

総額表示義務化で県内小売り 併記で割高感回避狙う



総額表示に対応した値札ポップへの切り替えに追われる従業員＝新潟市南区のひらせいホームセンター白根バイパス店

あらゆる商品やサービスに4月から義務付けられる税込み価格の「総額表示」。県内の小売り各社や外食事業者は、消費者に混乱を与えないよう表示や店頭での告知の方法に知恵を絞っている。多店舗展開をする外食事業者からは、新型コロナウイルスや大雪の影響で苦境が続く中、「コストや手間が掛かり苦しい」との悲鳴も聞こえる。

コスト増、価格競争懸念も

総額表示は、消費税率が5%だった2004年4月

に導入。13年10月から特別措置として、税抜き価格だ

けの表示や本体価格プラス税の表記も認められていた。本体価格100円の総額表示は、税込み価格が明瞭に示されていれば「100円(税込み110円)」など税抜き価格の併記も可能だ。

ひらせいホームセンター(新潟市西区)は、付け替えを進めている店内のポップで、税抜き価格の下に税

込み価格を「参考税込」として添えた。同社がフランチャイズ展開する100円ショップ「ダイソー」では、店内の至る所にあった「税抜き100円」のポップを撤去。「税込み110円」などと周知するポスターを代わりに掲示した。「100円均一」という業態の特徴から値札のない商品がほとんどで、1点ずつ値札を付ける作業が膨大になるためだ。

県内の大手食品スーパーは、税抜きと税込み価格の両方を併記しているケースが大半だ。割安感を出したいとの思惑からか、税抜きの本体価格の方を大きく、税込み価格をか

にいがた経済

BIZ-Niigata