

最大の消費増税対策は将来不安の払しょく

◆2019年10月、消費税率8%から10%へ引き上げ

安倍首相は18年10月の臨時閣議で予定通り19年10月に消費税率を引き上げる方針を表明し、増税に備えた対策の検討を指示した。これを受け、11月26日の未来投資会議、経済財政諮問会議、まち・ひと・しごと創生会議、規制改革会議の合同会議が開催され、「経済政策の方向性に関する中間とりまとめ」が公表され、下表の通り盛り沢山の「消費税率引き上げに伴う対応策」が提示された。

消費税率引き上げに伴う対応策

	項目	概要
社会保障の充実	幼児教育無償化（3～5歳全員） （0～2歳住民税非課税世帯）	2%引き上げによる税収の半分は社会保障の充実に充当
	介護職員の殊遇改善（勤続年数10年で8万円/月）	
	低年金の高齢者に年金生活者支援給付金を支給	
低所得者に対する支援	軽減税率	酒類及び外食を除く飲食料品、定期購読の新聞は8%
	低所得者・子育て世帯(0～2歳児)向けプレミアム商品券	2万円で2.5万円の商品券を購入
駆け込み・反動減の平準化	耐久財（自動車・住宅）購入者に対する税制・予算措置	平成31年度税制改正、すまい給付金30万円から50万円に引き上げ
	柔軟な価格設定ガイドライン	10/1以降ポイント付与、値下げセールはOK、消費税還元セールは不可
	中小小売店でのキャッシュレス決済にポイント付与	2020年7月まで5%ポイント還元とも
	マイナンバーを活用したプレミアムポイント	2020年8月以降の予定
防災・減災、国土強靱化	防災・減災、国土強靱化のための3カ年緊急対策	2018年度から3年間集中的に実施

出所) 未来投資会議「経済政策の方向性に関する中間整理」平成30年11月

注) 網掛け部は既に決定されている恒久措置、それ以外は検討中の時限措置

◆これまで2度にわたり延期された10%への消費税率引き上げ

消費税率の10%への引き上げは、民主党政権下の12年6月に民主・自民・公明の3党が「社会保障と税の一体改革」として合意し、8月に税制改革法として成立、決定したものだ。当初の法律では、14年4月に8%、15年10月に10%に引き上げるスケジュールとなっていた。民主党は12年末の総選挙で敗北し下野、安倍政権が成立した。その後、14年4月の8%への引き上げは実施されたものの、15年10月の引き上げは、14年11月に17年4月に先送りされ、さらに16年6月に19年10月と

2度にわたり先送りされた。

消費税率引き上げに対する世論調査も賛否が分かれるなど、消費増税の環境が整っているとはいえない。今回も先送りするのではとの見方も一部には根強い。盛り沢山の対応策は10%引き上げへの政権の意思を示すものといえよう。

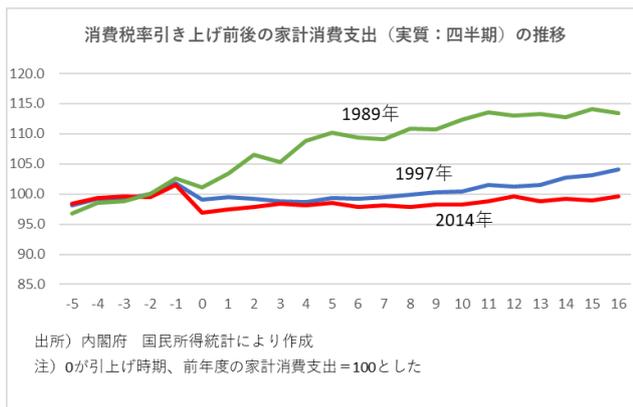
◆消費税の3つの特性：駆け込み・反動減、痛税感、逆進性

租税の3本柱とされる、消費税、所得税、法人税を比較すると、所得税、法人税が景気循環に対応し税収が大きく増減するのに対し、消費税は税収の安定性では群を抜いている。税率を上げればそれに応じて税収が増加することから、社会保障の安定財源として相応しい税といえる。さらに、EUでは最低税率が15%に制定され、多くの国で20%前後となっていることと比較すると、日本はまだ引上げ余地があるとみられている。それにもかかわらず、これまで2度にわたり税率引き上げが延期されてきたのは、消費税には以下のような3つの特性があるからだ。

駆け込み・反動減による景気変動の増幅、痛税感による消費マインドの悪化・消費の低迷、低所得者ほど税負担が重い逆進性である。

・駆け込み・反動減による景気変動の増幅

消費税を導入した89年（3%）、5%へ引き上げた97年、8%へ引き上げた14年の引き上げ前後の家計消費支出の推移をみると、消費の駆け込み・反動減がみられる。もっとも、89年の導入時は、所得減税などがあり全体としては減税だったことから、減少は一時的だった。それに対し、ネット増税となった97年、14年は、税率引き上げ後に消費の停滞が長引いている。この景気変動の増幅を和らげることが課題である。



・痛税感による消費マインド悪化・消費の低迷

反動減が大きくなっている一因とされるのが、外税（本体価格+税表示）方式による痛税感だ。計算上は5%から8%への引き上げは、3%税負担が増えるだけだが、外税方式では支払いのたびに8%の消費税負担を実感することになる。内

税方式（総額表示方式）なら、ビールの酒税（缶ビールで約70円）を意識していないように、税負担を意識するケースは少ない。付加価値税の歴史が長い欧州では内税方式が原則とされている。ところが、日本では中小企業に配慮し、「企業が円滑に価格転嫁できる環境を整える」ことに主眼が置かれ、04年に内税方式を原則としたにもかかわらず、12年には法律を改正して「税抜き価格表示の容認」や「増税分還元セール」の禁止を行った。企業はこれに対応し、増税前は値引きセールを行い、増税後は一斉に増税分を価格転嫁し値上げした。この結果、駆け込み需要・反動減が増幅された。今回も、「税抜き価格表示の容認」の方針は変更しないものの、「柔軟な価格設定ガイドライン」を公表し、増税後の2%ポイント付与や2%値引きセールは可とするとしている。

この消費者の痛税感が、税率引き上げの最大のハードルではないだろうか。

・逆進性対策、今回は軽減税率

消費税は税率が高くなると、低所得者の税負担が重くなる逆進性への対応が課題とされる。今回は飲食料品、定期購読契約の新聞に軽減税率（8%）を適用することとされた。ただ、軽減税率は支出の多い高所得者ほど減税額が大きくなることから、理論的には、所得税の納税額が税額控除額に達していない低所得者に、還付金を給付する「給付付き税額控除」が優れているとされる。さらなる引き上げに際しては、改めて逆進性対策の検討が必要となるだろう。

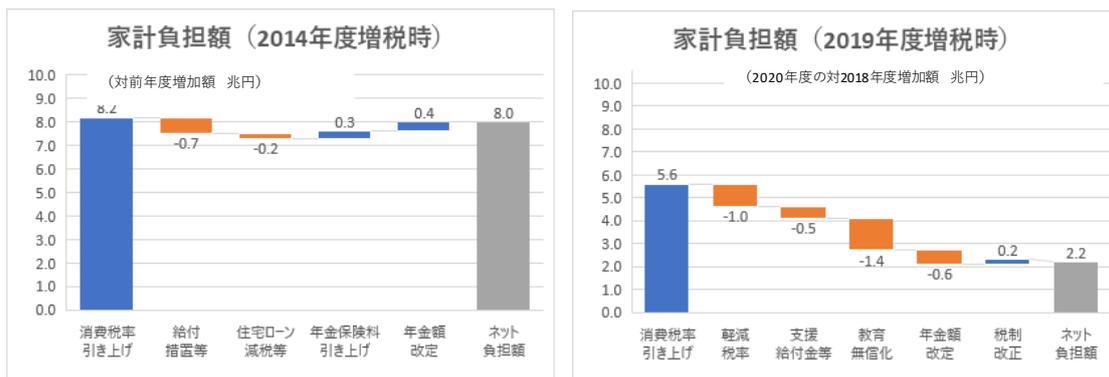
◆消費税率10%は通過点、最終的には10%台後半までの引き上げが必要

政府が18年5月に経済財政諮問会議に提示した「2040年を見据えた社会保障の将来見通し（議論の素材）」では、社会保障給付は40年にはGDP比で24%程度と現在の21.5%から約2.5%増加する。消費税率1%の税収はGDP比では約0.5%に相当することから、単純に考えれば5%の税率引き上げが必要になる。さらに、消費税率を10%に引き上げても20年度の基礎的財政収支赤字がGDP比で▲1.7%となっていることから、財政赤字解消にも3~4%程度の引き上げが必要になる。消費税だけで財政再建を達成し、現状の社会保障を維持するには合わせて8~9%の税率引き上げが必要になる。消費税率10%は通過点に過ぎないわけだ。

今回消費税率引き上げで再び景気停滞を引き起こすと次の引き上げが政治的に難しくなる。そこで前記のような盛り沢山の対策が準備されているわけだ。

しかし、冷静に考えれば増税するのだから、その分、家計消費が落ち込むのは当然のことだ。14年の税率3%の引き上げは、潜在成長率が0%台後半の日本経済にとってはショックが大きすぎたことは確かだ。しかし、今回は軽減税率を勘案すれば実質は1.5%程度の引き上げであり、各種の対応策を勘案すれば、実質的な家計負担は2.2兆円程度まで縮小するとの試算もある（14年は8兆円）。

消費税引き上げ前後の家計のネット負担額



出所) 日本銀行「経済・物価情勢の展望 (2018年4月)」

◆消費税率引き上げ実施の懸念材料：個人消費の弱さと世界経済の減速

税率引き上げの懸念材料は2つある。個人消費の弱さと世界経済の減速だ。

個人消費は雇用者報酬が13年を底に回復しているにもかかわらず、停滞が続いている。消費性向が低下し貯蓄率が高まっていることが背景にある。確かに、人口減少や高齢世帯の増加、価値観の変化（シェアリング、消費成熟化）などの構造要因もあるが、漠然とした将来不安がその根底にあるともいわれる。ポイント還元など目新しい対策が出されているが、最大の対策は、社会保障への信頼を回復し、将来不安を低下させる丁寧な説明ではないだろうか。

19年の世界経済は減速が確実といわれている。世界経済をリードする米中がともに減速するからだ。米国は、減税効果の縮小、制裁関税負担の顕在化、金利引き上げが、中国は貿易摩擦、金融不安が課題とされる。欧州もBrexitによる混乱などが懸念される。世界経済をけん引してきた半導体サイクルもスマホ需要の成熟などから下降に転じるとされる。今回の引き上げが円滑に実施できるよう、十分な対策が求められていることは確かだ。

【松尾隆】