

2024年3月8日 全8頁

Indicators Update

2024年1月消費統計

需要側統計、供給側統計合わせて見た個人消費は前月から減少

経済調査部 エコノミスト 中村 華奈子

[要約]

- 2024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▲2.1%と4カ月連続で減少した。複数の需要側統計を用いて補正したCTIミクロで見た実質消費は同▲0.1%、需要側統計と供給側統計を合わせて補正したCTIマクロでは同▲0.2%といずれも減少した。24年1月の個人消費は前月から減少したと判断される。
- 2024年2月の個人消費は前月から概ね横ばいだったとみている。24年4-6月期以降は緩やかに持ち直すだろう。外食や旅行を中心に、サービス消費が回復するとみている。賃金上昇率の高まりなども個人消費を下支えしよう。ただし、物価動向は引き続き注視する必要がある。企業による価格転嫁の動きが過度に進展すれば、物価が上振れし、実質賃金の上昇タイミングが遅れ、個人消費の回復も遅れ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 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 2024年 1月 | 出所 | |
|-------------|----------------|-------------|-------|-------|-------|-------------|-------|-----------------|
| 需要側 | 実質消費支出（家計調査） | 前年比 | ▲ 2.8 | ▲ 2.5 | ▲ 2.9 | ▲ 2.5 | ▲ 6.3 | 総務省、二人以上世帯 |
| | | 前月比 | 0.2 | ▲ 0.2 | ▲ 0.5 | ▲ 0.5 | ▲ 2.1 | |
| | 実質消費支出（CTIミクロ） | 前年比 | ▲ 4.0 | ▲ 1.9 | ▲ 1.1 | ▲ 3.4 | ▲ 4.5 | 総務省、二人以上世帯 |
| | | 前月比 | ▲ 0.5 | 0.9 | ▲ 0.3 | ▲ 1.4 | ▲ 0.1 | |
| 供給側 | 小売販売額 | 前年比 | 6.2 | 4.1 | 5.4 | 2.4 | 2.3 | 経済産業省 |
| | | 前月比 | 0.4 | ▲ 1.7 | 1.1 | ▲ 2.6 | 0.8 | |
| | 百貨店売上高 | 前年比 | 9.2 | 6.1 | 7.4 | 5.4 | 7.1 | 日本百貨店協会 |
| | コンビニエンスストア売上高 | 前年比 | 3.5 | 2.1 | ▲ 0.1 | 4.2 | 1.2 | 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 | 2.8 | 3.3 | 3.7 | 1.7 | 1.9 | 日本チェーンストア協会 |
| | 外食売上高 | 前年比 | 15.0 | 8.8 | 9.8 | 11.0 | 9.6 | 日本フードサービス協会 |
| | 旅行取扱高 | 前年比 | 39.2 | 34.3 | 9.4 | 18.0 | - | 観光庁 |
| 需要側 +供給側 | 実質消費（CTIマクロ） | 前年比 | ▲ 0.4 | ▲ 0.5 | ▲ 0.5 | ▲ 0.9 | ▲ 1.1 | 総務省 |
| | | 前月比 | 0.0 | 0.0 | ▲ 0.2 | ▲ 0.3 | ▲ 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) 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

<2024年1月の消費総括>個人消費は前月から減少

需要側統計である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4カ月連続で減少した（図表1）。複数の需要側統計を用いて補正したCTIミクロで見た実質消費は同▲0.1%、需要側統計と供給側統計を合わせて補正したCTIマクロでは同▲0.2%といずれも減少した。2024年1月の個人消費は前月から減少したと判断される。

<CTIミクロ¹・家計調査（需要側）>「光熱・水道」、「交通・通信」など6費目が減少

世帯消費動向指数（CTIミクロ）は、世帯消費に関する3調査（家計調査、家計消費状況調査及び家計消費単身モニター調査）を合成した消費支出（平均月額）を基に作成されている。購入頻度の少ない高額な財やサービスへの支出状況（家計消費状況調査）や、家計調査では捕捉されない単身世帯（家計消費単身モニター調査）も調査対象に含まれており、家計の実際の消費支出をより正確に表している統計だ。

2024年1月のCTIミクロ（二人以上の世帯）を費目別に見ると、10大費目²のうち「その他」（前月比▲6.3%）が2カ月ぶりに減少したほか、「光熱・水道」（同▲1.8%）、「住居」（同▲1.6%）など6費目が前月から減少した。一方、「教育」（同+13.4%）や「家具・家事用品」（同+6.3%）など4費目は増加した（図表2）。

図表2：実質世帯消費動向指数（CTIミクロ）の前月比

| 前月比、% | 2023/6 | 2023/7 | 2023/8 | 2023/9 | 2023/10 | 2023/11 | 2023/12 | 2024/1 | シェア（%） |
|---------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|--------|--------|
| 消費支出 | ▲0.5 | ▲0.2 | ▲0.2 | ▲0.5 | 0.9 | ▲0.3 | ▲1.4 | ▲0.1 | 100.0 |
| 食料 | ▲1.3 | 0.7 | ▲0.3 | 1.0 | ▲1.3 | 0.4 | ▲1.4 | 2.0 | 26.3 |
| 住居 | 5.5 | ▲1.9 | 3.4 | ▲6.3 | 4.6 | ▲5.4 | ▲0.1 | ▲1.6 | 6.3 |
| 光熱・水道 | ▲4.7 | 1.5 | ▲1.5 | 0.9 | ▲2.0 | 0.6 | ▲2.0 | ▲1.8 | 7.5 |
| 家具・家事用品 | ▲4.0 | 6.8 | ▲5.7 | 4.9 | ▲1.7 | 7.5 | ▲7.1 | 6.3 | 4.1 |
| 被服及び履物 | 1.5 | 7.1 | ▲8.9 | ▲7.5 | 10.8 | 8.5 | ▲12.0 | 0.9 | 3.3 |
| 保健医療 | ▲1.3 | 0.8 | 0.9 | 4.0 | 4.9 | ▲7.2 | 0.1 | ▲0.7 | 5.2 |
| 交通・通信 | 1.4 | ▲1.3 | ▲0.4 | ▲1.9 | 0.2 | ▲2.4 | ▲1.3 | ▲1.3 | 18.7 |
| 教育 | ▲7.8 | ▲5.0 | 2.0 | ▲3.8 | 2.4 | 2.2 | ▲1.3 | 13.4 | 4.3 |
| 教養娯楽 | ▲3.9 | ▲0.2 | 3.6 | ▲2.3 | 2.4 | 1.1 | ▲1.7 | ▲0.2 | 9.9 |
| その他 | 3.9 | ▲2.7 | ▲0.6 | 1.4 | 1.7 | ▲0.2 | 2.0 | ▲6.3 | 14.3 |

（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」は、「食料」から「教養娯楽」までの合計を消費支出全体から減じて算出している。

（注3）シェアは2023年の数値。

（出所）総務省統計より大和総研作成

¹ 家計調査の結果公表の変更により、10大費目別の季節調整値には世帯消費動向指数（CTIミクロ）を使用。

² 総務省による季節調整値。「その他」は、「食料」から「教養娯楽」までの合計を消費支出全体から減じて算出している。

10 大費目に含まれる個別品目への支出について、家計調査の品目分類を対応させて確認すると、「光熱・水道」では、電気代やガス代が押し下げ要因となった。「交通・通信」では、自動車等購入への支出が縮小した。自動車について業界統計の動きを確認すると、2024年1月の新車販売台数（大和総研による季節調整値）は前月比▲9.2%であり³、この結果とも整合的だ。「保健医療」では、保健医療サービスへの支出が縮小した。「教養娯楽」では、パック旅行費などが落ち込んだ。

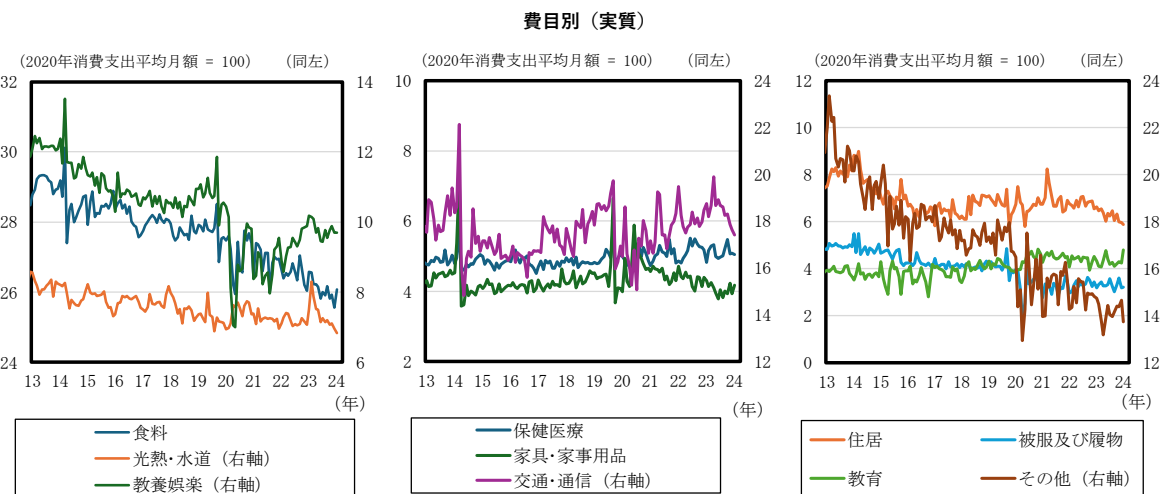
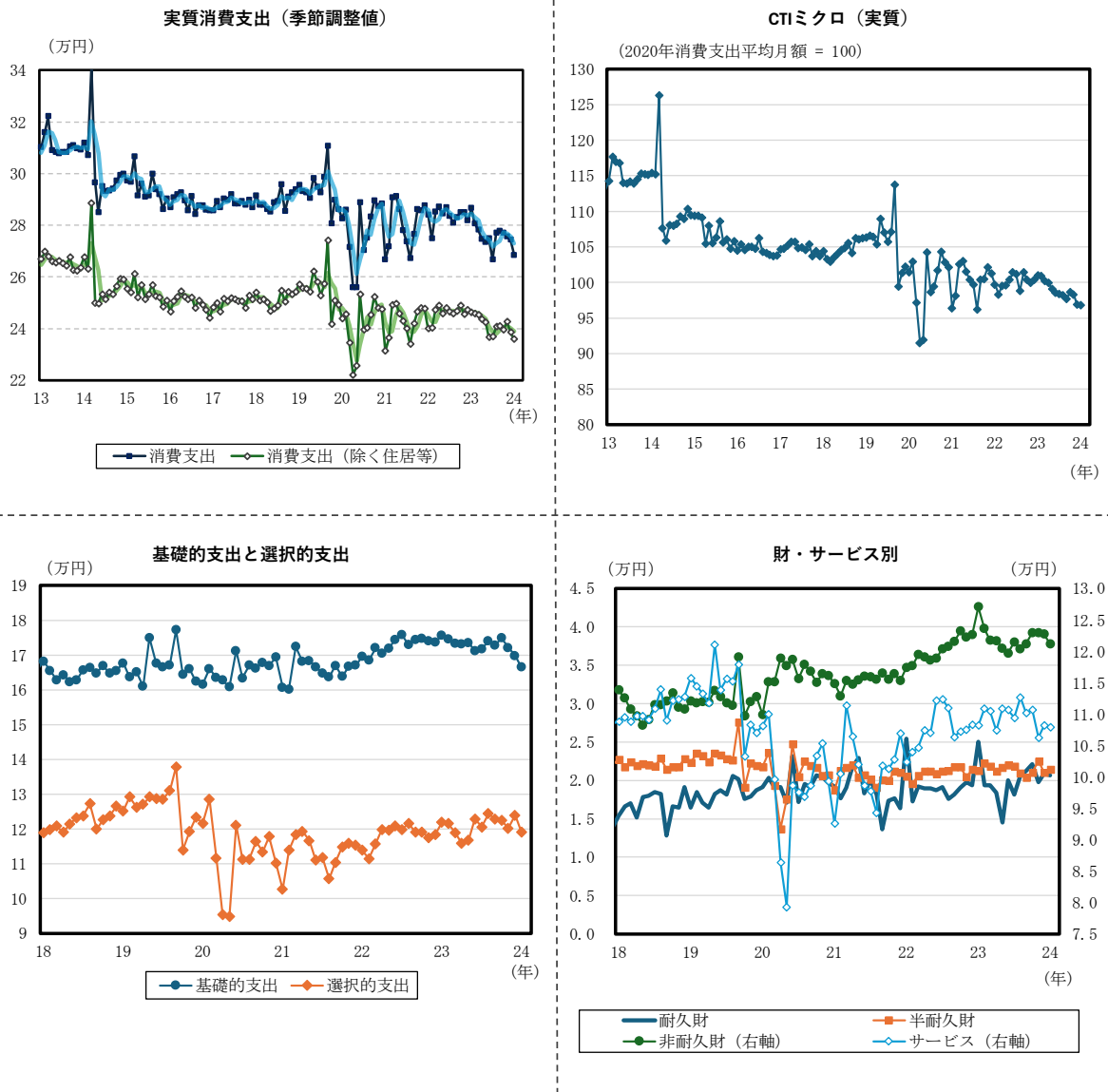
他方、「家具・家事用品」では電気冷蔵庫などへの支出が拡大した。「被服及び履物」では、月の平均気温が平年よりも高く推移したこともあり（p. 8 上段）、春物衣料への支出が拡大した。

家計調査における基礎的支出は前月比▲1.9%、選択的支出は同▲3.9%といずれも減少した（大和総研による季節調整値、**図表 3 左中**）。

家計調査における消費支出を財・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+2.0%）は増加した一方、非耐久財（同▲1.3%）と耐久財（同▲0.9%）、サービス（同▲0.3%）は減少した（**図表 3 右中**）。半耐久財では被服などが増加した。他方で、非耐久財では電気代やガス代などが、耐久財では自動車などが、サービスでは教養娯楽サービスなどが落ち込んだ。

³ 詳細は、拙稿「[消費データブック（2024/3/4号）](#)」（大和総研レポート、2024年3月4日）を参照。

図表3：消費支出（CTI ミクロ・家計調査、季節調整値）



(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。
 (出所) 総務省統計より大和総研作成

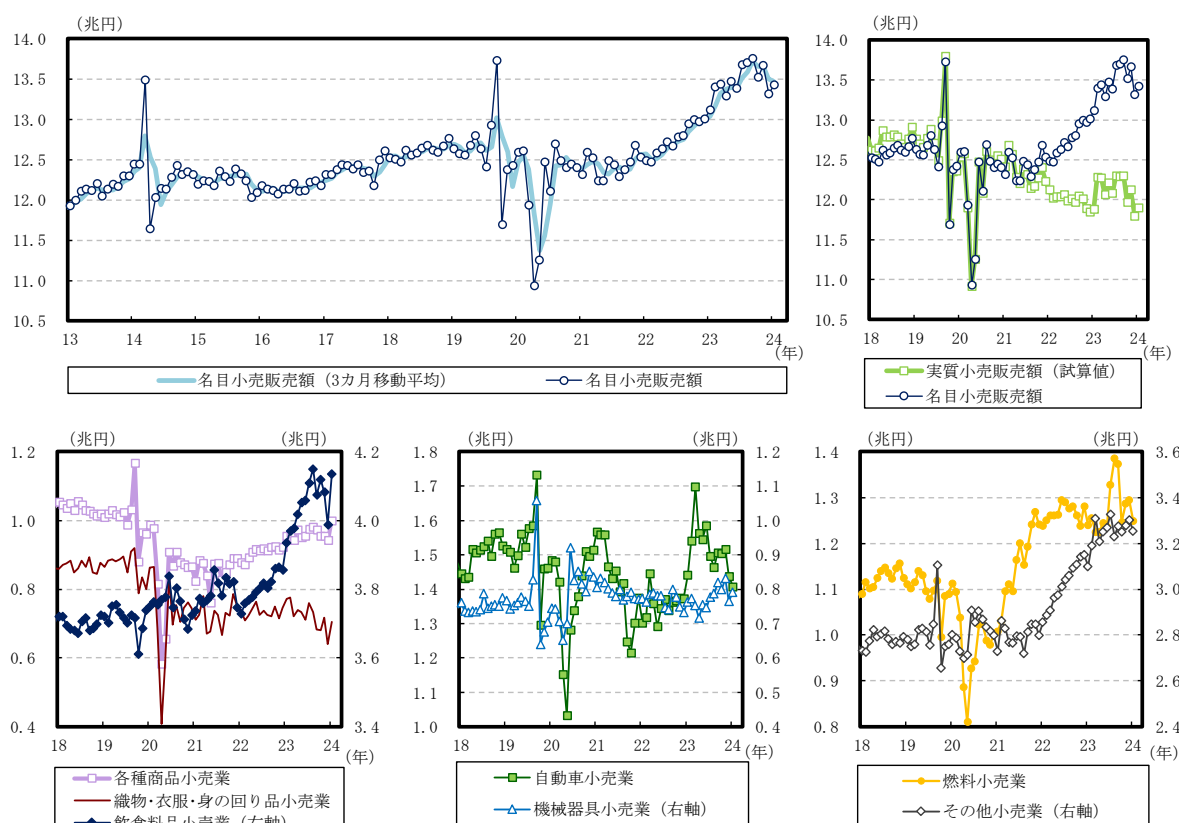
＜商業動態統計(供給側)＞「織物・衣服・身の回り品小売業」など4業種が増加

2024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+0.8%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は同+0.9%だった。

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+10.2%)と「各種商品小売業」(同+6.0%)、「飲食料品小売業」(同+3.7%)、「機械器具小売業」(同+3.5%)の4業種が前月から増加した。「織物・衣服・身の回り品小売業」については、前述の天候要因により春物衣料の販売額が伸長した。「各種商品小売業」では、ラグジュアリーブランドなどの雑貨が押し上げ要因となった。「機械器具小売業」は2カ月ぶりに増加した。

他方、「燃料小売業」(前月比▲3.5%)と「自動車小売業」(同▲2.1%)、「その他小売業」(同▲1.4%)の3業種は前月から減少した。「燃料小売業」では、暖冬の影響により灯油などの販売量が減少したとみられる。「自動車小売業」については、前述の業界統計の動きとも整合的だ。「その他小売業」は2カ月連続で減少した。

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、総務省より大和総研作成

図表 5：小売販売額（業種別）の前月比

| 前月比、% | 2023年 | | | | | | | | シェア (%) |
|----------------|-------|------|------|------|------|------|-------|-------------|---------|
| | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 2024年 1月 | |
| 小売業計 | ▲0.6 | 2.2 | 0.2 | 0.4 | ▲1.7 | 1.1 | ▲2.6 | 0.8 | 100.0 |
| 各種商品小売業 | 0.5 | 2.0 | 0.6 | ▲0.8 | ▲1.8 | 0.1 | ▲1.4 | 6.0 | 7.1 |
| 織物・衣服・身の回り品小売業 | ▲3.1 | 6.8 | ▲3.5 | ▲6.9 | ▲0.2 | 5.2 | ▲10.7 | 10.2 | 5.2 |
| 飲食品小売業 | 0.2 | 1.2 | 1.0 | ▲1.8 | 1.1 | ▲0.9 | ▲2.3 | 3.7 | 29.7 |
| 自動車小売業 | 2.6 | ▲5.7 | ▲2.1 | 2.8 | ▲0.1 | 0.8 | ▲5.2 | ▲2.1 | 11.3 |
| 機械器具小売業 | ▲1.0 | 4.2 | 1.1 | 4.1 | ▲2.4 | 4.0 | ▲8.0 | 3.5 | 6.0 |
| 燃料小売業 | ▲0.6 | 7.4 | 4.3 | ▲0.9 | ▲9.3 | 3.3 | 0.6 | ▲3.5 | 9.4 |
| その他小売業 | 0.6 | 1.7 | ▲2.9 | 1.4 | ▲0.8 | 0.9 | 0.8 | ▲1.4 | 24.2 |

(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、2023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>緩やかに持ち直す見込みも、物価動向は引き続き注視が必要

業界統計や個社データ、JCB 消費 NOW を基に判断すると、2024 年 2 月の個人消費は前月から概ね横ばいだったとみている⁴。財消費のうち、百貨店大手 3 社の既存店売上高は 19 年同月比で前月からプラス幅が拡大した。新車販売台数は前月に続いて減少した（大和総研による季節調整値）。トヨタ自動車やダイハツ工業の一部工場の稼働停止の影響により、販売台数が落ち込んだ。サービス消費のうち、山陽以外の新幹線輸送量は 19 年同月比で前月からマイナス幅が縮小した。JCB が集計した宿泊消費額、外食消費額はいずれも前月比で減少した。移動人口は 19 年同月比で前月から落ち込んだ（p. 8 中段）。

2024 年 3 月以降の消費は、緩やかながらも持ち直すとみている。長期トレンド対比で見た個人消費の回復余地は 2 兆円程度（年率換算額）だ。その大部分は外食や旅行などのサービス消費が占めており、とりわけ回復の遅れている費目は実質賃金などの影響を受けやすい⁵。労働需給のひっ迫などを受けて実質賃金が上昇基調に転じる時期に、個人消費の回復ペースも加速する可能性がある。

ただし、物価動向は引き続き注視する必要がある。2023 年は食料品を中心に記録的な値上げラッシュが見られたが、24 年はその勢いが落ち着くとみている⁶。もっとも、人件費などの増加は続いている。メインシナリオでは、実質賃金（1 人あたり実質雇用者報酬）は 24 年 7-9 月期に前年比でプラスに転換するとみている。ただし、名目賃金の上昇が続く中で企業による価格転嫁の動きが過度に進展すれば、物価が上振れし、実質賃金の上昇タイミングが遅れ、個人消費の回復も遅れる可能性には注意が必要だ。

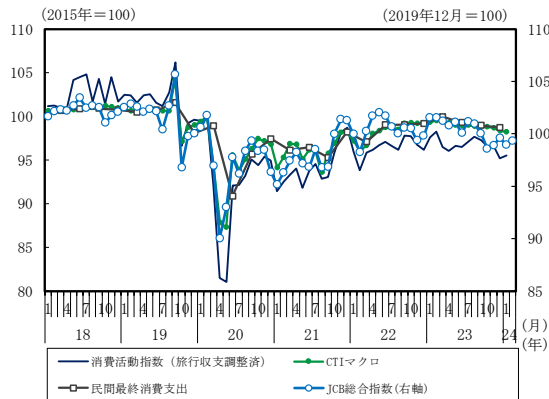
⁴ 詳細は脚注 3 レポートを参照。

⁵ 詳細は、熊谷亮丸他「[第 220 回日本経済予測](#)」（大和総研レポート、2024 年 2 月 21 日）を参照。

⁶ 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－2024 年 3 月](#)」（2024 年 2 月 29 日）を参照。

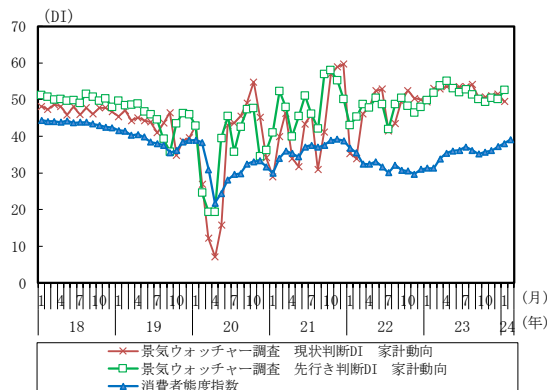
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



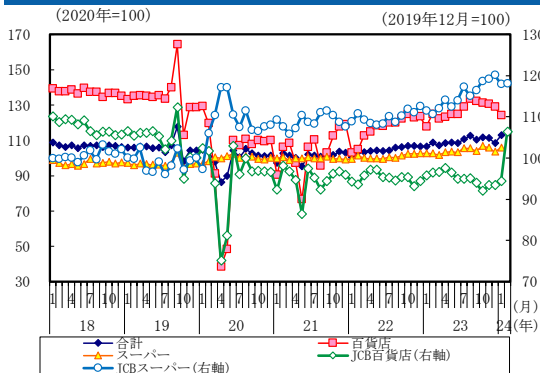
(注) 2024年2月のJCB消費NOWデータは2月15日まで。大和総研による季節調整値。CPI (2020年基準) で実質化。
 (出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

消費者マインド



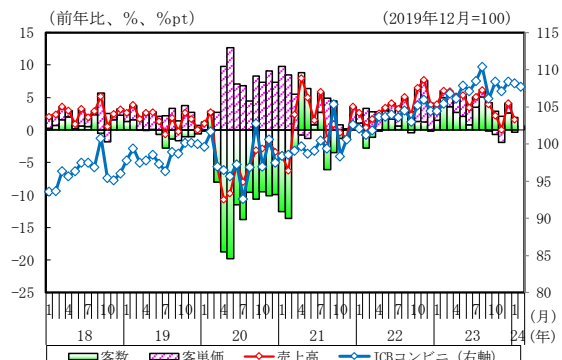
(注) 内閣府による季節調整値。
 (出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



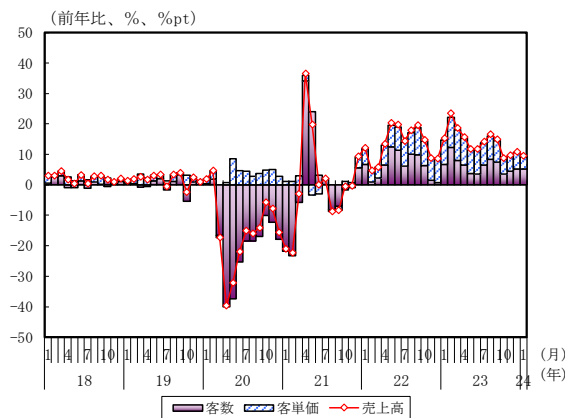
(注) 2024年2月のJCB消費NOWデータは2月15日まで。大和総研による季節調整値。
 (出所) 経済産業省統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



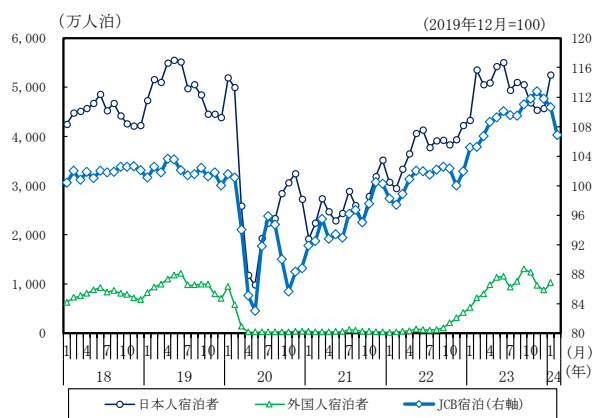
(注) 2024年2月のJCB消費NOWデータは2月15日まで。大和総研による季節調整値。
 (出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

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

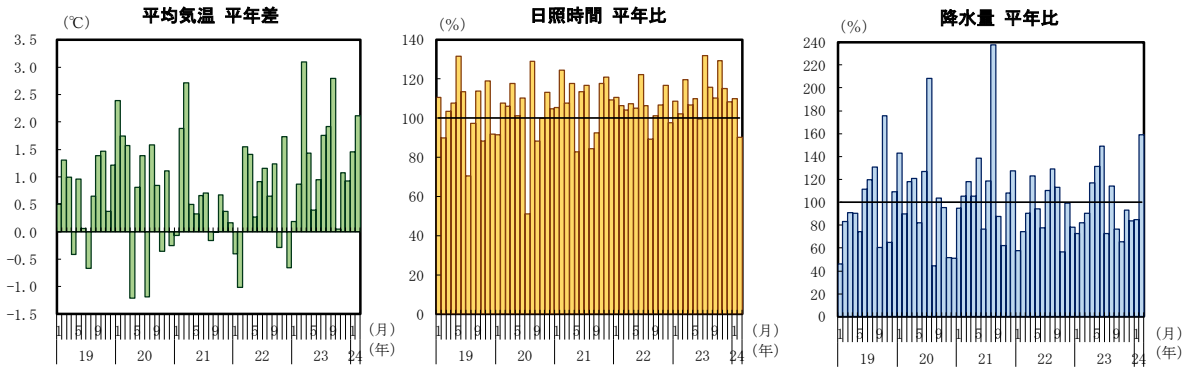
宿泊者数



(注1) 大和総研による季節調整値。
 (注2) 2024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

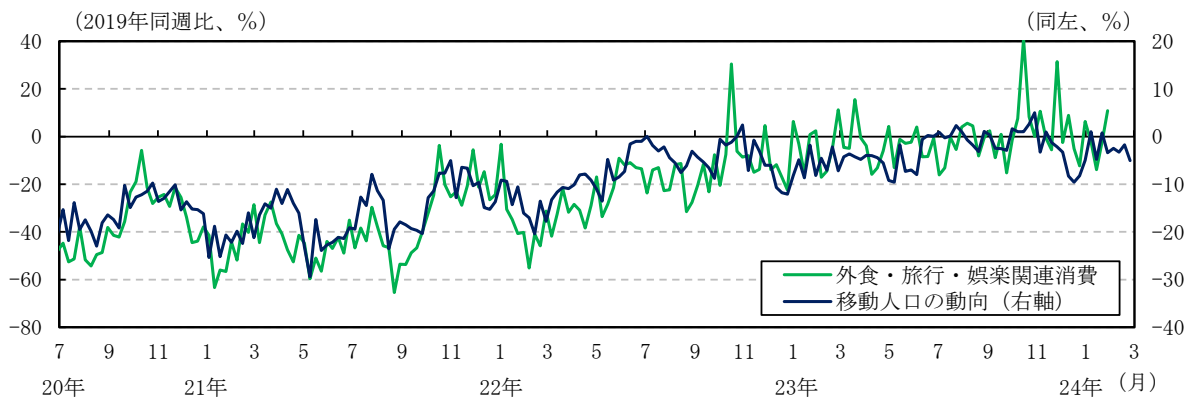
全国の平均気温・日照時間・降水量



(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。
 (出所) 総務省、気象庁統計より大和総研作成

人出

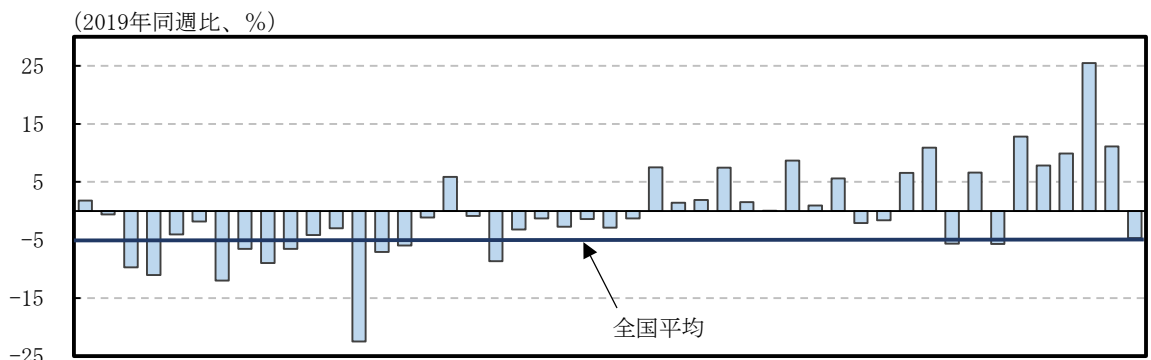
外食・旅行・娯楽関連消費と移動人口の動向 (直近値 2024/2/25)



(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 (2024/2/19~2/25 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