

平成 23 年度税制改正（租税特別措置）要望事項（新設・拡充・延長）

（観光庁）

制 度 名	輸出物品販売場における輸出免税取引制度の見直しについて	
税 目	消費税	
要 望 の 内 容	<p>外国人旅行者等の非居住者が、お土産品等として国外へ持ち帰る目的で輸出物品販売場で購入する一定の物品については、消費税法第 8 条第 1 項及び消費税法施行令第 18 条により一定の要件の下に消費税が免除されている。</p> <p>具体的には外国人旅行者等が輸出物品販売場において通常生活の用に供する物品（食品類、飲料類、たばこ、薬品類及び化粧品類並びにフィルム、電池その他の消耗品を除く。）を購入し、一取引の合計金額が 10,501 円を超える場合には、消費税を免除するものとされている。</p> <p>当該規定は消費税法施行以前の物品税法の時代より存置されている制度であるため、訪日外国人旅行者が増加する今日において免税対象物品の範囲が実態と合っていない（お土産として外国人旅行者に人気が高い化粧品や酒等が免税対象から除外されている等）、店頭での免税申請手続きが煩雑など外国人旅行者にとって利用しにくい状況にある。</p> <p>政府の新成長戦略にも位置付けられた外国人旅行者を 3000 万人にするとの将来目標の達成に向けては、東アジア地域からの誘客の大幅増が喫緊の課題であり、同地域からの旅行者による国内消費額増を図るため、免税対象品目の拡大や税金の出国時還付手続きなどの導入を含めた輸出物品販売場における輸出免税取引制度の見直しの検討を行う。</p>	
	平年度の減収見込額 （制度自体の減収額）	— (—)

新設・拡充又は延長を必要とする理由	<p>(1) 政策目的</p> <p>政府の新成長戦略に位置付けられた観光立国の推進に向けて、訪日外国人旅行者数を将来的に 3000 万人、2013 年までに 1500 万人を目指して、訪日外国人 3000 万人プログラムを展開し、地域経済の活性化や雇用機会の増大を図る。</p> <p>(2) 施策の必要性</p> <p>この政策目標を達成するためには、人口増加や経済成長のスピードを考えれば、中国を含めたアジアからの観光客をどう取り込むかが大きな課題であるが、これらの国の旅行者の訪日動機の上にショッピングが挙げられている中、訪日外国人の購買意欲を高める制度改革をプロモーションの強化、国内受入環境整備とあわせて実施することが、訪日外国人旅行者数の拡大のために必要である。</p>	
	今回の要望に関連する事	<p>政策体系における政策目的の位置付け</p> <p>政策目標 6 国際競争力、観光交流、広域・地域間連携等の確保・強化</p> <p>施策目標 2 1 観光立国を推進する</p>
合理性	政策の達成目標	<p>訪日外国人旅行者数</p> <p>2013 年 1500 万人</p> <p>2016 年 2000 万人</p> <p>2019 年 2500 万人</p> <p>将来的に 3000 万人</p>
	租税特別措置の適用又は延長期間	—
	同上の期間中の達成目標	<p>訪日外国人旅行者数</p> <p>2013 年 1500 万人</p> <p>2016 年 2000 万人</p> <p>2019 年 2500 万人</p> <p>将来的に 3000 万人</p>
	政策目標の達成状況	<p>2009 年 679 万人</p> <p>2008 年 835 万人</p> <p>2007 年 835 万人</p>
有効性	要望の措置の適用見込み	—
	要望の措置	昨今の景気低迷、円高基調の現状において、訪日外国人旅行

	の効果見込み(手段としての有効性)	者を拡大していくため、中国人への個人観光査証の発給要件の緩和等の環境整備が整う中で、中国を初めとする外国人旅行者の消費意欲を喚起することで、訪日旅行者の増加、消費額の拡大がなされるとともに、外国人旅行者による購買増加に向けた受け入れ側の小売業界の自主的な取組促進等の相乗効果が期待できる。
相 当 性	当該要望項目以外の税制上の支援措置	なし
	予算上の措置等の要求内容及び金額	訪日外国人 3000 万人プログラム第 1 期 9, 5 6 2 百万円
	上記の予算上の措置等と要望項目との関係	上記予算措置により、本要望による訪日旅行にかかる輸出免税取引制度の見直しも含めた訪日旅行促進のための海外プロモーションや受入環境整備を図るとともに、本要望により、訪日旅行をする者に対して、旅行費用の負担軽減やショッピングの利便性の向上を図ることで、消費拡大、リピーターの獲得につなげ、訪日外国人旅行者の拡大を図る。
	要望の措置の妥当性	本要望は、外国人旅行者の購買意欲を刺激することにより国内消費額増加を図るとともに、広告宣伝等の他のプロモーションツールと組み合わせて訪日観光客の増加を図るものであるが、消費の「判断・行動」段階への働きかけは、消費者への直接的なインセンティブ付与がより有効であり、効率的な制度運営の観点からも輸出物品販売場における輸出免税取引の見直しが最適。
こ れ ま だ の 租 税 特 別 措 置 の 適 用 実 績 と 効 果 に 関 連 す る 事 項	租税特別措置の適用実績	なし
	租税特別措置の適用による効果(手段としての有効性)	—
	前回要望時の達成目標	—
	前回要望時からの達成度及び目標に達していない場合の理由	—

これまでの
要望経緯

初めての要望