

アマゾン・インドと カルナータカ州との争点

インドにはEリテイリングの
ような新しいビジネスに対する
課税についての法律がありません。
課税は各現地当局の解釈に
委ねられています。売上税は州
の問題であるため、インド全土
で事業を行う企業は、その時々
で異なる解釈に対処する必要が
あります。

2014年12月のマスコミ報
道によると、カルナータカ州は
アマゾンで販売を行う100件
を超える販売者に対し警告を行
い、自らの商品をバンガロール
近辺にあるアマゾンの倉庫に保
管しないよう命じました。この
警告の理由として挙げられたの
は、アマゾンで販売を行う販売
者はアマゾンの倉庫を自らの追
加的営業所として登録すること

このタイプの取引が、アマゾン・
インドとカルナータカ州の
税務当局との間の論争の争点で
す。アマゾンは物流を素早く行
う目的で販売者から商品を手に
入れて倉庫に保管しています。
これにより、販売者はその倉庫
の住所を自らの追加倉庫と呼ぶ
ため事態は複雑になります。問
題点は以下のとおりです。

インドのeコマース産業 合理化のため措置を実施

①販売者はeコマースの保管場
所を自らの追加倉庫であるとし
て見せることができない。②ア
マゾンなどのeコマースサイ
トは、保管しているすべての商品
について、eコマース企業に移
転して販売するまで税金を支払
う責任がある。③税務当局が照
合を行うのに役立つ取引の詳細、
売主の身元および回収された付

モディが変える インド経済

第9回

急成長するインドの eコマース企業の課題

ナレンドラ・モディ首相は、統治と複雑性を妨げる時代遅れの法律を明らかにするための委員会を立ち上げた。また政府は、変わりゆく時代に対応するための新しい法律を成立させる計画だ。インドにおけるeコマースビジネスはどのようになっているのだろうか。

ができないということですが(バ
ンガロールはカルナータカ州の
都市)。

追加的営業所または支店の認
定というのは、売上税または付
加価値税の範囲に該当するもの
です。アマゾンの現状を理解

するために、eコマースのサイ
トがどのように機能するのか見
てみましょう。

アマゾン、スナップディール、
フリップカートなどのeコマ
ース企業の売り上げは2つの形で
発生します。これらの企業は買

加価値税の額などについてチェ
ックするための法律が存在しな
い。④売主・販売者が倉庫を自ら
の追加住所として使用してよい
かどうか明確でない。

eコマースは新世代のビジネ
スであるため、古い税法には、オ
ンラインビジネスの運営につい
ての別個の規則や規制がありま
せん。従来型企業向けの税法を

オンラインビジネスに厳密には
適用できないからです。

アマゾンは、決して商品を所
有している訳ではなく、保管し
ている商品に対して課税するべ
きではないと明言しました。ア
マゾンは、商品の保管と配達
のサービスを第三者販売者に提供
しているだけであり、それに対
してはいかなる税金も支払う責
任はないというスタンスを維持
しています。

過去数カ月のあいだに、イン
ドのeコマース産業を合理化す
るためにいくつかの措置が行わ
れました。インドの中央政府や
いくつかの州政府は、eコマ
ースビジネスを管理し、秩序感
をもたらすためにより厳格な規
則・規制を取り入れつつありま
す。eコマース企業をさまざま
な規制団体の監視下に置くこと
を州政府に対して販売データの提

主と売主にプラットフォームを
提供します。そうした取引にお
いて、ウェブサイトは単なる仲
介役であり、サービス提供に対
する手数料を手に入れます。e
コマース企業はこの手数料に対
してサービス税を支払う必要が
あります。こうした取引では売
上税や付加価値税についての問
題はありません。

しかし、eコマース企業は単
に売主・買主にプラットフォーム
を提供するだけではありませ
ん。データウェアハウジング、デ
ータマイニングおよびデータ分
析などの力を借りて顧客の好み
を予測し、どの商品が売れるか
を予測するソフトウェアを開発
しました。eコマース企業は時
間と物流コストを節約し、少し
でも儲けを増やすために売れ行
きや回転が良いと感じる商品
をあらかじめ保管しておきます。

出を要求、eコマースの外国直
接投資(FDI)の評価、反競争
的なオンラインの慣習の制限、
納税申告の提出などです。商工
省は、法律の合理化を行うこと
もに、それをeコマース企業や
ビジネスに対して明確にすべく
取り組んでいます。また多くの
の課題が残されたままです。☒



帝羽ニルマラ純子

(ていは・にるまら・じゅんこ)インド共
和国・バンガロール生まれ。法政大
学大学院修了(イノベーションマネ
ジメント専攻)。日印コンサルタント会
社起業を経て、現在インドビジネスア
ドバイザー。来日以来16年間で、日
本企業の海外展開、外国企業の日
本市場参入支援を中心に活躍。『日
本人が理解できない混沌(カオス)
の国インド 政権交代で9億人の
巨大中間層が生まれる』(日刊工業
新聞社)など著書多数。



ネット通販の巨人、アマゾンでもインド市場
は「筋縄ではいかない」