

日本における消費税課税の見直しについて

A. 日本の消費税新適用の背景

2015年10月1日から、インターネット等の電気通信回線を介して行われる国境を越える役務の提供に対して、8%の消費税が新たに適用されます。その後、2017年4月には消費税を8%から10%に引き上げる消費増税法が施行されます。

現在の日本の消費税法制度は、デジタル・エコミーが出現する遙か前の1988年に成立したものです。その法制度の課税対象となっているのは、国内において事業として対価を得て行われる資産の譲渡（即ち、製品及び/または人）と保税地域から引き取られる外国貨物（有形資産）です。

ところが、デジタル・エコミーにおいては、製品やサービスの所在がしばしば明らかではないことから、現在の消費税法に不確実性をもたらしました。国内のデジタル・サービス提供者は、そのサービスに対して消費税を課税しなければならない一方で、国外事業者は免除されています。このような状況の下、国内の事業提供者はその相対する国外事業者との価格競争において不利な立場におかれていると認識しています。2015年10月の新しい消費税政策の導入は、このような不利な立場を是正するよう考案されています。

B. 日本の消費税に関する STM の考え方

消費税の適用対象の見直しは、日本の国内市場と国際市場の間の不平等解消を目指していますが、STM とそのメンバーは、科学・技術・医学の研究成果を発信する学術的な外国雑誌については、そうした不平等解消の枠組みとは一線を画すべきと考えます。

国際的な学術雑誌は、世界中の研究成果の普及を支える上で重要な役割を果たしています。こうした学術情報の普及は、科学、技術及び医学の継続的な発展に不可欠なものであり、学術の成果を完全かつ永久不変に記録するためのものです。科学的研究は、正にその性質上、国を超えた国際協業的な側面を含んでいます。人類の理解と知識を深めることを目的とする研究者や学術コミュニティを支える関係者にとって、学術論文へのアクセスは必要不可欠です。場所や時を選ばず、学術論文に容易にアクセスできることが求められており、現代はインターネットのおかげで、そのような迅速性と簡便性のメリットを誰もが享受できるようになっています。

学術雑誌の大半の利用者は、大学、病院、並びに研究開発を行っている企業です。国際的



The global voice of scholarly publishing

出版雑誌が新しい消費税法制度の適用に含まれると、課税売上割合が少ない大学、病院や公的研究機関は、消費税分の支出の負担増に対応するため、厳しい選択を迫られることになります。その結果、最善レベルでの学術的記録並びにアクセスを維持することが難しくなり、現在及び未来の世代のための研究や教育に支障をきたすことが懸念されます。これまで、日本の大学図書館を筆頭に、各機関の図書館は、日本と世界の情報ギャップをなくす尽力を重ねており、STM とそのメンバーは敬意を以てその努力を支援しています。今回の課税判定基準の見直しにより、これまでの成果、更には日本の研究の国際競争力や活動生産性に及ぼす影響に懸念を表明します。

STM 及びそのメンバーは、出版された論文が最大限広範囲に普及し且つアクセスすることができるよう今後も鋭意努力していきます。国際的学術・医学雑誌全体に影響する消費税適用の拡大が、日本国内の研究及びヘルス・サイエンス界の全般に亘り進歩に逆行する結果とならないよう、学術の記録を保護するための代替案を探る必要があると考えます。例えば、

- 1) 学術・医学雑誌は消費税適用を免除する。
- 2) 万が一、学術・医学雑誌に消費税が拡大適用される場合、10%未満の軽減税率を適用する。
- 3) 万が一、学術・医学雑誌に消費税が拡大適用される場合、相応の控除措置を適用する。

STM の概略説明

STM (The International Association of Scientific Technical and Medical Publishers の略称)は世界で先駆的な役割を果たしている学術商業出版社の国際的協会です。STM は世界21の国の120を超えるメンバーを有し、すべてのジャーナル論文の約66%並びに何十万のモノグラフやリファレンスを毎年出版しています。STM メンバーには、学術学会、大学出版、商業出版社を含む新興ならびに歴史ある団体が含まれます。

連絡先：

Matt McKay

International Association of Scientific Technical and Medical Publishers

267 Bandbury Road

Oxford

OX2 7HT, United Kingdom