

日本

家計調査報告（2020年1月）

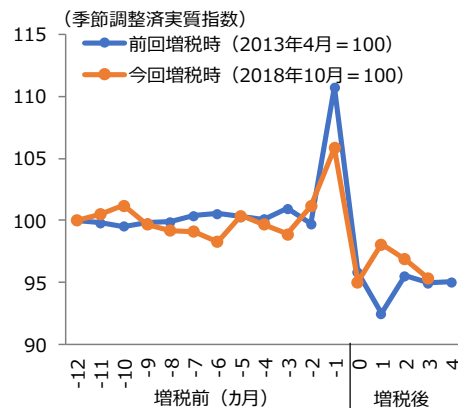
消費の回復力は弱い、新型コロナウイルスの影響は今後顕在化

政策・経済研究センター

綿谷謙吾

03-6858-2717

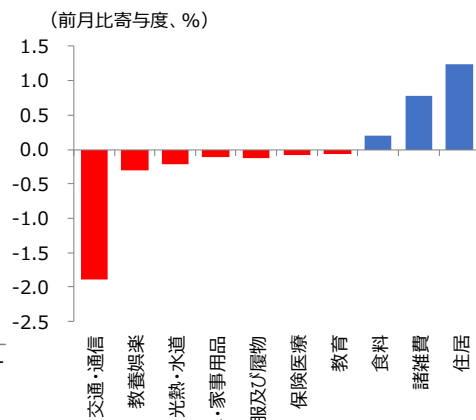
1 実質消費支出（季調値）



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。

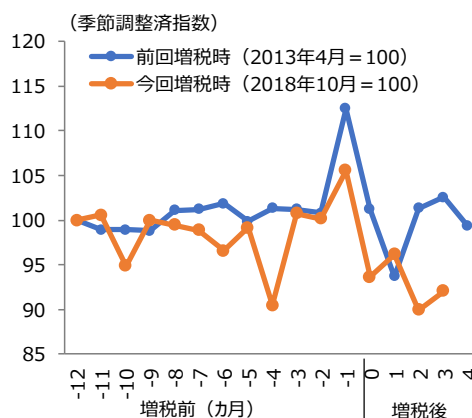
出所：総務省「家計調査報告」

2 品目別内訳寄与度（季調値）



出所：総務省「家計調査報告」

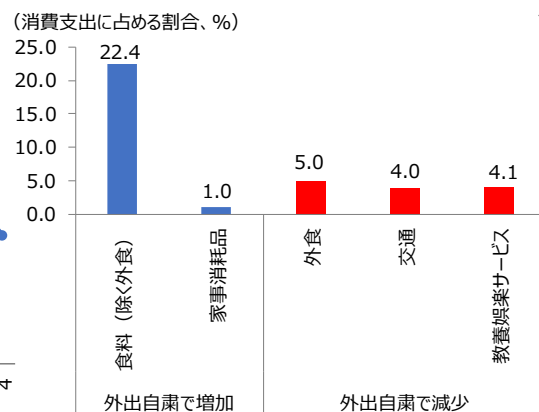
3 平均消費性向（季調値）



注：二人以上の世帯のうち勤労者世帯。

出所：総務省「家計消費状況調査」

4 消費支出内訳



注：二人以上の世帯。2019年の値。

出所：総務省「家計調査報告」

評価ポイント

家計調査報告（2020年1月）の結果

- 2020年1月の消費支出（二人以上の世帯）は、実質季調済の前月比で▲1.6%と、2カ月連続の減少となった（図表1）。消費税増税後の消費の回復力は弱い。1月時点では、新型コロナウイルスの影響はまだ顕在化していないとみられる。
- 品目別の寄与度（季調値）を見ると、交通・通信が前月比寄与度▲1.9%ポイントと全体を大きく押し下げた（図表2）。特に、ガソリン等が含まれる自動車等維持費が押し下げた。一方、住居は同+1.2%ポイントと全体を押し上げたものの、前月の大幅減からの反動増とみられる。
- 消費税増税前に駆け込みが見られた、家具・家事用品や被服及び履物の減少幅は縮小しており、消費税増税後の駆け込みと反動減の影響は和らぎつつある。
- 勤労者世帯の平均消費性向（季調値）は、64.7%と前月より+1.5%ポイント上昇した（図表3）。前回増税時と比較し、消費税増税後の平均消費性向の戻りは弱い。

基調判断と今後の流れ

- 消費は、消費税増税後から減少傾向にあり回復力が弱い。
- 先行きは、新型コロナウイルスの国内での感染拡大を受けた経済活動の抑制が、消費税増税後の消費のさらなる下押し圧力となり、減少幅が拡大すると見込む。外出自粛により、外食や交通、スポーツ観戦や映画等の教養娯楽サービスの消費が一時的に大幅に落ち込むとみる。これら消費は、消費支出の1割程度を占める（図表4）。また、中小企業を中心にインバウンドや飲食関連企業の業績に影響もできており、今後は雇用・所得環境の悪化が予想される。感染が終息に向かい、経済活動の抑制も緩和されれば、消費は反動もあり緩やかに回復すると見込むが、消費税増税による家計負担の増加と雇用・所得環境の悪化が消費回復の重しとなるだろう。
- さらなる下振れリスク要因は、新型コロナウイルスの影響による国内外の経済活動抑制の長期化だ。内外需の減速により、幅広い産業で雇用・所得環境が悪化すれば、消費者マインドも急速に悪化し、消費の停滞は避けられない。