

消費増税前後の経済変動はなぜ生じるのか

RIETI講演（18年3月29日）

中央大学法科大学院教授 東京財団政策研究所研究主幹

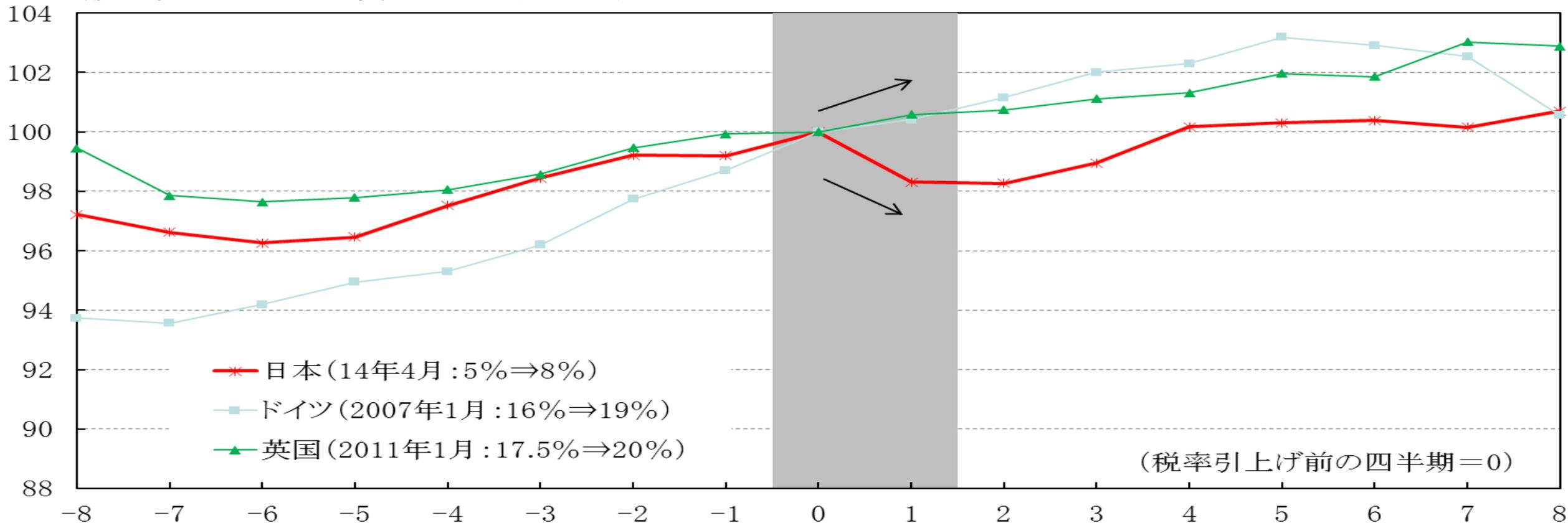
森信茂樹

問題意識

- 2月20日の経済財政諮問会議で安倍総理は、消費増税に伴う経済の変動を少なくする方策について、「欧州の事例にも学びつつ」検討するよう事務方に指示。
- 消費税は価格の上昇を通じて最終消費者に負担を求める税制（間接税）
- わが国では引き上げ前後の駆け込み需要とその反動減が大きな景気かく乱要因となってきた
- EUの動きを見ると、実質GDPの動きはスムーズであるので、「わが国特有の要因」があると考えられる
- BtoBとBtoCに区別して問題を考える必要がある。インボイスが導入されれば、BtoBの転嫁は容易になり、価格形成は正常化するが、BtoCの転嫁は、基本的に経済情勢次第。
- 欧州とわが国との違いの原因に、「便乗値上げ」の禁止など事業者の自由度を縛る指導や規制の問題はないか。

消費増税前後の経済変動（実質成長率、4半期）

(税率引き上げ前の実質GDPの水準=100)

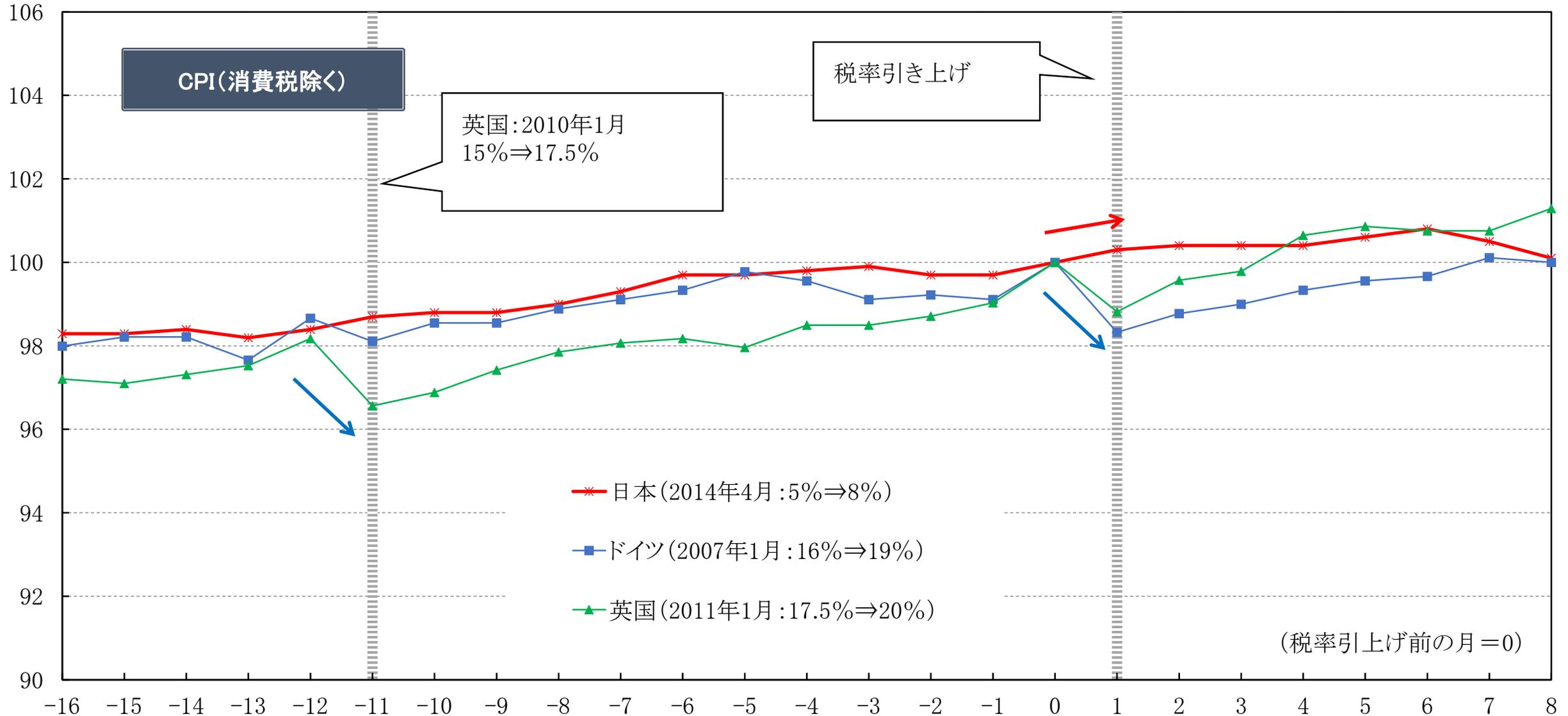


(税率引き上げ前の四半期=0)

(資料) 内閣府『国民経済計算』、Eurostat

消費増税前後の消費者物価 月次

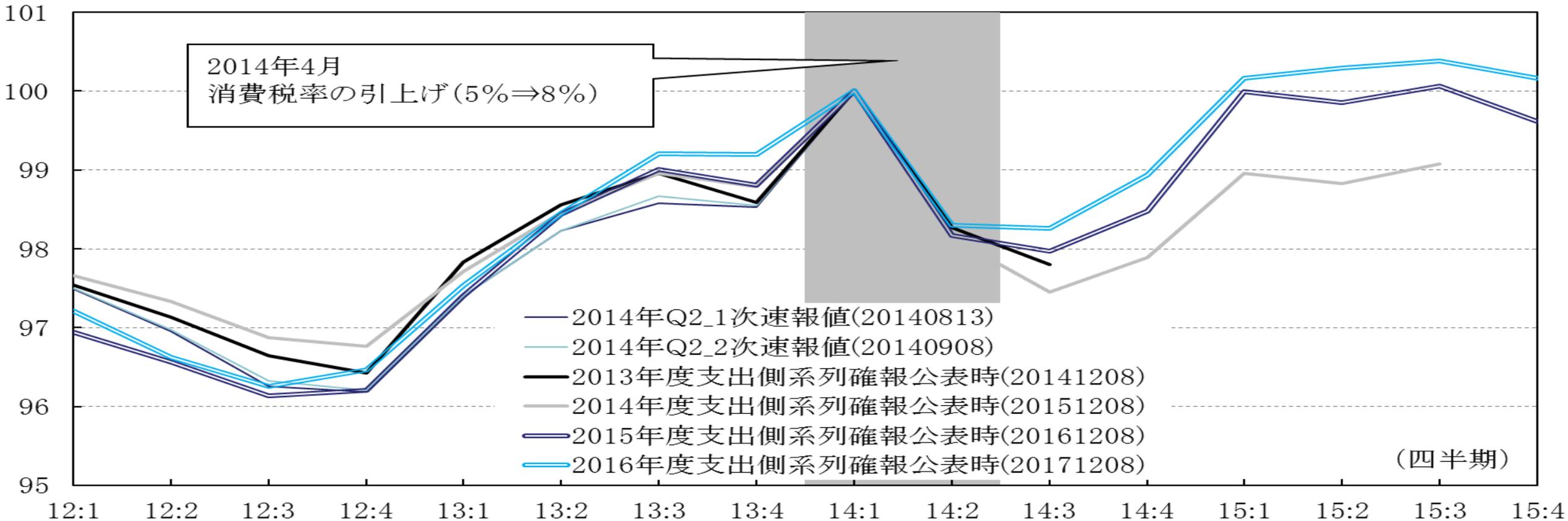
(税率引き上げ前のCPI総合の水準=100)



(資料)総務省『消費者物価指数』、Eurostat

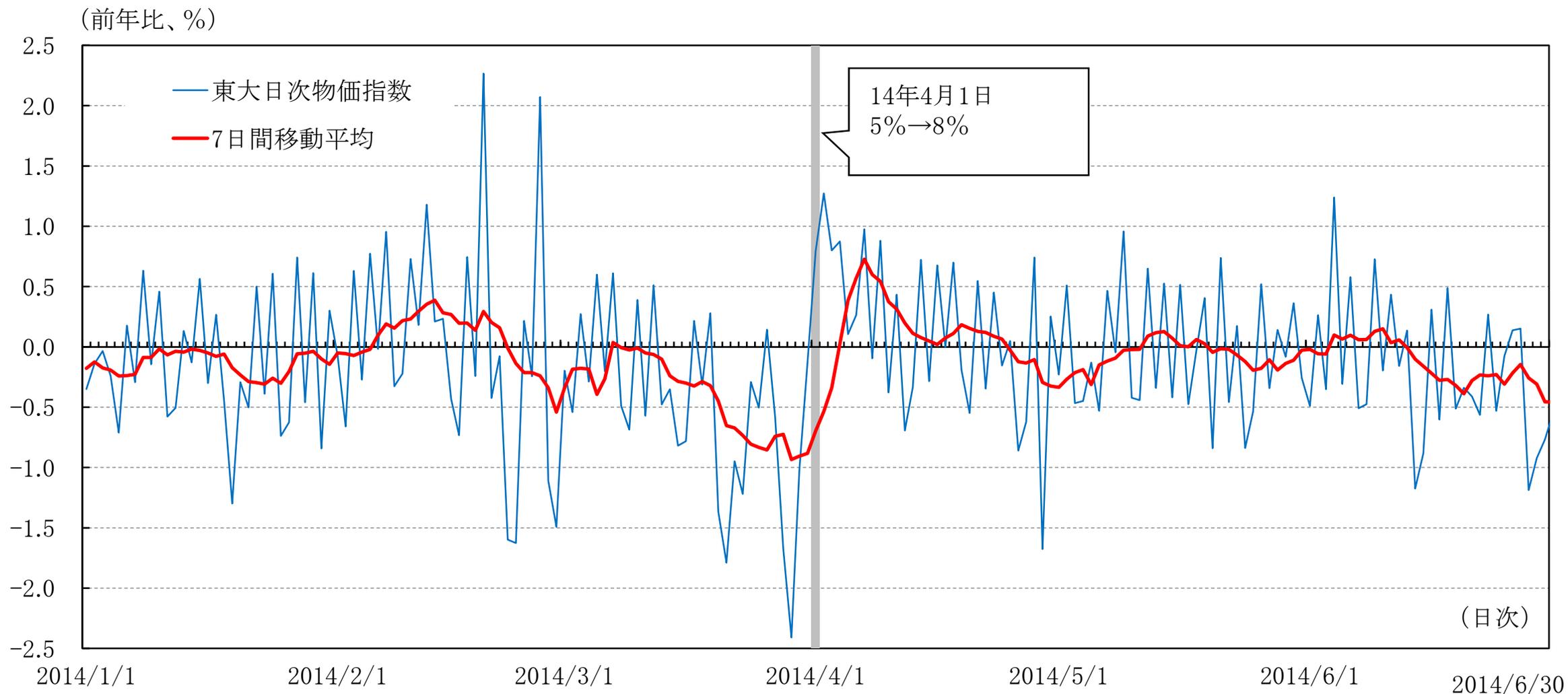
わが国の消費増税前後の経済変動（実質成長率）

(2014年Q1の実質GDP=100)



(資料)内閣府『国民経済計算』

消費増税前後の物価指数の動き (東大日時物価指数)

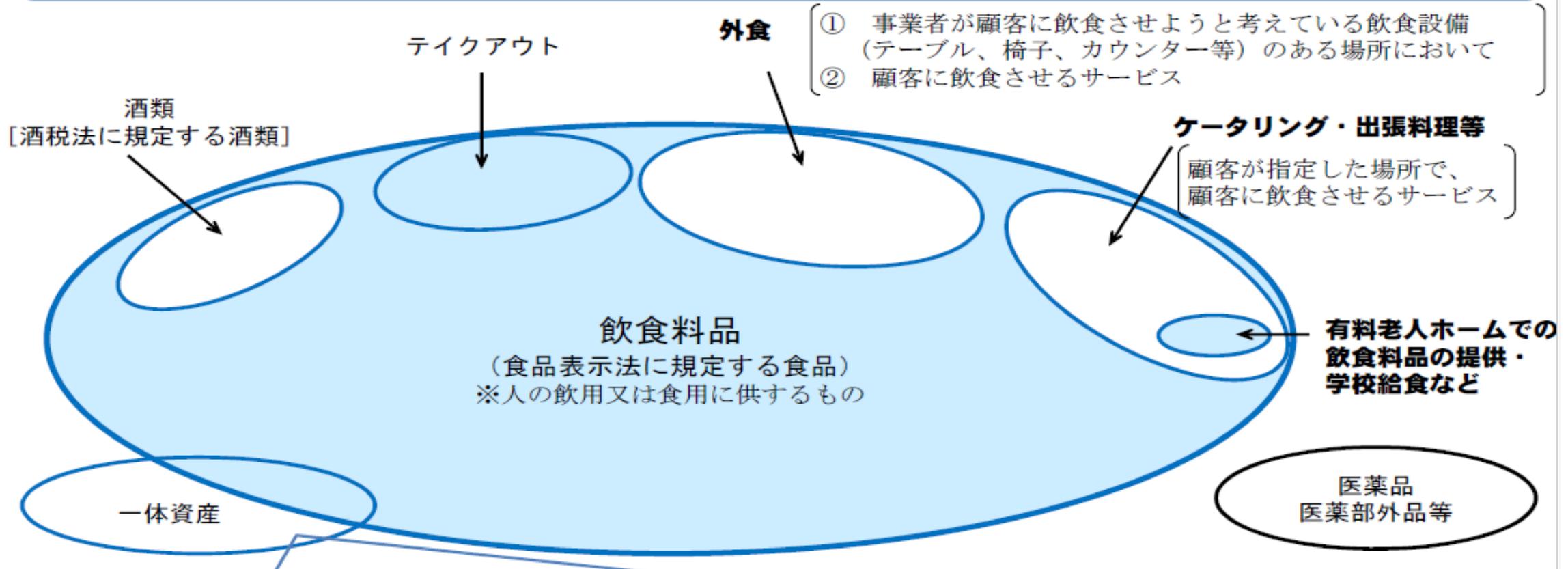


(注) 消費税抜きの価格に基づく。
(資料) 日経NEEDS-Financial Quest

東京財団作成

軽減税率制度の対象品目

- ① 飲食料品の譲渡（食品表示法に規定する食品（酒税法に規定する酒類を除く）の譲渡をいい、
外食等を除く）
- ② 定期購読契約が締結された週2回以上発行される新聞の譲渡



【一体資産の取扱い】

- 例えば、おもちゃ付のおかしや紅茶とティーカップの詰め合わせ等、軽減税率の対象である食品が、あらかじめ他の資産と一体として販売される場合は、一体資産の販売価格(税抜)が1万円以下のもので、その価額のうち食品に係る価額が2/3以上を占めているときに限り、その全体が軽減税率の対象となる(一体資産全体の価格のみが提示されている場合に限る)。

「外食」等の範囲

軽減税率制度の適用対象外となる「外食」等は、以下のもの。

1. ①事業者が顧客に飲食させようと考えている飲食設備(テーブル、椅子、カウンター等)のある場所において(場所要件)、②顧客に飲食させるサービス(サービス要件)(持帰りのための容器に入れ、又は包装を施して行う飲食料品の譲渡は含まない) (「外食」)
2. 顧客が指定した場所で、顧客に飲食させるサービス(「ケータリング・出張料理等」)。
ただし、有料老人ホームでの飲食料品の提供や学校給食等は、生活を営む場所において他の形態で食事をとることが困難と考えられることから、「ケータリング・出張料理等」から除外する。

軽減税率 (「外食」に当たらない)

牛丼屋・ハンバーガー店のテイクアウト

そば屋の出前

ピザ屋の宅配

屋台での軽食

(テーブル、椅子等の飲食設備がない場合)

寿司屋の「お土産」

コンビニの弁当・惣菜

(イートイン・コーナーのある場合であっても、持帰りのための容器に入れられるなど持帰りとして販売される場合は「軽減税率」を適用)

(注) 店内飲食の場合にも、持ち帰りのための容器や袋に入れるような場合には、顧客に対して店内飲食か持ち帰りかという意味確認するなどして、軽減税率の適用対象となるかを判定。

有料老人ホームでの飲食料品の提供や学校給食等

標準税率 (「外食」に当たる)

1. 外食

牛丼屋・ハンバーガー店での「店内飲食」

そば屋の「店内飲食」

ピザ屋の「店内飲食」

フードコートでの飲食

寿司屋での「店内飲食」

コンビニのイートインコーナーでの飲食を前提に提供される飲食料品

(例: トレイに載せて座席まで運ばれる、返却の必要がある食器に盛られた食品
: 顧客への意思確認により、イートインコーナーで飲食させるものとして提供された食品)

2. ケータリング・出張料理等

イトインの場合



McDonald's Deutschland Inc.
Alexanderplatz (S-Bahnhof)
10178 BERLIN
030 / 24 62 83 56
www.mcdonalds.de/kontakt

QUITTUNG

#ORD 16 -KS. 7 - 14/03/2014 13:33:02

ANZ ARTIKEL TOTAL

1 Doppelhamburger 2.29

INNEN TOTAL 2.29

EUR 2.29

St.Nr. 143/250/50528

SATZ	BRUTTO	MWST
INCL. MwSt.:19.00%	2.29	0.37

Vielen Dank fuer Ihren Besuch!

ハンバーガーの
価格は
2.29ユーロ
(税込価格)
税率(SATZ)は
19%

テイクアウトの場合



McDonald's Deutschland Inc.
Alexanderplatz (S-Bahnhof)
10178 BERLIN
030 / 24 62 83 56
www.mcdonalds.de/kontakt

QUITTUNG

#ORD 53 -KS. 4 - 14/03/2014 13:08:11

ANZ ARTIKEL TOTAL

1 Big Mac 2.99

1 Doppelhamburger 2.29

Nachfragen

1 Cola 0,25 1.19

AUSSEN TOTAL 6.47

EUR 10.00

Rueckgeld 3.53

St.Nr. 143/250/50528

SATZ	BRUTTO	MWST
INCL. MwSt.: 7.00%	5.28	0.35
INCL. MwSt.:19.00%	1.19	0.19

Vielen Dank fuer Ihren Besuch!

ハンバーガーの
価格は
2.29ユーロ
(税込価格)
税率(SATZ)は
7%

ドイツの例

- ドイツのマクドナルドでは、軽減税率（7%）でかっても、標準税率（19%）で勝っても、価格は同じ。
- これは、消費者の混乱（テイクアウトで買ってイートインする）を防ぐため。
- 店は消費税率にかかわらず値段を決めている。消費税率はワンオブゼムのコストという認識の表れ。
- 日本では、このような価格設定は、「益税」との批判が起きるかもしれないが、「益税」とは何か議論すべき。

五十嵐財務副大臣の経験談（ファイナンス2012年11月号）

消費税はあくまで価格を構成するコストの一部であって、税率が引き上げられた場合でも、小売業者は、消費者の動向や他のコストを考慮しながら価格付けを行うため、商品によって価格の引上げ方は異なるだろう、と推測していました。こ

の点について、イギリスの例を確認した・・・

イギリスにおいて、税率が引き上げられたのは、2010年、2011年ともに1月ですが、小売業者によると、クリスマスに向けた商戦が開始する前年の秋ごろと、翌年1月との2回に分けて価格を引き上げた・・・際、前年秋の引上げ幅を大きく、翌年1月の引上げ幅を小さくすることにより、消費者が1月の税率引上げに伴う価格上昇を意識しにくくなるようにしたということです。1月は、税率の引上げ幅に比して値上げ幅が小さいため、マージンが縮小・・・既に前年の秋に十分なマージンを確保しておいた、というわけです

付加価値税率の引上げに伴う価格転嫁の度合いについては、それぞれの企業の価格戦略に基づき、商品の性質に応じてその在り方が異なっている上、価格転嫁の時期もまちまち・・・消費者にとっては、ある商品の価格が引き上げられた場合、その変化分にどれだけ付加価値税の負担増が織り込まれているのかを把握することはほぼ不可能である・・・イギリス財務省の担当者が、消費者は、付加価値税の負担の増減について、それほど敏感なわけではないと語っていた

さまざまな誤解？

1、事業者の価格に対する誤解—価格は需要と供給により決まる、消費税というコストによって決まるのではない。消費税はワンオブゼムのコストという認識の欠如。

2、事業者の消費税に対する誤解—消費税は売上全体として転嫁できていければよい（税法）のに、品目ごとに転嫁しようとする。前日に徹夜して値札を張り替えるのは、日本だけ。

3、表示方法—欧州では一般的に内税（総額表示）となっており、価格を変えやすい。わが国では、外税の特例が導入されており、消費税額が別記されているので、欧州的な値付け（税率前に引き上げる）は、便乗値上げと批判されやすい。総額表示一本に直すべきではないか。

4、販売方法—駆け込み需要をあおる販売手法が反動を招く原因。

5、14年4月は、円安の影響、長いデフレで引き上げられなかった価格を一気に転嫁しすぎたのではないか。直後に価格を引き下げている。



便乗値上げのように見えて、便乗値上げに当たらないもの① ～事業全体で適正な転嫁をしている場合～

ある特定の商品やサービスにつき、他に特段の理由がないにもかかわらず、本体価格の3%を超える値上げが行われた場合、その商品やサービスだけを見ると、便乗値上げであるように思われますが、その事業者が、事業全体として税率変更に見合った適正な転嫁をしていれば、便乗値上げには当たりません。

[端数処理]

各種の運賃など、取引慣行や利用者の便宜などを考慮して10円単位で税込価格が設定されているもの場合、あるものについては据置きとする反面、あるものについては3%を超える値上げとすることもあります。なお、そのような端数処理を行う合理的な理由及び事業全体で適正な転嫁を行っていることについて、消費者に丁寧に説明することが必要です。

事業全体として適正な転嫁を行っている場合の例

(区間A、Bともに総額表示)

区間A (85万人利用)	150円 → 150円	据置き (引上げ率=0.00%)
区間B (75万人利用)	180円 → 190円	10円引上げ (引上げ率=5.56%)
事業全体の 売上げ	262.5 (百万円) → 270.0 (百万円)	増加率=2.85%

※上記の事例は、実際の運賃などとは関係ありません。

理論的には、総額表示(内税)の商品について本体価格が一定である場合、税率が5%から8%に引き上げられることによって、

$$(108-105)/105=2.85\%$$

の値上げが行われることとなります。

したがって、左の事業者の例では、事業全体としての売上げ増が理論値と一致していることから、区間Bについて5.56%の引上げがあることをもって便乗値上げであるとは言えません。

「消費税の円滑かつ適正な転嫁のために」
(内閣官房、内閣府、公取、消費者庁、財務省) 8%引上げ時

7 便乗値上げ



便乗値上げは、いけません。

～消費者の生活に好ましくない影響を与えることが懸念されます。～

便乗値上げとは

今回の消費税率の引上げに当たっては、個々の商品やサービスの価格が、新たな税負担に見合った幅で上昇することが見込まれています。したがって、事業者が、他に合理的な理由がないにもかかわらず、税率の上昇に見合った幅以上の値上げをする場合、それは便乗値上げである可能性があります。

ただし、一般に、個々の商品などの価格は、自由競争の下で市場条件を反映して決定されるものであるため、実際にどのような場合に便乗値上げに該当するのかを判断するに当たっては、それが税負担の変化による上昇幅を超えているかという点のほか、商品などの特性、需給の動向やコストの変動など、種々の要因を総合的に勘案する必要があります。

なお、税率の上昇に見合った幅以上の値上げをする場合は、消費者から便乗値上げではないかと捉えられないように、消費税率の引上げ以上の値上げとなることについての合理的な理由を、消費者に丁寧に説明することが必要です。



税率の引上げに見合った値上げについて

(※) 本体価格は、消費税率の引上げ後も従前と変わらないものとします。

1 総額表示(税込価格)で1万円と表示されている場合



2 税抜価格で1万円と表示されている場合



「消費税の円滑かつ適正な転嫁のために」
(内閣官房、内閣府、公取、消費者庁、財務省) 8%引上げ時

コメント

- 政府・公取は事業者の価格の自由度を縛る転嫁対策のありかたは見直す必要があるのではないか。
- マスコミ（さらには消費者）は、過剰転嫁、便乗値上げということに対して、正しい知識を持つべきではないか。とりわけ「益税」批判。全体として転嫁されているかどうかの問題。
- 事業者は、自ら駆け込み需要をあおる販売戦略を自粛することが必要。
- IMFのWorking Paper“*Inflation Smoothing and Modest Effect of VAT in Germany*”(2008) には、税率引き上げのアナウンスメント効果の重要性が指摘されている。

牛井3社の対応

消費増税前 3社とも並盛280円(14年3月)

すき家	10円値下げ
吉野家	20円値上げ
松屋	10円値上げ

その後の影響として、2014年4-6月期決算ですき家のゼンショーは最終赤字、値上げた吉野家・松屋は増益を確保。すき家も8月下旬には21円値上げ。

BtoBの場合 適格請求書（欧州型インボイス）について

- ・平成35年（2023年）10月から適格請求書等保存方式（インボイス方式）を導入。適用税率ごとの消費税額記載とインボイス番号が義務化。
- ・それまでの間、簡素な方法（区分記載請求書等保存方式）と税額計算の特例を設ける。
 - 軽減税率導入後4年以上の経過措置を置くことになるが、その間の区分記載請求書等保存方式（簡易インボイス）では、「益税」・「不正（脱税）」のおそれ
- ・大手企業は31年10月の簡易インボイス導入時からの的確インボイスを導入すると思われる。
- ・インボイスには価格転嫁を容易にする、納付消費税額を簡素にするなど様々なメリットがある

適格請求書等保存方式の導入

	【請求書等保存方式】 (現行制度)	【区分記載請求書等保存方式】 (平成31年10月～)	【適格請求書等保存方式】 (平成35年10月～)
請求書等	<p>○ 請求書の記載事項</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 請求書発行者の氏名又は名称 ・ 取引年月日 ・ 取引の内容 ・ 対価の額 (税込) ・ 請求書受領者の氏名又は名称 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 45%;"> <p style="text-align: center;">請求書</p> <p>〇〇御中</p> <p>11月分 21,600円(税込)</p> <p>11/1～30 牛肉2kg 5,400円</p> <p>...</p> <p>合計 21,600円</p> <p>△△(株)</p> </div> <div style="text-align: center;">仕入 → 売上</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 45%;"> <p style="text-align: center;">請求書 (控)</p> <p>□□御中</p> <p>11月分 43,200円(税込)</p> <p>11/1～30 牛肉2kg 10,800円</p> <p>...</p> <p>合計 43,200円</p> <p>〇〇(株)</p> </div> </div>	<p>同左プラス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 軽減税率の対象品目である旨 ・ 税率ごとに合計した対価の額 (税込) <p>(注) 請求書の交付を受けた事業者による追記も可</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 45%;"> <p style="text-align: center;">請求書</p> <p>〇〇御中</p> <p>11月分 21,800円(税込)</p> <p>11/1 牛肉2kg ※ 5,400円</p> <p>11/8 割りばし4箱 5,500円</p> <p>合計 21,800円</p> <p>(10%対象 11,000円) (8%対象 10,800円)</p> <p>注) ※印は軽減税率(8%)適用商品</p> <p>△△(株)</p> </div> <div style="text-align: center;">仕入 → 売上</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 45%;"> <p style="text-align: center;">請求書 (控)</p> <p>□□御中</p> <p>11月分 43,600円(税込)</p> <p>11/5 牛肉2kg ※ 10,800円</p> <p>11/9 割りばし4箱 6,600円</p> <p>合計 43,600円</p> <p>(10%対象 22,000円) (8%対象 21,600円)</p> <p>注) ※印は軽減税率(8%)適用商品</p> <p>〇〇(株)</p> </div> </div>	<p>同左プラス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 登録番号 ・ 税率ごとの消費税額及び適用税率 <p>(注) 「税率ごとに合計した対価の額」は、税抜又は税込</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 45%;"> <p style="text-align: center;">請求書</p> <p>〇〇御中</p> <p>11月分 20,000円(本体)</p> <p>11/1 牛肉2kg ※ 5,000円</p> <p>11/8 割りばし4箱 5,000円</p> <p>合計 20,000円</p> <p>消費税 1,800円</p> <p>(10%対象 10,000円) 消費税 1,000円 (8%対象 10,000円) 消費税 800円</p> <p>△△(株) 登録番号 XXX-XXX</p> <p>注) ※印は軽減税率(8%)適用商品</p> </div> <div style="text-align: center;">仕入 → 売上</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 45%;"> <p style="text-align: center;">請求書 (控)</p> <p>□□御中</p> <p>11月分 40,000円(本体)</p> <p>11/5 牛肉2kg ※ 10,000円</p> <p>11/9 割りばし4箱 6,000円</p> <p>合計 40,000円</p> <p>消費税 3,600円</p> <p>(10%対象 20,000円) 消費税 2,000円 (8%対象 20,000円) 消費税 1,600円</p> <p>〇〇(株) 登録番号 XXX-XXX</p> <p>注) ※印は軽減税率(8%)適用商品</p> </div> </div>
	<p>○ 交付義務なし・不正交付の罰則なし</p> <p>○ 免税事業者も交付可 ⇒ 免税事業者からの仕入税額控除可</p>	<p>同左</p> <p>同左</p>	<p>○ 交付義務あり・不正交付の罰則あり</p> <p>○ 登録を受けた課税事業者のみ交付可 ⇒ 免税事業者からの仕入税額控除不可</p> <p>○ 免税事業者からの仕入れについて、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 3年間：80% ・ その後3年間：50% <p>の仕入税額控除可。</p>
税額計算	<p>○ 取引総額からの「割戻し計算」</p> <p>(例) $43,200円 \times 8/108 = 3,200円$</p>	<p>○ 税率ごとの取引総額からの「割戻し計算」</p> <p>(例) 10%対象： $22,000円 \times 10/110 = 2,000円$ +) 8%対象： $21,600円 \times 8/108 = 1,600円$ 3,600円</p>	<p>○ 税率ごとの取引総額からの「割戻し計算」 } いずれかの方法に ○ 適格請求書の税額の「積上げ計算」 } よることができる</p> <p>(例) 積上げ計算の場合 $2,000円 + 1,600円 = 3,600円$</p> <p>(注) 売上税額を「積上げ計算」する場合には、仕入税額も「積上げ計算」</p>
特例	—	<p>○ 売上税額・仕入税額の計算の特例 (みなし計算・簡易課税の事後選択)</p>	—
その他	<p>○ せり売りなど媒介・取次業者により代替発行された請求書による仕入税額控除可</p> <p>○ 3万円未満の取引や自動販売機からの購入、中古品販売業者の消費者からの仕入れ等は、帳簿の記載で仕入税額控除可</p> <p>○ 小売業等が発行する請求書は、記載事項を簡略可 (受領者の名称の記載不要)</p>	<p>同左</p>	<p>同左 (ただし、3万円未満の取引に係る規定は廃止)</p>

No. ○○○○○○○○

請求書(平成30年4月1日)

△△フードサービス 株式会社 様

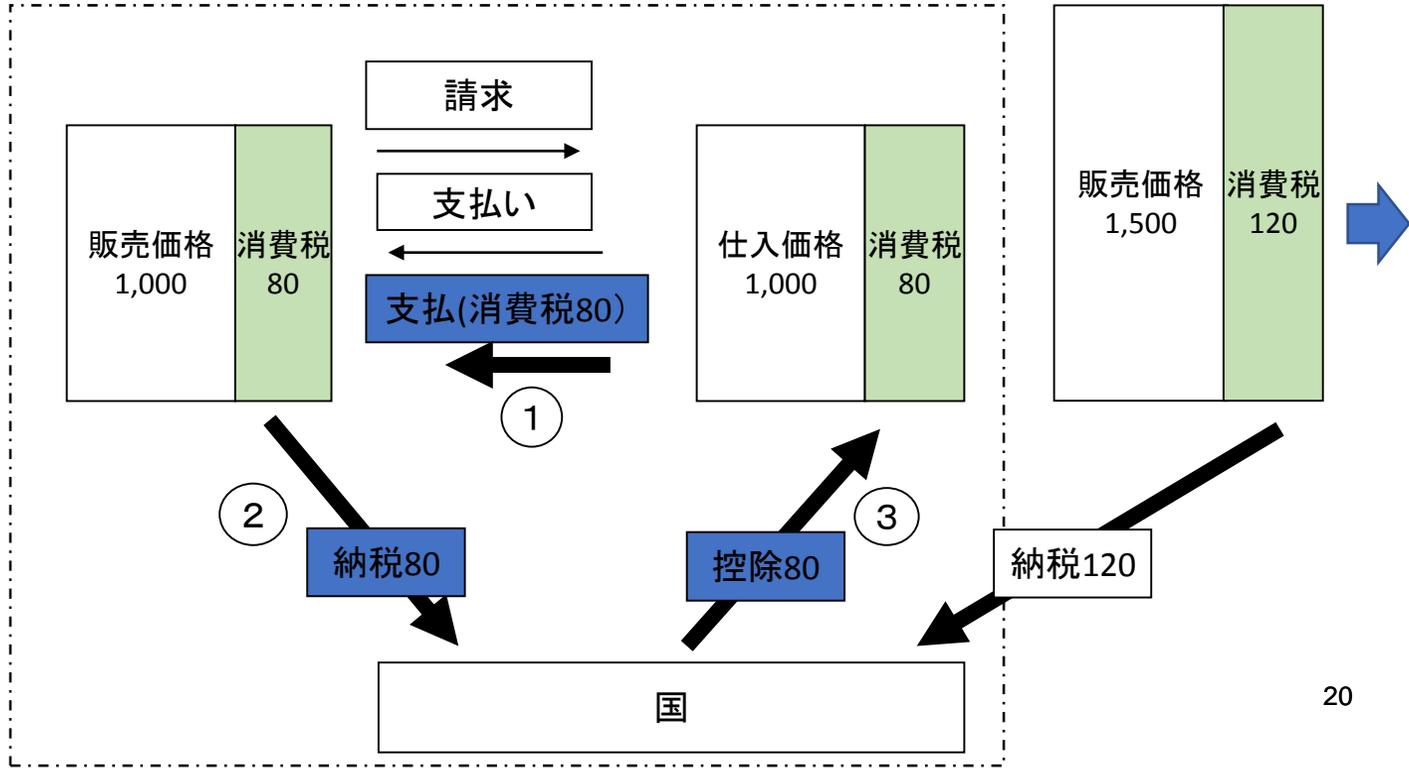
〇〇スーパー株式会社
事業者登録番号(VATナンバー)

	税抜き価格	適用税率	消費税額	請求金額
4月1日 キャベツ、レタス、人参	3,000	8%	240	
4月1日 ビール(1ケース)	3,000	10%	300	
合計	6,000		540	6,540

消費税の仕組みとインボイス

売手
(卸売)

買手
(小売)



インボイスのメリット（1）

- インボイスは、消費税・所得税・法人税の信頼向上のために必要なツール。「益税」「不正」も防止。
- 益税は、「免税事業者からの仕入れに税額控除を求める制度」と「簡易課税」の2つから生じている
- 星印を付ける区分記載請求書等保存方式では、「不正(脱税)」が生じる可能性
- インボイスは複数税率に伴う税額計算の手間を緩和するためのもの。導入時のイニシアルコストはかかるが、事業者は、インボイスさえ入手しておけば、売上にかかる消費税額と仕入れにかかる消費税額を足しあげて、前者から後者を控除して納税すればいい。

手間がかかるのは、複数税率・区分経理の導入で、インボイスではない。

インボイスのメリット（2）

- インボイスにより取引の相手側に消費税額を正確に請求できるので、事業者間の取引では、「価格転嫁が容易になる」。この点の認識はわが国ではほとんどないが、消費税が間接税であるためにはこのメカニズムをきちんと機能させることが重要。
- 「免税事業者が排除される」という反論があるが、欧州諸国の例では、彼らは免税特権を放棄して、課税選択している。その方が、仕入れ税額控除ができるので得。事務手間は、インボイスが省力化してくれる。