

震災後の消費大萎縮は3週間だった

発表日：2011年6月10日（金）

～ 娯楽・旅行・外食では悪影響が尾を引いた～

第一生命経済研究所 経済調査部
担当 熊野英生 (TEL: 03-5221-5223)

家計消費の日次データを調べると、震災後の消費減少は3月11日～3月31日までの約3週間が最も厳しかった。4月以降、多くの費目でどうにか対前年で同水準に戻ったものの、一部の娯楽サービス、旅行、外食で震災後の悪影響が尾を引いていた。先行きは、二次的被害が広がる心配が残り、まだ予断を許せない。

3月11日から31日までの大萎縮

震災によって、消費マインドが一時的に悪化したことはよく知られている。このとき、買い急ぎ、買い貯め、買い控え、といったパニック的な消費行動がみられたことは記憶に新しい。3月11日以降、筆者は震災後のマクロ統計が出揃わないことに苛立ちを覚えながら、速報的にデータが見られるコンビニPOSなどの集計値をチェックして4月辺りで最悪期を過ぎたのではないかと直感していた。

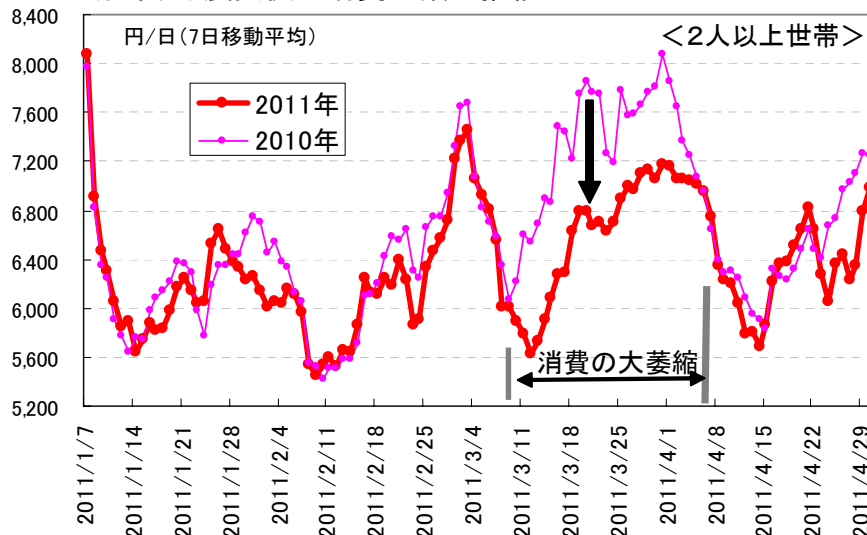
それがここに来て、ようやく総務省「家計調査」が4月分まで発表されて、消費萎縮のおおよその状況がわかってきた。本稿ではその検証の一端をみていきたい。

結論から言えば、震災直後の消費大萎縮は、3月11日から3月31日までの約3週間が特に厳しい局面であった。総務省「家計調査」の日次データを2011年と2010年で前年同日のデータを見比べると、震災後の3週間が大きく落ち込んでいる（図

表1）。この時期は、福島原発や放射能の拡散がどうなっていくのかも視界が真っ暗だった頃である。消費者心理もそれを正直に反映していた。

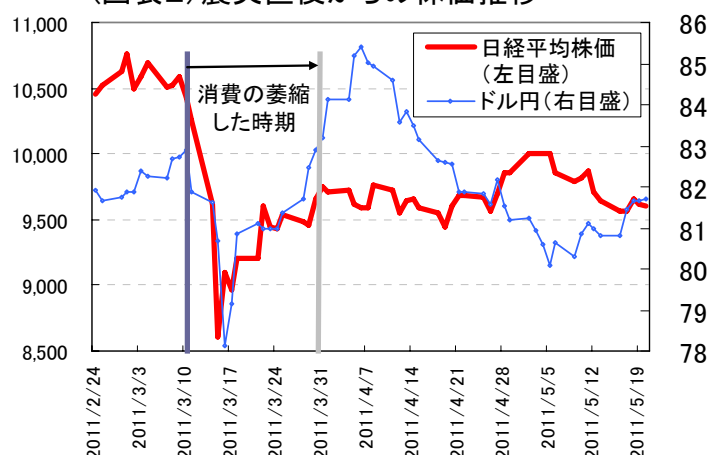
もともと、4月に入ると、時間の経過も手伝って、消費支出は徐々に前年ペースに戻っていたようだ。奇しくも、株価・為替の値動きを確認すると、同じようなタイミングで震災直後の株価急落・円高急伸が一服する時期になっていた（図表2）。消費マインドと投資家のセンチメントは、微妙に気脈を通じていたことがわかる。

（図表1）震災後の消費金額の推移



出所:総務省「家計調査」(2011年・2010年)

（図表2）震災直後からの株価推移



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。見直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。

注：消費の大萎縮は、震災によって直接的にマインドが悪化した状況を指すものであり、二次的被害とは異なる。二次的被害は、震災→企業収益悪化→雇用・所得悪化→実体経済の需要減といった経路で、これから時間を置いて表われると予想される。

最も絞られた消費・増えた消費

消費マインドが萎縮した期間の消費増減を細かくみていくと、最も削減されたのは自動車購入であった（図表3）。次いで、婚礼関係費である。実額でみて56円と、震災直後に結婚しようとした人はほとんど居なかったことがわかる（結婚は本人ではなく親族が対象）。減少幅ランキングの低位1～10位までの項目では、テレビ・パソコンといった家電製品も大幅に減っている。住宅などの増改築も先送りされたようだ。

反対に増えた項目もいくつかある。中でも、寄付金が劇的に増えている。灯油・ガソリンを買い貯めする人や、電池・ミネラルウォーターを非常時の備え

として準備する人も多かった。震災でけがをした人の入院費や祭具なども増加している。外国パック旅行が多かったのは、海外旅行（観光？）を断念する人が少なかった*ことを窺わせる。変化が一過性かどうかを確認するために、4月のデータをみると、寄付金と外国パック旅行は高い伸びを続けている（図表4）。

*成田空港における日本人の出国者数は大幅に減っていたとされ、家計調査とは食い違う。

次に、3月のデータで対前年同時期比の消費額が大きく変化した項目に注目すると、食料品ではカップめん（59.2%増）、即席めん（47.3%増）、乾燥スープ（46.0%増）が目立っている反面、生鮮鮮魚はほとんどの種類で激減している。一方、野菜や肉類はそれほど減ってはいない。大きく減っているのは家電製品のほか、衣料品、身の回り品、室内装備品、レジャー消費である。娯乐的要素が強い支出や、購入頻度の少ない大口支出は、不要不急の消費として敬遠されたようだ。

変化する消費動向

3月末にかけて極端に絞り込まれた消費が、4月以降になって我慢した状態から、反動増になったかというところではない。そうした傾向は、多くの費目に共通してみられる。一方、4月になっても、対前年で同程度

（図表3）消費が萎縮した時期に絞られた費目、増えた費目

		3月11日～3月31日			
		2011年	2010年	減少額	減少率
減少した消費費目	1 自動車購入	4,352	8,137	-3,785	-46.5
	2 婚礼関係費	56	2,153	-2,097	-97.4
	3 テレビ	1,440	2,943	-1,503	-51.1
	4 国内遊学仕送り金	4,057	5,541	-1,484	-26.8
	5 国内パック旅行費	1,073	2,370	-1,297	-54.7
	6 世帯主こづかい	5,723	6,860	-1,137	-16.6
	7 給排水関係工事費	389	1,116	-727	-65.2
	8 外壁・塀等工事費	339	1,054	-715	-67.9
	9 飲酒代	726	1,268	-543	-42.8
	10 パーソナルコンピュータ	681	1,125	-444	-39.5
		増加額		増加率	
増加した消費費目	1 寄付金	2,038	134	1,905	1,424.9
	2 灯油	1,617	1,148	468	40.8
	3 他の入院料	1,163	715	449	62.8
	4 ガソリン	3,629	3,287	342	10.4
	5 たんす	374	51	323	637.8
	6 外国パック旅行費	932	610	321	52.7
	7 電池	351	100	251	251.6
	8 祭具・墓石	378	157	221	140.9
	9 他の仕送り金	965	745	220	29.5
	10 ミネラルウォーター	319	107	213	199.5

出所：総務省「家計調査」 円 %

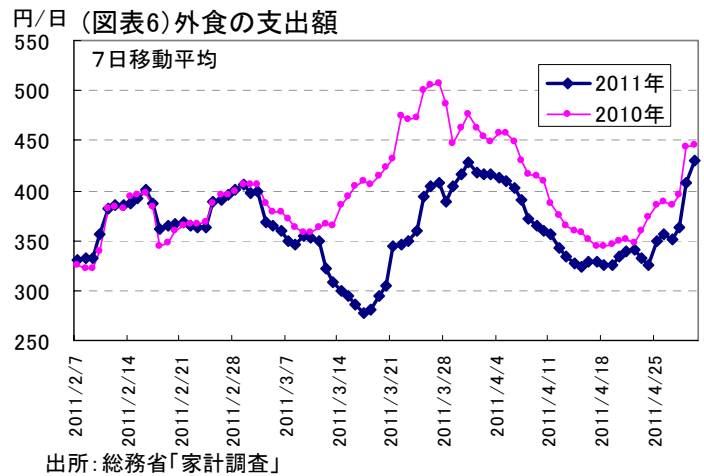
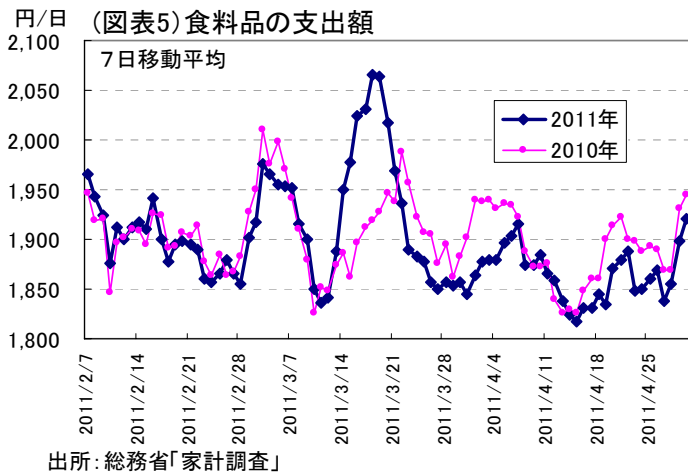
（図表4）4月になってからの消費の増減費目

		4月1日～4月30日	
		減少額	前年比減少率
減少した消費費目	1 給排水関係工事費	-1,263	-74.9
	2 国内パック旅行費	-1,072	-38.9
	3 他の工事費	-884	-32.4
	4 世帯主こづかい	-653	-6.9
	5 他のこづかい	-581	-17.5
	6 テレビ	-496	-39.0
	7 鉄道運賃	-491	-24.2
	8 他の仕送り金	-423	-30.0
	9 非貯蓄型保険料	-246	-3.5
	10 外壁・塀等工事費	-238	-11.9
		増加額 前年比増加率	
増加した消費費目	1 寄付金	1,412	840.5
	2 外国パック旅行費	1,075	145.1
	3 歯科診療代	1,054	83.1
	4 自動車購入	996	31.8
	5 葬儀関係費	902	72.6
	6 設備器具	332	21.6
	7 修繕材料	323	92.0
	8 自動車整備費	239	16.8
	9 医科診療代	214	6.7
	10 自動車等部品	190	19.6

出所：総務省「家計調査」 円 %

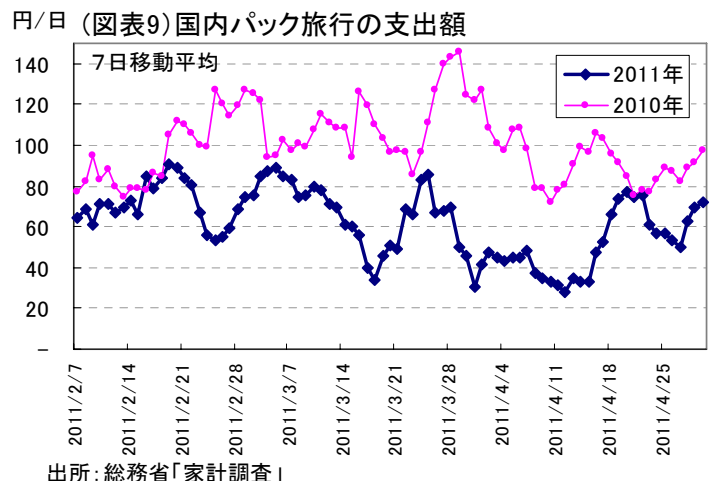
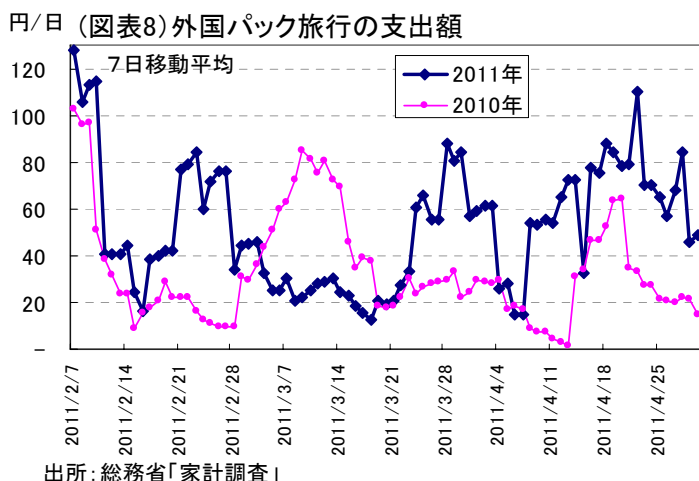
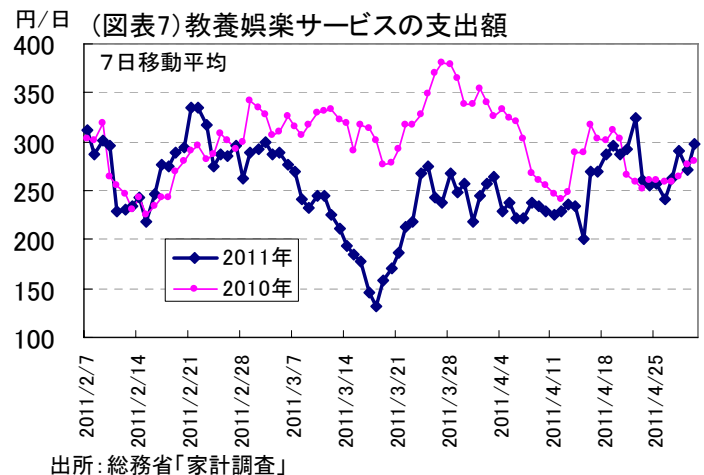
本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。

に戻りにくかった費目に注目し、そのいくつかを紹介しておく。まず、食料品（除く外食）については、3月11日の震災直後こそ、駆け込み需要が発生したが、3月中旬くらいには節約志向に転じる動きになっている（図表5）。食料品と区別して外食の推移をみると、震災直後に急減した外食は、年度末にかけての季節的な需要増加が起こらず、さらに4月中もほぼ前年を下回るような低迷が続いている（図表6）。



外食以外に後遺症をひきずっている費目としては、教養娯楽サービスがある（図表7）。教養娯楽の中では、スポーツ観戦、芸術鑑賞などで震災後のダメージが大きかったようだ。

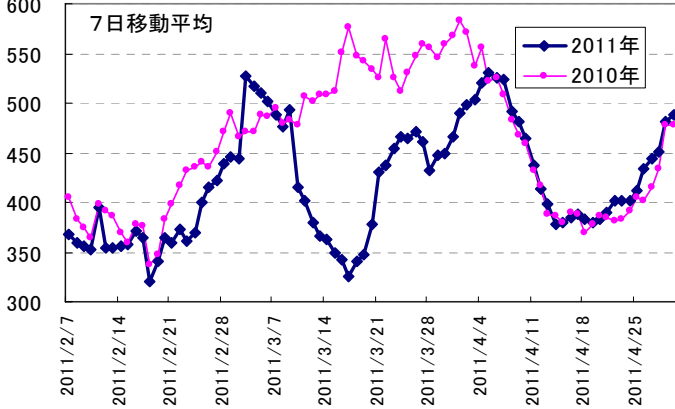
教養娯楽サービスの内訳で金額が大きいのは、パック旅行である。パック旅行の中で目立って減少しているのが、国内旅行である。前述した外国パック旅行は、震災直後こそ激減したが、3月中旬から大きく増えて、4月も対前年で増加する動きになっている（図表8）。国内旅行の方は、海外旅行増のあおりを受けて大きく減った可能性がある。国内パック旅行は、震災前から不振だったのが、3・4月と震災後もさらに低迷が進んだ格好である（図表9）。全国観光地にとっては、海外からの観光客が激減していることに加え、国内の旅行者も減っている悪影響も計り知れないダメージになっていると推察される。



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。

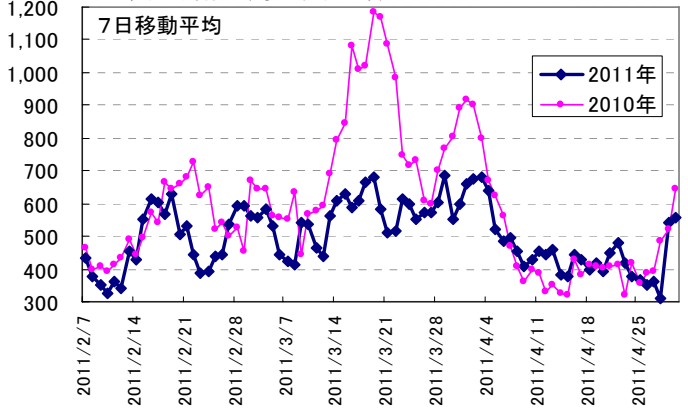
不況になると、いつも悪影響が表れやすいのが、被服・履物や身の回り品、耐久財である。それらの日々の動向を調べると、震災直後こそ前年比で激減したが、4月以降は対前年のレベルに戻っている（図表10、11）。耐久財については、3月末にエコポイントが切れるスケジュールになっていたが、震災のために駆け込みはほとんど陰を潜めてしまっていた。

円/日 (図表10)被服・履物、身の回り品の支出額



出所：総務省「家計調査」

円/日 (図表11)耐久財の支出額



出所：総務省「家計調査」

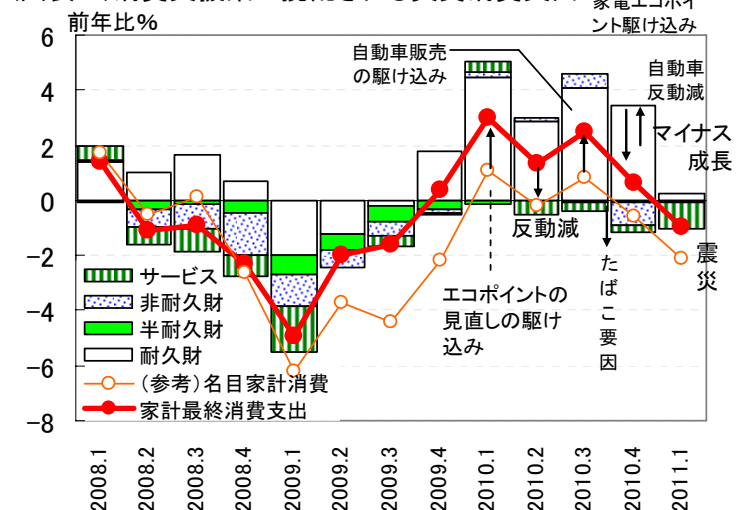
今後の消費動向の問題点

震災が個人消費に与える影響は、今後、二次的被害の方に移っていくだろう。二次的被害は、ボディーブローのように時間が経過するほどマイナス方向に表われてくる性格なので、予断を許さずに注視しておかなくてはならない。すでに知られているのは、被災企業、あるいは取引先が被災して稼働率が停滞した企業が、少なからず企業収益を失っていることだ。夏のボーナスが増えたとしても、冬のボーナスは大きく削減される可能性がある。正規雇用も、新卒採用をはじめとして再度絞り込まれる公算は低い。

2011年度の個人消費については、牽引役がないという問題もある。震災復旧や節電に目を奪われがちになるが、2010年度にエコカー減税や家電エコポイントが大躍進の原動力だったのに比べて、今後はそうした存在がない。2010年度はエコカー減税とエコポイントがどのくらい威力を発揮したかを確認しておく、実質GDPは対前年比2.3%の伸び率、実額で+12.0兆円の増加のうち、実質耐久消費財が+7.9兆円である。増加した実質GDPのうち65% (=2/3) が、自動車と家電を中心とした実質耐久消費財によって引っ張られていたことになる（図表12）。個人消費に関して弱いところは、震災の二次的被害が徐々に表れるのに対して、それを穴埋めする減税政策が今後は期待できないということである。

今のところ、5月以降は家計の節電ニーズが消費増へと影響しているとされる。家計が新しいニーズを追求するように、LED電球や扇風機の購入、エアコン・冷蔵庫の買い替えを進めると耳にする。しかし、そうした下支え効果にどのくらい期待してよいかは未知数である。震災後の個人消費の隠れた問題は、政策減税にもう依存できない状況の下、雇用・所得悪化に見舞われているということである。

(図表12)消費支援策に攪乱される実質消費支出



出所：内閣府「国民経済計算」

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。見直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。