

## 消費税改正直前に思うこと

10月1日から、いよいよ10%消費税率と、はじめての複数税率が導入されます。

テレビニュースでは、太宰府天満宮の参道に店を構える「梅が枝餅」屋さんに、店内の簡易飲食スペースで飲食するお客さんにどう対応するのか、インタビューをしていました。

店によって対応は様々なようですが、あるお店は持ち帰りとは、店内飲食の料金を同一にすると答えていました。店内飲食のお客さんに対する実質値下げで、10%消費税分を捻出するというわけです。売上のつど店内飲食のお客さんの数をメモして、複数税率に備える従業員の姿は痛々しくもありました。

イトイン・コーナーのある大手コンビニの軽減税率対応は、店内に張り紙を貼るというものに統一されたそうです。

「イトイン・コーナーを利用する場合は、購入時に申し出てください」という張り紙をレジ前に掲示しておいて、「イトインを利用する」と申し出た客にのみ10%税率を適用するのだそうです。レジで毎回確認する手間や顧客とのトラブルを回避するのが目的といわれています。

### ■ イートイン・コーナーでの飲食

ところで、コンビニのイトイン・コーナーが急速に増えたのは、この3年ほどのことです。もともと、コンビニの急成長は、単身世帯の増加に支えられていました。ところが、単身世帯数の伸びにも陰りが見えはじめています。代わって注目され始めたのが、女性と高齢者です。最近10年間で女性顧客数は急増し、全体顧客の半数に達しています。また高齢者の伸びも目覚ましいものがあります。

この影響で、酒類や雑誌の売上は激減する一方、冷凍食品やカウンター商品は、中食として、女性、高齢者層が買い求める主力商品になりつつあります。

新店舗の設計においても、入口の近くに雑誌コーナーを置くよりも、イトイン・コーナーを拡充しているとも言われています。雑誌を読む人よりも、中食を食べる人の方が、道行く人にアピール力があるからです。

今後、高齢化社会が一層進展していくなかで、移動や運搬の手段の少ない高齢者に対して、コンビニがサービス拠点として活躍することが期待されます。POSシステムでは拾いきれない高齢者のニーズを、イトイン・コーナーで聞き出すことも、コンビニの経営努力といえるでしょう。

このように考えてくると、飲食品の提供には軽減税率が適用され、サービスが付加されたものすべてに対して高い税率が課されることには、弱諸救済の本来の趣旨が生かされないように感じます。「消費弱者」にこそ、たとえば消費者の求める場所での加熱、調理、あるいは配膳といった細かな配慮が求められると思うのです。

## ■ 病院給食の様々な態様

実務のなかで軽減税率について疑問に感じることのひとつが病院給食です。

病院の厨房で、病院の職員が患者さん向けの給食を調理して提供した場合、それが法定の入院時食事療養費ならば、患者さん向け売り上げは「非課税」です。食材仕入れも軽減税率が適用されるので、病院の負担はいままでと変わりません。

ところが、外部の給食業者に病院の厨房に出向いて調理してもらう場合、これは「調理」というサービスの委託になるため、給食業者に対する支払いは税率10%になります。一方、同じ給食業者に、「給食業者の厨房で調理した給食」を病院に運んでもらうだけならば、単なる飲食料品の提供なので軽減税率の8%が適用されます。この給食の配膳までも給食業者に委託するならば10%ですが。

診療報酬が非課税で、最終消費者に転嫁できない医療機関にとって、消費税が高額になればなるほど、経営を圧迫することになります。わずかな条件の違いで、税率2%の差異が生じてしまうことも、納税者の理解を得られにくいところではないでしょうか。

## ■ 転嫁拒否や紛らわしい表示の禁止

最後に消費税率引き上げにともなって、気を付けておかなければならないのが、「転嫁対策特別措置法」に違反しないということです。前回の消費税率引き上げ時とは若干異なって、業者の価格設定は比較的緩やかにはなりました。便乗値上げの禁止などは掲げられていません。

しかし、公正取引委員会は、いわゆる弱い者いじめの価格転嫁拒否や、消費者の惑わせるような表示に対しては、厳しい取り締まりを行うよう「手ぐすねを引いて」待っていますので、ここは注意しておくべきでしょう。

大規模店舗等に品物をおさめる事業者は、大規模店舗の還元セールなどにもともなって、価格に消費税増税分を転嫁しにくい環境におかれる可能性があります。そこで、転嫁拒否を行った企業（特定事業者）は名前を公表されたうえ、不当に転嫁させなかった差額分を取引先に返還させるという、厳しいペナルティを課せられます。

店舗・工場家賃なども、8%増税時には指摘を受けた実績もあるようなので、よほど建物が老朽化しているなどの特殊事情がない限り、家賃の転嫁もしっかり行うのが無難だと思います。

また、消費増税に伴う反動減を緩和するために、様々なセールを行うことが考えられますが、その際の表示の仕方にも注意しなければなりません。「消費税はいただきません」や「消費税還元」あるいは「消費税上昇分値引します」などの、消費税増税額との明確な関連性をうたった表示は認められていません。一方、たまたま増税分と合致しただけの「2%値下げ」「2%ポイント還元」などは、禁止の対象ではありません。

(所長 瀬戸 英晴)