

欧州の事例から読み解く消費増税の影響

— 駆け込み・反動の抑制、物価上昇に対する支援策が不可欠 —

(1) わが国では、消費税率の引き上げによる景気への悪影響が懸念されている。そこで、付加価値税率の引き上げが頻繁に行われている欧州の事例を踏まえ、わが国個人消費への影響を検討。なお、欧州の事例としては、ドイツ・フランス・イタリア・スペイン・イギリスの主要5カ国における1995年以降の付加価値税率（標準税率）引き上げに焦点（図表1）。

(2) 上記5カ国における付加価値税率引き上げ前後の実質個人消費の推移をみると、税率引き上げ前の実質個人消費がフランス(95年)で前期比+1.7%、ドイツ(07年)で同+1.6%となるなど、比較的大きな規模で駆け込みが発生(*)。その他、スペイン(10年)で同+1.3%、イギリス(10年)で同+0.9%、ドイツ(98年)で同+0.5%、イギリス(11年)で同+0.4%となるなど、一定程度の駆け込みが発生。一方、イタリア(97年、11年)やスペイン(12年)では駆け込みは看取できず（図表2）(**)。

(*) ここでは、税率引き上げ2四半期前の実質個人消費を100とし、1四半期前の水準を駆け込み需要とした。従前からの基調を勘案すれば、実際の駆け込み規模はもう少し小さい見込み。

(**) イタリア(11年)に関しては、引き上げ実施日が9/17という期末に近かったため、駆け込みの影響が四半期統計では見えにくくなっている可能性も。

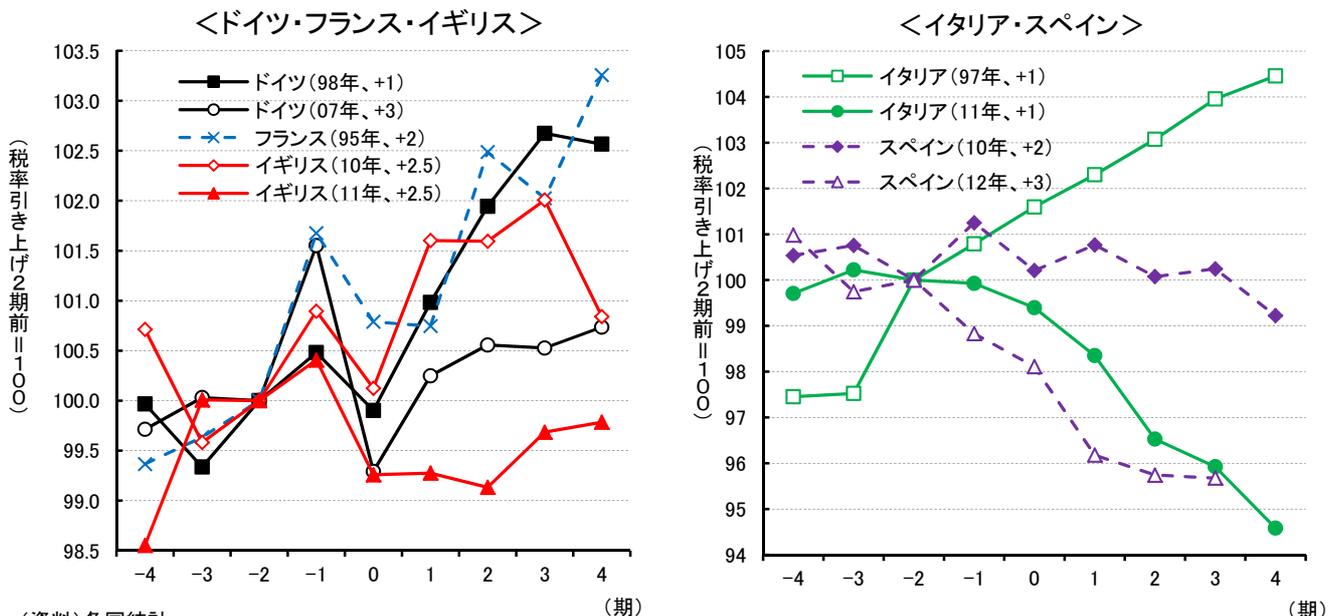
(図表1) 1995年以降のEU主要5カ国における付加価値税率引き上げ事例

国	引き上げ日	標準税率	引き上げ幅
ドイツ	1998/4/1	15 → 16	1
	2007/1/1	16 → 19	3
フランス	1995/8/1	18.6 → 20.6	2
イタリア	1997/10/1	19 → 20	1
	2011/9/17	20 → 21	1
スペイン	1995/1/1	15 → 16	1*
	2010/7/1	16 → 18	2
	2012/9/1	18 → 21	3
イギリス	2010/1/1	15 → 17.5	2.5
	2011/1/4	17.5 → 20	2.5

(資料) European Commission "VAT Rates Applied in the Member States of the European Union"

(注) 1995年のスペインでの引き上げは統計上の制約から分析対象から除外。

(図表2) EU主要5カ国における付加価値税率引き上げ前後の実質個人消費の推移



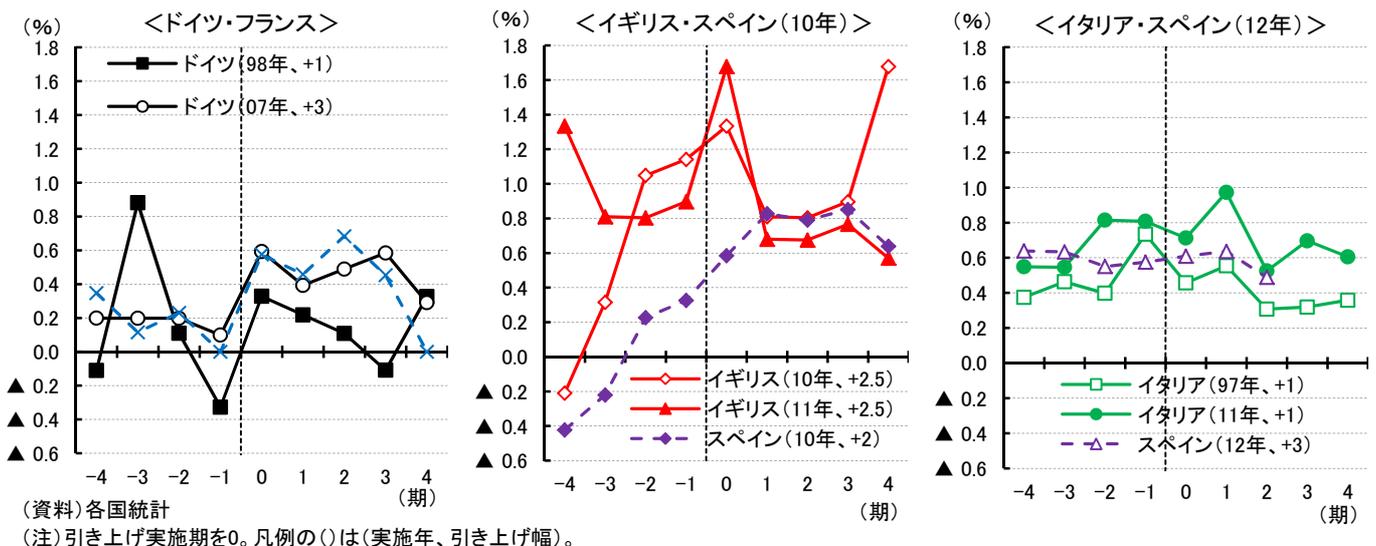
(資料) 各国統計

(注) 引き上げ実施期を0。凡例の()は(実施年、引き上げ幅)。

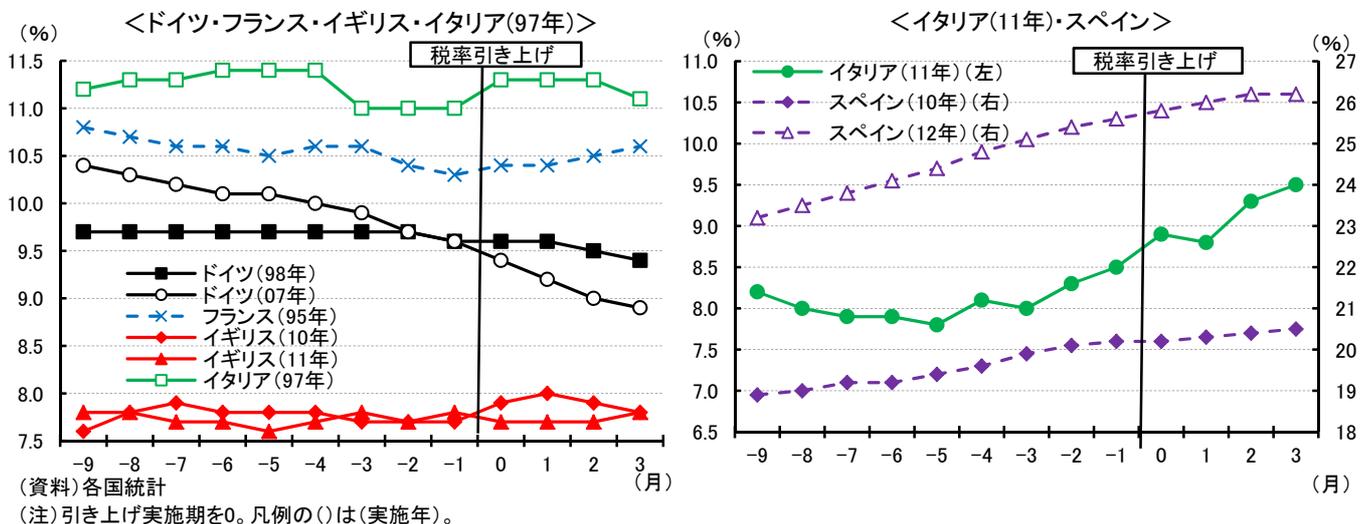
(3) こうした駆け込みの発生度合いの違いを生み出す背景として、税率引き上げに伴う物価の上昇度合いを指摘可能。大きな駆け込みが発生したフランス(95年)、ドイツ(07年)では、個人消費デフレーターが前期比ベースで低位安定が続くなかで、税率引き上げにより前期比+0.6%まで加速。この他、駆け込みが発生したケースでは、いずれも税率引き上げ期に物価上昇ペースが加速。一方、駆け込みが発生しなかったイタリアやスペイン(12年)では、税率引き上げに伴う物価上昇ペースの加速はみられず。この背景として、①イタリアやスペインではもともとインフレ体質にあること、②イタリアでは税率引き上げが1%ポイントにとどまったこと、③スペインでは軽減税率適用品目が過半数を超えていること(ただし、軽減税率は10年には+1、12年には+2%ポイント引き上げ)、等を指摘可能(図表3)。

(4) 一方、税率引き上げ後の実質個人消費の推移をみると、駆け込みがみられた国では、税率引き上げ直後こそ反動により消費が減少するものの、その後は緩やかに消費が持ち直していくのが通例。税率引き上げ後に消費が失速したのは、イタリア(11年)、スペイン(10年、12年)に限定(前掲図表2)。そこで、税率引き上げ前後の失業率をみると、消費が失速したケースでは、いずれも税率引き上げの約6ヵ月前から失業率が上昇。一方、それ以外のケースでは、失業率が低下ないしは横這い(図表4)。雇用情勢が改善している限り、税率引き上げによる消費の失速は回避される可能性。

(図表3) EU主要5カ国における付加価値税率引き上げ前後の個人消費デフレーター前期比の推移



(図表4) EU主要5カ国における付加価値税率引き上げ前後の失業率の推移



(5) これらの事例を踏まえると、わが国の失業率が足許3%台まで低下している現状下、消費増税による駆け込みとその反動によって、消費が失速する懸念は小。加えて、名目GDPの2倍以上の公的債務を抱えているという厳しい財政事情、および、2015年度までのプライマリーバランス名目GDP比の半減が事実上国際公約となっている現状等も加味すれば、3%の消費税率引き上げという従来方針をあえて修正する理由は乏しい状況。

ただし、欧州の状況とは異なり、デフレから抜け出せていないなか、税率引き上げ幅が+3%ポイントと大きく、また、軽減税率の適用もないことから、税率引き上げに伴う物価上昇ペースの急加速は不可避(図表5)。このため、フランス(1995年)、ドイツ(2007年)を凌駕する規模で、駆け込みとその反動が生じるリスクがあるほか、実質所得の大幅な減少が生じる恐れ。実際、前回1997年の引き上げ時には、大幅な駆け込みとその反動が発生(図表6)。

(6) 以上を踏まえると、消費税率を予定通り引き上げるにあたっては、当面の対応策として、以下の施策の検討が必要と思料。

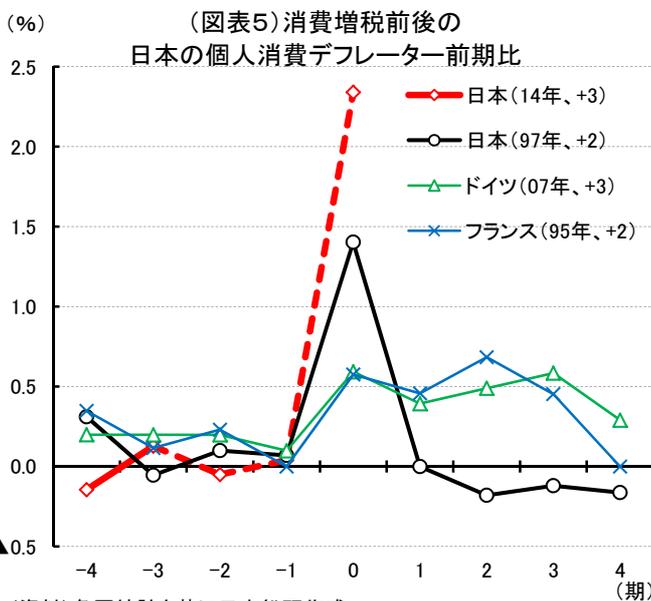
(イ) 駆け込み・反動の抑制に向けた住宅や自動車における税率引き上げ後の購入支援措置

(住宅ローン減税拡充、自動車関連税の引き下げなど)

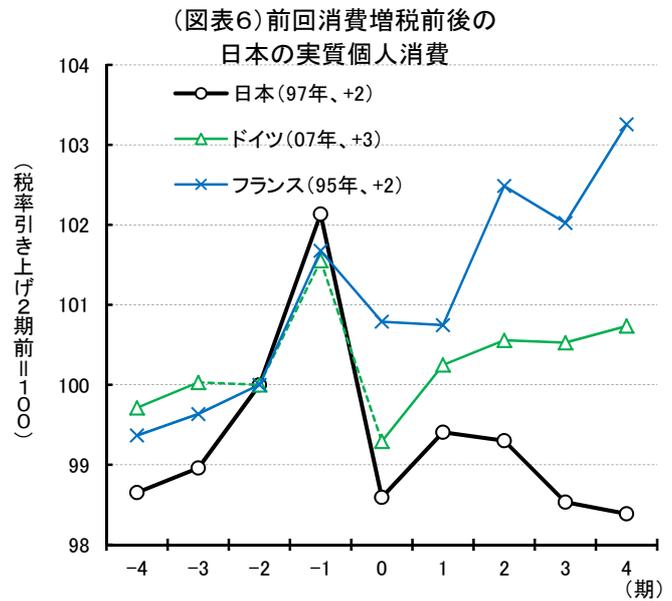
(ロ) 大幅な物価上昇によるマイナス影響を緩和するための家計支援措置

(一時的な所得減税、給付金還付など)

さらに、中長期的に消費税率の一段の引き上げが避けられない状況下、税率引き上げによる消費の失速を回避するため、①デフレからの早期脱却、②軽減税率の導入に向けたインボイス導入、③小刻みな税率引き上げを可能にする外税方式の慣習化、等を図っていく必要。



(資料) 各国統計を基に日本総研作成。
(注1) 引き上げ実施期を0。凡例の()は(実施年、引き上げ幅)。
(注2) 今回の消費増税は-4期を除き、日本総研予測値。



(資料) 各国統計を基に日本総研作成。
(注) 引き上げ実施期を0。凡例の()は(実施年、引き上げ幅)。