

越境経済下での競争環境の整備について

2021年5月14日



産業構造の現状認識と将来予想

日本における産業構造の進化

過去

1次産業→2次産業

農林水産業から
製造業へ



産業の
変化

現在

3次産業

サービス産業へ
更に情報通信が重要に



インターネットが消費者向け新サービスを
創出(例: EC、オンラインバンキング)し、
徐々に普及

ソフトとハードの分離により、多様なソフト
ウェアでの技術・サービスが進化
(例: Windows)

高速通信網が消費者の生活や
ビジネスにおける必需品へ

未来

全産業

あらゆる産業で、データ・AI
IoT(ロボット・ドローン等)が必須に



デジタルによる価値創出が
消費者向けサービスでより加速、
産業向けでも急速に変革をもたらす

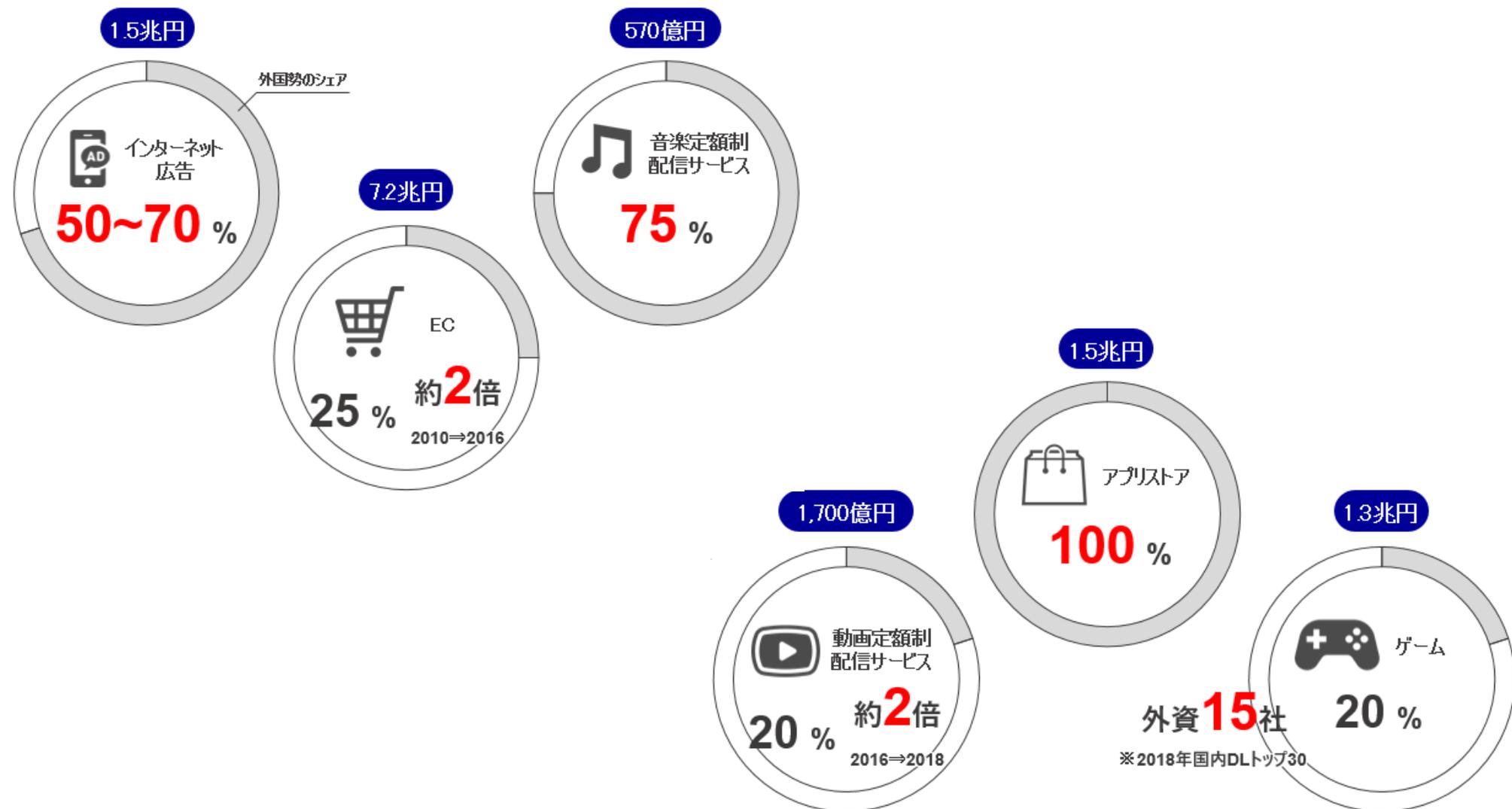
アプリとOSの分離が
新たな価値創出に必要
(例: App Store, Play Store)

超高速ブロードバンド網
(光ファイバー、5G)が、
価値創出の前提

あらゆる産業・
消費が大きく
変革・進展

『越境経済』の実態(2019年当連盟提言時調査資料より)

ネット関連の国内市場では外国勢のシェアが拡大



越境経済下での問題の全体像

◆市場環境の変化によって、日本市場における国内企業と海外企業との間でアンフェアな競争環境の問題などが顕在化

市場環境
の変化

①デジタルプラットフォームの生活への浸透

②スマホファースト時代
に突入

③外資シェアの拡大

問題の
所在

「アンフェアな競争環境」、「競争政策上の問題」などが顕在化

具体的
な問題

法の域外
適用
執行

アプリ
ストア寡
占問題

課税

参入
障壁

著作権

買収

(出典) 2019年3月提言『海外デジタルプラットフォームを巡る諸課題と対応策』等より抜粋

法の域外適用、執行問題①

<域外適用・執行>

- ◆外国企業に対する法の域外適用と執行が十分ではないため、**国内企業と外国企業**の間に、**コスト面などでの不平等**が生じている

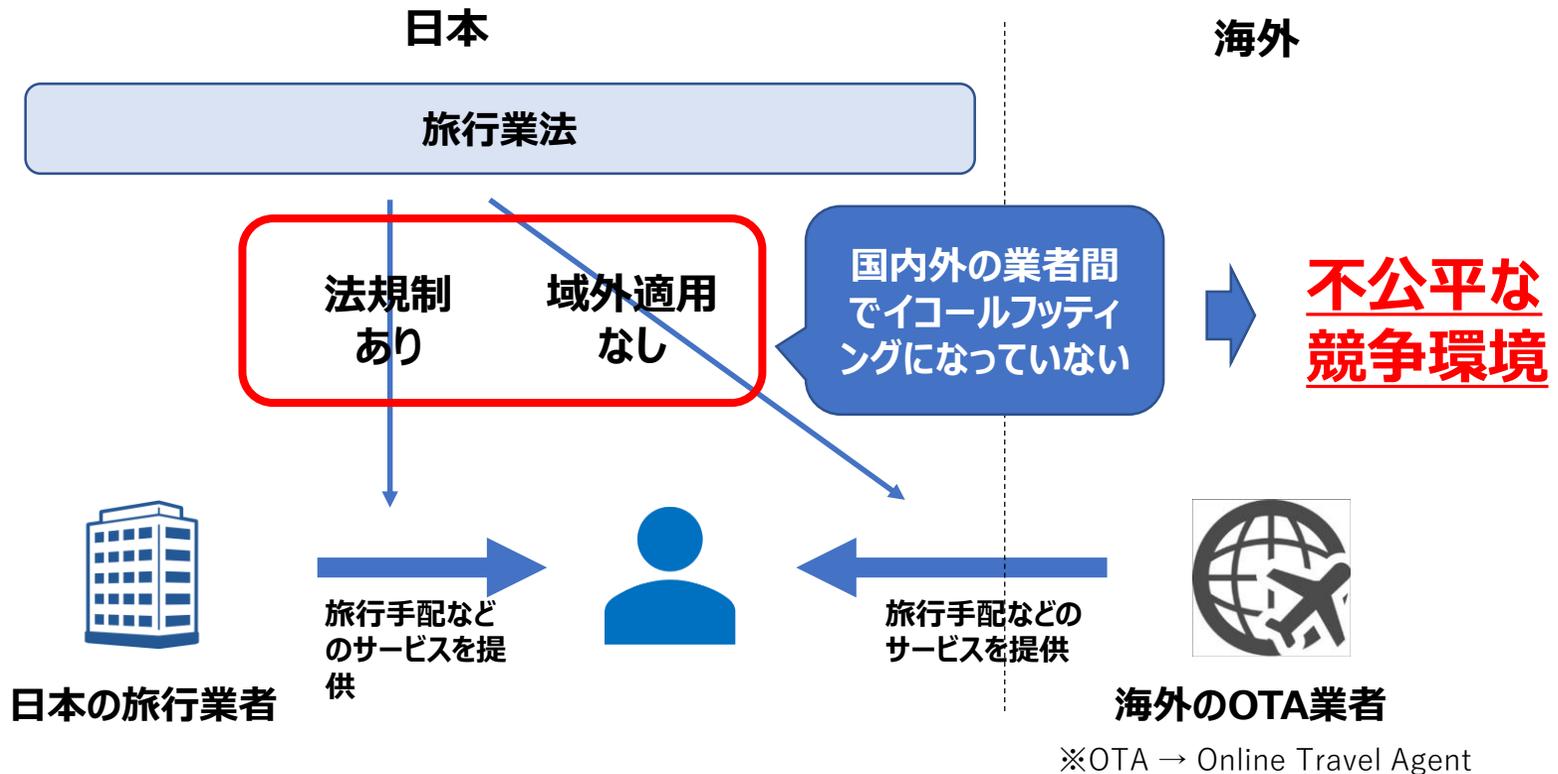
(対応策)

- ◆国内法令については「**域外適用・執行をデフォルト化**」する**関係法令一括整備法**を制定すべき

(出典)2019年3月提言『海外デジタルプラットフォームを巡る諸課題と対応策』等より抜粋

【参考事例】 旅行業法

- ◆ 日本企業と外資企業で法適用や執行に差（規制対応コストに差）
- ◆ 例えば、旅行業法では海外OTA事業者には域外適用がなく、不公平な競争環境となっている



(出典)2019年3月提言『海外デジタルプラットフォームを巡る諸課題と対応策』等より抜粋

法の域外適用、執行問題②

<執行の強化>

◆法の実効性担保のための**執行強化策**は不可欠。法適用できても執行できていないケースあり。**情報収集強化、体制強化**を強化する**新法を制定**すべき

① 情報収集の強化

➤ 会社法817条の厳格適用

会社法817条の「外国企業の日本における代表者を定めること」等の規定を厳格運用。加えて新法により違反業者への業務停止命令、日本からの国際送金禁止等の罰則追加

➤ 国内法人への資料提出義務の強化

海外企業と実質的に支配関係のある日本法人に対し、税務関連などに関わる資料提出を求める権限を強化。従わない場合には課徴金を設ける

➤ 日本国内で得た情報については国内サーバーへの保存を義務付け

② 執行機能の強化

➤ 裁判の国内管轄権

日本の消費者にサービスを提供する外資企業の国内法義務違反については、日本の準拠法に基づき管轄権を国内裁判所に定める

➤ 「国際執行庁」の創設

各執行省庁が持っている外国企業への権限を一元化し、専門人材を加えたうえ、執行を横断的に一括で担当することによって、執行強化をはかる

(出典)2019年3月提言『海外デジタルプラットフォームを巡る諸課題と対応策』等より抜粋

参入障壁問題

<中国市場の参入障壁>

- ◆ **日本企業の中国市場参入は困難**だが、中国企業は日本市場に参入
(具体的な事例)

- 日本のゲーム企業が**中国へ進出するには規制が多く困難**だが、中国から日本には参入可能な状態。中国での資本力をベースに日本で認知広げ数年後に資金を回収することなどもできる状態
- モバイルゲーム業界における**売上トップ30社のうち外資が多数を占めており、特に中国企業の売上が急増**。またDL数では**トップ30社のうち外資が急伸**しており、将来的な売上可能性を考えるとかなりの脅威

(対応策)

- ◆ 相互主義原則にもとづき、**日中交渉による「参入障壁」の取下げ**要求
- ◆ 参入障壁を続けるならば**日本でも同等の規制を課す** (中国企業が日本市場に参入する場合は、日本企業との合弁企業を立ち上げない限り事業ができない等)

【参考事例】 ゲーム市場の参入障壁

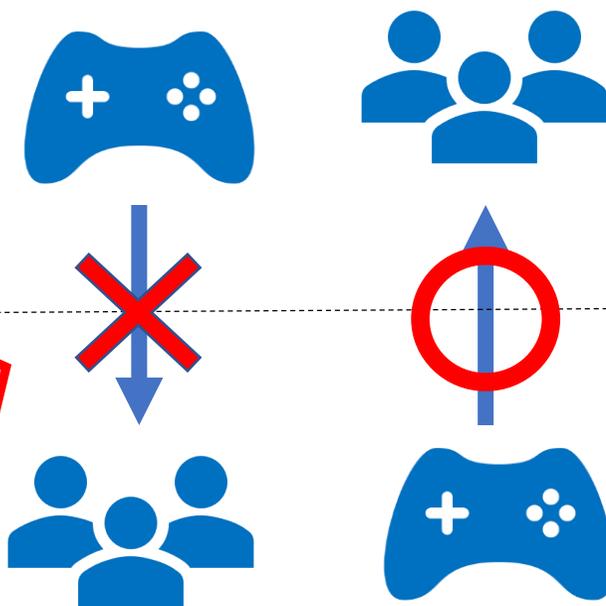
◆ 日本企業の中国市場参入は困難だが、中国企業は日本市場に参入

<日本企業が中国で配信するのは困難>

- ① 中国の現地販売会社との契約が必要
- ② 中国政府による承認が必要

※順守すべきレギュレーションは多数で複雑。承認までの手続きコストが膨大

日本のスマホゲーム市場



<中国企業は日本市場にどんどん進出している>

- ✓ セールスTop100に中国ゲームが18タイトルで、売上総額は約429億円（前年同期比62.5%増）
- ✓ ダウンロードランキングTop100の内、日本産のスマホゲームは36作で、残りの64作は全て海外産

中国のスマホゲーム市場

※2019年3月-6月「Sensor Tower」より

(出典)2019年3月提言『海外デジタルプラットフォームを巡る諸課題と対応策』等より抜粋

著作権問題

◆中国のインターネットメディアは**違法な著作物**で成長、収益化

(具体的な事例)

- 中国企業は**違法な形で著作物アップロード**するなどして、ユーザー数を獲得、広告などでマネタイズ。日本企業がきちんと著作権法を遵守している中、**競争環境の不平等が発生**

(対応策)

- ◆ 著作権法の域外適用の厳格化、リーチサイト対策の徹底

(出典)2019年3月提言『海外デジタルプラットフォームを巡る諸課題と対応策』等より抜粋

課税問題に対する基本スタンス

- ◆ 海外デジタルプラットフォームが**日本企業やユーザーから創造した価値への課税が不透明**。そうした企業が安い税率の国で納税すると競合する**日本企業は不利（日本の税率で真面目に納税する日本企業は対等に戦えない）**。
- ◆ 海外デジタルプラットフォームは合同会社の名の下、**情報開示が不十分**。

<参考：法人税負担率の比較>

- ✓ 伝統的なEUの企業は20.9%に対し、**国際的なデジタル企業は8.9%** ※欧州委員会試算
- ✓ 米IT（情報技術）4社の会計上の税負担率は平均約15% ※日本経済新聞試算
- ✓ 日本企業の会計上の税負担率は28.3% ※同上

（対応策）

- ◆ 海外企業が**日本の企業・ユーザーから創造した価値には日本サイドが課税**し、課税のイコールフットイングを担保する
- ◆ 「日本の税率を適用した場合の推計値」と「現実の課税額」の差額を把握するため、財務省が**外国勢のタックスギャップを試算し毎年公表**

国際的議論に対する考え方

- ◆ OECD/G20での国際的合意に基づく新たな枠組が、①profitベースの課税におけるイコルフットディングの実現、②国際課税にかかる不確実性の排除に資するか、という観点から、引き続き注視と検証が必要。

<OECD提出意見の概要>

2019/03

- ◆ 新しい国際課税ルールへの合意は不可欠。
- ◆ 経済全体がデジタルとなる中で、デジタルセクターと非デジタルセクターを線引きすることは現実的でなく、future-proofなルール及び定義への合意が必要。
- ◆ 新しいルールは、企業に複雑な実務的負担や莫大な遵守コストを強いるものであってはならない。
- ◆ 二重課税を回避するルールと実効的な紛争解決メカニズムの確立により、二重課税リスクを回避・低減させ、企業にとっての確実性を高めるべき。

2019/11

- ◆ デジタルサービスの売上に課税する措置を取る国が出現。事業者にとって過度な事務負担となるだけでなく、イノベーションを阻害し、競争力を失わせる恐れ。
- ◆ OECDによる新しい課税ルールに向けた取り組みは、そうした措置の乱立に対処するうえで重要。
- ◆ 企業に複雑な実務的負担や莫大な遵守コストを強いるものであってはならない。
- ◆ 2020年末までの合意が実現すれば、事業者にとっての確実性が向上。
- ◆ 対象範囲の定義はできる限り明確にされるべきであり、それにより統一的な解釈と実効性の向上が期待できる。
- ◆ Nexusは物理的存在に拠らず、一定の定式に基づく売上に依拠するが、同定式の定義について議論を進めるべき。
- ◆ グループ利益等の算定・決定においては、セグメンテーション、損失の扱い、会計基準間の調整等を考慮したルール・定義が確立されるべき。
- ◆ 二重課税防止及び紛争防止・解決のため、法的拘束力あるメカニズムが確立されるべき。

2020/12

- ◆ Pillar 1のスコープについては、閾値テストにおける段階的アプローチを支持。まずは十分に高い売上閾値を設定することで税務当局が管理可能な程度に対象企業数を絞り、将来の対象拡大はレビュー等を行ったうえで段階的に実施すべき。
- ◆ 複雑性に起因する税務当局及び対象企業への事務負担の大きさに鑑みた場合、Pillar 1とPillar 2の同時導入・実施は現実的ではなく、Pillar 1の導入の後、Pillar 2を導入するといった段階的な導入・実施が望ましい。

DSTを巡る論点①競争環境へのインパクト

- ◆法人税を支払う国内企業がDSTの対象となり、増税となる場合には、競争環境にマイナスとなる可能性（グラフ①）。
- ◆DST税額を法人税額から全額控除する等の措置がない限り、競争環境は改善しない（グラフ②）。

<グラフ①>

日系プラットフォーム
フォーム A



多国籍プラットフォーム
フォーム B



<グラフ②>

日系プラットフォーム
フォーム A



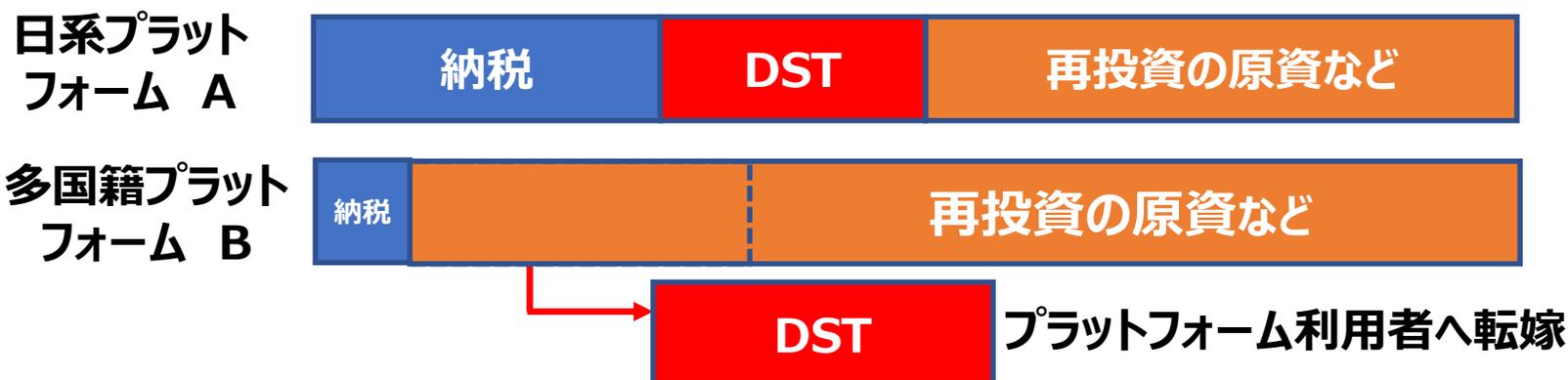
多国籍プラットフォーム
フォーム B



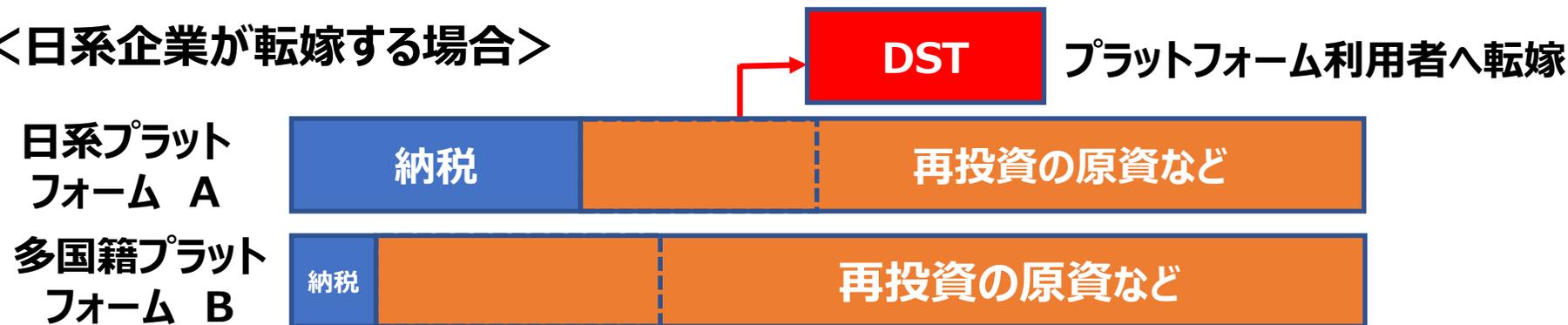
DSTを巡る論点②負担の転嫁

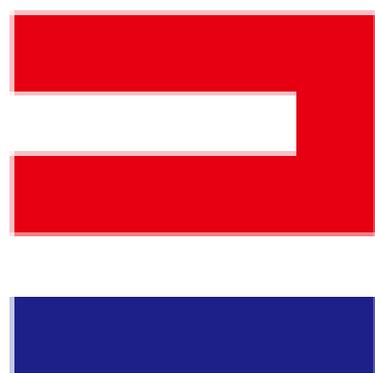
- ◆一部の多国籍オンラインプラットフォームは、DST導入済（あるいは予定）の国において、DSTによる負担をオンラインプラットフォームユーザーに転嫁することを明言。
- ◆転嫁される場合、ローカルなプラットフォームユーザーや最終消費者の負担が増加。転嫁可能なオンラインプラットフォームの納税額はDST導入前と変わらない可能性。
- ◆市場で優位な立場にある企業は転嫁できるが、顧客離れ等を懸念して転嫁できない企業もあり、前者の市場優位性を固定化する恐れ。

<日系企業が転嫁しない場合>



<日系企業が転嫁する場合>





新經濟連盟

Japan Association of New Economy