

急務！法対応(第11回)

今回の消費税アップに駆け込み需要なし

2019.11.15

10月1日に消費税率が8%から10%に引き上げられた。前回、2014年の税率アップの際には、“駆け込み需要”があった。その反動で景気に悪影響が出たという指摘もある。今回はどうだったのか。

税率アップ直前の9月30日、日本商工会議所の三村明夫会頭は記者会見で、「驚くほど駆け込み需要が少なかった」との感想を述べた。高額品の扱いが多い百貨店は、駆け込み需要の影響が表れやすい。2014年3月には、前年よりも約25%も売り上げが伸びた。その前の1997年の税率アップ時にも、前年同月よりも約23%売り上げは増えた。それが今回、8月の全国百貨店売上高は前年比2.3ポイント増。9月末の税率アップ直前、多少の駆け込み需要が見られたものの、以前の増税時にはほど遠い。

なぜ今回、駆け込み需要は不発に終わったのだろうか。「税率アップ後、減税拡充があるのでマンションの購入を急がなかった」「自動車税が軽減されるので、慌てて購入する必要を感じなかった」「住宅設備の購入やリフォームのポイント制度が始まるので、それを利用しようと思った」。こうした消費者の声にあるように、大きな影響を与えたのは駆け込み需要後に用意されたさまざまな政策の効果だろう。

税率アップ後の需要減対策の代表としては、住宅ローン減税の拡充や「次世代住宅ポイント」制度がある。住宅関連の消費は金額が大きいだけに、税率アップによる影響も甚大だ。駆け込み需要が生じる可能性も高かったが、これらの政策で、その動きはかなり抑えられた。消費者は施策をしっかりと検討した結果、慌てて住宅や住宅関連機器を購入するより、じっくりと検討して10月から動いても問題はないと判断したようだ。

税率アップ後に購入すれば5%もポイント還元… 続きを読む