

消費税価格転嫁等総合相談センターの相談対応状況

平成 27 年 2 月 10 日

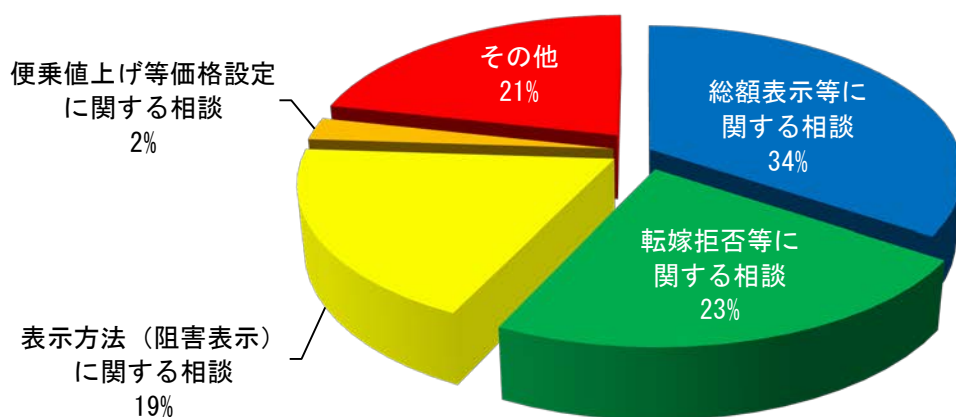
内閣府消費税価格転嫁等相談対応室

消費税価格転嫁等総合相談センターの 1 月(1/1～1/31)の相談対応状況は以下のとおり。

1 相談件数

1 月の相談件数：電話 114 件、メール 49 件

【相談内容（全 163 件）の内訳（※）】



注) 構成比は小数点以下を四捨五入しているため、合計しても 100 とはならない。

2 相談例

○ 総額表示等に関する相談

Q. あるサービス提供事業者と契約を締結した消費者である。その契約書では、個々のサービスの価格は税込価格で表示されているが、これを合計した総額の料金は「〇〇円 消費税〇〇円」と税抜価格で表示されている。一の契約書では、価格表記について同じ方法で記載すべきではないか。

A. 総額表示の義務付けは、「不特定かつ多数の者に対する(一般的には消費者との取引における)値札や広告などにおいて、あらかじめ価格を表示する場合」を対象としているので、特定の者に対して作成する、又は取引成立後や決済段階で作成する見積書・契約書・請求書等については、総額表示義務の対象とはなりません。

このため、契約書にどのような価格表記をするかについては、それぞれの取引内容等を踏まえた上で御判断いただくこととなります。

※ 消費税転嫁対策特別措置法違反被疑情報は 76 件

Q. 当社は税抜表示としている。例えば、税抜 12,000 円の商品について消費税をかけると税込で 12,960 円となるところ、代金徴収時の便宜を考えて、税抜表示は 12,000 円としたまま、消費者から受け取る価格について 10 円単位を四捨五入して支払総額 13,000 円とすることは問題ないか。

A. 御相談のような価格設定を行う場合には、消費者が支払う支払総額を基礎として税抜価格を改めて計算し直して、表示価格を修正する必要があります。仮に税抜表示の価格をそのままにしておいて御相談のような価格設定を行う場合には、商品・サービスの価格や取引条件に関して、実際のもの又は競争業者のものよりも著しく有利であると一般消費者に誤認される表示(有利誤認表示)を規制している景品表示法の有利誤認表示規制の観点から問題となる可能性があります。景品表示法の考え方については、お手数ですが、消費者庁にお問い合わせください。

Q. 「消費税分オフ」と表記している店がある。消費者がこうした店で商品を購入した場合、消費税はかからないのか。また、後日、事業者や税務署から消費税分を支払っていないとして消費者に対して請求がなされることはないか。

A. 消費税は、事業者が販売する商品やサービスの価格に含まれて、次々と転嫁され、最終的に商品消費し又はサービスの提供を受ける消費者が負担する仕組みとなっていますが、その申告・納付は、消費者ではなく、各事業者が税務署に対して行うこととされています。したがって、取引に際して値引き等を行った場合には、事業者は、値引き後の価格を基礎として消費税の申告・納付を行うこととなります。

なお、消費税転嫁対策特別措置法では、「消費税分オフ」等の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は禁止されています。

○ 転嫁拒否等に関する相談

Q. 当社は消費税転嫁対策特別措置法上の特定事業者に当たり、取引先との取引価格は内税方式としている。同法上の特定供給事業者に当たる取引先から消費税率の引上げに伴う取引価格の引上げ要請があった場合には引上げに応じ、引上げ要請をして来ない取引先との取引価格は据え置く対応を考えているが、同法上問題とならないか。

A. 消費税転嫁対策特別措置法上の特定事業者(買手)が、同法上の特定供給事業者(売手)との取引において、消費税率の引上げ前の取引価格(税込価格)に消費税率の引上げ分を上乗せせずに据え置くことは、合理的な理由がない限り、同法上の「買ったたき」に該当します。

消費税転嫁対策特別措置法上の「買ったたき」に当たるかどうかの判断に当たって、売手側から取引価格の引上げ要請があるか否かは考慮されないことから、特定事業者が、単に特定供給事業者から取引価格の引上げの要請がないことのみを理由に、消費税率の引上げ後の取引価格(税込価格)を据え置くことは、合理的な理由があるものと言えず、「買ったたき」として消費税転嫁対策特別措置法上問題となります。

Q. 当社(消費税転嫁対策特別措置法上の特定事業者)と同法上の特定供給事業者に該当する取引先との間で消費税率の引上げ後も取引価格(税込価格)を据え置くことについて合意書を作成し、取引価格(税込価格)を据え置くこととしている。このような形で合意書を作成しておけば、同法上の買ったたきとして問題とされることはないか。

A. 消費税転嫁対策特別措置法上の特定事業者(買手)が、同法上の特定供給事業者(売手)との取引において、消費税率の引上げ前の取引価格(税込価格)に消費税率の引上げ分を上乗せせずに据え置くことは、合理的な理由がない限り、同法上の「買ったたき」に該当します。

一般論として言えば、合意書を作成した場合であっても、例えば、その内容が特定供給事業者の利益の増加等になるものと認められない場合や、消費税率の引上げ後も取引価格(税込価格)を据え置くこ

とについて特定事業者と特定供給事業者との間で十分な協議が行われず、特定供給事業者が納得して合意していない場合には、合理的な理由があるものと言えず、「買ったたき」として消費税転嫁対策特別措置法上問題となります。

Q. 消費税転嫁対策特別措置法上の特定事業者と特定供給事業者との取引において合理的な理由があれば、消費税率の引上げ後も消費税率の引上げ前の取引価格(税込価格)に据え置いても同法上の買ったたきに当たらない場合があるとのことだが、合理的な理由があるとして認められる場合はどのような場合か。

A. 消費税転嫁対策特別措置法上の買ったたきとはならない「合理的な理由」がある場合としては、公正取引委員会が作成している「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」によると、例えば、①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、②特定事業者からの大量発注等により、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が挙げられています。その他どのような場合が合理的な理由がある場合として認められるかについては、「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」に明らかにされていますので、そちらを御覧ください。

○ 表示方法（阻害表示）に関する相談

Q. 消費税率引上げ前に大量に仕入れた商品が在庫として残っているので、「在庫一掃8%値引きセール」として広告に表記することを検討している。このような表記は、消費税転嫁対策特別措置法上問題ないか。

A. 「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、消費税転嫁対策特別措置法で禁止される表示には該当しません。

問合せ先

内閣府消費税価格転嫁等相談対応室

電話：03-3539-2610