

2026 年 10 月 19 日 全 7 頁

飲食料品の消費減税による消費行動への影響

買い控え・反動増は限定的。外食支援策は実態を見極めた対応を

経済調査部 チーフエコノミスト 神田 慶司
エコノミスト 龐 鈞文

[要約]

- 消費税・支援金法が成立すれば、2027 年 4 月から 2 年間、飲食料品の消費税率は 8% から 1%へと引き下げられる。過去の消費増税時の需要変動を財・サービス別に分析すると、耐久財では大きかった一方、飲食料品の動きは比較的安定していた。今回は時限的な減税のため、所得効果を通じた消費押し上げ効果は限定的とみられる。
- 飲食料品を保存性などから 3 つに区分すると、2014 年の増税直前には飲食料費の約 35%を占める「保存可能食品」で駆け込み需要が目立った。だが、その大きさには品目差があり、粉ミルクや魚介の缶詰、しょう油などで顕著だった一方、冷凍調理食品やドレッシング、スナック菓子などの動きは比較的鈍かった。また、増税前には将来消費する分まで購入を前倒ししやすい一方、減税前には日々の生活に必要な飲食料品の購入を長期間先送りすることは難しい。そのため減税前の買い控えは、増税前の駆け込み需要ほど大きくなりにくいだろう。
- 飲食料品と外食の税率差は拡大するが、実際の価格差は減税分の価格転嫁などに左右され、外食需要と相対価格も必ずしも連動しない。減税による家計の購買力増加が外食需要を下支えする可能性もあり、プレミアム商品券などの外食支援策は減税後の価格・需要動向を見極めた上で、必要性や規模を判断することが重要だ。

1. 飲食料品の消費減税、所得効果も需要変動も限定的か

1997 年と 2014 年の消費増税時には物価と個人消費が大きく変動

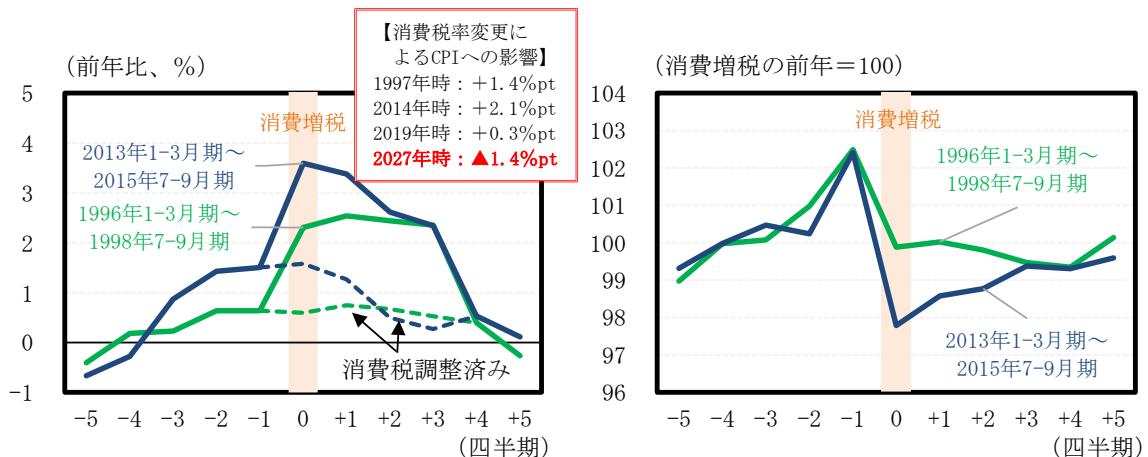
高市早苗政権は 2026 年 10 月 9 日に消費税・支援金法案¹を閣議決定し、臨時国会に提出した。成立すれば、軽減税率対象の飲食料品の消費税率は 2027 年 4 月 1 日から 2 年間、現行の 8%から 1%へと引き下げられる。

¹ 正式名称は「租税及び社会保険料による負担の軽減のための飲食料品に係る消費税率の臨時的な引下げ及び就業者負担軽減支援金の支給に関する法律案」。詳細については概要資料（[内閣官房「『租税及び社会保険料による負担の軽減のための飲食料品に係る消費税率の臨時的な引下げ及び就業者負担軽減支援金の支給に関する法律案』について」](#)、2026 年 8 月）を参照。

1989年4月に導入された消費税の税率は、これまでに3回引き上げられた。1997年4月（3%→5%）と2014年4月（5%→8%）に消費増税が実施された際は、いずれも消費者物価指数（CPI）上昇率や個人消費が大きく変動した（図表1）。

2019年10月（8%→10%）の消費増税では、軽減税率の導入で飲食料品などの税率が据え置かれたほか、幼児教育・保育の無償化が実施されたため、CPI上昇率の直接的な押し上げ幅は小さかった（前年比+0.3%pt）。また、駆け込み需要と反動減の規模が想定以上となった前回増税時の経験などを踏まえ、需要平準化対策も実施された。

図表1：消費増税前後のCPI上昇率（左）と個人消費（右）の推移



（注）飲食料品の消費税率が引き上げられた1997年・2014年前後の推移を掲載。左図のCPIは総合ベース。2027年4月に実施予定の消費減税によるCPI上昇率への直接的な影響は、山口茜（2026）の試算に基づく。その他の消費増税時には、総務省試算の消費税調整済み指数の前年比から算出（増税実施月は一部品目で税率変更が反映されないため、5月から翌年3月までの平均値）。右図は実質家計最終消費支出の季節調整値。

（出所）内閣府、総務省、山口（2026）より大和総研作成

法案のように2027年4月に実施される場合、今回は消費税率の「引き下げ」であり、対象が飲食料品に絞られ、時限的に実施されるという点で、これまでとは大きく異なる。今回のCPI上昇率への直接的な影響は前年比▲1.4%ptと試算され、1997年4月（同+1.4%pt）と同程度の変動幅が見込まれるため（図表1左）、減税後に需要が喚起されたり、税率の変更前後で買い控え・反動増が発生したりする可能性がある。また、外食の消費税率は10%で据え置かれることから、飲食料品との税率格差の拡大により、外食を抑える動きが広がるのが外食業界などで懸念されている。

消費税率変更による消費行動への影響は「所得効果」「代替効果」「裁定効果」の3つ

標準的なライフサイクル・恒常所得仮説に基づく、消費税率の変更が消費行動に及ぼす影響は、「所得効果」と「異時点間の代替効果」に大別できる。これらに加え、耐久財や保存可能な財では、税率変更前後の価格差を利用して購入時期を変更する「時点間の裁定効果」も生じる（宇南山（2018）、Barrell and Weale（2009）など）。

所得効果は、税率変更に伴う生涯実質可処分所得の変化を通じて消費水準を変化させる効果

である。異時点間の代替効果は、現在と将来の相対価格の変化に応じて消費の時期を変更する効果である一方、時点間の裁定効果は消費ではなく購入の時期を変更する効果であり、増税前（減税前）の買いだめ（買い控え）として表れる。裁定効果の大きさは財の耐久性や保存性に左右され、耐久財や保存可能な財では購入と利用・消費の時期をずらせるが、生鮮食品やサービスではその余地が小さい。実際に観察される駆け込み需要・反動減は、代替効果と裁定効果の双方が含まれ得る。

過去の日本の消費増税時の所得効果や駆け込み需要・反動減は、内閣府（2015）や堀井（2015）などでも指摘されている。さらに、Cashin and Unayama（2016）は2014年4月の消費増税を恒久的な負の所得ショックと捉え、消費は資産を含む生涯実質可処分所得（生涯資源）の減少におおむね比例して減少したと報告している。Cashin and Unayama（2021）は1997年4月の消費増税について、耐久財や保存可能な非耐久財への支出が増税前に大幅に増加した一方、保存できない非耐久財への影響は限定的であり、観察された支出変動には耐久財の購入前倒しや保存可能財の買いだめが大きく寄与したことを明らかにしている。

欧州では、消費税に相当する付加価値税（VAT）の税率を時限的に引き下げた事例がある。例えば、Bachmann et al.（2026）による2020年のドイツの時限的なVAT減税の分析では、減税による支出押し上げ効果は耐久財で大きく、半耐久財でも確認された一方、非耐久財では統計的に有意な支出増は確認されなかった。

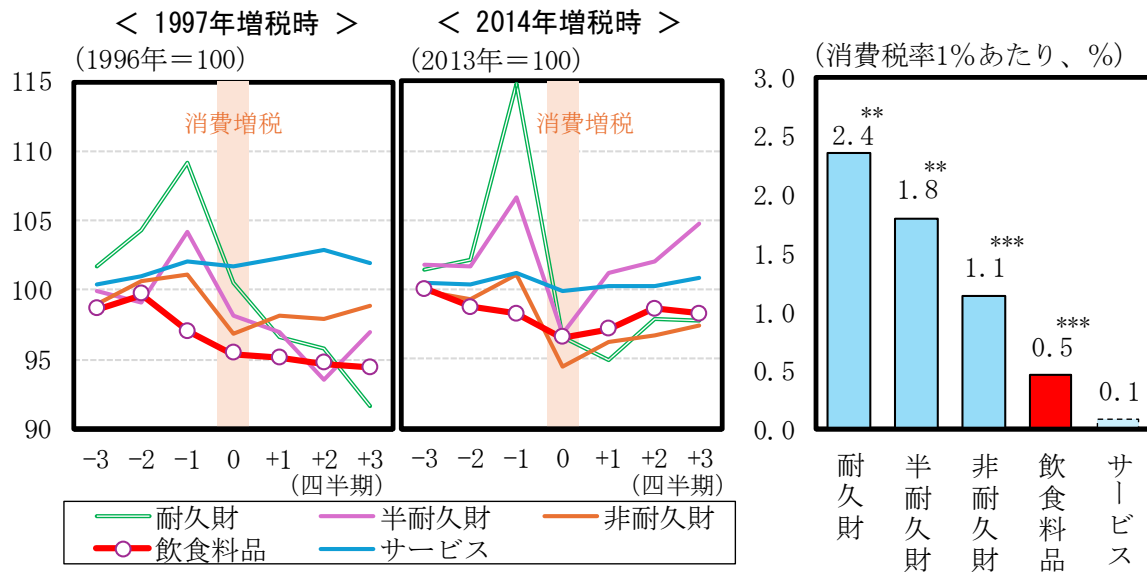
飲食料品の時限的な消費減税による所得効果は限定的で、需要変動もかなり小さい可能性

こうした先行研究は、消費税率の変更に伴う消費行動が財の耐久性や保存性によって異なることを示唆している。実際、1997年と2014年の消費増税時の国内家計最終消費支出の実質額を財・サービス別に見ると、とりわけ耐久財で増税前後に駆け込み需要と反動減が見られ、半耐久財や非耐久財でも需要が変動した（**図表2左・中央**）。一方、非耐久財のうち飲食料品に絞ると、需要は安定的に推移し、サービスでも同様だった。

もっとも、家計の消費行動は価格だけでなく、所得や純金融資産、人口動態などの影響も受ける。そこで、消費関数を財・サービス別に推計し、これに1997年と2014年の増税前後1四半期を対象としたダミー変数を加えることで、駆け込み需要・反動減の平均的な大きさを推計した結果が**図表2右**である。消費税率1%あたりの消費への影響は、耐久財で2.4%、半耐久財で1.8%、非耐久財で1.1%であるが、飲食料品については0.5%にとどまり、サービスは統計的に有意でなかった。

前述のように、2027年4月に実施される可能性のある今回は、飲食料品を対象とする時限的な消費減税である。対象が限定され、生涯実質可処分所得への影響も小さいことから、所得効果を通じた消費全体への影響は限定的とみられる。需要変動が生じるとしても、主として代替効果や裁定効果によるものと考えられるが、飲食料品の需要が過去の増税時にも比較的安定していたことを踏まえると、その度合いはかなり小さいだろう。

図表 2：財・サービス別に見た消費増税前後の実質消費額の推移（左・中央）、消費増税による需要変動の大きさ（右）



(注) 財・サービス別の実質消費額は SNA ベースで、内閣府による季節調整値。飲食料品は SNA 上の「食料・非アルコール飲料」で、大和総研による季節調整値。右図は、実質可処分所得や実質純金融資産、人口動態などを説明変数とした消費関数を財・サービス別に推計し、これに 1997 年と 2014 年の増税前後 1 四半期を対象としたダミー変数（増税幅の違いを考慮）を加えることで、駆け込み需要・反動減の平均的な大きさを推計。推計期間は 1994 年 4-6 月期～2018 年 10-12 月期で、「***」は 1%水準、「**」は 5%水準で統計的に有意。サービスは統計的に有意でないため破線で示している。

(出所) 内閣府、日本銀行、総務省より大和総研作成。

2. 飲食料品減税による品目別の需要変動と外食への影響

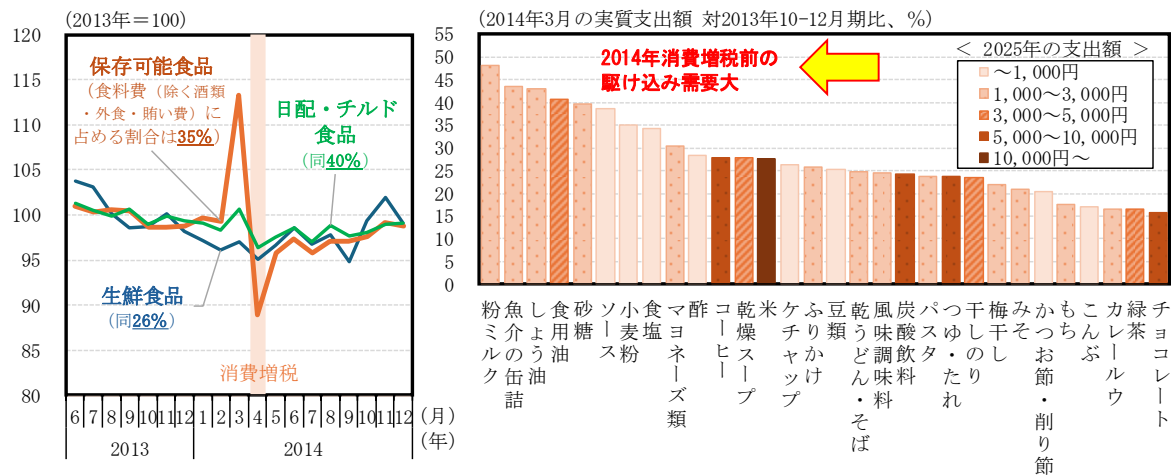
「保存可能食品」でも需要変動の大きさには品目差

もともと、飲食料品全体では需要変動が小さいとしても、個々の品目まで一様とは限らない。とりわけ、税率変更を見越して購入時期をずらせるかどうかは、財の保存性などによって異なると考えられる。

そこで、総務省「家計調査」の飲食料品（酒類・外食・賄い費を除く食料）に掲載されている品目を、①生鮮食品、②日配・チルド食品（パン、乳卵類、加工肉、調理食品等）、③保存可能食品（米、油脂・調味料、飲料、冷凍食品等）の 3 区分に整理した（図表 3 左）。2025 年の飲食料費に占める割合は、それぞれ約 26%、約 40%、約 35%である。このうち保存可能食品は消費支出総額の約 8%を占める。

3 区分別の実質支出額の推移を見ると、2014 年 4 月の消費増税前には保存可能食品の増加が目立ち、とりわけ直前の 3 月に駆け込み需要が集中した。一方、生鮮食品や日配・チルド食品の変動は相対的に小さかった。こうした動きは、保存可能食品ほど購入時期を前倒ししやすく、買いだめによる裁定効果が表れやすいという見方と整合的である。

図表 3：保存可能性等による飲食物品 3 区分の実質支出額の推移（左）、「保存可能食品」のうち駆け込み需要が大きかった上位 30 品目（右）



(注) 左図は家計調査における食料（除く酒類・外食・賄い費）の品目を、①生鮮食品、②日配・チルド食品（パン、乳卵類、加工肉、調理食品等）、③保存可能食品（米、油脂・調味料、飲料、冷凍食品等）、の3区分に整理。実質支出額は大和総研による季節調整値。CPI は二人以上世帯の消費支出から作成されていることを踏まえ、二人以上世帯ベースの支出額を CPI の該当品目で実質化（図表中に示した支出割合は総世帯ベースで2025年）。右図は、保存可能食品の駆け込み需要が2014年3月を中心に発生したことを踏まえ、2013年10-12月期の実質支出額からの乖離率を駆け込み需要の大きさとして示した。品目名が「他の…」で中身が不明確なものを除く上位30品目（保存可能食品の対象品目の約4割）を掲載。

(出所) 総務省より大和総研作成

さらに、保存可能食品の中でも、駆け込み需要の大きさにはばらつきがある。保存可能食品に分類した品目のうち、駆け込み需要が大きかった上位30品目（対象品目の約4割）をまとめたのが図表3右である。

特に増加率が大きかったのが、粉ミルク（48.2%）、魚介の缶詰（43.5%）、しょう油（43.1%）で、食用油、砂糖、ソースなども大幅に増加した。一方、即席麺（10.7%）やジャム（8.0%）、冷凍調理食品（5.7%）、ドレッシング（3.9%）、スナック菓子（0.7%）などの動きは比較的鈍かった。長期保存が可能であっても、必ずしも大規模な買いだめが生じたわけではない。駆け込み需要の大きさには、保存性に加えて、普段の購入量やまとめ買いのしやすさなど、品目ごとの特性も影響したとみられる。このため、2027年4月に消費減税が実施される場合、保存可能食品の買い控えの程度は品目によって異なるだろう。

また、減税前の買い控えは、増税前の駆け込み需要ほど大きくなりにくいとみられる。増税前には将来消費する分まで購入を前倒ししやすい一方、減税前には日々の生活に必要な飲食物品の購入を長期間先送りすることは難しいためだ。

今回の時限減税では、2027年春の開始時には買い控え・反動増、2029年春の減税終了時には反対に駆け込み需要・反動減が生じる可能性がある。もっとも、過去の増税時の飲食物品の動きや対象品目の消費支出に占める割合を踏まえると、いずれも個人消費全体を大きく変動させるほどの規模にはならないとみられる。

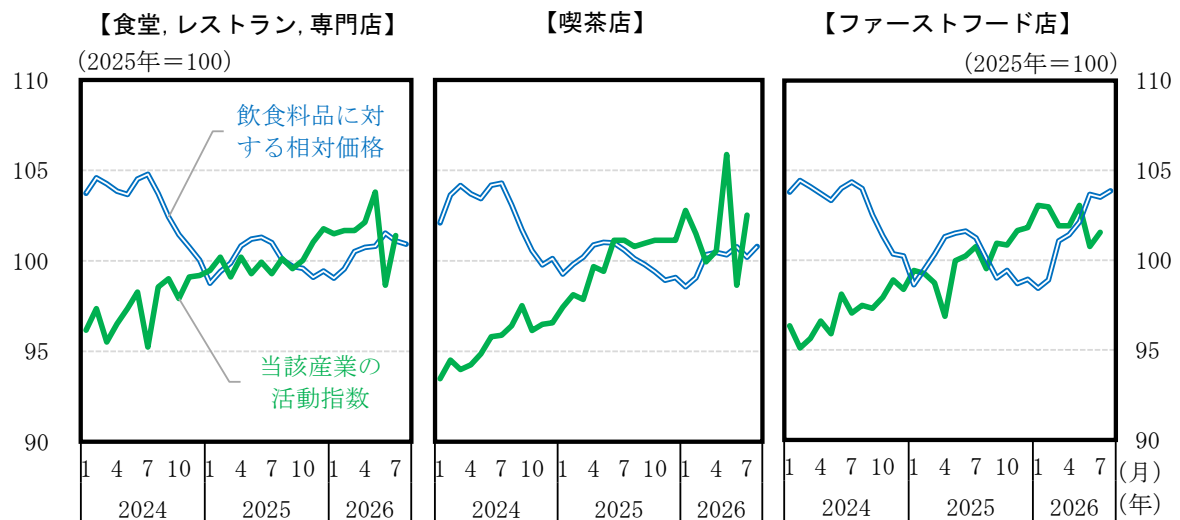
外食需要への影響は税率格差だけでは決まらず、支援策は慎重な検討が必要

もう 1 つの論点は、飲食料品と外食の税率格差の拡大である。飲食料品の税率が 1%へと引き下げられる一方、外食が 10%に据え置かれれば、内食への需要シフトが懸念される。ただし、税率差がそのまま両者の価格差になるわけではないことには留意が必要だ。

経済産業省「令和元年（2019年）延長産業連関表（平成27年（2015年）基準）」²によると、飲食店の国内生産額に占める酒類を除く食材等の中間投入額は 2 割程度である一方、雇用者所得は 3 割近くを占める。外食価格は食材費だけでなく、人件費などサービス提供に伴うコストにも大きく左右される。さらに、実際の内食との価格差は、減税分が飲食料品の小売価格にどの程度転嫁されるかにも依存する。

実際、飲食料品に対する外食の相対価格と飲食サービス業の活動を比較すると、両者の間に常に明確な関係が見られるわけではない（図表 4）。外食需要は相対価格だけでなく、所得や景気など様々な要因に左右される。このため、今回の減税で内食との価格差が広がったとしても、それだけで外食需要が大きく減少するとみるのは早計だろう。

図表 4：飲食料品に対する外食の相対価格と飲食サービス業の活動



(注) 第3次産業活動指数に掲載されている外食関連の3業種について掲載。各業種のデフレーターは第3次産業活動指数の作成方法に基づき、CPIを用いて飲食料（酒類・外食除く）の相対価格を算出。「当該産業の活動指数」は2025年を100に換算した季節調整値。

(出所) 総務省、経済産業省より大和総研作成

加えて、飲食料品の消費減税による家計の購買力の増加は、外食需要を下支えする方向に働く。神田・山口（2026）では、国内の先行研究や今回の減税対象が必需品であることを踏まえ、年間約 4.3 兆円とされる減税の消費喚起効果を 0.4 兆円程度（GDP 押し上げ効果は 0.3 兆円程度）と試算した。所得効果を中心とする消費喚起効果そのものは小さいものの、飲食料品への

² 直近の延長産業連関表は 2022 年だが、2020～22 年はコロナ禍による飲食業への影響が強く表れているため、コロナ禍直前の 2019 年のデータを使用した。

支出負担が軽減されれば、その一部が外食など他の消費に振り向けられる可能性がある。また、負担軽減額は金額ベースでは高所得世帯ほど大きく、年収上位 20% 世帯では下位 20% 世帯の約 2 倍と試算される。このため、負担軽減額が相対的に大きい高所得世帯を中心に、外食など飲食料品以外の消費にも波及する可能性がある。

こうした中、政府は飲食料品減税による外食需要の落ち込みを懸念し、プレミアム商品券や「Go To Eat」などの支援策を検討している³。だが、前述のように税率格差が外食需要に及ぼす影響には不確実性が大きい上、減税による家計の購買力の増加は、税率格差による外食需要の下押しを和らげる方向に働く。実際の相対価格や外食需要、家計消費の動向を継続的に把握しながら、支援策の必要性や規模を検討することが重要だろう。

【参考文献】

Bachmann, R., B. Born, O. Goldfayn-Frank, G. Kocharkov, R. Luetticke, and M. Weber (2026), “A Temporary VAT Cut as Unconventional Fiscal Policy,” *The Review of Economic Studies*, rdag055.

Barrell, R. and M. Weale (2009), “The Economics of a Reduction in VAT,” *Fiscal Studies*, Vol.30, No.1, pp.17-30.

Cashin, D. and T. Unayama (2016), “The Impact of a Permanent Income Shock on Consumption: Evidence from Japan’s 2014 VAT Increase,” RIETI Discussion Paper Series, 16-E-052, Research Institute of Economy, Trade and Industry.

Cashin, D. and T. Unayama (2021), “The Spending and Consumption Response to a VAT Rate Increase,” *National Tax Journal*, Vol.74, No.2, pp.313-346.

宇南山卓 (2018) 「消費増税まで 1 年（下） 消費の反動減対策は不要」（日本経済新聞、2018 年 9 月 26 日）

神田慶司・山口茜 (2026) 「[可能性高まる『食料品の消費減税』、その効果と実施後の課題は？](#)」（大和総研レポート、2026 年 6 月 9 日）

内閣府 (2015) 『平成 27 年度 年次経済財政報告』

堀井俊 (2015) 「家計調査からみた消費税率引上げ前後の消費行動について」『統計研究彙報』第 72 号、pp. 25-40.

山口茜 (2026) 「[消費税減税・給付の都道府県別影響](#)」（大和総研レポート、2026 年 9 月 14 日）

³ 「[高市首相、プレミアム商品券含め外食支援策検討 消費税減税で](#)」（日本経済新聞、2026 年 10 月 16 日）