

2021年10月8日 全9頁

Indicators Update

2021年8月消費統計

緊急事態宣言、天候不順により大幅減少、10月以降は持ち直しへ

経済調査部 エコノミスト 鈴木 雄太郎

[要約]

- 8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▲3.9%と4カ月連続で減少した。前年比ベースでは、▲3.0%となり、コンセンサス(同▲1.2%)を下回った。また、商業動態統計の名目小売販売額は前月比▲4.1%と3カ月ぶりに大幅に減少した。
- 8月の消費は緊急事態宣言(以下、宣言)等の対象地域の拡大に加え、西日本を中心とした天候不順も重なり、財・サービスともに大幅に減少した。とりわけ、選択的消費支出が大きく減少しており、全国的な新型コロナウイルス感染拡大によって自粛傾向が強まったことが影響した。
- 9月の消費は8月から底這いで推移したとみられる。宣言等の延長に伴い、百貨店などは客数の減少が響いた。加えて、自動車の販売台数は生産調整の影響により前月から大幅に減少した。他方、大手家電量販店やコンビニエンスストアは前月から増加したとみられる。サービス関連は宣言等の延長を受け低調に推移したとみられる。小売店・娯楽施設の人出を見ると、9月後半は感染者数の急減を受け緩やかながら回復傾向にある。一方、新幹線の輸送量などを見ると、県をまたぐ移動を自粛する傾向が続いている。消費の持ち直しは宣言等が解除された10月以降になろう。

図表1：各種消費指標の概況(単位：%)

		2021年 4月	5月	6月	7月	8月		
需要側	実質消費支出(家計調査)	前年比	13.9	12.5	▲4.3	0.7	▲3.0	総務省、二人以上世帯
		前月比	0.7	▲2.3	▲3.1	▲0.9	▲3.9	
	実質消費支出(CTIミクロ)	前年比	12.2	11.2	▲4.2	0.7	▲3.6	総務省、二人以上世帯
		前月比	0.4	▲2.3	▲0.6	▲1.3	▲3.0	
供給側	小売販売額	前年比	11.9	8.3	0.1	2.4	▲3.2	経済産業省
		前月比	▲4.6	▲0.3	3.1	1.0	▲4.1	
	百貨店売上高	前年比	167.0	65.2	▲1.6	4.2	▲11.7	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	6.6	4.2	0.8	5.1	▲1.9	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	6.0	2.9	1.7	4.6	▲0.1	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	36.7	19.8	0.1	2.1	▲8.6	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	255.2	284.1	67.3	114.6	-	観光庁
需要側 +供給側	実質消費(CTIマクロ)	前年比	10.5	10.1	1.2	2.7	▲0.6	総務省
		前月比	▲0.1	▲1.3	0.8	▲0.4	▲1.7	
	消費総合指数	前月比	1.2	▲2.8	1.9	0.2	-	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

<8月の消費総括>緊急事態宣言等、天候不順により前月から大幅減少

2021年8月の消費は、緊急事態宣言（以下、宣言）等の対象地域の拡大に加え、西日本を中心とした天候不順も重なり、需要側、供給側いずれも前月から大幅に減少した。家計調査を財・サービス別に見ると、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、東京五輪開幕前に急増していたテレビの需要が一服したことを受け、家電が伸び悩んだ。半耐久財や非耐久財は宣言発出や豪雨の影響によって外出機会が減少したことが影響したとみられる。サービス消費についても新型コロナウイルス感染者数の急増を受け、対面型サービスを中心に自粛傾向が強まったとみられる。

<家計調査（需要側）>選択的支出を中心に大幅に減少

2021年8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▲3.9%と4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▲3.2%であった。振れが大きい項目を複数の統計で補正したCTIミクロにおける二人以上世帯の実質消費支出は同▲3.0%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6費目が前月から減少した。「食料」（前月比▲4.8%）、「教養娯楽」（同▲6.3%）、「交通・通信」（同▲4.2%）が全体を大きく押し下げた。「食料」では宣言等の影響により、外食を控える動きが広がったことが背景にあるとみられる。「交通・通信」は鉄道運賃などが全体を押し下げており、移動を自粛する動きが広がったことが影響したとみられる。

他方、住居（前月比+9.6%）、教育（同+13.2%）は前月から増加した。ただし、これらの費目は振れが大きく、前月に大幅なマイナスとなっていたことからの反動が含まれている点には留意する必要がある。実勢の消費はヘッドライン以上に落ち込んだ可能性が高い。

図表 2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2021/1	2021/2	2021/3	2021/4	2021/5	2021/6	2021/7	2021/8	シェア (%)
消費支出	▲7.3	2.4	7.4	0.7	▲2.3	▲3.1	▲0.9	▲3.9	100.0
食料	▲4.1	4.0	0.1	▲1.9	▲1.7	1.7	0.2	▲4.8	28.9
住居	▲3.4	▲2.0	22.7	▲3.5	▲5.8	▲6.0	▲8.6	9.6	6.3
光熱・水道	▲0.5	▲2.2	8.0	▲4.8	1.3	▲2.1	▲1.9	▲1.7	7.9
家具・家事用品	0.3	▲1.3	2.0	1.3	▲3.0	0.9	▲7.2	7.8	4.6
被服及び履物	▲23.4	22.5	▲1.5	3.3	▲14.7	21.4	▲7.7	▲5.6	3.3
保健医療	▲6.0	4.8	7.6	▲1.0	4.8	▲1.5	▲8.2	1.5	5.1
交通・通信	▲2.9	▲10.3	17.4	22.8	▲11.9	▲10.6	1.8	▲4.2	14.4
教育	▲10.6	28.2	▲2.4	▲11.1	14.8	▲9.5	▲13.9	13.2	3.7
教養娯楽	▲13.6	4.3	10.2	▲5.5	▲4.9	2.2	▲2.6	▲6.3	9.0
その他の消費支出	▲7.8	▲0.2	15.5	▲3.9	1.5	▲10.3	2.6	▲6.3	16.9

(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

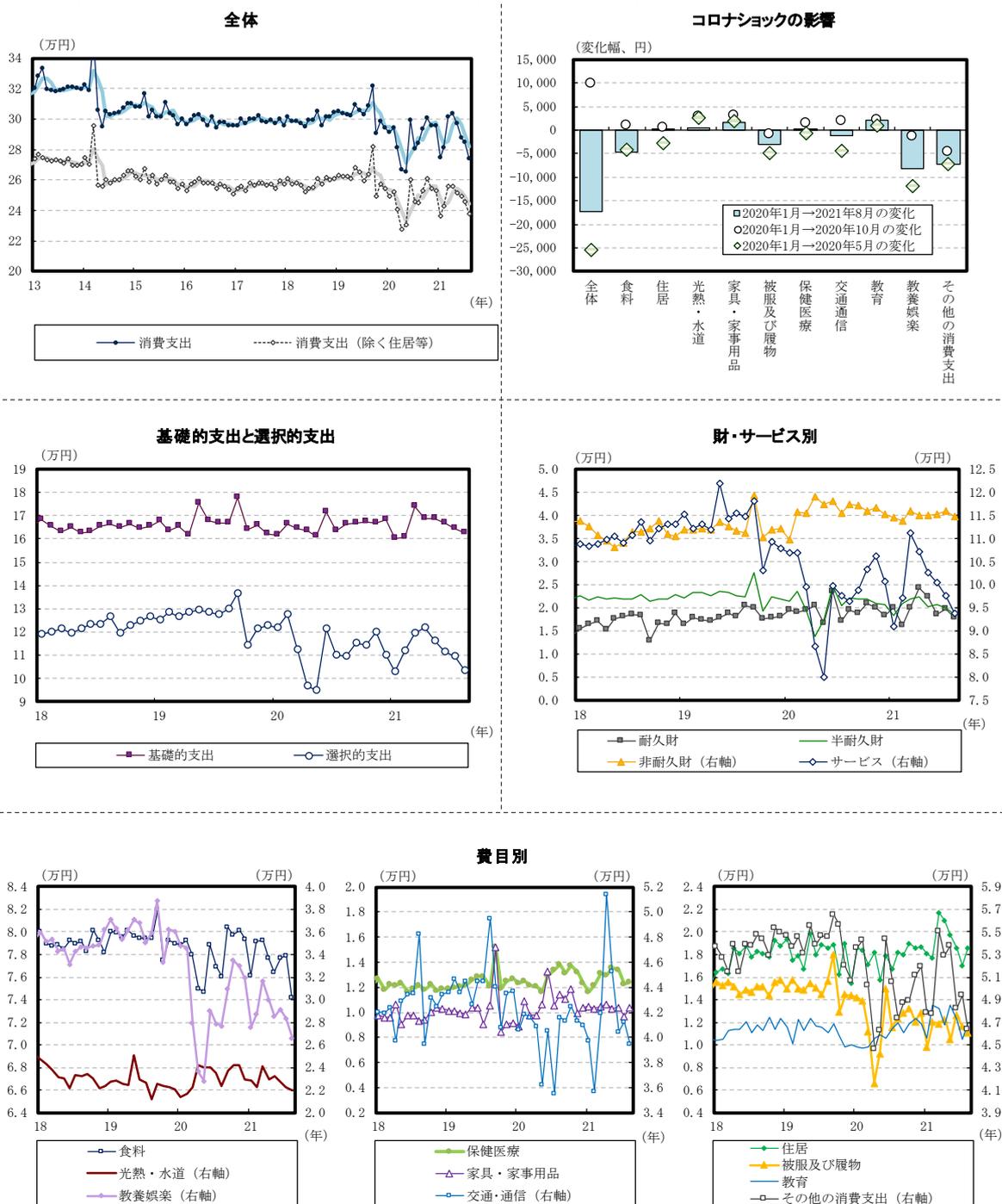
(注2) 「その他の消費支出」は名目金額指数（季節調整値）を、CPIの持家の帰属家賃を除く総合指数で実質化した値。

(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

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▲5.5%といずれも減少した。選択的支出は1度目の宣言時ほどは落ち込まなかったものの、2回目の宣言中の21年1月並みの水準となった（図表3左中）。財・サービス別に見ると、耐久財（同▲9.9%）、半耐久財（同▲7.0%）、非耐久財（同▲0.9%）、サービス（同▲3.9%）いずれも減少した。

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

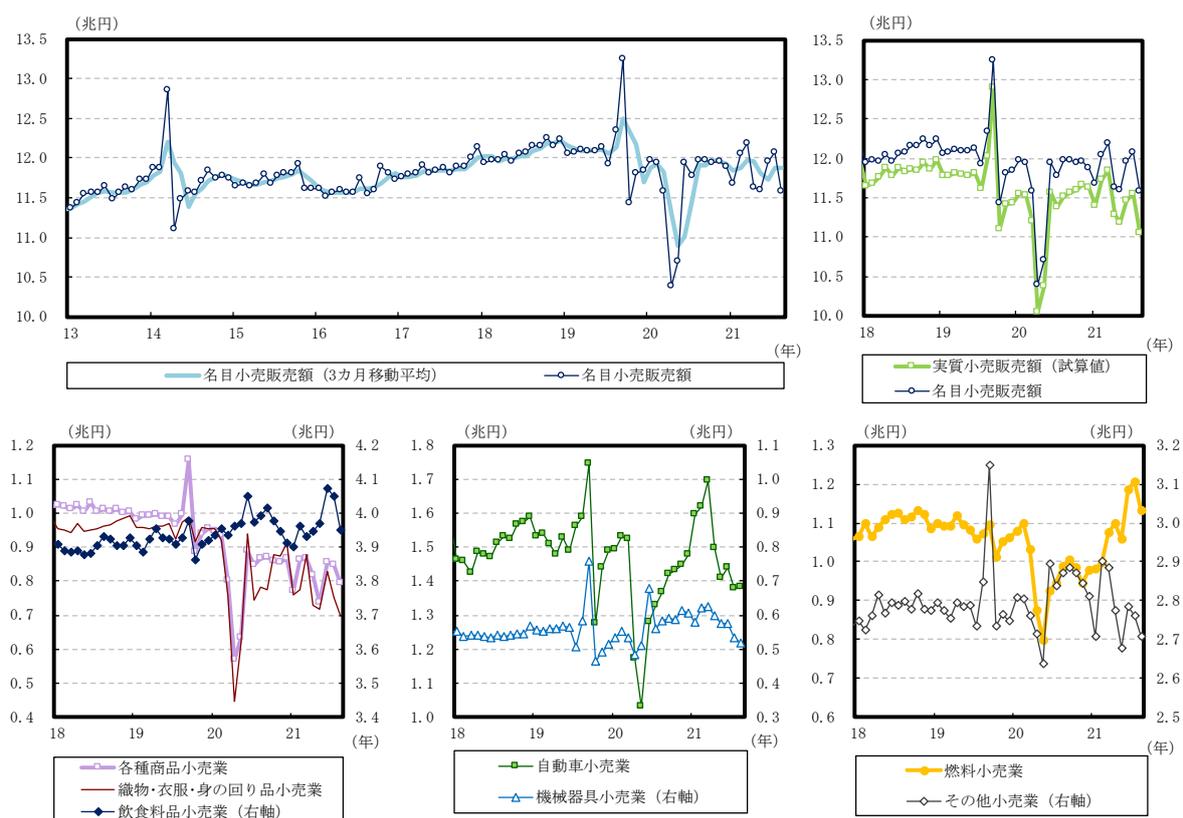
＜商業動態統計(供給側)＞宣言の影響を受け3カ月ぶりに大幅に減少

2021年8月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比▲4.1%と3カ月ぶりに大幅に減少した(図表4、5)。CPIの財指数で実質化した小売販売額は同▲4.3%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6業種が前月から低下した。とりわけ、天候不順や宣言等の対象地域の拡大を受け、客数の減少が影響したとみられる「飲食料品小売業」(前月比▲2.5%)、「各種商品小売業」(同▲6.4%)、「織物・衣服・身の回り品小売業」(同▲7.1%)が全体を押し下げた。また、「機械器具小売業」(同▲3.5%)も前月の大幅低下に続き2カ月連続で低下した。後述するPOSデータによれば、9月の同業種は低水準ではあるものの、持ち直しの兆しが見られる。唯一前月比でプラスとなったのは「自動車小売業」(同+0.3%)であった。

CPIの財指数で実質化した小売販売額の推移を見ると、8月は3回目の宣言時(21年4、5月)よりも低水準にあり、コロナショック前(2019年平均)と比較すると6.0%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) 「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、%	2021年								
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	シェア(%)
小売業計	▲1.7	3.1	1.2	▲4.6	▲0.3	3.1	1.0	▲4.1	100.0
各種商品小売業	▲11.2	12.2	0.6	▲5.9	▲9.7	15.6	▲0.5	▲6.4	7.0
織物・衣服・身の回り品小売業	▲16.8	2.1	13.2	▲17.0	▲1.3	15.6	▲9.2	▲7.1	5.9
飲食料品小売業	▲0.3	1.5	▲0.8	0.4	0.6	2.7	▲0.6	▲2.5	30.8
自動車小売業	8.0	1.4	4.8	▲11.6	▲5.9	2.2	▲4.3	0.3	11.3
機械器具小売業	▲4.6	7.2	1.1	▲4.3	▲4.3	0.6	▲7.2	▲3.5	6.4
燃料小売業	0.4	1.4	7.8	2.2	▲3.7	12.0	1.8	▲6.1	8.1
その他小売業	▲3.7	7.2	▲0.6	▲3.8	▲3.5	4.0	▲0.9	▲1.9	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>9月も厳しく、7-9月期の個人消費はマイナス転換へ/10月以降は回復

個社データやPOSデータ等を基に判断すると（pp. 6-7）、9月の消費は大幅に減少した8月からおおむね横ばいで推移したとみられる。宣言等の延長を受け、月前半は落ち込んだものの、後半にかけては感染者数が急減したことを受け、小売店・娯楽施設の人出も回復傾向にあり、消費も持ち直しの兆しが見られていた。

財・サービス別に詳しく見ると、財消費について、耐久財では東京五輪開幕前の駆け込み需要の反動で落ち込んでいたテレビや、天候不順で不調だったエアコンの販売額が増加した。他方、自動車の販売台数は東南アジアにおける工場の操業停止の影響を受け、前月比で3割減と大幅に減少した。非耐久財・半耐久財では、被服などは秋冬商品の販売が下支えしたものの、新型コロナウイルス感染症の全国的な感染拡大を受け、百貨店やドラッグストア、ホームセンターなどでは外出機会が減少した影響が8月から継続したとみられる。サービス消費も低調に推移したとみられる。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、9月半ばまでは8月からおおむね横ばいで推移しており、感染者数が急減した下旬から緩やかに回復している。7-9月期は4回目の宣言等の影響が大きく、GDP統計における実質個人消費はマイナス成長となることが避けられないだろう。

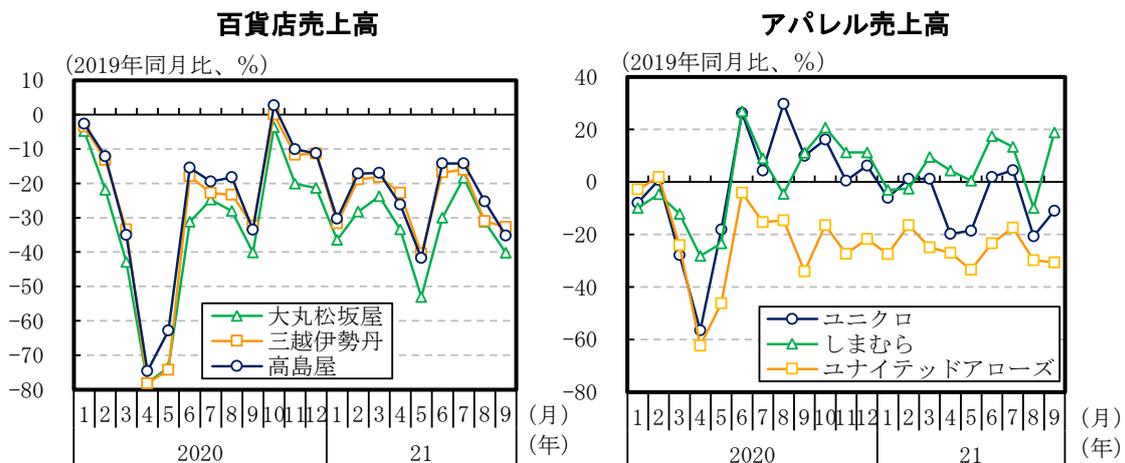
9月30日をもって宣言等は全面解除された。これを受け、10月以降はこれまで宣言等の影響を受け大きく落ち込んでいた対面型サービス消費は徐々に持ち直していくことが見込まれる。政府の方針は感染状況を見極めながら、徐々に経済活動の再開を図る見込みであり、飲食店や各種イベントは引き続き制限が設けられている。本日公表された9月景気ウォッチャー調査でも宣言等の解除による需要回復を期待するコメントが多くあるものの、中には「緊急事態宣言解除後も新型コロナウイルス感染対策がなくなるわけではなく、当面の間は様子を見ながら徐々に対策を緩める動きになると予想している。」（東京都、百貨店（経営企画担当））というコメントがあるように、宣言解除によって、消費が急速に回復する姿は描きにくい。そのためV字回復ではなく、10月から12月にかけて徐々に回復するとみている。

なお自動車について、東南アジアにおける感染拡大を背景に10月もメーカー各社は生産調整を余儀なくされており、供給制約が残存している。本格的な回復は11月以降になるとみている。

<トピック> 個社データ・業界統計・POS データで先取りする 9 月の消費

- ◆【百貨店】 大手 3 社の 9 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、3~4 割減程度と 8 月と比べてマイナス幅が拡大。宣言延長の影響もあって客数が減少。
- ◆【アパレル】 9 月のアパレル 3 社の既存店売上高伸び率（2019 年同月比）は 1 社が前月からおおむね横ばい、2 社が前月と比べ回復。秋冬商品の好調さが全体を押し上げ。

図表 6：百貨店・アパレルの売上高



(注1) 百貨店：既存店ベース。

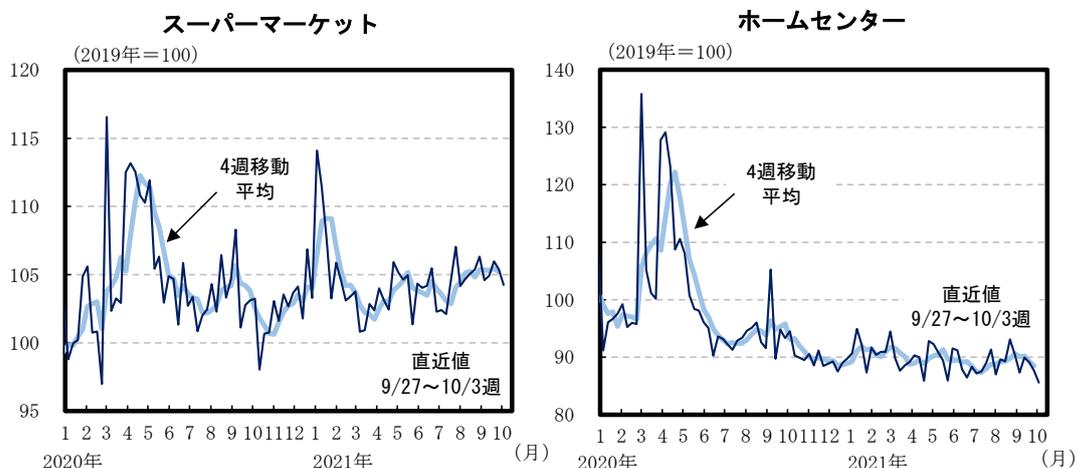
(注2) アパレル：既存店ベース。ユニクロとユニテッドアローズはネット通販を含む数値。

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】 9月の売上高は前月比▲0.1%（大和総研による季節調整値）。飲料が好調も雑貨やヘルスケア関連が全体を押し下げ。
- ◆【ホームセンター】 9月の売上高は前月比▲2.3%（大和総研による季節調整値）。食品やヘルスケア関連が押し下げ。

図表 7：スーパーマーケット・ホームセンターの売上高

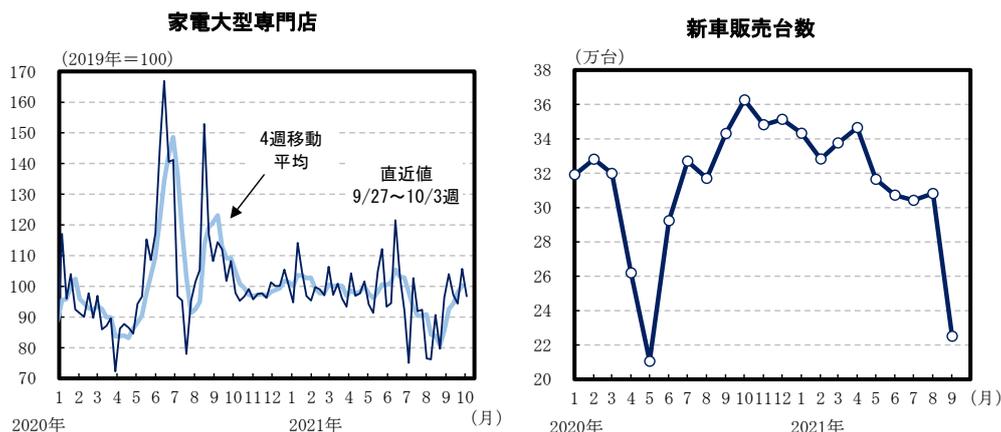


(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

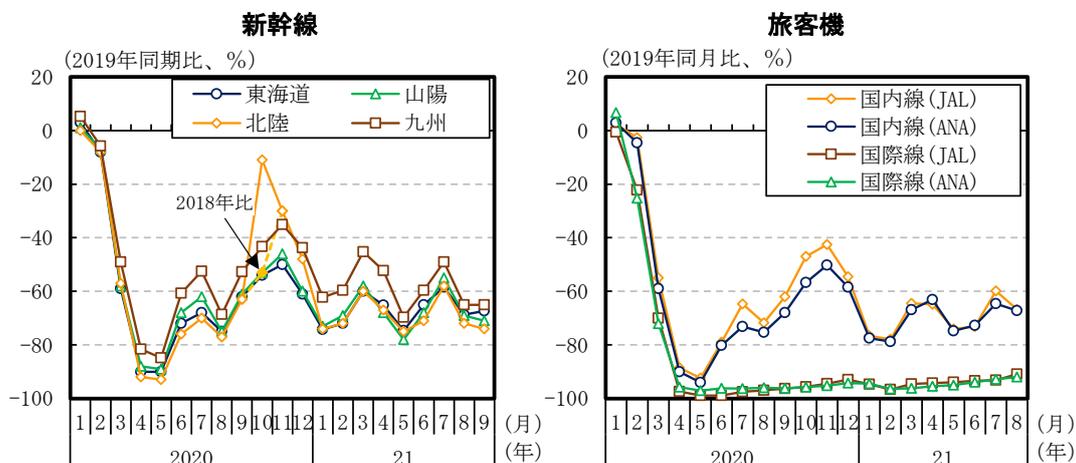
- ◆【家電】 9月の大手家電量販店の売上高は前月比+17.1%（大和総研による季節調整値）。東京五輪開幕前の駆け込み需要の反動で大幅に減少していたテレビや天候不順で落ち込んでいたエアコンの販売が回復。
- ◆【自動車】 9月の新車販売台数は8月から急減し前月比▲27.0%（大和総研による季節調整値）。半導体不足や東南アジアにおける工場停止の影響を受け、2020年5月以来の低水準に。

図表8：家電・自動車の売上高



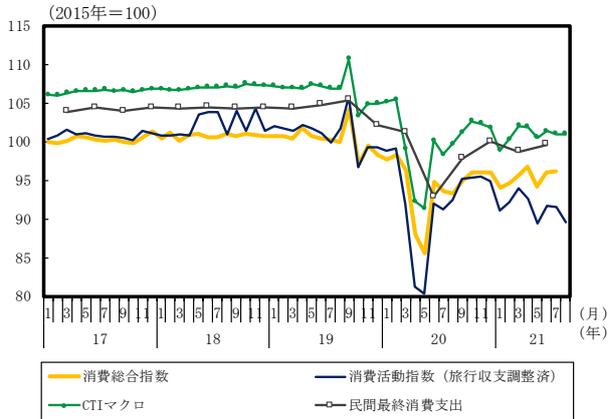
- ◆【新幹線】 9月後半までの輸送量は2019年同期比で8月からおおむね横ばい。宣言地域の拡大や宣言の延長などを受け、県をまたぐ移動の自粛が継続されたとみられる。
- ◆【旅客機】 8月の輸送量は、国内線は2019年同月比7割減程度と7月からマイナス幅が拡大。宣言地域拡大の影響で、長距離の移動を自粛する傾向が強まった。9月の国内線の減便率は計画比4割程度、10月は同3~4割程度と需要の緩やかな回復が見込まれている。

図表9：新幹線・旅客機の利用状況



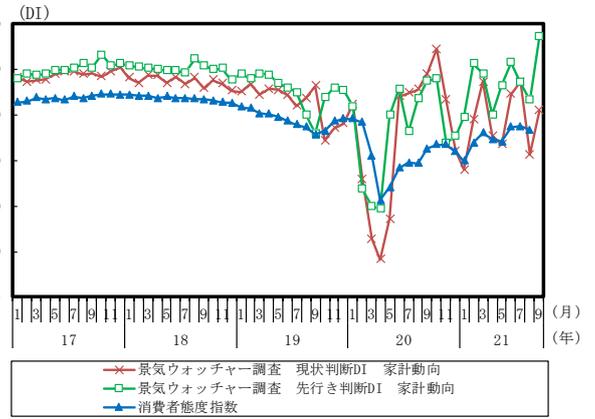
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



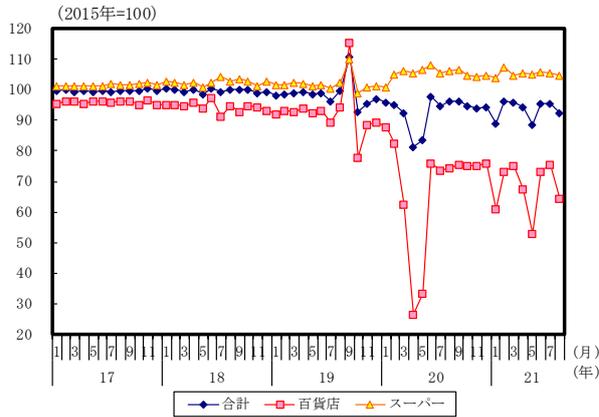
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



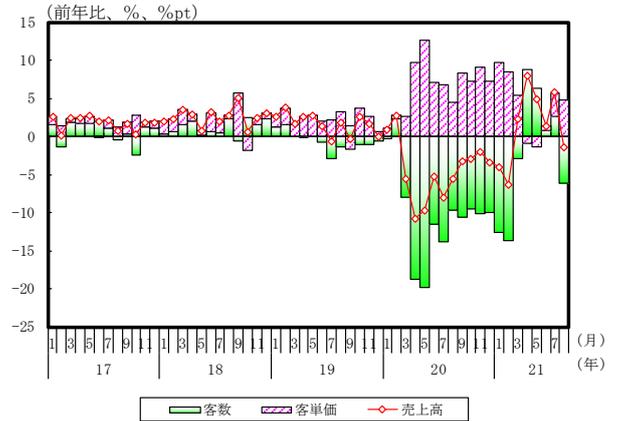
(注) 内閣府による季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



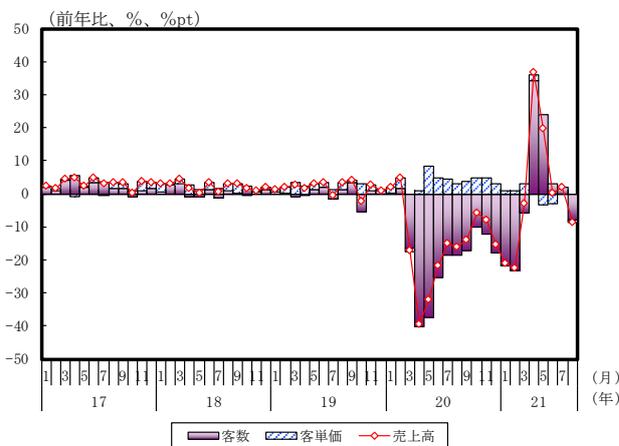
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



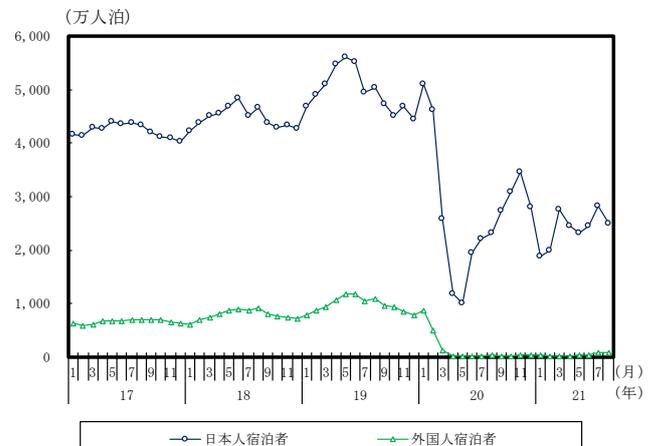
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

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

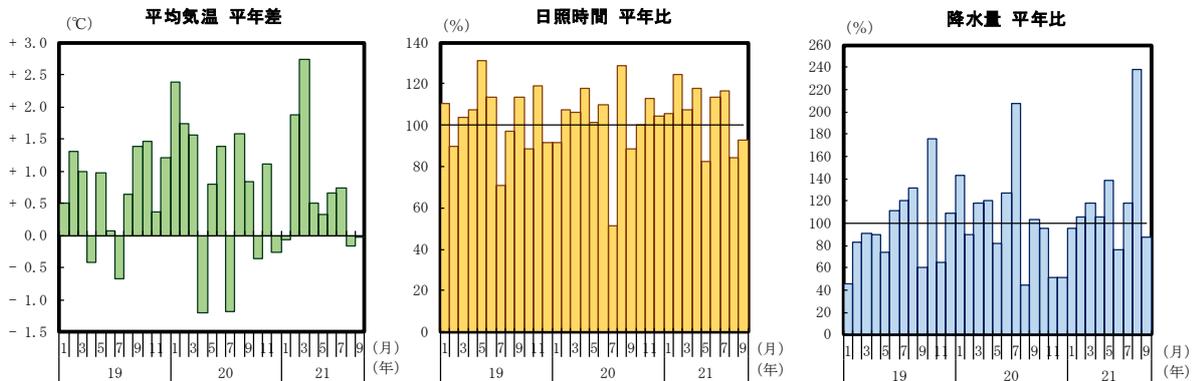
宿泊者数



(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

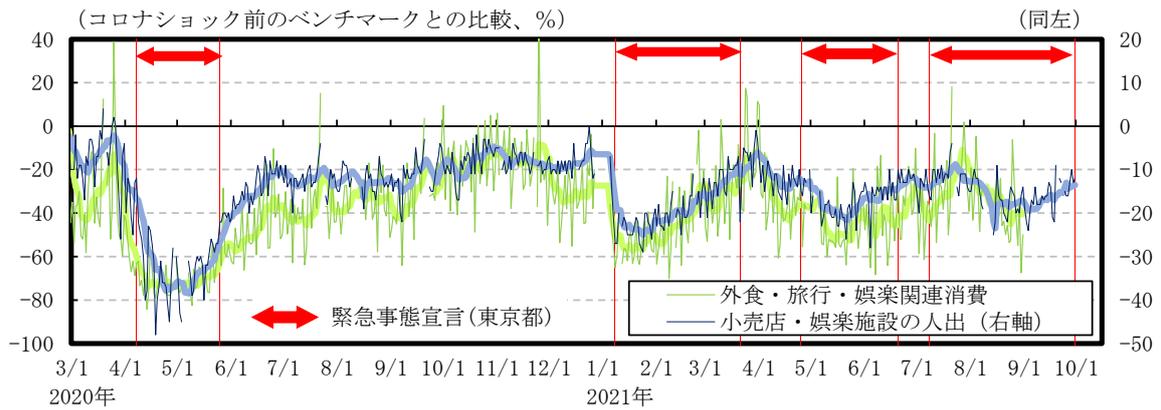
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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

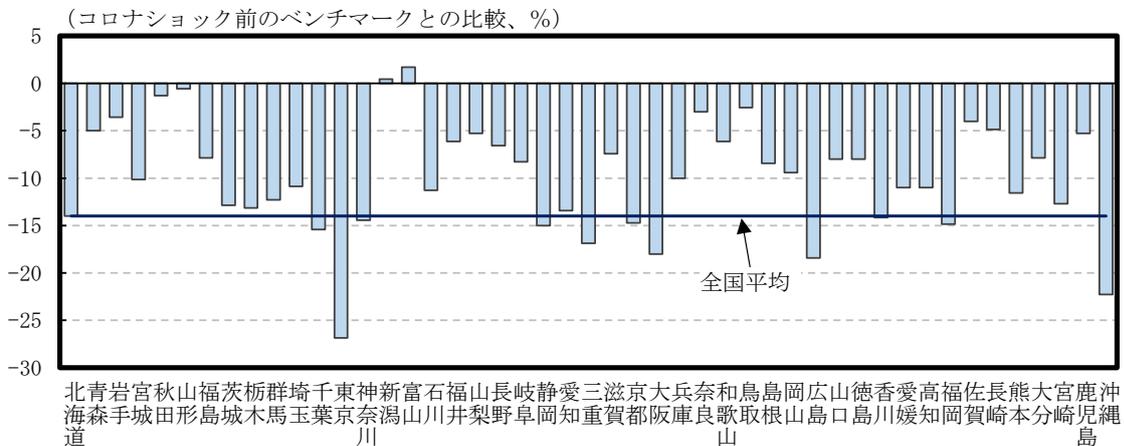
人出

小売店・娯楽施設の人出（直近値 10/2）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（9/26～10/2 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