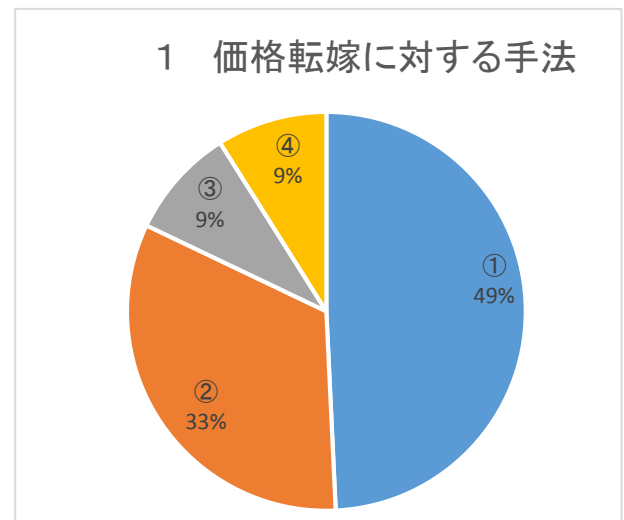


中小企業における消費税の価格転嫁に係る実態調査(抜粋) 小売業

- 調査対象 佐久商工会議所会員（理財部会 90 社を除く）
- アンケート実施期間 5 月 10 日～5 月 31 日
- 発送数 364 社 回収企業数 70 社 回収率 19.2%

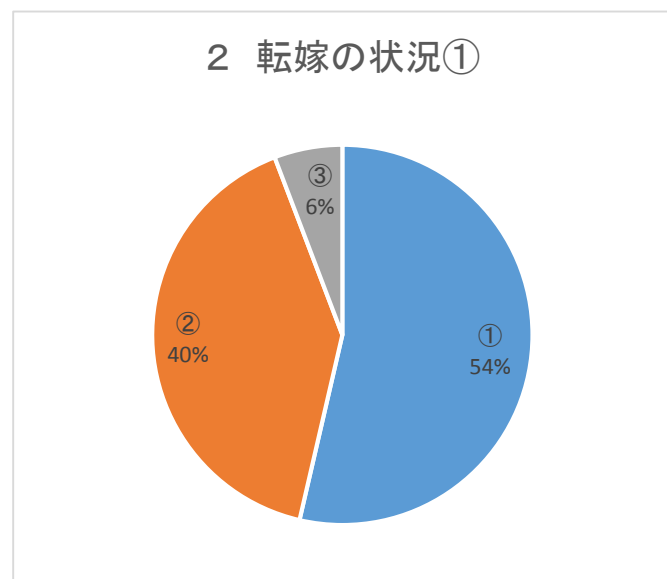
1. 4 月 1 日以降に売上や利益を確保するために、見直した商品・サービスの価格。 〈約 5 割が一律で 3%引き上げを実施〉

①	一律で 3 %引き上げている	33 (49%)
②	一部は価格を据え置いている	22 (33%)
③	価格を据え置いている	6 (9%)
④	利益を確保できるよう価格設定を行っている	6 (9%)



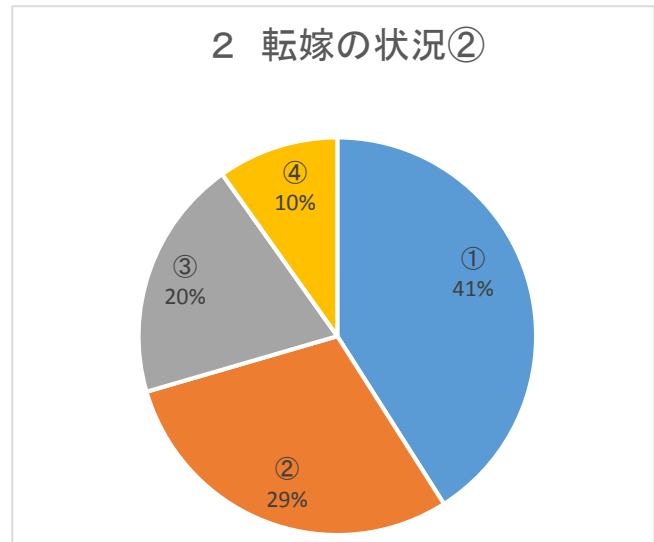
2. 1 の価格設定等の見直しを行った結果、 ①税抜きの売上高の状況 〈半数以上で売上高の減少がみられる〉

①	減少	37 (54%)
②	横ばい	28 (40%)
③	増加	4 (6%)



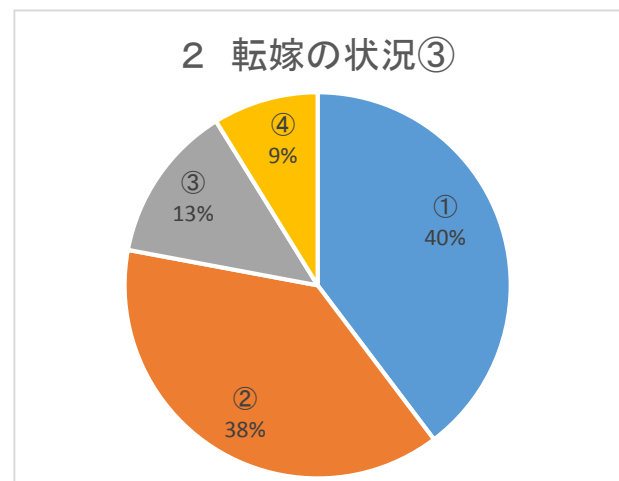
②事前の予測との比較

①	想定どおり	25 (41%)
②	想定を下回った	18 (29%)
③	分からない	12 (20%)
④	想定を上回った	6 (10%)



③ 転嫁（事業全体の利益）の状況

①	転嫁できている(利益は横ばい)	27 (40%)
②	一部転嫁できていない	26 (38%)
③	全く転嫁できていない	9 (13%)
④	転嫁できている(利益は増加)	6 (9%)



3. 1 の価格設定等の見直しを行った結果、2 の売上高・利益の状況になっている理由
(複数回答)

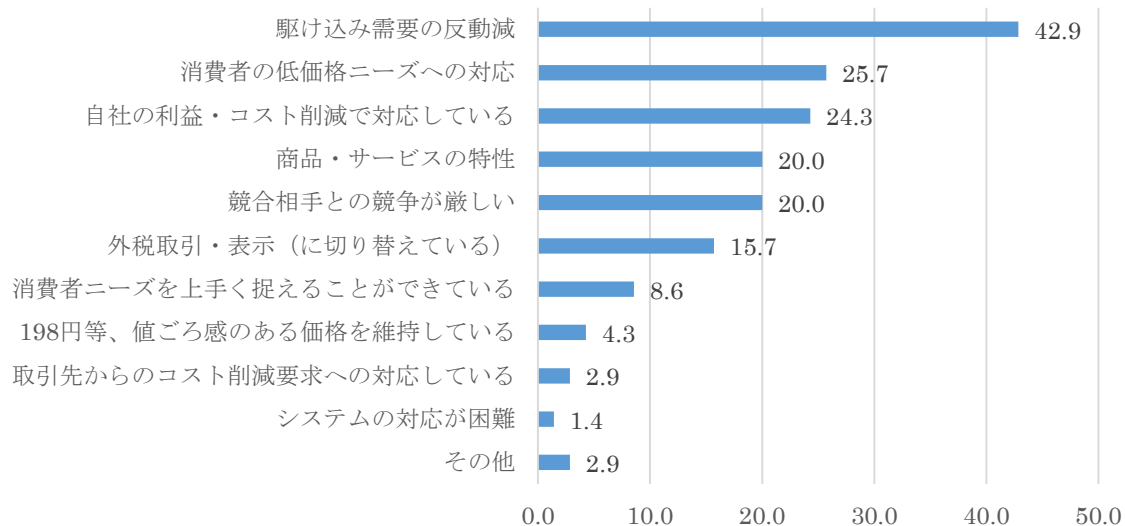
〈駆け込み需要の反動による減少が4割を超える〉

回答割合

①	駆け込み需要の反動減	30	42.9%
②	消費者の低価格ニーズへの対応	18	25.7%
③	自社の利益・コスト削減で対応している	17	24.3%
④	商品・サービスの特性	14	20.0%
⑤	競合相手との競争が厳しい	14	20.0%
⑥	外税取引・表示 (に切り替えている)	11	15.7%
⑦	消費者ニーズを上手く捉えることができています	6	8.6%
⑧	198 円等、値ごろ感のある価格を維持している	3	4.3%
⑨	取引先からのコスト削減要求への対応している	2	2.9%
⑩	システムの対応が困難	1	1.4%
⑪	その他 ・消費を渋る消費者の売上減 ・新規取引先が増加したため	2	2.9%

原因の分析

(%)

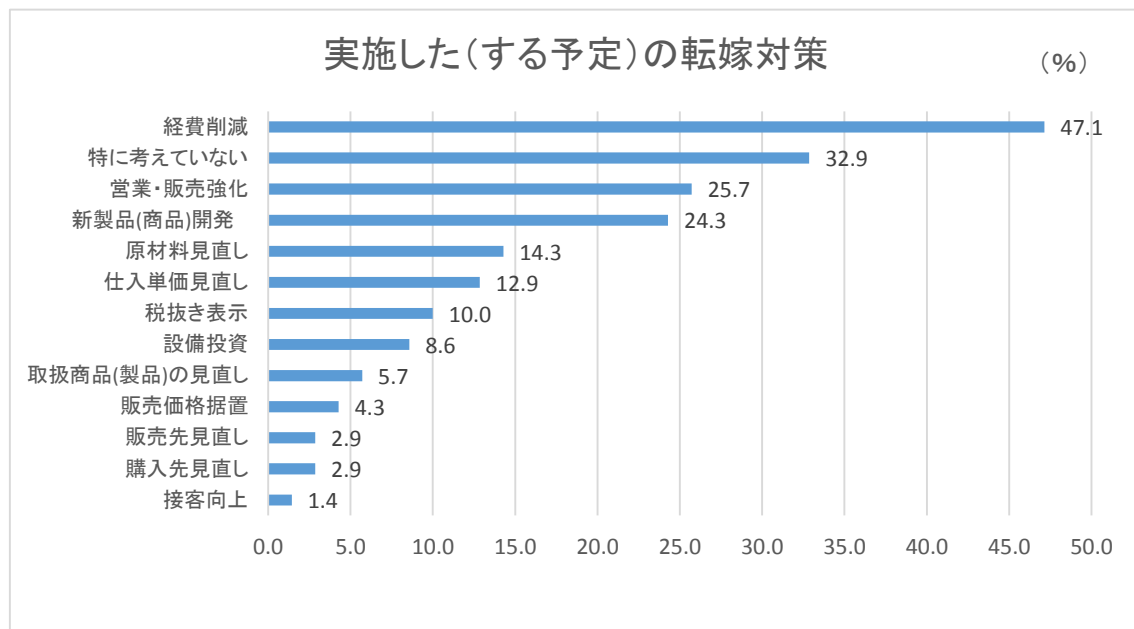


4. 転嫁対策として実施した(する予定の)内容(複数回答)

〈転嫁対策として約5割が経費削減を実施した(する予定)〉

回答割合

①	経費削減	33	47.1%
②	特に考えていない	23	32.9%
③	営業・販売強化	18	25.7%
④	新製品(商品)開発	17	24.3%
⑤	原材料見直し	10	14.3%
⑥	仕入単価見直し	9	12.9%
⑦	税抜き表示	7	10.0%
⑧	設備投資	6	8.6%
⑨	取扱商品(製品)の見直し	4	5.7%
⑩	販売価格据置	3	4.3%
⑪	販売先見直し	2	2.9%
⑫	購入先見直し	2	2.9%
⑬	接客向上	1	1.4%



5. 消費税 10%引上時の転嫁状況の見込み

①	8%段階の販売状況や需要の 反動減の状況が不明確なた め、転嫁できるかどうかわから ない	27
②	現在、消費税引き上げ分を転 嫁できており、今後も転嫁でき る	17
③	商品・サービスの価格設定を見 直す等で、消費税引き上げ分 の一部は転嫁できる	17
④	現在、消費税引き上げ分を価 格に上乗せできておらず、今後 も転嫁できない	7
⑤	その他	4

5 10%引き上げ時の見込み

