

2019年7月26日
No.2019-012

消費増税と負担軽減策による価格変化が 消費行動に与える影響

調査部 研究員 室元 翔太

《要 点》

- ◆ 本年10月に予定されている消費増税は、消費者物価を+1.3%押し上げるものの、軽減税率と教育無償化が物価押し下げに寄与するため、消費者物価全体としては+0.2%まで抑制される見込み。このため、マクロでみた消費押し下げ圧力も限定的。
- ◆ もっとも、財・サービス間で価格変化にバラツキが生じるため、家計の消費行動には三つの変化。第1に、品目ごとの実質所得に対する感応度が異なるため、支出減少幅に違い。第2に、軽減税率の導入によって価格差が生じるため、外食から内食・中食への需要シフトが発生。第3に、教育無償化によって耐久財などの支出が拡大。
- ◆ 以上の結果、耐久財支出は▲1.1%、サービス支出は▲0.4%の下振れにとどまるほか、非耐久財支出は+0.1%の小幅プラスになる見込み。企業は、食の行動変化や子育て世帯をターゲットに商機を掴むことが肝要。

本件に関するご照会は、調査部・室元翔太宛にお願いいたします。

Tel: 03-6833-6967 Mail: muromoto.shota@jri.co.jp

日本総研・調査部の「経済・政策情報メールマガジン」はこちらから登録できます。

<https://www.jri.co.jp/company/business/research/mailmagazine/form/>

本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。本資料は、作成日時時点で弊社が一般に信頼出来ると思われる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を保証するものではありません。また、情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがありますので、ご了承ください。

1. はじめに

本年10月、消費税率が現行の8%から10%へと引き上げられる。消費増税による物価の上昇は、家計の実質所得の目減りを通じて、消費活動にマイナスの影響をもたらす。一方で、今回は軽減税率や教育無償化といった負担軽減策が講じられるため、それによって実質所得の目減りは緩和される。もっとも、軽減税率や教育無償化は、家計の支出品目のうち、ごく一部の財・サービスのみに適用される政策であり、結果として個々の品目の間で「割高・割安感」が生じることになる。このことは、割高な品目から割安な品目への消費支出のシフトを発生させ、家計の消費支出の内容に少なからぬ影響を与えると見込まれる。

そこで、以下では、消費税率の引き上げと各種対策が消費者物価に与える影響を形態別に整理したうえで、家計の消費支出に与える影響を分析した¹。

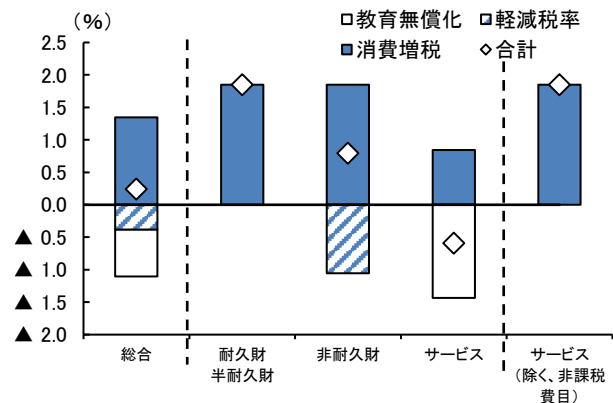
2. 負担軽減策で物価上昇は大幅に抑制

消費税率の引き上げにより、家計が支出するほとんどの財やサービスの価格には、10%の消費税率が適用される。家賃や医療費、学校教育費が従来より非課税である点を考慮し、消費税率引き上げの影響を機械的に計算すると、消費者物価は、増税なかりし場合に比べて+1.3%上昇することになる(図表1)。形態別にみると、耐久財や非耐久財では、消費者物価が+1.8%上昇する一方、非課税品目を多く含むサービスの消費者物価は、+0.8%の上昇にとどまる。

また、今回は軽減税率や教育無償化といった負担軽減策が講じられる。軽減税率により一部を除く飲食料品の消費税率が据え置かれるほか、教育無償化により、学校教育サービスの価格が大幅に引き下げられる。これらの対策の影響も考慮すると、消費者物価全体の上昇は+0.2%まで抑制される。形態別の消費者物価への影響は、非耐久財が+0.8%、サービスが▲0.6%となる。ちなみに、教育・保育などの非課税品目を除いたサービスの消費者物価は+1.9%の上昇となる。

以上を踏まえると、物価上昇が小幅にとどまるため、家計の実質所得の目減りは大幅に緩和される。この結果、消費全体の押し下げ幅は小幅にとどまる公算が大きい。もっとも、負担軽減措置は一部の品目にしか適用されないため、品目によって割高・割安が発生し、その結果、家計は、できるだけ割高な品目から割安な品目へ消費をシフトし、消費支出の内容が変化する可能性がある。

(図表1)消費増税と負担軽減策の消費者物価に与える影響



(資料)総務省、内閣府などを基に日本総研作成
(注)消費増税、各種対策効果が消費者物価にフル転嫁されると想定。

¹ 本稿では、家計の消費理論と整合的な Quadratic Almost Ideal Demand System (QUAIDS) と呼ばれる需要関数を推計し、これによる各種弾性値を用いて試算を行った。サンプルは、『家計調査報告』の2人以上勤労者世帯の形態別消費額と『消費者物価指数』の形態別価格指数を用いた(X12-ARIMAによる独自季節調整値)。推計期間は、2005年1月～2019年5月(震災と増税時の駆け込み・反動を除くため、2011年3～5月、2014年1～6月は除外)。QUAIDSの詳細はBanks et.al. (1997)、推計に用いたStataコードはLeococq and Robin (2015)を参照。

3. 消費支出の三つの変化

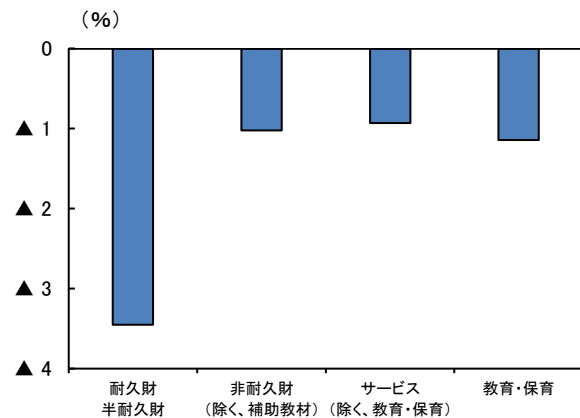
今回の消費増税と負担軽減策の結果、家計の消費行動に三つの変化が現れる。

(1) 実質所得への感応度に違い

第1に、消費税率引き上げにより価格が一律に上昇しても、消費に与える影響は品目によって異なる点である。ここでは非課税費目を除き、消費税率が一律で8%から10%に上昇した場合を考える。前節でみたように、一部を除いてほとんどの財・サービスで価格が均等に上昇するため、割高・割安感は発生しない。一方で、実質所得の変化に対する消費の反応度合いを示す「感応度」は品目によって大きく異なる。一般的に、生活必需品は価格が上昇しても、人々の生活にとって不可欠であるため、消費は抑制されにくい（低感応度）。逆に、不要不急の支出は、消費が大きく抑制される（高感応度）。

実際に、感応度を試算すると、非耐久財やサービスの支出は▲1%程度の下振れにとどまる一方、耐久財の支出は▲3.5%と大きく下振れる（図表2）。耐久財は、家具や家電、自動車など不要不急の支出品目を多く含む。家計は、実質所得の目減りに対して、これらの不要不急の耐久財の支出を先送りにすることが予想される。

(図表2)消費増税による消費支出の変化



(資料)総務省を基に日本総研作成

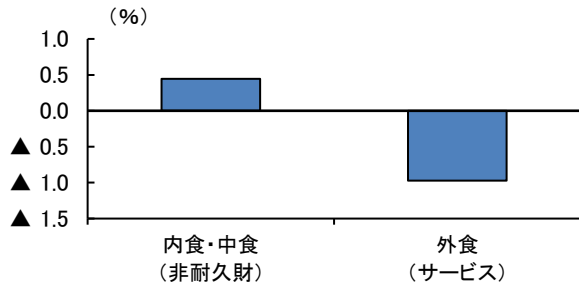
(注)試算の詳細は、本文脚注1を参照。

(2) 軽減税率で支出行動が変化

第2に、軽減税率の導入による所得変化や価格変動の違いが、消費行動に変化をもたらす点である。軽減税率の目的は、消費増税による低所得者の家計負担を緩和することにある。具体的には、「酒類・外食を除く飲食料品」と「定期購読契約が締結された週2回以上発行される新聞」を対象に、消費税率が現行の8%に据え置かれる。そのため、軽減税率が消費に与える影響は、①実質所得の目減りの軽減（所得効果）、②軽減税率適用の有無による割高・割安感の発生（代替効果）、の二つの経路を通じて生じることになる。

この二つの経路による影響を具体的にみると、まず、①実質所得の目減りの軽減は、消費増税の影響を一部緩和する。所得変化に対する消費需要の感応度が大きい耐久財や教育・保育などでも、実質所得の下振れ減少を通じてプラスの影響が発生する。次に、②軽減税率適用の有無による割高・割安感が、特徴的な消費行動の変化をもたらす。顕著な例は食事である。軽減税率適用外で割高になる外食と、軽減税率適用で割安となる内食・中食の間で代替行動が発生する（図表3）。この結果、外食が含まれるサービス支出は大きく下振れる一方、内食・中食が含まれる非耐久財ではプラスの影響が発生する。消費増税と軽減税率導入の影響をあわせてみると、非耐久財では消費増税による下押し圧力がほとんど相殺される（図表4）。

(図表3) 内食・中食価格が▲1%下落したときの消費支出の変化

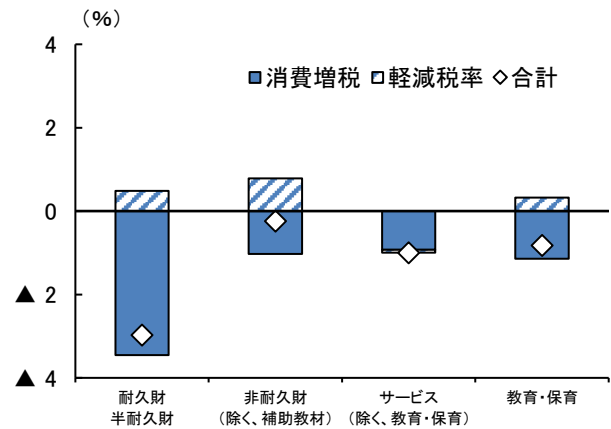


(資料) 総務省を基に日本総研作成
(注1) 2人以上勤労者世帯。標本期間は2005年1月～2019年5月。
(注2) 感応度は以下の推計式の γ に対応。

$$\ln \text{内食・中食} = \alpha_1 + \beta_1 \ln \text{総支出} + (\gamma_1 + 1) \ln \frac{CPI_{\text{内食・中食}}}{CPI_{\text{総合}}}$$

$$\ln \text{外食} = \alpha_2 + \beta_2 \ln \text{総支出} + \gamma_2 \ln \frac{CPI_{\text{内食・中食}}}{CPI_{\text{総合}}} + (\delta + 1) \ln \frac{CPI_{\text{外食}}}{CPI_{\text{総合}}}$$

(図表4) 軽減税率導入による消費支出の変化



(資料) 総務省を基に日本総研作成
(注) 試算の詳細は、本文脚注1を参照。

(3) 教育無償化による支出増

第3に、教育無償化による負担軽減で、他の支出の増加が期待できる点である。教育無償化政策では、幼稚園や保育所を対象にした幼児教育無償化と、大学を対象にした高等教育無償化の二つが実施される。

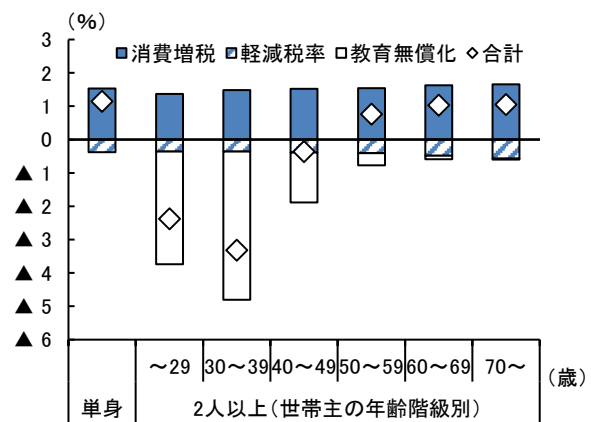
幼児教育無償化の対象は、すべての3～5歳児の幼稚園・保育所利用料と住民税非課税世帯の0～2歳児保育料であり、幅広い子育て世帯で適用される。一方、高等教育無償化の対象は、年収380万円未満の低所得世帯に限られており、この中でも270万円未満世帯、300万円未満世帯、380万円未満世帯で、段階的に負担軽減額が縮小する。

この二つの政策のうち、家計消費への影響が大きいのは幼児教育無償化である。消費者物価への影響を世帯主の年齢階級別にみると、教育無償化による押し下げ幅は、20歳代で▲3.4%、30歳代で▲4.4%、40歳代で▲1.5%と、乳幼児を抱える世帯で大きくなる(図表5)。教育無償化政策による消費支出へのプラス影響は、幼稚園・保育所代の負担が軽減した分で、ほかの品目の支出を拡大することである。特に、所得感応度の高い耐久財や一部のサービスに充当することが見込まれる。

実際に、教育無償化による消費支出の変化を試算すると、耐久財の支出を+1.9%、サービスの支出を+0.6%、それぞれ押し上げることが見込まれる(図表6)。消費増税による下押し圧力の大きい耐久財や、軽減税率導入による下押し圧力が発生するサービスでは、教育無償化政策が一定の下支え効果を発揮することになる。

ちなみに、幼稚園や保育所などへの追加的な需要は限定的であろう。3～5歳児で幼稚園や保育所に通っていない未就園児は3%程度と、大きな追加需要は見込みにくいことが背景にある(図表

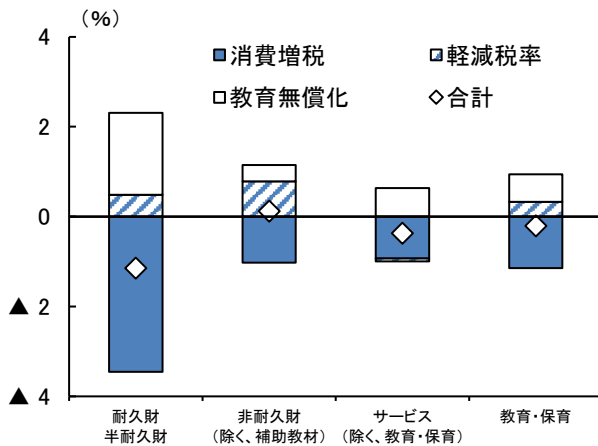
(図表5) 消費増税と負担軽減策が世帯別の消費者物価に与える影響



(資料) 総務省、内閣府などを基に日本総研作成
(注) 消費増税、各種対策が消費者物価にフル転嫁されると想定。

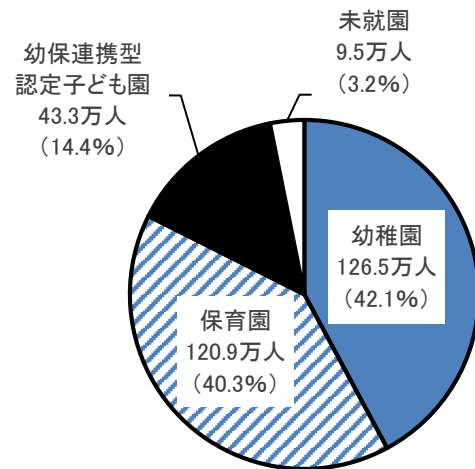
7)。もっとも、消費増税によって、幼児教育の継続が困難になるような家計に対しては、教育無償化がその継続を可能にするという、一定程度の下支えが見込まれる。

(図表6)教育無償化まで含めた消費支出の変化



(資料)総務省を基に日本総研作成
(注)試算の詳細は、本文脚注1を参照。

(図表7)3~5歳児の就園状況(2018年)



(資料)内閣府を基に日本総研作成

4. 企業に求められる対応

以上を踏まえると、消費増税と負担軽減策が与えるネットの影響は、耐久財の支出が▲1.1%、サービスの支出が▲0.4%の下振れになり、非耐久財の支出は+0.1%と小幅ながら増加が見込まれる(前掲図表6)。このような分析に基づけば、企業は二つの商機を逃さないことが肝要になる。

第1に、肉食・中食の充実である。軽減税率導入による割高感から消費が控えられる外食産業では、中食需要の取り込みに向けた施策が必要になる。すでに、一部の大手外食チェーンなどでは、大型商業施設にテイクアウトコーナーの出店を行ったり、時間がたっても商品の質を保つことができる材料への切り替えを行うなど、テイクアウト商品の販促を強化する事例が散見される。

第2に、子育て世帯への対応である。幼児教育無償化の恩恵を受ける子育て世帯では、耐久財やサービスを中心に売り上げ拡大が狙える。子育て世帯には、家事負担の軽減ニーズがあるほか、教育・教養面でも旺盛なニーズが予想される。例えば、床拭きロボットや食洗器などのほか(図表8)、ファミリー向けのワゴン車(図表9)や空気清浄機などで需要の拡大が狙える。また、学習塾や習い事、家族で楽しめる体験型レジャーなどでも需要拡大が期待できる(図表10)。

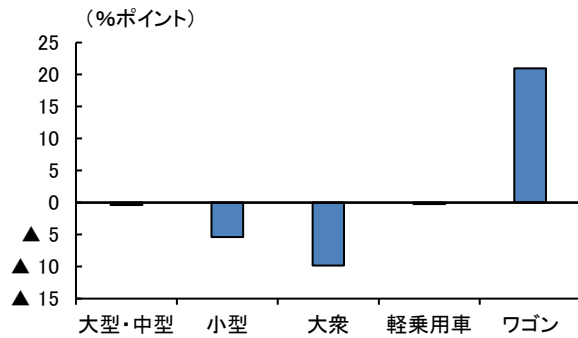
企業としては、こうした商機を逃すことなく、消費増税によるマイナスの影響を最小限に抑えることが必要であろう。

(図表8)母親のほしい家電ランキング

	生活家電	空調家電	キッチン家電
1位	床拭きロボット	空気清浄機	食洗機
2位	コードレスクリーナー スティッククリーナー	加湿器	フードプロセッサー
3位	布団クリーナー	エアコン	電子レンジ オーブンレンジ
4位	洗濯乾燥機	ホットカーペット	ミキサー カッター
5位	ミシン	扇風機 サーキュレーター	冷蔵庫

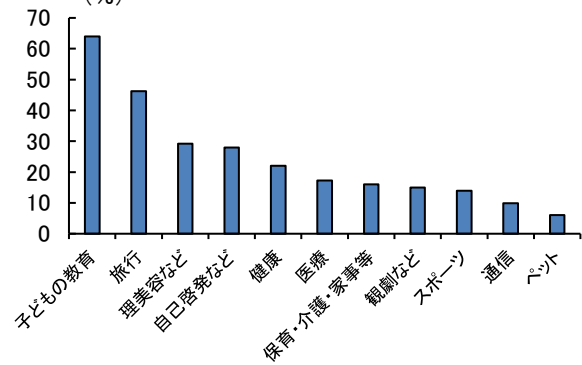
(資料)株式会社ベビーカレンダーを基に日本総研作成
(注)同社サービス利用者に対するアンケート(回答数 927)。

(図表9)子育て世帯の保有車種
(全ライフステージ平均との乖離)



(資料)日本自動車工業会を基に日本総研作成
 (注1)2017年調査。
 (注2)乗用車保有世帯あたり車種別保有率を使用。
 (注3)子育て世帯は「家族形成期」と「家族成長前期」の加重平均値。

(図表10)子育て世帯のサービス支出意欲
(%)



(資料)消費者庁を基に日本総研作成
 (注1)2016年時点。サービス支出に関連する項目のみ抜粋。
 (注2)同居人の最少年齢0~4歳世帯の「今後お金をかけたい／今後もお金をかけたい」に対する回答割合。

参考文献

- Banks, James, Blundell, Richard, and Lewbel Arthur (1997), "Quadratic Engel Curves and Consumer Demand.", *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 79, No. 4, pp. 527-539.
- Lecocq, Sebastien and Robin, Jean-Mare (2015), "Estimating Almost-Ideal Demand Systems with Endogenous Regressors.", *The Stata journal*, Vol. 15, No. 2, pp. 554-573.