

デジタルエコノミーと税制研究会

デジタルエコノミーと税制

－ギグエコノミーと国際課税－

2019年10月

はじめに

本書は、デジタルエコノミーと税制の課題に関する2回目の提言です。日本がG20の議長国を務めた今年は、国際課税とギグエコノミーを2つの柱に報告書をまとめました。

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、国際的租税回避をいかに防止するかや市場国の課税権についての考え方が、G20やOECDで大きな課題となっています。国家主権のもとに構築される税制と、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。

一方、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、ギグエコノミーの拡大によるタックス・ギャップ（Tax Gap）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、プラットフォーム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えるでしょう。

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、厚く御礼申し上げます。

2019年10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と税制研究会について

本研究会は、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を座長とし、「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」についての提言を行うことを目的とする研究会です。2006年から11年間にわたり報告書を出してきた「金融税制・番号制度研究会」を引き継ぐ形で、2017年9月に第1回会合を開催しました。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たデジタルエコノミーの発達が、課税の世界にも大きな影響を及ぼすことについての問題意識が背景にあります。

最初の報告書は2018年11月に公表しました。一般社団法人ジャパン・タックス・インスティテュートのホームページにも掲載しています（<http://www.japantax.jp/teigen/index.htm>）。

今後は国際課税面での対応、プラットフォームの位置づけ、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。

デジタルエコノミーと税制研究会

デジタルエコノミーと税制

－ギグエコノミーと国際課税－

2019年10月

目 次

1	デジタルエコノミーの進展	1
1.1	デジタルエコノミーとは	1
1.2	課税上の論点	2
1.3	国内税制の課題 – ギグエコノミーと税制	3
1.4	国際税制の課題	5
2	ギグエコノミーへ対応する税制	7
2.1	税負担の公平性の確保	7
2.2	タックス・ギャップと所得情報の把握	8
2.3	申告利便の向上	9
3	国際課税	12
3.1	これまでの経緯	12
3.2	各国の税制	15
3.2.1	米国	15
3.2.2	欧州	15
3.2.3	その他の国	17
3.3	我が国の対応	18
4	デジタルエコノミーと税制研究会メンバー	19
5	研究会の開催内容	20
6	引用・転載について	21

1 デジタルエコノミーの進展

1.1 デジタルエコノミーとは

デジタル技術が社会に浸透し、常時接続された個人、企業、社会、機器等が継続的に生み出すデータが、経済活動のあり方に変化をもたらしている。有形の機械や設備等に代わり、特許、商標、ブランド、データ等が価値の源泉となり、無形資産への投資が拡大している。世界の時価総額の上位には、デジタル多国籍企業と呼ばれるデジタル技術とデータを活用して高い収益を上げる企業が並んでいる。

スマートフォンやソーシャルメディアの普及は、個の力を増大させ、顧客主導型ビジネスモデルへの転換をもたらした。個のニーズにより適合する製品やサービスを提供するアンバンドリングやリバンドリングの動きが拡大し、既成の枠組みに転換を促している。個と組織の関係が変化し、グローバルなビジネスに直接組み込まれる個も出てきた。個人等が保有する遊休資産を活用するシェアリングエコノミーは、2018年度の国内の市場規模が1兆9000億円に達したとされる¹。既存の類似のビジネスを代替するというよりは、補完するものとしてさらなる拡大が期待され、2030年度には5兆8000億円規模にまで成長すると推計されている。性質の異なる複数の顧客セグメントを結びつけるデジタル・プラットフォームは、プレミアムモデルやマルチサイド・ビジネスモデル等により顧客を獲得し、高いネットワーク効果を生み出している。

シェアリングエコノミーの普及・拡大は、雇用契約によらない働き方の普及を促し、単発の契約で労務などを提供するギグワーカーも増え、ギグエコノミーを形成している。兼業・副業を含めた多様で柔軟な働き方の実現を目指す働き方改革が推進され、特定の組織に属さず、専門性の高いサービス等を独立して提供するフリーランサー（ギグワーカー）²が増加しつつある。米国ではすでにミレニアル世代の半数近くがフリーランサーであるという調査もあり、今後10年以内にフリーランサーが労働人口の過半数に達するとも見込まれている。国内でも、2019年に内閣府が初めてアンケート調査を実施し、フリーランス人口が300万人以上と推計された³。

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。決済のデジタル化が進行し、法定通

1 株式会社情報通信総合研究所と一般社団法人シェアリングエコノミー協会の共同調査結果による

2 フリーランサーとギグワーカーは厳密には異なるという説もあるが、ここでは同義として扱う

3 内閣府政策統括官（経済財政分析担当）「日本のフリーランスについて—その規模や特徴、競業禁止義務の状況や影響の分析—」令和元年7月

貨を脅かす可能性まで出てきた。フィジカルとデジタルの境界が意識されなくなり、ビジネスモデル、社会のしくみ、人々の考え方等に破壊（ディスラプション）と新たな価値創造をもたらしている。

1.2 課税上の論点

デジタルエコノミーの進展は、課税上、種々の変化をもたらした。たとえば、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、デジタルテクノロジーにより日々、大量に収集・蓄積され、利用することが可能になった。種々のデータを組み合わせ、アルゴリズムや AI で分析することで、「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のビジネスに活用するとともに、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、監視資本主義との批判もある。情報を使って、人々の行動や考え方を操作しようとする動きもある。

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。デジタルビジネスでは、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のプラットフォームで採用されている。

オンラインマーケットプレイスは、商品やサービスが複数の第三者によって提供される e コマースの一種である。オンラインマーケットプレイスの価値は第三者により提供される商品やサービスに大きく依存し、質が高く、量が多いほど集客力が高まり、マーケットプレイスの価値も向上する。取引量が増えるほどレコメンデーションの精度等が向上し、マーケットプレイスの価値がさらに向上する。収入源はオンラインマーケットプレイスの利用料であるが、マーケットプレイスの価値が高まるほど収入が増える典型的な利用者参加型のビジネスモデルである。利用者の価値創出への貢献が大きいことから、利用者の居住地に Nexus として課税権を発生させるべきという議論が行われている。

一方、検索サービスやソーシャルメディアサービス等で採用されている広告モデルは、利用者に検索サービスをはじめとする種々のデジタルサービスを無料で提供し、その対価として収集・蓄積した利用者の個人情報や行動等を分析・活用することにより、リテンション率やコンバージョン率の高い広告サービスを広告主に提供することで利益を得ている。課税上は、対価の支払いの発生しない物々交換であっても金銭評価をして譲渡所得が発生する（法人の場合は消費税も課税される）とみなされるが、たとえば検索サービスを利用した場合に対価として提供する情報（この場合は検索キーワード）の対価性を評価することは困難である。ソーシャルメディア企業の買収価格からアクティブユーザー 1 人当りの価値を求めたり、個人情報を活用することにより上積みされた収入額から個人情報

の対価を試算したりする例はあるが、プラットフォームはその他の情報や他の利用者の利用情報等を統合することで価値を高めており、取引単独では無視できる程度の価値でしかないと考えられる。

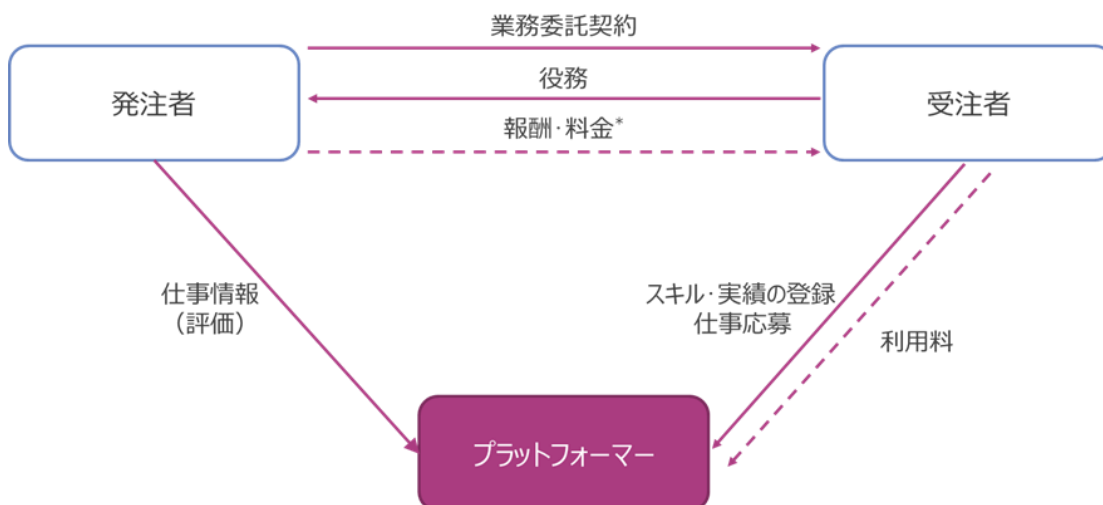
1.3 国内税制の課題 – ギグエコノミーと税制

ギグエコノミーは、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単発の契約形態が一般的に行われている社会である。発注者（企業）と受注者（ギグワーカー）は、通常テクノロジー・プラットフォームにより仲介される。伝統的な自営業者よりは給与所得者に近い働き方で、非正規雇用の一形態であるが、特殊なスキルを活かしたり、ワークライフバランスを重視したりなど、自らの意思で非正規雇用を選択している場合が多い。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り、ギグエコノミーの拡大に伴いタックス・ギャップ（Tax Gap）も拡大していることが、各国で課題になっている。米国内国歳入庁（IRS）は、ギグエコノミーによる米国内のタックス・ギャップは年間 690 億ドルに上ると推計している⁴。

労働力やスキルをオンデマンドで提供するシェアリングエコノミーはクラウドソーシングと呼ばれる。一般的なモデルでは、発注者とシェアリングサービスの提供者である受注者が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。発注者と受注者の間の業務委託契約であるが、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。プラットフォームと受注者は、プラットフォームの提供者と利用者の関係であり、雇用関係にはない。報酬は、契約の時点で発注者からプラットフォームに仮払いを行い、契約が完了すると、プラットフォーム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。

⁴ https://www.treasury.gov/tigta/auditreports/2019reports/201930016_oa_highlights.html

図表 1 クラウドソーシングサービスのイメージ



* 報酬・料金の種類により、源泉徴収あり

シェアリングサービスのプラットフォームは、基本的に法人である。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。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ム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ムは、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。なお、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、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。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 万円以下の免税事業者に該当すると想定される。

受注者が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。

発注者に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。

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やギグワーカーとなる場合、申告・納税義務に対する意識が低いことや納税手続の負担感、税負担に対する不公平感等によりタックス・ギャップが拡大しているとすれば、それらの課題を解消することを検討すべきである。米国では、個人事業主等に対する支払いが一定額を超えると税務当局への報告が必要になるが、複数から所得を得ているために一箇所当りの支払金額が少なく、税務当局への報告がなされていないギグワーカーについて申告漏れが多く発生していることが確認されている。納税者（ギグワーカー）に対し、タックス・コンプライアンス向上に向けた広報活動や研修等を実施することに加え、税務当局でギグワーカーの所得を把握できるしくみの確立が効果的であろう。

1.4 国際税制の課題

国際課税においては、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。デジタルビジネスに固有の主な課題として、以下の 3 点が挙げられる。

デジタルビジネスの第一の課題は、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るが、デジタルビジネスにおいては、先進的なビジネスモデル等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。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）。

第二の課題は、課税の根拠に対応できていないことである。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、デジタルビジネスでは物理的存在を伴わなくても規模を拡大できる（scale without mass）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。

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。税収に対する影響は、先進国よりも発展途上国で大きいと推計されている。

2 ギグエコノミーへ対応する税制

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。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つたと考えられる。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。

2.1 税負担の公平性の確保

我が国の所得税は、所得の性質によって 10 種類に区分され、収入や必要経費の範囲、所得の計算方法等が明確に定められている。シェアリングサービスの提供者（ギグワーカー）の所得は、通常、事業所得か雑所得に区分される。事業所得は、総収入金額から必要経費を差し引いて事業所得の金額を算出する必要があり、源泉徴収制度もないため確定申告が必要である。雑所得に区分されると、損益通算および損失の繰越控除が対象外となる。

一方、給与所得は、必要経費を差し引くことができない代わりに収入金額に応じた給与所得控除額を収入金額から差し引くことができる。また、高額所得者を除き、扶養控除や保険料控除等は年末調整で精算することができるため、多くの給与所得者は確定申告の必要がないという特徴がある。給与所得は、判例では従属的、非独立的に提供される労務または役務の対価とされ、雇用契約を結んでいるかどうかは必ずしも要件とはされていないため、ギグワーカーについても給与所得者とみなされる可能性がある。働き方改革で副業・兼業が拡大し自営業者と給与所得者の区分が曖昧になる中、給与所得、事業所得、雑所得という区分にどこまで正当性があるのか、十分な議論を通じて、我が国の現行所得税制のあり方の見直しにつなげていく必要がある。

税負担の公平性の観点からは、事業収入等から必要経費を差し引く事業所得に比べ、給与収入から給与所得控除額を差し引く給与所得の方が控除が手厚く、給与所得に分類される方が税負担が少ないという問題がある。また、給与所得と事業所得の両方の所得がある場合、収入金額に応じた給与所得控除と経費の両方の控除（場合によっては青色申告特別控除も）を受けることができるため、税負担はさらに少なくなる。このような所得区分による違いを解消するには 2 つの方法が考えられる。

第一の方法は、引き続き平成 30 年度税制改正の方向を押し進め、特定の収入のみに適用される給与所得控除を縮小し、同額を働き方や収入の稼得方法に関係なく適用される基礎控除に付け替えることである。働き方の多様化を踏まえ、働き方改革を後押しする観点で行われた改正で、急激な変動を避け、今後も継続的に行われる予定である。

第二の方法は、シェアリングエコノミーの下で主として役務の提供を行うことによって事業所得または雑所得を得る者に対し、所得区分や事業性の有無を問わず給与所得控除と同水準の経費の概算控除を与える特例を作ることである。それには租税特別措置法第 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」を拡充する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。

いずれにしても上記 2 つの方法は給与所得控除の水準を実態に近いものに適正化していくという作業と併せて推進することが重要である。

2.2 タックス・ギャップと所得情報の把握

税務当局で個人の所得を把握すると同時に個人の申告・納税負担を軽減する方策として、納税者・税務当局双方がプラットフォームから情報を取得する制度の構築がある。プラットフォーム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（納税者）と購入者の契約の詳細については情報を把握していないが、決済インフラを提供する機会が多く、サービス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。資料情報制度を整備し、プラットフォーム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、サービス提供者にもマイナポータルを活用して情報提供を行い、それを e-Tax につなげるという方法で確定申告を促すことが考えられる。

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。エストニアでは 2018 年に Airbnb が対象に加えられ、フランスでは 2019 年に国内で営業するすべてのシェアリングエコノミーのプラットフォームに、年 1 回、税務当局とサービス提供者（納税者）の両方への総所得を報告することが義務づけられる等、拡大を見せている。ただし、海外のプラットフォームに対し国内法を適用することは難しいため、デンマークのように海外のプラットフォーム（Airbnb）と個別に合意を図る一方、税務当局に情報提供を行うプラットフォームを利用する場合は、非課税限度額の優遇や営業の制限を緩和する等を行うことで、情報提供を行うプラットフォームの利用を促している例もある。一方、フランスでは Uber の本社があるオランダの課税当局との情報交換制度により、フランス国内の Uber のドライバーの所得情報を入手することが検討されている。

プラットフォームから決済に関する情報を入手できれば、的確な所得把握がタックス・ギャップの縮小につながると考えられる一方、プラットフォームに過度の負担を強いることにもつながりかねない。OECD では、各国が必要とするタイミングで、各国の個別の様式で情報提供することはプラットフォー

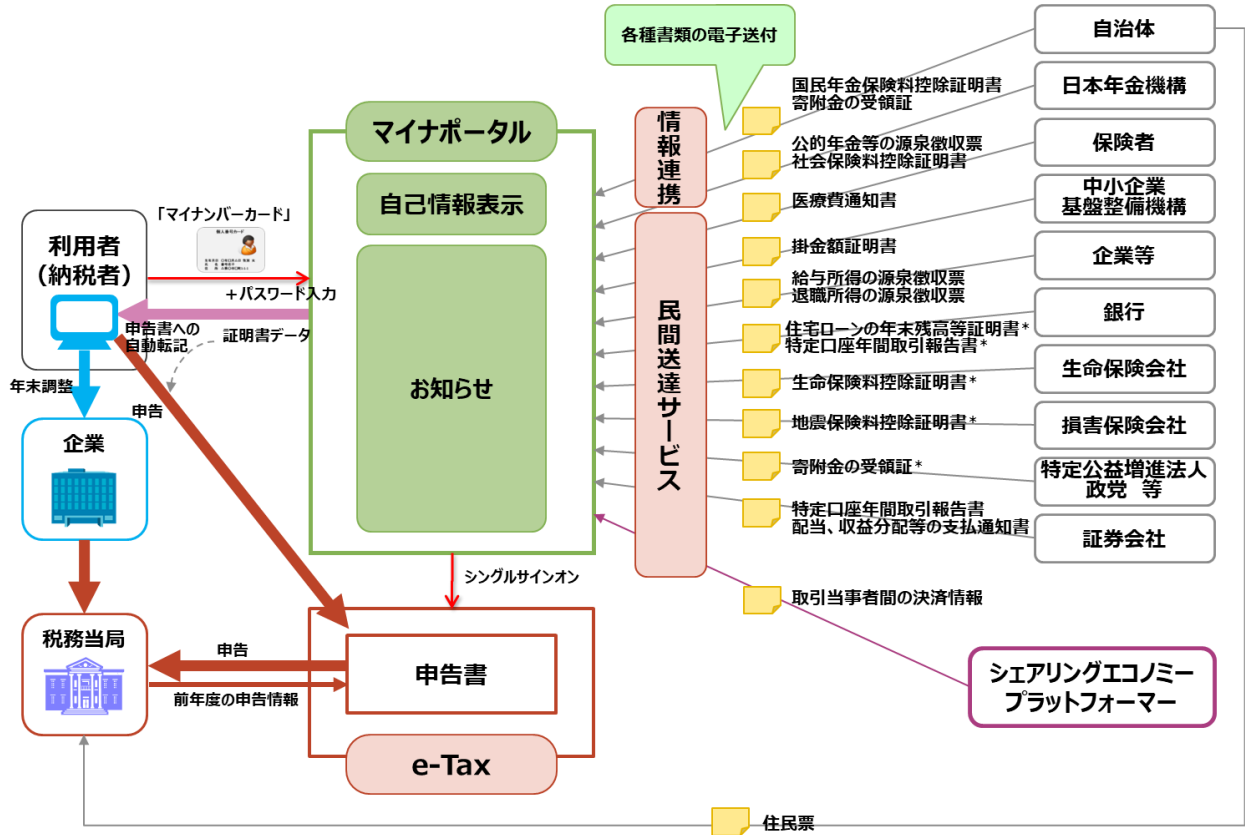
マーへの負荷が大きいとして、一部のプラットフォームとの間で各国が共通様式で情報入手できないかの検討が行われている。各国の税務当局間で非居住者の金融口座情報を交換する際の共通報告基準（Common Reporting Standard）が参考になると考えられ、所得税だけでなく、消費税や関税の情報としても活用することも検討されている。また、米国では、資料情報制度の拡充にあたり、プラットフォームからの情報収集だけでなく、第三者である決済機関から決済情報を取得することが行われている。税務当局とサービス提供者（納税者）、プラットフォームの三者が情報を把握することにより、サービス提供者の自主的な申告を促す効果があると考えられている。

2.3 申告利便の向上

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」の導入が進んでいるが、フランスでは、オンラインプラットフォームから取得した情報が、記入済み申告書の納税額の計算に反映される。

我が国では納税者と国税当局が直接つながるシステムは構築されていない。一方、マイナンバー制度の下で、マイナポータルの民間送達サービスと国税庁ホームページの確定申告書等作成コーナーを連携し、保険料控除証明書や住宅ローンの年末残高証明書、特定口座年間取引報告書、ふるさと納税等の寄付金の受領証等のデータを取り込み、e-Tax 送信できるようにするしくみが検討されている。これをシェアリングエコノミー・ギグエコノミーのプラットフォームが把握しているサービス提供者（納税者）の収入情報等まで拡大し、記入済み申告制度に近いしくみを実現する。税に対する理解、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」の導入を図る必要がある。我が国の税務当局でもこの方向で検討が進められており、生命保険料控除証明書、地震保険料控除証明書、住宅ローンの年末残高等証明書については、2020年10月に、特定口座年間取引報告書と寄付金の受領証は2021年1月より確定申告書等作成コーナーとの連携が予定されている。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により、納税者の自主的な申告に資する効果が期待される。

図表 2 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、住宅ローンの年末残高等証明書は、2020年10月に、特定口座年間取引報告書と寄付金の受領証は2021年1月より確定申告書等作成コーナーとの連携が予定されている

将来的には、シェアリングエコノミーのサービス提供者（納税者）の利便性を高めるため、プラットフォームによる源泉徴収制度の選択的導入を考える必要がある。たとえばイタリアでは、プラットフォームを活用した住宅宿泊事業について2017年よりプラットフォームによる総所得に対する21%の源泉徴収が行われている⁵。エストニアでは、同様のしくみを実現するための専用の銀行口座が導入された⁶。特定の事業に限らず、経費のあまりかからない小規模の事業を行っている個人に適すとされている。また、英国ではプラットフォームを活用したライドシェアリングサービスについて、収入だけでなく、平均的なガソリン価格と移動距離や車種等から求めた経費を使って所得を求め、源泉徴収（PAYE）することも検討されている。

日本では、所得税法上、報酬・料金の支払調書の対象となる役員提供の内容が細かく規定されているため、現行の制度を前提としたままプラットフォームに源泉徴収義務を課すとすると、プラット

⁵ 納税者は、総合課税（23-43%）または分離課税（21%）を選択できる。いずれの場合もプラットフォームが21%の源泉徴収を行い、総合課税を選択する場合には源泉徴収分を税額から控除する。

⁶ 入金額の20%（25,000ユーロを超える部分は40%）が、限度額の年間40,000ユーロまで自動的に徴税される。

フォーマーが個々の役務提供の内容を把握し、源泉徴収の必要性を判断しなければならなくなる。現時点ではシェアリングエコノミーで課税最低限以上の収入を得ている個人のサービス提供者はあまり多くないと考えられるが、プラットフォームによる源泉徴収のしくみを検討する際には、既存の制度の簡素化、画一化についても併せて検討を行うことが必要である。一部の自治体ではプラットフォームによる宿泊税の特別徴収の取り組みも行われているが、自治体により税率が異なるだけでなく、価格帯や宿泊人数によって徴収税額が変動する、グローバルなしくみにのりにくい制度である。今後は、スマートロック等を活用した無人の民泊やホテルが増加することも考えられることから、宿泊税の特別徴収等についても無人化に対応できる簡素なしくみへの見直しが求められる。

いずれにしてもプラットフォームの役割、機能などについては、その法的な性格も含め、来年度以降の検討課題としたい。

3 国際課税

3.1 これまでの経緯

デジタル経済の課税に関しては、1998年にオタワで開催されたOECDの閣僚会議において、伝統的取引に適用される課税原則は電子商取引にも適用されることなどが合意された。その後、消費課税については、2003年に受取側のビジネスまたは消費者の所在地が消費地であるという原則が合意されたが、所得課税については、2005年に公表された報告書で伝統的なPE（Permanent Establishment：恒久的施設）なければ課税なしの原則が確認された。

その後、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、2012年にOECDのBEPS（Base Erosion and Profit Shifting：税源侵食と利益移転）プロジェクトが立ち上げられた。15の行動計画のうち、「電子経済に係る税務上の課題への対応」が最重要な課題として行動計画1に取り上げられた。2015年10月に取りまとめられた最終報告書では、消費課税については効果的な徴収方法の勧告がなされたが、所得課税については提言には至らず、継続審議となった。

2018年3月にBEPS行動計画1の中間報告書、2019年1月にはポリシーノートが公表され、市場国への課税権の付与およびタックスヘイブンを利用した租税回避の排除のしくみの2つの柱が提示された。第一の柱の課税権の根拠となるネクサスや利益配分の考え方については、利用者参加（英国案）、マーケティング・インタangible（米国案）、重要な経済的存在（途上国案）の3案が併記され、パブリックコメント、パブリックコンサルテーションを経て、5月のOECD総会で、修正残余利益分割法（英国案と米国案の統合案）、部分的定式配分法（途上国案）、仕向地ベースアプローチ（民間企業案）の3案が提示された。今後は、2020年1月までに具体策について枠組みを策定し、年末に最終報告書を公表する計画である。

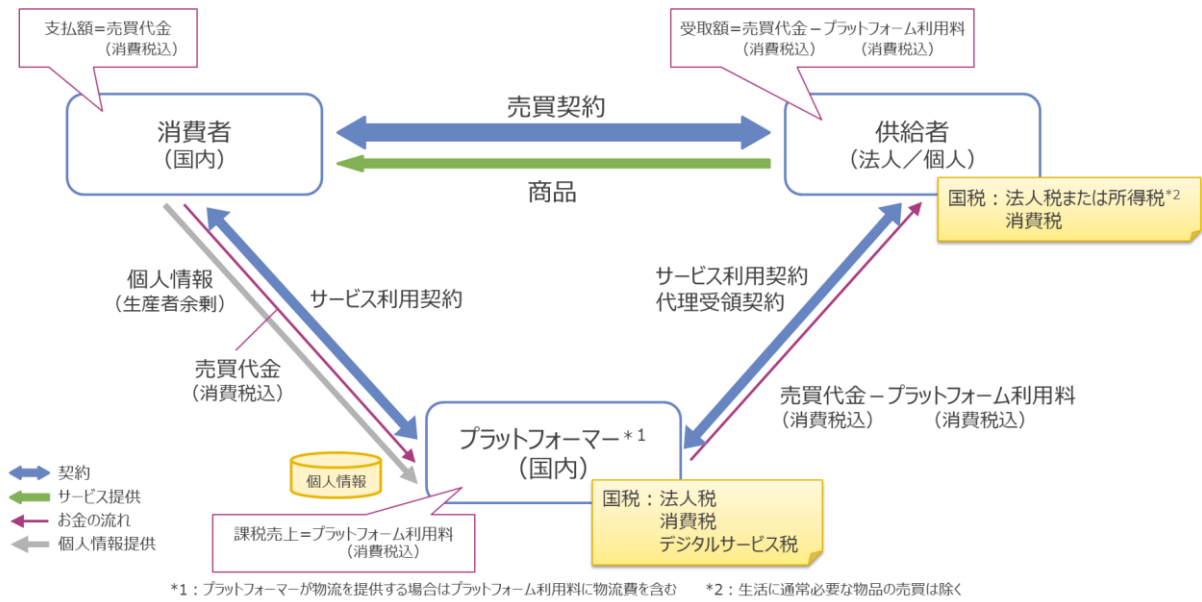
EUは、デジタル企業と伝統的な企業では実効税率に大きな差がある⁷として、2017年9月に“A Fair and Efficient Tax Systems in the EU for the Digital Single Market”を公表した。2018年3月には、デジタルビジネスの課税に対する中長期的見直し案と、暫定的措置である短期的見直し案の2つを公表したが、このうち短期的見直し案は、デジタル・プラットフォーム、オンライン広告出稿、顧客情報の販売を対象に売上高の3%を課税するもので、対象となるサービスをオンラインマーケットプレイス、オンライン広告、個人情報販売に限定し、閾値を高く設定することで二重課税の可能性を低めている。全会一致を原則とするEUでは、低税率国や北欧諸国の反対により合意に至らず、2019年3月にオンライン広告のみに絞った案を提示したが合意できなかった。

図表3、4にデジタルサービス税が導入された場合のしくみを示す。

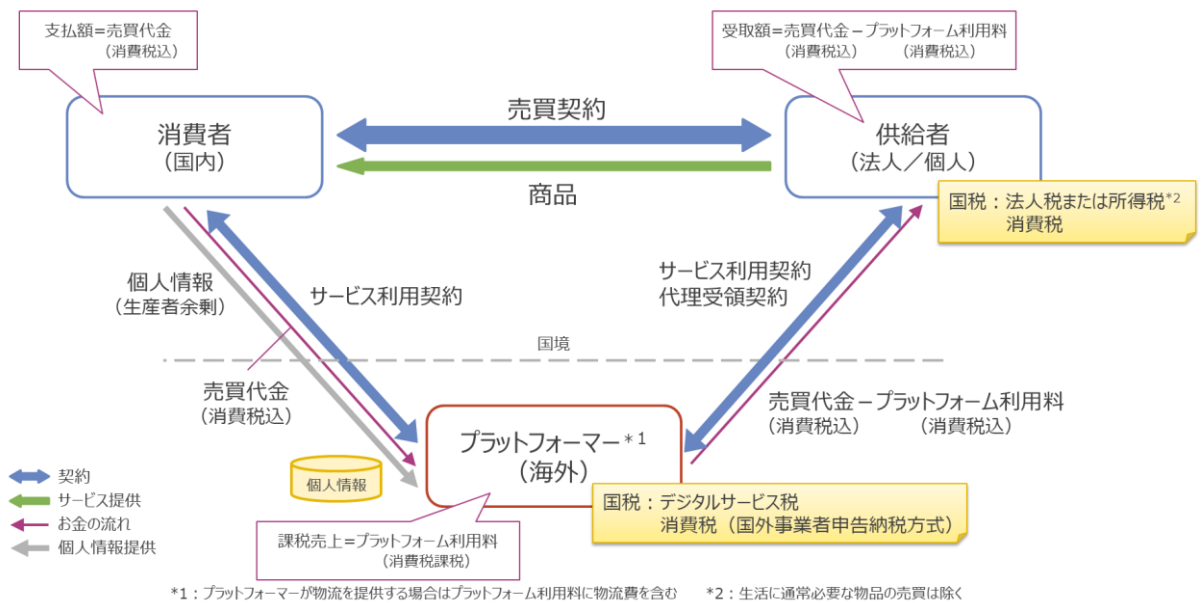
⁷ 必ずしもデジタル企業の実効税率の方が伝統的な企業より低いとは言えないという指摘もある

図表3 オンラインマーケットプレイス

① 国内プラットフォームの場合

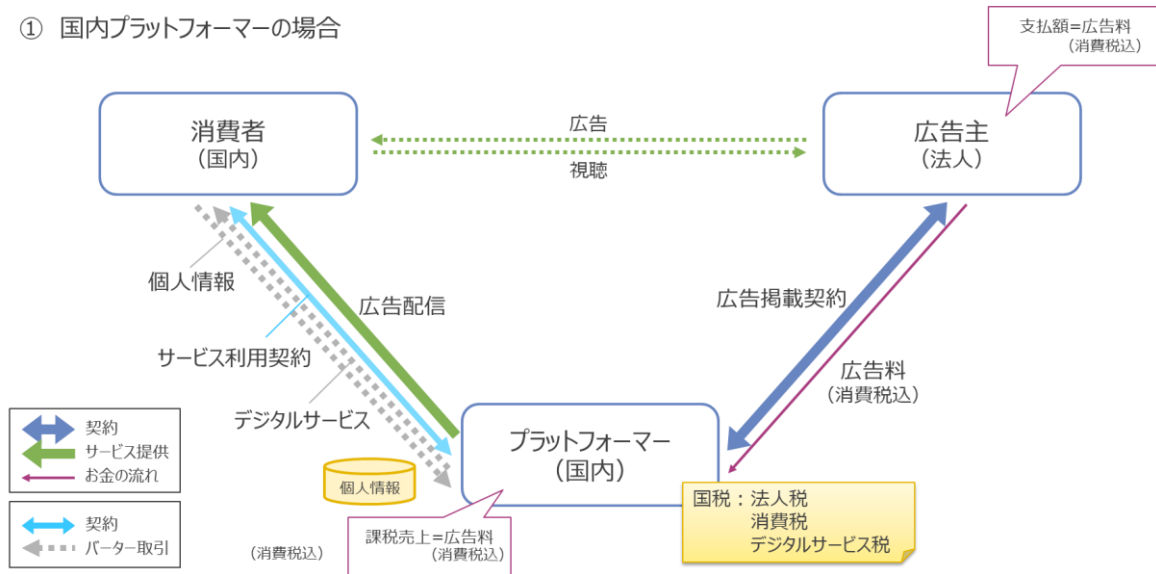


② 海外プラットフォームの場合

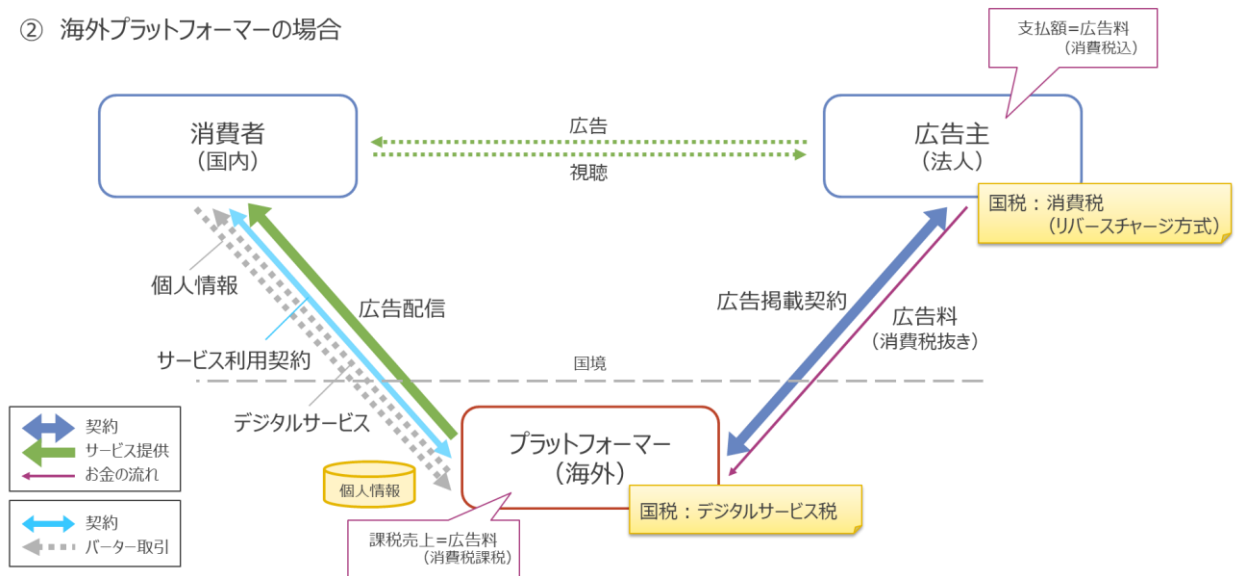


図表 4 広告モデル

① 国内プラットフォームの場合



② 海外プラットフォームの場合



デジタル単一市場の形成を目指す EU は、英国、フランス、イタリア等のデジタル取引に対する独自の課税施策には警戒している。

3.2 各国の税制

3.2.1 米国

GAF A と称される Google、Amazon.com、Facebook、Apple 等、多くのデジタル多国籍企業を抱える米国は、当初は消費地国への税源委譲に当たるデジタル課税の議論には反対の立場であり、デジタル企業を対象に、利益ではなく売上へ課税する EU のデジタルサービス税の考え方が提示されると、国際課税ルールに反するとして非難した。しかし、経済の電子化に伴い既存の課税のあり方が時代の変化に即さなくなったことから、GAF A 等の米国デジタル企業をターゲットとする課税するのは不公正であり、デジタル企業であるかないかに関わらず、すべての業種を対象とすべきという考え方を示すようになった。今年 2 月に OECD が行ったパブリック・コンサルテーションには、米国案として、非居住企業の利益の一部を、消費地国における顧客との関係性やブランド等のマーケティング・インタンジブルに応じて消費地国に移転する案が記載された。フランスをはじめとする各国のデジタルサービス税に対しては、米国のデジタル多国籍企業を標的とし、米国の税収減につながるとして、あらゆる手段で対抗すべきとの意見もある。

レーガン政権以来 30 年ぶりの大改正と言われる 2017 年 12 月の税制改正では、国際課税について全世界所得課税からテリトリアル課税への移行等に加え、BEPS 対策としてグローバル無形資産低課税所得 (GILTI)、税源侵食濫用防止税 (BEAT) が盛り込まれた。

米国では多くの企業が積極的なタックス・プランニングを行っているため、デジタルビジネスだけが他の産業と異なるという捉え方はされていない。そのため、米国内でデジタル多国籍企業の行為が競争を妨げているとして反トラスト法の規制等を強化する動きがあるが、課税に関しては特段の動きはないようである。

3.2.2 欧州

英国は、2015 年 4 月に迂回利益税 (DPT) を導入した。これは、英国内の経済活動によって創出された利益について、人為的な PE 認定の回避や各国の税制の違いを利用することで不当に英国における課税を回避していると認められる場合、法人税の基本税率よりも高い税率を課すことにより企業に行動変容を促し、租税回避の抑制を図るものである。税務当局 (HMRC) によれば、2017/18 年度における DPT の導入による増収額は、法人税を含め 3 億 8,800 万ポンドと高い効果を示した。さらに、2020 年 4 月からは全世界の年間売上高が 5 億ポンド (約 720 億円) 以上の IT 企業に対し、英国内の売上高の 2%を税金として徴収するデジタルサービス税を導入することを決定した。対象となるサービスは、英国の利用者参加により収入を得ているソーシャルメディア、検索エンジン、オンライン・マーケットプレイスである。

フランスは、ドイツとともに EU 共通のデジタル課税導入に向け取り組んでいたが、EU 内の合意が見込めなくなったため、独自課税に転換した。2019 年 1 月に遡って課されることになったデジタルサービス税は、オンラインのターゲット広告、広告目的の利用者情報の販売、オンライン・仲介プラットフォームの 3 つの業種を対象に、フランス国内における売上の 3%を課すもので、デジタルビジネスの売上高がグローバルで 7 億 5,000 万ユーロ以上、フランス内で 2,500 万ユーロ以上の企業が対象とされ、約 30 社から約 5 億ユーロの税収を見込んでいる。OECD で国際的な解決策が成立するまでの暫定措置である旨が明記されている。

ドイツは、EU 共通のデジタル課税導入に積極的に取り組む一方、自国を含め、各国の独自施策による課税には否定的な立場である。期待される税収が、税のしくみが複雑化して増大するコストに見合わないことや、米国との関係を重視していること等が背景にあるとされる。一部の州で国外のオンライン広告事業者を使ったオンライン広告に対し、広告主に 15%の源泉徴収税を課することが検討されたが、連邦財務省により否定された。

その他、欧州内では、既にハンガリーが 2014 年からオンライン広告を対象にデジタルサービス税を導入している。当初は累進的な課税体系で、2016 年には欧州委員会により違法な補助金との指摘を受けたが、欧州司法裁判所に 2017 年と 2018 年に改正され、現在は年間広告収入 1 億フォロント以上のデジタル企業に対し、売上高の 7.5%が課税されている。他にイタリアが 2019 年 1 月から導入する予定であったが、2020 年以降に延期された。スペイン、オーストリア、ベルギーで導入の議論が進んでおり、ポーランド、チェコ、スイスでも意向がある。また、スロバキアは、2018 年に PE の概念を拡大し、デジタル・プラットフォームを使って継続的に交通や宿泊サービスを提供する場合等について、PE があるとみなすとした。

一方、租税回避地と目されているアイルランドは、デジタル課税には基本的に反対の立場である。ただし、最近では OECD により国際課税ルールが合意されれば検討する用意があるとしている。

EU や各国でデジタル課税を売上税としているのは、法人税のように相手国との合意が必要な租税条約に縛られずに、独自に導入できるためである。しかし、売上税は企業にとって二重課税や赤字課税となる可能性があり、経済非効率の問題が生じる。EU のデジタルサービス税の導入にスウェーデン、フィンランド、デンマークが反対したのは、デジタルサービス税が所得に対する課税でないことが理由であるとされる。一方で、売上税は自国企業も負担するので、GAFA 等のデジタル多国籍企業との実効税率の差は解消されずに残る可能性がある。

図表 5 法人税と売上税

	法人税 【OECD で議論されている新たな課税権】	売上税 【デジタルサービス税などの独自課税】
骨子	新たなネクサスを定義し帰属する所得を計算	デジタルサービスの売上に課税
納税義務者	デジタルサービスを提供する事業者に限定し ない可能性もある	デジタルサービスを提供する事業者（但し、 一定額以上の売上有る大手事業者に限 定）
課税対象	法人の利益、具体的な利益の配分方法につ いて複数の提案がなされている	オンライン広告の売上、プラットフォーム提供の 手数料売上など
留意点	導入にあたり、既存の租税条約の改定が必 要 居住地国で外国税額控除の対象になり得る	導入にあたり、租税条約の改定は不要 WTO 等の義務（内外無差別）に従い、国 内事業者も同様に扱う必要がある 居住地国で外国税額控除の対象にならない 但し損金算入は可

一方、OECD のポリシー・ノートに記載された法人税の最低税率の導入は、ドイツとフランスの共同提案による BEPS 対策とされる。

3.2.3 その他の国

インドは、2016 年に国内に PE を有しない租税条約非締結国の企業を対象に、オンライン広告の売上に 6%の平衡税を導入した。対象となる企業のオンライン広告の利用が年間 10 万ルピーを超える国内企業は、平衡税の源泉徴収が必要である。2017-18 年の徴税額は 55 億ルピーに上った。インドは、データやソフトウェアのダウンロード等のオンライン広告以外のデジタルサービスについても、国内に重要な経済的存在が認められる場合、課税の対象とすることを検討している。

他には、イスラエルがデジタルサービスの課税について Google や Facebook と協議している。3%の売上税が導入されれば、税収は年間 10 億シケルに上ると想定されている。チリでは、協議中の税制改正にデジタルサービス課税が盛り込まれる見込みである。クレジットカード発行会社等の決済サービス提供会社による源泉徴収が検討されている。

オーストラリアは独自課税の導入を検討していたが、グローバルな取り組みの結論を待つと伝えられている。

3.3 我が国の対応

我が国は、2019年G20サミットの議長国として、6月の福岡のG20財務大臣・中央銀行総裁会議及び大阪のG20首脳会議でOECDのロードマップを承認した。仏、英ほか欧州有力国による独自課税（デジタルサービス税）の動きとは一線を画し、国際的な協調行動を推進する立場にある。各国がばらばらな税を導入すれば、二重課税・赤字課税という問題だけでなく、これまで積み上げてきた国際的な協調行動が台無しになる。世界が分断されつつある今日、数少ない協調分野は税の世界であり、この崩壊は何としても避ける必要がある。

一方、OECDでは、既存のルールでは市場国で課税できない多国籍企業の利益（その多くはタックスヘイブンで計上されている独占利潤など）についての課税権（これを「新課税権」と呼ぶ）を市場国に再配分する議論が進んでいるが、GAFAなどのデジタル多国籍企業だけでなく、既存あるいは今後の成長分野のビジネスにどこまで影響が及ぶのかについては、我が国を含む多くの国が懸念を有している。GAFAに次ぐプラットフォーム企業や、自動運転やIoTなどのデータを活用してグローバルなビジネス展開を考えている企業が多く存在している。経済活動の隅々にまでデジタル化が普及しつつある中で、デジタル経済を切り分けることは容易ではないが、制度簡素化の要請も踏まえつつ、これまでの課税原則で対応できる分野への課税見直しの波及は、限定的にしていく努力（交渉）が必要である。

我が国には、米・欧・新興国間の合意形成を促す役割が期待されている。自動運転やIoT産業の未来図を描きながら、これらの産業への課税への波及の懸念を共有する各国と連携しつつ、米国デジタル多国籍企業の租税回避には厳しく対応するという、細い道を進んでいくことが重要である。

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・インスティテュート 所長

●委員（五十音順）

青山 慶二 21世紀政策研究所 研究主幹
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
小木曾 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
岡本 憲治
小川 要
清水 光
中島 格志
山崎 大介
和田 康宏

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8回 2019年1月16日

「人工知能によって人間の仕事はどう変わるか」

「デジタル・プラットフォーマーを巡る取引環境整備に関する検討会」中間論点整理（案）について」

第9回 2019年3月20日

「デジタル課税について」

「日本におけるリテール決済とブロックチェーン技術を巡る動向」

第10回 2019年5月23日

「デジタル資本主義：資本主義のデジタル・トランスフォーメーション」

「欧米諸国のシェアリングエコノミー税制」

第11回 2019年7月22日

「ポイント等によるマイクロな作業取引の処理について」

「2020年に向けた国際課税ルール改革の動向」

「G20 報告」

「G 20 のデジタル課税論議」

「欧州諸国のシェアリングエコノミー税制（補足）」

第12回 2019年9月26日

「報告書について」

「イノベーションの実装とレギュレーションの改革」

「富裕税」

「G7 首脳が合意達成にコミットしたデジタル国際課税の“設計図”と日程」

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@nttdata-strategy.com)

伊藤 (itok@nttdata-strategy.com)