

## 日本における消費課税の考察 —国際的な電子商取引における課税問題を中心に—

中村 ちはる

租税の中で、消費行動の対価に対して賦課されているのが消費課税である。そのなかでもいわゆる一般消費税は、食品やサービスなど、身近な生活のあらゆるものにかけており、最近ではさらに税率を上げようとする議論もされている。消費税に関しては、様々な問題があげられるが、最近発達している国際的な電子商取引における消費課税の問題を本稿では取り上げる。インターネットの普及により電子商取引が発達し、世界的なつながりを持つことができるようになった。それによって企業や個人の国境を越える取引が増加し、他国との取引が容易に行えるようになったが、国境を越えた課税問題が問題視されている。今後さらなる電子商取引市場の拡大とともに、世界的な電子商取引が発展していけば、各国の経済活動に影響を与え、課税問題は重要な課題となってくる。そこで、国際的に発展しつつある電子商取引が、日本の消費税に与える課題について他国の取り組み等を参考に考察していく。

租税は、公共サービスを提供するための費用<sup>1</sup>であり、利益を受ける私たちが公平に分かち合っていくものである。それらの税は、租税の3原則である「中立・公正・簡素」の原則にそって考えていくことが基本となっている。歴史的に見ると、資本主義が強まってきた18世紀に代表的であったアダム・スミスの4原則、19世紀の資本主義発展期に代表されるワグナーの9原則があり、20世紀に租税の3原則である「中立・公正・簡素」へと収斂されるようになった。その租税の3原則を受けながら、日本でも様々な観点から租税が分類されている。そのうち国税と地方税では、所得課税・資産課税等・消費課税に分類され、あらゆるものに税がかけられている。そのなかでも、生活する上でより消費者の身近に接している消費課税は、財やサービスに広く負担を求めている税であり、所得課税に次ぎ、日本において重要な税源となっている。消費課税のなかでも、広く一般に負担を求める一般消費税が大半の割合を占めており、今日では増税が叫ばれている。その消費税には、逆進性の問題、軽減税率導入の声、インボイス方式、益税の発生、国際課税の問題が挙げられる。それらの問題のなかでも、国境を越えた電子商取引における課税問題を取り上げ、一般的に公平とされることが多い消費税が、日本の電子商取引において与える課題について論文を進めた。

次に、インターネットによる電子商取引では、オープン性、リアルタイム（即時性）、インタラクティブ（双方向性）、グローバル・ボーダーレス、マルチメディア<sup>2</sup>により、拡大された取引を可能にし、デジタルな財やサービスという無形の新たな財を生み出している。本稿では、経済産業省による電子商取引の定義である「インターネット技術を用いたコンピュータ・ネットワーク・システムを介して商取引が行われ、かつその成約金額が捕捉されるもの<sup>3</sup>」を基にして、電子商取引をインターネット等の電子的な媒体を通して行われる取引として考えていく。

<sup>1</sup> 加藤寛『わが国税制の現状と課題-21世紀に向けた国民の参加と選択-』大蔵財務協会 2000年

<sup>2</sup> 根田正樹『電子商取引の法務と税務』ぎょうせい 2002年

<sup>3</sup> 「電子商取引に関する書状調査報告書」経済産業省HP (<http://www.meti.go.jp>)

今日、企業や消費者の経済活動は、電子商取引を用いることで、国境を越えたグローバルな取引を可能にしている。経済産業省で公表している電子商取引の市場調査<sup>4</sup>によると、日本における2007年の企業間の電子商取引は前年に比べ、9.3%増加している。また、消費者向けの電子商取引でも前年に比べ、21.7%増加している。2005年のデータと比較してみても、年々増加傾向にある。この結果を見ても、今後ますますインターネットによる電子商取引は広がっていくことが考えられる。電子商取引による国際的な取引が広がる中、電子商取引は匿名性が高いことにより、国際的な取引になると税を徴収できないという問題を生み出した。つまり、インターネットを介した取引では消費税が課されないという問題が生じたのである。国境を越えたデジタルな無形の財による電子商取引は、税関を通らず、事業者から消費者への直接取引が多くなるが、それに対して日本の消費税法は対応しきれていない。日本の消費者が国際的な取引をした場合、有形の物品であれば税関（保税地域）を通る際に課税を行うことができるが、デジタルな無形の財を購入した場合、税を課すことができない。国際的な電子商取引における規定が確定されておらず、電子商取引への課税がされない問題が生じている。そこでその問題に対して、EUやアメリカでの現状について検討した。アメリカでは、州税・地方税である小売売上税を採用しているが、広大な面積を持つがゆえに、まずアメリカ内において取引への課税問題が見られた。EUでは、VAT（付加価値税）を採用しており、VATが貴重な税源となっていることから、電子商取引に対しても既存の取引と同様に、できる限り税を徴収する姿勢がある。共通認識としては、電子商取引のような国境を越えた取引では世界的なルールを検討していかなければならない<sup>5</sup>。各国の様々な経済状態を考えた上で、国際的な電子商取引の発展に伴う課税制度をどのように構築し、執行していくのかについて、さらに考えていく必要がある。電子商取引の発展を妨げようとする課税問題の解決に向け、国家間の協力を得て、早急に取り組んでいく必要があると考えられる。日本も例外ではなく、電子商取引が発展しているにも関わらず、その対策が遅れている。日本では、研究会などの多くのチームを設置して、電子商取引の推進を図っているが、これらの活動はほぼ推進を図るものであり、電子商取引課税に対しての具体的な対策はなされていない。日本の政策としても、OECD租税委員会における議論に積極的に参加し、電子商取引の発展を妨げないようにしながら、取引の実態を把握していかなければならない<sup>6</sup>という意見も出ている。

OECDでは、電子商取引への課税方法として、自己申告・登録制・送金システム・源泉徴収システムなどが提案されている。自己申告では、消費者が自国の課税当局に他国の事業者から受け取った無形の財に対する付加価値税を自主的に申告し、付加価値税を納付する。しかし、アメリカとEU・日本における課税方法が異なっていることや、消費者が申告するという意識を新たに持たなくてはならず、方法としては適していないと考えている。登録制は、事業者を消費地国において事業登録させ、事業者が消費税を徴収し、消費地国の課税当局に納税する。登録制では、事業者の取引を把握すればよく、課税当局は登録した事業者から確実に税を徴収できる。しかし事業者は、電子商取引を行った消費地国すべてに登録をすることになり、事業者への負担が非常に大きく、電子商取引を発展させ

<sup>4</sup> 「平成19年度電子商取引に関する市場調査」経済産業省HP(<http://www.meti.go.jp>)

<sup>5</sup> 細木宏和 若山浩司「電子商取引に対する消費課税の課題-米国とEUの経緯と現状-」『四国大学経営情報研究所年報』第11巻2004年

<sup>6</sup> 「電子商取引と税制」財務省HP(<http://www.mof.go.jp>)

ることを阻害する恐れがある。送金システムは、登録制と同じように事業者が消費税を徴収するが、登録をする必要がなく、事業者が自国の課税当局に納税し、その後課税当局が消費地国の課税当局に消費税を送金する仕組みである。この方法では、各国間の協力体制をすぐにでも強めていく必要がある。源泉徴収システムは、事業者と消費者の間にある金融機関に税を徴収させるシステムである。この方法では、金融機関によって確実に税を徴収することができ、事業者や消費者にも負担がかからず、課税のシステムとしては最も理想的なシステムであるとされている。しかしこの方法では、金融機関に支払われた送金のうち、どの送金が電子商取引によるものなのかについて判断できない<sup>7</sup>ことや、電子商取引における匿名性により、送金者が企業なのか消費者なのかかわからず、なりすましによる問題も懸念される。課税においては、租税原則である「中立・公正・簡素」について考慮<sup>8</sup>していかなければならない。それぞれの方法の問題をまとめてみると、自己申告では、消費者の意識問題が関わるため可能とはいえない。登録制では、短期的な導入としてはよいと考えるが、登録された国をすべて把握していくのは難しい。送金システムは、課税当局の負担が大きすぎる。源泉徴収は、最も理想的なシステムといえるが、匿名性の問題がある。これらをもて、OECDによる4つの提案から一つの方法のみでは電子商取引課税の解決には至らず、限界があるといえる。現時点においてはどの方法でも簡素性に欠け、導入は不可能であるが、日本において実行するとすれば「登録制」が最も妥当ではないかと考えている。ただし登録制を採用したとしても、登録数が膨大となることや、各国での登録が必要となるため、国際的な協力が必要とされる。また、最終的に登録を行わなかった事業者にとっては、課税問題の解決には至らないのではないかとも思える。様々な議論はあるが、OECDによって提案されている方法から一つの方法のみを実行しても、多くの問題が残り、どの方法にも限界がある。そこで今後、長期的な視点で電子商取引に課税するとすれば、技術的な課税徴収ソフトウェアなどの開発<sup>9</sup>が今後望まれる。電子商取引課税においては、課税問題とともに、匿名性や消費者保護等の電子商取引における問題点も解決できるようなソフトウェアの開発が行われ、OECDによる一般原則及び、租税原則を満たすような方法が望まれる。

さて、最後に本稿についてまとめ、終わりにしたい。本稿では国際的な電子商取引における消費課税問題について、日本における課題を中心に考察してきた。日本において消費税は比較的公平な税と認識されているが、国境を越えた場合の消費税には公平とはいえない問題がある。日本では電子商取引の国際化が進んでいる一方で、電子商取引課税における対応に遅れていることや、現時点において電子商取引が非課税的な扱いになっていることも問題である。日本でも、重要な税源となっている消費税であるが、今後もますます電子商取引が発展すれば、重要な税源を失うことにもなりかねない。日本は重要な税源である消費課税を維持するためにも、日本における消費税の問題点を解決しつつ、国際的な取引に関わる消費税問題について、もっと国際的に協力し、対策を進めていくべきだと考える。そして、電子商取引への国際課税の問題に対して、積極的に参加していくことが必要であると考えられる。本稿での考察において、日本でも電子商取引課税に対して早急な対応が望まれていることを明確にすることができた。今後もその動向に注目していきたい。

<sup>7</sup> 黒澤盛章「新しい市場形態の発展による消費税制のあり方-デジタル財の電子商取引-」『経済研究』第7号 2006年

<sup>8</sup> 加藤 寛『わが国税制の現状と課題-21世紀に向けた国民の参加と選択-』大蔵財務協会 2000年

<sup>9</sup> 渡辺智之『インターネットに関連する課税上の諸論点』大蔵省財政金融研究所 1999年