

2022年3月11日 全8頁

Indicators Update

2022年1月消費統計

まん延防止等重点措置の影響が鮮明に表れる

経済調査部 エコノミスト 鈴木 雄太郎

[要約]

- 2022年1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2カ月ぶりに減少した。新型コロナウイルス感染症のオミクロン株の感染拡大により、最大で34都道府県にまん延防止等重点措置が適用された影響が鮮明に表れた。
- 実質消費支出を財・サービス別に見ると、耐久財が大幅に増加したものの、サービスが全体を押し下げた。耐久財では家電などの消費が全体を下支えした。他方、サービスでは外食や旅行関連が大きく減少した。感染拡大を受け、接触型サービス消費の自粛が広がったようだ。
- 2月の消費は1月から小幅に減少したとみられる。財消費はまん延防止等重点措置の影響に加え、日本各地での大雪も重なり、耐久財を中心に弱さが見られた。サービス消費についても新規感染者数の高止まりを受け、1月から小幅に減少した可能性が高い。まん延防止等重点措置は18都道府県において3月21日まで延長されたこともあり、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 9月	10月	11月	12月	2022年 1月	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 1.9	▲ 0.6	▲ 1.3	▲ 0.2	6.9
		前月比	4.3	3.9	▲ 0.9	0.2	▲ 1.2
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲ 0.8	▲ 3.3	▲ 1.2	▲ 0.8	4.3
		前月比	5.3	0.3	1.0	▲ 0.8	▲ 1.6
供給側	小売販売額	前年比	▲ 0.5	0.9	1.9	1.2	1.6
		前月比	2.8	1.0	1.3	▲ 1.2	▲ 1.9
	百貨店売上高	前年比	▲ 4.3	2.9	8.1	8.8	15.6
	コンビニエンスストア売上高	前年比	0.6	▲ 1.1	▲ 1.7	3.2	2.1
	スーパー売上高	前年比	3.2	3.7	2.8	1.7	4.0
	外食売上高	前年比	▲ 8.2	▲ 0.5	▲ 0.2	9.5	12.2
	旅行取扱高	前年比	2.0	▲ 22.1	▲ 13.7	31.6	-
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	▲ 0.2	▲ 0.4	1.0	1.7	3.8
		前月比	3.1	1.0	1.0	0.2	▲ 0.8

(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

＜1月の消費総括＞オミクロン株感染拡大を受け前月から減少

2022年1月の消費は需要側・供給側いずれも2021年12月から減少した。新型コロナウイルスのオミクロン株の急速な感染拡大により、まん延防止等重点措置が34都道府県（1月中。2月に入り和歌山県、高知県も適用され最大で36都道府県）に適用された影響が鮮明に表れた。財・サービス別に見ると、耐久財が好調であったものの、サービス消費が全体を押し下げた。

家計調査における二人以上世帯の実質消費支出は前月比▲1.2%と2カ月ぶりに減少した（**図表2、3**）。もっとも、住居など振れの大きい項目が押し上げに寄与しており、複数の統計で補正したCTIミクロで見るとマイナス幅は家計調査以上に大きい（同▲1.6%）。供給側統計である商業動態統計（名目小売販売額：同▲1.9%）は2カ月連続で減少した。

＜家計調査（需要側）＞耐久財が大幅増もサービスが落ち込む

2022年1月の家計調査を費目別に見ると、10大費目中4費目が前月から減少した¹。とりわけ「教育」（前月比▲22.8%）、「被服及び履物」（同▲17.4%）、「教養娯楽」（同▲5.8%）が全体を押し下げた。「教育」は前月に子育て世帯への臨時特別給付金の影響もあって大幅に増加した反動とみられる。「被服及び履物」や「教養娯楽」はまん延防止等重点措置の適用を受け、外出を控える動きが響いたようだ。Google社が公表している小売店・娯楽施設の人出を見ると、1月に入り急速に落ち込んだ。品目別に見ると、「被服及び履物」では男子用洋服、婦人用洋服などが、「教養娯楽」では宿泊料、国内パック旅行費などが落ち込んだ。他方、テレビやテレビゲーム機など教養娯楽用耐久財は好調であった。また「食料」（同▲1.7%）では、外食が大幅に落ち込んだ。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2021/6	2021/7	2021/8	2021/9	2021/10	2021/11	2021/12	2022/1	シェア (%)
消費支出	▲2.2	▲1.7	▲3.0	4.3	3.9	▲0.9	0.2	▲1.2	100.0
食料	1.7	0.0	▲4.8	4.8	0.5	▲0.2	▲0.1	▲1.7	28.5
住居	▲3.9	▲6.3	6.7	1.2	▲8.7	▲7.8	20.6	4.9	6.6
光熱・水道	▲1.8	▲0.9	▲1.1	0.5	▲0.2	0.3	▲2.8	1.5	7.7
家具・家事用品	0.1	▲4.3	5.5	▲7.1	2.9	▲1.1	▲6.8	16.4	4.3
被服及び履物	22.2	▲5.1	▲7.7	8.7	0.5	10.8	▲3.3	▲17.4	3.2
保健医療	▲1.1	▲6.8	2.2	15.5	▲11.0	0.5	▲4.0	3.1	5.1
交通・通信	▲8.9	0.5	▲2.7	▲2.3	17.4	▲2.8	3.3	16.0	14.3
教育	▲6.9	▲11.2	14.3	13.1	2.0	▲15.0	11.4	▲22.8	4.3
教養娯楽	1.5	▲0.6	▲6.9	6.0	11.1	0.3	▲1.1	▲5.8	9.1
その他の消費支出	▲9.6	1.2	▲4.5	5.9	1.3	4.7	▲6.5	2.4	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

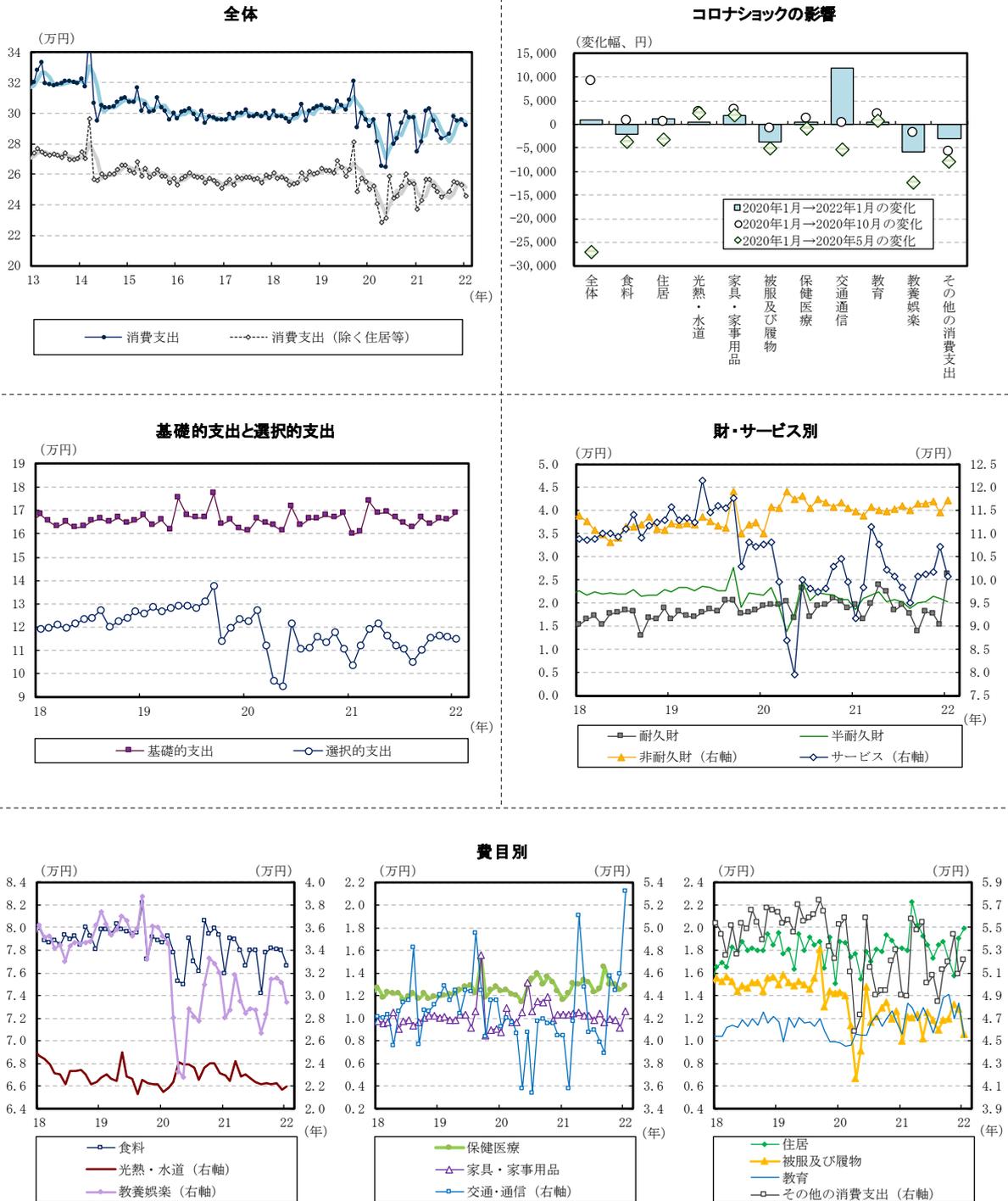
¹ 総務省による季節調整値、「その他の消費支出」の実質化は大和総研による。

全体を下支えしたのは「交通・通信」（前月比+16.0%）、「家具・家事用品」（同+16.4%）である。「交通・通信」では自動車購入が大幅に増加した。ただし、1月の新車販売台数は部材不足の影響で前月から減少しており、家計調査の結果は実態を捉えていないとみられる。航空運賃や鉄道運賃は減少しており、感染拡大を受け、旅行需要が落ち込んだことが分かる。「家具・家事用品」では電気冷蔵庫やエアコンディショナなどの家電類が大幅に増加した。エアコンディショナは1月の気温が平年より低かったことが購入の増加につながったとみられる。経済産業省が公表するPOSデータ（METI POS 小売販売額指標[マイクロ]）でも1月の家電量販店の売上高が大幅に増加しており、年始の商戦が好調であった。

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+1.5%、選択的支出は同▲0.7%となった（**図表 3 左中**）。感染拡大によって不要不急の外出を控えたとみられ、選択的消費が落ち込む形となった。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9.4%下回る。ただし、2月中旬以降はまん延防止等重点措置が適用されていたにもかかわらず、小売店・娯楽施設の人出は持ち直しており、選択的消費支出も小幅に持ち直したとみている。

財・サービス別に見ると（大和総研による季節調整値）、耐久財（前月比+71.2%）が大幅に増加した。また、非耐久財（同+2.3%）も増加したものの、半耐久財（同▲3.5%）、サービス（同▲6.2%）が全体を押し下げた（**図表 3 右中**）。耐久財では、上述の通り、自動車や家電が好調であった。他方、サービスでは旅行関連や外食などが全体を押し下げた。

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の生鮮食品及びエネルギー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) > 感染拡大、まん延防止適用を受け基調判断を下方修正

2022年1月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比▲1.9%と2カ月連続で減少した (図表 4、5)。CPIの財指数で実質化した小売販売額は同▲2.5%だった。経済産業省は基調判

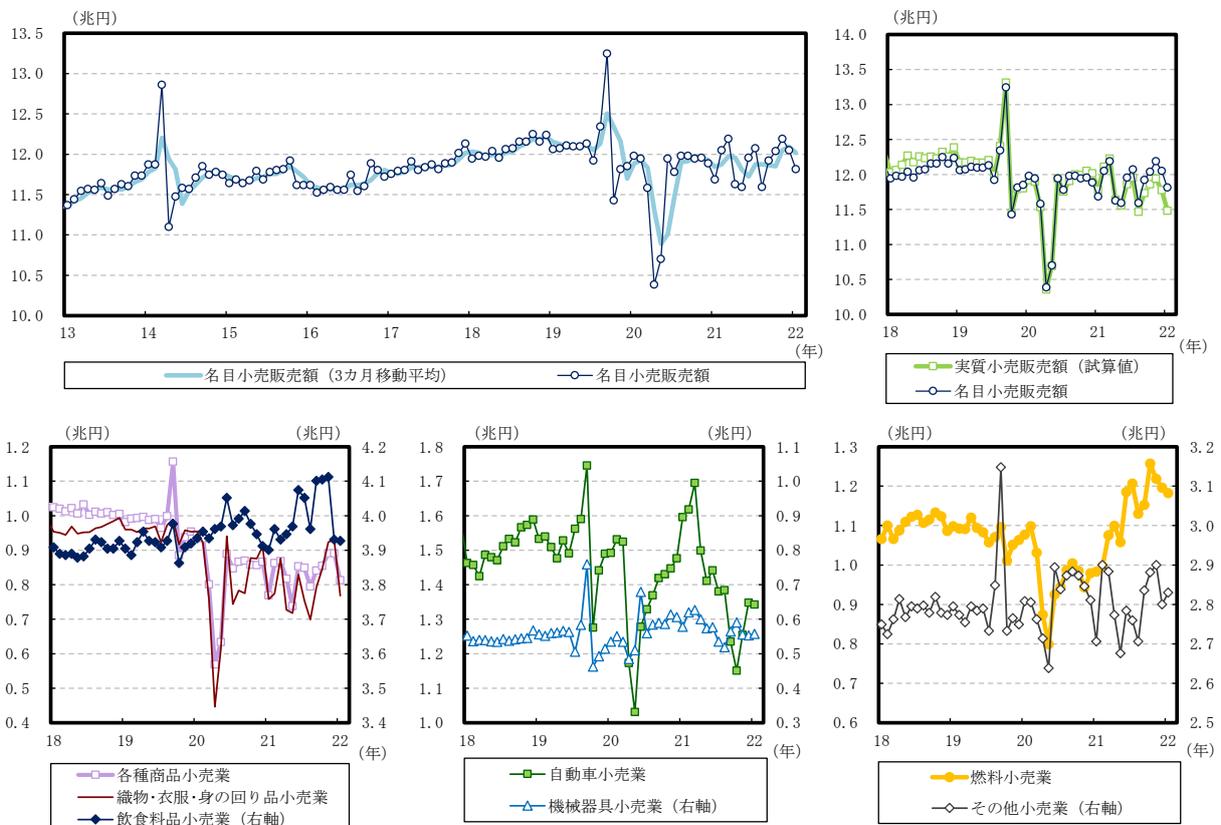
断を「持ち直しの動きがみられる」から「横ばい傾向にある」へ下方修正した。

名目小売販売額を業種別に見ると、7業種中5業種が前月から減少した。まん延防止等重点措置の影響により、客数が減少した「織物・衣服・身の回り品小売業」（前月比▲17.4%）、「各種商品小売業」（同▲8.7%）が全体を押し下げた。「燃料小売業」（同▲1.2%）は3カ月連続で減少したものの、依然高水準にある。1月はガソリン価格が上昇傾向にあったものの、高速道路の交通量が減少したことから、車の利用を控える動きが強まった可能性がある。足元ではウクライナ情勢の緊迫化を受け、エネルギー価格が一段と上昇しており、今後も高水準での推移が続くとみている。また、「自動車小売業」（同▲0.4%）は前月から小幅に減少した。部材不足や感染拡大の影響による工場の操業停止を受け、新車販売台数が落ち込んだことが影響したとみられる。

他方、「機械器具小売業」（前月比+0.8%）は小幅ながら3カ月ぶりに増加した。年初の商戦が例年より好調であったことに加え、白物家電の販売が堅調に推移したことが背景にあるとみられる。また、「その他小売業」（同+1.1%）も2カ月ぶりに増加した。

CPIの財指数で実質化した小売販売額の推移を見ると、振れを伴いながらも、均すと緩やかな減少基調にある（図表4右上）。

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							2022年	シェア(%)
	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	
小売業計	3.1	1.0	▲4.0	2.8	1.0	1.3	▲1.2	▲1.9	100.0
各種商品小売業	15.6	▲0.5	▲6.4	5.8	1.6	4.2	0.0	▲8.7	6.9
織物・衣服・身の回り品小売業	15.6	▲9.2	▲7.2	13.4	6.8	9.1	0.7	▲17.4	5.7
飲食料品小売業	2.7	▲0.6	▲2.2	3.5	0.1	0.2	▲4.4	▲0.1	30.1
自動車小売業	2.2	▲4.3	0.3	▲10.8	▲6.8	9.0	7.5	▲0.4	11.3
機械器具小売業	0.6	▲7.2	▲3.1	8.8	4.6	▲5.9	▲0.4	0.8	6.7
燃料小売業	12.0	1.8	▲6.3	1.9	9.1	▲3.1	▲1.8	▲1.2	9.2
その他小売業	4.0	▲0.9	▲2.0	4.8	1.6	0.7	▲3.4	1.1	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＞メインシナリオでは回復も、資源高を受けた消費マインドの悪化に注意

個社データやPOSデータ等を基に判断すると、2022年2月の消費は1月から小幅に減少したとみられる²。財消費はオミクロン株の感染拡大によるまん延防止等重点措置の影響に加え、日本各地での大雪も重なり、耐久財を中心に弱さが見られた。サービス消費についても新規感染者数の高止まりを受け、1月から小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、財消費については感染再拡大を受けて百貨店などで客数が落ち込み、売上が減少した。また、家電量販店の売上や新車販売も不振であったため、耐久消費財が全体を押し下げたとみている。2月の新車販売台数は感染拡大による工場閉鎖などの影響を受け、1月から減少している（前月比▲6.8%、大和総研による季節調整値）。小売店・娯楽施設の人出を確認すると、2022年に入り急落したが2月の中旬以降は緩やかに持ち直している（p.8）。これと連動する傾向にある外出・旅行・娯楽関連消費も2月中旬までは大幅に減少し、その後は回復傾向に転じたとみられる。ただし、月平均の水準を比較すると1月から小幅に減少しており、前半の落ち込み分を回復するまでには至らなかったとみている。

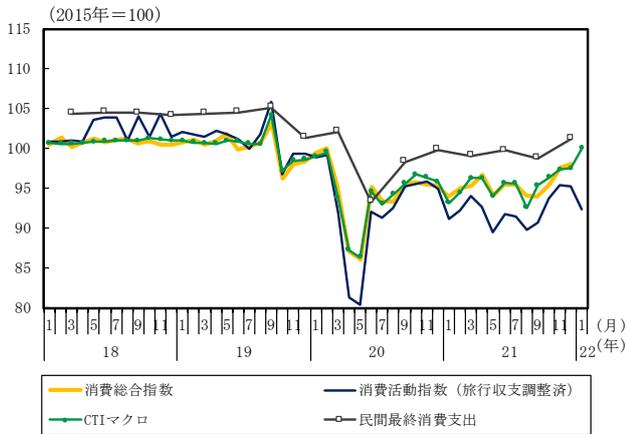
まん延防止等重点措置は3月上旬までに18県で解除されたが、大都市圏を中心に18都道府県で3月21日まで2週間ほど延長された。新規感染者数は減少傾向にあるものの、この間の消費の回復は緩やかなものにとどまるだろう。そのため、1-3月期の実質GDPベースの個人消費は2四半期ぶりに減少に転じるとみている。4月以降については感染状況が落ち着き、2021年秋のような状況になれば回復ペースは急加速しよう。ただし、一部報道によるとトヨタ自動車が4-6月期の生産台数を計画から1割ほど引き下げたようだ。自動車の販売台数が下振れすれば、消費の回復ペースも鈍化するだろう。

なお、足元ではウクライナ情勢の緊迫化を受け、資源価格が軒並み上昇し、株式相場も軟調に推移している。こうした影響により家計の節約志向が強まったり、消費マインドが悪化したりすることで消費が抑制される可能性には留意が必要だ。

² 詳細は拙稿「消費データブック（2022/3/4号）」（2022年3月4日、大和総研レポート）を参照。

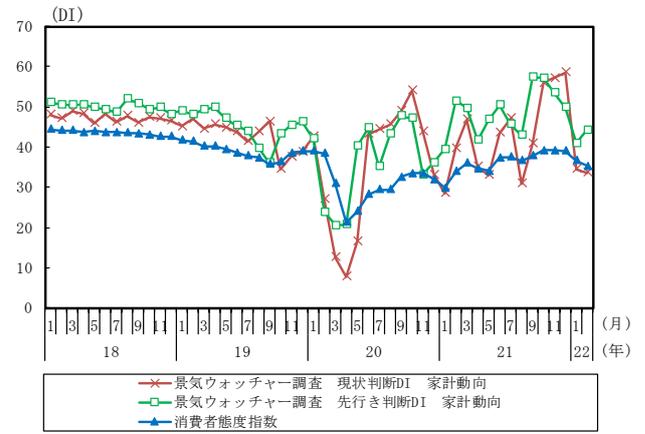
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



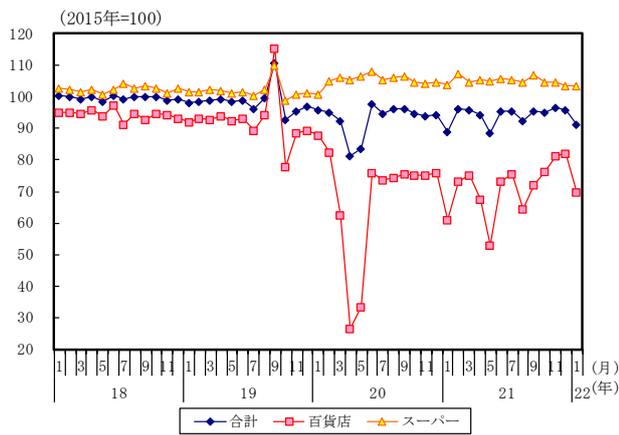
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



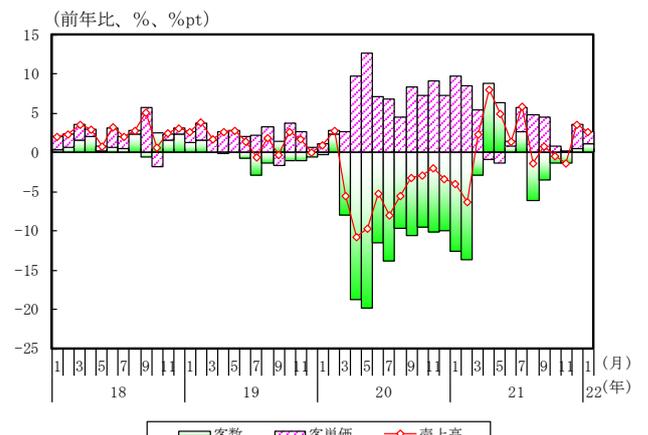
(注) 内閣府による季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



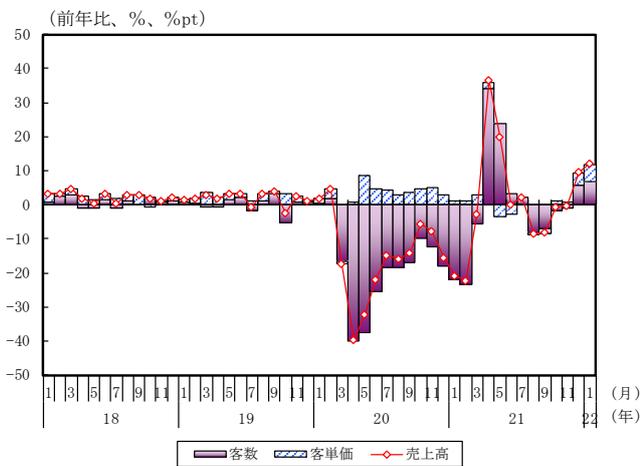
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



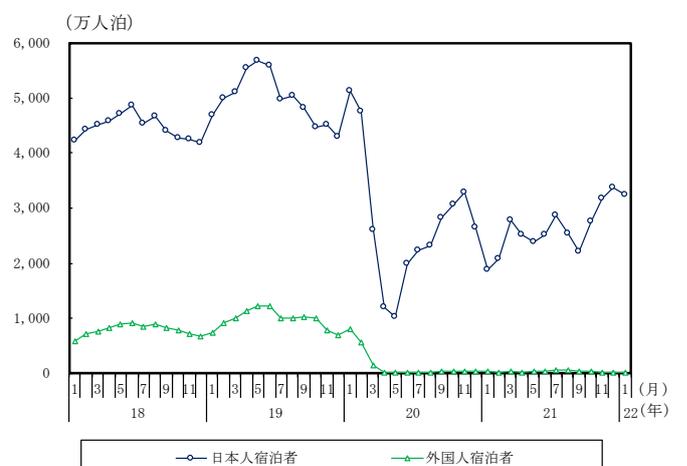
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

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

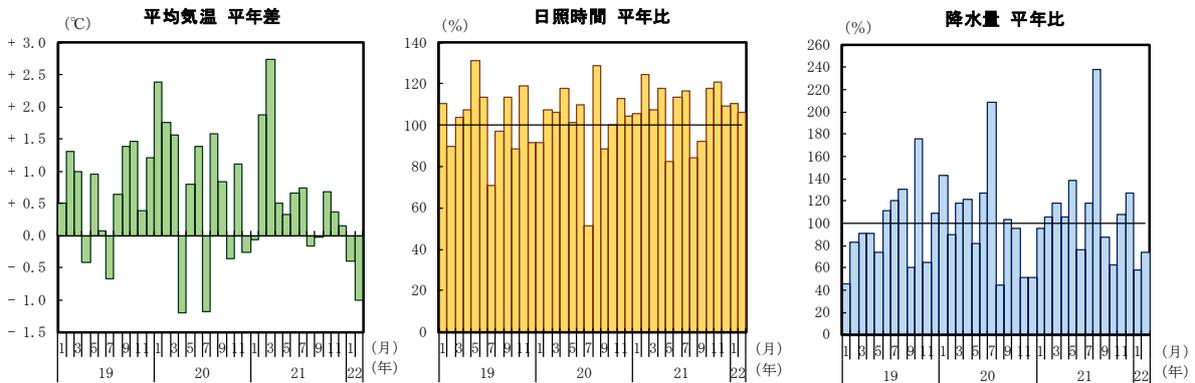
宿泊者数



(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

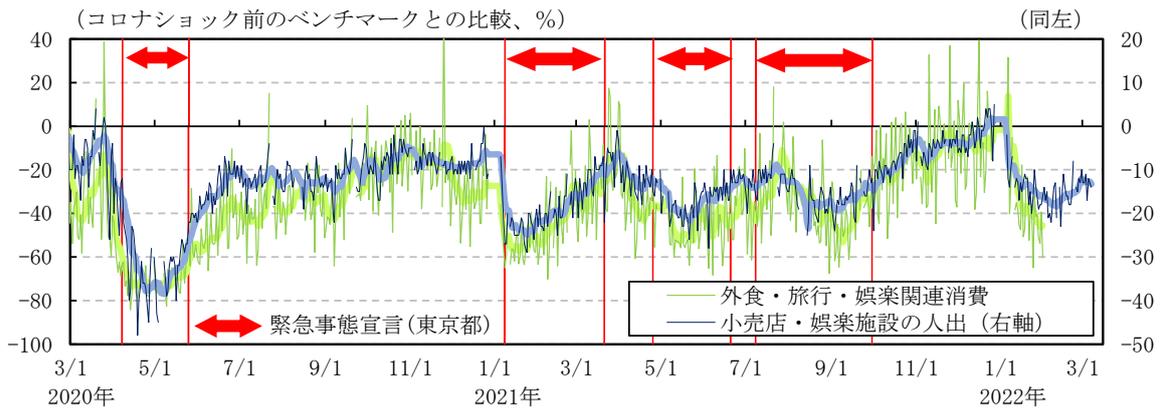
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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

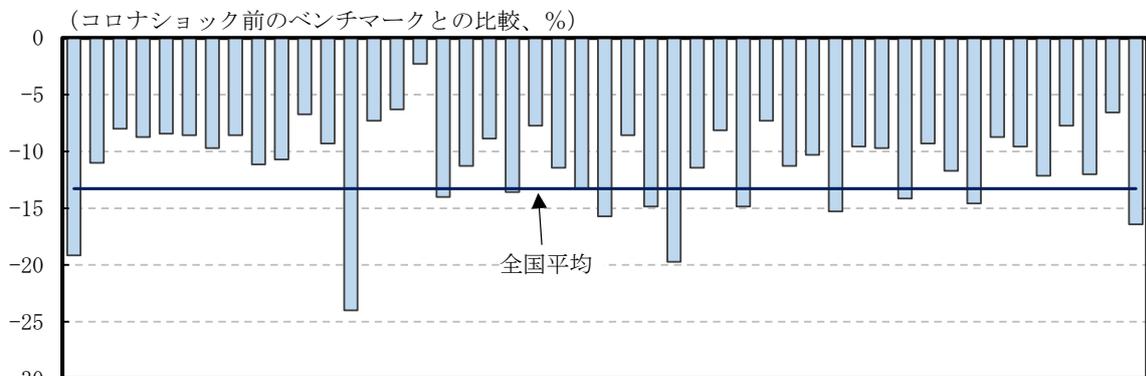
人出

小売店・娯楽施設の人出（直近値 3/7）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（3/1～3/7 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繩山

(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