

2016年3月31日 全10頁

# 再延期？2017年消費増税に関する論点整理

## 消費税増税後の個人消費低迷の要因を探る

エコノミック・インテリジェンス・チーム  
エコノミスト 久後 翔太郎

### [要約]

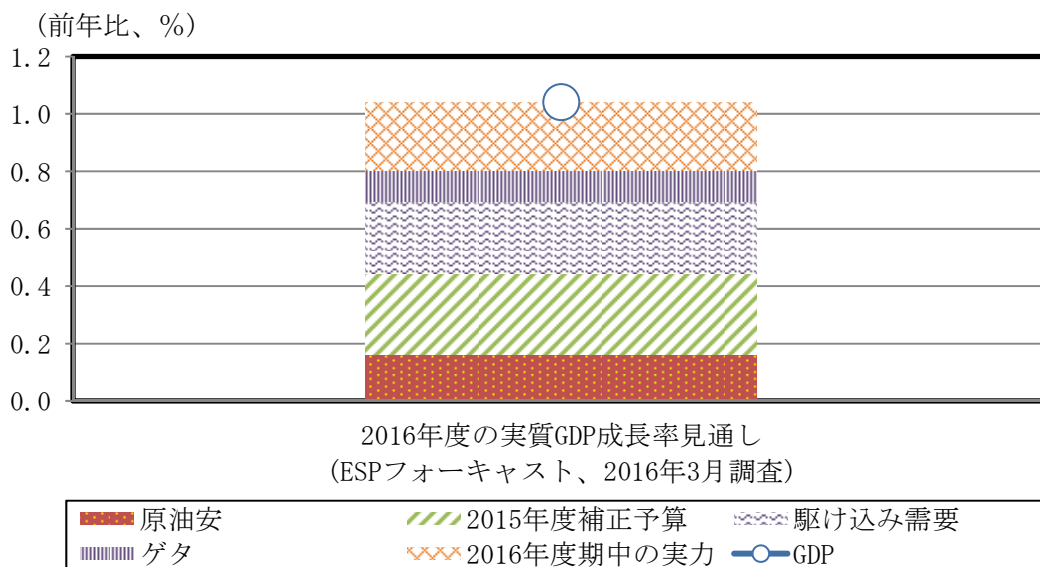
- 本稿では、2017年4月に予定される消費増税に関する論点を整理した。具体的には、1997年と2014年の増税時における個人消費の動きの違いを財・サービス別に分析し、その違いが生まれた要因を探ったうえで、2017年の増税時に起こりうる現象について考察する。
- 2014年増税後の個人消費の大きな特徴としては、①耐久財の回復力の弱さ、②サービス・非耐久財の下振れ、といった点が挙げられる。サービス・非耐久財の下振れは増税直後から観察された一方、耐久財の回復の弱さに関しては、増税後時間を経て顕在化している様子が見て取れる。
- 2017年4月の消費増税は、増税がない場合と比較して、実質GDPに対して、2016年度＝＋0.3%、2017年度＝▲0.6%程度の影響を与えるとみている。消費増税は駆け込み需要およびその反動減、実質所得の減少という経路を通じて個人消費や住宅投資を大きく変動させるだけでなく、在庫投資や輸入の動向にも影響を与えることとなる。また、軽減税率導入による個人消費の下支え効果は約1.1兆円(2017年度)と試算される。
- 最後に、2017年に消費税率を引き上げる場合に、政府に求められる対応を検討する。具体的には、①増税後のエコポイント制度・エコカー補助金などの消費喚起策の実施、②低所得者向け給付等の強化、といったことが重要であると考えられる。

## はじめに

本稿では、2017年4月に予定される消費増税に関する論点を整理した。具体的には、1997年と2014年の増税時における個人消費の動きの違いを財・サービス別に分析し、その違いが生まれた要因を探ったうえで、2017年の増税時に起こりうる現象について考察する。

足下の世界経済の下振れ懸念などを背景に、消費税率引き上げが再延期されるとの観測が高まっている。そこでまずは、増税判断を行ううえで重要な要素となる、2016年度の経済成長率の見通しを概観しよう。**図表1**は、2016年度の実質GDP成長率見通しと各種特殊要因による押し上げ効果を示したものである。本来であれば、2016年度は「原油安」、「2015年度補正予算」、「駆け込み需要」という特殊要因がプラスに働き<sup>1</sup>、実質GDP成長率が大きく押し上げられることが期待されたはずである。しかし、現在の見通しではこうした要因による下支え効果にも関わらず、2016年度の実質GDP成長率見通しは+1%程度にとどまるとの見方が大勢となっている。このことは、2016年度の本質的な経済成長見通しの弱さを意味し、実際上記の特殊要因に加え成長のゲタを除いた「2016年度期中の実力」の成長率は僅か+0.2%程度に留まっている。潜在成長率がわずか+0.5%程度と目される我が国の現状に鑑みれば、こうした低成長はむしろ巡航速度と捉えることができるが、2016年度の経済成長見通しの弱さは、消費税率引き上げの是非はともかくとして、安倍政権に消費増税という大きな政治的決断をためらわせるには十分な材料であろう。以下では、前回の増税後の個人消費の持ち直しの鈍さを分析することを通じて、2017年増税に関するインプリケーションを探りたい。

図表1：各種特殊要因の実質GDPへの寄与度(2016年度)



(注1) 「実力」はGDP成長率の予測値から各種効果とゲタを除いた値。

(注2) 「原油安」、「補正予算」、「駆け込み需要」の影響は大和総研のモデルによる試算値。「ゲタ」はESPフォーキャストをもとに計算した値。

(出所) 内閣府、日本経済研究センター統計より大和総研作成

<sup>1</sup> それぞれの特殊要因の効果の試算に関する詳細は、熊谷亮丸他「第188回日本経済予測(改訂版)」を参照されたい。

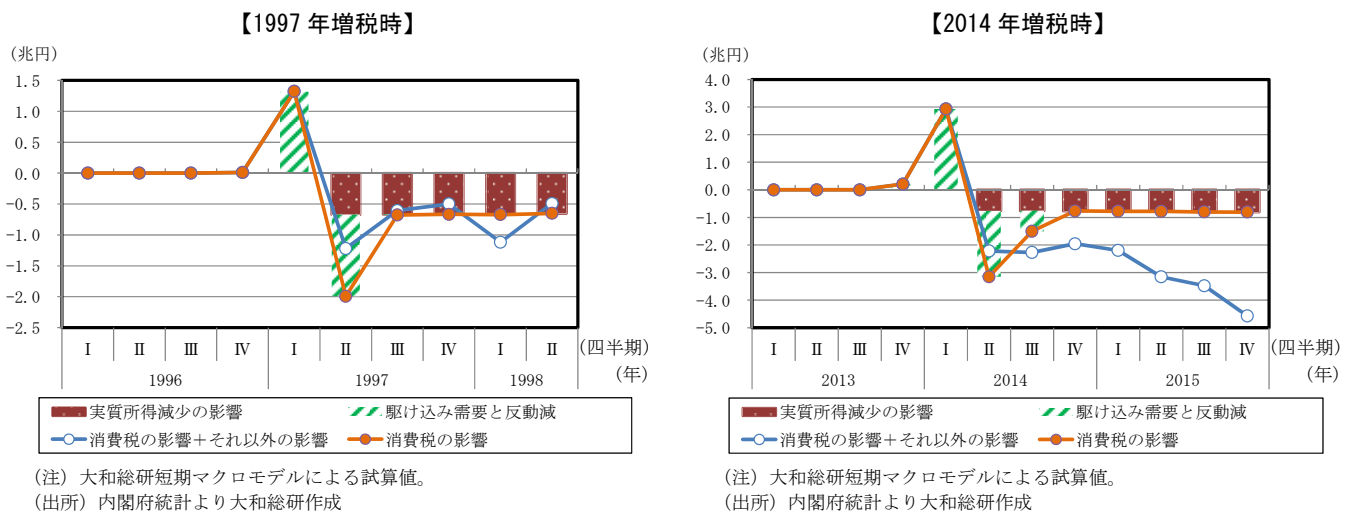
## 1997年と2014年の消費増税時の比較

### モデルシミュレーションの結果を大きく下回る個人消費の動向

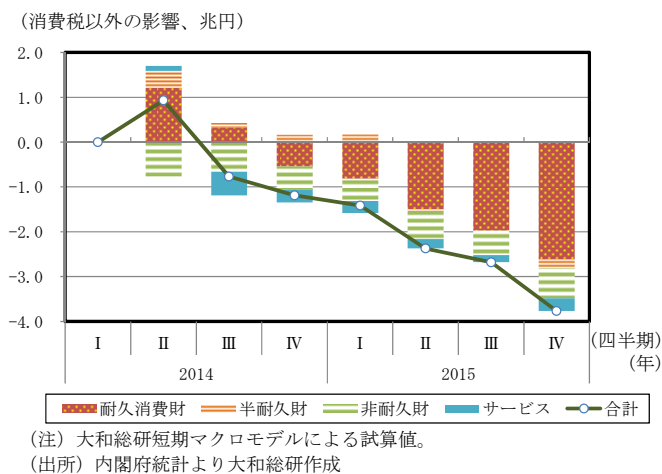
図表2は、当社のマクロモデルを用いたシミュレーションの結果を示したものである。同モデルでは、97年の消費増税後の個人消費の落ち込みは概ね再現できたが、2014年の増税後の実績はモデルシミュレーションの解から大きく乖離することとなった。こうした乖離の要因を財・サービス別に見たものが下段の図表である。

大きな特徴としては、①耐久財の回復力の弱さ、②サービス・非耐久財の下振れ、といった点が挙げられる。サービス・非耐久財の下振れは増税直後から観察された一方、耐久財の回復の弱さに関しては、増税後時間を経て顕在化している様子が見て取れる。以下では、こうしたモデルシミュレーションからの乖離について、所得環境や個別の財・サービス別の状況を精査することで、個人消費伸び悩みの原因を探っていこう。

図表2：過去の増税局面でのモデルシミュレーション<sup>2</sup>



### 【2014年増税時の各財・サービスへの消費税以外の影響】



<sup>2</sup> 1997年増税時には1996年12月までのサンプルを、2014年増税時には2013年12月までのサンプルを用いてパラメーターを設定し、シミュレーションを行った。

## 所定内給与の弱さが消費者マインドを下押し

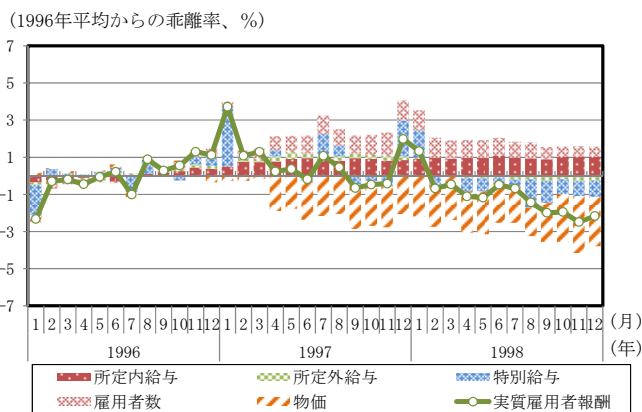
次に、個人消費の基調を捉えるうえで重要な指標である、実質雇用者報酬と消費者マインドの動きから得るインプリケーションをまとめたい。

実質雇用者報酬の動向を所得や雇用、物価によって要因分解すると、1997年の増税時(図表3左上)には雇用者数は伸び悩んだものの、「所定内給与」が底堅い動きを示していたことが確認できる。対照的に、2014年の増税時(図表3右上)は、雇用者数の増加が実質雇用者報酬を下支えする一方で、「所定内給与」はプラスには寄与していない。

こうした雇用・所得環境の違いは消費者マインドに影響を与えている。1997年の増税時(図表3左下)は、主として雇用環境の悪化が消費者マインドを大きく押し下げる要因として働いたものの、「暮らし向き」、「収入の増え方」といった所得関連の項目による押し下げ幅は小さかった。一方、2014年の増税時(図表3右下)は、労働需給のタイト化を背景に、雇用環境要因の下押しは小さいものの、①賃金の伸び悩みによる「収入の増え方」、②耐久財需要の先食いによる「耐久消費財の買い時判断」といった要因の下押し圧力が大きい。このように、消費者マインドの中でも2014年の所得環境が1997年よりも悪化していることが、2014年の増税後の消費の弱さに影響している可能性が指摘できよう。

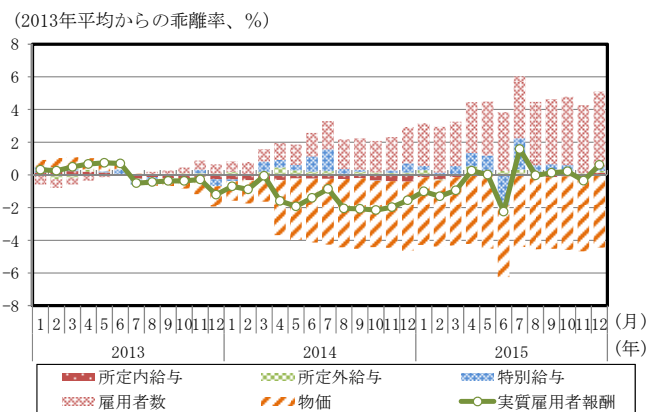
図表3：過去の増税局面で実質雇用者報酬と消費者マインド

【1997年増税時の実質雇用者報酬】



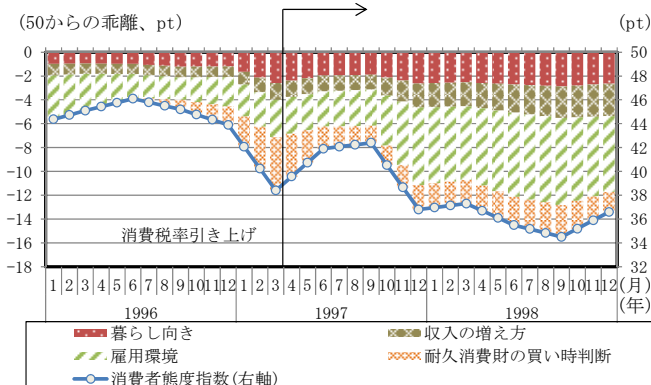
(出所) 厚生労働省、総務省統計より大和総研作成

【2014年増税時の実質雇用者報酬】



(出所) 厚生労働省、総務省統計より大和総研作成

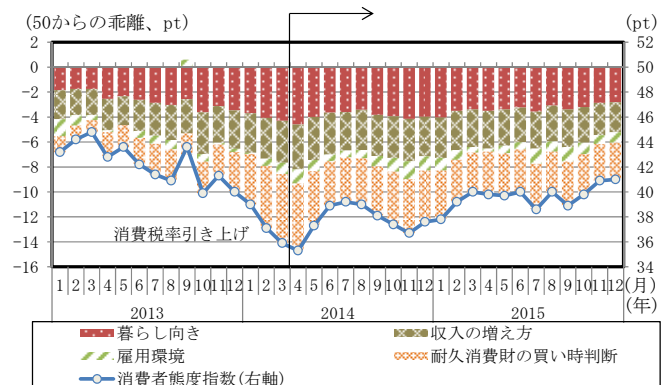
【1997年増税時の消費者マインド】



(注) 調査方法の変更による断層を調整済。

(出所) 内閣府統計より大和総研作成

【2014年増税時の消費者マインド】



(注) 調査方法の変更による断層を調整済。

(出所) 内閣府統計より大和総研作成

## 財・サービス別に見た個人消費の特徴とインプリケーション

サービス消費：所得関連項目に起因する消費者マインドの悪化が下押し要因として働く

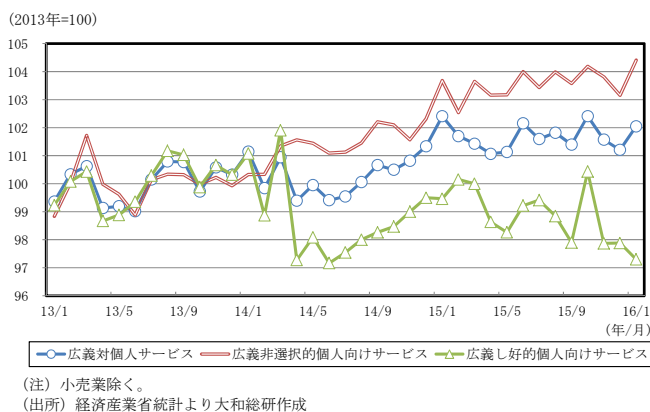
ここまで述べてきた過去の増税時の検証を踏まえたうえで、財・サービス別に2014年の増税時の特徴を捉えていくこととしよう。

まず、既述の消費者マインドの悪化は、特にサービス消費の持ち直しの鈍さに影響した可能性が指摘できる。**図表4**は、広義対個人サービスの動きを、「非選択的サービス」と「嗜好サービス」に分けて見たものである。「非選択的サービス」とは、医療のような生活を営む上で必要不可欠なサービス、「嗜好サービス」とは、旅行や娯楽のような不要不急のサービスへの支出である。両者の動きを確認すると、増税後に嗜好サービスが大きく水準を切り下げた一方で、非選択的サービスは高齢化に伴う医療サービスの拡大などを受けて上昇トレンドにあり、増税後も大きな変化は見られていない。

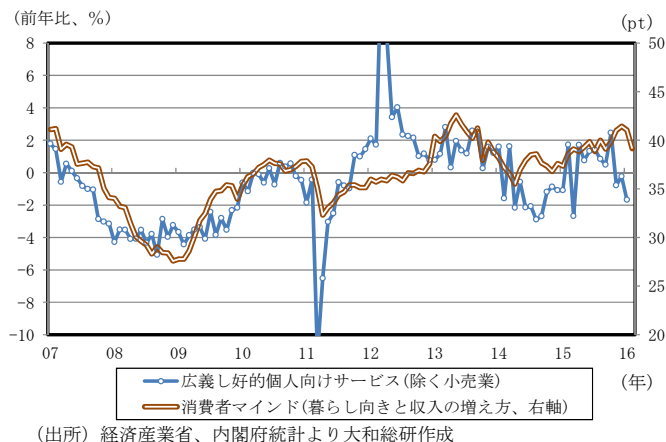
こうした嗜好サービス縮小の背景には、先に指摘した所得関連項目に起因する消費者マインドの悪化が影響している。**図表5**は、嗜好サービスと消費者マインド(暮らし向きと収入の増え方)の推移を示したものであるが、両者の連動性の高さが確認できるだろう。これらのデータからは、増税後に消費者マインドが弱まったことが嗜好サービスへの支出減少に直結したものと推察されよう。

したがって、2017年の増税時において、家計が先行きの所得増加に自信を持てるか否かが、増税後のサービス消費(特に嗜好サービス)の持ち直しのテンポを決定する要因になると考えられる。ただし、企業収益の伸び率鈍化などを背景に、足下ではここ数年見られたような賃上げ機運がやや後退している。2017年の消費増税以降のサービス消費を維持させるためには、先行きの所得環境の改善が最大のカギを握っているのである。

図表4： 広義対個人サービスとその内訳



図表5： 消費者マインドと嗜好サービス



## 耐久財：過去の経済対策による需要先食いの反動が影響

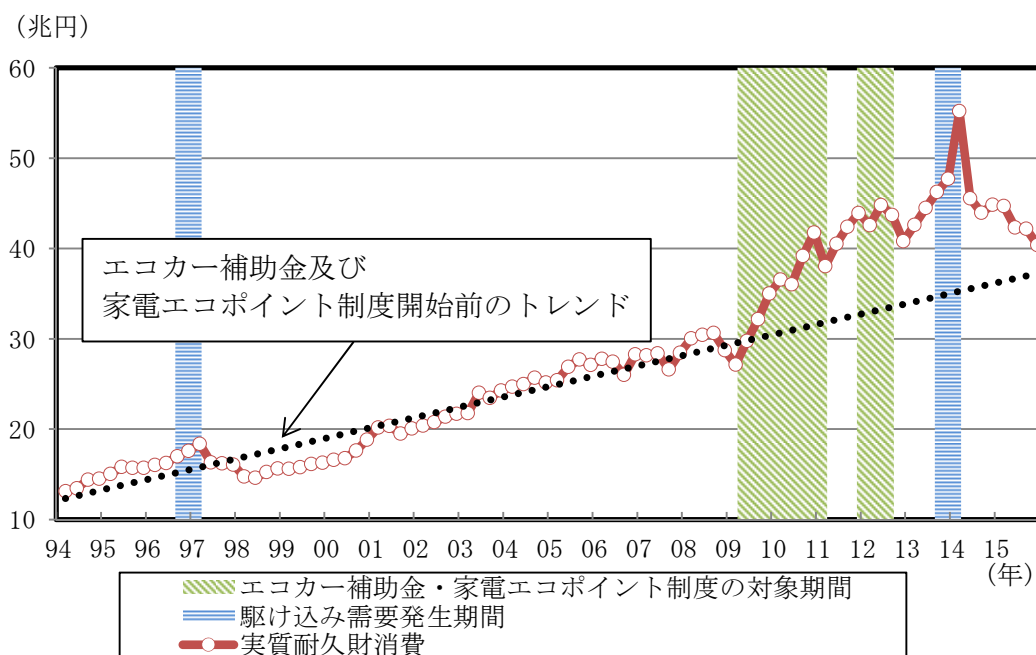
続いて、耐久財消費の動きについて確認していこう。

前掲**図表 2**で耐久財消費の動きを見ると、2014年7-9月期までは理論値を上回る推移が続いていたことが分かる。この期間は概ね増税前の駆け込み需要に続く反動減が発現する時期であり、耐久財の反動減の影響は想定以下であったと評価できる。しかし、反動減の影響が一巡した後の戻りの鈍さは想定外であったといえよう。

耐久財の回復力の弱さの主因として、過去の度重なる景気対策によって需要が先食いされたことが挙げられる。**図表 6**は実質耐久財消費の推移を示したものである。リーマン・ショック後の急激な景気後退への対策として導入されたエコカー補助金や家電エコポイントが始まって以降、実質耐久財消費は過去のトレンドを大幅に上回る推移が続いてきた。一方、この間、実質雇用者報酬が伸び悩んでいたことを考慮すると、所得対比で見た増税前までの耐久財消費は強すぎたと言えるだろう。こうした需要先食いの反動が増税後に顕在化したのだと考えれば、増税後の耐久財消費の回復力の弱さも説明がつく。

以上の考察から、2017年の増税時に向けて次のようなインプリケーションを得ることができる。リーマン・ショック後の経済対策時に購入された買い替えサイクルの短い耐久財を中心に、2017年の増税時において買い替え需要が発生しやすい。さらに、需要先食いによって耐久財消費が過去のトレンドよりも上振れしていることを勘案すると、2014年の増税時と同様、増税後の調整局面は長期化する可能性があるだろう。

図表 6：実質耐久財消費の動き



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

## 非耐久財：軽減税率が家計の急速な行動変化を緩和する公算

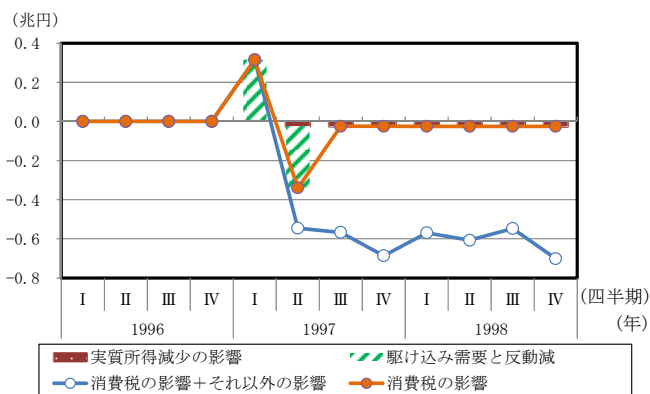
財・サービス別の動向としては、増税後の非耐久財の動きの特徴も注目に値する。

もともと非耐久財は異時点間の代替性が小さいことから、駆け込み需要と反動減の影響は他の財と比較して小さいはずである。加えて、所得弾性値も低いことから、実質所得の減少が非耐久財消費に与える影響についても限定的と考えられる。

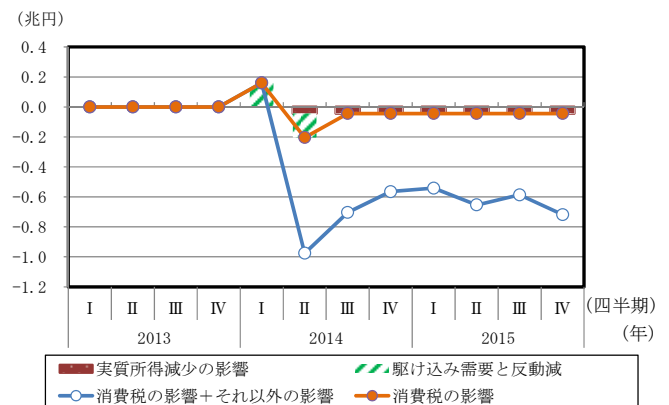
しかし、現実には、1997年と2014年のいずれのケースでも、過去の推計式では説明できないほど大きな落ち込みが見られている。すなわち、増税後の実質購買力の低下に伴い、家計は想像以上に財布の紐をきつく締める傾向があったものと推察される。

ただし、2017年の増税時には、こうした傾向は緩和されると考える。今回は軽減税率の導入が決定しているためである。非耐久財の大部分を占める食料品の大半において、現行の税率が維持されることになる。食料品は家計にとって購入頻度の極めて高い消費財であり、軽減税率は家計の痛税感を緩和させる効果を持つとみられる。このため、過去の増税局面で発生した非耐久財の駆け込み需要およびその反動減は、2014年の増税時ほど大きなものにはならないと想定される。

図表7：増税局面における非耐久財の動向



(注) 大和総研短期マクロモデルによる試算値。  
(出所) 内閣府統計より大和総研作成



(注) 大和総研短期マクロモデルによる試算値。  
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

## 2017年の消費増税の影響に関する試算

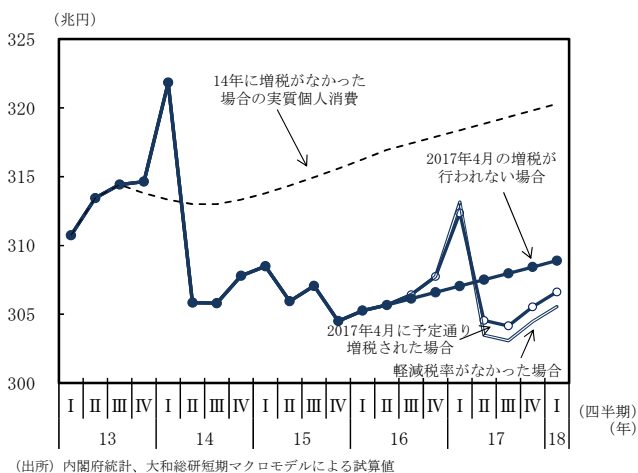
軽減税率による2017年度の個人消費の下支え効果は約1.1兆円

次に、2017年の消費増税の影響に関する試算を提示しよう。

2017年4月の消費増税は、増税がない場合と比較して、実質GDPに対して、2016年度＝＋0.3%、2017年度＝▲0.6%程度の影響を与えるとみている。消費増税は駆け込み需要およびその反動減、実質所得の減少という経路を通じて個人消費や住宅投資を大きく変動させるだけでなく、在庫投資や輸入の動向にも影響を与えることとなる。

一方、軽減税率導入による個人消費の下支え効果は約1.1兆円(2017年度)と試算される。軽減税率の対象は家計の購入頻度が高い食料品が中心であり、家計の痛税感を緩和させる効果が期待できる。軽減税率による景気下支え効果は、主として実質所得減少の影響緩和を通じて発揮されるものと考えられる。

図表8：2017年増税局面における個人消費の見通し



軽減税率がある場合			
金額(兆円)			
	2015年度	2016年度	2017年度
実質GDP	-	1.3	-3.1
民間最終消費	-	1.7	-3.0
増税がないケースからの乖離(%)			
	2015年度	2016年度	2017年度
実質GDP	-	0.3	-0.6
民間最終消費	-	0.6	-1.0
軽減税率がない場合			
金額(兆円)			
	2015年度	2016年度	2017年度
民間最終消費	-	1.9	-4.1
増税がないケースからの乖離(%)			
	2015年度	2016年度	2017年度
民間最終消費	-	0.6	-1.3
軽減税率による個人消費の下支え効果			
金額(兆円)			
	2015年度	2016年度	2017年度
民間最終消費	-	-0.2	1.1
乖離率(%)			
	2015年度	2016年度	2017年度
民間最終消費	-	-0.1	0.3

(出所) 大和総研作成



## 求められる政策対応

最後に、以上のようなポイントを踏まえたうえで、2017年に消費税率を引き上げる場合に、政府に求められる政策対応を検討し、本稿を締め括りたい。

### ①耐久財対策

初めに、耐久財対策について考える。上記の分析で指摘した通り、過去の経済対策に伴う需要の先食いの結果、耐久財は増税後低調な推移が続いており、このことが消費税率引き上げ後の個人消費全体の停滞の主因となった。2017年に消費税率が引き上げられると、再び急激な駆け込み需要が起こり、谷は一層深くなる可能性がある。こうした変動を平準化する対策が求められよう。

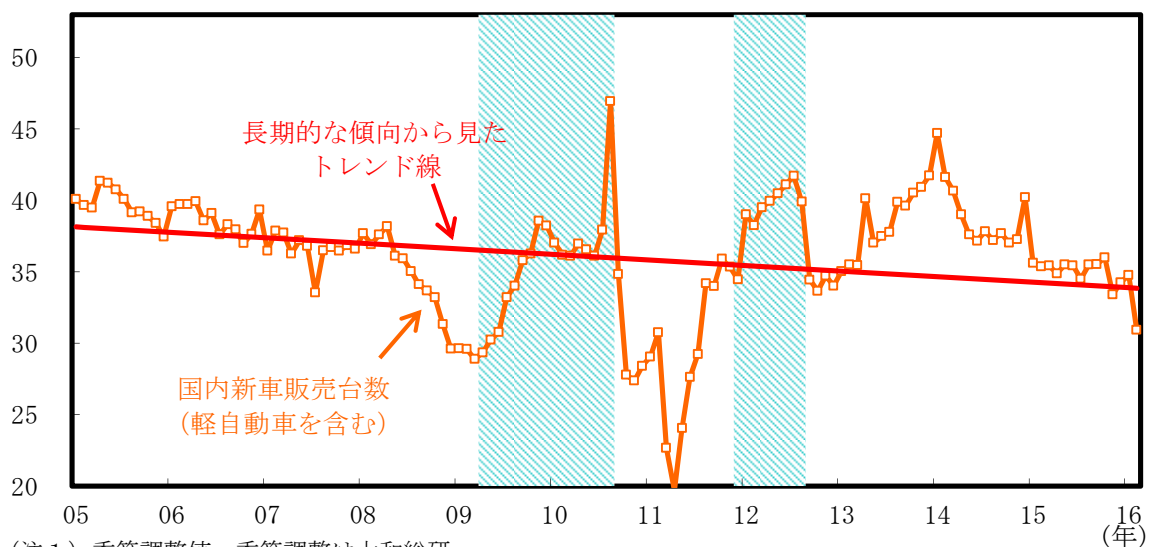
#### 【案】増税後のエコポイント制度・エコカー補助金などの消費喚起策の実施

考えられる対策としては、増税後にエコポイント制度・エコカー補助金を時限的に復活させることが挙げられる。こうした対策を早期にアナウンスすることによって、消費税率引き上げを前提としている家計の消費計画を変化させ、消費行動を平準化させようという試みである。具体的には、①駆け込み需要と反動減の規模を抑える、②増税後の耐久財の調整の進展を遅らせ、その間に景気回復を実現できる、といった効果が期待できる。

耐久財の駆け込み需要が早いもので10-12月期から出てくることを考えると、アナウンス効果を国民に浸透させるためには遅くとも7-9月期までに制度案を公表する必要がある。なお、過去の同様の制度を確認すると、制度の終了前後に駆け込み需要と反動減が発生したことから（図表9）、ポイントの還元率を最低限に抑えることや、段階的に制度を終了させるなど、駆け込み需要を抑制するために、細かな制度設計が重要となるだろう。

図表9：新車販売台数の推移

(万台)



(注1) 季節調整値。季節調整は大和総研。

(注2) シャドローはエコカー補助金対象期間。

(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

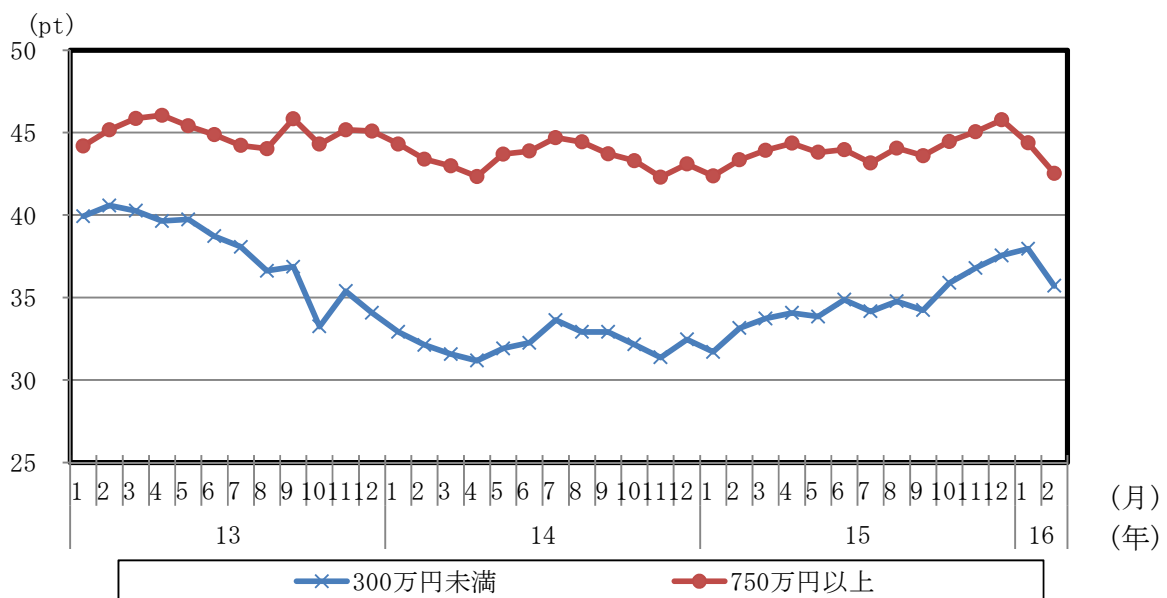
## ②低所得者対策等

次に、増税後の景気低迷懸念に対応する形での、低所得者対策等について検討しよう。

### 【案】低所得者向け給付等の強化

本稿での分析結果をもとにすると、低所得者向け給付の強化は検討に値する。**図表 10**は、所得階級別に消費者マインドの動きを示したものである。高所得者(年収 750 万円以上)世帯のマインドには増税前後で大きな変化は見られず、増税後も底堅い推移が続いている。一方、低所得者(300 万円未満)のマインドは増税前から悪化傾向が顕著となり、増税後もしばらく底這いで推移が続いた。このようなマインドの動きの差は、低所得者世帯が相対的に増税への抵抗感を強めていたことを示唆している。実際、低所得者層では消費税率引き上げ後の消費の抑制傾向が特に顕著に観察されており、増税への抵抗感がダイレクトに消費の減少に繋がった格好となった。次回の増税局面でも、同様の傾向が観察される蓋然性が高いことから、低所得者に対する一定の配慮が不可欠であろう。このように考えると、現在政府が検討していると言われる「低所得者向けの商品券配布」には、増税対策として一定程度個人消費の落ち込みを緩和する効果が期待できる。また、増税後の嗜好サービス消費の落ち込みの緩和策としては、地方創生に向けた取り組みと連携する形で、レジャーや娯楽消費を対象としたクーポンを配布するといった措置も検討に値するだろう。

図表 10 : 所得階級別の消費者マインド(暮らし向きと収入の増え方の平均)



(注) 大和総研による季節調整値。

(出所) 内閣府統計より大和総研作成