

## 新税制における越境 EC 発展の道 ～挑戦と機会が並存

中国投資銀行部  
中国調査室

### メインピックス .....2

#### 新税制における越境 EC 発展の道～挑戦と機会が並存.....2

- 4月8日より施行された越境輸入小売の新税制は越境 EC 業界の急速な発展にブレーキをかけた。財政部などは3月24日、「クロスボーダー電子商取引(越境 EC)小売輸入の税收政策に関する通知」を發表し、これに合わせて、4月7日と13日、「越境 EC 小売輸入商品リスト」の第1弾と第2弾をそれぞれ公布した。
- 商品リストと新税制の施行は、越境 EC による輸入の初期段階から施行されてきた「行郵税」という低い参入障壁、低い税率による政策的に有利であった時期が終了し、免税時代が終わりを告げたことを示している。急成長により発展してきた越境 EC は、輸入貿易と統一化された監督管理体制に収められ、新たな越境 EC の時代が到来しつつある。
- 新税制への移行に伴い、越境 EC 業界を規範化し、制度化・規模化した発展の軌道に乗せることが見込まれる。EC 企業のサプライチェーン、物流、サービスにおける実力の強化により、持続的な発展にも役立つと考えられる。

### プロフェッショナル解説(税務会計) MAZARS/望月会計士.....9

#### BEPS 番外編 パナマ文書.....9

- 今回は、今までの流れを少し変更して、最近メディアに取り上げられることの多いパナマ文書について、これまで述べてきた BEPS との関連で解説したいと思います。パナマとは、ご存知の通り、大西洋と太平洋を結ぶパナマ運河で有名な中央アメリカに所在するパナマ共和国をいいますが、ここでいうパナマとは、オフショア銀行、オフショア企業、船舶の登録及びパナマ信託や基礎の形成を含む幅広い金融サービスを提供する地域を意味しています。
- この問題を理解するためには、近年、税務目的を含む国際的な情報の透明性及び交換性に対する要請が著しく高まっていることについて理解する必要があります。これには、大きく分けて BEPS の流れと、銀行情報開示の流れがあるものといえ、また、これらは相互に密接に絡み合い、一つの大きな政治的な情勢を形成しているものともいえます。それでは、それぞれの流れを具体的に見ていきましょう。

### BTMU の中国調査レポート(2016年4月).....13

## メインピックス

### 新税制における越境 EC 発展の道～挑戦と機会が並存

過去3～4年間、「越境輸入小売」<sup>1</sup>という概念が生まれ、初期の個人による「海淘」(インターネットによる海外商品の購入)から、電子商取引(EC)大手が参入し、大規模な「海外直郵」<sup>2</sup>と「保税輸入」<sup>3</sup>方式へと発展してきた。税関総署と中国電子商務研究センターの統計によると、2014年の中国の「海淘」グループは約1,800万人、成約規模は1,400億元となった。

この業界は政策的支援によって急速に隆盛したが、政策の引き締めによってその発展は突然中断された。4月8日より施行された越境輸入小売の新税制は急速な発展にブレーキをかけた。3月24日、財政部が主導となり、国家発展改革委、税関総署、国家税務総局など12部門が共同で「越境電子商取引小売輸入の税収政策に関する通知」を発表した。B2C(企業と消費者間)輸入でこれまで適用されてきた個人物品の「行郵税」(個人が海外から持ち込む手荷物や個人の郵送物に適用される税金)政策を廃止し、B2B(企業間)の輸入貨物と同様に関税、増値税(本文では輸入段階増値税を指す)、消費税の総合税収を課すことに変更した。また、C2C(消費者間)輸入の「行郵税」税率は4段階から3段階に簡素化され、免税額は変更なしであった。これに合わせ、4月7日と13日、「越境 EC 小売輸入商品リスト」の第1弾と第2弾をそれぞれ公布し、今後は同リストに掲載された商品だけが新税制(詳細は後述)を適用され、それ以外は一般貿易に基づく課税対象となる。

商品リストと新税制の施行は、越境輸入 EC の初期段階から施行されてきた「行郵税」という低い参入障壁、低い税率による政策的に有利であった時期が終了し、免税時代が終わりを告げたことを示している。急成長により発展してきた越境 EC は、輸入貿易と統一化された監督管理体制に収められ、新たな越境 EC の時代が到来しつつある。

値段が安く、真正品の保障が付き、選択が多いといったメリットにより、「海淘」といった越境ショッピングモデルはますます多くの消費者に好まれるようになったが、新税制では、低価格の「海淘」商品の多くは値上げが避けられず、越境 EC 全体の経営コストが上昇し、業界再編が加速すると見込まれる。一方、越境 EC プラットホームおよび産業チェーンにおける物流業者も新たなチャンスを探している。

### I. 越境 EC を通じたネットショッピング・ユーザーの特徴

中国の調査会社・艾瑞諮詢(iResearch)がまとめた「2016年中国越境ネットショッピング・ユーザー<sup>4</sup>研究レポート」で、2015年の中国ユーザーの越境ネットショッピングのユーザー属性、ショッピング行為、評価と意思など三つの面から、「海淘」グループの状況を分析した。

ネットショッピング・ユーザー全体に比べて、越境ネットショッピング・ユーザーの年齢、学歴と収入は高く、強い消費力を持っている。また、会社員で、既婚者、子を有する者が多く、仕事と生活が安定している。越境ネットショッピング・ユーザーが東南沿海部に集中しており、広東と上海の2省市が全体の1/4を占めている。トップ5の広東、上海、江蘇、北京、山東はいずれも経済発達地域である。グループ別では、31～35歳の年齢層がマザー・ベビー用品に対するニーズが旺盛である。そして、男性がデジタル商品と米国製商品、女性が

<sup>1</sup> 越境輸入小売とは、国内の電子商取引(EC)企業が海外の商品を国内の個人消費者に販売し、ECプラットフォームを通じて取引、決済を完成した上で、越境物流によって商品を配送するビジネス活動である。つまり、個人輸入型の越境 EC である。

<sup>2</sup> 「海外直郵」とは、ユーザーが注文してから、バイヤーが海外で買い付け、通関してから配送する方法をいう。「保税輸入」に比べ、消費者に豊富な商品を提供できる。

<sup>3</sup> 「保税輸入」とは、越境ECプラットフォームが先に商品を買入れ、保税区内に入れておき、ユーザーが注文してから配送する方法をいう。客単価が低い人気商品に適する。

<sup>4</sup> 越境ネットショッピング・ユーザーとは、インターネットによって海外商品を購入する中国の個人消費者である(商品が国境を跨いで配送される)。

化粧品と日本製商品を選ぶ傾向がある(図表1)。

ユーザーが越境 EC サイトを知る主なルートは、ショッピング・ガイド・サイトである。このほか、検索、アドレスの直接入力、お気に入りなどの利用ルートも多い。3/4を超すユーザーが国内越境 EC サイトを利用したことがあり、最も多いのは国内 EC サイトの海外ショッピング・チャンネルである。直接、海外サイトにアクセスして利用しているユーザーも相当な割合を占める。

商品別では、化粧・個人ケア、マザー・ベビー、食品・保健といった安全と品質に対する要求が高い品目が好まれており、国別では、米国、日本、韓国の製品がベストセラーのトップ3を占めている(図表2、3)。

越境ネットショッピングは発展の初期段階にあり、消費頻度がネットショッピング全体より低く、月1回未満利用のユーザーが3/4を占める。一方、客単価はネットショッピング全体を上回り、100~500元に集中しており、1,000元以上が1/4を占める。月平均消費額は2,000元以下に集中しており、決済方式では第三者決済(支付宝など)が最も多い。半数を超すユーザーは国内外の速達と郵便小包を利用しており、実際の送達時間は想定時間を下回っている。

大多数のユーザーは一旦ショッピングカートに入れたが購入しなかったという経験がある。これまでは、輸送料、物流、決済において越境ネットショッピングが国内ネットショッピングに劣っていたことが、ユーザーが購入を断念した主な要因であったが、今やむしろ、お気に入りに追加するか、より良い、より安い商品を見つけたことが主な原因として挙げられている。

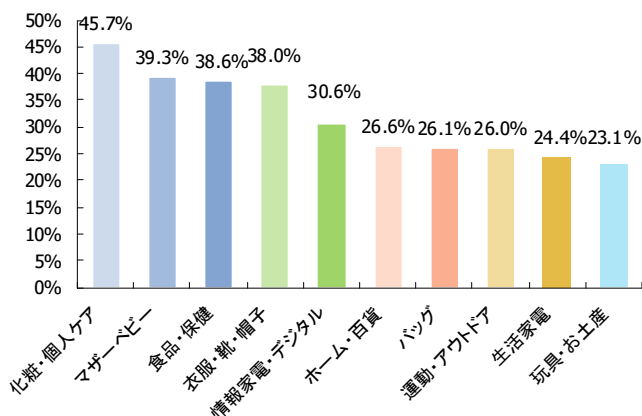
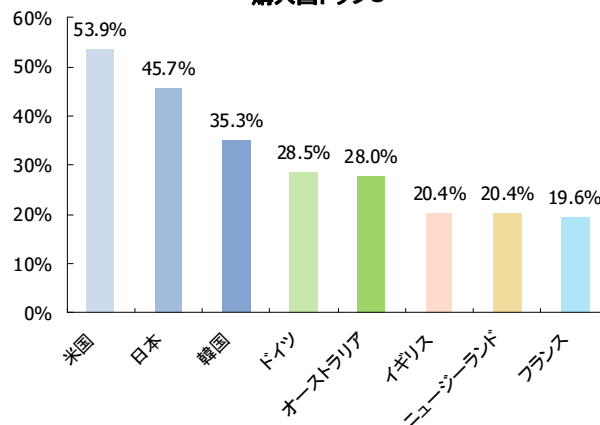
大多数の越境ネットショッピング・ユーザーは購入ニーズがあるが、半数以上は明確な購入目標がない。品質に安心感があること、ならびに値段が安いことはユーザーが越境ネットショッピングを選ぶ主な原因である。商品の品質、価格、決済時の安全性におけるユーザー満足度が高い一方、配達時間に対するユーザーの要求は高く、改善が求められる。

【図表1】越境ネットショッピング・ユーザーの特徴

<b>性別</b>	男性は64.8%、女性は35.2%	
<b>年齢</b>	26-40歳は74.7%と全体の75%近く、31-40歳の割合が最も高い	
<b>学歴</b>	大卒は74.6%、高校以下は5%未満	
<b>所得</b>	月収1万元以上が最多で25%を占め、平均月収は11,044元	
<b>職業</b>	サラリーマンの割合は55.6%で半分を超え、うち一般職員が最多	
<b>世帯構成</b>	子持ち世帯が66.5%、とりわけ一人っ子世帯が調査対象全体の56.1%	
<b>性別</b>	<b>男性</b>	<b>女性</b>
	女性より頻度が高く、月平均消費額が高い 米国製品を好む 購入商品にマザー・ベビー、情報家電・デジタル製品が多い ガイドサイトから情報入手	日本製品を好む 化粧品、個人ケア、マザー・ベビーが多い 親戚や友人から情報入手
<b>年齢</b>	<b>45歳以下</b>	<b>45歳以上</b>
	19-35歳の頻度が高く、月平均消費額が高い 31-35歳はマザー・ベビーに対するニーズが高い 19-45歳は化粧品、個人ケアに対する購買意欲が高い	55歳以上はオーストラリア製品を好む 60歳以上は食品・保健に対するニーズが高い 高齢者は配達時間を重視
<b>所得</b>	<b>高所得</b>	<b>低所得</b>
	頻度が高く、月平均消費額が高い 米国製品を好む 衣服・靴・帽子に対するニーズが高い ネットコマースに引きつけられやすい	日本製品を好む

(注)高所得は月収1万元以上、低所得は月収1万元以下を指す。

(出所)iResearchデータを基に当行中国調査室作成

【図表2】越境ネットショッピング・ユーザー購入品目  
トップ10【図表3】越境ネットショッピング・ユーザー  
購入国トップ8

(出所) iResearch データを基に当行中国調査室作成

## II. 個人輸入税制の改革内容

### 税収計算方法の変更

- ① 越境 EC による購入 1 回当たりの限度額を「行郵税」政策における 1,000 元 (香港・マカオ・台湾地区は 800 元) から 2,000 元に引き上げ、個人の年間取引限度額を 2 万元とする。
- ② 限度額以内の個人輸入について、免税を適用せず (従来は購入商品の「行郵税」納税額が 50 元以内であれば免税となっていた)、正規輸入より税率の低い「行郵税」から、関税、増値税、消費税を適用する形に改めた。ただし、関税率を当面 0% とし、増値税、消費税は法定納税額の 70% を徴収する軽減措置を取る。
- ③ 購入 1 回当たり 2,000 元を超える取引や年間 2 万元を超える取引、および完税価格が 2,000 元を超え、かつ分割できない商品にはいずれも一般貿易方式に基づく関税が課され、増値税と消費税の軽減措置も適用されず、全額を対象に課税される (図表 4)。
- ④ ② の税収計算方式が適用される商品リスト第 1 弾と第 2 弾が公布された。リストに掲載されているのは、8 桁の関税番号によって分類された 1,142 品目の商品が含まれ、主に国内で一定のニーズがあり、監督管理要求を満たし、かつ速達便や郵送方式によって届けられる生活消費財である。たとえば、一部の食品・飲料、衣服・靴・帽子、家電、化粧品、紙おむつ、玩具、小型真空魔法瓶などが挙げられる。なお、財政部は「越境 EC の発展と消費者需要の変化などに応じてリストを適宜調整する」と発表した。

### 個人免税額の維持

新税制は個人が持ち込む物品には適用されず、5,000 元の免税限度額が維持された。今年 2 月、財政部などが公布した「口岸進境免税店管理暫定弁法」では、個人の入国持ち込み物品免税限度額 5,000 元を維持したうえで、特定の空港や港の域内免税店における一定金額の免税買物が認められるようになり、域外での免税買物額と合わせて合計 8,000 元以下にすると定められた。

### 「行郵税」税目と税率の調整

「越境 EC 小売輸入に属さない個人物品および関連電子情報を提供できない越境 EC 小売輸入商品には、依然として現行の規定を実施する」と規定されており、個人の海外郵送物および海外から持ち込む手荷物には依然として「行郵税」のみが課税され、課税方式に変更はない。ただし、税率は従来の 10%、20%、30%、50% の 4 段階から 15%、30%、60% の 3 段階に調整された。うち、15% は最恵国税率がゼロの物品、60% は消費税の課税対象となる高級消費財、その他商品は 30% の税率とされる。商品価値が 5,000 元以下の手荷物、納税額が 50 元以下の郵送物は依然として免税となる。

また、大多数の輸入品にかかる「行郵税」税率が引き上げられた。粉ミルクは10%から15%、バッグ・靴は10%から30%、衣服は20%から30%、タバコ・酒は50%から60%、香水・メイク類化粧品は50%から60%にそれぞれ引き上げられたが、スキンケア・トイレタリーは50%から30%に引き下げられた。

【図表4】海外ショッピングのチャネル別対比

	直郵輸入	保税輸入(旧)	保税輸入(新)	一般貿易輸入	免税店
課税対象	個人の手荷物と郵送物	越境輸入小売企業の貨物	越境輸入小売企業の貨物	企業間オフライン貿易の貨物	免税品
通関頻度	通関するものではないものがあり、抜き取り検査	全部通関	全部通関	全部通関	なし
税目	免税範囲であれば納税不要、または行郵税のみ納付		増値税+消費税(+関税)	増値税+消費税+関税	なし
免税額	納税額が50元以下		なし	なし	域外購入品免税額は5,000元、域内免税品を加えて合計8,000元以下
免税額超過処理	すべての物品に対して行郵税が課税		なし	影響なし	免税額を超えた分に対して行郵税が課税
限度額	個人使用、合理的な数量範囲 1回当たり1,000元		1回当たり2,000元、年間2万元	なし	個人使用、合理的な数量範囲
限度額超過処理	一般貿易に従う	なし	一般貿易に従う	影響なし	一般貿易に従う
税額の算式	納税額が50元以上なら 完税価格×行郵税税率		完税価格×[(増値税率+消費税税率)/1-消費税率]×70%	①課税計算ベース価格=(完税価格+完税価格×関税税率)/(1-消費税率) ②消費税=課税計算ベース価格×消費税率 ③増値税=課税計算ベース価格×増値税率	完税価格×行郵税税率
税率	旧: 10%、20%、30%、50% 新: 15%、30%、60%	10%、20%、30%、50%	①増値税17% ②消費税30%	①関税は品目別に異なる ②増値税17% ③消費税30%	10%、20%、30%、50%
課税を逃げる可能性	抜き取り検査されなかった一部限度額オーバーの商品が課税を逃げる可能性あり	大口注文を分割、かつ価格が500元以下	なし	なし	なし

(注)完税価格とは税関が貨物に関税を計算する際の課税ベース価格を指す(出所)公開資料を基に当行中国調査室作成

### Ⅲ. 目的: 税収と貿易の公平性を守る

#### 過去の急成長

国内消費者の「海淘」は、①国内の越境 EC プラットホームで購入、②海外の EC サイト(米国のアマゾンなど)で購入し、直郵または取次方式によって中国の購入者まで送達、③個人による「代購」(代理購入)の三つに分けられる。

個人輸入型越境 EC の前身は個人のショッピング行為とする「海淘」であり、「海淘」から友人間の「代購」が生まれ、友人間の「代購」からさらに第三者の「代購」へ発展し、一定の規模が形成されると、専門化した「海淘」会社が現れた。グローバルでのインターネットショッピングの台頭は越境 EC の参入障壁を引き下げ、専門化した「海淘」会社は巨額資金を有するインターネット企業に合併されるか、積極的に提携を求めるかにより、「海淘」会社から越境 EC への転換を実現した。

膨大なネット利用者基数、住民所得の増加に加え、政策的な支援を受け、2015年の中国の各種越境プラットフォーム企業は5,000社、プラットフォーム経由で越境 EC を展開する企業は20万社を超えており、越境 EC の年間取引額は2008年の8,000億元から2015年の5兆2,000億元まで拡大した。2015年の輸出入額の全体伸び率が7%減となった中、越境 EC 取引額の伸び率は30%増に上がった。商務部の予測では、2016年の越境 EC の取引規模は6兆5,000億元を突破し、2017年は8兆元に達する見通しである。

#### 税制の一本化

「行郵税」は一つの税目ではなく、国内に入る物品の関税、輸入段階の増値税、消費税という三つの税目を

合併して徴収する輸入税である。越境 EC 発展の初期段階、中国では 1,000 元以下の越境 EC 個人輸入商品に対して「行郵税」が課されていたが、このうち 10%の税率が適用される輸入品が大半で、納税額が 50 元以下の場合は免除された。一般貿易での輸入貨物および国内貨物に比べ、越境 EC 個人輸入の税金コストは低かった。これに加え、「海淘」や「代購」の商品品質が高くて値段が安いことが、越境 EC 個人輸入の急成長を促した。

しかし、越境 EC に対する「行郵税」政策には新たな問題が生じた。「海淘」などの個人輸入は実質的に貿易行為そのものであり、「個人使用、合理的な数量範囲」という「行郵税」の範囲を超えているため、適用対象に属しないと指摘されている。

越境 EC 小売輸入には主にマザー・ベビー、食品、保健品、化粧品などの個人生活消費財があり、価格が低いため、免税額の範囲内によって税金を逃れ、大量の小包が納税されずに国内に持ち込まれることがある。越境 EC 企業は大量買付から分割・分散して郵送することにより、通常の税負担を回避した。統計によると、越境 EC サービス輸入試行都市では 90%以上の小包が納税されずに国内に入っており、小包総額に占める行郵税の規模が小さい。2014 年の越境 EC の個人輸入および中国人の海外での買物消費規模は数千億元に達する一方、同期間の中国の「行郵税」は 10 億元にも達せず、税收违法の問題が深刻になっている。

「海淘」などの越境 EC 自身は実質的に貿易行為であるが、非貿易物品を対象とする「行郵税」を課税することは、新興業態と伝統業態、海外商品と国内商品の間に不公平な競争をもたらし、国内の実体経済および外商企業による対中投資に大きな打撃を与える。越境 EC への課税は、税制の公平性を守り、同一市場における異なる種類の企業が同様な税制管理に従って公平に競争することで、国内の小売業者、輸入企業への不利な結果を避ける狙いがある。

## IV. 消費者と EC 企業に対する影響

### 消費者の買物体験の改善

今回の政策対象となった商品は、完全な取引、決済、物流に関わる「三単」電子情報を備えることが要求されており、商品の出所と責任が追及でき、消費者の商品返却や取替にも便利なことから、合法的な権益が保障される。また、商品の通関がより便利になり、商品配達時間を 1~2 ヶ月から 1~2 週間に短縮できると見込まれる。

### 税率の変化は品目・価格により上下

改革後の税率は、一般貨物貿易に関わる税率および調整後の「行郵税」より低いとみられる。例えば、紙おむつ、キッチン用品、食品、バッグなど消費税が課されない商品にとって、適用増値税率は 11.9%となり(17%×70%)、従来の 10%の行郵税より高くなったが、調整後の行郵税の最低税率(15%)よりは低い。ただし、品目別・価格別に税負担に上下がある。

#### ➤ 500 元以下の日用品への影響大

食品、保健品、マザー・ベビーなどはこれまで 10%の行郵税を適用しており、消費額が 500 元以下なら免税となるため(500 元×10%=50 元)、分割すれば免税されることができた。一方、新税制の施行後、2,000 元以内なら金額を問わず、11.9%の増値税(17%×70%=11.9%)を納付しなければならない。人気商品である花王の紙おむつを例にすると、税制改革前は、1 袋の価格が約 120 元、4 袋なら 480 元であり、50 元という行郵税の課税基準に達していなかったため免税となっていた。一方、税制改革後、紙おむつの価格が 500 元に達するかどうかを問わず、11.9%の増値税が課税されるため、4 袋の税金=120×4×11.9%=57.12 元となり、1 袋当たり 14 元値上げされたことになる。

#### ➤ 税率改正により価格が下がった商品

税率別の価格変動をみると、すべての「海淘」商品が税率の改正により価格が上がったわけではない。行郵税率が高い品目で、税金が引き下げられたケースもある。例えば、1,000 元の香水を買う場合、税率の調整前は 500 元(税率 50%)の行郵税を納付したが、調整後、納税額は 470 元(税率は(増値税+消費税)×70%)

となり、30元安くなった(図表5)。

【図表5】新税制前後の税負担変化

行郵税	調整前	完税価格	調整後			納税額	税率変動
	納税額		消費税	増値税	関税		
10%	300×10%=30<50 免税	紙おむつ 300元	なし	17%	0	300×17%×70%=37.5元	↑
10%	500×10%=50元	粉ミルク 500元	なし	17%	0	500×17%×70%=59.5元	↑1.9%
20%	800×20%=160元	衣服 800元	なし	17%	0	800×17%×70%=95.2元	↓8.1%
50%	1,000×50%=500元	香水 1,000元	30%	17%	0	1,000×[(17%+30%)/(1-30%)]×70%=470元	↓6%

(出所)公開資料を基に当行中国調査室作成

## 越境 EC 業界：規範化の方向へ

### ➤ 増税分の自己負担

新税制による影響が最も大きいところとして、越境 EC プラットホームは短期的な変化に積極的に取り組んでいる。直営であれプラットホームであれ、「保税輸入」であれ「海外直郵」であれ、各種手段を講じて税収コストの吸収を図ろうとしている。現在、大多数の越境 EC プラットホームはユーザーを引き止めるためプラットホーム側が補助して、「税込」(税率が上昇しても価格は据え置き)という短期的な優遇措置をとった。

「天猫国際」は、当面、海外ブランドメーカーには値上げの計画がないとしており、10%前後の税率上昇は、ブランドプレミアムを持つ海外ブランドメーカーにとって、増税分のコストを自己消化できる。また、商品の多様化により、全体の税負担が増加しないように調整することが考えられる。「天猫国際」は、「これは越境 EC プラットホームの取扱商品の充実化には好材料である」と述べた。

また、「網易考拉」などの直営モデルの越境 EC にとっては、買付規模が大きいと、サプライヤーおよび海外物流倉庫において、カスタマイズしたソリューションの策定を推進する実力を持っており、コストの引き下げによって税制改革による影響をヘッジできるとみられる。

### ➤ 健全な発展の促進

「海淘」には中国市場からの消費流出という意味を含んでおり、経済構造転換に不利であることが否定できないが、当面、最も重要なのは、国内市場の監督管理の徹底、品質と安全性の向上、サービス業の発展、物流水準の向上に力を入れ、国内製品に対する国民からの信頼感を取り戻すことであると思われる。

従来、中国の越境 EC 業界は課税が徹底されていない部分がある「グレー業界」と言われてきており、市場の参入障壁が低く、競争が不公平であるため、多くの問題を引き起こした。しかし、新たな政策の公布および EC 企業自身の調整により、越境 EC 業界はこれまでの高速成長からスローダウンすることが見込まれる。

大手プラットホームと特色のある「垂直プラットホーム」<sup>6</sup>という二極化が顕著になっているが、プラットホームにとって、商品構成の多様化が核心的競争力になり、海外ブランドに対する交渉力と統制力、および国外での買付力が試される。将来は競争がいつそう激化し、一部企業の淘汰も予想される。

値引きのような価格競争は越境 EC がプラットホームの資金を消費していくばかりではなく、海外メーカーの在庫率が低く、物流時間が長いと、頻繁な値引きを行うと大規模な在庫不足が発生する恐れがある。そのため、越境 EC は価格競争またはグレーチャネルによる輸入に注力するのではなく、サービスや運営の改善および効率向上に力を入れるべきであると考えられる。また、業者のサプライチェーンは将来の優勝劣敗のポイント

<sup>5</sup> ブランドが確立されていると、そうでない他の商品よりも優先的に選択され、また多少高くても、そのブランドを選んでしまう。このブランドが持つ価値のことを「ブランドプレミアム」と言う。ブランドとして評価されるには、他の商品にはない特徴、すなわち「差別的優位性」が不可欠である。差別的優位性を消費者が「魅力」と感じれば、その特徴はブランドの「付加価値(プレミアム)」と認識され、商品の市場競争力を高め、販売力向上や有利な価格設定に結びつく。

<sup>6</sup> 垂直ECとは、ある業界または細分化した市場に取り組むECモデルであり、これらのサイトは通常同一品目の商品を取り扱う。

となり、サプライチェーンが強い企業はより多くの商品、より安く買付ができるため、消費者も多くなり、順調に発展する好循環に入ると見込まれる。

新税制への移行に伴い、越境 EC 業界を規範化し、制度化・規模化した発展の軌道に乗せることが見込まれる。EC 企業のサプライチェーン、物流、サービスにおける実力の強化により、持続的な発展にも役立つと考えられる。

三菱東京 UFJ 銀行(中国) 中国投資銀行部  
中国調査室 孫元捷



## プロフェッショナル解説(税務会計) MAZARS/望月会計士

### BEPS 番外編 パナマ文書

今回は、今までの流れを少し変更して、最近メディアに取り上げられることの多いパナマ文書について、これまで述べてきた BEPS との関連で解説したいと思います。

そもそもパナマとは?

タックスヘイブン

パナマとは、ご存知の通り、大西洋と太平洋を結ぶパナマ運河で有名な中央アメリカに所在するパナマ共和国をいいますが、ここでいうパナマとは、オフショア銀行、オフショア企業、船舶の登録及びパナマ信託や基礎の形成を含む幅広い金融サービスを提供する地域を意味しています。パナマにおいて、オフショア企業に課される税金はなく、オフショア企業、および企業の所有者は、贈与税を含む法人税、源泉税、所得税、キャピタルゲイン税、地方税、および不動産や相続税が免除されています。

金融プライバシー

企業や個人の金融プライバシーを保護するためにパナマでは確立された法令が存在し、厳格な守秘義務の法律や規制が、機密性の違反に対する民事および刑事罰として、オフショア法人、信託および財団の情報に適用されます。また、企業の株主の名前は、公的に登録する必要はなく、パナマの銀行はオフショア銀行口座や口座保有者に関する情報を共有することが禁じられています。

パナマ文書の問題点

パナマ文書は、これらのパナマの制度的特徴により秘匿性が守られてきた情報を公衆の面前に曝け出したものといえます。但し、同時に、この意味で、これだけを見れば税務上何かの問題があるというのではなく、このことは、パナマ文書がもともとパナマにおける大手法律事務所の資料であり、少なくともパナマ法域においては違法と呼べるものではない(と一義的には考えられる)ことから分かります。

それでは一体何が問題となっているのでしょうか?

この問題を理解するためには、近年、税務目的を含む国際的な情報の透明性及び交換性に対する要請が著しく高まっていることについて理解する必要があります。

これには、大きく分けて BEPS の流れと、銀行情報開示の流れがあるものといえ、また、これらは相互に密接に絡み合い、一つの大きな政治的な情勢を形成しているものともいえます。

それぞれの流れはともに、各国政府及び EU、OECD、国連等の国際組織が協力し、企業及び個人の経済的活動にかかわる仕組みである点において共通している一方で、前者は各国間の課税権の調整を主要な目的とするものであるのに対して、後者は、情報について各国で交換し、その透明性を高めることにより、税制だけでなく、それ以外の不正、テロ資金、マネーロンダリング等の防止にも間接的に関連するものである点において相違しているものともいえます。

それでは、それぞれの流れを具体的に見ていきましょう。

まず、BEPS については、今までのおさらいとして、その本質を以下のようにまとめます。

### I. BEPS

背景

近年の一層の企業の巨大化及び多国籍化はインターネットの普及によるバーチャルエコノミー及びボー

ダレス取引の進展と相まって、従来、特定の国の課税権として捉えられてきたものが急速に機能しなくなるという状況をもたらしつつあり、このことは巨大企業による恣意的課税地の選択という、未曾有の問題に国家が直面することを意味することとなり、これを何としても早急に解決しなければならないという各国の利益が一致するものとなりました。

#### 本質

BEPSとは、ヨーロッパを中心に100年以上続いてきた今となつてはある意味では牧歌的ともいえる2国間の租税条約をその基礎として発展してきた国際税務の枠組みについて、大きな転換をもたらすものといえ、今後の国際税務における新しい流れの基礎をなすものといえます。

#### 仕組みづくり

ここでは、2カ国間の条約だけでは不十分であり、より多くの国において同時に採用できるような制度的な担保が必要とされることになり、多国籍間における同時採用という観点から、従来より国際課税について関与を行ってきた国際的機関であるOECDによる提言という形をとりつつも、強い拘束力を有しないOECDによる提言に対して、各国政府部門の合議体であるG20における首脳宣言という形で、各国が協力して全面的な支持を与えるという対応がとられることとなりました。

次に、情報交換(ここでは銀行口座にかかわる情報に重点が置かれる)については、以下のようになっています。

## II. 銀行情報開示(情報交換)

一般に、租税条約上の情報交換には、3つのタイプがあるといわれています。

- ① 個別的情報交換 (information exchange on request)
- ② 自動的情報交換 (automatic information exchange)
- ③ 自発的情報交換 (spontaneous information exchange)

①個別的情報交換は、ある国の要請に基づいて、別の国が課税情報を提供するものであり、条約締約国の権限のある当局 (competent authority) が、条約相手国の権限のある当局に対して、個別に情報の提供を要請するものです。

②自動的情報交換は、個別的な要請を待たずして、金融資産の出入りや法人の所有者などに関する情報を組織的・継続的に交換し共有するもので、自動的情報交換は、密接な協力関係がある国々の間で行われるものです。

③自発的情報交換は、ある締約国が知り得た情報の中で、別の締約国が関心をもつであろう情報を、自発的に別の締約国に知らせるものであり、現時点においては一般的ではないといえます。

以上の方法論を前提として、以下のような取組が行われています。

- ・Global Forum on Transparency and Exchange of Information for tax purpose
- ・FATCA
- ・CRS
- ・税務行政執行共助

・Global Forum on Transparency and Exchange of Information for tax purpose

日本語で「税の透明性と情報交換に関するグローバル・フォーラム」と呼ばれるもので、2000年から始まったOECD及び非OECD諸国を含む多国間の枠組みであり、税の透明性に関する国際基準の実施に取り組む主要な国際機関となっています。

現在15の国際機関がオブザーバーとして参加するとともに133のメンバー国/地域が参加しています。

・FATCA(Foreign Account Tax Compliance Act)

外国税務コンプライアンス法と呼ばれるもので、2010年3月に成立した米国の法律であり、米国IRS(内国歳入庁)が(米国から見た)外国の金融機関に対して米国人口座情報の提供を求めるものです。

FATCA そのものは外国に対して直接の法的強制力はないが、FATCAの要求する口座情報の提供を行わない外国金融機関(FFI)に対しては米国源泉所得について懲罰的源泉課税(税率30%)を課すとした。このため、米国と取引のある多くのFFIは懲罰的源泉課税を免れるよう、基本的にFATCAに対応せざるを得ない状況となっています。

・CRS(Common Reporting Standard)

共通報告基準と呼ばれるもので、自動的情報交換の対象となる非居住者の口座の特定方法や情報の範囲等を各国で共通化する国際基準であり、これにより、金融機関の事務負担を軽減しつつ、金融資産の情報を各国税務当局間で効率的に交換し、外国の金融機関の口座を通じた国際的な脱税及び租税回避に対処することを目的としています。

・税務行政執行共助条約

税務行政執行共助条約は、締約国間で、租税に関する以下の条項交換等を相互に行うための多国間条約であり、本条約を締結することにより、国際的な脱税及び租税回避行為に適切に対処していくことが可能になります。

当該条約は、1988年に、欧州評議会加盟国およびOECD加盟国により作成された1988年条約を基礎に、透明性および情報交換に関して国際的に合意された基準を統合させることにより、OECDまたは欧州評議会加盟国以外の国へも開放することを目的として2010年に改定された条約です。

情報交換については、以上のような枠組みによりその推進がなされているが、そもそもの大きな発端は、2008年に米国と欧州各国を巻き込む一大スキャンダルとなったUBS事件であり、これを契機として、銀行情報の機密性が脱税の温床として使用されることに対する国際的な批判が巻き起こり、翌2010年には、米国は独自にFATCA(Foreign Account Tax Compliance Act)を打ち出し、各国の金融機関に対して対応を迫るようになりました。

その後、各国がFATCAへの対応について米国と合意したことを背景として、2012年OECDは、多国間及び二国間の自動的情報交換に関する国際基準の策定に着手し、2013年9月G20首脳会議において、OECDによる国際基準の策定を支持するとともに、2014年中ごろまでに自動的情報交換の技術的様式を完成させることとし、また、グローバル・フォーラムに自動的情報交換の新国際基準の実施の監視及びレビューにかかわるメカニズムの確立を要請することとなりました。

これを受け、2013年11月グローバル・フォーラムは、国際基準による自動的情報交換に関する相互審査を実施することについて合意し、2014年1月にはOECD租税委員会がCRSを承認し、同年2月にOECDから公表されたものについて、G20財務大臣・中央銀行総裁会議が支持するものとなりました。

以上のように、銀行情報の秘匿性を有する地域に対する世界各国からの情報開示の圧力は近年著しく高まっており、これを受けて、タックスヘイブンと呼ばれる法域についても、租税情報交換協定の締結数は格段に

増加することになりました。

しかし、このような流れの中でも、パナマは、現在まで依然として情報交換に極めて非協力的な国とされており、G20、OECD等の首脳からも継続的な批判がなされてきていました。

このような世界的情勢の中で、パナマ文書は、パナマ等の地域に対して批判を行っているG20の首脳自身が、その裏では自ら個人的にはパナマ等の地域を利用していたという事実を白日のもとに曝け出したことに意義が有り、この誠実性の欠如に対して各国の国民及びメディアの批判が集中しているといえるのです。

2009年G20各国首脳は共同声明において、「The era of bank secrecy is over.(銀行秘密の時代は終わった。)」と宣言するに至りました。

それ以降、各国及び国際組織は協力し、その実現に向けた取組を急速に進めてきていたものと思われてきました。

しかしながら、今回のパナマ文書は、その努力はまだ道半ばにあるという現実を世界に知らしめるものとなりました。

これを受けて、今後は、パナマ文書に名前の登場した各国首脳等に対する批判だけでなく、世界各国が国際的情報の交換及び透明性にかかわる取組みに、より一層力を入れていくことは間違いないものと予想され、このことは金融機関だけでなく、我々企業及び個人レベルにおける国際的取引についても、急速に様々な要請が附加されていくことを意味します。

従って、国際的ビジネスに従事するものにとっては、今後もこれらの動静に、十分な注意を払っておくことは不可欠な要素といえます。

最後に、これから迫りくる国際的情報交換という急速な変化に備えるに際して、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4月)

- BTMU 中国月報 第123号(2016年4月)  
<http://www.bk.mufg.jp/report/inschimonth/116040101.pdf>  
国際業務部
- 海外経済フラッシュ  
中国:2016年1-3月期GDPは前年比+6.7%へ減速  
[http://www.bk.mufg.jp/report/whatsnew/flash\\_ch\\_20160415.pdf](http://www.bk.mufg.jp/report/whatsnew/flash_ch_20160415.pdf)  
経済調査室
- 経済マンスリー(2016年4月)  
[http://www.bk.mufg.jp/report/whatsnew/monthly\\_all20160420.pdf](http://www.bk.mufg.jp/report/whatsnew/monthly_all20160420.pdf)  
経済調査室
- BTMU China Economic TOPICS  
人口動態からみた中国の住宅需要  
[https://Reports.btmuc.com/File/pdf\\_file/info005/info005\\_20160429\\_001.pdf](https://Reports.btmuc.com/File/pdf_file/info005/info005_20160429_001.pdf)  
経済調査室香港駐在
- ニュースフォーカス(2016年第4号)  
広東自貿区における人民元のクロスボーダー取引拡大  
[https://Reports.btmuc.com/File/pdf\\_file/info005/info005\\_20160426\\_001.pdf](https://Reports.btmuc.com/File/pdf_file/info005/info005_20160426_001.pdf)  
香港支店・業務開発室
- AREA Report 430  
アジアの最低賃金動向(2016年4月)  
[https://Reports.btmuc.com/File/pdf\\_file/info005/info005\\_20160426\\_002.pdf](https://Reports.btmuc.com/File/pdf_file/info005/info005_20160426_002.pdf)  
国際業務部

以上

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顧客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思われる情報に基づいて作成されていますが、当社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