

消費税転嫁対策特別措置法の概要と留意点

1. 消費税転嫁対策特別措置法の施行

現行5%である消費税率は、平成26年4月1日に8%に、平成27年10月1日に10%に、2回にわたる引上げが予定されています。こうした増税分が、商品や役務の価格に円滑かつ適正に上乘せ(転嫁)されるようにするため、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等に関する特別措置法」(以下「本法律」といいます。)が施行されます。

本法律の内容は、大きく分けると4つあり、(1)商品や役務の供給を受ける事業者が、消費税の増税分の転嫁を拒否するため、減額や買いたたき等の行為を行うことを禁止し、また、(2)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禁止する一方、(3)商品や役務の価格表示において税抜表示を認め、(4)いわゆる転嫁カルテルや表示カルテルを認めています。

これら本法律が定める内容は多くの事業者の価格交渉や価格表示に影響を及ぼし得るため、早期にその内容を理解し、対策を講じておくことが必要です。そこで、本ニューズレターでは、本法律の概要と留意点について解説します。なお、用語の厳密な定義等の詳細は、公正取引委員会、消費者庁、財務省による平成25年9月10日付けの本法律に関する各ガイドライン(文末脚注を参照)をご確認下さい。

2. 消費税の転嫁の仕組み

最初に、本法律を理解するための前提となる、消費税の転嫁の仕組みを解説します。

いま、一例として、製造業者が、流通業者に税抜価格100万円で商品を販売し、流通業者が税抜価格200万円で消費者に商品を販売する場合を考えます(【図1】)。現行の5%の消費税率の下では、製造業者は流通業者から

105万円(100万円(税抜価格)+5万円(消費税))を受領して、5万円を国に納税することになります。

平成26年4月1日からは、消費税率は8%になりますので、本来は、製造業者は流通業者から108万円(100万円(税抜価格)+8万円(消費税))を受領して、8万円を国に納税することになります。しかし、流通業者が、消費税率引上げに伴って税込価格が高くなることで、消費者の購買意欲が減少することを恐れるなどして、消費者への販売価格を据え置くために、製造業者に対して、商品の対価を従来のまま105万円に設定したとします(転嫁拒否の類型のうち、いわゆる「買いたたき」)。

このとき、消費税率は8%に引き上げられているため、製造業者は105万円×8/108=約8万円の納税義務を負うことになり、流通業者に対して税抜価格97万円(105万円-8万円)で販売したに等しくなります。つまり、流通業者に消費税率引上げ分の支払を拒否されたことにより、製造業者は利益を削って納税することになるのです(【図2】)。

本法律では、このような転嫁拒否を防止するため、一定の行為等を禁止しております。

【図1】 増税前の転嫁の一例

製造業者
↓ 105万円(100万円+5万円(税))
流通業者
↓ 210万円(200万円+10万円(税))
消費者

【図2】 増税後に転嫁拒否が起きた場合

製造業者
| 108万円(100万円+8万円(税))
↓ 105万円(97万円+8万円(税))
流通業者
| 216万円(200万円+16万円(税))
↓ 210万円(194万円+16万円(税))
消費者

本ニューズレターの執筆者



きたむら みちと
北村 導人

パートナー
弁護士



いわさき まさき
岩崎 将基

アソシエイト
弁護士

本ニューズレターは法的助言を目的するものではなく、個別の案件については当該案件の個別の状況に応じ、弁護士・税理士の助言を求めて頂く必要があります。また、本稿に記載の見解は執筆担当者の個人的見解であり、当事務所又は当事務所のクライアントの見解ではありません。本ニューズレターに関する一般的なお問合せは、下記までご連絡ください。

西村あさひ法律事務所 広報室
(Tel: 03-5562-8352 E-mail: newsletter@jurists.co.jp)

3. 本法律の概要と、注意すべきポイント

(1) 消費税の転嫁拒否等の行為の是正に関する特別措置(減額・買ったとき等の禁止)

本法律は、「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を禁止しています(3 条。「特定事業者」と「特定供給事業者」は、【図 3】記載の事業者を指す)。規制対象である特定事業者は、禁止行為を行わないように注意する必要がありますし、特定供給事業者も、禁止行為を受けないように、備える必要があります。

【図 3】 規制対象の概要

特定事業者 転嫁拒否をする側(買手) 【規制対象】	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 (大規模な百貨店、スーパー、ホームセンター、専門量販店等)	①の大規模小売業者に 継続して商品又は役務を供給する事業者
② 資本金 3 億円以下の事業者から継続して商品又は役務の供給を受ける事業者	②の特定事業者継続して商品又は役務を供給する資本金 3 億円以下の事業者

本法律が禁止する転嫁拒否等の行為は以下のア～エのとおりです。

ア 減額・買ったとき(3 条 1 号)

(ア) 減額(3 条 1 号前段)

「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を指します。例えば、特定事業者が、平成 26 年 4 月 1 日の消費税率引上げに際して、税抜価格が 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や、リベートを増額するよう要請し、当該リベートとして消費税率引上げ分を対価から減

じる場合等が問題となります¹。

ただし、「合理的な理由」があれば「減額」とはなりません。「合理的な理由」の例としては、(a)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や、(b)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りペー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ペー分の額を減じる場合等を挙げることができます。

特定事業者としては、「減額」に該当するものと疑われなために、契約時に代金額を明確にした契約書等を作成し、当該代金額どおりに支払った上、支払ったことの証拠を保管しておくことが重要であり、また、上記のような「合理的な理由」により事後的に対価を減じることができる場合に備えて、合理的な理由の存在を証明する文書等の証拠を保管しておくことが重要です。他方、特定供給事業者の立場からは、「減額」されないために、契約時に代金額を明確にした契約書等を作成し、保管しておくことが重要です。

(イ) 買ったとき(3 条 1 号後段)

「買ったとき」とは、商品又は役務の対価の額を、同種・類似の商品又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を指します。「減額」が契約締結後に、対価を事後的に減らすものであるのに対し、「買ったとき」は、契約締結前の価格交渉において、対価を通常支払われる対価よりも低くするという点で区別されます。買ったときの例としては、特定事業者が、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や、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等が問題となります²。

ただし、「合理的な理由」があれば「買ったとき」とはなりません。「合理的な理由」の例としては、(a)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や、(b)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等を挙げることができます。ここでいう「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場合を想定しています。

特定事業者としては、合理的な理由がある場合にもかかわらず、「買いたたき」に該当するものと疑われないために、特定供給事業者の原材料価格等が下落した客観的資料や、他の競合する特定供給事業者からの見積書・提案書等、合理的な理由の存在を証明する証拠を保管しておくことが重要です。他方、特定供給事業者の立場からは、「買いたたき」にあわないために、交渉経過を記録するとともに、特定事業者が商品の対価の額を、同種・類似の商品に対し通常支払われる対価に比し低く定めた場合等に、その合理的な理由を示すように求め、交渉の結果を証拠化して、保管することが重要です。

イ 商品購入、役務利用又は利益提供の要請(3条2号)

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たり、自己の指定する役務を利用させたり、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たりすることを指します。例えば、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や、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等が問題となります³。

ただし、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は該当しません。例えば、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等を挙げることができます。

ウ 本体価格での交渉の拒否(3条3号)

本体価格での交渉の拒否とは、特定事業者が、商品又は役務の供給の対価に係る交渉において、特定供給事業者からの税抜価格を用いたい旨の申出を拒むことを指しま

す。これには、税抜価格での交渉を困難にさせる場合も含まれ、例えば、特定供給事業者が、特定事業者との交渉において、税抜価格と消費税額を別々に記載した見積書を提示するなど、税抜価格での価格交渉を希望する意図が認められるのに、税抜価格に消費税額を加えた総額のみを記載した見積書を再度提出させる場合や、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の様式を定め、その様式の使用を余儀なくさせる場合も、禁止行為に該当します⁴。

エ 報復行為(3条4号)

報復行為とは、本法律が禁止している上記アからウの行為があるとして、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を指します。

以上のアからエが、本法律が禁止する転嫁拒否等の行為となります。

本法律の執行体制を見ると、転嫁拒否等の行為(上記アからエの行為)を防止・是正するため、公正取引委員会・主務大臣・中小企業庁長官が、特定事業者に対して必要な指導又は助言を行うこととされています(4条)。公正取引委員会は、転嫁拒否等の行為があると認めるときは、勧告を行い、その旨を公表することになります(6条)。

本法律の適用対象期間にも注意が必要であり、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、本法律の施行日(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、本法律に違反することとなります。本法律は平成29年3月31日限りで失効することとされていますが、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2条が定める経過措置により、指導等の措置の対象となります。

(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(消費税分を値引きする等の宣伝・広告の禁止)

次に、本法律は、「全ての事業者」に対して、平成 26 年 4 月 1 日以後に自己の供給する商品又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(8 条)⁵。

禁止される表示	禁止される表示の具体例
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)	「消費税は転嫁しません」 「消費税は当店が負担しています」 「消費税還元セール」
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)	「消費税率上昇分値引きします」 「消費税 8%分還元セール」 「消費税率の引上げ分をレジにて値引きします」
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)	「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」 「消費税増税分を後でキャッシュバックします」

これに対して、広告等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(例えば、「新生活応援セール」等)。

消費税の転嫁を阻害する表示に対する指導、勧告等については、内閣総理大臣等が実施することとされています。本法律が失効する平成 29 年 3 月 31 日の後であっても、失効前に行われた違反行為については、附則 2 条が定める経過措置により、指導等の措置の対象となります。

(3) 価格の表示に関する特別措置(税抜表示が可能に)

消費税法では、消費者に対して商品や役務を供給する課税事業者は、値札や広告において、消費税額を含めた価格を表示する義務があることを定めています(消費税法 63 条。総額表示義務)。例えば、10,800 円(税込)、10,800 円(税抜価格 10,000 円)といったものが総額表示の例に該当します。

しかし、今後、消費税率が 2 回引き上げられると、事業者の値札変更等の事務負担が増大します。そこで、こうした事務負担軽減等を目的として、「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」といいます。)を講じていけば、商品や役務の価格表示において税抜表示を行うことを認めることになりました。

値札、チラシ、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、10,000 円(税抜き)、10,000 円(税別)、10,000 円(本体)、10,000 円+税といった表示であれば、誤認防止措置が講じられていることとなります⁶。

個々の値札等において税抜価格であることを明示することが困難な場合は、個々の値札等においては 10,000 円とのみ表示し、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、「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(店内に掲示する場合)や、「本チラシ(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(チラシやウェブページに表示する場合)を行うのであれば、誤認防止措置が講じられていることとなります。

消費者が商品等を選択する際に、誤認防止のための表示を明瞭に認識できない場合は、誤認防止措置には該当しないので注意が必要です。例えば、①店内のレジ周辺だけで行われている、②商品カタログの申込用紙だけに記載されている、③インターネットのウェブページの決済画面だけに記載されている、といった場合は、誤認防止措置とは認められません。

また、税込価格と税抜価格を併記する場合に、税込価格を明瞭に表示していれば、税抜価格を強調することも認められることになりました。税込価格を明瞭に表示しているかどうかの考慮要素としては、税込価格表示の文字の大きさ、文字間余白・行間余白、背景の色との対照性が考慮されます。あくまで税込価格を明瞭に表示した上で、税抜価格を強調することが認められるだけであるという点に注意が必要です⁷。

これらの特別措置が認められるのは、本法律の施行日である平成 25 年 10 月 1 日から本法律が失効する平成 29 年 3 月 31 日までの間です。なお、本特別措置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されています(10 条 2 項)。

(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(転嫁カルテルや表示カルテルが可能に)

本法律 4 つめの内容として、事業者又は事業者団体は、事前に公正取引委員会に届け出ることにより、「消費税の転嫁の方法の決定」及び「消費税についての表示の方法の決定」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ようになりました(12 条)。

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ます。

ア 「消費税の転嫁の方法の決定」に係る共同行為

「消費税の転嫁の方法の決定」に係る共同行為(転嫁カルテル)として行うことができる行為としては、例えば、次のような行為を挙げることができます⁸。

- ① 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
- ② 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:本体価格 98 円×8 パーセント=消費税額 7.84 円→8 円、本体価格 93 円×8 パーセント=消費税額 7.44 円→7 円)

転嫁カルテルが認められる要件として、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(12 条 1 号)。

ここで特に注意すべきは、消費税率引上げ後の税抜価格又は税込価格を事業者間で統一する旨の決定や、消費税率引上げ分と異なる額(率)を転嫁する旨の決定、消費税の全部又は一部の転嫁をしないことの決定等は、認められていないということです。

イ 「消費税についての表示の方法の決定」に係る共同行為

「消費税についての表示の方法の決定」に係る共同行為(表示カルテル)は、全ての事業者や事業者団体に認められ、例えば、次のような行為を行うことができます。

- ① 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(例:「税込価格」と「消費税額」又は「税抜価格」とを並べて表示する)
- ② 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
- ③ 価格交渉を行う際に税抜価格を提示する旨の決定

4. 終わりに

公正取引委員会と中小企業庁は、本法律の定める消費税の転嫁拒否等に関する調査(立入検査を含む)を担当する臨時職員を採用し、執行体制を強化する方針をとっている模様です。事業者は、禁止行為を行わないように、早期に対策を講じる必要があります。

以上

- ¹ 減額に関する具体例等は、平成 25 年 9 月 10 日付け「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」(以下「公正取引委員会ガイドライン」といいます。)5-6 頁を参照。
- ² 買いたたきに関する具体例等は、公正取引委員会ガイドライン 6-8 頁を参照。
- ³ 商品購入、役務利用又は利益提供の要請に関する具体例等は、公正取引委員会ガイドライン 8-10 頁を参照。
- ⁴ 本体価格での交渉の拒否に関する具体例等は、公正取引委員会ガイドライン 10-11 頁を参照。
- ⁵ 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は、平成 25 年 9 月 10 日付け「消費税の転嫁を阻害する表示に関する考え方」(消費者庁によるガイドライン)を参照。
- ⁶ 平成 25 年 9 月 10 日付け「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」(財務省によるガイドライン)を参照。
- ⁷ 平成 25 年 9 月 10 日付け「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」(消費者庁によるガイドライン)を参照。
- ⁸ 転嫁カルテルと表示カルテルの具体例等は、公正取引委員会ガイドライン 20 頁以下を参照。

当事務所は、旧興銀税務訴訟、東京都外形標準課税訴訟をはじめ、税務争訟・訴訟において多数の実績を上げ、現在も複数の移転価格案件、国際金融取引に関する大型税務訴訟等において、クライアントに助言しています。本ニューズレターは、当事務所に所属し、国内・国際取引に関わる税務訴訟・争訟・税務アドバイスの携わる弁護士・税理士から構成されるビジネス・タックス・ロー研究会により定期的に発行される予定です。当事務所のビジネス・タックス・ロー研究会は、当事務所の弁護士・税理士が、クライアントに対しより一層的確なサービスを提供できるよう、税務に関する最新の情報・ノウハウを共有・蓄積するとともに、ビジネス・ローに関する最新の情報を発信することを目的として活動しています。なお、本ニューズレターのバックナンバーは、<http://www.jurists.co.jp/ja/topics/newsletter.html>に掲載しておりますので、併せてご覧下さい。

(当事務所の連絡先) 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 〒107-6029

Tel: 03-5562-8500(代) Fax: 03-5561-9711

E-mail: info@jurists.co.jp URL: <http://www.jurists.co.jp/ja/>

© Nishimura & Asahi 2013