

2023年4月7日 全8頁

Indicators Update

2023年2月消費統計

個人消費は総じて見れば前月から小幅増

経済調査部 エコノミスト 中村 華奈子

[要約]

- 2023年2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▲2.4%と2カ月ぶりに減少した。10大費目別では「交通・通信」や「教養娯楽」など5費目が前月から減少した。
- 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▲1.5%、CTIマクロでは同+0.2%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+1.4%、CPIの財指数で実質化した小売販売額も同+2.6%と増加した。総じて見れば、2月の個人消費は前月から小幅に増加したと判断される。
- 2023年3月の消費は財、サービスともに前月から横ばい圏で推移したとみている。4月以降の消費は緩やかな増加基調を辿ろう。耐久財消費やサービス消費の回復などが期待できる。加えて、2023年春闘では高水準の賃上げ率が実現する可能性が高く、消費回復のプラス材料となるだろう。他方で、物価高は引き続き懸念材料だ。インフレ率が高まる中でも消費マインドは改善傾向にあるが、度重なる値上げにより消費マインドが再び悪化すれば、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 10月	11月	12月	2023年 1月	2月	出所	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	1.2	▲ 1.2	▲ 1.3	▲ 0.3	1.6	総務省、二人以上世帯
		前月比	0.7	▲ 0.4	▲ 1.4	2.7	▲ 2.4	
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	1.1	▲ 2.6	▲ 0.5	0.3	2.5	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲ 0.6	▲ 0.6	▲ 0.2	2.0	▲ 1.5	
供給側	小売販売額	前年比	4.4	2.5	3.8	5.0	6.6	経済産業省
		前月比	0.4	▲ 0.2	0.3	0.8	1.4	
	百貨店売上高	前年比	11.4	4.5	4.0	15.1	20.4	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	6.9	7.4	3.8	3.6	5.7	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	1.6	0.8	2.7	1.3	▲ 2.0	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	14.8	8.9	8.6	15.3	23.5	日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	105.6	76.9	32.3	98.3	184.3	観光庁
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	2.2	0.6	0.4	2.0	2.8	総務省
		前月比	0.1	▲ 0.2	▲ 0.1	0.1	0.2	

(注1) 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。

(注2) 2023年1月以降の旅行取扱高（前年比）は大和総研による試算値。

(出所) 各種統計より大和総研作成

<2月の消費総括>総じて見れば前月から小幅に増加

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▲2.4%と2カ月ぶりに減少した（**図表1**）。ただし、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+0.2%と、前月から小幅に増加した。複数の統計で補正したCTI ミクロで見ると同▲1.5%、CTI マクロでは同+0.2%だった。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+1.4%、CPIの財指数で実質化した小売販売額も同+2.6%と増加した。

総じて見れば、2023年2月の個人消費は前月から小幅に増加したと判断される。

<家計調査（需要側）>前月の大幅増の反動減もあり「交通・通信」が全体を押し下げ

2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▲20.1%）と「教養娯楽」（同▲4.5%）、「その他の消費支出」（同▲2.6%）、「教育」（同▲0.7%）、「食料」（同▲0.1%）の5費目が前月から減少した（**図表2**）。「交通・通信」は5カ月ぶりに減少に転じた。前月の大幅増の反動減とみられ、とりわけ自動車等購入などが全体を押し下げた。「教養娯楽」は2カ月ぶりに減少した。内訳を見ると、テレビやパソコンなどの教養娯楽用耐久財のほか、宿泊料やパック旅行費などが減少した。「食料」では、肉類や飲料、外食などが前月から減少した。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2022/7	2022/8	2022/9	2022/10	2022/11	2022/12	2023/1	2023/2	シェア (%)
消費支出	▲1.0	▲0.9	0.8	0.7	▲0.4	▲1.4	2.7	▲2.4	100.0
食料	▲0.3	▲1.4	3.4	▲1.6	▲2.3	▲1.0	2.6	▲0.1	28.2
住居	▲0.2	▲10.8	▲1.8	0.8	2.4	▲7.6	0.1	5.0	6.4
光熱・水道	0.2	▲1.3	1.2	1.8	▲1.1	▲0.6	6.6	10.8	8.4
家具・家事用品	▲1.9	▲1.7	18.3	▲7.0	▲8.0	2.3	▲0.4	0.0	4.3
被服及び履物	▲4.3	2.6	4.1	3.1	▲4.8	1.9	▲11.2	6.9	3.3
保健医療	▲1.5	3.6	▲0.9	▲3.4	▲0.8	▲2.3	▲9.9	4.0	5.1
交通・通信	▲1.3	0.4	▲2.9	0.8	0.5	0.2	21.9	▲20.1	14.3
教育	7.3	1.5	▲4.4	▲3.4	▲6.3	16.3	▲21.2	▲0.7	3.9
教養娯楽	▲0.9	1.3	▲0.8	4.0	0.0	▲2.4	9.0	▲4.5	9.5
その他の消費支出	▲0.9	0.5	▲0.5	1.6	▲1.7	▲1.1	▲1.3	▲2.6	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

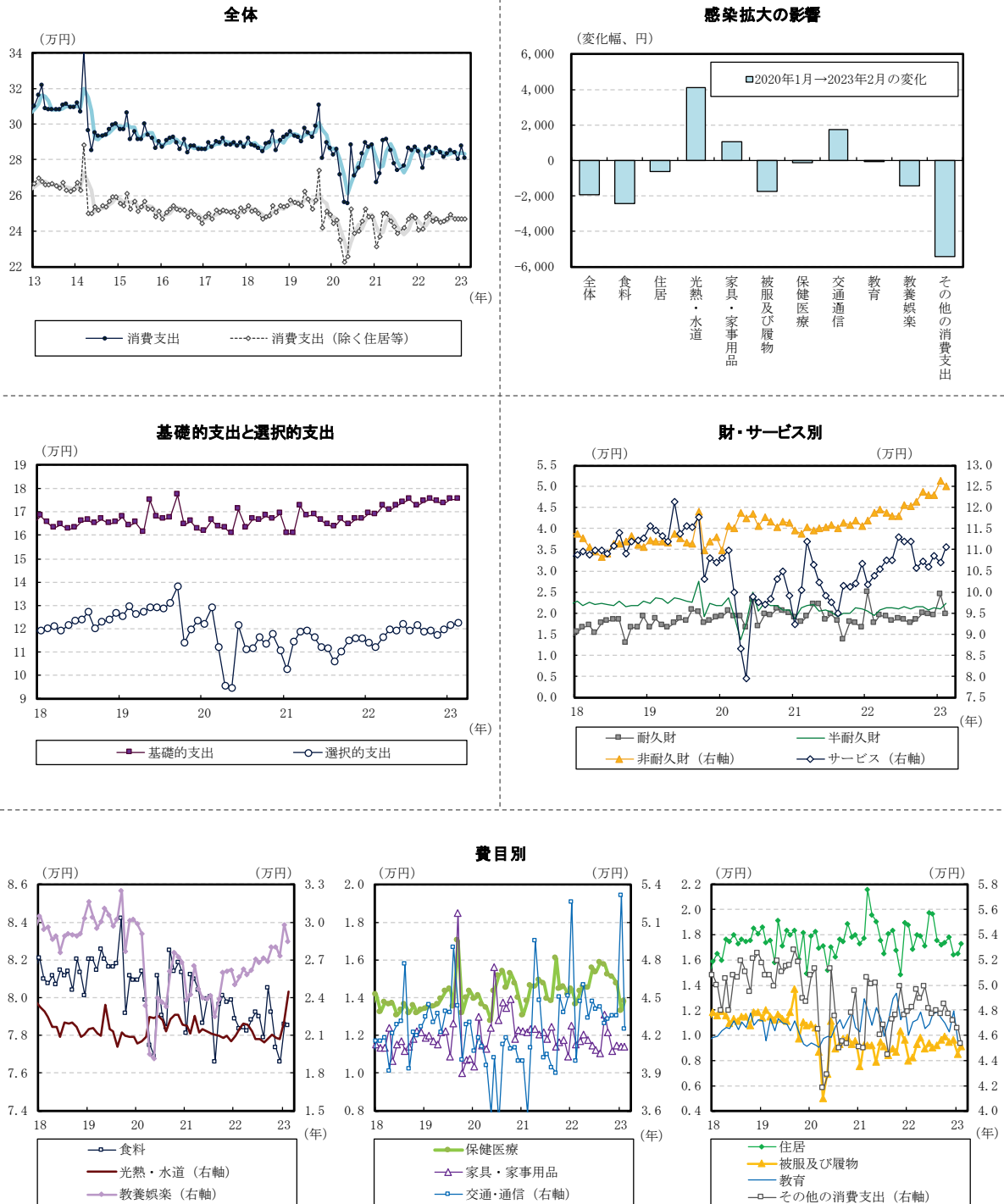
¹ 総務省による季節調整値、「その他の消費支出」の実質化は大和総研による。

他方、「光熱・水道」（前月比+10.8%）と「被服及び履物」（同+6.9%）、「住居」（同+5.0%）、「保健医療」（同+4.0%）の4費目は前月から増加した。「光熱・水道」では、電気代が全体を大きく押し上げた。「被服及び履物」は、月中旬以降の平均気温が平年よりも高めに推移したことで春物衣料の消費額が増加したほか、新型コロナウイルス感染拡大防止策の緩和もあり、卒業・入学式需要や新生活需要を受けてジャケット等の需要も好調だった。「保健医療」では、医科診療代などの保健医療サービスが前月から増加した。

基礎的支出は前月比▲0.0%と横ばい、選択的支出は同+0.6%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）、半耐久財（前月比+5.9%）では被服などが、サービス（同+3.4%）では保健医療サービスなどが増加した。他方、耐久財（同▲19.3%）では、上述の自動車やテレビに加えて冷蔵庫やエアコンなども減少した。非耐久財（同▲1.0%）では、飲食料品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)



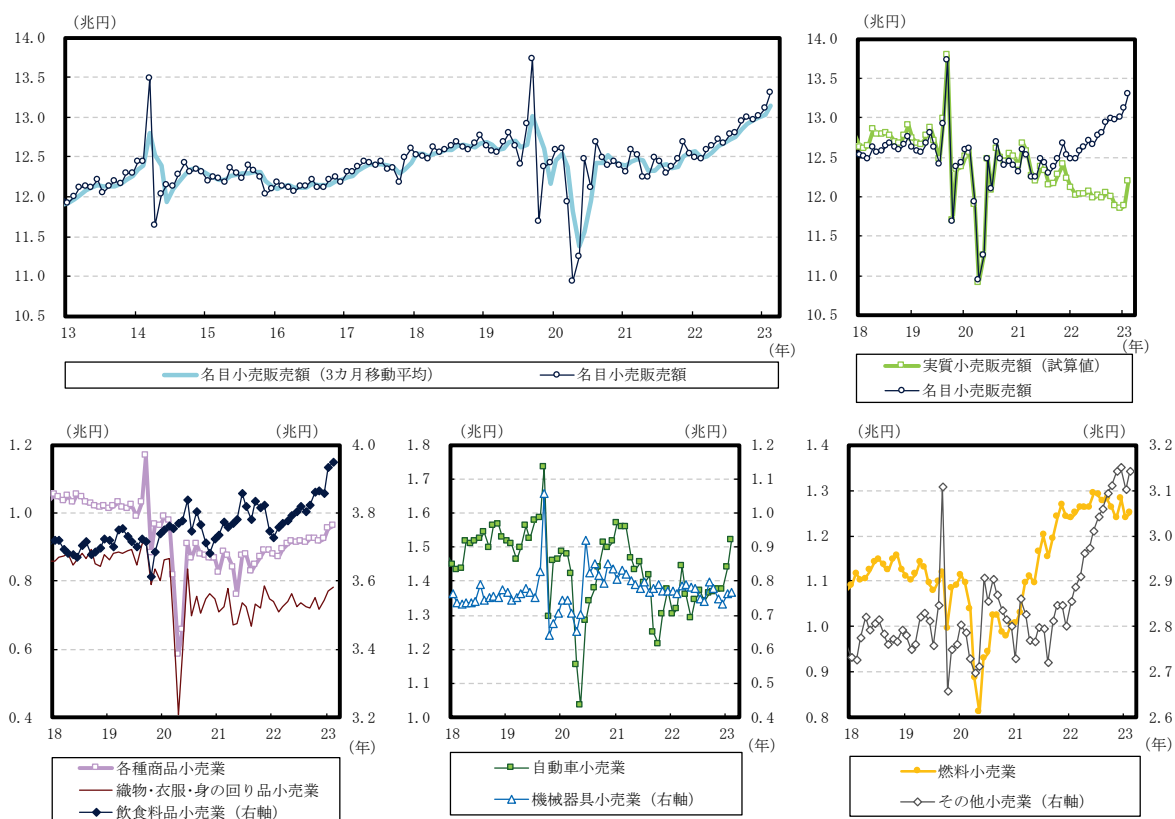
(注1) 二人以上の世帯。基礎的支出と選択的支出、財・サービス別支出は大和総研による季節調整値、それ以外は総務省による季節調整値。
 (注2) 「消費支出 (除く住居等)」は、消費支出から「住居」「自動車等購入」「贈与金」「仕送り金」を除いた数値。
 全体の図中の太線は3カ月移動平均。
 (注3) 「その他の消費支出」は名目金額指数 (季節調整値) を、CPIの生鮮食品及びエネルギーを除く総合指数で実質化した値。
 (注4) 各費目で個別に季節調整されているため、その合計は消費支出全体の季節調整値と一致しない。
 (出所) 総務省統計より大和総研作成

＜商業動態統計(供給側)＞全業種が前月から増加、基調判断は2カ月連続で上方修正

2023年2月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比+1.4%と3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+2.6%と前月から伸び率が高まった。経済産業省は基調判断を「上昇傾向にある」へと2カ月連続で上方修正した。

名目小売販売額を業種別に見ると、全ての業種が前月から増加した。「自動車小売業」(前月比+5.4%)や「織物・衣服・身の回り品小売業」(同+1.5%)、「その他小売業」(同+1.4%)などが全体を押し上げた。「自動車小売業」は2カ月連続で増加した。業界統計の動きを確認すると、自動車向けの半導体不足の緩和により販売台数が回復傾向にある²。「織物・衣服・身の回り品小売業」は、前述の天候要因により春物商品などの販売額が増加した。「その他小売業」では、鼻炎治療薬や目薬などの花粉症関連アイテムに加え、3月13日からのマスク着用ルールの緩和を前に口紅やベースメイクアイテムといった化粧品に動きが見られた。

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 詳細は拙稿「消費データブック(2023/4/4号)」(大和総研レポート、2023年4月4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						2023年			シェア (%)
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月		
小売業計	0.9	0.2	1.1	0.4	▲0.2	0.3	0.8	1.4	100.0	
各種商品小売業	0.5	▲0.6	1.0	0.4	▲1.2	0.9	3.6	0.6	7.1	
織物・衣服・身の回り品小売業	1.5	▲1.5	▲0.5	3.9	▲4.6	4.1	3.5	1.5	5.6	
飲食物品小売業	0.4	▲0.4	0.5	1.0	0.1	▲0.2	2.0	0.4	29.5	
自動車小売業	1.8	▲2.3	1.9	0.2	0.6	▲0.1	4.9	5.4	10.5	
機械器具小売業	▲4.3	▲0.8	8.0	▲2.8	▲3.5	▲2.2	4.1	0.7	6.3	
燃料小売業	▲0.4	▲1.1	0.5	▲1.6	▲1.8	3.5	▲3.2	0.7	9.9	
その他小売業	1.0	0.6	1.1	0.5	1.1	0.3	▲1.6	1.4	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＞春闘での高い賃上げ率などがプラス材料となり、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 3 月の消費は前月から横ばい圏で推移したとみている³。

3 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・ユニテッドアローズ）の既存店売上高はまちまちな結果だった。新車販売台数は前月比▲4.0%と減少した（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 年同期比で前月からマイナス幅が縮小した。宿泊需要は前月から回復した一方、外食需要は回復が鈍化した。移動人口の動向を見ると（p.8）、均して見れば感染拡大前の 2019 年同月の 95%程度の水準まで回復した。

4 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もあり、サービス消費の回復も進展するとみている。さらに、2023 年春闘では約 30 年ぶりの高い賃上げ率の実現する可能性が高まった。日本労働組合総連合会（連合）が 4 月 5 日に公表した第 3 回回答集計結果によると、定期昇給（定昇）込みの賃上げ率は 3.70%、従業員 300 人未満の中小企業では 3.42%であった⁴。中小企業を含めてベースアップ（ベア）率が大幅に引き上げられ、非正規雇用者の賃上げ額も例年を大きく上回った。こうした賃上げ動向は、先行きの個人消費回復のプラス材料となるだろう。

ただし、物価高には引き続き注意が必要だ。3 月末時点で予定されている 2023 年の飲食物品の値上げ品目数は再値上げなどを含めると 1 万 8,000 品目超の見込みだ⁵。企業の価格転嫁はまだ十分には進んでおらず、値上げは今春を一旦のピークとしながらも、秋頃まで断続的に行われるとみられる。インフレ率が高まる中でも消費マインドは改善傾向にあるが、度重なる値上げにより消費マインドが再び悪化すれば、個人消費の回復が遅れる可能性があるだろう。

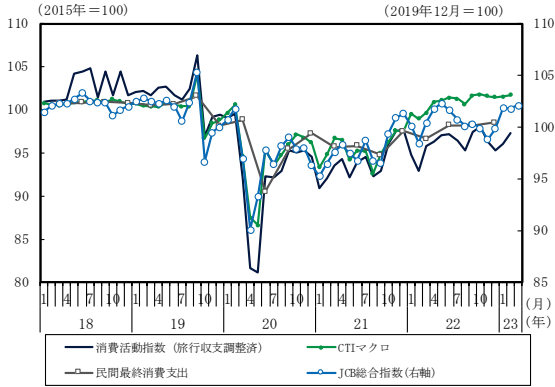
³ 詳細は脚注 2 レポートを参照。

⁴ 日本労働組合総連合会「[中堅・中小組合が健闘、『賃上げの流れ』をしっかりと引継ぐ～2023 春季生活闘争 第 3 回回答集計結果について～](#)」（2023 年 4 月 5 日）

⁵ 詳細は帝国データバンク「[『食品主要 195 社』価格改定動向調査—2023 年 4 月](#)」（2023 年 3 月 31 日）を参照。

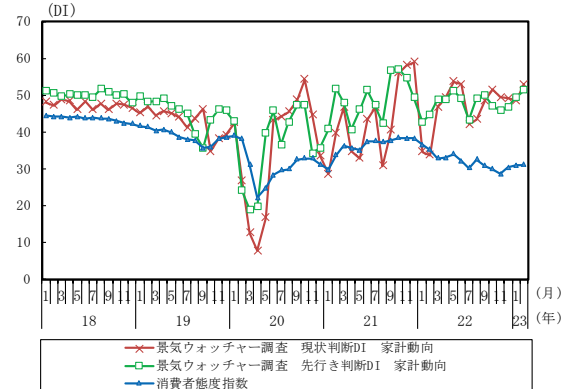
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



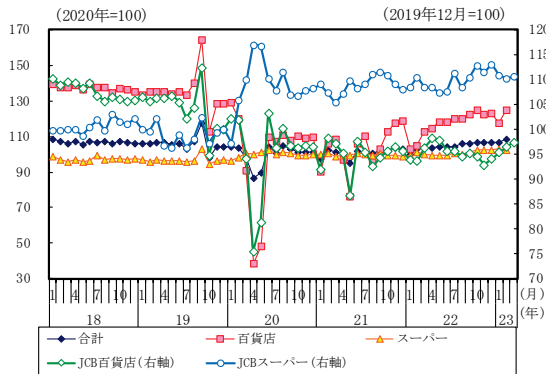
(注) 2023年3月のJCB消費NOWデータは3月15日まで。大和総研による季節調整値。
CPI(2020年基準)で実質化。
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB消費NOW」より大和総研作成

消費者マインド



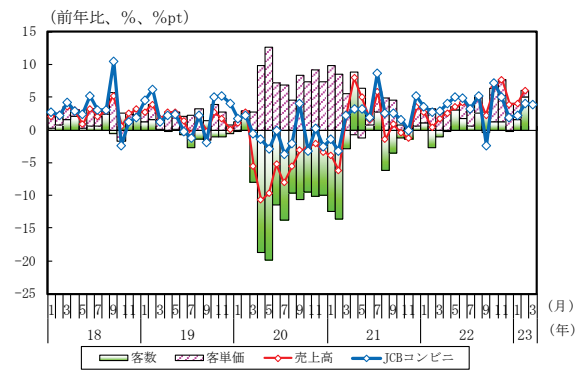
(注) 内閣府による季節調整値。
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



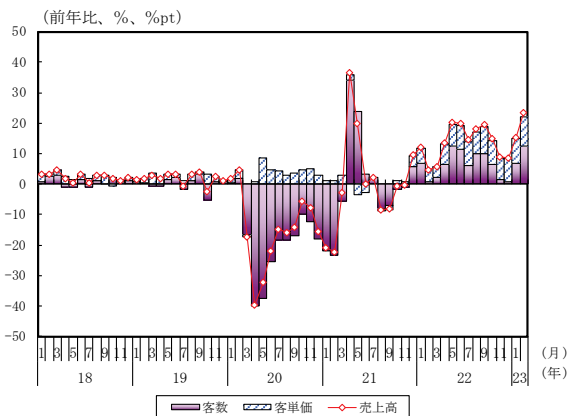
(注) 2023年3月のJCB消費NOWデータは3月15日まで。大和総研による季節調整値。
(出所) 経済産業省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB消費NOW」より大和総研作成

コンビニ売上高(店舗数調整前)



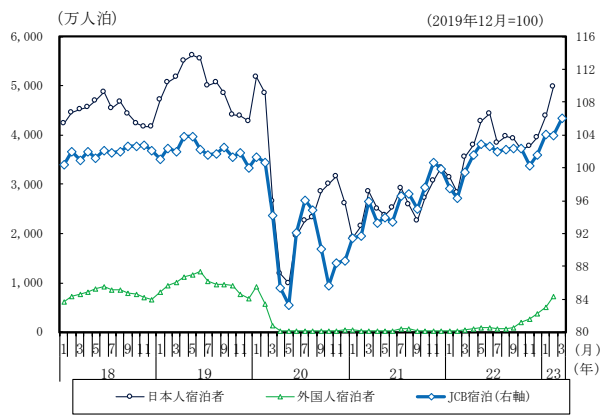
(注) 2023年3月のJCB消費NOWデータは3月15日まで。大和総研による季節調整値。
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB消費NOW」より大和総研作成

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

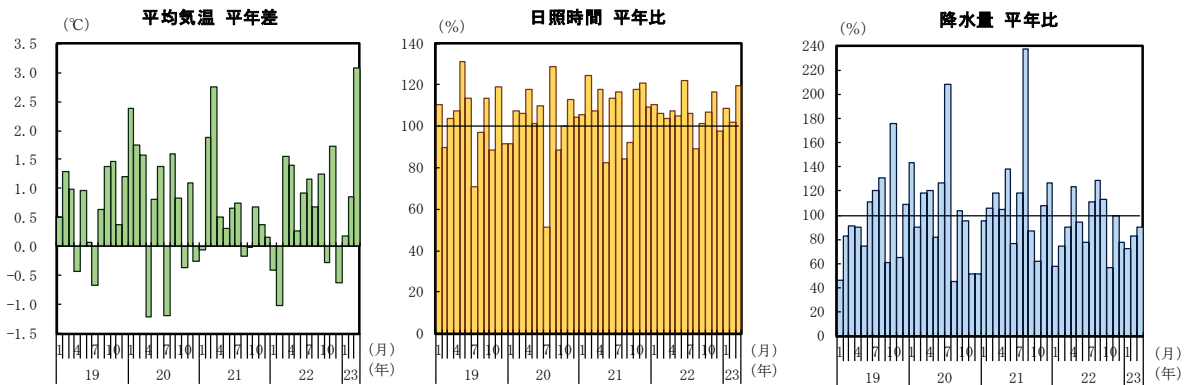
宿泊者数



(注1) 大和総研による季節調整値。
(注2) 2023年3月のJCB消費NOWデータは3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

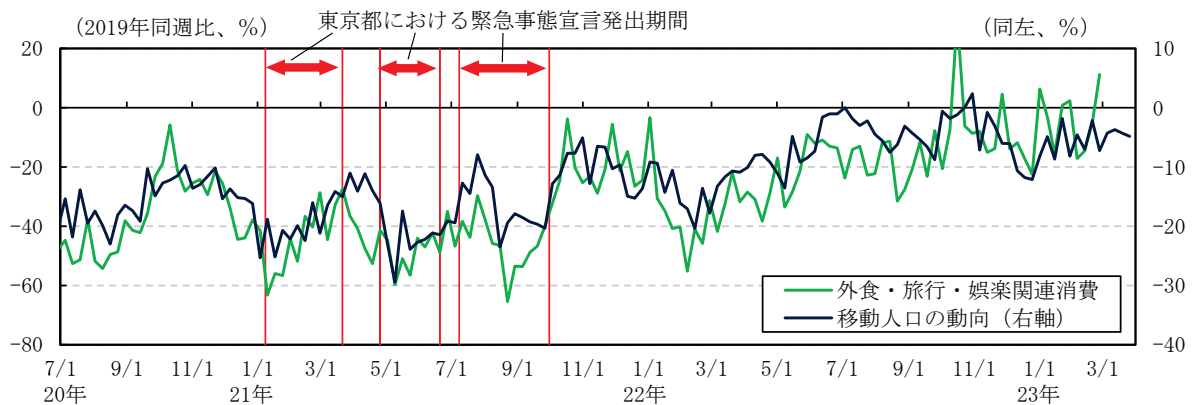
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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

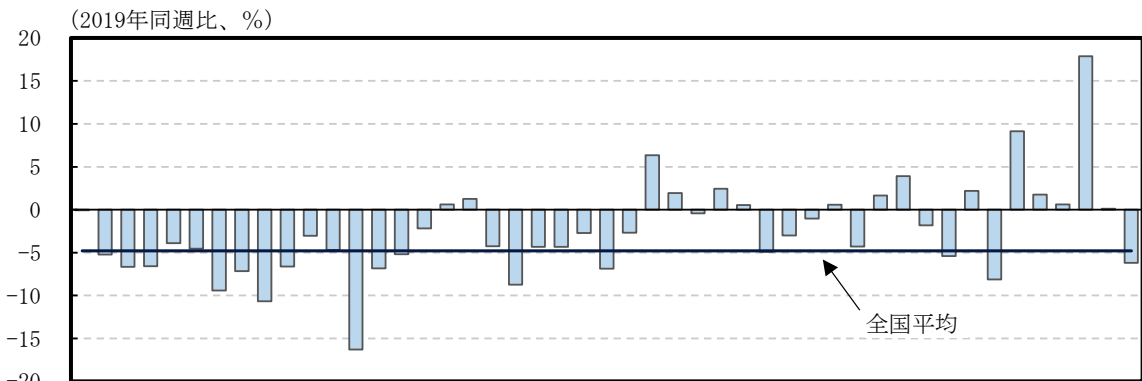
人出

外食・旅行・娯楽関連消費と移動人口の動向（直近値 3/26）



(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（3/20～3/26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