

視標「消費増税実施」

タイミングは最悪
税率 10%は通過点

株式会社日本総合研究所理事 牧田 健

政府は今回の消費税率 10%への引き上げにあたり、景気の失速を招かないよう万全の対応策を講じている。1997年4月の5%へのアップは景気後退に、2014年4月の8%への引き上げは消費の長期停滞につながったからだ。

具体的には食料品への軽減税率導入や、増税分を原資とした幼児教育の無償化といった措置だ。この結果、増税実施後の消費者物価の上昇率は0.3%にとどまり、実質的な所得の減少を通じたマイナスの影響は限られる見通しだ。

増税前後に生じる駆け込み需要とその反動に対しても、景気への影響の大きい住宅や自動車の需要の平準化へ、住宅ローン減税の拡充や自動車関連税制の改正を行った。

中小小売店でのキャッシュレス決済時に消費者にポイントを還元する措置も導入された。実際、8月までの駆け込み需要は前回の引き上げ時に比べ小幅にとどまっており、10月以降、大幅な反動減に見舞われる可能性は小さくなっている。

一連の対策により、幼児教育無償化の恩恵を受ける子育て世帯と、恩恵を受けられない年金受給世帯など濃淡はあるものの、経済全体で見れば、消費税増税による実質国内総生産（GDP）の押し下げ効果は19年度が0.2%、20年度は0.1%程度にとどまるとみられる。

もっとも景気失速のリスクを完全に排除できないのが実情だ。増税は一時的にせよ内需を減少させるため、景気の安定、維持には良好な輸出環境が不可欠だ。

しかし経済協力開発機構（OECD）が米中貿易摩擦の激化などを理由に19年、20年の世界の経済成長率見通しを大幅に引き下げるなど、世界経済は減速色を強めている。輸出は、景気下支えはおろか、下押し要因にもなりかねない情勢だ。

10%への税率引き上げは元々15年10月に予定されていたが、安倍政権は17年4月、さらには今年10月へと2度先送りした。結果として、税率引き上げには最悪のタイミングとなってしまった。

それでも消費税増税を断行するのは、わが国の財政がもはや増税を先送りすることができない状況にあるからだ。1990年代以降、高齢化に伴って社会保障関連費が急増し、受益と負担のバランスが崩れたことが財政赤字の根本的な要因となっている。

2022年以降、団塊の世代が順次75歳となり、医療や介護の必要性が高まる後期高齢者になっていく。厚生労働省の試算によると、18年度に約121兆円だった社会保障給付費は今後一段と増加し、40年度には190兆円程度まで膨れ上がる。

その財源確保には、人口が減る現役世代に負担を課す所得税や社会保険料に多くを期待できず、幅広い世代で負担する消費税のさらなる引き上げが不可欠となってくる。

日本総研の試算では、現行の社会保障制度を前提にすれば、税率を少なくとも10%台後半まで引き上げないと、増大する社会保障関連費を賄えず、財政健全化も展望できない。

安倍晋三首相は7月、消費税率を「今後10年ぐらいの間は上げる必要はない」と発言した。しかし社会保障制度の持続可能性を確保する上で、今回の10%は通過点にすぎない。景気に配慮して小刻みに税率を引き上げつつ、抜本的な制度改革を断行して最終的な税率の到達点の水準を低くすることが必要だろう。

共同通信 2019年9月30日配信