

「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保」総合評価書

取引企画課・消費税転嫁対策調査室

第1 政策の概要

1 評価対象施策

消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保

2 担当課室

取引企画課・消費税転嫁対策調査室

3 施策の目的

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25年10月1日施行。以下、「消費税転嫁対策特別措置法」という。）に基づき、普及啓発活動を通じた消費税の転嫁拒否等の行為（以下「転嫁拒否行為」という。）の未然防止、転嫁拒否行為に対する迅速かつ厳正な対処等により、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保する。

4 施策の概要

公正取引委員会は、平成26年4月の5%から8%への消費税率の引上げを踏まえ、また、令和元年10月の8%から10%への引上げに向けて、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保する観点から、①転嫁拒否行為の未然防止のための取組、②転嫁拒否行為に対する迅速かつ厳正な対処のための取組及び③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措置を実施した。

施策	主な取組
① 転嫁拒否行為の未然防止のための取組	(1) 消費税転嫁対策特別措置法ガイドライン等の改正・周知 (2) パンフレット等の改訂・配布 (3) 消費税転嫁対策特別措置法等に係る説明会及び講師派遣 (4) 各種媒体を用いた集中的な広報
② 転嫁拒否行為に対する迅速かつ厳正な対処のための取組	(1) 転嫁拒否行為に関する情報収集 (2) 転嫁拒否行為に対する調査及び勧告、指導等
③ 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措置	転嫁カルテル及び表示カルテルの届出の受付、事業者等からの相談対応

5 評価対象期間

平成28年4月～平成31年3月

6 評価実施時期

平成31年4月～令和元年6月

第2 政策実施の環境

社会保障の安定財源確保と財政健全化の同時達成を図るため、平成24年8月に成立した「社会保障の安定財源の確保等を図る税制の抜本的な改革を行うための消費税法の一部を改正する等の法律」において、消費税率が平成26年4月及び令和元年10月¹の2段階で引き上げられることとなり、また、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保する観点から、平成25年6月に消費税転嫁対策特別措置法が成立した。

公正取引委員会では、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保することを目的として、消費税転嫁対策特別措置法に基づき、①転嫁拒否行為の未然防止のための取組、②転嫁拒否行為に対する迅速かつ厳正な対処のための取組及び③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措置を実施している。

第3 施策の実施状況

1 転嫁拒否行為の未然防止のための取組

公正取引委員会は、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保することを目的として、消費税転嫁対策特別措置法の周知等をはじめとする転嫁拒否行為の未然防止のための取組を実施している。

(1) 消費税転嫁対策特別措置法ガイドライン等の改正・周知

公正取引委員会は、消費税転嫁対策特別措置法の執行の統一を図るとともに、法運用の透明性を確保し、違反行為の未然防止に資するため、平成25年9月10日、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（以下「消費税転嫁対策特別措置法ガイドライン」という。）を策定し、公表している²。また、公正取引委員会は、令和元年10月の消費税率引上げに向けて、消費税転嫁対策特別措置法ガイドラインに、違反事例を新たに追加する改正を行い、平成31年3月29日に公表した。

具体的には、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日公正取引委員会ほか関係省庁連名、以下「価格設定ガイドライン」という。）の策定を踏まえた違反事例、②軽減税率制度の導入に伴い、留意を要する違反事例、③過去の事案の蓄積を踏まえ、公正取引委員会による勧告・指導の中で、繰り返し見受けられる違反事例及び事業者が問題ないと認

¹ 当初、消費税率の引上げは、一回目の引上げは平成26年4月に、二回目の引上げは平成27年10月に予定されていたが、経済状況等を勘案した結果、二回目の引上げは平成27年10月から平成29年4月に1年半延期された。その後、世界経済の不透明感が増す等あらゆる政策の必要性が生じたことを踏まえ、二回目の引上げは令和元年10月に変更され、消費税転嫁対策特別措置法について、平成28年11月28日、適用期限を延長する等の改正が行われるとともに、当該改正に伴う関係規定等についても、改正を行っている。

² 二回目の消費税率引上げの延期に伴い、消費税転嫁対策特別措置法が改正されたことを受けて、消費税転嫁対策特別措置法ガイドラインについても、平成28年11月28日、形式的な改正を行っている。

識しやすい違反事例を追加した。

消費税転嫁対策特別措置法ガイドラインは、公正取引委員会ウェブサイトに掲げた「消費税転嫁対策コーナー」に掲載するとともに、本ガイドラインの改正等を踏まえて、後記(2)のとおりパンフレットの改訂を行い、当該パンフレットを後記(3)の説明会等で配布するなど、周知に努めている。

また、公正取引委員会は、消費税転嫁対策特別措置法の考え方をより多くの事業者等に周知し転嫁拒否行為の未然防止に繋げるため、「消費税の転嫁拒否等の行為に関するよくある質問」を作成し、「消費税転嫁対策コーナー」に掲載している。さらに、多くみられる違反行為や事業者等からの相談等を踏まえて、「消費税の転嫁拒否等の行為に関するよくある質問」を随時更新している。

公正取引委員会ウェブサイトの「消費税転嫁対策コーナー」へのアクセス件数は表1のとおりである。

表1 「消費税転嫁対策コーナー」へのアクセス件数 (単位：件)

平成28年度	平成29年度	平成30年度
73,157	70,253	59,184

(2) パンフレット等の改訂・配布

公正取引委員会は、事業者等向けパンフレット「消費税の円滑かつ適正な転嫁のために」を作成し³、毎年度、商工会議所、商工会、中小企業団体中央会及び地方公共団体等に配布している。

平成30年度は、令和元年10月の消費税率引上げに向けて、価格設定ガイドラインの策定や消費税転嫁対策特別措置法ガイドラインの改正等を踏まえ、関係省庁と連携して改訂し、公正取引委員会ウェブサイトに掲載したほか、商工会議所、商工会及び中小企業団体中央会等に169,435部、地方公共団体に214,500部配布した。

表2 パンフレットの配布部数 (単位：部)

	平成28年度	平成29年度	平成30年度	合計
商工会議所、商工会及び中小企業団体中央会等	73,350	163,500	169,435	406,285
地方公共団体	183,700	232,550	214,500	630,750
その他	7,600	5,000	8,400	21,000
合計	264,650	401,050	392,335	1,058,035

このほか、事業者等の予見可能性を高める観点から主な違反事例を説明したパンフレット「消費税の転嫁拒否に関する主な違反事例」や、消費税転嫁対策特別措置法の内容を簡潔に説明したリーフレット等を、公正取引委員会ウェブ

³ 二回目の消費税率引上げの延期に伴い、消費税転嫁対策特別措置法が改正されたことを受けて、平成28年11月、本パンフレットを改訂している。

サイトに掲載している。

(3) 消費税転嫁対策特別措置法等に係る説明会及び講師派遣

公正取引委員会は、消費税転嫁対策特別措置法等の内容を広く周知するため、事業者及び事業者団体を対象に、消費税転嫁対策特別措置法の概要や違反事例等を説明する公正取引委員会主催説明会を実施し、平成 28 年 4 月から平成 31 年 3 月までに、128 回実施した⁴。

表 3 公正取引委員会主催説明会の実施回数 (単位：回)

平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	合計
36	42	50	128

また、商工会議所、商工会及び事業者団体等が開催する講演会等に、平成 28 年 4 月から平成 31 年 3 月までの間に、公正取引委員会の職員を講師として 108 回派遣した。

表 4 講師の派遣回数 (単位：回)

平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	合計
73	15	20	108

消費税転嫁対策特別措置法等に係る説明会の参加者には、アンケート調査を行っており、参加者の理解度は表 5、満足度は表 6、アンケート回収数は表 7 のとおりである。

表 5 消費税転嫁対策特別措置法等に係る説明会の参加者の理解度 (単位：%)

	理解できた	概ね理解できた	あまり理解できなかつた	全く理解できなかつた
平成 28 年度	23.1	69.5	6.1	0.0
平成 29 年度	18.9	72.8	6.5	0.3
平成 30 年度	18.0	71.5	8.1	0.3

⁴ 説明会においては、平成 29 年度からは、消費税転嫁対策特別措置法に加え、財務省や国税局による消費税の軽減税率制度の説明も併せて行うとともに、価格設定ガイドライン策定以降は、価格設定ガイドライン及び同ガイドラインに関連する独占禁止法上の不当廉売の内容も広く周知している。

表6 消費税転嫁対策特別措置法等に係る説明会の参加者の満足度 (単位：%)

	満足できた	概ね満足できた	あまり満足できなかった	全く満足できなかった
平成28年度	18.2	69.0	10.6	0.0
平成29年度	17.1	71.6	9.2	0.3
平成30年度	16.0	69.5	11.9	0.1

表7 消費税転嫁対策特別措置法等に係る説明会のアンケート回収数 (単位：名)

平成28年度	平成29年度	平成30年度
940	1,179	1,541

(4) 各種媒体を用いた集中的な広報

公正取引委員会は、平成26年4月の消費税率の引上げ前後以降、毎年度、転嫁拒否行為が禁止されていること、公正取引委員会が転嫁拒否行為を厳しく監視していること及び公正取引委員会では転嫁拒否行為に関する積極的な情報提供を求めていることを広く周知するため、毎年度の特定月（平成28年度及び平成29年度は11月、平成30年度は2月）に、各種の媒体を活用した事業者向け広報を集中的に実施している。

具体的には、平成28年度は、新聞及びインターネット広告により、平成29年度は、広報用キャラクターである「消費税転嫁されてイルカのルカちゃん」を作成し、これを用いて新聞、雑誌、ラジオ及びインターネット広告を実施した。平成30年度は、令和元年10月に消費税率引上げが予定されているため、「消費税転嫁されてイルカのルカちゃん」を継続して使用するとともに、初めてとなる動画広告を作成して、新聞、雑誌、ラジオ及びインターネット広告により事業者向け広報を集中的に実施した。各広告物を認知した者の割合を調べたところ、平成29年度は22%、平成30年度は18.4%との結果が得られた。

表8 各種媒体による集中的な広報

		平成28年11月	平成29年11月	平成31年2月
新聞広告	全国紙(注)	7紙	1紙	1紙
	地方紙	67紙	38紙	39紙
雑誌広告		—	3誌	3誌
ラジオ広告		—	J-WAVE 系列	ニッポン放送系列
インターネット広告 (表示回数)		約8641万回	約6561万回	約7566万回

(注) 平成28年11月は、日本経済新聞、日経MJ新聞、日経産業新聞、朝日新聞、毎日新聞、読売新聞、産経新聞、平成29年11月及び平成31年2月は読売新聞。

2 転嫁拒否行為に対する迅速かつ厳正な対処のための取組

(1) 転嫁拒否行為に関する情報収集

ア 書面調査

公正取引委員会は、転嫁拒否行為を受けた事業者にとって、自らその事実を申し出にくい場合もあると考えられることから、転嫁拒否行為を受けた事業者（特定供給事業者）からの情報提供を受身的に待つだけでなく、中小企業庁と合同で書面調査を実施し、転嫁拒否行為に関する情報収集を積極的に行った。

なお、書面調査を実施する際、消費税転嫁対策特別措置法の概要を説明する資料も併せて送付している。

表9 書面調査の発送件数（中小企業庁と合同で実施）

年度	発送数
平成28年度	中小企業・小規模事業者等約285万名，個人事業者約350万名
平成29年度	中小企業・小規模事業者等約280万名，個人事業者約350万名
平成30年度	中小企業・小規模事業者等約280万名，個人事業者約350万名

イ 転嫁拒否行為等の相談対応

公正取引委員会は、本局及び地方事務所等に専用相談窓口を設置しており、当該窓口で転嫁拒否行為等に関する事業者からの相談や情報提供を受け付けた。

表10 転嫁拒否行為に関する相談件数（単位：件）

平成28年度	平成29年度	平成30年度	合計
435	390	485	1,310

ウ 事業者及び事業者団体に対するヒアリング調査

公正取引委員会は、様々な業界における転嫁拒否行為に関する情報や取引実態を把握するため、事業者及び事業者団体に対するヒアリング調査を実施した。

表11 事業者及び事業者団体に対するヒアリング調査の実施件数（単位：件）

年度	件数	
	事業者	事業者団体
平成28年度	2,385	581
平成29年度	1,009	346
平成30年度	832	208
合計	4,226	1,135

(2) 転嫁拒否行為に対する調査及び勧告，指導等

公正取引委員会は、様々な情報収集活動によって把握した転嫁拒否行為に関する情報に基づき、立入検査等の調査を積極的に行い、必要な措置（勧告及び指導）を迅速に行った。

なお、勧告は、重大な転嫁拒否行為が認められた場合に行っており、その際、違反行為を行った特定事業者の名称、違反行為の概要等を公正取引委員会ウェブサイトで公表している。勧告事件へのアクセス件数は表 15 のとおりである。

また、上記の勧告及び指導の結果、転嫁拒否行為によって特定供給事業者が被った不利益については、特定事業者から原状回復が行われている。転嫁拒否行為によって中小事業者等が被った不利益の原状回復の状況等は、表 16 及び 17 のとおりである。平成 28 年度は違反行為を行った事業者 293 名から、転嫁拒否を受けた事業者 36,137 名に対し、総額 9 億 2957 万円の原状回復が行われ、平成 29 年度においては違反行為を行った事業者 357 名から、転嫁拒否を受けた事業者 21,698 名に対し、総額 8 億 1008 万円の原状回復が行われ、平成 30 年度は違反行為を行った事業者 273 名から、転嫁拒否を受けた事業者 45,072 名に対し、総額 8 億 1517 万円の原状回復が行われた。

表 12 勧告及び指導を行った事案の平均処理日数 (単位：日)

平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
62.3	70.8	70.5

表 13 勧告及び指導件数 (単位：件)

		平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	合計 (注 1)
措 置	勧告	6 (0)	5 (1)	5 (3)	16 (4)
	指導	362 (20)	370 (16)	295 (16)	1,027 (52)
	合計	368 (20)	375 (17)	300 (19)	1,043 (56)
違反事実なし		218	149	107	474

(注 1) 平成 28 年 4 月から平成 31 年 3 月までの累計。

(注 2) () 内の件数は、大規模小売事業者に対する勧告又は指導の件数で内数。

表 14 勧告及び指導件数の内訳（行為類型別）

（単位：件）

行為類型	年度	勧告	指導	合計（割合）
減額	平成 28 年度	0	19	19（4.9%）
	平成 29 年度	0	36	36（9.0%）
	平成 30 年度	1	22	23（7.2%）
	合計	1	77	78（7.1%）
買いたたき	平成 28 年度	6	356	362（94.3%）
	平成 29 年度	5	358	363（90.8%）
	平成 30 年度	5	290	295（92.2%）
	合計	16	1,004	1,020（92.4%）
役務利用又は利益 提供の要請	平成 28 年度	0	0	0（0.0%）
	平成 29 年度	0	0	0（0.0%）
	平成 30 年度	0	0	0（0.0%）
	合計	0	0	0（0.0%）
本体価格での 交渉の拒否	平成 28 年度	0	3	3（0.8%）
	平成 29 年度	0	1	1（0.3%）
	平成 30 年度	0	2	2（0.6%）
	合計	0	6	6（0.5%）
合計	平成 28 年度	6	378	384（100%）
	平成 29 年度	5	395	400（100%）
	平成 30 年度	6	314	320（100%）
	合計	17	1,087	1,104（100%）

（注 1） 事業者の中には、複数の行為を行っている場合があり、表 13 に記載の件数とは一致しない。

（注 2） （ ）内の数値は、小数点以下第 2 位を四捨五入しているため、合計は必ずしも 100 とならない。

表 15 「勧告事件」へのアクセス件数

（単位：件）

平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
39,610	89,231	85,277

表 16 特定供給事業者が被った不利益の原状回復の状況

年度	原状回復を行った 特定事業者数	原状回復を受けた 特定供給事業者数	原状回復額（注）
平成 28 年度	293 名	36,137 名	9 億 2957 万円
平成 29 年度	357 名	21,698 名	8 億 1008 万円
平成 30 年度	273 名	45,072 名	8 億 1517 万円
合計	923 名	102,907 名	25 億 5482 万円

（注） 各期間の原状回復額は 1 万円未満を切り捨てているため、合計額とは一致しない。

表 17 行為類型別の原状回復の状況

行為類型	年度	原状回復を行った特定事業者数	原状回復を受けた特定供給事業者数	原状回復額
減額	平成 28 年度	14 名	235 名	181 万円
	平成 29 年度	31 名	1,336 名	1395 万円
	平成 30 年度	25 名	2,704 名	847 万円
買ったとき	平成 28 年度	287 名	35,397 名	9 億 1701 万円
	平成 29 年度	346 名	20,362 名	7 億 9613 万円
	平成 30 年度	266 名	42,368 名	8 億 669 万円
役務利用又は利益提供の要請	平成 28 年度	1 名	505 名	1074 万円
	平成 29 年度	0 名	0 名	0 万円
	平成 30 年度	0 名	0 名	0 万円
合計	平成 28 年度	302 名	36,137 名	9 億 2957 万円
	平成 29 年度	377 名	21,698 名	8 億 1008 万円
	平成 30 年度	291 名	45,072 名	8 億 1517 万円
	合計	970 名	102,907 名	25 億 5482 万円

(注 1) 特定事業者数及び特定供給事業者数は延べ数であり、表 16 に記載の合計事業者数とは一致しない。

(注 2) 各期間の原状回復額は 1 万円未満を切り捨てているため、合計額とは一致しない。

3 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措置

消費税転嫁対策特別措置法は、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保するため、事業者又は事業者団体が行う、消費税の転嫁の方法の決定に係る共同行為（転嫁カルテル）及び消費税についての表示の方法の決定に係る共同行為（表示カルテル）について、公正取引委員会に事前に届出を行うことにより独占禁止法に違反することなく行うことができるものとしている。

なお、二回目の消費税率引上げの延期に伴い、消費税転嫁対策特別措置法が改正されたことを受けて、「消費税の転嫁の方法及び消費税についての表示の方法の決定に係る共同行為の届出に関する規則」（平成 25 年 9 月 10 日、以下「届出規則」という。）について、平成 29 年 1 月 31 日、実施期間の終了日を消費税転嫁対策特別措置法の失効日である令和 3 年 3 月 31 日とみなす改正を行った。

公正取引委員会は、平成 28 年度から平成 30 年度までの間に、本局及び地方事務所等で、転嫁カルテル 18 件、表示カルテル 1 件の合計 19 件の届出を受け付け、届出書の記載方法等に関して、23 件の相談に対応した。

表 18 転嫁カルテル及び表示カルテルの届出件数

(単位：件)

	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	合計
転嫁カルテル	11	7	0	18
表示カルテル	0	1	0	1
合計	11	8	0	19

表 19 届出に関する相談件数

(単位：件)

平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	合計
9	2	12	23

第 4 評価

1 転嫁拒否行為の未然防止のための取組

(1) 必要性

令和元年 10 月の消費税率引上げに際して、取引上の立場の弱い中小事業者が消費税を円滑かつ適正に転嫁できるようにするため、政府全体として、消費税の円滑かつ適正な転嫁に関する取組について徹底した広報を行うこととしている。こうした取組の一環として、消費税転嫁対策特別措置法ガイドラインの改正やパンフレットの改訂・配布、説明会等の実施、各種媒体を用いた集中的な広報は、転嫁拒否行為の未然防止を図り、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保するために必要である。

なお、価格設定ガイドラインでも、転嫁拒否行為について監視・周知を厳格に行っていく旨が盛り込まれている。

(2) 有効性

ア 消費税転嫁対策特別措置法ガイドライン等の改正・周知

公正取引委員会ウェブサイトの「消費税転嫁対策コーナー」には、表 1 のとおり、多数のアクセスがあった。

また、「消費税の転嫁拒否等の行為に関するよくある質問」を更新する際には、消費税転嫁対策特別措置法ガイドラインに記載されていない考え方も補足し、これを公表・周知することで、他の事業者にとっても参考となり、事業者等の予見可能性を高めることが可能となったものと考えられる。

イ パンフレット等の改訂・配布

関係省庁連名の事業者等向けパンフレット「消費税の円滑かつ適正な転嫁のために」を商工会議所、商工会、中小企業団体中央会及び地方公共団体等に配布している。

平成 31 年 3 月には、公正取引委員会は、関係省庁とともに、価格設定ガイドライン等を踏まえ、上記パンフレットを改訂した。具体的には、転嫁拒否行為の概要のほか、政府一体の取組である消費税率引上げ前後の需要変動の平準化政策の内容も盛り込んでいる。

ウ 消費税転嫁対策特別措置法等に係る説明会及び講師派遣

消費税転嫁対策特別措置法等の内容を広く周知するため、表 3 のとおり、評価期間内に事業者及び事業者団体を対象に、消費税転嫁対策特別措置法の概要や違反事例等を説明する公正取引委員会主催説明会を 128 回開催した。

また、表4のとおり、商工会議所、商工会及び事業者団体等が開催する講演会等に公正取引委員会の職員を講師として108回派遣した。

アンケート調査によれば、理解度については、表5のとおり、「理解できた」又は「おおむね理解できた」と回答した参加者はいずれの年度も90%前後で推移しており、満足度については、表6のとおり、「満足できた」又は「おおむね満足できた」と回答した参加者はいずれの年度も85%を上回っていた。

また、表7のとおり、上記アンケートの回収数は平成28年度から平成30年度にかけ、940名、1,179名、1,541名と増えており、令和元年10月の消費税率引上げに向けて、より広く消費税転嫁対策特別措置法等の認知が広がっているものとみられる。さらに、アンケート調査では、説明会に対する意見や要望も聞いており、「自社の違反事例がないか、早急に確認したい」、「初心者にはとても分かりやすかった」等の意見が寄せられた。

表3及び表4のとおり、公正取引委員会主催説明会は一定程度の実施回数確保できている。講師の派遣回数は減少しているが、講師派遣は商工会議所、商工会及び事業者団体等からの依頼を受けて行うものである。そのため、計画的に回数を増やすことは難しいと考えられるものの、事業者等向けパンフレット「消費税の円滑かつ適正な転嫁のために」の送付を希望する事業者団体に対して、公正取引委員会の職員を講師として派遣することも可能であることを伝える、公正取引委員会主催説明会の資料の一部として講師派遣を積極的に受け付ける旨の資料も配布するなどの方法で積極的に開催を呼びかける必要がある。

エ 各種媒体を用いた集中的な広報

平成28年度及び平成29年度は11月、平成30年度は2月、各種の媒体を活用した事業者向け広報を集中的に実施した。

特に、平成31年2月は新聞やインターネット等を利用した集中的な広報を実施しており、同月の相談件数は、その前月となる同年1月の相談件数と比較すると約45%増加した。また、インターネット等を利用した広告においては、転嫁拒否行為について分かりやすく説明した「特設サイト」を「消費税転嫁対策コーナー」とは別に設けたところ、「特設サイト」には平成31年2月の1か月間に約7万件のアクセスがあった。さらに、「特設サイト」には「消費税転嫁対策コーナー」のページへのリンクも貼り、「消費税転嫁対策コーナー」にもアクセスするよう工夫するなどしたところ、平成31年2月の「消費税転嫁対策コーナー」へのアクセス件数は、その前月となる同年1月のアクセス件数と比較すると約36%増加した。加えて、独占禁止政策協力委員からは、「5%から8%に引き上げられた際の公正取引委員会の広報活動は大変効果があったように思う。10%への引上げの際にも、積極的に活動を行ってほしい」との意見を得ており、広報活動には一定の効果が認められたことを示している。

オ まとめ

以上のことから、本件取組は、転嫁拒否行為の未然防止を図り、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保するために有効な取組であったと評価できる。

(3) 効率性

ア 消費税転嫁対策特別措置法ガイドライン等の改正・周知

公正取引委員会ウェブサイト「消費税転嫁対策コーナー」を設け、そこに、消費税転嫁対策特別措置法ガイドラインや「消費税の転嫁拒否等の行為に関するよくある質問」等の情報を集約した。情報の集約により、外部から、ガイドライン等の相談があった場合には当該ページを紹介することで、消費税転嫁対策特別措置法ガイドラインと併せて関連情報を効率的に紹介することが可能となるとともに、事業者も効率的に情報収集することが可能になった。

また、公正取引委員会主催説明会や事業者団体等主催の講演会等に参加できなかった事業者等も当該ウェブサイトを参照することで、消費税転嫁対策特別措置法の内容を把握することが可能になった。

さらに、消費税転嫁対策特別措置法ガイドラインの改正について、公正取引委員会の公式アカウントでツイート発信したものを、速やかに関係省庁がリツイートすることで、公正取引委員会の公式アカウントのフォロワーだけでなく、関係省庁の公式アカウントのフォロワーにも情報発信することができた。

イ パンフレット等の改訂・配布

事業者等向けパンフレット「消費税の円滑かつ適正な転嫁のために」について、平成 28 年度は、全ての商工会議所、商工会、中小企業団体中央会及び地方公共団体等に一律同部数を送付していたが、平成 29 年度は、地方公共団体向けでは、全国知事会や市町村会等を通じて、商工会議所等向けでは、日本商工会議所、全国商工会連合会及び全国中小企業団体中央会を通じて、事前に希望部数を確認することで、送付先で在庫過多とならないよう発送し、かつ、一度に発送することで費用を抑えることができた。また、平成 30 年度は、本パンフレットを大幅に改訂したところ、前年度と送付先は同様とし、前年度に 1,000 部以上を希望した地方公共団体には事前に希望部数を確認することで、送付先で在庫過多にならないよう発送し、かつ、一度に発送することで費用を抑えることができた。

また、本パンフレットは、公正取引委員会ウェブサイトから入手することができる。さらに、本パンフレット改訂の際には、公正取引委員会の公式アカウントでツイート発信した。それにより、速やかに関係省庁がリツイートすることで、公正取引委員会の公式アカウントのフォロワーだけでなく、関係省庁の公式アカウントのフォロワーにも情報発信することができた。

ウ 消費税転嫁対策特別措置法等に係る説明会及び講師派遣

会場を選定する際、一度に多くの事業者の説明会に参加してもらうため、「参加者が公共交通機関を利用して容易に到着できること」を考慮した。また、開催費用の削減の観点から、説明会の会場が「安価であること」を考慮した。

エ 各種媒体を用いた集中的な広報

平成 28 年度及び平成 29 年度は、一回目の消費税率引上げから一定期間が経過したこと及び二回目の消費税率引上げが延期されたことから、11 月の下請取引適正化推進月間に併せて、新聞やインターネット等の広告により、消費税転嫁対策特別措置法で禁止されている行為とともに、同月が下請取引適正化推進月間であることや平成 28 年 12 月に改正した下請法運用基準の内容等について、下請法と合同で広報を実施した。このように、消費税への関心が高まっているとは必ずしもいえない時期においても、継続して消費税転嫁拒否等の行為の広報に努めた。

また、新聞やインターネット等を利用した効果的な広報を行うには、優れた企画力が必要とされるため、最も優れた企画書等を提出した者と契約する企画競争を実施した。企画競争では、価格のほか、デザイン、新聞広告の掲載面積、インターネットの表示回数等の要素も含めて総合的に判断することで、より質の高い広報を安価で企画提案した事業者を選定し、集中的な広報を実施することができた。平成 29 年度及び平成 30 年度の広報予算は各 3800 万円であったのに対し、各広告物を認知した者の割合は、平成 29 年度は 22%、平成 30 年度は 18.4%であった。他の広告媒体における費用の投下量と認知度の相関関係につき一般的に言われている水準に比しても、費用に対して妥当な広告効果を得られた。

オ まとめ

以上のことから、本件取組は、転嫁拒否行為の未然防止を図り、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保するために効率的な取組であったと評価できる。

2 転嫁拒否行為に対する迅速かつ厳正な対処のための取組

(1) 必要性

取引上の立場の弱い事業者は転嫁拒否行為を受けたとしても、今後の取引への影響を考慮して、自らその事実を申し出にくい場合もあると考えられる。そのため、事業者から受け付けた転嫁拒否行為に係る相談対応のみならず、書面調査等を実施し、積極的に情報収集する必要がある。

また、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保するためには、転嫁拒否行為に対して立入検査等を積極的に実施し、勧告・指導等を通じて、迅速かつ厳正に対処する必要がある。

(2) 有効性

ア 転嫁拒否行為に関する情報収集

前記(1)のとおり、書面調査によって転嫁拒否行為に関する情報収集を行うことは、広く情報収集するために効果的である。実際に、こうした書面調査によって得た情報は、調査着手につながった端緒情報のうち6割近くを占めており、多くの事件調査に結び付いている。また、書面調査を実施する際に、消費税転嫁対策特別措置法の概要を説明する資料も併せて送付している。

相談対応では、専用相談窓口を設けることにより、相談先を明確にし、転嫁拒否行為に関する相談に的確に対応した。

事業者及び事業者団体に対するヒアリング調査では、転嫁拒否行為を受けやすい納入業者、中小事業者を構成員とする事業者団体に絞って実施することにより、より詳細に消費税の転嫁状況を幅広く情報収集することができた。

イ 転嫁拒否行為に対する調査及び勧告、指導等

平成28年4月から平成31年3月までの間に16件の勧告、1,027件の指導を行った。また、勧告・指導の措置を受けた特定事業者に対し、直接、被害を受けた特定供給事業者に原状回復を行うように指導し、平成28年4月から平成31年3月末までに総額25億5482万円の原状回復が行われた。

調査の結果、違反事実なしとした特定事業者にも、消費税転嫁対策特別措置法の理解の浸透を促している。さらに、重大な転嫁拒否行為が認められた場合には勧告し、公正取引委員会のウェブサイトで公表しているところ、表15のとおり、多数のアクセスがあった。違反行為を行った特定事業者の名称や違反行為の概要等を掲載することで、事業者にとっての予見可能性を高めることにもつながったと考えられる。

また、独占禁止政策協力委員からは、「消費税率が5%から8%にあがった際には、消費税転嫁拒否行為をしっかりと監視していたと思う。公正取引委員会のおかげで転嫁拒否行為をほとんど聞かなかった」との意見が聞かれた。

ウ まとめ

以上のことから、本件取組は、転嫁拒否行為に対する迅速かつ厳正な対応等により、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保するために有効な取組であったと評価できる。

(3) 効率性

ア 転嫁拒否行為に関する情報収集

書面調査を実施するに当たり、前年度の調査票の発送先の名簿を精査することで、送付漏れや重複発送を極力少なくした。

相談対応で多く寄せられた定型的な質問事項は、「消費税の転嫁拒否等の行為に関するよくある質問」として取りまとめ、公正取引委員会ウェブサイトに掲載しており、該当する相談があった場合には、該当箇所を紹介することにより効率的な相談対応を行った。

また、事業者及び事業者団体ヒアリングでは、前記(2)アのとおり、ヒアリング先を絞って実施することにより、調査官を効率的に動員することができた。

イ 転嫁拒否行為に対する調査及び勧告・指導等

書面調査等によって得られた違反情報を有効に処理するため、公正取引委員会の元職員、類似の調査業務の経験のある者、法律や税務等に明るい者、事業者間の取引実務に精通している者などを臨時職員として採用した。採用後は、独占禁止法や下請法の実務を経験してきた既存の職員とともに調査を行うなどの実地研修によって調査手法等を習得させるなど、調査に要する人員を効率的に養成した。

勧告及び指導を行った事案の平均処理日数は、平成 28 年度は 62.3 日、平成 29 年度は 70.8 日、平成 30 年度は 70.5 日となっている。この点については、指導を行う相手方にあらかじめ指導書案の事前説明を行い意見申述の機会を付与する手続を踏んでいることや、消費税率引上げから期間が経過するほど調査範囲も拡大し、転嫁拒否行為を受けた事業者に対する原状回復額の算定等にも時間を要することとなったことを考慮すれば、引き続き、迅速な事件処理が行われているものといえる。

ウ まとめ

以上のことから、本件取組は、転嫁拒否行為の未然防止を図り、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保するために効率的な取組であったと評価できる。

3 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措置

(1) 必要性

消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保する観点から、取引上の立場の弱い事業者が消費税を円滑かつ適正に転嫁することが容易となるように環境を整えるため、消費税転嫁対策特別措置法において、転嫁カルテル及び表示カルテルを独占禁止法の適用除外とし、業界団体や同業者間で消費税の転嫁に関する取扱いを統一する必要がある。

(2) 有効性

一回目の消費税率引上げの際には、転嫁カルテル及び表示カルテルを実施した事業者団体の転嫁状況についてはおおむね実効性を持って実施されたことが確認されており、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措置は、取引上の立場が弱い事業者が消費税の転嫁をしやすい環境を整えたという点で、効果的に実施されたものと評価されている（平成 28 年 8 月 31 日公表の総合評価書参照）。

また、一回目の消費税率引上げの際、多くの事業者が転嫁カルテル及び表示カルテルの届出を行った（平成 25 年 288 件、平成 26 年 16 件、平成 27 年 11 件）。その届出に基づいて行う共同行為は、届出規則の改正により、令和 3 年 3

月 31 日まで認められているため、評価期間内もその効果が継続して有効に機能していたと考えられる。

さらに、平成 30 年度に行った事業者団体等ヒアリングにおいて、事業者団体から、「転嫁カルテル及び表示カルテルの届出も効果があった」との意見があったほか、平成 26 年 4 月の消費税率引上げ時に転嫁カルテルの届出を行った事業者から、「転嫁カルテルの届出によって、転嫁がうまくいった経緯があり、次の引上げに向けては、広く参加を呼びかけてみようと考えている。」との意見があった。

以上のことから、本件取組は、取引上立場の弱い事業者を中心として、消費税の転嫁をしやすい環境を整えるために効果的な取組であったと評価できる。

(3) 効率性

届出者の事務負担を軽減するため、届出様式や届出の記載例等についてウェブサイトに掲載し、本局及び地方事務所等のいずれでも届出を受け付けることとし、転嫁カルテル及び表示カルテルを同時に届け出る場合は、届出書の添付書類についても一部を省略可能にしている。このような事務負担の軽減策については、届出を行った事業者団体からおおむね評価されているものと考えられる（前掲評価書参照）。

また、二回目の消費税率引上げ時期が延期されたことに伴い、既に届出があった転嫁カルテル及び表示カルテルの実施期間を延長する必要が生じたが、実施期間の終了日を消費税転嫁対策特別措置法の失効日とみなす旨の規則改正を行った。それにより、届出者が変更届出を提出する事務負担が生じないようにした。

以上のことから、本件取組は、取引上立場の弱い事業者を中心として、消費税の転嫁をしやすい環境を整えるために効果的な取組であったと評価できる。

4 総合的評価

上記の施策を実施した結果、消費税の円滑かつ適正な転嫁の推進の観点から、施策全体としては、①転嫁拒否行為の未然防止のための取組、②転嫁拒否行為に対する迅速かつ厳正な対処のための取組及び③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措置はいずれも必要な取組であり、また、有効的かつ効率的に実施することができ、消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保に向けておおむね順調に進捗したと評価できる。

第 5 今後の課題と取組の方向性

1 転嫁拒否行為の未然防止のための取組

令和元年 10 月の消費税率引上げの際には、再び国民の関心が高まり、事業者からの相談等も増えることが想定される。このため、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保することを目的として、今後も、以下のとおり転嫁拒否行為の未然防止のための取組を推進する必要がある。

(1) 消費税転嫁対策特別措置法ガイドライン等の改正・周知

令和元年10月の消費税率引上げに際して、公正取引委員会ウェブサイト「消費税転嫁対策コーナー」を活用した周知活動を推進するため、同コーナーの内容充実、説明会等における周知などを通じて、同コーナーへのアクセス件数を増やすための取組を行うこととする。また、「消費税の転嫁拒否に関する主な違反事例」については、①消費税転嫁対策特別措置法が施行されてから5年以上が経過し、違反事例が蓄積していること、②令和元年10月の消費税率引上げと同時に軽減税率制度が導入されることに伴い、新たな違反事例が想定されること、③消費税転嫁対策特別措置法ガイドラインが改正されたこと等から、令和元年上半期において、改訂する。

さらに、各種媒体を利用した広報については、消費税率引上げへの関心が最も高まる時期に行うことが効果的であることから、令和元年9月から10月にかけて、平成28年度から平成30年度までの広報よりも規模を拡大して、新聞広告やインターネット広告等により、実施する。

(2) 消費税転嫁対策特別措置法等に係る説明会及び講師派遣

令和元年10月の消費税率引上げに際して、令和元年度は、上半期（4月から9月）に全都道府県で事業者等向け説明会を開催するとともに、地方公共団体向けの説明会も開催する。

また、講師派遣については、要望に応じて積極的に実施する。特に、中小企業団体等の事業者団体からの講師派遣依頼に広く対応し、公正取引委員会の職員を講師として派遣していく旨を積極的に呼びかけていくこととする。

加えて、消費税転嫁対策特別措置法等への理解度や説明会への満足度をより向上させるため、説明会の冒頭で参加者の理解度レベルを確認し、理解度が高い会場では、違反事例の紹介に重心を置くなどレベルに応じた説明を行い、より参加者のニーズに沿った説明会にする。

2 転嫁拒否行為に対する迅速かつ厳正な対処のための取組

令和元年10月の消費税率引上げの際も、転嫁拒否行為の発生が懸念される。そのため、引き続き、書面調査等による積極的な情報収集並びに転嫁拒否行為に対する調査及び勧告・指導等の取組を継続し、転嫁拒否行為に対する迅速かつ適正な対処のための取組を推進する。

特に、消費税率10%への引上げに際し、事業者間では消費税率の引上げ日より早い段階から新税率を前提とした価格交渉が始まることが予想される。転嫁拒否行為を未然に防止するため、令和元年度は、中小企業・小規模事業者等法人事業者約30万社に対する書面調査を増税前にも実施する。さらに、大規模小売事業者・大企業等約8万社に対する書面調査を実施し、違反行為に係る情報の収集に努めるとともに、取引上の立場が強い特定事業者の消費税転嫁対策特別措置法の遵守を推進する。

3 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措置

令和元年10月の消費税率引上げの際は、平成26年4月の引上げの際と同様に、転嫁カルテル・表示カルテルの届出及び届出の相談が増加する可能性がある。公正取引委員会ウェブサイトに掲載している「届出に関するよくある質問」や届出の記載例等を必要に応じて見直すなど、届出者の事務負担軽減に引き続き配慮する。

第6 第三者の知見の活用

政策評価委員会での各委員の主な意見は以下のとおりである。

<p>○ 平成30年度は、説明会の理解度や満足度がやや悪化していた。そのため、消費税率引上げから時間が経っているからこその話題など、効果的と思われる説明会の内容にすることを検討してはどうか。</p> <p>（昨年度にパンフレットを改訂し、今年度、それを用いて説明会を実施している。現時点で「理解できた」及び「概ね理解できた」とアンケートで回答した参加者の割合は、約9割を超えている。引き続き、理解度等を高めるため、説明会の内容を検討していきたい旨回答した。）</p>	<p>中村委員</p>
<p>○ 説明会や各種媒体を用いて、広報活動によく取り組まれている。しかし、現状の評価内容では、周知したい層に届いているのか、予算に見合った広報活動を行っているのかが分からない。</p> <p>（意見を踏まえ、実績評価書5頁「(4) 各種媒体を用いた集中的な広報」13行目及び14行目、実績評価書13頁「エ 各種媒体を用いた集中的な広報」14行目ないし18行目にそれぞれ加筆を行った。）</p>	<p>田辺委員</p>
<p>○ 説明会や書面調査を実施する際、従来どおりの内容と、工夫した内容をそれぞれ実施し、それらの結果を検証することで、内容の改善を実施してはどうか。</p> <p>（どのような検証方法が可能か否か、今後検討することとしたい旨回答した。）</p> <p>○ アンケートの結果に基づき、説明が上手い説明者を特定し、その説明方法や使用した資料を担当者間で共有してはどうか。</p> <p>（有効と考えられる説明方法や使用した資料を本局と地方事務所等の担当者間で既に共有している旨回答した。）</p>	<p>小林委員</p>
<p>○ 説明会のアンケート調査によれば、「理解できた」及び「概ね理解できた」と回答した参加者の割合は、いずれの年度も約9割前後で推移している。そのため、説明会に十分に組み込まれていたと評価できる。</p>	<p>多田委員</p>

第7 評価を行う過程で使用した資料

- ・ 平成 30 年度における消費税転嫁対策の取組について（令和元年 6 月 7 日公表）
- ・ 公正取引委員会主催説明会の参加者に対するアンケート