

ii) グローバルなオンライン消費の拡大を踏まえた対応（付加価値税の課税）

2022.9.7 政府税制調査会
吉村政穂委員、諸富徹委員
提出資料抜粋（海外調査報告）

<調査の背景>

- コロナ禍の影響等もあり、ライフスタイルは大きく変化。例えば、オンラインショッピングやソーシャルメディア、インターネット電話やビデオのストリーミングサービス、オンラインゲームなどの利用が急速に進展。
- こうした取引は国境を跨ぐ場合もあり、適正な納税の確保に向けた制度及び執行の両面で課題となる可能性。

欧州における動向の概要

<デジタルプラットフォーム運営事業者に対する付加価値税の納税義務の導入>

- デジタルプラットフォームを介した役務提供は、サプライチェーンの構造が複雑で国境を跨ぐ場合もあるため、いつ最終消費者に役務提供されたのか、誰がその役務提供の付加価値税を支払う義務を負っているのかなどを把握するのが困難であった。
- こうした状況を踏まえ、EU規則に基づき、EU加盟国は2015年からEU域内における消費者向け（BtoC）取引の電子的手段による役務提供の課税地を仕向地主義に変更すると同時に、適切な課税を図る観点から、デジタルプラットフォーム運営事業者を最終消費者への役務提供者とみなし、納税義務を課す制度を導入。

<税制に関する考え方>

フランス

- デジタルプラットフォーム運営事業者に納税義務を課すことで、当局にとっても取引内容等を把握しやすくなった。

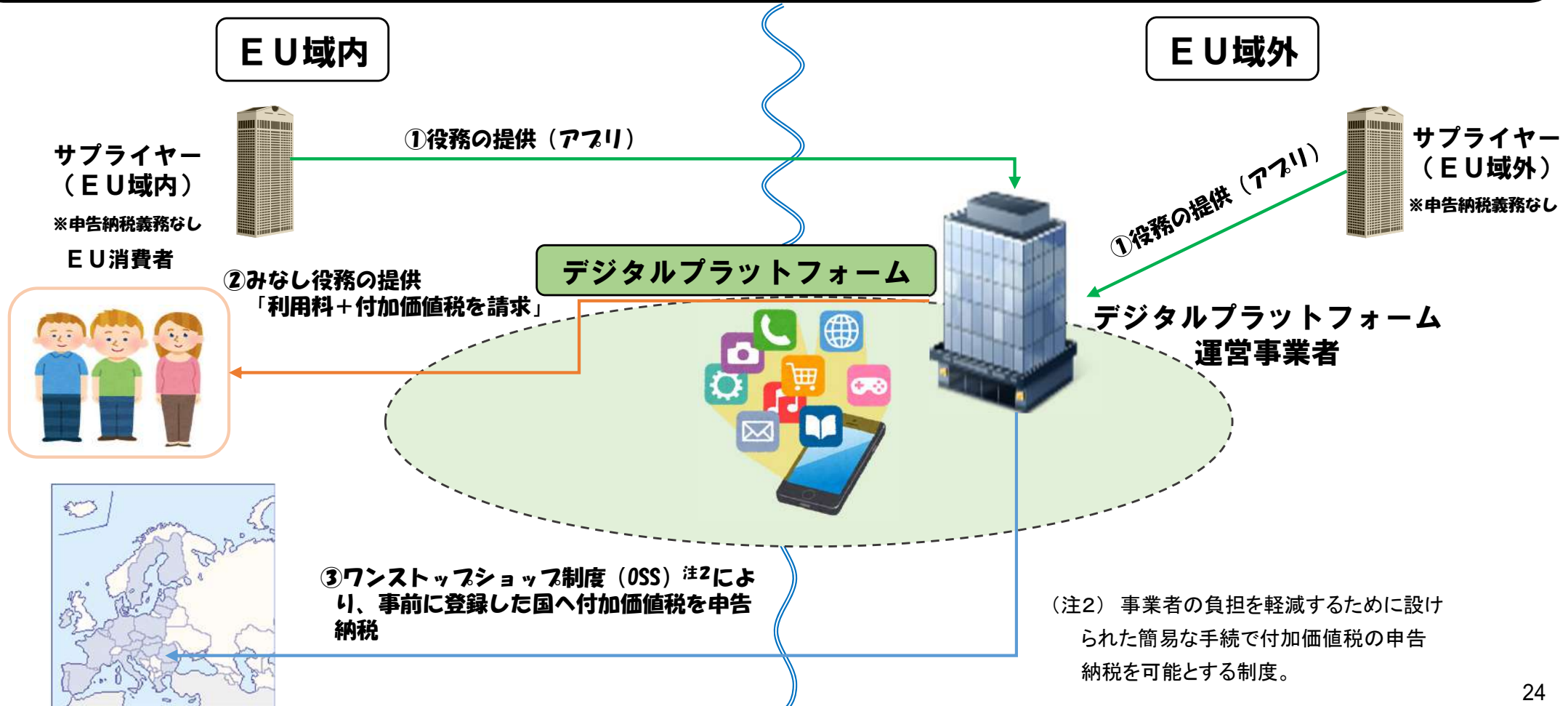
ドイツ

- 「デジタルプラットフォーム」の定義は、いわゆるマーケットプレイスだけではなく、サービスや物品を含め、デジタルインターフェースを通じた取引という形で広く定義している。当局としても啓蒙活動を行い、各デジタルプラットフォーム運営事業者に納税義務の対象となることを理解してもらっている。
- 連邦財務省によると、デジタルプラットフォーム運営事業者がどのようにサプライヤーのステータスを把握しているかという点は、サプライヤーがデジタルプラットフォームに免税事業者か否かを登録し、登録せず取引する場合は、デジタルプラットフォームから排除される仕組みとなっている。

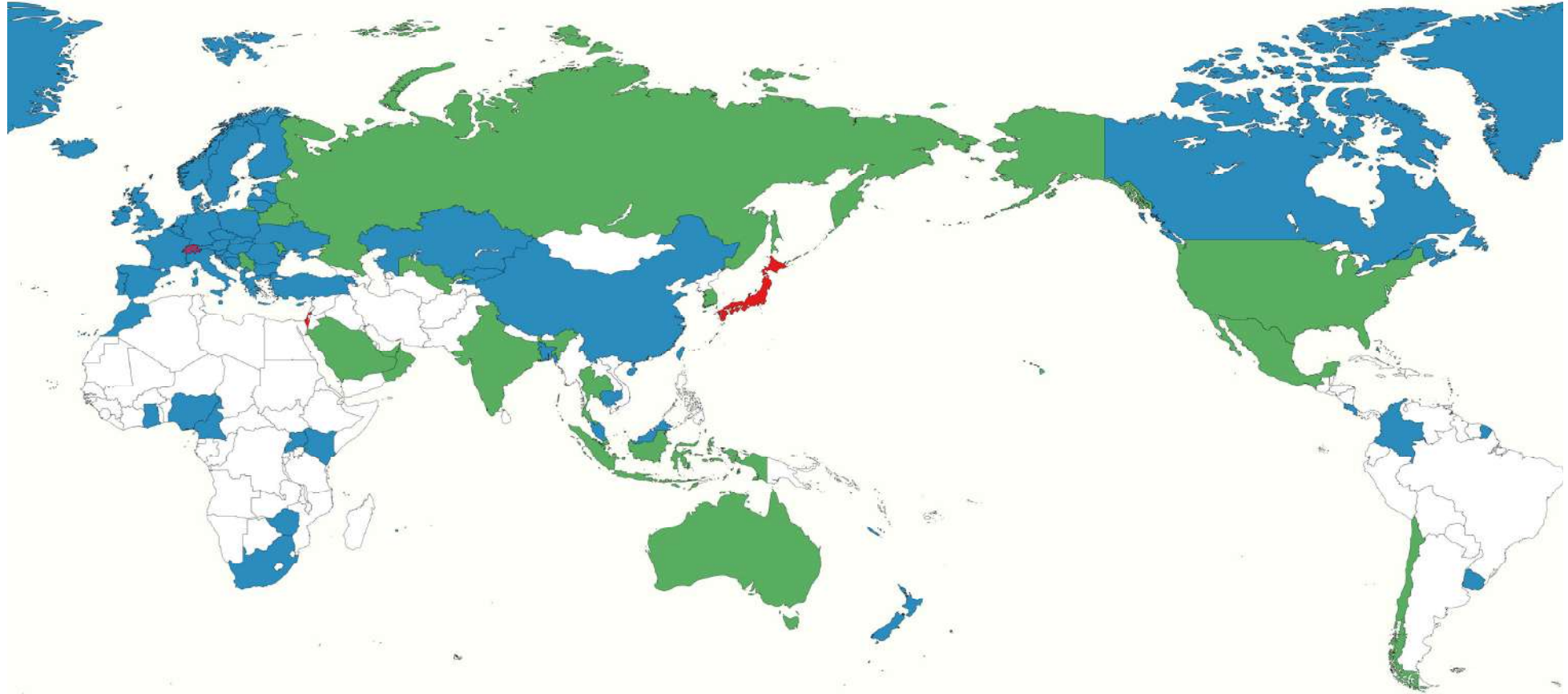
欧州におけるデジタルプラットフォームを介した電子的役務提供の付加価値税の課税方法

(未定稿)

- デジタルプラットフォームを介した役務提供は、サプライチェーンの構造が複雑で国境を跨ぐ場合もあるため、いつ最終消費者に役務が提供されたのか、誰がその役務提供の付加価値税を支払う義務を負っているのかなどを把握するのが困難であった。
 - こうした状況を踏まえ、2015年からEU域内における消費者向け（BtoC）取引の電子的手段による役務提供の課税地を仕向地主義に変更すると同時に、適正な課税を図る観点から、デジタルプラットフォーム運営事業者を最終消費者への役務提供者とみなし、納税義務を課す制度を導入した。
 - デジタルプラットフォーム等^{注1}を介して電子的役務が提供される場合には、デジタルプラットフォーム運営事業者は自らの名義を用いてサプライヤーの計算により活動しているとみなされ、付加価値税の申告納税義務が課される。
- (注1) 「デジタルプラットフォーム等」とは、マーケットプレイス、ポータル等を含むデジタルインターフェースをいう。



諸外国の状況：デジタルプラットフォーム運営事業者に対する付加価値税等の納税義務（未定稿）



国外事業者・国内事業者が対象（※1）	国外事業者のみが対象（※1）	未導入
EU加盟国、イギリス、ノルウェー、モナコ、グリーンランド、ニューカレドニア、バチカン市国、リヒテンシュタイン、カメルーン、アルバニア、バングラデシュ、ケニア、モロッコ、南アフリカ、台湾、トルコ、ニュージーランド、マレーシア、アルメニア、バハマ、ボスニア・ヘルツェゴビナ、カンボジア、中国、コロンビア、ジョージア、ガーナ、アイスランド、カザフスタン、コンゴ、キルギスタン、ナイジェリア、ウクライナ、ウガンダ、ウルグアイ、ジンバブエ、コスタリカ、カナダ ^(※2)	オーストラリア、バーレーン、ベラルーシ、チリ、インド、インドネシア、メキシコ、モルドバ、オマーン、ロシア、サウジアラビア、セルビア、シンガポール、韓国、タイ、アラブ首長国連邦、アメリカ（州税が対象）、ウズベキスタン、タジキスタン	日本、イスラエル、スイス

（備考）Google 及びAppleの約款等を基に分類（白抜きの国の取扱いは不明）。

（※1）デジタルプラットフォームを通じて役務提供を行うサプライヤーの対象範囲。

（※2）カナダでは、国内事業者のうち登録番号のない事業者が対象となる。