

テーマ： 業界統計から見た駆け込み需要の動向

～財消費では、前回をやや上回る規模の駆け込み需要が発生した模様～

発表日：2014年4月25日（金）

第一生命経済研究所 経済調査部

担当 主席エコノミスト 新家 義貴

TEL:03-5221-4528

要旨

- 業界統計から判断すると、財消費に関しては、前回増税時よりも大きめの駆け込み需要が今回発生したとみられる。エコカー減税・補助金やエコポイント制度により需要が先食いされているため、今回はあまり駆け込みが起こらないのではとの声も事前にはあったが、実際には比較的大きな駆け込み需要が発生した模様。
- 駆け込み需要の規模は、百貨店とスーパーは概ね前回並み、乗用車販売と家電販売は前回よりも大きかったとみられる。事前の予想通り、高額品の多い業態で大きな駆け込み需要が発生した。

○ 駆け込み需要の概観

個人消費に関連する業界統計の3月分が概ね出揃ったため、業態別の駆け込み需要の動向について確認する。

（１）乗用車販売

3月の乗用車販売台数（普通・小型乗用車販売台数と軽乗用車販売台数の合計）は前年比+16.7%（2月：同+18.8%）と、2ヶ月連続で増加幅が縮小した。また、季節調整値（筆者試算。以下同様。）でみても前月比▲1.6%と、2月の同▲5.0%に続いての減少。自動車では昨年秋頃から駆け込み需要が発生していたが、需要のピークは14年1月だったようだ。

人気車種は登録までに時間がかかるため、増税間際の購入では、消費税率引き上げ前の税率適用が間に合わない。そのため、他の財と異なり、自動車では駆け込み需要が早期にピークをつけやすい。これは97年の前回増税時でも見られた傾向である。

四半期で見ると、13年10-12月期が前期比+8.4%、14年1-3月期が+5.7%となる。ちなみに96年10-12月期は前期比+7.2%、97年1-3月期は+2.1%であり、前回増税時と比べると、今回の駆け込み規模は大きいようだ。政府は14年度からの自動車取得税率引き下げやエコカー減税の拡充など、駆け込みとその反動による極端なアップダウンを均すための策をとってはいたが、それにもかかわらず大きな駆け込み需要が発生した。

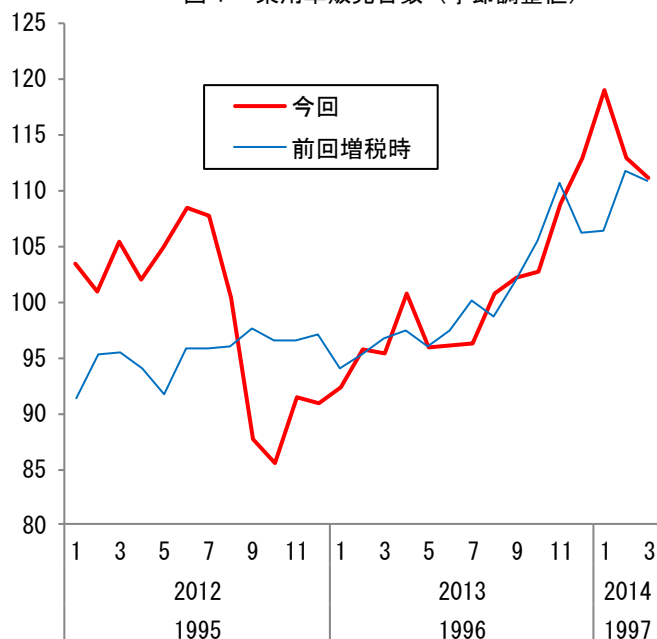
（２）百貨店売上

3月の全国百貨店売上高（既存店）は前年比+25.4%と急増した（2月：+3.0%）。季節調整済み前月比（全店ベース）も前月比+23.2%の大幅増加。高額品が多い業態であるため、駆け込み需要による押し上げが顕著だ。高額商品の代表格である美術・宝飾・貴金属（前年比+113.7%）が急増したほか、主力商品である衣料品も前年比+18.5%と2割近い増加だった。また、買いだめの動きから化粧品（前年比+61.2%）も大幅に増えている。なお、四半期で見ると、2014年1-3月期は前期比+9.5%である。

97年3月は前年比+23.0%（97年2月：▲0.5%）、前月比+21.8%、97年1-3月期は前期比+8.0%だったことを考えると、百貨店売上における今回の駆け込み需要は、前回と同程度もしくはそれを僅かに上回

る程度だったと思われる。

図1 乗用車販売台数（季節調整値）

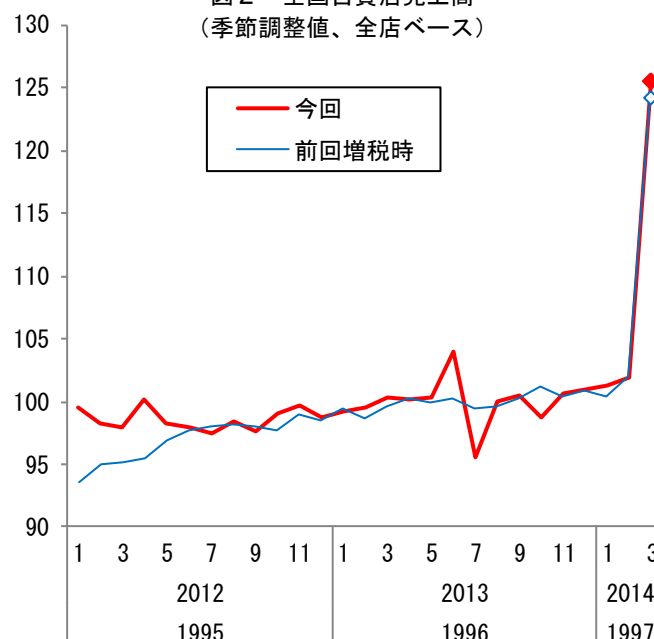


（出所）日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会

（注）季節調整は第一生命経済研究所

（注）2013年平均、1996年平均をそれぞれ100として指数化

図2 全国百貨店売上高（季節調整値、全店ベース）



（出所）日本百貨店協会「全国百貨店売上高」

（注）季節調整は第一生命経済研究所

（注）2013年平均、1996年平均をそれぞれ100として指数化

（3）チェーンストア販売

3月のチェーンストア販売額（既存店）は前年比+9.4%（2月：+1.5%）と増加した。スーパーでは日用雑貨等の消耗品が多いため、増税直前の3月最終週に駆け込みが集中し、売上げが大きく伸びたようだ。なお、季節調整済み前月比（全店ベース）では前月比+11.7%、1-3月期は前期比+4.1%となっている。

97年3月は前年比+8.4%（97年2月：▲0.8%）、前月比+8.9%、97年1-3月期は前期比+3.8%だったことを考えると、チェーンストア販売における今回の駆け込み需要は、前回と概ね同程度もしくはそれをやや上回る程度だったと判断できる。

（4）コンビニエンスストア

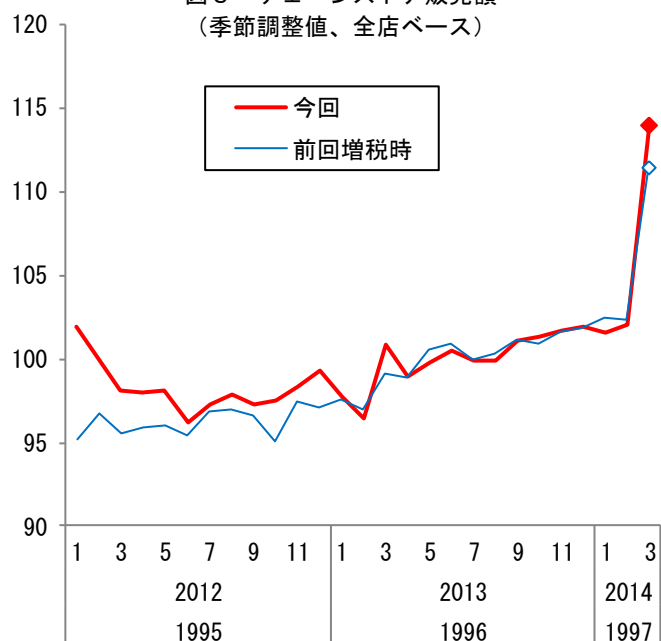
3月のコンビニエンスストア売上高（既存店）は前年比+2.9%（2月：+1.0%）、季節調整済み前月比（全店ベース）は前月比+2.2%だった。コンビニエンスストアは駆け込みに馴染まない少額の購入が多いため、百貨店やスーパーと比べて駆け込みの影響は軽微である。ただし、コンビニでのたばこ販売については駆け込みが発生しており、3月の売上げ押し上げ要因になっている（日本たばこ協会が発表している3月のたばこ販売数量は前年比+25.6%）。

（5）家電販売

家電量販店では3月に大規模な駆け込み需要がみられた模様だ。小売業販売額における、機械器具小売業の3月の販売額指数は前年比+48%程度に急増したと予想される（2月：+11.1%）。季節調整済み前月比でも前月比+32.4%、1-3月期で見ても前期比+18.8%の大幅増だ。家電製品は単価が高いため駆け込みの対象になりやすく、テレビ、パソコン、エアコン、冷蔵庫など、多くの品目で駆け込み購入がみられたようだ。

なお、97年3月の機械器具小売業の販売額は前年比+38.2%（97年2月：+6.6%）、前月比+29.8%、97年1～3月期は前期比+10.6%だった。今回は14年1～2月から既に駆け込み需要的な動きが発生していたこともあり、前回と比べて駆け込み規模は大きくなっている。過去のエコポイント制度などで需要が先食いされているため、今回はあまり駆け込みが起こらないのではとの声も事前にはあったが、実際には比較的大きな駆け込み需要が発生したようだ。

図3 チェーンストア販売額
（季節調整値、全店ベース）

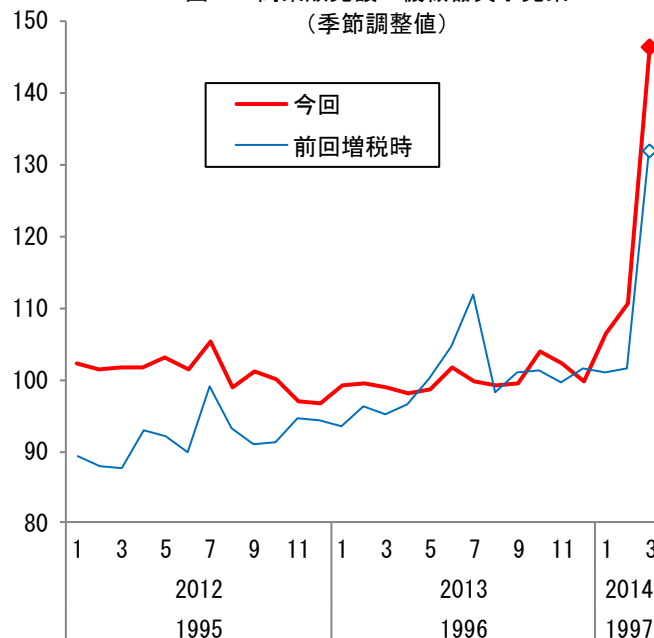


（出所）日本チェーンストア協会「チェーンストア販売統計」

（注）季節調整は第一生命経済研究所

（注）2013年平均、1996年平均をそれぞれ100として指数化

図4 商業販売額・機械器具小売業
（季節調整値）



（出所）経済産業省「商業販売統計」

（注）2014年3月の値は筆者試算

（注）季節調整は第一生命経済研究所

（注）2013年平均、1996年平均をそれぞれ100として指数化

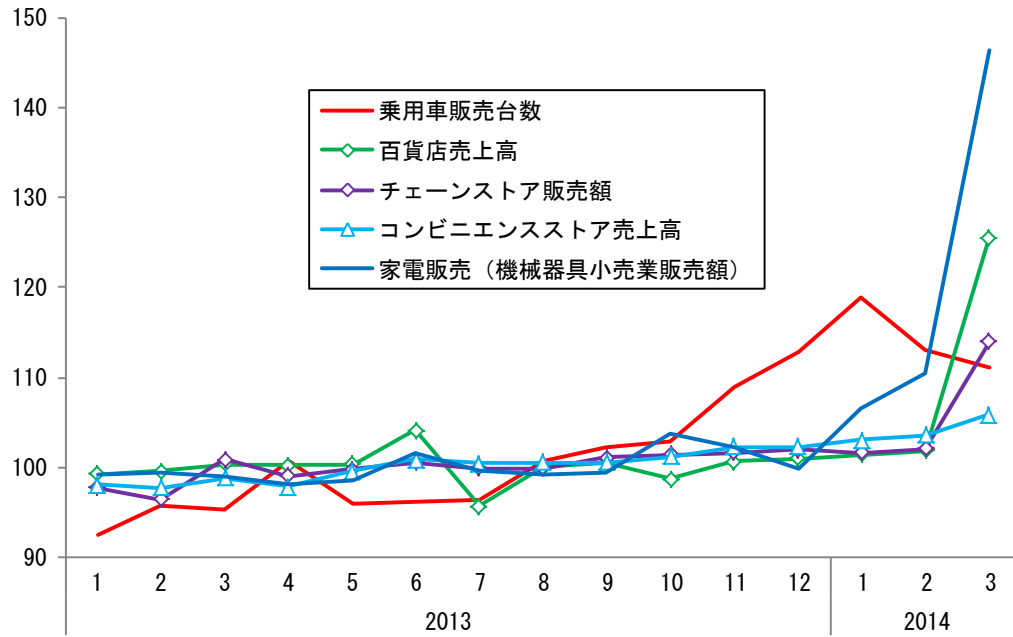
まとめると、駆け込み需要の規模は、百貨店とスーパーは概ね前回並み（もしくは若干大きい程度）、乗用車販売と家電販売は前回よりも大きかったようだ。サービス消費についてはまだデータが公表されておらず、現時点では駆け込み需要の動向は把握できない。ただ、財消費に関しては、前回増税時よりも若干大きめの駆け込み需要が今回発生したと判断することができそうだ。

○ 高額品への駆け込み需要が大きい

最後に、今回発生した駆け込み需要を業態別に比較してみよう。図5は、これまで見てきた業態別の動向を一つのグラフにまとめたものである。これを見ると、駆け込み需要が早期に発生した乗用車販売を除いて、駆け込み需要は3月に集中している（家電は一部14年1～2月にも発生していた模様）。

また、駆け込みの規模では、自動車≒家電 > 百貨店 > スーパー > コンビニ の順に大きくなっている。やはり単価の高いものへ駆け込み需要が多く発生したようだ。一方、日用品や食料といった、単価が安く保存もききにくいものを中心に扱うスーパーでは駆け込み規模は相対的に小さく、特にコンビニでは小規模なものにとどまった。これらは事前に予想された通りの動きであり、違和感はない。

図5 業態別にみた駆け込み需要の動向（季節調整値）



（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、日本百貨店協会、日本チェーンストア協会、日本フランチャイズチェーン協会、経済産業省

（注）家電販売の2014年3月の値は筆者試算

（注）季節調整は第一生命経済研究所

（注）2013年平均を100として指数化