

小売り、税別表示一段と



税別表示の企業が増えつつある(都内のスーパー)

10月の消費増税を前にスーパーなど小売り各社で価格表示を見直す動きが広がっている。政府は支払総額がわかりやすい税込み価格での表示を推進しているが、逆に税別表示にする企業が一段と増えている。軽減税率の導入で同じ食品でも異なる税率となる場合があり、値札を複数用意するといった手間を防ぐ狙いがある。増税を機にモノの値段が上がったように見えることによる消費者の買い控えへの懸念も反映している。

スーパーなど、10月消費増税にらみ

店頭での価格表示は現状では大きく分けて税込み価格を目立たせる表示方式(税込み表示)、税別価格を目立たせる表示方式がある。10月に予定される消費増税後、食品は軽減税率が適用される一方、酒類や日用品は10%となる。異なる税率の商品が店頭に並び、小売り各社はレジシステムの改修や価格表示方法をどうするかなど対応を急いでいる。

■買い控え懸念 ■値札変更不要に

食品スーパーでは「100円+税」といった税別表示の企業が増えつつある。全国各地のスーパー211社が加盟する共同仕入れ機構のシンジケート(CGC)グループは5月、加盟各社に対し税別表示を推奨する方針を示した。税別表示の場合、増税のタイミングに合わせて値札を貼り替

える必要がなく、「従業員負担も小さくできる」(CGC)ためだ。加盟各社の総売上高が4兆円を超えるCGCの方針決定で、同業他社も追随する可能性がある。関西地域のスーパー159店(2019年2月末)を展開するオー

フも20日までに税別表示に一本化する。これまでは税別価格と税込み価格を併記していたが、税率の異なる商品が店頭に混在することによる混乱を最小限にする。レジシステムでも税込み価格を記載する内税方式から税別価格と税を記載する外税方式へ変更する。西日本方式「ゆめタウン」など12店(19年2月末)を展開するイズミも10月から店頭での価格表示を税別に統一する。

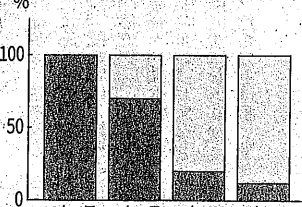
小売最大手のイオンや、イトーヨーカ堂、コンビニ大手3社などは消費者の混乱を防ぐため、現行と同じで税別価格を目立たせつつも税込み価格を併記する価格表示を継続する方針だ。政府は04年から税込み表示や税別価格と税込み価格を併記する表示を小売業などに義務付けてい

10月以降の価格表示の主なイメージ(予定)

表示のイメージ	企業
税別価格を目立たせた表示 100円+税	イズミ、オークワなど
税別価格が目立つ併記 100円(税込み110円)	イオン、コンビニ3社など
税込み価格のみの表示 110円	コメリなど

税込み表示の企業は減少傾向

■税別を目立たせた表示(税別が目立つ併記を含む)
■税込みを目立たせた表示(税込みが目立つ併記を含む)



(注)全国スーパーマーケット協会調べ 変更時期が不明の企業は除外した

るが14年4月の消費増税前に施行した特別措置法で乗値上げの防止などを目的に税別表示を認め、価格に敏感な消費者が利用する小売り企業ではこの後から税別表示を採用する企業が増えた。全国スーパーマーケット協会(東京・千代田)が全国のスーパーやドラッグストア、ホームセンターの163社を対象に今年5月に実施したアンケートでは、税込み表示の小売業は減少傾向にあり、現状では全体の11%にとどまっている。欧州などでは税込み表示が主流だが、総額の方がわかりやすく重視して日本でも政府は税込み表示を推進する。特別措置法は21年3月末までの期限措置だが、「税込み表示になったら、値段が上がったと思われ、買い控えが起きる」(サミットの竹野浩樹社長)など、小売業の反発は根強い。今回の増税のタイミングでも税別表示を選択する企業が増加しそうなのは軽減税率の導入で、レジでの店舗運営が複雑になることも背景にある。同じ食品で総菜や弁当は店内で食べる場合と、持ち帰る場合で税率は異なるようになる。税別表示のほうが、売り場に複数の価格表示を用意するといった手間を省けるという懸念もあるようだ。価格表示を巡っては消費者の反応は様々だ。税別表示は会計時を思っていたよりも高くなっていることがある。税込み表示のほうがわかりやすい(埼玉県の50歳代女性)、「税別表示のほうが商品そのものの価値がわかりやすい」(24歳男性会社員)といった声も聞かれる。

今回の消費増税で政府は消費喚起やキャッシュレス決済の普及を狙い購入価格に応じて支払いなどに充てられるポイント還元する施策も導入する。税込み価格でのポイント還元が原則だが、電子マネーなど決済手段によっては税別価格でのポイント還元も認める方針だ。消費者が店頭で戸惑う場面も増えそうだ。