

2022年9月6日 全8頁

Indicators Update

2022年7月消費統計

消費の回復は一服、感染「第7波」の影響は小さかったとみられる

経済調査部 エコノミスト 中村 華奈子

[要約]

- 2022年7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▲1.4%と2カ月ぶりに減少した。新型コロナウイルスの感染「第7波」が発生したが、政府による行動制限がなかったこともあり、「第6波」までと比べて経済活動に及ぼした影響は小さかったとみられる。個人消費は腰折れしたというよりも、春以降の回復が一服した形だ。
- 実質消費支出を財・サービス別に見ると、半耐久財や非耐久財は前月から増加した一方、耐久財とサービスは減少した。耐久財ではエアコンやテレビなどが、サービスでは外食や宿泊料、パック旅行費などが減少した。
- 8月の消費はまちまちながら、全体としては前月から小幅に回復したとみている。9月以降は、旅行などのサービス消費が増加することで回復ペースが加速するとみている。地域観光事業支援である県民割（地域ブロック割）などの実施が、旅行需要の回復を後押しするだろう。

図表1：各種消費指標の概況（単位：％）

統計		2022年 3月	4月	5月	6月	7月	出所	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 2.3	▲ 1.7	▲ 0.5	3.5	3.4	総務省、二人以上世帯
		前月比	4.1	1.0	▲ 1.9	1.5	▲ 1.4	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲ 3.6	▲ 3.4	▲ 1.4	1.5	1.4	総務省、二人以上世帯
		前月比	1.7	▲ 0.1	0.5	1.6	▲ 0.8	
供給側	小売販売額	前年比	0.7	3.1	3.7	1.5	2.4	経済産業省
		前月比	1.7	1.0	0.7	▲ 1.3	0.8	
	百貨店売上高	前年比	4.6	19.0	57.8	11.7	9.6	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	1.2	2.3	3.2	3.8	2.9	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	1.9	2.1	0.9	▲ 1.0	1.8	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	5.9	13.5	20.4	19.9	14.5	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	106.7	94.3	278.0	271.0	-	観光庁
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	0.2	2.0	4.1	3.0	2.9	総務省
		前月比	0.6	1.8	0.1	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

＜7月の消費総括＞感染「第7波」が発生するも消費への影響は限定的

2022年7月は新型コロナウイルスの感染「第7波」が発生したが、政府による行動制限がなかったこともあり、経済活動に及ぼした影響は「第6波」までと比べて小さかったとみられる。個人消費は腰折れしたというよりも、春以降の回復が一服した形だ。

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▲1.4%と2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）は同▲1.1%であった。複数の統計で補正したCTIミクロで見ても同▲0.8%であり、総じて前月から減少したことが確認された。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カ月ぶりに増加した。ただし、実質小売販売額は前月からほぼ横ばいであった。

＜家計調査（需要側）＞耐久財に加え、宿泊を中心としたサービス消費が減少

2022年7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。「被服及び履物」（前月比▲5.9%）や「教養娯楽」（同▲2.5%）、「交通・通信」（同▲1.3%）、「家具・家事用品」（同▲3.8%）などが全体を押し下げた。「教養娯楽」では、テレビなどの教養娯楽用耐久財に加えて、宿泊料やパック旅行費などの教養娯楽サービスも減少した。政府による行動制限はなく人出の落ち込みは小幅にとどまったが、宿泊需要は前月から縮小したとみられる。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2021/12	2022/1	2022/2	2022/3	2022/4	2022/5	2022/6	2022/7	シェア (%)
消費支出	0.2	▲1.2	▲2.8	4.1	1.0	▲1.9	1.5	▲1.4	100.0
食料	▲0.1	▲1.7	▲0.6	0.4	▲0.8	1.1	0.6	▲0.3	28.5
住居	20.6	4.9	▲14.5	8.1	0.7	▲6.9	20.8	▲0.9	6.6
光熱・水道	▲2.8	1.5	4.2	3.1	0.0	▲2.9	▲4.4	0.1	7.7
家具・家事用品	▲6.8	16.4	▲8.3	1.5	4.0	▲2.8	▲3.3	▲3.8	4.3
被服及び履物	▲3.3	▲17.4	2.5	11.4	9.5	▲12.3	7.8	▲5.9	3.2
保健医療	▲4.0	3.1	▲5.7	5.5	1.9	▲0.1	7.2	▲3.2	5.1
交通・通信	3.3	16.0	▲25.0	13.8	5.2	▲9.3	4.4	▲1.3	14.3
教育	11.4	▲22.8	10.4	5.9	7.1	▲13.6	3.7	8.9	4.3
教養娯楽	▲1.1	▲5.8	3.5	3.7	▲1.4	0.0	5.3	▲2.5	9.1
その他の消費支出	▲6.5	2.4	0.7	4.4	▲2.5	3.6	▲5.7	0.0	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。

「交通・通信」では自動車等関係費が減少した。ただし、業界統計を確認すると7月の新車販売台数（大和総研による季節調整値²⁾は前月比+1.0%と増加しており、家計調査の結果は実態を反映していない可能性がある。「家具・家事用品」では、エアコンなどの冷暖房用器具が減少した。

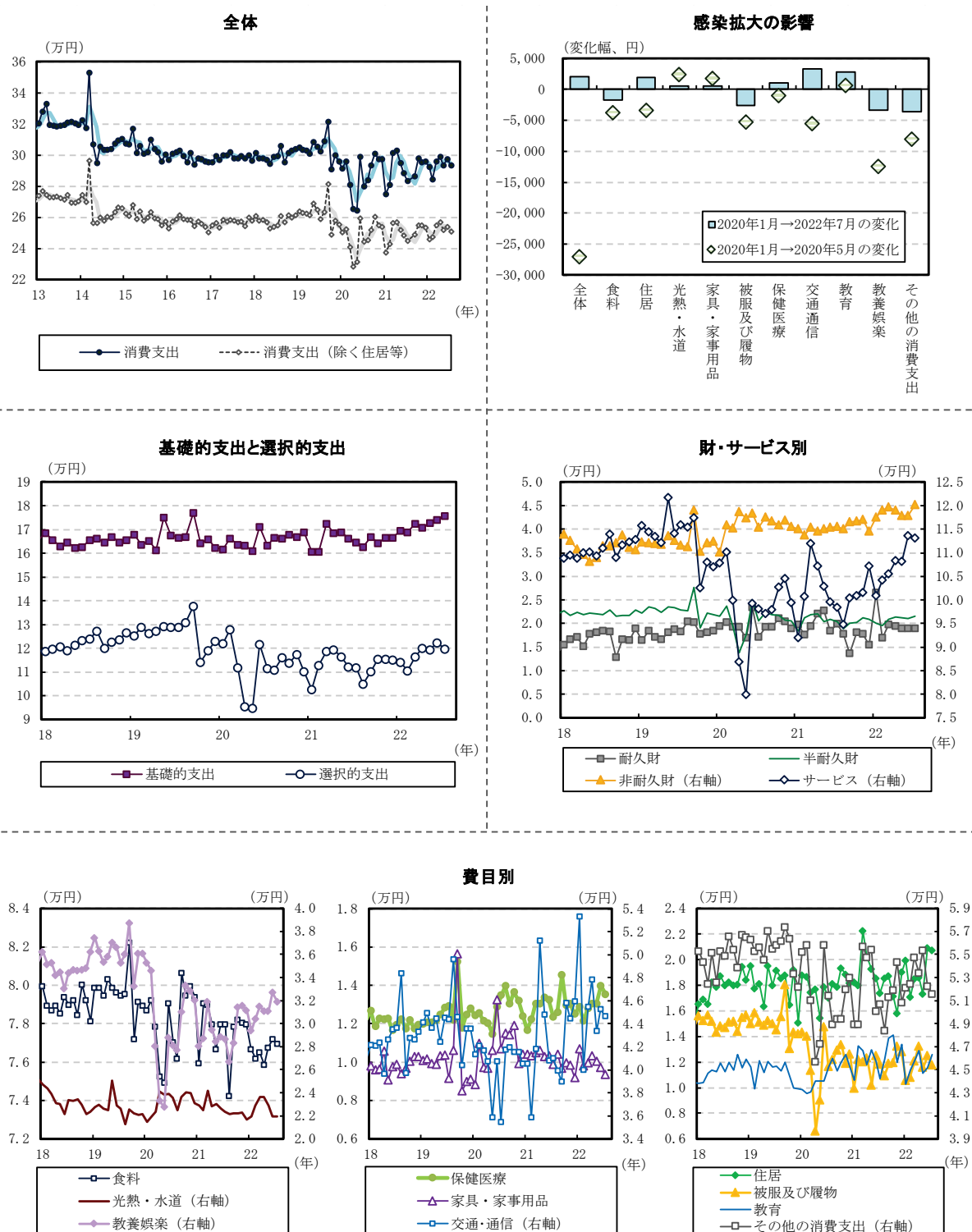
一方、「教育」（前月比+8.9%）と「光熱・水道」（同+0.1%）は増加した。「光熱・水道」では、電気代が全体を押し上げた。感染状況の悪化で在宅時間が伸びたことや、気温上昇（p.8）で冷房の使用頻度が高まったためとみられる。

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+1.0%、選択的支出は同▲2.1%であった（**図表3左中**）。選択的支出では教養娯楽や外食が減少した。

財・サービス別に見ると（大和総研による季節調整値）、非耐久財（前月比+2.0%）と半耐久財（同+1.8%）が前月から増加した。一方、耐久財は同▲0.2%、サービスは同▲0.4%と前月から減少した（**図表3右中**）。耐久財では、前述の通りテレビやエアコンなどが減少した。サービスでは、前述した宿泊料、パック旅行費に加えて外食などが減少した。

²⁾ 詳細は拙稿「[消費データブック（2022/8/31号）](#)」（大和総研レポート、2022年8月31日）を参照。

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

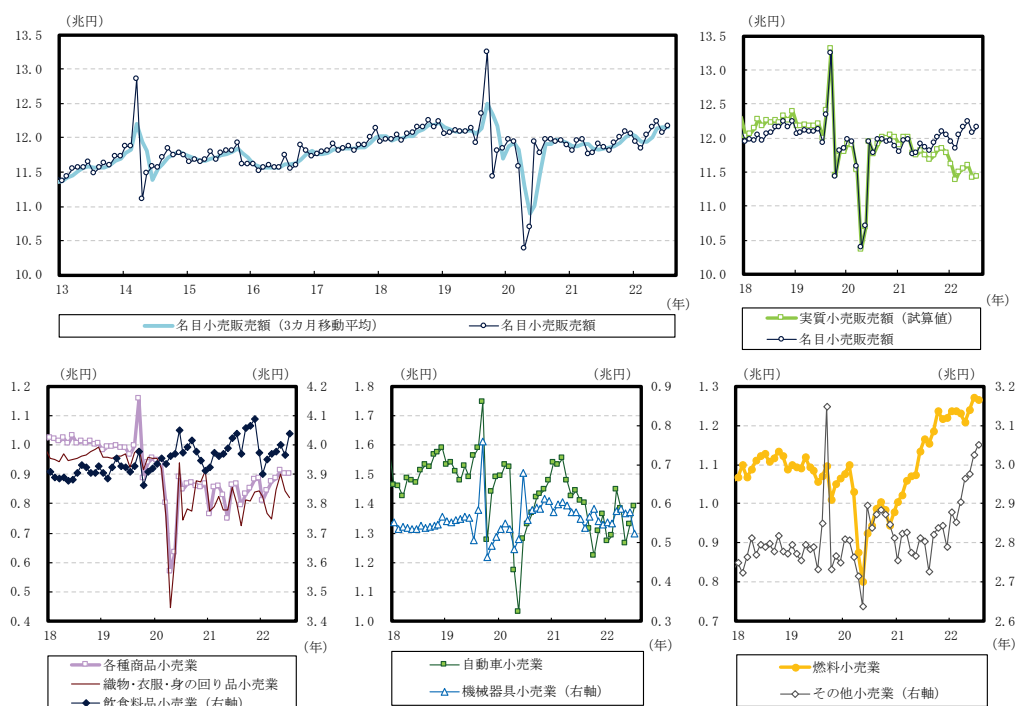
＜商業動態統計(供給側)＞自動車販売の回復などを受けて2カ月ぶりに増加

2022年7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カ月ぶりに増加した(図表4、5)。ただしCPIの財指数で実質化した小売販売額は同+0.1%であり、前月からほぼ横ばいであった。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、「自動車小売業」(前月比+4.4%)や「飲食料品小売業」(同+1.9%)、「その他小売業」(同+0.9%)の3業種が前月から増加した。「自動車小売業」については、中国でのロックダウン(都市封鎖)の解除により部品調達難が緩和され、販売額が前月に続き増加したとみられる。前述の7月の新車販売台数の結果とも整合的だ。「飲食料品小売業」は2カ月ぶりに増加した。感染「第7波」が発生しても政府による行動制限がなかったことから、巣ごもり需要の拡大は限定的で、販売額の増加は物価高(値上げ)の影響が大きかったとみている。

他方、「機械器具小売業」(前月比▲9.6%)や「織物・衣服・身の回り品小売業」(同▲2.8%)などは減少した。「織物・衣服・身の回り品小売業」に関しては、気温上昇や夏のイベント再開を受けてアパレル大手では猛暑対策商品などの売上が伸長したものの、販売額全体では2カ月連続の減少となった。

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 (%)
	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	
小売業計	▲0.4	▲0.9	▲0.9	1.7	1.0	0.7	▲1.3	0.8	100.0
各種商品小売業	0.2	▲8.6	4.2	3.7	1.6	2.6	▲0.9	▲0.1	6.9
織物・衣服・身の回り品小売業	0.4	▲2.2	▲6.7	▲2.3	13.0	6.2	▲6.3	▲2.8	5.7
飲食料品小売業	▲2.9	▲1.8	1.3	0.5	0.2	0.6	▲0.8	1.9	30.1
自動車小売業	4.4	▲7.0	1.8	12.1	▲4.6	▲8.5	5.2	4.4	11.3
機械器具小売業	▲1.2	1.2	▲0.9	6.0	1.1	▲2.3	0.7	▲9.6	6.7
燃料小売業	0.3	1.4	0.0	▲0.5	▲1.8	2.6	2.5	▲0.5	9.2
その他小売業	▲1.9	3.2	▲0.9	1.9	2.0	0.4	1.6	0.9	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>感染状況が改善し、旅行需要の回復が消費を下支え

業界統計や個社データ、JCB 消費 NOW を基に判断すると、2022 年 8 月の消費はまちまちながら、全体としては前月から小幅に回復したとみている。お盆期間の旅行需要は堅調であり、宿泊などのサービス消費が回復したようだ³。

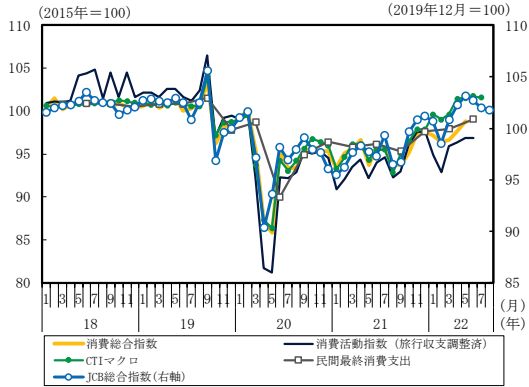
8 月の消費を財・サービス別に見ると、財消費は減少したとみられる。大手百貨店（大丸松坂屋、三越伊勢丹、高島屋）の売上高は 2019 年同月比のマイナス幅が前月よりも拡大した。8 月の新車販売台数は前月比▲3.3%と、3 カ月ぶりに減少した。サービス関連では、東海道新幹線や山陽新幹線において輸送量のマイナス幅が 2019 年同期比で前月から小幅に拡大した。ただし、旅客機の輸送量は好調であったとみられる。航空各社では、お盆期間の旅客数は感染拡大前比で 7、8 割程度まで回復した。さらに小売店・娯楽施設の人出を見ると（p. 8）、お盆で急増した時期を除いても、7 月下旬を底として緩やかな回復基調にある。こうした動きを反映して、宿泊や外食を中心としたサービス消費は緩やかに回復したとみている。

9 月以降の消費は、回復ペースが加速しよう。財消費は、自動車などの耐久財を中心に増加するとみている。自動車向けの半導体不足は 2022 年秋から緩和すると見込んでおり、これまで蓄積されたペントアップ需要の発現もあって自動車生産は増加し、消費の回復も進むだろう。また、感染状況の改善により経済活動の正常化が進展し、旅行などのサービス消費も引き続き拡大するだろう。地域観光事業支援である県民割（地域ブロック割）は、実施期間を 9 月 30 日まで延長することが発表された（10 月 1 日チェックアウト分を含む）。加えて、東京都民の都内での旅行費用を助成する「もっと Tokyo」（都民割）も 9 月 1 日から試験的に再開された。大和総研では、感染「第 7 波」の発生を受けて開始が延期された「全国旅行支援」は 2022 年 10 月初めからの実施を想定している。こうした事業は旅行需要の回復を後押しするだろう。

³ 脚注 2 の大和総研レポートを参照。

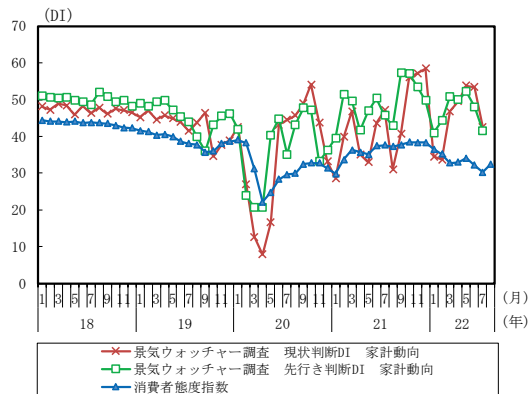
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



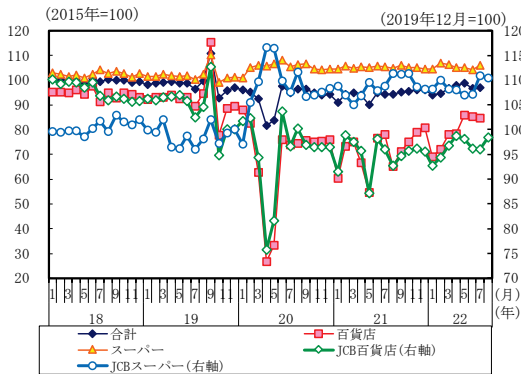
(注) 2022年8月のJCB消費NOWデータは8月15日まで。大和総研による季節調整値。CPI(2020年基準)で実質化。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB消費NOW」より大和総研作成

消費者マインド



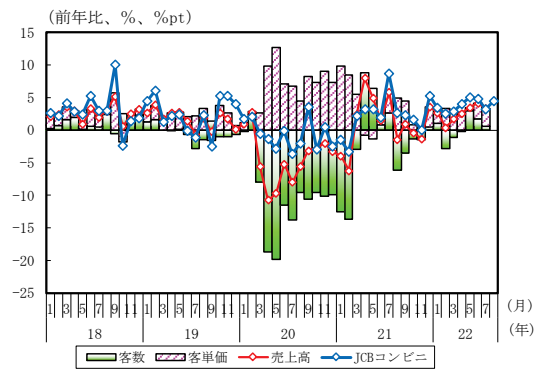
(注) 内閣府による季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売業態別商品販売額



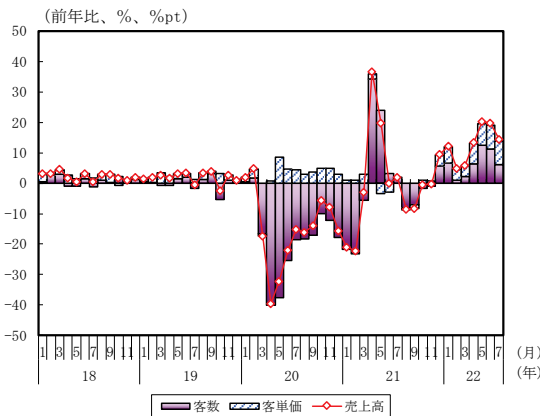
(注) 2022年8月のJCB消費NOWデータは8月15日まで。大和総研による季節調整値。
(出所) 経済産業省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB消費NOW」より大和総研作成

コンビニ売上高(店舗数調整前)



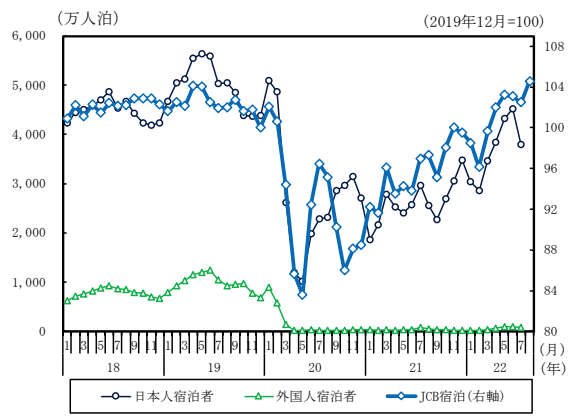
(注) 2022年8月のJCB消費NOWデータは8月15日まで。大和総研による季節調整値。
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB消費NOW」より大和総研作成

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

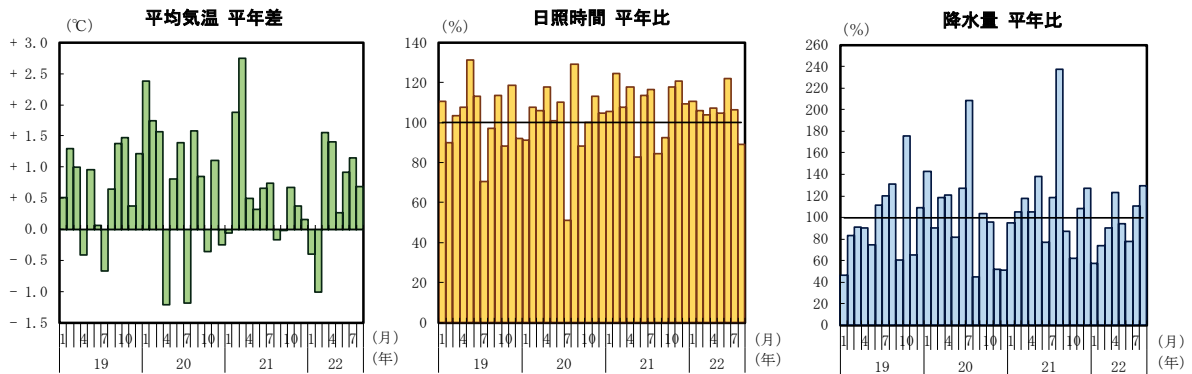
宿泊者数



(注1) 大和総研による季節調整値。
(注2) 2022年8月のJCB消費NOWデータは8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

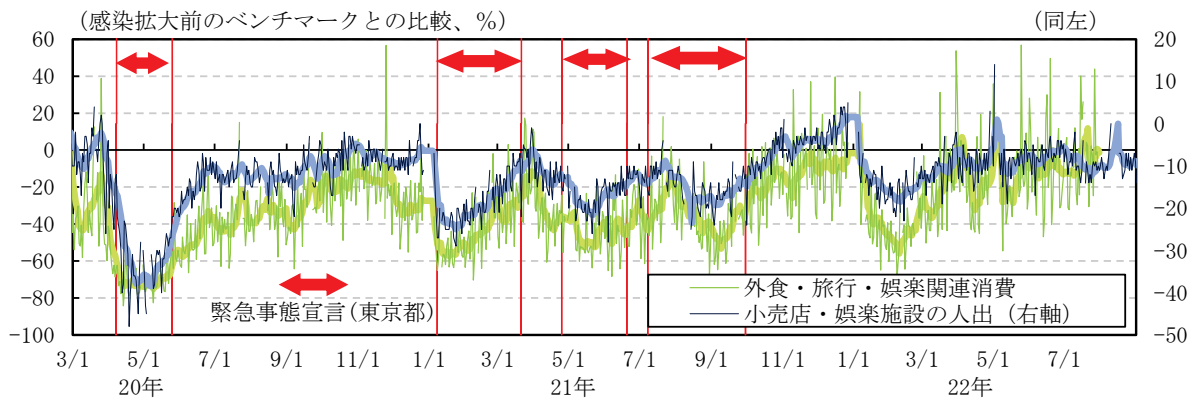
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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

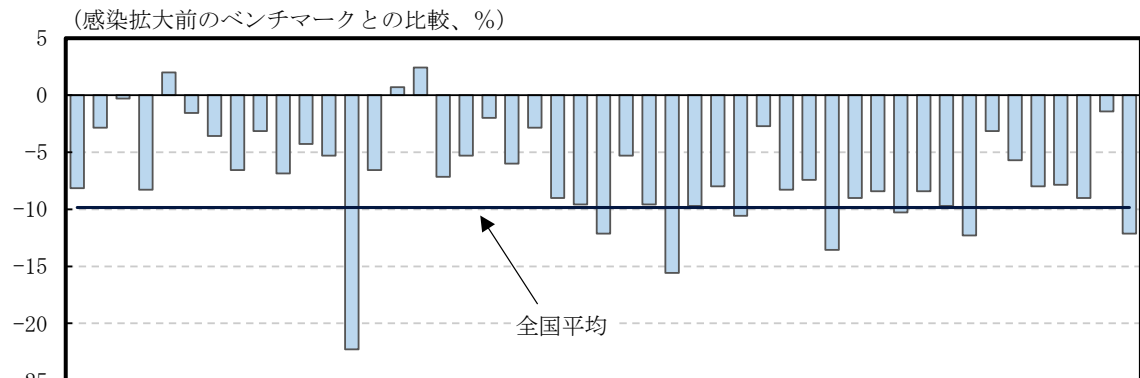
小売店・娯楽施設の人出（直近値 9/1）と外食・旅行・娯楽関連消費



(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（8/26～9/1 平均、都道府県別）



北海道 青森県 岩手県 宮城県 秋田県 山形県 福島県 茨城県 群馬県 埼玉県 千葉県 東京都 神奈川県 新潟県 富山県 石川県 福井県 山梨県 長野県 岐阜県 静岡県 愛知県 三重県 滋賀県 京都府 大阪府 兵庫県 奈良県 和歌山県 徳島県 香川県 愛媛県 高知県 福岡県 佐賀県 長門県 熊本県 大分県 宮崎県 鹿児島県 沖縄県

(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