

基礎研
レポート

家計消費の動向（～2024年7月）

物価高で食料や日用品を抑え、娯楽をやや優先だが温度差も

生活研究部 上席研究員 久我 尚子
(03)3512-1878 kuga@nli-research.co.jp

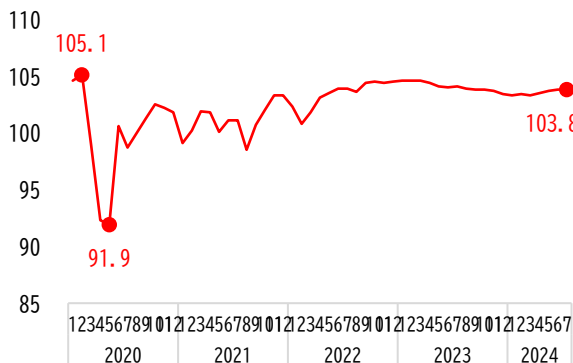
1—はじめに～個人消費はやや改善傾向だがコロナ禍前より低水準、課題は可処分所得の持続的増加

2024年7月の個人消費は、依然としてコロナ禍前の水準を下回るものの、年初と比べれば僅かに改善傾向を示している（図表1）。この要因には、可処分所得に改善の兆しが見えてきたことがあげられる。消費者物価指数の上昇率は高水準で推移しているが、ピーク期と比べれば落ち着いており、昨年春頃から賃上げの機運が高まっていることで、実質賃金（賞与等を含む「現金給与総額」）は2024年6月に2年3か月ぶりにプラスへと転じ（前年比+1.1%）、7月も上昇幅は縮小されたもののプラスの状況が続いている（同▲0.4%：速報値）。また、6月には所得税・住民税の定額減税が実施された。

一方で個人消費の回復に勢いが欠ける背景には、主に基本給から成る「きまって支給する給与」が未だマイナスで推移しており（同▲0.8%：速報値）、現在のところ、消費者は可処分所得の増加は一時的なものと考えていることや、歴史的な円安は修正局面に入ったが、米国景気の減速懸念から金融市場が不安定な動きを見せる中で、根強い先行き不安が存在する影響などがあげられる。

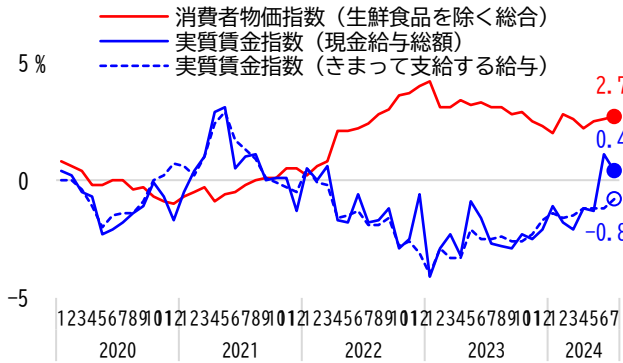
このような中で、本稿では総務省「家計調査」を用いて、コロナ禍以降、2024年7月までの二人以上世帯の消費動向について分析する。

図表1 総消費動向指数（CTIマクロ）（2020年=100）



(資料) 総務省「消費動向指数」より作成

図表2 消費者物価指数と実質賃金指数（前年同月比）

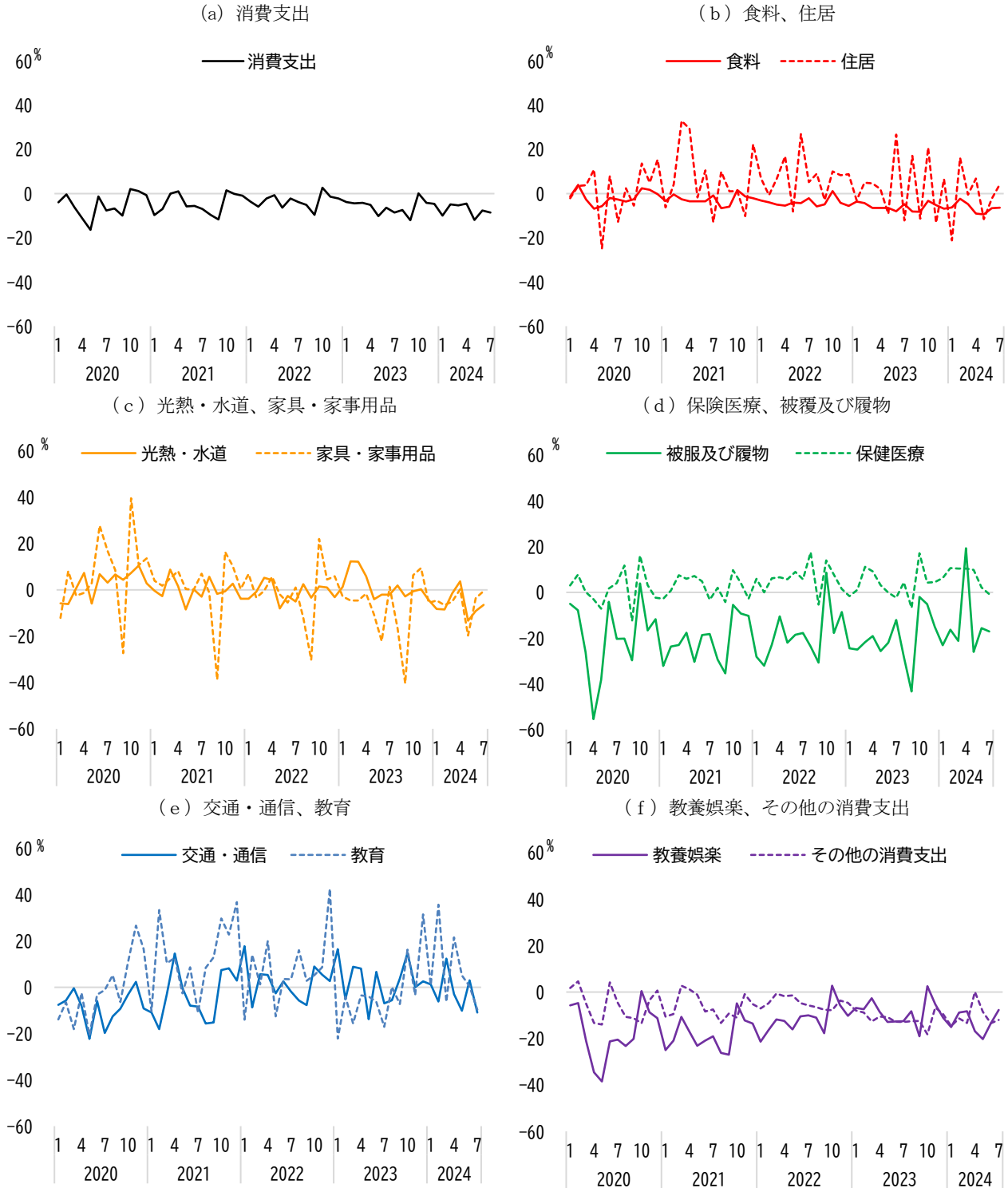


(資料) 総務省「消費者物価指数」および厚生労働省「毎月勤労統計」より作成

2——二人以上世帯の消費支出の概観～全体で低迷、食料や日用品を抑え、娯楽を比較的優先か

まず、二人以上世帯の消費支出、および内訳の主な費目（大分類として示されるもの）の概況を捉え、次節にてコロナ禍の影響を受けた個別費目（主に小分類）の状況を分析する。

図表3 二人以上世帯の消費支出および内訳の主な品目（大品目）の推移（対2019年同月実質増減率）



（資料）総務省「家計調査」より作成

コロナ禍前の2019年同月と比べた二人以上世帯の消費支出は、2022年以降は10月¹を除く全ての月で2019年を下回っている(図表3(a))。2023年5月に新型コロナウイルス感染症の感染症分類が5類に引き下げられ、消費行動が平常化に向けて動き出したことで、消費の改善が期待されたが、実際には減少幅はやや拡大傾向にある。この要因には、前述の通り、賞与の増加や定額減税の実施によって可処分所得が増えた世帯もあるものの、物価高が継続する中で、基本給の増加が十分ではないことがあげられる。可処分所得の増加が持続的なものであるとの認識に至っていないために、消費が抑制されている可能性がある。

なお、図表2に示す総消費動向指数と、二人以上世帯の消費支出の動きが異なるようだが、これは、前者は二人以上世帯だけでなく、単身世帯や三世帯世帯なども含む総世帯の消費支出総額(GDP統計の家計最終消費支出に相当するもの)であることに加えて、コロナ禍前との比較ではなく、2020年=100として指数化されたものであるためだ。いずれにしろ、2024年7月の時点では、コロナ禍前の水準に戻らずに低迷している状況は同様である。

二人以上世帯の消費支出の内訳を見ると、コロナ禍前をおおむね下回るのは「食料」や「家具・家事用品」、「被服及び履物」、「教養娯楽」、「その他の消費支出」(交際費や仕送り金など)であり、コロナ禍前をおおむね上回るのは「住居」や「保健医療」である(図表3(b)~(f))。

なお、コロナ禍前をおおむね下回る費目のうち「食料」や「家具・家事用品」、「その他の消費支出」は2023年に入った頃から減少(悪化)傾向を示しているが、「被覆及び履物」と「教養娯楽」は、おおむね横ばい(あるいは若干増加(改善)傾向)で推移している。よって、消費行動が平常化へ向かうとともに、物価高が継続して、実質的には目減りしてきた可処分所得の使途として、食料や日用品などの日常的な消費は抑制される一方、コロナ禍で控えられてきた旅行・レジャーなどの娯楽のような非日常的な消費や、それに付随する消費は比較的優先されるなど(とはいえコロナ禍前より低水準)、消費者の選択性が高まっている可能性がある。

次節では、これらの大分類で見えにくい変化の詳細を捉えるために、特にコロナ禍の影響を受けた個別費目(主に小分類)に注目しながら、足元までの状況を分析する。

3—コロナ禍の影響を受けた主な費目のその後~物価高や行動変容で改善傾向に温度差

1 | コロナ禍で減少していた費目

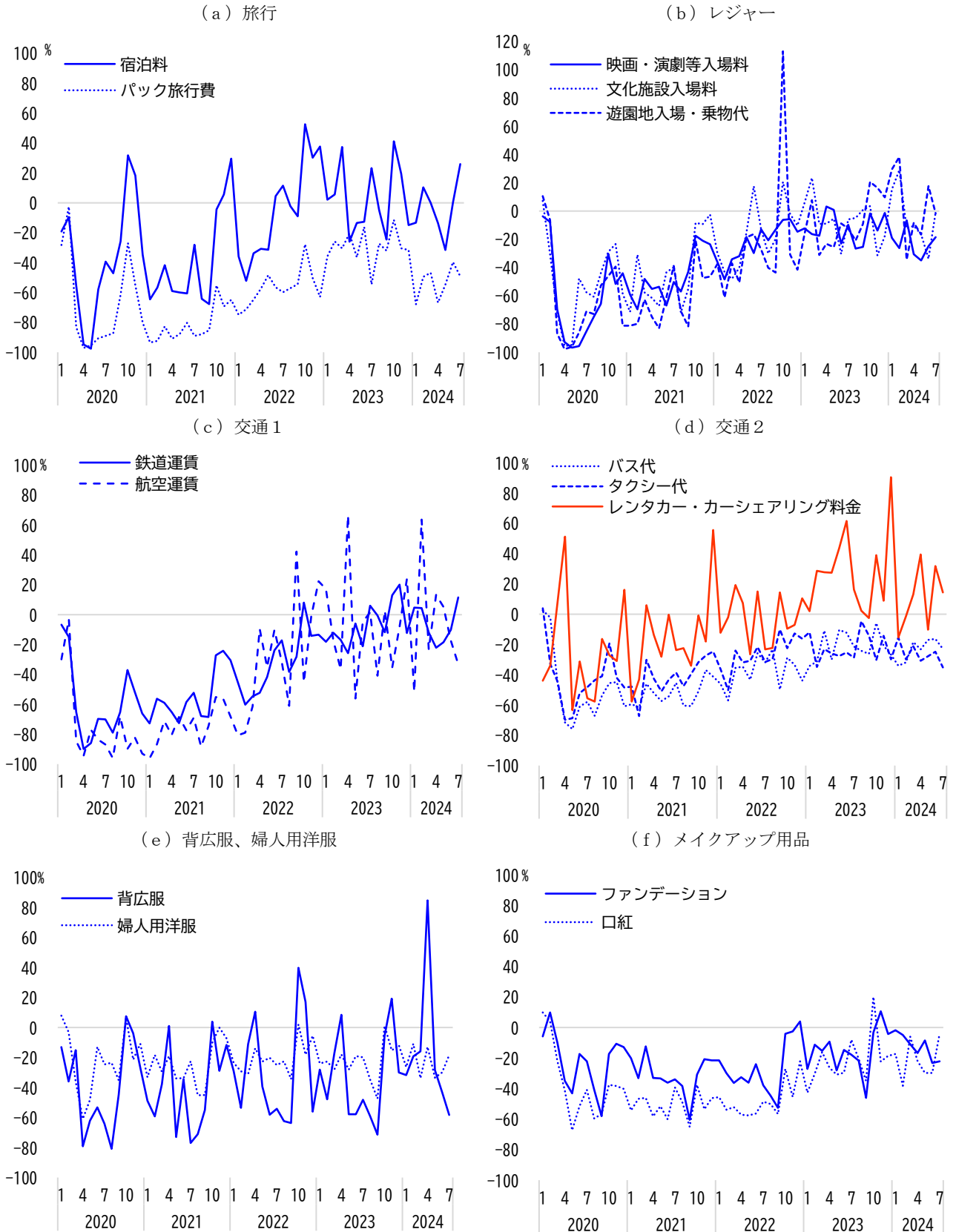
① 旅行・レジャー~国内旅行や遊園地は堅調の一方、円安で海外旅行は抑制傾向など娯楽の中でも温度差

まず、コロナ禍の影響で支出額が減っていた費目について捉える。「宿泊料」や「パック旅行費」は、コロナ禍でも政府による需要喚起策²の効果が後押しすることで、2023年前半頃までは増加傾向を示し、特に「宿泊料」はコロナ禍前の水準を上回る月が目立っていた(図表4(a))。一方、コロナ禍が明けた2023年後半以降は、両者ともおおむね横ばいで推移するようになり、2024年に入ると、「パック旅行費」は減少傾向を示すようになっている。「パック旅行費」は、交通費を含み海外旅行の影響

¹ 消費税率引き上げによる反動減の影響が大きな2019年10月との対比であるため、各年10月はプラスを示しやすい。

² 2020年7月下旬に「GoToトラベル」が開始され、感染拡大によって12月下旬に一旦停止。2021年4月から自県民の県内旅行を推進する「県民割」が、その後、対象を地域ブロックに広げた「ブロック割」を2022年10月上旬まで実施。その後は対象を全国に広げた「全国旅行支援」が実施されている。2023年4月以降の「全国旅行支援」は各都道府県の予算がなくなり次第、順次終了。

図表4 二人以上世帯のコロナ禍で影響を受けた主な品目（小分類）の推移（対2019年同月実質増減率）

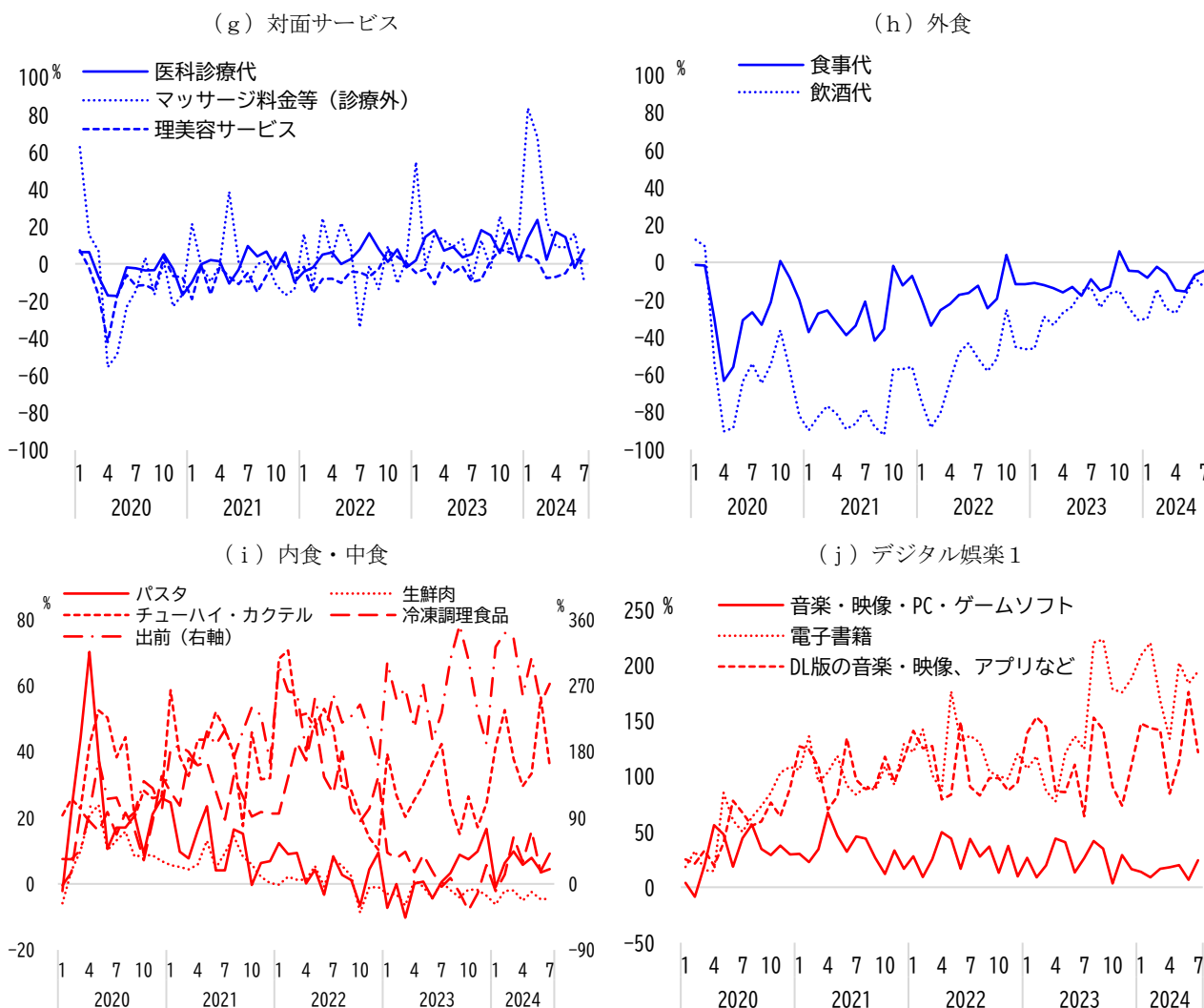


(注) コロナ禍の影響で減少した費目を青、増加した費目を赤い折れ線で示している。

(資料) 総務省「家計調査」より作成

<次頁へ続く>

図表4（続き） 二人以上世帯の消費支出および内訳の主な品目（大品目）の推移（対2019年同月、実質増減率）



（注1） コロナ禍の影響で減少した費目を青、増加した費目を赤い折れ線で示している。

（注2） 「出前」や「音楽・映像・PC・ゲームソフト」、「電子書籍」、「DL版の音楽・映像、アプリなど」は名目値

（資料） 総務省「家計調査」より作成

が大きいために、2023年夏頃から歴史的な円安が進行³したことで、強い需要があっても割高感の強さから抑制されている可能性がある。

レジャーについても旅行と似た傾向が見られ、2023年までは増加傾向が強まっていたが、2024年に入って「遊園地入場・乗物代」と「文化施設入場料」は横ばい、「映画・演劇等入場料」は減少傾向が見られる（図表4（b））。

以上の旅行やレジャーの状況から、物価高で可処分所得に限りがある中では、娯楽費の中でも優先度や割高感の違いなどから温度差が生じている可能性がある（国内旅行や遊園地は優先される一方、海外旅行は控えられるなど）。

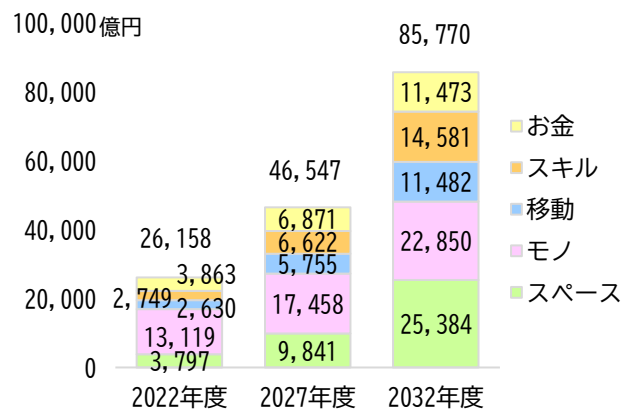
³ 日本銀行「外国為替市況」によると、2023年5月末は1米ドル139.75円だったが、その後、一層円安が進み、2024年4月末は1米ドル160.93円へと上った。7月以降は円高方向で8月末は1米ドル144.94円。

② 交通～バス・タクシーは供給不足などを背景にコロナ禍前より低水準、レンタカー・カーシェアは増加

交通費についても、2023年までは増加傾向を示し、2024年に入って横ばい、あるいはやや減少傾向を示している（図表4(c)・(d)）。なお、「鉄道運賃」と「航空運賃」は「宿泊料」とおおむね同様に推移している。また、「バス代」と「タクシー代」はコロナ禍前の水準を下回り続けているが、これは需要というよりも供給に課題がありそうだ。以前から高齢化による運転手不足は課題であったが、コロナ禍で廃業が相次いだ後、回復しないままにインバウンドが本格的に再開しているため、供給不足から日本人の需要に十分に対応できていない可能性がある。とすれば、「鉄道運賃」にはバスやタクシーでの移動需要の一部が移行しているとも見られる。

ところで、「レンタカー・カーシェアリング料金」はコロナ禍で需要増（非接触志向の高まりによる公共交通機関の代替手段など）と需要減（外出控えによる観光地での利用減少など）の両面の影響があった費目である。当初は両者を差し引くとコロナ禍前を下回る月もあったが、2022年頃からコロナ禍前を上回って推移している。この要因には、シェアリングエコノミーの進展や物価高による節約志向の高まりなどがあげられる。なお、一般社団法人シェアリングエコノミー協会の推計によると、シェアリングエコノミーの市場規模は2022年度に2兆6,158億円であり、そのうちカーシェアやシェアサイクルなどの移動のシェアは2,630億円（市場の10.1%、なお市場の約半分はフリマアプリなどのモノのシェア）で、今後も拡大する見通しである。

図表5 シェアリングエコノミーの市場規模
(ベースシナリオ)



(資料) 一般社団法人シェアリングエコノミー協会「シェアリングエコノミー市場調査 2022年版」より作成

③ アパレル・メイクアップ用品～アパレルは中長期的に低迷懸念、メイクアップ用品は2024年も改善傾向継続

「背広服」や「婦人用洋服」は、月による増減が大きいですが、外出行動に関連が深いこともあり、コロナ禍前を大幅に下回る月が目立つ（ただし、脚注1の消費増税による反動減との対比で特に10月に伸びやすい費目）（図表4(e)）。一方で、2024年4月に「背広服」は大幅に伸びているが、これは、5類引き下げ後に初めての新年度を迎えたことで、スーツの買い替えや入社式などの行事需要などが後押しした影響が考えられる。ただし、アパレル用品については、中長期的にオフィス着のカジュアル化やテレワークの普及による出社機会の減少に伴う需要低下や、ファストファッションやフリマアプリなどの二次流通の普及による支出額の減少が懸念されていくものと見られる。

「ファンデーション」や「口紅」についてはコロナ禍前を下回る月が多いものの、2023年以降、改善傾向が強まっている（図表4(f)）。両者とも他の費目とは異なり、2023年と比べて2024年は改善傾向が強まっている。メイクアップ用品については、5類引き下げで消費行動が平常化される中で、特にマスク着用の機会が減った影響が大きいのだろう。

④ 対面サービス～インフルエンザなどが季節を問わず流行で診療代は2023年以降も高水準

「医科診療代」や「マッサージ料金等（診療外）」、「理美容サービス」は、いずれも必需性が高いため、外出行動に関わる費目の中でコロナ禍でも比較的早期に改善傾向を示してきた（図表4（g））。2023年以降の「医科診療代」の増加については、外出行動の平常化によってインフルエンザなどの他の感染症も季節を問わずに流行し始めたことで、医療機関の受診が増えた可能性があげられる。

⑤ 外食～「食事代」も「飲酒代」もコロナ禍前より低水準が継続、行動変容と物価高で消費抑制対象の可能性も

外食の「食事代」と「飲酒代」は改善傾向が続いているが、2024年に入って鈍化している（図表4（h））。また、両者とも未だコロナ禍前の水準を下回っており、特に「飲酒代」が低迷している。国内旅行や遊園地などと比べて、外食の改善傾向が鈍い要因には、テレワークの普及で就労者の外食機会（昼食や職場の飲み会）が減少したことに加えて、物価高が続く中では消費抑制対象となっている可能性があげられる。

2 | コロナ禍で増加していた費目

① 内食・中食～出前は大幅伸長が継続、物価高で外食控えによる手軽な中食需要や安価な食材選択も

ここからは、コロナ禍の影響で支出額が増えていた費目について捉える。内食（自炊）や中食（冷凍食品や総菜、出前）に関連する費目は、コロナ禍当初は「巣ごもり需要」によって増えていたが、2021年以降は外食の再開傾向が強まる中で、コロナ禍をきっかけに供給量の増えた「出前」（名目値であることに注意）と家飲み需要と見られる「チューハイ」を除くと、減少傾向を示すようになっている（図表4（i））。一方で、足元では費目によって傾向が異なっており、「パスタ」は2023年半ば、「冷凍調理食品」は2024年頃から再び増加に転じる一方、「生鮮肉」は減少傾向が続いている。物価高が継続する中で、外食控えによる代替手段（手軽な食事）として需要が増している費目がある一方、消費者が安価な食材を求める中で需要が弱まっている費目がある様子がうかがえる。

② デジタル娯楽～デジタル化の進展で外出行動再開でも電子書籍やアプリ類は堅調

巣ごもり生活で需要の増した「電子書籍」やソフト・アプリ類は、外出行動は再開されて以降も、デジタル化の進展という土台があるために、コロナ禍前の水準を上回って堅調に推移している（図表4（j））。

4——おわりに～個人消費の改善は可処分所得の持続的増加が鍵

本稿では、総務省「家計調査」を用いて、コロナ禍以降、2024年7月までの二人以上世帯の消費動向について捉えた。その結果、2023年5月の5類引き下げ以降、消費行動は平常化に向かう中でも、物価高で可処分所得に限りがあるために、食料や日用品などの日常的な消費は抑制される一方、コロナ禍で控えられてきた旅行・レジャーなどの娯楽といった非日常的な消費が比較的優先されるなど（とはいえコロナ禍前より低水準）、消費者の選択性が高まっている様子がうかがえた。また、娯楽の中でも優先度や割高感の違いなどから温度差が生じている様子も見えた（国内旅行や遊園地と比べて、海

外旅行や外食（特に飲酒）の改善状況が弱いなど）。このほか、これまでも指摘してきたように、バスやタクシーの運転手の高齢化による供給不足やテレワークの普及など行動変容に伴う支出額の減少といった、社会や消費構造変化の影響も見て取れた。

冒頭で述べたように、個人消費は足元で僅かに改善傾向を示しているものの、2024年7月の時点では未だコロナ禍前の水準を下回っている。その要因として、消費者が可処分所得の増加が一時的なものだと捉えていることや、不安定な金融市場を背景にした先行き不安の影響などがあげられる。確かに、2024年7月の時点では、主に基本給から成る「きまって支給する給与」は未だマイナスのままだが、推移を見れば、2023年以降は改善傾向が続き、プラスへの転換が目前に迫った状況だ。実質的に基本給が増え、その状況が継続することで、消費者が可処分所得の増加を持続的なものと認識できるようになれば、個人消費はコロナ禍前の水準を超えて改善していくだろう。