

2014年2月21日  
No.2013-041

## 消費増税が個人消費に与える影響 —前回 96～97 年との比較—

調査部 主任研究員 小方 尚子

### 《要 点》

- ◆個人消費は、4月の消費税率引き上げに向け、駆け込み需要が本格化しているものの、増税後の消費減速が懸念。本レポートでは、前回1997年と比較しつつ、消費税率引き上げに伴う個人消費への影響について整理し、先行きを展望した。
- ◆今回の消費税率引き上げ前の消費動向の特徴は、耐久財を中心とする駆け込み需要の盛り上がり、前回に比べ顕在化のタイミングが遅く、規模的にも前回並みかやや下回る程度にとどまること。その一方、その他の財・サービスが底堅く推移しており、いわば広く浅く消費回復が進行。
- ◆2014年度入り後には、駆け込み需要の反動減と、消費税率引き上げに伴う物価の上昇が実質購買力を下押しすることによって、個人消費は大きく減速する見込み。もっとも、前回の消費税率引き上げ後にみられたような消費腰折れは避けられる見込み。
- ◆前回よりもマイナス影響が小さくなる理由として、①税率引き上げのマイナス効果を緩和する政策の導入、②雇用・所得環境の方向性（前はピークアウト、今回は改善方向）、③消費性向の上昇、の3点が指摘できる。こうした要因に支えられ、個人消費は、駆け込みの反動が一巡すれば、名目ベースでもリーマンショック前の水準を回復していく見通し。
- ◆消費性向の上昇が先行きの所得環境の改善を織り込んで進んでいるだけに、所得拡大が期待外れに終わることが、最大のリスク。企業業績の改善を賃金上昇に着実につなげていくこと、さらには、企業が持続的に賃金引上げを実現していける環境整備に向け、わが国経済の中長期的な成長力強化を見据えた政府の成長戦略と規制改革を着実に進めていくことが急がれる。

本件に関するご照会は、調査部・小方 尚子宛にお願いいたします。

Tel:03-6833-0478,

Mail:ogata.naoko@jri.co.jp



## はじめに

個人消費は、アベノミクス効果によるマインド改善と資産効果により 2013 年入り以降、回復の動きを見せている。夏場に一時、勢いが鈍化したものの、足元では4月の消費税率引き上げに向けた駆け込み需要が本格化するなかで再び勢いを取り戻し、消費の拡大が続いている。もっとも、消費税率引き上げ後については、失速の懸念が払拭できない。そこで以下では、前回 1997 年の消費税率引き上げの際との比較から、消費税率引き上げに伴う個人消費への影響について整理し、消費の先行きを展望した。

### 1. 税率引き上げ前の消費動向

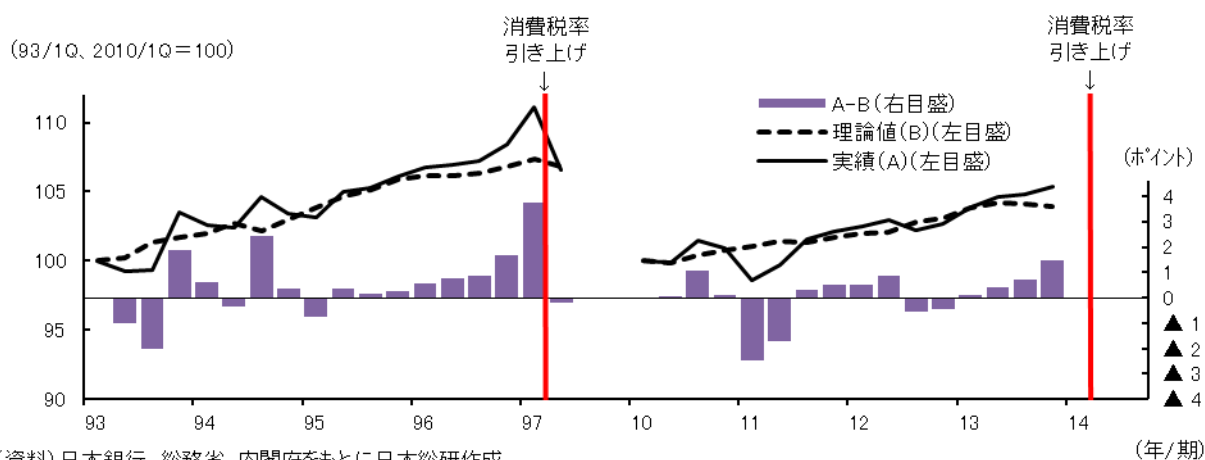
今回の消費税率引き上げ前の消費動向を、前回 1997 年の引き上げ前と比べてみると、耐久消費財を中心とした駆け込み需要の盛り上がりは、顕在化のタイミングが遅く、規模的にも前回並みか下回る程度にとどまっている。その一方で、その他の財・サービスが底堅く推移しており、いわば広く浅く消費回復が進んでいる。

#### (1) 駆け込み需要の盛り上がり

2013 年の個人消費は、百貨店の復調にみられるように、持ち直しの動きが明確化した。もっとも、春先までの消費回復の動きは、もっぱら資産効果やマインド改善の効果によるところが大きかったと評価される。実質個人消費の基本的な消費環境から期待される水準（理論値）を、雇用者報酬、金融資産残高、高齢者比率を説明変数とする消費関数から試算してみると、理論値は資産効果を主因として緩やかに増加している。

一方、実績値が理論値を上回った部分はおおむね駆け込み需要とみなせる。年初から徐々に顕在化している前回に比べ、今回はやや出遅れている形となっている。また、税率引き上げ幅が 3%ポイントと、1%ポイント大きいにも拘わらず、駆け込み需要がこれに比例する形で膨らむ動きは特にならぬ、前回並みかやや下回る程度にとどまっている（図表 1）。

（図表 1）実質個人消費と長期均衡値



（資料）日本銀行、総務省、内閣府をもとに日本総研作成

（注1）持ち家の帰属家賃を除く。

（注2）要因分解に用いた推計式は次の通り。

$$\ln C = 5.163 + 0.0408 * \ln Y + 0.175 * \ln A + 0.003 * S$$

(7.32) (6.63) (7.53) (4.33)

推計期間：1992/1Q～2013/4Q 修正R<sup>2</sup>=0.958、D.W.=1.246、カッコ内はt値

C: 実質消費支出 Y: 実質雇用者報酬 A: 実質金融資産 S: 高齢者比率

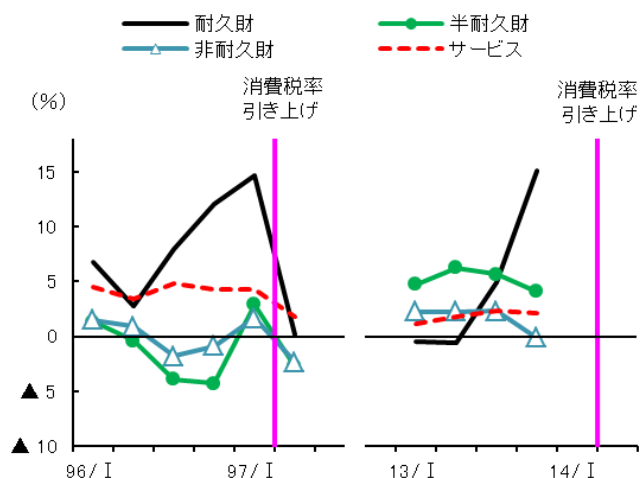
## (2) 耐久財の駆け込み需要の出遅れと耐久財以外の消費の堅調

財別に消費の動きをみると、前回は、単価の高い耐久財で駆け込み需要が大きく盛り上がる一方、半耐久財や非耐久財はそのしわ寄せが来る形で需要が落ち込み、増税直前に小さな駆け込みが生じたにとどまった(図表2)。これとは対照的に2013年には、耐久財が前年の乗用車向け購入支援策の反動からマイナス・スタートとなり、駆け込み需要は相対的に小さなものとなっている。もっとも、半耐久財や非耐久財が小幅ながらプラス基調を維持しており、耐久財の駆け込みが出遅れた分、その他の財・サービス消費を抑制する動きは弱くなっていることがうかがえる。

耐久財の駆け込み需要が相対的に小さくなっている背景としては、第1に、リーマンショック後に打ち出された家計支援策により、すでに一部の耐久財に大量の前倒し購入が発生していたことが挙げられる。前回97年の消費税率引き上げ前にも、消費刺激を図る大規模な所得税減税が導入されたものの、耐久財を対象としたピンポイントの購入支援策はとられなかった。

これに対し、今回は、2009年度以降、家電エコポイント、エコカー補助金などの施策が多く導入され、前倒し購入が促された(図表3)。対象となった乗用車、テレビ、エアコン、冷蔵庫はいずれも、前回の税率引き上げの際に駆け込み需要の中心となったものである(図表4)。

(図表2) 財別実質個人消費の推移(前年比)



(資料)内閣府  
(注)サービスは持ち家の帰属家賃を除く。(年/期)

(図表3) 消費税率引き上げ前の主な家計支援策

	年度	内容
前回	1994年度	特別減税 3.8兆円
	1995年度	制度減税 2.4兆円
		特別減税 1.4兆円
	1996年度	特別減税 1.4兆円
今回	2009年度	定額給付金 2.0兆円 エコカー減税 0.2兆円 2011年度まで 家電エコポイント 0.3兆円 2011年3月まで エコカー補助金 総額0.6兆円 2010年9月まで 住宅エコポイント 0.1兆円 2012年3月まで
	2010年度	公立高校無償化(私立高校生助成) 0.4兆円
	2011年度	子ども手当導入 ネット1.7兆円 (児童手当・年少扶養控除廃止)
	2012年度	エコカー補助金 総額0.3兆円 2012年9月まで エコカー減税延長 0.1兆円2014年度まで

(資料)内閣府、財務省ほかを基に日本総研作成

(図表4) 前回の駆け込み需要

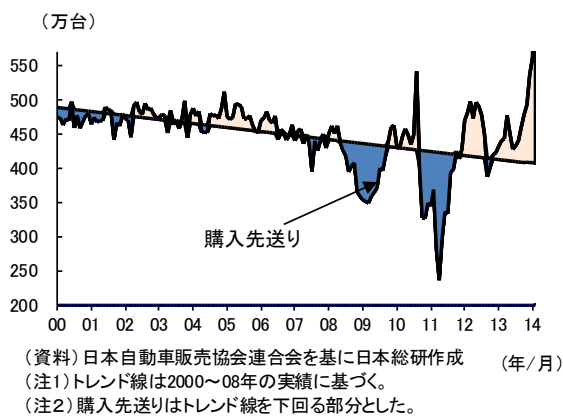
増加幅	品目
50%以上	応接セット(78)、パソコン(77)、エアコン(53)
30~50%	電気冷蔵庫(41)、楽器(37)、食卓セット(36)、食器戸棚(34)、自動車購入(33)、電子レンジ(33)
20~30%	筆記・絵画用具(29)、電気洗濯機(29)、ワイン(27)、茶類(26)、ペット(23)、鉄道通勤定期代(23)、園芸品・同用品(21)、書斎・学習用机・いす(20)
10~20%	茶わん・皿・鉢(19)、たんす(18)、テレビ(17)、スポーツ施設使用料(17)、カメラ(14)、腕時計(14)、婦人用ソックス(13)、自動車保険(任意)、(12)、ステレオセット(12)、雑誌・週刊誌(11)、しょうちゅう(10)、歯磨き(10)、通学用靴(10)、粉ミルク(10)
5~10%	婦人用スラックス(9)、食用油(9)、化粧水(9)、乾うどん・そば(9)、手芸・工芸材料(9)、ゴルフ用具(9)、バスケット(8)、歯ブラシ(8)、ポリ袋・ラップ(8)、眼鏡(8)、ファンデーション(7)、化粧クリーム(7)、乳児服(7)、帽子(6)、婦人用コート(6)、外食和食(5)、外食洋食(5)、石鹸(5)

(注)96年10月~97年3月の購入額が93~95年の同期平均を上回ったもの。赤字は耐久財、下線は、近年の消費支援策の対象。( )内は増加幅(%)。

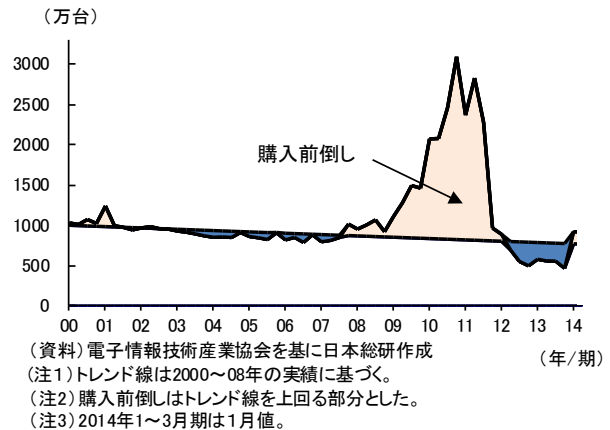
ただし、今回政策支援の対象となった耐久財のなかでも足元の消費動向には大きなばらつきがみられる。乗用車の場合は、購入支援策により需要が盛り上がったにもかかわらず、昨年秋頃から駆け込み需要が顕在化している。この背景には、リーマンショック以降、購入を先送りする動きが大きかったことが指摘できる（図表5）。エコカー補助金等はそのペントアップデマンドの一部を喚起するにとどまり、2012年9月のエコカー補助金終了時には、まだ平年の年間購入台数の2割に相当する需要先送り分が残存していたと試算される。こうしたペントアップデマンドが、駆け込み需要として顕在化しているとみられる。

一方、テレビの場合は、家電エコポイント導入後、2011年7月の地上デジタル放送への完全移行を控えた買い替えニーズとあいまって、平年購入量の4倍にのぼる上振れが発生した（図表6）。このため、足元でもまだ数年分の需要を先食いした状態であり、年明け後に漸く回復の動きがでてきたものの、年度末にかけても駆け込み需要の盛り上がりは相対的に小規模なものとなろう。エアコン、冷蔵庫についても、通常の買い替え理由の大半は「故障」であり、乗用車のような需要先送りがないうま購入支援策に伴う上振れが生じたため、駆け込み需要は限定的にとどまる見込みである。

（図表5）乗用車販売台数（年率）



（図表6）テレビ販売台数（年率）



駆け込み需要を相対的に小さくしている第2の要因としては、駆け込み需要の山と谷をなだらかにするための施策が導入されたことが挙げられる。

自動車については、2014年度税制改正で、2014年度からの自動車取得税の引き下げ（普通車は5%→3%、軽自動車は3%→2%）とエコカー減税の拡充が盛り込まれた。2015年10月に消費税率を10%に引き上げる際には、自動車取得税そのものを廃止する方針も出されている。

また、住宅ローン減税の拡充も、住宅関連消費の駆け込み需要と反動減を抑える効果があるとみられる。

2013年度税制改正で決まった住宅ローン減税<sup>1</sup>の効果を試算すると、平均的な条件<sup>2</sup>の住宅ローン購入者の場合、年収800万円～1500万円程度の世帯では、減税メリットが消費増税分を上回り、

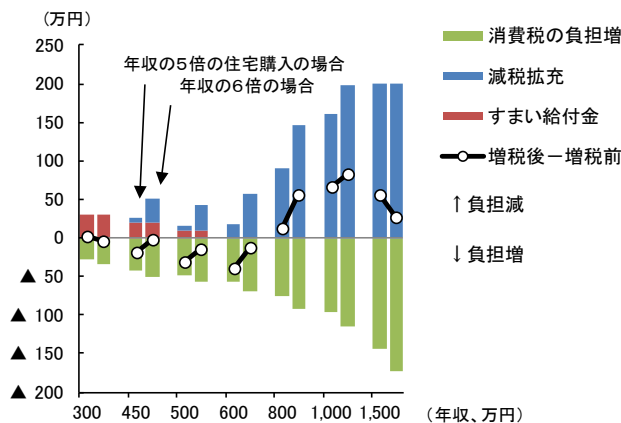
<sup>1</sup> 2001年4月から2017年末までに購入した住宅につき、住宅ローン残高の1%を10年間所得税から控除できる上限を200万円から400万円へ引き上げた。所得税で控除しきれない場合に住民税から控除できる上限額も年9.75万円から13.65万円に引き上げた。

<sup>2</sup> 住宅金融支援機構の「フラット35利用者調査」の平均的な住宅ローンを組んだ購入者像から、年収の5倍、もしくは6倍の住宅を購入し、年利2%元利均等35年ローンを組んだ場合について試算した。購入額に建物価格が占める割合は64%、頭金比率は20%とした。

トータルの税負担が低くなる。また、2013年度補正予算に盛り込まれた「すまい給付金」<sup>3</sup>により、住宅ローン減税のメリットがあまり受けられない低所得世帯についても、負担増が緩和されており、とりわけ、給付金を最大の30万円受け取る世帯では、増税前後で実質的な負担はほぼ変わらなくなった（図表7）。

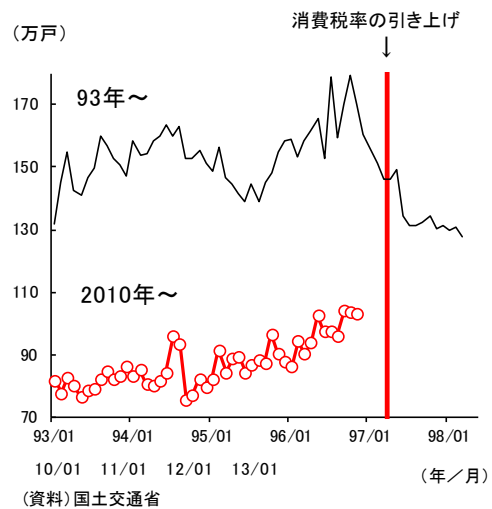
このため、今回の消費税率引き上げでは、前回に比べ住宅の駆け込み着工の動きが緩やかなものにとどまっている（図表8）。住宅着工が1%増えると2四半期後の耐久財消費が0.19%増える関係がある<sup>4</sup>ことから、住宅投資に付随して出てくる家電購入等の山谷もなだらかになると見込まれる。

（図表7）住宅購入者の消費税負担増加と住宅ローン減税の効果



（資料）財務省、住宅金融支援機構を基に日本総研作成  
（注）夫婦二人、16歳未満の子供一人の世帯が減税要件を満たした住宅購入を行い、金利2%、元利均等35年ローンを組んだ場合。購入額に建物価格が占める割合は、64%、頭金比率は20%とした。

（図表8）住宅着工件数の推移



（資料）国土交通省

一方、半耐久財、非耐久財の底堅さについては、アネクドータルな事例ではあるが、百貨店の高額衣料品、缶詰などの食品などに駆け込み的動きがみられる等の報道がみられる。近年、「訳あり商品」の人気の高まったように、消費者は、実質的に割安な商品を賢く買う傾向を強めている。消費税率引き上げ分の節約という明らかに割安な購入機会をきめ細かに利用することで、半耐久財や非耐久財にも駆け込み的動きが発生し、こうした財への支出の底堅さにつながっている可能性も指摘できる。

## 2. 税率引き上げ後の消費動向

2014年度入り後には、駆け込み需要の反動減と、消費税率引き上げに伴う物価水準の上昇が実質購買力を下押しすることによって、個人消費は大きく減少することが避けられない。

このうち駆け込み需要の反動減は、一時的に個人消費を落ち込ませるものの、駆け込み需要の山が小さい分、反動減の落ち込みも小さくみられる。そもそも購入時期が前倒しされた結果なので、駆け込み需要と均してみれば、需要が減ることにはならない。

<sup>3</sup> 都道府県民税の所得割額に応じて住宅購入者に給付を行うもので、夫のみ収入のある中学生以下の子ども二人の世帯の場合、年収425万円以下では30万円の給付、以下同様に425万円超475万円以下では20万円の給付、475万円超510万円以下では10万円の給付が受けられる。

<sup>4</sup> 以下の式から試算。推計期間は、94/1Q～2013/2Q。adjR<sup>2</sup>=0.9777。（ ）内はt値。  

$$\ln(\text{実質耐久財消費}) = 5.61 + \blacktriangle 1.05 \times \ln(\text{同デフレーター}) + 0.19 \times \ln(\text{住宅着工件数}_{(t-2)})$$
(10.30) (▲36.50) (3.75)



一方、税率引き上げに伴う物価上昇は、約2%にのぼるとみられ、実質購買力の水準が一段低下する形で消費下押しに作用する(図表9)。前年比で見れば、1年に亘って2%の消費下押しに作用することになる。過去10年間に名目個人消費が前年比2%を超えたのはわずか10四半期にすぎず、しかもその過半はエコカー補助金などの消費支援策が押し上げに作用していたことを踏まえれば、2%の実質購買力低下は無視できないインパクトを持つといえる。

もっとも、97年の際とは異なる以下の3点から消費腰折れは避けられる見込みである。

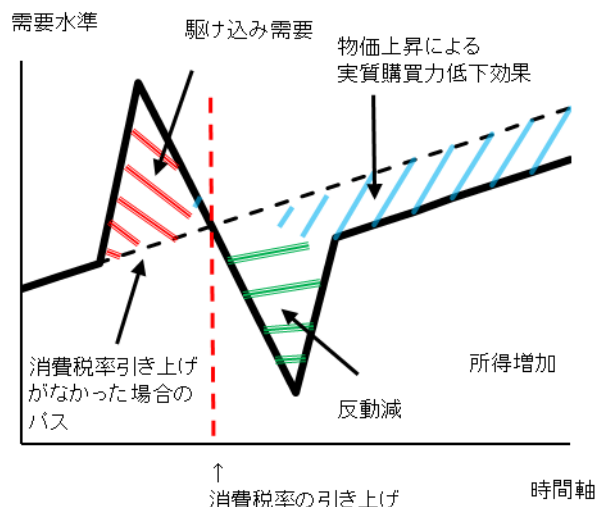
### (1) 消費税増税以外の政策の違い

第1に、消費税以外の政策が、前回は家計の負担増・消費下押しに作用したのに対し、今回は、負担軽減が配慮されている点である。

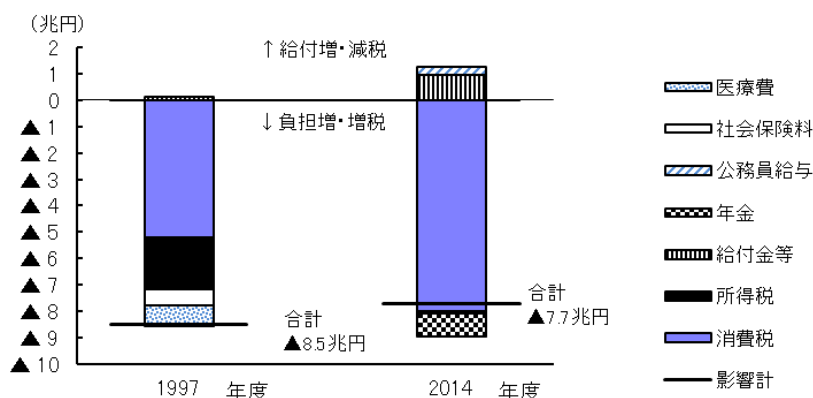
97年には、財政再建を目的とした取り組みが集中した結果、家計の負担増は消費増税以上に膨らんだ。消費税負担の増加5.2兆円<sup>5</sup>に加え、定率減税の廃止と年金・医療保険改革が加わったためである。低所得者世帯向けに臨時福祉給付金1,000億円が支給されたものの、これを勘案しても、家計の可処分所得は年間で8.5兆円下押しされることになった(図表10)。

これに対し、今回は、消費税引き上げ幅が前回は1%ポイント上回るものの、様々な負担緩和策がとられたため、家計の負担増は7.7兆円に圧縮される。負担増加面では、①消費税の8兆円<sup>6</sup>、②2004年から続いている年金保険料の引き上げと、昨年からはまった年金の特例水準解消のための給付削減による9,000億円、③高所得層の所得税増税1,000億円がある一方で、負担軽減策として、

(図表9) 消費税引き上げ前後の個人消費のイメージ



(図表10) 家計の負担と給付(前年差)



(資料) 財務省(ほかから日本総合研究所作成)  
(注) 当該年度中の変化項目の平年値の合計。

<sup>5</sup> 政府による当初見込み値。

<sup>6</sup> 2012年度の消費増収から計算した平年値。2013年10月に財務省・厚生労働省が公表した見通しでは、2014年度の税収見込みは、納付時期のずれ、個人消費の落ち込み等を勘案すると5.1兆円にとどまるとしているが、ここでは、平年ベースの負担見込み額を比べた。

①所得拡大促進税制の拡充による雇用者所得拡大の促進、②低所得層等への直接給付、など総額 1兆円の対策が打ち出されており、マイナス影響の緩和が図られている。また、復興財源のために 2012年度に導入された公務員給与削減の特例措置が終了するため、③公務員世帯を通じた前年度対比 3,000 億円の家計収入の増加も見込まれる。

## (2) 雇用・所得環境

第 2 に雇用・所得環境の方向性の違いが挙げられる。

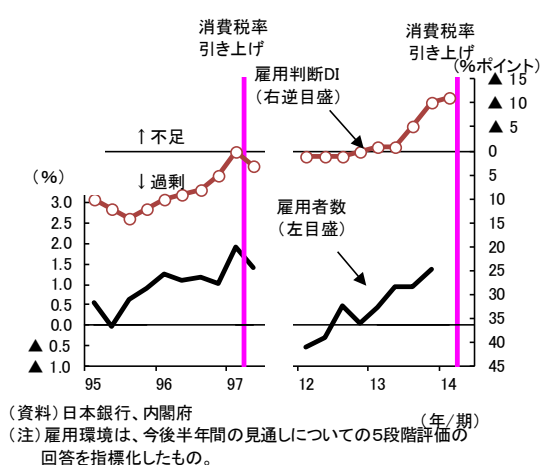
雇用面についてみると、今回は、人口の増加が続く中で雇用者数こそ増えていたものの、雇用過剰感が根強く残っていた（図表 11）。バブル崩壊以降の失業者増加に歯止めがかからないうえ、正規雇用者を非正規雇用者に置き換える形で急速に進み始めた雇用の非正規化も、雇用不安を高めていた。

一方、今回は、人手不足感が強まるなか、緩やかな雇用の改善傾向は維持される見通しとなっている。雇用増加の中心が非正規雇用者である状況に変わりはないものの、失業者の減少が続いており、雇用環境に対する見方が改善してきている。

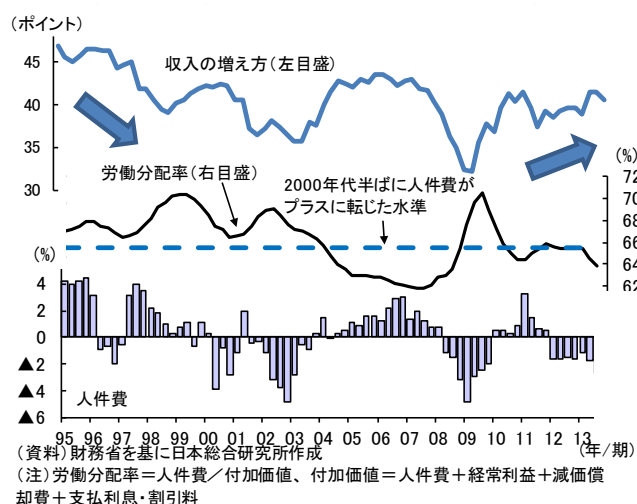
また賃金面でも、前回引き上げ時には、労働分配率が高止まり、人件費削減圧力が強まるなかで、消費者の収入に対する期待上昇はみられなかった（図表 12）。一般労働者の賃金上昇率は、デフレに陥っていない前回の方が高かったものの、上昇率自体は低下傾向を続け、先行き不安を惹起していた。一方、今回は、人件費は引き続き前年比マイナスであるものの、取り巻く環境は改善している。足元の労働分配率は、人件費が増え始めた 2000 年代半ばの水準まで低下し、賃上げ余力が生まれてきている（図表 12）。実際、今春闘では、ベア復活も議論にのぼるなど、賃金引き上げ機運が高まっている<sup>7</sup>。

以上のように、前回に比べ雇用・賃金両面から、雇用者報酬の上昇期待が高まりつつあることは、消費を下支えする要因となるだろう。

(図表 11) 雇用判断 DI と雇用環境の見通し



(図表 12) 収入の見通しと労働分配率



<sup>7</sup> 有識者会議の経済成長フォーラムが 2014 年 1 月 23 日に公表した大手企業経営者に対するアンケート調査では、回答者 191 人のうち 3 割が 2014 年度に賃上げ（ベア）を行うと回答している。

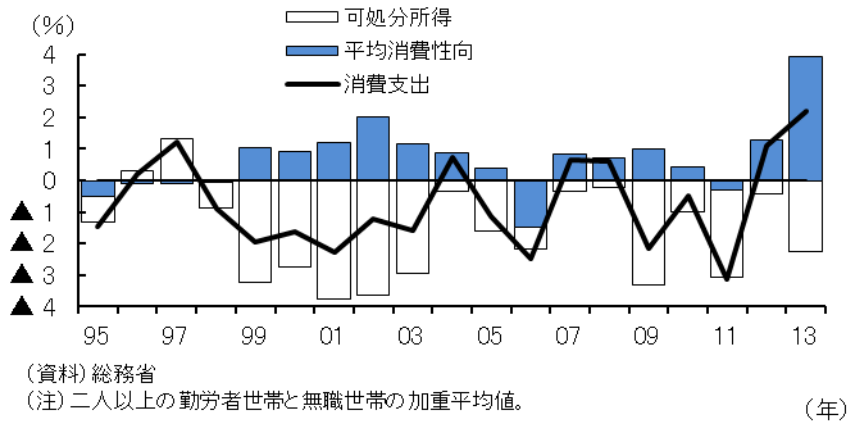


### (3) 消費性向の上昇

第3に、消費性向の上昇が挙げられる。

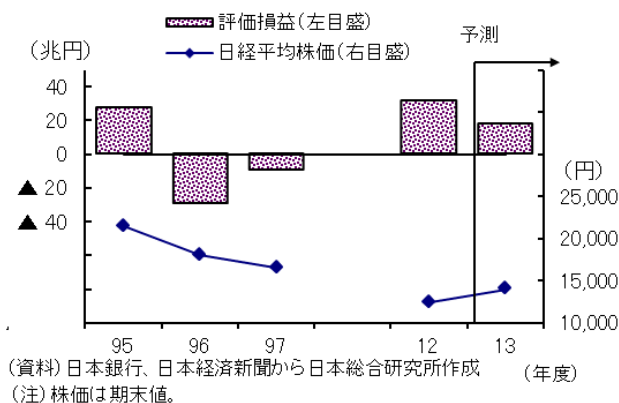
総務省「家計調査」から、世帯当たりの消費支出と可処分所得、消費性向の動きをみると<sup>8</sup>、前回は消費性向の上昇が消費を下支えする動きは見られなかった。しかし、2013年には、所得の減少が続くなかで、専ら消費性向の上昇が消費回復を支えた(図表13)。

(図表13) 世帯当たりの消費支出変化の内訳



この背景には、すでにみた雇用環境の改善や、先行きの賃金上昇期待が消費者マインドを明るくしていることがある。また株価上昇等による資産効果も、前回とは対照的に消費性向を押し上げに作用している。前回は、株価下落により、96年度における金融資産の評価損が前年度対比▲29兆円にのぼった。これに対し、今回は、アベノミクスの下での景気の先行きへの期待を背景に、日経平均株価が、2013年末までに年初から1.5倍に上昇した。2013年度末にかけて株価が14,000円程度の水準を維持した場合、家計金融資産の評価益は、2012年度の32兆円に続き2013年度も18兆円増加する見込みである(図表14)。

(図表14) 家計金融資産の評価損益と株価



<sup>8</sup> 可処分所得が公表されている二人以上の勤労者世帯と無職世帯の加重平均を使用した。勤労者世帯と無職世帯の世帯数は、全世帯の82%にあたる(2013年)。わが国家計部門の消費性向の動きを包括的にみた国民経済計算で把握される消費性向とは、水準、動きともにずれがあるものの、以下の点から、このデータを使用した。①直近2013年までデータが把握できること、②世帯属性別にデータが把握できること、③本稿で注目する経緯、すなわち96年から97年にかけての伸び悩みと、2012年以降の上昇傾向がおおむね一致していること。

さらに、消費税率引き上げ後も、消費性向が高めに推移する要因として、消費者、企業双方のデフレマインドの後退が指摘できる。

前回の消費税率引き上げ前には、「80円バーガー」に代表される低価格戦略が企業に広がった。90年代前半の円高の進行で生まれた輸入コスト低下の還元のほか、通信自由化に伴う競争激化、流通の中抜き進展などによる値下げが進んだため、「値段が安くても中身は良い」商品が登場したことで、消費者も低価格志向を強めた。

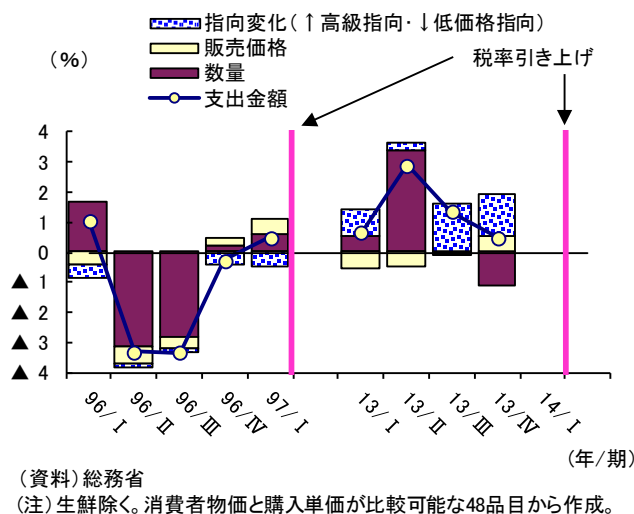
しかし、近年では、「薄利多売」戦略の蔓延が供給過剰によるデフレ圧力の高まりを招いた経験から、企業は低価格戦略により慎重になっている。消費者も、多くの汎用品が低価格で購入できるようになるなか、中高所得層を中心に、多少高くても品質のより良いものを求める動きが広がり始めている。こうしたなか、客単価を高める高級化路線を展開し、消費者の側も価値を認める支出であれば単価の高さを受け入れる例がみられるようになっている。

具体的なデータをみると、例えば食品（生鮮除く）の場合、96年度には消費者物価が前年比横ばいで推移する一方、購入単価は▲0.3%下落した（図表15）。これに対し今回（2013年4～12月）は、物価が前年比横ばいで推移するなか、購入単価は1.1%上昇し、より値段の高い商品に需要がシフトしている。こうした高額品へのシフトは、足元で物価が上昇に転じるなかでも、被服など幅広い商品で顕著となっており、「高額品シフト」が生じている品目の割合は、13年には6割を超える水準に達した（図表16）。

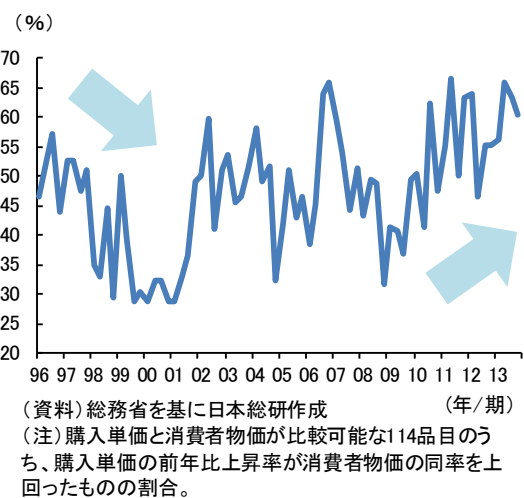
消費税率引き上げ後もこうした傾向が続くかどうかは今後の消費の行方を左右することになる。前回97年の引き上げの際には、「高額品シフト」比率は大きく低下した。ただし低下が顕著となったのは、アジア経済危機や大手金融機関の破綻を経験し、所得が大幅に減少した97年末からであった。「高額品シフト」比率を左右する鍵は所得の伸びであり、雇用・所得環境の改善が見込まれるなか、今回は消費税率引き上げ後も底堅く推移していくことが期待できる。

このように、企業、消費者双方の低価格志向の後退、「低価格」よりも「価値」を差別化の源泉とする商品の広がり、消費税率引き上げ後も、消費下支えに作用していくことが期待される。

（図表15）食品の消費額変化の内訳



（図表16）「高額品シフト」品目比率の推移



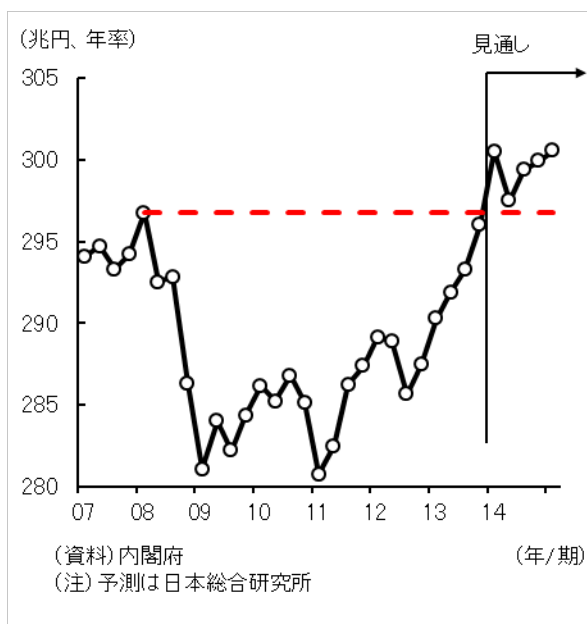
## おわりに

以上のように、今回の消費税率引き上げにおいては、税率引上げ幅の大きさの割に、駆け込み需要がマイルドなものにとどまる一方で、反動減のマイナス効果もそれだけ緩やかになることが見込まれる。さらに、①政策効果、②雇用・所得環境の改善、③消費性向の上昇傾向の持続を背景に、消費腰折れは回避できる公算が大きい。こうしたなかで、名目ベースの個人消費も、ようやくリーマンショック前の水準を回復していく見通しである（図表 17）。

もっとも、不透明要因もある。最大のリスクは、賃金引き上げが期待通りに広がっていくかどうかである。もし、賃金上昇が期待外れに終われば、家計の購買力が消費増税に追いつかなくなるだけでなく、消費者マインドも冷え込む懸念が高まる。賃金引き上げを実現し、自律的な経済成長の好循環を生み出せるか否かは、これまでの消費を支えてきた株価の行方にも大きく影響する。

このため、企業の業績改善を賃金上昇に着実につなげていくことが鍵となる。その際には、足元で改善した企業収益の還元の議論にとどまらず、企業が持続的に賃金引上げを実現していける環境整備に向け、わが国経済の中長期的な成長力強化を見据えた政府の成長戦略と規制改革を着実に進めていくことが急がれる。

（図表 17）名目個人消費の見通し



以 上