



6

「外形標準課税」

税金は、収入という入口、支出という出口、その何れかで徴収するしかないのです。が、入口で把握可能なのは給与所得者の収入の九割、自営業者の六割、農家に至

向に改善されず、それは企業間にも存在します。財務省のデータに拠れば、株式会社七割は、国税の法人税と地方税の法人事業税を一円も納めていません。連結決算を導入する超大企業ですら、66%が同様です。利益に対して課税する仕組みだからです。

累積債務超過の会社を買収して連結決算に組み入れ、負債を一括処理して赤字決算となると、翌年以降に黒字転換しても自動的に最大七年間、法人税も法人事業税もゼロ円となります。経営状態の悪い別の企業を半ば計画的に買収すれば、再び赤字転落へ。永遠に同じ繰り返しが可能です。

この理不尽な状況を改善する上でも、事業規模や活動量を基準に課税する外形標準課税へと抜本的に刷新すべき。事業所の床面積や従業員数、資本金、更に付加価値等の外観から客観的に判断可能な基準を課税ベースとして、税額を算定する方式です。既に地方税の一部に外形標準課税は導入済み。

つては四割に留まる「九六四」状態が続いているから、せめて出口だけでも公平に、と二十四年前に消費税は導入されました。

けれども、入口の不公平感は一

現行の三分の一に引き下げても、

全体では逆に一割の税収増となるのです。更に完璧な新税制を確立すればノーベル経済学賞！
今や何処で何人働き、何を幾つ作って、何処で幾つ売れたか、瞬時に把握可能な時代。消費税と同じく、事業展開しているそれぞれの地点で、事業量に応じて納税する仕組みを構築すべきです。

而して「地域主権」を唱和する面々こそ、外形標準課税の全面導入を求めるべき。各地の自治体が支度金も用意して工場誘致を実現しても、法人税は東京や大阪の本社登記地に支払われるから、多少の雇用が見込めるだけで税収増には繋がらないのが現実です。

アップルやアマゾン、グーグル、スターバックスに代表される多国籍企業ならぬ無国籍企業が、実際に事業を展開している国で税金を納めていない問題が昨今、アメリカやイギリスを始めとする日本以外の「先進国」の議会では大きな議論になっています。

日本のアマゾンで購入した商品の「amazon.co.jp」とロゴタイプが左上に印字された納品書にも何故か、ワシントン州シアトルの住所が表記されています。即ち、消

費税分は日本の行政機関に支払われず、アマゾンの「純益」と化しているのです。問うても、明確な回答を留保し続けています。

生産に掛かった国内消費税額を、海外への商品輸出に際し還付する輸出戻し税は、年間三兆円に上ります。が、製造・流通の中間段階で、それぞれの業者がどれだけ消費税を納付したか、証明する上で不可欠な取引明細書インボイスを何故か日本のみ未導入。故に、最終販売業者の自動車、家電、電子機器等の超大企業にのみ還元され、日本のモノ作り産業を支える材料や部品の中小納入業者に戻って来ない不条理が放置された儘です。仮に消費税率10%になれば、大手企業に還付される金額は二倍の六兆円に膨らみます。

制度は須く簡素シンプル、公正フェア、理に叶ったロジカルな仕組たるべし。「弱者救済」と喧伝される軽減税率こそ、どの品目に適用するか、業界団体や所管官庁の「声の大きさ」に左右される時代遅れな裁量行政の復活。複雑な税制は、肥大化した行政機構を温存させ、既得権益の死守を目論む面々の思ひ壺なのです。