

2022年8月5日 全8頁

## Indicators Update

## 2022年6月消費統計

感染状況の落ち着きから、緩やかな回復基調を維持

経済調査部 エコノミスト 中村 華奈子

## [要約]

- 2022年6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+1.5%と2カ月ぶりに増加した。新型コロナウイルスの感染状況の落ち着きからサービス消費が回復し、前月までの緩やかな回復基調を維持した。
- 実質消費支出を財・サービス別に見ると、財は減少した一方、サービスは前月比+5.2%と大幅に増加した。在庫不足から家電などの耐久財が減少した一方、感染状況の落ち着きから宿泊需要が拡大し、サービス消費の回復を後押しした。
- 7月の消費は6月から回復が足踏みしたとみている。8月以降の消費は回復の足踏みが続く。感染状況が悪化する中、外食や娯楽といったサービス消費は伸び悩むだろう。ただし、政府は行動制限を要請しないとの想定の下で、宿泊は横ばい圏で推移するとみている。

図表1：各種消費指標の概況（単位：％）

統計		2022年 2月	3月	4月	5月	6月	出所		
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	1.1	▲ 2.3	▲ 1.7	▲ 0.5	3.5	総務省、二人以上世帯	
		前月比	▲ 2.8	4.1	1.0	▲ 1.9	1.5		
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	0.2	▲ 3.6	▲ 3.4	▲ 1.4	1.5		
		前月比	▲ 1.7	1.7	▲ 0.1	0.5	1.6		
供給側	小売販売額	前年比	▲ 0.9	0.7	3.1	3.7	1.5	経済産業省	
		前月比	▲ 0.9	1.7	1.0	0.7	▲ 1.4		
	百貨店売上高	前年比	▲ 0.7	4.6	19.0	57.8	11.7		日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	▲ 0.2	1.2	2.3	3.2	3.8		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	6.1	1.9	2.1	0.9	▲ 1.0		日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	4.8	5.9	13.5	20.4	19.9		日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	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	1.3	0.1	1.6	3.4	2.3	総務省	
		前月比	▲ 0.6	0.6	1.5	▲ 0.2	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

## <6月の消費総括>感染状況の落ち着きが寄与し、前月までの緩やかな回復基調を維持

2022年6月の消費は5月から緩やかに回復した。

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+1.5%と2カ月ぶりに増加した（**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）も同+0.7%であった。複数の統計で補正したCTIミクロで見ても同+1.6%であり、消費は回復基調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▲1.4%）は4カ月ぶりに減少したものの、均してみると増加基調を維持したとみている。

実質消費支出を財・サービス別に見ると、財は前月から低下した一方、サービスは好調な結果となった。耐久財では、冷暖房用器具や家事用耐久財が減少した。サービスでは、感染状況の落ち着きから宿泊需要が拡大し回復を後押しした。

## <家計調査（需要側）>宿泊を中心にサービスが回復、消費支出は2カ月ぶりに増加

2022年6月の家計調査を費目別に見ると、10大費目中7費目が前月から増加した<sup>1</sup>。「交通・通信」（前月比+4.4%）や「教養娯楽」（同+5.3%）、「被服及び履物」（同+7.8%）などが全体を押し上げた。「交通・通信」では自動車等関係費などが増加した。業界統計を確認すると、6月の新車販売台数（大和総研による季節調整値<sup>2</sup>）は前月比+5.7%と増加しており、この結果とも整合的だ。「教養娯楽」では、宿泊料などの教養娯楽サービスが全体を押し上げた。感染状況が落ち着いたことで、これまで自粛されていた旅行関連の消費が増加したとみられる。「被服及び履物」では、男子用洋服や婦人用洋服などが増加した。人出の回復に加えて、平年よりも早い梅雨明けや月下旬の記録的猛暑も寄与し、夏物商品の需要が伸長したとみられる。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2021/11	2021/12	2022/1	2022/2	2022/3	2022/4	2022/5	2022/6	シェア (%)
消費支出	▲0.9	0.2	▲1.2	▲2.8	4.1	1.0	▲1.9	1.5	100.0
食料	▲0.2	▲0.1	▲1.7	▲0.6	0.4	▲0.8	1.1	0.6	28.5
住居	▲7.8	20.6	4.9	▲14.5	8.1	0.7	▲6.9	20.8	6.6
光熱・水道	0.3	▲2.8	1.5	4.2	3.1	0.0	▲2.9	▲4.4	7.7
家具・家事用品	▲1.1	▲6.8	16.4	▲8.3	1.5	4.0	▲2.8	▲3.3	4.3
被服及び履物	10.8	▲3.3	▲17.4	2.5	11.4	9.5	▲12.3	7.8	3.2
保健医療	0.5	▲4.0	3.1	▲5.7	5.5	1.9	▲0.1	7.2	5.1
交通・通信	▲2.8	3.3	16.0	▲25.0	13.8	5.2	▲9.3	4.4	14.3
教育	▲15.0	11.4	▲22.8	10.4	5.9	7.1	▲13.6	3.7	4.3
教養娯楽	0.3	▲1.1	▲5.8	3.5	3.7	▲1.4	0.0	5.3	9.1
その他の消費支出	4.7	▲6.5	2.4	0.7	4.4	▲2.5	3.6	▲5.7	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

<sup>1</sup> 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。

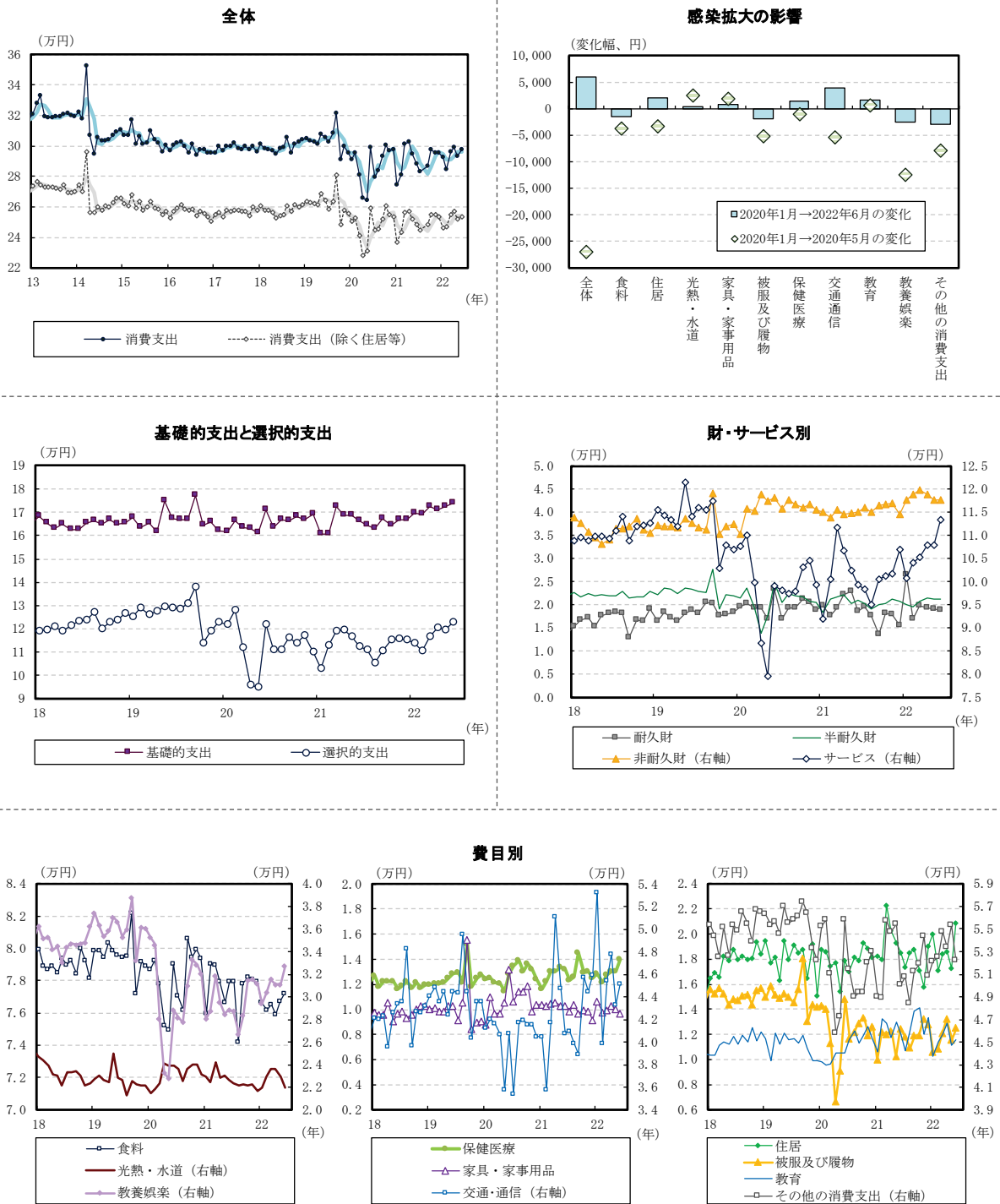
<sup>2</sup> 詳細は拙稿「消費データブック（2022/8/1号）」（大和総研レポート、2022年8月1日）を参照。

一方、「光熱・水道」（前月比▲4.4%）や「家具・家事用品」（同▲3.3%）は減少した。「光熱・水道」では、電気代やガス代が全体を押し下げた。燃料価格の高騰により、消費を控える動きが広がったとみられる。「家具・家事用品」では、電子レンジや炊事用電気器具、炊事用ガス器具といった家事用耐久財に加えて、エアコンなどの品目が減少した。中国でのロックダウン（都市封鎖）による部品調達難や半導体不足に起因した在庫不足などが影響したとみられる。

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+0.8%、選択的支出は同+2.6%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3.0%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▲0.2%）、非耐久財（同▲0.1%）が減少した。一方、サービスは同+5.2%と前月から大幅に増加した（**図表 3 右中**）。耐久財では、前述の通り電子レンジやエアコンなどが減少した。サービスでは、宿泊需要が拡大し回復が後押しされた。

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

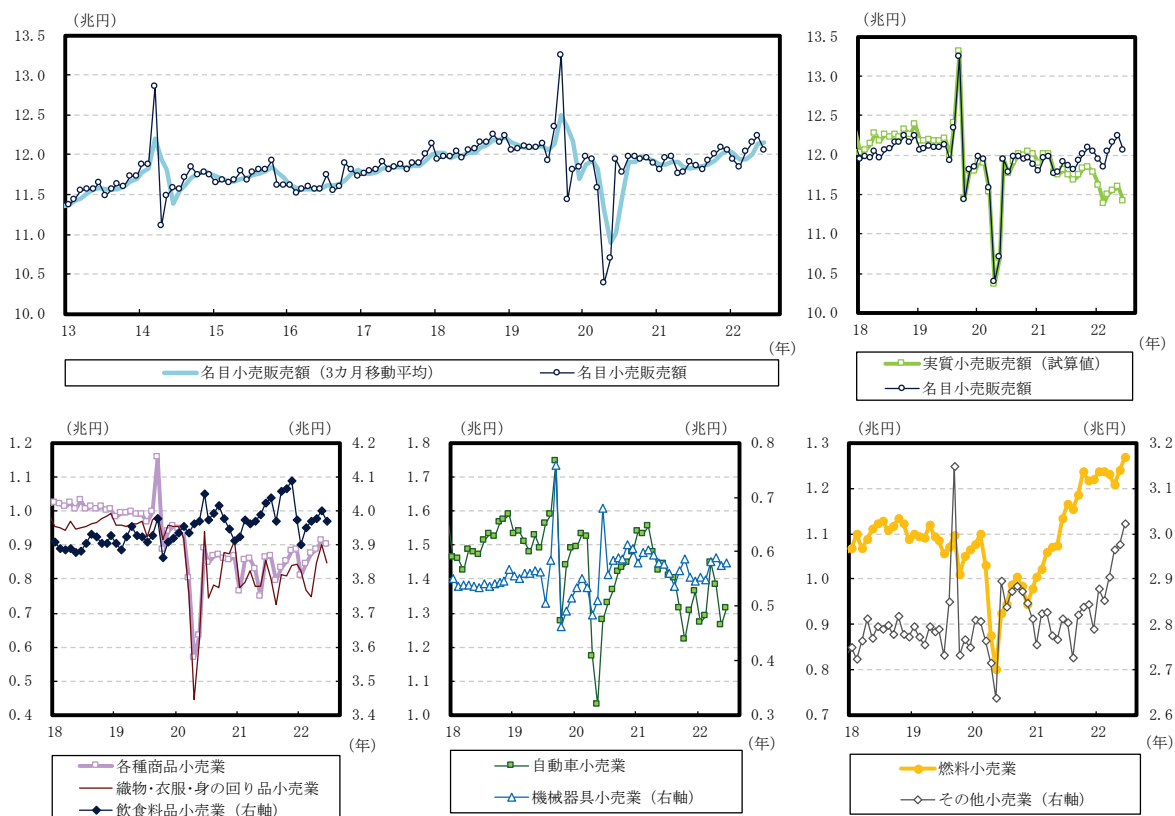
## ＜商業動態統計(供給側)＞4カ月ぶりに減少するも、均してみると増加基調を維持

2022年6月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比▲1.4%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▲1.6%だった。ただし、名目小売販売額の3カ月移動平均の動きを見ると同+0.1%と小幅ながら増加しており、均してみると緩やかな増加基調を維持したとみられる。経済産業省は基調判断を「緩やかに持ち直している」のまま据え置いた。

名目小売販売額を業種別に見ると、7業種中、「織物・衣服・身の回り品小売業」(前月比▲5.9%)や「各種商品小売業」(同▲1.1%)、「飲食料品小売業」(同▲0.8%)の3業種が前月から減少した。いずれも前月までの増加の反動減とみられる。

他方、「自動車小売業」(前月比+4.0%)や「燃料小売業」(同+2.3%)などは増加した。自動車小売業は3カ月ぶりに増加に転じた。中国でのロックダウン解除により部品調達難が緩和されたことが販売額の増加に寄与したとみられる。ただし、水準で見ると依然として低水準にとどまった。燃料小売業は2カ月連続で増加しており、燃料価格の高騰を受けて高水準で推移している。

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

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 (%)
	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	
小売業計	0.7	▲0.4	▲0.9	▲0.9	1.7	1.0	0.7	▲1.4	100.0
各種商品小売業	3.6	0.2	▲8.6	4.2	3.7	1.6	2.6	▲1.1	6.9
織物・衣服・身の回り品小売業	3.6	0.4	▲2.2	▲6.7	▲2.3	13.0	6.2	▲5.9	5.7
飲食料品小売業	0.6	▲2.9	▲1.8	1.3	0.5	0.2	0.6	▲0.8	30.1
自動車小売業	7.0	4.4	▲7.0	1.8	12.1	▲4.6	▲8.5	4.0	11.3
機械器具小売業	▲5.7	▲1.2	1.2	▲0.9	6.0	1.1	▲2.3	0.7	6.7
燃料小売業	▲1.8	0.3	1.4	0.0	▲0.5	▲1.8	2.6	2.3	9.2
その他小売業	0.2	▲1.9	3.2	▲0.9	1.9	2.0	0.4	1.5	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＞感染状況悪化の中サービス消費が伸び悩むものの、宿泊は横ばい圏で推移か

業界統計や個社データ、JCB 消費 NOW を基に判断すると、2022 年 7 月の消費は前月から回復が足踏みしたとみている。月後半にかけて新型コロナウイルスの感染状況が急激に悪化し第 7 波が全国に押し寄せる中で、サービス消費は伸び悩んだようだ<sup>3</sup>。

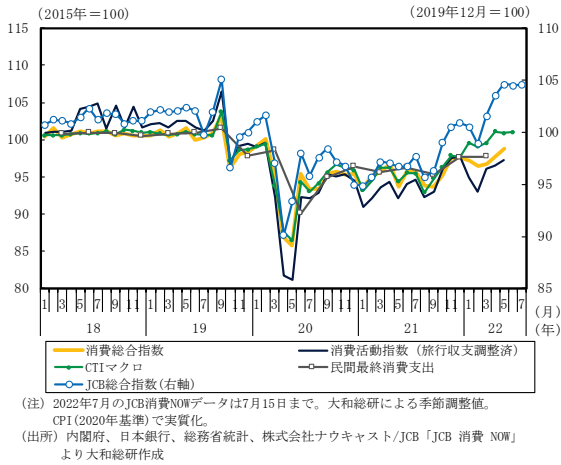
7 月の消費を財・サービス別に見ると、財消費では百貨店やアパレルの売上が伸長した。平年よりも梅雨明けが早く、夏物や UV 対策商品の売上が好調だったとみられる。大手百貨店（大丸松坂屋、三越伊勢丹、高島屋）の売上高は 2019 年同期比でマイナス幅が縮小した。7 月の新車販売台数は前月比+1.0%と小幅に増加した。一方サービス関連では、JR 東海や JR 九州において 2019 年同期比で見た新幹線輸送量のマイナス幅が小幅に拡大した。さらに小売店・娯楽施設の人出を見ると（p. 8）6 月下旬から 7 月下旬にかけて減少が続いており、外食や娯楽などへの支出は伸び悩んだとみている。

8 月以降の消費は、回復の足踏みが継続しよう。新規感染者数が急激に増加する中で、外食や娯楽といったサービス消費が伸び悩むだろう。ただし、感染状況が悪化する中でも政府は行動制限を要請しないと想定の下、サービス消費のうち宿泊は横ばい圏で推移するとみている。航空各社の予約状況を確認するとお盆期間の予約数は前年比約 2 倍と増加しており、好調であることが確認された。もっとも、感染者数が一段と増加すれば経済活動正常化の動きが再び停滞する可能性もあり、引き続き感染状況を注視する必要があるだろう。

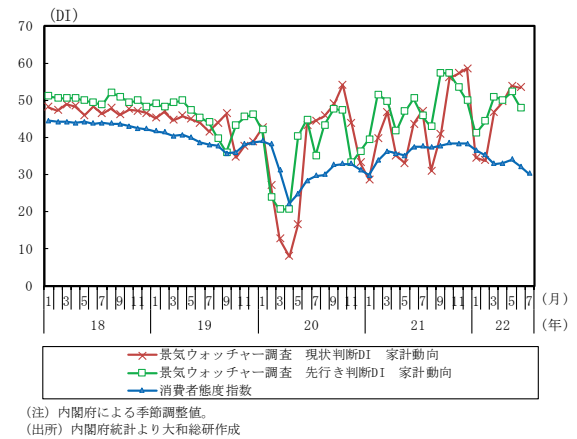
<sup>3</sup> 脚注 2 の大和総研レポートを参照。

消費・概況

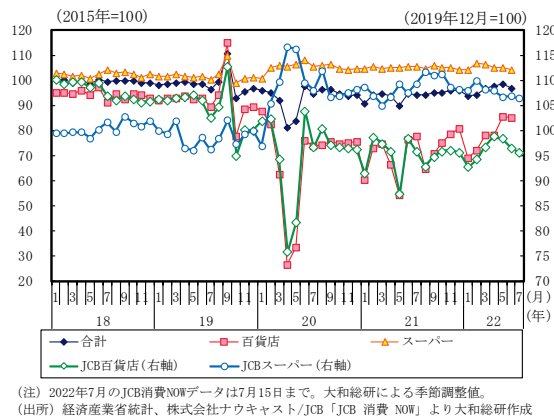
GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



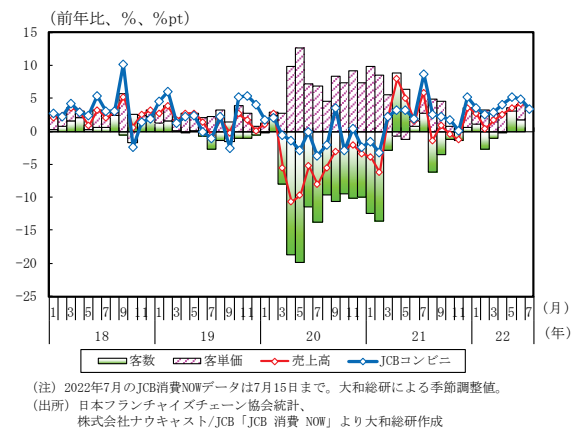
消費者マインド



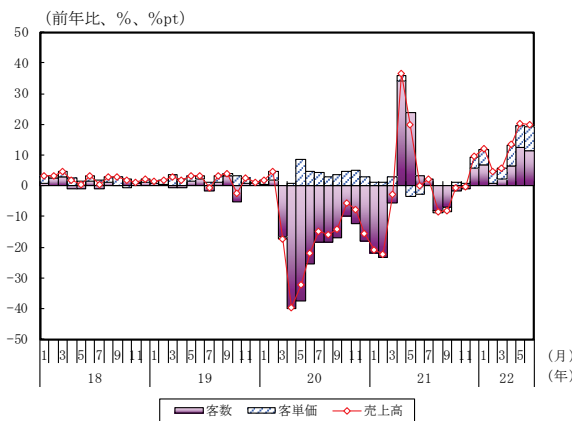
大型小売店業態別商品販売額



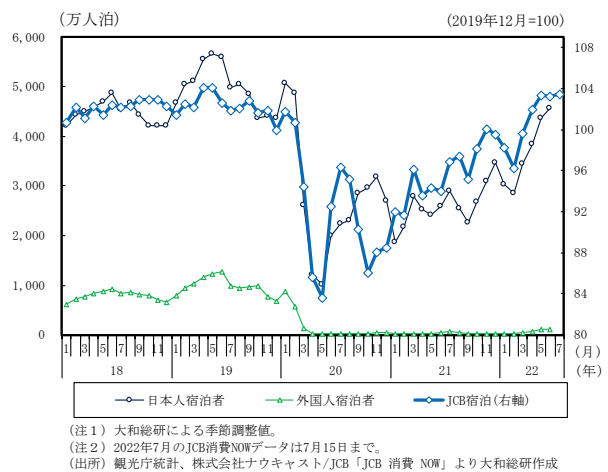
コンビニ売上高 (店舗数調整前)



外食市場売上高

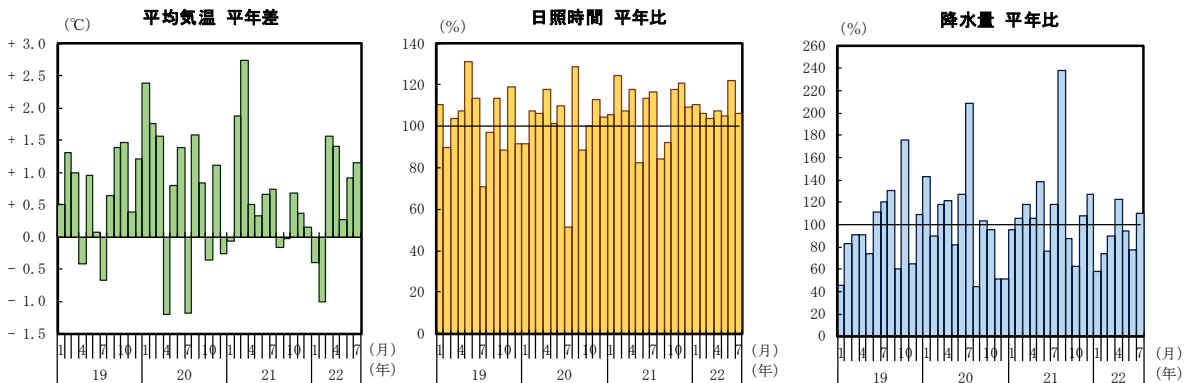


宿泊者数



**天候**

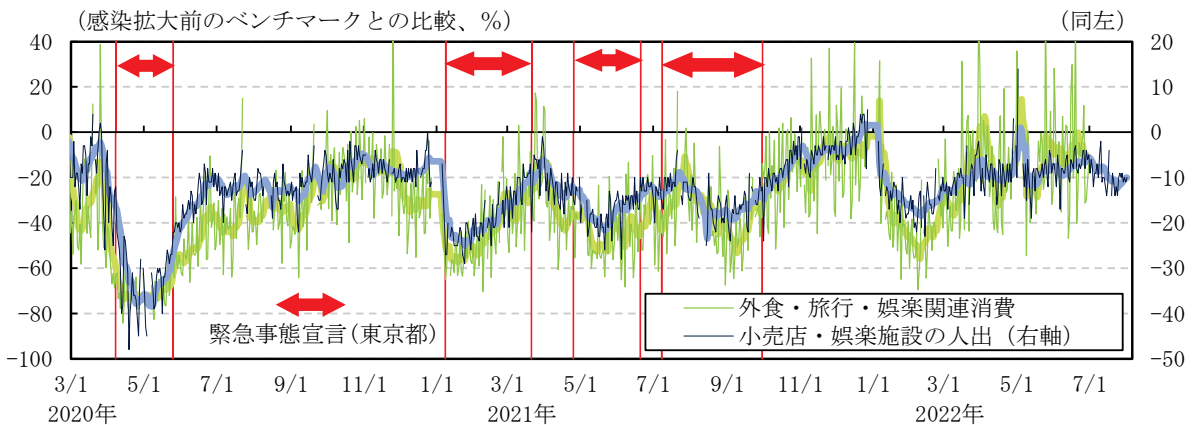
**全国の平均気温・日照時間・降水量**



(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

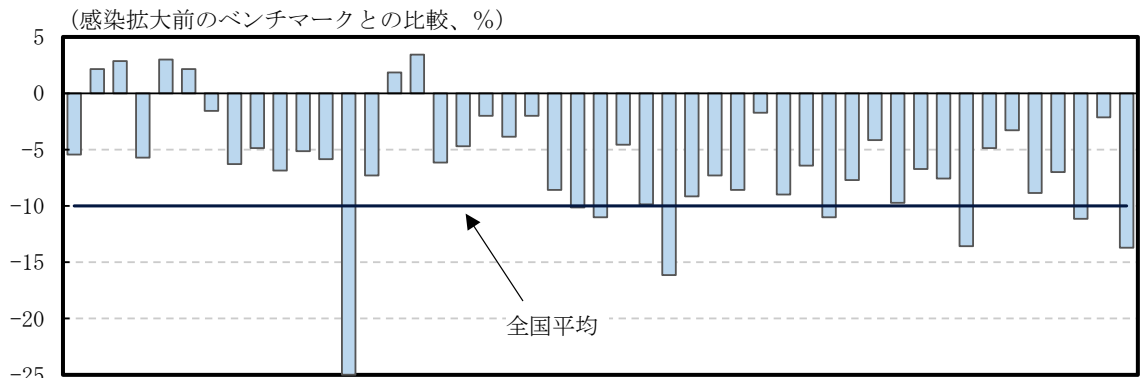
**人出**

**小売店・娯楽施設の人出(直近値 8/1) 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(7/26~8/1 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沖道  
 (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