

回復基調を支えていくものとみられる。こうした中で、日本からの輸出は緩やかに増加していくと考えられる。ただし、アメリカの量的金融緩和政策の「出口」をめぐる国際金融資本市場の動揺への警戒感がなお根強いこと¹³、中国のシャドーバンキングが同国の金融システム上の大きな問題となるリスクがあることなどを踏まえると、新興国の経済成長が鈍化し、日本からの輸出が伸び悩む可能性がある。さらに、製造業の海外生産移転の進展や企業の価格設定行動の変化などの構造的な要因により、輸出が伸びづらくなっている点にも留意が必要である¹⁴。

●輸入は堅調な内需や駆け込み需要の影響を受けて増加した後、減少

我が国の輸入は、2013年前半に下げ止まり、2013年後半には徐々に増勢を強めてきた。輸入の動きを要因分解してみると、2013年後半には、我が国の経済活動の活発さを示す景気要因が増加に大きく寄与する一方、円安方向への動きを背景に相対価格要因が減少に寄与していたことが分かる（第1-1-5図（1））。財別の輸入動向をみると、駆け込み需要の影響もあって個人消費が増勢を強めていく中で、電気機械や加熱用・冷却用機器（エアコン等）が大きく増加したほか、事務用機械（パソコン等）も一部OSのサポート切れの影響もあって増加した（第1-1-5図（2））。こうした耐久消費財の輸入増加の背景には、テレビや携帯電話などの家電を中心に耐久消費財の輸入浸透度が高まっていることも指摘できる（第1-1-5図（3））。これは、東アジアを中心とする分業体制を中長期的に構築してきたことから、完成品を輸入する傾向が一般的になっているためである。

また、2014年春先以降は、駆け込み需要の反動減がみられる中で、耐久消費財の輸入が減少している。

2 家計部門の動向

2014年4月の消費税率引上げを受けて、個人消費や住宅投資などでは大きな変動が生じている。ここでは、個人消費と住宅投資の動きを確認し、駆け込み需要とその反動減の動きを検証する。また、消費税率引上げによる家計負担の増加の度合いと、それによる個人消費への影響を検討し、増税後の個人消費の先行きを考える。

●耐久財を中心に消費には駆け込み需要と反動が発生

2014年4月の消費税率引上げ前後の個人消費の動向を形態別にみると、耐久財が前後の数か月にわたって大きく変動している一方、その他の財・サービスの振れは短期にとどまっており、振れ幅も相対的に小さい（第1-1-6図（1））。駆け込み需要は、より耐久性の高い財に大きく生じることから、耐久財における変動が大きくなった。

注 (13) 金融面の動向については、第1章第2節参照。
(14) 詳細は第3章第1節参照。

第1-1-5図 輸入の動向

輸入は堅調な内需や駆け込み需要の影響を受けて増加した後、減少

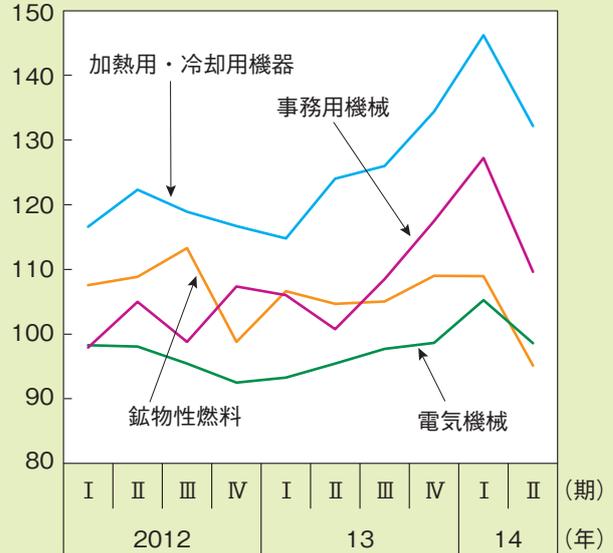
(1) 輸入数量指数の変動要因

(2011年IV期比累積寄与度、%)



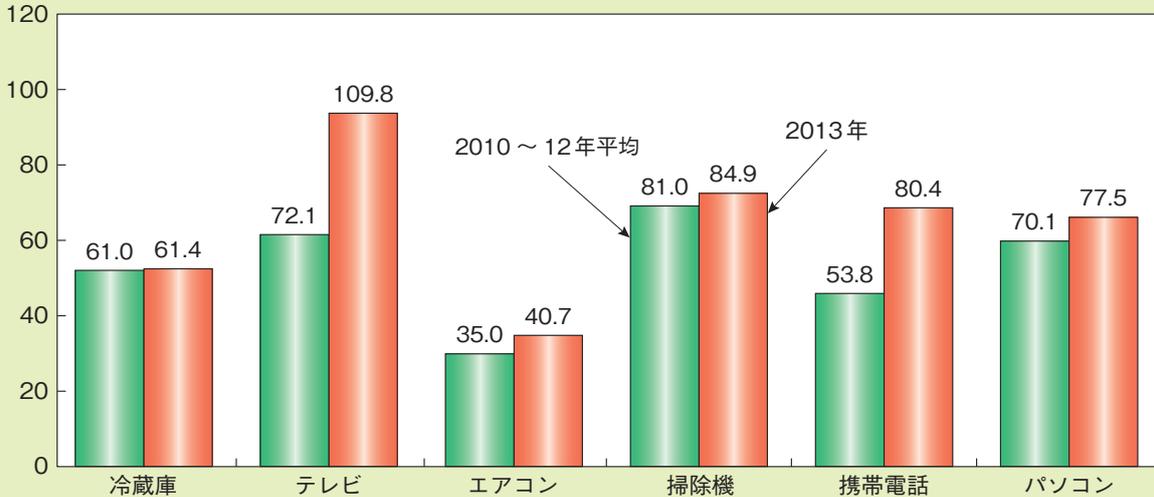
(2) 財別の輸入動向

(2010年=100)



(3) 主要家電製品の輸入浸透度

(%)



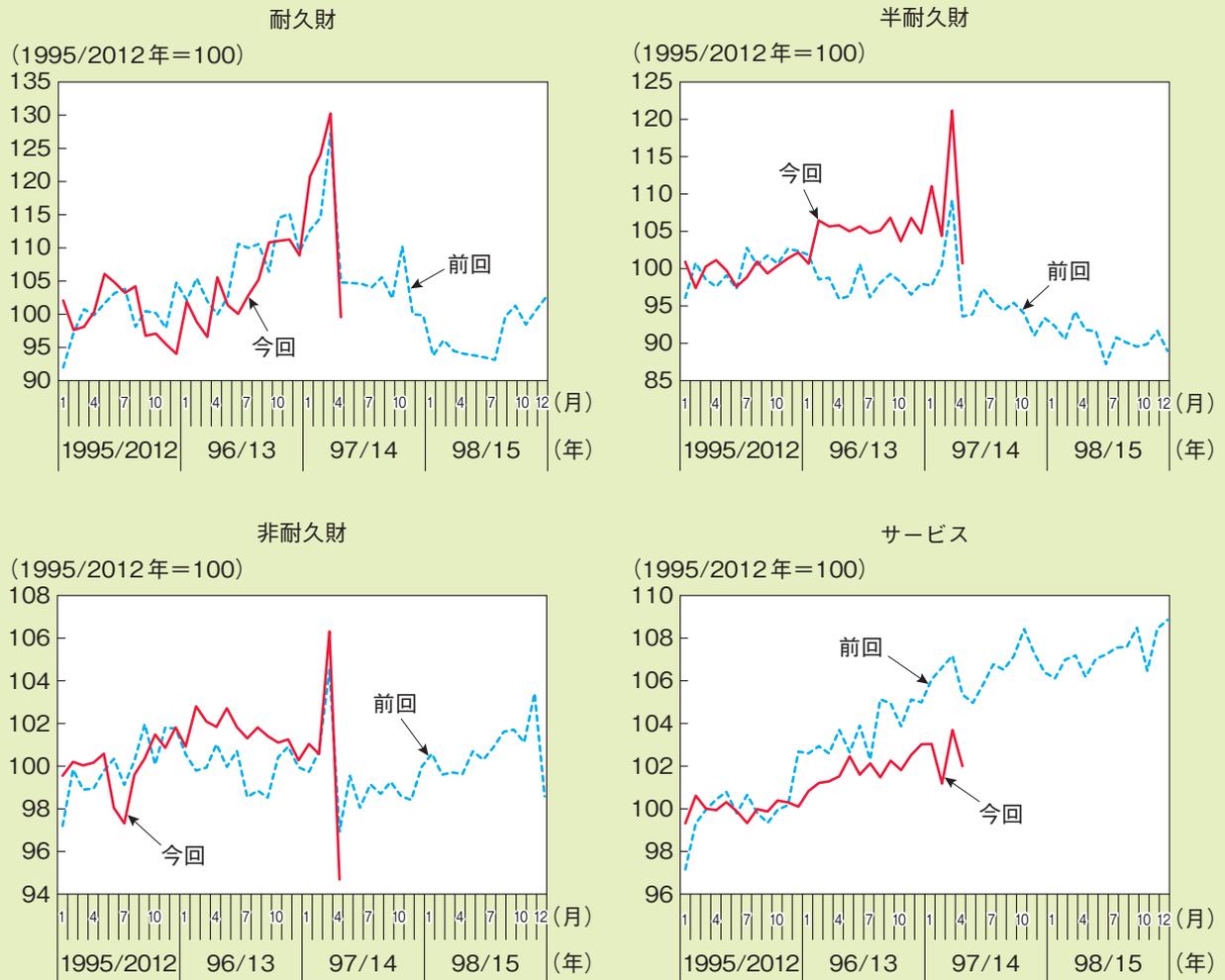
- (備考) 1. 財務省「貿易統計」、内閣府「景気動向指数」、「企業行動に関するアンケート調査」、日本銀行「企業物価指数」、経済産業省「生産動態統計」により作成。
 2. (1)の推計方法は、付注1-1参照。
 3. (2)の2014年II期は、4・5月の平均値。
 4. (3)の内需は、生産+輸入-輸出として算出(個数・台数ベース)。「貿易統計」と「生産動態統計」で品目の定義が若干異なることから、輸入浸透度は100%を超える場合がある。

前回、1997年4月の消費税率引上げ時と比べて、今回の個人消費の動きには、どのような特徴がみられるだろうか。消費総合指数によって個人消費全体の推移をみると、今回は2月中旬の大雪の影響から消費が一時的に落ち込んだものの、前回と同様、3月にかけて大幅に増加し

第1-1-6図 形態別の消費動向

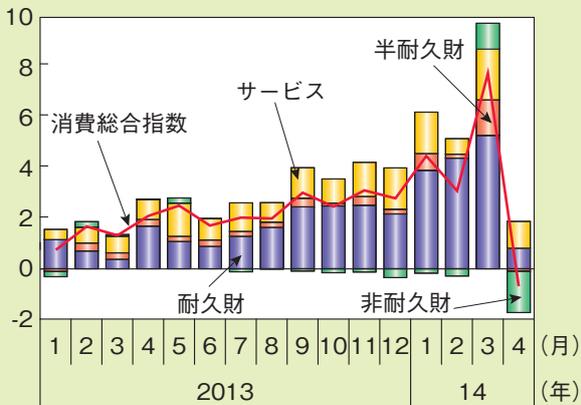
耐久財を中心に消費には駆け込み需要と反動が発生

(1) 形態別の消費総合指数（前回消費税率引上げ時との比較）



(2) 累積寄与度分解

(2012年12月比累積寄与度、%)



- (備考) 1. 内閣府による試算値。
 2. (1) について、「今回」は2012年平均により基準化した2012年以降の計数、「前回」は1995年平均により基準化した1995年以降の計数を表す。
 3. (2) は、連鎖型デフレーターの影響等により、各項目の寄与度の合計は、必ずしも全体に一致しない。

た後、4月に大幅減となった¹⁵（前掲第1-1-2図）。形態別にみると、駆け込み需要の影響が大きい耐久財は、2013年秋口から自動車の販売増加を受けて大きく増加した後、2014年初から3月にかけては家電の販売が大きく伸長したことから、前回よりもかなり高い伸びとなった。主たる構成目である自動車と家電¹⁶を個別にみても、共に前回よりも高い伸びとなっている（付図1-1）。半耐久財では、衣料品が2月中旬の大雪の影響もあってやや伸び悩んだものの、化粧品や食器類が前回よりも高い伸びとなった（付図1-2（1））。非耐久財やサービスにおいても、駆け込みが生じやすい品目では、前回よりも高い伸びがみられた（付図1-2（2）（3））。個人消費全体への寄与度をみると、秋口から耐久財が全体を大きくけん引したほか、3月には他の財・サービスも押し上げに寄与した（第1-1-6図（2））。このように3月までの増加が前回よりも大きかったことから、耐久財、半耐久財、非耐久財では、4月の減少も前回より大きかった。

●個人消費の基調からの上振れは前回と比べて大きめ

それでは、今回の消費税率引き上げに伴う駆け込み需要は、個人消費全体をどの程度押し上げたのだろうか。最終的な評価は、反動減の動きを慎重に見極めた上で行う必要があるが、ここでは、マクロの消費関数や財別の消費動向からみた消費のトレンドと比較して、実際の消費がどの程度かいらしているかをみることによって、暫定的な評価を試みる。試算によると、個人消費のトレンドからのかいりは、2013年10月以降、2兆円台半ばから3兆円程度（個人消費を0.8~1.0%程度押し上げ）となっている（第1-1-7表）。前回の消費税率引き上げ時の駆け込み需要の規模は2兆円程度（同0.7%程度押し上げ）と推計されている¹⁷ことから、駆け込み需要の規模は前回より大きめとなった可能性が高い。また、形態別にみると、耐久財が基調からの上振れ分のうち4分の3程度を占めている。

なお、今回は、駆け込み需要と反動減を平準化させるための施策がとられた。具体的には、自動車販売に係る平準化措置として、消費税率引き上げ後に自動車取得税の引下げやエコカー減税の拡充等の施策が実施されたが、前述のとおり、自動車販売の伸びは前回よりもかなり大きかった¹⁸。これは、既に取得税が免税・減税となっているエコカーの割合が自動車販売全体に占める割合が高かったことや¹⁹、エコカー減税の拡充等による負担軽減分が、消費税率引き上げによる負担増加分に比べてかなり小さかったことから、平準化の効果が発揮されにくかったためと考えられる。

- 注
- (15) 4月の消費は、前回よりも低い水準に落ち込んでいる。これは、サービスにおいて、携帯電話の普及期であることなどから通信料の増加が顕著であった前回に対し、今回はトレンドが弱めであることなどによる。
 - (16) なお、消費税率引き上げの前年半ばまでは、前回はパソコンの普及期であったことなどから、今回の方が家電販売のトレンドは弱めで推移していたが、消費税率引き上げ直前になって、今回の方がより大きく増加した。
 - (17) 経済企画庁調査局（1998）、経済企画庁（1998）。
 - (18) なお、駆け込み需要により増加する需要の取り込みや、その反動による需要減少の緩和を企図して、自動車メーカー各社は新型車の投入を行った。こうしたメーカー側の取組の結果、新型車の販売が1-3月にかけて大きく増加し、全体の販売台数をけん引した。一方、新型車以外の販売はほぼ横ばいであった。
 - (19) 2013年度における新車販売台数のうち、免税（非課税）対象車は53.7%、75%軽減（減税）対象車は10.1%、50%軽減（減税）対象車は18.6%を占めている。

第1-1-7表 消費の基調的な動きからのかいり

個人消費の基調からの上振れは前回と比べて大きめ

		押し上げ寄与 (%ポイント)			金額換算 (兆円)
		2013年 10-12月期	2014年 1-3月期	年度合計 (年率)	
①消費関数による試算値		0.8	3.1	1.0	3.0
②形態別の試算値	耐久財	0.6	1.8	0.6	-
	半耐久財	-	0.4	0.1	-
	非耐久財	-	0.5	0.1	-
	サービス	-	▲0.2	▲0.0	-
	合計	0.6	2.6	0.8	2.5

(備考) 詳細は付注1-2を参照。

上記のとおり、駆け込み需要は前回よりも大きかった可能性が高いが、異時点間の代替効果（駆け込み需要）の規模を左右する要因を確認しておこう。まず、税率の引上げ幅（価格変化率）が大きいほど、異時点間での相対価格の変化が大きいことから、駆け込み需要は大きくなる。また、耐久性が高くなるほど、財から得られる効用が長期にわたるため、消費税率引上げ前に購入するメリットが大きくなる。さらに、実質金利が低いほど、駆け込み需要は大きくなる。これは、名目金利が低いほど借入をして消費をするコストが小さくなるほか、先行きの物価上昇が予想される場合には、駆け込みのインセンティブが大きくなるためである。

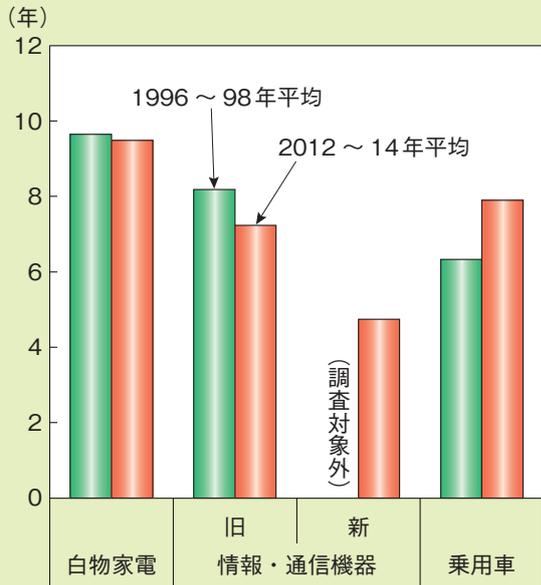
今回の消費税率引上げについて、これらの点を検討してみよう。税率の引上げ幅については、今回のほうが前回よりも1%ポイント大きいことから、駆け込み需要の規模を大きくする要因となっていたと考えられる。耐久性についてみると、耐久性が相対的に低い情報・通信機器の耐久財支出に占める割合が増えたことから、耐久財全体の耐久性は低下しているとみられる。この点は、駆け込み需要を抑制する要因となっていた可能性がある（第1-1-8図（1）（2））。実質金利は、名目金利が低下する中で、最近では耐久消費財の価格が上昇に転じていることから、大きく低下している²⁰。1997年と比較すると、実質金利はやや低い水準にあり、駆け込みを促進する要因となっていた可能性がある（第1-1-8図（3））。また、各要因の1%ポイントあたりの変化が駆け込み需要の規模に与える影響をみると、消費税率の変化の影響が最も大きく、減耗率の変化の影響がそれに続いており、実質金利の変化の影響は大きくない²¹（第1-1-8図（4））。これらの結果からみると、耐久財については、耐久性が相対的に低い耐久財の購入が増えてはいるものの、消費税率の引上げ幅が大きかったことが、駆け込み需要を前回に比べて大きくした可能性があると考えられる。

- 注 (20) 家計が実際に直面する金利や、耐久財についての価格予想を直接観察することは難しいため、ある程度幅をもってみる必要がある。また、安全資産志向の強い国民性などを背景として、日本では実質金利と消費の関係が希薄との指摘もある（中川・大島（2000）、内閣府政策統括官（経済財政分析担当）（2005））。
- (21) 脚注20に記載のとおり、耐久財の実質金利が直接観察できないことなどから、試算結果は幅をもってみる必要がある。なお、第1-1-8図（3）では、消費税率引上げ直前の実質金利は前回と比べて今回は6%程度低い。実質金利が6%下落した場合に駆け込み需要の規模に与える影響は、税率を1とした場合に、0.5超まで上昇する。

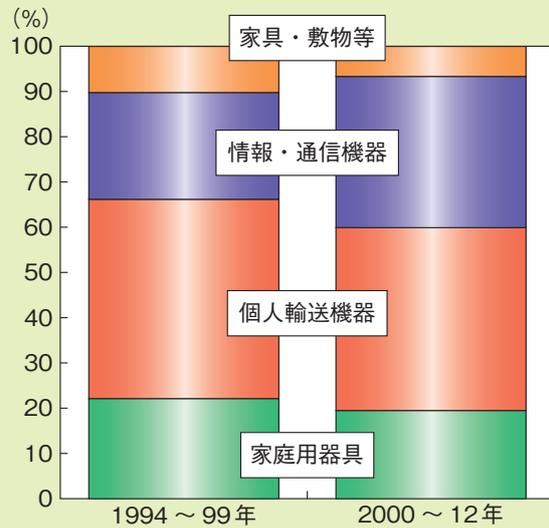
第1-1-8図 異時点間の代替効果の変動要因

前回に比べて税率の引き上げ幅が大きいことが、駆け込み需要を大きくした可能性

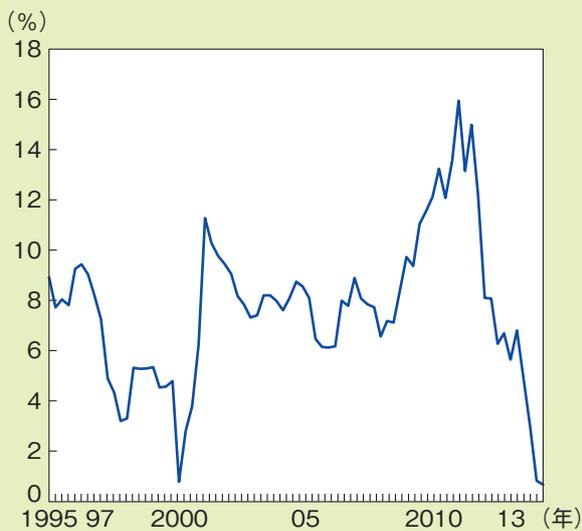
(1) 主要耐久財別の耐久性（買い替え年数）



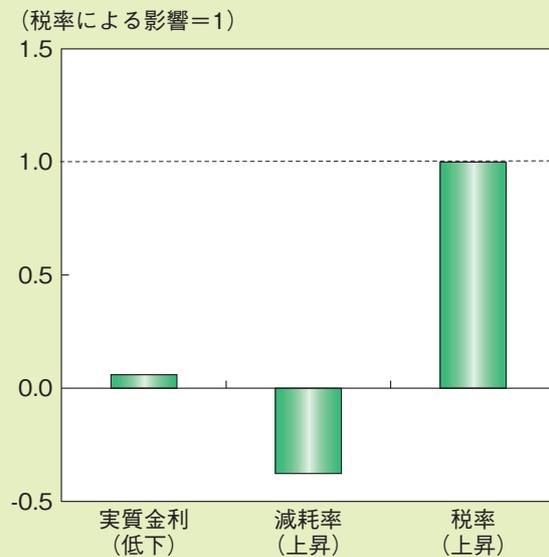
(2) 主要耐久財別の支出構成比



(3) 実質金利



(4) 各要因が1%変化した場合に耐久財の駆け込み需要に与える影響（標準ケース対比）



(備考) 1. 内閣府「国民経済計算」「消費動向調査」、Bloombergにより作成。
 2. (1)の白物家電は、電気冷蔵庫、電気洗濯機、電気掃除機、ルームエアコンの平均。情報・通信機器の旧(1996～98年において調査対象であった製品)は、「カラーテレビ」、「ビデオカメラ」の平均、新(1996～98年において調査対象外の製品)は、「デジタルカメラ」、「パソコン」、「光ディスクプレーヤー・レコーダー」、「携帯電話」の平均。一般世帯。
 3. (3)の実質金利は、10年国債金利から耐久消費財デフレーター(2005年連鎖基準)の前年比を控除。
 4. (4)において、実質金利は1%(年率)低下した場合、減耗率は1%(四半期)上昇した場合、税率は1%上昇した場合の影響。税率変化の駆け込み需要の規模への影響を1とした場合の相対度。詳細は付注1-3を参照。