

## ショートコメント vol.175 (2020年7月10日)

テーマ：特別定額給付金の効果は家電に集中か  
～景気ウォッチャー調査の6月調査結果から～

### ●景気ウォッチャー調査の6月調査結果

「街角景気」で知られる、内閣府・景気ウォッチャー調査の6月結果が公表され、現状判断、先行き判断ともに前月からの改善がみられた(図表1)。新型コロナウイルスの影響自体は続いているものの、緊急事態宣言の解除以降、消費が緩やかな改善をみせている。

業種ごとの差は非常に大きいですが、これまでが悪すぎただけに、全体としては緩やかな回復が進む形となっている。特に、6月は県またぎの移動が解禁となったほか、政府による特別定額給付金の支給もプラス材料となった。

### ●特別定額給付金の効果

その中で特別定額給付金の効果に注目すると、一つの特徴がみられる。

景気ウォッチャー調査では、景気の良し悪しの判断とともに、定性コメントも聴取している。6月調査では給付金関連のコメントも多く、内容としては売上へのプラス効果に関するものが目立った。

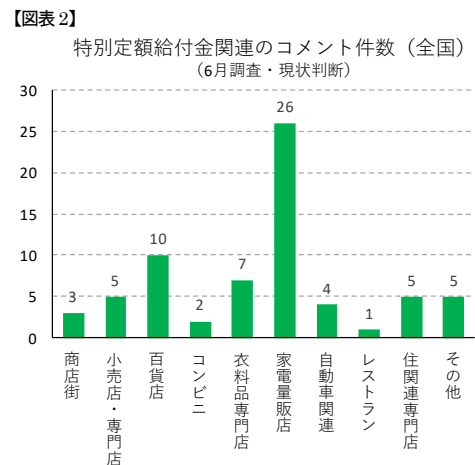
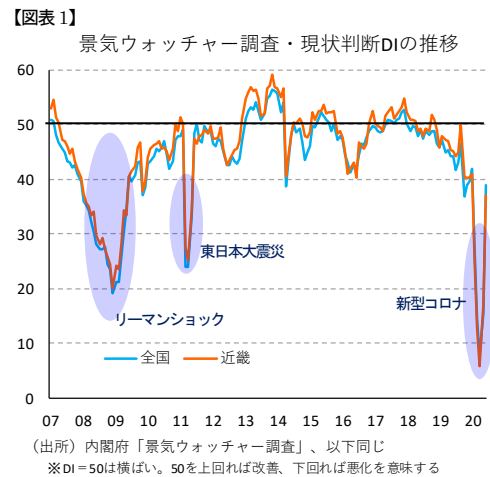
注目されるのはコメントの業種分布であり、図表2をみると家電量販店に集中していることが分かる。全体の68件のうち26件を家電量販店が占めており、その割合は4割弱に上る。季節的にエアコンなどの大型家電が売れる時期で、金額的にも給付金の規模とちょうど見合うこともあり、その恩恵を受けやすかったと考えられる。

その一方、家電量販店以外では、百貨店や衣料品関連でコメントが多い。これらには物販関連の業種という共通点があるが、その一方でサービス関連ではコメントがほとんどみられない。この点からいえば、給付金の効果としては、全体的に物販関連に集中する傾向が強いといえよう。

消費者の間でまだまだ3密を避ける意識が強い中、サービス消費はどうしても増えにくい。県またぎの移動も解禁になったところであり、旅行の動きもまだ限定的なものにとどまる。こういった環境が、給付金の効果を物販に集中させたとみられる。

### ●給付金による効果の持続性

今回の給付金の目的が消費の喚起であるならば、これは必ずしも歓迎すべき結果とはいえない。新型コロナによってサービス業や観光業は大きな打撃を受けており、今後の回復についても楽観できない状況にある。本来はこういった業種に給付金の効果がいきわたるべきであろう。



※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点のものであり、今後予告なしに変更されることがあります。

加えていえば、給付金の効果が長続きする期待も薄い。というのも、同調査の先行き判断では、給付金コメントに付随する景気判断があまり良くない。

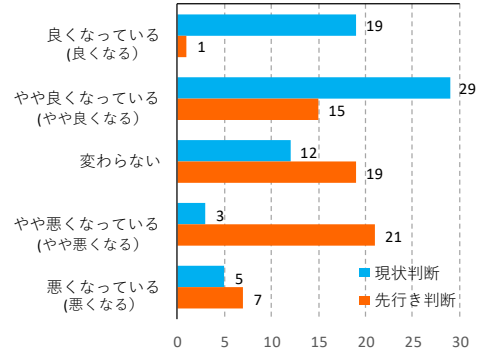
つまり、現状判断では、「良くなっている」「やや良くなっている」という景気判断にコメントが集中している一方、先行き判断では「やや悪くなる」が最も多くなっている（図表3）。

これらは必ずしも、給付金の効果を直接示すものではないが、現状判断との違いの大きさは見過ごせない。同調査での先行き判断とは、2～3か月先の見通しを指す。この点からいえば、まだ給付金が支給されていない地域は残っているものの、給付金の効果は6～7月に集中する可能性が高いといえよう。

その一方、消費についてはまだまだ本格回復には遠く、特にサービス関連ではその傾向が強い。これらの状況を勘案すると、消費の回復を目指す上では、改めて大型の喚起策を講じる必要も出てくるのではないかと。

【図表3】

特別定額給付金関連のコメント件数（全国）  
（6月調査・景気判断別）



※括弧内は先行きの景気判断項目

本件照会先：大阪本社 荒木秀之  
TEL : 06-6258-8805 mail : hd-araki@rri.co.jp

※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点のものであり、今後予告なしに変更されることがあります。