

2023年8月8日 全8頁

Indicators Update

2023年6月消費統計

実質消費支出は5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6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5カ月ぶりに増加した。10大費目別に見ると、「交通・通信」が全体を大きく押し上げたほか、「住居」と「被服及び履物」が前月から増加した。
- 供給側統計である商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比▲0.4%、CPIの財指数で実質化した小売販売額は同▲0.8%といずれも減少した。複数の統計で補正したCTIミクロで見た実質消費は同▲1.3%、CTIマクロでは同0.0%であった。総じて見れば、2023年6月の個人消費は足踏みが継続したと判断される。
- 2023年7月の個人消費は前月から増加したとみている。8月以降も緩やかな増加基調を辿ろう。サービス消費の回復や自動車販売の増加が見込まれる。2023年春闘における高水準の賃上げ率の実現も、個人消費の回復を後押ししよう。ただし、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再び悪化する可能性には注意が必要だ。

図表1：各種消費指標の概況（単位：%）

| 統計 | | 2023年 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 出所 | |
|-------------|----------------|-------------|-------|------|------|------|------|-----------------|
| 需要側 | 実質消費支出（家計調査） | 前年比 | 1.6 | ▲1.9 | ▲4.4 | ▲4.0 | ▲4.2 | 総務省、二人以上世帯 |
| | | 前月比 | ▲2.4 | ▲0.8 | ▲1.3 | ▲1.1 | 0.9 | |
| | 実質消費支出（CTIミクロ） | 前年比 | 2.5 | 1.0 | 0.6 | ▲1.3 | ▲3.1 | 総務省、二人以上世帯 |
| | | 前月比 | ▲1.5 | ▲0.2 | ▲0.2 | ▲0.5 | ▲1.3 | |
| 供給側 | 小売販売額 | 前年比 | 7.3 | 6.9 | 5.1 | 5.8 | 5.9 | 経済産業省 |
| | | 前月比 | 2.1 | 0.3 | ▲1.1 | 1.4 | ▲0.4 | |
| | 百貨店売上高 | 前年比 | 20.4 | 9.8 | 8.6 | 6.3 | 7.0 | 日本百貨店協会 |
| | コンビニエンスストア売上高 | 前年比 | 5.7 | 5.8 | 4.9 | 5.3 | 3.2 | 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 | ▲2.0 | 1.5 | 3.4 | 2.2 | 2.1 | 日本チェーンストア協会 |
| | 外食売上高 | 前年比 | 23.5 | 18.8 | 15.8 | 11.8 | 11.8 | 日本フードサービス協会 |
| | 旅行取扱高 | 前年比 | 184.3 | 64.1 | 93.8 | 80.5 | - | 観光庁 |
| 需要側 +供給側 | 実質消費（CTIマクロ） | 前年比 | 3.6 | 2.7 | 1.3 | 0.9 | 0.6 | 総務省 |
| 前月比 | | 0.4 | ▲0.1 | ▲0.1 | ▲0.1 | 0.0 | | |

(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

<6月の消費総括>総じて見れば足踏みが継続

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5カ月ぶりに増加した（**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▲3.1%と4カ月連続で減少した。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▲0.4%、CPIの財指数で実質化した小売販売額も同▲0.8%と減少した。複数の統計で補正したCTIミクロで見た実質消費は同▲1.3%、CTIマクロでは同0.0%であった。総じて見れば、2023年6月の個人消費は足踏みが継続したと判断される。

<家計調査（需要側）>「交通・通信」など3費目が増加

6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%）と「住居」（同+16.1%）、「被服及び履物」（同+4.4%）の3費目が増加した（**図表2**）。「交通・通信」では、自動車等購入が全体を大きく押し上げた。前月に大幅に減少した反動による動きとみられる。「住居」では、設備修繕・維持や外壁・塀等工事費などが全体を押し上げた。「被服及び履物」は3カ月ぶりに増加に転じた。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

| 前月比、% | 2022/11 | 2022/12 | 2023/1 | 2023/2 | 2023/3 | 2023/4 | 2023/5 | 2023/6 | シェア (%) |
|----------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| 消費支出 | ▲0.4 | ▲1.4 | 2.7 | ▲2.4 | ▲0.8 | ▲1.3 | ▲1.1 | 0.9 | 100.0 |
| 食料 | ▲2.3 | ▲1.0 | 2.6 | ▲0.1 | ▲1.7 | 0.3 | ▲0.1 | ▲1.5 | 28.2 |
| 住居 | 2.4 | ▲7.6 | 0.1 | 5.0 | ▲1.5 | ▲10.9 | 8.5 | 16.1 | 6.4 |
| 光熱・水道 | ▲1.1 | ▲0.6 | 6.6 | 10.8 | ▲4.5 | ▲5.1 | 0.1 | ▲6.3 | 8.4 |
| 家具・家事用品 | ▲8.0 | 2.3 | ▲0.4 | 0.0 | ▲2.0 | 0.2 | ▲4.6 | ▲11.6 | 4.3 |
| 被服及び履物 | ▲4.8 | 1.9 | ▲11.2 | 6.9 | 3.0 | ▲7.3 | ▲1.3 | 4.4 | 3.3 |
| 保健医療 | ▲0.8 | ▲2.3 | ▲9.9 | 4.0 | 10.1 | ▲0.6 | ▲6.3 | ▲0.6 | 5.1 |
| 交通・通信 | 0.5 | 0.2 | 21.9 | ▲20.1 | 8.6 | 3.0 | ▲19.0 | 21.9 | 14.3 |
| 教育 | ▲6.3 | 16.3 | ▲21.2 | ▲0.7 | ▲2.4 | 9.8 | 13.9 | ▲17.1 | 3.9 |
| 教養娯楽 | 0.0 | ▲2.4 | 9.0 | ▲4.5 | 2.0 | ▲6.9 | 0.7 | ▲3.3 | 9.5 |
| その他の消費支出 | ▲1.7 | ▲1.1 | ▲1.3 | ▲2.6 | ▲6.2 | 2.0 | 1.2 | ▲2.0 | 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

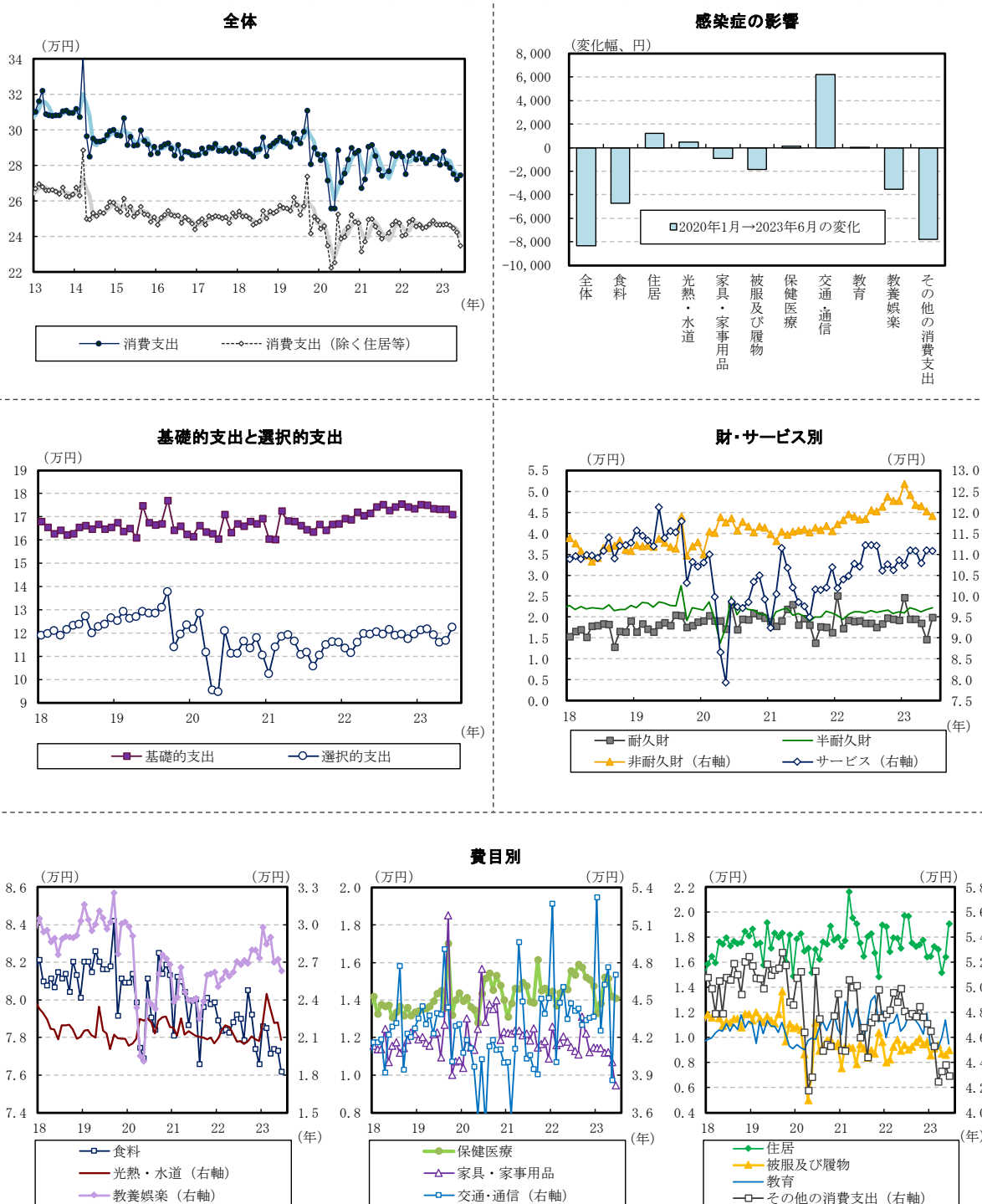
¹ 総務省による季節調整値、「その他の消費支出」の実質化は大和総研による。

他方で、「教育」（前月比▲17.1%）や「家具・家事用品」（同▲11.6%）、「光熱・水道」（同▲6.3%）、「教養娯楽」（同▲3.3%）など7費目は減少した。「教育」では、授業料等が全体を押し下げた。前月に大幅に増加した反動減とみられる。「家具・家事用品」では、電気冷蔵庫や電子レンジなどの家事用耐久財が減少した。「光熱・水道」では、電気代や上下水道料が減少した。「教養娯楽」では、宿泊費などの教養娯楽サービスが減少した。

基礎的支出は前月比▲1.4%と減少した一方、選択的支出は同+5.0%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）、耐久財（前月比+35.8%）と半耐久財（同+1.5%）が増加した一方、非耐久財（同▲0.9%）とサービス（同▲0.2%）は減少した。耐久財では前述の自動車が、半耐久財では被服が全体を押し上げた。他方で、非耐久財では食料や医薬品などが減少した。サービスでは、前述の教養娯楽サービスのほか、外食などが減少した（**図表3右中**）。

図表 3 : 実質消費支出 (季節調整値、2020年基準)



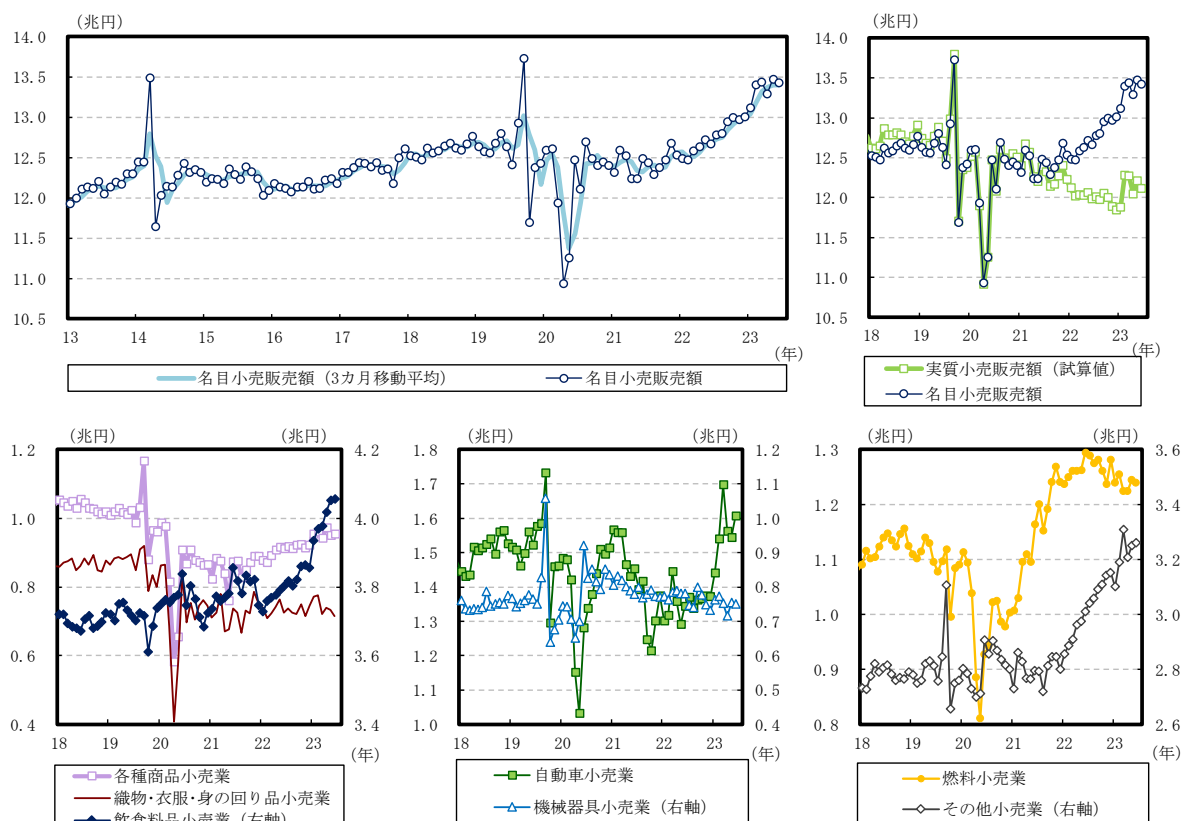
(注1) 二人以上の世帯。基礎的支出と選択的支出、財・サービス別支出は大和総研による季節調整値、それ以外は総務省による季節調整値。
 (注2) 「消費支出 (除く住居等)」は、消費支出から「住居」「自動車等購入」「贈与金」「仕送り金」を除いた数値。
 全体の図中の太線は3カ月移動平均。
 (注3) 「その他の消費支出」は名目金額指数 (季節調整値) を、CPIの生鮮食品及びエネルギーを除く総合指数で実質化した値。
 (注4) 各費目で個別に季節調整されているため、その合計は消費支出全体の季節調整値と一致しない。
 (出所) 総務省統計より大和総研作成

＜商業動態統計(供給側)＞小売販売額は名目、実質ともに2カ月ぶりに減少

2023年6月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比▲0.4%と減少した(図表4、5)。CPIの財指数で実質化した小売販売額も同▲0.8%と減少した。ただし、季節調整済指数の後方3カ月移動平均が同0.0%と横ばいであったことを踏まえ、経済産業省は名目販売指数における基調判断を「上昇傾向にある」に据え置いた。

名目小売販売額を業種別に見ると、「織物・衣服・身の回り品小売業」(前月比▲2.5%)と「機械器具小売業」(同▲0.4%)、「燃料小売業」(同▲0.4%)の3業種が減少した。「織物・衣服・身の回り品小売業」は2カ月連続で減少した。台風や大雨の影響もあり平年より降水量が多かったこともあり(p.8上段)、月後半にかけて夏物商品の販売が失速した。「機械器具小売業」では、白物家電や冷暖房用器具などが減少した。他方、「自動車小売業」(同+3.9%)や「各種商品小売業」(同+0.5%)、「その他小売業」(同+0.3%)、「飲食料品小売業」(同+0.1%)の4業種は増加した。自動車について業界統計の動きを確認すると、6月の新車販売台数は同+0.8%と2020年10月以来の高水準であり(大和総研による季節調整値)、この結果とも整合的だ²。「その他小売業」では、総合感冒薬などの風邪薬の販売額が伸長した。

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 詳細は拙稿「消費データブック(2023/8/3号)」(大和総研レポート、2023年8月3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(%) |
|----------------|-------|------|-------|-----|------|------|------|------|--------|
| | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | |
| 小売業計 | ▲0.2 | 0.3 | 0.8 | 2.1 | 0.3 | ▲1.1 | 1.4 | ▲0.4 | 100.0 |
| 各種商品小売業 | ▲1.2 | 0.9 | 3.6 | 0.6 | ▲2.0 | 3.2 | ▲2.4 | 0.5 | 7.1 |
| 織物・衣服・身の回り品小売業 | ▲4.6 | 4.1 | 3.5 | 0.7 | ▲7.0 | 2.3 | ▲0.6 | ▲2.5 | 5.6 |
| 飲食料品小売業 | 0.1 | ▲0.2 | 2.0 | 0.9 | 0.2 | 1.0 | 0.8 | 0.1 | 29.5 |
| 自動車小売業 | 0.6 | ▲0.1 | 4.9 | 7.0 | 10.1 | ▲8.0 | ▲1.1 | 3.9 | 10.5 |
| 機械器具小売業 | ▲3.5 | ▲2.2 | 4.1 | 1.2 | ▲2.6 | ▲4.8 | 5.4 | ▲0.4 | 6.3 |
| 燃料小売業 | ▲1.8 | 3.5 | ▲3.2 | 1.2 | ▲2.4 | ▲0.1 | 1.7 | ▲0.4 | 9.9 |
| その他小売業 | 1.1 | 0.3 | ▲1.6 | 2.9 | 3.7 | ▲3.1 | 1.3 | 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＞サービス消費の回復の進展などが好材料

業界統計や個社データ、JCB 消費 NOW を基に判断すると、2023 年 7 月の消費は前月から増加したとみている³。

7 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 社やアパレル大手 3 社の既存店売上高は、2019 年同月比で前月から伸び率が高まった。新車販売台数は前月から減少したが、均して見れば増加基調を維持した（大和総研による季節調整値）。サービス消費のうち、新幹線輸送量は 2019 年同月比で前月からマイナス幅が横ばいだった。宿泊需要や外食需要は前月からプラス幅が拡大した。移動人口の動向を見ると（p. 8 中段）、月末には 2019 年同月を 1% 程度上回った。

8 月以降の消費も緩やかな増加基調を辿ろう。とりわけ、サービス消費の回復が期待できる。航空各社によると、お盆期間（8 月 10 日～20 日）の予約状況は国内線で 2019 年比 9 割程度、国際線で同 6～7 割程度であった。このうち航空大手の ANA については、LCC ブランドの Peach も含めると国内線の総予約数が同 +103.2% と感染拡大前の水準を超えている。さらに、JR 各社のお盆期間（8 月 10 日～17 日）の新幹線・在来線の指摘席予約数は前年比 +53% であり、感染拡大前の 2018 年比で見ても 9 割程度の水準まで回復している。加えて財消費では、挽回生産の進展により自動車販売の増加が期待される。2023 年春闘における 30 年ぶりの高水準の賃上げ率の実現も、個人消費の回復を後押ししよう。

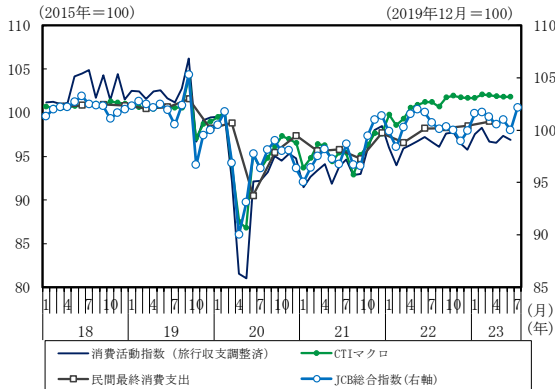
他方、物価高は引き続きの懸念材料となろう。今後予定されている 2023 年の飲食料品の値上げ品目数は、再値上げなどを含めると 7 月末時点で 3 万品目を超えている⁴。足元では一時に比べて値上げのペースは緩やかになっているが、秋には再び値上げラッシュが訪れる可能性もある。度重なる値上げにより消費マインドが再び悪化する可能性には注意が必要だ。

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 195 社』価格改定動向調査—2023 年 8 月」（2023 年 7 月 31 日）を参照。

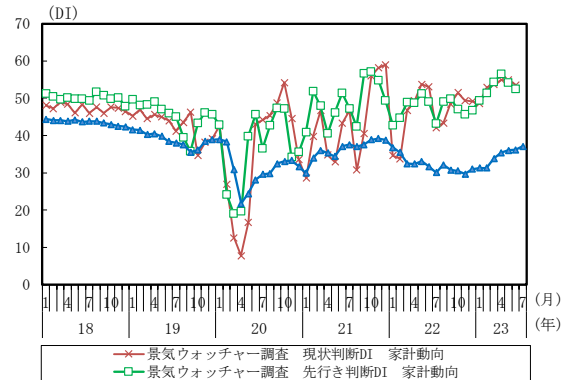
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



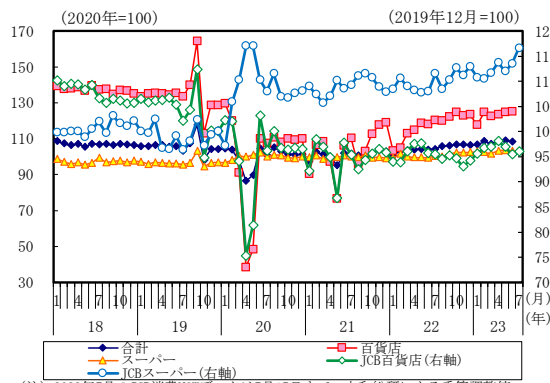
(注) 2023年7月のJCB消費NOWデータは7月15日まで。大和総研による季節調整値。CPI(2020年基準)で実質化。
 (出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB消費NOW」より大和総研作成

消費者マインド



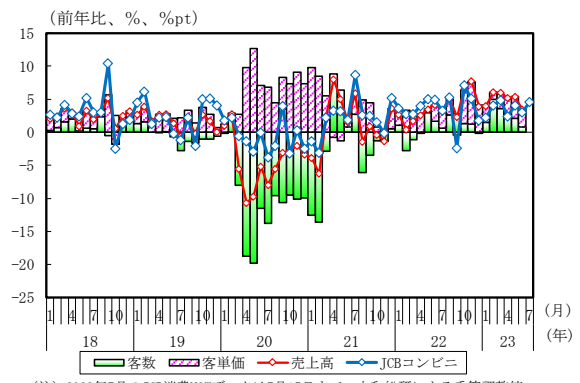
(注) 内閣府による季節調整値。
 (出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売業態別商品販売額



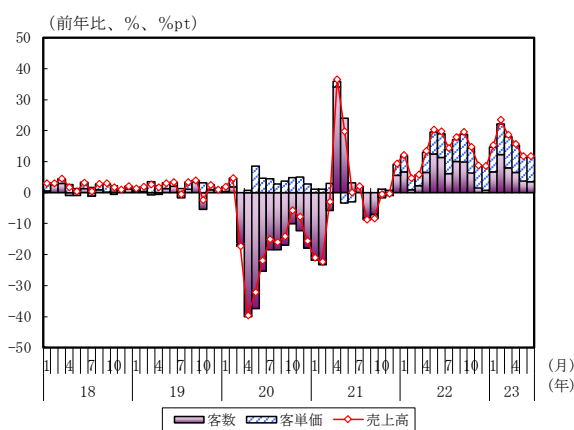
(注) 2023年7月のJCB消費NOWデータは7月15日まで。大和総研による季節調整値。
 (出所) 経済産業省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB消費NOW」より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



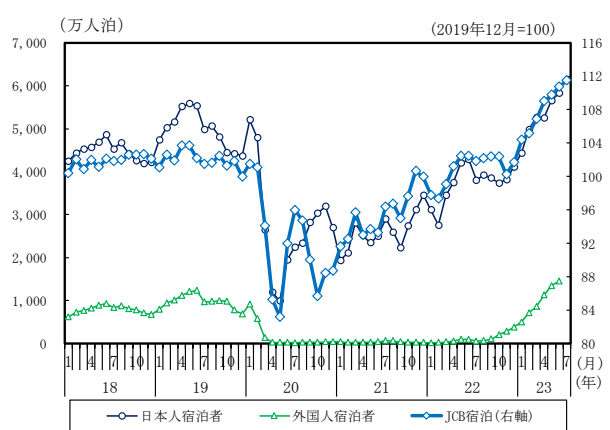
(注) 2023年7月のJCB消費NOWデータは7月15日まで。大和総研による季節調整値。
 (出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB消費NOW」より大和総研作成

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

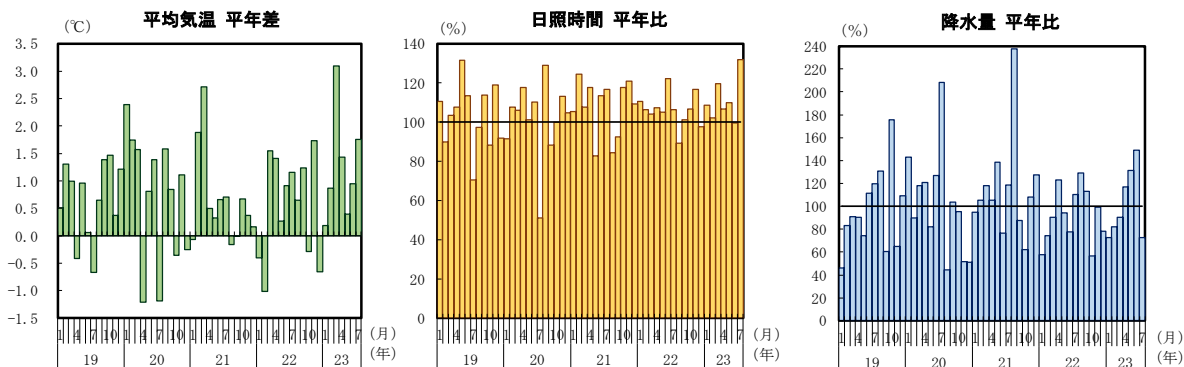
宿泊者数



(注1) 大和総研による季節調整値。
 (注2) 2023年7月のJCB消費NOWデータは7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

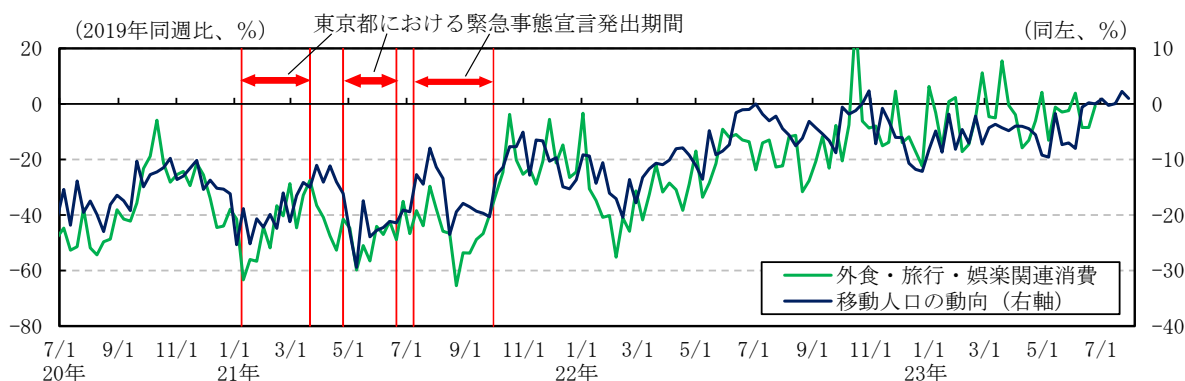
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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

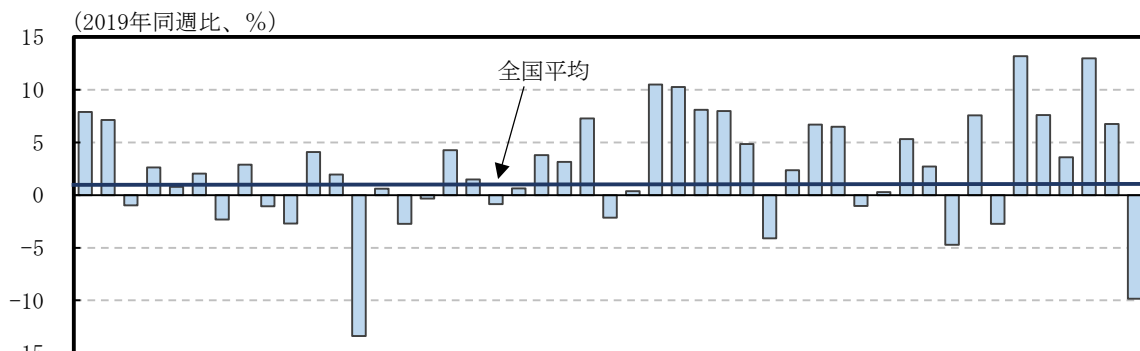
人出

外食・旅行・娯楽関連消費と移動人口の動向 (直近値 7/30)



(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 (7/23~7/30 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繩
 道 山 島

(出所) V-RESASより大和総研作成