

2023年2月7日 全8頁

Indicators Update

2022年12月消費統計

実質消費支出は前月比▲2.1%と減少も、消費の基調は緩やかに増加

経済調査部 エコノミスト 中村 華奈子

[要約]

- 2022年12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▲2.1%と2カ月連続で減少した。品目別では、テレビや自動車等購入などが振るわなかった。他方、月の平均気温が平年よりも低く推移したことで、冬物衣料やエアコンなどは増加した。
- 複数の統計で補正したCTIミクロで見ると前月比+0.1%、CTIマクロでは同+0.1%であった。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%、CPIの財指数で実質化した小売販売額も同+0.5%と増加した。総じて見れば、12月の消費は緩やかに増加したと判断される。
- 2023年1月の消費は増加基調を維持したとみている。財消費はまちまちな結果だった一方、サービス消費は回復が継続したようだ。2月以降の消費も緩やかな回復基調を辿ろう。自動車向けの半導体不足の解消により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。新型コロナウイルス感染「第8波」は落ち着きつつあり、サービス消費も回復するだろう。ただし、家計の節約志向は必需的な品目に留まるも、物価高は引き続きの懸念材料である。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に注目だ。

図表1：各種消費指標の概況（単位：%）

統計		2022年 8月	9月	10月	11月	12月	出所	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	5.1	2.3	1.2	▲1.2	▲1.3	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲1.7	1.8	1.1	▲0.9	▲2.1	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	2.6	0.8	1.1	▲2.6	▲0.5	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲2.6	3.9	▲0.8	▲1.1	0.1	
供給側	小売販売額	前年比	4.1	4.8	4.4	2.5	3.8	経済産業省
		前月比	1.3	1.5	0.3	▲1.3	1.1	
	百貨店売上高	前年比	26.1	20.2	11.4	4.5	4.0	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	4.8	1.5	6.9	7.4	3.8	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	0.6	1.1	1.6	0.8	2.7	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	18.0	19.7	14.8	8.9	8.6	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	5.2	3.9	2.7	1.2	1.2	総務省
		前月比	▲0.6	1.1	0.3	0.1	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

大和証券グループ 株式会社大和総研 丸の内オフィス 〒100-6756 東京都千代田区丸の内一丁目9番1号 グラントウキョウノースター

このレポートは投資勧誘を意図して提供するものではありません。このレポートの掲載情報は信頼できると考えられる情報源から作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。また、記載された意見や予測等は作成時点のものであり今後予告なく変更されることがあります。大和総研と大和証券は、大和証券グループ本社を親会社とする大和証券グループの会社です。内容に関する一切の権利は大和総研にあります。無断での複製・転載・転送等にご遠慮ください。

<12月の消費総括>総じて見れば前月から緩やかに増加

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▲2.1%と2カ月連続で減少した（**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▲0.3%であった。一方、複数の統計で補正したCTI ミクロで見ると同+0.1%と、3カ月ぶりに小幅に増加した。CTI マクロでは同+0.1%と4カ月連続で増加した。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2カ月ぶりに増加し、CPIの財指数で実質化した小売販売額も同+0.5%と3カ月ぶりに増加した。

総じて見れば、2022年12月の消費は前月から緩やかに増加したと判断される。

<家計調査（需要側）>実質消費支出は「住居」「保健医療」など6費目で減少

12月の家計調査を費目別に見ると、10大費目¹のうち「住居」（前月比▲13.5%）や「教養娯楽」（同▲4.3%）、「保健医療」（同▲4.2%）、「その他の消費支出」（同▲3.4%）など6費目が前月から減少した（**図表2**）。「教養娯楽」では、宿泊料やパック旅行費が全体を押し下げたほか、テレビなどの教養娯楽用耐久財が落ちこんだ。「保健医療」では歯科診療代などが、「光熱・水道」では電気代や上下水道料などが減少した。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2022/5	2022/6	2022/7	2022/8	2022/9	2022/10	2022/11	2022/12	シェア (%)
消費支出	▲1.9	1.5	▲1.4	▲1.7	1.8	1.1	▲0.9	▲2.1	100.0
食料	1.1	0.6	▲0.3	▲1.9	4.3	▲1.8	▲2.1	▲1.3	28.2
住居	▲6.9	20.8	▲0.9	▲13.0	▲1.9	▲0.1	7.7	▲13.5	6.4
光熱・水道	▲2.9	▲4.4	0.1	▲2.1	1.8	2.7	▲1.5	▲1.4	8.4
家具・家事用品	▲2.8	▲3.3	▲3.8	▲0.9	19.5	▲5.6	▲10.9	4.0	4.3
被服及び履物	▲12.3	7.8	▲5.9	1.8	6.5	7.5	▲12.4	6.8	3.3
保健医療	▲0.1	7.2	▲3.2	7.2	▲2.0	▲4.0	▲1.3	▲4.2	5.1
交通・通信	▲9.3	4.4	▲1.3	0.4	▲4.5	2.7	0.7	0.2	14.3
教育	▲13.6	3.7	8.9	3.5	▲6.6	▲5.2	▲5.7	21.4	3.9
教養娯楽	0.0	5.3	▲2.5	1.0	▲1.0	6.4	▲0.2	▲4.3	9.5
その他の消費支出	3.5	▲5.6	▲1.3	1.0	▲0.7	2.3	▲1.9	▲3.4	16.7

(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2022年の数値。

(出所) 総務省統計より大和総研作成

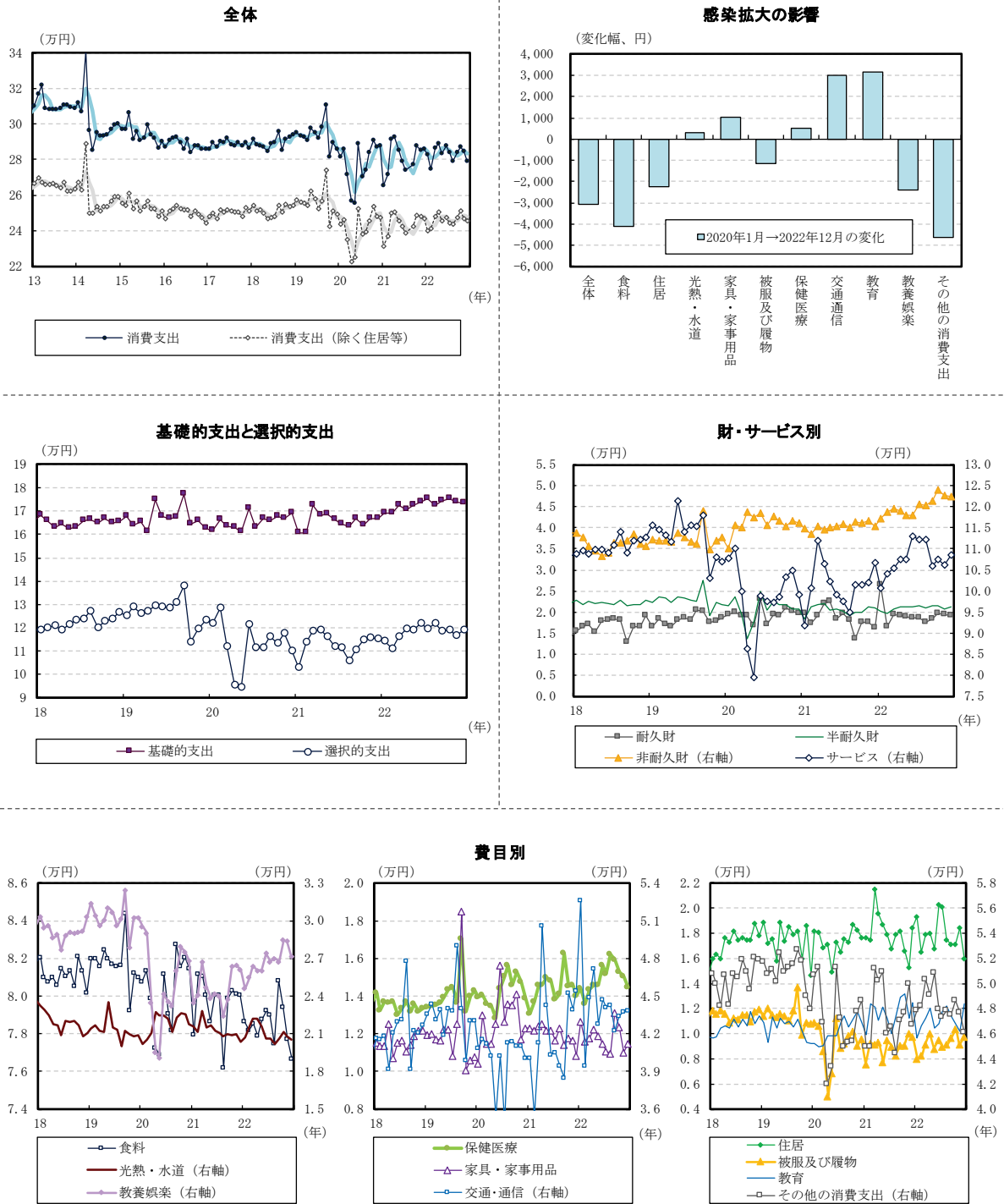
¹ 総務省による季節調整値、「その他の消費支出」の実質化は大和総研による。

他方、「教育」（前月比+21.4%）や「被服及び履物」（同+6.8%）、「家具・家事用品」（同+4.0%）など4費目は前月から増加した。「被服及び履物」は、年末にかけて冷え込みが強まるなど月の平均気温が平年よりも低く、加えて東日本日本海側での平年よりも多い降雪の影響もあり、コートやマフラーなどの需要が高まった。「家具・家事用品」では、前述の天候要因などにより、エアコンなどの暖房器具が前月から増加した。

基礎的支出は前月比▲0.5%と減少した一方、選択的支出は同+1.7%と増加した（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）、サービス（前月比+2.3%）では授業料等や携帯電話通信料などが、半耐久財（同+2.0%）では被服などが増加した。耐久財（同▲2.2%）ではテレビや自動車等購入が前月から減少した。非耐久財（同▲0.2%）では光熱・水道や医薬品などが減少した（**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

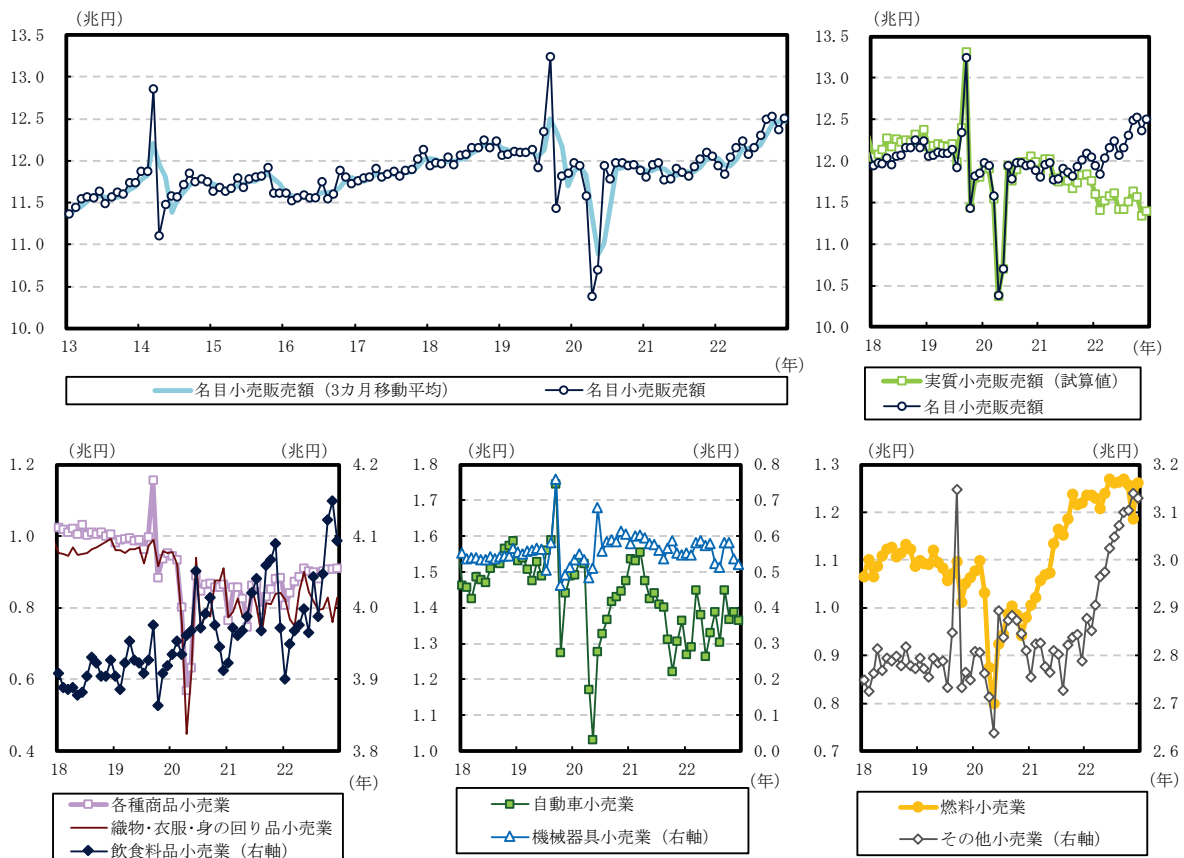
<商業動態統計(供給側)>名目小売販売額は前月比+1.1%と2カ月ぶりに増加

2022年12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2カ月ぶりに増加した(図表4、5)。CPIの財指数で実質化した小売販売額も同+0.5%と3カ月ぶりに増加した。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業種が前月から増加した。「織物・衣服・身の回り品小売業」が前月比+8.9%、「燃料小売業」が同+6.3%、「各種商品小売業」が同+0.4%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長した。「燃料小売業」は3カ月ぶりに増加に転じた。12月のエネルギー価格の上昇によるものとみられる²。

他方、「機械器具小売業」(前月比▲2.9%)や「自動車小売業」(同▲1.7%)、「飲食料品小売業」(同▲1.4%)などは減少した。

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12月全国消費者物価](#)」(大和総研レポート、2023年1月20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 (%)
	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月		
小売業計	0.7	▲1.3	0.7	1.3	1.5	0.3	▲1.3	1.1	100.0	
各種商品小売業	2.6	▲0.9	▲0.1	▲2.2	2.4	0.6	0.0	0.4	7.1	
織物・衣服・身の回り品小売業	6.2	▲6.3	▲3.0	▲2.9	0.4	3.8	▲8.2	8.9	5.6	
飲食料品小売業	0.6	▲0.8	2.0	▲1.4	1.5	1.9	0.6	▲1.4	29.5	
自動車小売業	▲8.5	5.2	4.5	▲6.1	11.0	▲5.5	1.4	▲1.7	10.5	
機械器具小売業	▲2.3	0.7	▲9.6	▲2.1	13.8	▲0.2	▲7.8	▲2.9	6.3	
燃料小売業	2.6	2.5	▲0.7	0.2	0.6	▲1.0	▲5.6	6.3	9.9	
その他小売業	0.4	1.6	0.8	0.8	0.9	0.2	1.1	▲0.3	23.7	

(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、2022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＞緩やかな増加基調を辿ろう、当面の注目点は2023年春闘での賃上げ率

業界統計や個社データ、JCB 消費 NOW を基に判断すると、2023年1月の消費は増加基調を維持したとみている³。

1月の消費を財・サービス別に見ると、財消費はまちまちな結果だった一方、サービス消費は前月から回復が継続したようだ。財消費のうち、百貨店大手3社（大丸松坂屋、三越伊勢丹、高島屋）やアパレル大手3社（ユニクロ・しまむら・ユナイテッドアローズ）の既存店売上高伸び率は、感染拡大前である2019年同期比で前月から低下した。新車販売台数は前月比+5.0%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、外食需要や宿泊需要は前月から回復した。移動人口の動向を見ると（p.8）、月中旬にかけて増加し、感染拡大前の2019年同月の水準を1割程度下回るところまで回復した。

2023年2月以降の消費は緩やかな増加基調を辿ろう。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しつつあり、今後の大幅な増加が期待できる。新型コロナウイルス感染「第8波」も落ち着きつつあり、サービス消費の回復は加速するだろう。

もちろん、物価高は引き続きの懸念材料だ。家計は物価高局面でも節約一辺倒ではなく、節約志向の発現は一部の必需的な品目に留まる⁴。ただし、2023年に値上げが予定される品目は再値上げなどを含めると4月までに1万品目を超える⁵。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。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に注目だ。

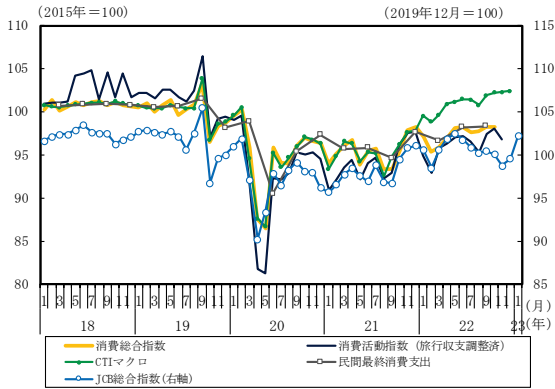
³ 詳細は拙稿「消費データブック（2023/2/6号）」（大和総研レポート、2023年2月6日）を参照。

⁴ 詳細は拙稿「物価高騰で変容する家計の消費行動」（大和総研レポート、2023年1月26日）を参照。

⁵ 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—2023年2月」（2023年1月31日）を参照。

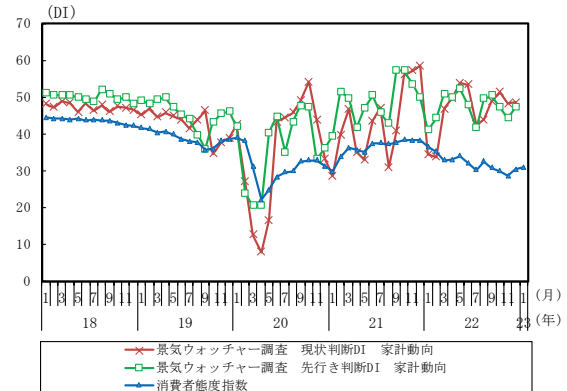
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



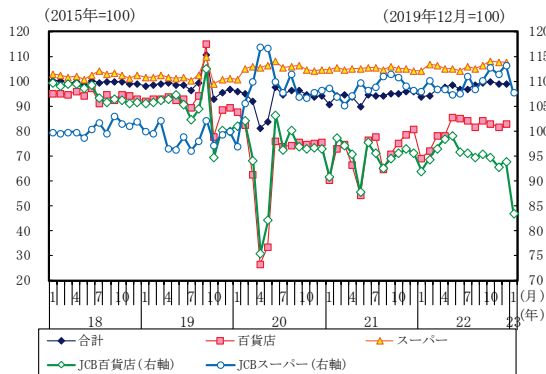
(注) 2023年1月のJCB消費NOWデータは1月15日まで。大和総研による季節調整値。
CPI(2020年基準)で実質化。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB消費NOW」より大和総研作成

消費者マインド



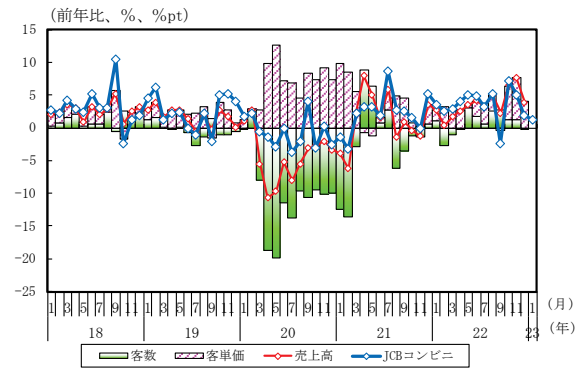
(注) 内閣府による季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



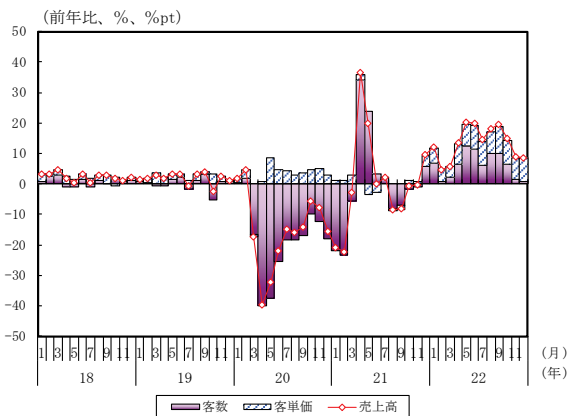
(注) 2023年1月のJCB消費NOWデータは1月15日まで。大和総研による季節調整値。
(出所) 経済産業省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB消費NOW」より大和総研作成

コンビニ売上高(店舗数調整前)



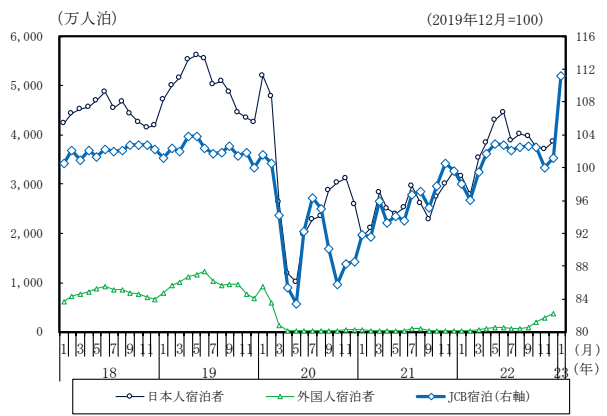
(注) 2023年1月のJCB消費NOWデータは1月15日まで。大和総研による季節調整値。
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB消費NOW」より大和総研作成

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

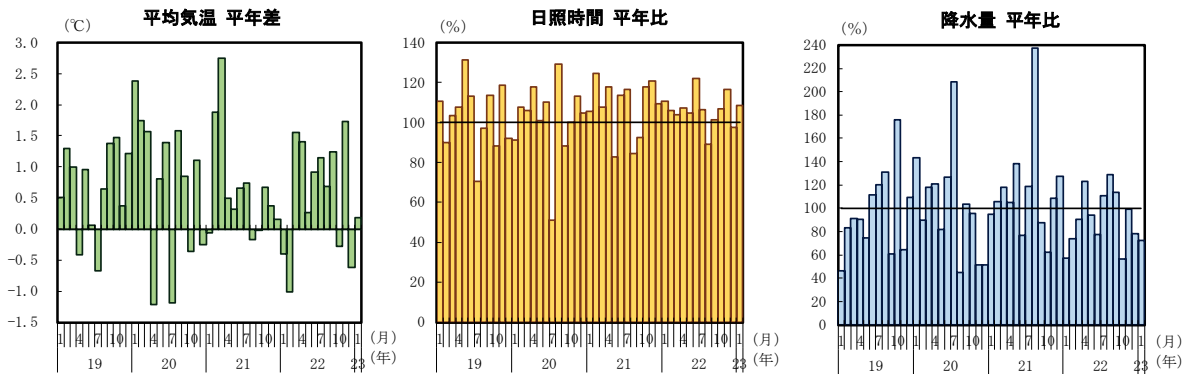
宿泊者数



(注1) 大和総研による季節調整値。
(注2) 2023年1月のJCB消費NOWデータは1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

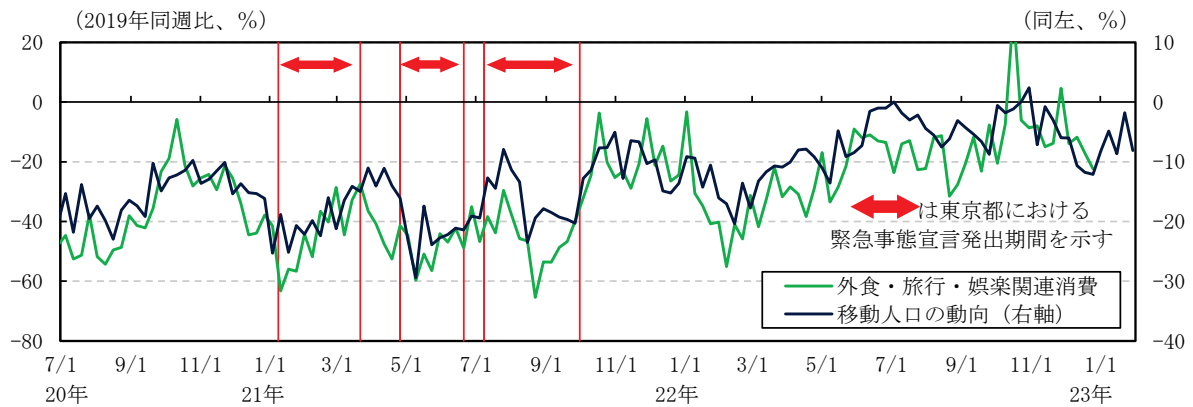
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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

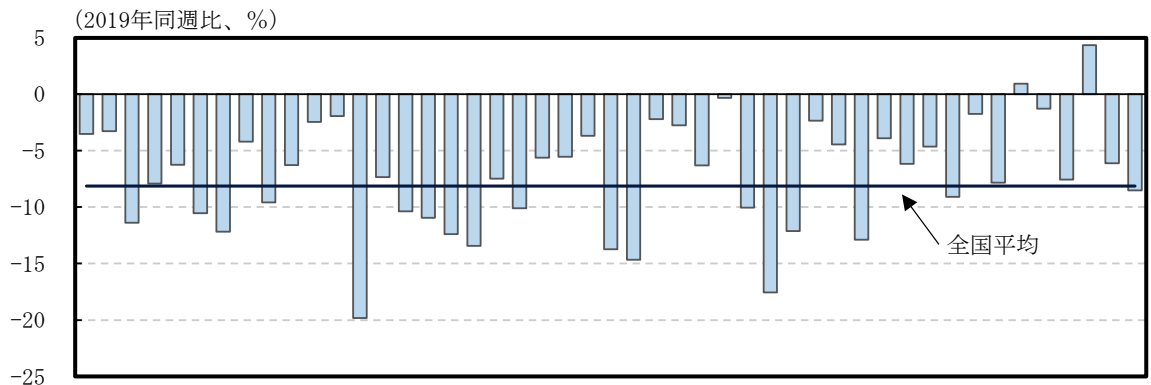
移動人口の動向（直近値 1/29）と外食・旅行・娯楽関連消費



(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（1/23～1/29 週、都道府県別）



北海道 青森県 岩手県 宮城県 山形県 福島県 茨城県 栃木県 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 鳥取県 島根県 岡山県 広島県 山口県 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

(出所) V-RESASより大和総研作成