

消費税の問題点と

増税の打撃

講師 ジャーナリスト 斎藤 貴男氏



2012 年 2 月 23 日

(株) りんゆう観光／消費税増税についての勉強会より

私は 1958 年（昭和 33 年）に東京の池袋で生まれました。むかし青江美奈が歌った「池袋の夜」という曲でも知られた盛り場の街ですが、わが家は現在のサンシャイン 60 という高層ビル、むかしは戦犯が処刑された巣鴨プリズンとよばれたところから 100m くらいのところに家があり、零細な鉄くず屋を営んでいました。じつは、その鉄くず屋に生まれ育ったということが、きょうの私の話に色濃く影響しております。

私の父は明治生まれの人で、シベリアに抑留されて帰ってきたのが昭和 31 年、いちばん最後の帰還だったこともあって、私の世代の親としては高齢に属する世代でした。もともと学歴もなく、鉄くず屋という社会のなかの低い階層の出身です。鉄くず屋は、朝鮮戦争のころはぼろ儲けした業界ですが、シベリアに行っていた父はその“恩恵”にあずかることはありませんでした。

そういう事情があり、私は昭和 33 年生まれにしては極めてめずらしいケースだと思いますが、中学を出たら丁稚奉公に行けと言われて育ちました。同世代で丁稚奉公に行けと言われた人はあまりいないと思います。ですが実際には、すでに高校全入時代でしたから高校に行かせてもらい、高校を出るころにはやはり 18 歳で働くのはイヤだと思って大学にも行かせてもらい、そうしているうちに父が死んでしまっって鉄くず屋を続けられなくなってしまうのですが、ともあれそういう自営業の子として私は育ちました。

そういうことがバックグラウンドになって、大学を出た私が新聞記者になってびっくりしたのは、記者になる人はたいてい高学歴で、一般論ですが、いい家の生まれの人たちばかりだということです。そうしたことは日頃の紙面にもたいへん反映されています。一般には産経が右で朝日が左と理解されやすく、たしかにそういうところもありますが、それよりも階層によるところがどうしてもあります。要は、いい家の東大を出た記者が、財務官僚と同級生だったりするわけです。私の場合、同級生にそういう人は一人もいません。

以上、こうした私の経歴を少し頭のなかにとどめて、これからの話を聞いていただきたいと思います。

●消費税増税ぜったい反対

いま、消費税増税ということがひじょうに大きな課題になっていることは、ご承知のとおりです。私は『婦人公論』の昨年3月号で、土居丈朗さんという慶應義塾大学の先生との対談をさせていただきました。土居先生は70年代生まれの40歳くらいの若い先生で、たいへん優秀な財政学の先生です。財務省の審議会などの常連さんでもあります。その後も対談の機会があって、問題のあるところはきちんと認めることのできる誠実な先生ですが、意見がはっきり分かれたのは、土居さんが増税推進で、私はぜったいに増税反対という立場です。

どうしてそんなに私が反対しているのか、先に結論めいた話をする、いまの日本経済や社会状況のなかで、低くて10%、最近では20%前後という数字も出てきていますが、そういう増税をすると、社会・経済が大混乱をきたすということです。そして、増税によって大混乱する層があるということです。

つまり、ぜんぶがダメになるわけではなく、むしろ大企業はそれによってひじょうに利益を得る可能性が高い。ひとつひとつの現実を見ずに数字だけで評価するなら、たとえばGDPはそれによって上がる可能性さえある。推進派はおそらく第一に、そういうことを期待していると思います。

しかしその陰で、陰というほど小さくないと私は思うのですが、中小・零細企業、自営業、しかも小さければ小さいほど、増税の打撃をひじょうに強く受けることになるということです。

それは一般に言う「物価が上がるから消費者の購買意欲が減退して景気が悪くなる」という程度の話ではありません。もちろんそれもありますが、私が訴えたいのは、規模が小さければ小さいほど、あるいは事業として弱ければ弱いほど、直接的により多くの負担を強いられて、その負担に耐えかねて廃業に追い込まれる事業者がかなり出るだろうということです。私は経済学者ではありませんので、きちんとした数字を試算をすることはできませんが、全体の3割くらいの自営業が廃業に追い込まれてもおかしくないと思います。

また、そういう自営業は基本的に後継者不足ですから、もう無理しても仕方がないとだんだん辞めていく。そうやって3割どころか半分、そして10年、20年のスパンでいえば全滅してしまいかねないと思います。

ほかにも同じ理由で、デフレが加速する、失業者が増えて自殺者が激増する、あるいはワーキングプアが増えるなど、消費税増税と制度そのものからくる問題でそういったことがはっきりと予想されるのです。

たとえばススキノに飲みに行くとしましょう。大会社のお偉いさんが利用するような大料亭は残るかもしれませんが、普通の個人がやっているお店はほとんどなくなる。われわれあたりが飲みに行ける店は、もうワタミくらいしかない。要は、よほど体力のある全国チェーンの店しかなくなる可能性が高いということです。

それから町工場のたぐいもなくなるでしょう。となると、人の生き方として、どこかにお勤めしないで生きることはほとんど不可能になってくると考えられます。

この消費税という税制は、弱いほうへ弱いほうへと負担をもっていく性格の税制だと私は断言できます。それが現状では、国税収入の20%強を占めています。現在の消費税5%の内訳は、4%が国税で、1%が地方税です。税率4%の国税だけでも、いま税収に占める割合が20%以上あるのに、仮にこの4%が10%に、あるいは15%、17%となれば、国

税収入の半分前後を占めることになるはずです。

ちなみに、ヨーロッパの主要国でも国税収入に占める付加価値税（日本の消費税と同じ仕組み）の割合は、日本とあまり変わりません。英国が22%で、ドイツ、イタリア、スウェーデンなどが27%程度です。税率は英国が17.5%、ドイツが18%、イタリア20%、スウェーデン25%と日本の4%（一般に言う消費税率5%のうち1%は地方税）よりずっと高いのに、全体におけるウェイトは似たようなものになっているのは、彼らの付加価値税には長い歴史の間に軽減税率という制度が築かれていて、食糧品や生活必需品などに適用されているからです。税制が弱い者いじめにならないように工夫されていると言ってもいいかもしれませんが、では日本でも軽減税率を、というのは難しい。もしもそういう話になれば、あらゆる業界が軽減税率の適用を求めて政治工作を進めるに違いなく、これまで以上の汚職天国になってしまうのが目に見えているからです。

日本の場合、その国の税収の半分を占める税制が、極めて弱い者いじめを原理原則とした税制になったとき、世の中はどうになってしまうのか、と私は心配しているわけです。

ざっと結論めいた話をさせていただきましたが、私がそう考えるいくつかの理由をこれから話していきたいと思います。

●「納税義務者」と「担税者」

消費税の議論をする場合、賛成の立場であっても反対の立場であっても、ぜったいに押さえておかなければいけないポイントがあります。それは、消費税法による「納税義務者」の決まりがあって、要するにだれが税務署に納税しなければいけないかということです。これは消費税法により、年間の売上高が1,000万円以上の事業者となっています。1,000万円未満の事業者には納税義務がありません。

ところが一方で、実際にその税金の金額を負担する「担税者」の決まりはないんですね。納税義務者は決まっているけれど、だれが負担してもかまわない、だれに負担させてもかまわない、ということです。

消費税というくらいですから、一般には多くの方が消費者が負担していると理解しているし、財務省やマスコミも、おおまかにはそのような説明をしてきました。財務省なんかはウソにならない程度にごまかしていて、それを素直に読むかぎりには消費者が負担していると考えられておかしくなっています。

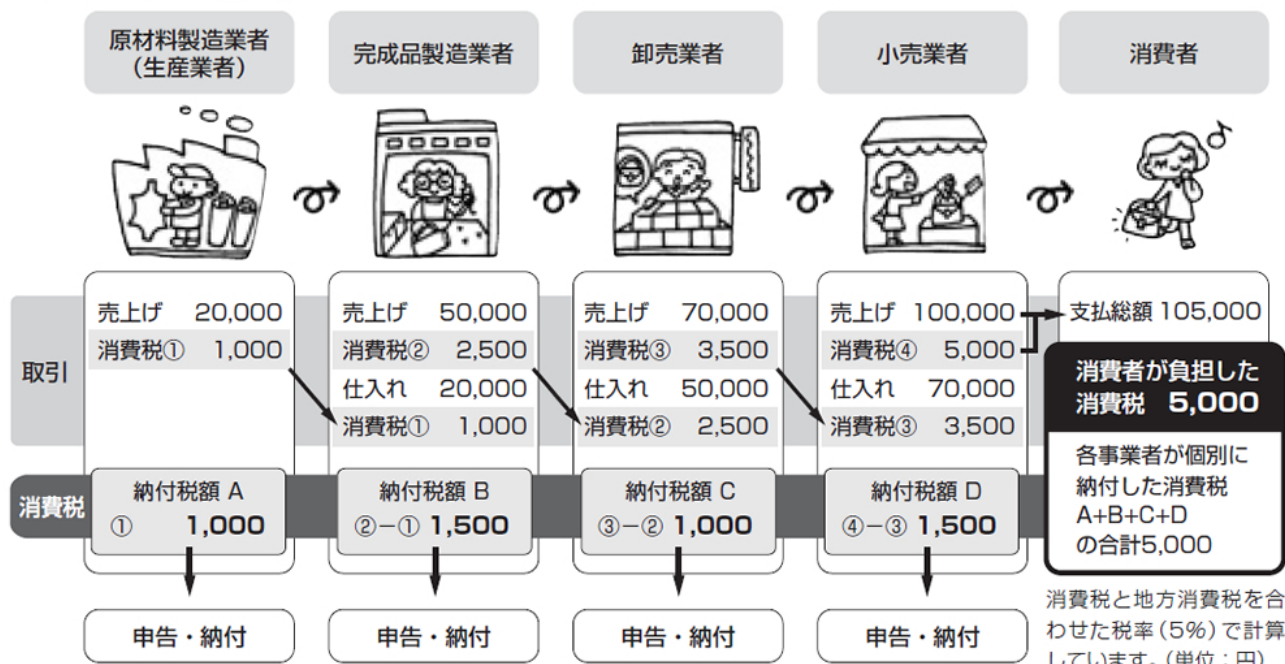
しかしこれには、いろんなウソというかごまかしがあるんです。

国税庁のホームページに「消費税の負担と納付の流れ」という資料があります。秘密でもなんでもない公開されている資料です。

これを見るとはっきりするのは、消費税が課税されるのは、なにも小売りの場だけではないということです。この資料ではハンドバッグを例にしていますが、ハンドバッグの材料になる革を加工している事業者から、次にその革を組み立ててハンドバッグの形にする加工メーカーへ、次にその商品が卸売り業者（問屋）へ行き、それから小売店に行き、小売店から消費者の手に渡るまでが描かれています。同じ一つの製品のすべての流通段階で消費税が課税されるということです。そして、課税される納税義務者は、このそれぞれの事業者ということになります。

ですから、この消費税という名前からしてミスリードというか、誤解されるために作られたネーミングで、これはさきほどの土居さんが教えてくれたことでもあります。ですか

消費税の負担と納付の流れ



国税庁 HP「消費税のあらまし」より

これは、本来、付加価値税というのがいちばん正確なんだと思います。ヨーロッパと同じ言い方ですね。バリュー・アデッド・タックス (value added tax)、「付加価値の税金」という言い方をしている。

ですが、便宜上これからも消費税と言いますが、消費税はすべての流通段階にかかるということ。それと、納税義務者は決まっているけれど、担税者は決まっていないということ。これがいちばん最初に理解してほしいところです。

●弱い立場ほど大きなダメージ

日本ではどんな職業の人でも、同時に消費者でもありますから、赤ちゃんからお年寄りまで消費税とまったく関係なく暮らせる人は一人もいません。それだけに、みんながこの税金のことをよく知った気になってしまっている。しかしじつは、ぜんぜん知らない人のほうがものすごく多い。いま言った納税者と担税者のことも、大概の人はご存知ないのが現実だろうと思います。

この「納税者」と「担税者」のことをよく考えてほしいのですが、社会がいまのような状況だと実際の徴税の現場はどういうことになるのでしょうか。ガラス屋さんを例にとって話をしましょう。

たとえばどこかの家でガラスが割れてしまったと。で、奥さんが近所のガラス屋さんに電話をして、修理を頼んだとします。私がガラス屋だとしたら、だいたい見合った大きさのガラスをそこまで運んでいき、割れたガラスをとってあげて、新しいガラスをはめてあげて、そして請求書を出しますね。それは、ガラスそのものの値段と、そこまで行った手間賃や出張費とかいったもの、それに利益を載せて、消費税を載せて、請求します。

それで素直に払ってもらえれば問題はないのですが、いまだき、この不景気なときに素直に払ってくれるお客がどれだけいるかということです。大概のお宅では「消費税分くら

いはまけなさいよ」と、こういうお宅がかなりあるのではないかと思います。そこでガラス屋さんは悩むわけです。景気がいいときだと「それは困ります。払うものはきちんと払ってください」と強気に言えますが、いまのような状況だと、へたなことを言ってお客を怒らせてしまうとマズイ。たとえばこの場合のガラス代や手間賃などの合計が1万円だとして、消費税は500円です。その500円を受け取るか受け取らないかでもめてしまい、近所で悪い評判でもたてられたら、たまらないと。いまどき電話1本でやってくる事業者は、全国チェーン店などいっぱいあります。町の事業者なんて、ちょっと悪い評判をたてられたらおしまいですから、困ったなあと思いながらも、現場では大概、しょうがないと納得してしまうのではないのでしょうか。

それで、その場はたしかにそれで丸くおさまるわけです。値決めがうまくいってれば、それなりの利益ものせることができます。

ただ、だからといって、このガラス屋さんは納税義務を免れたわけではありません。お客から消費税を預かることはできなかったけれども、それはこの担税者をお客にすることができなかっただけで、納税義務は残っているわけですから、ガラス屋さんはあとで自腹を切って納税せざるを得ないわけです。ただそれは、年に一度、確定申告のあとなので、とりあえず一つ一つの商売のときはそんなに意識されていない。とりあえず少しは儲かったし、「しょうがないな」くらいに思ったとしても、年度末に確定申告したあとにはしっかり請求がきて、そのときは自腹を切ってしっかり納めることになります。そんな商売が年に1件だけなら、500円くらいどうでもいいでしょう。しかしいまは、大概がそんな状態です。するとこのガラス屋さんは常に消費税納税のために自腹を切られることになるわけです。

これはガラス屋さんだけの特殊事情かという、そうではありません。たとえばお菓子屋さんが100円のチョコレートに5%の消費税を乗せて105円で売りたいとする。しかし近所には安売りスーパーがあって、80円で売っている。105円では誰も買いに来てくれない。80円に追いつくことは無理でも、せめて消費税分をまけて100円。それでも来てくれないから90円。ちょっとがんばって85円。なんていう値決めをするしかない。そうしたら、消費税をお客に転嫁するどころか、利益まで削られるということになります。いずれにしろ、やっぱり自腹を切るわけです。

このような話は、同業他社との競争上、そうなるわけです。消費税を乗せた高い値決めをすれば、安い値決めをしてくる同業他社に負けてしまう。あるいはお客との力関係で、自分のほうが弱いから、お客から預かれないで自腹を切る。こういうメカニズムです。

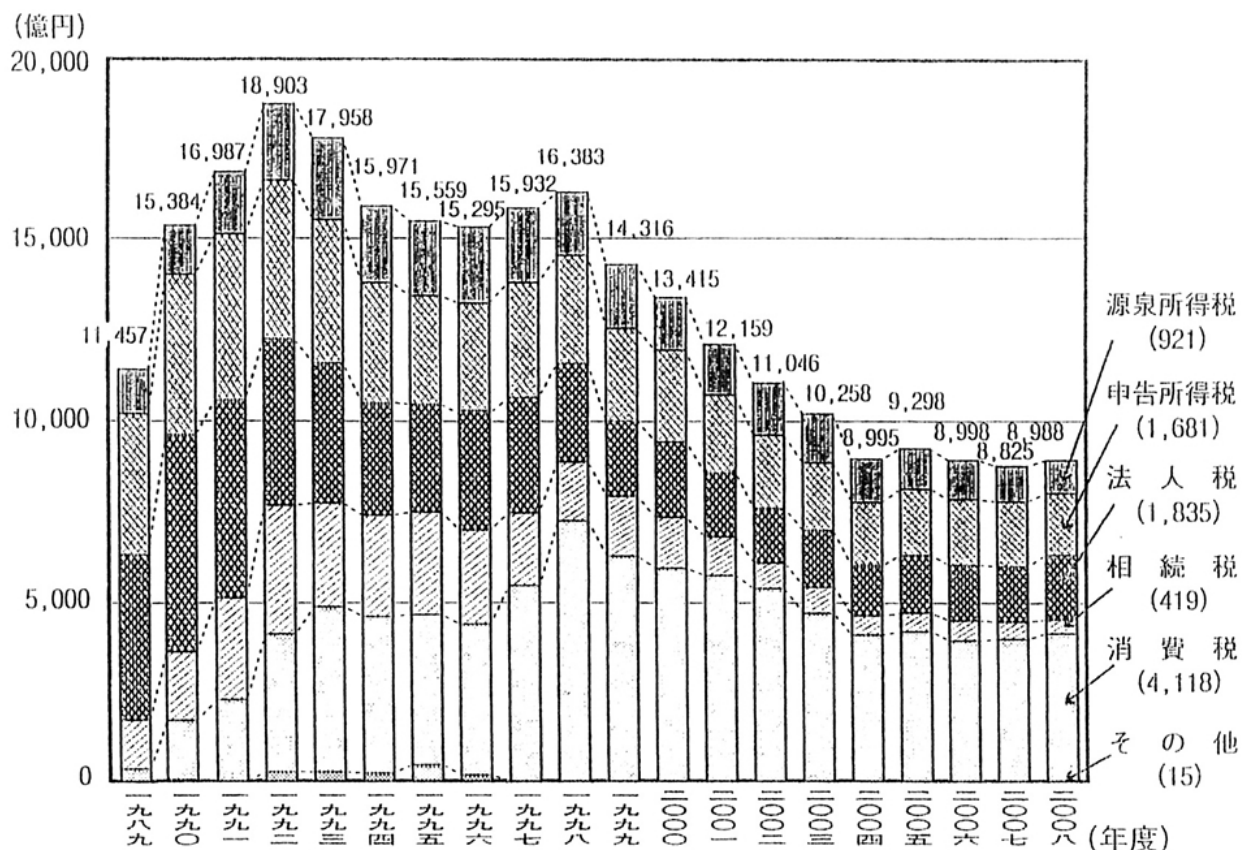
また、下請けと元請けという関係もあります。たとえば、小さな自動車部品を作っている下請けメーカーが、トヨタ自動車に部品を持っていったとします。そして、製品のコスト+利益+消費税という請求書を出したら、おまへのところは明日からもう二度と来るな、となってしまう。ですからこれも消費税分はとても預かれない。それどころか利益を削るしかない。

良し悪しは別にして、これがいまの日本経済における商売の現実です。つまり、「担税者」の定めがないということは、どちらが払ってもいいということであり、取り引きの力関係で弱いほうが払わざるを得ないことになるわけです。一般の理解のように消費者が消費税を払った場合でも、そのときの力関係がお店のほうが強くて消費者が弱いときにそうなっているということです。それがいまはまるで逆で、事業者のほうが弱いので、事業者が消費税をかぶる場合が圧倒的に多いということです。

●消費税の滞納割合がますます増えている

「新規発生滞納額の推移」という棒グラフは、消費税が導入された 1989 年以降、最近まで、毎年新たに発生する国税における新規発生滞納額の推移です。それぞれの納税義務者がいくら納めなければいけないかが決定しているのに、実際には納められていないで滞納という形で税務署が指導に入っている。そのデータの推移です。

新規発生滞納額の推移



(注)地方消費税を除いています。

いちばん滞納が多かったのは 1992 年で、この年は 1 兆 8,903 億円の滞納がありました。その後だんだん減ってきて、2008 年度は 8,988 億円の滞納でした。半分くらいに減っているのですが、これは国税庁が、良くいえばたいへん努力して、悪くいえば血も涙もない厳しい取り立てをして滞納を減らしてきた結果です。

また、このグラフは 1 本の棒の中に、源泉所得税・深刻所得税・法人税・相続税・消費税など、滞納された税金の種類別に色分けをしています。見ると奇妙なことに、消費税だけはなぜかあまり減っていない。1998 年に消費税の滞納がぐっと増え、その後少しだけ減りましたが、ずうっとあまり大きな変化がありません。法人税や所得税などほかの滞納が減ってきた割に、消費税の滞納額はあまり減っていない。結果どうなったかというと、新規発生滞納額全体の中に占める消費税の割合が、年々高くなってきています。2008 年度では全体の 45.8%が消費税の滞納でした。

その新規発生滞納額全体の中に占める消費税の割合が何%かを示したのが、下の折れ線

グラフです（省略）。つまり現在は半分近くあることです。この資料は一昨年私が出版した本に載せたもので、2008 年度までしかありませんが、その後の国税庁の統計を見ると、2009 年度は消費税が全体の 50%、2010 年度は 49% くらいです。

一つの税金だけこんなに滞納が多いのはどうしてか、そこに何か問題があるのではないかと、国会でも何度か取り上げられました。ところがそのたびに、国税庁の役人や財務大臣の答弁は、悪質な納税者が多いからということです。つまり、消費税を納税しないでため込んでいるやつが多いから、消費税の滞納がこんなに多いのだということです。したがって、これからもますます取り立てを厳しくすることで対応すると。国会ではだいたい、このような答弁で済まされてきました。

事実、消費税の滞納に対する取り立ての厳しさは、年々エスカレートしています。税務署の人に取材をすると、これは「消費税シフト」と言って、同じ事業者が法人税・源泉所得税・消費税などいくつもの税金を滞納している場合に、法人税や所得税は後回しでいいから消費税を先にとってくるよう指示されていて、手段はなんでもよろしいということで、最近はかなり無茶な差し押さえが横行しています。

しかし、そこまでしても消費税の滞納が半分近くあります。もちろん悪質な人も中にはいるでしょう。けれども、それだけではすまない何かがあるのでは、と考えるのが自然です。つまり、無理がありすぎるからそうなのであって、先ほど言ったように自腹を切らざるを得ない構造に問題があると思うのです。

たとえば法人税や所得税は利益に対してかかる税金です。儲かっていない事業者にはかからないということです。そしてとりあえず儲かっていれば、税金を払うだけのお金はある、というのが普通です。ですから、その滞納者にはたしかに悪質な人も多いでしょう。

一方、消費税は利益に対してかかるのではなく、取引に対してかかるわけです。取引でお客から預かれた場合もあれば、預かれなかった場合もある。仮に預かれなくても、全体として儲けていれば切る自腹もあるでしょうけれど、あまり儲かっていなければ切る自腹ありません。これでは納めようにも納められない。こういう人が多くなっているから滞納が多いわけで、そもそも税制の仕組み自体に無理がありすぎるのです。

「消費税シフト」がどうして布かれたかという、当局はいつだって消費税増税をやりたいのですが、このグラフだけでも無理があるのが分かりますよね。仮に消費税シフトを布かないで普通にやっていると、消費税の滞納は軽く 7 割、8 割になってしまいます。いくらなんでもこれは無茶だとハッキリしてしまうので、消費税増税は難しくなる。ということで、消費税シフトで統計のグラフの形だけをごまかそうとしてきたのですが、ごまかしきれていないのが現実です。

このように国税庁は良くも悪くもこうして頑張っているわけですが、国税庁のホームページにも載っていて毎年公表されている統計であるにもかかわらず、なぜか一般のマスコミはまず取り上げません。国会では社民党と共産党くらいしか質問しませんが、その国会での質疑さえ、マスコミは黙殺する。こういう統計グラフも知らんぷり。ですから、消費税の滞納がとれだけ多いかも誰も知らない。そしてこれが基本的に消費税の最大の問題点ですが、納税義務者が決まっているのに、担税者が決まっていないので、一つ一つの取引で弱いほうが負担を強いられる、ということです。

●消費税はほんとうに「公平」で「シンプル」か

消費税の宣伝文句として、よく「広く」「薄く」「公平で」「シンプルで」「安定している」

などという言い方をします。新聞でもだいたいこれに基づいて書くのですが、「広く」「薄く」は必ずしもウソではないと思います。ちゃんとお客さまに転嫁できている場合もありますから。

しかし、「公平」かつ「シンプル」というのは、大ウソと言っていいと思います。というのは、いまお話したように弱い立場の人がよけいに払うわけですから、ぜんぜん公平ではない。シンプルかという、こんな仕組み、理屈を多くの人は知らないわけですから、知らないのにシンプルということあり得ませんね。

さらに、一般に言われていることが、必ずしも本当じゃないことはまだまだあります。

たとえば、消費税は間接税だと思っている方が多いと思いますが、これは必ずしもそうではあません。所得税と法人税は直接税です。で、消費税は一般に間接税と思われている。これ、ちょっとよく考えてほしいのですが、直接税というのは納税義務者と担税者が一致している場合を言います。法人税と所得税は、利益をあげた人がその利益の中から納めるわけですから、担税者も納税者も一緒です。ですから直接税でいいわけです。

一方、間接税の定義というのは、納税者と担税者が一致していない場合を言います。ですから多くの方がイメージしているように、事業者が納税義務者でも、消費者が負担しているのであれば、これは一致していないわけですから、たしかに間接税です。しかし、先ほどの話のようにお客から預かれないで自腹を切っている事業者にとっては、これは納税者と担税者が一致するので、この場合は直接税になってしまうわけです。ですから、消費税は間接税か直接税かという質問があったなら、「どっちの場合もある」というのが正解です。ますますシンプルどころの騒ぎではない。直接税か間接税かもよくわからない税制だということは、シンプルどころか、ものすごく複雑だということになります。

最後に「安定しているかどうか」ですが、これは取る側にとっては極めて安定していると言えます。なぜなら、直接税である法人税や所得税は利益に対してかかるので、景気変動にすごく左右されます。景気が悪くてみんなが儲かっていなければ、そのぶん法人税や所得税の税収も減ります。取る側にとっては不安定きわまりないといえます。

しかし消費税は利益に対してかかるのではなく、取引に対してかかるわけですから、景気が良かろうが悪かろうが、人が生きているかぎりいろいろな取引が行われるわけで、必ず税収が発生する。まして担税者の決まりがないのですから、どちらかが必ず負担してくれることになります。そのどっちかというのは弱いほうですから、よりダメージが大きい。それで払えなくて滞納も多いのだけれども、そんなものは全体から見ればほんとうは大したことはありません。また、滞納し続けられるならともかく、滞納が続けば差し押さえて財産を召し上げてしまうわけですから、けっきょくは必ず取れる。ですから取る側にしてみれば、消費税は安定しているということになるわけですね。

ただ、取られる側は赤字だろうが取り立てられて、滞納したら差し押さえられて仕事も潰されてしまうわけですから、安定どころではありません。「安定している」は、あくまでも取る側の都合だけの言葉なのです。

●大きな事業者から見た「消費税の増税」

いままでは主に中小・零細事業者および自営業者、特に弱いほうの経営者の立場で話をしてきました。だいたいそういう話をすると、いま世の中の大半はサラリーマンや非正規雇用の方で、自営業の方はものすごく少なくなりましたから、なかなかかわかってもらえないことが多い。自営業なんてむしろ、「脱税しているんだろう」「そんなやつはむしろ潰れ

たほうが世のため人のためだ」なんて平気で言う人もたくさんいます。

ですが、そんな簡単な話ではありません。こんどは、大きい事業者はどうかを考えてみたいと思います。

たとえば大きなスーパーマーケットを例にとってみようと思います。仮に私がスーパーの店長だとしたら、この消費税増税は千載一遇のビジネスチャンスととらえるだろうと思います。また、そうしなかったらやっていけません。つまり消費者の価格に対する関心がひじょうに高まるので、そのとき店長としてはどんな商売をするかです。

私ならこう言うと思います。「このたび消費税率が 5%から 10%に引き上げられました。しかし私どもは、この増税分をお客さまがたにご負担いただくわけにはまいりません。それは私どもの企業努力でカバーさせていただき、しかもこの際、お値うち価格キャンペーンを実施させていただきます」と。ちょっと気の利いた店長はそういうことを考えるのではないのでしょうか。そんなことしたくないと思っても、隣のスーパーがやったら、自分のところもやらないわけにはいきません。どうしてもやるまいと思うなら、もうスーパー業界全体でカルテルを組み、お互いにそれをぜったいにしないよう決めなければできません。それだって、だれかアウトサイダーが出てきて抜け駆けしたらおしまいです。

そうすると、近所の小さいお店はもう潰れるしかありません。しかし、その大きい店も、楽してそんなことができるわけではありません。お客に消費税分の値上げをしないと宣伝し、だからといって自腹を切っていたら、小さい店のようにすぐに潰れることはないまでも、いずれ経営はガタガタになります。そこで大きな企業はどうするかを考えてみたいと思います。

お手もとに配りました棒グラフ「消費税増税が零細企業や自営業を潰し、しかもデフレを加速させるというメカニズム」を見てください。じつは消費税が 3%から 5%になった時点でかなり潰れてしまったところが多いのですが、グラフはそのとき生き残って今もなんとか商売になっているところのグラフです。

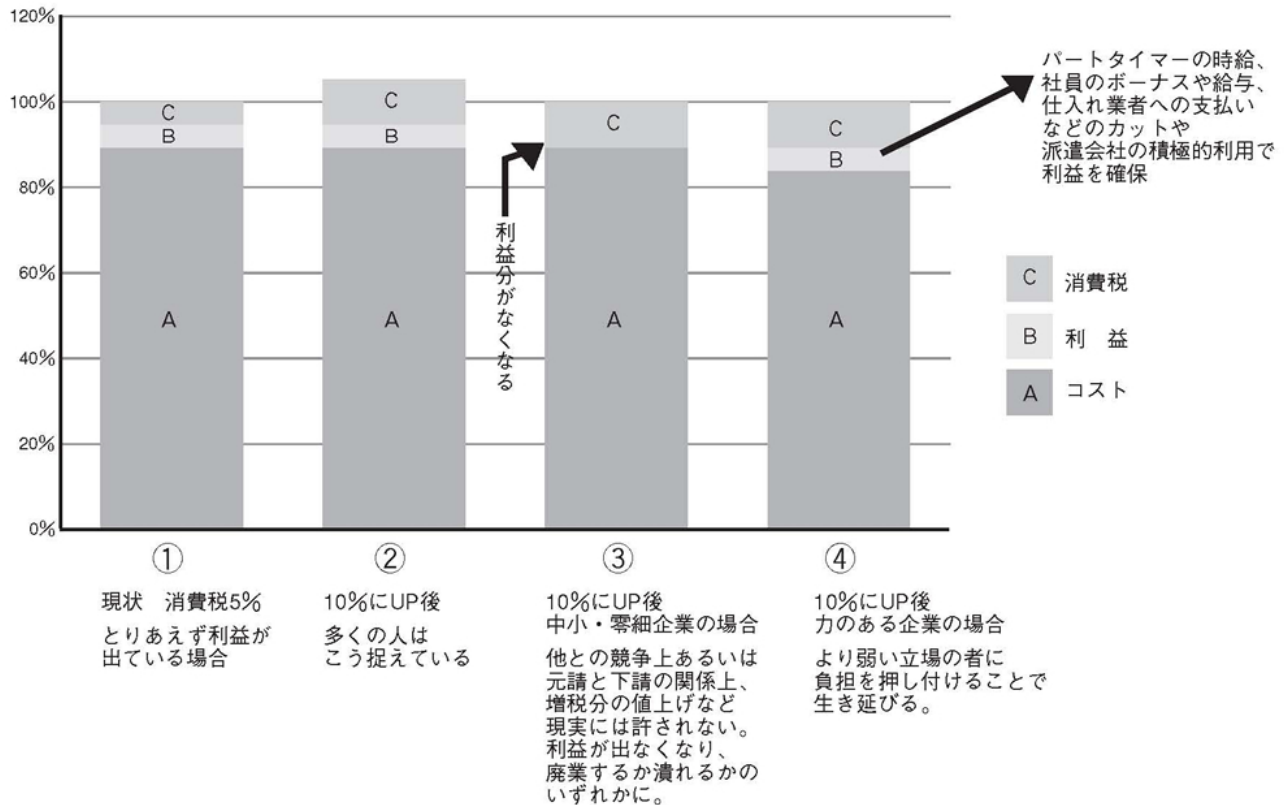
商品の価格の中身ですが、商品にはコストがかかっていて、それに利益を乗せ、消費税 5%をかけて、その合計が価格になっています。これを仮に 5%から 10%に引き上げた場合、多くの人は単純にいままでの消費税 5%にさらに 5%の消費税分を上乗せすることをイメージしていると思います。コストはいままでどおり変わらず、利益も変わらず。で、消費税 5%が新たに乗る。とすれば消費者にとっては 5%の値上げになりますので、それが消費を冷え込ませると心配されるわけです。

しかし、現実こんなことをやったらお客が誰も来てくれなくなりますから、けっきょくいままでどおりの値段で売る努力をします。へたするともっと値下げして売らなければならない場合もある。ということは、価格の設定は同じなのに、そこから消費税のあわせて 10%をまず国が持っていく。それでコストがいままでどおりだとすれば、利益部分がなくなってしまうわけです。小さいところはこれで潰れるわけです。

しかし、大きいところは新たに利益を確保することができる。それはこのコストをさらにさげて、この利益の部分の確保すればいいわけです。では、お値うち価格キャンペーンを可能にする企業努力とは何かというと、手っ取り早いのは従業員の給料を下げる、パートタイマーの時給を下げる、ただ働きをさせる。それでたりなかったら、商品を納めてくる仕入業者を泣かす。先ほど言ったトヨタ自動車と部品メーカーの元請け・下請けの関係と一緒に、消費税増税分を乗せて請求してくる仕入先には「二度と来るな」と。「仕入れ先はほかになんぼでもいるわ」と、こういう商売になってくるということです。

スーパーが値上げをせずに値引き合戦を始めたら、とりあえず消費者は喜びますね。消

消費増税が中小・零細企業や自営業を潰し、 しかもデフレを加速させるというメカニズム



消費増税といっても、大したことないじゃないの。別に問題ないわねえ、と思うかもしれませんが、でもその人の旦那さんはこの泣かされる事業者で勤めているかもしれない。すると、苦しくなったこの事業者は旦那さんの給料を下げるだろう。あるいは倒産に追い込まれて、けっきょくはこの旦那さんも失業するかもしれない。

つまり消費増税のいちばんの問題は、商品の流通の川上へ川上へと負担がしわ寄せされていくことです。デフレがいっそう深刻になることは間違いありません。数字だけでなく、一つ一つの事業者を目を向けると、弱ければ弱いほど負担を押し付けられる構造だということです。要は、零細であれ多少大きいところであれ、自分が生き残るためには負担を自分より弱いところに押し付けるしかないのが消費増税なのです。あらゆる事業者、雇われているあらゆる従業員にいえることですが、弱ければ弱い立場ほど負担が多くなるのが消費増税だということです。

また、一般に逆進性が問題だといわれますが、その場合の逆進性というのは、消費増税はどうしても可処分所得が低い人ほど消費者としての負担が増える可能性がある、弱者に厳しいという意味で逆進性という言葉をつかっています。それはそれでウソではありませんが、それだけでは済まないことがあります。みんな消費者の立場でしかものを見ないから事態を安易に考えるのですが、弱い事業者がより多くを負担すると考えると、社会的に弱い立場ほどひどい目に遭うということです。

●サラリーマンだって仕事の確保が難しくなる

さて、これまで主に事業者の話をしてきて、事業者が困るとそこで働いている人も困るということで雇用者にも目配りした話をしたつもりですが、それだけではなく、雇用者を直撃する場合もあるという話をいまからしたいと思います。

そのための前段階として、さきほど納税者と担税者の話をしましたが、消費税のもうひとつのポイントとして「仕入税額控除」という言葉をぜひ覚えていただきたいのです。これがじつは消費税を売上税ではなく付加価値税にしている仕組みで、先ほどのハンドバッグの図にもいちおうは描かれてあるのですが、これから自分なりに説明をします。

たとえば1万円の時計を売るときに、先ほどからこれに消費税を転嫁できるとか転嫁できないとかお話ししてきたわけですが、ここでは分かりやすくするために、転嫁できたこととして説明します。

小売店がこの10,000円を10,500円でお客に売ったとします。お客から500円の消費税を預かることができたとして、この時計屋さんはこの500円をそのまま納めるのではありません。それでは売上げ税になってしまいます。すべての流通段階で税金がかかるのですから、単純に売上げに税をかけてしまうと、売上げ税の上にさらに売上げ税が何重にもかかることになります。これでは原始的というか、ますます不公平な税制になってしまうので、さすがにこれはやっておりません。

そこで「仕入税額控除」という仕組みになっているのですが、それはこういう仕組みです。

先ほど同様、時計屋さんが10,000円の時計を10,500円で売ったとします。時計屋さんはこの時計を問屋さんから仕入れ値7,000円で仕入れ、そのとき消費税5%の350円を乗せて支払っていたとします。すると、7,350円で仕入れた時計を10,500円で売ったとき、消費税だけを比べた場合、時計屋さんはお客に売ったときの消費税500円から問屋さんで支払った消費税350円を差し引いた150円だけが納税する金額になります。お客さんから預かった消費税500円から、仕入れの時に払った消費税350円を引いた150円を納税する。これが仕入税額控除という仕組みです。仕入れの分を引いて納めるということですね。これが消費税のもうひとつのポイントです。

このとき、仕入税額控除の対象というのは、文字通りの仕入れだけを指しません。ふつうの商売で必要経費と呼ばれているようなもの。たとえば、時計屋さんが仕入先を探して全国を旅したら、その旅費や宿泊費も対象になりますし、お得意さんにご馳走して接待した交際費だとか、あるいは時計の勉強するので本をたくさん買ってきたときは研修費、こういうものも仕入税額控除の対象になります。

仕入税額控除のなかには外注費というものも入ります。具体的には、店番をさせるために派遣会社から人を招いたとします。そして、派遣会社に外注費を払います。このとき外注費10万円に消費税5%を乗せて105,000円払ったとすると、この5,000円は仕入税額控除の対象になります。ところが、同じように人手を確保する場合、外に頼むのではなく自分のところで社員を雇った場合、この社員に払う給料には消費税はかからないので、これは仕入税額控除にはなりません。そもそも一般的には、社員に払う給料のほうが派遣会社に払う外注費よりも高い場合が多いのですから、それだけでも外にまかせちゃったほうがいいやというのが普通の判断でしょう。

けれども、さらに加えて、この外注費では消費税が節税できるのです。仮に同じ額でも、外に頼んでしまったほうが仕入税額控除の対象になるので、消費税の節税ができるのです。

これまでの説明は消費税をわかりやすくするために、10,500 円というふうにちゃんと乗っけたように説明しましたが、いまの世の中、実際の取り引きでは派遣会社はいくらでもあるのですから、10 万円の外注費にちゃんと律義に 5,000 円の消費税を払う経営者はあまりいません。その 10 万円のなかで込み込みでやってくれ、いや、8 万円に値引きしてぜんぶコミコミだ、なんて具合が珍しくないのであって、ほんとは実質的には払っていないのが大半の現状です。それでも、帳簿ではちゃんと払っていることになっているのが消費税。これで仕入税額控除を受けることができるわけです。

いまはまだ消費税が 5% ですから、これまでの非正規雇用の拡大が大きな動機づけになったとは言えないし、外に頼んだほうが安いという単純な人件費の比較のほうが大きい動機だと思いますが、いまでさえ全体の勤労人口のうち 37.5% が非正規雇用になっています。仮にこれから消費税を 10%、15%、20% にした場合、単純な人件費コストの比較だけではなく、消費税の節税の比較もより重要な要素となって、非正規雇用がますます多くなってくる可能性がきわめて大きいのです。

自分のところで社員を雇うよりも外へ頼むほうが安いとわかっていても、気のいい社長さんたちだったら、いまはまだ「これくらいの節税くらいなら、いままでずっと勤めてもらった社員はまだ勤めてもらおう」と考える人も少なくないかもしれません。しかしこれが 15 とか 20% になったら、そんなことも言っていられなくなります。社員はよほどエリートか、幹部だけは社員にするかもしれませんが、そうでない人はみんなもう非正規にしてみまわないと、消費税だけでもたまらないということになってしまうわけです。

ですから、いまはまだサラリーマンとして仕事を確保できている人も、へたをするとどんどん外注に切り替えられていく可能性が強くなっていくと思います。消費税率が高くなればなるほど、その可能性が高くなるのです。

●大企業だけが儲かる仕組み

この「仕入税額控除」という仕組みを検討していくと、なかなか一般の人にはわからない消費税の大きな欠陥がわかってきます。「2007 年度分の消費税還付金上位 10 社」という表には(省略)、上からトヨタ自動車、ソニー、ホンダ、日産自動車、キヤノン、マツダ、松下電器、東芝、三菱自動車、スズキ自動車の順番が載っていますが、この 2007 年のトヨタであれば 3,219 億円という金額が消費税で儲かったことを示しています。どうして消費税で儲かるということが起きるのかというと、こういうメカニズムです。

消費税はあくまでも日本国内の税制です。外国の人には関係がありません。

ところが日本の企業は外国にたくさんの製品を輸出しています。たとえばトヨタがアメリカの人に自動車を売ったとします。しかし、アメリカ人は日本の消費税を払ってはくれませんね。あちらはあちらでまた別の税制があるわけです。するとトヨタは、お客から消費税を預かることができません。けれども、仕入れ先には消費税を払っていることになっているわけです。そこで、トヨタにそのまま納税義務を課すと、先ほどの中小・零細企業と同じことになって、損をしてしまうわけです。

私なんかはそれはそれでフェアじゃないかと思うのですが、国としては困ったことになる。つまり、輸出することが損をすることになってしまうので、国としては外貨獲得が阻まれることになる。ですから、そういう憂いがなくバンバン輸出してもらえるように、輸出の場合は別の計らいをしましょう、ということになっています。そこで考え出されたのが「輸出免税」という制度です。輸出の場合は消費税を免除するというものです。

「輸出免税」という制度は、この消費税 5%を預かれない分、5 の代わりに 0 税率をかけます。一方で仕入れ先にはすでに払ったことになっている消費税があるわけですから、この場合さっきの仕入税額控除を使うと、お客から預かった 5%マイナス仕入れに払った 5%ではなく、0%マイナス仕入れに払った 5%という計算になり、マイナスの消費税が課税されることになります。マイナスの消費税というのは、還付されるということです。ですから、トヨタ自動車にはこの 2007 年度にそうやって 3,219 億円が返ってきたということになります。

これも国会で何度も問題になったことがあります。でも政府側の答弁は、それはあくまでもトヨタが仕入れ先に払った消費税が返ってくるだけだから、べつに儲かっているわけではないという理屈です。

教科書的にはたしかにそれで正しい。諸外国にも似たような税制があり、外国でもみんな同じようなことをしているので、日本だけがやらないとなると、輸出しにくくなるということになり、これを絶対にダメだということは難しいのですが、ではトヨタは実際に下請けに消費税を払っているかといえば、払っていないわけですね。泣かせている。では、この 3,219 億円は何なんですかと。不労所得じゃないですかと、こういうことになる。この上位 10 社だけで 2007 年は 1 兆円以上の不労所得があった。日本にはこの 10 社しかないわけではないですから、ぜんぶ合わせると何兆円という金額が国庫から、輸出産業だという理由だけで払われている。

かわいそうなのはその泣かされた下請けです。下請けは、トヨタから預かっているわけでもない消費税を身銭を切って納めて、その消費税はけっきょく、その部品のおかげで輸出する商品ができあがっているにも関わらず、それは直接輸出している事業者ではないという理由で、戻ってくるわけでもなく、泣かされて納めた消費税が、トヨタのものにされてしまうという、二重にばかばかしいわけですね。

だいたい大きく整理すると、納税義務者が決まっているけれども、担税者が決まっていない。ゆえに、立場が弱いほうが負担を強いられる。というのが第一。

仕入税額控除という仕組みによってワーキングプアが増え、一方ではこの表にあるような輸出産業、どこも輸出うんぬん以前に、そもそも日本のエスタブリッシュメントの大企業ですが、その大企業だけは逆に、かつ一方的に儲かってしまう。これで、弱いところで負担した金を大企業がみんなかささらってしまうという構図が、おわかりいただけたでしょうか。

●消費税増税のもうひとつの目的

いま言ったようなことは、もちろん財務省当局の人たちはみんな知っていますし、政治家たちもみんなわかっています。一いや、徹底的にボンクラというのも少なくないので、“みんな”とまでは言い切れませんが一わかっていて、しかし、あえて積極的に無視している部分です。もちろん、無視してよいものもあるでしょうけれど、しかしこれは、そんな簡単な話ではありません。要するに大企業以外は、みんなものすごい打撃を受けます。

たしかに、中小企業にもかなりの規模のあるところがありますし、抜群の商品力をもっているところもあります。たとえば世界一の技術をもっているメーカーであれば、これは消費税がどうであれ、どんな値決めをしようが、必要な人は買ってくれます。

しかし大概是、商品や技術力にそんなに大差がないものを扱っています。いかに利幅を下げ、値引き競争のもとでものを売っているか。そういう状況のなかで消費税増税をすれ

ば、小さい事業者はことごとく潰れるでしょう。あるいは、潰れる前に廃業してしまうでしょう。

そうしないでぐずぐずしていると、払えないところに差し押さえが来て、根こそぎ持っていかれて、ということになる。

しかし廃業にしても倒産にしても、小さくたってその企業には従業員がいます。そういう人たちもみんな失業するわけです。いま失業率はだいたい 5%前後ですが、これが軽く二桁にはなるだろうと思います。それから、年間の自殺者 3 万人以上というのが 4 年連続で続いています、これは少なくとも 5 万人くらいにはなるだろうと思います。

いまのこの 3 万人でも問題だというのは、日本は自殺率でいうと先進国中のワーストワンなんですね。日本よりひどいところはロシアとかウクライナとか、みんな旧ソ連です。ソ連の場合は体制があれだけひっくり返ったわけですから、たしかにそれについていけない人がたくさん自殺するのはわからないではありません。しかし、日本はそれ並みか、へたをすともっとひどいことになってしまう可能性があります。

それだけではありません。私がいろいろと取材をしていると、東大のある財政学の先生がこう言いました。「斎藤さんの言うようなことはぜんぶわかっているけれども、そういう理由で消費税増税をしなかったら、わが国の生産性はいつまでたっても上がらないね」と。

つまり、消費税増税の理由を社会保障がどうだ、財政がどうだと言っていますが、それだけでなく、この増税によってこのさい、中小・零細の生産性の低いところをぜんぶ整理してしまおうという狙いがあるんじゃないか。ぜんぶ潰してしまうことも目的の一つだと言っているのではないかと私は考えています。

そういうと陰謀史観みたいに思われるかもしれませんが、決してそんなことはなくて、小さいところは生産性が低いから邪魔だという考え方は昔からあるんですね。最近になって思い出しましたが、私が大学生のときですからもう 30 年も前、商学部だったのでマーケティング論の授業をとっているなかで、いまでいうスーパーマーケットとかコンビニストアとか、そういった新しい商業形態を教えてもらっていました。そのときに教わったのが「流通暗黒大陸論」というものです。暗黒大陸というのは昔からアフリカのことを言っていて、要するに先進国にとってみれば、ジャングルや未開地ばかりで、ものすごく遅れているということです。

つまり、日本国内の流通はひじょうに複雑で、小さいところがたくさんあり、問屋にしても二次問屋、三次問屋まであって、ひじょうに流通段階が長いと。その分、複雑でコストが高くて、いいことがないと。だからこれをなんとか合理化するというのが 70 年ころの通産省（現経済産業省）の考え方にありました。そこでフランチャイズチェーンなどが出てきたのです。つまり、小さな家族でやっているような酒屋さんやタバコ屋さん、そういう小さな店をぜんぶ大手のフランチャイズグループがまとめて管理する。通産省的に言えばそういう考え方です。

同時に大蔵省（財務省）的な立場でいうと、そういう小さい事業者というのは税金の把握がしにくいので、これをぜんぶ大きいところにひとまとめにしてしまえば、税金を取りやすくなると。ですから小さいところを潰すというのは過去何十年もの経済官僚の悲願だったと言ってもいいくらいです。

で、その方法論にはいろいろありました。フランチャイズ化でもよかったし、大店法的时候は大店法によって小さいところをぜんぶ駆逐してしまうことでもよかった。そしてこんどは消費税増税で小さいところをぜんぶ潰すことも可能なのです。町工場のたぐいも入りますね。

私は町工場ほど大事な産業もないとさえ思うのですが、しかしこれもマクロに見ると、いまや世界調達時代といって、たとえばトヨタ自動車が愛知県の工場で使う部品を、なにも近くの町工場から買ってくる必要はない時代です。世界中からネットで調達できる。まあ、それを過信しすぎたためにプリウスの事故などが起こるわけですが、そういうのは彼らのあいだでは小さなコストということになるのでしょう。消費税増税には、このさい、流通にかぎらず、零細事業、自営業といわれるものを駆逐する目的もあると私は受け取っています。

それはいわゆる指導者層にとっては、日本の国際競争力を高める方法と捉えているわけですが、しかし実際にそれで食っている人間にとっては、そんなふざけた話はないですよ。公正な競争の結果としてそうなるのではなく、国民の生存権を保障しなければならないはずの国家が、敢えて恣意的に作った不公正な税制のために無理やり食べる道を絶たれるのですから。

以上のような多々の理由から、消費税増税にはまったく反対というのが私の立場です。

きょうは消費税についての私の理解と考え方についてお話させていただきました。消費税について皆さんの勉強の参考になれば幸いです。