

Economic Indicators

発表日: 2023年3月10日(金)

家計調査(2023年1月)

～消費は先行き回復を見込むも、ペースは緩やかなものにとどまると予想～

第一生命経済研究所

シニアエグゼクティブエコノミスト 新家 義貴

(TEL: 050-5474-7490)

(単位: %)

		実質消費支出 (二人以上世帯)			実質可処分所得 (勤労者世帯)		消費性向 (勤労者世帯)
		前年比	前月比	前月比	前年比	前月比	季節調整値
2022	1月	6.9	▲ 0.7	▲ 2.8	2.6	▲ 2.3	64.0
	2月	1.1	▲ 3.4	0.3	0.1	▲ 0.7	62.0
	3月	▲ 2.3	3.8	2.9	3.4	1.6	64.1
	4月	▲ 1.7	0.6	0.6	▲ 3.6	▲ 2.7	65.7
	5月	▲ 0.5	▲ 1.4	▲ 1.5	▲ 5.1	0.8	63.8
	6月	3.5	1.1	0.4	▲ 1.2	1.2	64.1
	7月	3.4	▲ 1.0	▲ 0.8	▲ 5.0	▲ 2.2	66.0
	8月	5.1	▲ 0.9	0.2	▲ 2.2	1.8	64.2
	9月	2.3	0.8	0.7	0.1	1.2	64.3
	10月	1.2	0.7	0.8	▲ 1.9	▲ 2.1	65.0
	11月	▲ 1.2	▲ 0.4	▲ 0.9	▲ 0.9	0.9	63.4
	12月	▲ 1.3	▲ 1.4	0.0	▲ 1.7	0.9	62.8
2023	1月	▲ 0.3	2.7	▲ 0.1	▲ 2.8	▲ 3.2	67.0

※「住居」、「自動車等購入金」、「贈与金」、「仕送金」を除いている

サービス消費の増加が1月の消費を牽引

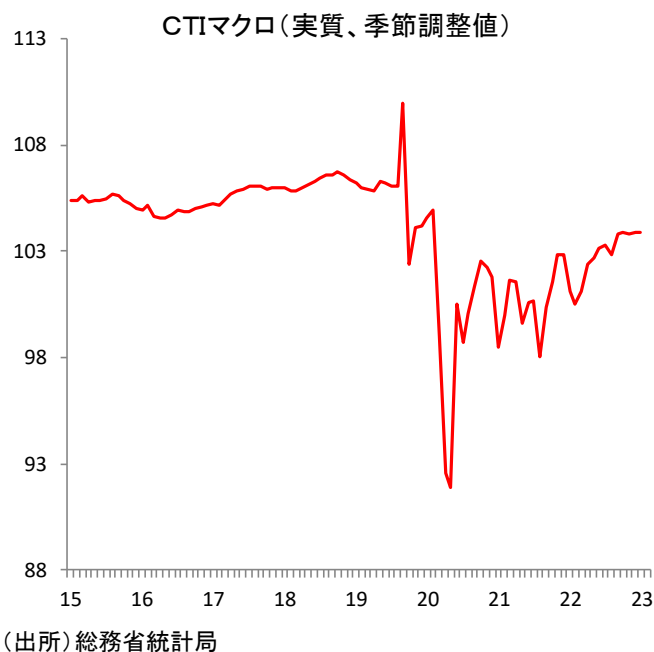
総務省から公表された2023年1月の家計調査では、実質消費支出が前年比▲0.3%と、12月の同▲1.3%から減少幅が縮小した。季節調整済前月比でも+2.7%と、11、12月の減少の反動もあってリバウンドがみられている。新型コロナウイルスの感染第8波の落ち着きに加え、ウイズコロナの進展により消費者の慎重姿勢が和らいでいることが影響したものとみられる。1月は特にサービス消費が強く、宿泊料や国内パック旅行などが前年比で大幅に増加、それに付随する形で航空運賃や鉄道運賃も増加している。全国旅行支援の割引率は1月から半減したものの、引き続き旅行需要は強いことが確認できる。また、外食も回復傾向が続いており、1月は前年比で二桁の伸びとなっている。

ただし、実質消費支出を、振れの大きい自動車購入費等を除いてより実勢に近いとみられる「除く住居等」で見ると前月比▲0.1%（12月：0.0%）と、ほぼ横ばいにとどまっている点には注意が必要だ。後述のCTIマクロでも微増にとどまっていることを踏まえると、ヘッドラインの数字ほど1月

の消費が強かったかどうかについては疑問も残る。サービス消費が増えた分、他の消費を減らしたという動きもあったとみられ、1月のヘッドラインの強さについてはやや割り引いて見ておく必要があるだろう。

先行きは緩やかな増加を見込む

総務省では、家計調査の結果に加え、商業動態統計や第3次産業活動指数、鉱工業生産指数など他の統計の結果も加味した総消費動向指数（CTIマクロ）を毎月試算している。GDPの家計最終消費支出に近づけることを目的として作成された指数であり、実際、それなりに近い動きをする。このCTIマクロは、1月に前月比+0.1%（12月：+0.1%）と微増だった。1月の水準の10-12月期比も+0.1%であり、力強さに欠ける。また、個人消費を総合的に把握することを目的として試算されている、日本銀行の消費活動指数（実質、旅行収支調整済）では1月に前月比+1.2%と、11月（同▲1.8%）、12月（同▲1.1%）の落ち込みから増加に転じているが、1月の水準を10-12月期と比較すると▲0.1%にとどまる。統計ごとにまちまちで評価が難



しいところだが、総合的に判断すれば、足元の個人消費は緩やかな増加傾向にあるといった見方が妥当だろうか。消費が落ち込んでいるわけではないが、強いと言えるほどの数字でもない。ウィズコロナの進展による消費活動正常化の動きが押し上げ要因となる一方、物価上昇が抑制要因になっている可能性があるだろう。

先行きも、個人消費は緩やかな増加が続くと予想する。消費者の新型コロナウイルスに対するの慎重姿勢は以前と比較して和らいでおり、感染リスクを各自が考慮しながら可能な限り消費活動を行うことが定着しつつある。また、マスクの着用に関して原則として個人の判断に委ねられるようになったことに加え、5月8日より新型コロナウイルスの感染法上の分類が、これまでの2類相当から、季節性インフルエンザと同じ5類に引き下げられる予定だ。こうした見直しには賛否両論あるが、政府がある種のお墨付きを与えることで、消費者の慎重姿勢を和らげ、ウィズコロナを一層進展させることに繋がるだろう。これらはサービス消費の押し上げに繋がる。

一方で気になるのはやはり物価上昇。政府による負担軽減策で電気代・都市ガス代の値下げが実施されたことはプラス材料だが、食料品価格の値上げは未だに速いペースで進んでいることもあり、消費者の負担感は引き続き強いものにとどまるだろう。大手電力各社が電気料金の大幅引き上げを申請しており、再び電気代が押し上げられる可能性があることも懸念材料だ。マインドへの悪影響も含め、今後も物価動向は消費を抑制する要因として働く可能性が高い。

全体としてみれば、消費活動正常化への動きが勝り、個人消費は上向きで推移するとみているが、そのペースについては緩やかなものにとどまる可能性が高いと予想している。

本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命保険ないはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。