

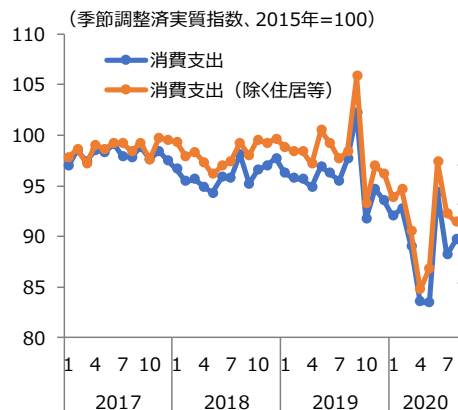
日本

家計調査報告（2020年8月）

消費の回復は鈍い、所得環境悪化が重石

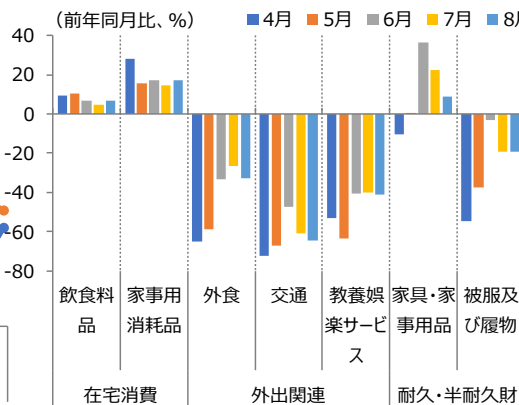
政策・経済センター
綿谷謙吾
03-6858-2717

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 品目別名目消費支出



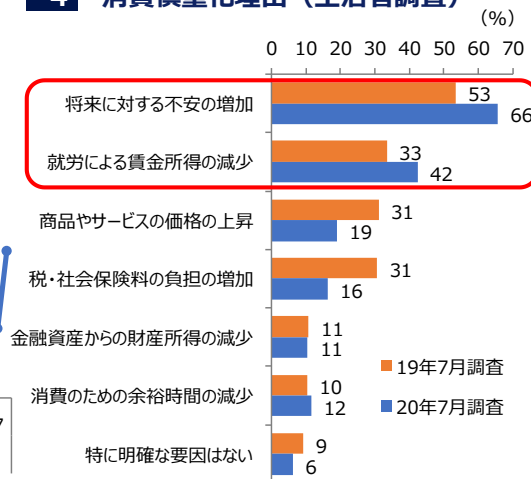
出所：総務省「家計調査報告」

3 平均消費性向



出所：総務省「家計調査報告」

4 消費慎重化理由（生活者調査）



出所：三菱総合研究所「生活者市場予測システム（mif）」アンケート調査（19年7月、20年7月に実施、回答者5,000人）

評価ポイント

家計調査報告（2020年8月）の結果

- 2020年8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%の増加（図表1）。消費は増加も、8月は東京を中心に感染が拡大、一部自治体では営業自粛要請等が出ていたこともあり、消費活動が抑制された。前年同月比では▲6.9%と11カ月連続で減少している。
- 品目別の名目消費支出をみると（図表2）、在宅消費や、家電を含む家具・家事用品の消費は増加が継続している。外出関連消費の外食や教養娯楽サービスは前年同月比で減少継続も、6月以降減少幅は縮小した。ただし、外食は前年同月比約3割減、教養娯楽サービスは約4割減の横ばいで推移しており、営業自粛要請と消費者自身の活動抑制を背景に、本格的回復には至っていない。
- 同日発表の家計消費状況調査では、家電（前年同月比+9.1%）の消費は増加も、特別定額給付金の支給が集中した6月・7月と比較し伸びが鈍化した。旅行関係支出は、減少幅縮小も、前年同月比で大幅減の状況が継続。Go To トラベルキャンペーンの効果は10月以降東京都が追加されたことで、今後顕現化するとみられる。
- 勤労者世帯の平均消費性向（季調値）は、64.0%と前月より+7.4%p上昇（図表3）。給付金の支給が一巡し、特別収入の伸びが前月より低下したことが背景にある。

基調判断と今後の流れ

- 消費は、4-5月を底に持ち直し傾向にあるが、感染拡大などから依然低水準で推移。
- 先行きも、消費は低水準での推移を見込む。特別定額給付金やGo To キャンペーン等による消費押し上げ効果は一時的・限定的なものにとどまるとみる。当社が7月に実施した生活者調査では、消費慎重化の理由として「将来に対する不安の増加」に次いで「就労による賃金所得の減少」の割合が高い（図表4）。非正規雇用や飲食・宿泊等のサービス業を中心に失業や休業が増加、冬季賞与の支給を見送る企業もでてきている。所得雇用環境の悪化が消費回復の重石になるとみる。
- 先行きのリスクは、自粛要請等の防疫措置の再強化だ。このリスクが顕在化した場合、消費者の自粛ムード高まりによるマインドの悪化、雇用所得環境の悪化により、消費の停滞は避けられない。