

Title	移転価格と多国籍企業 (仮訳) (二) : 一九七九年OECD租税委員会報告書
Sub Title	Transfer pricing and multinational enterprises. report the OECD Committee on Fiscal Affairs 1979 (2)
Author	OECD Committee on Fiscal Affairs(Kimura, Konosuke) 木村, 弘之亮
Publisher	慶應義塾大学法学研究会
Publication year	1990
Jtitle	法學研究 : 法律・政治・社会 (Journal of law, politics, and sociology). Vol.63, No.8 (1990. 8) ,p.66- 82
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	資料
Genre	Journal Article
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00224504-19900828-0066">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00224504-19900828-0066</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

資料

移転価格と多国籍企業（仮訳）（二）

——一九七九年OECD租税委員会報告書——

OECD租税委員会  
木村弘之亮／訳

〔訳者まえがき〕

序

第一章 問題点の要約

第一節 独立企業間価格の原則

第二節 一般の観点

第三節 OECDによりすでに公表された関連のテキスト

（以上本誌六三巻七号）

第二章 商品

序

第一節 独立企業間価格の原則とその適用

第二節 独立企業間価格の決定方法

（以上本号）

第三章 技術及び商標権の譲渡

第一節 技術（特許権及びノウハウの使用収益権）の譲渡

第二節 商標の使用に関する移転価格問題

第三節 「付録」研究開発に関する課税上の取扱いのいくつかの

側面

第四章 グループ内の役務の提供

序

第一節 特殊関連企業間における役務提供

第二節 グループ内の役務提供の租税法上の取扱い

第三節 結論の要約

第五章 信用供与

第一節 信用供与の定義

第二節 独立企業間価格の一般原則と特殊な状況におけるその適用

適用

第三節 利率

第四節 結語

付録

特殊関連企業間の移転価格決定に関するOECD理事会  
勧告（一九七九年五月一六日）

（以上本誌六三巻一〇号）

## 第二章 商品

### 序

はじめに

三二 多国籍企業内の商品取引が国際的取引総額に占める割合を正確に推計することは、容易でない。多国籍企業の場合が様々であり、また、統計が不足しているため、難しい問題が生じるのである。国連の出版物には、特定の国の対外取引におけるグループ内取引の割合を示したものがある。それによると、「一九七四年のアメリカ合衆国の輸入高のおよそ四〇%が、グループ内取引であり、…一九七〇年の合衆国の輸出高についてはその約五〇%が、多国籍企業内部で行われていたことを示している。」国連の記録はさらに次のことを確認している。「スウェーデンでは、一九七五年の輸出高の二九%、英国では、一九七三年の輸出高の三〇%（一九七〇年では二六%）、カナダでは、一九七一年の輸出高の五九%がそれぞれ特殊関連企業間取引によるものであったということが、当データから窺い知ることができる。」同国連ベーパーでは、「これらの数値は無作為抽出検査によるものであり、したがって、誤差があるかもしれない。しかし、この誤差は基礎となる数値と比較して小さいものである。」前記の数値は、国際的グループ内の商品取引から生ずる利益の適正な確認がいかに重要な問題であるかを示すのに十分

である。ひとつの多国籍企業のメンバー間における商品の取引条件が、必ずしも経済的要因のみによって決定されず、特に、利益を移転して当該グループ全体の租税負担を軽減するため、所得移転手段として利用されている可能性がある。このことが、税務当局に特別な問題を提起している。もっとも、これらの利益の適正な確認は、多国籍企業自身にとっても重要な問題である。なぜなら、複数の国の税務当局が納税額を算定するための調整についてそれぞれ異なる見解を有している場合、多国籍企業は、救済されない二重課税を被るからである。さらに、関税当局、価格統制当局、公正取引当局等が「適正」価格の算定に当たり相容れない要求を行ない、そして異なる基準を主張することからも、多国籍企業にとって問題が生じてくる。これらの問題は当該企業の採用する移転価格ポリシーにも影響を及ぼすことになる。

(1) Transnational Corporation in World Development. A re-examination, United Nations 1978, p. 43.

#### 本章の範囲

三三 本章は、商品の移転価格に関し、税務当局が直面しているいくつかの問題を明らかにしようとしているものである。本章では、原材料、加工材料、半製品及び完成品（大量生産商品及び注文生産商品を含む）の販売に焦点が絞られており、不動産、株式及び債券のような特定の有形資産にかかる問題は、取り扱っていない。また、鉱物に関して生ずる特殊な問題も扱

っていない。長期リース契約は、販売契約に極めて近い場合もあるが、リース契約及びこれに類する合意についても触れていない。

三四 本報告書で扱われていない商品の取引のうちひとつの形式として、若干の産業部門にとっては決して異常なことでない、全生産設備、プラント及び設備の提供がある。設備の提供は、特許権、ノウハウのような無体財産の譲渡並びにエンジニアリング契約、長期供給契約あるいは包括的な役務提供契約と結びついている場合もあるので、このような取引には特殊な問題が生じる。また、両契約当事者は、このような取引を、当初の取得費や製造費よりも、むしろ製造設備の長期操業から期待される利益に重点を置いて評価するであろう。このような取引は、不動産又は株式若しくは債券に対する投資と類似する側面を持っている。

三五 法律形式上商品の販売であるが、より綿密に吟味すると役務の提供により近いものとみられる場合もある。例えば、ある販売業者の機能が極めて小さく、しかもその引き受けるリスクと責任が小さい場合には、当該業者の利益は、販売による利益というよりは仲介〔手数〕料又は（取引・周旋の）手数料により近いものといえる。同様に、操業可能な工場を建設して売り渡す取引では、売主はことによるとプロジェクトの組織化のみに関与し、リスクと責任は他の者が負担する。このような状況の下では、その取引から生ずる利益を算定するため、当該支

払を役務の対価として取り扱うことがより目的的であろう。

三六 第一節では、独立企業間価格の原則一般と特別の状況下におけるその適用とを取り扱っている。この関連において、通常価格を下回る対価での商品の供給、長期にわたる欠損金、市場参入又は市場拡大のための価格設定、政府の市場介入といった問題が、述べられている。独立企業間価格を算定するための各種の方法は、第二節で述べられている。

### 第一節 独立企業間価格の原則とその適用

#### —— 一般的適用と特殊の適用

#### 一般的考察

三七 他の領域と同様に、商品の移転価格についての審査に与っても、OECDモデル条約に述べられている独立企業間価格の原則が基準となる。この原則に従えば、特殊関連企業間における商品の供給に対し支払われる価格は、同一又は類似の条件の下で、同一又は類似の商品につき、非関連者間で支払われたであろう価格に租税法上合致すべきことになる。

三八 もっとも、この原則の適用に当たっては、いくつかの留意すべき点がある。まず第一は、多国籍企業内で付された価格は決して独立企業間価格に合致しない、と推認すべきではないということである。多国籍企業の移転価格政策は、実際、市場に基づいている場合もあろう。グループ内の各傘下企業がそれぞれ自己の損益状態に責任を負っている場合には、特殊関連企

業又は独立第三者のどちらと契約するかの自由が、それら傘下企業にある。その結果、合意された価格が事実上独立企業間価格と区別することができない程度の交渉の自由が、グループ内にあることもある。(もつとも、そのような価格政策の完全な遂行は、例えば、市場で入手できない部品又は半製品が、ひとつのグループ内で販売されている場合には、困難であろう。)

第二の留意点は、グループ内の取引が、独立企業間で行われている取引と直接比較できない場合もあるということである。グループの移転価格を独立企業間価格と比較するに当たって、このことは考慮にいれなければならない。例えば、ひとつの多国籍企業の傘下会社が関連会社に商品を供給するに当たって、その商品の供給に付随して多数の技術、経営管理、その他のサービスを提供する傾向にある。このようなことは、独立企業間の取引では一般的とはいえないものである。同様に、ひとつのグループの生産設備がほぼひとつの統一体をなす結果、独立企業間では行えないような方式での製造プロセスが、傘下企業間で割り振られていることもある。例えば、長期の購入・供給義務が合意され、あるいは再販売義務を条件とした総合生産プラントの共同使用に関する契約(共同設備使用契約)が結ばれることがある。

三九 グループ内の価格に対して独立企業間価格原則を適用する際には、各国の市場において価格は通常の市場原理(Market Forces)によって決定されるという承認が前提となる。しかし

ながら、本節の後半で、より一般的には第一章において述べるように、通常の市場経済原理の作用を修正する別な要因がある。それらの要因の一つひとつについて個別に検討することとするが、それらの要因はすべて類似の条件の下で非関連企業間の販売にも類似の効果を与えるであろうことが、一般的に期待できる。税務当局は、移転価格が調整されるべきか否かを検討するに際しては、この点を考慮すべきであろう。

特定の商品の無償による供給又は通常の価格を下回る対価での商品の供給

四〇 独立企業間において、商品が無償若しくは著しく低価で又は通常の利益を生まないか若しくは損失が出るような価格で供給されるかどうかという問題について検討する必要がある。商品がサンプルであったり、広告宣伝用であれば、独立企業間であってもそのような取引は異常とはいえないであろうが、特殊関連企業が同様の状況におかれる場合は余り考えられない。むしろ、この問題は、資金難にある特殊関連企業に商品が販売され、かつ、その支払の全部又は一部が免除される場合に生じる。そのような取引が独立企業間で行われる可能性は、全く否定できないとしても(例えば、商品の潜在的に貴重な販路を確保するために、一時的に困難な状況にある独立の顧客に対して、供給者がある程度支払を免除する用意があることもありうる)、そのような取引は極めて異例であろう。しかし、税務当局は、特殊関連企業間の割引した価格又は対価の完全放棄を独立企業

間価格として受け入れる前に、そのような状況が生じたことについて確固たる証拠を求めることができない。独立企業間では、そのような状況が生じた場合には代金支払が延期されることにならうが、それは通例価格に影響を与えるか、あるいはある種の信用供与の合意に基づいて調整されることにならう。

四一 製品ごと又は販売ごとに独立企業間価格を決定するよりは、生産ライン全体又は製品のグループごとに移転価格を分析するほうが、事情によっては合目的な場合がある。企業は、同一の顧客に対する販売全体から、より多くの利益を獲得するために、若干の製品については市場価格よりも下回るか又は無償で供給する必要があると考える場合がある。例えば、衣料産業の企業は、全規格のものを売りさばき、Mサイズで利益をあげるようにするために、SサイズとLサイズでは損失を出す場合がある。電気機器の企業は、電球の付属品、ランプの笠などを販売して利益をえるために、電球を損して販売することもある。同様に、製造業者は、新製品を比較的安い価格で市場に提供し、買替え市場で利益を得るか、又は、製品の修繕、附属部品の販売（例えば、カメラのフィルム）で利益をあげることもある。もっとも、このような場合には、異常な低価格又は高価格については、綿密な審査と説得力のある証拠資料によって証明がなされなければならず、その際、買主の再販売価格が重要な拠りどころとなり得る。

#### 欠損金

#### 四二(a)

多国籍企業のメンバーが、独立企業と全く同様に、経営の失敗、又は特定市場（における不景気等という）理由あるいは全般的な「不景気等の」理由から生ずる不利な経済的条件により、実際に欠損を出すこともあることを認識しなければならぬ。したがって、多国籍企業の傘下企業に欠損が出たとしても、それは必ずしも商品の移転価格が人為的に決められたからではない。

(b) その他にも、損失の計上が税務当局によって許容される場合がある。それは、特に「開業時欠損」あるいは「新規市場参入欠損又は市場拡張欠損」と呼ばれるもので、それらはその性格上、短期の間だけ損失が予想されるものである（後記ベラグラフ四三参照）。

(c) 損失がそのような状況の下で比較的短期間に生じたものであると主張される場合、それが真実の損失であることを税務当局が認めるのに、それ程困難はないであろう。

(d) 反面、ひとつの多国籍企業がひとつの特定の国において数年間にわたって継続的に欠損を計上している場合において、独立の企業が継続的に欠損をだすとき最後にはその事業活動を廃止するであろうということを考慮すると、その欠損は人為的な欠損であるとみるのが相当であろう。ただし、ひとつの特定の国において当該多国籍企業がその事業の継続を求める政治的社会的圧力をうけて

いる場合、多国籍企業は、その特定の国において欠損を出しながら事業を続けている傘下企業の事業を廃止することに長期間躊躇することもありうることに留意しなければならぬ。同じことは、当該多国籍企業がその傘下企業に巨額を投資し、かつその企業が将来再度利益の計上が見込めるような場合に於てはまる。したがって、長期にわたる損失の計上が、必ず人為的であると推認できない。しかし、それらは綿密な審査に値するものであることは確かである。

(6) 多国籍企業内の損失計上会社の特殊なケースとして、次のものがある(パラグラフ四一参照。すなわち、一の企業グループが一連の製品を製造し、そして幾つかの製品を独立企業間価格ベースで生産し、利益を生じ、他の製品については利益を生じない、といったケースである。しかし、多国籍企業が全体として利益をあげうるために、すべての製品が必要である。ある国の傘下企業は損失の生ずる製品だけを製造し、利益のある製品は他のメンバーが製造する。独立の企業が独立企業間価格で販売すれば損失しか出ないならば、そのような独立企業は存在しえないであろう。このような場合には、多国籍企業のうちの損失計上会社とは、自己のために事業活動しているのではなく、グループの他のメンバーの利益のために事業活動しているのであり、したがって、適正な対価が

その企業に支払われるべき役務の提供を行っているそうした経済的単位とみるのが適切であろう。

(t) 前記のすべてのケースにおいて、十分な証拠を企業から得る必要がある。

#### 開業時価格又は新規参入価格若しくは市場拡張価格

四三 低価格を独立企業間価格と主張しうる、もうひとつのケースとして、売主が市場に新規に参入し又は拡張している場合がある。製造業者は、新規の市場に参入し、既存の市場における自己のシェアを拡大し、市場に新製品を紹介し、又はきびしい競争をかわす等のために、商品の価格を引き下げる場合がある。その結果、一時的に損失がでることもある。その結果、当該商品の通常の市場価格が継続的に下がることもありうるが、一般的には、特別な低価格は、製造業者の利益を長期的にみても増大するという具体的目的をもって、限られた期間内だけ付けられるということから出発することができる。もともと、この種の例は、製造業者だけにみられるものではない。製造業者と販売業者の双方が、手を結び、リスクとこれに見合う利益を相互のあいだで分配することもある。

したがって、税務当局は、非関連者もまた、比較可能な状況下において同様の方法で価格を設定したと思われる場合に限り、原則として、特殊関連企業間で付された低価格を独立企業間価格として承認することができる。

政府の介入

四四 賃金統制、生産補助等についての単純な勧告から法的な直接的価格統制に至るまで、様々の措置により政府が価格統制を行う場合がある。しかし、このような統制は、一般的には、当該国における市場の条件としてみられるものである。通常、直接統制の対象となるのは最終消費者価格であるが、商品を最終消費者へ持ち込む一連の取引のうち、早い段階での取引について統制がなされることもある。しかし、統制がどの段階で行われるかにかかわらず、その統制が、商品が市場に供給される前の段階の価格にどのような影響を及ぼしているかは、依然として税務当局にとってひとつの問題である。

多国籍企業は、このような統制を移転価格に変更を加える理由としないこととし、そして当該統制から帰結する利益の減少を最終の売主に負わせるように、実際に行動することができ、多国籍企業は、最終の売主と製造企業の間において、価格統制から生ずる負担を分担するように、移転価格を設定することもできる。このような場合において、税務当局は移転価格の審査にあたり、独立の企業であれば比較可能な状況下において同様な方法で価格を設定するであろうかといった問題に答えなければならぬ。

非関連者間においては、価格統制に服する売主がその者の納入者に対して価格を引き下げよう説得することはできないというところが、前提となる。他方、このような「説得の」可能性

が排除されないこともある。なぜなら、その取引の全部又は一部を逸しないために、独立の納入者であっても価格を引き下げの用意があるというような事情もあり得ようからである。しかし、例えば、問題の製品が比較可能な自由市場で（かつ比較可能な状況下において）、実際に本質的に高い価格で、したがって高い利益で販売されていることが確認されるときは、価格統制のある国における企業の低い利益は、その価格統制に基因するものである蓋然性が高い。その限りにおいて、租税法上の利益の調整は正当化されないであろう。極めて明白なことであるが、価格統制を行う国は、価格統制下において商品販売する企業が、価格統制がなければ実現したであろう利益に相当する利益を稼得する、と期待するわけにはいかない。

第二節 独立企業間価格の決定方法

一般的考察

四五 独立企業間価格を決定するには、各種の方法がある。主たる方法は、次のものである。

- (a) 同一又は類似の商品の市場価格（に必要な調整を加える）方法、又は独立の取引当事者への販売により同一又は類似の商品に対して稼得するであろう価格（に必要な調整を加える）方法——独立価格比準法 (The Comparable Uncontrolled Price Method)
- (b) 特殊の関係にある買主（再販売者）が非関連者たる顧

客に対して販売する商品の価格から、最初の売主の販売取引にかかる独立企業間価格を逆算するため、通常の利潤の額を控除する方法——再販売価格基準法 (the Resale Price Method)

- (e) 最初の売主の販売取引にかかる独立企業間価格 (および再販売者の仕入原価格) を導きだすために、売主の原価の額に適正な利潤の額を加算する方法——原価基準法 (the Cost Plus Method)

- (d) 許容できると認められるその他の方法

四六 商品の販売価格に関する独立企業間価格の決定方法の主たる方法について、以下のパラグラフにおいて詳述する。

問題は、これらの方法の適用に際して優先順位をつけることができるかどうかということである。独立価格比準法は、原則として他の方法よりも優れているというべきである。その証拠は自由市場で成立する価格に最も近接して結び付いているから。しかし、再販売者の利幅、生産原価、その他のデータが、自由公開市場における一義的価格よりも完全でかつ説得力をもって立証することができたり、あるいは容易に利用しうる場合もある。したがって、特定の事案において最も説得力のある証拠を提出する方法が、つねに選定されるべきである。独立企業間価格は、多くの場合、正確には決定することができず、そのような場合には、「独立企業間価格の」相当な近似値を求める必要があることを認識しなければならない。利用できる証拠を用い

て独立企業間価格の合理的な近似値を確定するため、複数の方法を用いることが合目的である場合も、しばしばあり得よう。四七 前記の方法のひとつを検討する際、税務当局は、異なる諸国における多国籍企業の活動について、かなりの量の信頼できる情報が必要とする。税務当局がコンツェルン内の販売取引を審査する際、特定の情報が不足する場合が時折ある。

買主(「再販売者」)に賦課をしようとする当局は、他の国におけるよりも自国における取引状況、市場条件及び通常の利潤の額に関して多くの情報を持っているであろう。したがって、当局にとっては、国外(「関連者」)の売主の原価及び利潤を計算するよりは、むしろ、これらの自国内のデータに頼るほうが容易である。他方、「最初の」売主が所在する国の当局は、当該国の自由市場価格、生産者の原価及び利益率の全貌をつかむことができるであろうが、海外子会社の再販売価格及び通常の利潤については知らないであろう。しかし、納税者にとっては、他国から証拠物件を調達することは常に可能である。同様に、税務当局としても、そのような証拠物件を入手する自らの手段を開発することが合目的であると考える。これは、税務当局間のより頻繁かつ効果的な情報交換に適した領域である。ただし、営業上の秘密保持の要請に対して十分な顧慮を払うべきであることは自明である。この関連において、納税者及び税務当局が「情報を」互に自由に使わせることによって、当該傘下企業及びこれの所属する多国籍企業が納税者、税務当局の双方に

とって満足のいく解決を得るため、有益に協力しうることを強調するべきであろう。

**独立価格比準法 (the Comparable Uncontrolled Price Method) 定義**

四八 独立価格比準法は、独立企業間価格を決定する最も直接的な方法である。移転価格は、相互に特殊の関係にない売主と買主の間における比較可能な取引に基づいて決定される。自由競争（非支配の）販売とは、傘下企業による非関連者への販売、非関連者の傘下企業に対する販売、並びに相互に特殊の関係がないが、しかし自らそれぞれ別の多国籍企業に所属することのありうるそうした取引当事者間における販売である。

自由競争販売は、換言すると、少なくとも取引の一の当事者が、納税義務者たるグループのメンバーでない場合の販売をさす、それらは善意 (bona fide) に基づく取引だけを行い、市場にとって重要でない販売（例えば、大量の取引関係に係る独立企業間価格の設定にのみ役立つところの、特定の量の非現実的な価格での非関連者への販売）は含まれない。この方法は、独立当事者間における取引が特殊関連者間における取引とどの程度まで比較しうるものであるかについて、慎重な吟味を必要とする。多くの要素が価格に影響を与える。この点については、以下のパラグラフで詳述する。

**経済的比較可能性**

四九 商品の価格が比較可能であるという場合には、経済

的に比較可能な立場において販売されるそうした商品の価格が比較の対象として援用される必要がある。この数十年間の国際取引の自由化の進展により、新規市場への参入はたしかに容易になったが、その自由化が最も広範におこなわれた国においても、取引が同じ条件の下でいつでもどこでも行われるそうした単一の統一的な市場は、成立するまでには至っていない。ある国における独立企業間価格を、他の国における市場価格に基づいて決定することができる例は、ほとんどない。したがって、地理的に異なる市場は、経済的条件が同一であるか、又は条件の違いが容易に除去できる場合にかぎって、確実に比較しうる。経済的・社会的構造、地理的状況及び消費者の習慣が多様である結果、同一製品の需給が国々のあいだでかなり違ってくる。

実際、市場価格は、国々のあいだであるいは一つの国の中でさえも異なっている。さらに、多くの領域（例えば、通貨の価値、租税、競争政策、価格統制若しくは為替管理、市場の規模と効率性、企業集中の度合）について各国が講じている国家的措置が、市場価格に影響を及ぼすことがある。他方、独占企業又はその他の支配的地位を市場で有する企業は、すべての独立の顧客若しくは特定の地域のすべての独立の顧客に対して一律の価格を付けることができるか又は付けるであろう。同様に、輸入関税のような、市場の特殊な特定の要素だけによって変更をうけるところの一律の価格を、前記の企業が利用することもできる。このような状況は、例えば、一定の詰替え商品 (train goods)

又は予備部分品の販売にみられる。  
比較可能な流通過程

五〇 価格が容易に比較可能であるためには、生産者から消費者に至る過程のうち同一の段階で販売される商品を比較すること、又は、異なる段階間の相違を容易に数量化できることが、とりわけ必要である。最も単純な例は、ある商品の卸売価格と小売価格の違いである。小売業者の通常の利潤額が容易に決定できる場合、必要な調整を行うことはそれ程難しくないのである。

#### 比較可能な商品

五一 非自由競争販売と自由競争販売を最も早く比較しうるには、当該商品が可能な限り物理的に同一であればよい。重要な相違点が存在する場合であっても、自由競争価格が適当な方法で調整され、その相違点を考慮しているときにはなお確実に比較することは可能でありうる。同様に、状況にもよるが、代替品の販売から何らかの手掛りが得られるかもしれない。しかし、この場合には、多くはその都度の状況に依存している(パラグラフ五二参照)。商品が自然の産物であったり、大量生産商品である場合には、比較可能な自由競争価格をみつけることは一般に比較的容易である。それでも、例えば、鉄鋼品のように同質の製品とみられるものでも、品質の相違は、斟酌されなければならぬ。価格の重要な決定要因である。それでも、一般的には、商品が規格化されていないほど、比較可能な

自由競争価格を見出すことは、一般的に容易でないといえよう。半製品又は部品について、比較可能な市場価格をみつけることは、不可能でないとしても、しばしば極めて難しいことである。なぜなら、それらが特化していればいるほど、公開市場で取引が行われない傾向にあるからである。

五二 消費者が製品をどのように受け入れているかも、その価格に重要な影響を与える。買主の製品選択は、商品の一定の特性に基づいており、例えば、特許権を用いた特定のメルクマール、商標、商号、包装若しくは梱包の特異性、又は商品の品質、デザイン、色彩若しくはスタイルのユニークさに基づいているかもしれない場合もある。そのような差異のあるメルクマールが、実際に存するか、又は消費者の思い込みにすぎないかもしれないが、それがあつた製品を他の製品よりも優れたものであるとしている限りにおいては、価格に影響を与える。このように、物理的・化学的に同一の製品でも、それらの一方がブランド製品でその他のものがそうでない場合には、異なる価格で取引されうる。同様に、同一製品の価格との直接の比較は、それらが同一の保証条件の下で販売されていないならば、誤つたものとなる。つまり、特許品と同一の商品ではあるが、しかし模倣品、不法にコピーされた偽造品又は密輸品である(したがつて、これらは低価格で販売される)場合は、そのような商品は、この理由から、ごくまれに特許品と直接比較し得るにすぎない。したがつて、それらの「販売」価格は、一般的には、当該保護を

受ける特許品の独立企業間価格を決定するためには役に立ちえない。もっとも、関係市場における特許権を保障する保護の実効性及び「海賊版商品」の販売の数量いかんによっては、それらの商品を販売する価格が、ある程度まで特許品の価格を引き下げることがありうる。その場合には、前者の販売価格がある程度意義を有することになる。たしかに、前者の商品を販売する価格は、当該保護をうける特許品の純粋な製造原価のヒントとはなるであろうが、しかし、その価格は研究開発費も技術援助費その他の当該商品と関連のある役務も考慮していないので、その他の目的のためには、ほとんど役に立ちえない。

五三 さらに、非自由競争販売と自由競争販売との比較に際しては、次の要素についても考慮しなければならない。すなわち、①取引数量が価格に影響を及ぼす場合には、取引数量が比較可能でなければならない。②当該自由競争取引は、当該審査をうける取引とは同一の時期におこなわなければならない。なぜならば、市場価格は、季節要因により又は一般的な景気変動により時間と共に変化するからである。同様に、販売条件が価格の相違を正当化することもありうる。輸送費、梱包費、広告宣伝費、マーケティング費、保証費が価格に含まれることもあるし、含まれないこともある。支払条件も同様に、重要な要因である。予想又は期待される為替変動又はインフレ率もまた、通常の価格形成に当たり考慮される（安定した通貨建、インデックス方式、あるいは前払方式による条件などの場合）。

五四 グループ内部の取引を自由競争販売と比較する場合には、売主が買主に対し付随的に人的役務を提供しているかどうか、あるいは商品の販売に関連して特許権、ノウハウ、暖簾、商標権のような無体財産が移転されているかどうかについて検討する必要がある。人的役務又は無体財産の譲渡が販売にしばしば付随する点が、多国籍企業内の取引の特徴である。このことは、高度技術の伴う若干の産業部門の場合に特にあてはまる。このような場合には、無体財産の使用又は役務の提供の対価は、通例、商品価格に含まれるが、しかし、これとは別個に請求されることもありうる。

その他の考察

五五 第一節において述べたような困難な問題がある場合、自由競争の独立企業間価格が存在しない場合、又は、自由競争価格が真に比較できない場合（例えば、それが全くわずかの自由競争販売にかかるものである場合）には、独立価格比準法を用いることが不可能となる。その場合には、後に述べる方法のうち一又は二以上の方法に立ち帰らなければならない。ここで、当該特殊関連企業の相当の利潤の額を算出するには、製品の性質を考慮することが重要である。もし、その製品が高度の技術革新をその内容とするものである場合、製造、研究開発（研究開発費が生じている場合）に關与する企業で、製品が市場で受け入れられないときには損失を負担しなければならないであろう企業に、利益の大部分を帰属させることは合理的であろう。

他方、著しく規格化されている製品の場合、多国籍企業の製造、研究開発よりも販売活動が利益の実現に寄与するであろう。そのような状況の下で、税務当局は、独立企業間価格を決定する際、市場の条件、取引の慣習その他個々のケースごとのあらゆる重要な状況を考慮しなければならない。そのような場合には、特にグループの構造及び傘下企業の経済的機能が検討されなければならぬ。いずれの傘下企業が、多国籍企業の行う研究開発活動に関与しているかを分析することが必要である。さらに、価格政策自体が一貫しているかについても、考慮を払わなければならない。一貫した価格政策は、通常、特殊関連企業に対する販売の場合にも自由競争販売の場合にも等しく妥当する。価格政策が一定期間中に変化する場合、そのような変動が租税負担の極少化のためなされている、という可能性を排除することはできない。したがって、それについて十分な理由づけが必要となる。

再販売価格基準法 (the Resale Price Method)

五六 再販売価格基準法は、特殊の関係のある売主から購入された商品が、非関連者たる買主に再販売された価格を出発点とする。次に、その価格から通常の利潤の額(再販売者が自己のコストを回収し、利益をあげようとする額)を控除する。その差額を、最初の販売にかかる独立企業間価格としてみなされる。この方法は、商取引に適用される場合に最も適していると思われる。

五七 適正な利潤の額の確定には困難が伴う。買主(再販売者)が製品の価値を本質的に「著しく」高めていない場合には、比較的問題が少ない(この場合であっても、難しい状況が起きてくることもありうるが……)。したがって、比較可能な自由競争販売について信頼に足る情報がなく、かつ、特殊の関係のある売主が商品の価値の大部分をつくりだしているようなケースには、この方法が最も目的となる。当該商品が再販売に先立ってさらに加工されたり、又は、より複雑な製品に組み込まれたりする場合には、この方法はあまり用いることができなくなってくる。(例えば、部品が完成品又は半製品に組合わさる場合)当該商品の同一性が失われるか又は変化し、その結果、最終「商品の」価値に対する当該商品の貢献度が、簡単に認識できなくなる。独立価格比準法の場合には、比較可能な価格が参照されねばならないのに対し、再販売価格基準法は、比較可能な利潤の額(「利幅」を前提とする。しかし、これらは簡単にはみつからない。買主(再販売者)のコストを算定するのは極端にむずかしいわけではない。利潤の額(「利幅」)に含まれるべき利益の多寡は、議論の種となりうる。この点については、パラグラフ五九―六二での考察が有益となる。

五八 再販売価格が非自由競争販売の前後の短期間のうちに得られた場合には、それが出発点として最も適している。両取引の間に時間的間隔があいていなければならないほど、他の要因―市場、為替、コスト等の変化―が比較に際し考慮される必要が出てく

る。さらに、税務当局は、商品の価値が再販売の段階においてとりわけ商標又はその他の無体財産の使用により影響を受けるという事実を考慮に入れなければならない。商品価値がそのような要因で大幅に変化しうるので、再販売価格基準法の適用が、不可能ではないにせよ困難になることもある。

五九 利幅は、主として製品の再販業者(が提供又は負担する)機能、事業活動及びリスクの価値に依存している。ここで考えるケースの態様としては、再販業者が商品の運送に際し最小限度のサービスしか事実上提供していないケースから、再販業者が自己商人としての全責任と全リスクに加えて、広告宣伝、マーケティング、配送、商品の保証、資金調達、在庫管理及びその他の関連のある人的役割を提供するケースまで幅広く存在することは明らかである。再販業者の努力が全く又はほとんど不要であるような状況の下で、その者の活動が商品の再販売に尽きている場合、再販業者の利益が小さいものであるとの仮定は、合理的であろう。このことは、再販業者が商品の引渡しを行わず、そして顧客の多くが居住していない低税率国又は無税国において事業活動を行っているケースに、特にあてはまる。しかし、そのような状況下においてさえも、再販業者が当該商品のマーケティングに明らかに特別な専門能力を投入するか、又は一定のリスクを実際に負っている場合には、最小の利益以上のものが再販業者の活動に帰するとの議論もできよう。もっとも、そのような状況下においては、そのような主張は、それ

が受容されるべきものであるならば、十分に説得力をもって立証される必要がある。再販業者が一般的な仲介を行っている場合(特殊関連企業内においては、純粹なものもありそうにもないが)には、この主張はより容易に受け入れられるであろうが、その場合でも、利幅の多寡は仲介手数料を指標としていることがありえよう。他方、再販業者が少量単位による卸売、商品の梱包、広告宣伝、マーケティング、倉庫保管、輸送、配送及び顧客サービス等の業務を伴い、かつ、これに対応する経済的リスクを負っているそうした真正の商業活動を実際に行っている場合には、相応の高い利潤が期待されることになろう。

六〇 無税国又は軽課税国にある法人が商品の流通過程の中に組み込まれている場合、税務当局は、当該法人から購入した商品の再販売価格だけでなく、当該法人がその売主に対して支払った対価の額についても審査しなければならないであろう。もっとも、この情報を収集することは実際上困難であり、したがって、また同様の理由により介入在会社の機能を確認することも難しいかもしれない。しかし、当該法人が真のリスクを負担していること、又は商品の価値を増加する機能を演じていることのどちらかが証明されないならば、当該法人がその活動の対価として主張されている価格要素は、全く他に帰属させることができる。

六一 利幅は、再販業者が当該商品の独占的再販売権をもっているかどうかによっても左右されることがある。この種の合意

が非関連者間でも行なわれうるし、また、価格にも影響を与えらる。独立企業間価格の原則は、この種の独占的販売権を無視することまでをも要求しているわけではない。そのような権利の価値は、ある程度まで地理的範囲ならびに代替品の存在と相対的競争力に存している。かかる合意は、独立企業間において、売主と再販売者の双方にとって価値のあるものでありうる。その合意は、再販売者がより多くの努力を払って、売主の特定の製品の販売を促進する刺激となるか、逆にすることもありうる。なぜなら、かかる合意が再販売者に一種の独占権を与え、そのため、再販売者が商品を販売する努力をほとんど行わない結果を招くこともあるからである。したがって、この要素が再販売者の利幅に与える影響は、場合によって重大であることもありうるので、慎重に検討されなければならない。

六二 グループの傘下にある商事企業の利幅は、同種の商品を自由市場において購入販売して稼得する利幅と比較して算定される。それがない場合には、完全に独立している企業の利幅が拠りどころとして採用されてよいが、これは十分注意したうえでのみ適用すべきである。

原価基準法 (the Cost Plus Method)

六三 独立企業間価格を決定する方式は、売主の原価に適正な利潤の額を加算するものである。本方式では、原価(パラグラフ六六―六八参照)及び適正な利幅(利潤の額)(パラグラフ六九参照)の算定が問題となる。この方法は特殊の状況にあるケー

スでは決定的な判定基準をもたらしうる(パラグラフ六五参照)。しかし、これと並んで、本方式は、留保付きで他の方式により是認された価格をさらに審査するために用いられる。たしかに、企業は、事業活動を一般的に継続するために、一定期間内に稼得しコストを回収しなければならぬが、しかし、具体的な事案における原価は適正な利益を決定するために、通常余り有益ではない。

六四 原価基準法の下では、取得費なし製造費の意義が過大評価され、需要関係が無視され、そして競争条件が十分に斟酌されないという結果になる。この方式はつねに利益(「の獲得」)を仮定しているが、しかし、現実には企業利益は必ずしもつねに保証されない。さらに、「本方式の下では」満足の行く形で原価を個別の製品に配分することは困難である。最後に、(例えば拙劣な企業経営により)特定のコストが異常な場合もある。

六五 それにもかかわらず、半製品が特殊関連者間で取引され、多国籍企業のさまざまな傘下企業が共同製造施設使用契約若しくは長期売買契約を結んでいる場合、又は子会社が本質的に下請企業として活動している場合には、原価基準法は独立企業間価格の決定に際しきわめて有益である。また実際問題として、もっぱら単一の顧客の需要を念頭に置いて製造される特別注出品について契約が締結され、予想以上の製造原価が発生する場合、若干の分野では、独立企業間の取引についても、原価基準法に基づく価格(「の決定」)が合意される(例・軍需品供給に関

する政府契約及びある種の操業可能な施設の供給契約)。

六六 原価計算制度は普遍的ではなく、国により又企業により異なるので、コストの算定は困難となり、見解の対立を生じうる。税務当局は、どのような原価計算方法が実際に使われたのかを確かめる必要がある。その原価計算方法が適切妥当であり、当該企業が一貫して(例…非関連者に請求する価格を計算する際にも、特殊関連者に請求する価格を計算する際にも)適用している場合、税務当局はその原価計算方法を説得力のあるものと考え、その適用を合目的だと考えるであろう。しかし、どのような原価計算方法をとるにかかわらず、こうして算定されたグループの内部取引の販売価格は、企業が通常の状態の下でこれらの取引から生ずる適正利益を獲得しうるため、原材料・部品・商品、人件費その他の加工費などの直接費だけでなく、(研究開発費の適正割合を通常含む) 関連の共通費又は間接費をも回収しなければならない。一見したところ、どの費用が各生産単位に配賦されるべきかという問題にとって、歴史的原価がその基礎となる。しかし、原材料費・人件費は時とともに変動するので、特定の期間、一製品グループ、又は特定の生産ライン〔に関して発生した〕費用を特定の平均値で評価することは、しばしば必要なことである。固定資産の原価の配賦も問題である。特に、数種の製品が同時に製造又は加工され、そして産出量変動する場合にも、適正な平均値が採用されなければならない。

六七 売主の側の原価だけが考慮の対象となりうるので、(売主と買主との双方に発生した共通の) 特定の原価が売主と買主との間でどのように配分されるべきかという問題が提起される。この点に関しては、取引に関与する者の果たしている機能及び負担しているリスクが検討されなければならない。

六八 例えば、設備品、研究プロジェクト及び宣伝活動の支出のような例外的に巨額の費用が、どのように関係の傘下企業に配賦されるべきかも、検討しなければならない。さらに、間接費がどのように配賦されうるべきか——例えば売上高に応じてか、従業員数、人件費又はその他の算定基準に応じて配賦すべきかどうか——も、問題である。課税当局が原価基準法に基づき、特殊関連者との取引から生ずる製造業者の売上高を増額しようとする主張するのに対し、製造業者が外国市場における種の販売は余剰製品の処理であり、そして変動費用又は限界生産費のみを考慮に入れば十分であると反論するかもしれない。こうした反論は、当該商品がより高い価格で売却し得ないと立証できる場合に限って、正当化され得る(パラグラフ四三参照)。全てのケースにあてはまる一般的なルールは存在しない。それぞれの方式は、非自由競争取引と自由競争取引を問わずかつ長期間継続して一貫して、特定の企業に適用されうべきである。六九 適切な原価を算定したのちに、適正な利幅(利潤の額)の決定が問題となる。理想のケースでは、売主の利潤の額は、自由競争の購入と販出による場合における類似製品についての

利幅にならって決定されうるであろう。当該売主が自由競争の取引を行っていない場合には、当該売主の粗利益を推定するためには、自由市場における類似の取引から生じる(独立の売主)の粗利益が参照されねばならない。ここにおいても、再販売価格基準法を適用する場合と同様、特殊関連企業が現実を果たしている経済的機能が検討されねばならない。

その他の方法

七〇 独立企業間価格を決定するための十分な抛りどころが自由市場になく、再販売価格基準法又は原価基準法のどちらを適用することも容易でない場合がしばしば生じる。そのような場合には、独立企業間価格を決定するために、他の適切な方法を適用することが必要となることがある。さらに、前述の方法のいずれかに従って算出した価格をもう一度吟味するために、追加的な計算(検算)を行うことが必要となることがある。現実利用されている方法のうちいくつかについて、以下のパラグラフで論じることとするが、これらだけで全てであるとは勿論言えない。慎重にこれらを利用することが必要である。

利益比較法

七一 ひとつの企業の業績全体を、同一又は類似の条件下で事業活動している他の類似企業のそれと比較することは、税務当局にとって有用であろう。ひとつの産業部門の企業利益については、例えば、長期間にわたってみると、ひとつの規則性が認識されうる。この規則性からの乖離は、人為的な移転価格によ

り利益が移転していることの間接証拠であるかもしれない。しかし、このような比較は、用心深く行うことが必要である。なぜなら、過大な利益又は損失が必ずしも人為的に生みだされたものとは言えないからである。さらに、ひとつの企業の利益動向を分析するにも、全く相異なる観点が存在する。例えば、利益の売上総額に対する比率又は利益の販売費に対する比率を分析する。ひとつの企業に適している分析方法が、別の企業については適していない場合もある。それにもかかわらず、特定の商品又は商品グループの販売から生じる粗利益を対照するには、このような比較を行うことは有用である。しかし、そうはいっても、このようにして比較した結果は、さらに調査を進めるうえでの参考資料として役立つにすぎない。

七二 独立企業間価格を決定するため、又は特殊関連企業間に利益を正当に配分するため、時折、別の方法が提案される。それによれば、販売取引に関与する傘下企業に対して、当該取引から生じる純利益の合計額の一部を、最終利益に対する各企業の貢献度に基づいて配賦するという試みである。この利益配賦法についてはパラグラフ一四で検討されており、この方法の問題点がそこで詳細に論じられている。

七三 場合によっては、適正な移転価格が類似の方法により特定されることもある。すなわち、若干類似した手順を踏み、当該特殊関連企業の投下資本収益率と、類似の事業活動を行ないかつ同一の資本を必要とするそうした企業の投下資本収益率と

を比較する。この投下資本収益法にも難点が存在する。ひとつの問題は、比較の対象となる企業の財務構造がほぼ同一である場合に限り、この比較は有意義である。もしそうでない場合には（例えば借入金金の利息債務が異なることにより、財務構造の本質的類似性が担保されない場合には）、比較可能なものとするため、計算に当たって複雑な調整を加えることが必要となる。

#### 期待資本収益法

七四 さらに、別のアプローチは、次のような形の資本収益率に基づく方法である。例えば、親子会社間取引の場合、子会社が非関連者から得るべき利益は、当該資本を他の仕方でも投資した場合に期待されうるであろう資本収益率に対応するものであると前提する方法である。しかし、この前提もまた恣意的なものである。比較可能な独立企業が得る利益が、他の仕方での投資に基づく収益率と一定の比例関係にあるとは必ずしも言えない。たしかに、このような方法は、考えられる利潤の合理的な範囲を示唆するうえで、ある程度の価値を有するものであるかもしれない。投下資本からの「通常の利益」というテーゼは余りに明確性を欠き、それだけでは役に立たないであろう。

#### 商品の販売——要約

七五 既述の諸方法は、考えうる手続きを限定列挙したものである。ある方法が本書で言及されなかったとしても、このことは、その方法が適用されえないであろうということを意味しない。しかし、商品販売の移転価格に調整を加えることが適切

かどうか、適切とすればどのような調整を加えるべきかについて、税務当局と多国籍企業とが、信頼に足る情報に基づいてどのように議論しうるかについて、前述の考察は有益なヒントを与えるであろう。