

2014年11月13日

消費税率に関する意見

日本新聞協会会長
読売新聞グループ本社社長
白石 興二郎

1、10%引き上げ、新聞各社はそれぞれの立場で主張

○社会保障・税一体改革関連法に盛り込まれた消費税率の引き上げについて、多くの新聞社が賛成の立場をとった。財政の健全化と社会保障の充実のためには、国民の負担増もやむを得ないという判断からである。

○今年4月の税率引き上げの際は、景気動向や地方経済の実情も踏まえた判断が必要との立場から、各新聞社が社説や論説といった形でそれぞれの主張を展開した。

○2015年10月に予定される税率10%への引き上げについても状況は同じであり、新聞協会として統一した見解はない。以下に述べる見解は読売新聞社長としての考えである。

2、消費増税の影響

○4月の消費税率引き上げ後の主要な経済指標を見ると、4～6月期の国内総生産（GDP）改定値は、物価変動の影響を除いた実質GDPが2四半期ぶりのマイナスとなり、年率換算で7.1%減となった。家計調査でも、一般世帯の消費支出が6か月連続でマイナスとなった。景気の先行きへの不安、増税後の「反動減」とは別に物価上昇に収入の伸びが追いついていないことなどで、消費者が生活防衛に走っていると指摘されている。

○新聞業界では、新聞協会加盟社のほとんどが増税分を定価に上乘せした。読売新聞などは朝夕刊セット価格が4000円を超えた。4月以降のABC報告部数を見ると、ほとんどの新聞社が部数を減らしている。読売新聞の部数は、今年3月の969万部が9月には924万部となった。広告も前年を下回る状況が続いている。

○新聞協会加盟社には、税率を10%とした場合、「8%増税時以上の影響がある」「新聞離れが加速する恐れ」との意見がある。各種世論調査でも、税率引き上げに慎重な回答が多い。読売新聞の最近の世論調査では、賛成28%に対し、反対は68%となっている。

3、アベノミクスは道半ば

○消費税率を引き上げない場合の影響として、財政健全化が先延ばしとなるこ

とや、社会保障財源の確保が困難になるといったマイナス面の指摘がある。

○国債や借入金などを合わせた国の借金は今年6月末時点で1039兆円となっている。

○政府が2020年度に達成を目指す、基礎的財政収支（プライマリー・バランス）の黒字化には最低でも10%への引き上げが必要とされている。

○しかしながら、消費増税による景気へのマイナスの影響も無視できない。性急に消費税率を再引き上げすることでデフレからの脱却が見通せなくなることだけは避けなければならない。アベノミクスはまだ道半ばであると言える。

○17日発表される7～9月期のGDP速報値次第では、消費増税を1年半程度先送りすることも選択肢の一つと考える。ただし、その場合もデフレ脱却の道筋を明示する必要がある。

4、求められる政府の努力

○安倍首相が税率引き上げの是非を判断する際には、景気への影響を最重視して検討されるよう求めたい。また、どのような判断をするにせよ、国民の理解を得ることが何より必要である。

○与党は昨年12月の与党税制改正大綱で、消費税率「10%時」に軽減税率を導入すること、今年12月までに結論を得ることで合意している。消費増税の影響で負担が増す国民全体の痛税感を和らげることが必要だ。税率を10%に引き上げる時点で食料品など必需品の税率を低くする軽減税率を導入することが不可欠と考える。新聞協会が今年8月に実施したアンケートでは、軽減税率導入に肯定的な人は86.6%に上っている。各種世論調査でも同様の傾向が出ている。

5、新聞の公共性に理解を

○日本新聞協会はこれまでも新聞の購読料に軽減税率を適用するよう求めてきた。税率を10%とする場合は、引き上げと同時に軽減税率を導入し、新聞や電子新聞の購読料に5%の軽減税率を適用することを強く求める。

○新聞は次世代を育てる生きた教材であり、文部科学省の全国学力テストでも、新聞を読んでいる子供ほど正答率が高いことが示されている。災害時の「情報のライフライン」の役割も果たしている。

○全国約1万8000店の新聞販売店をつくる「宅配網」は、世界に類例を見ない貴重な知的インフラである。少子高齢化や過疎化が進展する中、約35万6000人の販売店従業員は新聞の配達や集金だけではなく、「高齢・独居世帯の見守り機能」など地域社会を守る役割を果たしている。

○若年層を中心とした活字離れやインターネット、スマートフォンの急速な普及により、新聞業界の経営は厳しさを増している。新聞協会加盟社の発行部数は10年間で600万部減少した。2005年に1兆円を超していた広告売上

高も13年には6170億円に激減した。折込広告も同様の状況だ。販売店も10年間で3000店が姿を消し、従業員は10万人減少した。

○発行部数や広告収入の減少は、新聞各社の経営とともに、全国の新新聞販売店の経営体力を奪いつつある。特に小規模な販売店は、部数と折込の減少に加え、労務難などの逆風にさらされている。やむを得ず廃業を選択せざるを得なくなった販売店も出ており、「宅配網」が崩壊する恐れすらある。一度「宅配網」が崩壊すれば、その再構築は容易ではなく、新聞界全体に致命的打撃となる。

○それが現実となれば、日本の活字文化を支える基盤や国力の衰退を招くだけでなく、地域の雇用や地域社会の維持にも悪影響を及ぼしかねない。

6、まとめ

○国民が知識や情報を得る手段は幅広く確保する必要がある。その重要な手段である新聞を国民が等しく、安く手にすることのできる環境を維持する努力が、健全な民主主義と豊かな未来を築く土台になる。

○欧州諸国などではこうした考え方が理解され、政策的配慮から多くの国で新聞や書籍に軽減税率やゼロ税率が適用されている。

○全国の380を超える地方議会で、新聞に軽減税率適用を求める請願や意見書が採択された。日本新聞販売協会の署名活動には200万人を超える人が賛同したと聞いている。新聞への軽減税率適用に国民の理解は広がっている。

○昨今、一部新聞の誤報問題などに批判があることは承知している。新聞に課せられた使命と責任を肝に銘じ、自らを厳しく律しながら、品格を重んじ、正確で公正な報道に全力を尽くさなければいけないと考えており、10月の新聞大会でも決議した。

○新聞業界が軽減税率を求めるのは業界のためではない。国民の情報環境を守るためであることを強調し、軽減税率の適用を改めて要望する。

以上