

2013年8月30日

消費税率引き上げに関する意見

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 税率引き上げ、各新聞社が社論を展開

- 社会保障・税一体改革関連法が成立した昨年8月、多くの新聞社は財政健全化と社会保障の充実のためには消費増税やむなしと判断し、賛成の立場を取った。
- しかし、予定通り引き上げるべきかどうか、また引き上げの時期については、景気動向や地方経済の実情を十分に踏まえて判断する必要があるとの立場から、各新聞社がそれぞれの考えに基づき、社説などの形で社論を展開している。新聞協会としての統一した見解はまとめていない。このため、本意見は読売新聞の社長としての見解である。

2 8%は見送り、15年10月に10%に

- 読売新聞としては、来年4月に予定される消費税率の8%への引き上げは見送り、2015年10月に10%に引き上げるべきだと考える。日本経済の最重要課題はデフレからの脱却であり、失敗は許されない。

3 デフレ脱却し、財政再建と経済成長の両立を

- アベノミクスの効果により、景気はようやく回復の兆しが見え始めた。しかし、本格的な回復には至っていない。ここで消費増税に踏み切れば、個人消費は冷え込み、景気が腰折れしかねない。そうなれば、法人税や所得税などの税収が期待したほどに増えなくなることも懸念される。
- 日本に求められているのは、確実にデフレ脱却を図るとともに、財政再建と経済成長を両立させることである。険しい道のりと言わざるを得ない。
- 日本としては中長期的に財政健全化を図らねばならないが、増税だけでは財政再建はできず、増税によって景気が失速すれば元も子もない。経済成長を目指しながら、財政も立て直すという細心の注意でバランスをとることが問われている。
- 重要なのが、消費税率引き上げのタイミングである。来年4月は、春闘による賃上げや新卒採用の拡大などが期待される時期だ。
- 予想通りに雇用が拡大し、賃金が上昇するかどうかは、残念ながらまだ不

透明だ。アベノミクスの1本目の矢(大胆な金融緩和策)、2本目の矢(機動的な財政政策)はひとまず効果が出ているようだが、3本目の矢(成長戦略)は具体策が不十分である。多くの国民には賃上げの恩恵が及ばず、地方を中心に雇用情勢も改善にはほど遠い状況だ。アベノミクスが成功するかどうか楽観できない。

- 賃金が上昇し、雇用も拡大するというアベノミクスの好循環が国民生活に波及し、多くの国民がはっきりと景気回復が実感できるようになる、その時こそ消費増税の絶好のタイミングではないか。「3本の矢」の政策効果を十二分に発揮させ、景気回復が確実に見通せるようになり、国民が積極的に増税を受け入れると期待される2015年10月に消費税率を5%から10%に引き上げるべきである。
- その際は、国民負担を軽減するため、生活必需品などの税率を低く抑える軽減税率を導入する必要がある。その軽減税率は5%を基準にすべきだと考える。国民が納得できる制度設計をするためにも十分な準備が必要であり、拙速を避けるべきだ。

4 世論調査、「引き上げ時期柔軟に」が多数

- 先に発表された今年4～6月期の実質国内総生産(GDP)速報値は、年率換算の成長率が2.6%にとどまり、1～3月期の3.8%から減速した。設備投資は6四半期連続の減少となった。景気の先行きに不安を残したこのデータは、日々の取材活動などを通じて企業や団体、各界各層の国民と直接接する我々新聞社の実感とも一致する。
- 安倍政権は昨年末に発足したが、新聞各社の毎月の広告売上高は、今年に入っても前年を下回る月が大半だ。折り込み広告も前年の水準に届かず、地域ごとの格差が目立っている。
- 新聞各社の世論調査では、消費増税には賛成するが、予定通りの引き上げにこだわるべきではないとの声が目立っている。読売新聞の調査では「引き上げは必要だが、時期や引き上げ幅は柔軟に考えるべきだ」と答えた人が56%、日本経済新聞の調査でも同様の回答が55%を占めた。朝日新聞の調査では、予定通りの引き上げに賛成が43%、反対が49%となっている。

5 国際社会の理解得る必要

- 消費増税の先送りに対しては、長期金利の上昇など市場リスクを懸念する意見がある。歯止めなく先送りするのではなく、2015年10月に10%に引き上げることを国際的に公約し、安倍首相や閣僚が先頭に立って

諸外国に説明し、理解を求めるべきである。

- ドイツ連邦銀行は8月の月例報告で、適切な成長戦略が実行されないまま来年4月に消費税率を引き上げればアベノミクスの効果が薄れると予測した。
- 必要な財政資金を確保するためには、緊急性の低い歳出を削減し、あらゆる政策を総動員すべきだ。利子が付かない代わりに国債の額面分に相続税を課さない無利子非課税国債の発行も選択肢となる。

6 新聞に高い公共性、5%の軽減税率を

- 消費税率を10%に引き上げる際は、軽減税率の導入が不可欠だ。日本新聞協会は一致して新聞への軽減税率適用を求めている。その場合、現行の5%という税率を維持するよう要望する。
- 新聞は、高い公共性を持ち、次世代を育てる生きた教材である。災害時の「情報のライフライン」でもある。
- 若者の活字離れや媒体の多様化などにより、新聞協会加盟社の発行部数は2002年の5300万部から2012年には4800万部弱へと落ち込んでいる。2005年に1兆円を超えていた新聞広告費も2012年は6200億円と激減した。新聞の折り込み広告は、2006年の6700億円から2012年は5200億円へと減少している。
- 全国1万8000の新聞販売店は従業員36万人超を抱え、地域社会の核となっているが、多くは零細経営であり、従業員数はこの10年で9万人以上減少した。さらに雇用が失われれば、地域経済への打撃となる。
- 経営環境が厳しさを増す新聞業界に、消費増税が大きな影響を与えることは避けられない。新聞を読みたいと願いながらも、購読料が賄えず断念せざるを得ない家庭が増えているともいわれる。新聞協会の内部調査では、増税時には購読を中止する可能性があるかと答えた人が3割弱に達した。この調査結果が現実となれば、最大1300万部が失われることになる。
- こうした事態は新聞社の経営を圧迫するだけでなく、活字離れに拍車がかかり、活字文化、国力の衰退につながることを強く懸念する。新聞を通じて国民が知識、情報を得るための税負担は可能な限り低くすべきだと考える。低所得者や地方居住者も等しく新聞を購読できる環境を今後も守り続けるためにこそ、新聞への軽減税率適用を改めて求める。

以上