

## MRI ECONOMIC REVIEW

2016年1月21日  
株式会社三菱総合研究所  
政策・経済研究センター  
坂本 貴志・森重 彰浩

### 軽減税率導入による日本経済及び家計への影響

#### ポイント

- 軽減税率の経済効果は駆け込み需要の若干の抑制にとどまり、景気浮揚効果は限定的
- 財政中立を仮定すれば、軽減税率の導入は貧しい世帯から裕福な世帯への所得移転となる可能性も
- 政府は、財源を確保する際、若年の低所得者世帯などへ負担が偏らないよう配慮することが必要

#### 1. はじめに

12月16日、平成28年度税制改正大綱が発表された。今回の大綱で焦点となった軽減税率は、「酒類及び外食を除く食料品」と、定期購読契約が締結された発行回数が週2回以上の「新聞」（「書籍・雑誌」は検討課題）が対象とされ、消費税率が10%に引き上げられる2017年4月からの適用となった。

軽減税率により減少する税収分については、「軽減税率制度の導入に当たっては、『社会保障と税の一体改革』の原点に立って安定的な財源を確保」と明示されており、今回の軽減税率導入は財政中立が前提とされている。代替財源確保の内容については、平成28年度税制改正法案に規定することとされている。

今後は、衆参両院での審議を経て、税制改正法案を成立させる運びとなる。法案審議などにおいて、軽減税率の是非やその内容も含めて与野党で議論が行われ、次期通常国会で正式に改正内容が決定されることになるだろう。本稿では、消費税引き上げによる経済への影響の分析に加えて、税制改正大綱で公表された軽減税率の導入案について、経済へどのような影響があるか、また家計の負担構造がどのように変化するかについて分析した。

#### 2. 軽減税率導入を考慮した場合の消費増税の経済への影響

10%の消費税率が適用される17年4月前後には、消費増税による駆け込み需要とその反動が見込まれる。さらに、歳出の増加を伴わない消費税率の引き上げは、財・サービスの購入に際し消費者に追加の負担を求めるため、実質所得の減少を通じて実質消費を抑制させる。これらの影響から、消費増税直後の17年第2四半期は、前回増税時と同様にマイナス成長に陥るだろう。

一方、軽減税率が導入されれば、軽減税率の対象品目について、駆け込み需要とその反動が回避されるほか、実質所得の減少幅縮小を通じて経済成長率へのマイナス影響を緩和することが予想される。

ここでは、消費増税が行われた場合、①駆け込み需要とその反動による実質消費の増減（一時的効果）と、②実質所得減少などによる実質消費の低下（恒久的効果）がどの程度の規模で発生するか、また軽減税率を導入した場合、経済成長の経路がどのように変化するか分析した。

## (1) 駆け込み需要とその反動

### 前回増税時の駆け込み需要は 12 兆円程度

14年4月に消費税率が5%から8%に上昇した際に、駆け込み需要とその反動はどの程度発生したのか。財・サービス分類別にその規模を試算する。

簡易的に増税前後の移動平均値からのかい離幅が駆け込み需要に相当すると仮定すれば、14年第1四半期には、実質消費が平時と比べて+12.5兆円（年額換算、以下同じ）増加し、同年第2四半期には▲5.0兆円、第3四半期には▲4.5兆円減少した（図表1）。消費を耐久消費財、半耐久消費財、非耐久消費財、サービスの消費に分けると、駆け込み需要の規模として最も大きかったのは耐久消費財である。耐久消費財は、同年第1四半期に大規模な駆け込み需要が生じた<sup>1</sup>後、同年第2四半期以降、緩やかな反動減が認められる。

一方、非耐久消費財については、14年第2四半期は実質消費が大きく減少したものの、それ以降の影響は軽微であった。非耐久消費財は食料品や日用品など耐用年数が短い財で構成されているため、おおむね消費増税前後の2四半期で駆け込み需要とその反動は表れている。

### 次回増税時の駆け込み需要は 8 兆円程度

消費税率の上昇幅が前回の3%から2%になるため、17年増税時の駆け込み需要とその反動の規模が、前回増税時の2/3になるとすれば、実質消費は、17年第1四半期に平時と比べて+8.3兆円増加、同年第2四半期には▲3.4兆円、第3四半期には▲3.0兆円減少すると見込まれる。

ただし、次回増税時の駆け込み需要とその反動の規模は必ずしも前回の2/3になるとは限らない。14年の消費増税時に、消費者が自動車など耐久消費財を買い込んだことで、耐久消費財のストックが積みあがっている可能性がある。

実際に、普通自動車の新車販売台数の推移と、耐用年数を6年としたときの普通自動車のストックの推移をみると、過去のエコカー補助金や消費増税時の駆け込み需要の影響もあり、2012年以降、ストックの増加が続いている（図表2）。

一方、乗用車の保有台数の分布をみると、自動車保有の低下などを背景に保有台数の分布全体が下方にシフトしているものの、2015年における最近2年間に登録された自動車の保有台数は、14年消費増税前の駆け込み需要の影響もあり、比較的高い水準にある。

購入後の年数が浅い耐久消費財が多く残存していることを勘案すれば、次回増税時の駆け込み需要とその反動は上記の推計値よりも縮小する可能性がある。

図表 1

耐久財を中心に増税前後の消費に大きな波  
前回増税時の駆け込み需要とその反動



注：縦軸は7か月移動平均値からのかい離を表す。  
出所：内閣府「国民経済計算」より作成

図表 2

### 自動車のストックは増加

普通乗用車新車販売台数のフローとストック(上)  
、乗用車の登録年ごとの台数分布 (下)



注 1：上図は普通乗用車の新車販売台数、下図は軽を含む乗用車全体の保有台数の分布を示す。

注 2：下図の横軸は乗用車の登録後の経過年数を表す（10年であれば、9年1か月～10年経過となる）

出所：日本自動車販売協会「新車販売台数」、一般財団法人自動車検査登録情報協会「わが国の自動車保有動向」より作成

<sup>1</sup> Windows XP のサポート終了に伴う買い替えも駆け込み需要を押し上げたとみられる。

## 軽減税率により駆け込み需要の反動減は抑制

軽減税率の導入により、駆け込み需要とその反動減はどの程度抑制されるのだろうか。14年の増税前後の実績をもとに、食料品など非耐久消費財の駆け込み需要とその反動を推計すると、17年第1四半期の駆け込み需要は+1.3兆円、第2四半期のその反動は▲2.4兆円と算出される。酒類及び外食を除く食料品が非耐久消費財に占める割合はおよそ53%であるため、これに非耐久消費財の影響額を乗じると、軽減税率による駆け込み需要とその反動の抑制効果は、17年第1四半期は▲0.7兆円、第2四半期は+1.2兆円と予測される。

## (2) 実質所得減少などによる実質消費への影響

### 実質所得の減少以上に消費は抑制

消費増税を行えば、所得効果により実質消費が減少する。消費増税時の物価押し上げ分は2.0%程度であったとみられ、実質所得減少による消費の押し下げ額はおよそ▲6.0兆円と算出される。

一方、2010年から増税前の2013年第3四半期までのトレンドを伸ばすことで、消費増税による消費減少のインパクトを推計すると、消費増税実施直後の14年第2四半期では、実質消費はトレンド線から▲10.8兆円（前期比▲3.5%）の減少となった（図表3）。消費者が消費増税に敏感に反応し、実質所得の減少以上に消費を抑制したことも、消費押し下げ要因となったとみられる。

増税による物価上昇率を1.3%とすると、所得効果による実質消費の押し下げ額はおよそ▲4.0兆円となるが、前回増税時に消費者が実質所得の減少以上に消費を抑制したことを踏まえれば、17年の消費税率引き上げ（8%→10%）時には、消費はこれを上回る減少となる可能性がある。

### 軽減税率による景気浮揚効果は限定的

一方、軽減税率が導入されれば、外食及び酒類を除く食料品の物価上昇が回避される分、実質所得の減少による実質消費の低下は緩和される。軽減税率の導入により、17年消費増税による物価上昇率は1.3%から0.9%～1.0%程度に縮小するとみられ、実質消費の低下幅は▲5.9兆円（軽減税率がない場合は▲7.2兆円）と、軽減税率により1.3兆円分実質消費が増加することとなる（図表4）。<sup>2</sup>

ただし、このシナリオは軽減税率の代替財源が調達されないことが前提。軽減税率による税収減収分の全額が代替財源から調達されれば、軽減税率による税負担軽減分が、財源調達による税負担増加分とキャンセルアウトし、マクロでの所得効果は生じない。

軽減税率の財源については、安定財源を求めるとされている

図表3

増税直後に実質消費は約11兆円減少  
消費増税による実質消費への影響

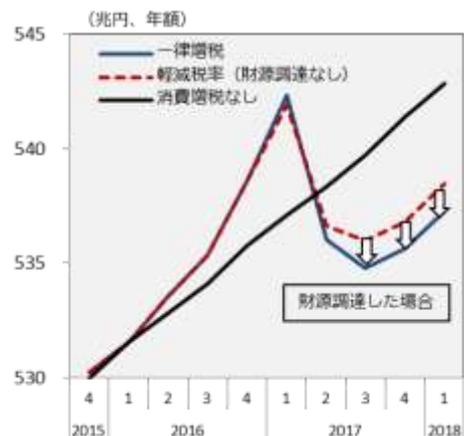


注：2011年第1四半期から2013年第3四半期までの実質消費をトレンドで回帰して作成。

出所：各種統計より三菱総合研究所作成

図表4

駆け込み需要とその反動はやや緩和  
軽減税率導入時の経済成長の経路



出所：各種統計より三菱総合研究所作成

<sup>2</sup> 所得効果や駆け込み需要による影響を厳密に峻別するのは難しく、これらの試算は相当程度幅を持つてみる必要がある。

ことから、軽減税率の経済効果は、消費増税による駆け込み需要を若干抑えることにとどまり、長期的な景気浮揚効果は極めて限定的となるだろう。

### 3. 軽減税率による負担構造の変化

代替財源調達による実質所得低下を無視すれば、家計は軽減税率導入による実質所得向上の恩恵を受けることになる。しかしながら、軽減税率による税負担緩和効果は、世帯属性ごとにばらつきがある。

財政中立を仮定すれば、軽減税率による歳入減少（世帯の実質所得向上）を他の政策による歳出増加（世帯の実質所得低下）で賄うことになるため、軽減税率導入により恩恵を受ける世帯と負担が増加する世帯が発生する。

ここでは、軽減税率導入による恩恵をどの世帯が受けるのかという観点から、年間世帯収入別、世帯主年齢階級別の食料品への支出割合を分析する。

#### 食料品への軽減税率は、必ずしも低所得者対策にならない

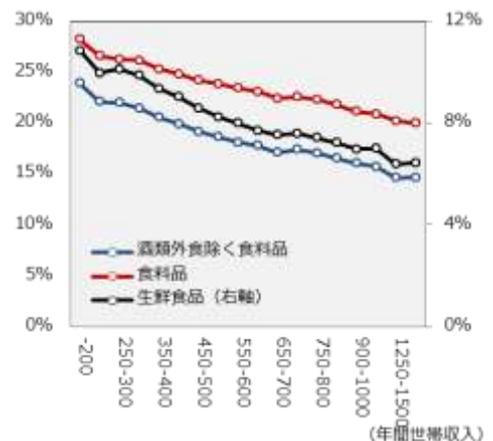
大綱では、「低所得者対策としての有効性などを勘案」した結果として、「酒類及び外食を除く飲食料品」と「新聞」を軽減税率の対象としたとされている。食料品が対象となった背景には、消費支出に占める食料品の割合が低所得者ほど高く、軽減税率が低所得者への逆進性対策になると考えられていることが背景にある。

しかしながら、食料品への軽減税率は、必ずしも低所得者対策にならない可能性がある。その理由は、広く指摘されているように、負担率でみた時には低所得者に恩恵が大きいものの、軽減された税額でみると高所得者ほど税負担の軽減額が多いことが挙げられる（図表 5、6）。負担率でみるべきか、負担額でみるべきか、ということは議論があるが、「額」でみて高所得者ほど税負担軽減額が多いことは、低所得者対策としての一つの問題点といえる。軽減税率を導入するよりも、軽減税率導入の財源を利用して低所得者に集中的に政策対応を行った方が、低所得者対策としての効果は高くなったであろう。

なお、対象品目の線引きについて、「生鮮食品」、「酒類及び外食を除く食料品」、「食料品」で所得階層ごとの支出割合をみると、「生鮮食品」は高所得者ほど支出割合が小さいため低所得者対策としての有効性が高くなる。また、「酒類及び外食を除く食料品」も生鮮食品ほどではないが「食料品」より高所得者の支出割合が小さくなった。対象品目から外れた酒類については所得階層間で支出割合に大きな差は見られなかったが、「外食」については高所得者ほど明らかに支出割合が高くなった。

図表 5

「率」では低所得者の負担感低下  
年間世帯収入別食料品支出割合



出所：総務省「全国消費実態調査」

図表 6

「額」では高所得者の負担減が顕著  
年間世帯収入階層別の推定年間負担軽減額

世帯年間収入／対象品目	食料品	酒類外食除く食料品	生鮮食品
-200	11,845	10,039	4,559
200-400	14,152	11,641	5,318
400-600	16,270	12,819	5,722
600-800	18,325	14,046	6,129
800-1000	20,123	15,265	6,655
1000-2000	23,125	17,129	7,570

注：世帯収入の単位は万円、負担軽減額の単位は円。  
出所：総務省「全国消費実態調査」より作成

## 同じ収入でも、高齢世帯ほど食料品支出割合が高い

食料品支出割合は、低所得者ほど高いと同時に、世帯主年齢階級が上がるほど高くなる（図表8）。このため、年間世帯収入と世帯主年齢階級をクロスにして、食料品への支出割合をみると、低所得者であっても平均より食料品支出が低い世帯が発生しうる。

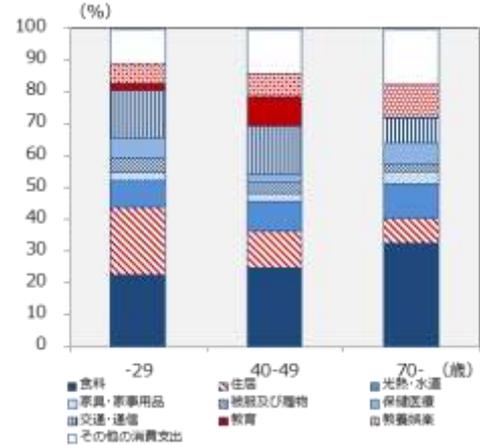
実際に、全世帯の消費支出に占める食料品の割合（23.0%）と比較すると、世帯年収が200万円未満かつ世帯主年齢が30歳未満の世帯の食料品支出割合（22.7%）が全世帯平均より低くなるなど、若年の低所得世帯にとって、軽減税率の恩恵は相対的に小さいことがわかる。

同じ低所得世帯であっても、若年世帯や中年世帯が高齢世帯より食料品への支出が少ないのはなぜか。世帯主年齢階級別に、年間収入が200万円未満の世帯の項目別支出割合をみると、若年世帯は住居費の割合が多く、中年世帯は教育費の割合が高くなっている（図表7）。

これらから、若年世帯は持ち家の所有率が少ないことで住居費に支出の多くを割かざるを得ず、中年世帯は子どもが成長するに伴い教育費への支出を増やさざるを得ないため、食料品の支出割合を抑えているものと推測される。また、高齢世帯は保健医療費への支出がやや多いものの、教育費や住居費、交通通信費への支出が少ないことから、収入の多くを食料品や教養娯楽費に費やしている。

図表7

若年・中年世帯は住居費や教育費への支出が多い  
世帯主年齢階級別の年間収入200万円未満世帯の支出項目の比率



出所：総務省「全国消費実態調査」より作成

図表8

財政中立を前提とすれば、若年低所得者は軽減税率で負担増に  
消費支出に占める食料品の割合

		負担感減 → 負担感増										
世帯主年齢階級／年間世帯収入		平均	-200	200-300	300-400	400-500	500-600	600-800	800-1000	1000-1250	1250-1500	1500-2000
負担感増 ↑	平均	23.0%	28.2%	26.4%	25.7%	24.5%	23.6%	22.6%	21.5%	20.9%	20.2%	20.0%
	-30	19.2%	22.7%	19.1%	19.4%	19.7%	19.6%	17.3%	18.1%	27.2%	18.1%	-
	30-39	22.0%	24.9%	22.6%	22.9%	22.8%	22.2%	21.8%	21.1%	20.5%	21.3%	19.9%
	40-49	22.8%	24.8%	23.9%	25.9%	24.6%	24.1%	23.3%	22.4%	21.0%	20.4%	20.1%
	50-59	21.3%	25.3%	25.7%	25.8%	24.6%	24.0%	22.0%	20.5%	19.9%	19.0%	19.0%
	60-69	24.1%	28.7%	27.5%	25.9%	25.0%	23.9%	23.0%	21.6%	22.2%	21.9%	20.9%
	70-	26.0%	32.5%	28.1%	27.2%	25.9%	25.0%	24.0%	24.1%	24.2%	22.5%	21.0%

注：塗りつぶしは、平均世帯より消費支出に対する食料品支出の割合が低い世帯を示している  
データの制約上、酒類及び外食を含む食料品全体の消費支出の割合としている  
出所：総務省「全国消費実態調査」より三菱総合研究所作成

## 貧しい世帯から裕福な世帯への所得移転となる可能性も

軽減税率の財源を他に求めない場合は、軽減税率の導入によっていずれの世帯も確実に税負担が減少する。しかしながら大綱では、安定的な財源を確保するとうたわれており、財源を他に求める予定だ。このため、財源の性質にもよるが、若年の低所得者など食料品割合が低い世帯は、税負担が相対的に重くなるだろう。

また、現在の税金は、社会保障支出などの歳出に足りておらず、今後いずれかの時期に、消費税率のさらなる引き上げが議論されることになるだろう。将来仮に、さらなる消費税率の引き上げが行われる場合、税率が一律であった場合と同じ税金を確保しようとするれば、軽減税率で穴が開いた税収分をさらなる標準税率の引き上げで賄わざるをえない。今後、軽減税率による税収減収分を標準税率の引き上げで賄えば、世帯主年齢が30歳未満で年間収入が200万円未満の貧しい家庭から、世帯主年齢が70歳以上で年間世帯収入が1,000万円以上の裕福な家庭への所得移転になるなど、むしろ特定の低所得者の負担を増加させる可能性がある。

## 4. まとめ

本稿では、消費税率引き上げと軽減税率導入による経済への影響、軽減税率導入による家計の負担構造の変化について分析を行った。得られた結論としては、以下のとおりである。第一に、軽減税率により駆け込み需要とその反動減は抑制されるものの、財政中立を仮定すれば軽減税率による景気浮揚効果は限定的である。第二に、世帯属性別の支出に占める食料品の割合は、若年低所得者で全世帯平均を下回るなど、軽減税率は貧しい世帯から裕福な世帯への所得移転となる可能性がある。

軽減税率導入に当たって、財政面での課題は多い。消費税法第1条第2項には、消費税の収入は「年金、医療及び介護の社会保障給付並びに少子化に対処するための施策に要する経費に充てるものとする。」と規定されている。急速に増えている社会保障支出を賄うためには、消費税収は足りておらず、今後いずれかの時期にさらなる消費税率引き上げに向けた議論が必要になるだろう。軽減税率を導入したことで、消費税率を一律とした場合と同一の税金を得るためには、標準税率のさらなる引き上げが必要となる。

代替財源をどこに求めるかという問題に加え、国と地方の税収減収分をどのように補填していくかなど、今後、代替財源の調達を巡って調整は困難を極めるだろう。軽減税率による税収の減収分を他からの増税分で賄おうとするれば、必ず負担が軽減する者と増加する者が生じる。政府は、軽減税率導入によって発生する各経済主体の負担構造の変化を正確に把握し、若年の低所得者世帯などに負担が偏らないよう配慮する必要があるだろう。

以上

《本件に関するお問合せ先》

株式会社 三菱総合研究所 〒100-8141 東京都千代田区永田町二丁目10番3号

政策・経済研究センター 坂本貴志 森重彰浩

電話：03-6705-6087 FAX：03-5157-2161 E-mail：takashi\_sakamoto@mri.co.jp

広報部 上岡・瀬戸口 電話：03-6705-6000 FAX：03-5157-2169 E-mail：media@mri.co.jp