

日本経済 ～望ましい消費税率の上げ方～

経済調査部 永濱 利廣

盛り上がる消費税率引き上げの議論

消費税を含む税制抜本改革の議論が盛り上がっている。民主党は以前に年金財源として消費税率引き上げを検討したこともあり、増大する社会保障費の財源として消費税率の引き上げの必要性を指摘する声は多い。仮に、衆議院の任期満了後となる 2014 年度から消費税率を引き上げるとすれば、2012 年末の税制改正議論で引き上げが決定されることになる。従って、2010 年 7 月の参議院選挙以降には、消費税率の引き上げに関する議論が一段と盛り上がる可能性が高い。

実施時の経済状況で異なる影響

これまでの消費税率の引き上げが経済に及ぼした影響について振り返れば、89 年度に消費税 3 % が導入されたときには、バブル景気の真っ只中で好景気が続いていた。更に、この時には消費税率の導入と同時に物品税廃止も実施された。このため、89 年度は消費税の導入により +3.3 兆円の増収となったが、一方で物品税の廃止により税収が ▲2.2 兆円減少したため、最終的な家計の負担増加額は +1.1 兆円程度にとどまった。更に、家計の可処分所得が順調に拡大を続けたことから、消費税率を導入しても消費の好調が持続し、経済全体に目立った悪影響は及ぼさなかった。

これに対し、97 年度に消費税率が +2 % ポイント引き上げられた時は、バブル崩壊後の停滞から既に経済がデフレに陥っている時期だった。これにより、消費税の税収は前年比で +3.2 兆円増加した。また、同時期に特別減税の打ち切りにより +2 兆円程度、年金・医療保険改革で +1.5 兆円程度の増税が実施されたことから、家計全体では合計で約 +6.7 兆円もの負担増となった。さらにこの時期には、アジア通貨危機や金融システム不安、年金不安の高まりなども重なったため、消費

者心理が急速に悪化し、消費の低迷により景気が大きく悪化した。この時期の物価の動きを見ると、導入前のデフレの状況から一時的に消費税引き上げ分の転嫁は進んだが、その後はより深刻なデフレに陥っていることがわかる。

このように、消費税の増税が景気に及ぼす影響は、導入するときの景気や所得の状況、更には消費税以外の増減税も含めた総合的な家計負担の状況などによって大きく異なるといえる。

名目 GDP や雇用者報酬を目標に

従って、家計の負担増を伴う消費税率引き上げを実施する際には、それが個人消費や景気動向に大幅な悪影響を及ぼすことのないように、慎重に議論を進めることが求められる。

具体的には、消費税率の引き上げは特定の時期を設定して引き上げるのではなく、名目成長率や雇用者報酬の伸びを目標として行うことが一つの案として考えられる。というのも、時期を特定して上げないと言うより、経済がこうなるまで上げないというターゲットを示す方が国民の理解を得られやすいからである。その上で、名目 GDP と雇用者報酬の前年比が安定的に 2 % を超えたら、例えば消費税率を 2 % 上げることを目標に掲げれば、政局に左右されずにスムーズに消費税率の引き上げが可能となるだろう。なお、日本経済がデフレに陥った 90 年代後半以降で名目 GDP と雇用者報酬の前年比がいずれも 3 四半期連続で 2 % を超えた時期は存在しない。従って、消費税引き上げが可能となる経済環境にするためにも、デフレ脱却に全力を尽くすことが重要である。

ながはま としひろ（主席エコノミスト）