

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)

飲食業

■調査対象 佐久商工会議所会員

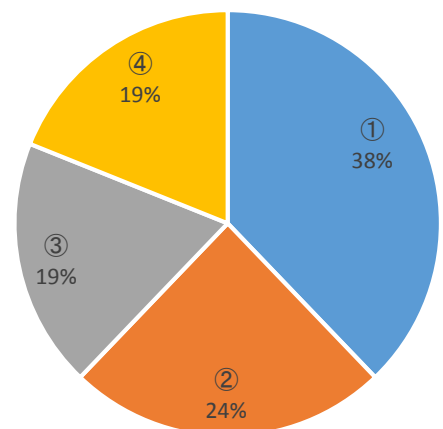
■アンケート実施期間 5月10日～5月31日

■発送数 218社 回収企業数 38社 回収率 17.4%

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。

①	価格を据え置いている	14(38%)
②	一律で3%引き上げている	9(24%)
③	一部は価格を据え置いている	7(19%)
④	利益を確保できるよう価格設定を行っている	7(19%)

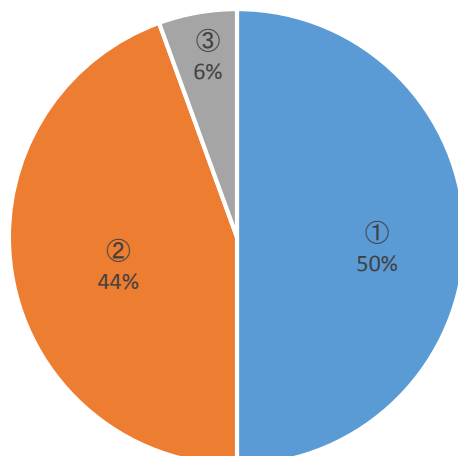
1 価格転嫁に対する手法



2. 1の価格設定等の見直しを行った結果、

②	横ばい	18 (50%)
③	減少	16 (44%)
①	増加	2 (6%)

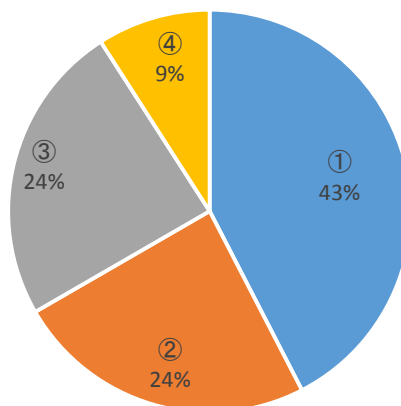
② 転嫁の状況①



②事前の予測との比較

①	想定どおり	14 (43%)
②	想定を上回った	8 (24%)
③	想定を下回った	8 (24%)
④	わからない	3 (9%)

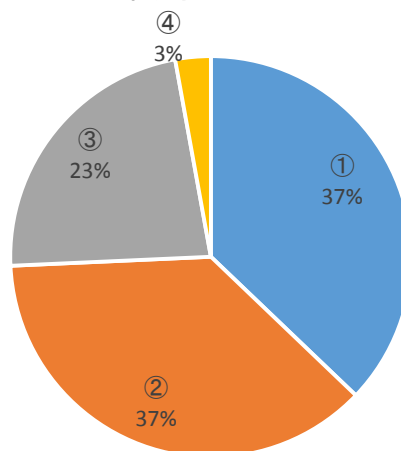
2 転嫁の状況②



③ 転嫁（事業全体の利益）の状況

①	一部転嫁できていない	13 (37%)
②	全く転嫁できていない	13 (37%)
③	転嫁できている (利益は横ばい)	8 (23%)
④	転嫁できている (利益は増加)	1 (3%)

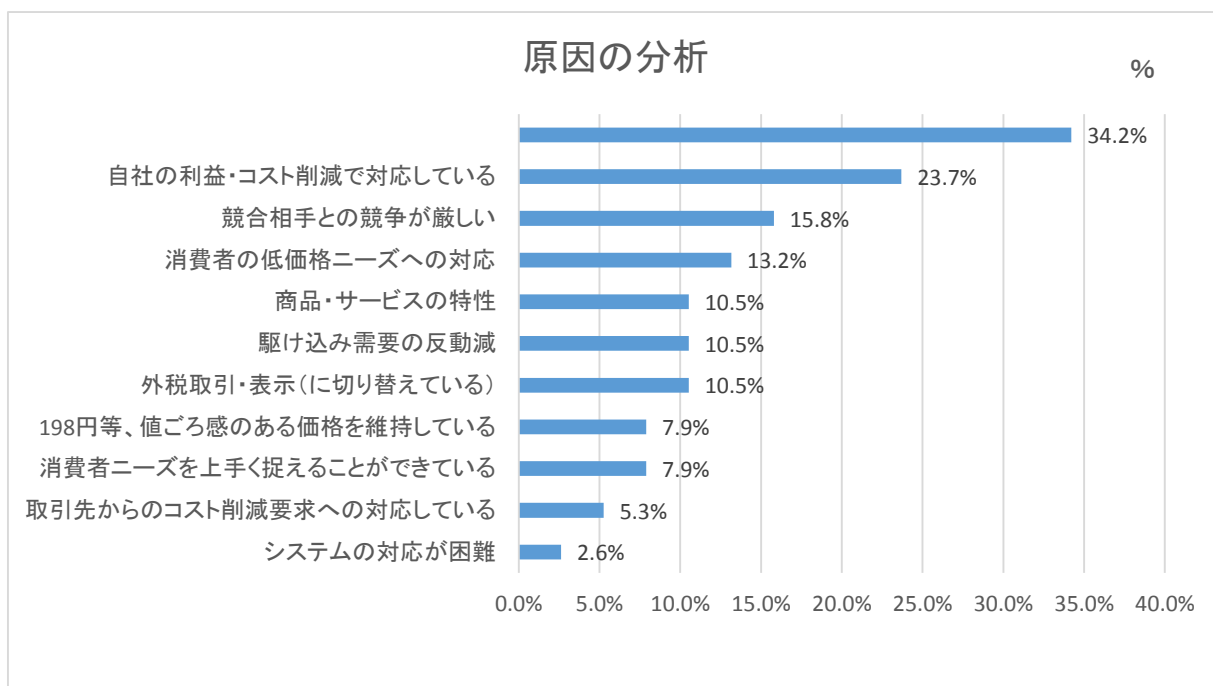
2 転嫁の状況



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)

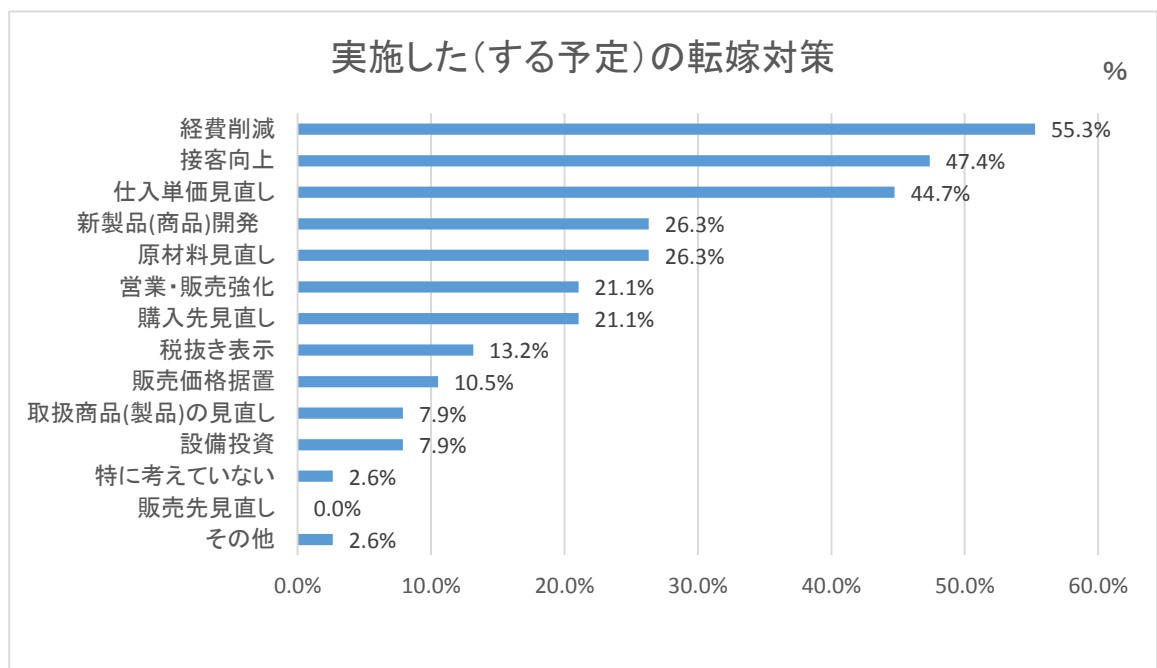
回答割合

①	自社の利益・コスト削減で対応している	13	34.2%
②	競合相手との競争が厳しい	9	23.7%
③	消費者の低価格ニーズへの対応	6	15.8%
④	商品・サービスの特性	5	13.2%
⑤	駆け込み需要の反動減	4	10.5%
⑥	外税取引・表示(に切り替えている)	4	10.5%
⑦	198 円等、値ごろ感のある価格を維持している	3	10.5%
⑧	消費者ニーズを上手く捉えることができています	3	7.9%
⑨	取引先からのコスト削減要求への対応している	2	7.9%
⑩	システムの対応が困難	1	5.3%
⑪	その他 ・まだ始まったばかりなので実際はわからない ・来年度の 10%の引き上げの後に改訂 ・佐久医療センターが開業の為	4	2.6%



4. 転嫁対策として実施した(する予定の)内容（複数回答）

			回答割合
①	経費削減	21	55.3%
②	接客向上	18	47.4%
③	仕入単価見直し	17	44.7%
④	新製品(商品)開発	10	26.3%
⑤	原材料見直し	10	26.3%
⑥	営業・販売強化	8	21.1%
⑦	購入先見直し	8	21.1%
⑧	税抜き表示	5	13.2%
⑨	販売価格据置	4	10.5%
⑩	取扱商品(製品)の見直し	3	7.9%
⑪	設備投資	3	7.9%
⑫	特に考えていない	1	2.6%
⑬	販売先見直し	0	0.0%
⑭	その他 ・見直しは行っているが、すべての単価が上がっている ので、難しいのが実情。	1	2.6%



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かわら 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

