



RIETI Policy Discussion Paper Series 20-P-008

消費税率引き上げ対策と消費者行動：個人サーベイによる分析

森川 正之
経済産業研究所



Research Institute of Economy, Trade & Industry, IAA

独立行政法人経済産業研究所

<https://www.rieti.go.jp/jp/>

消費税率引き上げ対策と消費者行動：個人サーベイによる分析*

森川 正之（経済産業研究所）

（要旨）

本稿は、2019年の消費税率引き上げとこれに付随して行われた各種の対策への消費者の反応について、個人を対象としたサーベイに基づく観察事実を提示する。その結果によれば、第一に、消費税率の引き上げに伴って実質消費を減少させた人が多く、標準的な理論的予想と整合的である。第二に、軽減税率の導入、キャッシュレス決済への還元制度について、消費者は総じて肯定的に評価しているが、所得水準によって違いがある。第三に、キャッシュレス決済を始めた又は増やした人は4割以上にのぼる。第四に、軽減税率の導入に伴う外食サービスから家計内サービス生産への代替はほとんど見られない。

Keywords: 消費税、軽減税率、需要平準化、キャッシュレス決済、家計内生産

JEL Classification: D12, D13, E21, H24

RIETIポリシー・ディスカッション・ペーパーは、RIETIの研究に関連して作成され、政策をめぐる議論にタイムリーに貢献することを目的としています。論文に述べられている見解は執筆者個人の責任で発表するものであり、（独）経済産業研究所としての見解を示すものではありません。

* 本稿の原案に対して井上誠一郎、伊藤新、矢野誠の各氏から有益なコメントをいただいた。本研究は、科学研究費補助金（26285063, 16H06322, 18H00858）の助成を受けている。

消費税率引き上げ対策と消費者行動：個人サーベイによる分析

1. 序論

日本の消費税率は、2019年10月に8%から10%に引き上げられた。本稿は、今般の消費税率引き上げとこれに付随する各種の対策に対する消費者の反応や評価について、約5,500人の個人を対象とした独自のサーベイに基づく観察事実を提示する。2014年4月の消費税率の5%から8%への引き上げの際には、大きな駆け込み需要とその反動があり、その後も個人消費が低迷した。2014年の消費税率引き上げ後の消費低迷のうちどの程度が税率引き上げに起因するものだったのかについてコンセンサスはないが、例えば内閣府(2015)は、駆け込み効果を除去した上で、消費税率の引き上げ幅が大きかったことによる所得効果、低所得層の消費抑制などを指摘している。¹

このため今般の税率引き上げに際しては、飲食料品及び新聞への軽減税率の導入、需要平準化のための価格設定の柔軟化、中小小売店等におけるキャッシュレス決済へのポイント還元制度、プレミアム付き商品券の販売など様々な対策が採られた。² ポイント還元制度などの需要平準化対策は海外でも類例が少なく、こうした対策の効果に関するミクロレベルの先行研究は乏しい。

政府債務残高が増加している中、財政や社会保障制度の持続可能性を保つためには消費税率の相当程度の引き上げが必要になることを多くのシミュレーションが示している(e.g., Hoshi and Ito, 2014; Braun and Joines, 2015; Kitao, 2015; Hansen and İmrohoroğlu, 2016; İmrohoroğlu *et al.*, 2016)。国際通貨基金(IMF)は、2019年の対日審査に係る事務局報告書において、消費税率を2030年までに15%、2050年までに20%へと段階的に引き上げることを提言している(International Monetary Fund, 2020)。将来ありうる追加的な消費税率引き上げの際に採るべき対策を考える上で、今般の消費税率引き上げに付随する各種対策の効果を検証することは重要な課題である。今後、個人消費に関する政府統計など様々なデータを用いた研究が行われていくと予想されるが、現時点ではフォーマルな実証研究はほとんどない。³ この点、サーベイ・データに依拠せざるを得ないが、消費者行動や各種施策への主観的評価など統計では十分捉えられない情報を現時点で収集しておくことには一定の意

¹ 1997年4月の消費税率の3%から5%への引き上げが対象だが、Cashin and Unayama (2016a)は、異時点間の代替(「駆け込み」とその反動)はあったが、長期的な影響は小さかったと分析している。

² このほか、幼児教育・保育の無償化、住宅ローン減税の拡充、自動車購入時の税負担軽減が2019年10月に始められた。

³ マクロ的な消費動向について、本稿執筆時点までの「消費活動指数」(日本銀行)の実質消費活動指数を見ると、2019年8~9月にかけて過去込み需要があった後、10月に大きな反動があり、その後の回復は弱い。

義があるだろう。

本稿の第一の関心は、消費税率引き上げの影響とその異質性を明らかにすることである。課税ベースの広い消費税率の恒久的な引き上げは、物価変動を除去した実質可処分所得の恒常的な減少を意味するので、標準的なライフサイクル消費の理論によれば、実質消費をある程度低下させると考えるのが自然である。ただし、その程度は個人・世帯の属性によって異なる可能性が高い。

第二の関心は、軽減税率の導入に対する消費者の見方と現実の消費行動への影響である。2016年に行ったサーベイの中で、軽減税率の低所得者対策としての有効性についての事前の見方を調査しており、今般は、消費者の事後的な評価を調査するとともに、事前評価との関係を観察する。本稿のサーベイは2016年に回答した個人を対象に行っているため、同一個人の評価の変化も知ることができる。

軽減税率（複数税率）の導入に伴って財・サービスによって税率に差が生まれたことは、個別財・サービス消費への課税や税率変更と類似の影響を持つと予想される。個別物品・サービスの税率変更に伴う消費量への効果については、既に多数の研究がある。⁴しかし、分析対象となった財・サービスによって消費への影響が大きいケース、小さいケースなど様々である。軽減税率の対象となった食料品への消費支出は、代替性のある財・サービスへの需要との交差価格弾力性に依存するだろう。今回の軽減税率の対象である食料品の場合、代替性が高い有力なものが外食サービス支出である。

個人向けサービスの場合には、他の財・サービスとの代替だけでなく、家計内サービス生産との代替可能性も考慮する必要がある。そもそも、家計内サービス生産の市場化が、産業構造のサービス化や女性の労働参加拡大の要因になったことは多くの研究が指摘している（e.g., Akbulut, 2011; Buera and Kaboski, 2012; Bridgman, 2016; Moro *et al.*, 2017; Ngai and Petrongolo, 2017; Bridgman *et al.*, 2018; Buera *et al.*, 2019）。Aguiar and Hurst (2005, 2007)は、食料品への消費支出と買い物・料理といった家計内サービス生産活動の間に代替関係があることを示している。また、Been *et al.* (2020)は、家事、住宅補修、自動車整備などより広範なサービス生産活動を考慮すると、消費支出の11%が家計内生産に代替可能だという結果を報告している。

今般の日本に近いケースを対象とした研究例は、フランスにおけるレストランへの軽減税率導入を対象とした Benzarti and Carloni (2019)である。⁵外食サービスに係る税率を食料品と同じ軽減税率に引き下げる制度変更だったので日本とは逆のパターンだが、その結果によればサービス消費数量には変化がなく、家計内生産から外食への代替はほとんどなかった。

⁴ 最近の例として、米国のガソリン税 (Li *et al.*, 2014)、フィンランドの美容サービスに係る付加価値税率引き下げ (Kosneen, 2015)、米国のソフトドリンク課税 (Colantuoni and Rojas, 2015)などが挙げられる。

⁵ 持ち帰り食品 (take-away meals) に適用されていた軽減税率と同じ水準までレストランのVAT税率引き下げが行われた。

たことを示唆している。

森川 (2018)は、家計内サービス生産への代替の可能性が比較的高いと考えられる外食、クリーニング、理美容、保育という4つのサービスを対象に、消費税率が30%になったときにどの程度家計内サービス生産に切り替えるか、仮想的な質問に基づく分析を行った。その結果によると、理美容と保育では家計内生産への切り替えは限定的だが、外食とクリーニングについては回答者の平均値・中央値ともに50%ないしそれを上回るという結果だった。今般の軽減税率導入は貴重な自然実験であり、本稿では、これに伴う外食サービスから食材を購入して自宅で調理する家計内サービス生産への切り替えについて検討する。

本稿の第三の関心は、キャッシュレス決済へのポイント還元制度導入に伴うキャッシュレス決済利用度の変化、ポイント還元制度への消費者の事後評価である。「キャッシュレス・ポイント還元事業」は、「需要平準化対策として、キャッシュレス対応による生産性向上や消費者の利便性向上の観点も含め、消費税率引上げ後の9カ月間に限り、中小・小規模事業者によるキャッシュレス手段を使ったポイント還元を支援する事業」である。対象となる決済手段は、「クレジットカード、デビットカード、電子マネー、QRコードなど電子的に繰り返し利用できる決済手段」である。⁶ これは類例のない政策なので、消費者の行動変化や評価を知ること自体に意味がある。⁷

以下、第2節では本稿で使用するサーベイ・データの概要を解説する。第3節で調査の具体的な設問の文言とともに集計結果を報告する。第4節では結論を要約した上で、分析の限界や課題を述べる。

2. データ

本稿で使用する個人サーベイは、RIETIが楽天インサイト株式会社に委託し、2020年1月中旬に実施した「経済の構造変化・経済政策と生活・消費に関するインターネット調査・フォローアップ調査」である。⁸ 調査対象は同社に登録しているモニターで、約3年前(2016年11月)に実施した調査の回答者10,000人のうち現在もモニターを続けている8,049人に質問票を配信し、5,553人が回答した(回答率69.0%)。調査票の回収時期は1月10~14日であり、日本において新型コロナウイルス問題が深刻化する前のタイミングである。⁹

⁶ <https://cashless.go.jp/>参照。

⁷ 本稿ではポイント還元制度の消費支出への効果は調査していない。ライフサイクル恒常所得の消費理論によれば、こうした時限的な政策の消費への効果は小さいはずだが、他方、異時点間の代替の観点からは、ポイント還元制度があるうちに消費支出を増やすという効果が現れる可能性もある。この点は、還元制度終了後の消費動向を観察する必要がある。

⁸ 楽天インサイト株式会社は、前回調査を実施した際は楽天リサーチ株式会社だったが、その後企業名を変更した。

⁹ 新型コロナウイルスに関連した肺炎患者が日本で最初に発見されたのは1月15日である。

前回調査では、同社の登録モニター約 230 万人の中から、全国の都道府県別・性別・年齢階層別に「国勢調査」（総務省）の分布に準じて対象者を抽出しており、日本全体を代表するサンプルになるよう設計されている。モニターの脱落率が低く、回答率は高いので、地理的な分布は日本全体を代表していると考えられる。ただし、前回調査の回答者が対象なので、今回調査の年齢分布は高い方にシフトしている。回答者の平均年齢を計算すると、2016 年調査が 49.3 歳、今回調査が 54.9 歳なので、比較的若い回答者のモニターからの脱落率又は非回答率が高いことになる。

消費税に関連する設問は、①消費税率引き上げ後の消費支出、②軽減税率導入への評価、③外食支出の変化、④キャッシュレス決済の利用度の変化、⑤ポイント還元制度への評価の 5 つである。設問と回答の選択肢の具体的な文言は、次節で結果を報告する際に合わせて詳述する。

これらの設問への回答を単純集計した上で、性別、年齢、就労状態、世帯年収との関係をクロス集計する。これら個人特性別の回答者数は表 1 に示す通りである。関心は、年齢、所得水準などによる消費税率引き上げ及び需要平準化対策への反応や評価の違いである。性別及び年齢は楽天インサイトが保有するモニター情報を使用する。就労状態は、今回の調査の中で収入のある仕事の有無を尋ねている。世帯年収（税込み）は、「100 万円未満」から「2,000 万円以上」までの 14 区分である。「就業構造基本調査」（総務省）と同じく 1,000 万円未満までは 100 万円刻み、それ以上は「1,000～1,249 万円」、「1,250～1,499 万円」、「1,500～1,999 万円」、「2,000 万円以上」という区分である。クロス集計では世帯年収階級別の結果を報告するが、回帰分析の説明変数とする際には、各所得階級の中央値を対数変換して使用する。¹⁰

3. 結果

3-1. 消費税率引き上げ後の消費

消費動向に関する質問は、「消費税率の 10%への引き上げの後、あなたの消費支出（消費税分を含む）はそれ以前と比べてどうなりましたか」である。回答の選択肢は、①「消費税率の引き上げ分以上に支出額が増えた」、②「支出額が増えたが、消費税率の引き上げ分ほどは増えていない」、③「消費税率引き上げ前後で（税込みの）支出額は変わらない」、④「支出額は減った」の 4 つである。

消費税率引き上げ後の税込み消費支出額の変化を集計した結果が表 2 である。「増えた」52.1%（同表(1)と(2)の合計）、「変わらない」38.0%、「減った」10.0%であり、消費税込みで

¹⁰ この場合、「100 万円未満」は 50 万円、「2,000 万円以上」は 2,250 万円とした。

見ると支出額が増えたという回答が多い。しかし、消費税引き上げ分を除く実質の消費支出額で見ると、増加 26.5%に対して減少 73.5% (2)~(4)の合計) であり、減少したと回答した人の方が多い。消費税増税は実質可処分所得を減少させる効果を通じて実質消費を引き下げるはずなので (e.g., Cashin and Unayama, 2016b)、これ自体は予想される結果である。¹¹しかし、他の条件に違いがなければ、「支出額が増えたが、消費税率の引き上げ分ほどは増えていない」消費行動になるのが自然なので、③ないし④と回答した消費者の場合、消費税率引き上げに伴う恒常所得の減少という経路以外に、税率引き上げ前の駆け込み消費の反動を含む何らかの要因が影響しているものと考えられる。

個人特性による違いは顕著でないが、しいて言えば 20 歳代、非就労者で減少したという回答が多い。基礎的な個人特性を説明変数とするシンプルな順序プロビット推計を行った結果は付表 1 (1)列に示す通りである。被説明変数は、選択肢①=4、②=3、③=2、④=1 であり、係数が正の属性は消費を減らす傾向が相対的に小さいことを意味する。年齢、就労者ダミーの係数は 1%水準で有意な正值であり、クロス集計結果と整合的である。

ただし、これらの結果は消費税率引き上げに伴う所得効果だけでなく、引き上げ前後での代替効果 (駆け込み消費の反動)、軽減税率制度やポイント還元制度といった他の制度変更、世帯の経済環境の変化など様々な影響を含んでいることを留保しておきたい。

3-2. 軽減税率導入への評価

軽減税率に関する第一の質問は、「食料品や新聞への消費税の軽減税率 (8%) 適用についてどう思いますか」である。回答の選択肢は、①「低所得者対策として軽減税率は良かった」、②「低所得者対策として軽減税率は良くなかった」、③「どちらとも言えない／わからない」の 3 つである。低所得者対策としての軽減税率への見方は、2016 年調査でも尋ねており、そこでの回答との比較も行う。¹²

今回の調査結果をまとめたのが表 3 である。「どちらとも言えない／わからない」が 50.9% と半数強を占めたが、「良かった」が 32.9% で、「良くなかった」16.2% よりも多い。個人特性別に見ると、女性、60 歳以上の高齢層、非就労者、世帯年収 500 万円未満の人は「良かった」という回答が多い。労働市場から引退した高齢者や低所得層が、軽減税率の導入を肯定的にとらえていることがわかる。基礎的な個人特性を説明変数とするシンプルな順序プ

¹¹ 「家計調査」(総務省) の 2019 年 12 月までの集計データによれば、2014 年の 8% への引き上げの時に比べると小さいものの、今回の消費税率引き上げにおいても駆け込み消費とその反動が観察される。

¹² 2016 年調査における選択肢の文言は少し異なっており、①「低所得者対策として軽減税率は望ましい」、②「低所得者対策は軽減税率以外の給付などによって行うことが望ましい」、③「どちらとも言えない／わからない」の 3 つである。

ロビット推計を行った結果は**付表 1** (2)列である。被説明変数は、選択肢①=3、②=1、③=2としているので、正值の係数は軽減税率への評価が肯定的なことを意味する。女性ダミー、年齢の係数が1%水準で有意な正值、世帯年収の係数は有意な負値であり、クロス集計結果と整合的である。¹³ 高齢者、低所得者の軽減税率への評価が高いのは、支出に占める食料品の割合が高いことを反映した自然な結果だと言える。

なお、2016年の調査でも同様の質問を行っており、その際は「望ましい」が47.5%と半数近く、「どちらとも言えない／わからない」という回答が30.3%、「望ましくない」は22.3%だった。比較すると、今回の調査では「どちらとも言えない／わからない」という回答がかなり多くなっている。選択肢の文言が異なるため単純には比較できないが、軽減税率の導入に伴う線引きの問題をめぐる混乱などが評価に影響したかも知れない。

2016年の調査と今回の調査ともに回答した人に限ってクロス集計した結果が**表 4**である。約半数(47.1%)は2016年調査と同じ評価(表の対角線上の数字の合計)である。「望ましい」から「良くなかった」へ、あるいは、「望ましくない」から「良かった」へと大きく評価を変えた人は13.1%と比較的少ないが、「どちらとも言えない／わからない」との間での回答の変化はかなり多い。実際に制度変更を経験した後の事後評価が、事前の評価から変化した人が少なくないことを示している。¹⁴

3-3. 外食支出の変化

消費税率引き上げに伴う食料品への軽減税率導入による外食サービス消費への影響については、「食料品の購入と外食とで消費税率に差(10%と8%)ができましたが、あなたは外食代を減らす代わりに食料品を購入して自宅で食事をする割合を増やしましたか」というのが設問で、回答の選択肢は、①「増やした」、②「変わらない」、③「減った」の3つである。

回答を集計した結果は**表 5**に示す通りであり、「増やした」13.3%、「減った」6.2%に対して、「変わらない」が80.5%と大多数であった。森川(2018)では、消費税率が30%になったという仮想的な状況での外食サービスの家計内サービスへの代替について尋ねている。その結果によると、外食サービスの半分以上(56.2%)を自宅での食事に代替するというのが平均値であり、弾性値に換算すると非常に高い数字だった。今回は、税率の引き上げ幅が2%と小さいこともあり、市場サービスから家計内サービス生産への代替は、これまでのところ

¹³ 経済学的には一般に軽減税率は望ましくなく、VATの免税や軽減税率を廃止して均一の税率にすべきことが指摘されている(e.g., Mankiw *et al.*, 2009; Mirrlees *et al.*, 2011; Atkinson, 2012)が、現実には多くの国に存在する。

¹⁴ 個人特性との関係を見ると、女性、就労者は事前評価と事後評価が変化した傾向がいくぶん弱い。年齢や世帯年収はほぼ無関係であり、全体として個人特性の説明力はごく限られる。

顕著には起きていないように見える。¹⁵

クロス集計結果を見る限り、個人特性との関係は顕著ではない。個人特性を説明変数とする順序プロビット推計の結果が**付表 1 (3)列**である。被説明変数は、選択肢①=1、②=2、③=3なので、女性、世帯年収の係数が有意な負値であることは、他の条件を一定とすると女性と高所得者は外食から自宅での食事に切り替えた人が少ない傾向があることを意味する。ただし、推計式全体としての説明力はごく限られており、個人特性が同じカテゴリーの中での個人差の方がずっと大きい。

3-4. キャッシュレス決済の利用

キャッシュレス決済に関する第一の設問は、「消費税率の引き上げに合わせてキャッシュレス決済へのポイント還元が行われましたが、あなたはキャッシュレス決済を利用していますか」である。選択肢は、①「以前からキャッシュレス決済を利用しており、消費税率の引き上げ後にキャッシュレスによる支払いを増やしてはいない」、②「以前からキャッシュレス決済を利用していたが、消費税率の引き上げ後にキャッシュレスによる支払いを増やした」、③「以前はキャッシュレス決済を行っていなかったが、消費税率の引き上げ後にキャッシュレスによる支払いを行うようになった」、④「キャッシュレス決済での支払いは行っていない」の4つである。

集計結果は**表 6**に示す通りであり、キャッシュレス決済を「増やした」30.5%、「行うようになった」10.5%で、消費税率の引き上げに伴うポイント還元制度が取引のキャッシュレス化を促進する効果を持った可能性を示している。もともとキャッシュレス決済を73.5%の人が行っていたこともあり、属性にかかわらずキャッシュレスによる支払いを増やしてはいないと回答した人（(1)列）が最も多い。年齢層や就労の有無による違いは小さい。

今般、キャッシュレス決済を増やした人は、世帯年収500～999万円のあたりの中所得層がやや多い。基礎的な個人特性を説明変数とするシンプルなプロビット推計（キャッシュレス決済を「増やした」又は「行うようになった」=1）を行うと、女性及び世帯年収の係数は正值かつ1%水準で統計的に有意である（**付表 1 (4)列**）。年齢の係数は小さな負値で、10%水準で有意である。¹⁶

¹⁵「家計調査」（総務省）によると、一般外食支出は2019年10月に消費支出全体を大きく超える減少（前年同月比名目▲6.2%、実質▲9.1%）が見られたが、11月にはプラスに転じている。「サービス産業動向調査」（総務省）によると、2019年10月に「飲食店」の売上高が大きく減少する一方、「持ち帰り・配達飲食サービス業」は大幅な増加が見られる。他方、「外食産業市場動向調査」（一般社団法人日本フードサービス協会）の月次データで前年同月比売上高の数字を見ると、2019年10月は▲2.4%と低下したが、11月は+2.6%、12月は+1.0%と回復している。これらは、ごく一時的に外食サービスからの代替が生じた可能性を示唆している。

¹⁶ 居住地（都道府県）の人口密度を追加的な説明変数として含めた場合、有意水準は10%だが

なお、キャッシュレス決済に係るポイント還元制度は 9 か月間の時限的な需要平準化対策であり、政策終了後にも持続する履歴効果を持つかどうかは、制度終了後に改めて分析する必要がある。

3-5. ポイント還元制度への評価

最後に「消費税率の引き上げに際して、キャッシュレス決済へのポイント還元を導入したことについてどう思いますか」と尋ねた。選択肢は①「良かった」、②「良くなかった」、③「どちらとも言えない」の3つである。

集計結果は表 7 である。「良かった」42.9%、「どちらとも言えない」43.2%、「良くなかった」13.9%で、肯定的な評価が多い。個人特性別には、女性、20 歳代及び 30 歳代という若年層、世帯年収 700 万円～1,249 万円というやや高めの所得層で肯定的な傾向がいくぶん強い。基礎的な個人特性を説明変数とするシンプルな順序プロビット推計の結果が付表 1 (5) 列である。被説明変数は、良かった=3、どちらとも言えない=2、良くなかった=1 であり、係数が正值の場合、肯定的な傾向が強いことを意味する。女性の係数は正、年齢の係数は負、世帯年収の係数は正で統計的に有意であり、クロス集計結果と整合的である。前述の通り、軽減税率への評価は低所得層で高かったのに対して、ポイント還元制度は中・高所得層が肯定的に評価する傾向があり対照的である。

4. 結論

本稿では、今般の消費税率の 10%への引き上げとこれに付随して行われた各種対策への消費者の反応や評価について、個人を対象とした独自のサーベイに基づいて観察事実を提示した。今般の政策は貴重な自然実験であり、今後、政府統計をはじめ様々なデータを用いた定量的な実証分析が行われていくと予想される。その点、本稿はサーベイ・データに依拠したシンプルな分析に過ぎないが、統計的に把握できない消費者の主観的評価などの情報を現時点で収集しておくことには一定の意義があるだろう。

結果の要点は以下の通りである。第一に、消費税率の引き上げに伴って実質消費を減少させた人が多く、これは標準的なライフサイクル・モデルの理論的予想と整合的である。第二に、軽減税率の導入、キャッシュレス決済への還元制度について、総じて消費者は肯定的に評価しているが、世帯年収や年齢による違いが見られた。軽減税率は世帯年収 500 万円未満

係数は負値であり、人口密度の低い地域の居住者がキャッシュレス決済を増やす傾向がわずかに観察された。

の比較的所得層や高齢層が、ポイント還元制度は世帯年収 700 万円～1,249 万円という所得層や若年層が肯定的に評価する傾向が見られた。第三に、キャッシュレス決済を始めた人や増やした人は 4 割以上とかなり多く、世帯年収 500～999 万円のあたりの中所得層でキャッシュレス決済を増やした人が多い。時限的な政策の終了後にも持続する履歴効果を持つかどうかは改めて検証する必要があるが、キャッシュレス決済の普及促進に対して一定の効果があった可能性を示唆している。第四に、外食サービスから自宅での食事（＝家計内サービス生産）への顕著な代替は観察されなかった。

ただし、本稿の分析対象者は楽天インサイト株式会社の登録モニターなので、インターネット利用度が高いサンプルであり、特にキャッシュレス決済やポイント還元についての回答の代表性には議論の余地がある。また、調査時期（2020 年 1 月）においてはまだ「駆け込み需要」の反動の影響が残っている可能性があることを留保しておきたい。¹⁷

¹⁷ ただし、「消費動向調査」（内閣府）によれば、この時期の消費者態度指数（季節調整値）は、2019 年 9 月がボトムで 10 月は微増、その後 11～12 月にかけて回復傾向が見られた。

〈参照文献〉

(邦文)

内閣府 (2015), 『平成 27 年度年次経済財政報告』.

森川正之 (2018), 「サービスの質・価格と消費者の選好」, 『経済研究』, Vol. 69, No. 4, pp. 314-327.

(英文)

Aguiar, Mark and Erik Hurst (2005), “Consumption Versus Expenditure,” *Journal of Political Economy*, Vol. 113, No. 5, pp. 919–948.

Aguiar, Mark and Erik Hurst (2007), “Life-Cycle Prices and Production,” *American Economic Review*, Vol. 97, No. 5, pp. 1533–1559.

Akbulut, Rahsan (2011), “Sectoral Changes and the Increase in Women's Labor Force Participation,” *Macroeconomic Dynamics*, Vol. 15, No. 2, pp. 240–264.

Atkinson, Anthony B. (2012), “The Mirrlees Review and the State of Public Economics,” *Journal of Economic Literature*, Vol. 50, No. 3, pp. 770–780.

Been, Jim, Susann Rohwedder, and Michael Hurd (2020), “Does Home Production Replace Consumption Spending? Evidence from Shocks in Housing Wealth in the Great Recession,” *Review of Economics and Statistics*, Vol. 102, No. 1, pp. 113–128.

Benzarti, Youssef and Dorian Carloni (2019), “Who Really Benefits from Consumption Tax Cuts? Evidence from a Large VAT Reform in France,” *American Economic Journal: Economic Policy*, Vol. 11, No. 1, pp. 38–63.

Braun, R. Anton and Douglas H. Joines (2015), “The Implications of a Graying Japan for Government Policy,” *Journal of Economic Dynamics and Control*, Vol. 57, August, pp. 1–23.

Bridgman, Benjamin (2016), “Home Productivity,” *Journal of Economic Dynamics and Control*, Vol. 71, October, pp. 60–76.

Bridgman, Benjamin, Georg Duernecker, and Berthold Herrendorf (2018), “Structural Transformation, Marketization, and Household Production around the World,” *Journal of Development Economics*, Vol. 133, July, pp. 102–126.

Buera, Francisco J., and Joseph P. Kaboski (2012), “The Rise of the Service Economy,” *American Economic Review*, Vol. 102, No. 6, pp. 2540–2569.

Buera, Francisco J., Joseph P. Kaboski, and Min Qiang Zhao (2019), “The Rise of Services: The Role of Skills, Scale, and Female Labor Supply,” *Journal of Human Capital*, Vol. 13, No. 2, pp. 157–187.

Cashin, David and Takashi Unayama (2016a), “Measuring Intertemporal Substitution in Consumption: Evidence from a VAT Increase in Japan,” *Review of Economics and Statistics*, Vol. 98, No. 2, pp. 285–297.

Cashin, David and Takashi Unayama (2016b), “The Impact of a Permanent Income Shock on

- Consumption: Evidence from Japan's 2014 VAT increase,” RIETI Discussion Paper, 16-E-052.
- Colantuoni, Francesca and Christian Rojas (2015), “The Impact of Soda Sales Taxes on Consumption: Evidence from Scanner Data,” *Contemporary Economic Policy*, Vol. 33, No. 4, pp. 714–734.
- Hansen, Gary D. and Selahattin İmrohoroğlu (2016), “Fiscal Reform and Government Debt in Japan: A Neoclassical Perspective,” *Review of Economic Dynamics*, Vol. 21, July, pp. 201–224.
- Hoshi, Takeo and Takatoshi Ito (2014), “Defying Gravity: Can Japanese Sovereign Debt Continue to Increase without a Crisis?” *Economic Policy*, Vol. 29, January, pp. 5–44.
- International Monetary Fund (2020), “Japan: Staff Report for the 2019 Article IV Consultation.”
- İmrohoroğlu, Selahattin, Sagiri Kitao, and Tomoaki Yamada (2016), “Achieving Fiscal Balance in Japan,” *International Economic Review*, Vol. 57, No. 1, pp. 117–154.
- Kitao, Sagiri (2015), “Fiscal Cost of Demographic Transition in Japan,” *Journal of Economic Dynamics and Control*, Vol. 22, pp. 37–58.
- Kosonen, Tuomas (2015), “More and Cheaper Haircuts after VAT Cut? On the Efficiency and Incidence of Service Sector Consumption Taxes,” *Journal of Public Economics*, Vol. 131, November, pp. 87–100.
- Li, Shanjun, Joshua Linn, and Erich Muehlegger (2014), “Gasoline Taxes and Consumer Behavior,” *American Economic Journal: Economic Policy*, Vol. 6, No. 4, pp. 302–342.
- Mankiw, N. Gregory, Matthew Weinzierl, and Danny Yagan (2009), “Optimal Taxation in Theory and Practice,” *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 23, No. 4, pp. 147–174.
- Mirrlees, James, Stuart Adam, Timothy Besley, Richard Blundell, Stephen Bond, Robert Chote, Malcolm Gammie, Paul Johnson, Gareth Myles, and James Poterba (2011), “The Mirrlees Review: Conclusions and Recommendations for Reform,” *Fiscal Studies*, Vol. 32, No. 3, pp. 331–359.
- Moro, Alessio, Solmaz Moslehi, and Satoshi Tanaka (2017), “Does Home Production Drive Structural Transformation?” *American Economic Journal: Macroeconomics*, Vol. 9, No. 3, pp. 116–146.
- Ngai, L. Rachel and Barbara Petrongolo (2017), “Gender Gaps and the Rise of the Service Economy,” *American Economic Journal: Macroeconomics*, Vol. 9, No. 4, pp. 1–44.

表1 サンプル数（属性別）

	属性	人
全回答者		5,553
性別	男性	2,918
	女性	2,635
年齢	20-29歳	181
	30-39歳	690
	40-49歳	1,104
	50-59歳	1,125
	60-69歳	1,628
	70歳-	825
就労状態	非就労	1,999
	就労	3,554
世帯年収	100万円未満	318
	100～199万円	323
	200～299万円	624
	300～399万円	803
	400～499万円	684
	500～599万円	617
	600～699万円	461
	700～799万円	436
	800～899万円	297
	900～999万円	285
	1,000～1,249万円	322
	1,250～1,499万円	166
	1,500～1,999万円	131
	2,000万円以上	86

表2 消費税率引き上げ後の総消費支出額の変化

		(1) 消費税率の引き上げ分以上に支出額が増えた	(2) 支出額が増えたが、消費税率の引き上げ分は増えていない	(3) 消費税率引き上げ前後で(税込みの)支出額は変わらない	(4) 支出額は減った
全回答者		26.5%	25.5%	38.0%	10.0%
性別	男性	27.5%	26.1%	37.1%	9.2%
	女性	25.5%	24.9%	38.9%	10.8%
年齢	20-29歳	18.8%	30.9%	33.1%	17.1%
	30-39歳	25.7%	27.0%	34.6%	12.8%
	40-49歳	30.0%	25.2%	34.6%	10.2%
	50-59歳	28.7%	25.5%	35.8%	10.0%
	60-69歳	25.0%	25.2%	41.6%	8.2%
	70歳-	24.5%	24.4%	42.1%	9.1%
就労状態	非就労	23.0%	23.8%	43.2%	10.1%
	就労	28.6%	26.5%	35.0%	9.9%
世帯年収	100万円未満	35.8%	9.4%	32.1%	22.6%
	100~199万円	26.6%	22.0%	38.1%	13.3%
	200~299万円	28.5%	19.4%	39.7%	12.3%
	300~399万円	26.8%	25.8%	38.9%	8.6%
	400~499万円	25.3%	30.3%	34.8%	9.6%
	500~599万円	25.9%	27.2%	37.0%	9.9%
	600~699万円	27.3%	28.0%	36.7%	8.0%
	700~799万円	23.6%	28.7%	41.3%	6.4%
	800~899万円	23.6%	29.0%	39.7%	7.7%
	900~999万円	27.4%	27.7%	39.3%	5.6%
	1,000~1,249万円	23.3%	30.1%	37.9%	8.7%
	1,250~1,499万円	22.3%	31.9%	39.8%	6.0%
	1,500~1,999万円	26.0%	24.4%	42.7%	6.9%
2,000万円以上	29.1%	15.1%	39.5%	16.3%	

(注) N=5,553人。

表3 軽減税率導入への評価

		(1) 低所得者対策として軽減税率は良かった	(2) どちらとも言えない／わからない	(3) 低所得者対策として軽減税率は良くなかった
全回答者		32.9%	50.9%	16.2%
性別	男性	30.9%	48.7%	20.5%
	女性	35.1%	53.5%	11.4%
年齢	20-29歳	24.9%	58.0%	17.1%
	30-39歳	24.5%	57.4%	18.1%
	40-49歳	24.8%	57.2%	18.0%
	50-59歳	29.6%	52.1%	18.3%
	60-69歳	39.4%	46.9%	13.7%
	70歳-	44.2%	42.1%	13.7%
就労状態	非就労	38.7%	48.0%	13.3%
	就労	29.6%	52.6%	17.8%
世帯年収	100万円未満	30.8%	51.6%	17.6%
	100～199万円	40.2%	44.0%	15.8%
	200～299万円	38.9%	45.8%	15.2%
	300～399万円	36.2%	50.9%	12.8%
	400～499万円	37.4%	47.8%	14.8%
	500～599万円	34.0%	50.6%	15.4%
	600～699万円	31.7%	50.3%	18.0%
	700～799万円	26.1%	58.9%	14.9%
	800～899万円	28.6%	52.5%	18.9%
	900～999万円	29.1%	55.1%	15.8%
	1,000～1,249万円	25.5%	57.1%	17.4%
	1,250～1,499万円	19.9%	52.4%	27.7%
	1,500～1,999万円	27.5%	55.7%	16.8%
2,000万円以上	23.3%	50.0%	26.7%	

(注) N=5,553 人。

表4 軽減税率についての評価 (2016年調査との比較)

		2020年			計
		(1) 低所得者対策として軽減税率は良かった	(2) どちらとも言えない／わからない	(3) 低所得者対策として軽減税率は良くなかった	
2016年	(1) 低所得者対策として軽減税率は望ましい	19.8%	19.5%	6.4%	45.8%
	(2) どちらとも言えない／わからない	6.4%	21.3%	3.8%	31.5%
	(3) 低所得者対策は軽減税率以外の給付などによって行うことが望ましい	6.7%	10.1%	6.0%	22.8%
	計	32.9%	50.9%	16.2%	

(注) 実際の調査票とは回答の選択肢の順序を変えて作表している。

表5 外食サービスから家計内サービスへの代替

		(1) 増やした	(2) 変わらない	(3) 減った
全回答者		13.3%	80.5%	6.2%
性別	男性	11.9%	81.9%	6.2%
	女性	14.8%	79.0%	6.2%
年齢	20-29歳	10.5%	83.4%	6.1%
	30-39歳	13.6%	78.8%	7.5%
	40-49歳	14.9%	77.3%	7.9%
	50-59歳	11.6%	82.0%	6.3%
	60-69歳	13.2%	81.9%	4.9%
	70歳-	13.9%	80.8%	5.2%
就労状態	非就労	14.2%	80.4%	5.4%
	就労	12.8%	80.6%	6.7%
世帯年収	100万円未満	15.7%	70.8%	13.5%
	100～199万円	13.6%	79.3%	7.1%
	200～299万円	13.0%	79.8%	7.2%
	300～399万円	14.9%	79.1%	6.0%
	400～499万円	14.3%	79.8%	5.8%
	500～599万円	14.1%	79.1%	6.8%
	600～699万円	11.7%	82.2%	6.1%
	700～799万円	12.4%	84.6%	3.0%
	800～899万円	11.4%	84.2%	4.4%
	900～999万円	13.7%	82.5%	3.9%
	1,000～1,249万円	11.2%	83.5%	5.3%
	1,250～1,499万円	7.2%	91.0%	1.8%
	1,500～1,999万円	15.3%	80.9%	3.8%
2,000万円以上	10.5%	74.4%	15.1%	

(注) N=5,553人。

表6 キャッシュレス決済の利用

		(1) 以前から キャッシュレス決 済を利用してお り、消費税率の 引き上げ後に キャッシュレスに よる支払いを増 やしてはいない	(2) 以前から キャッシュレス決 済を利用して いたが、消費税率 の引き上げ後 にキャッシュレ スによる支払い を増やした	(3) 以前はキャッ シュレス決済を 行っていなかつ たが、消費税率 の引き上げ後に キャッシュレスに よる支払いを行う ようになった	(4) キャッ シュレス決 済での支 払いは行っ ていない
全回答者		43.1%	30.5%	10.5%	16.0%
性別	男性	45.5%	29.6%	9.0%	15.9%
	女性	40.3%	31.5%	12.1%	16.0%
年齢	20-29歳	37.0%	28.2%	12.2%	22.7%
	30-39歳	41.3%	30.6%	11.7%	16.4%
	40-49歳	41.2%	31.1%	10.4%	17.3%
	50-59歳	39.8%	32.4%	13.2%	14.5%
	60-69歳	46.1%	30.9%	9.0%	14.0%
	70歳-	46.8%	26.7%	8.4%	18.2%
就労状態	非就労	44.3%	29.3%	9.7%	16.8%
	就労	42.4%	31.2%	10.9%	15.5%
世帯年収	100万円未満	39.3%	20.8%	8.8%	31.1%
	100～199万円	40.9%	25.1%	12.1%	22.0%
	200～299万円	40.4%	25.8%	12.0%	21.8%
	300～399万円	42.3%	29.1%	11.3%	17.2%
	400～499万円	45.3%	28.5%	10.2%	15.9%
	500～599万円	40.4%	35.5%	9.6%	14.6%
	600～699万円	41.4%	35.6%	10.0%	13.0%
	700～799万円	40.4%	36.9%	10.1%	12.6%
	800～899万円	44.4%	33.0%	12.1%	10.4%
	900～999万円	47.0%	35.8%	8.4%	8.8%
	1,000～1,249万円	48.1%	29.8%	11.2%	10.9%
	1,250～1,499万円	48.2%	33.7%	9.6%	8.4%
	1,500～1,999万円	51.9%	31.3%	9.9%	6.9%
2,000万円以上	54.7%	22.1%	7.0%	16.3%	

(注) N=5,553 人。

表7 ポイント還元制度への評価

		(1) 良かった	(2) どちらとも言えない	(3) 良くなかった
全回答者		42.9%	43.2%	13.9%
性別	男性	42.3%	41.7%	16.0%
	女性	43.5%	44.9%	11.6%
年齢	20-29歳	47.5%	40.9%	11.6%
	30-39歳	46.1%	41.2%	12.8%
	40-49歳	42.8%	44.1%	13.1%
	50-59歳	41.4%	43.1%	15.5%
	60-69歳	44.0%	43.3%	12.7%
	70歳-	39.0%	44.4%	16.6%
就労状態	非就労	41.9%	44.0%	14.1%
	就労	43.4%	42.8%	13.8%
世帯年収	100万円未満	31.8%	50.0%	18.2%
	100～199万円	31.9%	52.9%	15.2%
	200～299万円	37.8%	47.0%	15.2%
	300～399万円	41.2%	45.8%	13.0%
	400～499万円	43.0%	42.0%	15.1%
	500～599万円	47.2%	39.9%	13.0%
	600～699万円	43.4%	44.3%	12.4%
	700～799万円	47.9%	40.1%	11.9%
	800～899万円	48.5%	39.4%	12.1%
	900～999万円	52.3%	33.3%	14.4%
	1,000～1,249万円	47.5%	41.0%	11.5%
	1,250～1,499万円	46.4%	38.6%	15.1%
	1,500～1,999万円	42.7%	42.7%	14.5%
	2,000万円以上	43.0%	39.5%	17.4%

(注) N=5,553 人。

付表1 個人特性を説明変数とする推計結果

	(1) 総消費額 の変化	(2) 軽減税率 の評価	(3) 外食からの 代替	(4) キャッシュ レス決済増加	(5) ポイント還 元制度の評価
女性	-0.0394 (0.0300)	0.1922 *** (0.0313)	-0.0738 ** (0.0359)	0.0615 *** (0.0136)	0.1014 *** (0.0314)
年齢	0.0031 ** (0.0012)	0.0097 *** (0.0012)	-0.0019 (0.0014)	-0.0011 * (0.0005)	-0.0027 ** (0.0012)
就労	0.1655 *** (0.0355)	-0.0431 (0.0369)	0.0658 (0.0421)	0.0171 (0.0161)	-0.0355 (0.0367)
世帯年収(対数)	0.0217 (0.0212)	-0.0464 ** (0.0198)	-0.0490 ** (0.0243)	0.0383 *** (0.0086)	0.1213 *** (0.0194)
Nobs.	5,553	5,553	5,553	5,553	5,553
Pseudo R ²	0.0024	0.0136	0.0023	0.0063	0.0049

(注) (1), (2), (3), (5)は順序プロビット推計、(4)はプロビット推計。カッコ内はロバスト標準誤差。***: p<0.01, **: p<0.05, *: p<0.1。