

国際的電子商取引と消費課税

— デジタル取引に関するEU指令改正案を巡って

大阪大学法学部教授
森信茂樹

I) はじめに

国際的な電子商取引(インターネット取引)が発達する中で、消費課税(わが国では消費税、EU諸国では付加価値税—VAT)をどのように仕組んでいくかということは、大変難しい問題である。あえて言えば、IT技術の発達に課税の制度、技術が追いつけていないという状況が生じている。国際的な電子商取引と課税の問題は、今回の沖縄サミットでも議題の1つとして取り上げられたが、必ずしも各国間で統一的な考え方が確立しているとはいえない状況にある。以下、国際的電子商取引の発達に伴う課税問題について、消費課税的を絞って、これまでの経緯を整理するとともに、最近のEUにおける新しい動きについて考えてみたい。

II) 国際的電子商取引の発展と消費課税

1 問題の所在

「ホイットニー・ヒューストンが新しいアルバムを出すというニュースが入った。すぐさまインターネットを通じて音楽配信サービスを行っているサイトにアクセスをする。早速パスワードを入れて、新しいアルバムのダウンロードサービスを注文する。わずか1分後には自分のパソコンにホイットニーの新曲が

入り、楽しむことができた。パソコンからネットワークウォークマンに転送して、歩きながら楽しむこともできる。配信会社は米国企業で、代金はクレジットカードで20ドルを支払った。

次の日、近所のレコードショップを訪ねてみると、同じアルバムがニューリリースとして販売されていた。ちなみにCDの代金を見ると、2,000円プラス消費税とある。そうか、インターネットで米国の企業を通じて配信サービスを受けると、消費税はかからないのか……」

国際的電子商取引の発展は消費課税に様々な問題をもたらす。電子商取引の発達により、取引の対象が、これまでのような有体物(財)から、サービス、更には音楽や映像等のソフトを配信するデジタル財へと変わっていくこととなる。サービス、デジタル財の国際的取引は、税関を通らず、更に供給者(生産者)から消費者へ直接行われることが多くなるので、現行VAT制度では対応しきれない問題を生じさせる。

この問題は、取引が対事業者(サービス、デジタルコンテンツの輸入者が事業者、以下B to B)なのか、対消費者(輸入者が消費者、以下B to C)なのかによって対処法が異なるが、B to Cの場合には困難さが増してくる。とりわけ冒頭に掲げたような事例が生じてきており、事業者の競争条件にも影響を及ぼす可能性が出てきている。

同時に、電子商取引の発達、税務執行の困難さを増大させる。インターネットの持つ匿名性は、税務上の本人確認の困難性を増加させたり、課税情報に対するアクセスに大きな困難性を生じさせる。この問題は、クロスボーダー取引になるとますます加速する。本人確認の問題は、税のみならず電子商取引の安全確保の問題と密接に関係しているが、税務当局にとっては、電子商取引における商慣行や、電子商取引を支える技術の可能性を考慮しつつ、適正な課税を執行していくための日々の努力をしていくことが必要となる。

具体的問題を考えるに当たっては、取引の対象を財(モノ)の場合とサービスの場合に分けて考えてみる必要がある。

2 財の国際取引の場合

消費者が海外の事業者のサイトを通じて商品を注文する。このようなケースは、インターネットを通じた取引であっても、これまでのVATの原則(後述する仕向地課税原則)に従って、輸入時に課税される(ただし、わが国の場合1万円以下は免税)。インターネットを通じた取引であっても(つまり電子商取引でも)「財」として国内に入ってくる以上、税関を通過する際にVATの課税がなされるという点はこれまでと何ら変わることはない。

国境を越える財の取引のVATについては、輸出免税、輸入課税という形で税関における国境調整が行われ、内外の競争条件に何ら影響を与えずに課税が行われるのである。

3 サービスの国際取引の場合

(1) B to B取引

財からサービスに変わる場合はどうであろうか。一般的にVAT制度の下では、サービスが国際的に取引される場合、「サービスの提供者(売り手)の所在地」で課税されるこ

ととなっている。もっとも、自国の課税権の外にいる者に課税することは難しく、この結果サービスの提供者は、提供地国では事実上課税されないこととなる。

わが国の消費税法でも、役務の提供を行う者の、事務所等の所在地で課税されるため、サービス(役務)の提供者が国外にいる場合には、国外取引として不課税になっている(消費税法第4条3項2号、同政令6条2項7号)。

このような取扱いは、消費税の納税義務者は事業者(売り手)であり、適正な執行を図る観点からは最も現実的であることや、従来そもそもサービスの提供は同じ国の中で行われることが多く、課税上の問題はあまり想定されなかったことによるのであろうが、より根本的には、国境を越えるサービス取引は、税関を通らないため、技術的にも課税が困難であるという事情も反映していると思われる。

これに対しEUでは、後述するように、市場統合によって域内各国間でのサービス取引が増大してきたことから、域内取引について特定のB to Bサービス(輸入者が課税事業者である場合には、リバースチャージ(仕入税)という方法で事業者に自主申告させることにより国境調整を行うという制度を取り入れた。このような動きの背景としては、サービス取引についても、国境調整による仕向地課税原則を取らせることにより、財の取引とのバランスをとることの必要性が認識されたことが挙げられる。

わが国では、クロスボーダーのサービス取引について、そのような制度は取られていないが、それは次のような事情が勘案されてのことであるとも考えられる。サービスの購入者(輸入者)が事業者の場合(B to B)には、サービスの輸入の段階でVATの課税が行われなくとも、その輸入事業者が国内で、事業者あるいは消費者に販売する際に、その売上げにVATの課税が行われる一方で、仕入れ

である輸入取引については、仕入税額控除が発生しないので、実質的に輸入取引に課税した場合と同様の効果をもたらす。いわば課税の取り戻しが生じ、収入面への影響はないということによる。

具体例を挙げると次の通りである。輸入事業者が100で購入（輸入）し、国内の消費者に140で販売した場合（価格はすべて税引き前）を考えると、通常のモノの取引の場合には、事業者はVATとして、通関時に 100×0.05 の5を納付し、消費者に140で販売した際、 140×0.05 の7から、すでに納付した5を差し引いた2を納付する。つまり、税務当局はこの取引を通じて $5 + 2 = 7$ のVATを徴収することになる。

国際的電子商取引によりサービス等が輸入される場合、この輸入事業者は、輸入段階では消費税は支払わず（不課税）、国内の消費者に販売する段階で、 140×0.05 の7を税務署に納める（仕入税額控除は0）こととなり、前述のケースと同額のVATが事業者から税務署に納付されるのである。

(2) B to C取引

次に、消費者が直接外国からインターネットを通じてサービス等を購入する場合（B to C）は、どうであろうか。

消費者が直接外国からインターネットを通じてサービス等を購入する場合（B to C）については、サービス等の提供者（売り手）が外国に存在しており、付加価値税（VAT）制度の執行上、輸入国の課税権が及ばず、事業者が輸入する場合のようなVATの取り戻しも生じないという点で、課税はなされていないことになる。EU諸国のように、VATに自国の税収の多くの部分を頼っている国では、課税の脱漏につながると同時に、そのような課税漏れが、国内企業と外国企業との間の競争条件にゆがみを生じさせ、中立性・公平性を損なうことになり、看過し得ない問題とな

る。

インターネットを通じてクロスボーダーで取引される音楽配信サービス等デジタル財の取引は、この形態が多く、今後のオンライン取引発展の可能性も考慮すると、EUとしては、早急な対応策が必要とされる事情があった。

III) EUにおける検討現状

1 EU域内取引における課税原則

EUにおいては、国境を越える域内取引に対してどのようにVATをかけるのかということが、古くから論じられてきた。

VATは価格に税額をオンすること、つまり価格の上昇を通じて消費者に負担を求めるといった性格を持つ税である。したがって、国境を越える取引については、国境で輸出免税、輸入課税という国境調整を行った上で、「消費が行われる国の税率」が課せられ、消費が行われる国に納税されることが大原則である。このような考え方を、「仕向地課税原則」あるいは「消費地課税原則」という。

しかし、この原則を取るために必要な国境が、EU市場統合の過程で1993年から消滅することになった。そこで、税関の代わりに税務署を使うことによって国境調整を行っているのがEU域内取引の現状である。

本来、EUが1つの市場、同一のVATを持つという理想的な状況を考えると、域内A国の事業者がB国の消費者に物を販売する場合には、VATの納税義務者であるA国の事業者から税を徴収する方が国境調整の必要性もなく、納税義務者にとっても便利である。この原則によってVATが課せられることが理想であり、このような考え方を「原産地課税原則」「生産地課税原則」という。

しかし、この原則には大きな問題がある。A国においてA国の税率で課税関係が終了すれば、税を負担するのはB国民であるにもかかわらず、税収はすべてA国に帰属し、B国には一銭も入ってこないこととなる。域内貿易における輸出超過国は、本来各国に入るべき税収を1人占めすることとなる。市場が統合されても課税主権は最後まで残るので、このような事態は容認できないということになる。そこで考え出されたのが、クリアリングシステム（清算システム）で、各国で徴収した後、各国の消費額に応じてVAT税収を清算するという考え方である。つまりB国政府は、自国の消費額に基づき、A国に対して一定の税収の配分を要求できるのである。

EUは、VAT税率をハーモナイズさせつつ、納税者の便を考えると優れている原産地課税原則を適用し、その上でクリアリングハウスにより税収を再配分するということをパッケージとして理想と考えていた（例えば1987年のEU委員会提案）のであるが、このような配分を正確に行うことは困難で、配分の基準等を巡って各国の利害が対立し、この構想は現実には棚上げされることとなった。そこで、1991年12月、「財の域内取引については、仕向地課税原則に基づき、国境調整を行った上で、輸入国の税率が課せられる」ということが、第6次指令の暫定措置として採択され、今日まで続いているのである。

なお、このような課税原則の例外として、メールオーダー等A国の事業者が直接B国の消費者に物を販売する場合で規模が小さい場合には、A国において原産地課税がなされている。

2 域内サービス取引

さて、以上は物の販売の場合であるが、サービスについてはそのような原則は当てはまらず、「サービスの提供地においてVATが課

せられる」という考え方が大原則として取られている（EC第6次指令第9条1項）。つまり、原産地課税を原則としているのである。

しかし、広告サービス、コンサルタント、金融サービス等特定のサービス（純粋サービス）については、「顧客の所在地がサービスの提供地」とされ（同9条2項e）、仕向地課税原則が取られた上で、各国の法制において更に詳細に課税の方法が定められている。

すなわち、サービスの受給者が課税事業者の場合（B to B）には、サービス受給者の居住地国で、「リバースチャージ（仕入税）」という方法により輸入事業者自らが自主的にVATの申告を行い、仕向地課税が行われることとなる。「リバースチャージ」という制度は、輸入事業者自らが自主的に税務当局にVATの申告を行うもので、事業者の自主申告したVATは、自らのVATを申告する際の仕入税額控除という形で控除されるため、事業者の税負担の増加にはつながらない。

他方、受給者が免税事業者、あるいは一般消費者である場合（B to C）には、このような課税方法をとることができないので、サービス提供者の居住地国で、原産地課税原則に戻って課税されるのである。

EU域内取引の課税状況をまとめてみると、おおよそ次のようになる。

(イ) 財

B to B……国境調整に基づく仕向地課税
（輸入事業者が自国政府に納税）

B to C……原産地課税（財の輸出者・供給者が自国政府に納税）

(ロ) サービス

原則は、原産地課税であるが、純粋サービスについては以下の基準が適用される。

B to B……輸入事業者が自国政府に自己申告（リバースチャージ）

B to C……原産地課税（サービスの輸出者・供給者が自国政府に納税）

3 域外との間の取引

では、域外取引の場合はどうであろうか。これについても、財とサービスについて分けて考える必要がある。

まず、財については、輸入者が事業者であるか消費者であるかにかかわらず、輸入国で国境調整され輸入時に課税される。わが国も同様の仕向地課税原則である。

次にサービスについては、サービス提供地で課税される（原産地課税）のが大原則である。したがって、課税権の及ばない域外からのサービスについては、前述のようにいわば「不課税」となっている。この点わが国の取扱いも同様である。

ただし、前述の「純粋サービス」については、例外的に顧客の所在地（すなわちEU各国）がサービスの提供地とされ、EU各国のVATが課税されている。つまり、「サービスについては、その消費地で課税する」という考え方が採り入れられたのである。したがって、米国のコンサルタント会社がEU企業向けのサービスを米国内で行ったとしても、そのサービスはEU域内で行われたとされ、EU企業にはEU各国のVATの納税義務が生じ、リバースチャージが適用される。もっともその部分は、仕入税額控除ができる。また、サービスが、B to Cである場合には、不課税となるのである。

4 国際通信サービス

ところが、1997年7月1日以降、EU第6次指令が改定され、域外からの国際通信サービスについては、顧客の所在地がサービスの供給地とされた。そして、輸入者が事業者である場合（B to B）には輸入事業者が自己申告するリバースチャージ方式を適用、輸入者が消費者である場合（B to C）には、EU内に事業拠点を持たない事業者には、EU各国に

VAT登録をさせ、そこで仕向地課税、すなわち当該国の税率により課税されることとなった。この措置の重要な点は、域外のサービス供給者、例えば前述の例で言えば米国の事業者に対しても、VAT登録という制度を通じて納税させる道を開いたのである。これは、コールバックサービスというものが米国の業者によって提供され、そのサービスの提供地が米国、すなわち域外であるところからEUの課税権が及ばず、国内の同様のサービス提供者との間に競争上の不公平を招いていたという事情が挙げられる。

ここで、限定された分野ではあるものの、次のような課税原則が確立することとなった。

域外との間のサービス取引について

B to B……輸入事業者によるリバースチャージ

B to C……輸出事業者による登録制

5 国際デジタル財取引の課税原則 — EU指令の改訂

EUは、2000年6月7日、音楽データ、ソフト等のデジタル財の国境を越えて配信するサービス取引（国際デジタル財取引）について新たな指令案を公表した。この指令案は、「インターネット取引に対して、新たな新税を課すというのではなく、現行のVATに関する課税のルールを改正したものである。」と説明されているが、国際通信サービスに関するルールを国際デジタル財取引にも適用しようとするものである。域外からデジタル財を直接EU国民に提供、配信するサービスに対しては、VATが課せられていないため、EU域内企業の同様なサービスとの間に「不当な差別状態が生じている」ことがルール改正の最大の事情と説明されている。

今回の修正案の概要は次の通り。

国際デジタル財取引におけるVATの課税

については、デジタル財をサービスと位置付けた上で、課税の場所については、消費者がサービスを受ける場所、つまりはサービスの消費地とした。この結果、域外からデジタル財が供給され、EU域内で消費されるものについては、EUが課税の場所になる。

この結果、具体的には次のような取扱いになる。

(イ) EU域内取引の場合

B to B……リバースチャージ方式でデジタル財の輸入業者が自己申告。

B to C……デジタル財の供給者が引き続き納税する。（原産地課税）

(ロ) EU域外取引の場合

B to B……同上

B to C……登録制、デジタル財の供給を行う域外の事業者は、EUの任意の1か国に登録し、登録した国の税率でVATを納税する。なお、一定の範囲での免税点が設けられている。

以上のようなEU委員会の考え方に対しては、米国商工会議所から、「登録制について、域外事業者にとってコストのかかる複雑な制度にならないようにすべきである。」という意見書が提出されている。

このようなEU指令改定案は、以下に述べるOECDの議論に少なからず影響を与えることになる。

IV OECD租税委員会での検討

1 5つの作業部会

国境を越えたインターネット取引に対してどう課税するかという問題は、OECD租税委員会の場で課税当局、関係事業者が同席して

議論が行われており、98年10月、「電子商取引・課税の基本枠組み」という報告書（以下報告書）をオタワ閣僚会議の場で公表した。99年4月以降は、報告書を受けて民間、非加盟国も交えた5つのテクニカル・アドバイザー・グループ（通称TAG）が設置され検討が行われている。5つのTAGとは、技術TAG、データ評価TAG、消費税TAG、事業所得TAG、所得分類TAGで、それぞれの分野について課税原則についてのコンセンサス作りに向けた議論が行われている。

報告書の基本スタンスは、「電子商取引は世界規模での大きな経済ポテンシャルを持つものだけに、その課税については、その阻害要因にならないようにするとともに、税収面においても、不測の影響を与えることのないよう、適切な課税原則の下に歳入確保を図っていきたい」というものである。また、電子商取引に適用される一般課税原則として、中立性、効率性、確実性、簡索性、実効性、公平性、柔軟性を挙げ、更に一番重要な原則として、「取引の諸形態間、あるいは電子商取引と他の伝統的取引の間で課税が中立的なものでなければならない」ということをうたっている。

また、大きな問題として、税務執行の問題を取り上げ、電子商取引における本人確認の問題、取引情報の入手の問題を指摘している。

2 OECDにおける検討状況

報告書、ボックス3、「電子商取引：課税の枠組みの要素」のところで、「国境を越える取引についての消費課税のルールは、消費される場所の管轄で課税されるべきというもの」と記述され、更に、「消費の課税上、デジタル化された物品の供給は、物品の供給として扱われるべきではない。」とされている。つまり、国境を越える電子商取引については、財ではなくサービスとして扱うとともに、消

費地課税原則が当てはまるという点について合意がなされているのである。

問題は、国境を越えるサービス取引の場合、サービスの提供者（売り手）が、外国に存在しており、輸入国の課税権が及ばないので、消費地課税原則の下でVATを実際どのように徴収するかというVAT制度の適用（執行）にある。このまま放置しておく、冒頭の例にもあるように、内外の事業者の競争条件に大きな影響を与える。ひいては税収の脱漏という事態にもつながりかねない。したがって、仕向地原則に沿いつつ適切に機能する課税制度の構築に向けての国際的な合意作りが必要となる。

(1) B to Bの場合

報告書はまず、サービス等を輸入するのが事業者つまりB to Bの場合、「リバースチャージ（仕入税）、自己申告又はその他の同等のメカニズムの利用を検討すべきである。」としている。リバースチャージというEU諸国で、特定の財について採用されている課税の仕組み・制度を具体的に取り上げている。この方式を、事業者がオンラインでサービス一般やデジタル財を購入した場合にまで拡大していこうというものである。

(2) B to Cの場合

問題は対消費者（B to C）取引である。どのような方式でVATを課税することが可能か、現在OECD租税委員会の場では、次のような方法も含めて検討が行われてきている模様である。

第1は、消費者自身の自己申告による納税である。

第2は、クレジットカード会社のように事業者と消費者の中間に存在している金融機関等の中間業者にVATの徴収の義務を課す方法である。介入する金融機関等がいれば源泉徴収を行う形となるので、源泉徴収システムとも呼ばれている。

第3に、外国の事業者を消費地国に登録させて、事業者が消費者からVATを徴収し、消費地国の税務当局に納付する方法である。

第4は、外国の事業者が自国の税務当局に納税し、後は各国の税務当局間で配分を行うという方法である。

第1の方法は、現在カナダで採用されているが、必ずしも実効性が上がっておらず、また、米国では州税におけるユースタックス（使用税。売上税の補完税として位置付けられている。）として本制度が一部導入されているが、ほとんど機能しておらず、問題が極めて多いといえよう。

第2の方法は、サービス等の国際取引には必ず代金の支払い、決済という行為が入るので、その段階をとらえて課税のメカニズムに組み込もうという考え方である。しかし、中間業者に大きな負担を課すような制度設計になれば強い反対が予想される。逆にいえば、例えば中間業者に適正な対価を支払うことにより、徴収を委託するような設計にすれば抵抗は少ないものとなる。しかし、税の徴収に對価を支払うという考え方が、現在の源泉徴収システムにも影響を及ぼすのではないかという問題がある。

第4の方法は、納税義務者は輸出国別にデータを提供しなければならないといった事務の煩雑さ、ひいては、プライバシーの問題が生じ得ること、更に最大の問題点として、米国がまだVAT制度を導入しておらず、現実的にこのようなアイデアに乗ってこないということが挙げられる。

このように考えてみると、EU委員会の今回の改正提案もあり、今後第3の方法を軸に検討が進んでいくものと予想される。しかし、この案にも多くの問題がある。例えば、各国の課税当局は、どの業者が国際的デジタル財の供給事業を行っているのかという情報を、どのようにして収集するのかという問題、そ

の結果登録しない業者がある場合、各国当局は外国の事業者に対しその実効性を確保する手段がないわけで、執行面での公平性をいかに担保していくかという問題がこれからの課題となるのである。

V 終わりに

国際的電子商取引の発達に伴う課税制度をどのように構築し、どのように執行していくかという問題を考えるに当たっては、各国、各界の様々な意向を勘案しつつコンセンサス作りを行っていく必要がある。適正な徴税を行うには国際間の政府間協力、事業者との協力も不可欠である。徴税コストの問題やプライバシーの問題等乗り越えていく課題も数多い。課税の仕組みを変更する場合には、適切な執行が伴うものでなければならないということはいままでのない。

このような中でわが国としては、OECD租税委員会における議論に積極的に参加し、電子商取引そのものの発達の阻害にならないような視点も持ちつつ、取引の実態把握に努めながら、検討していくという方法をとることが重要であろう。その際、既存の課税ルールを尊重しつつも、新しい技術の発展の下で新しいルールを作っていくことについても柔軟

に考えていくという対応が必要であろう。新たなテクノロジーの発達で、課税当局としても新しいオプションが可能になるということも起こってくる可能性がある。電子商取引のような新しい分野の課税については、国税当局も不断に最新技術に追いついていく努力を行うことが求められる。民間との協力も、新たな発想が求められる。

最後に、IT技術の発達で、所得税が極めて脆弱になりつつある中で、消費課税がしっかりしなければ、「税が消えていく」という事態にもなりかねない。公共サービスの対価としての税が消えていくということは、いかなる意味を持つのであろうか。我々自身のこととして考えていかなければならない。

【参考文献】

- ・渡辺智之「クロスボーダー取引と消費課税」一橋大学経済研究所ディスカッションペーパーNO.392 (2000.3) (<http://www.ier.hit-u.ac.jp>に掲載)を全面的に参照した。
- ・森信茂樹・水野忠恒・渡辺智之・吉川誠一「国際的電子商取引と課税問題」租税研究2000.6
- ・森信茂樹「国際的電子商取引と課税問題」税経通信2000.6
- ・増井良啓「電子商取引と課税のあり方」国際税制研究第3号1999.10
- ・山崎昇「電子商取引における国際取引課税上の諸問題」税大論叢