

家計調査からみた消費税率引上げ前後の消費行動について

堀井 俊[†]

The Situation of the Consumer Purchase Activities Before and After the Consumer Consumption Tax Hike Observed from the Results of the Family Income and Expenditure Survey

HORII Shun

2014（平成 26）年 4 月に消費税率が 5%から 8%へ引き上げられたことに伴い、消費税率引上げ直前の 3 月には、家計調査の結果で見ると、駆け込み購入の影響から消費支出全体では 1 年前に比べて実質 7.2%の増加がみられた。一方、消費税率引上げ後の 4 月及び 5 月には、その反動による減少がみられ、4 月は実質 4.6%の減少、5 月は実質 8.0%の減少となった。

この結果を前回 1997（平成 9）年 4 月の消費税率が 3%から 5%へ引上げられた時と比較してみると、今回の消費税率引上げの前後には、前回の時よりも大きな駆け込み購入による消費支出の増加及びそれに伴う反動減がみられる。

そこで、このような駆け込み購入やその反動減について、世帯主の年齢階級別や就業状態別などの世帯属性別、日別でみたときに、前回と今回でどのような違いや特徴がみられるか、分析を行ったので、これらの結果を示す。

キーワード：家計調査、消費税、消費行動、駆け込み購入

Associated with the hike of the consumption tax from 5 percent to 8 percent in April 2014, the whole consumption expenditures in March, just before the hike increased by 7.2 percent in real terms from a year earlier mainly owed to rush-demand, observed from the results of the Family Income and Expenditure Survey (FIES). On the other hand, Starting from April, expenditures decreased mainly caused by the rebound following after the rush-demand, by 4.6 percent in April and by 8.0 percent in May in real terms over year earlier.

Compared with the previous situation in 1997 when the consumption tax was raised from 3 percent to 5 percent, the higher increase and the deeper decrease of the expenditure were observed before and after its hike in 2014.

Analyzing the situation of these increases and decreases of the consumption expenditures by rush-demand and its following rebound, the difference between the present time and the past can be found looking over the results by age group of the household head, by employment status of the household head, and by further analysis on the day by day expenditures. The situation of the rush-demand and its rebound is reported as the result.

Key words: the Family Income and Expenditure Survey, Consumption Tax, Consume Purchase Activity, Rush Demand

はじめに

まず、はじめに述べるのは本研究の目的についてである。2014年4月に、17年ぶりに消費税率が引上げられ、5%から8%になった。消費税率の引上げは、家計の消費行動に駆け込み購入やそれに伴う反動減といった大きな影響を及ぼすことが考えられる。本研究では、前回1997年の引上げ時と比較し、その違いの分析を試みた。

ここで、今回のデータソースである家計調査について簡単に紹介する。家計調査は、家計の消費行動を明らかにし、家計収支に関する動態統計を月次で作成するための調査であり、日々の支出を家計簿に記帳するという方法で行っていることから、日々の支出の集計も行っている。

この家計調査は単身世帯も含めて調査を行っているが、今回報告するのは、二人以上の世帯約8,000世帯から得られる月次及び四半期の結果である。

なお、本研究の話題である消費税についてであるが、家計調査の支出金額¹は消費税込みとなっている。

また、参考となる先行研究として、日本大学の小巻泰之教授が書かれた『消費税増税における「認知ラグ」の影響』というタイトルのレポートがあり、1997年の消費税率引上げ時の様子を窺い知ることができ、今回の分析を進める上で参考にさせていただいた。総務省統計局消費統計課の佐藤朋彦氏には今回の分析や統計学会の発表などご指導いただいた。総務省統計局消費統計課物価統計室の齋藤香緒里氏にはデータ作成などご協力いただいた。データ確認なども含めてご協力いただいた方々にも深く感謝の意を表します。

¹家計調査の支出金額は当該項目の支出がない世帯も含めた1世帯当たりの平均値である。

I 今回と前回の引上げ時の時代背景の比較

2014 年 4 月と 1997 年 4 月のそれぞれの消費税率引上げ直前の四半期の物価の上昇率を、持家の帰属家賃及び生鮮食品を除いた総合で見ると、前回 1997 年 1 - 3 月期は 0.3% しか上昇していないが、今回 2014 年 1 - 3 月期には 1.6% 上昇していて、今回はインフレ基調の中での引上げであったことが分かる。

また、60 歳以上の人口の割合は約 2 割から約 3 割へと上昇しており、人口の高齢化が窺える。

表 1 消費税率引上げ時の物価・人口構造等の比較

	直前の 物価上昇率 *	60 歳以上人口 の割合 **	実施までの 期間 ***
1997 年 4 月 (3% → 5%)	0.3%	21.2%	29 か月
2014 年 4 月 (5% → 8%)	1.6%	32.7%	20 か月 (最終決定は 6 か月前)

* : 1 - 3 月期の持家の帰属家賃及び生鮮食品を除く総合

** : 前年 10 月 1 日現在の人口推計

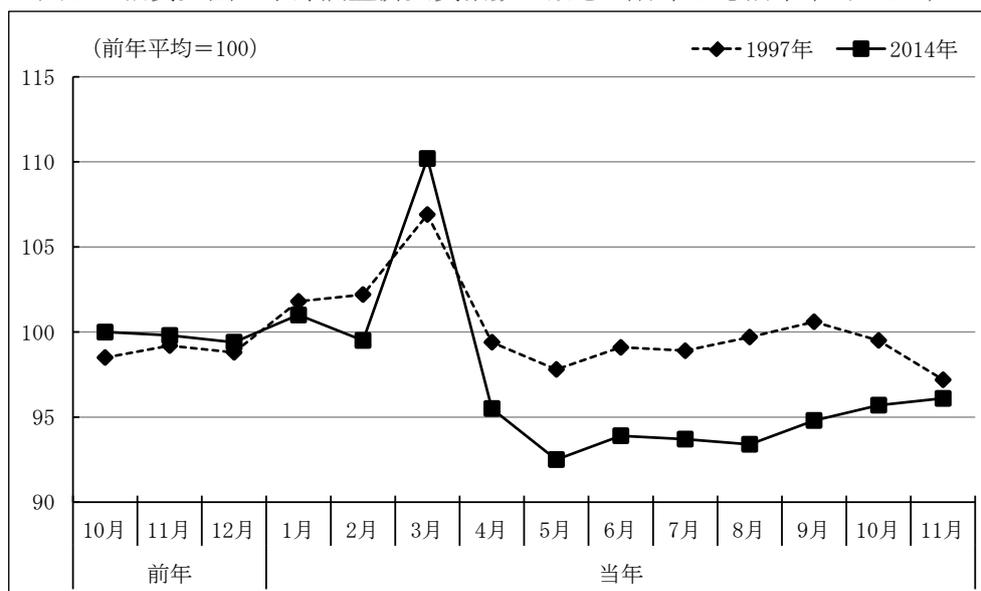
*** : 法案成立から施行までの期間

II 前回引上げ時（1997 年）との比較

まず、消費支出全体の推移について見る（図 1）。

このグラフは消費支出の季節調整値を、物価の変動を除いて実質化して、さらに前年の平均を 100 として指数化することにより、前回と今回の水準を合わせ、月次の推移を比較しやすくしたグラフになっている。

図 1 消費支出の季節調整済実質指数の動き（各年とも前年平均=100）



注 1 : 1997 年は農林漁家世帯を除く

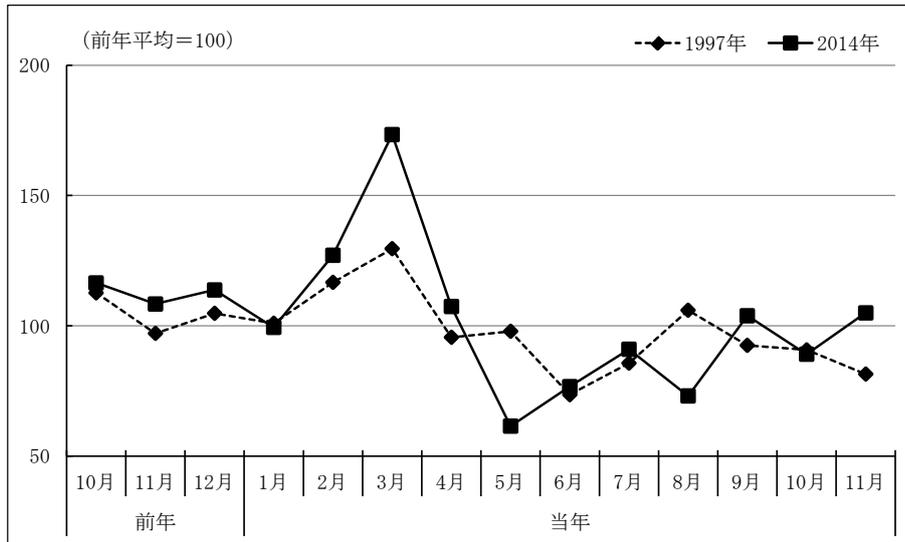
注 2 : 季節調整は、1997 年は X-11、2014 年は X-12-ARIMA による

2014年の3月には駆け込み購入の影響もあって、前回よりも大きく増加し、その分、4月以降は前回よりも大きな減少幅となっている。

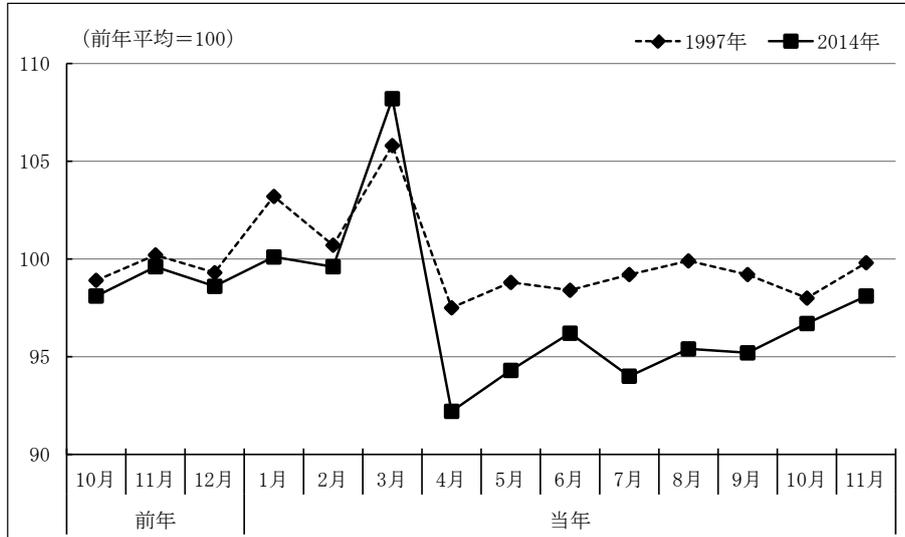
続いて、同様に、消費税の引上げ前の駆け込み購入が目立った、財（商品）の区分別の推移を見ていく。

図2 耐久財と非耐久財の季節調整済実質指数の動き（各年とも前年平均=100）

(1) 耐久財



(2) 非耐久財（消耗品）



注1：1997年は農林漁家世帯を除く

注2：季節調整は1997年、2014年ともX-12-ARIMAのX-11デフォルトによる

まず図2の(1)のグラフはエアコンなどを含む耐久財の推移であり、消費税率引上げ直前の3月には家電製品などの購入にけん引され、前回と比べ非常に大きな増加が見られる。

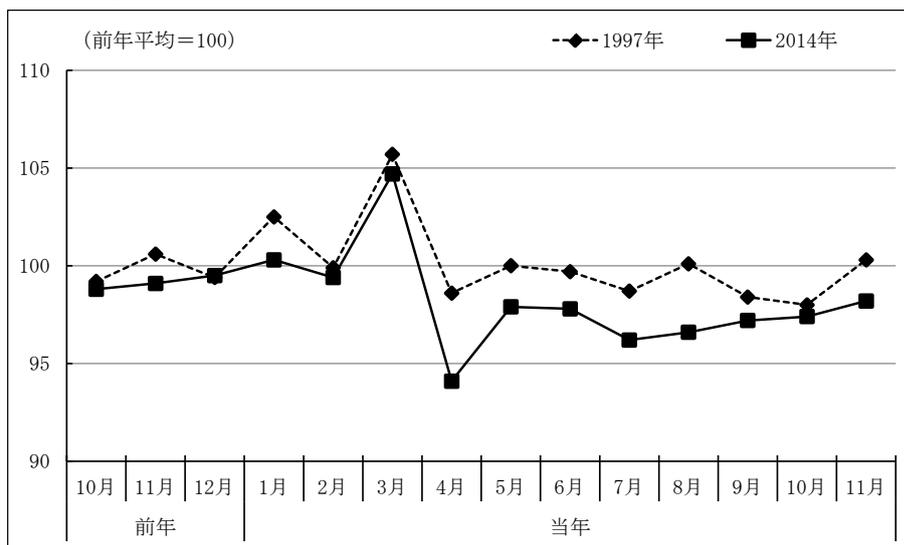
また、今回の引上げに関して、3月と比べると水準としては低くはなるが、2013年10月に2014年4月の引上げの最終決定がされると、11月～年末にかけてさっそく駆け込みと思われる増加が見られる。

続いて、図2の(2)のグラフはトイレトペーパーなどの非耐久財の推移である。
 前回と比較すると今回は、3月には大きな増加が見られ、その分4月には減少幅が大きくなっている。

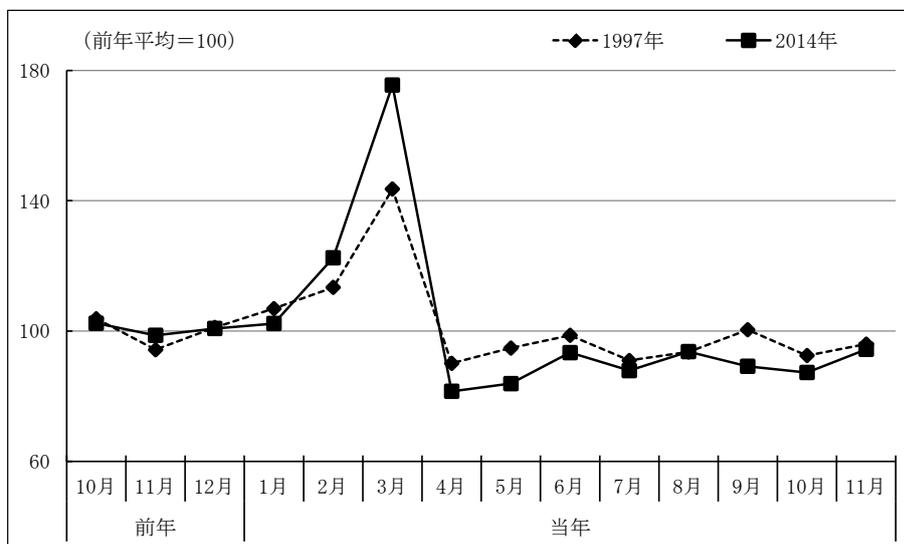
さらに、同様に、特徴的な動きを見せた費目について推移を見ていく。

図3 食料と家具・家事用品の季節調整済実質指数の動き (各年とも前年平均=100)

(1) 食料



(2) 家具・家事用品



注1：1997年は農林漁家世帯を除く

注2：季節調整は、1997年はX-11、2014年はX-12-ARIMAによる

まずは図3の(1)のグラフは食料の推移を示しており、前回と比較して今回は、3月の増加はほぼ同水準だが、4月については反動が深くなっている。

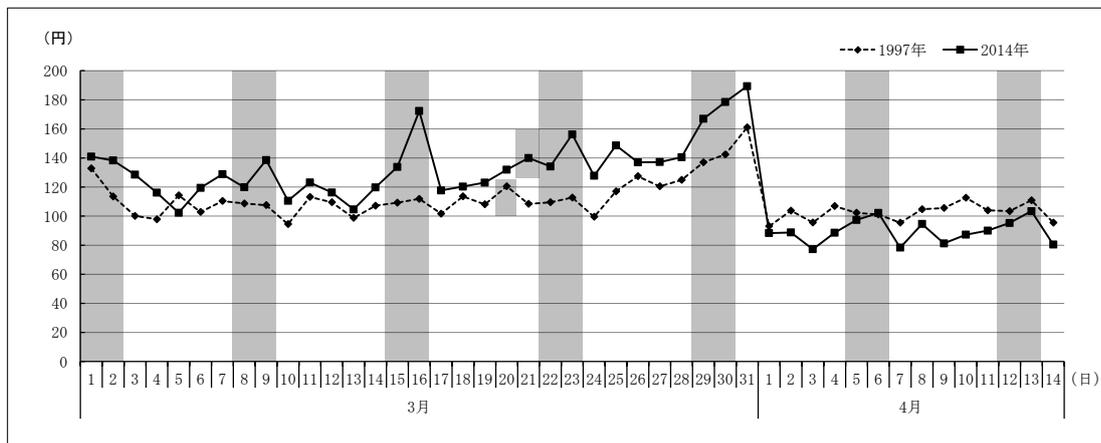
続いて図3の(2)のグラフは、家具・家事用品の推移を示している。

先に紹介した財の区分で言うと、エアコンや冷蔵庫などの耐久財、トイレトペーパーや洗濯用洗剤などの非耐久財の両方が含まれている項目になっており、前回と比較して今回は3月に非常に大きな増加が見られる。

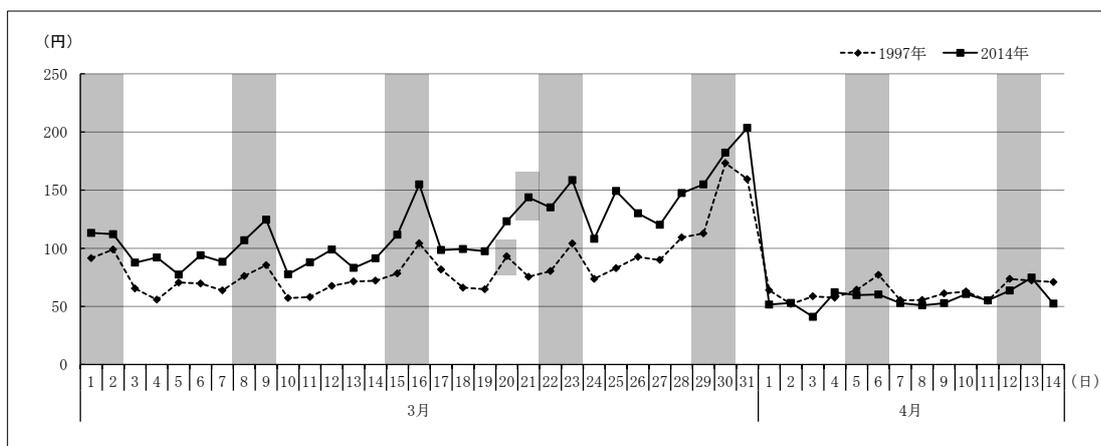
家計調査では日ごとの集計も公表しているのですが、直前の3月の様子を更に細かく見ることができる。

図4 日別に見た支出金額の推移

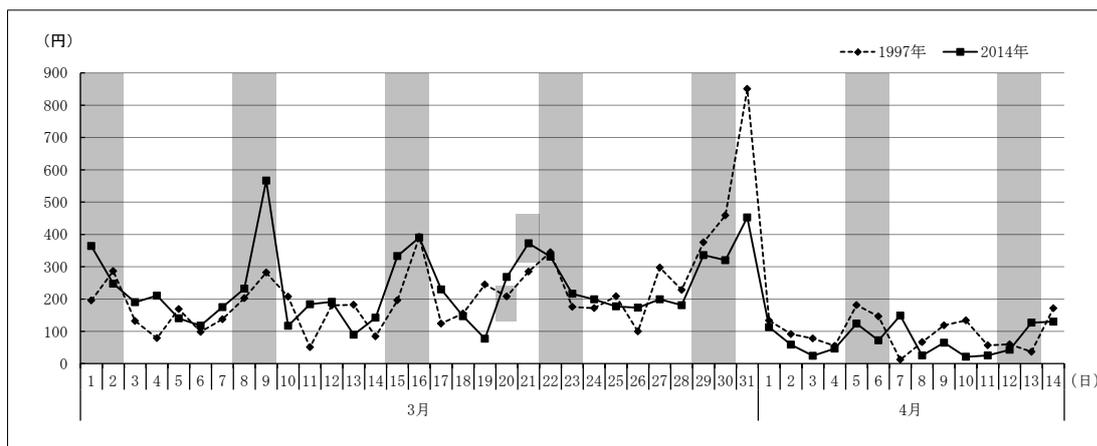
(1) 油脂・調味料



(2) 家事用消耗品



(3) 家庭用耐久財



注1：網掛け部は土日祝日に当たる。3月20日と21日については春分の日が1日ずれているため、それぞれの年の春分の日のプロットに網掛けを行っている。

注2：1997年の日別結果は、特別集計したもの。

なお、特別集計を行った1997年及び1996年の3月及び4月の日別結果については、統計局HP (<http://www.stat.go.jp/data/kakei/zuhyou/a616-cth1997.xls>)にて公開している。

まず、図4の(1)のグラフは食料のうちの油脂・調味料の3月から4月にかけての日別の支出金額の推移となっている。

家計の消費行動の傾向として、土曜・日曜・祭日の休日に消費支出が増加することが知られているため、曜日を考慮して重ねないと比較できないが、偶然ではあるが、前回1997年と2014年では、曜日の並びが一致しているため、同日の結果をそのまま重ねて見ることができる。なお、家計の消費行動を大きく左右する休日には網掛けをしてある。

グラフは、休日を山とした動きを示しながら3月の月末にかけて支出金額が増加し、4月に入ると急激に落ちている様子を示している。

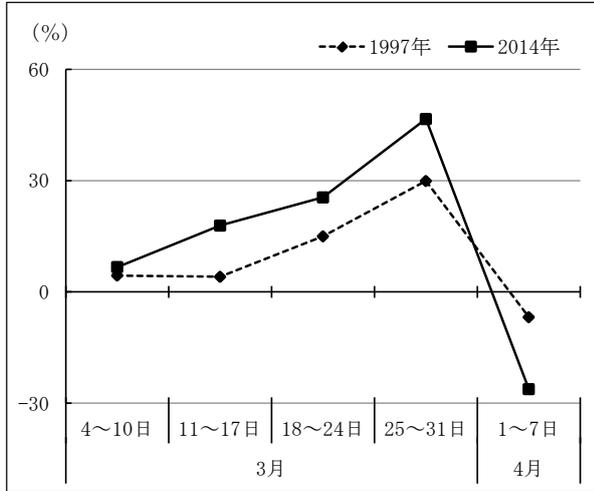
なお、1997年の日別の結果については、今回統計局の消費統計課において特別に集計したものである。

次に、月末から7日ごとに区切って支出金額をまとめた図5の(1)のグラフを見てみると、3月は週を追うごとに伸び率が上昇していき、4月に入ると一転して大きく減少している。

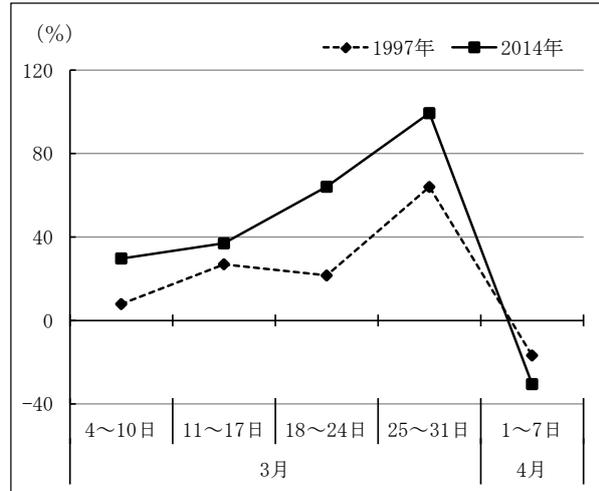
また、前回と比較して今回は、3月の増加幅と、4月の減少幅の両方が大きくなっている。

図5 7日間ごとにみた支出金額の対前年同期実質増減率

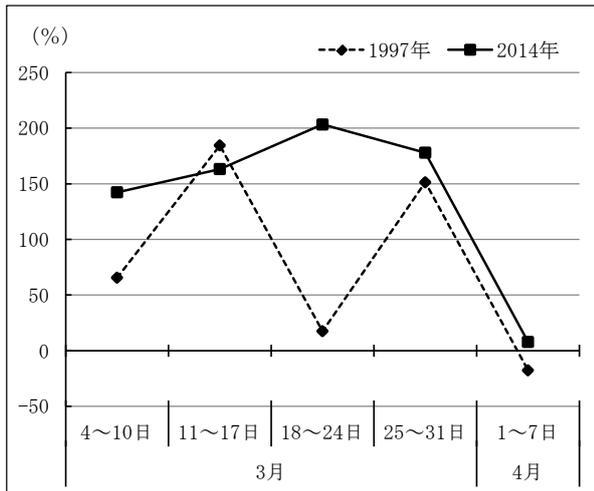
(1) 油脂・調味料



(2) 家事用消耗品



(3) 家庭用耐久財



注：各7日間の実質化は、各月の消費者物価指数を用いた

続いて、トイレトペーパーやティッシュペーパー、洗剤などの家事用消耗品について同様に日別の支出の結果を見てみる。3月の月末に向かって支出が増えていくこと、また、3月において2014年が1997年と比べ高い水準にあることが分かる(図4の(2))。

先ほどと同様に、7日ごとにまとめた結果を見ると、やはり3月の月末に向かうに連れて伸び率が増していく様子が分かる。また、前回と比較すると、2014年のグラフは上にシフトした形になっている(図5の(2))。

続いて、消耗品だけではなく、エアコンや冷蔵庫などの生活家電を含む家庭用耐久財についても日別の支出を見てみる。3月の休日に支出が増えていること、また、4月に入ると低調であることが窺える(図4の(3))。7日ごとにまとめた結果を見ると、今回の3月は各期間とも実質増減率で100%(2倍)を超える増加となっている(図5の(3))。

この章では、今回と前回の結果の比較を単に並べて紹介を行った。

Ⅲ 世帯属性別にみた特徴

では、なぜ今回は前回に比べ3月の駆け込み購入による増加幅が大きくなったのか、ここからはその要因について分析を行う。

表2 世帯属性分布の変化

	二人以上の世帯	うち	うち
		60歳未満の 勤労者世帯	60歳以上の 無職世帯
1997年3月	100.0%	54.8%	15.9%
2014年3月	100.0%	41.3%	31.3%
17年間の変化 (ポイント差)	—	▲13.5	15.4

注：1997年は農林漁家世帯を除く

1997年3月 (%)		世帯主の年齢階級別		
		全体	60歳未満	60歳以上
世帯主の 就業状態別	全体	100	69.1	30.9
	勤労者	61.8	54.8	7.0
	無職	16.8	0.9	15.9
	上記以外	21.4	13.4	8.0

2014年3月 (%)		世帯主の年齢階級別		
		全体	60歳未満	60歳以上
世帯主の 就業状態別	全体	100	49.1	50.9
	勤労者	50.1	41.3	8.8
	無職	32.3	1.0	31.3
	上記以外	17.6	6.8	10.8

表2は、家計調査結果による世帯属性の分布の変化を表している。

これによると、前回1997年には、世帯主が60歳未満のいわゆるサラリーマン世帯は5割を超えていたが、この17年間で、4割近くまで減少している。

一方で、年金生活者を中心とする世帯主が60歳以上の無職世帯は、3割を超え、ここ17年間で実に倍近くに増えている。

こういった世帯構成の割合の変化を踏まえ、今回駆け込みが見られた品目のそれぞれの伸び率を比較する。

まず、油脂・調味料について、1世帯あたりの3月の支出金額を前年と比べた実質での増減率で比較する。

図6から次のことが読み取れる。

60歳未満のサラリーマン世帯では前回と今回の増減率を比較すると、多少の増加は見られるが、ほぼ横ばいとなっている。

一方、60歳以上の無職世帯で前回と今回を比較すると、前回も高い伸び率を示していたが、今回は更に倍近い非常に高い伸び率になっている。

60歳以上の無職世帯の世帯割合は前回と比べ大きく増加しているため、全体の伸びに対して大きな寄与をしている。

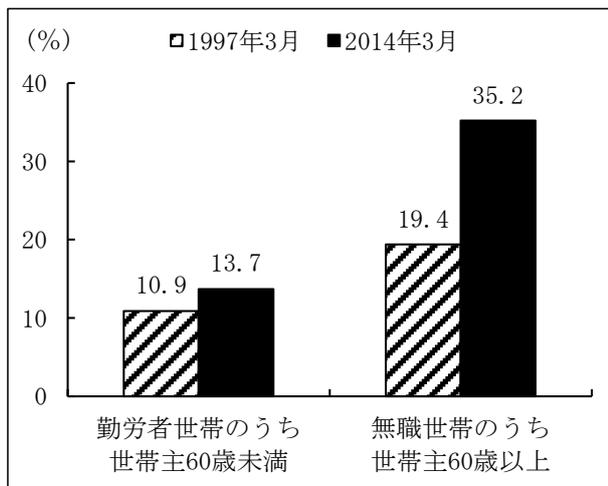
同様に家事用消耗品についても比較を行うと、油脂・調味料と同様の傾向が見られ、60歳以上の無職世帯で今回の方が高い伸び率を示している。

さらに消耗品だけでなく家庭用耐久財についても同様に比較する。(家庭用耐久財については購入頻度が低く、駆け込みが早めに始まっていることも考慮し1月から3月までの四半期で見てみた。)

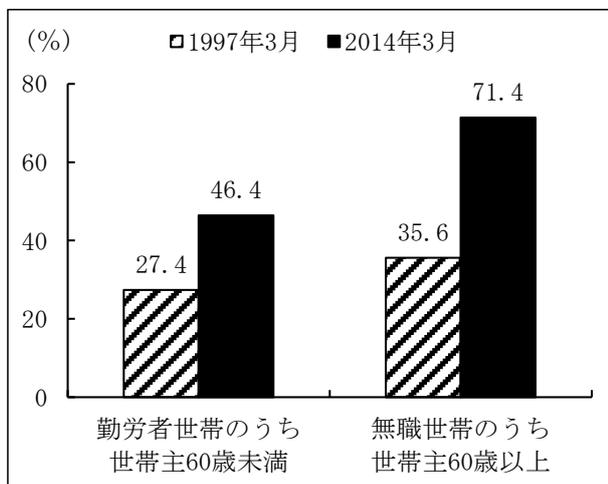
やはり同様の傾向が見られる中で、特筆すべき点として、前回の引上げ時には8.4%と目立った動きを見せなかった60歳以上の無職世帯が、今回の引上げ時には69.1%と非常に高い伸び率を示したと言える。

図6 世帯属性別に見た支出金額の対前年同月(期)実質増減率

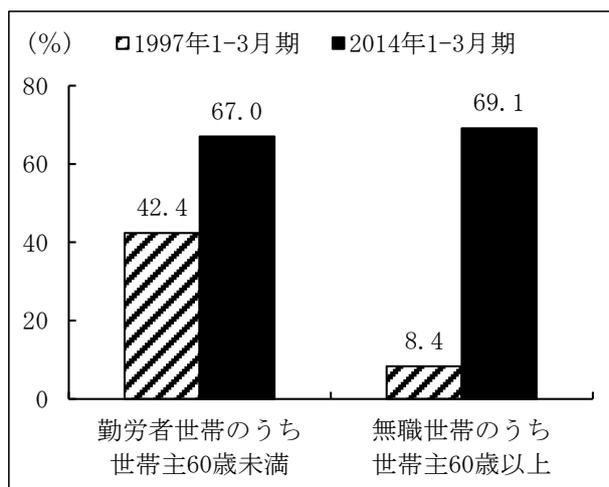
(1) 油脂・調味料



(2) 家事用消耗品



(3) 家庭用耐久財



IV まとめ

これまで示してきたことをまとめる。

まず、結果としては、今回の消費税率引上げ時に、前回よりも大きな駆け込み購入による増加とそれに伴う反動減が見られた。

その要因として以下の3点が考えられる。

まず1点目。前回引上げ時はデフレ基調にあり、人々は待っていればものは更に安くなるということに慣れてしまっていた。しかし、今回はインフレ基調にあつて、食品や日用品の相次ぐ値上げを経験する中での消費税率の引上げとなった。このような物価の動向の違いにより、購入行動の違いが見られたのではないではないだろうか。

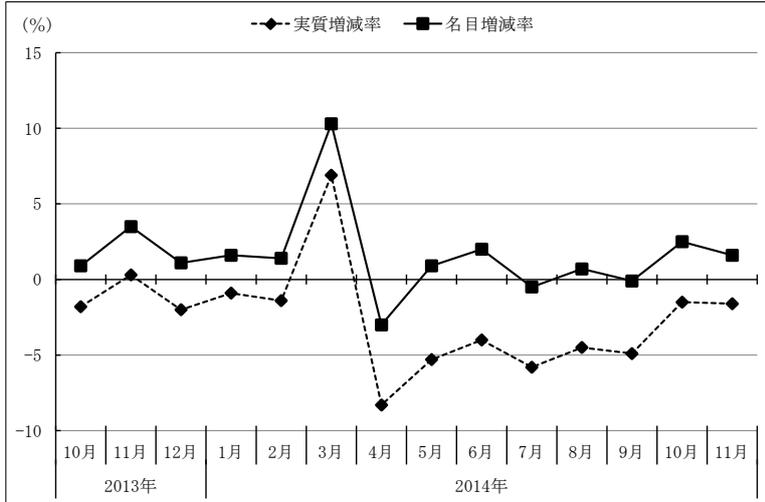
次に2点目としては、今回と前回の消費税率の引上げ率の違いが挙げられる。今回は5%から8%へと3%ポイントの引上げとなっており、前回の3%から5%への2%ポイントの引上げと比べると、今回の方が1%ポイント引上げ幅が大きくなっている。わずか1%ポイントの違いではあるが、耐久財などの高額なものを購入する際には、大きな負担だと感じることになり、今回、駆け込み購入が増加したのではないかと考えられる。

最後に3点目としては、昨今の人口の少子高齢化に伴い、人口構成に変化が生じ、年金生活者を中心とする高齢層が増えた結果、生活防衛のための消費行動をせざるを得ない人が増えていると考えられる。

また、世帯主が60歳以上の無職世帯における年齢構成もこの17年間で高い方にシフトしており、これらの世帯の世帯主平均年齢で見ると、17年前には69.8歳であったところが、平成25年平均では73.4歳まで上昇している。

ここで、興味深いグラフがある。図7は、非耐久財の支出金額について対前年同月の増減率の推移を示したものである。

図7 非耐久財の支出金額の対前年同月増減率の推移



最初に述べたように、今回 2014 年の消費税率引上げ時には、直前の 3 月には駆け込み購入による非常に大きな増加、そして引上げられた 4 月以降には反動減による大きな減少が見られた。実質増減率の推移を見ると、確かに、4 月に至るまでの増加傾向や 4 月以降の減少の様子が見取れる。しかし、名目増減率で見ると、3 月までの増加傾向の様子は同様に見られるが、4 月以降に関しては、4 月こそ若干の減少が見られるが、5 月以降はほぼ前年並みの水準となっている。このことから、決して支出金額の水準がさほど下がっているわけではない。むしろ、消費税率の引上げなどによる物価の上昇の中で、購入数量や買う物の質を下げ、生活を維持していることが窺えるのである。

最後に、インターネットショッピングの普及による影響についても見てみる。

図8 1 世帯当たり 1 か月間のインターネットを利用した支出金額の推移

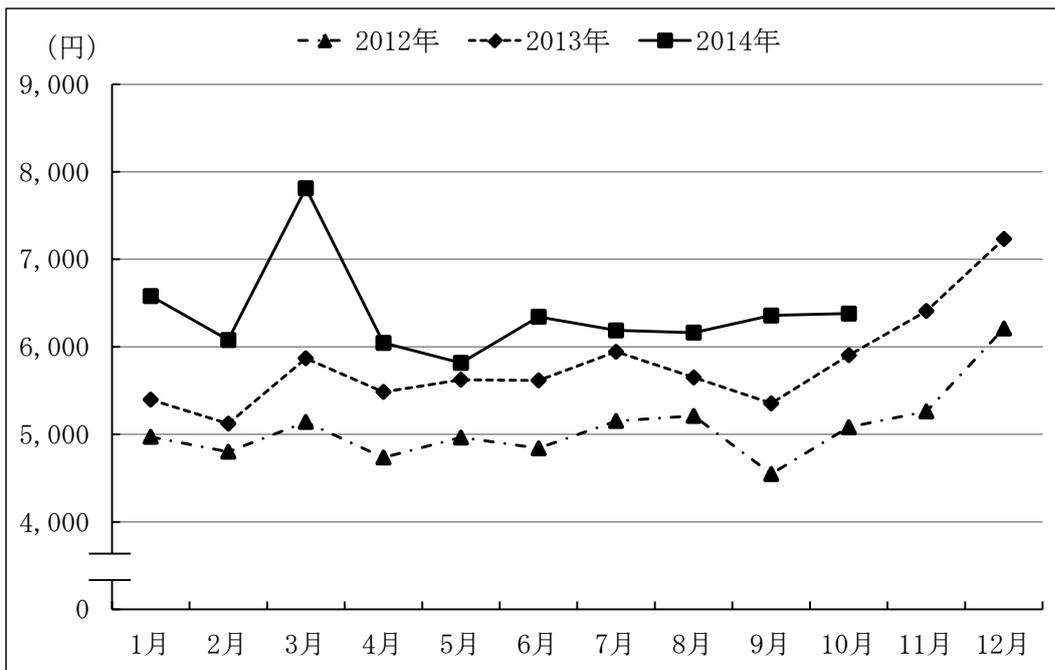
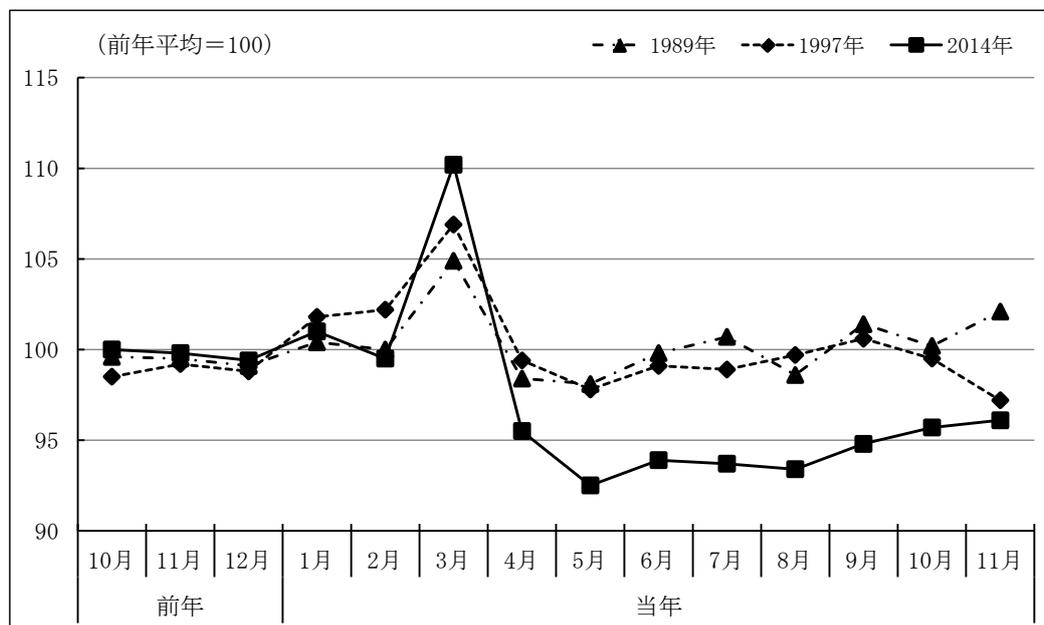


図8は、統計局で行っている家計消費状況調査の結果から見たインターネットを利用した支出金額の月次の推移である。

いつでもどこでも出歩かずに買い物ができるということで、年々利用が増加していることが分かる。その中で、2014年の3月の支出金額を見ると、他の年と比べても非常に高い山があり、インターネットを使った買い物でも消費税率引上げ直前に駆け込み購入があったことが窺える。

APPENDIX

・1989年の消費支出の季節調整済実質指数



・各種販売統計との比較

	小売業販売額 *		日本百貨店協会 **		日本チェーンストア協会 **	
	2014年	1997年	2014年	1997年	2014年	1997年
3月	11.0	12.4	25.4	23.0	9.4	8.4
4月	▲4.3	▲3.8	▲12.0	▲14.0	▲5.4	▲4.6
5月	▲0.4	▲1.4	▲4.2	▲5.1	▲2.2	▲4.6
6月	▲0.6	▲2.1	▲4.6	▲4.8	▲2.8	▲5.1
7月	0.6	▲2.2	▲2.5	▲3.5	▲2.1	▲4.1
8月	1.2	▲0.6	▲0.3	▲1.2	▲0.1	▲2.4
9月	2.3	▲2.6	▲0.7	▲3.9	▲1.0	▲4.3
10月	1.4	▲1.4	▲2.2	▲3.6	▲1.9	▲3.6
11月	0.5	▲5.1	▲1.0	▲3.5	▲0.7	▲4.5

*：商業販売統計。消費税を含む。(対前年名目同月比，%)

**：既存店ベースの売上高。消費税は含まない。(対前年名目同月比，%)

参考文献

・消費税増税における「認知ラグ」の影響、小巻泰之（ニッセイ基礎研究所、日本大学、2014年）

ホームページに掲載されている文献

・総務省統計局 「家計調査結果から見た消費税率引上げ前後の消費行動～今回の税率引上げ時は前回（平成9年）と比べてなぜ駆け込み需要が高かったのか？～」(統計 Today NO.84)

堀井俊：家計調査からみた消費税率引上げ前後の消費行動について