

## 調査レポート

# 消費税率引き上げは後追いの負担増

～ 負担増の先送りは世代を超えた不公平を生み出すことに～

今回、消費税率が引き上げられる見通しとなった背景には、家計部門の受益と負担のアンバランス拡大がある。家計部門の労働所得に対するその他の支払・受取額の割合をみると、社会保障負担や経常税支払の割合は全体としてはほとんど変化がない一方、年金や医療費などの社会保障給付の割合ははっきりとした上昇基調にある。高齢化がさらに進展することは確実であり、このままでは受益と負担のアンバランスはさらに拡大する。消費税率引き上げによって社会保障基金や政府の財政を安定化させる必要がある。

89年の消費税導入の目的は、財政赤字の削減よりも、累進構造の簡素化などによる所得税減税と、消費税の導入をセットにした直間比率の見直しといった税体系の改革にあり、結果として消費税導入時の家計の負担はあまり大きくなかった。物品税などの廃止で導入前後の駆け込み需要と反動減が小さかったことなどもあり、消費税導入が景気へ与えた影響は限定的だった。

97年の消費税率引き上げは、家計に負担を求めることで、高齢化のさらなる進展などで深刻化した財政赤字を削減することを目的としていた。そのため、家計の負担増が消費支出の水準を一定の規模で低下させて景気を下押しする要因となったが、さらに駆け込み需要と反動減への対応がうまく行かなかったことが生産調整圧力を高め、景気悪化のきっかけになったと考えられる。

今回の消費税率引き上げの目的は、財政赤字の削減、特に高齢化の進展で大きく拡大した家計の受益と負担のアンバランスを是正することにある。家計の負担増を伴うものであり、消費税率引き上げが一定の規模で景気を下押しする圧力となるのは避けられない。ただ、駆け込み需要と反動減への対応力は向上していると思われ、前回の引き上げ時のように景気悪化のきっかけとなる可能性は小さいと考えられる。

消費税率引き上げに際し、家計の負担軽減などのために政府の支出増を求める声があるが、税率引き上げによる増収分が新たな支出に使われるのであれば、財政赤字の縮小には寄与せず、社会保障制度維持の可能性も高まらない。本格的な高齢化社会を安定的に営んでいくためには、消費税率の引き上げというコストを私たちは負担しなければならないであろう。

三菱UFJリサーチ & コンサルティング株式会社

調査部 鶴田 零 ( chosa-report@murc.jp )

〒105-8501 東京都港区虎ノ門5-11-2

TEL: 03-6733-1070

## はじめに

消費税率は2014年4月に5%から8%へ、15年10月には8%から10%へ、それぞれ引き上げられる見通しとなった。消費税は、製造業者や販売業者など事業者が納税するが、価格に税額が転嫁されることによって、最終的には商品を購入したり、サービスを利用したりする消費者が税を負担することになる。また、消費税では、所得の有無や多寡にかかわらず、消費した金額に応じて税負担が発生するため、低所得者ほど税負担率が大きくなる逆進性が存在するとの指摘もある。結果として、消費税率の引き上げには政治的な困難さが伴うため、ややもすると短期的な負担軽減策や景気への配慮に議論が集中してしまい、長期的な視点に立った本来の目的を見失いがちになる。

本稿では、まず、そもそも消費税率の引き上げがなぜ必要なのかを、家計の受益と負担のアンバランス是正という観点からみていく。次に、過去の消費税導入や税率引き上げがそれぞれどのような目的で行われ、景気にどのような影響を与えたのかを概観する。今回の消費税率引き上げが景気に対して一定の下押し圧力を与えるのは避けられないが、その程度は前回の引き上げ時に比べれば小さくなると考えられることを示したい。さらに、消費税率引き上げによって財政再建がどの程度進むかを確認したうえで、最後に、消費税率引き上げの意義について改めて述べたい。

## 1. 消費税率引き上げが必要な理由

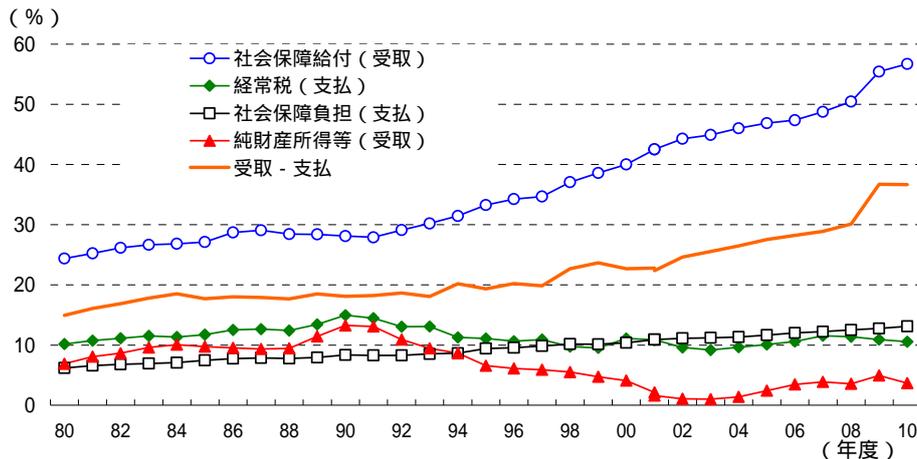
### (1) アンバランスになっている家計の受益と負担

家計部門の受益と負担がアンバランスになっていることを確認しよう。家計部門がその年度内に労働によって稼ぎ出した所得に対して、社会保障給付などの受取や、所得税、社会保険料などの支払がどの程度の割合で存在しているのか、長期的な推移を調べた(図表1)。まず、支払項目である社会保障負担の割合は、保険料率の引き上げなどで上昇傾向にあるものの、そのペースは非常に緩やかである。また、所得税を中心とする経常税<sup>1</sup>の割合は、これまで行われてきた所得税率の引き下げなどを背景にやや低下傾向にある。一方、受取項目をみると、年金や医療費などの社会保障給付の割合は、1990年代中頃からはっきりとした上昇基調にある。結果として、低金利によって財産所得が少なくなっている中でも、ネットの受取額の労働所得に対する割合は足元では4割弱にまで上昇している。高齢化の急速な進展によって、家計部門全体では大幅に受益が負担を上回った状態にあり、その程度は年々大きくなっているといえる。

<sup>1</sup> GDP統計上の「所得・富等に課される経常税」で、所得税、都道府県・市町村民税、自動車関係諸税などを合計したもの。

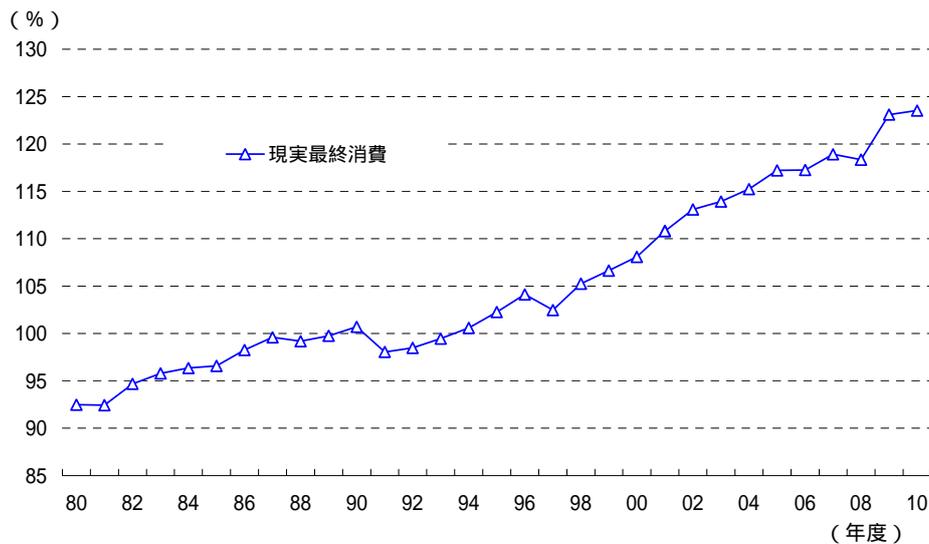
労働所得に対するネットの受取額の割合が上昇した結果、労働所得と家計の消費水準の乖離も拡大している(図表2)。労働所得対比の消費水準は、1990年代中頃までは概ね100%以内に収まっていたが、足元では120%を超えるところまで高まっている。全体としてみると、社会保障に関する受益の拡大によって、家計部門では稼ぐ力に比べてより多くの消費を行うことができるようになってきているといえる。

図表1. 労働所得に対するその他の受取・支払の割合



(注1) 01年度からは新基準。利子・混合所得はF I S I M(間接的に計測される金融仲介サービス)調整前の値を試算。  
 (注2) 労働所得 = 混合所得 + 賃金・俸給 + 無基金雇用者社会給付  
 社会保障給付 = 現物社会移転以外の社会給付 + 現物社会移転 - 無基金雇用者社会給付  
 社会保障負担 = 雇用の社会負担  
 (出所) 内閣府「国民経済計算確報」

図表2. 労働所得に対する消費支出の割合



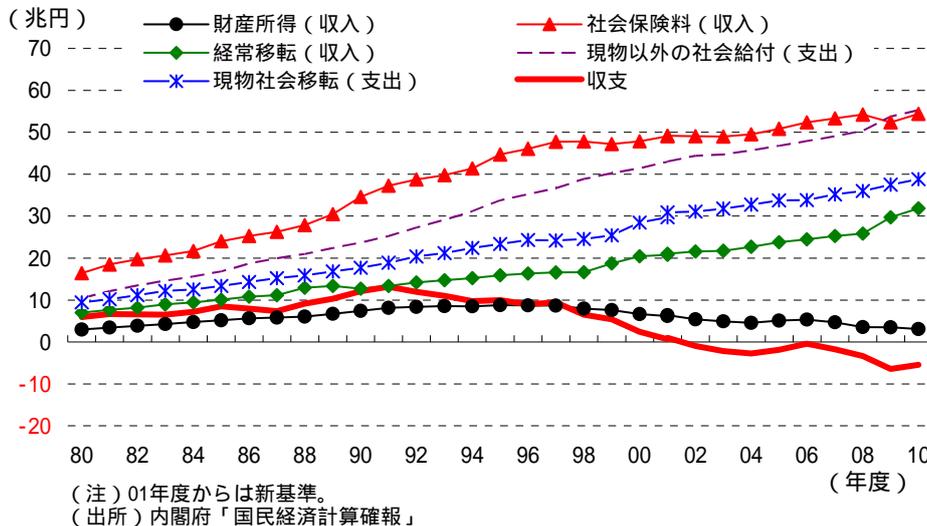
(注1) 01年度からは新基準。利子・混合所得はF I S I M(間接的に計測される金融仲介サービス)調整前の値を試算。  
 (注2) 労働所得 = 混合所得 + 賃金・俸給 + 無基金雇用者社会給付  
 (注3) 現実最終消費は持ち家の帰属家賃を除く。  
 (出所) 内閣府「国民経済計算確報」

## (2) 赤字化している社会保障基金

家計部門の受益と負担のアンバランスを支えているのは、社会保障給付を行う主体である社会保障基金（国民年金などの特別会計や健康保険組合など）である。社会保障基金の収入と支出の状況をみると、支出面では、年金などの現物以外の社会給付が急ピッチで増加し、医療サービスの健康保険組合負担分である現物社会移転も増加する一方、収入面では、社会保険料収入の伸びが緩やかなものにとどまり、運用収入などの財産所得も低迷していることがわかる（図表3）。収入不足を補うために国から経常移転という形で資金支援を受けているが、それでも足りず、社会保障基金の収支は2000年代初めから赤字になっており、赤字幅も拡大傾向にある。

社会保障基金が赤字化しているということは、これまでの蓄積を取り崩して給付を行っていることを意味している。高齢化の更なる進展に伴い、年金給付や医療サービス支出は今後も増加することが確実であり、このままでは赤字が一層拡大することになるだろう。現在の社会保障制度は、来る本格的な高齢化社会を乗り切れる体制になっていないといえる。社会保障基金または資金支援を行っている政府の収入を増やし、基金の財政を安定化させる必要があることは明らかである。

図表3．社会保障基金の収入と支出



## (3) なぜ消費税なのか

それではなぜ消費税率の引き上げが必要なのか。社会保障基金や政府の収入を増やす方法は、社会保険料率や所得税率の引き上げなど他にもあるはずだ。消費税率の引き上げが必要な大きな理由は、社会保険料率や所得税率の引き上げでは現役世帯へ負担が集中しやすいからである。

所得税も社会保険料も、所得に対して一定の割合を乗じて金額を決める場合が多く、必

然的に就労による収入を得ている現役世帯への負担が重くなる。また、公的年金に対する所得税については公的年金等控除が手厚く設定<sup>2</sup>されており、税率を引き上げても負担が増えるのは現役世代に偏りがちとなるのである。高齢化の進展で現役世帯の割合が低下していく中で、より少ない人数の負担で多くの人たちを支える仕組みは成り立たない。

これに対して、消費税は、現役、高齢世帯がともに広く薄く負担するものといえる。なぜなら、消費税は価格転嫁を通じて最終的には消費活動を行う家計が負担する税であり、消費活動は職業の有無や年齢にかかわらず一定の水準が行われるからだ。また、景気動向に左右されやすい所得に比べて消費の変動は小さく、安定的な財源になる点も消費税の持つ長所である。高齢化に伴って必要となる社会保障のための財源を確保しつつ、社会保障基金や政府の財政を安定化させるためには、やはり消費税率の引き上げが必要だと考えられる。

低所得者ほど税負担率が大きくなる逆進性についてはどう考えたらよいのか。通常、所得が低い世帯ほど所得に占める消費の割合が高いため、消費に対して一定の税率で課税する消費税は逆進性を持つとされる。確かに、ある時点の低所得者と高所得者の税負担率を比べればそうなるが、生涯を通じた所得と消費税負担の関係をみると、かならずしも当てはまらない。生涯を通じて得た所得がすべて消費されると考えれば、消費税は消費 = 所得に対する比例税だといえ、所得の多寡によって税負担の重さが変わることはない。

消費税率引き上げによって家計の負担が増えることは事実だが、そもそもなぜ消費税率の引き上げが必要になっているのかを考える必要がある。逆進性だけを取り出して、消費税率の引き上げを問題視するのは適切ではない。税負担が増すことで日常生活に支障を来たす低所得者に対しては、社会保障制度全体で対応するべきであろう。

## 2. 消費税の目的と景気への影響 ~ 導入時と前回の引き上げ時

消費税率の引き上げにあたってポイントになるのが景気への影響をどうみるかである。消費税率を引き上げると、消費が減少して景気が悪化してしまう（その結果、結局税収も増えない）のではないかと懸念する向きもある。

消費税は1989年4月に導入され、税率3%でスタートした。その後、1997年4月に税率が3%から5%に引き上げられた。本章では、それぞれの時期に、何を目的に消費税が導入され、また引き上げられたのか、また景気に対してどのような影響を与えたのかについて概観したい。目的の違いに起因する家計負担の重さの程度、駆け込み需要の有無などによ

<sup>2</sup> 65歳以上の公的年金等控除額は最低でも120万円あり、年金収入が120万円以下であれば所得税は課税されない。また、例えば、65歳以上で年金収入が240万円の場合の公的年金等控除額は120万円だが、給与収入が240万円の場合の給与所得控除額は90万円（240万円×30%+18万円）であり、年金収入の方が有利になっている。

って、景気への影響が異なっていたことがわかる。

### ( 1 ) 消費税導入の目的

まず、消費税導入の目的について振り返りたい。消費税の導入が検討されていた当時は、財政赤字に対する懸念はあったものの、赤字の大きさはそれほど深刻ではなく、財政再建は差し迫った課題ではなかった(図表4)。それよりも、高齢化の進展で社会保障給付が将来的には増えていくことが明らかな中で、直接税である所得税中心の税体系では、安定財源の確保と民間活力の維持を両立するのは難しくなるという問題が強く認識され始めていた。そのため、消費税導入の目的は、財政赤字の削減よりも、累進構造の簡素化・フラット化による所得課税減税と、大型の間接税である消費税の導入をセットにした直間比率の見直しなど、税体系の改革の方に重きが置かれていたといえる。

具体的にみていくと、3%の消費税が導入された89年度に先駆けて、88年度には3.3兆円規模の所得課税の制度減税<sup>3</sup>が実施されたが、さらに消費税導入時には既存の個別間接税である物品税などが廃止された。89年度単年でみると、消費税導入による増収規模が5.4兆円だったのに対して、物品税の廃止による税収減が3.4兆円規模であり、ネットの税収増は2兆円にとどまったことになる。また、87年度と比べれば、消費税導入時にはネットで減税が行われたことになる(図表5)。

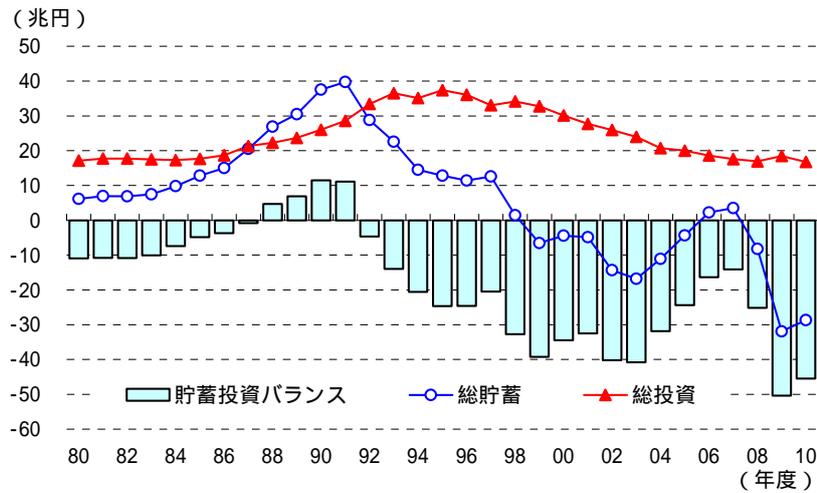
### ( 2 ) 前回の消費税率引き上げの目的

次に、97年の消費税率引き上げの目的についてみていきたい。消費税率の引き上げが検討された背景には財政赤字の深刻化があった。バブル崩壊による景気の低迷や景気対策としての公共投資の拡大などで財政赤字は拡大傾向にあり、財政再建の必要性は導入時に比べてかなり高まっていた(図表4)。高齢化の進展への備えとして直間比率の更なる改革も引き続き課題となっていたが、消費税率の引き上げは直面している財政赤字の削減を目指したものであったと考えられる。97年度に行われた5.2兆円規模の消費税率の引き上げにあたっては、先行して95年度に所得課税の制度減税が3.5兆円規模で実施されたものの、同じく先行して実施されていた2兆円規模の所得課税の特別減税<sup>4</sup>については打ち切られた。その結果、97年度単年でみるとネットでは7.2兆円もの税収増をもたらすこととなった(図表5)。さらには、医療費の窓口負担の1割から2割への引き上げ、健康保険や国民年金の保険料率引き上げなどの社会保障制度の見直しも同時に実施された。所得課税の制度減税により直間比率は多少是正されたものの、前回の消費税率引き上げはやはり家計の負担増によって財政赤字を削減するという意図が鮮明だったといえる。

<sup>3</sup> 制度減税とは、税率の引き下げや累進構造の簡素化・フラット化、所得控除の引き上げなど、恒久的な措置として実施される減税のこと。

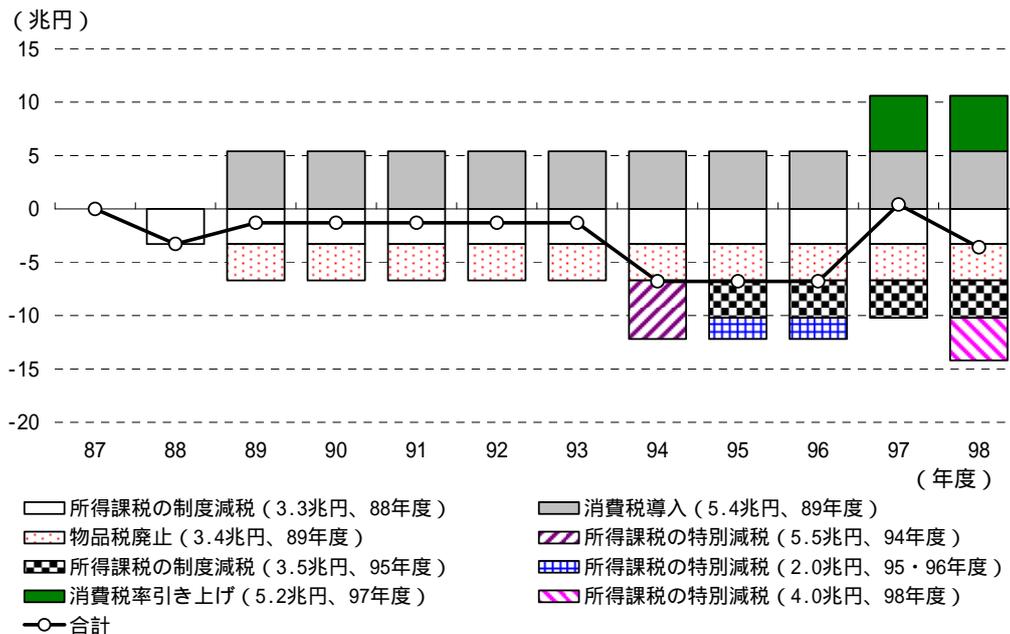
<sup>4</sup> 特別減税とは、原則として1年限りの臨時的な措置として実施される減税のこと。

図表4. 政府部門の財政状況（貯蓄投資バランス）



(注) 00年度までは旧基準、01年度からは新基準。一時的な資本移転は調整。  
 (出所) 内閣府「国民経済計算確報」

図表5. 税制改正に伴う家計負担の増減



(注1) 87年度を基準に、所得税、物品税、消費税の改正で家計の負担がどう変動したかを示す。プラスが負担増。  
 (注2) 括弧内は、金額規模と実施年度。  
 (出所) 旧経済企画庁「年次経済報告（各年）」、「日本経済の現況（平成10年）」をもとに作成。

### (3) 消費税導入や前回の消費税率引き上げが景気に与えた影響

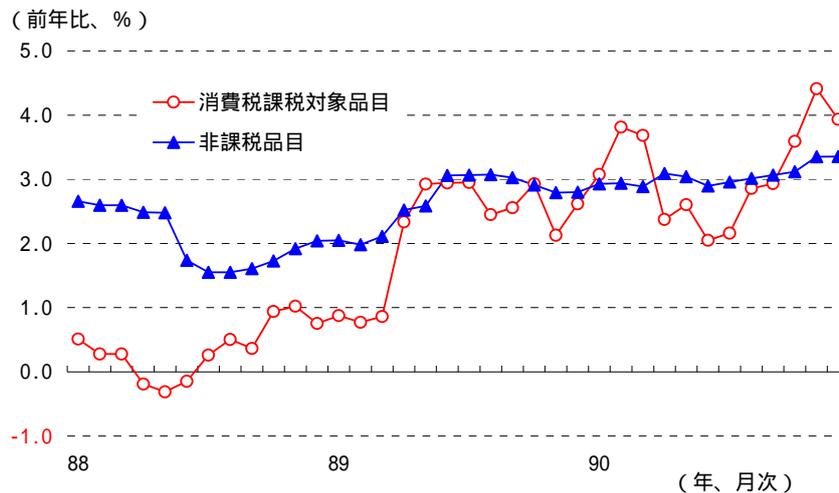
消費税導入や消費税率の引き上げは景気にどのような影響を及ぼしたのか。先に述べた導入、引き上げの目的を念頭に置きながら以下で検討したい。消費税がもたらす景気への影響としては、消費者物価上昇による家計の実質所得の減少とそれによる消費水準の低下が挙げられるが、それに加え、消費税導入や引き上げの前後で起きる駆け込み需要とその後の反動減が景気の攪乱要因として現れてくることになる。過去にどのような影響があっ

たかを知ることは、今回の消費税率の引き上げが景気に与える影響を考えるうえで役に立つ。

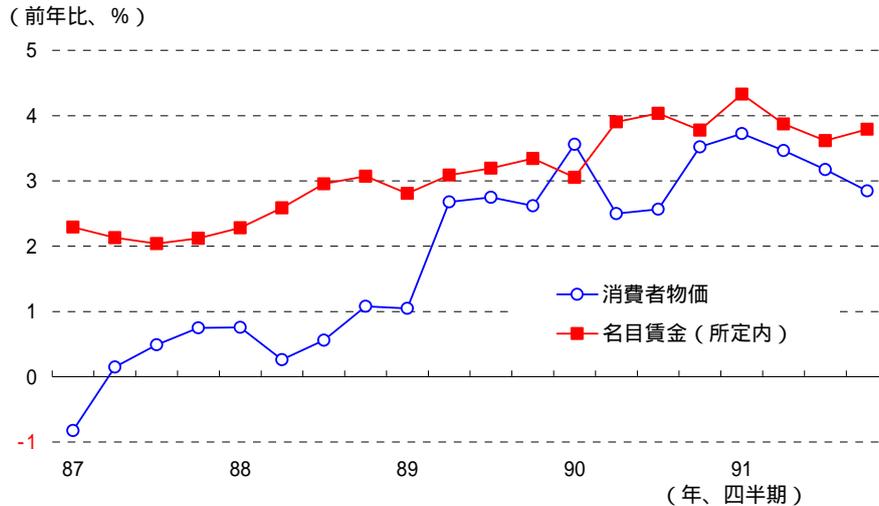
### 消費税導入時

89年の消費税導入時には、既存の間接税である物品税などが同時に廃止されたため、消費者物価の上昇は限定的であった。物品税は家電製品などに課されていた間接税で、例えば小型テレビでは15%、普通乗用車では23%など、当時のいわゆる贅沢品にかなりの高率で課税されていた。こうした製品では消費税導入はむしろ価格を引下げの効果を持ったことになる。その他にも、電気代にかかる電気税5%などの間接税も廃止された。結果として、導入された消費税率は3%だったものの、消費者物価の上昇は1.1%程度にとどまったとみられる。消費者物価の中で全体の8割強を占める消費税の課税対象品目だけを取り出してみると、89年4月の前年比の伸び率は3月に比べて1.4ポイントの拡大に抑えられていた(図表6)。先に述べたように、消費税導入の主眼は必ずしも目先の税収増ではなかったため、結果として家計の負担増もそれほど大きくならなかったことになる。さらには、バブル経済を背景に景気が過熱気味に推移していたこともあり、物価上昇による実質所得の低下が消費を押し下げる効果はあまり目立たなかった。具体的には、雇用者の賃金上昇率は拡大傾向にあったため、消費者物価の上昇をほぼ吸収できたと思われる(図表7)。

図表6. 消費者物価指数の推移(消費税導入時)



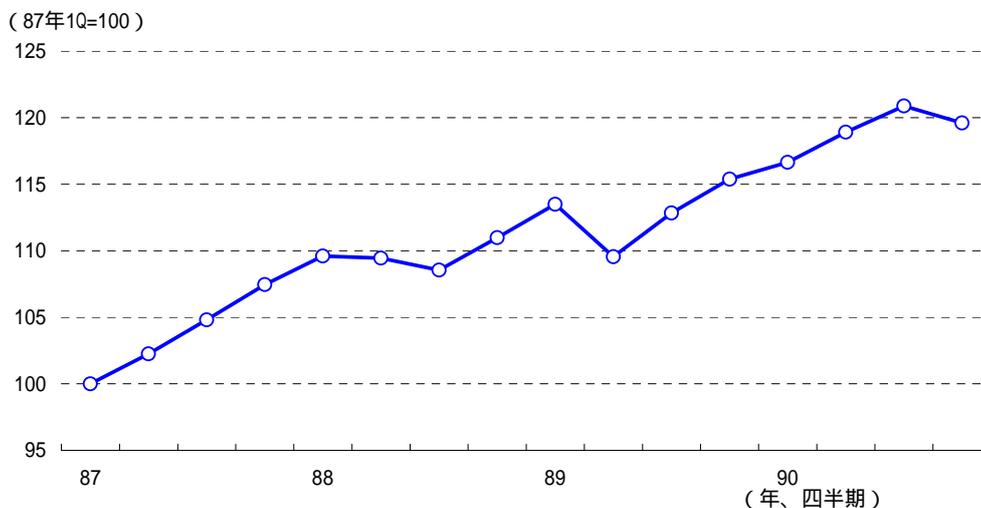
図表7. 消費者物価と名目賃金の推移（消費税導入時）



(出所) 総務省「消費者物価指数」厚生労働省「毎月勤労統計調査」

景気の攪乱要因となる駆け込み需要と反動減も比較的小さかった。もともと、駆け込み需要と反動減は、自動車や家電製品、住宅など耐久性が高く高価なもので大きくなりやすく、貯めておくことや前倒しで需要することができないサービスではほとんど起こらないと考えられる。消費税導入時は、耐久消費財に高率で課税されていた物品税が廃止されたため、こうした商品ではむしろ消費税導入前には買い控えが起きた。結果として、その他の半耐久財や非耐久財などの消費財ではある程度の駆け込みと反動が起きたものの、全体としてみると比較的小さな変動になったといえる。家計の支出の中でも消費税導入の影響を受けやすいと思われるサービス以外の消費と住宅投資を合計し、その動きをみると、消費税導入前後のトレンドからの乖離はあまり大きくなかったことがみてとれる（図表8）。

図表8. 家計支出（サービス以外の消費・住宅投資）の推移（消費税導入時）



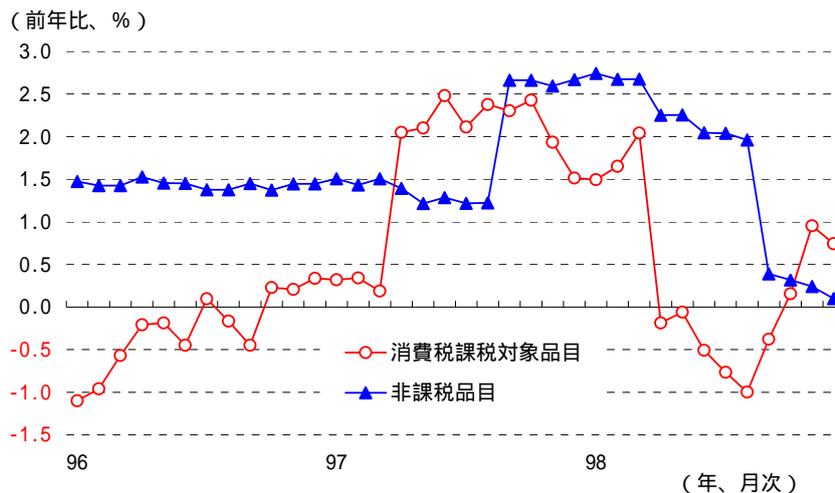
(注) 実質ベース  
(出所) 内閣府「国民経済計算確報」

前回の消費税率引き上げ時

97年の消費税率引き上げは、その目的として税収の確保、財政赤字の削減に重点が置かれていたため、必然的に家計に負担を求めるものとなった。消費者物価に関しては、導入時にはあった物品税等の廃止による物価押し下げ効果が引き上げ時にはなかったため、消費税の課税対象品目については税率引き上げ分である2%がほぼそのまま転嫁された。具体的には、全体の76%を占める課税対象品目についてみると、97年4月の前年比の伸び率は3月に比べて1.9ポイント拡大した(図表9)。結果として、消費税率の引き上げによって消費者物価全体は1.4%程度、上昇したと推測される(消費税の課税対象品目割合:76%×課税対象品目の上昇:1.9%=1.4%)。また、消費税導入時と異なり、引き上げが行われた97年当時は、バブル期をピークに賃金上昇率が徐々に縮小していく局面にあったため、消費者物価の上昇による実質所得の落ち込みが消費水準の低下として現れやすかった面もあると考えられる(図表10)。

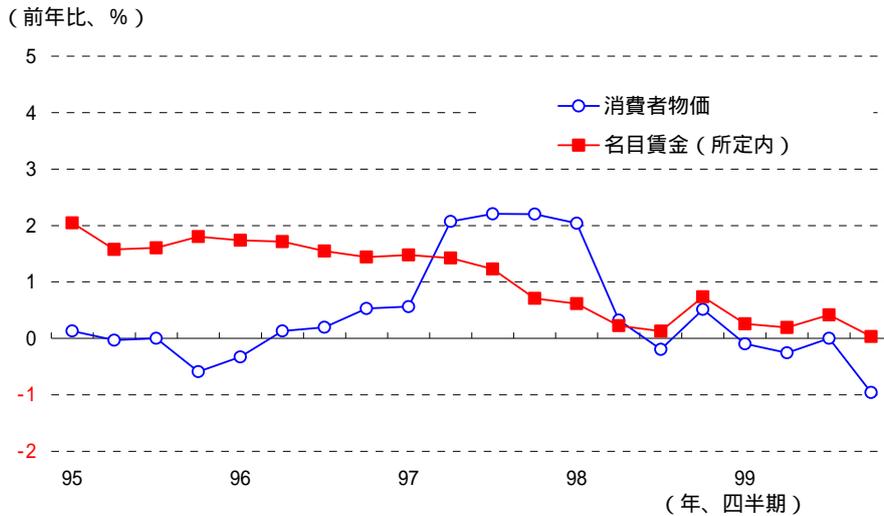
消費者物価の上昇は、家計の実質所得及び消費支出の水準を一定の規模で低下させ、景気を下押しする圧力となったが、このことが必ずしも景気を悪化させる(上向いていた景気を下向きに変える)主たる要因になったわけではない。こうした消費水準の低下に、より大規模な駆け込み需要の反動減が加わることによって、景気を悪化させる圧力が強まったと考えられる。駆け込み需要と反動減への対応がうまく行かないと、在庫が大幅に積みあがり、その後に生産の抑制や削減が必要になってくるからである。

図表9. 消費者物価指数の推移(前回の税率引き上げ時)



(注) 非課税品目は家賃、保険料、授業料などでウエイトは23.6%。  
97年9月からの上昇率拡大は診察料の値上げによるもの。  
(出所) 総務省「消費者物価指数(1995年基準)」より作成

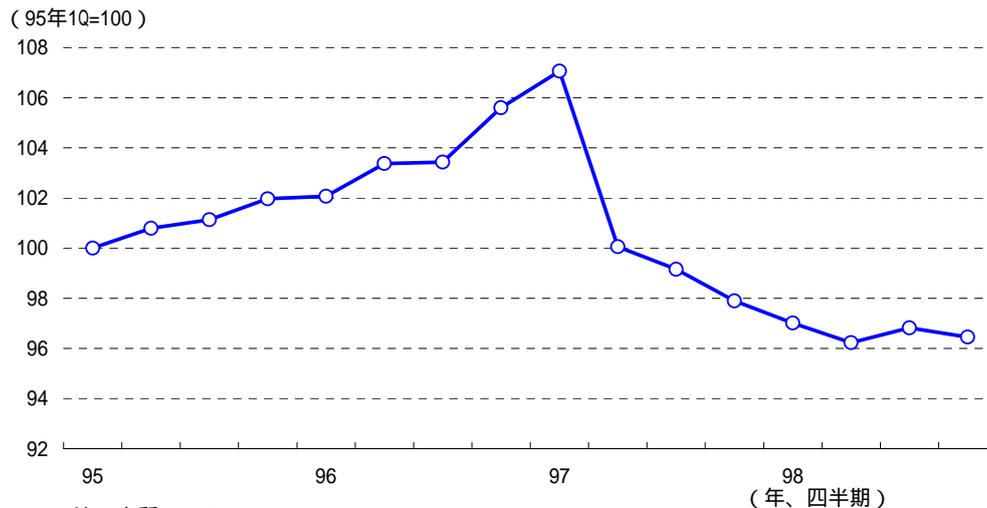
図表 10. 消費者物価と名目賃金の推移（前回の税率引き上げ時）



(出所) 総務省「消費者物価指数」厚生労働省「毎月勤労統計調査」

それでは、前回の消費税率引き上げ時の、駆け込み需要と反動減及び生産面の対応がどうだったのかをみていこう。先に触れたように、消費税導入時には耐久消費財ではむしろ買い控えが起きたため、駆け込み需要と反動減は小さかった。そのため、消費税が引き起こす本格的な駆け込み需要と反動減は、前回の消費税率引き上げ時が初めてだったことになる。消費税率引き上げ前後の家計支出（サービス以外の消費と住宅投資の合計）の推移をみると、消費税導入時に比べてトレンドからの乖離が著しく、かなり大規模な駆け込み需要と反動減が起きていたことがわかる（図表 11）。

図表 11. 家計支出（サービス以外の消費・住宅投資）の推移（前回の税率引き上げ時）



(注) 実質ベース  
(出所) 内閣府「国民経済計算確報」

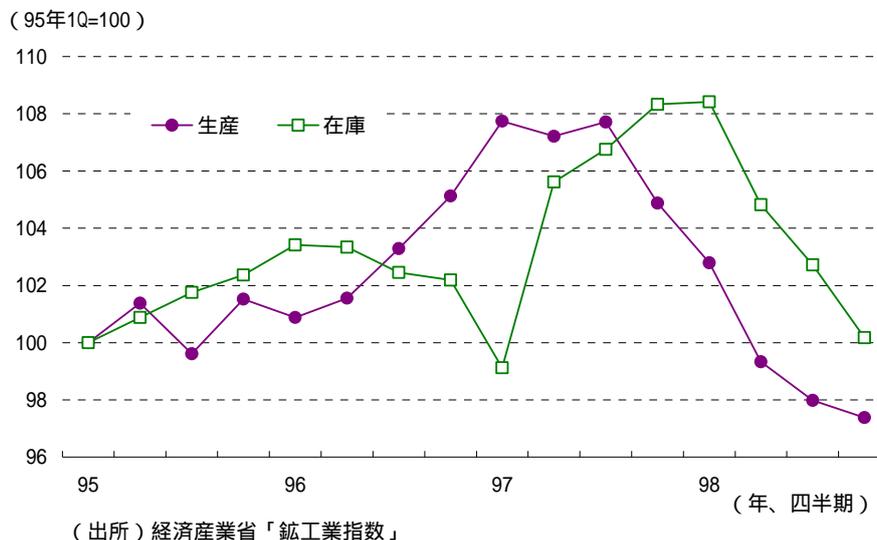
駆け込み需要と反動減は、消費税率引き上げ時にはどのように認識されていたのか。消費税率引き上げ直後の 97 年 7 月に公表された旧経済企画庁『年次経済報告書』には、「96 年度半ばごろから、好循環のリンクが次第につながってきたとみられる。特に、在庫・

設備・雇用の調整が進展したこと、円高から円安に転換したことにより外需がマイナス要因からプラス要因に変わったこと、雇用情勢の改善を受けて雇用不安が薄らぎつつあること、等が効いて、96年度下期には民間需要主導による自律回復的循環がみられるようになった。(中略)97年度に入って消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動減等が出ている。しかし、設備投資の堅調さに加え、雇用面の改善が続いているため、景気は回復テンポが一時的に緩やかになっているものの、腰折れすることなく回復傾向を持続すると考えられる」とある。実際は駆け込み需要だった可能性があるものを通常の景気回復による需要拡大と認識しており、その後の反動減を過小評価する結果になったことがうかがえる。次にみるように企業側も同じように捉えていた可能性が高く、生産活動へ大きな影響を与えることになった。

駆け込み需要と反動減の大きさは、企業が事前に予想していた以上に大きくなったため、過剰在庫が発生して生産調整圧力を大きくしたと考えられる。鉱工業指数の動きをみると、消費税率引き上げの1年ほど前から耐久消費財などの生産が大きく拡大したが、消費税率の引き上げによって需要が急減した後も生産の抑制に時間がかかり、過剰な在庫が積み上がったことがわかる(図表12)。景気のピークが97年5月(内閣府による景気基準日付の「山」)だったことから、過剰在庫の発生とその後の生産調整が景気を悪化させる要因になったと考えられる。

消費税率の引き上げによって家計の実質所得が低下したところに、駆け込み需要の反動減が加わったことで、在庫が大きく積みあがり、景気悪化のきっかけとなったと考えられる。さらに外部要因として、97年7月以降のアジア通貨危機や、97年11月以降の金融システム不安が景気悪化に追い討ちをかけることになったのである。

図表12. 鉱工業指数の推移(前回の税率引き上げ時)



### 3. 今回の消費税率引き上げの目的と景気への影響

前章でみたように、消費税が景気に与える影響について考える場合、導入や引き上げが何を目的に行われたのか、駆け込み需要と反動減の大きさがどの程度になり、生産面でどのような対応がなされたのかがポイントになる。こうしたポイントを踏まえ、以下では、今回の消費税率引き上げが景気に対してどのような影響を与えると考えられるのか、検討していこう。結論から述べると、消費税率引き上げが一定の規模で景気を下押しする圧力となるのは避けられないが、前回の引き上げ時のように景気悪化のきっかけとなる可能性は小さいと考えられる。

#### (1) 今回の消費税率引き上げの目的

14年4月と15年10月に予定されている合計5%の消費税率の引き上げの目的は、財政赤字の削減、特に高齢化の進展で大きく拡大した家計の受益と負担のアンバランスを是正することにある。リーマン・ショック後の大幅な景気の落ち込みへの対応で相次いで景気対策が打たれたことも財政赤字をさらに拡大させる要因となっており、財政再建に向けた具体的な取り組みが強く求められているといえる（前掲図表4）。欧州での財政危機の深刻化もあり、財政赤字の拡大に対する危機感は前回の引き上げ時よりもかなり高まっているといえる。実際、今回の消費税率5%の引き上げのうち4%分は社会保障の安定化（現在国債発行で賄っている社会保障支出を消費税収で賄うようにすること）に使われる予定となっている。増収分の使い道については今後さらに議論される可能性はあるが、予定通りに使われれば、財政赤字の削減に一定の効果を持つことになる。

#### (2) 景気への影響

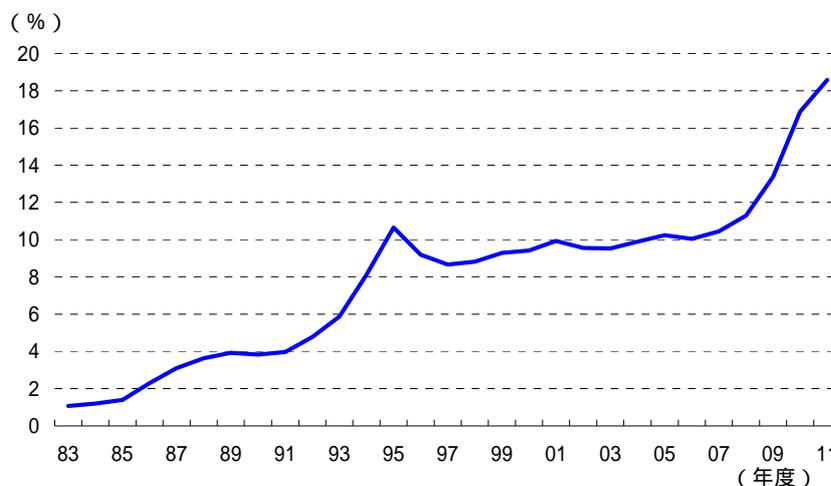
まず、消費税率引き上げが価格転嫁を通じてどの程度、消費者物価を上昇させることになるのか、考えてみよう。消費者物価の上昇が抑えられれば家計の負担もそれだけ小さくなるのだが、前回の消費税率引き上げ時の状況を勘案するとそれはあまり期待できない。基本的には、前回の引き上げ時と同様、消費税の課税対象品目については消費税率引き上げ分がほぼフルに転嫁されることになるだろう。課税対象品目のウエイトは足元（2010年基準）でおよそ27%であるため、3%の消費税率引き上げは消費者物価全体を2.1%程度、上昇させることになると予想される（課税品目のウエイト：73%×消費税率引き上げ：3/105=2.1%）。前回の消費税率引き上げによる消費者物価への影響は1.4%程度だったため、今回はそれよりも0.7ポイント程度、家計への負担は大きくなるといえる。今回の消費税率引き上げの目的は家計の負担で財政赤字を削減することであり、実質所得の減少が一定の規模で消費水準を下押しする圧力となるのは避けられないだろう。

もっとも、駆け込み需要とその後の反動減への対応がうまく行かないことで、それが景気悪化のきっかけとなる可能性は、前回の消費税率引き上げ時と比べて小さいと考えられる。

その理由として、まず、前回の引き上げ時の経験が生きてくることが挙げられる。前回の引き上げ時に本格的な駆け込み需要と反動減を経験したため、今回の消費税率引き上げでどの程度の駆け込み需要と反動減が発生するか、企業の側である程度予測できると考えられる。先にみたように、前回の引き上げ時には、多くの企業が税率引き上げ前の需要の拡大を自律的な景気回復の現れだと捉えていた可能性が高いが、今回の引き上げ時には、楽観的な見通しに基づく生産の拡大を企業は慎むと思われる。生産側が慎重に対応すれば、在庫の積み上がりが最小限に抑えられ、生産調整圧力も小さくなるだろう。

さらに、駆け込み需要と反動減が大きくなりやすい耐久消費財で、輸入比率が上昇していることも理由として挙げられる。耐久消費財の総供給量に占める輸入品の割合は、前回の消費税率引き上げ時には9%程度だったが、足元では18%程度にまで上昇している（図表13）。乗用車の輸入比率はあまり変化していないが、テレビやパソコンなどの情報通信機器の輸入比率が急速に上昇しているためである。耐久消費財の輸入比率の上昇は、駆け込み需要と反動減が国内生産に与える影響を小さくする効果を持つ。消費支出の変動は輸入の増減で吸収されることになり、国内生産への影響が緩和されるのである。また、リーマン・ショック後に実施された、または現在実施されているエコカー補助金・減税や家電エコポイント制度などにより、耐久消費財の需要がかなりの規模で「先食い」されていることも、結果的に消費税率引き上げ時の駆け込み需要（及びその後の反動減）を小さくする効果を持つと考えられる。

図表13. 耐久消費財の輸入比率



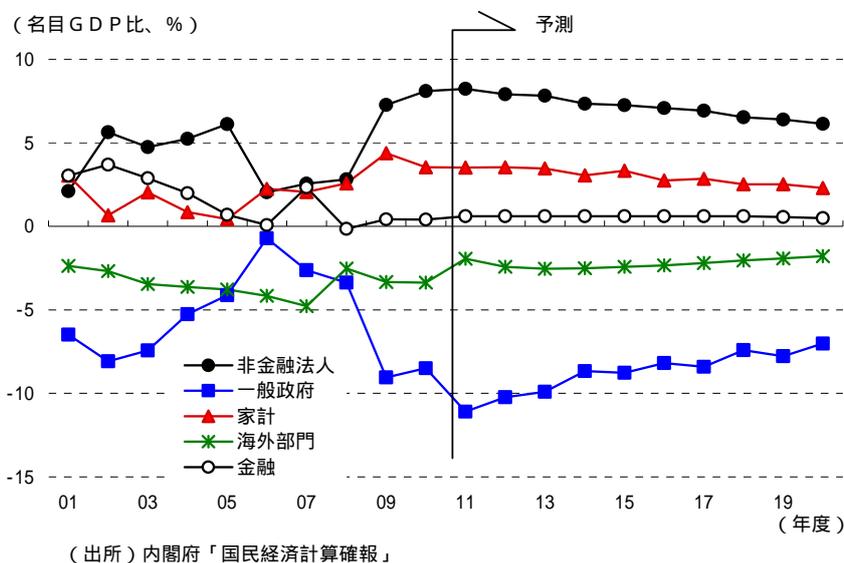
(注) 輸入比率 = (輸入指数 × 輸入ウヱイト) / (総供給指数 × 総供給ウヱイト)  
 (出所) 経済産業省「鉱工業総供給表」

#### 4. 消費税率引き上げで財政再建はどこまで進むのか

消費税率引き上げで政府の赤字はどこまで縮小するのか。少し前の試算ではあるが、今年1月に当社調査部で作成した『日本経済の中期見通し(2011~2020年度)』<sup>5</sup>から、該当部分を抜き出してこよう。この中期見通しでは、消費税率は2014年度に8%へ、16年度に10%へ、18年度に13%へ、20年度に15%へと引き上げられると想定している。

消費税率引き上げの効果を、経済主体別の貯蓄投資バランスで概観する。まず、家計部門では、消費税率の引き上げや高齢化に伴って貯蓄率が低下し、貯蓄超過幅は緩やかに縮小していくが、20年度になってもGDP比で2%強の黒字が残る見通しである。政府部門については、消費税率引き上げによって税収が拡大し、また公共投資も低水準に抑制されると見込まれるものの、社会保障費の自然増などを背景に、20年度になっても大幅な投資超過、すなわち財政赤字の状態が続くと考えられる。今回の消費税法案では5%から10%への税率引き上げまでが決まっているが、さらに15%に引き上げたとしても、財政赤字は解消しないどころか、GDP比で7%程度、残存する結果となっている(図表14)。

図表14. 部門別の貯蓄投資バランス(「日本経済の中期見通し」より抜粋)



経済成長率がどう推移するか、社会保障分野も含め政府支出がどの程度削減されるかなど、前提条件の置き方によって予測結果は変わってくるものの、消費税率を10%に引き上げただけで財政再建が完了するとはとてもいえない。財政が黒字化しない限り、政府の債務は膨らみ続けることになる。政府と企業、個人を同一視するのは正しくないが、いくら

<sup>5</sup> 見通しの詳細については、「日本経済の中期見通し(2011~2020年度)」(<http://www.murc.jp/report/research/detail.php?i=1417>)を参照されたい。

政府とはいえ、債務の膨張を続けていればどこかのタイミングで財政破綻するのは避けられないと考えるべきである。財政収支の均衡を目指すのであれば、今回の消費税率引き上げだけでは十分ではない。将来的にはもう一段の税率引き上げや、社会保障関連などの支出抑制や削減も検討する必要がある。

## 5. 将来世代への過重な負担を回避するために

最後に、消費税率引き上げの意義について改めて述べたい。消費税率の引き上げは、先送りしてきた家計の給付と負担のアンバランスを是正するために行うものである。家計部門全体で見れば、これまで給付が先行していたことに対する後追いの負担増と位置づけられる。消費税率引き上げと同時に実施される社会保障制度改革も、制度の維持可能性を高めるものにするべきであり、それは給付の拡大ではなく、抑制または削減を意味するものとならざるをえない。

消費税率引き上げと景気との関係については、今回の消費税率引き上げが家計に負担を求めることで財政赤字を削減することを目的としている以上、一定の規模で景気を下押しする圧力となるのは避けられないが、前回の引き上げ時のように景気悪化のきっかけとなる可能性は小さいと考えられる。そもそも、必要な支出の財源を国債発行に頼るやり方を続けていけば、いずれは財政が行き詰る可能性が高い。ギリシャの例をみてもわかるように、ひとたび財政破綻すれば政府は支出の抜本的な削減を迫られ、国民生活は大幅な水準低下を余儀なくされる。景気にいくらか悪影響があったとしても、政府への信認が崩れる前に、財政の持続可能性を高めるべく消費税率の引き上げによって家計に広く浅く負担を求めるほうが、長期的には経済や国民生活へのダメージは小さいと考えられる。

消費税率引き上げに際し、家計の負担軽減や景気対策などのために政府の支出増を求める声がある。低所得者への一定の配慮は必要だと思われるが、税率引き上げによる増収分が新たな支出に使われるのであれば、財政赤字の縮小には寄与せず、当然のことながら社会保障制度維持の可能性は高まらない。目先の損得勘定にのみとらわれて物事を判断してしまえば、世代を超えたもっと大きな不公平を生み出すことになってしまう。本格的な高齢化社会を安定的に営んでいくためには、消費税率の引き上げというコストを私たちは負担しなければならないであろう。

- ご利用に際して -

- 本資料は、信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一した見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡下さい。