

2019年9月18日 全12頁

# 徹底検証：消費増税と対策の影響分析

所得効果・代替効果と世代別影響・産業別影響を網羅的に精査

経済調査部

シニアエコノミスト 小林 俊介

エコノミスト 鈴木 雄太郎

## [要約]

- 10月1日より、消費税率が現行の8%から10%へと引き上げられる。本稿では今回の消費増税、および対策の内容を精査するとともに、現時点での家計の消費行動を網羅的に整理し、10月以降に日本経済が受ける影響を検証する。
- 消費増税は、「所得効果」と「代替効果」の二つの効果を通じて消費に影響を与える。「所得効果」は、消費増税によって物価が上昇した分だけ、実質所得が低下することによって半永続的に消費が抑制される効果である。「代替効果」は消費増税前の駆け込み需要と、その反動である。
- 所得効果について検証すると、今回の増税に伴う家計負担の一部は、軽減税率の導入や教育無償化など社会保障充実策により相殺される。結果としてネットの財政緊縮効果は約2兆円と、前回増税時の約8兆円よりも小幅にとどまる見込みだ。各種対策によって負の所得効果はさらに緩和されるが、2020年度にかけては対策効果が剥落し、断続的に消費を抑制する効果が残存することになる。
- なお、消費増税および各種対策に伴う所得効果を世代別に確認すると、若年世帯などでは増税の悪影響よりも教育無償化の恩恵が大きくなる可能性が高い。こうした世代間の影響のばらつきは、品目別に見た消費動向にも影響を与えそうだ。
- 代替効果は、前回に比べれば限定的なものにとどまる可能性が高い。前は最終的に5%pt(5%⇒10%)の税率引き上げが見込まれる中で駆け込み需要が発生していたことに対して、今回の税率引き上げは2%pt(8%⇒10%)にすぎない。また、5年前に購入した住宅や耐久財のストックが残存している。加えて今回の各種対策により、消費増税後の方が、増税前よりも節税効果が高くなるケースが散見される。実際、消費増税前の駆け込み需要は、現時点で家計購入ベースでは確認されない。
- しかし、駆け込み需要の発現を見越したものとみられる、言わば「駆け込み出荷」が発生している。中でも「自動車」「家電」「パルプ・紙・紙加工品工業」「化学工業」、そして「住宅」部門における駆け込み出荷(着工)が顕著だ。これらが成長を押し上げる効果は増税以降に剥落し、反動減に転じていく公算が大きい点には注意が必要である。

## 徹底検証：消費増税と対策の影響分析

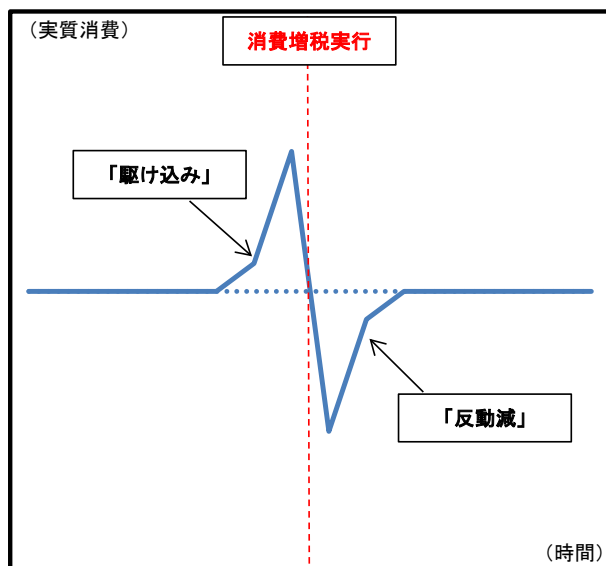
10月1日より、消費税率が現行の8%から10%へと引き上げられる。今回の増税に関連して、軽減税率の導入や教育無償化に加え、各種の対策が発動されることから、10月以降の消費や景気が受ける影響は限定的なものにとどまるだろうとの見通しが多い。他方で、前回（2014年4月）増税時には事前に想定されていたよりも消費の落ち込みが激しかったことから、果たして上述したような見方が今回こそは当てはまるのか、訝る見方も完全には払拭されてはいない。

そこで本稿では今回の消費増税、および対策の内容を精査するとともに、現時点での家計の消費行動を網羅的に整理し、10月以降に日本経済が受ける影響を検証する。

### 消費増税が家計消費に影響を与える二つの経路

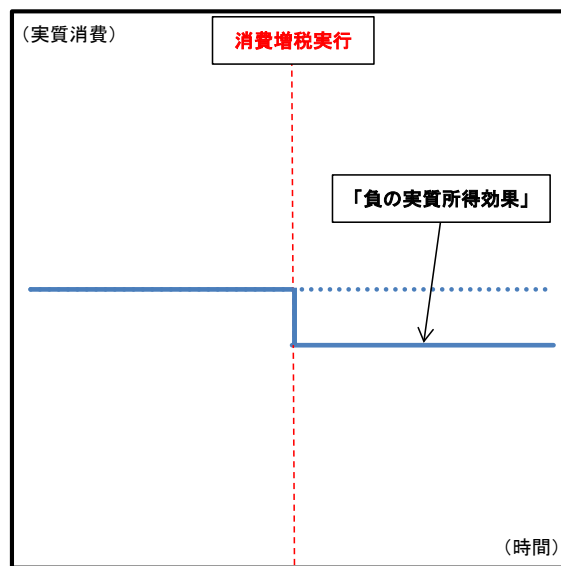
まず、詳細に入る前の大前提として、消費増税は、「代替効果」と「所得効果」の二つの効果を通じて消費に影響を与える。「代替効果」は消費増税前の駆け込み需要と、その反動である（**図表1**）。駆け込み需要と反動は概ね同等となるため、均してみれば確かに大きな影響は生じ得ない。本質的に重要な意味を持つのは「所得効果」である。これは消費増税によって物価が上昇した分だけ、実質所得が低下することによって半永続的に消費が抑制される効果である（**図表2**）。

図表1：消費税引き上げに伴う「代替効果」



(出所)大和総研作成

図表2：消費税引き上げに伴う「所得効果」



(出所)大和総研作成

## 「所得効果」の検証—小幅ながら断続的に消費を抑制、ただし若年世代には恩恵大きい

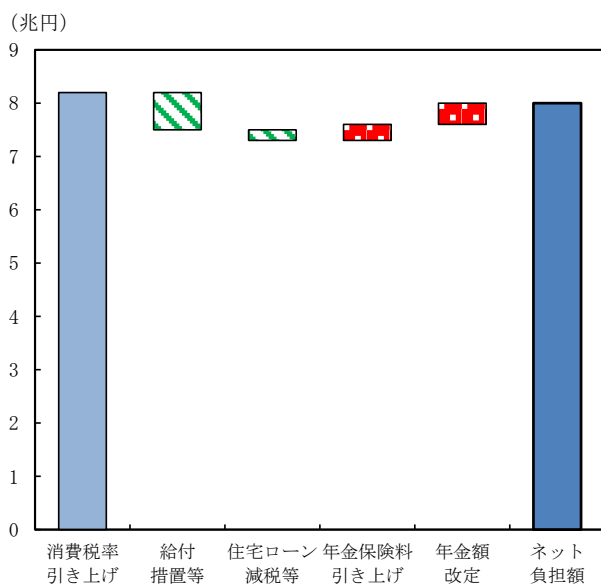
### ネットベースの家計負担増加額は前回増税時を大幅に下回る

まず「所得効果」について、具体的な数値を確認しよう。日本銀行の試算<sup>1</sup>を引用すると、前回の増税（2014年4月、5%⇒8%）に伴う家計負担の増加額は8.2兆円であった。給付措置や住宅ローン減税等の対策が打たれたものの、この効果は同年度に決定された年金関連の負担額増加によって概ね相殺されている。結果として、家計負担の増加額は約8兆円に上った（**図表3**）。

これに対して、今回の増税（2019年10月、8%⇒10%）に伴う家計負担の増加額は、財務省の試算<sup>2</sup>を引用すると、5.7兆円である。加えて、たばこ税や所得税の見直しなどによる財源確保に伴う負担増が0.6兆円程度とされる。これらの負担は軽減税率制度の実施により1.1兆円程度軽減され、トータルの税負担額は5.2兆円程度となる見込みだ。これに対して、幼児教育の無償化および社会保障の充実により、3.2兆円程度の受益増が見込まれる。総括すると、ネットベースの財政緊縮効果は2.0兆円程度と試算されている（**図表4**）。

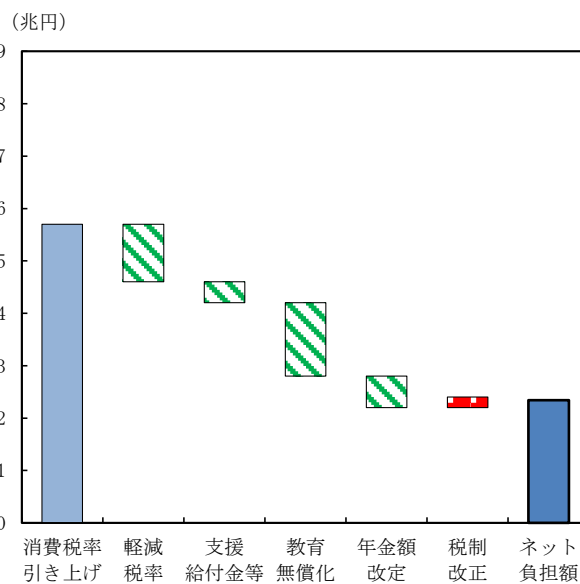
加えて、各種経済対策が実施される。全体としては2.3兆円程度<sup>3</sup>となる見込みであり、半年分の財政緊縮効果（2019年10月-2020年3月、約1.0兆円）よりも大きな額となりそうだ。ただし消費増税対策の中身を確認すると、その過半が防災・減災、国土強靱化を目的とした公共投資（1.35兆円規模）である（**図表5**）。直接的な恩恵は家計よりも建設関連部門に偏重する。また、各種対策は基本的に時限措置であり、2020年度以降その効果は剥落する。

図表3：家計負担額（2014年4月増税時）



（出所）財務省、厚生労働省、日本銀行より大和総研作成

図表4：家計負担額（2019年10月増税時）



（出所）財務省、日本銀行より大和総研作成

<sup>1</sup> 詳細は下記資料を参照。日本銀行、「[\(BOX1\) 消費増税前後の家計のネット負担額](#)」（「経済・物価情勢の展望 2018年4月」（展望レポート）pp. 36-37）

<sup>2</sup> 詳細は下記資料を参照。財務省「[平成31年度予算のポイント](#)」

<sup>3</sup> 2019年度予算ベースであり、2020年度の予算は含まれていない点には留意する必要がある。

## 消費増税に伴う「負の所得効果」は、2020年度にかけて薄く長く消費を抑制

また、そもそもの問題として、「約2兆円の負の所得効果」が「前回の増税時よりは小さい」ことは事実であるものの、それでもなお日本全体の消費を約0.7%、GDPを約0.4%押し下げることにもまた事実だ。上述の議論を踏まえ、今回の消費増税に伴い、2019年10月に比較的大きな負の所得効果が発生したのち、2020年度にかけては対策効果の剥落が断続的に消費を抑制すると見込んでいる（図表6）。

### 図表5：消費増税対策等の概要

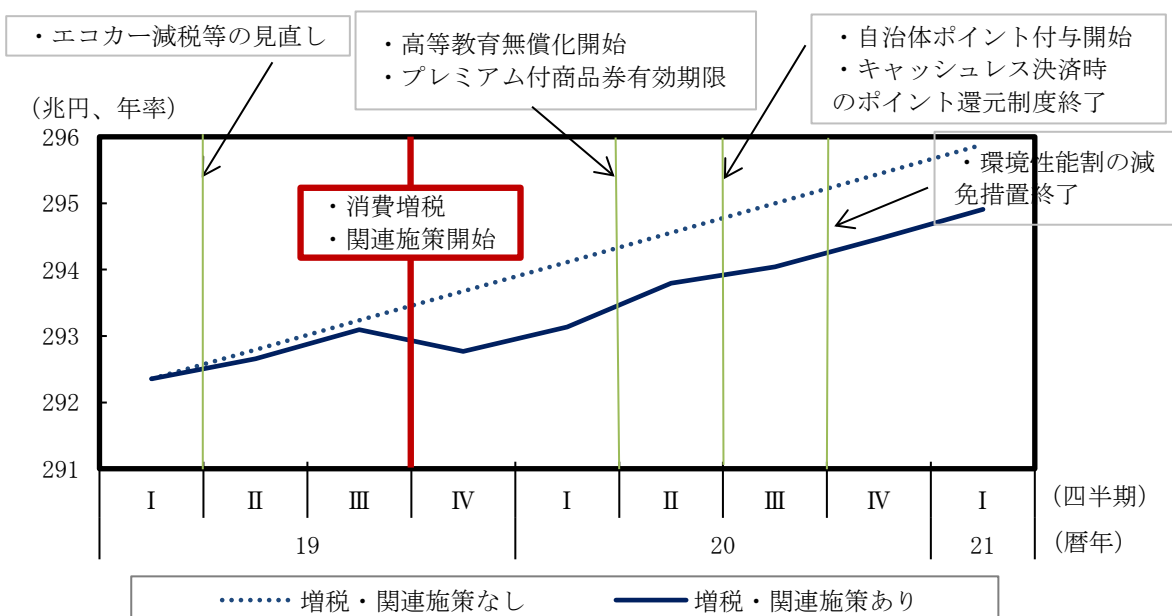
消費増税対策等	内容	期間	規模 (兆円)
自動車関連	環境性能割の税率引き下げ	期間中に購入された軽自動車を含む自家用車の税率を1%引下げ。	0.11
	自動車税減税	期間中に購入された軽自動車を含まない自動車の税率を引下げ。	
	エコカー減税の縮小（増税）	取得税の減税縮小。重量税の軽減割合を見直し、2回目車検時の免税対象について、電気自動車や高燃費のハイブリッド車に限定。	
住宅関連	住宅ローン減税	19年10月1日から20年12月末までに入居する住宅の控除期間を拡張。	0.11
	すまい給付金	給付の最高額が現行の30万円から50万円へと増加。年取の目安も510万円以下から、775万円以下に拡大。	0.08
	次世代住宅ポイント制度	省エネ性、耐震性、バリアフリー性能、家事・介護負担の軽減に資するリフォームに対するポイント付与。	0.13
キャッシュレス決済者へのポイント還元	キャッシュレス決済を行った消費者に対して、中小小売店では5%、大手系列のフランチャイズチェーン店は2%のポイントを還元。	増税時から9ヶ月間 （～20年6月末）	0.28
プレミアム付商品券	低所得の住民税非課税世帯と0～2歳児がいる家庭を対象に、最大25,000円分の買い物ができる商品券を2万円で販売。	商品券の有効期限は、増税時から半年間（～20年3月末）。	0.17
商店街の活性化	インバウンドや観光といった新たな需要を効果的に取り込む商店街の取組を支援。	2019年度。	0.01
公共投資	防災・減災、国土強靱化対策。	2018年度からの3年間に集中的に実施。	1.35
計			2.24

（注1）予算措置は、2019年度予算の計上額。税制措置は、平年度ベースの減税額。国・地方を合わせたベース。

（注2）「自動車関連」の規模は、エコカー減税の縮小による増税分を差し引いたネットの減税額。

（出所）財務省、各種報道資料より大和総研作成

### 図表6：消費増税および関連対策が消費に与える影響（イメージ）



（注1）自治体ポイントの効果は、プレミアム付商品券と同等と想定。

（注2）「増税・関連施策あり」は、駆け込み需要や反動減を考慮していない。

（出所）内閣府統計、各種報道資料より大和総研作成

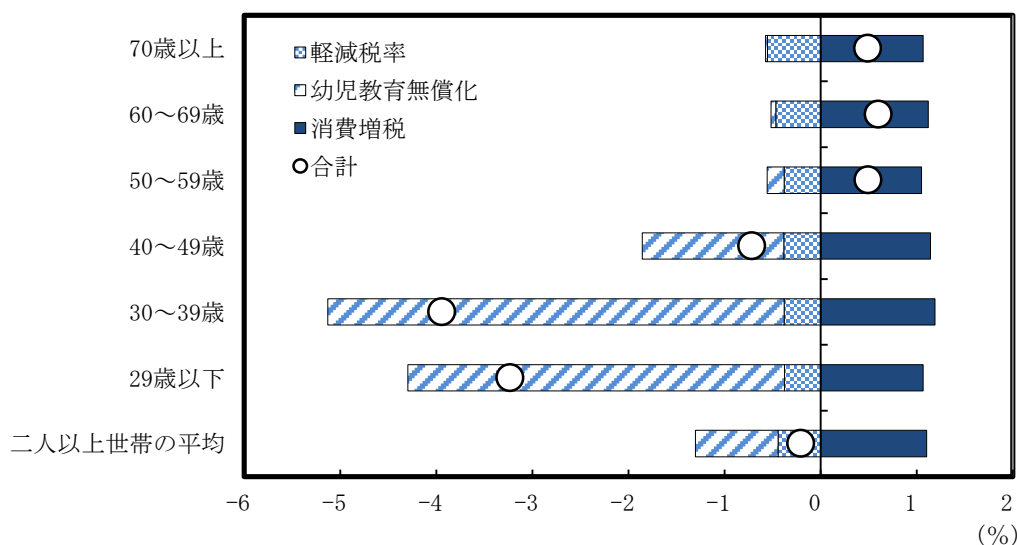
## 消費増税と教育無償化で損する世代と得する世代

前述した通り、家計全体ではマイナスの影響が残り、2020年度にかけて薄く長くマクロベースの消費を抑制する見込みだ。しかしマイクロベースで確認すると、場合によってはむしろ実質所得が改善する家計が存在するのも事実である。

「消費増税」「軽減税率」、社会保障充実策のうち「幼児教育無償化」に伴って、年代別に家計の負担額がどの程度変化するかを試算したものが**図表 7**だ（家計調査ベース、消費支出額全体の変化率）。なお幼児教育無償化に関して、0～2歳児は住民税非課税世帯のみが対象であり、私立や認可外の場合、補助の上限が定められている。家計調査の項目は幼児教育費用、保育費用と分類されており、この試算では、これら2項目の消費額がゼロになるという前提を置いて計算している。そのため、試算結果は過大に算出されており、結果には十分に幅を持つてみる必要がある。

試算結果を見ると、3～5歳児を持つ世代にほぼ相当する、49歳以下の二人以上世帯では税負担増よりも教育無償化による恩恵の方が大きくなる計算だ。中でもとりわけ「29歳以下」「30～39歳」の二人以上世帯において恩恵が大きい<sup>4</sup>。他方で、こうした恩恵の少ない世代—具体的には、「50歳以上の二人以上世帯」および「単身世帯」—では相対的に負担が大きくなる。

**図表 7：年代別に見た消費増税と幼児教育無償化の影響（消費支出額全体の変化率）**



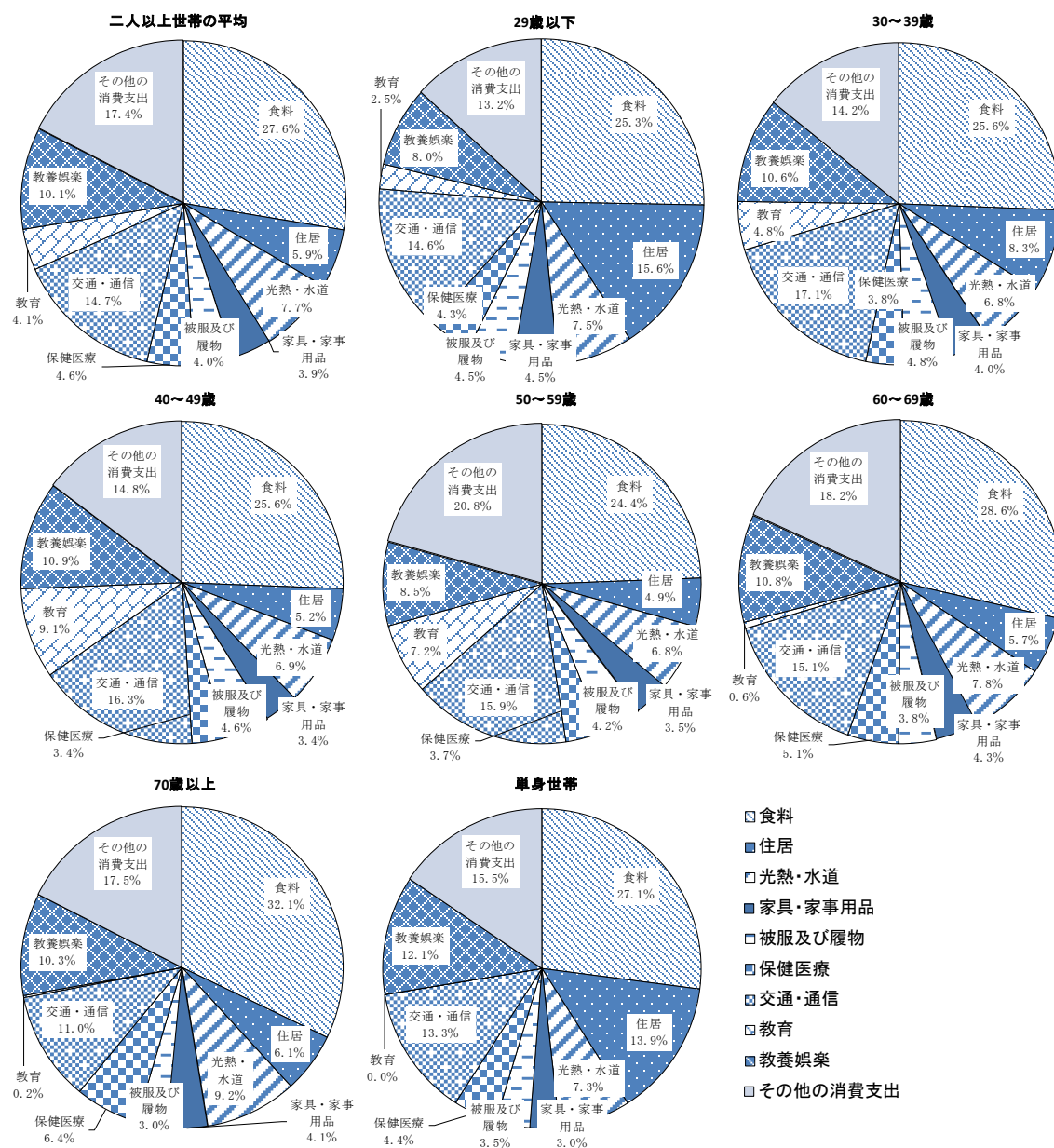
(注) データは2018年。

(出所) 総務省統計より大和総研作成

<sup>4</sup> 加えて、低所得世帯を主な対象とした「高等教育の無償化」、低所得世帯および0～2歳児を持つ世代を対象とした「プレミアム付商品券」などは、対象となる世帯への恩恵をいっそう大きくする。また、自動車や住宅の購入者への補助、キャッシュレス決済時のポイント還元制度も見逃せない（**前掲図表 5**）。

こうした世代間で見た影響のばらつきは、多かれ少なかれ、品目別に見た消費動向にも影響を与えそうだ。年代別の消費動向を**図表 8**で確認すると、「29歳以下」「30～39歳」の二人以上世帯ではそれぞれ「住居」「交通・通信」の消費額ウェイトが相対的に大きい。こうした特定分野における消費が、マクロ全体に比べれば消費増税後も相対的に堅調となる可能性も指摘される<sup>5</sup>。

**図表 8：世代別に見た消費の費目別内訳（2018年）**



(注) データは2018年。  
(出所) 総務省統計より大和総研作成

<sup>5</sup> この議論には限界があることにも触れておかなければならない。まず、当該世代以外も含めたマクロ全体では増税の影響が大きくなる以上、「住居」や「交通・通信」といった費目でも、マクロ全体で見れば絶対水準ではマイナスの影響を避けがたいだろう。また、本来ここで議論すべきは、当該世代の「限界的な消費支出（実質所得が増加した時に、何の消費を増やすか）」だ。しかしデータの制約上、本稿では「平均的な消費支出のウェイト」を用いている。

## 「代替効果」の検証－販売の増減は小幅にとどまるが、出荷・生産の反動減に注意

前節までは、消費増税の「負の所得効果」を精査した。そこで得られた分析結果をまとめると、①今回の消費増税に伴うマクロの所得効果は2兆円強であり、前回増税時の4分の1程度にとどまる、②この効果は各種対策により緩和されるが、2020年度にかけては対策効果の剥落が断続的に消費を抑制する、③世代別に増税及び対策の影響を確認すると、若年世帯などでは増税の悪影響よりも教育無償化の恩恵が大きくなる可能性が高い、の三点に集約される。

他方で、もう一つの効果である「代替効果」をどのように捉えるべきだろうか。

### 前回より需要の増減は小さく、そのタイミングも品目により2パターンに分かれる

演繹的に考えれば、今回の「駆け込み需要と、その反動」は、前回に比べれば限定的なものにとどまる可能性が高い。まず、前は最終的に5%pt(5%⇒10%)の税率引き上げが見込まれる中で駆け込み需要が発生していたことに対して、今回の税率引き上げは2%pt(8%⇒10%)にすぎない。また、5年前に購入した住宅や耐久財のストックが残存している。

加えて今回の各種対策により、消費増税後の方が、増税前よりも節約効果が高くなるケース(ローン減税枠を大幅に利用した住宅購入、環境性能の高い自動車購入、中小小売店などでのキャッシュレス決済時のポイント還元策など)が散見される。「増税時までには駆け込み需要が発生する財」と「増税前に買い控えが発生し、増税後に需要が伸びる財」が分かれるだろう。

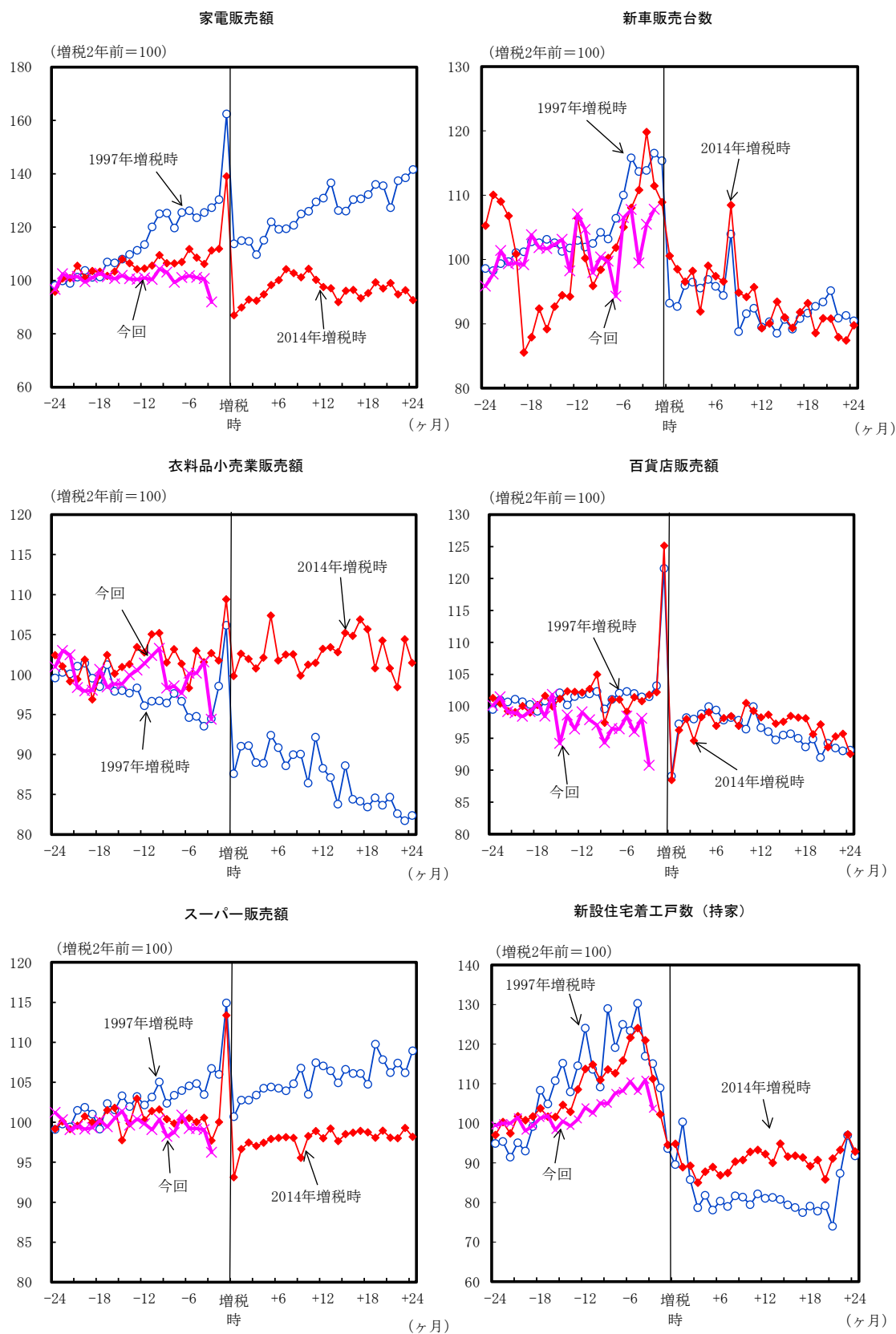
### 「販売」ベースでは現時点で駆け込み需要は相対的に小さい

参考までに、現時点での数値を確認しておこう。**図表9**に示す通り、家電販売や衣料品販売、百貨店やスーパーなどで駆け込み需要が発生するのは前回(2014年4月)、前々回(97年4月)ともに実施1-2ヵ月前となっており、今回も現在取得可能な7月時点の統計では、顕著な駆け込み需要の動きは観察されない。自動車販売は前回・前々回のケースを振り返れば実施1-2四半期前に駆け込み需要が見られる。今回も軽自動車など一部に駆け込み需要とみられる動きが確認されるが、今回は平準化対策の一環で2019年4月以降増税(減税措置の縮小)が行われていることもあり(**前掲図表5**)、前回に比べればその規模は相対的に小さい。

### 住宅には明確な駆け込み需要の動き。ただし前回・前々回よりは限定的

他方で、明確に駆け込み需要の動きが確認されているのは住宅だ(**図表9**)。消費増税後に各種の住宅購入支援策が実施されることは事実だが、これらの補助よりも2%の消費税節約の方が大きいケースも少なくない。ただし、駆け込み需要の規模は前回・前々回に比べれば限定的である。各種対策が需要を平準化している部分もあるのだろうが、それに加えて、近い将来に住宅購入を検討していた家計が前回の消費増税時に既に駆け込んでしまったことなども背景にあるとみられる。

図表9：増税対象項目の需要の推移（前回、前々回の増税時との比較）



(注) 季節調整値。新車販売台数の季節調整は大和総研。新車販売台数以外の系列については消費者物価指数を用いてデフレートした実質値。  
 (出所) 一般社団法人日本自動車販売協会連合会、経済産業省、総務省、国土交通省統計より大和総研作成

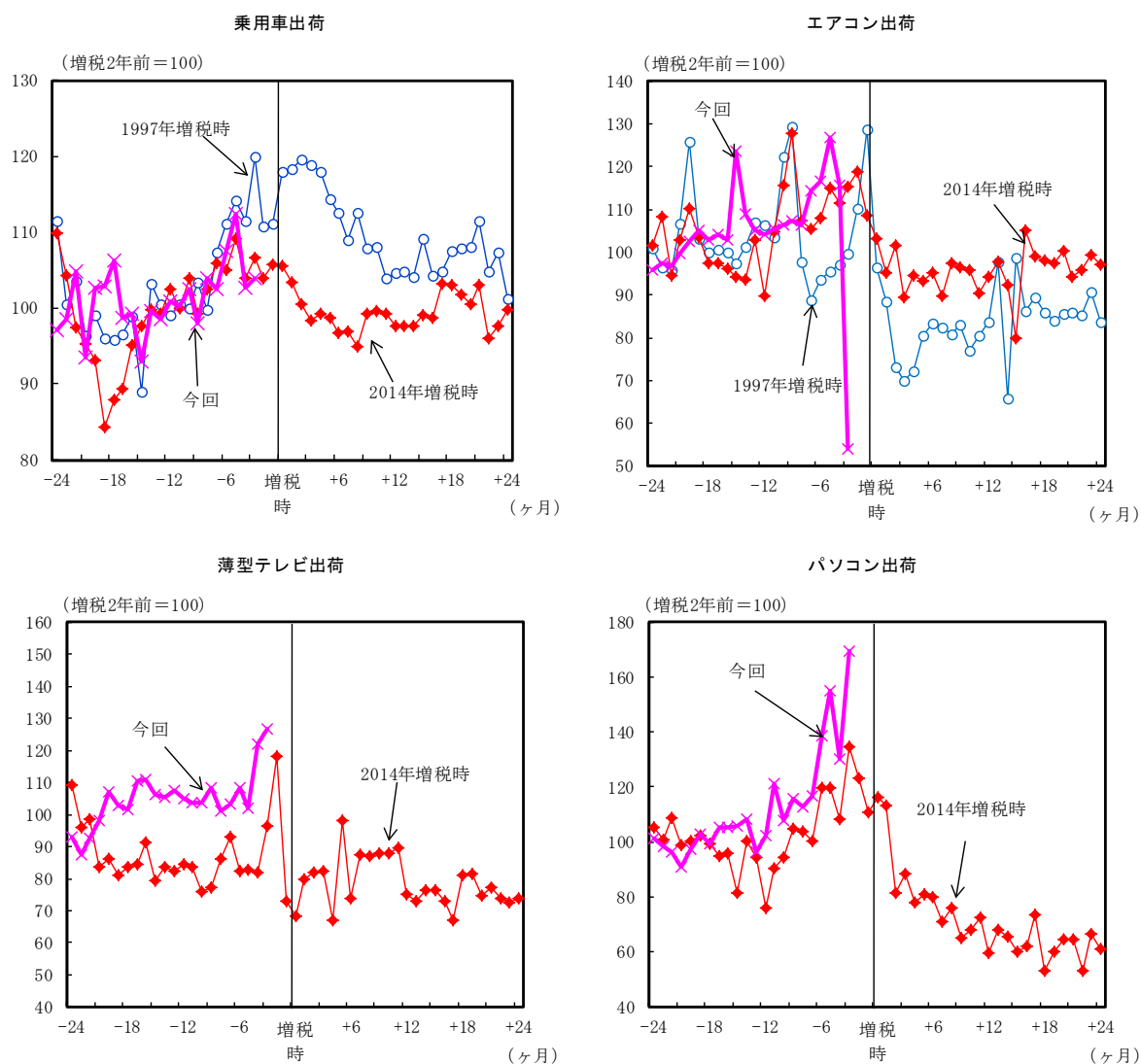


## 注意すべきは「駆け込み出荷」の反動

以上の議論を踏まえると、今回の「駆け込み需要と反動」の影響は、前回に比べれば限定的なものにとどまる可能性が高い。しかし一抹の不安が残るのは、「駆け込み出荷」が既に発生しているという事実だ。

例えば足下で自動車の「出荷」が大きく上振れしている（**図表 10**）。前述したように「販売」の動きは落ち着いているにもかかわらず、だ。自動車に関しては、増税対策も踏まえて合理的な判断を行えば、消費増税前に駆け込み購入を行う誘因は大きくない（**前掲図表 5**）。しかし、対策の制度面での複雑性や認知度次第では、合理的でない駆け込み購入が発生する可能性も考えられる。10月の消費増税前に一定の駆け込み需要が発生する可能性を見込み、自動車メーカーが消費の実態よりも多く出荷を行っている可能性が指摘される。また、**図表 10**で示すように、（おそらく10月以降のポイント還元セールを見込んだ）家電業界でも同様の「駆け込み出荷」が起こっている。

**図表 10：乗用車および家電の出荷状況**



(注) 季節調整値。エアコン、薄型テレビ、パソコンの季節調整は大和総研。  
(出所) 経済産業省、JRAIA、JEITA統計より大和総研作成

## 「パルプ・紙・紙加工品工業」「化学工業（除. 医薬品）」でも在庫積み増しの動き

それ以外の業種別について、生産・出荷・在庫の状況を**図表 11**で確認すると、まず目を引くのが「パルプ・紙・紙加工品工業」だ。同産業では、足下の数ヶ月で在庫が徐々に積み上がっていることに加えて、先行きの生産計画も極めて強い。これは10月の消費増税直前にティッシュペーパーやトイレットペーパーを中心とした駆け込み需要が発生することを見越した在庫積み増しと目される。

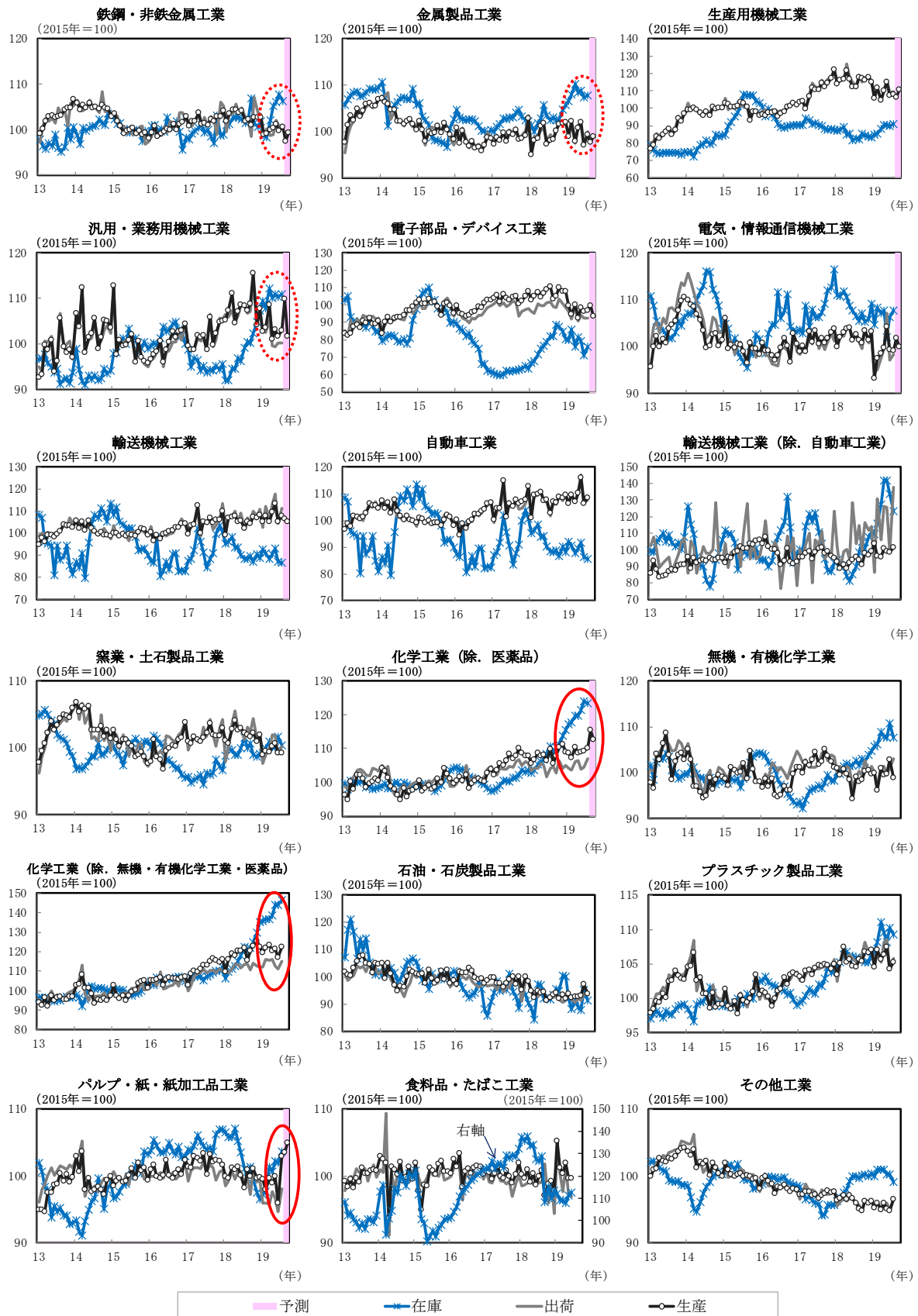
同様の文脈で目を引くのは「化学工業（除. 医薬品）」だ。とりわけ化粧品の在庫が積み上がっており、増税前の駆け込み需要に対応したものである可能性が指摘される。しかし同産業における在庫の増加は2017年から始まっており、2018年以降加速している。この背景としては2017年まではインバウンド消費やEコマース経由での化粧品需要が強かったこと（⇒「意図的な」在庫増）、そして2018年以降はこうした需要増加が止まったこと（⇒「意図せざる」在庫増）が挙げられるだろう<sup>6</sup>。すなわち、同産業における在庫増加の動きは「駆け込み需要対策」だけによるものではないということだ。

## 「駆け込み生産・出荷からの反動」に注意

以上、消費増税前の「駆け込み」の現状を確認したが、結論をまとめると以下となるだろう。現時点で「販売」ベースでの駆け込みは確認されない。しかし「生産・出荷」ベースでは「輸送機械工業」、「パルプ・紙・紙加工品工業」、「化学工業（除. 医薬品）」の三業種で、「着工」ベースでは住宅部門で顕在化している。これらが成長を押し上げる効果は増税以降に剥落し、反動減に転じていく公算が大きい点に留意しておく必要がある。

<sup>6</sup> なお、「意図せざる在庫増」は、「鉄鋼・非鉄金属工業」、「金属製品工業」、そして「汎用・業務用機械工業」でも確認される。しかしながら、これは消費増税の影響と言うよりも、中国を中心とした世界経済の減速を受け、需要が減少していることが背景にあるとみられる。

図表 11 : 業種別、生産・出荷・在庫



(注1) 生産指数の予測値は、製造工業生産予測調査。化学工業 (除. 医薬品) の予測数値は、化学工業全体の予測数値を使用。  
 (注2) 食料品・たばこ工業は速報では公表されないため直近値は前月の確報値。  
 (出所) 経済産業省統計より大和総研作成

## 第202回日本経済予測改訂版（2019年9月9日）

	2018年度	2019年度 (予測)	2020年度 (予測)	2018暦年	2019暦年 (予測)	2020暦年 (予測)
<b>1. 主要経済指標</b>						
名目GDP成長率	0.5	1.3	0.8	0.7	1.4	0.8
実質GDP成長率（2011暦年連鎖価格）	0.7	0.8	0.4	0.8	0.9	0.3
内需寄与度	0.8	1.1	0.4	0.7	1.2	0.4
外需寄与度	-0.1	-0.3	-0.0	-0.0	-0.2	-0.1
GDPデフレーター	-0.2	0.6	0.5	-0.1	0.5	0.5
全産業活動指数上昇率	0.8	0.6	0.5	1.1	0.6	0.5
鉱工業生産指数上昇率	0.2	-1.4	0.8	1.1	-1.7	0.6
第3次産業活動指数上昇率	1.1	1.0	0.4	1.2	1.1	0.5
国内企業物価上昇率	2.2	1.8	2.0	2.6	1.0	2.8
消費者物価上昇率（生鮮食品除く総合）	0.8	0.6	0.3	0.8	0.6	0.3
失業率	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4
10年物国債利回り	0.04	-0.16	-0.20	0.07	-0.12	-0.20
国際収支統計						
貿易収支（兆円）	0.7	-1.1	-1.1	1.2	-0.7	-1.1
経常収支（億ドル）	1,735	1,778	1,780	1,741	1,759	1,780
経常収支（兆円）	19.2	19.3	19.2	19.2	19.1	19.0
対名目GDP比率	3.5	3.5	3.4	3.5	3.4	3.4
<b>2. 実質GDP成長率の内訳 （括弧内は寄与度、2011暦年連鎖価格）</b>						
民間消費	0.4 (0.2)	0.7 (0.4)	0.3 (0.2)	0.3 (0.2)	0.7 (0.4)	0.3 (0.2)
民間住宅投資	-4.3 (-0.1)	0.6 (0.0)	-0.8 (-0.0)	-5.8 (-0.2)	1.3 (0.0)	-1.2 (-0.0)
民間設備投資	3.5 (0.6)	1.1 (0.2)	0.7 (0.1)	3.9 (0.6)	1.7 (0.3)	0.7 (0.1)
政府最終消費	0.9 (0.2)	1.3 (0.3)	0.6 (0.1)	0.8 (0.2)	1.3 (0.3)	0.7 (0.1)
公共投資	-4.0 (-0.2)	3.4 (0.2)	0.6 (0.0)	-3.3 (-0.2)	1.3 (0.1)	2.0 (0.1)
財貨・サービスの輸出	1.5 (0.3)	-1.9 (-0.3)	0.3 (0.0)	3.4 (0.6)	-2.2 (-0.4)	-0.2 (-0.0)
財貨・サービスの輸入	2.1 (-0.4)	-0.2 (0.0)	0.4 (-0.1)	3.4 (-0.6)	-0.9 (0.2)	0.6 (-0.1)
<b>3. 主な前提条件</b>						
<b>(1) 世界経済</b>						
主要貿易相手国・地域経済成長率	3.6	3.2	3.4	3.9	3.1	3.4
原油価格（WTI、\$/bbl）	62.9	57.0	56.0	64.9	56.7	56.0
<b>(2) 米国経済</b>						
米国の実質GDP成長率（2012暦年連鎖価格）	2.9	2.2	1.9	2.9	2.4	2.0
米国の消費者物価上昇率	2.3	2.0	2.1	2.4	1.8	2.2
<b>(3) 日本経済</b>						
名目公共投資	-2.3	4.9	1.5	-1.6	2.8	3.1
為替レート（円/ドル）	110.9	107.7	107.0	110.4	108.5	107.0
（円/ユーロ）	128.3	119.5	118.0	130.0	121.3	118.0

(注1) 特に断りのない場合は前年比変化率。

(注2) 四捨五入の影響で政府の公表値と異なる場合があります。

(出所) 大和総研