

日医発第 1029 号（年税 40）

平成 26 年 1 月 15 日

都道府県医師会長 殿

日本医師会長

横倉 義武

消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する
行為の是正等に関する特別措置法の遵守及び周知について

今般、厚生労働省医政局総務課より、別添の通り、「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法」の遵守及び周知の協力依頼がありましたので、貴会会員各位に適宜周知方お願い申し上げます。

公益社団法人 日本医師会 殿

厚生労働省医政局総務課長
(公 印 省 略)

消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を
阻害する行為の是正等に関する特別措置法の遵守依頼について

「消費税率及び地方消費税率の引上げとそれに伴う対応について（平成25年10月1日閣議決定）」において、消費税率（地方消費税を含む。以下同じ。）を、平成26年4月1日に5%から8%に引き上げることが確認され、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保する観点から、消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法（平成25年法律第41号。以下「消費税転嫁対策特別措置法」という。）が平成25年6月5日に成立し、同年10月1日から施行されました。

消費税転嫁対策特別措置法において、消費税の転嫁に係る様々な特別措置を講じていることから、その内容を解説した下記のガイドラインが公正取引委員会、消費者庁、財務省から公表されるとともに、事業者が消費税転嫁に際し適切な措置を講じるよう、経済産業省、公正取引委員会、消費者庁から関係事業者に対し下記の要請文書が発出されています。

貴職におかれましては、消費税転嫁対策特別措置法及び下記のガイドラインを遵守いただくとともに、下記の要請文書やパンフレットとともに傘下会員に適宜周知いただきますようお願いいたします。

記

消費税転嫁対策特別措置法のガイドライン

- 消費税の転嫁を阻害する行為等に関する消費税転嫁対策特別措置法、独占禁止法及び下請法上の考え方（平成 25 年 9 月 10 日 公正取引委員会）
- 消費税の転嫁を阻害する表示に関する考え方（平成 25 年 9 月 10 日 消費者庁）
- 総額表示義務に関する消費税法の特例に係る不当景品類及び不当表示防止法の適用除外についての考え方（平成 25 年 9 月 10 日 消費者庁）
- 総額表示義務に関する特例の適用を受けるために必要となる誤認防止措置に関する考え方（平成 25 年 9 月 10 日 財務省）

経済産業省及び公正取引委員会、消費者庁から関係事業者への要請文書

- 「消費税率の引上げに伴う消費税の円滑かつ適正な転嫁について」（平成 25 年 11 月付け 20131008 中第 5 号、公取取第 238 号経済産業大臣、公正取引委員会委員長通知）
- 「消費税の転嫁を阻害する表示の是正に関する特別措置について」（平成 25 年 11 月 15 日付け消表対第 522 号消費者庁表示対策課長通知）

パンフレット

- 消費税の円滑かつ適正な転嫁のために（平成 25 年 10 月 内閣官房、内閣府、公正取引委員会、消費者庁、財務省）
- 中小企業・小規模事業者のための消費税の手引き（平成 25 年 10 月 中小企業庁）

以上

消費税の転嫁を阻害する行為等に関する消費税転嫁対策特別措置法、
独占禁止法及び下請法上の考え方

平成25年9月10日
公正取引委員会

はじめに

1 本考え方の趣旨

「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法」（平成25年法律第41号。以下「消費税転嫁対策特別措置法」という。）は、平成26年4月1日及び平成27年10月1日に予定されている消費税率（地方消費税率を含む。以下同じ。）の引上げ（以下「消費税率引上げ」という。）に際し、以下の特別措置を講ずることにより、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保することを目的として制定されたものである（平成25年10月1日施行）。

- ①消費税の転嫁拒否等の行為の是正に関する特別措置
- ②消費税の転嫁を阻害する表示の是正に関する特別措置
- ③価格の表示に関する特別措置
- ④消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別措置

消費税率引上げはこのように2段階にわたるものであることもあり、中小事業者を中心に、消費税の価格への転嫁について懸念が示されていることから、これらの中小事業者等が消費税を価格へ転嫁しやすい環境を整備していくことが極めて重要な課題である。このため、消費税の転嫁拒否等の行為に対して、公正取引委員会だけではなく、主務大臣又は中小企業庁長官に指導又は助言の権限が付与され、政府一丸となって実効性のある監視・取締りを徹底していくこととなっている。

公正取引委員会は、消費税転嫁対策特別措置法の執行の統一を図るとともに、法運用の透明性を確保し、違反行為の未然防止に資するため、本考え方において、前記①の特別措置に関する解釈の明確化を図るとともに、運用方針を示すこととする。また、前記④の特別措置について、どのような行為が問題となり、また、どのような行為が問題とならないのか、具体的に示すこととする。

さらに、消費税率引上げに際し、「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律」（昭和22年法律第54号。以下「独占禁止法」という。）及び「下請代金支払遅延等防止法」（昭和31年法律第120号。以下「下請法」という。）上、どのような行為が問題となるのかについても併せて具体的に

示すこととする。

2 構成

第1部 消費税の転嫁拒否等の行為関係

第1 消費税の転嫁拒否等の行為に係る消費税転嫁対策特別措置法上の
考え方

第2 消費税率引上げに伴う優越的地位の濫用規制等に係る独占禁止法
上の考え方

第3 消費税率引上げに伴う下請法上の考え方

第2部 消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為関係

第1 消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為についての消
費税転嫁対策特別措置法上の考え方

第2 消費税率引上げに伴う転嫁及び表示に係る事業者団体等の行為に
ついての独占禁止法上の考え方

第1部 消費税の転嫁拒否等の行為関係

第1 消費税の転嫁拒否等の行為に係る消費税転嫁対策特別措置法上の考え方

1 概要

消費税転嫁対策特別措置法第3条において、「特定事業者は、平成26年4月1日以後に特定供給事業者から受ける商品又は役務の供給に関して」消費税の転嫁拒否等の行為を行うことが禁止されている。

(1) 特定事業者

「特定事業者」とは、消費税転嫁対策特別措置法第2条第1項各号に規定される事業者であり、次のものをいう。

なお、消費税転嫁対策特別措置法上の「事業者」とは、同法第10条のように特段の定義をしているものを除き、独占禁止法及び景品表示法上の「事業者」と同じである。

ア 「大規模小売事業者」

「大規模小売事業者」とは、一般消費者が日常使用する商品の小売業を行う者（特定連鎖化事業を行う者を含む。）であって、その規模が大きいものとして公正取引委員会規則で定めるものをいう。

(ア) 「一般消費者により日常使用される商品の小売業を行う者」

「一般消費者により日常使用される商品の小売業を行う者」とは、一般消費者により日常生活の中で使用される商品の小売業者という趣旨であり、事業者で使用されるような生産財のみを小売りしている事業者は含まない。一方、生活協同組合、農業協同組合であっても実態として消費者に販売している場合には、これに該当する。

サービス提供事業において商品を販売する場合には、その販売が客観的にみて当該サービス提供事業の付随的な業務と認められる場合には、小売業を行っていることにはならない。

なお、通信販売業者のように店舗を有しない者も小売業を行う者に該当し得るが、一方で、ショッピングセンター等を運営する事業者については、当該事業者が小売業者に営業場所を賃貸しているだけであって、自ら消費者に商品を販売していない場合には、小売業を行う者に該当しない。

(イ) 「その規模が大きいものとして公正取引委員会規則で定めるもの」

「その規模が大きいものとして公正取引委員会規則で定めるもの」とは、「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法第2条第1項第1号の大規模小売事業者を定める規則」（平成25年公正取引委員会規則第3号）において、次のa又はbのいずれかに該当する者で

ある旨定められている。

a 前事業年度における売上高(特定連鎖化事業を行う者にあつては、当該特定連鎖化事業に加盟する者の売上高を含む。)が100億円以上である者

b 次に掲げるいずれかの店舗を有する者

(a) 東京都の特別区の存する区域及び地方自治法(昭和22年法律第67号)第252条の19第1項の指定都市の区域内にあつては、店舗面積(小売業を行うための店舗の用に供される床面積をいう。以下同じ。)が3000平方メートル以上の店舗

(b) 前記(a)に掲げる市以外の市及び町村の区域内にあつては、店舗面積が1500平方メートル以上の店舗

(注) 売上高や店舗面積の考え方は、『大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不公正な取引方法』の運用基準(平成17年公正取引委員会事務総長通達第9号)の第1の1と同様である。

イ 法人である事業者であつて、資本金の額又は出資の総額が3億円以下の事業者や個人事業者等から継続して商品又は役務の供給を受けるもの

「継続して」との要件は、継続的取引関係にある事業者間においては、取引の一方当事者の立場が強くなりがちであることから設けられたものであり、「継続して」に該当するか否かは、取引の回数のほか、取引の間隔、取引される商品や役務の性質、当該取引に関する商慣習など、様々な事情を総合的に勘案して個別の事案ごとに判断することとなる。

なお、「継続して」とは、事業者間に継続的取引関係がある場合を指しており、個別の商品ごとに継続的取引関係が必要となるものではない。

また、これまで取引したことのない相手方から商品を1回限りの取引で購入する場合などは、「継続して」に該当しない。

(2) 特定供給事業者

「特定供給事業者」とは、消費税転嫁対策特別措置法第2条第2項各号で規定される事業者であり、前記(1)の特定事業者に継続して商品又は役務を供給する事業者である。前記(1)アの特定事業者(大規模小売事業者)に継続して商品又は役務を供給する事業者は、資本金の額又は

出資の総額の大小にかかわらず、全て「特定供給事業者」に該当する。一方、前記(1)イの特定事業者に継続して商品又は役務を供給する事業者については、資本金の額又は出資の総額が3億円を超える場合は特定供給事業者とはならない。

なお、「特定供給事業者」に該当し得る事業者は、特定事業者に継続して商品又は役務を供給する事業者であり、例えば、大規模小売事業者たる特定事業者との関係でいえば、特定事業者が販売する商品を納入する事業者に限定されるものではなく、特定事業者が自己の店舗で使用する什器等の商品や店舗の清掃等の役務を供給する事業者も含まれる。

(3) 「平成26年4月1日以後に特定供給事業者から受ける商品又は役務の供給に関し」

特定事業者は、平成26年4月1日以後に特定供給事業者から受ける商品又は役務の供給について、その前に取引条件について交渉を行うのが一般的と考えられる。

特定事業者が特定供給事業者に対して、平成26年3月31日以前に消費税の転嫁拒否等の行為を行った場合であっても、当該行為が、消費税転嫁対策特別措置法の施行日(平成25年10月1日)以後に行われ、かつ、平成26年4月1日以後に供給を受ける商品又は役務に関するものであれば、同法第3条に違反することとなる。例えば、平成25年10月1日から平成26年3月31日までの間に、特定事業者が特定供給事業者に対して、自己が指定する商品を購入させた場合であって、当該行為が同年4月1日以後に供給を受ける商品に関して消費税率引上げ分の値上げを受け入れる代わりに行われたものであれば、同法第3条に違反することとなる。

2 減額(第3条第1号前段)

- (1) 減額とは、商品又は役務の「対価の額を減じ(ることにより)特定供給事業者による消費税の転嫁を拒むこと」である。
- (2) 「対価」とは、特定事業者及び特定供給事業者の間で取り決めた商品又は役務の供給に係る価格であり、消費税を含めた価格である(以下同じ)。
- (3) 「対価の額を減じ(ることにより)特定供給事業者による消費税の転嫁を拒む」とは、特定事業者が、平成26年4月1日以後に特定供給事

業者から供給を受ける商品又は役務について、合理的な理由なく既に取り決められた対価から事後的に減じて支払うことである。例えば、平成26年4月1日の消費税率引上げに際して、消費税を含まない価格（以下「本体価格」という。）が100円の商品について、消費税率引上げ後の対価を108円として契約したにもかかわらず、支払段階で消費税率引上げ分の3円を減じ、105円しか支払わない場合である。

一方、減額とはならない「合理的な理由」がある場合としては、例えば、次のような場合が該当する。

- ア 商品に瑕疵がある場合や、納期に遅れた場合等、特定供給事業者の責めに帰すべき理由により、相当と認められる金額の範囲内で対価の額を減じる場合
- イ 一定期間内に一定数量を超えた発注を達成した場合には、特定供給事業者が特定事業者に対して、発注増加分によるコスト削減効果を反映したリベートを支払う旨の取決めが従来から存在し、当該取決めに基づいて、取り決められた対価の額から事後的にリベート分の額を減じる場合

(4) 対価の額を減じるとは、例えば次のような行為である。

- ア 消費税相当分を支払わないこと
- イ 支払時に対価の一部を差し引いて支払うこと
- ウ リベートや協力金等、名目のいかんを問わず、対価の一部を徴収すること又は対価の一部を差し引いて支払うこと

(5) 問題となるのは、例えば次のような場合である。

- ア 対価から消費税率引上げ分の全部又は一部を減じる場合
- イ 既に支払った消費税率引上げ分の全部又は一部を次に支払うべき対価から減じる場合
- ウ 本体価格に消費税額分を上乗せした額を商品の対価とする旨契約していたにもかかわらず、対価を支払う際に、消費税率引上げ分の全部又は一部を対価から減じる場合
- エ リベートを増額する又は新たに提供するよう要請し、当該リベートとして消費税率引上げ分の全部又は一部を対価から減じる場合
- オ 消費税率引上げ分を上乗せした結果、計算上生じる端数を対価から一方的に切り捨てて支払う場合

3 買ったとき（第3条第1号後段）

(1) 買ったときは、「商品若しくは役務の対価の額を当該商品若しくは役務と同種若しくは類似の商品若しくは役務に対し通常支払われる対価に比し低く定めることにより、特定供給事業者による消費税の転嫁を拒むこと」である。

(2) 「同種若しくは類似の商品若しくは役務に対し通常支払われる対価」とは、通常は、特定事業者と特定供給事業者との間で取引している商品又は役務の消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額をいう。

(3) 「通常支払われる対価に比し低く定めることにより、特定供給事業者による消費税の転嫁を拒む」とは、特定事業者が、平成26年4月1日以後に特定供給事業者から供給を受ける商品又は役務の対価について、合理的な理由なく通常支払われる対価よりも低く定める行為である。例えば、平成26年4月1日の消費税率引上げに際して、本体価格が100円の商品について、消費税率引上げ後の対価を105円のまま据え置く場合である。

一方、買ったときはならない「合理的な理由」がある場合としては、例えば、次のような場合が該当する。

ア 原材料価格等が客観的にみて下落しており、当事者間の自由な価格交渉の結果、当該原材料価格等の下落を対価に反映させる場合

イ 特定事業者からの大量発注、特定事業者と特定供給事業者による商品の共同配送、原材料の共同購入等により、特定供給事業者にも客観的にコスト削減効果が生じており、当事者間の自由な価格交渉の結果、当該コスト削減効果を対価に反映させる場合

ウ 消費税転嫁対策特別措置法の施行日前から、既に当事者間の自由な価格交渉の結果、原材料の市価を客観的に反映させる方式で対価を定めている場合

(注)「自由な価格交渉の結果」とは、当事者の実質的な意思が合致していることであって、特定供給事業者との十分な協議の上に、当該特定供給事業者が納得して合意しているという趣旨である。

(4) 問題となるのは、例えば次のような場合である。

ア 対価を一律に一定比率で引き下げて、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合

イ 原材料費の低減等の状況の変化がない中で、消費税率引上げ前の対価

に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合

ウ 安売りセールを実施することを理由に、大量発注などによる特定供給事業者のコスト削減効果などの合理的理由がないにもかかわらず、取引先に対して値引きを要求し、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合

エ 免税事業者である取引先に対し、免税事業者であることを理由に、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合（注）

オ 消費税率が2段階で引き上げられることから、2回目の引上げ時に消費税率引上げ分の全てを受け入れることとし、1回目の引上げ時には、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合

カ 商品の量目を減らし、対価を消費税率引上げ前のまま据え置いて定めたが、その対価の額が量目を減らしたことによるコスト削減効果を反映した額よりも低い場合

（注）免税事業者であっても、他の事業者から仕入れる原材料や諸経費の支払において、消費税額分を負担している点に留意する必要がある。

4 商品購入、役務利用又は利益提供の要請（第3条第2号）

(1) 商品購入、役務利用又は利益提供の要請とは、消費税の転嫁を受け入れる代わりに、自己の指定する商品を購入させ、若しくは自己の指定する役務を利用させ、又は自己のために金銭、役務その他の経済上の利益を提供させることである。

(2) 「自己の指定する」には、特定事業者が自己の供給する商品又は提供する役務を指定する場合だけでなく、第三者の供給する商品又は提供する役務を指定する場合も該当する。「金銭、役務その他の経済上の利益」とは、協賛金、協力金等、名目のいかんを問わず行われる金銭の提供、作業への労務の提供等をいう。

(3) 「商品を購入させ」には、消費税の転嫁を受け入れる代わりに商品を購入させる場合や、商品を購入しないことに対して不利益を与える場合だけでなく、事実上、購入を余儀なくさせていると認められる場合も含まれる（「役務を利用させ」や、「その他の経済上の利益を提供させる」の考え方も同様である。）。

- (4) 「特定供給事業者による消費税の転嫁に応じることと引換えに、自己の指定する商品を購入させ、若しくは自己の指定する役務を利用させ、又は自己のために金銭、役務その他の経済上の利益を提供させる」とは、平成26年4月1日以後に特定供給事業者から供給を受ける商品又は役務について、消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せする代わりに、特定供給事業者に商品を購入させ、役務を利用させ又は経済上の利益を提供させる行為である。

ただし、次のような場合等、取引上合理的必要性があり、特定供給事業者に不当に不利益を与えない場合は、商品購入、役務利用又は利益提供の要請に該当しない。

- ア 特定の仕様を指示して商品の製造を発注する際に、当該商品の内容を均質にするため又はその改善を図るため必要があるなどの合理的必要性から、当該商品の製造に必要な原材料を購入させる場合
- イ 消費税率引上げに際して、特定事業者が電子受発注システムを新たに導入し、当該システムの利用を全ての取引先との間で取引条件とするなど、受発注業務のコスト削減のために合理的必要性がある場合に、当該システムを使用させる場合

- (5) 商品購入、役務利用又は利益提供の要請については、要請をした段階で、違反行為が行われる蓋然性が高いことから、要請した事実が認められた場合は、当該要請を取り消すよう指導することとする。

- (6) 問題となるのは、例えば次のような場合である。

【商品購入、役務利用の要請】

- ア 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、取引先にディナーショーのチケットの購入、自社の宿泊施設の利用等を要請する場合
- イ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、本体価格の引下げに応じなかった取引先に対し、毎年定期的に一定金額分購入してきた商品の購入金額を増やすよう要請する場合
- ウ 自社の指定する商品を購入しなければ、消費税率引上げに伴う対価の引上げに当たって不利な取扱いをする旨を示唆する場合

【利益提供の要請】

- ア 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代

わりに、消費税の転嫁の程度に応じて、取引先ごとに目標金額を定め、協賛金を要請する場合

- イ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、通常必要となる費用を負担することなく、取引先に対し、従業員等の派遣又は増員を要請する場合
- ウ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、消費税率の引上げに伴う価格改定や、外税方式への価格表示の変更等に係る値札付け替え等のために、取引先に対し、従業員等の派遣を要請する場合
- エ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、取引先に対し、取引の受発注に係るシステム変更に要する費用の全部又は一部の負担を要請する場合
- オ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、金型等の設計図面、特許権等の知的財産権、その他経済上の利益を無償又は通常支払われる対価と比べて著しく低い対価で提供要請する場合

5 本体価格での交渉の拒否（第3条第3号）

- (1) 本体価格での交渉の拒否とは、「商品又は役務の供給の対価に係る交渉において消費税を含まない価格を用いる旨の特定供給事業者からの申出を拒むこと」である。
- (2) 「消費税を含まない価格を用いる旨の特定供給事業者からの申出」とは、特定供給事業者が明示的に申し出た場合が該当することはいうまでもないが、例えば、特定供給事業者が特定事業者との交渉において、本体価格と消費税額を別々に記載した見積書等を提示するなど、本体価格での価格交渉を希望する意図が認められる場合も該当する。
- (3) 「申出を拒む」とは、特定事業者が、特定供給事業者からの申出を明示的に拒む場合が該当することはいうまでもないが、次のとおり、特定供給事業者が本体価格で価格交渉を行うことを困難にさせる場合も該当する。
 - ア 特定供給事業者が本体価格と消費税額を別々に記載した見積書等を提出したため、本体価格に消費税額を加えた総額のみを記載した見積書等を再度提出させる場合
 - イ 特定事業者が、本体価格に消費税額を加えた総額しか記載できない見

積書等の様式を定め、その様式の使用を余儀なくさせる場合

- (4) 本体価格での交渉を拒否した場合は、消費税転嫁対策特別措置法第3条第3号違反として、後記7で述べる違反行為に対する措置の対象となるが、本体価格での交渉を拒否し、その後の対価が消費税率引上げ前の対価に合理的な理由がないにもかかわらず消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低くなっている事実が認められた場合は、同号に加え、第3条第1号後段（買ったとき）違反として措置の対象となる。

6 報復行為（第3条第4号）

- (1) 報復行為とは、消費税転嫁対策特別措置法第3条第1号から第3号までに掲げる行為があるとして、「特定供給事業者が公正取引委員会、主務大臣又は中小企業庁長官に対しその事実を知らせたことを理由として、取引の数量を減じ、取引を停止し、その他不利益な取扱いをすること」である。

- (2) 消費税転嫁対策特別措置法第3条第1号から第3号までに規定する転嫁拒否等の行為に迅速かつ効果的に対処していくためには、公正取引委員会等が書面調査等を通じて積極的に違反被疑情報を集めるとともに、転嫁拒否等の被害を受けた特定供給事業者からの積極的な情報提供や調査協力を得ることが不可欠である。

転嫁拒否等の被害を受けた特定供給事業者が、自らその事実を公正取引委員会等に申し出ることや、調査に積極的に協力することは期待しにくいという実態があるところ、特定事業者による報復行為が行われた場合は、特定供給事業者による情報提供や調査協力が一層困難となり、消費税転嫁対策特別措置法の円滑な執行に支障を来すことになりかねない。

したがって、報復行為については厳正に対処し、公正取引委員会は、報復行為に該当する行為があると認めるときは、同法第6条の規定に基づき、勧告・公表することとする。

7 違反行為に対する措置

- (1) 転嫁拒否等の行為を防止し、又は是正するために、公正取引委員会、主務大臣及び中小企業庁長官は、消費税転嫁対策特別措置法第4条の規定に基づき、特定事業者に対して必要な指導等を行うこととしている。

公正取引委員会、主務大臣及び中小企業庁長官が行う指導の内容としては、①転嫁を拒否した消費税額分を支払うこと、②遡及的に消費税率

引上げ分を対価に反映させること、③転嫁と引換えに購入させた商品を引き取り、商品の代金を返還すること、④役務の利用料又は提供を受けた利益を返還すること、⑤消費税を含まない価格で価格交渉を行うこと、⑥指導に基づいて採った措置を特定供給事業者に周知すること、⑦違反行為の再発防止のための研修を行うなど社内体制の整備のために必要な措置を講じるとともに、その内容を自社の役員及び従業員に周知徹底すること、⑧今後、転嫁拒否等の行為を繰り返さないことなどがある。

- (2) また、主務大臣及び中小企業庁長官は、消費税転嫁対策特別措置法第3条に違反する行為があると認めるときは、同法第5条の規定に基づき、「公正取引委員会に対し、この法律の規定に従い適当な措置をとるべきことを求めること」（以下「措置請求」という。）ができる。

ただし、主務大臣及び中小企業庁長官は、消費税転嫁対策特別措置法第5条第1号から第4号に該当する場合は、措置請求をするものとされている。

- (3) 公正取引委員会は、前記の措置請求を受けた場合等に調査を行い、違反する行為があると認めるときは、消費税転嫁対策特別措置法第6条の規定に基づき、特定事業者に対して前記(1)で示したような必要な措置をとるべきことを勧告し、その旨を公表することとなる。

なお、前記6に記載の報復行為は、消費税転嫁対策特別措置法第5条第4号に規定する「消費税の円滑かつ適正な転嫁を阻害する重大な事実」に該当するものであり、主務大臣又は中小企業庁長官の措置請求があれば、公正取引委員会は速やかに調査を行い、その結果報復行為が認められれば、勧告・公表することとする。

- (4) 消費税転嫁対策特別措置法は平成29年3月31日に失効することとされているが、失効後であっても失効前に行われた違反行為については、附則第2条が定める経過措置により指導等の措置の対象となる。

第2 消費税率引上げに伴う優越的地位の濫用規制等に係る独占禁止法上の考え方

1 概要

消費税率引上げに伴い、消費税の円滑かつ適正な転嫁が行われるためには、転嫁拒否等の行為について、消費税転嫁対策特別措置法により迅速かつ効果的に対応することとともに、同法による規制の対象とならない場合でも、取引上優越した地位にある事業者が、その地位を利用して、取引の相手方に対して消費税率引上げ分の負担を不当にしわ寄せすることがないよう、独占禁止法違反行為に対して厳正に対処する必要がある。このため、どのような行為が消費税率引上げの際に、優越的地位の濫用等として独占禁止法上問題となるのか、具体的な事例を示すことで、消費税率引上げに伴う取引の適正化を図ることとする。

なお、優越的地位の濫用規制に関する独占禁止法上の基本的な考え方は、「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」（平成22年公正取引委員会）で示しているとおりでである。

2 問題となるのは、例えば次のような場合である。

消費税率引上げに際して、取引上優越した地位にある事業者が取引の相手方に対し、例えば次のような行為を行う場合は、優越的地位の濫用等として独占禁止法に違反するおそれがある。

(1) 対価の一方的設定や値引き（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）

ア 既に対価が決定済みの継続的取引などにおいて、取引の相手方に対し、消費税率引上げ分の全部又は一部を負担させるため、消費税率引上げという事情変更を認めず、引き続き消費税率引上げ前の対価での納入を強要すること

イ 取引の相手方に対し、消費税率引上げ分の全部又は一部を負担させるため、消費税率引上げ前に対価を一方的に引き下げさせること

ウ 対価を決める際に、取引の相手方に対し、消費税率引上げ分の全部又は一部を負担させるために、自己の定めた対価を一方的に押し付けること

エ 取引の相手方に対し、消費税率引上げ分を転嫁できないことを理由に、あるいは、消費税率引上げに伴う自己の事務の増大に要する費用の全部又は一部を負担させるため、一旦決めた対価を一方的に値引きすること

オ 取引の相手方に対し、消費税率引上げ分の全部又は一部を負担させるため、検査基準を恣意的に厳しくして、これを満たさないことを理由に、一旦決めた対価を一方的に値引きすること

カ 取引の相手方に対し、消費税率引上げ分の全部又は一部を負担させるため、従来の消費税率での価格交渉で妥結した対価に消費税率引上げ分を上乗せして請求された場合に、消費税率引上げ分を支払わないこと

(2) 受領拒否、納期の延期（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）

ア 取引の相手方に対し、消費税率引上げ以後は、現状の対価に消費税率引上げ分を加算することを申し出たことなどを理由にして、それまで発注した分の受領を拒否すること

イ 取引の相手方に対し、消費税率引上げ前と同一の対価で商品を納入させるなど消費税率引上げ前の取引条件を変更せずに、消費税率引上げ前の納期を、消費税率引上げ以後に延期すること

ウ 消費税率引上げ時における自己の販売予測が立ちにくいいため、一方的に、消費税率引上げ前の納期を消費税率引上げ以後の販売予測が見定められる期間まで延期すること

エ 消費税率引上げ以後の課税仕入れ分として税額控除の対象とするため、消費税率引上げ前の納期を、一方的に消費税率引上げ以後に延期し、消費税率引上げ前と同一の対価で納入させること

(3) 不当返品（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）

ア 消費税率引上げ前に仕入れた商品を消費税率引上げ以後の課税仕入れ分として税額控除の対象とするため返品し、消費税率引上げ以後、再度、消費税率引上げ前と同一の対価で納入させること

イ 消費税率引上げにより販売実績が販売予測を下回ったため売れ残った商品を返品すること

(4) 支払遅延（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）

対価を消費税率引上げ分引き上げることを受け入れるが、その代わりに、既に決定済みの支払期日を守らず、支払を遅延すること

(5) 協賛金等の負担の要請等（独占禁止法第2条第9項第5号ロ）

ア 対価を消費税率引上げ分引き上げることを受け入れるが、その代わりに、取引の相手方に別途、協賛金、販売促進費等の名目で金銭の提供を強要すること

イ 消費税率引上げに伴い、取引の受発注に係るシステムを変更する際に、取引の相手方に対し、そのシステム変更に係る費用の全部又は一部の負担を強要すること

ウ 取引の相手方に対し、対価を消費税率引上げ分引き上げることを受け入れるが、その代わりに、値札付け、値札の作成などの事務の実施、又は事務に係る費用の全部又は一部の負担を強要すること

(6) 購入・利用強制（独占禁止法第2条第9項第5号イ）

対価を消費税率引上げ分引き上げることを受け入れるが、その代わりに、取引の相手方に当該取引に係る商品以外の商品の購入を強要すること

(7) その他の取引条件の設定・変更等（独占禁止法第2条第9項第5号ハ）

ア 取引の相手方に対し、対価を消費税率引上げ分引き上げることを受け入れるが、その代わりに、取引の相手方の不利益となるよう支払条件、運送条件、納入条件などの取引条件を変更し、又は設定すること

イ 取引の相手方に対し、対価を消費税率引上げ分引き上げることを受け入れるが、その代わりに、消費税率引上げ分の全部又は一部に見合った分の増量を強要すること

(8) 取引拒絶（独占禁止法第2条第9項第5号ハ、不公正な取引方法（注）第2項）

取引の相手方に対し、消費税率引上げ前の対価で引き続き納入することに合意しないこと、消費税の転嫁の方法の決定に係る共同行為に参加していることなどを理由にして、将来の取引を拒絶すること又は取引数量を減らすこと

(9) 差別対価、差別的取扱い（独占禁止法第2条第9項第2号、同項第5号ハ、不公正な取引方法（注）第3項、第4項）

消費税率引上げ分を転嫁して取引した相手方、消費税の転嫁の方法の決定に係る共同行為に参加した取引の相手方、簡易課税事業者になってほしいとの要請を拒否した取引の相手方などに対し、価格、リベート、支払条件（支払時期等）、運送条件、納入などに関する取引条件又はその実施について、他の取引の相手方に比べ差別的な取扱いをすること

（注）「不公正な取引方法」とは「不公正な取引方法（昭和57年公正取引委員会告示第15号）」をいう。

3 消費税転嫁対策特別措置法と独占禁止法との関係

消費税転嫁対策特別措置法と独占禁止法のいずれにも違反する行為につ

いては、消費税転嫁対策特別措置法を優先して適用し、同法第7条の規定により、特定事業者が同法の勧告に従った場合、その勧告に係る違反行為と同一の行為について、重ねて独占禁止法第20条の規定（排除措置命令）及び同法第20条の6の規定（課徴金納付命令）を適用することはない。

他方、特定事業者が消費税転嫁対策特別措置法の勧告に従わない場合で、独占禁止法に違反する行為については、同法に基づき厳正に対処する。

また、消費税転嫁対策特別措置法による転嫁拒否等の行為の規制から逃れる目的で、同法が適用される取引関係から適用されない取引関係へと殊更に取引関係を変更する場合に、変更後の取引関係において独占禁止法に違反する行為が行われている場合は、同法に基づき厳正に対処することとする。

第3 消費税率引上げに伴う下請法上の考え方

消費税率引上げに伴い、下請取引における消費税の円滑かつ適正な転嫁が行われるためには、転嫁拒否等の行為について、消費税転嫁対策特別措置法により迅速かつ効果的に対応することとともに、同法による規制の対象とならない場合でも、親事業者が、下請法に違反して消費税率引上げ分の負担を下請事業者に不当にしわ寄せをすることがないように、下請法違反行為に対して迅速かつ的確に対処する必要がある。このため、どのような行為が消費税率引上げに際し、下請法上問題となるのか、具体的な事例を示すことで、消費税率引上げに伴う下請取引の適正化を図ることとする。

なお、下請法の運用に関する基本的な考え方は、「下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準」(平成15年公正取引委員会事務総長通達第18号)で示しているとおりである。

1 下請代金の額について

下請代金とは、下請法第2条第10項で規定しているとおり、親事業者が製造委託、修理委託、情報成果物作成委託及び役務提供委託（以下「製造委託等」という。）をした場合に下請事業者の給付（役務提供委託をした場合にあっては、役務の提供。）に対し支払うべき代金であり、消費税を含めた額である。

2 下請法に違反する親事業者の行為

消費税率引上げの際に、親事業者が下請事業者に対して、例えば次のような行為を行う場合は、下請法に違反する。

消費税率引上げの際に行われる減額（下請法第4条第1項第3号）、買ったたき（下請法第4条第1項第5号）、購入・利用強制及び不当な経済上の利益提供要請（下請法第4条第1項第6号、下請法第4条第2項第3号）は消費税転嫁対策特別措置法第3条の規制の対象となるため、以下では、これら以外の行為類型を示すこととする。

(1) 受領拒否（下請法第4条第1項第1号）

ア 消費税率引上げ以後の課税仕入分として税額控除の対象となるようにするため、消費税率引上げ前であった納期を消費税率引上げ以後に変更すること

イ 親事業者が供給する商品又は役務の取引先との間で消費税率引上げ以後の単価交渉がまとまらないことを理由に、下請事業者に対して、納期を延期し、又は発注を取り消すこと

(2) 下請代金の支払遅延（下請法第4条第1項第2号）

- ア 消費税率引上げ以後の課税仕入分として税額控除の対象となるようにするため、消費税率引上げ前に納入されたものを消費税率引上げ以後に納入されたものとして取り扱うことにより、下請代金を支払期日の経過後に支払うこと
- イ 消費税率引上げ前に納入されたものを帳簿上返品し、消費税率引上げ以後再度納入があったものとして取り扱うことにより、下請代金を支払期日の経過後に支払うこと

(3) 不当返品（下請法第4条第1項第4号）

- ア 消費税率引上げ前に納入された在庫分を消費税率引上げ以後に引き取るとの約束を付して返品すること
- イ 自己の取引先との間で消費税率引上げ以後の単価交渉が難航し、取引先への納入が順調でないとして返品すること

(4) 割引困難な手形の交付（下請法第4条第2項第2号）

下請代金の額について、消費税率引上げ分引き上げることを受け入れるが、その代わりに、割引を受けることが困難であると認められる手形を交付すること

(5) 不当な給付内容の変更及び不当なやり直し（下請法第4条第2項第4号）

- ア 販売時期の延期により、消費税率引上げ後の販売となったことに伴い、下請事業者が添付して納品した製品の値札を無償で差し替えさせること
- イ 消費税率引上げ等により、製品の売行きが悪く製品在庫が急増したという理由で、下請事業者が要した費用を支払うことなく、発注した部品の一部の発注を取り消すこと

3 消費税転嫁対策特別措置法と下請法との関係

消費税転嫁対策特別措置法と下請法のいずれにも違反する行為については、消費税転嫁対策特別措置法を優先して適用し、特定事業者が同法第6条に基づく勧告に従った場合、当該勧告の対象となる行為に対して、下請法第7条に基づく勧告を重ねて行うことはない。

消費税転嫁対策特別措置法の対象とはならない一方で下請法に違反する前記2のような行為が行われている場合は、同法に基づき迅速かつ的確に対処することとする。

第2部 消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為関係

第1 消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為についての消費税転嫁対策特別措置法上の考え方

1 概要

- (1) 消費税転嫁対策特別措置法第12条の規定により、事業者又は事業者団体は、公正取引委員会に届け出ることにより、消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為を独占禁止法に違反することなく行うことができる（転嫁の方法の決定に係る共同行為の場合は、一定の要件を満たす必要がある。）。

当該共同行為には、消費税法上の課税事業者、簡易課税事業者及び免税事業者のいずれも参加することができる。また、内国事業者又は外国事業者のいずれであるかも問わない。

- (2) 共同行為を行うに当たっては、「消費税の転嫁の方法又は消費税についての表示の方法の決定に係る共同行為の届出に関する規則」（平成25年公正取引委員会規則第4号）で定めるところにより、事前に公正取引委員会に対しその共同行為の内容等を届け出る必要がある。

なお、共同行為に参加した事業者間で、共同行為の実効を担保するために必要な合理的範囲内の制裁を課すことを併せて決定することができるが、その場合には、これを共同行為に付随する内容として届け出る必要がある。

- (3) 共同行為が認められる期間については、平成26年4月1日から平成29年3月31日までの間における商品又は役務の供給を対象とするものであって、平成25年10月1日から平成29年3月31日までの間に行う共同行為に限られる。このため、前記の条件のいずれかを満たさない取引に係る共同行為の届出は認められない。

- (4) 共同行為を行うかどうか又はこれに参加するかどうかは個別の事業者及び事業者団体の自主的判断に委ねられており、消費税転嫁対策特別措置法により共同行為の実施や参加を義務付けるものではない。

2 「消費税の転嫁の方法の決定」に係る共同行為

- (1) 「消費税の転嫁の方法の決定」に係る共同行為は、市場における価格形成力が弱い中小事業者に特に配慮して認められたものであるため、当該共同行為を実施できるのは、次の要件を備えた事業者又は事業者団体

に限られる。

(注)「事業者団体」とは、事業者としての共通の利益を増進することを主たる目的とする事業者の集まりをいい、具体的には、〇〇協会、〇〇協議会、〇〇工業会、〇〇商店会といった業界団体や地域団体が事業者団体に該当する。

ア 共同行為が複数の事業者の間で行われる場合には、参加事業者の3分の2以上が中小事業者(注)であること

(注) 中小事業者の定義(消費税転嫁対策特別措置法第2条第3項)

| 業種 | 従業員規模・資本金規模 |
|-------------------------|----------------|
| 製造業等 | 300人以下又は3億円以下 |
| 卸売業 | 100人以下又は1億円以下 |
| サービス業 | 100人以下又は5千万円以下 |
| 小売業 | 50人以下又は5千万円以下 |
| (政令による特例) | |
| ①ゴム製品製造業 | 900人以下又は3億円以下 |
| ②ソフトウェア業又は 情報処理サービス業 | 300人以下又は3億円以下 |
| ③旅館業 | 200人以下又は5千万円以下 |

イ 共同行為が事業者団体で行われる場合には、構成事業者の3分の2以上が中小事業者であること。また、事業者団体の連合会で行われる場合には、傘下の事業者団体のそれぞれの構成事業者の3分の2以上が中小事業者であること

ウ 事業者と事業者団体が共同して行う場合、事業者団体同士が共同して行う場合には、それぞれが前記ア及びイの要件を満たしていること

(2) 「消費税の転嫁の方法の決定」として行うことができる行為とは、例えば、次のような行為が該当する。

ア 各事業者がそれぞれ自主的に定めている本体価格に消費税額分を上乗せする旨の決定

イ 消費税率引上げ後に発売する新製品について、各事業者がそれぞれ自主的に定める本体価格に消費税額分を上乗せする旨の決定

ウ 消費税率引上げ分を上乗せした結果、計算上生じる端数について、対象となる商品の値付け単位、取引慣行、上乗せ前の価格からの上昇の割合等を考慮して、切上げ、切捨て、四捨五入等により合理的な範囲で処理する旨の決定

(例1) 本体価格98円×8パーセント＝消費税額7.84円→8円

(例2) 本体価格93円×8パーセント＝消費税額7.44円→7円

(3) 「消費税の転嫁の方法の決定」として認められない行為としては、例えば、次のような行為が該当する。

ア 「消費税の転嫁の方法の決定」に該当しないもの

(ア) 消費税率引上げ後の税抜価格又は税込価格を統一する旨の決定

(イ) 消費税率引上げ分と異なる額(率)を転嫁する旨の決定

(例1) 全商品を消費税率引上げ前の税込価格から7パーセント引き上げる旨の決定

(例2) 消費税率引上げ前の税込価格から、A商品は7パーセント、B商品は5パーセントを上乗せし、C商品は据え置く旨の決定

(例3) 個別商品ごとの消費税額に関係なく、全商品を一律〇〇円引き上げる旨の決定

(ウ) 消費税の全部又は一部の転嫁をしないことの決定

(エ) 合理的な範囲(注)を超える不当な端数処理を行う旨の決定

(注) 合理的な範囲については、前記(2)ウ参照

(オ) 簡易課税方式を選択する(又は選択しない)旨の決定

イ 一定の取引分野における競争を実質的に制限することにより不当に対価を維持し若しくは引き上げることとなるとき

(例) 消費税率引上げ前の税込価格に消費税率引上げ分を上乗せする旨の共同行為を通じて消費税率引上げ分を上乗せした後の対価を不当に維持したり、消費税率引上げ分以上に対価を不当に引き上げたりすること

ウ 事業者が不公正な取引方法を用いるとき又は事業者団体が構成事業

者に不公正な取引方法に該当する行為をさせるようにするとき

(例1) 事業者団体が、共同行為に参加しない構成事業者に対して、それを理由に制裁を課すことにより当該構成事業者の事業活動を困難にさせること

(例2) 共同行為に参加した事業者間で、当該共同行為に違反した事業者に対して、必要な合理的範囲を超えた制裁（事業者団体からの除名、除名と同様の効果を有する高額な過怠金等）を課すことにより、当該事業者の事業活動を困難にさせること

(例3) 共同行為の参加事業者が、共同して、取引先に対して共同行為に参加していない事業者との取引を拒絶するように仕向けること

- (4) 今回の共同行為の対象は「事業者又は構成事業者が供給する商品又は役務」について、すなわち、販売についてのものであり、購入についての共同行為は対象とはならない。

3 「消費税についての表示の方法の決定」に係る共同行為

- (1) 「消費税についての表示の方法の決定」に係る共同行為は、全ての事業者や事業者団体に認められる。

- (2) 「消費税についての表示の方法の決定」として行うことができる行為とは、例えば、次のような行為が該当する。

ア 消費税率引上げ後の価格について統一的な表示方法を用いる旨の決定

- (7) 税込価格を表示する場合

(例1) 「税込価格」と「消費税額」とを並べて表示すること

(例2) 「税込価格」と「税抜価格」とを並べて表示すること

- (4) 税込価格を表示しない場合（消費税転嫁対策特別措置法第10条第1項の要件を満たす場合に限る。）

(例1) 個々の値札に、税抜価格を表示した上、「+税」と表示する旨の決定

(例2) 個々の値札は税抜価格を表示した上、商品棚等の消費者に見やすい場所に、「消費税は別途いただきます」などと表示する旨の決定

(例3) 個々の値札は税率引上げ前のままとし、商品棚などの消

費者に見やすい場所に、「消費税は新税率で計算した額を別途
いただきます」などと表示する旨の決定

イ 見積書、納品書、請求書、領収書等について、消費税額を別枠表示する
など消費税についての表示方法に関する様式を作成し、統一的に使用
する旨の決定

ウ 価格交渉を行う際に税抜価格を提示する旨の決定

(注) 特定事業者たる取引の相手方が税抜価格での価格交渉を拒否する
場合、転嫁拒否等の行為として違法となる(消費税転嫁対策特別措
置法第3条第3号)。

(3) 「消費税についての表示の方法の決定」として認められない行為とし
ては、例えば、次のような行為が該当する。

ア 「消費税についての表示の方法の決定」に該当しないもの

形式上、表示の方法を決定するものであっても、共同行為の内容に
転嫁の方法の取決めが含まれている場合には、「消費税の転嫁の方法の
決定」についての届出が必要となる。

(例) 消費税率引上げ分を消費税率引上げ前の対価に上乗せした結果、
計算上生じる端数を切り上げにより処理して税込価格を表示する
旨の決定

イ 一定の取引分野における競争を実質的に制限することにより不当に
対価を維持し又は引き上げることとなるとき

ウ 事業者が不公正な取引方法を用いるとき又は事業者団体が事業者
に不公正な取引方法に該当する行為をさせるようにするとき

第2 消費税率引上げに伴う転嫁及び表示に係る事業者団体等の行為についての独占禁止法上の考え方

1 原則として問題とならない行為

消費税の円滑かつ適正な転嫁に資する次のような行為は、消費税転嫁対策特別措置法に基づく届出によらなくても、原則として独占禁止法上問題とならない。ただし、このような活動を通じて、価格の維持、引上げ等について暗黙の了解又は共通の意思が形成されれば問題となる。

(1) 法令を遵守する旨の宣言

事業者又は事業者団体が、「消費税の円滑かつ適正な転嫁を行う」旨宣言することを決定することは、法令を守るという趣旨にとどまる限り問題とならない。

また、事業者又は事業者団体が、「消費税の転嫁を受け入れる」あるいは「消費税率引上げに際して、消費税転嫁対策特別措置法で禁止されている転嫁拒否等の行為や、独占禁止法で禁止されている不当な買いたたき等は行わないようにする」旨宣言することを決定することは、法令を守るという趣旨にとどまる限り問題とならない。

(2) 消費税の転嫁についての理解を求める要望等

事業者団体が、構成事業者の取引先事業者団体等に対し、消費税の円滑な転嫁の受入れについて一般的な理解を求める要望を行うことや、構成事業者に対して、それぞれの店頭で、「今回消費税率が引き上げられることとなったので、その負担についてお願いします」など消費税の転嫁についての理解を求める掲示を行うよう要請することは問題とならない。

(3) 消費税の表示に関する自主的な基準の設定

事業者又は事業者団体が、消費税に関する表示について単にひな型を示すなど自主的な基準を設定することは、構成事業者等にその遵守を強制しないものである限り問題とならない。

(4) 客観的資料・情報の提供等

事業者団体が、構成事業者に対して、消費税に関する客観的な資料や一般的な情報を提供したり、制度の仕組みを説明したり、関係官庁からの協力依頼の内容の通知を行うことは問題とならない。

(5) 過去の事実に関する情報の収集・提供

事業者団体が、需要者、構成事業者等に対して、消費税導入時又は平

成9年の引上げ時において構成事業者が採用した転嫁又は表示の方法や、消費税率引上げ後に実際に取引された価格に関する概括的な情報を任意に収集して、客観的に統計処理を行い、個々の構成事業者の転嫁状況等を明示することなく、概括的に需要者を含めて提供すること（事業者間に価格についての共通の目安を与えることのないようなものに限る。）は問題とならない。

(6) 中小企業者に対する指導

主として中小企業者を構成員とする事業者団体が、構成事業者に対して、消費税率引上げに伴って生じる原価計算の方法等企業経営上の諸問題について、合同で又は求めに応じて個別に指導することは問題とならない。

(7) 取引先等への一般的な業界の実情の説明等

事業者団体が、構成事業者の取引先等に対して、消費税の転嫁についての一般的な業界の実情を説明し、理解を要請することは問題とならない。

(8) 消費税率引上げの客観的な影響に関する広報

事業者団体が、構成事業者に対して、消費税率引上げが業界に及ぼす客観的な影響についての広報を行うことは問題とならない。

2 独占禁止法上問題となる行為

独占禁止法上問題となる事業者団体等の行為については、第2部第1に記載のとおりである。また、前記のような行為等が手段・方法となって、便乗値上げカルテル等の競争制限的行為が行われた場合には、独占禁止法に基づき厳正に対処する。

消費税の転嫁を阻害する表示に関する考え方

平成25年 9月10日
消 費 者 庁

第1 はじめに

1 法律の概要等

消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法（以下「本法」という。）は、平成26年4月1日及び平成27年10月1日における消費税率（地方消費税率を含む。以下同じ。）の引上げに際し、消費税（地方消費税率を含む。以下同じ。）の円滑かつ適正な転嫁を確保する観点から、消費税の転嫁を阻害する行為の是正、価格の表示並びに消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別の措置について定めている。

このうち、本法第8条（以下「本条」という。）は、以下のとおり消費税の円滑かつ適正な転嫁を阻害する表示に係る事業者の遵守事項を定めている。

（事業者の遵守事項）

第8条 事業者は、平成26年4月1日以後における自己の供給する商品又は役務の取引について、次に掲げる表示をしてはならない。

- 一 取引の相手方に消費税を転嫁していない旨の表示
- 二 取引の相手方が負担すべき消費税に相当する額の全部又は一部を対価の額から減ずる旨の表示であって消費税との関連を明示しているもの
- 三 消費税に関連して取引の相手方に経済上の利益を提供する旨の表示であって前号に掲げる表示に準ずるものとして内閣府令で定めるもの（注1）（注2）

（注1）消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法第八条第三号の規定による消費税に関連して取引の相手方に経済上の利益を提供する旨の表示に関する内閣府令

消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法（平成二十五年法律第四十一号）第八条第三号に規定する内閣府令で定める表示は、消費税に関連して取引の相手方に次に掲げる経済上の利益を提供する旨の表示であって同条第二号に掲げる表示に準ずるものとする。

- 一 物品並びに土地及び建物その他の工作物
- 二 金銭、金券、預金証書、当せん金附証票及び公社債、株券、商品券その他の有価証券
- 三 供給（映画、演劇、スポーツ、旅行その他の催物等への招待又

は優待を含む。)

四 便益、労務その他の役務

(注2) いわゆる「ポイントサービス」(購入額に一定率を乗じる等して算出された「ポイント」を次回購入時の支払に充てること等ができるサービスをいう。)は本条第3号の「経済上の利益」に当たり、内閣府令では第4号の「便益、労務その他の役務」に含まれる。

2 本条の趣旨

消費税は、最終的には消費者が負担し事業者が納付するものである。

本条は、あたかも消費者が消費税を負担していない又はその負担が軽減されているかのような誤認を消費者に与えないようにするとともに、納入業者に対する買いたたきや、競合する小売事業者の消費税の転嫁を阻害することにつながらないようにするため、事業者が消費税分を値引きする等の宣伝や広告を行うことを禁止するものである。

なお、本条は、あくまで消費税分を値引きする等の宣伝や広告を禁止するものであり、事業者の企業努力による価格設定自体を制限するものではない。また、本条に該当しない安売り、特売、セール等の宣伝や広告を禁止するものではない。

3 本考え方の目的

本考え方は、本条で禁止される表示についての基本的な考え方及び禁止される具体的な表示例等を明らかにすることにより、法運用の透明性を確保するとともに、事業者の予見可能性を高めることを目的とするものである。

第2 本条に係る基本的な考え方

1 本条の適用対象となる者

本条の適用対象となる「事業者」については、不当景品類及び不当表示防止法(以下「景品表示法」という。)における「事業者」と同様であり、消費税の課税事業者に限られない。

2 本条における「表示」

本条における「表示」については、景品表示法における「表示」と同様、事業者が商品又は役務の供給の際に顧客を誘引するために利用するあらゆる表示が対象となる(注3)。

なお、本条が予定する典型的な場面は、小売事業者による消費者向けの表示であるが、必ずしもそれに限られるものではなく、事業者間取引における表示(例えば、事業者向けのカタログやパンフレットの記載等)であっても、本条の対象となる。

(注3) 不当景品類及び不当表示防止法第2条の規定により景品類及び表示を指定する件(昭和37年6月30日公正取引委員会告示第3号)

第1項 (略)

第2項 法第2条第4項に規定する表示とは、顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の供給する商品又は役務の取引に関する事項について行う広告その他の表示であつて、次に掲げるものをいう。

- 一 商品、容器又は包装による広告その他の表示及びこれらに添付した物による広告その他の表示
- 二 見本、チラシ、パンフレット、説明書面その他これらに類似する物による広告その他の表示（ダイレクトメール、ファクシミリ等によるものを含む。）及び口頭による広告その他の表示（電話によるものを含む。）
- 三 ポスター、看板（プラカード及び建物又は電車、自動車等に記載されたものを含む。）、ネオン・サイン、アドバルーン、その他これらに類似する物による広告及び陳列物又は実演による広告
- 四 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送（有線電気通信設備又は拡声機による放送を含む。）、映写、演劇又は電光による広告
- 五 情報処理の用に供する機器による広告その他の表示（インターネット、パソコン通信等によるものを含む。）

3 禁止される表示に関する基本的な考え方

本条は、消費税分を値引きする等の宣伝や広告を禁止するものであり、「消費税は転嫁しません」、「消費税率上昇分値引きします」、「消費税相当分、次回の購入に利用できるポイントを付与します」等の表示は禁止されることになる（注4）。

なお、「消費税」といった文言を含まない表現については、宣伝や広告の表示全体から消費税を意味することが客観的に明らかな場合でなければ、禁止される表示には該当しない（注5）。

（注4）「消費税」といった文言を含む表現であっても、消費税分を値引きする等の宣伝や広告でなければ、本条で禁止されることはない。例えば、「毎月20日は全品5%割引セール（なお、4月1日から消費税率が8%になります。）」との表示自体では直ちに禁止されるものではない。

（注5）例えば、「消費税」といった文言を含まない表現であっても、「増税分3%値下げ」、「税率引上げ対策、8%還元セール」など、「増税」又は「税」といった文言を用いて実質的に消費税分を値引きする等の趣旨の宣伝や広告を行うことは、通常、本条で禁止される表示に該当する。

第3 禁止される具体的な表示例等

1 禁止される具体的な表示例

次のような表示は、いずれも、消費税分を値引きする等の宣伝や広告として、本条で禁止される（注6）。

(注6) 本条で禁止される表示に該当するか否かは、事業者が行う宣伝や広告の表示全体から判断されることとなる。例えば、チラシに大きく「3%値引き」と記載するとともに、同一のチラシに相対的に小さく「消費税率が引き上げられますが、当店は引上げ分の値引きで皆様を応援します。」と記載していれば、消費税分を値引きする等の表示として本条で禁止される。

- (1) 取引の相手方に消費税を転嫁していない旨の表示（第1号）
 - ア 「消費税は転嫁しません。」
 - イ 「消費税は一部の商品にしか転嫁していません。」
 - ウ 「消費税を転嫁していないので、価格が安くなっています。」
 - エ 「消費税はいただきません。」
 - オ 「消費税は当店が負担しています。」
 - カ 「消費税はおまけします。」
 - キ 「消費税はサービス。」
 - ク 「消費税還元」、「消費税還元セール」
 - ケ 「当店は消費税増税分を据え置いています。」
- (2) 取引の相手方が負担すべき消費税に相当する額の全部又は一部を対価の額から減ずる旨の表示であって消費税との関連を明示しているもの（第2号）
 - ア 「消費税率上昇分値引きします。」
 - イ 「消費税8%分還元セール」
 - ウ 「増税分は勉強させていただきます。」
 - エ 「消費税率の引上げ分をレジにて値引きします。」
- (3) 消費税に関連して取引の相手方に経済上の利益を提供する旨の表示であって第2号に掲げる表示に準ずるものとして内閣府令で定めるもの（第3号）
 - ア 「消費税相当分、次回の購入に利用できるポイントを付与します。」
 - イ 「消費税相当分の商品券を提供します。」
 - ウ 「消費税相当分のお好きな商品1つを提供します。」
 - エ 「消費税増税分を後でキャッシュバックします。」

2 禁止されない表示の具体例

次のような表示は、宣伝や広告の表示全体からみて消費税を意味することが客観的に明らかな場合でなければ、いずれも、消費税分を値引きする等の宣伝や広告には該当せず、本条で禁止される表示には当たらない。

- (1) 消費税との関連がはっきりしない「春の生活応援セール」、「新生活応援セール」
- (2) たまたま消費税率の引上げ幅と一致するだけの「3%値下げ」、「3%還元」、「3%ポイント還元」
- (3) たまたま消費税率と一致するだけの「10%値下げ」、「8%還元セール」、「8%ポイント進呈」

以上

(参考) 消費税率の引上げに伴う表示に関する景品表示法の考え方

1 はじめに

前記のとおり、本条は、あたかも消費者が消費税を負担していない又はその負担が軽減されているかのような誤認を消費者に与えないようにするとともに、納入業者に対する買ったたきや、競合する小売事業者の消費税の転嫁を阻害することにつながらないようにするため、事業者が消費税分を値引きする等の宣伝や広告を行うことを禁止するものである。

他方、本法では、本条の規定に違反する行為について、勧告に従ったときに限り、当該勧告に係る行為を景品表示法上の措置命令の適用除外としているところ（本法第9条において読み替えて準用する本法第7条）、勧告に従わなかった場合には、当該違反行為について、景品表示法の手続に移行する可能性がある。

景品表示法の観点から、消費税率の引上げに伴う表示についての基本的な考え方及び禁止される具体的な表示例等は以下のとおりである。

2 基本的な考え方

消費税に関連して、販売価格又は料金の額（以下「販売価格等」という。）、当該販売価格等が適用される商品又は役務の範囲、当該販売価格等が適用される顧客の条件等について事実と反する表示を行うことは、一般消費者に当該事業者の販売価格等が実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく有利であるとの誤認を生じさせ、景品表示法第4条第1項第2号が禁止する不当表示（有利誤認）に該当するおそれがある（注7）。

(注7) 景品表示法

第4条 事業者は、自己の供給する商品又は役務の取引について、次の各号のいずれかに該当する表示をしてはならない。

一 (略)

二 商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの

三 (略)

3 禁止される表示例

次のような表示は、景品表示法上問題となるおそれがある。

- (1) 消費税率引上げ前の相当期間にわたって販売されていた価格とはいえない価格にもかかわらず、当該価格で消費税率引上げ以降も販売しているかのような「価格据え置き」等の表示（注8）
- (2) 消費税率の引上げに際して、商品の内容量を減らしているなど、当該商品の販売価格に影響する要素が同一ではないにもかかわらず、その旨を明

確に示さずに行う「価格据え置き」等の表示（注8）

- (3) 実際には、その小売事業者が過去の販売価格等より消費税率の引上げ幅又は消費税率と一致する率の値引きをしていないにもかかわらず、これらの率を値引きしているかのような「3%値引き」、「8%値引き」等の表示（注8）
- (4) 二重価格表示（自己の販売価格に当該販売価格よりも高い他の価格（以下「比較対照価格」という。）を併記して表示することをいう。）を行う場合に、税抜きの販売価格等の比較対照価格として、税込みのメーカー希望小売価格等を用いる表示
- (5) 消費税率の引上げに際して、事業者の販売価格等について、実際には消費税率の引上げ分相当額を超えて値上げしたにもかかわらず、消費税率の引上げ分相当額しか値上げしていないかのような表示
- (6) 非課税の商品又は役務は、土地、有価証券などごく限られているのに、それ以外の商品又は役務について、消費税が課税されていないかの表示
- (7) 免税事業者でないにもかかわらず、免税事業者であるかのような表示、又は免税事業者と取引していないにもかかわらず、免税事業者と取引しているかのような表示

（注8）「価格据え置き」など過去の販売価格等のままで販売しているかのような表示や「3%値引き」など過去の販売価格等から一定率値引きしているかのような表示について、一般消費者は、通常、同一の商品が当該価格で当該表示が行われている前の相当期間販売されていたと認識するものと考えられる。したがって、消費税率引上げ直前に値上げを行った場合の値上げ後の価格や内容量を減らす前の価格など、同一の商品について最近相当期間にわたって販売されていた価格とはいえない価格を前提に消費税率引上げ以降「価格据え置き」や「3%値引き」等の表示を行う場合は、一般消費者に消費税率引上げ以降における販売価格が、同一の商品が消費税率引上げ前の最近相当期間にわたって販売されていた価格と同じ価格である又はその価格から表示された率が値引きされているとの誤認を与え、不当表示に該当するおそれがある（同一ではない商品の価格を比較対照価格に用いて表示を行う場合の考え方は、「不当な価格表示についての景品表示法上の考え方」（平成12年6月30日公正取引委員会）第4の1（1）を参照。また、最近相当期間にわたって販売されていた価格についての考え方は、同考え方第4の2（1）ア（イ）及び（ウ）を参照。具体的な記載は別添を参照。）。

不当な価格表示についての景品表示法上の考え方（平成12年6月30日公正取引委員会）

第1～3（略）

第4 二重価格表示について

1 二重価格表示についての基本的考え方

二重価格表示は、事業者が自己の販売価格に当該販売価格よりも高い他の価格（以下「比較対照価格」という。）を併記して表示するものであり、その内容が適正な場合には、一般消費者の適正な商品選択と事業者間の価格競争の促進に資する面がある。

しかし、次のように、二重価格表示において、販売価格の安さを強調するために用いられた比較対照価格の内容について適正な表示が行われていない場合には、一般消費者に販売価格が安いとの誤認を与え、不当表示に該当するおそれがある。

(1) 同一ではない商品の価格を比較対照価格に用いて表示を行う場合

ア 同一ではない商品の価格との二重価格表示が行われる場合には、販売価格と比較対照価格との価格差については、商品の品質等の違いも反映されているため、二重価格表示で示された価格差のみをもって販売価格の安さを評価することが難しく、一般消費者に販売価格が安いとの誤認を与え、不当表示に該当するおそれがある。

なお、同一ではない商品との二重価格表示であっても、一の事業者が実際に販売している二つの異なる商品について現在の販売価格を比較することは、通常、景品表示法上問題となるものではない。

イ 商品の同一性は、銘柄、品質、規格等からみて同一とみられるか否かにより判断される。

なお、衣料品等のように色やサイズの違いがあっても同一の価格で販売されるような商品については、同一の商品に該当すると考えられる。

また、ある一つの商品の新品と中古品、汚れ物、キズ物、旧型又は旧式の物（以下「中古品等」という。）とは、同一の商品とは考えられない。

野菜、鮮魚等の生鮮食料品については、一般的には、商品の同一性を判断することが難しいと考えられる。このため、生鮮食料品を対象とする二重価格表示については、後記2の(1)ウで記述するタイムサービスのように商品の同一性が明らかな場合や、一般消費者が商品の同一性を判断することが可能な場合を除き、一般消費者に販売価格が安いとの誤認を与え、不当表示に該当するおそれがある。

(2) （略）

2 過去の販売価格等を比較対照価格とする二重価格表示について

(1) 基本的考え方

ア 過去の販売価格を比較対照価格とする二重価格表示

(ア) （略）

(イ) 「最近相当期間にわたって販売されていた価格」についての考え

方

- a 「相当期間」については、必ずしも連続した期間に限定されるものではなく、断続的にセールが実施される場合であれば、比較対照価格で販売されていた期間を全体としてみて評価することとなる。
- b また、「販売されていた」とは、事業者が通常の販売活動において当該商品を販売していたことをいい、実際に消費者に購入された実績のあることまでは必要ではない。

他方、形式的に一定の期間にわたって販売されていたとしても、通常の販売場所とは異なる場所に陳列してあるなど販売形態が通常と異なっている場合や、単に比較対照価格とするための実績作りとして一時的に当該価格で販売していたとみられるような場合には、「販売されていた」とはみられないものである。

- (ウ) 「最近相当期間にわたって販売されていた価格」か否かの判断基準

比較対照価格が「最近相当期間にわたって販売されていた価格」に当たるか否かは、当該価格で販売されていた時期及び期間、対象となっている商品の一般的価格変動の状況、当該店舗における販売形態等を考慮しつつ、個々の事案ごとに検討されることとなるが、一般的には、二重価格表示を行う最近時（最近時については、セール開始時点からさかのぼる8週間について検討されるものとするが、当該商品が販売されていた期間が8週間未満の場合には、当該期間について検討されるものとする。）において、当該価格で販売されていた期間が当該商品が販売されていた期間の過半を占めているときには、「最近相当期間にわたって販売されていた価格」とみてよいものと考えられる。ただし、前記の要件を満たす場合であっても、当該価格で販売されていた期間が通算して2週間未満の場合、又は当該価格で販売された最後の日から2週間以上経過している場合においては、「最近相当期間にわたって販売されていた価格」とはいえないものと考えられる。

(以下略)

総額表示義務に関する消費税法の特例に係る不当景品類及び不当表示防止法の適用除外についての考え方

平成 25 年 9 月 10 日

消 費 者 庁

第 1 はじめに

1 法律の概要等

消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法（以下「本法」という。）は、平成 26 年 4 月 1 日及び平成 27 年 10 月 1 日における消費税率（地方消費税率を含む。以下同じ。）の引上げに際し、消費税（地方消費税率を含む。以下同じ。）の円滑かつ適正な転嫁を確保する観点から、消費税の転嫁を阻害する行為の是正、価格の表示並びに消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別の措置について定めている。

本法第 10 条は、消費税法第 63 条が定める総額表示義務の特例を規定しているところ、本法第 10 条第 3 項は、自己の供給する商品又は役務の税込価格を表示する場合において、消費税の円滑かつ適正な転嫁のため必要があるときは、税込価格に併せて、消費税を含まない価格（以下「税抜価格」という。）又は消費税の額を併記する旨を定めている。

また、本法第 11 条（以下「本条」という。）は、本法第 10 条第 3 項が定める場合において、税込価格が明瞭に表示されているときは、税抜価格の表示につき、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）第 4 条第 1 項の規定を適用しない旨を定めている。

（総額表示義務に関する消費税法の特例）

第 10 条 事業者（消費税法（昭和 63 年法律第 108 号）第 63 条に規定する事業者をいう。以下この条において同じ。）は、自己の供給する商品又は役務の価格を表示する場合において、今次の消費税率引上げに際し、消費税の円滑かつ適正な転嫁のため必要があるときは、現に表示する価格が税込価格（消費税を含めた価格をいう。以下この章において同じ。）であると誤認されないための措置を講じているときに限り、同法第 63 条の規定にかかわらず、税込価格を表示することを要しない。

2 前項の規定により税込価格を表示しない事業者は、できるだけ速やかに、税込価格を表示するよう努めなければならない。

3 事業者は、自己の供給する商品又は役務の税込価格を表示する場合において、消費税の円滑かつ適正な転嫁のため必要があるときは、税込価

格に併せて、消費税を含まない価格又は消費税の額を表示するものとする。

(不当景品類及び不当表示防止法の適用除外)

第 11 条 前条第 3 項の場合において、税込価格が明瞭に表示されているときは、当該消費税を含まない価格の表示については、不当景品類及び不当表示防止法（昭和 37 年法律第 134 号）第 4 条第 1 項の規定は、適用しない。

2 本条の趣旨

本法第 10 条第 3 項の規定に従って税込価格と税抜価格を併記する場合、その表示方法によっては、当該表示価格が税込価格でないにもかかわらず税込価格であると一般消費者に誤認を与え、景品表示法第 4 条第 1 項により禁止される表示（価格についての表示であることから、具体的には、同項第 2 号（有利誤認））に該当する可能性がある（注 1）。

一方、税込価格と税抜価格が併記される場合において、税込価格が明瞭に表示されている場合には、価格について一般消費者に誤認を与えることとはならないため、景品表示法第 4 条第 1 項の適用が除外される旨を確認的に規定したものである。

(注 1) 景品表示法

(不当な表示の禁止)

第 4 条第 1 項 事業者は、自己の供給する商品又は役務の取引について、次の各号のいずれかに該当する表示をしてはならない。

一 (略)

二 商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの

三 (略)

第 2 税込価格が明瞭に表示されているか否かの考え方

前記第 1 の 2 のとおり、税込価格と税抜価格を併記する場合において、景品表示法で禁止される表示に該当するのは、表示されている税抜価格を税込価格であると一般消費者が誤認する場合である。したがって、税込価格に併せて税抜価格を表示する場合に、表示媒体における表示全体からみ

て、税込価格が一般消費者にとって見やすく、かつ、税抜価格が税込価格であると一般消費者に誤解されることがないように表示されていれば、税込価格が明瞭に表示されているといえる。

また、この判断に当たっては、基本的に以下の要素が総合的に勘案される（注2）。

1 税込価格表示の文字の大きさ

税込価格表示の文字の大きさが著しく小さいため、一般消費者が税込価格表示を見落としてしまう可能性があるか否か。

2 文字間余白、行間余白

余白の大きさ、一定幅当たりの文字数等から、税込価格が一般消費者にとって見づらくないか否か。

3 背景の色との対照性

例えば、明るい水色、オレンジ色、黄色の背景に、白色の文字で税込価格を表示するといったように分かりにくい色の組合せになっていないか否か。

背景の色と税込価格の表示の文字の色とは、対照的な色の組合せとすることが望ましい。また、背景の色と税込価格の表示の文字の色との対照性が必ずしも十分ではない場合には、税込価格の表示に下線を引くことなどによって、税込価格が一般消費者にとって見やすく、かつ、税抜価格が税込価格であると一般消費者に誤解されることがないように表示する必要がある。

（注2）このほか、例えば、一般消費者が手に取って見るような表示物なのか、鉄道の駅構内のポスター、限られた時間のテレビコマーシャル等、一般消費者が離れた場所から目にしたり、短時間しか目にすることができないような表示物なのかなど、表示媒体ごとの特徴も、税込価格が明瞭に表示されているか否かの判断に当たって勘案される場合がある。

また、例えば、主に走行中の車の中にいる者を対象とした看板等の場合、表示価格が税込価格でないことを歩行者が明瞭に認識できるだけでは不十分であり、走行中の車の中からも明瞭に認識できるような表示とする必要がある。

なお、消費税総額表示制度の導入後に、ガソリンスタンドにおいてガソリンの販売価格をサインポール又は看板に表示するに当たり、税抜価格を記載したことが景品表示法に違反するおそれがあるとして警告が行われた事例がある（平成17年12月27日公正取引委員会

警告)。

第3 具体例

1 明瞭に表示されているといえる例

9,800円 (税込10,584円)

9,800円 (税込10,584円)

9,800円 (税込10,584円)

9,800円 (税込10,584円)

2 明瞭に表示されているとはいえない例

(1) 税込価格表示の文字の大きさに問題がある例

9,800円 (税込10,584円)

(2) 文字間余白、行間余白に問題がある例 (一定幅当たりの文字数に問題がある場合)

9,800円 (税込10,584円)

(3) 背景の色との対照性に問題がある例

9,800円 (税込10,584円)

以上

総額表示義務に関する特例の適用を受けるために必要となる誤認防止措置に関する考え方

平成25年9月10日
財 務 省

第1 はじめに

1 総額表示義務に関する特例の趣旨及び概要

「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法」(平成25年法律第41号。以下「本法」という。)第10条第1項は、二度にわたる消費税率の引上げに際し、消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保及び事業者による値札の貼り替え等の事務負担に配慮する観点から、本法の施行日(平成25年10月1日)から、本法が失効する平成29年3月31日までの間、消費税法(昭和63年法律第108号)第63条に規定する総額表示義務の特例として、税込価格を表示することを要しないものとしているが、消費者の利便性にも配慮する観点から、本特例の適用を受けるための要件として、「現に表示する価格が税込価格であると誤認されないための措置」(以下「誤認防止措置」という。)を講じることを求めている。

また、本法第10条第2項は、消費者の利便性に配慮する観点から、平成29年3月31日までの間であっても、本特例により税込価格を表示しない事業者は、できるだけ速やかに、税込価格を表示するよう努めなければならないと規定している。

(総額表示義務に関する消費税法の特例)

第10条 事業者(消費税法(昭和63年法律第108号)第63条に規定する事業者をいう。以下この条において同じ。)は、自己の供給する商品又は役務の価格を表示する場合において、今次の消費税率引上げに際し、消費税の円滑かつ適正な転嫁のため必要があるときは、現に表示する価格が税込価格(消費税を含めた価格をいう。以下この章において同じ。)であると誤認されないための措置を講じているときに限り、同法第63条の規定にかかわらず、税込価格を表示することを要しない。

2 前項の規定により税込価格を表示しない事業者は、できるだけ速やかに、税込価格を表示するよう努めなければならない。

3 (省略)

消費税法

(価格の表示)

第63条 事業者(第9条第1項本文の規定により消費税を納める義務が免除される事業者を除く。)は、不特定かつ多数の者に課税資産の譲渡等(第7条第1項、第8

条第1項その他の法律又は条約の規定により消費税が免除されるものを除く。以下この条において同じ。)を行う場合(専ら他の事業者課税資産の譲渡等を行う場合を除く。)において、あらかじめ課税資産の譲渡等に係る資産又は役務の価格を表示するときは、当該資産又は役務に係る消費税額及び地方消費税額の合計額に相当する額を含めた価格を表示しなければならない。

2 本考え方の目的

本考え方は、総額表示義務の特例の適用を受けるために必要となる誤認防止措置の考え方及び例を示すことにより、法解釈の明確化を図ることを通じ、事業者の予見可能性を確保するとともに、消費者が商品等の選択を行う際の価格表示に関する誤認を防止することを目的とするものである。

第2 基本的な考え方

1 誤認防止措置としての表示は、消費者が商品等を選択する際に、明瞭に認識できる方法で行う必要がある。

このため、次のような場合には、誤認防止措置が講じられていることにはならない。

(1) 誤認防止のための表示が、例えば商品等の代金決済を行う段階までなされておらず、消費者が商品等を選択する際には、表示価格が税込価格でないことを認識できない場合

(注) 例えば、誤認防止のための表示が、

ア 店内のレジ周辺だけで行われている

イ 商品カタログの申込用紙だけに記載されている

ウ インターネットのウェブページにおける決済画面だけに記載されている

ことなどにより、消費者が商品を選択する際に認識できない形で行われている場合がこの場合に該当する。

(2) 誤認防止のための表示が、一般消費者にとって見づらいものであるなど、明瞭になされていない場合

(注1) 表示が明瞭になされているか否かについての考え方は、「総額表示義務に関する消費税法の特例に係る不当景品類及び不当表示防止法の適用除外についての考え方」(平成25年9月10日消費者庁)の「第2 税込価格が明瞭に表示されているか否かの考え方」と基本的に同様である。

(注2) 誤認防止措置としての表示は、当該表示が主に対象としている消費者にとって明瞭に認識できるよう行う必要がある。例えば、主に走行中の車の中にいる者を対象とした看板等の場合、表示価格が税込価格でないことを歩行者が明瞭に認識できるだけでは不十分であり、走行中の車の

中からでも明瞭に認識できるような表示とする必要がある。

- 2 値札の貼り替え等を行う移行期間等において、店内等の一部の商品等について税抜価格のみの表示や旧税率に基づく税込価格等の表示を行わざるを得ない場合には、店内等の中の商品等の価格が税抜価格のみの表示や旧税率に基づく税込価格等の表示になっているのかを明らかにする必要がある。

(注) 例えば、次のような方法が考えられる。

- (1) 個々の値札において税抜価格である旨や税込価格の計算に当たって用いた税率を明示する方法
- (2) 値札の色によって区分する方法
- (3) 商品棚等に税抜価格である旨や税込価格の計算に当たって用いた税率を明示する方法

第3 税抜価格のみを表示する場合の誤認防止措置

1 個々の値札等において税抜価格であることを明示する例

値札、チラシ、看板、ポスター、商品カタログ、インターネットのウェブページ等において、商品等の価格を税抜価格のみで表示する場合、例えば次のような表示が誤認防止措置に該当する。

- (1) ○○○円 (税抜き)
- (2) ○○○円 (税抜価格)
- (3) ○○○円 (税別)
- (4) ○○○円 (税別価格)
- (5) ○○○円 (本体)
- (6) ○○○円 (本体価格)
- (7) ○○○円+税
- (8) ○○○円+消費税

2 店内における掲示等により一括して税抜価格であることを明示する例

個々の値札等において税抜価格を明示することが困難である場合、例えば次のような表示も誤認防止措置に該当する。

なお、店内等の一部の商品等について税抜価格のみの表示を行う場合には、第2の2の考え方により、どの商品等の価格が税抜価格のみの表示となっているのかを明らかにする必要がある。

- (1) 店内における表示の例

個々の値札等においては「〇〇〇円」と税抜価格のみを表示し、別途、店内の消費者が商品等を選択する際に目に付き易い場所に、明瞭に、「当店の価格は全て税抜表示となっています。」といった掲示を行う。

- (2) チラシ、商品カタログ、インターネットのウェブページ等における表示の例
チラシ、商品カタログ、インターネットのウェブページ等において、個別の商品価格の部分には「〇〇〇円」と税抜価格のみを表示し、別途、消費者が商品を選択する際に目に付き易い場所に、明瞭に、「本チラシ（本カタログ、本ウェブページ等）の価格は全て税抜表示となっています。」といった表示を行う。

第4 旧税率に基づく税込価格等で価格表示されている場合の誤認防止措置

消費税法第63条に規定する総額表示義務は、その時点で適用される税率に基づく税込価格を表示することを求めるものであるが、消費税率引上げの前後においては、値札の貼替えが間に合わない等の事情により、新税率の適用後においても一時的に旧税率に基づく税込価格の表示が残る場合や、前もって値札の貼替えが行われることにより、新税率の適用前から新税率に基づく税込価格の表示が行われる場合も生じ得るところであり、これらの場合も本特例の対象となり得る。

このような場合における誤認防止措置としては、例えば以下のような表示が該当する。

なお、店内等の一部の商品等についてのみ旧税率又は新税率の表示を行う場合には、第2の2の考え方により、どの商品等の価格が旧税率又は新税率の表示となっているのかを明らかにする必要がある。

1 新税率の適用後においても一時的に旧税率に基づく税込価格の表示が残る場合

個々の値札等においては「〇〇〇円」と旧税率に基づく税込価格を表示し、別途、店内の消費者が商品等を選択する際に目に付き易い場所に、明瞭に、「旧税率（5%）に基づく税込価格を表示している商品については、レジにてあらためて新税率（8%）に基づき精算させていただきます。」といった掲示を行う。

2 新税率の適用前から新税率に基づく税込価格の表示が行われる場合

個々の値札等においては「〇〇〇円」と新税率に基づく税込価格を表示し、別途、当該商品の置かれている棚等の消費者が商品等を選択する際に目に付き易い場所に、明瞭に、「既に新税率（8%）に基づく税込価格を表示している商品については、3月31日まではレジにて5%の税率により精算させていただきます。」といった掲示を行う。

20131008 中第 5 号
公取取第 238 号
平成 25 年 1 1 月

代表者殿

経 済 産 業 大 臣

公正取引委員会委員長

消費税率の引上げに伴う消費税の円滑かつ適正な転嫁について

平成 24 年 8 月に成立した「社会保障の安定財源の確保等を図る税制の抜本的な改革を行うための消費税法の一部を改正する等の法律」（平成 24 年法律第 68 号）等において、消費税率（地方消費税率を含みます。以下同じ。）が平成 26 年 4 月 1 日に 8% に、平成 27 年 10 月 1 日に 10% にそれぞれ引き上げられることが規定されています。

同法附則第 18 条等の規定に基づき、経済状況等を総合的に勘案した検討を行った結果、「消費税率及び地方消費税率の引上げとそれに伴う対応について」（平成 25 年 10 月 1 日閣議決定）において、消費税率を、平成 26 年 4 月 1 日に 5% から 8% へ引き上げることが確認されました。

消費税（地方消費税を含みます。以下同じ。）は、価格への転嫁を通じて最終的に消費者が負担する税ですが、中小企業・小規模事業者を中心に消費税の価格への転嫁について懸念が示されています。

このため、今次の消費税率の引上げに際して、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保する観点から、消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法（平成 25 年法律第 41 号）（以下「消費税転嫁対策特別措置法」といいます。）が平成 25 年 6 月 5 日に成立し、平成 25 年 10 月 1 日から施行されました。

消費税転嫁対策特別措置法においては、消費税の転嫁拒否等の行為の是正に

関する特別措置、消費税の転嫁を阻害する表示の是正に関する特別措置、価格の表示に関する特別措置並びに消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別措置を講じており、その内容を分かりやすく解説した各特別措置についてのガイドラインを平成25年9月10日に公表しています。

このうち、消費税の転嫁拒否等の行為の是正に関する特別措置においては、商品又は役務の買手側である特定事業者が、商品又は役務の売手側である特定供給事業者に対して、消費税の転嫁拒否等の行為を行うことを禁止しています。具体的には、特定事業者による（1）減額・買ったたき、（2）商品購入、役務利用又は利益提供の要請、（3）本体価格での交渉の拒否といった行為を禁止（別紙参照）しています。また、特定供給事業者が消費税の転嫁拒否等の行為を受けたことを公正取引委員会などに知らせたことを理由として、特定事業者が取引の数量を減じ、取引を停止し、その他不利益な取扱いをする報復行為を行うことも禁止しています。

公正取引委員会、中小企業庁長官及び主務大臣は、消費税の転嫁拒否等の行為に対して、調査や指導を行い、また、公正取引委員会は、消費税の円滑かつ適正な転嫁を阻害する重大な事実があると認める場合などには、特定事業者に対して勧告を行い、その旨を公表いたします。

また、消費税の転嫁拒否等の行為を受けた事業者からの相談を受け付ける政府共通の窓口として、内閣府に消費税価格転嫁等総合相談センターを設けるとともに、公正取引委員会や中小企業庁のほか各省庁においても事業者からの相談を受け付けることとしています。加えて、違反の可能性のある情報を受身的に待つだけでなく、書面調査を行うなど、積極的に消費税の転嫁拒否等の行為がないかどうかについて情報収集を行っていくこととしており、違反行為に対して迅速かつ厳正に対処していくこととしています。

貴社におかれては、上記の趣旨及び別紙の遵守事項等について十分理解し、消費税の転嫁拒否等の行為を行うことがないよう、現場担当者に限らず貴社全体に周知徹底を図っていただくとともに、担当役員等の責任者にはこれらの指導及び監督に当たらせるなど、貴社全体で適切な措置を講じるよう強く要請します。

また、上記の特別措置以外にも、消費税率の引上げに当たって、下請代金支払遅延等防止法（昭和31年法律第120号）に違反する行為が行われないように併せて要請します。

以上

消費税転嫁対策特別措置法における遵守事項

消費税転嫁対策特別措置法では、特定事業者が特定供給事業者に対して消費税の転嫁を拒否する行為が規制対象になっています。

1. 特定事業者と特定供給事業者

| | 特定事業者 (転嫁拒否をする側) (買手) | 特定供給事業者 (転嫁拒否をされる側) (売手) |
|---|---|--|
| ① | 大規模小売事業者（注） | 大規模小売事業者に継続して商品又は役務を供給する場合における当該商品又は役務を供給する事業者 |
| ② | 法人である事業者であって、右欄に掲げる事業者から継続して商品又は役務の供給を受けるもの（大規模小売事業者を除く。） | <ul style="list-style-type: none"> ・ 個人である事業者 ・ 人格のない社団等（法人でない社団又は財団で代表者又は管理人の定めがあるものをいう。）である事業者 ・ 資本金の額又は出資の総額が3億円以下である事業者 |

（注）大規模小売事業者とは、一般消費者が日常使用する商品の小売業を行う者（特定連鎖化事業（中小小売商業振興法（昭和48年法律第101号）第11条第1項に規定する特定連鎖化事業をいう。）を行う者を含む。）であって、その規模が大きいものとして公正取引委員会規則で定める次のア又はイのいずれかに該当するものをいう。

ア 前事業年度における売上高（特定連鎖化事業を行う者にあつては、当該特定連鎖化事業に加盟する者の売上高を含む。）が100億円以上である者

イ 次のいずれかの店舗を有する者

- ・ 東京都特別区及び政令指定都市の区域内にあつては、店舗面積が3000平方メートル以上の店舗
- ・ それ以外の市町村の区域内にあつては、店舗面積が1500平方メートル以上の店舗

2. 特定事業者の遵守事項

特定事業者は以下に掲げる行為を行ってはけません。

(1) 減額

商品又は役務について、合理的な理由なく既に取り決められた対価から事後的に減じて支払うこと

<問題となる事例>

- ア 対価から消費税率引上げ分の全部又は一部を減じる場合
- イ 既に支払った消費税率引上げ分の全部又は一部を次に支払うべき対価から減じる場合
- ウ 本体価格に消費税額分を上乗せした額を商品の対価とする旨契約していたにもかかわらず、対価を支払う際に、消費税率引上げ分の全部又は一部を対価から減じる場合
- エ リベートを増額する又は新たに提供するよう要請し、当該リベートとして消費税率引上げ分の全部又は一部を対価から減じる場合
- オ 消費税率引上げ分を上乗せした結果、計算上生じる端数を対価から一方的に切り捨てて支払う場合

(2) 買ったたき

商品又は役務の対価について、合理的な理由なく通常支払われる対価よりも低く定めること

<問題となる事例>

- ア 対価を一律に一定比率で引き下げて、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合
- イ 原材料費の低減等の状況の変化がない中で、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合
- ウ 安売りセールを実施することを理由に、大量発注などによる特定供給事業者のコスト削減効果などの合理的理由がないにもかかわらず、取引先に対して値引きを要求し、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合
- エ 免税事業者である取引先に対し、免税事業者であることを理由に、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合（注）
- オ 消費税率が2段階で引き上げられることから、2回目の引上げ時に消費税率引上げ分の全てを受け入れることとし、1回目の引上げ時には、消費税率引上げ前の対価に消費税率引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合
- カ 商品の量目を減らし、対価を消費税率引上げ前のまま据え置いて定めたが、その対価の額が量目を減らしたことによるコスト削減効果を反映した額よりも低い場合

(注) 免税事業者であっても、他の事業者から仕入れる原材料や諸経費の支払において、消費税額分を負担している点に留意する必要がある。

(3) 商品購入、役務利用又は利益提供の要請

商品又は役務について、消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せする代わりに、特定供給事業者に商品を購入させ、役務を利用させ又は経済上の利益を提供させること

<問題となる事例>

【商品購入、役務利用の要請】

- ア 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、取引先にディナーショーのチケットの購入、自社の宿泊施設の利用等を要請する場合
- イ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、本体価格の引下げに応じなかった取引先に対し、毎年定期的に一定金額分購入してきた商品の購入金額を増やすよう要請する場合
- ウ 自社の指定する商品を購入しなければ、消費税率引上げに伴う対価の引上げに当たって不利な取扱いをする旨を示唆する場合

【利益提供の要請】

- ア 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、消費税の転嫁の程度に応じて、取引先ごとに目標金額を定め、協賛金を要請する場合
- イ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、通常必要となる費用を負担することなく、取引先に対し、従業員等の派遣又は増員を要請する場合
- ウ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、消費税率の引上げに伴う価格改定や、外税方式への価格表示の変更等に係る値札付け替え等のために、取引先に対し、従業員等の派遣を要請する場合
- エ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、取引先に対し、取引の受発注に係るシステム変更に要する費用の全部又は一部の負担を要請する場合
- オ 消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、金型等の設計図面、特許権等の知的財産権、その他経済上の利益を無償又は通常支払われる対価と比べて著しく低い対価で提供要請する場合

(4) 本体価格での交渉の拒否

商品又は役務の供給の対価に係る交渉において消費税を含まない価格を用いる旨の特定供給事業者からの申出を拒むこと（注）

（注）申出を拒むとは、特定事業者が、特定供給事業者からの申出を明示的に拒む場合が該当することはいうまでもないが、例えば、次のとおり、特定供給事業者が本体価格で価格交渉を行うことを困難にさせる場合も該当する。

ア 特定供給事業者が本体価格と消費税額を別々に記載した見積書等を提出したため、本体価格に消費税額を加えた総額のみを記載した見積書等を再度提出させる場合

イ 特定事業者が、本体価格に消費税額を加えた総額しか記載できない見積書等の様式を定め、その様式の使用を余儀なくさせる場合

(5) 報復行為

上記（1）から（4）に掲げる行為があるとして、特定供給事業者が公正取引委員会、主務大臣又は中小企業庁長官に対しその事実を知らせたことを理由として、取引の数量を減じ、取引を停止し、その他不利益な取扱いをすること

各 位

消費者庁表示対策課長 片桐 一幸

消費税の転嫁を阻害する表示の是正に関する特別措置について

平成24年8月に成立した、社会保障の安定財源の確保等を図る税制の抜本的な改革を行うための消費税法の一部を改正する等の法律（平成24年法律第68号）等において、消費税率（地方消費税率を含みます。以下同じ。）が平成26年4月1日に8%に、平成27年10月1日に10%にそれぞれ引き上げられることが規定されています。

同法附則第18条等の規定に基づき、経済状況等を総合的に勘案した検討を行った結果、「消費税率及び地方消費税率の引上げとそれに伴う対応について」（平成25年10月1日閣議決定）において、消費税率を、平成26年4月1日に5%から8%へ引き上げることが確認されました。

消費税（地方消費税を含みます。以下同じ。）は、価格への転嫁を通じて最終的に消費者が負担する税ですが、中小企業・小規模事業者を中心に消費税の価格への転嫁について懸念が示されています。

このため、今次の消費税率の引上げに際して、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保する観点から、消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法（平成25年法律第41号。以下「消費税転嫁対策特別措置法」といいます。）が平成25年6月5日に成立し、同年10月1日から施行されました。

消費税転嫁対策特別措置法においては、消費税の転嫁拒否等の行為の是正に関する特別措置、消費税の転嫁を阻害する表示の是正に関する特別措置、価格の表示に関する特別措置並びに消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別措置を講じており、その内容を分かりやすく解説した各特別措置についてのガイドラインを平成25年9月10日に公表しています。

このうち、消費税の転嫁を阻害する表示の是正に関する特別措置においては、あたかも消費者が消費税を負担していない又はその負担が軽減されているかのような誤認を消費者に与えないようにするとともに、納入業者に対する買ったきや、競合する小売事業者の消費税の転嫁を阻害することにつながらないようにするため、事業者が消費税分を値引きする等の宣伝や広告を行うことを禁止しています。

消費者庁長官、公正取引委員会、中小企業庁長官及び主務大臣は、消費税の転嫁を阻害する表示行為に対して、調査や指導を行い、消費税の転嫁を阻害する表示行為があると認める場合には、消費者庁長官は、事業者に対して勧告を行い、その旨を公表いたします。

貴団体におかれては、上記の趣旨について十分理解され、消費税の転嫁を阻害する表示行為を行うことがないよう周知を行っていただきますよう御協力をお願いいたします。

また、上記の特別措置以外にも、消費税率の引上げに当たって、不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）に違反する行為が行うことがないよう併せて周知を行っていただきますよう御協力をお願いいたします。

なお、以上の参考として、下記の資料を同封いたしますので、御活用ください。

記

- 1 消費税転嫁対策特別措置法の概要（概要版、詳細版、リーフレット）
- 2 消費税の転嫁を阻害する表示に関する考え方（ガイドライン）
- 3 総額表示義務に関する消費税法の特例に係る不当景品類及び不当表示防止法の適用除外に関する考え方（ガイドライン）
- 4 消費税の円滑かつ適正な転嫁のために（パンフレット）

以上

消費税の

円滑かつ

適正な

転嫁のために

内閣官房、内閣府、公正取引委員会、消費者庁、財務省



1 消費税率引き上げの趣旨・消費税率の性格

POINT 1 消費税率引き上げの趣旨

今般の消費税率の引き上げは、幅広く国民各層に社会保障の安定財源の確保のための負担を求めることにより、社会保障の充実・安定化と財政健全化の同時達成を目指すものです。

消費税率の段階的引上げ

消費税率は段階的に引き上げることにより、経済活動に与える影響を抑えます。



なぜ消費税？

- ✓ 税収が安定しています。
- ✓ 負担が世代間で公平です。
- ✓ 経済活動に中立的です。
- ✓ 高い財源調達力があります。

*この消費税率の引き上げについては、税制基本改革法附則第18条に則って、経済状況を総合的に勘案して判断を行うこととされています。

社会保障の安定財源の確保

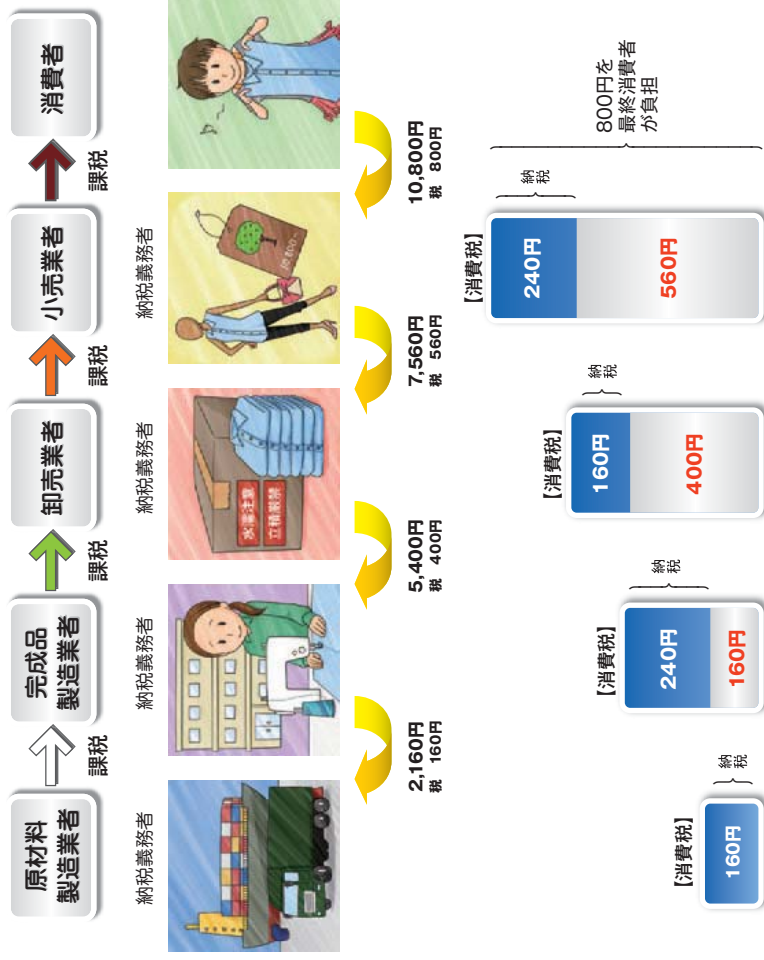


POINT 2 消費税の性格・仕組み

消費税は、消費一般に対して広く公平に負担を求めめる税金です。そのため、原則として全ての財貨・サービスの国内における販売、提供などを課税対象とし、事業者を納税義務者として、その売上げに対して課税を行うとともに、税の累積を排除するために、事業者は売上げに係る税額から仕入れに係る税額を控除（仕入税額控除）し、その差引税額を納付することとされています。事業者に課される消費税相当額は、コストとして販売価格に織り込まれて転嫁され、最終的には消費者が負担することが予定されています。

消費税の転嫁の仕組み

※税率8%で計算



1 に対する問い合わせ先 財務省主税局税制第二課 03-3581-4111 (代表)

2 転嫁拒否等の行為の是正

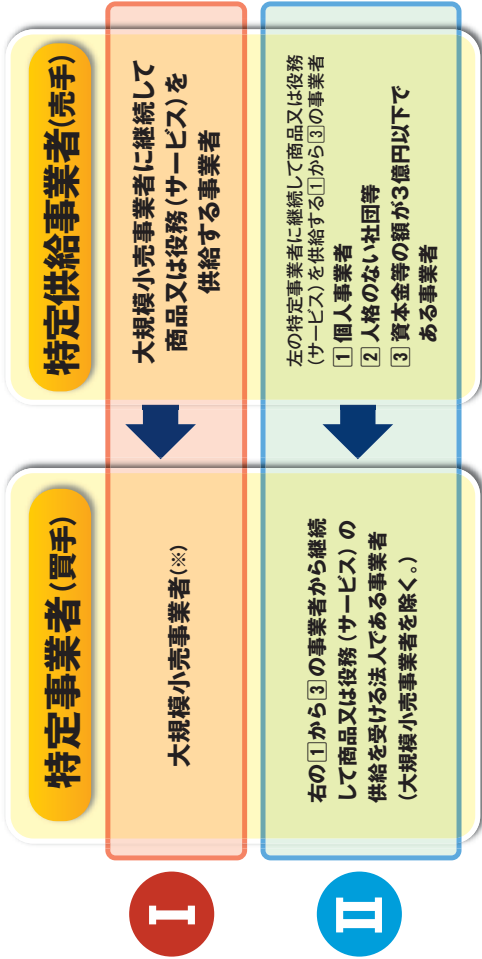
消費税転嫁対策特別措置法は、消費税率の引上げに当たって、消費税の転嫁を拒否する行為等を禁止しています（平成25年10月1日から平成29年3月31日までの措置）。

一般の消費税率引上げに当たり、中小事業者を中心に、消費税の価格への転嫁について懸念が示されていることから、これらの中小事業者等が消費税を価格へ転嫁しやすき環境を整備するため、消費税の転嫁拒否等の行為に対して、政府一丸となって監視・取締りを行っていくこととしています。

▶ 消費税の転嫁拒否等の行為として規制対象となる行為

平成26年4月1日以降に特定供給事業者から受ける商品又は役務（サービス）の供給に関して、特定事業者が特定供給事業者に対して消費税の転嫁拒否等の行為を行う場合が対象となります。

特定事業者と特定供給事業者との適用関係



(※) 大規模小売事業者とは、一般消費者が日常使用する商品の小売業者であって前事業年度における売上高が100億円以上である事業者や一定の面積の店舗を有する事業者をいいます。

▶ 消費税の転嫁拒否等の行為は禁止されています

消費税の転嫁拒否等の行為として、消費税転嫁対策特別措置法で禁止している行為は、次の類型です。

- ① 減額、② 買いたたき、③ 商品購入、役務(サービス)利用、利益提供の要請、④ 本体価格での交渉の拒否、⑤ 報復行為

POINT 1 減額

特定事業者は、合理的な理由なく、既に取り決められた対価から、事後的に減じて支払うことにより、消費税の転嫁を拒否してはいけません。

(具体例)

- ▶ 対価から消費税引上げ分の全部又は一部を減じる場合
- ▶ 本体価格に消費税額を上乗せした額を商品の対価とする旨契約していたにもかかわらず、対価を支払う際に、消費税引上げ分の全部又は一部を対価から減じる場合
- ▶ リベートを増額する又は新たに提供するよう要請し、当該リベートとして消費税引上げ分の全部又は一部を対価から減じる場合

[以下のような場合には、減額とはなりません]

(具体例)

- ▶ 商品に瑕疵がある場合や、納期に遅れた場合等、特定供給事業者の責めに帰すべき理由により、相当と認められる金額の範囲内で対価の額を減じる場合



POINT 2 買いたたき

特定事業者は、合理的な理由なく、通常支払われる対価に比べて対価の額を低く定めることにより、消費税の転嫁を拒否してはいけません。

(具体例)

- ▶ 原材料費の低減等の状況の変化がない中で、消費税率引上げ前の対価に消費税引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合
- ▶ 安売りセールを実施することを理由に、大量発注などによる特定供給事業者のコスト削減効果などの合理的理由がないにもかかわらず、取引先に対して値引きを要求し、消費税率引上げ前の対価に消費税引上げ分を上乗せした額よりも低い対価を定める場合
- ▶ 商品の重量を減らし、対価を消費税率引上げ前のまま据え置いて定めたが、その対価の額が重量を減らしたことによるコスト削減効果を反映した額よりも低い場合

注 「通常支払われる対価に比べて対価の額を低く定めること」とは、具体的には、特定事業者と特定供給事業者との間で取引している商品(サービス)の消費税率引上げ前の対価に消費税引上げ分を上乗せした額よりも低く定めることです。



[以下のような場合には、買いたたきとはなりません]

(具体例)

- ▶ 大量発注、共同配送、共同購入などにより、特定供給事業者にも客観的にコスト削減効果が生じており、当事者間の自由な価格交渉の結果、コスト削減効果を対価に反映させる場合

POINT ③ 商品購入、役務利用、利益提供の要請

特定事業者は、消費税の転嫁を受け入れる代わりに、特定事業者の指定する商品を購入させたり、役務(サービス)を利用させたり、また、経済上の利益を提供させる行為を行ってはいけません。

〈具体例〉

- ▶ 消費税引上げ分の全部又は一部を上乗せすることを受け入れる代わりに、
 - 取引先にティンダーの購入、自社の宿泊施設の利用等を要請する場合
 - 本体価格の引下げに応じて納付した取引先に対し、毎年定期的に一定金額分購入してきた商品の購入金額を増やすよう要請する場合
 - 消費税の転嫁の程度に応じて、取引先ごとに目標金額を定め、協賛金を要請する場合
 - 通常必要となる費用を負担することなく、取引先に対し、従業員等の派遣又は増員を要請する場合
 - 取引先に対し、取引の受発注に係るシステム変更に必要な費用の全部又は一部の負担を要請する場合



POINT ④ 本体価格での交渉の拒否

特定事業者は、価格交渉を行う際、特定供給事業者から本体価格^(※)での交渉の申出を受けなかった場合には、その申出を拒否してはいけません。

〈※〉消費税を含まない価格

〈具体例〉

- ▶ 本体価格での交渉を申し出た際に、それを拒否する場合
- ▶ 特定供給事業者が本体価格と消費税額を別々に記載した見積書等を提出したところ、税込価格での見積書等を再提出させる場合
- ▶ 税込価格しか記載できない見積書等の様式を定め、その使用を余儀なくさせる場合



POINT ⑤ 報復行為

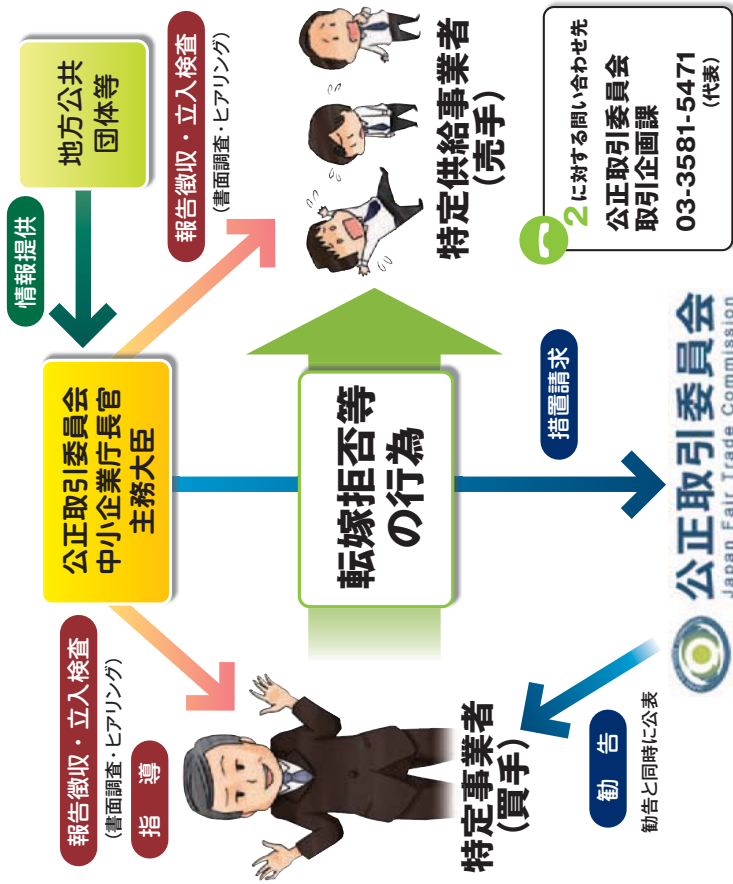
特定事業者は、消費税の転嫁拒否等の行為があるとして、特定供給事業者が公正取引委員会等にその事実を知らせたことを理由として、取引数量を減じたり、取引を停止したり、不利益な取扱いを行ってはいけません。

消費税の転嫁拒否等の行為に対しては、政府一丸となって監視・取締りを行っていきます。

- 公正取引委員会、事業を所管する大臣等、中小企業庁長官は、特定事業者などに対して、報告を求めたり、立入検査を行います。
- 公正取引委員会、事業を所管する大臣等、中小企業庁長官は、特定事業者に対して、違反行為を防止又は是正するために、必要な指導を行います。
- 事業を所管する大臣等、中小企業庁長官は、違反行為があるときは、公正取引委員会に対して、適当な措置をとるよう求める措置請求を行います。なお、違反行為が多数の特定供給事業者に対して行われている場合や繰り返している場合などには必ず措置請求を行います。
- 公正取引委員会は、違反行為があると認めるときは、速やかに消費税の適正な転嫁に応じることその他必要な措置をとるよう勧告し、その旨を公表します。

(注) 建設業、宅地建物取引業、不動産鑑定業、浄化槽工事業、解体工事業の一部については、都道府県知事も検査や指導、公正取引委員会に対する措置請求を行います。
 (注) 消費税転嫁対策特別措置法による規制の対象とならない場合でも、独占禁止法違反行為や下請法違反行為については、公正取引委員会において、厳正に対処します。

消費税の転嫁拒否等の行為に対するスキーム



3 転嫁を阻害する表示の是正

消費税転嫁対策特別措置法では、あなたも消費者が消費税を負担していない又は軽減されているかのよ
うな誤認を消費者に与えないようにするとともに、納入業者に対する買ったときや、競合する小売業者の消
費税の転嫁を阻害することにつながるような表示を、事業者が消費税分を値引きする等の宣伝や広告
を行うことを禁止しています(平成25年10月1日から平成29年3月31日までの措置)。

▶ 禁止される表示

事業者は、平成26年4月1日以後における自己の供給する商品等の取引について、
以下①～③の表示をしてはいけません。

✖ ① 取引の相手方に消費税を転嫁 していない旨の表示

消費税は最終的に消費者が負担するものですので、以下のようなあなたも消費者が消費税を負担していないかのよ
うに誤認させてしまつておそれのある表示は禁止されます。



- ▶ 「消費税は転嫁しません。」
- ▶ 「消費税は一部の商品にしか転嫁していません。」
- ▶ 「消費税を転嫁していませんので、価格が安くなっています。」
- ▶ 「消費税はいただきません。」
- ▶ 「消費税は当店が負担しています。」
- ▶ 「消費税はおまけします。」
- ▶ 「消費税はサービス。」
- ▶ 「消費税還元」、「消費税還元セール」
- ▶ 「当店は消費税増税分を据え置いています。」

✖ ② 取引の相手方が負担すべき消費税を 対価の額から減する旨の表示であるもの 消費税との関連を明示しているもの



以下のような消費税分を値引きする旨の表示は、消費者が実質的に消費税を
負担していないかのように誤認させてしまつておそれがあることから禁止されます。

- ▶ 「消費税率上昇分値引きします。」
- ▶ 「消費税8%分還元セール」
- ▶ 「増税分は勉強させていただきます。」
- ▶ 「消費税率の引上げ分をレジにて値引きします。」



✖ ③ 消費税に関連して取引の相手方に経済上の 利益を提供する旨の表示であつて②に掲げる 表示に準ずるもの



以下のような消費税分の物品、金銭、映画のチケット、ポイントサービスにお
けるポイントなどの「経済上の利益」を消費税に関連して提供することによる誤認を、
消費者が実質的に消費税を負担していないかのように誤認させてしまつておそれ
あることから禁止されます。

- ▶ 「消費税相当分、次回の購入に利用できるポイントを付与します。」
- ▶ 「消費税相当分の商品券を提供します。」
- ▶ 「消費税相当分のお好きな商品1つを提供します。」
- ▶ 「消費税率の引上げ分を後でキャッシュバックします。」



○ 禁止されない表示

次の①～③のような表示は、宣伝や広告の表示全体からみて消費税を意味することが客観的に明らかな場合でなけ
れば、いずれも、消費税分を値引きする等の表示には該当しませんので、本法律で禁止されることにはなりません。

① 消費税との関連がはっきりしない
② たまたま消費税率の引上げ幅と一致するだけ
③ たまたま消費税率と一致するだけ

消費税の転嫁を阻害する表示に対しては、政府一丸となって 監視・取締りを行っていきます。

- 消費者庁長官、公正取引委員会、事業者を所管する大臣等、中小企業庁長官は、事業者に対して、報告を求めたり、立入検査を行います。
- 消費者庁長官、公正取引委員会、事業者を所管する大臣等、中小企業庁長官は、事業者に対して、違反行為を防止又は是正するために、必要な指導を行います。
- 公正取引委員会、事業者を所管する大臣等、中小企業庁長官は、違反行為があると認めるときは、消費者庁長官に対して、適当な措置をとるよう求める措置請求を行います。
なお、違反行為が繰り返している場合などには必ず措置請求を行います。
- 消費者庁長官は、違反行為があると認めるときは、速やかにその行為を取りやめさせることその他必要な措置をとるよう勧告し、その旨を公表します。

(注) 建設業、宅地建物取引業、不動産鑑定業、浄化槽工事業、解体工事業の一部については、都道府県知事も検査や指導、消費者庁に対する措置請求を行います。

③ に対する問い合わせ先 消費者庁表示対策課 03-3507-8800 (代表)

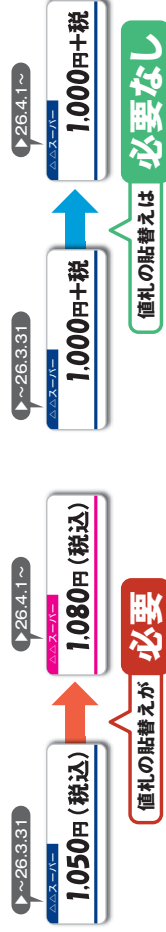
4 総額表示義務の特例

消費税転嫁対策特別措置法では、二度にわたる消費税率の引上げに際し、消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保及び事業者による値札の貼替え等の事務負担に配慮する観点から、総額表示義務の特例として、平成25年10月1日から平成29年3月31日までの間、現に表示する価格が税込価格であると誤認されないための措置を講じていれば税込価格を表示することを要しないこととされています。

※消費者の利便性に配慮する観点から、平成29年3月31日までの間であっても本特例により税込価格を表示しない事業者は、できるだけ速やかに、税込価格を表示するよう努めなければなりません。

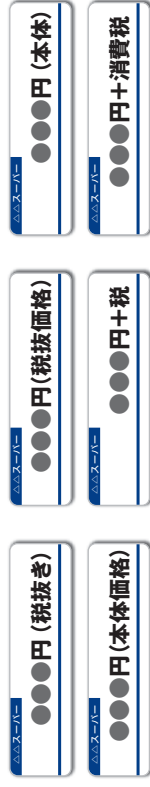
特例を適用した場合の事務負担の軽減

▶ 特例がない場合(総額表示義務あり)の例 ▶ 特例を適用する場合の例



1 税抜価格のみを表示する場合

1 個々の値札等において税抜価格であることを明示する例



※上記のような表示は、例えば、値札、チラシ、看板、ポスター、商品カタログ、インターネットのウェブページ等において行うことが考えられます。

2 店内における掲示等により一括して税抜価格であることを明示する例



個々の値札等においては、「〇〇〇円」と税抜価格のみを表示し、別途、消費者が商品等を選択する際につきやすい場所に、明瞭に[右図]のような表示を行うことが考えられます。

具体的な表示例

2 旧税率に基づく税込価格等で価格表示されている場合

1 新税率の適用後においても一時的に旧税率に基づく税込価格の表示が残る場合の表示例



個々の値札等においては、「〇〇〇円」と旧税率に基づく税込価格を表示し、別途、消費者が商品等を選択する際に目に付きやすい場所に、明瞭に[右図]のような表示を行うことが考えられます。

2 新税率の適用前から新税率に基づく税込価格の表示を行う場合の表示例



個々の値札等においては、「〇〇〇円」と新税率に基づく税込価格を表示し、別途、消費者が商品等を選択する際に目に付きやすい場所に、明瞭に[右図]のような表示を行うことが考えられます。

4 に対する問い合わせ先 財務省主税局税制第二課 03-3581-4111(代表)

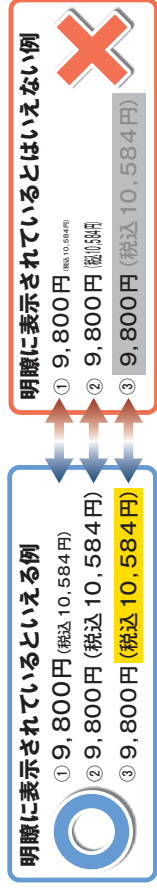
5 総額表示に係る景品表示法の適用除外

消費税転嫁対策特別措置法では、税込価格と税抜価格が併記される場合において、税込価格が明瞭に表示されている場合には、価格について一般消費者に誤認を与えないことにならないため、景品表示法第4条第1項(不当表示)の規定の適用が除外される旨を確認的に規定されています。

▶ 税込価格が明瞭に表示されているか否かの考え方と具体例

税込価格が明瞭に表示されているか否かについては、表示媒体における表示全体からみて、税込価格が一般消費者にとって見やすく、かつ、税抜価格が税込価格であると一般消費者に誤認されることがないよう表示されているか否かにより判断されます。

この判断に当たっては、基本的に、①税込価格表示の文字の大きさ、②文字間余白、行間余白、③背景の色との対照性の各要素が総合的に勘案されることとなります。



5 に対する問い合わせ先 消費者庁表示対策課 03-3507-8800(代表)

6 転嫁カルテル・表示カルテルの独占禁止法適用除外

今般の消費税率の引上げに伴い、消費税を円滑かつ適正に転嫁できる環境を整備するため、消費税転嫁対策特別措置法では、事業者又は事業者団体が、公正取引委員会に事前に届け出ることにより、消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為（転嫁カルテル・表示カルテル）を独占禁止法に違反することなく行うことができるとされています。

POINT ① 転嫁カルテル

転嫁カルテルとは、「消費税の転嫁の方法の決定」についての共同行為です。転嫁カルテルを行うことができるのは、主に**中小事業者**やその**団体**です。転嫁カルテルとして行うことができる行為は、例えば、以下のとおりです。

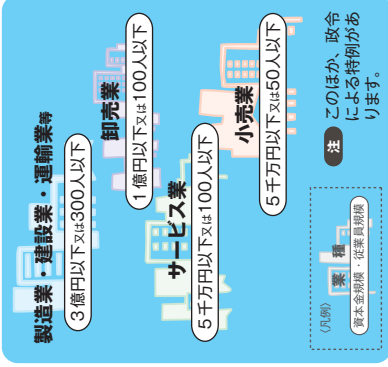
（具体例）

- ▶各事業者がそれぞれ自主的に定めている本体価格に消費税額を上乗せする旨の決定
- ▶消費税率引上げ分を上乗せした結果、計算上生じる端数について、対象となる商品の値付け単位、取引慣行、上乗せ前の価格からの上昇の割合等を考慮して、切上げ、切捨て、四捨五入等により合理的な範囲で処理する旨の決定
- 例1 本体価格98円×8%＝消費税額7.84円 → 8円
- 例2 本体価格99円×8%＝消費税額7.92円 → 8円

【以下のような行為は認められません】

- ▶消費税率引上げ後の**税抜価格（本体価格）**又は**税込価格を統一する旨の決定**
- ▶消費税率引上げ分と異なる額（率）を転嫁する旨の決定
- ▶合理的な範囲を超える不当な端数処理を行う旨の決定 など

中小事業者とは？



注 1

転嫁の方法の決定に係る共同行為と表示の方法の決定に係る共同行為とは、要件が異なります。

- ▶転嫁の方法の決定に係る共同行為には参加事業者の3分の2以上が中小事業者であることが必要です。
- 注 表示の方法の決定に係る共同行為は、全ての事業者又は事業者団体に認められています。

注 2

以下の期間の共同行為が認められます

- ▶平成26年4月1日から平成29年3月31日までの間の商品又は役務の供給を対象とした共同行為が独占禁止法の適用除外の対象となります。
- 注 届出は平成25年10月1日から可能です。

注 3

共同行為を行う場合、公正取引委員会への事前の届出が必要です

- ▶共同行為を行うには、公正取引委員会に対し、共同行為の内容等について、事前に届出する必要があります。
- ▶届出書の様式など、具体的な届出の方法については、公正取引委員会ホームページ（<http://www.jftc.go.jp/>）を御覧ください。

POINT ② 表示カルテル

消費税についての表示の方法の決定

表示カルテルとは、「消費税についての表示の方法の決定」についての共同行為です。表示カルテルは、全ての事業者又は事業者団体が行うことができます。表示カルテルとして行うことができる行為は、例えば、以下のとおりです。

（具体例）

- ▶消費税率引上げ後の価格について統一的な表示方法を用いる旨の決定
- ア 税込価格を表示する場合
 - 例1 「税込価格」と「消費税額」とを並べて表示
 - 例2 「税込価格」と「税抜価格」とを並べて表示
- イ 税込価格を表示しない場合

（4 総額表示義務の特例（9頁～10頁）を利用する場合）

- 例1 個々の値札に、税抜価格を表示した上、「+税」と表示する旨の決定
- 例2 個々の値札は税抜価格を表示した上、商品棚等の消費者に見やすい場所に、「消費税は別途いただきます」などと表示する旨の決定



【形式上、表示の方法を決定するものであっても、共同行為の内容に転嫁カルテルの内容が含まれている場合には、「転嫁カルテル」の届出が必要です】

- ▶消費税率引上げ分を消費税率引上げ前の対価に上乗せした結果、計算上生じる端数を切上げにより処理して、税込価格を表示する旨の決定

注 点

共同行為はあくまでも任意のもので、これを行うかどうか、これに参加するかどうかは、個別の事業者又は事業者団体の自主的な判断に委ねられており、この法律によって、共同行為の実施や参加を強制するものではありません。

6 に対する問い合わせ先 公正取引委員会 取引企画課

03-3581-5471（代表）

7 便乗値上げ



便乗値上げは、いけません。 ～消費者の生活に好ましくない影響を与えることが懸念されます。～

便乗値上げとは

今回の消費税率の引上げに当たっては、個々の商品やサービスの価格が、新たな税負担に見合った幅で上昇することが見込まれています。したがって、事業者が、他に合理的な理由がないにもかかわらず、税率の上昇に見合った幅以上の値上げをする場合、それは便乗値上げである可能性があります。

ただし、一般に、個々の商品などの価格は、自由競争の下で市場条件を反映して決定されるものであるため、実際にどのような場合に便乗値上げに該当するのかを判断するに当たっては、それが税負担の変化による上昇幅を超えているかという点のほか、商品などの特性、需給の動向やコストの変動など、種々の要因を総合的に勘案する必要があります。

ちなみに、課税される商品やサービスについて、本体価格が全く変わらなければ、消費税率の引上げなどが行われた後の価格は、総額表示（税込価格）の場合、税抜価格の場合で、それぞれ次のようになると考えられます。



1万円の商品・サービスの値上げについて

(※) 本体価格は、消費税率の引上げ後も従前と変わらないものとします。

1 総額表示(税込価格)で 1万円と表示されている場合



2 税抜価格で 1万円と表示されている場合



便乗値上げのように見えて、便乗値上げに当たらないもの1 ～事業全体で適正な転嫁をしている場合～

ある特定の商品やサービスにつき、他に特段の理由がないにもかかわらず、本体価格の3%を超える値上げが行われた場合、その商品やサービスだけを見ると、便乗値上げのように思われますが、その事業者が、事業全体として税率変更に見合った適正な転嫁をしていれば、便乗値上げには当たりません。

【端数処理】

各種の運賃など、取引慣行や利用者の便宜などを考慮して10円単位で税込価格が設定されているもの場合、あるものについては置きとするとする反面、あるものについては3%を超える値上げとすることがあります。

事業全体として適正な転嫁を行っている場合の例

| 区分 | 150円 | 150円 | 150円 | 据置き |
|-----------------|------|----------------|------|------------------------|
| 区分A (85万人利用) | → | 150円 | → | (引上げ率=0.00%) |
| 区分B (75万人利用) | → | 180円 | → | 10円引上げ (引上げ率=5.56%) |
| 事業全体の 売上げ | → | 262.5 (百万円) | → | 270.0 (百万円) |
| | | | | 増加率=2.85% |

※上記の事例は、実際の運賃などとは関係ありません。

理論的には、総額表示(内税)の商品について本体価格が一定である場合、税率が5%から8%に引き上げられることにより、 $(108-105)/105=2.85\%$ の値上げが予想されます。

したがって、左の事業者の例では、事業全体としての売上げ増が理論値と一致していることから、区分Bについて5.56%の引上げがあることをもって便乗値上げであるとは言えません。

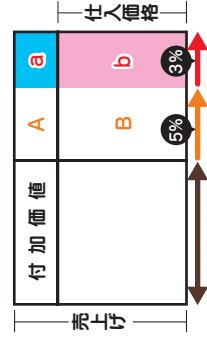


便乗値上げのように見えて、便乗値上げに当たらないもの2 ～免税事業者が仕入価格に含まれる税額を転嫁する場合～

免税事業者が消費税率の引上げに際して値上げをする場合、一見便乗値上げではないかと思われそうですが、免税事業者であっても、その仕入価格には消費税が含まれていることから、これに相当する額を価格に転嫁することは便乗値上げに当たりません。

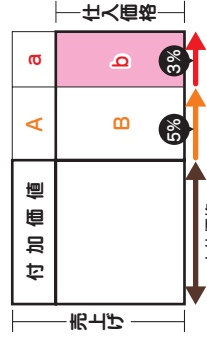
1 課税事業者 2 免税事業者

1 課税事業者



消費税率の引上げに伴い、課税事業者では、**a+b**の値上げが行われます。
納税義務者として、Aに加えて新たに**a**の納税を行う。
Dについては仕入価格の上昇として負担。

2 免税事業者



消費税率の引上げに伴い、免税事業者では、仕入価格が高く、**a+b**の値上げが行われます。
aの納税を行う必要がないので、**a+b**の値上げは予定されいない。



7 便乗値上げ

7 便乗値上げ 消費者庁消費生活情報課 03-3507-8800(代表)

8

消費税価格転嫁等 総合相談センター



消費税価格転嫁等総合相談センターは
内閣府が設置している政府共通の
相談窓口です。

センターでは次のような相談を受け付けます。

- 転嫁に関する問い合わせ
 - 広告・宣伝に関する問い合わせ
 - 消費税の総額表示に関する問い合わせ
 - 便乗値上げに関する問い合わせ
- センターでは、このような相談に関して、法令等の考え方を回答するほか転嫁拒否など消費税転嫁対策特別措置法に違反する疑いのある行為については、相談者の御意向により、センターから担当省庁へ通知します。

御相談は専用ダイヤル又はHP上の専用フォームを御利用下さい。

専用ダイヤル：0570-200-123

【受付時間】平日 9:00～17:00 (平成26年3月・4月は土曜日も受付)

※通話料金はお住まいの地域に応じて以下の料金がかかります。なお、実際にかかる金額は音声ガイダンスで御案内しております。

● 固定電話からは 8.5円～80円 / 3分間 ● 携帯電話からは 90円 / 3分間 ● 公衆電話からは 30円～220円 / 3分間

URL

(24時間受付)

<http://www.tenkasoudan.go.jp>



お問
合わせ先
[一 覧]

転嫁拒否等の行為の是正、転嫁カルテル・表示カルテルに関する問い合わせ先

公正取引委員会取引企画課 **03-3581-5471** (代表)

転嫁を阻害する表示の是正に関する問い合わせ先

消費者庁表示対策課 **03-3507-8800** (代表)

消費税の総額表示義務の特例に関する問い合わせ先

財務省主税局税制第二課 **03-3581-4111** (代表)

便乗値上げに関する問い合わせ先

消費者庁消費生活情報課 **03-3507-8800** (代表)

中小企業・小規模事業者のための

消費税の手引き

「消費税転嫁対策特別措置法」対応

ここさえ押さえれば安心! 消費税転嫁対策のポイント

① 大規模小売事業者等による
転嫁の拒否行為は禁止されます。

② 「消費税還元セール」といった
宣伝や広告が禁止されます。

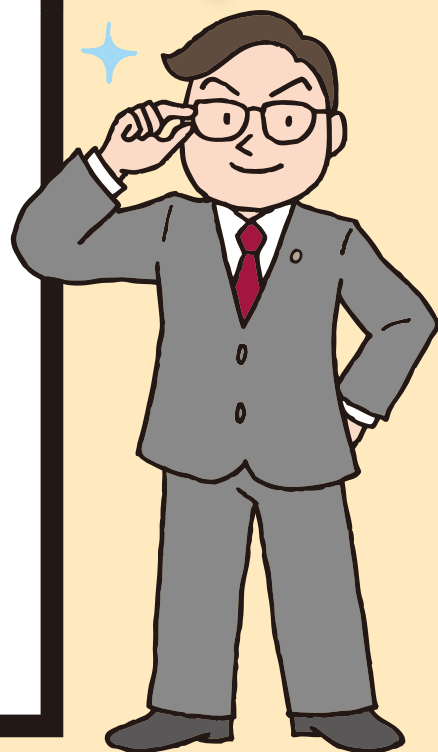
③ 総額表示義務の特例によって、
商品やサービスについて
本体価格のみの表示が
認められます。

④ 消費税の転嫁および表示の方法の
決定に係る共同行為が認められます。

買ったときや、
報復等が
法律で禁止されます。

特別措置法は
平成25年
10月1日スタートです!

わかりやすく
解説します!



その時、
どうする!?

「消費税転嫁対策特別措置法」を理解し

消費税の税務が変わります!

Topics (本誌P.4~)

消費税率はいつから変わるの? ▶ P.4

一定期間、税率が変わらない取引もあります ▶ P.5

プラスα (本誌P.28~)

消費税ってどんな税金? ▶ P.28

売上高1,000万円以下の事業者の方 ▶ P.32

売上高5,000万円以下の事業者の方 ▶ P.34

消費税の申告・納付はどうすればいい? ▶ P.36

対企業の取引が
多い私はこっちから!



まずは消費税の基本を
具体的に知りたい
方はこちらから。



あなたの会社



あなたは大丈夫? /



気をつけたい! 加害者にならないために

だれが対象になるの? ▶ P.6

「特定事業者、特定供給事業者ってだれ?」

「中小企業等も対象になります!」

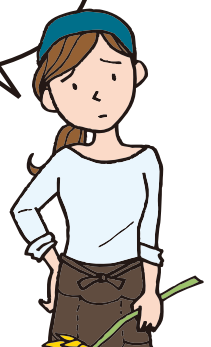
どんな行為が「転嫁拒否」になるの? ▶ P.8

「買ったときだけではありません!」

「特定事業者(買い手)が禁止される違反行為」

お客さんに対して
どんな風にしたら
いいのー?

と思ったら…



て、円滑かつ適正に消費税を転嫁しましょう!

納入先に対する消費税の転嫁

買い手による消費税の
転嫁拒否等が禁止されます!

パート
1

(本誌P.6~)

取引先に転嫁拒否された! ▶ P.12

「心強い! 特定事業者(買い手)に対する指導」

中小企業等が不利益を被ることは許さない! ▶ P.13

「指導・助言」

\さらに!

消費税の転嫁および表示の方法の決定に
係る共同行為が認められます!

転嫁カルテル・表示カルテルってナニ? ▶ P.22

この冊子
わかること



やっぱり不安……
消費税の転嫁について
具体的に知りたい!

▶ P.40~41

「消費税価格転嫁等
総合相談センター」
ができました!

一般消費者に対する消費税の転嫁

事業者を守る
新しいルールができました!

パート
2

(本誌P.14~)

禁止される表示とは? ▶ P.14

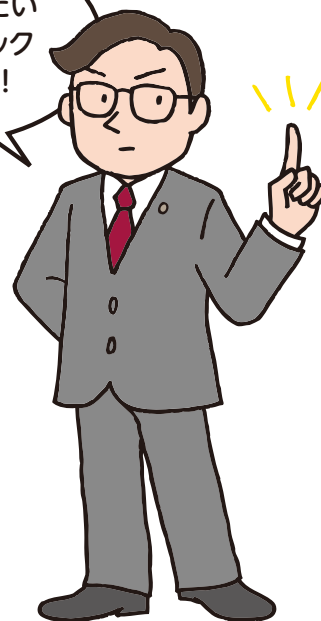
「『消費税還元セール』といった宣伝や広告が禁止されます」

※事業者間の取引においても禁止されます。

値札の価格表示はどうしたらいいの? ▶ P.18

「総額表示義務に特例が設けられます」

まずは知りたい
内容をチェック
しましょう!



は じ め に

平成25年10月1日、 「消費税転嫁対策特別措置法」

(消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法)

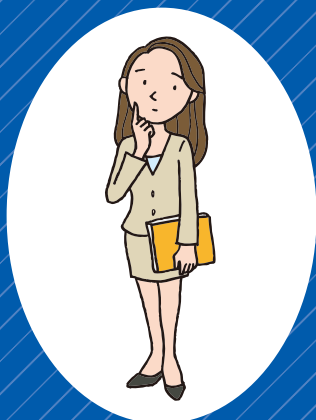
が施行されました!

中小企業・小規模事業者が取引先に商品などを納入する際に、大規模小売事業者等が、減額や買ったたきなどにより消費税の転嫁(消費税分を上乗せすること)を拒否することなどを禁止すること等を定めた法律です。

「消費税転嫁対策特別措置法」は、事業者の皆さんの大切な利益をしっかりと守ります!

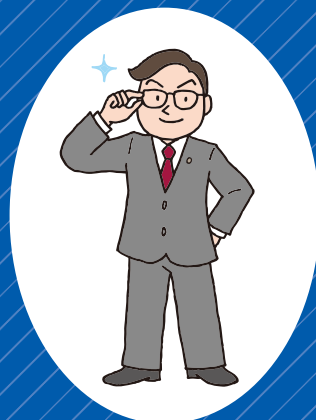
平成25年10月
中小企業庁

ナビゲーター



助手

「消費税の転嫁をめぐり、中小企業や小規模事業者にしわ寄せが来ないようにしなければ」と、先生と一緒に事業者の立場から問題を解決する。



先生

会社のお金に関する専門家として、多くの中小企業・小規模事業者から信頼される税理士。「消費税転嫁対策特別措置法」の中身をわかりやすく紹介する。



社長

大手スーパーに生鮮食品を納入する中小企業の社長。消費税率の引上げの際に、取引先から消費税分の減額を要求されないかとても不安になっている。



店長

生花店を経営する女性店長。お客様のニーズに合わせた品揃えが自慢。宣伝や広告の表示方法に関する新しいルールができると聞いて、心配している。

消費税のココが変わる!

④ 消費税はこれからどうなるの?

- 消費税率の引上げ

消費税の転嫁拒否対策

⑥ 取引先から消費税の転嫁を拒否された!

- 消費税転嫁対策特別措置法の目的
- 特定事業者=「転嫁拒否等をする側」、「買い手」
- 特定供給事業者=「転嫁拒否等される側」、「売り手」

⑧ 具体的にどのようなことが禁止されるの?

- 減額、買ったとき
- 商品購入、役務利用または利益提供の要請
- 本体価格(税抜価格)での交渉の拒否
- 報復行為

⑫ 消費税の転嫁拒否等は、どのように防止されるの?

- 違反行為に対する指導の内容
- 転嫁対策調査官
- 相談
- 検査・報告
- 指導・助言
- 措置請求
- 勧告・公表
- 独占禁止法等に基づく対応

事業者を守る新しいルールです!

⑭ 「消費税還元セール」はなぜダメなの?

- 消費税の転嫁を阻害する表示の是正
- 消費税転嫁対策特別措置法が規定する「表示」
- 禁止される表示例
- 禁止されない表示の具体例

⑱ 値札の価格表示はどうすればいいの?

- 総額表示義務の原則的な取扱い
- 総額表示義務の特例のポイント
- 税抜価格の表示方法
- 旧税率に基づく価格表示のポイント
- 税込価格の表示方法

⑳ 消費税の転嫁および表示の方法について足並みをそろえたい

- 要件・実施期間
- 独占禁止法の適用除外制度のポイント
- 転嫁カルテル
- 表示カルテル

㉕ 「消費税転嫁対策特別措置法」重要ポイントをチェックしてみましょう!

㉖ コラム 便乗値上げについて

凡例

掲載した内容が収録されている消費税転嫁対策特別措置法のガイドラインは、各項目の終わりに入れて示しています。

・公正取引委員会「消費税の転嫁を阻害する行為等に関する消費税転嫁対策特別措置法、独占禁止法及び下請法上の考え方」=公取

・消費者庁「消費税の転嫁を阻害する表示に関する考え方」=消①

・財務省「総額表示義務に関する特例の適用を受けるために必要となる誤認防止措置に関する考え方」=財務

・消費者庁「総額表示義務に関する消費税法の特例に係る不当景品類及び不当表示防止法の適用除外についての考え方」=消②

消費税ってどんな税金?

⑳ 消費税ってどんな税金?

- 消費税のしくみ

㉑ 消費税の課税の対象取引、非課税取引を教えて!

- 課税取引
- 非課税取引

㉒ 免税事業者の要件は?

- 免税事業者
- 課税事業者の選択

㉓ 消費税の簡易課税制度って何?

- 簡易課税制度の適用要件
- みなし仕入率

㉔ 消費税はどのように納めるの?

- 国内取引と輸入取引
- 任意の中間申告制度
- 商業・サービス業・農林水産業活性化税制

㉕ 消費税の転嫁および表示の方法などに関する相談は?

▶消費税はこれからどうなるの?

消費税率は、平成26年4月より、
8%に引き上げられます。

今般の消費税率の引上げは、幅広く国民各層に社会保障の安定財源の確保のための負担を
求めることにより、社会保障の充実・安定化と財政健全化の同時達成を目指すものです。

消費税率は段階的に引き上げることにより、
経済活動に与える影響を抑えます。

消費税率の引上げ

平成9年4月より



(消費税4%、地方消費税1%)

平成26年4月より



(消費税6.3%、地方消費税1.7%)

平成27年10月より



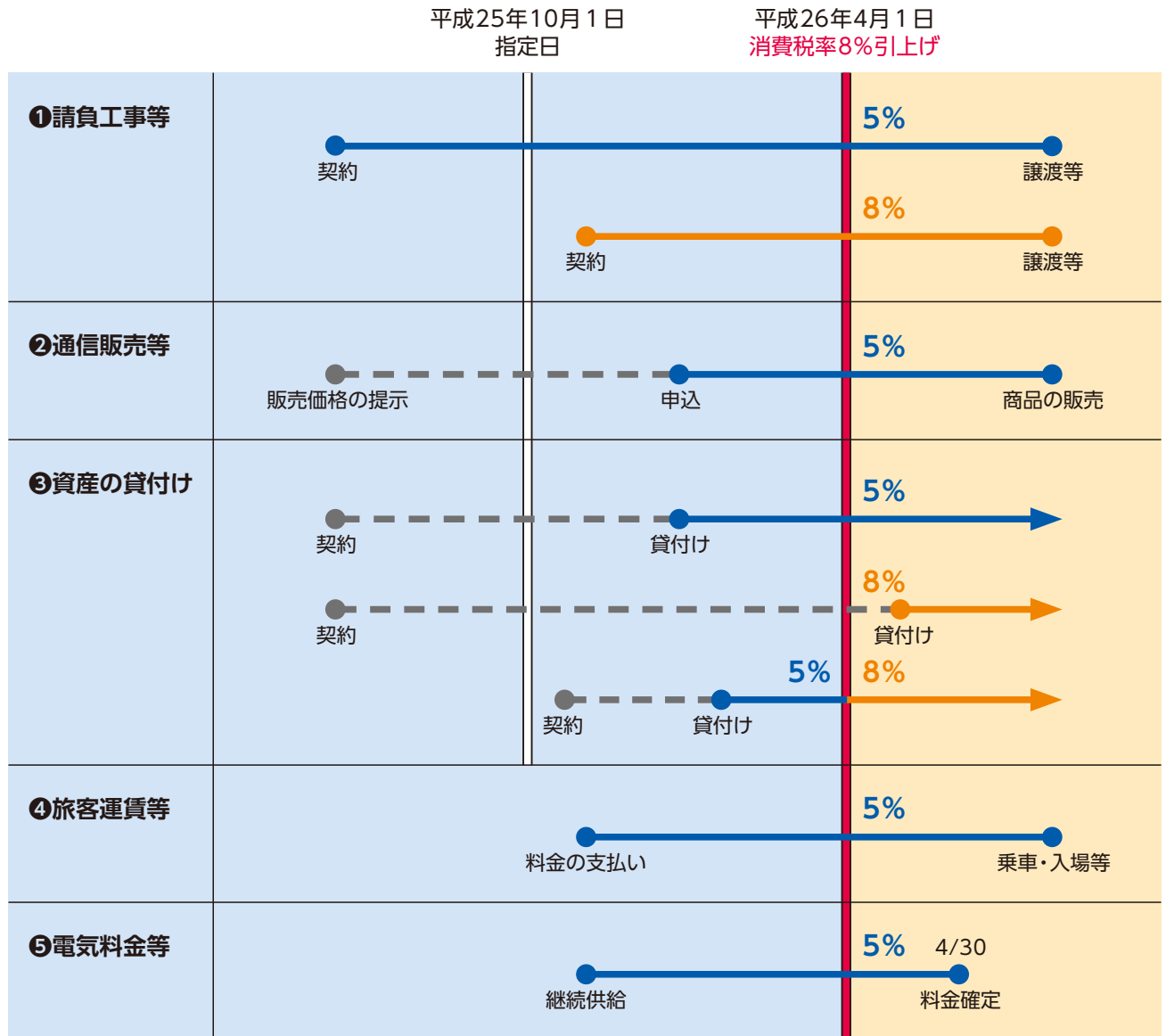
(消費税7.8%、地方消費税2.2%)

※この消費税率の引上げについては、税制抜本改革法附則第18条に則って、経済状況等を総合的に勘案して判断を行うこととされています。

出典(内閣官房、内閣府、公正取引委員会、消費者庁、財務省「消費税の円滑かつ適正な転嫁のために」)

一定のものについては経過措置として
改正前の消費税率が適用されます。

■ 経過措置等による消費税率



※経過措置の中には、消費税率引上げの半年前を「指定日」として、指定日より前に契約等を行うことを条件に、改正前の税率が適用されるものがあります。

■ 消費税率引上げ時に改正前の税率が適用される主な取引

| | |
|----------------|--|
| ①請負工事等 | 工事の請負契約、製造の請負契約、これらに類する契約（例：測量、地質調査、設計、ソフトウェア開発）など |
| ②通信販売等 | 新聞、テレビ、チラシ、カタログ、インターネットを通じて不特定かつ多数の者を対象に行われる通信販売など |
| ③資産の貸付け | テナントビルに係る賃貸借契約など |
| ④旅客運賃等 | 電車の回数券や定期券、映画や遊園地などの入場料金など |
| ⑤電気料金等 | 電気、ガス、水道料金、電話料金などで、検針により、料金が確定するものなど |

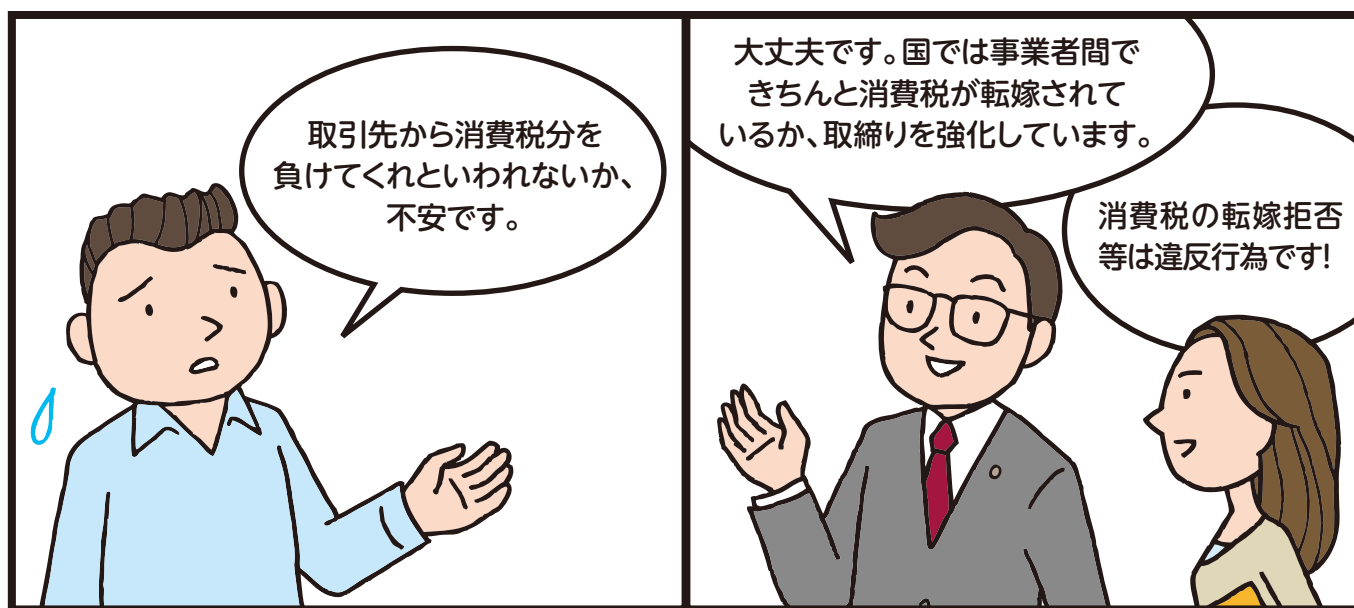
※ これら以外にも消費税法の適用に関して所要の経過措置が設けられています。

▶取引先から消費税の転嫁を拒否された!

特定事業者(買い手)による消費税の 転嫁拒否等の行為を禁止する

「消費税転嫁対策特別措置法」がスタートしました。

消費税転嫁について問題行為のある特定事業者(買い手)に対する調査や、中小企業等のための相談窓口の設置は、平成25年10月からスタートします。消費税転嫁対策は、「消費税転嫁対策特別措置法」の終期である平成29年3月31日まで続けられます。



具体的
には

中小企業・小規模事業者の利益を守ります

なるほど!

1



中小企業等が安心して消費税を転嫁できる
特別措置を盛り込んだ法律です。

消費税転嫁対策特別措置法の目的 (→公取・はじめに・1)

この法律の目的は、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保することです。
大規模小売事業者等の特定事業者(買い手)による消費税の転嫁拒否等を防止します。

特定事業者=「転嫁拒否等をする側」、「買い手」 (→公取・第1部・第1・1(1))

① **大規模小売事業者** (売上高100億円以上、または店舗面積3,000㎡以上※東京都特別区および政令指定都市の場合)
一般消費者が日常使用する商品の小売業を行う者 (大手スーパー、コンビニなど)。

② **中小企業等と継続して取引している法人**

資本金の額または出資の総額が3億円以下の事業者や個人事業者等と継続して商品などの取引をしている事業者。

※「継続して」とは、事業者間に継続的な取引関係がある場合を指します。個別の商品ごとに継続的な取引関係がある状態を指すものではありません。

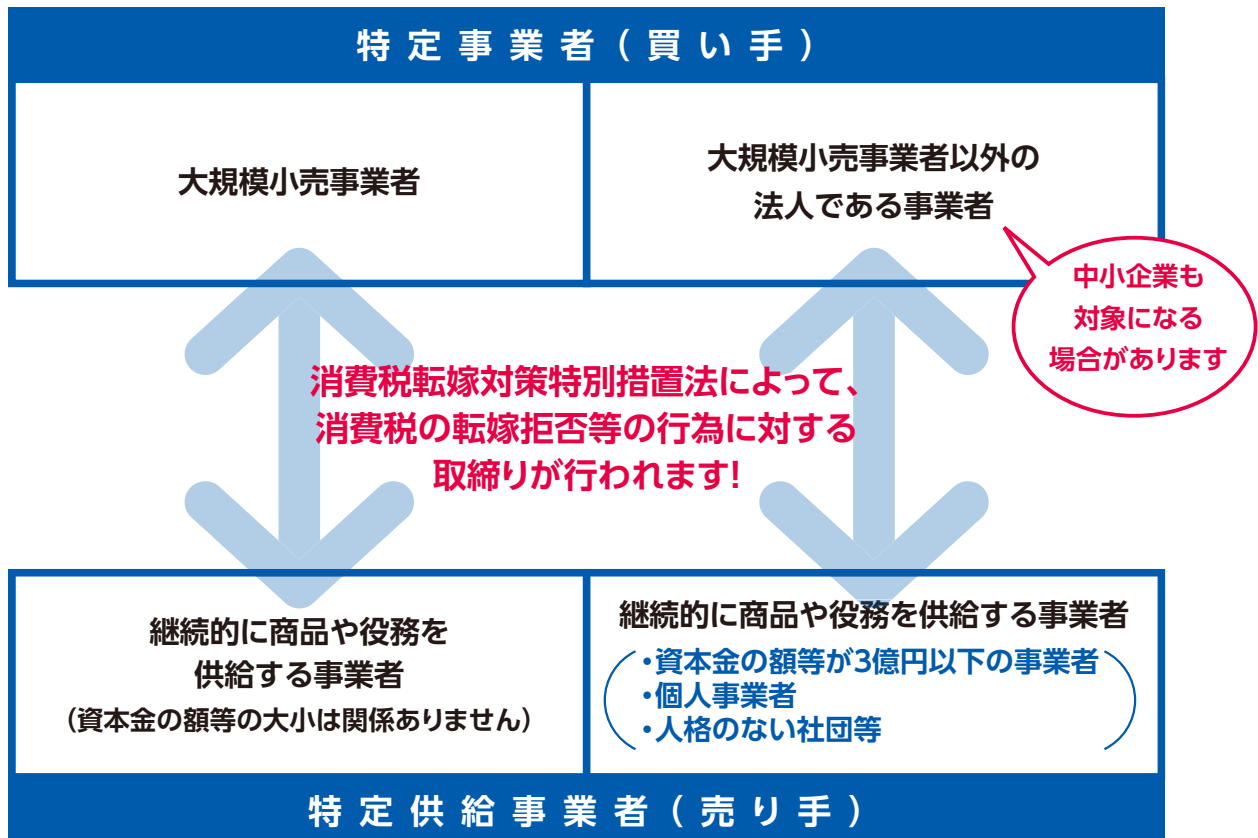
※これまで取引したことのない相手方から商品を1回限りの取引で購入する場合などは、「継続して」に該当しません。

特定供給事業者=「転嫁拒否等をされる側」、「売り手」 (→公取・第1部・第1・1(2))

✓ Check!

上記②の特定事業者と継続的に取引関係がある事業者について、資本金の額または出資の総額が3億円を超える場合は特定供給事業者とはなりません。

■ このような事業者間の取引が対象です!



▶ 具体的にどのようなことが禁止されるの？

特定供給事業者(売り手)に対する減額や 買ったたき、報復行為等が禁止されます。

すでに取り決められた取引価格を後になって下げる「減額」、通常支払われる対価よりも低く定める「買ったたき」といった行為等が禁止されます。

具体的
には

特定事業者が行うことを禁止される行為とは？

1

安心!

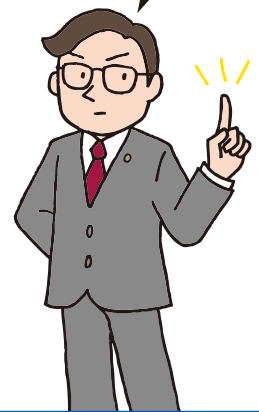


消費税の転嫁拒否等が禁止されます。

減額、買ったたき (→公取・第1部・第1・2～3)

■ 「減額」、「買ったたき」として問題となる具体例

これはダメです!



<減額>

✕ 消費税分を支払わないこと。

✕ 売り手と本体価格に消費税分を上乗せする契約をしていたのに、実際に支払う段階になって消費税分を下げる。

<買ったたき>

✕ 原材料費は変わらないのに、新しい税率の消費税分を上乗せした税込価格よりも低い税込価格を売り手に対して指定する。



■ 「減額」、「買ったとき」とはならないケース

- ・商品に問題がある場合や、納期に遅れた場合等、特定供給事業者(売り手)に責任があるために、相当と認められる金額の範囲内で取引価格を下げる場合など。
- ・特定事業者(買い手)からの大量発注、特定事業者(買い手)と特定供給事業者(売り手)による商品の共同配送、原材料の共同購入等により、特定供給事業者(売り手)にもコスト削減効果が生じていることから、双方の自由な価格交渉の結果、当該コスト削減効果を対価に反映させる場合など。

商品購入、役務利用または利益提供の要請 (→公取・第1部・第1・4)

■ 「商品購入の要請」、「役務利用の要請」、「利益提供の要請」として問題となる具体例

<商品購入の要請>

- × 売り手が買い手の指定する商品を購入しなければ、消費税の上乗せに当たって不利な取扱いをすることを示唆する。

<役務利用の要請>

- × 売り手にディナーショーのチケットの購入をお願いしたり、買い手が保有する宿泊施設の利用を要請したりする。

<利益提供の要請>

- × 消費税の上乗せに応じる代わりに、売り手に対して協賛金を要求する。

- × 消費税の上乗せに応じる代わりに、売り手の従業員やスタッフの派遣を要求する。



✓ Check!

協賛金や協力金等、名目のいかに問わず行われる金銭の提供、作業への労務の提供等をさせることも該当します。

本体価格(税抜価格)での交渉の拒否 (→公取・第1部・第1・5)

■「本体価格(税抜価格)での交渉の拒否」として問題となる具体例



× 売り手が提出した「本体価格と消費税額を別々に記載した見積書等」を買い手が拒み、消費税額を加えた総額のみを記載した見積書等を再度提出させる。

× 買い手が消費税額を加えた総額しか記載できない見積書等の様式を定めて、売り手にその様式の使用を余儀なくさせる。

2

安心!



公正取引委員会等に転嫁拒否の事実を知らせたことを理由に、取引を停止するなどの報復行為を禁止します。

報復行為 (→公取・第1部・第1・6)

特定供給事業者(売り手)が公正取引委員会等に対して、その事実を知らせたことを理由として、取引数量の削減や取引停止、その他の不利益な取扱いをすることを禁止します。

▶ 消費税の転嫁拒否等は、どのように防止されるの？

公正取引委員会・中小企業庁・主務大臣による 検査・指導等が行われます。

違反行為に対しては、「転嫁を拒否した消費税額分を支払う」といった是正のための指導・助言を行います。悪質な事例については、「社名の公表」などの厳しい措置で臨みます。

はじめに

1



売り手に対する転嫁拒否等は、政府がきちんと是正します。

違反行為はきちんと是正します！

違反行為に対する指導の内容 (→公取・第1部・第1・7)

■ 心強い！ 特定事業者(買い手)に対する指導方針

- ① 転嫁を拒否した消費税額分を支払うこと
- ② 遡及的に消費税率引上げ分を対価に反映させること
- ③ 転嫁と引き換えに購入させた商品を引き取り、商品の代金を返還すること
- ④ 特定供給事業者(売り手)が従業員を派遣したことにより受けた利益を返還すること
- ⑤ 消費税を含まない価格で価格交渉を行うこと
- ⑥ 指導に基づいて採った措置を特定供給事業者(売り手)に周知すること
- ⑦ 違反行為の再発防止のための研修を行うなど社内体制の整備のために必要な措置を講ずるとともに、その内容を自社の役員および従業員に周知徹底すること
- ⑧ 今後、転嫁拒否等の行為を繰り返さないこと ……など



すごい！

2



転嫁拒否等の被害の調査を行う専門の調査官が新たに配置されます。

転嫁対策調査官

消費税の転嫁拒否等の被害について聞き取り調査を行う転嫁対策調査官を新たに配置するなどの監視・検査体制の強化に取り組みます。

3

なるほど!



事業者への立入検査を行い、
転嫁拒否等の違反行為を摘発します。

相談

相談先

<全般的な相談> 下記2つの窓口のどちらでもご利用いただけます。

1 政府共通の相談窓口

内閣府消費税価格転嫁等総合相談センターを設置して相談に応じます（違反被疑情報については、相談者の御意向により、担当省庁へ通知します）。（連絡先P41参照）

2 経済産業省・中小企業庁の相談窓口

経済産業省においては、本省、中小企業庁および各地域経済産業局に、消費税転嫁対策室を設置して相談に応じます。（連絡先P40参照）

<消費税転嫁対策特別措置法の解釈の相談>

3 消費税転嫁対策特別措置法上の法令、ガイドラインの解釈については、その内容により、公正取引委員会、消費者庁または財務省で相談に応じます。（連絡先P41参照）

○中小企業団体においても、相談窓口を設置してアドバイスをを行います。

※2,336カ所（商工会議所514、商工会1,679、都道府県商工会連合会47、都道府県中小企業団体中央会47、全国中小企業団体中央会1、都道府県商店街振興組合連合会47、全国商店街振興組合連合会1）

検査・報告

実施する機関=公正取引委員会、主務大臣、中小企業庁長官

事業者に対して報告命令、立入検査を行います。

指導・助言

実施する機関=公正取引委員会、主務大臣、中小企業庁長官

特定事業者（買い手）に対して、違反行為を防止し、または是正するための指導・助言を行います。

措置請求

実施する機関=主務大臣、中小企業庁長官

実施する機関が違反行為があると認める場合は、公正取引委員会に対して、適切な措置を求めることができます（措置請求）。ただし、違反行為が多数に対して行われている場合、違反行為による不利益の程度が大きい場合などには措置請求を行います。

勧告・公表

実施する機関=公正取引委員会

違反行為があると認める場合は、特定事業者（買い手）に対して、速やかに消費税の適正な転嫁に応じることその他必要な措置を取るよう勧告し、その旨を公表します。

※建設業、宅地建物取引業、不動産鑑定業、浄化槽工事業、解体工事業の一部については、都道府県知事も検査や指導、公正取引委員会に対する措置請求を行います。

独占禁止法等に基づく対応

特定事業者（買い手）が勧告に従わない場合で、独占禁止法に違反する行為については、同法に基づき厳正に対処します（排除措置命令や課徴金納付命令の対象となる可能性があります）。また、消費税転嫁対策特別措置法の対象とはならない一方で下請法に違反する行為が行われている場合については、同法に基づき迅速かつ的確に対処します（具体的な類型については、➡公取・第1部・第2・第3をご覧ください）。

キーワード

主務大臣

特定事業者（買い手）または特定供給事業者（売り手）の事業を所管する大臣等のことです。

大切!

消費税の転嫁拒否等は、大手事業者から中小企業等への取引だけでなく、中小企業間の取引も取締りの対象となりますので注意してください。



▶「消費税還元セール」はなぜダメなの?

消費税は「最終的には消費者が負担し、事業者が納付する税金」です。消費者に消費税の負担について誤認されないようにするために、「消費税は転嫁しません」等の宣伝や広告は禁止されます。

消費者に消費税の負担について誤認されないようにすることとともに、納入業者に対する買ったとき、競合する小売事業者の転嫁を阻害することにつながらないようにすることも、狙いの一つです。事業者が消費税に関連するような形での安売りの宣伝や広告を行うことは禁止されます。

具体的には

消費税転嫁を阻害する表示はNG!

大切!

あくまでも消費税分を値引きする等の宣伝や広告を禁止するものです。事業者の企業努力による価格設定自体を制限するものではありません。

1

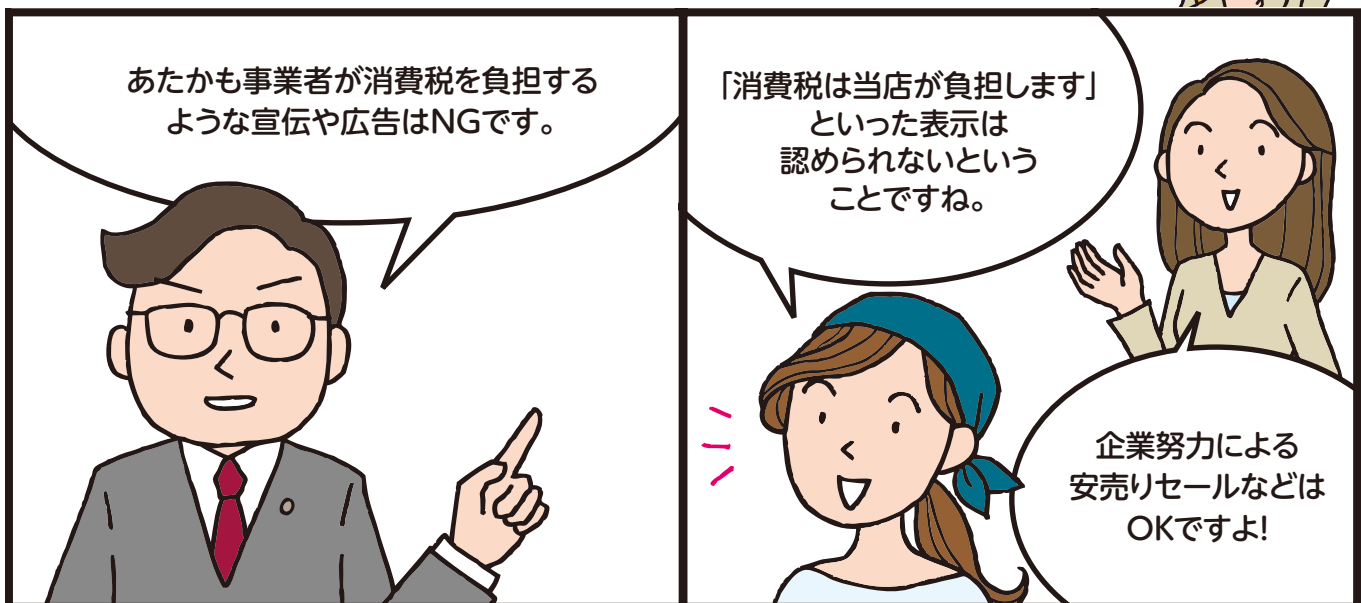
はじめに



消費税の負担について消費者に誤認されないことが主な狙いです。

消費税の転嫁を阻害する表示の是正 (→消①・第1・1~2)

消費税は、「最終的には消費者が負担し、事業者が納付する税金」です。



2

注意しよう!



中小企業を含む全ての事業者がセール等で行う表示が対象です。

消費税転嫁対策特別措置法が規定する「表示」 (→消①・第2・2)

商品や容器、包装、チラシ、電話、ネオン・サイン、インターネットによる広告等、顧客を誘引するために利用するあらゆる表示が対象となります。いわゆるセールストークといった口頭による広告も含まれます。

3

注意しよう!



消費税分を値引きする等の宣伝や広告を禁止します。

禁止される表示例 (→消①・第2・3、第3・1)

消費税転嫁対策特別措置法では、消費税分を値引きする等の宣伝や広告を禁止しています。「消費税は転嫁しません」、「消費税率上昇分値引きします」、「消費税相当分、次回の購入に利用できるポイントを付与します」等の表示は禁止されます。

なお、「消費税」といった文言を含まない表現については、宣伝や広告の表示全体から消費税を意味することが客観的に明らかな場合でなければ禁止される表示には該当しません。

大切!

転嫁を阻害する表示について違反行為があると認められるとき、消費者庁が速やかにその行為を取りやめることを勧告し、その旨を公表するとしています。



■ 禁止される具体的な表示の例

✕ 1) 消費者に消費税を転嫁していない旨の表示

消費税は転嫁しません

消費税を転嫁していないので、価格が安くなっています

これらは全てダメです!

消費税はおまけします

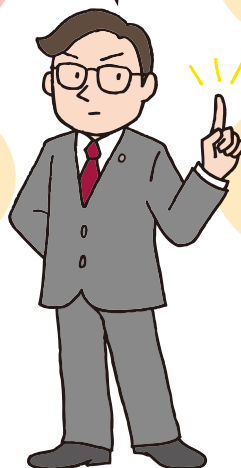
「消費税還元」、「消費税還元セール」

消費税は一部の商品にしか転嫁していません

消費税は当店が負担しています

消費税はサービス

当店は消費税増税分を据え置いています



× (2) 消費者が負担すべき消費税額の全部または一部を価格から値引きする旨の表示であって、消費税との関連を明示しているもの

消費税率上昇分
値引きします

消費税8%分
還元セール

増税分は
勉強させて
いただきます

消費税率の
引上げ分をレジに
て値引きします

※「消費税」といった文言を含まない表現であっても、「増税分3%値下げ」、「税率引上げ対策、8%還元セール」など、「増税」または「税」といった文言を用いて実質的に消費税分を値引きする等の趣旨の宣伝や広告を行うことは、禁止される表示に該当します。

× (3) 消費税に関連して消費者に経済上のサービスを提供する旨の表示

消費税相当分、
次回の購入に
利用できる
ポイントを
付与します

消費税相当分の
商品券を
提供します

消費税相当分の
お好きな
商品1つを
提供します

消費税増税分を
後で
キャッシュバック
します

禁止されない表示の具体例 (→消①・第3・2)

| (1) 消費税との関連が はっきりしないもの | (2) たまたま消費税率の 引上げ幅と一致するだけのもの | (3) たまたま消費税率と 一致するだけのもの |
|------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|
| 「春の生活応援セール」 | 「3%値下げ」 | 「10%値下げ」 |
| 「新生活応援セール」 | 「3%還元」 | 「8%還元セール」 |
| | 「3%ポイント還元」 | 「8%ポイント進呈」 |

これらは
問題ありません。



もっと
知りたい

Q&A



「消費税還元セール」といった、禁止される宣伝や広告はどのような取締りが行われるの?



消費税の転嫁を阻害する表示に対しては、次のような監視・取締りが行われます。

報告徴収・立入検査実施する機関=消費者庁長官、公正取引委員会、主務大臣、中小企業庁長官
事業者に対して報告命令、立入検査を行います。**指導・助言**実施する機関=消費者庁長官、公正取引委員会、主務大臣、中小企業庁長官
事業者に対して、違反行為を防止し、または是正するための指導・助言を行います。**措置請求**実施する機関=公正取引委員会、主務大臣、中小企業庁長官
実施する機関が違反行為があると認める場合は、消費者庁長官に対して、適当な措置を
求めることができます。ただし、違反行為を繰り返し行う蓋然性が高いと認められるとき
や、消費税の円滑かつ適正な転嫁を阻害する重大な事実があると認められるときには措
置請求を行います。**勧告・公表**実施する機関=消費者庁長官
違反行為があると認める場合は、事業者に対して速やかにその行為を取りやめることそ
の他必要な措置をとるべきことを勧告し、その旨を公表します。※建設業、宅地建物取引業、不動産鑑定業、浄化槽工事業、解体工事業の一部につい
ては、都道府県知事も検査や指導、消費者庁に対する措置請求を行います。**景品表示法に基づく対応**消費税転嫁対策特別措置法第8条の規定に違反する行為について、勧告に従ったときに限り、当該勧告に係る行為を景
品表示法上の措置命令の適用除外としているところ(本法第9条において読み替えて準用する本法第7条)、勧告に従わ
なかった場合には、当該違反行為について、景品表示法の手続に移行する可能性があります。(なお、景品表示法の観点
から、消費税率の引上げに伴う表示についての基本的な考え方及び禁止される具体的な表示例等は、➡消①・参考をご
覧ください)

NOTE

▶ 値札の価格表示はどうすればいいの?

平成29年3月31日まで

「総額表示義務」に特例が設けられます。

注意しよう!

1



原則は総額表示です。

総額表示義務の原則的な取扱い

消費者に対して商品・サービスを販売する場合（いわゆる小売段階）、あらかじめ価格を表示するときは、税込価格を表示しなければなりません。

■ 消費税の総額表示義務の対象者

総額表示を行わなければならない事業者 = 消費者に対して商品やサービスを販売する課税事業者

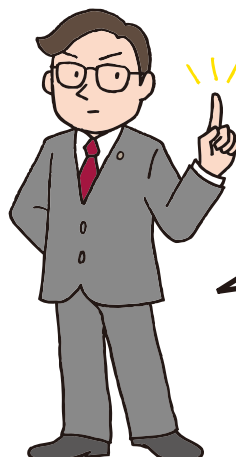
※免税事業者は取引に課される消費税がありませんので、「税込価格」や「税抜価格」といった表示は、消費税のしくみ上、予定されていません。

■ 総額表示の対象

対象となる価格表示の例

- ① 値札、商品陳列棚、店内表示等による価格の表示
- ② 商品、容器または包装による価格の表示およびこれらに添付したものによる価格の表示
- ③ チラシ、パンフレット、商品カタログ等による価格の表示
- ④ ポスター、看板、ネオン・サイン、アドバルーン等による価格の表示
- ⑤ 新聞、雑誌その他の出版物、放送、映写または電光による価格の表示
- ⑥ インターネット、電子メール等による価格の表示

お客さんを
混乱させないよう、
気をつけないと。



総額表示義務は、
消費者の利便のためにできた
制度ですので、この特例を
使って税込価格を表示しない
場合であっても、おそくとも
平成29年3月31日までに
総額表示へ戻す
必要があります。

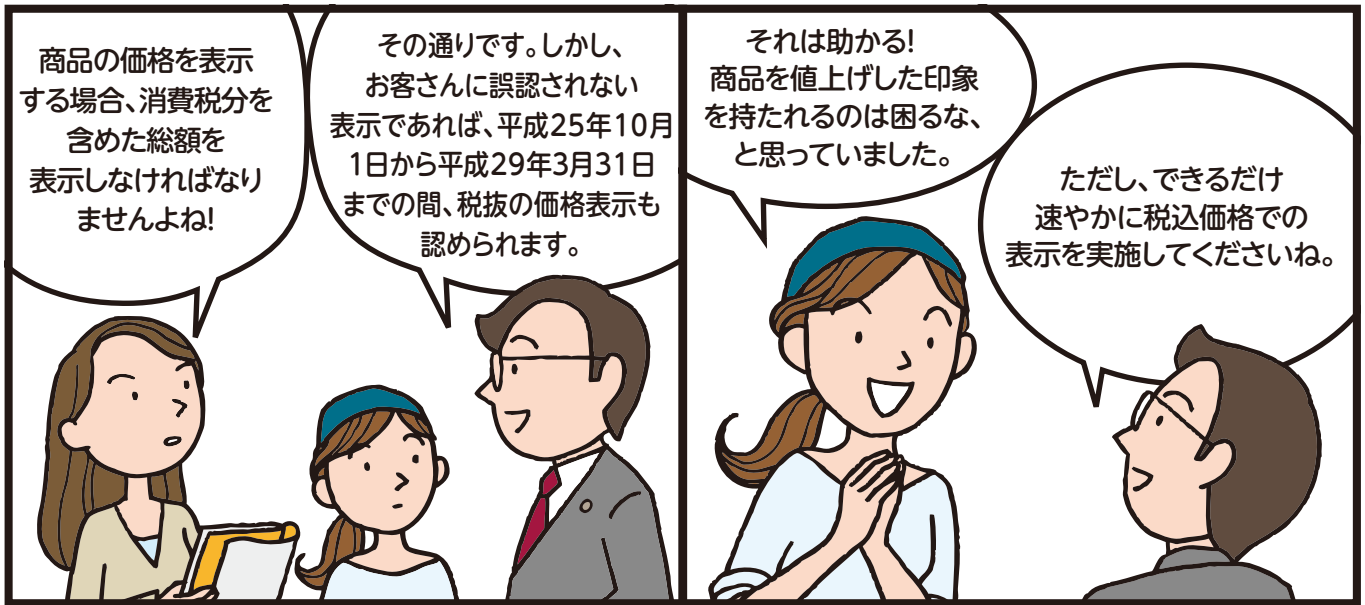
もっと知りたい **Q&A**



お寿司屋さんの時価はどうするのですか？



総額表示の義務付けは、価格を表示していない取引に価格表示を義務付けるものではありません。例えば、お寿司屋さんの「時価」、「特価」などとしか表示していない場合は、総額表示義務の対象ではありません。



2 値札を貼り替える負担を軽減できます。

総額表示義務の特例のポイント (→財務・第1・1~2)

■ 特例を適用すれば…… (平成25年10月1日から可能です)

平成25年10月1日からの価格表示

9,800円 (税抜)

消費税率引上げ後の価格表示

9,800円 (税抜)



4月1日に値札を変更しなくても対応できる!



税抜価格や旧税率に基づく価格表示であることを明示する必要があります。

税抜価格の表示方法 (→財務・第2・1、第3・1~2)

誤認防止のための表示=消費者が商品等を選択する際に、表示価格が税抜価格であることを明瞭に認識できる方法で行う必要があります。

NGのケース

- × 誤認防止のための表示が、店内のレジ周辺だけで行われている。
- × 誤認防止のための表示が、商品カタログの申込用紙だけに記載されている。
- × 誤認防止のための表示が、インターネットのウェブページにおける決済画面だけに記載されている。

個々の値札等で税抜価格を明示する例

| | | | |
|------------|------------|------------|----------|
| 〇〇〇円(税抜き) | 〇〇〇円(税別) | 〇〇〇円(本体) | 〇〇〇円+税 |
| 〇〇〇円(税抜価格) | 〇〇〇円(税別価格) | 〇〇〇円(本体価格) | 〇〇〇円+消費税 |

店内における掲示等により一括して税抜価格であることを明示する例

(店内での表示の例) 個々の値札等においては「〇〇〇円」と税抜価格のみを表示し、別途、店内の消費者が商品等を選択する際に目につきやすい場所に、明瞭に、「当店の価格は全て税抜表示となっています」といった掲示を行う。

旧税率に基づく価格表示のポイント (→財務・第4・1~2)



4

安心!

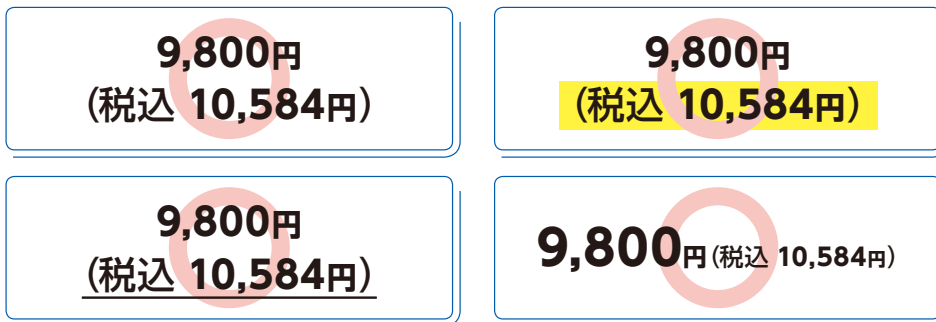


税抜価格と税込価格を併記することもできます。

税込価格の表示方法 (→消②・第3・1~2)

税込価格が見やすく、税抜価格が税込価格と誤認されないように表示します。

■ 明瞭に表示されているといえる例



■ 明瞭に表示されていない例

(1) 税込価格表示の文字の大きさに問題がある



(2) 文字間余白、行間余白に問題がある
(一定幅当たりの文字数に問題がある)



(3) 背景の色との対照性に問題がある

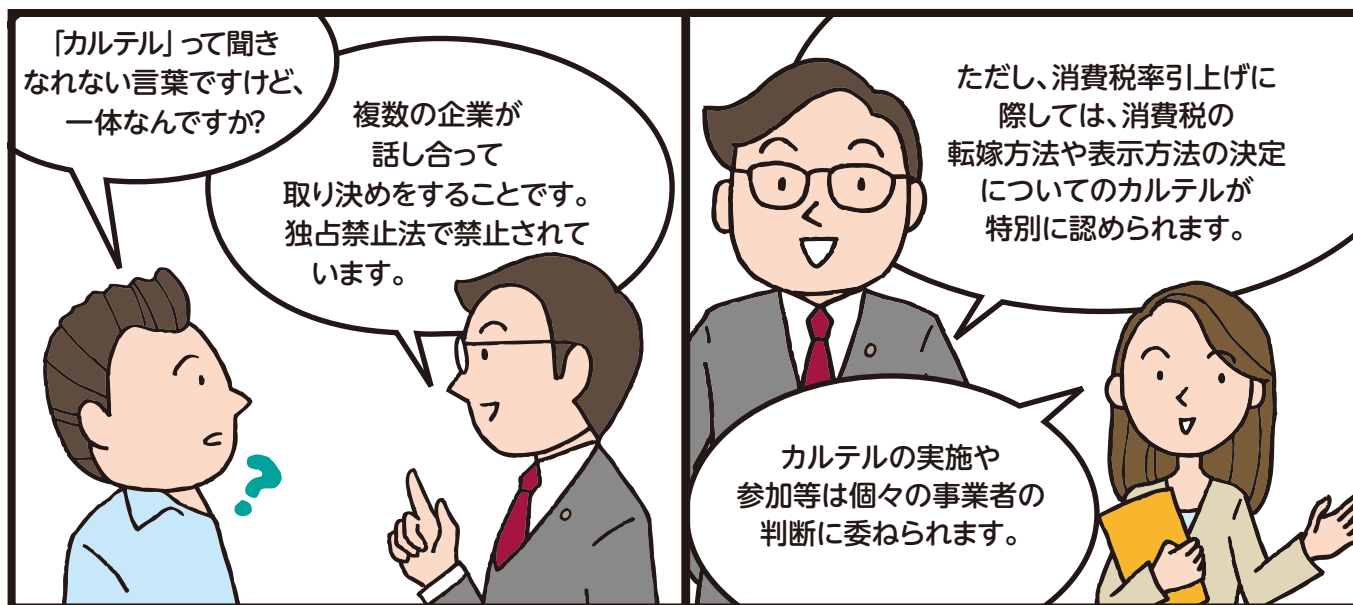


個別の価格表示について、税込価格が明瞭に表示されているか否かは、消費者庁が平成25年9月10日に公表した「総額表示義務に関する消費税法の特例に係る不当景品類及び不当表示防止法の適用除外についての考え方」に基づき、個別に判断されます。



▶消費税の転嫁および表示の方法について足並みをそろえたい 「転嫁カルテル」および「表示カルテル」について 独占禁止法の適用除外制度が設けられました。

※独占禁止法=「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律」



具体的には

転嫁カルテル・表示カルテルが認められます!

1

はじめに!



独占禁止法に違反することなく、行えます。

要件・実施期間 (→公取・第2部・第1・1)

事前に公正取引委員会に対し、その共同行為の内容等を届け出る必要があります。共同行為が認められる期間は、平成26年4月1日から平成29年3月31日までにおける、商品の販売やサービスの提供を対象とするものです。

※ただし、「中小企業等協同組合法」、「商店街振興組合法」等の法律の規定に基づいて設立され、独占禁止法第22条の各号に掲げる要件を備えた組合(組合の連合会を含む)の行為については、届出を行う必要はありません。

大切!

共同行為は、消費税法上の課税事業者、簡易課税事業者および免税事業者のいずれも参加することができます。内国事業者・外国事業者のいずれも参加できます。



2

注意しよう!



消費税の転嫁方法や表示方法の決定についてのカルテルが特別に認められます。

独占禁止法の適用除外制度のポイント (→公取・第2部・第1・1～3)

消費税の転嫁および表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別措置が講じられます。

■ 事前の届出によって認められる共同行為

① 転嫁カルテル=消費税の転嫁の方法の決定に係る共同行為

- ・事業者がそれぞれ自主的に定めている本体価格に消費税額分を上乗せする旨の決定
- ・消費税額分を上乗せした結果、計算上生ずる端数を、切上げ、切捨て、四捨五入等により合理的な範囲(例 本体価格98円×8%=消費税額7.84円→8円)で処理する旨の決定

※「本体価格を統一することの決定」は、適用除外の対象にはなりません。

※参加事業者の3分の2以上が中小事業者であることが必要です。

転嫁カルテルとして認められない例

ア) 消費税率引上げ後の税抜価格または税込価格を統一する旨の決定

イ) 消費税率引上げ分と異なる額(率)を転嫁する旨の決定

例えば…

全商品を消費税率
引上げ前の税込価格から
7%引き上げる
旨の決定

消費税率引上げ前の
税込価格からA商品は7%、
B商品は5%を上乗せし、
C商品は据え置く旨の決定

個別商品ごとの
消費税額に関係なく
全商品を一律〇〇円
引き上げる旨の決定

② 表示カルテル=消費税についての表示の方法の決定に係る共同行為

- ・消費税率引上げ後の価格表示について統一的な表示方法を用いる旨の決定

(例)「消費税込価格」と「消費税額」とを並べて表示

「消費税込価格」と「消費税抜価格」とを並べて表示

✓ Check!

共同行為に参加した事業者間で、共同行為の実効を担保するために必要な合理的な範囲内の制裁を課すことを併せて決定することができます。ただし、この場合は、これを共同行為に付随する内容として届け出る必要があります。なお、例えば、共同行為に参加した事業者間で、当該共同行為に違反した事業者に対して、必要な合理的範囲を超えた制裁(事業者団体からの除名、除名と同様の効果を有する高額な過怠金等)を課すことは認められません。

3

なるほど!



転嫁カルテルは、一般的に中小事業者が市場における価格形成力が弱いことに配慮して、一部の事業者に認められているものです。

転嫁カルテル (→公取・第2部・第1・2)

転嫁カルテルを実施できるのは、次の要件を備えた事業者または事業者団体に限られます。

■ 転嫁カルテルが認められる事業者等



① 共同行為が複数の事業者の間で行われる場合には、参加事業者の3分の2以上が中小事業者であること



② 共同行為が事業者団体で行われる場合には、構成事業者の3分の2以上が中小事業者であること。また、事業者団体の連合会で行われる場合には、傘下の事業者団体のそれぞれの構成事業者の3分の2以上が中小事業者であること



③ 事業者と事業者団体が共同して行う場合、事業者団体同士が共同して行う場合には、それぞれが上記①②の要件を満たしていること

キーワード

事業者団体

事業者としての共通の利益を増進することを主たる目的とする事業者の集まりをいいます。具体的には、〇〇協会、〇〇協議会、〇〇工業会、〇〇商店会といった業界団体や地域団体が該当します。

4

安心!



表示カルテルは、全ての事業者・事業者団体に認められます。

表示カルテル (→公取・第2部・第1・3)

どの表示方法にするのか、みんなで統一しましょう。



○ 消費税率引上げ後の価格について統一的な表示方法を用いることを取り決める。

○ 見積書、納品書等について消費税額を別枠で表示するなど、消費税の表示方法に関する様式を作成して統一的に使用することを取り決める。

○ 価格交渉を行う際に、税抜価格を提示することを取り決める。
※特定事業者(買い手)が税抜価格での価格交渉を拒否する場合、違反行為となります。



「消費税転嫁対策特別措置法」について 理解できましたか？ 重要ポイントをチェックしてみましょう！

✓ 消費税をめぐる状況

- Q. 消費税率はいつから引き上げられますか？**
A. 平成26年4月から8%に引き上げられます。(▶P.4)
- Q. 消費税率の引上げに伴う経過措置があることを知っていますか？**
A. 消費税率引上げ以後に行われる資産の譲渡等のうち、一定のものについては改正前の税率を適用する経過措置があります。(▶P.5)

✓ 消費税の転嫁拒否等の行為の禁止

- Q. 自分の会社、あるいは取引先は、消費税転嫁対策特別措置法上の消費税の転嫁拒否等が禁止される「特定事業者」(買い手)に該当しますか？**
A. 消費税の転嫁拒否等の行為は、大手スーパーなどだけではなく、中小企業等も取締りを受ける場合があります。(▶P.7)
- Q. 特定事業者(買い手)のどのような行為が違反行為として取締りを受けますか？**
A. すでに取り決められた価格について、合理的な理由がないにもかかわらず、特定事業者(買い手)が後になって取引価格を下げる「減額」を行うことなどが禁止されます。(▶P.8)
- Q. 消費税の転嫁拒否等の行為に対して、国はどのような措置を講じますか？**
A. 事業者への立入検査を行い、違反行為を行う特定事業者(買い手)に指導・助言、是正の勧告などを行います。(▶P.12)

✓ 宣伝や広告、価格表示等に関する新しいルール

- Q. 「消費税は転嫁しません」という宣伝文句はなぜNGなのですか？**
A. 消費者に「消費税を支払っていない」と誤認させないようにすることや、納入業者に対する買ったときなど、消費税の転嫁を阻害することを防ぐことが目的です。(▶P.14)
- Q. 値札の価格表示のルールはどう変わりますか？**
A. お客様に税込価格であると誤認されない表示であれば、税抜の価格表示も認められます。(▶P.18)
- Q. 転嫁カルテルや表示カルテルの内容はわかりましたか？**
A. 消費税の転嫁方法や表示方法について事業者団体などの共同行為が認められます。(▶P.22)



便乗値上げは、いけません。

～消費者の生活に好ましくない影響を与えることが懸念されます。～

便乗値上げとは

今回の消費税率の引上げに当たっては、個々の商品やサービスの価格が、新たな税負担に見合った幅で上昇することが見込まれています。したがって、事業者が、他に合理的な理由がないにもかかわらず、税率の上昇に見合った幅以上の値上げをする場合、それは便乗値上げである可能性があります。

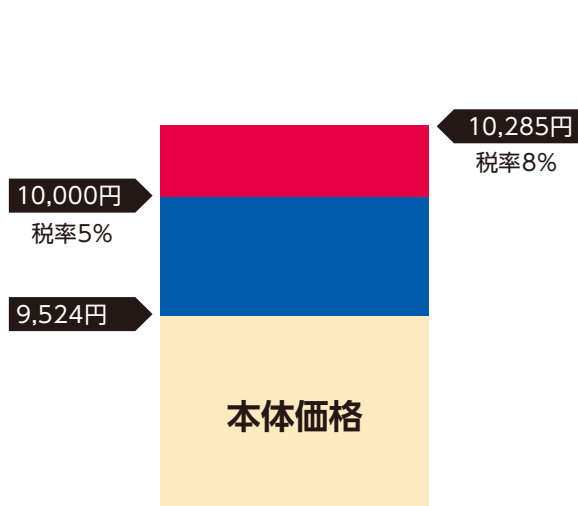
ただし、一般に、個々の商品などの価格は、自由競争の下で市場条件を反映して決定されるものであるため、実際にどのような場合に便乗値上げに該当するのかを判断するに当たっては、それが税負担の変化による上昇幅を超えているかという点のほか、商品などの特性、需給の動向やコストの変動など、種々の要因を総合的に勘案する必要があります。

ちなみに、課税される商品やサービスについて、本体価格が全く変わらなければ、消費税率の引上げなどが行われた後の価格は、総額表示(税込価格)の場合、税抜価格の場合で、それぞれ次のようになると考えられます。

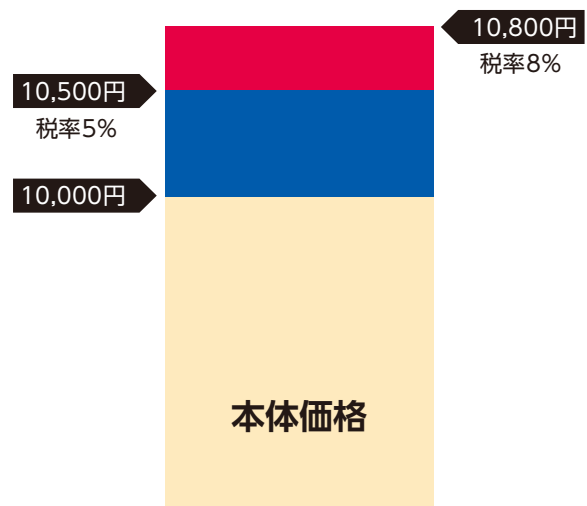
1万円の商品・サービスの値上げについて

※本体価格は、消費税率の引上げ後も従前と変わらないものとします。

① 総額表示(税込価格)で
1万円と表示されている場合



② 税抜価格で
1万円と表示されている場合





便乗値上げのようになって、便乗値上げに当たらないもの① ～事業全体で適正な転嫁をしている場合～

ある特定の商品やサービスにつき、他に特段の理由がないにもかかわらず、本体価格の3%を超える値上げが行われた場合、その商品やサービスだけを見ると、便乗値上げであるように思われますが、その事業者が、事業全体として税率変更に見合った適正な転嫁をしていれば、便乗値上げには当たりません。

端数処理

各種の運賃など、取引慣行や利用者の便宜などを考慮して10円単位で税込価格が設定されているもの場合、あるものについては据置きとする反面、あるものについては3%を超える値上げとすることもあります。

事業全体として適正な転嫁を行っている場合の例

(区間A、Bともに総額表示)

| | | |
|-----------------|------------------------------|------------------------|
| 区間A (85万人利用) | 150円 → 150円 | 据置き (引上げ率=0.00%) |
| 区間B (75万人利用) | 180円 → 190円 | 10円引上げ (引上げ率=5.56%) |
| 事業全体の売上げ | 262.5 → 270.0 (百万円) (百万円) | 増加率=2.85% |

※上記の事例は、実際の運賃などとは関係ありません。

理論的には、総額表示(内税)の商品について本体価格が一定である場合、税率が5%から8%に引き上げられることによって、 $(108-105)/105=2.85\%$ の値上げが予想されます。

したがって、左の事業者の例では、事業全体としての売上げ増が理論値と一致していることから、区間Bについて5.56%の引上げがあることをもって便乗値上げであるとは言えません。

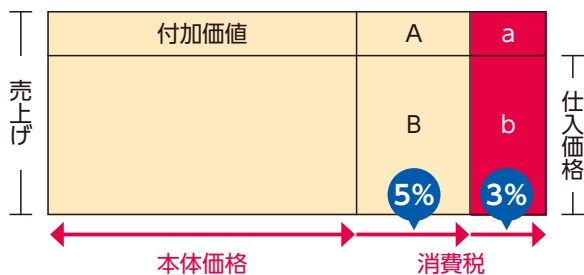


便乗値上げのようになって、便乗値上げに当たらないもの② ～免税事業者が仕入価格に含まれる税額を転嫁する場合～

免税事業者が消費税率の引上げに際して値上げをする場合、一見便乗値上げではないかと思われそうですが、免税事業者であっても、その仕入価格には消費税が含まれていることから、これに相当する額を価格に転嫁することは便乗値上げに当たりません。

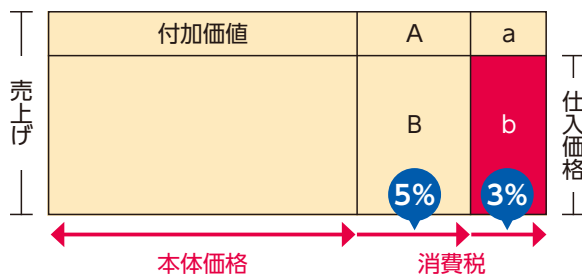
免税事業者が仕入価格に含まれる税額を転嫁する場合について

① 課税事業者



消費税率の引上げに伴い、課税事業者では、 $a+b$ の値上げが行われることとなります。納税義務者として、Aに加え新たにaの納税を行う。bについては仕入価格の上昇として負担。

② 免税事業者



消費税率の引上げに伴い、免税事業者では、仕入価格が高くなった分(=b)の値上げが行われることとなります。aの納税を行う必要がないので、 $a+b$ の値上げは予定されていない。

プラスα 消費税ってどんな税金？

▶ 消費税ってどんな税金？

消費税は、商品を購入したり、サービスの提供を受けたりした場合に、その取引に対して課税される税金です。

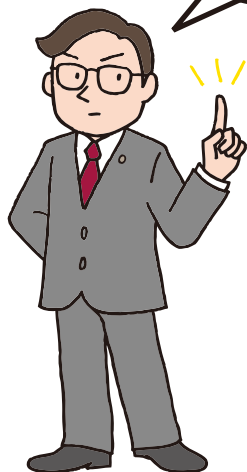
消費税は、事業者負担を求めものではありません。消費税は、取引の各段階で商品やサービスの価格に転嫁(上乘せ)されることで、最終的には、商品を購入したり、サービスの提供を受けたりする消費者が負担します。

具体的には 消費税の特徴は？



消費税を負担するのは消費者ですが、消費税を申告・納付するのは事業者です。

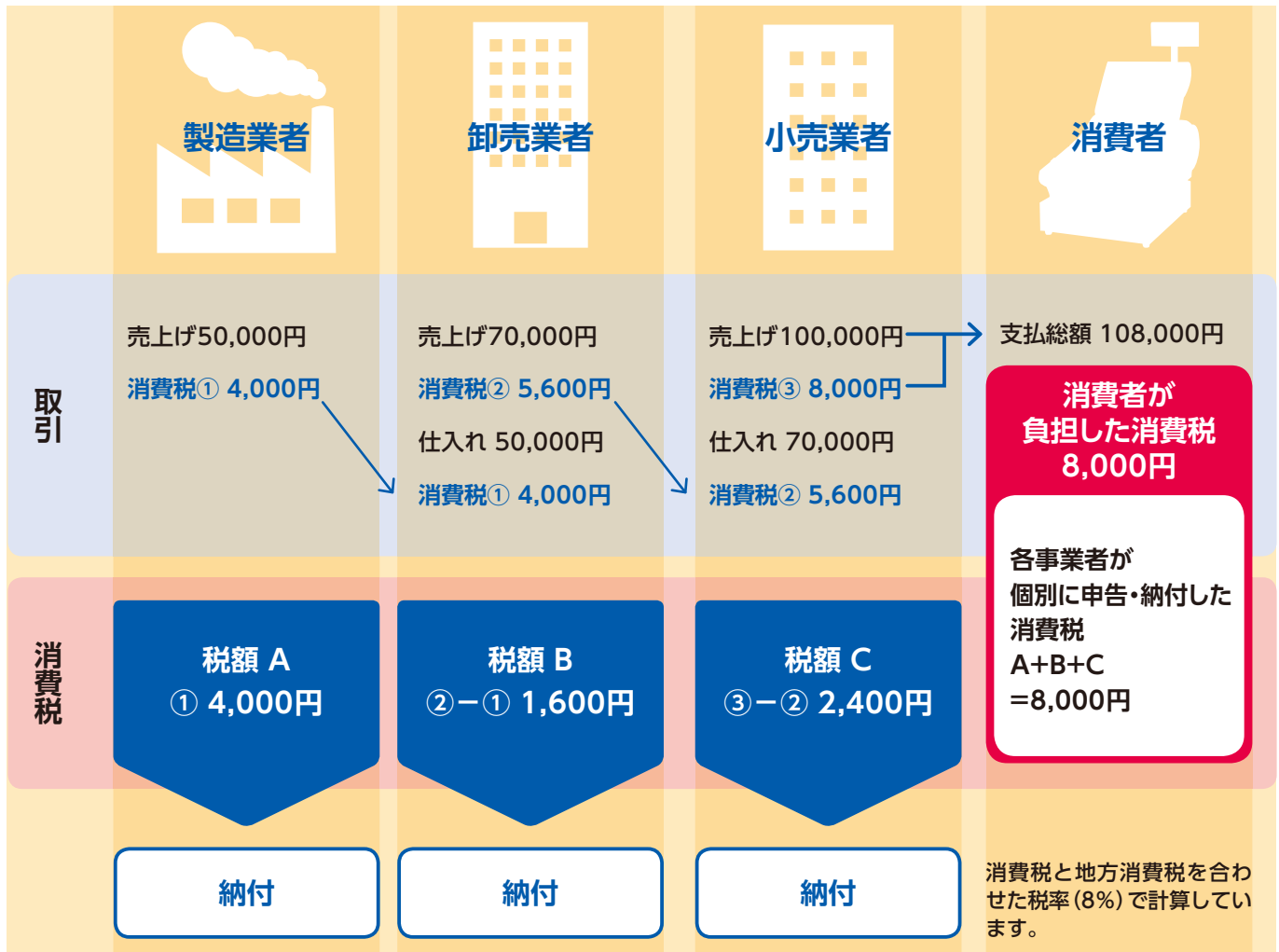
消費税のしくみ



■ 消費税の基本

- ① 消費税は、各取引の段階ごとに転嫁されて、最終的に消費者が負担します
- ② 消費税は国内で行われるほとんどの取引に課税されますが、社会政策的な配慮などから例外的に課税されない「非課税取引」や課税対象にならない「不課税取引」があります
- ③ 消費税の負担者は消費者ですが、消費税の申告・納付は事業者が行います

■ 消費税の負担と納付の流れ (消費税率8%の場合)



キーワード

税の転嫁

税金が取引価格の一部として移転することを、「税の転嫁」といいます。消費税のような間接税は、事業者が納付する税金が、商品やサービスの価格に上乗せされて消費者が負担することが予定されています。

もっと知りたい **Q&A**

- 事業者は消費税を負担しないというけれど、商品を仕入れる段階で消費税を支払っているのでは……?
- 消費税が取引の段階ごとに適正に価格に転嫁されていくことで、事業者は、消費税を負担しないしくみになっています。課税売上げに係る消費税額から課税仕入れ等に係る消費税額を控除することで、消費税が二重、三重に課税されることがないようにになっています。

▶ 消費税の課税の対象取引、非課税取引を教えて!

原則として国内での全ての取引に

課税されます。社会政策的な配慮などから

課税されない非課税取引があります。

具体的
には

消費税の課税の対象とされる取引

1

はじめに



消費税が課税される取引は、「事業者が行う国内取引」と「輸入取引」です。

課税取引

■ 消費税が課税される取引

課
税
取
引

国内取引 国内で事業者が事業として対価を得て行う商品の販売やサービスの提供など

商品の販売や自動車等のレンタル、理美容、印刷、運送、仲介、広告等のサービスの提供など、対価を得て行う取引のほとんどが課税対象になります。

輸入取引 保税地域から引き取られる外国貨物

※ 試供品や見本品の無償提供などは課税対象になりませんが、何らかの反対給付のあるものは課税対象に含まれます。

■ 「事業者が事業として行う」とは?

| 事業者 | 事業 |
|-------------------------|-----------------------------------|
| ・個人事業者 (事業を行う個人) ・法人 | 対価を得て行われる資産の譲渡等を反復、継続かつ独立して遂行すること |



個人事業者の場合は、消費者の立場で行う資産の譲渡などは「事業として」に含まれません。

法人が行う取引は全て「事業として」に該当します。

■ 「対価を得て行う」とは？

資産の譲渡等に対して反対給付を受けること（反対給付として対価を得る取引）をいいます。

2

なるほど!

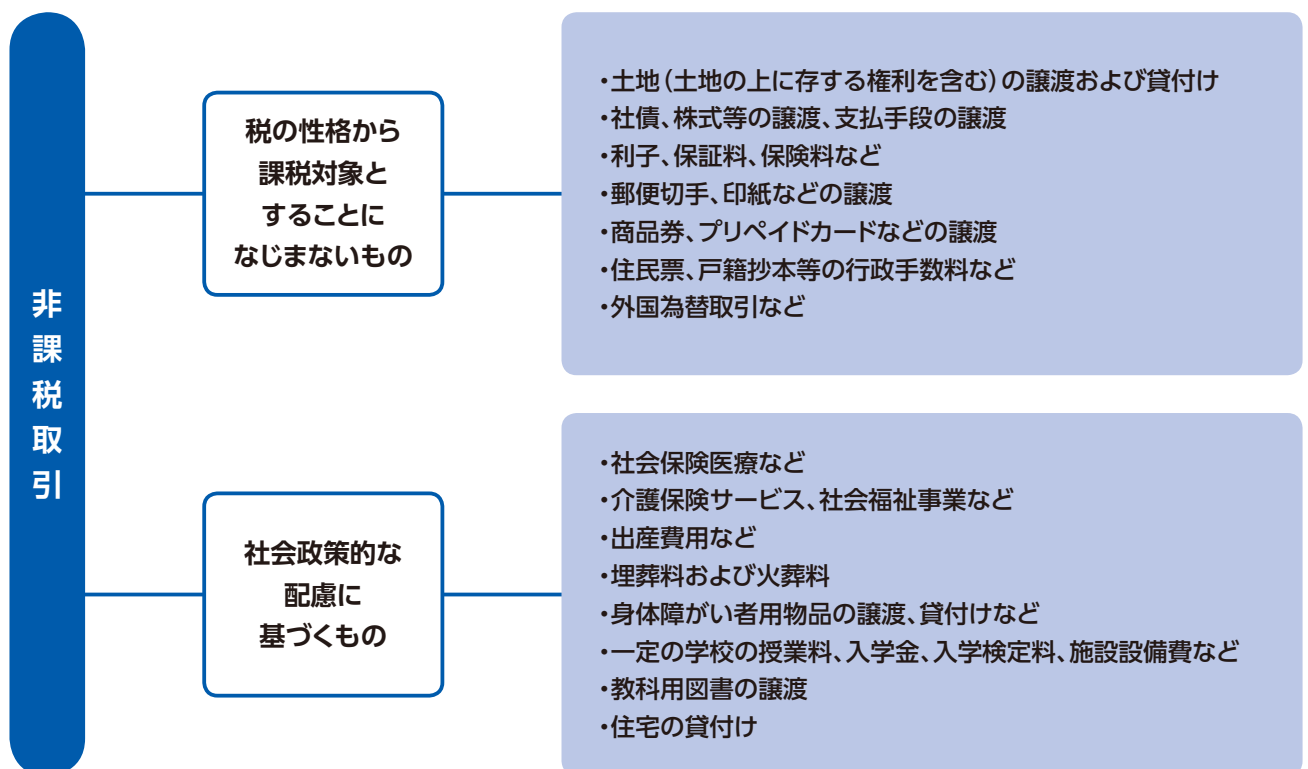


消費税の性格を踏まえて、課税対象としない非課税取引があります。

非課税取引

課税対象になじまないものや社会政策的な配慮から課税することが適当ではない取引について「非課税取引」が規定されています。

■ 消費税の非課税取引



3

注意しよう!



輸出取引は、免税とされます。

課税事業者が輸出取引や国際輸送などの輸出に類似する取引として行う商品の販売やサービスの提供などについては、消費税が免除されます（免税取引）。

▶ 免税事業者の要件は？

**前々事業年度 (基準期間) の課税売上高が
1,000万円以下の事業者は、
消費税の納税義務が免除されます。**

ただし、平成25年1月1日以後に開始する年または事業年度については、特定期間 (法人は、前事業年度開始の日から6か月間。個人事業者は、前年の1月1日から6月30日までの期間) における課税売上高が1,000万円を超えた場合、当事業年度から課税事業者となります。

※法人の場合には、この他に新設法人に対する納税義務の免除の特例等があります。



**免税事業者も仕入れで支払った消費税分は、
取引価格にきちんと転嫁しましょう。**

免税事業者も商品等の仕入れにおいて消費税を負担しています。特定事業者 (買い手) が取引相手が免税事業者であることを理由に、「買ったとき」等を行うことも消費税転嫁対策特別措置法で禁止されます。

免税事業者

基準期間における課税売上高が1,000万円以下の事業者は、納税の義務が免除されます。

■ 個人事業者の場合の基準期間と課税期間



課税売上高

1,000万円超

課税事業者

1,000万円以下

免税事業者

キーワード

基準期間

消費税の納税義務が免除されるかどうか、簡易課税制度を適用できるかどうかを判断する基準となる期間のこと。原則として、個人事業者についてはその年の前々年、法人についてはその事業年度の前々事業年度をいいます。

課税事業者の選択

免税事業者は消費税の納税義務を免除されますが、半面、課税仕入れ等の消費税額の控除も認められないため、課税売上げに係る消費税額より課税仕入れ等に係る消費税額が多くても、消費税の還付は受けられません。

※「消費税課税事業者選択届出書」を提出して課税事業者となった事業者は、課税事業者となった日から2年間は、免税事業者となることはできません。

大切!

免税事業者が課税事業者になることを選択する場合は、「消費税課税事業者選択届出書」を税務署長に提出することで、その提出の日の属する課税期間の翌課税期間から課税事業者になることができます。



NOTE

▶ 消費税の簡易課税制度って何？

前々事業年度 (基準期間) の課税売上高が
5,000万円以下の事業者は、
簡易課税制度を選択できます。

簡易課税制度とは、申告・納付する消費税について課税売上高を基に計算できる制度です。課税期間の課税標準額に対する消費税額に「みなし仕入率」を乗じて仕入控除税額を計算します。

具体的には 簡易課税制度ならば事務負担を軽減



簡易課税制度は、実際の課税仕入れ等に係る消費税額を計算する必要がありません。

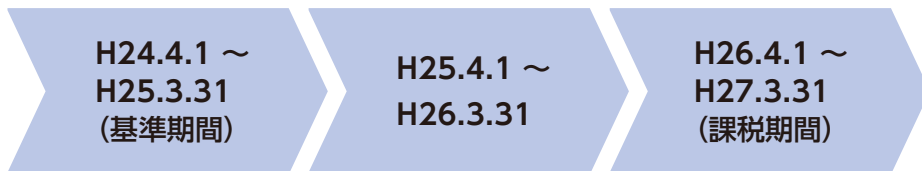
簡易課税制度の適用要件

簡易課税制度の適用を受けるためには、次の要件を満たす必要があります。

■ 適用要件

| | |
|------|--------------------------------------|
| 要件 1 | 課税事業者の基準期間における課税売上高が5,000万円以下であること |
| 要件 2 | 「消費税簡易課税制度選択届出書」を事前に所轄の税務署長に提出していること |

■ 事業年度が1年の3月末決算法人の場合



※基準期間は、法人は前々事業年度、個人事業者は前々年 (1月～12月) です。

基準期間の課税売上高が……



キーワード

消費税簡易課税制度
選択届出書

簡易課税制度の適用を受けようとする課税期間の開始の日の前日までに、「消費税簡易課税制度選択届出書」を納税地の税務署長に提出しなければなりません。

2

なるほど!



仕入控除税額は、「みなし仕入率」を乗じて計算します。

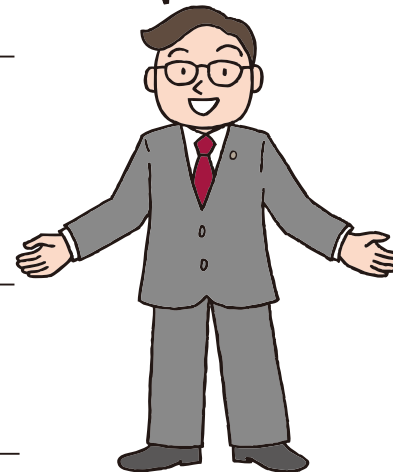
みなし仕入率

みなし仕入率は、事業の区分によって異なります。

■ 簡易課税制度の事業区分とみなし仕入率

| 事業区分 | 該当する事業 | みなし仕入率 |
|-------|--|--------|
| 第一種事業 | 卸売業 | 90% |
| 第二種事業 | 小売業 | 80% |
| 第三種事業 | 農業、林業、漁業、鉱業、建設業、製造業、電気業、ガス業、熱供給業および水道業 | 70% |
| 第四種事業 | 飲食店業、金融・保険業等 | 60% |
| 第五種事業 | 不動産業、運輸通信業、サービス業 | 50% |

簡易課税制度では
消費税について
還付を受ける
ことはできません。



もっと
知りたい

Q&A



私は仕入れた商品の小売と併せて、自社で製造した商品も販売していますが、どの事業区分を適用すればいいですか？



取引ごとにいずれの事業区分かを判定します。2種類以上の事業を営む事業者は、課税売上げを事業の種類ごとに区分します。小売は第二種事業、製造小売は第三種事業です。なお、特定の1種類の事業に係る課税売上高が全体の75%以上を占める場合は、その事業のみなし仕入率を全体の課税売上高に適用できます。

▶ 消費税はどのように納めるの？

消費税の申告と納付は、原則として個人事業者は翌年の3月31日まで、法人は課税期間の末日の翌日から2か月以内です。

消費税の納付税額は、課税売上げに係る消費税額から課税仕入れ等に係る消費税額を差し引いて算出します。課税仕入れ等に係る消費税額が課税売上げに係る消費税額を上回る場合は、確定申告書を提出することでその差額が還付されます。

具体的には

消費税の申告と納付

注意しよう!

1



課税事業者は、消費税の確定申告書等を所轄の税務署長に提出し、申告・納付を行います。

国内取引と輸入取引

国内取引の場合の申告・納付の期限は、法人の場合、原則として課税期間の末日の翌日から2か月以内です。

輸入取引(外国貨物で消費税が課税されるもの)については、その引取り時までに税関長に申告書を提出し、課税貨物に課される消費税および地方消費税を納付します。

確定申告および納付の期限

| 区分 | 個人事業者 | 法人 |
|---------------------------|--|---|
| 原則 | 翌年の3月31日まで | 課税期間の末日の翌日から2か月以内 |
| 申告・納付期限 課税期間特例の適用のある場合 | 3月特例 1～3月分 4～6月分 7～9月分 10～12月分 | 5月31日まで 8月31日まで 11月30日まで 翌年の3月31日まで その事業年度をその開始の日以降3月ごとに区分した各期間(最後に3月未満の期間が生じたときは、その3月未満の期間)の末日の翌日から2か月以内 |
| | 1月特例 1月1日以後1月ごとに区分した各期間のうち1月分から11月分 | 左記の各期間の末日の翌日から2か月以内 その事業年度をその開始の日以降1月ごとに区分した各期間(最後に1月未満の期間が生じたときは、その1月未満の期間)の末日の翌日から2か月以内 |
| | 12月分 | 翌年の3月31日まで |

なるほど!

2



中間申告義務のない事業者も、年1回の中間申告・納付をすることが可能となり、納税資金を管理しやすくなります。

任意の中間申告制度

中間申告義務のない事業者（直前の課税期間の確定消費税額が48万円以下の事業者）が、任意で中間申告書を提出する旨を記載した届出書を納税地の所轄税務署長に提出した場合には、届出書を提出した日以後、その末日が最初に到来する6月中間申告対象期間から、自主的に中間申告・納付をすることができることとなります。

※平成26年4月1日以後に開始する課税期間から適用されます。

《改正後》

| 直前の課税期間の 確定消費税額 | 中間申告回数 |
|--------------------|---------------------|
| 4,800万円超 | 年11回 |
| 400万円超 | 年3回 |
| 48万円超 | 年1回 |
| 48万円以下 | 任意の中間申告 (年1回)が可能 |

安心!

3



中小企業等の設備投資を応援する制度があります。

商業・サービス業・農林水産業活性化税制

この制度を使えば、設備を使い始めた年度の減価償却費を増やす(30%特別償却)、あるいは税額控除(7%)のいずれかの適用を受けることができます。

■ たとえば、こんな設備投資が対象になります



新しい商品を販売するために、陳列棚を入れました。



レジスターを入れ替えたんです。



古くなった看板などのお店の外装をきれいにしました。



対象事業者

青色申告書を提出する中小企業者等
(資本金の額が1億円以下の法人・個人事業者)
※税額控除は資本金の額が3,000万円以下の場合のみ適用できます。

適用の要件

- ・経営革新等支援機関等から経営改善の指導を受けている。
- ・実際に取得して「商業・サービス業等」に使用している。
- ・「指導及び助言を受けたことを明らかにする書類」に適用を受ける設備を記載して、確定申告書に添付している。

適用期間

平成25年4月1日から平成27年3月31日まで

消費税の転嫁および表示の

経済産業省・中小企業庁・地域経済産業局における相談窓口

| 部局課名 | 所在地 | 電話番号 | FAX番号 |
|--------------------------------|--|------------------------------|--------------|
| 中小企業庁 消費税転嫁対策室 | 東京都千代田区霞が関1-3-1 | 03-3501-1502 03-3501-1503 | 03-3501-1505 |
| 北海道経済産業局 消費税転嫁対策室 | 北海道札幌市北区北8条西 2丁目 札幌第1合同庁舎内 | 011-728-4361 | 011-728-4364 |
| 東北経済産業局 消費税転嫁対策室 | 宮城県仙台市青葉区 本町3丁目3番1号 仙台合同庁舎内 | 022-217-0411 | 022-721-0270 |
| 関東経済産業局 消費税転嫁対策室 | 埼玉県さいたま市北区 植竹町1丁目155番1号 | 048-783-3570 | 048-665-2615 |
| 関東経済産業局 消費税転嫁対策室 | 埼玉県さいたま市中央区 新都心1番地1 さいたま新都心 合同庁舎1号館内 | 048-600-0288 | 048-601-1500 |
| 中部経済産業局 消費税転嫁対策室 | 愛知県名古屋市中村区名駅 南4丁目1番22号 旧名古屋税関出張所内 | 052-589-0170 | 052-589-0173 |
| 近畿経済産業局 消費税転嫁対策室 | 大阪府大阪市中央区 大手前1丁目5番44号 大阪合同庁舎1号館内 | 06-6966-6038 | 06-6966-6079 |
| 中国経済産業局 消費税転嫁対策室 | 広島県広島市中区上八丁堀6番 30号 広島合同庁舎2号館内 | 082-205-5337 | 082-205-5339 |
| 四国経済産業局 消費税転嫁対策室 | 香川県高松市 サンポート3番33号 高松サンポート合同庁舎内 | 087-811-8564 | 087-811-8558 |
| 九州経済産業局 消費税転嫁対策室 | 福岡県福岡市博多区 博多駅東2丁目11番1号 福岡合同庁舎内 | 092-482-5590 | 092-482-5551 |
| 沖縄総合事務局経済産業部 消費税転嫁対策室 | 沖縄県那覇市 おもろまち2丁目1番1号 那覇第2地方合同庁舎内 | 098-866-0035 | 098-860-3710 |
| 経済産業省 消費税転嫁対策室 (業種別相談窓口) | 東京都千代田区霞が関1-3-1 | 03-3501-5683 | — |

方法などに関する相談は？

消費税価格転嫁等総合相談センター

専用ダイヤルまたはホームページ上の専用フォームからご相談ください。

専用ダイヤル：0570-200-123

【受付時間】平日 9:00～17:00 (平成26年3月、4月は、土曜日も受付)

※通話料金はお住まいの地域に応じて以下の料金がかかります。なお、実際にかかる金額は音声ガイダンスでご案内しております。

●固定電話からは…8.5円～80円／3分間 ●携帯電話からは…90円／3分間 ●公衆電話からは…30円～220円／3分間

ホームページ(24時間受付)

<http://www.tenkasoudan.go.jp>

センターでは次のような相談を受け付けます。

- 転嫁に関する問い合わせ
- 広告・宣伝に関する問い合わせ
- 消費税の総額表示に関する問い合わせ
- 便乗値上げに関する問い合わせ

① 転嫁拒否等の行為の是正、転嫁カルテル・表示カルテルに関する問い合わせ先

公正取引委員会取引企画課 **03-3581-5471** (代表)

② 転嫁を阻害する表示の是正に関する問い合わせ先

消費者庁表示対策課 **03-3507-8800** (代表)

③ 消費税の総額表示義務の特例に関する問い合わせ先

財務省主税局税制第二課 **03-3581-4111** (代表)

(その他) 便乗値上げに関する問い合わせ先

消費者庁消費生活情報課 **03-3507-8800** (代表)

『消費税の手引き』入手方法

- 各地域の経済産業局
- 各地域の商工会、商工会議所、中小企業団体中央会、商店街振興組合連合会などで入手できます。

今後とも、より一層みなさまにとって活用しやすいパンフレットの作成に努めてまいります。

中小企業・小規模事業者のみなさま向けホームページのご案内

ホームページでは、

- 本パンフレットの閲覧(本パンフレットの改訂が行われる場合を含む)
- 中小企業・小規模事業者のみなさま向けの「消費税転嫁対策」に関する情報の発信(よくある質問の掲載など)を行っています。

<http://www.zei-tenka.jp>

【注】この冊子は、凸版印刷株式会社に委託して、中小企業庁が制作しました。

編集 ●株式会社アーク・コミュニケーションズ

デザイン ●有限会社アーク・ビジュアル・ワークス

執筆 ●税理士 中嶋聡

監修 ●税理士 朝長英樹

中小企業庁財務課

〒100-8912 東京都千代田区霞ヶ関1-3-1

中小企業庁ホームページ <http://www.chusho.meti.go.jp/>

※個別の内容についての問い合わせ先は、P40～41をご覧ください。

2013-財務課-一般-中-011

2013年10月

