

2022年7月8日 全9頁

Indicators Update

2022年5月消費統計

全体として緩やかな回復基調を維持するも、回復ペースは鈍化

経済調査部 エコノミスト 中村 華奈子

[要約]

- 2022年5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▲1.9%と3カ月ぶりに減少した。財・サービス別に見ると、サービスは前月から横ばいだった一方、財は低調な結果となった。耐久財では部品調達難を受けて自動車が、半耐久財では大型連休後の人出の落ち込みや天候不順の影響もあって被服などの支出が減少した。
- 家計調査の結果を複数の統計で補正し、世帯の消費実態をより正確に反映したCTIミクロは同+0.5%であり、供給側統計である商業動態統計(名目小売販売額:同+0.6%)は3カ月連続で増加した。総じて見ると、個人消費は緩やかな回復ペースを維持したとみられる。
- 6月の消費はサービス消費を中心に5月から小幅に回復したとみている。7月以降も緩やかな回復基調を維持しよう。外食や宿泊、娯楽を中心にサービス消費が回復すると見込まれるが、足元では新型コロナウイルスの感染が再拡大している。厳格な感染対策が実施されれば、経済活動正常化の動きが再び停滞する可能性がある。感染状況には引き続き注意が必要だ。

図表1：各種消費指標の概況（単位：％）

統計		2022年 1月	2月	3月	4月	5月	出所	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	6.9	1.1	▲ 2.3	▲ 1.7	▲ 0.5	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 1.2	▲ 2.8	4.1	1.0	▲ 1.9	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	4.3	0.2	▲ 3.6	▲ 3.4	▲ 1.4	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 1.6	▲ 1.7	1.7	▲ 0.1	0.5	
供給側	小売販売額	前年比	1.1	▲ 0.9	0.7	3.1	3.6	経済産業省
		前月比	▲ 0.9	▲ 0.9	1.7	1.0	0.6	
	百貨店売上高	前年比	15.6	▲ 0.7	4.6	19.0	57.8	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	2.1	▲ 0.2	1.2	2.3	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	4.0	6.1	1.9	2.1	0.9	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	12.2	4.8	5.9	13.5	20.4	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	126.5	88.0	106.7	94.3	278.0	観光庁
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	3.4	1.3	0.1	1.3	3.2	総務省
前月比		▲ 1.4	▲ 0.6	0.7	1.2	▲ 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

<5月の消費総括>緩やかな回復基調を維持するも、回復ペースは鈍化

2022年5月の消費は需要側・供給側いずれも4月から緩やかに回復した。

需要側では、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▲1.9%と3カ月ぶりに減少した（**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）も同▲1.9%であった。ただし、複数の統計で補正したCTI ミクロは同+0.5%であり、実態としての消費は緩やかな回復ペースを維持したとみられる。供給側統計である商業動態統計（名目小売販売額：同+0.6%）は3カ月連続で増加した。

実質消費支出を財・サービス別に見ると、サービスは前月から横ばいだった一方、財は低調な結果となった。耐久財では自動車が、半耐久財では被服などの支出が減少した。

<家計調査（需要側）>自動車などを中心に財が低調、消費支出は3カ月ぶりに減少

2022年5月の家計調査を費目別に見ると、10大費目中7費目が前月から減少した¹。「交通・通信」（前月比▲9.3%）や「教育」（同▲13.6%）、「被服及び履物」（同▲12.3%）などが全体を押し下げた。「交通・通信」では、自動車等関係費などが減少した。業界統計を見ると、5月の新車販売台数（大和総研による季節調整値²）は上海でのロックダウン（都市封鎖）による部材調達難等の影響を受けて前月比▲8.0%と3カ月ぶりに減少に転じており、この結果とも整合的だ。「被服及び履物」では、男子用洋服や婦人用洋服が減少した。大型連休後に入出が落ち込んだことに加えて月中旬以降の天候不順の影響もあり、当該品目への支出が減少したとみられる。

図表 2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2021/10	2021/11	2021/12	2022/1	2022/2	2022/3	2022/4	2022/5	シェア (%)
消費支出	3.9	▲0.9	0.2	▲1.2	▲2.8	4.1	1.0	▲1.9	100.0
食料	0.5	▲0.2	▲0.1	▲1.7	▲0.6	0.4	▲0.8	1.1	28.5
住居	▲8.7	▲7.8	20.6	4.9	▲14.5	8.1	0.7	▲6.9	6.6
光熱・水道	▲0.2	0.3	▲2.8	1.5	4.2	3.1	0.0	▲2.9	7.7
家具・家事用品	2.9	▲1.1	▲6.8	16.4	▲8.3	1.5	4.0	▲2.8	4.3
被服及び履物	0.5	10.8	▲3.3	▲17.4	2.5	11.4	9.5	▲12.3	3.2
保健医療	▲11.0	0.5	▲4.0	3.1	▲5.7	5.5	1.9	▲0.1	5.1
交通・通信	17.4	▲2.8	3.3	16.0	▲25.0	13.8	5.2	▲9.3	14.3
教育	2.0	▲15.0	11.4	▲22.8	10.4	5.9	7.1	▲13.6	4.3
教養娯楽	11.1	0.3	▲1.1	▲5.8	3.5	3.7	▲1.4	0.0	9.1
その他の消費支出	1.3	4.7	▲6.5	2.4	0.7	4.4	▲2.5	3.6	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。

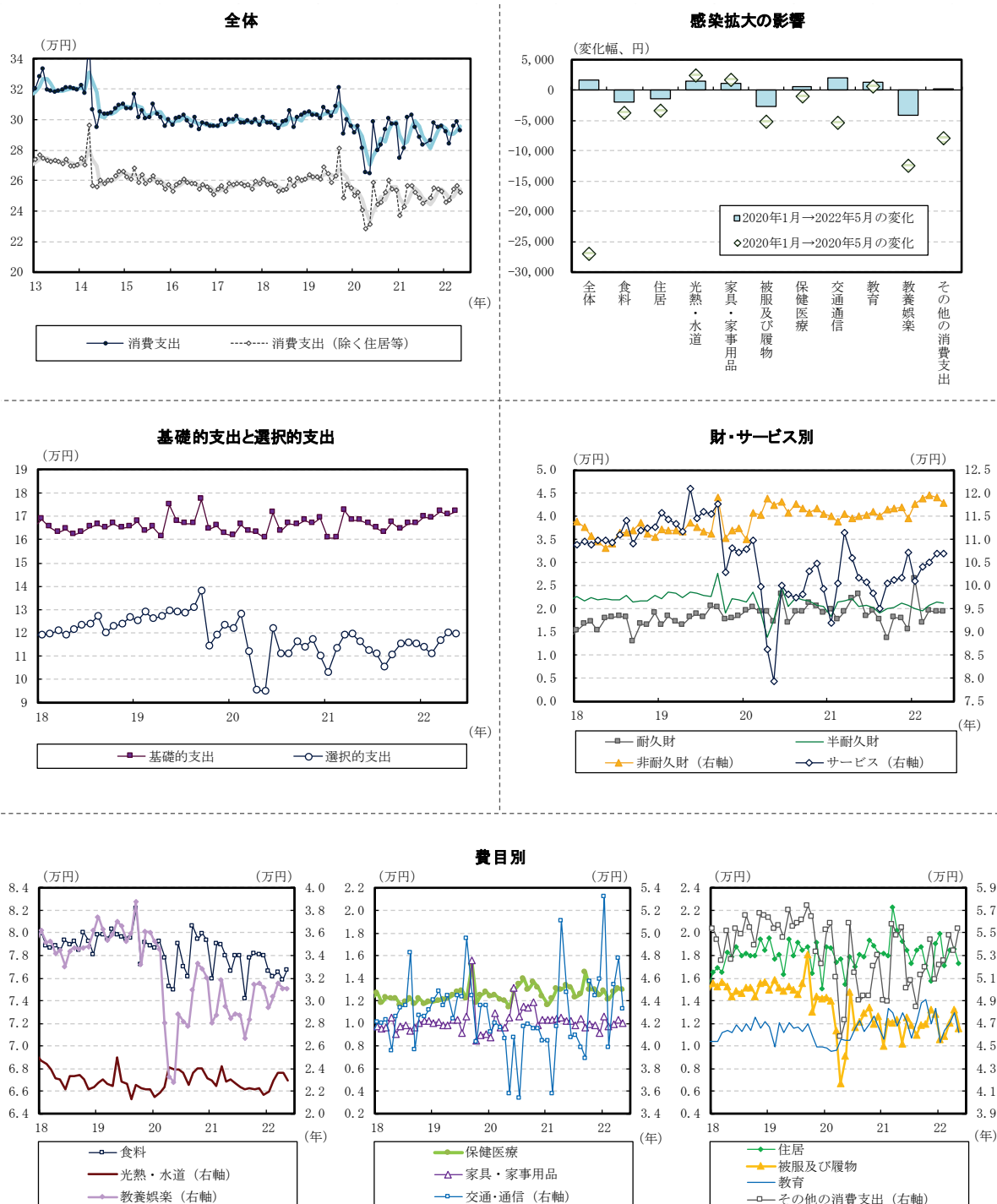
² 詳細は拙稿「消費データブック（2022/6/29号）」（大和総研レポート、2022年6月29日）を参照。

一方、「食料」（前月比+1.1%）と「その他の消費支出」（同+3.6%）は増加した。「食料」では、外食や酒類、菓子類といった項目が全体を押し上げた。資源高や円安の影響を受けて幅広い品目で値上げが続く中、家計は必需的な食料品への支出を控える一方で外食への支出を増やす傾向にある。節約志向の高まりや外出機会の増加を背景に、需要が内食・中食から外食へとシフトしたことが影響したとみられる。菓子類については、大型連休での帰省を中心としたおみやげ需要の高まりも増加の一因とみている。

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+0.9%、選択的支出は同▲0.5%であった（**図表 3 左中**）。選択的支出の水準は新型コロナウイルス感染拡大前の 2019 年平均を 5.7%下回った。

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▲0.5%）と半耐久財（同▲0.7%）、非耐久財（同▲1.0%）が減少した。サービスは同▲0.0%と前月から横ばいだった（**図表 3 右中**）。耐久財では前述の通り自動車が低調であったほか、エアコンなどの冷暖房用器具や電子レンジなどの家事用耐久財も小幅に減少した。半耐久財では被服などが低調であった。

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

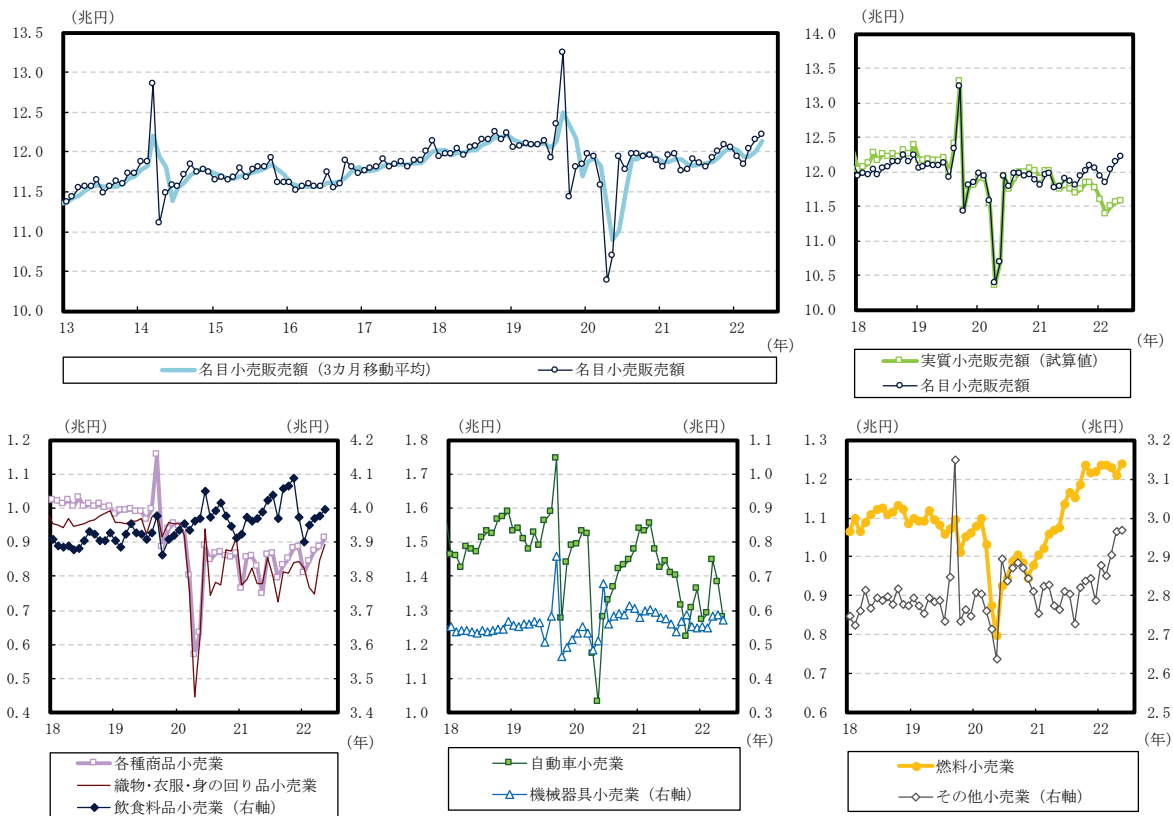
＜商業動態統計(供給側)＞販売額が引き続き増加、基調判断は2カ月連続の上方修正

2022年5月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比+0.6%と3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「緩やかに持ち直している」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+5.2%)や「燃料小売業」(同+2.5%)、「各種商品小売業」(同+2.6%)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。「燃料小売業」では、ガソリン価格高騰の影響もあり販売額が増加したとみている。

他方、「自動車小売業」(前月比▲7.4%)と「機械器具小売業」(同▲2.8%)は減少した。自動車販売額は2カ月連続での減少となった。自動車については、上述の通り5月の新車販売台数が3カ月ぶりに減少した。上海でのロックダウン(都市封鎖)による部材調達難を受けて、メーカー各社で減産が続いたことが背景にあるとみられる。

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			2022年					シェア (%)
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	
小売業計	0.7	0.7	▲0.4	▲0.9	▲0.9	1.7	1.0	0.6	100.0
各種商品小売業	2.3	3.6	0.2	▲8.6	4.2	3.7	1.6	2.6	6.9
織物・衣服・身の回り品小売業	▲0.5	3.6	0.4	▲2.2	▲6.7	▲2.3	13.0	5.2	5.7
飲食料品小売業	0.2	0.6	▲2.9	▲1.8	1.3	0.5	0.2	0.5	30.1
自動車小売業	▲6.9	7.0	4.4	▲7.0	1.8	12.1	▲4.6	▲7.4	11.3
機械器具小売業	3.7	▲5.7	▲1.2	1.2	▲0.9	6.0	1.1	▲2.8	6.7
燃料小売業	4.3	▲1.8	0.3	1.4	0.0	▲0.5	▲1.8	2.5	9.2
その他小売業	0.6	0.2	▲1.9	3.2	▲0.9	1.9	2.0	0.2	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>メリハリ消費が継続すると見込まれるも感染状況の悪化に注意が必要

業界統計や個社データ、JCB 消費 NOW を基に判断すると、2022 年 6 月の消費は 5 月から小幅に回復したとみている。感染状況の改善に伴う外出機会の増加を受けて、サービスを中心に消費支出は緩やかに回復したようだ³。

6 月の消費を財・サービス別に見ると、財消費では大手百貨店（大丸松坂屋、三越伊勢丹、高島屋）の売上高はまちまちな結果であった。6 月の新車販売台数は前月比+5.7%と 2 カ月ぶりにプラスに転じた。新幹線輸送量は東海を中心に増加しており、移動需要が持ち直したとみられる。さらに小売店・娯楽施設の人出を見ると（p. 8）、5 月の大型連休後に一旦落ち込んだものの、6 月後半にかけて再び緩やかに回復した。こうした動きを反映して、6 月は外食・旅行・娯楽関連消費を中心としたサービス消費が持ち直したとみている。

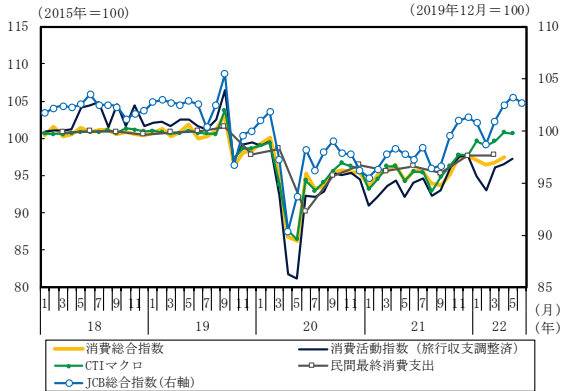
7 月以降も消費は緩やかな回復基調を維持するとみている。家計はこれまで自粛してきた外食・宿泊・娯楽などへの支出を増やす一方、必需的な品目に対しては節約志向を強めるという、いわゆる「メリハリ消費」が引き続き見られるだろう。日本銀行が 7 月 6 日に公表したアンケート調査（2022 年 6 月実施）によると、今後 1 年間の支出を考える上で「今後の物価の動向」を特に重視すると回答した人の割合は前回調査（2022 年 3 月）から約 10%pt 上昇した。さらに、商品やサービスを選ぶ際に「価格が安い」「長く使える」といった要素を重視する傾向が強まるなど、物価高に対する家計の警戒感が高まっている。もっとも、家計貯蓄は感染拡大後に大幅に積み上がっており、貯蓄の一部を取り崩すことで物価高の影響は緩和されるとみている。

サービス消費では、これまで自粛されてきた外食・宿泊・娯楽を中心に回復すると見込まれるものの、足元では東京都などで新規感染者数が急速に増加している。政府は感染状況の悪化を受けて、7 月前半の実施を予定していた全国旅行支援を延期する方向で検討している。JTB は 7 月 15 日から 8 月末までの旅行者数が 2019 年の同時期の水準をほぼ回復するとの見通しを発表したが、厳格な感染対策が実施されれば、経済活動の正常化の動きが再び停滞する可能性がある。引き続き感染状況を注視する必要があるだろう。

³ 脚注 2 の大和総研レポートを参照。

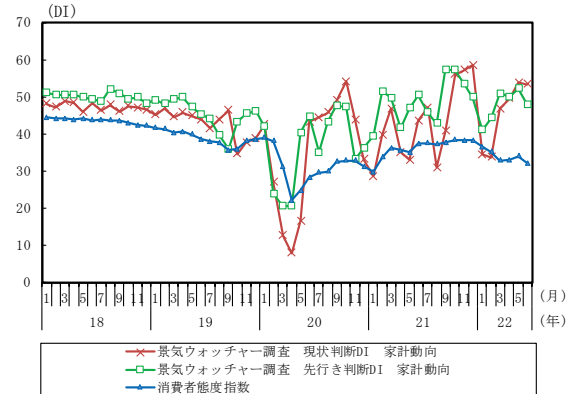
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



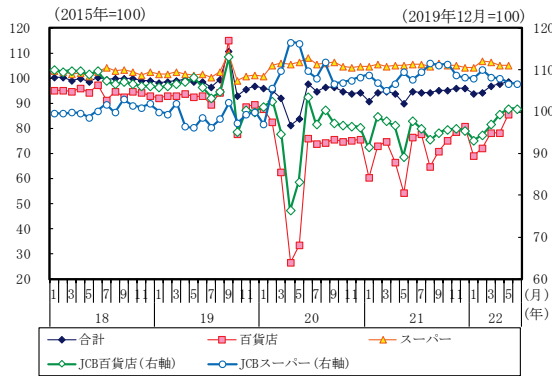
(注) 2022年6月のJCB消費NOWデータは6月15日まで。大和総研による季節調整値。
CPI(2020年基準)で実質化。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

消費者マインド



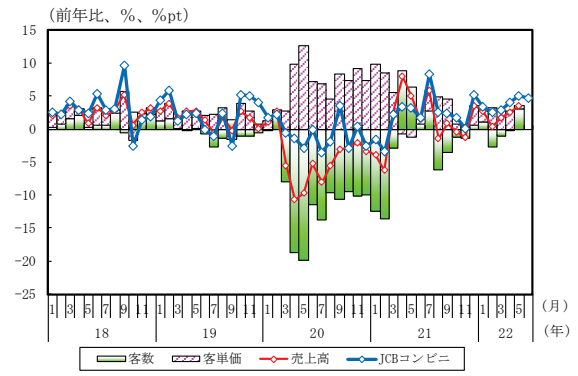
(注) 内閣府による季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



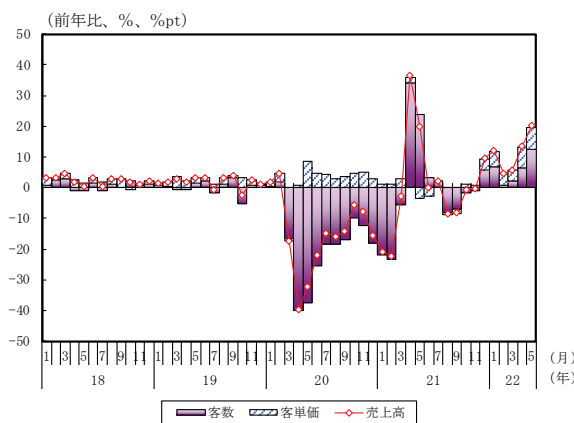
(注) 2022年6月のJCB消費NOWデータは6月15日まで。大和総研による季節調整値。
(出所) 経済産業省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

コンビニ売上高(店舗数調整前)



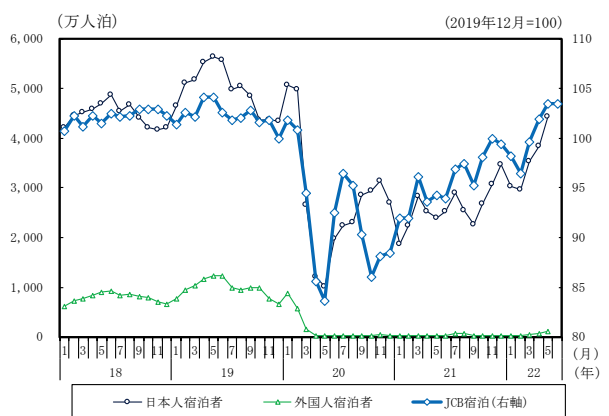
(注) 2022年6月のJCB消費NOWデータは6月15日まで。大和総研による季節調整値。
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

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

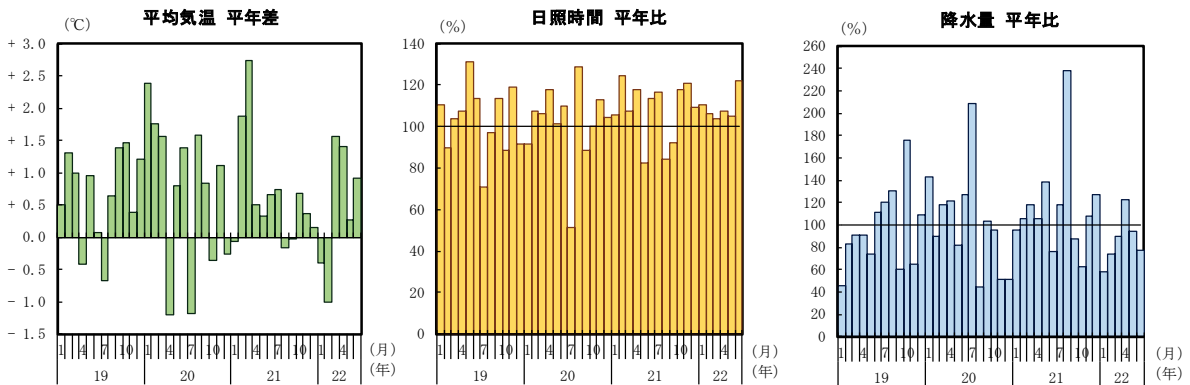
宿泊者数



(注1) 大和総研による季節調整値。
(注2) 2022年6月のJCB消費NOWデータは6月15日まで。
(出所) 観光庁統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

天候

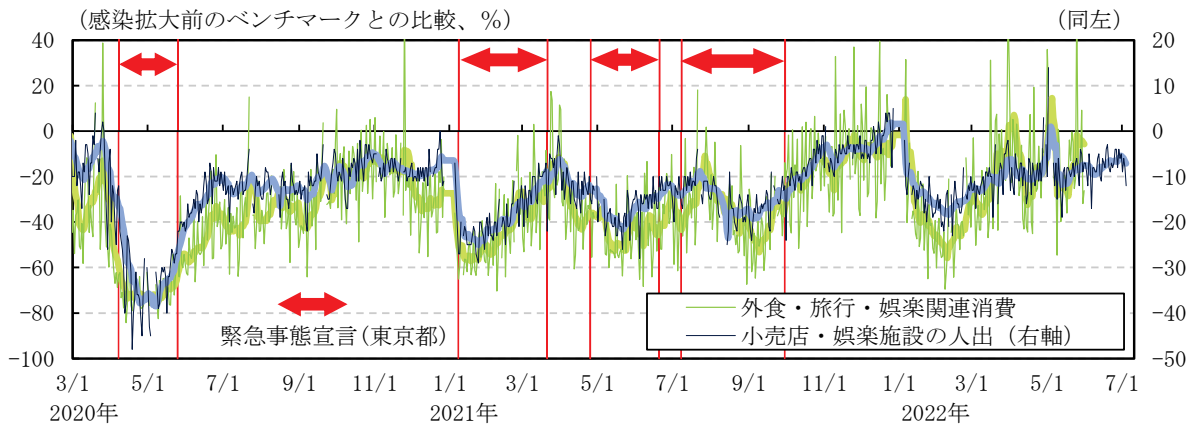
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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

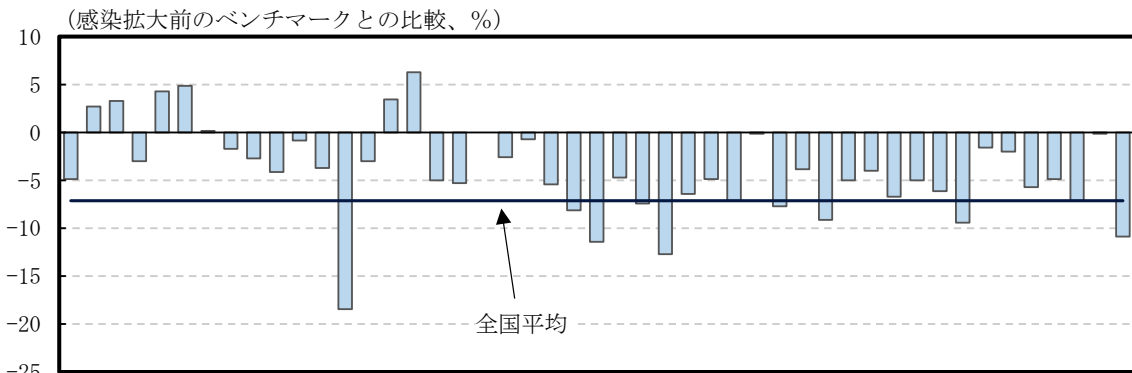
小売店・娯楽施設の人出(直近値 7/4) と外食・旅行・娯楽関連消費



(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(6/28~7/4 平均、都道府県別)

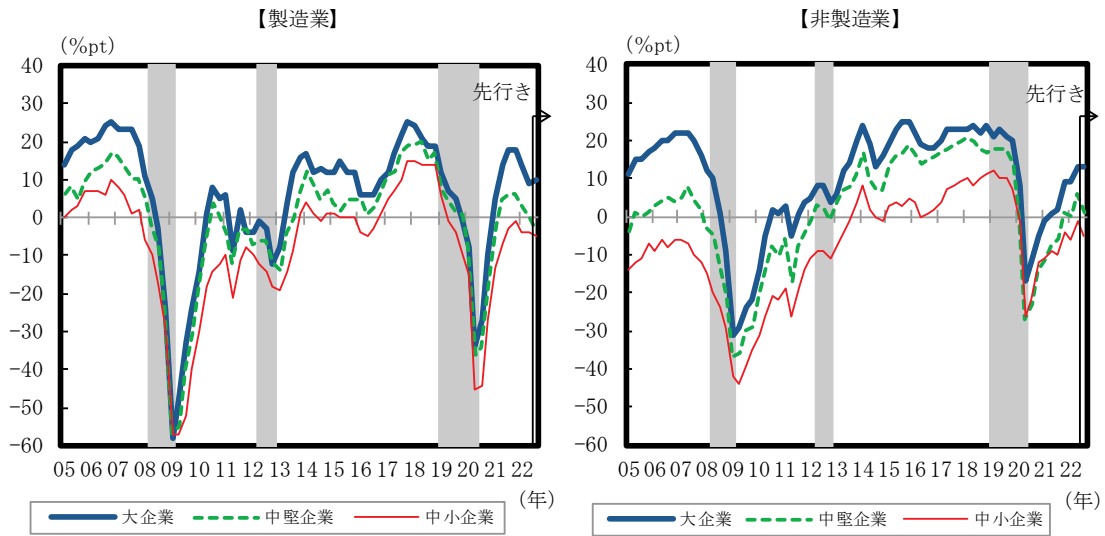


北青岩宮秋山福茨栃群埼千東神新富石福山長岐静愛三滋京大兵奈和島島岡広山徳香愛高福佐長熊大宮鹿沖
 海森手城田形島城木馬玉葉京奈潟山川井梨野阜岡知重賀都阪庫良歌取根山島口島川媛知岡賀崎本分崎児縄
 道 川 山 島

(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

<参考：日銀短観>

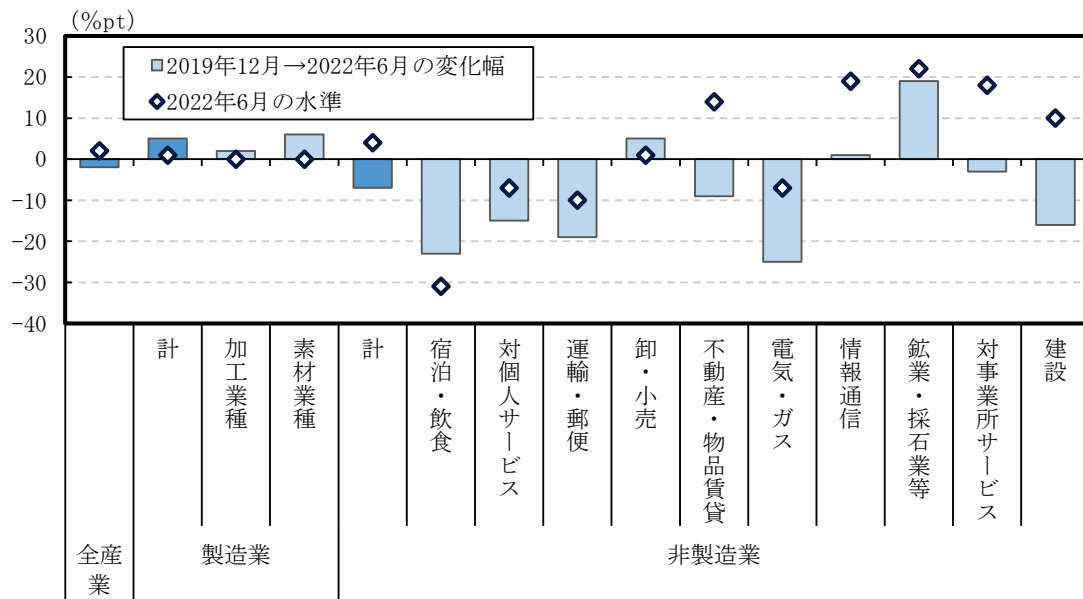
日銀短観 業況判断DI



(注) シャドーは景気後退期 (直近は暫定)。
 (出所) 日本銀行、内閣府統計より大和総研作成

(注) シャドーは景気後退期 (直近は暫定)。
 (出所) 日本銀行、内閣府統計より大和総研作成

日銀短観 業況判断DI (コロナショック前との比較、全規模)



(注) 全規模計。
 (出所) 日本銀行統計より大和総研作成