

国境を越えた役務の提供に係る消費税の課税の見直し

平成 27 年度税制改正における主な消費税の改正ポイントは以下のとおりです。

なお、Ⅰ、Ⅱについては平成 27 年 10 月 1 日から、Ⅲについては平成 28 年 4 月 1 日から適用されます。

Ⅰ 電気通信利用役務の提供に係る内外判定基準の見直しと課税方式の見直し（リバースチャージ方式の導入）

- ・ 電子書籍・広告の配信などの電気通信回線（インターネット等）を介して行われる役務の提供（「電気通信利用役務の提供」といいます。）について、海外から国内の事業者や消費者に対して行われるものも国内取引とされ、消費税が課税されることとされました。
- ・ 電子通信利用役務の提供のうち、「事業者向け電気通信利用役務の提供」については、国外事業者からその役務の提供を受けた国内事業者が申告・納税を行う、いわゆる「リバースチャージ方式」が導入されました。

Ⅱ 国外事業者から受けた「消費者向け電気通信利用役務の提供」に係る仕入税額控除の制限

「事業者向け電気通信利用役務の提供」以外の電気通信利用役務の提供（「消費者向け電気通信利用役務の提供」といいます。）については、その役務の提供を行った事業者が申告・納税を行うこととなりますが、国内事業者が国外事業者から「消費者向け電気通信利用役務の提供」を受けた場合、当分の間、その役務の提供に係る仕入税額控除を制限することとされました。

※ 国税庁長官の登録を受けた登録国外所業者から受ける「消費者向け電気通信利用役務の提供」については、その仕入税額控除を行うことができることとされています。

Ⅲ 国外事業者が行う芸能・スポーツ等に係る消費税の課税方式の見直し

国外事業者が国内において行う芸能・スポーツなどの役務の提供について、その役務の提供を受けた国内事業者がリバースチャージ方式により申告・納税を行うこととなりました。

※ 改正の内容については、国税庁ホームページをご覧ください

随 筆

『ここでは古ければ古い建物ほど価値が高いんですよ。』私が家族旅行で行った京都の観光タクシーの運転手さんがそう教えてくれた。日本人の心が何となく落ち着く京都という土地柄もあるのだと思った。

しかし、歴史や伝統を重んじる我々の日本という国において、古いものよりも、新しいものが良いものとされ、目まぐるしく世に出されてはすぐに廃れていく。

我先にと皆が新しいものを求めている時代になっている。

たとえば人と人とのコミュニケーションに目を向ける。昔々の日本では膝と膝を突き合わせての会話から、平安時代には短歌や俳句、手紙などでコミュニケーションをとっていた。そして現代では科学の進歩から固定電話からポケベル、携帯電話へと次々に新しいツールが出来て、会社の業務ではパソコンのメール、タブレット端末などを利用したコミュニケーションが主流である。

また現在ではガラ携といわれる今までの携帯電話（フィーチャーフォン）から様々な機能が付加できるスマートフォンが主流になりフェイスブック、ツイッター、ラインなどの SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を利用したコミュニケーションが若者の間では常識になっている。平成 26 年の総務省のまとめでは日本のスマートフォンの普及率は

53.5%と他の先進国が 70%以上と多い中、少ない方であるが町や電車の中ではほとんど人がスマートフォンをいじっている。ずいぶん普及しているなという実感だ。

便利である一方でデジタル化が行き過ぎると味気なさや物足りなさを感じる。また、第三者からの誹謗中傷や SNS で知り合った顔も知らない人と友達になり、トラブルや犯罪に巻き込まれる若者も少なくない。

そうは言ってもこのデジタル化した社会を嘆いても仕方ないし、今更アナログ時代に後戻りもできない。

我々アナログが主流だった大人の世代は、デジタル化された世界に生まれた『デジタル至上主義』の若者に対してアナログとデジタル共存、アナログの良いところ、デジタルの良いところ、うまく使い分けるバランス感覚を教え、伝えなければならない。

私見だが、込み入った誤解を招くようなことや、気持ちや感情を添えるコミュニケーションはアナログ、簡単な伝達や書類など効率重視の業務的なコミュニケーションはデジタルで。そのような使い分けを心掛けたいと思う。

最後に国税庁が勧めている電子申告の e-Tax（これはデジタル）は利用満足度が 74.2%（平成 26 年度）だ。利用していない法人や個人の方にお勧めしたい。これも利便性と無駄を省く良いデジタル化である。

「古いものと新しいもの」

東日暮里支部 会計 遠藤正幸