

基礎研 レポート

消費税における軽減税率の効果 景気安定化の観点からの検討

日本大学経済学部教授ニッセイ基礎研究所客員研究員 小巻泰之

■要旨

日本では再三再四にわたり消費税率の引上げが延期されている。この背景には 1997 年及び 2014 年に実施された過去 2 回の消費税引き上げで日本経済が大きな影響を受けたことがあるとみられる。一般的に、消費税の変更は実質購買力を減少させる（所得効果）ほか、異時点間の代替効果（いわゆる駆け込み需要とその反動減）を発生させることが考えられる。異時点間の代替効果については、通じてみれば経済学的には影響はないとみなされているが、現実には、異時点間の代替効果は大規模に生じ認知ラグなどを通じて在庫調整を引き起こすなど、経済に大きな影響を与えてきた（小巻（2015））。

他方、欧州では、付加価値税（Value-added Tax、以下 VAT）変更後には、異時点間の代替効果は発生していないと指摘されている（森信（2012）など）。異時点間の代替効果が経済活動に影響を与えるのは日本独自のものであろうか。本論では、欧州における VAT 変更の効果をもとに、消費税率引き上げの影響を検討する。欧州では税制の基本構造など多くの点で日本とは異なるが、ここでは軽減税率のみに焦点を当てて考える。

欧州では VAT 導入あるいは変更の場合、導入の是非で議論された軽減税率が導入もしくは変更（軽減税率幅や範囲の拡大等）が実施される場合が多い。そこで、欧州では軽減税率の変更有無を区分した上で、①軽減税率の効果は大きいのか、②どのような局面で VAT 変更の影響が大きくなるのか、③欧州では大規模な異時点間の代替効果は生じていないのか、について実証的に確認する。

まず、消費動向を軽減税率の対象である食料品と非食料品に分けて推移を確認すると、

- 1) 食料品と非食料品に分けてみると、ある意味当然であるが、軽減税率を導入している欧州各国では非食料品では付加価値税変更の影響を確認できるが、食料品ではほとんど確認できない。
- 2) 日本では、過去 3 回の消費税変更により非食料品だけでなく、食料品で消費税の影響を受けている様子が確認できる。

次に、EU 加盟国において 2000 年以降に実施された 47 回（2016 年のギリシャ除く）の VAT 税率引き上げの影響について推計すると、以下のような結果を得た。

- 3) 軽減税率は VAT 税率変更の影響を、文字通り軽減する効果を確認できる。
- 4) 軽減税率を同時に変更した場合には税率変更時の消費の落ち込みは有意でないものの、税率のみの

変更の場合にはほぼ先行研究と同様、1.3%程度の消費の減少が有意に確認できる。

- 5) 税率の変更幅については、税率 2%以上を変更する方が消費へのマイナス効果はより大きくなる事が確認できる。
- 6) さらに、軽減税率を変更しない場合、税率 2%以上の変更の方がよりマイナス効果が大きくなる。
- 7) 欧州においても軽減税率が導入されていない場合（1979年のイギリス、1992年のデンマーク）には、日本と同様に、大規模な異時点間の代替効果を確認できる。

軽減税率は、導入反対で示されている見方の通り、人々の消費行動に恣意的な影響を与えるものである。しかし、逆説的ではあるが、軽減税率の存在は消費行動に影響を与えることにより、付加価値税の変更の影響を文字通り軽減している可能性が考えられる。また、軽減税率を導入していない場合には、欧州でも日本と同様に大規模な異時点間の代替効果が確認できる。このように、過度な景気変動を緩和させる点からみれば、軽減税率の導入は必ずしもマイナスとばかりはいえない。

この背景には、軽減税率の存在により購入頻度の高い食料品への影響が小さく、人々が日常生活への影響が小さいと考え、駆け込み的な耐久財消費が抑制される可能性が考えられる。また、欧州では日本のような消費税増税前の小売業の販売促進的な行動やメディアでの宣伝活動は確認できず、これらの状況が異時点間の代替効果を高め、その後の経済活動の悪化を引き起こしている可能性が考えられる。これらの点についての実証的な分析は今後の課題である。

他方、VAT 税率の変更幅では、欧州でも 2%以上の変更では消費へのマイナス効果が確認でき、その後の景気悪化につながったケースがみられる。1968年のVAT導入以降、EU加盟国によるVATの標準税率の引上げは2017年1月時点で107回実施されている。引上げ幅をみると、2%未満が46回とほぼ半分程度を占めている。上述の通り、欧州においても税率 2%以上の変更はマイナス効果が確認できることから、次回予定される消費税増税は、たとえ 2%であっても段階的实施を検討することも必要ではなかろうか。

いずれにせよ、消費税は2019年10月には再引き上げが実施されるであろう。しかしながら、消費税だけでなく他の税制等の全体像の見直しを実施せず、過去と同様に消費税率の引上げを実施するのであれば、再び経済活動に大きな影響を与える可能性が考えられる。軽減税率だけでなく、税率の小幅引上げによる段階的な実施など、過度な景気変動を抑制し、安定的な経済活動を維持させるとの観点も含めた税制の議論が望まれる。

1—はじめに

日本では消費税率の引き上げは2019年10月1日より10%に引き上げられ、それに伴い軽減税率を導入することが確実なものとなっている。しかし、軽減税率の導入については、経団連等の事業者からは複数税率による事務負担の増大、軽減税率の対象品目の線引きが不透明で混乱を与える、などの点から反対意見が表明されている（経団連他（2014））。また、多くの経済学者からも導入反対の意見が述べられている（税制調査会（2014）、大竹（2014）、飯田（2015）、樫（2015）など）。その内容は、①公平・簡素・中立という税制の大原則から逸脱した制度である、②低所得者対策として有効

ではない、③軽減税率による税収減を他の税での増税に求めることになる、さらに、④家計の消費行動に影響を与える、等となっている。確かに、軽減税率導入の反対理由の一つともなっているが、軽減税率による価格体系の歪みにより、本来の自由意思による消費行動を誘導することにつながる可能性がある。

他方、日本では1997年、2014年の消費税増税では大きな景気変動とその後の景気悪化を経験してきている。一般的には消費税増税による経済活動への影響については、①実質的な可処分所得の低下による消費が減少する効果、②異時点間の代替効果、が指摘されている。その中で、異時点間の代替効果は、消費時期が異なる現象で、通じてみればプラスマイナスゼロとして、その影響は一過性と考えられる見方がみられる。しかし、当時の新聞記事等の論調を見ると、1997年及び2014年の消費税率の引き上げにより、異時点間の代替効果が大規模に生じ、短期的かつ一時的とはいえ現実には認知ラグの影響もあって、その後長い期間にわたって経済活動の混乱を引き起こしてきたことが確認できる（小巻（2015））。つまり、効果が一過性とみられる異時点間の代替効果の影響は、認知ラグの影響を踏まえると、経済活動に長い期間にわたって影響を与える可能性が考えられる。

もちろん、消費税増税に限らず、税制の変更時には他の税制も同時に改定される場合が多い。日本の場合、1989年の消費税導入時は物品税が廃止され、自動車等では実質的な減税となり消費が拡大したのも見られた。1997年には1996年度までの所得税減税が廃止や健康保険制度の改定などから約9兆円の負担増とされている。さらに、歳出削減（公共事業費等で約4兆円）も同時に実施されている。2014年の場合には相続税や復興特別法人税などで改定がみられたものの大きな税制変更はない。したがって、個々の税制や歳出動向の影響を見極めることは困難である。さらに、当時の天候や商品開発動向なども含めて考えると、消費への影響を確定することは困難である。

とはいえ、参考になる事例がないわけではない。消費税先進国の欧州の事例である。欧米におけるVAT及び売上税の変更が消費に与える影響から、日本での消費税の効果を検討することが本稿の目的である。

本稿では以下の3つの視点から消費税増税の影響を検討する。

第1に、欧州での付加価値税の変更では多くの場合、異時点間の代替効果は確認できず、実質可処分所得の減少の効果が確認されるとされている。そこで、2000年以降における欧州の全ての地域のVATの変更の効果を検証し、どのような局面で増税の影響が強くなるのかについて検証する。欧州では課税段階が日本と異なるものの、EUの加盟に際し、加盟国では付加価値税の導入が義務付けられている。2000年以降でも47回の税率変更が実施されている。本論では、すべての欧州地域を対象として、VAT導入の影響を検討する（図表1）。

第2に、軽減税率の存在である。欧州のVATでは軽減税率の導入が認められている。VATを最初に導入したフランス（1968年1月）では、同時に軽減税率を導入している。その他の欧州諸国についてもVAT導入時に軽減税率を導入し、現在まで続けられている場合がほとんどである。現在（2017年4月現在）軽減税率を導入していないのはデンマークのみである。また、2000年以降の47回のVATの変更のうち、軽減税率を同時に税率と軽減税率の適用対象を拡張しているのは20回、VATのみの変更は27回となっている。したがって、ここでは軽減税率の効果を検証するため、軽減税率の同時変更の可否を区分した分析を行う。

第3に、異時点間の代替効果は欧州では生じていなかったのかについて検討する。日本においては1989

年消費税導入時の物品税廃止によって自動車など耐久財の一部で実質的には減税となったため、大規模な異時点間の代替効果は生じなかったとされている。欧州の軽減税率は食料品を中心に、宿泊、医薬品などの生活必需品に適用される場合がほとんどであり、自動車や家具などの耐久消費財には適用されていない（図表 2）。このため、耐久消費財を購入する動機をより引き起こす可能性も考えられるが、いずれにせよ家計の消費行動へ影響を与えることが想定される。そこで、本論では軽減税率が導入されていない状況での VAT 引上げの影響について、分析する。ただし、その事例は多くない。多くの国が最初の VAT 導入時に同時に軽減税率を採用し、現在まで続けられている場合がほとんどである。この中で例外なのが、イギリスとデンマークである。そこで、この両国の状況について検討する。

2——消費税増税における消費への影響

2.1 一般的な影響

消費税率引上げが消費税率引上げ後の個人消費に与える影響は、異時点間の代替効果と、価格上昇による実質所得の減少による効果（所得効果）に分けられる。ここでは特に、異時点間の代替効果に影響を与える要因について整理する。

単純な 2 期間の消費の効用でいえば、相対価格の変化が影響すると考えられる。つまり、税率の変更幅が大きいくほど、異時点間での相対価格の変化が大きくなることから、駆け込み需要は大きくなる。この点では税率の変更幅の違いを考慮した分析が必要となる。

他方、税率変更前後の価格の変化を含め、税率変更がアナウンスされた段階で物価の上昇を見込んだ実質金利に影響を与えると考えられる。実質金利が低いほど借入コストが低くなることから駆け込み需要が大きくなるとみられる。この点で、アナウンス時点の金利水準と税率変更幅により消費者は駆け込み需要の適否を判断すると考える。

Cashin and Unayama (2011) では、消費財を備蓄可能の適否で区分して、備蓄不可能な非耐久消費財の駆け込み需要と反動減の効果について分析している。2014 年の駆け込み需要が 1997 年を上回った要因として、2014 年時には税率引き上げの明確なアナウンスがなされたことから、多くの家計が同時に消費水準を変更することにつながったと指摘している。

また、消費財の耐久性について考慮すれば消費財は、一般的には、自動車や家具などの耐久財消費財、調理用油、洗剤などの備蓄可能な非耐久消費財、生鮮食品など備蓄不可能な非耐久消費財及び、サービスに区分できる。経済財政白書（2015）では財ごとに区分して分析し、2014 年の駆け込み需要の 75% が耐久消費財、備蓄可能・不可能な非耐久財がそれぞれ 12.5% とあったとしている¹。

2.2 税率変更前後における価格転嫁の影響

先行研究によれば、欧州では価格転嫁の方法が異なることや税率変更幅に比較して価格転嫁が低いことから、異時点間の代替効果が小さいとされている。

五十嵐（2012）や森信（2014）では、欧州では VAT の増税が決まると、増税前から価格を徐々に

¹ 1989 年の消費税導入時には、消費税導入と同時に物品税が廃止されたため、耐久性の高いものに対して駆け込み需要が生じにくかったことが全体の駆け込み需要を小さくしたと考えられる。

改定しているとして指摘している。これは、企業は売れ筋商品の価格は高く引上げ、そうでないものは価格を据え置くなど、一律に価格を引き上げるのではなく、全体として売り上げとマージンを確保できるように家計に転嫁していくことがある。つまり、欧州では VAT はコストの一部として認識されており、増税時に一気に一律に価格転嫁していない。

日本総研（2013）や高野、他（2015）では、価格転嫁の違いが原因としている。物価統計をもとに税抜き指数と税込み指数の乖離でみれば、欧州の場合には、ドイツ、イギリス、スペインとも増税前から物価が上昇している。また、税率引き上げ後は税抜き価格が低下していることから企業が増税分を負担しているとの見方を示している。他方、日本の場合には駆け込み需要期にスーパーなどのセールにより、価格下落が確認できるとしている。

また、税率変更後については、日本銀行（2013）によれば非課税品目を調整した試算で 2.0%（生鮮食品除き）の価格転嫁が可能と指摘されているが、日本の場合税抜き価格の指数増税前後でほとんど変化していないことから、増税による価格上昇の大部分を消費者に価格転嫁していると指摘されている。

各国の価格転嫁の状況を研究したものでは、Carare and Danninger(2008)、ONS（2011）などがある。Carare and Danninger(2008)では、ドイツの 2007 年増税時の駆け込み需要期に耐久財の価格が上昇し、価格転嫁率の 73%の内 24%が増税前、49%が増税のあった 2007 年に転嫁されていたと指摘している。ONS（2011）では、イギリスにおける 2010、2011 年の 2.5%の税率引き上げによる価格転嫁はそれぞれ 0.4%、0.76%と指摘している。

このように、税率の変更による価格転嫁率が異時点間の代替効果に影響を与えているとしている。しかし、先行研究ではイギリス、ドイツなどの一部の主要国における物価動向の動きからの考察であり、定量的な結果は示されていない。また、イギリスの民間調査機関の Centre for Retail Research の調査（2011）では、小売店の 64%が税率変更の最初の月に税率変更のほとんどもしくはフルに価格転嫁する予定としている。したがって、税率変更前の価格転嫁については定量的な分析が必要といえる。

3—欧州における VAT の変更の影響について

3.1 欧州の VAT

欧州では VAT を加盟国の共通税制と位置づけ、すべての加盟国に導入が義務付けられている。1995 年 1 月以降に加盟した 15 か国が加盟と同時に VAT を導入している。VAT の運用については VAT 指令（council directive 2006/112/EC on the common system of VAT）により定められ、直近の運用基準である「2006 年 VAT 指令」では VAT の標準税率は 15%以上と定められている。また、軽減税率の導入については加盟国に委ねられているが、下限が 5%とされている。2017 年 4 月時点ではデンマークを除き、軽減税率が導入されている。VAT の税率変更では軽減税率の拡大を伴って実施される場合も多い。

VAT の税率変更幅については、1968 年の VAT 導入以降、EU 加盟国による VAT の標準税率（Standard rate）の引上げは 2017 年 1 月時点で 107 回実施されている（図表 3）。引上げ幅の最小

はフランス 0.4% (2014 年 1 月) であり、最大はイギリス 7.0% (1979 年 6 月) となっている。1% 以下の変更は 42 回、2% は 31 回、3% 10 回となっており、それを超える引き上げは多くない。2% 未満であれば、46 回とほぼ半分程度を占めている。また、税率の引上げでは、短期間で数次の引上げを行う場合には、1% ずつの段階的な引上げを実施している地域もみられる (チェコの 2010 年、2013 年、イタリアの 2011 年、2013 年、フィンランドの 2010 年、2013 年)。

欧州における VAT 変更による消費への影響に関する先行研究は消費者行動の点から論じるものが多く、消費者サーベイを用いた研究がみられる (Shapiro M. D., & Slemrod, J. (2009) など)。また VAT の変更により消費が抑制される一方、貯蓄が増加するため、その効果から投資が増加し経済成長に影響を及ぼすとの点から、投資との関係に関する研究 (Freebairn, J. (1991), Lewis, K., & Seidman, L. (1999) など) も数多くみられる。

VAT 変更による消費水準への直接的な影響について、Alm and El-Ganainy(2012)は、EU 加盟 15 カ国について、1961 年から 2005 年の暦年データを用いて VAT 変更の影響をパネル推計 (Pool, GMM など 5 推計法) により分析している。1% の VAT の変更は短期的には概ね 1% 程度の消費減少につながる と指摘している。

Andrikopoulos et al. (1993) は、ギリシャにおける VAT 変更の短期的な効果を検証している。消費の品目 (13 品目) について 1958 年から 1986 年の暦年データを基に分析し、VAT の変更は品目間の価格及び需要構造を変化させ、各品目への消費の配分に影響を与えることを示している。

3.2 欧州における VAT 変更前後の消費動向

具体的に、VAT 変更前後の消費動向を確認する。SNA・四半期ベースの民間最終消費でみると、異時点間の代替効果は、2007 年ドイツ、2013 年イタリアで小幅な駆け込み需要とその後の反動減の動きがみられるが、多くの地域では確認できない。また、VAT 税率引き上げ後の実質所得減少の効果による消費のレベルシフトについても明確に確認できない (図表 4)。

詳細にみるために、月次ベースのデータを用いる。欧州では月次ベースで家計調査のような需要側統計データは作成されていない。そこで、小売業販売額をもとに、食料品と非食料品に区分して、月次ベースで確認する。食料品と非食料品で区分するのは、軽減税率の対象品のほとんどが食料品であるからである。ここでは、月次ベースで利用可能なイギリス、イタリア、アイルランド及びギリシャの 4 カ国についてみる。概ねどの国においても、食料品は税率引上げの影響を受けていない。しかし、非食料品について駆け込み需要は確認できないものの、税率引上げ直後に減少し、概ね短期間で元の消費水準まで戻っていることが確認できる (図表 5)。

他方、日本について確認すると、SNA ベース・四半期ベースでは 1989 年は駆け込み需要及び反動減は確認できないものの、1997 年、2014 年では大規模な駆け込み需要と反動減が確認できる (図表 6)。家計調査をもとに月次ベースでみると、欧州と大きく異なり、過去 3 回とも食料品において駆け込み需要は確認される (図表 7)。

このように、明らかに軽減税率の存在が欧州における VAT 増税の効果を希薄化させる要因として働いていることを示唆している。

4—欧州における VAT 税率変更の効果(実証分析)

4.1 モデル

ここでは 2000 年以降に Euro 加盟国において実施された全ての税率引き上げを対象 (21 カ国、46 ケース) について分析を行う (図表 1)。推計はケインジアン型消費関数を基本に、税率変更による相対価格の変更に関する変数を加えている。

$$C_{st} = \alpha_s + \beta_t + \gamma y_{st} + (VAT_{st} - P_{st}) + Dummy$$

VAT_{st} は各地域 s の税率変更期 t の税率変更幅、 C_{st} は実質消費、 y は実質雇用者報酬、 P_{st} は VAT_{st} 調整後の消費者物価指数 (HICP、食料品除き)、 $Dummy$ はそれぞれの VAT 引上げ時点を 1 とするダミー変数である。また、今回の推計では 21 カ国について、それぞれの VAT_{st} 引上げ時を推計対象としていることから、 α_s は各地域の経済主体特有の効果、 β_t は時点特有の時間固定効果を示す。

軽減税率の効果を検証するために、VAT の税率変更時と同時に軽減税率を変更する場合と VAT の税率のみ変更した場合に分けて推計する。また、税率変更の効果を詳細に検討するため、推計区分を細分化している。具体的には、税率の引上げ幅を 2%未満と 2%以上に区分している。これは日本経済研究センター (2014) の提言について検証することを目的としている。また、2000 年以降の VAT の引上げは 47 事例あるものの、ギリシャの 2016 年 6 月の変更は推計期間が短いため本論では除外し 46 事例で推計している。

4.2 データ

本稿では Eurostat のデータベースを用いている。Eurostat では同一の基準で加盟国のデータを作成しており、比較検討には有用性が高いと考える。ただし、欧州諸国では消費財別のデータが利用不可のため、消費金額全体からの分析としている。また、Eurostat では間接税の影響を考慮した HICP (生鮮食品除き) を作成している。ここでは実質金利などの計算や相対価格の変数としてこの指数を用いている。推計にあたっては、消費及び所得変数は対数変換している。推計期間は税率の引上げを 0 時点として前後 8 四半期、合計 17 四半期である。

4.3 推計結果

推計結果は図表 8 の通りである。所得変数は、限界消費性向は概ね 0.5 前後となっている。

全サンプルでみると、税率の変更幅が 2%未満の場合 (推計式 2)、VAT の税率引上げがほとんど消費に影響していないことがわかる。ただし、2%以上の変更 (推計式 3) では税率の変更時にマイナス 1.3%程度の消費が下落する様子が見える。

軽減税率との関係では、軽減税率を同時に変更した場合 (推計式 4)、税率変更時の消費の落ち込みは有意でない。また、税率の変更幅で区分 (推計式 5、6) しても、税率変更時での消費への影響は統計的に有意に確認できない。しかしながら、軽減税率を同時に変更することにより、VAT 変更の影響が軽減されている様子が確認される VAT の税率変更のみを実施した場合には、税率変更時点でのマイナスの所得効果が確認できる。この効果は、税率の変更幅が大きいほど、大きくなるのが税率の変更幅と物価上昇率との関係を示すパラメーターがマイナスで有意であることから確認できる。

これらのことから、軽減税率の存在は VAT 変更のマイナス効果を軽減する効果が確認できる。

5—軽減税率未実施の国での異時点間の代替効果

前節まででみたように、VAT の税率変更は軽減税率の取り扱いにより効果は異なる可能性が示された。しかし、欧州では日本のような大規模な異時点間の代替効果は生じていないのであろうか。ここでは、軽減税率を導入していない地域での税率変更時の状況を確認する。

5.1 デンマーク

デンマークでは、1992年1月にVATが25%に引き上げられて以来、24年間据え置かれている。しかも、Euro加盟国では唯一、軽減税率が導入されておらず²、25%の単一税率となっている。この背景には、①歳入への影響を回避する、②徴税を効率化する、③軽減税率の適用対象品目の区別が困難、④税の歪みを抑制する、という理由があるとされている。また、⑤軽減税率は財政負担が大きくなるため逆進性への配慮は社会保障給付によって行うことが効率的と考えられている(鎌倉(2008))。

デンマークの付加価値税率は1992年1月1日に22%から25%へ3%引き上げられた。当時の実質金利は1%を切る水準にあり、物価は1990年までは上昇率4%前後であったが、2%前後まで低下するなど、税率変更幅の方が大きい状況にあった。

1991年10-12月期には消費が駆け込み需要とみられる大幅な伸びを示した。タイムトレンドをもとに、当時の駆け込み需要の規模を推計すると消費金額(1991年)の2.2%(3.4bill. DKK)となり、当時のGDPを1%程度押し上げたとみられる。2014年の日本の駆け込み需要をやや上回る規模となっている(図表9)。

その後、1992年1-3月期には消費は再びマイナスの伸びとなり、その後も消費は低迷している様子が見える。

5.2 1979年のイギリスの例

イギリスでは1979年6月18日に7%の税率引き上げがされた。当時、イギリスでは軽減税率は導入されておらず、単一税率となっていた。また、1979年には所得税減税が同時に実施されている。

しかし、1979年4-6月期には異時点間の代替効果がかなり大規模な状況となって生じたとみられる。タイムトレンドを用いて、当時の駆け込み需要を推計すると、民間消費の6.7%を占め、当時のGDPを0.5%引き上げたとみられるなど、かなり大規模な駆け込み需要が生じたとみられる。翌7-9月期には反動減で大きく消費が減少している様子が確認できる(図表10)。

物価はVAT変更直前には10%前後であったが、それ以前は15~20%程度と高く、この点では物価上昇は低い状況にあった。なお、VAT引上げ後物価は大きく上昇している。

このように、イギリスにおいても金利、物価水準は税率変更幅より小幅もしくは落ち着いた動きであったことが確認できる。

² 1975年9月に9.25%の軽減税率が導入されたが、翌1976年3月には廃止されている。

6—まとめ

欧州における VAT の税率変更では、変更時点でのマイナスの所得効果を統計的に有意に確認できる。また、計測結果から、①軽減税率を同時に変更した場合、税率変更時の消費の落ち込みは有意でないものの、税率のみの変更の場合 1.3%程度の消費の減少が有意に確認できる。また、②税率の変更幅については、2%未満の場合と2%以上の場合に分けてみると、税率2%以上を変更する方が消費へのマイナス効果はより大きくなることが確認できる。その中でも、軽減税率を変更しない場合の方がよりマイナス効果が大きくなることも伺える。つまり、実質的な購買力の低下をより認識できるような状況が、消費を抑制しているのかもしれない。他方、異時点間の代替効果については、軽減税率が導入される以前には、イギリスやデンマークのように欧州でも大規模な効果が確認できる。

これらの結果は、軽減税率の導入反対の指摘の通り、人々の消費行動に影響を恣意的に与える可能性が指摘できる。しかしながら、食料品における異時点間の代替効果や所得効果を抑制させ、税率変更による大きな経済変動を引き起こさない可能性についても併せて指摘できると考える。この点でいえば、軽減税率の存在が消費者の消費行動を恣意的にコントロールしているとみることができる。欧州の統計にはないが、家計調査では100世帯当たりの購入頻度を公表しており、これを見るとある意味当然であるが、家計の食料品の購入頻度は全消費回数の79%を占めている。日々の価格動向を敏感に感じ取るのが食料品であると考えれば、食料品への駆け込み需要の延長戦上に耐久消費財等の駆け込み需要が生じていると考えることが可能である。

また、税率の引上げ幅についても考慮すべきである。欧州の税率変更では、2%以上を変更する方が消費へのマイナス効果はより大きくなることが確認できる。直観的にも理解しやすいが、税率の変更幅が小幅であればその効果は小さくなる可能性が考えられる。また、欧州においても、引上げ幅を小幅にして段階的に引き上げる事例が確認できるが、日本でも検討の余地は大きいのではなかろうか。

消費税だけでなく他の税制等の全体像の見直しを実施せず、これまで同様に消費税率の引上げをするのであれば、再び経済活動に大きな影響を与えることが考えられる。これまでのような過度な景気変動を抑制し、安定的な経済活動を維持させるとの観点も含めた税制の議論が望まれる。

ただし、日本では消費増税前に駆け込み需要を促進する小売業の行動やメディアなどでの駆け込み促進報道が多くみられた。こうしたことが当時の駆け込み需要を顕在化させた要因（アンカリング効果等）も考えられる。この点については今後の課題としたい。

参考文献

1. 飯田泰之 (2015) 「軽減税率は低所得者を救う」は大きな誤解だ～経済学者が導入に賛成しない理由」, 東洋経済 ONLINE, 2015年11月5日.
2. 五十嵐文彦 (2012) 「イギリス税制視察の報告～付加価値税制の現状と改革への挑戦」, ファイナンス, 2012年11月号.
3. 大竹文雄 (2014) 「軽減税率はなぜ人気なのか」, 日本経済研究センター『大竹文雄の経済脳を鍛える』,

2014年7月18日.

4. 鎌倉治子 (2008), 「諸外国の付加価値税 (2008年版)」, 国立国会図書館調査及び立法調査局『基本情報シリーズ①』.
5. 小巻泰之 (2015) 『経済データと政策決定』, 日本経済新聞出版社.
6. 税制調査会 (2014) 「消費税の軽減税率に関する検討について」, 平成26年6月5日 与党税制協議会公表資料.
7. 税制調査会 (2014) 「第9回税制調査会議事録」, 平成26年6月11日.
8. 高橋哲彰, 菊池紘平, 井上里菜 (2015) 「欧州諸国に学ぶ駆け込み・反動の抑え方-消費増税の価格転嫁に日欧の差-」, 日本経済研究センター「経済百葉箱」第81号, 2015年4月8日.
9. 知念裕 (1997) 「アメリカの州売上税」, 琉球大学「経済研究」, 53号, pp.169-201.
10. 日本銀行 (2014) 「金融経済月報」, 2014年3月.
11. 日本総研 (2013) 「欧州の事例から読み解く消費増税の影響」, Research Eye, No.2013-018, 2013年9月24日.
12. 日本経済研究センター (2014) 「消費増税「1%ずつ」検討を」, 2014年10月.
13. 樋浩一 (2015) 「「軽減税率」は、あまりに問題がありすぎる～消費税の逆進性にどう対応すべきか」, 東洋経済 ONLINE, 2015年10月17日.
14. 森信茂樹 (2014) 「価格の一斉改定、日本特有」, 日本経済新聞「経済教室」, 2014年2月24日.
15. Alm, James and Asmaa El-Ganainy, “Value-added Taxation and Consumption,” Tulane University Economics Working Paper 1203, July 2012
16. Carare, A. and Danninger, S. (2008), “Inflation Smoothing and the Modest Effect of VAT in Germany,” IMF Working Paper, WP/08/175.
17. Cashin, D. and Unayama, T. (2011), “The Intertemporal Substitution and Income Effects of a VAT Rate Increase: Evidence from Japan,” RIETI Discussion Paper Series 11-E-045, April 2011.
18. Centre for Retail Research (2011), “VAT HIKE TO 20%: Effects on Retailers and Consumers”, <http://www.retailresearch.org/vatincrease.php>
19. European Commission (2017), “VAT rate applied in the member states of the European union”, Situation at 1st January 2017.
20. Freebairn, J. (1991). Some effects of a consumption tax on the level and composition of Australian saving and investment. Australian Economic Review, 96 (1), 13-29.
21. Lewis, K., & Seidman, L. (1999). The consumption tax and the saving elasticity. National Tax Journal, 52 (1), 67-78.
22. Marwell, N., and McGranahan, L. (2010), “The Effect of Sales Tax Holidays on Household Consumption Patterns,” Federal Reserve Bank of Chicago, WP2010-06.
23. Office for National Statistics (2011), “Impact of the VAT increase on the CPI”
24. Shapiro M. D., & Slemrod, J. (2009). Did the 2008 Tax Rebates Stimulate Spending? The American Economic Review Papers and Proceedings, 99 (2), 374-379.

図表 1 : 欧州各国の税率変更の状況 (2000 年以降)

		変更時期	変更前	変更後	税率変更幅	軽減税率
1	チェコ	2010/1Q	19.0%	20.0%	1.0%	1.0%引き上げ
2	チェコ	2013/1Q	20.0%	21.0%	1.0%	1.0%引き上げ
3	ドイツ	2007/1Q	16.0%	19.0%	3.0%	変更なし
4	エストニア	2009/3Q	18.0%	20.0%	2.0%	変更なし
5	アイルランド	2002/1Q	20.0%	21.0%	1.0%	変更なし
6	アイルランド	2008/4Q	21.0%	21.5%	0.5%	変更なし
7	アイルランド	2012/1Q	21.0%	23.0%	2.0%	変更なし
8	ギリシャ	2005/2Q	18.0%	19.0%	1.0%	0.5-1.0%引き上げ
9	ギリシャ	2010/1Q	19.0%	21.0%	2.0%	0.5-1.0%引き上げ
10	ギリシャ	2010/3Q	21.0%	23.0%	2.0%	0.5-1.0%引き上げ
11	ギリシャ	2016/2Q	23.0%	24.0%	1.0%	変更なし
12	スペイン	2010/3Q	16.0%	18.0%	2.0%	1%引き上げ
13	スペイン	2012/3Q	18.0%	21.0%	3.0%	2%引き上げ
14	フランス	2014/1Q	19.6%	20.0%	0.4%	3%引き上げ
15	クロアチア	2009/3Q	22.0%	23.0%	1.0%	変更なし
16	クロアチア	2012/1Q	23.0%	25.0%	2.0%	変更なし
17	イタリア	2011/3Q	20.0%	21.0%	1.0%	変更なし
18	イタリア	2013/4Q	21.0%	22.0%	1.0%	変更なし
19	キプロス	2000/3Q	8.0%	10.0%	2.0%	変更なし
20	キプロス	2002/3Q	10.0%	13.0%	3.0%	変更なし
21	キプロス	2003/1Q	13.0%	15.0%	2.0%	変更なし
22	キプロス	2012/1Q	15.0%	17.0%	2.0%	変更なし
23	キプロス	2013/1Q	17.0%	18.0%	1.0%	変更なし
24	キプロス	2014/1Q	18.0%	19.0%	1.0%	1%引き上げ
25	ラトビア	2009/1Q	18.0%	21.0%	3.0%	5%引き上げ
26	ラトビア	2011/1Q	21.0%	22.0%	1.0%	2%引き上げ
27	リトアニア	2009/1Q	18.0%	19.0%	1.0%	変更なし
28	リトアニア	2009/3Q	19.0%	21.0%	2.0%	変更なし
29	ルクセンブルク	2015/1Q	15.0%	17.0%	2.0%	2%引き上げ
30	ハンガリー	2009/3Q	20.0%	25.0%	5.0%	3%引き上げ
31	ハンガリー	2012/1Q	25.0%	27.0%	2.0%	3%引き上げ
32	マルタ	2004/1Q	15.0%	18.0%	3.0%	変更なし
33	オランダ	2001/1Q	17.5%	19.0%	1.5%	変更なし
34	オランダ	2012/4Q	19.0%	21.0%	2.0%	変更なし
35	ポーランド	2011/1Q	22.0%	23.0%	1.0%	1%引き上げ
36	ポルトガル	2002/2Q	17.0%	19.0%	2.0%	変更なし
37	ポルトガル	2005/3Q	19.0%	21.0%	2.0%	変更なし
38	ポルトガル	2010/3Q	20.0%	21.0%	1.0%	1%引き上げ
39	ポルトガル	2011/1Q	21.0%	23.0%	2.0%	変更なし
40	ルーマニア	2010/3Q	19.0%	24.0%	5.0%	変更なし
41	スロベニア	2002/1Q	19.0%	20.0%	1.0%	0.5%引き上げ
42	スロベニア	2013/3Q	20.0%	22.0%	2.0%	1%引き上げ
43	スロバキア	2011/1Q	19.0%	20.0%	1.0%	変更なし
44	フィンランド	2010/3Q	22.0%	23.0%	1.0%	1%引き上げ
45	フィンランド	2013/Q	23.0%	24.0%	1.0%	1%引き上げ
46	イギリス	2010/1Q	15.0%	17.5%	2.5%	変更なし
47	イギリス	2011/1Q	17.5%	20.0%	2.5%	変更なし

(注)本論では「11ギリシャ」はデータが不足していることから、推計から除いている。

図表 2：軽減税率の導入状況

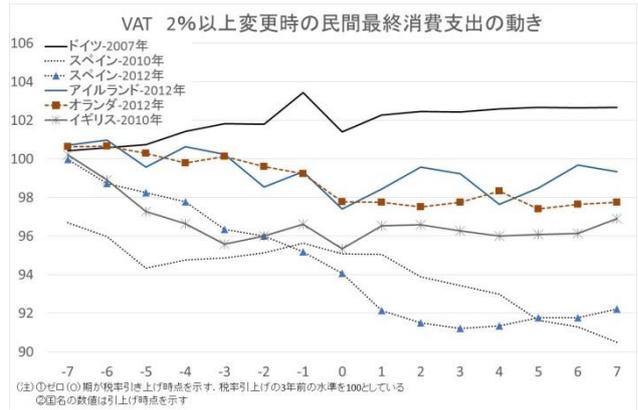
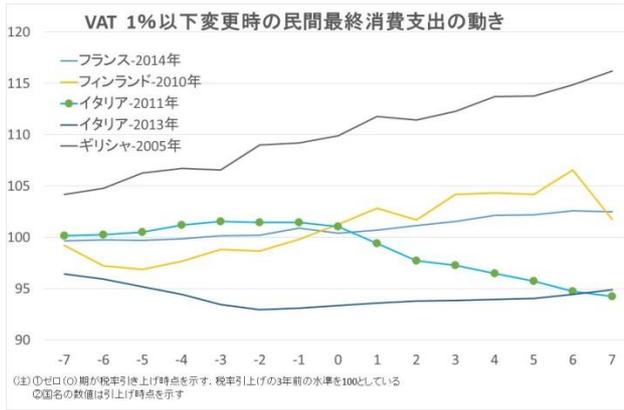
	標準税率	軽減税率	超軽減税率	食品	医薬品	書籍	新聞	宿泊	その他
オーストリア	20%	10%	-	10%	10%	10%	10%		運賃10%
ベルギー	21%	6%、12%	0%	6%	6%	6%	0%		植物性医薬品、マーガリン 12%
ブルガリア	20%	9%	-	20%	20%	20%		9%	
クロアチア	25%	5%、13%	-	5%	5%	5%			
キプロス	19%	5%、9%	-	5%	5%	5%			
チェコ	21%	10%、15%	-	15%	10%	10%			
デンマーク	25%	-	-	25%	25%	25%			
エストニア	20%	9%	-	20%	9%	9%	9%	9%	
フィンランド	24%	10%、14%	-	14%	10%	10%			運賃10%
フランス	20%	5.5%、 10%	2.10%	5.50%	2.10%	5.50%	2.10%	7.00%	外食7%
ドイツ	19%	7%	-	7%	19%	7%	7%		医療器具7%
ギリシャ	23%	6.5%、 13%	-	13%	6.50%	6.50%			運賃・映画13%、演劇6.5%
ハンガリー	27%	5%、18%	-	18%	5%	5%	5%	18%	
アイルランド	23%	9%、 13.5%	4.8%、0%	0%	0%	0%	4.8%	13.5%	外食・有料テレビ・暖房器 具・電気代13.5%
イタリア	22%	10%	4%	4%	10%	4%		10%	外食10%、出版物4%
ラトビア	21%	12%	-	21%	12%	12%	12%	12%	
リトアニア	21%	5%、9%	-	21%	5%	9%			建設9%
ルクセンブルク	17%	8%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	窓ふき6%、外食3%
マルタ	18%	5%、7%	0%	0%	0%	5%	5%	7%	
オランダ	21%	6%	-	6%	6%	6%	6%		
ポーランド	23%	5%、8%	-	5%	8%	5%		8%	水道水8%
ポルトガル	23%	6%、13%	-	6%	6%	6%	6%		外食、加工食品13%
ルーマニア	24%	5%、9%	-	9%	9%	9%	9%	9%	映画・美術館・動物園9%、建 設資材5%
スロヴァキア	20%	10%	-	20%	10%	10%			
スロヴェニア	22%	9.50%	-	9.50%	9.50%	9.50%			
スペイン	21%	10%	4%	4%	10%	4%	4%	10%	食品、劇場、水道水、住宅 10%、パン、乳製品卵4%
スウェーデン	25%	6%、12%	0%	12%	25%	6%	6%	12%	運賃6%、文化イベント6%
英国	20%	5%	0%	0%	0%	0%	0%		チャイルドシート5%

図表 3：VAT 税率引上げ幅の状況 (VAT 導入以降)

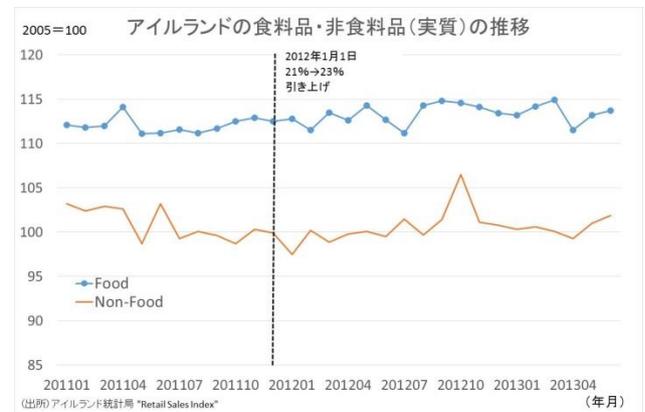
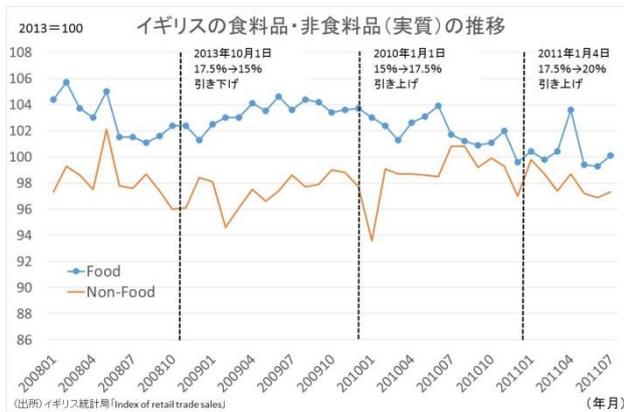
0%- 1%未満	1%	1%超- 2%未満	2%	2%超- 3%未満	3%	3%超- 4%未満	4%	4%超- 5%未満	5%	5%超- 6%未満	6%	6%超- 7%未満	7%	合計
5	37	4	31	9	10	1	3	0	5	0	0	1	1	107

(注) EU加盟の28カ国がVAT導入後に標準税率(Standard rate)を引き上げた場合の引き上げ幅別に集計したもの
(出所) European Commission (2017), "VAT rate applied in the member states of the European union"

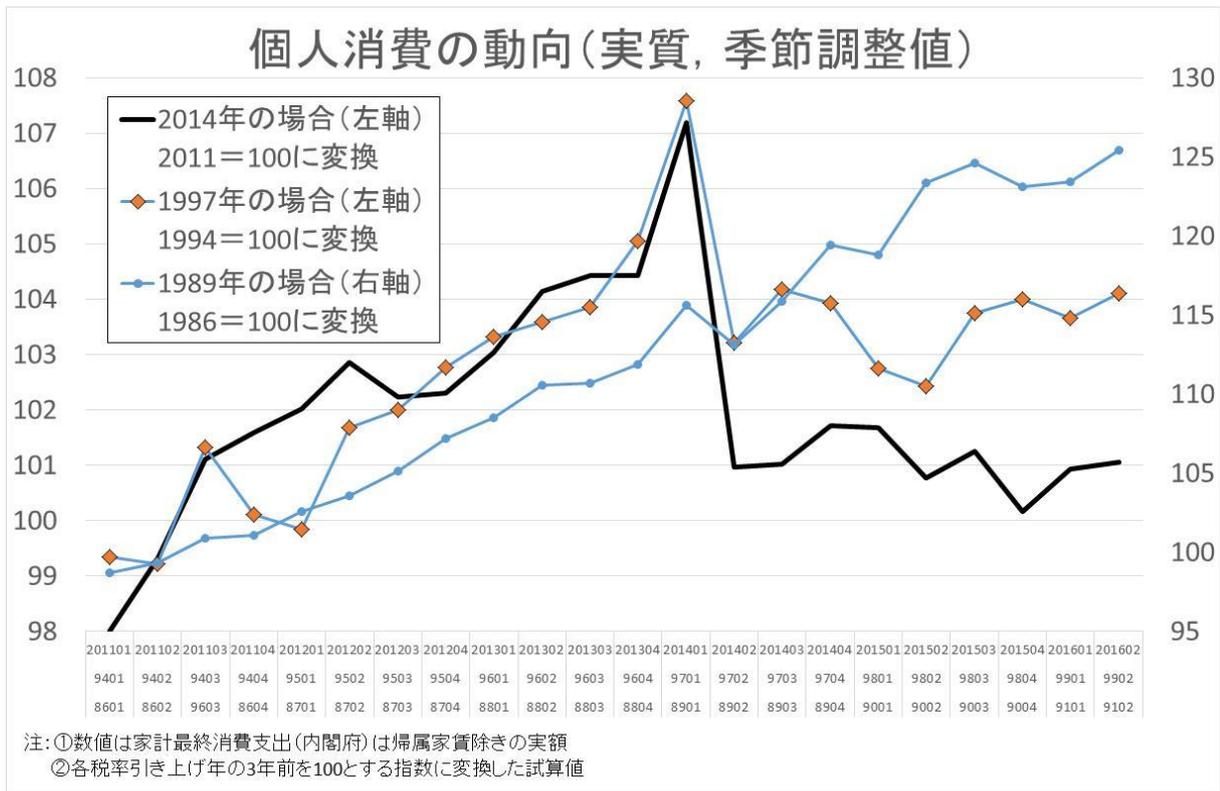
図表4：欧州各国における VAT 税率変更時の消費動向<SNA ベース>



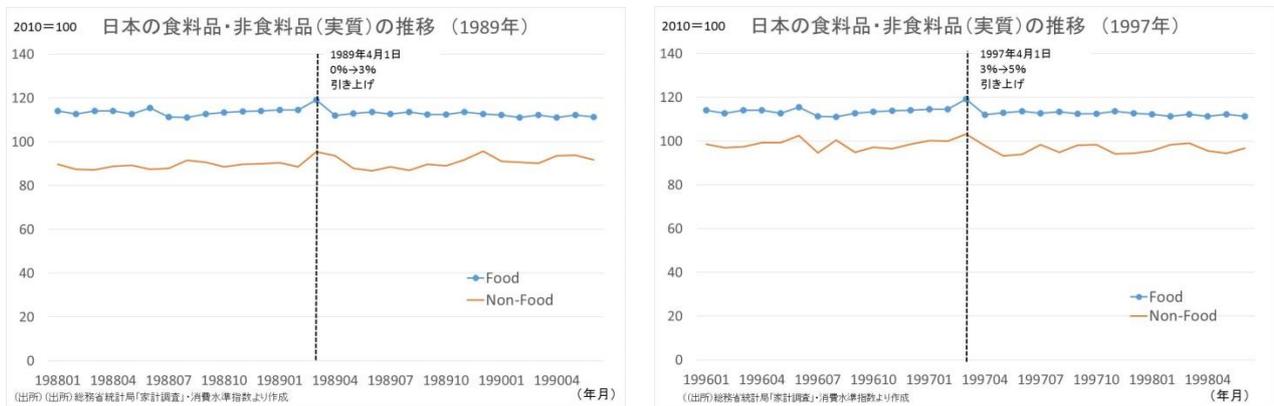
図表5：欧州各国における VAT 税率変更時の消費動向<小売業販売額ベース>



図表 6：日本の消費税率変更時の消費動向<SNA ベース>



図表 7：日本の消費税率変更時の消費動向<家計調査ベース>



図表 8 : 推計結果

推計式	全サンプル			軽減税率を考慮した推計結果		
	税率の引き上げ幅			税率の引き上げ幅		
	税率2%未満	税率2%以上		税率2%未満	税率2%以上	
	1	2	3	4	5	6
	(軽減税率変更を同時実施)					
実質雇用者報酬	0.583 (34.00)	0.604 (21.97)	0.571 (25.46)	0.688 (25.38)	0.498 (11.96)	0.746 (19.50)
税率変更幅と物価上昇率とのかい離	-0.147 (-2.15)	-0.009 (-0.10)	-0.241 (-2.48)	0.379 (3.76)	0.465 (3.63)	0.410 (2.70)
税率変更期	-0.007 (-1.78)	0.001 (0.13)	-0.013 (-2.27)	-0.001 (-0.22)	0.003 (0.52)	-0.011 (-1.14)
定数項	7.102 (77.69)	7.038 (47.28)	7.128 (60.25)	6.685 (42.51)	7.705 (32.96)	6.398 (27.49)
決定係数	0.9999	0.9999	0.9999	0.9998	0.9999	0.9999
対象数	46	20	26	19	11	8
観測数	760	330	430	313	182	131
	(VAT税率変更のみ)					
推計式				7	8	9
実質雇用者報酬				0.521 (24.85)	0.622 (19.57)	0.490 (18.57)
税率変更幅と物価上昇率とのかい離				-0.567 (-6.35)	-0.387 (-3.48)	-0.597 (-4.75)
税率変更期				-0.012 (-2.46)	-0.008 (-1.42)	-0.013 (-2.02)
定数項				7.278 (69.40)	6.864 (41.85)	7.380 (56.87)
決定係数				0.9999	0.9999	0.9998
対象数				27	9	18
観測数				447	148	299

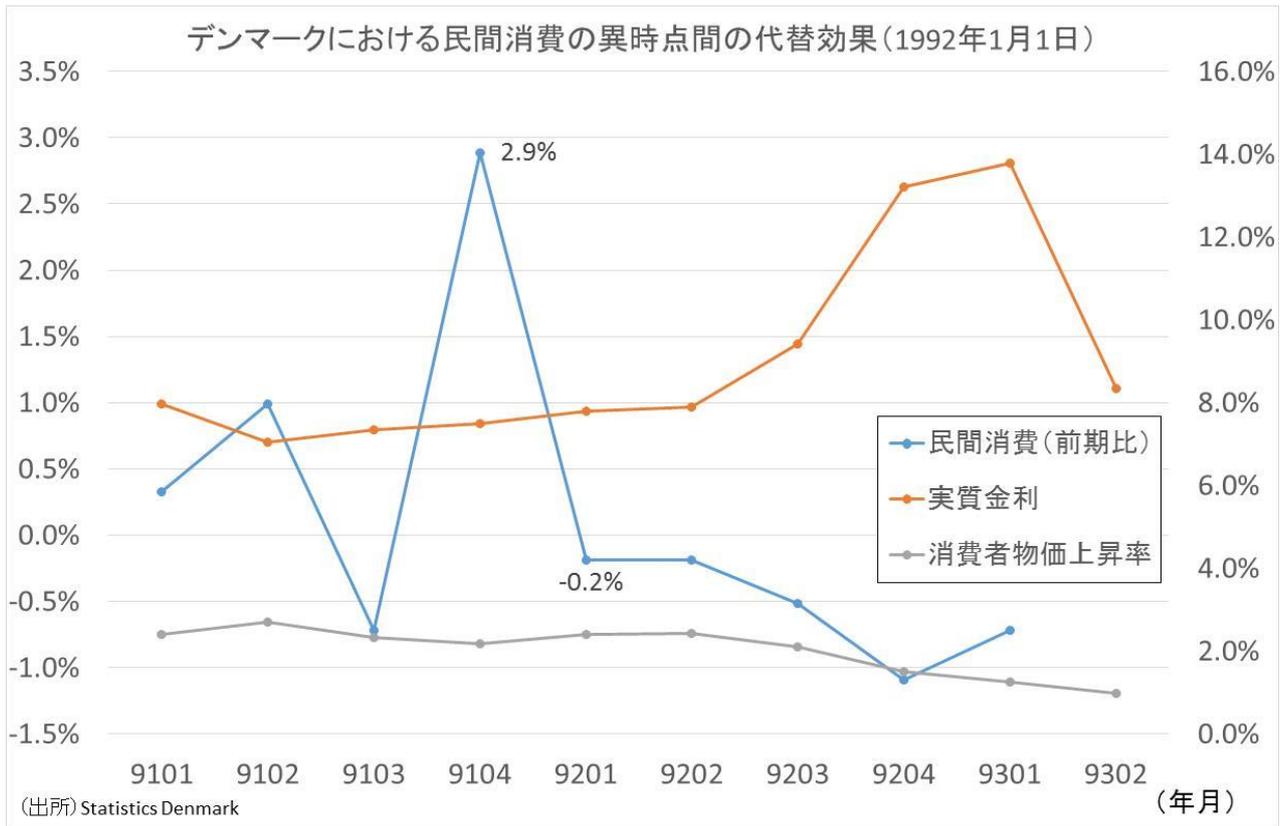
(注)

- ・推計期間は税率変更期を除く前後8四半期として、税率変更期に合わせてデータを編集している。
- ・推計方法は固定効果推計を用いている。
- ・各データは以下の通り。

- ①雇用者報酬はHICPの食料品除きで実質化している。
- ②物価はHICPの食料品除き
- ③税率変更期は変更期を1とするダミー変数を用いている。

(出所)Eurostat及び各国の統計作成機関のHPよりダウンロードしたもの

図表 9 : デンマークにおける異時点間の代替効果



図表 10 : イギリスにおける異時点間の代替効果

