

海外からの配信に消費税

財務省、14年メド 音楽や広告

財務省は海外から電子書籍や音楽、広告などを日本向けに配信するサービスに消費税を課す方針を固めた。消費増税関連法案が国会で成立すると2014年4月から消費税率が8%に上がることから、早ければ同時に実施する。ネット取引課税について国内企業と海外企業の格差が解消に向かうが、海外勢にどうやって確実に納税させるかが課題となる。(解説5面に)

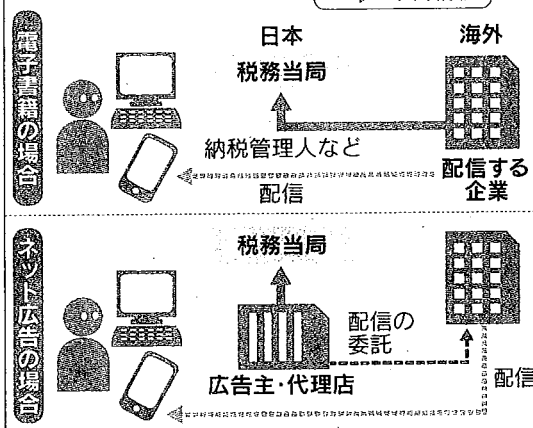
国内と公平に

消費税は「国内の取引」「内取引」として課税され「モノの輸入」だけを対象だ。海外に配信サーバーなどを置いて、音楽やパソコン応用ソフトなどを日本に配信するサービスは現行法上、「国外取引」として課税されていない。一方、電子書籍やネット広告を手掛ける国内事業者の場合は一

米アマゾン・ドット・コムが近く日本で電子書籍向け端末を発売するほか、楽天も買収したカナダのコボ社を使って書籍配信を予定するなど、今年は配信市場が拡大する見込み。国内企業は消費税率が上がれば海外勢との競争が一段と不利になるとして危機感を募らせており、海外への事業移転を模索する動きが出始めている。

このため、財務省は日本の企業や消費者が受け取る配信サービスは、海外

海外からのネット配信への課税は2つの方法を想定



価値税をにかけている欧州連合(EU)に近い課税方法となる見通し。具体的には国内企業の依頼を受けて米グーグルなど海外企業がネット広告を配信する場合、その国内企業が消費税を納める。日本の消費者が海外企業から音楽や電子書籍をネットで買ったときは海外企業が納税する。

現在、日本に拠点のない海外企業が納税する場合、申告書の提出などから提供であっても消費税をかけることにし、消費税法や関連の施行令の見直しが必要ながある。海外の配信企業は13年の通常国会期間中をメドに必要な制度改正を終える考えだ。すでに域外からの配信に付加

る制度を創設する案も浮上している。取引金額が少ない海外事業者も納税してもらう方向だ。

ネット取引は実態の把握が難しく、海外事業者の申告漏れが起きる可能性もある。財務省では海外の税務当局と税務関連情報を交換する協定を利用し、情報収集するなど、申告漏れを防止する方針だが、実効性は不透明な面もある。

財務省は7月上旬に中里実・東大教授を座長とする研究会を発足。法令の見直し内容や納税手続きなどを議論し、10月ごろまでに詳細を詰める予定だ。

国内のネット広告の市場規模は昨年、約8千億円だった。電子書籍も10年度の650億円から15年度には2千億円に拡大する見通しだ。

海外から配信消費税を課税

制度の実効性カギ

財務省が国境をまたぐサービスに課税する方針を固めたのは、消費税率の10%への引き上げが現実味を帯びる中で、問題を放置すると日本のネット事業者などが海外企業との競争で著しく不利になりかねないためだ。今後の経済成長でカギを握るサービス産業を育成するために、実効性のある仕組み作りが求められる。(一面参照)

国境をまたぐ取引の場合、どこでサービスが提供されたかの判定は難しい。航空機の国際便運賃は免税とされ、事実上、消費税はかかっている。海外企業による音楽ダウンロードを日本で利用する場合も、日本の消費税はかかっている。だが海外事業者が事実上、優遇される仕組みを放置すれば、日本企業は拠点を海外に移すといった対応を迫られる。コスト競争力への不安から、海外にも課税の網を広げべきだとの要望は産業界から強まっている。

実際に効果がある枠組みを作れるかどうかは不透明な面もある。欧州連合(EU)はサービスを提供する事業者に対して各国に登録させ、納税させる仕組みを作っているが、きちんと機能しているかどうかの検証は難しい。課税のための情報交換なども特定国との協力にとどまれば、企業が別の国に事務所を移して課税逃れをする「いたちごっこ」になる可能性がある。