

家計向け給付金の経済効果は1兆円 将来の迅速な給付に向けた制度構築が課題

調査部 経済調査チーム

中信達彦

03-3591-8761

tatsuhiko.nakanobu@mizuho-ir.co.jp

- 政府は家計向け給付事業の実施を決定。収入960万円未満を目安とした子育て世帯に現金・クーポンを合計10万円、住民税非課税世帯や困窮学生にそれぞれ10万円の現金給付を実施予定
- 事業額は合計で3兆円程度にのぼるが、経済効果は約1兆円にとどまる見込み。GDPへの影響は+0.2%程度となり、景気押し上げ効果は限定的
- 将来の経済ショック時に、真に必要な世帯に対し機動的な支援が行えるよう、給付対象の効果的な選定や、申請不要の迅速な給付を実施するための制度構築が課題

1. はじめに～家計向け給付事業の概要

政府は11月19日にまとめた経済対策において家計向け給付事業の実施を決定した。

子育て世帯向けの給付事業については「新型コロナウイルス感染症が長期化しその影響が様々な人々に及ぶ中、子育て世帯については、我が国の子供たちを力強く支援し、その未来を拓く」¹として収入960万円未満を目安とした子育て世帯²における18歳以下の子供を対象に、現金及びクーポンを給付する。年内に現金を5万円分、来春までにクーポンを5万円分給付する方針だ。国勢調査（不詳補完）によれば、2020年の18歳以下人口は1953.0万人である。また、本事業は児童手当の制度を参考に運用され、子育て世帯のうち9割程度が給付対象となる見込みだ。政府は予算として1.9兆円程度を計上しており、事務費用を含めない給付金額は総額で1.8兆円程度（現金給付0.88兆円、クーポン給付0.88兆円）（A）とみられる。

また、「感染症の影響により厳しい状況にある方々の事業や生活・暮らしの支援」¹の一環として、住民税非課税世帯や困窮する学生に10万円を給付する方針であり、予算として合計で1.5兆円程度を計上している。2019年度の国民生活基礎調査によれば、住民税非課税世帯は全世帯の23%、約1200万世帯と試算できる。これらの世帯に10万円が一律で給付されるとすれば、住民税非課税世帯への給付金額は1.2兆円程度（B）と試算される。学生については就学支援制度利用者や家庭の収入減で支援が期待できない者など、政府が策定する要件を満たした学生が対象とされ、67万人程度が対象、給付金額はおよそ670億円（C）と見込まれる。

以上より、本給付事業の事業費は事務費用などを除くと、A～Cを合わせた3兆円程度となるだろう。本稿では、本給付事業の実施に伴う経済効果³や今後の課題について、過去に行われた給付・クーポン（商品券）事業を振り返りつつ考察する。

2. 過去の給付・クーポン事業では、消費押し上げ効果は給付額の3割弱

(1) 過去の給付・クーポン事業の例

近年行われた大規模な定額給付金の事例としては、①2008年の定額給付金事業、②2020年の特別定額給付金事業が挙げられる。①の定額給付金事業は、リーマンショック後の景気後退を受けて、家計への生活支援を目的として実施された。給付金額としては、65歳以上及び18歳以下の者に2万円が、それ以外の者に1万2千円が一律に給付された。事業費は1.9兆円、事務費を含めた予算総額は2.4兆円である。②の特別定額給付金は、コロナ禍での景気悪化を背景に、家計への迅速な支援を目的に実施された。住民基本台帳に記録されている者を給付対象とし、一律で1人当たり10万円を支給した。事業費は12.7兆円、事務費を加えれば12.9兆円が予算総額として計上された。

クーポンを発行した事例としては、③2019年のプレミアム付商品券事業、④1999年の地域振興券事業が挙げられる。③の事業では、消費増税対策の一環で住民税非課税世帯や3歳未満の子供がいる世帯を対象に20%のプレミアム分を国費で上乗せした商品券を発行した。プレミアムを含む最大2.5万円分の商品券が2万円分で販売され⁴、事業費は440億円、事務費の586億円を加えて1000億円程度が国費として投入された。④の事業は、景気後退への対応として、15歳以下の子供がいる世帯主や住民税非課税の高齢者などに対し、交付から半年間の利用期限を設けた1人2万円分の地域振興券を配布した。事業費は6,194億円である。

(2) 過去の給付・クーポン事業の効果に関する先行研究

①2008年の定額給付金事業の実施後には、内閣府（2012）で政策効果に関する分析が行われた。内閣府（2012）では、家計調査の個票データを分析し、給付金の受給前月から2カ月後までの計4カ月間の消費喚起効果を推計している。それによれば、定額給付金による消費喚起効果は全世帯で受給額の25%、子育て世帯では40%だった。子育て世帯では消費喚起効果が大きく、特に耐久財や旅行・行楽への消費が大きかったことが確認されている。

また、②2020年の特別定額給付金による家計消費への影響に関する分析には、Kaneda et al.（2021）やKubota et al.（2021）がある。Kaneda et al.（2021）では、家計簿アプリ「マネーフォワード

図表1 過去の給付・クーポン事業

	対象者	金額	事業費	消費に回った割合
①2008年 定額給付金	一律	65歳以上・18歳以下:2万円 上記以外:1.2万円	1.9兆円	25%
②2020年 特別定額給付金	一律	10万円	12.7兆円	6~27%
③2019年 プレミアム付き商品券	住民税非課税世帯 子育て世帯(3歳未満を養育)	5000円分のプレミアム	440億円	28.6%
④1999年 地域振興券	子育て世帯(15歳以下を養育) 住民税非課税の高齢者等	2万円	6,194億円	20~30%

(出所) みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

ME」のデータを用い、給付金の受給から6週間にわたり消費が増加したことを確認している。「確実に消費として確認できた支出」は6週間で給付金の6%分にとどまるが、「支出として確認できたもの全て」を計上すれば給付金の27%程度に上った。また、労働所得や、現預金等の流動資産が少ない世帯では、給付金をより多く消費に回していたことも確認されている⁵。

以上の分析より、過去の事例では、給付金の受給世帯全体で見れば受給額の25%～30%程度が消費押し上げ効果として発現したと推測される。また、子育て世帯や所得・資産の少ない世帯ではより多くの給付額が消費に回る傾向があると言えよう。

クーポン事業についても、概ね同様の効果があると言えそうだ。③2019年のプレミアム付き商品券事業の経済効果について分析した服部ほか（2018）では、マクロモデルを用いて、プレミアム分の総額700億円に対し経済効果を約200億円と試算している。事業費対比での経済効果は28.6%となる計算だ。④1999年の地域振興券事業については、内閣府（1999）やHori et al.（2002）で分析が行われている。内閣府（1999）では全国約9,000の交付世帯に対しアンケート調査を行い、振興券によって喚起された消費は、使用額の32%程度と分析している。Hori et al.（2002）では、同じ地域振興券事業について、家計調査の個票データや商業統計の県別データを用い、消費押し上げ効果が分析されている。振興券が配布された当月の消費押し上げ効果は20～30%程度で、時間を経過するごとに効果が減衰することを示している。

なお、今回の子育て世帯向けクーポン事業で配布されるクーポンには使用期限が設定されるとみられ、配布されたクーポンはほぼ全量が使用されると考えられるが、だからといってクーポン配布の消費押し上げ効果が100%にはならないことに注意が必要だ。消費押し上げ効果はクーポンの使用によって新たに発生した需要のみをカウントするものであり、クーポンの使用で余った現金を貯蓄に回したり、クーポンの使用が単に将来計画していた消費の前倒しにとどまったりする場合は、消費押し上げ効果を割り引いて考える必要がある。上記の先行研究を踏まえれば、経済効果という観点からは、給付方式を現金とクーポンに分ける意義は小さいと言えそうだ。

3. 今回の家計向け給付事業の経済効果は約1兆円

以上の先行研究を踏まえ、今回の家計向け給付事業における経済効果を試算してみよう。

まず、子育て世帯に対する現金給付5万円の影響について検討する。上記①で述べた内閣府（2012）の分析結果では、子育て世帯における消費押し上げ効果は給付金額の40%と、全世帯（25%）より高い値が示された。しかし、足元ではワクチンを接種していない子供の感染懸念が残る中、子育て世帯の行動が慎重となり、消費押し上げ効果が十分に発現しない可能性があるだろう。そこで本稿では、子育て世帯への現金給付による消費押し上げ効果が25%にとどまると想定した。すると、給付総額

図表2 家計向け給付事業による経済効果

	事業費(億円)	経済効果(億円)	対GDP比(%)
現金5万円	8,789	2,197	0.04
クーポン5万円	8,789	2,514	0.05
住民税非課税世帯 学生への10万円	12,751	5,101	0.10
計	30,328	9,811	0.19

(出所) みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

8,800億円に対し、消費押し上げ効果は2,200億円程度と試算される。これはGDP対比で0.04%の規模である。また、残り75%は消費に回らず、6,600億円程度が貯蓄として滞留することになる。

次に、子育て世帯に対する5万円のクーポン券配布の影響について検討する。先述した先行研究を踏まえると、③や④の事業におけるクーポン券の消費喚起効果は額面の20~30%程度であると考えられる。服部ほか（2018）では③2019年のプレミアム付き商品券事業における消費押し上げ効果を28.6%としたが、③はプレミアム付き商品券の購入対象を住民税非課税世帯や一部の子育て世帯に限定しており、今回の給付対象と一部重複する。こうした共通点を踏まえ、今回の子育て世帯向けクーポン券配布の消費押し上げ効果を服部ほか（2018）と同じ28.6%と想定すると、2,500億円（GDP対比0.05%）が消費押し上げ効果として発現する計算だ。

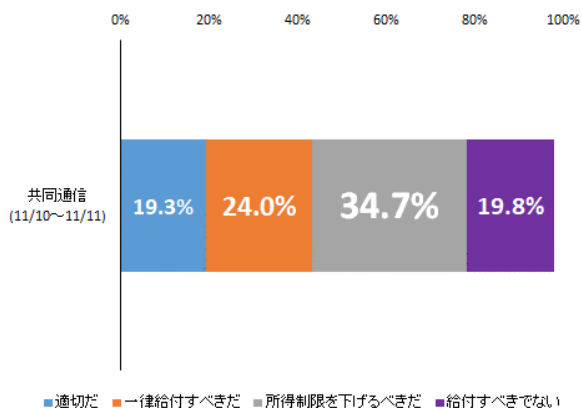
最後に、住民税非課税世帯や困窮する学生への10万円給付の影響についてみてみよう。Kaneda et al.（2021）では、労働所得や、現預金などの流動資産が少ない世帯では給付金をより多くの消費に向ける傾向を明らかにした。そのため、所得の低い世帯が給付金を消費に向ける割合は比較的大きくなると見込まれる。本稿では、住民税非課税世帯などへ向けた10万円の給付金による消費押し上げ効果を、①定額給付金事業時の子育て世帯の消費押し上げ効果として内閣府（2012）で推計された40%と仮定し、消費押し上げ金額を5,100億円程度と試算した。

以上より、子育て世帯への現金・クーポン給付事業、住民税非課税世帯や困窮する学生への10万円給付事業による消費押し上げ効果は、合計して1兆円程度、対GDP比では0.19%と予測する。

4. 給付対象の効果的な選定と申請なしの迅速な給付が今後の課題

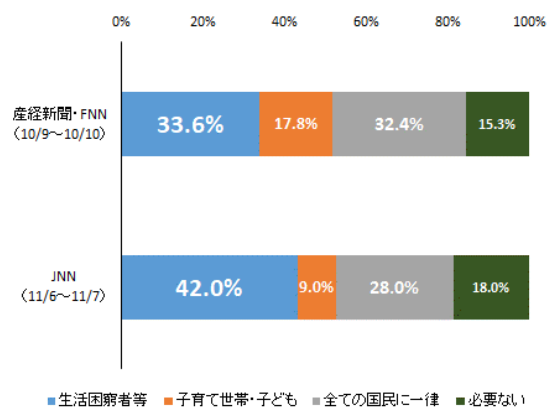
今回行われる家計向け給付事業のうち、子育て世帯に向けた給付には所得制限が設けられたものの、ほとんどの子育て世帯が対象になる格好だ。この点について、共同通信が11月上旬に実施した世論調査（図表3）では、「所得制限を下げるべき」と回答した割合が全体の3割を超えるなど、給付対象の選定が真に給付ニーズを反映したものになっているかどうかには疑問の余地がある。また、給付の方法についても、中学生までの子供は申請なしでの受給が可能だが、16~18歳については児童手当の仕組みが適用できず、申請が必要となった。

図表3 給付方針についての世論調査



（出所）共同通信より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

図表4 給付対象についての世論調査



（出所）各種報道より、みずほリサーチ&テクノロジーズ作成

住民税非課税世帯等への給付についても、政策目的である「感染症の影響により厳しい状況にある方々の事業や生活・暮らしの支援」に鑑みれば、一度きりの10万円の定額給付で十分な支援に足るかといった点で検討の余地があるだろう。また、「厳しい状況にある」人々の支援について国民の意識をみると、10月・11月に実施された2回の世論調査（図表4）では、非正規雇用の労働者や生活の苦しい女性といった人々への給付を支持する回答が最も多かった。世論としても、「厳しい状況にある」人々の支援を重視する点について、一定の理解がある結果といえよう。

これらの経験を踏まえると、将来において同様の施策を実施する場合は、経済状況に応じて給付対象を素早く選定し、申請手続なしで迅速な給付を一定期間継続して実施することが、コロナ禍のような経済のショック時に人々をきめ細かに支援するうえで重要であろう。今回の給付で用いられる住民税課税状況に基づく枠組みでは、前年度の課税実績から給付対象を選定するため、コロナ禍のように当年度に収入が急減した人を把握することが難しい。また、子育て世帯向け給付事業においても、所得制限を児童手当制度に依存したものとしたため、960万円の目安が適用されることとなった。政府が家計の経済状況を細かく把握できれば、所得制限の適用方法をより柔軟に調整することが可能になるだろう。

将来の経済ショック時に、対象の効果的な選定と申請なしでの迅速な給付を可能にするためには、家計の経済状況を月次などリアルタイムに近い形で政府や自治体が把握可能なデータベースの構築に加え、こうした情報と給付金受取口座の紐づけが重要である。現在、政府は、子供の貧困や虐待を防止するため、子育て世帯の経済状況（生活保護や児童扶養手当の利用状況、水道料金の支払い・滞納状況等）や子どもの学力などの情報を集約する「子どもデータベース」作成を検討している。このように家計の経済状況を把握できるデータベースを、子育て世帯を皮切りに幅広い世代で構築したうえで、将来の給付事業実施時に活用し、対象を迅速に絞り込む必要があるだろう。また、政府は2022年以降に給付金の受給用の口座をマイナンバーと紐づけ、円滑な受け取り推進のための仕組みをつくる計画だ。こうしたシステムを早期に構築し、将来的には給付金受取口座と世帯の経済状況の情報を連携し、申請なしでの給付を可能にすることが望ましい。

5. おわりに

今回の経済対策に盛り込まれた家計向け給付事業の経済効果は約1兆円と、GDP対比で+0.2%程度にとどまると試算される。もちろん、本対策は必ずしも景気押し上げ効果のみを追求するものではなく、子育て世代や、コロナ禍の悪影響を大きく受けた世帯への支援が主眼に置かれているが、第4節で示したように効果的な対象の選定や迅速な給付の実現といった点で課題は多い。将来の経済ショックに備え、家計の経済状況の情報を集約したデータベースの構築や、マイナンバーと給付口座の紐づけといった基盤作りが求められよう。誰に対しどのように分配を実施していくか、岸田政権のスローガンである「成長と分配の好循環」の在り方を考えるうえでも、こうしたインフラを整備する重要性は大きいと考えられる。

[参考文献]

酒井才介 (2021) 「経済対策は過去最大の財政支出規模～GDPを2021年度で+0.3%、2022年度で+1.0%押し上げ」、みずほリサーチ&テクノロジーズ『Mizuho RT EXPRESS』、2021年11月19日

内閣府政策統括官 (2012) 「政策課題分析シリーズ8 定額給付金は家計消費にどのような影響を及ぼしたかー「家計調査」の個票データを用いた分析ー」、内閣府、2012年4月

Michiru Kaneda, So Kubota, Satoshi Tanaka (2021) “Who spent their COVID-19 stimulus payment? Evidence from personal finance software in Japan”, *The Japanese Economic Review volume 72*, June 2021

So Kubota, Koichiro Onishi, Yuta Toyama (2021) “Consumption responses to Covid-19 payments: Evidence from a natural experience and bank account data”, *Journal of Economic Behavior & Organization, Volume 188*, May 2021

服部直樹、酒井才介、風間春香 (2018) 「消費増税対策の効果と課題ー消費喚起策の経済効果は合計約1,500億円ー」、みずほ総合研究所『みずほインサイト』、2018年11月30日

内閣府(1999) 「地域振興券の消費喚起効果等について」、内閣府、1999年8月6日

Masahiro Hori, Chang-Tai Hsieh, Keiko Murata, Satoshi Shimizutani (2002) “Did the Shopping Coupon Program Stimulate Consumption? Evidence from Japanese Micro Data”, *ESRI Discussion Paper Series No. 12*, April 2002

¹ 内閣府 (2021) 「コロナ克服・新時代開拓のための経済対策」(2021年11月19日閣議決定)

² 収入960万円の基準は所得制限の一例(扶養する家族が3人の場合)。扶養する人数により、所得制限は変化する。

³ 経済対策全体の経済効果については、酒井(2021)を参照されたい。

⁴ 一度に満額の2.5万円分を購入せずに、5千円分単位で分割購入も可能な制度。

⁵ Kubota et al. (2021) でも似た傾向が明らかになっている。みずほ銀行の口座取引データをもとに分析を行い、流動性制約に直面する家計では、給付金を支給から早い時期に多く使う傾向等を示している。