

2023年1月26日 全6頁

# 物価高騰で変容する家計の消費行動

家計は節約一辺倒ではなく、節約志向は一部の必需的な品目に留まる

経済調査部 エコノミスト 中村 華奈子

## [要約]

- 2022年は幅広い品目で値上げが行われた1年だった。食料やエネルギーなどの必需品を中心に価格転嫁が急速に進んだことで、日本銀行のアンケート調査によると、家計が体感する物価上昇率は12月にCPI上昇率を大幅に上回る12%超（平均値）へと上昇した。
- 2022年の実質消費支出は物価高の中でも前年から小幅に増加した。ただし、外食を除く食料や光熱・水道といった一部の必需的な費目では消費支出が減少した。品目別に見ると、使用頻度が高い品目や小売物価が大幅に上昇した品目では家計は購入数量を減らし低価格志向を強めた。一方、家計が購入数量を増やした品目や高価格志向を強めた品目も確認された。
- 物価高の主因であった資源高や円安が一服したこともあり、輸入インフレに起因する値上げの波は2023年春で落ち着くとみている。今後の消費行動を考える上で、当面は2023年春闘での賃上げ率が注目される。

## 2022年の物価高と消費行動を振り返る

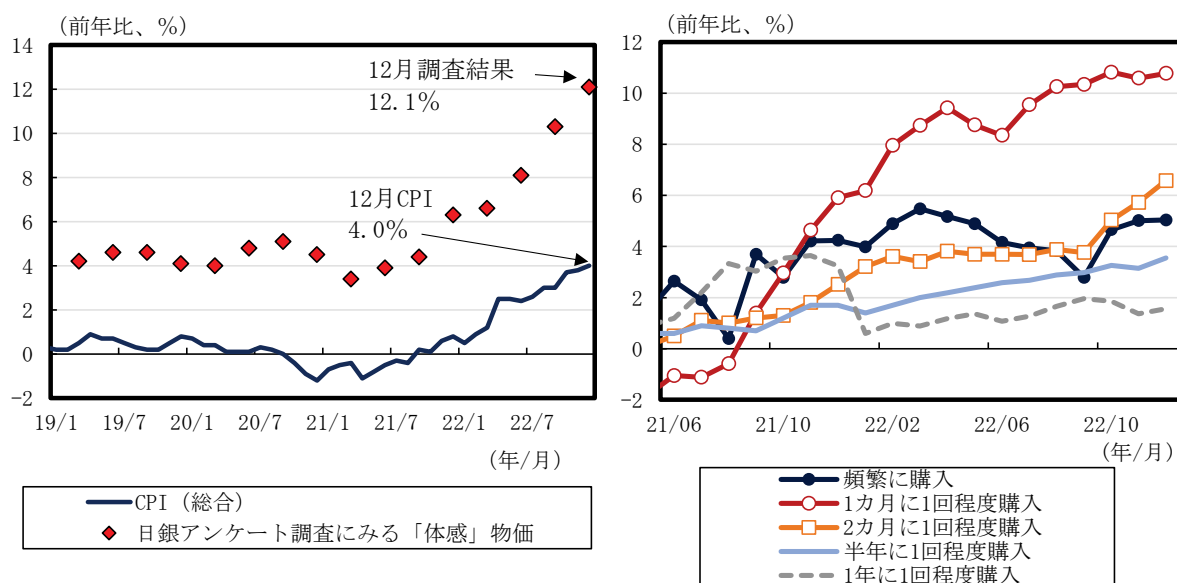
### 家計の「体感」物価はCPIを大幅に上回る12%へ上昇

2022年は幅広い品目で値上げが行われた1年だった。4月以降、消費者物価指数（CPI）は総合ベースでは前年比+2%を超えた。12月には、消費税率引き上げの影響を除くと約30年ぶりに同+4.0%に到達した。背景には原材料価格の高騰や物流コストの上昇、円安などがある。

食料やエネルギーなどの必需品を中心に価格転嫁が急速に進んだことで、家計が体感する物価上昇率はCPI上昇率を大幅に超えた。日本銀行が全国の満20歳以上の個人を対象に実施している「生活意識に関するアンケート調査」によると、「1年前に比べ現在の物価は何%程度変化したと思うか」という質問に対する回答は直近の2022年12月調査で前年比+12.1%（極端な値を排除するため上下各々0.5%のサンプルを除いた平均値）だった（**図表1左**）。こうした「体感」物価の伸び率はもともとCPIのそれを上回る傾向が見られたが、食料やエネルギーなど購入頻度の高い品目が大幅に値上がりしたことで（**図表1右**）、両者の乖離幅は大きく拡大した。

さらに、「今後1年間の支出を考えるにあたって特に重視すること」（複数回答）として「今後の物価の動向」と回答した人の割合は68.3%に上り、2021年12月の50.7%から大幅に高まった。「今後1年間、商品やサービスを選ぶ際に特に重視すること」（3つまでの複数回答）としては「価格が安い」、「長く使える」といった回答が多かった。

図表1：家計の「体感」物価とCPI（左）、購入頻度別に見たCPI（右）



(注) 左図の「体感」物価は、「1年前に比べ現在の物価は何%程度変化したと思うか」という質問に対する回答の平均値（上下各々0.5%のサンプルを除く）。右図はCPI（総合）から持家の帰属家賃と通信料（携帯電話）を除いたもの。

(出所) 日本銀行、総務省統計より大和総研作成

## 2022年は外食除く食料や光熱・水道など必需的な費目で実質消費が減少

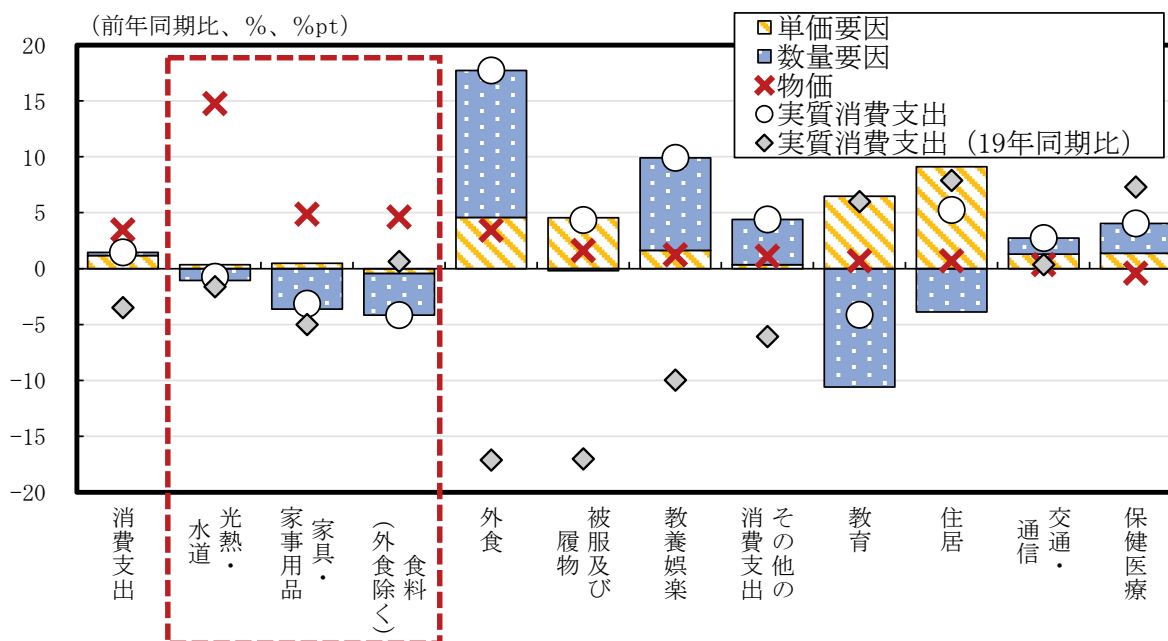
このように2022年は物価高によって家計の消費行動が大きく変化するとみられる。そこで総務省「家計調査」「消費者物価指数」から物価高局面での消費行動の特徴を整理しよう。

**図表2**は、実質消費支出（2022年4月～11月平均）の前年比の伸び率を、数量要因と単価要因の2つに分解したものだ。単価要因は物価変動の影響を調整しており、プラスであれば家計の高価格志向が、マイナスであれば低価格志向が強まったことを表す<sup>1</sup>。

まず消費支出全体に目を向けると、新型コロナウイルスの感染拡大前の2019年4-11月平均の水準は下回ったものの、前年比では実質消費支出が1%ほど増加した。数量要因と単価要因がいずれもプラスであることから、意外にも家計は物価高の中で前年から購入数量を増やしており、高価格志向も強めたことが示唆される。

<sup>1</sup> 小売物価は同程度の品質の正規価格を継続的に調査したものである。これに対して購入単価は家計の購入金額を購入数量（一部、購入頻度）で除いたものであり、家計が実際に購入した商品やサービスの平均価格を表す。そのため購入単価の伸びが小売物価の伸びを上回る（下回る）ほど、当該品目に対する家計の高価格志向（低価格志向）は強まっていると判断できる。

図表 2：実質消費支出（2022年4-11月平均、前年比）の要因分解



(注) 購入単価要因は物価変動の影響を調整したもの。物価系列には消費者物価指数（全国）の中分類指数を用いている。

(出所) 総務省統計より大和総研作成

だが、費目別に見ると数量や単価の動きは大きく異なる。

「外食」や「教養娯楽」などは、前年から実質消費支出が大きく増加した費目だ。2022年の感染拡大局面では比較的重症化しにくいオミクロン株が主流であり、4月以降は緊急事態宣言やまん延防止等重点措置といった感染拡大防止のための行動制限もなかった。経済活動の正常化が進展しやすく、こうしたサービス消費の回復が進んだ。「被服及び履物」も、外出機会の増加を受けて衣料品などの消費が持ち直したとみられる。

他方、「光熱・水道」や「家具・家事用品」、「食料（外食除く）」といった必需的な費目では、実質消費支出が前年から減少した。とりわけ「食料（外食除く）」は数量要因と単価要因がいずれもマイナスであり、物価高局面で家計の購入数量が減少しただけでなく、低価格志向が強まったことがわかる。ただし、2019年同期比で見ると実質消費支出は小幅にプラスであり、感染拡大前の水準と比べて支出が増加した点には注意が必要だ。2022年は物価高の影響で食料品への支出が減少しただけでなく、前年に発生した巣ごもり消費の反動減の影響が含まれる可能性がある。

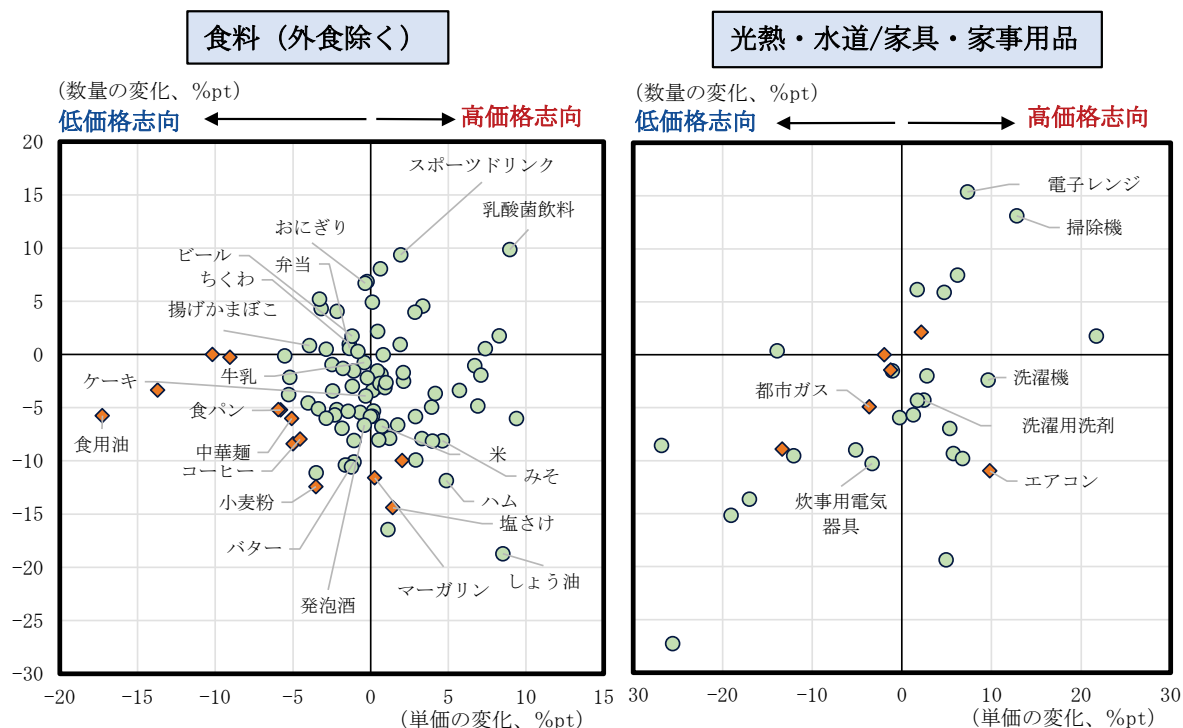
総じて見ると、家計は物価高を受けて一部の必需的な費目では支出を切り詰めた一方、経済正常化に伴いサービス消費は拡大させたため、消費全体は前年から増加した。

物価上昇品目では低価格志向が強まるも、家計は節約一辺倒ではない

図表 2 で示した実質消費支出の減少費目のうち、「光熱・水道」、「家具・家事用品」、「食料（外

食除く)」に着目し、これらに含まれる品目について、購入数量と単価の変化率を示したものが**図表 3**だ。**図表 2**と同様、横軸の購入単価は物価変動の影響を調整したものである。

**図表 3：品目別に見た購入数量と単価の変化（2022年4-11月平均、前年比）**



(注) 前掲図表 2 の「食料」「光熱・水道」「家具・家事用品」に該当する品目のうち、家計調査と消費者物価指数に共通する品目を掲載。「単価の変化」は購入単価の伸び率から小売物価の伸び率を引いたもの。「◆」印は小売物価上昇率が 10% 超の品目を示す。

(出所) 総務省統計より大和総研作成

図表の第 1 象限（右上）には、前年に比べて家計の高価格志向が強まり、購入数量が増加した品目が含まれる。例えば、スポーツドリンクや乳酸菌飲料、掃除機などがある。スポーツドリンクや乳酸菌飲料は、発熱時の水分補給や感染拡大時における免疫力強化といった観点から需要が高かった。掃除機は、在宅時間が増加し室内の清潔感や快適性向上への関心が高まったこともあり、需要が堅調だった。また、製品の高機能化が進んだことで高価格志向が強まったとみられる。

第 2 象限（左上）には、揚げかまぼこやちくわ、おにぎりや弁当などが含まれる。これらの品目では、家計の低価格志向が強まった一方、購入数量が増加した。揚げかまぼこやちくわは、魚のすり身などの原料高により価格が上昇した品目だ。こうした練り物は、コロナ禍における健康志向の強まりの中で手軽に摂取できる良質なたんぱく質源として注目されており<sup>2</sup>、購入数量が増加した可能性がある。おにぎりや弁当は、感染状況の落ち着きによる外出機会の増加や行楽需要の高まりもあって、購入数量が増加したとみられる。

第 3 象限（左下）には、家計の低価格志向が強まり、購入数量も減少した品目が含まれる。「食料（外食除く）」では、食用油や食パン、小麦粉、中華麺、バターなどが該当する。食パンや

<sup>2</sup> 神奈川新聞「健康志向高まり、水産練り製品活況『良質なタンパク質』」（2022年11月9日）

小麦粉、中華麺は使用頻度の高い品目であり、同時に穀物価格の高騰の影響を受けた品目だ。「光熱・水道」では都市ガスなどが、「家具・家事用品」では炊事用電気器具などが含まれた。都市ガスは小売物価上昇率が高い品目であり、物価上昇に伴い契約の切り替えや使用量の削減を行った可能性がある。

第4象限（右下）には、家計の高価格志向が強まった一方で購入数量が減少した品目が含まれる。「食料（外食除く）」では、みそやしょう油、ドレッシングなどの調味料、ハムやベーコン、ソーセージなどの加工肉、マーガリン、干しあじや塩さけ、米などが当てはまる。

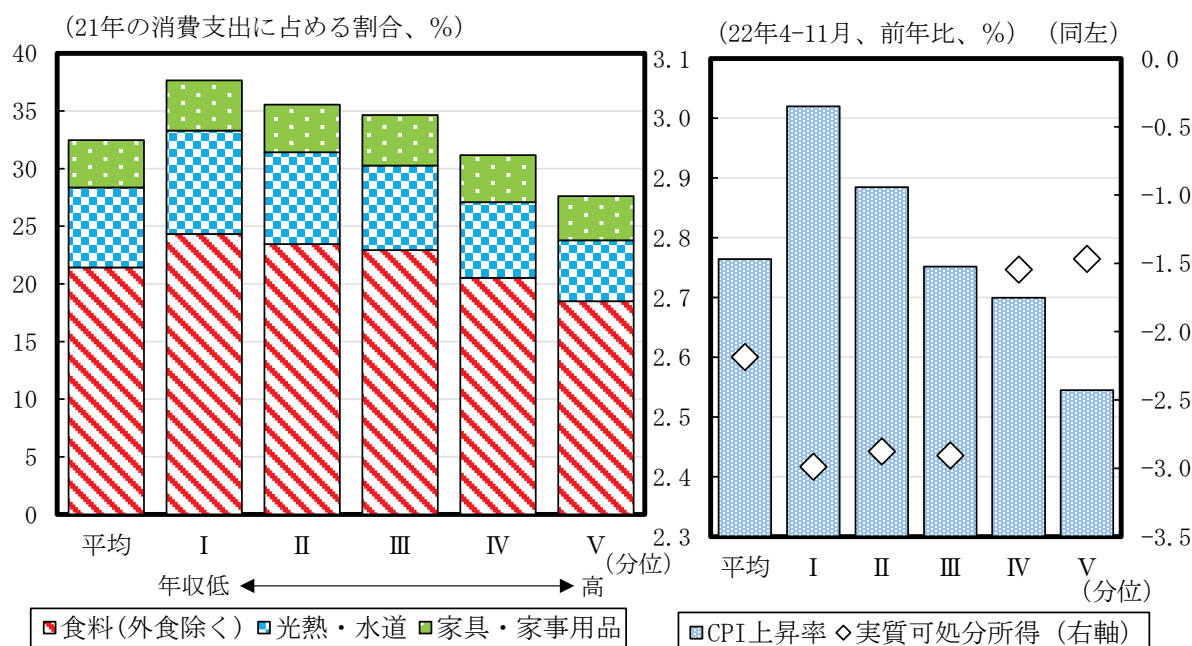
第3象限と第4象限には、いずれも使用頻度の高い必需的な食料品が多く含まれるが、こうした品目の購入数量が減少した背景には、外食機会の回復に伴い内食需要が低下したことがあるだろう。また、第3象限には当該品目の小売物価上昇率が10%を超える品目が多く含まれる。こうした品目では家計の負担感が重くなり、他の必需品と比べて低価格志向が強まったと考えられる。

## 当面の注目点は 2023 年春闘での賃上げ率

### 低所得世帯を中心に、物価高は家計の重しに

以上を整理すると、2022年の家計は物価高局面でも節約一辺倒ではなく、メリハリのある消費行動を取ったといえる。ただし年収階級別に見ると、こうした物価高は低所得世帯を中心にやはり家計の重しとなっただろう。

図表4：年収階級五分位別に見た4費目への支出割合（左）、CPIと可処分所得の変化（右）



2021年の消費支出の内訳を年収階級五分位別に見ると、「食料（外食除く）」や「光熱・水道」などの費目が消費支出全体に占める割合は、低所得世帯ほど高い（**図表 4 左**）。こうした世帯は物価上昇の影響を直接的に受けやすいため、値上げによる家計の負担感は他の世帯よりも大きい。また、中高所得世帯を含めて家計の実質可処分所得の伸びが低い点も問題だ。**図表 4 右**を見ると、実質可処分所得の伸びはどの世帯でもマイナスだが、とりわけ低中所得世帯（Ⅰ～Ⅲ分位）においてマイナス幅が大きいことがわかる。

## 輸入インフレに起因する値上げの波は 2023 年春で一服か

2023年に入っても、食料品を中心に値上げが続いている。帝国データバンクが主要飲食料品メーカー（上場企業）105社を対象に行った調査によると、1月から4月にかけて値上げが予定される食料品は、再値上げなどを含めると7,390品目に上る（2022年12月31日時点）<sup>3</sup>。ただし、物価上昇の主因である資源高は2022年6月に、円安は11月にピークアウトした。原油価格や小麦、とうもろこしなどの国際商品市況（ドルベース）を見ると、いずれも足元では2022年2月のロシアのウクライナ侵攻前の水準並みに低下した。今後も断続的な値上げが起こる可能性や、一度値上がりした商品はすぐには価格が下がりにくいといった点には注意が必要だが、輸入インフレに起因する値上げの波はひとまず2023年春で落ち着くだろう。

こうした中、2023年春季労使交渉（春闘）への注目度が高まっている。日本労働組合総連合会（連合）は足元の物価高などを踏まえ、ベースアップ相当分として3%程度、定期昇給分を合わせると5%程度の賃上げを要求する方針を正式に決定した<sup>4</sup>。日本経済団体連合会（経団連）も、具体的な数値目標は掲げなかったものの、物価動向を重視し、企業の社会的な責務として賃金引き上げのモメンタムの維持・強化に向けた積極的な対応を呼びかけた<sup>5</sup>。春闘で大幅な賃上げが実現すれば、物価高の影響は一定程度緩和されるだろう。今後の消費行動を考える上で、春闘の動向に例年以上に注目したい。

<sup>3</sup> 帝国データバンク 「『食品主要105社』価格改定動向調査—2023年1月」（2023年1月5日）

<sup>4</sup> 日本労働組合総連合会 「2023年春季生活闘争方針」（2022年12月1日掲載）

<sup>5</sup> 日本経済団体連合会 「定例記者会見における十倉会長発言要旨」（2023年1月23日）