

2021年11月5日 全10頁

Indicators Update

2021年9月消費統計

新規感染者数の減少で持ち直し / 10月以降も回復基調が継続

経済調査部 エコノミスト 鈴木 雄太郎

【要約】

- 9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+5.0%と5カ月ぶりに増加した。前年比ベースでは、▲1.9%となり、コンセンサス(同▲3.5%)を上回った。また、商業動態統計の名目小売販売額は前月比+2.7%と2カ月ぶりに増加した。
- 9月は中旬以降に新型コロナウイルスの新規感染者数が急減したことで、小売店・娯楽施設の人出が回復し消費を押し上げた。財・サービス別に見ると、生産調整の影響を受けた自動車の急減によって耐久財は前月から大幅に減少したものの、非耐久財、半耐久財、サービスは増加した。
- 10月の消費は回復傾向が継続したとみている。財消費は緊急事態宣言等の全面解除を受け、百貨店の売上高などは急回復した。また、サービス消費も人出の回復傾向が継続していることから増加したとみられる。11月以降の消費も持ち直しの傾向が続くとみているが、冬にかけて原油高が続くと、エネルギー代が増加し、他の消費支出が一定程度抑制される可能性がある点には注意が必要だ。

図表1：各種消費指標の概況（単位：％）

		2021年 5月	6月	7月	8月	9月		
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	12.5	▲4.3	0.7	▲3.0	▲1.9	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲2.3	▲3.1	▲0.9	▲3.9	5.0	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	11.2	▲4.2	0.7	▲3.6	▲0.8	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲2.3	▲0.6	▲1.3	▲3.0	5.0	
供給側	小売販売額	前年比	8.3	0.1	2.4	▲3.2	▲0.6	経済産業省
		前月比	▲0.3	3.1	1.0	▲4.0	2.7	
	百貨店売上高	前年比	65.2	▲1.6	4.2	▲11.7	▲4.3	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	4.2	0.8	5.1	▲1.9	0.6	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	2.9	1.7	4.6	▲0.1	3.2	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	19.8	0.1	2.1	▲8.6	▲8.2	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	284.1	67.3	114.6	17.8	-	観光庁
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	10.1	1.0	2.5	▲1.1	▲1.8	総務省
		前月比	▲1.3	0.7	▲0.4	▲2.1	0.8	
	消費総合指数	前月比	▲2.6	2.0	0.0	▲2.0	-	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

＜9月の消費総括＞新規感染者数の減少でサービス消費を中心に持ち直し

2021年9月の消費は需要側・供給側いずれも8月から持ち直した。緊急事態宣言等（以下、宣言等）の発出の継続に加え、部材不足等による生産調整の影響を受けた自動車などが押し下げた。もっとも、中旬以降に新型コロナウイルスの1日あたり新規感染者数が急減したことで、小売店・娯楽施設の人出が回復し消費を押し上げた。

家計調査を財・サービス別に見ると、耐久財では自動車が大幅に押し下げたものの、好天の日が多かったため、被服などの半耐久財や非耐久財の消費は前月から増加した。また、サービス消費も水準は未だ低いものの、前月から大幅に回復した。

＜家計調査（需要側）＞自動車が減少するも、外食や保健・医療が増加

2021年9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+5.0%と5カ月ぶりに増加した（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+5.1%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+5.0%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8費目が前月から増加した。とりわけ「その他の消費支出」（前月比+7.8%）、「食料」（前月比+4.7%）、「保健医療」（同+17.1%）が全体を押し上げた。「その他の消費支出」では10月に増税を控えたたばこの駆け込み需要が生じたことが背景にある。「食料」では外食が前月から増加した。飲酒代などは大幅に減少しているものの、洋食やハンバーガーなどの食事代が押し上げに寄与した。「保健医療」は7、8月に新規感染者の急増を受け、診療を先送りした需要が発現したとみられる。他方、「交通・通信」（同▲2.6%）は自動車等購入が全体を押し下げた。9月の新車販売台数は前月比で約3割減となっており、生産調整の影響が表れた。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2021/2	2021/3	2021/4	2021/5	2021/6	2021/7	2021/8	2021/9	シェア (%)
消費支出	2.4	7.4	0.7	▲2.3	▲3.1	▲0.9	▲3.9	5.0	100.0
食料	4.0	0.1	▲1.9	▲1.7	1.7	0.2	▲4.8	4.7	28.9
住居	▲2.0	22.7	▲3.5	▲5.8	▲6.0	▲8.6	9.6	1.7	6.3
光熱・水道	▲2.2	8.0	▲4.8	1.3	▲2.1	▲1.9	▲1.7	1.7	7.9
家具・家事用品	▲1.3	2.0	1.3	▲3.0	0.9	▲7.2	7.8	▲10.4	4.6
被服及び履物	22.5	▲1.5	3.3	▲14.7	21.4	▲7.7	▲5.6	6.4	3.3
保健医療	4.8	7.6	▲1.0	4.8	▲1.5	▲8.2	1.5	17.1	5.1
交通・通信	▲10.3	17.4	22.8	▲11.9	▲10.6	1.8	▲4.2	▲2.6	14.4
教育	28.2	▲2.4	▲11.1	14.8	▲9.5	▲13.9	13.2	13.9	3.7
教養娯楽	4.3	10.2	▲5.5	▲4.9	2.2	▲2.6	▲6.3	6.5	9.0
その他の消費支出	▲0.2	15.5	▲3.9	1.5	▲10.3	2.6	▲6.3	7.8	16.9

(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

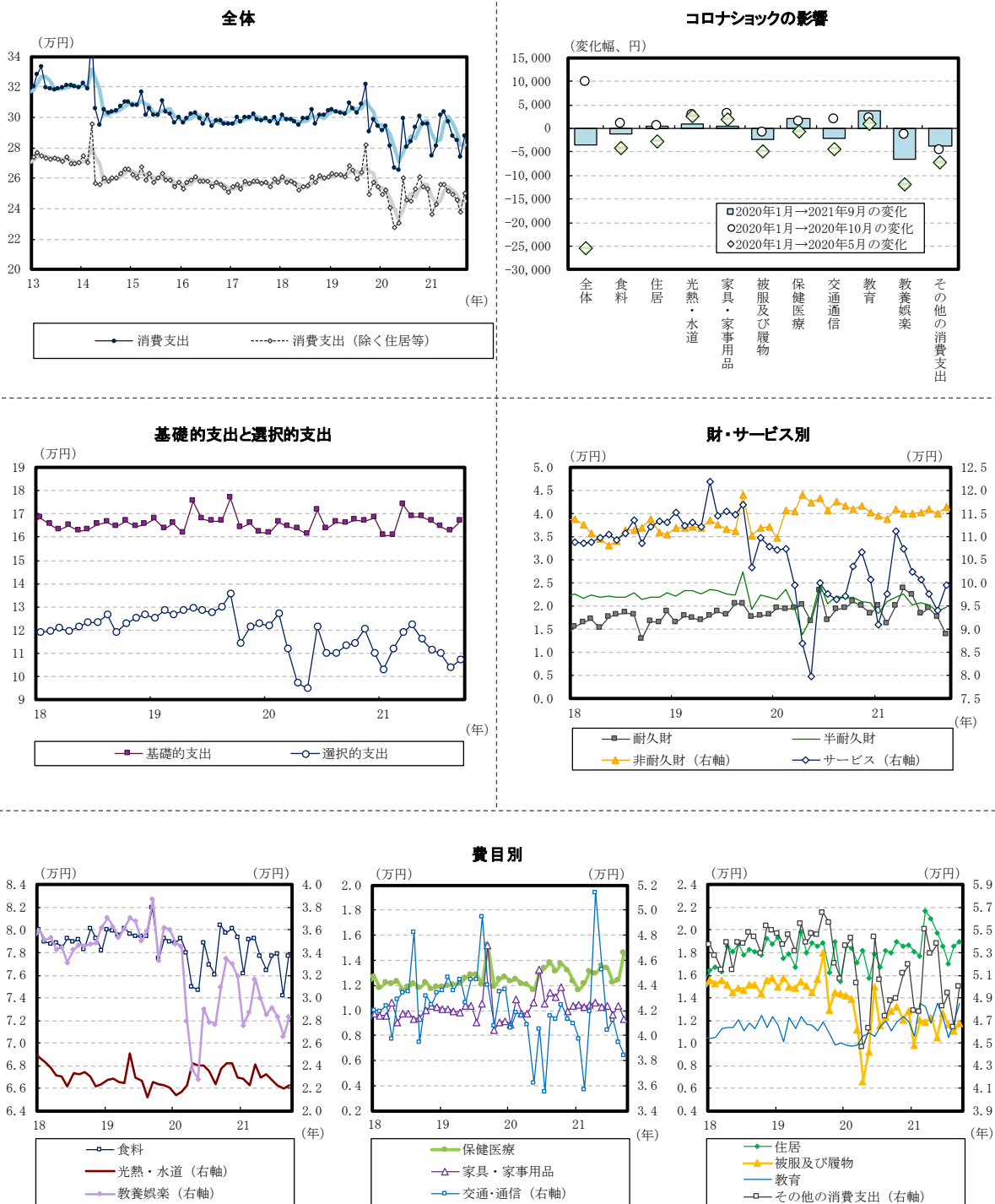
(注2) 「その他の消費支出」は名目金額指数（季節調整値）を、CPIの持家の帰属家賃を除く総合指数で実質化した値。

(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+2.5%、選択的支出は同+3.3%といずれも増加した（図表3左中）。財・サービス別に見ると、耐久財（同▲21.3%）は部材不足等による生産調整の影響を受けた自動車の急減を受け大幅に減少したものの、半耐久財（同+5.0%）、非耐久財（同+1.2%）、サービス（同+6.0%）は増加した。

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

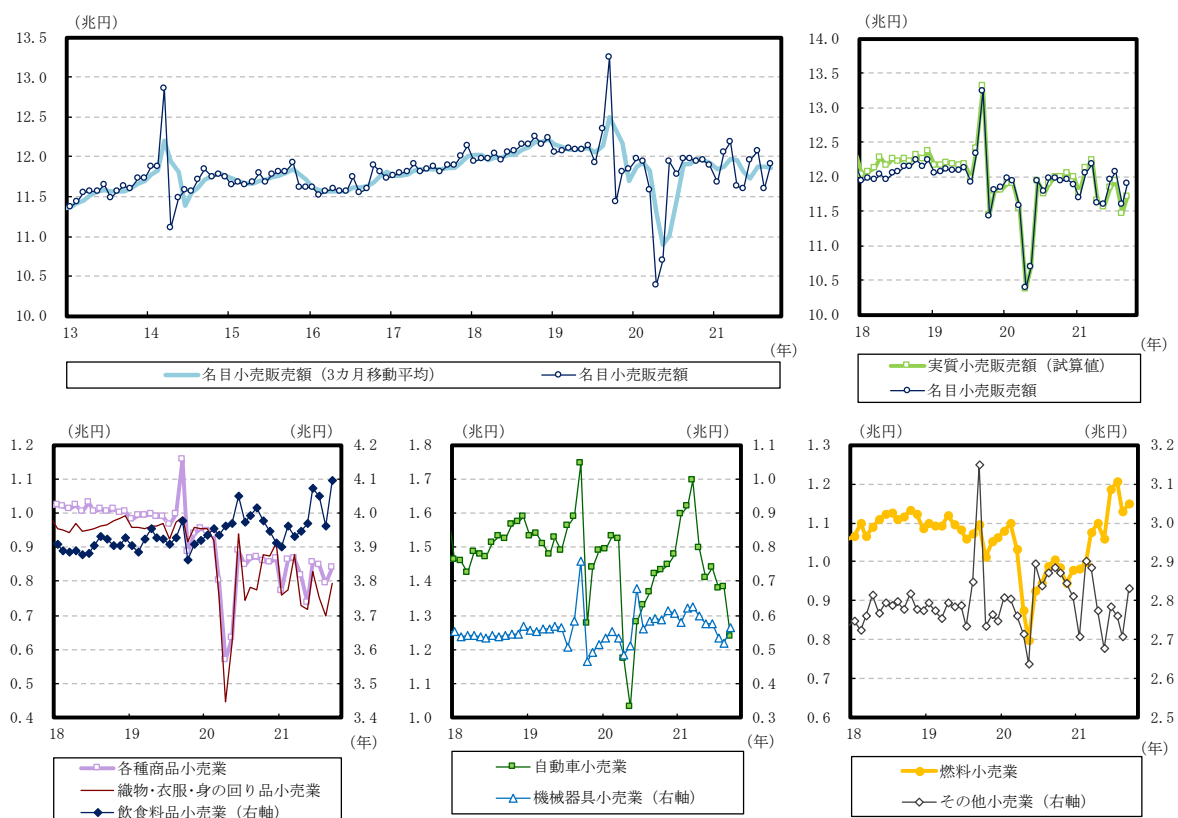
＜商業動態統計(供給側)＞感染者急減、好天の日が多く、2カ月ぶりに増加

2021年9月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比+2.7%と2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+2.1%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業種が前月から増加した。7、8月に天候不順を受け伸び悩んだ「織物・衣服・身の回り品小売業」(前月比+13.7%)は9月に好天の日が多かったこともあり大幅に増加した。秋物商品の販売が好調だったとみられる。また、「飲食料品小売業」(同+3.4%)、「各種商品小売業」(同+5.8%)に含まれるコンビニエンスストアや百貨店では宣言等が発出されていたものの下旬にかけて新規感染者数が急減したことを受け、客足が回復し全体を押し上げた。一方、「自動車小売業」(同▲10.7%)は部材不足による生産調整の影響が顕在化し、大幅に減少した。

CPIの財指数で実質化した小売販売額の推移を見ると、年初から振れを伴いながら減少基調にあった(図表4右上)。9月は持ち直しの兆しが見られており、10月以降は宣言等の全面解除に伴い、客足が回復し、緩やかな回復基調に転じるとみている。

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(2020年基準)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									シェア(%)
	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月		
小売業計	3.1	1.2	▲4.6	▲0.3	3.1	1.0	▲4.0	2.7	100.0	
各種商品小売業	12.2	0.6	▲5.9	▲9.7	15.6	▲0.5	▲6.4	5.8	7.0	
織物・衣服・身の回り品小売業	2.1	13.2	▲17.0	▲1.3	15.6	▲9.2	▲7.2	13.7	5.9	
飲食料品小売業	1.5	▲0.8	0.4	0.6	2.7	▲0.6	▲2.2	3.4	30.8	
自動車小売業	1.4	4.8	▲11.6	▲5.9	2.2	▲4.3	0.3	▲10.7	11.3	
機械器具小売業	7.2	1.1	▲4.3	▲4.3	0.6	▲7.2	▲3.1	8.6	6.4	
燃料小売業	1.4	7.8	2.2	▲3.7	12.0	1.8	▲6.3	1.8	8.1	
その他小売業	7.2	▲0.6	▲3.8	▲3.5	4.0	▲0.9	▲2.0	4.6	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＞サービス消費を中心に回復も、エネルギー価格の高止まりには要注意

個社データやPOSデータ等を基に判断すると（pp. 7-8）、10月の消費は9月からの持ち直しの傾向が継続したとみられる。財消費は宣言等の全面解除を受け、百貨店の売上が急回復した。一方、スーパーマーケットや大手家電量販店などでは前月から減少した。サービス消費は人出の回復を受けて前月から増加したとみられる。

財・サービス別に詳しく見ると、財消費について、耐久財では前月に大幅に増加したテレビや、エアコンが反動で落ち込んだことに加え、部材不足等によって生産調整を余儀なくされた自動車も低水準にとどまった。他方、半耐久財では下旬にかけて気温が低下したことを受け、衣料品などは好調であったようだ。サービス消費は宣言等の全面解除を受け、持ち直したとみられる。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月上旬を底に回復傾向にあり、10月に入りそのペースは加速した。

今後の消費動向を占う上では、自動車の挽回生産と接触型サービス消費の回復が鍵を握ることとなる。自動車については、サプライチェーンの混乱は解消されつつあり、11月以降は大幅な増産計画が各社から発表されている。計画通り生産されれば、耐久財消費を押し上げることになる。接触型サービス消費は11月から12月にかけて持ち直すとみている。感染状況は人出が増加する中でも安定しており、飲食店情報の閲覧数は10月に大幅に増加し、2019年同月平均比のマイナス幅は年初来で最小になった。旅行関連では地域観光事業支援が再開されている。一時停止中のGo To トラベルキャンペーン¹が再開されれば、回復ペースは速まることとなる。

なお、足元では原油価格が高止まりしている。ガソリン代などの高騰に加え、電気料金は燃料費調整制度によってタイムラグを伴い上昇するため、これから冬にかけてエネルギー関連の負担が増加することが懸念される。後述するように、とりわけ負担増が大きくなりやすい北日本や北陸地方では、他の消費支出が抑制される可能性がある点には注意が必要だ。

¹ 詳細は鈴木雄太郎、中村華奈子「[Go To トラベル再開のインパクトと求められる視点](#)」（2021年11月1日、大和総研レポート）を参照。

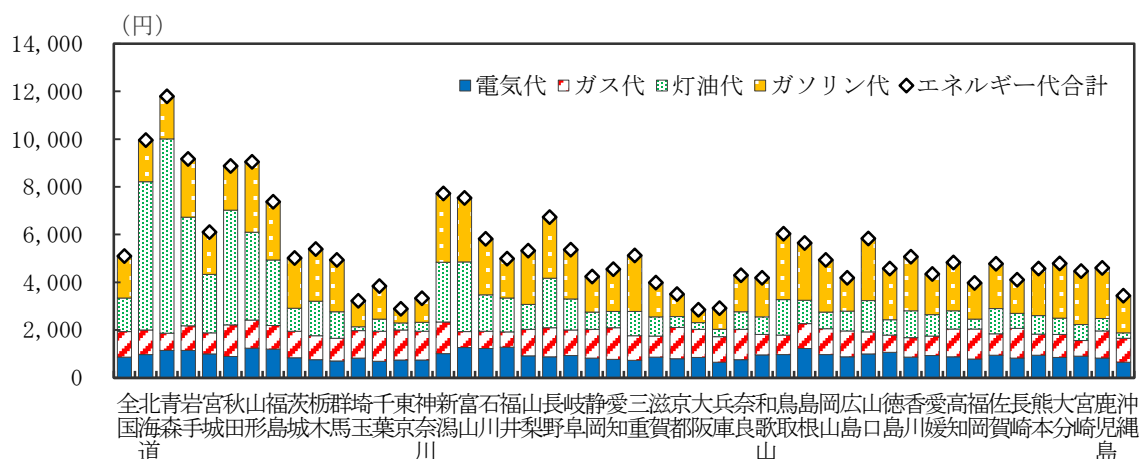
＜トピック＞原油高が冬の地域別消費に与える影響～北日本、北陸では負担が増加～

原油価格が高止まりしている。代表的な指標である WTI は 10 月半ばに約 7 年ぶりに 80 ドル/バレルを突破し、国内のガソリン価格も全国で 160 円/リットルを突破した。これから冬にかけて家計のエネルギー消費量は増加することが予想される。原油価格の上昇は電気代やガソリン代の上昇に直結し、家計のエネルギー関連の消費支出を一段と増加させることになる。しかしながら、その影響の大きさは地域ごとに異なる。

図表 6 は原油価格が 5 割上昇²した際の、都道府県別に見た冬（12 月～2 月）のエネルギー関連消費の増加額を示したものである。これを見ると、電気代やガス代の負担増は地域差が小さいものの、北海道、東北、北陸地方において、灯油代の増加がエネルギー代を押し上げていることが分かる。また、首都圏や関西圏以外の地域ではガソリン代も全体を押し上げている。冬の寒さが厳しい地域、日常生活で車の利用が多い地方部において、エネルギー負担が大きいようだ。負担額の増加幅が最も小さい大阪では 1 世帯あたり +2,800 円程度にとどまるが、影響が最も大きい青森では 1 世帯あたり +12,000 円程度と試算され、大阪の 4 倍以上である。

加えて気象庁によると、今冬はラニーニャ現象の発生確率が高まっており³、厳冬になることが予想されている。この試算では購入数量を一定として計算しているため、仮に原油価格の上昇に加えて、気温の低下も重なれば、負担増加額はさらに大きくなる。基礎的支出に該当するエネルギー代を抑制することは難しく、エネルギー代の増加額が大きい地域では、他の消費が一定程度抑制される可能性がある。

図表 6：都道府県別に見た冬（12～2 月）のエネルギー代の増加額（原油価格が 5 割上昇）



- (注1) 2020年12月～2021年2月のデータを基に、購入数量を一定として計算。二人以上の世帯ベース。
(注2) 原油価格が5割上昇して、その影響が全て顕在化した場合、過去の関係性から、電気価格は約3%、ガス価格は約7%、灯油価格は約20%、ガソリン価格は約14%上昇すると仮定した。
(注3) 利用するデータ期間などによって結果が異なるため、今回の結果については、ある程度の幅を持って見る必要がある。
(出所) 総務省より大和総研作成

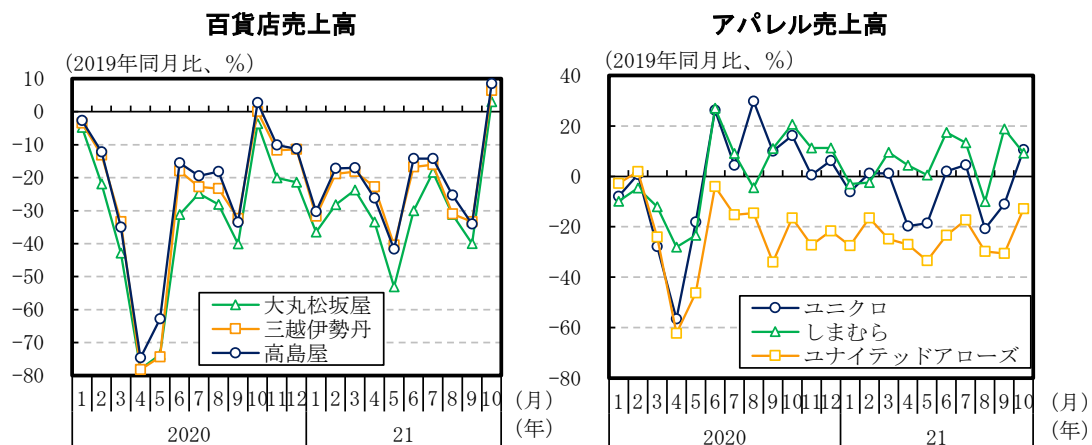
² 2020年12月～2021年2月のWTIは平均で52.7ドル/バレルであった。仮に足元（11月4日現在、78.81ドル/バレル）からWTIが横ばいで推移すると、前年比+49.4%となる。

³ 気象庁「エルニーニョ監視速報（No. 349）」（2021年10月11日）

<トピック> 個社データ・業界統計・POS データで先取りする 10月の消費

- ◆ **【百貨店】** 大手3社の10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年同月比で若干のプラスに急回復。消費増税の駆け込み需要の反動減で2019年の水準が低い点には留意する必要があるものの、宣言等の全面解除を受け、客数が増加。
- ◆ **【アパレル】** 10月のアパレル3社の既存店売上高（2019年同月比）は1社が前月から伸び率が縮小、2社が前月から回復。下旬にかけて気温が低下し季節商品が好調。

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。

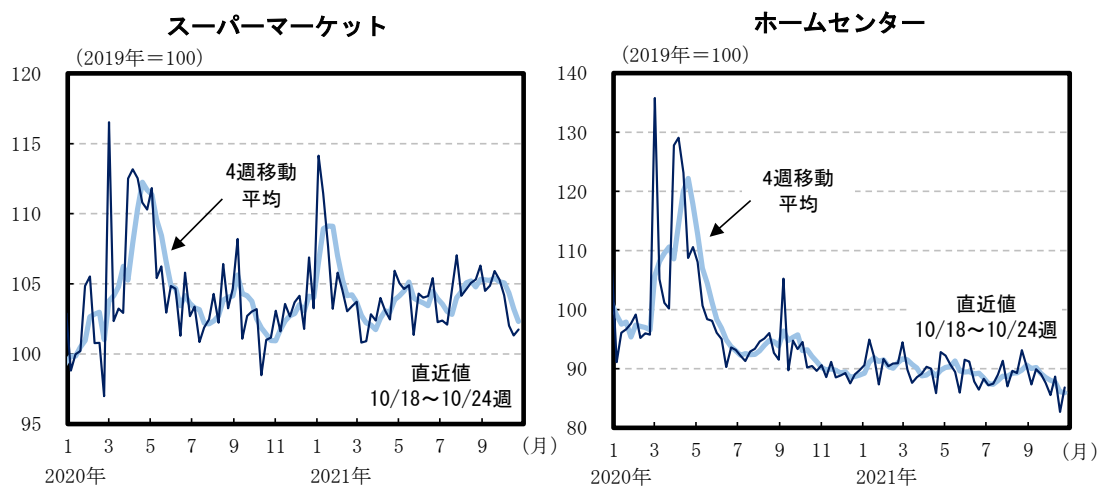
(注2) アパレル：既存店ベース。ユニクロとユナイテッドアローズはネット通販を含む数値。

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、2020年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】** 10月の売上高は前月比▲4.8%（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。宣言等の全面解除で内食需要が減少。
- ◆ **【ホームセンター】** 10月の売上高は前月比▲2.1%（大和総研による季節調整値）。雑貨やヘルスケア関連が押し下げ。

図表8：スーパーマーケット・ホームセンターの売上高

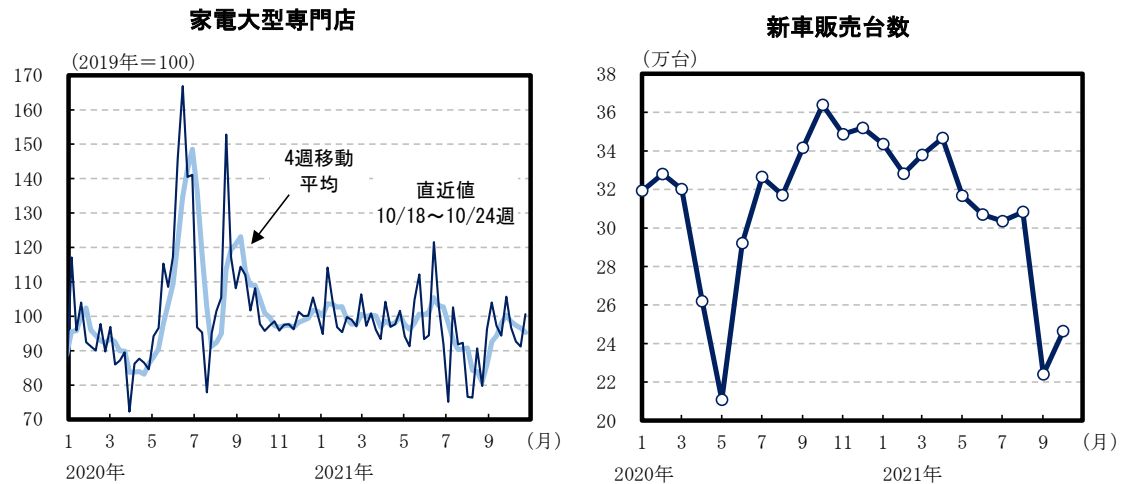


(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

- ◆【家電】 10月の大手家電量販店の売上高は前月比▲4.8%（大和総研による季節調整値）。前月に大幅に増加した反動で落ち込む。テレビやパソコンなどが押し下げ。
- ◆【自動車】 10月の新車販売台数は前月比+10.0%（大和総研による季節調整値）。前月からは持ち直したものの、部材不足等による生産調整から低水準にとどまる。

図表9：家電・自動車の売上高



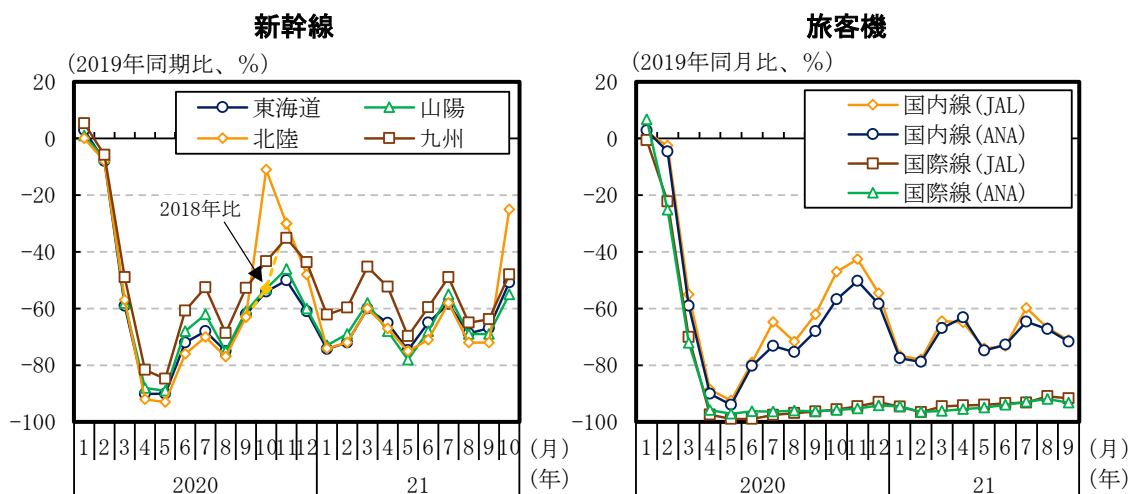
(注1) 家電大型専門店：METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(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】 10月の輸送量は2019年同期比で▲2~5割減と9月から回復。宣言等の全面解除を受け、県をまたぐ移動も回復。
- ◆【旅客機】 9月の輸送量は、国内線は2019年同月比▲7割程度と8月からマイナス幅が拡大。ただし、10月の国内線の減便率は計画比3~4割程度、11月は同2~3割程度と需要の緩やかな回復が見込まれている。

図表10：新幹線・旅客機の利用状況



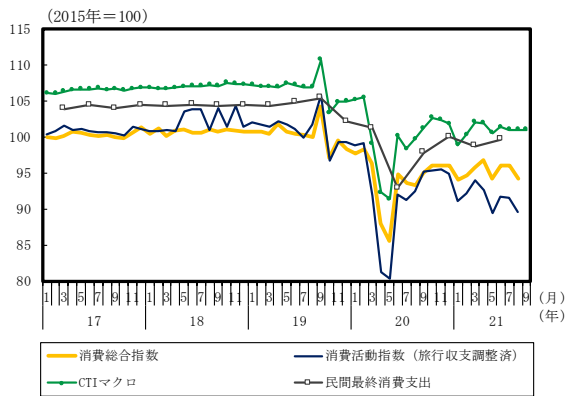
(注1) 新幹線の2021年10月の東海道は26日まで、山陽・北陸は21日まで、九州は24日まで。

(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

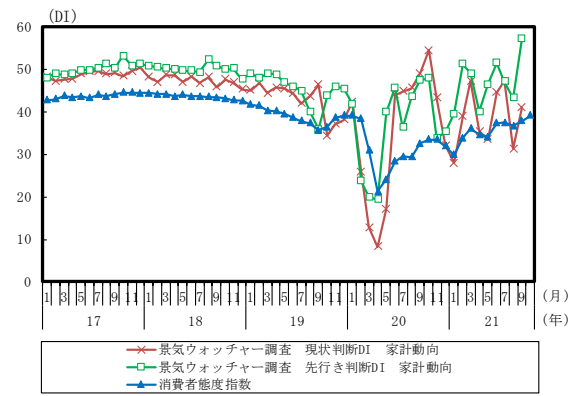
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



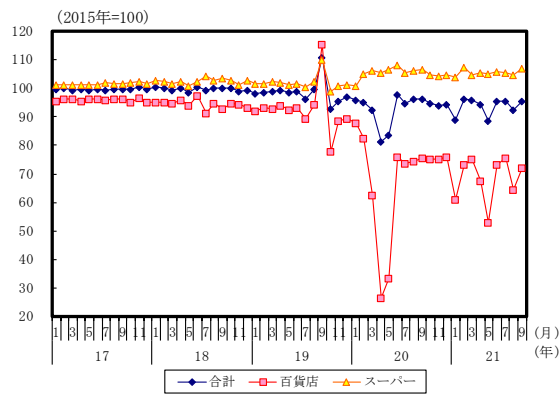
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



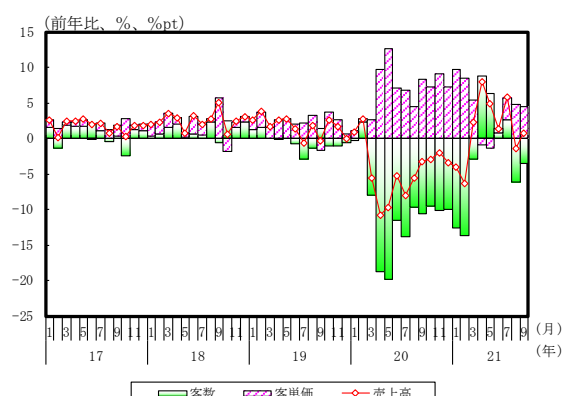
(注) 内閣府による季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



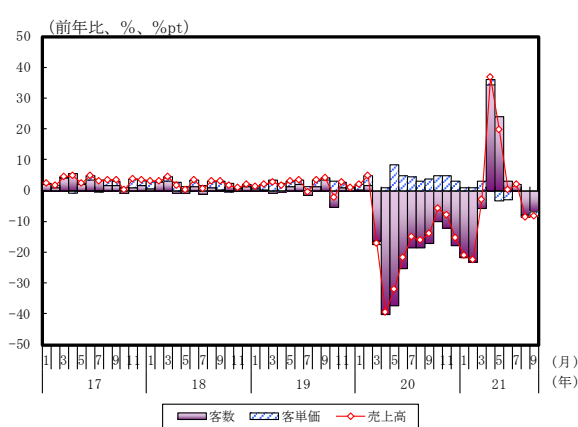
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



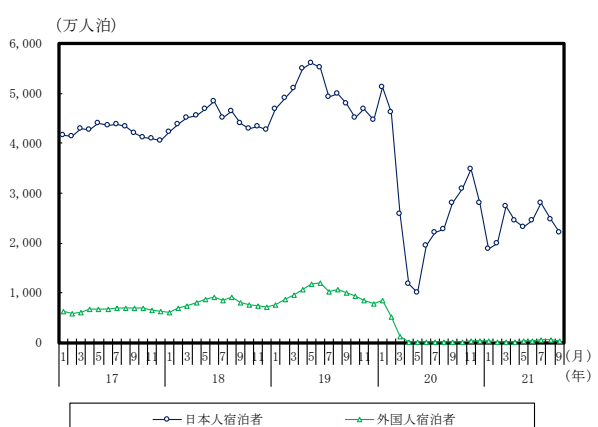
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

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

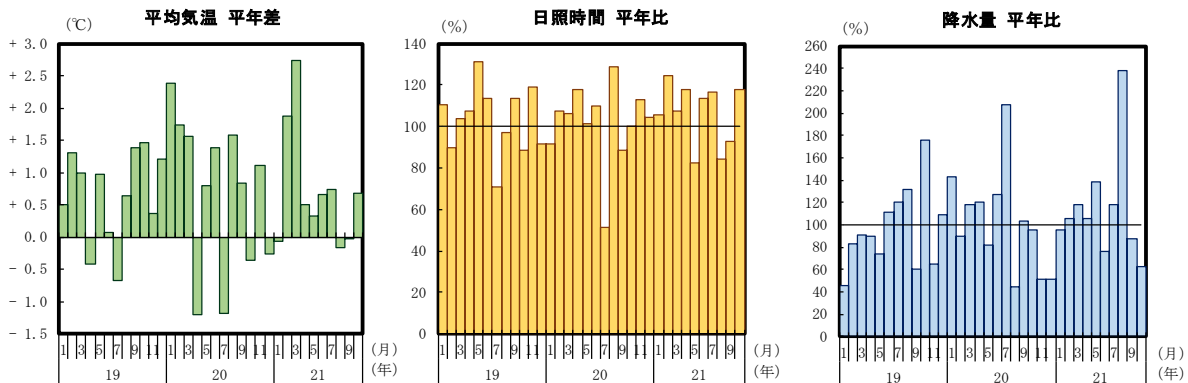
宿泊者数



(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

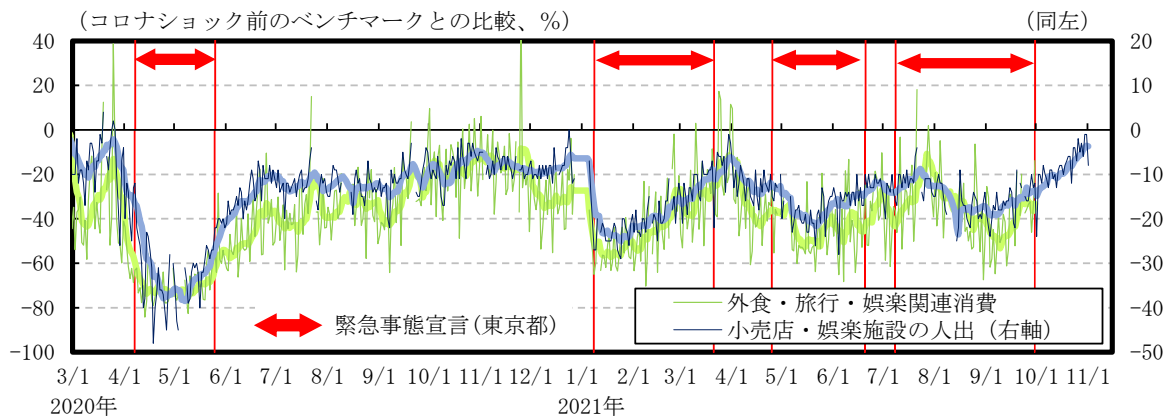
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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

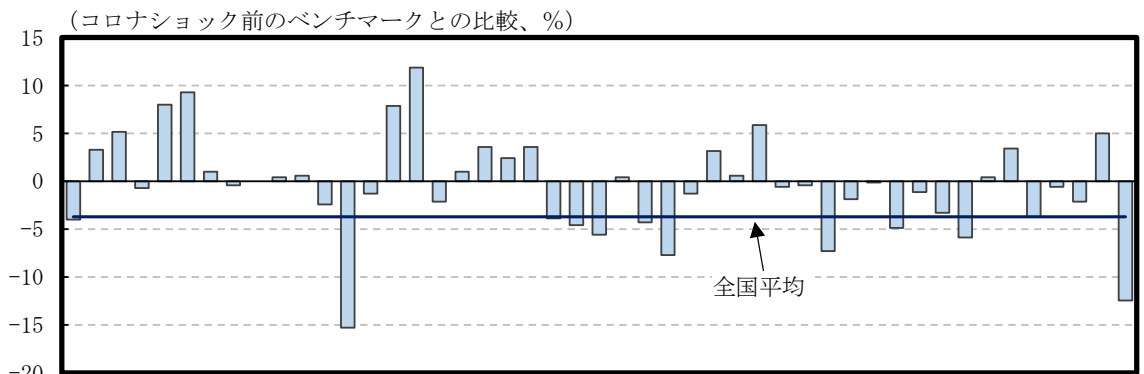
小売店・娯楽施設の人出（直近値 11/1）と外食・旅行・娯楽関連消費



(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、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（10/26～11/1 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沖
 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