

## 消費税の価格転嫁に関する調査結果

名古屋商工会議所

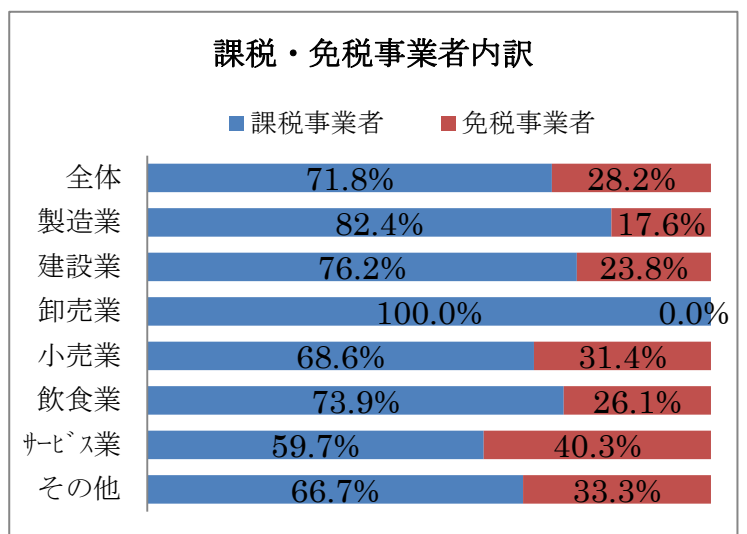
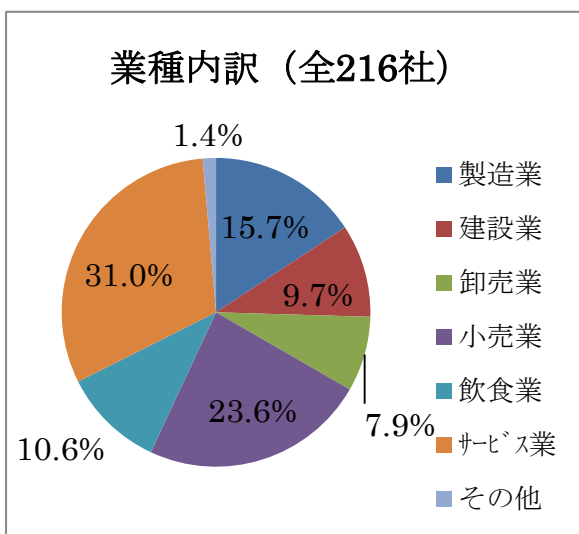
名古屋商工会議所は、平成26年4月の消費税率引上げに伴い、増税分が円滑に転嫁できるよう、平成25年度において、中小・小規模事業者に対し、相談窓口の開設や各種セミナーの実施など「消費税転嫁対策事業」を実施した。

こうしたなか、本年4月より、消費税率が8%に引き上げられたことに伴い、名古屋市内の小規模事業者の消費税の価格転嫁についての実態を把握し、各種要望や意見活動など、今後の事業運営に資していくため、中小企業・会員支援部5支部の経営指導員の巡回時のヒアリングによる調査を実施した。

- 調査時期 平成26年4月28日～5月12日
- 調査対象 名古屋市内小規模事業者（回答：216事業所）
- 回答企業内訳 ( )は%

業種	回答事業所数	課税事業者	免税事業者
製造業	34 (15.7)	28	6
建設業	21 (9.7)	16	5
卸売業	17 (7.9)	17	0
小売業	51 (23.6)	35	16
飲食業	23 (10.6)	17	6
サービス業	67 (31.0)	40	27
その他	3 (1.4)	2	1
合計	216 (100)	155	61

注) 小規模事業者(小規模企業者)とは、中小企業基本法により、工業等が従業員20人以下の事業者、商業・サービス業が従業員5人以下の事業者と定義されている。



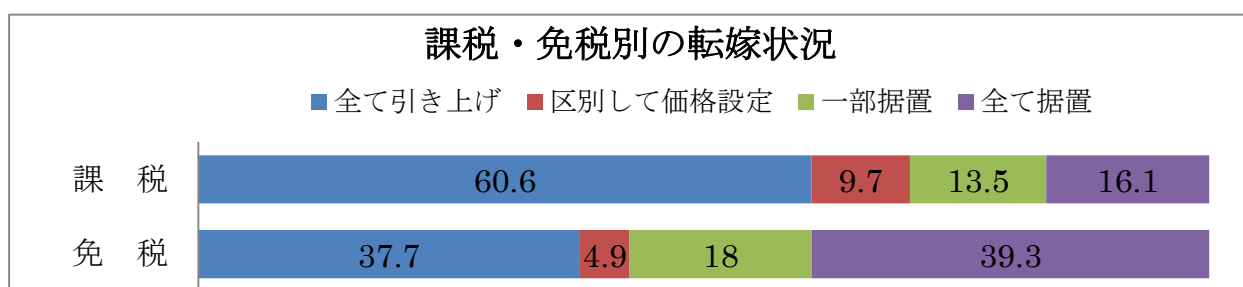
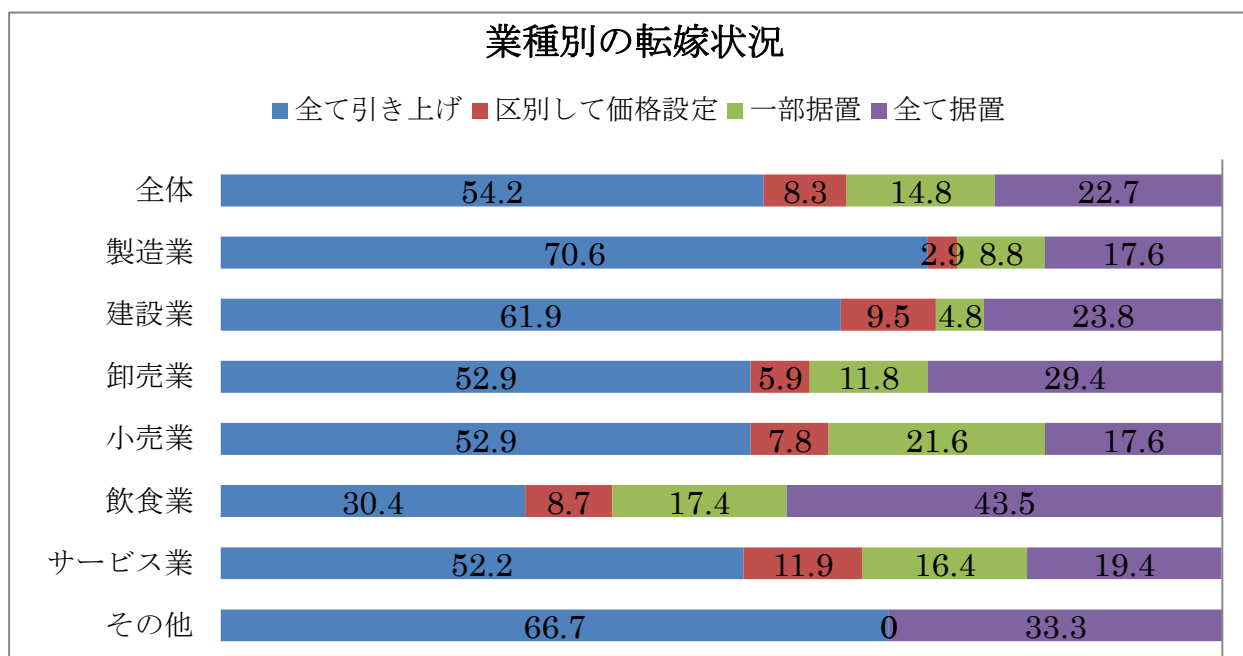
## 【調査結果】

### 1. 消費税率引き上げに伴う商品・サービス価格の見直し

全体では価格を「全て引き上げ」と回答した事業所が最も多く、54.2%と過半数を占めた。逆に、「全て据置」と回答した事業所は22.7%となった。「一部据置」が14.8%、「利益が出るよう区別して価格設定」は8.3%にとどまった。

業種別では、「全て引き上げ」した事業所が多いのは、製造業（70.6%）、建設業（61.9%）で企業間取引の多い業種で価格転嫁が円滑に進んでいることが示された。一方、飲食業では「全て据置」が43.5%と、他の業種よりも高い割合となったものの、「全て引き上げ」も30.4%であった。

課税・免税別では、課税事業者は「全て引き上げ」と回答した事業所が60.6%であったのに対し、免税事業者では「全て引き上げ」は37.7%にとどまり、「全て据置」が39.3%と、これを上回った。



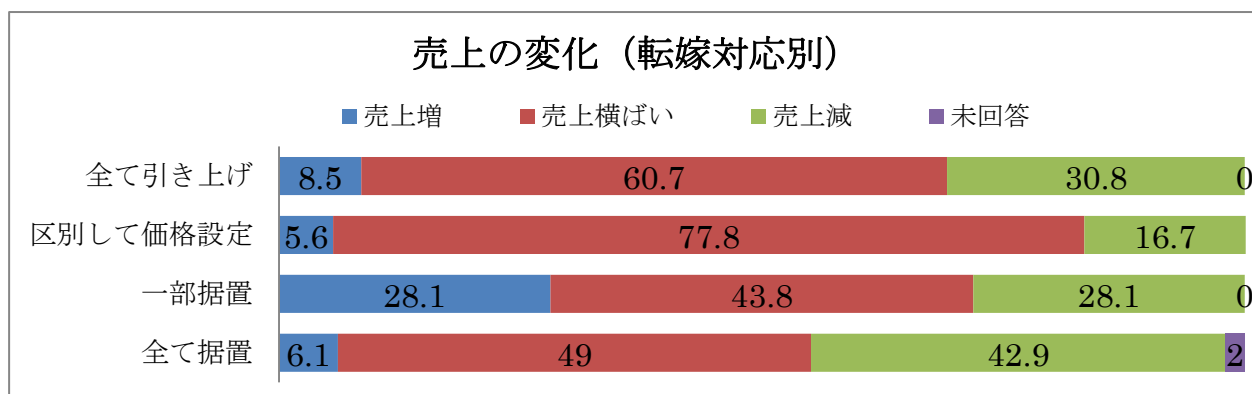
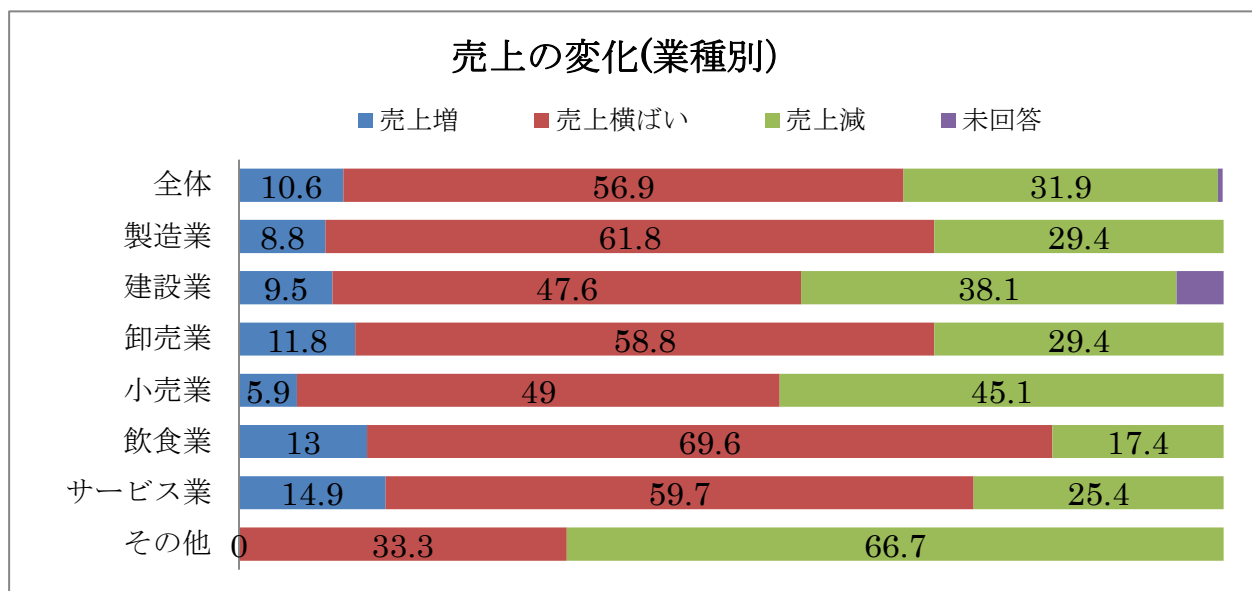
## 2. 価格見直しの結果、売上・利益の変化

### <売上>

全体では、「横ばい」と回答した事業所が最も多く、56.9%と過半数を超え、これに「増加」10.6%を併せると67.5%と7割弱となり、多くの事業所で売上が落ち込んでいない。「減少」は31.9%であった。

業種別では、「減少」と回答した割合が高いのは、小売業（45.1%）、建設業（38.1%）であった。価格を「全て据置」した比率の高かった飲食業では、「減少」は17.4%にとどまった。

転嫁対応別では、全てに「横ばい」が最も多かったが、価格を「全て据置」した事業所では「売上減」が42.9%と、他の対応状況に比べ高く、また「一部据置」した事業所は「売上増」が28.1%と比較的高かった。

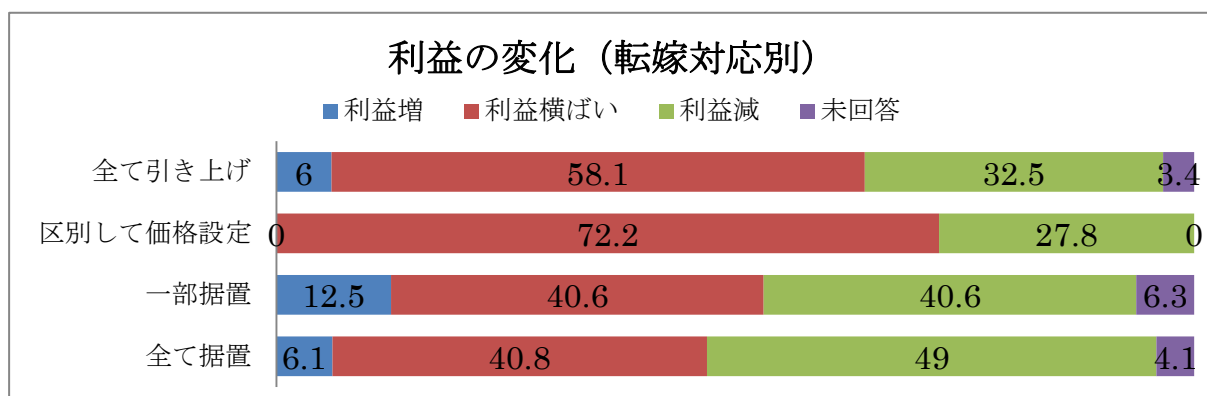
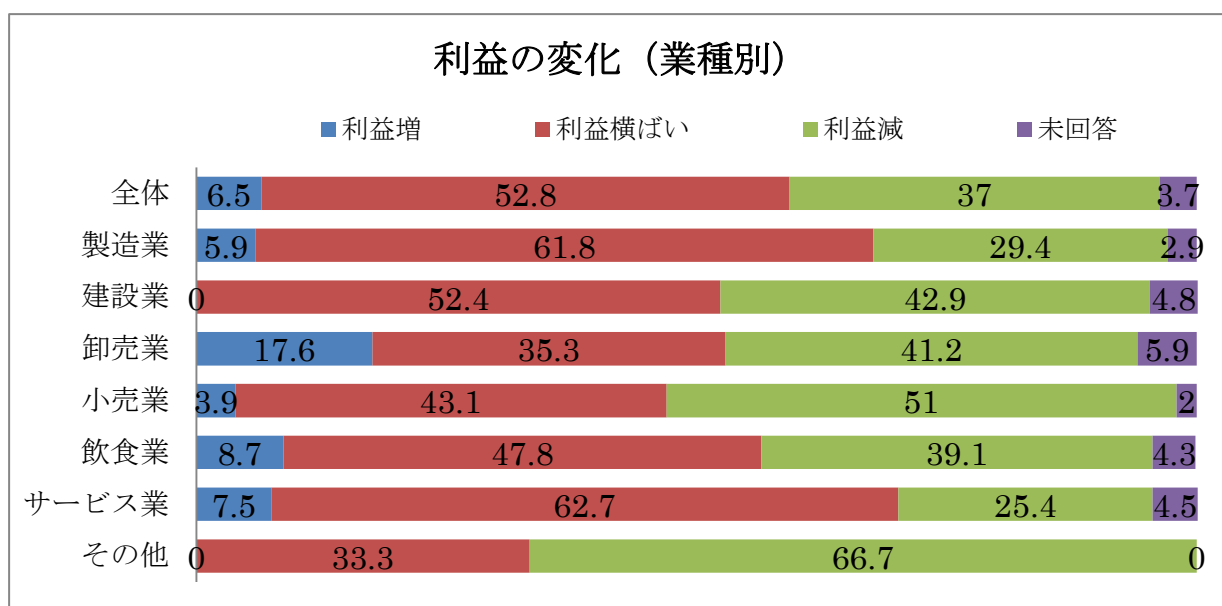


## <利益>

売上同様、全体では「横ばい」と回答した事業所が最も多く、52.8%と過半数を超え、これに「増加」を加えると59.3%と6割弱となり、過半数を超える事業所で利益は落ち込んでいない。「減少」は37.0%と、売上の場合よりも比率が高かった。

業種別では、小売業（51.0%）、建設業（42.9%）などで「利益減」と回答した比率が高く、卸売業、小売業では「利益減」が「横ばい」を上回っている。「売上減」が少なかった飲食業では、「利益減」は39.1%に達した。

転嫁対応別では、価格を「全て据置」した事業所では「利益減」（49.0%）が「横ばい」（40.8%）を上回った。



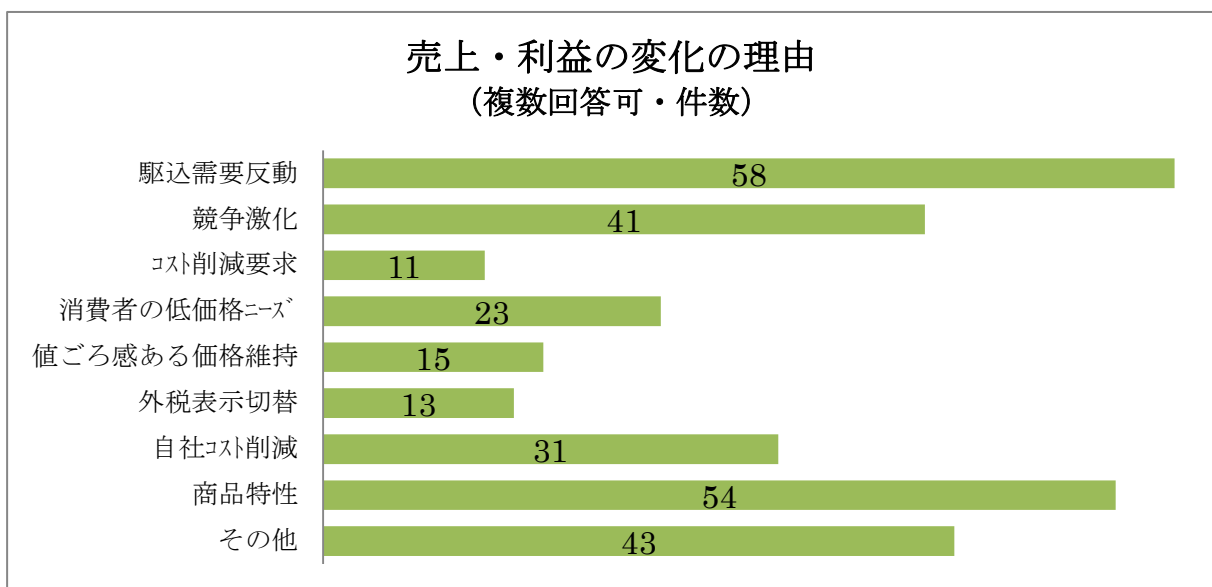
### 3. 売上・利益の変化の理由

売上・利益の変化をもたらした理由として「駆け込み需要反動」が58件と最も多かった。特に、「売上減」「利益減」と回答した事業所では過半数に達した。

次いで「商品特性」が54件であったが、これは「売上増加・横ばい」「利益増加・横ばい」と回答した事業所で多かった。

このほか、「競争激化」は41件であったが、「売上減」「利益減」と回答した事業所では2割強から指摘された。

「その他」では、「原材料価格の上昇」の回答が多く寄せられ、価格転嫁しないと利益が確保できない現状が窺えた。一方、「新規事業展開」「キャンペーンの実施」等、経営努力による売上・利益確保に工夫を凝らしていることが窺えた。また、「顧客への事前告知により増税の混乱を回避」した事業所も見られた。



#### 自由記述(一部抜粋)

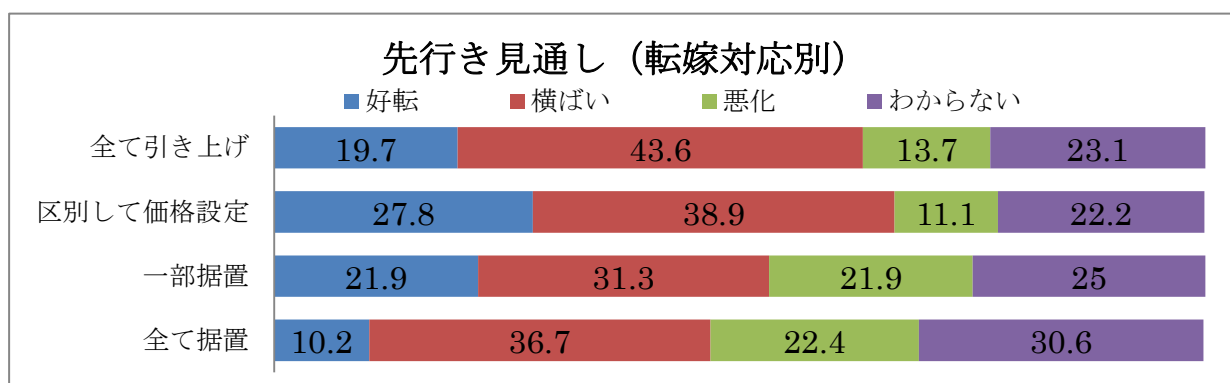
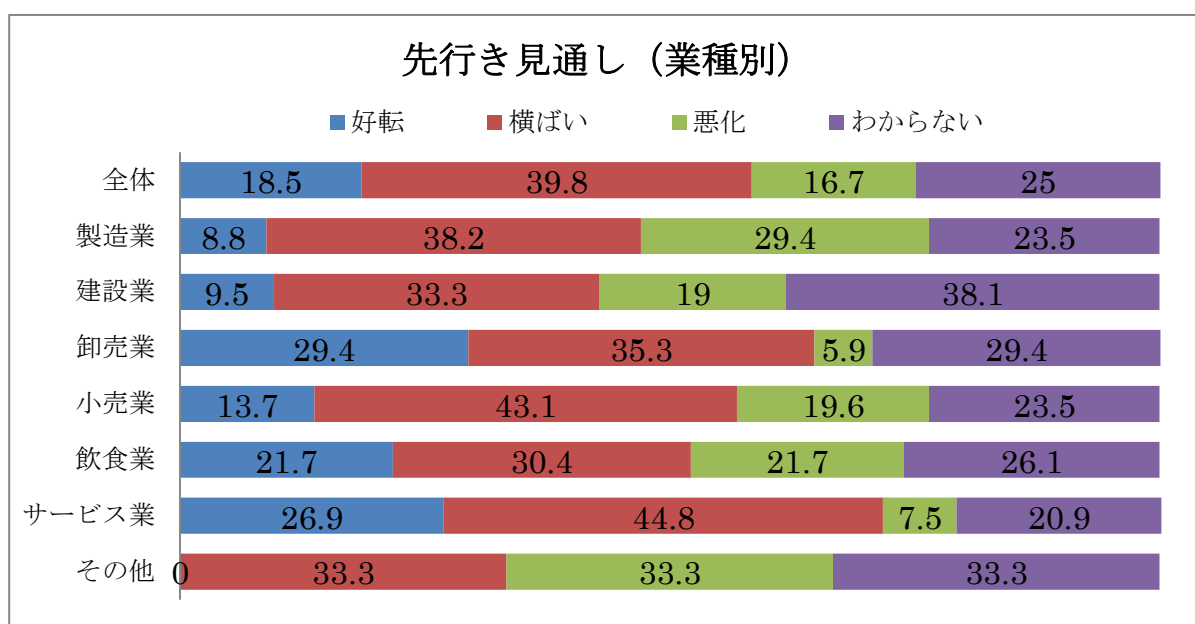
- ・他社ではやらない領域製品の取り込みで、海外シフトに対抗。(製造業) ・来客数に変化なし。(サービス業)
- ・原材料も上がっており、今回は消費税分のみ値上げ(転嫁)した。(飲食業) ・原材料仕入れ代、コストアップ。(サービス業) ・前回転嫁し、客数が減少したので今回は転嫁せず利益を削っている。(飲食業)
- ・法人取引は転嫁。個人へは転嫁できない。(小売業) ・キャンペーンを行った。(小売業)
- ・事前に消費税UPの当社扱いを報告していたので混乱なし。(サービス業)
- ・増税と同時に全体の価格見直しをしたため、税込み売り上げが横ばいだが利益率が上がったため、利益も横ばいにおさまった。(飲食業) ・単品ごとの値上げはせず、ランチのみ50円値上げした。(飲食業)

#### 4. 半年後の業績見通し

全体では、「横ばい」が39.8%と最も多く、「好転」は18.5%、「悪化」は16.7%、「わからない」が25.0%であった。「好転」が「悪化」を上回り、先行きについては、さほど悲観していないことが窺える。

業種別では、全ての業種で「横ばい」が最も多かった。卸売業（29.4%）やサービス業（26.9%）では「好転」の回答が比較的多かった。また、「悪化」は製造業で29.4%と3割弱に達した。

転嫁対応別では、いずれも「横ばい」の回答が最も多かったが、「利益が出るよう区別して価格設定」では「好転」が27.8%と、これ以外の対応状況よりも割合が高く、一方、「悪化」の回答は「全て据置」で22.4%、「一部据置」で21.9%と価格転嫁できていない事業所ほど、先行きを懸念している。



以上