

2021年12月7日 全10頁

## Indicators Update

## 2021年10月消費統計

緊急事態宣言等の全面解除を受け、接触型サービス消費が急回復

経済調査部 エコノミスト 鈴木 雄太郎

## [要約]

- 10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+3.4%と2カ月連続で増加した。前年比ベースでは▲0.6%となり、概ねコンセンサス（同▲0.5%）通りとなった。また、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。
- 財・サービス別に見ると、耐久財は前月からの反動で大幅に増加したものの、非耐久財、半耐久財、サービスは概ね横ばいであった。耐久財では自動車購入が全体を大きく押し上げた。サービスでは緊急事態宣言（以下、宣言）等の全面解除に伴い、接触型サービス消費が急回復したものの、保健医療などが全体を押し下げた。
- 11月の消費は回復傾向が継続したとみている。財消費はまちまちの結果であったものの、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたことでサービス消費を中心に回復した可能性が高い。今後の消費動向を占う上では、自動車販売と接触型サービス消費の動向（変異株の拡大の有無）が鍵を握ることとなろう。仮に変異株の市中感染が広がるような状況になれば、宣言等を発出するような状況に至らなくても、事態が収束するまで家計の消費行動が慎重になる可能性がある。

図表1：各種消費指標の概況（単位：%）

		2021年	7月	8月	9月	10月			
		6月							
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 4.3	0.7	▲ 3.0	▲ 1.9	▲ 0.6	総務省、二人以上世帯	
		前月比	▲ 3.1	▲ 0.9	▲ 3.9	5.0	3.4		
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲ 4.2	0.7	▲ 3.6	▲ 0.8	▲ 3.3		総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 0.6	▲ 1.3	▲ 3.0	5.0	0.5		
供給側	小売販売額	前年比	0.1	2.4	▲ 3.2	▲ 0.5	0.9	経済産業省	
		前月比	3.1	1.0	▲ 4.0	2.8	1.1		
	百貨店売上高	前年比	▲ 1.6	4.2	▲ 11.7	▲ 4.3	2.9	日本百貨店協会	
	コンビニエンスストア売上高	前年比	0.8	5.1	▲ 1.9	0.6	▲ 1.1	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	1.7	4.6	▲ 0.1	3.2	3.7	日本チェーンストア協会	
	外食売上高	前年比	0.1	2.1	▲ 8.6	▲ 8.2	▲ 0.5	日本フードサービス協会	
	旅行取扱高	前年比	67.3	114.6	17.8	2.0	-	観光庁	
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	1.3	3.0	▲ 1.1	▲ 0.6	▲ 1.7	総務省	
		前月比	1.8	▲ 0.4	▲ 2.7	2.2	0.2		
	消費総合指数	前月比	1.7	▲ 0.1	▲ 1.8	▲ 0.1	-		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。

## <10月の消費総括> 宣言等の全面解除を受け、接触型サービス消費が急回復

2021年10月の消費は需要側・供給側いずれも9月から持ち直した。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、緊急事態宣言（以下、宣言）等が全面解除されたことから、接触型サービス消費が急回復した。

家計調査の実質消費支出を財・サービス別に見ると、耐久財が自動車購入の反動増で大幅に押し上げたものの、半耐久財や非耐久財、サービスは前月から概ね横ばいとなった。サービスに関しては接触型サービス消費が押し上げたものの、保健医療などが大幅に減少したことで相殺された。

なお自動車購入に関しては、家計調査では前月比で大幅な増加、商業動態統計（自動車小売業）では減少と対照的な結果となった。新車販売台数は9月から持ち直しており、総じて見ると、前月から増加したとみられる。

## <家計調査（需要側）> 基礎的支出が減少するも選択的消費支出が急回復

2021年10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+3.4%と2カ月連続で増加した（**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+2.3%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+0.5%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「交通・通信」（前月比+21.5%）、「教養・娯楽」（同+12.0%）が全体を大きく押し上げた。「交通・通信」では自動車購入が全体を大幅に押し上げた。同品目は生産調整の影響によって9月に大幅に落ち込んでおり、その反動とみられる。「教養・娯楽」では、宿泊料や入場・観覧・ゲーム代、遊園地入場・乗物代が増加に寄与した。宣言等の全面解除を受け、接触型サービス消費に回復の兆しが見られる。「教養・娯楽」は宣言が1都3県以外で発出されていなかった2021年3月並みの水準まで回復した（1都3県は3月21日まで発出されていた）。

また、「食料」（前月比+1.2%）では外食が大幅に増加したほか、「家具・家事用品」（同+5.8%）も全体を下支えした。一方、「住居」（同▲11.8%）、「保健医療」（同▲10.7%）は前月から減少に転じた。住居は振れの大きい項目であり、保健医療は前月の大幅な増加からの反動であるとみられる。

図表 2 : 実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2021/3	2021/4	2021/5	2021/6	2021/7	2021/8	2021/9	2021/10	シェア (%)
消費支出	7.4	0.7	▲2.3	▲3.1	▲0.9	▲3.9	5.0	3.4	100.0
食料	0.1	▲1.9	▲1.7	1.7	0.2	▲4.8	4.7	1.2	28.9
住居	22.7	▲3.5	▲5.8	▲6.0	▲8.6	9.6	1.7	▲11.8	6.3
光熱・水道	8.0	▲4.8	1.3	▲2.1	▲1.9	▲1.7	1.7	0.3	7.9
家具・家事用品	2.0	1.3	▲3.0	0.9	▲7.2	7.8	▲10.4	5.8	4.6
被服及び履物	▲1.5	3.3	▲14.7	21.4	▲7.7	▲5.6	6.4	0.8	3.3
保健医療	7.6	▲1.0	4.8	▲1.5	▲8.2	1.5	17.1	▲10.7	5.1
交通・通信	17.4	22.8	▲11.9	▲10.6	1.8	▲4.2	▲2.6	21.5	14.4
教育	▲2.4	▲11.1	14.8	▲9.5	▲13.9	13.2	13.9	3.1	3.7
教養娯楽	10.2	▲5.5	▲4.9	2.2	▲2.6	▲6.3	6.5	12.0	9.0
その他の消費支出	15.5	▲3.9	1.5	▲10.3	2.6	▲6.3	7.8	1.2	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。

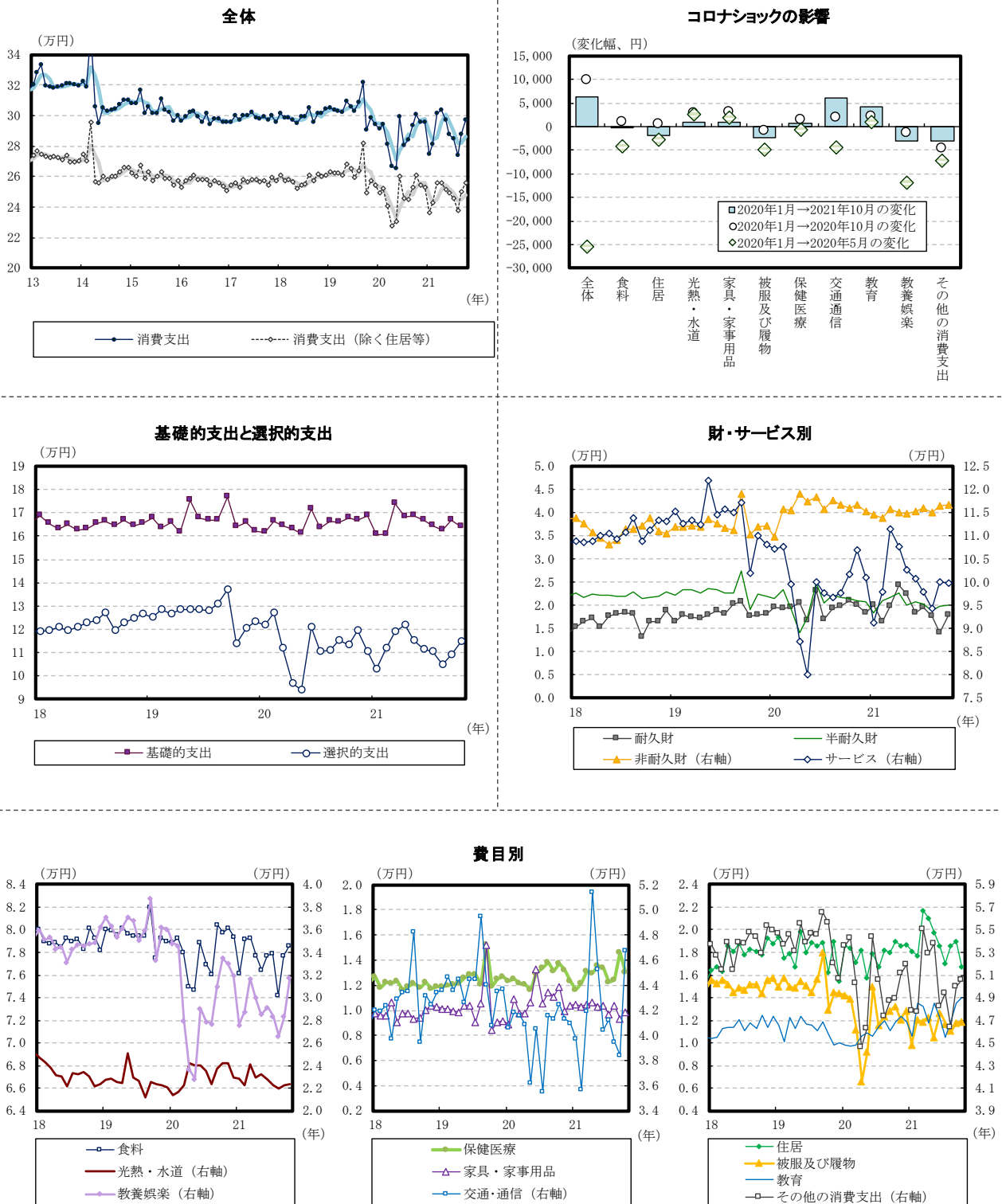
(注3) シェアは2020年の数値。

(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▲1.7%と2カ月ぶりに減少したが、選択的支出は同+5.3%と2カ月連続で増加した（図表3左中）。宣言等の全面解除に伴い、選択的支出は8月に底を打ったとみられるが、水準で見るとコロナショック前（2019年平均）を9.2%下回る。

財・サービス別に見ると、耐久財は前月比+28.2%と前月（同▲20.4%）の反動で大幅に増加した一方、半耐久財（同+0.2%）、非耐久財（同+0.2%）、サービス（同▲0.2%）は概ね横ばいであった。

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

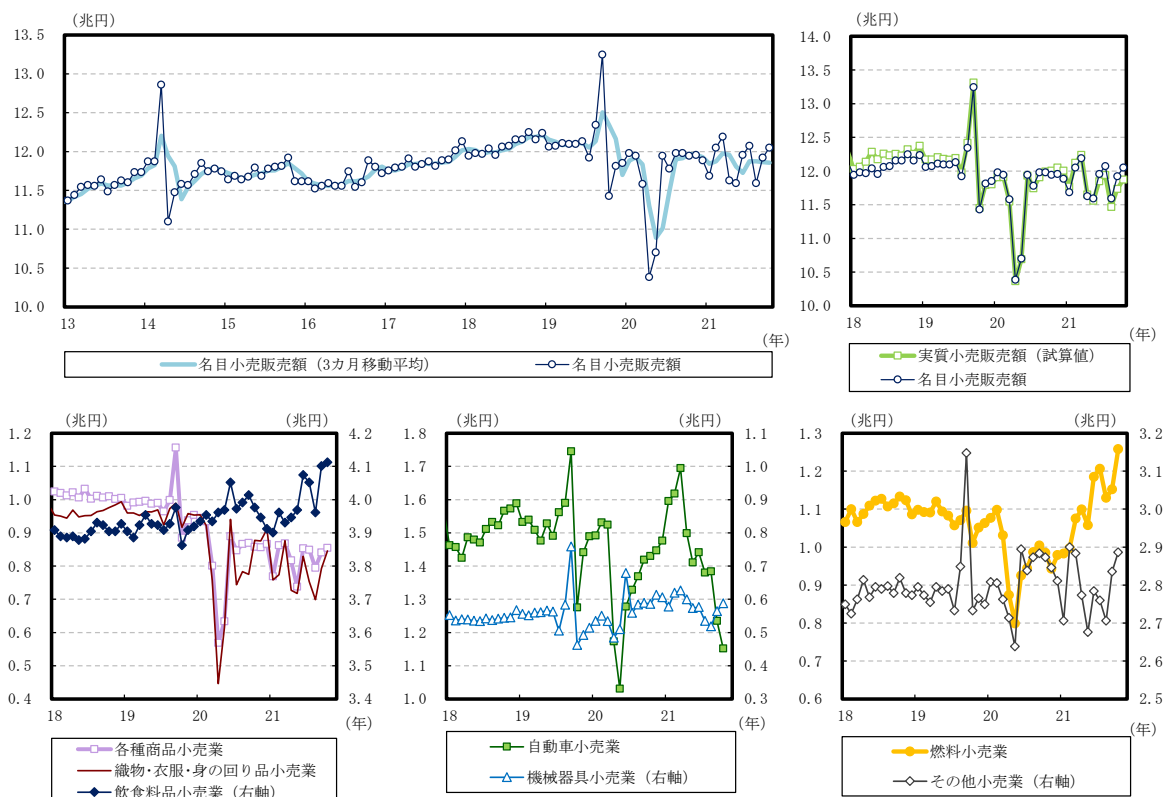
## ＜商業動態統計(供給側)＞自動車は落ち込んだ一方、燃料小売が過去最高を更新

2021年10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+1.2%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。「自動車小売業」(前月比▲6.7%)は生産調整の影響を受け、大幅に減少したものの、それ以外の業種は8月を底に回復傾向にある。とりわけ、資源価格の高騰を受け、「燃料小売業」(同+9.2%)が全体を押し上げた。「燃料小売業」の月次の販売額は統計が開始された2005年以降で過去最高を更新した。このほか、下旬にかけて気温が低下したことを受けて季節商品の販売が好調であった「織物・衣服・身の回り品小売業」(同+6.6%)や「その他小売業」(同+1.8%)が全体を押し上げた。なお、「燃料小売業」を除いたベースで見ると、名目小売販売額は同+0.7%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、年初から振れを伴いながらも概ね横ばい圏にある(図表4右上)。11月は後述する新車販売台数が大幅に増加していることから、自動車小売業がプラス転換し全体を押し上げるとみられ、ヘッドラインも緩やかな回復基調が続くと予想する。

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(%)
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月		
小売業計	1.2	▲4.6	▲0.3	3.1	1.0	▲4.0	2.8	1.1	100.0	
各種商品小売業	0.6	▲5.9	▲9.7	15.6	▲0.5	▲6.4	5.8	1.6	7.0	
織物・衣服・身の回り品小売業	13.2	▲17.0	▲1.3	15.6	▲9.2	▲7.2	13.4	6.6	5.9	
飲食料品小売業	▲0.8	0.4	0.6	2.7	▲0.6	▲2.2	3.5	0.3	30.8	
自動車小売業	4.8	▲11.6	▲5.9	2.2	▲4.3	0.3	▲10.8	▲6.7	11.3	
機械器具小売業	1.1	▲4.3	▲4.3	0.6	▲7.2	▲3.1	8.8	4.2	6.4	
燃料小売業	7.8	2.2	▲3.7	12.0	1.8	▲6.3	1.9	9.2	8.1	
その他小売業	▲0.6	▲3.8	▲3.5	4.0	▲0.9	▲2.0	4.8	1.8	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＞回復傾向が継続も変異株の動向を注視

個社データや POS データ等を基に判断すると (pp. 7-8)、11月の消費は10月から持ち直したとみられる。財消費はまちまちの結果であったものの、感染状況が落ち着いたことでサービス消費を中心に回復した可能性が高い。

財・サービス別に詳しく見ると、財消費について、耐久財では洗濯機や冷蔵庫の販売が好調であったことに加え、部材不足等によって減産を余儀なくされた自動車もその影響が収まりつつある。他方、半耐久財や非耐久財はアパレル関連やドラッグストアの販売額がさえないことから、全体を下押ししたとみている。サービス消費は感染状況が落ち着いたことから回復基調が継続しただろう。外食・旅行・娯楽関連消費と連動する傾向のある小売店・娯楽施設の入出を確認すると、9月上旬を底に回復傾向にある。

今後の消費動向を占う上では、自動車販売と接触型サービス消費の動向（変異株の拡大の有無）が鍵を握ることとなる。自動車については、当面は繰り越し需要が発現するとみられ、消費全体を押し上げるだろう。一方、接触型サービス消費については回復基調をたどるとみっていたが、新たに「懸念すべき変異株」に指定されたオミクロン株の出現によって雲行きが怪しくなった。現時点では感染力や重症化リスクが不透明であるものの、仮に市中感染が広がるような状況になれば、宣言等を発出するような状況に至らなくても、事態が収束するまで家計の消費行動が慎重になる可能性がある。

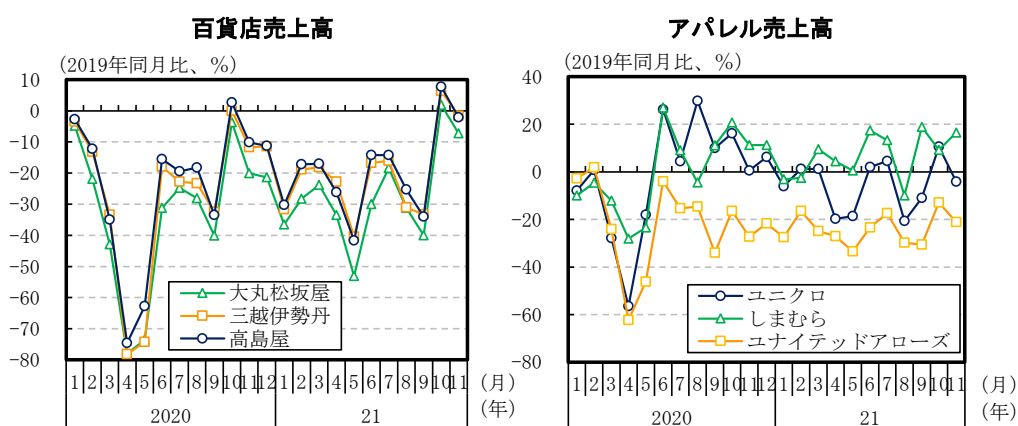
また、足元ではオミクロン株の影響で原油価格は一時に比べて低水準で推移しているが、再度、価格上昇に転じれば、冬にかけてエネルギー関連の負担が増加することが懸念される。とりわけ負担増が大きくなりやすい低所得世帯や地域別に見ると北日本や北陸地方では、他の消費支出が抑制される可能性がある点には注意が必要だ<sup>1</sup>。

<sup>1</sup> 詳細は拙稿「[2021年9月消費統計](#)」（2021年11月5日、大和総研レポート）や神田慶司・小林若葉・鈴木雄太郎・岸川和馬・瀬戸佑基「[日本経済見通し：2021年11月](#)」（2021年11月19日、大和総研レポート）を参照。

## <トピック> 個社データ・業界統計・POS データで先取りする 11 月の消費

- ◆ 【百貨店】 大手 3 社の 11 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 1 割程度のマイナス。伸び率は 10 月と比べ低下したものの、これは 2019 年 10 月が消費増税の影響で水準が低いことが影響している。総じて見ると、客数の増加を受けて回復基調が継続。
- ◆ 【アパレル】 11 月のアパレル 3 社の既存店売上高は 1 社が 2019 年同月比で 10 月から伸び率が上昇、2 社が前月から伸び率が低下。下旬にかけて気温が低下し季節商品が好調だったものの、前年同月と比べ休日数が 1 日少ないことが響いた。

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。

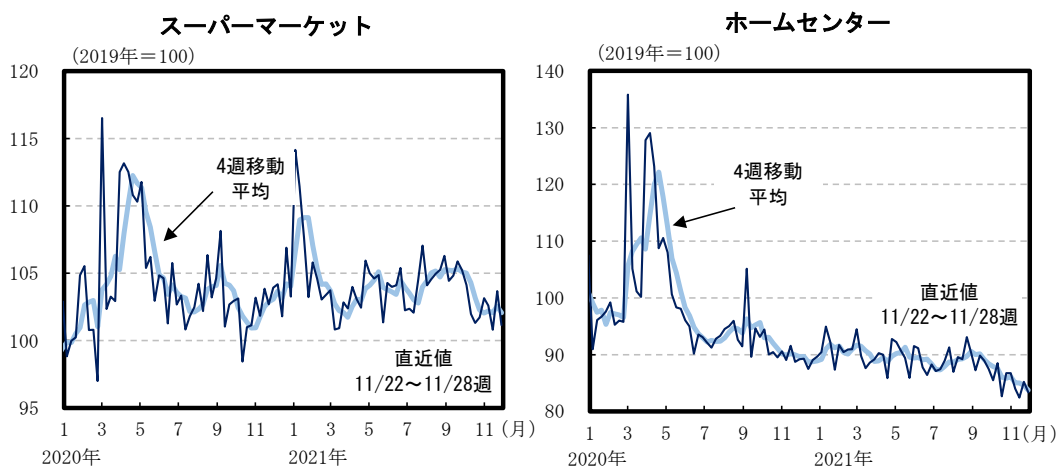
(注2) アパレル：既存店ベース。ユニクロとユナイテッドアローズはネット通販を含む数値。

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】 11 月の売上高は前月比+0.0%（大和総研による季節調整値）。化粧品やヘルスケアが押し下げても、たばこや飲料が押し上げた。
- ◆ 【ホームセンター】 11 月の売上高は前月比▲2.8%（大和総研による季節調整値）。食品や化粧品などが全体を押し下げた。

図表 7：スーパーマーケット・ホームセンターの売上高

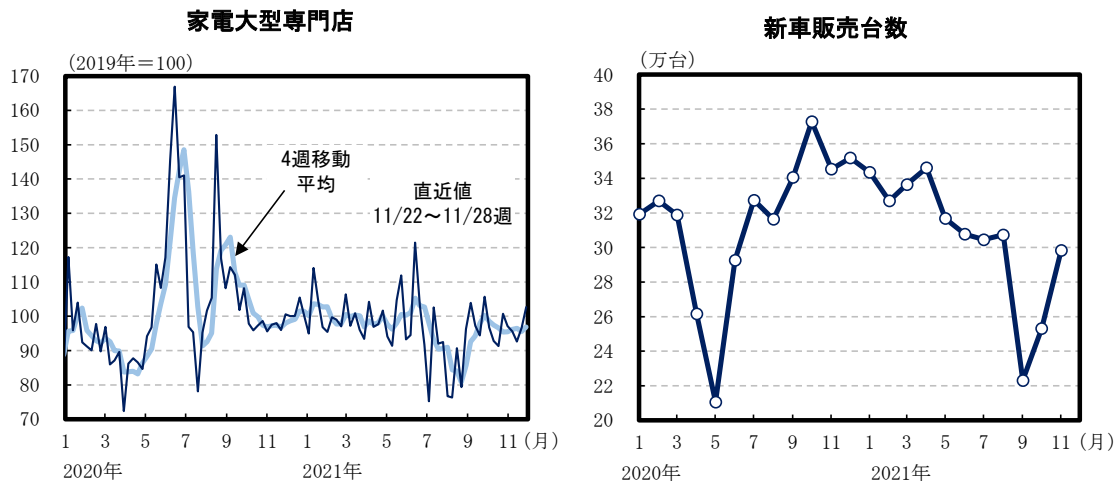


(注) METI POS小売販売額指標の週次データ。消費税を除くベース。大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

- ◆【家電】 11月の大手家電量販店の売上高は前月比+1.5%（大和総研による季節調整値）。洗濯機や冷蔵庫の販売が増加するも均してみると9月以降横ばい。
- ◆【自動車】 11月の新車販売台数は前月比+17.9%（大和総研による季節調整値）と大幅に増加。部材不足等による追加減産前である8月の水準付近まで回復。

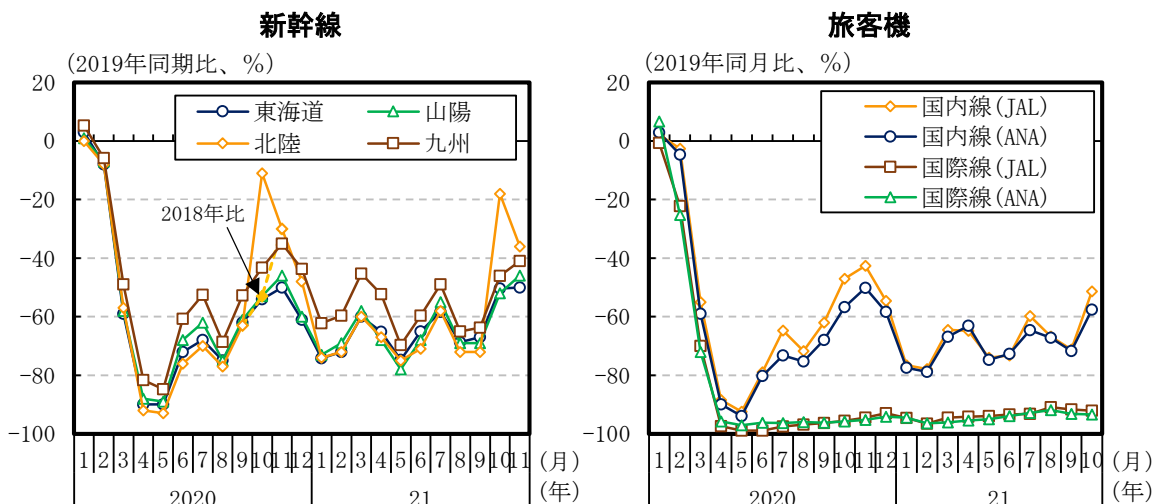
図表8：家電・自動車の売上高



(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】 11月中下旬の輸送量は2019年同期比で▲3~5割減と10月から持ち直し。感染状況が落ち着いたことで、県をまたぐ移動も回復傾向。
- ◆【旅客機】 10月の輸送量は、国内線は2019年同月比▲5~6割程度と9月からマイナス幅が縮小。12月の国内線の減便率は計画比1割程度、年末年始（2021年12月24日~2022年1月4日）は▲2~3%程度と需要の回復が見込まれている。

図表9：新幹線・旅客機の利用状況

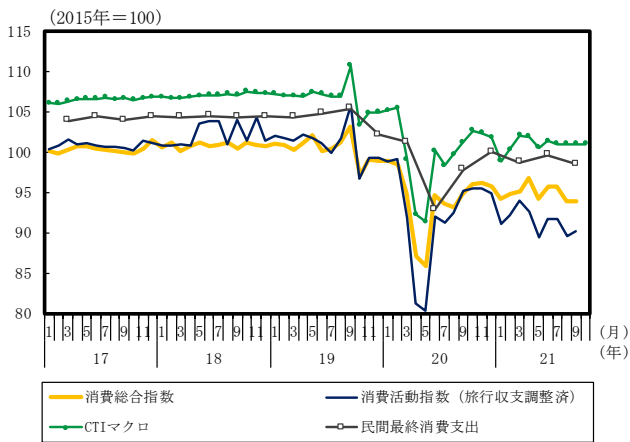


(注1) 新幹線の2021年11月の東海道は25日まで、山陽・北陸は14日まで、九州は24日まで。  
 (注2) JAL・ANAのデータはグループ会社を含む数値。  
 (出所) JR東海、JR西日本、JR九州、JAL、ANA資料より大和総研作成



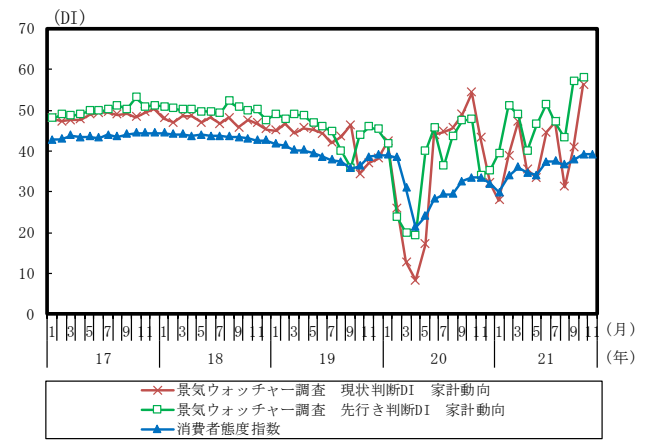
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



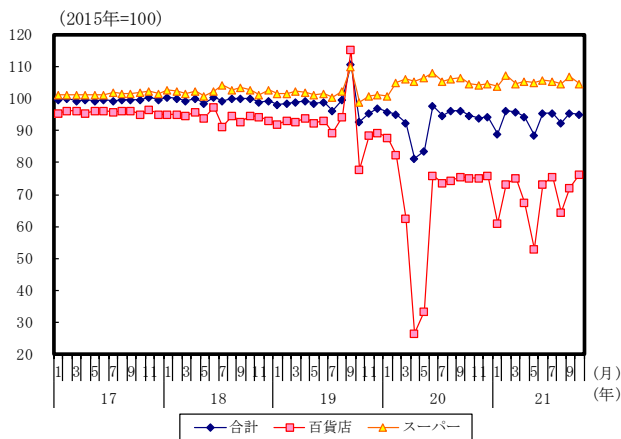
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



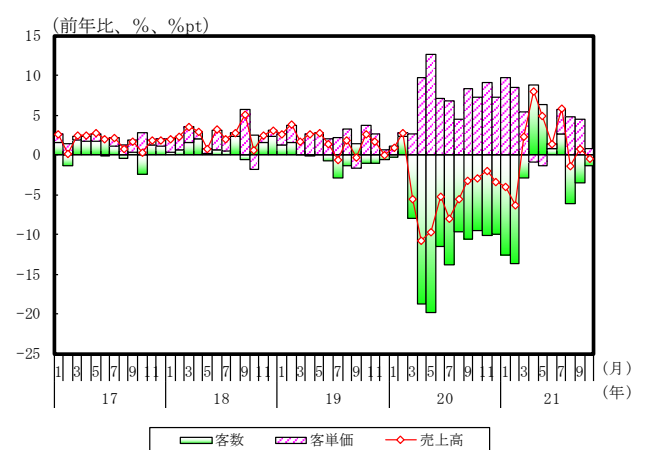
(注) 内閣府による季節調整値。  
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



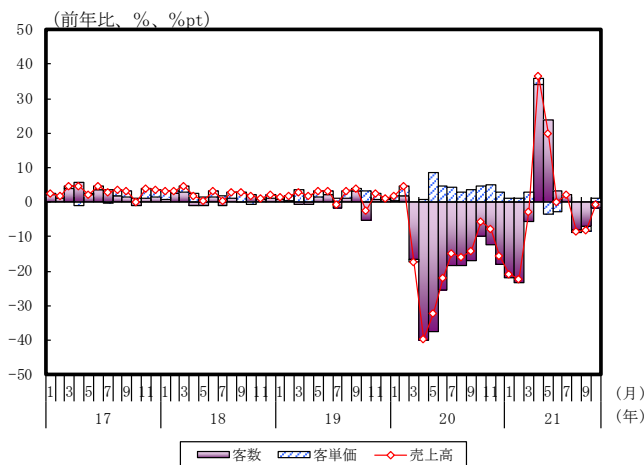
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



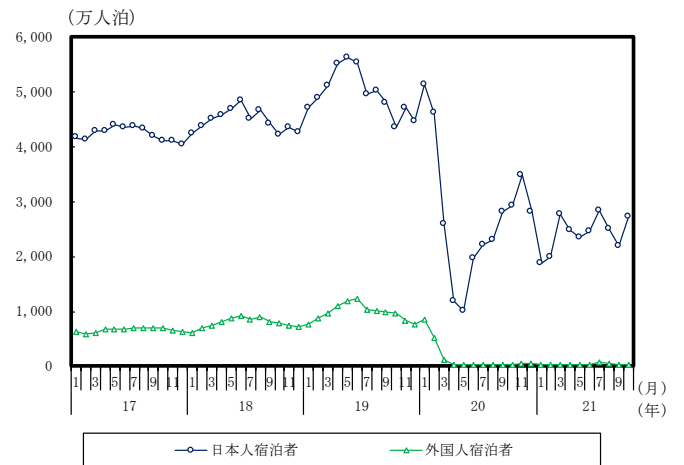
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

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

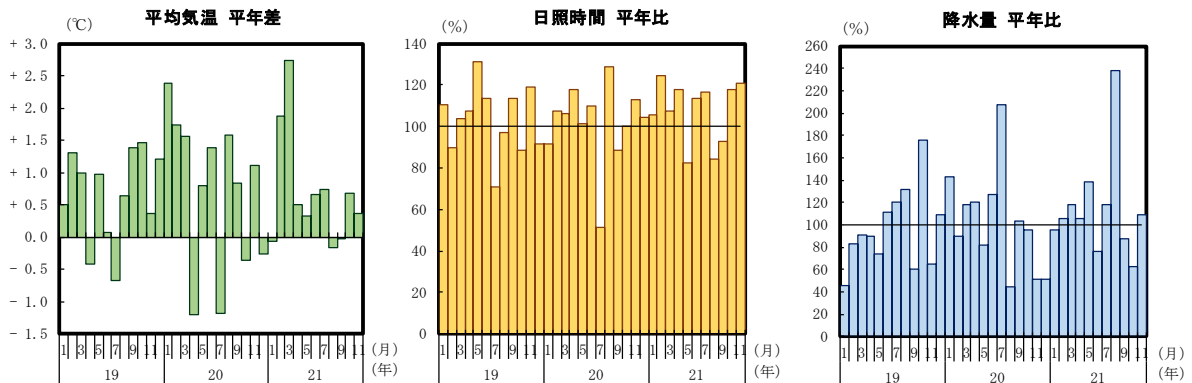
宿泊者数



(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

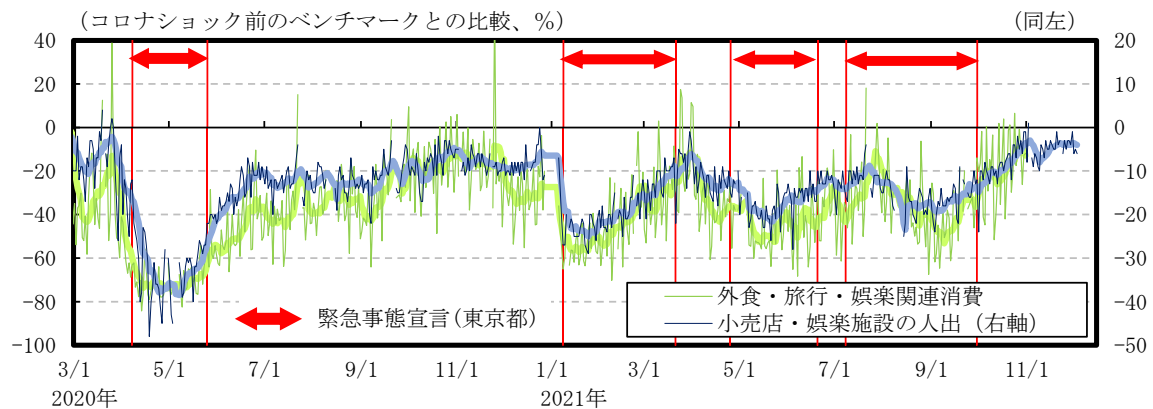
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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

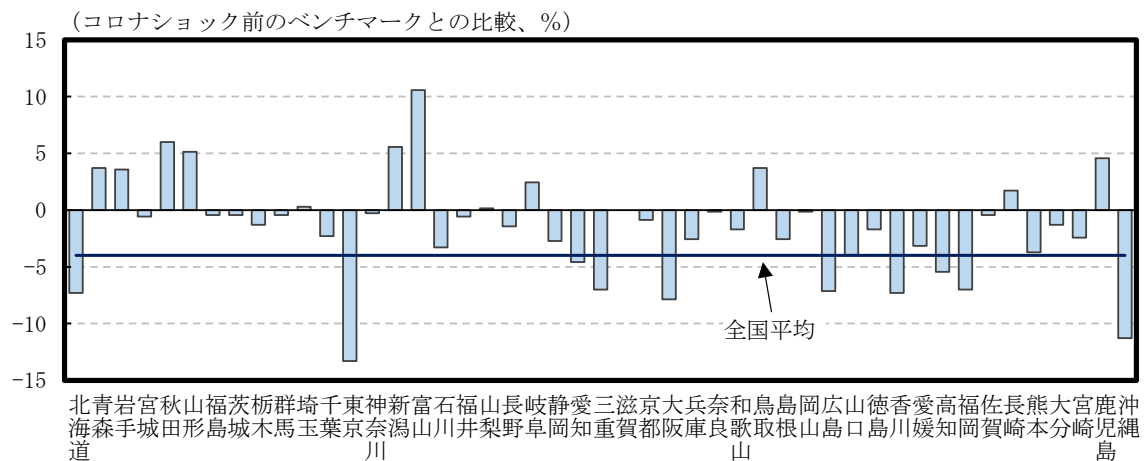
人出

小売店・娯楽施設の人出（直近値 12/3）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（11/27～12/3 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