

SNS時代、総理は右往左往しない対応を

東京財団政策研究所 研究主幹 **森信 茂樹**

「増税めがね」とは、「防衛増税」や「サラリーマン増税」「インボイス増税」など、岸田総理の増税姿勢を揶揄するために付けられたあだ名である。マスコミ報道では、総理はこのあだ名を気にしているようで、イメージ払しょくのために、経済対策で「減税」に言及したと報じられている。

防衛増税はともかく、「サラリーマン増税」や「インボイス増税」は、一部で意図的に作り上げられたフェイクニュースだ。「サラリーマン増税」の根拠は、政府税制調査会が6月30日に公表した「わが国税制の現状と課題」と題する中期答申の中に、通勤手当への課税、給与所得課税、退職金課税などを取り上げ「検討を加えることが必要です」と指摘したことのようなのだが、これは政府税制調査会のこれまで通りの見識を示したもので、決定するのは党税調である。またこの答申は、第161話で書いたように、税負担の議論を先送りした発信力のないものと大手新聞がこぞって中身の薄さを批判したものである。

「インボイス増税」に至っては、長年国民から批判のあった消費者が負担した消費税が国に納められずに事業者の手元に残るという「益税」問題に対して措置したもので、「増税」

とは言えない。論者の理解不足でなければ意図的・政治的な言論であろう。

問題は、このようなSNSでの言動が、総理や官邸の受け止めを通じて、現実の政策に不測の影響を及ぼすことだ。サラリーマン増税騒ぎの結果、岸田総理は「サラリーマン増税は一切考えていない」と否定する会見を行わざるを得ず、早々と「白旗」を挙げた格好だ。これで、年末にかけて予定されていたはずの退職金課税を巡る議論もおぼつかなくなった。

また最近では「成長の成果の税収を国民に還元する」という経済対策がらみの総理発言が、SNSや政治の世界で意図的に曲解された結果、与党の一部や野党の所得税減税論、はては消費税減税論にまで波及してしまったのは、おそらく想定外のことであったのではないか。

SNSが普及し、個人の誰もが自らの見解を、タイムリーにかつ無料で発信することが可能になったことは喜ばしいことだ。一方で、発信側は、投稿した動画の閲覧数に応じて広告収入が得られたり自分の名前を売ることができると、極端や過激な発信内容になりがちだ。ネットには「エコーチェンバー」現象と

言われるものがあり、自分と似た興味関心をもつユーザーがフォローする結果、自分と同様の意見だけが返ってくる。同じ考え方を持つ者同士がつながると、意見はさらに極端化・先鋭化する。その結果世論は二極化し、社会の分断化につながっていく。さらには、憎悪などの私情が加わったり、見えない形で政治勢力が利用することも多く、とても「世論」とは言えない方向で議論が進んでいくという現象がわが国でも生じ始めている。またAIを活用した発信が盛んになると、意図的な世論操作はより巧妙になり、民主主義の根幹が崩れていくことにもなりかねない。

このような事態を避けるためには、自ら事柄の真偽や意味を冷静に判断する能力を身に

着けることが必要で、そのための教育を行うことが重要となる。

一方で、一国の主導者たる総理は、本当に「世論」かどうか不明なSNSの意見に右往左往されないことが必要だ。そのためには、「新しい資本主義」といった抽象的なスローガンを掲げるのではなく、より具体的に何をやりたいのかについて政策の中身まで踏み込んで発信し、それをどう実行していくかについてもきちんと説明することが求められる。政策の是非は、選挙で判断されればいいという割り切り、覚悟を持つ胆力が必要ではないか。

※162話の記事中、清家清氏は、清家篤氏の間違いでした。訂正します。