



*cutting through complexity*

# インド移転価格税制 アップデート

2012年10月

KPMGインド

JPデスク: 間瀬康弘



***ANY TAX ADVICE IN THIS COMMUNICATION IS NOT INTENDED OR WRITTEN BY KPMG TO BE USED, AND CANNOT BE USED, BY A CLIENT OR ANY OTHER PERSON OR ENTITY FOR THE PURPOSE OF (i) AVOIDING PENALTIES THAT MAY BE IMPOSED ON ANY TAXPAYER OR (ii) PROMOTING, MARKETING OR RECOMMENDING TO ANOTHER PARTY ANY MATTERS ADDRESSED HEREIN.***

***You (and your employees, representatives, or agents) may disclose to any and all persons, without limitation, the tax treatment or tax structure, or both, of any transaction described in the associated materials we provide to you, including, but not limited to, any tax opinions, memoranda, or other tax analyses contained in those materials.***

---

インド移転価格税制の概要

---

インド移転価格調査及び訴訟プロセス概要

---

インド税務当局 移転価格関連組織図

---

日本企業における移転価格の主要な論点(事例分析)

---

国内関係会社取引に対する移転価格コンプライアンス

---

事前価格合意制度(APA)

---

A photograph of a modern office interior with large windows and a white pillar. In the foreground, three business professionals (two men and one woman) are gathered around a table, looking at a laptop. The scene is dimly lit, with light coming from the windows. A semi-transparent dark blue rectangle is overlaid on the image, containing the title text.

# インド移転価格制度の概略

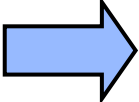
# インド移転価格税制の概要



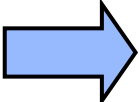
海外関連会社との取引は、独立企業間価格であることが要求される。



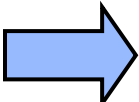
インド移転価格税制のコンプライアンス



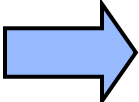
移転価格ドキュメンテーションの整備が毎年必要



Form 3CEBといわれる会計士証明書の税務当局への提出



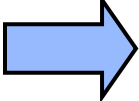
厳格な罰則規定 – 所得隠しがあったとみなされる場合は、修正金額に対して最大300%までのペナルティ。その他、3CEBへの取引記載漏れ、文書保管や提出を怠った場合などに取引価額の2%ペナルティが課せられる可能性。



四分位レンジ(Inter-quartile range)による算定でなく、算術平均値(+/-X%の範囲)を使用。

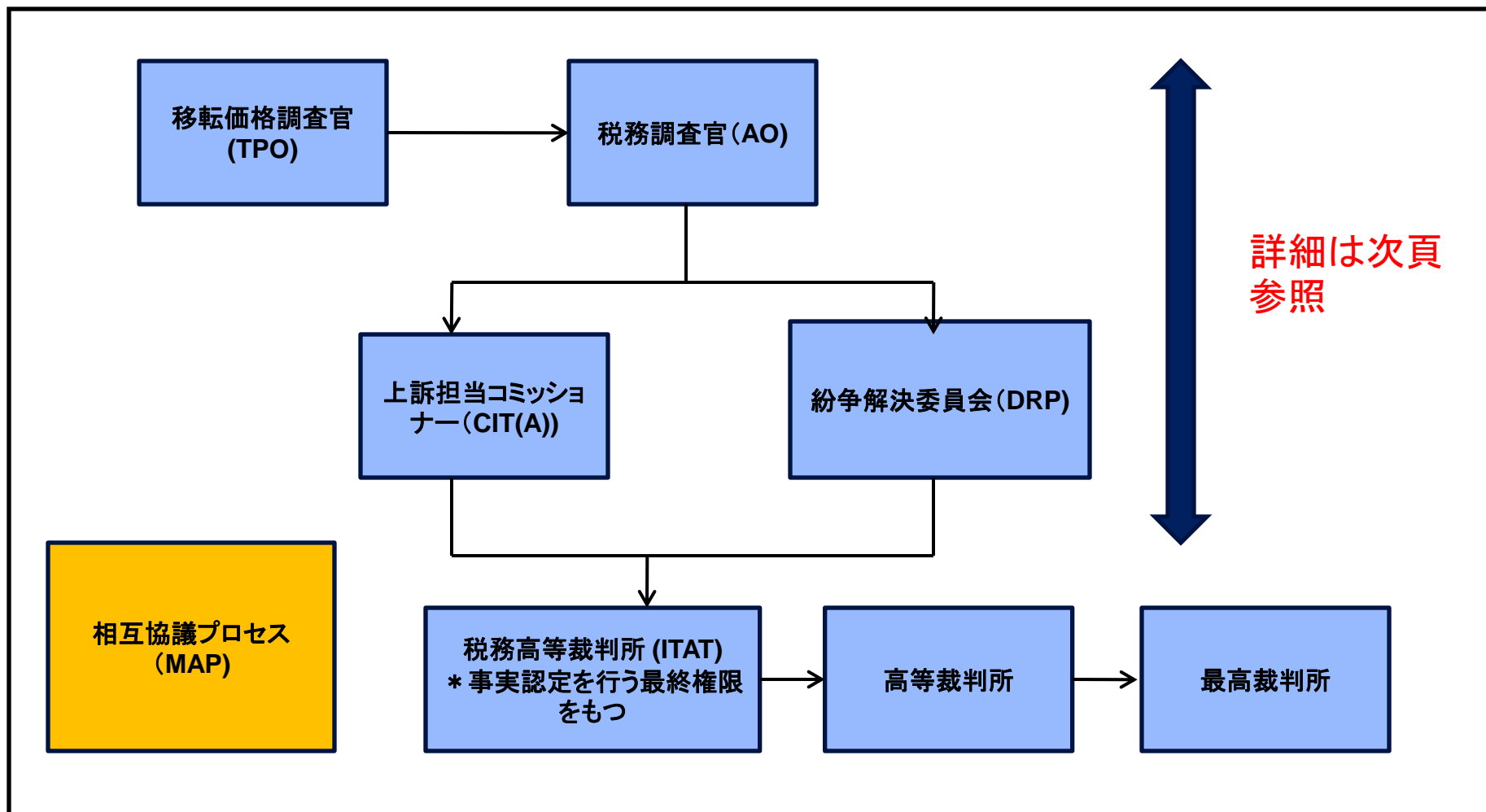


税務当局は移転価格調査を非常に活発に行っており、多くの場合税務訴訟へ展開される。



“Other method”として独立企業間価格を算定する新たな方法がCBDTの政令で公表された。

# インド移転価格調査及び訴訟プロセス概要①



# インド移転価格調査及び訴訟プロセス概要②

## ～前頁からの一部過程詳細～

AOが年間150MINR以上の海外関係会社取引をもつ法人を調査し、必要に応じてTPO (TP調査官)へ調査指示を出す。

TPOから会社へNoticeが提出され、TP文書の提出や、必要とする追加資料などを依頼する。

調査の結果、TP Orderが出され、AOへ提出、AOがTP Orderも含めた更正通知 (Assessment Order)ドラフトが納税者へ通知。

従来ルート

AOから1ヵ月後Final Orderが出される。

不服がある場合、CITAへAppealがなされる。

DRPルート (2009年より導入)

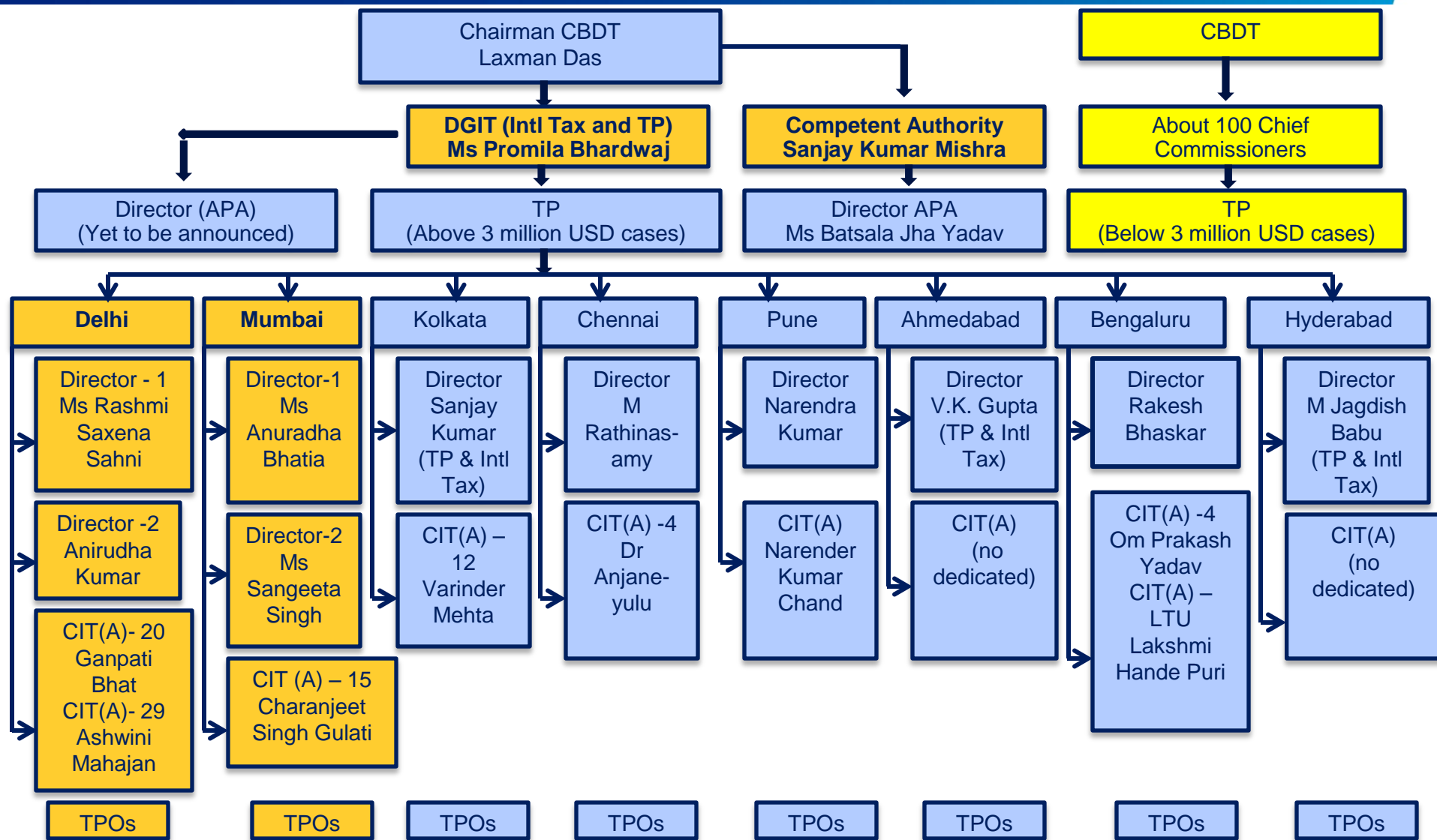
納税者は更正通知に不服がある場合、受領後30日以内にDRPへ不服の申請を行う。

DRPは9ヶ月以内に結論を出す。

1ヶ月以内にAOからFinal Orderが出される。

Final Orderに不服の場合、それぞれ60日以内にITAT への上訴が行われる。

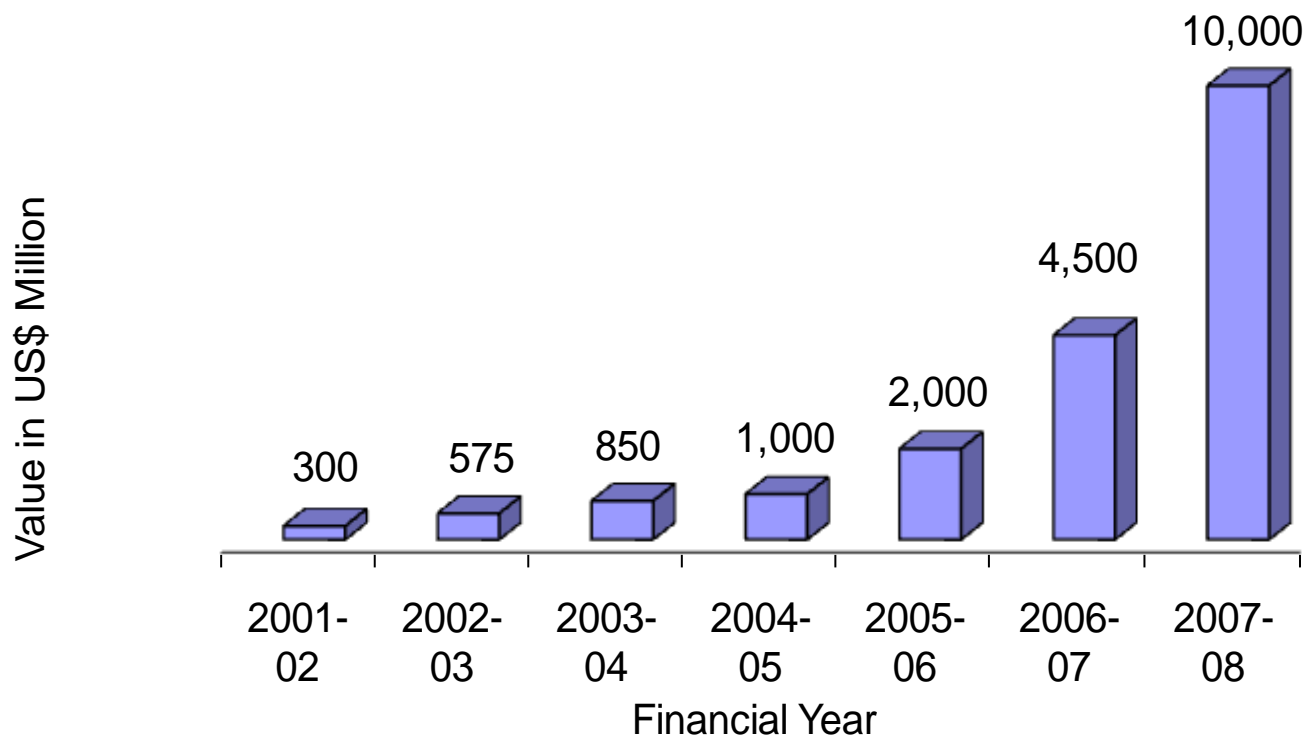
# インド税務当局 移転価格関連組織図






# インド移転価格調査及び訴訟プロセス概要③

## 当局の移転価格に対する税務調査による更正合計額の推移\*



\*この数値は、TP assessment Order( Draft )の非公表の集計値であり、概算である。

A photograph of a modern office interior with large windows and a white pillar. In the foreground, three business professionals (two men and one woman) are gathered around a table, looking at a laptop. The scene is dimly lit, with light coming from the windows. A semi-transparent dark blue rectangle is overlaid on the image, containing the title text in white.

# 日本企業における移転価格の主な論点 事例分析

# トピックス概要



ケース 1 : サービスプロバイダーの論点

ケース 2 : インデントビジネスの論点

ケース 3 : マーケティング無形資産(広告宣伝費及びプロモーション費用)の論点

ケース 4 : 赤字企業他(販売会社 / 製造会社)の論点

ケース 5 : 経済分析(Economic Analysis)の論点

ケース 6 : “みなし”海外関係会社間取引の論点

# Case 1 – サービスプロバイダーにおける独立企業間価格の算定

## 概要

- 納税者（以下「A社」）は香港親会社の顧客（グローバル企業）のインドにおける調達業務のサポートサービス（＝ソーシングサポートサービス）を行っている。A社は自社のコストに5%マークアップをして親会社へサービスFeeを請求する（＝コストプラスモデル）
- 独立企業間価格の算定方法として、Aは取引単位営業利益法（TNMM）を採用。
- 移転価格調査官（TPO）は当該サービスの対価としては、コストプラスではなく取扱製品のFOB価格の5%が妥当であると主張。
- 紛争解決機構（DRP）はTPOの主張を基本的に支持しながらも、取扱製品のFOB価格の3%が妥当であると言及。

税務当局の主張	A社の主張
<ul style="list-style-type: none"><li>■ A社は、当該サポートが生み出す付加価値において、非常に重要な役割を担っている。当該サポートサービスを遂行するために、インドマーケットに精通した専門家を擁し、ノウハウを構築している</li><li>■ 従い、サプライチェーンを構築し、当該サービス遂行のノウハウという無形資産をもつのはA社であり、親会社ではない</li><li>■ 上記より、当該サポートサービスの独立企業間価格は、コストプラスではなく、<u>取扱製品のFOB価格を基準に考えるべきである</u></li><li>■ 親会社と顧客の当該業務の契約においては、親会社の受け取る対価は顧客がインドより輸出する製品のFOB価格の5%である</li><li>■ A社は取扱製品の供給プロセスの中で重要な役割を担っており、上記収益（FOB価格×5%）の大部分を受取るべきである</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ A社の業務は、リスクが限定された、親会社顧客のためのOff Shore調達サポートのみである。従いコストプラスによる対価をベースにTNMMを適用することが妥当であり、A社が関与していない製品輸出取引をベースに考えることは妥当ではない</li><li>■ インドの移転価格税制において、A社の利益率の妥当性を検討する時に、サポート先の商取引まで考慮することは求められていない</li><li>■ 取扱製品の売買契約は、インドの第三者サプライヤーと親会社の顧客との間で交わされており、A社はバイセル取引に関与していない</li><li>■ 実際、A社がコストプラス5%にて計上している収益は、親会社が顧客の契約から受け取る対価のほぼ80%見合いとなっている</li><li>■ TPOの主張する所得更正額は、親会社と顧客の間の契約から発生する総収益を超えているため、現実的な修正とは到底いえない</li></ul>

## ITATの見解および検討を要する事項

### ITATの見解

- A社は、顧客が行うサプライチェーン構築プロセスにおける当該サポートにおいて重要な役割を担っており、当該ソーシングサポートサービス特有のシステム・ノウハウ・人材の開発に努めてきた
- A社のサポート無しには取扱製品をインドから輸出販売できない状況を踏まえ、当該サポートに対する報酬を取扱製品のFOB価格の数パーセントをベースに考えることは妥当と判断する
- 当該サポートに対する独立企業間価格を算定するベースとしてコストプラスモデルを適用することは、上記の経済実態から乖離している
- ただしTPOの主張する更正額は、親会社と顧客の間の商取引から発生する総額を超えてはならず、A社と親会社との間での利益配分は80:20とすべきである

### 検討を要する事項

- コストプラスモデルを正当化するために、当該サービス活動のFAR(=Function/Asset/Risk)分析を行い、移転価格の文書をサポートDocument(ソーシングサポートを証明する根拠として)とともに準備する。
- 上記に関連してのFAR分析におけるサービスプロバイダーモデルとトレーディングモデルの明確な区分  
(例)
  - 価格交渉、契約締結、通関、製品運送等の在庫ハンドリングに対する限定的な関与
  - トレーディングモデルのような運転資金を必要としない
  - 債権回収リスク(遅延・貸倒)を負っていない
- 上記分析に基づく、適切な比較対象会社の選定

# Case 2 – インデントビジネスにおける独立企業間価格の算定

## 概要

- 納税者（以下「B社」）はインドにおける化学品に従事する法人であり、主にポリウレタンの製造・ポリカーボネート輸入販売およびインデントビジネスに従事。主な海外関連者取引は、原材料の輸入（製造・販売）及びコミッション収益。
- 移転価格のベンチマークテストにおいて、インデントビジネスとBuy-SellビジネスをTradingセグメントに含めている。製造活動はManufacturing Segmentとして分けて分析。
- インデントコミッションは販売額の1-3%であり、取引額ベースでのBuy-Sellとインデントの割合は1:18であった。

### 税務当局の主張

- 在庫を持つBuy-Sellビジネスとインデントビジネスを切り離してそれぞれのセグメント財務情報を提出する旨を要求
- インデントとBuy-Sellにおける事業部のコスト按分方法は、取引販売価格ベースの比較にて行うべきである
- TNMMにおいて独立した比較可能な対象会社の選定ができなかったため、独立価格比準法（CUP）にて、独立ではないが、類似のコミッション契約による取引をもつ3社を比較対象として選択し、独自の独立企業間価格算定を実施した
- 当該比較対象会社のコミッションレートの平均値とB社のコミッションレート平均値を比較し、その差額に対して所得更正を行う

### B社の主張

- インデントビジネスとBuy-Sellビジネスは販売活動において密接に関係しており、移転価格の妥当性を検討する際に、ひとつのセグメントと考えることが妥当（のちに撤回）
- インデントビジネスの第三者価格算定ベース及びBuy-Sellとのコスト按分はコミッション収入であるべき
- 税務当局がインデントビジネスにおいて選定した比較対象会社のCUPのための情報はすべて独立した企業間取引ではない
- インデントビジネスにおけるセグメントPLの営業利益率24%あり（Buy-Sellは4%）所得更正の必要性はない



# ITATの見解および検討を要する事項

### ITATの見解

- Buy-Sellビジネスとインデントビジネスは、その機能・資産・リスク(FAR)の観点から全く異なる活動であり、移転価格の妥当性を検討する際にはそれぞれ切り離した分析が求められる
- コミッション収入の独立企業間価格算定においてはTNMMよりCUPの方がより適切である
- インデントビジネスにおける妥当性を検討する際のベースは、コミッション収入ではなく、インデント売上高を使用すべきである
- 独立した比較対象が見つからない場合においては、ベンチマーキングをあきらめるのではなく、独立していなくても類似している取引を比較対象とすることは問題ない

### 検討を要する事項

- 移転価格の妥当性検討のため、提供しているサービスをFARに基づき明確に区分した上でベンチマークテストを実施、セグメント別の財務情報を準備、分析、文書化する
- 複数の取引をひとつのセグメントにまとめるためには上記FAR分析においてそれらの類似性を証明する必要がある
- インデントビジネスにおけるコミッション収入が「売上高のX%」のような一定割合で算出している場合、他社比較においてまずCUPを採用する必要がある(同種取引事例のリサーチ)
- 比較対象会社が発見できない等、CUPが採用できないことを明確にし、TNMMを採用する

# Case 3 – マーケティング無形資産（広告宣伝、マーケティング費用）の論点

## 概要（販売会社のケース）

- 日系企業のインド子会社（以下「C社」）はインドにて親会社が製造する家電製品の販売活動を行う。
- インドにおける製品のブランド価値を高めるために、広告宣伝、マーケティング、プロモーション活動（Advertising, Marketing and Promotion（以下「AMP」））を実施。当該費用は親会社からの承認を受けている（ただし親会社からの支援はない）
- TNMMにて海外関係会社取引に対する移転価格スタディを行い、税務当局から特段の指摘はなかった
- しかしながら、この広告宣伝活動を通してC社は親会社が享受するマーケティング無形資産を創造していると指摘。従い当該活動は親会社に対するマーケットサービスに該当するとし、AMP費用全体に13%のマークアップを加えて親会社に請求すべきであると更正を行う。
- DRPは当該TPOの見解を支持

### 税務当局の主張

- 今回の広告宣伝費は親会社製品がインド市場でのブランド浸透を図ることを目的としており、そのためC社が多大な費用・時間・労力を投入している
- ディーラーリベート、コミッション、インセンティブ等の販売費用も上記同様の目的でディーラー網を構築するのに貢献しており、AMP費用として含める
- ロイヤルティを支払っていない代償として、C社はインド市場でブランド力を確立するため多大な費用を支払っていると言える
- 比較対象会社との比較において、C社にて発生している広告宣伝費の割合は高い（対売上割合約10%）
- インドでの当該ブランド構築によるマーケティング無形資産の所有者はC社であり、親会社はその便益に対して対価を支払う必要がある

### C社の主張

- C社は在庫リスクなどをもった販売会社である
- このAMP費用に関して親会社との間に契約等は存在しない
- 販売チャネルはインド市場開拓のためにC社が自己リスクで整備
- ディーラーリベート、コミッション、インセンティブ等の販売促進費用はブランド価値を高め、マーケティング無形資産を形成するとはいいがたいためAMPに含めるべきではない。
- グループ全体の売上と比較すると、C社の売上は僅少
- OECD移転価格ガイドラインによると、在外会社は現地におけるブランド所有者と言え、インド市場でのブランド浸透のため発生した広告宣伝費をC社が負担することは適切であると考え



# Case 3 – マーケティング無形資産（広告宣伝、マーケティング費用）の論点

## 概要（製造会社のケース）

- 日系インド子会社（以下「D社」）は、インドにおいて自動車製造販売を営むJVである。日本企業が過半数を超える持分を取得する際に、複合的なライセンス契約を締結し、ライセンス供与された情報・商標使用の対価としてD社はロイヤリティを支払う。（その際に社名変更及びロゴの変更も行った。）
- それに伴いD社はインド市場での自社ブランドの浸透を図るため、広告宣伝（以下「AMP」）活動を実施

### 税務当局の主張

- D社はインド市場での新たなブランド浸透のため多額の広告宣伝活動を行っておりグループ全体のブランド力強化に貢献している
- インド市場における過去におけるのブランド力確立は、ライセンス契約前のD社の自助努力であり、新たに契約が行われたグループブランド力によるものでない
- 他社比較をして著しく高い割合で支払われているAMP費用については、インド市場での同ブランド力強化に貢献しているため、マーケティング無形資産の形成が行われているため、その恩恵に対する対価を親会社が支払うべきである
- 以下2点の更正処分が必要であると考える：
  - (i) 本年度のブランドロイヤリティ費用の50%を否認
  - (ii) 他社比較において多大なAMP費用とみなされる部分を否認

### D社の主張

- 親会社はグローバルブランドを確立するためにすでに多大な金額・労力を費やしており、そのブランドについての所有者と言える
- 契約以降のD社のマーケットシェア、業績ともに大幅に拡大していることは当該ブランドロイヤリティの効果を裏付けるものである
- グローバルブランドを使用する全ての関係会社が親会社にブランド使用料を支払っている
- AMP費用は、親会社ブランドをインドで確立する目的を意図したものではなく、JVパートナーとのCo-Brandである。また多額といわれるAMP費用は、会社の業績拡大の大きなサポートとして認識されるべきである

### HCの見解

- ライセンス契約の締結、それに伴う社名変更、ロゴ変更などの全てはインド市場戦略を打ち出すなかで決定されたものであって、親会社の便益を図るものではない。ロイヤリティ、AMP費用が意図した便益はすべてD社が享受。
- 親会社ブランドがインド市場に浸透した結果はあくまで付随的なものにすぎない。

# マーケティング無形資産の論点において検討を要する事項

### 以下の項目に注意しながら文書化を進めることが必要:

- 詳細な機能・資産・リスク分析（FAR分析）に基づき、移転価格の妥当性を検討
- ブランド使用契約につき、以下の項目を詳細に分析
  - 排他的使用権であるか否か
  - 契約期間は短期か長期か
  - 契約者それぞれの権利と義務
  - 製造会社か販売会社か
- 広告宣伝費につき、以下の項目を詳細に分析
  - 性質
  - 対象者
  - 必要性和その効果測定
  - インド市場における事業拡大との関連性
  - 海外関連会社に何らかの利益をもたらしているか否か
- インドにおけるマーケティング戦略（短期的・長期的視点、決定プロセスを含む）
- ライセンシー、期間、排他的使用権などの類似性に十分配慮をした比較対象会社の選定
- 本社に支払うロイヤリティーから得られる便益・恩恵
- 法的契約書を含めた網羅的な文書化の整備

# Case 4 – 赤字会社(設立間もない 販売会社 / 製造会社)の論点

## 概要(販売会社のケース)

- インド法人(以下「E社」)は海外親会社より自動車関連部品の輸入・販売を行う。開始初年度では営業損失を計上。関連者からの製品輸入取引の独立企業間価格を、再販売価格基準法(RP)により決定している。
- 移転価格調査官(TPO)は RPを否認、比較対象会社の新たな選定を独自で行う。
- 結果、税務当局は独自の比較対象会社での取引単位営業利益法(TNMM)を適用し、営業利益率7% (会社の営業利益率はマイナス10%)に基づく所得調整がなされた。

税務当局の主張	E社の主張
<ul style="list-style-type: none"><li>■ RPによる比較対象会社との比較を行うにあたり厳密な調整が行われていない</li><li>■ 比較会社の算定において、業種の異なる会社を選ばれている</li><li>■ 比較対象会社の選定において設定したフィルターは正しいものとはいえない</li><li>■ ベンチマーキングにおいて比較対象会社の過年度のデータを使用しているが、それを使用にあたる十分な理由が示されていない</li><li>■ トレーディングを行う会社は全て同様の固定費が発生するはずであり、E社が特別多額な費用を計上しているという判断はできない</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ RPは、会社が関係会社から仕入、第三者へ販売するトレーディングモデルにおいて最適である</li><li>■ 会社は設立初年度のため比較的多額な営業費用があり、また営業利益レベルにおいて関係会社間取引は発生していない。これらの理由からTNMMを使用することは望ましくない</li><li>■ 比較対象会社の選択は十分なFAR分析に基づき行われており、妥当である</li><li>■ TNMMを使用するのであれば、赤字会社という理由のみで比較対象会社から除外することは認められない。また初年度である点を考慮し、低い売上、高い固定費などのしかるべき調整を行うことが必要である</li></ul>

# Case 4 – 赤字会社(設立間もない 販売会社 / 製造会社)の論点

## 概要(製造会社のケース)

- インド法人(以下「F社」)は、自動車関連部品の製造/組立作業を自社工場で開始した。工場設備や機械を設置するための固定費が発生し、結果営業赤字を計上。
- 会社は操業度、運転資本などの必要な調整を行うことでTNMMにて独立企業間価格を算定。
- また、親会社からの製造ノウハウ、設備導入にかかるテクニカルサポート、ブランドネームに対して支払うロイヤリティ契約(イニシャル+ランニングロイヤリティ)を締結(同じくTNMMにて算定)。
- 会社の将来計画において、子会社は初年度から第5年度までは損失が発生する見込みであり、第6年度以降は利益を計上する計画となっている。

税務当局の主張	F社の主張
<ul style="list-style-type: none"><li>■ 事業計画に基づく赤字の正当性などの経済的な議論は無視し、吸収できなかった固定費や他の企業と比較して高額であった販管費に対する調整を否認</li><li>■ ロイヤリティのTNMMに内包した評価方法を否認し、CUPによる算定を行う</li><li>■ 子会社に対して行われた販売が第三者取引に対する取引と同様であることを示すために行った販売価格と粗利益との比較は、信頼に足るデータではないと否認</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 発生した営業損失に対する経済的な妥当性を説明し、操業開始費用や立ち上げ時に発生する高額な販管費における固定費に対する調整を行う</li><li>■ ロイヤリティにおいてCUPを適用することが困難なため、TNMMにおいて独立企業間価格を算定</li><li>■ さらに独立企業間価格をサポートするために親会社による同種原材料の第三者向けFOB価格と子会社向けのFOB価格の比較を行う</li></ul>

## Case 4 – 赤字会社(設立間もない 販売会社 / 製造会社)の論点

# ITATの見解および検討を要する事項

### ITATの見解

- TNMMが比較対象会社の機能の違いなどに最も対応できるため望ましいと税務当局の主張を支持。しかし必要な調整を行うことも認める。
- ロイヤリティはCUPによる独立企業間価格算定がTNMMよりも望ましいとの税務当局の主張を支持。
- 比較対象の選定において赤字である理由のみで比較対象会社からはずすことはできない。

### 検討すべき事項

#### 論点1 – 完成品および原材料の輸入

- 国外関連者は第三者に対して同様の商品を販売したかどうか – その場合、売上に対する粗利益率比較を行ったか？
- 国外関連者からの調達品は、自社製造品か、パススルー品(第三者からの調達品)かどうか？
  - 1) パススルー品の場合 – パススルー品は、何%のマークアップで国外関連者からインド会社へ販売されているか。
  - 2) 自社製造品の場合 – インド子会社への販売に際し、適用された製造原価＋利益率はどのように適用されているか？– どちらもサポート書類が必要。さらにグループにおける移転価格の方針があればより望ましい。

#### 論点2 – 初年度の損失/低い利益

- 会社全体の業績ではなく、海外関係会社間取引のみの利益水準に焦点をあてた分析(移転価格制度上も同様が求められる)を正当化する文書化が求められる
- 加えて、事業の損失に対する経済的な正当性 – 適切なFAR分析や経済分析を行った書類等の整備が必要となる。
- 比較対象会社との比較可能性を高めるための調整(ビジネスサイクルや運転資本等)を行う。

#### 論点3 – ロイヤリティの支払い

- TNMMで内包する形での分析は税務当局に容認されない可能性が高い
- 比較可能なCUPでのロイヤリティ取引の第三者価格の算定をまず行う。非支配取引 – グループ移転価格ポリシーにサポートされた**Internal CUP**、もしくはデータベースから抽出する**External CUP**。
- 親会社テクノロジーが提供されたことを証明する書類(例えば図面、使用や金型等)の準備とその享受する具体的な利益の視野化
- 子会社事業活動と親会社の技術的なノウハウとの間の相互関連性



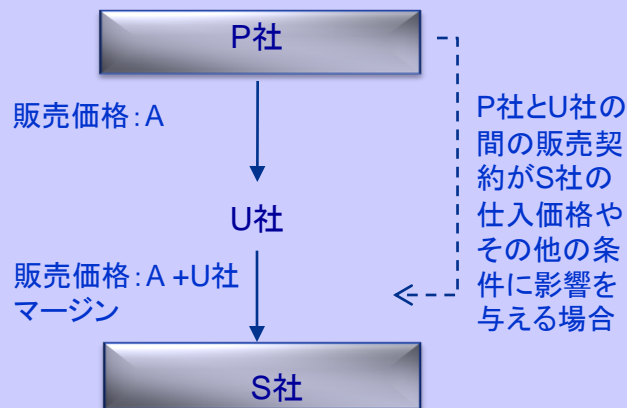
# Case 6 – “みなし”海外関係会社間取引における論点

## 概念および必要な開示

- **取引内容:** インド子会社(以下、S社)は、第三者企業(以下、U社)との契約にもとづき、商品をU社から購入している。U社はS社の親会社(以下、P社)から商品を購入しており、P社－S社取引の実質パススルーとして機能している。
- **インド移転価格制度における考え方:** P社とU社の間に契約が存在し、そこでU社とS社の取引条件が影響を受ける場合、U社とS社の取引はインド移転価格法のもとで“みなし”海外関連会社間取引とされる。

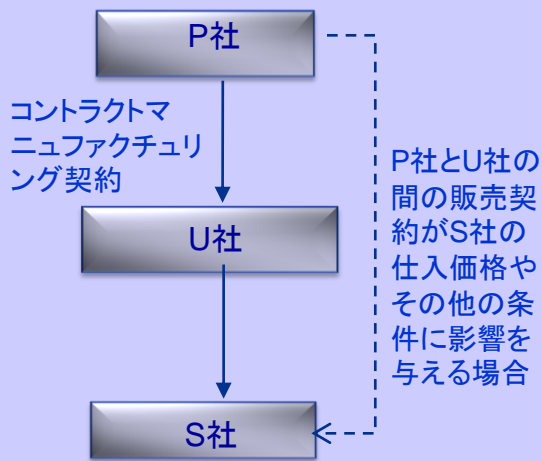
### 取引例-1

連続した契約にもとづく取引



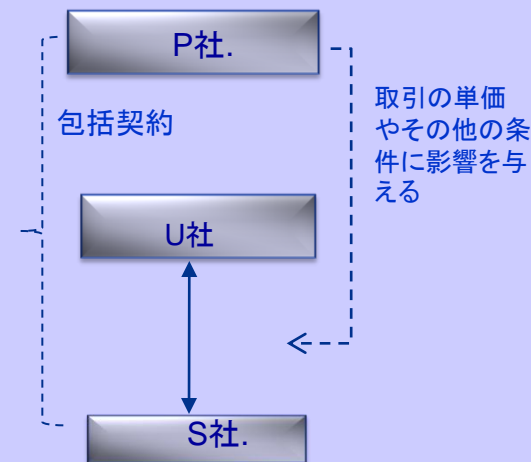
### 取引例-2

U社がP社のコントラクトマニュファクチャラーとしての製造委託先であり、そこで製造した製品をS社に供給している場合



### 取引例-3

S社を含むすべてのグループ会社が調達する部材を一括購買する目的でなされるP社とU社間の包括契約(アンブレラ契約)



# 検討を要する事項

- “みなし”海外関係会社間取引は、第三者とインド企業間の取引において国外関連事業者の影響が契約や取り決めにおいて明らかな場合は、Form 3CEB(移転価格証明書)にて開示される必要がある。
- “みなし”海外関係会社間取引は適切なベンチマークテストにより独立企業間価格の算定が必要とされる。その過程において当該取引の移転価格文書化を準備する必要がある。
- その契約条件等が国外関連事業者によって影響を受けない場合 – “みなし”海外関係会社間取引に該当しない非支配(uncontrolled)取引であるということについての文書化を行っておくことが望ましい。

The background image shows a bright, modern office space. Large windows on the right side let in natural light, creating a high-contrast scene. In the foreground, a dark, reflective conference table is visible. Several people are seated around the table, though they are somewhat out of focus. One person is using a laptop. The overall atmosphere is professional and contemporary.

# 国内関係会社取引に対する移転価格コンプライアンスー 特定の国内取引 (SDT)



# 2012年予算案 – 国内関連者取引に対する新しい規定

- インド1961年所得税法上においては、以下の条項が従来より存在しており、関連者間での取引に対して恣意性のある関係会社間取引への課税を可能としている。
  - 関係会社間における過度・合理的でない費用項目の否認
  - 税務調査官は、FMVにて行われていないと判断した関係会社間取引に対してみずからFMVを用いて再計算を行う権限をもつ
- 今回の予算案において、5千万INR(約1M USD)を超過する特定の国内関連者取引(以下「SDT」)については、移転価格制度の対象範囲が拡大されることになった。
- ‘SDT’ は主に以下の取引内容を対象とする:
  - 国内関連会社に対する費用取引、または支払行為(対象は支払側のみ)
  - ここで言う20%以上の資本関係がある会社(親子関係)、同一人物にそれぞれ20%以上自己の資本を所有されている会社(兄弟関係)
- 上記の国内関連者取引に対して新たに移転価格制度への準拠が必要となる

**SDTは、今後移転価格文書化の対応、会計士証明書(Form 3CEB)に対応する必要がある。**

A photograph of a modern office interior with large windows and a white pillar. In the foreground, three business professionals (two men and one woman) are gathered around a table, looking at a laptop. The scene is dimly lit, with light coming from the windows. A semi-transparent dark blue horizontal band is overlaid across the middle of the image, containing the text.

## 事前価格合意制度(APA)

# 事前価格合意制度(APA) - 概要

2012年7月1日より運用開始

- 「ユニラテラルAPA(一国内APA)」、「バイラテラルAPA(二国間APA)」、「マルチラテラルAPA(多国間APA)」、いずれも適用可能である。
- 最大5年間の効力、また更新可
- 税務当局に対して、匿名による事前相談が可能
- 「国内関連者取引(=SDT)」は対象外
- インド国内の移転価格リスク及び国際的二重課税リスクの回避が可能になることが期待される。

インドの税務当局はAPAの1号案件を対外的にアナウンスすることに  
現在非常に意欲的であると言われる。

# 略語

TPO	Transfer Price Officer(移転価格調査官)
AO	Assessing Officer(税務調査官)
CIT(A)	Commissioner of Income Tax ( Appeals ) ( 上訴担当税務コミッショナー )
DRP	Dispute Resolution Panel(紛争解決委員会)
ITAT	Income Tax Appellate Tribunal(税務高等裁判所)
CBDT	Central Board of Direct Taxes(中央直接税務局)
DGIT	Director General of Income Taxes(国税局ディレクター)
AMP	Advertising, Marketing and Promotion(広告宣伝、マーケティング、プロモーション)
SDT	Specified Domestic Transactions(特定の国内取引)

# Questions & Answers



Questions

&

Answers



# KPMGインド日系企業担当者のご紹介



Tel:+91-965-000-2870  
yasunori@kpmg.com

## シニアマネジャー 米国公認会計士 東野 泰典（デリー/グルガオン）

2000年朝日監査法人（現あずさ監査法人）東京事務所入社。日本国内において、製造業、小売業等の上場会社及び外資系企業の会計監査業務、M&Aトランザクションサービスに従事。2007年8月から2010年8月まで日系企業サポートのため、あずさ監査法人からメキシコのティファナ事務所に赴任。

2010年10月よりKPMGインドデリー事務所に赴任。



Tel:+91-124-334-5184  
susumitsu@kpmg.com

## マネジャー 日本国税理士 伊藤 進（デリー/グルガオン）

2003年9月KPMG Japan税務部門（現KPMG税理士法人）に入所。日本国内において、主に外資系金融機関及び投資ファンド等における税務コンプライアンス及び、アドバイザリー業務に従事。

2009年7月よりKPMGバンコク事務所税務＆法務部門の一員として赴任。

2012年3月より、KPMGインドデリー事務所に日系企業担当マネジャーとして赴任



Tel:+91-22-3091-3212  
soratani@kpmg.com

## マネジャー 米国公認会計士 空谷 泰典（ムンバイ）

2002年1月に朝日監査法人（現あずさ監査法人）東京事務所入所。日本国内において、主に総合電機メーカー、製薬会社等の会計監査及びデューデリジェンス業務に従事。

2008年7月より、タイにおける日系企業をサポートするためにバンコク事務所に駐在。

2012年1月より、日系企業のサポート体制の確立のため、あずさ監査法人よりKPMGムンバイ事務所に赴任。



Tel:+91-979-097-3005  
yasuhiro@kpmg.com

## マネジャー 日本国公認会計士 間瀬 康弘（チェンナイ）

2005年12月にあずさ監査法人東京事務所に入所。日本国内において、主に総合電機メーカー、不動産会社等の会計監査及び国際会計基準に関するアドバイザリー業務に従事。2010年7月よりKPMGインド・チェンナイ事務所に日系企業担当マネジャーとして赴任。



*cutting through complexity*

© 2012 KPMG International Cooperative (“KPMG International”), a Swiss entity. Member firms of the KPMG network of independent firms are affiliated with KPMG International. KPMG International provides no client services. No member firm has any authority to obligate or bind KPMG International or any other member firm vis-à-vis third parties, nor does KPMG International have any such authority to obligate or bind any member firm. All rights reserved.

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavour to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.