

増値税改革 最終章 準備はできていますか？

2016年3月

概要

2012年年初、中国間接税改革は新たな一歩を踏み出した。まず、上海市の交通運輸業及び一部の現代サービス業の二つの業界において、これまで営業税の課税対象であったサービスが増値税の課税対象へ移行する改革（以下、「増値税改革」）が試行された。その後の数年間、増値税改革の試行範囲は段階的に拡大された。そして、2016年年初、年内に、全ての業界の増値税改革が完了するであろうと報じられた。世の注目を浴びて、2016年3月5日、李克強総理は政府工作報告を発表し、2016年5月1日より、増値税改革を全面的に実施することを発表した。

総理の報告において、増値税改革の試行範囲は、建設業、不動産業、金融保険業、生活関連サービス業まで拡大されることが発表された。また、同時に、増値税改革の試行範囲の拡大業務には次も含むことが言及された。

- 企業のすべての新規に取得した不動産に係る増値税を仕入控除の範囲に追加する。
- 今回の増値税改革の範囲拡大のプロセスにおいて、全ての業界の税負担の軽減を確保する。

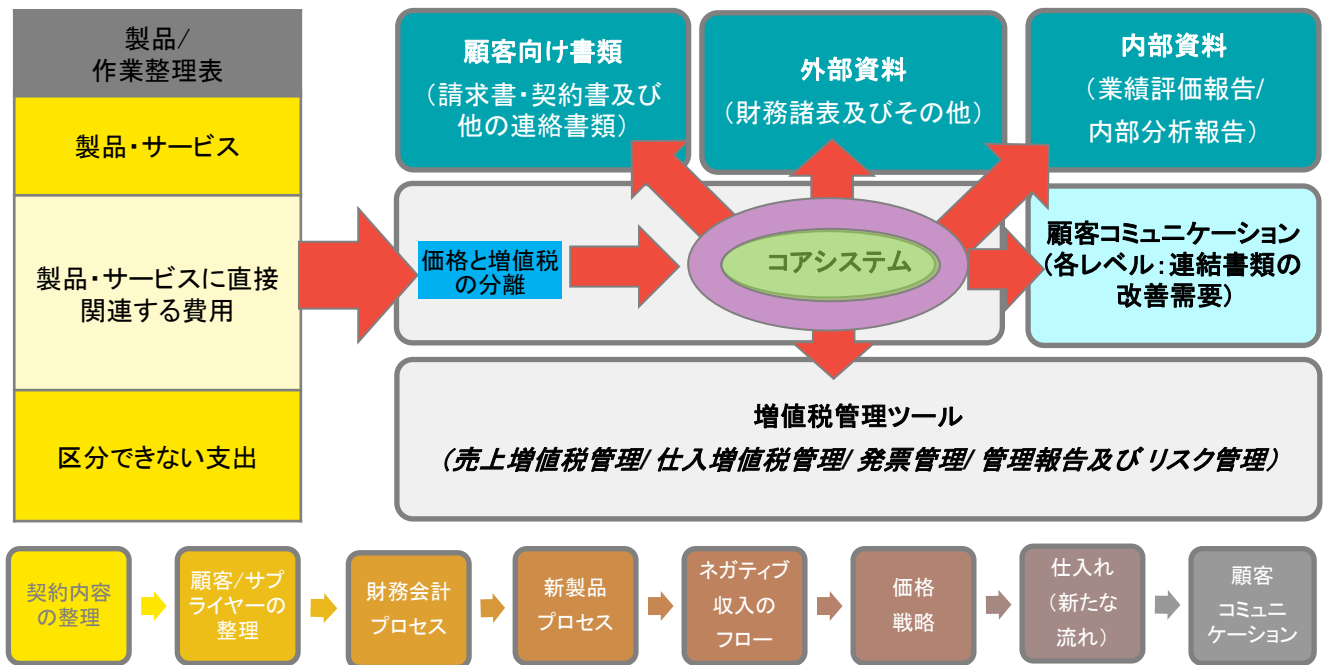
所見

今回の報告により、長い間待たされた増値税改革の最終章の具体的な実施タイミングがやっと公表されたことになる。納税者は、遂に、その「増値税改革」のための業務計画を明確化できる。当然、増値税改革の政策制定者及び監督部門に対して多くの意見が寄せられ、金融保険業の「増値税改革」の実施タイミングは、例えば、2016年7月1日もしくは10月1日までの延期が期待されていた。しかしながら、李総理の政府工作報告で、唯一、言及のあった実施タイミングは5月1日のみである。従って、金融保険業に対する「増値税改革」の実施タイミングの延期は、楽観視が難しくなった。

現在、財政部及び国家税務総局は、新たに増値税の対象になる業界に対する具体的な「増値税改革」の実施細則の制定作業に追われているであろう。具体的な実施細則は、2016年3月中に完成し、公布される可能性がある。今後の増値税改革にかかる情報も引き続きお伝えする。

増値税の課税対象範囲に新たに加わるな納税者に対し、増値税納税者となるための準備に残された時間は、僅か50日ほどである。EYのこれまでのサポート経験により、新たに増値税の課税対象となる納税者には、次の作業をお勧めする。

「増値税改革」実施案の概要



具体的な行動計画

	プロセス	行動案
1	製品/作業整理表 ▶ 製品/サービスを基礎とする	<ul style="list-style-type: none"> ▶ サービス及びシステムに基づき、製品、サービス及び収入の分類モデルを構築する。 ▶ より深く増値税改革の試行を分析するため、製品、サービス及び収入情報の収集モデルを設計する。 ▶ 業務部門に標準化された方法を設定するために、増値税に関わる業務事情/状況に対し、有効な分類と確定作業を行う。 ▶ 管理部門及び関連部門とディスカッションし、モデル/サンプル/方法を確認する。 ▶ モデル/サンプル/方法に従い、製品/作業整理表を修正する。 ▶ 関連部門と協調して、増値税に関わる業務事情/状況に対して分類と確定作業を行う。 ▶ 提供された背景及び現状に基づき、増値税に関わる対応策を提出する。 ▶ 業務の背景/現状及び対応策について、管理部門及び関連部門と検討する。 ▶ 業務部門及び情報技術部門と協力し、ユーザーニーズを検討し、システムを改善する。

	プロセス	行動案
2	製品/作業整理表 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 製品及びサービスに直接関連するコスト及び費用 ▶ 区分できない支出 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ サービス及びシステムに基づき、コスト及び費用の分類モデルを構築する。 ▶ より深く増値税改革の試行を分析するため、コスト及び費用の情報収集モデルを設計する。 ▶ 業務部門に標準化された方法を設定するために、増値税に関わる業務事情/状況に対し、有効な分類と確定作業を行う。 ▶ 管理部門及び関連部門とディスカッションし、モデル/サンプル/方法を確定する。 ▶ モデル/サンプル/方法に従い、製品/作業整理表を修正する。 ▶ 関連部門と協調して、増値税に関わる業務事情/状況に対して分類と確定作業を行う。 ▶ 提供された背景及び現状に基づき、増値税に関する対応策を提出する。 ▶ 業務の背景及び現状、コスト及び費用並びに対応策について、管理部門及び関連部門と検討する。 ▶ 業務部門及び情報技術部門と協力し、ユーザーニーズを検討し、システムを改善する。
3	顧客向け書類	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 関連する増値税法規及び内部政策に基づき、コンプライアンス及び顧客に関連する書類を選別し、更新する。 ▶ 更新が必要となる書類を選別する。例えば、 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 請求書 ▶ 契約書 ▶ その他の書類 ▶ 書類を審査し、更新する必要がある重要な問題及びリスクをまとめ、更新のための対策を検討する。 ▶ 関連部門と相談の上、重要な問題/リスク及び修正後の内容を確定する。 ▶ 顧客向けの書類に関する修正案を制定する。 ▶ 業務部門に正式な意見を求め、法務部門と修正ガイドラインを確定する。 ▶ 管理部門より書類の最終バージョンを確認する。 ▶ 修正ガイドラインを公布し、関連部門及び情報技術部門に対し、書類、システム更新のトレーニングを行う。
4	外部資料	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 関連する増値税法規及び内部政策に基づき、法務及び業務部門にて更新する必要がある外部資料を選別する。例えば、 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 財務諸表 ▶ その他の書類 ▶ 書類を審査し、更新する必要がある重要な問題及びリスクをまとめ、更新のための対策を検討する。 ▶ 関連部門と相談の上、重要な問題/リスク及び修正案の内容を確定する。 ▶ 外部書類の修正ガイドラインを制作する。 ▶ 業務部門及び他の関連管理部門に修正ガイドラインに関する正式な意見を求め、確定する。 ▶ 確認後の最終版を保存し、マネジメントの署名を得る。 ▶ 関連業務部門及びIT部門にガイドラインを公布し、トレーニングを通じて業務部門及びIT部門のシステムと書類をさらに更新する。

	プロセス	行動案
5	内部資料	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 関連する増値税法規及び内部政策に基づき、関連業務部門/その他の部門にて更新する必要がある内部資料を選別する。 例えば、 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 重要な業績指標 ▶ 業務部門の分析及びレポート ▶ 書類を審査し、更新する必要がある重要な問題及びリスクをまとめ、更新のための対策を検討する。 ▶ 関連部門と相談の上、重要な問題/リスク及び修正案の内容を確定する。 ▶ 内部書類の修正ガイドラインを作成する。 ▶ 業務部門及び他の関連管理部門にガイドラインに関する正式な意見を求め、確定する。 ▶ 確認後の最終版を保存し、マネジメントの署名を得る。 ▶ 関連業務部門及びIT部門にガイドラインを公布し、トレーニングを通じて業務部門及びIT部門のシステムと書類をさらに更新する。
6	契約内容の整理	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 関連業務部門より法律書類のサンプルを収集する。 ▶ 将来の審査プロセスに利用するために増値税に関連する条項を審査し、重要な問題及びリスクをまとめる。 ▶ 法務及び関連部門と相談の上、重要な問題/リスク及び修正案の内容を確認する。 ▶ 将来の法律条項の修正及び審査のために、標準の法律条項及び利用可能な変更条約を確認する。 ▶ 法律条項の審査プロセス及び段階式の審査制度を確立する。これには、修正済みの条項を記録するモデルを含む。 ▶ 法務及び関連部門とディスカッションし、全体のプロセスを確認する。 ▶ マネージメントが署名するために、プロセスを記録する。
7	サプライヤーの整理	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 現時点で収集したサプライヤー情報及び管理モデル(システムを含む)を把握する。 ▶ 増値税の観点からプロセス及び機能システムにおける有効な情報を選別する。 例えば、 <ul style="list-style-type: none"> ▶ サプライヤー税務登録番号 ▶ 提供された商品及び性質 ▶ 適用する増値税税率 ▶ 増値税専用発票を取得できるか否か ▶ 増値税の源泉徴収を行うか否か ▶ 既存のサプライヤーの追加情報を収集し、管理するための解決案を検討する。(以下、「既存サプライヤーの整理」) ▶ 関連業務部門とディスカッションし、「既存サプライヤーの整理」案を確認する。 ▶ 将来のサプライヤーの情報収集及び管理プロセスのために、実施規則及びシステムに対する要求を検討する。 ▶ 法務及び事業部門と連携し、上記のプロセス及びシステムを確認する。 ▶ マネージメントが署名するために、プロセスを記録する。(以下同様)

	プロセス	行動案
8	顧客情報整理	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 現時点の収集した顧客情報及び管理モデル(システムを含む)を把握する。 ▶ 増値税の観点からプロセス及び機能システムにおける有効な情報を選別する(増値税専用発票の発行に必要な情報)。例えば、 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 顧客の正式な中国語名称 ▶ 税務登録番号 ▶ 増値税専用発票の発行に必要なその他の情報 ▶ 提供したサービスの性質 ▶ 適用する増値税税率 ▶ 増値税専用発票を発行するか否か ▶ 増値税免税・ゼロ税率・優遇政策に該当するか否か ▶ 増値税改革の前に、該当する対策案を通じ、既存顧客の追加情報を収集し、管理する。(以下、「既存顧客整理」) ▶ 関連する業務部門と「既存顧客整理」案を検討し、確認する。 ▶ 将来の顧客情報の収集及び管理プロセスのために関連する実施規則及びシステムに対する要求をドラフトする。 ▶ 関連業務部門と連携し、上記のプロセス及びシステム要求を確認する。 ▶ マネージメントが署名するために、プロセスを記録する。
9	税務に関する会計プロセス	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 現行の会計準則及び増値税条項/増値税会計準則との違いを特定する。 ▶ 特定の増値税問題に会計処理対策案(借方及び貸方)の例を提供する。 例えば、 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 値引き ▶ 見なし販売 ▶ 増値税納税義務の発生時期 ▶ 増値税免税/ゼロ税率 ▶ 増値税優遇政策 ▶ 仕入税額の振替 ▶ ビジネスのシナリオに対するマネージメントの判断・分析のために特別な会計仕訳に関する業務状況をまとめる(例えば、増値税仕入税額の振替が特定の業務部門で案分されるかなど)。 ▶ 新たな会計処理方法、プロセス及びシステム要求を制定する。 ▶ マネージメントが署名するために、新たな会計処理とプロセスを記録する。 ▶ 関連部門及び人員に新たな会計処理対策案を配り、トレーニングを提供する。
10	新製品/サービスに対するプロセス	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 製品/サービスタイプによりそれぞれの対策案を制定する。 ▶ 関連する業務部門と相談し、対策案を確定する。 ▶ 該当するモデルを確立し、新製品/サービスの類型及び相応する対策案を確認する。 ▶ 該当するモデルを確立し、新製品/サービスの違い及び適用される税務処理を確認する。 ▶ 審査の流れ及び段階式の批准プロセスを確立する。 ▶ 関連業務部門と相談し、全てのプロセスを確認する。 ▶ マネージメントが署名するために、プロセスを記録する。

	プロセス	行動案
11	ネガティブ収入に対するプロセス	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 異なるネガティブ収入の状況への対応策を確認する。 ▶ 管理部門及び業務部門と連携し、対策案を確定する。 ▶ ネガティブ収入の類型及び対応の標準対策案を確認するために該当する原理モデルを作成する。 ▶ ネガティブ収入の格差状況及び対策案を確認するために該当する理論モデルを作成する。 ▶ 審査の流れ及び段階式の批准プロセスを確立する。 ▶ 関連業務部門と相談し、全てのプロセスを確認する。 ▶ マネージメントが署名するために、プロセスを記録する。
12	価格戦略に対するプロセス	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 異なる価格設定による財務影響を分析する。 ▶ 管理層/業務部門が判定を行うために、異なる価格設定による影響を表し、相応する分析モデルを作成する。関連業務部門はその分析モデルを他のライバルの価格設定を収集するためのデータベースとして利用する。 ▶ 価格設定の審査の流れ及び段階式の批准プロセスを確立する。 ▶ 関連業務部門と相談し、全てのプロセスを確認する。 ▶ マネージメントが署名するために、プロセスを記録する。 ▶ 分析モデルの利用を促し、関連部門及び社員に対しトレーニングを行う。
13	仕入れに対するプロセス	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 主な仕入れ案を確認し、発票/請求書/税務上の処理が一致することを確認するために契約書に対しサンプリング調査を行う。 ▶ 異なるサプライヤー及び異なる取引状況の財務計算を確認するために該当する状況モデルを作成する。 ▶ 仕入れ及びサプライヤーを選択するためにモニタリングシステム、審査の流れ及び段階式の批准プロセスを確立する。 ▶ 支払申請、財務審査、発票検証及び送金に対し、段階式の批准プロセスを確立する。 ▶ 関連業務部門と相談し、全てのプロセスを確認する。 ▶ マネージメントが署名するために、プロセスを記録する。 ▶ 状況モデルの利用を促し、関連部門及び社員に対しトレーニングを行う。
14	顧客コミュニケーションに対するプロセス	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 関連業務部門に顧客コミュニケーションの重要な情報を確認する。 ▶ 公共の場に公布される関連書類を作成する。 ▶ ホームページ及び電話顧客サービスに相応のモデルを作成し、想定される質問に対応する。 ▶ 関連業務部門と相談し、全てのプロセスを確認する。 ▶ 上述の書類及びモデルの利用を促し、関連部門及び社員に対しトレーニングを行う。 ▶ 定期的にフィードバックの情報収集を確認し(例えば、二週間に一回など)、フィードバックに基づき、検討を行う。関連書類及びモデルを修正する。 ▶ マネージメントが署名するために、修正案を記録する。

多くの企業はすでに増値税改革の準備作業を開始し、すでに一部の事前準備作業を完了しているものと思われる。しかしながら、今回の「増値税改革」に関わる具体的な政策は未だに発布されていないため、最終的な実施細則が発布されるまで、更なる具体的な作業を決定することは難しい。そのため、企業は全ての準備作業を「完成しなければならないもの」と「完成を目指すもの」に分類し、優先順位をつけて対応されることをお勧めする。

結論

この2ヶ月間の税法及び経営環境(取引方法)の変化は企業にとって大きなチャレンジとなる。企業は、「増値税改革」が及ぼす企業のビジネス及びその他に変化に対応するために、有効な資源を集約しなければならない。

同時に、企業は税務プロフェッショナルに相談することも推奨される。

Kenneth Leung
Greater China Indirect Tax Partner
+86 10 5815 3808
kenneth.leung@cn.ey.com

Beijing Indirect Tax Team

Tian Shu
Partner
+86 10 5815 2159
shu.tian@cn.ey.com

Hongli Wang
Director
+86 10 5815 2307
hongli.wang@cn.ey.com

Andrea Yue
Director
+86 10 5815 3814
andrea.yue@cn.ey.com

Shanghai Indirect Tax Team

Bryan Tang
Partner
+86 21 2228 2294
bryan.tang@cn.ey.com

Kevin Zhou
Partner
+86 21 2228 2178
kevin.zhou@cn.ey.com

Stephane Rinkin
Partner
+86 21 2228 5818
stephane.rinkin@cn.ey.com

Lynette Dong
Director
+86 21 2228 4107
lynette.dong@cn.ey.com

Shenzhen Indirect Tax Team

Michael Lin
Partner
+86 755 2238 5780
michael-cs.lin@cn.ey.com

Andy Leung
Director
+86 755 2502 8386
Andy-SY.Leung@cn.ey.com

Hong Kong Indirect Tax Team

Marc Bunch
Partner
+852 2629 3588
Marc.bunch@hk.ey.com

EY 安永 | Assurance 監査 | Tax 稅務 | Transactions 財務取引 | Advisory アドバイザー

EYについて

EYは、保証、稅務、トランザクション、及び各種類アドバイザリーサービスの分野における、世界的なリーディングファームです。深い洞察力と良質のサービスが世界各地の資本市場と経済体に信用と信頼の構築を支援します。私たちは優秀なリーダーを育成し、チームの協力で全体の利益に関する責任を背負います。EYは、クライアント、職員、及びより広い地域社会がその潜在力を発揮できる社会の構築を支援します。

EYとは、アーンスト・アンド・ヤンググローバルリミテッドのメンバーファームにより構成された国際組織を指し、各メンバーファームはそれぞれ独立した法人組織です。Ernst & Young Global Limited はイギリスの担保有限会社で、クライアントへのサービス提供は行っておりません。より詳細な情報は、当事務所ウェブサイトをご覧ください。
www.ey.com

© 2016 Ernst & Young, China

APAC no. 03003080
ED None.

本資料のご利用は一般的な参考目的でのご利用に限られるものとし、特定の目的を前提としたご利用、詳細な調査への代用、専門的な判断の材料としてのご利用等は行わないで下さい。

www.ey.com/china