

2019年10月30日 全13頁

# 「駆け込み需要」の徹底検証（業種別・品目別）

対策のエアポケットとなった分野で顕著に発生。今後は反動に要警戒。

経済調査部

シニアエコノミスト 小林 俊介

エコノミスト 鈴木 雄大郎

## [要約]

- 10月に始まった消費税増税が消費を腰折れさせる可能性は、極めて限定的であるとの見通しが多い。その理由は①消費の基調が底堅い、②各種平準化策により駆け込み需要と反動は抑制された、③軽減税率の導入や教育無償化の影響を合わせれば負の所得効果が小さいといったものだ。しかし近日報道されているとおり、想定外の駆け込み需要が発生していたならば、②は当然ながら、①についてもその妥当性は揺らぐ。
- この問題意識を起点として、本稿では現在入手可能なデータを用いて、今回の駆け込み需要に関して二つの事実を確認した。第一に過去の消費増税時に比べて駆け込み需要の規模は抑制されている。食品等を対象とした軽減税率の導入に加え、自動車税の減免やキャッシュレス決済へのポイント還元などの需要平準化策が奏功したようだ。
- しかし第二の事実として、今回も一部の分野で顕著な駆け込み需要が確認されている。とりわけ、対策のエアポケットとなった分野で駆け込み需要が顕著に発生したようだ。自動車では普通車と軽自動車、住宅では持家と分譲、小売店では百貨店、家電量販店、およびドラッグストアにおいて増税直前期の需要が大幅に伸長している。
- 今後は駆け込み需要の反動とともに、駆け込み需要の発現を見越した「駆け込み出荷」の反動にも警戒しなければならない。特に家電、パルプ・紙・紙加工品工業、化学工業といった業種における「駆け込み出荷」が成長を押し上げた効果は今後剥落し、反動減に転じていく公算が大きい。

## 所得が伸び悩む中での消費堅調は、駆け込み需要の結果？

10月1日より、消費税率が8%から10%へと引き上げられている。今回の増税に関しては、前回増税時と異なり、消費および日本経済全体を腰折れさせる可能性は極めて限定的であるとの見通しが多いようだ。その主たる理由を挙げると以下の三点となろう。すなわち、①消費の基調が底堅い、②各種平準化策により駆け込み需要と反動は抑制された、③軽減税率の導入や教育無償化の影響を合わせれば負の所得効果が小さい、という見方だ。

このうち③負の所得効果については、拙稿「[徹底検証：消費増税と対策の影響分析 所得効果・代替効果と世代別影響・産業別影響を網羅的に精査](#)」（大和総研レポート、2019年9月18日）でも紹介したように、今回の増税に伴うネットの財政緊縮効果は約2兆円と、前回増税時の約8兆円よりも小幅にとどまる見込みだ。

しかし、①②については議論の余地が残る。近日頻繁に報道されているとおり、想定外の駆け込み需要が発生していたならば、当然ながら②の妥当性は揺らぐ。①についても足下までの消費実績は底上げされてきた可能性が高い。換言すれば、駆け込み需要を除いた消費の基調は見た目ほど強くなかった可能性がある。

この見方を支持する一つの材料として、総雇用者所得の伸び率は、2018年から継続的に低下している（次頁、**図表1**）。名目ベースの総雇用者所得の伸びは直近で前年同月比+1%強にとどまっており、直近のピークであった2018年前半の同+約4%に比べると落ち込みの幅も大きい。

総雇用者所得の伸びが鈍化している主因は①雇用者数の伸びが鈍化していること、②一人当たり労働時間が減少していることに求められる。このうち後者については景気循環とは無関係な要因—例えば改元に伴う祝日の増加、あるいは罰則付き残業規制の影響<sup>1</sup>など—も大きいとみられる。しかしこうした特殊要因のない前者について、外需の不振を端緒とする景気減速と無関係と言うことはできまい。かつて生じていたような「非正規社員から正規社員への職制転換」<sup>2</sup>も勢いを欠いている<sup>3</sup>。

このように総雇用者所得が伸び悩む中でも、家計消費をはじめとする内需が堅調だった要因として、消費税増税前の駆け込み需要等に支えられた部分を見捨てることは難しい。この問題意識を起点として、次項以降では現在入手可能なデータ（マクロ経済統計と業界統計）を利用しながら、増税直前の9月までにどの程度の駆け込み需要等が発生したのか、つぶさに確認する。

<sup>1</sup> 罰則付き残業規制に伴う影響に関する詳細は、小林俊介・鈴木雄大郎「[「罰則付き残業規制」で働き方は変わったのか 着実に進む長時間労働の是正。しかし未だ153~316万人が新基準に抵触の恐れ](#)」（大和総研レポート、2019年10月3日）を参照。

<sup>2</sup> 詳細は小林俊介・廣野洋太「[大局的視座から探る労働市場展望 フィリップスカーブの有効性は本当に崩れてしまったのか？](#)」（大和総研レポート、2018年7月20日）を参照。

<sup>3</sup> 詳細は小林俊介・鈴木雄大郎「[日本経済見通し：2019年8月 I. 駆け込み出荷でGDPは絶好調という統計トリック、II. 消費増税と教育無償化で損する世代と得する世代、III. 経済見通しを改訂：19年度+0.9%、20年度+0.4%、IV. 米中交渉、再度決裂](#)」（大和総研レポート、2019年8月16日）を参照。

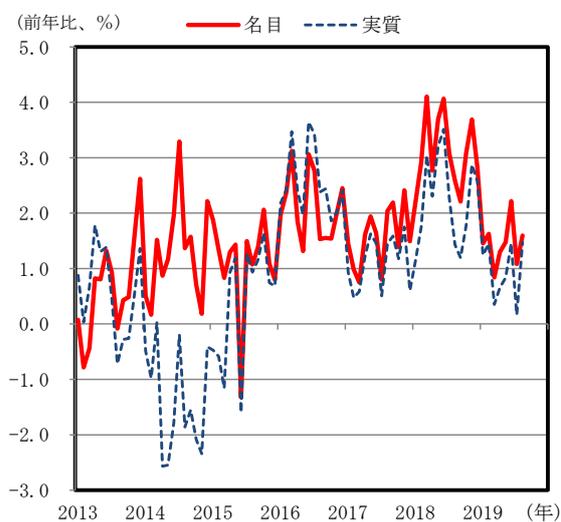
## 消費税増税に伴う駆け込み需要と反動は回避されたのか？

次節以降で自動車・住宅・小売店における駆け込み需要の動向を確認するが、まず大まかに言って二つの事実が確認される。

一つは、駆け込み需要は今回も確実に発生したということだ。自動車では特に普通車と軽自動車、住宅では持家と分譲、そして小売店では特に百貨店、家電量販店およびドラッグストアにおいて増税直前期の需要が伸長した。

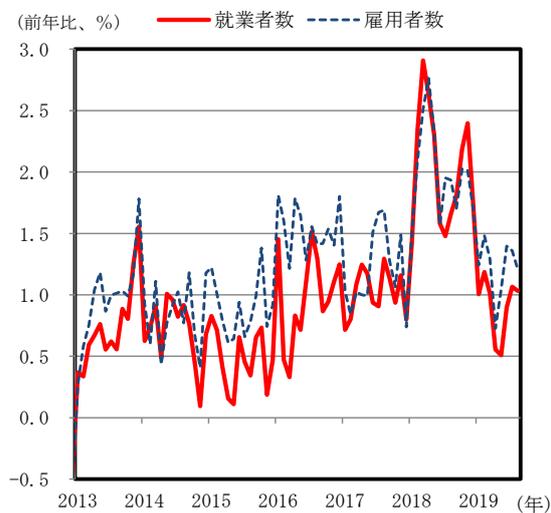
もう一つは、前回・前々回の増税時に比べて駆け込み需要の規模は一定程度、抑制されたということだ。その背景の一つとして、食品等を対象とした軽減税率の導入に加え、自動車税の減免やキャッシュレス決済へのポイント還元などといった需要平準化策が奏功したことが挙げられそうだ。

図表 1：総雇用者所得の推移



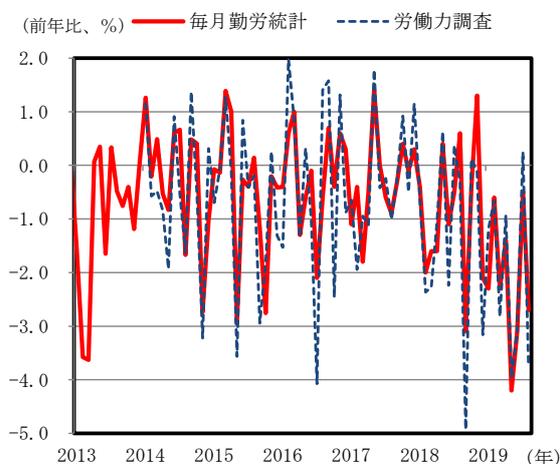
(出所) 内閣府より大和総研作成

図表 2：雇用者数の推移



(出所) 総務省統計より大和総研作成

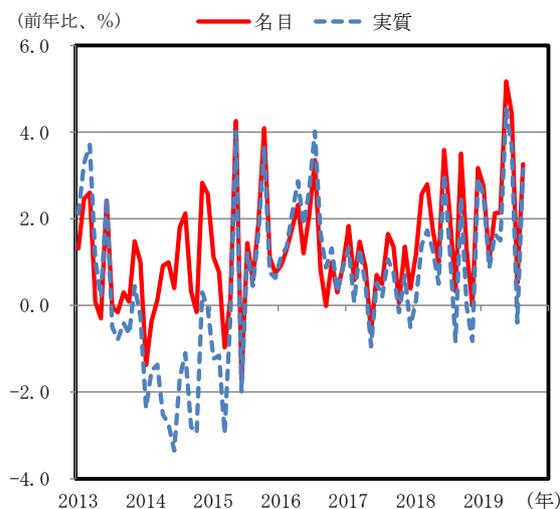
図表 3：一人当たり労働時間の推移



(注) 毎月勤労統計は共通事業所ベース。

(出所) 総務省、厚生労働省統計より大和総研作成

図表 4：時間当たり賃金の推移



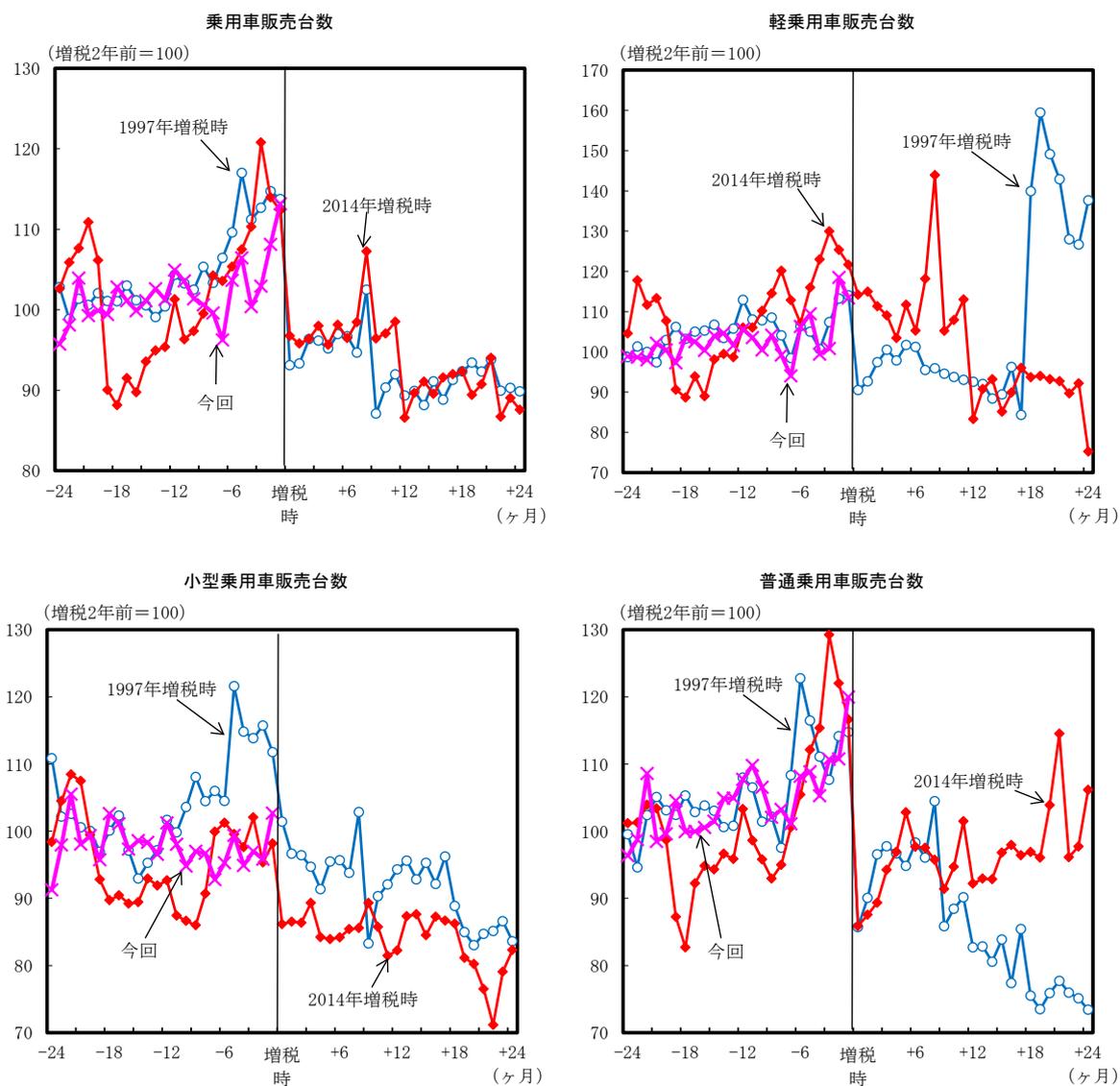
(注) 内閣府統計を総務省統計・厚生労働省統計で割って逆算

(出所) 内閣府、総務省、厚生労働省統計より大和総研作成

## 【乗用車】普通車と軽自動車で駆け込み需要が発現

本節以降では具体的に駆け込み需要の発生状況を確認していこう。まず、**図表 5** で自動車の駆け込み需要を確認すると、総販売台数の駆け込み（**左上**）は明確に発生したものの、前回・前々回と比べると限定的だ。車種別に踏み込んで確認すると、普通乗用車（**右下**）、および軽乗用車（**右上**）においては前回・前々回とほぼ同水準での駆け込み販売が発生した一方で、小型乗用車（**左下**）において全くと言ってよいほど駆け込み販売が発生しなかったことが確認できる。

図表 5：乗用車販売台数の推移（前回、前々回の増税時との比較）



(注) 季節調整値。季節調整は大和総研による。  
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

車種により駆け込みの動きで差が出た背景は需要平準化策の内容に求められる。今回の増税に合わせて導入された自動車販売の平準化策の中で大きなものは①自動車税の減免と②環境性能割の導入（と取得税の廃止）だ。このうち自動車税（自動車の保有に対して毎年課される税金）の減免は、**図表 6** にまとめている通り、とりわけ小型乗用車の購入に伴うメリットが大きい（すなわち、10月以降に購入するメリットが大きい）。

具体的に減税幅を確認すると、2019年10月以降に購入された小型乗用車（総排気量2,000cc以下）に対しては、毎年3,500円から4,500円の減税が発生する。しかし総排気量が2,000cc超の普通乗用車の購入に対しては、減税幅が1,000円から1,500円にとどまるため、多くのケースにおいて消費税の増税に伴う購入価格上昇を相殺することは難しい。軽自動車に至っては、今回の減税対象となっていない。

**図表 6：自動車税の新旧対照表**

					単位:円				
区分	排気量	2019年9月まで	引き下げ後 (2019年10月~)	引き下げ幅	区分	排気量	2019年9月まで	引き下げ後 (2019年10月~)	引き下げ幅
軽自動車	660cc以下	10,800	10,800	0	普通車	2000cc超~ 2500cc以下	45,000	43,500	1,500
小型車	660cc超~ 1000cc以下	29,500	25,000	4,500		2500cc超~ 3000cc以下	51,000	50,000	1,000
	1000cc超~ 1500cc以下	34,500	30,500	4,000		3000cc超~ 3500cc以下	58,000	57,000	1,000
	1500cc超~ 2000cc以下	39,500	36,000	3,500		3500cc超~ 4000cc以下	66,500	65,500	1,000
						4000cc超~ 4500cc以下	76,500	75,500	1,000
						4500cc超~ 6000cc以下	88,000	87,000	1,000
				6000cc超~		111,000	110,000	1,000	

(注) 自家用乗用車（登録車）の税率。  
(出所) 自動車工業会資料より大和総研作成

次に環境性能割の導入について確認しよう。環境性能割は、自動車取得税およびエコカー減税に置き換わる新制度であり、購入時に発生する税負担だ。同制度の導入に伴い、購入時に発生する税率を比較したものが**図表 7-8** だが、ほとんどのケースにおいて消費税の増税幅である2%pt を相殺できるほどの減免は行われない。

より詳細に確認すると、自動車取得税は原則として登録車に対して3%、軽自動車、営業車に対して2%課されてきた。そして環境性能に優れた自動車に限って、エコカー減税を通じた税率の減免（▲20%～▲100%）が行われてきた。環境性能割も基本的には同様の制度であり、相違点は燃費基準、およびそれに応じた税率の減免幅である。

しかし複雑なことに、この制度変更に加えて需要平準化を目的とした時限措置が取られる。2019年10月1日から2020年9月30日までに購入された「相対的に環境性能が高くない」自動車に対しては、取得時の税率が追加的に1%pt 軽減される。しかしいずれにせよ、上述したように、ほとんどのケースにおいて消費税の増税幅である2%pt を相殺できるほどの減免は行われない。

**図表 7：普通乗用車（自家用）の取得時に課せられる税率表**

	2020年度燃費基準					
	未達成	達成	+10%	+20%	+30%	+40%～
消費増税（2019年10月）まで エコカー減税 （2005年排出ガス規制75%低減または 2018年排出ガス規制50%低減）	3%	2.4%	2.25%	1.5%		0%
消費増税（2019年10月）以降 環境性能割 （ ）内は2020年9月30日まで	3% (2%)	2% (1%)	1% (0%)	0%		
差分 （ ）内は2020年9月30日まで	0% (1%)	0.4% (1.4%)	1.25% ( <b>2.25%</b> )	1.5%	1.5%	0%

（出所）一般社団法人自動車工業会、経済産業省より大和総研作成

**図表 8：軽自動車の取得時に課せられる税率表**

	2020年度燃費基準					
	未達成	+5%	+10%	+15%	+20%	+25%～
消費増税（2019年10月）まで エコカー減税 （2005年排出ガス規制75%低減または 2018年排出ガス規制50%低減）	2%	1.6%	1.2%	0.8%	0.4%	0%
消費増税（2019年10月）以降 環境性能割 （ ）内は2020年9月30日まで	2% (1%)	1% (0%)	0% (0%)			
差分 （ ）内は2020年9月30日まで	0% (1%)	0.6% (1.6%)	1.2%	0.8%	0.4%	0%

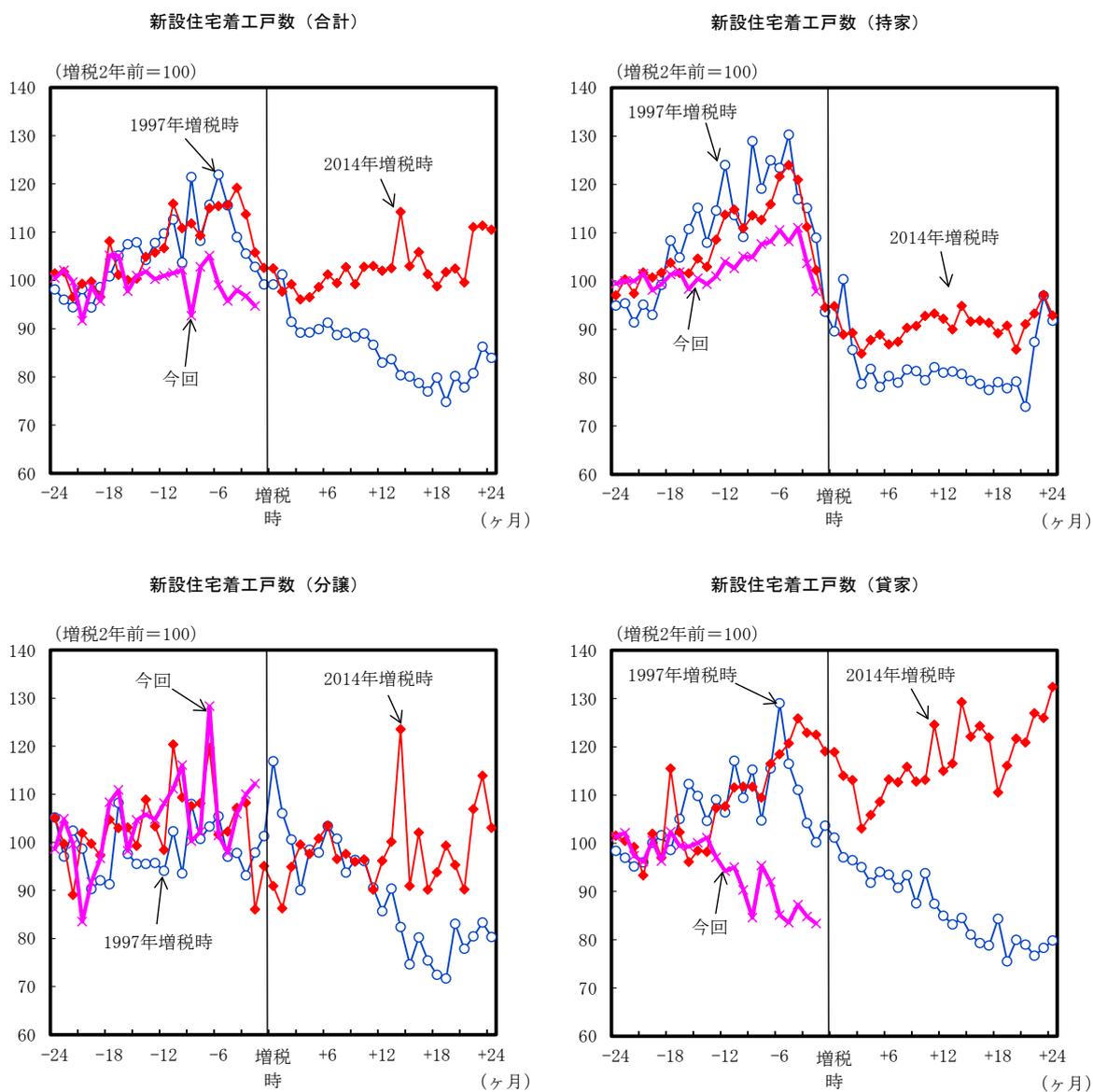
（出所）一般社団法人自動車工業会、経済産業省より大和総研作成

## 【住宅】持家と分譲で駆け込み需要が発現

図表9で住宅の駆け込み需要を確認すると、自動車と同様の跛行性が見られる。持家（右上）では駆け込み着工が発生している。分譲（左下）は月々の動きが荒く駆け込み需要によるものかは必ずしも判然としないが、趨勢として着工の動きは強い。他方、貸家（右下）について、駆け込み着工は全く確認されないが、そもそも貸家は需要平準化策の対象外である。

これらの結果を整理すると以下のようなだろう。住宅に関して需要平準化策は十分でなく、持家と分譲で駆け込み着工が発生した。その規模が前回増税時に比べて限定的であった背景は、政策対応というよりも、前回までに駆け込み購入された住宅が未だ築浅で残存していることや、近年過熱が見られていた投資用住宅市場において不祥事が発生したことなどから、そもそもの投資意欲が減退していたという事情による部分が大きいと考えられる。

図表9：新設住宅着工戸数の推移（前回、前々回の増税時との比較）



なお、持家と分譲を対象として導入された住宅の需要平準化策は大きく分けて二つ、①住宅ローン減税控除期間の延長と②すまい給付金の増額が挙げられる。住宅ローン減税の概要は**図表 10** に示した通りだ。まず従前より、住宅ローン年末残高のうち最大 4,000 万円に対し、1% が住民税から 10 年間減免されていた。この減税期間が消費税増税後に 3 年間延長され、合計 13 年間に亘って減税を受けられるようになる。一般住宅の場合、従来のケースでは 10 年間で最大 400 万円の減税が適用されてきたが、消費税増税後に購入した場合、最大で 480 万円の減税が適用される<sup>4</sup>ことになるため、差分の 80 万円が増税後購入のインセンティブとなる。しかし、このインセンティブは購入時に課される消費税の引き上げ (2%pt) に伴う負担増加に比べて必ずしも大きくはない。

すまい給付金増額の概要は**図表 11** に示した通りだ。同措置では収入額が低いほど給付基礎額が大きくなる。例えば収入が 425 万円のケースでは従来 30 万円の給付を受けられたが、増税後に給付額は 50 万円に引き上げられることになり、追加的に 20 万円分の恩恵を受けることになる。しかしこちらのメリットも必ずしも大きくない<sup>5</sup>。

**図表 10：住宅ローン減税の概要**

控除期間	適用年の11年目から13年目までの各年の控除限度額(一般住宅の場合)
<b>3年間延長</b> (10年間→13年間)	以下のいずれか小さい額 ①借入金年末残高(上限4,000万円)の1% ②建物購入価格(上限4,000万円)の2/3%(2%÷3年) ※認定住宅の場合は、借入金年末残高の上限:5,000万円、建物購入価格の上限:5,000万円

(注) 消費税率10%が適用される住宅の取得等をして、令和元年10月1日から令和2年12月31日までの間に居住の用に供した場合に適用。

(出所) 国土交通省資料より大和総研作成

**図表 11：すまい給付金の概要**

**消費税率8%の場合**

収入額の目安	都道府県民税の所得割額	給付基礎額
425万円以下	6.89万円以下	<b>30万円</b>
425万円超	6.89万円超	<b>20万円</b>
475万円以下	8.39万円以下	<b>10万円</b>
475万円超	8.39万円超	
510万円以下	9.38万円以下	

**消費税率10%の場合**

収入額の目安	都道府県民税の所得割額	給付基礎額
450万円以下	7.60万円以下	<b>50万円</b>
450万円超	7.60万円超	<b>40万円</b>
525万円以下	9.79万円以下	<b>30万円</b>
525万円超	9.79万円超	
600万円以下	11.90万円以下	
600万円超	11.90万円超	<b>20万円</b>
675万円以下	14.06万円以下	
675万円超	14.06万円超	<b>10万円</b>
775万円以下	17.26万円以下	

(注) 神奈川県は他の都道府県と住民税の税率が異なるため、収入額の目安が同じでも、所得割額が上表と異なる。

(出所) 国土交通省資料より大和総研作成

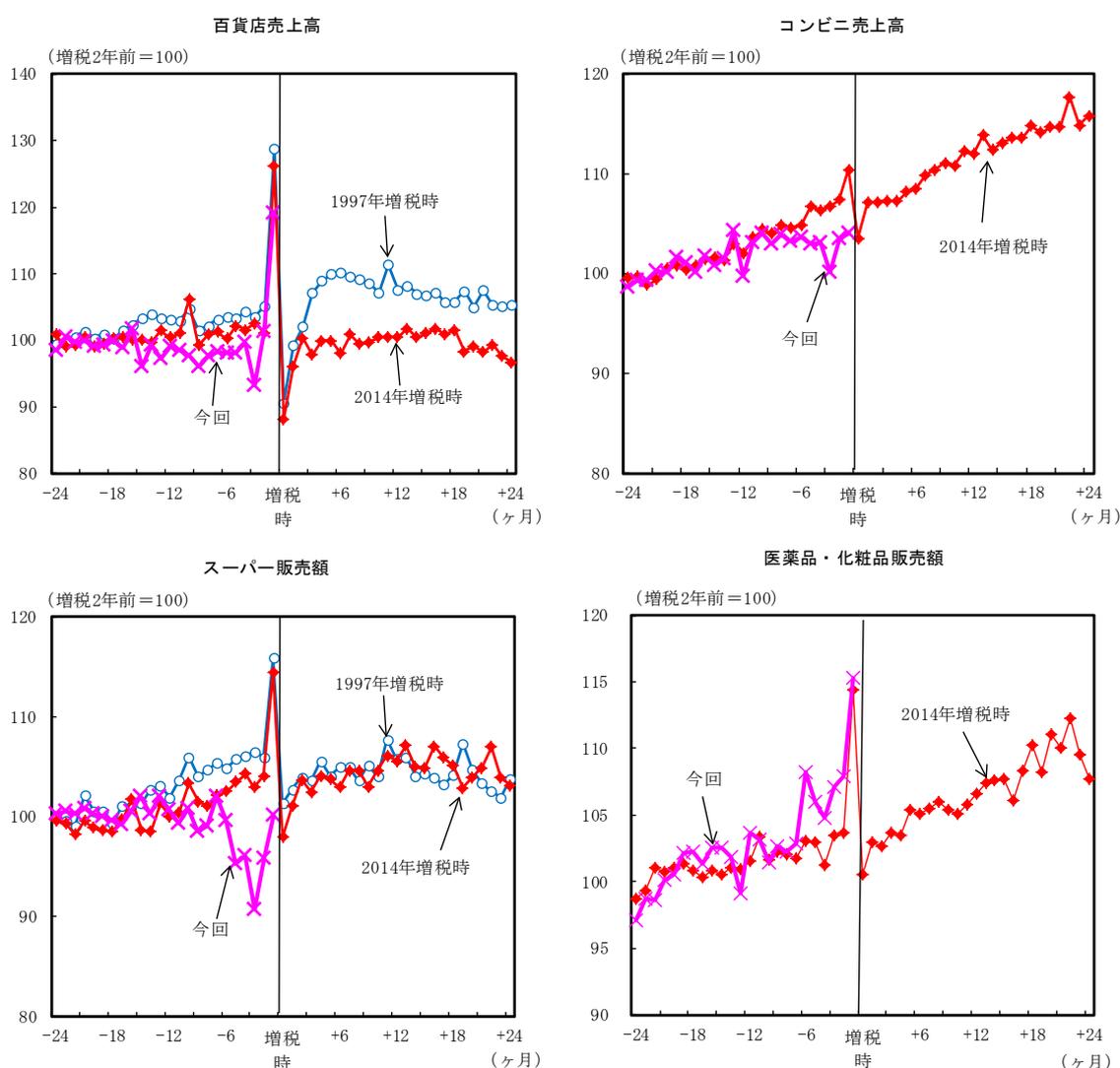
<sup>4</sup> 延長された 11～13 年目に関しては、(1)住宅借入金の年末残高(4,000 万円が限度)の 1%と(2)建物購入価格(4,000 万円が限度)×2/3%のいずれか小さい額が減税額となるため、3 年間での合計減税額は 80 万円が最大値となる。

<sup>5</sup> なお、自動車販売などと異なり、消費税増税の直前ではなく、およそ半年程度早く駆け込み着工が発生した理由は、住宅に対する消費税の適用は、「引き渡し時点」または、「請負契約時点」の税率となることによる。より具体的には、今回の場合、住宅の引き渡しが 9 月 30 日までに行われた、または請負契約が 3 月 31 日までに完了していれば消費税率は 8%となる。

## 【小売店】増税直前の9月に駆け込み需要が発現

最後に、**図表 12-13** に示した小売店における駆け込み需要を確認すると、増税直前月となる9月に百貨店、家電量販店およびドラッグストアでは顕著に発生したようだ。この傾向は前回、前々回と同様である。ただしコンビニエンスストアにおいて、駆け込み需要は前回、前々回に比べて極めて小さい。また、スーパーマーケットにおける駆け込み需要も前回、前々回と比べ限定的であった。駆け込み需要が小さい一つの背景として、足下の景気環境、特に所得の伸びが振るわない中、消費の基調そのものが決して強くないという点も見逃せない。しかし追加的な要因として、食品等を対象とした軽減税率の導入や、後述するキャッシュレス決済に対するポイント還元策が一定の効果を上げている可能性が指摘される。

図表 12： 小売店販売の推移（前回、前々回の増税時との比較）



(注1) 季節調整値。季節調整は大和総研による。

(注2) 医薬品・化粧品販売額は医薬品・化粧品小売業より作成、いずれも名目値。

(出所) 経済産業省、日本百貨店協会、日本フランチャイズチェーン協会、日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

具体的な小売販売の動向を確認していこう。まず百貨店の売上高（全店舗ベース、**図表 12 左上**）を確認すると、9 月は前年同月比+22.8%、前月比+17.6%（大和総研による季節調整値）と増加した。商品別に見ると、美術・宝飾・貴金属などを含む「雑貨」や「衣料品」、「身のまわり品」などが増加に寄与している。前回増税時にもこれらの商品で駆け込み需要が生じており、今回も同様の動きが見られた。

次に、ドラッグストアをはじめとする、医薬品・化粧品小売業（**図表 12 右下**）は前年比+16.4%、前月比+6.9%（大和総研による季節調整値）となり、過去同様に顕著な駆け込み需要が見られた。商品別に見ると、ビューティケア（化粧品・小物）や家庭用品・日用消耗品・ペット用品、トイレタリーなどが増加に寄与した。

家電量販店などを含む、家電販売額（機械器具小売業。次頁の**図表 13 左上**）の動向を確認すると、9 月は前年比+37.9%、前月比+28.2%と大幅に増加し、こちらでも過去同様の駆け込み需要が発生している。商品別に見ると、生活家電や情報家電などで駆け込み需要が見られる。

他方で、コンビニエンスストアの売上高（既存店ベース、**図表 12 右上**）を確認すると、9 月は前年同月比▲1.1%、前月比+0.5%（大和総研による季節調整値）となり、駆け込み需要の弱さが際立った。7-9 月期で均しても前年同期比▲0.9%の減少となっており、前回増税時の同+5.9%と対照的である。その背景として、コンビニエンスストアの売上の大部分を占める食品が軽減税率の対象となっていることに加え、後述するキャッシュレス決済へのポイント還元策が、消費税増税後の 10 月から始まることが挙げられる。

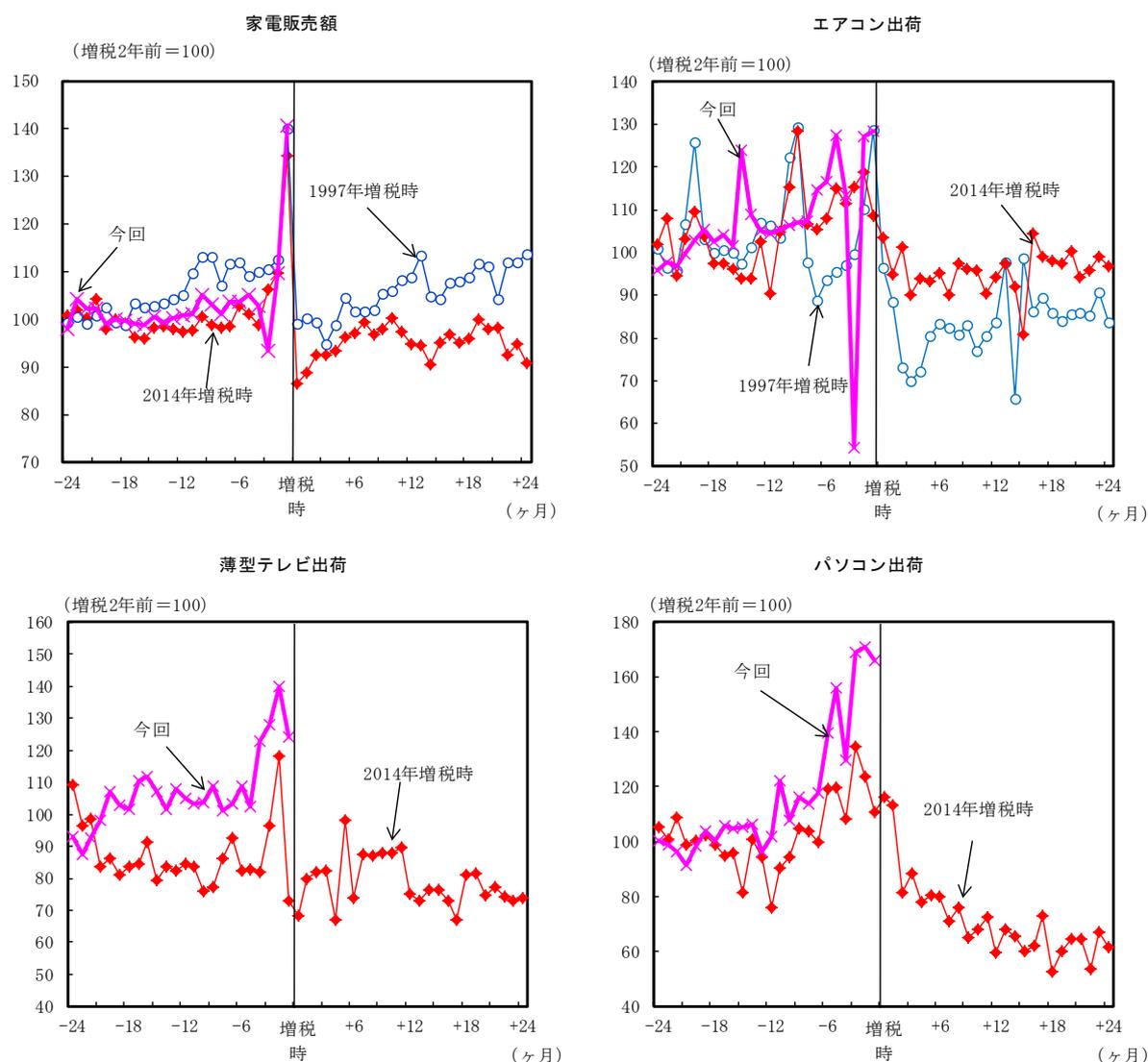
また、スーパーマーケットの販売額（全店舗ベース、**図表 12 左下**）の動向を確認すると、9 月は前年比▲1.8%、前月比+4.5%（大和総研による季節調整値）と過去の増税時と比べると、駆け込み需要は限定的であった。7-9 月期で均してみると、前年同期比▲5.9%の減少となっており、こちらも前回増税時の同+7.6%とは対照的だ。スーパーマーケットの販売額の約 7 割は食料品であり、軽減税率の対象である。

前述したように、小売店の販売動向と関連して見逃せないのが、需要平準化策の一環として行われているキャッシュレス決済へのポイント還元策だ。同政策は需要の平準化を図るとともに、キャッシュレス化を推進するために10月以降実施されている。

同施策は、中小小売店（サービス業者・飲食店等を含む）でクレジットカードや電子マネー、QRコード決済などによってキャッシュレス決済を行った消費者に対してポイントを還元し、その費用を国が負担する政策だ。ポイントの還元率は中小小売店では5%、大手系列フランチャイズ店では2%となっている。従って同政策の対象となる小売店においては、消費税増税後の方が消費者のメリットが大きくなる。

ただし同施策は時限措置であり、実施期間は2019年10月から2020年6月までの9ヵ月間である。今回の消費増税前後の需要が平準化されたとしても、還元策終了前に再び駆け込み需要が生じる可能性がある点には留意が必要だ。

図表 13：家電の販売・出荷状況



(注1) 季節調整値。エアコン、薄型テレビ、パソコンの季節調整は大和総研。  
(注2) 家電販売額は名目値で機械器具小売業より作成。  
(出所) 経済産業省、JRAIA、JEITA統計より大和総研作成

## 注意すべき「駆け込み出荷」の反動

以上の議論を踏まえると、需要平準化策により一部緩和されたとは言え、今回の増税時にも駆け込み需要の発生が確認された。従って今後その反動が発生する公算が大きい。

加えて注意すべき点が二つ残される。一つは当然、「負の所得効果」だ。詳細な分析は拙稿「[徹底検証：消費増税と対策の影響分析 所得効果・代替効果と世代別影響・産業別影響を網羅的に精査](#)」（大和総研レポート、2019年9月18日）を参照いただきたいが、マクロへのインパクトという観点から見ると、2019年10月以降に家計が直面するネットの財政緊縮効果は約2兆円となる。この数値は前回増税時の約8兆円よりも小幅であるが、決して無視できる規模ではないことは自明だ。

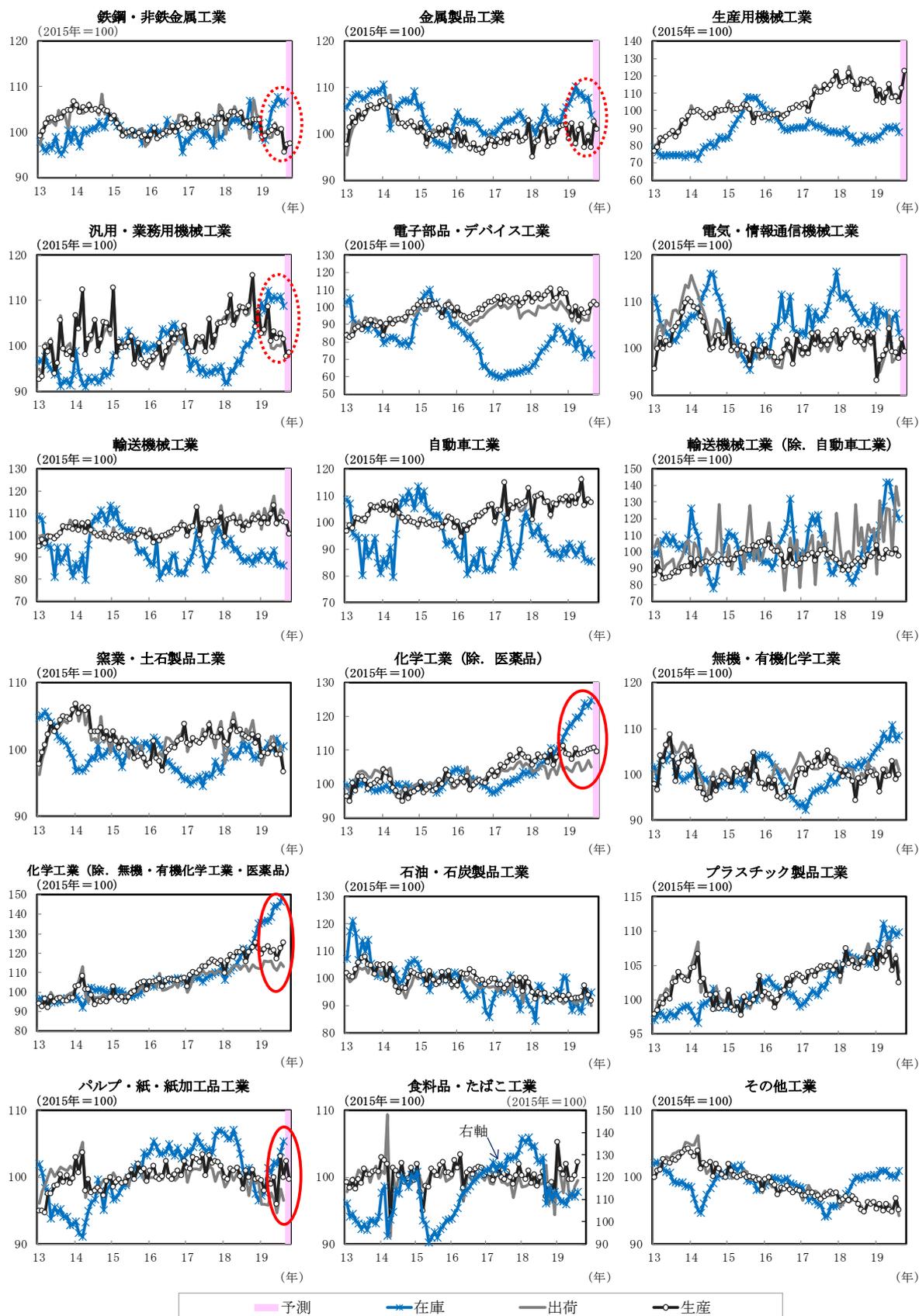
もう一つ気がかりな要因が、「駆け込み出荷」である。一部の業種において、駆け込み需要、あるいは10月以降のポイント還元セールを見込んだ在庫の蓄積が確認されている。生産・出荷・在庫の状況を**図表14**で確認すると、まず目を引くのが「パルプ・紙・紙加工品工業」だ。同産業では、足下の数ヶ月で在庫が徐々に積み上がっていることに加えて、先行きの生産計画も極めて強い。これは10月の消費増税直前にティッシュペーパーやトイレットペーパーを中心とした駆け込み需要が発生することを見越した在庫積み増しと目される。

同様の文脈で目を引くのは「化学工業（除、医薬品）」だ。とりわけ化粧品の在庫が積み上がっており、増税前の駆け込み需要を期待したものである可能性が指摘される。しかし同産業における在庫の増加は2017年から始まっており、2018年以降加速している。この背景としては2017年まではインバウンド消費やEコマース経由での化粧品需要が強かったこと（⇒「意図的な」在庫増）、そして2018年以降はこうした需要増加が止まったこと（⇒「意図せざる」在庫増）が挙げられるだろう<sup>6</sup>。すなわち、同産業における在庫増加の動きは「駆け込み需要対策」だけによるものではないということだ。

いずれにせよ、今後は「駆け込み需要」の反動とともに、「駆け込み出荷」の反動にも警戒しなければならない。「需要」の文脈では普通車と軽自動車、持家住宅と分譲住宅、家電、およびドラッグストア関連で、「出荷」の文脈ではパルプ・紙・紙加工品工業、化学工業といった分野における反動減への注意が必要である。

<sup>6</sup> なお、「意図せざる在庫増」は、「鉄鋼・非鉄金属工業」、「金属製品工業」、そして「汎用・業務用機械工業」でも確認される。しかしながら、これは消費増税の影響と言うよりも、中国を中心とした世界経済の減速を受け、需要が減少していることが背景にあるとみられる。

図表 14 : 業種別の生産・出荷・在庫



(注) 生産指数の予測値は、製造工業生産予測調査。化学工業(除.医薬品)の予測数値は、化学工業全体の予測数値を使用。  
 (出所) 経済産業省統計より大和総研作成