

スーパーやコンビニ、家電量販店など小売業では、商品価格の表示につき総額表示が義務化され一月ほど経過した。総額表示とは、商品値札や広告チラシなどにおいて、消費税額（地方消費税額を含む）を含めた税込み価格を表示することをいう。この総額表示は2004年の消費税法改正で義務づけられた。

しかし、その後の段階的な消費税率引き上げによる増税を見越して、消費税転嫁対策特別措置法により義務化が一定期間免除され、税抜きによる商品やサービスの本体価格表示が認められてきた。この特例が今年

総額表示の義務化から一月

総額表示の義務化は、実際に支払う金額を一目でわかるようにする、つまり消費者の利便性に配慮する観点から実施するものだと言務省は説明する。そもそも商品やサービスの価値と消費税額とは別個のものである。価格表示のあり方およびその適切性については、消費者保護を前提に、事業者と消費者との関係において事業者自らが模索する問題である。価格表示方法で、消費税法そのものに規定されるべきものではないはずである。

日本の消費税は、本質的に多段階型の一般消費税である。流通過程にある各事業者は、商品やサービスの価格に消費税額分を転嫁していくことになる。消費税の最終負担者である消費者と直にやりとりをする小売

てきたとする。それゆえに、画一的な総額表示義務を廃止し、本体価格表示が恒久的に確保されるよう強く要望してきた。事業者としては極めて潔い姿勢といえよう。

また、税込みの総額による価格表示では消費者が本来感じる税の重さ・痛みを緩和させてしまう。代金支払時に消費税の負担額がみえにくくなるからである。実際、税率が20%前後と高い消費課税先進国であるEU諸国では、日本に先んじて総額表示が義務化されてきた。膨れゆく社会保障費を考えると、日本でもそう遠くない将来、さらなる消費税率の引き上げがあるかもしれない。総額表示の義務化をその前兆と捉えるのは考えすぎだろうか。

税の重さ・痛み 知ることから

の3月末をもって失効したため、4月1日より総額表示の義務化が本格的に始まった。



名古屋経済大学
経営学部教授

中村 壽男

段階での総額表示の義務化は、税の転嫁を曖昧にみせる。ややもすれば健全な事業者であっても、消費者から過剰転嫁を疑われかねない。

日本チェーンストア協会は、これまで税抜きの本体価格表示が定着する中で、サプライチェーン各段階において商品やサービスの適正な価値を維持しつつ消費税の適正な転嫁が確保され

額に記載されているものの、残高をみて今後の支払可能額を確認するだけの人が多いのではなからうか。私たち消費者は、税の重さ・痛みを知る機会を自ら放棄してはいけない。行政による税の無駄遣いが時折テレビや新聞で報道されるが、税の重さ・痛みを知らずして、税の使途にまで関心を持つことはできないはずである。

なかむら・ひさお 簿記会計士。
東京経済大学大学院経営学研究科
修了。1962年生まれ。

