

# 城南総合研究所 調査報告書 No.32

2020年1月6日／13日合併号『新エネルギー新聞（発行：株式会社新農林社）』第148号／第149号に、楠達史特別顧問と認定NPO法人環境エネルギー政策研究所飯田哲也所長の各年頭所感が掲載されましたので、ご紹介致します。

## 「日本の税制」の在り方を明らかにする

城南信用金庫城南総合研究所 特別顧問 楠 達史

筆者プロフィール：慶應義塾大学経済学部卒、マサチューセッツ工科大学（MIT）経営学修士。  
現在、WWB株式会社社外取締役。

1989年度に3%でスタートした消費税は、1997年度に5%、2014年度に8%、2019年10月には遂に10%に引き上げられた。

この増税の悪影響を、国内総生産（GDP）の約55%を占める家計最終消費支出の年度平均伸び率で見ると、1984～1988年度4.2%であったのが、1989～1996年度2.7%、1997～2013年度0.9%、2014～2018年度マイナス(-)0.1%と急速に悪化。

家計最終消費支出の伸び率急減下でのGDP成長率（実質）を年度平均成長率で見ると、1984～1988年度5%であったのが、1989～1996年度2.4%、1997～2013年度0.7%、2014～2018年度0.9%と急減・低迷。

これに対し、所得税の最高税率の推移は、75%（1974年）から70%（1984年）、60%（1987年）、50%（1989年）、37%（1999年）、40%（2007年）、45%（2015年）へと大幅な引き下げ。

法人税率の推移も、43.3%（1984年）から42%（1988年）、40%（1989年）、37.5%（1990年）、34.5%（1998年）、30%（1999年）、25.5%（2012年）、23.9%（2015年）、23.4%（2016年）、23.2%（2018年）へと大幅な引き下げ。

税収（国税）では、消費税は1989年度3.3兆円、1997年度9.3兆円、2014年度16兆円、2018年度17.7兆円と急増。

これに対し、所得税の推移は、1991年度の26.7兆円がピーク、2009年度の12.9兆円がボトム、その後漸増し2018年度に19.9兆円となったが、ピーク時比では6.8兆円（26.7兆円マイナス19.9兆円）もの大幅減収。



法人税の推移も、1989年度の19兆円をピークに2009年度はボトムの6.4兆円まで落ち込み、その後漸増し2018年度に12.3兆円となったが、ピーク時比では6.7兆円（19兆円マイナス12.3兆円）もの大幅減収。

これら国税の基幹3税（所得税・法人税・消費税）において、例えば、2018年度の消費税17.7兆円は、前記の所得税の大幅減収分6.8兆円及び法人税の大幅減収分6.7兆円の両減収分を消費税が補填したとすると、4.2兆円（17.7兆円マイナス6.8兆円マイナス6.7兆円）のみが残った事になる。

以上の分析の通り、消費税は家計最終消費支出を抑制し経済成長を低迷させ、税収も不振に陥る。

そこで、消費税導入以前の基幹 2 税（所得税・法人税）の税制に戻すとどうなるかをシミュレーションする。

前提は、(1)所得税の最高税率を 45% から 50% に 5% 引き上げ、基準年度の所得税収を「所得税 50% 時の」1991 年度並みの 26.7 兆円と仮定、(2) 法人税は現在の 23.2% のままとし、基準年度の税収を 2018 年度並みの 12.3 兆円と仮定、(3)名目 GDP 成長率を「消費税導入直前の」1988 年度並みの 6.9% とし、税収弾性値「= 税収伸び率 ÷ 名目 GDP 成長率、詳細は城南信用金庫城南総合研究所調査報告書 No.25 の拙論考をご参照」を、諸説ある中で最低の 1.1「= 財務省見解値」と仮定。

このシミュレーションによれば、基幹 2 税（所得税・法人税）の税収は、基準年度を 39 兆円（前記 26.7 兆円 + 12.3 兆円）として、翌年の初年度 41 兆円、第 2 年度 45 兆円、第 3 年度 48 兆円、

第 4 年度には 52 兆円となり「この時点で早くも 2018 年度の基幹 3 税（所得税・法人税・消費税）の税収 49 兆円超え」、第 6 年度 60 兆円、第 8 年度 70 兆円、第 10 年度 81 兆円、第 12 年度 93 兆円を経て第 13 年度には 100 兆円に到達。

我が国景気の基調を、直近の景気動向指数（一致指数）により判断すると、2019 年 10 月までの 3 か月連続で“悪化”（景気後退の可能性が高い事）を示している。

このような状況から早期に脱却する為には、可及的速やかな消費税廃止による家計最終消費支出の活性化、所得税の最高税率引き上げ等が有効と見られる。

結語として、安定的経済成長と税収確保の同時達成の為、基幹 2 税（= 所得税・法人税の両税、消費税なし）の税制にして、“少子化低迷社会” から一転“豊かな社会” 創りを目指したい。

## 新エネルギー新聞 2020 年頭の辞 プロシューマージャーの登場

認定 NPO 法人環境エネルギー政策研究所 (ISEP)  
所長 飯田 哲也

昨秋に千葉を直撃した台風で発災した広域・長期間の停電を目の当たりにし、11 月 1 日からの住宅用太陽光発電の「卒 FIT 争奪戦」などで、日本でも蓄電池商戦が活気づいてきた。目先の動きや商機に目を奪われがちな日本だが、目を世界や歴史的な視点に向けてみよう。

南オーストラリア州では、2016 年に全州停電を経験した後、100MW 級の「ザ・ビッグバッテリー」を導入して停電のリスク低下に成功した。しかも約 75 億円の投資額に対し、最初の 1 年で約 30 億円もの費用回収効果があった。投資回収はわずか 3 年弱だ。その秘密は、日本にはない周波数調整市場での活用にある。

この成功に刺激されて、オーストラリア全体でも大型蓄電池の設置計画が一気に増えた。南オーストラリア州ではさらに 5 万戸の家庭に蓄電池と太陽光発電を設置してインターネットで繋ぐ「仮想蓄電・発電所計画」もある。背景には、蓄電池の急速な価格低下と自然エネルギー拡大との相性の良さがある。

風力発電はこの 10 年でコストが 7 割減、太陽光発電は何と 9 割減と急落した。蓄電池は 8 割減

との報告がある。いずれも市場拡大と技術学習効果の正のフィードバックで、今後もこの傾向が続く。蓄電池市場の拡大は、電気自動車 (EV) が圧倒的にリードしてきたが、今後は豪州のような定置型市場も広がってゆくだろう。



従来からの電力消費者（コンシューマー）に対して、太陽光発電などで自ら発電（プロダクション）する人を「プロシューマー」と呼ぶ。そこに蓄電池を設置すると「生産・消費・貯蔵（ストレージ）する人」の意で「プロシューマージャー」なる新語も登場している。「上」からの一方通行だった従来の大規模集中型電力システムから、双方向かつ不特定多数（P2P）が参加する地域分散ネットワーク型の時代の主役だ。