

SPECIALIST T 専門家に聞く



写真左から若杉氏、篠田氏、西本氏、佐藤氏、立花氏

【コーディネーター】

有限会社旭不動産鑑定所
不動産鑑定士
若杉 和宏氏

【参加者】

司法書士佐藤池永合同事務所
司法書士
佐藤 大輔氏

篠田会計事務所
税理士
篠田 欣一氏

オフィスYJコンサルティング
中小企業診断士
立花 俊雄氏

社会保険労務士ニシモト事務所
社会保険労務士
西本 恭子氏

消費税率引き上げ クレーム対策を

4月1日からの消費税率引き上げに伴う価格転嫁に向けた対策が急務となっています。一律に価格を転嫁すべきか、または価格を据え置くべきかなど、利益確保のための価格・営業戦略を綿密に考える必要があります。

一方で、消費者に対する価格表示などの周知が十分でなければ、クレームが発生する原因となり、対応によってはお客からの信頼に大きく影響します。

そこで今回は、価格転嫁の考え方やお客への周知、クレームが発生した場合の対応策などについて話を聞きました。

若杉 まず、価格転嫁の基本的な考え方を教えてください。

篠田 消費税率の引き上げに伴い様々な対策が必要ですが、原則的には、税率が変動しても、商品の本体価格で利益を生み出す流れは変わりません。しかし、税率の引き上げは消費者が買い控えをしたり、より安いものを求めるようになるなど購買行動に大きな影響を与えることは間違いありません。

このような状況の中で、いかに利益を確保していくのかが大切になります。増税分を一律に転嫁しても、販売数が減れば利益も減りますし、逆に、価格は据え置いて販売数を保ったとしても、増税分だけ利益は圧迫されます。

円滑な価格転嫁とは、単に販売価格に増税分を上乗せすることではなく、自社商品全体を見渡して、商品別に価格設定を見直したり、新商品・サービスを生み出すことも含め自社の利益を確保することだと言えます。

立花 そうですね、価格転嫁ができれば問題はありますが、売り上げに関して言えば、特に税率引き上げ前の駆け込み需要、その反動による4月の需要の冷え込みが予測されますので、資金繰りが苦しくなる可能性も考慮して販売計画をしっかりと立てておく必要があります。

また、転嫁できない場合には「一律転嫁」という発想を捨てて、商品を個別に管理する必要があります。消費税分を価格に乗せる商品、乗せない商品、また消費税分以上に価格を引き上げる商品などです。

他にも、価格を据え置きつつ商品の内容量を減らすといったアイデアもあります。

げに向けた販売戦略と 考える

佐藤 消費税率の引き上げ決定に伴い成立した、消費税転嫁対策特別措置法の内容もよく知っておいて欲しいですね。買ったときや本体価格での交渉の拒否が禁止されるほか、「消費税分の値引きをしている」旨の宣伝や広告は禁止されますので、セールなどを行う際には注意しておくべきです。

また、商品価格の表示についても表示価格が税込価格であると誤認されないための措置を講じていれば、税込価格を表示しなくてもよいとする特例も設けられました。

あくまで特例の措置ですから、再び税込価格の表示へ戻す必要がでてきますが、こうした制度も含めて販売戦略を考えて欲しいと思います。

若杉 商品価格や価格表示の話がでましたが、お客との関わりにおいて他にも注意する点はありますか。

佐藤 価格表示の特例を活用しても、分かりにくかったり紛らわしい表示になっていると、お客に理解されないこともあります。また、増税分以上に商品価格を引き上げた場合には便乗値上げだと思われることもあります。対応によってはクレームに繋がるのが考えられます。

西本 消費税率引き上げに伴うクレームについては、ある程度の発生要因を事前に想定することが可能です。社内でマニュアルを作成したり研修を実施するなど、事前に従業員の教育を行っておくことが大切です。ロールプレイングなども有効でしょう。

また、常日頃から情報を共有できるように、風通しのよい職場環境を整えることや、お客とのコミュニケーション能力の向上を図っていくことも効果的です。

一番大事なことはそもそもクレームを発生させないことで、そのためにはお客が納得できるように、増税に向けて十分な準備しておくことです。

若杉 最後に、これまでの話を踏まえ、再度強調したい点などがあればお願いします。

立花 結局のところ、特効薬的な対応策はないと思います。可能な限り入念に準備をして、4月以降、売上減少や資金繰り、顧客からのクレームなどでパニックにならないようにすることが一番重要でしょう。

篠田 販売価格の設定にしても価格表示の方法にしても、こうした方がいいという明確な答えはありません。それぞれメリット・デメリットがありますので、それらをよく吟味して経営者として次善の策も念頭におきながら決定してください。

若杉 対応について困ったり悩んだ時は、経営者一人で考えずに商工会議所の経営指導員や我々専門家に相談ください。ヒントが見つかるかもしれません。本日はありがとうございました。

サムライ神戸ネットワーク

神戸商工会議所が運営する士業者ネットワーク組織で、約250名が登録しています。経営に関する問題の解決や的確なアドバイスが必要な際には、士業者を検索できる専用サイトやガイドブックを是非ご利用ください。また、どの士業の誰に相談すればよいかわからない方は、各支部の経営相談員にお気軽にご相談ください。

