（別添４）

消表対第 285 号
令和元年６月 27 日

一般社団法人　全国公正取引協議会連合会
会長　長榮　周作　殿

消費者庁
表示対策課長　大元　慎二
（公印省略）

「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）」等の
周知・広報への御協力のお願い（協力依頼）

貴連合会におかれましては、平素から消費者庁の業務に多大な御理解と御支援を賜り、また、公正競争規約の運用の円滑かつ効果的な推進に御尽力いただき、御礼申し上げます。

令和元年（2019 年）10 月 1 日から、消費税率が引き上げられることに伴い、社会全体としての準備が十分整うよう、消費者庁及び公正取引委員会を含む関係府省庁が連携して取組を推進しているところです。

昨年 12 月にも御案内したとおり、消費税率の引上げ前後で消費者の皆さんに安心して購買いただくために、消費税率の引上げ前後に柔軟に価格付けができるよう、政府において「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）」等が取りまとめられております。

つきましては、消費税率引上げまで約３か月となったことに鑑み、改めて、下記のとおり、貴下傘下団体及び会員事業者への周知・広報施策につきまして、貴団体の格別の御理解、御協力を賜りますようよろしくお願いいたします。

記

【傘下団体及び会員事業者に対するガイドライン等の周知・広報への御協力】

貴団体のホームページや各種広報媒体・連絡文書等を通じ、傘下の各団体及び会員事業者の皆様に対して、「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）」（別添１）等の周知・広報をお願いいたします。

別添１

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
内閣官房
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．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。

- 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、事実に反して、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。

価格設定に関する考え方（ガイドライン１．関係）

宣伝・広告に関する規制

○ 禁止されない表示

「10月1日以降○%値下げ」などの表示は問題ない

× 禁止される表示

「消費税還元セール」など、消費税と直接関連した宣伝・広告は禁止

適正な転嫁の確保（ガイドライン２．関係）

転嫁Gメンによる監視
関係機関による周知

（転嫁拒否する側）
小売事業者
下流の事業者

→ 転嫁拒否等の行為 →

- 消費税増税分の減額要請
- 利益提供の要請　　など

（転嫁拒否される側）
下請事業者
上流の事業者

その他（ガイドライン３．関係：税抜価格として表示できる例）

税込価格と誤認されないための措置の具体例（総額表示義務の特例関係）

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

○○○円（税抜価格）	○○○円（税別）	○○○円（本体価格）	○○○円＋税	○○○円＋消費税

② 店内における掲示、チラシ等における表示により一括して税抜価格であることを明示する例

個々の値札等又は個別の商品価格の部分には、「○○○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、明瞭に以下のような表示を行うことが考えられる。

当店（本チラシ）の価格は全て税抜表示となっています。

別添２

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
一部改定　平成27年４月１日
一部改定　平成28年４月１日
一部改定　平成28年11月28日
一部改定　平成31年３月29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31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 供応（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８％割引セール（なお、10月１日から消費税率が10%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２％値下げ」、「税率引上げ対策、10%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「２％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10%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「２％値下げ」、「２％還元」、「２％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」、「10%還元セール」、「10%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。

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に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５条第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５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から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「2%値引き」、「10%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ような表示

(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「2%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「2%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。）。

別添

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）

別添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ついての考え方

平成25年９月10日
一部改定　平成27年４月１日
一部改定　平成28年４月１日
一部改定　平成28年11月28日
一部改定　平成31年３月29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31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５条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５条の規定は、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５条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、同条第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５条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５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）

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で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１０，７８０円）

９，８００円（税込１０，７８０円）

９，８００円（<u>税込１０，７８０円</u>）

９，８００円 （税込１０，７８０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10,780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10,780円）

(3)　背景の色との対照性に問題がある例

９，８００円

以上

別添４

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 消費税率引上げの趣旨・消費税の性格

POINT ❶ 消費税率引上げの趣旨

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。

平成9年4月より	平成26年4月より	令和元年10月より
5%	8%	10%※
(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7.8%、地方消費税2.2%)

※軽減税率の対象となる飲食料品（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

消費税率5%の引上げ → 全額を社会保障財源化

社会保障の充実
（待機児童解消、医療介護サービスの充実、教育負担の軽減など）

社会保障の安定化
（年金国庫負担２分の１等
後代への負担の付け回しの軽減
消費税率引上げに伴う社会保障支出の増）

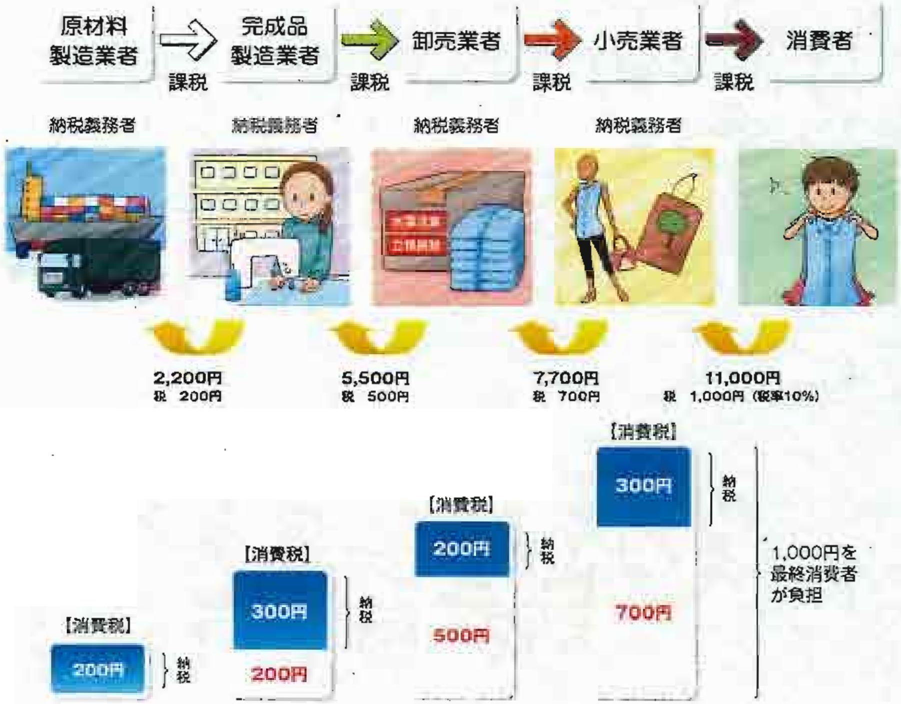
→ 財政の健全化に一定の寄与

POINT ❷ **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

❶ 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。 3

▶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。 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。

❷ 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。

5

▶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。

❸ 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、事実に反して、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。

6

▶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。

7,8

▶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。

9

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○%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。

○ 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○%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。

❶ 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。」

❷ 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%分還元セール」
- 「消費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。」

❸ 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❷に掲げる表示に準ずるもの

- 「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。」
- 「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（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

	規制対象　特定事業者（買手）		特定供給事業者（売手）
Ⅰ	大規模小売事業者（※1）	⇐供給	大規模小売事業者に継続して商品又は役務（サービス）を供給する事業者（※3）
Ⅱ	右の①から③の事業者から継続して商品又は役務（サービス）の供給を受ける法人である事業者（大規模小売事業者を除く。）（※2）	⇐供給	左の特定事業者に継続して商品又は役務（サービス）を供給する①から③の事業者（※3） ① 個人事業者 ② 人格のない社団等 ③ 資本金等の額が３億円以下である事業者

（※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に該当します。

▶消費税の転嫁拒否等の禁止行為

❶減額、❷買いたたき、❸商品購入、役務（サービス）利用、利益提供の要請、❹本体価格での交渉の拒否、❺報復行為

POINT ❶ 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

▶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 ❷ 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〉

▶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納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 ❸ 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 ❹ 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 ❺ 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 事実に反する「今だけお得」の禁止

POINT ✕ **禁止される表示**

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、事実に反して、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

～2019.9.30　1,080円（税込）→ 2019.10.1～　1,100円（税込）

値札の貼替えが **必要**

▶特例を適用する場合の例

～2019.9.30　1,000円＋税 → 2019.10.1～　1,000円＋税

値札の貼替えは **必要なし**

具体的な表示例 ❶ 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

- ●●●円（税抜き）
- ●●●円（税抜価格）
- ●●●円（本体）
- ●●●円（本体価格）
- ●●●円＋税
- ●●●円＋消費税

※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 ❷

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、「○○○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、「○○○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になります。

明瞭に表示されているといえる例（○）

① 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）

明瞭に表示されているとはいえない例（×）

① 9,800円

② 9,800円 税込10,780円

③ 9,800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。

9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 ❶ 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度合等を考慮して、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 ❷ 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 ❶

〈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では、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・消費税の仕組み 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概論・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）

（2019年5月）