



物流ニュース

NO. 139

2019年9月

消費増税の影響がトラック事業者を直撃

1. 2019年10月に消費増税は予定通り実施される見通し

昨年末あるいは今年初め頃より、各種経済指標の悪化傾向が強まっており、「日本経済は景気後退局面入りした」とみる向きも少なくない。その背景には、中国や欧州などにおける景気減速が鮮明になる中で輸出が減少していること、個人消費が伸び悩んでいること、好調な企業業績を背景にこれまで堅調に推移してきた設備投資がこのところスローダウンしてきたこと——などがある。

世界経済に関しては、今後不透明感がいっそう強まっていくと予想される。米中貿易摩擦の激化、中国経済のさらなる減速および周辺新興国における経済不安発生の可能性、英国におけるハードブレグジット（合意なきEU離脱）、イランによるホルムズ海峡封鎖の可能性——などがその理由だ。

安倍晋三首相は常々、「リーマン・ショック級の経済危機がない限り、消費税率を10%へ引き上げる」と明言していたが、上記のような経済情勢の悪化を受け、永田町では一時期、安倍首相が3度目の消費増税延期を表明するとともに、国民の信を問うため衆議院を解散するのではないかという憶測が流れていたようだ。

しかし、ふたを開けてみれば解散は行われず、また消費増税についても、（本稿執筆時点において）実施まで1か月を切ったことから、よほどの大事件などが起こらない限り、予定通り実施されると考えてよかろう。

なお、国内外において景気の悪化が鮮明になる中での消費増税の実施に対し、海外からは懸念の声も上がっている。たとえば、4月5日付のウォールストリート・ジャーナル（米国）は社説で、「安倍首相は増税によって、景気を悪化させようと決心しているように見える」「安倍氏にとって増税は自傷行為になろう」と皮肉っていた。

2. 消費増税が日本経済に及ぼす影響

前述の通り、世界経済の先行きは極めて不透明である。中でも、米中貿易摩擦激化の影響については、規模・期間とも全く予想がつかない。万が一、中国経済がクラッシュした場合のインパクトはリーマン・ショックの比ではないと考えられるほか、これまで絶好調であった米国景気も悪化に転じる可能性が否定できない。

IMF（国際通貨基金）は今年7月時点において、世界経済成長率を3.2%増と見込んでいるが、おそらく今後下方修正されることとなろう。仮に3%を下回ることになれば、「景気後退感が強まっている」と判断されよう。

世界経済の悪化は、日本経済に対しても、輸出の減少や設備投資マインドの減退などを通して、景気の下押し圧力になるとみられる。

こうした状況下での消費増税である。さまざまな悪影響が懸念されるが、主なものを列挙してみよう。

①日本経済がデフレ状態から完全に脱却できていない中でのデフレ政策の実施

18年度におけるGDPデフレーターは前年度比0.2%減であり、2年ぶりのマイナスとなった。すなわち、日本経済においてデフレが再燃しつつあるということであり、こうした状況下でデフレ政策（増税）を実施することにより、デフレ脱却がいつそう遠のくと考えられる。

②個人消費の下押し圧力が強まる可能性

言うまでもなく、消費増税は可処分所得の減少を通して、個人消費を下押しする。例えば、前回（14年4月）の増税に際し、駆け込み需要がピークを迎えた14年1～3月期において、個人消費は306.0兆円（季節調整値、前期比2.0%増）と増加したが、増税後の4～6月期には一転して、291.5兆円（同4.8%減）と大幅に落ち込んだ。またその後、一度たりとも14年1～3月期の水準に達していない。

また、駆け込み需要が発生する前の13年7～9月期における個人消費は300.5兆円であったが、増税後にその水準まで回復したのは18年10～12月期（300.7兆円）で、回復まで長期間を要したことになる（表1参照）。

可処分所得があまり伸びていない中での消費増税は、個人消費をいつそう下押しする可能性があると言わざるを得ない。また、個人消費はGDPの約55%を占めていることから、個人消費の伸び悩みはGDPの伸び悩みに直結する。

表. 1 個人消費（季調ベース）の推移

		個人消費 (10億円)	前期比 増減率(%)
2013年	7～9月期	300,472	0.4
	10～12月期	300,161	-0.1
2014年	1～3月期	306,046	2.0
	4～6月期	291,492	-4.8
	7～9月期	293,559	0.7
	10～12月期	294,197	0.2
2015年	1～3月期	295,574	0.5
	4～6月期	295,867	0.1
	7～9月期	296,831	0.3
	10～12月期	294,735	-0.7
2016年	1～3月期	296,003	0.4
	4～6月期	294,207	-0.6
	7～9月期	295,742	0.5
	10～12月期	295,713	0
2017年	1～3月期	297,589	0.6
	4～6月期	299,972	0.8
	7～9月期	297,770	-0.7
	10～12月期	299,175	0.5
2018年	1～3月期	298,802	-0.1
	4～6月期	299,883	0.4
	7～9月期	299,543	-0.1
	10～12月期	300,653	0.4
2019年	1～3月期	300,990	0.1
	4～6月期	302,858	0.6

たとえば、消費税率が3%から5%に引き上げられた1997年度の実質経済成長率はゼロ(96年度は2.9%増)、5%から8%に引き上げられた14年度は0.4%減(13年度は2.6%増)といずれも前年度から急落している。

③東京オリンピック・パラリンピック関連の施設建設が今年秋でおおむね終了

今年秋で、施設建設に伴う景気浮揚効果が終了するが、そのタイミングでの増税となってしまう。

④景気対策の効果が限定的

景気対策の中には、低年金者向けの恒久的な給付金支給など効果が期待できるものもある一方で、目玉の一つである、キャッシュレス決済時におけるポイント還元などは効果に疑問がある。たとえば、ポイント還元は期限付きである一方、増税に伴う負担増は(減税しない限り)未来永劫続くため、当該施策が終了する20年6月末以降に、個人消費が落ち込む懸念がある。

⑤税率が10%に引き上げられるに伴う心理学的インパクト

京都大学の藤井聡教授は、「課税には、人間の行動に影響を及ぼす(行動を抑圧する)効果がある」「抑圧する効果は、課税が目立っているほど心理学的インパクトが大きい」「税率10%というのは、8%に比べて極めて顕現性が高い」「『前回の増税時においては、税率が5%から8%へ3ポイント引き上げられたのに対し、今回は2ポイントの引き上げにとどまるため、影響はそれほど大きくない』と主張する向きが多いが、こうした主張には心理学的インパクトが全く加味されていない」としている。

藤井教授によると、5%から8%への消費増税と8%から10%への消費増税の心理学的インパクトについて京都大学が計量した結果、5%→8%の増税インパクトを100%とした場合、8%→10%では増税インパクトが1.42倍(142%)に上昇したということである。

前回の消費増税に伴い、14年度の個人消費は2.6%も減少した。今回もそれなりの影響があると用心しておいた方が賢明と考えられる。

おそらく19年度の日本経済は、何とか0.5%前後のプラス成長を維持できると思う。しかし、ポイント還元施策が終了し、東京オリンピック・パラリンピックの実施に伴う経済効果が剥落する20年度下期には、景気が急速に悪化する可能性が高いのではないかと懸念されている。

3. 消費増税がトラック事業者に及ぼす影響

消費増税は物流事業者、中でも国内のみで営業を展開しているトラック事業者に対し、マイナスの影響を与えることになろう。特に法人減税の恩恵を受けられない中小事業者にとっては、デメリットが非常に大きいと考えられる。

まず、景気の下押し(前述)ならびにそれに伴う荷動きの悪化に見舞われることになる。日通総合研究所「企業物流短期動向調査」によると、国内向け出荷量『荷動き指数』は、14年4~6月から17年4~6月まで13期連続でマイナスとなった。

これに加えて、「トラック事業者が増税分をトラック運賃に完全に転嫁できるのか」という懸念も若干ながらある。そこで、日本銀行「企業向けサービス価格指数」(S P P I)を用い、「道路貨物輸送」において、過去に消費増税分をきちんと転嫁できていたか否かについて検証してみたい。

まず消費税が導入された89年度においては、増税分が完全に転嫁されていたならば、理論上S P P Iは前年度より3.00%(103÷100)上昇したはずであるが、実際には理論値を上回る4.80%の上昇となった。

一方、97年度（理論上の上昇率は1.94%：105÷103）においては1.29%の上昇にとどまっている。すなわち、増税分を完全に転嫁できずに、一部を事業者が吸収していたようだ。前後の数年度にわたってSPPIは低下していることから、当時、運賃の引き下げ圧力が非常に強かったことがうかがえる。

また、14年度（理論上の上昇率は2.86%：108÷105）においては、4.01%上昇しており、一見すると増税分をきちんと運賃に転嫁できているように見える（表2参照）。

表. 2 「道路貨物輸送」の企業向けサービス価格指数（SPPI）の推移

年度	SPPI	前年度比	備考
1988	84.85	1.08	
1989	88.93	4.80	消費税導入
1990	95.09	6.93	
1991	99.41	4.54	
1992	100.51	1.11	
1993	100.18	-0.32	
1994	99.63	-0.56	
1995	98.58	-1.05	
1996	97.21	-1.39	
1997	98.47	1.29	消費増税(3%→5%)
1998	97.92	-0.56	
1999	97.63	-0.29	
2000	97.59	-0.04	
2001	96.12	-1.51	
2002	95.11	-1.0	
2003	94.33	-0.81	
2004	94.18	-0.16	
2005	94.13	-0.05	
2006	94.33	0.21	
2007	95.14	0.86	
2008	95.53	0.41	
2009	94.90	-0.66	
2010	94.48	-0.45	
2011	94.80	0.34	
2012	95.12	0.33	
2013	95.43	0.32	
2014	99.25	4.01	消費増税(5%→8%)
2015	100.13	0.89	
2016	100.29	0.16	
2017	101.74	1.45	
2018	106.15	4.33	
2019	107.75	?	消費増税(8%→10%)

注)2019年度は4～7月分の平均値。

しかし、日通総合研究所「企業物流短期動向調査」によると、14年度にトラック運賃が「値上り」と回答した荷主企業の割合が2～4割程度にとどまったのに対し、6～8割が「変わらず」と回答している。

同調査においては、前年同期と比較した運賃水準の変化（「値上り」「変わらず」「値下り」）について尋ねている。回答者の中には消費税抜きの運賃水準を比較して回答したところもあるかもしれないが、大抵は税込みの水準について回答していると推測される。

こうした調査結果の違いをどう読むべきか。日銀はSPPIを算出する際、おそらく大手のトラック事業者を中心にサンプリングしているのではないだろうか。この想定が正しければ、比較的力の強い大手事業者は増税分を運賃に転嫁できていることになる。

その一方で、中小規模の事業者の中には完全に転嫁しきれなかった事業者もいたと考えられる。あるいは、いくばくかの運賃の値引きを要求されたケースもあったのではないか。そのため「企業物流短期動向調査」においては、消費税率が引き上げられたにもかかわらず、トラック運賃の水準について前年度と比較して「変わらず」と回答した荷主企業が多いという結果になった可能性がある。

公正取引委員会や中小企業庁など行政は、中小事業者の保護を目的に、消費税がスムーズに転嫁されるよう監視の目を強めると思う。また、ドライバー不足がより深刻になる中で、増税分の転嫁を拒絶するような荷主企業は輸送を断られるケースも出てこよう。

したがって、トラック事業者が増税分を運賃に完全に転嫁できないケースはそれほど多くはないであろう。しかし逆に言えば、ドライバーの件費などが急騰している今日においては、増税分を転嫁できない事業者は、最悪の場合倒産に追い込まれるリスクが非常に高まると言っても過言ではない。

KEY WORD**日本銀行「企業向けサービス価格指数」**

主要なトラック運賃関連指標に、日本銀行「企業向けサービス価格指数（S P P I）」がある。

日銀資料によると、「道路貨物輸送」の指数については従来、「積合せ貨物輸送」「貸切貨物輸送」「特殊貨物輸送」のように契約形態や車両構造別に分類されていたが、基準改定（15年基準指数への移行）に際し、「農林水産品・食料工業品」「鉱産品・化学工業品」「金属機械工業品」「軽・雑工業品」のように、積荷の内容別に品目が設定されることとなった。この結果、「取引先業界ごとの荷動きの違いを映じた価格動向差の把握が可能になるなど、景気指標としての有用性を高められると考えている」としている。