

2021年8月6日 全10頁

Indicators Update

2021年6月消費統計

コンセンサスを大幅に下回るも、総じて見ると前月から僅かに減少

経済調査部 エコノミスト 鈴木 雄太郎

[要約]

- 6月の家計調査における二人以上世帯の実質消費支出は前月比▲3.2%と2カ月連続で減少した。前年比ベースでは、▲5.1%となり、僅かなプラスを予想していたコンセンサス(同+0.2%)を大幅に下回った。商業動態統計の名目小売販売額は前月比+3.1%と3カ月ぶりに増加した。
- 6月の消費は財・サービスによってまちまちの結果であり、総じて見ると前月から僅かに減少した。耐久財では半導体不足の影響を受けた自動車の販売減などが押し下げたが、被服及び履物などの半耐久財は増加した。また、サービスでは葬儀関係費や通信費が押し下げた。
- 7月の消費は耐久財がさえなかったものの、それ以外の財・サービスは6月から小幅に回復したとみられる。しかしながら新型コロナウイルス新規感染者数の急増を受け、7月下旬から小売店・娯楽施設の人出は減少傾向にある。緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の適用地域が拡大され、期間も延長されたことで、8月の消費は幅広い地域で前月から減少する可能性が高い。

図表1：各種消費指標の概況（単位：%）

		2021年 2月	3月	4月	5月	6月			
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 6.6	6.2	13.0	11.6	▲ 5.1	総務省、二人以上世帯	
		前月比	2.4	7.2	0.1	▲ 2.1	▲ 3.2		
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲ 6.7	6.4	11.2	9.7	▲ 5.3		
		前月比	2.2	5.4	▲ 1.2	▲ 2.8	▲ 0.2		
供給側	小売販売額	前年比	▲ 1.5	5.2	11.9	8.3	0.1	経済産業省	
		前月比	3.1	1.2	▲ 4.6	▲ 0.3	3.1		
	百貨店売上高	前年比	▲ 10.7	21.8	167.0	65.2	▲ 1.6		日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	▲ 5.3	1.9	6.6	4.2	0.8		日本フランチャイズチェーン協会
	スーパー売上高	前年比	▲ 2.1	1.3	6.0	2.9	1.7		日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	▲ 22.3	▲ 2.9	36.7	19.8	0.1		日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	▲ 85.9	22.5	255.2	284.1	-		観光庁
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	▲ 5.0	2.4	9.6	8.4	▲ 0.2	総務省	
		前月比	1.6	1.3	▲ 0.4	▲ 2.0	1.2		
	消費総合指数	前月比	0.7	1.9	▲ 0.5	▲ 1.9	-		内閣府

(注) 百貨店売上高、コンビニエンスストア売上高、スーパー売上高の前年比は店舗数調整後。

(出所) 各種統計より大和総研作成

大和証券グループ 株式会社大和総研 丸の内オフィス 〒100-6756 東京都千代田区丸の内一丁目9番1号 グラントウキョウノースタワー

このレポートは投資勧誘を意図して提供するものではありません。このレポートの掲載情報は信頼できると考えられる情報源から作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。また、記載された意見や予測等は作成時点のものであり今後予告なく変更されることがあります。大和総研と大和証券は、大和証券グループ本社を親会社とする大和証券グループの会社です。内容に関する一切の権利は大和総研にあります。無断での複製・転載・転送等にご遠慮ください。

<家計調査（需要側）> コンセンサスを大幅に下回るもサンプルバイアスの影響

2021年6月の家計調査によると、二人以上世帯の実質消費支出は前月比▲3.2%と2カ月連続で減少した（図表2、3）。振れが大きい項目を除いた系列である、実質消費支出（除く住居等）は同▲0.9%であった。さらに、振れが大きい項目を複数の統計で補正したCTIマイクロにおける二人以上世帯の実質消費支出は同▲0.2%であった。

実質消費支出の前年比（二人以上世帯）は▲5.1%と、僅かなプラスを予想していたコンセンサス（同+0.2%）を下回った。前年は特別定額給付金の支給があった影響で水準が高かった裏の影響も一部にあるとみられるものの、予想外に落ち込んだ。ただし、CTIマイクロが前月から僅かな減少にとどまったことから、サンプルバイアスによって消費支出が実態よりも大きく落ち込んだとみられる。

実質消費支出の内訳を見ると（大和総研による季節調整値）、基礎的支出は前月比▲1.2%、選択的支出は同▲3.4%といずれも減少した。財・サービス別に見ると、半耐久財（同+3.3%）、非耐久財（同+0.3%）は増加したものの、耐久財（同▲18.5%）、サービス（同▲1.7%）が全体を押し下げた。耐久財では、自動車や一般家具、電気洗濯機などが減少した。サービスでは、葬儀関係費、通信費などが押し下げた。

費目別に見ると（総務省による季節調整値、その他の消費支出の実質化は大和総研による）、10大費目中6費目が前月から減少した。「その他の消費支出」（同▲10.5%）、「交通・通信」（前月比▲10.8%）、「教育」（同▲9.5%）などが減少した。一方、「被服及び履物」（同+21.9%）や「食料」（同+1.7%）、「教養娯楽」（同+1.8%）などは前月から増加した。小売店・娯楽施設の人出（p.10参照）は5月中旬から緩やかな回復傾向にある。6月20日まで9都府県に緊急事態宣言が発出されていたが、6月1日以降は百貨店などの大規模商業施設への休業要請が緩和されたこと、そして20日以降は沖縄県を除いて宣言が解除され飲食店への制限が緩和されたことを受けて関連消費が持ち直した。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2020/11	2020/12	2021/1	2021/2	2021/3	2021/4	2021/5	2021/6	シェア (%)
消費支出	▲1.6	0.2	▲7.3	2.4	7.2	0.1	▲2.1	▲3.2	100.0
食料	0.6	▲0.7	▲4.2	4.0	0.1	▲1.8	▲1.8	1.7	28.9
住居	▲2.1	0.5	▲3.3	▲1.9	22.7	▲3.4	▲6.6	▲5.4	6.3
光熱・水道	0.1	▲5.2	▲0.5	▲2.2	7.9	▲4.6	1.3	▲1.8	7.9
家具・家事用品	▲15.6	3.8	0.2	▲1.3	2.1	1.2	▲3.2	1.1	4.6
被服及び履物	▲9.0	6.7	▲23.4	22.5	▲1.2	3.2	▲15.1	21.9	3.3
保健医療	▲3.7	▲6.5	▲6.1	4.8	7.8	▲1.1	4.9	▲1.8	5.1
交通・通信	▲2.6	▲1.0	▲2.9	▲10.2	16.8	18.6	▲11.9	▲10.8	14.4
教育	4.4	▲4.5	▲10.7	28.0	▲2.2	▲11.0	14.8	▲9.5	3.7
教養娯楽	▲1.7	▲3.0	▲13.3	3.8	10.1	▲5.4	▲4.4	1.8	9.0
その他の消費支出	4.5	1.4	▲7.7	▲0.2	15.4	▲3.8	1.5	▲10.5	16.9

(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

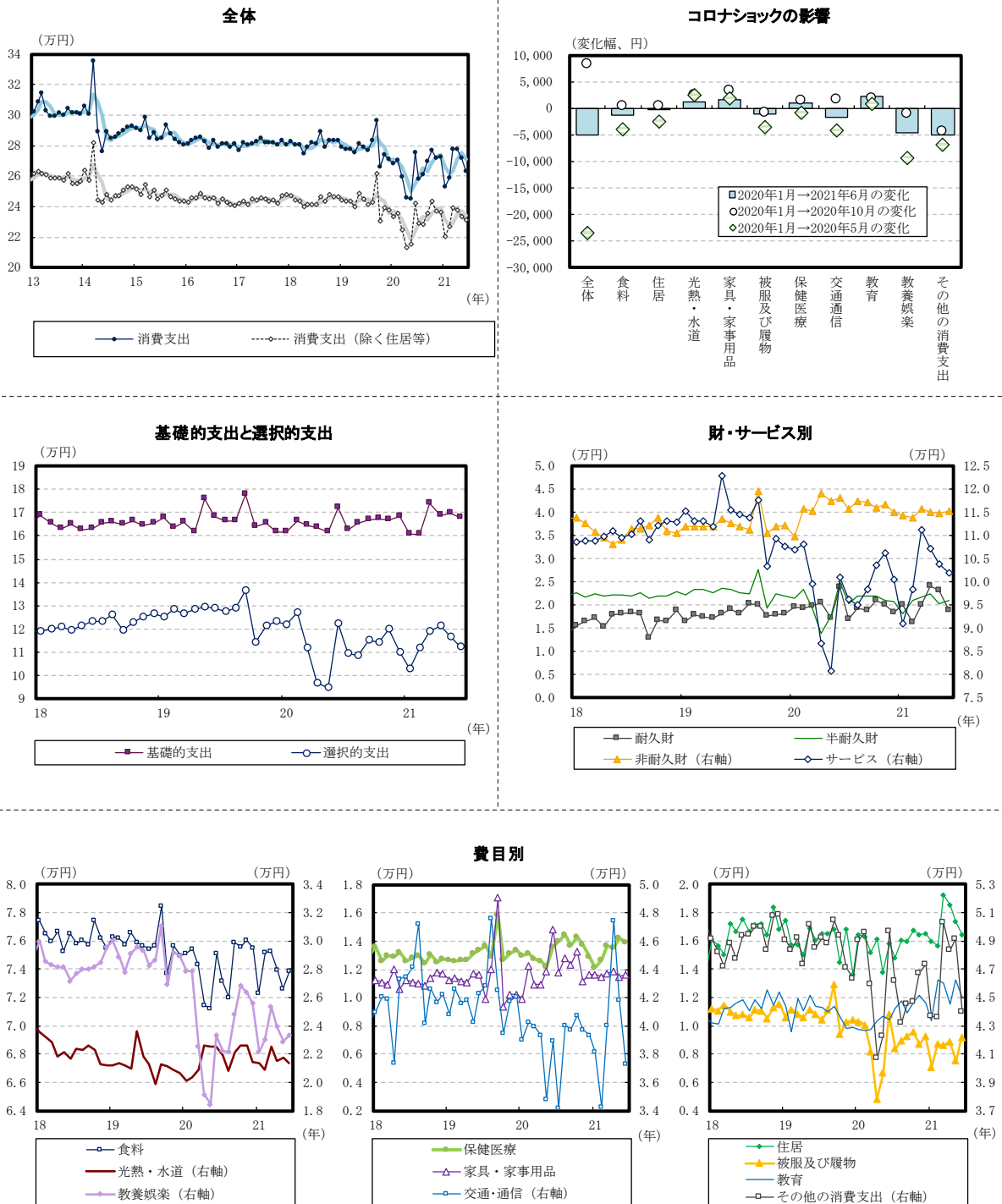
(注2) 「その他の消費支出」は名目金額指数（季節調整値）を、CPIの持家の帰属家賃を除く総合指数で実質化した値。

(注3) シェアは2020年の数値。

(出所) 総務省統計より大和総研作成

なお、6月の家計調査のヘッドラインは後述する商業動態統計と正反対の動きとなったが、これは商業動態統計ではカバーされていない、交通・通信、教育、その他の消費支出といったサービス関連などの費目が大きく押し下げていることが要因として挙げられる。百貨店などを含む各種商品小売業や織物・衣服・身の回り品小売業と家計調査、CTI ミクロの結果は整合的である。

図表 3 : 実質消費支出 (季節調整値、2015年基準)



(注1) 二人以上の世帯。基礎的支出と選択的支出、財・サービス別支出は大和総研による季節調整値、それ以外は総務省による季節調整値。
 (注2) 「消費支出 (除く住居等)」は、消費支出から「住居」「自動車等購入」「贈与金」「仕送り金」を除いた数値。全体の図中の太線は3ヶ月移動平均。
 (注3) 「その他の消費支出」は名目金額指数 (季節調整値) を、CPIの持家の帰属家賃を除く総合指数で実質化した値。
 (注4) 各費目で個別に季節調整されているため、その合計は消費支出全体の季節調整値と一致しない。
 (出所) 総務省統計より大和総研作成

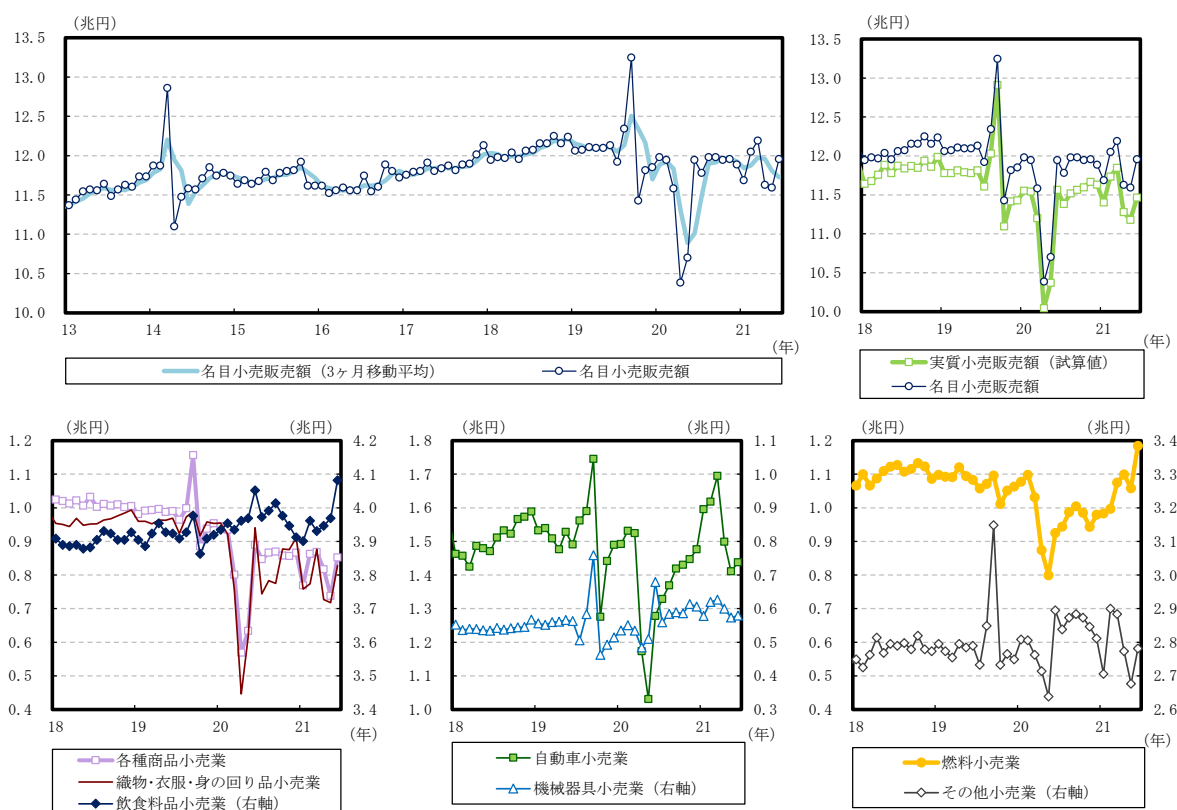
<商業動態統計(供給側)>宣言解除、燃料価格の高騰で前月から増加

2021年6月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比+3.1%と3カ月ぶりに増加した(図表4、5)。CPIの財指数で実質化した小売販売額は同+2.5%だった。経済産業省は基調判断を「横ばい傾向にある」に据え置いた。

名目小売販売額を業種別に見ると、7業種全てが増加した。とりわけ、「各種商品小売業」(前月比+15.5%)、「燃料小売業」(同+11.9%)、「織物・衣服・身の回り品小売業」(同+15.4%)が全体を押し上げた。各種商品小売業では、一部地域を除いて百貨店などの休業・時短営業から通常営業(レストラン等は除く)に戻ったことが主因と考えられる。燃料小売業はガソリン価格の上昇を受け、販売額が増加したとみられる。また、衣服などは例年と比べ梅雨明けが早く、夏物関連の販売が好調だったようだ。

もともと、各種商品小売業、織物・衣服・身の回り品小売業は単月では大幅に増加したものの、4、5月の大幅な落ち込みから回復したにすぎず、水準で見ると、コロナショック前(2019年平均)をともに13%ほど下回る。

図表4：名目小売販売額(季節調整値)の推移



(注1) 経済産業省による季節調整値。各業種で個別に季節調整をかけているため、その合計は「小売業計」と一致しない。

(注2) 2015年7月以降の「小売業計」は「無店舗小売業」を含む。「その他小売業」は「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」。

(注3) 実質小売販売額は、名目小売販売額をCPIの財指数で実質化したもの。

(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

4-6 月期の名目小売販売額は前期比▲2.2%、実質化すると同▲3.0%となった。宣言発出などを受け、休業や時短営業したことが響いた。なお、8月16日に公表予定の4-6月期実質 GDP（1次速報）における民間消費は前期比でゼロ成長になると見込んでいる¹。

図表 5：小売販売額（業種別）の前月比変化率

前月比、%	2020年		2021年						シェア(%)
	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	
小売業計	0.1	▲0.6	▲1.7	3.1	1.2	▲4.6	▲0.3	3.1	100.0
各種商品小売業	▲0.1	1.1	▲11.2	12.2	0.6	▲5.9	▲9.7	15.5	7.0
織物・衣服・身の回り品小売業	▲0.2	4.1	▲16.8	2.1	13.2	▲17.0	▲1.3	15.4	5.9
飲食料品小売業	▲0.8	▲0.9	▲0.3	1.5	▲0.8	0.4	0.6	2.9	30.8
自動車小売業	1.2	2.0	8.0	1.4	4.8	▲11.6	▲5.9	1.9	11.3
機械器具小売業	4.7	▲1.2	▲4.6	7.2	1.1	▲4.3	▲4.3	0.9	6.4
燃料小売業	▲4.3	3.8	0.4	1.4	7.8	2.2	▲3.7	11.9	8.1
その他小売業	▲0.9	▲1.2	▲3.7	7.2	▲0.6	▲3.8	▲3.5	3.9	23.1

(注1) 経済産業省による季節調整値。

(注2) 「小売業計」は、「無店舗小売業」を含む。「その他小売業」は、「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」。

(注3) シェアは、2020年の数値。「無店舗小売業」の系列が無い場合、各系列のシェアを合計しても100%にはならない。

(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

<先行き>7-9 月期は感染拡大を受け足踏み/たばこの駆け込み需要・反動減に注意

個社データや POS データ等を基に判断すると (pp. 7-8)、7月の消費は6月から小幅に増加したとみられる。財・サービス別に詳しく見ると、財消費は家電や自動車などの耐久消費財がさえないなかったものの、それ以外の財は好調であったようだ。百貨店などは6月下旬に通常営業に戻ったことに加え、梅雨明けが例年より早かったことから季節商品の販売が好調であった。他方、サービス消費は7月中旬にかけて緩やかな回復傾向が継続したとみている。小売店・娯楽施設の人出は東京都に対して4度目の緊急事態宣言が発出された後に増加傾向が見られ、これらに関する消費も増加したとみられる。

一方、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の適用地域が8月2日に拡大され、期間も8月31日まで延長されたことで、8月の消費は幅広い地域で減少する可能性が高い。JR各社が発表したお盆(8月6~17日)の新幹線予約席数は19年比で約7~8割減となっており、飛行機の予約席数も同6割減程度となっている。県をまたぐ移動の自粛によって、この期間の旅行関連消費も伸び悩むとみている。

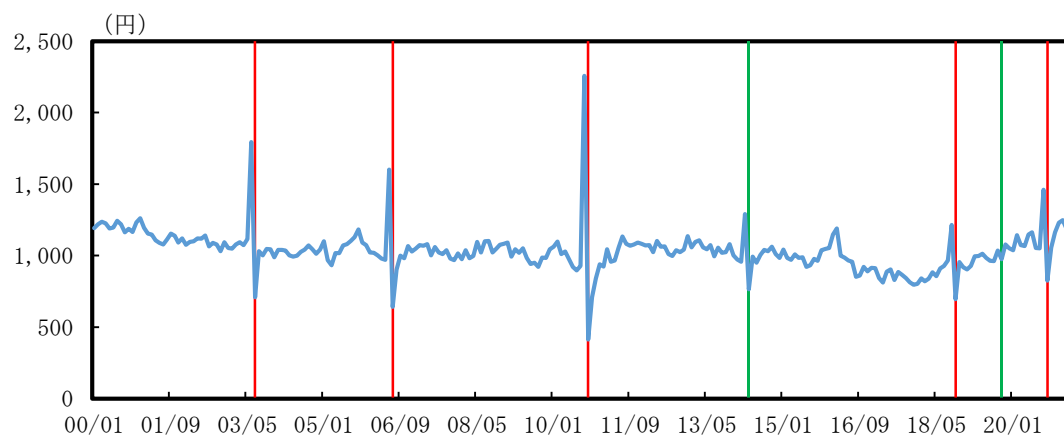
ワクチン接種が進み新型コロナウイルス感染状況が落ち着けば、サービス消費を中心に回復基調が強まろう。現在、ワクチン接種は均すと1日当たり120万回程度で進捗しているが、このペースを維持することができれば、11年半ばには人口の8割が接種を完了することになる。そのため、消費の本格的な回復は10-12月期以降になるとみている。

なお、10月1日にはたばこ税の増税が実施される。今回の増税幅は1本当たり1円だが、たばこメーカーは1箱当たり10~50円程度の値上げを予定している(主力商品)。過去の傾向を

¹ 詳細は小林若葉・神田慶司「[2021年4-6月期GDP\(1次速報\)予測~前期比年率+0.6%を予想](#)」(2021年7月30日、大和総研レポート)を参照。今回の家計調査の結果は織り込まれていない点には留意する必要がある。

見ると、増税前後に駆け込み需要とその反動減が発生したことから（**図表 6**）、9月の動向に注意が必要だ。

図表 6：たばこの消費額の推移



(注) 大和総研による季節調整値、赤線はたばこ増税、緑線は消費増税時。

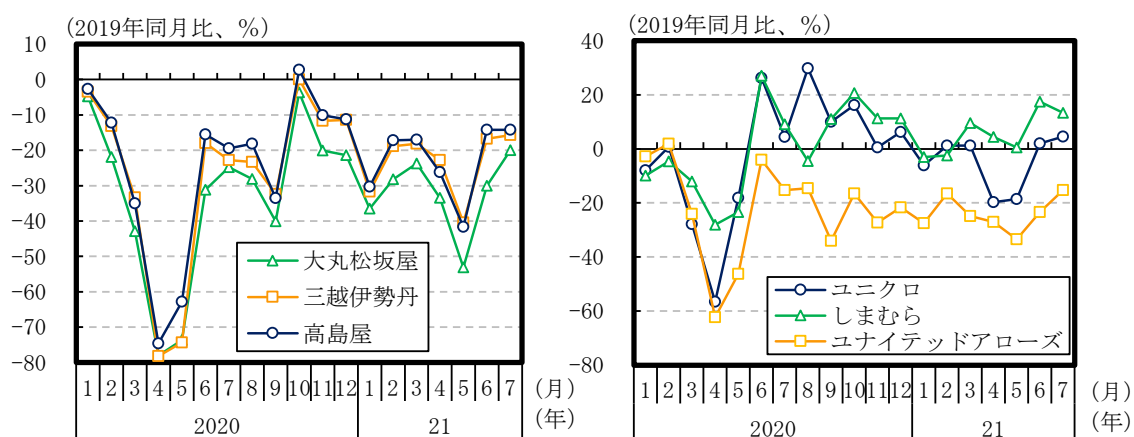
(年/月)

(出所) 総務省統計より大和総研作成

<トピック> 個社データ・業界統計・POS データで先取りする7月の消費

- ◆【百貨店】 大手3社の7月の既存店売上高伸び率は、新型コロナウイルス感染症拡大前である2019年同月比で見ると、1~2割減程度と6月からマイナス幅が縮小。通常営業に戻ったことに加え、宝飾品など高価格商品の販売が好調。
- ◆【アパレル】 7月のアパレル各社の既存店売上高伸び率（2019年同月比）はまちまちも、おおむね前月から改善。梅雨明けが例年より早く、盛夏商品が好調。

図表7：百貨店・アパレルの売上高



(注1) 百貨店：既存店ベース。

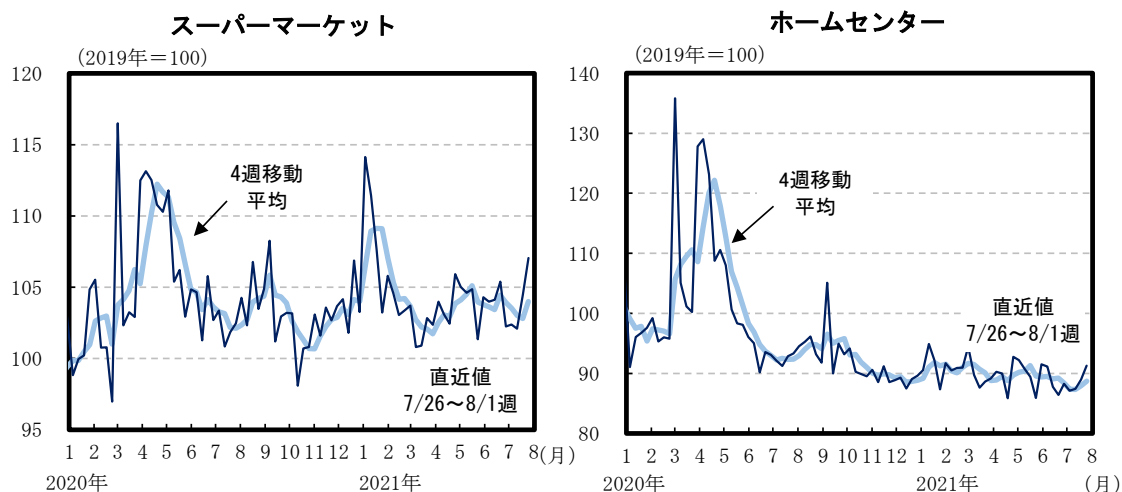
(注2) アパレル：既存店ベース。ユニクロとユナイテッドアローズはネット通販を含む数値。

しまむらの各月の数値は前月21日から当月20日の集計値、10月以降はオンラインストア含む。

(出所) 各社資料より大和総研作成

- ◆【スーパーマーケット】 7月の売上高は前月比+0.1%（大和総研による季節調整値）。東京五輪開幕週（7/19~25週）以降は食品や飲料などが増加。
- ◆【ホームセンター】 7月の売上高は前月比+0.0%（大和総研による季節調整値）。化粧品などが増加するも、雑貨などが押し下げ。

図表8：スーパーマーケット・ホームセンターの売上高

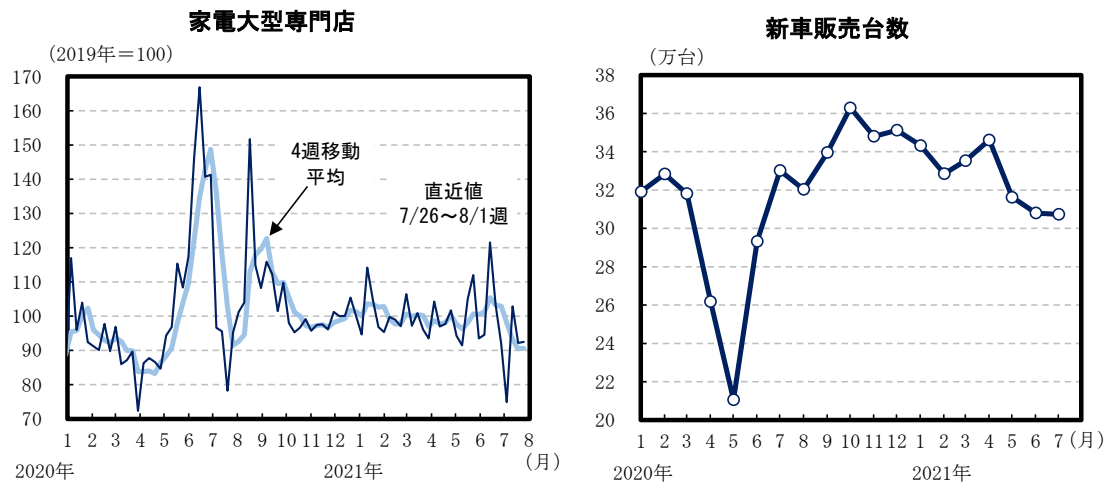


(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

- ◆【家電】 7月の大手家電量販店の売上高は前月比▲14.7%（大和総研による季節調整値）。テレビの販売は6月に続き前月から増加したが、エアコンや冷蔵庫が押し下げ。
- ◆【自動車】 7月の新車販売台数は6月から0.1万台減少し、前月比▲0.2%（大和総研による季節調整値）と低調。半導体不足の影響が続くも、今後は徐々に解消される見込み。

図表9：家電・自動車の売上高



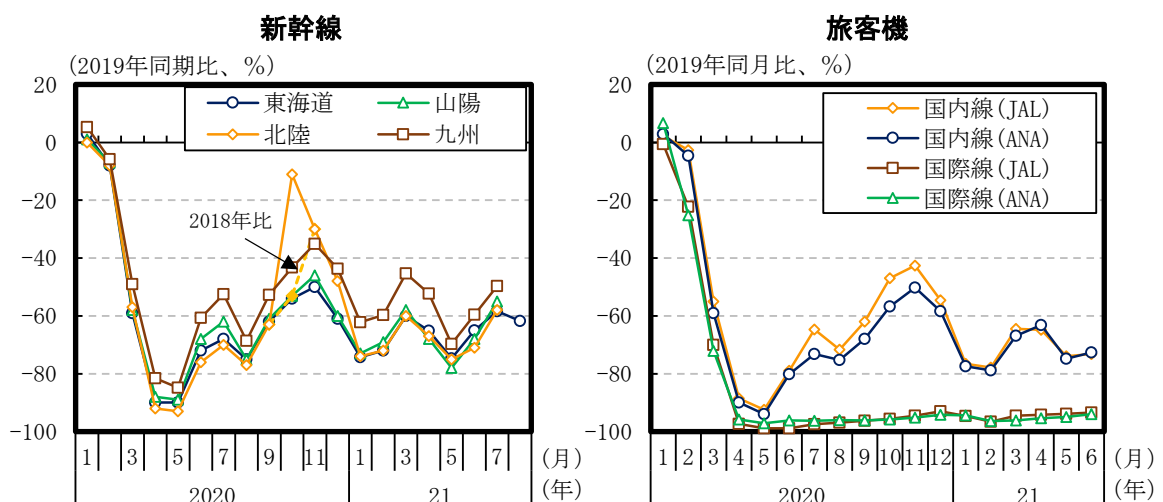
(注1) 家電大型専門店：METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(注2) 新車販売台数：月次データ。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省、日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

- ◆【新幹線】 7月の輸送量は、2019年同期比5~6割減程度と5月を底に緩やかに回復。JR各社が発表したお盆（8/6~8/17）の新幹線予約席数は19年比で約7~8割減。
- ◆【旅客機】 6月の輸送量は、国内線は2019年同月比7割減程度と5月からおおむね横ばい。お盆期間の予約数は同6割減程度。6月の国際線は同9割減程度と底這いが続く。

図表10：新幹線・旅客機の利用状況



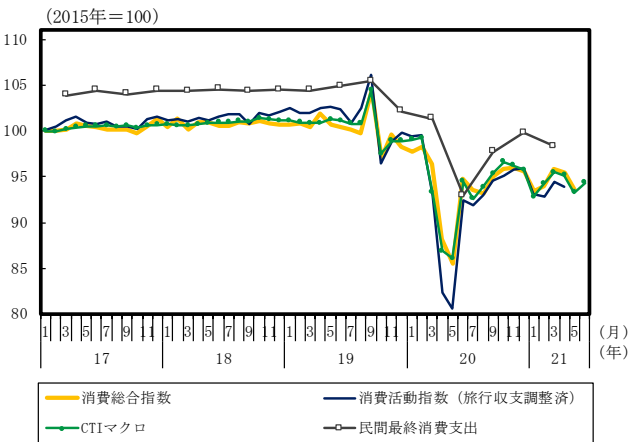
(注1) 新幹線の2021年8月の東海道は3日まで、7月の九州は26日まで、山陽・北陸は31日まで。

(注2) JAL・ANAのデータはグループ会社を含む数値。

(出所) JR東海、JR西日本、JR九州、JAL、ANA資料より大和総研作成

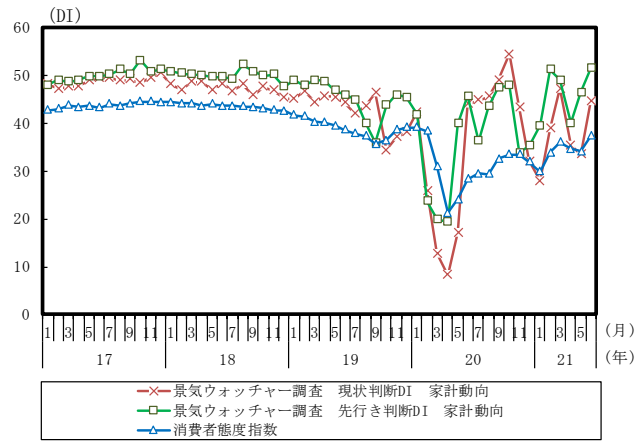
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



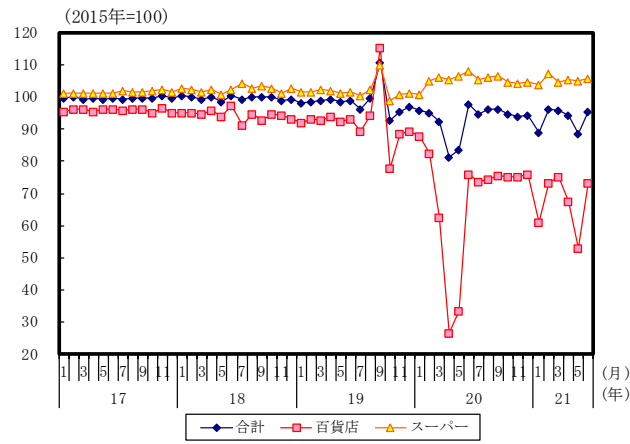
(注) 消費活動指数は、2015年が100となるように変換している。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



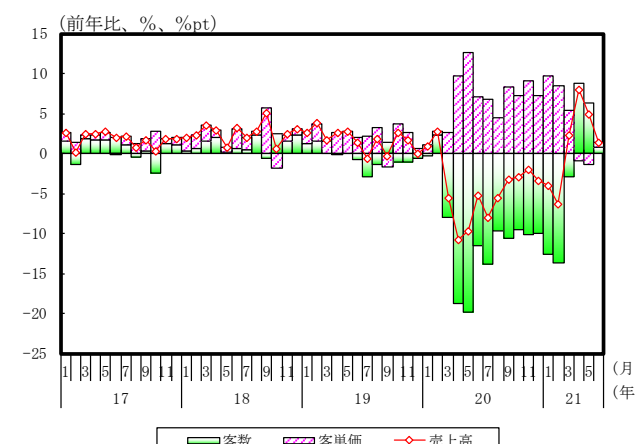
(注) 内閣府による季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



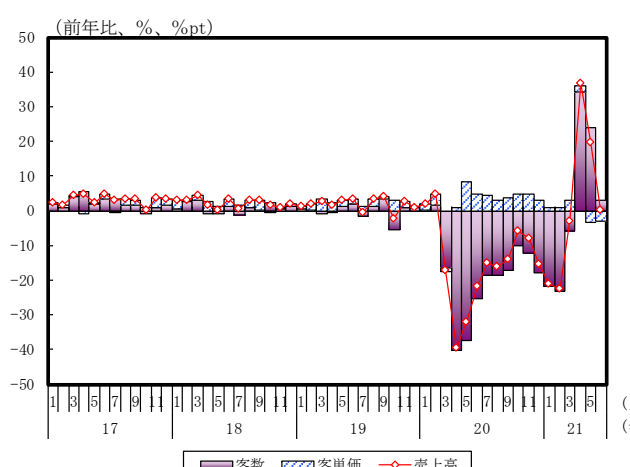
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



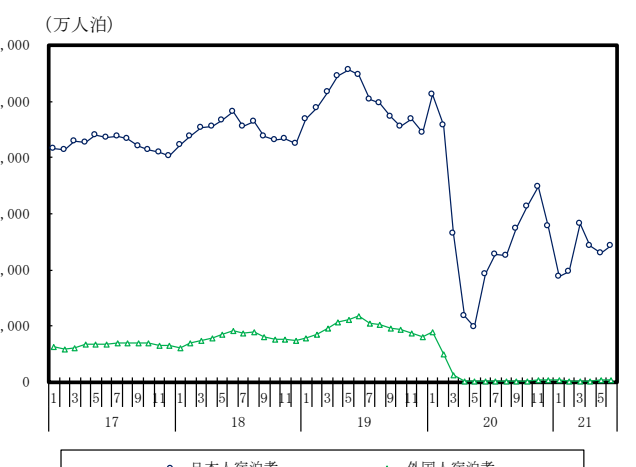
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

外食市場売上高



(出所) 日本フードサービス協会統計より大和総研作成

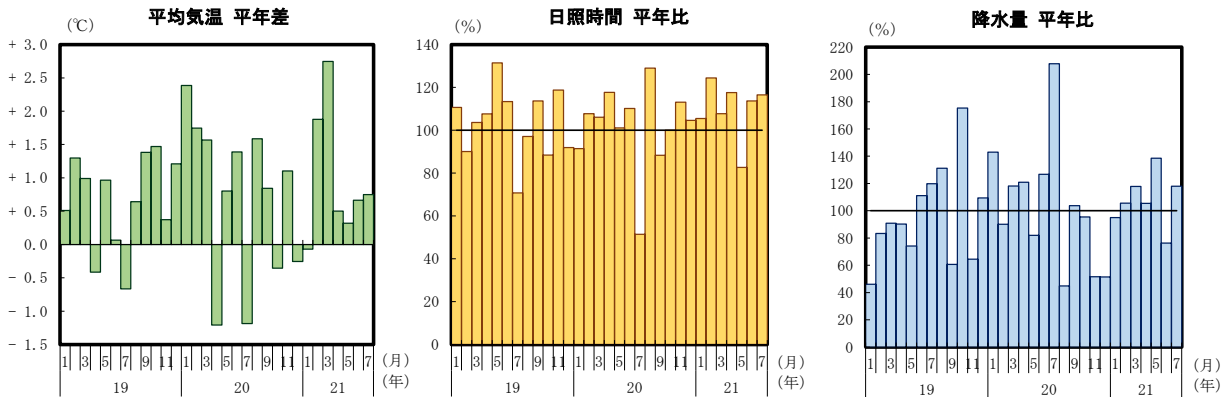
宿泊者数



(注) 大和総研による季節調整値。
(出所) 観光庁統計より大和総研作成

天候

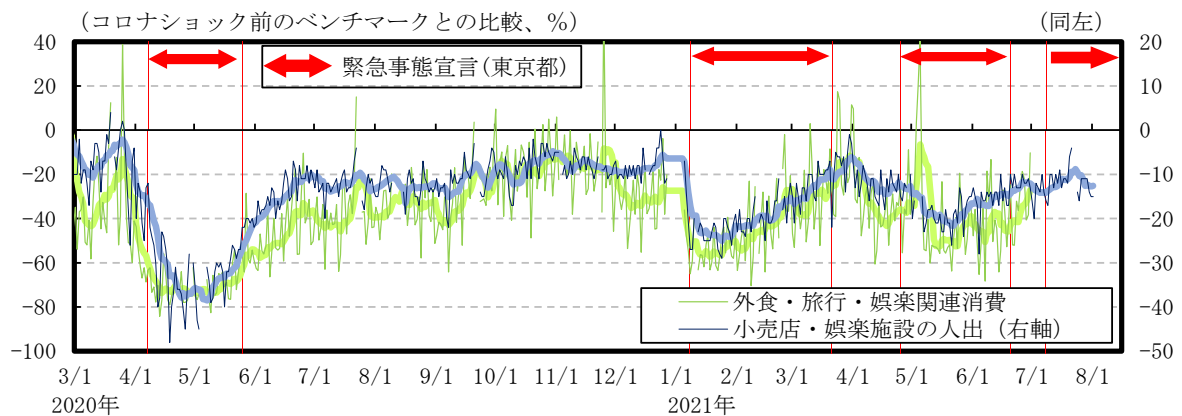
全国の平均気温・日照時間・降水量



(注) 東日本、西日本、北日本、沖縄・奄美のデータを2015年国勢調査の人口で加重平均したもの。
 (出所) 総務省、気象庁統計より大和総研作成

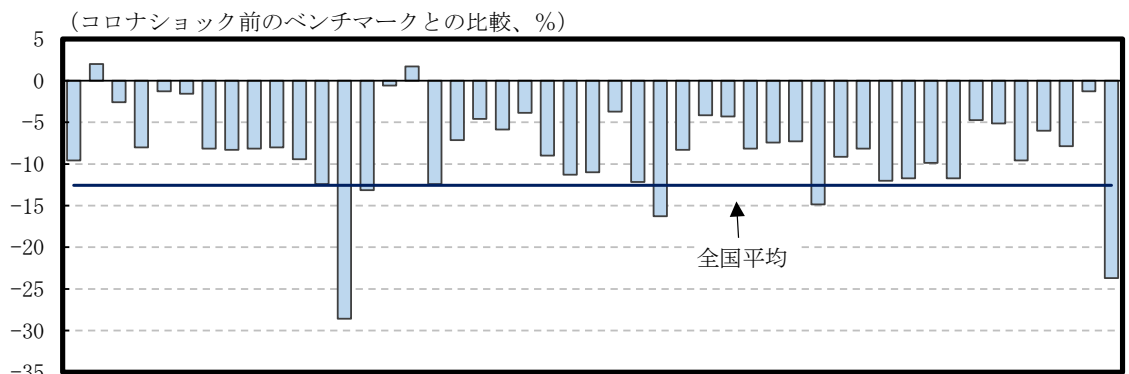
人出

小売店・娯楽施設の人出（直近値 8/1）と外食・旅行・娯楽関連消費



(注) ベンチマークは2020年1月3日から2月6日の曜日別中央値。太線は7日移動平均。外食・旅行・娯楽関連消費は「外食」「交通」「教養娯楽サービス」の合計値。
 月～金曜日の祝日とお盆（2020/8/10～14）、年末年始（2020/12/28～2021/1/4）のデータは除いている。
 (出所) 総務省統計、Google “COVID-19 Community Mobility Reports”、CEICより大和総研作成

小売店・娯楽施設の人出（7/25～8/1 平均、都道府県別）



北青岩宮秋山福茨栃群埼千東神新富石福山長岐静愛三滋京大兵奈和鳥島岡広山徳香愛高福佐長熊大宮鹿沖
 海森手城田形島城木馬玉葉京奈潟山川井梨野阜岡知重賀都阪庫良歌取根山島口島川媛知岡賀崎本分崎児瀧
 道 川 山 島

(注) ベンチマークは2020年1月3日から2月6日の曜日別中央値。
 (出所) Google “COVID-19 Community Mobility Reports”、CEICより大和総研作成