

2022年1月7日 全8頁

## Indicators Update

## 2021年11月消費統計

総じて見れば前月から増加するも、感染拡大で先行き不透明感が高まる

経済調査部 エコノミスト 鈴木 雄太郎

## [要約]

- 2021年11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▲1.2%と3カ月ぶりに減少した。もっとも、振れの大きい費目の大幅な減少で押し下げられたことが主因であり、消費実態をより正確に反映したCTIマイクロベースでは同+1.2%と前月から増加した。また、商業動態統計の名目小売販売額は同+1.2%と3カ月連続で増加した。
- 財・サービス別に見ると、非耐久財、半耐久財、サービスは前月から増加、耐久財は前月の大幅増からの反動で減少に転じた。サービスでは宿泊料などが全体を押し上げた。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたことによって旅行需要も回復傾向にある。
- 12月の消費は11月から小幅に持ち直したとみられる。財消費は伸び悩んだものの、サービス消費が全体を牽引した可能性が高い。今後の消費は接触型サービス消費の動向（オミクロン株の感染拡大による経済活動の制限）が鍵を握ることとなろう。新規感染者数が爆発的に増加すれば、警戒感の高まりから外出頻度が減少し、消費を押し下げるだろう。

図表1：各種消費指標の概況（単位：%）

		2021年 7月	8月	9月	10月	11月			
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	0.7	▲ 3.0	▲ 1.9	▲ 0.6	▲ 1.3	総務省、二人以上世帯	
		前月比	▲ 0.9	▲ 3.9	5.0	3.4	▲ 1.2		
	実質消費支出（CTIマイクロ）	前年比	0.7	▲ 3.6	▲ 0.8	▲ 3.3	▲ 1.2		総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 1.3	▲ 3.0	5.0	0.5	1.2		
供給側	小売販売額	前年比	2.4	▲ 3.2	▲ 0.5	0.9	1.9	経済産業省	
		前月比	1.0	▲ 4.0	2.8	1.0	1.2		
	百貨店売上高	前年比	4.2	▲ 11.7	▲ 4.3	2.9	8.1	日本百貨店協会	
	コンビニエンスストア売上高	前年比	5.1	▲ 1.9	0.6	▲ 1.1	▲ 1.7	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	4.6	▲ 0.1	3.2	3.7	2.8	日本チェーンストア協会	
	外食売上高	前年比	2.1	▲ 8.6	▲ 8.2	▲ 0.5	▲ 0.2	日本フードサービス協会	
	旅行取扱高	前年比	114.6	17.8	2.0	▲ 22.1	-	観光庁	
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	2.6	▲ 1.8	▲ 0.7	▲ 1.4	▲ 0.5	総務省	
		前月比	▲ 0.3	▲ 3.1	2.6	0.5	0.7		

(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

## <11月の消費総括>ヘッドラインは減少も、総じて見れば前月から小幅に回復

2021年11月の消費は需要側・供給側いずれも10月から小幅に回復した。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたことから、財・サービスいずれの消費も底堅かったとみられる。小売店などでは客足の回復が販売増に寄与しており、サービス消費では旅行需要の回復を受け、宿泊料などが全体を押し上げた。

家計調査における二人以上世帯の実質消費支出は前月から減少し、前年比ベースでは▲1.3%とプラス予想のコンセンサス（前年比+1.2%）と対照的な結果になった。もともと、振れが大きい項目が全体を押し下げており、複数の統計で補正したCTIマイクロで見れば前月から増加した。供給側と整合的な結果である。財・サービス別に見ると、耐久財は前月の大幅増の反動で減少したものの、半耐久財や非耐久財、サービスは前月から増加した。

## <家計調査（需要側）>振れの大きい費目を除けば、増加基調を維持

2021年11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▲1.2%と3カ月ぶりに減少した（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▲0.6%であった。複数の統計で補正し、消費実態をより正確に反映したCTIマイクロにおける二人以上世帯の実質消費支出は同+1.2%であった。ヘッドラインは減少したものの、振れの大きい費目の大幅な減少で押し下げられたことが主因であり、消費の基調は8月を底に回復傾向にあるといえよう。

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5費目が前月から増加した。とりわけ気温の低下で季節商品の消費が増加したとみられる「被服及び履物」（前月比+12.6%）や、身の回り品、たばこなどの「その他の消費支出」（同+3.2%）が全体を押し上げた。たばこは増税前の駆け込み需要の反動で10月に大幅に落ち込んだ影響が一服したとみられる。また、10月に大幅に増加した「教養娯楽」は前月から横ばいであった。教養娯楽費について、コロナショック前である2019年同月と比較すると12%ほど下回る。内訳を見ると、宿泊料などが大幅に増加したものの、月謝類や運動用具類、動物病院代などが全体を押し下げた。宿泊料は3カ月連続で増加（うち10月、11月は前月比で2桁の伸び率）しており、感染状況が落ち着いたことによって旅行需要が回復傾向にある。そのほか、「光熱・水道」（同+0.5%）、「家具・家事用品」（同+0.5%）は前月から小幅に増加した。

他方、「教育」（前月比▲16.0%）、「住居」（同▲6.6%）が全体を大きく押し下げた。いずれも振れの大きい項目である。また、交通・通信（同▲5.4%）もマイナスに寄与した。交通・通信では自動車購入が減少したが、これは10月に大幅に増加していることの反動も含まれているとみられる。水準で見ると高水準を維持している。なお、供給側統計である新車販売台数を見ると、9月を底に回復傾向にある。

図表 2 : 実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2021/4	2021/5	2021/6	2021/7	2021/8	2021/9	2021/10	2021/11	シェア (%)
消費支出	0.7	▲2.3	▲3.1	▲0.9	▲3.9	5.0	3.4	▲1.2	100.0
食料	▲1.9	▲1.7	1.7	0.2	▲4.8	4.7	1.2	▲0.5	28.9
住居	▲3.5	▲5.8	▲6.0	▲8.6	9.6	1.7	▲11.8	▲6.6	6.3
光熱・水道	▲4.8	1.3	▲2.1	▲1.9	▲1.7	1.7	0.3	0.5	7.9
家具・家事用品	1.3	▲3.0	0.9	▲7.2	7.8	▲10.4	5.8	0.5	4.6
被服及び履物	3.3	▲14.7	21.4	▲7.7	▲5.6	6.4	0.8	12.6	3.3
保健医療	▲1.0	4.8	▲1.5	▲8.2	1.5	17.1	▲10.7	▲0.1	5.1
交通・通信	22.8	▲11.9	▲10.6	1.8	▲4.2	▲2.6	21.5	▲5.4	14.4
教育	▲11.1	14.8	▲9.5	▲13.9	13.2	13.9	3.1	▲16.0	3.7
教養娯楽	▲5.5	▲4.9	2.2	▲2.6	▲6.3	6.5	12.0	0.0	9.0
その他の消費支出	▲3.9	1.5	▲10.3	2.6	▲6.3	7.8	1.2	3.2	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。

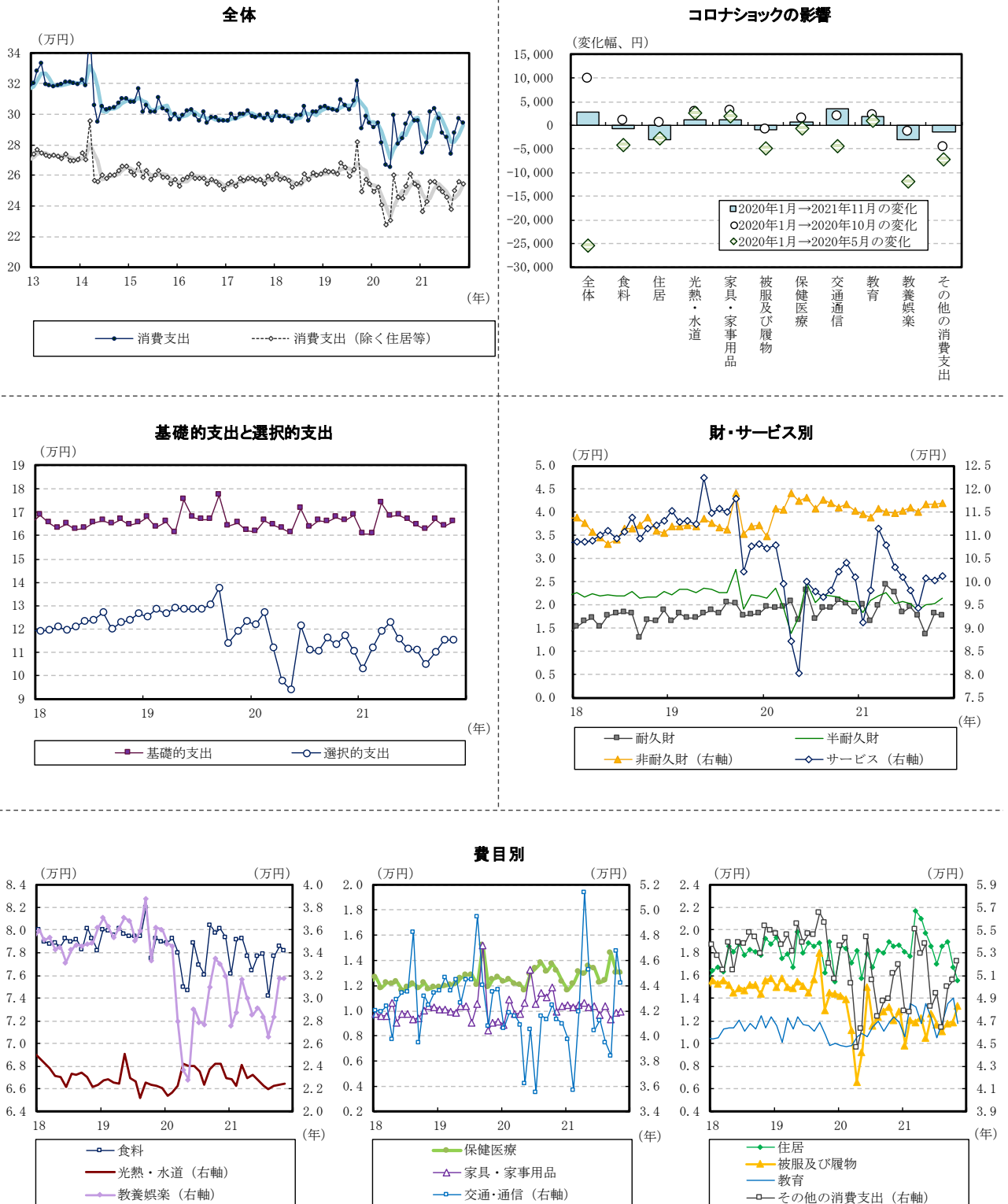
(注3) シェアは2020年の数値。

(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+1.2%と2カ月ぶりに増加、選択的支出は同+0.2%と3カ月連続で増加した（図表3左中）。感染状況が落ち着いたことで、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8.9%下回る。

財・サービス別に見ると（大和総研による季節調整値）、半耐久財（前月比+6.0%）、非耐久財（同+0.2%）、サービス（同+0.8%）は前月から増加し、耐久財（同▲2.3%）は減少した。耐久財は前月（同+32.8%）に大幅に増加した反動も含まれている点には留意が必要である。

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カ月移動平均。  
 (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

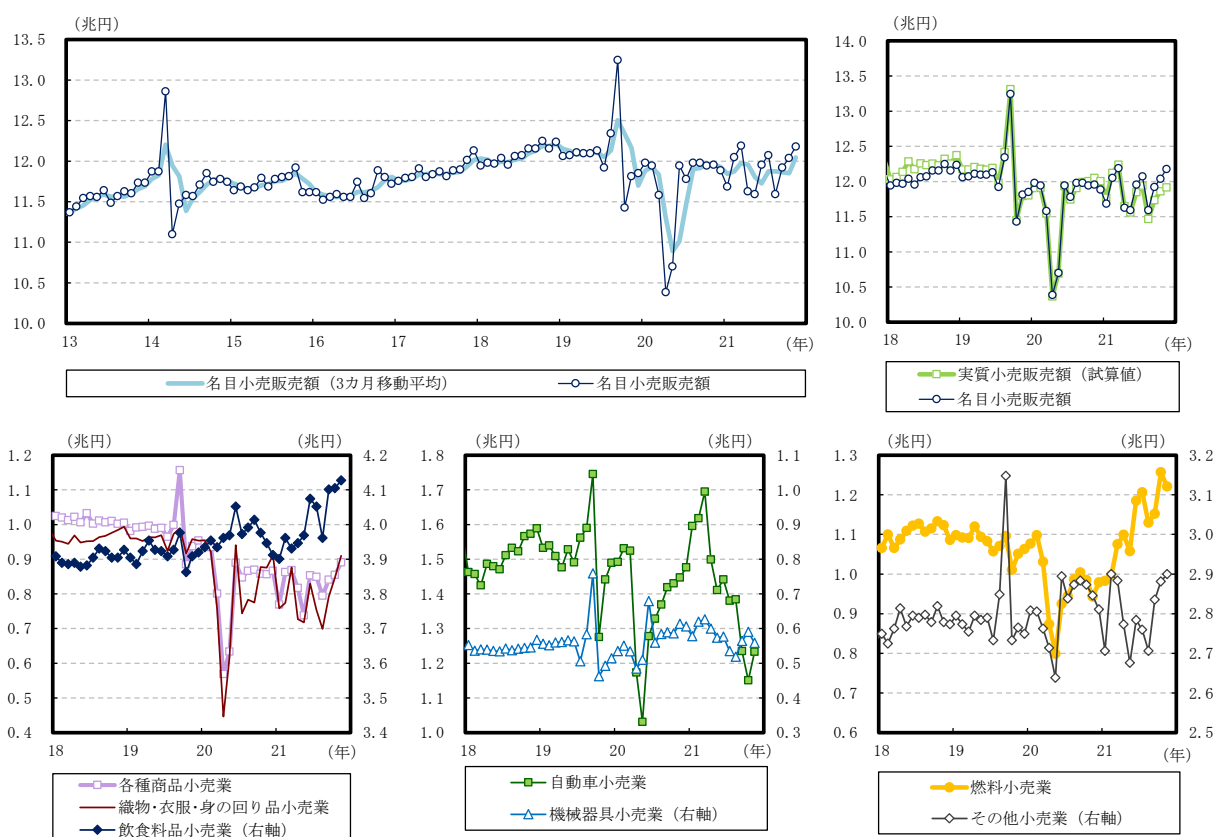
## ＜商業動態統計（供給側）＞3 カ月連続で増加、基調判断は上方修正

2021年11月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比+1.2%と3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+0.5%だった。経済産業省は基調判断を「持ち直しの動きがみられる」に上方修正した。

名目小売販売額を業種別に見ると、7業種中5業種が前月から増加した。生産調整の影響が緩和したことで「自動車小売業」（前月比+7.2%）が大幅に回復したほか、気温の低下を受け季節商品の販売が好調であったとみられる「織物・衣服・身の回り品小売業」（同+7.5%）が全体を押し上げた。一方、「機械器具小売業」（同▲5.4%）は3カ月ぶりに減少した。スマートフォンやパソコン、及びその周辺機器などの販売が振るわなかったとみられる。また、このところ原油高を背景に全体の押し上げに寄与していた「燃料小売業」（同▲2.9%）は3カ月ぶりに減少したものの、引き続き高水準にある。12月は原油価格の上昇が一服したため、10月が一旦のピークとなるだろう。

CPIの財指数で実質化した小売販売額の推移を見ると、緩やかな増加傾向にある。（**図表4右上**）。12月も新車販売台数が回復していることから、自動車小売業が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(%)
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	
小売業計	▲4.6	▲0.3	3.1	1.0	▲4.0	2.8	1.0	1.2	100.0
各種商品小売業	▲5.9	▲9.7	15.6	▲0.5	▲6.4	5.8	1.6	4.2	7.0
織物・衣服・身の回り品小売業	▲17.0	▲1.3	15.6	▲9.2	▲7.2	13.4	6.8	7.5	5.9
飲食料品小売業	0.4	0.6	2.7	▲0.6	▲2.2	3.5	0.1	0.6	30.8
自動車小売業	▲11.6	▲5.9	2.2	▲4.3	0.3	▲10.8	▲6.8	7.2	11.3
機械器具小売業	▲4.3	▲4.3	0.6	▲7.2	▲3.1	8.8	4.6	▲5.4	6.4
燃料小売業	2.2	▲3.7	12.0	1.8	▲6.3	1.9	9.1	▲2.9	8.1
その他小売業	▲3.8	▲3.5	4.0	▲0.9	▲2.0	4.8	1.6	0.7	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＞感染状況次第では1-3月期の実質 GDP の個人消費はマイナス成長も視野に

個社データや POS データ等を基に判断すると、12月の消費は11月から小幅に持ち直したとみられる<sup>1</sup>。財消費は伸び悩んだものの、サービス消費が全体を牽引した可能性が高い。

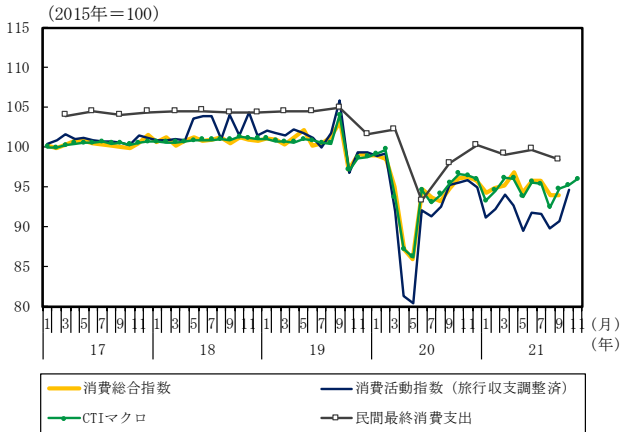
財・サービス別に詳しく見ると、財消費について、耐久財では冷蔵庫やパソコンの販売が振るわなかったことに加え、スーパーマーケットやホームセンターの販売額も前月から小幅に減少した。他方、自動車販売台数は生産調整前の8月頃の水準まで回復し、コンビニエンスストアもたばこの販売などが下支えし、小幅に回復した。サービス消費は感染状況が落ち着いたことから回復基調が継続したとみられる。外食・旅行・娯楽関連消費と連動する傾向のある小売店・娯楽施設の人出を確認すると、9月上旬を底に12月末まで回復傾向にある。

今後の消費を占う上では、接触型サービス消費の動向（オミクロン株の感染拡大による経済活動の制限）が鍵を握ることとなろう。接触型サービス消費は回復基調をたどるとみていたが、足元では急速にオミクロン株の感染が拡大しており、予断を許さない状況となっている。新規感染者数が爆発的に増加すれば、警戒感の高まりから外出頻度が減少し、消費を押し下げることになる。既に、沖縄などでは市中感染が拡大しており、「まん延防止等重点措置」が適用されることになった。今後、感染が全国的に拡大し、広範囲にわたって緊急事態宣言などが発出する事態にまで悪化すれば、接触型サービス消費の大幅な減少は避けられないだろう。実質 GDP ベースの個人消費は10-12月期に大幅に増加したとみられるものの、1-3月期は再び減少に転じる可能性もある。

<sup>1</sup> 詳細は拙稿「[消費データブック（2022/1/6号）](#)」（2022年1月6日、大和総研レポート）を参照。

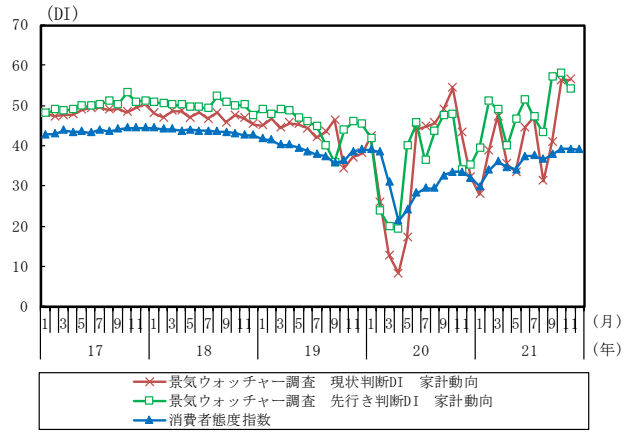
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



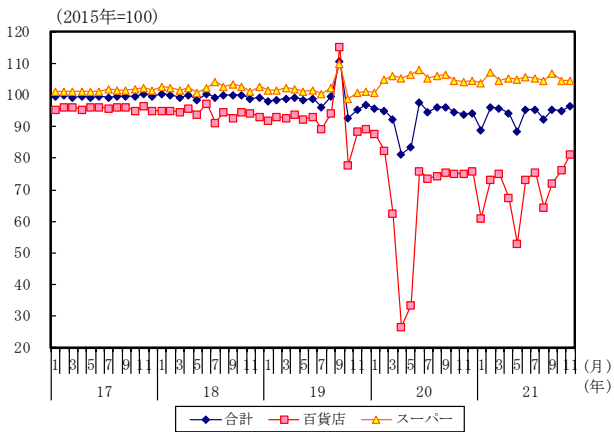
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



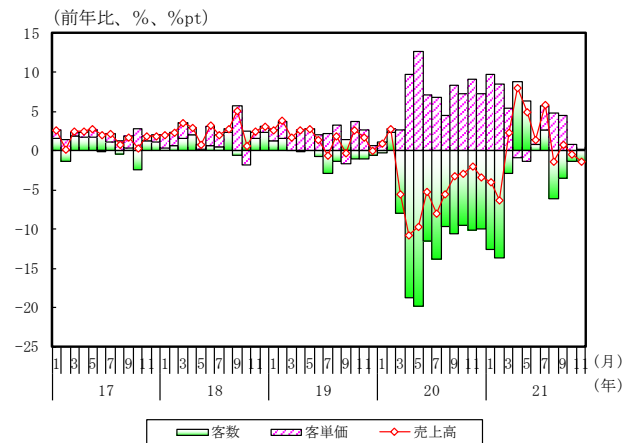
(注) 内閣府による季節調整値。  
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



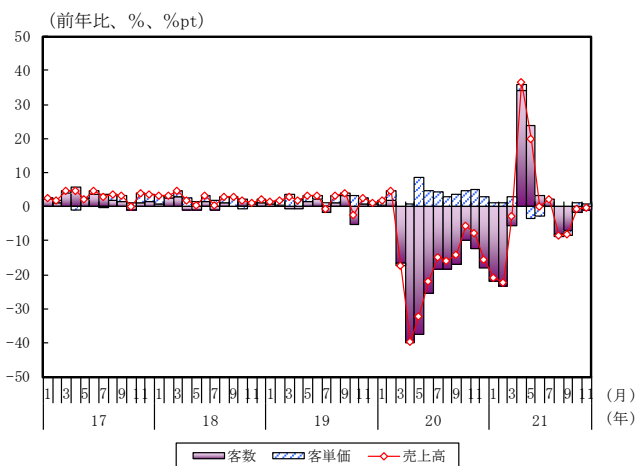
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



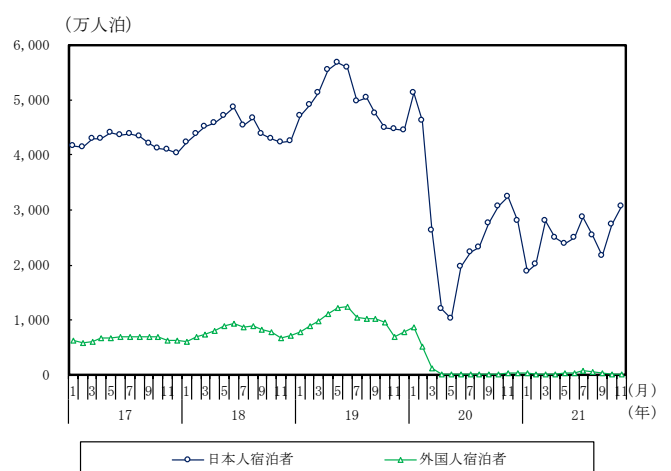
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

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

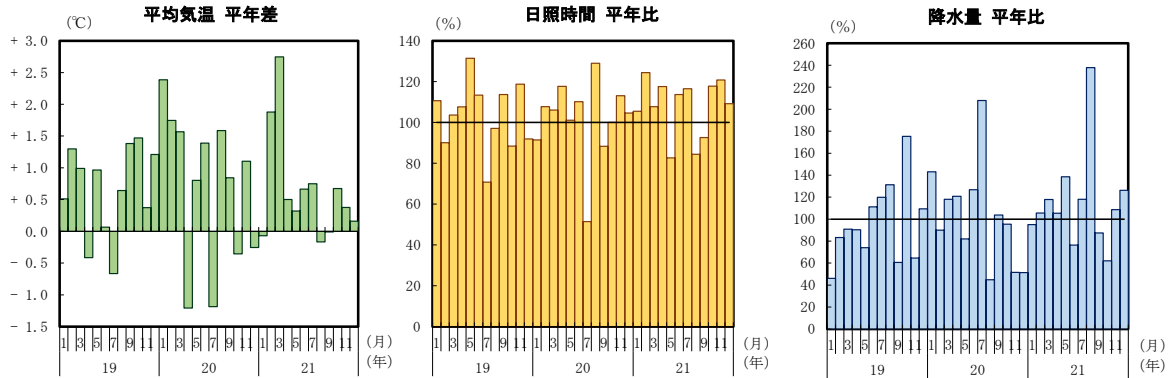
宿泊者数



(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

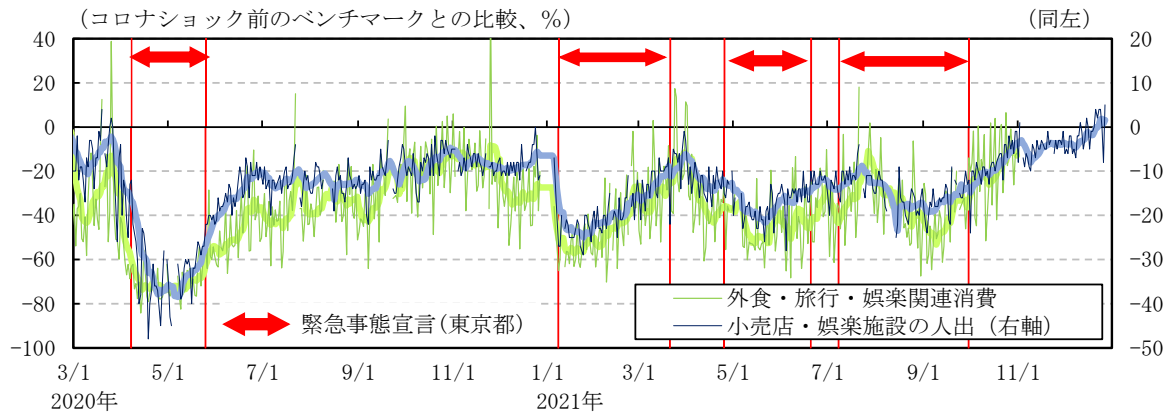
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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

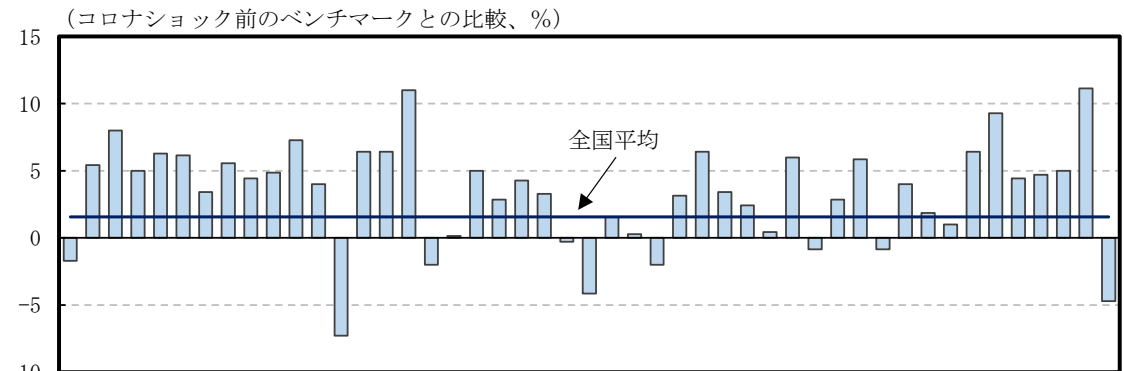
人出

小売店・娯楽施設の人出（直近値 12/27）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（12/21～12/27 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官鹿沖  
 海森手城田形島城木馬玉葉京奈鴻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縄  
 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