

2021年9月7日 全9頁

Indicators Update

2021年7月消費統計

サービス消費の弱さを背景に実質消費支出は3カ月連続で減少

経済調査部 エコノミスト 鈴木 雄太郎

[要約]

- 7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▲0.9%と3カ月連続で減少した。前年比ベースでは、+0.7%とプラスになったものの、コンセンサス（同+2.4%）を下回った。一方、商業動態統計の名目小売販売額は前月比+1.1%と2カ月連続で増加した。
- 7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減少した。財消費では耐久財が下支えしたものの、下旬にかけて新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けたサービス消費が全体を押し下げた。
- 8月の消費は7月から減少したとみられる。耐久財では気温が平年と比べて低い影響を受けたエアコンや、東京五輪開幕前に需要が急増していたテレビ需要が一服したことで家電が伸び悩んだとみられる。非耐久財・半耐久財についても、全国的な感染拡大に加え、西日本を中心とした豪雨の影響を受け、外出機会が減少したことが影響したようだ。サービス消費も緊急事態宣言の対象地域が拡大したことを受け、大幅な減少は避けられないだろう。

図表1：各種消費指標の概況（単位：%）

		2021年 3月	4月	5月	6月	7月			
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	6.5	13.9	12.5	▲4.3	0.7	総務省、二人以上世帯	
		前月比	7.4	0.7	▲2.3	▲3.1	▲0.9		
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	5.6	12.2	11.2	▲4.2	0.7		総務省、二人以上世帯
		前月比	5.0	0.4	▲2.3	▲0.6	▲1.3		
供給側	小売販売額	前年比	5.2	11.9	8.3	0.1	2.4	経済産業省	
		前月比	1.2	▲4.6	▲0.3	3.1	1.1		
	百貨店売上高	前年比	21.8	167.0	65.2	▲1.6	4.2	日本百貨店協会	
	コンビニエンスストア売上高	前年比	1.9	6.6	4.2	0.8	5.1	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	1.3	6.0	2.9	1.7	4.6	日本チェーンストア協会	
	外食売上高	前年比	▲2.9	36.7	19.8	0.1	2.1	日本フードサービス協会	
	旅行取扱高	前年比	22.5	255.2	284.1	67.3	-	観光庁	
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	3.0	10.5	10.1	1.2	2.7	総務省	
		前月比	1.7	▲0.1	▲1.3	0.8	▲0.4		
	消費総合指数	前月比	1.3	0.8	▲2.8	2.5	-		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。

<7月の消費総括> 需要側・供給側で対照的な結果だが、総じて見ると前月から減少

2021年7月の消費は、需要側は減少、供給側は増加となったが、総じて見ると前月から減少したとみられる。供給側の商業動態統計ではカバーされていない保健医療、教養娯楽などのサービス関連の費目が押し下げていることが要因に挙げられる。財消費については、上旬は堅調であったものの、月末にかけて新型コロナウイルス感染症の感染が急拡大したことを背景に、外出を控える動きが広がったことから減少に転じたとみられる。サービス消費では、振れの大きい教育に加え、保健医療や教養娯楽が全体を押し下げた。

<家計調査（需要側）> サービス消費が弱く、実質消費支出は3カ月連続で減少

2021年7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▲0.9%と3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▲1.4%であった。なお、消費者物価指数が2020年基準に改訂されたことを受け、家計調査も遡及改訂されている。CTIマイクロ、CTIマクロに関しても、2021年7月分より2020年基準に改訂された。今回の改訂を受け、CTIマイクロでは総世帯ベースにおける単身世帯の比率が上昇したほか、財・サービス区別の結果が公表されるようになった¹。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▲1.3%であった。

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7費目が前月から減少した。振れの大きい「教育」（前月比▲13.9%）、「住居」（同▲8.6%）が全体を大きく押し下げたほか、「保健医療」（同▲8.2%）、「被服及び履物」（同▲7.7%）、「教養娯楽」（同▲2.6%）なども減少した。「保健医療」については受診を控える動きが広がった

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2020/12	2021/1	2021/2	2021/3	2021/4	2021/5	2021/6	2021/7	シェア (%)
消費支出	0.0	▲7.3	2.4	7.4	0.7	▲2.3	▲3.1	▲0.9	100.0
食料	▲0.9	▲4.1	4.0	0.1	▲1.9	▲1.7	1.7	0.2	28.9
住居	0.6	▲3.4	▲2.0	22.7	▲3.5	▲5.8	▲6.0	▲8.6	6.3
光熱・水道	▲5.2	▲0.5	▲2.2	8.0	▲4.8	1.3	▲2.1	▲1.9	7.9
家具・家事用品	4.3	0.3	▲1.3	2.0	1.3	▲3.0	0.9	▲7.2	4.6
被服及び履物	6.4	▲23.4	22.5	▲1.5	3.3	▲14.7	21.4	▲7.7	3.3
保健医療	▲6.5	▲6.0	4.8	7.6	▲1.0	4.8	▲1.5	▲8.2	5.1
交通・通信	▲0.9	▲2.9	▲10.3	17.4	22.8	▲11.9	▲10.6	1.8	14.4
教育	▲4.4	▲10.6	28.2	▲2.4	▲11.1	14.8	▲9.5	▲13.9	3.7
教養娯楽	▲3.2	▲13.6	4.3	10.2	▲5.5	▲4.9	2.2	▲2.6	9.0
その他の消費支出	1.5	▲7.8	▲0.2	15.5	▲3.9	1.5	▲10.3	2.6	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。

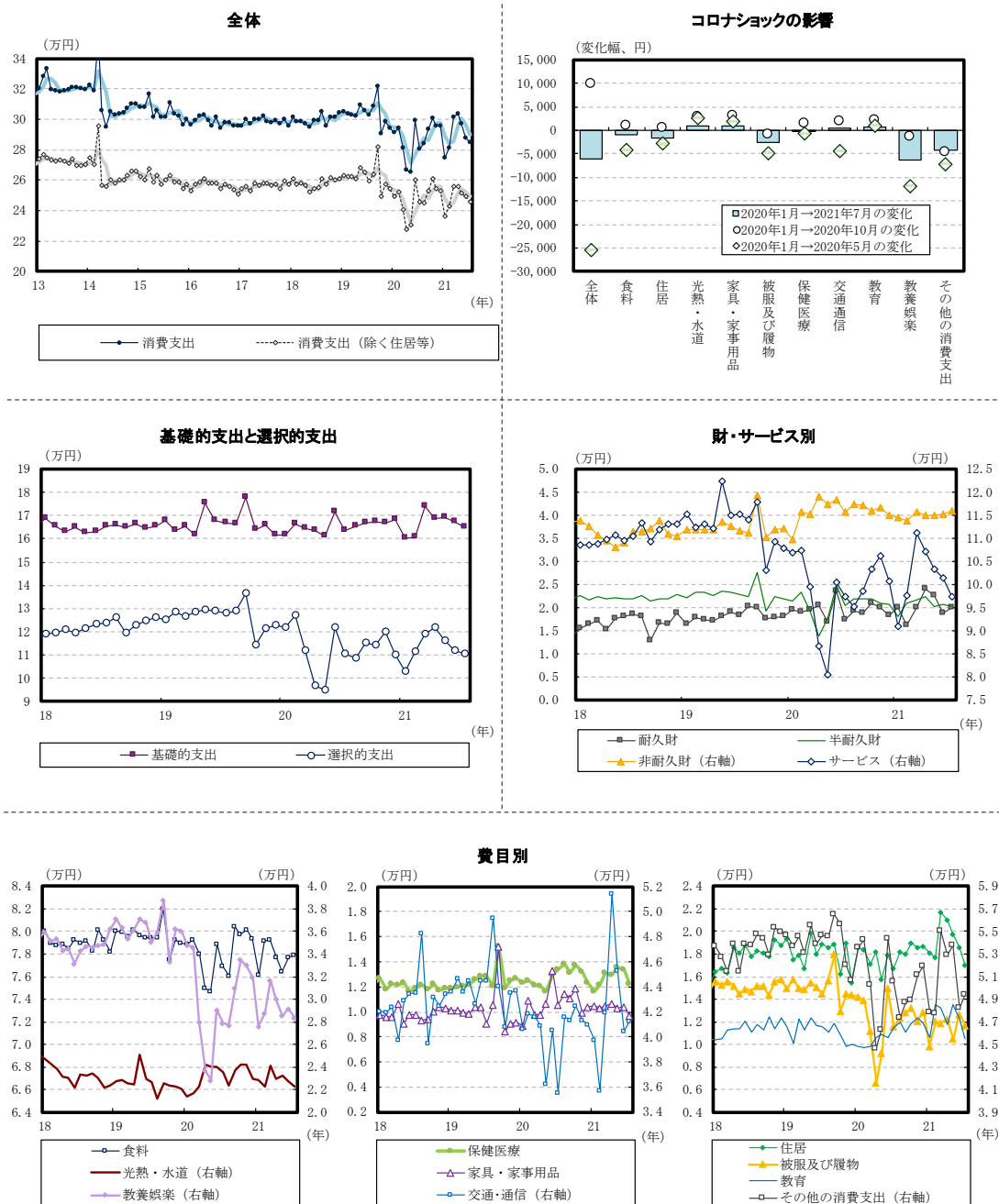
(出所) 総務省統計より大和総研作成

¹ 詳細は総務省「[2020年基準 世帯消費動向指数（CTIマイクロ）の推定方法](#)」（2021年9月7日）を参照。

とみられる。また「教養娯楽」も感染拡大を受け、下旬に急減したようだ。他方、「交通・通信」(同+1.8%)、「食料」(同+0.2%)、「その他の消費支出」(同+2.6%)は前月から増加した。「交通・通信」では、前月に大幅に減少していた自動車購入の反動増が押し上げた。「食料」は感染拡大に加え、東京五輪の開催に伴う在宅需要の増加が後押ししたと考えられる。

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▲1.3%、選択的支出は同▲1.3%といずれも減少した。財・サービス別に見ると、耐久財(同+7.0%)、非耐久財(同+0.6%)は増加したが、半耐久財(同▲2.5%)、サービス(同▲3.9%)が減少した。

図表3：実質消費支出（季節調整値、2020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

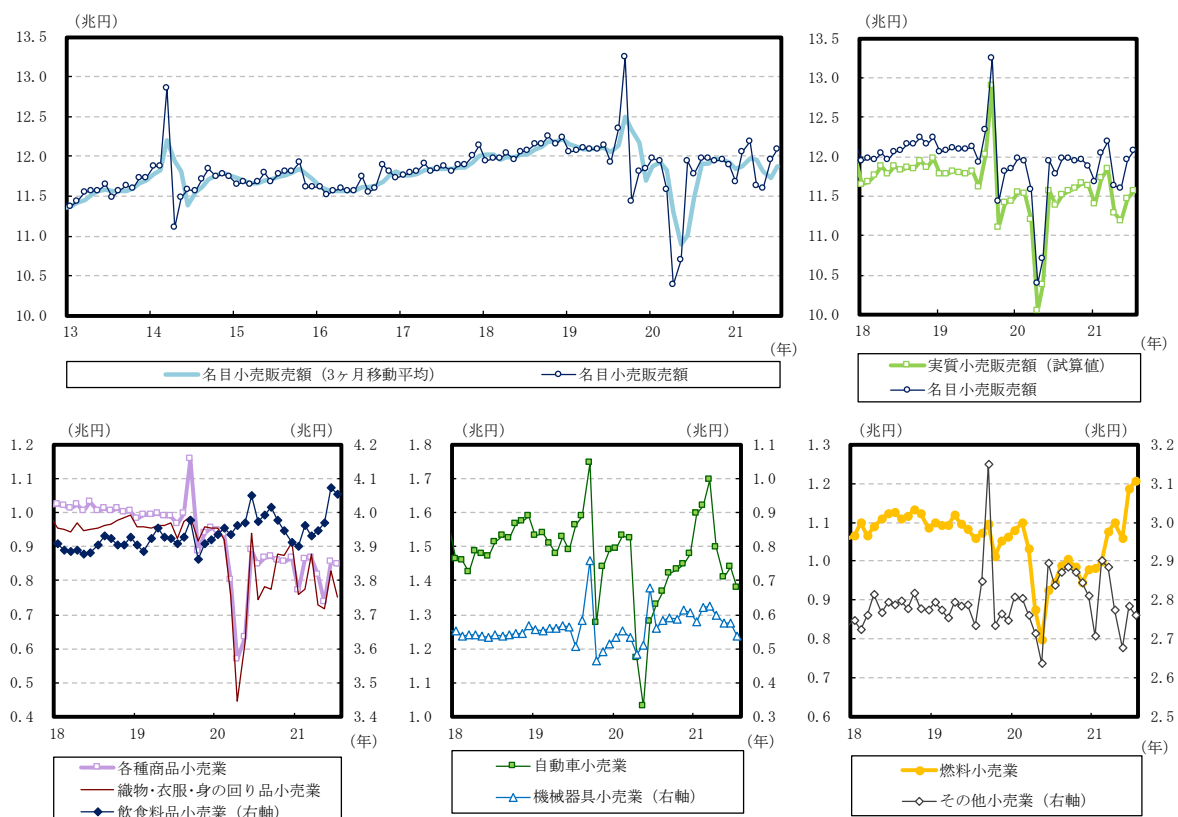
＜商業動態統計（供給側）＞2 カ月連続で増加も増勢に陰り

2021年7月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比+1.1%と2カ月連続で増加した（**図表4、5**）。CPIの財指数で実質化した小売販売額は同+0.9%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業種中、「燃料小売業」（前月比+1.6%）のみが増加した。商業動態統計は業種ごとに個別に季節調整を行っているため、全体の約8割を構成する業種が前月から減少したものの、ヘッドラインは増加と異なる方向感になったとみられる。業種別に見ると、前月からの反動が大きかった「織物・衣服・身の回り品小売業」（同▲9.3%）や、自動車の供給制約を受けて販売台数が落ち込んだ「自動車小売業」（同▲4.5%）、東京五輪前に販売が増加していたテレビの需要が一旦減じた「機械器具小売業」（同▲7.1%）のマイナス幅が相対的に大きかった。一方、「飲食料品小売業」（同▲0.5%）や「各種商品小売業」（同▲0.5%）は僅かなマイナスにとどまった。平均気温が高かったことに加え、7月下旬に開幕した東京五輪によって在宅需要が増加し、飲食料品などの売上増が下支えしたとみられる。また、「燃料小売業」はガソリン価格の高騰を背景に、販売単価の上昇が寄与したようだ。

CPIの財指数で実質化した小売販売額は5月を底に回復が継続したものの、水準で見るとコロナショック前（2019年平均）を1.7%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

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 (%)
	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	
小売業計	▲0.6	▲1.7	3.1	1.2	▲4.6	▲0.3	3.1	1.1	100.0
各種商品小売業	1.1	▲11.2	12.2	0.6	▲5.9	▲9.7	15.6	▲0.5	7.0
織物・衣服・身の回り品小売業	4.1	▲16.8	2.1	13.2	▲17.0	▲1.3	15.6	▲9.3	5.9
飲食料品小売業	▲0.9	▲0.3	1.5	▲0.8	0.4	0.6	2.7	▲0.5	30.8
自動車小売業	2.0	8.0	1.4	4.8	▲11.6	▲5.9	2.2	▲4.5	11.3
機械器具小売業	▲1.2	▲4.6	7.2	1.1	▲4.3	▲4.3	0.6	▲7.1	6.4
燃料小売業	3.8	0.4	1.4	7.8	2.2	▲3.7	12.0	1.6	8.1
その他小売業	▲1.2	▲3.7	7.2	▲0.6	▲3.8	▲3.5	4.0	▲0.8	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>8月は減少の見込み / 7-9月期の消費は足踏み

個社データや POS データ等を基に判断すると (pp. 6-7)、8月の消費は7月から減少したとみられる。財・サービス別に詳しく見ると、財消費について、耐久財では気温が平年と比べて低い影響を受けたエアコンや、東京五輪開幕前に需要が急増していたテレビ需要が一服したことで家電が伸び悩んだとみられる。また、自動車の販売台数も半導体不足の影響に加え、東南アジアにおける工場の操業停止の影響から低水準での推移が続いている。非耐久財・半耐久財についても、新型コロナウイルス感染症の全国的な感染拡大に加え、西日本を中心とした豪雨の影響を受け、外出機会が減少したことが影響したとみられる。サービス消費も緊急事態宣言の対象地域が拡大していることを受け、大幅な減少は避けられないだろう。外食・旅行・娯楽関連消費と連動する傾向のある小売店・娯楽施設の人出を確認すると、7月下旬以降、減少基調に転じており、お盆明けには4、5月と同程度まで落ち込んでいる。

9月も21都道府県に緊急事態宣言が発出されており、まん延防止等重点措置の適用地域も12県にのぼる。一部報道によると、新規感染者数はピークアウトの兆しが見られるものの、未だ高水準にあることから期限のさらなる延長も検討されているようだ。7-9月期の消費は減速が避けられないだろう。

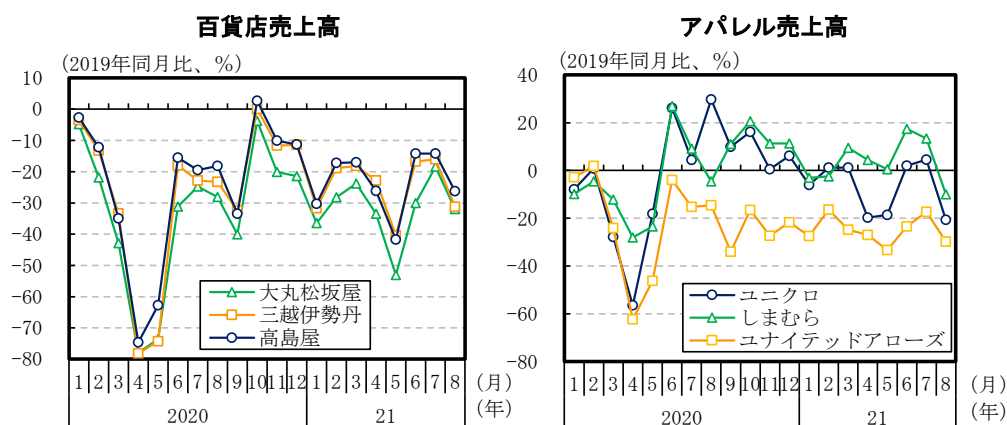
一方、ワクチン接種が進み感染状況が落ち着けば、10-12月期にはサービス消費を中心に持ち直すとみている。政府は「希望する全ての対象者への接種を本年10月から11月にかけて終わることを目指す²⁾」という目標を掲げており、これが達成できれば、消費の本格的な回復も視野に入ることとなる。

²⁾ 首相官邸ウェブサイト「[新型コロナウイルスワクチンの供給スケジュール等について](#)」

<トピック> 個社データ・業界統計・POS データで先取りする 8月の消費

- ◆【百貨店】 大手3社の8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、3割減程度と7月からマイナス幅が拡大。感染拡大による休業要請等は発出されていないものの、店内でのクラスター発生による臨時休業の実施に加え、警戒感の高まりから客数が減少。
- ◆【アパレル】 8月のアパレル各社の既存店売上高伸び率（2019年同月比）は前月から悪化。低気温や大雨などの天候不順に加え、感染拡大による客数の減少が響く。

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。2021年8月の高島屋は15日まで。

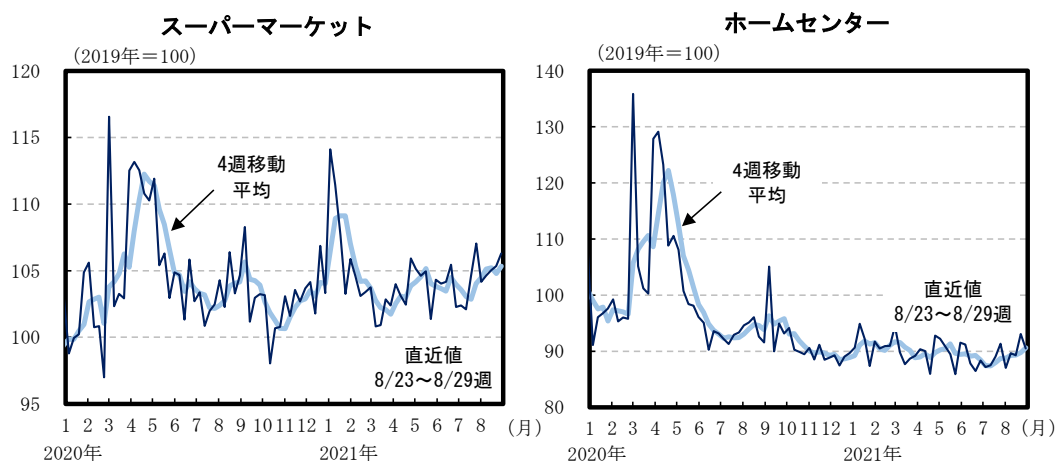
(注2) アパレル：既存店ベース。ユニクロとユナイテッドアローズはネット通販を含む数値。

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】 8月の売上高は前月比+0.8%（大和総研による季節調整値）。東京五輪の自宅観戦や感染拡大による在宅時間の増加により食品などが押し上げ。
- ◆【ホームセンター】 8月の売上高は前月比+2.1%（大和総研による季節調整値）。食品やヘルスクエアをはじめ、幅広い品目が前月から増加。

図表8：スーパーマーケット・ホームセンターの売上高

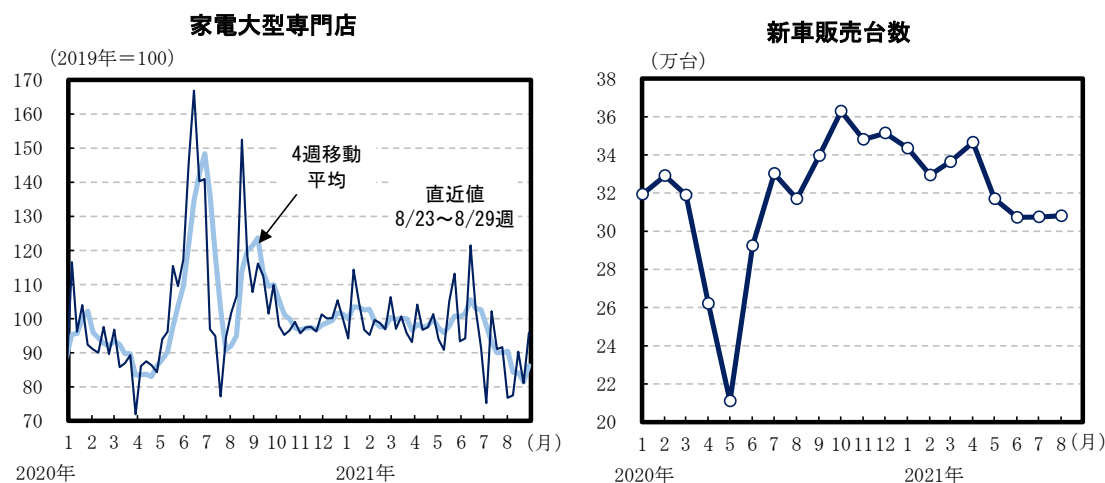


(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

- ◆【家電】 8月の大手家電量販店の売上高は前月比▲4.7%（大和総研による季節調整値）。五輪前に販売が増加したテレビが反動減で全体を大きく押し下げ。天候不順でエアコンなども不調。
- ◆【自動車】 8月の新車販売台数は前月比+0.2%（大和総研による季節調整値）と低調。半導体不足に加え、東南アジアにおける工場停止の影響が響く。

図表9：家電・自動車の売上高



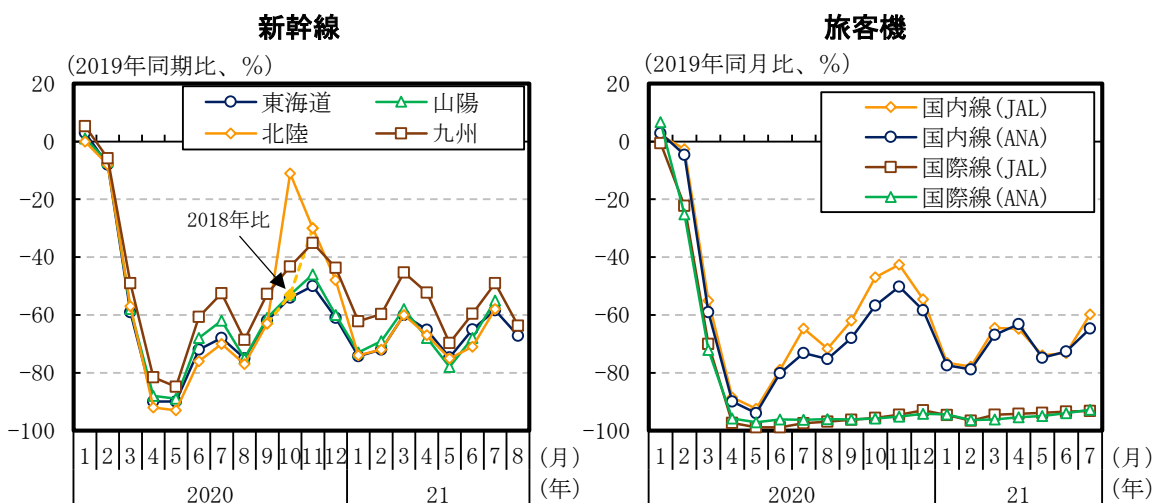
(注1) 家電大型専門店：METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(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】 8月の輸送量は、2019年同期比6割減程度と7月からマイナス幅が拡大。お盆期間（8/6~8/17）の輸送量はコロナショック前と比べ約6~7割減。
- ◆【旅客機】 7月の輸送量は、国内線は2019年同月比6割減程度と6月から改善。お盆期間の旅客数は同6割減程度。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



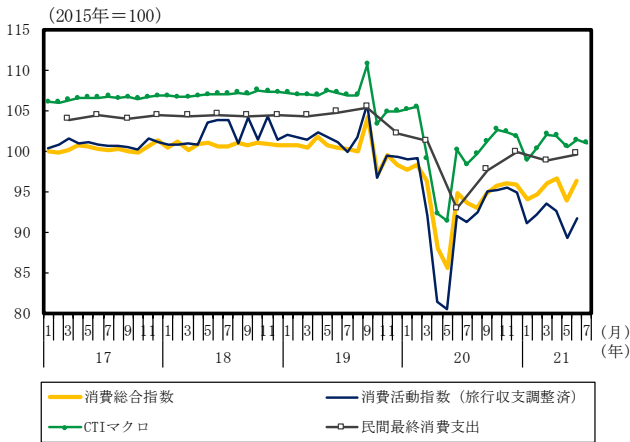
(注1) 新幹線の2021年8月の東海道は25日まで、九州は23日まで。

(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

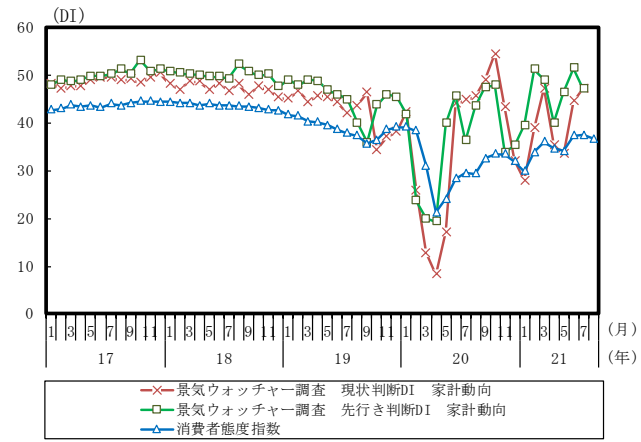
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



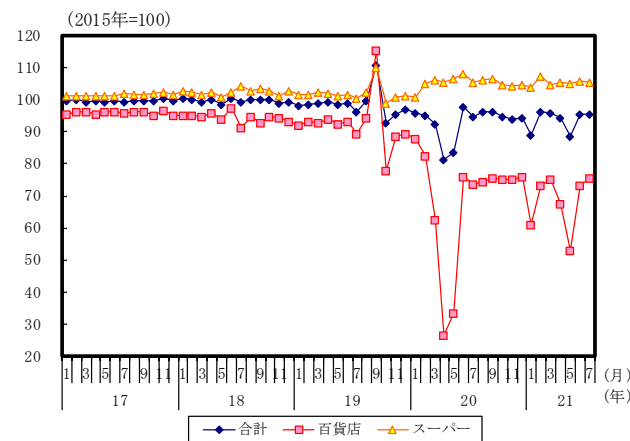
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



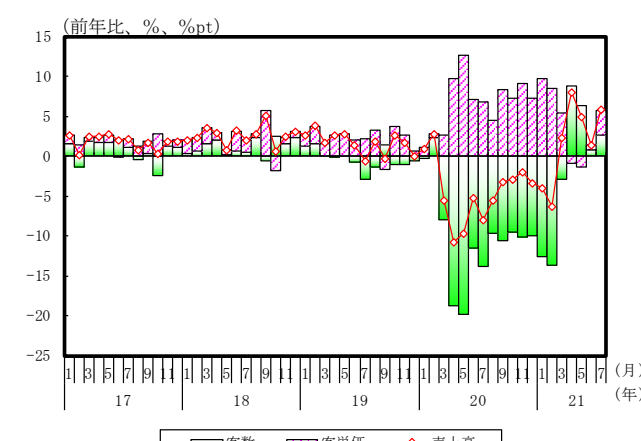
(注) 内閣府による季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



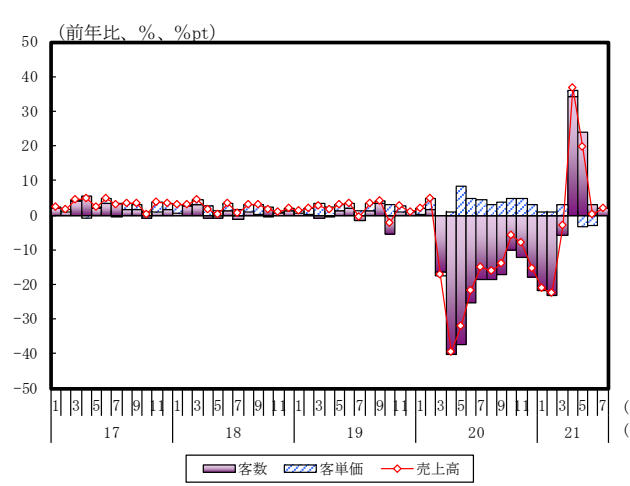
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



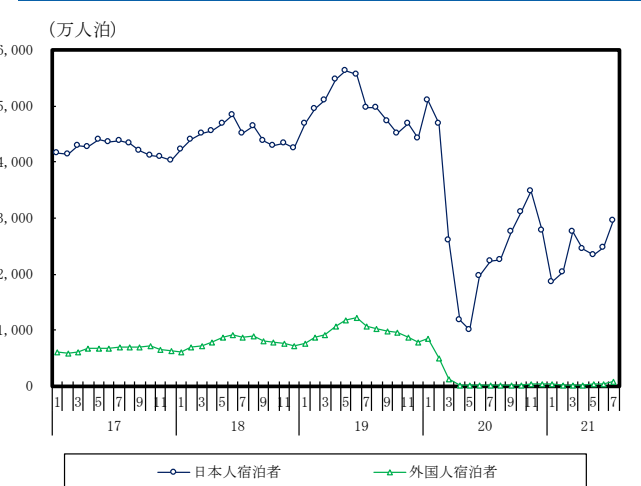
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

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

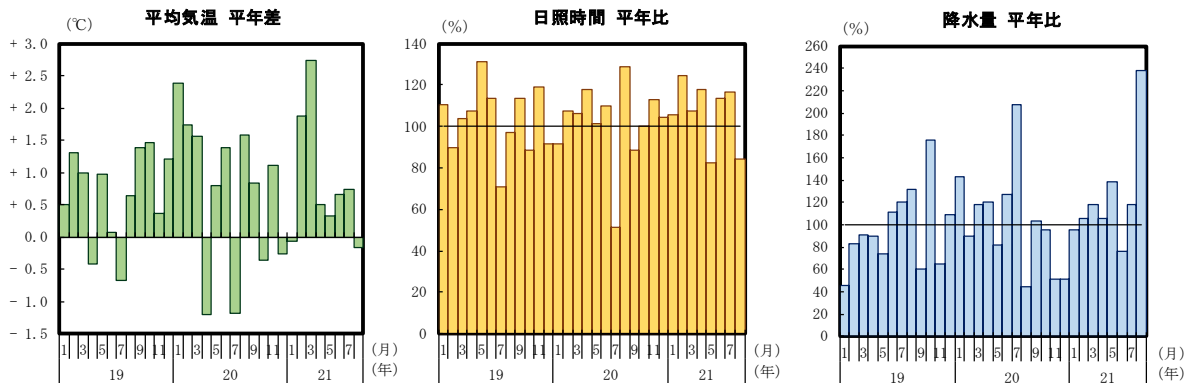
宿泊者数



(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

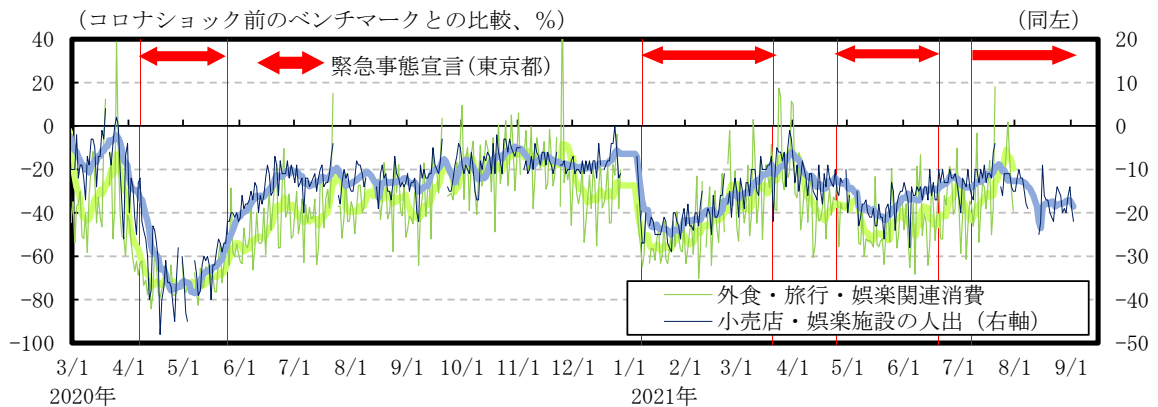
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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

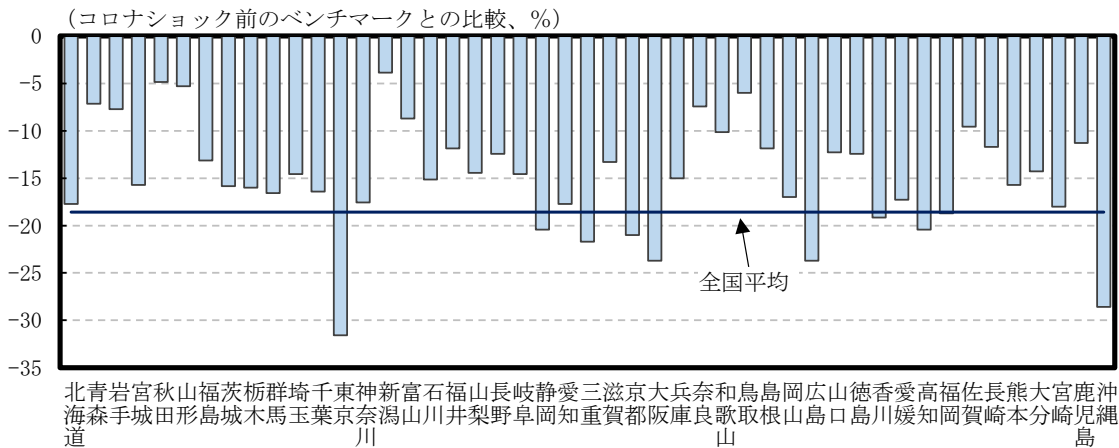
人出

小売店・娯楽施設の人出（直近値 9/2）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、年末年始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（8/27～9/2 平均、都道府県別）



(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