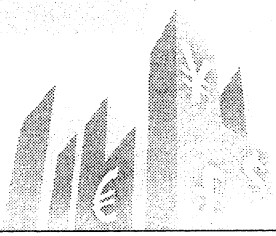


この記事は朝日新聞社の許諾を得て転載しています。無断で複写・転載することを禁じます。

ザ・コラム

The column



小野 善康
(大阪大フェロー)

恩恵受けるなら雇用つくれ

日本では不況が続く、雇用創出が急務だ。しかし産業界は、金銭的余裕がないから投資も雇用も増やせないと言っている。法人税の引き下げを要求している。政府もこれに応え、法人税減税を税制改正大綱に盛り込んだ。実は法人税は、企業の海外移転を考えなければ設備投資や雇用に影響しないことが、理論的にわかっている。企業の目的は「税引き後利益」の現在から将来にわたる総計を最大化することだ。「税引き後利益」は「税引き前利益」(売上高マイナス投資を含む総費用)から一定割合(税率)を引いたもので、両者は比例する。だから企業は税率がどうあれ、税引き前利益を最大にするよう雇用や投資を維持すればよい。

このルールに従い、企業が従

法人税の減税

来の生産活動を続けるだけなら、税負担を免れた分は、所得税、相続税の増税や社会保障の削減などで、負担が消費者や社会保障受給者に回るだけだ。それを上で、政府はあえて高収益企業への負担を減らして、需要と雇用をつくらせたいと願う。企業もそれを承知して減税を要求する以上、企業には雇用と需要を増やす責任がある。つまり、政府からお金をもらって、雇用と需要創出を請け負ったようなものである。

来春卒業する高校生や大学生の就職内定率は6割を切る。社会は彼らを大いに歓迎すべきなのに、彼らは社会人になる第一歩で受け入れを拒まれ、厳しい就職戦線を経て敗北感を感じている。法人税減税には、彼らに十分な職場を与えて欲しいとい

う願いが込められている。

法人税減税はしばしば企業の海外移転と絡めて論じられ、高い税率が海外移転を促して国内の雇用が悪化すると言われている。しかし、日本経済全体への影響を知るには、その企業での目先の雇用動向ばかりでなく、経常収支と為替の調整メカニズムも考慮しなければならぬ。実は、海外で事業展開したい企業が日本から出て行くことは、経済原理にかなっていない。無理に引き留めれば、日本経済にとっても得策ではない。

理由を考えてみよう。企業が部品の調達先を海外に変えたり、最終財の生産拠点を海外に移したりすれば、日本の輸入が増え、輸出が減る。それが経常収支を悪化させて円安を招くから、国内企業の競争力が改善して、雇用は以前より拡大する。雇用が前より増える理由は、円安だから輸出量が前の水

準に戻ってもドル表示の輸出額はまだまだ低く、経常収支の回復まで、さらに円安が続くからだ。企業が海外移転すれば雇用が減るから、その時点で景気が冷えて、雇用回復どころではないという意見がある。しかし、企業が中国などに移転するとき、いきなり国内工場を全面閉鎖し、海外生産をフル稼働するわけではない。既存の生産設備を償却しながら徐々に生産を縮小し、同時に中国での体制を整えながら生産を移していく。移転には時間がかかるのである。

この過程で経常収支の黒字圧力が徐々に下がり円安が進行する。それに呼応して、これまで規模を抑えたり、参入できなかったりしていた産業の活動が広がる。この効果は、移転した企業が立地していた場所で見られるとは限らないから、一見わかりにくい。気づいたら円安が進んでいて、日本全体で雇用が増えている、ということなのだ。そもそも企業が海外移転を考

えるのは、海外の労働者が日本より優秀だからということよりも、海外でも生産できるからである場合が多い。そうした分野の企業は国外に生産拠点を移し、日本からの輸出を減らし、日本への輸出を増やしてもらえばよい。それで経常収支の黒字圧力が緩和され、円安になれば、日本が得意とする分野での企業支援になる。これを無理に阻止したら円高が収まらず、国内で新産業が育たない。

日本に踏みとどまる企業は、国民の負担増のもとで減税の恩恵を受けるのだから、インドや中国の顧客向けに安い物を作って輸出で稼ぐ、という発想を乗り越えるべきだ。それよりも、日本の消費者に夢や楽しみを与え、商品を開発し、内需を刺激する義務がある。それが景気の自律回復につながる。それができないなら、法人税減税で免れた税金を政府に返上

し、そのお金で、政府が国民の必要としている分野の雇用をつくる方がよい。それによって日本の雇用状況が改善し、若者の就職も改善する。日本企業はこれまで、海外に追いつきたいという思いで必死に働き、手本となる外国製品を見習って、少しでも効率よく生産しようと努力してきた。かつてのアメリカにおける日本脅威論は、そのまま現在の日本におけるアジア脅威論につながる。1990年代から2000年代のアメリカ経済が活況を呈したのは、企業のコスト削減で旧来の製品のシェアを取り戻したからではない。パソコンやインターネットなどのIT関連サービスをはじめとして、消費者の新たな楽しみを創造したからである。既存の製品を安く提供することで勝負する企業は、コストの安い国に行く方が経済原理にかなう。国内にとどまる企業には、日本の消費者の心をつかむ製品を開発して欲しい。