

2022年1月31日 全7頁

2021年における小売業界・個人消費の動向

～新型コロナウイルスの影響に関する最新動向～

経営コンサルティング第二部 シニアコンサルタント 五十嵐 陽一

[要約]

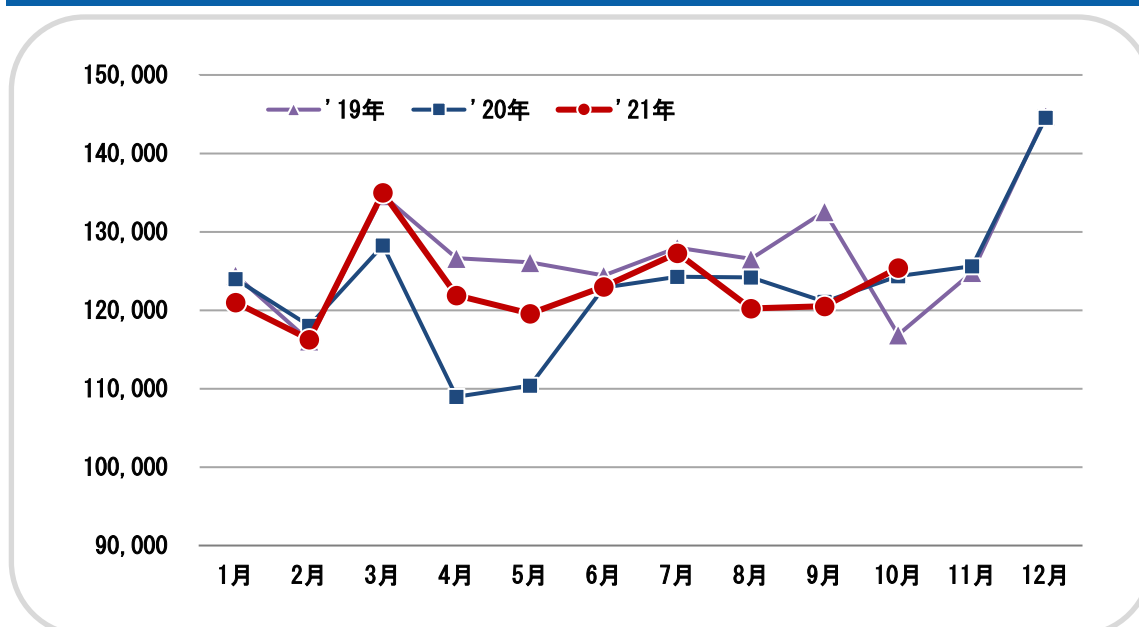
- 本稿では、小売業界や個人消費の動向について、新型コロナウイルス感染症拡大前の2019年と比較し、2021年においてどのような変化が起こったかの分析を行った。
- 経済産業省発表の月別商業販売額から小売業界を見ると、2021年に入り2019年の水準まで販売額が戻っている月がありつつも、依然として新型コロナウイルス感染症拡大の影響下にあることが分かる。主な業態別では、各種商品小売業、織物・衣服・身の回り品小売業、自動車小売業がコロナ前と比較して厳しい結果である一方、飲食料品小売業、機械器具小売業や無店舗小売業は比較的堅調に推移しており、生活者のライフスタイルの変化を一部示唆する結果とも言えよう。
- 個人消費支出では、商品へのトータル支出額はコロナ前から大きな変化が起きていない一方、サービス支出額は大きく減少しており、2021年においてもコロナ前の水準とは依然開きがある。商品のカテゴリー別支出額を見ると食品類や家電類、医薬品類や生活雑貨類への支出額がコロナ前より増加している一方で、化粧品類や衣料品類への支出額は減少しており、個人消費の内訳が大きく変化している様子が分かる。
- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けた小売業界、個人消費共に最悪期を脱した感があるが、コロナ禍に端を発した新たなライフスタイルが定着していく可能性も否定できない。今後の事業戦略を立案する上では、マクロ環境の変化をタイムリーに捉え、それに対応した一手を考えていく必要がある。

1. 商業販売額から見た小売業界の動向

(1) 小売業の商業販売額月別推移

まず、販売者側から見た小売業界のマクロの状況を概観する。図表1は、経済産業省発表の商業動態調査における小売業の月別商業販売額について、2019年から2021年までの3年間の数値を重ねて記したものである。2021年の動きに着目すると、2020年と比較して月別商業販売額は一部落ち込みが限定的であることに加え、新型コロナウイルス感染症拡大の影響前である2019年と比べると、月によっては同程度の販売額まで回復を示していることが分かる。

(図表1) 小売業の商業販売額の月別推移 (単位: 億円)



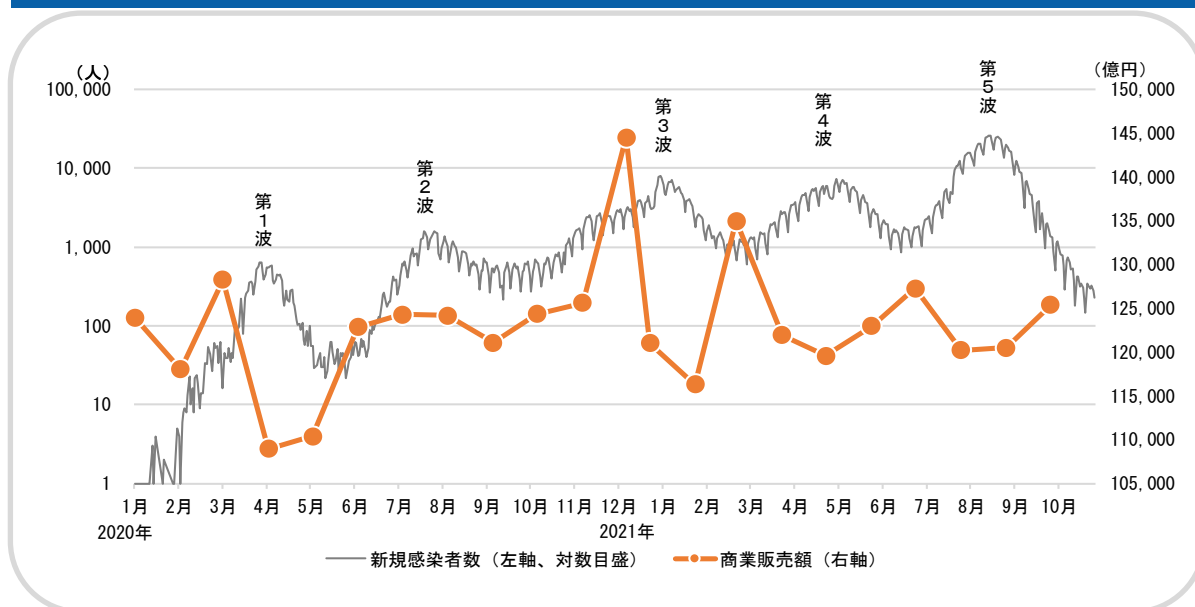
出所：経済産業省「商業動態統計調査」(2021年12月発表分)より、大和総研作成

注：経済産業省によると、商業販売額は2020年3月分で平成28年経済センサス-活動調査を基に水準の調整を行ったため、2020年2月分以前の販売額との間に不連続が生じていることから、2020年2月分以前の販売額は「リンク係数」を乗じた金額としている。詳細は下記のURLを参照。

https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syoudou/result/kakuho_2.html

また、図表 2 は国内新型コロナウイルス感染症新規感染者数の推移と小売業の月別商業販売額とを比較したグラフである。2020 年 4 月～5 月における新型コロナウイルス感染症拡大の第 1 波の際には小売業商業販売額はクライシス級の落ち込みが見られ、それ以降の販売額は回復傾向にあるものの、第 2 波～第 5 波の際には販売額が減少している。依然として新型コロナウイルス感染症の拡大による小売販売額への影響は小さくないことが分かる。

(図表 2) 国内新型コロナウイルス感染症新規感染者数及び小売業の月別商業販売額



出所：厚生労働省「新型コロナウイルス感染症について」、及び、経済産業省「商業動態統計調査」（2021 年 12 月発表分）より、大和総研作成

(2) 主な業態別の商業販売額

次に、小売業の業態別商業販売額動向を見ていきたい。図表3は、小売業全体の商業販売額及び主な小売業態別の商業販売額に関し、コロナ禍前である2019年と2021年を比較したものである。2021年の小売業全体の商業販売額は新型コロナウイルス感染症拡大前と比較すると1.7%の減少にとどまっている。

小売業態別の金額を見ていくと、各種商品小売業、織物・衣服・身の回り品小売業、自動車小売業が厳しい結果となっている一方、飲食料品小売業、機械器具小売業や無店舗小売業は比較的堅調に推移している。小売業全体の商業販売額は回復傾向にありつつ、その内訳については変化している様子を読み取れるのではないだろうか。EC事業者を含む無店舗小売業がコロナ禍で伸長するなど、生活者のライフスタイルの変化を一部示唆する結果とも言えよう。

(図表3) 小売業全体の商業販売額及び主な小売業態別商業販売額 (単位: 10 億円)

	2021年1-11月	2019年の同時期からの増減率
小売業全体	135,823	▲1.7%
各種商品小売業	9,136	▲15.8%
織物・衣服・身の回り品小売業	7,636	▲17.6%
飲食料品小売業	40,943	2.4%
自動車小売業	15,610	▲6.8%
機械器具小売業	9,069	3.1%
医薬品・化粧品小売業	13,650	1.7%
無店舗小売業	10,305	4.0%

出所：経済産業省「商業動態統計月報」（2021年12月発表分）より、大和総研作成

注：本稿執筆時点で2021年の数値は11月までの発表であることから、増減率は1～11月の合計金額を基に計算している。また、経済産業省によると、商業販売額は2020年3月分で平成28年経済センサス-活動調査を基に水準の調整を行ったため、2020年2月分以前の販売額との間に不連続が生じているとのことから、増減率は2020年2月分以前の販売額に「リンク係数」を乗じて計算している。詳細は下記のURLを参照。
https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syoudou/result/kakuho_2.html

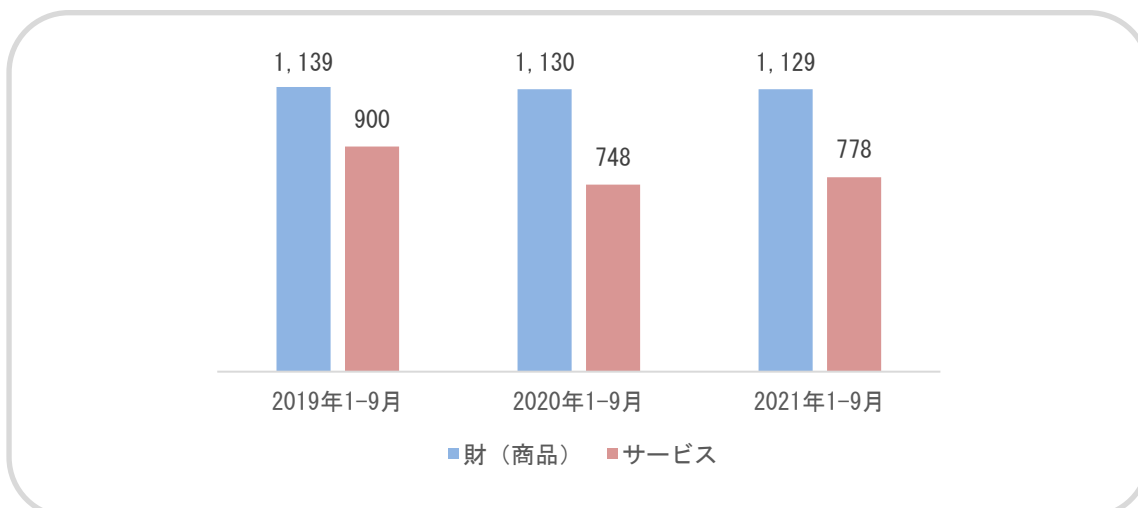
2. 個人消費動向

(1) 1世帯あたり財（商品）及びサービス支出額

本節では、「財（商品）」及び「サービス」の両面から個人消費の動向を俯瞰したい。図表4は、総務省統計局発表の「家計調査」に基づいた2019年～2021年の1世帯あたりの財（商品）及び「サービス」に関する支出金額である。

これによると、1世帯あたりの財（商品）の支出は3年間で大きな変化は見られないものの、サービス支出は2020年に前年比で大きく落ち込み、2021年はわずかに回復傾向にあるものの2019年の水準までには達していないことが分かる。

（図表4）1世帯あたりの財（商品）及びサービス支出金額（単位：千円）



注：本稿執筆時点で2021年の数値は9月までの発表であることから、各年1～9月の合計金額で比較を行った。

出所：総務省統計局「家計調査」家計収支編／総世帯を基に大和総研作成

次に、新型コロナウイルス感染症拡大が消費支出のカテゴリー毎に与えた影響を総務省家計調査の詳細項目を基に考察した。「主なカテゴリー毎の1世帯あたりの支出金額」（図表5）をみると、最も大きな支出額となっている「食品・飲料・酒類」の2021年における支出額は、2019年と比べて3.9%増加したが、これは新型コロナウイルス感染症拡大以降多くの消費者が外食を控え、家庭での食事回数が増えた結果と推測される。

一方、「生活家電、AV機器、PC・周辺機器等」は自宅で過ごす時間が増えたことで家電やAV機器の買い替えが増えたほか、在宅勤務の広がりに伴いPCやPC周辺機器の購入が2021年においても増加していることによるものと考えられる。

「化粧品等」については、外出抑制を伴う在宅の定着化により、化粧品類の使用機会が減少したことにより支出額が減少している一方、「医薬品等」については、マスクや消毒液といった衛生関連用品の購入が増加したことが影響していると考えられる。

「生活雑貨、家具、インテリア」も在宅の長時間化により居住空間の改善に取り組む消費者が増え、支出金額が増加したと考えられる。「衣類・服飾雑貨」については、コロナ禍による外出機会の減少による需要減が大きく、その影響は2021年においても継続していることが分かる。

また、外食や旅行などのサービス分野へのカテゴリ別支出額も見ると、「財（商品）」よりも下落幅が大きく、新型コロナウイルス感染症拡大による外出抑制の影響が深刻であることがうかがえる。

(図表5) 主なカテゴリ毎の1世帯あたりの支出金額（単位：円）

カテゴリ	2019年1-9月	2021年1-9月	増減率
食品、飲料、酒類	474,404	493,064	3.9%
生活家電、AV機器、PC・周辺機器等	43,854	48,867	11.4%
書籍・ゲームソフト	29,265	28,965	▲1.0%
化粧品等	37,104	35,069	▲5.5%
医薬品等	48,314	49,618	2.7%
生活雑貨、家具、インテリア	57,345	60,142	4.9%
衣類・服飾雑貨	105,847	82,747	▲21.8%
外食	123,978	77,507	▲37.5%
交通費	52,521	26,345	▲49.8%
宿泊費・パック旅行費	47,915	11,504	▲76.0%
映画・演劇・スポーツ観戦	6,312	2,792	▲55.8%

注：本稿執筆時点で2021年の数値は9月までの発表であることから、各年1～9月の合計金額で比較を行った。

出所：総務省統計局「家計調査」家計収支編／総世帯を基に大和総研作成

3. おわりに

本稿では、2021年における小売業界の状況や個人消費の動向について、新型コロナウイルス感染症拡大前からどのような変化が起きているかについて分析を行った。これまで述べてきたように、商業販売額はトータルで見ると2021年には2019年の水準まで月によっては回復している一方、業態別ではその回復度合いには差が存在している。

また、個人消費支出では、財（商品）へのトータル支出額はコロナ前から大きな変化が起きていない一方、サービス支出額は大きく減少しており、2021年においてもコロナ前の水準とは依然開きがある。商品のカテゴリー別支出額では食品類や家電類、医薬品類や生活雑貨類への支出額がコロナ前より増加している一方で、化粧品類や衣料品類への支出額は減少しており、個人消費の内訳が大きく変化している様子が分かる。

このように小売業界や個人消費は新型コロナウイルス感染症拡大により、最悪期は脱しつつも依然として少なからず影響を受けているという見方ができ、またその内訳については大きな変化が起こっている。今後どのように変わっていくか、予測は容易ではないが、コロナ禍に端を発した生活者のライフスタイル変化が定着していく可能性も否定できない。あるいは、コロナ禍が日常化し、これまでの反動で対面コミュニケーション等の渴望感から旅行や外食といったサービス支出が急反発していくことも考えられるが、これまでの新型コロナウイルス感染症拡大による影響度合いを鑑みると、一定程度の時間を要するのではないかというのが私見である。また、本稿執筆時点で足元での国内感染者数は再拡大の様相を呈しており、将来の事業戦略の立案を行うに当たっては、こうしたマクロ環境の変化をタイムリーに捉え、次の一手を考えていく必要がある。

—以上—

参考文献

- 経済産業省「商業動態統計調査」
- 厚生労働省「新型コロナウイルス感染症について」
- 総務省統計局「家計調査」家計収支編／総世帯