

今からできる 消費税率引き上げの直前対策

消費税率引き上げ対策チェックリスト ～商工会議所へ早めの相談を～

- 買ったときなど不当な値下げ要求は受けていませんか？
- 値札（価格表示）の対策はお済みですか？
⇒平成25年10月1日から、「消費税転嫁対策特別措置法」が施行されています。消費税の円滑かつ適正な転嫁のために、以下の4つの特別措置を活用しましょう。

- 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・買ったときの禁止など）
- 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（いわゆる「消費税還元セール」の禁止など）
- ③価格の表示（外税表示、税抜価格の強調表示）に関する特別措置
- ④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・表示カルテル）に関する特別措置

※詳しくは、商工会議所で配布している「消費税率引き上げ対策早わかりハンドブック」をご参照ください。
(<http://www.jcci.or.jp/sme/c-tax/2013/1016180020.html>)

- 駆け込み需要およびその反動減に対する準備はできていますか？
⇒消費税率引き上げの直前に注文が集中する場合に備えて、在庫や配送の確認を行います。また、4月以降に想定される反動減への対策（販売計画の策定など）も検討しましょう。

- 経理処理について準備はできていますか？
⇒税率引き上げ後は複数の税率が混在します。適用税率などで現場に混乱が生じないように、今のうちから社内での売上計上基準などのルールを統一し、従業員や取引先などに事前の周知や確認をしておきましょう。また、レジや会計システム、請求書や見積書などの税率変更の準備もしておきましょう。

- 資金繰り対策はできていますか？
⇒仕入額が多い企業は仕入れコストがどれくらい増えるのか見積もっておきましょう。また、消費税率が引き上げられれば、税抜売上高や利益が変わらない場合、単純計算で、消費税の納税額は1.6倍になります。計画的に納税資金を確保しましょう。

- 税率引き上げに対応した価格設定を考えていますか？
⇒すべての商品価格を一律に3%分引き上げると、消費者の購買意欲が低下してしまう可能性があります。事業全体でメリハリをつけた価格設定を考えましょう。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けば、「便乗値上げ」にはあたりません。また原価低減や既存商品の見直しもあわせて実施し、これを機に経営力の強化を目指しましょう。

主な相談窓口

相談窓口	内容	連絡先・URL
商工会議所	転嫁対策全般	最寄りの商工会議所は以下から検索いただけます URL: http://www.cin.or.jp/cin-cgi/me_list99open.asp
消費税価格転嫁等総合相談センター（政府の総合窓口）	消費税に関する問い合わせ全般	連絡先：0570-200-123 URL: http://www.tenkasoudan.go.jp/
中小企業庁	転嫁拒否などの行為に関する相談	連絡先：03-3501-1502、1503
公正取引委員会	転嫁拒否などの行為に関する相談	連絡先：03-3581-3379 URL: http://www.jtcc.go.jp/tenkaitaisaku/

日本商工会議所消費税転嫁対策窓口相談等事業実施WG委員/東京商工会議所中小企業相談センター/コイディンター/中小企業診断士 秋島一雄

対策はお済みですか？

4月から、消費税率が8%から10%引き上げられ、多くの事業者が影響を被ります。これにより、事業者は今まで以上に厳しい経営環境に陥る可能性があります。消費税は、各取引で価格に転嫁され、最終的に消費者が負担する仕組みになっていますが、実際には取引先との力関係や、購買意欲の減退などさまざまな理由で、税率引き上げ分の転嫁ができないことが想定されます。もしできなければ、本稿では、今からできる

売り上げや利益に大きな影響

資金繰り、滞納、買ったときに注意

消費税率引き上げ分を全ての商品で一律に価格転嫁すると、最終的に商品やサービスを受け取る消費者は、価格上昇のため購買意欲が減ってしまうことが予想されます。例えば、コンビニ

経営を見直すきっかけに

組織力向上のチャンス

このように、消費税率の引き上げは売り上げや利益、資金繰りなどに直結するため、企業にとっては大きな環境変化に直面する機会です。確認、検討事項が多く、時間がかかり、思うように進まないこともあるかもしれません。しかし、今回の消費税率引き上げをさまざまな観点から経営を見直すきっかけとして

①商品単位ではなく、事業全体で利益を確保する

直接的なインパクトがある価格面では、①本体（税抜）価格を下げ、4月1日以降も値ごろ感を維持する。②本体価格を維持する。消費税率引き上げ分を転嫁

（最低限やりたり）消費税率引き上げに向けての直前対策として「商品単位でなく事業全体で利益確保」と「の機会に行う社内体制の整備・強化」といった2つの視点から解説します。この期間にしっかりと対策を打つ必要を乗り越えてい

②全社一丸となって対策を打つ

消費税率の引き上げという大きな経営環境の変化は、経営陣と社員が危機感を共有することで、社内体制の再点検を行う絶好の機会です。つい、価格改定や値札の貼り替えといった業務に目が行きがちですが、取引先やお客さまにトラブルに巻き込まないために、さまざまな準備や確認が必要

商工会議所へ早めの相談を

商工会議所では消費税転嫁対策相談窓口を設けて、皆さまの消費税率に関する相談に対応しています。窓口では、消費税転嫁対策特別措置法の解説など、消費税の転嫁対策を分かりや

りません。消費税率引き上げ後も従来の利益を確保するために、目玉商品や値ごろ感で売っている商品も価格を据え置く必要があるかもしれません。値上げがした商品については、現場で丁寧な説明や対応をすることで、商品への納得性を高めて、購買意欲を引き出すことを考える必要もあります。また、価格表示の見直しと値札の貼り替えも4月1日まで待つのではなく、早いうちに実施しましょう。現場でお客さまの意見を集め、必要に応じて臨機応変

で請求書を作成する場合は、明細などで旧税率と新税率を区分するか、税率ごとの請求書を作成するなど工夫が必要になります。実際に過去の引き上げ時には、税率引き上げ日域をまたいだ取引では大きな混乱が起きています。適用税率で混乱しないよう、売上や仕入の計上基準も再確認しましょう。

この時期に行った対策とその振り返りで、後々の10%への税率引き上げへの準備やシミュレーションも可能になります。今回の消費税率引き上げは、誰しも避けることはできません。今日から、全社員が一丸となり、情報の共有や当事者意識を持つことで、乗り切ってください。