

税金
トレンド!
ZEIKIN
TREND

税金の「今」
がわかる!

▶ 国境を越えたデジタルサービス
〈2025年4月開始〉新しい課税のルール

プラットフォーム課税の導入



スマートフォン向けアプリや動画配信、オンラインゲームなどのデジタルサービスは、今や日常生活には欠かせないものとなっており、その市場規模は世界的に急拡大しています。こうした流れの中、国境を越えて提供されるデジタルサービスに対する消費税のあり方が大きな課題となってきました。

とりわけ、オンラインゲームを中心とした個人消費者向けの取引（BtoC）では、国外事業者が日本に納めるべき消費税について、税務当局の把握や課税が難しい状況が続いていました。そうした背景のもと2025年4月から導入されたのが、「プラットフォーム課税」です。

1 国外サプライヤーへの課税の限界と制度導入の必要性

① 市場構造の変化と取引の多様化

かつては、電子書籍や音楽等のデジタルコンテンツは、大手プラットフォーム自身や限られた大規模コンテンツ事業者が提供する形態が主流でした。しかし近年では、プラットフォーム運営事業者が契約・配信・決済のインフラを整備することで、小規模な国内外のサプライヤーも容易に市場に参入できるようになり、デジタルコンテンツ市場は5兆円を超える規模へと成長しています。

② 取引類型の違いと課税主体の変化

デジタルコンテンツの提供においては、主に二つの取引形態が存在します。一つ目は、従来主流であった「バイセル方式」です。これは、プラットフォーム事業者がサプライヤーからコンテンツを仕入れ、消費者に提供する方式であり、この場合の消費税の納税義務者はプラットフォーム事業者自身となります。納税主体が限られた大規模事業者に集中しているため、制度運用上の問題は比較的小さいものでした。

これに対して近年主流となっているのが「セールスエージェント方式」であり、モバイルアプリ等の提供に多く見られます。この方式では、プラットフォーム事業者はあくまで取引の仲介を行うにとどまり、実際には個々のサプライヤーが消費者にコンテンツを提供します。そのため、消費税の納税義務者は個々のサプライヤーとなります。

③ 課税・徴収の実務的困難性

セールスエージェント方式において、取引の背後にいるサプライヤーの多くは、日本国内に拠点を持たない小規模な国外事業者です。この場合、税務当局による情報の入手手段が限られており、納税義務者の捕捉や売上額の把握に大きな困難が伴います。

仮にサプライヤーを特定できたとしても、必要な情報が得られなければ、プラットフォーム事業者への反面調査が必要となりますが、相手が海外拠点である場合、調査協力が得られにくく、情報交換協定に基づく照会にも相当な時間を要するほか、課税に必要な情報が揃わないこともあります。さらに、たとえ課税処分が可能となっても、納税の履行がなされなければ、滞納処分の実施も現実的には困難です。

④ 制度導入の背景

このように、従来の制度では消費税の適正な課税が十分に担保できないという実務上の問題が顕在化していました。こうした背景のもと、2025年4月より導入されたのが「プラットフォーム課税」です。本制度は、プラットフォーム事業者に対して一定の情報提供義務や納税義務を課すことで、従来捕捉が困難だった国外サプライヤーに係る消費税の適正な課税を制度的に担保しようとするものです。

2 プラットフォーム課税の制度概要

① 制度の概要

**国外事業者がデジタルプラットフォームを介して行う消費者向け電気通信利用役務の提供
かつ
特定プラットフォーム事業者を介してその役務提供の対価を収受するもの**

2025年4月1日以後、国外事業者がアプリストアやオンラインモールなどのデジタルプラットフォームを介して、日本国内において消費者向け電気通信利用役務の提供(※1)を行い、かつ、その対価を特定プラットフォーム事業者(※2)を介して収受する場合には、当該特定プラットフォーム事業者がその役務の提供を行ったものとみなして、申告・納税を行うこととされました。

この取扱い、個人向け(BtoC)の取引に限定されており、事業者向け(BtoB)の電気通信利用役務の提供については、従来どおり、リバースチャージ方式により、サービスの提供を受けた側の事業者が申告・納税を行います。

※1 事業者向け電気通信利用役務の提供以外のものが対象

※2 一定の要件を満たすプラットフォーム事業者として、国税庁長官の指定を受けた事業者

② 特定プラットフォーム事業者の指定

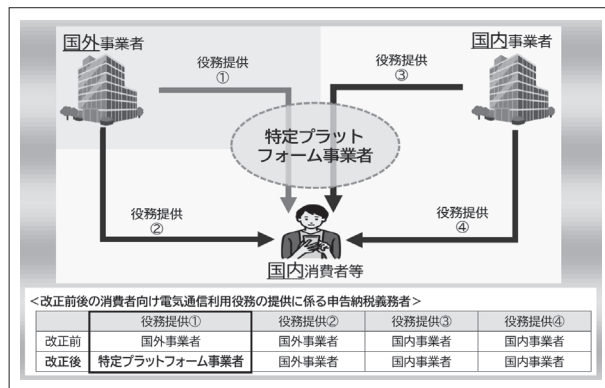
国税庁長官は、消費者向け電気通信利用役務の提供に関し、年間の国内向け取引額が50億円超であるプラットフォーム事業者を「特定プラットフォーム事業者」として指定し、その一覧を公表しています。令和6年12月6日現在の指定事業者(効力発生日: 令和7年4月1日)は右記のとおりです。

デジタルプラットフォームの名称	特定プラットフォーム事業者名
アップストア アップルブックス アップルポッドキャスト	iTunes株式会社
エーダブリューエス マーケットプレイス	アマゾンウェブサービスジャパン合同会社
グーグルプレイ	グーグル アジア パシフィック プライベートリミテッド
ニンテンドーイーショップ	任天堂株式会社

③ 特定プラットフォーム事業者の手続き

届出義務: 要件に該当する場合は、該当課税期間の確定申告書の提出期限までに「特定プラットフォーム事業者の指定届出書」を納税地を所轄する税務署長を経由して国税庁長官に提出する必要があります。申告義務が無い場合は、申告義務があるとした場合の提出期限(法人であれば、その事業年度の末日の翌日から原則2月以内)となります。

国外事業者に対する通知義務: 指定を受けた特定プラットフォーム事業者は、プラットフォーム課税の対象となるサービスを提供する国外事業者に対して、制度の適用および効力発生日を通知する義務があります。



出典: 国税庁「消費税のプラットフォーム課税について」パンフレット

3 インボイス制度との関係

インボイス制度においては、仕入税額控除の要件として、適格請求書の保存が求められますが、プラットフォームを介して国外からアプリ等の配信を受けた場合は、取引の類型ごとに発行主体の確認が必要です。

プラットフォーム課税の対象となる取引

消費税の納税義務を負う特定プラットフォーム事業者が適格請求書を発行することになります。

プラットフォーム課税の対象とならない取引

国外事業者であるアプリ等の配信者(サプライヤー)が適格請求書を発行することになります。

いずれの取引においても、発行者が適格請求書発行事業者に該当しているかどうかを確認することが重要です。該当していれば、適格請求書の交付を受け、仕入税額控除の適用が可能になります。