

## はじめに

新型コロナウイルスの感染拡大を受けて、2020年4月に1回目の緊急事態宣言が出され、様々な経済活動が制限されたことで、埼玉県の個人消費は大幅に落ち込んだ。宣言の解除後は、特別定額給付金等の効果もあって持ち直してきたものの、11月頃から感染の第3波が急速に広がり、年明けに2回目の緊急事態宣言が発出されたことに伴って、再び個人消費の下降リスクが高まっている。

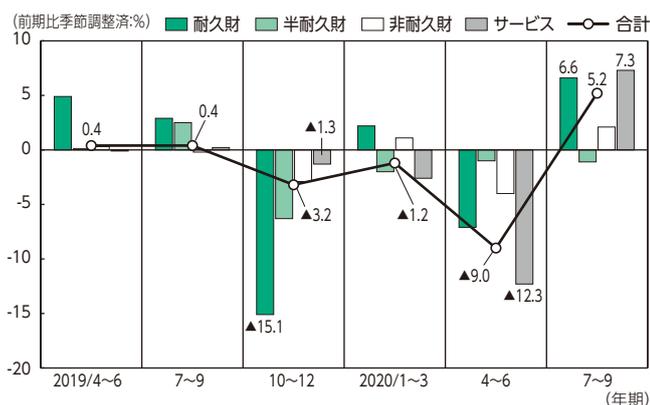
以下では、埼玉県の個人消費の現状について簡単にみてみたい。

## サービスが落ち込んだ全国の個人消費

全国の国内家計最終消費支出の実質成長率は、2019年4～6月期に前期比+0.4%、7～9月期に同+0.4%となった後、10～12月期は消費税率引き上げに伴う駆け込み需要の反動から、同▲3.2%と大きく落ち込んだ。

2020年1～3月期に前期比▲1.2%となった後、緊急事態宣言が発出された4～6月期には、同▲9.0%と非常に大幅な落ち込みとなった。7～9月期に同+5.2%と4四半期ぶりに前期を上回り、個人消費は持ち直しに転じたとはいえ、前年比で見れば▲8.3%と前年の水準を下回っている。

## ● 全国の国内家計最終消費支出の実質成長率



この国内家計最終消費支出の動きを、財・サービスの種類ごとに分けてみると、2019年10～12月期には、駆け込み需要に伴う反動減から、耐久財が前年比▲15.1%と大きな落ち込みをみせたが、サービスについては同▲1.3%と小幅なマイナスにとどまっていた。

一方、緊急事態宣言の出た2020年4～6月期には、移動の自粛や店舗の営業時間短縮・休業等で旅行や飲食などが大きな影響を受けた結果、サービスが前年比▲12.3%と大幅に落ち込んだ。

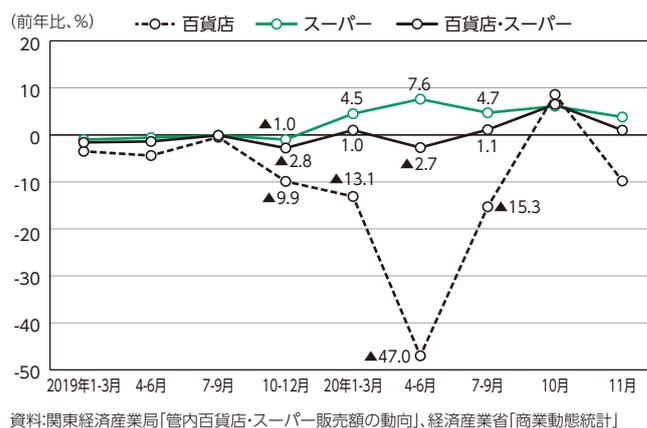
7～9月期には、「Go To トラベル」事業の実施等もあって、サービス消費を含めて持ち直しの動きがみられたものの、前期までの大幅な落ち込みをカバーするには至らなかった。

## ● 巣ごもり需要で堅調な埼玉県のスーパー

埼玉県についても、個人消費は2020年4～6月期に大きく落ち込んだ後、巣ごもり需要や特別定額給付金などの効果から、7～9月期にかけて持ち直しに転じたとみられる。

2019年10～12月期に前年比▲2.8%だった埼玉県の百貨店・スーパー販売額は、2020年1～3月期に同+1.0%となった後、緊急事態宣言の出た4～6月期に同▲2.7%まで落ち込み、7～9月期には同+1.1%と再び前年を上回った。

## ● 埼玉県の百貨店・スーパー販売額の推移



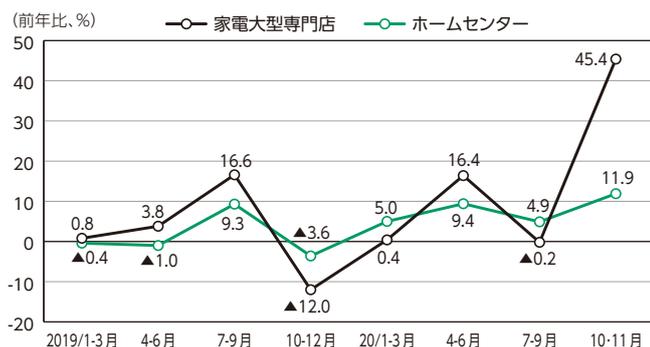
内訳をみると、百貨店は、2019年10～12月期に前年比▲9.9%、2020年1～3月期に同▲13.1%となった後、緊急事態宣言に伴う休業期間があった4～6月期は同▲47.0%と大幅に前年を下回った。7～9月期は同▲15.3%とマイナス幅が縮小したものの、外国人観光客によるインバウンド需要が止まっていることもあって、前年を下回っている。

一方、スーパーは、2019年10～12月期は前年比▲1.0%だったが、2020年1～3月期には同+4.5%と前年を上回り、4～6月期には同+7.6%とプラス幅が拡大した。7～9月期についても同+4.7%とプラスを維持している。感染拡大を受けて、家で過ごす人が増えたことから、食品等を中心にスーパーの販売額は堅調に推移している。

## 高い伸びを示した家電大型専門店

スーパー以上に好調だったのが、家電大型専門店である。家電大型専門店の販売額は、消費税率引き上げに伴う駆け込み需要で、2019年7～9月期に前年比+16.6%となった後、反動減から10～12月期には同▲12.0%と減少した。その後、2020年1～3月期に同+0.4%と持ち直し、緊急事態宣言のあった4～6月期には同+16.4%と再び高い伸びとなった。7～9月期は、前年の水準が高かったため、同▲0.2%とわずかに減少となったものの、販売額としては好調を維持した。

● 埼玉県の家電大型専門店とホームセンターの販売額の推移



資料:関東経済産業局「管内コンビニエンスストア・家電大型専門店・ドラッグストア・ホームセンターの販売状況」

在宅勤務の増加に伴い、テレワークに必要なパソコンの購入が増加したに加え、家で過ごす時間が増えたことで、ゲーム機や大型TV等も好調に推移した。特別定額給付金の支給がこうした需要を下支えしたとみられる。

ホームセンターの販売額についても、家電大型専門店と同様に、2020年1～3月期以降は前年を上回って推移している。こちらも家庭で過ごす時間が増えたことに伴って、園芸用品やDIY用品などの販売が増えたようだ。

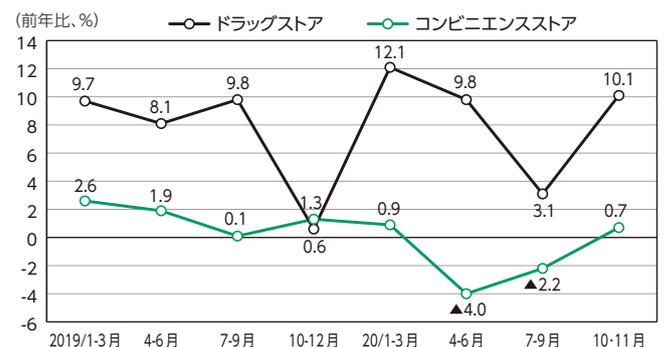
## 落ち込んだコンビニエンスストア

ドラッグストアの販売額は、2020年1～3月期に前年比+12.1%となった後も、4～6月期が同+9.8%、7～9月期が同+3.1%と、マスクや消毒用アルコールなどの衛生商品がけん引する形で堅調な推移が続いている。

一方、コンビニエンスストアの販売額は、2019年7～9月期に前年比+0.1%となった後、10～12月期は同+1.3%、2020年1～3月期は同+0.9%とプラスを維持したが、4～6月期には同▲4.0%と大幅に落ち込み、7～9月期も同▲2.2%と低調だった。

感染拡大を受けて、在宅勤務を実施する企業が増えたことから、ビジネス街にある店舗での売上げが落ち込んだものの、宣言の解除後は徐々に持ち直している。

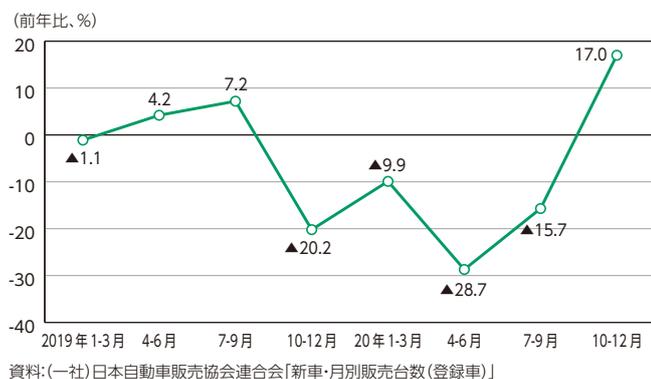
● 埼玉県のドラッグストアとコンビニエンスストアの販売額の推移



資料:関東経済産業局「管内コンビニエンスストア・家電大型専門店・ドラッグストア・ホームセンターの販売状況」

埼玉県の乗用車新車販売台数(除く軽自動車)は、2019年7~9月期は、消費税率引き上げ前の駆け込み需要もあって、前年比+7.2%の伸びを示したが、10~12月期は反動減から同▲20.2%と減少に転じた。2020年1~3月期に同▲9.9%となったが、4~6月期はカーディーラーへの集客が難しかったこともあって、同▲28.7%と再び大幅に落ち込んだ。7~9月期に同▲15.7%となった後、10~12月期は、前年実績が落ち込んでいたこともあって、同+17.0%とプラスに転じた。

### ●埼玉県の乗用車新車販売台数(除く軽自動車)の推移



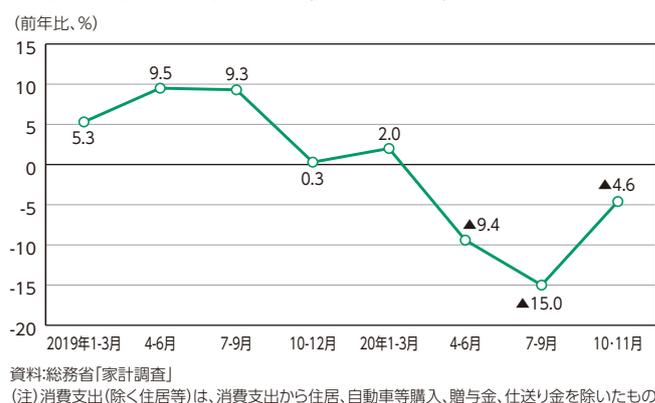
## 持ち直しが遅れているサービス消費

これまでみてきた百貨店・スーパー販売額や家電大型専門店の販売額などは、2020年7~9月期にかけて持ち直してきたが、これらの統計は主にモノの消費動向を反映しており、サービスの消費動向をとらえることが難しい。

サービス消費を含めた消費全体の動向をみるため、総務省の家計調査で、さいたま市の二人以上世帯の消費支出(除く住居等)の動きをみると、2019年4~6月期は前年比+9.5%、7~9月期も同+9.3%と、消費税率引き上げ前は比較的高い伸びを示していた。反動減が生じた10~12月期についても、伸び率は同+0.3%に低下したものの、前年割れになることはなく、2020年1~3月期も同+2.0%とプラスを維持した。

しかし、緊急事態宣言の出た4~6月期に前年比▲9.4%と落ち込んだ後、7~9月期は同▲15.0%と更に減少幅が拡大した。10・11月は同▲4.6%とややマイナス幅が縮小したものの、サービスを含めた消費支出は引き続き前年を下回っている。

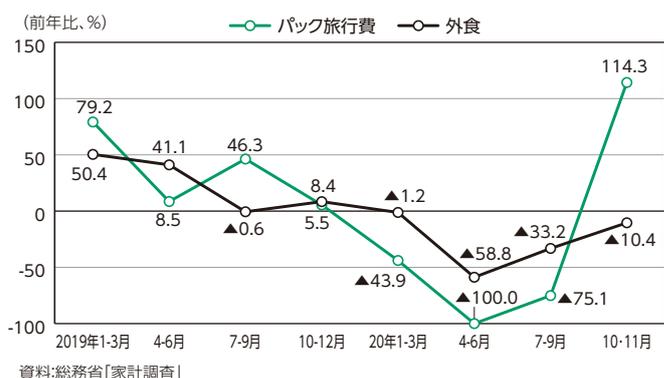
### ●さいたま市の消費支出(除く住居等)の推移



あらためて、さいたま市の消費支出の内、サービス関連の動きをみると、パック旅行費は2020年1~3月期に前年比▲43.9%となった後、緊急事態宣言が出された4~6月期は同▲100%と該当する支出がなくなった。「Go To トラベル」事業の実施等もあって、7~9月期は同▲75.1%となった。10・11月については前年を大幅に上回っている。

外食についても、飲食店の営業時間の制限要請などを受けて4~6月期に前年比▲58.8%まで落ち込んだ後、7~9月期は同▲33.2%、10・11月は同▲10.4%まで持ち直したものの、前年を下回っている。

### ●さいたま市の消費支出(パック旅行費・外食)の推移

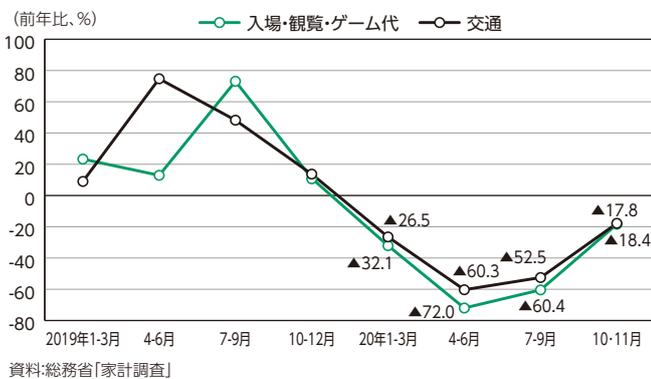


また、映画や演劇・スポーツ等の鑑賞費用などに

あたる入場・観覧・ゲーム代は、2020年4～6月期が前年比▲72.0%、7～9月期が同▲60.4%、10・11月が同▲18.4%となった。密を避けるため入場者数の制限が残るなかで、前年を下回っている。

鉄道やバス、航空運賃等からなる交通も、移動の制限などで4～6月期に前年比▲60.3%、7～9月期に同▲52.5%と大きく落ち込んでいたが、10・11月は同▲17.8%となった。

## ●さいたま市の消費支出(入場・観覧・ゲーム代、交通)の推移



## 下降リスクが高まる埼玉県の個人消費

2020年4～6月期に大きく落ち込んだ後、埼玉県の個人消費は持ち直しに転じたものの、サービス消費の回復の遅れなどから、前年を下回る水準で推移してきた。感染の第3波の急速な拡大を受けて、年末年始にかけての「Go To トラベル」事業が一時停止に追い込まれたこともあって、個人消費の足取りはこれまでより重くなっているとみられる。

先行きについても、年明けに一都三県を対象とする2回目の緊急事態宣言が発出されたことで、個人消費は再び下降リスクが高まっている。

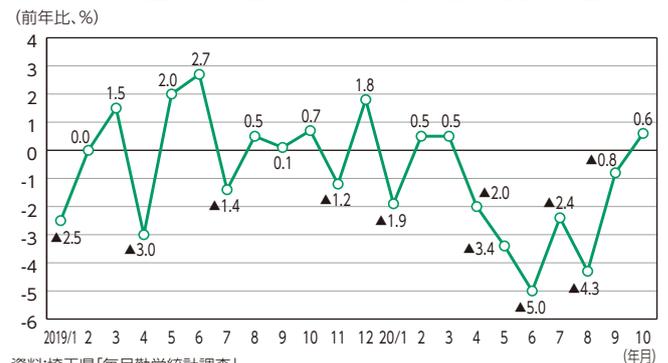
昨年までの個人消費を取り巻く環境をみると、厳しい状況が続くなかでも、一部に下げ止まりの動きがみられるようになっていた。

雇用面では、雇用調整助成金の特例措置が2月末まで延長されたが、感染拡大に起因する県内解雇等見込み労働者数の増加に歯止めがかかってい

ない状況にある。一方、有効求人倍率は依然として1倍の水準を下回っているものの、このところ下げ止まりの動きがみられる。

所得面でも、企業業績の悪化を受けて、昨年冬のボーナス支給額は前年を下回ったとみられる。しかし、毎月勤労統計で、埼玉県内企業のうち、前年同月分と当月分がともに集計対象となった共通事業所における現金給与総額の動きをみると、2020年4月に前年比▲2.0%、5月に同▲3.4%、6月に同▲5.0%と大きく落ち込んだ後、9月に同▲0.8%まで持ち直し、10月には同+0.6%と前年を上回っており、足元で緩やかに持ち直してきた。

## ●埼玉県内企業(共通事業所)の現金給与総額の推移



しかしながら、一都三県を対象とする今回の措置では、全国的にみれば、前回ほどの落ち込みとはならないものの、当事者となる埼玉県については、営業時間が制限される飲食店など、サービス消費を中心にある程度の影響が避けられないだろう。加えて、現状で1カ月程度と想定される今回の緊急事態宣言の解除後も、しばらくはマスクの着用やソーシャル・ディスタンスを守りながらの慎重な経済活動を強いられ、影響が長引く可能性がある。

米国や欧州で昨年12月からワクチンの接種が開始され、わが国でも、早ければ2月下旬から順次ワクチンの接種が行われる予定である。感染の第3波の収束と並行して、ワクチンの接種が一般に広く実施されることで、個人消費が早期に回復軌道へ戻ることを期待したい。(井上博夫)