

第4章

物価・消費の動向

2022年の物価は、原油を含む輸入物価の高騰が徐々に国内物価に波及したことで、1年間を通じて前年同月と比べて上昇した。個人消費については、2020年の感染拡大における経済社会活動の抑制により急速に悪化したものの、2021年後半から徐々に回復し、2022年には、経済社会活動が活発化する中で、持ち直しの動きがみられた。

本章では、2022年の物価・消費の動向を概観する。

●消費者物価指数（総合）は高い伸びが続いた

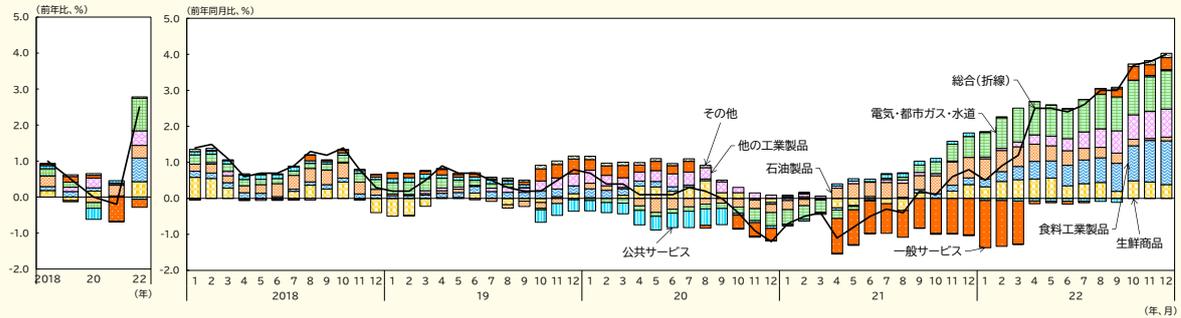
まず、第1-(4)-1図により消費者物価指数（総合）（以下「消費者物価指数」という。）の推移を、財・サービス分類別寄与度とともにみていく。消費者物価指数は、2021年9月に前年同月比プラスとなり、2022年にかけて上昇率は拡大していった。2022年4月の消費者物価指数は前年同月比で2.5%増加し、同年12月には、前年同月比で4%増加した。

財・サービス分類別寄与度をみると、2021年4月～2022年3月までは、携帯電話の低料金プランの提供開始に伴い通信サービスを含む「一般サービス」がマイナスに寄与していたが、一巡した2022年4月以降はマイナス寄与が縮小した。一方で、2021年4月からは、原油高¹を背景にガソリン等を含む「石油製品」はプラス寄与が大きくなり²、また、2022年においては、ロシアによるウクライナ侵攻や円安の影響によって輸入物価が高騰し、こうした輸入物価の上昇が、国内物価へ徐々に波及していった。このように、原材料価格の高騰によって「食料工業製品」や「電気・都市ガス・水道」「他の工業製品」を中心にほぼ全ての項目でプラスに寄与した結果³、消費者物価指数は高い伸びとなった。

- 1 原油価格は2020年の世界的な感染拡大に伴う経済活動の停滞を背景として下落し、その後は世界経済の再開による需要の回復から上昇傾向となった。
- 2 ただし、「石油製品」については、2022年3月以降、燃料油価格激変緩和対策事業によりガソリン等の価格上昇が抑制されたことで、消費者物価上昇への寄与度が縮小している。
- 3 (株)帝国データバンク「特別企画：『食品主要105社』価格改定動向調査—2022年動向・23年見通し」によると、2022年の再値上げ等重複を含む値上げは20,822品目に及んだ。

第 1-(4)-1 図 消費者物価指数（総合）に対する財・サービス分類別寄与度

○ 消費者物価指数（総合）は、「食料工業製品」「電気・都市ガス・水道」等がプラスに寄与した結果、高い伸びが続いた。



資料出所 総務省統計局「消費者物価指数」をもとに厚生労働省政策統括官付政策統括室にて作成
 (注) 「その他」は「他の農水畜産物」「繊維製品」「出版物」をまとめている。

●消費者態度指数は、物価高を背景に低下傾向で推移した

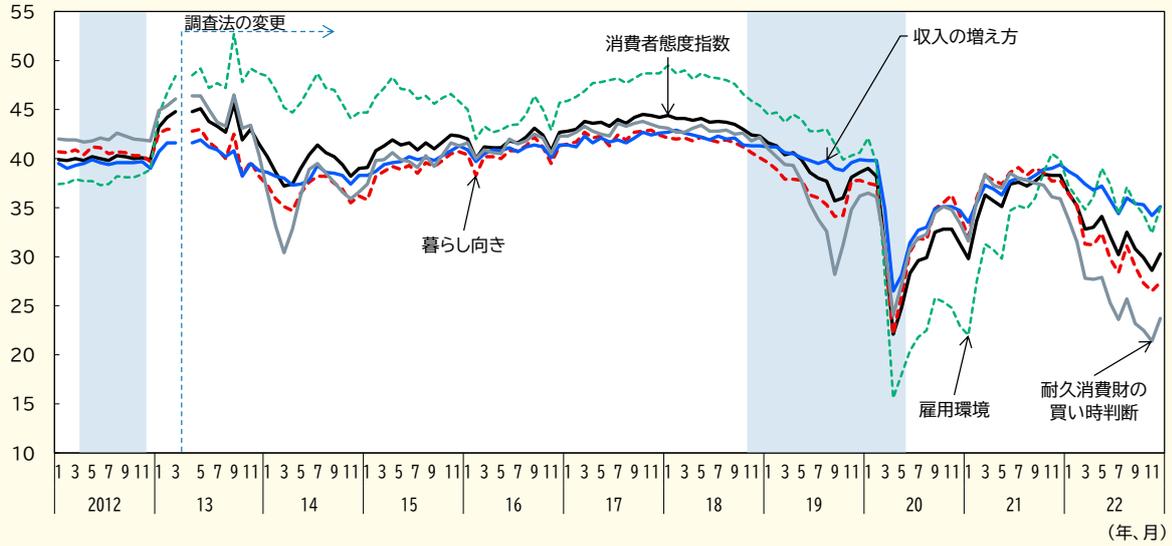
消費者物価指数の上昇は消費者マインドにも大きく影響を及ぼしている。第 1-(4)-2 図により、2022 年の消費者態度指数の推移をみると、物価高を受けて低下傾向で推移していることが分かる。やや長期で見ると、2014 年から緩やかに上昇傾向で推移していたものが、2019 年 10 月の消費税率引上げと 2020 年春の感染拡大によって急速に低下し、その後、2020 年半ば～2021 年にかけては、感染症の動向に応じて断続的に緊急事態宣言等が発出される中で、上昇と低下を繰り返しながら回復傾向となった。ただし、2021 年末には再び減少に転じ、2022 年を通じて低下傾向で推移した結果、2022 年 12 月の消費者態度指数の水準は、2019 年以前の水準を回復できていない。

消費者意識指標⁴についてみると、2022 年には、「暮らし向き」「雇用環境」「収入の増え方」「耐久消費財の買い時判断」の全ての項目で落ち込みがみられた。特に「耐久消費財の買い時判断」では、現行の調査方法になった 2013 年 4 月の調査以降、最も低い水準を 2022 年 11 月に記録し、生活必需品だけでなく耐久消費財に対しても消費者マインドの冷え込みが波及した形となった。一方、「雇用環境」「収入の増え方」も低下傾向であったものの、落ち込みは比較的緩やかであった。

4 消費者態度指数を構成する「暮らし向き」「雇用環境」「収入の増え方」「耐久消費財の買い時判断」の意識指標。

第1-(4)-2図 消費者態度指数の推移

○ 消費者態度指数は低下傾向で推移し、項目別では特に「耐久消費財の買い時判断」で落ち込みが大きかった。



資料出所 内閣府「消費動向調査」をもとに厚生労働省政策統括官付政策統括室にて作成

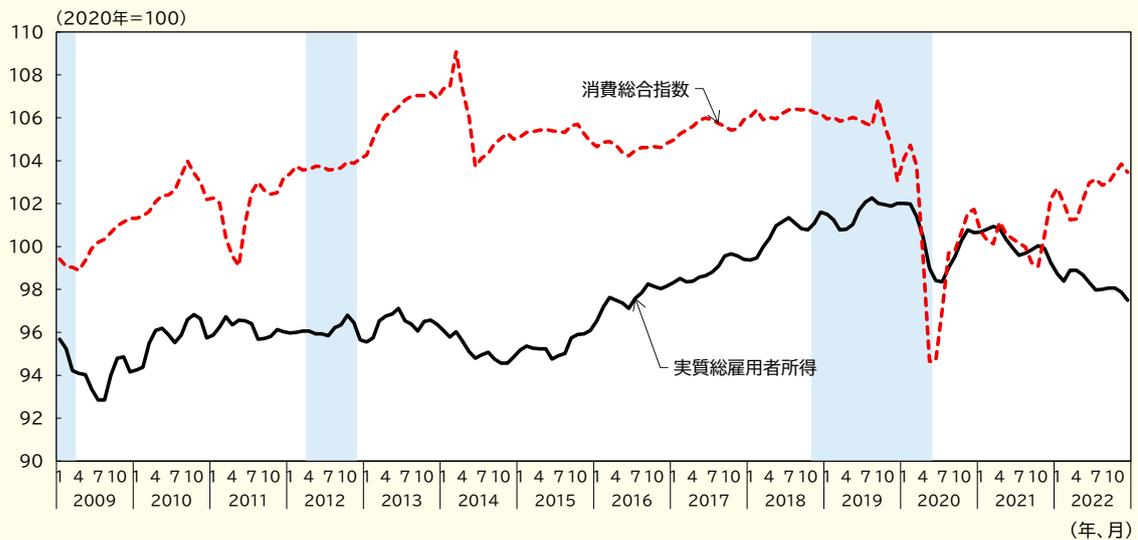
- (注) 1) 二人以上の世帯、季節調整値。
 2) グラフのシャドー部分は景気後退期を表す。
 3) 2013年4月調査から、訪問留置調査法から郵送調査法に変更したことにより、不連続が生じている。また、毎年3月調査の公表時に、季節調整値の遡及改訂を行っているが、郵送調査法に変更した2013年4月調査以降の期間のみ季節調整替え及び遡及改訂が行われている。
 4) 2018年10月調査より、郵送・オンライン併用調査法となっている。

● 実質総雇用者所得の動きが低調となった一方で、消費総合指数は上昇した

続いて第 1-(4)-3 図より、需要と供給からみた消費の動きを総合的に示す消費総合指数と実質総雇用者所得の推移をみてみよう。なお、ここでは各月のばらつきを調整するため、後方 3 か月移動平均を用いている。実質総雇用者所得は、感染拡大の影響から 2020 年初めに急速に減少した後、2021 年前半にかけて回復傾向で推移したものの、2022 年には物価上昇の影響により減少傾向となった。一方で、消費総合指数は、行動制限のない連休や全国旅行支援等の需要喚起策の実施等により、2022 年を通じて緩やかな上昇がみられた。

第 1-(4)-3 図 消費総合指数と実質総雇用者所得の推移

- 2022 年の実質総雇用者所得は物価高を反映して減少傾向となった一方で、2022 年の消費総合指数は、物価高の影響を受けつつも、上昇傾向となった。



資料出所 内閣府「月例経済報告」をもとに厚生労働省政策統括官付政策統括室にて作成

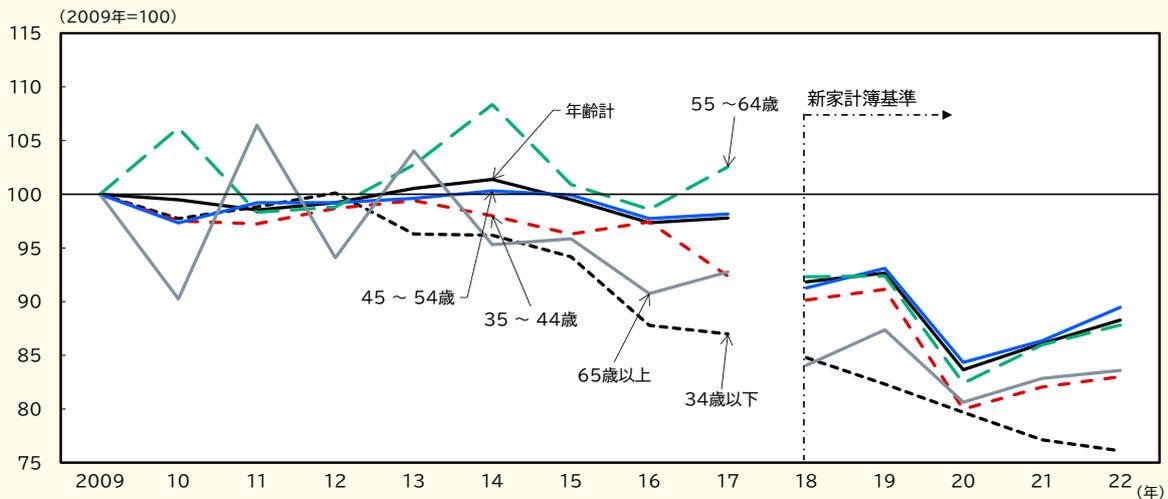
- (注)
- 1) 後方 3 か月移動平均の値。
 - 2) グラフのシャドー部分は景気後退期を表す。
 - 3) 「総雇用者所得」とは、厚生労働省「毎月勤労統計調査」の一人当たり名目賃金（現金給与総額）に、総務省統計局「労働力調査」の非農林業雇用者数を乗じて算出したもの。
 - 4) 実質総雇用者所得、消費総合指数はいずれも物価の動きを加味した実質指数。

●平均消費性向は「34歳以下」を除く年齢階級で上昇した

最後に、第1-(4)-4図より世帯主の年齢階級別に平均消費性向（消費支出／可処分所得）の推移をみてみよう。近年、平均消費性向は低下傾向で推移している。2022年は、全ての年齢階級において感染拡大で抑制されていた経済社会活動の再開により消費支出が増加した結果、「34歳以下」を除く年齢階級で平均消費性向は上昇したものの、感染拡大前の2019年の水準には戻っていない。

第1-(4)-4図 世帯主の年齢階級別一人当たり平均消費性向の推移

○ 平均消費性向は「34歳以下」では低下し、それ以外の年齢階級では2021年以降上昇が続いている。



資料出所 総務省統計局「家計調査」をもとに厚生労働省政策統括官付政策統括室にて作成

- (注) 1) 二人以上の世帯のうち勤労者世帯が対象。
 2) 一人当たり平均消費性向の算出に当たっては等価尺度を用いている。
 3) 2018年1月に行った調査で使用する家計簿の改正の影響による変動を含むため、時系列比較をする際には注意が必要。