

2022年12月6日 全8頁

Indicators Update

2022年10月消費統計

感染状況の落ち着きや全国旅行支援の実施もありサービス消費が好調

経済調査部 エコノミスト 中村 華奈子

[要約]

- 2022年10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+1.1%と2カ月連続で増加した。新型コロナウイルスの感染状況が比較的落ち着いていたことに加え、全国旅行支援の実施がサービス消費の回復を後押しした。
- 実質消費支出を財・サービス別に見ると、耐久財（前月比+7.7%）ではテレビや携帯電話機、半耐久財（同+1.0%）では被服を中心に増加した。非耐久財（同+2.3%）では電気代やガス代に加え、穀類や肉類、調理食品などが増加した。サービス（同+1.4%）では教養娯楽サービスなどが増加した。
- 11月の消費は前月からおおむね横ばいで推移したとみている。財・サービスともに回復が足踏みしたようだ。12月以降の消費は緩やかな回復基調を辿るとみている。全国旅行支援の実施期間の延長により、引き続き旅行を中心としたサービス消費が回復を後押しするだろう。ただし、度重なる値上げにより家計の消費マインドが一段と悪化すれば、個人消費の回復が遅れる可能性がある。新型コロナウイルスの感染「第8波」の動向にも注意が必要だ。

図表1：各種消費指標の概況（単位：%）

統計		2022年 6月	7月	8月	9月	10月	出所	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	3.5	3.4	5.1	2.3	1.2	総務省、二人以上世帯
		前月比	1.5	▲ 1.4	▲ 1.7	1.8	1.1	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	1.5	1.4	2.6	0.8	1.1	総務省、二人以上世帯
		前月比	1.6	▲ 0.8	▲ 2.6	3.9	▲ 0.8	
供給側	小売販売額	前年比	1.5	2.4	4.1	4.8	4.3	経済産業省
		前月比	▲ 1.3	0.7	1.3	1.5	0.2	
	百貨店売上高	前年比	11.7	9.6	26.1	20.2	11.4	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	3.8	2.9	4.8	1.5	6.9	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	▲ 1.0	1.8	0.6	1.1	1.6	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	19.9	14.5	18.0	19.7	14.8	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	271.0	60.5	141.9	114.3	-	観光庁
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	3.3	3.3	5.5	4.3	2.6	総務省
		前月比	0.5	0.0	▲ 0.6	1.0	▲ 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

<10月の消費総括>全国旅行支援の実施などを受けてサービス消費が好調

2022年10月の消費は総じて見れば前月から持ち直しの動きが継続した。新型コロナウイルスの感染状況が比較的落ち着いていたことに加え、全国旅行支援の実施がサービス消費の回復を後押しした。

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+1.1%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+1.5%であった。他方、複数の統計で補正したCTIミクロで見ると同▲0.8%と前月から小幅に減少した。供給側統計である商業動態統計によると、名目小売販売額は同+0.2%と4カ月連続で増加した。他方、実質小売販売額は同▲0.7%と前月から減少した。

<家計調査（需要側）>実質消費支出は2カ月連続で増加

10月の家計調査を費目別に見ると、10大費目¹のうち「被服及び履物」（前月比+7.5%）や「教養娯楽」（同+6.4%）、「光熱・水道」（同+2.7%）など5費目が増加した。

「被服及び履物」では、月の平均気温が平年よりも低下し、薄手のニットやジャケット、コートなどの秋冬物商品の需要が高まった。感染状況が比較的落ち着いており、外出機会が増加したことも消費の増加に寄与したとみられる。「教養娯楽」では、国内パック旅行費や宿泊料といった教養娯楽サービスが全体を押し上げた。全国旅行支援の実施を受けた旅行需要の増加が確認される結果となった。「光熱・水道」では電気代やガス代が増加した。月の平均気温が低下したことで、暖房の使用機会が増加したとみられる。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2022/3	2022/4	2022/5	2022/6	2022/7	2022/8	2022/9	2022/10	シェア (%)
消費支出	4.1	1.0	▲1.9	1.5	▲1.4	▲1.7	1.8	1.1	100.0
食料	0.4	▲0.8	1.1	0.6	▲0.3	▲1.9	4.3	▲1.8	28.5
住居	8.1	0.7	▲6.9	20.8	▲0.9	▲13.0	▲1.9	▲0.1	6.6
光熱・水道	3.1	0.0	▲2.9	▲4.4	0.1	▲2.1	1.8	2.7	7.7
家具・家事用品	1.5	4.0	▲2.8	▲3.3	▲3.8	▲0.9	19.5	▲5.6	4.3
被服及び履物	11.4	9.5	▲12.3	7.8	▲5.9	1.8	6.5	7.5	3.2
保健医療	5.5	1.9	▲0.1	7.2	▲3.2	7.2	▲2.0	▲4.0	5.1
交通・通信	13.8	5.2	▲9.3	4.4	▲1.3	0.4	▲4.5	2.7	14.3
教育	5.9	7.1	▲13.6	3.7	8.9	3.5	▲6.6	▲5.2	4.3
教養娯楽	3.7	▲1.4	0.0	5.3	▲2.5	1.0	▲1.0	6.4	9.1
その他の消費支出	4.4	▲2.5	3.6	▲5.7	▲1.3	1.0	▲0.6	2.1	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

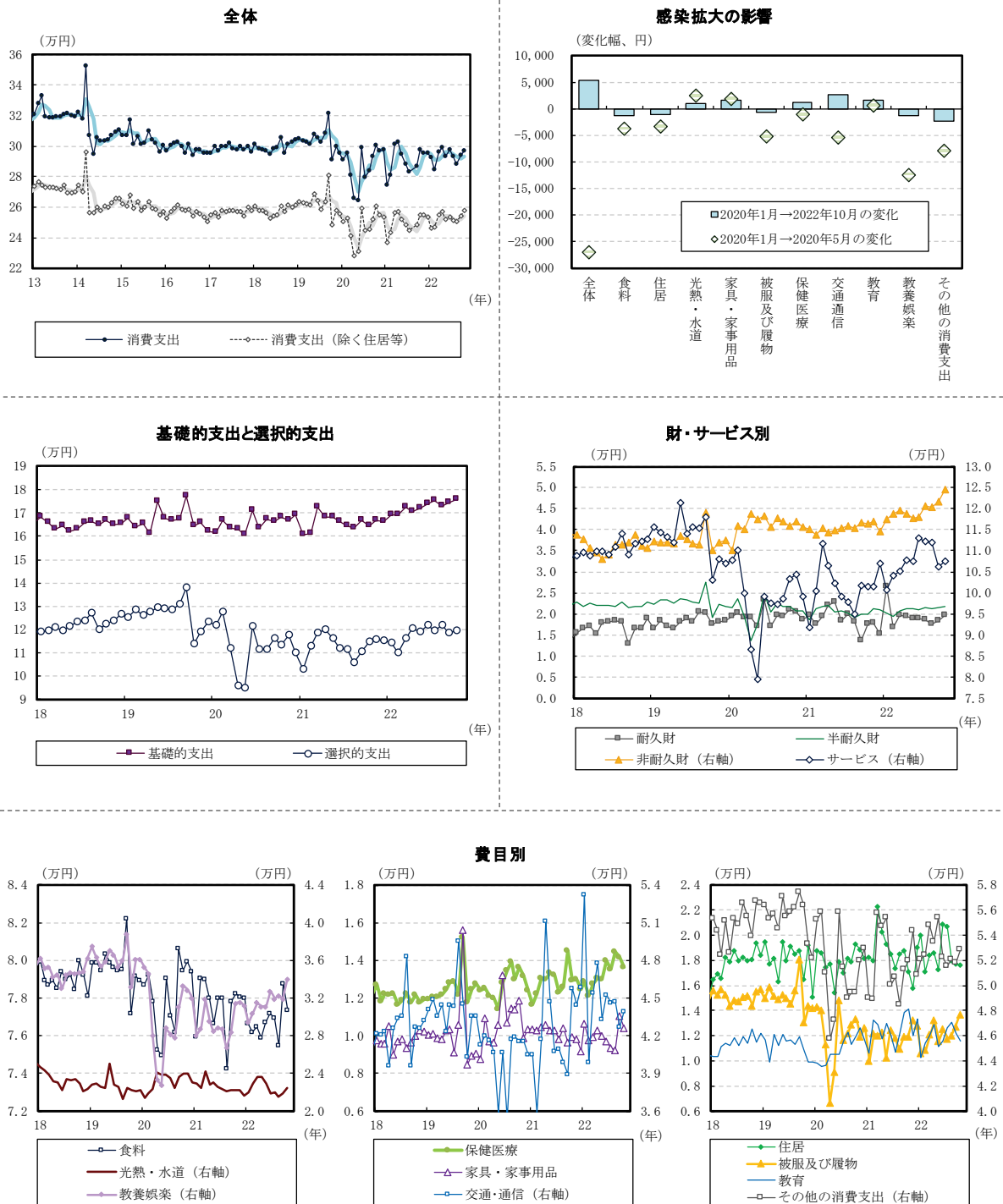
¹ 総務省による季節調整値、「その他の消費支出」の実質化は大和総研による。

他方、「家具・家事用品」（前月比▲5.6%）や「教育」（同▲5.2%）、「保健医療」（同▲4.0%）、「食料」（同▲1.8%）などは減少した。「家具・家事用品」では、冷蔵庫などの家事用耐久財のほか、ティッシュペーパーやトイレトペーパーなどの家事用消耗品が減少した。10月にはティッシュペーパーなど多くの家庭紙製品も値上げされており、前月に発生した駆け込み需要の反動減が表れた可能性がある。「保健医療」では、保健医療サービスのうち医科診療代などが減少した。「食料」では、酒類や外食が減少した。酒類については、前月に発生した値上げ前の駆け込み需要の反動減が表れたとみられる。

基礎的支出は前月比+0.7%、選択的支出は同+0.4%といずれも増加した（大和総研による季節調整値）（**図表3左中**）。選択的支出は、前述の通り教養娯楽サービスを中心に増加した。

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+7.7%）ではテレビや携帯電話機などが、半耐久財（同+1.0%）では被服などが増加した。非耐久財（同+2.3%）では、電気代やガス代に加え、穀類や肉類、調理食品などが増加した。サービス（同+1.4%）では教養娯楽サービスや有料道路料などが増加した（**図表3右中**）。

図表 3 : 実質消費支出 (季節調整値、2020年基準)



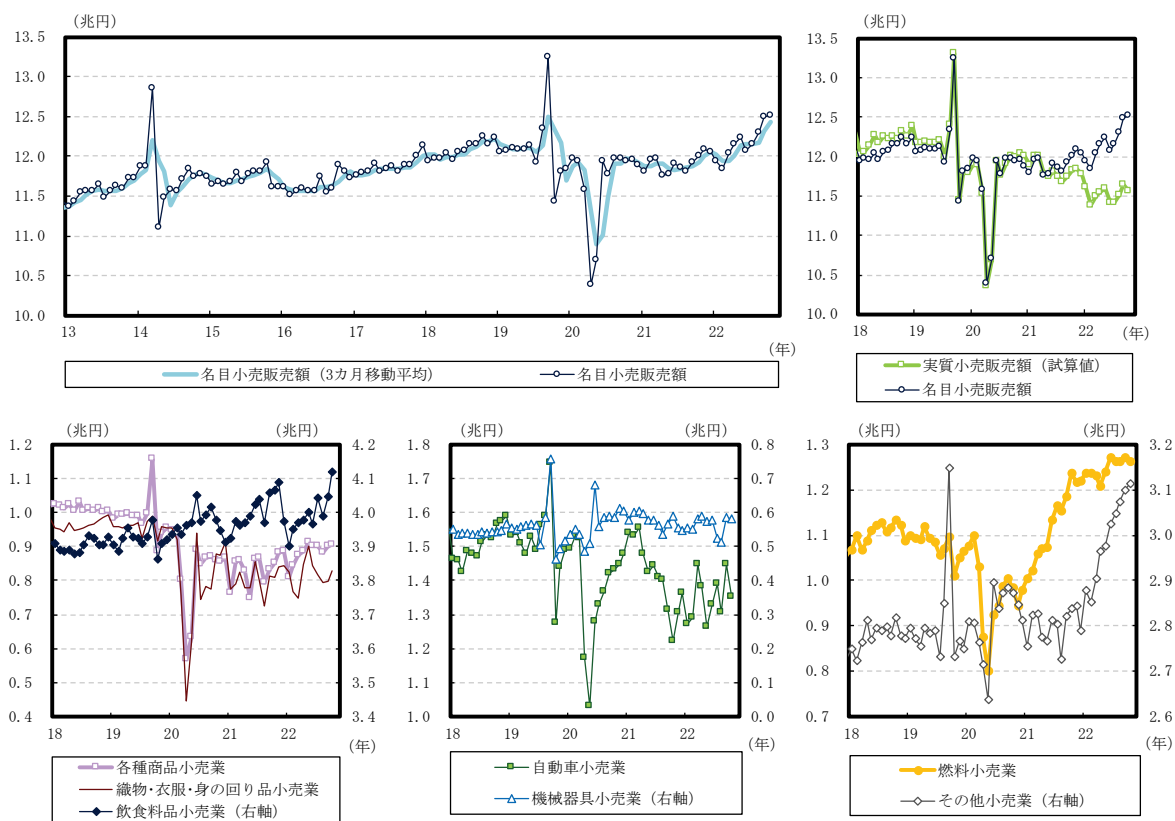
(注1) 二人以上の世帯。基礎的支出と選択的支出、財・サービス別支出は大和総研による季節調整値、それ以外は総務省による季節調整値。
(注2) 「消費支出 (除く住居等)」は、消費支出から「住居」「自動車等購入」「贈与金」「仕送り金」を除いた数値。
全体の図中の太線は3カ月移動平均。
(注3) 「その他の消費支出」は名目金額指数 (季節調整値) を、CPIの生鮮食品及びエネルギーを除く総合指数で実質化した値。
(注4) 各費目で個別に季節調整されているため、その合計は消費支出全体の季節調整値と一致しない。
(出所) 総務省統計より大和総研作成

＜商業動態統計(供給側)＞名目小売販売額は伸び率が鈍化したが4カ月連続で増加

2022年10月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比+0.2%であった。伸び率は前月から鈍化したものの、4カ月連続で増加した(図表4、5)。経済産業省は基調判断を「持ち直している」で据え置いた。他方、CPIの財指数で実質化した小売販売額は同▲0.7%であった。

名目小売販売額を業種別に見ると、7業種中4業種が前月から増加した。「織物・衣服・身の回り品小売業」は前月比+3.9%、「飲食料品小売業」は同+1.8%、「各種商品小売業」は同+0.5%、「その他小売業」は同+0.4%であった。「織物・衣服・身の回り品小売業」では、秋冬物商品の売上が伸長した。天候要因に加え、感染状況の落ち着きにより外出機会が増加したことが背景にあるだろう。「飲食料品小売業」について、10月は飲食料品を中心とした「値上げラッシュ」を迎え²、こうした値上げの動きが販売額を押し上げたとみられる。「各種商品小売業」では、全国旅行支援の実施に伴う旅行需要の増加により、スーツケースといった旅行用品の販売が好調であった。他方、「自動車小売業」(同▲6.8%)と「燃料小売業」(同▲0.7%)、「機械器具小売業」(同▲0.4%)は前月から減少した。

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

² 詳細は久後翔太郎・中村華奈子「[2022年10月全国消費者物価](#)」(大和総研レポート、2022年11月18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、%	2022年									シェア(%)
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月		
小売業計	1.7	1.0	0.7	▲1.3	0.7	1.3	1.5	0.2	100.0	
各種商品小売業	3.7	1.6	2.6	▲0.9	▲0.1	▲2.2	2.4	0.5	6.9	
織物・衣服・身の回り品小売業	▲2.3	13.0	6.2	▲6.3	▲3.0	▲2.9	0.4	3.9	5.7	
飲食料品小売業	0.5	0.2	0.6	▲0.8	2.0	▲1.4	1.5	1.8	30.1	
自動車小売業	12.1	▲4.6	▲8.5	5.2	4.5	▲6.1	11.0	▲6.8	11.3	
機械器具小売業	6.0	1.1	▲2.3	0.7	▲9.6	▲2.1	13.8	▲0.4	6.7	
燃料小売業	▲0.5	▲1.8	2.6	2.5	▲0.7	0.2	0.6	▲0.7	9.2	
その他小売業	1.9	2.0	0.4	1.6	0.8	0.8	0.9	0.4	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＞緩やかな回復基調を辿るも、物価高や感染「第8波」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11月の消費は財、サービスともに回復が足踏みし、前月からおおむね横ばいで推移したとみている³。

11月の消費を財・サービス別に見ると、財消費のうち大手百貨店（大丸松坂屋、三越伊勢丹、高島屋）やアパレル各社では月後半の平均気温が平年に比べて高かったという天候要因もあり、既存店売上高の伸び率が感染拡大前である2019年同期比で前月から低下した。11月の新車販売台数は前月比▲5.4%と減少した。サービス関連のうち、北陸新幹線以外の新幹線輸送量は2019年同期比でのマイナス幅が前月と同程度であった。移動人口の動向を見ると（p.8）、感染「第8波」の影響もあり前月から小幅に減少し、感染拡大前の2019年同月の水準を5%程度下回って推移した。全国旅行支援やGo To Eat 事業などの需要喚起策が引き続き実施される中、人出が小幅に減少したことで、サービス消費は前月から回復がわずかに減速したとみている。

12月以降の消費は緩やかな回復基調を辿ろう。全国旅行支援は現在の割引率で12月27日までの実施が決まった。また、年明け以降は割引率を引き下げた上で実施を継続する。引き続き旅行を中心としたサービス消費が全体の回復を後押しするだろう。自動車向けの半導体不足が解消され自動車の挽回生産が本格化すれば、耐久財消費の大幅な増加も期待できる。

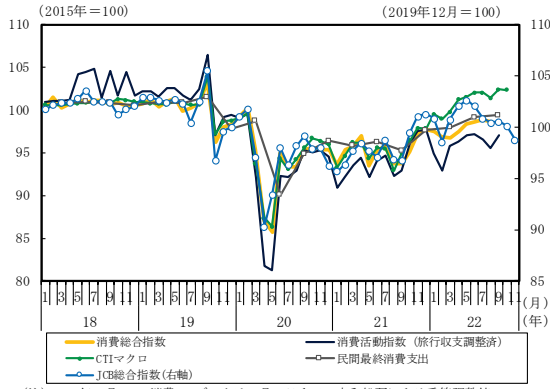
他方、物価高は引き続きの懸念材料だ。多くの企業は来春にかけてもう一段の値上げを予定しており、再び「値上げラッシュ」が到来する可能性が高いとみられる。度重なる値上げにより消費マインドが一段と悪化すれば、個人消費の回復が遅れる可能性がある。先行き不透明感が強まる中で、購買力のある家計であっても支出の拡大に慎重な姿勢を強めることが懸念される。

さらに、感染「第8波」への懸念も高まっている。政府が新たに決定した感染拡大防止措置では、感染状況や医療の逼迫度に応じて都道府県が「医療ひっ迫防止対策強化宣言」などを発出し、外出自粛などを要請できる。今後の感染状況次第では都道府県単位で経済活動が抑制される可能性もあり、その動向を注視する必要がある。

³ 詳細は拙稿「消費データブック（2022/12/5号）」（大和総研レポート、2022年12月5日）を参照。

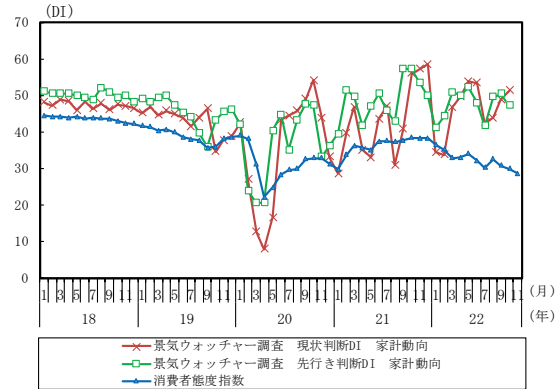
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



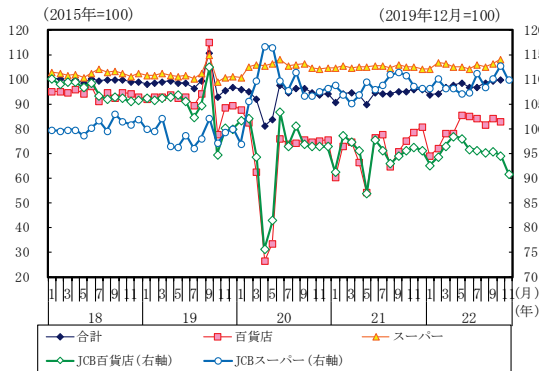
(注) 2022年11月のJCB消費NOWデータは11月15日まで。大和総研による季節調整値。
CPI(2020年基準)で実質化。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

消費者マインド



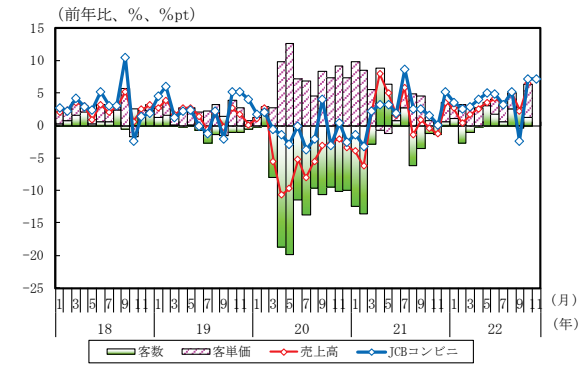
(注) 内閣府による季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



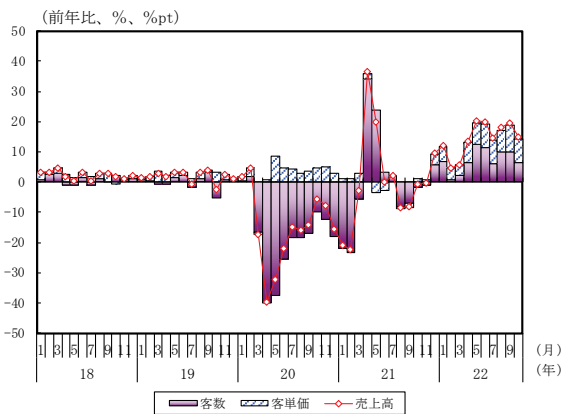
(注) 2022年11月のJCB消費NOWデータは11月15日まで。大和総研による季節調整値。
(出所) 経済産業省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



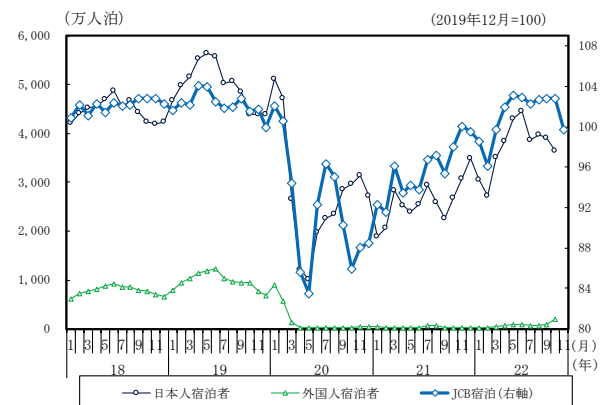
(注) 2022年11月のJCB消費NOWデータは11月15日まで。大和総研による季節調整値。
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

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

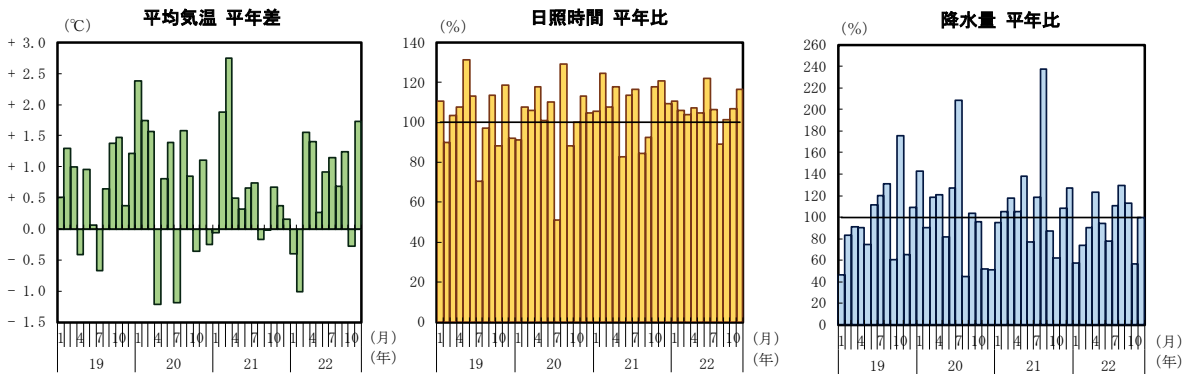
宿泊者数



(注1) 大和総研による季節調整値。
(注2) 2022年11月のJCB消費NOWデータは11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

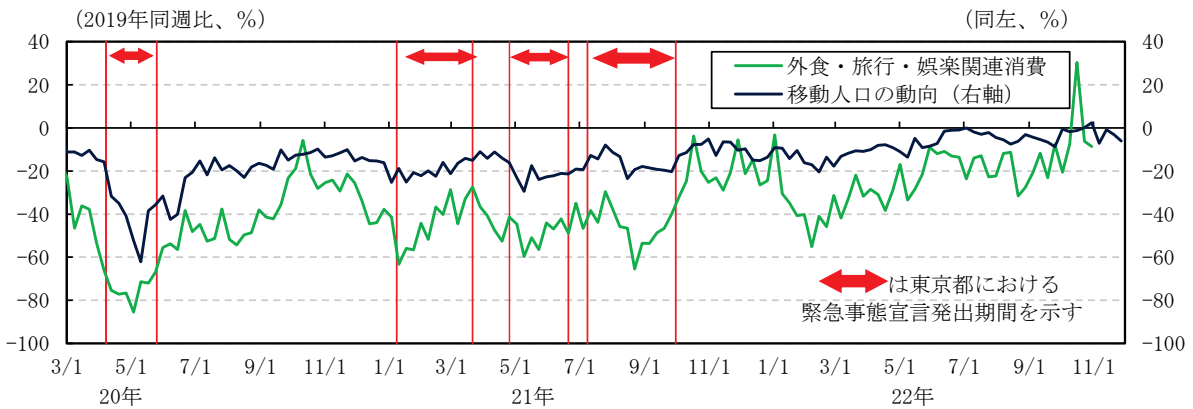
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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の。
 (出所) 総務省、気象庁統計より大和総研作成

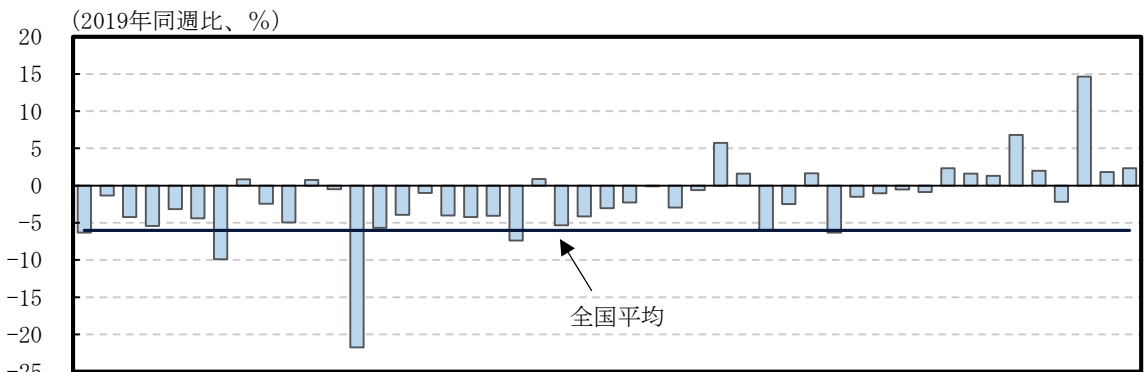
人出

移動人口の動向（直近値 11/27）と外食・旅行・娯楽関連消費



(注) 移動人口は全ての市区町村の「推定居住地が市区町村外のもの」の人口を週ごとに集計したもの。
 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。
 (出所) 総務省統計、V-RESASより大和総研作成

移動人口の動向（11/21～11/27 週、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瀧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

(出所) V-RESASより大和総研作成