

欧州各国は、米国IT企業、とりわけGAFAGが、自国で多大の利益を上げながら、現在の法人税（法人所得税）の考え方では課税できないことから、独自にデジタル・サービス税（以下、「DST」という）なるものを導入しつつある。

英国は2%、スペイン、イタリア、フランスは3%、オーストリアのように5%という国もある。この税のものは、2018年の欧州委員会の提案で、一定規模以上のオンライン広告やプラットフォームの提供といったデジタル事業の売上に3%の税率で課税するという案で、アイルランドなど4か国が反対し廃案となったものである。

DSTは、所得税ではなく売上に課税する間接税（内国税）なので、課税にあたって相手国との租税条約を気にする必要はない。つまり自国だけで課税できる独自課税ということだ。

これに対し米国トランプ政権・USTR（通商代表部）は、「フランスのDSTは、

米国企業をねらいうちにしたものである」として、通商法301条に基づく調査を開始した。2019年12月に公表した報告書では、「課税対象の売上基準が極めて高額で、多くの自国企業はその対象から外れており、米国企業をねらいうちにしたものであることは明らかである」とした。その上で、スパークリングワインなど24億ドル相当のフランス製品に100%の報復関税をかける意向を示した。

この結果フランスは、OECDで議論している多国籍IT企業への新たな課税の合意期限である2020年12月までDSTを延期することとしたが、米国はさらに圧力をかけている。英国やイタリアへの圧力も同様のアプローチだ。

注目すべき論点は、租税条約の対象とならない間接税で税制を構築すると、いかなる課税で

も許されるのかということだが、もちろんそんなことはあり得ない。間接税の世界には、GATTのルールがあり、WTOの世界がある。内外無差別原則に反するような内国税は、WTO違反となるのである。より正確に言えば、GATT3条は、内国税制について、輸入品と国内産品が「同種の産品」である場合には、輸入品について「国内産品を超える課税をしてはならない」と、また、「直接競合・代替可能産品」である場合には、「国内生産に保護的な課税をしてはならない」ことを定めている。

筆者はかつて、わが国の焼酎の酒税（内国税）が類似産品のウイスキーやブランデーと比べ6分の1という税率水準であったことが問題になり、2年間わが国の代表としてWTOパネルに出席した経験がある。税の論理としては、焼酎は比較的所得の低い人が飲むのでウイスキーなどより低い税率が構築されているという、やや屁理屈に近い「税の垂直的公平性」という論理で対応したが、国際世界

には通じず、全面的な敗訴という経験をした。

これとのアナロジーで考えると、結果として外国企業にだけかかるDSTは、内外無差別を禁じたGATTのルール上問題があるということになる。これを防ぐには、DSTの対象を広げ、同様のサービスを提供する国内IT企業も多く対象にしていくことだ。しかし、デジタルの世界は、GAFAGが独占しており、それに匹敵する国内企業は、欧州諸国には1社、2社しかない。どうしてもGAFAGへのねらいうちになり、GATTの問題が生じてしまうのである。

GAFAGはコロナ禍でも売上・利益を伸ばしており、寡占・独占はますます進んでいくだろう。そうなれば、GAFAGには直接税（法人税）でも間接税（売上税）でも課税できないということになる。われわれは、恐ろしい時代に立っている。

連載

第161回

通商の論理と税の論理

税制之理

ことわり

東京財団政策研究所研究主幹

森信茂樹