

デジタル税制、年末合意に黄信号 巨大IT企業の法人税はどこへ？

20カ国・地域（G20）の枠組みで議論されているデジタル経済と税制の議論は、本年末までに最終合意することとされている。本件は、新たなデジタル経済に対応した税制をどのように構築するかという問題だが、先進国の中でも欧州諸国と米国の意見は必ずしも一致しておらず、またインドをはじめとする新興国と先進国の考えも異なるなど、各国の利害が複雑に絡み合っている。とりわけこれまで積極的であった米国がここに至りて消極的な対応に変わりつつあり、年末までの合意が危ぶまれている。合意できなければ、各国が独自にデジタル取引に税を課すことになり、そうなればデジタル経済は大きな混乱や影響を受ける。果たして合意ができるのだろうか。

デジタル経済と税の議論

国境を前提とする税制は、デジタル経済の発展と相性が悪い。デジタル経済の下でGAFA（グーグル、アップル、フェイスブック、アマゾン・ドット・コム）に代表される多国籍IT企業は、デジタルサービス消費する市場国（消費国）に支店や工場などの恒久的施設（PE）を

置くことなく国境を越えたビジネスを展開できるので、市場国は多国籍IT企業の利益に対して課税することがより困難になった。それはとりもなおさず、市場国の税収不足につながる。また、同じようなビジネスを展開し税負担をしている国内企業との間に、競争条件の不公平という問題を生じさせている。

さらに問題もある。多国籍IT企

業の収益の根源は、市場国のさまざま
まなビッグデータを人工知能（AI）
やアルゴリズムを活用して作られた
ビジネスモデル、無形資産にある。
無形資産は、有形資産と異なり譲渡
が容易なので、例えば低税率国の子
会社などに移転させれば、その後無
形資産から生じる収益はすべて低税
率国に入ることになる。これは、合
法的な租税回避である。

東京財団政策研究所研究主幹
森信茂樹
もりのぶしげき 京大法卒。73
年大蔵省（現財務省）入省、主税
局総務課長、財務省財務総合政
策研究所長などを経て18年から
現職。著作に「税で日本はよみが
える」（日本経済新聞出版社）、
「デジタル経済と税」（日本経済
新聞出版社）、「日本の税制 何
が問題か」（岩波書店）など。

このように、デジタル経済の下で
多国籍IT企業が市場国で「応分の」
税負担を行わず、さらには低税率国
やタックスヘイブン（租税回避地）
に所得を移転させる事態への対応と
して、新たな国際課税ルールを作ろ
うという試みが2012年に
BEPS（Base Erosion and Profit
Shifting、税源浸食と利益移転）プ
ロジェクトとしてG20と経済協力開
発機構（OECD）の下で立ち上が
った。15年の最終報告書では結論が
出ず、16年からポストBEPSとし
て議論が行われている。

本年1月事務局は、市場国が巨大
IT企業の利益の一部に課税権を持
つ新たな提案（以下、事務局案）を

行い、2月のG20蔵相会議で、政治的なイニシアチブとして了承される。ところまでこぎ着けた。しかし残された課題は多く、今後本年末の具体案の最終合意に向けて、複雑な国家間の利害調整や議論が予想される。

なお、ポストBEPSの議論は、タックスヘイブンや軽税率国も含む137カ国・地域が参加する「包括的枠組み」で行われており、彼らの同意が比較的得やすいものとなつていく。また事務局の試算では、多国籍企業が行うBEPSの結果、年間1000億〜2400億の法人税収が失われているという。そして今回の合意では、最大1000億の税収増が見込まれるという（本年2月事務局試算）。

なぜ市場国に課税権が発生？

法人税の世界では、財やサービスを提供する企業の居住する国（居住地国、生産国）の企業が、消費者の所在地で事業活動を行っていることだけを捉えて課税を行うことはできないという国際ルールがある。課税権を發揮するには、市場国に支店や工場などのPEがなければならぬ。そうでなければ、わが国からインド

や中国にモノを輸出しただけで相手に課税権が生じることになる。これでは国際貿易は成り立たない。OECDも05年に「ある国が財・サービスの供給市場を提供しているという事実のみでは、そこから得られる所得の一部について課税権を与えられるわけではない」という現在の国際課税のルールを確認している。

一方前述したように、デジタル経済の下では、PEを置くことなく国境を越えるビジネスが可能となるので、そこに何らかの課税権を及ぼすべきだという議論が力を帯びてきた。このような状況の下で考えられたのが「ユーザー・パーティシペーション」という考え方である。

GFAAのビジネスモデルを見ると、無料検索サービスやインターネット交流サイト（SNS）を通じてわれわれユーザーから顧客基盤を獲得し、そこで入手した情報（ビッグデータ）である、いつ、何を検索したかという行為やどのような人と交流し「いいね」ボタンを押したかなどを分析し、アルゴリズムとAIを活用してターゲット広告などに活用して収益を得る。ビッグデータそのものを販売したり、マルチサイ

ド（双方向）のプラットフォームを提供して収益を上げる。この場合「ユーザー」は、単なる「消費者」ではなく、自ら広告収入など基幹所得の重要な要素となる個人データを提供することでビジネスモデルに組み込まれ、価値創造に参加・貢献していると捉えることができる。

こう理論構成すれば、ユーザー所在国に課税権があると言えるということである。またこの論理の下では、単純な売買取引における「消費者」の存在のみで課税権が生じるわけではないので、相手国に輸出する通常型ビジネスに課税される事態は免れることができる。

このようにデジタル経済の下での国際課税の議論は、第1に本拠地である居住国（多くの場合米国）や企業誘致してきた軽課税国と、彼らが実際にビジネスを行い利益を上げる消費国（欧州、日本、新興国、途上国）との間で税源を再配分すること、第2に多国籍IT企業の行う租税回避行為を防

ぎ、彼らに適切な税負担を求め競争条件を公平化するという二つの目的がある。

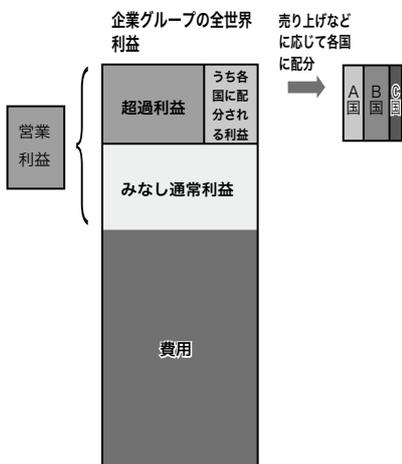
基本合意の内容「第1の柱」

では、どのようにして課税権の配分を行うのか。事務局案では、現行ルールであるPEがなくても、市場

事務局案は、連結売上高900億円（7億5000万ユーロ）以上の「自動化されたデジタルサービス」と「消費者向けビジネス」を行う多国籍企業を対象に、みなし通常利益として営業利益率10%と想定し、それを超える利益を超過利益として、その一部を市場国に配分する内容となっている。

市場国に配分される超過利益の割合については、現在20%という案が有力といわれている。従って営業利益率が25%の企業を例にとると、15%（25%－10%）が超過利益とされ、その20%である3%分（15%×20%）が市場国に配分されるイメージである。

〈図表1〉新たな課税ルールのイメージ図



（出所）財務省資料を筆者が加工

国で一定額以上の売り上げがあれば、これを課税根拠（ネクサス）に市場国で生み出された価値（新課税権）として市場国に配分する。

具体的には、全世界で一定額以上の売り上げなどがある自動デジタルサービス（automated digital services）や消費者向け（consumer-facing）ビジネスを行う多国籍企業を対象として、通常利益を超える利益（超過利益）の一部を市場国に配分する（図表1）。以下、「対象ビジネス」「新たなネクサス」「新たな利益配分ルール」の三つについて解説をしてみたい。

「対象ビジネス」については、営業利益率10%以上、海外子会社も含む連結売上高900億円（7億5000万^円）以上の「自動化されたデジタルサービス」と「消費者向けビジネス」を行う多国籍企業とされている。そして、10%を超える「超過利益」部分の一部について今後市場国が課税権を持つこととなる。「自動化されたデジタルサービス」とは、オンライン検索エンジン、ソーシャルメディアプラットフォーム、デジタルコンテンツ配信、オンラインゲーム、クラウドコンピューティング

などである。「消費者向けビジネス」

とは、市場国でマーケティング上の無形資産（ブランド）などを形成し超過利益を上げている多国籍企業、例えばナイキやルイ・ヴィトン、ソニーなどが含まれるといわれている。いずれも、一定以上の規模の多国籍企業で、デジタルサービスやブランドを活用して市場国で「超過利益」を得ている企業である。ただし、10%という数値については、新興国などが対象の拡大を主張しており、決定されたものではない。

この定義では、素材や中間財の製造業などは対象外だが、それがブランドとなり消費者の個人的な用途のために購入される場合には課税対象となり得るので、ブリジストンのタイヤなどはどうなるのか。早急にその具体的範囲を明確にすることが求められる。

次に課税権を発生させる「新たなネクサス」の定義については、現行のPEが物理的拠点を意味しているのに対して、市場国における売上高を主要な指標とすることとされている。

最後の「新たな利益配分ルール」だが、現段階では20%という案が有

力である。

具体的に説明をしてみよう。営業利益率が25%の多国籍企業を例にとると、15%（25%×10%）が超過利益と見なされ、その20%である3%分（15%×20%）が市場国に、その売り上げに応じて配分される。市場国で一定の売り上げがあればネクサスを認定して、市場国が課税権を持つことになるのである（図表1）。

税収に与える影響として事務局は、年間1000億^円の法人税収増と試算しており、アイルランドやシンガポールなど投資のハブとなっている国の税収が減り、わが国を含む先進国や途上国の税収は増えると考えられる。

基本合意の内容「第2の柱」

第2の柱は、法人税の引き下げ競争を抑制するため、全ての多国籍企業グループが最低限の法人税負担を行うことを確保するためのルールの導入で、ミニマムタックスと呼ばれる。

具体的には以下の二つである。一つは、軽課税国やタックスヘイブンにある子会社に帰属している所得に対し、今後合意する最低税率の水準

まで親会社の国で課税することである。アイルランドの法人税率である

12・5%が有力な案といわれている。もう一つは、親会社が軽課税国やタックスヘイブンにある関連企業に無形資産の使用料などを支払う際の支払いを否認して支払い企業（親会社）の国が課税するというルールである。これにより、法人税率を引き下げて企業を誘致しようとする競争が抑制されるということだが、これと類似した税制が既に米国ではトランプ税制として導入されているので、OECDでも合意しやすいということである。

わが国企業への影響

わが国企業に与える影響は、詳細が決まらないので定かではないが、一般論として言えば、無形資産を低税率国に移転させるタックスプランニングを行っている多国籍企業は税負担増となるが、アグレッシブな租税回避を行わず納税している場合は納税額の変化はほとんどない。わが国企業の多くは、アグレッシブなタックスプランニングを行っているわけではないので、影響は少ないと考えられる。

わが国には営業利益率10%以上、連結売上高900億円以上の上場企業は200社弱（直近の決算資料）あり、そのうち「新たな課税権」に直面する利益率10%を超える利益額は、およそ9兆円前後である。このうち、「自動化されたデジタルサービス」と「消費者向けビジネス」を行う会社で、海外売り上げ比率が高く諸外国から収入を得ている企業が対象となり、その利益の一部（例えば20%）が市場国に、基本的に売り上げを基準として配分されることになる。

わが国の得意分野である製造業や部品産業などは対象外なので、広範な波及はないと考えられるが、今後の議論次第では、自動運転などのデータビジネス、ブランド価値を持つた部品などが対象となる可能性もあり、引き続き注意が必要だ。また、徴税の仕組みを可能な限りシンプルなものにして、企業のコンプライアンスコストに十分配慮することも必要だ。

欧州諸国の独自課税と米の「変身」

今後の展開を考える上で最も留意すべき点は、欧州諸国がOECD合

意までの間としながら、独自にデジタルサービスに課税する動きを広めていることである。

経緯を見ると、2018年に欧州委員会が欧州連合（EU）統一のデジタル課税案を提案した。内容は、本格的な課税見直し案（本格案）と、それまでの暫定案としてのデジタルサービス税（DST）の2本立てである。本格案は、現在OECDで議論されている案と同じ発想に立つもので、PEがなくても年間700万円超の売り上げの企業を対象に、EU域内（消費国）で生み出された所得に課税でき、ユーザーの所在地など価値が生み出された場所を反映させた定式により加盟国間に配分するというものである。

それが合意されるまでの間は、暫定課税として、全世界収益が年間7億5000万円以上などの企業に対して、オンライン広告の販売、デジタルプラットフォームの提供、ユーザーの情報データの販売といったデジタルサービスの売り上げ（revenue）に対して3%の間接税（indirect tax）を課すとしていた。

しかし、アイルランドやルクセンブルクなどの反対により合意が得ら

れず廃案となった。そこで、フランス、スペイン、イタリアなどは、OECDの議論に参加しつつも、合意ができるまでの間は、各国独自でデジタル広告やマーケットプレースの売り上げなどへ課税するデジタルサービス税を課すこととしたのである。

フランスは、全世界収益が年間7億5000万円以上などの企業のオンライン広告の販売などデジタルサービスの売り上げに対して3%の間接税（indirect tax）を課すこととし、19年1月から課税を開始したが、トランプ政権がフランスの輸出品に対して制裁関税を課すとプレッシャーをかけ、20年以降についてはOECDの合意ができるまで課税を凍結した。

英国は本年4月から税率2%を課税したが、徴収は21年4月から始める。またイタリア、スペイン、オーストリアなども導入をしている。ただしドイツは、米国からの報復関税を恐れて独自課税の導入

を検討していない（図表2）。

このような独自課税は、売り上げを課税標準とする間接税なので、赤字でも課税になり、また直接税と異なり二重課税の調整ができない（直接税であれば、外国税額控除という方式で調整ができる）という大きな問題がある。そこで、各国がばらばらのこの税制を導入していけば、デジタルサービスの貿易・ビジネスは大きな影響を受けることになる。

このような状況の下、OECDの議論に積極的であったはずの米ムネーシーン財務長官は昨年12月、ピラ

〈図表2〉暫定的措置（デジタル課税）に関する諸外国の主な動き

	デジタル・サービス・タックス (DST) <ul style="list-style-type: none"> 対象ビジネスの域内売り上げに3%を課税 2019年3月にEUでの合意を断念
	デジタル・サービス・タックス (DST) <ul style="list-style-type: none"> 対象ビジネスの域内売り上げに2%を課税 2020年4月から施行（2021年から徴収）
	デジタル大企業課税法 <ul style="list-style-type: none"> 対象ビジネスの域内売り上げに3%を課税 2019年7月26日施行（2020年中は徴収を凍結）
	2019年予算法（ウェブ・タックス） <ul style="list-style-type: none"> 対象ビジネスの域内売り上げに3%を課税 2020年1月施行（2021年2月から徴収）
	デジタル・サービス・タックス (DST) <ul style="list-style-type: none"> 対象ビジネスの域内売上に3%を課税 2020年法案提出（2020年中に国際合意がない場合、2020年12月より徴収）

（出所）財務省資料を筆者が加工

かOECD案を選ぶことができる選択制にすべきだという書簡を発した。事実上の骨抜き提案である。背景には、トランプ政権と米国議会の折り合いの悪さ（OECD合意案は条約化された後、議会の承認を得る必要がある）や大きな影響を受ける製薬会社などのロビー活動の影響があるといわれている。これに対しOECD事務局や欧州諸国は、ここに来て骨抜きを図る提案は受け入れられないと反発し、本年2月のG20会合では米国案を今後の検討とし、20年末までの最終合意を再確認した。

このように利害の構図は複雑化しており、年末までの合意は容易ではない状況にある。しかし、新たな税制の合意ができなければ、欧州各国だけでなくインド、シンガポール、豪州などアジアにも独自の課税がまん延していく。そうなれば一番困るのは米国IT企業のはずである。GAFAは現行事務局案に反対ではないともいわれている。わが国としては、合意形成に向けて積極的役割を果たし、国際協調の枠組みを維持していくことが国益にかなうのであろう。