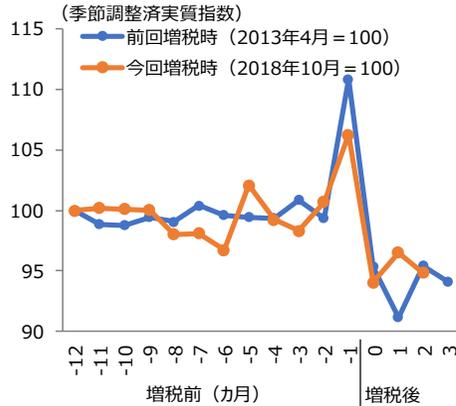


日本

家計調査報告 (2019年12月)  
消費税増税後の回復力は弱い

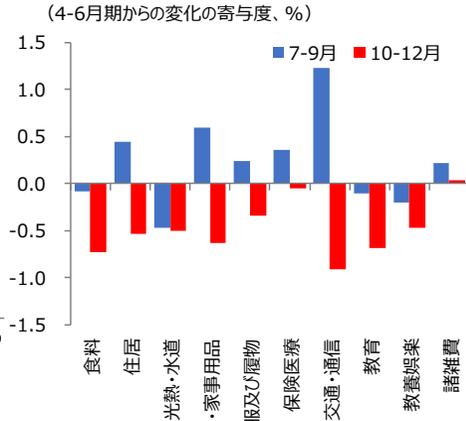
政策・経済研究センター  
綿谷謙吾  
03-6858-2717

1 実質消費支出 (季調値)



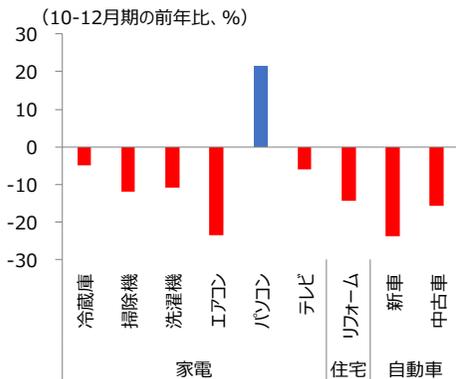
注：二人以上の世帯。2018年1月および2019年1月は変動調整値の伸びを用い、当社にて延伸。  
出所：総務省「家計調査報告」

2 品目別内訳寄与度 (季調値)



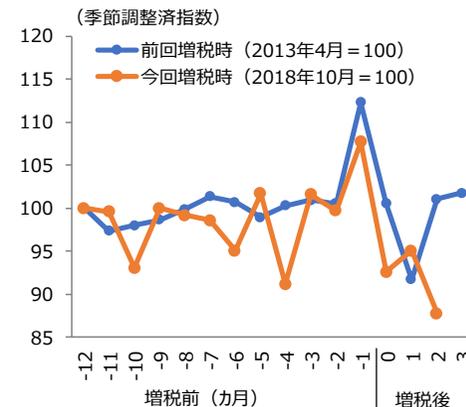
出所：総務省「家計調査報告」

3 主要品目別消費



出所：総務省「家計消費状況調査」

4 平均消費性向 (季調値)



出所：総務省「家計調査報告」

評価ポイント

家計調査報告 (2019年12月) の結果

- 2019年12月の消費支出（二人以上の世帯）は、実質季調済の前月比で▲1.7%と、減少に転じた。11月は台風19号からの反動もあり増加したが、再び減少した。消費税増税後の消費の回復力は弱い（図表1）。
- 四半期では、前期比▲6.5%となった。前回増税時（同▲9.3%）と比較すると、消費税増税後の減少幅は小さい。ただし、前回増税時と比較し、①駆け込みの規模が小さかったこと、②消費税率の上げ幅が異なること、③軽減税率等の軽減策があること、を考慮すると相応の反動減はあった。
- 消費税増税前後の品目別の消費支出を19年4-6月期からの変化で見ると、軽減税率対象外の耐久財・非耐久財を中心に駆け込みと反動減が生じた（図表2）。特に、交通・通信、住居、家具・家事用品、被服及び履物で増税前の駆け込みと、増税後の反動がみられた。さらに、内訳を見ると、パソコンは増加（OSのサポート切れ前の駆け込み）したが、エアコンや洗濯機等幅広い家電が前年比で減少。住宅関係・自動車関係も大きく減少した（図表3）。
- 勤労者世帯の平均消費性向（季調値）は、61.8%と前月より▲5.1%ポイントと大きく低下した（図表4）。四半期でみると、前回増税時と比較し低下幅が大きい。

基調判断と今後の流れ

- 消費は、消費税増税前後の駆け込みと反動減の影響から減少傾向にある。
- 先行きを展望すると、雇用・所得環境は堅調に推移していること、消費者マインドも回復傾向にあること、政府の消費下支え対策等により、消費税増税後の消費の腰折れは回避されると見込む。低水準ながらも緩やかに持ち直すだろう。
- ただし、海外経済の減速を背景に製造業を中心に新規求人数が減少しており、これまで堅調であった雇用・所得環境が悪化する可能性がある。また、新型肺炎が日本でも感染拡大した場合、消費者マインドの悪化を通じて消費が大幅に落ち込むリスクには注意が必要だ。