



【第 99 回】 2015 年 9 月 21 日 森信茂樹 [中央大学法科大学院教授 東京財団上席研究員]

欧州で機能している軽減税率を なぜ日本では避けるべきなのか？

世間の疑問に答えよう

欧州で軽減税率が機能している理由



欧州では、消費税込みの総額表示になっている

財務省の提言した日本型軽減税率が大きな話題となっている。この案は、欧州で導入されている軽減税率が様々な問題を持つということで考え出された「苦肉の案」である。

軽減税率については、様々な問題や課題があることを、これまで指摘してきたとおりだが、筆者のところにはその反論も寄せられている。これについて考えてみよう。

最も多い反論は、「欧州では、軽減税率は定着しているではないか。なぜわが国ではできないのか」という質問である。

これに対する筆者の答えは、「もちろんわが国でも導入できないことはない。しかし、欧州でも軽減税率の的確な執行には、インにボイスの導入をはじめとして、大きな手間とコストがかかっている。それがわかつ

ていながら、あえて10%引上げ時にわが国で導入することは、政策論、財政論（コストパフォーマンス）として避けた方がいい（避けることは当然）」ということである。

2014年4月、わが国で開催されたOECD主催のハイレベル税制当局者の集まり（VAT Global Forum）で、OECD事務局、IMFなどが、「欧州の軽減税率・非課税制度は、消費税制度の効率性を損なっており、なるべく縮小すべし」という見解を述べ、参加者全員が賛同した。

また、プレスリリースされた報告書には、以下の記述がある。

「今回の消費税グローバルフォーラムにおいては、消費税が所得などの異なる層に与える影響についても議論が行われた。低所得者世帯の負担を緩和するため、軽減税率を導入している国もあるが、消費税グローバルフォーラムにおける議論においては、軽減税率は、低所得者を支援する方策として、対象者を限定した給付措置に比べると極めて非効率であるということが確認された」

（ 参 照 リ ン ク ）

http://www.cao.go.jp/zei-cho/gijiroku/discussion1/2014/_icsFiles/afielddfile/2014/04/24/26dis14kai4.pdf

OECD サンタマン事務局長は、筆者に「(軽減税率問題は) Don't Follow Europe」と忠告した。

このように、「欧州で軽減税率がスムーズに定着している」という表現は、正確ではない。当局者は、軽減税率対象品目の拡大に強く反発しているのだが、どこの国も政治のポピュリズムにより、効率の悪い軽減税率・非課税を導入させられているというのが、実情だ。

外税表示と総額表示の差に見る

日本と欧州との決定的な違い

もう1つ、欧州とわが国では、BtoC、つまり小売事業者・消費者の消費税に対する認識が大きく異なる。それは、わが国は消費税を外税表示にしているが、欧州では、消費税込みの総額表示になっていることに表れている。

日本では消費税率が引き上げられる際、個別商品ごとに値段を貼り替えるのが一般的で、3月31日に徹夜して一斉に値段の貼り替えが行われている。しかし、フランスの当局者から聞いた話は全く異なっていた。「フランスでは税率引き上げが決まると、3ヵ月～半年前から事業者は、売れ筋のものについては少しずつ値段を上げ、売れ筋でないものや目玉

商品は、消費税が上がろうと価格は上げられないので、値段は変えない。前の晩に一斉に引き上げるという事態は、フランスでは起こらない」というのである。

英国の例も挙げてみたい。英国では、キャメロン政権の下で、消費税率が2010年と11年のそれぞれ1月に2.5%ずつ引き上げられた。その際小売業者は、「引き上げ実施前」に始まるクリスマス商戦に大きな価格改定をして、1月には小さな価格改定で済ませ、マージンを確保したという話が、五十嵐文彦・財務副大臣（当時）の英国出張報告に記されている（『ファイナンス』12年11月号）。

彼らは何をメルクマールとするかということ、自分のマージン（利益）の確保である。消費税率を完全転嫁して売上の数量が落ちると、利益は減ってしまう。そもそも、原材料の価格や人件費なども日々変動する。コスト変動の要因の1つが消費税率の引き上げだ、という認識である。

価格はコストで決まるのではなく、需要と供給のバランスで決まる。消費税を完全転嫁したいのはやまやまだが、それは売上の減少につながるかもしれない。欧州では、消費者の顔を見ながら値段を上げ下げしていくのである。

わが国で例えれば、ガソリンスタンドの値付けがこれに近いのであろうか。隣のスタンドが、消費税引き上げ分を完全転嫁しなければ、自らも価格転嫁(価格の引上げ)は難しい。このあたりの認識がわが国には少ない。

以上のように、インボイスの導入がなされているかどうかという点や、消費税にと価格に対する認識の違いが、軽減税率を（訴訟は多くあるものの）比較的「スムーズ」に運用している要因である。

わが国のように、インボイスも導入されておらず、消費税は価格とは別物、外税表示して確保するもの（現に、税抜きと税込みの2つの表示が行われている）という商慣習の下では、軽減税率はなじみにくいのである。

消費税率10%引上げ時の軽減税率の導入は、我慢すべきだ。

インボイスの問題については、次回に譲りたい。