

日本

消費関連指標 (2019年9月)

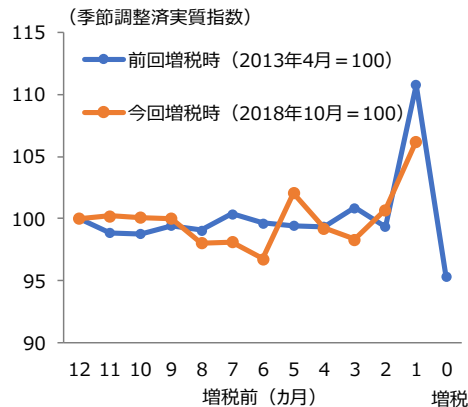
前回増税時と同様に、相応の駆け込み需要が発生

政策・経済研究センター

綿谷謙吾

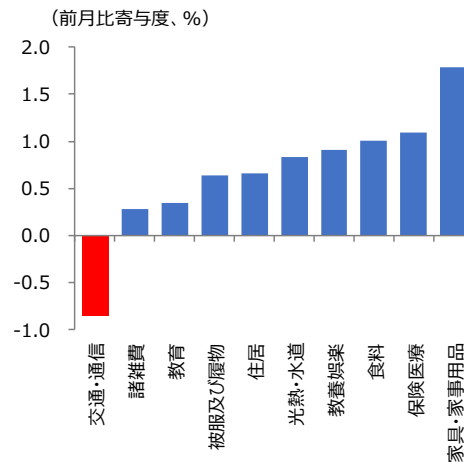
03-6858-2717

1 実質消費支出 (季調値)



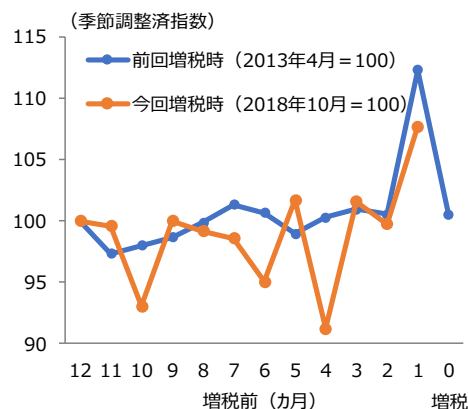
注：二人以上の世帯。2018年1月および19年1月は変動調整値の伸びを用い、当社にて延伸。
出所：総務省「家計調査報告」

2 品目別内訳寄与度 (季調値)



出所：総務省「家計調査報告」

3 平均消費性向



出所：総務省「家計調査報告」

4 新車販売台数 (乗用車含む軽)



出所：日本自動車販売協会連合会及び全国軽自動車協会連合会

評価ポイント

家計調査報告 (2019年9月) の結果

- 2019年9月の消費支出（二人以上の世帯）は、実質季調済の前月比で+5.5%と大きく増加。増税前1年の実質消費支出の推移を前回増税時と比較すると、前回に比べると水準は低いが、相応の駆け込み需要は発生（図表1）。
- 品目別の内訳をみると、交通・通信以外の品目が前月から増加（図表2）。特に、前回増税時同様、家具・家事用品（寄与度+1.8%p）が大きく増加しており、耐久消費財や軽減税率の対象外の財を中心に駆け込みが生じた。
- 勤労者世帯の平均消費性向（季調値）は、75.8%と前月より+5.6%上昇した。平均消費性向も、前回増税時と比較し相応の水準まで上昇した。

新車販売台数 (2019年10月) の結果

- 2019年9月の新車販売台数（乗用車含む軽）は、26.0万台と前年同月比で▲25.1%と大きく減少した（図表4）。
- 新車販売台数は、2014年4月の消費税増税時に比べ駆け込み需要は弱かった。ただし、前年同月の大きな伸びからの反動はあるが、消費税増税後の反動減は一定程度発生したとみられる。

基調判断と今後の流れ

- 消費は、消費者マインドは悪化しているものの、堅調な雇用環境もあり底堅く推移している。
- 駆け込み需要は前回増税時ほどではないが相応に生じたことが明らかとなった。10月以降は反動減や自然災害の影響により一時的に消費は悪化すると予想される。
- 先行きを展望すると、10月以降は実質所得の低下による消費水準の低下が予想される。ただし、堅調な雇用環境や軽減税率、キャッシュレス決済によるポイント還元等の政策効果もあり、消費腰折れの可能性は低いと見込まれる。