デジタルエコノミーと税制研究会

デジタルエコノミーの発達と税制の課題

2018 年 11 月

はじめに

本研究会は、「デジタルエコノミーの健全な発達と調和した税制のあり方」を目的に 17 年 9 月に第一回会合を開催しました。これまで 11 年にわたり、11 回の報告書を出してきた「金融・番号制度研究会」（毎年の報告書は、一般社団法人ジャパン・タックス・インスティチュートに掲載、http://www.japantax.jp/teigen/index.htm）を引き継ぐ形で、筆者を座長に、NTT データ経営研究所を事務局とした研究会です。

本研究会の問題意識は以下のとおりです。

デジタルエコノミーの発達は、モノからサービスへの転換、ユーザーの参加するプラットフォームという発明、企業価値の無形資産化、背後にあるビッグデータの存在と人工知能（AI）の発達による新たなビジネスモデルなど、多くの経済社会の変化をもたらしました。

このような変化は課税の世界にも大きな影響を及ぼします。国境を容易に超えるビジネスモデルの拡大に伴う法人税や消費税の課税の困難さの拡大や、価値創造地と納税地のかい離による GAFA など米国 IT 企業を中心とした大規模な租税回避の発生などです。とりわけ国際的租税回避をいかに防止するかということが、G20 や OECD で大きな課題となっており、これに対抗すべく EU（欧州委員会）は新たな課税制度の導入を提言しています。国家主権のもとに構築される税制というものと、グローバルに活動するデジタルエコノミーの健全な発達をどうバランスさせていくのか、EU やOECDなどの議論も参考にしながら検討していきたいと考えています。

もう一つ課題があります。遊休資産などを活用するシェアリングエコノミーの発達は、経済活性化に大いに役立っていますが、一方で、ギグエコノミーを生じさせ、タックス･ギャップ（Tax Gap）の問題も課題となっています。わが国では、働き方改革で、テレワーク（クラウドソーシング）が推奨されていますが、そこで働く人々の社会保障制度・セーフティーネットの構築や税制（タックス・ギャップ）の議論は抜け落ちています。先進諸国を見ると、プラットフォーマーが税務当局に情報を提供し、それを税制だけでなく社会保障にも活用している例が多く見受けられます。正確な所得情報は、セーフティーネットの構築のためにも不可欠だということができるでしょう。

AI の発達は、生産性の向上など経済に劇的な変化をもたらしますが、一方で、所得・資産格差の拡大や、大量の失業者などを生じさせる可能性も指摘されています。AI の発達が、ユートピアをもたらすのか、デストピアになるのか、今はその分岐点にあるともいえるでしょう。一部の経済学者から、ベーシックインカム（国民全員に一定の所得を支給し、最低限の生活を保障する制度）のコンセプトが提唱されていますが、勤労に与える影響や財源の問題などは手がつかないままです。

デジタルエコノミーの時代が到来したといわれますが、それをめぐる知見はそれぞれの専門家・専門分野に限定されがちです。この研究会では、先に述べたような問題意識の下で、税法、税務実務、法務、金融、AI、デジタルエコノミーなどに詳しい専門家が集まり、デジタル時代の税制や税務行政のあり方をバランスよく議論をしていくことを目指していきたいと考えた次第です。

本書は、初年度の報告書です。今後は国際課税面での対応（BEPS 中間報告書をにらみながら）、AI の生み出す価値の研究など、引き続き様々な分野について検討を行い、タイムリーな提言を行っていきたいと考えています。

最後に、研究会の運営、報告書の作成について、全面的にご尽力いただいた本研究会の事務局、株式会社 NTT データ経営研究所の上瀬剛さん、稲葉由貴子さん、伊藤香葉子さんには、厚く御礼申し上げたいと思います。とりわけ稲葉さんとは報告書の内容について数多くの議論を重ねたことを感謝します。

2018 年 11 月

「デジタルエコノミーと税制研究会」座長
東京財団政策研究所研究主幹　中央大学法科大学院特任教授
森信茂樹

デジタルエコノミーの発達と
税制の課題

目　次

1　デジタルエコノミーの到来 1
1.1　デジタルエコノミーがもたらす経済・社会の変化 1
1.2　課税上の論点 2
1.2.1　デジタルエコノミーの特徴 2
1.2.2　デジタルエコノミーと課税 3
1.2.3　OECD/BEPS の議論 5
1.2.4　データ 6
1.2.5　フリーミアム 6
2　シェアリングエコノミーと税制 8
2.1　シェアリングエコノミーとは 8
2.1.1　しくみ 8
2.1.2　意義 9
2.1.3　ビジネスモデル 10
2.2　課税上の論点 14
2.2.1　プラットフォーマー 14
2.2.2　ギグエコノミー/副業 15
2.2.3　その他 18
3　提言 19
3.1　プラットフォーマーからの情報取得 19
3.2　納税者利便の高い申告制度の構築 20
3.3　ギグエコノミー/副業に対応した新たな所得控除の創設 21
4　デジタルエコノミーと税制研究会メンバー 22
5　研究会の開催内容 23
6　引用・転載について 24

1　デジタルエコノミーの到来

1.1　デジタルエコノミーがもたらす経済・社会の変化

デジタル技術が社会に浸透し、種々の形で変化をもたらしている。書籍、音楽、ビデオなどは、有形のモノから無形の情報へと形を変え、デジタルに配信されることが一般的になった。デジタル財は、無形で、追加生産（コピー）、在庫、流通等にかかる費用および時間が有形財と比べると非常に小さいという特徴がある。モノやサービスの貿易、資本の移動に代わり、情報やデータの流通がグローバル化を牽引する時代になった。デジタルビジネスはビジネスモデルの転換と新たなビジネスモデルの誕生をもたらし、世界の時価総額の上位には、デジタル多国籍企業が並んでいる。

スマートフォンやソーシャルメディアの普及により個人の発進力が高まったため、企業や組織に対する相対的な個人の力が強くなった。企業や組織と個人をネットワークするオンラインプラットフォームが登場し、オンデマンド型や顧客（ユーザー）主導型などの新しいビジネスモデルをもたらした。シェアリングエコノミーもそのひとつである。ギグエコノミー（Gig Economy）と呼ばれる単発の請負型の労働者を生み出し、税制や社会保障制度に新たな問題を投げかけている。

デジタルエコノミーの進展に伴い、有形のモノや資産よりも無形の機能、デザイン、特許権、データ等に価値の源泉が認められるようになってきた。現在では、企業価値の 8 割以上が無形資産に依存しているという調査結果もある[1]。モノの所有ではなく利用や体験に価値を見出すサービス化が進行している。

スマートフォン、ソーシャルメディア、ビッグデータ、Internet of Things（IoT）、人工知能（AI）などが、社会生活や企業の活動等を革新（トランスフォーメーション）している。世界最大のタクシー会社 Uber は自動車を 1 台も保有せず、世界最大のメディア会社 Facebook はコンテンツを全く作成せず、世界最大の小売会社 Alibaba は在庫を 1 点も持たず、世界最大の宿泊事業者 Airbnb は不動産を全く保有していない、という時代になった[2]。社会のしくみや人々の考え方に破壊（ディスラプション）をもたらしている。

---

[1] https://www.forbes.com/sites/christopherskroupa/2017/11/01/how-intangible-assets-are-affecting-company-value-in-the-stock-market/#70bf0eff2b8e

[2] https://techcrunch.com/2015/03/03/in-the-age-of-disintermediation-the-battle-is-all-for-the-customer-interface/

1.2 課税上の論点

1.2.1 デジタルエコノミーの特徴

デジタルエコノミーは、eコマース（電子商取引）、アプリケーションソフトの配信サービス（App Store や Google Play 等）、オンライン広告、XaaS[3]と総称されるインターネットを介したオンデマンド型のコンピューティング資源の提供サービス、ソーシャルメディア等の多くの新しいビジネスモデルを生み出した。これらのビジネスモデルには、データの活用、ネットワーク効果、マルチサイドビジネスモデルなどの共通の特徴がある。

デジタルテクノロジーにより大量のデータの収集、蓄積、利用が可能になった。ソーシャルメディアでの発信内容および発信時刻や位置の情報、スマートフォンの GPS の位置情報、監視カメラの画像など、個人が意識的、無意識的に生み出したデータや、機械や自然界などからセンサーにより計測されたデータが、日々、大量に収集･蓄積される。2025 年のデータ量は、2016 年に生成されるデータ量の 10 倍以上の 163 ゼタバイト（10 の 21 乗バイト）に上るという試算[4]もある。種々のデータを組み合わせ、分析することで、「データは 21 世紀の石油」とも言われるほどの価値を生むと考えられている。デジタル多国籍企業は、集積したデータの分析を自社で活用するとともに、他社向けに事業化している。情報銀行のようにデータを流通させるしくみも登場しつつある。一方で、データの帰属については議論があり、特にパーソナルデータについては、所有者[5]は本人とする考え方が一般的である。

相互に依存関係のある複数の顧客セグメントに対し、異なるサービスを異なる価格設定で提供するマルチサイドビジネスモデルは、デジタルエコノミー以前から存在する。卑近な例はクレジットカードやゲーム機などで、利用できる店舗やゲームと利用者の間には、前者が増えれば後者が増え、後者が増えれば前者が増えるという相互依存関係があって発展してきた。デジタルビジネスも同様で、マルチサイドビジネスモデルの提供者はプラットフォーマーと呼ばれ、オンラインマーケットプレイスやシェアリングエコノミーなどで採用されている。特定の利用者セグメントが他の利用者セグメントに価値を提供する点で、利用者参加型のビジネスモデルである。

マルチサイドビジネスモデルの一種であるフリーミアムは、デジタルビジネスに特徴的なビジネスモデルである。フリー（無料）とプレミアムを組み合わせた造語で、もともとは基本的な

---

[3] Infrastructure-as-a-service、Platform-as-a-service、Software-as-a-service 等のクラウドコンピューティング型のサービス

[4] IDC “Data Age 2015: The Evolution of Data to Life-Critical Don’t Focus on Big Data; Focus on the Data That’s Big,” April 2017.

[5] データは無体物であり民法上の所有権の対象ではないが、性質上、本人の権利の保護や利用権限については考慮が必要とされている

サービスは無料で受けられるが、有料サービスに移行するとより高度なサービスが受けられるというモデルである。基本的なサービスが無料で受けられる理由は、有料の顧客を獲得するための手段としてや、ネットワーク効果の高いサービスについて、有料顧客のサービス品質を向上するためなど様々である。これらの企業の中には、無料サービスから有料サービスへの顧客の移行が上手く行かず、無料サービスの範囲を縮小したり、撤退を余儀なくされるものもある。一方で、広告モデルを梃として、一般消費者を含むすべての人にすべてのサービスを無料で提供する Google なども登場した。

1.2.2 デジタルエコノミーと課税

デジタルエコノミーの進展は、課税上、特に国際課税において大きな変化をもたらした。課税権はフィジカルな世界の国境を基準としており、モノであれば、国境を越える際に税関という課税ポイントで、関税や消費税を課すことができた。一方、デジタルな世界には国境の概念がないため、フィジカルな世界で課税する必要がある。そのため、既存の消費税および法人税のしくみの変革が必要となった。

デジタルビジネスの第一の課題は、課税の根拠が失われたことである。従来の法人税のしくみは恒久的施設（Permanent establishment: PE）の存在を課税権の根拠としていたが、企業が物理的存在を伴わなくても規模を拡大できるようになった（scale without mass）デジタルビジネスでは、世界のどこかに PE が存在すれば参入する市場には支店や工場等の PE を設置する必要がないため、企業は消費国で利益に課税されることなくビジネスが行えるようになった。

消費税についても同様で、従来のしくみでは、消費税は国内における商品・製品の販売や役務の提供に対して課税されていたため、輸入品については保税地域から引き取る際に課税することができたが、消費者に直接配信されるデジタルコンテンツは海外における役務の提供とみなされるため、消費税は不課税であった。

第二の課題は、価値創造地と納税地の乖離である。国際課税ルールでは利益が創出された国に課税権があるとされ、一般的には本店の所在地で利益の多くが創造され、支店や工場等にも一部の利益が帰属する。ネットワーク外部性の高いデジタルビジネスにおいては、しばしば先進的なビジネスモデル等が価値創造につながっている。それらの無形資産を低税率国やタックスヘイブン（租税回避地）に設立した子会社に移転することは容易であるため、価値創造に要した活動と価値創造の源となる資産の所在地が分離される事態が生じる。無形資産に利益のどのくらいの割合を帰属させるかは、恣意的になりやすいという問題もある。

また、マルチサイドのビジネスモデルでは、データやコンテンツの提供等により価値創造に利用者が貢献しているとされるが、貢献度を正確に見積もり利益の一部を消費国に配分する

ことは困難である（実際には消費国以外の利用者の貢献もありうる）。さらに PE がなければ課税できないというルールの下では、PE が存在しない消費国での課税は不可能である。特にパーソナルデータを含むビッグデータの価値の帰属については、今後の議論が待たれる。

第三の課題は、デジタルエコノミーの下では、法人の居住地でも所得が生じる源泉地でも課税されない二重非課税の問題が起こりうることである。無形資産を低税率国やタックスヘイブンに設立した子会社に移転させると、利益も低税率国やタックスヘイブンに帰属する。OECD の試算によれば、無形資産の移転、移転価格の調整等に伴う国際租税回避により、全世界の法人税収の 4-10%、年間 1000 億-2400 億米ドル（2014 年基準）が失われている[6]。源泉地国にとっては税収減となり、EU の試算ではデジタル多国籍企業の EU 域内における実効税率は 8.9%-10.1%と伝統的なビジネスを行う多国籍企業 23.2%の半分以下に過ぎない[7]。これは公平な競争条件（レベル・プレイング・フィールド）確保の観点からも課題として認識される。

デジタルエコノミーにおいては、すべての産業がデジタル化している。したがって、課税上の問題もデジタルビジネスに固有の問題ではなく、程度の違いはあっても既存ビジネスでも起こりうる問題である。また、多くのデジタルビジネスは全く新しいビジネスとは限らず、従来から行われてきたことがデジタル化によりビジネスとして成立するようになり、無視できない規模にまでなったと考えられる。

たとえば、個人等が保有する活用可能な資産等をオンラインプラットフォームを介して他の個人等が利用、交換等できるようにするシェアリングエコノミーは、従来は隣近所の助け合いで行われていたが、スマートフォンやソーシャルネットワーク等の普及により、不特定多数との間で、広範囲、瞬時に行うことが可能になり、ビジネスとして行われるようになった。また、組織に属さず単発の仕事を請け負うギグエコノミーは、個人事業者や専門職派遣、日雇いなどの形態でこれまでも存在したが、インターネットを介して誰もが特技や経験等を活かした仕事ができるようになったという点で、裾野が非常に拡大した。

よって、課税問題を考える際にもデジタルビジネスだけを切り離して考えるのではなく、他の産業にも適用可能な方法を目指すべきであろう。

なお、モノの動きがデジタル化されると物理的には捕捉が困難になるが、一方でデジタル化された証跡が残るため、把握側に適切なリテラシーがあれば、モノよりもむしろ捕捉が容易であるという面があり、課税のしくみを構築する際に活用できる可能性がある。

---

[6] OECD Economic Outlook, Volume 2018 Issue 1

[7] https://twitter.com/EU_Taxud/status/961517396560408576

1.2.3 OECD/BEPS の議論

多国籍企業の人為的な課税所得の操作や課税逃れは、国境を越えた企業の経済活動と各国の税制や国際課税ルールのずれが惹き起こしているとして、OECD は 2012 年に BEPS（Base Erosion and Profit Shifting：税源侵食と利益移転）プロジェクトを立ち上げ、2015 年 9 月に最終報告書を取りまとめた。BEPS プロジェクトの 15 の行動計画のうち、行動計画 1 が「電子経済に係る税務上の課題への対応」で、最重要な課題である。最終報告書では一部が合意されたが提言は行われず、ポスト BEPS として、2020 年に G20 に報告されることとなっている。

行動計画 1 では、デジタルエコノミーに関する 3 つの本質が明らかになった。その第一は、デジタル化はほぼすべての産業に影響しており、デジタル経済だけを切り離すことはできないということである。第二に、課税逃れはデジタル化に固有の問題ではなく、デジタル化が進んでいない企業とも共通しているということである。第三に、デジタル化がもたらしたのはより根本的な問題であり、それはネクサス、データ、所得分類の 3 つの用語で表される。ネクサスは、既述の物理的存在なしに行われた課税権の問題に関係する。データはデジタルエコノミーで新たに登場した概念であり、今後、ルール化が必要である。所得分類は、既存ビジネスでは問題にならなかった所得分類による適用ルールの違いが、デジタルビジネスでは問題になる場合があるため、整理が必要である。

行動計画 1 では、国境を越えた財･サービス･無形資産の取引、特に消費者がネクサスを有しない海外の事業者から直接購入する取引に対する付加価値税の徴収が、デジタル化に伴う大きな課題のひとつと位置づけられた。仕向地課税の原則に基づき、消費地国の税務当局が海外の事業者から付加価値税を徴収することがグローバルに合意され、事業者登録制等により、海外の事業者が付加価値税を報告･納付する義務を負うこととなった。

日本でも 2015 年 10 月以降、電子書籍･音楽･広告配信などについては消費税の内外判定基準が役務を提供する者の住所等から役務の提供を受ける者の住所等に変更され、海外事業者によるデジタルコンテンツの配信にも消費税が課されることになり、消費税については適正・公平な課税に加え、国内外の事業者間での公正な競争条件が確保された。

付加価値税については成果が上がった一方、直接税については、PE に代わる課税の根拠として重要な経済的存在、デジタル取引に対する源泉税、独立した平衡税の導入の 3 つのオプションがある。重要な経済的存在については、「重要」の根拠となる閾値の設定に関する政治的合意、およびネクサスに対する利益または収入の割り当てに課題がある。源泉税は、価値創造に貢献した消費地国で源泉の対象となる決済が発生しない場合があるため、解決策として不十分である。平衡税は外国企業を差別することになり WTO 義務違反の可能性があ

る。それぞれに課題があるため、結論には至っていない。

一方 EU は、2018 年 3 月に中長期的見直しと短期的見直しの 2 つの案を公表した。中長期的見直し案は、重要な経済的存在に基づく課税案で、利益配分ルールに基づき帰属所得を計算するとしている。ただし、中長期的見直しには時間を要することを想定し、暫定措置として短期的な見直し案が検討されている。短期的見直し案は、デジタルプラットフォーム、オンライン広告出稿、顧客情報の販売を対象に売上高の 3%を課税するもので、対象となるサービスを限定し、閾値を非常に高く設定することで、二重課税の可能性を低めている。EU 域内のデジタル大企業も対象となることから、WTO 義務違反となることも避けられる。

短期的見直し案は 2018 年中に結論を出すことを目指しているが、EU 加盟国内にも利害の対立があり、全会一致の合意に至るかどうかは不透明である。仮に全会一致に至らなくても、9 ヵ国の賛成で手続を開始できる強化された協力手続により、発効する可能性は高い。

英国は、一足早く 2020 年 4 月からデジタル大企業を対象に、英国内での特定のビジネスモデルの売上高に 2%を課税するデジタルサービス税を導入すると公表した。その他、インド・平衡税、イタリア・ウェブ税（デジタル取引に対する売上税）、イスラエル・デジタル PE などの個別の対応もある。

1.2.4 データ

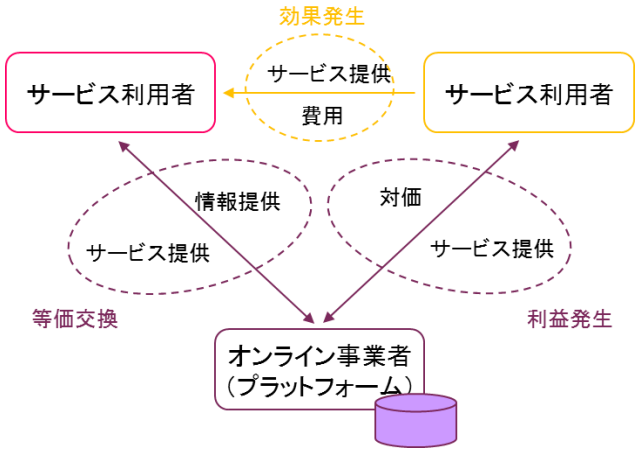
データを経営資源と捉え、データそのものに課税すべきという考え方がある。移転価格税制の無形資産の考え方を応用する考え方のほか、原材料と同様にデータにも適切な価格を設定し課税すべきという考え方もある。また、既述のとおり、データは提供者が価値創造に貢献しているとして、データの活用により創出された利益に対する課税権は、提供者の居住地にあるとする考え方もある。しかし、同じデータを使用してもアルゴリズムの違いで異なる結論が導かれ、創出される価値は一様ではない。また、精度が低いデータや古いデータ等は、使い方によっては価値を毀損する可能性もあるなど、データおよびデータ分析の価値を一概に評価することは困難である。

1.2.5 フリーミアム

すべての人にすべてのサービスを無料で提供するビジネスモデルでは、無料サービス提供の対価は既に得ていると考えられる。この対価がサービス利用者のデータである。物々交換も課税の対象であるが、等価交換であれば課税は回避される。消費者余剰が発生しているとすると帰属消費課税、供給者（生産者）余剰が発生しているとすると価値創造に利用者が貢

献していると考えられる。

図表 1 フリーミアムモデル



2　シェアリングエコノミーと税制

2.1　シェアリングエコノミーとは

2.1.1　しくみ

シェアリングエコノミーの全世界の市場規模は、2014 年の約 150 億米ドルから 2025 年には約 3350 億米ドルに拡大すると予測されている[8]。2016 年時点の国内市場規模は、内閣府の試算では 4,700 億円～5,250 億円程度に上り[9]、活用可能な資産等の種類により、主にモノ、空間、移動、スキル、お金の 5 つに分類される[10]。

シェアリングエコノミーは、2000 年代後半頃より始まり、2010 年代に急速に拡大した。日本では 2015 年頃から IT 総合戦略本部や情報通信白書等で取り上げられるようになり、2016 年には『日本再興戦略』改訂 2016 や「世界最先端 IT 国家創造宣言」等にも記載が見られるようになった。一億総活躍社会の実現、経済成長、イノベーション創出等に貢献することが期待されており、そのためのルールの整備や制度の見直し等が図られている。

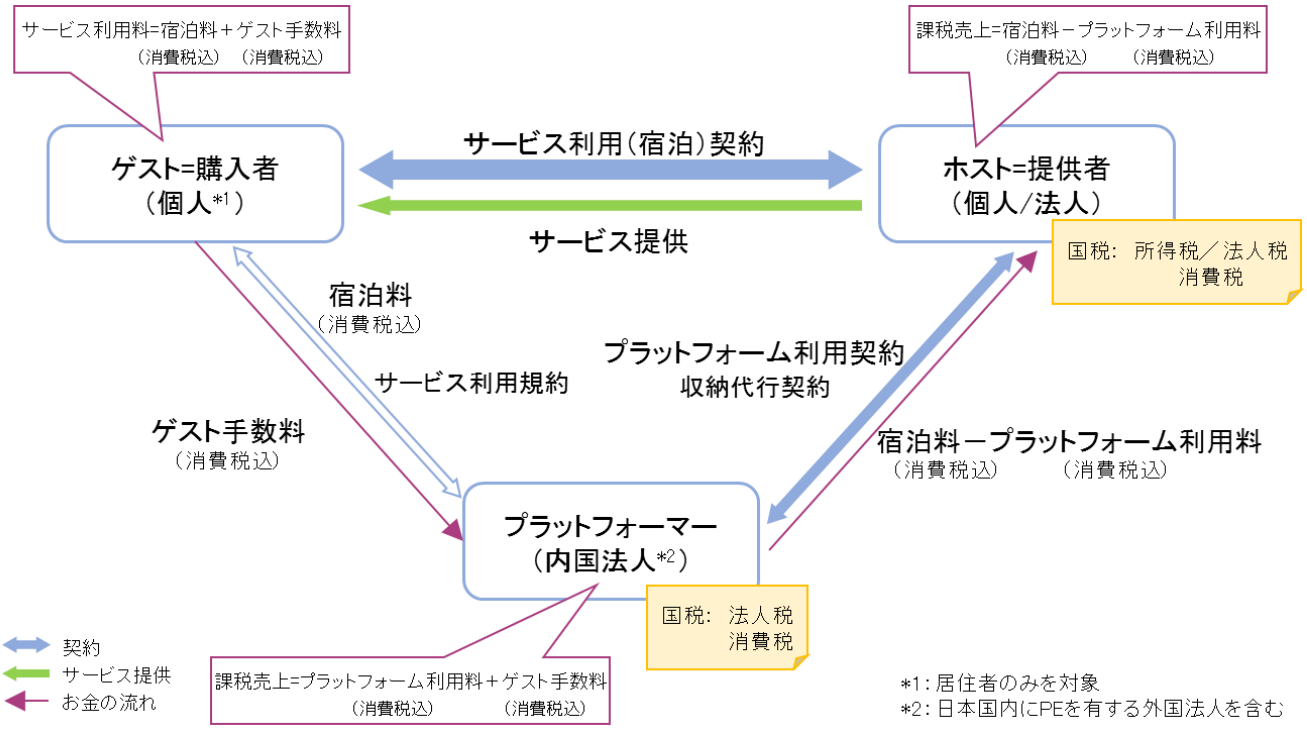
シェアリングエコノミーは、資産やサービス等の提供者、購入者、および両者をマッチングするプラットフォーマーの 3 者により構成される。プラットフォーマーは、仲介者ではあるが契約の成立には尽力せず、シェアリングサービスの利用契約は提供者と購入者の相対関係である。決済はプラットフォームを利用し、プラットフォーマーはプラットフォーム利用料や手数料などの名目で、提供者と購入者から代金の一部を徴収する。提供者と購入者のいずれか一方のみから徴収する場合もある。国内のプラットフォーマーの場合、課金のしくみは原則として収納代行モデルが採用され、プラットフォーマーは提供者とのプラットフォーム利用契約に基づき購入者に対する代金の代理受領権を受け、購入者から受領した代金から手数料等を差し引いた残額を提供者に返還する（図表 2）。

サービスの提供者と購入者をマッチングするシェアリングエコノミーは、ネットワーク効果が働く。そのため、プラットフォーマーは利用者基盤を拡大することで、競争上優位に立つことができる。シェアリングエコノミーにおけるサービスの提供者と購入者は、いずれも利用者として相互に入れ替わり可能なものが多い。すなわち、あるときはサービスを購入した人が、別の場面ではサービスの提供者となり、その逆もおこる。これによりネットワーク効果が働きやすくなる効果がある。

---

[8] PWC Consumer Intelligence Series, “The Sharing Economy,” 2015.
[9] 内閣府経済社会総合研究所「シェアリング･エコノミー等新分野の経済活動の計測に関する調査研究」報告書（2018 年 9 月）
[10] シェアリングエコノミー協会の分類による

図表 2 一般的な民泊のしくみ（プラットフォーマー=内国法人、ホスト=個人/法人、ゲスト=個人）



2.1.2 意義

シェアリングエコノミーは、個人や企業の遊休資産（労力等を含む）を活用することにより資源が有効活用される。モノの所有から、必要な機能を必要なときにオンデマンドで利用できることに価値が見出されるようになってきた。資源の無駄を減らすことに繋がることへの期待もある。急激な需要の増加に対する既存ビジネスの補完の役割も担う。

2018 年 6 月に住宅宿泊事業法（民泊新法）が施行されたが、無許可営業の民泊を排除することで、東京オリンピック･パラリンピックを控えて増加する外国人観光客の受け皿確保の意味もある。また、日本では一般のライドシェアサービスは認められていないが、交通空白地や過疎地では公共交通に代わる移動手段として注目されている。

欧米では、組織に属さない自主的で裁量が大きい働き方としてギグ･エコノミーが拡大している。日本でも働き方改革の一環としてワーク･ライフ･バランスの実現が目指されているが、シェアリングサービスでスキルを提供する雇用によらない働き方が普及する可能性がある。また、個人の副業として、民泊等のシェアリングサービスを提供する例も増えると予想される。また、シェアリングサービスを都市のインフラ機能と結びつける（日本版）シェアリングシティは、

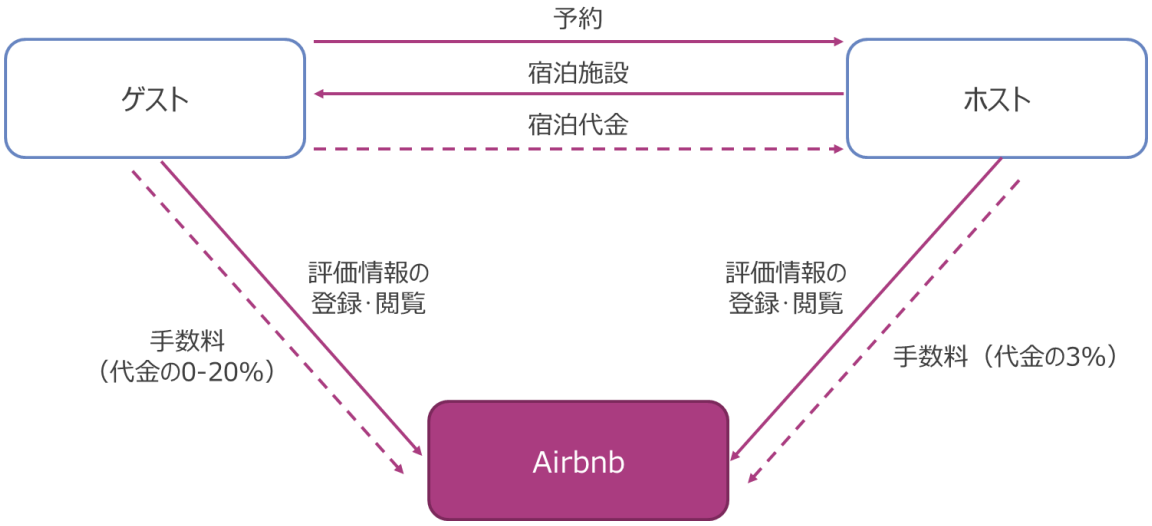
自治体の遊休公共資源や、個人や民間の遊休資産を公助や経済活性化に役立てる構想として、地域の課題解決に役立つことが期待されている。

2.1.3 ビジネスモデル

(1)民泊

図表 3は、プラットフォーマー(Airbnb)、提供者(ホスト)、購入者(ゲスト)の関係を簡略に示したものである。Airbnb は、ホストとゲストの両方から手数料を徴収しているため、ゲストはプラットフォーマーに宿泊代金にゲスト手数料を上乗せした額を支払い、プラットフォーマーは、ホストとゲストの手数料を差し引いてホストに支払う。

図表 3 Airbnb のサービスイメージ



Airbnb は国内にはマーケティング会社が存在するが、課税対象となる PE を持たないため法人税の課税対象外である。一方、シェアリングエコノミーのプラットフォームは電気通信役務に該当するため、消費税はゲスト、ホストとも課税対象である。ゲストの手数料は Airbnb が登録事業者となり、国外事業者申告納税方式で納付する。ホストの手数料はホストが個人であっても住宅宿泊事業者に該当するため、ホストが Airbnb に代わって納付するリバースチャージ方式が採用される。ただし当分の間は、課税売上割合が 95%以上のホストについては、当該仕入はなかったものとされ申告義務を免れる。なお、ゲストが非居住者の場合は国外取引となるため消費税は不課税である。

ホストが受け取る宿泊代金は、ホストが個人の場合は雑所得となる。これは、営業日数に

年間 180 日の上限があり届出制の民泊は、営業日数に制限がなく許可制の旅館業とは明確に区別され、事業性がないと判断されるためである。非居住者の個人であっても、国内で提供された宿泊サービスは課税対象である。収入から必要経費を差し引いた所得が、課税対象額となる。他の所得との損益通算はできない。給与所得者は、給与以外に民泊による所得金額が 20 万円以下の場合は、申告義務がない。なお、民宿等の旅館業を経営する個人事業者が、Airbnb 経由で予約を受けた場合は事業所得となる。ホストが法人の場合は、他の事業の収入･経費と合算して法人税を計算する。

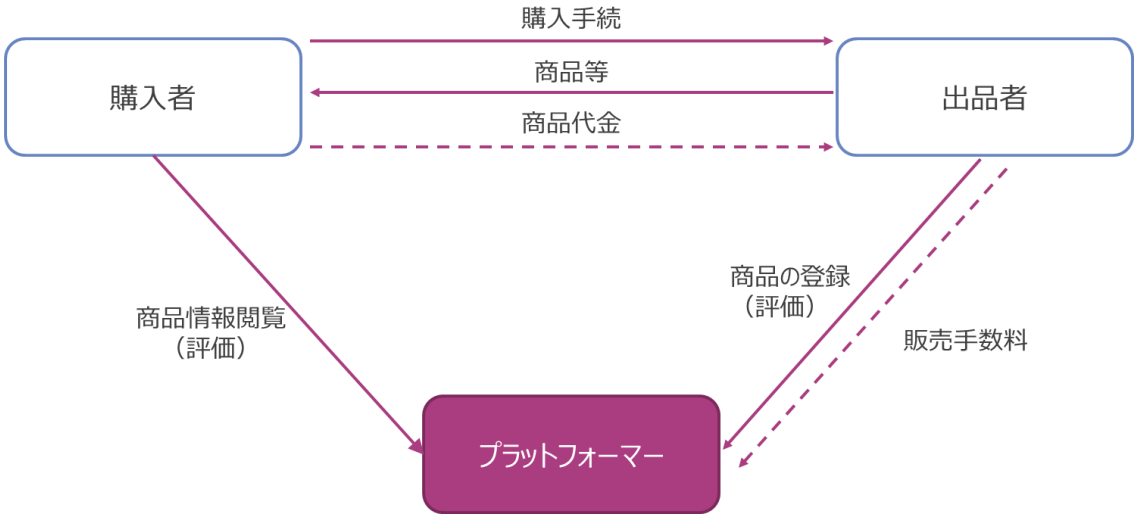
消費税は課税されるが、課税売上高が 1,000 万円以下の場合は、消費税の納税義務が免除される。Airbnb の手数料にかかる消費税はリバースチャージ方式で納税義務を負う。

ゲストには課税関係は発生しない。

(2)オンラインフリーマーケット

図表 4 は、あるプラットフォーマー(内国法人)、提供者(出品者)、購入者の関係を簡略に示したものである。実際には、商品の移動は物流事業者が仲介する。購入代金は、購入者がクレジットカード、ATM、コンビニや携帯電話会社の収納代行サービス等を利用してプラットフォーマーに支払うと、プラットフォーマーが手数料を差し引いて出品者に支払う。送料は、通常は購入代金に含まれる。支払い方法によっては決済手数料が別途かかる場合がある。一部のカテゴリーの商品には、ライセンス料等が加算される場合もある。

図表 4 オンラインフリーマーケットのサービスイメージ



このプラットフォーマーは、利用規約で国内のオンラインフリーマーケットの利用者を日本在住の個人および法人に限っているため、国境を越える役務の提供は発生しない。課税関係

は、プラットフォーマーが出品者から徴収する手数料には、法人税と消費税が関係する。

オンラインフリーマーケットへの出品は、個人が不要になった衣料品、ハンドバッグ、時計などの生活に通常必要な物品を販売する場合には、所得税、消費税とも課税されない。ただし、貴金属、宝石、書画、骨とうなど 1 個または 1 組の価額が 30 万円を超える動産の譲渡による所得は、譲渡所得として総合課税の対象になる。譲渡所得の金額は、所有期間が 5 年以内の場合は、譲渡価額から取得費、譲渡費用、特別控除の額を差し引いた金額、所有期間が 5 年を超える場合は、譲渡価額から取得費、譲渡費用、特別控除の額を差し引いた金額の 2 分の 1 により計算する。なお、譲渡所得の特別控除の額は、その年の譲渡益（ただし土地建物や株式等を除く）の合計額に対し 50 万円である。取得費が不明の場合は、譲渡価額の 5% 相当額を取得費とすることができる。譲渡損は損益通算の対象外である。

個人が転売を目的に新古品や中古品を購入、販売するいわゆるせどりを行った場合は、本来は所得税および消費税の課税対象であり、事業所得を生ずべき事業に該当するかどうかにより、事業所得または雑所得に区分される。ただし、初めから転売目的で購入したかどうかは、外形的には判断が困難である。販売の頻度や購入から出品までの日数等がある程度の目安になると考えられるが、購入と販売が同一のプラットフォーム上で行われるとは限らないという問題がある。なお、事業所得に該当すれば損益通算の対象になる。給与所得者は、給与以外にせどりによる所得金額が 20 万円以下の場合は、申告義務がない。また、課税売上高が 1,000 万円以下の場合は、消費税の納税義務が免除される。

法人が出品する場合は、通常の法人税、消費税の対象となる。

なお、購入者には課税関係は生じない。

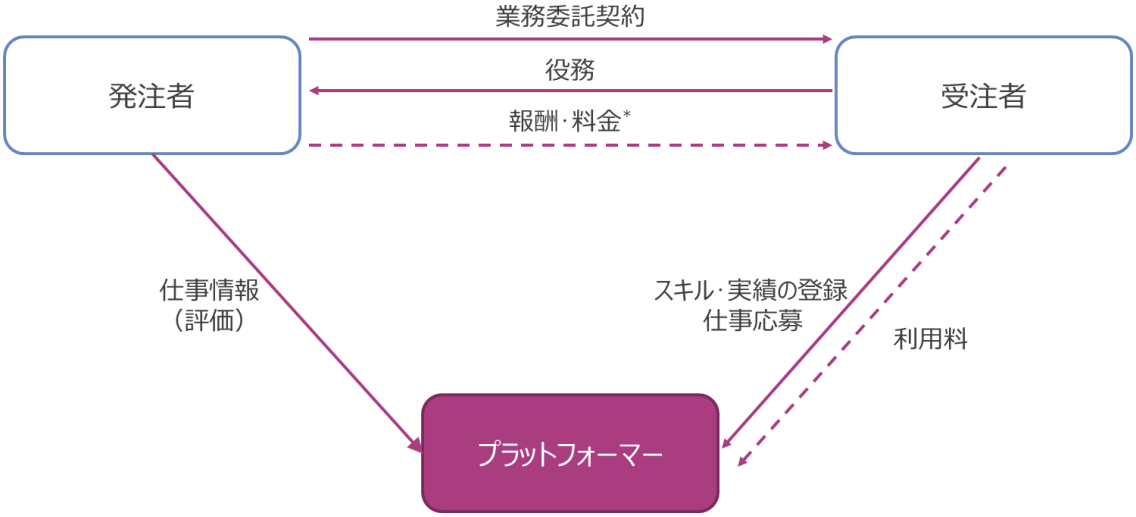
(3)クラウドソーシング

組織に属さず、労働力やスキルをオンデマンドで提供するクラウドソーシングは、ギグエコノミーとも呼ばれ、個人と企業の新しい関係として注目されている。非正規雇用の一形態であるが、誰にでもできるような仕事から、専門性の高い仕事まで幅が広い。

図表 5 は、あるプラットフォーマー（内国法人）、提供者（受注者）、購入者（発注者）の関係を簡略に示している。発注者と受注者はプラットフォーム上で結びつき、契約前交渉もプラットフォームを経由して行う。直接連絡は原則禁止されている。過去に発注した相手を指定して仕事を依頼することは可能である。業務委託契約は発注者と受注者の契約となる。報酬は、契約の時点で発注者からプラットフォーマーに仮払いを行い、契約が完了すると、プラット

フォーマーが利用料を差し引いて受注者に支払う。支払い方法によっては別途決済手数料がかかる場合がある。発注者には基本的には利用料がかからないが、仕事情報の掲載等に有料でオプションを付加することができる。

図表 5 クラウドソーシングのサービスイメージ



＊報酬・料金の種類により、源泉徴収あり

以下で課税関係について考える。

プラットフォーマーは、受注者、発注者の双方から収入があり、法人税と消費税が関係する。非居住者がプラットフォームを利用する場合は、発注者、受注者のいずれの場合も、非居住者の利用は国外取引となり消費税は不課税である。

受注者は、役務提供の対価として得た報酬・料金が収入となる。受注者が内国法人であれば法人税と消費税、個人の居住者であれば所得税と消費税、非居住者（外国法人および個人）であれば国内源泉所得税と消費税が関係する。

個人の場合は、居住者であれば、事業所得を生ずべき事業に該当するかどうかにより事業所得または雑所得に区分され、事業所得に該当すれば損益通算の対象になる。給与所得者は、給与以外の所得金額が 20 万円以下の場合は、申告義務がない。ただし、報酬・料金等が原稿料や講演料に該当する場合は、発注者が源泉徴収を行う[11]。また、個人事業者は、前々年の課税売上高が 1,000 万円を超える場合は消費税の課税事業者となる。

非居住者の場合は、国内で人的役務を提供した場合には国内源泉所得の対象となり、発注者が源泉徴収を行う。提供した役務が電気通信役務の場合には消費税の課税対象となり、基本的には国外事業者申告納税方式による申告納税義務が課される。電気通信役務の提供に該当しない場合は、消費税は不課税である。多くは、課税売上高が 1,000 万円以下の免

[11] 1回の支払金額が5万円以下の場合には、源泉徴収しなくてもよい

税事業者に該当すると想定される。

発注者は、基本的には課税関係は生じないが、内国法人が個人または外国法人から源泉徴収の対象となる役務の提供を受けた場合には、源泉徴収義務が生じる。非居住者の場合は、役務の提供を国内で受ける場合のみ、消費税が課税される。

2.2 課税上の論点

シェアリングエコノミーにおける税制について、プラットフォーマー、サービスの提供者、購入者のそれぞれについて、個人／法人、居住者／非居住者による違いを見ていく。

2.2.1 プラットフォーマー

シェアリングエコノミーのプラットフォーマーは、企業と市場の中間的存在と位置づけられ、主としてマッチング機能と決済インフラを提供する。シェアリングサービスの提供者に対する支配力は、サービス内容やプラットフォーマーにより種々である。Uber や Airbnb など世界最大のタクシー会社や宿泊事業者にたとえられるプラットフォーマーがある一方で、参入障壁が低いため新規参入も多い。ネットワーク効果の働くシェアリングエコノミーでは、初期の段階では競争優位に立つために利益を確保することよりも顧客基盤を拡げることが優先される。

プラットフォーマーは法人である。プラットフォーマーの収入源は、基本的にシェアリングサービスの提供者、購入者からのプラットフォーム利用料および手数料であるが、広告料やライセンス料など他の名目の収入もありうる。内国法人は、シェアリングビジネスに関するすべての利益が法人税の課税対象となる。プラットフォームの構築費、維持費、その他の費用は、経費と認められる。国内ではシェアリングエコノミーはまだ未成熟であり、ほぼすべてのプラットフォーマーが赤字覚悟で事業の拡大に努めている段階である。
一方、外国法人は、日本国内に PE が存在しない場合は日本の法人税の課税対象外である。資産の所有を必要としないプラットフォーマーは、基本的に日本国内に PE を有しないため、国内の法人税は課税されない。

消費税は、内外判定の基準が役務の提供を受ける者の住所等に変更されたため、プラットフォーマーが外国法人の場合も、手数料等の収入は課税対象である。一方、シェアリングサービスの提供者および購入者が非居住者の場合は不課税となる（プラットフォーマーが外国法人の場合は国外取引となるため対象外）。内国法人の場合は、消費税は他の課税売上

と合算し、仕入税額控除が可能である。外国法人の場合は役務の性質等により、リバースチャージ方式または事業者申告納税方式により申告・納付する。

なお、人材紹介業のように事業上の免許が必要な事業を行っている一部のプラットフォーマーは、プラットフォーマーが免許を取得し、サービス提供者を雇用する形態をとっている。

2.2.2 ギグエコノミー/副業

2017年9月に働き方改革実現会議で決定した働き方改革実行計画では、「クラウドソーシングが急速に拡大し、雇用契約によらない働き方による仕事の機会が増加している」としているが、法的保護の必要性については述べるに留まっている。兼業・副業の普及・促進が図られているが、収入の把握が十分でないことが、税・社会保障における適正な負担・給付の阻害要因となっている。欧米では政府が率先してギグエコノミーに対する税・社会保障の課題に取り組んでいるが、我が国でも同様の対応が求められる。

居住および非居住の個人、法人のいずれも、シェアリングサービスの提供者になることができる。個人の提供者は、ギグエコノミーの代表的な働き手である。居住者は所得の性格により事業所得、雑所得、譲渡所得に区分され、総収入金額から必要経費を差し引いた所得に対し課税される。事業所得の場合は、他の所得との損益通算が認められる。分離課税の対象となる不動産等の資産以外の譲渡所得は総合課税の対象である。給与所得者は、給与以外の所得の合計額が 20 万円以下であれば申告の必要はない。また、生活に必要な物品の売買は非課税である。所得の種類により、源泉徴収される場合もある。非居住者は所得税の対象となる役務の提供を国内で行った場合のみ所得税の対象となる以外は、居住者と同様である。

内国法人および国内に PE を有する外国法人の場合、シェアリングサービスの提供に伴う利益は、他の事業の利益と合算して法人税の課税対象となる。非営利型の一般社団法人、公益法人等についても、収益事業であるシェアリングサービスは課税対象である。国内に PE を有しない外国法人は、法人税の課税対象外である。

消費税は、個人、法人とも居住者は原則として課税対象である。ただし、個人が通常生活に必要な物品を売買した場合は不課税である。非居住者は、役務の提供を国内で行った場合、および電気通信役務の提供に該当する場合は課税対象、それ以外は不課税である。

消費税は、課税期間における課税売上高が 1,000 万円以下の場合は納税免除となる。納税義務者は、課税売上に係る消費税から課税仕入等に係る消費税を控除して消費税額を計算し、申告・納税する。外国法人も国外事業者申告納税方式により、申告・納税を行う。内国

法人は、プラットフォーマーが外国法人の場合、役務の性質等により、リバースチャージ方式による申告･納税義務が課される場合がある。民泊新法に基づく住宅宿泊事業者も、プラットフォーマーが外国法人の場合はリバースチャージ方式による申告･納税義務を負う。

なお、シェアリングサービスの購入者の課税関係は、基本的に通常のサービスの購入と同様であるが、購入するサービスが源泉徴収が必要な役務の提供の場合、源泉徴収を行うのはプラットフォーマーではなく購入者であることに注意を要する。

シェアリングエコノミーの課税関係を次表にまとめる。

図表 6　シェアリングサービスの課税関係

			法人税	所得税	消費税
プラットフォーマー	法人	居住者	● 課税		● 課税
		非居住者	● 不課税		● 課税 ● リバースチャージ方式または事業者申告納税方式により納付（役務の性質等による）
提供者	法人	居住者	● 課税		● 課税 ● プラットフォーマーが外国法人の場合にはリバースチャージ方式で納付する場合もある（役務の性質等による
		非居住者	● 不課税		● 役務の提供を国内で行った場合、および電気通信役務の提供に該当する場合は課税対象 ● 国外事業者申告納税方式により納付
	個人	居住者		● 所得の性格により、事業所得、雑所得、譲渡所得に区分（事業所得であれば必要経費が認められる） ● 生活に通常必要な物品の売買は非課税 ● 源泉徴収される場合もある	● 生活に通常必要な物品の売買は不課税、それ以外の対価を得て行う資産の譲渡、役務の提供等は課税対象 ● 課税売上高が 1,000 万円以下の場合は納税免除
		非居住者		● 役務の提供を国内で行った場合は所得税の対象 ● 源泉徴収される場合もある	● 役務の提供を国内で行った場合、および電気通信役務の提供に該当する場合は課税対象 ● 課税売上高が 1,000 万円以下の場合は納税免除
購入者	法人	居住者	● 経費参入可能	● 購入するサービスが源泉徴収が必要な役務の場合は源泉徴収を行う	● 課税（仕入控除の対象）
		非居住者			● 購入するサービスの提供を国内で受ける場合は課税対象
	個人	居住者			● 課税
		非居住者			● 購入するサービスの提供を国内で受ける場合は課税対象

2.2.3 その他

居住用の住宅には種々の税制上の優遇措置があるが、民泊への供用により影響を受ける可能性がある。民泊新法の施行に伴い、住宅借入金等特別控除の適用を受ける場合の控除対象は総床面積のうちの生活用部分に占める割合とされたが、生活用部分の割合は経年で大きく変動することも考えられ、実務面の扱いについては不透明なところがある。また、固定資産税、相続税にも減免措置等があるが、住宅借入金等特別控除と同様に床面積で按分することになるのか等、明確でない。課税額が制裁的に働き、イノベーションを阻害しないようにすることが必要である。

個人が、インターネット上のフリーマーケットで行うで中古の衣料品等の販売は、従来は生活で必要なくなったものが中心であったが、中古品市場が発達したことで、転売目的で購入した中古品の流通が拡大していると見られる。副業の増加は、把握できない個人の収入が増加し税収が減るという懸念もある。シェアリングエコノミーは日本では欧米に比べまだ認知度が低いが、今後発展が期待される。納税に関する詳細なガイダンスの作成、相談サービスの充実、納税手続の簡素化等、納税に対するハードルを下げることにより、主体的な納税に結びつけていくことが望ましい。

3　提言

シェアリングサービスの提供者は、特に個人の場合、現行の法制や税務当局の体制を前提とすると、所得の把握が困難という問題がある。個人間のモノの売買やサービス提供などは従来から行われていたが、オンラインプラットフォームを介して行われることにより、一個人としても社会的にも取り扱われる金額が無視できないほどに大きくなってきた。一方で、一個人当りの金額は費用をかけて従来型の税務調査を行うほどには大きくない場合がほとんどであり、新たな概算経費を設けることにより、それを超える者には自主的な申告を促すしくみを構築することが考えられる。特に勤務先での源泉徴収・年末調整制度により税務申告をしたことがない個人が、副業等でシェアリングビジネスを行うことも考えられるため、申告・納税義務があることの意識を高めることが重要である。この問題は、先進諸国ではタックス・ギャップの問題として統一的に捉えられ、種々の対策が講じられている。

タックス・ギャップが生じるもうひとつの理由は、申告・納税に伴うハードルの高さである。申告の仕方がよくわからない、手間がかかる等の理由で、申告をあきらめる納税者は少なくない。申告しなくてもわからないだろうという安易な気持ちも、申告忌避の誘因になりかねない。そこで、デジタル化の効果を活用することにより、納税者に簡便な形で自主的な申告を促す施策を提言したい。

なお、国際課税に関する施策は、来年の報告書で提言したい。

3.1　プラットフォーマーからの情報取得

まず、個人の申告・納税負担を軽減する方策としては、納税者・税務当局双方がプラットフォーマーから情報を取得する制度の構築がある。プラットフォーマーは基本的には契約に直接関与しないため、シェアリングサービスの提供者と供給者の契約の詳細については把握していないが、決済インフラを提供する場合が多く、提供者の収入について把握していることが一般的である。プラットフォーマーが管理している情報を、年 1 回、確定申告の時期の前に税務当局に報告するとともに、提供者に対しても確定申告が必要である旨の情報を提供するという方法が考えられる。

近年、諸外国では納税者向けの税務申告支援、不正回避・発見等に、決済に関する第三者情報の活用が拡大している。既にエストニアやスウェーデン等一部の国では、Uber からドライバーの所得情報を入手できるしくみが導入されている。OECD でも、一部のプラットフォーマーとの間で、各国が共通様式で情報を入手できないかの検討が行われている。また、米国では、資料情報制度の拡充にあたり、プラットフォーマーからの情報収集だけでなく、第三者である

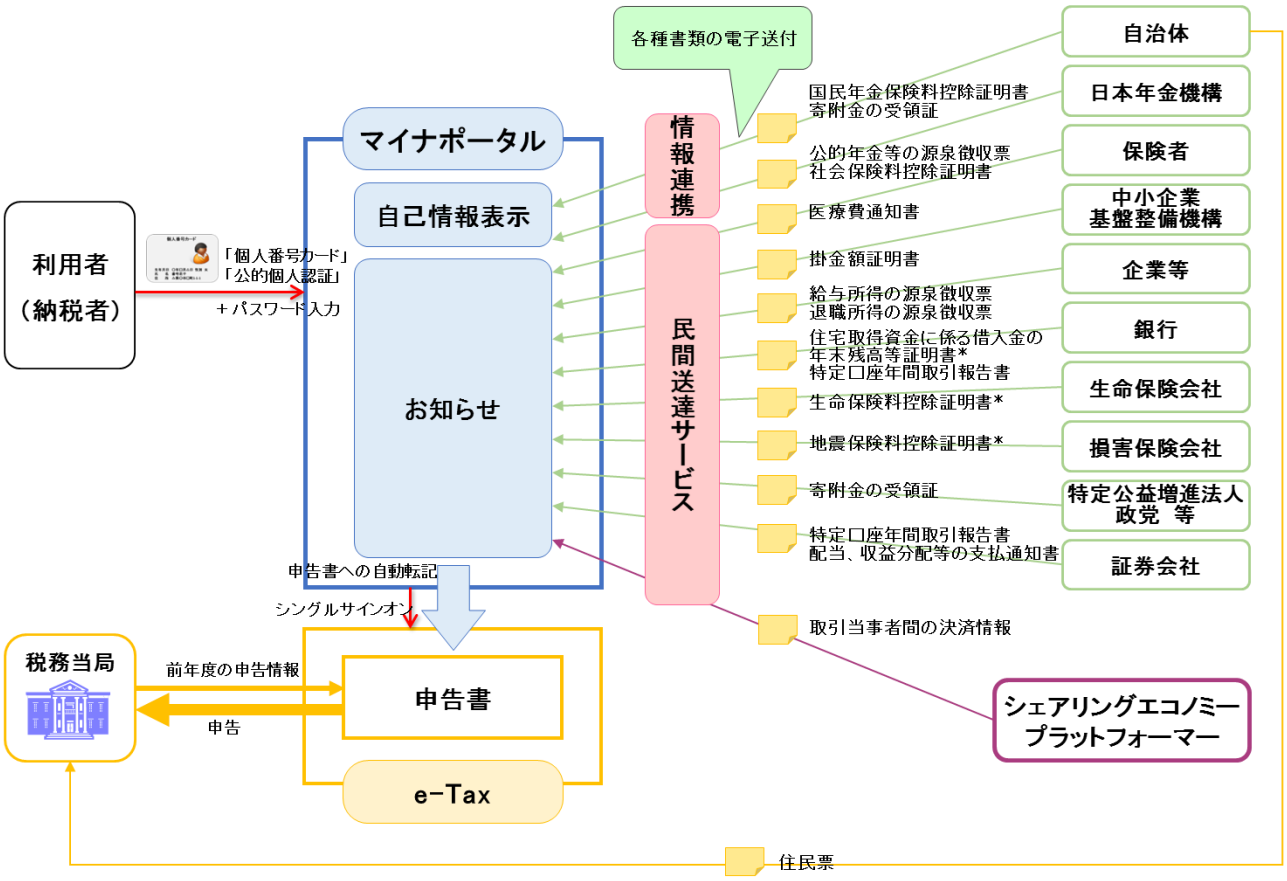
決済機関から決済情報を取得することが行われている。税務当局と提供者、納税者の三者が情報を把握することにより、提供者の自主的な申告を促す効果があると考えられている。

3.2　納税者利便の高い申告制度の構築

諸外国では、個人の申告に当たって、国税当局が自ら把握している情報を申告書に記入し、納税者はそれを確認したうえで申告をする「記入済み申告制度」が導入されている。

我が国では、金融機関等が控除証明書等をマイナポータルの民間送達サービスとの連携を利用して納税者に電子的に送付することで、個人が e-Tax に取り込むことができるしくみが検討されているので、まずはこれを活用することを、「日本型記入済み申告制度」として提言したい。添付書類として取り込むだけでなく、医療費の通知やふるさと納税額の通知書等と合わせて e-Tax に自動転記できるようにすると、納税手続の簡素化による納税者負担の軽減が図れ、各国で導入が進んでいる記入済み申告制度に近いしくみが実現できる。税に対する

図表 7　日本型記入済み申告制度のイメージ



＊生命保険料控除証明書、地震保険料控除証明書、住宅取得資金に係る借入金の年末残高等証明書は、当面は年末調整の対象

理解、関心を高めるためにも、給与所得者については年末調整制度を前提としつつ、選択的に自主的な申告を行うことが可能になる「日本型の記入済み申告制度」の導入を図るべきである。

海外では、Uber のドライバーが個人事業者かタクシーのドライバーと同じような被用者かという議論があるが、シェアリングエコノミーのサービス提供者を被用者に見立て、プラットフォーマーに源泉徴収を委ねることも考えられる。海外では、プラットフォーマーが源泉徴収する例もあるが、このような制度の導入については、プラットフォーマーの事務の手間に十分な配慮をする必要がある。

3.3 ギグエコノミー/副業に対応した新たな所得控除の創設

既述のとおり、個人がシェアリングサービスを提供する場合の所得は、事業所得、雑所得、譲渡所得のいずれかに区分される。資産の譲渡に伴って生じる譲渡所得は明確であるが、事業所得に該当するか否かは、営利性と有償性、継続性と反復性、事業遂行性等により社会通念に基づき判断される。既述のとおり、営業日数に年間 180 日の上限があり届出制の民泊は、営業日数に制限がなく許可制の旅館業と異なり事業性がないと判断されるため、民泊による所得は、雑所得に該当するとされている。

一方で、たとえばクラウドソーシングで断続的に仕事を得ている場合などは、事業性の判断が困難である。事業性があると判断されれば損益通算の対象となるが、雑所得の場合は損益通算ができない。また、事業所得に該当する場合には、青色申告者の承認を受け、損失の繰越などの特典を享受することが可能になる。

シェアリングエコノミーを通じた勤労や宿泊場所の提供のような所得については、ギグエコノミーや副業の普及･促進を図るためにも、事業所得と雑所得については、所得区分や事業性の有無を問わず可能な限り税務上同等の取扱いをすることが望ましい。その際、租税特別措置法第 27 条で定められている「家内労働者等の事業所得等の所得計算の特例」を、シェアリングエコノミーの下で役務、遊休資産、物品の提供を行うことによって所得を得る者にも拡充してはどうかという提言を行いたい。英国では、2017-18 税年度より資産やサービス等の提供（シェアリングエコノミー等）による個人の収入に対し、1000 ポンドの所得控除が創設された。シェアリングエコノミー等による収入が 1000 ポンド以上ある場合には、1000 ポンドを控除するか実際の経費を控除するかの選択ができる。同様の施策は、他の欧州諸国にも広がりつつある。納税に関する詳細なガイダンスの作成、相談サービスの充実等とともに、納税手続の簡素化、申告インセンティブの向上が、納税者の自主的申告に資する効果が期待される。

4　デジタルエコノミーと税制研究会メンバー

●座長

森信　茂樹　　東京財団政策研究所　研究主幹、中央大学法科大学院　特任教授
　　ジャパン･タックス･インスティチュート　所長

●委員（五十音順）

青山　慶二　　早稲田大学大学院会計研究科　教授
安念　潤司　　中央大学法科大学院　教授
上田　祐司　　シェアリングエコノミー協会　代表理事、株式会社ガイアックス　代表執行役社長
大崎　貞和　　野村総合研究所未来創発センター　フェロー
小笠原　泰　　明治大学国際日本学部　教授、NTT データ経営研究所　フェロー
小木曽　稔　　新経済連盟事務局（政策統括）、楽天株式会社渉外室渉外課　シニアマネージャー
佐藤　主光　　一橋大学大学院経済学研究科　教授
岳野　万里夫　日本証券業協会　副会長･専務理事
月村　拓央　　みずほ総合研究所調査本部金融調査部　主任研究員
鳴島　安雄　　税理士
増島　雅和　　森･濱田松本法律事務所　パートナー弁護士
松原　仁　　はこだて未来大学　教授
柳川　範之　　東京大学大学院経済学研究科　教授
吉田　安廣　　三井住友信託銀行業務部　次長
渡辺　徹也　　早稲田大学法学学術院　教授

●オブザーバー（五十音順）

今川　拓郎
大柳　久幸
岡本　憲治
小川　要
粂野　侑大
杉山　亜希子　Airbnb Japan 株式会社公共政策本部　上席渉外担当

●事務局

上瀬　剛　　株式会社 NTT データ経営研究所　パートナー、社会システムデザインユニット長
稲葉　由貴子　株式会社 NTT データ経営研究所社会システムデザインユニット　シニアスペシャリスト
伊藤　香葉子　株式会社 NTT データ経営研究所社会システムデザインユニット　コンサルタント

5　研究会の開催内容

第 1 回　　2017 年 9 月 19 日

「デジタルエコノミーと税制の課題を考える」

「シェアリングエコノミーによる持続可能型の新しい社会の実現」

第 2 回　　2017 年 11 月 15 日

「各種所得の区分と判定等について　－不動産所得、事業所得、譲渡所得及び雑所得を中心に－」

「法人税の納税義務者、税率、事業体課税論」

第 3 回　　2018 年 1 月 24 日

「イノベーション法務の最先端と税制　～ネットワーク化する社会と金融情報～」

「シェアリングエコノミーの実態と今後の税制を検討するにあたっての論点」

第 4 回　　2018 年 3 月 20 日

「技術革新による税務行政の課題」

第 5 回　　2018 年 5 月 22 日

「EU 報告書と OECD 中間報告書の概要及びユニラテラルな対応例」

「欧州のデジタル課税等に関する企業側からの見解」

第 6 回　　2018 年 7 月 4 日

「Airbnb の取り組みについて」

「米国における ICO をめぐる規制の動向」

「仮想通貨と税制」

第 7 回　　2018 年 10 月 25 日

「報告書について」

「税制調査会　納税実務を巡る近年の環境変化への対応について」

「タックス･ギャップへ真剣に対応する欧の先進諸国」

6　引用･転載について

当研究会の報告書の一部を引用･転載される場合には、出典（研究会名、報告書のタイトル等）の表記をお願いします。引用･転載された場合は、お手数ですが事務局までご連絡ください。

デジタルエコノミーと税制研究会事務局

〒102-0093　東京都千代田区平河町 2-7-9　JA 共済ビル 10 階
株式会社 NTT データ経営研究所
社会システムデザインユニット
TEL:　03-5213-4295
担当:　稲葉（inabay@keieiken.co.jp）
　　伊藤（itok@keieiken.co.jp）