

飯島賢二の『恐縮ですが・・・一言コラム』

第 29 回 いよいよ始まる消費税「総額表示」

今回は、誠にもって実務的話、消費税の「総額表示」についてである。これは簡単に言えば、平成 16 年 4 月より、店頭の出札やチラシに表示する商品の価格を、消費税込みの価格とするよう義務付ける制度である。「消費税込みの価格」の表示方法は 2 種類想定され、「総額のみ」を表示する方法と、「本体価格に総額を併記(並べて書く)」やり方と、そのどちらを採用しても良い事となっている。さて、大手小売、外食業界の対応は...

2 月 24 日の日本経済新聞によると、業界の対応は様々、^{さまざま}「総額のみ」と「本体価格併記」型がそれぞれ拮抗しているようである。大手総合スーパーは「総額のみ」でほぼ足並みがそろった。ファーストフード業界も「総額のみ」が多いようである。これに対してデパート業界は、「本体価格に総額を併記」する方法を採る。ばらつきが多いのは専門店。ドラッグストア大手、総合ディスカウントストア、衣料品店大手等は、会社により、あるいは同じ会社でも扱う商品により、対応がマチマチである。

更に問題は端数処理である。例えば税抜き価格 150 円の商品を、厳密に税込価格にすると、157.5 円となる。この小数点以下 0.5 円を、切捨てか、切り上げか、あるいは四捨五入かによって、消費者が支払う金額が違ってくる。

切捨ての場合、出札は 157 円、消費者が払う金額は 157 円である。この方法を採用するのは、大手スーパー業界、1 円未満を全て切り捨てる方針。消費者にとっては実質値下げになる。

切り上げの場合は、出札は 158 円、しかし現行のレジシステムをそのまま使用するため、消費者が実際に払う金額は 157 円になる。端数を切り上げておけば、消費者がレジで支払い金額が出札の合計より安くなることはあるが、高くなることはなくなる。この方式を採用するのは百貨店業界である。

四捨五入の場合は、出札は 158 円、消費者が実際に払う金額も 158 円となる。この方式を採用する代表例は、コンビニエンスストア業界である。消費者にとっては値上げになる商品もあるが、逆に値下げになる場合もあり、ほぼ中立的といえるかもしれない。

消費者が実際に払う金額を明示して、利便性を高めるための「総額表示」制度と財務省は説明しているが、果たしてどうだろうか？この制度が普及すると、消費者は次第に消費税額を意識しなくなってくる。たぶん、将来の消費税率引き上げに向けた「布石」と警戒する声も強い(日本経済新聞)かもしれない。

あなたのお店の「総額表示」対策、いかがなものか...明確な対応を考えておかなければ、消費者に迷惑をかけてしまう。^{いやあう}否応なし、待ったなしの対策である。

注) 中小、零細企業など、レジの変更が間に合わない場合には、従来方式を3年間に限って認める経過措置がある