

2021年5月11日 全9頁

Indicators Update

2021年3月消費統計

緊急事態宣言の全面解除を受けてサービス消費が大幅に増加

経済調査部 研究員 和田 恵

[要約]

- 3月の消費は財・サービスともに前月から増加した。2度目の緊急事態宣言が全面解除されたことで、パック旅行などのサービス消費が大幅に増加した。さらに小売店などへの人出の増加が財消費を押し上げた。
- 4月の消費は減少に転じたとみられる。新型コロナウイルス感染拡大の深刻化を受けて一部地域に緊急事態宣言・まん延防止等重点措置が再発出・適用されたことでサービス消費が落ち込んだ。5月以降も、感染拡大を受けて旅行・外食・レジャー関連を中心にサービス消費の減少は続くだろう。4月29日～5月5日の大型連休の観光関連消費も振るわなかったとみられる。他方、財消費は底堅く推移するだろう。

図表1：各種消費指標の概況（単位：％）

			2020年 11月	12月	2021年 1月	2月	3月	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	1.1	▲ 0.6	▲ 6.1	▲ 6.6	6.2	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 1.6	0.2	▲ 7.3	2.4	7.2	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	2.5	0.0	▲ 5.0	▲ 6.7	6.4	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 2.1	0.1	▲ 6.4	2.2	5.4	
供給側	小売販売額	前年比	0.6	▲ 0.2	▲ 2.4	▲ 1.5	5.2	経済産業省
		前月比	0.1	▲ 0.6	▲ 1.7	3.1	1.2	
	百貨店売上高	前年比	▲ 14.3	▲ 13.7	▲ 29.7	▲ 10.7	21.8	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	▲ 2.2	▲ 4.0	▲ 4.9	▲ 5.3	1.9	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	1.2	2.7	1.2	▲ 2.1	1.3	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	▲ 7.8	▲ 15.5	▲ 21.0	▲ 22.3	▲ 2.9	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	▲ 55.5	▲ 64.6	▲ 87.4	▲ 85.9	-	観光庁
需要側 + 供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	▲ 2.8	▲ 3.2	▲ 6.6	▲ 4.9	2.8	総務省
		前月比	▲ 0.3	▲ 0.3	▲ 3.4	2.1	1.5	
	消費総合指数	前月比	▲ 0.1	▲ 0.2	▲ 2.8	1.3	-	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ヶ月連続で増加

2021年3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+7.2%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+5.6%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+5.4%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+7.9%）、選択的支出（同+8.0%）いずれも大幅に増加した。財・サービス別に見てもいずれも増加している。サービス（同+13.5%）、半耐久財（同+4.0%）は2ヶ月連続で増加し、耐久財（同+16.4%）、非耐久財（同+1.8%）は増加に転じた。3月は2度目の緊急事態宣言が全面解除されたことで、パック旅行を含む教養娯楽サービスを中心にサービス消費が増加した。さらに小売店などへの人出の増加が（p.9）、財消費を押し上げた。

費目別に見ると（総務省による季節調整値）、10大費目中8費目が前月から増加した。「その他の消費支出」（前月比+15.4%）、「交通・通信」（同+16.8%）、「住居」（同+22.7%）などが増加した。一方、「教育」（同▲2.2%）、「被服及び履物」（同▲1.2%）は小幅に減少した。

増加費目に関して、「その他の消費支出」ではアクセサリやかばん類などの身の回り用品、交際費などが増加した。外出機会が増加したことで関連支出が増加したとみられる。「交通・通信」では、携帯電話通信料のほか、自動車等維持費や購入費が押し上げた。業界統計（p.7）でも新車販売台数は増加している。「住居」では、設備修繕・維持費などが増加に寄与した。

減少費目の「教育」は授業料等が押し下げたものの、これは前月の大幅増加の反動減とみられる。家計調査の振れが大きい項目を複数の統計で補正したCTIミクロの二人以上世帯の「教育」への支出は前月比+3.5%と増加しており、実態としては2ヶ月連続で増加したと考えられる。「被服及び履物」においても供給側統計で増加していることから、前月の大幅増加の反動減とみられる。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2020/8	2020/9	2020/10	2020/11	2020/12	2021/1	2021/2	2021/3	シェア（%）
消費支出	1.1	3.3	2.5	▲1.6	0.2	▲7.3	2.4	7.2	100.0
食料	▲1.6	5.4	▲0.4	0.6	▲0.7	▲4.2	4.0	0.1	28.9
住居	8.3	▲0.4	5.2	▲2.1	0.5	▲3.3	▲1.9	22.7	6.3
光熱・水道	▲5.0	6.3	2.1	0.1	▲5.2	▲0.5	▲2.2	7.9	7.9
家具・家事用品	8.6	▲3.3	7.3	▲15.6	3.8	0.2	▲1.3	2.1	4.6
被服及び履物	6.4	4.0	3.1	▲9.0	6.7	▲23.4	22.5	▲1.2	3.3
保健医療	3.1	▲5.2	4.5	▲3.7	▲6.5	▲6.1	4.8	7.8	5.1
交通・通信	17.1	▲0.8	2.7	▲2.6	▲1.0	▲2.9	▲10.2	16.8	14.4
教育	4.9	▲7.4	6.8	4.4	▲4.5	▲10.7	28.0	▲2.2	3.7
教養娯楽	▲0.3	12.0	8.0	▲1.7	▲3.0	▲13.3	3.8	10.1	9.0
その他の消費支出	▲6.3	3.0	0.4	4.5	1.4	▲7.7	▲0.2	15.4	16.9

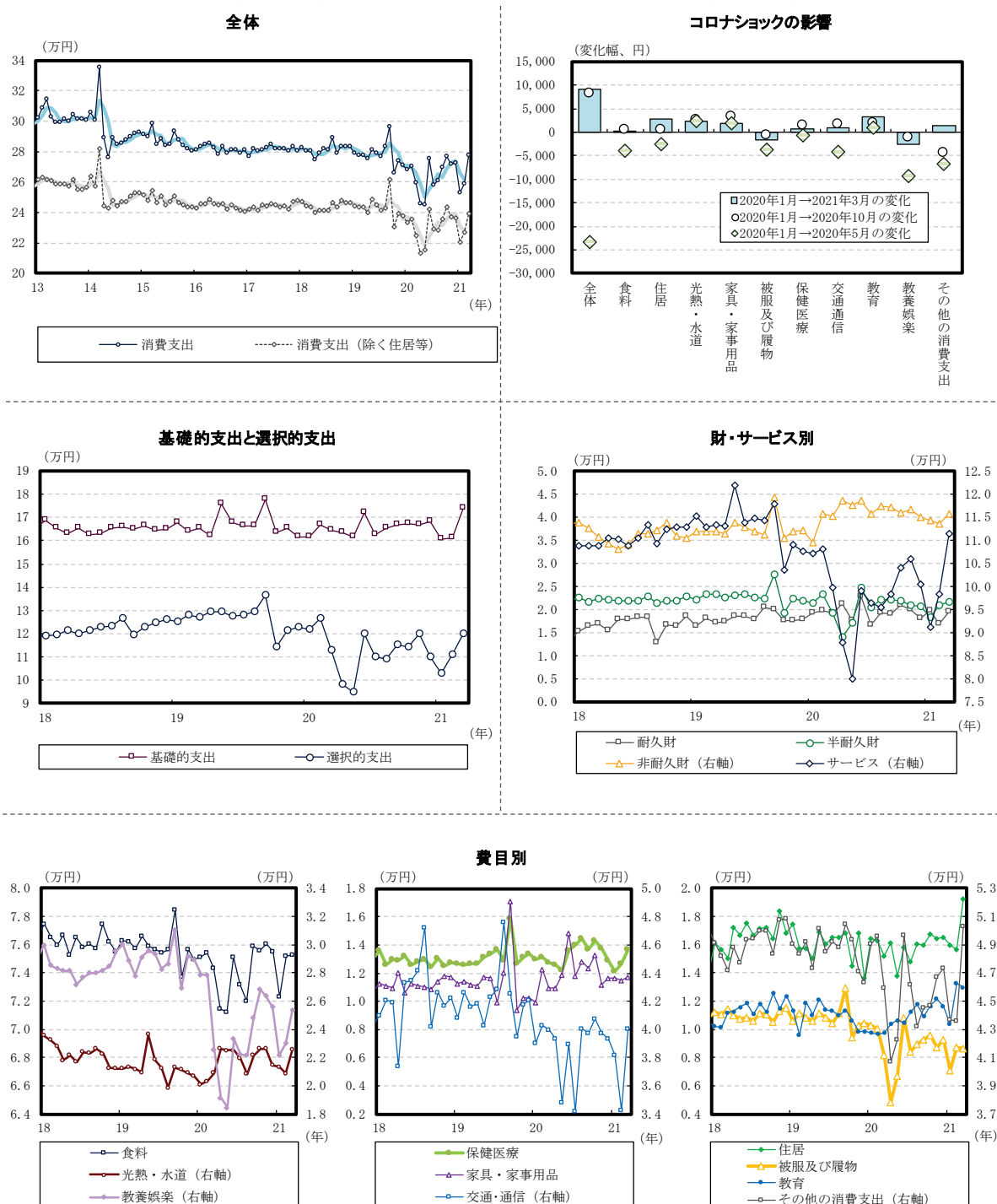
（注1）二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

（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

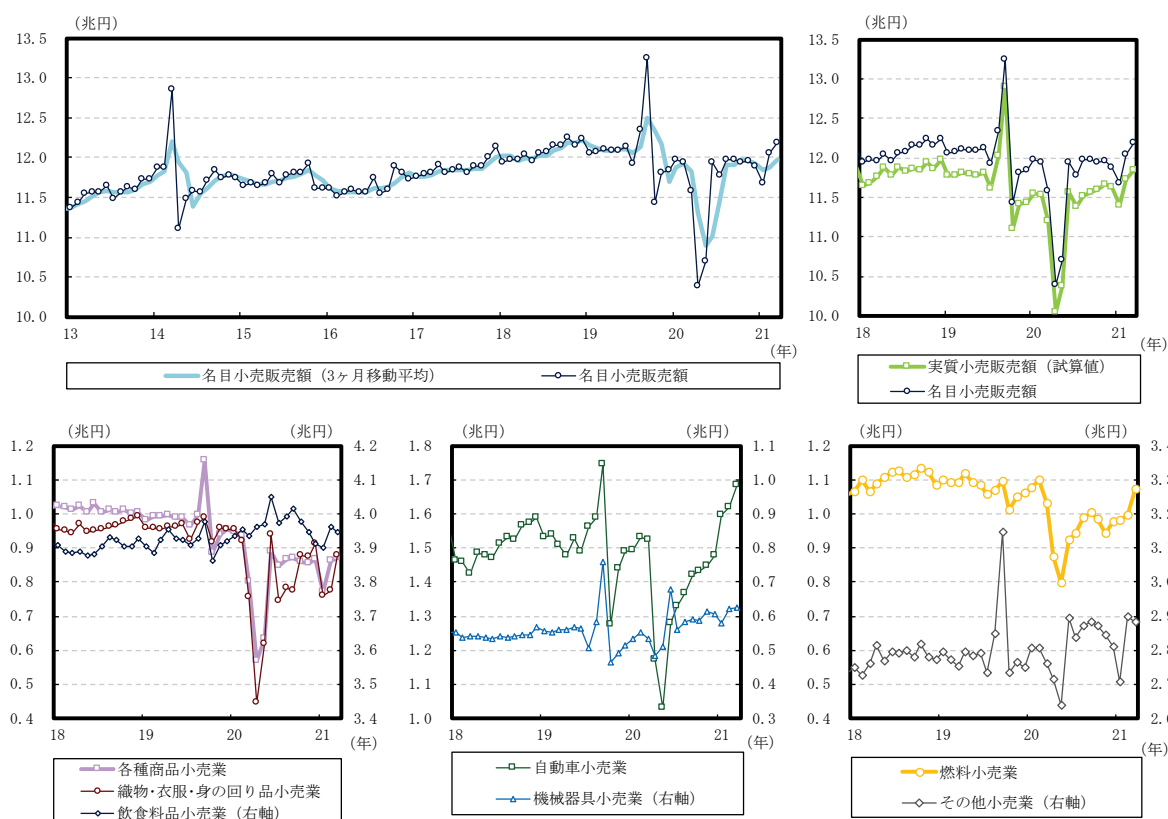
＜商業動態統計（供給側）＞人出の回復を受け、衣類販売などが好調

2021年3月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比+1.2%と2ヶ月連続で増加した（図表4、5）。CPIの財指数で実質化した金額は同+1.0%だった。小売店・娯楽施設の人出が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業種中5業種で増加した。「織物・衣服・身の回り品小売業」（前月比+13.2%）、「燃料小売業」（同+7.5%）、「自動車小売業」（同+4.2%）が特に増加した。「織物・衣服・身の回り品小売業」では緊急事態宣言の全面解除を受けて客足が回復したとみられる。さらに、平年より気温が高かったことが（p.9）春物販売の追い風となった。「自動車小売業」については、自動車販売台数の増加が寄与したとみられる。業界統計である新車販売台数（p.7）でも3月は同様に増加が確認できる。

一方、「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」（前月比▲0.6%）、「飲食料品小売業」（同▲0.4%）が小幅に減少した。「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」は、例年より花粉の飛散が本格化する時期が早かったことを受けて前月に増加していたが、当月はその反動が表れた。「飲食料品小売業」においては、人出の回復に伴う巣ごもり関連の飲食料品の販売額の減少が押し下げたと考えられる。

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 (%)
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
小売業計	1.7	0.0	▲0.3	0.1	▲0.6	▲1.7	3.1	1.2	100.0
各種商品小売業	2.3	0.4	▲1.3	▲0.1	1.1	▲11.2	12.2	0.7	7.0
繊維・衣服・身の回り品小売業	5.3	▲1.1	13.2	▲0.2	4.1	▲16.8	2.1	13.2	5.9
飲食料品小売業	0.5	0.6	▲0.9	▲0.8	▲0.9	▲0.3	1.5	▲0.4	30.8
自動車小売業	3.1	3.7	0.8	1.2	2.0	8.0	1.4	4.2	11.3
機械器具小売業	4.5	0.8	▲0.5	4.7	▲1.2	▲4.6	7.2	0.6	6.4
燃料小売業	4.6	1.7	▲1.9	▲4.3	3.8	0.4	1.4	7.5	8.1
その他小売業	1.2	0.4	▲0.4	▲0.9	▲1.2	▲3.7	7.2	▲0.6	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＞感染拡大を受けて旅行・外食関連のサービス消費が減少に転じる見込み

個社データや POS データ等を基に判断すると（pp.6-7）、4 月の消費は減少に転じたとみられる。財消費は概ね横ばいで推移したものの、新型コロナウイルス感染拡大の深刻化を受けて一部地域に緊急事態宣言・まん延防止等重点措置が再発出・適用されたことでサービス消費が落ち込んだ。小売店・娯楽施設の人出においても、4 月に入り減少傾向が続いている。

5 月以降の消費は、サービス消費は弱い動きが続く一方で、財消費は堅調に推移するとみられる。サービス消費の先行きは、感染状況に大きく左右されるだろう。まん延防止等重点措置・緊急事態宣言下の 5 月においては、旅行や外食、レジャー関連の支出が減少するだろう。旅行に関しては、大型連休において県をまたぐ長距離の旅行を自粛する動きが見られた。新幹線（4 月 28 日～5 月 5 日）の輸送量は 2019 年比 7～8 割減程度と 4 月から前年比マイナス幅が拡大した。航空機（4 月 29 日～5 月 5 日）は国内線が同 65%減程度と 3 月から前年比マイナス幅は横ばいであった。緊急事態宣言・まん延防止等重点措置が再発出・適用され、対象地域の都府県をまたぐ移動自粛が要請されたことから観光関連消費が振るわなかったとみられる。外食に関しても、時短営業の継続のほか、飲食店で酒類の提供自粛が要請されている。

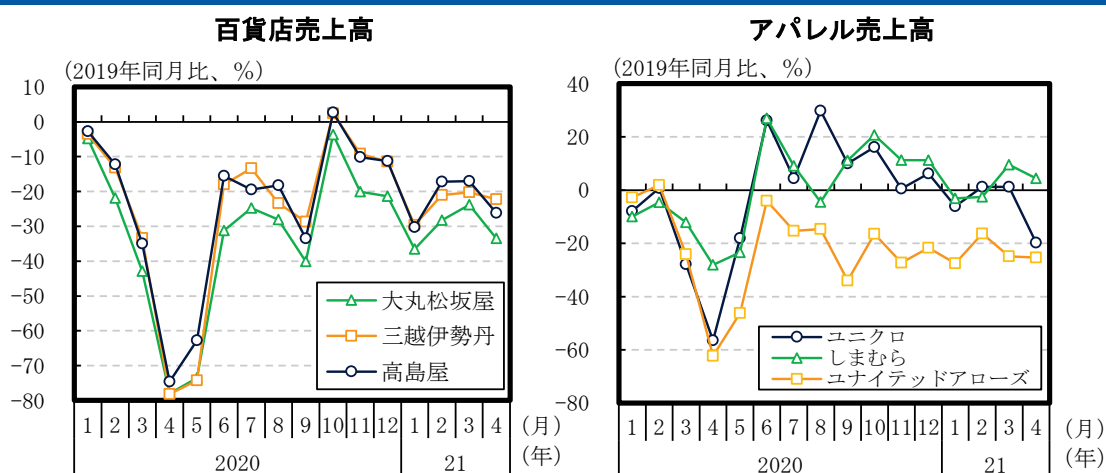
他方、財消費に関しては国内外の供給体制が安定していることなどから底堅く推移するだろう¹。大型連休中に緊急事態宣言対象地域の大型商業施設は生活必需品売り場以外の休業が要請されたことが減少に寄与するとみられるものの、宣言延長期間において東京都と大阪府を除いて時短営業に変更される。加えて、路面店などの代替手段があることから延長前に比べると影響は小さくなるだろう。また、供給側の EC 対応、需要側のオンライン消費の拡大がこの 1 年で進んだことも財消費の追い風となるだろう。

¹ 神田慶司・山口茜「宣言延長による日本経済への影響と見通し」（大和総研レポート、2021 年 5 月 7 日）

<トピック> 個社データ・業界統計・POS データで先取りする 4 月の消費

- ◆【百貨店】大手 3 社の 4 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 2～3 割減程度と 3 月（同 2 割減程度）からマイナス幅が小幅に拡大。4 月下旬の緊急事態宣言発出に伴う休業要請等が影響。
- ◆【アパレル】4 月のアパレル各社の既存店売上高伸び率（2019 年同月比）は 3 月から低下。ユニクロは全商品を値下げしたことで客単価が下落し、既存店売上高は 3 ヶ月ぶりに 2019 年同月を下回った。

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。

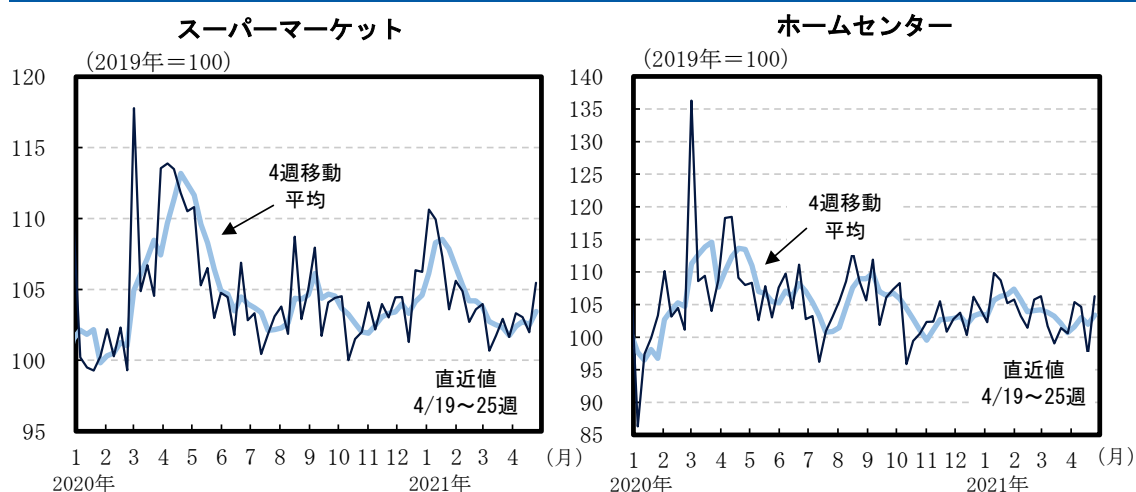
ユニクロとユニテッドアローズはネット通販を含む数値。

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】4 月の売上高は前月比+2%程度。（大和総研による季節調整値）。主力の食品は同+1%程度。
- ◆【ホームセンター】4 月の売上高は前月比+3%程度（大和総研による季節調整値）。雑貨、化粧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

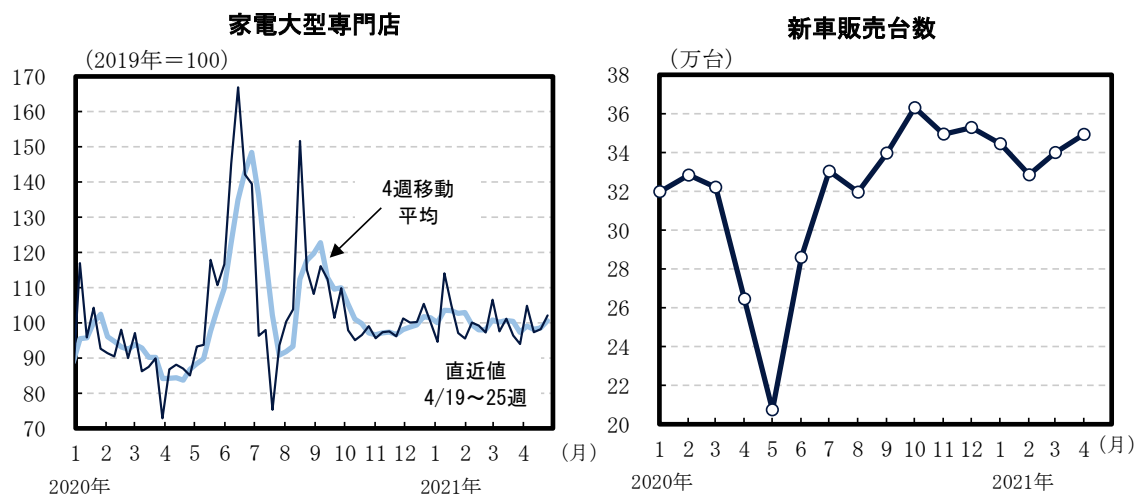


(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

- ◆【家電】4月の大手家電量販店の売上高は前月比+6%程度（大和総研による季節調整値）。冷蔵庫やエアコンの売上が増加。
- ◆【自動車】4月の新車販売台数は3月から9千台増加し、前月比+3%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。

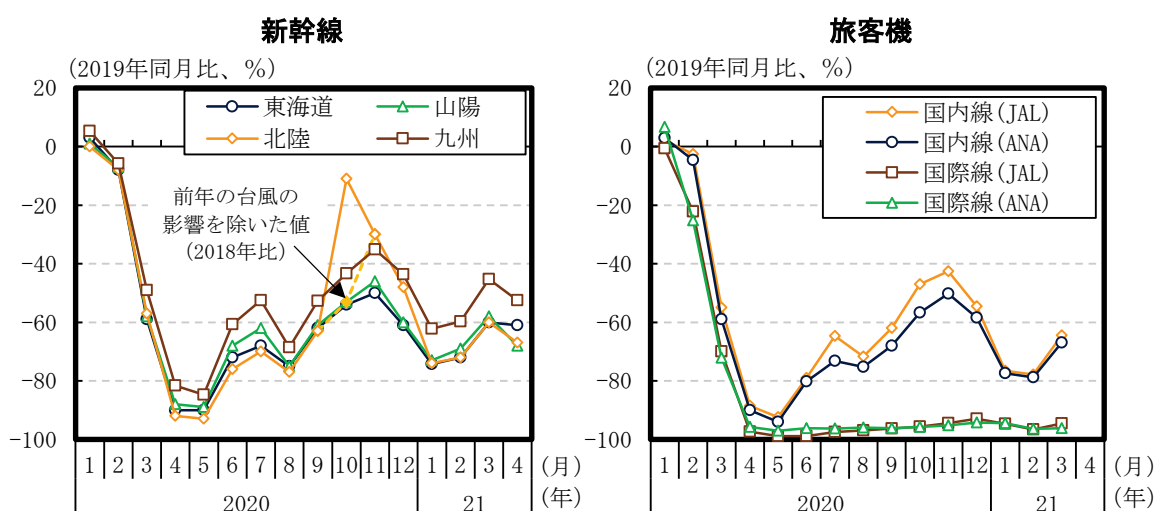
大和総研による季節調整値。

(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】4月の輸送量は、2019年同月比5~7割減程度と3月からマイナス幅が小幅に拡大。4月下旬の緊急事態宣言再発出が重石に。
- ◆【旅客機】3月の輸送量は、国内線は2019年同月比65%減程度と2月からマイナス幅は縮小。国際線は同95%減程度と変化なし。

図表9：新幹線・旅客機の利用状況



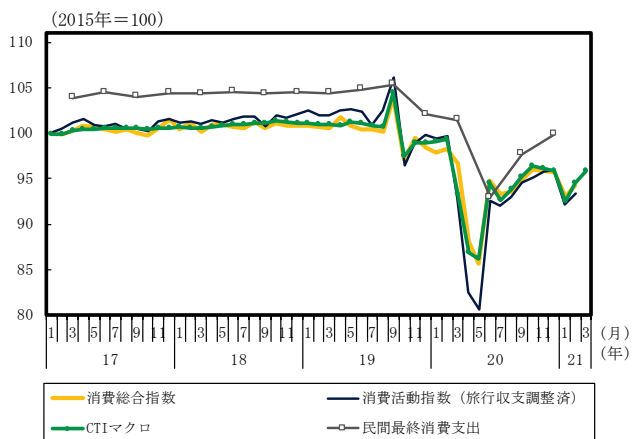
(注1) 新幹線の2021年4月は東海道が26日まで、その他は月末まで。

(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

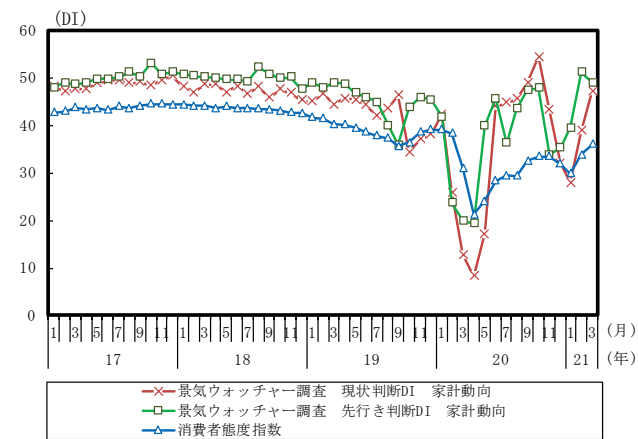
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



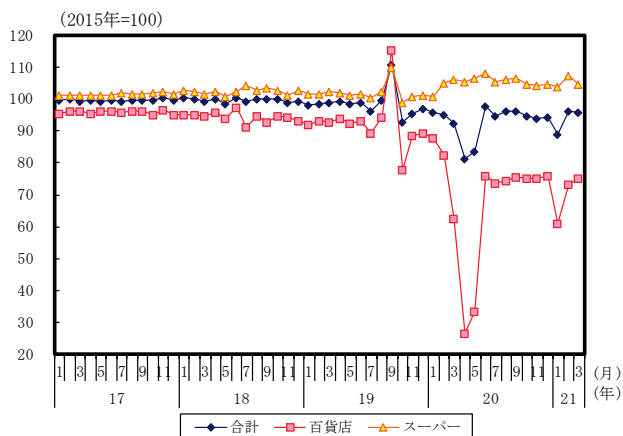
(注) 消費活動指数は、2015年が100となるように変換している。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



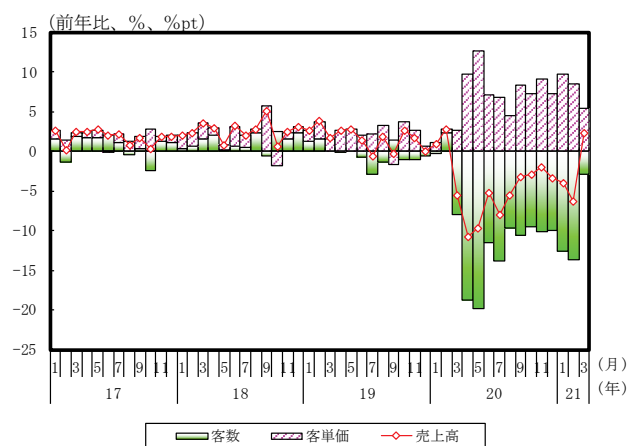
(注) 内閣府による季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



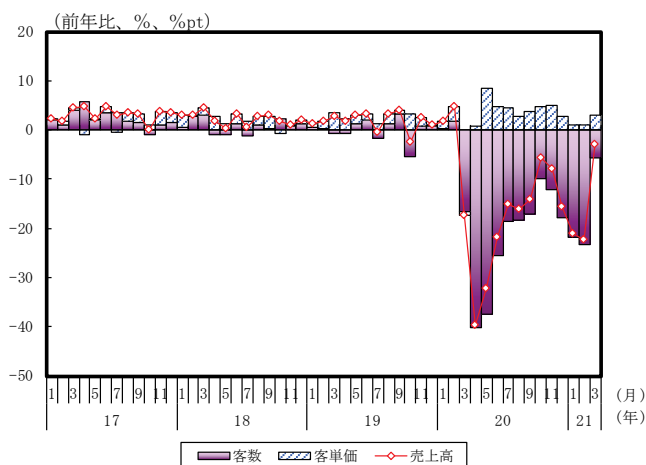
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

コンビニ売上高（店舗数調整前）



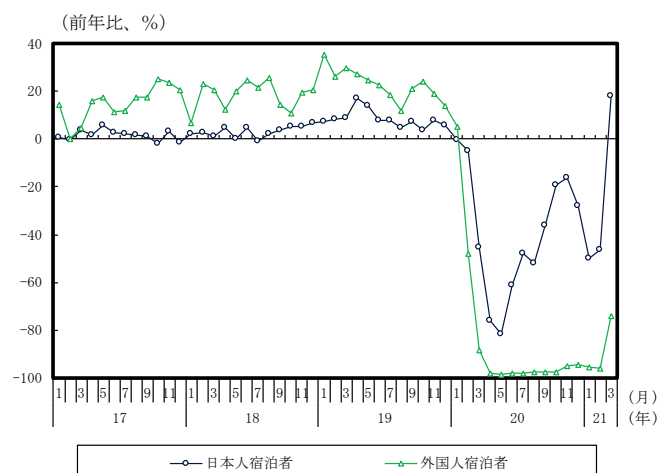
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

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

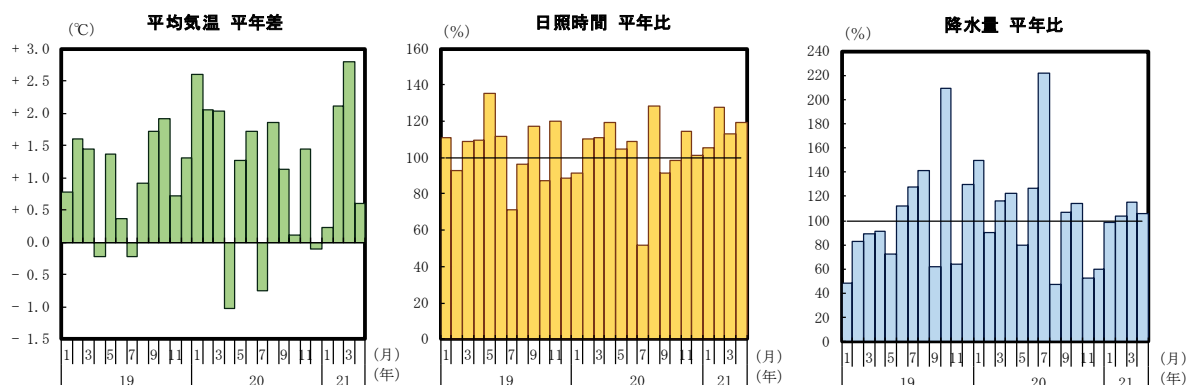
宿泊者数



(注) 宿泊日数ベース。
(出所) 観光庁統計より大和総研作成

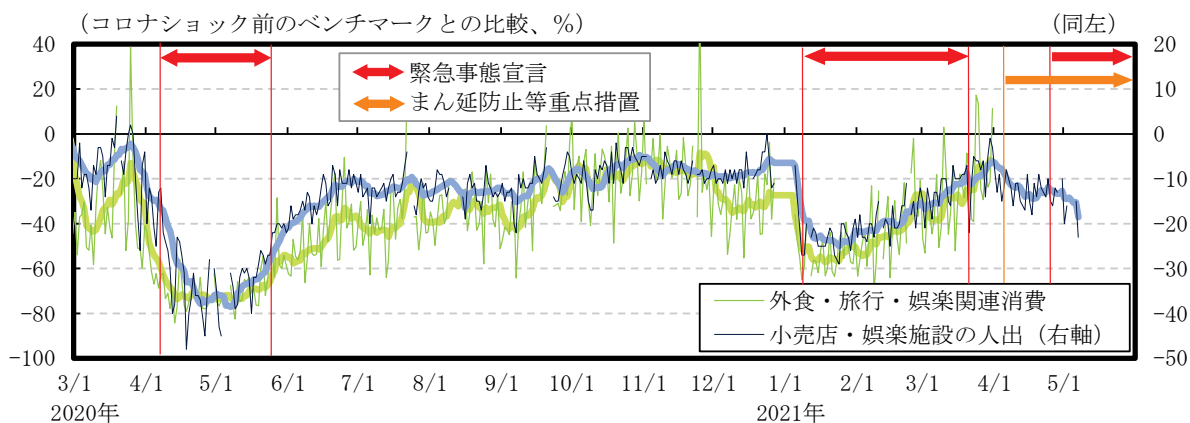
天候

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(直近値 5/7) と外食・旅行・娯楽関連消費



小売・娯楽施設の人出(4/30～5/7 平均、都道府県別)

