

中国人の「爆買い」はいつまで続くのか ～「消費流出」にブレーキをかける措置が検討中

中国投資銀行部
中国調査室

メインピックス2

中国人の「爆買い」はいつまで続くのか～「消費流出」にブレーキをかける措置が検討中2

- 商務部は2016年2月に開かれた記者会見で、2015年中国の出国者数は1億2,000万人に達し、宿泊、交通やショッピングなどの消費総額は1兆5,000億元にのぼり、そのうち、買物代は7,000億～8,000億元となったことを明らかにした。日本では中国人旅行者の買い物ブームが「爆買い」と言われて話題を呼んだ一方、中国国内においては、「消費流出」が一つの課題として取り上げられており、人々の需要に対する消費を国内に取り戻すため、商務部は免税店の増設や一部の輸入品に対する関税削減などの措置の実施を検討している。
- 中国政府は一連の措置を通じて、「国内商品市場の強化」と「海外商品購入に対する利便性の向上」という二つの面で国内の市場環境の向上を目指している。しかし、越境EC小売輸入に対する監督管理の強化や「行郵税」改革などの動向から見れば、政府は越境EC小売輸入を徐々に一般貿易の方向に導いていると見られる。越境EC小売輸入によって購入する場合、価格優位性が失われる可能性もなくはない。そのため、個人での購入に対しては、国内外の価格差が存続する限り、海外旅行による「爆買い」の魅力は色褪せないと思われる。

プロフェッショナル解説(税務会計) MAZARS/望月会計士8

BEPS 租税条約濫用の防止～その中国における対応、日本における対応、日中間取引における注意点8

- 今回は租税条約にかかわるお話です。
- 国際税務の世界では、1900年代初頭から欧州諸国を中心として2国間条約を締結することにより自国の課税権を調整し、グローバル経済の発展を阻害する国際的2重課税を排除することを主要な目的としてその発展を遂げてきました。しかしながら、近年の多国籍企業の超巨大化及びボーダレス化並びにインターネットの普及によるバーチャルエコノミー化等の急速な進展に伴い、一部の企業は、租税条約の枠組みを逆手にとることにより、税負担低減の目的に使用するようになりました。トリートショッピング(第三国の居住者が形式的に締約国の居住者となること等により条約の特典を濫用すること)に代表されるこれらの行為は、当初の租税条約の目的を逸脱するものであり、BEPS 行動計画6では、これらの租税条約の濫用を防止する方法について議論がなされています。

BTMUの中国調査レポート(2016年3月)11

メインピックス

中国人の「爆買い」はいつまで続くのか～「消費流出」にブレーキをかける措置が検討中

商務部は2016年2月に開かれた記者会見で、2015年中国の出国者数が1億2,000万人に達し、宿泊、交通やショッピングなどの消費総額は1兆5,000億元にのぼり、そのうち、買物代は7,000億～8,000億元となったことを明らかにした。日本では中国人旅行者の買い物ブームが「爆買い」と言われて話題を呼んだ一方、中国国内においては、「消費流出」が一つの課題として取り上げられており、人々の需要に対する消費を国内に取り戻すため、商務部は免税店の増設や一部の輸入品に対する関税削減などの措置の実施を検討している。

I. 日本における「爆買い」から見る中国の「消費流出」

中国の2015年における経済成長率は6.9%と25年ぶりの低水準を記録した。経済の下振れ圧力が高まっている中、投資(固定資産投資と不動産投資)、輸出、消費の伸びは軒並み減速しているが、投資や輸出に比べて、消費の落ち込みはそれほど大きくなく、10.7%増と2桁の伸びを維持した(図表1)。また、2015年には消費の経済成長率に対する寄与度が66%を超えた。痛みを伴う構造改革によって投資や輸出は減速しかねないため、経済成長の駆動力として消費の堅調さを保つことが重要となってくる。2015年の社会消費財小売総額は30兆931億元であったのに対し、海外における買物代(7,000億～8,000億元)は社会消費財小売総額の2.5%に匹敵する。これらから、中国の中高所得層の海外消費は無視できないほどの規模まで発展してきていることを商務部が強調した。

【図表1】中国経済成長率(前年比)			
項目	2013年	2014年	2015年
GDP	7.70%	7.30%	6.90%
工業生産	9.70%	8.30%	6.10%
固定資産投資	19.60%	15.70%	10.00%
不動産開発投資	19.80%	15.70%	1.00%
消費	12.50%	12.00%	10.60%
輸出	7.90%	6.10%	-1.80%
輸入	7.30%	0.40%	-13.20%

出所: 国家統計局公表データにより当行中国調査室作成

国連世界観光機関(UNWTO)の「2015年世界旅行報告」によれば、中国人の海外旅行者数は世界一となり、2014年の中国人旅行者による海外での消費総額は1,650億ドル(1兆135億元)と前年比27%増加した。また、中国人旅行者が世界全体の観光収入の13%を創出した。2015年も中国人海外旅行者の消費総額は1兆5,000億元とさらに上昇し、人民元建てで2014年比48%も増加した。なお、消費総額の半分ほどを占めるのは海外での買い物代となっている。近年では、旅行先となっている各国が中国人観光客の購買力の高さを認めるに至っている。

2015年中国の消費者によるぜいたく品の消費額は1,168億ドルに達し、世界全体におけるぜいたく品販売額の46%を占めた。そのうち、910億ドル(5,668億元)は海外での消費額となっている。こうしてみると、海外における買い物代の7,000億～8,000億元のうち、70%～80%はぜいたく品の購入によるものであったことがわかる。商務部によれば、中国人による海外消費の大部分は中高所得層によって行われたもので、購入品目別で見ると、過去のぜいたく品、高級ブランド品から、コストパフォーマンスが高く、品質のよい日用品に転移しつつある傾向がある。日用品の購入は金額から見れば全体額の20%～30%しか占めていないが、日用品の平均価格がぜいたく品をはるかに下回っているため、購入量はかなり大きいと推測できる。商務部はこれに関して具体的な数字は発表していないが、2015年に数多くの中国人観光客が温水洗浄便座を購入することがメデ

エアに取り上げられて話題になったように、そういった傾向は窺えるだろう。次に、日本の統計データを通じて中国人による海外での買物の動向を見てみよう。

日本では、中国人観光客による猛烈な購買行動から「爆買い」という流行語まで生み出された。日本の観光庁の統計によると、2015年に訪日した中国人観光客数は499万3,805人に達し、前年比107.3%と大幅に増加した。国籍・地域別に旅行消費額を見ると、中国人観光客の旅行消費額は1兆4,174億円と初めて1兆円を超え、また他国も含めた消費額全体の4割を占めており、2014年の消費総額の2.5倍となった。費目別に旅行消費額を見ると、中国人観光客の買物代は8,089億円とほかの国・地域を大幅に上回っており、買物代が旅行消費額全体に占める割合は57%にも達した(平均値は41.8%)。

一人当たりの買物代(購入者単価)を見ると、中国は1人当たり16万7,457円にも達し、ほかの国・地域とは桁違いの購買力を示した(図表2)。品目別で中国人観光客による日本における買物消費の傾向を見ると、2012年から2015年までの間、電気製品・服・カバン・靴や化粧品・医薬品・トイレタリーの購入率の上昇が顕著であった。逆に減少したのは、カメラ・ビデオカメラ・時計(10ポイント減)、和服・民芸品(7.5ポイント減)、菓子類(6.9ポイント減)となった(図表3)。

国籍別	購入者単価:円/人	購入率
中国	167,457	99.9%
ベトナム	91,880	93.6%
タイ	61,163	96.9%
シンガポール	57,207	94.0%
オーストラリア	42,321	93.3%
ドイツ	41,816	78.8%
カナダ	41,256	91.4%
米国	38,555	88.4%
英国	37,614	89.4%
フランス	32,717	93.8%
イタリア	30,103	95.4%
韓国	23,527	96.3%

出所:日本観光庁の統計(2015年第4四半期)より当行中国調査室作成

考察期間	趨勢	分類	2012	2013	2014	2015年第4四半期
2012年~2015年	↑	買い物	98.4%	98.8%	99.1%	99.9%
	↓	菓子類	74.0%	77.8%	76.5%	67.1%
	↑	その他食料品・飲料・酒・たばこ	54.8%	56.6%	54.9%	60.7%
	↓	カメラ・ビデオカメラ・時計	30.4%	29.3%	26.1%	20.6%
	↑	電気製品(パソコン、音響機器など)	25.6%	32.1%	36.7%	37.4%
	↓	和服(着物)・民芸品	15.6%	13.0%	11.5%	8.1%
2012年~2013年	↑	服(和服以外)・カバン・靴	36.4%	43.0%	44.5%	48.3%
	↑	化粧品・医薬品・トイレタリー	68.4%	71.8%	-	-
2014年~2015年	↓	漫画・DVD・アニメ関連商品	11.2%	10.5%	-	-
	↑	化粧品・香水	-	-	62.8%	75.9%
	↑	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	-	-	50.2%	72.1%
	↓	漫画・アニメ・キャラクター関連商品	-	-	13.7%	10.5%
	↓	書籍・絵葉書・CD・DVD	-	-	11.9%	9.0%
		その他買物代	14.9%	9.9%	5.4%	4.0%

出所:日本観光庁の統計より当行中国調査室作成

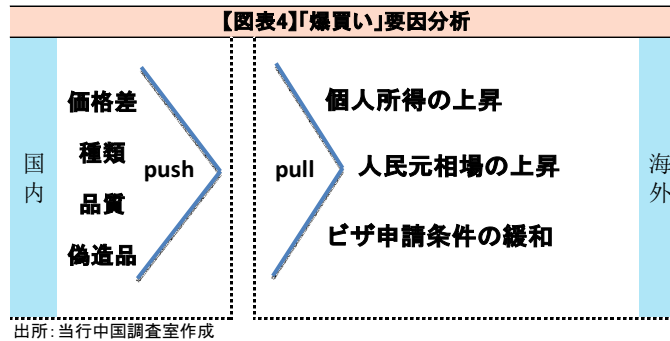
注:統計項目は2014年から変更されたので、動向は2段階に分けて別々となっている。

商務部が「消費流出」を問題視しているのは、海外旅行による買物消費額の上昇だけでなく、「代購(最終的な消費者の代わりに海外において代理購入すること)」を通じた海外における買物代の一部は統計に収められていないことも関連していると思われる。「淘宝」や「微商」のようなC2C電子商取引プラットフォームによって、海外在住の個人も「代購」を行うようになり、関税、消費税や増値税などの税金が避けられるため、かなり低価格で海外商品を提供しており、「密輸」に近いこの部分の消費額は明らかにされていない。最近、税関管理の規範化などによって「密輸」への取り締まりを強化する動きや越境ECにおけるB2Cの活躍によって、個人による「代購」の市場は縮小する傾向が見られるが、「消費流出」を考慮するうえで無視できない構成要素であると見られる。

¹ 旅行消費額の費目別の分類には、宿泊費、飲食費、交通費、娯楽サービス費、買物代およびその他が含まれている。

II. 消費が海外に流出する要因

中国人の海外での「爆買い」にはプル要因とプッシュ要因がある。個人所得の増加によって、中国人は海外旅行に出る余裕を持つようになっている。これに加え、人民元相場の上昇は人々の海外での購買力をさらに向上させ、海外における買物に対するモチベーションを引き上げた。購買意欲が高い中国人観光客を引き付けるために、世界各国はビザの申請条件を次々と緩和し、中国人にとっては海外旅行がますますしやすくなっている。一方、中国国内においては、輸入商品が海外に比べて割高であること、商品の種類の不足や偽造品の横行などの問題に悩まされて、人々は海外で消費をするようにプッシュされている。



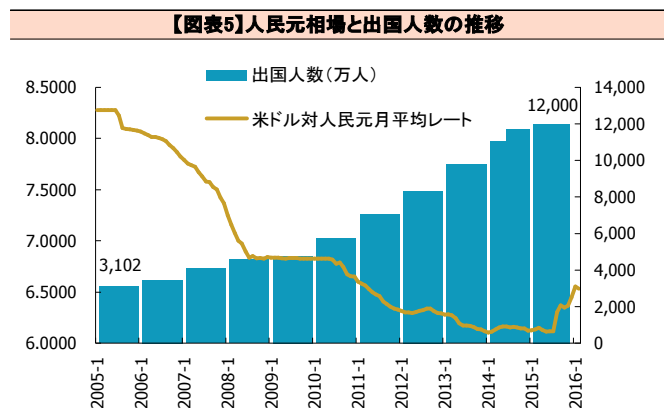
個人所得の増加

2015年、中国の一人当たりGDPは8,000ドル前後に達し、一部の東部沿海都市の一人当たりGDPはすでに10,000ドルを超えている。2012年以降、住民所得の成長率は3年連続でGDPの伸び率を越えている。中国は日本のような家計調査を行っておらず、中高所得層の割合や人数はまだ明らかにされていない。西南財経大学による中国家庭金融調査(略称CHFS)の2015年における結果によると、中国の中産階層(純資産は5万~50万ドル)が成人人口に占める割合は20.1%に達し、その人数は2億人を超えていると推測されている。割合は米国(37.7%)と日本(59.5%)を下回っているが、人数は両国を超えて世界トップとなっている。中産階層の定義や民間調査機関によっては結果に差があるが、中国において、大規模な中高所得層が形成されていることが確認できる。

中高所得層の拡大が海外旅行者数の増加の土台となっているといえる。特に、中国旅行研究院の報告によれば、中国の海外旅行市場の発展はまだ初期段階にあり、長期滞在し、旅行先の景色、美食や文化などレジャーを楽しむことに比べ、短期旅行で海外ショッピングを主な目的とする旅行者のほうが多いことから、海外旅行者数の増加は海外における買物の消費額の上昇に直接的につながると思われる。たとえば、2012年1年間で米国を訪れた中国人観光客は110万人と訪米した各国の観光客のうち世界最多となっており、1人当たりの観光消費額も約7,000ドルで各国の中でトップに立った。調査によると、中国人観光客の半数以上が訪米目的を「買い物」と答えており、米国の旅行業協会の会長が中国人観光客を「歩く財布」と呼んだことから、中国国内でも話題となっていた。その後も、中国人観光客の強い購買意欲は衰えることがなく、いわゆる「財布の紐もますます緩んでいく」かのような状況である。

人民元相場の上昇

人民元相場の上昇は中国人の海外消費を促す有力な要因の一つである。これは30年ほど前の日本における海外旅行ブームと似たところがある。1981年から1989年まで、円相場は33.9%上昇し、この8年間で日本人の海外旅行者数は174.5%も増加した。中国の場合、2005年から2015年までの10年間で、人民元相場がおおよそ24%上昇し、出国者数は286.8%増加した(図表5)。人民元相場の上昇は人々の海外での購買力を向上させるため、ある意味では所得の上昇と同様の効果がある。しかも、相場



はいつまでも高い水準が継続するとは限らないため、「海外旅行も買物も今のうち」という考えから、人民元相場が上昇している期間に集中的に海外旅行、特に海外での買い物に急いでいるようにも見える。

ビザ申請条件の緩和

中国人にとって、ビザ取得は海外旅行に行くための障壁の一つである。近年、中国人観光客の強い購買力を自国に取り込もうとビザの申請条件を緩和する国は多くなっており、この動きは中国人の海外旅行ブームにさらに拍車をかけている。中国人観光客による海外での活発な消費とビザ申請条件の簡素化には一種の相乗効果があるとも考えられる。

価格差

中国国内における専門店などで販売される輸入品は価格が国外に比べて割高である。関税、増値税や消費税(一部の品目)が高価格となる原因の一つとしてよく挙げられているほか、輸送費、一部のぜいたく品が中国市場での高価格戦略、多段階かつ複雑な流通経路(輸出入業者、販売業者、代理店、小売店など)によるコストアップも中国市場での高価格要因と考えられる。中国国内で購入すると「余計なコスト」がかかってしまう上に、前に述べたいくつかのプル要因の効果もあるため、余裕を持って海外旅行で買物することを選択する人が増えつつある。「ぜいたく品など高価なものを海外で買って帰れば、中国国内で購入する場合との価格差で、宿泊費などを浮かせられる」と考える人も少なくない。なお、近年では、腐敗撲滅の実施、海外旅行の普及・拡大、「代購」や越境 EC の台頭などによって、中国のぜいたく品市場は影響を受けており、従来の高価格戦略の見直しを余儀なくされたが、その価格改正のペースは遅く、便利で安価な「代購」や海外旅行での買物などから消費を呼び戻すにはまだ時間がかかりそうである。

中国国内商品の問題点

海外の商品を買うには、海外旅行の傍らで買物をするか、あるいは越境 EC や「代購」を使うかという二つの方法がある。越境 EC の市場調査において、海外の商品を買う理由として、前述した価格要因のほかに、「品質がよい」、「偽造品がない」、「必要な商品は中国国内では販売されていない」などが挙げられた。

まずは、自国製の商品の品質が海外商品にはかなわないと考えている人が多いといえよう。特に、粉ミルクやオムツなどの子供用品に関しては、高価になっても海外商品を選ぶ傾向がある。次に、ぜいたく品や化粧品・スキンケア用品、携帯電話などの電子製品は、中国国内では偽造品が多く出回っていることを懸念し、人々は海外に赴いて正規品を買いに行くようになっている。また、越境 EC においても偽造品が販売される可能性があることは、海外で直接購入を行う動機をさらに強めた。第三に、インターネットの普及によって海外商品の情報が容易に拡散されることから、中国国内で販売されていない商品に対する需要が喚起されたと思われる。中国電子商務研究センターが発表した「2015 中国越境 EC 発展報告」によれば、2015 年上半期に越境 EC 経由で購入された商品上位 10 位は、化粧品・スキンケア用品、マザー・ベビー用品、ぜいたく品、電子製品、衣服、保健品、バッグ、キッチン用品、知能製品(ウェアラブル端末など)、生活用電気製品となっている。国内商品の種類が多くない分、バラエティが豊富な海外商品に対する需要が高まっている。

Ⅲ. 関連政策の方向性から見るチャレンジとチャンス

2015 年に、消費は貿易と投資を超えて経済成長の一番のけん引役となった。しかし、「消費流出」規模が拡大するのに伴い、国内商品市場には問題点が顕在化しつつある。中高所得者層の需要を満たすために、国内の消費市場構造のグレードアップが求められている。そのため、商務部は、より多くの消費を国内に引き止めることを 2016 年の重要任務の一つとして位置づけた。供給側改革の視点から、市場の多種多様な需要に合わせるような、国内企業による新製品の開発やサービスの高度化などを奨励するという意向を示し、具体的には、商品の種類、価格、品質、安全性、買物環境などに着目することを明らかにした。

日用輸入品に対する関税削減

これまで、消費促進や国民生活を向上させるために、日用品に対する関税を段階的に引き下げてきた(図表 7)。2015 年 6 月 1 月から、一部の衣服、靴、化粧品・スキンケア用品、オムツなど日用品の輸入関税が引き下

げられ、減税幅は平均で 50%を超えた。半年後の 2016 年 1 月 1 日から、日用品の減税幅がさらに拡大され、かばんやストール、絨毯などの輸入関税の削減を実施した。輸入品は税関で関税のほか、増値税や消費税などの税金も必要に応じて課税されている。関税が税金全体に占める割合はそれほど高くないが、それでも関税の削減に伴い、企業の負担がある程度軽減されることから、一部の商品価格は低下すると思われる。より多くの外資企業がこのチャンスをつかみ、中国での市場を開拓し、国内商品市場の活性化につながる事が期待されるほか、国内企業に対してもよい刺激になることが期待される。

【図表6】日用輸入品に対する関税削減

	品目	減税前	減税後
2015年6月1日より	スーツ、ファー付服装	14%-23%	7%-10%
	ショートブーツ、運動靴など	22%-24%	12%
	紙オムツ	7.50%	2%
	スキンケア用品	5%	2%
2016年1月1日より	サングラス	12%	6%
	真空魔法瓶	24%	12%
	スカーフ、ストールおよびその類似品	14%	8%
	皮製服箱	15%	10%

出所：財政部より当行中国調査室作成

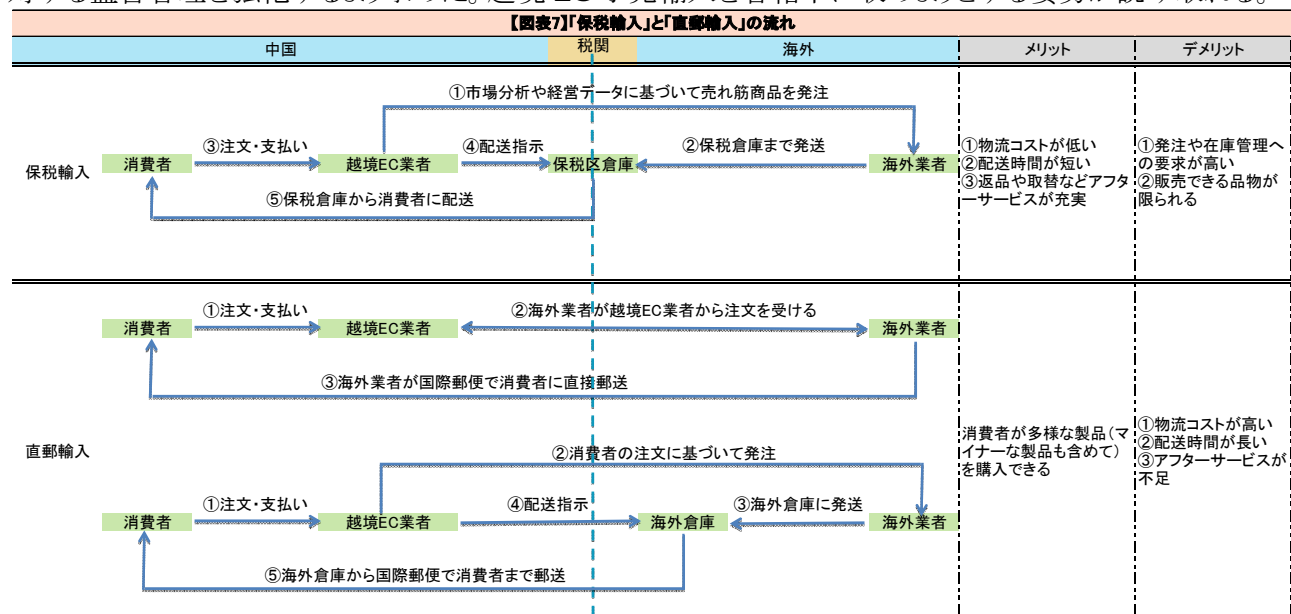
免税店の増設

2015年4月の国務院常務会議で、免税店の増設が「消費流出」を引きとめる一策として取り上げられた。税関総署によれば、2015年4月末までに、中国の免税店は、「クロスボーダーポート免税店（進出境口岸免税店）」、「外国船員専用免税店（供応船免税店）」、「運輸工具免税店」、「外交人員免税店」、「外貨商品免税店」、「離島型免税店（海南島）」という6種類があり、全国で262店舗ある。財政部や商務部などは国内消費者の需要を満たすために、2016年2月18日から、「クロスボーダーポート免税店」を増設または営業再開させ、免税商品の種類を拡大し、免税額の上限を適切に引き上げることを発表した。22日に、広州、杭州、深センなどで「クロスボーダーポート免税店」19店舗を増設することを国務院が批准した。政策決定の速さから見れば、当局の決心はかなり強いものと推測できる。

越境 EC の強化

同様な海外商品の購入であっても、海外での爆買いは「消費流出」につながるのに対し、越境 EC による海外商品の購入は貿易取引として監督管理下に収められる。政府は越境 EC の促進に力を入れており、越境 EC 小売輸入規模の拡大を促進すると同時に、監督管理の強化による規範化も加速している。

現段階では、上海、杭州、寧波、鄭州、重慶、広州、深セン、蘇州、天津、合肥、成都、青島という12都市を「越境 EC 総合試験区」として利用できる。越境 EC 小売輸入モデルは主に「直郵輸入」と「保税輸入」があり、そのうち、「保税輸入」は保税区の倉庫を利用する必要があるが、中国税関総署の「2015年58号公告」では、越境 EC 試験区以外の都市では、保税経路の「保税輸入」の実施は禁止されると明記された。また、越境 EC 総合試験区における保税倉庫に対して、消費者個人情報の確認や、決済データ、物流と購買記録に対する監督管理を強化するよう求めた。越境 EC 小売輸入を管轄下に収めようとする姿勢が読み取れる。



出所：公開資料より当行中国調査室作成

今まで、越境 EC の輸入に対する明確な税収政策がなく、一時的な措置として「行郵税」が実験的に実施されてきた。越境 EC 経由の輸入品は国内消費者の個人用品とされるため、一般貿易の関税、消費税、増値税の代わりに、「行郵税」が一括的に徴収される。一般的には、「行郵税」の税負担は一般貿易より平均 20% 安くなる。中国政府は以前にも越境 EC 小売輸入と一般貿易の税制上の格差を是正する意向を示していたが、2016年3月24日に財政部が税制改革案をついに発表し、4月8日から越境 EC 小売輸入に対して、新たな税制を実施し、「行郵税」政策も調整すると決定した(図表 8)。この政策によって、越境 EC 小売輸入品が個人用品ではなく、貨物貿易として扱われるようになると言える。調整後、マザー・ベビー用品、食品、保健品といった品目の税負担は高くなるが、化粧品や電気製品などは価格によって負担が増加する場合もあれば、逆に負担減になることもあると予想される。

【図表8】輸入品課税基準の概要

商品種類別	調整前	調整後(2016年4月8日以降)	
越境EC小売輸入商品	関税、増値税、消費税を免除、その代わりに行郵税(品目別で10%,20%,30%,50%)を徴収、ただ、課税額が50元以下の場合は、免税とする	一回の取引額が2,000元以下	関税税率=0%、(増値税+消費税)×70%を徴収
		①一回の取引額が2,000元を超過	関税、増値税、消費税を徴収
		②個人1年間の取引限度額20,000元を超過	
		③税込価格が2,000元を超過、かつ分割不能	
非貿易個人用物品	行郵税(品目別で10%,20%,30%,50%)を徴収	行郵税を徴収、税率は15%(最恵国税率が0%の物品),30%(その他),60%(消費税の徴収対象となる物品)	
一般貿易商品		関税、増値税、消費税を徴収	

出所:公開資料より当行中国調査室作成

政府は上述した一連の措置を通じて、「国内商品市場の強化」と「海外商品購入の利便性向上」という二つの面で国内の市場環境の向上を目指している。中国国内では、多段階で複雑な商品の流通経路が商品価格を押し上げていることは国内外価格差が生じる重要な原因となっており、これによって、商品の価格競争力が大幅に弱まっている。これからは、海外メーカーによる直営モデルやアウトレット方式、国内流通業者と外資メーカーとの直接的提携などによって流通コストの削減を図ることが望まれる。さらに、供給側改革の視点から、国内市場環境の改善にあたっての根本的な目標は、消費者のニーズに合わせて、中国製品の品質向上、種類の多様化および偽造品の撲滅、中国製造業の高度化の実現にあると思われる。

越境 EC 小売輸入に対する監督管理の強化や「行郵税」の改革などの動向から見れば、政府は越境 EC 小売輸入を徐々に一般貿易の方向に導いていると見られる。越境 EC 小売輸入によって購入する場合の価格優位性は失われつつある可能性もなくはない。個人に対しては、国内外価格差が存続している限り、海外旅行による「爆買い」の魅力は色褪せないと思われる。ただ、現段階では、中国市場には海外商品に対して大きな需要があることから、越境 EC への促進策は外資メーカーが中国市場をつかむための好チャンスであると見られる。中国市場へ進出するために、販売ルートと需要の高い商品を把握しなければならない。越境 EC 企業は国家によってお墨付きが与えられた販売ルートであり、膨大な取引データ資源の持ち主でもあるため、越境 EC 企業と提携することを通じて中国市場を開拓していくことが理想であると思われる。

三菱東京 UFJ 銀行(中国) 中国投資銀行部
中国調査室 于瑛琪

プロフェッショナル解説(税務会計) MAZARS/望月会計士

BEPS 租税条約濫用の防止～その中国における対応、日本における対応、日中間取引における 注意点

BEPS 行動計画 6:CFC 租税条約濫用の防止

行動計画6については、2014年9月のBEPS第一次提言において報告書が公表され、その後、パブリックコメントおよびパブリックコンサルテーションを経て、2015年10月5日に他の行動計画とともに最終報告書が発表されています。また、今後も具体的な租税条約乱用防止規定等の内容について継続的に検討が行われるものとされています。

また、ここでは、具体的に以下のような内容について説明がなされています。

1. 租税条約濫用防止条項の提示
2. 租税条約が国内税法の規定の適用を妨げるものではないことの明確化

I. 租税条約濫用防止条項の提示

(1) PPT と LOB

PPT(Principal Purpose Test: 主要目的テスト)とは、取引の目的に着目するもので、租税条約の特典を享受することを主たる目的の一つとしているか否かを判定することにより、租税条約の特有的付与を判断するというものです。

また、LOB(Limitation on Benefit: 特典制限条項)とは、所得の受領者の属性に着目するもので、租税条約の特典の適用を一定の「適格者」(第三国の居住者に支配されていないと考えられるもの)に限定するものです。

PPTは判断基準が取引の目的であることから、幅広い範囲をカバーすることができる一方でその判断が主観的となるデメリットがあるといわれています。他方で、LOBについては、適格者という形式的基準を採用することから、客観的な判断が下しやすい一方、導管取引(条約の特典を利用するため、条約相手国の居住者を經由して、第三国の居住者に所得を支払う取引)等について十分な対応できないというデメリットがあるといわれます。

(2) ミニマムスタンダード

租税条約濫用防止のために最低限必要な基準として、租税条約のタイトル及び前文に、租税条約は、租税回避・脱税を通じた二重非課税または税負担の軽減の機会を創出することを意図したものでないことを明記するとともに、以下の3つのいずれかを各国の租税条約に組入れることが勧告されています。

- ① PPT 及び LOB
- ② PPT
- ③ LOB 及び導管取引防止規定(限定付き PPT、国内租税回避防止規定等)

II. 日中における対応・今後の日中間取引について

(1) 日本

日本については、主に先進主要国との租税条約において、すでに LOB や PPT などの租税条約濫用防止規定が導入されています。

平成 28 年 3 月現在、日本は 65 ヶ国と 54 の租税条約を締結しています(最も新しい締結国はカタール)。これらの租税条約のうち、LOB 条項を締結しているのは、6 ヶ国(米国、英国、フランス、オーストラリア、スイス、オランダ)です。

従って、BEPS 行動計画 6 による日本における実質的な影響は大きくないものと考えられますが、今後、行動計画 6 の内容にそくした租税条約の修正、国内税法の整備が進められるものと予想されています。

(2) 中国

中国については、2015 年 12 月時点で 101 カ国/地域との租税条約を有しており、国際的に見ても最も広い租税条約締結地域を有している国の一つとなっています。

中国の締結している多くの租税条約においても、広い意味での PPT(“主要目的テスト”)が導入されています。また、同時に、これとの関係で、受益者の概念及びその執行手続きが国内税法において厳格に規定されています。

中国においても、実質的な大きな変化はないものと予想されますが、今後、租税条約の形式的な修正、国内税法のより一層の厳格化が進められるものと予想されます。

(3) 日中間取引における今後の留意点

BEPS 行動計画 6 はトリートイショッピング等の 3 カ国以上の国または地域を跨ぐスキームを対象としていることから、日本または中国の租税条約を利用することにより、全体的課税負担を低減しようとする行為が問題となります。

ここでは、一義的には、そもそも日系企業の多くは過度の租税回避スキームを採用することがないことから、大きな影響はないと考えられることが前提となります。

当該前提のもと、細かく見ていく場合には、日本は米国と間で配当・使用料免税特典を有しており、第 3 国の企業にとって当該特典享受のメリットはあるものの、日本は既に先進主要国との間で租税条約濫用防止規定を有しており、これらを従来から享受していた企業はほぼないものといえ、行動計画 6 による影響も少ないものと考えられます。

また、中国が香港やシンガポールと締結した租税条約における配当・使用料等の低減税率特典の享受については、中国の国外送金にかかわる管理制度との組合せによる中国国内税法上の厳格な受益者認定手続きが実施により、そもそも、厳格な執行がなされており、ここにおいても大きな影響はないものと考えられます。

ただ、中国に所在する企業の持分譲渡所得に対する中国における課税については、アイルランド、韓国等については免税特典が与えられており、これらを形式的に利用した投資スキームを構成していた場合には、今後の BEPS 行動計画 6 にそくした中国税制または租税条約の改正に伴い影響が出る可能性も考えられます。

冒頭に述べたように、100 年程前から、欧州を中心に国際的経済活動の促進を目的として、各国の課税権を制限する方向で租税条約は形成されてきました。

そして現在、税制の流れは大きく変わり、テクノロジーの急速な進展に伴う企業行動の変化に対応し、国際課

税における新しい枠組みである BEPS においては、租税条約の濫用を防止する方向で調整が進められると同時に、各国は自国の課税権確保に向けて大きく舵を取るようになりつつあります。

時を遡ること約 200 年前、まだ国際的経済活動がほとんどなかった時代に米国憲法の父といわれる John Marshall は連邦最高裁判所でつぎのような言葉を述べています。

“The power to tax is the power to destroy. (課税の力は破壊をもたらす力だ。)”。

最後に、これから迫りくる BEPS という荒波に備えるに際して、このコーナーが多少なりとも皆さんのお役に立てることができればと幸甚と考えております。

以上

望月一央(公認会計士) MAZARS JAPAN/CHINA パートナー

MAZARS は 75 年の歴史を有し、グローバルワンファームとして世界 73 カ国の直営事務所に 15,000 人を擁する欧州系会計事務所です。多くの欧米企業をサポートするとともに海外に展開する日本企業のサポートにも注力しており、アジア地域においては、インド、シンガポール、マレーシア、インドネシア、タイ、ベトナム、ミャンマー等に拠点を有し、ワンファームならではの緊密な連携により複合的なサービスを提供しております。



当資料は情報提供のみを目的として、MAZARS によって作成されたものであり、当行はその正確性を保証するものではありません。また当該機関との取引等、何らかの行動を当行が勧誘するものではありません。

BTMU の中国調査レポート(2016年3月)

- BTMU 中国月報第 122 号 (2016 年 3 月)
<http://www.bk.mufig.jp/report/inschimonth/116030101.pdf>
国際業務部

- 経済情報
中国・全人代の概要～改革実行に向け正念場を迎える新5ヵ年計画～
https://Reports.btmuc.com/File/pdf_file/info005/info005_20160311_001.pdf
経済調査室

- 海外経済フラッシュ
G20財務相・中央銀行総裁会議:過度な金融緩和依存への限界を共有
https://Reports.btmuc.com/File/pdf_file/info005/info005_20160301_001.pdf
経済調査室

- 海外経済フラッシュ
中国:人民銀行が預金準備率を0.5%ポイント引き下げ
https://Reports.btmuc.com/File/pdf_file/info005/info005_20160301_002.pdf
経済調査室

- ニュースフォーカス (2016 年第 3 号)
2016-2017年度香港財政予算案
https://Reports.btmuc.com/File/pdf_file/info005/info005_20160307_001.pdf
香港支店・業務開発室

当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に関しては全てお客様御自身でご判断くださいますよう、宜しくお願ひ申し上げます。当資料は信頼できるとされる情報に基づいて作成されていますが、当店はその正確性を保証するものではありません。内容は予告なしに変更することがありますので、予めご了承下さい。また当資料は著作物であり、著作権法により保護されています。全文または一部を転載する場合は出所を明記してください。

三菱東京 UFJ 銀行(中国)有限公司 中国投資銀行部 中国調査室
北京市朝陽区東三環北路 5 号北京發展大廈 4 階 照会先:石洪 TEL 010-6590-8888ext. 214