

Economic Indicators

発表日:2020年6月5日(金)

家計調査(2020年4月)

～緊急事態宣言の発令により、個人消費の外から内への変化は更に鮮明に～

第一生命経済研究所 調査研究本部 経済調査部
副主任エコノミスト 小池 理人 (TEL:03-5221-4573)

(単位:%)

		実質消費支出(二人以上世帯)				実質可処分所得		消費性向
		合計	除く住居等(※)			(勤労者世帯)		(勤労者世帯)
		前年比 (変動調整値)	前年比	前月比	前月比	前年比	前月比	季節調整値
2019	1月	2.0	2.1	▲1.5	▲0.8	6.4	▲9.2	70.3
	2月	1.7	1.9	▲0.5	▲0.4	3.6	1.0	69.9
	3月	2.1	2.1	▲0.1	0.0	4.5	▲0.1	69.5
	4月	1.3	1.3	▲0.8	▲1.3	5.2	2.3	67.9
	5月	4.0	6.0	2.1	3.4	3.3	▲1.8	69.7
	6月	2.7	2.7	▲0.7	▲1.3	7.4	11.0	63.6
	7月	0.8	1.0	▲0.8	▲1.6	2.7	▲10.8	70.8
	8月	1.0	1.0	2.3	0.8	1.9	1.1	70.4
	9月	9.5	10.5	4.6	7.5	1.0	▲1.8	74.2
	10月	▲5.1	▲4.0	▲10.3	▲11.9	3.9	2.7	65.8
	11月	▲2.0	▲1.4	3.2	4.0	4.4	0.7	67.6
	12月	▲4.8	▲3.3	▲1.2	▲0.8	3.8	5.2	63.2
2020	1月	-	▲3.9	▲1.6	▲2.4	2.3	▲5.6	64.7
	2月	-	▲0.3	0.8	0.8	2.7	1.5	66.7
	3月	-	▲6.0	▲4.0	▲4.3	0.9	▲1.9	63.0
	4月	-	▲11.1	▲6.2	▲6.4	▲0.6	0.7	60.7

※「住居」、「自動車等購入金」、「贈与金」、「仕送金」を除いている

○4月の実質消費支出は前月比▲6.2%

総務省から発表された4月の家計調査によれば、実質消費支出は前年比▲11.1%（コンセンサス：同▲14.2%、レンジ：同▲19.3%～▲6.0%）とコンセンサスを上回る結果となった。季節調整値では前月比▲6.2%と減少し、振れの大きい項目を除いた「除く住居等」でも同▲6.4%の減少となった。新型コロナウイルス感染拡大の影響により、食事や娯楽の場が屋外から自宅内へと移っており、いわゆる「巣ごもり消費」への消費動向の変化が鮮明となっている。

項目別に4月の実質消費支出（季節調整値）をみると、被服及び履物（3月：同▲17.2%→4月：同▲41.7%）、教養娯楽（3月：同▲19.9%→4月：同▲12.8%）、食料（3月：同▲1.7%→4月：同▲3.5%）等が前月から減少し、実質消費支出を押し下げた。4月7日に緊急事態宣言が発令されたことで、消費者は一層外出自粛の動きを強め、被服及び履物や教養娯楽など、外出を前提とした消費が大きく減少する結果となった。

更に、各品目についてみてみると、「巣ごもり消費」への消費動向の変化を確認することができる。まず、食料について見ると、食事代（同▲63.3%）や飲酒代（同▲90.3%）が急減する一方で、パスタ（同+70.5%）や即席麺（同+43.3%）、チューハイ・カクテル（同+42.1%）が大きく増加しており、食事の場が家の外から中に変化していることが確認できる。また、教養娯楽についてみると、バック旅行費（同▲97.1%）や映画・演劇等入場料（同▲92.7%）、遊園地入場・乗物代金同▲97.8%）が9割超の急減となった一方で、ゲーム機（同+68.2%）やゲームソフト等（同+102.8%）、パソコン（同+72.3%）が大きく増加しており、娯楽の場も屋外から自宅内に変化していることがわかる。緊急事態宣言発令によって多くの事業者が休業や営業時間の短縮を行う中で、消費者の消費動向がより内向きに変化したことがうかがえる。

○緊急事態宣言の解除により回復が見込まれるも、回復ペースは緩慢なものに

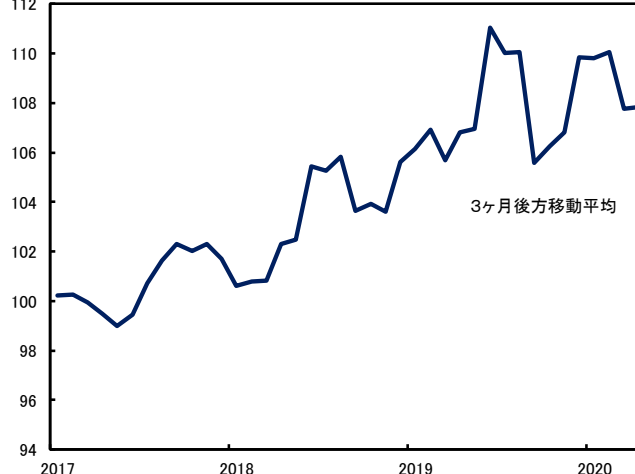
先行きについては、緊急事態宣言解除に伴う経済活動の再開に伴い、4・5月が大底となり、個人消費は徐々に回復していくことが見込まれる。ただし、「新しい生活様式」のもと、感染拡大を防止しながらの経済活動には制約が生じざるを得ないため、個人消費の回復ペースは緩慢なものにとどまるだろう。消費者は感染リスクを高めないことを意識しながら消費活動を行うため、飲食や旅行、娯楽といった外出を前提とする支出を躊躇する状況が続く。更に、企業業績の悪化から賃金の減少は不可避であることから、所得の面でも個人消費は厳しい状況が続くことが想定される。消費者態度指数をみても、消費者のマインドは底打ちの兆しをみせてはいるものの、新型コロナウイルスの発生による急減の後の戻りとしては極めて弱い反発であり、今後の緩慢な動きを先取りしているように見える。リスク要因は感染の第二波、第三波の到来による自粛の厳格化である。経済活動が段階的に緩和する中で、人と人との接触機会が増加し、感染者数が大きく増加していく場合には、行政による再度の経済活動の縮小要請等により、個人消費の再度の減少に繋がる可能性がある点には注意が必要であろう。

(2015=100) 実質消費支出(季節調整値)

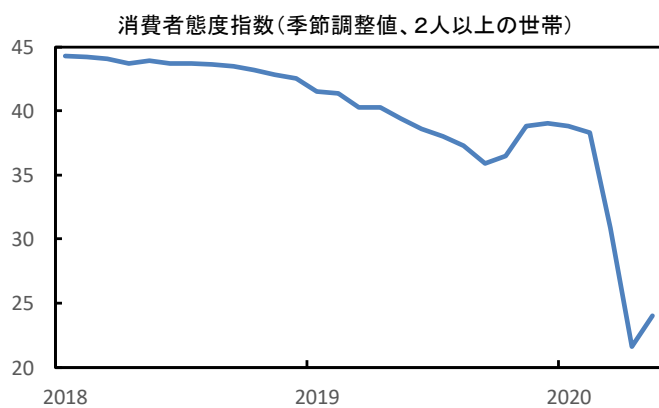


総務省『家計調査』

(2015=100) 実質可処分所得(季節調整値)



総務省『家計調査』



内閣府『消費動向調査』

本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所調査研究本部経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命保険ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。