

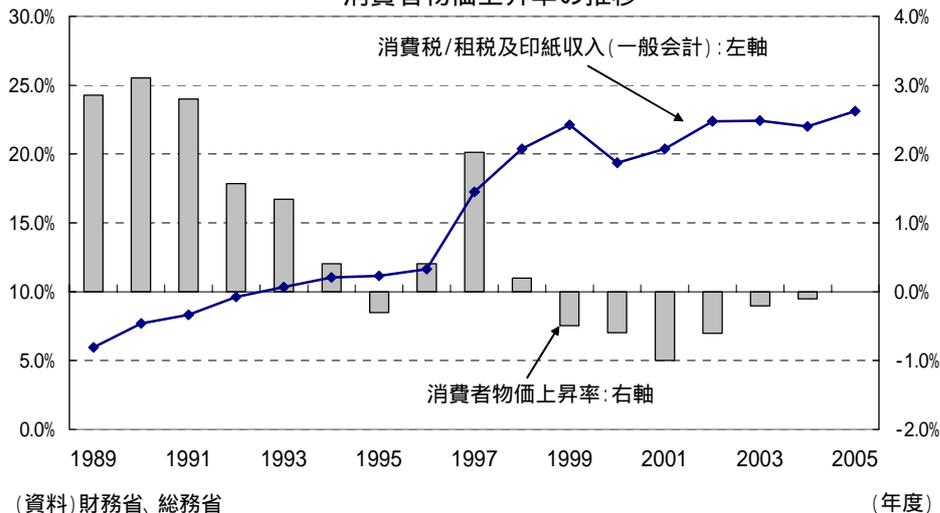
Weekly エコノミスト・レター

ニッセイ基礎研究所 経済調査部門

消費税率の引き上げ時期はいつか？

- ・昨年末に公表された「平成 17 年度与党税制改正大綱」では、「平成 19 年度を目処に消費税を含む税体系の抜本的改革を実現する」ことが明記されており、小泉首相の任期終了後の 2007～08 年頃にも、消費税率の引き上げが実施される可能性も高まってきている。
- ・財政再建に向けては、いずれは大規模な増税を避けることは難しく、そのなかでも、特に消費税に求められる役割というものが大きくなっていくと考えられる。しかし、その一方で、消費税率の引き上げは景気や消費にマイナスの影響を与えることになるため、どのような規模とタイミングで税率を引き上げていくかということは、今後の消費税率の引き上げに向けた大きな論点のひとつとなるだろう。
- ・消費税率の引き上げに際しては、景気や経済状況への配慮が不可欠となると考える。他の制度改正による影響も踏まえつつ、経済状況を見極めながら、景気やデフレを大幅に悪化させないように、その引き上げ幅や引き上げ時期を考えていくという視点が必要となってくるだろう。

税収に占める消費税割合(一般会計)と
消費者物価上昇率の推移



研究員 篠原 哲(しのはら さとし) (03)3512-1838 shino@nli-research.co.jp

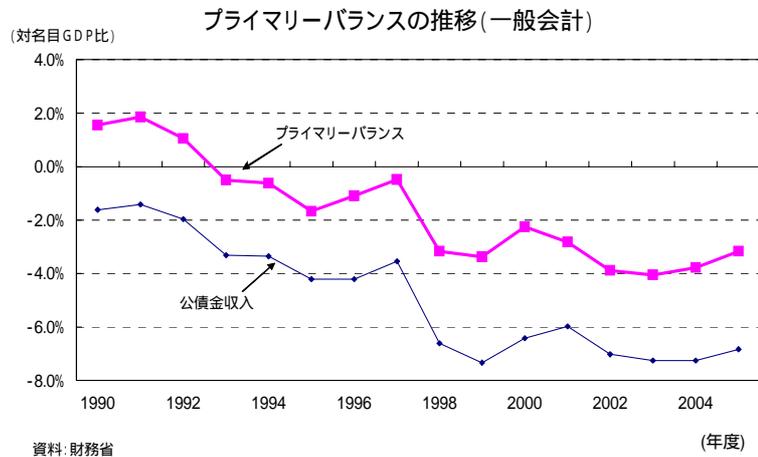
ニッセイ基礎研究所 〒100-0006 東京都千代田区九段北4-1-7 3F (03)3512-1884

ホームページアドレス: <http://www.nli-research.co.jp/>

< 消費税率の引き上げ時期はいつか？ >

検討が始まる消費税率の引き上げ

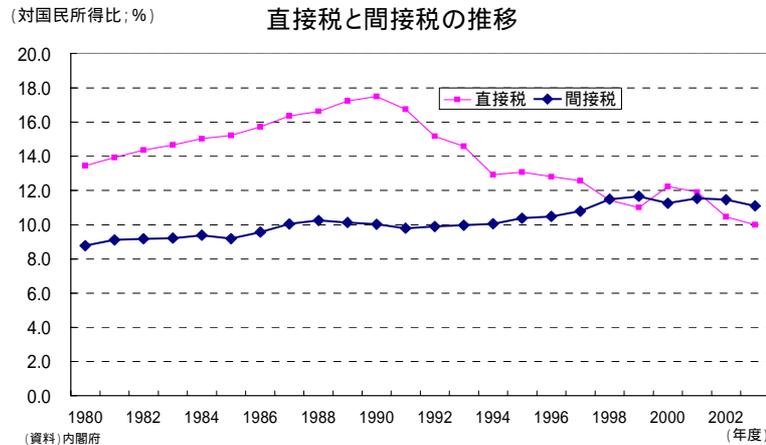
昨年末に公表された「平成 17 年度与党税制改正大綱」では、「平成 19 年度を目処に消費税を含む税体系の抜本的改革を実現する」ことが明記された。消費税率の引き上げについては、小泉首相は自らの任期である 2006 年 9 月までは税率を引き上げないことを明言しているが、その一方では「引き上げについての議論を進めるべき」との見解も示している。早ければ小泉首相の任期終了後の 2007～08 年頃にも、引き上げが実施される可能性も高まってきている。



消費税率の引き上げに向けた動きが進む背景には、深刻な状況となっている我が国の財政赤字の問題がある。プライマリーバランスの黒字化を達成し財政再建を進めていくためには、歳出の削減に加えて、税収の拡大も不可欠である。しかし、デフレも長期化するなかでは税収の自然増に期待するにも限界があり、ゆくゆくは大規模な増税の実施を避けることは困難であると考えられる。ただし、増税を実施するにしても、少子高齢化が進展するなか、所得税の主な担い手である現役世代の割合は、相対的に低下していく。その結果、所得税などの直接税の増税によって税収の拡大を図るとしたら、現役世代の負担は過大なものになってしまうだろう。このため、世代間の公平性に配慮し、かつ安定的に税収を拡大させていくためには、国民全員が「広く薄く」負担する、消費税に代表される間接税の増税も求められてくる。

また、最近の年金目的消費税の創設を主張する意見に代表されるように、社会保障関係費の財源として、消費税率の引き上げを求める声も大きい。少子高齢化のなかで、年金を初めとする社会保障給付費の増加に対して、社会保険料の引き上げで対応すれば、現役世代にかかる負担は急速に重くなっていく。このため、現役世代の負担を軽減し、世代間の公平性を確保していくためには、年金などを受給する高齢世代にも、消費税の負担という形で給付財源の一部を

負担してもらう、という枠組みも必要となってくるだろう。



問題となる引き上げのタイミングと規模

(引き上げに向けた課題)

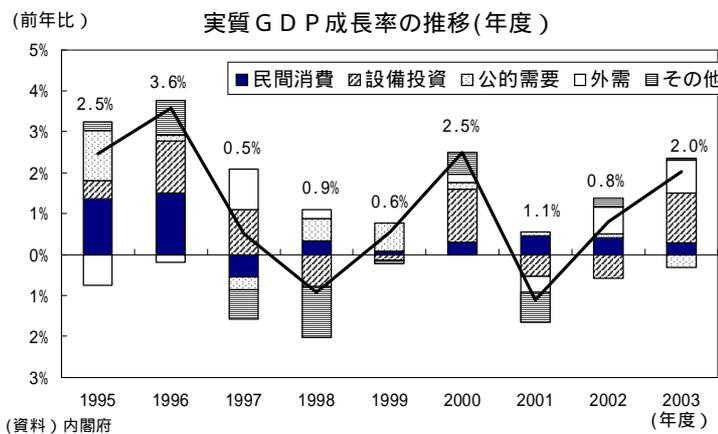
以上のように、今後の財政再建に向けては、ゆくゆくは、大規模な増税を避けることは難しく、そのなかでも消費税に求められる役割は大きくなっていくと考えられる。しかし、その一方では、消費税率の引き上げは景気や消費にマイナスの影響を与えることになる。このため、消費税率をどのような規模とタイミングで引き上げていくかということが、今後の消費税率の引き上げに向けた大きな論点となると思われる。

消費税率を1%引き上げると、税収は約2.5兆円増加するとされているが、これは昨年末に問題となった定率減税(所得税分)の減税規模にほぼ匹敵する水準であり、家計の可処分所得を約0.8%押し下げる規模である。仮に、2005年度における、約15.9兆円もの国(一般会計)のプライマリーバランス赤字を消費税の引き上げで賄うとすると、単純な計算では7%弱もの引き上げが必要となり、税率を12%程度にまで引き上げていかなければならない。財政再建のみを最優先とし、そのときの経済状況に配慮しないまま税率の引き上げが実行されれば、かえって急激な景気やデフレの悪化を招き、結果として財政再建をさらに難しくしてしまう危険性も考えられるだろう。

(97年度の教訓: 他の制度改革による影響も考慮することが必要)

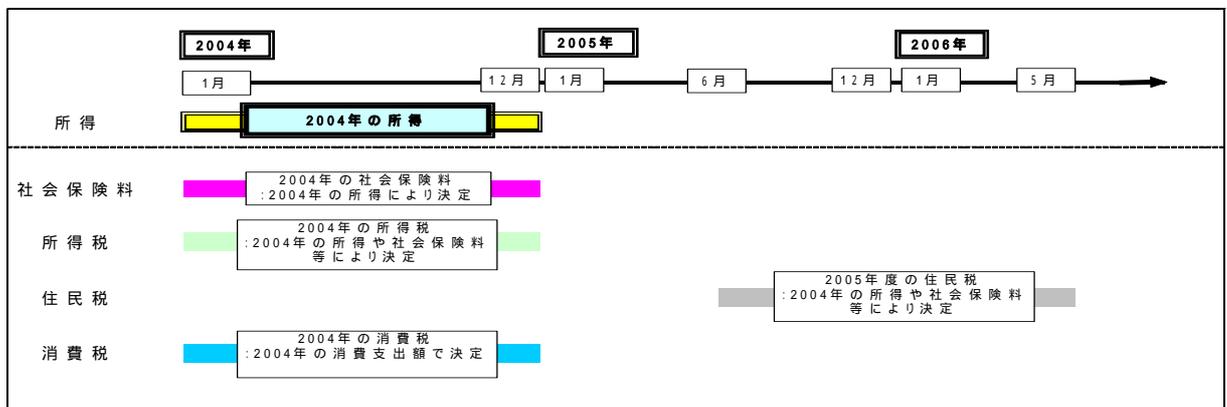
さらに重要なことは、今後は所得税、住民税、および社会保険料などについても、負担増をとまなう制度改革が実施される公算が高いことである。2005年度と06年度に予定されている制度改革だけでも、家計への負担増は各年で2兆円規模に達するものと考えられる。前回、消費税の税率が引き上げられた1997年度には、消費税以外にも、厚生年金保険料の引き上げや、特別減税の廃止などの、合計して9兆円規模の負担増となる制度改革が実施された。その結果、実質GDP

成長率は前年度の3.6%成長から、97年度は0.5%成長にまで鈍化し、なかでも個人消費は、前年の2.6%増から97年度は1%減と大幅に落ち込んだ。もちろん、ここまで消費が落ち込んだのは、前年の駆け込み需要の反動や、アジアの通貨危機や金融機関の破綻などの影響もあったものと考えられるが、政府の各部門が、個別にそれぞれの制度改正を実施したため、それらを合計した国民の負担は大きく膨れ上がり、結果として消費の落ち込みを大きなものとしてしまった可能性も否定できない。したがって、消費税率の引き上げ時期や規模を検討していく際には、消費税のみの影響だけでなく、それ以外の、家計に対する制度改正による影響も総合的に考慮したうえで、引き上げの規模やタイミングを考えていくことも重要となってくるだろう。



なお、制度改正の影響が表面化する時期は、税や社会保険料のそれぞれで異なる点についても留意する必要があるだろう。特に住民税は、当年の所得に対しての課税額は翌年の6月以降に徴収されるため、通常では制度改正の影響が表面化する時期も、他の制度より遅れることになる。消費税率の引き上げの時期の検討に際しては、制度ごとに影響が表面化する時期の差異も踏まえたうえで、総合的な国民の負担増の影響を把握していくという視点も必要であろう。

税・保険料の徴収タイミング



求められる、時期ありきではない引き上げの検討

日本銀行が4月28日に公表した「経済・物価情勢の展望」では、それまでの2005年度中との想定からは遅れるものの、デフレからの脱却が2006年度中には実現するとの見解が示された。経済状況についても、海外経済の拡大基調が続くなかで、年央から回復傾向が明確となってくる姿が想定されており、企業収益の増益基調が維持されることや、雇用者所得も緩やかに増加していくことが予想されている。しかし、実際の経済に眼を向けてみると、足元では、これまで景気を牽引してきた輸出に鈍化の動きが見られるなど、昨年度中ごろから景気は停滞を続けており、今後回復局面が続くかどうかは微妙な情勢にある。もし、日銀の展望に反して、このまま景気が後退局面入りすることになれば、デフレ脱却の時期は2006年度よりもさらに遅れる可能性も出てこよう。

デフレ脱却の時期は、消費税率の引き上げの時期にも大きく関わってくることになる。デフレからの脱却が明確とならない間に、消費税の引き上げなどの大規模な増税を実施することは、デフレからの脱却を遅らせたり、再びデフレへ逆戻りさせてしまうリスクを高めることになるためだ。このため、消費税率の引き上げに際しては、他の制度改革による影響も踏まえつつ、経済状況を見極めながら、景気やデフレを大幅に悪化させないように、その引き上げ幅や引き上げ時期を考えていくことが必要となってくるだろう。

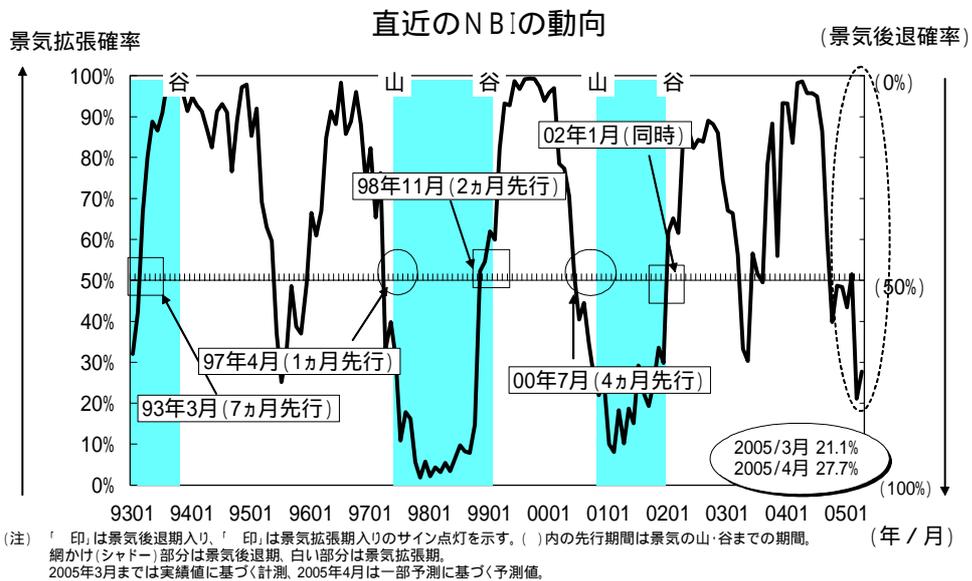
さらに、税制改正は、通常、実施が決定されてから実行されるまで約1年ほどのラグが生じることも重要な点である。昨年の税制改正で問題となった定率減税の縮小を例に取ってみても、縮小自体は2004年12月の時点で決定されたが、実際に家計に税負担の影響が表面化してくるのは2006年1月からである。そのため、増税が決定された時点では景気が回復局面にあっても、制度改革の影響が表面化するときには景気が後退局面入りしている状況も想定される。この点から、消費税率の引き上げに際しては、その影響の大きさを勘案しても、景気の現状、および先行きに対しては、より慎重な見極めが必要となろう。場合によっては、定率減税の縮小の際にも議論されたように、制度改革が決定した後でも、急激に景気が悪化した場合などには、実施を見直す余地を残しておくことも検討しておく必要も出てくるだろう。

足元では、2010年代初頭のプライマリーバランスの黒字化の達成に向けて、早ければ2007~08年頃に税率の引き上げが実施される可能性も高まってきている。しかし、消費税率の引き上げに向けては、経済動向への配慮という観点を重視することが求められる。このため、引き上げ時期ありきでの検討を進めるのではなく、経済の状況を見極めながら、引き上げの中身とタイミングを検討していくというスタンスが求められてくるのではないだろうか。

< ニッセイ景気動向判断指数 (N B I) >

3月のNBIは21.1%、4月(予測値)も27.7%と低調な動きが続く

3月のNBIは21.1%(景気後退確率:78.9%)と、2月実績の51.5%(景気後退確率:48.5%)から大きく悪化し、景気の転換点を示す50%ラインを2ヶ月ぶりに下回った。NBIの構成指標の動きを見てみると、3月は耐久消費財出荷指数(前年比 0.3%)や、長短金利差(1.24%)東証株価指数(前年比+4.8%)などが前月よりも悪化したことなどが、NBIのマイナスに寄与した。



4月のNBI(予測値)は27.7%(景気後退確率:72.3%)となり、3月に引き続き、大きく50%ラインを下回ることが予想される。東証株価指数(前年比)や長短金利差などの悪化が、NBIの水準を押し下げる方向に寄与するものと考えられる。

2004年10月以降のNBIは、総じて50%以下の水準で推移している。NBIは、経験的に景気動向に3ヶ月ほど先行する特性があり、50%ラインを下に横切った時点が、まもなく景気が後退局面入りすることを示唆するサインとなる。足元では、IT関連財の在庫調整の進展から、年度中ごろより再び回復基調に到るとの見方もあるが、NBIの結果からは、むしろ景気は2005年1-3月ごろをピークに、すでに後退局面入りしている可能性もあると考えられる。

< 基礎研インデックス - ヒストリカル・データ >

NBIと景気動向指数（内閣府）の動向

	2004年		2005年			予測値
	11月	12月	1月	2月	3月	4月
ニッセイ景気動向判断指数(NBI) 景気拡張確率 (景気後退確率)	48.7% (51.3%)	48.4% (51.6%)	43.4% (56.6%)	51.5% (48.5%)	21.1% (78.9%)	27.7% (72.3%)
内閣府景気動向指数 先行DI	33.3%	41.7%	50.0%	18.2%	30.0%	
一致DI	36.4%	27.3%	100.0%	30.0%	66.7%	-

(注)「ニッセイ景気動向判断指数(NBI)」とは、景気転換点・局面を確率的に判断する指数。景気拡張確率が50%を上回れば「景気回復局面」、下回れば「景気後退局面」、50%は景気の転換点を示す。2003年5月に遡及改定を行った。

基礎研インデックス

	ニッセイ景気動向判断指数(NBI)	月次GDP		為替インデックス
	水準	水準(10億円)	前期比	水準
04/4	98.6%	535,108	1.6%	-43.1%
04/5	95.7%	530,261	0.9%	-40.6%
04/6	95.7%	531,896	0.3%	-37.0%
04/7	94.9%	533,525	0.3%	-37.3%
04/8	86.5%	529,777	0.7%	-36.2%
04/9	59.6%	531,257	0.3%	-39.7%
04/10	39.8%	528,378	0.5%	-39.9%
04/11	48.7%	532,524	0.8%	-37.7%
04/12	48.4%	533,532	0.2%	-40.5%
05/1	43.4%	535,302	0.3%	-43.4%
05/2	51.5%	531,872	0.6%	-44.6%
05/3	21.1%	540,087	1.5%	-43.5%
05/4	(予測値) 27.7%			-40.2%
05/5				-35.5%

(注1)ニッセイ為替インデックスは、為替局面の再判定にともない遡及改定(2001年10月)

(注2)NBIは、構成指標の見直し等にともない遡及改定(2003年5月)

(注) 基礎研インデックスの見方

ニッセイ景気動向判断指数(NBI) : 景気の転換点・局面を確率的に判断する指数。数値が50%を上回れば「景気回復局面」、下回れば「景気後退局面」、50%は景気の転換点を示す。2003年5月に遡及改定。

月次GDP : GDPを月次化したもの。直近の数値はweeklyエコノミストレーター2005年5月2日号を参照。

為替インデックス : 為替の局面・転換点を確率的に判断する指標。プラスが続くと円安局面、マイナスが続くと円高局面。

(お願い) 本誌記載のデータは各種の情報源から入手・加工したものであり、その正確性と安全性を保証するものではありません。また、本誌は情報提供が目的であり、記載の意見や予測は、いかなる契約の締結や解約を勧誘するものではありません。

(Copyright ニッセイ基礎研究所 禁転載)