

令和元年度 東京都税制調査会

第3回小委員会

令和元年8月22日(木) 10:01~12:15

都庁第二本庁舎31階特別会議室22

【工藤税制調査課長】 それでは、定刻になりましたので、始めさせていただきたいと思います。

改めまして、本日はお忙しいところお集まりいただきまして、誠にありがとうございます。

これから、令和元年度第3回小委員会を開催させていただきます。

本日は、配付資料の一部をペーパーレスとし、タブレット端末を用いて資料を御覧いただきます。お手元には次第、座席表をお配りしております。

それでは、その後の進行につきましては、諸富小委員長をお願いいたします。

【諸富小委員長】 皆様、おはようございます。本日はよろしくお願ひします。

それでは、議事に入らせていただきます。

本日の議題は、法人課税のあり方についてになります。

この後、吉村委員と私からプレゼンテーションさせていただきますけれども、その前に論点等について事務局から説明をお願いいたします。

【高瀬税制調査担当課長】 それでは、法人課税のあり方につきまして、事務局から説明させていただきます。

お手元の画面に表示いたしました資料1「第3回小委員会の論点」を御覧ください。

今回の第3回小委員会では、第1回総会の有識者ヒアリングで、国際租税が御専門の青山慶二先生にお話をいただきました、電子経済課税、デジタル課税に関しまして、主に我が国における国と地方の税財源の確保、拡充の観点から、御審議をいただければと存じます。

さて、今日では、国境を越えた電子取引、電子商取引やSNS、あるいは音楽、映像等のコンテンツ配信サービスの利用は、私たちの日常生活の一部になっていると言っても過言ではございません。このような経済の電子化が進展する中で、恒久的施設がなければ課税できないという現在の国際課税原則のもとで、莫大な額の法人税収の逸失、減収が生じているということが世界的に問題視されております。

そこで本日は、こちら論点の一つ目、国際課税についてとなりますが、現在、OECD等で検討中の幾つかの新ルール有力案の内容も踏まえまして、我が国の税財源の確保、拡充に資する案、あるいは案ごとの適用対象、着眼点、利益配分方法等につきまして、比較考量、評価などをしていただきつつ、経済のグローバル化・デジタル化にふさわしい法人課税のあり方につきまして、具体的に御審議いただければと存じます。

また、新ルールが国際合意に至らなかった場合に備えた、我が国におけるデジタルサービス税の導入の可能性につきましても、あわせて御審議お願いできればと存じます。

論点の二つ目でございますが、地方法人課税についてでございます。

現在、国際課税の分野で新ルールの検討が進む電子経済課税、デジタル課税でございますが、次の段階の論点として、地方への配分をどうするか、どのように配分するかということがございます。国際課税の結論が出る前に検討するのは難しい論点ということかもしれませんが、地方への配分を見据えた観点から、幅広い御意見、御議論をいただければと存じます。

その際、地方への配分に当たっての分割基準のあり方に関する御議論に加えまして、新ルール有力案等

で想定されている利益配分の基準や閾値、あるいはアメリカの売上税、州法人所得税のネクサスが、現行の法人事業税、法人住民税の分割基準のあり方へ与える示唆などにつきましても、御議論をいただければというふうに存じます。

なお、資料につきましても、後ほど御説明させていただきます。

私からの説明は以上です。

【諸富小委員長】 ありがとうございます。

本日の議題に係る論点は以上のとおりになります。内容については、プレゼンテーションの後に皆様に御審議いただきたいと思います。

それでは、まず、吉村委員からプレゼンテーションをお願いいたします。

【吉村委員】 それでは、私のほうから簡単に現在の議論の状況について、御報告申し上げます。

既に青山先生のほうから、4月時点までの議論の進捗状況については御説明があったというふうに伺っておりますので、私は、その後どういった進展があったのかということを中心にお話しすることになるかと思っております。

今日お話しすることのポイントとしては、OECD/G20の議論は「デジタル企業」を対象とした見直しというわけではないということの一つ目に強調しておきたいと思っております。

これは青山先生の御報告でもあったかと思っておりますが、ヨーロッパを中心に議論していた際は、デジタル企業に対してどういった課税を行うか、どうやって税金を払わせるかということが議論の軸でありましたが、アメリカが積極的な役割を演じるようになった後においては、デジタル企業を対象とするわけではなくて、デジタル化によって引き起こされている課題にどう対処するかということで問題が整理されているという状況であります。

二点目は、その結果として、市場法域に課税権を再配分するという方向で議論が進められていますが、仮にその対応策が導入された場合には、企業に過大な事務負担と二重課税を生じさせる危険性があるというふうに認識されているところで。

この点で、特に執行可能性という観点から、どういったルールが選択されるのかということは非常に注目を集めておりますし、また、紛争が発生した場合に、あるいは紛争を予防するために、望ましいメカニズムとはどういうものかということが議論されているところで。

先ほど、現在の議論はデジタル企業にターゲットを絞ったものではないというふうに申し上げましたが、2018年OECDが中間報告書を出しておりましたが、その際にデジタル化した事業ということで、一つ特徴を提示するということをしております。これが現在の議論でも影響があるところではないかと思っております。

Highly digitalised businesses (HDBs) を対象とした議論をしているんだよということで整理が行われましたが、その特徴は三点ということですね。

囲みを分けておりますが、1、2の特徴はデジタルビジネス、いわゆるGoogleとかAmazonとか、そういったデジタル企業に特有の要素ではないのに対して、三つ目の要素が、そういったデジタル企業に特有の要素というふうに説明されているところで。

これも既に説明があったと思っておりますけれども、現地に質量を伴わない規模、スケールというふうに言われていますけれども、現地に特に物理的な拠点を置かずとも、国境を越えた展開が可能であるということが一つ目。二つ目が、無形資産を利用したビジネスであるということ。そして、三つ目がデータですね。あとはユーザー参加ということが、そのビジネスの特質に合っているとといったこと。この三つを備えているのが高度にデジタル化された事業だというふうに言われております。

これも青山先生の報告で聞かれていると思いますが、ヨーロッパはこの三点目の要素に注目をしているということですね。デジタル企業にターゲットを絞って、すなわち1、2、3の全てを備えている企業にターゲットを絞って、ユーザー参加ということに注目して課税を行いたいというふうに考えているわけですが、アメリカはどちらかというところの1、2の点を重視して、デジタル企業に限らずデジタル化によって問題を引き起こしている事業をターゲットとした議論をすべきだというふうに言っているということでもあります。

ちょっとこれは切り貼りで申しわけないのですが、例えばターゲティング広告などがその例ということで、ちょっと訳もせずそのまま載せていて恐縮ですが、右下にState S、S国の顧客がいるということですね。S国で何らかの財やサービスを提供している事業者がいるときに、それが、例えばGoogleにお金を払って広告をしてもらおうと。

Googleは、そのS国において拠点を持っているかということ、S国には何も拠点はないと。S国である会社というのは、現地でのテクニカル、技術的なサポートやマーケティングを行う、あるいは営業するといったことだけをしているんだと。ターゲット広告、ターゲティング広告を表示するGoogleの会社自体は、例えばアイルランドなんかにあるということですね。

S国はフランスで、State Tはアイルランドなんかが典型になると思います。日本の場合であればシンガポールにGoogleの子会社があって、日本の事業者がGoogleと契約を結んで、Googleで検索した結果に自分の広告を出してもらおうと。日本の事業者はシンガポールのGoogle子会社にお金を払うということですね。

もちろん日本にもGoogleの子会社がありますけれども、それは広告事業とは切り離された別のサービスプロバイダーとして機能しているということになります。この場合は、広告事業を行っている部門は、日本には拠点はないけれども、収入を得ているということですね。こういった状況を何とか解決したいということです。

伝統的な国際課税原則との関係とかは既にご存じのとおりで、ネクサスとか、あるいは独立企業原則との関係が問題になっているということです。

BEPSプロジェクトの関係ということで、2012年から2015年までBEPSと呼ばれる多国籍企業の租税回避に対応するプロジェクトが進められていましたが、その際にデジタル化というのも行動の一つとして取り上げられていたところでした。

しかしながら、2015年度時点では結論は見送りということで、2020年までに報告書提出ということで、特定の対応策を勧告するということには行われませんでした。

その一方で、一方的措置を許容するような表現というのも、一部のメンバー国の主張によって残されていた、認められていたところでもあります。

この議論については、やはりヨーロッパが非常に主導してきた面がありまして、やや古いというか、今から見ると5年前、6年前の話ですが、フランスで政府の経済関連の大臣に対して提出された報告書として、Collin & Colin Reportというのがありました。

これは、デジタル経済に対して税制がどう対応したらいいかということに関する報告書ですが、デジタル経済というのはこれまでのビジネスと違うんだと。特に利用者の規則的、体系的なモニタリングからデータ収集して、それを利用するということに特質があって、これを課税上のロジックにどう取り込んでいくかということを中心としていた報告書です。

下に出てきているように、アプリケーション利用者を「働かせる」、そういった面があるんだということで、データ利用に対する何らかの課税ということが必要だというふうに、Collin & Colinは

主張していたということです。

こうした議論は、フランスではかなり強く言われていたところで、この辺は青山先生の報告であったと思いますので、欧州委員会でも2017年に政策文書が出て、2018年には指令案が提示されて、議論を行うということですね。

最近の動向との関係でいうと、Digital Service Taxというのが暫定的措置として提唱されていたと。オンライン広告・プラットフォーム提供、そしてデータ販売の、この三つのビジネスに対して収入課税を行うという提言を行っていたところですが、19年3月に合意は断念して、国際的な議論の推移を見守るということになっております。

もちろん議論が停滞した背景について、アメリカが非常に反発したところは皆様御存じかと思いますが、また産業界も強く反対をしていたということがあります。

一つには、デジタルビジネスをターゲットにするといっても、例えば日本の自動車会社もそうですし、家電メーカーなどもそうですけれども、これからはデータの時代だということで、IoTと呼ばれるようなサービスとか、あるいは自動運転によって運行情報を取得して関連するサービスを提供するとか、そういった新しいビジネスを展開しようと考えているときに、デジタルサービスだけを対象にした税制、そんな囲い込みができるのかというような根本的な批判があったということですね。

また、収入課税というのは、赤字であっても税金を払わなければいけないということで、GoogleやAmazonのように、既に強固なプラットフォームを確立している企業であれば別ですけれども、むしろスタートアップですね、これから新しいビジネスを立ち上げていこうという新規事業に影響があるのではないかという議論もあったということで、DST、Digital Service Taxを導入するには閾値を設定する、一定の売上げを超えたものに対してのみ課税を行うというような方向で議論が行われています。

また、EU内ですので、全会一致でなければ税に関する指令を出すことはできません。その中で小国は当然反対ということになります。

その中で、EU指令案、2018年3月から検討されて、19年3月に結局断念するわけですが、その過程でいろんな国が導入に向けて動いている。ちょっと小さい国はかなり落としていますけれども、大きい国ですね。いわゆるEUにおける五大国の中で見ますと、ちょっと脱退が迫っていますけれども、イギリス、フランス、スペイン、イタリアといったところで、既にDSTの導入というのは決定されているというところで、ドイツ以外ですね、五大国のうちドイツ以外では、既にDSTの導入というのは法制上はかなり進んだ状況にあるということです。

最近話題のところだと、7月にフランスで法人税のゆがみを矯正するためのDST法というのが成立したところで、アメリカはそれに対して通商法301条違反だということで、調査を開始したといったところが報道されて、皆さん御存じのところかと思いますが。

そのOECD/G20の取組については、もうこれも青山先生のところで報告があったと思います。2018年中間報告時点では、アメリカが第2グループのほうにいて、経済のデジタル化というのは国際課税一般の問題であって、デジタル企業だけをターゲットにした対応というのはできないんだという形で反対をする。

これに対して、ヨーロッパがターゲットを限定とした手法で十分じゃないかといったことで突破を図っていたわけですが、この両者が対立して議論が動かないというところであったわけですが、これが2018年後半から大きく動いたということで、2019年1月にOECDがポリシーノートを発表して、BEP Sの包摂枠組み対応、G20における議論として、以下のようなことを決定したということが出た

ということですね。

それは、デジタル化する経済に対する対応というのを一つ目の柱。二つ目が、低課税国への対応という、この2本の柱の議論を進めていく。そして、後で示します3案のうち、いずれかが合意可能性があるものというふうに認められたんだということが、2019年1月に公表されたということですね。

その合意可能性があるものとして示された3案というのは、既にこれも御紹介があったところかと思えます。イギリス案、アメリカ案、インド案ということで、何に注目するかが分かれているということですね。

User contributionに注目するというのは、デジタルサービス、デジタル企業をターゲットにする、ターゲットを絞ったアプローチですけれども、Marketing Intangiblesに注目するアプローチは、ブランドとか、顧客リストとか、いわゆるマーケティング市場性の無形資産が所在する国に課税権を認めるということで、これはデジタル企業に限らず、広くあらゆる種類の事業に適用される可能性がある提案として提示されているということです。

内容については御案内のところだと思いますので、飛ばして、その後、どういう進展があったかということで、作業計画が5月ですかね、公表されています。

これは、先ほどお示した3案ですね。3案いずれも共通した要素がありますねと。その要素について、それぞれワーキング・グループに作業を分けて、年末に向けて議論を進めていきたいと思いますということが示されています。

どこが共通しているかということ、3案いずれも現在の枠組みでは捉えられていない価値創造、これは課税権を裏づけるものとして捉えられますけれども、その価値創造をつかまえよう。

何を根拠にするかというところで議論が分かれていますけれども、顧客及び／又は使用者の法域、これを作業計画では「市場法域」と呼んでいます、市場法域に多くの課税権を配分するという点では共通しているんじゃないかということで、その上で次の4要素について、テクニカルな論点を含めて検討を進めていくということを確認したのになっております。

一つ目が、従来の恒久的施設がなければ課税ができないという課税原則について、修正を加えるというところ。

二つ目が、従来は企業間を独立企業であると見た上で課税権の配分を行う。それが国際課税の原則でありましたが、このターゲットになる事業者については、その企業の全体利益を出発点として、各法域に分割をすると、こういうアプローチをとっていかうということですね。

日本も地方税、法人事業税などを意識してもらえばわかると思いますが、課税標準を確定した上で、それを分割基準によって各国に配分すると。あれも法人単位という点でちょっと次元が違っているんですけど、それをグローバルにやろうと。連結利益をいきなりざくっと分けるような、そういうイメージということになります。

三点目が、いずれにせよ従来のルールとかなり変わってくる。事務負担が大きくなるし、紛争も増えるということで、簡素な合意を利用する、formulaを使うということが考えられますよねと。

あと、四点目としては、これはあくまで対象となる事業の対象となる利益だけをターゲットとしたものですので、それ以外の領域では今までどおりPEなければ課税なしとか、あるいは独立企業原則による利益配分とか、そういった既存のルールが生きていくことになっていきますので、どう併存するかといったこと、こういったことを論点として検討していくということになっています。

こういった整理の結果、先ほどお示した3案について、三つの方式で、3案プラス1で、三つの方式で仕切り直すということになっています。

一つ目が、修正残余利益分割法で、イギリス案、アメリカ案を包含するもの。

二つ目が、ちょっとこれは定式配分法と財務省では訳していますが、ちょっと研究者のほうでは定式配賦法というのが定訳になっていますので、定式配賦法と。

三つ目としては、これはパブリックコンサルテーションでJohnson & Johnsonが提言した方法なんですけども、仕向地基準アプローチという三つのやり方があるというふうに整理されています。

具体的なところは、この財務省の資料が非常にわかりやすいので見せていますが、残余利益分割法というのは、結局、先ほどお話ししたように連結の利益、連結の全体利益をどう分けるかという話なんですけども、残余利益分割法は全体利益を全部分ける、みんなで取り合う対象にしようというわけではなくて、全体利益からルーチン利益を分離すると。ノンルーチンの利益だけです。

ルーチン利益をどう計算するかという技術的な問題がもちろんありますけれども、ちょっとそれは脇に置いておきますと、ノンルーチン利益をどう切り離すと。ノンルーチン利益の中から新しい仕組みの対象になるもの、対象にならないものというのを分けましょうと。

イギリス案であれば分ける必要はないんですけど、アメリカ案であれば、ノンルーチン利益のうちMarketing Intangiblesに対応するものだけが対象ということになります。こうやって計算された対象利益、対象ノンルーチン利益を各国に配分すると、こういう仕組みです。

定式配賦法については、簡単なもので連結利益をざくっとみんなで分けましょうという方法ですね。

Johnson & Johnsonが提言していたDistribution-based approachといいますのは、みなし利益率を設定して、現地販売額に掛け合わせると。そうすると、例えば現地で10%の利益を上げているだろうというみなし利益率を設定してしまえば、例えば100億円の売上げがあればそのうち10%の10億円がみなし利益になると。みなし利益について、その国で税金を払うということですね。

これについては、ある意味、現地で売上げに対して一定割合で税金を払うということになりますし、調整をするかどうかで性格が大きく変わってくるということになります。

ここの部分を決めてから、何のどの利益を分けるのかということを決めてから、新しいネクサスを検討しようということになっています。市場法域の経済に対する「持続的・重要な関与を示す指標」を開発しよう。従来はパーマナント・エスタブリッシュメント、PEということで、物理的拠点にかなり軸足を置いた基準で運用されてきましたけれども、それを違う形で指標を策定しようということですね。

一つは、売上げというのが一つ基準になります。現地で幾ら売上げがあるかということが一つ基準になると思いますし、もう一つは、その法域の経済との相互作用ですね。インタラクションを示すような何かといったことで検討されるということになります。

シンプルなものであれば、売上げだけで足切りということになると思いますし、よりデジタル化されたビジネスだけに特定しようと思えば、より付加的な指標が必要だということになってくるかと思えます。

最近ですと、シャンティイでG7の財務大臣会合が開かれましたけれども、議長総括において次のような表現で、これも具体的なものを言っているわけではありませんけれども、「貴重な無形資産や高度に電子化されたモデルの活用など、市場またはユーザーが所在する国・地域におけるビジネスの積極的な活動のレベルを反映した基準を参照して決定することが考えられる」なんてことを議長総括として出しています。このあたり、どういった基準が示されるかで、日本の伝統的な製造業を含めて、影響の及ぶ範囲というのがかなり変わってくるという情勢です。

論点としては、他にもグループ全体に適用するのか、あるいは、そのグループの中でビジネスラインを分けるのかという話もあります。

例えば、従来型の製造業が新しくデータ利用のビジネスを始めるという場合に、従来型の製造業についてはターゲットから外して、そのデータ利用のビジネスラインだけが対象になるという、ビジネスラインごとに適用の可否を検討するというやり方もありますし、それはちょっとかなり複雑になりますので、ひっかかればグループ全体で適用という可能性もあるということですね。

また、対象事業の性質、あるいは事業を基準とした適用除外の基準。一つは、全世界での売上規模を基準とした閾値の設定がなされるだろうということが一つ予想されていますけれども、その他にも対象事業の性格が、製造業部門が大きな割合を占めているんだっただけで除外していいんじゃないとか、質的な例外を入れるかどうかというのが一つ議論になっていますし、先ほどお話ししたように、日本企業にとっては大きな関心事ということになります。

あと、物理的拠点がなくて税金を払わせるということですので、執行とか徴収の新しい仕組みが必要だということですし、企業はそれに対応しなければいけないということが検討されるということですね。

もう一つは、第2の柱で、これはポリシーノートで提言されたものと、大して変わっていません。

一つは、海外に出ている子会社の利益のうち最低課税を下回っている部分に関しては、本国で合算して課税をするというルールと、もう一つは他国に対する支払いのうち、行った先で税負担が軽いというものに対しては、その支払国で税金をかけると、こういったものが検討されている。これは特に議論の進展はそれほどありません。逆に言うと、対立もそれほどないという状況ですね。

スケジュールに関しましては、2018年後半から急速に議論が進んだというのが、これまでの動きを説明するものになります。特にアメリカが積極的な議論を促進する姿勢に転じたというのが要因です。

一つは、EUがデジタルサービス課税を進めているという中で、それに牽制していくと。国際的な議論をしましょうよということを書いていく、その牽制という意味合いもありますし、またアメリカとしては、2017年税制改革で税率を下げ、また市場国としての課税を強化するという行っていますので、ある意味他国と自信を持って交渉できる状態になったということです。

今後の政治日程としては、2019年10月にワシントンでIMF世銀の総会が開かれますけれども、それに合わせてG20の会合が開かれることになっております。

報告書、作業計画で既に、あるいはG20とかの場で公表されているスケジュールとしては、2020年1月には政治的に大枠合意、1月に毎年インクルーシブ・フレームワークとって包摂枠組みの会合が開かれていますけれども、そこで大枠合意を行うということですので、逆算すると10月には何らかの方向性を示すような案というのが提示されるだろうというふうに予想されています。

2020年1月に大枠の合意をして、あとは技術的な論点を含めて、2020年末には対応策を取りまとめると。来年末には対応策が出てくるというスケジュールが示されているところです。本当にそうなるかはわかりませんが、そういうスケジュールで進んでいるということですね。

ということで、ちょっと今後、議論がどうまとまるかというところはわからないわけですが、アメリカが許容するかどうかというのが一つ大きな成功の鍵を握るということで、逆に言うとアメリカがまないような提案というのは実現しないというふうに思われていますので、それほど大きな税収の変化を生じさせるような、もし仮に合意が成立したとしても、税収の大きな変動をもたらすようなものにはならないだろうというふうな予想もあります。

一方で、多国籍企業、特にデジタル系の企業というのはかなり積極的にロビイングを行っていますので、彼らに都合がいいというようなものが果たして他の企業にとっても都合がいいかどうかはわからないといったものもありますということです。

ちょっと現時点ではまだ議論がわからず、特に10月に向けて9月のところでもかなりまた議論があると思いますけれども、現時点、出てきたものとしてはその作業計画が出て、より方向性といいますか、テクニカルな論点というのが明らかにされたという状況であります。

以上です。

【諸富小委員長】 ありがとうございます。

そうしましたら、今の吉村委員のプレゼンテーションについて、御質問等がございましたら御発言いただければと思います。よろしく願いいたします。

【野口委員】 今日はどうもありがとうございました。

まず、専門的な質問ではなく恐縮ですが、法人課税の国際的なスキームというのは、新たな価値創造に着目をして、それを特定するという利益の特定の話があり、それを配分して各国が取るという、そういうスキームを立てようとしていて、そうするとすごくシンプルに考えると、利益算定の基準とか方法の基準をまず立てないといけないし、それから配分の基準を立てなければならない。そして、そのそれぞれの基準をどう設定するかにおける議論において、戦う敵は異なっていて、利益配分の基準のほうであれば多分対企業の交渉になるんでしょうし、配分基準というのは国家間の競争というか争いになっていくという、そういうような構造の中でどう決まっていくのかというのが、まさに今、動的に動いているという、そういう話として受け取ってよいのでしょうか。

【吉村委員】 そうですね。一つ目としては、配分のところについてはおっしゃるとおりで、国家間でどう分けるかという話になりますので、当然得する国、損する国が出てきてしまうと。

例えば日本とかドイツみたいに、自国に輸出企業が多いという国になると、市場法域に税金を払うとかということになれば損をする可能性が高くなるというわけですから、その対象をなるべく絞りたいということになりますし、アメリカとしては自分のところのデジタル企業がこのままでは狙い撃ちされるということで、相打ちといいますか、ある程度自分のところでも取れないと納得いかないよねという話になるかと思います。

あとは新興国ですね。インドとかになれば、自分の国は市場が大きいというふうに認識をしているので、もっと取り分が欲しいというふうに思っていますし、そういう駆け引きがかなり行われているということですね。

そうすると、分けるほうに関しては課税権を持った国同士での戦いですし、企業がロビイングとか、関わるとすれば、野放図な主張にならないように、特に実質的な基準で分けましょう、ある程度質的な基準で分けましょうということになると、評価といいますか、当てはめをめぐって当局間で争いがあるという状況が予想されますので、例えばそのものを金額ベース、売上金額で完全に分けちゃってくださいとか、formulaというふうに呼んでいますけど、定式で分けてください、それによって紛争が起きないようにしてください、もし、紛争が起きたとしたら、強制仲裁制度を入れて、強制仲裁がのめない国はこの仕組みには乗れないようにしてくださいとか、そういった形で企業はロビイングをするということになります。

その対象利益といいますか、対象企業をどういうふうに分けるかというのは、まさに大きな議論のところでも、もちろん、これは国として大きな利害が関係するところがあって、ヨーロッパとしてはやはり、はっきり言ってしまうとアメリカ系の多国籍企業から税金を取りたいというのが正直なところなので、デジタル企業だけをターゲットにしたいんですけども、それではアメリカがのまないで、どう広げるかですね。

だから、先ほど紹介したフランスのG7での議長総括などでは、デジタル化された特徴を持つビジネス



はターゲットにするというところで、ある程度みんな合意はできているよねみたいなことは言っていて、ヨーロッパとしてデジタル企業にこだわるわけではなくて、ある程度広がりを見せるというような姿勢は示されているんですけど、ではどこで線を引くかというのはかなり難しいようですね。

一つの共通ラインとしては、やはりコンシューマー、市場法域に分ける、税収を分けるということですので、あくまでコンシューマーとの交渉というか、接触があるようなビジネスをターゲットにしよう。だから、コンシューマーとの接触があるビジネスをターゲットにするという外枠の一番大外のところは何か合意があるというふうに聞いています。だから、日本の自動車をアメリカに売って、アメリカで自動車が売れているよねという、日本企業からするとB to Bしか発生していないようなものはターゲットにしなくていいんじゃないかと。

ただ、難しいのは、ターゲティング広告みたいなものと、あくまで事業者がGoogleにお金を払って、消費者向けに広告を表示してもらっているんですけども、お金を払っているのはあくまで事業者なので、取引としてはB to Bなんですけれども、これもコンシューマー向けに提示しているので、これを取り込む。だから、B to Cというわけではないんですけども、コンシューマーとの接触があるというところで大枠の外があって、その中でデジタル化の特徴というのをどういうふうに切っていくかということなんですよ。

先ほどあったような重要な、これも議長総括はどれぐらい意味があるのかということのはちょっと、これはあくまで議長国のフランスがまとめたことということなので、重要な無形資産とか、高度に電子化されたモデルを活用しているというものに例えば限定しようとかということですね。

はっきり言ってしまうと、デジタル化している、いわゆるGAFAと呼ばれるような企業からすれば、このところは自分がターゲットになることは既に確定しているので、むしろそれ以外のいわゆる伝統的な製造業を含めた企業というのは、自分のところがターゲットにならないように、どう絞り込みをかけるかということでロビイングをしているということになるかと思えますし、ヨーロッパとか日本という国としては絞り込みたいという状況かと思えます。

本当にここは議論的かどうかというのは最後まで決まるかということになるかと思えます。

【野口委員】 ありがとうございます。

少し法律学的な観点から、今の吉村先生のリプライを前提に、お許してください。課税権自体は国家に残るという言葉があったと思うんですけど、そうだとすると、潜在的なのか、リアルに起こるのかはわからないんですけど、課税権の主体たる国家が徴税のコストとかリスクとかというのは、それぞれの、課税権の主体たる国家が、その持っている課税権の範囲で分有するといった形になると考えてよいのでしょうか。

【吉村委員】 そうですね。多分徴収の仕組みをどうするかで、もう地方税でも多分同じような話がありますけれども、今、想定される真っさらなところで考えるとすれば、対象となる企業が一定額以上の売上げがあるところに自分で申告納付するということになるかと思うんですけども、実効性の観点がありますし、企業として非常に煩雑だという問題があるので、どこかワンストップで清算するようなやつを作ってくればというのはあると思うんですけども、それは多分なかなかちょっと難しい面があるんだと思うんですね。

だから、なるべく企業に負担をかけないような簡素な仕組みにしようということも一応出ていますけれども、今、想定されているものとしては、関係国で情報を共有して、ターゲットとなる企業はそれぞれの国に、例えば売上額に応じて税金を払うというような仕組みが想定されるんだと思えます。

【野口委員】 ありがとうございます。

まさに先生がおっしゃったように、地方税の話と構造的にはすごく似ている議論になってくるんだろう

など思っ、そこをお伺いしました。

【吉村委員】 そうなんです。だから、もし本当に紛争が起きたときにどう解決されるかというのは、すごく頭が痛いことになるんだと思います。

【野口委員】 わかりました。ありがとうございます。

【諸富小委員長】 他にございますでしょうか。

小林委員。

【小林委員】 どうもありがとうございました。

これからどういう方向でこの議論が進んでいくかというのは、いろんな可能性があると思うんですけど、大きなところで、既にG A F Aとか、デジタル化された企業が上げている利益に対する課税権の配分の見直しになるのか、それとも、既に課税されているものは既得権のような形で維持されて、そこに追加的に、今、ヨーロッパがやろうとしている売上税のような形で追加的に課税されることになるのか、その大きく二択というか、二つの方向性を考えた場合に、どっちのほうに進むと先生はお考えですか。

【吉村委員】 そうですね、ヨーロッパのような売上税的な課税というのは、やはりこのときだけはアメリカがいわゆるW T Oを中心とした貿易秩序のほうを強調して、W T O提訴も辞さず、あるいは国内法の通商法での対応も辞さずというようなことを言ってくるので、なかなかそういった抵抗があっても課税をするぞという覚悟がないと、なかなか売上税的なD S Tに対応するというのは難しいということですね。

そういう意味では、相当フランスが今ちょうど真正面から今、まさに一番目立つところでターゲットにされているわけですが、あそこがどう落ちつくかというのは他の国も様子見をしているということですし、逆に言うとアメリカもだからおりられないという事情があるのかなと思います。

実はちょっとスペインとかフランスは実は、スペインはまだですかね。法律は通っていて、あとは告示を出せば執行できるという状態になっているんですけど、そこはやらない、やらずにいるという状況で、それはやはりフランスがどうなるかということを見ているんだと思います。

そういう意味で、本筋を言えばO E C Dでの法人税改革の議論ということになるんですけど、本当に合意できるのかなというのはちょっと怪しくて、結局は2 0 2 0年末に合意されなかったらどうなっちゃうのか。2 0 2 0年末になると、また大統領も変わっているかもしれないというのがありますので、そのときはまた違う局面かなという気はします。

だから、可能性としてはちょっとまだ、今現時点でD S Tを取るというのは、かなりアメリカと距離がある国が、貿易上ですね。アメリカ市場に余りアクセスの必要がないような国でないと、なかなかそこは難しいんだろうと思っています。

【諸富小委員長】 関口委員、どうぞ。

【関口委員】 一つだけ質問をさせていただきたいと思います。

この話の全体を考えたときに、全世界での売上げと現地での売上げ、それをどういうふう to 企業のほうからすると報告をするのかということと、それを今度は税務当局のほうがどういうふう to 把握するのかということが、非常に問題になってくる。ネクサスもそうなんです、利益自体もどこの地域で生じているのかということとの関係で、様々な指標の中で当座は売上げに着目をして、議論を進めているという感じだと思うんですね。

そうすると、この議論の前提として、国別の報告書みたいなもの、ああいったものをそもそもイメージして売上げを把握する議論を進めているのか。そうではなくて、あれはあれで、また別の枠組みで売上げを把握する方法を何か議論しているのか、どんな状況にあるのかということをお聞かせ願えますでしょうか。

【吉村委員】　そうですね。まさに売上地の把握というか、特定というのは非常に難しく、例えば結局中間業者がいて、そこを経由して販売、売上げを立てている場合とか、あるいはプラットフォームを経由して、どんどん消費者に直接売っているような場合とかで、消費者の所在地をどう特定するかというのはすごく難しい問題が出るということですね。

現時点では、B to Bは排除されるということなので、卸の事業者が現地で売ってもらっているというのは考えなくていいということなので、そういったいわゆる伝統的な製造業であれば余り考えなくていいんでしょうけれども、サービス業とかになってくると、例えばヨーロッパ地域で活動している事業者からお金を受けて、各市場で広告を出しているというときに、どこの売上げに立つのかというのは例えば難しい問題が出てきますし、そういう売上げをどこで判断するか、特定するかというのはまた別に検討が必要だよということ、多分、本当にこの方向でいくとすれば、そのルールが公表されるということになります。

現時点においては、御存じのとおり移転価格税制などの執行のために企業は、一定の多国籍企業は国別報告書というのを作ることになっていて、それはビジネスラインごとに売上げとか、あるいは各国の従業員数とか、そういうのを当局に提供して共有されることになってはいますが、あれはかなりガイドラインがありますけれども、各企業が各企業なりに作っているところがあるということで、もし本当のこういう課税標準というか、税金を払うことに結びつけると、これが特定しなければ、一定のかなり厳格なルールに結びついて売上地とか、ビジネスラインの整理区分とかをしなければいけないので、今はやはり国別報告書の仕組みとは別に、そういう情報提供の仕組みを作ったほうがいいんじゃないかというふうに関団連なんかは言っていますね。それが国際的な広がりを持っているのかは、ちょっとわかりませんが、余計なところまで波及させたくないというのであれば、別の制度を作りましょうということになるかと思います。

【諸富小委員長】　他に、どうぞ。

【保井委員】　ありがとうございました。

税の専門家ではないので、どちらかという都市政策の立場としてお話を伺います。特に東京のような大都市では、デジタル産業というのは非常に重要で、逆に過重課税にならないようにしなきゃいけない側面もあるような気がするんですけど、その中で、今日何度か言葉として出ていた閾値の設定というのが重要ではないかと思います。東京のような大都市では、恐らくスタートアップをたくさん出し、期待としてはその中にユニコーン企業が一つ、二つ生まれてくれないかみたいな、そういうことを思っているところがあります。そこに何か余り大きな課税をして、エネルギーを下げるような動きというのは好ましくないような気がするんですけど、そういうことに関する工夫ってどこにあるのかというと、お聞きしている中では、閾値の設定とかが一つそれに当たるのかなというふうに思ったんですけど、この辺の議論というのが、どういうふうに設定するのかとか、もう少しあれば教えてください。

【吉村委員】　そうですね、入ることが確実なのは売上げによる閾値で、全世界での売上げによって対象になるかならないかを決定するというのがありますし、あとはその国の売上げが一定の金額を超えているかということで、特定の国との間で申告したりとか納税したりとか、そういう手間を省略するため、省略というか手間が生じないための閾値という二段階になるかと思います。

今のところスタートアップという意味ですと、ちょっと今日は触れませんでしたけれども、議論されていることとしては損失の扱いですね。全世界で連結した利益で課税をしましょうというときに、当然新しいマーケットに参入した当初は、いっぱいお金を使って、広告とかをやっけて損が出ているはずなんですけれども、連結で黒字であれば、売上げに対して利益が割り当てられて税金を払わなきゃいけないというの

はちょっとおかしいんじゃないかと、そういう議論もあります。特にスタートアップであれば、最初の損失はその国でとどまっていたり、損としてたまっていたり、それが成功すると利益に対して他の国がばっと取っていくというのはまたおかしいという話もありますので、そういう場合には、この損をずっと帳簿上、国内であれば当たり前の仕組みですけど、繰越欠損金みたいにずっと蓄積しておいて、ワールドワイドで税金を分けましょうという話のときに、その損をそちらのほうにを使って、連結で全体で利益が出ているけれども、過去の赤字分をまだ埋めるほどではないよ、だから税金を払いませんよというようなことを認めようとか、そういうような議論も行われていて、本当に実現できるのかわかりませんが、そういう配慮というのはあると。配慮としては閾値の話と損失の扱いということで議論が行われています。

【諸富小委員長】　そろそろ時間が参っていますので、このあたりでということになるんですけども、私からも一つだけお聞きしたいのは、この財務省の税調の資料を使っている利益配分の各方式の比較に関するこれですね。

一番の上のところ、Step最後の3のところのノンルーティンの利益が決まって、各国に配分するときに、結局今の話ではやはり売上げになるんですかね、各国ごとの。

【吉村委員】　そうですね。ただ、Uberとかが言っているのは、やはりお金の出し手と、市場とのつながりがずれることは、Uberに限らないんですけど、言っている。先ほどのターゲット広告なんかはまさにそうだと思うんですけど、ヨーロッパで活動していると、例えばある国の企業が「ヨーロッパ部門のお金です。広告してください」という形でお金を出してきて、ヨーロッパ市場でその国の言語で検索されたものに合わせて広告を出していくというときに、その売上げを結局は市場にまた分けなきゃいけないという話になると思いますので、財の販売であれば、大して売上げをそのまま使うことに問題はないと思うんですけども、そういう広告サービスとかになると、やはり割り当てる基準というのはもう一段必要になってくるんだと思いますね。

【諸富小委員長】　もう一段というのは。

【吉村委員】　売上げというのは、だから広告出稿会社が払う金額が売上げになりますけど、それと、それがどの市場に結びついているかというのを、例えばFacebookであれば、Facebookのユーザーに対して広告が出てくるというときに、ユーザー数で分けるのかとか、そういうのが問題になる。

日本だと日本語ですので、日本企業が出して、日本語で日本人が見てターゲット効果が出ているので全然問題ないんですけど、ヨーロッパであればフランスの企業がお金を出して、それを例えばベルギーのFacebookを使っているユーザーのところに出たという場合に、それはどこの売上げなのか、どこのというか、どう分けるべきかという議論は出てきますけれども、ちょっとテクニカルに考え出すといろいろあるとは思いますが。

【諸富小委員長】　そうしますと、売上げに関連した基準で分けていくということですね。ありがとうございます。

実はちょっと私も次にやるんですけど、かなりかぶっている部分がありますので、前半ですね。ですので、もう一回再度そこで議論させていただけると思います。また、吉村先生の教えをその段階で請うことがあるかと思いますが、よろしくお願いします。

では、一旦、吉村先生、どうもありがとうございました。

私からもプレゼンということで、私のほうは、先ほど少し野口委員との間で議論がなされておりましたけれども、最終的に各国にどういう、例えば産業構造によって、こういったデジタル課税を取り入れることを導入することで、国際課税ルールを変えることで影響が出てくるのかという点に関心がありまして、関係者によく知られているんですけども、Copenhagen Economicsというシンクタ

ンクがある種の調査をしていますので、その結果を御紹介しながら議論していければというふうに思います。

もう吉村先生がプレゼンされたところに尽きているわけですが、やはり経済の観点から見ますと、ここに問題の背景というふうに書いていますように、基本的には利潤の源泉というものが大きく有形資産から無形資産に変わってきたというところが、こういった問題が出てくることの非常に大きな背景としてあります。

ですので、一点目のところに書いていますように、現行の法人課税ルールは国内に工場や営業所などの「物理的拠点」、これはパーマネント・エスタブリッシュメントと言われるのでPEと略しているわけですが、これがあることでそこにひっかけて課税していくというルールになっているんですけれども、吉村先生も何度も強調されましたように、Facebook、Amazonとかですね。こういったところは物理的拠点はなくてもビジネスができるようになってきていると。言葉遣いとして「市場国」というのが出てきているというのが非常に大きな、あるいは、吉村先生はこれを「市場法域」と言うんですかね。「国」と言わずに「法域」と言うんですかね。ジュリスディクションということですかね。

そういうことで物理的拠点なしということに対して、他方で課税できないという問題にどう対処するかというのが非常に大きな問題として出てきていると。

また、課税側では、二番目の点ですが、これも吉村先生から何度かありましたように、独立企業原則でArm's Length Principleということですが、このもとで移転価格税制を適用していく場合に、これも出てきたものですが、通常利潤ですね。あるいはルーティンプロフィットというふうに言いましたけど、そのときにcost-plusとか、return-on-assetというふうに言っていますけれども、通常利潤の計算方法としては、その利潤を生み出すための投資コストに対して正常利潤率を掛け合わせて計算したり、持っている有形資産に対して正常のリターンを想定して計算していくというようなことが正常利潤の計算ですけれども、これに対して「超過利潤」、それから、たくさん出てくる言葉としては「残余利潤」、これはトータルに生み出されている利潤から上の通常利潤、もしくは正常利潤を差し引いたものという意味で「残余」ということですね。ここが無形資産が入ってくることによって、通常の有形資産を超えるリターンがあるだろうという部分を捉えていこうというような考え方だと思うんですね。

実際、いろんな課税の問題だけではなくて、よく有形資産と無形資産の成長率とか、生産性とか、利益率に関する比較という計算、研究もやはりデータとして出てきておりまして、非常に有形資産だけでやっている製造業やものづくり企業、産業というものよりも、無形資産にやはりシフトして、そこに利潤の源泉を移している企業というのは非常に成長が早く、生産性も高く、それだけ利潤も大きいと。したがって、その一国経済の中に占める比重が、時間とともに増大をしてきているというような研究は、多数もう既に実証研究として出てきておりますので、やはりこういうところの所得といいますか、そこをやはり捉えることができない課税ルールではまずいんじゃないかというのが、一つ背景にあるというふうに思いますね。

ただ、現行の課税ルールのもとでは、リスクをとる、つまり正常利潤というのは通常アセットとか有形資産とかに対して通常想定される利潤を考えますので、やはりリスクをとって、R&Dをやったり、その他のリスクをとって利潤を取りに行く部門、そこに対して超過利潤を配分していくということになりますので、そうすると必然的にそういうことをやっているのは本社部門ということになり、そして、多国籍企業の本社立地国により多くの利潤が、どうしても国際課税のルール上帰属されていくということになってしまって、そういう意味では二重の意味でそういった問題が大きな問題になりつつあるということだというふうに思います。

国際課税ルールの見直しを受けて、そういう中で主に市場国ないしは市場法域側から出されてきたというのが吉村先生の御説明であつたとおりで、DSTというのはデジタルサービス課税という形で、とりあえず売上げに対して一国ベースでやっつけてしまえるというところがどどっと最初に出てきて、EUは幾ら何でも各国ばらばらにあつたら困るので、EU統一の案を出してきたんですけど、それが挫折したという段階に今あるわけですね。

そういうことで、このPEというものの見直しをグローバルにやっていくべきじゃないかというのが今のおしりのラインで出てきていますね。

そういう意味では、今の国際課税ルールは1920年代に国際連盟の時代に最初に結成された国際課税ルールを、基本原則の一番根本のところ引き継いでいて、やはりものづくり、製造業を中心で国際貿易をやっていた時代に作られたルールですので、そういう意味では象徴の一つが物的存在としての「PEルール」というものが現在もお非常に大きな基準として残っているということですね。経済のデジタル化時代には、このPEなしということになってきますので。

そこで、イギリス政府が大きな報告書を出していますけれども、彼らとしては利用者参加、User Participationという考え方を新たに出してきて、そこでOECDのキーワードになっている価値創造ですね。価値創造に、実は消費者側も参加をしているんだということですね。それが三つのタイプのビジネスモデルの中に反映されているというのが、先ほど吉村先生の議論の中にもあつたというふうに思いますね。

次のスライドですけれども、そういう意味で、一つはその無形資産にどう課税するかと。あとは、一旦無形資産の課税ができた後、私も最後質問しましたように、どう各国で配分していくかという問題がやはり出てきていると思いますね。その主導的な役割を消費者が果たしているんじゃないかと、もっとアクティブに、やはり利潤創造、価値創造という言葉を使うので価値創造と言っておかないといけないんですけども、参加をしているという考え方が出てきたのは新しいというふうに思いますね。

消費者側の価値創造というものがイギリス政府によって主張されたんですけども、いろいろと私も論文を読んでいると、これに対する批判も研究者の間ではかなり多いと思いますね。つまり、本質的にはやはり法人税なので、法人所得というものを生み出していく中で、やはり基本的には投資あるいはリスクテイキングというものが基礎にあるはずではないかと。そして、有形資産に対してやはり無形資産というものが出来たと。つまり、キャピタルというものをきちっと捉えていって、それがどういうふうに戻りをもたらしているかというのを見ていくのがやはり中心で、User Participationという考え方は新しくて一見注目をひくけれども、そちらに議論がどつと移ってしまう、生産側から需要側へみたいな話になっていくのはおかしいのではないかと批判がかなり出てきているという印象を持っております。

吉村先生も言及されたこのOECDのコンサルテーションペーパーですけれども、こちらにイギリスの「利用者参加」提案、結局この三つに絞られていますね、1、2、3ということで、ソーシャルメディア・プラットフォーム、それからサーチエンジン、オンライン・マーケットプレイスの、この三つのビジネスを限定して、利用者参加をベースとした課税権のいわば再配分といいますか、新しい配分を構想していこうと。これはring-fencing、そこのこれら三つのビジネスを囲い込む、あるいは別枠にしていくというようなことで、それ以外は彼らは今までどおりということですね。

これはもう吉村先生が言及された、具体的にどうするんですかといったら、ルーティン・プロフィット／ノンルーティン・プロフィットで分けると。ノンルーティン・プロフィットの中の利用者参加の貢献分というのを確定させていく。その利用者参加分が確定したら、これを市場国ないし市場法域間で分割して

いくというようなスタイルになるということでもありますね。

アメリカが出てきて、すごく議論の土俵が変わってきたということを吉村先生に言っていたんですけど、本当にそれで、アメリカが一方的に拒否していた段階で議論は全く動いていなかったんですけども、ここで彼らはマーケティング向け資産という考え方を出してきて、本当に大きく変わったと思います。

ここが私なんかが見ても非常におもしろい点で、先ほどちょっと言ったような批判がありますように、やはり User Participation、ユーザー側だけから見る議論というのはおかしいんじゃないかと。それから、ring-fencing ですね。特定の IT ビジネスだけを抜き出して、別ルールを加えていくというのはまずいんじゃないかという意味では、マーケティング無形資産提案というのはより普遍的に見えるわけですね。あらゆる産業が対象だと。あらゆる産業のうち、このマーケティング無形資産によって生み出される利益は、どんな産業であれ、場合によっては下手すると農業だって、あるいは製造業だって関係してくるんだよという考え方になってくるわけですね。そうしますと、非常に普遍的なルールだというふうになってきます。

この二つ目に書いていますように、「利用者参加」提案のように、需要側/消費者側の視点だけではなくて、あくまでも企業が国境を越えるバリュー・チェーンの中で、彼らが生み出していく価値創造をまず確定していくと。その価値創造の行われた国、どこでその価値創造が次は行われているのかというのをきちんと見なきゃいけない。アメリカなのか、それとも何かアイルランドなのか、最終的に消費者に売った国なのか、どこなんですかということを、どこでバリュークリエーションというのを行っていか。

このバリュークリエーションとプロフィットがどう違うのかというのは結構問題になるんですけども、プロフィットというふうに言ってしまうと結構操作可能性がやはりありますし、利益が立った後に今度は費用ですね。いろいろと配分を操作して、低課税国に利潤を結局持っていて、課税を少なくするというものを行ってしまいますので、BEP S プロジェクトの一貫した考え方は、利潤の操作可能性というよりも、バリュークリエーション、実際に価値が創造されているところで課税するという考え方ですね。ですから、そういう考え方にもこの「マーケティング無形資産」提案は沿っているものという評価がなされているということですね。

なぜ、「マーケティング無形資産」なのかということなんですが、このコンサルテーションペーパーにはおもしろい区分が出てきていまして、Intangibles 「無形資産」というふうに大きく言いますが、この「マーケティング無形資産」はこれで全てなのか私もわからないんですけども、「マーケティング無形資産」と別に唯一違うターミノロジーが出てくるのが Technology Related Intangibles というやつで、技術関連無形資産で訳が合っているかどうかわからないんですけども、というのが出てきます。

これは、恐らく R&D とか、インテlectual・プロパティーとか、そういう多分本社でやっている価値創造に関する Intangibles をベースにやっている価値創造だと思いますね。

「マーケティング無形資産」というのは、これに対してブランド、これは吉村先生が御説明のとおりなんですけども、データ顧客関係、つまりマーケットで具体的に直接消費者とアクセスする中で、彼らのアクセスしているデータ、大量のデータが集まってきますので、そういったデータを分析して新しいビジネスを展開していくとか、それから Facebook とか何でもそうですけども、あるいはマルチサイデッドプラットフォームと言われているやつですよ。Airbnb とか、ああいうところがやっているもので、直接消費者とアクセスすることで、そこに築いていく、市場法域で築いていく無形資産ですね。そこから上がってくる利益というのをどういうふうにするかという、ここは非常に実は大きくなってきているん

じゃないかということで、実は「マーケティング無形資産」がそういう意味で普遍的なのは、両方、つまり生産国側、生産法域と言えばいいですかね、そちら側でのR&Dを中心とする無形資産、これが生み出す利益。それから、同じ論理で無形資産には「マーケティング無形資産」ということで、市場法域の側でも実は無形資産を形成しているんだと、多国籍はですね。そちらから生まれてくる利益もあると。

要は、この「マーケティング無形資産」と「技術関連無形資産」との間で生まれてくる利益が、全体利益があつて、どう分割するかという話になっていく。そこは吉村先生がお話をされた、課税権の次のスライドですけども、配分方法ということで、残余利潤というのをどうやって確定していくか。残余利潤が正常利潤と区別する形で確定したら、一応無形資産全体の利益が出てくるわけですから、それをいわゆる「技術関連無形資産」と「マーケティング無形資産」でさらに分割をして、最後に市場国で分割、市場法域ごとで分割というような手順になっていくわけですね。

新興国で、Formula Apportionmentの話が先ほども出ていましたけれども、これはちょっと飛ばしましょうか。これはなかなかちょっと今の国際課税ルールから非常に飛躍が激しいルールでもありますので、一応案としてはありますけれども、余りこれは議論の中心ではないなというふうに思います。

本題といたしますか、Copenhagen Economicsというのは、その名のとおりコペンハーゲンに立地するコンサルティング企業ですけども、関係者はよく読まれている。

私、たまたま2月にヨーロッパに調査に行ったときに、日本でいう経団連ですかね。ヨーロッパの経団連があるんですけど、そこにヒアリングに行こうとしたら、ちょうどセミナーがあつて、ちょっと私は対応できないので、どうせだったらそっちのセミナーに出てくれと言われて、セミナーに出たらCopenhagen Economicsがプレゼンをされていたということですね。結構おもしろかったんですけども。

結論的に言いますと、このMI、今のアメリカ案が採用された場合に、潜在的にどういう税収の影響があるだろうかということを調査しています。

結論は1、2、3にまとめられているんですけども、物的資産に対して非常に高い収益を稼ぐ企業／産業に税収影響が大きい。

二番目、無形資産依存度の高い企業・産業、これは当然予想されることですね。

それから、吉村先生も指摘されていた海外市場依存度の高い、つまり、したがって海外顧客基盤をもっている企業にかかってくるということでもあります。

次のスライドに出ていますように、これはちょっと見て驚くのは、GAF Aのことだと思われるかもしれませんが、この話はGAF Aの話ではなくなつてきておりまして、アメリカのMarketing Intangiblesの話が出てきた時点で、話は全ての産業になっております。要するに、市場法域で消費者顧客基盤をもっている全ての産業はひっかかってくるということになります。

ここに書いていますように、薄い青がMarketing Intangiblesで得られるバリューということになりますね。ですので、一番は医薬産業ですよね。これはすごいバリュークリエーションが大きいんですけども、もうかっているということだと思んですけど、利潤率が高いということだと思んですけど、53%がMarketing Intangiblesから上がってきているものだという事なんですよ。

非常に、他にも、Manufacturing、六つ目ぐらいですか。六つ目に出ていますよね。Telecomsとか、Constructionが出てきていますよ。

だから、これなんかでも、例えば日本でいうとコマツという企業がありますけど、あれは全部トラクター



に今いろんな装置をくっつけて、データを発信させていますよね。それを全部集中管理して、大量データをコマツ本社、もう別会社を作っていますけどね、データ分析の。企業が分析をして、遠隔で、もうそろそろタイヤの替え時ですよとか、買い替え時ですよとか、それから、遠隔から操作をしていったり、いろんな付加価値サービスを提供するビジネスを立ち上げていますよね。

ですから、こういうのが製造業のサービス化というふうに、あるいは製造業のデジタル化と呼ばれていますように、実は製造業もこういう世界にこれからもう進出をしていくわけですよ。ですから、今まで *ring-fencing* の対象となっている、さっき出てきていたようなソーシャルメディアとか、プラットフォームとか、そういうのが実はGAF Aですよと思うかもしれませんが、全ての産業がこれからああいうようなことをやって、デジタル農業というのが今出てきていますので、農業をやっている、関係している企業も実はデジタル化していくので、全てそういう方、トヨタもそういう意味ではサービス企業になりますと宣言されていますよね、もうね。

ですから、車を売って何ぼの利益というのが今までのビジネスですけれども、自動運転化されていくと、もうドライバーは手が空くので、車に乗っている間は、移動中に映画を見るとき、その他のサービスを車内で受ける。トヨタは、もうそっちのサービスのほうでいかに売っていけるかと、収益を上げていけるかというふうになりますと、まさに車を売った先で顧客基盤を築いていきますので、*Marketing Intangibles* が大きくなっていくということになります。下から6番目、*Automotive* と書いていますけれども、結構 *Marketing Intangibles* が大きくなっていますね。ですから、このあたりが非常におもしろいところですね。

この次に、そうしますと、結構デンマークをはじめ、ドイツとか *routine profits* が半分以下で、それ以外が大きいですね。それで、税収のことを考えますと、この *Foreign residual return* と書いてある一番上の黒いところですね。ここが要は市場法域から請求されるわけですね、これから将来税金がですね。そうなる可能性が出てきているということですね。

*Return on Assets* を見ますと、*High R&D*、つまり、非常に無形資産をつくり出している国は非常に高い利益を得ていますよ。こういうところは税金を払わなきゃいけないことになりまして、こういう新しいルールのもとでですね、ことになります。

それから次のは、*Marketing Intangibles* のバリュークリエーション、全体のバリューにおけるシェアは、*High R&D*、つまり北欧のような国、ドイツのような国では非常に高いですよということを意味している。イタリアとかスペインとかに比べてということが含意されているんですね。

それから、次のスライドは、*net export*、これはもう吉村先生から出ました輸出国、輸出企業というのは結構現地国で輸出した上で、そこで顧客基盤を築いていきますので、製造業のデジタル化が始まると、ますます *Marketing Intangibles* が現地で育っていくということになりますので、そういうところがやはり税金を払う先になりますよということになっていくと。

これもそう、シェアですね。アメリカが結構実は大きいんですよ。デンマークも結構大きくて、これは、企業のバリューにおける *Intangibles* のシェアですけれども、ただ、アメリカは税収上、影響は実は余り大きくないというのは、自国マーケットが非常に大きいので、自国で製造して自国で売っている比率が非常に大きい。だけど、デンマークとかその他は、他国で商品を買ったり、サービスを提供しているので、影響は大きいですよという話であります。

結論は、無形資産と海外市場に依存度が高く、その本社所在地国でR&Dなど、リスクテイクを行って高い収益を上げている企業・産業ほど、このMIアプローチの影響を大きく受けると。結果としては、そ

うした企業の立地国は、税収が減少するリスクがあると。だから、我々は損しますよということを言っているわけなんです、これは。図7からは、アメリカが大きな影響を受けそうに見えるけど、先ほど言ったとおりです。意外に小さい。逆に、ドイツと北欧は大きいというわけです。

以上ですが、私からのコメントとしましては、この結果は、あくまでも北欧諸国における国の立場、税収の立場、それから企業の立場を反映したプレゼンであるということです。そこはちょっと押さえていただきたいと思います。

それから、無形資産を捉えても、しかし、課税することは重要なことではないかと思ひますし、無形資産が生み出す、実際に租税回避上、大きな問題となっております、移転価格税制上、その適応上の非常に難点、無形資産の存在というのがなってきたことを踏まえる必要もあります。

こういった問題を考えますと、課税権の配分を無形資産を反映させた国際課税ルールを作りましょうということ自体の問題は正当性があるとは思ひます。ただ、デジタル課税の問題は、そういう意味ではGAF A問題ではもはやなくなってきていて、全産業問題になりつつあるということですね。そういう意味では、日本も非常に実は影響がある。

それから、海外のマーケティング無形資産は意外に大きいですよというのがこのCopenhagen Economicsの議論からわかると。ただし、日本も産業によってはどうなのかということなんです、意外に自国市場は日本は大きくて、貿易依存度は日本は意外に、我々が思っているより、統計を見ると小さいんですね。ですので、思うところ、これはEUなので、非常にEU域内で貿易依存度が高いということをやっと我々もこの表を見るときに考慮が必要で、日本は、アメリカとこういった北欧ドイツの中間ぐらいかなというぐらいで思っていたのがちょうどかなというふうに思ひます。

以上でございます。

御質問があれば、よろしくお願ひします。

**【小林委員】** ありがとうございます。さっきの吉村先生の話とあわせて、非常に理解が深まりました。

二つ質問をさせていただきたいと思うんですけど、まず、前半のほうで、アメリカによるマーケティング資産の提案が出てくるときに、そもそもヨーロッパのほうからデータというか、利用者、参加者を一つ分割基準のようなものに含めるといふか、そういう案が出たのに対して、その利用者参加の提案に対して需要側、消費者側の視点ではなくという批判が出ているということについてなんですけど、私もそんなイメージもあったんですけど、でも、先ほどの吉村先生のプレゼンでなるほどなと思ったのが、利用者参加の提案が出てきている理論的な背景として、ああいう企業が提供しているプラットフォームの利用者というのが、一種の通常の企業における労働者と同じような役割を果たしている側面があるんだと。要するに、通常の労働者はその企業から対価、給料を受け取って、労働を提供するわけですよ。一方で、このGAF Aとかのサービスを利用する人というのは、それ自体はGAF Aの顧客ではなくて、あくまでアプリケーションとか検索エンジンとかをただで利用して、そのかわりデータをいつの間にか提供し、それがその企業のビジネスの生産要素になっていくわけですよ。

そうすると、利用者参加というのは、あくまでその企業の顧客という意味ではなく、その企業の投入している生産要素の一つに注目するという側面なんじゃないかなという気がするんですけど、その点についてどうお考えかというのがまず一点ですね。

そう考えたときに、これって結局、企業が生産活動を行うときに、いろんな生産要素を投入しますと。通常、その本源的な生産要素として考えられてきたのが、労働と、それから物的資本だったわけですけど、それ以外にもいろいろあるでしょうということで、今の無形資産と、それからデータ、あるいはそれを提

供する利用者というのが第3、第4の生産要素として加わってきて、今まで注目されていなかった第3、第4の生産要素にそれぞれの立場から着目して、分割基準というか、税金の請求権を主張しているというような問題として捉えるとすごくわかりやすいのかなという気がしたんですけど、では、なぜ、今の順番で言ったときの第3の生産要素である無形資産に対して、先ほど先生のプレゼンの中で、Marketing Intangiblesと、それ以外の無形資産等があるという話をされていて、確かにそうで、そうだとしたときに、では、何でこのマーケティング無形資産にだけ注目して、それ以外の無形資産については税金の請求権の対象にならないのかというのが何か背景というかがある、先生はどういうふうに考えていらっしゃるか、ちょっとお考えをお聞かせください。

【諸富小委員長】 二つ目からいくと、そういう意味では、分割していきますと、さっきの吉村先生のスライドがわかりやすいんですけど、全体利益を確定した後に、まず、normal returnと、それから、residual returnに分けるんですね。それで、residual returnというのが、いわゆる無形資産によって生み出された利潤ということになるんですけど、その後に、さらにresidual returnの中に、それだけではまだ終わらなくてですね、その中のさらにMarketing Intangiblesの貢献部分を確定するんですね。ということは、残りは技術関連無形資産の貢献分だというふうになるんですね。

【小林委員】 それはそれでもう既に対象になっているんですか。

【諸富小委員長】 なっている。だけど、今までMarketing Intangibles、つまりイギリス的立場から言うと、利用者参加によって作り出されている価値部分が無視されてきたので、なので、今議論がそこへ、それをやりましょうということで議論がみんなそこへ集中しているということだと思いますね。

一番目の問題は悩ましい問題ですね。そうなんですよね。まさに小林先生が今おっしゃった話というのは、ちょうどイギリスの財務省に行ってヒアリングしたときにおっしゃっていた議論でもありました。彼もそういう思いを持っていらっしゃるんだなと思ったんですけども。

ただ、利用者が本当に労働者かという、あるいは生産要素と言えるかという問題もやはりあって、通常、利益、利潤というものを創出するプロセスでは、やはり投資ということを行って、そのリターンを得る、あるいはリスクをとって、経済活動を行って、そのリターンを得るというのが多分基本で、利用者というのはそういう意味で価値創造に参加をしているわけではなくて、自分もデータの利用とか検索とか、それからR&Dでもそうですけど、そうしたサービス利用ということで参加をして、その対価としてデータがバリュークリエーションの形で、貢献をしようと思って積極的に参加をしているとは解釈できないんじゃないかなと。私の基本的なちょっと偏見かもしれないんですけども、でも、それはバリュークリエーションなんだよと。

もう少し言うと、YouTubeなんかも完全にコンテンツを消費者、利用者が作って、アップロードしているじゃないかと。だから、あれはコンテンツまで含めて、いわば利用者が積極的に提供しているから成り立っているのという言い方もされたんですけどもね。だけど、利用者が通常の意味でそのバリュークリエーションに伴って、自ら意図的にそういう活動に参加をしている。そういう活動ではなくて、たまたま自分の消費生活の中で、そういうサービスを利用した結果としてデータがむこうに渡っていた。ただ、その利用データを集めて、実際に分析して、ビジネスモデルにそれを役立てているのは、結局企業の側ではないかということから、それを生産要素であるというふうにならなくていいのかなというのがちょっと常に疑問があるところですね。

なので、もしこういう議論をするのであれば、アメリカの提案であるMarketing Intan

g i b l e s という考え方で、一応企業がきちっとリスクをとって投資をしていく、無形資産に投資をしていく。それは単に本社機能のところだけじゃなくて、いわゆる市場法域においても、顧客とダイレクトに接する中から、そこに利用者が参加をまさにしているわけですが、それは確かに根拠にはなっているんですが、やはりデータを集めて、そこで解析して、ビジネスモデルを作り上げているのはやはり企業の側なので、そこを評価して課税する根拠にしていくべきじゃないのかなというふうにちょっと思っているんですけど。

他にはございますでしょうか。

【保井委員】 軌道をずらすようなことで、ちょっと申しわけないんですけども、今日、佐藤委員からの書面意見にもあるんですけど、今の諸富先生のお話は、資産にかかわる話の中でも無形資産の話でしたが、いわゆる有形、もっと言うと、土地建物を含めた固定資産との関係みたいなことが私はすごく気になってくるんですけども、その辺の、要するに固定資産を中心としたこの有形の資産と無形資産に対する課税のあり方みたいなことに関する議論というのは、学術的でも何でもあるのかどうかというのをお聞きしたいなというふうに思いました。

今日、お話をお聞きしていてもそうですし、いろいろ自分が関わる中で、昔は、要するに店舗とかを持っている、それ自体が顧客のベースだったわけですが、それがまさにオンライン・プラットフォームに取ってかわられつつあって、そっちのほうがよほど顧客を生み出すベースになっているというようなことが明らかになってくる中で、今、固定資産に関しては、持つこと自体がコストセンターになってきているみたいなのところがあって、都市政策なんかで見ても、例えばまちの中にぎわいをつくり出すみたいなことというのが、商売のベースというよりは、コストなだけで仕方なくやるみたいな、そういう世界になりつつあります。そんな中での税制を考えると、佐藤委員もおっしゃっていますけれども、少し比重というのを無形のほうにスライドしていくみたいな、そういう議論ってあつたりするのかなんていうふうに思ったんですけども、どうでしょうか。ちょっと突飛な発想かもしれませんが、何かそういう、いろんな無形と有形のものをいろいろ総合した中での議論というものはあるのかどうかというのを、お聞きできればと思いました。

【諸富小委員長】 ありがとうございます。大変これも悩ましい点なんですけれども、無形資産を測れるのかという根本問題があるのと、あと、無形資産の定義、範囲がどこまでかという。無形資産を測ると称して、測っているやつが本当にあるんですよ。研究があるんですけども、そうすると、例えばマクロ経済とGDPがもっと大きくなるみたいな、今までは有形のものだけで付加価値を見てきたので、実は無形資産は隠れていて、そこを例えば研究開発とか、R&Dとかも実はコストと見ていたけれども、あれは実は投資で価値を生み出しているんで、GDP上の取扱いが変わったんですよ。

投資はそういうふうにして、無形資産なるものを入れていこうみたいな問題意識が今出てきているんですね。だけど、何を無形資産として定義して入れるかの範囲については合意がとれていないのと、計算がそもそもできない。Hard to Valueという言葉はよくこの関連で出てきていて、無形資産を評価できないので、移転価格税制とか、利益を各国に配分していく場合の独立企業の、この企業にどれだけ利潤が発生していくのかというときに、この無形資産というものが本社で作り出されて、それが一体どういう利益を生み出して、どこにそれが帰属しているのか、ほとんど外から見ている計算できないという問題がちょっとありまして、そういう意味では、有形の時代はよかったなということになるんですけども、この固定資産に関しても、そうすると、この問題は出てくるんですけど、結局、税制上の取扱いはどうなったかといいますと、話はすごく膨らましておいて、結局ここに落ちてくるかということなんですけど、一つは、無形資産から生まれる収益というのは、結局 r e s i d u a l という言葉にあらわれてい

るように、結局は有形資産のリターンというのを計算しておいて、全体利益から引いてここが無形だろうというふうに引き算で出しているということは直接測りに行ってないんですよ。測れないからだとするんですけど、残りが無形資産貢献分だと。

それから、最後に税収配分する際の、ちょっと吉村先生にわざわざちょっと確認して伺っていたのは、売上げなんですかねという、本当は売上げでいいのかなというのもやはりありまして、この話から、筋から行くと、マーケティング無形資産の価値、それが一体どれだけ利潤創出に貢献しているのかというのを多分本当はダイレクトに評価しないといけないんじゃないのかなと。

そんなことはとてもできないので、結局売上げなんですかね。そういう実務的理由により、多分売上げというのを持ってこざるを得ないんじゃないのかなというふうに思うので、結局無形といった場合に、それを入れる議論の対象にしていくことはすごく大事だと思いますし、保井先生のおっしゃるとおりなんですけれども、具体論に落とし込むときに、突然話が難しくなるということがちょっとこの非常に大きな悩ましい点だと思いますね。私に何か解決策があるわけではないんですが。

というわけで、今日の税制上の話も実はいろいろ直接言っていないということがすごく大きな特徴だと思いますね。

**【野口委員】** 私もとても素人的な御質問で恐縮ですが、先ほど諸富先生と小林先生のやりとりを伺っていて、すごく興味深く感じたところがありますので一つお許してください。

今日のお話の一つに、利用者が価値創造するということに着目をして、利用というところで付加価値が生まれているのだから、そこを課税するときはどうするかという話がありました。この考え方は、恐らく利益をどこかに分配するとき、基準となる点みたいなのが必要になるので、このために利用者という概念を出してくることによって、その利用者に価値創造の基準点を見いだすことができるということにあるのではないかと思います。少し異なる観点から見直すと、これは、価値創造といった場合に、人に着目するというアプローチと、利用行為に着目するというアプローチがあって、後者をとるほうが、利用したことによって価値が生まれたということに厳密に近づくような気はするけれど、課税の徴収のコストなどか現実性を考えると、行為、つまりどこでそのサービスを利用したのかということを一々捉えて課税の対象にしていくというのは相当コストが出てきそうでもあります。そこで、このコストを減じるという意味から、人に着目するアプローチ、価値を生み出した人である利用者というものに、いわば価値の創造点を擬制して利用行為に着目するべきところを、利用行為をなす利用者という人という属性に着目をするという考え方はあり得るのでしょうか。

もしそれがあり得るのだとすると、先ほど小林先生、吉村先生のお話の中にあつたように、価値の創造といったときに、価値を生み出したという、労働者という言葉がありましたけど、そういう側面にやはり着目しているということと近接するのかなという気がして、そのあたりは、もし何か議論があるようでしたら。

**【諸富小委員長】** 行為ではなくて存在に着目するということですかね。でも、行為に注目することも多分やろうと思えばできないではないんじゃないですか。こういうデジタル化した世界で、誰がどれだけインターネットにアクセスして、サービス利用をしているのかということ自体を開示せよという法律がもし通って、報告しなさいということになれば、やってやれることはないだろうなど。利用者のまかに行為を計測しようとする。

単純に利用者の存在、利用者数というだけじゃなくて、もう少し詳しいデータを作り出そうとすれば、それは可能ではないかなという気がします。

**【野口委員】** これは租税の話と全く関わらないんですけど、企業の行動原理として考えたときに、

ユーザーとか利用者を増やそうと、自分たちの付加価値を高めるためにといったときに、行為に着目をされてしまうと、どこをどう努力して増やしていったらよいのかなというふうにさまよってしまいかねないような気がするので、理念上妨げるものがないんだとすると、行為と人と、その両方とりやすいほうで考えるということはある程度あり得るのでしょうか。

【諸富小委員長】　そこまで考えていなかったですけど、当然そういう課税ルールになってきたりすると、それを見て、今度は行動を変えるということにやはりなってきますよね。こういうふうに循環になっていくので。

こういう行為が計測されて、課税の場合の一つの基準になっているというふうになると、そういう行為をやると税金が増えるのでということで、利用時分のサービスを受けてくる利用者がそういうデータにひっかからないように、何か利用していただくような、何か別のやり方を今度は見つけ出すとかいう可能性がありますよね。そこまで考えていなかったんですけども。

もうちょっとそういう中立的な指標で見たほうがいいんでしょうかね。利用者数とか、あるいはそもそもざくっと、結局売上高というところ、そういう操作可能性のないものに持っていこうとしているのはそれもあるんですかね。ちょっとわからないんですけども。

【野口委員】　ありがとうございました。

【吉村委員】　税収がどう配分されるかという話が今、現在の議論としてはすごく注目を浴びているんですけど、次のお話として、仮にこういう提案が現実のものになったとして、企業はどう反応するのかというのが出てくるんだと思うんですね。今だとR&D、ここに出てきたようなドイツとか北欧の国というのは、拠点があるところでR&Dを行って、そこで磨いた技術で輸出をしてというのがありますが、実際どれだけ稼いでも、結局稼いだ先で税金を払わなきゃいけないんだというときに、変わらないっちゃ変わらないのかもしれないし、結局いろんな国が提供しているR&D税制の効きが悪くなるという話なのか、それとも他の事業形態にもう少し違う変化があるかもしれないんですけど、何かそういうのって分析とか、あるいは予想とかあってあるんでしょうか。

【諸富小委員長】　ありがとうございます。御指摘のとおりで、御紹介したCopenhagen Economicsの最後に参考文献で挙げていますので、またちょっとそちらを御覧いただきたいと思います。最後のページのあたりがそのお話です、結局。

Copenhagen Economicsの立場は、企業からたくさんお金をもらってコンサルティングしているので、多分企業有利だと思うんですけども、こういう税制が入ってくると、今、吉村先生がおっしゃったとおりのことが、やはり企業も考えるんじゃないかと。

そうすると、結局北欧やドイツがやってきたR&Dの拠点として、投資もして環境もして人的資本もやっても結局その税収はむこうに、市場法域にとられてしまうということになると、インセンティブが働かなくなって、そうすると、イノベーション・ポリシーとの矛盾が出てくるんじゃないかと。

そういうことで、例えば政府の政策ということを考えると、そういうことに投資をして、あるいは経済活動を誘導して、それはそういう税制を作っている国々もありますけれども、それによって雇用とGDPを増やし、税収も増やすという好循環を作り出してきているわけですけど、幾らやっても税収はどうせとられるとなると、そういう政府の側のやはりインセンティブを弱めてしまうんじゃないか。単にマーケットが大きかったら自動的に税収が入ってくるというのが今後の経済政策、産業政策、あるいは成長政策にとって妨害的になるんじゃないかという問題があるという指摘が最後に出てきています。

企業というよりも政府ですかね、企業も影響を受けますかね。結局とられる税制が全世界で同じなら、同じなのかもしれないんですけども。

【吉村委員】 望ましい状態なのかもしれないですけど。

【関口委員】 今日の話は、とりあえず全体の利益があって、その利益をどういうふうに配分するのかということが焦点になっています。そうだとするとアメリカのマーケティング無形資産の話を見ると、無形資産自体をどこの国に計上するのかということだと思っんですね。コペンハーゲンの報告書は、その点について何か述べているのかどうか。

それは、例えばアメリカの立場からすると、アメリカの本国に無形資産がほぼ計上されていると。でも、そこではなくて、利用者あるいは実際には労働者的なユーザーの所在地が実際の納税地なんだとすれば、経済的な無形資産の計上地というのは、ユーザーあるいは労働者のところに所在するというふうにならないと整合性がない。税は税の話として無形資産を議論し、会計上は会計上の話として無形資産を議論をするというふうに分裂すると思っんですね。

その点は、やはり企業の観点からすると、ものすごく気になるんじゃないかなと思っんです。だから、無形資産というものの自体の概念はわかるんですけども、それを実際にどこの国に計上するかとかを、コペンハーゲンの報告書で、何か話をしているかどうかというのがちょっと気になったところなんです。

【諸富小委員長】 私が読んだ限りでは、実はそこまでやっていない思っんです。単に海外比率と国内 Intangible の中でデータが出てきていましたように、こういう感じ思っんですね。この一番上の黒のところの Foreign residual return というところ、これが海外マーケットにおける海外の市場法域における Marketing Intangibles だ。ただ、A国とB国とC国と、自国マーケットとの間で、どう計上しているのかという話までは実は出てきていない思っんです。

それはどうやってやるのかという問題が一つあるのと、税の世界で言うところ、それは外から見えるのかという問題がありますので、もしそれがちゃんとできて、申告してもらって、それに応じた利益の配分ができて、課税というふうにできれば、それが一番話はストレートだと思っんですけども、それが観察し得る、あるいは申告してもそれが正しいかどうかと、外からチェックし得るかどうかという問題が課税の中では出てきて、結局それは、売上げで見るという方向に、先ほどの吉村先生の話だと言っているのかなと。

無形資産というのは、そうなると、根拠論として議論されているけれども、最後に実際に本当に課税をこれでやるぞというふうになったときには実際に使われていないということになっているんじゃないかなという気はします。

どうなんですかね、吉村先生、何か。どうやって無形資産を企業が市場法域に計上していくかという問題は、何か議論されているんでしょうか。

【吉村委員】 結局、Marketing Intangibles の定義自体は、移転価格税制の定義と同じだというふうになんところは書かれていて、そうすると、現地で Marketing Intangible が認定されるかどうかなので、企業が計上するかどうかとは関係ないということになっちゃうわけ思っんですね。当局の見解で、もちろん見解の相違があれば、相互協議なりで解決する。あるいは当該所在地国の裁判所で解決するというところになると思っんですけど、それだけだとちょっと安定しないので違う基準が必要でしょうし、逆に言えば、そういった質的な基準はいらなくて、売上げだけでいいんじゃないかという考え方もあるんだと思っんです。

【諸富小委員長】 時間が来ましたので、以上で質疑応答を終わらせていただきたいと思っんです。

そうしたら、もう時間が結構きてしまって申しわけない思っんです。

事務局から補足説明をしていただいて、ちょっと延長もありというような形でいいですかね。委員の皆様、よろしくお願ひします。

では、本日の資料について、事務局から補足の説明がございましたら、よろしくお願ひいたします。

【高瀬税制調査担当課長】 それでは、かなり議論も進んできていますので、簡単に私のほうから本日の資料の説明をさせていただきます。

事前にもう説明をさせていただいている部分がほとんどでございますので、その後の資料構成の変更ですとか、追加した資料を中心に御説明いたします。

初めに、画面に表示しました資料1「デジタル課税に関する資料」を御覧ください。

事前説明の際には、1「国際法人課税に関する資料」と、2「デジタル課税に関する資料」の2分冊としてございましたが、その後、これらを統合させていただきました。具体的には、本日の論点には直接かわらない国際法人課税の近年の改正経緯等の資料につきましては、参考とさせていただいて、35ページ以降につけさせていただいております。

また、事前説明時の資料1「国際法人課税に関する資料」の最後につけていた法人事業税、法人住民税の分割基準関係の資料につきましては、この後に御説明する資料に、その他の法人課税に関する資料のほうにまとめさせていただきました。この資料1「デジタル課税に関する資料」の構成の変更につきましては以上となります。追加資料もございません。

そして、次に画面に表示いたします資料2「その他の法人課税に関する資料」のほうを御覧ください。

こちらは、事前説明時に委員から追加要望がございました、租税特別措置関連の資料及び先ほど申し上げた、法人事業税、法人住民税の分割基準関係の資料で構成されてございます。こちらの租税特別措置に関しましては、資料1の論点には挙げてございませんけれども、近年、知識集約型産業への転換などが進みまして、従来の産業構造が大きく変化する中で、経済の実態に照らして、どうあるべきかといった観点から追加させていただいた資料ということになってございます。

最後に、本日欠席の委員、佐藤主光先生から、本日のテーマ、法人課税のあり方につきまして意見書を御提出いただいておりますので、既にもうお目通しいただいているかもしれませんが、簡単に読み上げさせていただきます。

1、法人事業税、住民税の分割基準の見直しについて。現行の分割基準は、従業員数、事業所数と数量をベースにしている。前近代的であり、現代経済に即していない。例えばカナダでは、分割基準として売上げ、給与といった金額を用いている。こちらのほうが企業の経済活動の実態を正しく反映できるのではないか。

2、固定資産税の見直し。固定資産税も法人二税同様、企業課税の一つである。ただし、収益イコール担税力の多寡によらないため、企業にとって負担が重くなっているのではないか。また、近年、デジタル産業をはじめ、無形資産の比重が高まっている。他方、償却資産の対象は有形資産にとどまる。産業の構造によって課税のバランスがとれていない。

3、外形標準課税の見直し。現行の外形標準課税は人件費を課税対象に含むため、人件費課税の性格があり、そのままでは中小企業での適用は困難である。外形標準課税をキャッシュフロー課税化してはどうか。消費税同様、投資は即時償却する上、人件費も控除する。キャッシュフロー課税は、企業立地に係るレントへの課税である。レントは自治体の提供するインフラサービス等も反映するだろうから、貿易性にも即している。マイナスのキャッシュフローについては、繰越か固定資産税や法人住民税からの相殺を認めるようにする。

4、東京都だけの地方税体系。今後、法人二税から地方消費税にシフトさせることが税収の安定化につながる。他方、東京都として法人課税を続けることを望むなら、現行の法人課税を続ける一方、学校教育、インフラ、医療、介護等に係る国からの補助金を受け取らないことで偏在是正することも一案。ひも付きの補助金がない分、東京都独自の施策も展開しやすくなるだろう。



説明は以上となります。

**【諸富小委員長】** ありがとうございます。

では、今の御説明いただいた内容を踏まえながら、御質問、御意見をいただければと思います。

特にプレゼンもありましたように、今日の趣旨としては、デジタル課税を議論したことが地方税、特に法人課税における分割基準だとか、それから、DSTというような話もありましたけど、ああいったような問題が、具体的に日本の地方税の議論の文脈においてどういう意味を持つかというようなことを議論したかったからなんですけれども、このあたりもし御意見が特にございましたら。

特に吉村先生、何かございますか。

**【吉村委員】** 住民税はまたちょっと違うとは思いますが、事業税の場合だと、伝統的な議論としては、やはり行政サービスを受けて、その受益があってという話になってくるので、国際的に議論されている価値創造だとか、そういうのと直接は結びつかないかなとは思っています。

ただ一方で、全世界的に起きているような、物理的拠点を置かなくても事業をやっているじゃないかと。結局何かしらここに存在といいますか、物理的なものはなくても、そこで市場で存在感があって収益を上げているけど、税金を払っていないよという、感覚といたらあれですけども、そういう面というのはあるんだろうなと思いますので、その部分のギャップというのは地方税でも議論になり得るかなと思っています。それはだから、事業税の中で解消するべきなのか、もっと別の形なのかというのはまた考える必要はあると思うんですけど。

収益全部を東京の本社で利益が上がっていて、ここでは何かやっついそうなんだけれども、事務所、事業所がないということで課税できないという状況は、やはり国内でもあるんだと思いますので。

**【諸富小委員長】** 近年、日本でデジタル化が進むと、拠点集約が起きてきているというような議論がありますよね。総務省なんかもそういう議論をしていたと思うんですけども、なので、この議論は結局、多国籍企業においてデジタル化、グローバル化の中で、いろんな意味での集約化、統合化、ビジネスのグローバルな統合というのがある中で、本来、昔は物理的拠点があったものも、もうなくても、グローバル企業として、一体化して無形資産をベースにビジネスできるようになってしまったと。そこから税収の偏在が起きてきているという問題をどうするかというような議論が、同じように地方税にも影響を及ぼしていく議論になり得るかという問題は一つはあるんでしょうね。

それから、佐藤委員も提起していらっしゃる、現行の分割基準が従業員数、前近代的という言葉が出ていますけれども、分割基準を考える場合に、日本企業の活動実態と、現行のこういう分割基準が本当に適合しているかというような問題提起にもなると思うんですけどね。ちょっとあえて議論になるとしたら、そんな感じでしょうかね。

同じような問題は、やはり佐藤委員に共感するところは、固定資産もそうですよね。これは、有形の償却資産だけが課税されていると、無形資産にはかかってこない問題ということで、オンライン・マーケットプレイスで物を売っているAmazonと、実際に有形の店舗を持っている企業との間で同じ物を売る企業でも、課税上、差が出てきてしまっているという問題があるようにですね。

この問題も有形の店舗を持っていなければ、あるいは有形の資産を活用して生産活動を行っていないければということなんですかね、これは。その課税の公平性の問題やはり出てしまうんじゃないかという問題提起にもなると思うんですね。

分割基準の議論の中で、東京都は、ずっと前から、給与をベースにすべきだという議論ではなかったでしたっけ。

**【工藤税制調査課長】** 昨年度の偏在是正措置に関連して都税調で分割基準の議論をしていたときに、

本当は給料とかそういった人件費の積上げがいいんじゃないかという話がございまして、ただそれをもっと簡易にしたのが従業員数だというお話がありました。これは都税調の答申にも反映させていただいているというふうに思っています。都税調の議論の中で整理させていただいていると思います。

**【小林委員】** さすが佐藤先生というか、非常に重要な論点が幾つも挙がっていると思うんですけど、ちょっとコメントというか、感想というか、二つ、三つさせていただくとすると、今の従業員数か給与かという話はやはり大きな問題で、ここに書いてあるように、給与のほうが恐らく付加価値の創造というか、経済活動の実態を正しく反映するんじゃないかという気はしますけれども、恐らく偏在は拡大しますよね。なので、そこをどう捉えるかというのが一番大きなポイントになってくるかなという気がしますよね。では、東京都がそれを強く主張するのは果たしていかがなものかという気もしてきます。

それから、あとは、諸富先生が今おっしゃった、デジタル化が進んで、本社のほうに集約が進んでいる。それによって偏在が拡大しているという側面が恐らく実際にあって、では、それを分割基準の見直しで対応するとすると、まさにさっきのような、データ利用者というよりは、むしろ今度は消費者というか、サービスを受ける人がいるところにもっと配分すべきというような話にもなってきたかと思うので、そうすると、では、地方消費税のほうで対応するというか、この法人事業税、住民税のウエイトを下げて、地方消費税のほうを拡大していくことによっても、そこで期待されるような効果というのがある程度出てくるんじゃないかなと思うので、分割基準の見直しで行くのがいいのか、それとも税源配分というか、税目間の配分の見直しで行くのがいいのかというのは非常に大きな論点になるのかなという気がします。

それともう一点、この償却資産課税の問題ってやはりすごく重要だろうなと思うんですけど、確かに無形資産のウエイトが高まっているときに、有形の資産だけに課税している。この償却資産課税そのものがどうあるべきかという議論はもちろんあるんですけど、それが存在している状況下で、有形資産にのみ課税が偏っているとすると、全体としてやはりバランスが悪いわけですよね。有形資産の一方で課税されない生産要素への投資というのが、税制上の問題としてシフトしていくということがあり得るので、効率性の問題になってきますから。

しかし、では、そうしたときに、無形資産というのは有形資産と同じようにちゃんと測れるのかという、さっきも出てきたような問題で、例えば販売のためにホームページ、ウェブサイトを使ってというのであれば、測れそうな感じもしますが、もうちょっといろいろと、それこそ目に見えない資産というのがたくさんあるというときに、それをでは、どうやって数量化、定量化していくのかなというようにところで、なかなか難しいんだろうなと思うんですけど、それは現実的にあり得ることなんですかね。

でも、さっきの議論で、一応、無形資産への投資を、幾らお金をかけたかということは測れたとして、では、その資産価値が幾らあるのかというのを測るのはなかなか難しいですよ。ただ一方で、でも、償却資産もそもそも幾らで買ったかがまずベースになるので、本当にその資産が幾らの価値を持っているかという話ではないということを考えれば、機械的に計算することはできなくもないのかもしれないなと思うので、ここは真面目に議論していく価値のある論点なんじゃないかなという気がしました。感想です。

**【諸富小委員長】** ありがとうございます。

他にございますでしょうか。

**【関口委員】** 佐藤先生のコメントを踏まえて二点ほど。

一つは、分割基準に関しての前近代的という、現代経済に即していないという部分ですけども、歴史的には日本でもシャープ勧告の補足意見を受けて、初めに金額でやろうとしていました。ただ、金額で押さえるのが非常に難しかったのと企業の反対があったのとで、当時は、外形的なもので押さえるということに落ち着いたようです。特に事業所数とかと書いてあるところは、シャープ勧告の補足説明の中では、

資産額だった。そのときの資産は有形固定資産でした。現代に額でやるとなってくると、先ほどの無形資産をどの時点で計上するのかとか、本社に全部計上されるようなものと、資産基準のみでやると、本社に配分されるという感じになるところですので、この辺の考え方というのは、いろいろ整理するという意味では、私も議論にはなるんじゃないかなというふうに思います。

二つ目は、有形資産に関する償却資産課税の話ですけれども、これは有形資産への固定資産税という税を見たときには、そういうふうに言えると思います。けれども、固定資産税以外の税目にも少し視野を広げて見たときには、固定資産税は損金算入が認められているというのがある分、細かい話ではありますが、利益への課税という観点では、やや負担が少なくなる。そういうことがありますので、固定資産税の内部で話をすると同時に、他の税への波及も気になります

**【池上会長】** 今、お話に出ていましたとおり、特に事業税に関する分割基準のことになりますと、たしか、今は多くの場合従業員数がベースになっているわけですが、事業所数を入れたのは、たしか後から偏在是正のようなことを考えて後から出してきたものです。これはどうかと私も以前から思っていたのですが、今言われていますとおり、従業員数ではなくて支払給与額ということになってきますと、先ほど小林委員が言われたとおり、さらに東京の比重が高まるだろうなという思いもあります。

もちろん東京都税制調査会ですから、東京都のことを考えるわけですが、東京都税制調査会の趣旨は、地方税財政全体のことを考えるということを原則にしておりますので、そこを考えなければいけません。

それから、無形資産の話ですが、資産課税として無形資産課税をやっていくとき、では、その無形資産はどこにあるのか、無形資産の分割基準という問題になります。つまり有形の固定資産であればどこにあるかわかるわけですから、そこで課税すればいいのですが、無形の場合にはどこにあるのか。先ほどお話がありましたとおり、本社に一括となりますと、これはまた問題になってくる。というので、もう一つの考え方としては、そこに固定資産税をかけるというよりは、何らかの意味でのデジタル課税をやって、それを国税でとるのがいいのか、地方税でとるのがいいのかという問題もありますけれども、それを何らかの形で地方団体に配分していくというやり方もあるだろうなと。

ですから、一つの税制の中に全部押し込むのか、それとも、先ほど関口委員も言われたとおり、いろいろな税目をミックスしていますので、そこでのバランスを考えつつ、コンセンサスを得ていくというやり方が現実的には考えられるのかなと思います。そういう視点も含めて提言していければいいなと考えております。

**【諸富小委員長】** ありがとうございます。

佐藤委員からの御意見のペーパーが非常に鋭い論点を提示していただいたので、議論が非常にしやすくなって、また、今日のデジタル化の議論とも非常にオーバーラップするテーマだったのでよかったと思いますけれども、給与の問題はなかなか痛し痒しで、前近代的なところから近代的なところへ踏み込もうとすると、更に偏在がひどくなるということはあると思いますが、他方で、関口委員からの意見のシャープ勧告はもともとの額で考えていたんだというようなこともありましたし、少なくともそこへ復帰することはいいんじゃないかなという気も個人的にはします。

あと、デジタル課税の議論をやっていても、基本的にデジタル化した経済における価値創造を誰がやっているのかと、結局、機械ではなくて人なので、人的資本をベースに考えていくべきだという、ちょっと根拠論のところの議論なんですけれども、それを考えていくと、やはり給与総額というのが、つまりその人が幾ら価値を出したかという、価値そのものを測るのは難しいんですけども、第二指標としての給与総額というのは、一つの価値とは比例関係にあるんじゃないかというような議論はありますので、そういう意味でも、給与というのは本当は入っていい基準じゃないかなというふうに思います。

あと、無形資産というのは、会長がおっしゃったように、固定資産は地域、地域にあつて、地方税は最も適した税と言われていたのに、無形資産って動かしやすいということで、最もふさわしくないかもしれない、地方税にですね。なので、会長がおっしゃるように、それは別途に考えるべきなんですかね。この有形に対して無形もという議論はなかなかしにくいのかなという気がちょっとしましたけれどもね。

そういうふうにまとめてしまっているのかどうか。

**【池上会長】** 今、諸富小委員長が言われたとおり、無形資産の課税の場合、直接的には、通常の意味での地方税でかけるのはなかなか大変だろうなど。ですから、今日、国際課税の話から入っているわけです。都税調のなかで国際課税の話をするというのはそういう意味もありますので、国税、地方税全体を通じて、どういういい税制を作っていくか、今や国税というよりも国際課税という、より広い視点も入れなければ税制が成り立たないという時代になっているわけです。そこも含めて議論というか、提言までしていければと考えております。

**【諸富小委員長】** 以上で、議論を終了とさせていただきたいと思います。

最後に、事務局から次回日程等の御説明をよろしく願いいたします。

**【工藤税制調査課長】** それでは、今後の日程についてお知らせいたします。

次回の第4回小委員会は、9月27日金曜日、午前9時30分から、都庁第二本庁舎31階22会議室で開催させていただきます。また、その次の第5回小委員会につきましては、10月4日金曜日、午前9時30分から、都庁第二本庁舎31階21会議室で開催の予定でございます。第4回の小委員会では、答申の素案について、第5回の小委員会では、答申案について御議論いただきますので、いずれも審議は非公開とさせていただきます。よろしく願いいたします。

**【諸富小委員長】** それでは、長らく御議論、御審議をいただきまして、本当にありがとうございました。

これもちまして、第3回小委員会を閉会とさせていただきます。どうもありがとうございました。