

英国は、2020年4月から、サーチエンジン、ソーシャルメディア、マーケットプレイスなどのデジタルサービスに2%の税率で課税する「デジタルサービス税 (Digital Service Tax)」の導入を表明した。

対象となるのは、全世界で5億ポンド、英国内で2,500万ポンド以上を売り上げるプラットフォームで、利益率の低い企業や赤字企業は免除、2025年に見直すとともに、それ以前に国際合意がある場合は適用しないことも表明した。

英財務省はこの税の根拠を「これらのビジネスモデルは、英国のユーザーが参加することで重要な価値を得ている」と説明している。

「ユーザーが参加するビジネスモデル」とは何か、英国や欧州が念頭に置くGAF A (グーグル、アップル、フェイスブック、アマゾン) のモデルにそって考えてみたい。

GAF Aモデルでは、サービスを受ける者 (ユーザー) が提供する個人データが、GAF Aの広告収入等重要な要素となっている。ユーザー

が自らの個人データを提供することによりGAF Aの価値が創造されるので、ユーザーは価値創造に参加しているといえる。そこで、ユーザーの居住する国 (源泉地国、消費国) にも課税権が発生するという考え方になる。

伝統的な国際課税ルールでは、能動的な事業活動が行われる場所 (居住地国と支店や工場などの恒久的施設=PEを置く国) に所得が発生し、その国が課税権を持つという考え方である。単に消費者 (consumer) がいるというだけでは課税権は発動できない。これまで居住地国以外で継続的にビジネスを行うには、通常PEを置く必要があるため、このルールは税源の配分としてうまく機能してきた。

しかしGAF Aモデルのように、消費国に何ら拠点を持たず国境を越えて大規模なビジネスが

可能になると、PEのない消費国 (源泉地国) には税収が入らず税収減につながる。さらには、税金を払っている自国企業との間に競争条件 (レベル・プレイング・フィールド) の問題が生じてしまう。欧州委員会の調べでは、デジタル企業の税負担率は9.5%で、伝統的ビジネス (23.2%) の半分以下だ。

そこでデジタル経済の下で、国際課税のルールの見直しが必要とされ、物理的プレゼンスに替えて、ビッグデータの収集・活用などを加味

した新たな課税根拠 (仮想PE) を作る議論がBEPSプロジェクトで行われてきた。

しかし、ユーザーの参加・貢献・データの提供にどこまで価値を認めるか、そこに帰属する所得配分をどう計算するかなどの問題があり、2015年の最終報告には間に合わず、2020年に新たな報告書が取りまとめられることになった。

GAF Aの欧州経済への浸食が拡大する中、OECDの議論を待っては遅すぎるといふことで、欧州委員会は

デジタルサービスへの売上税という暫定案の検討を始めた。フランス、イタリアなどは、個別にGAF Aを狙い撃ちした税を導入し始めている。英国の2020年からの新税も同じ状況下での公表である。各国ばらばらに税を導入すれば、企業には二重課税・赤字課税という問題が生じかねない。これまで積み上げてきたOECDでの協調行為も台無しになってしまう。

カギを握るのは、GAF Aの当事国である米国の対応である。トランプ政権は、GAF A擁護の立場を取ってきたが、OECDにおける米国の対応は、米国IT企業を狙い撃ちした税でなければ、新たなPEを模索することに反対しているわけではない。わが国は2019年、G20の議長国である。欧州諸国と米国との橋渡し役として合意に向けての努力が期待される。

東京財団政策研究所研究主幹 森信茂樹 中央大学法科大学院特任教授

森信茂樹

連載

税制之理

ことわり

第141回

英国デジタル課税のインパクト