

京都帝國大學法學科大學

經濟論叢

第一卷 第六號

論說

●米價ノ騰落ト其調節ニ就テ(二)

法學博士 戸田 海市

●穀物倉庫論

助教授 河田 嗣郎

●貧富問題(三)(完)

法學博士 田島 錦治

雜錄

●大藏省證券ニ就テ尾上學士ニ應フ

法學博士 小川 郷太郎

●南洋新占領地研究ノ二
まーしやる群島研究

助教授 山本 美越乃

●保險學說ノ發展(二)

法學士 小島 昌太郎

雜報

●經濟的進化ト人口法則(二)(完)

講 師 米田 庄太郎

●最近ノ金融問題(一)

講 師 谷村 一太郎

●廣告稅ト廣告官營

法學博士 神戶 正雄

●戰爭ト英國ノ貿易

助教授 河田 嗣郎

●社會政策學會第九回大會記事

講 師 高田 保馬

●京都法學會大會記事

廣告税ト廣告官營

法學博士 神 戶 正 雄

日本ノ現代ハ新聞全盛ノ世ノ中デ、新聞ガ輿論ヲ作り、民衆ガ知ラズ識ラズ新聞ニ支配セラレテ居ル。新聞ガ輿論ヲ迎エ又ハ民意ニ從フトモイヘルガ、又ムシロ此ノ如クナルノガ、至當ト考エラルルガ、實際日本ノ國民ハ理性ニ訴ヘテ熟慮耽思スル國民デハナク、感情ニヨツテ動キ易ク、輕卒ニ事物ヲ判斷スル傾アル人民デアラカラ、少クトモ現代ノ日本ノ民衆ニハ新聞ニヨツテ影響セラルル傾向ガ強イ。近頃ノ内閣ノ交迭ヤ、政黨勢力ノ消長モ確カニ新聞ニヨリ支配セラルル所ノ大ナルコトヲ示ス。政治家ノ如キハ人氣ニヨツテ生存スル手合デアラカラ、新聞ニ迎合スルコト勿論致方モナシトシテ、學者デ

モ日本デハ政治家的ニ輿論ニ媚ビ新聞ニ諂フ傾ガアル。廣告稅廣告官營ナドイフコトハ日本ノ實際ニ於イテ到底行ハレ難イコトデアラウシ、學者トシテモ之ヲ主張スルヲ躊躇スル所デアラウ。併シ予輩ノ立場ハ實行ノ能否ヤ、人望ノ如何ニヨツテ言論セザル處ニアルカラ、敢テ此種ノ問題ニツキ卑見ヲ述ベテ見ヤウ。

廣告トイフテモ範圍ハ頗ル廣イ。新聞雜誌書籍上ノ廣告ガアリ、郵便ニヨリ廣告札ヲ送附スルガアリ、公會堂劇場郵便局停車場船待場汽車電車汽船ノ内部ニ於ケル揭示ガアリ、公園路傍四辻野外等ニ於ケル廣告モアル。特ニハ又動ク所ノ廣告、即チ市中ヲ廣告隊ガ練リ歩クガアリ、人足ヲシテ廣告板ヲさんどるつちノ如ク前後ニ掛ケサセテ群衆ノ多ク來集スルガ如キ場所ヲ彼處此處歩カスガアル。近世電氣技術ノ發達ハ又之ヲ應用シタル壯大ナル夜間廣告ヲ行ハシムルコトトナシタ。斯ク廣告ノ範圍ノ廣キコトヲ注意スルニ於テ、日本ニモ廣告官營ガ多少行ハレテ居ルコトヲ知ラナケレバナラヌ。即チ官報ニ

於ケル廣告ハイフモ更ナリ、近頃ハ廣告印刷物ノ郵送ヲ便利ニシテ居ルシ、國營鐵道ノ列車内停車場内ニ廣告ヲ出サシテモ居ルカラ、日本ニモ確カニ廣告ノ一部ガ官營セラレテ居ル。加之元來政府ハ人ノ集マリ易ク人目ヲ引キ易キ場所ヲ澤山ニ持ツテ居ルカラ、政府ニシテ商業的精神ヲ出シテ廣告ニヨリ收入ヲ増サウト思ヘバ、之ガ擴張ノ餘地ハ頗ル廣イ。予ノ見ル所デハ收入不足ヲ嘆ズル財政ガ何故ニ此處ニ目ヲ着ケザルカ、聊カ不思議ナ位デアアル。故ニ此等ハ保存シ又擴張モスルガ、所詮國營ニ不適當ナル廣告ガ法モアルカラ、之ト並行シテ別ニ廣告稅ガ避クヘカラザルコトトナル。但シ此廣告稅トナルト第一新聞雜誌ノ反對ガ喧シクテ行ハレヌ心配ガアル。嘗テ日本デハ電話度數制度ガ新聞ノ反對ガ成立シナカッタ實例モアル。若モ夫ノ諸廣告方法ノ中ニ就イテ新聞雜誌ノ分ヲ免除シテ他種ノモノダケニ課稅スルトスルナラバ、新聞雜誌ノ反對モナイノミナラズ、其レダケ從來他ノ方法ヲ探レルモノガ新聞雜誌ノ方ニ來ルコトニナ

ツテ、彼等ニ都合ガ良クナルカラ。却ツテ彼等ノ歡迎スル所トナル。實行ハ容易ニナルガ、其レデハ不公平デアルカラ、此稅ヲ行フ以上ハ、凡ヘテノ方法ニ對シテ課稅スヘク、新聞雜誌ヲ除外スヘキモノデハナイ。然ルトキハ到底實行ノ覺束ナキモノデアラウ。

諸テ何故ニ廣告ヲ課稅ノ物體トスルカトイヘバ、此ガ確ニ(一)一ノ給付能力ノ有スルト認メ得ヘキ事實デアルカラデア。之ヲ説明スルニツイテ先ツ明ニスヘキハ之ガ轉嫁ノ問題デア。今廣告無稅ノ處ヘ、廣告稅ガ出來タトスレバ、何人ガ之ヲ負擔スルコトトナルカ。之ニツキ、何等中間ニ營利者ノナキ場合ハ問題トナラス。營利者ノアル場合ガ問題デア。例之新聞廣告ノ場合ノ如ク廣告ニヨリ利益ヲ營ム新聞社トイフ中間者ノアル場合ニ問題トナル。此場合ニ於ケル轉嫁作用ハ一概ニハイヒ兼ヌルガ、概シテイヘバ有力ナル新聞ニナルト人シタ打撃ハ受ケヌ廣告稅ニシテ甚シク高クナイ以上ハ、少シ位稅ノ爲メニ廣告料ガ高クナツテモ、廣告ヲ出ス者

ニ於テ其ヲ支拂フニ足ルダケノ効果ガアルト思ヘバ、相變ラズ出ス。有力ナ新聞デハ通例廣告ヲ出ス者ガ義理デ出シテ居ルノデナク、強迫サレテ出シテ居ルノデモナイ。廣告ニヨリ廣告料丈ケノ利益又ハ其以上ノ利益ヲ受クルモノト打算シテ出シテ居ル。廣告ガ廣告ヲ出シテ居ル者ニ餘剩利益ヲ與フルコトガ多イ。隨テ廣告稅ガ課セラレ、廣告料ガ高クナツテモ、優ニ之ニ堪エ隨テ相變ラズ廣告ヲ出スモノガ多イ。勿論廣告稅ノ爲メニ廣告料ノ高クナツタニ付イテ、之ニ堪エズシテ廣告ヲ止メルモノモアラウガ、其ハ少イ。却ツテ從來他ノ無力ナル新聞ニ出シテ居タモノガ、租稅ノ爲メ廣告料ノ高クナルニツイテ、廣告ノ効果ニ關スル感覺ガ鋭クナツテ來テ、多少高イ廣告料ヲ出シテモ、一層ノコト有力ナル新聞ニ出サウトイフコトニモナラウシ、兎ニ角有力ナル新聞ハ割合ニ打撃ガ少イ。之ニ反シ無力ノ新聞ニナルト、廣告稅ノ爲メニ廣告ガ頓ミニ減少スル傾ガアル。租稅ハ勢ヒ新聞社ノ負擔ニ歸スル嫌ガ多イ。デ何人ガ此稅ヲ負擔スルカ

ハ分ラヌ。有力ナル新聞ノ如キデハ廣告ヲ出ス所ノ人々ノ負擔ニナル傾ガ大キイトイフガ、其場合ハ勿論ノコト、彼等ノ負擔ニナル傾ノ少シトイフ無力新聞ノ場合デモ、其ノ負擔トナル丈ケデハ、彼等ハ此ヲ拂ツテモ其丈ケノ實益アリト思フニヨリ廣告ヲ出シテ居ルノデアルカラ、

確ニ此ニ給付能力ガアル。廣告ニヨリ營利スル中間者即チ今ノ場合ニ新聞社ノ負擔ニ歸スル場合ニハ、此税ノ爲メニ其收入ノ減ズルコトトナルカラ、氣ノ毒デアアル。ガ廣告料トイフ收入ヲ擧グルニ對シテ、課スルノデアルカラ此處ニ給付能力ナシトハイフコトヲ得ナイ。此税ノ新設當時ニハ新聞社ニ取り重キ苦痛トモナルガ、此ガ出來上ツテシマツテ見レバ、此租税ハ新聞社ノ廣告料トイフ特別ナル收入ニ課セラルルモノトシテ一ノ給付能力ヲ捕捉スルトハ見ラルル。但右ノ如クニシテ此税ガ多少ノ不公平ヲ生ズルコトハ見逃シテハナラス。ガ凡ソ交通税ハ他ノ種ノモノデモ矢張り多クハ此種ノ不公平ヲ生ズルヲ免レナイ。例之借用證文ニ於ケル印紙税ガ

實力ノ存スル債權者ノ負擔ニ歸シナイデ、弱キ債務者ノ負擔トナルコトガアルトモ致方ナシトスルト同様デ、廣告税ニ限ツタ特段ナル不公平デハナイ。

(二)更ニ此廣告税ノ捕捉スル所ノ給付能力カ社會ノ景氣又ハ發達ニヨリ生スルモノナルコトニモ此税ノ根據ガアル。即チ其方箇人ノ努力ノ結果ノミデナク、社會ノ御蔭ニヨルモノノ多シトイフコトデアアル。一體廣告ノ物體タル事物ハ世ノ中ノ進ムニ伴レテ増加スル。默テ居テモ廣告營業者ハ益々世ノ中ノ御蔭デ其利益ノ増加ヲ受クル譯デアアル。此點ハ土地ノ價格ガ世ノ進ムニ伴レテ上騰スルト同デ、此ニ土地増價税ガ至當ナレバ、廣告ニモ廣告税ガアツテ然ルヘキコトトナル。前掲第一點ヨリハ廣告税カ廣告營業者ニ氣ノ毒ノ嫌ガアルガ、此ニイフ觀察點カラハ確ニ課税差支ナキコトトナル。加之更ニ現代少クトモ此戰爭前迄ノ時代(一八九六—一九一三年)ハ廣告全盛時代デアツタ。廣告競争ノ時代デアツタ。廣告ヲ巧クヤレバ成功シタ時代

デアル。廣告ニツキ非常ナル技術上ノ攻究ヲ爲シ、非常ナル金ヲモ之ガ爲メニ吝マトカツタ。此ハ一ハ現代ノ人心ニ於ケル弱點即チ輕薄ナル人心ノ機微ニ乗ジタモノデアルガ、一ハ物價騰貴時代ニ際會シタ爲メデアル。物價ノ騰貴シツツアルトキハ、廣告ニヨリ少シ位物ノ價格ガ高クナツテモ、買手ノ方デ廣告ノ爲メ頭ノ中ニ印象ノ殘ツテ居ル物ヲ、實價ノ吟味モ十分ニセズニ輕々シク買ツテ行ク。賣手モ少シ位高クナツテモ廣告シテ置ケバ其レダケ多ク賣レテ行クカラ其レダケ生産費ヲ節約シテ安く賣ルヨリモ、高クテモ人ニ多ク知ラレテ多ク賣リ附ケテ、一層多クノ利益ヲ擧ゲヤウトイフコトニナル。廣告ニ吝氣モナク金ヲツカウコトニナル。彼ハ之ニヨツテ餘剩利益ヲ受クルコトニナル、彼ハ益々廣告ヲ出シ、廣告營利業者モ益々利益ニ與カルコトトナル。丁度社會ガ發達スルト地價ガ大體順次上騰スル外、世ノ中ノ景氣ガ長クナルト、特ニドシ〜上騰シテ實收益關係ヲ超越スルト同デアアル。土地ニ對シテ此點カラシテモ増價稅ノ

課セラルヘキト同様ニ、廣告ノ此利益ニ對シテモ課稅ノ理由ガアル。此景氣ノ良好トナルニツキテ廣告ヲ出ス者モ、廣告營利業者モ此廣告ニヨツテ利益スルニ於テハ此ニ課稅ノ理由ガアルコトトナル。但ダ此ニ一面廣告増進ノ勢ガアルガ、他面ニ之ガ減退ノ傾ナキヤガ問題デアル。大體ハ世ノ中ガ進メバ廣告物體モ増加スルカラ、廣告増進ストイヘルガ、世ノ人心ノ歸嚮物價騰貴ノ傾向ナドニナルト、何時反對トナラヌトモ限ラヌ。特ニ此度ノ戰後ニハ當分反對ニ物價下落ノ時代節約退嬰ノ時代ガ來ストモイヘナイ。人心ガ非常ニ實質トナリ、企業ガ堅實ニ向ヒ、消費モ引締ニ向フカモ知レナイ。特ニ廣告ヲ少クスル工夫ヲ凝ラス、例之企業ノ合同聯合ナドヲ一層多クヤツテ、廣告ニヨル競争ヲ努メテ避ケヤウトスル。斯クテ廣告ノ發達ヲ妨グルトモイヘル。成程或度マテハ此ノ如キコトカ行ハルルカモ知レナイ。併シ一方ニ世ノ中ガ進メバ進ムホド廣告物體ノ増加スルコトヲ稽へ、人心ノ性癖ノ爾ク容易ニ變ラザルコトニ訴ヘテモ、

少クトモ廣告減退トイフコトニハナラヌト思フ。斯クテ

(三)廣告ハ世ノ進ムニ從ヒ程度ハ時々ニヨリ異ルニセヨ、大體益々増進ノ勢ヲモツ。之ニ課スル租稅ガ收入政策カラ見テ段々增收ノ見込アリトイフノ長所アル所ニモ、此課稅ノ根據ガアル。

(四)更ニ此廣告ガ必ズシモ缺クベカラザルモノ。デナイ所ニモ課稅ノ根據ガアル。成程廣告ノ中ニハ必要缺クベカラザルモノトイヒ得ルモノモアルガ、然ラザルモノガ仲々多イ。今日ノ廣告ノ多數ニハ徒ラニ他ト競争スル爲メニ過大ノ費用ヲ投スルノ傾ガアル。世ノ中ノ人ニ浪費ヲススル嫌モアル。不生産的又ハ不經濟的部分(國ノ全經濟カラ見テ)ガ少クナイ。此點ニテモ課稅差支ナキコトトナル。課稅ニヨツテ此不生産的費用ヲ幾分カ節約スルノ効果モアル。

次ニ廣告官營ヲ辯護スル論點ハ、勿論之ニ制限アルコト本文ノ初メニイヘル通デハアルガ、其行ハレ得ル場合ニツイタイヘバ、(一)廣告ノ

増進的傾向(二)其増進ガ社會ノ力ニヨルモノナルコト(三)經營技術ノ簡單ナルコト(四)經費ノ少額ニテ濟ムコト(五)教育ニ關係アルモノナルコト(六)不正廣告ニ對スル警察上ノ取締ニ關係スルモノナルコト等デアル。

廣告稅ハ嘗テハ英嶼ニ行ハレ、現ニハ佛伊ニ行ハルル。獨逸ニモ案ガ一九〇九年ニ出來タガ通過シナカツタ。廣告稅ヲ設クルトシテ一ノ技術上ノ問題ハ各種廣告間ノ關係デアル。一種ノモノノミ課稅シ又ハ重ク課稅スルト、廣告ガ他種ノモノニ移ルコトトナル。此關係ヲ適當ニスルコトガ肝要デアル。例之新聞廣告ニ重ク課スルト、其廣告ノ一部ガ廣告札郵送ニ向フコトトナル。後者ノ郵送料ヲ重クスルト、前者ガ利スルコトトナル。之ニツキ面白キ話ハ、廣告稅トハ別デアアルガ、之ニ關係シタコトデアアル。其ハ伊太利デハ新聞ノ勢力ガ非常ナモノデ、政治家ガ新聞ヲ恐ルルコト大デアアル。隨ツテ廣告札郵送料ガ頗ル高ク、新聞郵送料ノ十倍(新聞送料ハ半ちねんてし、私印刷物送料ハ五ちねんて

しむ)ナルヨリ、商人等ハ聯合シテ廣告ノ爲メ
ノ新聞ヲ出ストイフコトデアル。尤モ佛國郵便
ニ於ケル計算ニ依ルト、書狀又ハ印刷物ノ郵送
ノ平均的入費ハ五さんち一むトイフコトデアル
然ルトキハ伊太利ニ於ケル印刷物ノ五ちねんて
しみハ高イトハイヘヌガ、新聞ノ方ガ安過クル
コトニナル。勿論新聞ハ他ノ物ヨリハ郵便ノ取
扱簡單ニ出來ルコトモアルガ、其ニシテモ十分
一ハ安過グル。國家ハ此ニ於テ損ヲシテ居ル勘
定デアル。更ラニ廣告官營ノ一特例トシテハ、瑞
西ノじゆねぶ州ニテ政府ノ出ス所ノ廣告新聞タ
ル Feuille d' Avis Official ヲ舉クルコトガ出來ル。