

郭 洋春氏 (立教大学経済学部教授)

税を通じて国家のメッセージを伝えてほしい

軽減税率の導入は、低所得者層の痛税感の緩和もその目的の一つですが、一方で軽減税率という税制を通して、国民に対してどのようなメッセージを伝えるのか、国家の理念をどのように発するののかということも大切です。EU28カ国の軽減税率の対象品目をみると、その国の政府の明確な意図が伝わってきます。たとえばスロバキアとブルガリアを除く26カ国で、新聞に軽減税率を適用している。それに対して、食品を適用対象にしているのは23カ国です。理由は、新聞による国民への情報提供が公共の利益に役立つ、多くの人に平等に情報を提供することが公共の利益であるという考えがあるからです。平等な情報提供によって、ビジネスの機会や文化活動、社会活動などに取り組む機会を平等に与えたい、というメッセージが込められているのです。



さらに文化の育成振興、産業の保護、社会福祉の充実、地方創生という観点で軽減税率が導入されている国があります。たとえばイギリスでは、お菓子は贅沢品で標準税率ですが、アフタヌーンティに欠かせないビスケットは軽減税率の対象。これはイギリスらしい伝統や国民文化を継続してほしいという、国からのメッセージです。また、多くの国でクリーニング店に軽減税率が適用されているのも、増税の影響で衰退する産業を軽減税率を適用することで保護しようと考えているからです。アイルランドでは子供服の税率はゼロです。子供服はすぐ買い換えなくてはならず、子どくさんの家庭では家計を圧迫する。子どもの多い家庭でも安心して子育てをしてもらいたいという観点から子供服に軽減税率を適用しているのがアイルランドのスタンスです。さらに、スペインでは生花、種子、野菜の苗に軽減税率を適用しています。スペイン南部はこうしたものの産地で、最初は標準税率だったのでダメージを受けたが、軽減税率にしたことで産業が甦った。地域の主要産業が、軽減税率適用によって保護育成され、さらには産業が甦る。軽減税率の適用範囲と税収の関係ばかり議論されていますが、それでは軽減税率の持っている経済政策上の素晴らしさ、本質が歪曲されてしまう。新聞・出版に関して日本で軽減税率を適用することによって、日本の文化の育成、知的創造を強化すること、そして新たな産業創造、知的財産を保護育成につなげていくこと、ぜひともそういう観点が必要だと考えています。

税制を文化政策として活用することに関して、フランスの例を申し上げます。フランスは自分

たちの文化に誇りと自信をもっています。文化こそが国や社会を発展させている、そのためには多くの人たちに文化的な価値に幅広く接する機会を設けなくてはならない、と考えています。だからこそ、公共益である新聞を誰もがいつでも安く読める状態にすることが大事だ、つまり文化を大事にするという観点から、新聞に軽減税率を適用しているのです。映画も軽減税率の対象です。フランスの人口は 6500 万人前後ですが、年間の映画館来場者は 2 億人を超える。全映画のうち 40%以上は国内の作品を必ず上映する決まりになってもある。バレエについても、条件付きではありますが年間 140 回まで軽減税率が適用されている。ドイツでも演奏会、ギリシャにおいては観劇に軽減税率を適用していて、これらは昔の人たちが作った知を現在の人たちが受け継ぎ、そして未来の人たちにしっかりと伝えていく、という知の継承を目的としているのです。

国連は 1990 年から「人間開発報告書」を出しています。これは経済発展するとき、量的成長だけを指標にするのではなく、本当に人間の能力を最大限に発揮させることが大事であるという観点から調査したものです。ジェンダーバランスや平均寿命、進学率と並んで、識字率や学校教育をどれほど受けさせているかをしっかりと出して、それらと経済発展を照らし合わせたところ、GDP の高い国は人間開発が十分できているかという決してそうではない、という報告になっています。もし今回、日本が活字文化に軽減税率を適用しないとすると、人間開発力もどんどん衰えて、他の国との競争力を失ってしまうかもしれない。

増税されれば、すべての国民が結局は痛税感を受けます。ですから、国民が納得できるメッセージをこの軽減税率に込めることができれば、「それならば税金を払ってもいいよね」と理解することにつながると感じています。