

特別企画 : 駆け込み需要に対する企業の動向調査**消費税増税が迫り、駆け込み需要を実感する企業が増加**

～ 業種別では、「自動車・同部品小売」が 86.0%で最多、
「家具類小売」「家電・情報機器小売」が続く ～

はじめに

2014年4月の消費税率引上げを控えて、駆け込み需要の動向次第で企業の業績が大きく変わる可能性がある。また、業種により駆け込み需要を実感し始めたタイミングには違いがあり、住宅などの高額商品からはじまり、今後は日用品へと駆け込みが移行していくと考えられる。

駆け込み需要はその取り込みに加えて、反動減による影響も懸念されており、その規模がどの程度になるかは政策的にも大きな関心事となっている。

そのようななか、帝国データバンクは、2013年5月から3カ月ごとに企業を感じる駆け込み需要について定点観測を行ってきた。

※直近の調査期間は2014年2月18日～28日、調査対象は全国2万2,862社で、有効回答企業数は1万544社（回答率46.1%）。なお、駆け込み需要に対する調査は毎月実施しているTDB景気動向調査内で2013年5月、8月、11月、2014年2月に行った。

※本調査における詳細データは、景気動向調査専用HP (<http://www.tdb-di.com/visitors/>) に掲載している。

調査結果（要旨）

1. 2014年2月時点ですでに駆け込み需要を実感している企業は28.6%となり、前回調査（2013年11月）から13.6ポイント増加した。消費税増税までには半数を超える企業が駆け込みを見込む。
2. 駆け込み需要を業種別にみると、「自動車・同部品小売」が76.0%で最多。さらに、「家具類小売」「家電・情報機器小売」「各種商品小売」「医薬品・日用雑貨品小売」などでは、消費税増税の時期が迫るにつれて駆け込み需要が急激に顕在化した。
3. 駆け込み需要は、はじめに住宅関連で現れ、建材や家具などに広がった。しかし、徐々にスーパーやドラッグストア、家電小売店といった生活用品関連へと移行している。駆け込み需要は建設関連から小売にシフトしている。

1. 企業の約 3 割がすでに駆け込み需要を実感、消費税増税までには半数超の企業が駆け込み需要を見込む

自社の事業において、現在、駆け込み需要と思われる需要の変化がみられるか尋ねたところ、「すでに駆け込み需要がある／あった」と回答した企業は 28.6%となった。前回調査（2013年11月）と比較すると 13.6ポイント増加しており、11月以降、消費税増税の時期が近づくにつれ、急速に駆け込み需要が高まっていたことが明らかとなった。

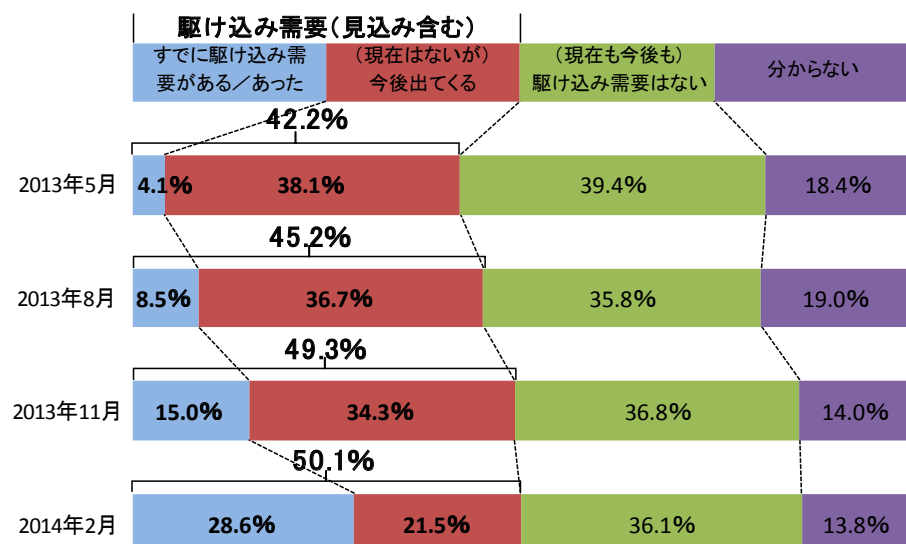
業界別では『建設』が半数近くに達しているほか、『不動産』も3割を超えた（4ページ参考表参照）。また、『製造』『卸売』『小売』『運輸・倉庫』はいずれも2013年11月より15ポイント以上増加しており、11月以降の急速な駆け込み需要の高まりはこれらの業界を中心に起こっていたことがわかる。最も早いタイミングで駆け込み需要が始まった『建設』では、「消費税増税に対する駆け込みが一段落した」（建築工事、東京都）など建築・土木関連では駆け込み需要のピークが過ぎて一方、「消費税増税前の駆け込み需要が増加している」（内装工事、東京都）など設備・内装・塗装工事等では依然として駆け込み需要が継続しており、同一業界でも職種により状況が異なる様子が見えてくる。

また、企業の半数以上は「駆け込み需要がある（今後の見込み含む）」とみているが、11月時点と大差はなく、多くの企業が昨秋の段階で駆け込み需要の有無に目途を付けていた。なかでも、『小売』は6割を超える企業が見込んでおり、長期間にわたり駆け込み需要の影響を受けている『建設』を3月末までには上回るとみている。

企業からは「消費税増税前の駆け込みもあり受注・引き合いともに増加している」（金属工作機械製造、愛知県）や

「年度末を控えて駆け込み需要と思われる荷動きが活発になっている」（一般貨物自動車運送、愛知県）、「4月以降の太陽光の買取価格引き下げと、消費税増税の駆け込み需要がある」（産業用電気機器卸売、大阪府）など、各規模・業界でさまざまな駆け込み需要がみられている様子が見えてくる。

駆け込み需要の推移



注：2014年2月調査の母数は有効回答企業1万544社、2013年11月調査は1万493社、2013年8月調査は1万1,114社、2013年5月調査は1万145社

2. 「自動車・同部品小売」の企業の76.0%がすでに駆け込み需要を実感

「すでに駆け込み需要がある／あった」とする業種では、「自動車・同部品小売」が最も高く76.0%であるが、2013年5月時点3.7%、8月時点4.9%、11月時点20.8%と推移してきており、9月以降に急速に駆け込み需要が発生したことがうかがえ、中古車販売を中心に3月末まで駆け込みが継続するとみられる。さらに、「家具類小売」「各種商品小売」「医薬品・日用雑貨品小売」は5月時点で駆け込み需要を実感する企業はなかったが、住宅建設の進展でインテリア需要が拡大した「家具類小売」は8月時点で第3位へと上昇した。一方で、スーパーなどの「各種商品小売」や家庭用品を含む「医薬品・日用雑貨品小売」は消費税増税が迫るにつれて駆け込み需要が急激に顕在化した。

今後の見込みを含んだ駆け込み需要が最も多いのは、「自動車・同部品小売」で86.0%であった。次いで、「家具類小売」、「家電・情報機器小売」、「各種商品小売」、「医薬品・日用雑貨品小売」が上位に挙がり、上位5業種はすべて小売が占めた。また、昨年5月時点で第1位だった「建設」は最終的には6割弱で第10位となった。さらに建設需要に関連して早い段階から駆け込み需要が現れていた「建材・家具、窯業・土石製品卸売」と「建材・家具、窯業・土石製品製造」は最終的に6割程度になると見込まれる。

駆け込み需要の有無 ～上位10業種～

	駆け込み需要(見込み含む)		すでに駆け込み需要あり				順位
	(2014年2月調査)		(2014年2月調査)	(2013年11月調査)	(2013年8月調査)	(2013年5月調査)	
	業種	構成比 (%)	構成比 (%)	構成比 (%)	構成比 (%)	構成比 (%)	
1	自動車・同部品小売	86.0	76.0	20.8	4.9	3.7	11
2	家具類小売	84.6	61.5	30.0	25.0	0.0	36
3	家電・情報機器小売	77.8	44.4	15.6	5.9	5.3	9
4	各種商品小売	76.9	21.2	6.3	5.6	0.0	36
5	医薬品・日用雑貨品小売	68.0	20.0	4.3	0.0	0.0	36
6	建材・家具、窯業・土石製品卸売	65.1	45.9	33.6	25.2	10.1	4
7	紙類・文具・書籍卸売	63.1	27.0	5.2	0.8	1.7	28
8	建材・家具、窯業・土石製品製造	60.5	45.1	32.0	23.8	9.4	5
9	化学品卸売	60.1	24.6	9.1	3.1	1.9	25
10	建設	59.7	47.1	38.0	25.1	12.7	1

注：2014年2月調査の母数は有効回答企業1万544社、2013年11月調査は1万493社、2013年8月調査は1万1,114社、2013年5月調査は1万145社

まとめ

2014年4月の消費税増税を控えて、駆け込み需要は住宅などの高額品から、自動車や家具、家電製品、そして日用品へと対象が広がってきた。駆け込み需要は早期に現れた建設関連から消費税増税が近づくと従い徐々に小売関連へとシフトしてきたが、最終的には企業の半数超が駆け込み需要を見込んでおり、特に「自動車・同部品小売」では9割近くに達する。一方、企業の間では駆け込み需要の反動減を懸念する声も多い。2月28日に経済産業省が発表した1月の鉱工業生産指数は2008年10月以来の高い伸びを示しており、消費税増税前の駆け込み需要向け生産が本格化したことがうかがえるが、今後は反動減に対応し生産を徐々に抑える動きとなるであろう。消費税増税前の3月末に向けてはスーパーやドラッグストア、家電小売店などでの駆け込み需要が高まってくるとみられる。

<参考表> 駆け込み需要の有無 ～規模・業界・地域別～

(構成比%、カッコ内社数)

	駆け込み需要がある(見込み含む)	すでに駆け込み需要がある／あった	(現在はないが)今後出てくる	(現在も今後も)駆け込み需要はない	分からない	合計	<参考>すでに駆け込み需要がある／あった					
							(2013年11月調査)		(2013年8月調査)		(2013年5月調査)	
							11月～今回	8月～今回	8月～今回	5月～今回		
全体	50.1 (5,282)	28.6 (3,017)	21.5 (2,265)	36.1 (3,811)	13.8 (1,451)	100.0 (10,544)	15.0	13.6	8.5	20.1	4.1	24.5
大企業	53.6 (1,286)	31.6 (758)	22.0 (528)	32.1 (770)	14.3 (343)	100.0 (2,399)	17.7	13.9	10.2	21.4	4.6	27.0
中小企業	49.1 (3,996)	27.7 (2,259)	21.3 (1,737)	37.3 (3,041)	13.6 (1,108)	100.0 (8,145)	14.2	13.5	8.0	19.7	4.0	23.7
うち小規模	47.3 (1,172)	30.5 (754)	16.9 (418)	38.2 (946)	14.5 (358)	100.0 (2,476)	18.7	11.8	11.5	19.0	6.4	24.1
農・林・水産	18.0 (9)	10.0 (5)	8.0 (4)	64.0 (32)	18.0 (9)	100.0 (50)	9.1	0.9	8.0	2.0	7.1	2.9
金融	35.9 (47)	20.6 (27)	15.3 (20)	38.2 (50)	26.0 (34)	100.0 (131)	10.8	9.8	8.5	12.1	3.2	17.4
建設	59.7 (862)	47.1 (680)	12.6 (182)	28.8 (416)	11.6 (167)	100.0 (1,445)	38.0	9.1	25.1	22.0	12.7	34.4
不動産	43.6 (120)	30.2 (83)	13.5 (37)	41.1 (113)	15.3 (42)	100.0 (275)	22.1	8.1	20.6	9.6	12.7	17.5
製造	48.2 (1,498)	27.6 (859)	20.5 (639)	36.8 (1,146)	15.0 (467)	100.0 (3,111)	12.0	15.6	5.6	22.0	2.3	25.3
卸売	54.9 (1,702)	26.8 (831)	28.1 (871)	32.0 (993)	13.1 (408)	100.0 (3,103)	11.6	15.2	6.0	20.8	2.6	24.2
小売	62.6 (274)	25.8 (113)	36.8 (161)	26.5 (116)	11.0 (48)	100.0 (438)	8.8	17.0	3.9	21.9	2.3	23.5
運輸・倉庫	51.9 (227)	25.9 (113)	26.1 (114)	33.2 (145)	14.9 (65)	100.0 (437)	9.9	16.0	4.5	21.4	2.3	23.6
サービス	34.9 (531)	19.8 (301)	15.1 (230)	51.8 (788)	13.3 (202)	100.0 (1,521)	9.7	10.1	4.8	15.0	2.6	17.2
その他	36.4 (12)	15.2 (5)	21.2 (7)	36.4 (12)	27.3 (9)	100.0 (33)	9.4	5.8	10.8	4.4	2.6	12.6
北海道	49.8 (275)	29.2 (161)	20.7 (114)	35.3 (195)	14.9 (82)	100.0 (552)	19.1	10.1	14.3	14.9	6.7	22.5
東北	52.3 (337)	29.5 (190)	22.8 (147)	37.3 (240)	10.4 (67)	100.0 (644)	15.7	13.8	7.8	21.7	4.3	25.2
北関東	51.3 (348)	29.5 (200)	21.8 (148)	36.7 (249)	11.9 (81)	100.0 (678)	16.7	12.8	9.5	20.0	3.6	25.9
南関東	45.8 (1,563)	24.5 (836)	21.3 (727)	39.2 (1,338)	14.9 (508)	100.0 (3,409)	11.6	12.9	7.5	17.0	3.6	20.9
北陸	53.7 (299)	34.8 (194)	18.9 (105)	32.3 (180)	14.0 (78)	100.0 (557)	20.7	14.1	11.0	23.8	5.1	29.7
東海	54.1 (627)	33.8 (392)	20.3 (235)	31.1 (361)	14.8 (171)	100.0 (1,159)	18.3	15.5	9.7	24.1	5.2	28.6
近畿	51.7 (905)	29.2 (510)	22.6 (395)	34.7 (607)	13.6 (237)	100.0 (1,749)	14.7	14.5	6.5	22.7	2.8	26.4
中国	50.9 (320)	30.0 (189)	20.8 (131)	35.0 (220)	14.1 (89)	100.0 (629)	14.0	16.0	9.8	20.2	5.9	24.1
四国	54.7 (180)	33.7 (111)	21.0 (69)	35.3 (116)	10.0 (33)	100.0 (329)	15.6	18.1	7.1	26.6	5.3	28.4
九州	51.1 (428)	27.9 (234)	23.2 (194)	36.4 (305)	12.5 (105)	100.0 (838)	16.7	11.2	9.0	18.9	3.9	24.0

注1: 網掛けは、全体平均以上を表す
 注2: 母数は有効回答企業1万544社

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万2,862社、有効回答企業1万544社、回答率46.1%)

(1) 地域

北海道	552	東海 (岐阜 静岡 愛知 三重)	1,159
東北 (青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	644	近畿 (滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,749
北関東 (茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	678	中国 (鳥取 島根 岡山 広島 山口)	629
南関東 (埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,409	四国 (徳島 香川 愛媛 高知)	329
北陸 (新潟 富山 石川 福井)	557	九州 (福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	838
		合 計	10,544

(2) 業界 (10業界51業種)

農・林・水産	50				
金融	131				
建設	1,445				
不動産	275				
製造 (3,111)	飲食料品・飼料製造業	362	(438)	飲食料品小売業	75
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	124		繊維・繊維製品・服飾品小売業	36
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	233		医薬品・日用雑貨品小売業	25
	パルプ・紙・紙加工品製造業	106		家具類小売業	13
	出版・印刷	196		家電・情報機器小売業	36
	化学製品製造業	415		自動車・同部品小売業	50
	鉄鋼・非鉄・鉱業	555		専門商品小売業	148
	機械製造業	466		各種商品小売業	52
	電気機械製造業	369		その他の小売業	3
	輸送用機械・器具製造業	111		運輸・倉庫	437
	精密機械・医療機械・器具製造業	77			
その他製造業	97				
卸売 (3,103)	飲食料品卸売業	397	(1,521)	飲食店	33
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	201		電気通信業	11
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	375		電気・ガス・水道・熱供給業	9
	紙類・文具・書籍卸売業	111		リース・賃貸業	124
	化学品卸売業	313		旅館・ホテル	34
	再生资源卸売業	32		娯楽サービス	60
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	337		放送業	17
	機械・器具卸売業	960		メンテナンス・警備・検査業	140
	その他の卸売業	377		広告関連業	128
				情報サービス業	455
				人材派遣・紹介業	56
		専門サービス業	209		
		医療・福祉・保健衛生業	97		
		教育サービス業	22		
		その他サービス業	126		
		その他	33		
		合 計	10,544		

(3) 規模

大企業	2,399	22.8%
中小企業	8,145	77.2%
（うち小規模企業）	(2,476)	(23.5%)
合 計	10,544	100.0%
（うち上場企業）	(304)	(2.9%)

2. 企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業を含む)	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金3億円を超える」かつ「従業員数300人を超える」	「資本金3億円以下」または「従業員300人以下」	「従業員20人以下」
卸売業	「資本金1億円を超える」かつ「従業員数100人を超える」	「資本金1億円以下」または「従業員数100人以下」	「従業員5人以下」
小売業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員50人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員50人以下」	「従業員5人以下」
サービス業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員100人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員100人以下」	「従業員5人以下」

注1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位3%の企業を大企業として区分

注2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位50%の企業を中小企業として区分

注3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB産業分類(1,359業種)によるランキング

【 内容に関する問い合わせ先 】

(株) 帝国データバンク 産業調査部 情報企画課 担当：窪田

TEL 03-5775-3163 e-mail keiki@mail.tdb.co.jp

当リリース資料の詳細なデータは景気動向調査専用 HP (<http://www.tdb-di.com>) をご参照下さい。

リリース資料以外の集計・分析については、お問い合わせ下さい（一部有料の場合もございます）。

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。報道目的以外の利用につきましては、著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。