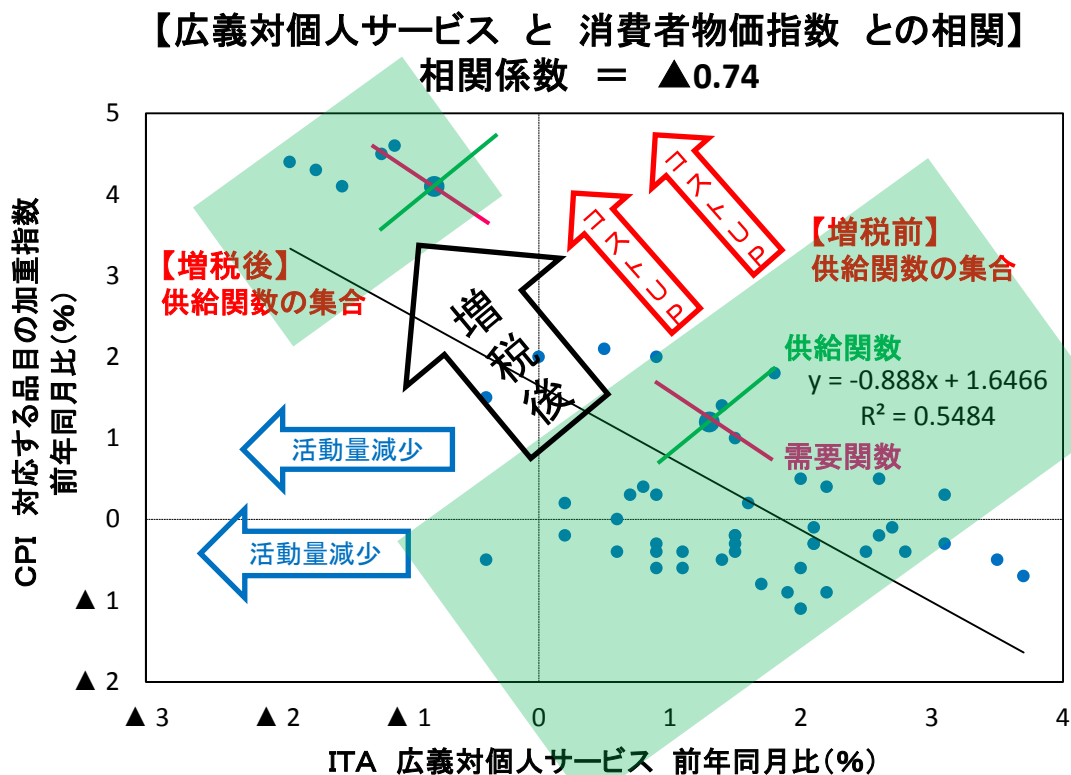


# 消費増税による産業活動への影響 ～平成26年4月前後をあらためて振り返る～

経済解析室  
平成27年5月



# 本稿の分析目的

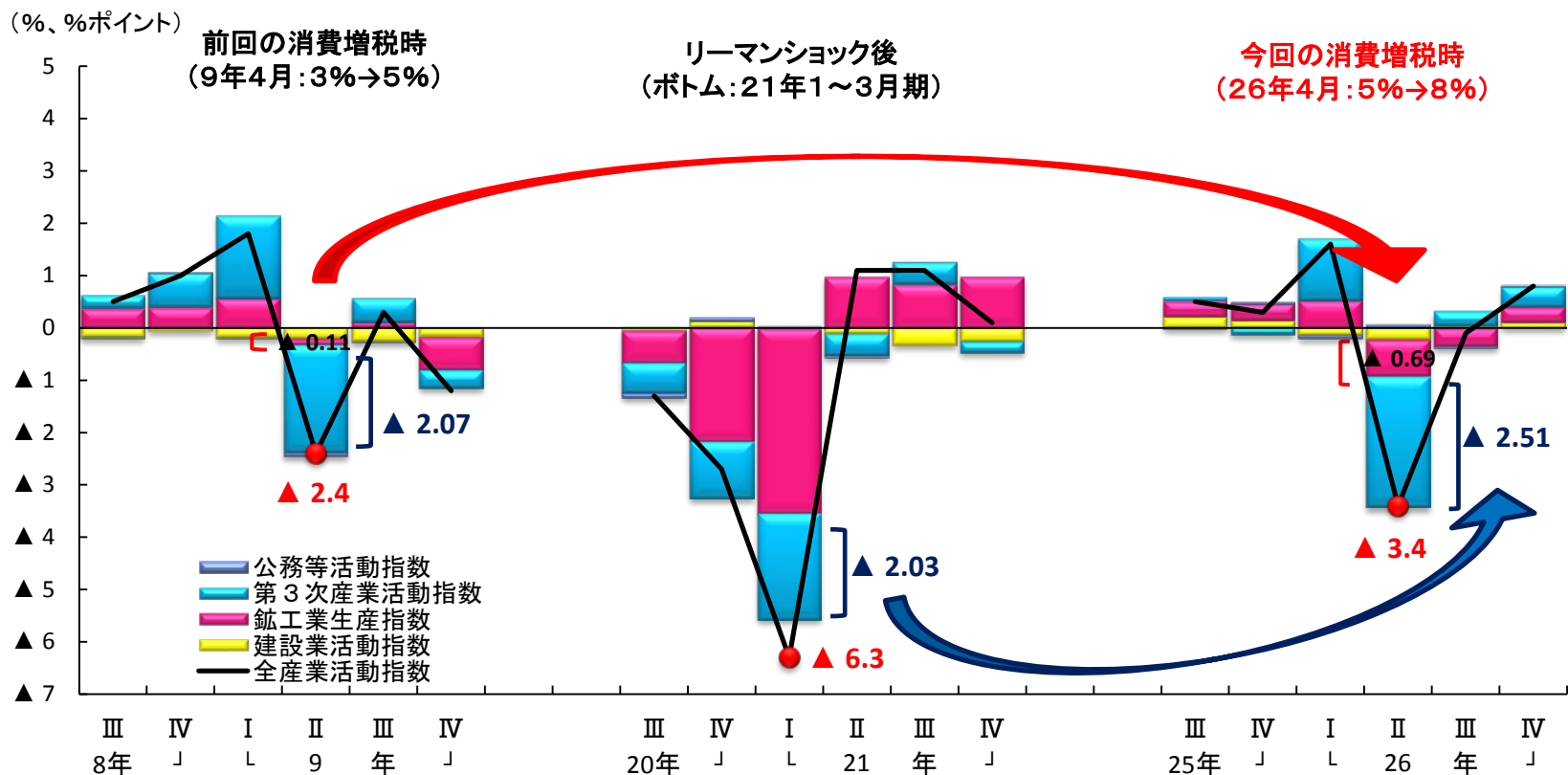
---

- 本稿では、平成26年4月に実施された消費増税による産業活動への影響について、前回の消費増税時（平成9年）、あるいはリーマンショック時にみられた産業活動への影響と比較しながら考察する。
- 特に、前回増税時との比較においては、増税年の前年平均からの変動を比較することで、26年4月に実施された増税の影響を確認する。

# 平成26年4月の消費増税後、サービス、財の供給活動ともに低迷

- 平成26年4月に実施された消費増税後の平成26年4～6月期では、内需型ビジネスである第3次産業活動の低下が著しい。また、前回増税時(平成9年4～6月期)と比較すると、鉱工業生産の落ち込みも拡大している。

全産業活動指数の推移(前期比、伸び率寄与度)～3時点比較～



(注) 1. 8～9年は7年=100、20年以降は17年=100、いずれも季節調整指数をもとに算出。

2. 上記グラフに掲載する全産業活動指数(四半期)には、それに対応する「農林水産業生産指数」の数値が存在しないため、除いて計算している。

資料: 経済産業省「全産業活動指数」から作成。

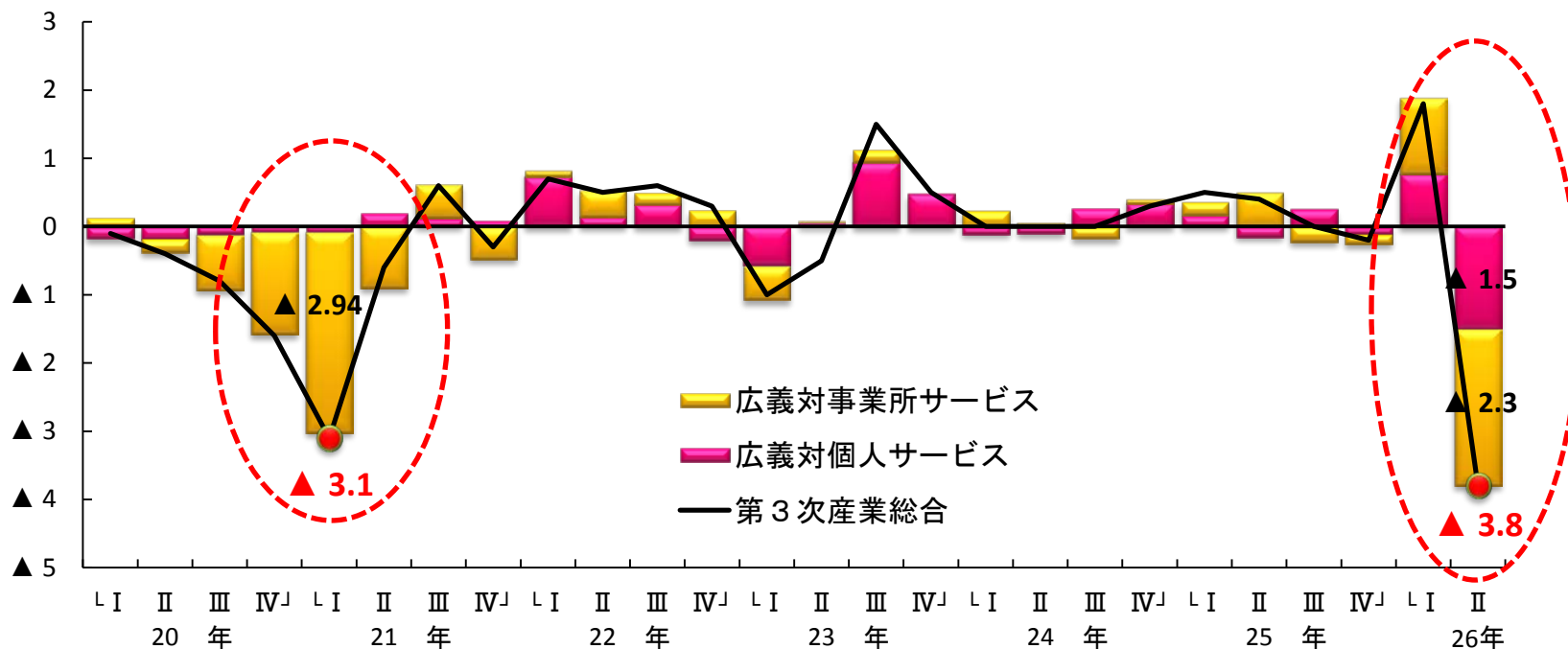
# サービス供給活動の低迷：特に“個人向けサービス”が足を引っ張る

- リーマンショック後(平成21年1~3月期)では、事業所向けの低下がサービス全体の約9割を説明していたが、今回の消費増税後(平成26年4~6月期)は、リーマンショック時にはみられなかった“個人向けサービス”でも大幅な低下がみられている。

## 第3次産業総合に対する対事業所、対個人サービスの前期比寄与度

(平成17年=100、季節調整済)

(%、%ポイント)



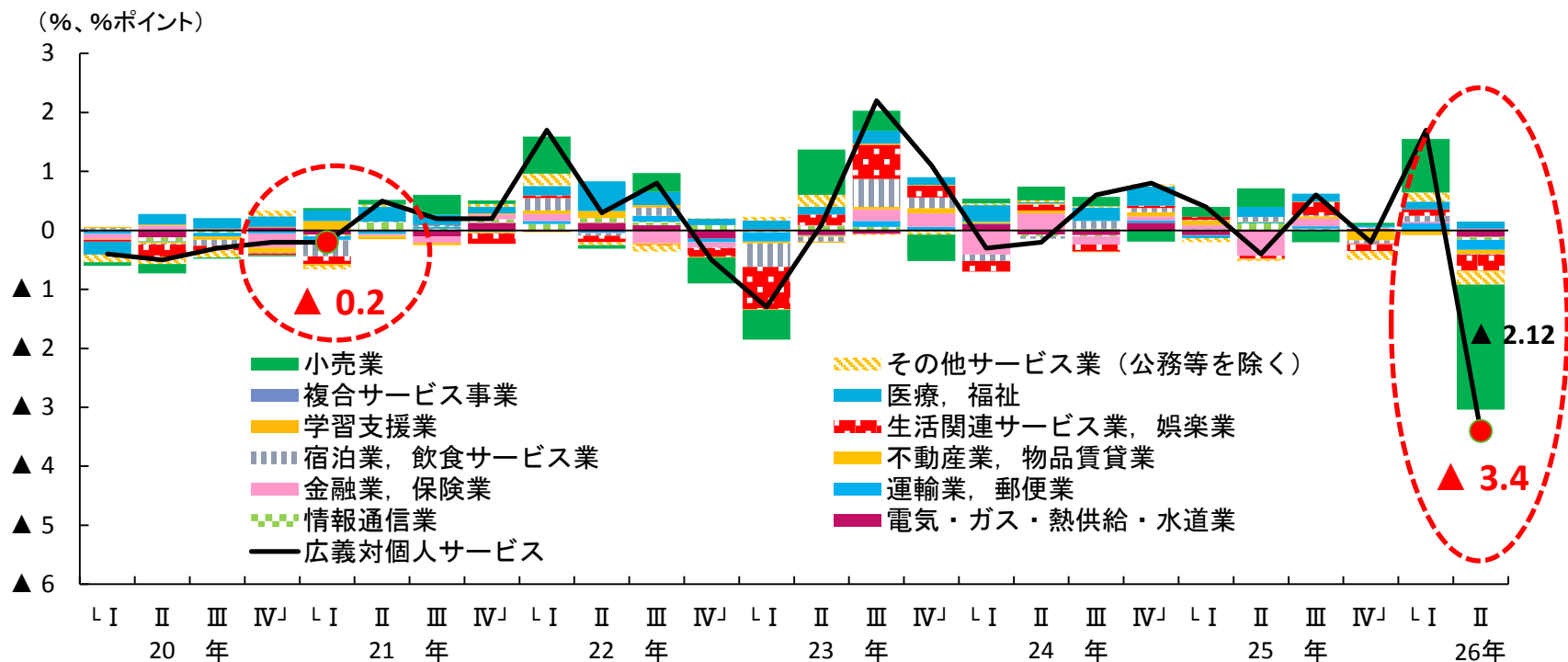
資料:経済産業省「第3次産業活動指数」から作成。

# サービス供給活動の低迷： 個人向けサービス低迷の主因は“小売業”

- 個人向けサービスの内訳を業種別に確認すると、増税後（平成26年4～6月期）の低下の約6割が“小売業”で説明される。
- 消費増税により、財の取引活動が減少したことに伴い、その副次的サービスである“小売業”の活動が大きく低下した。

## 広義対個人サービスに対する業種別寄与度（前期比寄与度）

（平成17年＝100、季節調整済）



（注）上記グラフの系列は、業種ごとに「個人向け」の末端系列を積み上げて原指数を作成し、直接法による季節調整をかけている。

このため、各系列の積み上げ合計値と全体の値は一致しないことがある。

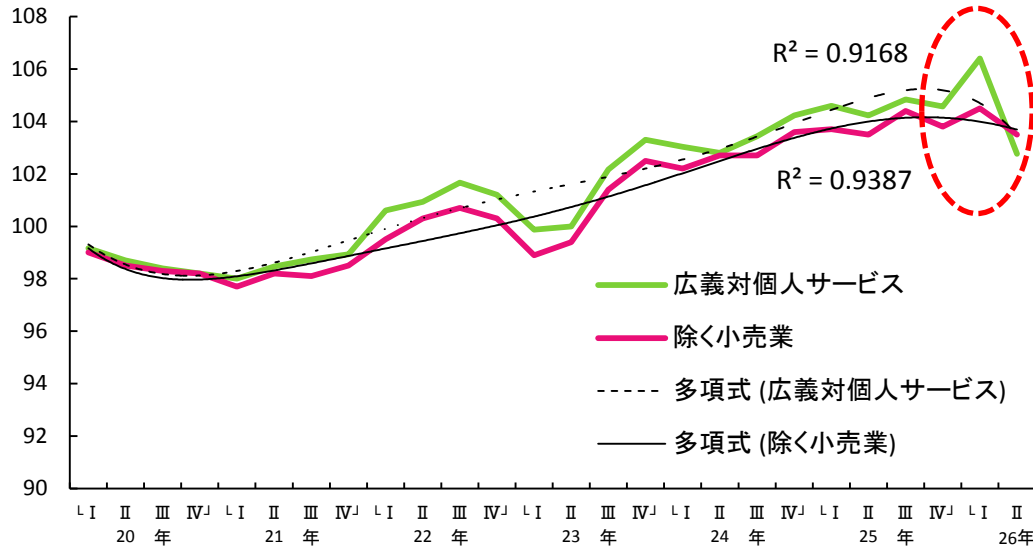
資料：経済産業省「第3次産業活動指数」から作成（試算値）。

# サービス供給活動の低迷：“小売業”を除いても低下した個人向けサービス

- もっとも、“小売業”を除いた指数(ピンク実線)の推移をみても、増税後(平成26年4~6月期)の前期比は▲1.0%と低下。
- 除く小売業で低下した内訳業種を確認すると、「生活関連サービス業、娯楽業」や「運輸業、郵便業」などが目立つ。その一方で、景気変動の影響を受けにくい「医療、福祉」のみプラスに寄与している。

広義対個人サービス と 同(除く小売業) の指数推移

(平成17年=100、季節調整済)



資料:経済産業省「第3次産業活動指数」から作成。

広義対個人サービス(除く小売業) に対する  
内訳業種別寄与度(前期比寄与度、%、%ポイント)

平成26年4~6月期		
広義対個人サービス(除く小売業)	前期比	▲ 1.0
生活関連サービス業、娯楽業	前期比寄与度	▲ 0.34
その他サービス業(公務等を除く)	前期比寄与度	▲ 0.28
運輸業、郵便業	前期比寄与度	▲ 0.21
電気・ガス・熱供給・水道業	前期比寄与度	▲ 0.14
不動産業、物品賃貸業	前期比寄与度	▲ 0.09
その他	前期比寄与度	▲ 0.06
医療、福祉	前期比寄与度	0.16

(注)上表に記載する「その他」には、情報通信業、学習支援業、宿泊業、飲食サービス業、複合サービス業、金融業、保険業が含まれる。

資料:経済産業省「第3次産業活動指数」から作成。

# 財の供給活動の低迷： 前回対比、出荷の落ち込みが激しい

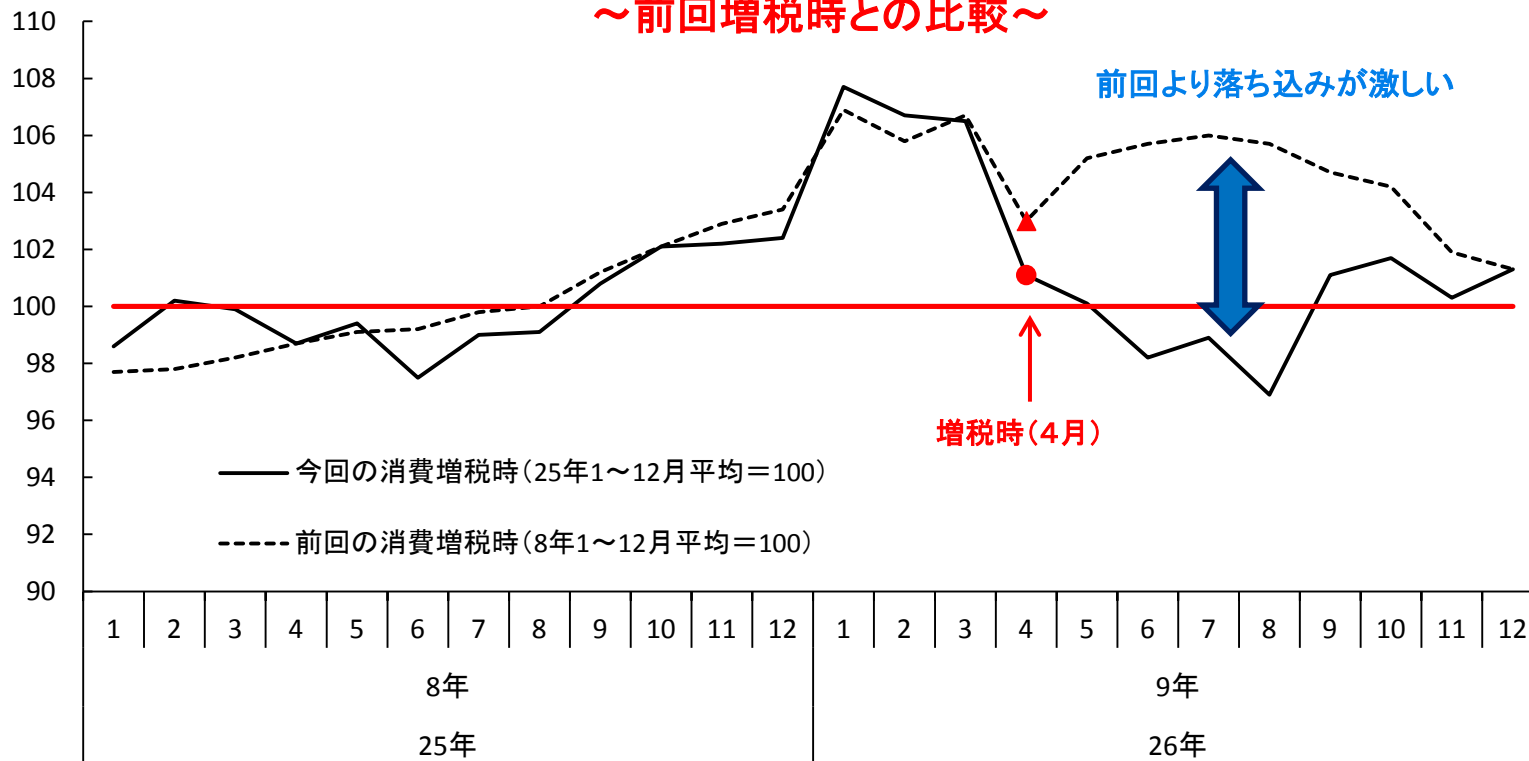
- 増税前(前年)の年間平均を100とした鉱工業出荷指数で、前回(平成8～9年)と今回(平成25～26年)の推移を見ると、今回は増税開始月(4月)から低下幅が大きく、前回より出荷の落ち込みが激しいことがわかる。

(8年平均、  
25年平均=100)

## 鉱工業出荷指数の推移 (季節調整済)

～前回増税時との比較～

前回より落ち込みが激しい



資料: 経済産業省「鉱工業指数」から作成。

# 財の供給活動の低迷：

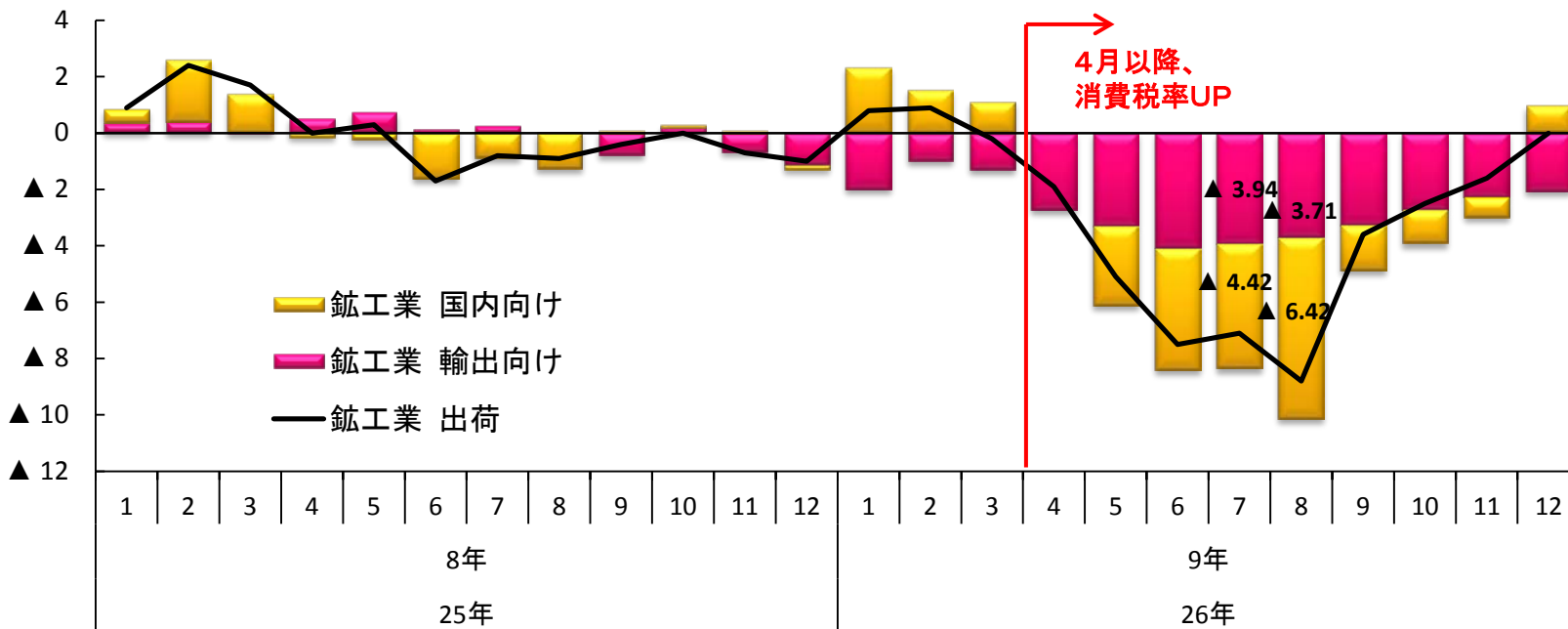
## 国内向け、輸出向け出荷ともに落ち込みが顕著

- 前頁の乖離（出荷指数水準の乖離）について、「国内向け」と「輸出向け」で要因分解すると、「輸出向け」は、円安が進行していたにもかかわらず、平成26年を通じて出荷全体を押し下げていることがわかる。
- 「国内向け」も、増税後の平成26年5月～8月までは前回との下方乖離を広げる方向にあったが、9月以降は徐々にその乖離幅を縮小させている。

（今回増税時の指数－前回増税時の指数差、ポイント）

### 鉱工業出荷（季節調整済）

～前回増税時との乖離とその内訳の推移～



（注）1. 鉱工業出荷指数の動きがみせた前回増税時との乖離（スライド6頁）について、その内訳となる「国内向け出荷」と「輸出向け出荷」それぞれの影響度を月次で示している。

2. 「国内向け出荷」と「輸出向け出荷」の影響度は、前回増税時との指数水準の乖離幅に、22年基準ウェイトを乗じることで簡易的に算出している。

資料：経済産業省「鉱工業出荷内訳表」（試算値）から作成。



# 財の供給活動の低迷:

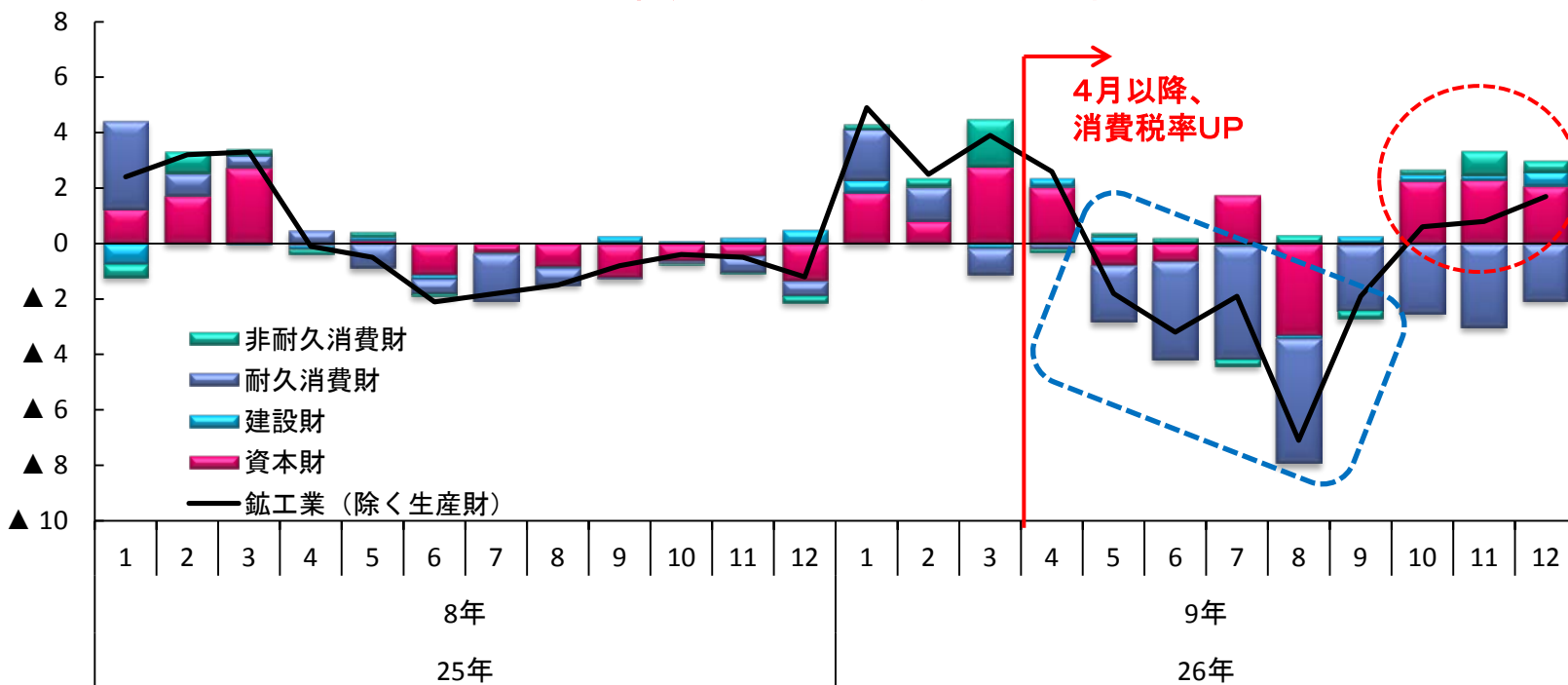
## 国内向け出荷が低迷した主な要因は、“耐久消費財”

- 前回増税時と比較して、国内向け出荷の落ち込みが大きかった背景には、“耐久消費財”の出荷が弱かったことが挙げられる。
- もっとも、平成26年10月以降は、“資本財”や“非耐久消費財”の出荷が回復し、国内出荷全体も盛り返し始めている。

(今回増税時の指数-前回増税時の指数差、ポイント)

### 鉱工業・国内向け出荷(除く生産財) 季節調整済

～前回増税時との乖離とその内訳の推移～



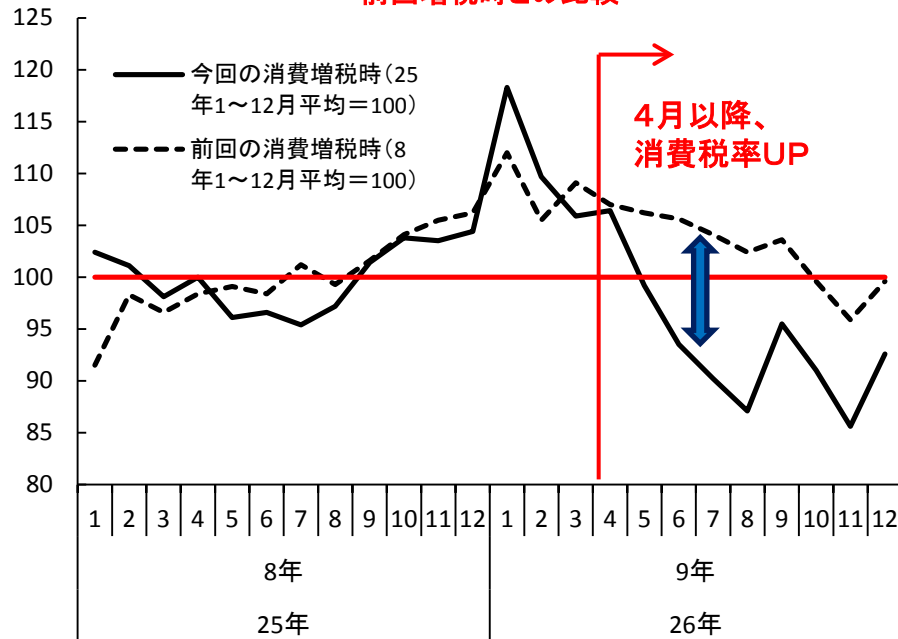
(注) 上図では、消費者行動に直結する最終消費財のみを対象にその推移を確認している。このため、中間財に位置づけられる生産財は上図の対象から除外した。

資料: 経済産業省「鉱工業出荷内訳表」(試算値)から作成。

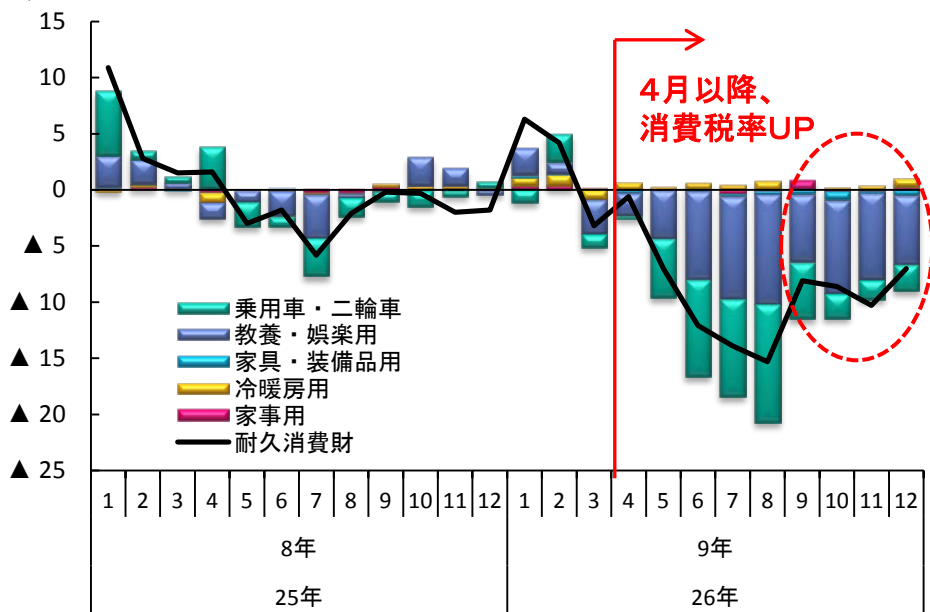
# 財の供給活動の低迷： 主にテレビや乗用車などの国内出荷が低迷

- “耐久消費財”の国内向け出荷の推移を前回と比較すると、増税後の下降トレンドは前回より大きく、勢いも足元まで止まらない。内訳は、テレビなどの「教養・娯楽用」のほか、「乗用車・二輪車」の出荷が低迷。
- 平成26年9月以降は、「乗用車・二輪車」の下方乖離が縮小しているものの、依然として「教養・娯楽用」の下方乖離が大きく、前年水準(25年水準)を下回っている。

(8年平均、25年平均=100) 「耐久消費財」国内向け出荷(季節調整済)  
～前回増税時との比較～



(今回増税時の指数-前回増税時の指数差、ポイント) 「耐久消費財」国内向け出荷(季節調整済)  
～前回増税時との乖離とその内訳～



(注)右図の「教養・娯楽用」に含まれる主な品目例示としては、テレビや通信機器などが挙げられ、「乗用車・二輪車」には普通乗用車、小型乗用車などが挙げられる。

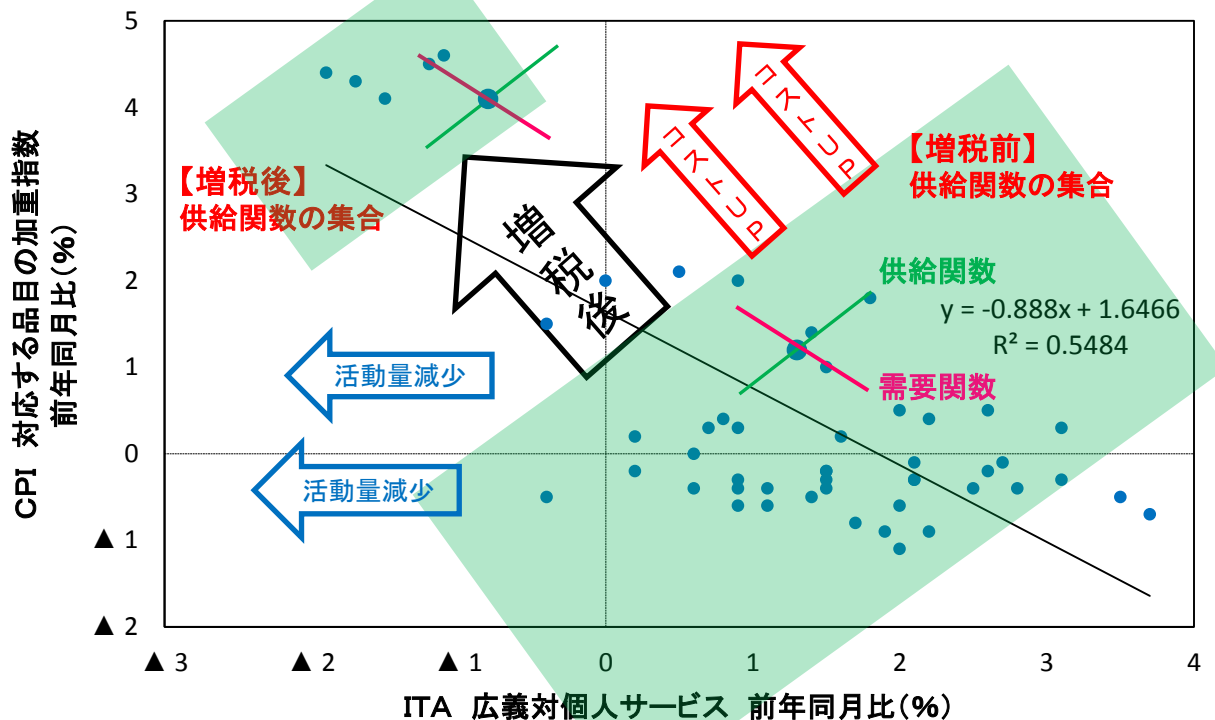
資料: 経済産業省「鉱工業出荷内訳表」(試算値)から作成。

# 価格上昇(増税、円安等)が招いた需要の減少～例:個人向けサービス

- 個人向けサービスの供給活動が低下している背景には、価格上昇が影響している可能性が高い。
- 広義対個人サービスと消費者物価指数との相関を確認すると、実現値(需要関数と供給関数が交差する値)が右肩下がりに分布しており、一種の需要関数が想定される直線の周りに実現値が散らばっている。
- 増税後の実現値は、需要関数に沿って左上方にシフトした。つまり、増税や円安等の供給側のコストプッシュによる価格の上昇が、供給関数を左上方に押し上げ、結果的にサービスの活動量を減退させたと考えられる。

## 【広義対個人サービス と 消費者物価指数 との相関】

相関係数 = ▲0.74

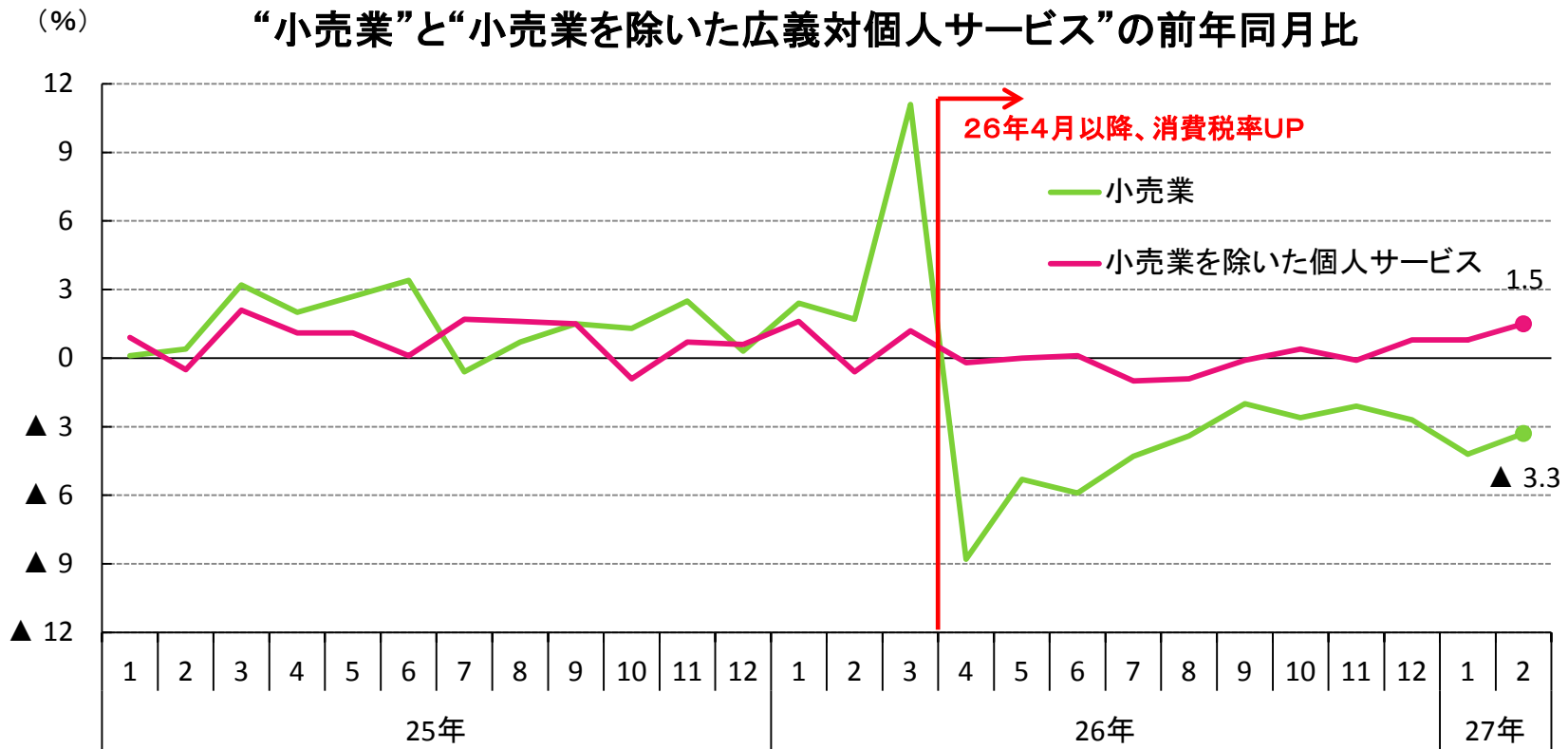


- (注) 1. 上図で使用する「消費者物価指数」は、「広義対個人サービス」の調査範囲に対応する品目を抽出して作成した加工指数。  
 2. データの対象期間は、22年1月～26年9月。もっとも、震災時の23年3月、4月とその反動を受ける翌年の24年3月、4月、増税前の駆け込み需要がみられた26年3月を外れ値として除外。

資料: 経済産業省「第3次産業活動指数」(ITA、17年=100)、総務省「消費者物価指数」(CPI、22年=100)から作成(試算値)。

# 足元の動向：“小売業を除く個人サービス”は、前年比プラスに転化

- “小売業”はいまだに前年水準から3%以上低下している一方で、“小売業を除いた個人サービス”は、前年比プラスに転じている。
- “小売業”では財の価格上昇の影響が続いている一方で、個人向けサービスにおいてはその影響が無くなりつつあることが感じられる。



資料：経済産業省「第3次産業活動指数」から作成。

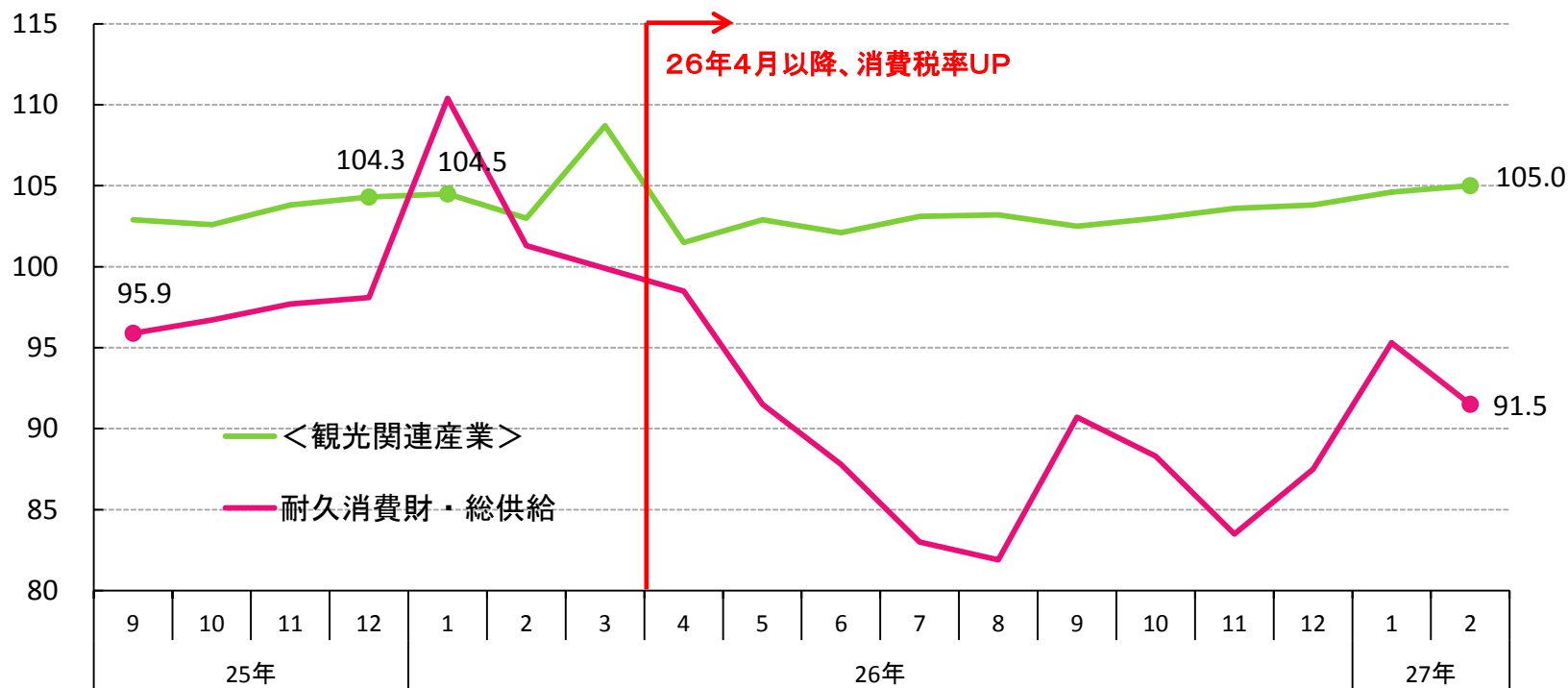
# 足元の動向:

## “観光関連産業”は上方トレンドにあるものの、“耐久消費財”は依然低水準

- 足元の“観光関連産業”は、増税前の平成25年12月や26年1月の水準を超えており、消費増税による落ち込みを乗り越えて、上方トレンドに推移している。
- 一方、消費増税後、落ち込みが目立った“耐久消費財”の総供給は、増税前の住宅特需で盛り上がった平成25年9月の水準には戻っていない。

(観光関連産業: 17年=100  
耐久消費財: 22年=100)

### 「観光関連産業」と「耐久消費財」の指数推移(季節調整済)



資料: 経済産業省「第3次産業活動指数」、経済産業省「鉱工業総供給表」から作成。

# まとめ

---

- 平成26年4月に実施された消費増税により、サービス、財の供給活動がともに低迷した。
- 特に、サービス分野では個人向けサービスの落ち込みが顕著。“小売業”のほか、“生活関連サービス業、娯楽業”といった「財」の取引活動に付随するサービス以外の分野も低迷。
- また、財の供給活動では、国内向け、輸出向け出荷ともに前回より落ち込みが拡大。特に国内向けでは、テレビや乗用車などの“耐久消費財”の出荷が落ち込んでいる。
- これらの個人消費低迷の背景としては、増税や円安といった供給側のコストプッシュによる価格上昇が需要を押し下げ、消費行動を鈍らせている可能性を指摘できる。
- もっとも、足元の動向をみると、財の価格上昇の影響をダイレクトに受ける“小売業”では、依然として前年比マイナスに推移しているが、“小売業を除く個人向けサービス”の供給活動は、前年比プラスに転化し始めている。
- 例えば、個人サービスの“観光関連産業”では、消費増税前の水準を上回り、上方トレンドに推移しているが、“耐久消費財”の総供給は、増税前の住宅特需もあり、平成25年9月の水準には至っておらず、増税による財の価格上昇の影響が今も残っていると感じられる。