

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) 建設業

■調査対象 佐久商工会議所会員

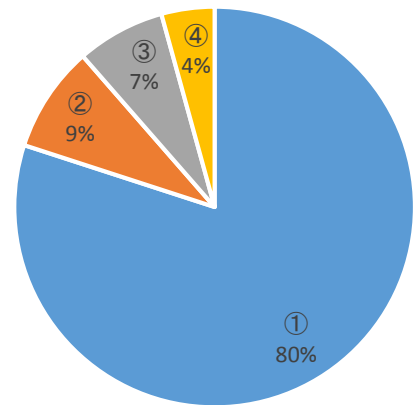
■アンケート実施期間 5月10日～5月31日

■発送数 306社 回収企業数 74社 回収率 24.2%

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。

①	一律で3%引き上げている	56 (80%)
②	一部は価格を据え置いている	6 (9%)
③	価格を据え置いている	5 (7%)
④	利益を確保できるよう価格設定を行っている	3 (4%)

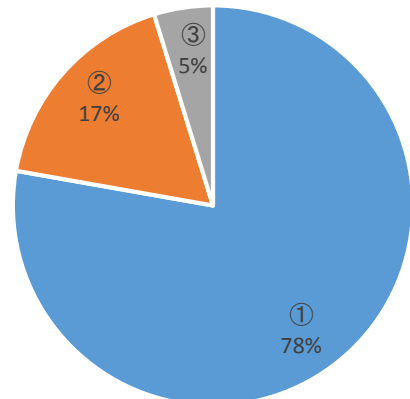
1 価格転嫁に対する手法



2. 1の価格設定等の見直しを行った結果、 ①税抜きの売上高の状況

①	横ばい	49 (78%)
②	減少	11 (17%)
③	増加	3 (5%)

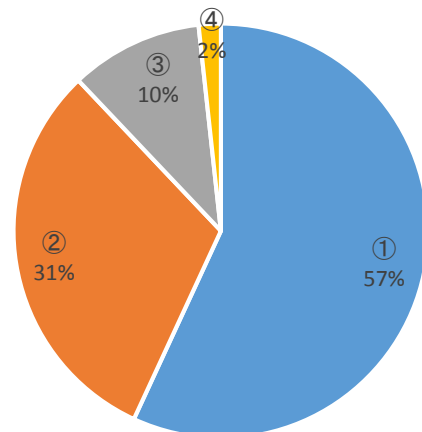
2 転嫁の状況①



②事前の予測との比較

①	想定どおり	33(57%)
②	わからない	18(31%)
③	想定を下回った	6(10%)
④	想定を上回った	1(2%)

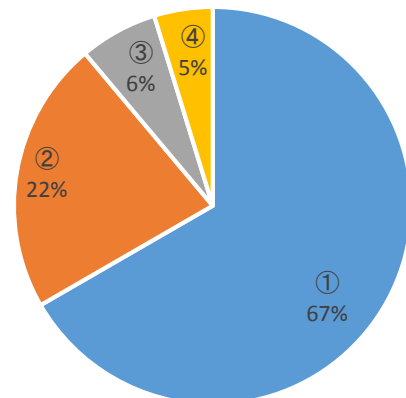
2 転嫁の状況②



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)	42(67%)
②	一部転嫁できていない	14(22%)
③	全く転嫁できていない	4(6%)
④	転嫁できている(利益は増加)	3(5%)

3 転嫁の状況③

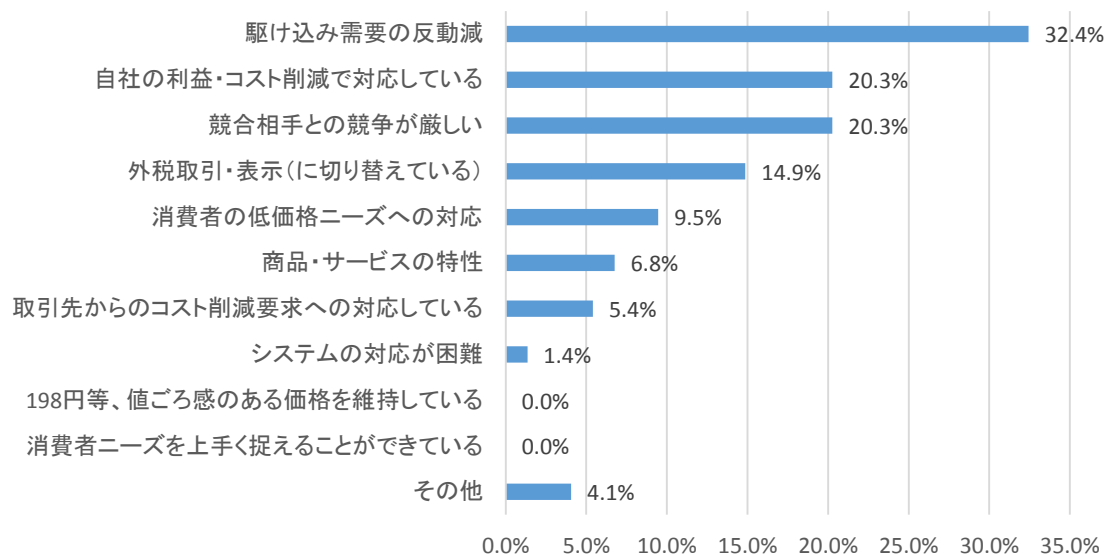


3. 1 の価格設定等の見直しを行った結果、2 の売上高・利益の状況になっている理由

回答割合

⑪	その他	3
⑩	消費者ニーズを上手く捉えることができてい る	0
⑨	198 円等、値ごろ感のある価格を維持してい る	0
⑧	システムの対応が困難	1
⑦	取引先からのコスト削減要求への対応してい る	4
⑥	商品・サービスの特性	5
⑤	消費者の低価格ニーズへの対応	7
④	外税取引・表示(に切り替えている)	11
③	競合相手との競争が厳しい	15
②	自社の利益・コスト削減で対応している	15
①	駆け込み需要の反動減	24

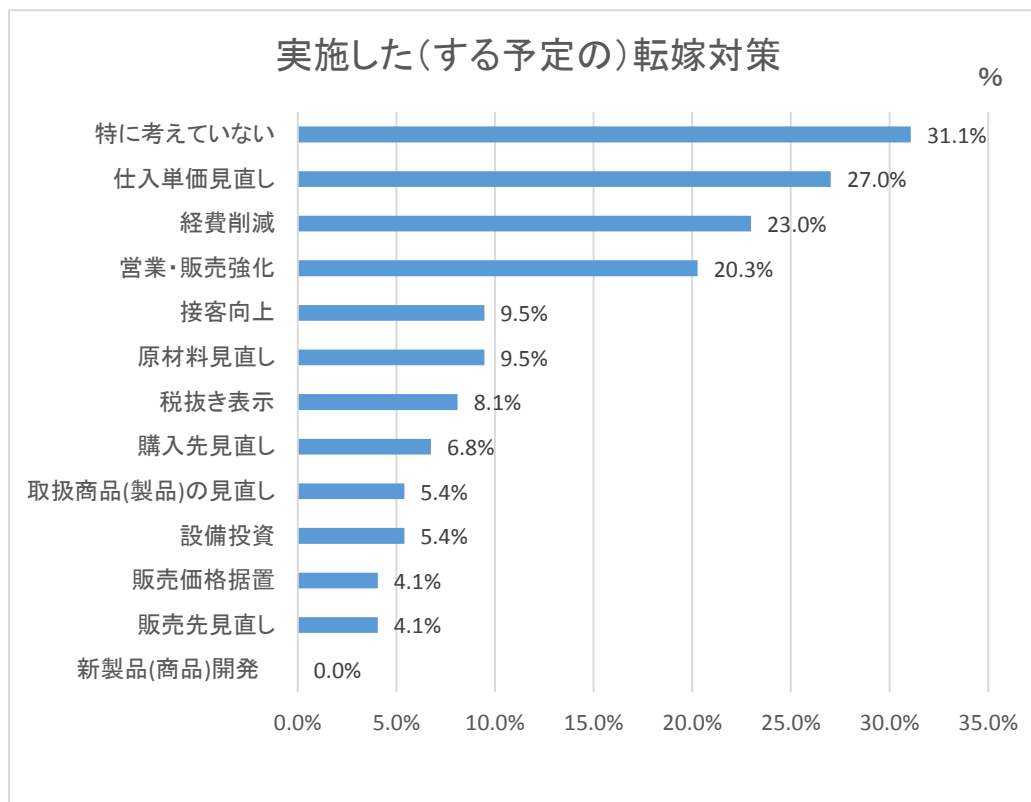
原因の分析



4. 転嫁対策として実施した(する予定の)内容(複数回答)

回答割合

①	特に考えていない	23	31.1%
②	仕入単価見直し	20	27.0%
③	経費削減	17	23.0%
④	営業・販売強化	15	20.3%
⑤	接客向上	7	9.5%
⑥	原材料見直し	7	9.5%
⑦	税抜き表示	6	8.1%
⑧	購入先見直し	5	6.8%
⑨	取扱商品(製品)の見直し	4	5.4%
⑩	設備投資	4	5.4%
⑪	販売価格据置	3	4.1%
⑫	販売先見直し	3	4.1%
⑬	新製品(商品)開発	0	0%



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

