

2021年6月4日 全10頁

Indicators Update

2021年4月消費統計

感染再拡大を受けてサービス消費が減少に転じる

経済調査部 研究員 和田 恵

[要約]

- 4月の消費は総じて見ると財・サービスともに前月から減少した。新型コロナウイルス感染拡大の深刻化を受けたまん延防止等重点措置の適用や緊急事態宣言の発出により、旅行や外食、レジャーなどのサービス消費が減少した。財消費は感染拡大を受けて被服や化粧品などの外出関連支出のほか、半導体不足により自動車が増加した。
- 5月から6月にかけて消費の減少は続くと思われる。緊急事態宣言の延長や適用地域の拡大などにより、サービスを中心に消費が減少するだろう。他方、財消費は底堅く推移するとみられる。

図表1：各種消費指標の概況（単位：％）

		2020年 12月	2021年 1月	2月	3月	4月		
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 0.6	▲ 6.1	▲ 6.6	6.2	13.0	総務省、二人以上世帯
		前月比	0.2	▲ 7.3	2.4	7.2	0.1	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	0.0	▲ 5.0	▲ 6.7	6.4	11.2	総務省、二人以上世帯
		前月比	0.1	▲ 6.4	2.2	5.4	▲ 1.2	
供給側	小売販売額	前年比	▲ 0.2	▲ 2.4	▲ 1.5	5.2	12.0	経済産業省
		前月比	▲ 0.6	▲ 1.7	3.1	1.2	▲ 4.5	
	百貨店売上高	前年比	▲ 13.7	▲ 29.7	▲ 10.7	21.8	167.0	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	▲ 4.0	▲ 4.9	▲ 5.3	1.9	6.6	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	2.7	1.2	▲ 2.1	1.3	6.0	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	▲ 15.5	▲ 21.0	▲ 22.3	▲ 2.9	36.7	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	▲ 64.6	▲ 87.4	▲ 85.9	22.5	-	観光庁
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	▲ 3.1	▲ 6.2	▲ 5.0	2.4	9.8	総務省
		前月比	▲ 0.4	▲ 3.1	1.5	1.3	▲ 0.1	
	消費総合指数	前月比	▲ 0.1	▲ 2.3	0.7	1.8	-	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）＞サービス消費を中心に小幅に減少

2021年4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+0.1%と前月からおおむね横ばいであった（**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▲0.6%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▲1.2%であった。総じて見ると、4月の消費支出は前月から小幅に減少したとみられる。

内訳を見ると（大和総研による季節調整値）、基礎的支出は前月比▲2.8%と減少に転じた一方、選択的支出は同+1.7%と3カ月連続で増加した。財・サービス別に見ると、サービス（同▲3.3%）、非耐久財（同▲1.2%）は減少に転じた一方、耐久財（同+22.5%）、半耐久財（同+3.6%）は増加した。3月のサービス消費は2度目の緊急事態宣言の全面解除を受けて大幅に増加したものの、新型コロナウイルス感染拡大が深刻化した4月上旬には一部地域に対してまん延防止等重点措置が適用された。25日には3度目の緊急事態宣言が発出され、サービス消費は旅行や外食、レジャーを中心に減少した。

費目別に見ると（総務省による季節調整値）、10大費目中7費目が前月から減少した。「その他の消費支出」（前月比▲3.8%）、「教育」（同▲11.0%）、「教養娯楽」（同▲5.4%）などが減少した。一方、「交通・通信」（同+18.6%）、「被服及び履物」（同+3.2%）、「家具・家事用品」（同+1.2%）は増加した。

減少費目に関して、「その他の消費支出」では贈与金などの交際費や仕送り金といった振れの大きい項目が減少した。「教養娯楽」では、パック旅行費や宿泊料などの旅行関連の支出が押し下げた。増加費目の「被服及び履物」では振れの大きい項目である和服が大幅に押し上げており、実態としては前月から減少したとみられる。「家具・家事用品」では冷蔵庫やエアコンなどの家電が増加に寄与した。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2020/9	2020/10	2020/11	2020/12	2021/1	2021/2	2021/3	2021/4	シェア (%)
消費支出	3.3	2.5	▲1.6	0.2	▲7.3	2.4	7.2	0.1	100.0
食料	5.4	▲0.4	0.6	▲0.7	▲4.2	4.0	0.1	▲1.8	28.9
住居	▲0.4	5.2	▲2.1	0.5	▲3.3	▲1.9	22.7	▲3.4	6.3
光熱・水道	6.3	2.1	0.1	▲5.2	▲0.5	▲2.2	7.9	▲4.6	7.9
家具・家事用品	▲3.3	7.3	▲15.6	3.8	0.2	▲1.3	2.1	1.2	4.6
被服及び履物	4.0	3.1	▲9.0	6.7	▲23.4	22.5	▲1.2	3.2	3.3
保健医療	▲5.2	4.5	▲3.7	▲6.5	▲6.1	4.8	7.8	▲1.1	5.1
交通・通信	▲0.8	2.7	▲2.6	▲1.0	▲2.9	▲10.2	16.8	18.6	14.4
教育	▲7.4	6.8	4.4	▲4.5	▲10.7	28.0	▲2.2	▲11.0	3.7
教養娯楽	12.0	8.0	▲1.7	▲3.0	▲13.3	3.8	10.1	▲5.4	9.0
その他の消費支出	3.0	0.4	4.5	1.4	▲7.7	▲0.2	15.4	▲3.8	16.9

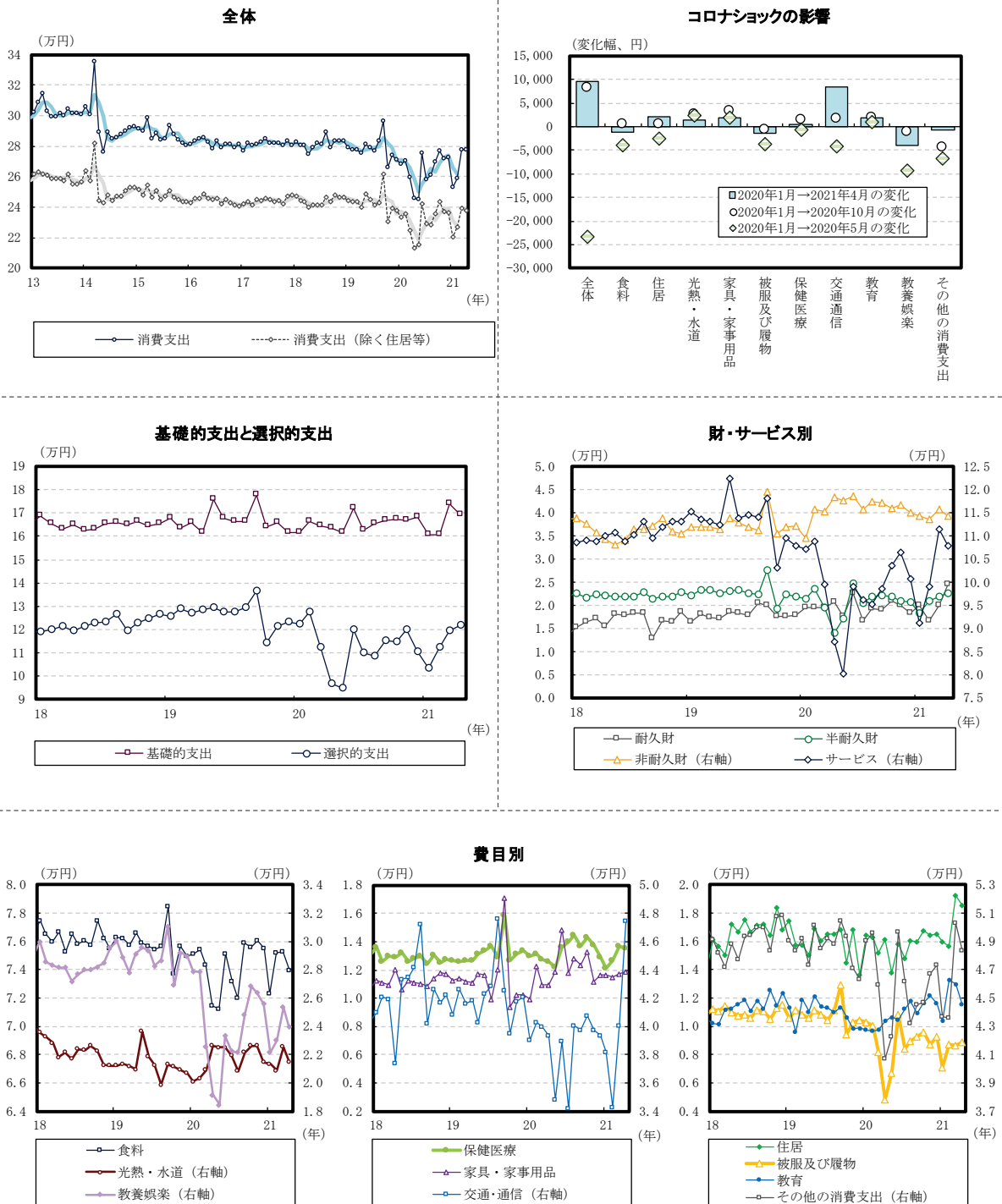
(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

(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

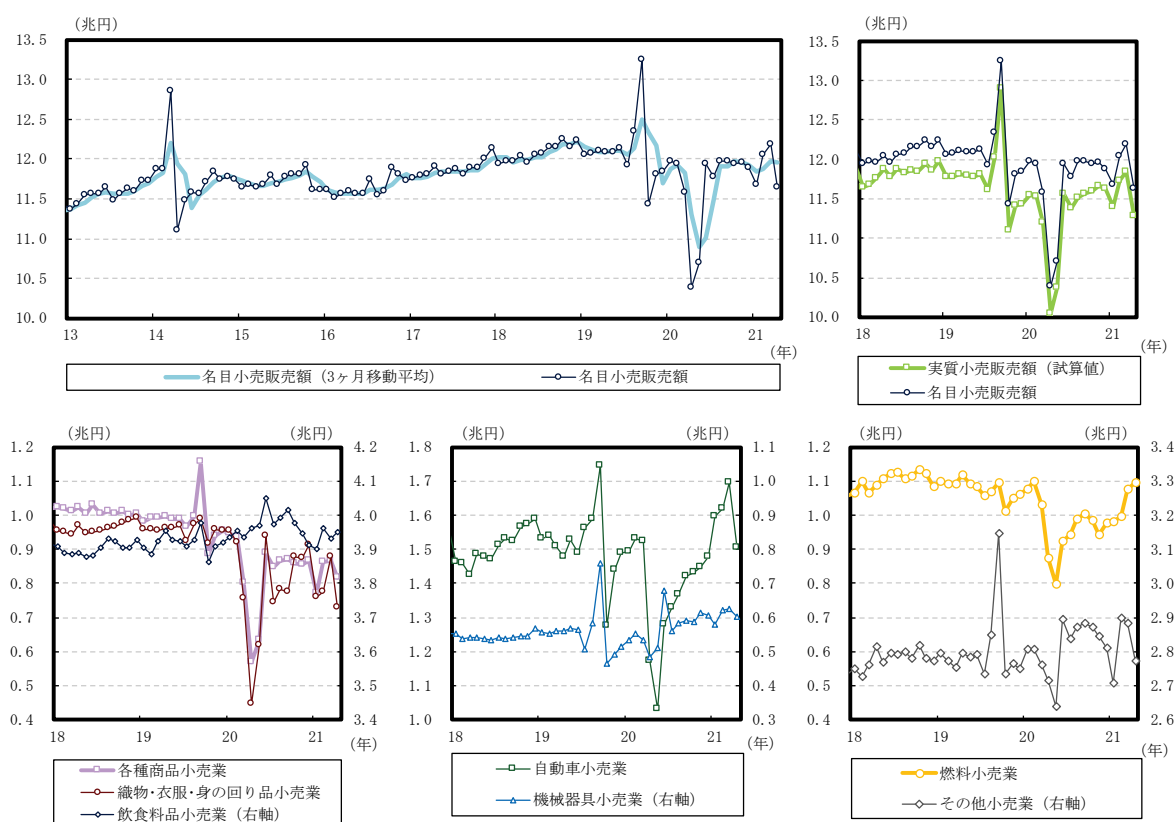
＜商業動態統計（供給側）＞客数の減少や自動車の減産を受けて3カ月ぶりに減少

2021年4月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比▲4.5%と3カ月ぶりに減少した（図表4.5）。CPIの財指数で実質化した金額は同▲4.7%だった。

名目小売販売額を業種別に見ると、7業種中5業種で減少した。「自動車小売業」（前月比▲11.2%）、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同▲16.8%）、「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」（同▲3.9%）が特に減少した。「自動車小売業」では半導体の供給制約による減産を受けて減少したとみられる。4月の鉱工業指数に見る自動車工業の出荷は前月から減少した。「織物・衣服・身の回り品小売業」では気温が平年より高かったことから季節商品の販売が好調だったものの、緊急事態宣言の再発出に伴う外出自粛や休業要請等が押し下げた。「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」においても外出機会が減少したことで化粧品等を中心に販売が苦戦したとみられる。

一方、「燃料小売業」（前月比+2.0%）、「飲食料品小売業」（同+0.5%）が増加した。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・灯油価格の上昇等が影響したとみられる。「飲食料品小売業」では人出の減少に伴う巣ごもり関連の飲食料品の販売額の増加や平年より気温が高かったことで飲料販売が好調だったことが押し上げたと考えられる。

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 (%)
	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	
小売業計	0.0	▲0.3	0.1	▲0.6	▲1.7	3.1	1.2	▲4.5	100.0
各種商品小売業	0.4	▲1.3	▲0.1	1.1	▲11.2	12.2	0.6	▲5.9	7.0
織物・衣服・身の回り品小売業	▲1.1	13.2	▲0.2	4.1	▲16.8	2.1	13.2	▲16.8	5.9
飲食料品小売業	0.6	▲0.9	▲0.8	▲0.9	▲0.3	1.5	▲0.8	0.5	30.8
自動車小売業	3.7	0.8	1.2	2.0	8.0	1.4	4.8	▲11.2	11.3
機械器具小売業	0.8	▲0.5	4.7	▲1.2	▲4.6	7.2	1.1	▲4.0	6.4
燃料小売業	1.7	▲1.9	▲4.3	3.8	0.4	1.4	7.8	2.0	8.1
その他小売業	0.4	▲0.4	▲0.9	▲1.2	▲3.7	7.2	▲0.6	▲3.9	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＞感染拡大を受けてサービス消費を中心に減少が続く

個社データや POS データ等を基に判断すると (pp.7-8)、5 月の消費は引き続き減少したとみられる。財消費はおおむね横ばいで推移したものの、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が発出・適用の影響により、大型連休中 (4 月 29 日～5 月 5 日) のサービス消費が落ち込んだ。さらに、宣言・措置の延長・対象地域の拡大を受けて、小売店・娯楽施設の人出においても 4 月から減少している。

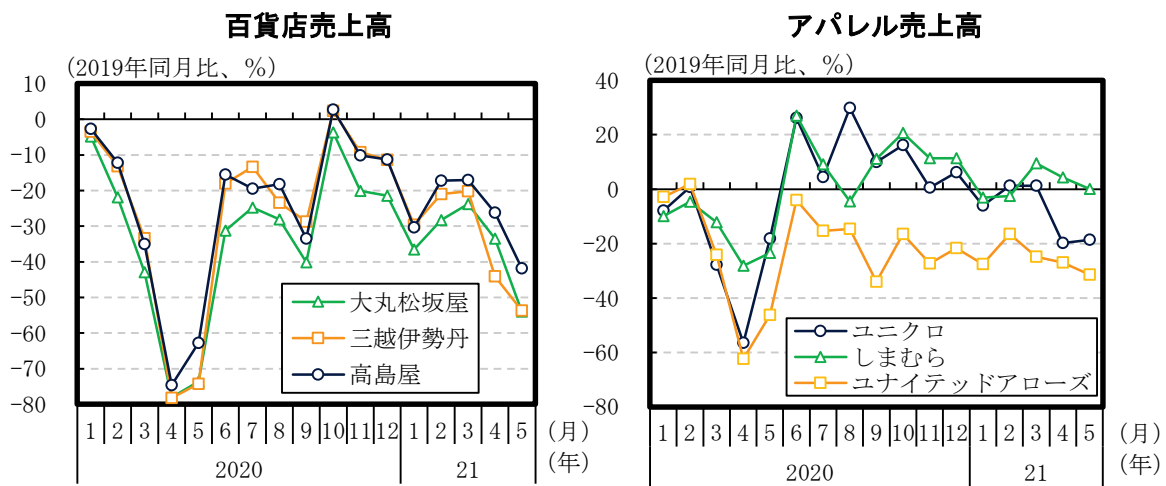
6 月の消費も、サービス消費は弱い動きが続く一方で、財消費は堅調に推移するとみられる。サービス消費の先行きは、引き続き感染状況に大きく左右されるだろう。緊急事態宣言・まん延防止等重点措置の 6 月 20 日までの延長が決定された。映画館への休業要請は 6 月 1 日から営業時間短縮要請に緩和されたものの、飲食店に対しての営業時間短縮要請や酒類の提供自粛は継続された。そのため、飲食や旅行に関する消費は低水準で推移するだろう。他方、財消費に関しては国内外の供給体制が安定していることなどから底堅く推移するだろう。東京都と大阪府の大型商業施設は大型連休中の生活必需品売り場以外の休業が要請されたが、6 月以降の平日は午後 8 時までの営業が容認された。土日は引き続き休業が要請されているものの、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。

消費の先行きを考える上で、ワクチンの接種ペースがカギとなる。ワクチン接種が進む米国や英国では接種回数の増加に連動する形で小売店・娯楽施設の人出が増加している。オックスフォード大学 “Our World in Data” によると、ワクチン接種ポリシーは米国が 5 段階中最高位である 5 「全員に接種可能」に 5 月 5 日に移行し、英国が 4 「キーワーカー (エッセンシャルワーカー)、病気を抱える人、高齢者のほか、広範囲の特定の属性の人々」に 3 月 17 日に移行するなど、既に国民の多数が接種対象となっている。日本では大規模接種センターの設置等を通じて接種ペースがこのところ加速しており、ワクチンを少なくとも 1 回接種した人は 1,000 万人を越えた。政府は 6 月 21 日から従業員 1,000 人以上の企業で「職域接種」を開始する見込みであり、今後の進展の度合いが注目される。

<トピック> 個社データ・業界統計・POS データで先取りする5月の消費

- ◆【百貨店】大手3社の5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、4~5割減程度と4月(同3~4割減程度)からマイナス幅が拡大。緊急事態宣言発出に伴う休業要請等が影響。
- ◆【アパレル】5月のアパレル各社の既存店売上高伸び率(2019年同月比)は前月から低下。例年より早い東海地方以西での梅雨入りのほか、ユニクロやユニテッドアローズでは緊急事態宣言に伴い、一部の店舗が休業したことなどが下押し。

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。

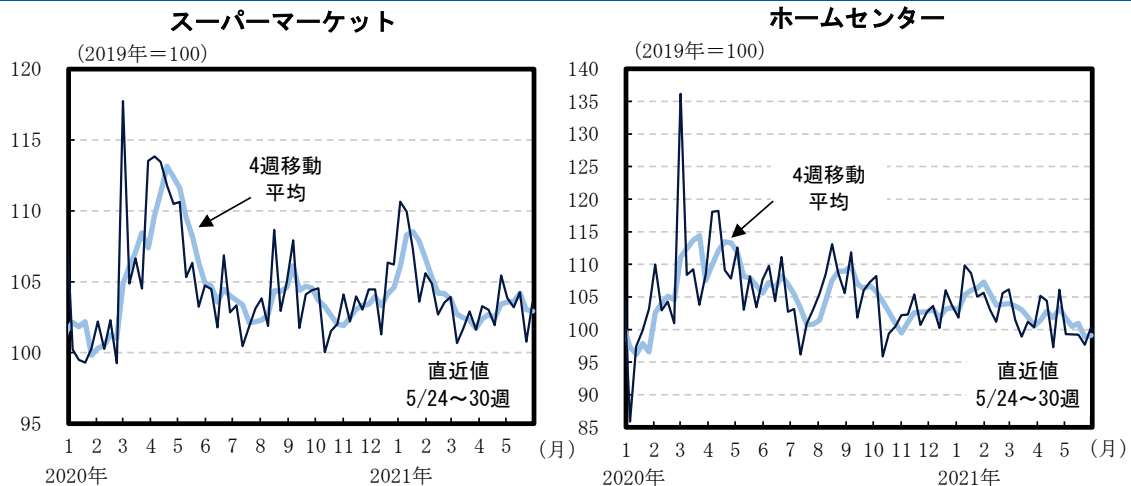
(注2) アパレル：既存店ベース。ユニクロとユニテッドアローズはネット通販を含む数値。

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】5月の売上高は前月から横ばい(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】5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

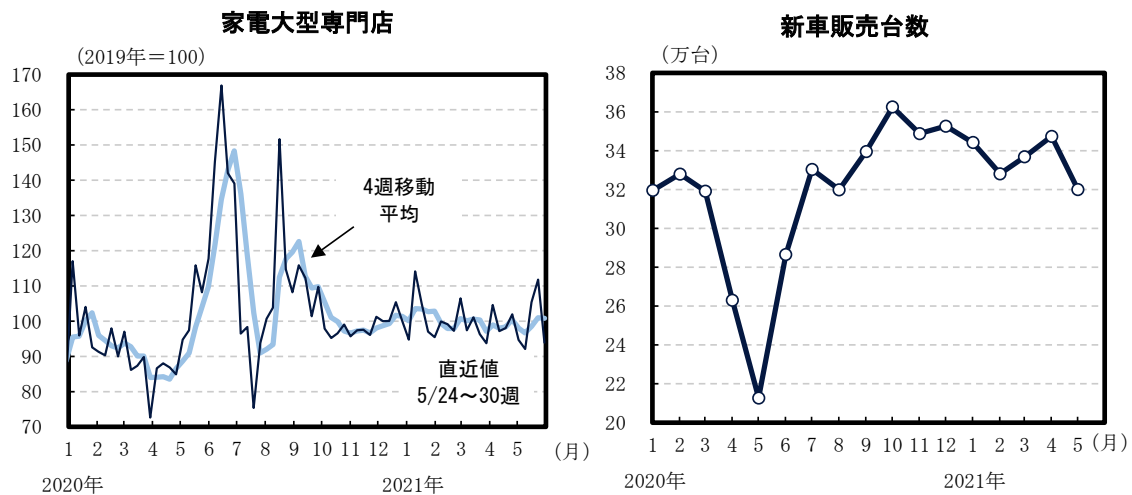


(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

- ◆【家電】5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）。テレビやエアコンの売上が増加した一方、パソコン売上は減少。
- ◆【自動車】5月の新車販売台数は4月から2.7万台減少し、前月比▲8%程度（大和総研による季節調整値）。半導体不足による減産が下押し要因に。

図表8：家電・自動車の売上高



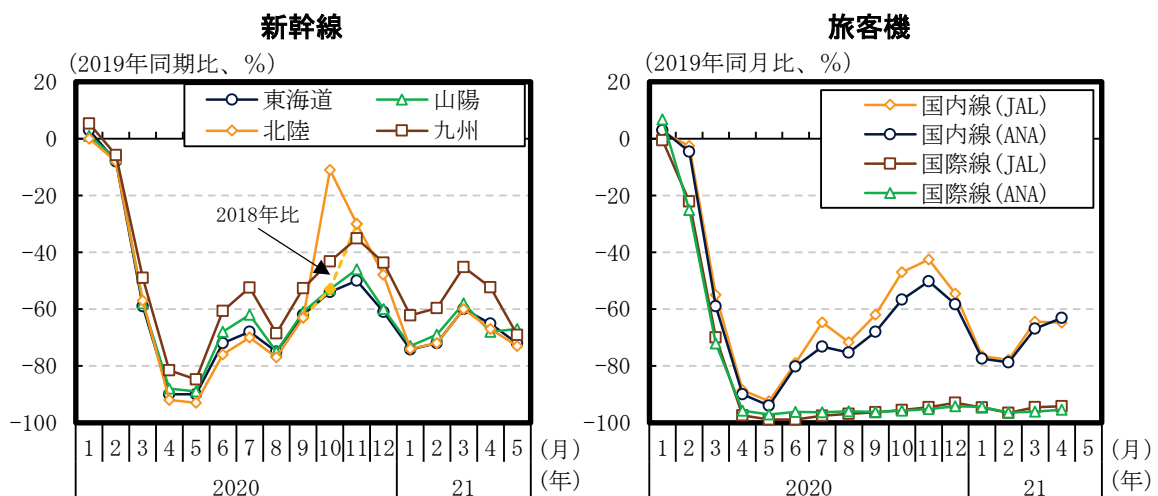
(注1) 家電大型専門店：METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(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】5月の輸送量は、2019年同期比7割減程度と4月（同5~7割減程度）からマイナス幅が小幅に拡大。緊急事態宣言の影響が全面的に表れた。
- ◆【旅客機】4月の輸送量は、国内線は2019年同月比65%減程度と3月からマイナス幅が小幅に拡大。国際線は同95%減程度と前月から横ばい。大型連休中の航空機の輸送量（4月29日~5月5日）は、国内線が2019年同期比65%減程度、国際線が同95%減程度と4月と同程度であった。

図表9：新幹線・旅客機の利用状況



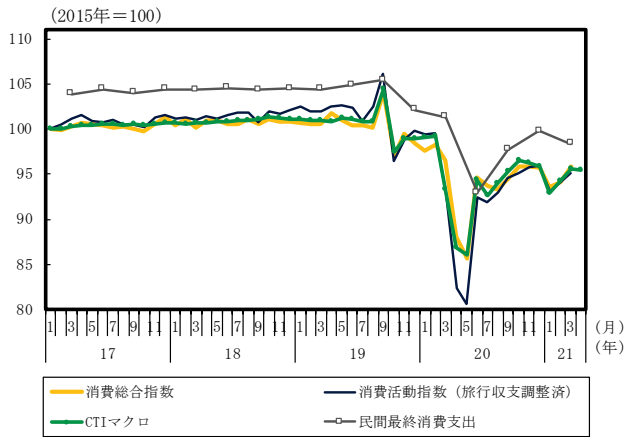
(注1) 新幹線の2021年5月の山陽・九州は14日まで、九州は22日まで、東海道は27日まで。

(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

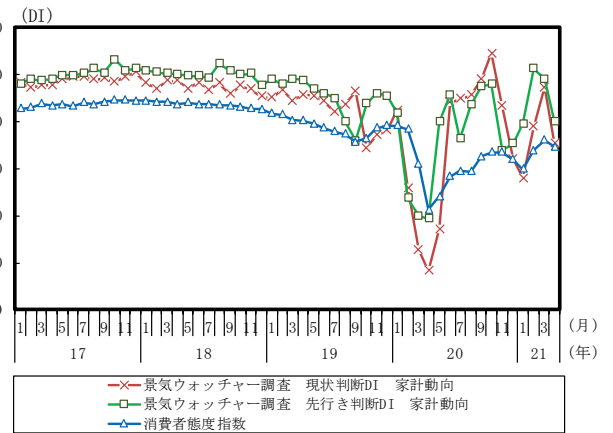
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



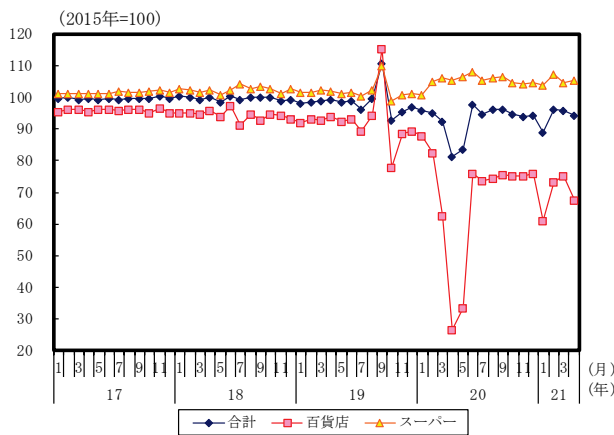
(注) 消費活動指数は、2015年が100となるように変換している。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



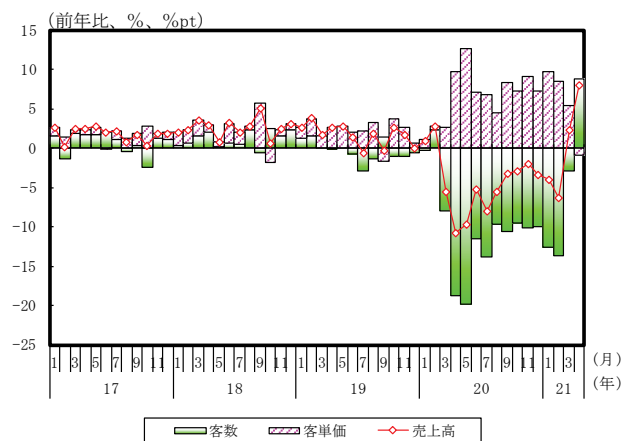
(注) 内閣府による季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



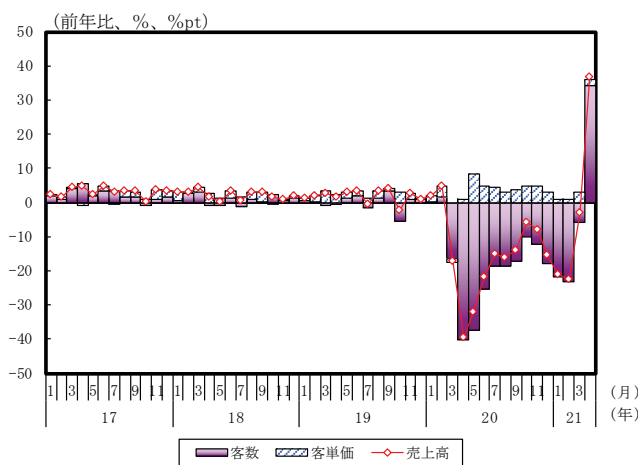
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



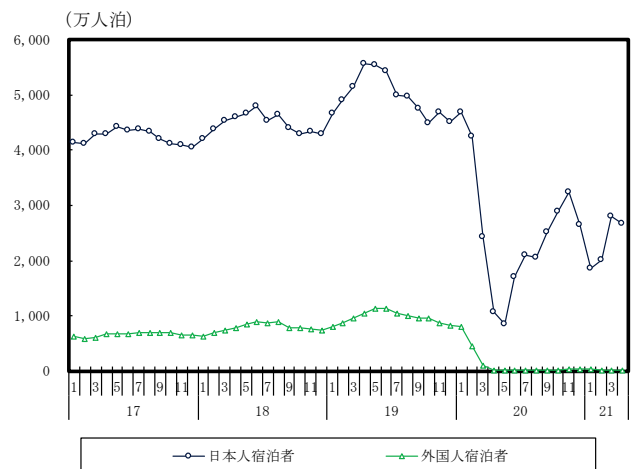
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

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

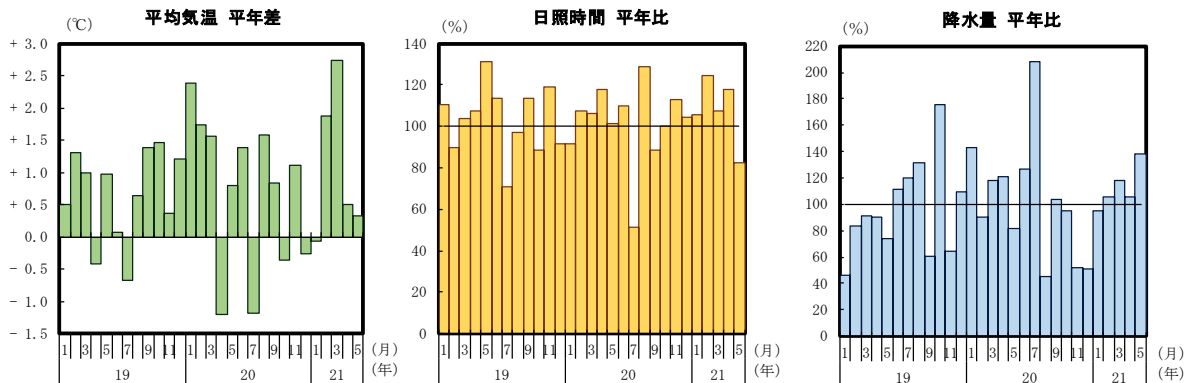
宿泊者数



(注) 大和総研による季節調整値。
(出所) 観光庁統計より大和総研作成

天候

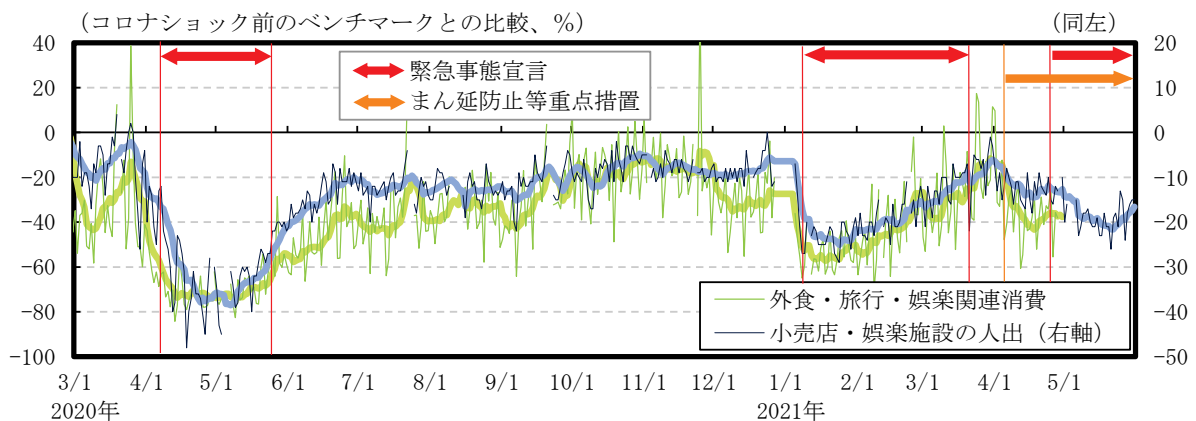
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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

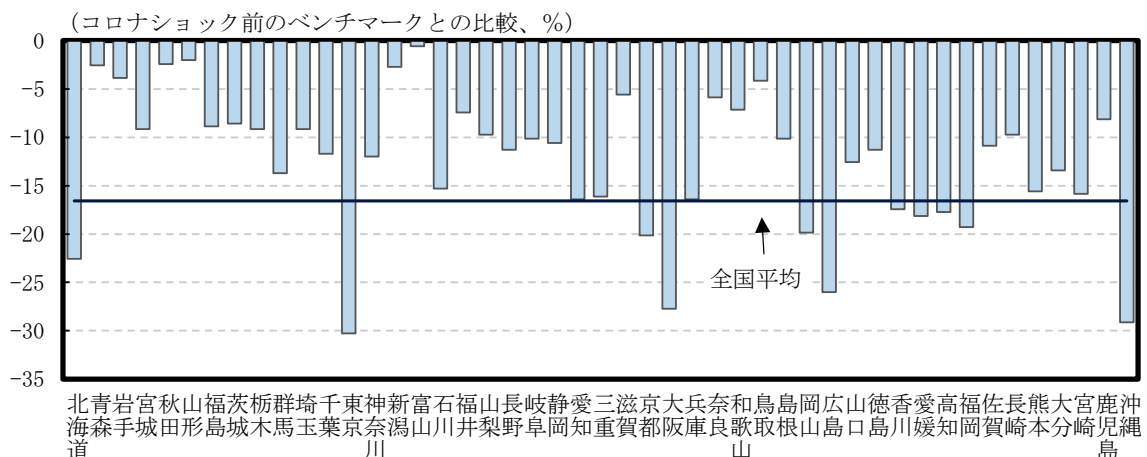
人出

小売店・娯楽施設の人出（直近値 5/31）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（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

小売店・娯楽施設の人出（5/25～5/31 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。
 (出所) Google “COVID-19 Community Mobility Reports”、CEICより大和総研作成