

2022年5月10日 全8頁

Indicators Update

2022年3月消費統計

まん延防止等重点措置の全面解除を受けて、消費支出が増加

経済調査部 エコノミスト 中村 華奈子

[要約]

- 2022年3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+4.1%と、3カ月ぶりに増加した。月下旬のまん延防止等重点措置の全面解除を受けて外出機会が増加し、客足が回復した影響が明確に表れた。
- 実質消費支出を財・サービス別に見ると、いずれも増加している。耐久財は、自動車が押し上げた。サービス消費は、外出機会の増加に伴い回復に向かった。
- 4月の消費は財・サービスとも3月から回復ペースが鈍化したとみられる。まん延防止等重点措置の全面解除以降、4月前半の人出は足踏みした。5月以降の消費は回復基調を維持するとみている。

図表1：各種消費指標の概況（単位：%）

| | | 2021年 11月 | 12月 | 2022年 1月 | 2月 | 3月 | | |
|-------------|----------------|--------------|--------|-------------|-------|-------|-------|-----------------|
| 需要側 | 実質消費支出（家計調査） | 前年比 | ▲ 1.3 | ▲ 0.2 | 6.9 | 1.1 | ▲ 2.3 | 総務省、二人以上世帯 |
| | | 前月比 | ▲ 0.9 | 0.2 | ▲ 1.2 | ▲ 2.8 | 4.1 | |
| | 実質消費支出（CTIミクロ） | 前年比 | ▲ 1.2 | ▲ 0.8 | 4.3 | 0.2 | ▲ 3.6 | 総務省、二人以上世帯 |
| | | 前月比 | 1.0 | ▲ 0.8 | ▲ 1.6 | ▲ 1.7 | 1.7 | |
| 供給側 | 小売販売額 | 前年比 | 1.9 | 1.2 | 1.1 | ▲ 0.9 | 0.9 | 経済産業省 |
| | | 前月比 | 0.7 | ▲ 0.4 | ▲ 0.9 | ▲ 0.9 | 2.0 | |
| | 百貨店売上高 | 前年比 | 8.1 | 8.8 | 15.6 | ▲ 0.7 | 4.6 | 日本百貨店協会 |
| | コンビニエンスストア売上高 | 前年比 | ▲ 1.7 | 3.2 | 2.1 | ▲ 0.2 | 1.2 | 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 | 2.8 | 1.7 | 4.0 | 6.1 | 1.9 | 日本チェーンストア協会 |
| | 外食売上高 | 前年比 | ▲ 0.2 | 9.5 | 12.2 | 4.8 | 5.9 | 日本フードサービス協会 |
| | 旅行取扱高 | 前年比 | ▲ 13.7 | 31.6 | 126.5 | 88.0 | - | 観光庁 |
| 需要側 +供給側 | 実質消費（CTIマクロ） | 前年比 | 1.1 | 1.3 | 3.1 | 1.0 | ▲ 0.6 | 総務省 |
| | | 前月比 | 1.3 | ▲ 0.3 | ▲ 1.1 | ▲ 0.7 | 0.2 | |

(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

<3月の消費総括>まん延防止等重点措置の全面解除を受けて2月から回復

2022年3月の消費は需要側・供給側いずれも2月から回復した。月下旬のまん延防止等重点措置の全面解除を受けて、外出機会が増加し客足が回復した。月後半の気温上昇も寄与したとみられる。財・サービス別に見るといずれも増加しており、幅広い品目で消費が好調であったことが確認できる。

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+4.1%と3カ月ぶりに増加した（**図表2、3**）。振れの大きな項目を除いても、実質消費支出（除く住居等）が同+3.0%、複数の統計で補正したCTIミクロが同+1.7%という結果だった。供給側統計である商業動態統計（名目小売販売額：同+2.0%）は4カ月ぶりに増加した。

<家計調査（需要側）>外出需要の高まりから3カ月ぶりに消費が回復

2022年3月の家計調査を費目別に見ると、10大費目のうち全ての費目が前月から増加した¹。とりわけ、「交通・通信」（前月比+13.8%）、「被服及び履物」（同+11.4%）が全体を押し上げた。「交通・通信」では、自動車購入が大幅に増加した。3月の新車販売台数は同+5.8%（大和総研による季節調整値）と3カ月ぶりにプラスに転じており、この結果とも整合的だ。また、バス通学定期代や航空運賃も増加した。航空運賃については、外出機会の増加の影響を反映したものとみられる。「被服及び履物」では、男子用洋服や婦人用洋服、シャツ・セーター類が増加した。月後半の気温が平年よりも高く、春物や初夏物が伸長したことが影響したとみられる。また、感染状況の落ち着きに伴うイベント再開や制限の緩和を受けて、入園・入学用品といったオケージョン需要の高まりも増加に寄与した。振れの大きな項目を除いた実質消費支出（除く住居等）を見ても同+3.0%であることから、3月の家計調査が好調な結果であったといえる。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

| 前月比、% | 2021/8 | 2021/9 | 2021/10 | 2021/11 | 2021/12 | 2022/1 | 2022/2 | 2022/3 | シェア (%) |
|----------|--------|--------|---------|---------|---------|--------|--------|--------|---------|
| 消費支出 | ▲3.0 | 4.3 | 3.9 | ▲0.9 | 0.2 | ▲1.2 | ▲2.8 | 4.1 | 100.0 |
| 食料 | ▲4.8 | 4.8 | 0.5 | ▲0.2 | ▲0.1 | ▲1.7 | ▲0.6 | 0.4 | 28.5 |
| 住居 | 6.7 | 1.2 | ▲8.7 | ▲7.8 | 20.6 | 4.9 | ▲14.5 | 8.1 | 6.6 |
| 光熱・水道 | ▲1.1 | 0.5 | ▲0.2 | 0.3 | ▲2.8 | 1.5 | 4.2 | 3.1 | 7.7 |
| 家具・家事用品 | 5.5 | ▲7.1 | 2.9 | ▲1.1 | ▲6.8 | 16.4 | ▲8.3 | 1.5 | 4.3 |
| 被服及び履物 | ▲7.7 | 8.7 | 0.5 | 10.8 | ▲3.3 | ▲17.4 | 2.5 | 11.4 | 3.2 |
| 保健医療 | 2.2 | 15.5 | ▲11.0 | 0.5 | ▲4.0 | 3.1 | ▲5.7 | 5.5 | 5.1 |
| 交通・通信 | ▲2.7 | ▲2.3 | 17.4 | ▲2.8 | 3.3 | 16.0 | ▲25.0 | 13.8 | 14.3 |
| 教育 | 14.3 | 13.1 | 2.0 | ▲15.0 | 11.4 | ▲22.8 | 10.4 | 5.9 | 4.3 |
| 教養娯楽 | ▲6.9 | 6.0 | 11.1 | 0.3 | ▲1.1 | ▲5.8 | 3.5 | 3.7 | 9.1 |
| その他の消費支出 | ▲4.5 | 5.9 | 1.3 | 4.7 | ▲6.5 | 2.4 | 0.7 | 4.4 | 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。

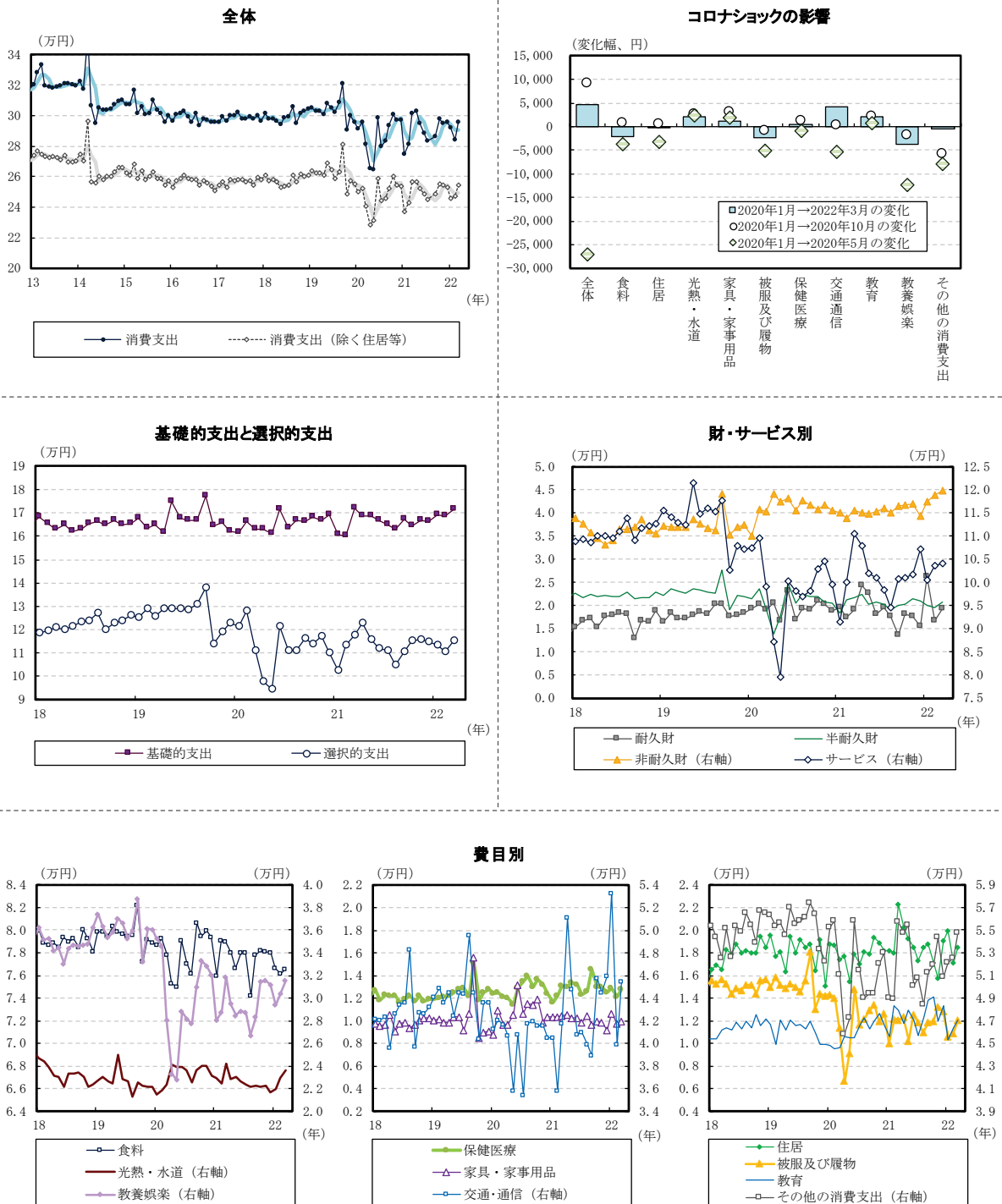
(出所) 総務省統計より大和総研作成

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。

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%、選択的支出は同+4.1%といずれも増加した（**図表 3 左中**）。月下旬のまん延防止等重点措置の全面解除を受けて、選択的消費を中心に回復した。ただし、選択的消費の水準は新型コロナウイルス感染拡大前の2019年平均を9.1%下回っている。

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+14.9%）、半耐久財（同+5.4%）、非耐久財（同+0.7%）、サービス（同+0.6%）のいずれも増加した（**図表 3 右中**）。耐久財では、前述の通り自動車が好調であった。

図表 3 : 実質消費支出 (季節調整値、2020年基準)



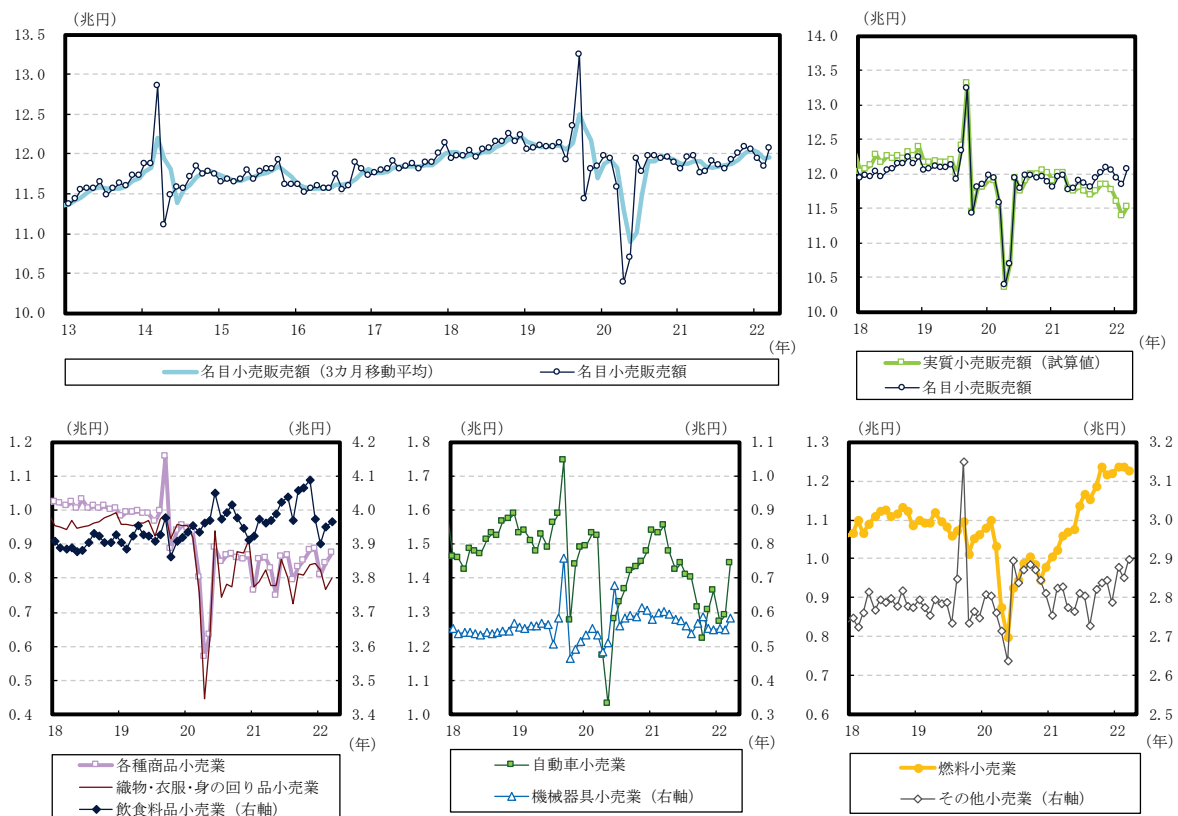
(注1) 二人以上の世帯。基礎的支出と選択的支出、財・サービス別支出は大和総研による季節調整値、それ以外は総務省による季節調整値。
 (注2) 「消費支出 (除く住居等)」は、消費支出から「住居」「自動車等購入」「贈与金」「仕送り金」を除いた数値。全体の図中の太線は3カ月移動平均。
 (注3) 「その他の消費支出」は名目金額指数 (季節調整値) を、CPIの生鮮食品及びエネルギーを除く総合指数で実質化した値。
 (注4) 各費目で個別に季節調整されているため、その合計は消費支出全体の季節調整値と一致しない。
 (出所) 総務省統計より大和総研作成

＜商業動態統計(供給側)＞まん延防止等重点措置の全面解除を受けて販売は回復へ

2022年3月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比+2.0%と4カ月ぶりに増加した(図表4、5)。CPIの財指数で実質化した小売販売額は同+1.3%だった。経済産業省は基調判断を2022年1月から「横ばい傾向にある」で据え置いている。

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。とりわけ、「自動車小売業」(前月比+11.8%)が大きく伸びたことが全体を押し上げた。業界統計である新車販売台数²を見ると、3月は3カ月ぶりに前月比でプラスに転じており、自動車販売が好調だったことが確認できる。ほかにも、「機械器具小売業」(同+5.9%)や「織物・衣服・身の回り品小売業」(同+4.7%)、「各種商品小売業」(同+3.7%)などが増加した。3月下旬のまん延防止等重点措置の全面解除を受けて、外出機会が増加し客足が回復したことが一因だとみられる。他方、「燃料小売業」(同▲0.7%)は4カ月ぶりに小幅に減少した。資源価格高騰の影響により、高水準での推移が続いている状態だ。

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

² 詳細は中村華奈子、鈴木雄太郎「消費データブック(2022/4/25号)」(大和総研レポート、2022年4月25日)を参照。

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(%) |
|----------------|-------|------|------|------|------|-------|------|------|-------|--------|
| | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | | |
| 小売業計 | ▲0.4 | 1.0 | 0.7 | 0.7 | ▲0.4 | ▲0.9 | ▲0.9 | 2.0 | 100.0 | |
| 各種商品小売業 | ▲8.3 | 4.7 | 2.3 | 3.6 | 0.2 | ▲8.6 | 4.2 | 3.7 | 6.9 | |
| 織物・衣服・身の回り品小売業 | ▲9.8 | 12.2 | ▲0.5 | 3.6 | 0.4 | ▲2.2 | ▲6.7 | 4.7 | 5.7 | |
| 飲食料品小売業 | ▲1.8 | 2.3 | 0.2 | 0.6 | ▲2.9 | ▲1.8 | 1.3 | 0.4 | 30.1 | |
| 自動車小売業 | ▲0.7 | ▲6.3 | ▲6.9 | 7.0 | 4.4 | ▲7.0 | 1.8 | 11.8 | 11.3 | |
| 機械器具小売業 | ▲4.4 | 5.5 | 3.7 | ▲5.7 | ▲1.2 | 1.2 | ▲0.9 | 5.9 | 6.7 | |
| 燃料小売業 | ▲0.9 | 2.9 | 4.3 | ▲1.8 | 0.3 | 1.4 | 0.0 | ▲0.7 | 9.2 | |
| その他小売業 | ▲2.7 | 3.5 | 0.6 | 0.2 | ▲1.9 | 3.2 | ▲0.9 | 1.6 | 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＞人出が伸び悩み 4月の消費回復ペースは鈍い、本格的な回復は5月以降か

個社データやPOSデータ等を基に判断すると、2022年4月の消費は3月から回復ペースが鈍化したとみられる³。3月下旬のまん延防止等重点措置の全面解除以降、新規感染者数の減少ペースは鈍く、4月中旬にかけての人出は伸び悩んだ。本格的な消費の回復は5月以降になりそうだ。

4月の消費を財・サービス別に詳しく見ると、財消費では百貨店売上高の回復は鈍いものにとどまった。新幹線の輸送量も各社まちまちの結果であり、移動需要も方向感に欠ける印象だ。小売店・娯楽施設の人出を確認すると (p.8)、4月上旬は新型コロナウイルスの感染拡大前と比べて1割ほど下回る状況が続いた。サービス消費についても伸び悩んだとみられる。

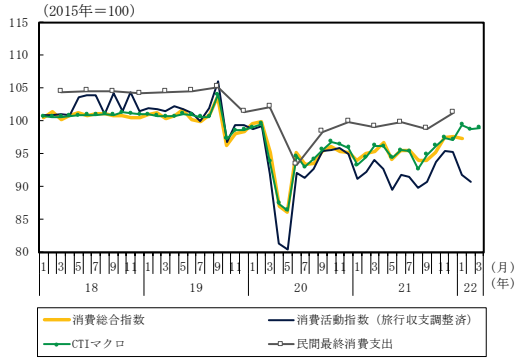
5月以降の消費は、回復基調を維持するとみている。2022年は3年ぶりに行動制限のない大型連休を迎えた。外出機会が増加し、これまで自粛傾向にあった県をまたぐ移動なども回復に向かうことで、宿泊や外食関連の消費が持ち直した。ただし、足元では新規感染者数が増加の兆しを見せている。感染拡大により経済活動を制限することになれば、サービス消費を中心に消費が再び低迷することも予想される。引き続き感染状況を注視する必要があるだろう。

なお、足元ではロシアのウクライナ侵攻を受け、資源価格が軒並み上昇している。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。

³ 詳細は脚注2のレポートを参照。

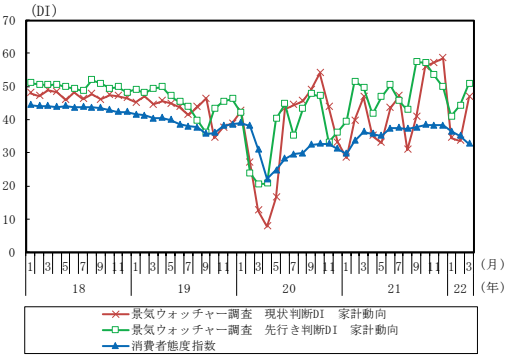
消費・概況

①Pベースの民間最終消費支出と各種消費指数



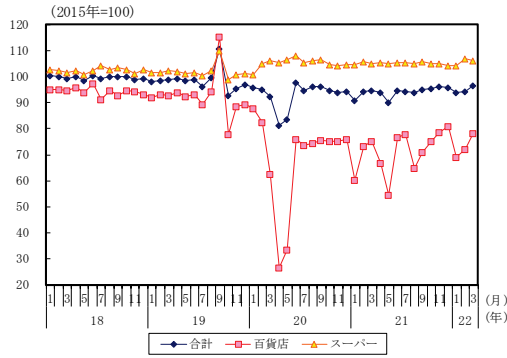
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



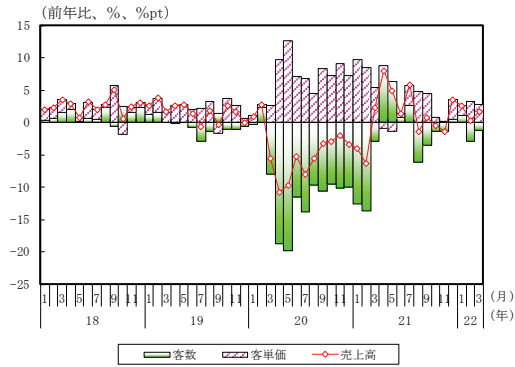
(注) 内閣府による季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



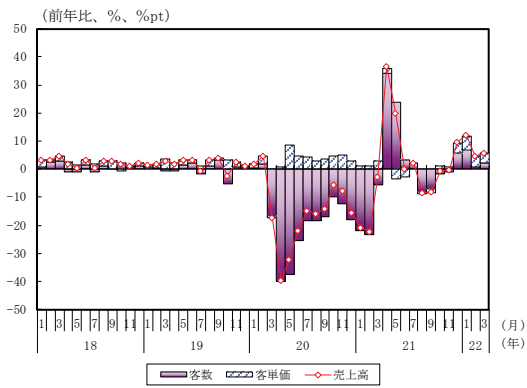
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



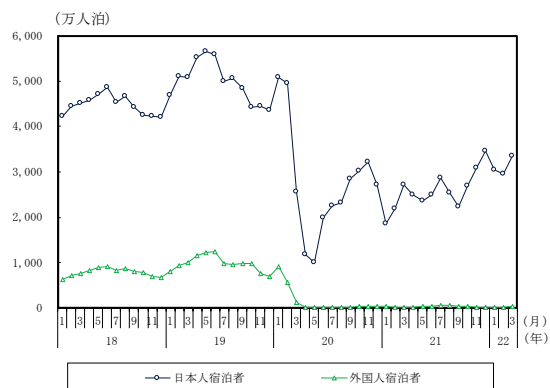
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

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

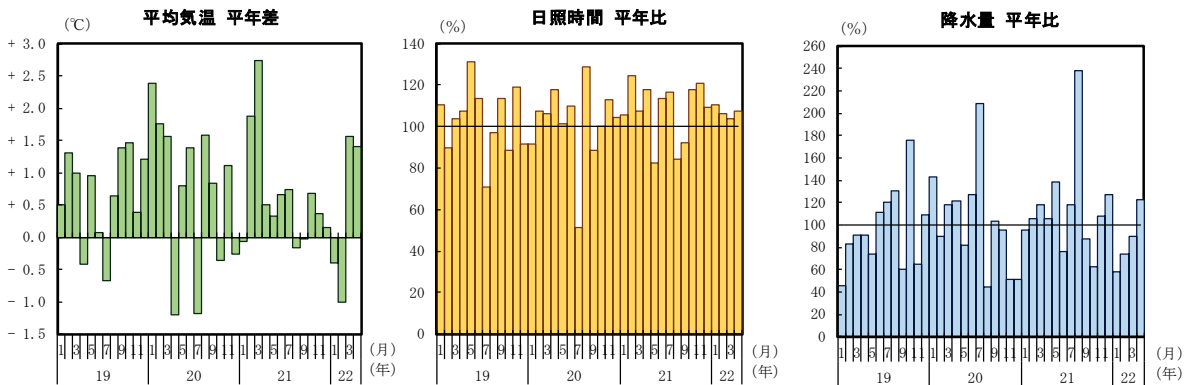
宿泊者数



(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

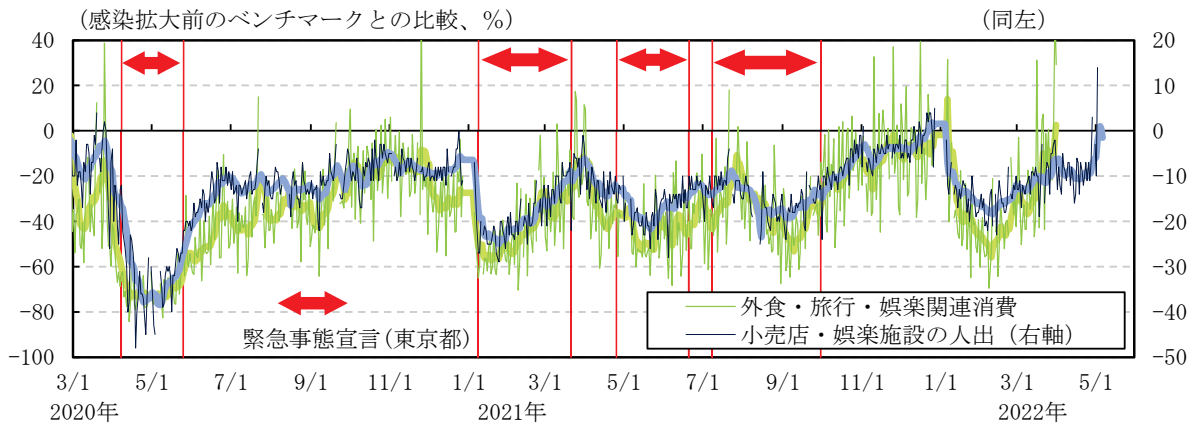
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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

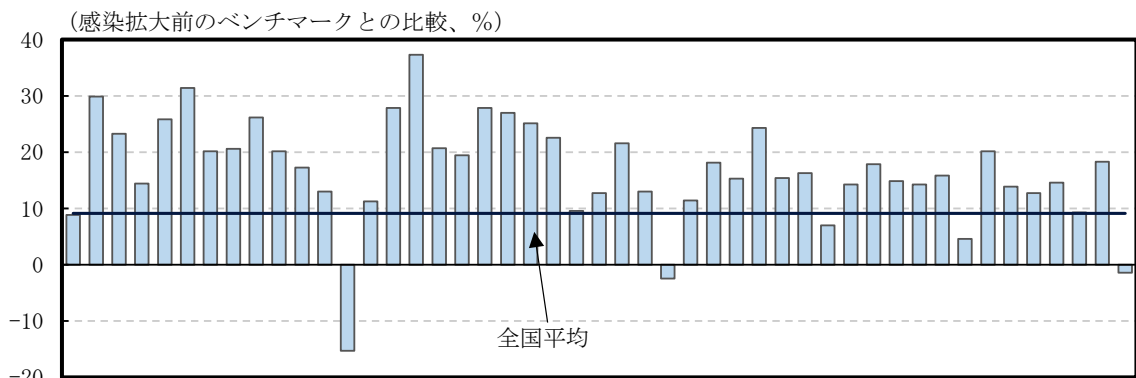
人出

小売店・娯楽施設の人出（直近値 5/6）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（4/30～5/6 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縄道
 (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