

報道関係者各位

2014年3月10日

株式会社ラクーン

＜2014年4月の消費税増税に関する調査報告＞
**値札付け替え等の実作業の煩雑さに困惑。価格表記の方針を
決められない店舗が多く、全国統一の基準を望む声も。**

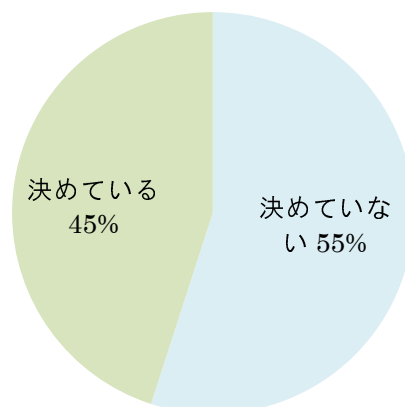
株式会社ラクーン（本社：東京都中央区、代表取締役社長：小方功）は同社が運営するスーパーデリバリーの会員小売店に対し、2014年4月に実施予定の消費税増税が店舗運営に与える影響について、【1】価格表記【2】価格改定【3】販促行動の3点から調査いたしました。調査期間は2014年2月24日～3月3日の7日間です。

■調査結果のポイント

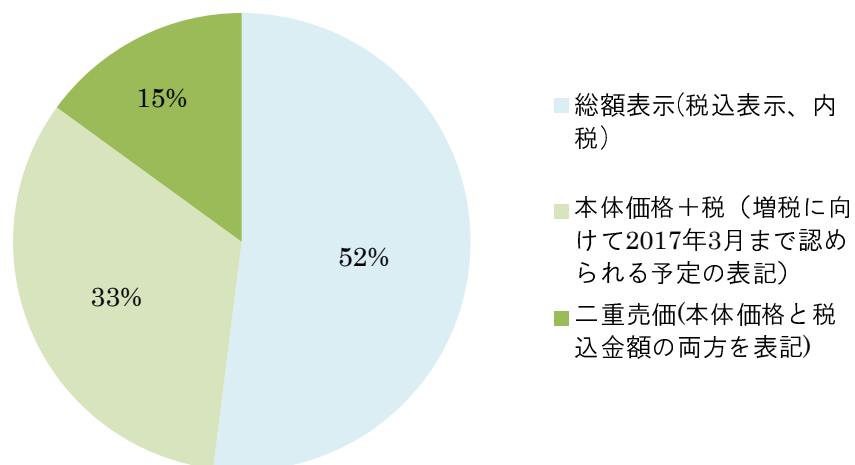
1. 価格表記の方針が決まらない店舗が55%と半数を超える。
2. 総額表示（税込表示、内税）を選択する予定の店舗が、52%と半数を超える。
3. 増税分を販売価格に転嫁する予定の店舗が、51%と半数を超える。
4. 「増税前セール」など増税に合わせた販促企画は行わないとする店舗は、55%と半数を超える。

■調査結果

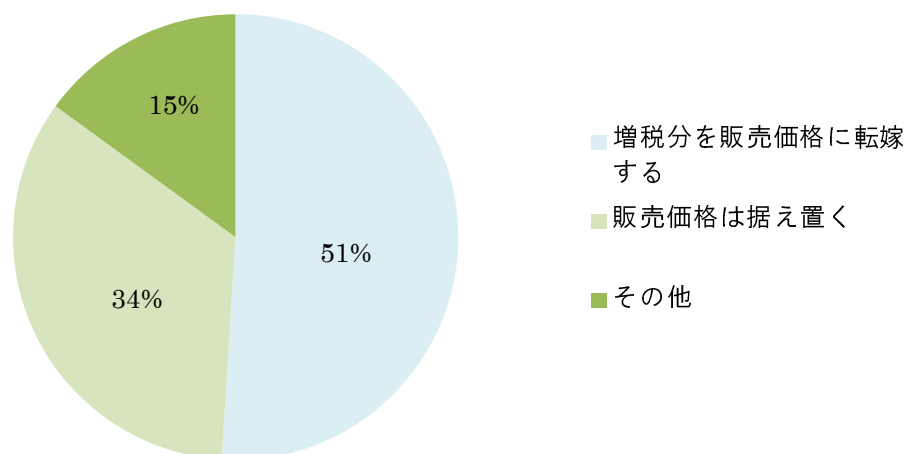
【設問1】消費税率アップ後の価格表記をどうするか決めていきますか？（有効回答数：305）



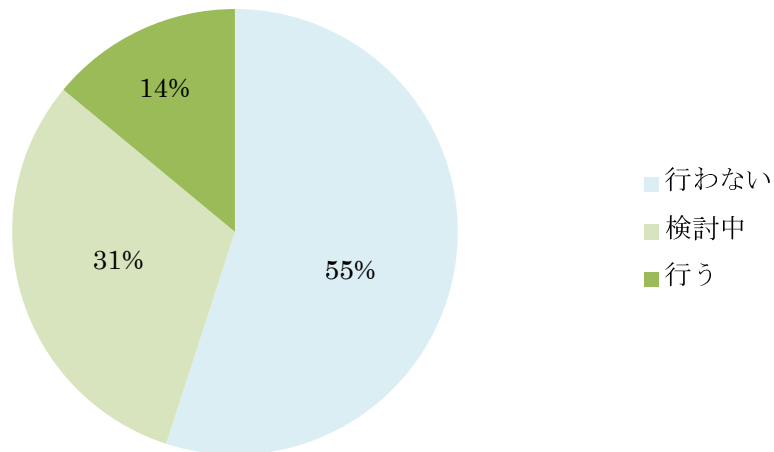
【設問 2】選択する予定の価格表記はなんですか？(有効回答数:136)



【設問 3】価格の改定についての予定を教えてください。(有効回答数:322)



【設問 4】「増税前セール」等の販促企画を行う予定はありますか？(有効回答数:313)



【設問 5】増税について、不安なこと、対応に悩んでいることはなんですか？(一部抜粋)

<価格表記について>

- ・他社の多くが外税表示に切り替えているように見受けられる。本体価格+消費税が良いのか、内税の総額表示なのか・・・迷っている。
- ・価格の表示方法が統一されていないので、同業他社の動向が気になり、決定に至らない。消費者にわかりやすいのは総額表示、事業者に都合が良いのは外税表示、どちらでも良いので、統一して欲しい。

<実作業について>

- ・値札の付け替えをする手間を考えるだけで気が遠くなる。
- ・1人経営で商品数も多いため、税率改正後の価格表示付け替えのために少なくとも1日休業しなければ対応できない。
- ・ネットショップを運営しているが、価格だけではなくバナーの価格表示などもすべて更新しなければいけない。今から作業が不安だ。
- ・レジのバーコード入力がすべてやり直し(手入力)になる。当分は手打ちで対応する予定。
- ・ただでさえ売上の厳しい業種で四苦八苦しているのに、ややこしい事はあまりやってほしくない。

<買い控えを案じて>

- ・小学生のお客が多い店のため値段が10円でも違えば、「高い」と思われる。頭が痛い。
- ・しばらくの間は客数減を覚悟しているが、それを考えても仕方がないので、お客様対応

を含め、今できることをしていくしかないと考えている。

・3月末あたりから、増税後の価格表示に切り替えた商品をストックしておいて、店舗を営業しながら随時入れ替えて行く作戦だが、増税直後はやはり消費が伸び悩みそう。自分自身とお客様が8%に慣れるまでは、しばらく安心できないだろう。

<その他>

- ・卸値の便乗値上げが心配だ。
- ・端数が発生しないよう、「税込¥2,000」などキリ良く価格設定していたものが、今回の増税で端数が出てしまうようになるのが困る。
- ・遅かれ早かれ10%に引き上げられるならば今回からもう10%にしてほしかった。二度手間だ。
- ・増税で他店が価格に転嫁する分を据え置くことにより優位に販売を展開するチャンスと捉えている。

【調査概要】

■調査方法:インターネット調査 ■調査期間:2014年2月24日~3月3日

■調査対象:スーパーデリバリー会員小売店(全国47都道府県の中小小売店)