

# 消費税ポイント還元 どうなる？

## 税率5種類？ヨドバシも中小店舗？

10月の消費税増税に伴って政府が導入するキャッシュレス決済へのポイント還元策が混乱の引き金にならないか、懸念が広がっている。仕組みが複雑で分かりづらいというえ、カード会社など決済事業者に余分な利益がたまったり、企業が不正利用したりする可能性も指摘されている。

### 10月導入 課題なお

最も混乱を招きそうな点は、店で手に取った商品が、還元されるポイントも織り込んで実質的に何%の税率になるのかが、一目では分かりにくいことだ。ポイント還元率は店舗によって0%、2%、5%と3種類ある。また、消費税増税に合わせて、飲食料品には税率を8%に据え置く軽減税率が導入されるが、店内で飲食する場合は軽減税率が適用されず、10%の税率がかかる。この結果、キャッシュレスで買い物をする場合、ポイント分を差し引いた実質的な税率は

約3%から10%まで、実に五つが混在することになる。

ポイント還元の対象となる店舗がどこなのかも分かりにくい。経済産業省は中小企業基本法に基づき、小売業は資本金5千万円以下か従業員50人以下の企業を対象にする方針だ。

ただ、この基準だと例えば家電量販大手のヨドバシカメラ（資本金3千万円）やファーストリテイリング傘下の「GU」（同1千万円）なども中小企業となり、対象店舗に含まれてしまふ。経産省は税制優遇を

受ける中小企業の基準を参考に、大企業の子会社は対象外にするなどの措置を取る方針だ。

ポイント還元の対象外とする商品もまだ固まりきっていない。政府は、もともと消費税が非課税の郵便切手や別に消費税増税対策が講

## 使わなかった分は？

新たな懸念も浮上する。還元するポイントの原資

は、国が決済事業者に補助する。ただ、業界では、実際に次の買い物に利用されるポイントは、全体の7割程度とされる。有効期限が切れるなどして使われなかったポイントが3割程度出た場合、国から受け取ったその分の補助金は、決済事

じられる自動車・住宅を対象外とする方針だが、今後増える可能性がある。

その一つが、たばこだ。定価販売が義務づけられており、ポイント還元が事実上の割引にあたる可能性があるためだ。世耕弘成経産相は「ポイント還元が値引きに当たるかは少々整理が必要だ」（12日の衆院予算委員会）として、財務省などと調整中だとする。

業者のふとこころにたまるともありうる。

世耕経産相は「決済事業者が不当に利益を得ないようにするのは当然だ」として、ポイントの利用率をはじき出し、使われない分は補助しない方針を示す。ただ、実効性ある仕組みにできるかは不透明だ。企業が中小の卸売業者な

どからキャッシュレスで物品を仕入れる「業者間取引」も、ポイント還元の対象になる。業者と個人の取引か、業者同士のものかを決済事業者が区別できないためだというが、これも不正の温床になりかねない。たとえば、複数の業者間で販売を繰り返して、ポイントを稼ぐ可能性が指摘される。経産省は、こうした取引をした業者に対しては「厳しく対処する」（担当者）というが、不正検知の仕組みづくりはこれから。

ポイント還元策は、増税後の消費の落ち込みを防ぐことに加え、キャッシュレス決済の普及、中小企業支援と、異なる三つの目的の一つの施策に押し込められている。その結果、複雑で分かりにくい仕組みになった。ある関係者は「三つの目的を同時に追う政策だから、次々に問題点や矛盾が出てくる」とこぼす。（久保智






キャッシュレス決済への  
ポイント還元策

電子マネーやクレジットカードなどを使って中小店舗で買い物をした客に、買い物額（税込み）の5%分（コンビニなど大手チェーンの傘下の店舗は2%分）のポイントを付与する。期間は10月から来年6月末までの9カ月で、ポイントを付ける決済事業者への補助などを含む半年分の2798億円を2019年度当初予算案に計上。20年度当初予算案にも3カ月分で1千億円規模を計上する見込みだ。

軽減税率(8%)対象の飲食料品を  
キャッシュレス決済で買う場合、  
店によって実質的な税率は5つに

$$\text{消費税率} - \frac{\text{ポイント還元率}}{\text{POINT}} = \text{実質的な税率}$$

店舗タイプ	決済形態	消費税率	ポイント還元率	実質的な税率
中小店舗 	持ち帰り	8%	5%	約3%
	店内飲食	10%	5%	約5%
コンビニ 	持ち帰り	8%	2%	約6%
	店内飲食	10%	2%	約8%
大企業のスーパーなど 	持ち帰り	8%	なし	8%
	店内飲食	10%	なし	10%

「中小」の要件絞るべきだ

日本スーパーマーケット協会の川野幸夫会長（ヤオコー会長）の話。ポイント還元策は低価格競争を引き起こす。制度の対象外の小売り大手も自前での割引やポイント還元で対抗せざるを得なくなる。結果的に体力のない中小の小売業者を追い詰めることになりかねない。小売り大手からメーカーへの値下げ圧力も強まりかねず、消費者に限らずサプライチェーン全体が混乱するだろう。

特に「中小企業」の線引きが問題だ。中小企業基本法の基準だけだと、とても「中小企業」とは呼べない企業まで対象となる。要件に資本金額と従業員数の両方を設定したり、年間10億円以下など売上高で絞ったりするべきだ。（高橋末菜）