

2022年10月7日 全8頁

Indicators Update

2022年8月消費統計

旅行などのサービス消費は堅調であった一方、財消費は振るわず

経済調査部 エコノミスト 中村 華奈子

[要約]

- 2022年8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▲1.7%と2カ月連続で減少した。振れの大きい住居等を除くベースでは同▲0.3%であった。3年ぶりに行動制限のない夏を迎え旅行を中心としたサービス消費が堅調だった一方、耐久財消費は総じて振るわなかった。
- 実質消費支出を財・サービス別に見ると、耐久財（前月比▲6.5%）の落ち込みが最も大きく、自動車や家電など幅広く減少した。非耐久財（同▲0.3%）も物価高の影響を受けて食料への支出などが減少した。一方、サービスは同+0.4%であった。
- 9月の消費は前月から小幅に増加したとみている。新型コロナウイルスの感染状況の改善を受けてサービス消費が緩やかに回復したようだ。10月以降も、全国旅行支援の実施により引き続きサービス消費がけん引する形で回復が継続しよう。ただし、食品などの値上げが相次ぐ中で家計の消費マインドが一段と悪化すれば、物価高が個人消費を下押しする可能性がある。

図表1：各種消費指標の概況（単位：%）

統計		2022年 4月	5月	6月	7月	8月	出所	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲1.7	▲0.5	3.5	3.4	5.1	総務省、二人以上世帯
		前月比	1.0	▲1.9	1.5	▲1.4	▲1.7	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲3.4	▲1.4	1.5	1.4	2.6	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲0.1	0.5	1.6	▲0.8	▲2.6	
供給側	小売販売額	前年比	3.1	3.7	1.5	2.4	4.1	経済産業省
		前月比	1.0	0.7	▲1.3	0.7	1.4	
	百貨店売上高	前年比	19.0	57.8	11.7	9.6	26.1	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	2.3	3.2	3.8	2.9	4.8	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	2.1	0.9	▲1.0	1.8	0.6	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	13.5	20.4	19.9	14.5	18.0	日本フードサービス協会
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	1.8	4.1	3.1	3.0	5.3	総務省
		前月比	1.4	0.3	0.4	▲0.2	▲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

＜8月の消費総括＞旅行などのサービス消費は堅調。財消費は耐久財を中心に振るわず

2022年8月の消費は前月から伸び悩んだ。3年ぶりに行動制限のない夏を迎え、とりわけ夏季休暇の帰省や旅行が活発化したことでサービス消費は堅調であった。一方、財消費については耐久財が総じて振るわず、物価高の影響を受けて食料への支出も減少した。

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▲1.7%と2カ月連続で減少した（**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▲0.3%であった。複数の統計で補正したCTIマイクロで見ても同▲2.6%であり、前月から減少したことが確認された。他方、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2カ月連続で増加した。実質小売販売額も同+0.9%と前月から増加した。

＜家計調査（需要側）＞サービス消費は宿泊を中心に増加した一方で財消費は減少

2022年8月の家計調査を費目別に見ると、10大費目中4費目が前月から減少した¹。「住居」（前月比▲13.0%）や「光熱・水道」（同▲2.1%）、「食料」（同▲1.9%）、「家具・家事用品」（同▲0.9%）が全体を押し下げた。「住居」は振れの影響などで大幅減となった。「光熱・水道」では電気代やガス代などが減少した。燃料価格の高騰により省エネ意識が高まったことが背景にあるだろう。「食料」では穀類や魚介類、肉類などが減少した。8月も食料品を中心とした値上げが行われ、家計は食料品への支出を控えたとみられる。また、外食機会の増加から内食需要が減少した可能性もある。「家具・家事用品」では、エアコンや冷蔵庫などの家庭用耐久財が減少した。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2022/1	2022/2	2022/3	2022/4	2022/5	2022/6	2022/7	2022/8	シェア (%)
消費支出	▲1.2	▲2.8	4.1	1.0	▲1.9	1.5	▲1.4	▲1.7	100.0
食料	▲1.7	▲0.6	0.4	▲0.8	1.1	0.6	▲0.3	▲1.9	28.5
住居	4.9	▲14.5	8.1	0.7	▲6.9	20.8	▲0.9	▲13.0	6.6
光熱・水道	1.5	4.2	3.1	0.0	▲2.9	▲4.4	0.1	▲2.1	7.7
家具・家事用品	16.4	▲8.3	1.5	4.0	▲2.8	▲3.3	▲3.8	▲0.9	4.3
被服及び履物	▲17.4	2.5	11.4	9.5	▲12.3	7.8	▲5.9	1.8	3.2
保健医療	3.1	▲5.7	5.5	1.9	▲0.1	7.2	▲3.2	7.2	5.1
交通・通信	16.0	▲25.0	13.8	5.2	▲9.3	4.4	▲1.3	0.4	14.3
教育	▲22.8	10.4	5.9	7.1	▲13.6	3.7	8.9	3.5	4.3
教養娯楽	▲5.8	3.5	3.7	▲1.4	0.0	5.3	▲2.5	1.0	9.1
その他の消費支出	2.4	0.7	4.4	▲2.5	3.6	▲5.7	▲1.3	1.0	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

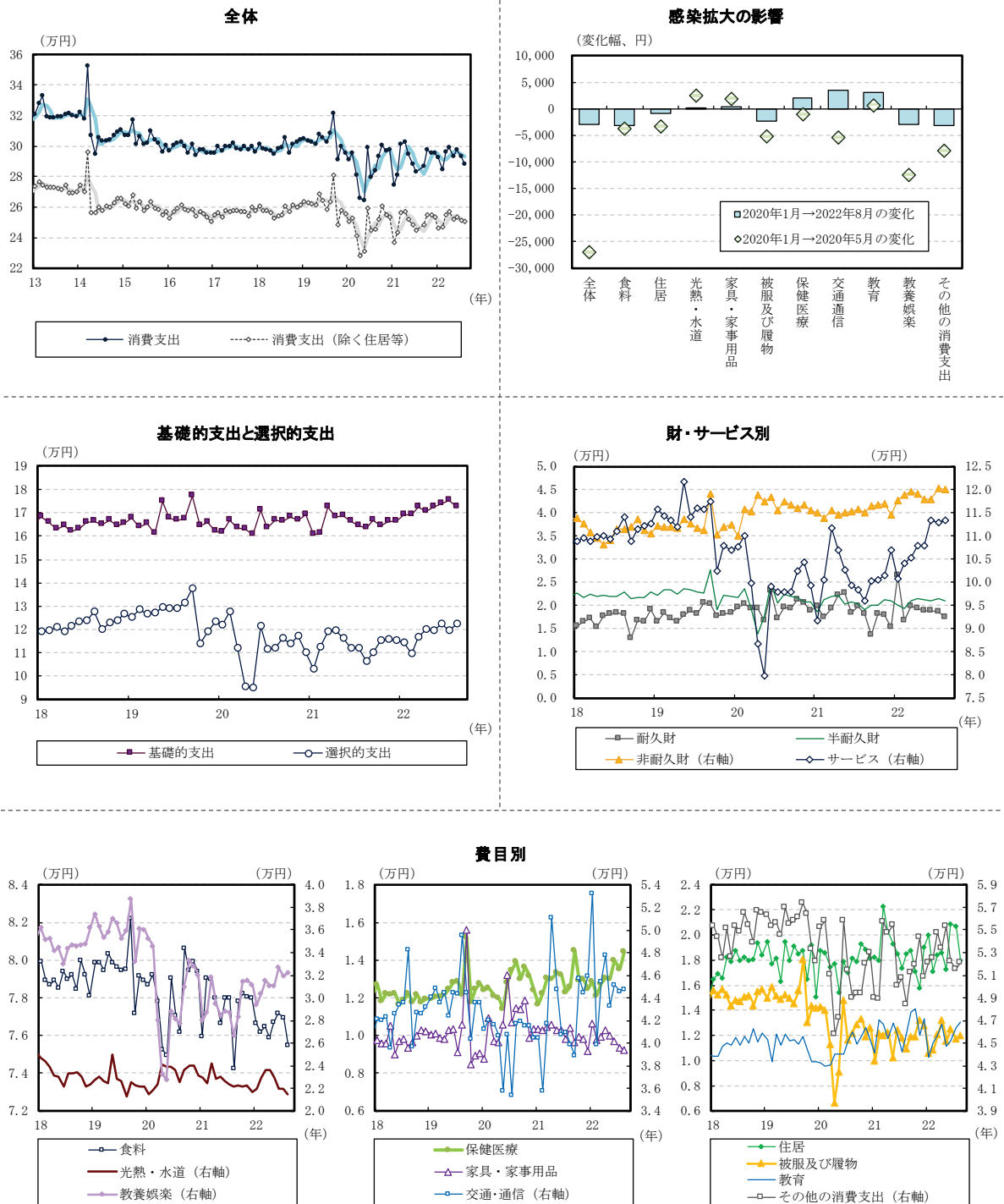
¹ 総務省による季節調整値、「その他の消費支出」の実質化は大和総研による。

一方、「保健医療」（前月比+7.2%）や「教育」（同+3.5%）、「被服及び履物」（同+1.8%）、「教養娯楽」（同+1.0%）など6費目は前月から増加した。「保健医療」では、新型コロナウイルス感染再拡大に伴い解熱剤や検査キットといった感染関連の医薬品の需要が高まった。「教養娯楽」では、宿泊料や国内パック旅行費などが全体を押し上げた。夏季休暇の帰省や旅行が活発であったためであろう。

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▲1.6%と減少した一方、選択的支出は同+2.3%と増加に転じた（**図表3左中**）。選択的支出では、教養娯楽や外食が増加した。

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▲6.5%）と半耐久財（同▲1.8%）、非耐久財（同▲0.3%）は前月から減少した。一方、サービスは同+0.4%と前月から増加した（**図表3右中**）。

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

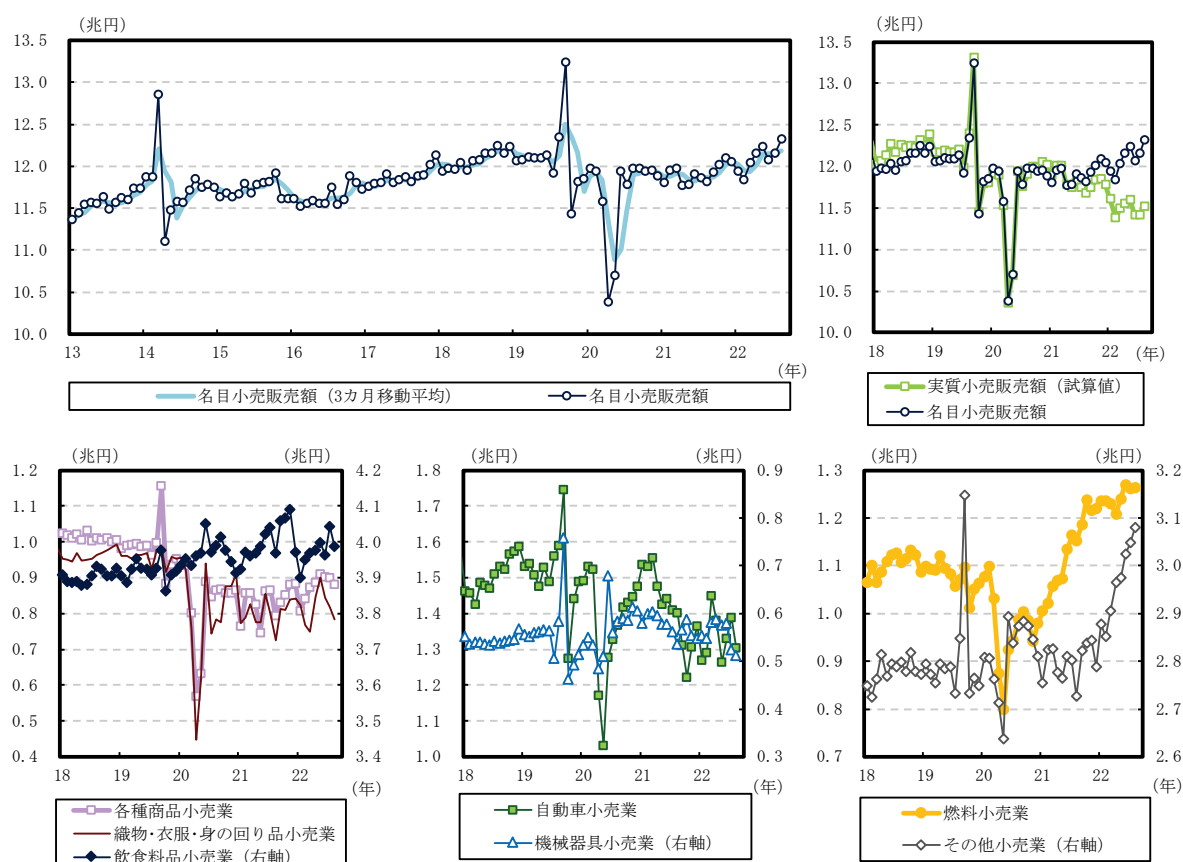
<商業動態統計(供給側)>名目小売販売額は2カ月連続で増加

2022年8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2カ月連続で増加した(図表4、5)。ただし、各業種の金額を積み上げた販売総額は前月から減少しており、季節調整の影響で実態よりも強めの結果が示された可能性がある。CPIの財指数で実質化した小売販売額は同+0.9%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」で据え置いた。

名目小売販売額を業種別に見ると、7業種中5業種が前月から減少した。「自動車小売業」(前月比▲6.1%)や「織物・衣服・身の回り品小売業」(同▲4.4%)、「機械器具小売業」(同▲2.3%)などが全体を押し下げた。「自動車小売業」について業界統計を確認すると、8月の新車販売台数(大和総研による季節調整値)は前月比▲3.2%と減少しており、この結果とも整合的だ。「織物・衣服・身の回り品小売業」については、新型コロナウイルスの感染「第7波」の影響で客足が落ち込んだ影響とみられる。

他方、「燃料小売業」は前月比+0.2%、「その他小売業」は同+1.1%といずれも前月から増加した。「その他小売業」では、前述の通り感染再拡大に伴い解熱剤や検査キットといった感染関連の医薬品の需要が高まったほか、外出機会の増加によりUVケア商品や制汗剤などの品目も堅調だった。

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、%	2022年									シェア (%)
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月		
小売業計	▲0.9	▲0.9	1.7	1.0	0.7	▲1.3	0.7	1.4	100.0	
各種商品小売業	▲8.6	4.2	3.7	1.6	2.6	▲0.9	▲0.1	▲2.2	6.9	
織物・衣服・身の回り品小売業	▲2.2	▲6.7	▲2.3	13.0	6.2	▲6.3	▲3.0	▲4.4	5.7	
飲食料品小売業	▲1.8	1.3	0.5	0.2	0.6	▲0.8	2.0	▲1.4	30.1	
自動車小売業	▲7.0	1.8	12.1	▲4.6	▲8.5	5.2	4.5	▲6.1	11.3	
機械器具小売業	1.2	▲0.9	6.0	1.1	▲2.3	0.7	▲9.6	▲2.3	6.7	
燃料小売業	1.4	0.0	▲0.5	▲1.8	2.6	2.5	▲0.7	0.2	9.2	
その他小売業	3.2	▲0.9	1.9	2.0	0.4	1.6	0.8	1.1	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＞サービス消費が引き続き回復するも、物価高の影響には注意が必要

業界統計や個社データ、JCB 消費 NOW を基に判断すると、2022年9月の消費は前月から小幅に増加したとみている。感染状況の改善を受けて、サービス消費が前月から緩やかに回復したようだ²。

9月の消費を財・サービス別に見ると、財消費のうち9月の新車販売台数は前月比+1.7%と2カ月ぶりに増加した。一方、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から拡大した。サービス関連では、北陸新幹線以外で輸送量のマイナス幅が2019年同期比で前月から縮小した。外食でも同様に売上高のマイナス幅が縮小した。さらに小売店・娯楽施設の人出を見ると（p.8）、感染状況の改善を受け、9月下旬にかけて感染拡大前の水準に近づいている。こうした動きを反映して、外食や娯楽関連消費を中心にサービス消費は前月から緩やかに回復したとみている。

10月以降の消費は、引き続きサービス消費がけん引する形で回復が継続しよう。感染「第7波」の発生を受けて開始が延期されていた「全国旅行支援³」が10月11日より実施される（東京都では10月20日）ことから、宿泊を中心としたサービス消費の回復が後押しされるだろう。

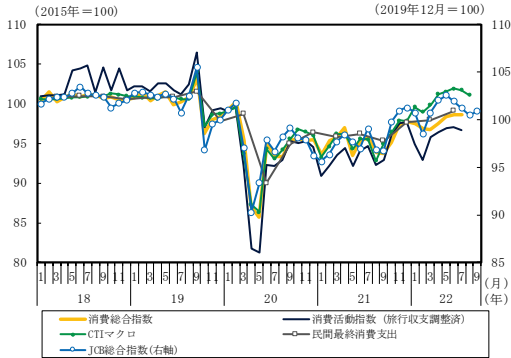
一方、10月以降も食品を中心とした多くの品目で値上げが予定されている。こうした物価高の影響は、感染拡大以降に家計で積みあがった過剰貯蓄の一部を取り崩すことで緩和されるとみているが、値上げが相次ぐ中で家計の消費マインドが一段と悪化すれば、個人消費を下押しする可能性がある。物価高が家計に与える影響には引き続き注意が必要だ。

² 詳細は拙稿「消費データブック（2022/10/4号）」（大和総研レポート、2022年10月4日）を参照。

³ 詳細は中村華奈子・小林若葉「「全国旅行支援」は旅行需要の起爆剤となるか」（大和総研レポート、2022年9月16日）を参照。

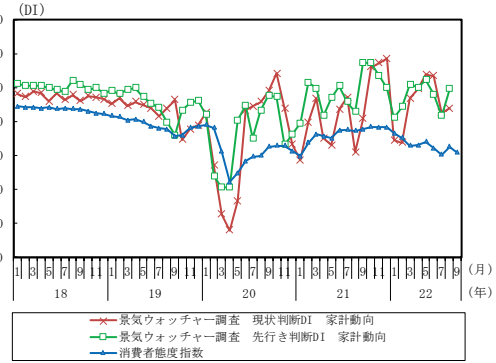
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



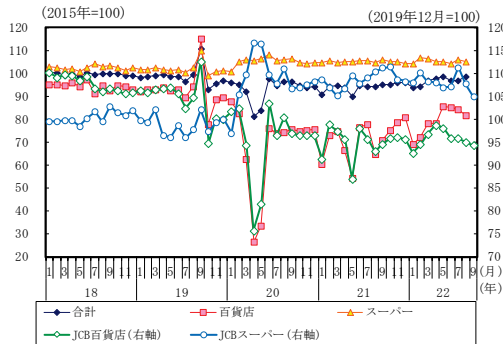
(注) 2022年9月のJCB消費NOWデータは9月15日まで。大和総研による季節調整値。
CPI(2020年基準)で実質化。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「消費 NOW」より大和総研作成

消費者マインド



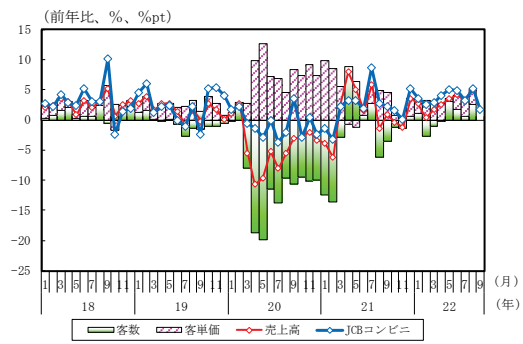
(注) 内閣府による季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業種別商品販売額



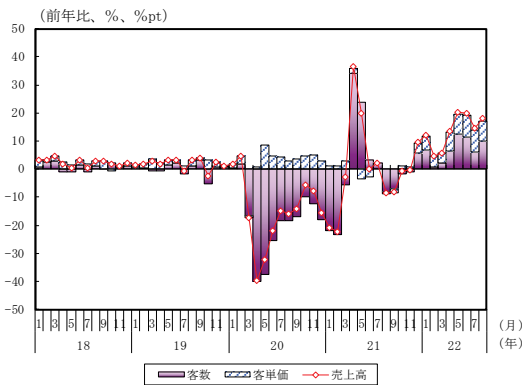
(注) 2022年9月のJCB消費NOWデータは9月15日まで。大和総研による季節調整値。
(出所) 経済産業省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「消費 NOW」より大和総研作成

コンビニ売上高(店舗数調整前)



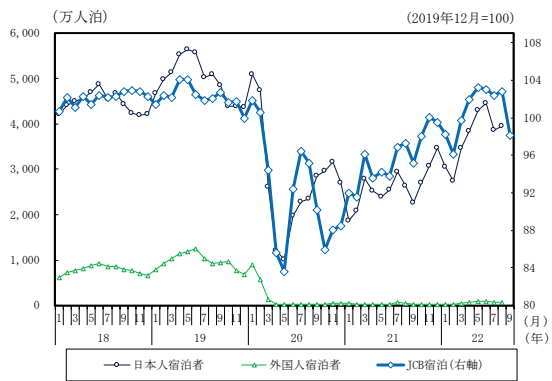
(注) 2022年9月のJCB消費NOWデータは9月15日まで。大和総研による季節調整値。
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計、株式会社ナウキャスト/JCB「消費 NOW」より大和総研作成

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

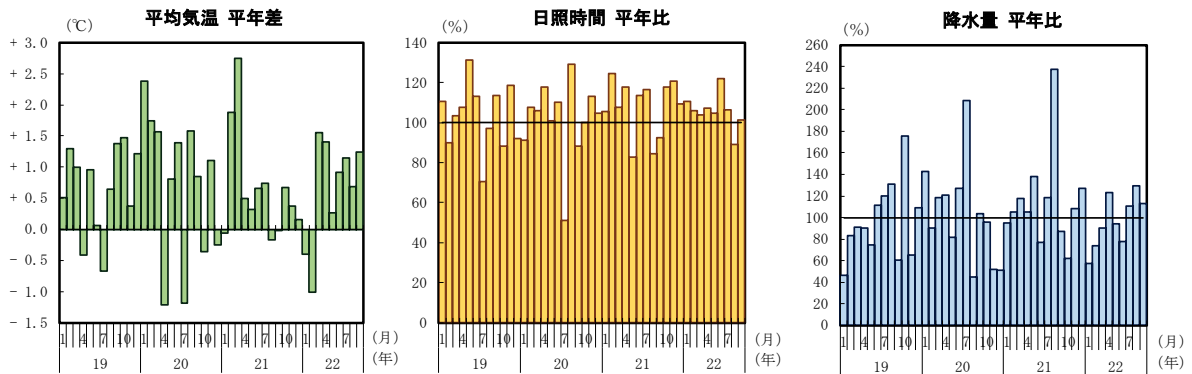
宿泊者数



(注1) 大和総研による季節調整値。
(注2) 2022年9月のJCB消費NOWデータは9月15日まで。
(出所) 観光庁統計、株式会社ナウキャスト/JCB「消費 NOW」より大和総研作成

天候

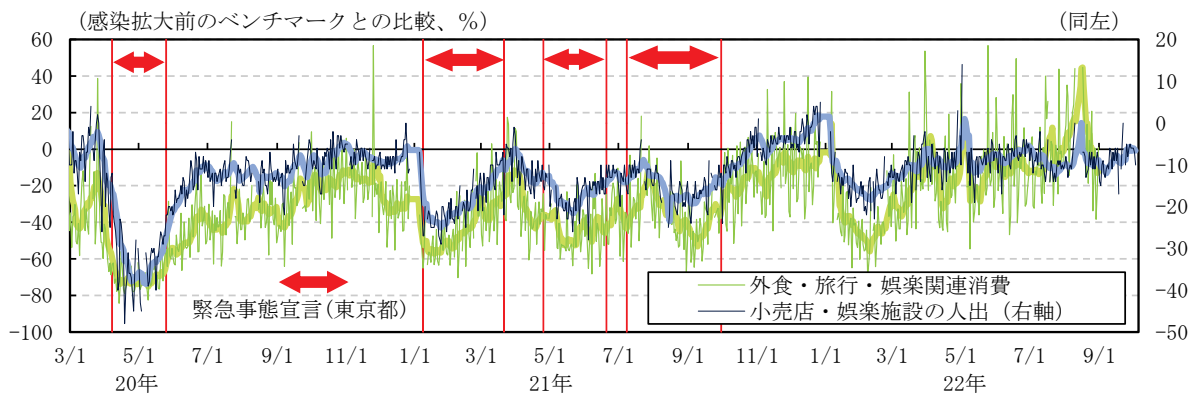
全国の平均気温・日照時間・降水量



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

人出

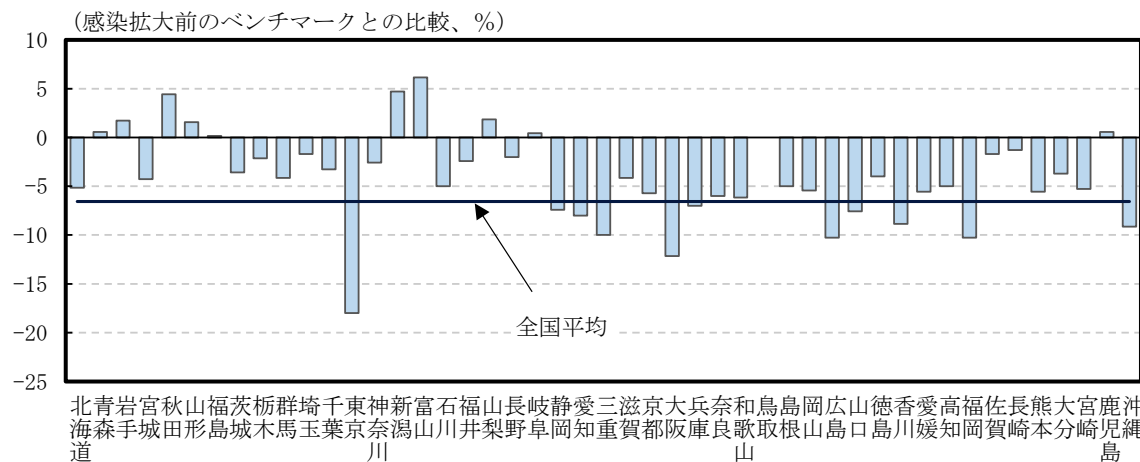
小売店・娯楽施設の人出（直近値 10/3）と外食・旅行・娯楽関連消費



(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（9/27～10/3 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