

2023年3月10日 全8頁

Indicators Update

2023年1月消費統計

実質消費支出は前月比+2.7%と3カ月ぶりに増加

経済調査部 エコノミスト 中村 華奈子

[要約]

- 2023年1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+2.7%と3カ月ぶりに増加した。10大費目別では「交通・通信」や「教養娯楽」など5費目が前月から増加した。
- 複数の統計で補正したCTIミクロで見ると実質消費は前月比+2.0%、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+1.9%、CPIの財指数で実質化した小売販売額も同+1.3%と増加した。総じて見れば、1月の消費は前月から増加したと判断される。
- 2023年2月の消費は財、サービスともに前月から概ね横ばいだったとみている。3月以降の消費は緩やかな回復基調を辿ろう。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。5月8日に新型コロナウイルスの感染症法上の扱いが「5類」に移行することもあり、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。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。

図表1：各種消費指標の概況（単位：%）

統計		2022年 9月	10月	11月	12月	2023年 1月	出所	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	2.3	1.2	▲ 1.2	▲ 1.3	▲ 0.3	総務省、二人以上世帯
		前月比	0.8	0.7	▲ 0.4	▲ 1.4	2.7	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	0.8	1.1	▲ 2.6	▲ 0.5	0.3	総務省、二人以上世帯
		前月比	2.7	▲ 0.6	▲ 0.6	▲ 0.2	2.0	
供給側	小売販売額	前年比	4.8	4.4	2.5	3.8	6.3	経済産業省
		前月比	1.5	0.3	▲ 1.3	1.1	1.9	
	百貨店売上高	前年比	20.2	11.4	4.5	4.0	15.1	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	1.5	6.9	7.4	3.8	3.6	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	1.1	1.6	0.8	2.7	1.3	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	19.7	14.8	8.9	8.6	15.3	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	114.3	105.6	76.9	32.3	-	観光庁
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	3.4	2.3	0.9	1.0	2.8	総務省
		前月比	1.0	0.1	▲ 0.1	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

<1月の消費総括>総じて見れば前月から増加

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+2.7%と3カ月ぶりに増加した（**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▲0.1%と前月から概ね横ばいだった。複数の統計で補正したCTIミクロで見ると同+2.0%、CTIマクロでは同+0.1%といずれも増加した。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+1.9%、CPIの財指数で実質化した小売販売額は同+1.3%と、ともに2カ月連続で増加した。

総じて見れば、2023年1月の消費は前月から増加したと判断される。

<家計調査（需要側）>実質消費支出は「交通・通信」など5費目で増加

1月の家計調査を費目別に見ると、10大費目¹のうち「交通・通信」（前月比+21.9%）や「教養娯楽」（同+9.0%）、「光熱・水道」（同+6.6%）など5費目が前月から増加した（**図表2**）。「交通・通信」では、自動車等購入などが全体を押し上げた。自動車について業界統計の動きを確認すると、1月の新車販売台数（大和総研による季節調整値）は同+5.0%と大幅に増加しており²、この結果とも整合的だ。「教養娯楽」では、宿泊料やパック旅行費が全体を押し上げたほか、テレビやパソコンなどの教養娯楽用耐久財が増加した。「光熱・水道」では電気代やガス代が、「食料」では調理食品や飲料、酒類のほか、外食が増加した。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2022/6	2022/7	2022/8	2022/9	2022/10	2022/11	2022/12	2023/1	シェア（%）
消費支出	1.1	▲1.0	▲0.9	0.8	0.7	▲0.4	▲1.4	2.7	100.0
食料	0.5	▲0.3	▲1.4	3.4	▲1.6	▲2.3	▲1.0	2.6	28.2
住居	15.1	▲0.2	▲10.8	▲1.8	0.8	2.4	▲7.6	0.1	6.4
光熱・水道	▲3.1	0.2	▲1.3	1.2	1.8	▲1.1	▲0.6	6.6	8.4
家具・家事用品	▲2.5	▲1.9	▲1.7	18.3	▲7.0	▲8.0	2.3	▲0.4	4.3
被服及び履物	5.5	▲4.3	2.6	4.1	3.1	▲4.8	1.9	▲11.2	3.3
保健医療	7.0	▲1.5	3.6	▲0.9	▲3.4	▲0.8	▲2.3	▲9.9	5.1
交通・通信	2.9	▲1.3	0.4	▲2.9	0.8	0.5	0.2	21.9	14.3
教育	3.6	7.3	1.5	▲4.4	▲3.4	▲6.3	16.3	▲21.2	3.9
教養娯楽	3.1	▲0.9	1.3	▲0.8	4.0	0.0	▲2.4	9.0	9.5
その他の消費支出	▲3.6	▲0.9	0.5	▲0.5	1.6	▲1.7	▲1.1	▲1.3	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。

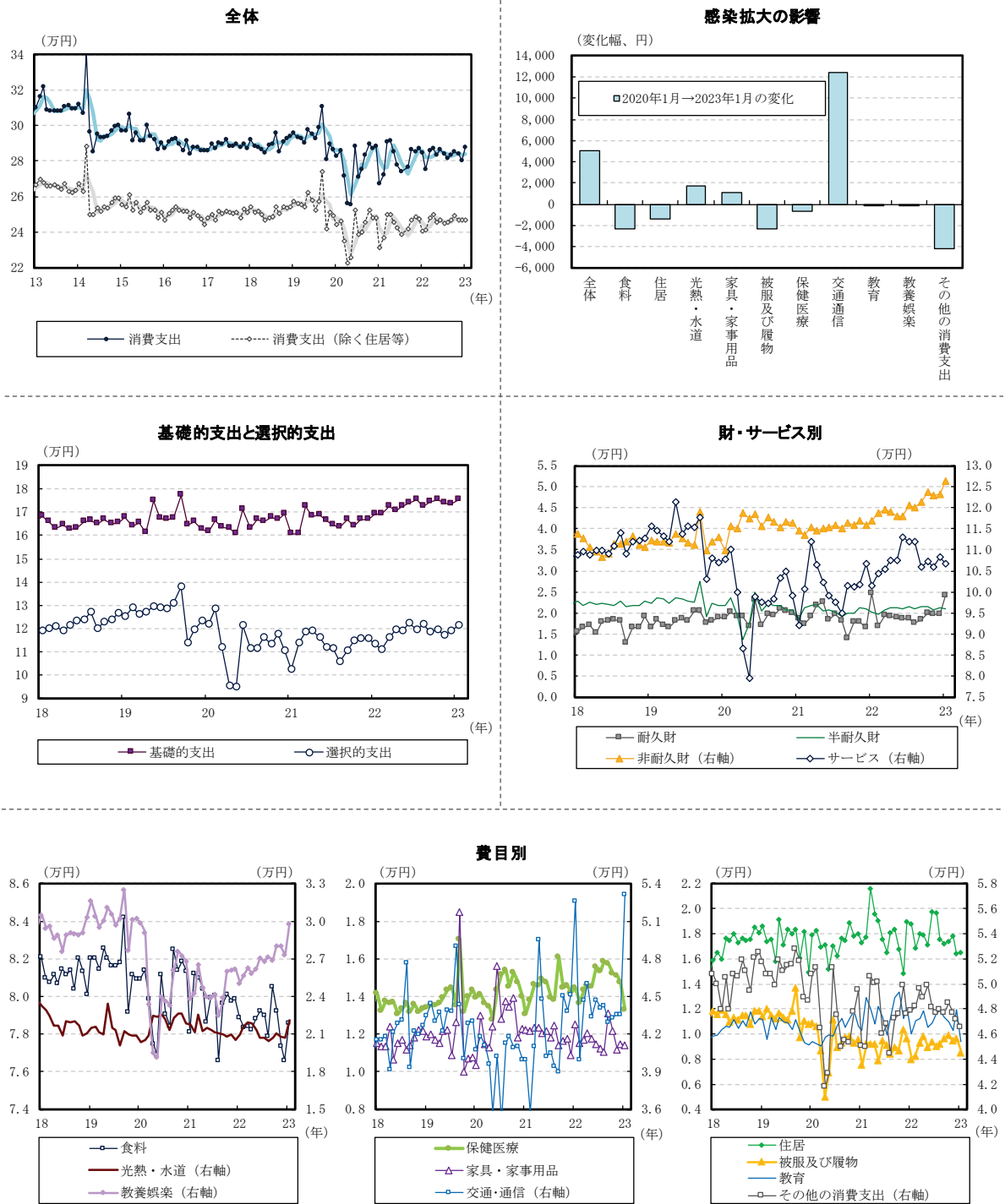
² 詳細は拙稿「[消費データブック（2023/3/9号）](#)」（大和総研レポート、2023年3月9日）を参照。

他方、「教育」（前月比▲21.2%）や「被服及び履物」（同▲11.2%）、「保健医療」（同▲9.9%）など 5 費目は前月から減少した。「教育」は単月の振れによる動きだろう。「被服及び履物」では、月中旬までの気温が平年よりも高かったことから冬物衣料の需要が落ち込んだとみられる。「保健医療」では、医薬品や医科診療代などが減少した。

基礎的支出は前月比+1.0%、選択的支出は同+1.7%といずれも前月から増加した（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）、耐久財（前月比+23.1%）では前述の通り自動車やテレビ、パソコンなどが増加した。非耐久財（同+2.6%）では、飲食料品などが増加した。他方、半耐久財（同▲1.6%）では被服などが、サービス（同▲1.4%）では医科診療代を含む保健医療サービスなどが減少した（**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。

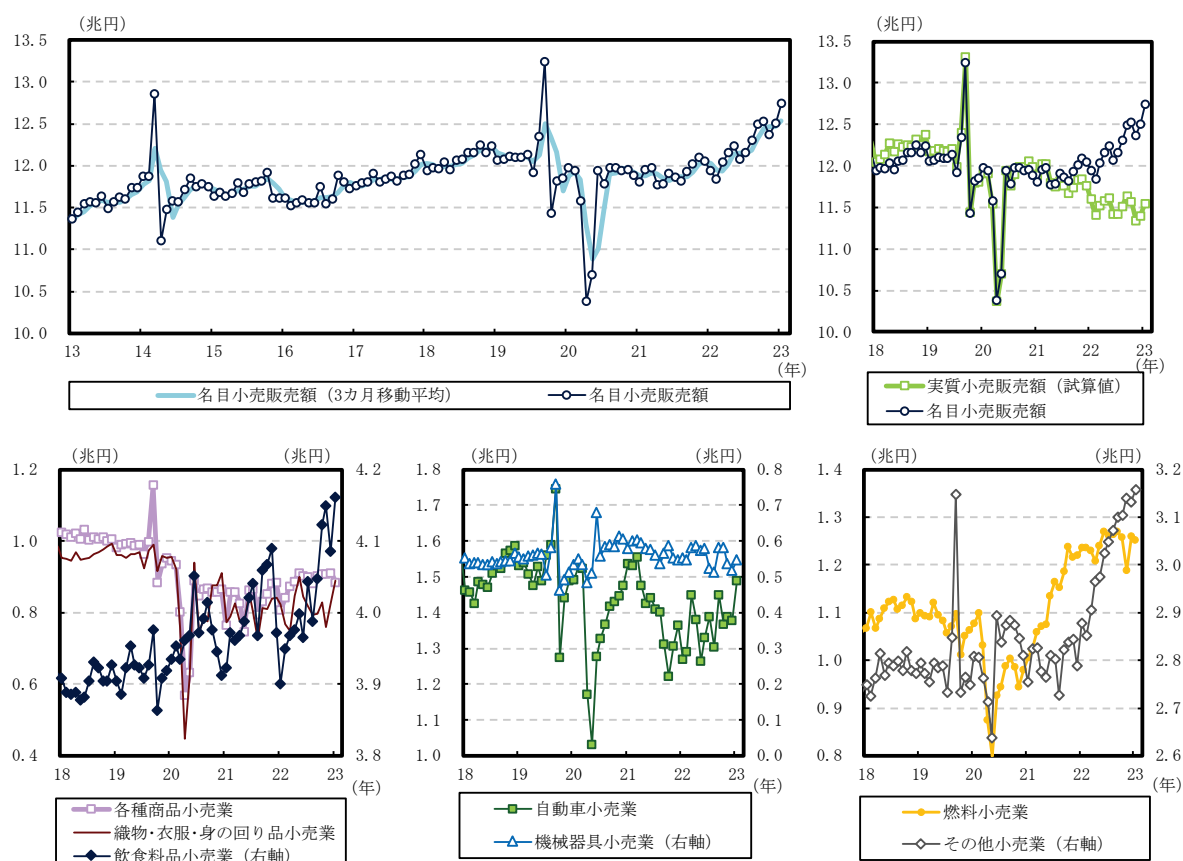
(出所) 総務省統計より大和総研作成

＜商業動態統計(供給側)＞幅広い業種が増加し基調判断は4カ月ぶりに上方修正

2023年1月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比+1.9%と2カ月連続で増加した。(図表4、5)。CPIの財指数で実質化した小売販売額も同+1.3%と2カ月連続で増加した。経済産業省は基調判断を「緩やかな上昇傾向にある」へと4カ月ぶりに上方修正した。

名目小売販売額を業種別に見ると、「自動車小売業」(前月比+8.1%)や「織物・衣服・身の回り品小売業」(同+7.7%)、「機械器具小売業」(同+5.6%)など5業種が前月から増加した。自動車については、前述の業界統計の結果とも整合的だ。「織物・衣服・身の回り品小売業」は2カ月連続で増加した。ただし、スーパーでの衣料品販売額が前月比でマイナスであることから、季節調整に何らかの歪みが生じている可能性には注意する必要がある。「機械器具小売業」は4カ月ぶりに増加に転じた。他方、「各種商品小売業」(同▲2.9%)と「燃料小売業」(同▲0.7%)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								2023年	シェア(%)
	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月		
小売業計	▲1.3	0.7	1.3	1.5	0.3	▲1.3	1.1	1.9	100.0	
各種商品小売業	▲0.9	▲0.1	▲2.2	2.4	0.6	0.0	0.4	▲2.9	7.1	
織物・衣服・身の回り品小売業	▲6.3	▲3.0	▲2.9	0.4	3.8	▲8.2	8.7	7.7	5.6	
飲食料品小売業	▲0.8	2.0	▲1.4	1.5	1.9	0.6	▲1.5	1.8	29.5	
自動車小売業	5.2	4.5	▲6.1	11.0	▲5.5	1.4	▲0.8	8.1	10.5	
機械器具小売業	0.7	▲9.6	▲2.1	13.8	▲0.2	▲7.8	▲3.6	5.6	6.3	
燃料小売業	2.5	▲0.7	0.2	0.6	▲1.0	▲5.6	6.1	▲0.7	9.9	
その他小売業	1.6	0.8	0.8	0.9	0.2	1.1	▲0.3	0.9	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」の系列が無いため、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>物価高は引き続きの懸念材料も、緩やかな増加基調を辿ろう

業界統計や個社データ、JCB 消費 NOW を基に判断すると、2023 年 2 月の消費は前月から概ね横ばいだったとみている³。

2 月の消費を財・サービス別に見ると、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、新型コロナウイルス感染拡大前である 2019 年同期比で前月から上昇した。新車販売台数は前月比▲0.2%と前月からほぼ横ばいだった（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 年同期比で前月からマイナス幅が縮小した。移動人口の動向を見ると（p.8）、月下旬にかけて振れを伴いながらも緩やかに増加し、感染拡大前の 2019 年同月の 95%程度の水準まで回復した。

2023 年 3 月以降の消費は緩やかな増加基調を辿ろう。自動車向けの半導体不足は緩和しており、挽回生産が本格化すれば、耐久財消費の今後の大幅な増加が期待できる。5 月 8 日に新型コロナウイルスの感染症法上の扱いが「5 類」に移行することなどにより、サービス消費の回復も加速するだろう。

他方、物価高は引き続きの懸念材料だ。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 5,000 品目を超える見込みだ⁴。家計の消費行動を確認すると、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⁵。ただし、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。こうした中、2023 年春闘では大企業を中心に大幅な賃上げが実現する可能性が高まっている。今後は中小企業や非正規においてどの程度の賃上げが実施されるかも注目される。

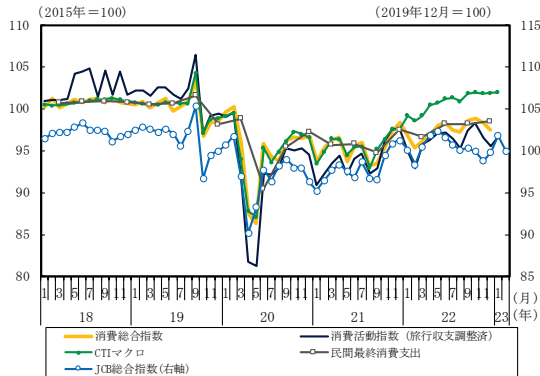
³ 詳細は脚注 2 レポートを参照。

⁴ 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 3 月」（2023 年 2 月 28 日）を参照。

⁵ 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。

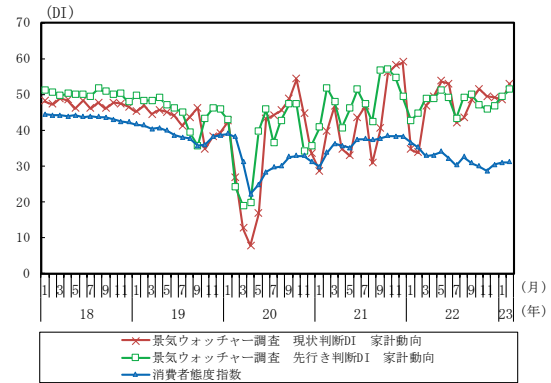
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



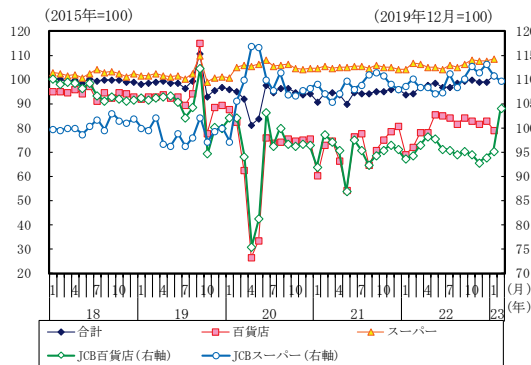
(注) 2023年2月のJCB消費NOWデータは2月15日まで。大和総研による季節調整値。
CPI (2020年基準) で実質化。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

消費者マインド



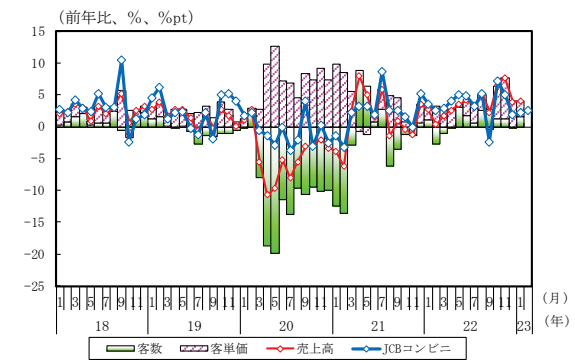
(注) 内閣府による季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



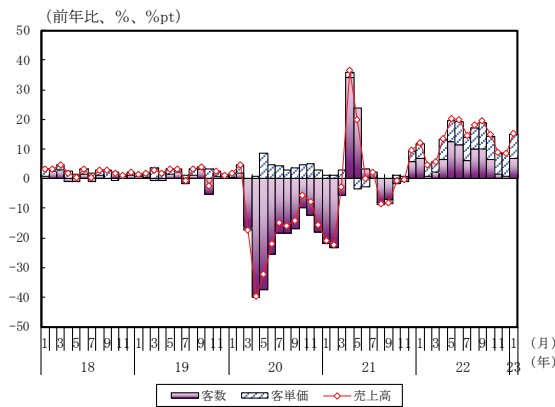
(注) 2023年2月のJCB消費NOWデータは2月15日まで。大和総研による季節調整値。
(出所) 経済産業省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



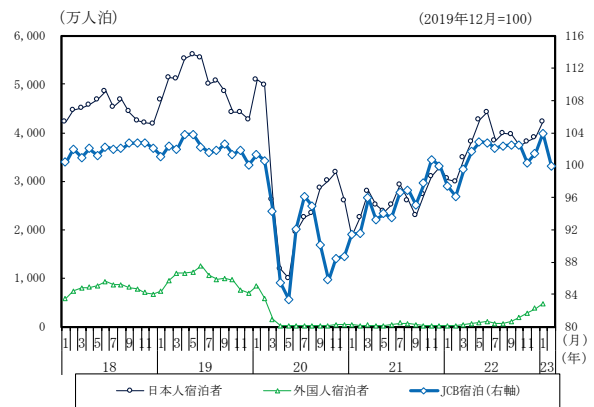
(注) 2023年2月のJCB消費NOWデータは2月15日まで。大和総研による季節調整値。
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

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

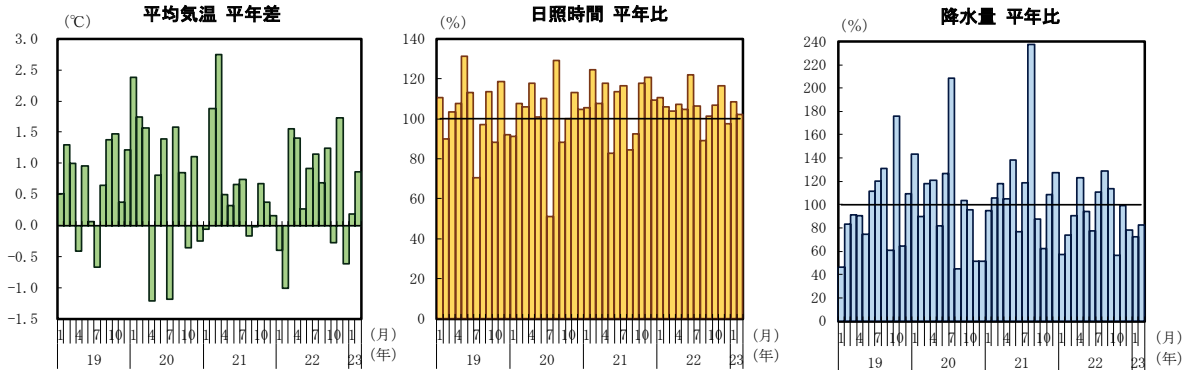
宿泊者数



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

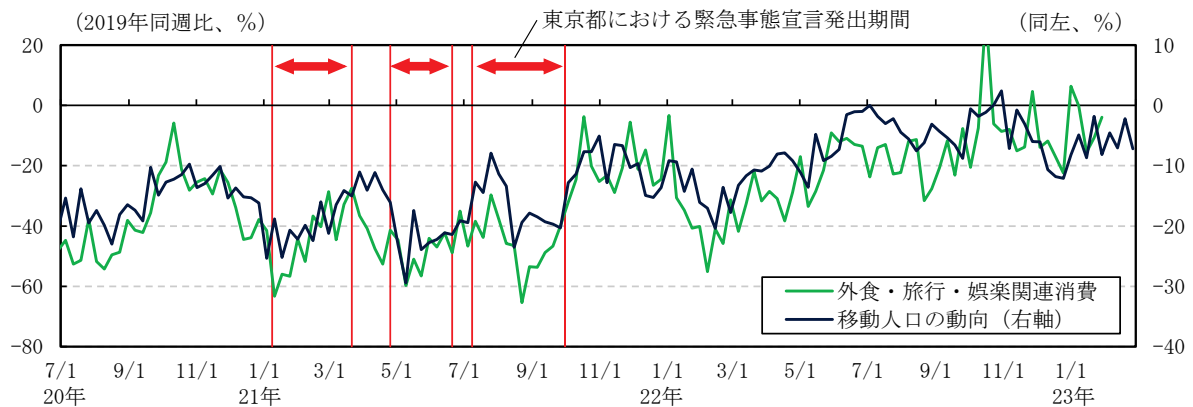
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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

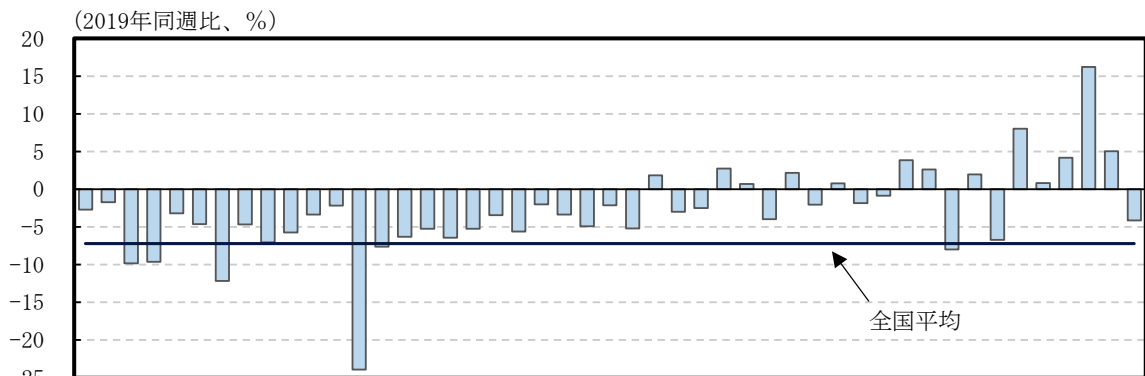
人出

外食・旅行・娯楽関連消費と移動人口の動向（直近値 2/26）



(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（2/20～2/26 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