

# GAFAへの新課税権合意、「1000億ドル」巡る国際課税争いの今後

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

経済・政治 D O L 特別レポート

2020.3.2 5:05

いいね! シェア Tweet



Photo:PIXTA

## GAFAへの課税強化 G20でも合意 増収分の配分が焦点に

2月22・23日、サウジアラビアのリヤドで行われた主要20カ国・地域（G20）の財務相・中央銀行総裁会議で、デジタル課税の具体案について年末までに最終合意をすることが確認された。

GAFA（グーグルGoogle、アップルApple、フェイスブックFacebook、アマゾンAmazon）などの多国籍IT企業に対して、企業がその国でビジネスを展開し利益を上げているにもかかわらず、課税ができなかった市場国（以下、わかりやすく消費国）が企業の利益の一部に課税権を持つことになる。

今後は、GAFAのほかにもどのようなビジネスを課税対象にするかや市場国への配分比率をどうするか、などが合意の焦点になる。

## 「恒久的施設」持たないIT企業 税負担は従来の半分以下

ITの発達したデジタル経済の下では、モノの取引がデジタル財というサービスの取引（役務の提供）となり、書籍や音楽が、本やCDというモノからインターネット経由でのダウンロードサービスになった。

また、個人のビッグデータを活用したオンラインターゲティング広告やマーケットプレイスでの物品販売や遊休資産活用のシェアリングサービスなどこれまで存在しない新たなビジネスが生まれている。

そしてこのようなサービスを提供するが巨大なプラットフォーマーが、国境を超えて全世界にビジネスを展開し巨額の利益を上げている。

一方でこうしたG A F Aに代表される米国I T企業は、サービスを提供する消費国に、課税権の根拠となる支店や工場といったP E（恒久的施設）を持たずにビジネスが展開できるので、消費国は入るべき税収が入ってこないという問題（税収不足）があった。

加えてI T企業の多くは、企業価値の源泉である著作権や特許権などの無形資産を、アイルランドなどの低税率国やタックスヘイブンに移転させ、そこに所得を集中させて租税を回避するというプランニングを行っている。

欧州委員会の調べでは、伝統的ビジネスモデルの税負担率が23.2%に対してデジタルビジネス企業は9.5%と、半分以下の負担になっている。

この結果、きちんと納税する自国競合企業との競争条件の公平性（レベル・プレイング・フィールド）も問題になっている。

デジタル経済の下での国際課税の議論は、多国籍I T企業の本拠地である居住地国（多くの場合は米国）と、低税率などでこうした企業の地域拠点を誘致してきた軽課税国、さらには企業が実際にビジネスで利益を上げている消費国（欧州、日本、新興国、途上国）との間の税源（課税ベース）配分を巡る争い（再分配）だ。

これまでO E C DやG 20で議論されてきたが、今回のG 20では、O E C Dでとりまとめ、今年1月、タックスヘイブンも含む137カ国・地域で基本合意された「デジタル経済の下の新たな国際課税ルール」について改めて確認した。

基本合意は、多国籍I T企業の租税回避行為を抑止して全世界レベルでの税収増加をも視野に入れたもので、O E C D事務局の試算（2020年2月）では、制度が機能すれば全世界レベルで法人税収は年間1000億ドルの増加が見込まれている。

## 「超過利益」の一部に課税 「ミニマムタックス」導入

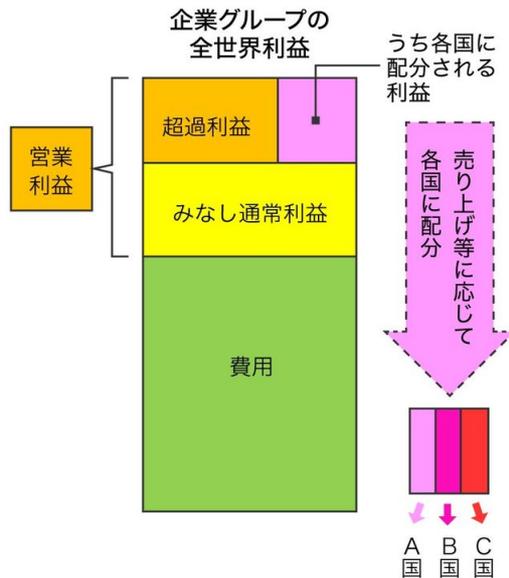
合意での基本的な考え方は、デジタル経済の下で無形資産を活用し企業が上げる「超過利益」の一部を、消費額に応じて消費国に配分するというものだ。

内容は大きく2つの柱に分かれる。

第1の柱は、市場国で生み出された価値に見合った課税権を市場国に配分することだ。

物理的拠点（P E）がない場合でも、市場国に一定額以上の売り上げなどがあれば、ネクサス（課税根拠）を認定し、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。

これは既存のルールから独立した「新課税権」と呼ばれる。



事務局案は、営業利益率10%以上、海外子会社も含む連結売上高900億円（7億5000万ユーロ）以上の「消費者向けビジネス」を行う多国籍企業を対象に、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。したがって営業利益率が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だ。

（出所）財務省資料を筆者が加工

[拡大画像表示](#)

第2の柱は、課税逃れへの対抗措置ということで、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ルール（ミニマムタックス）の導入だ。

軽課税国にある子会社などに帰属する所得に対して、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を柱にしている。

多国籍企業の誘致を狙って、各国が行き過ぎた法人税率の引き下げ競争をすることを防ぐことにもなる。

ミニマムタックスが導入されれば、軽税率国を活用したアグレッシブなタックスプランニングを行っている米国企業は大きな影響を受ける。

O E C D事務局の増収試算では、1000億ドルの増収分のうちでは、ミニマムタックス導入による増収効果のほうが大きい。



日本企業の間では、第1の柱である市場国が持つ新課税権についての関心が高いが、現段階では細部が固まっていない。

おおまかな考え方だが、対象となる企業は、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」を行う多国籍企業とされている。

これらの企業の利益、具体的には営業利益率のうち10%を超える部分を「超過利益」として、その一部を市場国に配分する。

現在、新興国などは、利益率を10%より引き下げて対象の拡大を主張しているといわれている。

このうち市場国に配分される超過利益の割合は、20%という案が、現状では有力といわれている。

したがって営業利益率が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、「営業利益の3%分（15%×20%）」が市場国に配分されることになる。

これにより、物理的拠点（P E）がなくても、市場国に一定の売り上げがあればネクサス（課税根拠）を認定して、市場国が課税権を持つことになる。

## GAFA狙い撃ちに米国反発 “ブランド企業”にも課税拡大

O E C Dの議論の中で、米国が「GAFA狙い撃ちの案は受け入れられない」と主張したこともあり、ターゲティング広告やマーケットプレイスなどに加えて、ナイキやルイ・ヴィトン、ソニーなど、市場国でブランドなどの無形資産を活用して利益を上げている「消費者向けビジネス」にも課税の対象が広がった。

各国の税収に与える影響を一般的にいえば、アイルランドやシンガポールなど、税を軽減することで企業の投資のハブとなっている国は税収が減り、日本を含めた先進国や新興国・途上国は税収が増えると考えられる。

第2の柱であるミニマムタックスの導入による増収分を含め、全体では、年間1000億ドルもの法人税収の増収が予想されている。



日本では、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、「新たな課税権」に直面する利益率10%を超える利益額（会計上の利益）は、9兆円前後と試算される。

この中から、「自動化されたデジタルサービス」と「消費者向けビジネス」で、ブランド力を背景に海外売上比率が高く諸外国から収入を得ている企業が課税対象になる。

## 制度作りの課題残る 利益率や配分比率はこれから

自動運転などのデータビジネスやブランド製品などがどこまで含まれるのか、第2の柱の具体的内容がどうなるのかなど現段階では不明だ。

基本的には、無形資産を低税率国に移転させるなどのタックスプランニングを行っている多国籍企業の場合は税負担増となり、そうでない企業は、納税額の変化はほとんどないと考えられる。

あくまで租税回避を行っている企業が課税強化の対象になるわけで、そこにこのプロジェクトの意義が認められるといえよう。

## 欧州と米国で不協和音 新興国は「新課税権」拡大求める

デジタル課税を巡っては、各国の利害が異なる中で今回の基本合意に至るまでも不協和音が起きていた。

欧州では、欧州委員会が2年ほど前、デジタル広告やマーケットプレースの売り上げなどにEU統一のデジタルサービス税（D S T）を課す提案したが、アイルランドなどが反対し頓挫した。

そこで、フランス、英国などは、O E C Dの議論に参加しつつ、合意ができるまでの間は独自でD S Tを導入することを決めた。

フランスは、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などの売り上げに3%の間接税（indirect tax）を課すことにし、外国事業者には登録させ、全世界収益が年間7億5000万ユーロ以上などの大企業に限定し、2019年1月から課税を実行している。

これに対しトランプ政権は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た。いま、フランスは2020年分以降については課税を凍結している。

イタリア、スペイン、オーストリアなども導入を始めているが、ドイツは、米国の制裁関税を恐れて独自課税の導入は検討をしていない。

ここに来ての問題は、これまでOECDの議論に積極的だった米国のムニューシン財務長官が「新課税権」に対して納税するかどうかは企業が判断する選択制にすべきという提案を昨年12月に行ったことだ。これに対し、欧州諸国は課税の「骨抜き」だと非難している。

背景には、IT企業のロビー活動の影響やOECDの合意について議会（下院）の承認を得ることが難しいと、米政府が判断していることがあると指摘されている。

この米国提案にどう対応するかも、新たに今後の課題になった。またインドなど新興国は「新課税権」の拡大を主張している。

関係国の利害は複雑化し、年末までの合意は容易ではない状況だが、制度作りで合意ができなければ、欧州各国だけでなく、インドやシンガポール、豪州などアジアでも独自課税が広がっていく可能性がある。

各国独自に導入するDSTは、売り上げにかける間接税のため（直接税と違って）二重課税の調整が難しく、各国がバラバラな税率で導入すれば、国際デジタル取引を大きく混乱させかねない。

国際課税の本質は各国の利害の調整だが、各国の政治はポピュリズム（大衆迎合的な人気取り政治）やトランプ政策に象徴されるユニラテラリズム（単独行動主義）に陥っており、分断されつつある。

どの国の政府も、税源確保のためには、増税のように不人気の政策は避け、「新課税権」による増収を期待することになる。

税制の分野は国際協調を何とか保ってきた数少ない分野だ。これを守っていくことの重要性はこれまでにもまして大きい。

日本としては、IoTなど産業のデジタル化が加速していく中で、国際貿易が混乱しないよう関係各国の利害を調整し合意形成に努力することが重要だ。

（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）



いいね! シェア Tweet

[このサイトについて](#) | [会員制度について](#) | [ダイヤモンド・プレミアム活用ガイド](#) | [サイト利用規約](#)  
[特定商取引に関する法律に基づく表示](#) | [プライバシーポリシー・著作権](#) | [よくある質問](#) | [広告掲載](#) | [お問い合わせ](#)

#### ダイヤモンド社のサイト

[週刊ダイヤモンド](#) | [DIAMONDハーバード・ビジネス・レビュー](#) | [書籍オンライン](#) | [ザイ・オンライン](#) | [ザイFX!](#)  
[ダイヤモンド不動産研究所](#) | [DIAMOND Quarterly](#) | 「週刊ダイヤモンド」住宅別冊Online版

DIAMOND,Inc. All Rights Reserved