

論 説

店頭看板でガソリン価格表示を行ったSSが相対的に多くなった。売値を主な集客手段とするセルフの増勢がそれを後押ししているが、わかりやすさや透明性をより高めるために表示を始めた。SSも増えたようだ。

紛らわしい表示は良くない

一方、商品アイデンティティが少ないSSの主力商品における価格表示が値下げ競争の低下を招くことによって、採算性を疑いたくなっている。顧客との信頼関係や共通理解から表示を必要とするSSもある。無をはじめ、表示の有る見方もあると聞く。表示の有る中で最近、疑惑を抱こうした中で最近、疑惑を抱いた。

店頭看板でガソリン価格表示を行ったSSが相対的に多くなった。売値を主な集客手段とするセルフの増勢がそれを後押ししているが、わかりやすさや透明性をより高めるために表示を始めた。SSも増えたようだ。

一方、商品アイデンティティが少ないSSの主力商品における価格表示が値下げ競争の低下を招くことによって、採算性を疑いたくなっている。顧客との信頼関係や共通理解から表示を必要とするSSもある。無をはじめ、表示の有る見方もあると聞く。表示の有る中で最近、疑惑を抱いた。



業界が抱える問題に取り組む精販のトップ（左から石連の奥田専務理事、月岡会長、森会長、木村前会長、加藤副会長）



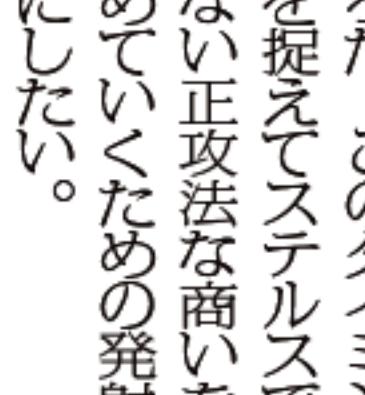
広島・大野氏



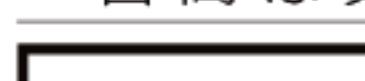
鳥取・坂口氏



千葉・宍倉氏



千葉・宍倉氏



千葉・宍倉氏



千葉・宍倉氏



千葉・宍倉氏



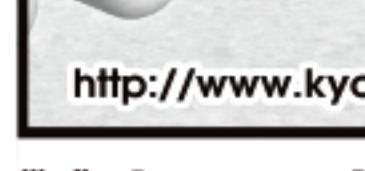
千葉・宍倉氏



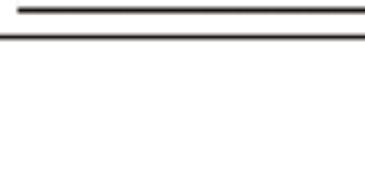
千葉・宍倉氏



千葉・宍倉氏



千葉・宍倉氏



千葉・宍倉氏



千葉・宍倉氏

