



たんとうけい

10月18日(金) 14時15分解禁

令和元年10月18日

記者発表資料

大阪経済記者クラブ会員各位

「消費増税の影響等に関する緊急調査」結果概要

【お問合せ先】 大阪商工会議所
 総務企画部 企画広報室 (松村・西田)
 TEL: 06-6944-6304

調査概要

- 調査目的 : 消費税率10%への引き上げについて、会員企業の影響を確認し、政府関係機関への要望など事業の基礎資料とするため。
- 調査期間 : 令和元年10月7日(月)～10月15日(火)
- 調査対象 : 大阪商工会議所会員企業 1,213社
- 調査方法 : 調査票の発送、回収ともファクシミリ
- 有効回答数 : 249社 (有効回答率 20.5%)

調査結果のポイント

【消費税率引き上げの影響】

(1) 駆け込み需要の発生有無: 「発生しなかった」が7割超

- 駆け込み需要は、「発生しなかった」が7割超(71.5%)。「発生した」は約2割(20.1%)。

(2) 消費税率引き上げによる業績への影響: 「影響はほとんどない」が4割台後半

- 消費税率引き上げによる業績への影響は、「影響はほとんどない」が4割台後半(47.0%)。「悪い影響がある」は2割台後半(26.9%)。

(3) 悪影響の内容: 「景気や消費マインド悪化による売上の減少」が際立つ

- 悪影響の内容は、「景気や消費マインド悪化による売上の減少」が8割台半ば(85.1%)で際立っている。

【軽減税率への対応】

(1) 軽減税率への対応の完了有無: 「完了できた」が約7割

- 10月1日までに軽減税率対応を「完了できた」が約7割(70.7%)。「一部、完了できなかった」「完了できなかった」は合わせて1割台半ば(14.5%)。

(2) 軽減税率導入による、取引先等との関係で生じた問題の有無: 「問題は生じていない」が8割強

- 軽減税率により、取引先等との関係で「問題は生じていない」が8割強(82.7%)。「大きな問題が生じた」「一部、問題が生じた」は合わせて1割弱(7.6%)。

【消費税率引き上げ分の価格転嫁】

(1) 消費税率引き上げ分の販売価格への転嫁状況: 「ほぼ全額転嫁できている」が8割強

- 消費税率引き上げ分の販売価格への転嫁について、「ほぼ全額転嫁できている」が8割強(83.1%)。他方、「半分程度しか転嫁できていない」「ほとんど転嫁できていない」が合わせて1割台半ば(15.7%)。

調査結果

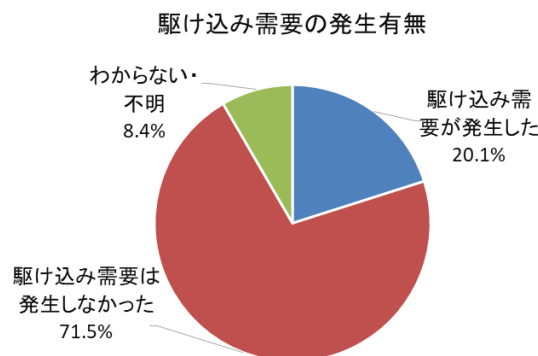
1 消費税率引き上げの影響について

1-1. 駆け込み需要の発生有無について

【表1-1/単数回答】

～「発生しなかった」が7割超。「発生した」は約2割

- 駆け込み需要について、「発生しなかった」が7割超（71.5%）。
- 「発生した」は約2割（20.1%）。



<企業の声（駆け込み需要が発生した企業）>

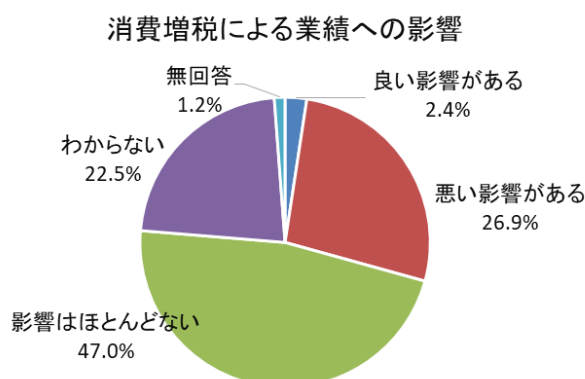
- ・駆け込み需要により、9月の売上は前年比約2倍。その分、10月は落ち込むと予想（宝石等卸、資本金1千万円超5千万円以下）
- ・自転車販売について、9月は駆け込み需要で売上が約1.5倍になった。10～12月にかけての落ち込みを9月の売上増分でカバーできるか注視している（自転車販売等、資本金1千万円超5千万円以下）

1-2. 消費税率引き上げによる業績への影響について

【表1-2/単数回答】

～「影響はほとんどない」が4割台後半。「悪い影響がある」は2割台後半

- 消費税率引き上げによる業績への影響は、「影響はほとんどない」が4割台後半（47.0%）。「悪い影響がある」は2割台後半（26.9%）。
- 「わからない」も2割強（22.5%）に上る。



<企業の声（消費税率引き上げにより業績への悪影響がある企業）>

- ・税率は2%引き上がるだけだが、消費者にとっては1割（10%）という数字はインパクトが大きい。消費税率引き上げは消費者マインドに悪影響を及ぼすと思う（飲食業、資本金1千万円以下）
- ・消費増税により消費マインドが低下し、関西経済の停滞に拍車がかかることを懸念（雑貨卸、資本金1千万円以下）

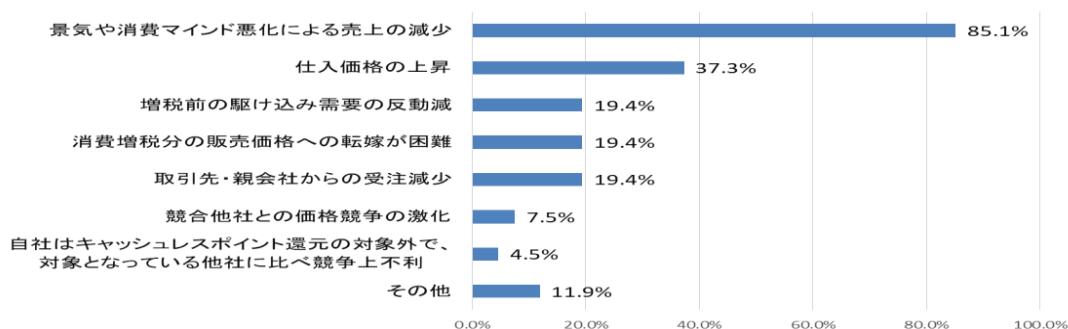
1-3. 悪影響の内容について

【表1-3/3項目以内、複数回答】

～「景気や消費マインド悪化による売上の減少」が8割台半ばで際立つ

- 上記1-2で「悪い影響がある」と回答した企業に対し、悪影響の内容を尋ねたところ、「景気や消費マインド悪化による売上の減少」が8割台半ば（85.1%）で際立つ。
- 以下、「仕入価格の上昇」（37.3%）、「増税前の駆け込み需要の反動減」（19.4%）、「消費増税分の販売価格への転嫁が困難（値下げ要請、顧客離れが心配等）」（19.4%）、「取引先・親会社からの受注減少」（19.4%）が続く。

悪影響の内容



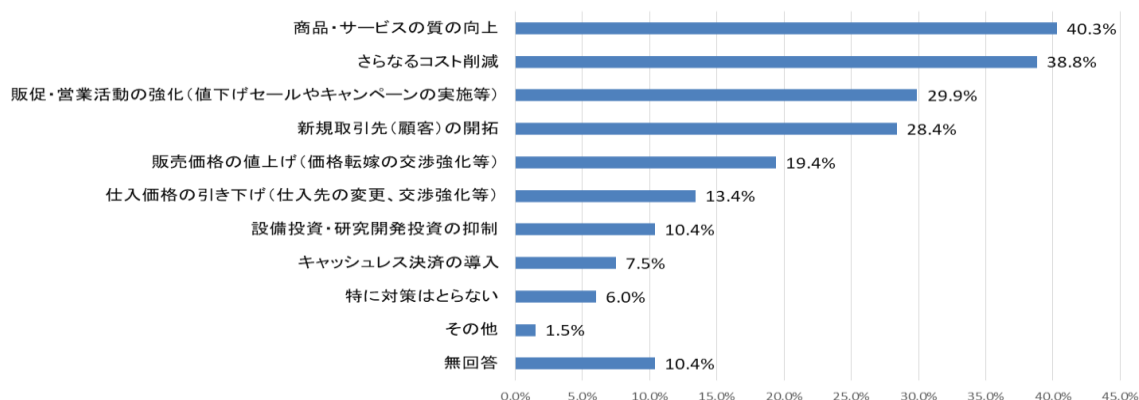
1-4. 悪影響に対し、検討している対策

【表1-4/3項目以内、複数回答】

～「商品・サービスの質の向上」が最多

- 上記1-2で「悪い影響がある」と回答した企業に対し、悪影響に対して検討している対策を尋ねたところ、「商品・サービスの質の向上」が約4割（40.3%）で最多。
- 以下、「さらなるコスト削減」（38.8%）、「販促・営業活動の強化（値下げセールやキャンペーンの実施等）」（29.9%）、「新規取引先（顧客）の開拓」（28.4%）が続く。

悪影響に対し、検討している対策



<企業の声（消費増税の悪影響に対し、「商品・サービスの質の向上」を対策として検討している企業の声）>

- ・ インバウンド向けは唯一伸びており、当社でもメイドインジャパンの商材を探している。しかし、売れ筋商品は移り変わるため、商材探しが難しい（以前は、スーツケースなどがよく売れた）。また販路（売り先）も少なくなっており、商工会議所の商談会に参加するなど、販路拡大の努力を行っている（雑貨卸、資本金1千万円以下）
- ・ 消費増税の影響を緩和し、消費者の再来店意欲を喚起するため、新メニューの投入を行う（飲食業、資本金1千万円超5千万円以下）
- ・ 消費増税への対策として、サービスの質の向上（より一層の接客の充実）に努める（自転車販売等、資本金1千万円超5千万円以下）

2 軽減税率への対応について

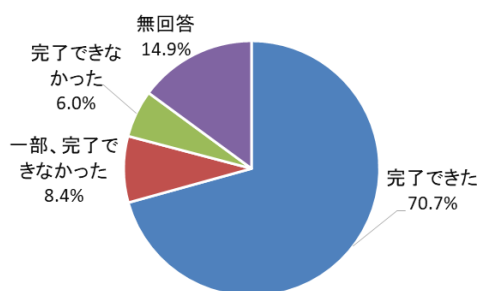
2-5. 消費税率引き上げ・軽減税率導入（10月1日）までの、軽減税率への対応の完了有無について

【表2-5/単数回答】

～「完了できた」が約7割。「一部、完了できなかった」「完了できなかった」は合わせて1割台半ば

- 消費税率引き上げ・軽減税率導入（10月1日）までの、軽減税率への対応の完了有無について、「完了できた」が約7割（70.7%）で最多。
- 他方、「一部、完了できなかった」「完了できなかった」は合わせて1割台半ば（14.5%：「一部、完了できなかった」（8.4%）と「完了できなかった」（6.0%）の合計）。

10月1日までの軽減税率対応の完了有無



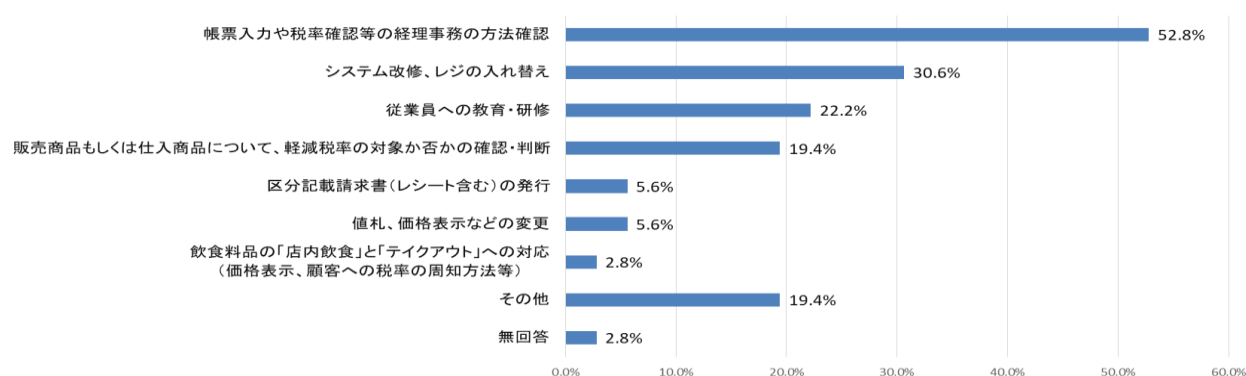
2-6. 対応を完了できなかった具体的な内容について

【表2-6/複数回答】

～「帳票入力や税率確認等の経理事務の方法確認」が半数強

- 上記2-5で「一部、完了できなかった」「完了できなかった」の回答企業を対象に、対応を完了できなかった具体的な内容を尋ねたところ、「帳票入力や税率確認等の経理事務の方法確認」が半数強（52.8%）で最多。
- 以下、「システム改修、レジの入れ替え」（30.6%）、「従業員への教育・研修」（22.2%）が続く。

対応を完了できなかった具体的な内容



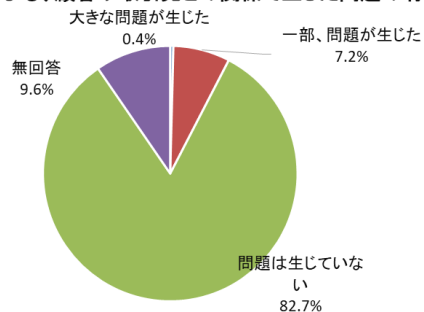
2-7. 軽減税率導入による、顧客や取引先との関係で生じた問題の有無

【表2-7/単数回答】

～「問題は生じていない」が8割強。「大きな問題が生じた」「一部、問題が生じた」は合わせて1割弱

- 軽減税率導入による、顧客や取引先との関係で生じた問題の有無について、「問題は生じていない」が8割強（82.7%）。
- 他方、「大きな問題が生じた」「一部、問題が生じた」は合わせて1割弱（7.6%：「大きな問題が生じた」（0.4%）と「一部、問題が生じた」（7.2%）の合計）。

軽減税率による、顧客や取引先との関係で生じた問題の有無



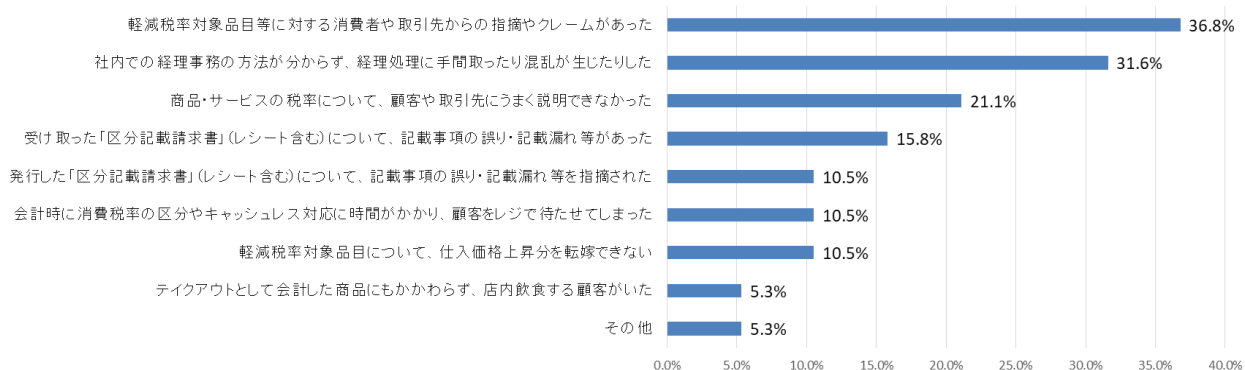
2-8. 生じた問題の具体的な内容について

【表2-8/複数回答】

～「軽減税率対象品目等に対する消費者や取引先からの指摘やクレームがあった」が最多

- 上記2-7で「大きな問題が生じた」「一部、問題が生じた」の回答企業を対象に、生じた問題の具体的な内容を尋ねたところ、「軽減税率対象品目等に対する消費者や取引先からの指摘やクレームがあった」が3割台後半（36.8%）で最多。
- 以下、「社内での経理事務の方法が分からず、経理処理に手間取ったり混乱が生じたりした」（31.6%）、「商品・サービスの税率について、顧客や取引先にうまく説明できなかった」（21.1%）が続く。

生じた問題の具体的な内容



<企業の声（軽減税率により問題が生じた例）>

- ・ 1店舗でレジ改修が間に合わず、クッキーや漬物などの物販を10月半ばのレジ改修まで中止している。なお、これらの商品の売上は小さいため、販売自体をやめることも検討している。（飲食業、資本金1千万円以下）
- ・ 9月初旬に軽減税率対応の会計ソフトを発注したが、見積もりで高額になることが判明し、別の会社のソフトへの変更を検討するなどしており、10月に入ってもソフト対応ができていない。会計ソフトが入るまでは、別入力で対応できないか経理部門と相談している（歯科器械・材料卸、資本金1千万円超5千万円以下）
- ・ システム対応が間に合わず、区分記載請求書の発行ができなかった（衣服卸、資本金5千万円超3億円以下）
- ・ 10月7日に飲食店から受け取った領収書に「8%（内税）」と記載があり、経理処理に手間取った（情報処理サービス、資本金5千万円超3億円以下）
- ・ 社内での経理処理の方法について理解できておらず、10月に入ってから、経費について区分経理を行うよう顧問税理士から細かく指摘された（書籍小売、資本金1千万円以下）
- ・ 当社の販売商品は全て10%だと思っていた。しかし、10月に入ってから、販売商品のうち熱中症予防の塩飴や経口補水液については、8%であることが分かった。8%の商品が売上に占める割合はわずかであり、それだけのために8%のシステム対応を行うことも難しく、これらの商品の今後の取り扱いを検討中。また、当社では食品関係の新規事業も検討してい

たが、軽減税率対応に手間を要するため、敬遠せざるを得ない（電気機械器具卸、資本金1千万円超5千万円以下）

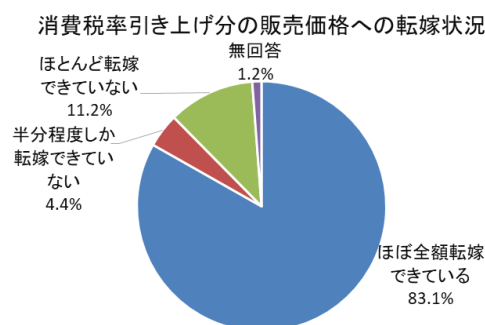
3 消費税率引き上げ分の価格転嫁について（※軽減税率が適用される飲食料品等は除いて回答）

3-9. 今回の税率引き上げ後、消費税率引き上げ分の販売価格への転嫁状況について

【表3-9/単数回答】

～「ほぼ全額転嫁できている」が8割強

- 消費税率引き上げ分の販売価格への転嫁について、「ほぼ全額転嫁できている」が8割強（83.1%）。
- 他方、「半分程度しか転嫁できていない」「ほとんど転嫁できていない」が合わせて1割台半ば（15.7%：「半分程度しか転嫁できていない」（4.4%）と「ほとんど転嫁できていない」（11.2%）の合計）。



<企業の声（価格転嫁ができていない企業の声）>

- ・景気が悪く、値上げはできない。そのため、店内飲食とテイクアウトの税込価格を統一せざるを得ず、店内飲食の消費税2%分は持ち出しになる（飲食業、資本金1千万円以下）
- ・日々の通信代、電気代、水道代などの経費は消費増税に伴い値上がりするが、それらを価格転嫁することは困難（電線卸、資本金1千万円以下）

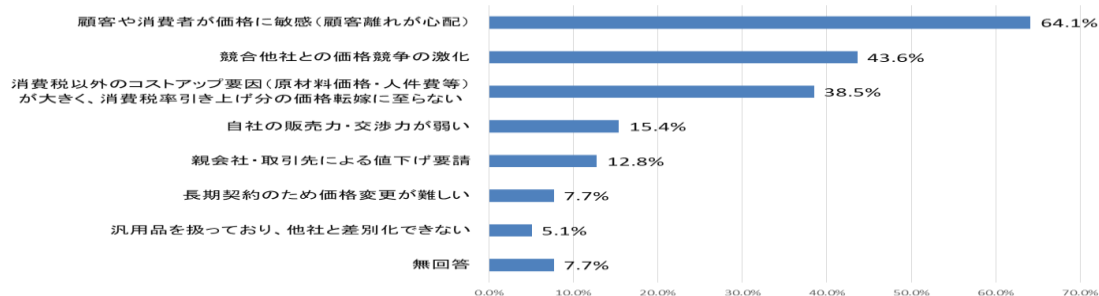
3-10. 価格転嫁ができない理由について

【表3-10/3項目以内、複数回答】

～「顧客や消費者が価格に敏感（顧客離れが心配）」が最多

- 上記3-9で「半分程度しか転嫁できていない」「ほとんど転嫁できていない」の回答企業を対象に、価格転嫁ができない理由を尋ねたところ、「顧客や消費者が価格に敏感（顧客離れが心配）」が6割台半ば（64.1%）で最多。
- 以下、「競合他社との価格競争の激化」（43.6%）、「消費税以外に他のコストアップ要因（原材料価格・人件費・物流費等）が大きく、消費税率引き上げ分の価格転嫁に至らない」（38.5%）が続く。

価格転嫁ができない理由



以上

<添付資料> 資料1：「消費増税の影響等に関する緊急調査」結果集計表

資料1

「消費増税の影響等に関する緊急調査」結果集計表

大阪商工会議所

《調査概要》

- 調査期間：令和元年10月7日(月)～10月15日(火)
- 調査対象：大阪商工会議所会員企業 1,213社
- 有効回答数：249社
- 有効回答率：20.5%

《回答企業の属性》

【資本金】

1千万円以下	30.9%	(77)
1千万円超～5千万円以下	43.4%	(108)
5千万円超～3億円以下	18.9%	(47)
3億円超	6.8%	(17)

【製造業・非製造業】

製造業	23.3%	(58)
非製造業	76.7%	(191)

《調査結果》

表1. 消費税率引き上げの影響について

表1-1 駆け込み需要の発生有無について（単数回答）

	全体	1千万円以下	1千万円超 5千万円以下	5千万円超 3億円以下	3億円超	製造業	非製造業
① 駆け込み需要が発生した	20.1% (50)	15.6% (12)	19.4% (21)	23.4% (11)	35.3% (6)	19.0% (11)	20.4% (39)
② 駆け込み需要は発生しなかった	71.5% (178)	75.3% (58)	74.1% (80)	63.8% (30)	58.8% (10)	67.2% (39)	72.8% (139)
③ わからない・不明	8.4% (21)	9.1% (7)	6.5% (7)	12.8% (6)	5.9% (1)	13.8% (8)	6.8% (13)
無回答	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
合計	100.0% (249)	100.0% (77)	100.0% (108)	100.0% (47)	100.0% (17)	100.0% (58)	100.0% (191)

表1-2 消費税率引き上げによる業績への影響について（単数回答）

	全体	1千万円以下	1千万円超 5千万円以下	5千万円超 3億円以下	3億円超	製造業	非製造業
① 良い影響がある	2.4% (6)	2.6% (2)	2.8% (3)	2.1% (1)	- (-)	1.7% (1)	2.6% (5)
② 悪い影響がある	26.9% (67)	29.9% (23)	27.8% (30)	27.7% (13)	5.9% (1)	20.7% (12)	28.8% (55)
③ 影響はほとんどない	47.0% (117)	45.5% (35)	44.4% (48)	53.2% (25)	52.9% (9)	44.8% (26)	47.6% (91)
④ わからない	22.5% (56)	19.5% (15)	24.1% (26)	17.0% (8)	41.2% (7)	31.0% (18)	19.9% (38)
無回答	1.2% (3)	2.6% (2)	0.9% (1)	- (-)	- (-)	1.7% (1)	1.0% (2)
合計	100.0% (249)	100.0% (77)	100.0% (108)	100.0% (47)	100.0% (17)	100.0% (58)	100.0% (191)

表1-3 悪影響の内容について（3項目以内、複数回答）
 ※表1-2で「2」（悪い影響がある）の回答企業を対象

	全体	1千万円以下	1千万円超 5千万円以下	5千万円超 3億円以下	3億円超	製造業	非製造業
① 景気や消費マインド悪化による売上の減少	85.1% (57)	91.3% (21)	80.0% (24)	84.6% (11)	100.0% (1)	75.0% (9)	87.3% (48)
② 増税前の駆け込み需要の反動減	19.4% (13)	17.4% (4)	16.7% (5)	30.8% (4)	- (-)	8.3% (1)	21.8% (12)
③ 消費増税分の販売価格への転嫁が困難 （値下げ要請、顧客離れが心配等）	19.4% (13)	13.0% (3)	30.0% (9)	7.7% (1)	- (-)	8.3% (1)	21.8% (12)
④ 仕入価格の上昇	37.3% (25)	34.8% (8)	40.0% (12)	38.5% (5)	- (-)	25.0% (3)	40.0% (22)
⑤ 競合他社との価格競争の激化	7.5% (5)	- (-)	13.3% (4)	7.7% (1)	- (-)	8.3% (1)	7.3% (4)
⑥ 取引先・親会社からの受注減少	19.4% (13)	26.1% (6)	23.3% (7)	- (-)	- (-)	16.7% (2)	20.0% (11)
⑦ 自社はキャッシュレス決済によるポイント還元制度の対象外 であり、制度の対象となっている他社に比べ競争上不利	4.5% (3)	4.3% (1)	3.3% (1)	7.7% (1)	- (-)	- (-)	5.5% (3)
⑧ その他	11.9% (8)	17.4% (4)	10.0% (3)	7.7% (1)	- (-)	16.7% (2)	10.9% (6)
無回答	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
合計	- (67)	- (23)	- (30)	- (13)	- (1)	- (12)	- (55)

表1-4 悪影響に対し、検討している対策（3項目以内、複数回答）
 ※表1-2で「2」（悪い影響がある）の回答企業を対象

	全体	1千万円以下	1千万円超 5千万円以下	5千万円超 3億円以下	3億円超	製造業	非製造業
① 販促・営業活動の強化 （値下げセールやキャンペーンの実施等）	29.9% (20)	26.1% (6)	20.0% (6)	53.8% (7)	100.0% (1)	25.0% (3)	30.9% (17)
② キャッシュレス決済の導入	7.5% (5)	8.7% (2)	3.3% (1)	15.4% (2)	- (-)	- (-)	9.1% (5)
③ さらなるコスト削減	38.8% (26)	39.1% (9)	40.0% (12)	38.5% (5)	- (-)	50.0% (6)	36.4% (20)
④ 設備投資・研究開発投資の抑制	10.4% (7)	13.0% (3)	10.0% (3)	7.7% (1)	- (-)	16.7% (2)	9.1% (5)
⑤ 販売価格の値上げ （価格転嫁の交渉強化等）	19.4% (13)	13.0% (3)	26.7% (8)	15.4% (2)	- (-)	16.7% (2)	20.0% (11)
⑥ 仕入価格の引き下げ （仕入先の変更、交渉強化等）	13.4% (9)	4.3% (1)	16.7% (5)	23.1% (3)	- (-)	- (-)	16.4% (9)
⑦ 新規取引先（顧客）の開拓	28.4% (19)	21.7% (5)	30.0% (9)	30.8% (4)	100.0% (1)	33.3% (4)	27.3% (15)
⑧ 商品・サービスの質の向上	40.3% (27)	39.1% (9)	36.7% (11)	46.2% (6)	100.0% (1)	8.3% (1)	47.3% (26)
⑨ 特に対策はとらない	6.0% (4)	4.3% (1)	10.0% (3)	- (-)	- (-)	8.3% (1)	5.5% (3)
⑩ その他	1.5% (1)	- (-)	3.3% (1)	- (-)	- (-)	8.3% (1)	- (-)
無回答	10.4% (7)	21.7% (5)	6.7% (2)	- (-)	- (-)	8.3% (1)	10.9% (6)
合計	- (67)	- (23)	- (30)	- (13)	- (1)	- (12)	- (55)

表2. 軽減税率への対応について

表2-5 消費税率引き上げ・軽減税率導入(10月1日)までの、軽減税率への対応の完了有無について (単数回答)

	全体	1千万円以下	1千万円超 5千万円以下	5千万円超 3億円以下	3億円超	製造業	非製造業
① 完了できた	70.7% (176)	63.6% (49)	65.7% (71)	85.1% (40)	94.1% (16)	79.3% (46)	68.1% (130)
② 一部、完了できなかった	8.4% (21)	11.7% (9)	6.5% (7)	10.6% (5)	- (-)	5.2% (3)	9.4% (18)
③ 完了できなかった	6.0% (15)	7.8% (6)	7.4% (8)	2.1% (1)	- (-)	1.7% (1)	7.3% (14)
無回答	14.9% (37)	16.9% (13)	20.4% (22)	2.1% (1)	5.9% (1)	13.8% (8)	15.2% (29)
合計	100.0% (249)	100.0% (77)	100.0% (108)	100.0% (47)	100.0% (17)	100.0% (58)	100.0% (191)

表2-6 対応を完了できなかった具体的な内容について (複数回答)

※表2-5で「2」「3」(軽減税率への対応を完了できなかった)の回答企業を対象

	全体	1千万円以下	1千万円超 5千万円以下	5千万円超 3億円以下	3億円超	製造業	非製造業
① システム改修、レジの入れ替え	30.6% (11)	33.3% (5)	26.7% (4)	33.3% (2)	- (-)	25.0% (1)	31.3% (10)
② 帳票入力や税率確認等の経理事務の方法確認	52.8% (19)	53.3% (8)	46.7% (7)	66.7% (4)	- (-)	25.0% (1)	56.3% (18)
③ 区分記載請求書(レシート含む)の発行	5.6% (2)	6.7% (1)	6.7% (1)	- (-)	- (-)	- (-)	6.3% (2)
④ 従業員への教育・研修	22.2% (8)	13.3% (2)	33.3% (5)	16.7% (1)	- (-)	25.0% (1)	21.9% (7)
⑤ 販売商品もしくは仕入商品について、軽減税率の対象か否かの確認・判断	19.4% (7)	6.7% (1)	33.3% (5)	16.7% (1)	- (-)	50.0% (2)	15.6% (5)
⑥ 飲食料品の「店内飲食」と「テイクアウト」への対応 (価格表示、顧客への税率の周知方法等)	2.8% (1)	6.7% (1)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	3.1% (1)
⑦ 値札、価格表示などの変更	5.6% (2)	13.3% (2)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	6.3% (2)
⑧ その他	19.4% (7)	20.0% (3)	20.0% (3)	16.7% (1)	- (-)	25.0% (1)	18.8% (6)
無回答	2.8% (1)	- (-)	- (-)	16.7% (1)	- (-)	- (-)	3.1% (1)
合計	- (36)	- (15)	- (15)	- (6)	- (-)	- (4)	- (32)

表2-7 軽減税率導入による、顧客や取引先との関係で生じた問題の有無 (単数回答)

	全体	1千万円以下	1千万円超 5千万円以下	5千万円超 3億円以下	3億円超	製造業	非製造業
① 大きな問題が生じた	0.4% (1)	1.3% (1)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	0.5% (1)
② 一部、問題が生じた	7.2% (18)	9.1% (7)	2.8% (3)	12.8% (6)	11.8% (2)	5.2% (3)	7.9% (15)
③ 問題は生じていない	82.7% (206)	80.5% (62)	83.3% (90)	85.1% (40)	82.4% (14)	84.5% (49)	82.2% (157)
無回答	9.6% (24)	9.1% (7)	13.9% (15)	2.1% (1)	5.9% (1)	10.3% (6)	9.4% (18)
合計	100.0% (249)	100.0% (77)	100.0% (108)	100.0% (47)	100.0% (17)	100.0% (58)	100.0% (191)

表2-8 生じた問題の具体的な内容について（複数回答）

※表2-7で「1」「2」（軽減税率により問題が生じた）の回答企業を対象

	全体	1千万円以下	1千万円超 5千万円以下	5千万円超 3億円以下	3億円超	製造業	非製造業
① 軽減税率対象品目等に対する消費者や取引先からの指摘やクレームがあった	36.8% (7)	25.0% (2)	100.0% (3)	16.7% (1)	50.0% (1)	66.7% (2)	31.3% (5)
② 商品・サービスの税率について、顧客や取引先によく説明できなかった	21.1% (4)	37.5% (3)	- (-)	- (-)	50.0% (1)	- (-)	25.0% (4)
③ 発行した「区分記載請求書」（レシート含む）について、記載事項の誤り・記載漏れ等を指摘された	10.5% (2)	- (-)	33.3% (1)	16.7% (1)	- (-)	33.3% (1)	6.3% (1)
④ 受け取った「区分記載請求書」（レシート含む）について、記載事項の誤り・記載漏れ等があった	15.8% (3)	- (-)	33.3% (1)	16.7% (1)	50.0% (1)	66.7% (2)	6.3% (1)
⑤ 社内での経理事務の方法が分からず、経理処理に手間取ったり混乱が生じたりした	31.6% (6)	25.0% (2)	33.3% (1)	33.3% (2)	50.0% (1)	33.3% (1)	31.3% (5)
⑥ テイクアウトとして会計した商品にもかかわらず、店内飲食する顧客がいた	5.3% (1)	- (-)	- (-)	16.7% (1)	- (-)	- (-)	6.3% (1)
⑦ 会計時に消費税率の区分やキャッシュレス対応に時間がかかり、顧客をレジで待たせてしまった	10.5% (2)	12.5% (1)	- (-)	16.7% (1)	- (-)	- (-)	12.5% (2)
⑧ 軽減税率対象品目について、仕入価格上昇分を転嫁できない	10.5% (2)	25.0% (2)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	12.5% (2)
⑨ その他	5.3% (1)	12.5% (1)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	6.3% (1)
無回答	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
合計	- (19)	- (8)	- (3)	- (6)	- (2)	- (3)	- (16)

表3. 消費税率引き上げ分の価格転嫁について

表3-9 今回の税率引き上げ後、消費税率引き上げ分の販売価格への転嫁状況について（単数回答）

	全体	1千万円以下	1千万円超 5千万円以下	5千万円超 3億円以下	3億円超	製造業	非製造業
① ほぼ全額転嫁できている	83.1% (207)	84.4% (65)	79.6% (86)	85.1% (40)	94.1% (16)	86.2% (50)	82.2% (157)
② 半分程度しか転嫁できていない	4.4% (11)	5.2% (4)	4.6% (5)	4.3% (2)	- (-)	3.4% (2)	4.7% (9)
③ ほとんど転嫁できていない	11.2% (28)	9.1% (7)	15.7% (17)	8.5% (4)	- (-)	8.6% (5)	12.0% (23)
無回答	1.2% (3)	1.3% (1)	- (-)	2.1% (1)	5.9% (1)	1.7% (1)	1.0% (2)
合計	100.0% (249)	100.0% (77)	100.0% (108)	100.0% (47)	100.0% (17)	100.0% (58)	100.0% (191)

表3-10 価格転嫁ができない理由について（3項目以内、複数回答）

※表3-9で「2」「3」（半分程度～ほとんど転嫁できていない）の回答企業を対象

	全体	1千万円以下	1千万円超 5千万円以下	5千万円超 3億円以下	3億円超	製造業	非製造業
① 顧客や消費者が価格に敏感（顧客離れが心配）	64.1% (25)	36.4% (4)	72.7% (16)	83.3% (5)	- (-)	57.1% (4)	65.6% (21)
② 親会社・取引先による値下げ要請	12.8% (5)	9.1% (1)	13.6% (3)	16.7% (1)	- (-)	14.3% (1)	12.5% (4)
③ 競合他社との価格競争の激化	43.6% (17)	36.4% (4)	45.5% (10)	50.0% (3)	- (-)	57.1% (4)	40.6% (13)
④ 自社の販売力・交渉力が弱い	15.4% (6)	9.1% (1)	18.2% (4)	16.7% (1)	- (-)	14.3% (1)	15.6% (5)
⑤ 消費税以外に他のコストアップ要因（原材料価格・人件費・物流費等）が大きく、消費税率引き上げ分の価格転嫁に至らない	38.5% (15)	54.5% (6)	36.4% (8)	16.7% (1)	- (-)	28.6% (2)	40.6% (13)
⑥ 長期契約のため価格変更が難しい	7.7% (3)	- (-)	9.1% (2)	16.7% (1)	- (-)	14.3% (1)	6.3% (2)
⑦ 汎用品を扱っており、他社と差別化できない	5.1% (2)	- (-)	9.1% (2)	- (-)	- (-)	- (-)	6.3% (2)
⑧ その他	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
無回答	7.7% (3)	27.3% (3)	- (-)	- (-)	- (-)	14.3% (1)	6.3% (2)
合計	- (39)	- (11)	- (22)	- (6)	- (-)	- (7)	- (32)