

比較を試みる。

また、駆け込み需要後の反動減が起きた翌期に再度の増加がある点も、両期間共通の現象である。すなわち、増税実施の翌期には個人消費の前期比はプラス化しており、増税時の消費減は1四半期限りにとどまっている。問題はその次の期である。増税前の駆け込み需要増とその反動減、さらにその翌期の戻しは両時期共通であるが、その後、増税後2四半期後の消費動向は異なっている。89年の消費税導入時にはさらに消費は増加し、増税時の落ち込みを上回る消費の戻しが見られたのに対し、97年の税率引上げ時には、97年10-12月期に再び消費は減少した。これについては、両期間の景気局面の違いが影響している可能性が高い。89年当時は景気拡張局面に位置していたが、97年の状況を振り返ってみると、5月には景気の山を迎え<sup>34</sup>、半ば以降はアジア通貨・金融危機や大手金融機関の破綻が生じるなど、年後半の景気を取り巻く環境は急速に悪化する局面となっていた。

消費税導入や税率引上げは、消費者の立場からいえば、いわば前もってアナウンスされた物価上昇に等しい。この点、世界情勢の変動等による予期せぬ石油価格の上昇等とは異なる。だからこそ、耐久財を中心とした増税前の駆け込み需要とその後の反動減は避け難い現象といえる。ある意味消費者の合理的な判断に基づく行動であり、消費者としては石油価格上昇等の攪乱的な物価変動よりも適応しやすい面がある。消費税率の変更之际には、経済状況等を十分に考慮しつつ、駆け込み需要とその反動減を所与の条件として経済財政運営を行うことが重要である。

#### (税率引上げ後の消費動向は国や時期によってまちまち)

次に、我が国以外において、消費税率（付加価値税率）を引き上げた際にどのような消費の動きが生じているか見てみよう。消費税率（付加価値税率）を引き上げた際の消費の動きには、価格転嫁の大きさや時期、当時の経済財政状況等、種々の要因が影響を与えるため、一概に比較することは困難であるが、ここでは、近年のドイツと英国の事例をケーススタディとして考える（第1-3-12図）。なお、英国については、リーマンショック後の2008年末に、景気対策として付加価値税率の時限的引下げを行っていることから、そのケースも含めている。したがって、2008年12月の英国の事例については、符号が他の事例と逆向きになることに留意する必要がある。

また、四半期の振れをある程度調整するため、税率変更の直前期の前期比と変更前4四半期（変更期の2～5四半期前）の平均前期比との差を「駆け込み需要」、税率変更期の前期比と変更前4四半期（変更期の2～5四半期前）の平均前期比との差を「反動減」、さらに、税率変更後4四半期の平均前期比と変更直前4四半期の平均前期比との差を「税率変更後の動向」と定義し、それぞれについて各国比較を行った。結果を見ると次のような点が指摘できる。

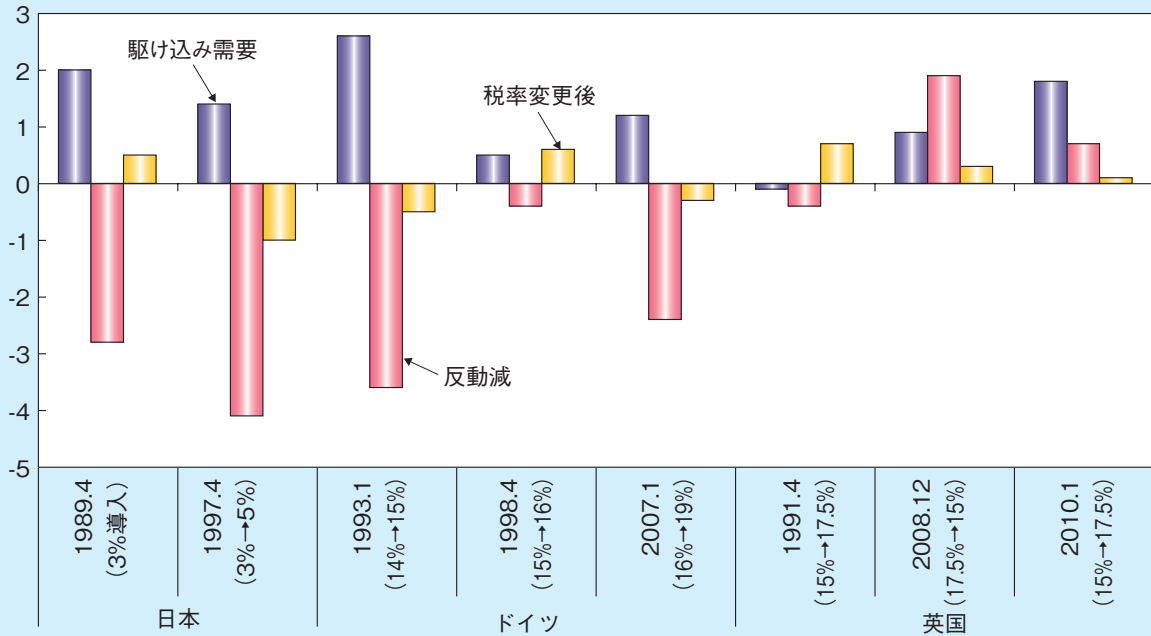
注 (34) ただし、バブル崩壊後の低迷の後、景気は93年10月から拡張局面に入り、96年には家計や企業の景況感も改善し、景気回復が広く人々に認識されるようになっていたことも事実である。

第1-3-12図 日独英における消費税率変更時の個人消費及び各種税収の変化

税率引上げ後の消費動向は国や時期によってまちまち

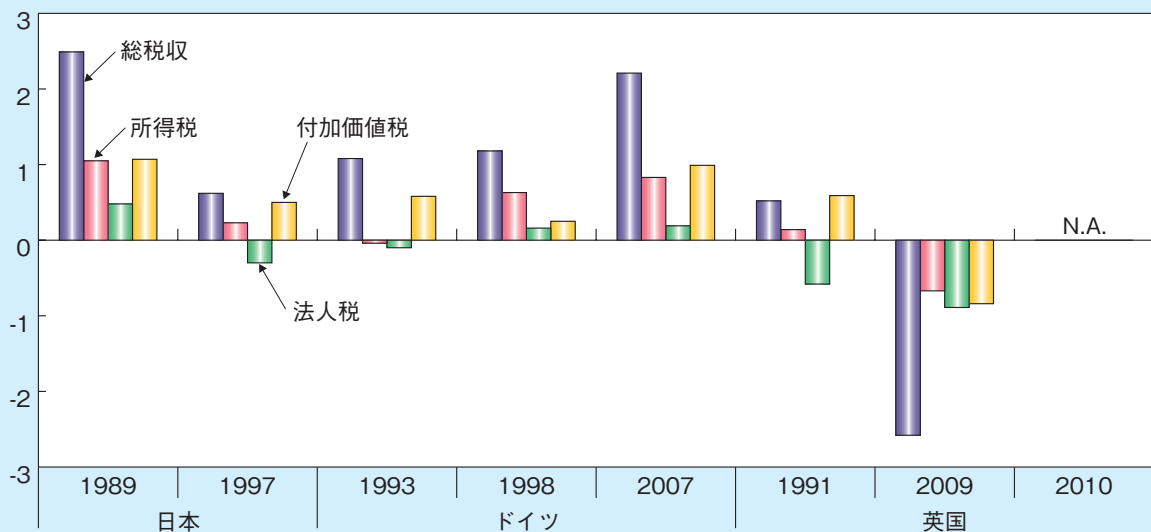
(1) 消費税率（付加価値税率）変更時の実質個人消費の変化

(季節調整済前期比、%)



(2) 消費税率（付加価値税率）変更時の各種税収増収額

(対前年名目GDP比、%)



- (備考) 1. 内閣府「国民経済計算」、Eurostat、OECD、Statにより作成。  
 2. (1) 図の「駆け込み需要」とは、税率変更の直前期の前期比と変更前4四半期（変更期の2～5四半期前）の平均前期比との差。「反動減」とは、税率変更期の前期比と変更前4四半期（変更期の2～5四半期前）の平均前期比との差。「税率変更後の動向」とは、税率変更後4四半期の平均前期比と変更直前4四半期の平均前期比との差。  
 3. (1) 図における英国の2008年12月の税率引下げ時については、「駆け込み需要」、「反動減」及び「税率変更後の動向」全て符号がマイナス。

まず、我が国とドイツでは、消費税率（付加価値税率）引上げ前後において、駆け込み需要とその後の反動減が明確に認められる。駆け込み需要の規模については、おおむね増収額の大きさと連動しているが（第1-3-12図（2））、同様の増収規模であった97年の日本と93年のドイツを比較すると、日本の方が駆け込み需要後の反動減が大きく表れている<sup>35</sup>。日本の消費者は、駆け込み消費を前期だけでなくより長い期間にわたって行う傾向が示唆される。その一方で、反動減は税率引上げ期に一気に現れるため、日本の反動減がより大きく見える可能性がある。また、税率変更後の個人消費の動向については、97年の日本や93年及び2007年のドイツでは、増税後の消費の伸び（前期比伸び率の4四半期平均の差）が増税前よりも低くなっている一方、89年の日本や98年のドイツでは増税後の消費は増税前を上回っている。増税時期は前もってアナウンスされるため、増税直前の駆け込み需要でなくても、増税前に購入可能な財は前倒しで購入することが可能である。こうしたことを考えると、増税前と増税後の個人消費の4四半期平均を比較すれば、増税後の個人消費の伸びが小さくなることは理にかなっているが、89年の日本や98年のドイツのように消費の基調が強い場合などには個人消費が増税によって必ずしも停滞するわけではないといえよう<sup>36</sup>。

しかしながら、英国について見ると、駆け込み需要もその後の反動減も、日本やドイツのように明確なものとなっていない。91年の付加価値税率引上げ時には、駆け込み需要は検出されず、税率変更時に幾分消費の減少が見られるだけである<sup>37</sup>。一つ考えられる理由として、英国では、政令で付加価値税率が変更できるなど<sup>38</sup>、短期間で柔軟な税率変更が可能な仕組みとなっていることが挙げられる。このため、駆け込み需要が生ずる時間的余裕が少なかったことが考えられる。

なお、英国における2008年12月の時限減税については、減税時の消費増加は確認できるものの、減税前後の4四半期平均を比較すると、個人消費はほとんど増加していない。その一方で、付加価値税の減収は確実に表れている。時限的な付加価値税率の引下げは、税収減という財政コストの割には消費増というベネフィットが小さ過ぎるように見える。少なくとも2008年の英国の例からは、付加価値税率の時限的引下げが景気対策として有効であるという見方は支持されない。

### （定率減税の縮減・廃止時には目立った経済変動が見られず）

これまで消費税率（付加価値税率）の変更時の経済変動を検討し、一つの大きな特徴が個人

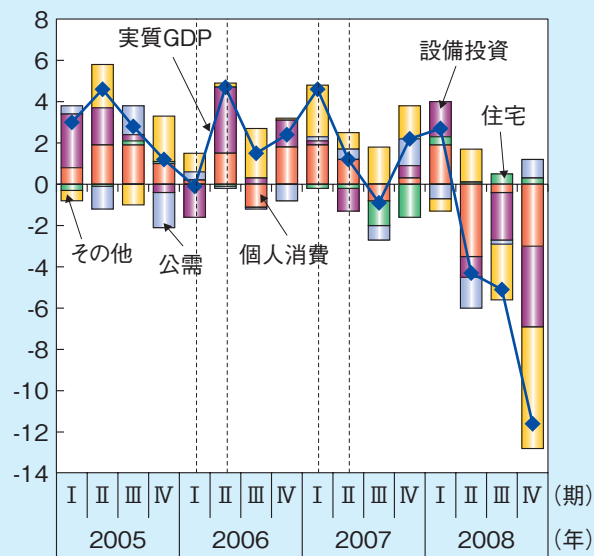
- 注 (35) ただし、93年のドイツにおける付加価値税率の引上げ幅が1%（14%から15%）であったのに対し、日本における消費税率の引上げ幅が2%（3%から5%）と日本の引上げ幅が大きかった点にも留意する必要がある。
- (36) 97年の日本についても、前述の「社会保障・税一体改革の論点に関する研究報告書」では、マイクロデータを用いた研究を基に、4月の税率引上げの消費に対するマイナスの所得効果は約0.3兆円（対GDP比0.06%）と試算し、「消費税増税が当時の景気後退の「主因」であると考えるのは困難である」としている。
- (37) なお、2010年の英国においては、駆け込み需要後の反動減の符号が逆転しているが、これは対比している前年の消費がリーマンショックによって大きく落ち込んだことが影響している。実際、税率変更時の2010年1-3月期の実質消費支出は前期比-0.2%と減少している。
- (38) 1年間の時限的措置として、政令による税率変更が可能。

第1-3-13図 日本の定率減税縮減・廃止時の経済変動

定率減税の縮減・廃止時には目立った経済変動が見られず

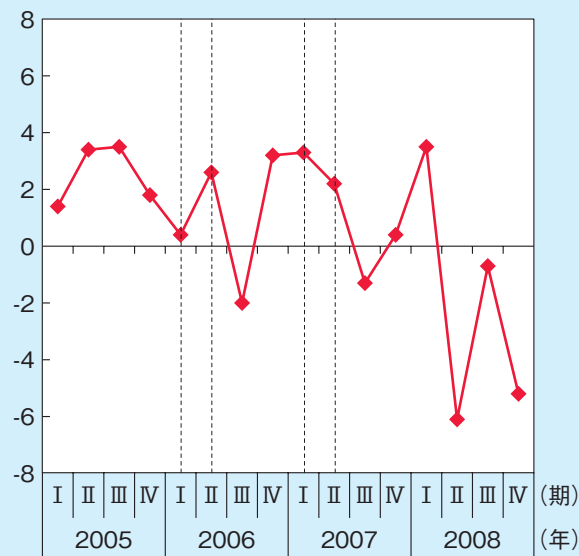
(1) 実質GDPの寄与度分解

(季節調整済前期比年率、%)



(2) 実質民間最終消費支出

(季節調整済前期比年率、%)



(備考) 1. 内閣府「国民経済計算」により作成。

2. 定率減税は、所得税の税額20%相当額を25万円を限度に控除、個人住民税の所得割額の15%相当額を4万円を限度に控除する制度であり、99年度の税制改正で導入された。これが2006年1月より所得税、同年6月より個人住民税において縮減(1.7兆円程度)、2007年1月より所得税、同年6月より個人住民税において廃止された(1.5兆円程度)。

消費における駆け込み需要とその後の反動減であることを確認した。また、増税前の駆け込み需要が大きい分、増税期の反動減は大きくならざるを得ないが、増税前後の4四半期程度を均せば、個人消費が増税によって必ずしも停滞するわけではないことも確認した。それでは消費税以外の増税時にはどのような経済変動が起きているのだろうか。ここでは、比較のため、2000年代半ばの我が国における定率減税の縮減・廃止時の経済変動を検討する(第1-3-13図)。

所得税の増税においては、当然、駆け込み需要もその後の反動減も起こり得ない。その意味では一時的な消費の変動は生じない。実際、2006年と2007年における定率減税の縮減・廃止時には、消費税の増税時のような大きな上下変動は見られなかった。例えばボーナスのために一時的に大きく所得が変動しても、個人の消費行動はそれほど大きく変動しないことが知られている。こうした消費のスムージング効果を考えれば、定率減税の縮減・廃止時に目立った動きが起らないことは納得ができる。

他方、増税時の経済環境が重要であることは所得税の増税時においても同様である。2006年や2007年当時、我が国経済は2002年1月から5年9か月に及ぶ景気拡張局面にあった。税制改革の実施の際には、財政状況とともに経済環境を合わせて総合的に判断することが重要である。