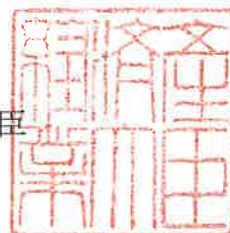




20191010 中第 4 号
公取企第 5 3 号
令和元年 1 1 月 1 5 日

関係事業者団体代表者 殿

経済産業大臣



公正取引委員会委員長



下請取引の適正化について

公正取引委員会及び経済産業省は、日頃より、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」といいます。）に違反する行為に対して厳正に対処するとともに、同法の普及啓発を行っております。

<中小企業の取引環境>

我が国経済は緩やかな回復基調にあり、企業収益の拡大や倒産件数の減少が続くなど、経済の好循環が浸透する一方、度重なる災害をはじめ、人手不足の深刻化、労働生産性の伸び悩みなど、中小企業を取り巻く環境は厳しい面もあります。また、これから年末にかけての金融繁忙期を迎えるに当たり、下請事業者の資金繰り等について一層厳しさを増すことが懸念され、親事業者が下請代金を早期にかつ可能な限り現金で支払い、下請事業者の資金繰りに支障を来さないようにすることが必要です。

<下請法の理解と下請代金支払の適正化>

経済の好循環を実現するには、下請等中小企業の取引条件を改善していくことが重要という問題意識の下、政府を挙げて下請対策の強化に取り組んでおり、平成 28 年 12 月には、違反行為の未然防止や事業者による情報提供に資するよう、下請法に関する運用基準を改正するとともに、親事業者による下請代金の支払についても以下の事項を旨とした通達を発出しました。

- 下請代金の支払は、できる限り現金によるものとする
- 手形で下請代金を支払う場合は、割引料を下請事業者に負担させることがないよう下請代金の額を十分に協議すること
- 手形サイトは、将来的に 60 日以内とするよう努めること

引き続き、下請取引の適正化に取り組むよう、親事業者となる会員に対して周知徹底するよう要請いたします。



<働き方改革>

本年4月より大企業に対して罰則付きの時間外労働の上限規制の適用が開始され、来年4月には中小企業に対しても同規制が適用されます。人手不足が深刻化している中、中小企業における働き方改革への対応は、重要な経営課題の一つとなっております。政府を挙げて働き方改革を推進しておりますが、取引の一方当事者の働き方改革に向けた取組の影響がその取引の相手方に対して負担となって押し付けられることは望ましくないと考えられます。

そのため、大企業・親事業者による長時間労働の削減等の取組が、下請等中小事業者に対する適正なコスト負担を伴わない短納期発注、急な仕様変更、人員派遣の要請などの「しわ寄せ」を生じさせることにより、下請等中小事業者の働き方改革の妨げとならないことが重要です。

貴団体におかれましても、下請等中小事業者に対して発注を行うに当たっては、下請法等の違反にもなり得る「しわ寄せ」を生じさせないよう、親事業者となる会員に対して周知徹底するよう要請いたします。

<災害時における取引条件>

令和元年台風第15号及び第19号に伴う災害により災害救助法の適用が決定されるなど、台風や前線を伴った低気圧などがもたらす大雨によって河川の氾濫や土砂災害が発生しており、被災地域における事業者と取引のある全国の事業者に影響が広がっております。

貴団体におかれましても、災害等の発生を理由として、下請事業者に一方的に負担を押しつけることにより、取引のある経営基盤の弱い中小企業・小規模事業者に悪影響を与えることのないよう、親事業者となる会員に対して周知徹底するよう要請いたします。

<消費税の円滑かつ適正な転嫁>

令和元年10月1日から、消費税率が8%から10%に引き上げられ、併せて、消費税の軽減税率制度が実施されました。貴団体におかれましては、減額や買いたたき等による消費税の転嫁拒否等の行為が生じないよう、親事業者をはじめ、会員事業者に対して周知徹底するよう要請いたします。

<親事業者となる会員に対する周知徹底のお願い>

貴団体におかれましても、このような取引環境を御理解いただき、下請事業者と協議をした上で適切な対価の決定を行う、事前に定めた支払期日までに下請代金を全額支払うなど、親事業者となる会員が下請法の遵守に取り組むよう御協力をお願いいたします。

特に、別紙の記載事項については、親事業者となる会員に対して周知徹底を図るなど、適切な措置を講じるよう要請いたします。

親事業者の遵守すべき事項

下請取引を行うに当たって、親事業者は、下請代金支払遅延等防止法（以下「下請法」という。）に従い、下記事項を遵守しなければならない。

記

1 親事業者の義務

- (1) 書面（注文書）の交付及び書類の作成・保存義務
 - ・ 下請事業者に物品の製造や修理、情報成果物の作成又は役務提供を委託する場合、直ちに注文の内容、下請代金の額、支払期日、支払方法等を明記した書面（注文書）を下請事業者に交付すること。（下請法第3条）
 - ・ 注文の内容、物品等の受領日、下請代金の額、支払日等を記載した書類を作成し、これを2年間保存すること。（下請法第5条）
- (2) 下請代金の支払期日を定める義務及び遅延利息の支払義務
 - ・ 下請代金の支払期日は、親事業者が下請事業者から物品等を受領した日から60日以内において、かつ、できる限り短い期間内に定めること。（下請法第2条の2）
 - ・ 支払期日までに下請代金を支払わなかったときは、下請事業者から物品等を受領した日から起算して60日を経過した日から支払をするまでの期間について、その日数に応じ、未払金額に年率14.6パーセントを乗じた額を遅延利息として支払うこと。（下請法第4条の2）

2 親事業者の禁止行為

親事業者は次の行為をしてはならない。

- (1) 受領拒否
 - ・ 納品された物品等が注文どおりでなかった場合等を除いて、注文した物品等の受領を拒むこと。（下請法第4条第1項第1号）
- (2) 下請代金の支払遅延
 - ・ 支払期日の経過後なお下請代金を支払わないこと、すなわち下請代金の支払を遅延すること。（下請法第4条第1項第2号）
例えば以下の行為は禁止行為に当たります。
 - － 受け取った物品等の社内検査が済んでいないことや社内の事務処理の遅れを理由に下請代金の支払を遅延すること。
- (3) 下請代金の減額
 - ・ 下請事業者には責任がないのに、発注後に下請代金を減額すること。（下請法第4条第1項第3号）
（減額の名目、方法、金額の多少、下請事業者との合意の有無を問わない。）
例えば以下の行為は禁止行為に当たります。
 - － 単価の引下げ改定について合意した場合に、合意前に既に発注されているものまで新単価を遡及適用すること。
 - － 手形払を下請事業者の希望により一時的に現金払にした場合に、その事務手数料として、下請代金の額から自社の短期調達金利相当額を超える額を減ずること。
- (4) 返品
 - ・ 取引先からのキャンセルや販売の見込み違い等、下請事業者には責任がないのに、下請事業者から物品等を受領した後、下請事業者にその物品等を引き取らせること。（下請法第4条第1項第4号）

(5) 買いたたき

- ・ 同種、類似の委託取引の場合に通常支払われる対価に比べて著しく低い下請代金の額を不当に定めること。(下請法第4条第1項第5号)
例えば以下の行為は禁止行為に当たります。
 - － 親事業者の予算単価のみを基準として、一方的に通常の単価より低い単価で下請代金の額を定めること。
 - － 多量の発注をすることを前提として下請事業者に見積りをさせ、この見積価格を少量発注する場合に適用すれば通常の対価を大幅に下回ることになるにもかかわらず、その見積価格の単価を少量の発注しかしない場合の単価として下請代金の額を定めること。
 - － 短納期発注を行う場合に、下請事業者が発生する費用増を考慮せずに通常の対価より低い下請代金の額を定めること。

(注) 買いたたきの事例等を解説した「ポイント解説 下請法」も御参照ください。

公正取引委員会又は中小企業庁ホームページからダウンロード可能です。

https://www.jftc.go.jp/houdou/panfu_files/pointkaisetsu.pdf

<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/2019/191101pointkaisetsu.pdf>

(6) 物の購入強制・役務の利用強制

- ・ 正当な理由なくして、自社製品、手持余剰材料その他自己の指定する物を下請事業者に強制して購入させたり、役務を強制して利用させること。(下請法第4条第1項第6号)

(7) 報復措置

- ・ 下請事業者が親事業者の違反行為について公正取引委員会又は中小企業庁に知らせたことを理由として、取引の数量を減じたり、取引を停止するなどの不利益な取扱いをすること。(下請法第4条第1項第7号)

(8) 有償支給原材料等の対価の早期決済

- ・ 親事業者が原材料等を有償で支給した場合に、この原材料等を用いて下請事業者が製造又は修理した物品の下請代金の支払期日より早い時期に、この原材料等の代金を支払わせたり、下請代金から控除すること。(下請法第4条第2項第1号)

(9) 割引困難な手形の交付

- ・ 下請代金の支払につき、下請代金の支払期日までに一般の金融機関による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により、下請事業者の利益を不当に害すること。(下請法第4条第2項第2号)

手形サイトは、繊維業90日以内、その他の業種120日以内とすることは当然として、段階的に短縮に努めることとし、将来的には60日以内とするよう努めることとされている。

(通達：公取企第140号及び20161207中第1号)

(10) 不当な経済上の利益の提供要請

- ・ 下請事業者に対して、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により、下請事業者の利益を不当に害すること。(下請法第4条第2項第3号)

(11) 不当な給付内容の変更・やり直し

- ・ 下請事業者に責任がないのに、発注内容の変更(納期の前倒しや納期変更を伴わない追加作業などを含む。)を行い、又は下請事業者から物品等を受領した後(役務提供委託の場合は役務の提供後)にやり直しをさせることにより、下請事業者の利益を不当に害すること。(下請法第4条第2項第4号)

働き方改革に関連して生じ得る中小企業等に対する不当な行為の事例

はじめに

取引の一方当事者の働き方改革に向けた取組の影響がその取引の相手方に対して負担となって押し付けられることは望ましくありません。また、自らが取り組んだ業務効率化の果実が取引相手に奪われてしまい、享受できないこととなると、業務効率化への意欲を損ねることになります。こうしたことは、社会全体としての働き方改革の勢いを失わせることにもつながります。

以下では、親事業者が下請事業者に対して行う行為が下請法に違反することになり得る想定例を示します。また、これらの行為は優越的地位の濫用として独占禁止法に違反する場合があります。

なお、具体的な行為が違反となるかどうかは、法の規定に照らして個別の事案ごとに判断されることに留意する必要があります。

主な想定例

1 買ったたき

【短納期発注による買ったたき】

短納期発注を行い、取引の相手方が休日勤務を余儀なくさせ、人件費等のコストが大幅に増加するにもかかわらず、通常発注の単価と同一単価を一方向的に定めた。

【業務効率化の果実の摘み取り】

社外秘である製造原価計算資料、労務管理関係資料等を提出させ、「利益率が高いので値下げに応じられるはず」などと主張し、著しく低い取引対価を一方向的に定めた。

【多頻度配送による買ったたき】

配送頻度の変更を指示したため、取引の相手方の作業量が増加し、人件費等のコストが大幅に増加するにもかかわらず、通常発注の単価と同一単価を一方向的に定めた。

2 減額

【付加価値の不払】

書面であらかじめ定めていた短納期発注に対する「特急料金」を上乗せして請求を行ったところ、予算が足りないなどの理由により、特急料金を支払うことなく、通常納期の取引対価しか支払わなかった。

【不当なペナルティ】

自己都合により設計変更をしたにもかかわらず、納期延長を認めなかったため、取引の相手方に休日勤務を強いたが、結果として納期に間に合わなかったことを理由にペナルティの額を差し引いた取引対価しか支払わなかった。



公正取引委員会

Japan Fair Trade Commission

働き方改革に関連して生じ得る中小企業等に対する不当な行為の事例

主な想定例

3 不当な給付内容の変更、やり直し

【あいまいな発注】

仕様の明確化を求められたにもかかわらず、正当な理由なく不明確にしたままに作業を行わせ、その後、商品の納入を受ける際に、発注内容と異なるとしてやり直しをさせた。取引の相手方は、これに対応するために特別の体制による作業を余儀なくされ、他の業務に支障が生じた。

【直前キャンセル】

ある荷主の集荷のために、毎週特定の曜日にトラックを数台待機させることを契約で定めていたが、その当日になって一方的にキャンセルし、その分の対価を支払わなかった。

4 受領拒否

【一方的な納期短縮】

あらかじめ合意した納期を、一方的に短く変更し、取引の相手方に長時間勤務を強いたが、結果として納期に間に合わなかったことを理由に商品の受領を拒否した。

5 不当な経済上の利益の提供要請

【働き方改革に向けた取組のしわ寄せ】

商品発注のために必要なデータを自社システムへ入力する作業は自ら行うべきであるにもかかわらず、当該作業を取引の相手方に対して無償で行わせた。

【契約外行為の要求】

契約上、取引の相手方が自己の倉庫まで運送することのみが契約内容とされている場合において、取引の相手方に対して、あらかじめ契約で定められていない自己の倉庫内における荷役等の業務について、無償で従事させた。

下請法関係のパンフレットは
下記ウェブサイトに掲載

<https://www.jftc.go.jp/houdou/panfu.html>

講習用動画を公開中
(公正取引委員会ウェブサイト)

<https://www.jftc.go.jp/houdou/douga.html>

(YouTube公正取引委員会チャンネル)

<https://www.youtube.com/c/JFTCchannel>

事例集の全体版はこちらに掲載

<https://www.jftc.go.jp/shitauke/oshirase/180531jirei.html>



公正取引委員会

Japan Fair Trade Commission

平成 30 年度における働き方改革に関連する下請法違反事例

A 社

船体ブロックの製造又は船体塗装を下請事業者に委託している A 社（本社高知県）は、自社の予算が決まっていることなどを理由に、下請事業者から見積書を提出させることなく一方的に単価を定め、また、下請事業者に必要な作業時間についても下請事業者と十分に協議せず、下請事業者の能力に対して短い納期での発注を行った。その結果、納期に間に合わせるために、下請事業者は休日勤務や残業を余儀なくさせられ、人件費等のコストが大幅に増加した。

このような行為は、下請法が禁止する買ったときに該当するおそれがあるとともに、下請事業者の働き方改革も妨げるものである。

B 社

板ガラスや鏡の切断・研磨等を下請事業者に委託している B 社（本社東京都）は、自社の取引先から納期の短縮を求められた場合などに、下請事業者と十分に協議せず、当初発注した際の単価を見直さないまま、下請事業者の納期を短縮していた。その結果、下請事業者は残業等による対応を余儀なくさせられ、人件費等のコストが大幅に増加するにもかかわらず、B 社は通常の納期で発注した場合の単価と同一の単価を一方的に定めていた。

このような行為は、下請法が禁止する買ったときに該当するおそれがあるとともに、下請事業者の働き方改革も妨げるものである。

C 社

アスファルト合材の製造、アスファルト等の破碎作業等を下請事業者に委託している C 社（本社東京都）は、下請事業者の人件費を勝手に設定した上で単価を算出するなどして条件を決め、下請事業者が作業内容、単価等の条件の見直しを申し入れているにもかかわらず、決めた条件でできないのであれば今後は発注しないことを示唆して下請事業者に条件を承諾させるなど、下請事業者と十分に協議をせずに発注していた。その結果、下請事業者は自社のコスト構造に照らすと困難な条件で委託を受けざるを得なかった。

このような行為は、下請法が禁止する買ったときに該当するおそれがあるとともに、下請事業者が業務効率化により労働時間及び人件費を節減しても、その分の下請代金を減らすよう求められるとの懸念を生じさせ、下請事業者の働き方改革も妨げるものである。

D社

パンフレット等の印刷・製本を下請事業者に委託しているD社（本社香川県）は、自社の取引先から印刷に必要なデータの入稿が遅れたことを理由に、下請事業者と十分に協議せず、通常よりも短い納期を設定したにもかかわらず、従来の単価を見直さないまま発注していた。その結果、下請事業者は残業等による対応を余儀なくさせられ、人件費等のコストが大幅に増加することとなった。

このような行為は、下請法が禁止する買ったときに該当するおそれがあるとともに、下請事業者の働き方改革を妨げるものである。

E社

アニメーションの原画の作成を下請事業者に委託しているE社（本社東京都）は、当初の見積りより作業量を増加して発注した場合に、当初の見積りのまま単価を据え置き、また、納期を見直していなかった。その結果、下請事業者は深夜残業等による対応を余儀なくされ、人件費等のコストが大幅に増加した。

このような行為は、下請法が禁止する買ったときに該当するおそれがあるとともに、下請事業者の働き方改革を妨げるものである。

F社

カーテン、ブラインド及びウェア類の加工を下請事業者に委託しているF社（本社秋田県）は、自社の取引先から納期の短縮を求められた場合に、下請事業者と十分に協議せず、当初発注した際の単価を見直さないまま、下請事業者の納期を短縮していた。その結果、下請事業者は残業等による対応を余儀なくさせられ、人件費等のコストが大幅に増加した。

このような行為は、下請法が禁止する買ったときに該当するおそれがあるとともに、下請事業者の働き方改革を妨げるものである。


11月は「しわ寄せ防止 キャンペーン月間」です。

大企業・親事業者による長時間労働の削減等の取組が、
下請等中小事業者に対する適正なコスト負担を伴わない短納期発注、
急な仕様変更などの「しわ寄せ」を生じさせている場合があります。



STOP!
しわ寄せ

大企業等と下請等中小事業者は共存共栄！
適正なコスト負担を伴わない短納期発注や
急な仕様変更などはやめましょう！

 厚生労働省 | 都道府県労働局 | 労働基準監督署



 公正取引委員会
Japan Fair Trade Commission



(しわ寄せ防止特設サイト)



厚生労働省が所管する「労働時間等設定改善法(平成4年法律第90号)」が改正され(平成31年4月1日施行)、事業主の皆様は、他の事業主との取引において、長時間労働につながる短納期発注や発注内容の頻繁な変更を行わないよう配慮する必要があります。

他の事業主との取引を行うに当たって、次のような取組が行われるよう、社内に周知・徹底を図りましょう。

- ① 週末発注・週初納入、終業後発注・翌朝納入等の短納期発注を抑制し、納期の適正化を図ること。
- ② 発注内容の頻繁な変更を抑制すること。
- ③ 発注の平準化、発注内容の明確化その他の発注方法の改善を図ること。

経済産業省・中小企業庁が所管する「下請中小企業振興法(昭和45年法律第145号)」に基づく「振興基準」には、親事業者と下請事業者の望ましい取引関係が定められています。

① 親事業者も下請事業者も共に「働き方改革」に取り組みましょう!

- やむを得ず短納期発注や急な仕様変更などを行う場合には、残業代等の適正なコストは親事業者が負担すること。
- 親事業者は、下請事業者の「働き方改革」を阻害する不利益となるような取引や要請は行わないこと。

例えば…● 無理な短納期発注への納期遅れを理由とした受領拒否や減額

- 親事業者自らの人手不足や長時間労働削減による検収体制不備に起因した受領拒否や支払遅延
- 過度に短納期となる時間指定配送、過剰な賞味期限対応や欠品対応に起因する短いリードタイム、適正なコスト負担を伴わない多頻度小口配送
- 納期や工期の過度な年度末集中

② 発注内容は明確にしましょう!

- 親事業者は、継続的な取引を行う下請事業者に対して、安定的な生産が行えるよう長期発注計画を提示し、発注の安定化に努めること。
- 発注内容を変更するときは、不当なやり直しが生じないように十分に配慮すること。

③ 対価には、労務費が上昇した影響を反映しましょう!

親事業者は、取引対価の見直し要請があった場合には、人手不足や最低賃金の引き上げなどによる労務費の上昇について、その影響を反映するよう協議すること。

大企業等と下請等中小事業者は共存共栄!
適正なコスト負担を伴わない短納期発注や
急な仕様変更などはやめましょう!



「働き方改革」を阻害する不当な行為を しないよう気を付けましょう!!

以下の行為は、下請法や独占禁止法で定める禁止行為に該当する可能性があります。

01 買ったとき

(下請法第4条第1項第5号・独占禁止法第2条第9項第5号ハ)

事例① 短納期発注による買ったとき

発注者は、短納期発注を行い、受注者は休日対応することを余儀なくされ、人件費等のコストが大幅に増加したにもかかわらず、通常の単価と同一の単価を一方的に定めた。

悪いけど、
発注した製品について、
代金は変えずに納期を
早めてもらいたい。

発注者



短納期対応のために
休日出勤等、追加で
費用が発生してしまうよ。

受注者



事例② 業務効率化の果実の摘み取り

発注者は、受注者から社外秘である製造原価計算資料、労務管理関係資料等を提出させ、資料を分析し、「利益率が高いので値下げに応じられるはず」などと主張し、著しく低い取引対価を一方的に定めた。

もらった製造原価計算
資料等を分析すると、
利益率が高いようだから、
値下げに応じられるはず。

発注者



自分たちの
弱力で
業務を効率化
したのに…

受注者



02 減額

(下請法第4条第1項第3号・独占禁止法第2条第9項第5号ハ)

事例③ 付加価値の不払

発注者は、書面において短納期発注については「特急料金」を定めていたところ、受注者に対して短納期発注を行ったにもかかわらず、「予算が足りない」などの理由により、特急料金を支払うことなく、通常の代金しか支払わなかった。

予算が
足りないから、
いつもと同じ代金で
よろしく。

発注者



「特急料金」に基づく
対応をしたのに
いつもと同じ代金だなんて。

受注者



03 不当な給付内容の変更・やり直し

(下請法第4条第2項第4号・独占禁止法第2条第9項第5号ハ)

事例④ 直前キャンセル

発注者は、受注者に対して運送業務を委託しているところ、特定の荷主の荷物を集荷するために、毎週特定の曜日に受注者のトラックを数台待機させることを契約で定めていた。当日になって「今日の配送は取りやめになった」と一方的にキャンセルし、その分の対価を支払わなかった。



04 受領拒否

(下請法第4条第1項第1号・独占禁止法第2条第9項第5号ハ)

事例⑤ 短納期発注による受領拒否

発注者は、発注後、一方的に納期を短く変更し、受注者は従業員による長時間勤務によって対応したが、その納期までに納入が間に合わず、納入遅れを理由に商品の受領を拒否した。



05 不当な経済上の利益提供要請

(下請法第4条第2項第3号・独占禁止法第2条第9項第5号ロ)

事例⑥ 働き方改革に向けた取組のしわ寄せ

発注者は、商品の発注に関するデータの自社システムへの入力業務を発注者自ら行うべきであるにもかかわらず、受注者に対して無償で行かせた。



消費税の

円滑かつ

適正な

転嫁のために

〈10%引上げ対応版〉

内閣官房、内閣府、公正取引委員会、消費者庁、財務省、経済産業省、中小企業庁



1 消費税率引き上げの趣旨・消費税の性格

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き上げ

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。

平成9年4月より

平成26年4月より

令和元年10月より



(消費税4%、地方消費税1%)

(消費税6.3%、地方消費税1.7%)

(消費税7.6%、地方消費税2.2%)

※軽減税率の対象となる飲食品（酒類及び外食を除く）及び定期購読契約が締結された週2回以上発行される新聞については、8%（消費税6.24%、地方消費税1.76%）となります。



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。

社会保障の安定財源の確保

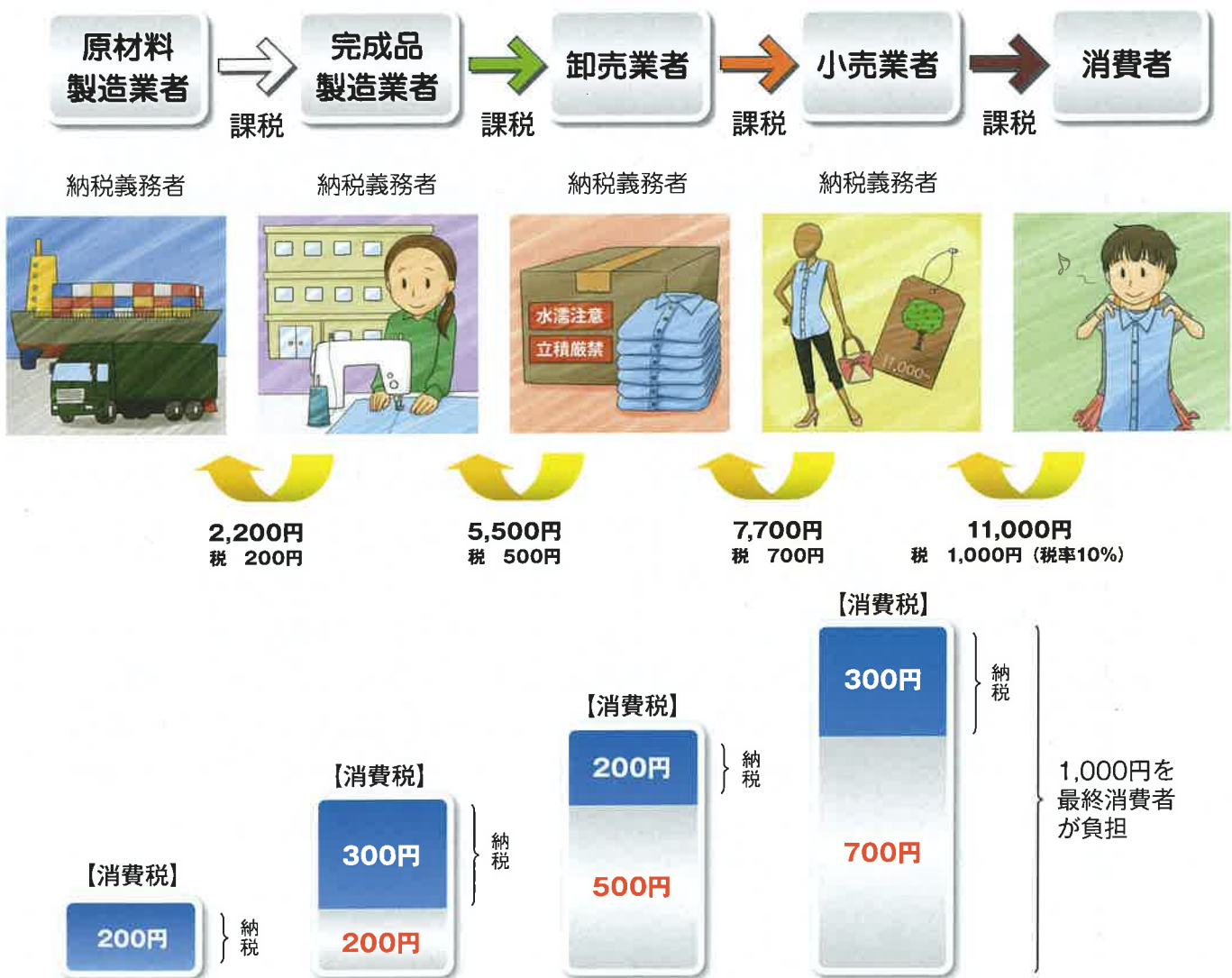


POINT ② 消費税の性格・仕組み

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



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

2 需要変動の平準化に向けた 価格設定の柔軟化

平成26年4月の消費税率引上げの際は、税率引上げ時に様々な物・サービスの価格が一斉に上昇し、引上げ前後に大きな駆け込み需要・反動減が発生しました。この経験を踏まえ、政府において、事業者による自由な価格設定が原則であることを再確認する価格設定ガイドラインが取りまとめられました。

消費税率の引上げに伴う価格設定について(ガイドライン) 平成30年11月28日

1 価格設定に関する考え方

- ▶我が国においては、消費税が1989年に導入されて以降、導入時及び税率引上げ時に、一律一斉に価格が引き上げられるものとの認識が広く定着しています。
- ▶これに対し、1960年代から1970年代前半に付加価値税が導入され、税率引上げの経験を積み重ねてきている欧州諸国では、税率引上げに当たり、どのようなタイミングでどのように価格を設定するかは、事業者がそれぞれ自由に判断しています。このため、税率引上げの日に一律一斉に税込価格の引上げが行われることはなく、税率引上げ前後に大きな駆け込み需要・反動減も発生していません。
- ▶たしかに、消費税は、事業者ではなく、消費者が最終的には負担することが予定されているため、消費税率引上げ後に小売事業者が値引きを行う場合、消費税転嫁対策特別措置法により、「消費税はいただいていません」「消費税還元セール」など、消費税と直接関連した形で宣伝・広告を行うことは禁止されていますが、これは事業者の価格設定のタイミングや値引きセールなどの宣伝・広告自体を規制するものではありません。例えば、「10月1日以降○%値下げ」「10月1日以降○%ポイント付与」などと表示することは問題ありません。
- ▶また、今回は、中小・小規模小売事業者に対して、来年10月の消費税引上げ後の一定期間に限り、ポイント還元といった新たな手法などによる支援などを行う予定です。これにより、中小・小規模小売事業者は、消費税率引上げ前後に需要に応じて柔軟に価格設定できる幅が広がるようになります。

3

4

▶大企業においても、消費税率引上げ後、自らの経営資源を活用して値引きなど自由に価格設定を行うことに何ら制約はありません。

2 適正な転嫁の確保

▶このように消費税率引上げ後、小売事業者が自らの経営判断により値引きを行うことに法令上の制約はありませんが、事業者間の取引については、当該小売事業者に製品・サービスを納入する下請事業者等がしわ寄せを受け、適正な価格転嫁ができず、増税分を負担させられるような事態があってはなりません。

▶消費税転嫁対策特別措置法は、小売事業者や下流の事業者が、下請事業者や上流の事業者に対し、消費税増税分を減額するよう求めたり、利益提供を求めたりすることなどを禁止しています。来年10月の消費税率引上げに際しても、下請事業者等に対するこうした不当な行為がなされないよう、引き続き、転嫁Gメンによる監視や関係機関による周知を厳格に行っていきます。

3 その他

▶消費税率引上げ後、消費の平準化を図るために一定の支援措置を講じる予定としており、事実反して、消費税率引上げ前に、「今だけお得」といった形で消費者に誤認を与え駆け込み購入を煽る行為は、景品表示法に違反する可能性があります。

▶消費税転嫁対策特別措置法は、税込価格の表示（総額表示）を義務化している消費税法の特例として、「事業者が表示する価格が税込価格と誤認されないための措置を講じているときは、税抜価格を表示できる」と規定しており、これについて特に変更はありません。

▶また、従来、消費税率の引上げを理由として、それ以上の値上げを行うことは「便乗値上げ」として抑制を求めてきましたが、これは消費税率引上げ前に需要に応じて値上げを行うなど経営判断に基づく自由な価格設定を行うことを何ら妨げるものではありません。



2 に対するお問い合わせ先 **内閣官房消費税価格転嫁等対策推進室**
03-3539-2907

3 小売事業者による宣伝・広告

消費税は、事業者ではなく、消費者が最終的には負担することが予定されているため、消費税率引上げ後に小売事業者が値引きを行う場合、消費税転嫁対策特別措置法により、「消費税はいただいていません」「消費税還元セール」など、消費税と直接関連した形で宣伝・広告を行うことは禁止されています（平成25年10月1日から令和3年3月31日までの措置）。

ただし、これは事業者の価格設定のタイミングや値引きセールなどの宣伝・広告自体を規制するものではなく、「10月1日以降〇%値下げ」「10月1日以降〇%ポイント付与」などと表示することは問題ありません。

○ 禁止されない表示

次の①～④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



④ 「10月1日以降〇%値下げ」などの表示は問題ない



✕ 禁止される表示

消費税は最終的に消費者が負担するものですので、以下のようなあたか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うおそれのある表示は禁止されます。

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ないので、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。」
- ▶「消費税10%還元セール」
- ▶「消費税分は勉強させていただきました。」
- ▶「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②に掲げる表示に準ずるもの

- ▶「消費税相当の商品券を提供します。」
- ▶「消費税相当のお好きな商品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。」
- ▶「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・取締りを行っています。

- 消費者庁長官、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、事業者に対して、報告を求めたり、職員に立入検査を行わせたりします。
- 消費者庁長官、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、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行われ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 に対するお問い合わせ先 **消費者庁表示対策課 03-3507-8800 (代表)**

4 ポイント還元（キャッシュレス・消費者還元事業）について

令和元年10月1日の消費税率引上げに伴い、需要平準化対策として、キャッシュレス対応による生産性向上や消費者の利便性向上の観点も含め、消費税率引上げ後の一定期間に限り、中小・小規模事業者によるキャッシュレス手段を使ったポイント還元等を支援します。

(1) 消費者への還元

令和元年10月1日の消費税率引上げ後9か月間について、消費者がキャッシュレス決済手段を用いて中小・小規模の小売店・サービス業者・飲食店等で支払いを行った場合、**個別店舗については5%、フランチャイズチェーン加盟店等については2%を消費者に還元**します。

なお、決済事業者は、当該中小・小規模事業者に課す**加盟店手数料を3.25%以下にしておく必要**があります。

(2) 端末導入支援

キャッシュレス決済を導入する際に、決済事業者が提供する決済端末等について、費用を国が補助します。

※**対象店舗の端末の導入費用はゼロ**。(国が2/3、決済事業者が1/3を負担)。

(3) 手数料の引下げ

キャッシュレス決済の**加盟店手数料を一定以下に引下げ**。

※実施期間中の手数料は、3.25%以下。さらに、国が1/3を補助します。

4 に対するお問い合わせ先 **経済産業省商務・サービスグループキャッシュレス推進室 03-3501-1511 (代表)**

5 転嫁拒否等の行為の是正

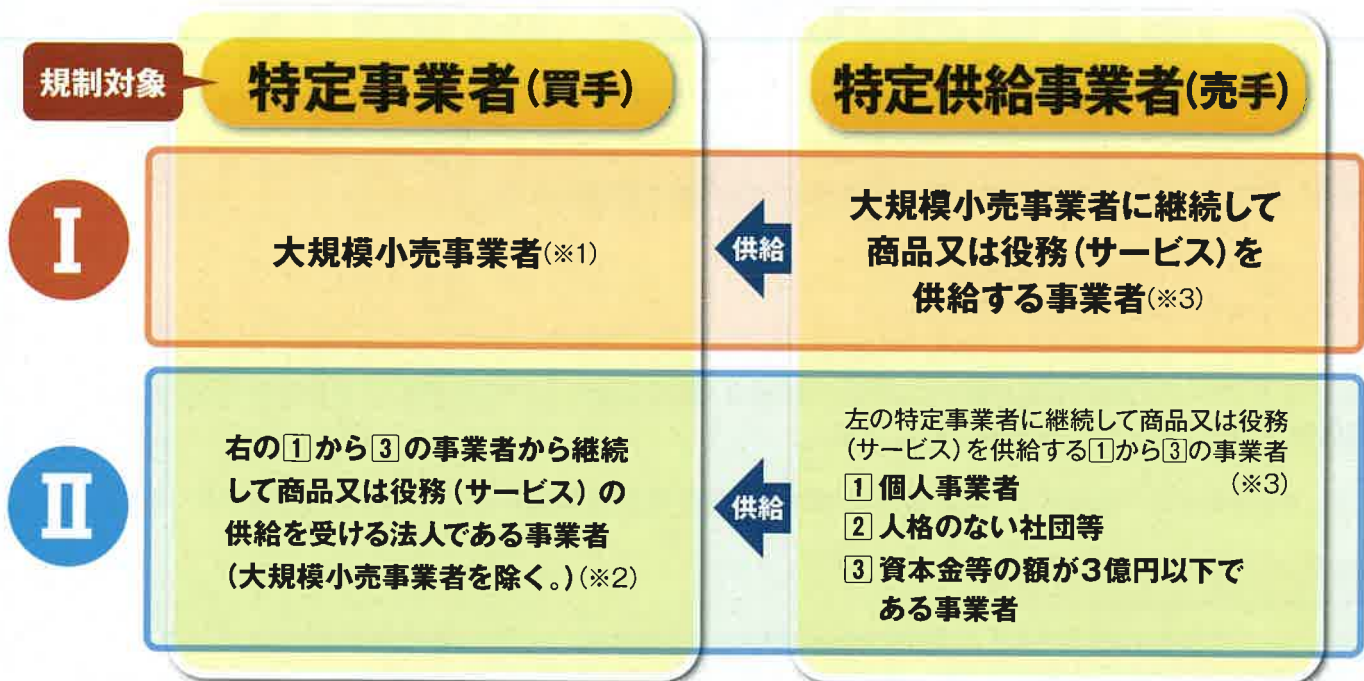
消費税率引上げ後、小売事業者が自らの経営判断により値引きを行うことに法令上の制約はありませんが、事業者間の取引については、当該小売事業者が製品・サービスを納入する下請事業者等がしわ寄せを受け、適正な価格転嫁ができず、増税分を負担させられるような事態があってはなりません。

消費税転嫁対策特別措置法は、小売事業者や下流の事業者が、下請事業者や上流の事業者に対し、消費税増税分を減額するよう求めたり、利益提供を求めたりすることなどを禁止しています（平成25年10月1日から令和3年3月31日までの措置）。令和元年10月の消費税率引上げに際しても、下請事業者等に対するこうした不当な行為がなされないよう、引き続き、転嫁Gメンによる監視や関係機関による周知を厳格に行っています。

▶ 規制対象となる消費税の転嫁拒否等の行為

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または役務（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



(※1) 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。

(※2) 地方公共団体や独立行政法人などの法人であっても、事業を行っていれば特定事業者(買手)に該当し規制対象となります。

(※3) 消費税の免税事業者であっても特定供給事業者(売手)に該当します。

▶ 消費税の転嫁拒否等の禁止行為

- ① 減額、② 買ったとき、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、消費税率引上げ分の全部又は一部を、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〉

- ▶リポートを増額する又は新たに提供するよう要請し、当該リポ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
- ▶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方法

【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 買ったたき

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〉

- ▶消費税率引上げ前に税込価格で対価を定めている場合（いわゆる内税取引の場合）に、①そのことを理由として、又は②取引先からの対価引上げの要請や価格交渉の申出がないことを理由として、対価を据え置く場合
- ▶安売りセールを実施することを理由に、大量発注などにより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
- ▶消費税の免税事業者であることを理由に、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せず対価を定める場合
- ▶標準税率が適用される商品を購入する取引先に対して、自己の供給する商品が軽減税率の対象品目であることを理由として、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



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又は役務（サービス）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よりも低く定めることです。

【以下のような場合には、買っ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、コスト削減効果に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はいけません。

〈具体例〉

- ▶消費税率引上げ分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
 - 協賛金を要請する場合
 - 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、消費税率の引上げに対応した受発注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
- ▶自社の費用負担を明確にすることなく、取引先に対し、消費税率の引上げに対応した値札の変更や値札の付け替え作業を要請する場合



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〉

- ▶本体価格での交渉の申し出があった際に、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、職員に立入検査を行わせたりします。
- 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、違反行為があると認めるときは、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行われ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。

5に対するお問い合わせ先 **公正取引委員会 消費税転嫁対策調査室 03-3581-5471 (代表)**
中小企業庁 消費税転嫁対策室 03-3501-1511 (代表)

6 事実と反する「今だけお得」の禁止

POINT



禁止される表示

消費税率引き上げ後、消費の平準化を図るために一定の支援措置を講じる予定としており、事実と反して、消費税率引き上げ前に「今だけお得」といった形で消費者に誤認を与え駆け込み購入を煽る行為は、景品表示法に違反する可能性があります。



6に対するお問い合わせ先 **消費者庁表示対策課 03-3507-8800 (代表)**

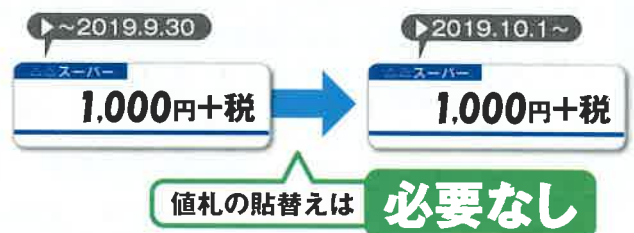
7 総額表示義務の特例

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日から令和3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、令和3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されています。

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



具体的な表示例

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、「○○○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目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。



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。



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

8 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ることにならないため、景品表示法第5条（不当表示）の規定の適用が除外される旨を確認的に規定しています。

▶ 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に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。

| 明瞭に表示されているといえる例 | 明瞭に表示されているとはいえない例 |
|-----------------------|-----------------------|
| ① 9,800円 (税込 10,780円) | ① 9,800円 (税込 10,780円) |
| ② 9,800円 (税込 10,780円) | ② 9,800円 (税込 10,780円) |
| ③ 9,800円 (税込 10,780円) | ③ 9,800円 (税込 10,780円) |

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

9 自由な価格設定と便乗値上げ

POINT 合理的な理由があれば便乗値上げには当たりません

- ▶ 従来、消費税率の引上げを理由として、それ以上の値上げを行うことは「便乗値上げ」として抑制を求めてきましたが、これは消費税率引上げ前に需要に応じて値上げを行うなど経営判断に基づく自由な価格設定を行うことを何ら妨げるものではありません。
- ▶ 一般に、個々の商品などの価格は、自由競争の下で、需給の動向やコストの変動などの市場条件を反映して決定されるものであり、経営判断に基づく自由な価格設定は妨げられません。税率の上昇に見合った幅以上の値上げを行う場合には、通常のタイミングで値上げを行う場合と同様に、事業者において、値上げの理由を消費者に丁寧に説明できるようにしてください。

【以下のような事例は、便乗値上げには当たりません】

- 消費税率引上げに近接したタイミングで生じた別の要因（例：原材料価格や人件費の変動等）への対応として値段を変更する。
- 消費税率引上げ前の需要の高まり（駆け込み需要）に対応して、値上げを行う。

📞 に対するお問い合わせ先 消費者庁消費者調査課 03-3507-9196

10 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は、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こととされています（平成25年10月1日から令和3年3月31日までの措置）。

POINT ① 転嫁カルテル 消費税の転嫁の方法の決定

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。

〈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

例1 本体価格98円×10%=消費税額9.8円 → 10円 例2 本体価格93円×10%=消費税額9.3円 → 9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

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

(7 総額表示義務の特例(11頁～12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】 **POINT 1**

〈具体例〉

▶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上げにより処理して、税込価格を表示する旨の決定

注

1

中小事業者とは？

製造業・建設業・
運輸業等

卸売業

3億円以下又は300人以下

1億円以下又は100人以下

サービス業

小売業

5千万円以下又は100人以下

5千万円以下又は50人以下

〈凡例〉 業種

資本金規模・従業員規模

注 このほか、政令による特例があります。

注

2

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

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て、共同行為の内容等について、事前に届け出る必要があります。

▶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 (<https://www.jftc.go.jp/>) を御覧ください。

注

4

以下の期間の共同行為が認められます

▶平成26年4月1日から令和3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 共同行為の期間中に、消費税率引上げがあっても、共同行為の内容に変更がなければ、改めて届出をする必要はありません。

注 意 点

共同行為はあくまで任意のものです。これを行うか、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。



10に対するお問い合わせ先
公正取引委員会
消費税転嫁対策調査室
03-3581-5471 (代表)

11 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。

- 転嫁に関するお問い合わせ ● 広告・宣伝に関するお問い合わせ
 - 消費税の総額表示に関するお問い合わせ ● 便乗値上げに関するお問い合わせ
 - 軽減税率に関するお問い合わせ ● 価格設定ガイドラインに関するお問い合わせ
 - 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。
- ※消費税法改正の内容（適用される税率等）に関して、お分かりにならない点がありましたら、最寄りの税務署にお問い合わせください。

御相談は専用ダイヤル又はメール（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】9：00～17：00（土日祝日・年末年始を除く）

※お住まいの地域に応じた通話料金がかかります。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。

メール（HP上の専用フォーム）

（24時間受付）

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



お問い合わせ先
[一覧]

消費税率引上げの趣旨・消費税の性格

財務省主税局税制第二課

03-3581-4111（代表）

価格設定ガイドライン総論・広報

内閣官房消費税価格転嫁等対策推進室

03-3539-2907

転嫁を阻害する表示の是正

消費者庁表示対策課

03-3507-8800（代表）

ポイント還元

経済産業省商務・サービスグループキャッシュレス推進室

03-3501-1511（代表）

転嫁拒否等の行為の是正

公正取引委員会消費税転嫁対策調査室

03-3581-5471（代表）

中小企業庁消費税転嫁対策室

03-3501-1511（代表）

宣伝・広告（「消費税還元セール」、「今だけお得」等）

消費者庁表示対策課

03-3507-8800（代表）

総額表示義務の特例

財務省主税局税制第二課

03-3581-4111（代表）

景品表示法の適用除外

消費者庁表示対策課

03-3507-8800（代表）

便乗値上げ

消費者庁消費者調査課

03-3507-9196

転嫁カルテル・表示カルテル

公正取引委員会消費税転嫁対策調査室

03-3581-5471（代表）