



Ⅲ 同時文書化対応ガイド

～ローカルファイルの作成サンプル～

Ⅲ 同時文書化対応ガイド ～ローカルファイルの作成サンプル～

(このサンプルを参照いただく際に留意していただきたい事項)

- ・ このサンプルは、移転価格税制に関する通達、事務運営指針（以下「関係通達等」といいます。）の一部ではなく、納税者が自らローカルファイルを作成する際の参考資料です。
- ・ このサンプルの取引例は、実在する企業や取引に関するものではありません。
- ・ このサンプルにおいて【添付資料】として表示している書類は、租税特別措置法施行規則（以下「規則」といいます。）第 22 条の 10 第 1 項（国外関連者との取引に係る課税の特例）の規定に基づく書類であり、納税者が保有している公表資料及び社内資料を基に作成した資料、独立企業間価格を算定する際に通常作成する資料等の名称を記載しています。実際の取引の内容、規模、重要性等に合わせて適宜ご準備ください。
- ・ 独立企業間価格の算定方法の選択、算定に当たり留意する事項等は、別途移転価格税制に関する関係法令及び関係通達等をご参照ください。
- ・ ローカルファイルを作成する際には、法人税申告書別表 17(4)（国外関連者に関する明細書）に記載している内容もご確認ください。
- ・ 連結法人の場合は、規則第 22 条の 74 第 1 項（連結法人の国外関連者との取引に係る課税の特例）に規定する書類の参考としてください。

《 目 次 》

1	「ローカルファイル」サンプル1	82 頁
2	「ローカルファイル」サンプル2	103 頁

「ローカルファイル」 サンプル 1

～当社とA社との国外関連取引に係るローカルファイル～
(自 2017 年 4 月 1 日至 2018 年 3 月 31 日事業年度)

《 目 次 》

No.	内 容	頁
1	当社及びグループの概要 【規則第 22 条の 10 第 1 項第 1 号チに該当】	85
2	国外関連者の概要 【規則第 22 条の 10 第 1 項第 1 号チに該当】	86
3	国外関連取引の詳細 【規則第 22 条の 10 第 1 項第 1 号イ、二、ホ、へ及びリに該当】	86
	(1) 国外関連取引の概要	86
	(2) 各国外関連取引に係る契約関係	86
	(3) 各国外関連取引の内容と取引価格の設定について	86
	(4) 各国外関連取引に係る損益	88
4	国外関連取引に係る当社とA社の機能及びリスク 【規則第 22 条の 10 第 1 項第 1 号ロ及びハに該当】	88
	(1) 当社について	88
	(2) A社について	89
	(3) 無形資産の形成への貢献	90
5	当社及びA社の事業方針等 【規則第 22 条の 10 第 1 項第 1 号チに該当】	90
	(1) 当社の事業方針等	90
	(2) A社の事業方針等	91
6	市場等に関する分析 【規則第 22 条の 10 第 1 項第 1 号トに該当】	91
	(1) A国市場に関する分析	91
	(2) その他の分析	92
7	独立企業間価格の算定方法等 【規則第 22 条の 10 第 1 項第 2 号イ、ロ、二及びホに該当】	93
	(1) 独立企業間価格の算定方法	93
	(2) 比較対象取引の詳細	94
8	A社との国外関連取引に密接に関連する取引について 【規則第 22 条の 10 第 1 項第 1 号ホ及びリに該当】	95

※ 添付資料 7、11、15、17、18、21 は参考となる例示を本文の後に添付しています。

《 添 付 資 料 目 次 》		
No.	内 容	頁
1	当社及びグループの概要	-
添付資料 1	グループの資本関係図	-
添付資料 2	当社の会社案内	-
添付資料 3	当社の有価証券報告書【企業情報】【事業の内容】	-
添付資料 4	当社の組織図	-
2	国外関連者の概要	-
添付資料 5	当社と A 社、B 社の資本関係を示す図	-
添付資料 6	A 社の組織図	-
3	国外関連取引の詳細	-
添付資料 7	各国外関連取引の取引図	97
添付資料 8	当社と A 社との間の契約書「金型及び機械設備販売契約」	-
	「原材料供給契約」	-
	「製造技術等及び商標権の使用許諾契約」	-
添付資料 9	A 社の顧客向け商品のパンフレット	-
添付資料 10	A 社の顧客向け商品のプライスリスト	-
添付資料 11	各国外関連取引に係る取引金額等の詳細	98
添付資料 12	2017 年 3 月期の当社と A 社の利益配分状況を示すもの	-
添付資料 13	近年の取引価格の推移表	-
添付資料 14	① A 社の製造販売取引に係る損益（B 社への販売損益を除く）	-
	② A 社に対し製品 X の製造で使用する金型を輸出する取引に係る当社の損益	-
	③ A 社に対し製品 X を製造する機械設備を輸出する取引に係る当社の損益	-
	④ A 社に対し製品 X の主要な原材料を輸出する取引に係る当社の損益	-
	⑤ 製品 X を製造するための無形資産を A 社に使用させる取引に係る当社の損益	-
	⑥ A 社に対して行う機械設備の据付け、機械設備の操作の技術指導、その他従業員へのトレーニング等の役務提供取引に係る当社の損益	-
添付資料 15	当社の各国外関連取引に係る損益の作成過程（図）	99
4	国外関連取引に係る当社と A 社の機能及びリスク	-
添付資料 16	当社の組織図に所属員数表、業務分掌表（又は規定）を追加したもの	-
添付資料 17	国外関連取引に係る当社及び A 社の機能に関する整理表	100
添付資料 18	国外関連取引に係る当社及び A 社のリスクに関する整理表	101
添付資料 19	A 社の組織図に所属員数表、業務分掌表（又は規定）を追加したもの	-

《 添 付 資 料 目 次 》		
No.	内 容	頁
添付資料 20	当社の有価証券報告書【企業情報】【事業の情報】【研究開発活動】	-
添付資料 21	国外関連取引において使用している無形資産に係る整理表	102
5	当社及びA社の事業方針等	-
添付資料 22	当社の事業方針等を検討した社内会議資料、議事録	-
6	市場等に関する分析	-
添付資料 23	市場分析レポート（○出版）	-
添付資料 24	当社の2017年度決算説明会資料「為替の影響」	-
7	独立企業間価格の算定方法等	-
添付資料 25	検証対象損益	-
添付資料 26	検証結果	-
添付資料 27	差異調整関連資料	-
添付資料 28	母集団の法人リスト	-
添付資料 29	当選定基準を設けた理由	-
添付資料 30	選定除外法人リスト	-
添付資料 31	比較対象取引を行う法人の概要資料	-
添付資料 32	国外関連取引と比較対象取引との比較可能性に関する検討資料	-
添付資料 33	利益率の範囲の算定資料	-
8	A社との国外関連取引に密接に関連する取引について	-
添付資料 34	B社の組織図	-
添付資料 35	A社とB社間の契約書「製品販売契約」	-
添付資料 36	B社の財務諸表（単体）	-
添付資料 37	A社から輸入した製品Xに係るB社の損益	-
添付資料 38	B社がB国の権限ある当局から受けているA社との取引に関する独立企業間価格の算定方法についての確認通知	-

1 当社及びグループの概要

当社は、○年に日本で設立された東証一部に上場している法人で、当社グループは、自動車、A V 機器やパソコンなどのデジタル家電、冷蔵庫などの白物家電などといった様々な工業製品に組み込む電子部品の製造販売等を行っています。2018 年 3 月期における連結グループ売上高は○○億円（当社単体ベース○○億円、アジア地域○○億円、欧州地域○○億円）で、全世界に○社の子会社（日本○社、アジア地域○社、欧州地域○社）があり、グループ全体での従業員は、○人（日本○人、アジア地域○人、欧州地域○人）です。

当社グループにおける主要な製品及び当該製品に係る主要な製造会社は下表のとおりです。

区分	主要な製品	主要な製造会社
自動車向け	製品 X	日本：当社、○社 海外：A 社 (会社数 計○社)
デジタル家電向け	製品 Y	日本：当社、△社 海外：△△社 (会社数 計○社)
白物家電向け	製品 Z	日本：当社、□社 海外：□□社 (会社数 計○社)
その他	製品 Q	日本：当社 海外：××社 (会社数 計○社)

セグメント（地域別）の概要は次のとおりです。

〔日本〕

日本においては、当社が電子部品の製造販売を行うほか、当社子会社は当社から原材料の支給を受けて製造し、その全てを当社が購入して取引先に販売しています。当社の主力製品は製品 X で、自動車部品用に特化した製品になります（当社のシェアは国内○%、全世界○%）。

また、製品の設計や製造技術の研究については、当社の○○研究所（○県○市）が中心となって行っています。

〔アジア地域〕

アジア地域においては、A 国の A 社に対して、当社から原材料の大半を支給し、現地の自動車メーカー向けに製品 X の製造販売を行っています。また、A 社が製造した製品 X のうち一部を、隣国の B 国にある B 社へ販売しています。

〔欧州地域〕

欧州においては、主にデジタル家電や白物家電向けの電子部品の製造販売を行っています。

添付資料 1 グループの資本関係図

添付資料 2 当社の会社案内

添付資料 3 当社の有価証券報告書【企業情報】【事業の内容】

添付資料 4 当社の組織図

2 国外関連者の概要

A国に所在する国外関連者A社は、当社の取引先である自動車メーカー甲社のA国への進出を機に、〇年に設立した、当社が100%直接出資する子会社になります。2017年12月期におけるA社の売上高は〇〇億円で、従業員数は〇人となります。

A社では、当社から購入した金型、機械設備及び原材料を使用し、当社から製造技術等の提供を受けて主力製品である製品Xを製造し、甲社をはじめとする自動車メーカーや自動車部品供給業者（第三者）へ販売しています。

また、A社は、製造した製品Xの一部を隣国のB国に所在する国外関連者B社に販売しています。これは、B国内で流通している自動車のアフターマーケット用の製品であり、B社及びその取引先である代理店（第三者）を通じて、エンドユーザーに販売されています。

添付資料5 当社とA社、B社の資本関係を示す図（添付資料1参照）

添付資料6 A社の組織図

3 国外関連取引の詳細

(1) 国外関連取引の概要

当社がA社と行う国外関連取引は、次のとおりです。

- イ A社に対し製品Xの製造で使用する金型及び機械設備を輸出する取引
- ロ A社に対し製品Xの原材料を輸出する取引
- ハ A社に対し製品Xを製造するための製造技術や商標等の無形資産を使用させる取引
- ニ A社に対して行う機械設備の据付け、機械設備の操作の技術指導、その他従業員へのトレーニング等の役務提供取引

添付資料7 各国外関連取引の取引図

(2) 各国外関連取引に係る契約関係

当社とA社との間の国外関連取引に関する契約は、以下のとおりです。また、各契約は5年毎に自動更新され、当事業年度（2018年3月期）に適用される各契約は全て、2017年4月1日に更新されています。

添付資料8 当社とA社との間の契約書「金型及び機械設備販売契約」

「原材料供給契約」

「製造技術等及び商標権の使用許諾契約」

(3) 各国外関連取引の内容と取引価格の設定について

各国外関連取引の内容とそれぞれの取引価格の設定については、以下イ～ニのとおりとなり、A国以外に所在する製造子会社との国外関連取引についても、同様の設定を行っています。また、毎期末に各国外関連取引の取引価格が独立企業間価格となっていることの検証を行っていますが、A社との各国外関連取引がそれぞれ密接に関係していることを考慮し、個別の検証は行わず、全ての取引を一体として検証を行っています（詳しくは下記7で説明します。）。

なお、2017年3月期における当社とA社の国外関連取引に係る利益配分状況は、営業利益ベースで〇：〇（当社：A社）でした。

イ A社に対し製品Xの製造で使用する金型及び機械設備を輸出する取引

当社がA社に輸出する金型は、A社がA国内で製品Xを製造するために使用するもので、この金型の設計、製造を当社が行い、A社へ輸出しています。

また、A社に輸出する機械設備は、製造工程上の重要な部分を担う機械設備のため、当社の図面に基づいて国内の機械設備製造業者（第三者）に組み立てさせた機械設備を仕入れ、A社へ輸出しています。年間取引金額はそれぞれ、〇億円、〇億円（どちらも取引条件はC I F、取引通貨は日本円）です。

当社は、A社との間で「金型及び機械設備販売契約」を締結しており、これらの販売価格は、当社が要した費用（金型については製造費、機械設備については購入費）に〇%のマークアップを行った価格とすることを、同契約の中で規定しています。

ロ A社に対し製品Xの原材料を輸出する取引

A社に輸出する原材料については、製品の品質を左右する主要な原材料を含め大半の原材料を、当社が一括して調達し、そのうちの一部をA社へ輸出しています。年間取引金額は〇億円（取引条件はC I F、取引通貨は日本円）です。

当社は、A社との間で「原材料供給契約」を締結しており、販売価格は、当社の購入価格に〇%のマークアップを行った価格とすることを、同契約の中で規定しています。

ハ A社に対し製品Xを製造するための製造技術や商標等の無形資産を使用させる取引

当社がA社に使用させている製造技術、ノウハウ、特許及び商標等の無形資産については、A社との間で「製造技術等及び商標権の使用許諾契約」を締結しています。同契約の対象となる無形資産は、以下のとおりです。

- ・ 製造技術及びノウハウ：製品Xの製造や販売に関する技術上、商業上の情報、データその他の情報で、当社が所有しているもの
- ・ 特許：製品Xに関する意匠権を含む特許権及び実用新案権について、当社が所有又は第三者が当社に使用許諾しているもの（出願中のものを含む）
- ・ 商標：製品Xに関する商標権であり、当社が所有しているもの（出願中のものを含む）

これら無形資産の対価の額については、A社が製造販売する製品Xの売上高の〇%をロイヤリティとしてA社から当社に支払われることが、契約の中で規定されています。年間取引金額は〇億円（取引通貨は日本円）です。

ニ A社に対して行う機械設備の据付け、機械設備の操作の技術指導、その他従業員へのトレーニング等の役務提供取引

当社は、ハの「製造技術等及び商標権の使用許諾契約」に基づき、A社工場の立上げ時や製造ラインの導入時に、当社から技術担当者を派遣し、技術指導、A社従業員へのトレーニング等の役務提供を行っています。これらの役務提供を行う際には、A社から支援依頼書が発行され、役務提供の対価として、技術担当者の派遣に要した旅費交通費等の実費に加えて、1日当たり〇万円の日当がA社から当社に支払われています。年間取引金額は〇億円（取引通貨は日本円）です。

添付資料9 A社の顧客向け商品のパンフレット

添付資料10 A社の顧客向け商品のプライスリスト

添付資料11 各国外関連取引に係る取引金額等の詳細

添付資料12 2017年3月期の当社とA社の利益配分状況を示すもの

添付資料13 近年の取引価格の推移表

(4) 各国外関連取引に係る損益

当社とA社との間の国外関連取引に関する各損益は、添付資料14のとおりです。また、各損益の円換算には、A社の2017年12月期の期中平均TTMレートを使用しており、この為替レートは連結財務諸表を作成する際にも継続して用いています。

添付資料14 ①A社の製造販売取引に係る損益（B社への販売損益を除く）

②A社に対し製品Xの製造で使用する金型を輸出する取引に係る当社の損益

③A社に対し製品Xを製造する機械設備を輸出する取引に係る当社の損益

④A社に対し製品Xの主要な原材料を輸出する取引に係る当社の損益

⑤製品Xを製造するための無形資産をA社に使用させる取引に係る当社の損益

⑥A社に対して行う機械設備の据付け、機械設備の操作の技術指導、その他従業員へのトレーニング等の役務提供取引に係る当社の損益

添付資料15 当社の各国外関連取引に係る損益の作成過程（図）

4 国外関連取引に係る当社とA社の機能及びリスク

(1) 当社について

イ 機能

(イ) 製造

当社は、国内にある3か所の工場で、製品Xの製造を行っています。特に、○工場については、○○研究所を同敷地内に併設しており、新技術を導入し量産化するまでの軌道に乗せるマザー工場の役割を果たしていますので、グループの中で重要な役割を果たしている工場であるといえます。○工場の技術支援の担当者は、国内での製品の製造に従事しているほか、製品Xの製造を行う国外関連者の技術指導、トレーニングも行っています。

(ロ) 調達

購買部では、原材料の調達を行っています。特に製品の質を左右する原材料や部品の調達先の選定に力を入れています。その他、海外で製造を行う国外関連者が使用する原材料や部品の調達先の選定も行っています。

製造管理部では、機械設備の組立の依頼先や調達先の選定を行っており、国外関連者が製造ラインに新しく機械設備を導入する際には、機械設備を熟知している製造管理部の担当者を、据付け、稼働チェックや操作の指導のために国外関連者へ派遣しています。

(ハ) 営業及び広告宣伝

当社における営業と販売については、営業統括部がグローバルな営業戦略の企画立案を行い、顧客の新車販売計画に関する情報の収集や顧客への新製品の紹介を行っています。また、

海外営業部では、日系顧客の海外進出計画や販売計画等に関する情報収集を行い、各国の国外関連者へ収集した情報を提供しています。

広告宣伝部では、グループ全体の広告宣伝の戦略を策定し、業界専門誌への掲載や展示会への参加などを積極的に行いながら、国外関連者が行う広告宣伝活動の管理も行っています。

(2) 研究開発

研究開発については、当社は大規模な研究施設を備えた〇〇研究所を〇県〇市に所有しており、そこでグループの研究開発業務を一括して行っています。同研究所にある研究開発部では、基礎研究、新製品の開発、製造技術の開発を行っていますが、製品Xは成熟した製品のため、近年は基礎研究よりも応用研究が中心となっており、製品Xに使用する素材の研究や製造技術の低コスト化が課題となっています。

また、同研究所には、新製品の企画や設計を担当する設計部があり、製品の金型の設計や製作を行うほか、製造工程上の重要な部分を担う機械設備の設計も行っています。当社の設計した図面に基づいて組み立てられる機械設備（組立は第三者）は、国内外の製造拠点で使用されています。なお、同研究所で設計した機械設備以外の機械設備については、すべて第三者から購入した機械設備になります。

ロ リスク

当社は、研究開発、原材料等の価格変動、製造物責任・製品保証、為替変動に関するリスクを負っています。

添付資料 16 当社の組織図に所属員数表、業務分掌表（又は規定）を追加したもの

添付資料 17 国外関連取引に係る当社及びA社の機能に関する整理表

添付資料 18 国外関連取引に係る当社及びA社のリスクに関する整理表

(2) A社について

イ 機能

(1) 製造

A社では、当社から購入した金型、機械設備及び原材料を使用し、当社から製造技術等の提供を受けて、製品Xを製造しています。A社の製造設備は、以前、当社が国内で稼働させていた製造ラインをA社の工場に移管したものです。現在、A社はA国内に2か所の工場を所有していますが、どちらも顧客である甲社のA国内の工場に近接した地域に建設しています。

A社の工場の増設等の設備投資については、当社の〇〇工場の製造部と海外事業部が検討し、当社が最終的に決定しています。

(2) 営業及び広告宣伝

営業と販売については、営業部が、顧客である現地の自動車メーカーへ新製品の紹介を行うほか、新車販売計画に関する情報の収集を行い、当社の関係部署へ情報をフィードバックしています。また、これまで取引のなかったA国内の自動車部品供給業者に製品を紹介することや、当社の広告宣伝部と協力して展示会を開催するなど、当社グループの製品の売り込みのために新規顧客の開拓に力を入れています。

製品の紹介に用いる商品のパンフレット等の資料及び展示会等の具体的な内容については当社の広告宣伝部の承認を受けています。

なお、A社は、B社に製品Xを販売していますが、特に営業は行わず、B社からの注文に応じて販売する形態となっています。

ロ リスク

A社は、原材料等の価格変動、市場価格の変動、製造ラインの操業度、製品の在庫、信用、製造物責任・製品保証、為替変動に関するリスクを負っています。

添付資料 17 国外関連取引に係る当社及びA社の機能に関する整理表

添付資料 18 国外関連取引に係る当社及びA社のリスクに関する整理表

添付資料 19 A社の組織図に所属員数表、業務分掌表（又は規定）を追加したもの

ハ その他

上記イに記載したA社が果たす機能に係る費用についてはA社が全て負担しており、当社が負担している費用はありません。

(3) 無形資産の形成への貢献

当社は、日系自動車メーカーから高い評価を獲得しており、この評価が当社グループの利益の源泉のひとつになっていると考えています。

具体的には、当社グループは、日系自動車メーカーの部品供給業者として、安全性に必要不可欠な高い品質とともに、納期の信頼性が日系自動車メーカーに広く認知されており、これらが売上拡大に貢献してきたと自ら評価しています。これは、当社が、設立当初から日本における自動車部品業界で確固たる地位を築くために、多額の設備投資を繰り返し行い、品質の向上と安定供給に努めてきた成果であると考えています。また、日系自動車メーカーの海外進出に合わせて、進出先に自社工場を建設し、日系自動車メーカーの国内での生産活動と同様の効率的な製造工程の整備に協力しながら、均一で高品質な製品を安定して提供し続けてきたことも、日系自動車メーカーからの高評価の獲得に大きく貢献したものと考えています。

当社のこれらの活動は、上記3(3)ハで説明している無形資産と同様に、基本的な製造や販売等の活動だけでは生み出すことができない利益の発生に貢献する独自の機能を果たす一定の無形資産を形成したものと考えています。

添付資料 20 当社の有価証券報告書【企業情報】【事業の情報】【研究開発活動】

添付資料 21 国外関連取引において使用している無形資産に係る整理表

5 当社及びA社の事業方針等

(1) 当社の事業方針等

自動車部品業界の特徴として、高品質の製品を納期どおりに恒常的に納品することがメーカーから強く求められるということが挙げられますが、このようなメーカーからの要求に対して長年対応し続け、自動車メーカーの収益拡大に貢献してきたことが、当社が顧客から高評価を獲得してきた最大の理由と考えています。

当社が製造する製品Xは、その構造が比較的簡易なため、類似した製品を製造できる業者は自

自動車部品業界にも多く存在しています。しかし、顧客から高評価を獲得するためには、単に製品を製造する能力だけではなく、高品質の製品を恒常的に納品できる製造能力や顧客の要望を適時に収集して設計の変更を行っていく開発能力（短期間の開発で高品質な製品を安定して提供できること）が非常に重要となっており、これらの点が当社の競争力の源泉となっています。

また、当社が、日系自動車メーカーとの間で信頼関係を築いてきたことも、当社の競争力をバックアップしてきた点であり、今後も引き続き顧客からの情報収集に励み、製造技術の向上や顧客のニーズに合わせた研究開発を行っていくことで、信頼関係をより強固なものにしていきたいと考えています。

(2) A社の事業方針等

A社は、当社とその顧客である日系自動車メーカーとの信頼関係を背景に、A国内の日系自動車メーカー間での知名度は高いといえます。しかし、A国内にある日系以外の自動車メーカーにとっては、A社の知名度はまだ低いため、A国内にある大手自動車部品供給業者への納入実績を上げていくことで、日系以外の自動車メーカーに対する知名度の向上を図りたいと考えています。そのために、A社では、大手自動車部品供給業者で営業経験のある者を多く採用し、大手自動車部品供給業者への営業に力を入れています。これらの方針は前事業年度から掲げており、当事業年度の営業担当者の人員は1.5倍となっています。

A社の事業方針については、当社の海外事業部で方針の策定と決定が行われた後、具体的な活動計画をA社の営業担当が作成し、当社の海外事業部が承認を行っています。

このような事業方針を実行したことによって、販売費のうち人件費関連の費用が増加しましたが、事業方針の実行に伴う国外関連取引に係る対価の額や損益への影響額については、特に計算していません。

添付資料 22 当社の事業方針等を検討した社内会議資料、議事録

6 市場等に関する分析

(1) A国市場に関する分析

イ A国の経済情勢の概況

A国は、2017年に国内総生産（GDP）の実質成長率が〇%を記録するなど、世界的な不況からの回復が続いていると考えられますが、近年の回復傾向は不安定であると考えられます（GDPの実質成長率は、2015年が〇%、2016年が〇%）。

また、2017年第4四半期は、〇国における災害や〇国における景気後退など、A国経済にマイナス要因となる出来事が続いたため、A国内での設備投資や輸出が停滞しました。

ロ A国内における主要な自動車メーカーの動向

自動車部品供給業者の業績は、顧客である自動車メーカーの業績の影響を強く受けますので、A国内の自動車メーカーについて、次のとおり分析しています。

自動車メーカーの業界は、世界的不況の影響を受けた業界といえますが、その中で、特にA国内の主要自動車メーカーは、売上高の減少や多額損失の計上等、大きな影響を受けたとい

えます。これらの影響は、現在では一定の改善を見せるまでに至っており、2017年におけるA国内の主要自動車メーカーの新車販売台数は、世界的不況の直前の水準の約〇%にあたる〇万台まで回復しています。

また、A国内の主要自動車メーカーにおける平均設備稼働率は、2009年に最低稼働率〇%を記録した後、回復傾向にあり、2017年では〇%を示しています。この平均設備稼働率の上昇は、新車の販売台数の上昇に繋がり、結果として主要自動車メーカーの収益性の回復に繋がっているといえます。

さらに、A国内の日系自動車メーカーにとっては、為替の大幅な変動も業績に大きな影響を与えたといえます。特に、2017年第1四半期における大幅な円安は、業績に大きなプラスの影響を与えており、今後、日系自動車メーカーがA国に拠点を設立する方針にも影響があるのではないかと考えられます。

なお、日本では1つの潮流となっている、代替エネルギーを使った次世代型自動車の普及については、A国内では、それほど大きな潮流とはなっていないため、あくまでも長期的なトレンドであると認識しています。

主要自動車メーカーのA国内におけるシェア及び販売台数は以下のとおりです。

法人名	2017年A国内シェア	2017年販売台数	2016年A国内シェア	2016年販売台数
E社				
F社				
G社				

八 2017年における自動車部品供給業者の動向

自動車部品供給業者の業績が、自動車メーカーの業績と連動することについては、上記口で説明しているところですが、顧客である主要自動車メーカーの業績が好調だったため、自動車部品供給業者の業績も、一般的に好調であったといえます。2017年の自動車部品供給業者業界の利益率は売上高総利益率約〇%、売上高営業利益率約〇%であり、市場規模は〇億ドルです。

A社と類似の主要自動車部品供給業者のA国内における売上高は次のとおりです。

法人名	2017年売上高	2016年売上高	売上高増加率	主な製品
H社				
I社				
J社				

添付資料 23 市場分析レポート（〇出版）

(2) その他の分析

A国における地理的に特有な事情、許認可、政府の政策が、各国外関連取引の損益等に与える影響は、次の点を除いて他にありません。

イ A社が適用している優遇税制

(イ) 優遇税制の具体的内容

.....

(ロ) 優遇を受けるための要件及びA国の根拠法令

.....

(ハ) 各年度においてA社が受けた租税の減免額等

年度	○年度	
内容	税目	減免額等

(ニ) A社の営業利益に与える影響

当優遇税制が営業利益に与える影響は軽微であると判断しています。

□ 為替の影響

添付資料 24 当社の2017年度決算説明会資料「為替の影響」

7 独立企業間価格の算定方法等

(1) 独立企業間価格の算定方法

項目	内容
1 選定された独立企業間価格の算定方法	取引単位営業利益法に準ずる方法と同等の方法 ・検証対象：A社の製造販売取引に係る損益（A社のB社への販売損益を除きます。A社のB社への販売取引については別途検証しており、独立企業間価格で取引を行ったことを確認しています。詳細は次の8を参照してください。） ・検証する利益指標：売上高営業利益率
2 1が最も適切である理由等	金型、機械設備及び原材料の輸出取引、無形資産を使用させる取引、役務提供取引の各国外関連取引は、A社の製品Xの製造販売事業に当たり一体として行われていますので、独立企業間価格についても、一の取引として算定することが合理的であると判断しました。 独立企業間価格の算定方法を検討したところ、独立価格比準法、再販売価格基準法及び原価基準法については、A社がA国内で第三者と同様の取引を行っておらず、また、公開データからも租税特別措置法に規定する比較可能な取引を把握できなかったため、適用していません。 利益分割法については、比較対象取引に係る所得の配分に関する割合及び対象となる国外関連取引に係る所得の発生に寄与した程度を推測するに足りる適切な要因について把握できなかったため、並びにこれらの各国外関連取引が、グローバルトレーディングや共同事業体における活動のように高度に統合されたものではなく、国外関連者の当事者のいずれか一方を検証対象とする算定方法よりも利益分割法の方

	<p>が適合すると考えられる取引形態に該当しないため、適用していません。したがって、1の方法が最も適切であると判断しています。</p> <p>検証対象をA社とすることについては、A社は国外関連取引について製造販売機能を有していますが、当社が国外関連取引について果たす機能より単純であり、また、所得の源泉となる無形資産も保有していないため、比較対象取引を抽出することが容易であると考えられますので、A社としています。</p> <p>なお、取引単位営業利益法に準ずる方法と同等の方法を合理的な方法と判断した理由については、比較対象取引が複数あり、それら複数の取引に係る利益率の幅を用いて独立企業間価格を算定することが適切であると考えられたためです。</p>
3 選定された独立企業間価格の算定方法を当該国外関連取引に適用した算定結果	<p>取引単位営業利益法に準ずる方法と同等の方法に基づいて算出した比較対象取引に係る売上高営業利益率は〇%～〇%の範囲（フルレンジ）となり、その平均値は〇%となります。A社の製造販売取引に係る2017年12月期の営業利益率〇%はその範囲内にありますので、各国外関連取引は独立企業間価格で行われたと考えます。なお、検証対象取引が〇であるのに対し、比較対象取引は〇であるという差異が売上高営業利益率に重大な影響を及ぼすと認められることから、差異調整を行っています。</p> <p>添付資料 25 検証対象損益（B社への販売損益を除くA社の損益） （添付資料 14①参照）</p> <p>添付資料 26 検証結果</p> <p>添付資料 27 差異調整関連資料（差異調整の対象、差異の内容、その差異が売上高営業利益率に影響を及ぼすことが客観的に明らかであると判断する理由、具体的な差異の調整方法、使用した財務データを明示）</p>
4 その他の項目	<p>選定した算定方法を適用するに当たって、重要な前提条件となるような事業上又は経済上の条件はありません。</p>

(2) 比較対象取引の詳細

項目	内容
1 比較対象取引の選定に係る事項	<p>(1) 比較対象取引候補の特定 次の方法で入手した企業を比較対象取引候補の母集団としています。 〔方法〕 2018年3月時点における企業情報データベースである〇〇を用いて、業種分類コード（SICコード）を参考に、×××、×××、×××及び×××といった業種に属する企業</p> <p>(2) 比較対象取引の選定過程 選定に当たっては、定量基準及び定性基準に基づき、比較可能性のない法人を除外し、最終的に〇社を選定しています（分析時期は</p>

	<p>2018年3月)。</p> <p>イ 定量基準</p> <p>①</p> <p>②</p> <p>③</p> <p>□ 定性基準</p> <p>①</p> <p>②</p> <p>③</p> <p>添付資料 28 母集団の法人リスト（法人名、事業概況、検証指標の利益率等を明記）</p> <p>添付資料 29 当選定基準を設けた理由</p> <p>添付資料 30 選定除外法人リスト（法人名及び除外理由を明記）</p>
<p>2 選定された比較対象取引等の明細</p>	<p>(1) 選定された比較対象取引を行う法人数：○社</p> <p>(2) 検証に用いる利益率</p> <p>比較対象取引を行う○社の2016年の売上高営業利益率は○%～○%の範囲（フルレンジ）となり、平均値は○%となります。この利益率の範囲を独立企業間価格として、A社の製造販売取引に係る売上高営業利益率を検証しています。</p> <p>添付資料 31 比較対象取引を行う法人の概要資料 （事業概要・取扱製品・機能等・市場・決算期・損益等）</p> <p>添付資料 32 国外関連取引と比較対象取引との比較可能性に関する検討資料</p> <p>添付資料 33 利益率の範囲の算定資料</p>

8 A社との国外関連取引に密接に関連する取引について

上記2で記載していますが、B国に所在する当社の国外関連者であるB社は、B国内においてA社から輸入した製品Xを、そのままB国内の代理店へ販売し、最終的に自動車ユーザーへ販売する再販売取引を行っています。B社で扱う製品Xは、アフターマーケット用としてB国内の自動車ユーザーが修理等の際に使用するためのもので、現地の自動車メーカーや自動車部品供給業者へ販売されることはありません。B社の2017年12月期における売上高は○億円（うち製品Xに係る売上高は○億円）で、従業員数は○人となります。

B社は、A社と「製品販売契約」を締結していますが、取引価格については、同契約の中で、B国内の代理店への販売価格から考えてB社の売上高営業利益率が○%となるように設定することとしています。

なお、B社がA社から購入する製品Xの取引価格には製品Xに係る無形資産のロイヤルティが含まれています。

このA社とB社間の取引は、A社から輸入した製品Xに係るB社の損益を検証対象とした取引単位営業利益法に準ずる方法により検証しており、独立企業間価格で取引されたことを確認しています。さらに、B社の2017年12月期から2021年12月期までの5期について、B国の税務当局からB社が申し出た独立企業間価格の算定方法どおりの内容でユニラテラルの事前確認を受けており、

B社の2017年12月期の税務申告も、この事前確認に従って適切に行っています。

添付資料34 B社の組織図

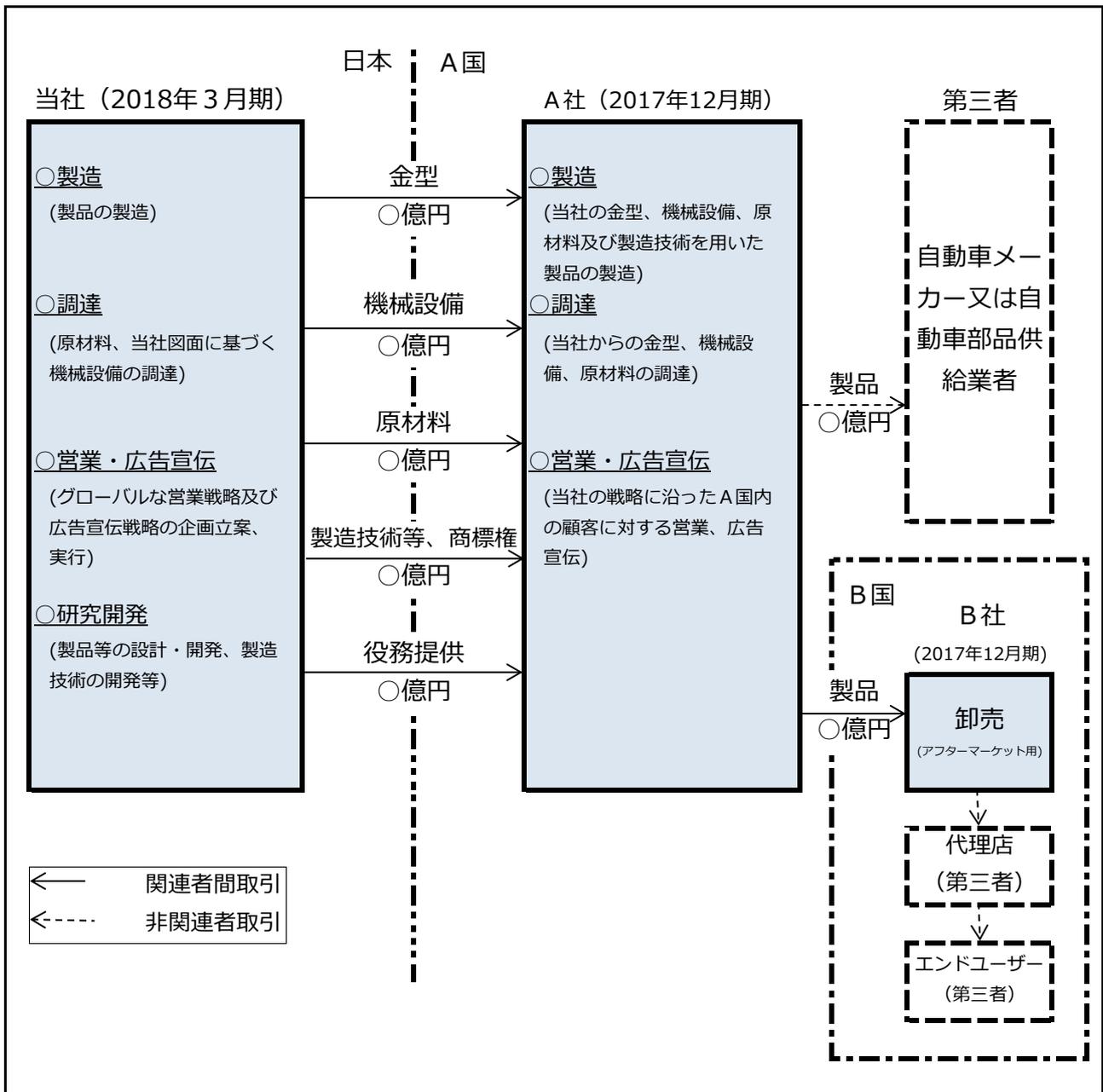
添付資料35 A社とB社間の契約書「製品販売契約」

添付資料36 B社の財務諸表（単体）

添付資料37 A社から輸入した製品Xに係るB社の損益

添付資料38 B社がB国の権限ある当局から受けているA社との取引に関する独立企業間価格の算定方法についての確認通知（A社とB社間の取引に係る独立企業間価格の算定方法の詳細を明示）

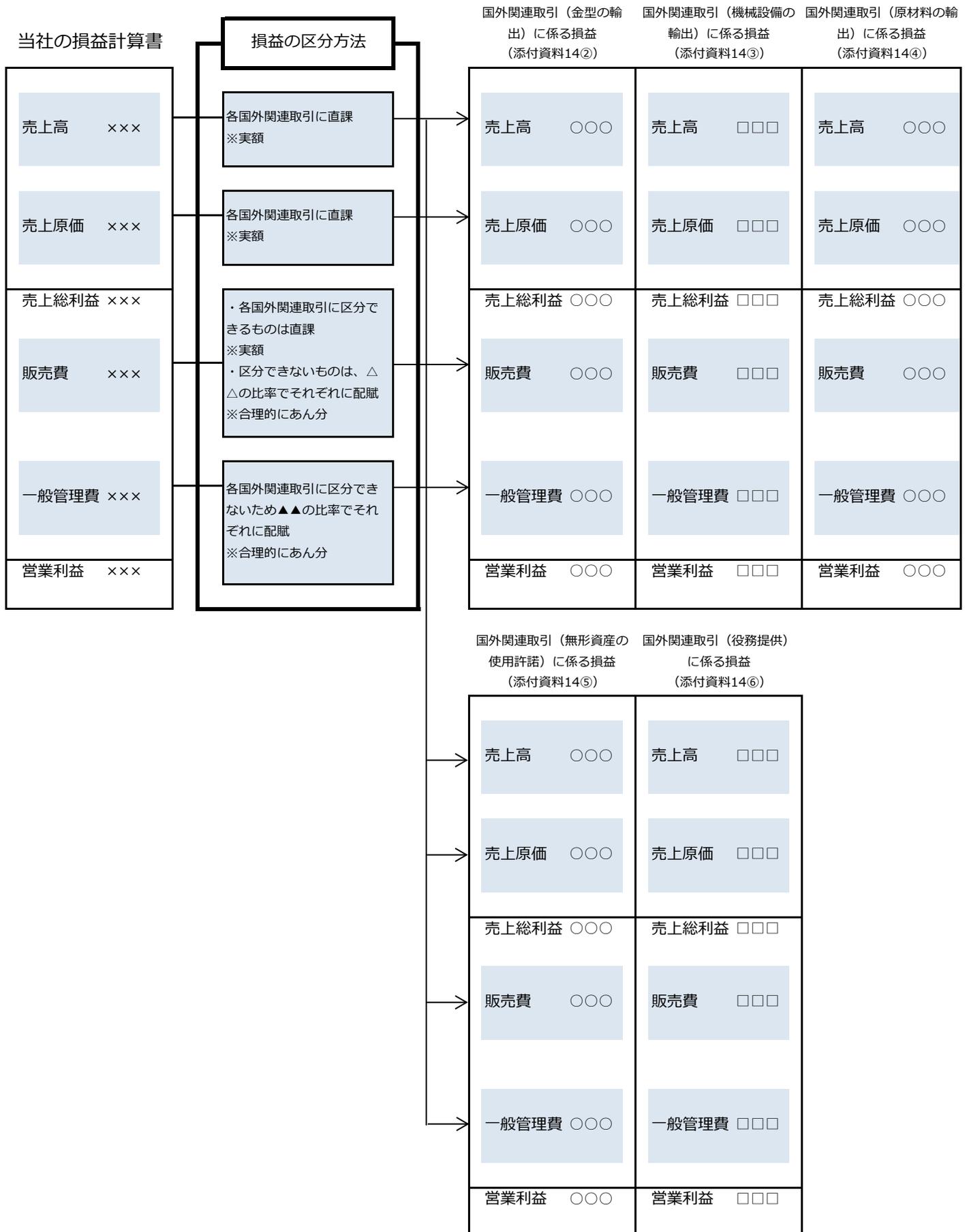
各国外関連取引の取引図



各国外関連取引に係る取引金額等の詳細

製 品	単価	年間取扱 数 量	年間仕入金額 (単価×数量)	販売単価	年間販売価格 (年間取引金額)	売上総利益	売 上 総利益率
金型	〇〇円	〇〇	〇〇〇円	〇〇円	〇〇〇〇円	〇〇〇円	〇%
機械設備							
原材料							
製造技術等、 商標権の 使用許諾料	-	-	-	-			
役務提供							

当社の各国外関連取引に係る損益の作成過程 (図)



国外関連取引に係る当社及びA社の機能に関する整理表

活動区分	当社の機能		A社の機能	
	部署（人員）	内容	部署（人員）	内容
製造	〇〇工場 （〇名）	<ul style="list-style-type: none"> ▶製品Xの製造 ▶国外関連者の製造拠点への支援(工場の立上げ時や新しい製造工程の導入時等の技術支援、国外関連者の従業員へのトレーニング実施等) 	□□工場 （〇名） △△工場 （〇名）	▶当社からの金型、機械設備、原材料及び製造技術等を用いた製品Xの製造
調達	購買部 （〇名）	<ul style="list-style-type: none"> ▶製品製造に係る <ul style="list-style-type: none"> ・原材料、部品等調達 ・国外関連者の部品の調達先の選定 	資材部 （〇名）	当社からの金型、機械設備及び原材料の購入
	製造管理部 （〇名）	<ul style="list-style-type: none"> ▶製品製造に係る <ul style="list-style-type: none"> ・機械設備の組立先、調達先の選定 ・国外関連者に対する機械設備の販売、据付け等指導 	購買部 （〇名）	非関連者からの部品の購入
営業・ 広告宣伝	営業統括部 （〇名）	<ul style="list-style-type: none"> ▶グローバルの営業戦略の企画立案 ▶国外関連者の販売管理 	なし	
	海外営業部 （〇名）	<ul style="list-style-type: none"> ▶日本の顧客からA国のニーズに係る情報収集 ▶日本の顧客のA国での製品仕様の検討及び契約締結の準備 	営業・販売部 （〇名）	<ul style="list-style-type: none"> ▶当社の戦略に沿った、A国の顧客への営業 ▶A国の顧客のニーズに係る情報収集及び当社へのフィードバック ▶販売までの在庫管理(平均60日)
	広告宣伝部 （〇名）	▶グローバルの広告宣伝戦略の企画立案及び実行	広告宣伝部 （〇名）	▶当社の戦略に沿った、A国における広告宣伝
研究開発	研究開発部 （〇名）	<ul style="list-style-type: none"> ▶国外関連取引を含む事業に係る <ul style="list-style-type: none"> ・基礎研究 ・製品開発 ・製造技術の開発 	なし	
	設計部 （〇名）	<ul style="list-style-type: none"> ▶製品の <ul style="list-style-type: none"> ・企画、設計 ・仕様変更時の対応 ▶金型、機械設備の設計、製造 		

国外関連取引に係る当社及びA社のリスクに関する整理表

リスクの種類	リスクの内容	リスクの負担者（リスクを引き受けるために果たす機能）	リスクが顕在化した場合の影響(額)・対応策（顕在化した事例）
研究開発	顧客のニーズの変化、新機種の導入時期の変更等の要因により、研究開発費用が回収できないリスク	当社（顧客のニーズに係る情報収集）	<ul style="list-style-type: none"> ・当該研究開発の規模にもよるが、〇億円～〇億円程度となる可能性が高い。 ・顧客及び市場の情報収集。 （大きく顕在化した事例はない。）
原材料の価格変動	原材料や部材の価格の高騰が販売価格に転嫁できず吸収できないリスク	当社（原材料の調達先の選定及び価格交渉、製造コスト削減のための研究開発） A社 ※主となる原材料は当社からの輸入であり、価格設定は当社の調達価格ベースであるものの、著しい価格の高騰分は一定程度当社が負担する契約となっているため、A社の負担は限定的	<ul style="list-style-type: none"> ・価格の高騰する幅によるが、〇千万～〇千万円程度となる可能性がある。 ・主たる原材料については、当社が一括して購入することから、一定程度の価格交渉力を有している。 （大きく顕在化した事例はない。）
市場価格の変動	市場における競争の激化による販売条件の悪化、需要の悪化等により費用が回収できない又は利益が獲得できないリスク	A社（取引条件等に係る顧客との交渉） ※販売する拠点が負担	当該製品の搭載車種の生産期間に合わせて契約を締結しているため、当該製品の製造中に大きな影響があるというより、次期製品の契約条件に悪影響があることが多い。 （大きく顕在化した事例はない。）
製造ラインの操業度	生産稼働率が不十分な場合、生産休止期間が生じた場合、又は生産過剰の場合に製造に係る費用負担がかさみ、利益が獲得できないリスク	A社（顧客の生産予測計画に係る情報収集） ※製造する拠点が負担	操業度が下がった程度、期間により影響は大きく異なる。 （大きく顕在化した事例はない。）
製品の在庫	棚卸資産を保有していることによる陳腐化、減耗、除却等の経済的損失を被るリスク	A社（顧客の生産予測計画に係る情報収集） ※顧客の厳しい納期要求に対応するため、一定程度の在庫を保有	基本的に顧客仕様の特注品であり、当初の生産計画に基づいて製造されていることから、顧客事情による当該製品の搭載車種の生産中止等がない限り、除却等は発生しない。 （大きく顕在化した事例はない。）
信用	顧客が当該製品に関する支払を支払期日に行わず、対価を回収できないリスク	A社（顧客の与信管理） ※製造した拠点が負担	顧客は日系、米系の大企業であり、信用リスクはほとんどない。 （大きく顕在化した事例はない。）
製造物責任・製品保証	製品が顧客との契約書上の仕様どおり機能しなかった場合等における顧客からのクレーム対応に伴う損失を負担するリスク	A社、当社（製造技術の開発、A社への技術支援） ※一義的にはA社だが、設計や製造工程の指導による不具合は当社	自動車部品の中でも人命に関わる部品ではないことから、莫大な損害になる可能性は少ない。 （大きく顕在化した事例はない。）
為替変動	A国の取引通貨Cと日本円の為替変動に係るリスク（A社にとって、販売の取引通貨はCであり、当社からの調達の取引通貨は日本円であることから発生）	短期的にはA社、中長期的には当社（3か月に1度為替変動に応じ取引価格の見直しを行う。）	<ul style="list-style-type: none"> ・急激な為替変動が起きた場合には、最終的に当社の損益に影響する。 ・当社では取引の80%についてヘッジを行っている。 （大きく顕在化した事例はない。）

国外関連取引において使用している無形資産に係る整理表

無形資産の 区分	当社の無形資産	A社の無形資産
	内容・契約条件等	内容・契約条件等
製品 に係るもの	<ul style="list-style-type: none"> ▶製品に係る研究開発の成果 (特許権、製造技術、ノウハウ等) ▶製品を製造する金型、機械設備の仕様に係るノウハウ 	なし
製造 に係るもの	<ul style="list-style-type: none"> ▶製造に係る特許権、ノウハウ等 ・製造方法に係る特許、ノウハウ等 ・工場レイアウト、製造ラインに係るノウハウ等 ・機械設備の使用方法に係るノウハウ等 ・従業員へのトレーニングに係るノウハウ等 	なし
商標権	<ul style="list-style-type: none"> ▶ブランドを保有 ▶製品等の商標権（ロゴマーク等を含む）を保有 	なし
マーケティング に係るもの	<ul style="list-style-type: none"> ▶当社の高品質で安定した製品の供給と納期の信頼性への 努力によって構築された自動車供給業者としての高い認 知度 	なし

※ 規則第22条の10第1項第1号ハに該当する使用した無形資産だけではなく、同号イに該当する
国外関連取引の対象となる無形資産についても、整理のため記載

「ローカルファイル」 サンプル 2

～当社とC社との国外関連取引に係るローカルファイル～
(自 2018 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日事業年度)

《 目 次 》		
No.	内 容	頁
1	当社の概要 【規則第 22 条の 10 第 1 項第 1 号チに該当】	106
2	C 社及びグループの概要 【規則第 22 条の 10 第 1 項第 1 号チに該当】	106
3	国外関連取引の詳細 【規則第 22 条の 10 第 1 項第 1 号イ、二、ホ及びヘに該当】	107
	(1) 国外関連取引の概要	107
	(2) 国外関連取引に係る契約関係	107
	(3) 国外関連取引に係る取引価格について	108
	(4) 国外関連取引に係る損益	108
4	国外関連取引に係る当社とC社の機能及びリスク 【規則第 22 条の 10 第 1 項第 1 号ロ及びハに該当】	108
	(1) 当社について	108
	(2) C 社について	110
	(3) 無形資産の形成への貢献	111
5	当社及びC社の事業方針等 【規則第 22 条の 10 第 1 項第 1 号チに該当】	111
	(1) 当社の事業方針等	111
	(2) C 社の事業方針等	111
6	市場等に関する分析 【規則第 22 条の 10 第 1 項第 1 号トに該当】	112
	(1) 日本市場に関する分析	112
	(2) その他の分析	112
7	独立企業間価格の算定方法等 【規則第 22 条の 10 第 1 項第 2 号イ、ロ及びホに該当】	113
	(1) 独立企業間価格の算定方法	113
	(2) 比較対象取引の詳細	114

※ 添付資料 5、6、12、14、15、17 は参考となる例示を本文の後に添付しています。

《 添 付 資 料 目 次 》		
No.	内 容	頁
1	当社の概要	-
添付資料 1	当社とC社の資本関係を示す図	-
添付資料 2	当社の組織図	-
2	C社及びグループの概要	-
添付資料 3	グループの資本関係図	-
添付資料 4	C社の組織図	-
3	国外関連取引の詳細	-
添付資料 5	国外関連取引の取引図	116
添付資料 6	国外関連取引に係る取引金額等の詳細	117
添付資料 7	当社とC社との間の契約書「製品販売契約」	-
添付資料 8	C社と〇社との代理店契約	-
添付資料 9	近年の取引価格の推移表	-
添付資料 10	2017年12月期のC社と当社の利益配分状況を示すもの	-
添付資料 11	①当社の国外関連取引に係る損益	-
	②当社との国外関連取引に係るC社の損益	-
添付資料 12	当社との国外関連取引に係るC社の損益の作成過程（図）	118
4	国外関連取引に係る当社とC社の機能及びリスク	-
添付資料 13	当社の組織図に所属員数表、業務分掌表（又は規定）を追加したもの	-
添付資料 14	国外関連取引に係る当社及びC社の機能に関する整理表	119
添付資料 15	国外関連取引に係る当社及びC社のリスクに関する整理表	120
添付資料 16	C社の組織図に所属員数表、業務分掌表（又は規定）を追加したもの	-
添付資料 17	国外関連取引において使用している無形資産に係る整理表	121
5	当社及びC社の事業方針等	-
添付資料 18	C社のサブブランド発表に関するプレスリリース	-
6	市場等に関する分析等	-
添付資料 19	市場分析レポート（〇出版）	-
7	独立企業間価格の算定方法等	-
添付資料 20	検証対象損益（当社の全社損益）	-
添付資料 21	検証結果	-
添付資料 22	差異調整関連資料	-
添付資料 23	母集団の法人リスト	-

No.	内 容	頁
添付資料 24	当選定基準を設けた理由	-
添付資料 25	選定除外法人リスト	-
添付資料 26	比較対象取引を行う法人の概要資料	-
添付資料 27	国外関連取引と比較対象取引との比較可能性に関する検討資料	-
添付資料 28	利益率の範囲の算定資料	-

1 当社の概要

当社は、C国に所在するC社（国外関連者）の100%直接出資によって〇年に設立され、資本関係については当初より現時点まで変更はありません。2018年12月期における当社の売上高は〇〇億円であり、日本全国の店舗数は〇、従業員は〇人（パート従業員〇人を含む）です。

〇年以前は、日本の〇社（第三者）が代理店としてCブランド製品を日本国内で独占販売していましたが、日本においてCブランドの知名度が高くなり、一定の売上規模まで拡大したことから、代理店契約終了後、当社が設立されました。

当社の主な事業は、日本国内におけるCブランド製品の最終消費者への独占販売で、取り扱う製品は、婦人用バッグ、紳士用バッグ、婦人服、紳士服、財布等の革製小物です。

当社はC社からCブランド製品を購入し、自社で運営する路面店及び百貨店内に展開する直営店で正価にて販売しています。各シーズンの終了後、各店舗の在庫を全て回収し、アウトレットモールで値引販売を行い、それでも在庫が残った場合は廃棄しています。2018年12月期における販売チャンネルごとの売上金額の割合は、直営店販売〇%、路面店販売〇%、アウトレットモール販売〇%となっています。

日本市場における競合他社としては、バッグでは〇、〇、婦人服では〇、〇、紳士服では〇、〇が挙げられます。

添付資料1 当社とC社の資本関係を示す図（添付資料3のグループの資本関係図参照）

添付資料2 当社の組織図

2 C社及びグループの概要

C社は、〇年頃、C国でデザイナーの〇氏が婦人服のデザインを始めた工房から始まった、世界的に有名な高級ファッションブランドであり、バッグ、革製小物及び衣料品等のデザイン、製造、販売を行っています。競合他社としては、バッグでは〇、〇、婦人服では〇、〇、紳士服では〇、〇が挙げられます。

C社グループは、C社、C国内の製造子会社2社、C国を含む欧州、米国、日本等の世界〇か国の販売子会社〇社で構成されており、2018年12月期における連結グループ売上高は〇億円（C社単体ベース〇億円、日本〇億円、アジア地域〇億円、米国〇億円、欧州地域〇億円）であり、グループ全体の従業員は〇人（C社単体ベース〇人、日本〇人、アジア地域〇人、米国〇人、欧州地域〇人）です。

C社グループの製品は、全てC社のデザインに基づき、子会社のC1社、C2社及び製造委託業者（第三者）が製造し、各販売子会社を通じて全世界の顧客に販売されています。

製品の概要、製造拠点及び販売拠点は次の表のとおりです。

主な製品群	製品	製品の概要	製造拠点	販売拠点
バッグ (グループの連結売上に占める割合○%)	婦人用皮革バッグ	<ul style="list-style-type: none"> ・伝統的なデザインと流行のデザインの両方の製品を揃える ・各シーズンに○種類の製品を発表 	C社	各販売子会社
	紳士用セカンドバッグ	<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスユーザー向け ・伝統的なデザイン ・毎年○種類の製品を発表 	C2、製造委託業者 (C国内の第三者)	
婦人服 (グループの連結売上に占める割合○%)	高級服、普段着、ドレス	<ul style="list-style-type: none"> ・グループのデザインの方針と流行を踏まえたファッション性の高い製品 ・各シーズンに○種類の製品を発表 	C社	
紳士服 (グループの連結売上に占める割合○%)	ビジネススーツ	<ul style="list-style-type: none"> ・グループのデザインの方針と流行を踏まえたファッション性の高い製品 ・各シーズンに○種類の製品を発表 	C1 (C国)	

主な会社の概要は次の表のとおりです。

会社名	所在国	業 務	売上高	営業利益率
C社	C国	デザイン、製造、販売		
C1社	C国	紳士服の製造		
C2社	C国	紳士用バッグを製造する製造委託業者の管理		

添付資料3 グループの資本関係図

添付資料4 C社の組織図

3 国外関連取引の詳細

(1) 国外関連取引の概要

国外関連取引は、当社が独占的に日本の顧客に販売するCブランド製品をC社から輸入する取引であり、Cブランド製品は、全て当社が運営する国内の店舗で顧客に販売されます。2018年12月期の国外関連取引の年間取引額は○億円（取引条件はCIF、取引通貨は日本円）です。

添付資料5 国外関連取引の取引図

添付資料6 国外関連取引に係る取引金額等の詳細

(2) 国外関連取引に係る契約関係

当社とC社との間の国外関連取引に係る契約「製品販売契約」は添付資料7のとおりです。また、当契約は、毎年自動更新されており、当事業年度に適用される契約は2018年1月1日に更

新されています。

添付資料7 当社とC社との間の契約書「製品販売契約」

(3) 国外関連取引に係る取引価格について

イ 取引価格の設定について

C社との取引価格については、当社から顧客への販売価格の〇%~〇%とすることが「製品販売契約」で規定されており、具体的な割合については、C社が決定し、変更の都度、連絡を受けることとされています。当社の顧客への販売価格については、当社が設定した販売価格をC社が承認することで決定されることが、同契約の中で規定されています。

なお、取引価格の設定方法は、当社が設立される前にCブランド製品を独占販売していた〇社との代理店契約において、〇社の仕入価格を顧客への販売価格の〇%~〇%と規定していたことから、その取引価格の設定方法を踏襲しています。

添付資料8 C社と〇社との代理店契約

添付資料9 近年の取引価格の推移表

ロ 独立企業間価格の検証

毎期末に独立企業間価格で取引を行っていることを確認するために、当社の国外関連取引に係る損益に基づく売上高営業利益率の検証を行っており、検証の際に独立企業間価格以上又は以下の価格で取引を行っていたことが判明した場合には、期末に価格調整金の授受を行うこととしています。

なお、C社と当社の国外関連取引に係る利益配分状況は、2017年12月期の売上総利益ベースで〇:〇(C社:当社)、営業利益ベースで〇:〇(C社:当社)でした。

添付資料10 2017年12月期のC社と当社の利益配分状況を示すもの

(4) 国外関連取引に係る損益

当社とC社との間の国外関連取引に係る損益は以下のとおりです。また、各損益の円換算については、2018年12月期の期中平均TTMレートを使用しており、この為替レートは連結財務諸表を作成する際にも継続して用いています。

添付資料11 ①当社の国外関連取引に係る損益(※)

②当社との国外関連取引に係るC社の損益

※ 当社の仕入は全てC社からの仕入であることから、当社の全社損益が該当します。

添付資料12 当社との国外関連取引に係るC社の損益の作成過程(図)

4 国外関連取引に係る当社とC社の機能及びリスク

(1) 当社について

イ 機能

(イ) 販売

当社は、C社からCブランド製品を輸入し、日本国内において独占的に販売しています。

販売拠点として、日本国内には旗艦店である〇店(〇〇に所在)を含む路面店(〇店舗)、百

貨店内の直営店（○店舗）及びアウトレットモール（○店舗）の計○店舗を有しており、店舗従業員○人（内パートタイム従業員○人）が販売業務に従事しています。C社グループは、旗艦店を活用し知名度を上げ売上の拡大を図る戦略を採っているため、日本の旗艦店も、ブランドの店舗が多く集まる商業中心地にデザインを凝らした大規模な店舗を構えています。アウトレットモールでは、シーズン終了後に路面店及び直営店で売れ残った製品の値引き販売を行うことで、在庫の減少と路面店及び直営店とは異なる顧客層への売上の拡大を狙っています。

(D) 営業

営業統括部門の担当者は、製品を購入した顧客の管理情報を基に顧客の購買行動の分析を行い、その結果を参考に、既存顧客に対するダイレクトメールの送付やイベントへの招待を行うなど、優良顧客の囲い込みを行うことで売上の拡大を図っています。

(H) 購買

当社の商品の買付けについては、買付部門の担当者が、C社の本店に年に数回買付けに行きます。当社の購入価格は「製品販売契約」で決められており、一定の数量以上を購入する場合には、一定のディスカウントが行われることも「製品販売契約」に規定されています。

また、購入する製品は当社の担当者が決定しますが、統一したブランドイメージを打ち出す目的から、当社が購入する製品のうち約○%は、C社が指定する製品の中から選ぶことが同契約で規定されています。買付けの際には、日本市場の需要の動向に合った商品を提供してもらえよう、C社の担当者に日本市場の情報を提供しています。

(I) 広告宣伝

当社の広告宣伝は、C社から送付されるガイドラインに基づき、広告宣伝部門の担当者が、対象となる顧客が読者層となる雑誌等への広告の掲載、著名人を招待しての新規開店時のイベント、新商品発表会等の実施を通じて、Cブランドの知名度を向上させるための広告宣伝を行っています。広告宣伝については、企画段階でC社の担当部署の承認を必要としており、使用する資材もC社から提供されています（日本人の著名人を起用することもあり、その際には日本独自の資材を用いることもあります。）。

(K) 店舗管理

当社の新規の出店場所、店舗のデザインについては、店舗部門の担当者が、出店の必要性も含めてC社との話し合いを随時行っていますが、最終決定権はC社にあり、店舗内レイアウト等についてもC社が策定したイメージ図に基づいて決定されます。また、当社の既存店舗のレイアウト、ディスプレイについても、ブランドイメージの維持のため、C社からシーズン初めにガイドラインが送付され、また、新製品の投入ごとにディスプレイ変更の指示を受けます。当社の担当者は、C社が作成した詳細なガイドラインを忠実に実行するだけであり、当社としての独自性が入る余地はありません。日本市場のニーズの変化等のためにレイアウトやディスプレイに変更を加える場合には、C社の承認が必要になります。

ロ リスク

市場価格に関するリスク（値引き等）、製品の在庫リスク、信用リスクを負っています。

添付資料 13 当社の組織図に所属員数表、業務分掌表（又は規定）を追加したもの

添付資料 14 国外関連取引に係る当社及びC社の機能に関する整理表

添付資料 15 国外関連取引に係る当社及びC社のリスクに関する整理表

ハ その他

上記イに記載した当社が果たす機能に係る費用については当社が全て負担しており、C社が負担している費用はありません。

(2) C社について

イ 機能

(イ) 製造及び生産管理

C社では、生産管理部門の担当者が、各国の販売子会社等から収集した需要の動向に係る情報を参考にしながら生産計画を策定し、策定された生産計画に基づいてC社の工房、製造子会社であるC1社、C2社及び第三者の製造委託業者が製造を行い、製品の全量をC社が買い取り、各国の販売子会社へ販売していますが、製造拠点に対して厳しい管理基準を設けることで、製造工程及び製品の品質を管理しています。さらに、ブランド維持のために材料となる生地、皮革、金具類などの細部の部品まで吟味しています。これは、材料の選定と製造工程の管理が製品の品質に大きな影響を与えるためです。

(ロ) 営業

C社では、営業統括部門のマネージャーが設定した全世界共通の営業方針を役員会で承認した後、国・地域別の担当者が共通の営業方針を基に詳細な国・地域別の営業戦略を作成し、各国の販売子会社へ実施を指示しています。各販売子会社から収集した各国の市場情報及び決定した営業戦略から、各国の市場で展開する製品の構成、各販売子会社が必ず購入する必要がある製品のリストを作成しています。このように、C社で全世界共通の営業方針から各国の市場の状況に応じた営業戦略までを決定し、各国の営業を包括的に管理しています。

(ハ) 広告宣伝

C社の広告宣伝については、決定された営業戦略の下、広告宣伝部門が、グローバルな雑誌媒体への広告やホームページのデザインの決定、各国の販売子会社に対する広告宣伝に関するガイドラインの策定、販売子会社が企画した広告宣伝の承認を行っています。基本的に、各販売子会社が使う広告資材はC社が提供しています。

(ニ) 店舗管理

C社の店舗部門は、担当者が、新規店舗の出店の検討及び承認、店舗のレイアウトのイメージ図の作成、シーズンごとのディスプレイのガイドラインの策定を行っています。

(ホ) デザイン開発

C社のデザイン部門では、担当者が、高級ブランド業界の動向及び市場全体の需要を見ながら、全ての販売製品のデザインを行っており、年に数回、新製品の発表を行います。

ロ リスク

デザインの陳腐化に伴うリスク（原材料の在庫リスク等）、製造業者としてのリスク（製造物責任、製品保証、在庫）、為替変動のリスクを負っています。

添付資料 14 国外関連取引に係る当社及びC社の機能に関する整理表

添付資料 15 国外関連取引に係る当社及びC社のリスクに関する整理表

添付資料 16 C社の組織図に所属員数表、業務分掌表（又は規定）を追加したもの

(3) 無形資産の形成への貢献

C社は、商標、特許、著作権、商号やロゴという知的財産の開発から、世界中で一貫した営業戦略、広告宣伝活動及び店舗運営によってCブランドの価値及び知名度を高める活動を行っています。また、Cブランド製品が高価格帯であっても納得できる、高品質かつ高いデザイン性の製品を提供するために、デザイン性の向上や高品質の製品を安定して提供するための生産管理にも力を入れています。こうした努力が、Cブランド製品を所有することで特定のステータスを持つことができると顧客が感じるブランド価値の創造に繋がっていると考えており、C社グループは、無形資産といえるブランド価値を活用して全世界で製造、広告、販売を行っています。

C社が形成、維持、発展させたブランド価値という無形資産は、国外関連取引を行う上で販売子会社が使用している無形資産であり、国外関連取引と密接な関係がありますが、商品仕入価格に含まれているため、ロイヤルティとしては回収されていません。

添付資料 17 国外関連取引において使用している無形資産に係る整理表

5 当社及びC社の事業方針等

(1) 当社の事業方針等

2018年12月期において、当社は、売上の拡大を目指し、顧客管理情報を基に製品を購入した顧客の購買行動分析を行い、新たな視点から、既存の顧客に対する販売促進活動（担当者から顧客へのダイレクトメールやカタログの送付、店頭イベントの招待状の発送等）を行い、優良顧客の囲い込みに努めてきました。さらに、この顧客管理情報に取り込まれた購入実績を対象に販売促進活動の効果を分析し、内容の充実を図りました。

また、日本での潜在的顧客の掘り起こしを行うため、ブランドイメージに合ったイベントの冠スポンサーになるなど、雑誌以外の新たな広告媒体を利用する等の試行も行っています。

これらの方針については、来期も継続する方針です。

(2) C社の事業方針等

2018年12月期においても、世界中で一貫した営業戦略等によるCブランドの価値及び知名度を高める活動並びに高品質かつ高いデザイン性を維持した製品を製造するための厳しい生産管理をこれまでどおり実施してきました。

また、これまでC社グループのターゲットとなる顧客層は海外の高品質な製品を好む一定の富裕層が主でしたが、従来の顧客層とは年齢や所得水準が異なる顧客層をターゲットとしたサブブランドを立ち上げることを今期発表しました。サブブランドの製品は、より購入しやすい価格での販売を目指しており、現在、C社において商品展開の構想や製造ラインの準備を進めています。

日本では、来事業年度の2019年12月期から販売を開始する予定のため、今期、日本でサブブランド製品を扱う新規店舗の出店準備を行いました。サブブランド製品は、Cブランドが持っている高いデザイン性と高品質を維持しながらも、顧客にはこれまでと異なるブランドイメージを持たせられるように、従来のCブランド製品とは一線を画して、メインブランドを扱う店舗とは異なる店舗での販売を予定しています。

添付資料 18 C社のサブブランド発表に関するプレスリリース

6 市場等に関する分析

(1) 日本市場に関する分析

イ 日本の経済情勢の概況

日本経済は、2018年の国内総生産（GDP）は〇兆円（前年対比〇%）であり、2009年の世界不況前の水準に回復したとはいええない状況であるため、全体として日本国内の消費者の購買力は依然として低い状況が続いています。

ロ 日本国内における高級ブランド産業の近年の状況

全体として消費者の購買力が低い状況が続く中、高級ブランドについても、富裕層などの一定のコアな顧客層以外は消費に消極的な傾向であるにも関わらず、高級ブランド業界全体としては、売上が上昇傾向にあります。これは、海外からの訪日客による強い需要が背景にあります。特に、為替の影響やビザ要件の緩和などによって、アジアからの訪日客にとって、豊かな品ぞろえと有利な為替レートのメリットを享受できる日本が、買い物を目的とする旅行の旅行先として選ばれていることが原因として考えられます。

世界的な高級ブランドの多くが、引き続き日本へ新規出店するほか、既存店舗の改装や新たなキャンペーンの発表を行っていることから、日本における高級ブランド業界の売上高は、今後も上昇傾向が続くと推測できます。

	2018年	2017年	2016年	2015年	2014年
市場規模	〇〇億円				

ハ 2018年における高級ブランド販売業者の動向

高級ブランド販売業者のシェアの状況は以下のとおりです。

	第1位	第2位	第3位
婦人服及び紳士服	〇〇（売上高〇円）		
バッグ及び革小物			

添付資料 19 市場分析レポート（〇出版）

(2) その他の分析

日本における地理的に特有な事情、許認可、政府の政策が、国外関連取引に係る損益等に与える影響はありません。

なお、2018年中において、大きな外国為替相場の変動はなかったため、影響額の算出はしていません。

7 独立企業間価格の算定方法等

(1) 独立企業間価格の算定方法

項 目	内 容
1 独立企業間価格の算定方法	<p>取引単位営業利益法に準ずる方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 検証対象：当社の全社損益 ・ 検証する利益指標：売上高営業利益率
2 1が最も適切である理由等	<p>独立価格比準法、再販売価格基準法及び原価基準法については、日本国内で第三者と同様の取引を行っておらず、また、公開データからも租税特別措置法に規定する比較可能な取引を把握できなかったため、適用していません。</p> <p>また、利益分割法については、比較対象取引に係る所得の配分に関する割合及び対象となる国外関連取引に係る所得の発生に寄与した程度を推測できる適切な要因が把握できなかったため、並びにこれらの各国外関連取引が、グローバルトレーディングや共同事業体における活動のように高度に統合されたものではなく、国外関連者の当事者のいずれか一方を検証対象とする算定方法よりも利益分割法の方が適合すると考えられる取引形態に該当しないため、適用していません。したがって、1の方法が最も適切と判断しています。</p> <p>当社が国外関連取引について果たしている主要な機能は販売機能であり、C社が国外関連取引について果たす機能に比べて単純で、また、当社は所得の源泉となる無形資産を有していないことから、比較対象取引を抽出することが容易であると考えられますので、当社を検証対象としています。</p> <p>なお、取引単位営業利益法に準ずる方法を合理的と判断した理由については、比較対象取引が複数あり、それら複数の取引に係る利益率等の幅を用いて独立企業間価格を算定することが適切と考えられたためです。</p>
3 選定された独立企業間価格の算定方法を当該国外関連取引に適用した算定結果	<p>取引単位営業利益法に準ずる方法に基づき算出した比較対象取引に係る売上高営業利益率は〇%～〇%の範囲（フルレンジ）であり、平均値は〇%となります。当社の2018年12月期の営業利益率〇%はその範囲内にあることから、国外関連取引は独立企業間価格で行われたと考えます。</p> <p>なお、検証対象取引が○であるのに対し、比較対象取引は○であるという差異が売上高営業利益率に重大な影響を及ぼすと認められることから、差異調整を行っています。</p> <p>添付資料 20 検証対象損益（当社の全社損益）（添付資料 11①） 添付資料 21 検証結果 添付資料 22 差異調整関連資料（差異調整の対象、差異の内容、その差異が売</p>

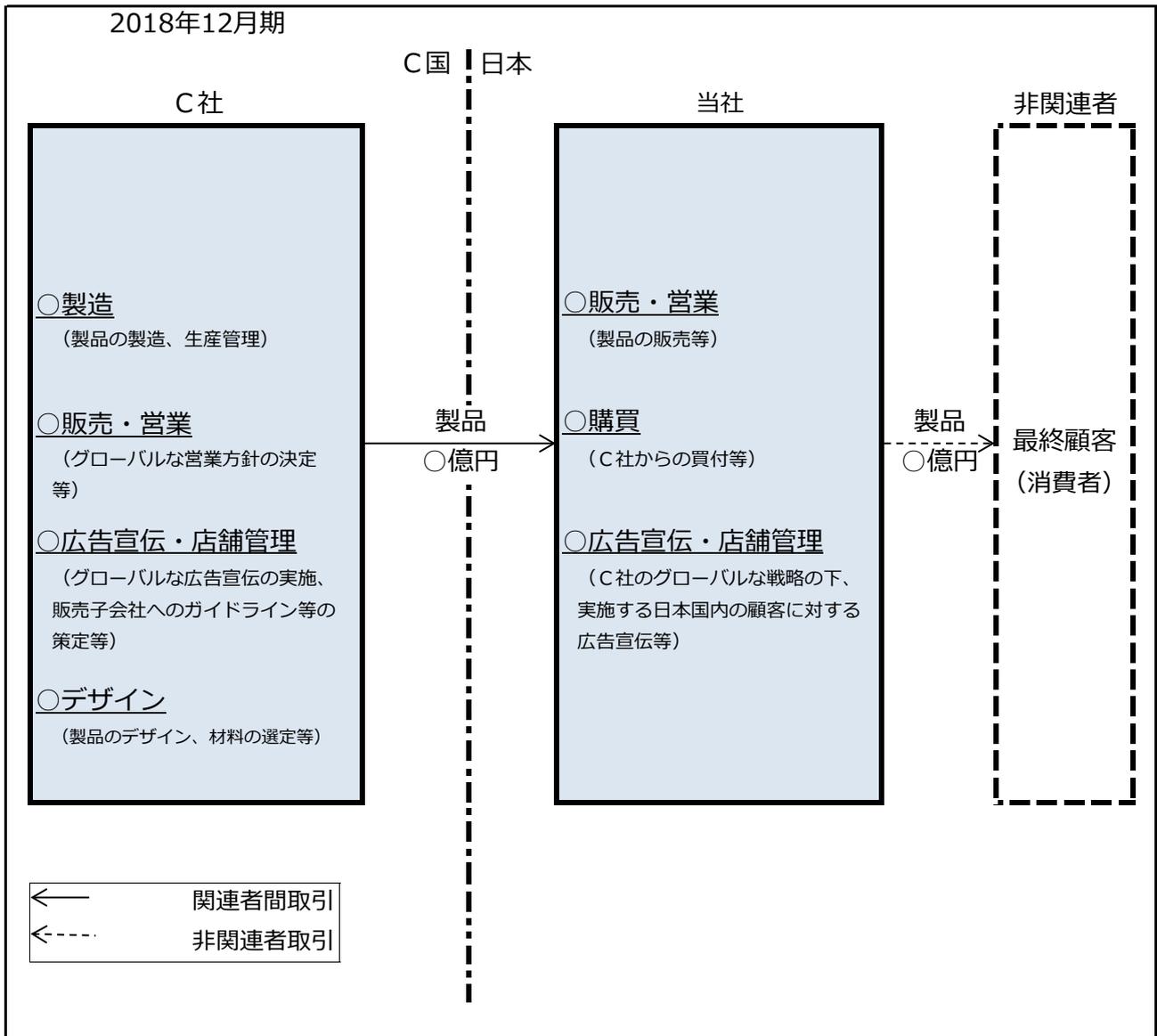
	上高営業利益率に影響を及ぼすことが客観的に明らかであると判断する理由、具体的な差異の調整方法、使用した財務データを明示)
4 その他の項目	選定した算定方法を適用するに当たり重要な前提条件となるような事業上又は経済上の条件はありません。

(2) 比較対象取引の詳細

項 目	内 容
1 比較対象取引の選定に係る事項	<p>(1) 比較対象取引候補の特定</p> <p>次の方法で入手した企業を比較対象取引候補の母集団としています。</p> <p>〔方法〕</p> <p>2018年12月時点の企業情報データベースである〇〇を用いて、業種分類コード（SICコード）を参考に、×××、×××、×××及び×××とといった業種に属する企業</p> <p>(2) 比較対象取引の選定過程</p> <p>選定に当たっては、定量基準及び定性基準に基づき、比較可能性のない法人を除外し、最終的に高級ブランド販売業者〇社を選定しています（分析時期は2018年12月）。</p> <p>イ 定量基準</p> <p>①・・・・</p> <p>②・・・・</p> <p>③・・・・</p> <p>□ 定性基準</p> <p>①・・・・</p> <p>②・・・・</p> <p>③・・・・</p> <p>添付資料 23 母集団の法人リスト（法人名、事業概況、検証指標の利益率等を明示）</p> <p>添付資料 24 当選定基準を設けた理由</p> <p>添付資料 25 選定除外法人リスト（法人名及び除外理由を明示）</p>
2 選定された比較対象取引等の明細	<p>(1) 選定された比較対象取引を行う法人数：〇社</p> <p>(2) 検証に用いる利益率</p> <p>〇社の2017年における売上高営業利益率は〇%～〇%の範囲（フルレンジ）となり、その平均値は〇%となります。この利益率の範囲を独立企業間価格として、当社の国外関連取引に係る売上高営業利益率を検証しています。</p> <p>添付資料 26 比較対象取引を行う法人の概要資料</p>

	(事業概要・取扱製品・機能等・市場・決算期・損益等) 添付資料 27 国外関連取引と比較対象取引との比較可能性に関する検討資料 添付資料 28 利益率の範囲の算定資料
--	---

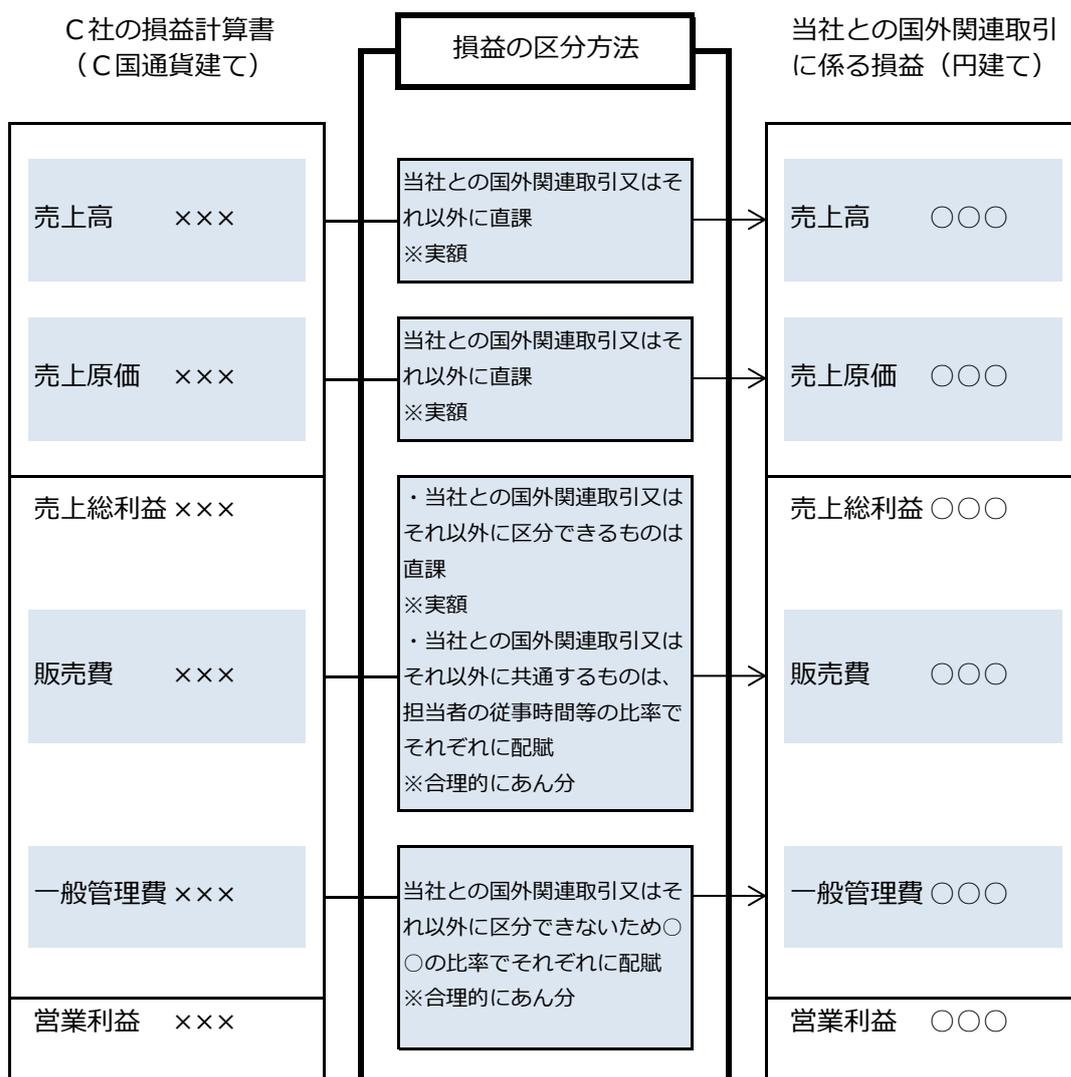
国外関連取引の取引図



国外関連取引に係る取引金額等の詳細

製品群	製品	単価	年間数量	年間仕入金額	販売単価	年間販売金額	売上 総利益	売上 総利益率
				(単価×数量)				
婦人服	A	円		円	円	円	円	%
	B	円		円	円	円	円	%
婦人用バッグ	D	円		円	円	円	円	%
	E	円		円	円	円	円	%

当社との国外関連取引に係るC社の損益の作成過程（図）



国外関連取引に係る当社及びC社の機能に関する整理表

活動区分	当社の機能		C社の機能	
	部署（人員）	内容	部署（人員）	内容
製造	なし		生産管理部門 (○人)	・各シーズンごとの生産計画の策定 ・品質管理のガイドラインの策定等による製造工程の管理 ・第三者の製造委託業者の選定及び製造工程等の管理
			製造部門 (○人)	製造
販売・営業	販売部門 (店舗従業員 ○人、管理スタッフ○人)	・C社から購入した製品の販売 ・シーズンごとの在庫管理 ・販売チャネルごとの販売管理	販売管理部門 (○人)	・各販売子会社への製品の輸出 ・各販売子会社の管理、在庫の把握
	営業統括部門 (○人)	・顧客の管理 ・顧客の購買行動の分析 ・顧客へのアプローチ方法の検討、決定	営業統括部門 (○人)	・グローバルな営業の方針及び営業戦略の策定 ・各市場で展開する製品構成を検討し、各販売子会社の必須購入品リストを作成
購買	買付部門 (○人)	・年数回の買付け ・日本市場の需要に係る情報の提供	なし	
広告宣伝・店舗管理	広告宣伝部門 (○人)	・雑誌媒体等への広告掲載 ・新規出店、新製品の販売時のイベントの開催	広告宣伝部門 (○人)	・グローバルな雑誌媒体への広告の掲載 ・世界的なイベントの開催 ・販売子会社に対する広告宣伝に係るガイドラインの策定 ・各販売子会社の広告宣伝の企画の検討、承認 ・販売子会社への広告資材の提供
	店舗部門 (○人)	C社から年数回提供されるガイドラインに従った店舗ディスプレイの実施	店舗部門 (○人)	・新規出店の検討、承認 ・新規店舗のレイアウトの検討、決定 ・シーズンごとの店舗ディスプレイのガイドライン策定
デザイン	なし		デザイン部門 (○人)	・新製品のデザイン ・材料の選定
			企画部門 (○人)	・各販売子会社等からの各市場の需要に係る情報収集 ・材料の調達先の選定

国外関連取引に係る当社及びC社のリスクに関する整理表

リスクの種類	リスクの内容	リスクの負担者（リスクを引き受けるために果たす機能）	リスクが顕在化した場合の影響(額)、対応策（顕在化した事例）
デザイン	顧客のニーズの変化等によりデザインが受け入れられずデザインに係る費用や原材料費が回収できないリスク	C社（顧客のニーズに係る情報収集）	若干の売上減少から全く市場で受け入れられず日本撤退という事態まで影響は幅広いため、影響額を算定することは困難。 （大きく顕在化した事例はない。）
市場価格の変動	需要の減少に伴う売れ残り商品の値引き等の販売条件の悪化等により利益が獲得できないリスク	当社（販売チャネルごとの販売管理）	デザインに係るリスクと同じ。 販売価格の値引きに係る利益の損失は約〇円。 （大きく顕在化した事例はない。）
製品の在庫	棚卸資産を保有していることによる陳腐化、減耗、除却等の経済的損失を被るリスク	C社（顧客のニーズに係る情報収集）、当社（顧客のニーズに係る情報収集、販売チャネルごとの販売管理）	会計上認識している廃棄損は約〇円。 （大きく顕在化した事例はない。）
信用	顧客が当該製品に関する支払を支払期日までに行わず、対価を回収できないリスク	当社（顧客の与信管理）	最終顧客は現金又はクレジットカードで購入代金を支払うことから、リスクはほとんどない。 （大きく顕在化した事例はない。）
製造物責任・製品保証	企業の製品が許容された又は宣伝された基準を満たすことができない場合の損失を補てんするリスクや極端な例では使用者に身体的危害を及ぼすリスク	C社（製造工程の管理）	影響額を算定することは困難。 （大きく顕在化した事例はない。）
為替変動	C国の取引通貨と日本円との外国為替相場の変動に係るリスク（C社と当社の取引は日本円建てであることから発生）	C社（外国為替相場の変動を考慮した価格設定を行う。）	C社はほとんどリスクヘッジしていることから、ほとんど影響はない。 （大きく顕在化した事例はない。）

国外関連取引において使用している無形資産に係る整理表

無形資産の 区分	当社の無形資産 内容・契約条件等	C社の無形資産 内容・契約条件等
製品 に係るもの	なし	C社グループ独自のファッション 性の高いデザイン
製造 に係るもの	なし	高い品質を維持するための製造技 術、ノウハウ
商標権	なし	主要市場で登録済みの商標権、ロ ゴ等（出願中も含む）
マーケティング に係るもの	なし	全世界で統一したブランドイメー ジを使った広告宣伝を行うことで 得られている高い認知度

※ 規則第22の10第1項第一号ハの使用した無形資産だけではなく、同号イの国外関連取引の対象となる無形資産についても整理のため記載