

深野康彦の 先取り経済NEWS!!

編集・発行 株式会社 アサヒ・ビジネスセンター 2012年7月4日

今月のトピックス 「消費税増税による影響は?パート1」

6月26日に消費税増税法案が衆議院で可決されました。参議院での採決が残されていますが、仮に参議院で否決されたとしても、衆議院に戻され再可決されれば増税が決定することになります。3党合意が行われた以上、事実上消費税増税は決定したということになるでしょう。今後、消費税増税により、私たちの生活はどうなるのでしょうか。景気は?物価は?マーケットは?等々の報道が増えてくることでしょうか。前回の消費税引き上げ時に照らし合わせて、どんなことが起きるのか、まずはマクロ経済を予測してみることにしましょう。

過去、消費税が引き上げられたのは1997年4月の1回のみで、税率は3%から5%に引き上げられました。この時の税率引き上げが決められたのは1994年11月ですが、翌1995年1月に阪神大震災が起きました。震災に際しての復興予算の執行及び、消費税率引き上げ前の駆け込み需要で1996年度は好景気となり、同年度の実質GDP成長率は前年度比プラス2.7%という高い経済成長を実現しています。ところが、1996年度の高い経済成長は、需要の先食いと復興需要であったため、消費税が引き上げられた1997年度は前年度比プラス0.1%、1998年度は同マイナス1.5%と急速に景気は悪化しています。消費需要が大幅に落ち込んだことに加えアジア通貨危機もあいまって、1997年秋には三洋証券、北海道拓殖銀行、山一証券と金融機関が次々破綻、翌1998年には日本債券信用銀行、日本長期信用銀行の破綻へと続いたのです。大手金融機関以外にも破綻は続出。当時、毎週のように中小の金融機関が破綻したことを筆者は鮮明に記憶しています。その後、1999年~2000年にかけてITバブルで多少経済は持ち直したものの、デフレスパイラルがわが国経済を襲い、結局2003年春のりそな銀行への公的資金注入まで株価は低迷を余儀なくされたのです。

「需要の先食い」という言葉で思い出されるのが、近年の薄型テレビの価格急落です。地上波デジタル放送化に伴い既存のテレビのほとんどが買い替えられたため、テレビ業界は空前の利益を計上しました。しかし新たな需要を作ったのではなく、単なる制度変更による需要の先食いであったため、テレビ需要は一気に減退し、同業界は一転して赤字に転落したのは記憶に新しいところです。また足元を俯瞰すると、今回の消費税増税が1996年~1997年当時と非常に似通っていることがわかるはずで、東日本大震災に伴う復興予算は約19兆円も用意され、着実に実行に移されています。さらに、消費税の引き上げ前は駆け込み需要があるため一時的に消費は拡大すると予測されます。これらがわが国全体に拡がれば、今年度後半から来年度にかけては、久方振りの高い経済成長率の実現されるかもしれません。ただし、消費の拡大はあくまでも需要の先食いであることを忘れてはなりません。消費税率引き上げの影響が大きい(=税額の負担が大きい)家、自動車、耐久消費財などの高額品ほど、需要の急増、その後需要の急減となり、今回の消費税引き上げ後の景気の落ち込みは、1997年度程度では済まない可能性が予測できます。なぜなら、前回の経済状況はインフレ下でしたが、今回はデフレ下での増税であるからです。信用収縮が急速に起こる可能性が高いと思われます。

次回以降、随時、消費税増税の影響をさまざまな面から解説したいと思います。ただし、大きな出来事が発生すれば、言い換えれば伝えなければならない事が発生した場合には、そちらを優先させていただきます。実際の消費税率の引き上げまでには、2年近くもありますので。