

2014年5月20日

No.2014-009

消費増税に伴う駆け込み需要と反動減にみられる濃淡

— 個人消費は3大都市圏で、住宅投資は地方圏で盛り上がり —

調査部 主任研究員 小方尚子

《要点》

- ◆ 消費税率引き上げ前の個人消費の駆け込み需要の動きを供給側統計からみると、前回は、都市部、地方ともにほぼ同様の動きをみせたのに対し、今回の回復は都市部に限定的な動きに。需要側統計として総務省「家計調査」から世帯別の消費額をみても、今回は3大都市圏の増加が顕著。
- ◆ 今回、都市部が好調である背景には、①大都市圏の雇用所得環境の改善、②株高に伴う資産効果が大都市圏でより大きく発現していること。さらに③都市部大規模店舗の競争力の高さも指摘可能。総じてみると、都市部の消費好調は、地方の需要が都市部店舗に流れた影響は一部あるものの、基本的な所得環境の差が主因とみられる。
- ◆ 先行きを展望すると、通常、駆け込み需要の山が大きいほど、反動減の谷が深くなることが予想されるため、都市部における反動減がより深く懸念される。もっとも、消費性向がほぼ同様の動きをみせており、基本的な所得環境の違いが駆け込み需要の差の主因となっていることから、反動減の影響よりも、所得の回復が消費回復の鍵となる見通し。
- ◆ 住宅投資は、個人消費とは対照的に3大都市圏が低調。背景には、①3大都市圏では駆け込みが発生しにくい分譲住宅のシェアがその他地域より高いこと、②住宅価格も高く、今回の住宅ローン減税の恩恵を受け易いこと。
- ◆ 80年代半ば以降の住宅着工、所得、住宅投資デフレーターの関係からみると、2013年度に3大都市圏では住宅ローン減税の効果から4%程度駆け込み需要が抑えられる一方、その他地域は、過去の経験からみて平均的な駆け込み需要が生じたことに。
- ◆ 今回は、駆け込み需要の大きさの割に反動減を軽微に抑える要因として、①着工の遅れが需要の変動を結果的に緩やかにする効果、②相続税対策の貸家着工の堅調、に加え、③15年10月の10%への税率引き上げに向け、14年度末頃から再び駆け込み需要が出てくる効果が見込まれるものの、反動減は、3大都市圏でややマイルドに、その他地域でより深くなる可能性。

本件に関するご照会は、調査部・主任研究員・小方尚子宛にお願いいたします。

Tel: 03-6833-0478

Mail: ogata.naoko@jri.co.jp

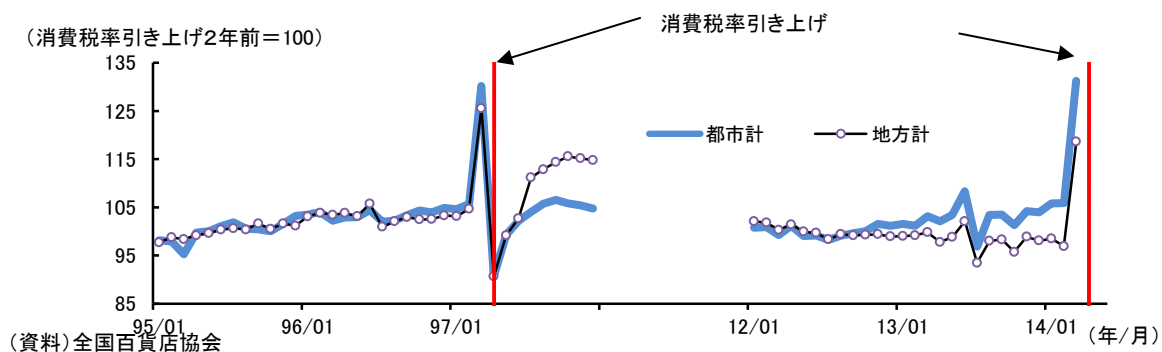


消費増税が景気に与えるマイナス影響が注目されている。以下では、個人消費と住宅投資について、税率引き上げ前の駆け込み需要の動きを地域別にみたうえで、反動減の出方を展望。

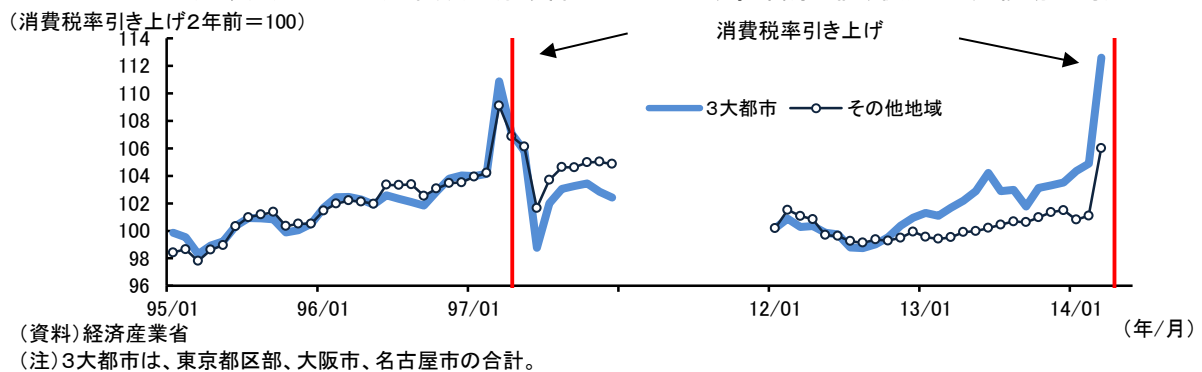
1. 個人消費

- (1) 個人消費を供給側統計からみると、百貨店売上高は、前回の消費税率引き上げ前には、都市部がやや上回りつつも地方もほぼ同様の動き（図表1）。一方、今回の2012年末以降の回復は、都市部に限定。駆け込み需要の盛り上がりも、地方では引き上げ直前の3月に顕在化したのみ。スーパーを含む大型小売店販売額も3大都市の好調が顕著（図表2）。
- (2) 一方、需要側統計として、総務省「家計調査」をみても、世帯当たり消費支出額は、前回、3大都市圏がそれ以外の地域に比べむしろやや低調であったのに対し、今回は3大都市圏の増加が顕著（図表3）

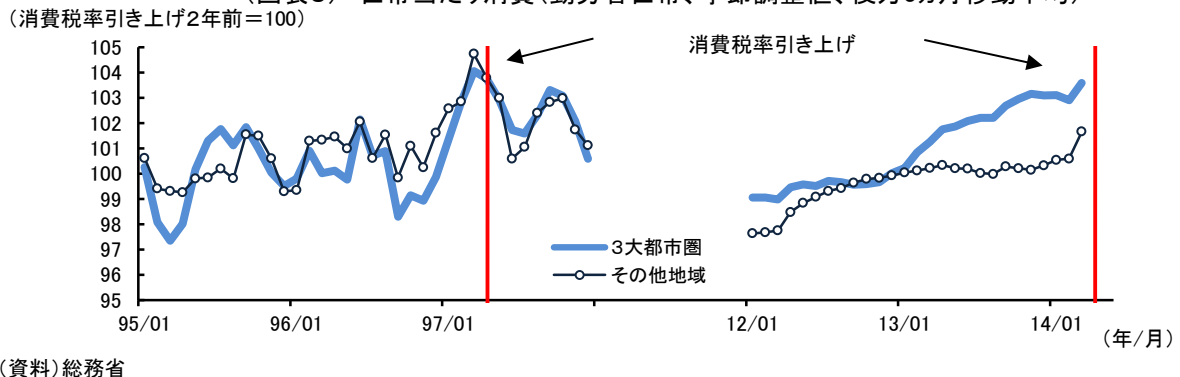
（図表1） 地域別百貨店売上高(季節調整値)



（図表2） 大型小売店販売(百貨店+スーパー、季節調整値、後方3ヵ月移動平均)



（図表3） 世帯当たり消費(勤労者世帯、季節調整値、後方3ヵ月移動平均)

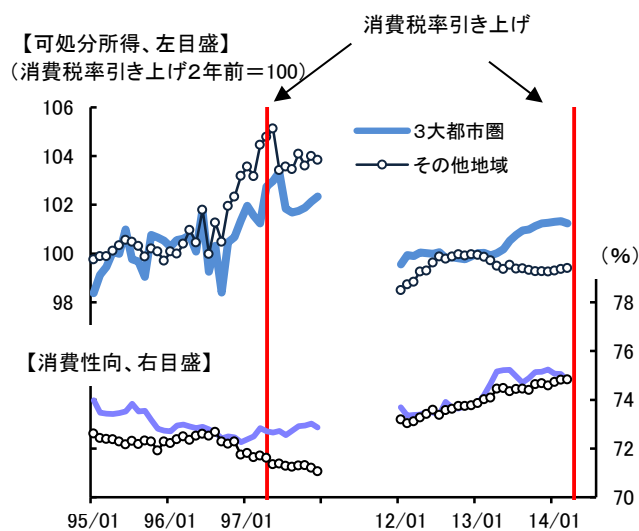


(3) 今回、都市部が好調である背景としては、第1に雇用所得環境の違い。前回は、3大都市圏での世帯当たり可処分所得の伸び悩みが消費抑制に作用(図表4)。大都市に多い金融セクターや大企業本部セクター(図表5)の人件費削減が先行し、所得環境が悪化した影響。一方、今回は、その他地域の所得が伸び悩み。地方圏では、3大都市圏に先駆けて人口が減少局面入りするなか(*)、雇用の回復もより限定的(図表6)。

(*) 国立社会保障・人口問題研究所の人口推計によると、2011~2015年の年平均人口増加率は、3大都市圏で0.0%であるのに対し、その他地域では▲0.5%

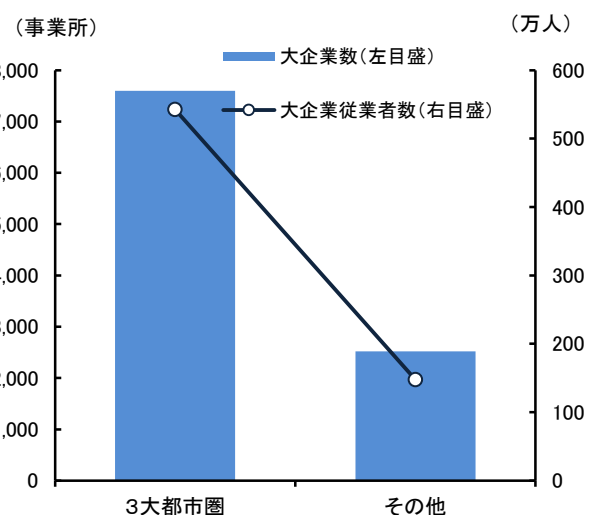
(4) 第2に、資産効果の影響。株価が下落した前回とは異なり、今回は、2012年末以降の株価上昇により、2013年に家計部門全体で前年比約60兆円の株式評価益が発生。世帯当たりの株式保有高(投資信託を含む)は、3大都市圏世帯では平均153万円と、その他地方世帯の79万円のほぼ倍に相当するため(図表7)、個人消費に対する資産効果が3大都市圏でより大きく発現。

(図表4) 世帯当たり可処分所得と消費性向
(勤労者世帯、季節調整値、後方3ヵ月移動平均)



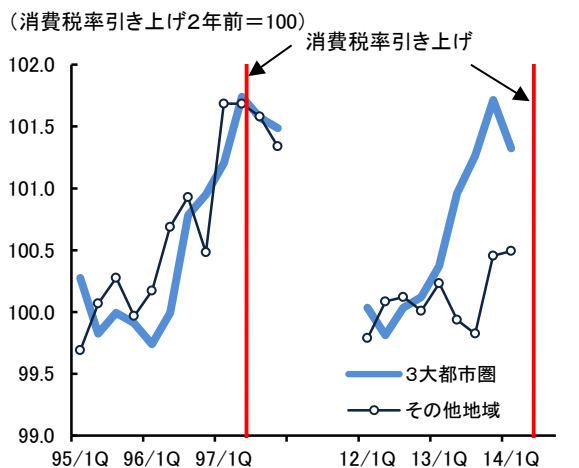
(資料)総務省 (年/月)
(注)消費性向は後方12ヵ月移動平均。3大都市圏は図表3に同じ。

(図表5) 大企業の分布(1996年)



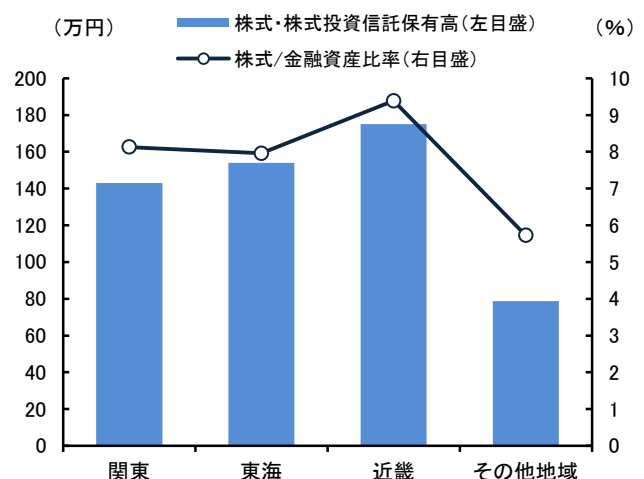
(資料)総務省
(注)従業員300人以上の事業所。3大都市圏は、図表5に同じ。

(図表6) 地域別雇用者数



(資料)総務省 (年/期)
(注)3大都市圏は、南関東、東海、近畿地方の合計。

(図表7) 世帯当たりの株式投資状況



(資料)総務省
(注)二人以上世帯。

- (5) 第3に、①都市部店舗の改装、新規開業効果(図表8)、②駆け込み消費の中心となる高額品消費では、品揃えの良い都心の大規模店舗が消費者に好まれること等、都市部の店舗の競争力の高さも指摘可能。もっとも、需要面からみても都市部の消費が好調であることから、地方の需要が都市部店舗に流れた影響は一部あるものの、基本的な所得環境の差が今回の都市・地方間の差の主因とみられる。
- (6) 先行きを展望すると、駆け込み需要の発現で雇用者報酬の増加を上回る消費増加が生じているため、当面その反動減が出るのは不可避(図表9)。通常、駆け込み需要の山が大きいかほど、反動減の谷が深くなることが予想されるため、とりわけ都市部における反動減がより深くなることが懸念される。もっとも、都市部、地方部ともに、消費性向はほぼ同様の動きをみせており、基本的な所得環境の違いが駆け込み需要の差の主因であると思えば、反動減が多少大きくなっても、その後の消費は、雇用増、ベア実施など所得の回復が続けば消費は自ずと持ち直していく見通し。実際、4月以降の速報ベースの消費指標も、反動減の影響が想定内に収まっていることを示すものが多く(図表10)、基本的な雇用・所得環境の改善傾向持続が消費下支えに作用していることを示唆。

(図表8) 都市部大規模店舗の改装、新規開業等の例

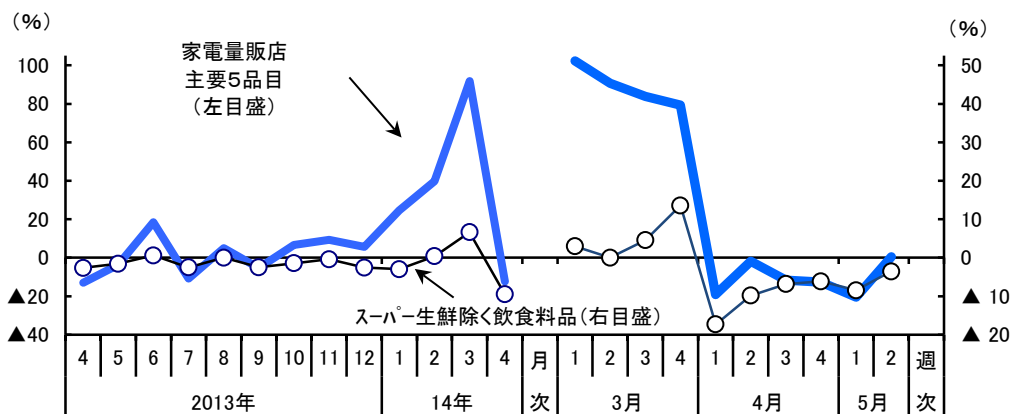
2012年10月	大丸東京店増床改装
2013年3月	伊勢丹新宿本店改装
2013年4~6月	松坂屋銀座店閉店セール
2013年6月	「あべのハルカス」近鉄百貨店新店開業
2013年6月	松坂屋名古屋店改装
2013年12月	イオンモール幕張新都心開業

(資料) 各種報道から日本総合研究所作成

(図表9) 名目個人消費と雇用者報酬(季節調整値)



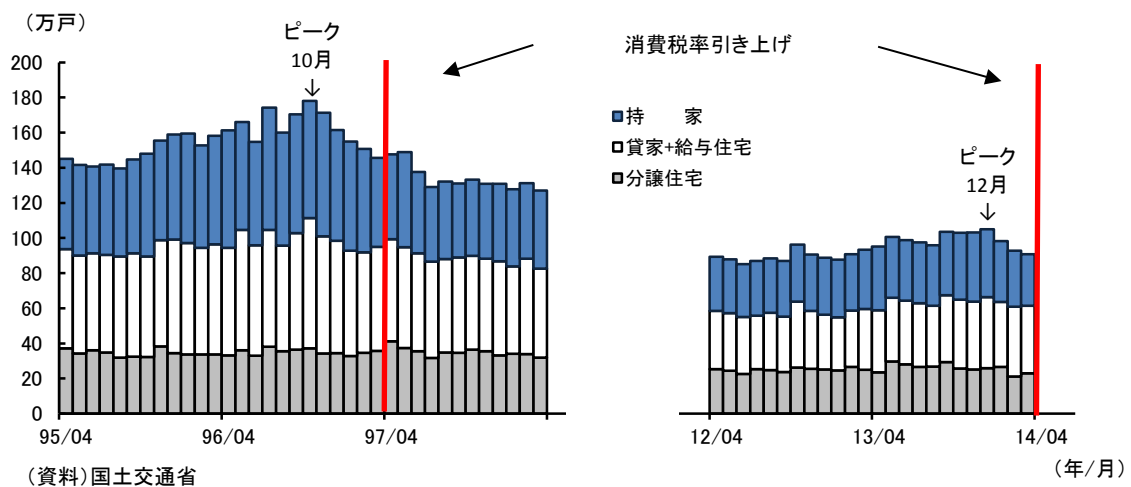
(図表10) 消費税率引き上げ前後の個人消費動向



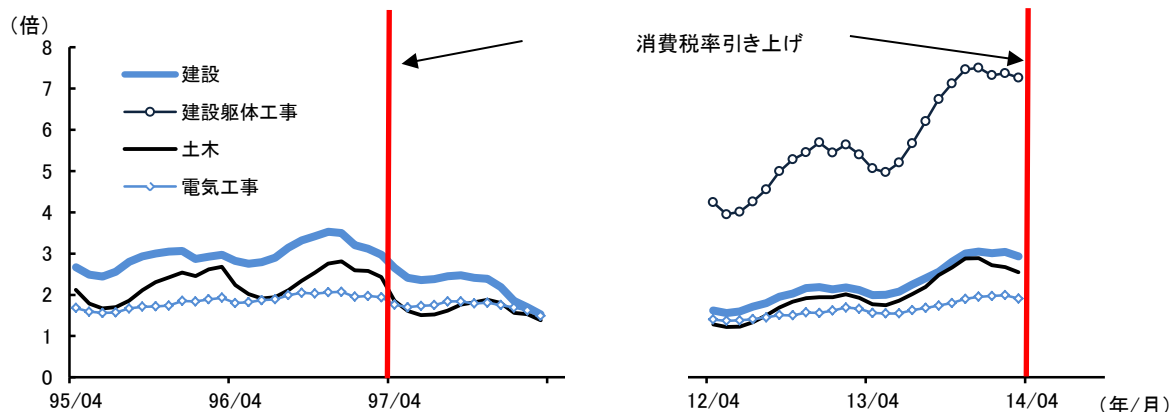
2. 住宅投資

- (1) 一方、住宅投資について、まず全体の着工の動きをみると、前回、今回ともに持家と賃貸住宅が需要をけん引（図表11）。一方、分譲住宅は、立地など税率引き上げに伴う金銭的負担増加以外の条件が相対的に重視される傾向。
- (2) 着工のピークは、前は引き上げ前年10月（年率179万戸）。税率引き上げ後に引き渡す物件について旧税率を適用する契約の期限が9月末であったため、9月にかけて膨らんだ契約の一部が10月の着工に反映。一方、今回は、特例措置は同様であったものの、ピークは12月（同105万戸）に後ずれ。背景には建設需給のひっ迫。建設関連の有効求人倍率をみると、前は、総じて横ばい圏内で推移し、97年入り後に低下したのに対し、今回は増税前から上昇し、高止まり（図表12）。経済対策に伴う公共工事の増加、建設業雇用者の減少などを背景に、建設需要全体の需給がひっ迫し、9月までの契約の住宅着工の一部が10月以降にずれこんだ模様。さらに、2015年1月からの相続税増税をにらんで貸家の着工が10月以降も増加基調を維持しており、着工を下支え。

（図表11） 利用関係別住宅着工件数（年率、季節調整値）



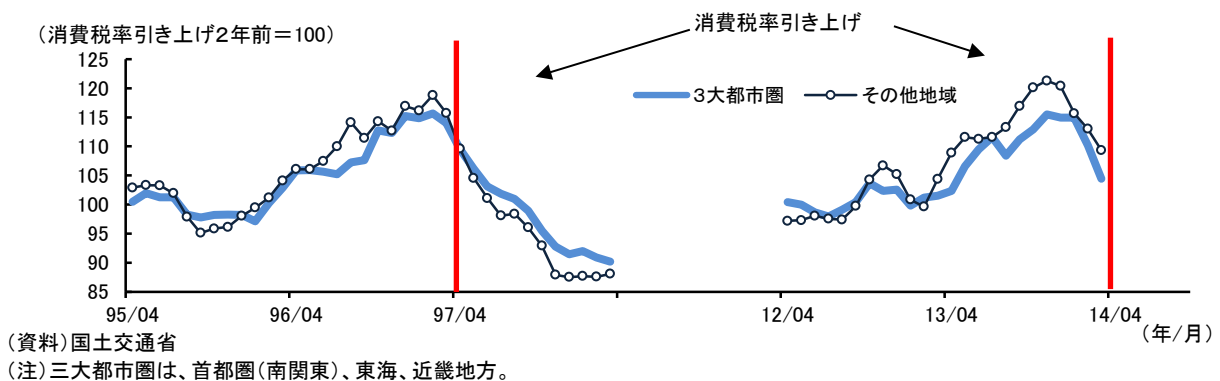
（図表12） 建設関連の職業の有効求人倍率



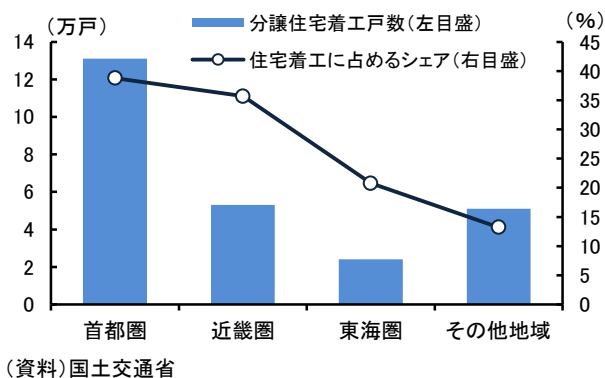
(注)職業は、1995年からは日本標準産業分類93年改訂、2012年からは同07年改訂に基づくため、厳密には一致しない。パートタイムを含む常用労働者。

- (3) 地域別にみると、個人消費とは対照的に3大都市圏が低調。2013年度の着工戸数は、3大都市圏で前年比+9.2%、その他地域で同+12.7%と、96年度（3大都市圏で前年比+9.1%、その他地域で同+10.8%）同様、その他地域でより大幅な伸びに（図表13）（*）。背景には①3大都市圏では、駆け込みが発生しにくい分譲住宅のシェアが着工全体の35%（2013年度）とその他地域（同13%）より高いこと（図表14）、②3大都市圏では、住宅価格が高く（図表15）、今回導入された控除対象となるローン残高の上限引き上げといった住宅ローン減税の恩恵を受け易いこと、が税率引き上げ前後の需要の振れ抑制に作用した模様。
- (*) 96年度は、95年度に阪神淡路大震災からの復旧で兵庫県の住宅着工が増えた反動により、3大都市圏の伸びが抑制されているものの、兵庫県を除いても3大都市圏の着工件数は前年比+9.2%にとどまる。2013年度は、東日本大震災からの復旧で岩手・宮城・福島3県の着工が3大都市圏以外の着工を押し上げているが、3県を除いた伸びも同+11.8%と、その他地域の需要盛り上がりが顕著。
- (4) ちなみに、80年代半ば以降の住宅着工、所得、住宅投資デフレーターの関係からみると、3%の消費税率アップは+13.6%の需要増と同規模の反動減を引き起こすと試算される。2013年度の実績と対比すれば、大都市圏では住宅ローン減税の効果から4%程度(*)駆け込み需要が抑えられる一方、その他地域は効果が限られ、過去の経験からみて平均的な駆け込み需要が生じたことに。
- (*) 大都市圏需要の4%は全国需要の2.4%に相当。
- (5) 今回は、駆け込み需要の大きさの割に反動減を軽微に抑える要因として、①着工の遅れが需要の変動を結果的に緩やかにする効果、②相続税対策の貸家着工の堅調、に加え、③15年10月の10%への税率引き上げに向け、14年度末頃から再び駆け込み需要が出てくる効果(*)が見込まれるものの、反動減は、3大都市圏でややマイルドに、その他地域でより深くなる可能性。
- (*) 2%ポイントの消費税率引き上げは、単純計算では+8.8%の駆け込み需要を生むと試算される。ただし、8%への引き上げとの時差が1年半しかないため、押し上げ効果はより限定的になるとみられる。

(図表13) 地域別住宅着工戸数(季節調整値、後方3ヵ月移動平均)



(図表14) 地域別の分譲住宅着工戸数とシェア (2013年度)



(図表15) 地域別平均住宅価格 (2012年)

