

345-1
So655s

租稅完納運動方針書

租稅完納運動中央本部



0031251000

0031251-000

345. 1-S o 6 5 5 s

租稅完納運動方針書

租稅完納運動中央本部

1948

AEB

345.1

So 655s



691133

はしがき

本冊子は本年六月三十日——七月二日東京に於て開催せる租税完納運動
地方本部全国連絡会議に於て決定せる租税完納運動方針書であります。
中央本部としては常に地方本部の方々の熱烈なる活動に敬意と感謝をさ
へげておりますが、なほこの運動の重要性にかんがみ、より計画的な、よ
り効果的な運動を全国的に展開したい念願からこの本冊子を印刷刊行した
次第であります。

昭和二十三年八月十日

専務局長 藤 井 誠 一

目次

はしがき

一、租税完納運動に関する構想	一
二、納税宣傳に関する基礎的考察	二
(一) 大蔵省との関係	二
(二) 國民が政府の宣傳を信頼するようにしむけること	三
(三) 新憲法の目標である日本の民主化に貢献すること	三
(四) 國民の義務として納税の重要性を認識させること	三
(五) 宣傳事業の技術的要求を考慮すること	四
(六) 即時に実施すること	四
三、租税完納運動を具体化する方法	四
(一) 宣傳企画	四
(二) 宣傳調査	七
(三) 民衆心理の検討	八
四、宣傳媒体の取上げ方	一三
(一) ラジオの活用	一八
(二) 新聞紙の俤力	一九

(三) 雑誌の效用	二三
(四) 機関紙の発行	二四
(五) 街頭宣傳媒体多角性	二五
(六) 視覚的宣傳媒体など	二六
五、租税完納運動の活動	二七
(一) 宣傳の組織	二七
運動企画者	二八
宣傳企画委員会	二九
中央本部と地方本部	二九
六、租税完納運動の実施方法	三一
(一) 既に実施した運動	三一
(二) 租税完納運動中央本部並に地方本部宣傳実施要領	三五
七、附録	四一
(一) 租税完納運動中央本部規約	四一
(二) 租税完納運動地方本部規約	四二
(三) 租税完納運動に関する決議(衆議院)	四四
(四) 租税完納運動に関する決議(参議院)	四五
(五) 租税完納運動中央本部主に地方本部役員名簿	四六

一、租税完納運動に関する構想

租税完納運動はその目的に対して活発なる宣傳活動を展開するものであります。つまり昭和二十三年度豫算の説明(未定稿)―昭和二十三年六月九日 大藏省主計局―によれば一般会計歳入の内、租税及印紙収入は、二千六百三十二億四千七百万円であつて、前年豫算額千三百五十四億二千二百八万千円に比し、千二百七十八億二千四百九十一億九千円の増加となつて居りますが、今全國では豫算修正の論があり、未だ決定していませんが、いずれにせよ、われわれは租税が完全に國庫に納入されるよう國民の協力と責任を望んで完納の日を目標にこの二十三年度の運動を展開することゝなつたのであります。(註)

即ちこの運動が租税完納の根本目的に従つて、全國民、全担税者に極めて合理的にその事実を訴え、納期までに速やかに多くの人々が快く積極的に自己の担税額を納入するように要求し、或は多くの共鳴と声援と信頼を受けるようにし、進んで本運動の協力者とならしめ、現下國民經濟をして、インフレの昂進を阻止する最善の方法として財政收支の均衡を計り、安定せる物價安定せる實質貨銀とを通じて、經濟再建に向う國民經濟の合理的体制を確立するため努力するものであります。

續つて國民の声を聞けば、鉄道運賃の値上げ反対、六三制豫算の増加、國土復旧保全費の増額等政府と國民の不満は將に正面衝突をなさんとすらみえます。而も前年度より増額された租税収入の國民經濟に及ぼす影響は實に廣汎且つ重大といはねばなりません。國民は納税に、供米に重大な責任を持たしめられています。而も國民の担税條件は餘りにも荒廢した經濟力の上に立つてのことであり、且つ餘りにも苦惱と不安とに充ちた日常生活の上であります。

われわれの租税完納運動はあくまでこの現実に向面した國民の一人一人が、自己の叫びを叫びとして、國會に於て決定した豫算に於ける租税を完納するために、良心と誠実と責任との下に、必死の努力によつて行はれる國民の力を結集せんとする運動であります。

その目的たる主義主張の普及、実践のために、新聞又はパンフレット、演説、講演、劇、映画、ラジオ、流行の私語など民衆の耳目に触れさせる事の出来る表現傳達の具を計画的に驅使し、全担税者に納税の心構えを起させ、更に進んでそれらの人々が自ら税負担を分担するようにする計画的な宣傳活動を展開するものであります。

(註) 昭和二十三年度本予算における歳入中租税及び印紙収入予算額は第二國會に於て二千六百七十七億四百萬圓と決まりました。これは前年度の一千三百五十四億二千二百萬圓に比較しますと一千三百二十億八千二百萬圓の増加となつております。

二、納税宣傳に関する基礎的考察

(一) 大藏省との關係

大藏省では既に納税強調運動を実施し、現在でも各般に亘つて活発なる宣傳運動を行つていますが、現下の状態を見ますと猶一層の努力によつて租税完納の実をあげねばならず、各種の一般的低迷状態を啓蒙開発し、廣く國民運動として國民自らの意欲を煽起するために國會はこゝに租税完納運動を全国的に展開すること、決議したのであります。宣傳の效用を最高度に發揮するために、或は大藏省側のものと、一部重複するかも知れませんが、当運動が國民側にある立場からすれば同一的表現でありましてその結果は、特に國民に好影響を與ふるものがあると思ひます。然し宣傳実施の基礎となる政府施策とは密接に立案化して終局の目的を追求するものであります。

(二) 國民が政府の宣傳を信頼するよりに計ること

國民の政府聲明に対する信頼の度は、戦時中政府の行つた厳格な言論統制の結果から他の出所より發表せられたるものよりも一般に稀薄であると云はれています。政府が過去に於て秘密主義的官僚主義の傾向を多分に包蔵していた事は國民周知のこと、國民は政府の名によつて進められるかくの如き宣傳には多大の疑心と疑懼を覚えていたものであります。

其の爲には立法府内に於ける「租税完納運動中央本部」は政府が何をしてゐるか、豫算の内容はどうか、税法は如何に改正されているかなどを明かにして、この納税運動の宣傳活動は新憲法上の保障と共に國民に之を指令するのではなく、國民が之を用いて政府に協力し得る智識を付與することにあります。

「租税完納運動」の宣傳活動は國民の爲に奉仕するものでありまして、一部特権階級の爲に奉仕するものであつてはなりません。

民主的政府は國民環視の中で施政すべきであり、そのことはとりもなほさず國民に政府をその宣傳を信頼するよりにしむけるものであります。

(三) 新憲法の目標である日本の民主化に貢献すること

秘密から開放へ、發表の自由を獲得して今までもつと多く提供された情報の上に輿論が形成されることに密與し、より民主的に國民に貢献するように努力するものであります。

(四) 國民の義務として納税の重要性を認識せしむること

國民は日本の社会にあつて独立自營の國民であり、搾取されたり、強制されたり、命令されたりするものでなく、自己の利益を主張し、その営む事業に全力をつくしてやれる様によく情報を提供して、その理解の上に國民は自ら進んで納税の重要性を認識して健全財政確立に協力するよりにしむけることであります。

(五) 宣傳事業の技術的要求を考慮すること

現在の宣傳関係が大衆の意志疎通の諸技術、群衆心理学及関係ある特殊の専門分野に対して専門的訓練と経験とを必要とする高度の技術的活動であることを認識して、在來の官廳事務の附帯位の安易な考えを脱却して専門的技術者によつて実施されなければなりません。

(六) 即時に實施すること

租税完納の時間性に鑑み、問題は常に新に、その内容は新鮮明瞭に、新事実は的確に周知させるように、機に鑑み、即刻実施すべきであり、いたづらに小田原評定に情せしめないように努むべきであります。

三、租税完納運動を具體化する方方法

(一) 宣傳企畫

運動目的の下に宣傳活動が行はれます。その宣傳の構成を次に示してみませう。

宣傳目的 ↓ 企画 ↓ 媒体の選定 ↓ 媒体の製作 (表現) ↓ 実行

の順序となります。企画は、宣傳の根本方針を決定するもので、宣傳技術の第一段階で、其の後のコースを支配するものであります。

その宣傳の成功か失敗かのカギは、多くこの企画の如何によるものと云つても、決して過言ではありません。企画に較べたら文案とか図案の如き技術は二次的のものと言えます。

企画に当つては次の諸点を吟味しなければなりません。

1、宣傳の主体である観念が大衆の意識に通じるかどうか、更にその手段は主体である観念を充分に表現している

かどうか

若し不完全であるならどう変えればよいかの問題。——宣傳形態の吟味。

2、宣傳実施地及実施時間の限界を如何に定むべきかの問題。——撒布地域と撒布時間の限定。

3、撒布地域がどんな場合に宣傳反應を起すかの問題。——反應狀態の豫診。

4、全宣傳活動の方針と実施方法の決定。——宣傳計画。

5、一定の宣傳期間に使用される個々の宣傳手段の費用の算定。——宣傳豫算。

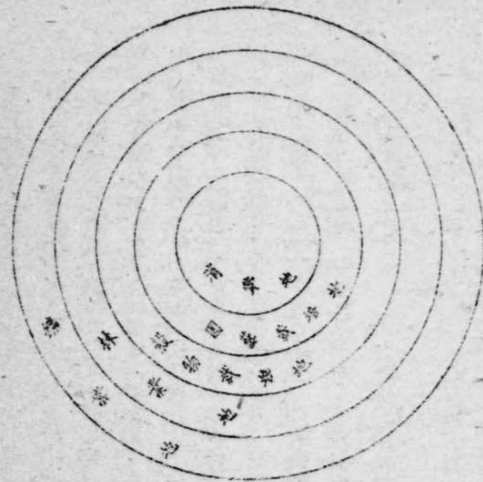
6、宣傳手段の頒布に関する展望的な且つ詳細な計画。——撒布計画。

以上は企画に當つての原則ですが、租税完納運動に於ても色々と研究する事柄があることに氣付きます。

東京都、大阪市の一例を見ますと、その都市その居住地たる区の性格によつて、納める税の種目や租税額の多少があり、運動をなすにも自らその宣傳方法に考慮をはらわねばならないことに氣付きます。

東京 都		層 化	基 準	抽 出	區
		都心商業地區		中央、港、文京、澁谷	
		城南工業地區		品川、太田	
		城西住宅地區		目黒、中野、杉並、世田ヶ谷	
		城北住宅地區		練馬、北、荒川	
		江東工業地區		江東、江戸川	

大 阪 市	層	抽
	商業地區	南
	工業地區	都島、東淀川
	住宅地區	東成、旭、住吉、西成



一つの都市とそのヒンターランドとの関係を見ても次の例が考えられます。

これを全国に考え及しても農業地帯、商工業地帯、鑛業地帯等々と撤布地域の多角性がわかると思えます。以上の如き点から徴税種目の変化があり、納税者の納税意識にも濃淡度があり自から宣傳方針にも変化が生ずることになります。

撤布時間の場合に考えられることは、昭和二十三年分所得税の四月豫定申告が再三延期されて七月一日からこれを施行されることが確定的となりました。そうすると七月が所得税の第一回の申告と納税の月になると国税の納期と二十三年度の宣傳計画とがその撤布時期を決定して立案されなければならないことになりました。つまり第一回の申告と納期が七月となつたこと、昭和二十三

年度の所得税の申告と納期は七月、十月、翌年の一月であることから宣傳の撤布時間に宣傳の重点が生れて来るのであります。

(二) 宣 傳 調 査

租税完納運動をより良い計画の下に実施するためには、つねに嚴密な調査を忘れてはなりません。立派な調査の上に立案され実施された宣傳効果は最大の良結果となり全國民の理解と、協力の下に完納の目的を完遂することが出来るのであります。

調査には必要な事柄を極めて正確に、速かに、事情の許す限り廣泛に涉つて嚴密な調査を必要とします。その要領は次のとおりです。

- 1、調査問題の決定——政策決定のための調査、納税階級別調査、納税者地域別調査、媒体調査等完納宣傳に必要な調査を実施決定する。
- 2、調査の範囲——調査は本質的であるか、又は地方的範囲を持つかを決定し、制限する。
- 3、資料の蒐集及整理——必要な資料を凡ゆる方面より廣泛に正確なる材料を集め、これを都合のよいように科学的整理方法で区分して置く。
- 4、作業及作図——調査から得た結果はこれを自己の判断により、政策方針により決定的統計算線又は地図面に記入して整理して置く。

この運動に必要な調査事項としては、

- 1、政 策——宣傳計画よりして誤りがないかどうか再考してみる。
- 2、所 管 制 下——大蔵省と財務局と税務署、中央本部と地方本部との関係がうまくいつているかどうか。

3、時代思潮——現在の民衆の思想動向はどうか。その推移状態、変化の方面とその影響をくわしく調査する。

4、時局問題——国内政治及び経済関係が租税問題に及した諸影響はどうか。

5、輿論——税についてどんな輿論がおこっているか。國民のアツピールを把握すること。

6、経済事情——金融関係、国内生産高、需要量、外資関係、一般経済、中小商工業者の経済状態、会社工場企業の経理状態等。

7、社会心理——一般の人々の心理状態はどうか。社会事情調査。

8、教育状態——納税の義務という國民的教育が学校等で行はれているか。

9、生活状態——家計調査(生計調査)

都会人と農村人の生活状態の比較各階級の程度別、職業別、一世帯平均、階級別収入及支出。

(三) 民衆心理の検討

宣傳は近代資本主義社会の生んだ歴史的産物だといはれる程に、人間の何か社会的に表現しようとする慾求のあるところには必ず何らかの宣傳が存在していることに気がつきます。

街を歩いて電車に乗つても、公園のベンチに一体みしようと坐つても、いろいろの標語や、赤や青の原色のポスターが、焦ら立つような廣告放送の日常音響を伴つて私共の周囲にあります。人々はその低い目的を追求してゐる黒い眼を感じています。煽情的な劇場のポスターには興行資本家の利潤追求が、宝くじの背後には慾とチャンスの明暗が、それは資本家の営利追求に奉仕する宣傳の姿であります。

然し私共のする宣傳は日本のこの経済的不安を解消し、日本の再建の礎石をかためるための眞の國民的運動であり、社会的自覚のもとになされる運動であることを考えれば、前者と本質的に相違するものであり、眞に民主的宣傳といふべきであり、政治性を有する運動であります。われわれは眞にこの自覚の上になつてこそ、始めて濼濁とした生氣に溢れた着想や媒体が創り出されてくるのだと思ひます。然も私達が創作した一枚のポスターが群衆の心理に影響し社会的に大いなる変化を生ぜずにはおかないことを考えますと責任の重大なることに深い反省をもつものであります。

敗戦後の日本では、永い間抑圧されていた人民は解放せられ、自由に検討し示威運動に、署名、請願に國民の聲は政治に反映して居ります。會つての談合取引をする待合政治や、秘密政治の時代は過ぎ、ましてや権力による官権の乱用によつて搾取するが如き微税方法はとられないことになつています。

このように思想上にも、社会上にも、政治上にも又経済上にも民衆の勢力が突に強大な権威を發揮し、これに附随して種々の社会的心理現象が極めて自由に、露骨に発動する時代となつたのであります。

この様な民衆心理の時代に於て、租税完納運動の対象を彼等民衆の上に求めるとすれば、その民衆心理の本質、機能、俾力を研究すると同時に、民衆の心理操作について周到なる考察を致さねばなりません。運動は常に社会民衆の共鳴と声援を得て、事實上の後援を得なかつたならばその目的を達したとはいえないのであります。本運動の終局の目的は、總ての國民の心を得て、彼等國民をして完納への積極的行動をなさしめるものであります。

社会民衆を分類してみませう。

性別—住居地方別



以上のような分類からしても、その職業的階級別からすればその所得税の対照として、夫々の変化があり、生活別からすればその生活内容によつて納税率が異なり、社会階級制からすれば納税額の多少がある如く、その分類如何によつても宣傳方法が違ふのであります。ましてやその階級にはその階級特有の心理を有しているものであります。

ここに民衆心理の特徴を列記してみませう。既に述べましたやうに、個人心理でなく社会民衆の集合意識の状態で、民衆の心的結合の心象であります。

- 1、感情的傾向を有して、靜かに自己に就いて自我意識に能動するものとは反対のものであります。
- 2、民衆心理は共通な刺激に作動して居ります。
- 3、民衆心理は常に多数の勢力と言ふ觀念の下に作動します。
- 4、責任感を有していません。

- 5、自らのものでなく、人から誘進される性質のものであります。
 - 6、民衆心理は心的競争であります。
 - 7、單純な理解力で行動しています。
 - 8、興味の方面には特に豊富な想像力をもつています。
 - 9、本能的な原始的な興味を求めています。
 - 10、社会の反道徳的反社会の刺激、対照物に対してはこれを征服せんとする道徳觀念を有しています。
 - 11、民衆心理の民族性。
 - 12、國民・民族に固有の習慣と因習を有しています。
- 次に民衆心理の素因に就いて分類してみませう。

素因的原因

- 1、民族—國民性により民衆の心理は著しく異なるものです。
- 2、因襲—その國の歴史、習慣、遺傳、風俗、地理的氣候、風土、境遇等々に依る。
- 3、時代—過去の思想及感情を綜合したものを、民族及地方別慣例。
- 4、經驗—その時代に於ける社会の実情を云う。
- 5、教育—民衆の後天的事物に対する經驗。
- 6、宗教—民衆の有する智識の程度。
- 7、社会制度—政治上及社会上の諸種の制度。
- 8、經濟事情—好不況、一般金融界商工業界に於ける実情。
- 9、思想的感情—時代に於ける思想の流れ。
- 10、環境—実生活上に於ける社会的環境。

- 1、假想及冒語——民衆心理を惹起し易い冒語は、つねに美しい古語か、人目を聳動させ易い性向。信じさせ、真実だと考えさせること。
- 2、文書——新聞雜誌其の他の記事から現れる諸種の事柄、見出しの大小に依つて民衆心理を左右します。間接的媒体物。
- 3、迷想——豫言的な宗教上の教理に対するもの。
- 4、共鳴——適切に民衆の心象と合致するもの。
- 5、信念——民衆の信頼、心象に対して、より確実な裏書を與えるが如き事柄。
- 6、道理——民衆の心に、本当だと思はしめる單純な事柄。

民衆心理の影響を考へてみると曾つて昭和五、六年頃、その時の政府の採つた緊縮政策がその動機刺戟となつて大不況時代を現出したことがあります。それは経済界の不況が傳えられ、社会民衆は單に不況だと信じ、消費者たる民衆は購買力を減じ、事業家商人は自己の商品を配品した小賣店での販賣高が減ぜられ、一方では生産過剰となり金融は逼迫し在庫品は担保として管理され、失業者の続出となり、世間は不況の聲で掩はれ、その時に採用した緊縮政策の刺戟は更に一層社会民衆の心理を不況そのものにしてしまひ、すべての生産、生活の活動力の上に作用し全國的な不況を現出したことがあります。

國會が豫算の説明を大蔵省に求め、決定した國會豫算の通過後、私共の國民によびかける宣傳力の如何が前に述べた如くに不況に不況を加えるか、現下のインフレーションの昂進に更に輪を加えてしまふか、これを阻止するかは一つに健全財政確立を目標とする租税完納運動が眞に民衆心理に如何にアピールするかにかゝつていふことを銘記しなければなりません。唯單に納期や税率を國民に知らせるだけで終つたり、税金納めのチンドン屋であつて

はなりません。

四、宣傳媒體の取上げ方

納税意慾を國民各層にわたつて促進することの運動を、どうしてそのことを多数の國民に知らすことが出来るか、その選ばれた手段、方法となるものが宣傳の媒体といひます。つまり納税の意慾をその対象となる納税者に傳へる媒介物なのであります。その手段によつてその宣傳媒体は次の様に分類されます。

- 説得的宣傳媒体
- 音楽的宣傳媒体
- 集團的宣傳媒体
- 文書的宣傳媒体
- 挿入的宣傳媒体
- 軍事的宣傳媒体
- 揭示的宣傳媒体
- 光線的宣傳媒体
- 建築的宣傳媒体
- 実物的宣傳媒体

人格的宣傳媒体の作用は主として人と人との面接により、言語と行爲及び態度に依つて行れます。會話が主な役割を持つもので、演説会、講演会、講習会、公聴会、座談会、討論会、演劇、ラヂオ等がそれに含まれています。これ

は運動の目的を口頭によつて相手方である國民の担税者に承認させることであります。ラヂオや講演は一方的であり、座談会、討論会となると双方的であることに注意しなければなりません。

従来はこれらの集會と目的との効果を十分に検討せずに催されることが多かつたと思はれます。租税完納運動では常に大衆特に納税者を我々の目的に動員する意図をもつてやるのですから、ラヂオを使用する際には廣泛な一般大衆を瞬時にして、同一の意見、同一の考え方にまとめ、強力な國民的輿論にまでつくり上げることを念頭において企画すべきであります。集合による場合も、その特徴が人と人との接觸による肉体的可視性から來る人格的行動であることとあります。特に集會に於ては多数の聴衆が存在して、その人々の胸に言葉の一つ一つが本當に生命ある物のように、語る人の全人格的影響及關係が加はるので、國家再建に財政の確立が如何に重要であるか乏しい國力での運命的日本の將來を輝かしいものにするにはどうすればよいか、語る者の欲することは又聴衆の欲するところとならねばなりません。

音楽的宣傳媒体は別に説明の必要もないと思ひますが、集團的宣傳媒体は多数人の集合が一つの多数性なる故に權威を持ち、その内部に於ては群衆感染が行はれることであります。多人数の宣傳行動と宣傳行進による示威運動がそれであり、政治的デモ行進やチンドン屋、樂隊、廣告行列等により、群衆狀態、音楽、旗等の補助によつて人々をその渦中に巻き込み、かくて傍觀者には彼等を支持する傾向を生じさせ、参加者には益々目的追求への感情を昂めさせるものであります。

次に畫画的宣傳媒体とは普通文字と繪画とを表現要件としているもので、一般に宣傳といへばすぐ考へつくものであります。これについてその一つ一つについて詳しく述べてみたいと思ひます。

造型的宣傳媒体とは立体的なものを用い、建築や美術を指し、平たく説明すれば、博覽会、展覧会を指し、景品、

贈與、表彰等の物品の提供を指すものだと一度理解していたよく程度で説明を略します。

租税完納運動は、國民運動であり、政治運動であることに留意して、一般の商業宣傳の行ふ宣傳とは異なる点のあることをつねに考へておく必要があります。然しその手段とし媒体が同一であることは何等かまはないことです。こゝに我が國で行はれた政治運動について、その際用いられた宣傳媒体を見ますと、明治初期の自由民権運動の主な宣傳方法は演説と新聞でしたが、政治小説、政治小説、壯士芝居、オッペケベ節などもその宣傳媒体であつたといえます。平民社の社会主義運動時代には、未だ宣傳と云う言葉がなく傳道といふ全國を行商し乍らパンフレットを賣つて歩くというような方法が試みられました。

昭和初頭のマルキシズム運動の時代には、新聞、ニュースの如き機關紙、パンフレット、傳單、ビラ、時新聞の如きものが宣傳媒体として登場しました。新聞は明治初期の創刊当時には民権運動の機關紙としての使命を持つていましたが、間もなく商業新聞となり、表面は政治的中立であることを標榜していましたが、左翼運動は新聞に全國的な宣傳、煽動、教育、組織の機關紙としてとりあげ、新聞は廣告を載せるだけでなく、新聞そのものが何より有力な宣傳媒体であることを明かにしました。

戦争中には行はれた宣傳媒体の中で壁新聞、紙芝居、懸賞板、移動展、移動演劇等がその特色を發揮したことは記憶に明かなことです。

最近では街頭討論會、声のオアシス等による街頭放送、デモ行進とプラカード、專賣局、都廳などの財源捻出策としての包装紙のカード入れ、廣告塔の設置などがあります。

このように時代と共に宣傳媒体にも変化がありますが、一般に現在使用されている媒体の概例を述べてみましょう。

1、新聞紙 日刊—中央紙・地方紙
週刊

2、雜誌 月刊
月二回・旬刊・週刊（雜誌社発行のもの）

3、機關紙 自家発行—新聞・雜誌・グラフィックタイムス・商報の類
折込廣告

4、藝術及娛樂 演劇—映画・ラヂオ・餘興・幻燈・浪花節・落首機
機關利用 プログラム—演劇・映画・展覧會・音樂會・其他各種の備物

5、特殊印刷物 通信—案内狀・チラシ・冊子・電報・号外・繪葉書・ポスター・スタンブ
商品包装—包紙の類

6、特別印刷物 時季—四季共通・四季別
カタログ 體裁—折込式・冊子式・大冊式

7、屋外媒體 照明廣告—イルミネーション・サーチライト・プロセコクター・電燈廣告
空中廣告—飛行機利用・飛行船・風船・輕氣球・花火
立看板—野外・屋外
建物廣告—旗幟廣告

8、屋内媒體 其の他—電柱廣告・廣告塔・樂隊廣告・サンドウィッチマン・動物利用の廣告
ポスター・立看板・辻ビラ・ショーカード
ショーウィンド・アーチ・立看板・旗・幟・廣告

9、店頭

10、寄付品利用 公共器具—ベンチ・灰皿・マツチ・鏡・時計・寒暖計・晴雨計・度量衡
景品—風呂敷・手拭・袋物・鏡・玩具・其他自家商品・メモ・繪葉書・カレンダー
寄贈品—募・懇張・鏡・燈籠・花輪・時計・團扇・其他
奉納品—神社へ—佛閣へ—教会へ

11、競技利用 野球・陸球・ゴルフ・角力・其他あらゆる競技を利用

12、右は一般的な例で其の他宣傳上の媒体は目的と事柄によつて多種多様であります。

これらの媒体中如何なるものを利用するかは（一）宣傳網構成上の範圍と（二）その濃度構成の程度如何により、成る時には諸種の媒体を併用するか、又は一、二の媒体によつて目的が達せられる場合があります。次に個々の媒体についてその特質を解説することにしませう。その場合そのものゝ價値を決定するに當つて考慮する点は次の如き点であります。

- 一、媒体の一般的性質若くは特質
- 二、注意を惹き得る人の數
- 三、注意を保持する範圍若しくは長さ
- 四、良き絵画及び廣告者のメッセージの詳細を示す便宜
- 五、媒体が読者に接する頻度
- 六、時變、若しくは読者の注意を獲得する機会に関するその他の狀態
- 七、色彩を使用する便宜
- 八、一緒に掲載せられる他の廣告の質

九、媒体の到達する階級の読書習慣・購買習慣・智力及購買力

(一) ラヂオの活用

宣傳媒体といえ、どこでも新聞が王座を占めていると思はれ勝ちですが、最近のアメリカではラジオや雑誌讀者にぐんぐん追いつかれて遂にラヂオのため新聞はその王座からすべり落ちたやうです。

ラヂオは社会人の耳へ伝える特徴があり、聴衆に耳から伝えられた事柄は実に強く、印象も深く切実であります。廣汎な一般大衆を同時に於て結成して、國家的輿論を作るのはラヂオ以外にはありません。聴取者は宣傳者が與えようとする影響を一方的に感受するだけで、最初から服従的態度が用意されています。更に聴取者はその受動的な娯樂の提供によつて宣傳可能な精神的状態が準備させられるのです。音楽・戯曲・浪曲・講演・ニュース等に納税の意義等を取入れて宣傳すべきであります。

1、日本に於ける放送事業は日本放送協会の法律に基く独占事業です。戦時中は政府の統制下に置かれて居りましたが、現在は私企業です。

日本放送協会はその組織の中に計六十一の放送局があり、右の放送局から番組が放送され、その放送局の本局は東京のJ.O.A.K.であります。二つの組織網に分れ、一は四十六局、他は十五局より成り、その放送局は多くの附屬中継局を誇つて、實際に於て殆んど全國を覆うラヂオ網を形成しています。

2、現在約五五〇万の受信機が日本にあります。戦前は最高時約七五〇万に達して居たし又戦時中三五〇万でありました。右の数字は米國の一五〇〇の放送局、六千万の受信機に對比する数字です。放送協会は其の経費に充てる爲に月々聴取料を徴収しています。廣告は放送せられず、受信機の所有者が支拂う聴取料で放送協会の全経費が賄はれて居ます。

3、終戦後放送は主としてJ.O.A.K.と中央地方の放送局より成る組織網を有する日本放送協会に依つて行はれて來ました。然し最近數ヶ月放送の源をもつと地方局にする方策がとられるに至りました。此の傾向は疑いもなく今後も続くでせう。ローカルの地方番組がもつと利用されるにつれて、納税方法の具体的な場面に関するニュースや情報が個々の放送局から放送せられ、その結果その放送局の放送圏に住む國民により役立つ機会が増加するこゝでせう。

4、要するに、ラヂオに依るルートは國民に呼び掛けるに最も重要なるルートの一つであり、時がたつてもつと受信機が増加すれば、疑いもなく更に一層重要となるべきルートです。「農家のメモ」の如く「納税のメモ」の番組を加え、十五分間位で解るものとか、「納税の夕」といふ特別番組放送をやるべきです。此の分野のインシアティブは第一に日本放送協会が、そしてある程度、民間情報局が掌握する所であります。然し納税運動面でもつと利用出来る筈であるが陣容を備えて居らないので積極的に利用出来る様になつて居りません。

(二) 新聞紙の儘力

新聞紙本來の目的使命は、ニュースの報道、言論の機關、社会の善導、民族の指導にあります。そして新聞紙の究局の目的は人類の質をより高め、より幸福に導くにあります。この重大使命を有する新聞紙の經營的神経はつねに正しいニュースを、社会的共存共栄のために考えられています。

新聞紙の読者は、みなその紙面に現はされた事柄によつて、現在の社会に於ける思想界の動向とか、經濟界の狀態とか、其他一切の社会の諸現象を新聞によつて知るのであります。

しかも新聞紙の刺戟が、社会人、人間としての無限の慾望を發動させ、社会の進展はこゝから出發するものであり、新聞紙は現社会機構の重要な神経なのであり、近代社会は新聞紙がなければ成立しないとまでいはれていま

新聞(日刊一般紙)普及表

地方別	頒布部数	人口	一部当人口	購読希望部数	人口
北海道	1,024,218	3,852,821	3.76	7,733,389	3.40
青森	192,168	1,180,245	6.14	326,421	3.61
岩手	203,503	1,262,743	6.20	260,301	4.85
宮城	263,428	1,566,831	5.95	362,101	4.33
秋田	179,436	1,267,398	7.01	319,192	3.94
山形	202,969	1,335,653	6.58	289,616	4.61
福島	256,493	1,992,460	6.72	478,879	4.16
茨城	306,347	2,013,735	6.57	454,170	4.43
栃木	261,350	1,534,311	5.87	353,479	4.34
群馬	302,053	1,572,787	5.21	406,225	3.87
埼玉	418,887	2,100,453	5.01	502,067	4.18
千葉	459,273	2,112,917	4.60	568,780	4.15
東京都	1,784,052	5,000,777	2.80	1,744,471	2.87
神奈川県	604,753	2,218,120	3.67	703,167	3.15
新潟	427,353	2,418,271	5.66	563,339	4.29
富山	252,193	979,229	3.88	248,901	3.93
石川	213,463	927,743	4.35	287,789	3.22
福井	131,330	726,264	5.53	213,417	3.40
山梨	162,330	807,251	4.97	223,635	3.61
長野	442,490	2,600,010	5.88	548,864	4.74
岐阜	344,817	1,493,644	4.33	427,603	3.49
静岡県	470,879	2,353,065	5.00	604,404	3.89
愛知県	812,152	3,122,902	3.85	892,888	3.50
三重	318,037	1,416,494	4.45	400,895	3.53
滋賀	181,059	858,367	4.74	219,281	3.93
京都	612,184	1,739,984	2.84	605,633	2.87
大阪	966,043	3,334,659	3.45	1,246,608	2.67
神戸	739,683	3,057,444	4.13	1,007,817	3.03

A、新聞紙の質と読者

朝日新聞には朝日新聞の読者があり、毎日新聞には毎日新聞の読者があります。読者はその新聞の質を好んで朝日を読み、毎日を読むのです。従つて朝日新聞の読者は朝日新聞型の読者だといえます。又農業に関する新聞に階級、質、型によつて読者層が区分されます。この人々の税対象は自ら選んでいますので宣傳にあつてはどの読者層には何を訴えるかを考へて、その新聞紙の活用を決定すべきであります。

B、新聞紙の流れと発行部数

新聞紙の頒布の状態を知ることはその新聞紙の流れを窺ふ上に必要です。例へば毎日新聞は昭和二十一年の総発行部数が三、二三五、八三〇で、その中東京の購読者は三四五、〇〇〇で、他はすべての縣に亘つて購読されて居ることからして全国的なものは宣傳計画にあつて毎日新聞に掲載することにするなどや、同一縣内に於いてA新聞は都市向き、B新聞は農村に五万の発行部数をもつ日刊紙であるとしたら、農業所得税に関するものは新聞紙に対する調査は

1、新聞紙の総発行部数

2、地方分布状況

3、月極購読者と臨時購読者の比

4、読者の階級別、職業別

5、新聞紙の宣傳無代紙の配付状況地方別

次に日刊一般紙の普及表を掲げて参考にしてみませう。

地方別	頒布部数	人口	一部当 人口	購読希望 部数	人
奈良	164,541	779,935	4.74	232,877	3.35
和歌山	200,966	959,939	4.78	277,918	3.45
鳥取	98,327	587,606	5.95	159,923	3.67
岡山	333,422	1,619,622	4.85	483,212	3.55
広島	412,805	2,011,498	4.87	592,530	3.39
島根	143,050	894,267	6.25	227,143	3.94
山口	310,803	1,479,244	4.76	442,031	3.35
徳島	137,849	854,811	6.20	260,162	3.29
香川	134,117	917,673	4.84	247,247	3.71
愛媛	239,601	1,453,887	6.07	383,940	3.79
高知	156,186	848,337	5.08	265,601	3.19
福岡	824,997	3,178,134	3.85	970,235	3.23
佐賀	167,352	917,797	5.48	225,825	4.06
長崎	275,630	1,531,674	5.56	380,196	4.03
熊本	232,023	1,765,726	7.61	479,084	3.69
大宮	190,863	1,233,651	6.46	333,299	3.70
鹿島	165,129	1,025,689	6.21	281,511	3.61
鹿島	231,061	1,746,305	7.56	573,079	3.05
合計	16,992,140	78,101,473	4.60	22,122,268	3.53

(註) 1. 頒布部数は23年4月10日現在 配達部数(紙数表による)
 2. 人口は22年10月1日 臨時國勢調査
 3. 購読希望数は22年8月9日 世論調査表及び22年10月1日の臨時國勢調査に依る世帯数を用い算出

(三) 雑誌の效用

宣傳の媒体として雑誌廣告は宣傳網の濃度をより濃くするために新聞紙を併用すべきであります。雑誌の特徴は

- 1、特定階級に向つて専門の記事が掲載されているために、その雑誌の愛読者には一通り読まれる。
- 2、一廣告間に多くの廣告を掲載しないために比較的注意され易い。
- 3、比較的保存され易く廣告も繰返して見られる場合が多い。
- 4、着色した実感を表現する廣告が出来る、と同時に写真によつても極めて効果的な表現による事が出来る。
- 5、比較的雑誌の頁は一定時に於て長い時間読まれるために記事的のものもよく読まれる等である。

- 頁の價値に就いてみるに、どの頁が効果的だと断定的には言えないが一般的には次の如き順位がある。
- 表紙 1、裏表紙 第四面
 2、表紙 第二面
 3、裏表紙 第三面
 中頁 1、目次の直前後頁
 2、グラフの直前後頁
 3、色刷其の他写真刷の直前後頁
 4、本文記事の直前後頁
 5、裏表紙の直前頁

雑誌の発行部数と読者層との研究は勿論のこと特に婦人雑誌等には家計上の問題としての納税の問題を扱上げ、記事として自ら当方の目的がかなうようにしむける努力が望ましいと思ひます。

(四) 機關紙の發行

二四

機關紙には種々の体裁のものがあつて、例へば新聞紙の型や、雑誌の型のもの等でありますが、これは型の問題で機關紙の發行にあつてはあくまで租税完納の目標達成に対して自己の意志を徹底させるためのものでなければなりません。

従つて機關紙を発送すべき相手は常に自己を理解し、自己を声援し、自己の意志の下に動いて呉れるであらうところまでに、有意義な編輯による必要があると、

次に一般的宣傳の媒体と異なる点を挙げて、

- 1、特定の目標に対してより密接な關係を作りこれを保持すること。
- 2、社会的に公表なし得ない事柄も、時として機關紙のメンバーに対して報知することが出来る。
- 3、相互の連絡上意見の交換をなし得ること。
- 4、編輯によつては直接目的以外に思想、經濟狀態、専門的智識、學理等の自己に關係ある間接的な事柄の研究上便宜であること。
- 5、常に自己の方針に対して、比較的長文に且つ自由に報導されるがためにメンバーに充分の理解を持たしめ得ること等でありませぬ。

従つて機關紙の編輯は直接に納税目的の宣傳以外に、本部の動向、其他思想上から一般社會事情、ユーモア、或は政界事情、更に國際ニュース等を巧みに織合せて、最後に自己の根本目的を達すべきであります。我々は機關紙を通じて中央本部と地方本部、支部とが互ひに結ばれて租税完納運動が統一動作を得られる様にすることが目的であります。

(五) 街頭宣傳媒體の多角性

街頭に於ける放送宣傳、映画館に於けるスライド廣告、立看板、ポスター、イルミネーション、スカイサイン、建築利用とその多角性は近代の流行であり、街頭を動く、宣傳行進、チンドンヤ、サンドウィッチマンがあり、声と画面よりする廣告塔などがあります。

要するにこれは宣傳廣告の設備費用と、場所的効果の問題でサーキュレーションのよく効くことを必要條件として美的にこれを表現すべきで、都市美其の他の風致を害するものではないけません。

拡声機による街頭放送は帰宅を急ぐ通行人の人々に訴へる場合と、現在「旅のオアシス」として東京駅八重洲口で行つてゐる現下の旅行者に必然的に課せられた汽車待ちの時間にある全國へ旅立つ人々への租税宣傳の如きはその範圍が全國的に頒布されること、社會各層を対象とできることにある点非常に効果的であると考へられます。

それと映画のスライド廣告の如きは多数の顧客と混つての場合であり、個人の場合と異つた心理状態がありますので、一枚のスライド製作にあつては充分に心理学的効果の研究や調査をなさねばなりません。

スライド、ポスター、立看板、廣告塔の文案圖案はその生命ともいふべきで、企画を充分にしなければなりません。在來の宣傳ポスターを考へてみますと、官廳ポスターが如何に宣傳神經に乏しかつたかを考へさせられます。一流画家に描かした美しい豪華なポスターでありながら、文案が全くだめ、文案と圖案とが全然マッチしない等々のものがあります。ほんとうの宣傳を通さないで、お役人がイキナリ純粹画家や圖案家に描かしたために、裝飾用にはなつても宣傳用としては全く用をなさないものがあります。例えば警視廳で出していた「茶園を荒すな」「なぐせよ犯罪」のポスターなどは、いつも短冊や白鳩が描かれた、宣傳神經の缺陥は勿論のこと美術的にも全く見苦しい俗悪の色彩と図柄のものでした。これなどは恐らく宣傳人の企画の手を離さないでお役人がイキナリ出入の印刷

歴に注文して作らせてしまったものでせう。

企画と媒体とは常によく考え、企画家の手によつて宣傳目的に副つた宣傳内容を決定し、文案を図案化させることが望ましいことであります。

A、宣傳文の表現

宣傳文は租税完納運動をよく理解した根本神髄でもつて極めて適切な、宣傳文でもつて相手の目標階級に迫るものでなければなりません。つまり常に多数の目標階級に向つて物語るものであり、対話であり、社会人に呼びかける声であります。標語の募集にあつても寸鉄人を動かしむるものでなければならず、一言一句が偉大なる力をもつて社会民衆に迫り、社会民衆の総てを感動せるものであるべきであります。

B、宣傳画の作図

宣傳画は純正な繪画でもなく、又單なる図案でもありません。われわれの運動にあつては租税完納運動の根本精神を中心として、その目的を美術家がその技術によつて肉付けし血液を流して生きるものとして目標階級に対してよく物語り、よく迫るものであります。

つまり宣傳画は宣傳計画上の根本神髄の感情を盛つたもので、單なる美術家の思想であつてはならないのであり、宣傳廣告の根本神髄を正しく了解し得る美術家の思想でなければなりません。

(六) 視覚的宣傳媒體など

主な視覚媒体は幻燈、フィルム、ストリップ、紙芝居及映画—劇映画及然らざる映画—であります。日本の劇場の總數約二、三〇〇、又劇場入場者は一週約二千五百万と推算され、之は米國の一百万を少し上廻る劇場數、劇場入場者一週約九千万に比肩するものであります。

三大ニュース映画社があり、此のニュース映画は納税ニュースとして利用し得る宣傳ルートであります。劇映画でない映画は通常クラブ、巡回劇団其他の團體に依つて移動映写機で映写され、普通には所謂教育映画と呼ばれるものであります。

五、租税完納運動の活動

(一) 宣傳の組織

租税完納運動はその目的達成のために、強力にして廣汎な宣傳活動を行います。

その宣傳活動とは前に述べました宣傳手段の作用と其の内的構造との智識を基礎として、宣傳効果を実現しようとする行動であります。従つてそれは宣傳手段の組織的適用の問題でありまた宣傳手段の撒布の問題であります。宣傳組織は當運動の組織の骨格をなすものであり、つまり國會と大藏省とで決定された徵稅方針を各種の見地から分析してこれを租税完納運動の目的として、宣傳目的として行動にうつす企画者と其の機関たる租税完納運動の中央本部と地方本部によつて構成されていて、宣傳活動を可能ならしめる人的及び物的要素の統一的秩序を意味するものであります。

宣傳機關の構成とその指導者の人格及び能力は宣傳効果を甚しく左右するものであります。租税完納運動は計画的な行動であります。従つて宣傳活動を組織し、これを指導する能力ある指導者によつて地方本部、支部が運営せられ、一定の部署に於て、あらゆる障害や攪乱に対抗する充分な理論的基礎と、廣い政治的展望と、目的に対する熱情と、確信とをもつた人々により、その生活全体をこの租税完納の一点に捧げる決意を固めて欲しいと思ひます。大衆は、担稅者はその人の人格的熱意にのみ共感してこそ、始めてこの一大國民運動に参加するのであります。

あのにががしい戦時下—太平洋戦争が最悪の事態に突入した段階に於てすら—言葉やゼスチユナだけで撃つて
いる国内の宣傳や報道、言論政策が如何に眞実の裏づけがなく、標語が空轉し、宣傳が下落したかを國民はよく知
つています。戦時中の「納めませう大蔵省」式の宣傳を國民に向つてのみとなりつけ、説教したり或は納税の道義
を説き廻るだけでは國民は寧ろ反感をさえ抱き、納税しませうの言は逆に反税への感情をわかさせることになりは
しないでしょうか。官廳宣傳の過去の実績は、官僚独善、口先宣傳の惡評によつて支配されています。

この財政危機による國民耐乏の時期に、餘りにも荒廢せる経済力の上に、納税に、供米に必死の努力を続ける國
民の努力を眞に理解し、運動の指導者たる者は民衆の背後について行くのではなく、先頭に立つの概を示して欲し
い。東洋の古諺に曰く「士は天下の憂ひに先立つて憂え、天下の楽しみに遅れて楽しむ」と。

租税運動の指導者たるものは、現世の混濁の渦中に於て正義を履行するものであります。旺盛な精神力をもつて
不正、不義、惡習、惡徳に恐れず、自己犠牲をも省りみざる眞の道徳的勇者でなければなりません。我々は國民の
運命を自己の運命と感じ、自ら價値の創造者を以て任じなければなりません。

この運動の宣傳企画は軍事上に於ける有力なる参謀であります。当運動の成功か失敗かの鍵を握るのであり、そ
の名案と臨機應變の対策こそ、運動本來の目的を達するものであります。企画者の神経は、全國民、全担税者の心
境輿論に入り、探り、求め、究めてはこれを自己の計画案に移植し、表現し、訴求するもので、その計画神經の活
躍は社会大衆をして突に快動せしめるものであります。名企画者の神経は速く千里に走り、二千里に及び百万千万
の担税者の胸を轟せるものでなければなりません。

- 1、目的の本質を理解すること。

- 2、徴税事務に精通すること。

- 3、輿論、媒体等につき調査研究すること。

- 4、判断熟考すること。而して断行すること。

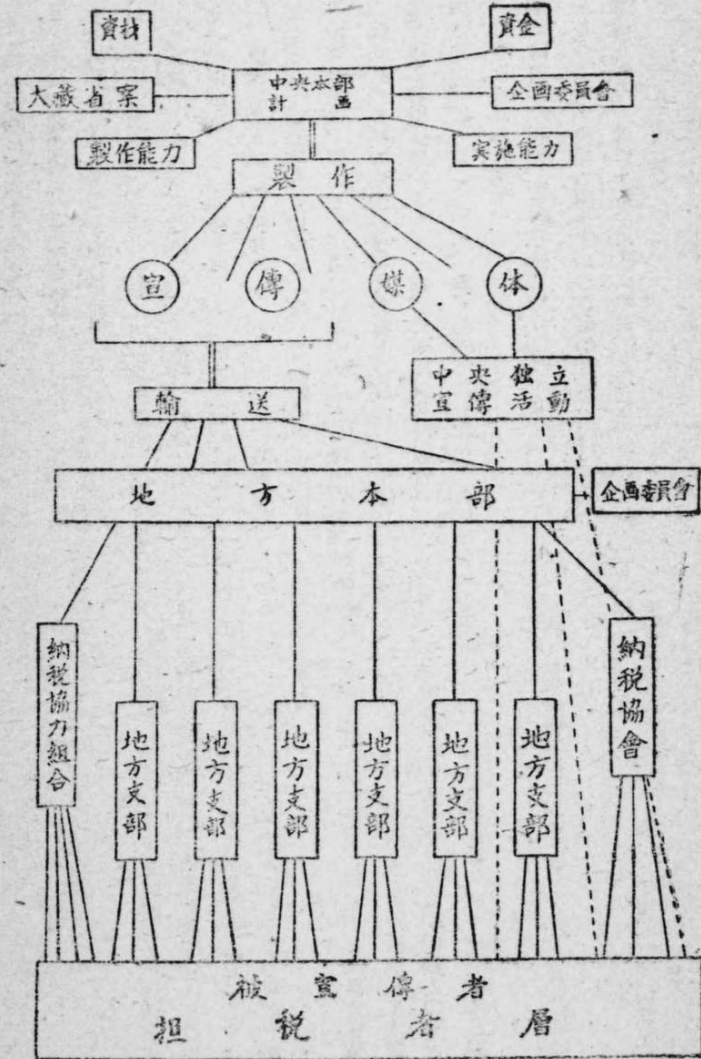
以上のような企画者を中心として租税完納運動本部に中央と地方の区分をつける。中央本部には教人の企画者よ
りなる宣傳企画委員会を設置して、本運動の計画立案をなし、具体的な宣傳媒体を審議し、輿論を調査し、それに
基き國民運動としての性格を與える。國民所得の異常な今日、現下の租税制度や徴税方法も完全なものとは云えな
いが、脱税者や怠納者に利することのない公平な徴税をなさしめるためにも右問題は國民全体にとつても重要であ
りますから、企画委員会には廣い範圍の樞要の人々を包含すべきであります。

その委員会は、國會、大蔵省、新聞、ラジオ等報導關係、經濟團體、金融團體、労働團體、農民團體、教育團體
其他同種の性格の團體の最高代表者を委員とし、宣傳専門家を幹事として、本部長が任命し、月次会合して本運
動本部事業の價値判断をして、特に將來に対する勸告等をなすべきであります。このようにすれば本運動への助言
が與えられ、然も大蔵省当局、縣当局の爲にもなり、それ以上に主要團體の指導者に本運動の仕事を理解させる機
会となるものであります。

本部はつねに大衆と共にあり、大衆をその目的に導いて行くには更に外廓團體を作る必要があります。それには
納税協会とか納税協力組合とかの外廓的團體を通じて活動すべきであります。

宣傳組織を明確にするために次の表によつて示してみませう。

宣傳組織



三〇

六、租稅完納運動の實施方法

(一) 既に實施した運動

租稅完納運動中央本部が先出る前に、納稅強調運動として、大藏省の手になる政府案が實施せられました。その第一次運動として、運動中央本部の結成となり、地方本部が各都道府縣に設置され現在に至りました。これまでに具体的に計画實施された足取を回想し、運動本部の新しい具体案を考へることにして、次に納稅強調運動の具体案を記載してみませう。

政府案

第一 運動の企画

一、責任者 大藏次官

二、中央推進機關 納稅運動中央本部

本部長 豫定 衆議院金融委員長

本部長 豫定 衆議院金融委員長

事務局 民間の経験者又は適任者相当数、事務局で立案し本部で決定實施

三、都道府縣單位に地方運動本部を設置

四、運動期間 相当長期に亘り継続實施

第一次集中運動期間 自昭三二・一二一—至三三・一

第一次以後引統計画

第二 第一次運動の内容

一、運動中央本部の声明 十二月上旬

二、衆議院及び参議院の決議

三、納税運動発足大講演会

開催地 東京、大阪

講演者 総理、大蔵、内務大臣、運動中央本部長、安本長官其他

四、リーフレット「私どもの納税」の配付

五、ポスターによる宣傳 十二月上旬乃至中旬

六、國のお臺所展覧会による宣傳 十二月上旬 於三越

其他外國のお臺所展覧会出品中より選撰写真

七、ラヂオ放送による宣傳

(一) 大蔵大臣 國稅納税成績向上及申告稅制度周知について 十二月上旬

内務大臣 地方稅納税成績向上について 十二月上旬又は中旬

大蔵次官 所得稅の更正決定について "

主稅局長 確定申告について 十二月下旬及一月中旬

贈與稅及相続稅申告について 一月上旬

非戰災者特別稅の申告について 十二月下旬及一月中旬

(二) 解説 毎週一回 十二月中旬又は下旬

イ、健全財政と租稅

ロ、租稅の機能

ハ、稅制改正の要點

ニ、所得稅の申告納稅制度

ホ、所得稅の更正決定

(三) 対談 毎週一回

イ、勤勞所得者と租稅

ロ、稅金と家計

ハ、企業會計と租稅負擔

ニ、關所得と課稅

ホ、脫稅したらどうなるか

(四) 街頭録音 十二月中旬及下旬

大蔵大臣 二回

内務大臣 一回

(五) 納稅の夕(?) 中繼放送

開催場所 東京 十二月上旬 大阪 一月中旬

内容 講演、演説

(六) スポットニュース 連日

八、ニュース映画

試案 イ、國のお臺所展覧会の情景

ハ、街頭録音の情景

ロ、納税講演会の情景

ニ、納税の夕の情景

九、街頭放送

場 所 駅構内、劇場、映画館、百貨店、競技場の外群集の場所

一〇、地方講演会、説明会、討論会の開催

十二月中旬及至二月下旬

主要都市 運動中央本部主催

十回程度

全国各地 地方運動本部計画開催

一市町村一回以上

一一、新聞、雑誌、出版物による宣傳

(一) 記事提供 私どもの納税、講演テスト、税法解説

(二) 廣告 イ、納税宣傳用 七曜表 廣告(各申告納期の注意的廣告)

ロ、解説的廣告 申告納税制度、源泉徴收手続、贈與税申告の手続、その他

ハ、警告的廣告 加算税及追徴税、租税罰則、第三者通報制、其他

ニ、納税標語の募集(?) 一般読者、小学校児童、青少年団体その他

一二、其の他 随時所要に應じて計画

(三) 租税完納運動中央本部並に地方本部

宣 傳 實 施 要 領	
利用媒体	本部 實施 要領 例
新聞紙	中央有力紙(朝日、毎日、讀賣、東京、日經等) 及地方有力紙(西日本、中部日本、河北、北海道等) A、記事面の利用を極力圖る B、公告、廣告として掲載する 所得税申告及納期の告知 税制改正の説明 申告納税制の解説 健全財政と租税 租税の機能と不正と處罰 団体機關紙、業界新聞の利用
雜誌	經濟雜誌 東洋經濟、ダイヤモンド、實業の日本等 敬養雜誌 ダイジエヌスト、改造、日本評論等
	地方新聞の利用 宣傳文案は本部に願ひ、地方特色を生かす 記載内容 納税作品發表 對談會對談掲載 稅問答掲載 地方業界新聞の利用
	地方特有雜誌あれば利用 文案は本部資料に願ひ

娛樂雜誌 キング、富士、講談クラブ等
 婦人雜誌 婦人之友、主婦之友、婦女界等
 中南工業關係 商店界、業界雜誌、生産界
 農漁村關係 家の光
 記載内容
 勤勞所得者と租税
 税金と家計
 企業會計と租税負擔
 關所得と課税
 脱税したらどうなるか
 滞納すればどうなるか
 第三者通報制とは
 大衆課税とは何か
 地方財政と地方税
 地方住民税の課税
 地方税の營業税の査定は民主的であるか
 地域による地方税の凹凸は改められないか
 注意すべき点
 月刊雜誌は期日を要するものでなく當運動の
 本質的なものを記載す

<p>展 覽 會</p>	<p>ラ ヂ オ</p>	<p>パンフレット</p>	<p>特定會場に於ける展覽會 國家財政と納税、各種税の解説</p>	<p>放送内容 納税問答等スポットとして放送 ラヂオコメデイ・漫才等を利用し租税完納の 意義を昂揚する 物語、朗讀を通じ、納税を主題とした人間情 操の發露せるものを放送する 解説、討論、討論の形式により、大臣、本部 長、大藏事務當局者が積極放送にあたる</p>	<p>公告、廣告は週刊、旬刊雜誌による</p> <p>稅務關係者の説明教材とするもの 一般に對する啓蒙的なもの 小中學校に於ける副讀本的なもの 記載内容 昭和二十三年度予算と税 國稅地方税の手引 改正所得税の解説 税の話</p>	<p>本部企畫の展覽會の地方巡回に利用する 本部企畫の移動展を展示する</p>	<p>地方放送局と連絡、特輯番組を編輯する 情報發表 コメデイ、物語、朗讀放送 討論、解説、放送</p>	<p>地方本部にても作成、配布されるようにする 別冊「私どもの納税」などを各學校に依頼 してつくらしめる</p>
----------------------	----------------------	---------------	---------------------------------------	--	--	---	--	--

	<p>納税手続、要領、罰則等をラヂオドラマ風に展示する 會期後は地方を巡回す 街頭移動展 二十枚一組としてプロック毎に一乃至二組として末端迄徹底するようにし、驛前、浴場前に展示する</p>	<p>學童作品展 地方本部募集作品を展示</p>
<p>講演會</p>	<p>租税完納大講演會 開催 大阪、京都、福岡、廣島、仙台、札幌、名古屋、金澤等 講演者 總理大臣、大藏大臣、國務大臣、安本長官、本部長 講師を派遣各地にて催す</p>	<p>講演會は、青年會、婦人會及び一般壯年層を對象として時局講演と併行して行う 稅務署、市町村と連絡し講師を派遣し開催する</p>
<p>座談會</p>	<p>納税推進班を編成、地方本部へ派遣す 國民の全般的な生活機構に趣旨を浸透せしめ、且つ思想及び情操普及涵養を重大として自由學園等により、女子部の農期、衣食住、學校乳幼児健康相談所、農村幼児生活園などがあるが、</p>	<p>推進班と連絡し、且稅務職員等による講師班を編成し、納税組合或は業種団体との座談會婦人団体との協力による座談會により、廣い浸透を計畫する</p>

<p>説明會</p>	<p>健全財政と稅法についての説明會、稅制改正による説明會 主要都市</p>	<p>財政局單位に各地に開催</p>
<p>ポスター</p>	<p>納税完納昂揚ポスター 申告、手續、納期の告知用 不正摘發——第三者通報制 ポスターによる宣傳分野は非常に廣い、企業者は大衆の動向と共に新しいポスターを考察すべきである</p>	<p>本部製作ポスターの配布</p>
<p>屋外廣告</p>	<p>驛、盛り場等に納稅塔、納稅板を設置する 企業及製作は特に慎重にする 垂幕を百貨店等に掛ける</p>	<p>驛及地方盛場、近郊連絡所に納稅板を設置する</p>
<p>映畫演劇 スライド</p>	<p>納税映畫の作成 稅のトピック映畫の製作 ニュース映畫</p>	<p>本部製作には映畫を中心に映畫會を行う 常設館を通して訴える</p>

納税相談所	劇映畫に挿入する 納税漫畫映畫の製作 スライド宣傳 劇團公演、寄席に挿入する	巡回映畫會 劇團の地方公演を行う
納税 ショーボート	映畫、演藝を中心として、海に面する地區の特異性を生かしてその中には税務相談所あり 地方向の物資の特賣などを入れて港町から漁村へと巡廻する	各市町村單位に開設する 商工會の税務相談所と連絡 中心地へ「納税相談の家」を設ける
納税 バス	山間地は自動車で巡回する 展覽會を主とし、特別列車で沿線を走行す 客車内に納税板を設ける	

附 録 (一)

租税完納運動中央本部規約

- 第一 租税完納運動本部は財政運営の根幹たる租税収入の確保を圖り併せてインフレーションの昂進を抑壓する目的を以て展開される國民運動に關する諸方策の企畫立案及び實施並びに政府との連絡等を掌るものとすること
- 第二 租税完納運動中央本部はこれを國管内に置くこと
- 第三 租税完納運動中央本部は中央本部委員を以てこれを組織すること
衆參兩院の財政及び金融委員は中央本部委員たるものとすること
- 第四 租税完納運動中央本部に本部長一名副本部長二名及び本部理事若干名を置くこと
本部長は衆議院財政及び金融委員長を以て之に充てること
副本部長は衆參兩院附屬の本部理事中より各一名を委嘱すること
本部理事は財政及び金融委員會の理事の職に在る者全部並びに部長より特に委嘱された國會議員若干名を以て之に充てること
- 第五 衆參兩院議長を名譽顧問に參議員財政及び金融委員長を顧問に推すこと
- 第六 本部長は中央本部の事務を統裁し且つ之を代表すること
- 第七 副本部長及び本部理事は本部長を補佐し第一に掲げる目的を達成する事業を掌理すること
- 第八 理事會は隨時之を開き租税完納運動に關する重要案件の審議決定をなすこと
- 第九 本部委員は第一に掲げる目的を達成する事業の推進中核体として活動すること

- 本部委員總會は必要に應じて本部長之を召集すること
- 第十 租税完納運動中央本部に參與若干名を置き廣く各方面の學識經驗者中より本部長之を參照すること
- 第十一 中央本部の事務を處理せしめる爲事務局を置くこと
- 第十二 右に掲げる事項の外租税完納運動中央本部に關して重要な事項は理事會に關つて本部長之を定めること
- 第十三 租税完納運動實施の爲都道府縣毎に地方本部を設けること
- 地方本部の規約に關しては別に之を定めるものとする

附 錄 (二)

租 税 完 納 運 動 地 方 本 部 規 約

- 第一 各都道府縣の區域毎に租税完納運動地方本部を置き之を夫々租税完納運動何縣(何都道府)本部と呼ぶこと
- 第二 租税完納運動地方本部は各其の區域内に於て租税完納運動中央本部の決定した租税完納運動に關する諸方策の實施に當ると共に尙當該地方の實情に即して納税成績の向上に資すると認められる事業を行うものとする
- 第三 租税完納運動地方本部は各當該都道府縣廳内に置くこと
- 第四 租税完納運動地方本部の構成は左の如くとする

地方本部長	一	名
地方副本部長	二	名
理事	若干名	

委 員 若 干 名

- 第五 地方本部長は中央本部において委嘱するものを成る可く當該都道府縣選出の國會議員中より選定すること
- 第六 地方副本部長は當該都道府縣會議長及び知事に中央本部に於て之を委嘱すること
- 第七 委員は各階層より地方本部長之を委嘱すること
- 第八 委員中より若干名の理事を互選すること
- 第九 地方本部長は當該租税完納運動地方本部の事務を統理すること
- 第十 地方副本部長は地方本部長を輔佐し地方本部長事故あるときは其の職務を代理すること
- 地方本部長の代理は都道府縣會議長たる地方副本部長が先づ之に當り都道府縣會議長たる地方副本部長に事故あるときは知事たる地方副本部長が之に當ること
- 第十一 理事は地方本部長を輔佐し當該地方本部の事務舉揚に努めること
- 第十二 委員は地方本部長の指揮に従ひ事務を分掌することあるものとする
- 第十三 租税完納運動地方本部に顧問を置くことを得ること
- 第十四 都道府縣内は必要な地區に支部を置くことを得ること
- 第十五 市區町村内に推進委員を若干名置き本運動の推進に當らしめるを得ること
- 第十六 租税完納運動地方本部の事務を處理せしめる爲事務局を設置すること
- 事務局長は當該都道府縣の副知事又は總務部長を以て之に充てること
- 第十七 右に掲げる事項の外租税完納運動地方本部に關して必要な事項は理事會の議を経て地方本部長之を定めるものとする

租税完納運動に関する決議(衆議院)

今わが國の財政は、未だかつてない危機に臨んでいる。それは財政の総額が非常に巨額であるばかりでなく、その收支の均衡も辛うじて得ているに過ぎないのであつて、一步誤れば經濟の再建はおろか國家の經濟そのものが破滅する恐れがあるからである。

それに國税の本年度豫算額は一千三百億円であつて、國家の歳入総額の六割五分も占めているにも拘らず、納税の現状を見るに申告の成績は意外に悪い上に、滞納の金額も未曾有の多額であり、このまゝに進むならば歳入が確保できず財政そのものが根底から覆える危険がある。

もし万一この健全財政が破綻を見るならばインフレ激化による異常な慘害に國民全体がさらされねばならないことになるであらう。

もとより國民所得の異常な今日、現在の租税制度や徴收の方法も完全なものとはいえないが、しかし政府がこれがために脱税者や怠納者を利するようなことがあつてはならず公平な徴税をなすようあらゆる努力をなすべきである。また國民もこの大切な納税を重視し、いやしくも正当な税額を完納することについては、國民の名譽ある責任として進んでこれを果たすために敢然立つべきときであると信ずる。

私共は現状の苦難を忍びつつ明日の希望を達成するために、ここに全國民が一致協力し、この危機打開のために租税完納運動を展開する次第である。
右決議する。

租税完納運動に関する決議(参議院)

インフレーションの進行と共に我が國の財政は膨大なる数字に達し、國民負担も又未曾有の巨額に上つている。しかも國民所得の分布はきわめて不相当且つ不均衡ともなつており徴税方法もまた完全なものといえないため、現在のように所得税の申告納税はわずかに年額八十三億程度に止まり、豫算額に比し一割七分に、また租税及び印紙收入も本年度本豫算補正豫算合計千三百三十億程度に止まり、豫算額に比し一割七分に、また租税及び印紙收入も百億内外の滞納額があるとゆうきわめて憂うべき事態を招来している。しかしながら政府はこれがために脱税者怠納者をして不法に利益せしむべきでなく且つ租税負担の公平を期するため、あらゆる努力をなすべきであり、また國民も現在のまゝに推移するにおいては、財政は根底から覆滅し恐るべきインフレの悪化を見るに至るべき事態を充分に認識して、いやしくも適正妥當な租税の完納については、進んで一致協力すべきである。私共はこの危機打開のために租税完納運動を展開する。
右決議する。

京都府 参議院議員 奥 主一郎

府會議長

中村庄太郎

總務部長

神内 徳治

和歌山縣 縣會議長 内田 安吉

副知事

井上 清一

議會事務局長

筒井徳三郎

廣島縣 衆議院議員 大原 博夫

縣會議長

荒木 和成

總務部長

河野 義信

山口縣 衆議院議員 中島 勝一

副知事

鈴木康四郎

總務部長

河野 義信

徳島縣 衆議院議員 三木 武夫

縣會議長

和久田鉄雄

總務部長

鈴木 武

愛媛縣 衆議院議員 安平 鹿一

知事

清水 爲吉

總務部長

東郷 一郎

香川縣 衆議院議員 矢野庄太郎

知事

田中 龍夫

總務部長

金子 正則

高知縣 衆議院議員 入交 太藏

縣會議長

宮田 義信

副知事

佐々木厚義

福岡縣 衆議院議員 伊藤卯四郎

知事

阿部 五郎

總務部長

土屋 香鹿

六分縣 衆議院議員 梅林 時雄

縣會議長

渡辺 百三

總務部長

立川 義男

鹿兒島縣 副知事 保岡 武久

知事

細田 徳壽

稅務課長

伊地知併二

長崎縣 縣會議長 岡本 直行

知事

矢野 清人

社會教育課長

江藤 淳雄

熊本縣 參議院議員 佐々 弘雄

稅務署長

杉山宗次郎

民生部長

澁谷 保

島根縣 衆議院議員 中崎 敏

縣會議長

川村博太郎

總務部長

兼子 秀夫

埼玉縣 衆議院議員 関根 久藏

副知事

大久保勢輔

總務部長

大沢 雄一

大阪府 衆議院議員 関根 久藏

縣會議長

櫻井 三郎

總務部長

大森 通孝

長野縣 縣會議長 中田 吉雄

縣會議長

恒松 安夫

總務部長

多田 仁巳

兵庫縣 縣會議長 中田 吉雄

縣町村會長

廣瀬 正一

總務部長

谷本 利夫

鳥取縣 縣會議長 中田 吉雄

縣會議長

加藤 秋一

總務部長

福田 祐一

三重縣 縣會議長 浜田 正平

縣會議長

林原 正二

總務部長

角永 清

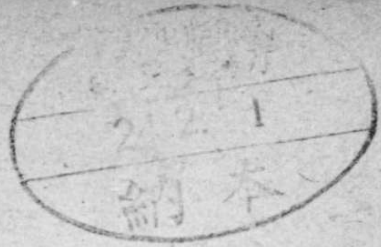
北海道 道會議員 田中 信夫

副知事

岩名 秀松

總務部長

文木 勝美



昭和二十三年八月二十日 印刷
昭和二十三年八月二十五日 発行

344
SKU

發行所

租稅完納運動中央本部

東京都千代田区永田町 衆議院内

編輯人

藤

井

誠

一

印刷所

株式会社

太平

印刷

社

社

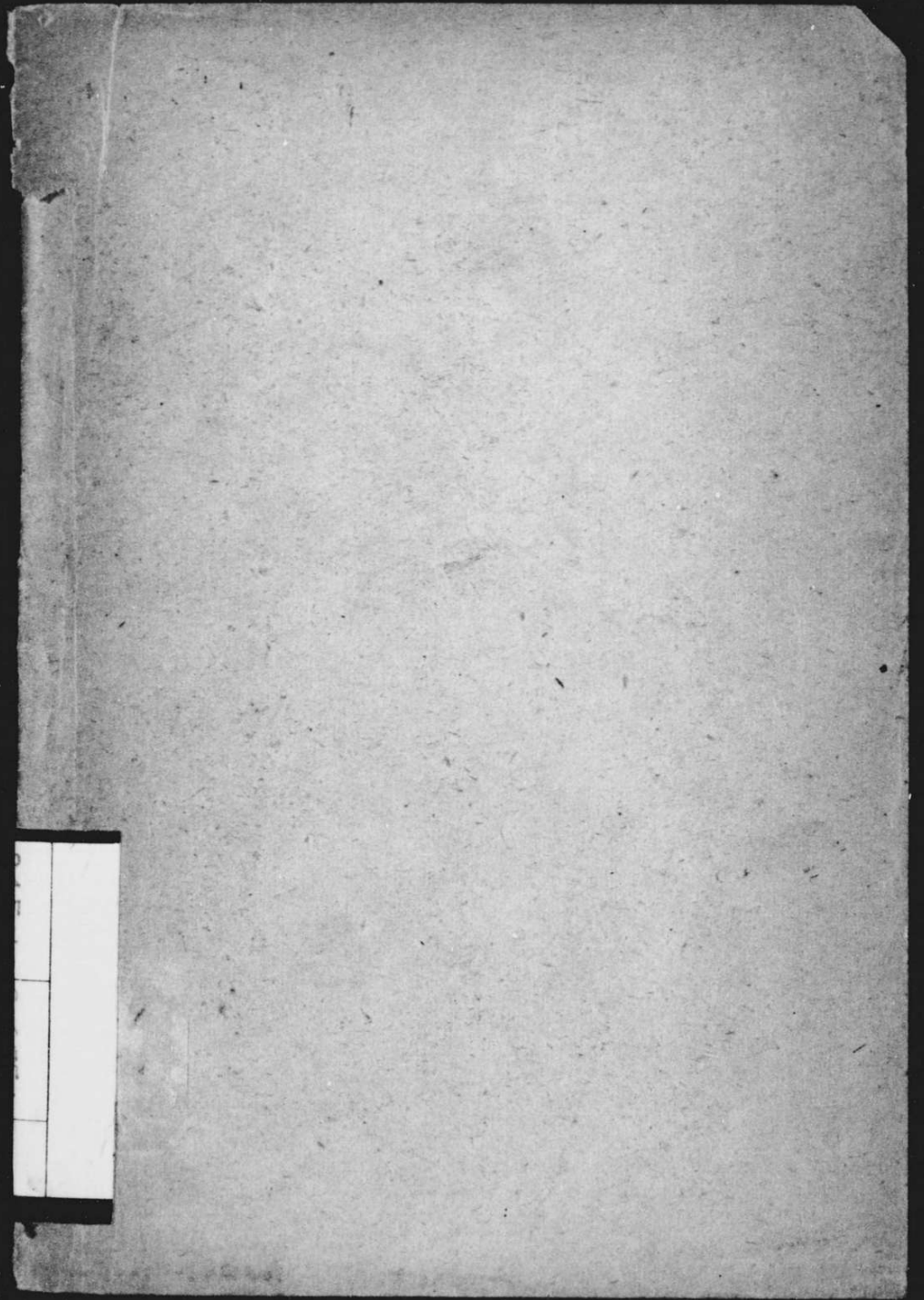
東京都千代田区内幸町二ノ二〇

東京都千代田区永田町衆議院内
租稅完納運動中央本部

電話銀座 (57) 一一八八九三二

(非賣品)

郵票圖



1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12
13	14	15	16
17	18	19	20