

「消費税8%時代の経営実務(上)」

黒川税理士事務所 税理士

黒川 明

1978年北海道生まれ。2005年東京都立大学経済学部卒業、税理士試験合格。2008年東京都多摩市に黒川税理士事務所を開業。

この4月、消費税率が17年ぶりに引き上げられ、5%から8%になります。1年半後の2015年10月1日にはさらに10%への引き上げも予定される中、事業者として知っておくべきことや注意すべきことを2回に分けてお届けします。

内税表記か外税表記か

4月1日からの消費税率アップにより大きな手間となるのが価格表記の変更作業でしょう。

消費税に関しては2004年4月1日より内税方式(総額表示方式)が義務化されてきました。これは消費者が値札などを見れば、消費税を含む支払総額がわかるよう配慮された表記方法です。

今回の消費税率引き上げに伴い、この内税方式の義務が緩和されました。2013年10月1日から2017年3月末までは内税方式

と外税方式のいずれかを選択できるようになっています。

すなわち、事業者は

〈内税方式〉

↓1050円(うち消費税50円)

〈外税方式〉

↓1000円(税抜)

または1000円(+消費税)

のいずれかを選択できるわけですが、どちらを選択すべきかを考えるにあたり、内税方式と外税方式のそれぞれのメリット、デメリットを【表1】にまとめました。

では、上記のメリット、デメリットを踏まえたくうえで、どちらを選択すべきでしょうか。一概には言えな

【表1】内税方式・外税方式のメリットとデメリット

	メリット	デメリット
内税方式	・支払総額がわかりやすい	・値上げ感がある ・税率変更日の直前に値札の貼り換えなどの膨大な作業が出る
外税方式	・値上げ感がない ・値札の貼り換えなどの作業が税率変更日の直前に集中しない ・10%への引き上げ時にも手間がかからない	・支払総額がわかりにくい

いケースも多いのですが、一般論として内税方式が向いている場合、外税方式が向いている場合をまとめると、【表2】のようになります。

【表2】内税方式と外税方式、どちらを選ぶか?

内税方式が向いているケース	外税方式が向いているケース
<ul style="list-style-type: none"> ・自動販売機や立ち食いそばの券売機など1円単位だと管理が煩雑になってしまうケース ・値段に比較的こだわらない顧客を対象にしているケース ・支払総額を表示しないと顧客が混乱するケース 	<ul style="list-style-type: none"> ・格安小売店のように安さを売りにしているケース ・10%引き上げ時に手間をかけたくないケース ・本体部分は値上げしていないことを顧客に伝えたいケース

外税表記をした場合、レジで8%を加算することになるため「支払総額がわかりにくい」などの声をお客様からいただく可能性があります。「本体価格は値上げしていないことをお客様に理解していただくため」など、外税表記の理由をしっかりと説明できるようにしたいものです。

価格表記の変更

内税方式か外税方式を決めた後は、価格表記のあるものをすべてそれに合わせて修正していかなければいけません。価格表記のあるものは値札だけではなく、看板や商品棚、パンフレット、ポスター、カタログ、チラシ原稿、メニュー、ホームページ、ブログ、SNSなど多岐にわたります。しっかりとチェックし、

漏れがないようにしましょう。

3月までに値段の貼り換えなどの手間をさげずに4月を迎えてしまう会社もあるかもしれません。その場合、店内の目立つ場所に「旧税率(5%)に基づく税込価格を表示している商品については、レジにて改めて新税率(8%)に基づき精算させていただきます」といった掲示をしておけばよいとされています。

転嫁拒否などの禁止

税率引き上げに伴う転嫁措置法(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)では、価格の転嫁の交渉にあたり、「増税分だけ本体価格の値引きを依頼する」「増税に応じる代わりに自社商品の購入を迫る、接待を強要する、人の派遣を依頼する」「増税には応じるが、報復行為をする」といった行為が禁じられています。

また、この転嫁措置法が守られているかチェックするため、約6000人の「転嫁Gメン」が経済産業省と公正取引委員会に採用されています。「転嫁Gメン」が立ち入り検査で帳簿記録などを調べて裏付けが取れれば、被害額の返還を求めたり、増税分を価格に上乘せするよう指導することもあります。悪質な場合は公正取引委員会が社名の公表に

踏み切ることとされていますので十分注意してください。

「消費税還元セール」などの広告の禁止

税率引き上げにあたり、「消費税を転嫁していない」「価格から消費税を減額している」「消費税に関連し相手に利益の提供を与える」といった趣旨の表示は禁じられています。具体的には【表3】のような文言を広告などに使うことが禁止されます。

【表3】禁止される宣伝・広告などの文言

・消費税は転嫁しません
・当店は消費税を据え置いています
・消費税はいただきます
・消費税分は値引きします
・消費税は当店が負担しています
・消費税分を次回利用できるポイントとして付与します
・消費税はサービス
・消費税相当分の商品券を提供します
・消費税還元、消費税還元セール
・消費税相当分をキャッシュバックします

一方「3%値下げ」「8%値下げ」「8%還元セール」などはたまたまた消費税増税分と一致するだけであり、問題はなとされています。消費税率引き上げで予想される消費の冷え込み。次号では、いかにして自社の事業を守り、伸ばしていくかを考えたいと思います。