

中国

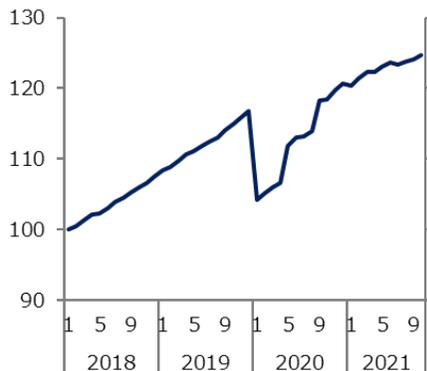
小売売上 (2021年10月)

雇用・所得環境の改善、ネット販売が個人消費を下支え

政策・経済センター
金成大介
03-6858-2717

1 小売売上

(18年1月=100、指数)

注：直近は21年10月。季節調整値。
出所：Windより三菱総合研究所作成

2 自動車販売

(18年1月=100、指数)

注：直近は21年10月。
出所：Windより三菱総合研究所作成

評価ポイント

今回の結果

- 中国の10月の小売売上高は前年比+4.9%、前月比+0.4%の伸び率となり、コロナ危機前および感染抑制後の経済活動の再開直後に比して緩やかな伸び率ながらも着実に増加している（図表1）。
- 小売売上高の前月比上昇の要因として、電力不足の緩和から自動車生産が回復し、自動車販売は9月に続いて前月比プラスとなったこと（図表2）、ネット販売が小売売上高の30%程度の比率を維持し、堅調に推移していることがある（図表3）。

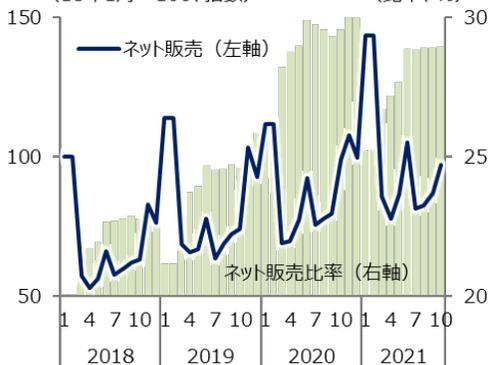
基調判断と今後の流れ

- 今後の個人消費を展望する上で、北京オリンピックを控え中国政府が推進している「ゼロコロナ」実現に向けた行動抑制策の消費への悪影響、および都市部の雇用・所得環境の改善動向に留意が必要である。
- 「独身の日」に合わせた中国EC大手アリババ・グループの毎年恒例のセールは、大々的な宣伝を控えたにもかかわらず、過去最高となる5,403億元（約9.6兆円）を記録している。高いネット販売比率は、行動抑制下での消費の下支えとして働こう。
- 都市部の雇用・所得環境も着実に改善している。政府の都市化率増加目標の下、21年に入り毎月150万人超のペースで都市部労働者数が増加、9月の失業率は4.9%とコロナ前を下回る水準にまで回復している（図表4）。都市部の可処分所得も前年比+10%近辺の増加が続いている。
- 今後、不動産価格の下落が進めば、不動産を保有している既存の都市部労働者が、住宅ローン残高の削減を優先し消費停滞をもたらすリスクには留意が必要だ。

3 ネット販売

(18年1月=100、指数)

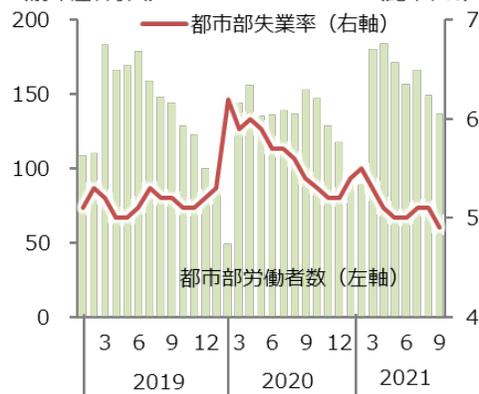
(比率、%)

注：直近は21年10月。1月のネット販売額は2月公表値同額として作成。
出所：Windより三菱総合研究所作成

4 労働者数と失業率

(前年差、万人)

(比率、%)

注：直近は21年9月。都市部労働者数は、月次の雇用の前年差から失業者の前年差を差し引いて算出。
出所：Windより三菱総合研究所作成