

新型コロナ発生後の個人消費の動向と見通し

－ 感染拡大への懸念がくすぶるなか、サービス関連を中心に低迷が続く－

信金中央金庫 地域・中小企業研究所上席主任研究員

奥津 智彦

(キーワード) 個人消費、新型コロナウイルス、巣ごもり消費、新しい生活様式、サービス消費

(視 点)

新型コロナウイルス感染拡大の影響により、世界的に経済活動が大きく低迷している。日本も例外ではなく、4～6月の実質GDP（経済成長率）は前期比マイナス7.8%と、大幅な減少を余儀なくされた。

本稿では、日本のGDPにおいて最大の需要項目となっている個人消費にフォーカスし、モノの消費、サービス関連消費の動きを比較するなどの観点から、感染拡大の影響が強まって以降の推移をあらためて振り返った。

合わせて、個人消費の当面の先行きも展望した。いまなお感染再拡大への懸念がくすぶっており、雇用情勢の悪化も懸念される状況にある。「緊急事態宣言」の再発令が回避されたとしても、個人消費はサービス関連を中心に低調な推移が続くと見込まれる。

(要 旨)

- 20年4～6月の実質個人消費（GDPベース）は前期比8.2%もの大幅減となり、3四半期連続でマイナスとなった。新型コロナウイルスの感染防止に向け「緊急事態宣言」が発令されたこともあり、相当の期間にわたって活動自粛の状態が続いたことが響いた。
- 4月以降の消費動向を関連データで振り返ると、外出自粛の影響が強く現れた4月、5月は、内食用の飲食料品など、「巣ごもり消費」と関連が深い一部品目への需要が高まったものの、総じてみれば、外食、旅行、レジャー活動といったサービス関連分野を中心に大きく落ち込んだ。経済活動再開の流れを反映し、6月には持ち直す動きもみられるが、持続的な回復を実現できるかは不透明である。
- 5月25日をもって緊急事態宣言は47都道府県すべてで解除されたが、感染再拡大の動きが続いており、予断を許さない状況といえる。個人消費は引き続き、他人との接触が想定される分野を中心に抑制された状態が続こう。また、景気急減速を受けて雇用環境が悪化してきている点も消費者マインド押下げの要因となり得る。
- 感染症の収束には複数年を要するとの見方があり、人とのコミュニケーションの取り方、各種サービスの提供方法などに関し、構造転換が促されると指摘する向きもある。政府は7月終わりに「未来投資会議」を開催し、新型コロナウイルス収束後の社会のあり方について議論を始めている。年内にも中間報告をとりまとめる予定であり、今後の動きが注目される。

(注) 本稿は、2020年8月17日時点の情報に基づき執筆している。

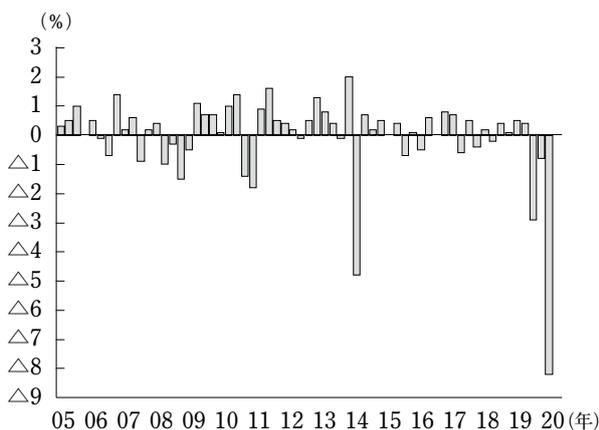
1. 20年4～6月の実質個人消費は大幅なマイナス

まず始めに、実質個人消費（GDPベース）の推移を、4形態（耐久財、半耐久財、非耐久財、サービス）別の動きを概観しつつ振り返る。

(1) 実質個人消費は3期連続で前期比マイナス

20年4～6月の実質個人消費は前期比8.2%もの大幅減となり、3四半期連続でマイナスとなった（図表1）。19年10～12月は、消費増税後にみられた駆け込みの反動、10月中旬の台風19号襲来などが押下げの要因となったが、20年1～3月および4～6月は、新型コロナウイルスの感染拡大を防止する観点から、消費活動自体が大きく抑制されたことが

図表1 実質個人消費の推移（前期比）



（備考）内閣府資料より作成

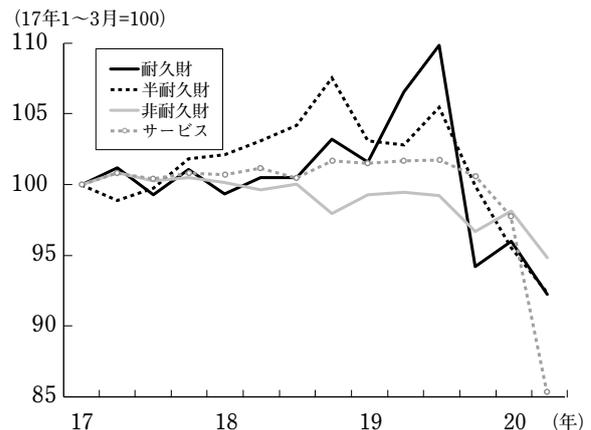
響いた。

実質家計最終消費支出^(注1)の動きを4形態別にみると（図表2）、20年4～6月の前期比は、耐久財が3.9%減、半耐久財が3.3%減、非耐久財が3.3%減、サービスが12.7%減となった。自粛要請もあって外出を伴う消費活動を手控える動きが広がったことから、サービスの落込みが大きいものとなった。

(2) 4～6月の消費の落込みは過去に類をみないものに

20年1～3月は、期の終わり近くから経済活動抑制の流れが強まったが、4～6月はスタート時点から相当の期間にわたり、経済停滞の状態が続いた。長きにわたり活動の自粛を余儀なくされたことが、4～6月の実質個人消費の大幅減につながったといえよう。

図表2 形態別実質家計最終消費支出の推移



（備考）季節調整値を指数化。内閣府資料より作成

(注)1. 家計最終消費支出は、個人消費（民間最終消費支出）から対家計民間非営利団体（私立学校、宗教団体など）の最終消費支出を除いたもの。4形態にそれぞれ該当する主な品目等は、耐久財（家具、自動車、家電製品）、半耐久財（被服、履物）、非耐久財（飲食物品、ガス・電気・水道の料金）、サービス（交通費、飲食・宿泊、通信サービス、医療サービス、保険料）である。

この点について、政府による新型コロナウイルス感染拡大防止に向けた対応を示した**図表3**にて確認する。1～3月を振り返ると、2月25日に「新型コロナウイルス感染症対策の基本方針」が公表され、翌日以降、安倍首相が大規模イベントの自粛、学校の休校などを相次いで要請するに至った。これに伴い、外出を伴う消費活動などを手控える動きが広がったものの、抑制の程度がやや限られた感^(注2)は否めない。

一方、4～6月を振り返ると、4月7日に7都府県を対象とする緊急事態宣言が発令され、16日には範囲が全国に拡大された。同宣言

は外出の自粛、施設の閉鎖、イベントの開催見送りなどを要請・指示するものであり、違反したとしても罰則などは適用されない。ただ、政府が有する強い危機感が周知されるとともに、人々に醸成されたという意味で、消費活動を大きく抑制する方向に作用したことは想像に難くない。

緊急事態宣言は当初、大型連休終了の5月6日をもって解除される予定であったが、感染抑制の動きがみられないなか、延期を余儀なくされた。5月14日以降、段階的に解除される運びとなったが、すべての都道府県で解除されたのは5月25日で、約7週間にわたり

図表3 政府による新型コロナウイルス感染拡大防止に向けた主な対応

2月	25日	「新型コロナウイルス感染症対策の基本方針」を公表
	26日	首相、大規模なイベントの自粛を要請
	27日	首相、全国の小学校、中学校、高等学校、特別支援学校に休校を要請
	29日	首相、記者会見で「今後1～2週間は感染拡大防止にあらゆる手を尽くすべき」とコメント
3月	13日	「新型インフルエンザ等対策特別措置法」改正案が可決、成立
	24日	東京五輪の1年程度の延期を決定
4月	7日	「緊急事態宣言」を発令 →期限は5月6日。対象は東京、埼玉、千葉、神奈川、大阪、兵庫、福岡の7都府県
	16日	「緊急事態宣言」の対象地域を全国に拡大 →合わせて、北海道、茨城、東京、神奈川、埼玉、千葉、石川、岐阜、愛知、京都、大阪、兵庫、福岡の13都道府県を特定警戒地域に指定
5月	4日	緊急事態宣言の期限を5月6日から5月末に延長 厚生労働省「新しい生活様式」を公表
	14日	「緊急事態宣言」の一部解除を決定 →対象は、特定警戒地域に指定されていた茨城、石川、岐阜、愛知、福岡の5県と、もともと指定されていなかった34県
	21日	「緊急事態宣言」の解除対象地域を拡大 →対象は、大阪、京都、兵庫の2府1県
	25日	「緊急事態宣言」の解除対象地域を拡大 →対象は、北海道、東京、神奈川、埼玉、千葉の5都道県。この結果、全ての都道府県で緊急事態宣言が解除された。

(備考) 新聞報道などを基に作成

(注)2. 3月25日、小池東京都知事は都民に対し週末の外出自粛を要請したが、その際に「感染爆発の重大局面」とコメントし、強い危機感を示した。この背景には、3月20～22日の3連休に、花見目的で多くの人出がみられたほか、都心部の繁華街もにぎわう状態となったため、気持ちの引締めを図る必要があるとの判断があったと考えられる。

図表4 実質個人消費が落ち込んだ四半期とその要因

時期	前期比	落ち込みの要因
89年4～6月	△1.5	4月1日からの消費税導入（3%）
90年1～3月	△1.0	年初からみられた株価の大幅な下落（バブル崩壊）
97年4～6月	△2.5	4月1日からの消費増税（3%→5%）
08年4～6月	△1.0	商品市場への資金流入を背景としたエネルギー、食料品価格高騰
08年10～12月	△1.5	景気後退の深刻化に伴う雇用情勢の急速な悪化
10年10～12月	△1.4	エコカー、省エネ家電の購入に対する優遇措置の打ち切り、縮小
11年1～3月	△1.8	3月11日の東日本大震災
14年4～6月	△4.8	4月1日からの消費増税（5%→8%）
19年10～12月	△2.9	10月1日からの消費増税（8→10%）、10月中旬の台風19号襲来
20年4～6月	△8.2	新型コロナウイルス感染拡大に伴う経済活動の大幅な抑制

（備考）内閣府資料より作成

行動抑制の状態が続いた。

図表4は、実質消費支出の前期比減少率が1%以上と相応に落ち込んだ四半期と、その要因を一表にまとめたものである。消費税率が引き上げられた四半期、自然災害が発生した四半期に落ち込んだケースが多いことを読み取れるが、20年4～6月の実績は、80年以降でマイナス幅が最も大きかった14年4～6月（4.8%減）を3.4ポイント下回る結果となった。

2. 足元の消費関連データからは、サービス支出の低迷が浮き彫りに

2. では、GDP統計以外の主要な経済データを基に、20年度に入って以降の消費動向を確認する。

1. での記述を踏まえつつ、あらかじめ結論めいたことを述べると、4月、5月に個人消費が大きく落ち込んだことが確認される。また、4形態の中では、サービス消費の低迷

が特に顕著である。なお、経済活動が再開された直後の月に当たる6月には一部で持直しの動きもみられるが、基調は弱いものとなっている。

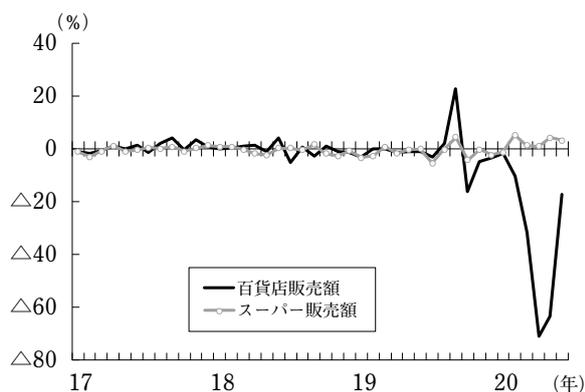
(1) 供給面、需要面いずれのデータからみても消費支出は20年度に入り急減

消費実績を表すデータの代表格として、供給（企業）サイドから動向を捉えた「商業動態統計」における各業態の販売額、需要（家計）サイドからみた「家計調査」の実質消費支出が挙げられる。

イ. 商業動態統計～百貨店、スーパー、コンビニエンスストアの販売状況

百貨店販売額は、19年10～12月が7.5%減、20年1～3月が15.3%減と、消費増税の影響もあって前年割れが続いていたが、20年度に入って以降をみると、4月が71.1%減、5月が63.6%減と大幅減を余儀

図表5 百貨店、スーパーの販売額



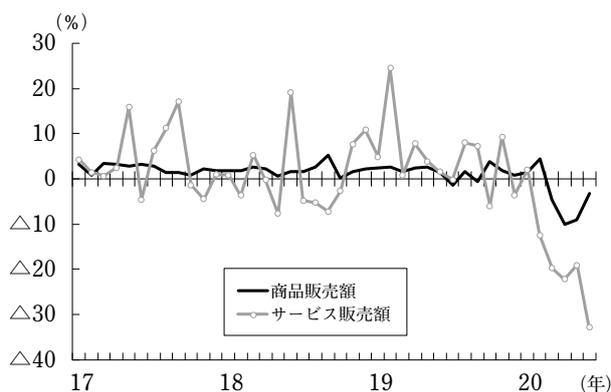
(備考) 1. 既存店ベースの前年比
2. 経済産業省資料より作成

なくされた。6月は17.3%減とマイナス幅がやや縮小したものの、品目別にみると、衣料品(17.3%減)、飲食料品(11.1%減)、その他(家具、家庭用品、食堂・喫茶など、23.6%減)といずれも前年水準を下回っている。国民の外出自粛の動きが広がったことはもちろん、インバウンド向け販売が激減^(注3)したことも押下げの要因となっている。

スーパーの販売額に目を転じると、4月は0.9%増、5月は4.2%増、6月は3.4%増と前年水準を上回る状況が続いている(図表5)。6月実績を品目別にみると、飲食料品の販売が4.3%増と堅調で、外食を控える流れが強まるなか、内食用の商品に対するニーズが高まったことを色濃く反映する結果となった。

コンビニエンスストアの販売額をみると、商品(食品、雑誌・書籍など)よりも、サービス関連(航空券、乗車券、各種

図表6 コンビニエンスストアの販売額



(備考) 前年比。経済産業省資料より作成

チケットなど)の落込みの方が大きくなっている(図表6)。ちなみに、6月実績は、商品販売額が前年比3.3%減、サービス販売額が32.8%減となっている。

ロ. 家計調査～実質消費支出

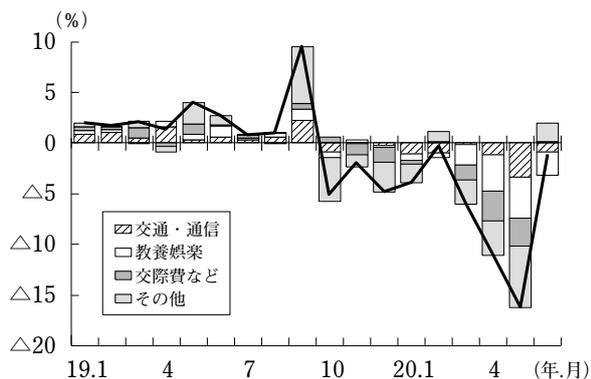
実質消費支出の推移を追うと、4月に前年比11.1%減と2ケタマイナスを記録したのに続き、5月は16.2%減と、比較可能な01年1月以降で最大の落込みとなった。なお、6月は1.2%減と、マイナス幅は大きく縮小している(図表7)。

ただ、費目別に状況を見ると、交通・通信(鉄道運賃、航空運賃など)、教養娯楽(宿泊料、旅行費、各種入場料など)といった、いわゆるサービス関連の消費は低調な動きが続いている。ちなみに、6月の前年比は、交通・通信が6.0%減、教養娯楽は21.2%減となっている。

「家計調査」の公表元である総務省は、

(注)3. 日本百貨店協会によれば、19年の免税売上累計(インバウンド推進委員会ベース)は3,461.3億円に達し、過去最高を更新した。一方、20年度に入ってから免税総売上高をみると、4月は5.0億円、5月は7.7億円、6月は26.8億円にとどまり、19年の月平均(288.4億円)を大きく下回っている。

図表7 実質消費支出の推移
(前年比、前年比寄与度)



(備考) 総務省資料より作成

調査結果とともに追加参考図表^(注4)を公表し、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、支出が大幅増または大幅減となった品目を列挙している(図表8)。また、品目別の支出状況を踏まえ「在宅勤務などによる巣ごもり需要や、外出自粛による影響などがうかがえる」と分析している。

(2) 対個人サービスに携わる企業の活動も低迷

家計のサービス関連需要の低迷は、サービスを提供する企業の側から状況をとらえた「第3次産業活動指数」からも読み取れる。

2月以降、当該指数は低下の一途をたどってきたが、5月以降、底打ちから持直しに転じつつある。もっとも、直近の20年6月の水準を感染が拡大する直前に当たる1月と比べてみると、広義対事業所サービスの低下率が6.8%であるのに対し、広義対個人サービスは9.1%に達している(図表9)。広義対個人サービスは、広義非選択的(生活必需的)サービス、広義し好的(選択性の強い)サービスの別に状況を把握できるが、感染拡大前と比べた落込みの程度は、し好的サービスの方がより大きくなっている。

図表8 新型コロナウイルスの感染拡大を受け、消費支出が大きく変化した品目等

<食料>

- ・大幅増; 内食用の飲食料品
- ・大幅減; 食事・飲食代

<家具・家事用品>

- ・大幅増; 電子レンジ、ウエットティッシュ

<被服・履物>

- ・大幅減; 背広、スラックス

<交通・通信>

- ・大幅増; 郵便料
- ・大幅減; 鉄道・航空運賃、バス・タクシー代、ガソリン

<教養娯楽>

- ・大幅増; パソコン、ゲーム機、ゲームソフト、インターネット接続料
- ・大幅減; 宿泊料、パック旅行費、入場料(映画・演劇・文化施設等)

<その他>

- ・大幅増; 石鹸
- ・大幅減; 乳液、口紅

(備考) 総務省資料より作成

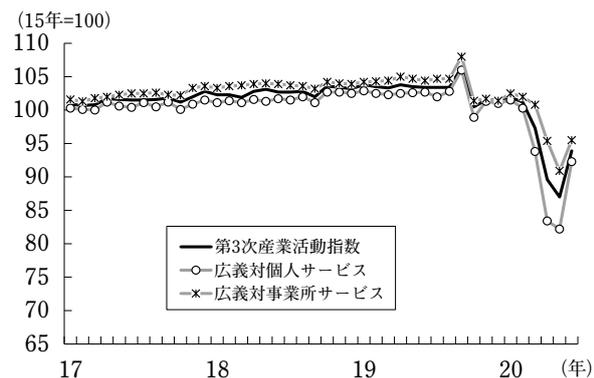
(注)4. 消費支出の急増・急減がみられた個別の品目やそれぞれの増減率など詳細は、総務省のホームページを参照願いたい。
https://www.stat.go.jp/data/kakei/sokuhou/tsuki/pdf/fies_rf1.pdf

広義し好的サービスに該当する代表的な業種として、生活娯楽関連サービス業が挙げられる。詳細にみても、活動抑制が続いた反動もあって6月に前月比が大幅なプラスに

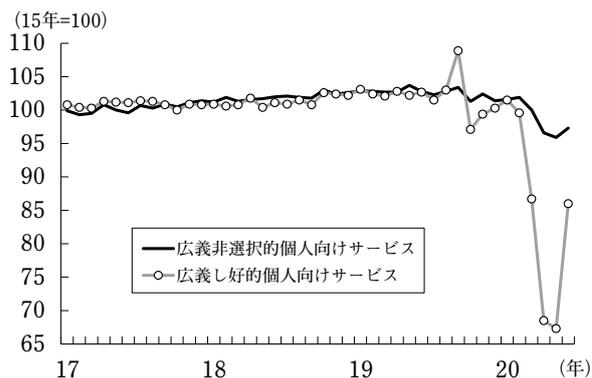
転じた業種も少なくないが、総じてみれば、3月～5月の落込み分に比べ回復の程度は限られている（図表10）。

図表9 第3次産業活動指数の状況

〈対個人サービス、対事業所サービス〉



〈対個人サービス(非選択的、し好的)〉



- (備考) 1. 経済産業省は第3次産業を「広義対個人サービス」「広義対事業所サービス」の2つに再編集し、それぞれの活動指数を公表している。
 2. 「広義非選択的個人向けサービス」に該当するのは、ガス・電気・熱供給業、生命保険業、住宅賃貸業、医療・介護サービスなどである。一方、「広義し好的個人向けサービス」に該当するのは、対個人向け運輸業、消費者金融、生活娯楽関連サービス業などである。
 3. 経済産業省資料より作成

図表10 生活娯楽関連サービスに該当する主な業種の活動状況

(15年=100)

	20年1月	2月	3月	4月	5月	6月
生活娯楽関連サービス業	99.0	95.4	72.7	48.7	49.6	67.2
宿泊業（旅館、ホテル）	114.0	97.9	53.6	23.0	17.4	35.5
飲食店、飲食サービス	97.9	96.0	75.2	41.7	46.1	68.7
洗濯・理容・美容・浴場業	99.4	95.2	73.4	51.0	67.7	79.2
その他生活関連サービス業	96.0	83.5	60.2	40.4	33.5	39.7
旅行業	90.5	79.6	29.0	5.5	2.6	8.1
冠婚葬祭業	95.6	98.3	84.0	67.3	58.9	64.5
写真業	114.2	103.8	94.1	31.9	29.7	54.7
娯楽業	95.2	96.9	65.7	41.5	37.7	64.8
映画館	97.2	104.1	44.3	2.3	1.3	20.2
劇場・興行団（音楽・プロスポーツ等）	119.3	120.0	57.9	35.1	23.7	22.4
競輪・競馬等の競走場、競技団	124.2	121.6	98.9	98.8	113.4	135.9
スポーツ施設提供業（ゴルフ場、フィットネスクラブ等）	103.4	103.9	76.6	46.2	47.7	73.4
遊園地・テーマパーク	105.0	89.5	5.7	2.0	2.7	16.1
パチンコホール	77.0	77.5	67.5	31.1	18.1	57.6
学習支援業	102.9	102.7	98.6	94.9	94.3	95.8
ペット・クリニック	96.3	122.8	130.6	119.6	136.9	125.5
自動車整備業（家庭用車両）	78.3	85.9	76.4	84.2	81.6	78.4

(備考) 季節調整値。経済産業省資料より作成

3. サービス関連分野を中心に消費抑制が続く。雇用悪化も下押しの要因に

2. でみてきた通り、20年度に入ってからサービス関連分野を中心に、個人消費は大幅な落込みが続いた。足元では経済活動再開の動きを反映し、底打ちないしは持直しの動きもみられるが、新型コロナウイルス感染拡大前の水準を回復するには至っておらず、基調は弱いものとなっている。

5月25日をもって、緊急事態宣言は47都道府県すべてで解除された。今後も経済活動再開の流れが続くことを前提すれば、個人消費が回復基調をたどることも想定され得る。ただ、新型コロナウイルス感染拡大への懸念は払しょくされておらず、サービス関連分野を中心に個人消費は抑制された状態が続くと考えられる。また、景気が急減速するなか、良さが保たれていた雇用環境が徐々に悪化してきている点も、消費者マインド押下げの要因となり得る。

3. では、サービス消費の先行きを展望するとともに、主要なデータにより足元の雇用情勢を再確認する。

(1) 人との接触が想定される分野を中心にサービス消費は低迷が続こう

現状、新型コロナウイルスに関して「感染させる、感染する」ことへの懸念、恐怖心を和らげる有効な材料は見つかっていない。そ

れゆえ、旅行、外食、レジャー活動といった他人との接触が想定されるサービス関連分野を中心に、個人消費は低迷が続くと想定せざるを得ない。

当分の間、保持することが求められる「人々の消費スタイル」を示唆するものとして、厚生労働省が専門家会議からの提言を踏まえ、5月4日に公表した「新しい生活様式」の実践例が挙げられる。大きく4項目^(注5)からなるが、このうち「日常生活の各場面別の生活様式」では、買い物、娯楽・スポーツ等、食事といった場面で、どのような行動をとることが望ましいかが示されている(図表11)。

3つの密(密閉空間、密集場所、密接場面)を回避するためには、活動に際し節度を持ちつつ、所要時間を短縮化する、人的規模を縮小する、などの対応をとることが必要不可欠であることを読み取れ、抑制的なサービス消費の姿が浮き彫りとなってくる。なお、専門家会議は、自粛要請が解除された後も実践を続けることが望ましいとの意見を表明している。

実践例に対しては、「細かすぎる」「いつまで続けなければならないかが不明瞭」といった声も聞かれるが、感染を抑えるためにとるべき対応、注意すべき諸点を網羅的、具体的に表すチェック項目表として、家計部門のみならず、企業部門においても利活用できる余地もあろう。

政府はサービス需要喚起に向けた施策を検

(注)5. ①一人ひとりの基本的感染対策、②日常生活を営む上での基本的な生活様式、③日常生活の各場面別の生活様式、④働き方の新しいスタイルの4項目。①では、移動に関する対策として「感染が流行している地域からの移動、感染が流行している地域への移動は控える」「帰省や旅行は控えめに。出張はやむを得ない場合に」などが示されている。

図表11 日常生活の各場面別の生活様式～厚生労働省「新しい生活様式」より

<p>買い物</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 通販も利用 <input type="checkbox"/> 1人または少人数ですいた時間に <input type="checkbox"/> 電子決済の利用 <input type="checkbox"/> 計画をたてて素早く済ます <input type="checkbox"/> サンプルなど展示品への接触は控えめに <input type="checkbox"/> レジに並ぶ時は、前後にスペース <p>娯楽、スポーツ等</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 公園はすいた時間、場所を選ぶ <input type="checkbox"/> 筋トレやヨガは自宅で動画を活用 <input type="checkbox"/> ジョギングは少人数で <input type="checkbox"/> すれ違う時は距離をとるマナー <input type="checkbox"/> 予約制を利用してゆったりと <input type="checkbox"/> 狭い部屋での長居は無用 <input type="checkbox"/> 歌や応援は、十分な距離かオンライン 	<p>公共交通機関の利用</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 会話は控えめに <input type="checkbox"/> 混んでいる時間帯は避けて <input type="checkbox"/> 徒歩や自転車利用も併用する <p>食事</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 持ち帰りや出前、デリバリーも <input type="checkbox"/> 屋外空間で気持ちよく <input type="checkbox"/> 大皿は避けて、料理は個々に <input type="checkbox"/> 対面ではなく横並びで座ろう <input type="checkbox"/> 料理に集中、おしゃべりは控えめに <input type="checkbox"/> お酌、グラスやお猪口の回し飲みは避けて <p>冠婚葬祭などの親族行事</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 多人数での会食は避けて <input type="checkbox"/> 発熱や風邪の症状がある場合は参加しない
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

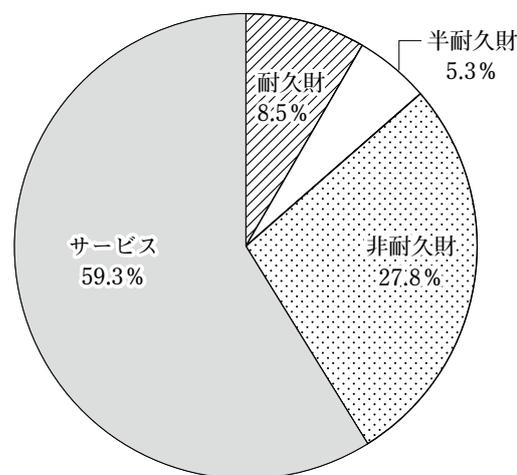
(備考) 厚生労働省資料より作成

討しているが、思うに任せない感染状況を受け、対応に苦慮している面もある。最近では、国内旅行を促進するべく「GoToトラベル事業」^(注6)を当初予定の8月上旬から前倒しし、7月22日以降に始まる旅行から対象とする方針を示していたが、足元で感染再拡大の動きが広がっていることを考慮し、7月16日に急きょ、東京都内への旅行、東京都民による旅行を対象外とすることを決めた。なお、当該事業そのものに対し、「効果が限られる」「弊害が生じかねない」など、批判的、否定的な意見も聞かれる。

国内家計最終消費支出の4形態別の構成をみると、サービスのウエイトが最も高く、19年度時点で全体の6割弱を占める（図表12）。

家計のサービス関連需要が個人消費の動きを少なからず左右することを読み取れ、この

図表12 国内家計最終消費支出の形態別ウエイト（19年度）



(備考) 内閣府資料より作成

点を踏まえてみても、個人消費回復の足取りは鈍いものにならざるを得ないと考えられる。

(2) 雇用環境の悪化も消費の下押し要因に
求人数が増加傾向を示していたことから読

(注)6. 国内旅行を対象に、①宿泊・日帰り旅行代金の半額を補助する、②補助金額の上限は1人1泊当たり2万円（日帰り旅行の場合は1万円）、③利用回数の制限なし、などを内容とする。詳細は、観光庁ホームページを参照願いたい。
https://www.mlit.go.jp/kankocho/page01_000637.html

み取れるように、人手不足の状態が続いていたことを反映し、雇用環境は良好な状態が保たれていたが、景気急減速を受け、徐々に悪化してきている。以下、代表的な雇用関連のデータにより、足元の状況を確認する。

まず、「一般職業紹介状況」にて有効求人倍率をみると、ここ数か月、急速な低下が続いており、6月は1.11倍と14年10月以来の水準となった（図表13）。有効求人倍率は有効求人数を有効求職者数で除して求めるが、求職が横ばい圏で推移する一方、求人が大きく減少しており、労働力の買い手である企業等の「ヒトを雇いたい」というニーズが急速に冷え込んでいることを読み取れる。

次に、「労働力調査」に目を転じると、完全失業率は上昇傾向にある。また、“失業予備軍”と指摘する向きもある休業者^(注7)数は、4月をピークに減少傾向をたどっている

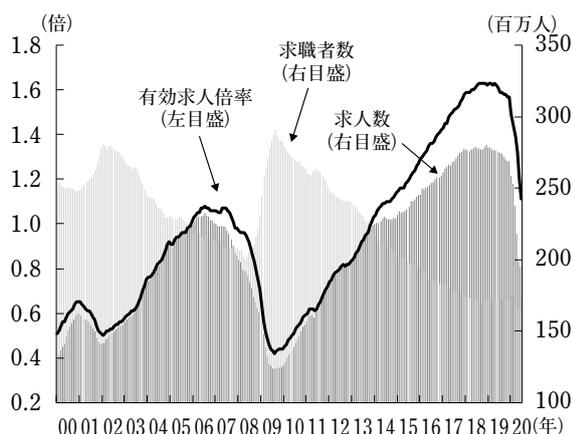
ものの、6月時点でも236万人と19年平均の181万人を上回っている（図表14）。

産業別にみると、20年度に入り求人数が大きく減少している、もしくは休業者の増加幅が大きくなっているのは、製造業のほか、消費低迷の影響を受けている卸・小売業、宿泊業、飲食業などである（図表15）。

消費者マインドを表す消費者態度指数は、過去最低となった4月をボトムに徐々に持ち直しているが、依然として、新型コロナウイルスの感染が拡大する直前に当たる20年1月の水準を下回っている（図表16）。

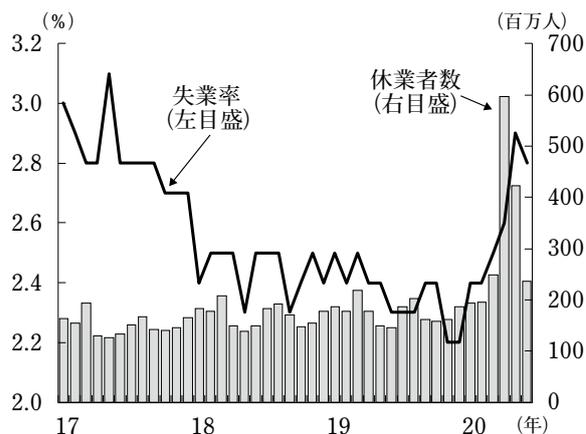
当指数は、「暮らし向き」「収入の増え方」「雇用環境」「耐久消費財の買い時判断」の4項目について、今後半年間の見通しを尋ねた結果に基づき算出される。相対的に高水準であった「雇用環境」の指数の値は、足元では4項目の中で最低となっており、就業環境の

図表13 有効求人倍率の推移



(備考) 厚生労働省資料より作成

図表14 完全失業率と休業者数の推移



(備考) 総務省資料より作成

(注)7. 雇用契約は維持されているものの、仕事がなく給料だけが支払われている人を指す。総務省は、以下のように定義をしている。

- 仕事を持ちながら、調査週間（月末1週間）中に少しも仕事をしなかった者のうち以下の者
- ① 雇用者で、給料・賃金（休業手当を含む）の支払を受けている者又は受けることになっている者
- ② 自営業主で、自分の経営する事業を持ったままで、その仕事を休み始めてから30日にならない者

図表15 20年度に入って以降の新規求人数、休業者数の状況（産業別）

〈新規求人数の前年比(%)〉

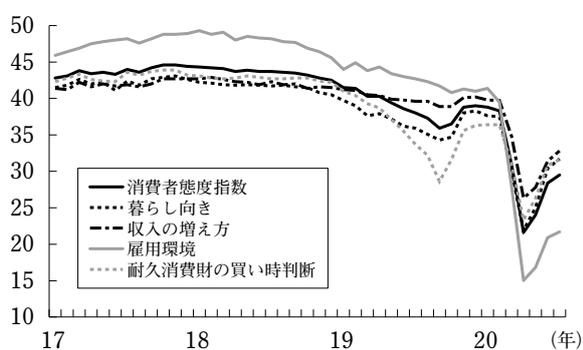
	4月	5月	6月
生活関連サービス業、娯楽業	△44.0	△44.2	△34.8
製造業	△40.3	△42.8	△34.2
宿泊業、飲食サービス業	△47.9	△55.9	△29.4
卸売業、小売業	△34.8	△35.9	△26.9
運輸業、郵便業	△30.6	△37.0	△26.8

〈休業者数(万人)〉

	4月	5月	6月
卸売業、小売業	90	49	29
宿泊業、飲食サービス業	105	79	28
製造業	57	37	25
医療、福祉	50	35	23
建設業	29	23	20

(備考) 1. 6月の実績を基に、上位5産業を掲載
2. 厚生労働省、総務省資料より作成

図表16 消費者態度指数の推移



(備考) 内閣府資料より作成

先行きを不安視する向きが増えていることを読み取れる。

こうした状況下、政府は4月30日に第1次補正予算（歳出総額25.7兆円）、6月12日に第2次補正予算（同31.9兆円）を成立させ、①国民1人に対し一律10万円を支給する「特別定額給付金」、②従業員の雇用維持を図るため、雇用調整（休業）を実施する事業主に対

図表17 新型コロナウイルス感染拡大に伴う主な支援策（世帯、個人に関連するもの）

	支援策	概要
給付	特別定額給付金	20年4月27日時点の住民基本台帳に登録されている人に対し、一律、1人当たり10万円を給付
	子育て世帯への臨時特別給付金	児童手当を受給する世帯（0歳～中学生のいる世帯）に対し、子ども1人当たり1万円を支給
	ひとり親世帯への臨時特別給付金	児童扶養手当を受給する世帯等に対し、5万円（第2子以降は1人につき3万円）を支給。このうち、収入が一定程度減少した世帯には、さらに1世帯に5万円を支給
	新型コロナウイルス感染症対応休業支援金	休業手当を受けられない中小企業の従業員に対し、月額最大33万円を支給
	学生支援緊急給付金	学費を賄うためのアルバイト収入が大幅に減り、修学が難しい学生（大学、短大、高専、専門学校等）が対象。学生1人当たりの支給額は、住民税非課税世帯が20万円、それ以外が10万円
	持続化給付金	売上が前年同月比5割以上減少している中堅・中小企業（資本金10億円未満）、フリーランスを含む個人事業者が給付の対象。上限は中堅・中小企業が200万円、個人事業者が100万円
	家賃支援給付金	売上が大幅に減り、家賃・地代の負担軽減が必要な中小企業、個人事業主が対象。個人事業主への月額最大給付額は50万円
助成	雇用調整助成金の特例措置	日額の上限を1万5,000円に引き上げ（月額換算で33万円）
貸付	緊急小口資金	休業等により収入が減少し、緊急かつ一時的な生計維持のために資金が必要となった場合に、無利子・無保証での貸付を実施（最大20万円）
	総合支援資金	収入の減少や失業等により生活に困窮し、日常生活の維持が困難となった場合などに、無利子・無保証での貸付を実施（2人以上の世帯は月20万円以内、単身世帯は月15万円以内）

(備考) 内閣官房資料などより作成

して支給する「雇用調整助成金」の日額引上げ、③自治体などからの要請に基づき休業を余儀なくされた事業者を対象に支給する「持続化給付金」など、消費の底割れ回避、雇用維持を目的とした支援策を相次いで打ち出してきた（図表17）。

各種の支援策は、消費を一定程度下支えしていると考えられるが、新型コロナウイルス感染再拡大への懸念が和らいでおらず、経済活動自体が萎縮気味となっている現状を踏まえば、効果が限られる可能性もある。また、想定外に「緊急事態宣言」の再度の発令などにより、経済活動が大きく抑制されることとなれば、雇用の一段の悪化、消費の底割れが懸念される所であり、注視が怠れない。

おわりに

新型コロナウイルス感染症が収束するまでには数年を要するといった見方もあり、個人を主たる顧客とする分野を中心に、幅広い産

業において構造転換が促されると指摘する向きもある。

例えば、日本政策投資銀行は最近のレポートで、①コミュニケーションのデジタル化（対面しない、対面を抑える形での対話）、②サービス提供の非接触化（顧客と従業員、顧客同士の接触を抑える形でのサービス提供）、③省人化・合理化（人手を極力用いない形での業務遂行）の3つに分類する形で、先行き想定される構造転換の姿についてまとめている（図表18）。

当レポートの3つの分類になぞらえる形で、新型コロナウイルス感染拡大を受け、最近になって事業者がどのようなことに取り組んでいるかを考えると、小売業者によるネットショップへの出店、学習塾によるオンライン授業の実施、飲食店によるデリバリー業務への参入、テイクアウト商品の販売など、①の“デジタル化”、あるいは②の“非接触化”に該当する取組みを進める動きは相応に進んで

図表18 構造転換の分類と予想される社会の変化



(備考) 日本政策投資銀行資料より作成

いるとみられる。

一方、③の省人化・合理化に関しては、コンビニ、スーパーなどでのセルフレジの導入が事例として挙げられようが、いまのところ動きは相対的に限られている感がある。もっとも、省人化・合理化を実現するための投資については、人手不足の状況が続くとみられるなか、中期的に増加基調をたどると見込まれていた。災禍ともいふべき今回の事態を契機に、想定よりも早く、関連の対応に取り組む始める事業者も出てこよう。

7月17日に閣議決定された「経済財政運営と改革の基本方針（骨太の方針）2020」には、①日本社会全体でのデジタル化の推進

（行政手続きのオンライン化、民間部門でのデジタル・トランスフォーメーション^(注8)促進を通じたイノベーションの誘発）、②新しい働き方の改革（テレワークの促進）、③東京一極の是正（ヒトや経済の地方分散の促進による多核連携型の国づくり）、などが盛り込まれており、新型コロナウイルス感染拡大への対応が軸に据えられている。政府は7月の終わりに「未来投資会議」を開催し、新型コロナウイルス収束後の社会のあり方について議論を始めている。年内にも中間報告をとりまとめる予定であり、今後の動きが注目される。

(注)8. 総務省は19年の情報通信白書において、デジタル・トランスフォーメーションを「スウェーデンの大学教授のエリック・ストルターマンが提唱したとされる『ICTの浸透が人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させること』という概念」と紹介している。報道などでは“DX”と表記されることが多い。