

第32回

ネットワークを通じて報酬を支払う場合の
源泉徴収の扱いについて

まずは、先月号からの続きです。今回で終了ですので今しばらくおつきあい下さい(編集部注：原稿中のナンバーリングは先月号からの続きです)。

5.3 管理業者の責任

5.3.1 商法23条類推責任

モールの管理業者が加盟店の行った販売行為から生じた拡大損害について責任を負うとすれば、最判(最高裁判所判決)の事例と同様に商法23条類推責任による可能性が高いと考えられます。

最高裁の考え方からすると、

顧客一般のユーザーが、加盟店の営業主がモールの運営主体たる管理業者であると誤認するもやむを得ないような外観が存在し、

管理業者がその外観を作出し、または作出に関与した場合

には、管理業者は、商法23条類推適用により、買物客と加盟店の取引に関して名板貸人と同様の責任を負わなければならないこととなります。

モールにおける営業主の誤認を与える外観がどのようなものかは、具体的な事例により異なりますが、外観が認められやすい例としては、管理業者の表示が各加盟店の表示画面に接続したときに表示される画面(以下、「表示画面」)のフレームにずっと表示されているような場合が考えられます。

ただ、どのような表示画面であれば「外観」が存在するといえるかについては、一律に判断することはできません。第三者が営業主を混同する「外観」が存在するといえるかどうかは、管理業者および加盟店の運営主体の資本、知名度、および社会的信用の相関関係によって大きく異なります。たとえば、加盟店が高品質な食料品

を売ることによって名を馳せたデパートの食品部や食料品店であれば、表示画面の枠外に管理業者の商標やサービスマークが表示されていたとしても、当然には営業主を管理業者であると誤認する外観が存在するということにはならないでしょう。逆に、管理業者が知名度が高く社会的信用がある業者であり、加盟店があまり有名ではない業者の場合は、一般人が管理業者が営業主であると誤認する外観が存在すると認められやすいといえるでしょう。

5.3.2 報償責任

前述のように管理業者の責任としては、報償責任の法理による責任も考えられます。ただし、報償責任による場合は、管理業者の責任を問う顧客が具体的にどの条文を根拠にして管理業者に損害賠償を請求するかについては、請求の構成が非常に難しい問題となるでしょう。報償責任を具体化した規定は民法715条の使用者責任の規定ですが、管理業者が加盟店の「使用者」とまではいえない事例がほとんどではないでしょうか。これは私見ですが、顧客の請求の構成は、管理業者に加盟店を管理する契約ないし信義則上の義務があるということを前提に、管理業者の加盟店管理義務違反による民法709条の不法行為に基づくことになる場合が多いのではないかと考えます。

報償責任の法理に基づく請求の場合も、管理業者に責任が認められるかどうかは事例の具体的内容により異なりますから、一律に判断することはできません。

6. モールの管理業者が
とるべき措置

(1) 加盟店の選別

ネットワーク知的所有権研究会

弁護士 高崎玄太郎

Gentaro Takasaki

<http://www.st.rim.or.jp/~terra/>

弁護士 寺本振透

Teramoto Shinto

<http://www.st.rim.or.jp/~terra/>

やみくもにたくさんの加盟店をモールに入れたとしても、モール全体として何らかの特色がない限り、物は売れないでしょう。加盟店として出店する店は、社会的信用があり、何らかの特徴のある商品を持っていて、しっかりした経営をしている業者にすべきです。いい加減な仕事をする業者を出店させないことが最高の対策といえるでしょう。

(2) 加盟店の表示画面における

営業主体の明示

商法23条類推責任を回避するために、管理業者は、加盟店に対し、出店契約において営業主体、本店所在地、クレーム受け付けの窓口になる営業所などの連絡先などを一定以上のポイント数で明示させることを義務づけるべきです

(3) 管理業者の表示画面における警告

同様に、モールの最初の管理業者の表示画面においても、取引をする主体となるのは個別の加盟店であり、管理業者が個別の取引から生じた損害などに関する責任を負わないことを明示すべきです。たとえば、最初の画面から品物欄をクリックしたら、必ずこの警告画面が出るようにするなどの方法も考えられます。

(4) 出店契約において加盟店に対する

求償権を規定すること

管理業者が商法23条類推などにより加盟店の債務不履行に起因する顧客の損害を賠償した場合に、加盟店に対してその求償をするために、管理業者は加盟店との出店契約において、“管理業者が加盟店の取引行為に起因して第三者から損害賠償の請求を受け、損害を賠償したときは、加盟店は管理業者の損害を補填する義務を負う”旨

を規定すべきです。

7.まとめ

ネット上での物品の販売、およびモールを開設して他の業者をサーバーに入れての販売を行う場合の注意点は以上のとおりです。モールを開設しての販売については、誌面の都合で十分な説明ができていない部分もありますが、どのような危険があるかということ認識することが法的なリスクを考える第一歩です。法的なリスクを承知したうえで、インターネットの特徴をフルに生かしてご商売に励んで下さい。

さて、ここからは寺本先生にパトンタッチして今月のテーマについてお話ししていきましょう。

ショッピングモールに限らず、ネットワーク上で商売をするとすると、フェイス・トゥ・フェイスの世界を前提として構築されてきた税務をどうあてはめたらいいものやら頭を痛めることになる。そこで、いくつかの税務上の疑問を挙げ、それにどう対処したらよいか考えてみよう。残念ながら、きちんとした答えをまだ出せないものも多い。せめて、考え方の道筋だけでも何とかしてつけてみよう。

Q.

私は、インターネット上で毎週編集された数編の記事を購読者に送信する、いわばインターネット週刊誌とでもいうべきビジネスをしている。ネットを通じた寄稿の提案も多くなってきたので、すぐれた記事については採用して購読者に送信する一方で、寄



稿者には原稿料をお支払いするつもりでいる。さて、原稿料を払うときは源泉徴収をすると聞いたが、寄稿者がどこの誰にかかわらず、同じ扱いでよいのか？また、寄稿者がどこの誰だかわからないときはどうすればよいのか？

A.

・まず、インターネット週刊誌を発行するビジネスを行っているのは、日本国内の法人（株式会社とか有限会社とか。以下、“ネット誌出版社”と呼ぶことにしよう）だと仮定しておこう。

・次に、寄稿者が、日本国内の個人であり、それが誰だかわかっているとしよう。

所得税法204条1項は、次のとおり定める。居住者に対し国内において次に掲げる報酬若しくは料金、契約金又は賞金の支払をする者は、その支払の際、その報酬若しくは料金、契約金又は賞金について所得税を徴収し、その徴収の日の属する月の翌月十日までに、これを国に納付しなければならない。

一、原稿、さし絵、作曲、レコード吹込み又はデザインの報酬、放送謝金、著作権（著作隣接権を含む。）又は工業所有権の使用料及び講演料並びにこれらに類するもので政令で定める報酬又は料金

...以下略。

ところで、“居住者”とは、“国内に住するを有し、又は現在まで引き続いて一年以上居所を有する個人”のことをいう（所得税法2条1項3号）。

・というわけで、ネット誌出版社は、日本国内の個人である寄稿者に対して原稿料を支払う際には、所得税を源泉徴収して、翌

月10日までに国に納めなければならない。支払方法や支払期日には特例があったりして複雑だが、ここでは、原則のみ述べる。また、支払調書の作成とか事務的な問題も、とりあえずスキップしてしまおう。まずは、全体の概要をながめておくほうがよい。そのうえで、税理士や会計士の先生にお願いアウトソーシングすればよい。

・税率は10%、ただし、1回に1人の寄稿者に対して100万円を超える原稿料を支払うならば（ふつうは、そんなことはないだろうが：-p）100万円超の部分については20%だ（所得税法205条1号）。

もし、原稿料が10万円ならば、1万円（=10万円×1%）を源泉徴収して、残り9万円を寄稿者に支払うことになる。

もし、原稿料が110万円ならば、12万円（=100万円×10% - 10万円×20%）を源泉徴収して、残り98万円を寄稿者に支払うことになる。

消費税額の取り扱いをどうするかが、多少頭が痛いところではある。が、税抜き本体価額と消費税額を明確に区分せずに税込みで10万5000円を支払うのならば、1万5000円を源泉徴収する。しかし、両者を明確に区分して、本体10万円、消費税額5000円と明示した伝票を出して支払うならば、1万円のみ源泉徴収するのが一般的なやり方だ。理論的には整合性がとれないきらいがあるが、それで通用している。

では、寄稿者が、日本国内の法人（株式会社、有限会社、財団法人など）ならばどうだろうか？

まず、先に掲げた所得税法204条1項は、個人に対して支払をするときのみの規定だから関係ない。

日本国内の法人に対する支払をする場合

の源泉徴収に関しては所得税法212条に規定がある。が、この規定が対象とする支払の中には、原稿料が含まれていない。だから、ネット誌出版社は源泉徴収をしなくてよい。原稿料が10万円ならば、それをまるのまま、寄稿者に対して支払えばよい。

問題なのは、いわゆるSOHOの隆盛にともない、ネット誌出版社からすると、個人なのか法人として活動しているのかはつきり見極めがつかない場合が多くなりつつあることである。とりわけ、もともとは1人で活動していたライターが、成長に伴って従業員や共同作業者を集めて法人となっていた場合、法人の名前よりも個人の名前のほうが有名だから、法人の著作物であり、法人が出版許諾を行う場合であっても、法人の“事実上の”商標として個人名を用いることがふつうである。

ネット誌出版社としても、する必要のない源泉徴収をしてよけいな事務を増やしたり、寄稿者に対して本来支払われるべき額より少ない支払いをしてしまうエラーをするのを避けるため、事前にひとこと寄稿者に問い合わせをしておきたいところだ。

SOHOといっても、法人化しておらず、事実上の個人の集まり、あるいは、民法上の組合（民法667条）である場合はどうだろうか？

日本の場合、所得税は、個人または法人（あと、みなし法人というもある。所得税法4条）は納税義務を負うが、そうでない事実上の団体または民法上の組合は、単なるトンネルとして取り扱われる。つまり、これらの集まりを構成する個々人のみを税務上は認識することにしている。

そこで、個人の集まりならば、それを構成している個々人が寄稿者であると考えて源泉徴収を行い、法人の集まりならば、寄

稿者が法人だと考えて源泉徴収をしないのが一般的なやり方の方である。

たとえば、この記事なども、複数の個人が寄り集まって設立した民法上の組合である法律事務所が書いているから、インプレスは我々に対して原稿料の支払をする際に所得税の源泉徴収をしているわけだ。筆者の名前として法律事務所名を書かないで、その記事の主任担当者である個々の弁護士の名前を出す理由は、商業誌に事務所名を出すのが弁護士会の広告規制に照らしてあまり好ましくないのではないかと、という配慮もあってのことだ。

今後、SOHOは、一時的なプロジェクトゆえ法人化せず民法上の組合として立ち上げられるものがあったり、税務上もっとも有利な形態を狙って組合と法人とを適宜選択するものが現れたりするだろうから、だんだんややこしくなるかもしれない。

寄稿者が外国の個人だったらどうだろうか？

所得税法では、“居住者以外の個人”のことを“非居住者”と呼んでいる（所得税法2条1項5号）。外国の個人ということは、“非居住者”と考えてまず間違いないだろう。

非居住者に対し国内において著作権の使用料の支払をする者は、源泉徴収をしなければならない（所得税法212条1項、161条7号）。

問題は、税率だ。所得税法213条1項1号では、いちおう、20%となっているのだが、それが、各国との租税条約によってはしばしば低減されている。寄稿ほうがアメリカの居住者なら10%（日米租税条約14条2項）だし、韓国なら12%（日韓租税条約11条1項）といった具合だ。もっとも、こうした租税条約による軽減税率の適用を受けるためには、寄稿者の方でネット誌出

版社を通じて届け出をしなければならない（租税条約の実施に伴う所得税法、法人税法及び地方税法の特例等に関する法律の施行に関する省令2条）のだが、いろんな国からの寄稿を採用してやっていくとすれば、ネット誌出版社はとてとても対応しきれないだろう。軽減税率をあきらめてもらうのが関の山である。

寄稿者が外国の法人だったら？

寄稿者が法人であっても、外国法人ならば、源泉徴収をしなければならない（所得税法212条1項、161条7号）。

この場合、寄稿者が外国の個人である場合と同じ問題が生ずる。その代わり、外国のパートナーシップ(partnership)と称する団体が法人格があるのかないのかなんてことはあまり気にしなくてもよさそうではある。

さて、いわゆる電子マネーで支払ができてしまうとすると、寄稿者は自分がどこの誰で法人か個人かPartnershipかなんてことを明らかにしないまま寄稿ができるし、ネット誌出版社も単に電子マネーを送信すればそれで支払ができてしまう。が、相手がどこの誰で法人格は？とかいった情報が知れないと、源泉徴収事務ができないではないか？さあ困った。ネット上の取引きに対応できない源泉徴収制度なんてものはやめてしまえ、と乱暴なことをいってしまうが、それとも、できる範囲で徴収すればよろしい、と微温的な解決をするか、あるいは、各国共同して完璧な徴税システムを構築するのか？頭が痛い。

e-mail  ip-law@impress.co.jp

皆様からのご質問、ご意見は、こちらのメールアドレスで受け付けております。お待ちしております。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp