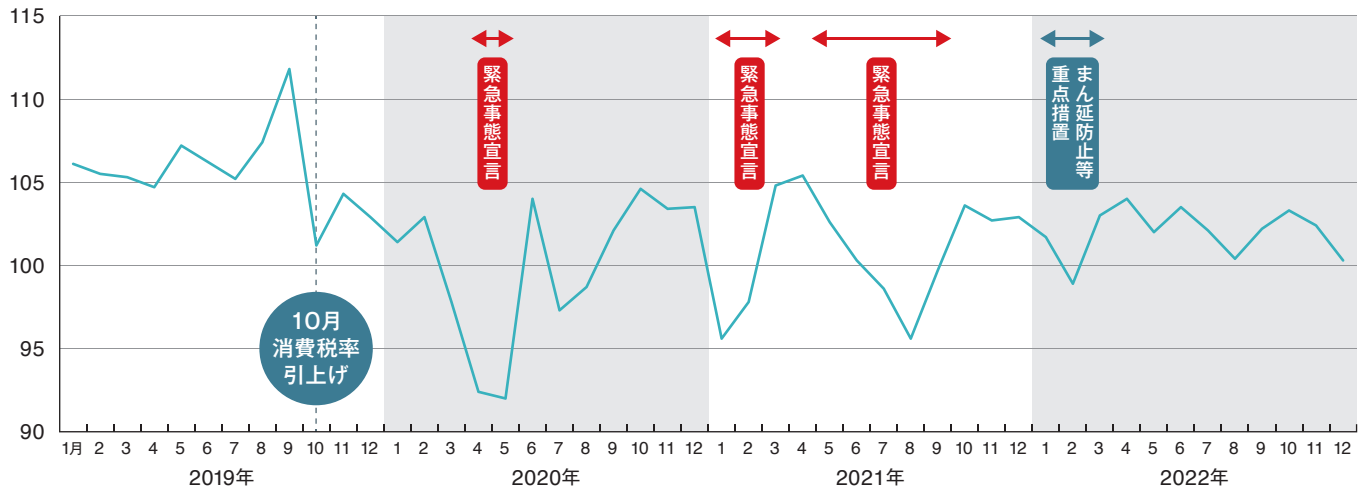


新型コロナウイルス感染症が消費活動に与える影響は縮小

消費支出(季節調整値)の推移(2019年1月~2022年12月)-二人以上の世帯

二人以上の世帯における消費支出の動向について、季節性や物価変動の影響を取り除いた消費水準(季節調整済実質指数、2020年=100)の推移をみると、2022年の消費支出は、2020年及び2021年に引き続き、新型コロナウイルス

感染症の影響を受けて推移しましたが、行動制限が徐々に緩和されたことや感染症に対する意識の変化なども影響したことで、新型コロナウイルス感染症が消費活動に与える影響は縮小しつつあるとみられます。

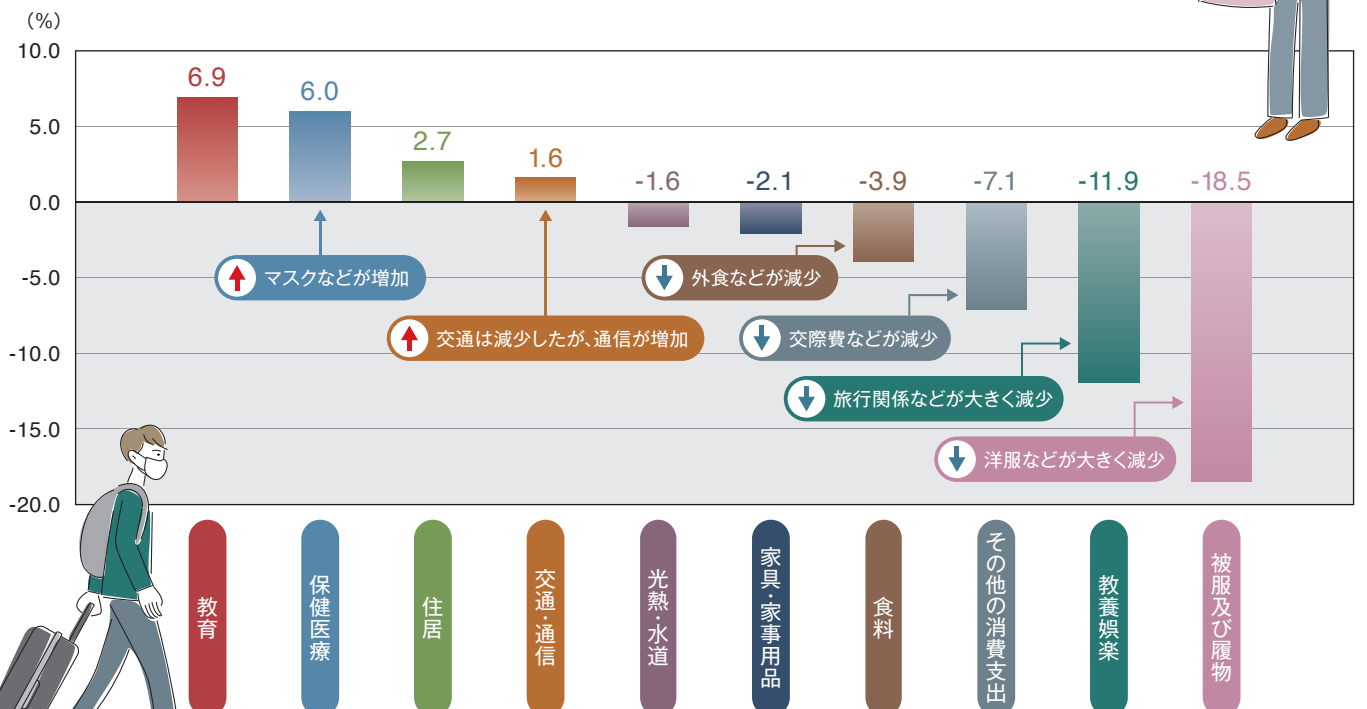
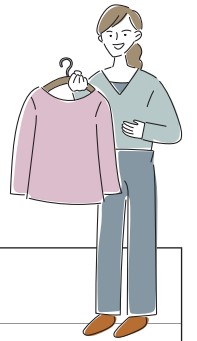


資料:家計調査結果(季節調整値は、2022年12月分公表時のもの)

衛生用品は堅調が続き、外出に伴う消費は減少が続くものの改善傾向

10大費目別対2019年実質増減率(2022年平均)-二人以上の世帯

2022年の消費支出を新型コロナウイルス感染症の影響がない2019年と比べると、マスクを始めとした衛生用品などの消費が増加となりました。一方で、外食、交通、旅行、洋服などの関連消費は、2019年に比べ減少となりましたが、2022年春以降に行動制限がなくなり外出機会が増えたことで2021年からは増加しています。



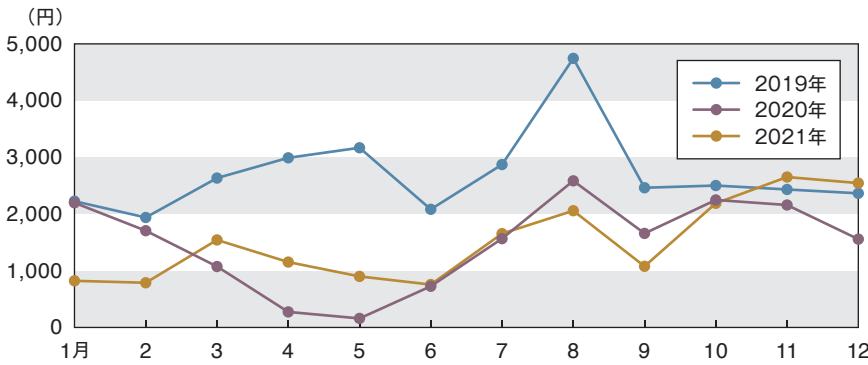
資料:家計調査結果

新型コロナウイルス感染拡大前後の宿泊料

宿泊料の支出金額の推移-全国 (二人以上の世帯1世帯当たり月平均、2019年1月~2021年12月)

二人以上の世帯における宿泊料について、1か月当たりの支出金額の推移をみると、2020年以降、新型コロナウイルス感染拡大の影響を大きく受けていることがわかります。
2020年は、感染拡大や緊急事態宣言の影響を受け、特に前半の支出金額が大幅に減少しました。2021年についても、

10月までは支出金額が2019年を上回ることはありませんでしたが、11月には、感染拡大以降初めて2019年を超える支出金額となりました。感染状況が一時的に落ち着き、外出自粛の緩和などが影響したと考えられます。



注 宿泊料：宿泊に係る各種料金。バック旅行費に含まれる宿泊料及び出張のために支払った費用は除く。
資料：家計消費状況調査結果



「現金」以外の支出の割合は、千葉県が31.2%と最も高く、 鹿児島県が14.9%と最も低い

都道府県別消費支出に占める「現金」以外の支出の割合(総世帯)(2019年※1)

順位 ※2	都道府県	【消費支出】 「現金」以外の 支出の割合 (%)	順位	都道府県	【消費支出】 「現金」以外の 支出の割合 (%)
1	千葉県	31.2	25	山口県	23.6
2	神奈川県	31.2	26	栃木県	22.9
3	東京都	31.0	27	鳥取県	22.7
4	愛知県	30.9	28	島根県	22.2
5	京都府	30.4	29	福岡県	21.8
6	三重県	30.1	30	岡山県	21.7
7	広島県	29.1	31	新潟県	21.5
8	北海道	28.2	32	和歌山県	21.3
9	宮城県	28.0	33	秋田県	21.3
10	茨城県	27.9	34	福井県	20.7
11	兵庫県	27.3	35	群馬県	20.5
12	埼玉県	26.9	36	徳島県	20.4
13	奈良県	26.6	37	高知県	20.4
14	滋賀県	26.6	38	愛媛県	19.5
15	沖縄県	26.5	39	岩手県	19.4
16	石川県	26.2	40	青森県	19.4
17	岐阜県	25.8	41	熊本県	18.6
18	大阪府	25.2	42	山形県	18.5
19	富山県	25.2	43	大分県	17.6
20	福島県	24.9	44	宮崎県	16.4
21	静岡県	24.6	45	佐賀県	16.3
22	山梨県	24.4	46	長崎県	15.9
23	長野県	24.1	47	鹿児島県	14.9
24	香川県	23.7			

2019年※1の総世帯の「現金」を除く購入形態(「クレジットカード、掛買い、月賦、電子マネー」)における支出割合を都道府県別にみると、千葉県が31.2%と最も高く、次いで神奈川県、東京都、愛知県などとなっています。一方、鹿児島県が14.9%と最も低く、次いで長崎県、佐賀県、宮崎県などとなっています。



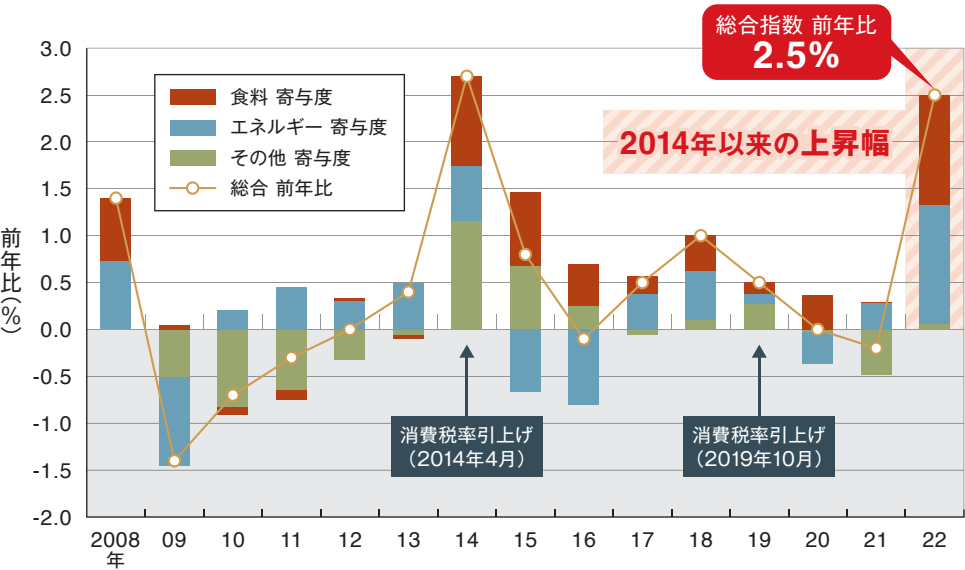
※1 2019年10月・11月の1か月平均
※2 表中の割合は、表示単位に四捨五入している。順位は表示単位未満を含めた値で作成しているため、割合が同じでも順位が異なる。
資料：全国家計構造調査結果

2022年の消費者物価指数は2.5%の上昇

消費者物価指数(全国)の前年比の推移(2008年~2022年)

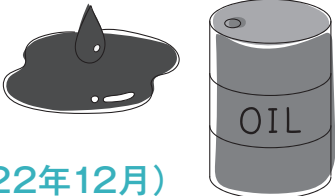
近年の動きをみると、原油価格の変動に伴うエネルギー価格*の値動きや2度にわたる消費税率引上げが消費者物価の動向に大きく影響しています。
2021年は、大手通信事業者等から低廉な料金プランが提供され、通信料(携帯電話)が下落した影響などにより、2016

年以来の下落となりました。2022年は、原油価格や原材料価格の国際的な高騰に為替の影響も加わり、エネルギーや食料を中心に多くの品目で値上がりが発生し、前年比2.5%の上昇と、2014年以来の上昇幅となりました。



消費者物価指数

消費者物価指数は、世帯(消費者)が購入する多種多様な商品等の価格変化を総合して、平均的な物価の動きをみるための指標です。「経済の体温計」とも呼ばれ、経済政策を的確に推進する上で極めて重要な指標となっています。

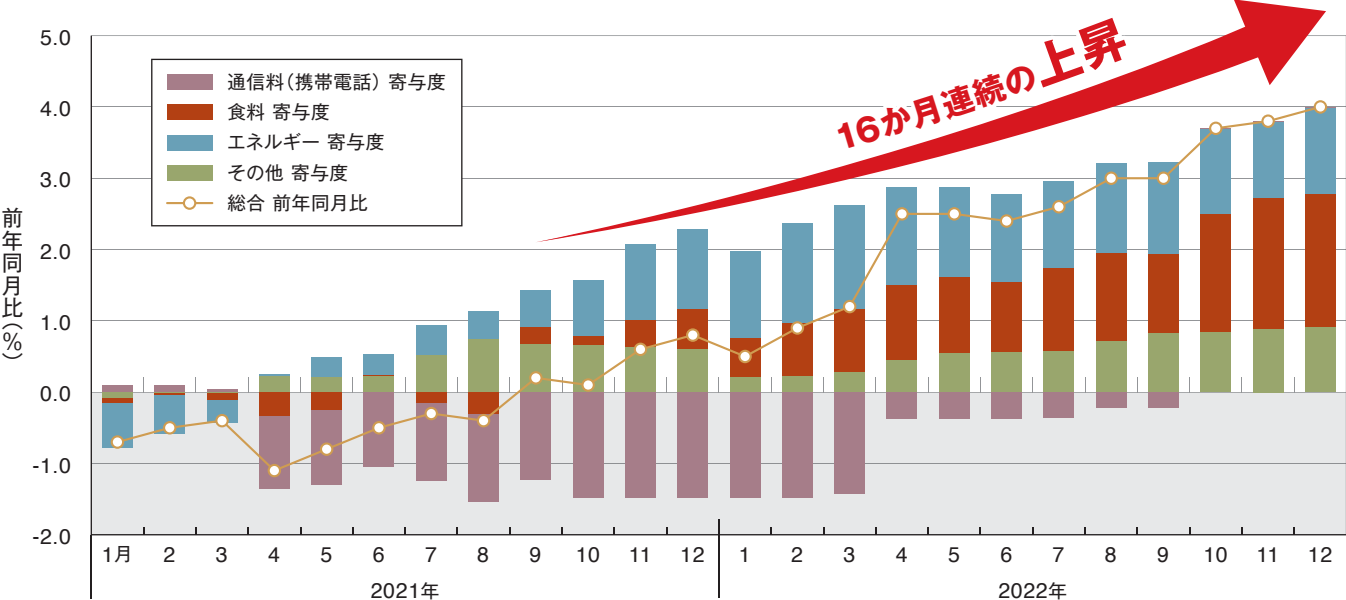


* エネルギーは、電気代、都市ガス代、プロパンガス、灯油及びガソリン
資料: 消費者物価指数

消費者物価指数(全国)の前年同月比の推移(2021年1月~2022年12月)

2022年を月別にみると、12月時点で、前年の9月以降、16か月連続の上昇となりました。原油価格や原材料価格の国際的な上昇や為替の影響を受けて、エネルギー及び食料の上昇が年間を通じて大きく寄与しました。

4月には、前年の通信料(携帯電話)の下落による影響が小さくなったことにより、大きく上昇し、年後半にかけては、食料とともに、その他の品目による値上げの影響が徐々に拡大しました。



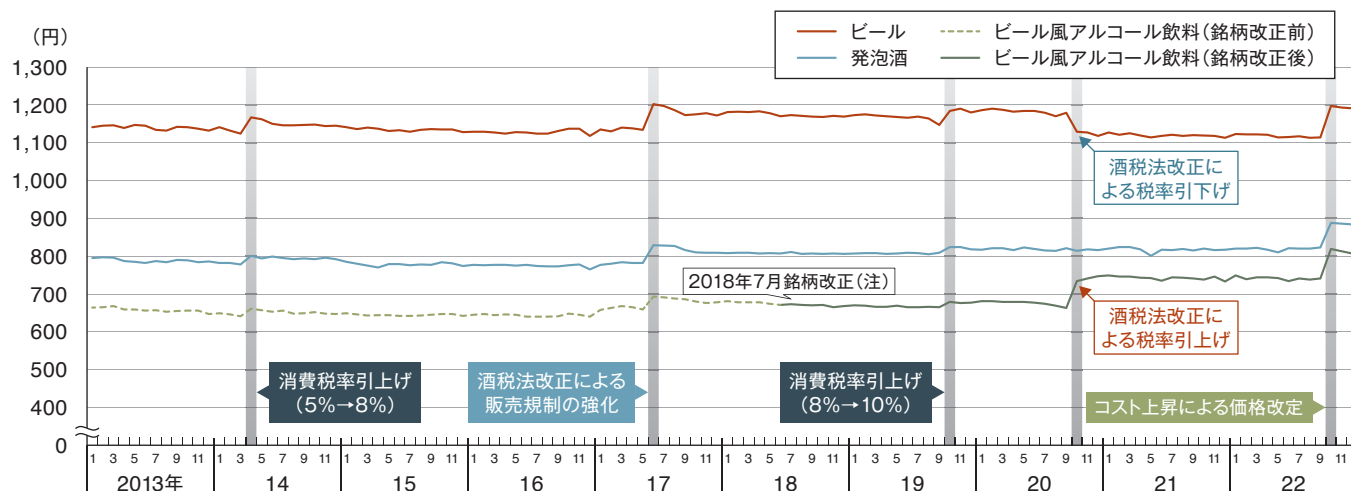
資料: 消費者物価指数

「ビール」の価格の動き

「ビール」、「発泡酒」及び「ビール風アルコール飲料」の小売価格の推移 (2013年～2022年)-東京都区部

「ビール」、「発泡酒」及び「ビール風アルコール飲料」^{※1}の小売価格は、2017年6月の酒税法改正^{※2}の影響により上昇した後は下落傾向にありましたが、2019年10月の消費税率引上げにより上昇しました。その後、2020年10月の酒税法改正^{※3}ではビールは税率引下げにより下落し、ビール風アル

コール飲料は税率引上げにより上昇しました。その後は横ばい傾向で推移しましたが、2022年10月には、原材料価格や資材価格・エネルギー価格・物流費などのコスト上昇により、いずれの品目も上昇しています。



※1 いずれも1パック(350ml入り6缶パック)の税込価格

※2 仕入れ値に運送費、人件費などを含めた「総販売原価」を下回る価格で販売した小売店の酒販売免許取消し等、公正な取引を図るため、販売規制を強化する内容の法改正

※3 2020年10月1日からの段階的な税率の改正で、酒の種類により税率の引上げ・引下げが異なる。

注 「ビール風アルコール飲料」は、2018年7月に軽微な銘柄改正をしている。

資料：小売物価統計調査結果



「ガソリン」の価格の動き

「ガソリン」の小売価格の推移(2005年～2022年)-東京都区部

「ガソリン」^{※1}の小売価格は、2016年以降、OPECの原油の生産調整(減産)などの影響により上昇傾向にありましたが、2018年に入ると、おおむね140円台から150円台で推移するようになりました。その後、2020年には、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、原油の需要が世界的

に落ち込んだことを受けて下落し、2021年に入ると、世界的な経済回復による原油の需要増加などの影響により上昇しましたが、2022年は、燃料油価格激変緩和対策事業^{※2}が実施され、おおむね横ばいで推移しています。



※1 レギュラーガソリン、セルフサービス式を除く(1L当たり)。

※2 コロナ禍における「原油価格・物価高騰等総合緊急対策」(令和4年4月26日 原油価格・物価高騰等に関する関係閣僚会議にて取りまとめ)に基づき実施する施策であり、原油価格高騰が、コロナ禍からの経済回復の重荷になる事態を防ぐため及び国際情勢の緊迫化による国民生活や経済活動への影響を最小化するための激変緩和措置として、燃料油の卸売価格の抑制のための手当てを行うもの

資料：小売物価統計調査結果