

消費税増税に伴う景気の変化

～消費税増税後の国民の生活～

恩田知英

序

第1章 景気

第1節 景気とは

第2節 これまでの日本の景気

第2章 国民の生活と景気との関係

第3章 景気回復のために

第1節 日本政府による打開策

第2節 金融緩和

第4章 17年ぶりの消費税増税が与える影響

第1節 消費税増税の理由

第2節 消費税増税により予測される変化

第3節 消費税増税後の社会の変化

第4節 消費税増税に対する国民の理解

結 論

序

人々が生活していく中で深く関わりのあるものが景気であり、その景気というものは社会生活と直結しているものである。人々が景気によって振り回されるということは大体の人が思うであろう。景気は人々が注意して着目するものである。その景気についてこれから述べていくが、景気は人々の生活に密接に関係している。景気に目を向け、消費税増税によって人々の生活がどう変化し、景気がどのように影響を受けるのかが今注目されるべきである。

第1章 景気

第1節 景気とは

景気の定義についてはどのようなものか調べると、「売買や取引などに現れる経済活動の状況¹」、「社会全体にわたる経済活動の活発さの程度²」という言葉が辞書的な意味での景気の定義とされているようだ。景気の定義については定義そのものの自体が明確化されていないのではないだろうか。その景気は日々変化している。一般的には「景気循環」や「日経平均株価」が今現在の日本の景気を表す一指標として挙げられる。

この二つを見ると明らかであるが景気には一定というものがない。イメージとしては一本の線が波打つ感じである。これが専門用語でいう景気循環である。なぜこんなに変動があるのかというと日常生活含め、社会において何か大きな出来事があった場合などはすぐに株価にかかわり、景気に変化を与えるからである。

第2節 これまでの日本の景気

第二次世界大戦後のこれまでの景気の中で好景気とされてきた期間を例に挙げると、高度経済成長の始まりとなった1954年（昭和29）12月から1957（昭和32）年6月までの「神武景気³」、1958年（昭和33）6月から1961年（昭和36）12月までの「岩戸景気⁴」、

¹ 小学館『デジタル大辞泉』「景気」平成25年11月5日最終アクセス
<<https://kotobank.jp/word/%E6%99%AF%E6%B0%97254527%E3.83.87.E3.82.B8.E3.82.BF.E3.83.AB.E5.A4.A7.E8.BE.9E.E6.B3.89>>景気。

² 小学館『大辞林 第三版』「景気」平成25年11月5日最終アクセス
<<https://kotobank.jp/word/%E6%99%AF%E6%B0%97254527%E3.83.87.E3.82.B8.E3.82.BF.E3.83.AB.E5.A4.A7.E8.BE.9E.E6.B3.89>>景気。

³ 投資用語集「岩戸景気」平成25年11月6日最終アクセス
<<http://www.glossary.jp/sec/economy/jinmu.php>>。

⁴ 投資用語集「神武景気」平成25年11月6日最終アクセス
<<http://www.glossary.jp/sec/economy/iwato.php>>。

1965（昭和40）年11月から1970（昭和45）年7月にかけて続いた「いざなぎ景気⁵」、記憶に新しい「バブル経済」が大きな好景気の代表だろう。しかし、いざなぎ景気とバブル経済の間に呼び方が様々ではあるが「いざなぎ景気」と呼ばれる期間があった。2002年（平成14年）2月から2007年10月にかけて続いた期間であるが、この期間は好景気とされてはいたが実質的な好景気の実感が生活に反映されていなかったようだ。そのため本稿では好景気の実感を国民が実感もしくは反映されたものを好景気とする。そして、バブル経済以降は大きな好景気というものがなく低迷が続き、現在に至ることを前提に論じる。

第2章 国民の生活と景気との関係

この章で国民の生活と景気についての関係性を述べるに当たり3つのキーワードをあてはめて論を進めていくこととする。

第一に「生活」。景気は生活に関係していると考えられるため1つ目のキーワードとした。

第二に「消費」。これは一つ目のキーワードの続きになる。人間は生きるためには何かを消費し続けている。「消費社会」という言葉があるようにモノ・サービス等を消費せずには生活ができない。二つめのキーワードについてはひとつ目の「生活」の中に入るのではないかという意見もありうるが3つ目のキーワードにつながるものとしてここでは「生活」という言葉をキーワードにした。

そして3つ目のキーワードは「生産」である。消費し続けている人間が生活を続けていた場合、おのずと消費されたものはいずれなくなる。そのために企業などが社会に対し物またはサービスを生産（供給）している。

⁵ 投資用語集「いざなぎ景気」平成25年11月6日最終アクセス
<<http://www.glossary.jp/sec/economy/izanagi.php>>。

この3つのキーワードが景気と深く関わっていることが大まかにつかめたはずである。補足としての説明となるが原因と結果の関係と言える。生活のために消費し、消費されたから生産する、生産されたから生活ができる。ここには通貨がこの中で流れているのだがこれが目に見える形での景気ではないだろうか。この流れが円滑に流れれば流れるほど好景気というものになるはずだ。現在の日本は不景気と一般的に呼ばれているが、前述した流れの中でどこかが円滑に流れなければ全体が円滑に流れなくなってしまうはずだ。

第3章 景気回復のために

第1節 日本政府による打開策

景気が落ち込んでいる状態、不景気という状態は誰も喜べることではない。日本はバブル経済がはじけた時より多少の変動はあるが大きな好景気の時期はなく、一般的には不景気という言葉で片付けられてきた。そのため2014年現在、安倍首相が大きな政策として掲げているものがある。景気を刺激し、景気を回復させる目的で打ち出した政策である。その内容および目的についても少し触れておく。

アベノミクスは3つのカテゴリーに分けられている。まず一つ目は金融緩和である。これは後述するのでここでは簡単な説明にとどめる。金融緩和の目的は金利を下げることや社会に通貨を増やすことによって景気を刺激することである。

二つ目は財政出動だ。これはGDPや民間による消費を増加または促進させることを目的としている。

最後の三つ目は成長戦略である。目的としては市場においてこれからの成長が見込まれるものに対して資源を集中させるといった事を目的としている。

以上3つのカテゴリーは「三本の矢」と呼称されている。

第2節 金融緩和

ここでは前述した金融緩和について述べていく。日本政府による金融緩和の目的は金利を下げることや通貨流通量を増やすことによって景気を刺激することである。バブル経済がはじけて以降、多少の景気変動はあったものの一般的には不景気とされている中でなぜ通貨を増やすのか。通貨を増やすことによる景気変動とはなんであるだろうか。多少なりとも多くの通貨が給付されたからいつもより質の良いものを買おう、少し多く買おうという考えが出てくる。その考えが行動に出たときモノやサービスが売れる。物が売れたならばそのものを切らすまいと企業は生産を増やす。消費された分を補うために増産する。そんな企業が増えたならば景気は上向きに変わっていく。日本政府の目的はここにある⁶。

その金融緩和に対し新たな着眼点で打ち出したことが「異次元の金融緩和」である。そして一般的な金融緩和とは一般に金利を下げるとされており、通常の金融緩和と何ら変わらないのではないかと思うがいったい何が異次元なのか。非常に簡単になってしまうが、量的・質的金融緩和を導入し 2%のインフレ目標を設定し、さらに2年間で世の中に出回る通貨の量を2倍にするといった事である。

第4章 17年ぶりの消費税増税が与える影響

第1節 消費税増税の理由

消費税増税は約 17 年ぶりのことである。増税対象はなぜ消費税だったのだろうか。それは消費税を増税することに大きな意味があるからである。消費税は人々が生活していく中で関わらないことはない。第2章で前述したように誰しもが生活をしていくために何か

⁶ ネコにもわかる経済問題・総合「金融緩和って何だ」平成27年4月11日最終アクセス

<<https://sites.google.com/site/nekodemokeizai/nekodemowakaru-jing-ji-yong-yu/jin-rong-huan-hette-heda>>。

しらの物を消費しているからで、尚且つ消費税は誰しにも課せられるものである。国としては国民から徴収するのに一番確実に徴収することができる税金なのだ。たばこや酒なども消費されるものになるが負担する人が限定されてしまう。消費税に目を向けてみると消費税は負担する人か老若男女限定されにくい。消費税が増税される理由はそこにある。

第2節 消費税増税により予測される変化

それでは消費税が 5%から 8%に増税されて国民の生活はどのように変わっていくのだろうか、また社会はどうなっていくのであろうか。将来を予測することは難しいので過去のデータを振り返る、もしくは今現在起こっていることから予測することは可能だ。

現在はデフレからの脱却を狙いアベノミクスが先行してきた。アベノミクスが進行しているため現在の日本はデフレから完全に脱却しきったとは言いきれない。アベノミクスと並行して行われようとされているこの消費税増税はデフレから脱却しきれていない社会を含め景気に悪影響が出てしまうのではないかと思う。1997 年増税時にも負担が増え、全体的な税収は当時国民の節約志向により減少したとみられているようだ。

今回の場合には長い期間の不景気とデフレが重なっていることに加え、デフレから脱却しようとしている最中なのだ。増税が決まってから国民は増税前に必要なものを急いで買いだめをする駆け込み需要と呼ばれる買い込みに急いだ人もいられるかもしれない。それが増税前の景気の数値を難しくさせる。3%増えただけでも大きな負担だ。このように消費税増税は景気や社会だけでなく国民の思考や動向も変化させるのだ。

第3節 消費税増税後の社会の変化

2014 年 4 月、遂に消費税が増税された。増税前の駆け込み需要と呼ばれた数値に比べどのような結果が数値に現れたのだろうか。増

税前に後に課される 3%分を浮かせようと消費者が駆け込んだため様々な場面での買いだめをする人が増えたのも事実である。

問題は 4 月以降の数値だ。実際の数値を調べていくと幅広い分野の企業に影響が出ており、特に卸売業などは反動減によるいわば跳ね返りに苦しんでいることがわかる⁷。5 月にあつては身近にある企業は増税後の反動減の影響が出ていない企業はほとんどないように思える。現代人が頻繁に利用するとされているコンビニエンスストアにあつても同じだ。4 月以降の数値にあつては増税後の反動減の影響が回復したとはいえず消費者の思考が変わりつつあるのが明確に見える⁸⁹。身近に利用するものだからこそ変化が分かりやすいこともある¹⁰。

増税により消費者の思考は節約志向に変わってきたのではない。この単語は前述したが意味として節約志向とは消費者が個人の負担を減らすために節約傾向に変わってきたことを示すが、増税によりこの節約傾向が続いたならば消費税増税とアベノミクスの同時進行が両方とも完璧な結果を出せるのか疑問に思えてくるはずだ。

第4節 消費税増税に対する国民の理解

4 月に消費税が増税されてから国内外から注目されている日本では 2014 年末に内閣の解散総選挙がおこなわれたが、その選挙の目

⁷ THE PAGE「4 月の都内景況、すべての業種で大幅に悪化。消費増税の反動減」(2014 年 5 月 24 日)平成 26 年 11 月 6 日最終アクセス
<http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20140524-00000010-wordleafbus_all>。

⁸ 滝川幸平「5 月のコンビニ売上高 0.8%減。下げ幅は縮小」(2014 年 6 月 24 日)平成 26 年 11 月 6 日<http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20140624-00000015-economic-bus_all>。

⁹ DAILY NOBORDER「増税後連続 3 か月マイナス 【スーパー・コンビニ】」(2014 年 7 月 23 日)平成 26 年 11 月 6 日最終アクセス
<<http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20140723-00010000-noborder-soci>>。

¹⁰ エコノミックニュース「コンビニは消費増税後の反動減をもつともせず、だったのか？」(2014 年 7 月 7 日)平成 26 年 11 月 6 日最終アクセス
<<http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20140707-00000004-economic-biz>>。

的の中に国民の信を問うといったものがあつた。その信を問う内容の中には本稿のテーマである消費税が関係する。8%から 10%に引き上げ延期が決まってから景気の変動により国民の考えはいかに変わったのだろうか。あるデータによると、消費税増税を先送りにすることが妥当であるという意見が多かったとある¹¹。

しかし、国民の理解とはどういった意味の理解なのか。増税した3%分が社会保障に回されるということに対し、国民はこの明確な目的に対して理解を示したはずだ。その結果が前段で述べた節約思考への国民の思考の変化だったのではないか。国民の理解という言葉の中に解釈が多数とらえられてしまいがちになっていることが国民を困惑させているはずだ。

結 論

これまでに消費税と、これに深くかかわる景気について論じてきた。近年はアベノミクスがこれに深く影響を及ぼしている。アベノミクスを実施してそれが成功したか否かと問われればその判断は難しい。各地域や企業に大きく変化を与えたためその善悪が明確に言いきれないのだ。しかしこれまでを踏まえ税金が国民の生活を豊かにする手段の一つであることは間違いないのである。

¹¹ 静岡新聞社「消費再増税先送り、6割評価 静岡経済研企業調査」(2014年12月19日)平成27年1月4日最終アクセス
<http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20141219-00000011-at_s-122>。