

日本経済：食品減税の物価抑制効果は▲1%強、消費喚起効果は限定的

2月26日から開始された「国民会議」では、「2年限定の飲食料品の消費税ゼロ」の実施が検討中。当社の試算の結果、「食品消費税ゼロ」は消費者物価指数（CPI）を▲1.1%程度押し下げ、インフレ率抑制には一定の効果。一方、家計の負担減少額は一世帯当たり年間約3万6,000円にとどまるほか、個人消費押し上げ効果も年4,000億円程度（+0.12%）と減税規模に対して限定的。

消費減税は低所得世帯よりも高所得世帯の負担減少額が大きくなる傾向。減税額の一部が企業・インバウンド向けに回ることも踏まえると、所得に応じた給付金のほうが、低所得世帯への支援と予算の家計集中という両面で効率的。一方、消費喚起策としては給付金よりも消費減税に軍配が上がるものの、その場合は対象を飲食料品に絞らないことが合理的。費用対効果の観点から、家計支援策としても消費喚起策としても「食品消費税ゼロ」には再考の余地。

「食品消費税ゼロ」でインフレ率は▲1.1%程度押し下げ

2月8日に投開票が実施された衆議院選挙では、ほぼすべての主要政党が消費税の減税、あるいは廃止を公約に掲げた。自民党が歴史的な大勝を飾ったことで、同党の掲げた「2年限定で飲食料品の消費税ゼロ」の実施の検討が加速することになる。実際の内容や時期は2月26日からスタートした「国民会議」で議論され、夏前には結論が出る見込みであるが、以下では、①2027年4月から2029年3月までの2年間、②現在軽減税率の対象となっている品目（酒類、外食を除く食料品）について消費税率を0%とする、ことを前提として、その影響を試算した。

まず、消費者物価への影響をみる。消費者物価指数（CPI）のうち、減税の対象となる品目が占める割合は20.96%である。仮にこれらの品目すべての価格が減税分だけ押し下げられた場合、消費者物価には▲1.6%の下押し圧力がかかる計算だ。

しかし、実際にはすべての品目で減税分が100%価格に転嫁されるとは限らない。日本では消費税率の引き下げが実施されることがないため、減税分がどの程度価格に反映されるかを現時点で正確に予測するのは難しいが、コロナ禍で付加価値税（VAT、日本の消費税にあたる税金）の引き下げが行われたドイツの例が参考となるだろう。ドイツでは2020年7月から6か月間、VATの標準税率が19%から16%に、軽減税率は7%から5%に引き下げられた。ドイツの経済研究所であるifo Instituteによると、減税分の約7割が消費者物価に反映されたとされる¹。仮に日本でも同程度の転嫁率となった場合、消費者物価は▲1.1%程度押し下げられることになる。

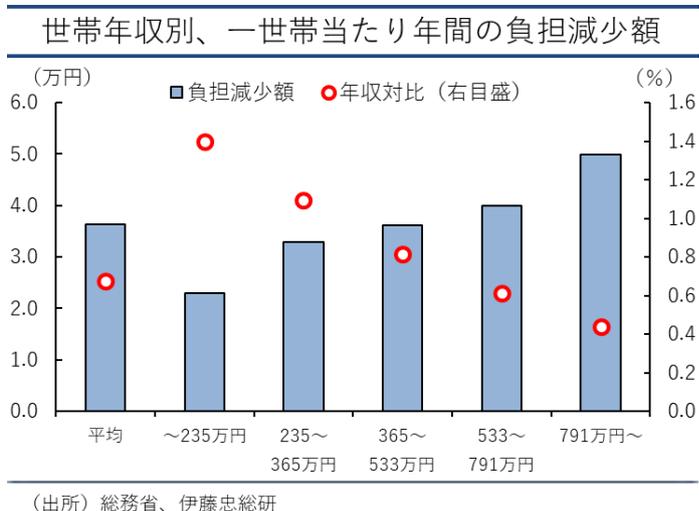
家計の負担減少額は一世帯当たり年間約3万6,000円

次に、家計への影響を試算する。総務省の家計調査によれば、2025年の一世帯当たりの平均消費支出

¹ Fuest, C., Neumeier, F., & Stöhlker, D. (2025). The pass-through of temporary VAT rate cuts: evidence from German supermarket retail: C. Fuest et al. *International Tax and Public Finance*, 32(1), 51-97.

額は月 259,880 円であり、そのうち減税の対象となるのは 58,405 円分とみられる²。減税分が 100%価格に転嫁されれば、減税による一世帯当たりの負担減少分は月 4,326 円、年間で 51,915 円、2 年間では 103,831 円となる。価格転嫁率が 70%と想定すれば、月 3,028 円、年間で 36,341 円、2 年間では 72,682 円の負担減少となる計算だ³。

負担減少額は、世帯ごとの食品の消費額によって異なる。価格転嫁率が 70%の場合、家計調査の年間収入五分位階級で最下位にあたる年収 235 万円以下の世帯の負担減少額は年間 22,908 円に止まる一方、最上位にあたる年収 791 万円以上の世帯では年間 49,859 円となる（右図）。減税対象が生活必需品であるという性質上、年収対比では低所得世帯の負担減少率のほうが高くなる（年収 235 万円以下の世帯：1.4%、年収 791 万円以上の世帯：0.4%）ものの、実額ではより高価格な食品を消費する傾向にある高所得世帯のほうが減税の恩恵を受けることになる。



2020 年の国勢調査によれば、日本の一般世帯数は 5570 万 5 千世帯である。したがって、家計全体での負担減少額は 100%転嫁の場合は年 2.9 兆円、2 年間で 5.8 兆円となる。7 割転嫁では年 2 兆円、2 年間で 4 兆円の負担減少だ。

なお、財務省による試算では、飲食料品の消費税をゼロにした場合の減税額は年間で約 4.8 兆円とされており、本試算（100%転嫁ケース）の 2.9 兆円とは開きがある。この違いは、家計調査の統計誤差などに加え、免税や簡易課税制度が適用されている中小規模事業者の仕入れ分や、贈答品などの事業用購入品、免税手続きが行われなかったインバウンド消費などにも軽減税率が適用されている品目が存在することなどに起因すると考えられる。本稿では実際の家計の負担減少額に近いと考えられる当社の試算値を採用している。

消費喚起効果は年間約 4,000 億円

消費減税による負担減少がもたらす個人消費押し上げ効果の大きさは、限界消費性向⁴の水準に大きく左右される。限界消費性向は所得水準や資産の有無、流動性制約、年齢層、マインドなど様々な要因で変動することが知られている。ここでは、日本の限界消費性向に関する先行研究⁵を参考に、0.2 と仮定

² 軽減税率の対象となる外食での持ち帰り（テイクアウト）が家計調査では区別されていない。ここでは CPI のウェイトや各種市場調査を参考に、「一般外食」に分類される支出のうち 1 割がテイクアウトであると仮定している。

³ より正確には、①価格低下による実質的な所得の増加によって減税対象品の消費額が増える影響（所得効果）と、②相対価格の変化によって外食などの減税対象外品目から対象品目へと消費が変化する影響（代替効果）、を考慮する必要がある。ただし、食料品が生活必需品である（価格弾力性が低い）という性質を踏まえれば、少なくとも①の影響は大きくないとみられる。

⁴ 所得が追加で 1 単位増加した時、そこから消費に振り向けられる割合のこと。

⁵ 例えば、「宮崎浩伸. (2022). 限界消費性向の実証分析. 証券経済研究/日本証券経済研究所 編, (120), 45-63.」では 2006~2018 年の平均で約 0.18、「Koga, M., & Matsumura, K. (2020). *Marginal propensity to consume and the housing choice* (No. 20-E-3).

する。つまり、消費減税による負担減少額の 8 割は貯蓄に回ってしまうという前提である。

この仮定のもとで消費減税による個人消費の押し上げを試算すると、減税が 100% 転嫁のケースでは年 5,784 億円、7 割転嫁では年 4,049 億円となる。2025 年の個人消費は 339 兆 3952 億円であったから、割合にしてそれぞれ +0.17%、+0.12% の押し上げとなる計算だ。

以上の試算を表にまとめた（下表）。総じて、個人消費の押し上げ効果は大きいとは言い難い。本政策は、食料品価格の高騰に対する生活支援としての性格が強いと言えよう。

2年間の食品消費税ゼロの影響

価格転嫁率	100%ケース	70%ケース
CPI	▲1.6%	▲1.1%
一世帯当たりの負担減少	年：51,915円 計：103,831円	年：36,341円 計：72,682円
家計全体の負担減少	年：2.9兆円 計：5.8兆円	年：2.0兆円 計：4.0兆円
個人消費押し上げ効果	年：5,784億円（+0.17%） 計：1.2兆円	年：4,049億円（+0.12%） 計：8,097億円

（出所）伊藤忠総研

なお、2 年後に減税策が終了する際には、事実上の増税となるため、こうした効果の反動が出る公算が大きい。すなわち、消費者物価は（前年同月比で）押し上げられ、それに伴い個人消費は下振れる（減税が行われない場合のベースラインに戻る）と考えられる。ただし、前述の ifo Institute の分析では、ドイツで期間限定の VAT 減税が終了した際、増税分の約 5 割しか価格に転嫁されなかったとされている。実際に物価や消費にどれほどの影響が表れるかは、そうした価格転嫁率に左右されるだろう。

また、過去の消費税率の引き上げ時には駆け込み需要が発生し、消費が大きく変動するといった副作用がみられた。今回のケースは食料品に限定しているため、その性質上、買い控えや買いだめの規模は小さいと考えられる一方、税率 8% の変動は過去にはない大きさであり、その影響にも留意が必要であろう。

費用対効果を踏まえれば家計支援か消費喚起のどちらかに焦点を絞るべき

このように、飲食料品に絞った消費減税には一定の物価押し下げ効果が期待できる一方、消費喚起効果は限定的である。物価高に苦しむ家計への支援策という目的であれば必ずしも消費喚起効果を追求する必要はないものの、家計支援策としても消費減税は最適とは言い難い。

家計支援策としては、以下の 2 つの理由から給付金の支給がより効率的と言えるだろう。第一に、物価高によって困窮している低所得世帯に、より手厚く補助を配分できる点だ。政府が説明するように「給付付き税額控除へのつなぎ」という位置づけを踏まえれば、所得に応じた給付金の支給が望ましい。

Bank of Japan.」では 2005～2017 年平均で 0.158 と推計されている。

しかし、仮に制度設計や導入の簡便さを重視して一律の給付金支給を行う場合でも、高所得者ほど負担減少額が大きくなる消費減税よりは給付金のほうが低所得世帯への支援が充実する。

第二に、予算を家計に集中的に振り向けることが出来る点だ。上述の通り、財務省の試算によれば、食料品の消費税をゼロにすることによる減税額は 4.8 兆円とされている一方、家計全体の負担減少額は減税分が 100%価格に転嫁された場合でも 2.9 兆円程度だ。差額は企業やインバウンド向けなどに振り向けられることになるとみられるため、直接的には家計支援にはつながらない⁶。仮に 4.8 兆円を全世帯に一律で給付する場合、一世帯当たりの給付額は約 86,000 円となり、消費減税による負担減少額（100%転嫁ケース）の年額約 52,000 円よりも 3 万円以上多く分配できる計算だ。

一方、消費減税が給付金よりも優れている点としては、消費をするほど減税効果を得られることから、給付金よりも消費意欲を高めやすいことが挙げられる。しかし、飲食料品に絞った減税の場合、その性質上、そうした消費喚起効果は限られる。仮に、困窮世帯への支援よりも個人消費を押し上げることに焦点を当てるとすれば、対象を飲食料品に絞らずに消費税を引き下げることが望ましいと言えよう。

こうしたことを踏まえれば、現在主に検討されている「飲食料品の消費税ゼロ」は家計支援策としても消費喚起策としても効率性に欠けるものがある。費用対効果を踏まえれば、再考の余地が十分にあるだろう。

⁶ 中小規模の企業経営者や個人事業主への補助という形で間接的に一部の家計に対する支援となる部分はあるものの、物価高で困窮する家計を幅広く支援するという観点からは公平性に欠けるだろう。