

消

費増税まで9カ月を切った。現在の社会保障制度は、赤字国債に依存して運営されている。その構造を見直すためには、給付抑制だけでは限界があり、消費税率を引き上げていかざるを得ない。

ただ、2019年は世界経済成長率の減速が予想されている。米中の貿易摩擦や英国のEU離脱など懸念材料も多い。日本経済のけん引役である外需の先行き不透明感が強まる中、10月に予定される消費増税を乗り切るためにも、一定の経済対策は必要だ。

14年4月の消費増税に比べると、今回は税率引き上げ幅が小さい。軽減税率制度や教育無償化等も実施されるため、家計の負担は大幅に抑えられる。さらに19年度の政府予算案では、公共投資や自動車・住宅の購入支援、プレミアム付き商品券、キャッシュレス決済時のポイント還元制度など2・0兆円の対策が盛り込まれた。

マクロ計量モデルを用いて消費増税と関連施策による経済への影響を試算すると、19年度は各種施策の景気押し上げ効果が増税によ

数字は語る

大和総研
シニアエコノミスト
神田慶司

大規模な消費増税対策 家計や企業の経済活動に ゆがみを与える恐れ

2.0兆円

2019年度政府予算案に盛り込まれた 消費増税対策額

財務省予算関連資料

る悪影響をわずかに上回る。外需が腰折れしない限り、19年度の実質GDP（国内総生産）はプラス成長を維持するだろう。

だが、消費増税対策の中身を見ると、その目的は需要平準化や中小企業支援、低所得者対策、商店街活性化など複数あり、結果として総花的でばらまき色が強い。

例えば、ポイント還元制度は増税後9カ月間に限り実施されるが、中小小売店でキャッシュレス決済を行うと、増税幅を超える還元率でポイントが付与される。また、所得の多寡にかかわらず誰でも制度を利用でき、取得するポイントに上限がないなど、制度利用への強いインセンティブがある。

そのため、ポイント還元制度は需要平準化策の一つに位置付けられているが、終了前後に駆け込み需要と反動減が発生し、景気の振幅がかえって大きくなる恐れがある。それを回避しようと、制度を延長することにもなりかねない。

消費増税後の景気への目配りは必要だが、増税対策が家計や企業の経済活動にゆがみを与えないか注意すべきだ。