

消費税率の引き上げと消費者物価

拓殖大学政経学部 白石浩介

報告要旨

本研究では、消費税率の引き上げに伴う価格転嫁に関する計量分析を行った。消費課税の価格転嫁に関しては、理論研究は様々な結果を予想しており実証分析による確認作業が必要となる。日本では、2014年4月に消費税率が17年ぶりに引き上げられ、税率が5%から8%となったが、本研究では消費者物価指数（CPI）を用いて、このうち製造業製品に関する実証分析を実施した。

消費財のうち製造業製品は、ほぼ完全転嫁の水準にあり、わが国の消費税は家計部門に転嫁されていると見なされる。しかし、子細にみると転嫁状況は異なっている。食料工業製品では、4月は完全転嫁であるが5月以降には価格が低下しており転嫁不足が示唆される。価格に季節変動がみられる繊維製品では、毎年4月は新製品の投入に伴う価格上昇の時期にあたり、増税要因だけで見ると転嫁不足にある。一方、石油製品については、過剰転嫁にある。石油製品は寡占市場にあり、理論予想のなかには独占企業が転嫁不足とすることで価格を抑制し、需要を維持させると主張するものがあるが、わが国ではむしろ市場支配力を行使して過剰転嫁している傾向が窺える。

補論として、CPIにおける小分類価格とスキャンデータ価格（日経POS）を、税込みベースで比較してみた。定価と特売価格の加重平均値であるスキャンデータ価格のなかには、定価データであるCPIに比べて、価格上昇が低めに推移した商品が散見された。

消費税の増税に伴う価格転嫁は一律ではない。増税されても価格が上昇しない財ならば、消費者負担の軽減を目的とする軽減税率の適用が必要ないとすら言える。すべての財・サービスに等しく完全転嫁されるという前提に基づいて、軽減税率に関する制度設計を行うことには注意が必要である。

キーワード：消費税（Value Added Tax）、価格転嫁（Tax shifting）、消費者物価指数（CPI）

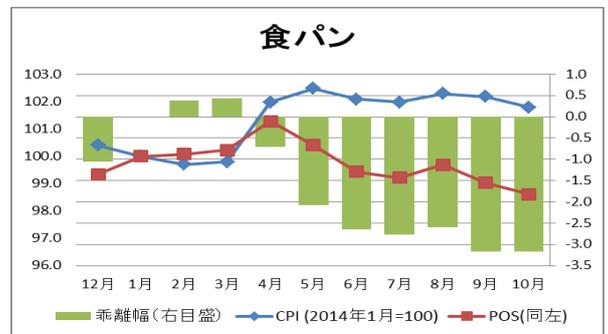
表1 税制ダミー変数に関する点推定値

工業製品	3.39 [7.54]***
食料工業製品	3.09 [10.50]***
繊維製品	2.07 [4.65]***
石油製品	4.31 [1.20]
他の工業製品	3.32 [6.12]***

注1： $(CPI_t - CPI_{t-1}) = \alpha * (IOPI_t - IOPI_{t-1}) + \beta * (WI_t - WI_{t-1}) + \gamma * Dum + \tau + \varepsilon_t$ を推計。上記は γ に関する推計値

注2：* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

図1 CPIとスキャン価格の比較



注3：詳細は本文参照。2014年1月=100とする価格指数を、CPIおよびPOS価格について作成。POS価格では4月時点の価格上昇が小さく、さらに5月以降に価格が定価している。

連絡先：東京都文京区小日向3-4-14, 拓殖大学政経学部, Email: kshirais@ner.takushoku-u.ac.jp