

# 国際課税の長期的な方向性

鈴木将覚(専修大学)

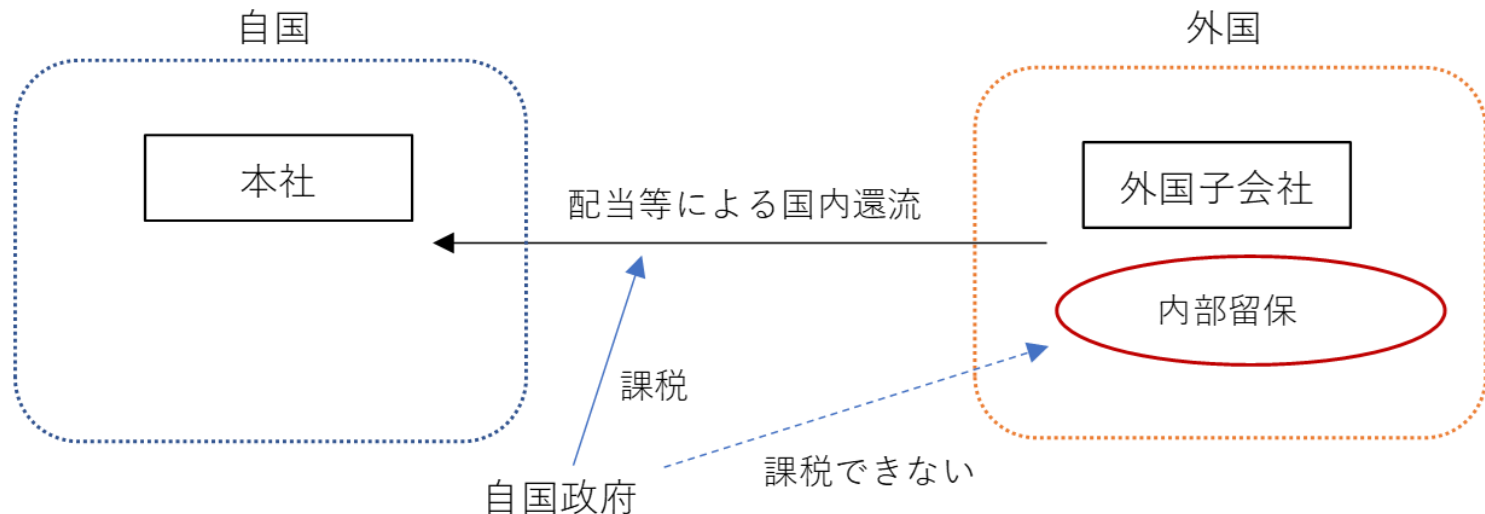
経済産業省「デジタル経済下における国際課税研究会」

2021年6月2日

# 現在の国際課税主義

## ■ 国際課税主義

- 源泉地主義(テリトリアル方式)と居住地主義課税(全世界課税方式)の2つ。
- 実際には、居住地主義課税の場合でも、外国子会社の利潤がなかなか国内還流せず、実質的な源泉地主義課税。



# グローバル化・デジタル化に対応する国際課税主義

■ 効率性の観点からは、2つの課税主義が考えられる。

## ① 純粹な居住地主義課税

- 自国企業が世界のどこで利潤を上げようとも、自国政府はそれに課税することができるため、経済のグローバル化・デジタル化に対応できる。→米国の動き

## ② 仕向地主義課税

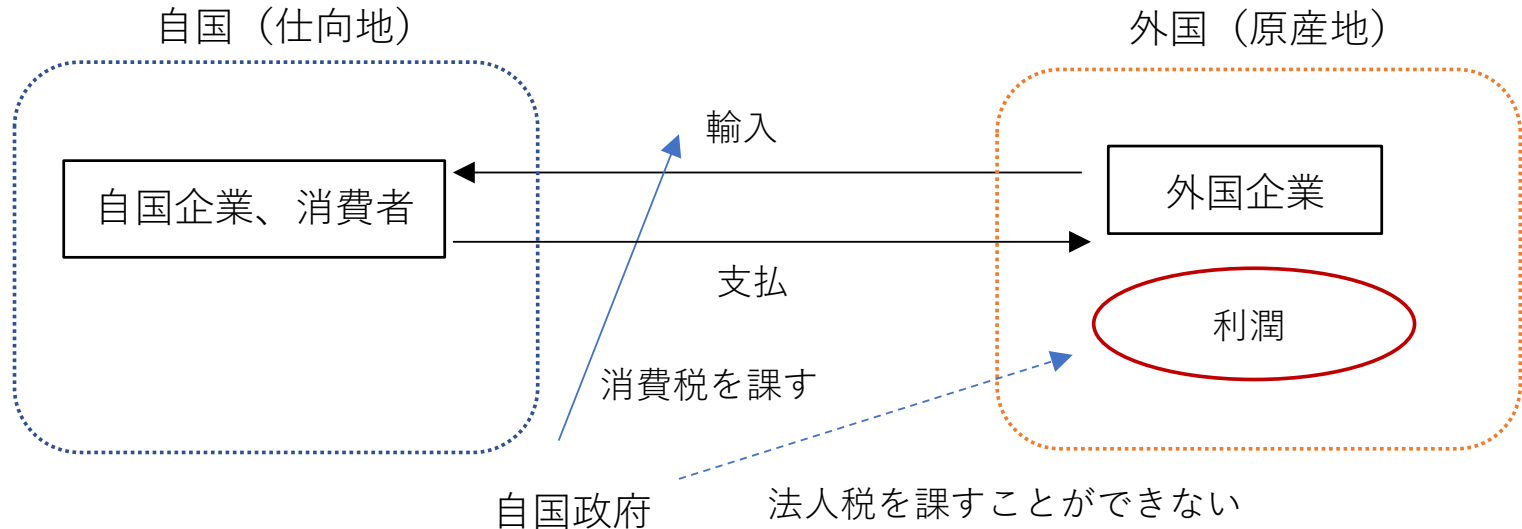
- 課税ベースの移動性が小さいので、経済のグローバル化・デジタル化に対応できる。
- VATの課税主義の1つ(⇔原産地主義)。VATが法人税を含んでいることに着目。

# 仕向地主義の法人税

- DBCFT (Destination-based Cash Flow Tax)
  - オックスフォード大学の研究グループによる提案が有名。
  - 米国では、DBCFTはトランプの国境調整税で有名になったが、米国大統領諮問委員会 (2005)などでも既に提案されていた。
- 定式配賦 (Formula Apportionment, FA)
  - 米国やカナダの州税で導入されており、国際版としてはEUのCCCTB (Common Consolidated Corporate Tax Base)が有名。
  - RPA (Residual Profit Allocation), RPA-I (Residual Profit Allocation by Income)など、FAの変種もある。

# Destination-based Cash Flow Tax (DBCFT)

- 仕向地主義で企業の利潤に対してキャッシュフロー法人税を課すことは容易ではなさそうだ。
- しかし、VATの仕組みを利用すれば、仕向地主義の法人税を課すことが可能。



# Destination-based Cash Flow Tax (DBCFT)

- VATの課税ベースは、「賃金税＋国境調整付きの法人税」。

$$C = W + (R - I) - X + M \quad (1)$$

国内賃金税(労働所得税)

国境税調整(輸出免税・輸入課税)

国内キャッシュフロー法人税(資本所得税)

$C$ は消費、 $W$ は賃金、 $R$ は粗利潤、 $I$ は投資、 $X$ は輸出、 $M$ は輸入を表す。

- VATの課税ベースから賃金を引くと、DBCFTの課税ベースに。

$$C - W = (R - I) - X + M \quad (2)$$

# DBCFTの性質

## ■ 長所

- 投資に対して中立的(キャッシュフロー税の性質)。
- 資金調達に対して中立的(キャッシュフロー税の性質)。
- 全ての国が導入すれば、企業の立地判断に中立的。
- 全ての国が導入すれば、国際的な所得移転が生じない。

## ■ 短所

- 一部の国だけが導入すると、導入国がいわばタックス・ヘイブンになり、租税競争も租税回避も悪化する。
- WTO協定に違反する。
- 生産国が立地レントに課税できない。

- DBCFTの課税ベースは、消費税の課税ベースから賃金を除いたもの。消費税を利用してDBCFTを課することができる。
- 但し、DBCFTはもはや法人税とは言えない。DBCFTの導入は、現実的には消費税増税を意味する。
- 法人税減税と消費税増税を行うことで、実質的に法人税が仕向地主義課税化する。



# Formula Apportionment (FA)とは？

- FAは、越境して活動を行う企業の全所得を計算して、一定のフォーミュラにより、各地域に課税ベースを割り振る方法。

## マサチューセッツ方式

$$\begin{aligned} \text{地域Aのシェア} &= \frac{1}{3} \left( \frac{\text{地域Aの資本}}{\text{グループ全体の資本}} \right) \\ &+ \frac{1}{3} \left( \frac{\text{地域Aの給与総額}}{\text{グループ全体の給与増額}} \right) + \frac{1}{3} \left( \frac{\text{地域Aの売上}}{\text{グループ全体の売上}} \right) \end{aligned}$$

# FAの性質

## ■ 長所

- 国際的な所得移転が生じない。
- 管理・法令遵守費用が低い。

## ■ 短所

- FA特有の外部性が生じる。
  - ① フォーミュラ外部性：企業は高税率国のフォーミュラ生産要素を減らし、低税率国の同生産要素を増やす。
  - ② 課税ベース外部性：ある国が税率を引き上げると、世界投資量が減少し、他の国の課税ベースにも影響を及ぼす。
- 共通課税ベース・フォーミュラに関する合意が難しい。

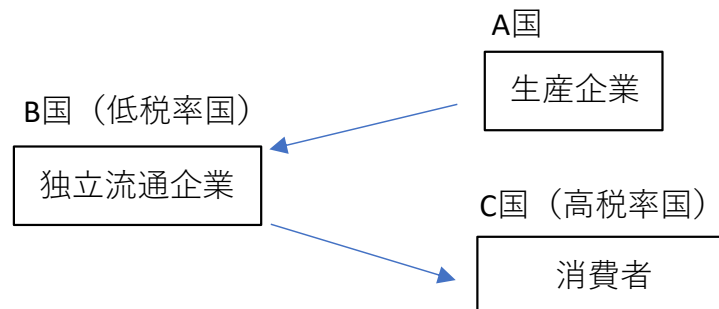
# 売上のみによる配賦

## ■ 長所

- 最終消費という移動性の小さい要素を基準に課税ベースを配賦することができる。

## ■ 短所

- 企業が市場国に何ら拠点を持たない場合の実務的な課題。
- 消費者向けサービスの供給などが軽課国で行われる。
- 生産国の税収が急減する可能性がある。
- (単純な売上基準の場合) 低税率国にある第三企業(流通企業)を利用される。



# OECDの考え方

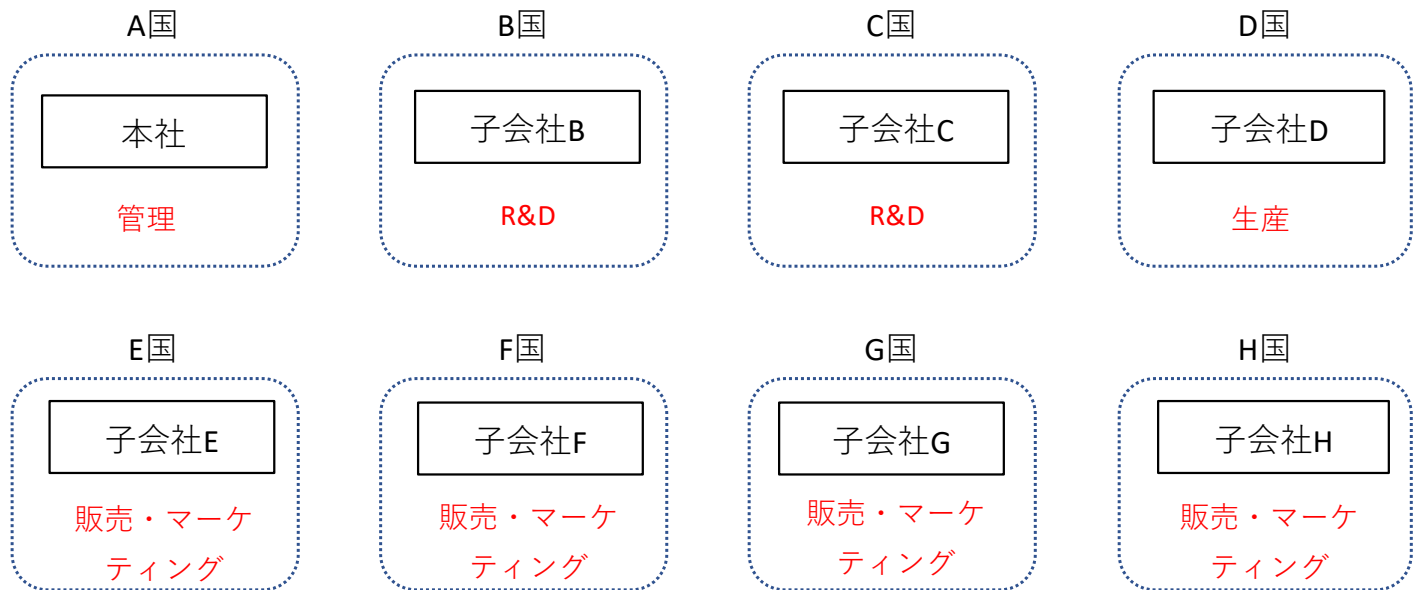
- DBCFTとFAは、PE(恒久的施設)とALP(独立企業原則)に支えられた従来の法人税を根本から変えるもの。
- OECDはこれまでFAを完全否定してきた。いまでも原則としてはALPによる課税を提唱している。しかし、第1の柱は部分的に売上を用いたFAとなっている。

# デジタル課税の(そもそもの)論点

- ① HDB (Highly Digitalized Businesses) だけに課税すべきか？
  - デジタル化は、HDBだけのものではない。法人税全体のあり方を考え直した方がよい。
  - DSTや第1の柱は、HDB(+ $\alpha$ )を狙い撃ちする課税。
  
- ② 所得は価値が創造された場所で課税されるべきか？
  - BEPSプロジェクトでは、価値創造が行われた場所で課税が行われるべきという価値創造原則がある。各国の価値創造は、独立企業原則(ALP)に基づいて把握される。また、価値は供給者やユーザーによって生み出される。単なる消費者は価値を創造しない。
  - 純粋な価値創造原則は実行不可能。

# 価値創造原則に対する批判①

- 価値創造原則では、どこでどのくらいの価値が創造されたかを特定しなければならないが、それは実務的には困難（ALPの難しさ）。



(注) 価値創造原則に対する批判は、全てDevereux and Vella (2018)を参考にした。

## 価値創造原則に対する批判②

- 現行制度は、そもそも価値創造原則に基づいてはいない。
- 例えば、英国の居住者であるシードル生産企業。この企業が、フランス農家からリンゴを市場価格1キロ2ポンドに対して、割引価格として1キロ1ポンドで輸入しているものとする。この場合、英シードル企業の利潤の一部は、リンゴの価格が低いことから生じている。
- しかし、現行税制では、英シードル企業の利潤に対する課税権がフランスに配分されることはない。
- これをデジタルサービスに対して適用すると、
- 英デジタル企業が仏ユーザーにデジタルサービスを提供する場合、仏ユーザーがつけた付加価値は英デジタル企業の利潤に反映され、英国がそれに対する課税権を持つ。

## 価値創造原則に対する批判③

- ユーザーだけでなく、消費者も価値を生み出す。
- 企業所得は、需要と供給から決まる価格に依存する。
- 消費者もユーザーと同様に、製品開発、マーケティング、企業ブランドの向上において役割を果たすことができる。
- 例えば、日本では高品質のマグロに対する需要が大きいため、企業は日本において他のどこの国よりも高い価格でマグロを売ることができる。つまり、日本のマグロ需要が供給者の価値を高めている。



# まとめ

- 仕向地主主義課税が法人税の長期的な方向性。

- ① 法人税から消費税への振り替え。
- ② 最終消費を配分基準とするFAを用いる。

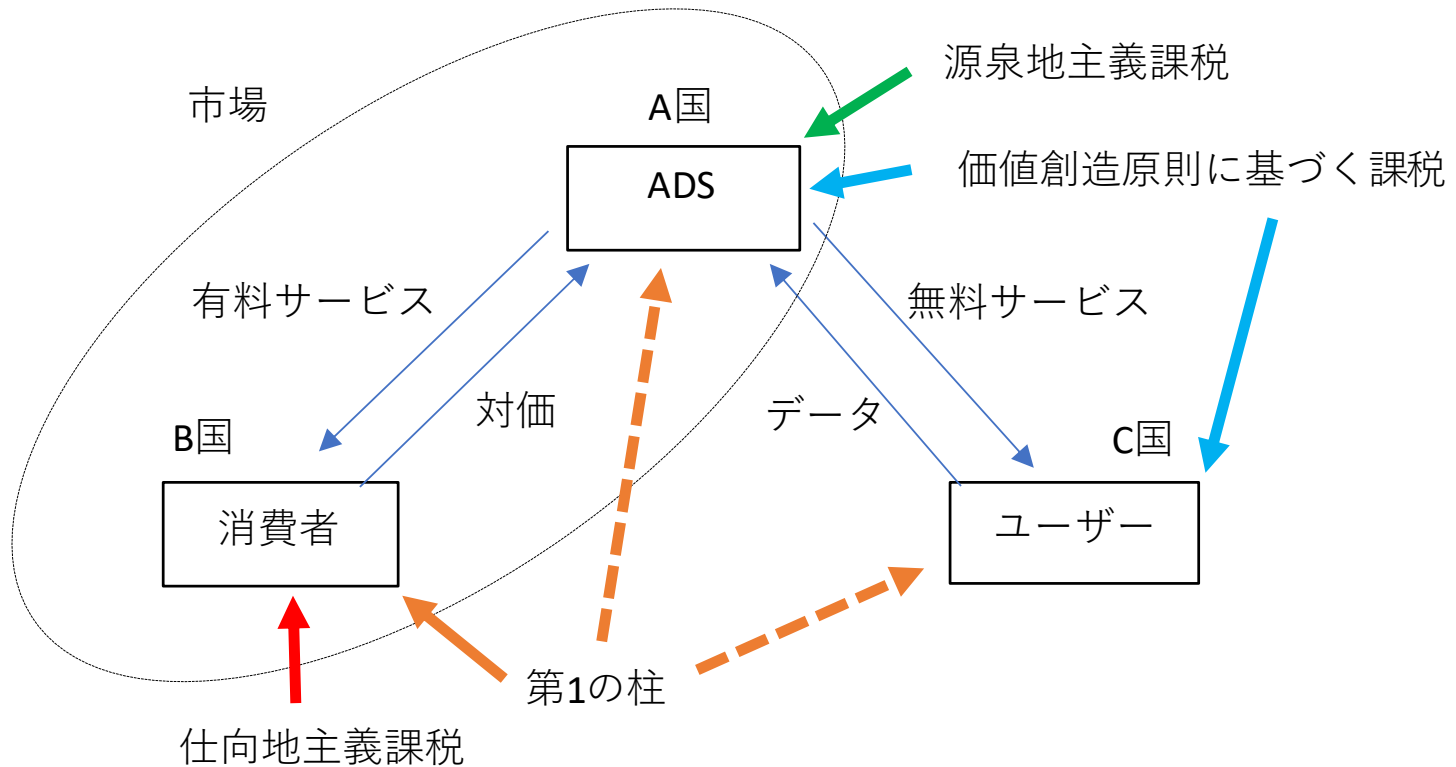
(立地国に立地レントがある場合には、立地国には源泉地主主義の超過利潤税があってもよい)

- 純粹な価値創造原則に基づく課税は、現実には難しい。

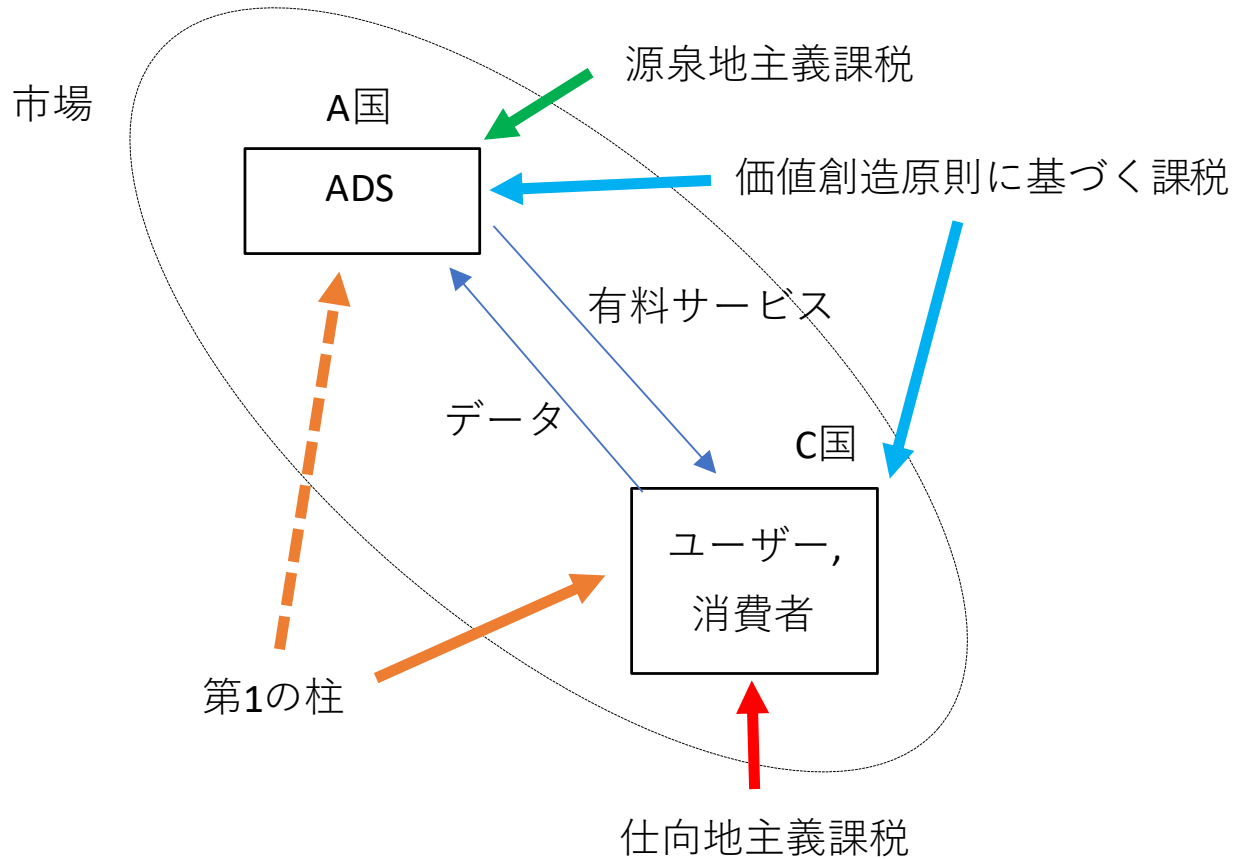
- 第1の柱は、アドホックな価値創造原則を基に、仕向地主主義を加味したもの？

# まとめ(図)

## ■ 消費者とユーザーが異なる場合



## ■ 消費者とユーザーが同じ場合



## ■ 中間取引企業(ADS, CFB)がある場合

