

2022年2月8日 全8頁

## Indicators Update

## 2021年12月消費統計

総じて見れば前月から小幅減少。1月は感染拡大で大幅減が避けられない

経済調査部 エコノミスト 鈴木 雄太郎

## [要約]

- 2021年12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+0.1%と前月からほぼ横ばいであった。もっとも、前月に大幅に押し下げていた振れが大きい項目が反動で増加しており、複数の統計で補正したCTIミクロで見れば前月から減少した(同▲1.4%)。また、商業動態統計の名目小売販売額は同▲1.0%と4カ月ぶりに減少した。
- 実質消費支出を財・サービス別に見ると、12月はサービスが全体を押し上げたものの、耐久財が大幅に減少した。半耐久財、非耐久財も全体を押し下げた。サービスでは宿泊料などが増加した。耐久財では家電などが振るわなかった。
- 2022年1月の消費は2021年12月から減少したとみられる。財消費は小幅に伸長したものの、サービス消費が新型コロナウイルスのオミクロン株の感染拡大を受け、大幅に減少した可能性が高い。政府は13都県に対するまん延防止等重点措置の延長を検討しており、当面は経済活動の制限を余儀なくされるだろう。1-3月期の実質GDPベースの個人消費は2四半期ぶりに減少に転じるとみている。

図表1：各種消費指標の概況（単位：％）

		2021年 8月	9月	10月	11月	12月		
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 3.0	▲ 1.9	▲ 0.6	▲ 1.3	▲ 0.2	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 3.9	5.0	3.4	▲ 1.2	0.1	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲ 3.6	▲ 0.8	▲ 3.3	▲ 1.2	▲ 0.8	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 3.0	5.0	0.5	1.2	▲ 1.4	
供給側	小売販売額	前年比	▲ 3.2	▲ 0.5	0.9	1.9	1.4	経済産業省
		前月比	▲ 4.0	2.8	1.0	1.3	▲ 1.0	
	百貨店売上高	前年比	▲ 11.7	▲ 4.3	2.9	8.1	8.8	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	▲ 1.9	0.6	▲ 1.1	▲ 1.7	3.2	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	▲ 0.1	3.2	3.7	2.8	1.7	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	▲ 8.6	▲ 8.2	▲ 0.5	▲ 0.2	9.5	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	17.8	2.0	▲ 22.1	▲ 13.7	-	観光庁
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	▲ 1.9	▲ 0.6	▲ 1.1	0.1	0.4	総務省
		前月比	▲ 3.2	2.8	0.7	1.0	▲ 0.1	

(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

## <12月の消費総括>サービス消費は大幅回復も総じて見れば前月から小幅に減少

2021年12月の消費は需要側・供給側いずれも11月から小幅に減少した。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたことから、サービス消費が大幅に回復したものの、耐久財を中心に財消費が振るわなかった。

家計調査における二人以上世帯の実質消費支出について、前月比+0.1%とほぼ横ばい、前年比ベースでは▲0.2%とコンセンサス（前年比+0.0%）並みの結果になった。もっとも、前月に大幅に押し下げていた振れが大きい項目が反動で増加しており、複数の統計で補正したCTIミクロで見れば前月から減少した。供給側統計である商業動態統計（名目小売販売額：前月比▲1.0%）と整合的な結果である。

## <家計調査（需要側）>サービス好調、耐久消費財は不調

2021年12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+0.1%と前月からほぼ横ばいとなった（**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▲1.0%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ミクロにおける二人以上世帯の実質消費支出は同▲1.4%であった。前月に大幅に減少していた振れの大きい項目である住居や教育が全体を押し上げており、全体的に伸び悩んだ印象である。とりわけ耐久消費財が不調であった。

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7費目が前月から減少した。「その他の消費支出」（前月比▲7.0%）、「家具・家事用品」（同▲7.4%）が全体を押し下げた。「その他の消費支出」では交際費が大幅に減少した。また、「家具・家事用品」では電子レンジや電気洗濯機などの家事用耐久財が全体を押し下げた。こうした家電類の販売が振るわなかった点はPOSデータ<sup>1</sup>や商業動態統計からも確認できる。また、「光熱・水道」（同▲4.5%）、「教養娯楽」（同▲2.1%）、「保健医療」（同▲4.8%）、「被服及び履物」（同▲2.4%）なども軒並み前月から減少した。「教養娯楽」ではテレビなどの教養娯楽用耐久財が減少に寄与した。他方、宿泊料などの教養娯楽サービスは3カ月連続で大幅に増加した。感染状況が落ち着いたことで旅行需要が回復したことが見て取れる。

増加した3費目は「住居」（前月比+26.0%）、「教育」（同+16.0%）、「交通・通信」（同+5.1%）であった。このうち、「住居」、「教育」は振れの大きい費目であり、前月、前々月の減少からの反動とみられる。「交通・通信」では自動車購入や航空運賃などが押し上げた。

<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。

図表 2 : 実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2021/5	2021/6	2021/7	2021/8	2021/9	2021/10	2021/11	2021/12	シェア (%)
消費支出	▲2.3	▲3.1	▲0.9	▲3.9	5.0	3.4	▲1.2	0.1	100.0
食料	▲1.7	1.7	0.2	▲4.8	4.7	1.2	▲0.5	▲0.3	28.5
住居	▲5.8	▲6.0	▲8.6	9.6	1.7	▲11.8	▲6.6	26.0	6.6
光熱・水道	1.3	▲2.1	▲1.9	▲1.7	1.7	0.3	0.5	▲4.5	7.7
家具・家事用品	▲3.0	0.9	▲7.2	7.8	▲10.4	5.8	0.5	▲7.4	4.3
被服及び履物	▲14.7	21.4	▲7.7	▲5.6	6.4	0.8	12.6	▲2.4	3.2
保健医療	4.8	▲1.5	▲8.2	1.5	17.1	▲10.7	▲0.1	▲4.8	5.1
交通・通信	▲11.9	▲10.6	1.8	▲4.2	▲2.6	21.5	▲5.4	5.1	14.3
教育	14.8	▲9.5	▲13.9	13.2	13.9	3.1	▲16.0	16.0	4.3
教養娯楽	▲4.9	2.2	▲2.6	▲6.3	6.5	12.0	0.0	▲2.1	9.1
その他の消費支出	1.5	▲10.3	2.6	▲6.3	7.8	1.2	3.2	▲7.0	17.0

(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2021年の数値。

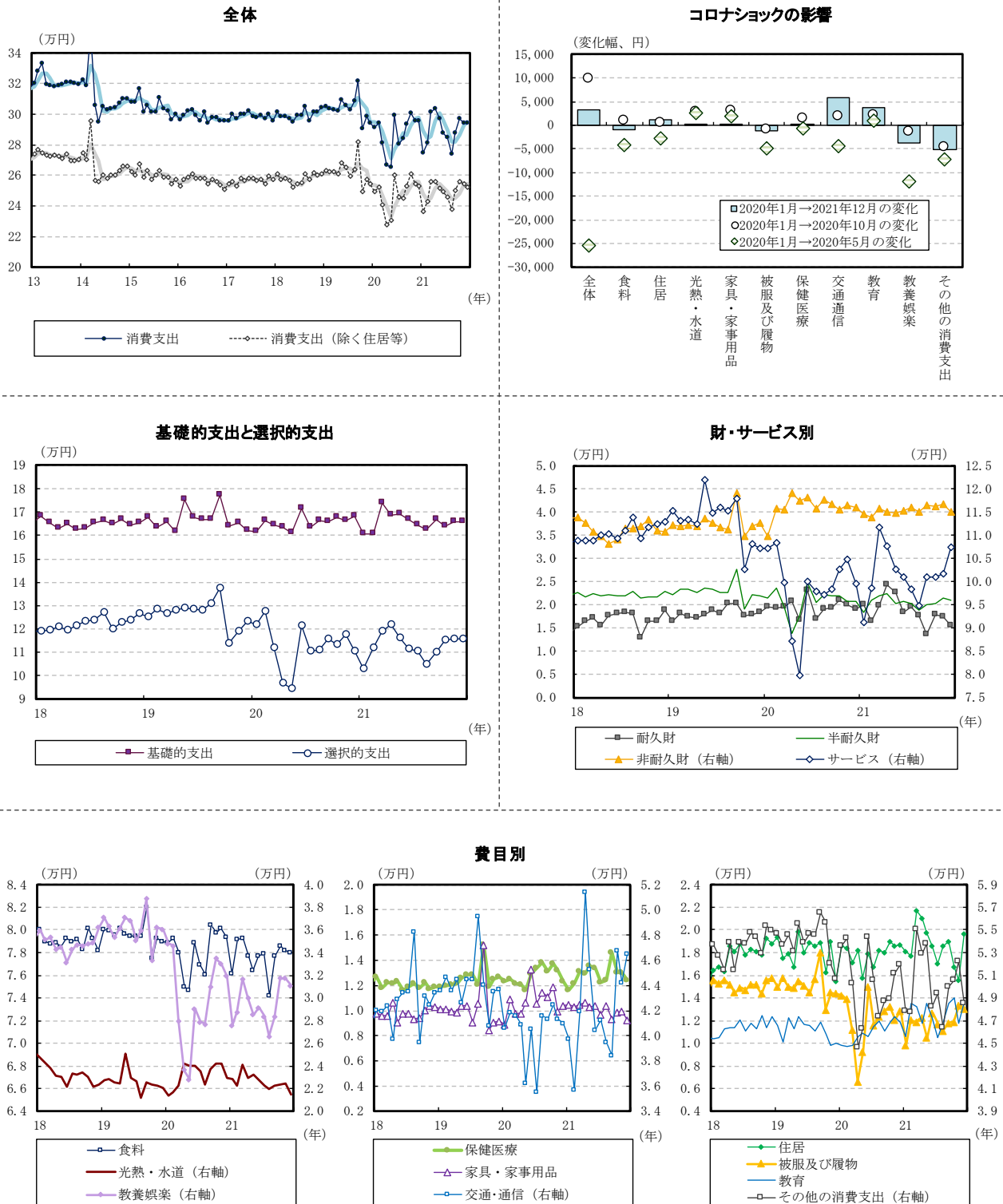
(出所) 総務省統計より大和総研作成

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▲0.2%、選択的支出は同▲0.1%といずれも小幅ながら減少した（図表 3 左中）。選択的消費支出の水準を見るとコロナショック前（2019年平均）を8.6%ほど下回る。2022年1月以降は感染拡大の影響で外出を自粛する傾向が強まったため、減少基調に転じたとみている。

財・サービス別に見ると（大和総研による季節調整値）、サービス（前月比+5.5%）は大幅に増加したものの、耐久財（同▲11.0%）が大幅に減少し全体を押し下げた（図表 3 右中）。また、半耐久財（同▲1.7%）、非耐久財（同▲1.5%）も減少に転じた。サービスでは旅行関連や外食などが全体を押し上げた。12月が高い伸びを記録したため、感染拡大の影響が表れる1月のマイナス幅は大きくなりそうだ。

耐久財は上述の通り、家電などが押し下げた。家電類は感染拡大後に消費額が伸びた品目の1つである。しかしながら、鉱工業指数では家電類の出荷が伸び悩み、在庫が積みあがる傾向がこのところ見られる。家電類は2020年から2021年にかけて巣ごもり消費による需要の先食いがあったことが考えられ、当面の間、弱含む可能性がある点には留意が必要だ。

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)>4カ月ぶりに減少、幅広い業種で落ち込む

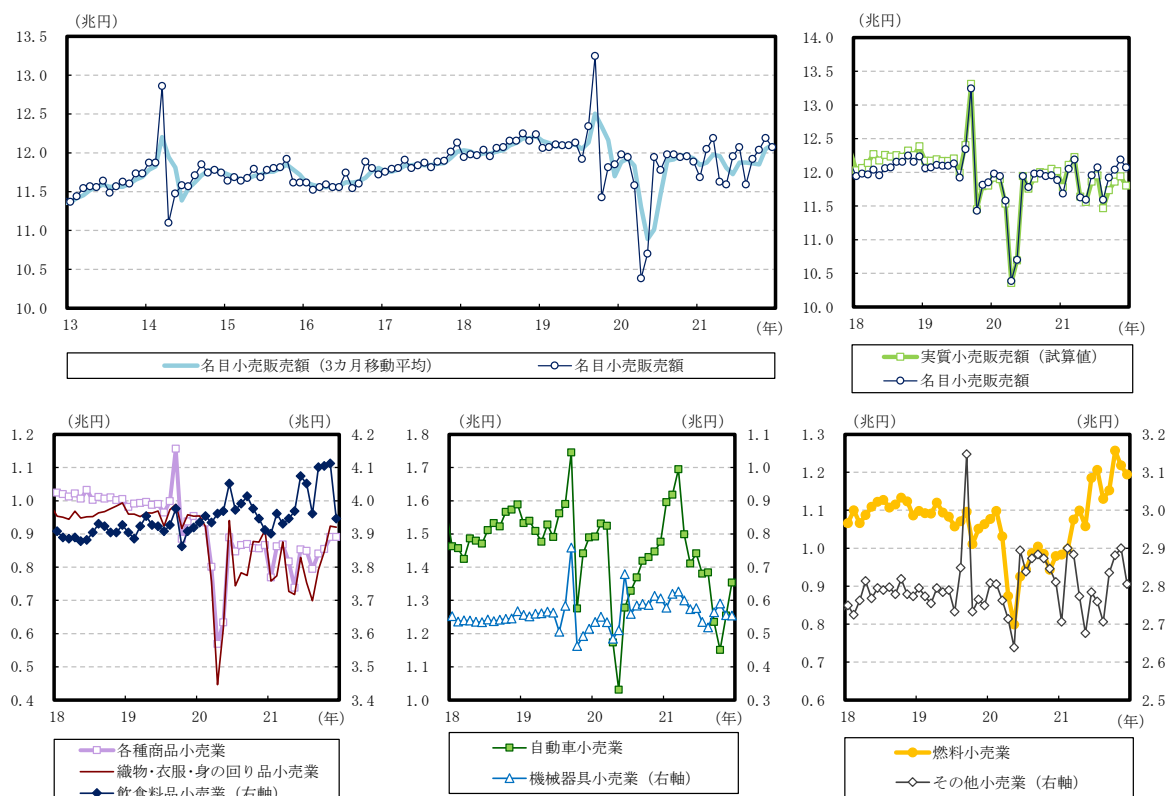
2021年12月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比▲1.0%と4カ月ぶりに減少した(図表4、5)。CPIの財指数で実質化した小売販売額は同▲1.2%だった。経済産業省は基調判断を「持ち直しの動きがみられる」で据え置いた。

名目小売販売額を業種別に見ると、7業種中5業種が前月から減少した。とりわけ「飲食料品小売業」(前月比▲4.0%)、「その他小売業」(同▲3.3%)が全体を押し下げた。資源価格の高騰で販売額が増加傾向にあった「燃料小売業」(同▲2.0%)は2カ月連続で減少した。ただし、水準で見ると依然として高い。足元では原油価格が上昇していることを踏まえると、いずれ増加傾向に転じるとみられる。

他方、生産調整の影響が緩和したことで「自動車小売業」(前月比+7.9%)が2カ月連続で大幅に回復した。ただし、2022年1月の新車販売台数は、感染拡大による国内仕入先での部品供給不足で工場の稼働が停止されたことを受け、前月比▲6.6%(大和総研による季節調整値)となった。1月は自動車小売業が全体を下押しするだろう。

CPIの財指数で実質化した小売販売額の推移を見ると、振れを伴いながらも、均すと横ばい傾向にある(図表4右上)。1月は自動車小売業の下押し圧力がかかることに加え、感染拡大による客数の減少から伸び悩むとみている。

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(%)
	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
小売業計	▲0.3	3.1	1.0	▲4.0	2.8	1.0	1.3	▲1.0	100.0
各種商品小売業	▲9.7	15.6	▲0.5	▲6.4	5.8	1.6	4.2	0.0	6.9
織物・衣服・身の回り品小売業	▲1.3	15.6	▲9.2	▲7.2	13.4	6.8	9.1	▲0.3	5.7
飲食料品小売業	0.6	2.7	▲0.6	▲2.2	3.5	0.1	0.2	▲4.0	30.1
自動車小売業	▲5.9	2.2	▲4.3	0.3	▲10.8	▲6.8	9.0	7.9	11.3
機械器具小売業	▲4.3	0.6	▲7.2	▲3.1	8.8	4.6	▲5.9	▲0.2	6.7
燃料小売業	▲3.7	12.0	1.8	▲6.3	1.9	9.1	▲3.1	▲2.0	9.2
その他小売業	▲3.5	4.0	▲0.9	▲2.0	4.8	1.6	0.7	▲3.3	22.5

(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、2021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>感染拡大を受け、大幅な減少は避けられない見込み

個社データや POS データ等を基に判断すると、2022 年 1 月の消費は 2021 年 12 月から減少したとみられる<sup>2</sup>。財消費は小幅に伸長したものの、サービス消費は感染拡大を受け、大幅に減少した可能性が高い。

財・サービス別に詳しく見ると、財消費について、百貨店などは感染の再拡大を受け、客数が落ち込み、売上げが減少したものの、スーパーマーケットや家電量販店は堅調であった。また、ホームセンターも 9 月以降減少基調が続いていたが、足元では底打ち感が強まった。他方自動車販売台数は、感染拡大による国内仕入先での部品供給不足で工場の稼働が停止されたことを受け、減少に転じた。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、2022 年に入り急落した (p.8)。1 月のサービス消費は大幅に減少した可能性が高い。

新規感染者数の増加ペースは鈍化傾向にあるものの、足元でも感染のピークには達しておらず、当面は経済活動の制限を余儀なくされ、消費の失速は避けられないとみている。35 都道府県に発出されている「まん延防止等重点措置」は和歌山県を除き 2 月 13 日ないしは 20 日が期限となっているが、政府は 2 月 13 日が期限の 13 都県に対する適用期間の延長を検討している。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、こうした影響を受け、1-3 月期は再び減少に転じるとみている<sup>3</sup>。

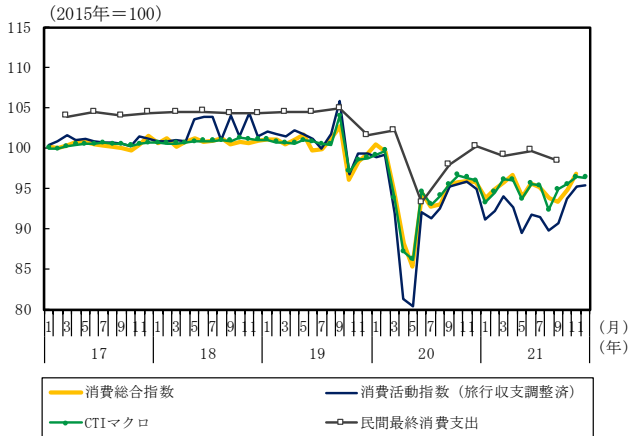
<sup>2</sup> 詳細は拙稿「消費データブック (2022/2/4号)」(2022 年 2 月 4 日、大和総研レポート)を参照。

<sup>3</sup> 詳細は小林若葉、神田慶司「2021 年 10-12 月期 GDP (1 次速報) 予測～前期比年率+4.7%を予想」(2022 年 1 月 31 日、大和総研レポート)を参照。



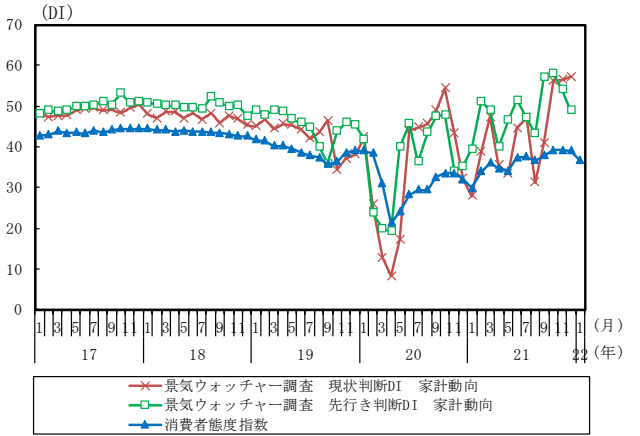
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



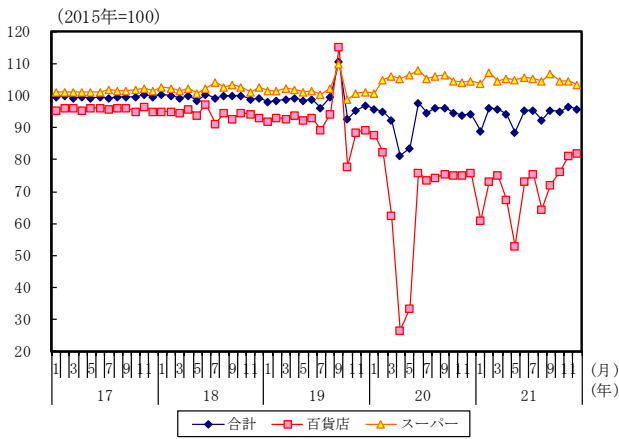
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



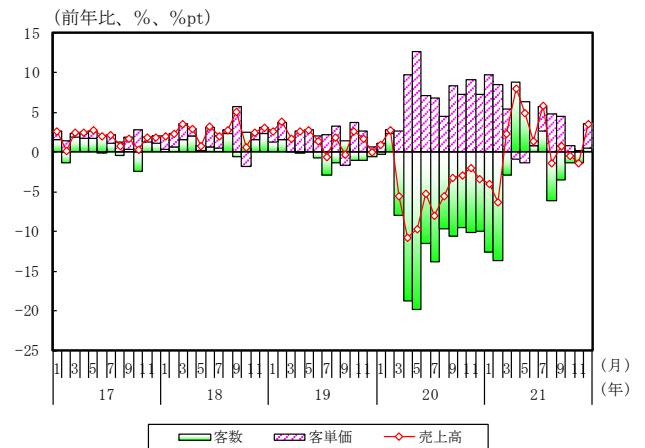
(注) 内閣府による季節調整値。  
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



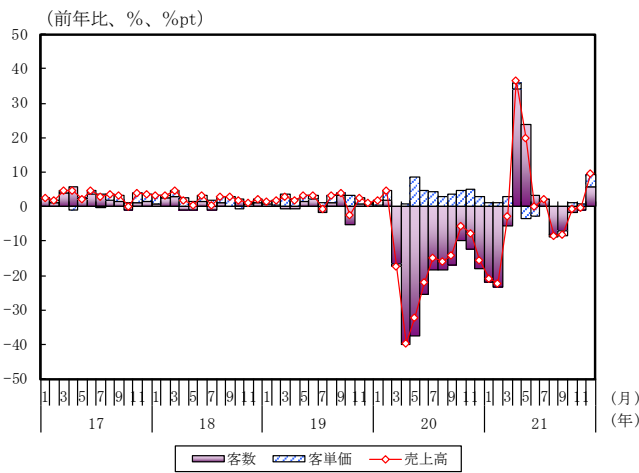
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



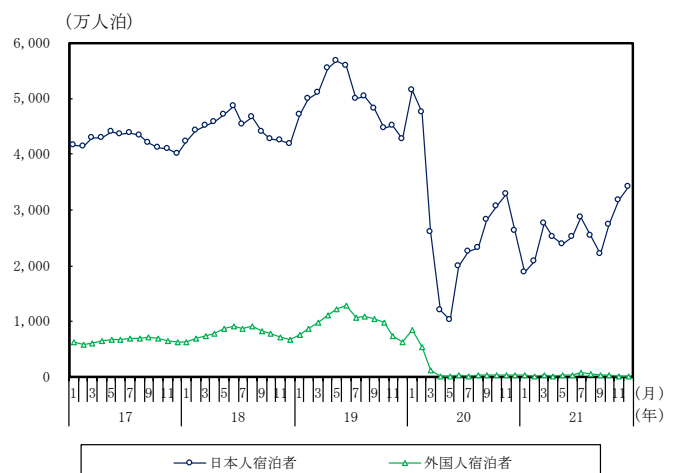
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

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

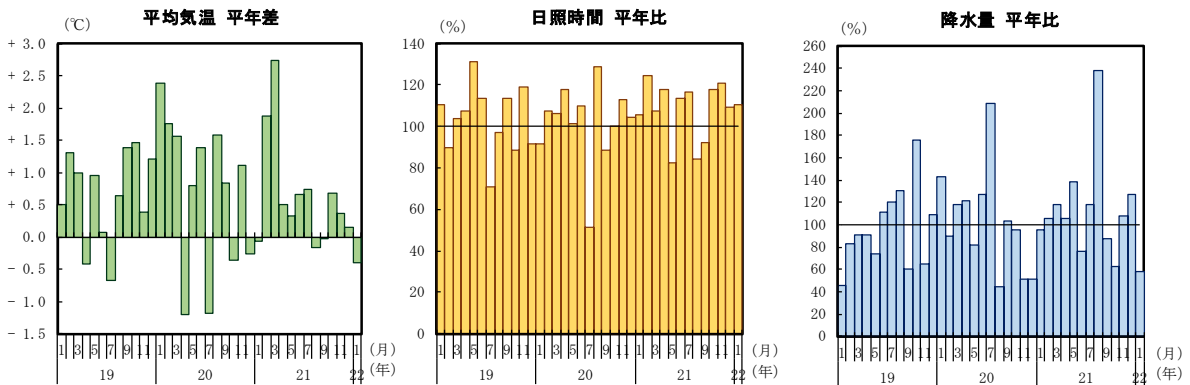
宿泊者数



(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

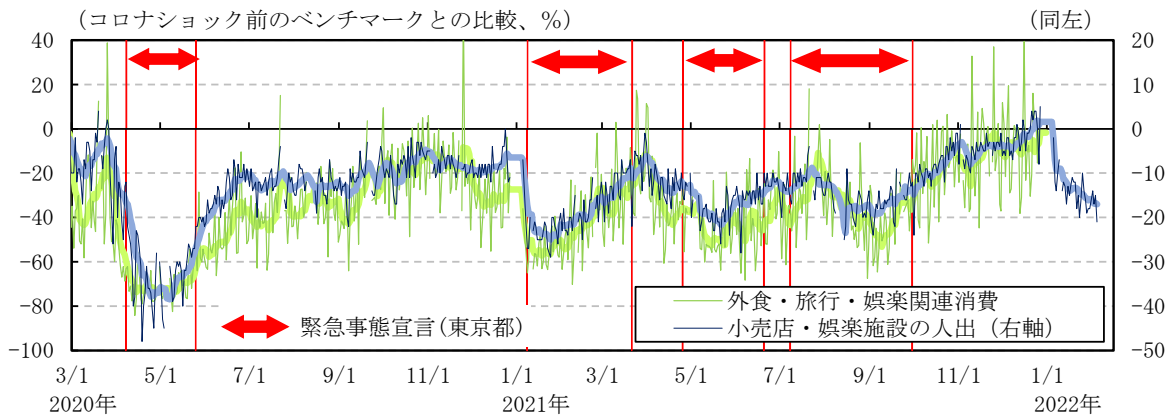
全国の平均気温・日照時間・降水量



(注) 東日本、西日本、北日本、沖縄・奄美のデータを2020年国勢調査の人口に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

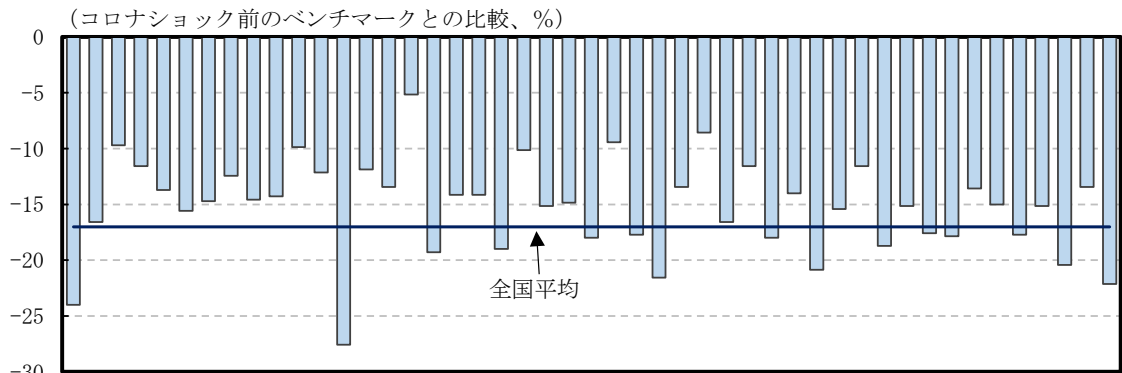
人出

小売店・娯楽施設の人出（直近値 2/4）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（1/29～2/4 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湯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繩道山島

(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