

イギリス税制視察の報告

～付加価値税制の現状と改革への挑戦～

前財務副大臣 五十嵐 文彦

1. はじめに

ロンドン・ヒースロー空港の到着ロビーに、軽食を販売しているカフェテリアがあります。コンビニ同様、棚にはサンドイッチなどが並んでいます。よく見ると、サンドイッチの値札には、二つの価格が表示されており、一つは「Takeaway（持ち帰り）」、もう一つは「Eat in（その場で食事）」となっています（Eat inの方がやや高めです）。レジに持って行くと、TakeawayかEat inかを聞かれ、客の申告に従って請求がなされます。このように、イギリスでは、同じ食べ物なのに、持ち帰るかどうかで価格が異なる場合が多いのです。皆様は、この価格の違いが何に起因するとお考えになるでしょうか。

実は、この違いは、食べ物に課される付加価値税率、日本で言うところの消費税率の差なのです。イギリスでは、付加価値税率が原則20%となっています（標準税率と言います）が、食料品については、これとは異なり、原則0%、つまり税がかからないことになっています。ただし、食料品の税率にも例外があり、一定の場合には20%の税率で付加価値税が課されることになっています。

先ほどの例では、サンドイッチを持ち帰る場合は0%、その場で座って食べる場合は20%の税率で付加価値税が課されるため、消費者が支払う対価に差が生じる、というわけでした。

これが、いわゆる軽減税率の実態の一例なのです。

2. ロンドン視察の背景・目的

去る8月10日、衆議院・参議院合わせて200時間を超える審議を経て、消費税率の引上げを含む社会保障・税一体改革関連法案が成立しました。私も財務副大臣として、国会審議の最前線で議論をしてまいりましたが、特に議論が集中した論点の一つとして、消費税率引上げに伴って講じるべき低所得者対策があります。法案においては、低所得者に配慮する観点から、給付付き税額控除と軽減税率（法律上の記載は複数税率）のそれぞれについて、様々な観点から検討し、その結果として講じられる措置の導入までの間、暫定的な措置として、「簡素な給付措置」が税率8%への引上げ時から毎年講じられることとされました。

給付付き税額控除とは、就労促進や子育て支援などを目的として、所得を基本として算定された額を給付したり税額控除をしたりすることにより世帯の負担軽減を図る仕組みであり、いくつかの諸外国において導入されています。軽減税率とは、冒頭に述べたように、付加価値税に関し、一定の財・サービスについて標準税率よりも低い税率を適用する仕組みであり、欧州諸国では、特定の食料品などについて軽減税率が適用されています。

私は、国民の皆様の受益と負担に直結するこの低所得者対策について、今後、具体的な設計を行うにあたっては、諸外国の制度や実態を具に把握することが不可欠であると考え、APEC財務大臣会合へ出席するためモスクワを訪れた帰路、ロン

ドンに立ち寄り、現地視察をしました。

視察地にイギリスを選んだのには大きく二つの理由があります。

一つは、直近に二度の付加価値税率の引上げを行っていることです。イギリスでは、2008年の金融・経済危機を背景とした景気低迷に対応するため、それまで17.5%であった付加価値税率を、時限的に1年程度引き下げて15%としていました。その引下げ期間が終了し、17.5%に引き上げられたのが2010年1月。その後の5月の総選挙においては、各党とも、金融・経済危機に伴う財政出動の結果悪化した財政を立て直す必要性については認識していましたが、新たに発足したキャメロン政権は、財政再建策の一環として、付加価値税率の更なる引上げを発表し、翌2011年1月より、付加価値税率は20%に引き上げられたのでした。つまり、イギリスにおいては、1年間の間隔を置いて、2.5%ずつ2回、計5%付加価値税率が引き上げられたこととなります。

もう一つは、本年3月に付加価値税制の改革案がイギリス政府より提案され、その是非を巡って国民の注目が集まっていたからです。その改革案の骨子は、軽減税率の廃止・縮減による適正・公平な付加価値税制の実現です。これは、要は、類似する財やサービスに対して異なる税率が課されているケースについて、その格差を是正し、消費者・事業者から見た不公平感を取り除くということです。

さて、このような事情があるイギリスを視察するにあたり、私がぜひとも確認したいと考えていた点はいくつかありました。

まず、税率の引上げと価格転嫁の関係についてです。消費税（付加価値税）は、適正な価格転嫁を通じ、最終消費者にご負担をいただく税ではありますが、だからと言って、税率引上げをした際に、全ての商品やサービスの価格が一律に引き上がるわけではないとかねてから私は考えていました。消費税はあくまで価格を構成するコストの一部であって、税率が引き上げられた場合でも、小売業者は、消費者の動向や他のコストを考慮しな

がら価格付けを行うため、商品によって価格の引上げ方は異なるだろう、と推測していました。この点について、イギリスの例を確認したかったというのが一点目です。

そして、イギリスで今般提案された付加価値税制の改革案の背景となった、類似品に対して異なる税率が適用されている具体的なケースについて、その実態をこの目で確かめるとともに、軽減税率の意義や問題点について、率直に関係者の見解を聞いてみたかったというのが二点目です。

以下では、私が二日間にわたり、イギリスの財務省や大手会計事務所、現地の企業を訪れて聴取した内容や、私自身が、食料品の販売店やスーパーなどに赴いて目にした実態などを織り交ぜながら、上記のテーマに絞ってイギリスの実態を紹介したいと思います。

3. 付加価値税率引上げに伴う価格転嫁の在り方

付加価値税率引上げにあたって、どのように価格付けが行われたかを知るため、イギリス国内に広く店舗を展開している小売業者の財務担当者や大手会計事務所に話を聞きました。結論から申し上げますれば、概ね私の推測のとおり、付加価値税を商品のコストの一部と捉えた上で、総合的な価格戦略に基づいて商品ごとに値上げ幅を検討した、ということでした。

小売業者の財務担当者の話によりますと、例えば同じ税率が適用される食料品（イギリスは食料品の多くは税率が0%ですが、ここでは一旦置いておきます）であっても、低価格で多くの人が頻繁に購入するようなものと、高価格のものとは、税率引上げに伴う価格の上乗せの度合いが違ったとのこと。もともと低価格であって、マージンが少ないような商品の価格は据え置き、高価格であって、マージンが多いような商品ほど値上げ幅を大きくしたとのことでした。全ての商品について、税率が上がった分だけ一律に価格を引き上げるのではなく、商品の性質に応じて価格の引上げ幅を変え、売上全体で見て税率引上げに伴うコ

ストアップ分をカバーする、という考え方です。こうした対応は、小売業者が、低価格商品は価格弾力性が高いため少しの価格上昇が大きな需要減を招く一方、高価格商品ほど価格弾力性が低く、多少の価格上昇でも需要が変化しないと考えていることに基づくのでしょう。

一方で、ある意味、正反対の価格戦略もあったという話も会計事務所の方から聞きました。マージンが多い商品については、むしろ価格を据え置いた企業もあるというのです。結果として、その商品のマージンは減ることになりますが、それ以外の商品の値上げにより、税率引上げに伴うコストアップ分をカバーすることで対応した、ということでしょう。両者の対応は、一見全く異なりますが、商品の性質によって価格転嫁の度合いを調整したという点では共通しています。また、0%の税率が適用されているような商品は全く影響を受けなかったというわけでもなく、価格戦略上、価格を引き上げたものもあるようです。

それでは、商品全体として、税率が引き上げられた分の全てが最終消費者の負担として価格に上乘せされたのかというと、そうでもないようなのです。話を聞いた小売業者においては、付加価値税率の引上げに当たり、極力消費者の負担を増やさないようにするとの方針に基づき、仕入先の業者も含めたサプライチェーン全体で、実に6ヶ月もの期間を費やして価格戦略を検討したというのです。業務の効率性など様々な点を見直すことで、結果として消費者の直面するコストアップの度合いを抑えることができれば、マーケットシェアを拡大することができると考え、税率引上げを商機とも捉えていたようでした。

さらに、値上げが税率引上げの日に一斉に行われたのかというと、それも違うようでした。イギリスにおいて、税率が引き上げられたのは、2010年、2011年ともに1月ですが、小売業者によると、クリスマスに向けた商戦が開始する前年の秋ごろと、翌年1月との2回に分けて価格を引き上げたのだそうです。その際、前年秋の引上げ幅を大きく、翌年1月の引上げ幅を小さくすることにより、

消費者が1月の税率引上げに伴う価格上昇を意識しにくくなるようにしたということです。1月は、税率の引上げ幅に比して値上げ幅が小さいため、マージンが縮小することとなりましたが、既に前年の秋に十分なマージンを確保しておいた、というわけです。

このように、イギリスにおいては、付加価値税率の引上げに伴う価格転嫁の度合いについては、それぞれの企業の価格戦略に基づき、商品の性質に応じてその在り方が異なっている上、価格転嫁の時期もまちまちとなっています。従って、消費者にとっては、ある商品の価格が引き上げられた場合、その変化分にどれだけ付加価値税の負担増が織り込まれているのかを把握することはほぼ不可能であると言えます。こうしたこともあってか、会計事務所やイギリス財務省の担当者が、消費者は、付加価値税の負担の増減について、それほど敏感なわけではないと語っていたのが印象的でした。

4. 食料品への軽減税率の適用を巡る議論と実態

これまでも申し上げてきたように、イギリスにおいては、多くの食料品に係る付加価値税率が0%となっています。ただし、これにはいくつか例外があり、その一つが冒頭申し上げた、「Eat in」、すなわち買ったその店内に用意されたテーブルなどで食事をする場合で、20%の標準税率が適用されることとなります。

昼食を購入するため、ロンドン市内のサンドイッチ屋に立ち寄った時の話です。私は、随行の大使館員などと「Eat in」や「Takeaway」など色々織り交ぜて注文してみました。私は、「Eat in」と言って注文し、レシートに20%分の付加価値税が上乘せされるかどうか確認してみようと思いましたが、まず、こちらから頼まない限りレシートが貰えませんでした。わざわざ頼んでレシートを受け取ると、そこには特段、付加価値税が上乘せされているような記載はありませんでした。ところが、同じく「Eat in」と言って購入した大使

館員のレシートには、「Eat in」と記載され、20%の税率が課されていることが明示されていたのです。その違いの原因は、店のスタッフによるレジの打ち間違いとしか考えられないのですが、それによって、税負担の差が発生してしまったというわけです。

ふと、「Takeaway」と言って0%で購入し、店内で食べたらどうなるのだろうかと考え、イギリス人の運転手に尋ねたところ、「そういうことはしょっちゅうある」とのことで、特段、店員に咎められたり、追加的に付加価値税の支払いを求められたりすることはないようです。それどころか、大使館員からは、とある日本人が「Eat in」と言って注文したところ、全く付加価値税が課されていないかったため、その旨を店員に指摘したところ、面倒臭そうに「そんなこと気にするな。店内のテーブル席に座って食べればいいじゃないか」と冷たく言い放たれ、なんと付加価値税を「払わせてもらえなかった」という、笑うに笑えない話も聞きました。それもそのはず、店員にとっては、税金が適正に課されていようがいまいが、知ったことではないのです。おまけに客の方も頼まない限りレシートを受け取れないため、自分の支払った対価に、付加価値税が含まれているか否かについて、特段気付かずにいるのではないのでしょうか。

さて、イギリスにおいて今般提案された付加価値税制の改革案には、こうしたことに関連する課税の適正化も含まれていました。先ほど、食料品は原則0%、ただし、その場で食べると20%になると申し上げました。ところが、そのまた例外と言えよいのでしょうか、持ち帰る場合であっても、20%の標準税率が適用される場合があるのです。それは、「温かい食料品」を買って持ち帰る場合です。わかりやすい例で言えば、ハンバーガーショップでハンバーガーを買うような場合です。この場合、店内で食べようと持ち帰ろうと、ハンバーガーは「温かい食料品」であるため、標準税率が適用されます。

そんな「温かい食料品」に該当しないとして、0%の税率で販売されていたホカホカの食べ物



サンドイッチ屋での買い物の様子

がありました。それが、パステイと呼ばれる食べ物で、今般のイギリスの付加価値税制改革において注目を浴びた商品です。パステイとは、肉やタマネギ・ジャガイモなどの野菜を包んで焼いたパイであり、イギリス発祥の伝統的・国民的な食べ物とされています。このパステイを例に、今回の付加価値税制改革の中身の一端を紹介しましょう。

従前の法令の定義によりますと、「温かい食料品」とは、「温かく食べることを目的として加温（保温）され続け、販売時点で気温より温度が高いもの」とされていました。今回の視察にあたり、事前に聞いていた話では、パステイを販売する店では、「温かく食べること」が目的ではなく、「衛生管理や見た目の向上」が目的であるとして、この法令上の定義に該当しないとの理屈により、0%の税率で販売していたとのことでした。こうした言わば課税逃れが生じていたことから、政府としては、法令を改正し、加温目的を問わず、販売時点で気温より高い温度のものは全て「温かい食料品」として標準税率を適用しようとしたのでした。これにより、今まで0%が適用されていたパステイの多くが、標準税率の適用対象となる見込みとなりましたが、パステイの製造者や消費者、さらには議員団体からも抗議や批判が相次ぎ、政府は、事実上0%の税率が継続されるよう、法令案の修正に追い込まれたのでした。どういう修正がなされたかと言うと、「温かい食料品」の定義



パステイの入ったショーケース

として、販売時点で気温より高い温度であることに加え、注文に応じて温められていることや、温められた後その状態を保持していること、といった条件が追加されたのです。

百聞は一見に如かずということで、私も実際にパステイを販売している店に足を運んでみました。店内は、パン屋かドーナツ屋といった感じです。あたりを見回すと、皆様がコンビニで見かけるような唐揚げなどを温める棚に似た棚に置かれている食べ物もあれば、ドーナツやケーキを入れるようなショーケースに並べられている食べ物もあります。果たしてパステイは、加温棚ではなく、ショーケースに入っていたのでした。早速パステイを注文すると、アツアツのパステイを0%の税率で購入することができました（もちろん、持ち帰りである旨を伝えました）。おそらく、たまたま焼き立てだったのでしょう。店側としては、ショーケースに入れることで、仮に焼き立てアツアツであったとしても、注文に応じて温められたり、加温棚でずっと保温されたりしているわけではないので、「温かい食料品」に該当しない、と胸を張って言えるということなのでしょうか。

以上をお読みになった皆様は、何だかえらく細かい話だなという感想を持たれたかも知れませんが、パステイのような商品の一つとっても、それに付加価値税を課す・課さないを巡って、当局と業界とがせめぎ合い、言わば政治的な決着として、

法令の複雑化やそれに伴う執行の困難化を招いている例であると言えます。そして、ハンバーガーやフィッシュアンドチップスなどを買って持ち帰ると税金がかかるのに、パステイという特定の食べ物については税金がかからない、という商品間の不公平が解消されないままとなっています。

こうした問題は、そもそも食料品に対する付加価値税率が原則0%であることに起因するのではないかと考えたので、イギリス財務省の担当者に、なぜ0%の税率が存在するのかを率直に尋ねてみました。すると、返ってきた回答は、歴史的な経緯によるというものでした。どういうことかと言いますと、イギリスにおいて、1973年に付加価値税が導入された際、その前身である、仕入税という卸売段階で一度きりの課税を行う税において、食料品が非課税とされていた取扱いを引き継いだ、ということらしいのです。

加えて、その担当者は、ビスケットを例に、イギリスにおける軽減税率の複雑さについて、語ってくれました。付加価値税導入にあたり、贅沢品（奢侈品）に課税する、との考え方にに基づき、ビスケットのような一般大衆が食するものは0%にするが、贅沢品であるチョコレートで包まれたチョコレートビスケットは20%にすることになったのだそうです。ところが、現行法令に基づくと、チョコレートで包まれたビスケットは20%であるにもかかわらず、ビスケットの中にチョコレートが入っていると0%なのだそうです。さっぱり理解ができませんが、なんと、イギリス財務省の担当者までも、この実態について理路整然と説明することはできない、と語っていました。これに加えて申し上げれば、イギリスの法令上、チョコレートで包まれたのがビスケットではなくケーキである場合は0%なのです。イギリスでは、アフタヌーンティーの習慣があるため、ビスケットよりもケーキの方がより日常的・大衆的な食べ物だということなのでしょうか。

スーパーマーケットに赴いてみてさらに驚いたのですが、チョコレートビスケットにしか見えないような商品が、チョコレートケーキと言う名前

で売られているのです。どちらも買って食べてみましたが、正直、違いがわかりませんでした。

イギリス財務省の担当者は、とにかく軽減税率を一度導入すると、それを標準税率に戻すことは困難を極めると語っていました。それが実現できた過去の数少ない事例の一つとして、「温かい食料品」があるとのこと。もともと食料品を持ち帰る場合は全て0%だったのを、「温かい食料品」に限って標準税率にする、という改正です。今般の制度改正は、さらにその穴を塞ぐことを旨としていましたが、パステイを巡る顛末のように、事実上0%の税率が継続している例もあります。



イギリス財務省でのヒヤリングの様子

5. 子供服への軽減税率の適用を巡る議論と実態

付加価値税導入と同時に、標準税率を適用しようとしてきたものの成就しなかった例もあるとのことでした。それは、子供服に対する0%の税率の適用なのですが、これはイギリス以外ではほとんど例を見ない制度であると言えます。

イギリスでは、現行法令下において、子供服の付加価値税率は0%ですが、1973年の付加価値税導入時、政府は、子供服を含む全ての衣服に標準税率を適用する案を検討していたところ、議会が紛糾したため、案が撤回されたという経緯があるそうです。結果として、現在にいたるまで子供服の税率は0%なわけですが、イギリスの家計における子供服への支出を見ると、裕福な家計ほど子供服への支出が多くなっているとの統計データがあるようで、低所得者より高所得者の方が税負担の軽減規模が大きくなってしまふことをイギリス財務省の担当者は問題視していました。この点については、大手会計事務所においても、同様の見解であり、低所得者対策としては、極めて非効率であるとも述べていました。

それでは、何を以って子供服と言うのでしょうか。子供服の要件については、税務当局によって定められており、衣類あるいは履物類であること、毛皮を使用していないこと、子供向けにデザインされていること、そして子供のみが使用するに適

していること、とされています。子供の使用に適している、というのはちょっとわかりにくいですが、ラベル、パッケージ、ディスプレイ、広告等で子供向けであることを明確にする、ということのようです。

子供向けのデザインという点に関しては、実に細かいサイズ規定が存在します。14歳の誕生日の前日までの使用を想定してサイズが規定されているとのことなのですが、例えば、男子シャツの胸囲は104センチ以下で、その測り方についても、シャツをテーブルに置き、袖の付け根から2.5センチ下の部分の左右の間隔を2倍する、というように決められています。また、女子用の靴や靴下については、イギリスサイズ5.5（24.5センチ）以下の物に限るとされています。こうしたことに加え、イギリス税務当局では、数年に一度、子供の体格の変化にあわせてサイズ規定を更新しているとのこと。その都度、事業者は対応しなければなりません。直感的にこうしたサイズの衣服を着ることが出来る大人は少なからずいるように思われましたが、当然、誰が着るかを店が確認するわけではありません。従って、大人が自分のために子供服を0%の税率で買って着る、ということもあり得るのではないのでしょうか。

実際にショッピングモールに赴いて、売られている子供服を見てみましたが、東になった女子用靴下が、イギリスサイズで4～7（23センチ～26

センチ)と表示されており、明らかに上限の24.5センチをオーバーしているにもかかわらず、0%の税率で販売されていました。また、随行した財務省の職員が、1歳半の娘さんへのお土産として赤ちゃん用のワンピースを買ったところ、レシートにはなんと20%の税率が記載されていました。驚いた私達は、店員に理由を尋ねましたが、「子供服に付加価値税が課されないことは知っているが、この商品がなぜ20%の税率になっているのか、自分にはわからない」とのことでした。仕方なくその場は去りましたが、どうにも腑に落ちなかったその職員が、後日、カスタマーサービスに電話し、「子供服に適用されている付加価値税率についてですが…」と話し始めるや否や、「お支払いいただいた付加価値税は返金することができません。これ以上は、どうかメールでお問い合わせください」と無碍に扱われてしまったそうです。同様の問い合わせが頻発しているのでしょうか。ふと、こんなことが日本であつたら何が起こるだろうかと考えました。律儀で厳しい目を持った日本の消費者は、このような事態に耐えられるでしょうか。

子供服の付加価値税率を0%にするというのは、子育て家庭に配慮した優しい政策であるようにも思われますが、現実には、高所得世帯をより優遇するものであり、また現場では、必ずしもルールが守られておらず、本来付加価値税が課されるべき商品の税率が0%になっていたり、その逆の事が起こったりしています。

6. 軽減税率に対応するための事業者の事務負担

さて、これまでは、軽減税率の実態について、政府あるいは消費者の立場から考えてきたわけですが、最後に、事業者の立場からどのように捉え、対応しているのかについて申し上げたいと思います。

まず、取り扱う商品の税率が何%になるのかを見極めるなど、多くの事務負担が発生するということが挙げられます。日系商社の方によりますと、

多くの子供服を取り扱う中で「13・14歳向け」といった表示がなされている商品があつた場合は、13歳までという子供服の要件を満たさないため標準税率を適用する、と言つたように、商品一つ一つについて、これは0%、あれは20%というように税率の確認を行わなければならないとのことでした(この点、子供のサイズを超える靴下を堂々と0%で売つていたイギリスのスーパーとは大違いです。さすがは日系企業だと感心しました)。

卸売業者である商社がこうした作業を行わなければならないのは、いわゆるインボイス制度が存在することによります。インボイス制度とは、事業者間の取引において、原則として売り手が買い手に対して取引に係る様々な情報を記載した伝票(インボイス)を発行する制度です。記載事項の中でも特徴的なのは、商品に適用される税率や商品に課された税額を明記しなければならない点です。これは、買い手(仕入れ側)が、付加価値税の仕入税額控除を行うにあたり、インボイスが、実際に支払った付加価値税額の言わば証拠書類として機能するため、インボイスに記載された税額の合計額しか控除することができない決まりになっていることによります。この点、大まかに言えば、仕入額全体に5%の税率を掛けた額を控除できる我が国の制度と比べ、はるかに面倒な事務が発生します。インボイス制度においては、原則取引ごとに発行されるインボイスに記載された税額を一つ一つ足し合わせなければならないのですから。

我が国が簡便な方法で控除額を計算できるのは、5%の単一税率であるからであり、軽減税率の導入には、あわせてインボイス制度の導入が不可欠となります。また、商品ごとに税率その他の情報を組み込んだレジシステムなどを新たに導入する必要性も生じるでしょう。こうした点については、我が国でも色々な議論がありますが、特に、中小企業の方々から事務負担の増加を心配する声も聞かれますので、よくよく耳を傾ける必要があります。

もう一つが、法令順守のためのコンプライアンスコストが発生するという点です。例えば、小売業者の財務担当者のお話では、新商品の食料品を開発する場合、チョコレートビスケットとチョコレートケーキの例のごとく、どのように作ればどの税率が課されるのか、ということと製造業者とともに詳細に議論しなければならず、場合によっては、税務当局に問い合わせることもあるようです。問い合わせで済めばよいのですが、会計事務所の方の話によりますと、税率の適用を巡って税務当局との訴訟に発展するケースが年々増えているのだそうです。

例えば、ある商品が、ケーキ（0%）かビスケット（20%）かといったことに関連して訴訟が10年以上続いたとか、ある商品がポテトチップス（20%）に該当するか否かを巡って訴訟が起きたとか、枚挙に暇がありません。

こうしたことにも対応するため、大企業では、付加価値税のコンプライアンス担当を何人も抱えているところもあるとのことでした。しかし、必ずしも専門スタッフを雇う余裕のない中小企業にとっては、より切実な問題となるのではないかと思います。

7. おわりに

以上、私の二日間にわたるイギリス視察の中で見聞きした、付加価値税率引上げに伴う事業者の対応や軽減税率の実態について紹介してきました。色々な話を聞いたり、実際にスーパーなどを訪れたりする中で、軽減税率の恩恵は、消費者にとって目に見え易いのか否か、ということを考えてきましたが、必ずしもそうではない、というのが率直な結論です。消費者は、税率あるいは税額を見ているわけではなく、あくまで価格を見ているのです。先に紹介したパステイは、その適用税率を巡って、販売業者や消費者が抗議行動を起こしたということは、広くイギリスでも報道されていました。しかし、今回私に同行した財務省職員が、そのパステイを売っている店のすぐ外で、消費者に対して簡単なアンケートを実施してみた

ところ、パステイに適用されている税率（0%）を正確に認識している人は、4割程度だったのです。また、食料品をはじめ一定の品目の付加価値税率が0%に軽減されていることを知っている人は5割弱でした。そもそも、これまで申し上げてきたように、企業はそれぞれの価格戦略に基づいて価格を決めており、税率引上げに際して0%の税率が適用されている商品ですら値上げされるのです。また、子供服の例のように、0%の税率の適用要件が非常に複雑であり、店によって税金がかかっていたりいなかったりする実態もあり、こうしたことに鑑みれば、制度として軽減税率が導入されているからと言って、ある商品に対する付加価値税の負担がどれだけ「軽減」されているかを消費者が認識するのは、極めて困難であると言わざるを得ません。

今後、軽減税率については、消費税率引上げに伴う低所得者への配慮に係る選択肢の一つとして、財源の問題、対象範囲の限定、中小事業者の事務負担、といった様々な観点から検討がなされることと思いますが、消費者の視点に立つと必ずしも税負担の軽減を意識しやすいわけではない、という点も重要な要素であると考えます。

こうした私の経験が、皆様が今後、軽減税率についてお考えになる際の一助になれば幸いです。

プロフィール

五十嵐 文彦

(いがらし ふみひこ)

東京大学文学部を卒業後、時事通信社政治部記者を経てフリーに。93年「日本新党」から衆議院初当選、現在4期目。2010年の菅改造内閣より2012年の野田第二次改造内閣まで、財務副大臣を務める。趣味は詩画集作り、書道、絵画、囲碁。座右銘は「敬天愛人」。

