

2022 年 6 月 7 日 全 8 頁

Indicators Update

2022 年 4 月消費統計

外出機会の増加を受けて消費支出が回復するも、そのペースは緩やかに

経済調査部 エコノミスト 中村 華奈子

[要約]

- 2022 年 4 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+1.0%と、2 月連続で増加した。新型コロナウイルスの感染状況の改善や外出機会の増加により、消費支出が緩やかに回復したことが確認された。
- 実質消費支出を財・サービス別に見ると、サービスは、外出機会の増加などを受けて回復した。財はまちまちの結果となった。半耐久財では、衣料品などが好調であった。耐久財では自動車が低調であったが、サンプルの偏りや、大幅に増加した前月からの反動とみられ、均して見れば増加基調にある。
- 5 月の消費は 4 月から緩やかに回復したとみている。月前半の大型連休における商戦も好調だった。6 月の消費も回復基調を維持するだろう。家計はこれまで自粛してきた外食・宿泊・娯楽などへの支出を増やす一方、必需的な品目に対しては節約志向を強め、いわゆる「メリハリ消費」が広がるとみている。

図表 1：各種消費指標の概況（単位：％）

		2021年 12月	1月	2月	3月	4月	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 0.2	6.9	1.1	▲ 2.3	▲ 1.7
		前月比	0.2	▲ 1.2	▲ 2.8	4.1	1.0
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲ 0.8	4.3	0.2	▲ 3.6	▲ 3.4
		前月比	▲ 0.8	▲ 1.6	▲ 1.7	1.7	▲ 0.1
供給側	小売販売額	前年比	1.2	1.1	▲ 0.9	0.7	2.9
		前月比	▲ 0.4	▲ 0.9	▲ 0.9	1.7	0.8
	百貨店売上高	前年比	8.8	15.6	▲ 0.7	4.6	19.0
	コンビニエンスストア売上高	前年比	3.2	2.1	▲ 0.2	1.2	2.3
	スーパー売上高	前年比	1.7	4.0	6.1	1.9	2.1
	外食売上高	前年比	9.5	12.2	4.8	5.9	13.5
	旅行取扱高	前年比	31.6	126.5	88.0	106.7	-
需要側 + 供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	1.8	3.4	1.1	0.3	0.9
		前月比	▲ 0.2	▲ 1.2	▲ 1.0	1.2	0.6

(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

＜4月の消費総括＞消費支出は前月から回復するも、そのペースは緩やかに

2022年4月の消費は需要側・供給側いずれも3月から回復した。新型コロナウイルスの感染状況の改善を受けて外出機会が増加し、消費支出が回復した。月前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、サービスは好調だった一方で、財はまちまちな結果であった。

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+1.0%と2カ月連続で増加した（**図表2、3**）。振れの大きな項目を除いた実質消費支出（除く住居等）は同+0.9%であった。ただし、複数の統計で補正したCTIミクロは同▲0.1%であり、消費の回復は実態としては緩やかなペースにとどまったとみられる。供給側統計である商業動態統計（名目小売販売額：同+0.8%）は2カ月連続で増加した。

＜家計調査（需要側）＞外出機会の増加により、2カ月連続で増加

2022年4月の家計調査を費目別に見ると、10大費目中6費目が前月から増加した¹。「交通・通信」（前月比+5.2%）や「被服及び履物」（同+9.5%）、「教育」（同+7.1%）などが全体を押し上げた。「光熱・水道」は前月から横ばいであった。

「交通・通信」では、鉄道運賃やバス通勤定期代、有料道路料やガソリンといった項目が増加した。県をまたいだ移動が活発化したことなどが寄与したとみられる。「被服及び履物」では、婦人用洋服や男子用洋服などが増加した。外出機会が増加したことに加え、月の平均気温が平年よりも高く、初夏物や夏物が売上を伸ばしたことが寄与したとみられる。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2021/9	2021/10	2021/11	2021/12	2022/1	2022/2	2022/3	2022/4	シェア（%）
消費支出	4.3	3.9	▲0.9	0.2	▲1.2	▲2.8	4.1	1.0	100.0
食料	4.8	0.5	▲0.2	▲0.1	▲1.7	▲0.6	0.4	▲0.8	28.5
住居	1.2	▲8.7	▲7.8	20.6	4.9	▲14.5	8.1	0.7	6.6
光熱・水道	0.5	▲0.2	0.3	▲2.8	1.5	4.2	3.1	0.0	7.7
家具・家事用品	▲7.1	2.9	▲1.1	▲6.8	16.4	▲8.3	1.5	4.0	4.3
被服及び履物	8.7	0.5	10.8	▲3.3	▲17.4	2.5	11.4	9.5	3.2
保健医療	15.5	▲11.0	0.5	▲4.0	3.1	▲5.7	5.5	1.9	5.1
交通・通信	▲2.3	17.4	▲2.8	3.3	16.0	▲25.0	13.8	5.2	14.3
教育	13.1	2.0	▲15.0	11.4	▲22.8	10.4	5.9	7.1	4.3
教養娯楽	6.0	11.1	0.3	▲1.1	▲5.8	3.5	3.7	▲1.4	9.1
その他の消費支出	5.9	1.3	4.7	▲6.5	2.4	0.7	4.4	▲2.5	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

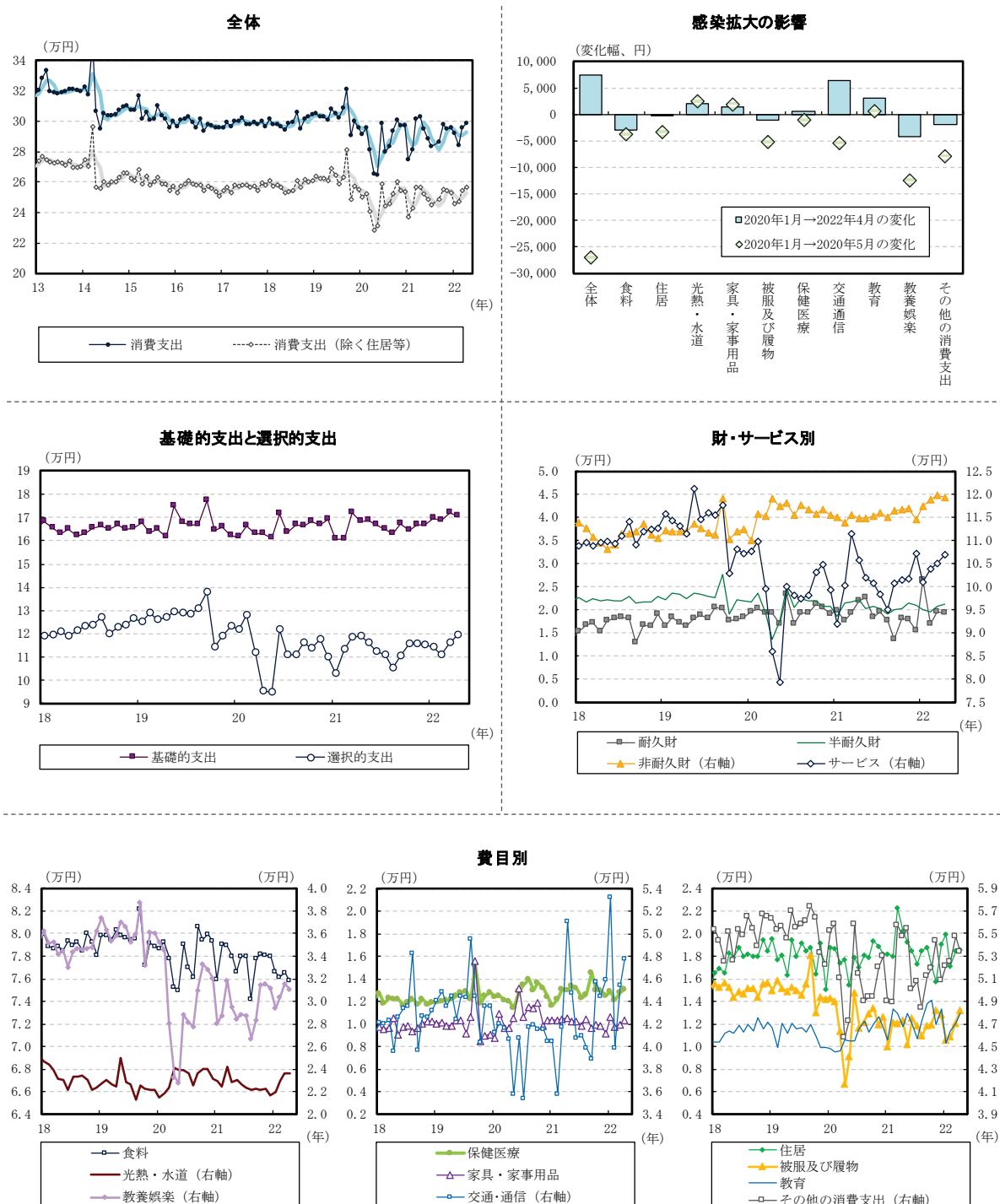
¹ 総務省による季節調整値、「その他の消費支出」の実質化は大和総研による。

一方、「その他の消費支出」（前月比▲2.5%）や「食料」（同▲0.8%）、「教養娯楽」（同▲1.4%）は減少した。「食料」では、野菜・海藻や油脂・調味料、魚介類、穀類、調理食品といった項目が減少した。ロシアのウクライナ侵攻などを背景とした資源高や円安の影響で幅広い価格が上昇しており、必需的な食料品の支出が控えられた一方、外食は増加している。節約志向が強まったことに加え、外出機会の増加により需要が内食・中食から外食へとシフトしたとみられる。「教養娯楽」では、テレビなどの教養娯楽用耐久財が減少した。

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▲0.7%、選択的支出は同+2.7%であった（**図表 3 左中**）。ただし、選択的支出の水準は感染拡大前の 2019 年平均を 5.6%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（同+2.5%）とサービス（同+1.8%）が増加した一方、耐久財（前月比▲1.4%）と非耐久財（同▲0.3%）は減少した。（**図表 3 右中**）。サービスは、外出機会の増加が回復を後押しした。半耐久財では、前述の通り被服などが好調であった。耐久財では自動車が低調であったが、サンプルの偏りや、前月の大幅増の反動とみられる。

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

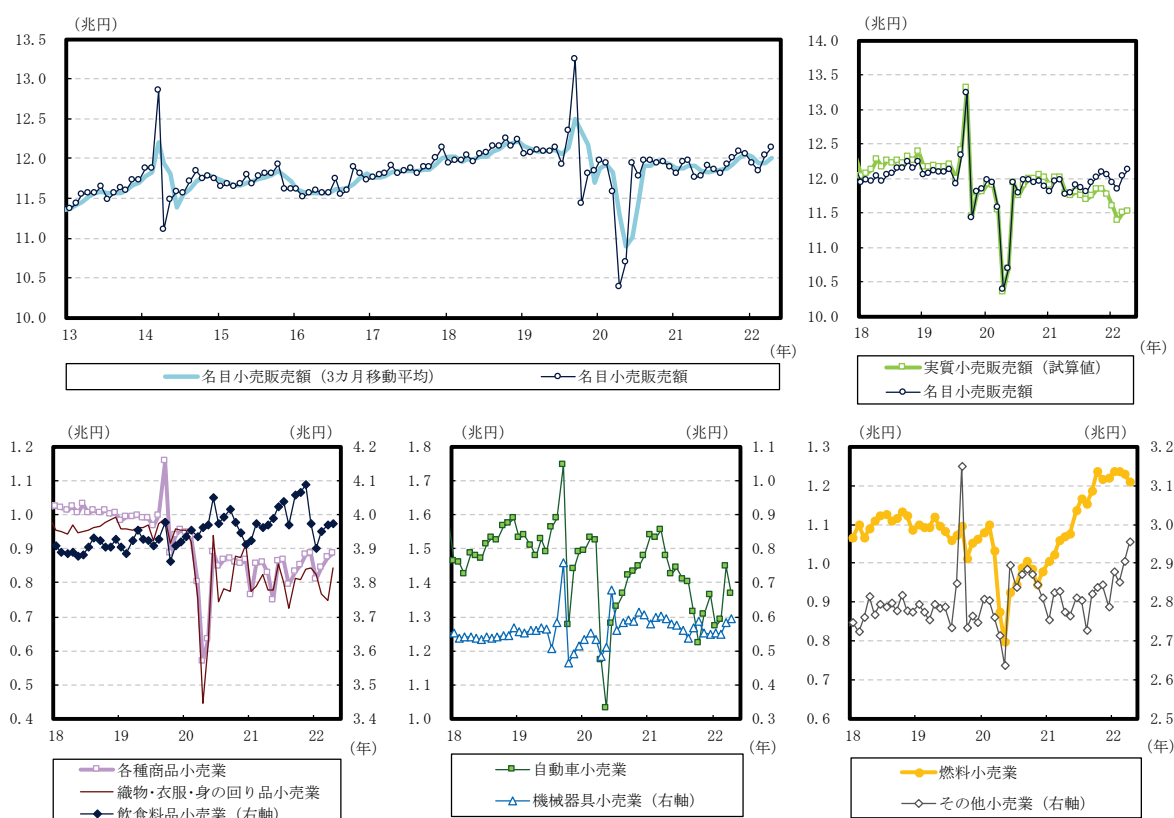
＜商業動態統計（供給側）＞基調判断が3カ月ぶりに上方修正される

2022年4月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比+0.8%と2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+0.3%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。「織物・衣服・身の回り品小売業」（前月比+12.8%）や「その他小売業」（同+1.8%）、「各種商品小売業」（同+1.6%）などが全体を押し上げた。感染状況の改善を受けて、外出機会が増加したことが寄与したとみられる。「織物・衣服・身の回り品小売業」では、気温上昇も相まって初夏物や夏物の販売が好調であり、2ケタ増となった。

他方、「自動車小売業」は前月比▲5.7%と3カ月ぶりにマイナスに転じた。自動車は前月に販売額が大幅に増加した反動が表れたとみられる。業界統計から新車販売台数²を見ると、4月は前月比+2.8%と2カ月連続で増加した（大和総研による季節調整値）。供給制約の影響で販売額の水準は低いものの、均して見れば増加基調にあるといえる。「燃料小売業」（同▲1.6%）は2カ月連続で減少した。ただし、資源高を受けて水準は高止まりしている。

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

² 詳細は拙稿「消費データブック（2022/5/26号）」（大和総研レポート、2022年5月26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 (%)
	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	
小売業計	1.0	0.7	0.7	▲0.4	▲0.9	▲0.9	1.7	0.8	100.0
各種商品小売業	4.7	2.3	3.6	0.2	▲8.6	4.2	3.7	1.6	6.9
織物・衣服・身の回り品小売業	12.2	▲0.5	3.6	0.4	▲2.2	▲6.7	▲2.3	12.8	5.7
飲食料品小売業	2.3	0.2	0.6	▲2.9	▲1.8	1.3	0.5	0.1	30.1
自動車小売業	▲6.3	▲6.9	7.0	4.4	▲7.0	1.8	12.1	▲5.7	11.3
機械器具小売業	5.5	3.7	▲5.7	▲1.2	1.2	▲0.9	6.0	1.9	6.7
燃料小売業	2.9	4.3	▲1.8	0.3	1.4	0.0	▲0.5	▲1.6	9.2
その他小売業	3.5	0.6	0.2	▲1.9	3.2	▲0.9	1.9	1.8	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%にならない。

(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

＜先行き＞緩やかな回復を見込む一方、値上げに伴う消費の落ち込みには注意が必要

業界統計や個社データなどを基に判断すると、2022年5月の消費は4月から緩やかに回復したとみている³。感染状況の改善を受けて、財・サービスともに消費支出が回復した。月前半の大型連休における商戦も好調であった。

5月の消費を財・サービス別に詳しく見ると、財消費では大手百貨店（大丸松坂屋、三越伊勢丹、高島屋）の月前半の売上高が新型コロナウイルス感染拡大前の2019年同期比でプラスに転じ、大幅に改善した。一方、新車販売台数は前月比▲8.0%と生産調整の影響で3カ月ぶりにマイナスに転じた。新幹線輸送量は各線ともに増加しており、移動需要が持ち直したことが確認された。ただし、小売店・娯楽施設の入出を見ると、月上旬は感染拡大前の水準まで回復したものの、その後はゴールデンウィーク前の水準に戻った。こうした動きを反映して、外食・旅行・娯楽関連消費は緩やかな回復にとどまったとみている。

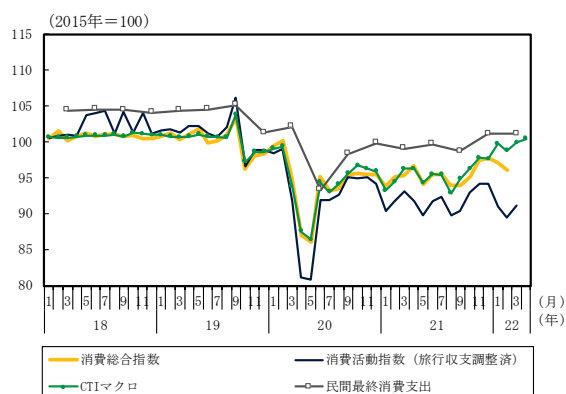
6月以降の消費は、回復基調を維持するとみている。経済活動の正常化の進展などを受けて、サービス消費を中心に持ち直すだろう。資源高で生じたコストプッシュインフレによる消費への影響は、感染拡大後に大幅に増加した家計貯蓄の一部を取り崩すことで緩和されると考えられる半面⁴、ウクライナ問題などの先行き不透明感は強い。こうした中で、家計はこれまで自粛してきた外食・宿泊・娯楽などへの支出を増やす一方、必需的な品目に対しては節約志向を強め、いわゆる「メリハリ消費」が広がるとみている。

³ 脚注2の大和総研レポートを参照。

⁴ 2015～19年に見られた家計貯蓄のトレンドからの乖離分を「過剰貯蓄」とみなすと、その額は2022年3月末までで約60兆円に達したと試算される。詳しくは熊谷亮丸他「[第213回日本経済予測](#)」（大和総研レポート、2022年5月24日）を参照。

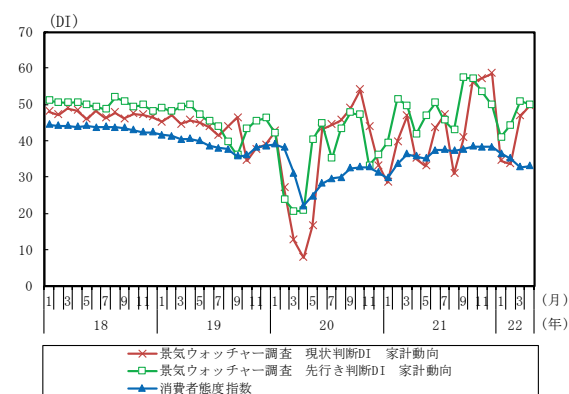
消費・概況

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

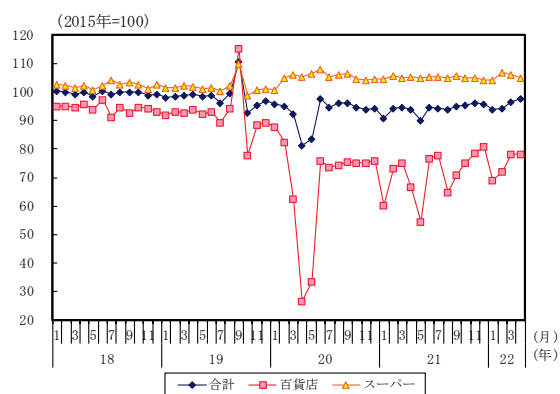
消費者マインド



(注) 内閣府による季節調整値。

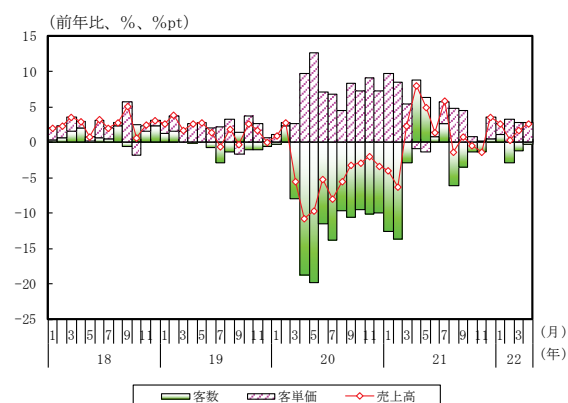
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



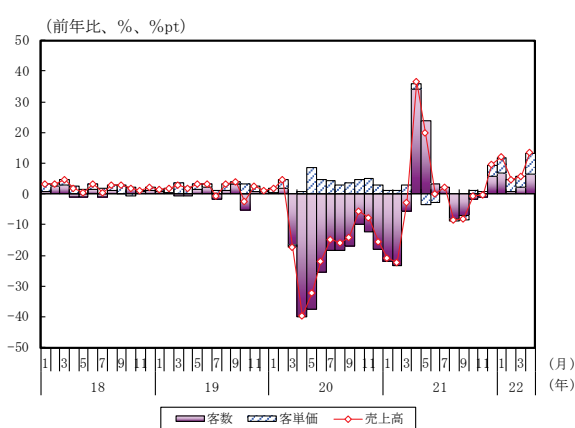
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



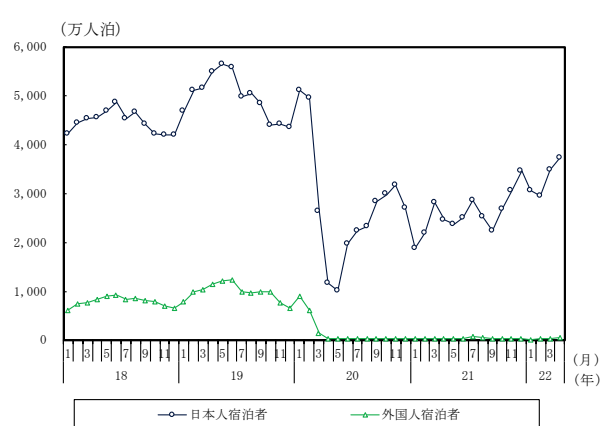
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

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

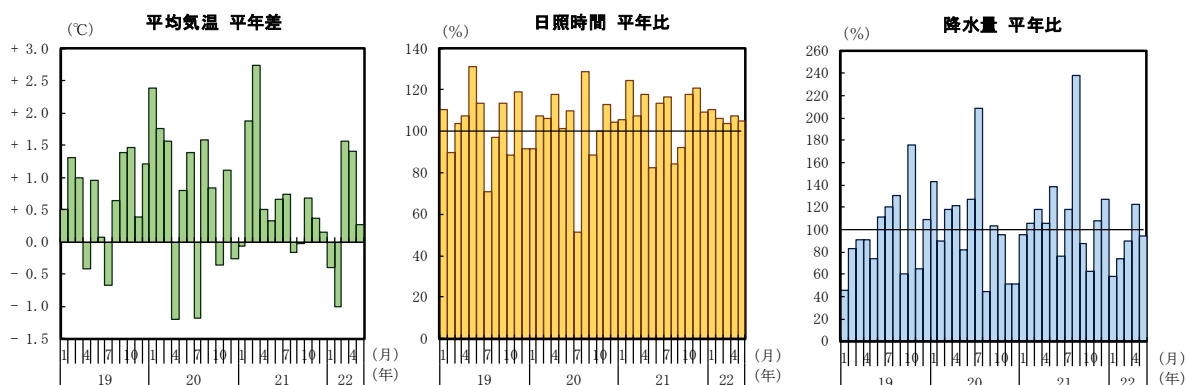


(注) 大和総研による季節調整値。

(出所) 観光庁統計より大和総研作成

天候

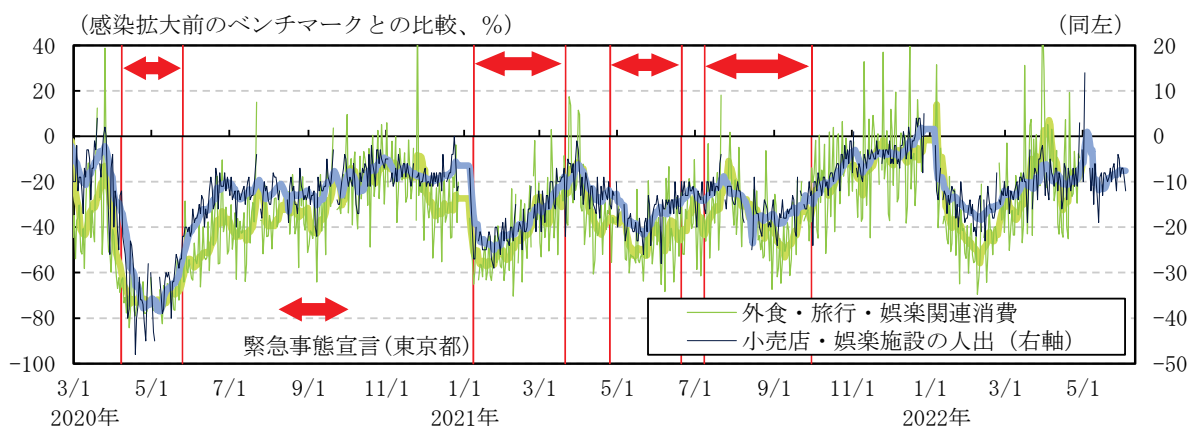
全国の平均気温・日照時間・降水量



(注) 東日本、西日本、北日本、沖縄・奄美のデータを2020年国勢調査の人口で加重平均したもの。
 (出所) 総務省、気象庁統計より大和総研作成

人出

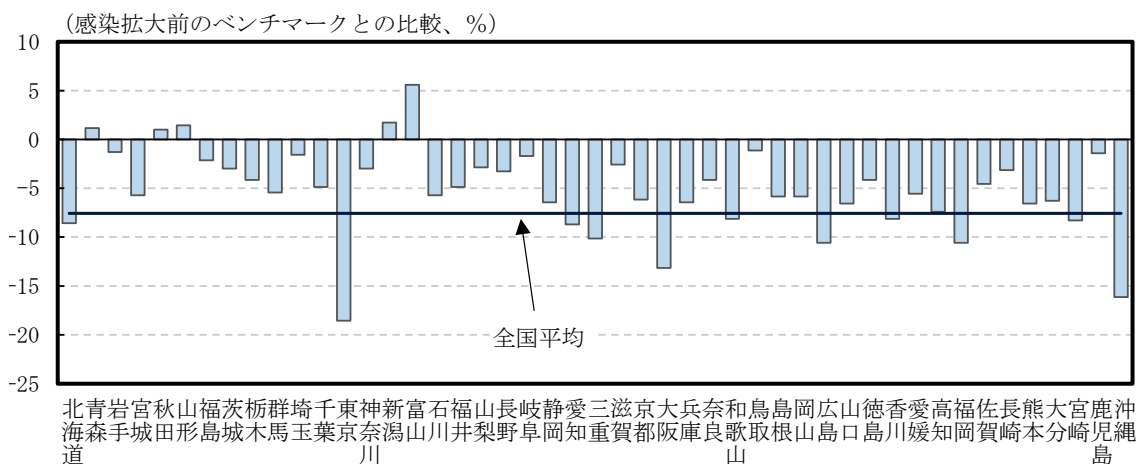
小売店・娯楽施設の人出（直近値 6/3）と外食・旅行・娯楽関連消費



(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（5/28～6/3 平均、都道府県別）



(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