「緊急提言への賛同3万人をうけての記者会見」(冒頭部分)

薔薇マークキャンペーン

2020/03/30

於・参議院議員会館

大(大石)：それでは薔薇マークキャンペーンの記者会見を始めたいと思います。よろしくお願ひします。本日はお集り頂きましてありがとうございます。ツイキャスを見てくださっている皆さんありがとうございます。ちょっと声がピリピリします？あーあーあーそれでは「消費税・新型コロナショックへの緊急財政出動をもとめます」という薔薇マークキャンペーンが3/22(日)にリリースしました緊急提言、これが大きな反響をいただきまして二日間で二万人を超える賛同登録、昨日(3/29)までに3万人の賛同登録をいただいております。賛同登録のみならず非常に切実な賛同、といたしますか状況を教えていただくメッセージを頂戴しておりましてそれをこちらにも拝見しまして今行動しなければならないと思ひ今日本日記者会見をするに至っております。私、今、司会を務めておりますのは薔薇マークキャンペーン事務局をしております大石あきこと申します。となりに座っておりますのが薔薇マークキャンペーン代表の松尾匡です。

松(松尾)：よろしくお願ひします

大：本日10時から開催で11時半には終わりますけども、記者会見といいましても、えー、まあいつものようにプレスリリースかけさせていただいたんですが大手の、いや、大手があるから気が悪いですけど、いわゆる五大紙とかテレビとかお持ちのところには来ていただけておりませんがオルタナティブな発信に努めてくださっているメディアのみなさん来てくださっています。ご質問あとで受けていきたいと思ひます。

進め方としましてはこちらの方から配布資料の説明とか、経緯ですね。5分ほどご説明しまして、それから代表の松尾匡の方から、私の質問を受けながらみたいな、トークするような形で今回の提言がどういったものなのか、またこの提言の追加提案のようなものとか、一昨日、3/28(土)に安倍首相が記者会見を行ってまして、それをどう見るかといったようなお話をしていきたいと思ひます。それから30分(実際は1時間後)ほどいたしまして会場からの質問をいただいて余る時間がありましたらできるだけ皆さんの賛同メッセージですね。切実な声を紹介して行ってそういった賛同メッセージをもって記者会見の後に、内閣府安倍総理と各政党に手渡しにまいりたいと思ひます。それではよろしくお願ひします。

…マスクですか？

松：あ、はい。一応、別に咳もないし熱もないんですけど、全国飛び回っている●●の高い人間と心得ておりますので、なるべく慎重に

大：迷惑をかけずにマスクしていただいているということで。本日の配布資料を記者の方に確認いたしますと、まずご説明します薔薇マークキャンペーン提言というものです。3月

22日に提言を行いまして、その提言の資料となります、ホッチキス止め二つ分です。それからこれをもう少し詳しく松尾匡のほうで根拠解説と補足、なぜこの金額なのかとか、財源はどうするのかとか、なぜオリンピック中止を言ってるのかを説明している資料が横向きのホッチキス止め二つの分になります。また終了してから薔薇マークのHPにアップしますので、よろしくをお願いします。資料は、コピペロ(?)の新しく作りましたこの提言を簡単にまとめてハッシュタグ#みんなで生き延びようというチラシですね。あらたなハッシュタグとかチラシとかが増えて世間、世論が変わっていけばよいなと思うんですけどもこういったチラシを用意しております。あと、一番分厚いホッチキス止めの分が薔薇マークキャンペーンの緊急提言への賛同メッセージという24ページ12枚の分です。ほんとうはこれ3万人から政策の賛同が寄せられましてあとで紹介、もう、省略できないぐらい重要な今のリアルな人々の生活を表現する声ですので是非これも、これは既に薔薇マークの賛同人というページでアップしているんですけどもなにぶん3万人の方から賛同いただきまして1万人以上ぐらいからメッセージをいただいております、その分野別といたしますか、例えばイベント文化関連の方、サービス業の方、子育て世代の不安を語っているメッセージ、シングルマザーのメッセージ、非正規・派遣への影響、学生バイト、各産業の実情助けを求める声など内容を9つに区分しましてその代表的なメッセージを中心に紹介しております。これはこれであとまとめとしてインターネットにあとでアップいたします。薔薇マークキャンペーンってなんなのっていうところではこれは代表の松尾先生にお聞きしましょうか

松: 薔薇マークキャンペーンというのは今年の2月に立ち上げたんですけどももともと目的としましては今年の参議院選挙、一つの目標としまして反緊縮の経済政策ですね、ひとつのために政治が大きなお金をつかう、そのことによって雇用が拡大してひとつひとつの暮らしを底上げしていくというような経済政策を選挙の公約として前面に掲げて欲しいと、そういう公約を掲げた候補者には薔薇マークという認定マークをお出ししようということで、この間安倍さんが一応経済政策というものを表に出してすごく勝ち続けてきたとそれに対抗する野党はそういうことをしないと勝てませんよということで、そういう政策を掲げてくれた野党候補、それに薔薇マークを差し上げて有権者に選択肢を明示しようというそういう目的ではじめたキャンペーンでございます。で、4月の統一地方選挙とそれから参議院選挙ですね。終わってから東北地方で一部震災のために地方選挙がズレていましたのでそれが8月ぐらいにあって、それで一応選挙キャンペーンとしての薔薇マークキャンペーンというのはいよいよということに一応なったんですけども、その後も、反緊縮の経済政策理論の一つの有力な学派であります、みなさんご存じのMMTという名前を聞いたことあるかと思いますが、そのアメリカにおける有力な論者であるケルトンさんとかオーストラリアのミッチェルさんとかあいう人たちをお呼びする事業ですとかいろいろそういうことが入ってまいりまして、いくつか事業が続いているという感じで今回も緊急にまあこういう事態になりましたのでこういうことをやっているということになります。

大: そうしましたら早速薔薇マークキャンペーン提言ですね。これがホームページで13万

人ぐらいアクセスして薔薇マークキャンペーンの中では見てくださったページになりますがこの提言の内容についてお話ご説明していきたいと思います。この提言自体は3/22に薔薇マークキャンペーンの名前で代表松尾匡、それから呼びかけ人のたくさんの方の先生方に連名していただいてそれでお出ししたものです。簡単にまた松尾さんの方から

松: はい、わかりました。お手元にありますこの3/22の薔薇マークキャンペーンの提言ですけれども最初にもう少し前の段階で薔薇マークキャンペーンが、まず消費税が増税されて経済的に打撃がありました、そのあとコロナの問題がありまして、そのコロナの問題でいろんな事業者打撃を受けているということで特に休業、給食の関係の人とか休校処置に伴う問題が出てくるということなので、そういった人たちの打撃に対してですね何とかすべきであろう。その補償の提言をしていったわけですが事態の進行が急速に進んでいって、そもそもこれがその休校措置にともなうものであるとか、自粛に伴って旅行業界が打撃を受けているとかそれがコロナの対策によって生じた打撃であるということも、もう切り分けることが出来なくなっているということです。例えば旅行業界の人が打撃を受けたらそれに関連してそこから仕入れをしていると、その仕入れ業者も打撃を受けて、その仕入れ業者がまた別のところで打撃を受けて、そういうのが連鎖していきますのでもはやどの部門ということの切り分けみたいなことが出来なくなっているのでもちろんもう一斉に急場をしのぐと、そのために一律に給付をする必要が出てくるような問題意識ですね

大: もともと薔薇マークキャンペーンで、安倍政権が3/2から学校を一斉休校にするというそのステージの時に3/1にもう一つの提言をしておきまして、それがいま松尾さんが仰るような休校・休業にともなう関連産業だとかダメージを受けるところの働いているところに100%の被害の補償をしないとイケないと、その前にそもそもこの20年間で日本社会で、地域で、公衆衛生に対する体力というのがどんどんと失われてきたとだからこのコロナ被害はまず人災なんですと、ただの災害といったものではなくて20年間この国の代謝がおかしくなっていてそれで公衆衛生の中に研究とか検査とか地方衛生研究所とかにお金を使わなくなっていたんだよというのを一つ指摘しました。そしてそのうえでこの一斉休校が行われたときに100%の休業補償、ひとびとの生活を救うことが必要なんだという風に3/1の時点で言いました。もう一つ私達薔薇マークキャンペーンもともと消費税を5%にという訴えを、政策をしているグループでした。改めて消費税を5%にと3/1時点で言っていました。ところが自体が松尾さんが仰るようにどんどん進んでですね、私たちのこの提言だけでも足りないんじゃないかという思いに至りましてそれで3/22までにもっと必要なものを算定して世に出さなければいけないということで出したという経緯です。簡単には今回の3月22日の提言としては特徴としては「すぐに全員に給付金20万円」。全員というのは日本の人口1億2千6百万人、全員に分け隔てなく給付金、赤ちゃんから大人まで、日本人かどうかではなく住んでいる人全員に20万円を給付して生き延びよう。それから消費税停止。これは前5%と言ってますけれどもそれどころじゃない被害が生まれている中で消費税はすぐに停止で0%にするべきだと、それから休業被害の全額補償、先ほど言ったようなことで

すね。そして住む場所の確保というほどで、私たちのコンセプトとしてはとにかく全員の命を助けたいということです。全員がみんなで生き延びようということです。ところがこの給付金できるだけ全員に給付しようとしてもやはり漏れてくる人たち出てくると思います。主に住む場所のない方々です。いわゆるホームレス状態の方々、それからネットカフェ難民という言葉もありますよね。そういう定住がなくて住民登録もなくて給付するときとにかく住民登録のところに給付しようというのに漏れてしまうそういう人たちが実は一番給付されるべき、救われるべき人たちだと私たちは考えておりますので、住む場所の確保合わせて行っていこうというのを主な柱として今回提言を行っております。この一つ一つのコンセプトに沿って、お話を聞いた方が分かりやすいかもしれない。賛同メッセージもこの全員に給付金 20 万円というのが、この 20 万円って、丁度いい、賛同の声も多かったのさういったあたりですね。松尾先生のお考えお聞きできたらと思います

松：この 20 万円自体はですね。私の名前での「提言と財政支出額の根拠解説と補足」という資料をご覧いただいたらそちらの方に書いておりますけども、章としては 3 章、厚生労働省の平成 30 年賃金構造統計基本調査、正社員、正職員以外の賃金が大体 20 万円だというふうに書いてありますので、この事態によって派遣社員の人が働けなくなったというようなことになった時にそれを補償できるのが基本的なコンセプト、フリーランスの人も大体こんな感じでの所得で働いている人が多いという風に考えられますので、そこから来ているという感じです。

で、ともかく先ほど申しましたように、えっととりあえず緊急措置なんです。あのいろんな条件の人はいるでしょうし今回のコロナショックの打撃というのが、いろいろ違っているとは思いますが、どもかくそれをうまく、その状況に合わせて対応するという余裕は当面ない、生き延びなければいけないということなので、もうそれは一律にやっていくしかない、いろいろ選別したりするコストの方がそれは大きくなるだろうということで全員に 20 万円ということで提案しているところです

大：まあ一人暮らしのだったら 20 万円だけになってしまって、赤ちゃんとか色んな人と住んでいらっしゃる方には、20 かける家族分になりますので、例えば不公平だとかという声に対しては今のようなとにかく一律に給付していくという時に、参考にする額だったとかそういうあたりでしょうか？

松：はいそうですね。まあでも赤ちゃんもかかるんですよ。

大：お金がね

松：お金がね。それは本当にかかるのでありましてね。だから赤ちゃんまでというのはまあ合理性がある程度あるというふうに思っております

大：なるほど。次どうしましょ。の停止のことも、それか給付金の給付の方法を

松：給付の方法に関してはですね。こちらとしては、もう一刻も早くということですね。一刻も早く全員に行き渡るように行く

(映像断絶)

を打ち出しております。郵便局というのは全国津々浦々あってですね。そこに全員が郵便口座を持つ、ということでそこに振り込むという形を取れば全員に確実に行きわたることができるというそういう発想で書いてございますけれども、もちろん緊急の話ということではそれでは時間がかかるかということももっともなことだと思いますから、他にもっと確実に緊急に行きわたる方法があればそれを持ってきていただきたいと思っております。ただこのような事態というのは今後も何度も起こる可能性があるという風に考えられます。そうしたときに最も全員にですね。簡単に確実に行くということであればこの方法が一番良からうという風に思っていますので、当面すぐということでは間に合わなくてもこういう方向を確立していくということが今後のためにも必要なという風に思っています。

大: 郵便貯金口座を新たにこれように全員分つくってお金を書き込んで、それを郵送するかとかそういう話でしょうか

松: それも1案ですね。この方法を使って一番速く効率的にやるということと言うとそういう方法もまあ考えられるのではないかなと言うふうに思いますけれども、それはもうどの方法が一番良いかということは技術的なことは検討していただきたいというふうに思っています

大: お金って、紙幣のお金で全員ってなると紙幣の量が多分足りませんよね？

松: そうですね。まあ現実には紙幣ってお金はほとんど動いていませんで、小切手でも預金でも適当なものでいいと思いますけども

大: なんらかの電子的なお金をメインにいち早く速やかに配れるような知恵を。まずは薔薇マークキャンペーンとしては郵政というツール、インフラを使って、この際再国有化してやるのが早いし、今後のウイルスや災害に、こういった方法がいいんじゃないかという提案をしておりますが、とにかくいち早く確実に配れるそういった知恵を出し合えたらと思います。

2番目に入っても宜しいですか？

松: はい。どうぞ

大: じゃあ消費税停止ですね。ここをご説明いただけますでしょうか？

松: とにかく、今回、経済危機になりつつあるわけなんですけども、おそらくリーマンショック以上と巷によく言われ通りでございまして、リーマンショック以上の経済的打撃を日本経済に与えるということが予想されております。

その原因なんですか、もちろんあとコロナが原因と言うのが世界的にもそうですし、言えることなんですけど、そもそもそれにかかけられた消費税を上げておりました。10%にしていた。あのもうコロナショックとか言われる前からもう消費税を10%にあげた打撃というのはすごい大きなものだった。

大：すこしその辺を資料からご説明いただけますでしょうか？ちょっとグラフとか今お見せできないんですけどもコロナの前から消費税の影響を受けていたという、そういった指標といますか

松：もっと遡れば実は消費税が上がる前からですね。昨年の2018年ぐらいから日本経済は伸びが鈍っておりまして、様々な指標が鈍っていて、2019年に入ってから色々な指標がマイナスになっていたと前年と比べ落ちているというのが次々進行しておりました。でなので私たちはこんな状態のなかで消費税の引き上げということをするということはすごい打撃を日本経済に与えるだろうということで、警告をしていて反対をしていたわけなんですけど、私たちだけじゃなくて多くの方がそれが反対をしていたけれどもそれを押し切って10月に消費税が引き上げられたということです。で、その結果というのは本当に案の定でありまして、鉱工業生産指数とか有効求人数とかもともとマイナスでしたけどもそのマイナスがものすごい値になっているというようなことになりました。商業販売額とか消費動向指数とか、消費税導入前の、引き上げ前の、駆け込みというのがあるんですが、その駆け込みが前回の消費税引き上げの時の駆け込みよりも小さかったにもかかわらず、その後の落ち込みですが、前回よりもはるかに落ち込んでいるというような事態なので、そもそも体力が落ちていた、そんな間の引き上げだったんだということが明らかになって、皆さんご存知の通りあの内閣府のGDP速報値ですね、10-12月期の値ですけれども-7.1%。驚くべき数字が出てしまっていると

大：これはあれですね。10月から12月期っていうのはまだコロナというのは言われてなかったですよ。

松：そうです。

大：全く言われていなかった。この月でGDPが-7.1と。これマイナス7.1と聞かされて、1%と聞かされても、あまり生活感覚から分からないんですけども、これがどのくらい大きな打撃なのかっていうのは、なにかないでしょうか？

松：前回の消費税を引き上げた後は、-7.4%だったのですが、だいたいそれと同じという感じに見えますけれども、実はその前の駆け込み需要が、全然違ってですね、前回のは4%だったんですが、今回は1%ないんで、だからならしてみるとですね前回の消費税引き上げた時よりもずっと落ちているというのが今回の状況ですということです。

大：私の実感と言いますかね。コロナが言われる前は去年の12月ぐらいからもう結構、お店って言うんでしょうかね。街歩いてレストランとか飲み屋さんに入っても結構ガラガラになってきてて、すごいなあって、10月1日から消費税がいままで8%だったのが10%に上がって、その後、けっこう飲食店とかそういうところのダメージが大きそうだなというのは自分でも実感では感じてたんですけど。そういったあたりがこの7.1%マイナスというのにも反映されている感じですかね。飲食店以外でも例えばどんな分野に大きなダメージがあったのか

松：すみません。ちょっと手元に資料がございませんけれど、一般的には大きくて百貨店と

か本当にすごいダメージですね。一般的に中小の小売店とかいうところも打撃が大きいと思いますけど

大：工業機器とか生産力に関しているところも

松：もちろんそれはね。今回の GDP 速報ですけども民間企業の設備投資ですがマイナス 17.3%と大変大きいと

大：12月までの分ですか？

松：そうです

大：コロナの前で

松：そうです。そもそも消費税 10%の世界というのは、考えたら当然だと思うんですけども小さな小売店、個人事業の人たちとか中小零細農家の人たちというのね、そういうのがもういないとかね。一掃された世界。全国チェーンの安売りの大型店とか、グローバルに活躍する大企業とか、そういうのだけがあればいい。そういう世界があるというのが考えたら明らか。スモールビジネスいないという風に考えられますね。

大：新型コロナが言われ出したのが1月に入ってからで、それに入る前の消費税が上がった10月11月12月の3ヶ月で、この国の生産力に関わるところで今マイナス17%というとんでもない落ち込みがあって飲食とかいろんな産業にも影響がありまして、そういったところで迎え撃つ、その状況の中で新型コロナが2つめのパンチとして起きたということですよ。これはパーセンテージでこれぐらいなるとか言えるものでしょうか

松：いやー、とてもとても想像もつかないとか。私の予想では、消費税10%の世界というのは先ほども申しましたようにスモールビジネスが一掃された世界になると。効率的とされるビッグビジネスだけが生き残るといふそういう世界だということ。それがこの間の政府、自民党が一貫して推進してきたことだと思いますけども、それに向けて動いていると、それでだんだんそういう世界に近づいていくんだらうなと思っていたんですが、ここにコロナ・ショックです。コロナ・ショックですから、これはもうそういう世界に向けて、ジャンプが起こるんじゃないかというふうに非常に危惧をするということですね。

大：ジャンプというのは？

松：マイナスになっていたと前年と比べ落ちていくっていうのが次々進行してありました。でな

松：

つまり、だんだんとさっき言ったようにスモールビジネスが一掃された世界にだんだんと近づいていくと、進行していくというのではなくて、このコロナ騒ぎが落ち着いてですね、はい一段落しましたと、見たら目の前にもうそういう世界が広がっていると、そういうジャンプとして起こるんじゃないかと、という風に危惧するということです

大：徐々に、徐々に、しかも結構なスピードで中小企業、零細の企業というのが見捨てるに

近い状態で大ダメージを受けてるって言うのが消費税増税も含めてあってあって、それと次元を画するジャンプが、一掃されてしまいかねないようなジャンプという表現なのかなというふうに思います

ちなみに、松尾匡さんというのは立命館大学の経済学部の教授されておまして、ほかにも薔薇マークキャンペーンで名を連ねていただいている学者さんは、そういったことが問題だと中小企業、零細の人達を犠牲にしてグローバル企業だとかインバウンドに極度に依存したような今の経済もありかたっているのはおかしいんじゃないかっていうところの問題意識をもって集まっていたらいいんですけども、そういう薔薇マークキャンペーンなんですけど、一方で他の学者のグループで、他の提言も出されているようなんですけども。そういった弱肉強食、中小企業潰しをして、というのはやめて私たちは中小零細自営の方にや働く方に給付していこうとそういうグループが薔薇マークキャンペーンなんです。

違うところはどんなふうに言っているのでしょうか

松:そうですね。3月17日でしたか、一例だとは思いますが東京財団政策研究所というところ、日本で一流の、本当に日本を代表するような立派な経済学者の皆さんですけども、その経済学者の皆さんが緊急提言ですね。この新型コロナウイルス対策ということで

大:いい提言なのかなって思っただけですけど、どうでしたか？

松:これが中小零細企業とかを一掃して行って、さっき仰ったようにインバウンドとかですね、そういうものばかりをしていこうというそういうような方向なんですけど。このコロナショックというものを機会に、この移行を一気に推し進めていこうというかねそういうようなものだったという風に考えておまして、いわゆるショックドクトリンということがありますけどね。一種のショックドクトリンであると思っています

大:ショックドクトリン、というのは災害ですかこういったウイルスが蔓延してるといような一国規模とか世界的な規模に乗じて、どちらかという支配者層の方が悪いことを、危機に乗じてやってしまうというようなことが、ショックドクトリンというのですかね。アメリカとかで大きなハリケーンが起きたときに、それに乗じて民営化とか大金持ちに都合がいいことを思い切って進めちゃうのをショックドクトリンっていうと思うんですけども例えばその東京財団研究所ですかね。松尾先生がこれショックドクトリンだねとおもっている何かエッセンスがあれば具体的に教えていただけたら

松:明確に提言8と上げているところが一番じゃないかと。企業の退出、廃業とか倒産なんですけど、そういったことと新規参入による新陳代謝が不可欠であるという風にしましてそれを促す政策を組み合わせることが重要と

大:企業の廃業倒産と新規参入による新陳代謝がいいことだと。適正なスピードで企業の新陳代謝を促す政策も組み合わせることが必要だと。コロナをきっかけに潰れるべきところは潰れると、そんなふうなことですね。

松:度重なる天災とか自然災害ごとに、中小企業へ支援するのは、ややもすれば過度な保護になり新陳代謝を損ないかねないと言う

大：ふざけた提案を東京財団研究所の偉い学者が言っている。びっくりしましたよね。

松：その問題意識のもとにさまざまな安楽死措置ですね。

大：(安楽死 www)

松：まあ要するに廃業する時に色々コストかかりますけれどもそれはコストがかからないように廃業しやすいように

大：廃業のお手伝い

松：そうそう撤退しやすいように色々補助をしますよというような措置を色々提言しているんですね。

東京財団の学者さんの人たちはどちらかというと昔から政府はあまりお金を出してはいけませんと、民間の企業に任せなさいという立場の人たちが多いですから、財政をそういうことに支出するということが自体、自分の言っていたことの原則に反することですのでちょっと言い訳めいたことも言っていて、それが採算性の乏しい企業が事業を続ければ後でそれ以上の財政支出が必要となるかもしれない。ということで、今それのためにお金出していいんだという言い方をしている。