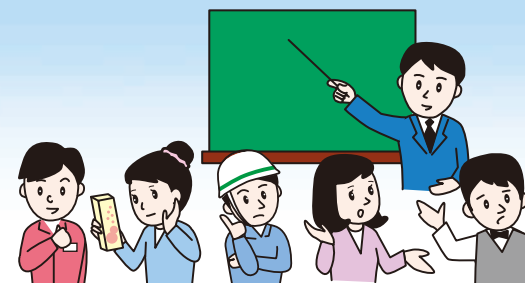




消費税率引上げ対策 早わかりハンドブック



はじめに ～消費税転嫁対策は早めの準備がポイントです！～

●消費税率引上げを機に総合的な経営力の強化を！

消費税率は、平成26年4月に8%、平成27年10月に10%^(※)へと上げられます。日本商工会議所等が平成23年7月に実施した調査では、税率引上げ分の価格転嫁が困難と回答した中小企業が6割を超える等、中小企業・小規模事業者にとって、消費税の円滑かつ適正な転嫁は、大きな課題といえます。

消費税率引上げに伴い、消費マインドの冷え込みや競合他社との価格競争の激化など、中小企業・小規模事業者を取り巻く環境がより厳しさを増すことが予想される中では、消費税率引上げを経営環境の変化と捉え、消費税率の引上げを乗り切る総合的な経営力の強化が求められると考えられます。

本ハンドブックでは、こうした価格転嫁に資する経営力の強化に向けた中小企業・小規模事業者の取り組みを支援するため、価格設定の考え方を含む販売計画の立案をはじめ、資金繰り、社内体制の整備、経理処理、消費税転嫁対策特別措置法の活用等について、ポイントを絞り、わかりやすく解説しております。中小企業・小規模事業者の皆様におかれましては、是非、本ハンドブックをご活用いただき、価格転嫁に資する経営力の強化に繋げていただければ幸いです。

●消費税転嫁対策で困った時は、商工会議所に相談を！

消費税転嫁対策は早めの準備がポイントとなります。

各地の商工会議所では、「消費税転嫁対策相談窓口」を設置し、消費税転嫁対策に関する政府の施策をはじめ、経営に関する様々な相談に経営指導員や各種専門家が対応いたします。ぜひお気軽にご相談ください。

〈最寄りの商工会議所はこちらから検索いただけます〉

商工会議所名簿

検索

http://www.cin.or.jp/cin-cgi/me_list99open.asp

(※) 10%への引上げについては、経済状況等を総合的に勘案したうえで判断されます。

目次

はじめに

目次

消費税率の引上げは経営にどんな影響があるの? P.1

ポイント① P.3

消費税率引上げを乗り切る収益確保策を考えましょう!

ポイント② P.7

納税資金と資金繰りに注意しましょう!

ポイント③ P.9

消費税率引上げに備えて社内体制を整備しましょう!

ポイント④ P.11

税率引上げ後は新旧税率が混在。経理処理に注意しましょう!

●経理処理・経過措置に関するよくある質問 P.13

ポイント⑤ P.15

中小企業の価格転嫁をサポート!新しい法律のポイントを押さえましょう!

●商業・サービス業・農林水産業活性化税制が創設されました P.26

●消費税率引上げ対策チェックリスト P.27

●巻末資料：消費税率引上げに伴う経過措置について P.29

●消費税の価格転嫁等に関する相談窓口 P.31

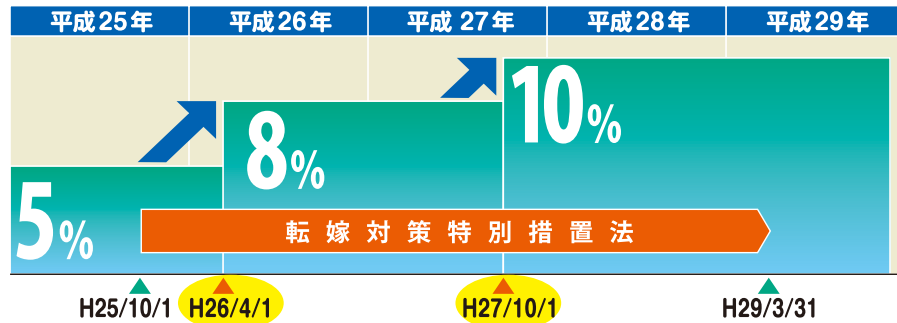
消費税率の引上げは経営にどんな影響があるの？

消費税率の引上げスケジュールについて

消費税と地方消費税をあわせた消費税率は、従来の5%から平成26年4月に8%、平成27年10月に10%^(※)に上げられます。

なお、消費税率引上げ分の円滑かつ適正な転嫁をサポートするため、平成25年10月1日から「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に関する特別措置法」(以下、「転嫁対策特別措置法」といいます。)が施行されています。期限は平成29年3月31日までです(「転嫁対策特別措置法」については、P.15以降をご参照ください)。

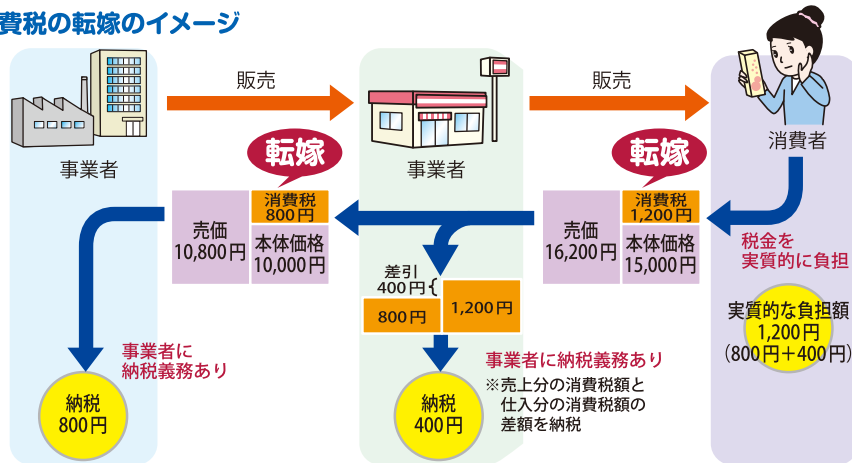
(※) 10%への引上げについては、経済状況等を総合的に勘案したうえで判断されます。



消費税の仕組み(価格転嫁)とは

消費税は製造、卸、小売りなどの各取引の段階で課税されますが、価格に転嫁されて最終的には消費者が負担します。一方、実際には各取引の段階で取引先との力関係等、様々な理由で消費税の転嫁ができないことがあります。

消費税の転嫁のイメージ



価格転嫁できないとどうなるの？

消費税率引上げ分を価格転嫁できない場合、下図のように、税込の売上額は変わりませんが、税抜の売上額が減少しますので、自社の売上や利益の減少を招くことになります。

税率引上げ分を価格転嫁しないと、売上や利益の減少に直結します！

税率5%の場合

売上額 (税込)	20,000円
売上額 (税抜)	19,047円
消費税額	953円

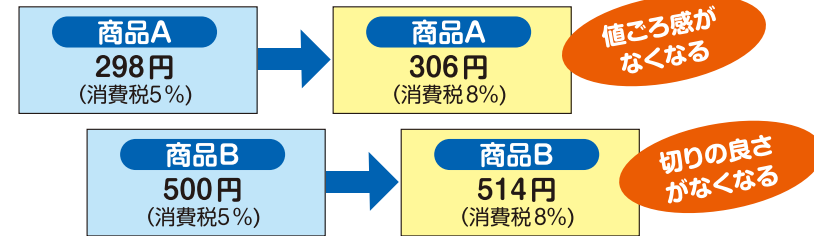
税率8%になっても販売価格を据置いた場合

売上額 (税込)	価格据置 20,000円
売上額 (税抜)	18,518円
消費税額	1,482円

税抜の売上額が529円も減少!

税率引上げ分を一律に価格転嫁するとどうなるの？

消費税率引上げ分を単に価格転嫁した場合、下図のように、価格の「値ごろ感」や「ワンコインで買える手軽さ」等が失われ、お客様が離れてしまうことも考えられます。



消費税率引上げ対策の5つのポイント

今回の消費税率引上げは、経営に様々な影響をおよぼすことが想定されます。次の5つの視点から総合的な経営力の強化に取り組みましょう。

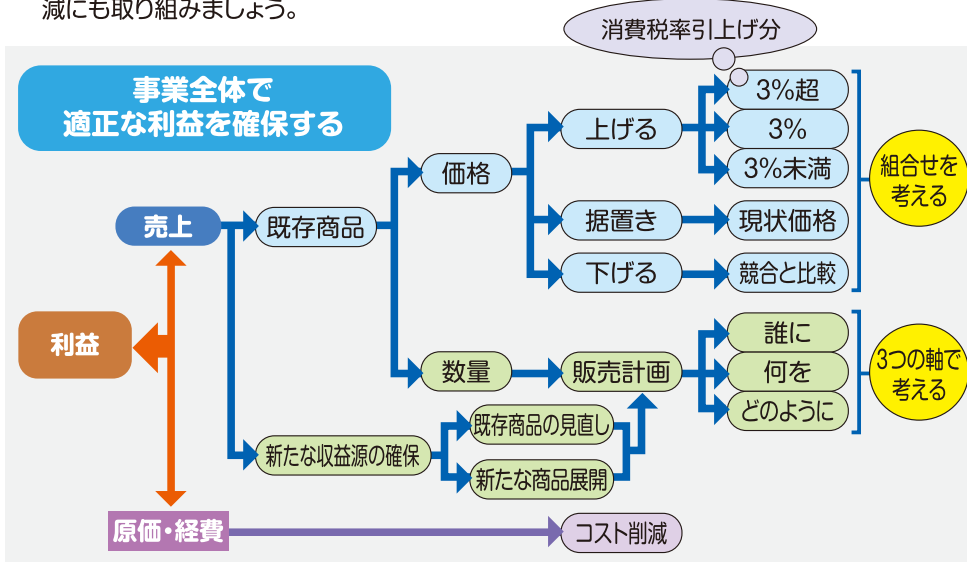
- 1 消費税率引上げを乗り切る収益確保策を考えましょう!P. 3
- 2 納税資金と資金繰りに注意しましょう!P. 7
- 3 消費税率引上げに備えて社内体制を整備しましょう!P. 9
- 4 税率引上げ後は新旧税率が混在。経理処理に注意しましょう!P.11
- 5 中小企業の価格転嫁をサポート!新しい法律のポイントを押さえましょう!P.15

ポイント1 消費税率引上げを乗り切る収益確保策を 考えましょう!

事業全体で売上・利益を考えましょう

消費税率引上げ分について、全ての商品で一律に転嫁できれば問題ありませんが、一律に転嫁ができない場合には適正な利益を確保できないケースも想定されます。

そのため、「事業全体で適正な利益を確保すること」を目標として、今まで以上に戦略的に価格設定や販売計画を立案していく必要があります。消費税率の引上げをビジネスチャンスと捉え、売上を上げるための方策を改めて検討し、あわせて、原価や経費の削減にも取り組みましょう。



※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。(平成25年10月「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)

事業全体で売上・利益を確保するには何をすればいいの?

事業全体で売上・利益を確保するため、まずは下記の3つの方法を考えましょう。

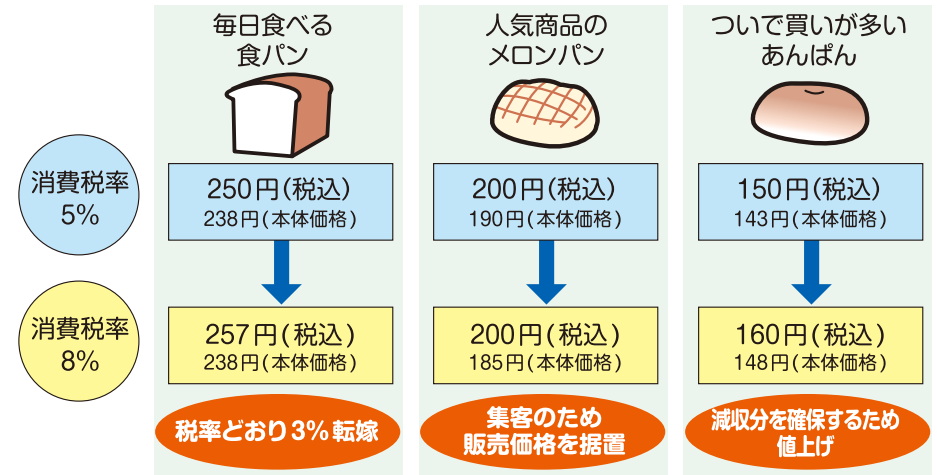
① 商品・サービスの価格を見直しましょう (P.4参照)	<ul style="list-style-type: none"> ● 商品価格にメリハリをつける ● 既存商品を見直す ● 新たな商品展開を考える
② 消費税率引上げ前後を見据え、販売計画を策定しましょう (P.5参照)	<ul style="list-style-type: none"> ● 駆け込み需要とその反動減への対策を考える ● 販売計画は3つの軸で考える
③ 適正な価格設定のために原価を把握し、コストを削減しましょう (P.6参照)	<ul style="list-style-type: none"> ● 原価や経費を把握する ● コスト削減を図る

商品・サービスの価格を見直しましょう

商品価格にメリハリをつける

価格の見直しは「利益の大きい商品は何か?」「値上げしても需要はあるか?」「競合他社の動向は?」等の観点からメリハリをつけて行いましょう。

(価格の見直しイメージ)



既存商品を見直す

既存商品の価格をそのまま変更するのではなく、商品の提供方法や、組み合わせなどを変更することで、既存商品の付加価値を高めていきましょう。

既存商品見直しの着眼点(スーパーマーケットの例)

① ニーズに合わせた加工 <ul style="list-style-type: none"> ・便利(カット野菜) ・少量適量サイズ(一人前の惣菜) ・小分け商品(食べきりサイズ) ・セット販売(パーベキューセット) 	② ニーズに合わせた発掘 <ul style="list-style-type: none"> ・地元生産者からの仕入 ・オーガニック野菜の仕入 ・食の安全を特長とした品揃えの拡大 	③ 有償サービスの開始 <ul style="list-style-type: none"> ・お買上げ商品の調理サービス ・宅配サービス
--	--	--

新たな商品展開を考える

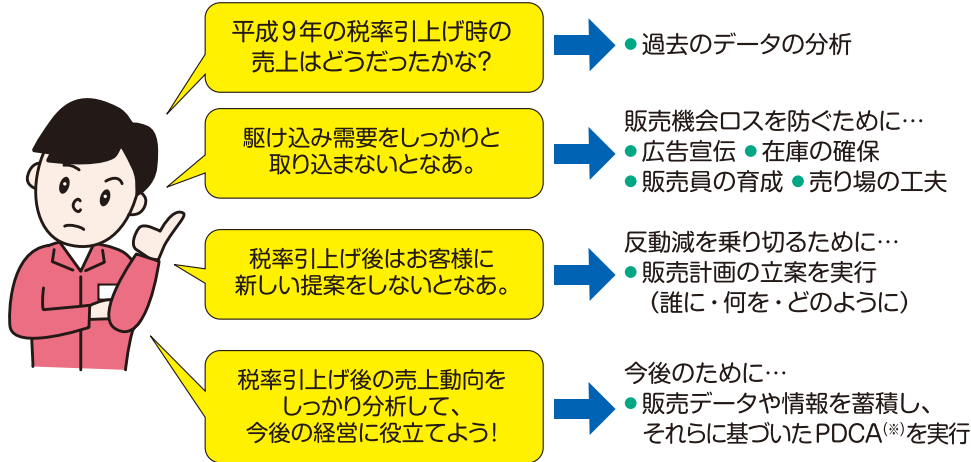
新商品開発など、新たな商品展開を行うことで、従来の価格にとらわれない価格設定が可能となります。

**工夫次第で、既存の商品を新商品として提供できます
価格だけでなく商品の品揃えでもメリハリを付けましょう**

消費税率引上げ前後を見据え、販売計画を策定しましょう

駆け込み需要とその反動減への対策を考える

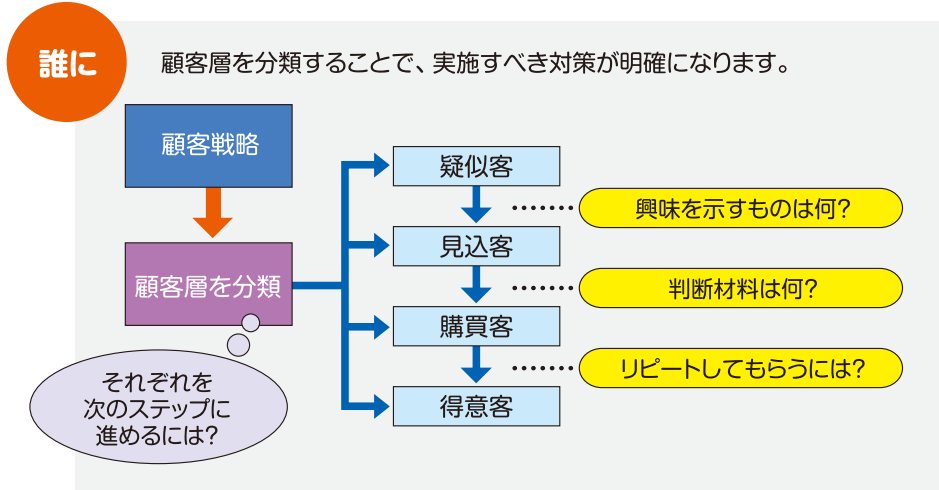
駆け込み需要に備えて対策をとらないと販売機会ロスを招き、税率引上げ後はその反動減により、売上や利益の減少を招く恐れがあります。



(※) Plan(計画)→Do(実行)→Check(評価)→Action(改善)

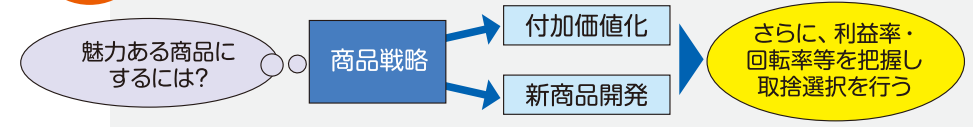
販売計画は3つの軸で考える

駆け込み需要や反動減を見込んだ、販売戦略を立案し、実際に販売計画を作成するには、「誰に・何を・どのように」といった3つの軸で考えていきましょう。



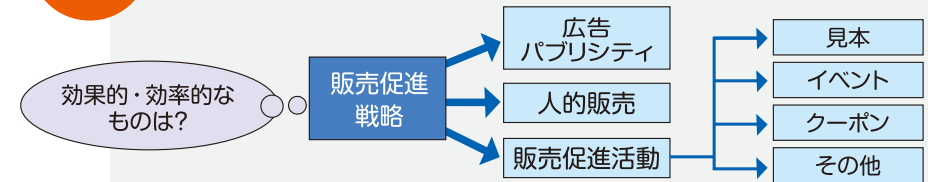
何を

商品やサービスをより魅力的なものにするには、既存の商品にさらなる付加価値を加える方法と、新規に商品を開発する方法があります。



どのように

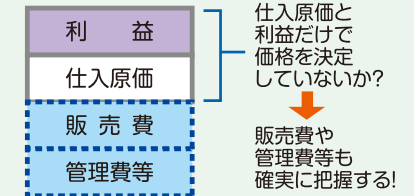
商品やサービスにより、実施すべき販売促進策は異なってきます。また、複合的に実施する必要もあります。



適正な価格設定のために原価を把握し、コストを削減しましょう

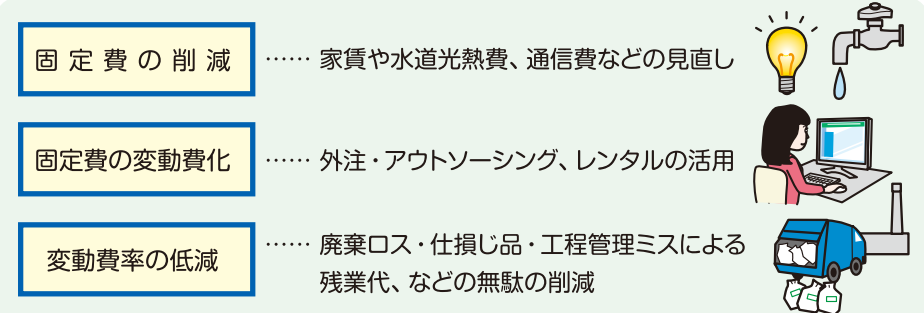
原価や経費を把握する

仕入にかかった原価と利益だけで、価格を決定していませんか?
 広告宣伝費といった販売費、オフィスの家賃や水道光熱費といった管理費等も確実に把握したうえで、適正な価格設定を行いましょ。



コスト削減を図る

コスト削減には次の3つの視点から取り組んでいきましょう。



ポイント② 納税資金と資金繰りに注意しましょう!

仕入・諸経費や消費税納税額が増加します

消費税率が引上げられれば、利益は変わらない場合でも、「納税額の増加」や「仕入・諸経費に係る資金の増加」を招きます。消費税率引上げに備え、万全の資金繰り対策が必要です。

〈売上1,000、仕入800の場合〉

5%			8%		
	税込	うち消費税		税込	うち消費税
売上	1,050	50	売上	1,080	80
仕入	840	40	仕入	864	64
	210	10		216	16

仕入額が増加!

納税額が1.6倍に!

消費税の滞納に気をつけましょう

「平成24年度租税滞納状況」(平成25年7月、国税庁)によれば、消費税は、滞納が最も多く発生している税目となっています。その背景には、消費税は利益の有無や大小にかかわらず納税義務が生じること、また、日々の取引で発生している消費税が運転資金として使われてしまい、中間申告時や期末の納税時点で手許に納税資金が残っていないことなどが原因として考えられます。

税金の滞納は、経営に大きな影響をおよぼしますので、資金繰りに万全を期する必要があります。

消費税の滞納は経営に大きな影響を与えます!

- 延滞税の発生により、さらなる資金繰りの悪化を招く
- 納税証明書が出ないため金融機関からの借入れが困難に
- 取引先を含め、社会的信用を失う恐れがある

万全の資金繰りをするには

① 資金繰り表を作成しましょう

売上や仕入等の計上とは別に、入金や出金のタイミングについて把握できるように、資金繰り表を作成しましょう。特に、資金繰りが厳しい会社ほど、「月次」→「週次」→「日次」のように、きめ細かな期間で把握する必要があります。

② 十分な運転資金を確保しましょう

回収サイトや支払いサイトを把握し、改善させることで、運転資金を確保しましょう。ただし、回収サイトや支払いサイトの改善は取引先への影響も考慮して慎重にご検討ください。

〈十分な運転資金確保のための改善策〉

- 売掛金の回収期間を短縮し、早期現金化を図る
- 買掛金の支払期間を延長し、手許資金を維持する
- 適正在庫の把握に努め、現金支出を減少させる

③ 納税資金の確保のための制度を活用しましょう

金融機関の「納税準備預金」や「任意の中間申告制度」を活用して、計画的に納税資金を確保しましょう。

● 納税準備預金とは

納税準備預金は、個人や法人が利用できる国税や地方税の納税用の資金を預け入れる預金です。実際の商品のサービスの内容・取扱いは、金融機関にお問い合わせください。

〈主な特徴〉

- ・ 納税の目的のための引出しであれば、受取利息が非課税扱い
- ・ 金利は変動金利で、満期はなし
- ・ 預け入れは1円以上1円単位 等

● 任意の中間申告制度とは

直前の課税期間の消費税額が60万円以下^(※)の事業者が、一定の届出をすれば、自主的に中間申告書の提出および納付をすることができる制度です。

個人事業者の場合は平成27年分から、また、事業年度が1年の法人については、平成26年4月1日以後開始する課税期間から適用されます。

直前の課税期間の消費税額 ^(※)	中間申告
60万円超	申告義務あり
60万円以下	任意の中間申告(年1回)が可能

(※地方消費税含む)

商工会議所へ早めの相談を!

商工会議所では、資金繰り表の作成支援や各種制度融資のあっせん等を行っております。まずは最寄りの商工会議所へご相談ください。相談は無料で秘密は厳守します。

〈最寄りの商工会議所はこちらから検索いただけます〉

商工会議所名簿

検索

http://www.cin.or.jp/cin-cgi/me_list99open.asp

ポイント③ 消費税率引上げに備えて社内体制を整備 しましょう!

消費税率引上げに備えて社内体制を整備 しましょう

消費税率引上げ分を円滑に転嫁できなければ、利益の減少を招きます。また、異なった税率の経理処理やシステムの変更など煩雑な事務作業も必要となり、対応が不適切であれば、お客様の離反やクレームを招くおそれもあります。

これらは、経営に大きな影響をおよぼしかねませんので、十分な対策を講じるために、早くから、消費税率引上げに備えた社内体制を整備しておく必要があります。

社内体制の整備

- ① 転嫁対策方針の決定
- ② 社内ルールを設定
- ③ 従業員への周知徹底・浸透

転嫁対策の方針を決めましょう

消費税率引上げ対策の中心となるのは価格戦略です。まずは、経営陣が責任をもって転嫁対策の方針を決めることから始めましょう。

価格戦略は、コストや利幅等自社の都合だけではなく、お客様のニーズや競合価格を十分考慮して決める必要があります。特に、消費税率引上げにおいては、事業全体で適正な利益を確保することを目標にして、商品・サービスごとにメリハリの効いた価格改定、価格改定のタイミング、新商品の導入等の様々な対策を検討することも必要となります。

価格戦略

内部要因：コスト、利幅等

外部要因：お客様のニーズ、競合価格

転嫁目標：事業全体で適正な利益を確保する

- 対応策：
- メリハリの効いた価格改定(価格改定をする商品としない商品の選択、組み合わせ、値上げ・値下げの幅)
 - 価格改定・価格表示変更(外税表示等)のタイミング(消費税率引上げ前後・引上げ時、商品ごとのタイミングの違い)
 - 新商品の導入・既存商品の高付加価値化



良い機会だから、価格戦略を真剣に見直してみようかな。販売戦略と一緒に考えることも大事なな。

社内ルールを設定 しましょう

転嫁対策の方針を決定したら、社内ルールを設定 しましょう。決定した方針に基づいて事業全体で適正な利益を確保することを目標に、社内ルールも利益ベースで考えるようにします。例えば、取引先との価格交渉のルールを設定する場合には、商品ごとの目標利益を設定し、値引きのルール(現場での裁量幅)を決め、目標とした利益を確保します。

また、値札等を外税表示等にした場合、お客様の誤解によるクレーム等で現場が混乱することが予想されますので、クレーム対応についてもルールを決めておく必要があります。

いままでは契約個数だけを考えて、値引きに応じていたけど、利益ベースで考えないといけないんだな。ルールがあると、自分の交渉の指針となって分かりやすいな。



値引きルール(例)

要素：①対象製品、②値引幅、③実施期間

- ① 1年以上の在庫に限る。
- ② 〇〇%までは担当者、〇〇%以上は役員決裁が必要。
- ③ 平成26年4月1日より半年。以降、別途見直しを行う。

従業員に周知徹底し、社内ルールを浸透させ しましょう

転嫁対策方針に基づく社内ルールを設定したら、従業員に周知徹底させます。経理担当者だけではなく、外部と価格交渉をする営業担当者や、店頭で商品を販売する店員にも伝える必要があります。従業員に周知させるには、想定問答集を作成し、ロールプレイを通じて教育する方法が効果的です。そして、朝礼や会議、掲示板や共有ファイル等の活用を通じて情報共有を行い、社内ルールを浸透させ しましょう。



クレーム対応のロールプレイをやってみましょう。

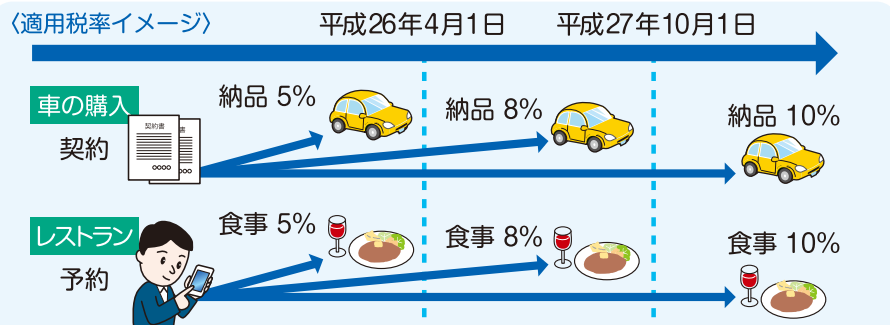


私は、お客様の役をやってみるわ。

ポイント 4 税率引上げ後は新旧税率が混在。経理処理 に注意しましょう!

適用税率の原則的な考え方を理解しましょう

新税率は、原則、消費税率引上げ日(施行日)以後に商品の引渡しや役務(サービス)の提供等が行なわれた場合に適用されます。

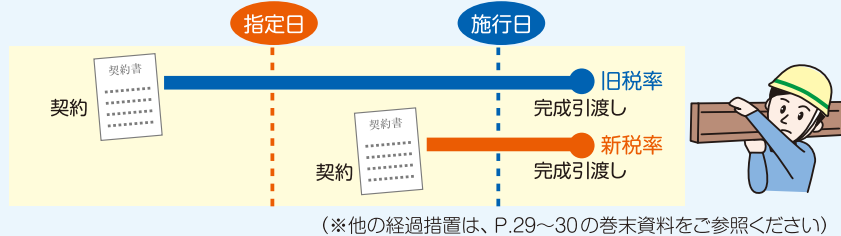


経過措置に注意しましょう

特定の取引については、施行日以後も旧税率が適用される経過措置が定められています。例えば工事の請負等の場合、経過措置の「指定日」より前に契約を締結していれば、施行日以後に完成引渡しを行っても、旧税率が適用されます。経過措置は取引ごとに要件が異なります。詳しくは、最寄りの税務署、税理士にご確認ください。

- 経過措置とは… 商品の引渡しや役務(サービス)の提供等が、消費税率引上げ(8%:平成26年4月1日、10%:平成27年10月1日)以後であっても、一定の要件を満たすことで、旧税率が適用されます。

●工事の請負等の経過措置の適用イメージ



●「指定日」「施行日」とは…

消費税率が引上げられる日を「施行日」、
「施行日」の半年前を「指定日」といいます。

「指定日」と「施行日」の関係

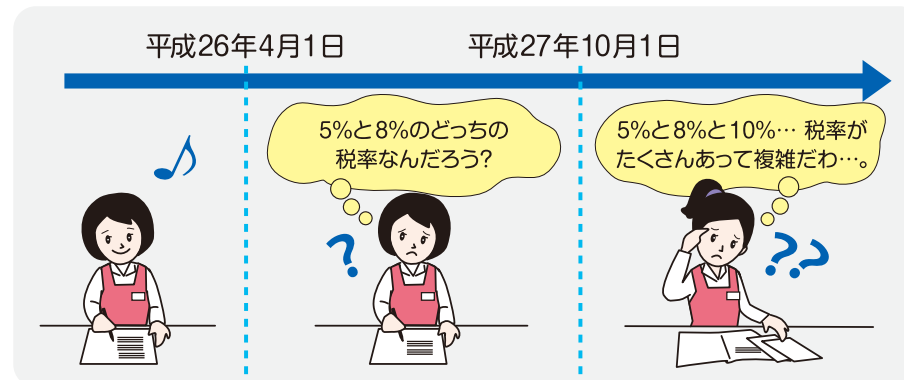
税率	指定日	施行日
8%	平成25年10月1日	平成26年4月1日
10%	平成27年4月1日	平成27年10月1日

経理処理について社内へ周知徹底しましょう

～施行日以後は経理処理が複雑に～

税率引上げ後は旧税率と新税率が混在し、経理処理が複雑になります。現場に混乱を生じさせないように、制度をよく理解したうえで社内へ周知徹底して、社内ルールの整備や伝票の整理などを心がけましょう。特に次の3つのポイントが重要となります。

- 社内での売上計上基準等のルールの統一と従業員への周知徹底
(例: 売上は出荷基準なのか、引渡基準なのか、検収基準なのか)
- 適用税率について、事前取引先との間で確認する
(例: 経過措置が適用されるかどうか、事前取引先に問い合わせる)
- 契約書などの書類の整備、および適用税率と税額を明記した請求書等の作成
(例: 単に「税込」だけでなく税率と税額を明記)



システムの変更準備をしましょう

消費税率引上げに伴い、会計システムや販売管理システム等の各種業務システムで設定変更が必要となります。予め設定方法を確認して、計画的に準備しましょう。

会計システムの確認事項(例)

- 新税率に設定変更が可能か
- 税率引上げのタイミング(平成26年4月1日、平成27年10月1日)に合わせた経理処理が可能か
- 旧税率が適用される経過措置に対応可能か





経理処理・経過措置に関するよくある質問


〈このページの用語について〉


施行日：消費税率が上げられる平成26年4月1日または平成27年10月1日を指します
新税率：消費税率上げ後の税率(8%または10%)を指します


●経理処理に関するよくある質問


Q  施行日の前日までに仕入れた商品を、施行日以後に販売する場合には、旧税率が適用されるのですか。


A  施行日の前日までに仕入れた商品であっても、施行日以後に販売する場合には、新税率が適用されます。


Q  施行日以後の取引について、税込価格を旧税率時のものに据置く予定ですが、この売上には旧税率が適用されるのですか。またその場合、取引先も旧税率で仕入税額控除を行うのですか。


A  施行日以後、税込価格を旧税率時に据置いたとしても、この売上には新税率が適用されます。また、取引先も新税率で仕入税額控除を行うこととなります。


Q  施行日の前日までに、同日から1年間のコピー機のメンテナンス契約を受注し、代金を一括で受け取りました。この場合、消費税率はどうなりますか。


A  役務提供の完了が施行日以後なので、原則として新税率が適用されます。ただし、契約または慣行により1年分の対価を収受することとしており、事業者が継続して代金受取時に収益計上しているときは、施行日の前日までに収益計上したのものについては旧税率を適用して差し支えありません。


Q  インターネット販売を行う場合、消費者の購入手続完了が施行日前で、商品の発送・納品が施行日以後となる場合、消費税率はどうなりますか。

A  商品の販売は施行日以後に行われたことになり、経過措置(P.29~30参照)の適用がある場合を除き、原則として新税率が適用されます。


Q  飲食業を営んでおり、深夜2時まで営業しています。施行日の零時以後の売上には必ず新税率を適用しないといけないのでしょうか。


A  事業者がレジスターなどの日付の変更について、一定の売上計上基準を設けて継続的な処理をしている場合には、その基準に沿った税率を適用して差し支えないと考えられます。


Q  施行日以後に得意先が倒産し、売掛金の全額が回収できないことが明らかになりました。この場合の貸倒れ処理について、どの税率を適用すればいいのでしょうか。


A  貸倒れに係る消費税の税額控除は売掛金の発生時点での税率に基づきます。従って、売上計上の時期によって適用される税率が異なりますので、売掛帳などで売掛履歴をきちんと残しておくことが大切です。

●経過措置に関するよくある質問

Q  工事の請負等の経過措置は、建設業にしか関係がないのですか。

A  建設業などの①工事の請負契約、だけではなく、②製造の請負契約や、③ソフトウェア開発などの請負に類する政令で定める契約も含まれます(一定の要件を満たすものに限られます)。②は受注生産の場合にのみ適用され、見込生産には適用されません。

Q  発注者との請負契約を指定日前に締結しましたが、下請業者との請負契約を指定日以後に締結しました。下請業者との請負契約についても、経過措置は適用になりますか。

A  経過措置は契約ごとに判断しますので、発注者との請負契約には経過措置が適用されますが、下請業者との請負契約には経過措置は適用されず新税率が適用されます。

※具体的な経理処理や取引等に関する適用関係については、個々の事実関係に基づき判断されることとなりますので、最寄りの税務署、税理士にご確認ください。

ポイント5 中小企業の価格転嫁をサポート! 新しい法律のポイントを押さえましょう!

平成25年10月1日より「転嫁対策特別措置法」がスタートしています

消費税の円滑かつ適正な転嫁を目的として、転嫁対策特別措置法が成立しました。平成25年10月1日から施行され、平成29年3月31日限りで効力を失う時限立法です。

また、公正取引委員会、消費者庁、財務省から、この法律の解釈や具体例について示したガイドラインが公表されました。ガイドラインは、次の内閣府のHPでご確認ください。

<http://www.cao.go.jp/tenkataisaku/index.html>

転嫁対策特別措置法の4つの特別措置

- 1 消費税の転嫁拒否等の行為(減額、買ったたき等)が禁止されています (P.15)
- 2 消費税分を値引きする等の宣伝や広告が禁止されています (P.22)
- 3 「総額表示」義務が緩和され、「外税表示」「税抜価格の強調表示」が認められています (P.23)
- 4 中小企業が共同で価格転嫁すること(転嫁カルテル)や、表示方法を統一すること(表示カルテル)が認められています (P.25)

政府に消費税の価格転嫁に関する総合相談センターが設置されています

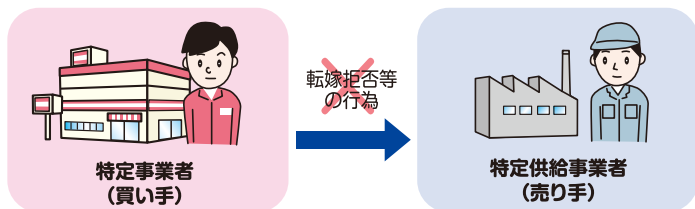
政府(内閣府)では、消費税の価格転嫁に関する相談を受け付けています。転嫁拒否など転嫁対策特別措置法に違反する疑いのある行為については、相談者のご意向により、センターから担当省庁へ通知されます。

消費税価格転嫁等総合相談センター(内閣府)

<http://www.tenkasoudan.go.jp> 電話番号: 0570-200-123 (通話料がかかります)

特別措置 1 消費税の転嫁拒否等の行為(減額、買ったたき等)が禁止されています

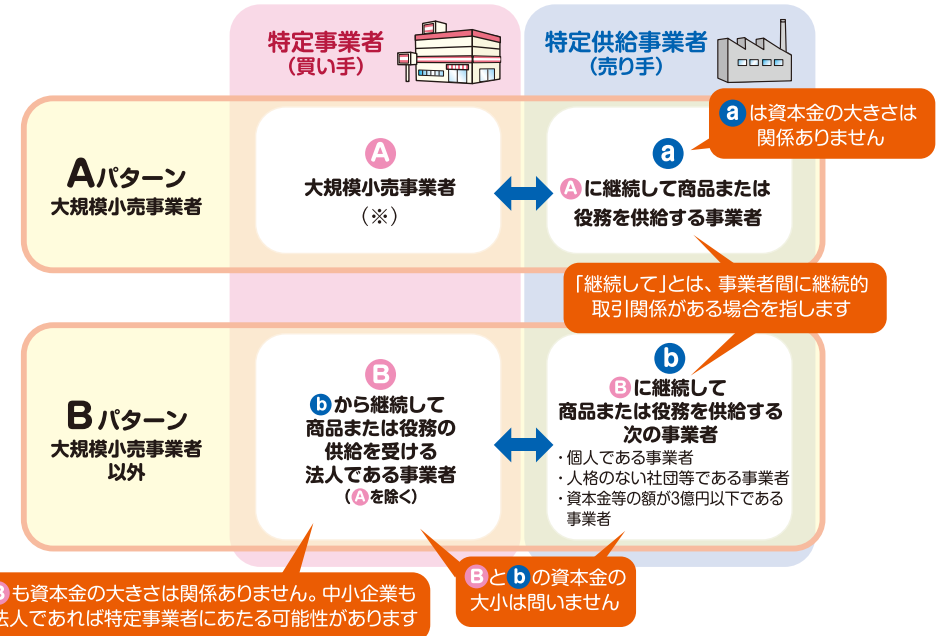
特定事業者(買い手)が、特定供給事業者(売り手)から受ける商品または役務の供給に関して、消費税の転嫁拒否等の行為をすることが禁止されています。



「特定事業者」が取締りの対象です

規制の対象となる「特定事業者」と保護の対象となる「特定供給事業者」は、2つの組み合わせで決まります。

●「特定事業者」と「特定供給事業者」の関係



(※)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を行う者で、前事業年度における売上高が100億円以上である者(もしくは一定規模の店舗面積のある店舗を有する者)をいいます。

禁止される転嫁拒否等の行為は次の4類型です

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受ける商品または役務の供給に関し、次の4類型の行為を行うことが禁止されています。

●禁止される4類型の行為

- 1 減額または買ったたき(P.17)
- 2 商品購入、役務利用または利益提供の要請(P.19)
- 3 本体価格(税抜価格)での交渉の拒否(P.20)
- 4 報復行為(P.20)



禁止されている行為の代表的な例を、次ページ以降で紹介していますので確認しましょう。

禁止される転嫁拒否等の行為の具体例を紹介します
 その他の禁止行為についてもガイドラインで確認しましょう

禁止行為

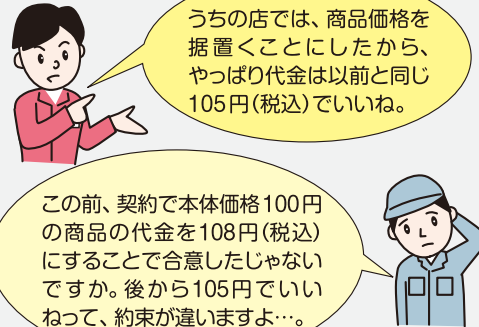
① 「減額」または「買ったたき」の禁止

「減額」の禁止

特定事業者(買い手)が、特定供給事業者(売り手)から供給を受ける商品または役務について、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は、「減額」として禁止されています。

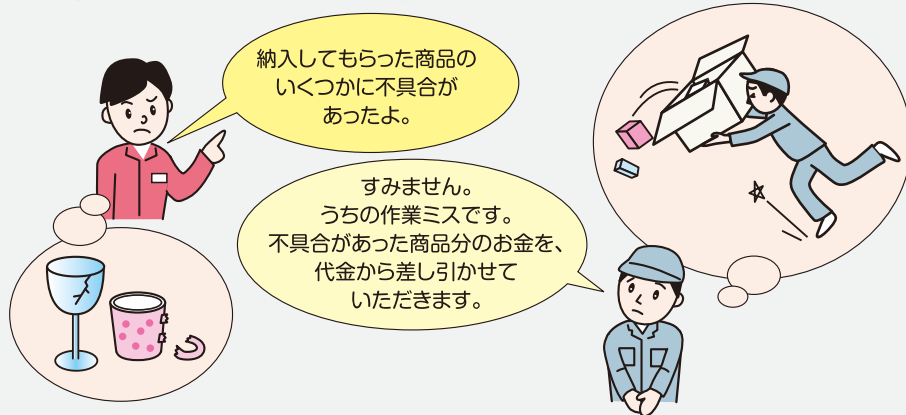
●問題となる例

・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、消費税引上げ分の全部または一部を対価から減じる場合 等



「減額」とならない「合理的な理由」がある場合の例

●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 等



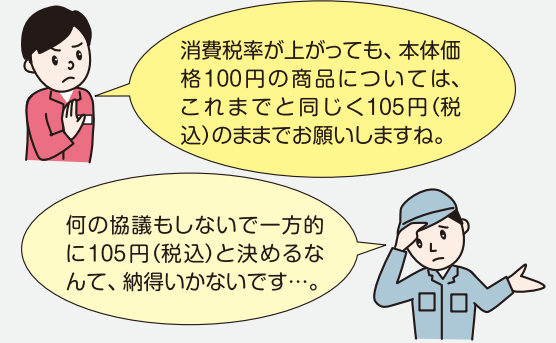
「買ったたき」の禁止

特定事業者(買い手)が、特定供給事業者(売り手)から供給を受ける商品また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は、「買ったたき」として禁止されています。

「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または役務の消費税引上げ前の対価に消費税引上げ分を上乗せした額をいいます。

●問題となる例

・原材料費の低減等の状況の変化がない中で、消費税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 等

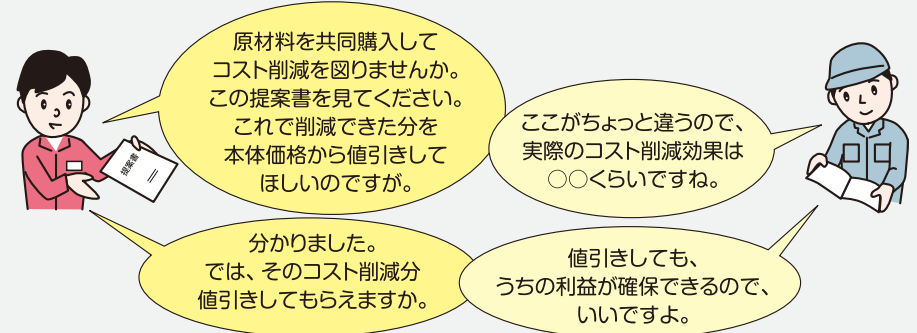


「買ったたき」とはならない「合理的な理由」がある場合の例

●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に対価に反映させる場合

「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のことをいいます。

「合理的な理由」は特定事業者が説明する必要があります!



禁止行為

② 「商品購入、役務利用または利益提供の要請」の禁止

特定事業者(買い手)が、特定供給事業者(売り手)から供給を受ける商品または役務について、消費税率引上げ分の全部また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、役務を利用させまたは経済上の利益を提供させる行為は、「商品購入、役務利用または利益提供の要請」として禁止されています。

●問題となる例

<商品購入、役務利用の要請>

- ・消費税率引上げ分の全部また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 等

<利益提供の要請>

- ・消費税率引上げ分の全部また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 等

消費税率引上げ分を払うのはいいけど、その代わりに、ディナーショーのチケットを買ってよね。



消費税率引上げ分を払うのはいいけど、その代わりに、値札の付け替え作業をしてくれる従業員を派遣してよね。



「商品購入、役務利用または利益提供の要請」に該当しない例

- ・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また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 等

商品の製造をお願いしたいのですが、今回は、商品の内容を均質にするために、うちの原材料を使ってもらう必要があります。いかがでしょうか。



原材料の購入が必要な趣旨は分かりましたので、その条件で受注します。



禁止行為

③ 「本体価格(税抜価格)での交渉の拒否」の禁止

特定事業者(買い手)が、商品また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(売り手)からの申出を拒むことは、「本体価格での交渉の拒否」として禁止されています。

●問題となる例

申出を明示的に拒む場合だけでなく、次のような場合も該当します。

- ・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 等



税抜で見積書を作ったので見てください。

税込総額みの価格を記載した見積書を、再提出してもらえますか。



契約書・請求書・見積書等の価格表示を確認しましょう!

今後は、外税表示の見積書を活用して、次のように本体価格で交渉するようにしましょう。交渉の結果作成する契約書や請求書についても、税率を明確にするため、消費税率引上げ日以後は、新税率により価格を計算することを明示しておきましょう。

<契約書・見積書等の価格表示の例>

- 内税表示よりも、外税表示にする。
- 内税表示にする場合であっても、本体価格や消費税額を併記して、本体価格と消費税はあくまで別であることを明確にする。
- 「消費税法の改正により税率が変更になった場合には、変更後の税率により計算するものとする」などと別途明記する。

<見直し前>

見積書	
平成×年×月×日	
××社 御中	
□□	〇〇円
□□	〇〇円
合計	〇〇円(税込)

<見直し後>

見積書	
平成×年×月×日	
××社 御中	
□□	〇〇円
□□	〇〇円
	本体価格 〇〇円
	消費税(8%) 〇〇円
合計	〇〇円

内税表示ではなく外税表示にしましょう

禁止行為

④ 「報復行為」の禁止

特定供給事業者(売り手)が買ったたき等の禁止行為が行われていることを公正取引委員会等に対し知らせたことを理由として、特定事業者(買い手)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ことは、「報復行為」として禁止されています。

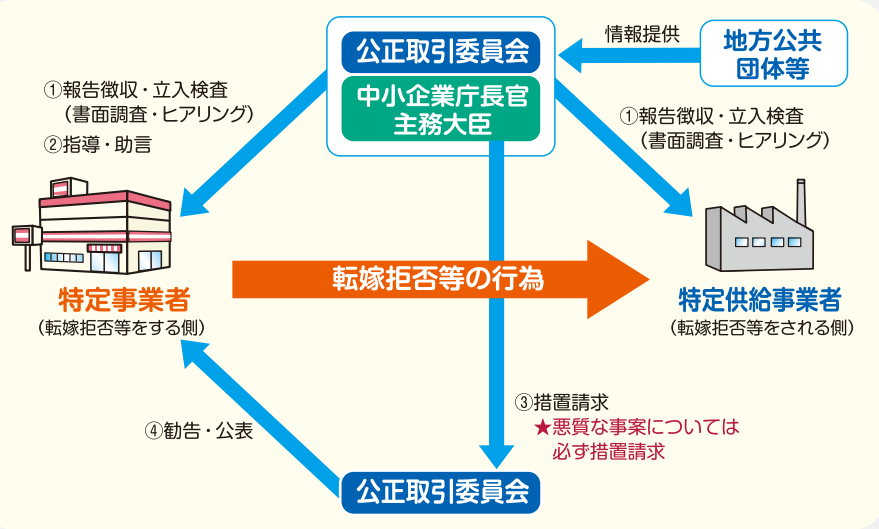
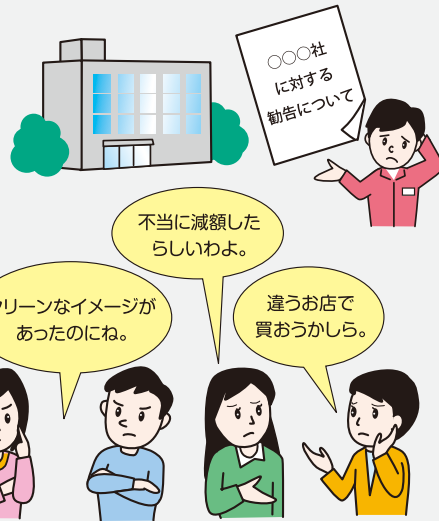
転嫁拒否等の行為は、政府による取締りの対象となります!

～悪質な違反は公正取引委員会が「勧告・公表」等を行います～

特定事業者が転嫁拒否等の行為を行った場合、公正取引委員会等による指導・助言、勧告・公表等の取締りが行われます。

特定事業者にとって、違反行為が公表されれば、企業イメージ・信用が著しく失われますので、公正な取引を行いましょ。

中小企業同士の取引でも違反すれば取締り対象になります!



このほか、政府では、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調査官「転嫁Gメン」を新たに配置するなど、監視・検査体制の強化に取り組むとしております。

特別措置 2 消費税分を値引きする等の宣伝や広告が禁止されています

●全ての「事業者」が取締りの対象です!

転嫁対策特別措置法では、消費者に消費税を負担していないかのような誤認を与えたり、納入業者への買いたたきや競合する小売事業者の転嫁を阻害したりしないように、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。

具体的には、事業者に対して、平成26年4月1日以後における自己の供給する商品または役務の取引について、次の3つの表示を禁止しています。

対象は、中小企業を含む全ての「事業者」です。「特定事業者」のように限定されません!

禁止される3つの表示



①取引の相手方に消費税を転嫁していない旨の表示

「消費税は転嫁しません」

「消費税は当店が負担しています」

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

「消費税率上昇分値引きします」

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、②の表示に準ずるものとして内閣府令で定めるもの

「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」と言わなければいいの?

「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、禁止される表示にあたりません。

<禁止されない表示の例>



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」



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」



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」

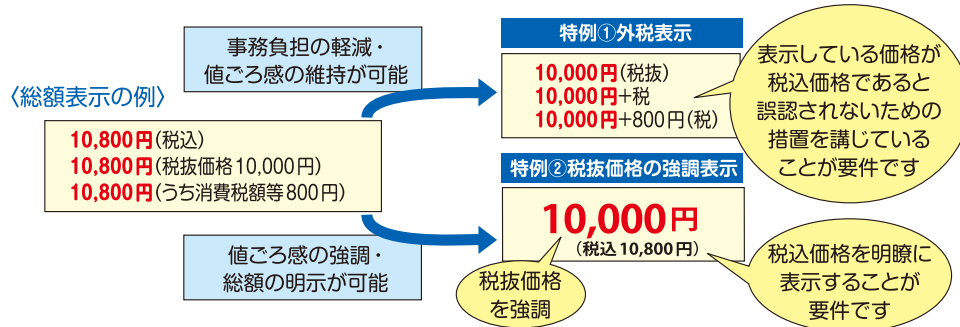
●違法な宣伝広告を行った場合は、政府による取締りの対象となります!

事業者が違法な宣伝広告を行った場合は、転嫁拒否等の行為と同様に、消費者庁等による指導・助言、勧告・公表等の取締りが行われます。

特別措置 **3 「総額表示」義務が緩和され、「外税表示」「税抜価格の強調表示」が認められています**

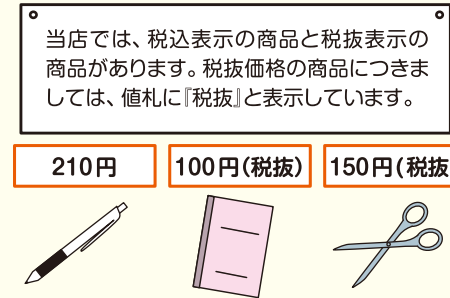
平成25年10月1日から平成29年3月31日までの間、総額表示義務(消費者に商品の販売やサービスの提供等を行う場合に、消費税額を含めた価格を表示する義務)が緩和され、次の2つの特例(外税表示・税抜価格の強調表示)を利用することが認められています。

値札等をいつから貼り替えるのか、その時期を決定し、早めに準備をしましょう!



例③: 店内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

徐々に税抜価格の値札等への変更作業を行う店舗等では、「税込価格の値札」と「税抜価格のみの値札」が同一店舗内に混在する場合があります。このような場合には、店内等のある商品等の価格が税抜価格のみの表示になっているのかを個々の値札等で明示する必要があります。また、消費者の利便性を考え、別途、店内等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、次のような表示を行うことも検討しましょう。



うちは商品数が多いから、一度に値札を貼り替えるのは大変だな。税率引上げ日までに徐々に値札を貼り替えよう。

でも、税込価格と税抜価格の値札が混在すると、お客様に誤解を与えないか心配だな。商品棚等に説明文を掲示しよう。

特例① 「外税表示」は消費者に誤認されないための対策が必要です

外税表示が認められるには、消費者に対して「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(誤認防止措置)を講じている」という要件を満たす必要があります。

● 「税抜価格」のみを表示する場合の誤認防止措置の例

例①: 個々の値札等で表示する場合

※値札の他、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が対象となります。



例②: 店内の掲示やチラシ等で一括して表示する場合

個々の値札等は「〇〇〇円」と税抜価格のみを表示する場合、別途、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、次のような表示を行う必要があります。



特例② 「税抜価格の強調表示」は、税込価格を明瞭に表示する必要があります

値ごろ感のある「税抜価格」を強調するため、「税込価格」と「税抜価格」を併記することができます。その場合、消費者から見やすく、誤認されないことがないように、「税込価格」を明瞭に表示しましょう。

「税込価格」が明瞭に表示されているかどうかの判断は、基本的に、次の各要素が総合的に勘案されます。

- 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

〈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)

〈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

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)

特別措置 **4** 中小企業が共同で価格転嫁すること(転嫁カルテル)や、表示方法を統一すること(表示カルテル)が認められています

転嫁対策特別措置法では、事業者または事業者団体が、公正取引委員会に届出をすると、平成26年4月1日から平成29年3月31日までの間の商品または役務の供給について、独占禁止法の例外として、転嫁カルテルおよび表示カルテルをすることが認められています。

〈独占禁止法の原則〉

カルテル禁止

「カルテル」とは、事業者等が商品の価格等を共同で取り決め、競争を制限する行為のこと



〈転嫁対策特別措置法〉

転嫁カルテルOK

転嫁カルテルとは、消費税の転嫁の方法の決定に係る共同行為のこと

表示カルテルOK

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係る共同行為のこと

転嫁カルテル・表示カルテルが認められるには事前の届出が必要です。届出は、平成25年10月1日から可能となります。活用する場合には、早めに準備して届出をしましょう。

〈転嫁カルテルの具体例〉

- 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分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 等

転嫁カルテルは、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

本体価格に関する取り決めは、今回認められる転嫁カルテルにはあたりませんので注意しましょう

〈表示カルテルの具体例〉

- 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
 - ・「税込価格」と「消費税額」とを並べて表示
 - ・「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(誤認防止措置を講じている場合に限る)
 - ・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 等

表示カルテルは、全ての事業者や事業者団体が対象です

消費税の転嫁カルテル・表示カルテルの届出について

公正取引委員会のHPで、届出書の様式や記載例を入手することができます。また、届出に関するよくある質問や届出窓口の連絡先も掲載されておりますので、あわせて確認しましょう。

<http://www.jftc.go.jp/tenkataisaku/todokede.html>

禁止される行為や価格表示の特例について、従業員へ周知しましょう

禁止される行為(転嫁拒否等の行為、消費税分を値引きする等の宣伝や広告)に違反し、会社の信用を落とさないように、また、価格表示を変更したことにより現場が混乱しないように、新しい法律の制度を従業員に周知しましょう。

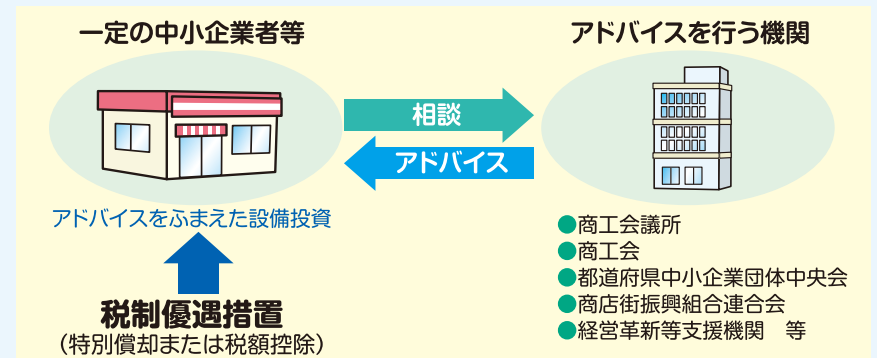
また、あわせて消費税率引上げに備え、社内体制を整備しましょう(P.9参照)。



商業・サービス業・農林水産業活性化税制が創設されました

商業・サービス業等の一定の中小企業者等が店舗改修などを行った場合、特別償却(取得価額の30%)または税額控除(同7%)を選択で適用できます。

この制度の利用には、商工会議所等による経営改善およびこれに必要な設備投資等に関する指導および助言を受け、それをふまえた設備投資等を行うこと等が必要です。(平成25年4月1日から平成27年3月31日までの間に取得等して事業の用に供した設備に適用)



- 商工会議所
- 商工会
- 都道府県中小企業団体中央会
- 商店街振興組合連合会
- 経営革新等支援機関 等



●消費税率の引上げと経営への影響について

- 消費税率の引上げスケジュールを把握していますか? →P.1
平成26年の4月に8%に、平成27年10月に10%^(※)に引上げられます。
(※) 10%への引上げについては、経済状況等を総合的に勘案したうえで判断されます。
- 消費税を転嫁しないと、売上や利益が下がることを把握していますか? →P.2
消費税率が5%から8%に引上げられても、売価を据置くと売上や利益が減少します。

●消費税率引上げを乗り切る収益確保策について

- 事業全体で売上と利益を確保するという認識をしていますか? →P.3
個別の商品で考えるのではなく事業全体で収益確保策を考えましょう。
- 値上げする商品と価格を維持する商品を考えていますか? →P.3~4
税率引上げ分をすべての商品で一律に転嫁すると消費者の購買意欲が下がってしまう可能性があります。
- 駆け込み需要とその反動減への対策を考えていますか? →P.5
駆け込み需要やその反動減等、税率引上げ前後を見据えた対策を考えていきましょう。
- 原価を把握し、コスト削減を図っていますか? →P.6
価格を見直すためには、まず原価や経費を正確に把握する必要があります。
その上で、競争力を維持するためにはコスト削減を図る必要があります。

●納税資金と資金繰りについて

- 資金繰り対策について理解しましたか? →P.8
①資金繰り表を作成すること、②十分な運転資金を確保すること、③納税資金確保のための制度を活用すること、がポイントです。

●消費税率引上げに備えた社内体制の整備について

- 転嫁対策方針を決め、社内体制を整備しましたか? →P.9
社内体制の整備は、転嫁対策方針を決定することから始めましょう。
- 社内ルールを決め、従業員に周知しましたか? →P.10
社内ルールを決め、従業員に周知することで、転嫁対策方針を実行することができます。

●経理処理・経過措置について

- 適用税率の原則的な考え方は理解しましたか? →P.11
各取引につき税率が何%であるかをしっかり理解し、税率引上げ日前後に慌てないようにしましょう。
- 経過措置について理解しましたか? →P.11、29~30
制度について理解し、契約書の確認などを漏れなく行いましょう。
- 経理処理について準備は行っていますか? →P.12
税率引上げ後は複数の税率が混在します。現場に混乱が生じないように、売上計上基準等のルールを統一しましょう。
- システム等の変更準備をしていますか? →P.12
税率引上げに向けて、会計システムや販売管理システム等の設定変更を計画的に準備していきましょう。

●転嫁対策特別措置法について

- 政府共通の新しい相談窓口を知っていますか? →P.15、31
内閣府に政府共通の相談窓口として、「消費税価格転嫁等総合相談センター」が設置されています。
- 転嫁拒否等の行為について理解しましたか? →P.15~20
禁止される転嫁拒否等の行為の種類と、その代表的な例を確認しましょう。
- 契約書・請求書・見積書等の価格表示を見直しましたか? →P.20
転嫁しやすくするために、契約書・請求書等の価格表示を外税等にし、交渉段階の見積書の提示も税抜価格で行いましょう。
- 価格表示の改定の準備は始めましたか? →P.23~24
外税表示や税抜価格の強調表示を活用する場合には、値札等をいつから貼り替えるのか、その時期を決定し、その時期に間に合うように余裕をもって準備しておきましょう。
- 禁止行為や価格表示の特例について、従業員へ周知しましたか? →P.26
禁止行為に違反し、会社の信用を落とさないように、また、価格表示を変更したことにより現場が混乱しないように、新しい法律の制度を従業員へ周知しましょう。

〈主な経過措置〉

経過措置	主な要件
①旅客運賃等	施行日前に旅客運賃等を支払っていれば、施行日以後に乗車等をして旧税率が適用になります
②工事の請負等	指定日の前日までに契約を締結した場合、施行日以後に目的物を完成し引渡しても旧税率が適用になります
③通信販売等	(1)指定日の前日までに販売条件を提示し、または、提示する準備を完了し、(2)施行日の前日までに申込みを受け、(3)提示した条件に従って施行日以後に商品を販売した場合、旧税率が適用になります
④資産の貸付け	(1)指定日の前日までに契約を締結し、(2)施行日前から施行日以後引き続き資産の貸付けを行っており、(3)契約内容が①および②、または、①および③の要件を満たす場合には、施行日以後も旧税率が適用になります ①貸付けの期間および期間中の対価の額が定められていること ②事業者が事情の変更その他の理由により対価の額の変更を求めることができる旨の定めがないこと ③契約期間中に当事者の一方または双方がいつでも解約の申入れをすることができる旨の定めがないことその他一定の要件に該当していること

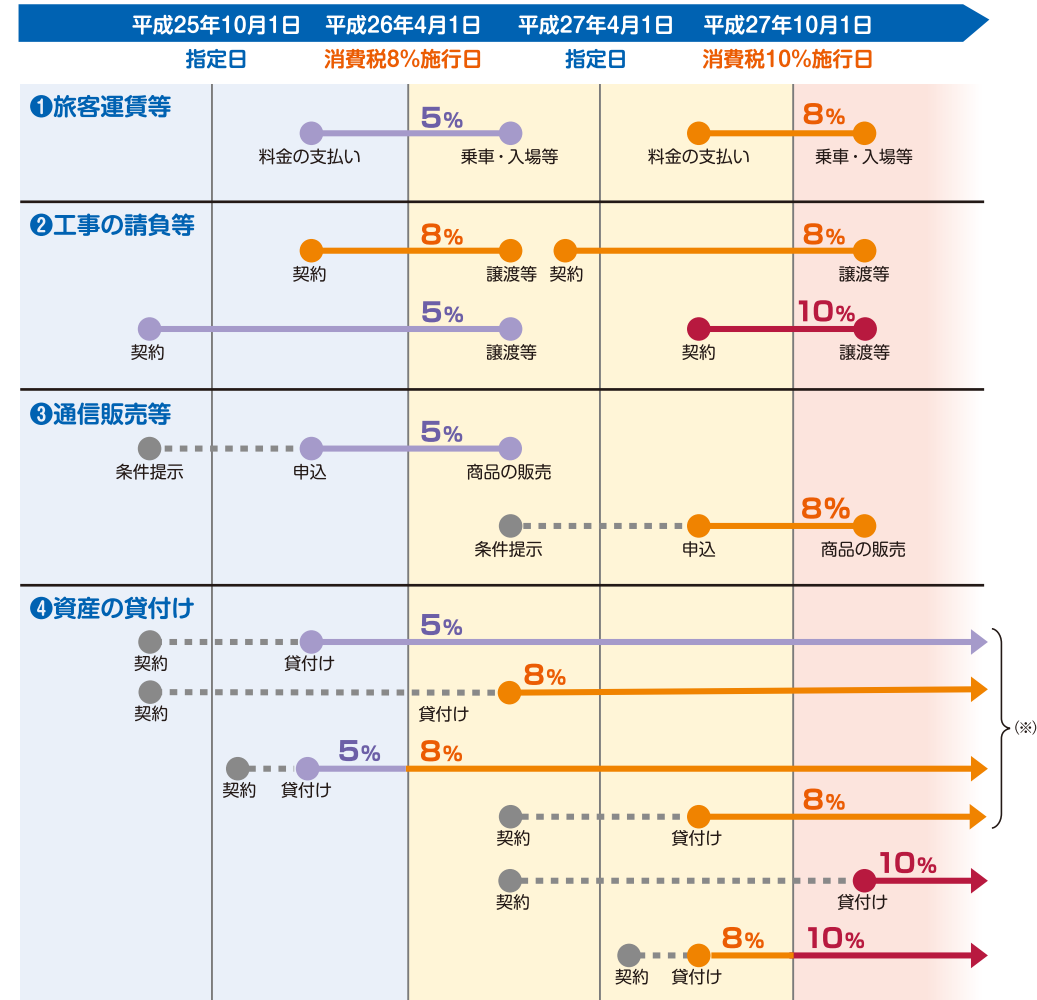
施行日と指定日の
対応関係を押さえましょう!
8%と10%のそれぞれに
指定日があります

〈消費税率引上げのスケジュール〉

税率	指定日 (施行日の半年前)	施行日
8%	平成25年10月1日	平成26年4月1日
10% ^(※)	平成27年4月1日	平成27年10月1日

(※) 10%への引上げについては、経済状況等を総合的に勘案したうえで判断されます。

〈経過措置で適用される消費税率イメージ〉



(※) 経過措置の適用を受ける平成26年4月1日以後の税率5%、および平成27年10月1日以後の税率8%は、P.29に記載の要件を満たす契約の貸付期間のみに適用されます。

〈経過措置が適用される主な取引〉

①旅客運賃等	電車の回数券や定期券、プロ野球の年間予約席など
②工事の請負等	工事の請負契約、製造の請負契約、これらに類する政令で定める契約(例：測量、地質調査、設計、ソフトウェア開発)など
③通信販売等	新聞、テレビ、チラシ、カタログ、インターネット等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
④資産の貸付け	テナントビルに係る賃貸借契約など

※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。

※契約の種類ごとに、適用される経過措置が異なりますので、詳しくは、国税庁ホームページや最寄りの税務署、税理士にご確認ください。

消費税の価格転嫁等に関する相談窓口

消費税の価格転嫁等に関する相談窓口が政府や商工会議所等に設置されております。

各地商工会議所「消費税転嫁対策相談窓口」

消費税転嫁対策に関する政府の施策をはじめ、経営に関する様々なご相談に経営指導員や専門家が対応いたします。

最寄りの商工会議所はこちらから検索いただけます。

商工会議所名簿



http://www.cin.or.jp/cin-cgi/me_list99open.asp

内閣府「消費税価格転嫁等総合相談センター」

消費税の転嫁、広告・宣伝、総額表示等に関するお問い合わせを受け付けております。転嫁拒否など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、相談者のご意向により、センターから担当省庁へ通知されます。

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

電話番号：0570-200-123（通話料がかかります）

経済産業省・各地方経済産業局等「消費税転嫁対策室」

消費税転嫁に係るお悩み等に関して、ご相談を受け付けております。

・経済産業省所管業種相談窓口

電話番号：03-3501-5683（通話料がかかります）

・中小企業庁相談窓口

電話番号：03-3501-1502、1503（通話料がかかります）

※各地方経済産業局のご連絡先は、次のURLからご確認いただけます。

<http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/2013/131002shouhizei.htm>

・電子メールでの相談

メールアドレス：chusho-tenkataisaku@meti.go.jp

・下請かけこみ寺・消費税転嫁対策相談専用フリーダイヤル

電話番号：0120-300-217

消費税率引上げ対策 早わかりハンドブック

発行日：2013年10月

発行：日本商工会議所 中小企業振興部

〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-2-2

<http://www.jcci.or.jp>

本書は、信頼できるとされる各種情報に基づいて作成しておりますが、その正確性、安全性を保証するものではありません。また、本書に基づく事業展開等で不利益などの問題が生じた場合、一切の責任を負いかねますのでご了承ください。