

自由民主党
政務調査会
税制調査会 殿

平成21年度税制

「広告課税に対する反対要望書」

平成20年9月24日

広告・報道関係8団体

平成21年度税制 広告課税に対する反対要望書

われわれ広告・報道関係8団体は、1968年(昭和43年)10月に貴党税制調査会の意見聴取に出席して広告課税反対意見を述べて以来、毎年、貴党の次年度税制改正審議に当たり、一貫して、広告に関するいかなる課税も反対するという基本姿勢を堅持した内容の「広告課税に対する反対要望書」の提出を続けてまいりました。われわれが長年この運動を継続してきた所以は、広告課税の導入は広告の重要な機能を著しく衰退させ、必ずや景気停滞による国民生活の低下を招く事態を招来せしめることになるからであります。

よって平成21年度税制改正においても、広告に課税することのないよう切に要望いたします。

近年、日本の広告業界は、新聞、テレビ、雑誌、ラジオの既存4マス媒体に加え、インターネット広告が大幅な伸長を見せるなど、新しい広告媒体の芽も育ちつつあり、広告事業がわが国経済市場に果たす役割は、ますます大きくなっております。

従前から申し上げておりますように、広告の持つ機能は今や一国の経済の浮沈を握る重要な存在となっていることは明らかなことであります。広告は、消費者の購買ニーズの深層にまで届き、商品選択の適切な判断に好材料を提供しております。これにより内需拡大が現出し景気浮揚へとつながるのです。まさに広告は、わが国の景気動向の行方を握る重要なツールなのです。

次に、広告の持つ重要性を示すものの一つとして、広告がいまやメディアの収入源の中核的存在であることです。とくに新聞、テレビ、雑誌、ラジオなどは、その特性である公共性堅持のために経営の独立性が強く求められます。この意味でも、広告収入がメディアの公共性を確保する担い役であり、表現の自由にもとづく国民の知る権利に応え

る報道の姿勢の維持など、メディアの広範な情報公開活動の裏づけとなっています。

また、広告は時代を映す鏡とも言われ、つねにその時代のトレンドを生み出し、国民のライフスタイルに多大な影響を与え続けてきています。つまり広告はいつの時代においても生活に不可欠な存在であるということが分かります。

21世紀は環境の世紀といえますが、温室効果ガスの削減などを訴求する新しいタイプの広告が出現していることが示すとおり、企業の社会的責任に基づく環境広告は、人類の遺産を次世代へとつなぐ崇高な使命を担っていると言っても過言ではありません。

このように、大きな影響力を持つ広告に課税することは、国レベルでも、国民個々にとっては、決して得策ではないと、あえて申し上げます。

以上の理由から、平成21年度税制改正においても、広告に課税することのないよう重ねて要望いたします。

公益法人として全国に組織をもつわれわれ広告、新聞、放送、出版等関係8団体は、平成21年度税制に関し上記のような意思統一を行い、ここに要望書を取りまとめ、各団体代表者連署のうえ提出いたします。

社団法人 日本アドバタイザーズ協会	理事長	西室 泰三
社団法人 日本新聞協会	会長	北村 正任
社団法人 日本民間放送連盟	会長	広瀬 道貞
社団法人 日本雑誌協会	理事長	村松 邦彦
社団法人 日本雑誌広告協会	理事長	並河 良
社団法人 日本広告業協会	理事長	俣木 盾夫
社団法人 全日本屋外広告業団体連合会	会長	細川 公明
社団法人 全日本広告連盟	理事長	佐藤 安弘