

2018年3月21日 森信茂樹 : 中央大学法科大学院教授 東京財団上席研究員

アマゾン、グーグルの租税回避に対抗するG20 諸国の切り札



Photo by Ken Fukasawa

4月にアルゼンチンで開催されるG20（主要20カ国・地域）財務相・中央銀行総裁会議で、今後の世界の税制の方向を左右する重要な報告書「電子経済に関する中間報告」が提出される。

国境を超えてビジネスを展開するアマゾン・ドット・コム（Amazon.com）やグーグル（Google）に代表される米国IT企業に対する課税強化の方向性が出される見通しだ。どの国も財政赤字に悩む中、放置しておけない最大問題の一つに、G20が本格的に取り組むスタートになる。

米IT企業の租税回避に先進国、新興国が対抗

加速する経済のグローバル化、デジタル化に税制がどのようについていくのか。中でも、

アマゾンやグーグルが、国境を超えてビジネスをする相手国、つまり消費者のいる国（以下、消費国）では法人税を払っていないという問題に、欧州や日本、さらには中国やインドのような新興国がどう対応するかは、喫緊の課題だ。

中間報告は、国際的租税回避を防止する OECD の BEPS（税源侵食及び利益移転）プロジェクトの議論の延長としてまとめられ、その後さらなる議論を経て 2020 年に最終報告書が作成される予定だ。

ついこの間までの国際課税の議論は、多国籍企業の本拠地である居住地国である先進諸国と、彼らが実際にビジネスをして利益を上げる源泉地国である中国やインドといった新興国や途上国との間で、税源をどう配分するかの問題だった。

しかしデジタル経済が進んだ現在の構図は、米国 IT 企業と米国政府、さらには米国以外の先進国・新興国（サービス消費国）にとっても、看過できない問題になったのだ。EU 主導で新たな課税模索、ビッグデータ、法人課税の根拠に

デジタル経済化が進む中、税制で最も深刻な影響を受けているのは EU 諸国だ。

例えば、オーストリアの消費者がアマゾンを通じて商品を購入する場合を考えてみよう。彼がインターネットを通じてアマゾンに注文すると、それはルクセンブルクのアマゾン販売子会社との購買契約になる。商品はドイツの配送センターから配達を受ける。

このケースでは、倉庫（配送センター）が、法人税を課す根拠である PE（恒久的施設）になり得るという変更が行われたとしても、倉庫のないオーストラリアには全く課税権は生じない。EU には、アマゾンの倉庫すら存在しない消費国が数多くある。それらの国にとっては、倉庫を PE とするという新たな決定がなされても、法人税を課すことはできないのである。

そこで EU では、OECD・BEPS プロジェクトの中間報告がまとめられる前に、EU で何らかの方向性を合意し、OECD の議論をリードしようとしてきた。

PE の概念を見直して、物理的施設がなくても、「significant digital presence」があれば、PE とみなして法人課税の根拠とすることの検討が始まっている。

これは、「集積された顧客の個人データ（ビッグデータ）」と定義されており、グーグルなどのサービスの消費国も、定期的に消費者のデータを集めていれば、課税権が発生するとい

う考え方だ。

さらに、こうした「根本的な解決策 (Comprehensive approach)」が合意されるには時間がかかると考えられることから、「短期的解決策 (“quick fixes”）」として、online advertisement tax (広告活動に課税する広告税)、withholding tax (支払い段階で課税する源泉税)、equalization levy (売り上げに課税する平衡税) などが検討されている (2017年9月のEU財務相会合 (ECOFIN) 非公式会合による)。

EUが議論を急ぐもう一つの背景には、英国の動向がある。

英国は、BEPS報告書 (第1次) の公表された2015年に先立って、アマゾンやグーグルの租税回避への牽制になる「利益迂回税 (diverted profits tax)」という独自の税制を導入した。

このような独自課税の動きはEU域内でも広がりつつある。各国の対応がバラバラでは、今後のG20での議論でのEUの交渉力を弱めることになりかねない。

そこでEUは、グローバルな合意を得るためにはまず自分たちの共通ポジションの確立を目指し、「電子経済に関する中間報告」に影響を与えようと議論を急いでいる。

微妙な米国の立場、自国企業の競争力維持の思惑

これに対して、米国政府の姿勢は微妙なものになっている。

米国は、OECD・BEPSプロジェクトの議論には加わりながらも、その勧告を実施するためのBEPS防止措置実施条約 (MLI) には参加しないという矛盾した対応をとってきた。

これに拍車をかけるのが、トランプ政権の「アメリカファースト」だ。

税制当局として米国の税収の脱漏となる租税回避を防ぎたいという意向と、一方で米国経済成長の原動力であるIT企業の競争力を損なうようなことはしたくないという思惑のほごまに揺れ続けているわけだ。

巨大IT企業への新たな課税の動きは、今後、世界の税制にどのような影響を与えるのであろうか。

世界の税制が変わる可能性、無形資産への課税に進む

物理的拠点を要しない電子経済の下では、これまでの PE 概念に代わり、何らかの課税根拠が必要となる。一方で、IT 企業の価値を形成するのは、特許権や著作権、さらにはビジネスモデルといった無形資産だが、それは「集積された顧客の個人データ (ビッグデータ)」、つまり Significant Digital Presence の下に成り立っているといえる。

ではそこにどのように課税するのか。税の原則は公平・効率 (中立)・簡素なので、その原則に沿って考える必要がある。

私見を述べてみたい。

まず、ビッグデータや無形資産に課税するということは、資産税、あるいはそこから上がる資産性所得 (この場合ロイヤルティー) への課税ということになる。

その場合、「資産の価値」をどう評価するかということが最大の関門になる。

これについては、OECD でこれまでもいろいろ議論されており、難しい問題であるが、何らかの糸口が見つかりつつある。

別の方法としては、消費課税の考え方で対応すべきというものがある。

VAT・消費税の考え方は仕向け地主義、つまりモノやサービスの消費地で課税するという考え方だ。

つまり電子経済の下で国境を越えるビジネスは、生産要素を活用する場所で課税する法人所得税ではなく、消費者のいる場所で課税する消費課税にしてはどうかという考え方だ。

その場合、消費に変えて売り上げを課税ベースにするという考え方もある。

日本は 2015 年に、国境を超えて音楽・広告や電子書籍などの役務 (サービス) を提供する外国事業者に対し、消費税の課税義務を課したが、それを拡張する考え方である。

いずれにしても、消費国 (源泉国) でビジネスを行い、巨額の利益を上げながら、その収益は低税率国・タックスヘイブンに帰属させるといふ「価値創造地と納税地の乖離」という問題の解決には、無形資産やビッグデータを課税対象にするなど、従来とは違う発想の転換が必要になるだろう。

本コラム第147回「[GoogleやAmazonへの課税で社会保障や教育財源確保を](#)」(2017年11月15日付け)で指摘したように、この問題は日本にとっても重要な課題であることを認識する必要がある。

(中央大学法科大学院教授 東京財団上席研究員 森信茂樹)