

消費税の負担に関する一考察

富永 和人*

2018年3月31日

概要

消費税は、その納税義務は事業者が負うが、事業者は税額を価格に上乗せして買い手に税負担を転嫁し、最終的に税負担が消費者に帰着することを予定した間接税である。いくつかの公の調査によって、事業者による税負担の価格への転嫁は、現実には完全には行われていないと見られており、それを理由として、消費税は納税義務者が自らそれを負担する直接税の性質を持っているとの指摘がある。これに対して本稿では、まず消費税についての議論で用いられている負担の尺度が、経済主体たる事業者や消費者の側から見た負担を適切に表さないことを示し、より法的小および経済主体の視点から適切と思われる2つの尺度を提案する。それらによって消費税は、法的には事業者が負担する直接税に他ならないこと、そして一般的な議論において、事業者が負わず消費者が負うと見なされている負担が、法的な負担とは異なることを示す。

1 序論

消費税は、事業者が納税義務を負うが、その負担が取引を経て買い手に転嫁され、最終的には消費者が負担することを予定している税制度である[1, p.192][2]。この仕組みは一般に次のように説明される。

各事業者は、消費税の納税後に手元に残る金額が、消費税がない場合と同じ額になるように売値を設定する。例えば文具メーカーが、消費税がないときにボールペン1本分の原材料を原材料メーカーから100円で仕入れ、製品を1本250円で卸売業者に販売していたなら、手元に残る金額は売値引く仕入れ値で150円である。税率8%の消費税の下で、原材料を税込み108円で仕入れる場合、製品の売値を270円とすれば、納税額は12円*1、これで手元に残る金額(売値引く仕入れ値引く納税額)が150円となるので、負担を卸売業者に転嫁したことになる。各事業者がこのように税額を売値に上乗せすれば、すべての事業者は負担を免れ、値上げを被る消費者が値上げ分の税を負担する。

実際には、完全な転嫁は行われていないと見られている[3][4]。先ほどの例で言えば、ボールペン1本分の原材料を108円で仕入れた文具メーカーが、製品を卸売業者に270円ではなく、仮に260円でしか売れないとすれば、消

費税額は11円(1円未満の端数は切り捨てた)、納税後に手元に残る金額は141円となり、完全に負担を転嫁できていれば得られたはずの150円より9円だけ損失を被っている。この額を文具メーカーが負担し、消費税負担の一部が消費者まで転嫁されないこととなる。

このため、消費税を事業者が負担せず消費者がすべて負担するという、消費税制度が予定する状況が実現されるかどうかは、事業者が消費税分を価格に上乗せできるか否か次第であると一般には見なされている。

しかしながら自由市場において、売り手にとって価格の引き上げとは、自らが行う経済活動によって、それだけ多くの貨幣を手に入れる努力そのものである。消費税の負担を転嫁するために、より多くの貨幣を手に入れる努力をしなければならないなら、その努力そのものが負担であり、消費税が予定する「税額分だけ価格を引き上げれば事業者の負担はなくなる」という言明は疑わしい。

本稿では、税負担を議論するための基礎であるにも関わらず、一般に精査されてこなかったと思われる「負担」概念を、経済主体である事業者および消費者の視点から検討し整理することにより、消費税がそれらの経済主体に及ぼす負担を明らかにすることを試みる。

2 税負担の転嫁

経済学(租税論)において、税負担の転嫁は次のように起きるとされる[5, p.22]。ある経済主体に税が課されたとき、市場取引において、売値を引き上げるか、買値を引き下げることによって、税負担の一部あるいは全部が取引相手に「転嫁」される。売値を引き上げる場合を前転、買値を引き下げた場合を後転と呼ぶ。

* 和(かのう)情報網

*1 事業者が納める税額(国税である消費税(税率6.3%)と、地方消費税(税率1.7%)の合計;本稿ではこれらを合わせて「消費税」と呼ぶ)は、年間の税込み売上総額から税込み仕入れ総額を引いた金額に108分の8を掛けることで得られる(免税業者や簡易課税については異なる)。本文のケースでは、ボールペン1本当たり $(270 - 108) \times 8/108 = 12$ で、事業者の納税額は12円となる。

税負担の大きさは、税がないときの価格と比べて見定められる[6, p.184-192]。売り手に税額 T が課税され、価格が P_0 から P_T に上昇したとき、買い手の支払金額は $P_T - P_0$ だけ上昇する。これが前転する税負担の大きさである。例えば税がないときの価格が250円、税があるときの価格が260円とすれば、買い手の税負担は10円となる。売り手については、納税後の受取金額は $P_T - T$ であり、税がないときの受取金額より $P_0 - (P_T - T)$ だけ少ない。これが前転せず売り手のものとなる税負担の大きさである。課税により価格が250円から260円となると、税額を11円とすると、売り手の税負担は1円となる*2。すなわち、税額である11円のうち、買い手が10円を、売り手が1円を負担することとなる。

税があるときとないときの受取金額あるいは支払金額の差によって負担を見定めるこの尺度を、以降「損益負担」と呼ぶことにする。

3 租税の法的負担

租税とは一般に、政府が自らの経費のために法律に基づいて一方的義務として課す無償の金銭的給付であり[7, p.7][5, p.1]、わが国では租税による法律関係は債権債務の関係と理解されている[7, p.12]。もしも憲法29条1項「財産権は、これを侵してはならない」が絶対のものであれば、国民の私的財産から金銭を奪う徴税は許されないはずであるが、憲法30条は納税義務を定め、それによって財産権が制限されている。以上から法的には、税負担とは租税債務を負うことであり、それは国民が財産権を制限され、所有する財産の一部を奪われることを意味すると考えられる。

わが国の債権債務に関する法制度では、債務不履行や不法行為に対する損害賠償額は原則として市場価格となっている[8, p.173-175][9]。その基礎となった判例[9]は、物の交換価格が通常は使用価値に対応すると判示している。わが国では相続税に物納が認められている。その場合の収納価額はその財産の価額であり（相続税法43条）、財産の価額は原則として時価すなわち自由市場での取引価額である（国税庁法令解釈通達『財産評価』）。これらのことは、租税債務を含めたわが国の債権債務に関する法制度が、一貫して市場価格を財産の価値と見なしている現れであると思われる。

さて、いま税率8%の消費税があり、文具メーカーがボールペン1本を260円で卸売業者に売る。この時点で

ボールペンの市場価格は260円であるため、わが国の法制度上、このボールペンの価値は260円であると見なせる。買い手である卸売業者は260円を支払い、260円の価値を持つボールペンを手に入れる。他方、売り手である文具メーカーは、260円の価値を持つボールペンを手放し、260円の金銭を手に入れるが、消費税11円を納税し、手元には249円が残る（ボールペン1本当りの原材料の仕入れ値を108円とし、税額の1円未満の端数は切り捨てた）。取引の前後を比較すると、卸売業者は260円の金銭を手放して260円相当のボールペンを手に入れたのに対し、文具メーカーは260円相当のボールペンを手放して249円の金銭を手元に残るのみで、文具メーカーの手元から失われた11円の価値は明らかに税額である。よって、課税によって税額分の財産を失ったのは文具メーカーであり、卸売業者には税負担がない。このとき損益負担の視点からは、消費税がない場合の価格を250円とすると、税額11円のうち10円を卸売業者が負担しているとされる。

以上から、法的な税負担（以後「法的負担」と呼ぶ）と損益負担は異なった負担概念である。市場価格が財産の価値であるなら、市場での取引は必ず等価な金銭と財産の交換となるため、市場取引によって法的負担が取引相手に転嫁されることはない。

4 自由主義経済における税負担とは

租税債務は原則として金銭債務である。自由主義経済で活動する、通貨発行権を持たない経済主体が金銭を手に入れる先は市場のみである*3。そのような経済主体が税を課されたときには、その金額だけの財産（金銭）を手元から失うか、それが嫌ならその分だけ市場で金銭を手に入れるしかない。もしも市場で取引相手から、望むだけ多い額の金銭を何の努力もなく得られるのであれば、税負担というものは実質的に存在しないことになる。従って、売値の引き上げによる「負担の転嫁」とは、売り手にとって税負担そのものである。このことは、売値の引き上げには努力を要するという事業者の実感とも合致する。それに対して、損益負担の視点では、売値を上げることによって、税がないときと同じ金額を納税後に受け取る時、税負担がないと見なす。この尺度は、事業者の実感と乖離していると思われる。

*2 前節の例における文具メーカーの税負担9円は、この1円と、原材料メーカーから転嫁される負担である8円の合計である。

*3 納税のために金銭を借りるのは不適當であるし、利息のみで納税するのも特殊なケースと思われるので、ここでは金融市場を除き、財・サービス市場と労働力市場のみを考えることとする。

5 稼得負担

消費税の導入や税率引き上げによって小売価格が上昇するとき、消費者は何らかの負担を感じるだろう。この負担を損益負担で表すことはできるだろうか。

損益負担の視点では、手元に残る金額が維持されたとき、負担がなかったと見なす。消費税がないとき、ある消費者はひと月の賃金をすべて生活に費やしていた。税率100%の消費税が導入されたとき、様々なものの値上がりによって、この消費者の生活費が2倍になったとする。消費者は暮らしを成り立たせるために、賃金が2倍になるように努力して働いた。手元に残る金額は不変であり、税負担をすべて勤め先に転嫁した状態である。このとき、消費税によって消費者の負担がないとは言えないだろう。

法的負担は市場取引によって転嫁されないので、この場合に消費者の法的負担もない。損益負担とも法的負担とも異なる、このような消費者の負担を表現する適切な負担の尺度が求められる。

ここで、次のように定義される「稼得負担」を考える。

稼得負担 通貨発行権を持たない経済主体が、財・サービス市場あるいは労働力市場における取引で金銭を手に入れねばならないという負担を表す尺度。手に入れねばならない金額を負担の大きさとする。

例えば、ある消費者が1か月生活するのに20万円を必要とするなら、この消費者の1か月当りの稼得負担は20万円である、などとする。

国語における「負担」の意味は、仕事・義務・責任を引き受けることである。仕事・義務・責任は、引き受けたり、負った状態であったり、果たしたり、免れたりするものである。法的な税負担も同様で、課税されれば引き受けざるを得ず、まだ納税していない状態では負っていて、納税によって果たし、あるいは控除によって免れる。稼得負担も同じく、引き受け、負った状態であり、果たし、免れることがある。住宅ローンを組めば毎月のローン支払い額を稼ぐことを引き受け、ローンが残っていれば負っていて、必要な月額を稼ぐことができれば今月分は果たし、家を売却してローン残額を返済すれば免れる。

経済主体が現に負っている稼得負担を正確に見積もるのは難しいが、果たした稼得負担は市場で手に入れた金額として客観的に測定できる。すなわち、ある消費者が20万円の賃金を労働力市場で稼いだとき、正確に20万円という稼得負担を果たしたと言える。

稼得負担の意味は次の通りである。通貨発行権を持たない経済主体が金銭を手に入れるためには、市場でそれ

と交換する財・サービス・労働力を提供するしかない。そのような財やサービスを作り出す負担、あるいは提供する労働力の負担を金額で表現する尺度が稼得負担である。

6 消費税の負担を見直す

法的負担と稼得負担の視点から消費税の負担を見直す。

法的負担は市場取引で他者に転嫁されないので、納税義務者が税額分の法的負担を負う。従って消費税の法的負担を負うのは、納税義務者である事業者である。自由市場を前提とし、交換価値を物の価値と見なすならば、法的負担の視点からは、市場取引によって納税者から他者に負担が転嫁される間接税というものは存在し得ない。

消費税の導入によって価格が上がる場合、売り手の稼得負担が増加する。税率8%の消費税の負担が消費者まで完全に前転したと見なされる、以下のボールペン1本当りの生産過程の例で考える。この状態は一般に、消費税の「適正な転嫁」がなされた状態と考えられている。法的負担の額を納税額として記した。

原材料メーカー（納税額8円）

税がないとき 仕入れ0円 売上100円

税があるとき 仕入れ0円 売上108円

文具メーカー（納税額12円）

税がないとき 仕入れ100円 売上250円

税があるとき 仕入れ108円 売上270円

卸売業者（納税額4円）

税がないとき 仕入れ250円 売上300円

税があるとき 仕入れ270円 売上324円

文具店（納税額16円）

税がないとき 仕入れ300円 売上500円

税があるとき 仕入れ324円 売上540円

消費者（納税額0円）

税がないとき 支払額500円

税があるとき 支払額540円

消費税による稼得負担の増加は売上金額の増加分である。すなわち原材料メーカーにおいて8円、文具メーカー20円、卸売業者24円、文具店40円となる。消費者の支払額の差は直ちに稼得負担の増加分ではないが、同じボールペン1本を買うために40円多く賃金を得なければならなかったとすれば、稼得負担の増加額は40円と言える。

以上により、損益負担の観点から「適正な転嫁」が行われていて、事業者の税負担はなく消費者の税負担が40円と見なされる状態で、法的負担はすべての事業者が負い、稼得負担もすべての事業者が果たし、消費者は稼得負担の増加分を賃金を得るときに果たす。消費者に法的

負担がないのに現実の生活では買うものの値上がりが負担と感ぜられるのは、この稼得負担の増加で説明できる。

「消費税負担の一部のみが転嫁されている」状態でも、法的負担は市場取引によって転嫁されないため、消費税額が納税義務者の負担となる。稼得負担については、売り手の値上げ分が、果たした負担の増加分となる。

なお、実際に行われた取引からは、果たされた稼得負担の大きさは分かるが、負っている負担の一部だけが果たされた場合、(負っている負担は客観的に測定できないため) 残りの負担の大きさは分からない。例えば原材料メーカーに仕入れがなく、人件費がボールペン1本当たり95円、売上が100円ならば、果たされた稼得負担の大きさは100円だが、人件費(95円)を支払い、消費税(8円)を納めるなら、まだ少なくとも3円分の稼得負担を負っていると見えるが、それは推定によるしかない。

7 消費税額計算の問題

事業者が納めるべき消費税額は「売上にかかる消費税額」から「仕入れに含まれる消費税相当分」を控除することで計算される[1, p.204]。このことは一般に、売上と同時に「預かった」消費税額から、仕入れのときに「預けた」消費税額を引く、と理解される。この差額を納めるため、事業者の負担はないと見なされている。

法的には税負担とは租税債務であり、一方的かつ無償である。納税後に事業者の負担がなくなるためには、売上と同時に「預かる」消費税額が一方的かつ無償、つまり対価のない一方的な債権の額であり、仕入れで「預ける」消費税分も同じく一方的かつ無償で対価のない債務の額である必要がある。3節で検討したように、市場取引は等価交換であり、「消費税分」と呼ばれる金額は対価である。裁判例もそのように示している[10]。すなわち、事業者は仕入れ時にも売上時にも等価交換をしているに過ぎず、法的には納税額がそのまま税負担である。

このことは免税の扱いについても言える。輸出業者は免税となり、さらに仕入れに含まれる消費税分の還付を受け得るが、輸出業者にしても市場での仕入れと売上ではどちらも等価交換をしているに過ぎないため、自らの納税が免除されれば、法的な税負担つまり政府に対する一方的かつ無償の債務を負う場面がなく、還付の原因となる政府の不当利得が存在しない。

これらの歪みは、法的な債権債務関係上は「預けた」「預かった」という実体のない金額を、あたかも実体があるように取り扱っている消費税額の計算方法に起因すると考えられる。

8 結論

消費税の負担を論じるのに一般的に用いられている負担の概念(本稿で「損益負担」と呼ぶ尺度)は、金銭的利益あるいは所得がどのように経済主体に配分されるかを表現し得るが、経済主体の側から見た負担を必ずしも適切に表さないと思われる。

それに対して本稿では、財産権と債権債務関係に基づく「法的負担」と、経済主体が市場で貨幣を稼得する負担である「稼得負担」を見定め、これらの尺度によって消費税の負担を見直した。法的負担は市場取引で転嫁されることなく納税義務者のものとなり、稼得負担は売るもの(財・サービスや労働力)の価格を引き上げる売り手の負担となる。すなわち消費税とは、法的には事業者が負担する税であり、市場での経済活動の面からは、値上げをする事業者と、値上がりしたものを買うために賃金をより多く稼ぐ消費者の負担となる税である。

消費税額の計算方法は、消費税分を取引によって「預けた」「預かった」と考えて定められているが、法的にはそのような一方的な債権債務関係は存在せず、消費税分は対価の一部に過ぎない。損益負担に基づいて事業者の負担をゼロにしようとするこの計算方法は、経済主体の法的な負担について妥当な税額を計算しない恐れがあり、危うい。

参考文献

- [1] 吉野維一郎(編著)『図説 日本の税制』財経詳報社、平成29年度版(2017)
- [2] 財務省『多段階課税の仕組み』http://www.mof.go.jp/tax_policy/summary/consumption/301.htm, 2017年10月28日閲覧
- [3] 日本商工会議所 産業政策第一部『中小企業における消費税の価格転嫁に係る実態調査(第3回)調査結果』(2015年8月)<http://www.jcci.or.jp/research/2015/0818144209.html>
- [4] 経済産業省『消費税の転嫁状況に関する月次モニタリング調査(6月調査)の結果について』(2015年7月)http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/2015/150722tenka_chousa.htm, 2018年3月5日閲覧
- [5] 高木勝一(編著)『租税論』八千代出版(2011)
- [6] N・グレゴリー・マンキュー、足立英之ほか(訳)『マンキュー経済学I ミクロ編』東洋経済新報社、第3版(2013)
- [7] 谷口勢津夫『税法基本講義』弘文堂、第5版(2016)
- [8] 中田裕康『債権総論』岩波書店、第3版(2013)
- [9] 「富喜丸事件大審院判決」大連判大15・5・22、民集5巻386頁
- [10] 「消費税法の立法行為と国家賠償責任等」東京地裁平成2年3月26日判決、判例時報1344