コスター関西

ミニコミ紙

コスト の 窓

小特集

消費税

第３５号 ２０１５年１２月 編集発行 AACE International, ＪＳＣＥ 関西支部

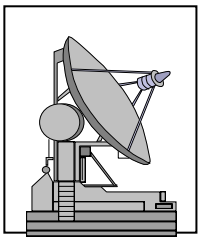
巻頭のご挨拶 ： 大石 支部長

小特集： 消費税

✍ メンバーの考えること：

荒木 澤田 大石 佐藤 岡本 増田 富阪

一般投稿 ヨーロッパ企業のコンサル 恩田 隆



巻 頭 の ご 挨 拶

関西支部長 大石 哲夫

１２月に入り寒さが厳しく、年末の慌ただしさが感じられる頃となって来ました。

今回の小特集テーマは「消費税」に致しました。このテーマは前回の「財政問題」に関連するテーマであり、我々にとって身近なテーマであります。平成 29 年 4 月から、現在の 8%が 10%に引き上げられることで、新聞紙上でも頻繁に取り上げられています。

この増税は低所得者に対してより重い増税であり、この負担を少なくする為に生活必需品に対する軽減税率などが考えられています。一方ではこの増税は社会保障の為の安定財源の確保に繋がるものであります。会員の皆様の幅広いご意見を戴けることを期待しております。

小特集：　消費税

消費税について

荒木　清士

従来、消費税は、経済動向に左右されにくい事、および勤労世代等特定の人々への負担が集中しないという事から社会保障の安定財源にふさわしいとされてきた。

しかし、低所得者ほど税負担が重くなるという「逆進性」の問題を含んでいる。

その歴史を振り返ると、1989 年 4 月、竹下政権に於いて・・・3%導入、1997 年 4 月、橋本政権下で・・・5%へ引き上げ、2014 年 4 月、安倍政権下で・・・8%へ引き上げ、さらに、2017 年 4 月、10%へ引き上げ予定となっている。

財務省の当初の試算では、消費税を 5%から 8%へ 3%上げると、約 8 兆円の増収との事であるが、2014 年度の税収増は、約 5 兆円の見込みで、その中、2.9 兆円は、基礎年金の国庫負担へ、1.3 兆円は、社会保障費の補填、0.5 兆円は、子育て支援の充実、となっている。

2017 年 4 月消費税を 10%へ上げることについては、公明党が、食料品を初めとする生活必需品を 8%に据え置く軽減税率に固執している。しかし、食料品を全て 8%とした場合は、1.3 兆円の減収、米と酒類のみ 8%とした場合は、4～5 千億円の減収となる事から、自公間で交渉が難航している。

いずれにせよ、財政健全化目標：[2020 年迄に、国と地方を合わせ基礎財政収支（約 84 兆円）を黒字化する]・・・については、年 3.5%前後の名目経済成長率を織り込み、それに伴う税の自然増収を反映しても、約 11 兆円の赤字が残るという事から、消費税のアップだけでは、目標達成は、とうてい果たせない。

また、景気を低下させるという副作用も、忘れてはならない。

対策として、

1.社会保障給付の見直し

2.追加増税・・・・・・・・が不可避である。

消費税を考える

澤田　弘道

平成元年に 3%で施行されてから平成 29 年には 10%となる。今回は社会保障の安定財源を確保するとの趣旨といわれている。高齢化社会を迎えるに当たって財源の確保は必要

と思うが、この趣旨は、表面を取り繕うための名目と思われる。増税に当たっての問題をあげてみる。

問題１　消費税の収入は、社会保障だけに使われているか。この機会に選挙目当ての公共投資のタガを緩めようとする考えもある。また、税との一体改革という社会保障改革のグランドデザインも明確ではない。

問題２　法案審議の過程では国民に負担を求めると同時に、議員も痛みを分ち合うとの考えもあったが、実際はどうなったか。議員数の削減は、目立ったものになっていない。金額が多い少ないと言うことではない。理由は色々つけられるが、議員自体が、自分の立場を考えて積極的な行動をおこさず、政府もそれを良いことにして摩擦を回避しているようだ。

問題３　財政支出の見直しは不十分ではないか。不適正会計に関する会計検査院の指摘は氷山の一角であろう。いつまでたってもムダな支出は後をたたず財政健全化の足を引っ張っている。

問題４　いくらまで増やすつもりか。このままでは 15%になるのはそう遅いことではないような気がする。北欧は歴史があるので言及しないが、他の欧州各国は 20%とのことである。これらは標準税率であって食料品には 10%以下の国が多い。財務省は、面倒くさいとか税収のことばかり考えずに、国民が受けいれやすいきめ細かな対応が求められる。消費税の増税にあわせて所得税の体系の変更を検討する必要があるが、見えてこない。

消費税の増税とその課題について

大石　哲夫

日本では平成 29 年 4 月から、消費税が現在の 8%から 10%に増税になることで、最近の新聞も頻繁に取り上げている。これらの記事をベースにし消費税に関する世界の状況を調査し、増税に伴う課題について考えてみた。

現在の消費税の世界的な状況を見ると、北欧のスエーデンでは 25%で極めて高率であるが、医療費が 18 歳までは無料、教育費は大学院まで無料であり、福祉が充実しており、消費税およびその他の税金が高くても国民の不満が出ていない状況であると伝えられている。日本の消費税はこれに比べると低い状況であるが、福祉の充実を合わせて考える必要がある。

日本に於ける消費税増税の問題点の一つに低所得者層への負担が大きいことが挙げられている。これを防ぐために、生活必需品の税率を低減する軽減税率あるいは低所得者への消費税還元の導入が考えられている。これは必要であると思われるが、上記の福祉対策との兼ね合いが重要である。

消費税についての私の意見は以上であるが、前号で議論したように、日本の国家財政を立て直すためには単に税率を上げることではなしに企業の増収により国家の収入を増加す

ることが重要である。この例として東南アジア向けのインフラ設備の受注等は国として更に努力することが必要であると考える。

消費税

佐藤　克朗

現役時代は見積という仕事だったが、消費税については詳細を知る必要は全く無かった。ただ消費者として決められた率で、乗せられたお金を黙って支払う、国民の義務として深く考えたことも無かった。

今回のテーマが決まり、インターネットを見たら、2015 年の総予算 96.3 兆円、内 54.5 兆円が税収入、その内、所得税 16.4 兆円、消費税 17.1 兆円、法人税 11.0 兆円・・・という記事に出くわした。法人税はつい最近 32.11%から 29.97%への方針を固め・・・。設備投資・賃上げなどを促し市場に活性化を・・・一方内部保留、高配当の記事も紙面を賑わす。今本当に必要な減税かと思える一面も、これに対して消費税の 10%は決まっているのだから、せめて軽減税率で庶民に有利な方向でと願わざるを得ない。

消費税に関する情報に目を通し、改めて思われたことは、我々消費者は何の検討の余地もない、ただ決められたレートで払うのみ、これに対して、課税売上高 1000 万円以下の事業者は免除となっている。この事業者でも、仕入れ、光熱費、交通費など消費税を払っているはず。

払った消費税は当然末端の消費者に上乗せされているはず。免税だから、税務署への納税は必要ない。消費者からの徴収は、自分が払った分だけなのか、誰にも解らない。

1000 万以下の事業者がどれぐらいあって、5000 万以下で認められている簡易課税制度を適用して納入する法律になれば、10.4 兆円がどれぐらいになるのかという事と、事業者への納税に関しては、消費税の節約方法が公表されているのに、消費者には、全くその余地がない。せめて、10%への移行で増えた税収は、全額福祉へという大義名分を確認する手段は？何れにしても、自分の生活のことは自分で考えることを、改めて意識させられた今回のテーマだった。

軽減税率について

岡本　政義

現在、消費税をめぐり与党内で意見が対立している。それは 2017 年 4 月の消費増税時に一部の商品だけ税率を現在の 8%に据え置く軽減税率の検討のためである。対象品目と

して自民党の「生鮮食品のみ」「生鮮食品プラス一部の加工食品」に対し公明党は「酒類と外食を除く飲食料品」「酒類を除く飲食料品」を主張している。

しかしこの対象品目に伴う税収減を穴埋めする財源は、自民党案の場合 3400 億～4000 億円、公明党の場合 1 兆円～1 兆 3000 億円となり、この目減りをどう賄うかが議論の対象になってくる。低所得者の負担を減らす他の施策を見送る案もでる始末である。

消費税（付加価値税）は、ＥＵ加盟諸国は 20%前後であり、加盟国 28 カ国中 21 カ国が軽減税率を導入し適用している。区分けや税率は各国で違いがある。一方アジア諸国は中国の 17%を除き 10%前後であり軽減税率は採用していないようにみえる。世界の趨勢からみて軽減税率の導入をアジア諸国に先駆け検討することは必要である。

この際軽減税率については、国民全体の考え方の共有が必要ではないかと思う。国民によればなぜ 2%程度の軽減につき他の施策を先送りにしてでもその対象品目決定にこだわるのか、与党内で喧々諤々しているのか。

私はこれは極めて重要な意思決定と認識している。これは将来世代にとり重要な意思決定と考えるからである。現在は 2%の軽減を云々しているが今後消費税はＥＵ諸国並みに 20%程度になると思う。その際、我々が今回決めた 8%の対象品目は将来とも据え置くことを基本方針とすることである。我々は公債発行によりいまだに将来世代に大きな負担を与え続けている。将来世代にたいする負担を考えた軽減税率を施策として十分議論すべきと思っている。

消費税、増税について

増田　寿男

次年度税制改正に向けた与党の手続きが大詰めを迎えている。消費税率の 10%への引き上げ時の軽減税率について、対象品目、経理処理、安定財源などに対する自民党と公明党の協議が続いている。何かおかしいので、何が問題なのか考えてみる。

ミクロの話ばかりで、マクロの姿が見えない。

税負担の長期的なビジョンとして、課税ベースの広い消費税の比率拡大の必要性を論じ、最終的な消費税率と引き上げ時期の道筋を明確にすべきである。この場合、所得税・資産税との関係において、税負担の公平性と所得の再分配の観点から、軽減税率制度を位置づけるべきである。

議会制民主主義の手続きに問題があれば、その弊害を除去すべきである。

与党の税制調査会が、税制の具体的な内容を全て決める。現在は連立政権なので、自民党と公明党の協議が難航し、党や政府の幹部が干渉せざるを得なくなって、マスコミが騒いでくれるが、なぜこうなっているのか。首相や政府が主体として行い、うまく行かなければ、責任問題となるからである。そもそも、税制調査会とは何なのか、利害関係者の要

望を調整し具体的な内容を決定するので、目の付け所が国民よりも選挙である。

消費税率の導入と増額の経緯について、5%と 10%が大枠として進められ、実施に際して、5%は 3%と 5%に、10%は 8%と 10%に細分された。国会での反対を少なくしたが、数字としての考え方を複雑にしてしまった。軽減税率については、当初は、標準税率 10%に対し軽減税率 5%を匂わせたが、現在の協議では、標準税率 15%を想定した軽減税率 8%か、さらに 20%に対する 10%が想定されているらしい。

特におかしいのは、増税額は軽減税率導入を前提として一体として決めるべきであるのに、軽減税率には安定財源が必要だとしている。また、中小事業者には区分経理とインボイスの扱いが難しいことを理由に、益税の拡大が当然のように確保されている。

年金収入が減るのに、税金と保険が増えるため、老後不安が拡がっている。少子高齢化が進み、非正規勤務者の比率が高まるので、将来世代はますます不安となる。

消費税と軽減税率制度

富阪　泰

2017 年 4 月より、消費税率が 10%に引き上げられる。併せて、軽減税率制度の導入も、自民公明両党の合意事項となっている。軽減税率制度を導入するには、制度設計と対象品目の決定を急ぐ必要があるが、関係者の思惑が異なっているため一向に捗らない。

当初は、自公の税調関係者のあいだで話し合いが進められたが埒があかず、素案の作成を財務省に委ねた。しかし、これが混乱に拍車をかけた。財務省は、獲得した税収枠を軽減税率で削減されたくないので、この制度を骨抜きにすべく、税率の異なる物品が混在する取引の煩雑さをいい立て、これを回避するとして、「すべての物品の税率を 10%として税を収納し、年度末にエビデンスをそえて払戻し請求のあった納税者（消費者）に返還する」という手法を提案した。この提案は、公明党を激怒させたようである。提案は審議のテーブルにのることなく廃案となり、財務省とタッグを組んでいた自民税調会長が更迭される結果を招いた。その後は、自公幹事長レベルでの協議が重ねられたが、双方譲らず進展がなかった。しかし、12 月 9 日、突如として急転、公明党の主張を全面的に受け入れた形で調整がはかられた。表舞台とは別に何かが働いたようである。この決定に至るまでの経緯を振り返ると、首をかしげざるを得ない。

軽減税率制度は、消費税が本質的に持つ逆進性を緩和するために導入されるもので、実効性はともかく、心理的にはそれなりの効果はあろう。また、消費税率引き上げに際しては、対象品目の税率を据え置くことにより、購買意欲減退を抑制する効果が期待される。軽減税率制度はこの政策理念のもとに導入されるはずであるが、今回、このような協議はなされたのであろうか。増税後の軽減税率 8%は、事前の了解事項であったのか、改訂の協議がなされた気配はない。この値は、ＥＵ諸国のそれに比べかなり高い。一方、標準税

率に対する軽減の比率は、ＥＵ諸国のそれが一般的に 50%以上、なかには 100%という国もあるのに対し、わが国のそれは、20%と極めて低い。したがって、軽減規模は小さくならざるを得ない。自公合意レベルでは、軽減額約 1 兆円、消費税の約 4%に過ぎない。この程度の軽減率、軽減規模ではこの制度の持つ逆進性の緩和効果も期待できないと思われる。現段階は、本格的導入への試行段階と捉えるのが適切ではないか。

それにしても、自民側は軽減額 4000 億円にこだわり続け、一歩も譲る気配を示さなかった思惑は何であろうか。これに対し公明党は、自ら掲げた政策目標を達成するために粘り強く交渉し、初志を貫徹した。敬意を表したい。

一般投稿

ヨーロッパ企業のコンサル

恩田　隆

最近、ヨーロッパのＡ国のＢ社（何れも頭文字では無い）のコンサルを経験した。厳格な機密保持契約を締結しているので具体的な業務内容の記述は難しく一般論的な記述になる事をご容赦願いたい。

１．業務履歴書

コンサル契約の締結に当たっては機密保持契約の締結はもちろんであるが英文での業務履歴書の提出を求められる。ここでの記述は以下の項目である。

1. Fields of Competence
2. Experience Summary
3. Credentials
4. Education
5. Languages
6. Key Projects

日本の履歴書では教育、会社履歴が中心となるが外資系ではどの学校を出てどの会社に在籍していたのかはあまり関心が無くどの様な Competence を有しているのかつまりどの様な能力を有しどの様な Projects をどの様な立場で遂行したのかが問われる。長文では無く短文で簡潔に記述すればよいので英文でもそんなに難しいことでは無い。

しかし「Competence」なる言葉はあまりなじみは無く改まって自分の「Competence」は何であろうかと考えるとなかなか難しいものである。Credentials はかなり重要視される様である。ＰＥの資格は有効なパスポートとなる。

２．日常英会話力と英語力（読み書き、挨拶など）は別物である

日常英会話力と英語力はよく混同されるがかなり異なる。日常英会話は迅速な意思疎通が図れればよいので文法は考えなくてもよいのである。丁寧な言い方がなぜ過去形になるのかは文法では説明できない。ただその様な例えば Could I～、Could you～と言った会話は聞いたことが無い。英会話では単数、複数、現在形、過去形などの間違いは大したミスではない。動詞が二つ続く会話もある。例えば Let's go find ~の様な言い方は良くある。and が省略されている。しかし書くつまり英作文はそうは行かない。きちっとした英作文が求められる。また挨拶、会議での発言も同様である。

３．英会話には３種類有る

英語は現在は世界標準語になっている。やはり世界の言語の中で最も簡単な言語と評価されているからである。ラテン語系言語、漢字圏言語よりはるかに楽である。英会話は現在では３種類あると言われている。

①英国の England 地方で話されるいわゆる本来の英会話
②米国、オーストラリアなど英国以外の英語を母国語としている国の英会話
③それ以外の global 英会話

特に米国英語はかなり英国英語と違ってきた。英国人が米国人の英語はわかりにくいと言っているので確かな様である。米国ではｔとｄを発音しなくなっている。ｔとｄは発音しにくいからである。シートベルトはシーベルになっている。有名な話であるがウオーターはワラに聞こえる。英国人はきちっとｔとｄを発音する。当然日本人は global 英語であるが何とか意思疎通は図れるものである。英国人、米国人も何とか理解しようと努力してくれる。

４．英語もいろいろなニュアンスの表現を使い分ける

コンサルといっても難しい英語は専門の通訳がいるので話す方はそんなに心配することは無い。しかしレポートは自分で作成しなければならない。技術用語ははっきりしているので容易であるが問題は動詞である。英語でも気配り表現は有る。それは万国共通である。例えば「反対する」という表現も「Reject」はかなりきつい表現で「拒絶する」ニュアンスになる。「Not accept」は少し柔らかい表現になる。専門の通訳がニュアンスを教えてくれる。「良い」と言う形容詞も日本人は普通は「good」を思い浮かべるが「good」は「まあまあ」のニュアンスで「nice」の方が日本語の「いいね」に近い。「とても良い」は「delicious」である。good は better、best と変化するが比較するものあるいはグループの中での表現である。それでも英語はかなり簡単な言語になって来た。ドイツ語ではまだ四格がある。またラテン語系言語では男性名詞、女性名詞がいまだに残る。

５．ヨーロッパは category 文化

英語を言語学的に論ずるのが本稿の趣旨では無い。英語で同じ概念にいろいろな単語、表現が有るのは気配りに寄るものかと思っていたがどうやらそうでは無い様である。

独断と偏見で言うならばヨーロッパではマトリックスを作りカテゴリーに分けそれぞれにアクションを考える事が多い。具体的には「ブランドビジネスモデル」がその例である。ご存知の通り化粧品、靴、バッグ、衣服、自動車など様々なブランドが存在しプレミア価

格により中進国、発展途上国で消費者の優越性を満足させるビジネスモデルである。成熟した消費者の先進国ではそのモデルは通用しない。日本、米国でもブランドビジネスモデルはもちろん有るが「水道水ビジネスモデル」が主流である。つまり良い物をリーズナブルな価格で消費者に提供するのである。米国の２０世紀初頭のＴ型フォードはその典型であり日本では故松下幸之助氏が有名である。マイクロソフトのＯＳソフト、アップルのiPhone もその流れである。

「ブランドビジネスモデル」からは技術の innovation は生まれにくい。現に戦前はノーベル賞受賞者のトップを走っていたドイツは最近は非常に少ない。因みにある調査によればパクリと欺瞞の一位は中国、二位はドイツとの事である。奇しくもＶＷの diesel 車のソフト不正はそれが的中してしまった。

言語が異なると当然文化も異なり発想も異なる。が異質なものを受け入れる文化は貴重である。自動車では最初トヨタのハイブリッド技術に見向きもしなかったドイツメーカーが最近はベンツでさえもハイブリッド車を売り出している。またＢＭＷもトヨタの燃料電池技術を導入しいずれ燃料電池車を販売予定である。ヘーゲルの弁証法ではないが正反合によりいずれヨーロッパも再び世界をリードする時代が来るのであろうか。

編 集 後 記

今回の小特集は「消費税」。前号の「財政問題」に関連する話題として繋げたのですが、皆様には取っ付き難かったようです。

原稿の締め切りが 12 月 9 日で、軽減税率が決まらない状態で、編集しました。なお、軽減税率は、その後に食品全般を対象として、決着しています。

久しぶりに、恩田さんの投稿をいただきました。続編を期待します。

コスター関西　コストの窓　第３５号　　２０１５年１２月１９日発行

発行：　ＪＳＣＥ（ＡＡＣＥインターナショナル日本支部）
関西支部　支部長　大石　哲夫

編集：　〒666-0035　川西市花屋敷 1-31-17-105　増田　寿男