

マンスリー・トピックス

NO. 036

平成26年10月21日

消費税率引上げ後の個人消費の動向

参事官（経済財政分析一総括担当）付 大坂 恭子 荻島 駿 ※

【概要】

- 1 . 我が国の個人消費をみると、消費税率引き上げ後も、基調としては持ち直しの動きが続いているものの、夏場の天候不順の影響などもあり、最近では足踏みがみられる。本稿では、消費税率引上げ後の消費の持ち直し局面について、品目・業種ごとに特徴を確認する。また、最近の個人消費の足踏みの背景について、所得や世代といった階級毎の動向を考察していく。
- 2 . 2014年1 - 3月期の消費の伸びと4 - 6月期における落ち込みの大きさを前回1997年4月の消費税率引上げ前後の動向（以下、「前回」という。）と比較すると、特に耐久財や半耐久財で97年よりも駆け込み需要が大きかった。4月以降の動向については、家電などの品目が夏場の悪天候の影響を受けたことなどもあり、7月以降、持ち直しの動きに足踏みがみられており、品目によって回復の動きにばらつきがみられる。
- 3 . 最近の足踏みの背景として、所得階級別・年齢階級別の消費動向をみていくと、低所得層や30代世代において、所得の先行きの不透明感などから支出を抑制する動きが生じている可能性がある。

* 本レポートの内容や意見は執筆者個人のものであり、必ずしも内閣府の見解を示すものではない。

1. はじめに

我が国の個人消費は、消費税率引上げ直前の2014年3月にかけて、様々な品目において駆け込み需要が起こり、また4月にはその反動により大きく落ち込んだ。その後、5月から6月にかけては持ち直しの動きがみられたものの、7月以降、天候不順の影響などもあって、持ち直しの動きに足踏みがみられている。

本稿では、まず、消費税率引上げ後の4月から9月までの個人消費の動向について、主要な品目・業態ごとに、駆け込み需要の反動からの持ち直しの過程をみていく。次に、足下で持ち直しの動きに足踏みがみられている背景について、所得階級別・年齢階級別の動向をみることで、構造的な要因を分析していく。

2. 2014年4月以降の消費動向とその特徴

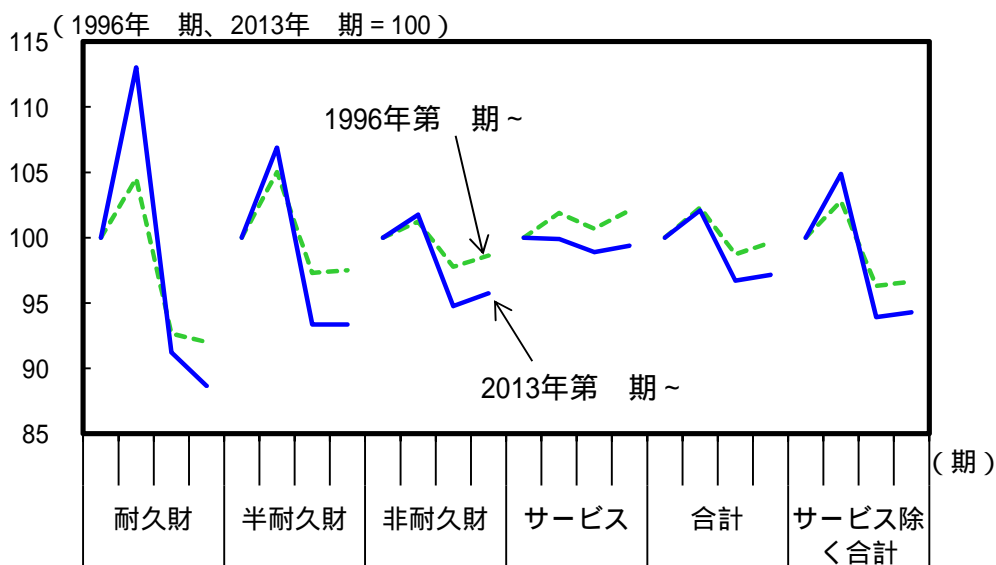
(1) 消費税率引上げ前後における個人消費の全体像

はじめに、消費税率引上げ前の2014年1 - 3月期から直近までの我が国の個人消費全体の動向を、消費総合指数によって概観してみよう(図1)。形態別の動きをみると、駆け込み需要が発生しやすい耐久財・半耐久財については、2014年1 - 3月期に前回を上回る伸びとなった後、4 - 6月期には大きく落ち込み、7、8月も足踏み状態が続いている。飲食料品・日用品が中心で駆け込み需要の影響が比較的小さいと予想された非耐久財においては、1 - 3月期の伸びは前回と同程度だったものの、4 - 6月期の落ち込みは前回を上回った。また、サービスについては、駆け込み需要やその反動の影響をほとんど受けず、4月以降もほぼ横ばいの状態で推移している¹。

個人消費全体をみると、駆け込み需要とその反動の影響を受けにくいサービスの影響もあって、2014年1 - 3月期の消費の伸びの大きさは、前回とほぼ同程度となっているが、サービスを除いたベースでみれば、1 - 3月期の伸び、及び4 - 6月期の落ち込みの大きさは、ともに前回を大きく上回る結果となっている。

¹ サービスについては、前回と比較してやや弱い動きとなっているが、1997年は、携帯電話の普及に伴う通信費の増加などにより、サービス支出が上昇傾向にあったためと考えられる。

図1 形態別個人消費の推移（消費総合指数）



(前期比、%)

	耐久財 (8.5%)		半耐久財 (7.4%)		非耐久財 (26.2%)	
	97年	14年	97年	14年	97年	14年
1 - 3月期	4.5	13.0	5.0	6.9	1.2	1.8
4 - 6月期	11.4	19.3	7.3	12.6	3.4	6.9
7, 8月	0.7	2.8	0.2	0.0	0.9	1.0
	サービス (57.8%)		合計 (100%)		サービス除く合計 (42.2%)	
	97年	14年	97年	14年	97年	14年
1 - 3月期	1.9	0.1	2.3	2.1	2.8	4.9
4 - 6月期	1.2	1.0	3.5	5.3	6.3	10.4
7, 8月	1.4	0.5	0.9	0.5	0.3	0.4

(備考) 1. 内閣府「消費総合指数」により作成。季節調整値。

2. 図中における2014年第 期は、7、8月平均の4 - 6月平均に対する伸び率を用いて算出したもの。

3. 表中における括弧内の数字は、各項目の2013年における名目シェア。

(2) 品目別にみた消費税率引上げ後の動向

4月以降の駆け込み需要の反動からの持ち直し局面における動向を、駆け込み需要が生じやすい品目を中心に、詳しくみてみよう。まず、耐久財について、新車販売台数(含軽)及び家電販売額の動向を確認する(図2)。

新車販売台数については、4月に前月比で大きく減少した後、5月には前月比で増加した。しかし、4、5月については、3月までに積み上がった受注残²の下支えがあった

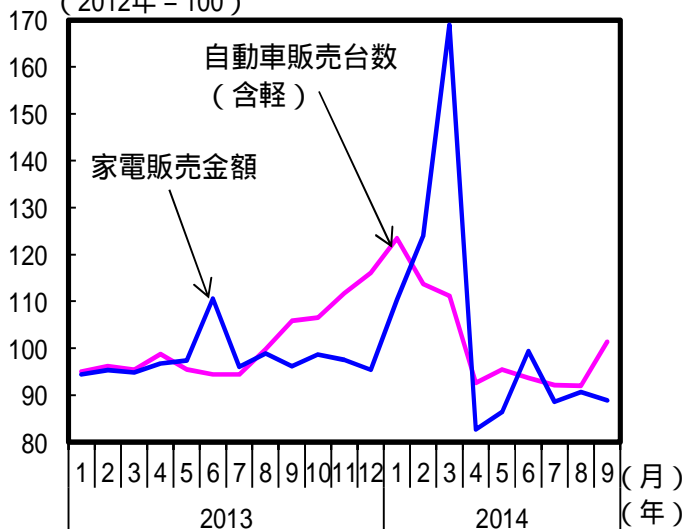
² 登録時点が4月以降であれば引上げ後の消費税率(8%)が課されるため、3月までに積み上がった受注残については、駆け込み需要によるものではないと考えられる。駆け込み要因以外で需要が盛り上がった背景としては、自動車メーカー各社による積極的な新車投入の影響が考えられる。

ため、受注残が次第に少なくなっていった6月以降は、前月比でみて小幅な減少が続いた。直近の9月については、決算商戦の影響もあって前月比で大幅なプラスとなっている。

家電販売については、駆け込み需要の反動により4月に大きな落ち込みとなった後、5、6月については持ち直しの動きがみられた。しかし、7、8月については、天候不順による夏物家電（エアコン、冷蔵庫）の伸び悩みや、4月に windows XP のサポート切れの影響で駆け込みの生じたパソコンが低調だったことなどから、回復の動きに足踏みが見られるようになった（図3）。9月については、新機種の発売に伴って携帯電話が好調だった一方で、夏物家電は低気温の影響で引き続き伸び悩み、家電全体としては8月からはほぼ横ばいの状態が続いている。今後の動向については、駆け込み需要とその反動の大きかった白物家電について、回復がみられるかどうかを注視していく必要がある。

図2 自動車・家電の動向

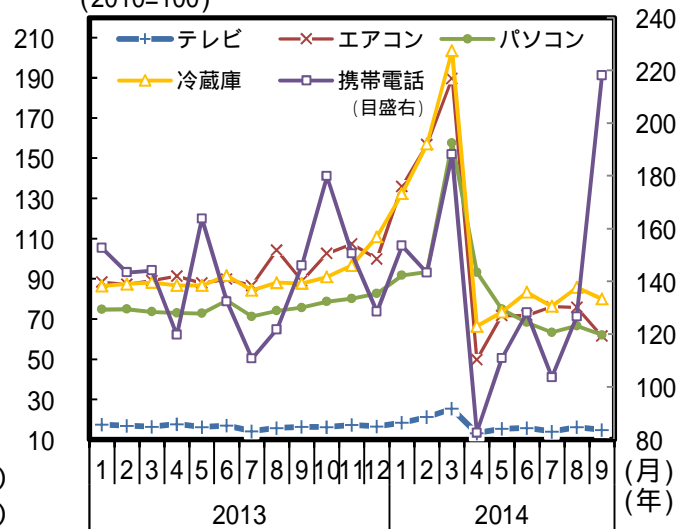
(2012年 = 100)



(備考) 1. 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会、GfK ジャパンにより作成。内閣府による季節調整値。
2. 家電は、エアコン、冷蔵庫、テレビ、P C、携帯電話を含む主要 17 品目の合計。名目値、税抜ベース。

図3 家電の動向 (品目別)

(2010=100)

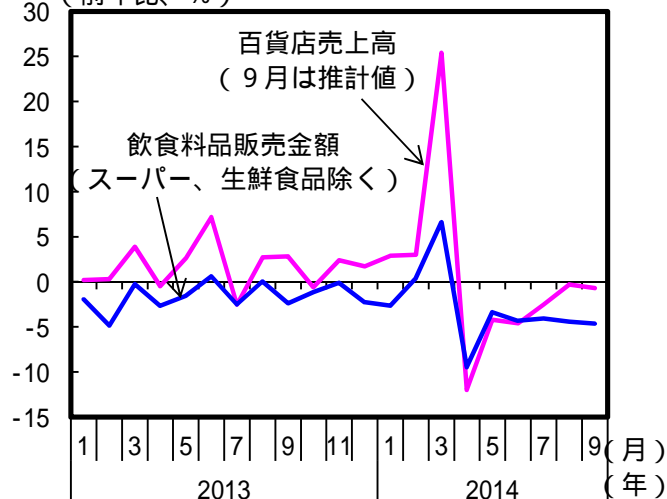


(備考) 1. GfK ジャパンにより作成。内閣府による季節調整値。
2. 名目値、税抜ベース。

次に、百貨店と食品スーパーの売上高をみてみよう（図4）。百貨店については、駆け込み需要の生じた衣料品や化粧品、高額品を中心に4月に反動減がみられたものの、5月以降、回復の動きがみられた。ただし、7月から8月前半にかけては、梅雨明けが遅かったことや低気温の影響から夏物商品が伸び悩んだ。8月後半から9月については、売上の中心が秋物商品に変わる中で、低気温が逆に好材料となり衣料品の売上が好調に推移したほか、駆け込み需要の影響が特に大きかった高額品についてもほぼ前年並みに回復してきたとの声が聞かれるなど、全般的に好調となった。

食品スーパーの売上高について、生鮮食品を除くベースでみると³、調味料、缶詰、飲料などを中心に駆け込み需要とその反動がみられたものの、5月には持ち直し、その後、9月までおおむね横ばいで推移している（図4）。

図4 百貨店・スーパーの動向
（前年比、%）



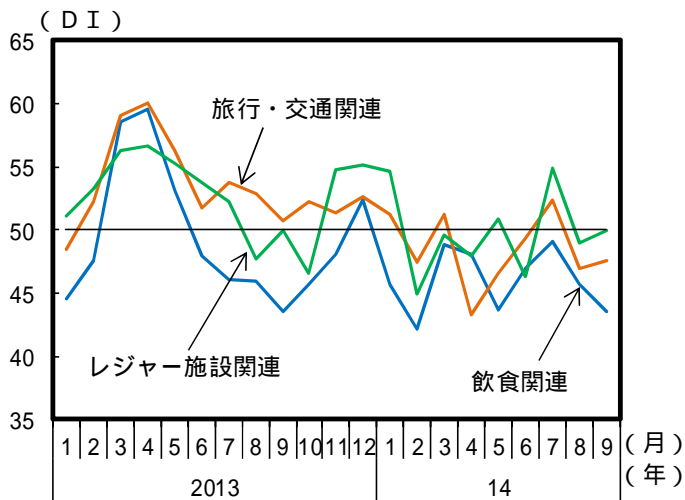
（備考）1．日本百貨店協会、KSPにより作成。
2．税抜、既存店ベース。

サービスでは、総じてみれば駆け込み需要とその反動は生じにくかった。こうした中で、分野別にばらつきはあるものの、直近ではおおむね横ばいで推移している（図5）。項目別にみると、旅行は、海外旅行については円安などによるコスト増を受けた需要の下押し効果がみられるものの、国内旅行ではテーマパーク向けが好調なこともあって、全体としてみれば横ばいとなっている（図6）。また、外食については、6月頃までは底堅く推移してきたが、7月以降は悪天候の影響による客足の減少などを背景に、このところ弱い動きがみられる（図7）。

以上から、4月以降の個人消費全体の動向を月次でみていった場合、4月に大きく落ち込んだ後、5月から6月にかけては持ち直しの動きが続いたものの、7月以降は天候不順の影響などもあって、持ち直しの動きに足踏みがみられている。また、9月に入っの動向をみても、回復の動きには品目や業態によってばらつきがみられることがわかる。

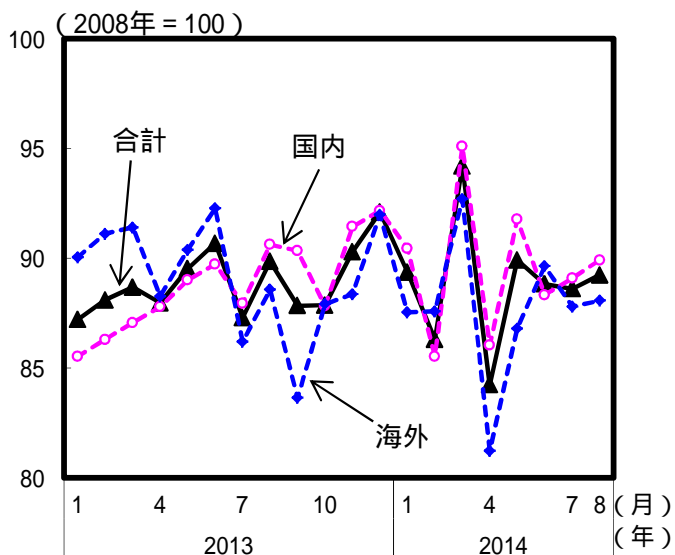
³ 生鮮食品は、天候等の供給面の要因による価格変動が売上に与える影響が大きい。より基調的な食料品等の売上動向をみるため、生鮮食品を除いている。なお、足下では、天候不順による野菜価格の上昇等から、生鮮食品を含めたスーパーの売上高は前年を上回っている（経済産業省「商業販売統計」によると、8月のスーパー売上高（既存店、税込）は前年比+1.4%）。

図5 サービスの動向



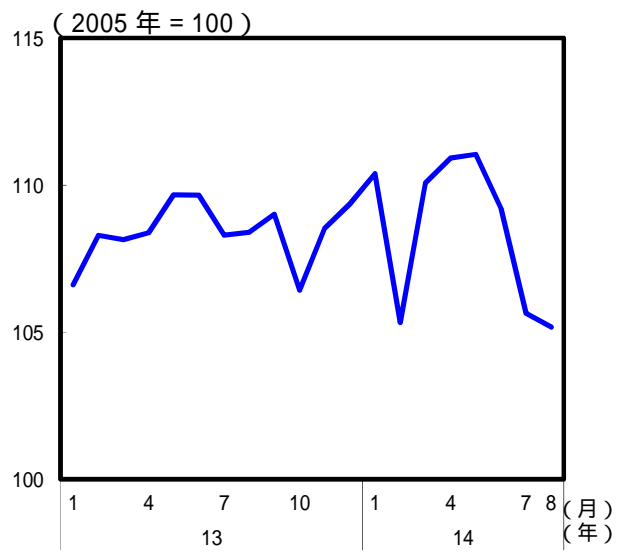
(備考) 内閣府「景気ウォッチャー調査」により作成。

図6 旅行の動向



(備考) 大手旅行業者 12 社取扱金額により作成。内閣府による季節調整値。

図7 外食の動向



(備考) 日本フードサービス協会により作成。内閣府による季節調整値。

3. 所得階級・世代階級別にみた消費動向

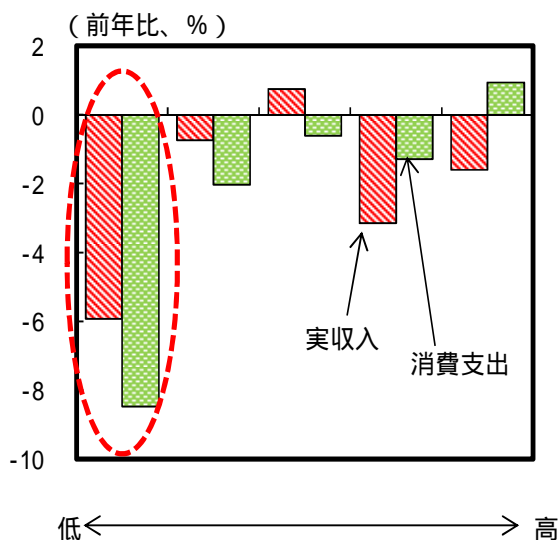
(1) 所得階級別にみた消費税率引上げ後の消費動向

上述のとおり、全体として個人消費は、4月以降持ち直しの動きが続いているものの、特に7月以降においては持ち直しの動きに足踏みがみられている。ここでは、消費者を階級別に分けて消費動向をみていくことで、足踏みの構造的な要因を考察していく。

まず、所得階級別の収入・支出の動向を、総務省「家計調査」を用いてみよう。調査世帯を世帯主の年間収入によって5分割した、「年間収入5分位階級」の区分によって、反動からの持ち直し局面である5 - 8月の収入・支出を比較してみると、最も収入

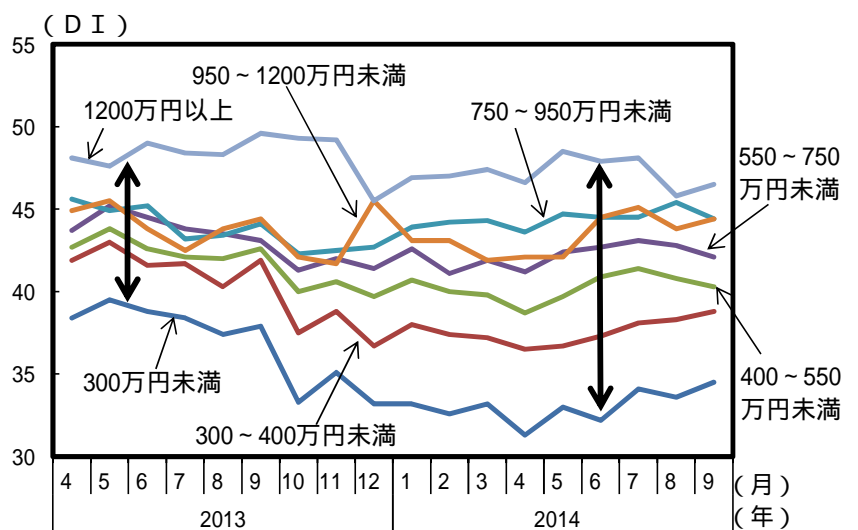
の低い「第 1 分位」では、収入の落ち込みと比較して、消費支出がより大きく抑制されている（図 8）。こうした背景として、非正規比率の高い低所得者層において、先行きへの不安などから支出が抑制されている可能性がある。実際に、内閣府「消費動向調査」から、消費者意識指標の一つである「収入の増え方」の動きをみると、300 万円未満、300～400 万円未満の低所得者層において、2013 年秋以降、収入の増える見通しの悪化傾向が続いている（図 9）。一方で、高所得者層における収入の増える見通しはほぼ横ばいで推移しており、所得階級ごとのばらつきが大きくなっていることが分かる。

図 8 年間収入 5 分位別の収入と支出
(2014 年 5～8 月平均)



(備考) 総務省「家計調査」により作成。名目値。
二人以上世帯のうち勤労者世帯。

図 9 所得階級別のマインドの動き
(収入の増え方)



(備考) 内閣府「消費動向調査」により作成。総世帯。

(2) 年齢階級別にみた消費税率引上げ後の消費動向

次に、年齢階級ごとに消費動向をみていく。総務省「家計消費状況調査」を用いて、特に駆け込み需要とその反動の大きかったと考えられる家電・家具の消費動向について、世帯主の年代別にみていくと、30 代世帯は、他の世帯に比べ 1 - 3 月の支出の伸びが小さかったにもかかわらず、その後の減少幅が大きい（図 10）。また、収入の増える見通しについてみても、30 代世帯は、2014 年 1 月以降低下傾向が続いている（図 11）。

図 10 年齢階級別の家電・家具への支出

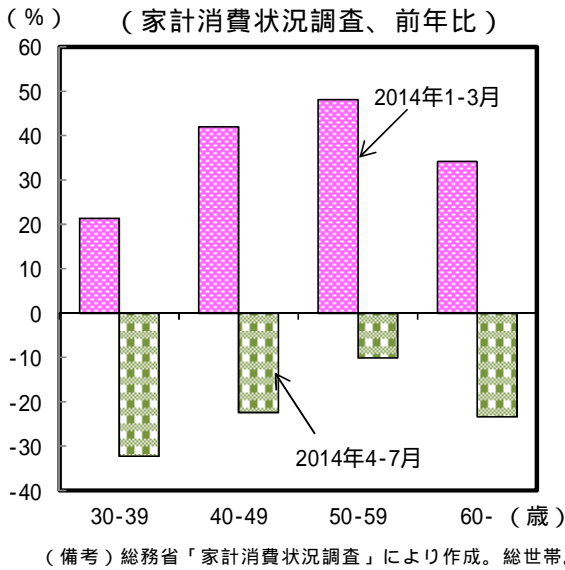
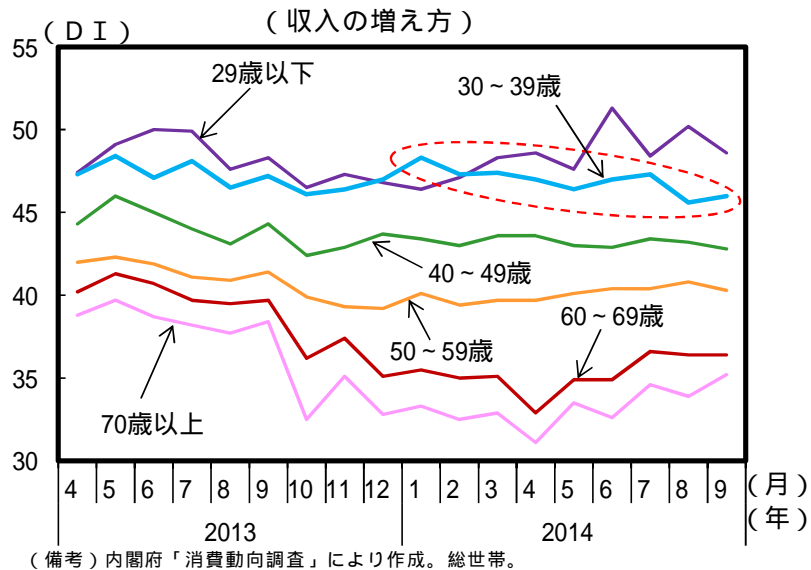


図 11 年齢階級別のマインドの動き



こうした動きの背景としては、30代は金融資産が少ない一方、住宅ローン残高が多い年代であることから、消費税率引上げ後の節約志向が他の世代に比べ強く出ていた可能性が考えられる(図12)。また、現在の30代(昭和50~59年生まれ)は、いわゆる「就職氷河期」世代にあたる。就職期の非正規雇用比率をみると、前の世代に比べて大きく上昇していた。こうした世代としての特性が、節約的な消費行動につながっている可能性もあり、今後の動向を注意深くみていく必要がある(図13)。

図 12 年齢階級別の貯蓄・負債の現在高

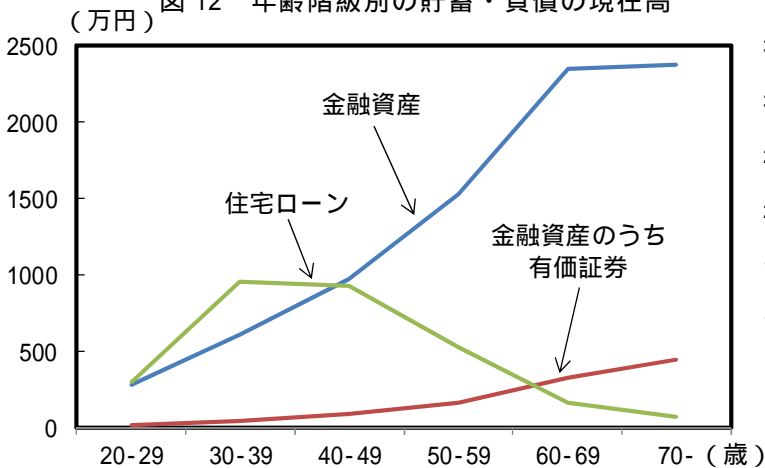
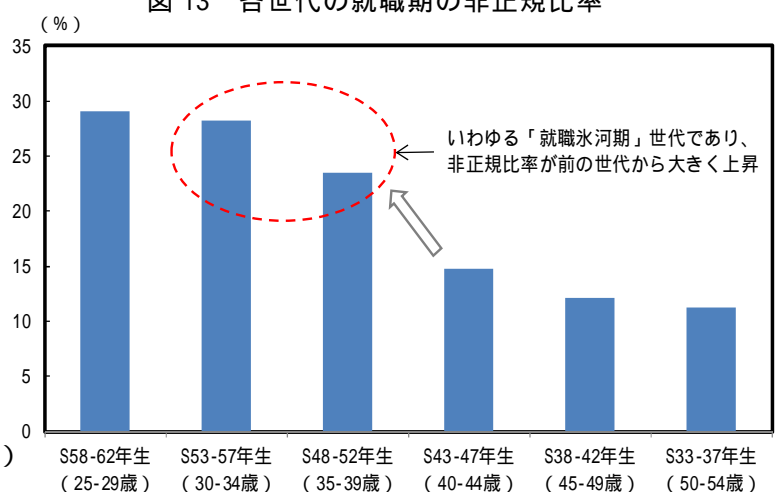


図 13 各世代の就職期の非正規比率



4．おわりに

本稿では、2014年4月以降の消費税率引上げ後の個人消費の動向について、主要な品目・業態毎の特徴をみるとともに、直近での足踏みの背景として、所得階級別・年齢階級別の動向についても確認した。

駆け込み需要とその反動を前回と比較すると、特に耐久財や半耐久財で97年よりも強い動きがみられた。消費税率引上げ後の反動減からの持ち直しの動きについては、家電などの品目が夏場の悪天候の影響を受けたことなどもあり、7月以降、持ち直しの動きに足踏みがみられている。足下での足踏みの背景として、所得階級別・年齢階級別の消費動向をみていくと、非正規労働者の多い低所得層や、住宅ローンを抱える30代世代において、先行きの不透明感などから支出を抑制する動きが生じている可能性がある。

個人消費の最近の動向をみると、品目・業態によって持ち直しの動きにばらつきはあるものの、今後の消費の先行きについては、雇用・所得環境が改善していく中で、夏場の天候不順による下押し圧力がなくなり、緩やかに回復していくことが見込まれる。ただし、生鮮食品やエネルギー価格などの物価の上昇や、マインドの悪化が今後のリスク要因として考えられる他、所得や年代などの属性別のばらつきにも留意していく必要がある。

以 上