの幅広い品目で売上が減少。

図表7：スーパーマーケット・ホームセンターの売上高

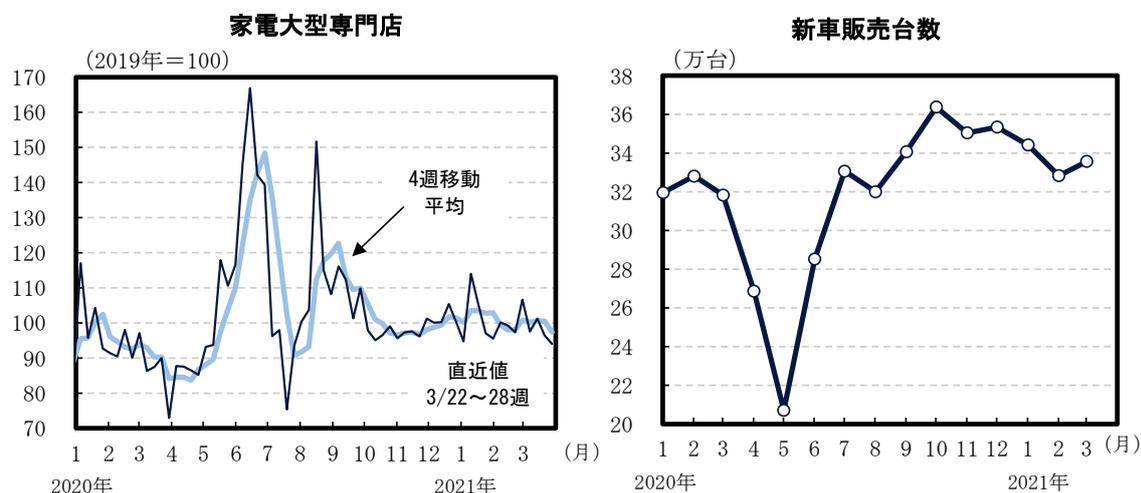


(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

- ◆【家電】3月の大手家電量販店の売上高は前月比▲4%程度（大和総研による季節調整値）。冷蔵庫やテレビの販売が振るわなかった。
- ◆【自動車】3月の新車販売台数は2月から7千台増加し、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。

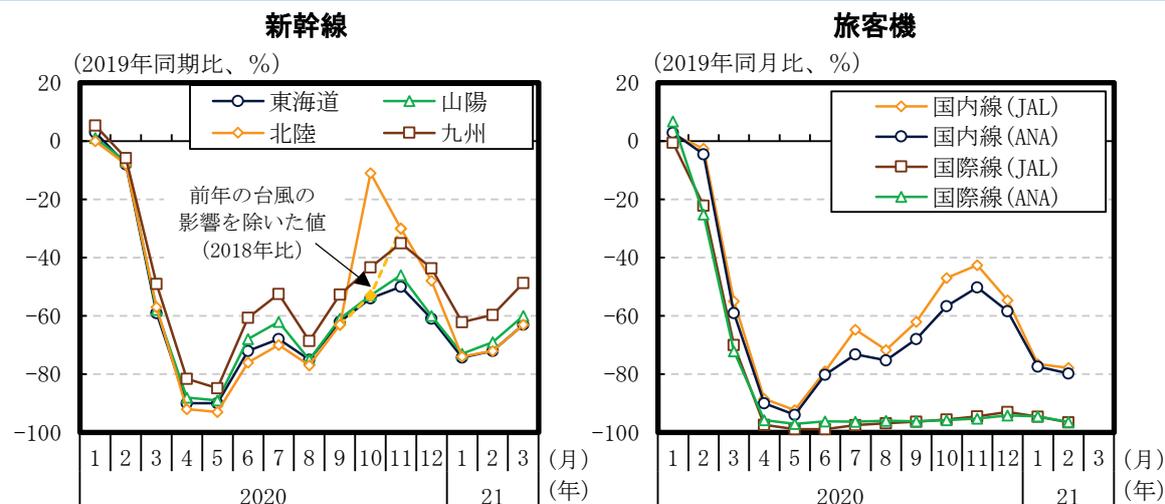
大和総研による季節調整値。

(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】3月の輸送量は、2019年同期比5~6割減程度と2月からマイナス幅が縮小。
- ◆【旅客機】2月の輸送量は、国内線は2019年同月比8割減程度と1月からマイナス幅は概ね横ばい。国際線は同95%減程度と変化なし。3月の減便率は国内線が2月より低下、国際線は横ばいであった。また、緊急事態宣言の解除後に予約数が増加したことから、3月の国内線輸送量はマイナス幅が縮小すると見込む。

図表9：新幹線・旅客機の利用状況



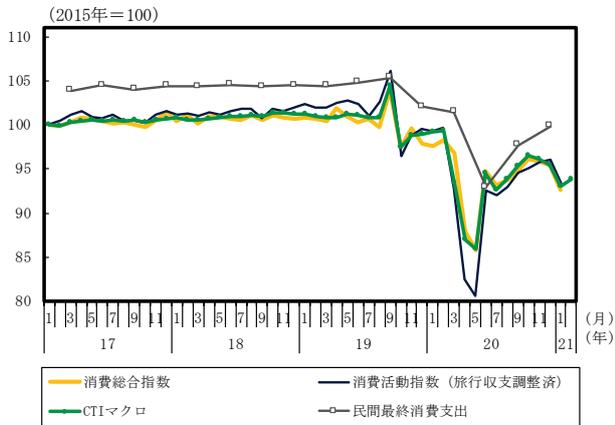
(注1) 新幹線の2021年3月の山陽と北陸は14日まで、九州は22日まで、東海道は24日まで。

(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

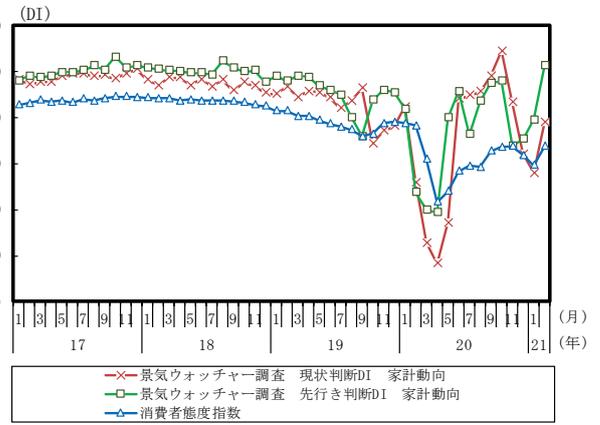
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



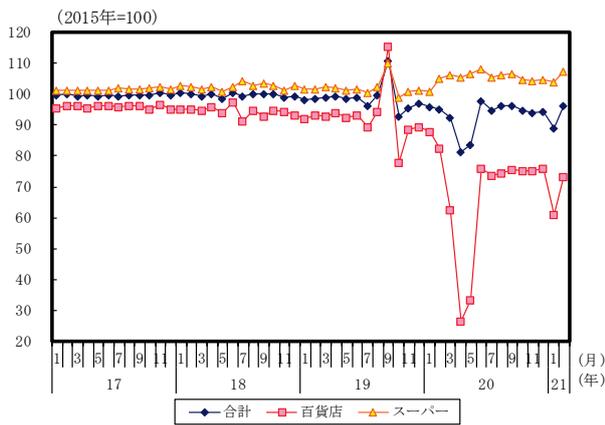
(注) 消費活動指数は、2015年が100となるように変換している。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



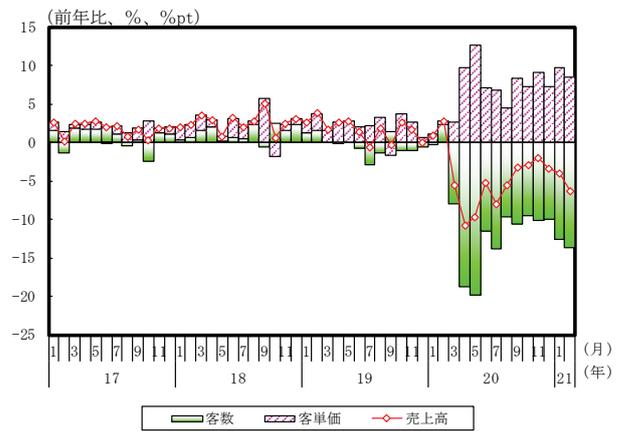
(注) 内閣府による季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売業態別商品販売額



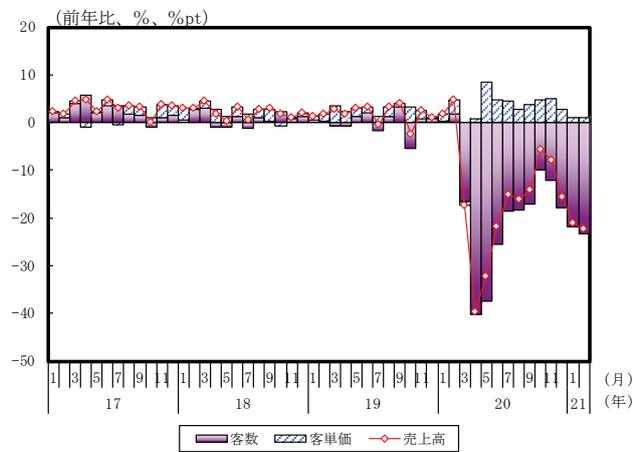
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



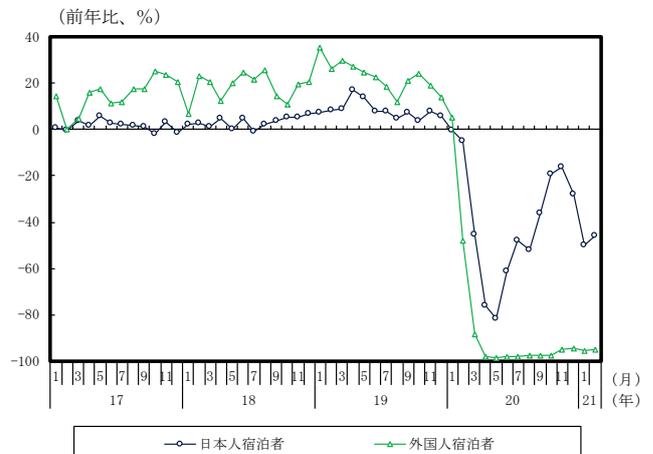
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

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

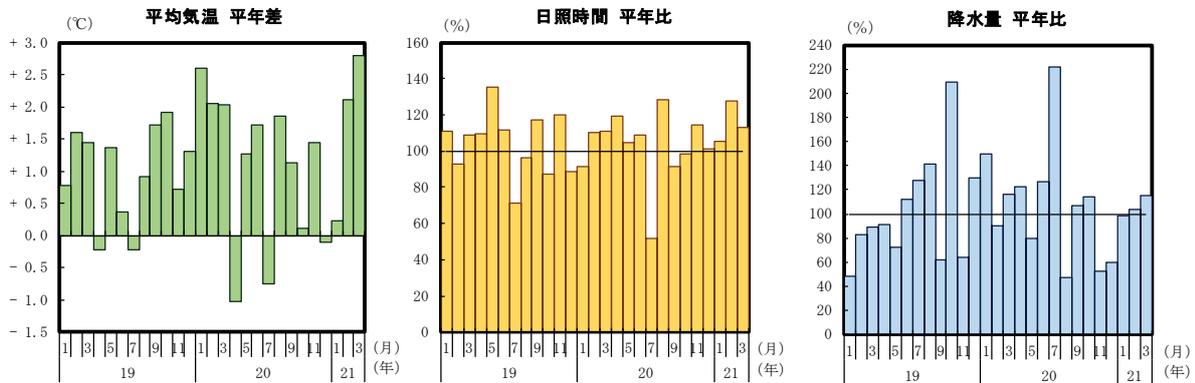
宿泊者数



(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

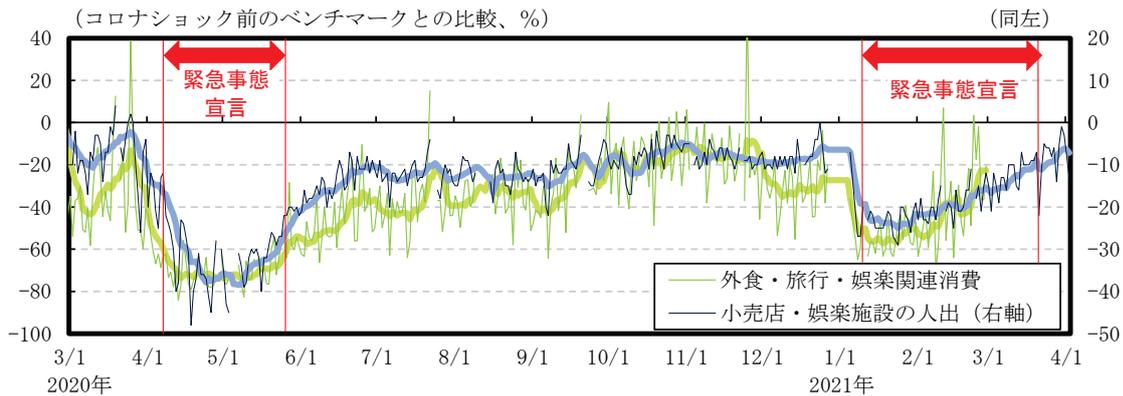
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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

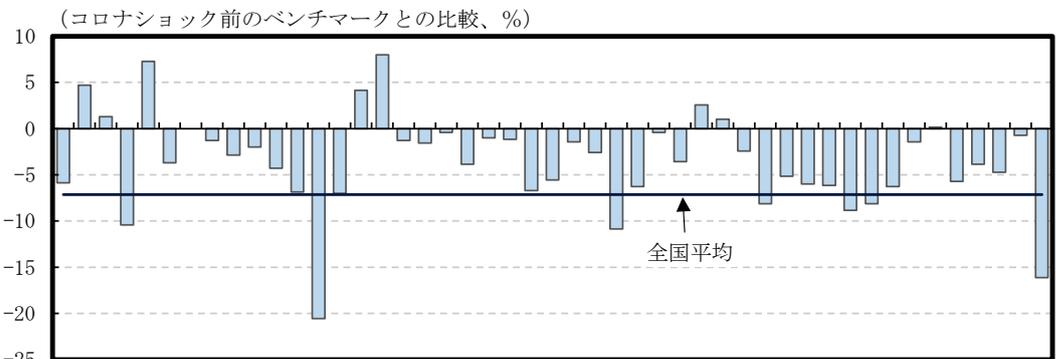
人出

小売・娯楽施設の人出(直近値 4/2) 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(2020/8/10～14)、年末年始(2020/12/28～2021/1/4)のデータは除いている。
 (出所) 総務省統計、Google“COVID-19 Community Mobility Reports”、CEICより大和総研作成

小売・娯楽施設の人出(3/27～4/2 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 島

(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”、CEICより大和総研作成