

## 小刻みな税率引き上げが消費に与える影響：くじ消費実験による分析

鈴木明宏（山形大学）

高橋広雅（広島市立大学）

竹本亨（帝塚山大学）

### 研究報告要旨

日本では財政再建のため消費税の税率が5%から10%へ引き上げられる。その際に、経済への影響を軽減するために、日本政府は税率を一気に引き上げずに、二段階に分けて行うことにした。まず2014年4月に8%へ引き上げられ、今後は2019年10月に10%に引き上げる予定である。しかしながら、この政策は正しかったのだろうか？つまり、二段階に分けて引き上げずに、一気に引き上げる方が消費への影響は小さかったかもしれない。本研究は、税率引き上げの回数が引き上げ後の消費に与える影響を実験室実験により分析する。

これまでのいくつかの提言では、一回の税率引き上げ幅が小さい方が消費に与える影響は小さいと考えられてきた。しかしながら、本研究は、複数回に分けて増税する方が、影響が大きいと主張する。本研究では参照価格の理論を応用したモデルを構築する。そのモデルでは、一定の仮定のもとでは引上げ回数が小さい方が引き上げ後の消費が小さくなる。

本研究の実験では、くじ引きをレジャー消費と考え、参加者はくじ引きに何回参加するか決定する。マグカップなどを使用した実験室実験では、何度も繰り返して購入量の意思決定を行うと、限界効用の低減により、購入量がすぐにゼロとなる可能性がある。そこで、繰り返しても短期間で購入量がゼロになる可能性が少ない、くじ引きというレジャー消費で実験室実験を行う。ただし、参加者が投資もしくは投機として考えないようにするため、期待獲得賞金より価格は常に高いように設定する。

実験の結果、(仮説1) 値上げが大きい方が、消費量の減少は大きいということは支持されなかったが、(仮説2) 2回の値上げの場合よりも、同額を1回の値上げにした方が、その後の消費の減少幅が小さいということは支持された。