Economic Trends

発表日:2021 年 4 月 23 日(金)

凍えるゴールデンウィーク消費

～3 回目の緊急事態宣言の効果～

第一生命経済研究所 調査研究本部 経済調査部
首席エコノミスト 熊野 英生(℡:03-5221-5223)

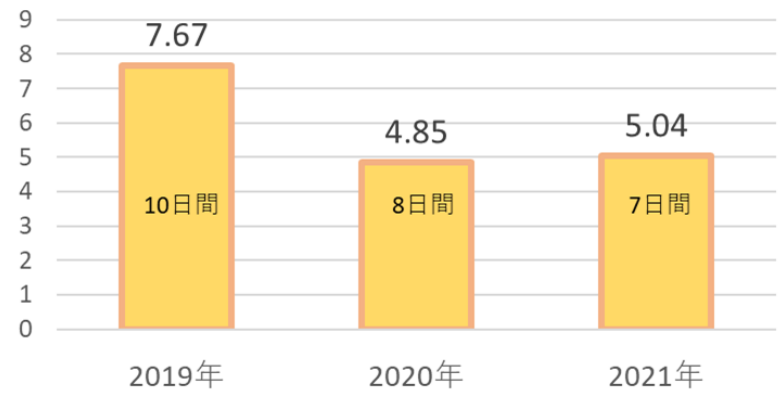
政府は、4 月 23 日に緊急事態宣言を発令することを決めた。これが 3 回目である。その打撃は、GW の連休消費を減少させることであろう。連休消費は、2019 年の 7.67 兆円（10 日間）から、2021 年は 5.04 兆円（7 日間）に減少すると試算される。日数が異なるので単純比較はできないが、その需要を期待していた消費産業には手痛い打撃になる。

狙われた GW

政府は、4 月 22 日に緊急事態宣言を発令する。昨年 4･5 月の 1 回目、今年 1～3 月の 2 回目に続いて、今回は 3 回目になる。経済活動にとって不都合なのは、昨年に続いて GW に重ねて実施されている点だ。大型連休は行楽消費の真っ盛りの時期であり、観光・娯楽業には大切な稼ぎ時だ。それが 2 年連続で潰されるのは、関連業界には甚大な打撃だ。

そこで、まず、GW に限った個人消費の規模はどのくらいかを計算してみた（図表 1）。家計調査の日次消費を用いて、細かく試算したものである。その規模は、毎年ごとの曜日構成で微妙に変化する。2020 年の GW は 1 回目の緊急事態宣言が直撃した年であるので、その手前の 2019 年から計算した。2019 年は、並びが良くて 10 日間の連休になり、個人消費支出額は 7.67 兆円（除く帰属家賃）になった。この計算は、内閣府の GDP 統計と総務省の家計調査を用いて試算したものである。次に、同様の方法で 2020 年の GW を計算すると、やはり緊急事態宣言が発令されていたこともあり、個人消費は 4.85 兆円と激減していた（期間 4 月 29 日～5 月 6 日の 8 日間）。1 日平均の前年比では▲21.0%の減少率である。そして、2021 年の GW 消費を 7 日間（4 月 29 日～5 月 6 日）で取って予想してみると、消費総額は 5.04 兆円となる見通しだ。1 日平均では 2019 年比で▲6.1%の減少になる。2021 年の GW 消費は、実額では昨年よりは盛り返すが、依然として厳しいということになる。

（図表１）ゴールデンウィーク期間の消費支出の規模



注：総務省、内閣府の資料に基づき、筆者が試算。

政府の方針

3 回目の緊急事態宣言では、（1）酒類を提供する飲食店に休業要請、（2）大型商業施設では生活必需品を除いて休業要請、（3）大規模イベントは原則無観客、などの制限が敷かれる。カラオケ店への休業要請、鉄道の終電時間繰り上げ・減便も実施されそうだ。期間は 4 月 25 日から 5 月 11 日

の 17 日間。対象の地域は、東京都、大阪府、京都府、兵庫県の 4 都府県である。

すでに、これらの地域では、まん延防止等重点措置※が適用されていた（5 月 5 日までと 5 月 11 日まで）。今回は当初の期間設定が 1 か月間（1･2 回目）ではなく、17 日間と短い。短期集中という政府の方針を反映しているのであろう。

※その他同措置の対象は、宮城県、沖縄県、埼玉県、千葉県、神奈川県、愛知県の 6 県があった。政府は、これに 4 月 23 日から愛媛県の追加を決定。緊急事態宣言の地域と併せると 11 都府県。

政府は、すでに実施しているまん延防止等重点措置の地域に重ねることで、緊急事態宣言の経済的インパクトをできるだけ最小限にしようと配慮しているのだろう。また、GW に重ねることで、消費産業にはダメージが集中するとしても、企業活動にはなるべく悪影響を与えないよう休暇に重ねているのだろう。

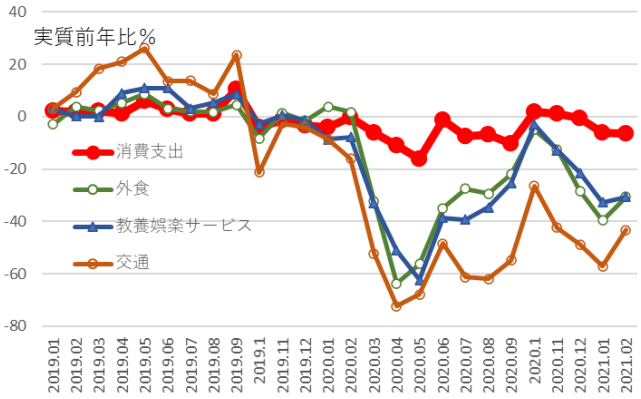
個別産業への打撃

今回の緊急事態宣言は、企業活動に全般的なブレーキを踏むものではない。むしろ、1～3 月の緊急事態宣言に近く、飲食店を主なターゲットにしている。それでも、打撃を受けそうな分野は、旅行（ホテル･旅館、鉄道･航空）、外食、娯楽レジャー、衣料品･化粧品などに広がるだろう。従来から、家計調査では、外食、交通、教養娯楽サービスの 3 項目が常に大きく減少する格好になっている（図表 2）。その流れが続くということだろう。

2 回目の緊急事態宣言と比較すると、今回は大型商業施設などの事業者への休業要請が加わったところが変更点になっている。仮に、百貨店・ショッピングセンターなどが休業すると、それに関連して衣料品需要が落ちることが懸念される。また、「人流を減らす」ことを目的のひとつにしている点では、交通機関へのインパクトも警戒される。

さらに、細かく GW の期間に集中的に売上を増やすような業種が何かを調べてみた。データは、家計調査で GW の期間に占めるウエイトが大きな消費項目の上位 15 品目を挙げたものである（図表 3）。首位の「他の交通費」は、船賃・フェリー代などの交通運賃である。これは、長期休暇のときに船などを利用するときの費用である。緊急事態宣言で帰省や大型旅行が減ってしまうことで、今回もこうした交通機関の利用減少が起こることが予想される。2 位

（図表 2）家計調査の中で大きく減少する消費項目



出所：総務省

（図表 3）GW時期の消費支出が年間消費に占める割合

上位15品目

1位	他の交通	12.2%
2位	子供用和服	12.2%
3位	文化施設入場料	11.0%
4位	食器戸棚	11.0%
5位	宿泊料	9.3%
6位	ベッド	8.9%
7位	園芸用植物	8.6%
8位	楽器	7.9%
9位	たけのこ	7.9%
10位	他の入場・ゲーム代	7.4%
11位	遊園地入場・乗物代	7.3%
12位	他の男子用シャツ	6.9%
13位	出産入院料	6.8%
14位	帽子	6.7%
15位	男子用学校制服	6.5%

注：総務省「家計調査」（2人以上世帯）から筆者が計算。

の子供用和服は、子供の日に祖父・祖母が孫に購入するものも多いだろう。16～30 位には子供用シャツ、通学用かばんといった同様に孫消費と関連するものがあった。3 位の文化施設入場料は、やはりGW の外出レジャーに関連したものだ。園芸用植物（7 位）、楽器（8 位）は長い休みを趣味に楽しむ内容だ。これらの項目は、今年は緊急事態宣言の影響でかなり減ってしまうのではないかとみている。すでに、コロナ禍は 1 年以上に亘り、この間の帰省は手控えられている。今回の GW でも同様に地方への帰省が抑制されることで、地方の祖父・祖母が支出する消費も減らされ、旅行・娯楽以外にも、大家族で楽しむ焼肉・寿司などの外食需要も低迷が続くことになろう。

深まる視界不良

政府は、今回の緊急事態宣言は短期間で終わらせたい意向だろうが、かえって視界不良が強まっている側面もある。それは、多くの人が「緊急事態宣言は今回では終わりではなさそうだ」と感じているからだ。7 月 22 日から東京五輪が開催されるが、それまでに感染者の増加が起これば、もしかすると「4 回目の緊急事態宣言が 5 月 11 日以降にあってもおかしくない」と予感させる。そうした不安感は、目下の先行きの不透明感をより強めるのではなかろうか。政府には、なるべく政策の予見可能性を高める工夫をしてほしいが、今のように感染リスクが強いと、それもままならないのが実情である。その分、事業者への手厚い支援も欠かせないということになるだろう。

本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所調査研究本部経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見通しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命保険ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。