(日刊) 新潟日報 2019年(令和元年)9月21日(土曜日)

消費増税目前 知恵絞る県内企業

10月1日の消費税増税まで21日となり、県内企業も対策を進めている。顕著な駆け込み需要が見られないとされる中、小売り各社は目立つ場所に日用品の売り場を設けたり、値引きを実施したりと、売り上げ拡大に向け工夫を凝らす。一方、増税後の消費落ち込みが懸念される外食や高額商品の分野では、客離れを食い止めようと新商品の発売やサービスの充実で対応。ラストスパートをかける消費の最前線をのぞいた。

経済スコープ SCOPE

小売り 駆け込み需要へ誘客

県内を中心にホームセンター(HC)などを展開するひらせい(新潟市西区)は、店舗入り口近くに「増税前の今がお買い得!」としるした看板を掲げた。日用品ラップやアルミホイルなど日用品の特設売り場を8月下旬に設置。例年季節商品を陳列するスペースだが、日用品を前面に打ち出した。日用品の売れ行きは前年同月と比べて1割以上伸びているという。

前回2014年の増税直後、1世帯当たりの消費支出が13カ月連続でマイナスになるなど、個人消費の低迷が長引いた。清水泰成副社長は「1回の来店で、できるだけ多くの商品を買ってもらいたい」と、需要取り込みに期待する。

同じくHCを全国展開するコメリ(同市南区)は、東日本の店舗を中心に暖房器具や除雪機を例年より約2カ月早く真夏の8月から店頭に並べる。同社は「実物を店頭に出すことで消費を呼び込むことができた」とする。

消費税は商品やサービスの引き渡し時の税率が適用される。家具販売の山下家具店(同市中央区)は、納品が10月以降になる場合でも、9月中に注文を受けた家具の消費税を8%に据え置くことにした。差額は同社が負担。9月中に納品できる展示品も値下げし誘客に努めている。

佐久間昭男取締役営業企画部長は「駆け込み需要は9月になってやっと出てきた。増税直前までお客さまを取り込み、販売実績を上げていきたい」と話す。

入り口近くに日用品の特設売り場を設けるひらせい横越店＝新潟市江南区