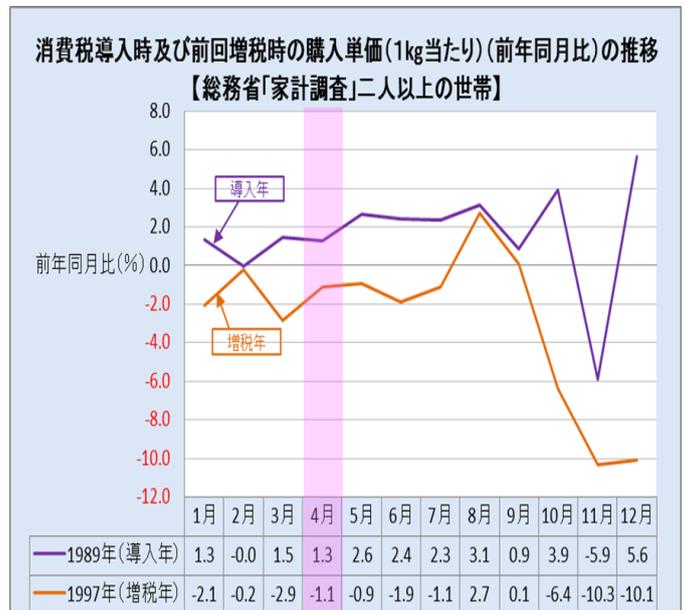
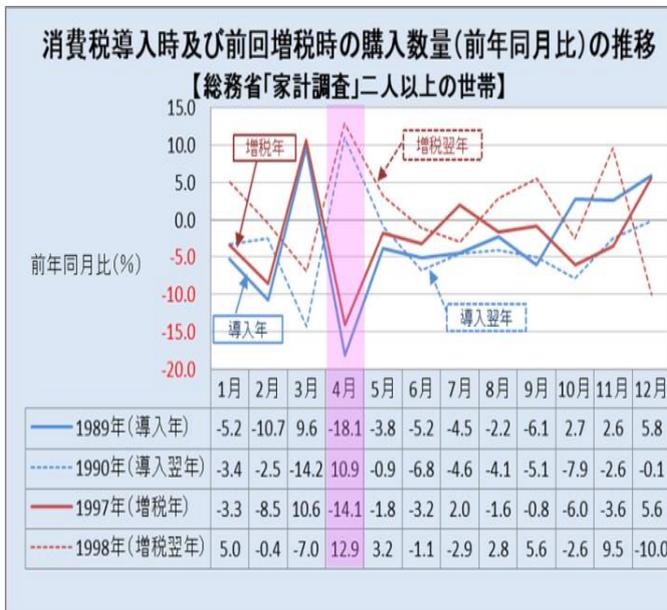


消費税と米の購入動向

消費税については、本年4月1日から税率が3%引上げられ8%となることが決定し、更にその先には10%となる時代も迫っているところであるが、消費税と米の供給・購入の関係について、過去の消費税導入時(平成元年/1989年4月)及び増税時(平成9年/1997年4月)の動向について検証を行ったところ、3月の購入量は概ね対前年同月比 +10%、4月は▲14%~▲18%となり、5月以降通常の消費減を織込んだ購入ペースに戻るようになっていた。

1. 消費税導入・増税時の月別の消費者の購入動向等

米の月別購入動向と購入価格の対前年同月比について、総務省家計調査(当時は総務庁)から消費税導入・増税時と各々その翌年を比較したのが下のグラフである。



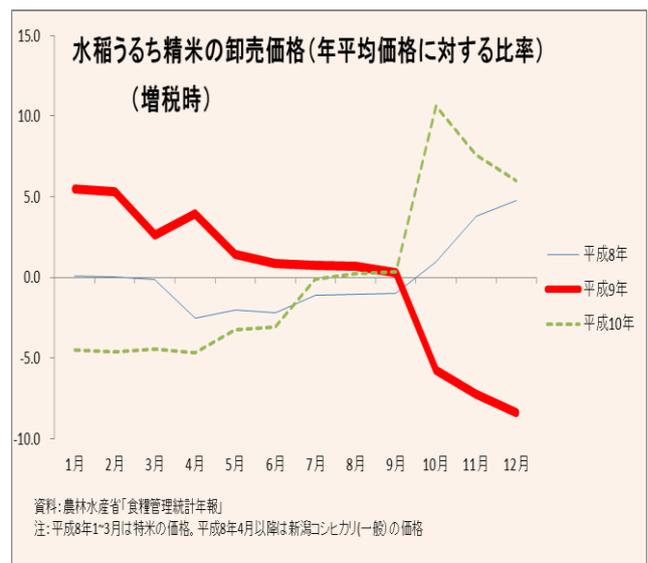
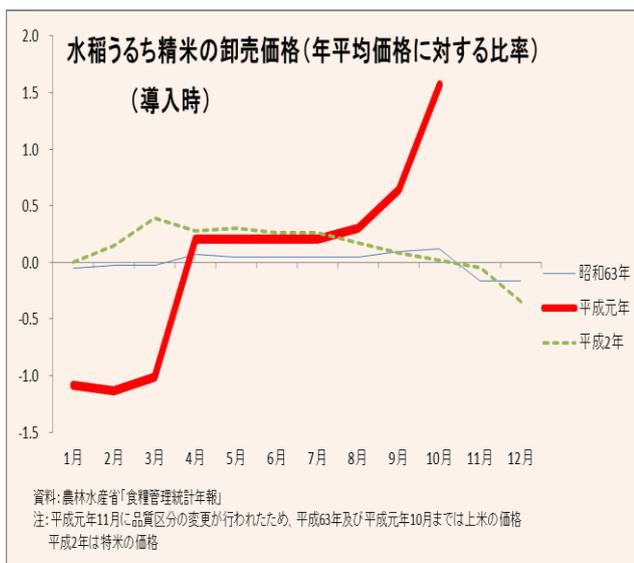
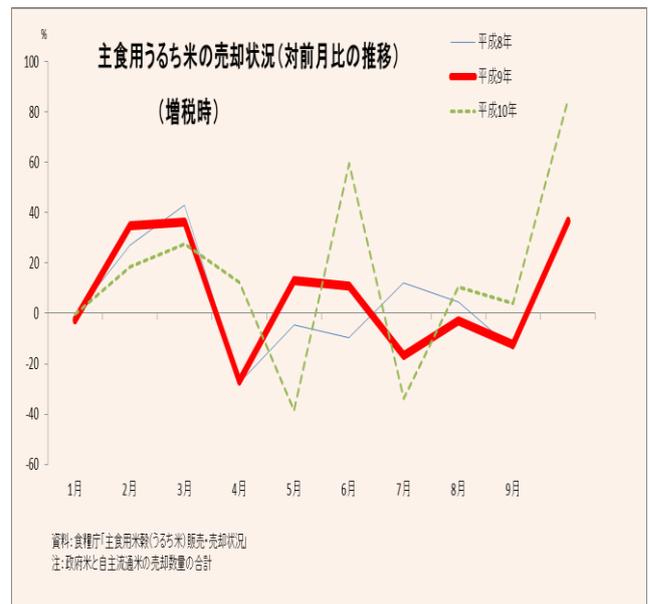
いずれの場合も、3月には購入量が増大し(平成元年 +9.6%、平成9年 +10.6%)、仮需要が発生し、この反動で4月の購入量は前年比で ▲18.1% (平成元年)、▲14.1% (平成9年) 落ち込み、5月以降に通常の消費減を織込んだ購入ペースに戻っている。また、購入単価を見ると、導入時・増税時とも、仮需要の発生にもかかわらず、3月時点の価格についてはそれ以前と大きな変化はない。これは平成元年においては持ち越し在庫水準が高かったこと(平成63年10月末で209万トン)や、平成9年においてはそれ以前から豊作基調が続き需給状況が軟調で推移していたことによるものと思われる。

このように、米の場合は家電など耐久消費財のように回復までに4~5カ月程度を要するものと違い、精米の一般的な賞味期限である1カ月を経過する5月頃から通常の消費減を織込んだ購入ペースに戻るようである。食料品は総じて生鮮品が中心であることから、3月に仮需要が発生し4月に買い控えが生じるといった状況にはない中で、米についてはその保存性の良さから、食料品の中では例外的に3月、4月の購入行動が異なったものとなっている。

なお、本年3月は曜日配列が増税時(平成9年)と同じであり、米の購入のピークは30日の日曜日、次いで1週間前の3連休となることが予想される。

2. 消費税導入・増税時の月別の米の供給動向

流通段階での計画流通米（政府米＋自主流通米）の月別売却・販売量の対前月比について、消費税導入・増税時とその前・後年を比較したのが以下のグラフである。



いずれの場合も、小売り段階のピークである3月に先駆けて、卸売段階ではその1カ月前の2月に仕入量がピーク（対前月比 平成元年 +41%、平成9年 +35%）となっている。また、当時の卸売価格を見ると、購入価格同様、導入時・増税時とも、仮需要の発生にもかかわらず、2～3月時点の卸売価格の動きは比較的安定しており大きな変化はないが、導入時においては昭和63年産米の不作（作況指数97）もあり、端境期以降は上昇している。

3. 当時の米の需給状況

(1) 消費税導入時（平成元年）

昭和59年産米から62年産米まで4年連続の豊作と消費の減少により三度の過剰が懸念されたが、63年産米の不作（作況指数97）もあったため、平成元年10月末の持越し在庫水準は147万トンと、ほぼ計画（150～160万トン）に即した水準となっていた。1人当たり消費量は70kg/年と現在の56kg/年に比べ25%高い

水準にあり、消費者の良質米志向の高まりもあって、消費世帯における自主流通米を主体とした上米の購入割合が7割となり、品種もコシヒカリ、ササニシキ以外に、あきたこまち、はなの舞、ヒノヒカリ、きらら397などが人気となった。

一方、自主流通米の価格形成については、生産側（全国集荷団体）と需要側（卸売業者）の代表者間で交渉により決められており、競争原理と品種別の需要動向及び品質評価等が反映されにくい取引となっていた。それに対して価格決定過程の透明性確保、過去の取引実績を重視した取引等の指摘があり、翌平成2年に財団法人自主流通米価格形成機構が設立され、これ以降入札による取引が開始されることとなった。

(2) 消費税増税時(平成9年)

平成6年以降9年まで4年連続の豊作が続き、需給は大幅な緩和基調で推移し、平成9年10月末の米の在庫量は当時の適正備蓄水準（150万トン±50万トン）を大幅に超える350万トンとなり、平成9年産の自主流通米価格は急激に下落していた。このような中で、当時（平成9米穀年度／平成8年11月～9年10月）の政府米は、120～130万トン（月10万トン）の売却計画に対して73万トンに留まり、自主流通米は計画を下回ったものの340万トン余の販売となった。また、米の1人当たり消費量も66.7kg/年と家庭内食が一貫して減少している下で、外食等の割合は平成8年では20%（現在は30%）となった。また米の購入先については「米穀専門店」が平成8年には第2位に後退している。

4. 今後の動向

消費税導入・増税時には、当時の需給状況が計画通り、あるいは過剰下という異なる条件下にあっても、前述のように3月には購入量が10%程度伸び、4月はその反動で15%程度落ち込み、それ以降は通常の購入ペースに戻るということを過去のデータは示しているが、当時と比べて現在では供給ルートの多様化、外食・中食、包装米飯等家庭外で調理されるものの進展、代替食品のバラエティ、米を家庭内備蓄することの煩わしさなどの米消費に関する周辺環境の変化があり、一方でクレジットカード利用なら支払いは増税前の消費税率でボーナス払いも可能という決済環境の変化もあるが、これらを総合的に勘案すると単純に過去のデータが示す水準まで仮需要が発生するか疑問であるが、実際の消費が前例の顰に倣うこととなるか否か注視していきたい。現在、当機構は毎月の米のPOSデータを蓄積しており、次の消費税増税時には、このデータに基づく需要の発生、買い控えの状況等について開示していくこととしたい。