

# 経済・金融 フラッシュ

## 家計調査 14年3月～駆け込み需要は 前回の増税前を上回る大きさに

経済研究部 経済調査室長 斎藤 太郎

TEL:03-3512-1836 E-mail: tsaito@nli-research.co.jp

### 1. 前回の増税前を上回る伸び

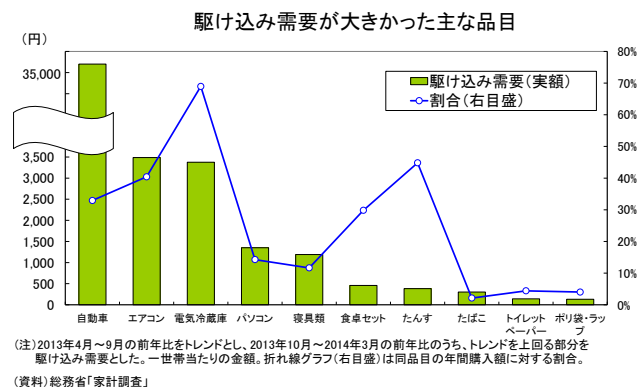
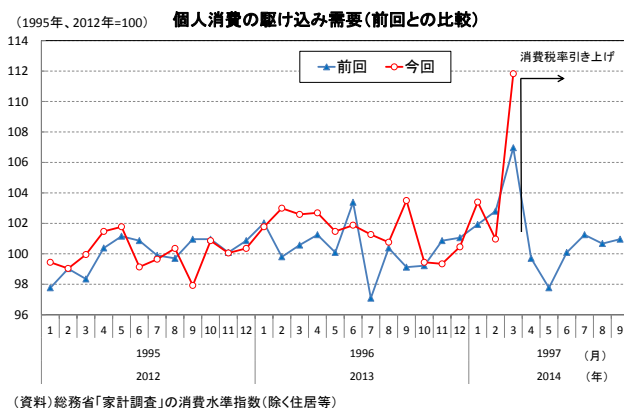
総務省が5月2日に公表した家計調査によると、14年3月の実質消費支出は前年比7.2%となり、事前の市場予想（QUICK集計：前年比2.0%、当社予想は同4.5%）を大きく上回った。前回の消費税率引き上げ前（97年3月：前年比5.8%）と比べても高い伸びとなった。

実質消費支出の動きを項目別に見ると、「被服及び履物」が前年比12.3%、「家具・家事用品」が同82.5%、「教養娯楽」が同11.6%、「交通・通信」が同12.8%となるなど、軒並み前年比で二桁の高い伸びとなった。いずれも耐久財を中心とした駆け込み需要が消費支出を大きく押し上げた。

家計調査の発表により3月の消費関連指標がほぼ出揃い、消費税率引き上げ前の駆け込み需要の動向が明らかとなった。

今回の駆け込み需要の大きさを前回の消費税率引き上げ時（97年4月）と比較すると、「家計調査」の実質消費水準指数（除く住居等）は14年2月までは月々の振れを伴いながら概ね前回と同様の動きとなっていたが、3月の伸びは前回は大きく上回った。

品目別には、自動車、エアコン、電気冷蔵庫、パソコン、寝具類などの耐久財の駆け込み需要が大きかったことに加え、一定期間、保管もしくは利用することが可能なたばこ、トイレットペーパー、ポリ袋・ラップなどの家事用消耗品でも一定の駆け込み需要が見られた。

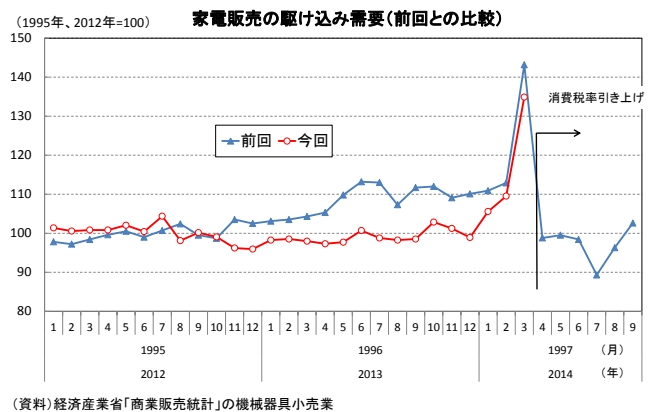
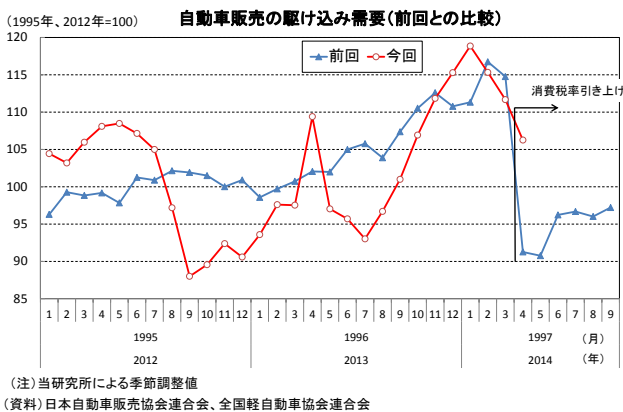


駆け込み需要の規模が大きかった耐久財について、家計調査以外の統計から確認すると、自動車はエコカー補助金、エコカー減税といった需要喚起策によってすでに需要の先食いが発生していた

ことに加え、消費税率引き上げ後の取得税率引き下げ、エコカー減税拡充などの対策をとっていたことから、駆け込み需要はそれほど大きくならないとの見方もあったが、結果的には前回を上回る駆け込み需要が発生した模様である。新車販売台数はすでに駆け込み需要の反動が顕在化しており、14年2月以降3ヵ月連続で前月比マイナスとなっている。

家電製品についても、エコポイント制度による需要の先食いが生じており、特にテレビについては2011年7月の地上デジタル放送移行前に買い替えを行った世帯が極めて多かった。このため、テレビの駆け込み需要は限定的にとどまったが、パソコン、冷蔵庫、エアコンなどでは比較的大きな駆け込み需要が発生したとみられる。

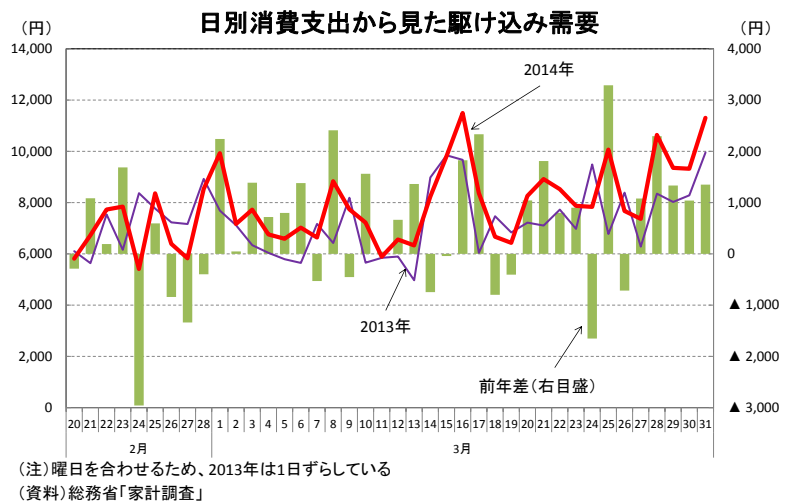
「商業販売統計」の機械小売業の販売額を見てみると、13年中は目立った増加は見られなかったが、14年に入ってから伸びが大きく高まり、増税直前の3月には前回と同様に急増となった。



## 2. 4月の日別消費支出に注目

駆け込み需要の状況を「家計調査」の日別消費支出から確認すると、3月中はほとんどの日で前年の水準を大きく上回っており、月末だけでなく月間を通して駆け込み需要が発生していたことがうかがえる。

自動車などの耐久財では反動の影響が長引く可能性があるが、日用品などの反動は短期間で終了することが見込まれる。4月の消費支出は月間でみれば駆け込み需要の反動から大きく落ち込むことは避けられないが、月末にかけて持ち直しに向かう可能性がある。反動の影響を見極める上では、4月の日別消費支出の動きが注目される。



(お願い) 本誌記載のデータは各種の情報源から入手・加工したものであり、その正確性と安全性を保証するものではありません。また、本誌は情報提供が目的であり、記載の意見や予測は、いかなる契約の締結や解約を勧誘するものではありません。