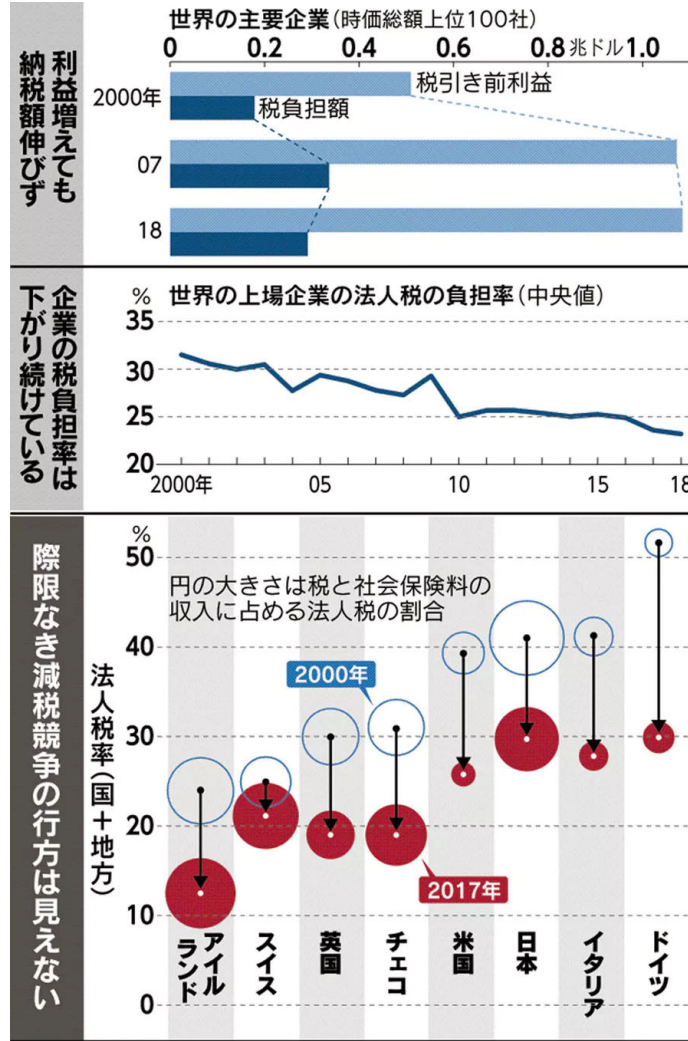


法人税、どこに消えた デジタル経済、捕捉しきれず

チャートは語る

2019年6月9日 2:00 [有料会員限定]

企業の利益が増えても法人税収が伸びない。そんな傾向が世界で一段と鮮明になっている。国境なきデジタル経済では企業の活動は国の捕捉を飛び越え、納付先は税率の「底辺」に移っていく。福岡市で始まった20カ国・地域（G20）財務相・中央銀行総裁会議は正面からこの問題に切り込むが、各国の利害が一致するのには予断を許さない。



出所はQUICK・ファクトセット、OECD、各国当局など。利益、税負担額、税負担率は金融や赤字企業などを除く。18年は直近四半期含む。各国法人税率は法定ベース、直近値は原則17年、日米は18年



QUICK・ファクトセットのデータから世界の時価総額上位100社の利益や法人税の負担率をみると、2000年代までは利益が増えれば負担額も増える傾向が強かった。その関係は10年代に崩れる。世界的上場企業の税引き前利益に対する税負担の比率は、00年の30%強から18年の23%へと急低下した。企業の税負担はそれだけ軽くなっている。

「Race to the bottom（底辺への競争）」と呼ぶ国際的な税率引き下げ競争が大きい。先行したアイルランドの場合、法定税率を03年までに12.5%に下げ、17年の税・社会保険料に占める割合は経済協力開発機構（OECD）平均の約8%を上回る12%超に達した。スイスなども減税後、法人税収の割合を高めた。

その後、欧州の主要国が追いかけ、18年には米国が連邦法人税率を一気に21%に下げた。減税をデコに企業活動を刺激し、最終的に税収増に結びつける。そんな「負けるが勝ち」の成功パターンをもくろんだが、思うように税収入を伸ばせていない国も多い。

理由は経済のデジタル化にある。グーグル、アマゾン・ドット・コム——。デジタル企業が生む価値の源泉は、製造業が中心だった時代の工場などの「モノ」から、ブランドやノウハウ、顧客データといった無形資産に代わった。

工場などの物理的な拠点がある製造業なら、どこで稼いでいるかをつかみやすい。デジタル企業の場合、サービス利用やお金の流れは見えにくい。知的財産権を低税率国に移し、各国の現地法人がそこに使用料を払う形にすれば、大胆な節税も可能になる。

しかもデジタル経済は基盤を制した企業が巨額の利益を得る「勝者総取り」の世界だ。国際通貨基金（IMF）が27カ国の約100万社を調べたところ、00年以降、上位1割を占める特定の企業が収益を3割以上伸ばした半面、その他の企業は横ばいだった。

日本はどうか。消費増税が進まなかったため税収などに占める法人税の割合は高く出やすいが、まだ旧来型産業が中心で所得が捕捉しやすい面もある。デジタル化が進めば安閑とはしていられない。

8日始まったG20会議ではデジタル課税の国際ルール見直しが主要テーマの一つになった。会議に先立つシンポジウムで議長役の麻生太郎財務相は「各国が共通のアプローチを取るべきだ」と訴え、米国のムニューシン財務長官は「我々には強いコンセンサスがあると思う」と応じた。

方向性はみえてきた。物理的な拠点やモノの取引がなくても、サービス利用者が多い場所に税金が渡るようにする。際限ない減税競争を防ぐため、世界共通の最低税率をつくる。対立点も多いなか、20年1月までの大枠合意をめざす。「フクオカ」は新ルールへの弾みをつけた地として名を残せるのか。税制の国際協調は正念場を迎えた。

（八十島綾平、北爪匡、真鍋和也、小森谷有生）

法人税 高度な節税策とる例も

企業がその事業を通じて生み出した所得に対してかける税。日本の財政では、所得税や消費税と並んで税収の柱を担う「基幹税」の一つと位置づけられる。日本に拠点を置く企業の国内外での稼ぎが対象となる。消費税などと比べると、海外での事業内容の把握に手間がかかるうえ、専門性も高く、課税対象を正確につかむことが難しい面もある。

近年はIT（情報技術）の発展とビジネス全体のデジタル化が進み、当局が企業の所得を正確に把握することが一段と難しくなっている。税をコストととらえる欧米企業を中心に、高度な節税策を講じるケースも増えた。2010年代前半から「BEPS（税源浸食と利益移転）」が国際問題となり、20カ国・地域（G20）が対応を進めてきた。

欧州などでは、ITや製薬などの多国籍企業の税負担が著しく低いことへのいらだちを背景に、制度としての法人税の限界を指摘する声も出ている。より把握しやすい「売り上げ」への課税にシフトすべきだとの意見もあり、英国やフランスなどがIT企業に狙いを絞った売上税の導入を予定している。