

緊急速報

前回の反響に応じて第2弾!

ちょっと待った その消費税のタグ切替え

コスト...

売上への影響...

税法...

お得感?

値上り感?

消費者はどちらが
わかりやすい?

そこでの2つのギモン...

これまでの経緯

当社では2014年の消費増税の決定、及び2013年10月の特別措置法の適用に際して、当社 社外報『OpenTalks!』の11月号にて特集させていただきました。そこでは、消費増税後の価格表示について、従来の『総額表記』と『外税表記』のどちらを採用するのか? また、価格表示変更におけるタグの切替えにおける物流コストについて言及させていただきました。

あれから消費増税前の3月時点において、一部の企業では総額表示を採用しましたが、当社のお取引様をはじめ、ほとんどの企業が『本体価格+税』の外税表記を採用し、現在、付替えを実施しています。

① セール品 (キャリア品) の付替えも必要?

② セール値札の他にプロパー札の付替え必須?

これって、10万点のキャリア在庫で付替えコストが仮に1点10円だったら・・・かかるコストは、100万円!?

仮説

セール価格が新税率表記になっていれば元札 (プロパー札) は税法的に問題ない??

それって余計なコストを削減できる?

そのあたりをアパレルの営業さん、知り合いの百貨店バイヤーさんに聞いてみても、どれもあいまいな返事...結局は全ての商品を切替えた方が無難かも...

いやいや、こんな時こそファッションビジネスサポーターであるOTSがきちんと調べてみなさまにお伝えしなければ!!

① 国税庁は?

まずはネットで消費税率の表示義務について調査してみました。そこで、国税庁 課税課 消費税室が発行している『総額表示義務の特例措置に関する事例集』を発見。そこでは、

⇒「旧税率に基づく税込価格を表示する場合の事例」
新税率適用後も1次的に旧税率に基づく税込価格が残る場合も、誤認防止策が講じられていて、消費者が明確に確認できればOK とのこと、

そこで、国税庁に直接電話で問い合わせしてみると・・・財務省 主税局 税制第2課 を紹介され、そこでセール札について確認したところ、『仮説で問題なし』との回答をいただいた。

③ 百貨店は?

そこで、次に百貨店コンプライアンス担当者に突撃訪問、今までの経緯を説明し、最終的には百貨店の意見を聞きたいと問い合わせたところ、

販売価格については、『本体価格+税』にて方針を決定しており、3月末に残った旧税率はブランドタグの切替えをお願いしている。(※ここでもセール札について言及していない・・・)

さらに、百貨店としても正式にメーカーに申し入れると『優越的地位の氾濫』に相当するのでできない、

実際に「百貨店値札を取引先負担で張り替えることを要請した」ことについて公取から百貨店協会に指導があったと聞いています。

⇒そうなる、セール品の元札を変えなければならない理由はどこにもない・・・

↓なので突撃インタビューしちゃいました!

② 百貨店協会は?

当社のお取引様の主要販路は百貨店であり、今回の場合についても、『そんなの百貨店さんが許さないでしょう?』といったお取引様からの回答であった。ではなぜ、百貨店がNGとしているのかを疑問に思い、百貨店協会に直接電話で問い合わせることに・・・

「セール品の販売時に元札 (プロパー札) も新税率に変更する必要はあるのか? 国税庁はそこまで要求していないようだが・・・?」と聞いたところ、

百貨店協会としても国税庁の方針に従います。ただし・・・ここからが問題で・・・明確な回答はできない一言・・・今回の税率変更での対応は、各百貨店、各店舗、各売場によって考え方がそれぞれ異なっており、その中で百貨店協会としては統一的な見解はできない・・・

⇒すぐ曖昧な表現をされ、結局 良いのか? 悪いのか・・・? 不明なまま終わった。

大手通販 (EC) についても、3月末時点で旧税率表示の商品については、タグ替えはしないとのこと・・・HPでの案内等は検討している。

さらに調査すると

結論

消費者に誤認されないよう対策がされていれば、過度に必要なのではないのではと思います。ましてや、セール在庫の元札を変えることは、メーカーも小売も、そして消費者もだれも喜ばない・・・なのに、なぜここまでわかり難くなっていいのか疑問に感じました。

担当 小橋



是非、ご意見、ご相談をご連絡ください!

ots_magazine@e-ots.co.jp