

2023年1月10日 全8頁

Indicators Update

2022年11月消費統計

天候要因や感染「第8波」の影響で実質消費支出は3カ月ぶりに減少

経済調査部 エコノミスト 中村 華奈子

[要約]

- 2022年11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▲0.9%と3カ月ぶりに減少した。月後半の平均気温が平年よりも高く推移したことや新型コロナウイルス感染「第8波」の影響を受け、多くの費目で支出が減少した。
- 実質消費支出を財・サービス別に見ると、耐久財ではエアコンや電気冷蔵庫などが前月から減少した。半耐久財では被服などが、非耐久財では食料や光熱・水道などが、サービスでは宿泊料やパック旅行費などが減少した。
- 12月の消費は財・サービスともにまちまちな結果であり、前月から横ばい圏で推移したとみている。2023年1月以降の消費は緩やかな回復基調を辿ろう。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が期待できる。また、感染「第8波」のピークアウト以降はサービス消費も回復するだろう。ただし、更なる「値上げラッシュ」で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。今後の感染状況にも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 7月	8月	9月	10月	11月	出所		
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	3.4	5.1	2.3	1.2	総務省、二人以上世帯		
		前月比	▲1.4	▲1.7	1.8	1.1			
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	1.4	2.6	0.8	1.1		総務省、二人以上世帯	
		前月比	▲0.8	▲2.6	3.9	▲0.8			
供給側	小売販売額	前年比	2.4	4.1	4.8	4.4	経済産業省		
		前月比	0.7	1.3	1.5	0.3			
	百貨店売上高	前年比	9.6	26.1	20.2	11.4		4.5	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	2.9	4.8	1.5	6.9		7.4	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	1.8	0.6	1.1	1.6		0.8	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	14.5	18.0	19.7	14.8		8.9	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	60.5	141.9	114.3	105.6		-	観光庁
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	2.8	5.0	3.8	2.5	総務省		
		前月比	▲0.0	▲0.6	1.1	0.1		▲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

<11月の消費総括>天候要因や感染「第8波」の影響により前月から減少

2022年11月の消費は総じて前月から減少した。月後半の平均気温が平年よりも高く推移したことから、冬物衣料やエアコンといった季節商品の需要が落ち込んだ。また、新型コロナウイルス感染「第8波」により外出機会が減少したことも影響したとみられる。

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▲0.9%と、3カ月ぶりに減少した(図表1)。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▲1.8%であった。複数の統計で補正したCTIマイクロで見ると同▲1.1%と、前月からマイナス幅が拡大した。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▲1.1%と5カ月ぶりに減少し、実質小売販売額も同▲1.8%と2カ月連続で減少した。

<家計調査(需要側)>実質消費支出は「被服及び履物」など8費目で減少

11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▲12.4%)や「家具・家事用品」(同▲10.9%)、「教育」(同▲5.7%)など8費目が前月から減少した(図表2)。「被服及び履物」では、月後半の平均気温が平年よりも高く推移したことから、冬物アウターなどの需要が落ち込んだ。また、感染「第8波」の影響で外出機会が減少したことも背景にあるだろう。「家具・家事用品」では、上述の天候要因によりエアコンの需要が落ち込んだほか、電気冷蔵庫や、炊飯器などの炊事用電気器具が全体を押し下げた。「食料」では、魚介類や肉類に加えて、乳製品や調味料なども落ち込んだ。「光熱・水道」では電気代やプロパンガスなどが、「保健医療」では歯科診療代などが、「教養娯楽」では宿泊料やパック旅行費などが減少した。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2022/4	2022/5	2022/6	2022/7	2022/8	2022/9	2022/10	2022/11	シェア (%)
消費支出	1.0	▲1.9	1.5	▲1.4	▲1.7	1.8	1.1	▲0.9	100.0
食料	▲0.8	1.1	0.6	▲0.3	▲1.9	4.3	▲1.8	▲2.1	28.5
住居	0.7	▲6.9	20.8	▲0.9	▲13.0	▲1.9	▲0.1	7.7	6.6
光熱・水道	0.0	▲2.9	▲4.4	0.1	▲2.1	1.8	2.7	▲1.5	7.7
家具・家事用品	4.0	▲2.8	▲3.3	▲3.8	▲0.9	19.5	▲5.6	▲10.9	4.3
被服及び履物	9.5	▲12.3	7.8	▲5.9	1.8	6.5	7.5	▲12.4	3.2
保健医療	1.9	▲0.1	7.2	▲3.2	7.2	▲2.0	▲4.0	▲1.3	5.1
交通・通信	5.2	▲9.3	4.4	▲1.3	0.4	▲4.5	2.7	0.7	14.3
教育	7.1	▲13.6	3.7	8.9	3.5	▲6.6	▲5.2	▲5.7	4.3
教養娯楽	▲1.4	0.0	5.3	▲2.5	1.0	▲1.0	6.4	▲0.2	9.1
その他の消費支出	▲2.5	3.6	▲5.7	▲1.3	1.0	▲0.6	2.1	▲1.9	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

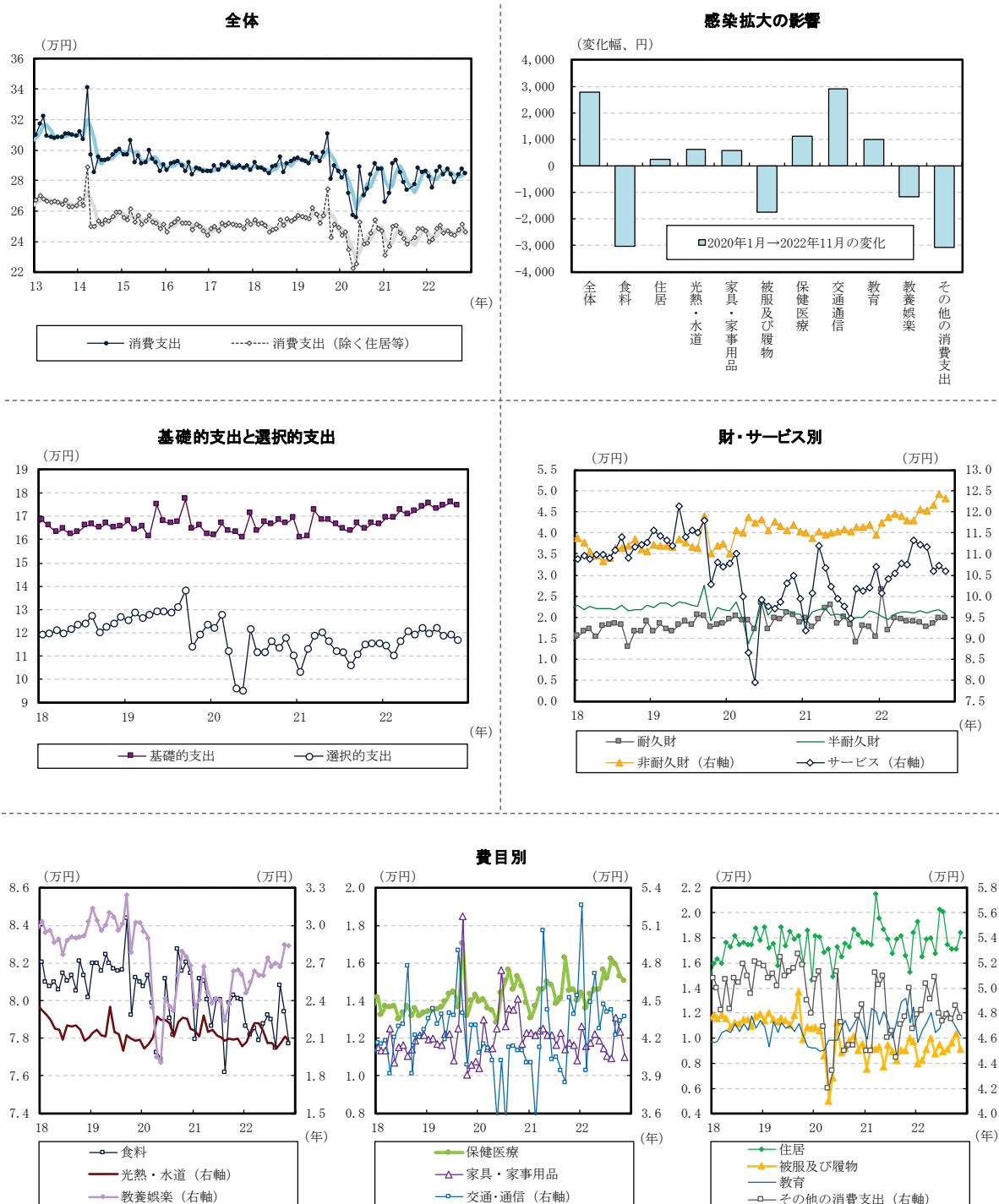
¹ 総務省による季節調整値、「その他の消費支出」の実質化は大和総研による。

他方、「住居」（前月比+7.7%）と「交通・通信」（同+0.7%）は前月から増加した。「住居」は、家計調査のサンプルサイズの少なさに起因するぶれの大きな費目であり、単月の振れによる動きとみられる。「交通・通信」では、自動車等維持などが増加した。

基礎的支出は前月比▲0.8%、選択的支出は同▲2.1%といずれも減少した（大和総研による季節調整値）（**図表 3 左中**）。

財・サービス別に見ると（大和総研による季節調整値）、半耐久財（前月比▲3.8%）では前述の通り被服などが前月から減少した。サービス（同▲1.1%）では「教養娯楽」のうち宿泊料やパック旅行費などが、耐久財（同▲1.0%）ではエアコンや電気冷蔵庫などが、非耐久財（同▲1.0%）では食料や光熱・水道などが減少した（**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

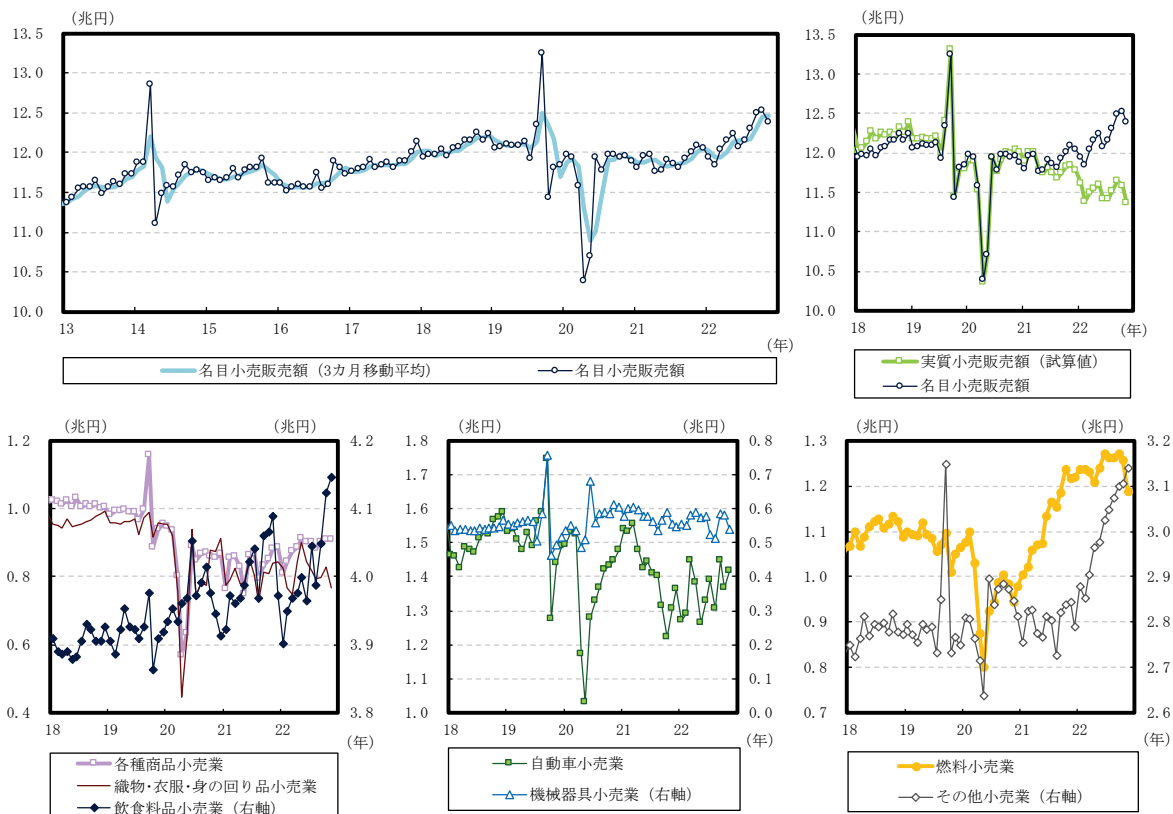
＜商業動態統計（供給側）＞名目小売販売額は前月比▲1.1%と5カ月ぶりに減少

2022年11月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比▲1.1%と5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▲1.8%と2カ月連続で減少した。ただし、季節調整済指数の後方3カ月移動平均が同+0.2%であったことを踏まえ、経済産業省は基調判断を「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3業種が前月から減少した。「織物・衣服・身の回り品小売業」が前月比▲7.5%、「機械器具小売業」は同▲7.3%、「燃料小売業」は同▲5.5%であった。「織物・衣服・身の回り品小売業」では、天候要因により冬物アウターなどの売上が伸び悩んだ。また、感染「第8波」の影響により外出機会が減少したことも背景にあるとみられる。「機械器具小売業」では、天候要因によりエアコンなどの暖房器具が低調だった。

他方、「自動車小売業」（前月比+3.4%）や「その他小売業」（同+1.1%）、「飲食料品小売業」（同+0.5%）は前月から増加した。自動車については、半導体不足の緩和が進んでいる可能性がある。「その他小売業」では、感染「第8波」の影響で解熱鎮痛剤や検査キット、除菌ジェルなどが好調であった。「飲食料品小売業」では、値上げの影響により販売額が増加したとみられる。

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、%	2022年									シェア(%)
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月		
小売業計	1.0	0.7	▲1.3	0.7	1.3	1.5	0.3	▲1.1	100.0	
各種商品小売業	1.6	2.6	▲0.9	▲0.1	▲2.2	2.4	0.6	0.0	6.9	
織物・衣服・身の回り品小売業	13.0	6.2	▲6.3	▲3.0	▲2.9	0.4	3.8	▲7.5	5.7	
飲食料品小売業	0.2	0.6	▲0.8	2.0	▲1.4	1.5	1.9	0.5	30.1	
自動車小売業	▲4.6	▲8.5	5.2	4.5	▲6.1	11.0	▲5.5	3.4	11.3	
機械器具小売業	1.1	▲2.3	0.7	▲9.6	▲2.1	13.8	▲0.2	▲7.3	6.7	
燃料小売業	▲1.8	2.6	2.5	▲0.7	0.2	0.6	▲1.0	▲5.5	9.2	
その他小売業	2.0	0.4	1.6	0.8	0.8	0.9	0.2	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>緩やかな回復基調を辿るも、物価高などの影響には引き続き注意が必要

業界統計や個社データ、JCB 消費 NOW を基に判断すると、2022 年 12 月の消費は前月から横ばい圏で推移したとみている²。

12 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 3 社（大丸松坂屋、三越伊勢丹、高島屋）の売上高伸び率は各社まちまちな結果であった。大手アパレルでは、ユニクロとユニテッドアローズの既存店売上高伸び率が感染拡大前である 2019 年同期比で前月から上昇した。新車販売台数は前月比+1.2%と増加した（大和総研による季節調整値）。サービス関連のうち、新幹線輸送量は 2019 年同期比でのマイナス幅が前月から縮小した。移動人口の動向を見ると（p. 8）、感染「第 8 波」の影響もあり月後半にかけて減少し、感染拡大前の 2019 年同月の水準を 10%ほど下回った。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、人出が減少したことで、サービス消費は前月から回復が足踏みしたとみている。

2023 年 1 月以降の消費は緩やかな回復基調を辿ろう。耐久財消費については、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、大幅な増加が期待できる。また、感染「第 8 波」のピークアウトを迎えれば感染状況の落ち着きに伴いサービス消費も回復するだろう。

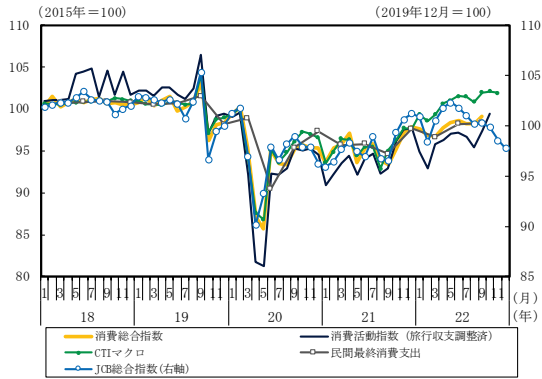
他方、物価高は引き続きの懸念材料だ。1 月から 4 月にかけて値上げが予定される品目は、再値上げなどを含めると前年同期比 1.5 倍超の約 7,000 品目に上る³。また月別に見ると、2 月は冷凍食品や菓子類、調味料、酒類などの値上げ予定品目が最も多い。こうした度重なる値上げにより消費マインドが一段と悪化すれば、個人消費の回復が遅れる可能性があるだろう。さらに、1 日あたりの新規感染者数は 1 月に入っても全国的に増加傾向が続いているなど、まだまだ油断は禁物だ。岐阜県では全国初の「医療ひっ迫防止対策強化宣言」が発出された（期間は 2022 年 12 月 23 日から 2023 年 1 月 22 日まで）。今後の感染状況次第では宣言を発出する地域が増加して経済活動への悪影響が大きくなる可能性もあり、引き続き動向を注視する必要があるだろう。

² 詳細は拙稿「消費データブック（2023/1/6号）」（大和総研レポート、2023 年 1 月 6 日）を参照。

³ 詳細は帝国データバンク「『食品主要 105 社』価格改定動向調査-2022 年動向・23 年見通し」（2022 年 12 月 21 日）を参照。

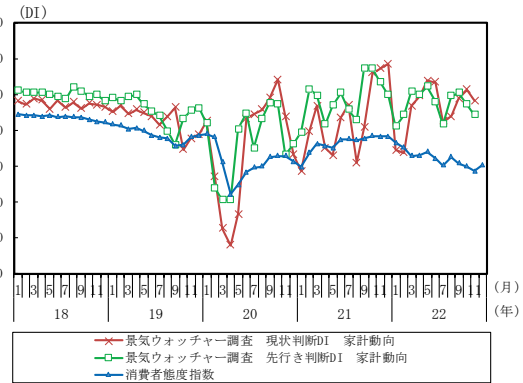
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



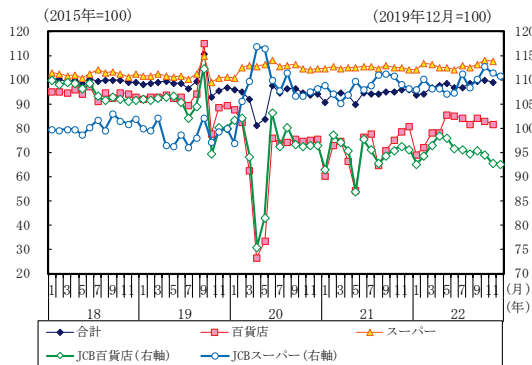
(注) 2022年12月のJCB消費NOWデータは12月15日まで、大和総研による季節調整値、CPI(2020年基準)で実質化。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

消費者マインド



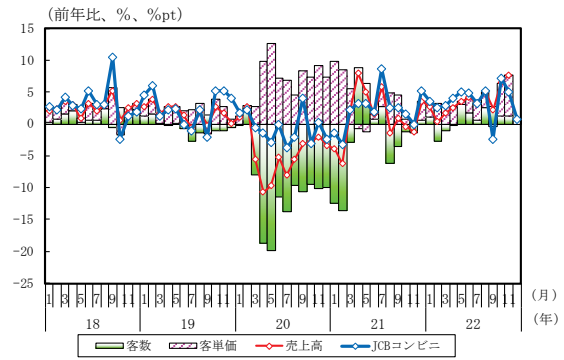
(注) 内閣府による季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



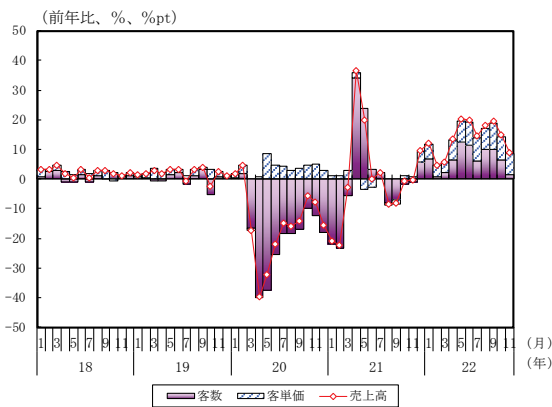
(注) 2022年12月のJCB消費NOWデータは12月15日まで、大和総研による季節調整値。
(出所) 経済産業省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

コンビニ売上高(店舗数調整前)



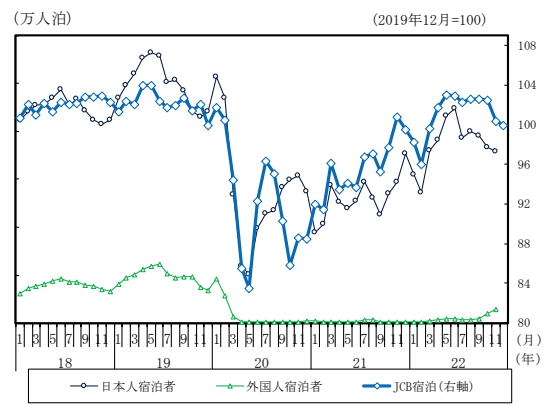
(注) 2022年12月のJCB消費NOWデータは12月15日まで、大和総研による季節調整値。
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

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

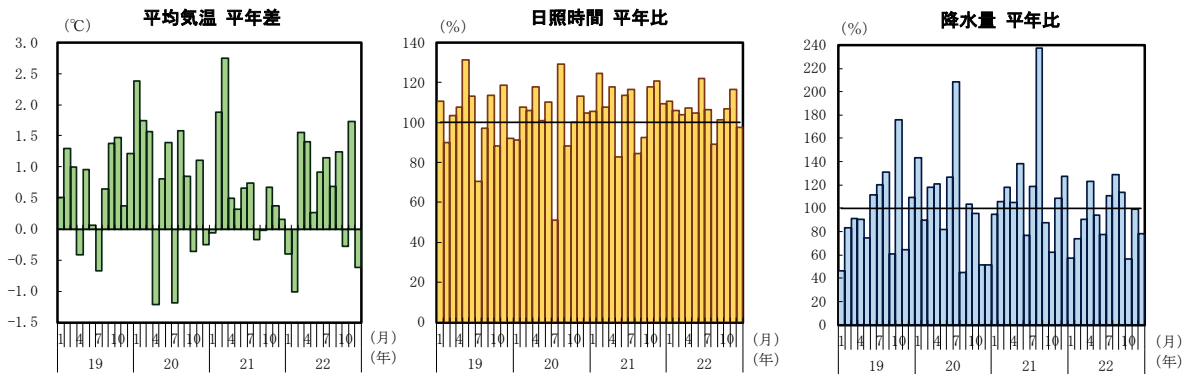
宿泊者数



(注1) 大和総研による季節調整値。
(注2) 2022年12月のJCB消費NOWデータは12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

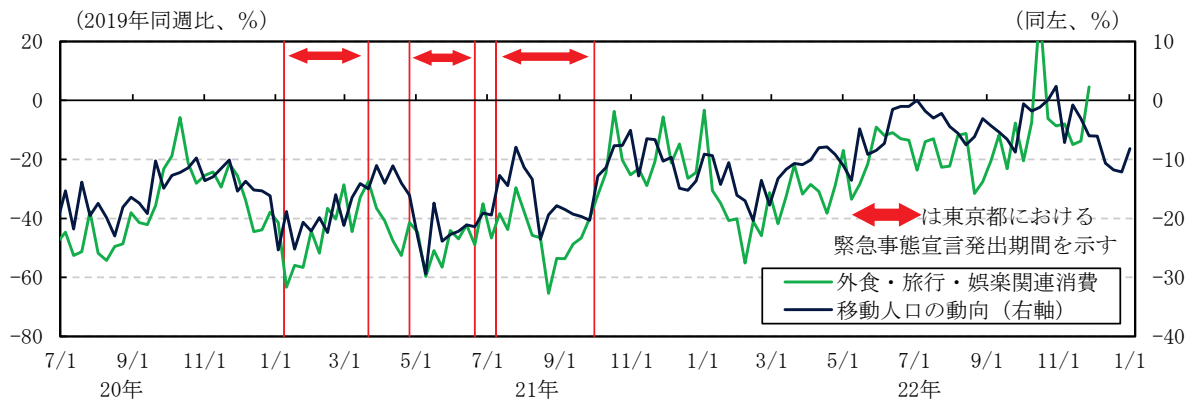
全国の平均気温・日照時間・降水量



(注) 東日本、西日本、北日本、沖縄・奄美のデータを2020年国勢調査の人口に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

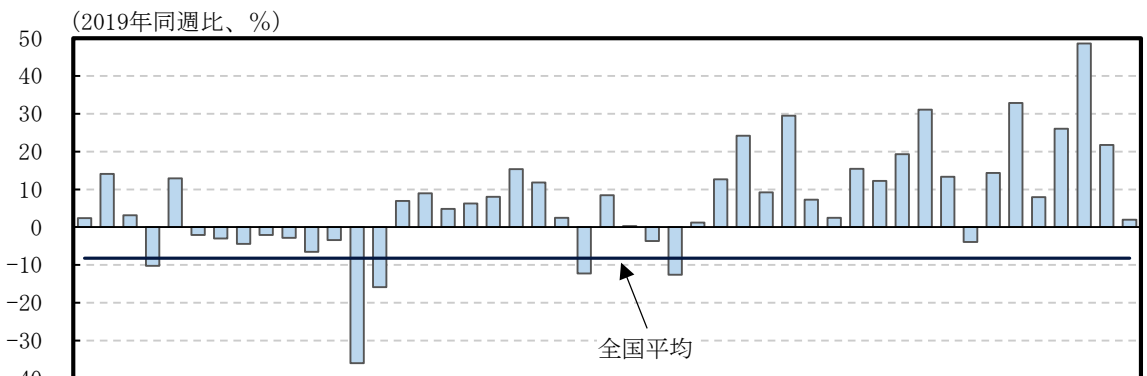
人出

移動人口の動向（直近値 1/1）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（12/26～1/1 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

(出所) V-RESASより大和総研作成