

消費税の転嫁状況等に関する調査結果報告書

～平成28年3月10日現在～

平成28年5月

公益財団法人全国生活衛生営業指導センター

目 次

I 結果の概要	1
II 調査結果	2
1 消費税の課税形態	2
2 消費税の価格表示方法	4
3 消費税の価格転嫁状況	6
(1) 業種別の価格転嫁状況	6
(2) 従業者規模別、経営規模別の価格転嫁状況	8
(3) 前回調査(平成 26 年 4 月)との比較	10
4 価格転嫁ができた理由	11
5 価格転嫁ができていない理由	14
III 統計表	18
(1) 事業者調査票 (B to B) 関係	19
(2) 事業者調査票 (B to C) 関係	22
参考	
(1)調査の概要	40
(2)調査票様式 (様式 1～様式 2)	42

| 結果の概要

1 消費税の転嫁状況

生衛業計の転嫁状況についてみると、事業者間取引（B to B）では 78.4%、消費者向け取引（B to C）では 53.3% の事業者が「全て転嫁できている」と回答し、「一部転嫁できている」と合わせると事業者間取引（B to B）では 94.6%、消費者向け取引（B to C）では 83.3% であった。

一方、「全く転嫁できていない」と答えた事業者は、事業者間取引（B to B）では 5.4%、消費者向け取引（B to C）では 12.1% であった。

2 転嫁できた理由、転嫁できていない理由

事業者間取引（B to B）における転嫁できた理由をみると、販売業計で 53.2% の事業者が「以前より消費税の転嫁への理解が定着しているため（取引先の理解）」と回答した。次いで、「本体価格と消費税額を分けることにより交渉しやすくなったため（価格表示の工夫）」が 36.2% であった。また、「転嫁特措法により規制が強化されたため（拒否規制）」は 4.3% であった。

一方、事業者間取引（B to B）における転嫁できていない理由についてみると、「業界の景気が悪く、値上げを受け入れる余裕がない」「競争が激しい経営環境」がそれぞれ 26.7% で最も大きかった。

消費者向け取引（B to C）における転嫁できた理由をみると、生衛業計で 51.7% の事業者が「消費者において消費税率引上げの意義等に対する理解が浸透しているため（消費者の理解）」と回答し、次いで、「本体価格と消費税額を分けて記載することにより値上げへの反発が和らいだため（価格表示の工夫）」が 19.7% であった。

一方、消費者向け取引（B to C）における転嫁できていない理由についてみると、「業界の景気が悪く、値上げを受け入れる余裕がない」が 39.5% で最も多く、「競争が激しい経営環境」が 23.5% で続いた。

『調査の概要』

1 目的

平成 26 年 4 月 1 日からの消費税率引上げ後の消費税の転嫁状況及び価格表示状況等を調査し、今後の転嫁対策等の基礎資料を得ることを目的とする（平成 26 年 4 月の第 1 回調査に引き続く第 2 回調査）。

2 調査の範囲及び調査対象

北海道、宮城県、東京都、愛知県、大阪府、広島県、福岡県の生衛業者

B to C 調査 347 対象、B to B 調査 37 対象、合計 384 対象

3 調査の期日、調査方法等

調査は平成 28 年 3 月 10 日現在で、全国指導センター—都道府県指導センター—都道府県生衛組合の調査系統で実施

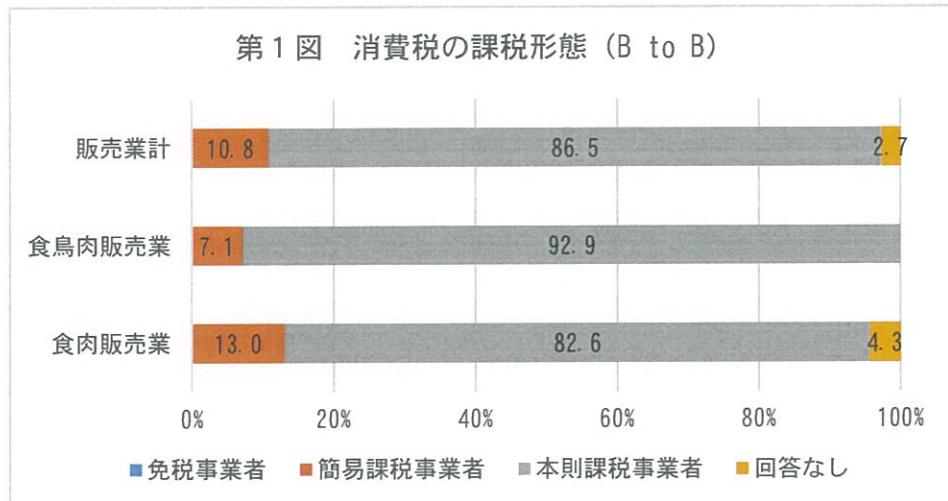
II 調査結果

1 消費税の課税形態

【事業間取引（B to B）事業者】

販売業計では「本則課税事業者」が86.5%、「簡易課税事業者」が10.8%で、「免税事業者」はない。

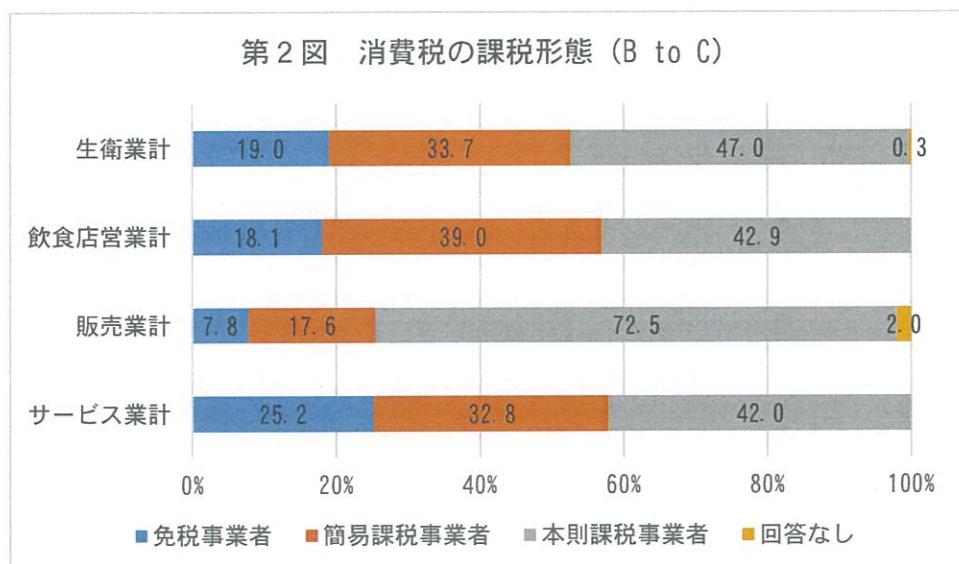
「簡易課税事業者」は、従業者規模4人以下の小規模事業者のみとなっている。



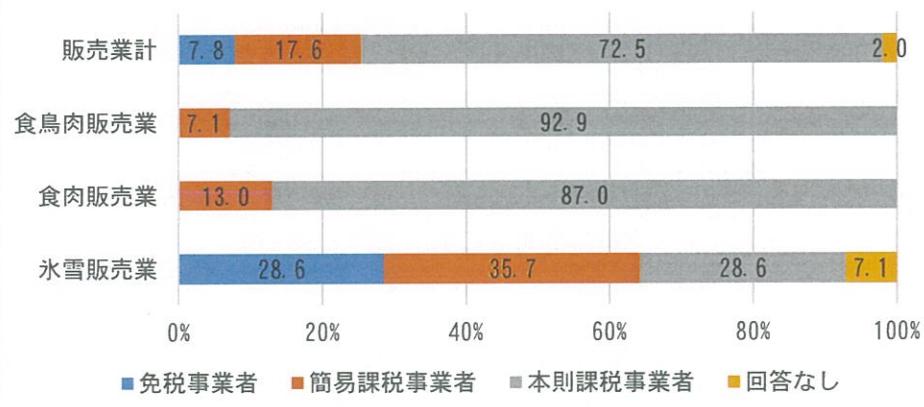
【消費者向け取引（B to C）事業者】

生衛業計では、「本則課税事業者」が47.0%、「簡易課税事業者」が33.7%、「免税事課税業者」が19.0%であるが、業種3区分（飲食店営業、販売業、サービス業）でみると、販売業で「本則事業者」が72.5%と他の2業種を大きく上回っている。

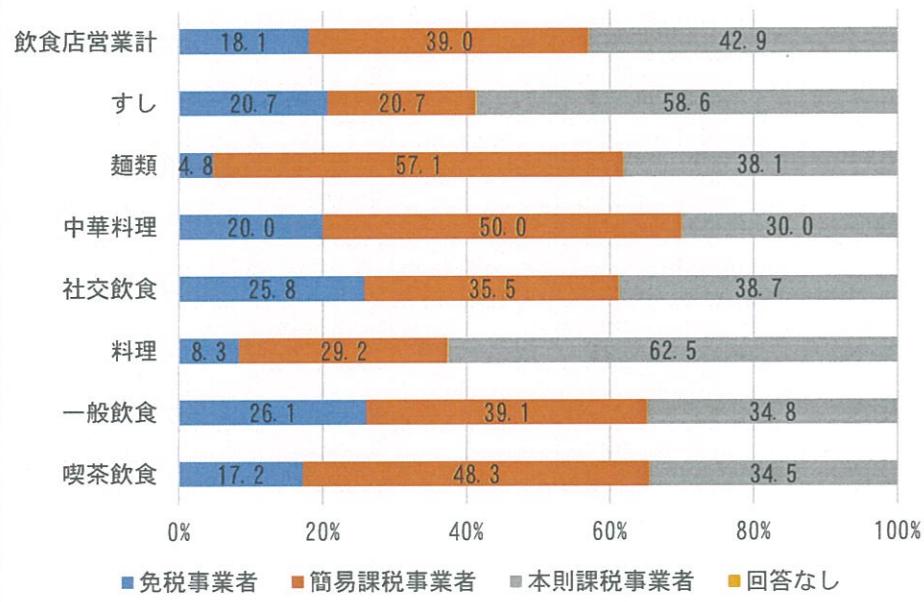
個別業種でみると、販売業以外では旅館・ホテル業、料理及びすしが「本則課税事業者」の割合が高い。一方、理容は「免税事業者」が多く、「本則課税事業者」が少ない。



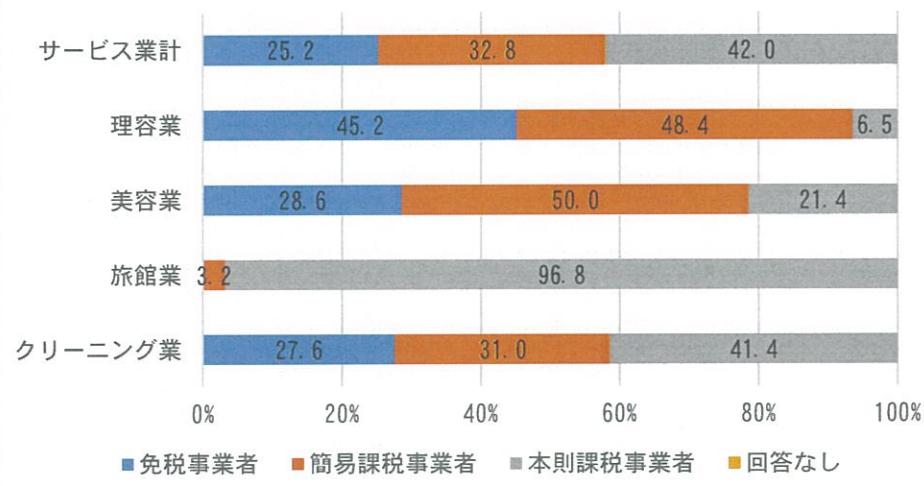
第3図 販売業における消費税の課税形態 (B to C)



第4図 飲食店営業における消費税の課税形態 (B to C)



第5図 サービス業における消費税の課税形態 (B to C)



2 消費税の価格表示方法

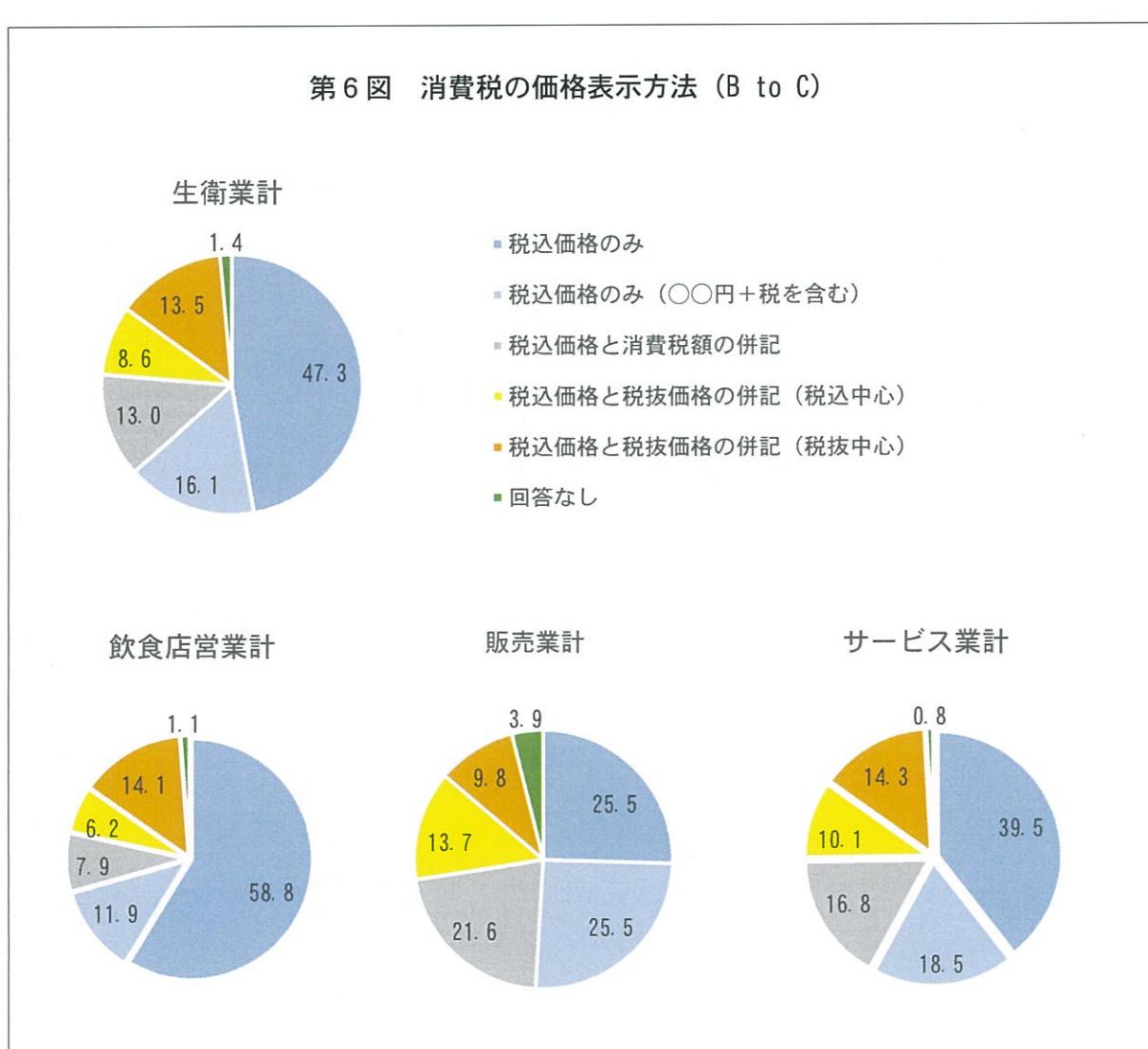
消費者向け取引（B to C）の価格表示方法は、生衛業計では「税込価格のみ」が47.3%、「税込価格のみ（○○円+税を含む）」が16.1%で、合わせて63.4%となっている。

業種3区分（飲食店営業、販売業、サービス業）でみると、飲食店営業で「税込価格のみ」が58.8%、「税込価格のみ（○○円+税を含む）」の11.9%と合わせて70.7%であるのに対し、サービス業では「税込価格のみ」が39.5%、「税込価格のみ（○○円+税を含む）」が18.5%で計58.0%、販売業では「税込価格のみ」が25.5%、「税込価格のみ（○○円+税を含む）」が25.5%で計51.0%となっている。

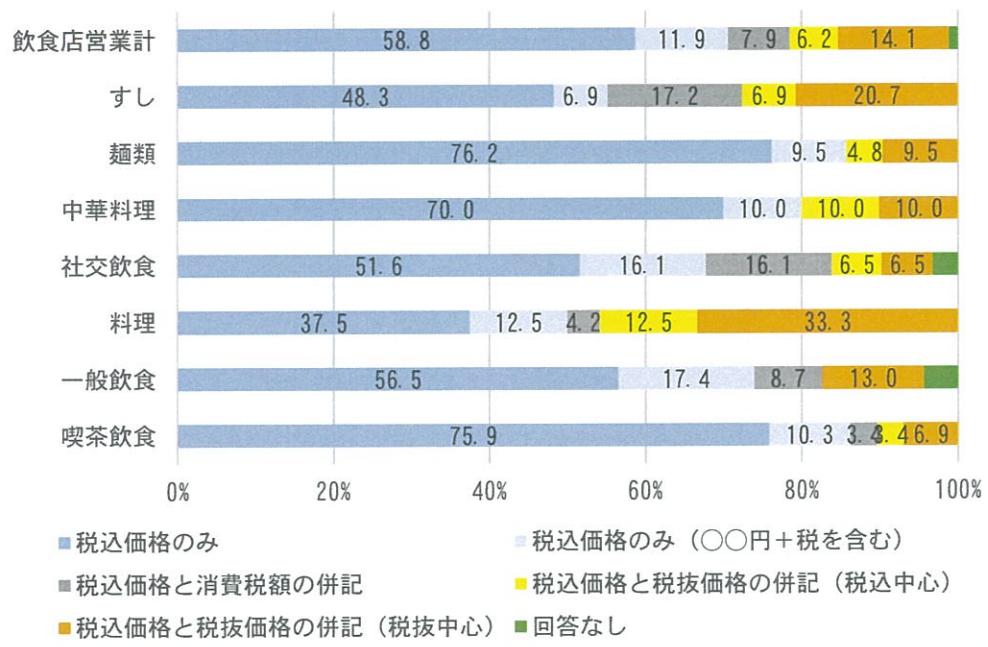
また、「税込価格と税抜き価格の併記」は20.3～24.4%で、業種間で大きな差はない。

（注）価格表示方法は、消費者向け取引（B to C）事業者のみを調査した。

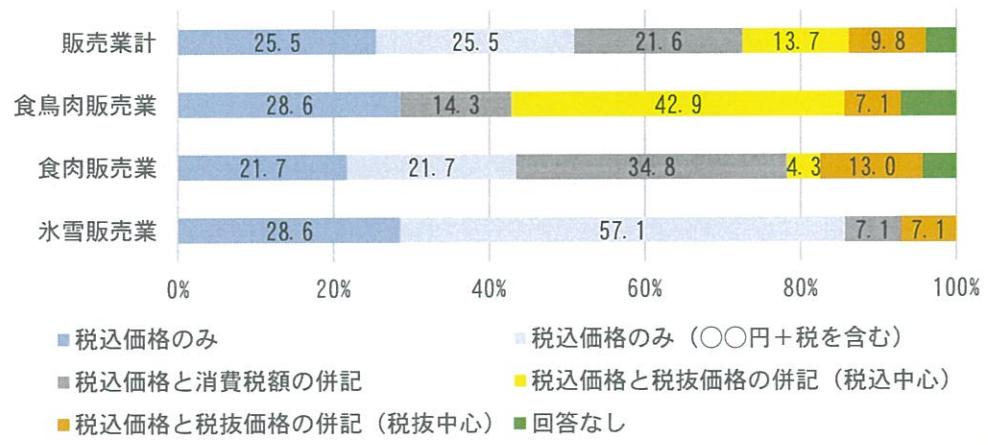
第6図 消費税の価格表示方法（B to C）



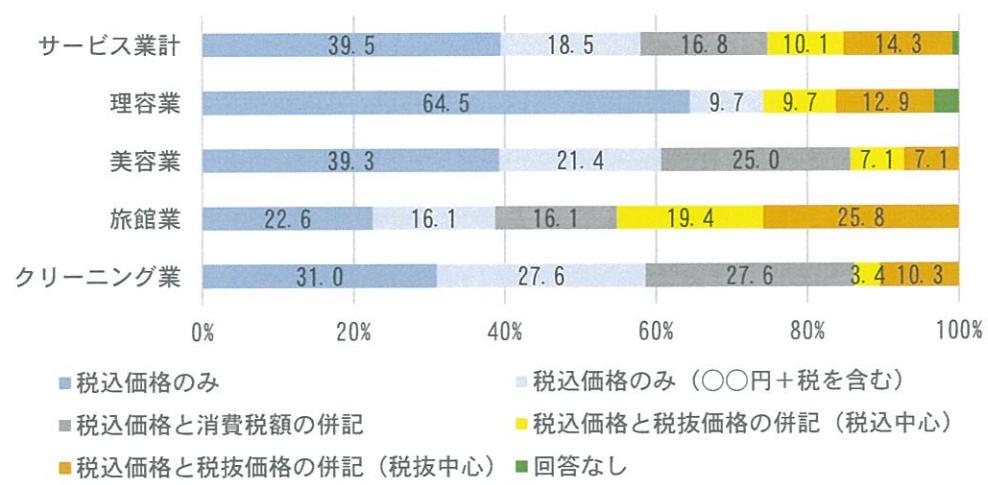
第7図 飲食店営業における消費税の価格表示方法



第8図 販売業における消費税の価格表示方法



第9図 サービス業における消費税の価格表示方法

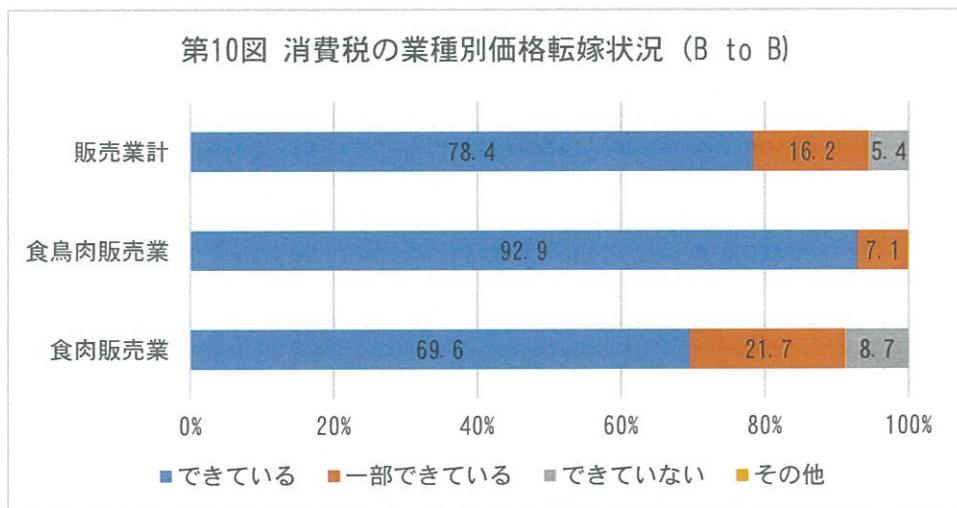


3 消費税の価格転嫁状況

(1) 業種別の価格転嫁状況

【事業間取引（B to B）事業者】

販売業計で「全て転嫁できている」が78.4%、「一部転嫁できている」(16.2%)を合わせると94.6%となっている。

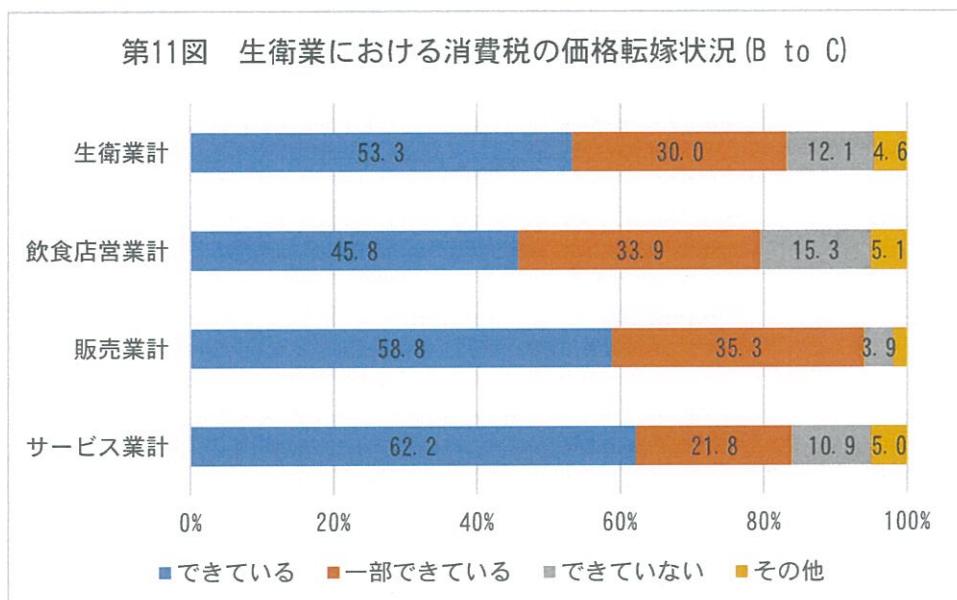


【消費者向け取引（B to C）事業者】

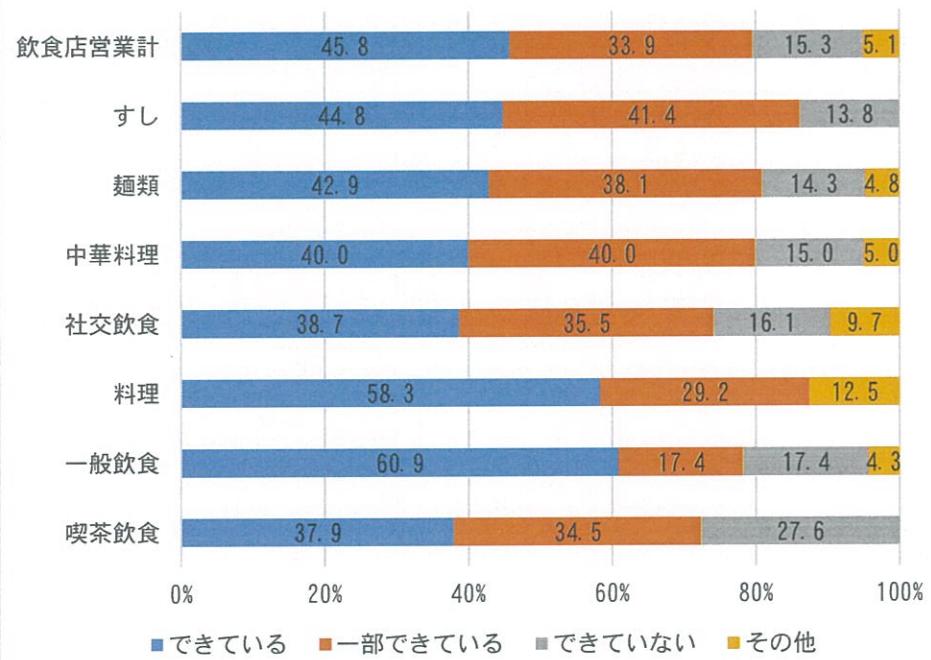
生衛業計では、「全て転嫁できている」が53.3%、「一部転嫁できている」の30.0%を合わせると83.3%で、B to B事業者と比べてその割合は低くなっている。

「全て転嫁できている」を業種3区分（飲食店営業、販売業、サービス業）でみると、サービス業、販売業、飲食店営業の順で転嫁ができている割合が高く、「全く転嫁できていない」割合は販売業が3.9%で最も低い。

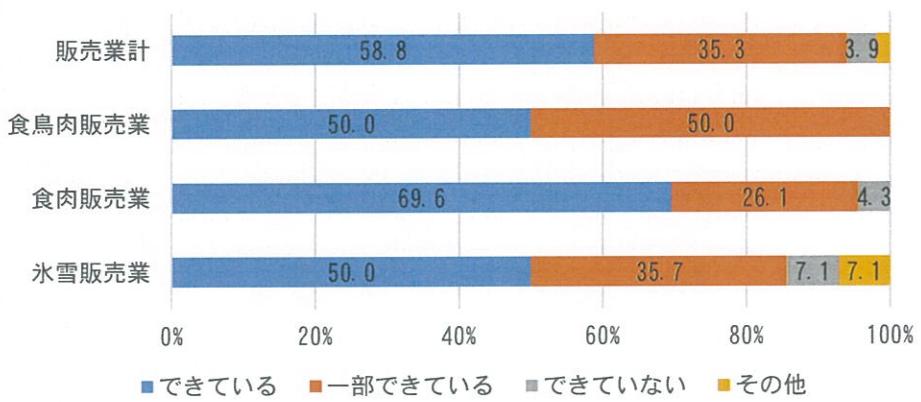
個別業種で見ると、美容業で「全て転嫁できている」が85.7%で最も高い。一方、「全く転嫁できていない」は、理容業の25.8%や喫茶飲食27.6%でその割合が高い。



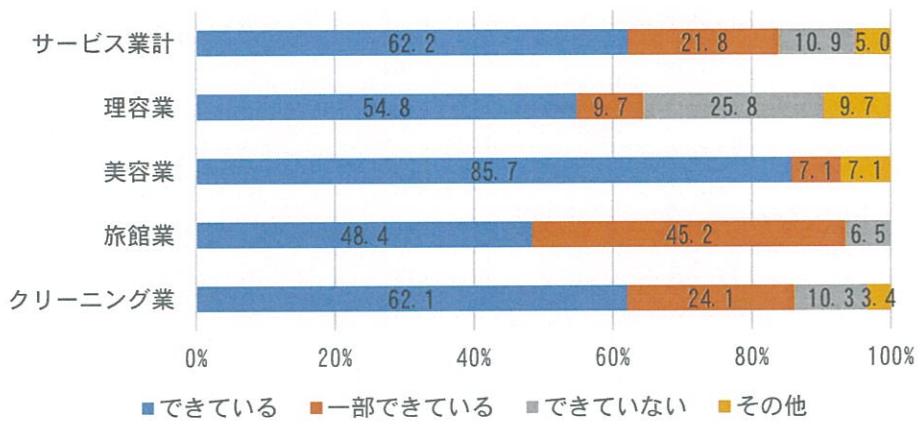
第12図 飲食店営業における消費税の価格転嫁状況
(B to C)



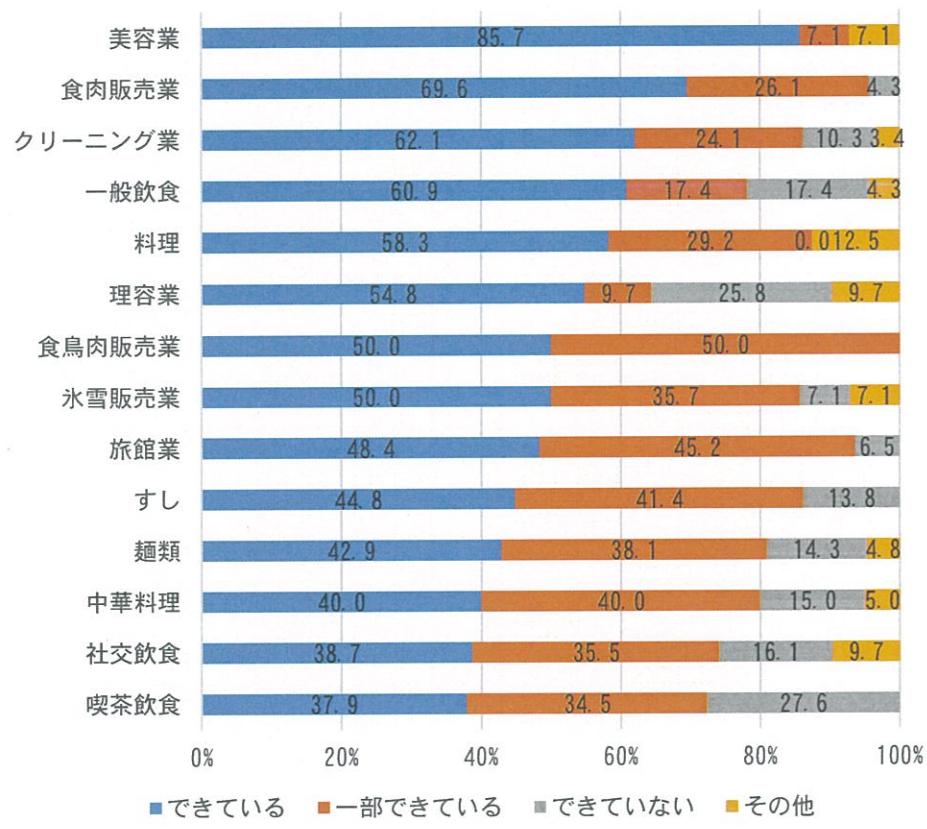
第13図 販売業における消費税の価格転嫁状況 (B to C)



第14図 サービス業における消費税の価格転嫁状況
(B to C)



第15図 消費税の価格転嫁状況の業種間比較 (B to C)

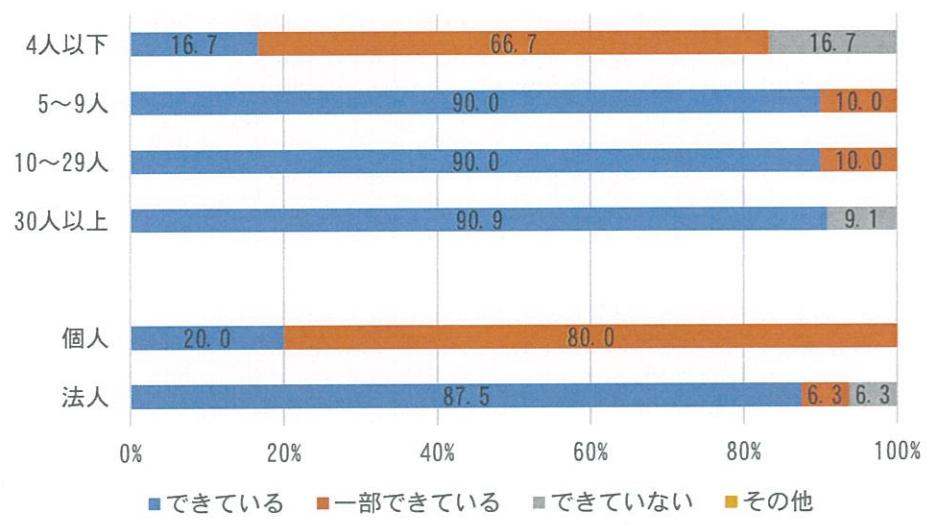


(2) 従業者規模別、経営組織別の価格転嫁状況

【事業間取引 (B to B) 事業者】

販売業計の従業者規模別、経営組織別の転嫁状況をみると、4人以下の小規模事業者、個人経営者では「全て転嫁できている」の割合がいずれも20%以下であるのに対し、5人以上の規模の事業者、法人組織では約90%の事業者が「全て転嫁できている」となっている。

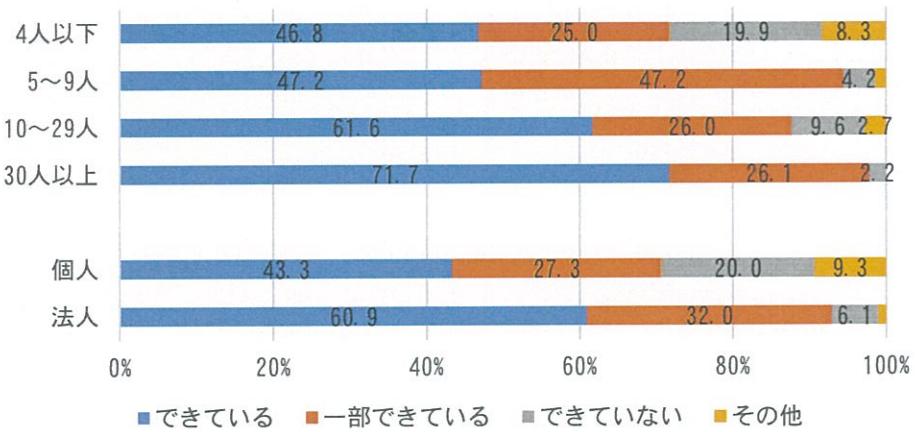
第16図 生衛業における従業者規模別、経営組織別
の消費税の価格転嫁状況 (B to B)



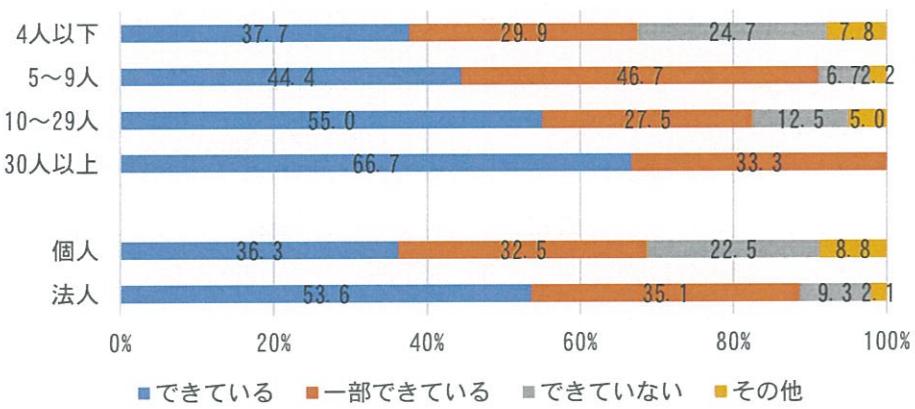
【消費者向け取引（B to C）事業者】

業種3区分（飲食店営業、販売業、サービス業）についてみると、いずれも従業者規模が大きくなるに従って、また個人に比べ法人組織の方が「全て転嫁できている」の割合が高くなっている。

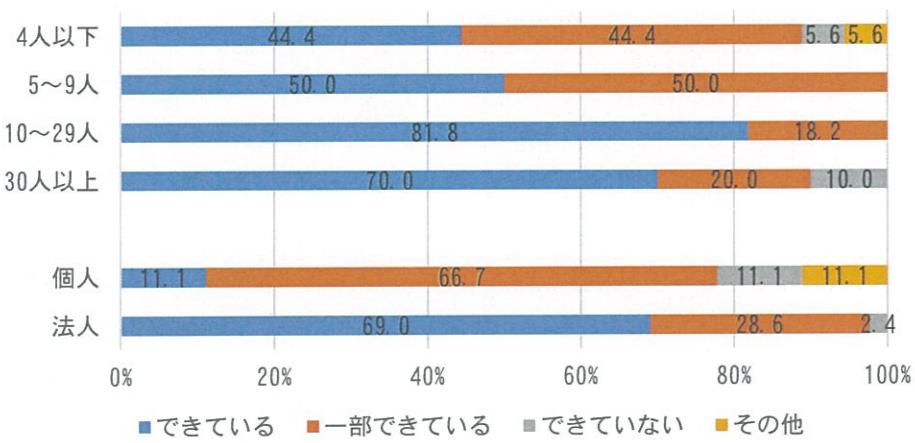
第17図 生衛業における従業者規模別、経営組織別の消費税の価格転嫁状況（B to C）



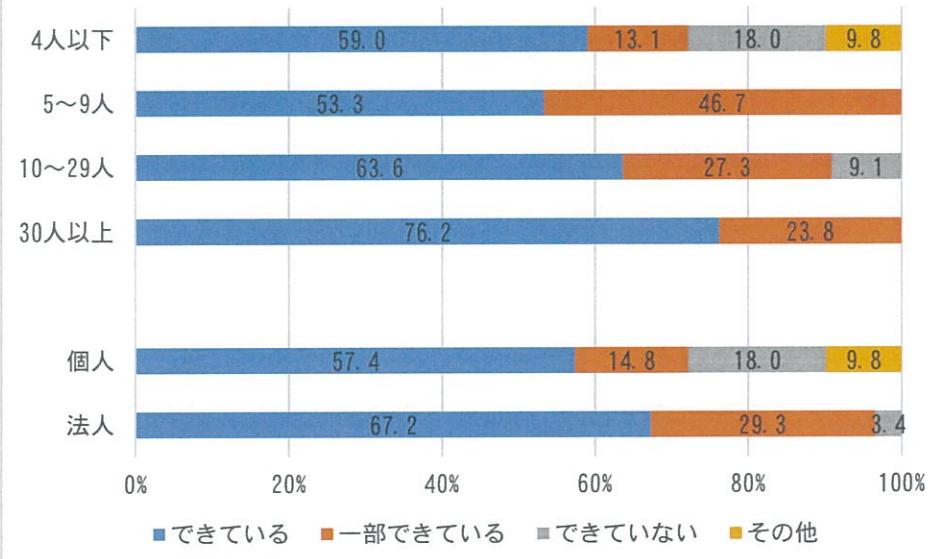
第18図 飲食店営業における従業者規模別、経営組織別の消費税の価格転嫁状況（B to C）



第19図 販売業における従業者規模別、経営組織別の消費税の価格転嫁状況（B to C）



第20図 サービス業における従業者規模別、経営組織別の消費税の価格転嫁状況 (B to C)

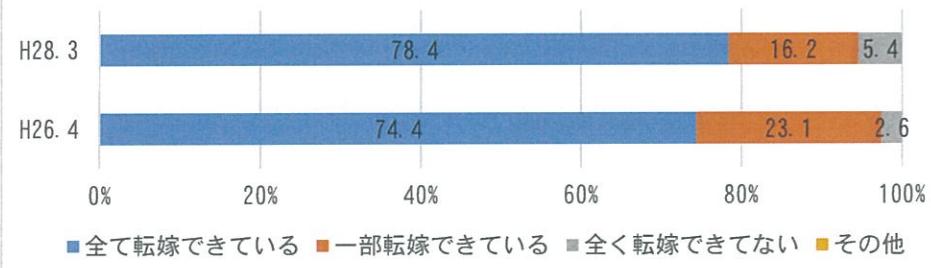


(3) 前回調査（平成 26 年 4 月）との比較

【事業間取引（B to B）事業者】

販売業計は、前回の平成 26 年 4 月調査と比べ、「全て転嫁できている」が 4.0 ポイント上昇しているが、全体としては前回調査との大きな違いはみられない。

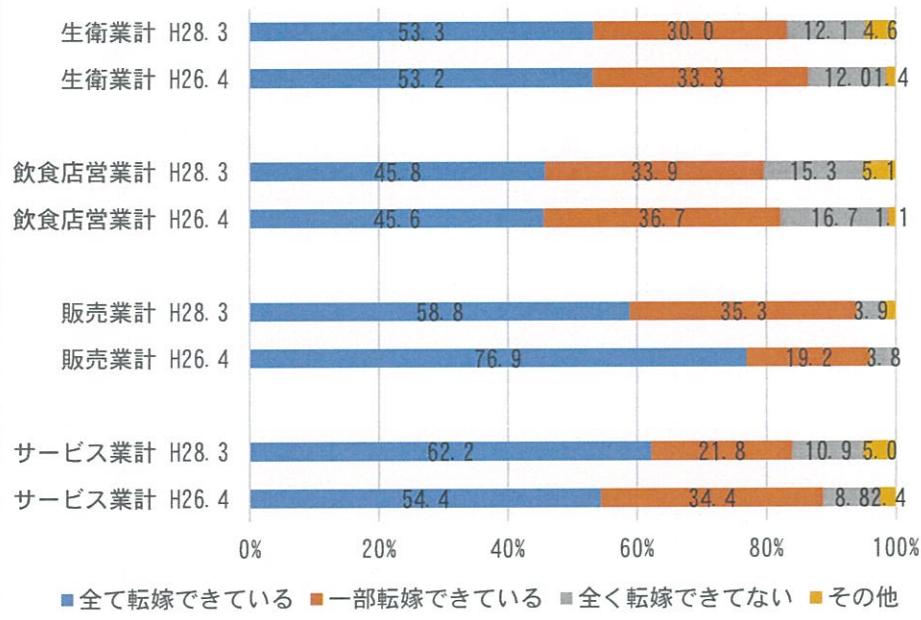
第21図 消費税の価格転嫁状況の前回調査との比較
(B to B)



【消費者向け取引（B to C）事業者】

前回調査と比べ、生衛業全体では「全て転嫁できている」、「一部転嫁できている」、「全く転嫁できていない」の割合に大きな変化はみられない。しかし、サービス業では「全て転嫁できている」が 7.8 ポイント上昇し、「一部転嫁できている」 12.6 ポイント低下している。販売業では「全て転嫁できている」が 18.1 ポイント低下し、その分「一部転嫁できている」が 16.1 ポイント上昇している。

第22図 消費税の価格転嫁状況の前回調査との比較
(B to C)



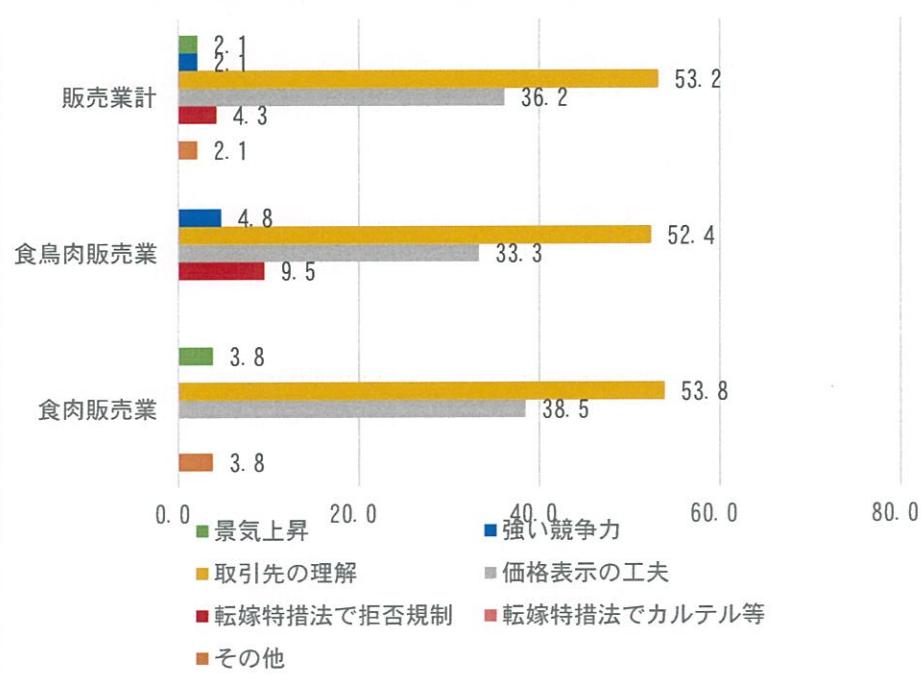
4 価格転嫁ができた理由

【事業間取引 (B to B) 事業者】

販売業で「全て転嫁できている」と回答した者(78.4%)について価格転嫁ができた理由をみると、「取引先の消費税分の価格引上げを受け入れるという理解」(53.2%)が最も高く、次いで「本体価格と消費税を分けることにより交渉しやすくなった」(36.2%)ことがあげられている。

一方、「景気が良く値上げを受け入れやすい」は2.1%、「ブランド・競争力が強く価格決定権がある」は2.1%にとどまった。「消費税転嫁対策特別措置法による拒否規制の強化」は4.3%であった。

第23図 消費税の価格転嫁ができた理由 (B to B)



【消費者向け取引（B to C）事業者】

消費者向け取引（B to C）の「全て転嫁できている」と回答した者は、生衛業計で53.3%、飲食店営業計で45.8%、販売業計で58.8%、サービス業計で62.2%であったが、価格転嫁できた理由についてみると、いずれも「消費者の消費税率引上げの意義等に対する理解（消費者の理解）」が最も高い。次いで「本体価格と消費税を分けて記載することにより反発が和いた（価格表示の工夫）」をあげる者が多い。

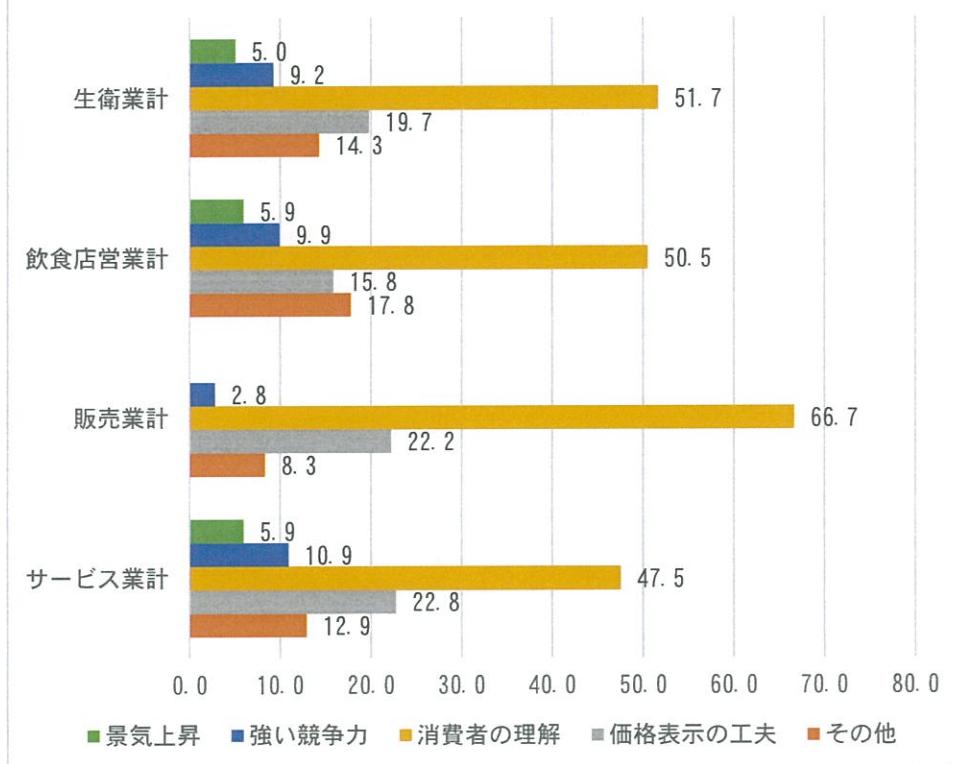
個別業種についてみると、旅館・ホテル業を除く全業種において、「消費者の理解」をあげる者が多く、特に販売業と社交飲食では60%以上となっている。次いで、ほとんどの業種で、「価格表示の工夫」があげられている。

また、中華料理、料理、一般飲食、理容では、「ブランド・競争力が強く価格決定権がある」をあげる者が多い。

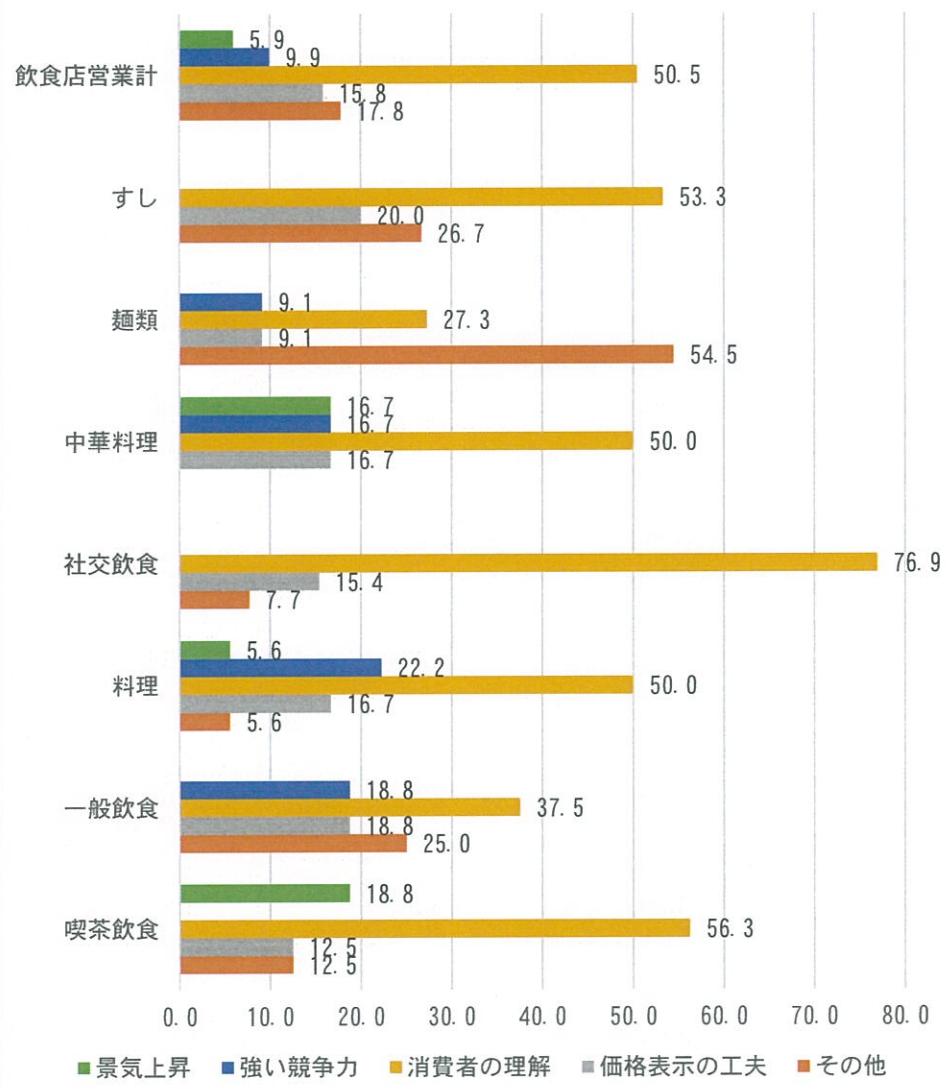
一方、「景気が良く値上げを受け入れやすい」については、事業者間取引（B to B）事業者と同様、これをあげる者は多くはなかったが、中華料理、喫茶飲食、旅館・ホテル業ではこの割合が高かった。

なお、旅館・ホテル業は、他の業種と比べて「消費者の理解」が最も低い割合である一方、「価格表示の工夫」と「景気上昇」が高い割合を占めており、他の業種とは異なった特徴を示している。

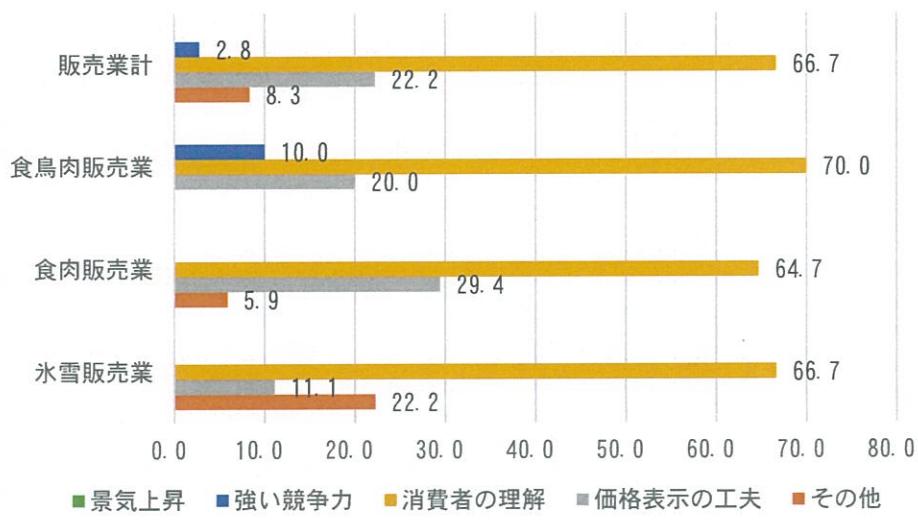
第24図 消費税の価格転嫁ができた理由（B to C）



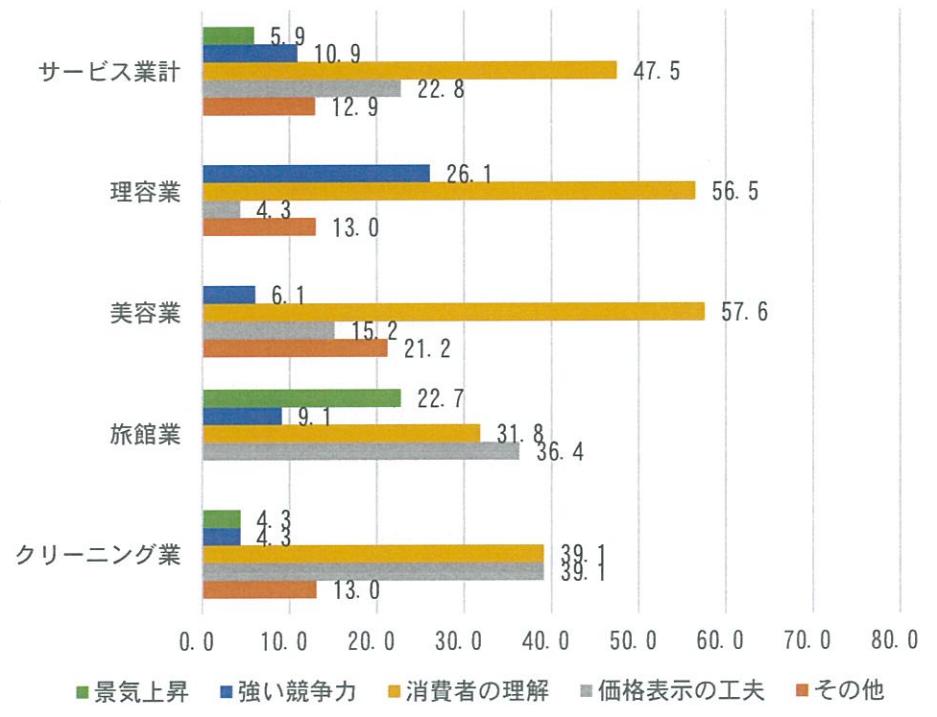
第25図 飲食店営業において消費税の価格転嫁が
できた理由 (B to C)



第26図 販売業において消費税の価格転嫁が
できた理由 (B to C)



第27図 サービス業において消費税の価格転嫁ができた理由 (B to C)



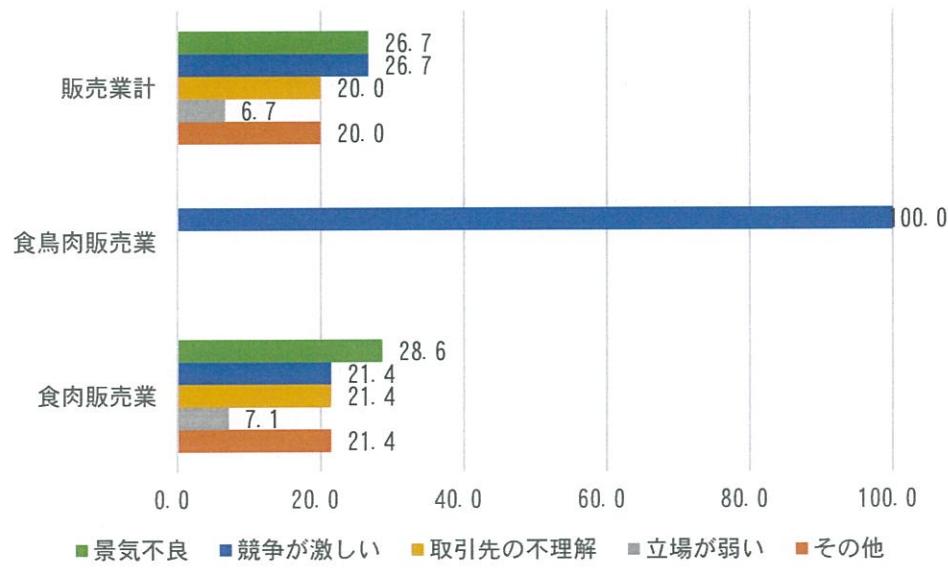
5. 価格転嫁ができない理由

【事業間取引 (B to B) 事業者】

販売業計 (B to B) において「価格転嫁が一部できている」(16.2%) および「できていない」(5.4%) と回答した者 (21.6%) について転嫁できていない理由をみると、「業界の景気が悪く、値上げを受け入れる余裕がない」及び「競争が激しい（経営環境）」がそれぞれ 26.7% を占め、次いで「取引先の理解の欠如」が 20.0% となっている。

なお、「取引先の理解の欠如」と回答した者について、どのような転嫁拒否行為を受けたかをみると、「減額要請」、「代わりの商品購入、役務利用等の要請」、「交渉の拒否」の回答が各 1 件となっている。

第28図 消費税の価格転嫁ができない理由
(B to B)



(注) 食鳥肉販売業は転嫁できている割合が高く、転嫁できていない（一部転嫁）は1件のみとなっている。

【消費者向け取引（B to C）事業者】

消費者向け取引（B to C）の価格転嫁が「一部できている」及び「できていない」は生衛業計で42.1%、飲食店営業計で49.2%、販売業計で39.2%、サービス業計で32.7%となっているが、これらについて価格転嫁ができない理由をみると、「業界の景気が悪く、値上を受け入れる余裕がない（景気不良）」が、それぞれ39.5%、41.4%、32.3%、38.8%と高い割合を示している。

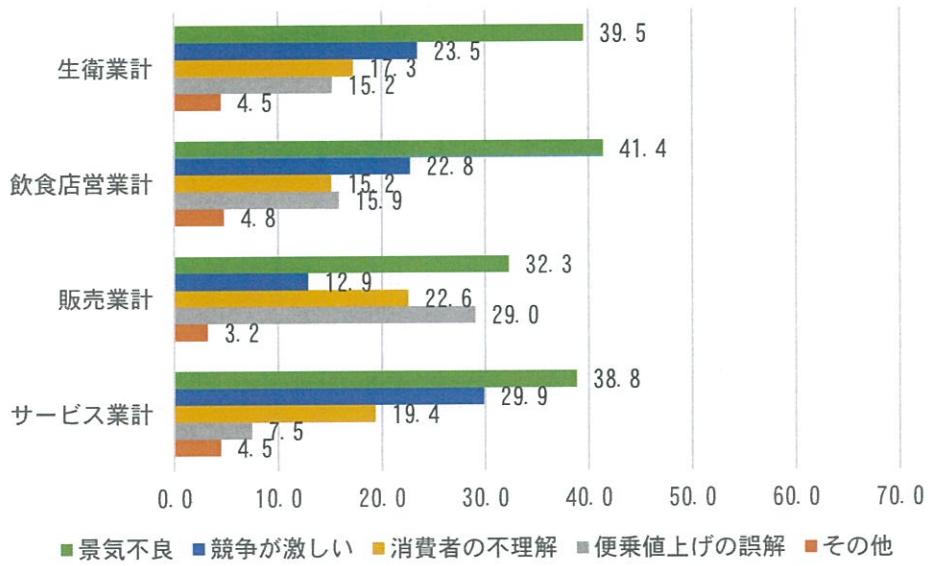
次いで、全体としては「競争が激しい（経営環境）」が挙げられているが、販売業では「便乗値上げの誤解をおそれる」（29.0%）、「消費者の理解不足による反発」（22.6%）が「経営環境」の割合を上回っている。

個別業種についてみると、「景気不良」は各業種にほぼ共通しているが、「経営環境」は、旅館・ホテル業（39.3%）、一般飲食（38.5%）、喫茶飲食（32.1%）、食肉販売業（30.0%）でその割合が高い。

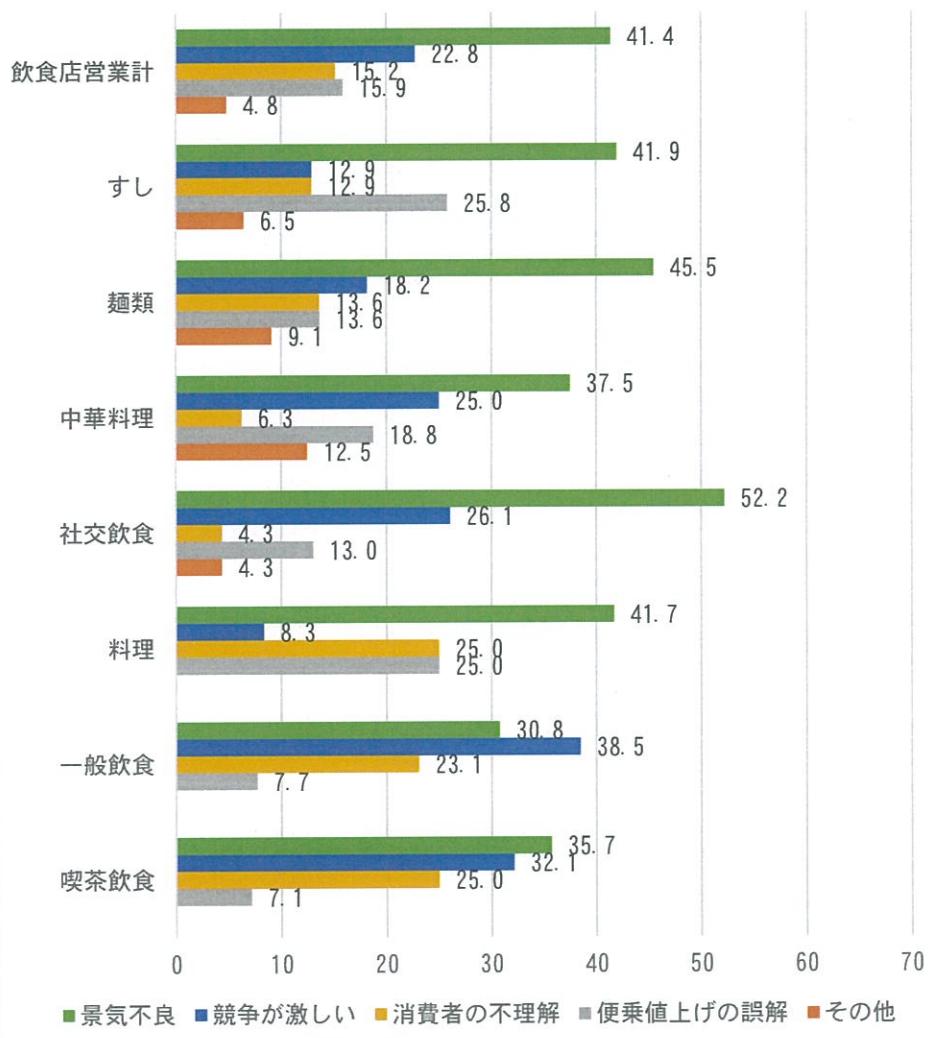
「消費者の理解不足」は、美容業（66.7%）、食肉販売業（30.8%）での割合が高くなっている。

また、「便乗値上げの誤解をおそれる」は、食肉販売業（38.5%）、美容業（33.3%）での割合が高くなっている。

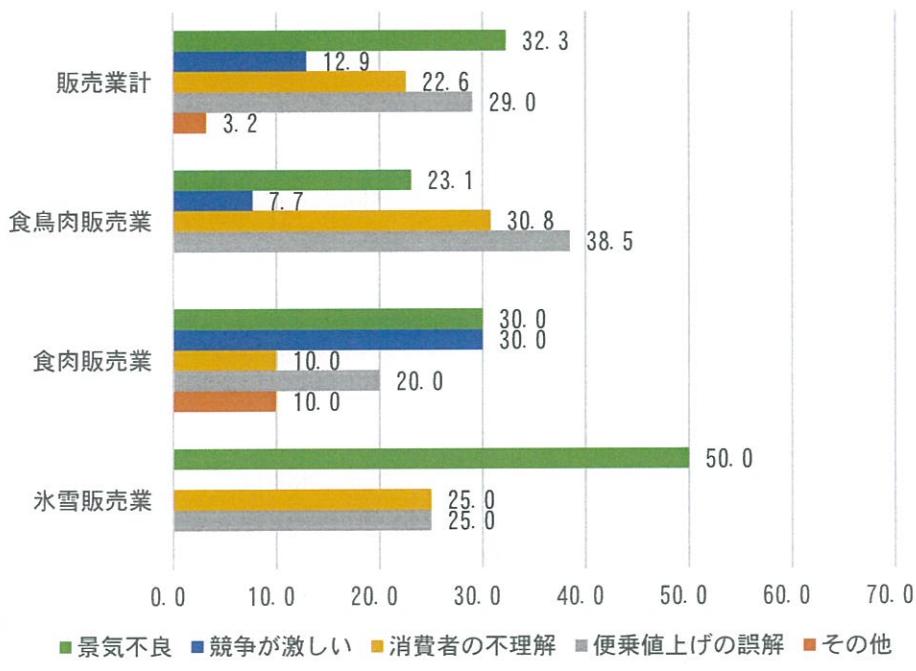
第29図 消費税の価格転嫁ができない理由
(B to C)



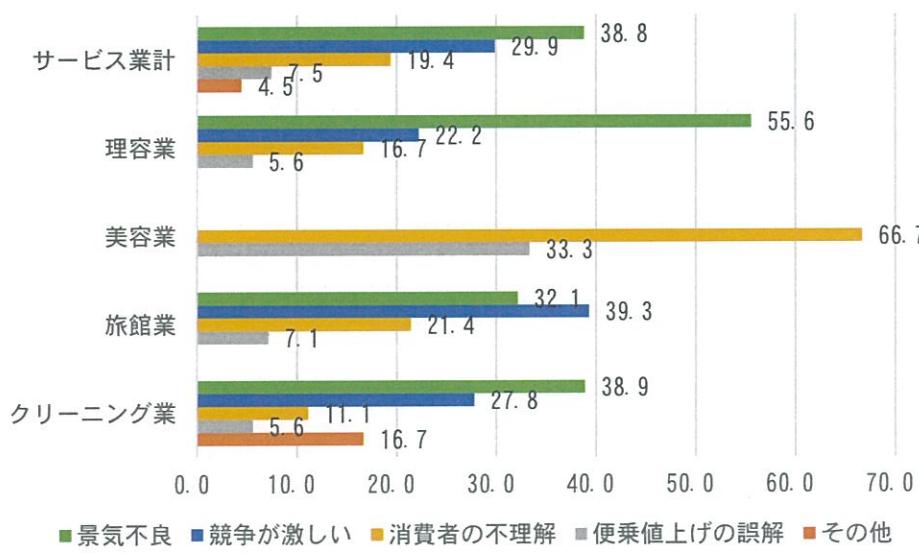
第30図 飲食店営業において消費税の価格転嫁が
できていない理由 (B to C)



第31図 販売業において消費税の価格転嫁が
できていない理由 (B to C)



第32図 サービス業において消費税の価格転嫁が
できていない理由 (B to C)



(注) 美容業は転嫁できている割合が高く、転嫁できていない（一部転嫁）は2件のみとなっている。

III 統計表

B to B 調査

(販売業計、食鳥肉販売業、食肉販売業)

B to C 調査

(生衛業計、飲食店営業計、すし、麺類、中華料理、社交飲食、料理、一般飲食、
喫茶飲食、販売業計、食鳥肉販売業、食肉販売業、冰雪販売業、サービス業計、理容業、
美容業、旅館・ホテル業、クリーニング業)

参考

「消費税の転嫁状況等に関する調査」の概要

1 目的

平成 26 年 4 月 1 日からの消費税率引上げ後の消費税の転嫁状況及び価格表示状況等を調査し、今後の転嫁対策等の基礎資料を得ることを目的とする。

なお、本調査は、平成 26 年 4 月実施の第 1 回調査に引き続く第 2 回調査に当たる。

2 調査の構成

本調査は、次の二つの調査で構成する。

① 事業者調査 (B to C 調査)

B (事業者) と C (消費者) の取引に係る調査

② 事業者調査 (B to B 調査)

B (事業者) と B (事業者) の取引に係る調査

3 調査の範囲及び調査対象

(1) 地域的範囲

北海道、宮城県、東京都、愛知県、大阪府、広島県、福岡県

(2) 調査対象の属性

生衛業者

ただし、「B to C 調査」にあっては、興行場及び公衆浴場業は調査の対象としない。

また、「B to B 調査」にあっては、食肉販売業及び食鳥肉販売業のみ調査の対象とする。

(3) 業種別調査対象数

B to C 調査 347 対象、B to B 調査 37 対象、合計 384 対象

4 調査の期日及び調査期間

(1) 調査の期日

平成 28 年 3 月 10 日現在で実施する。

(2) 調査期間

平成 28 年 3 月 10 日 (木) ~17 日 (木)

5 調査事項

別添調査票のとおり。

「平成 27 年度消費税の転嫁状況についての調査票 (B to C 調査票)」

「平成 27 年度消費税の転嫁状況についての調査票 (B to B 調査票)」

6 調査の流れ

全国指導センター→都道府県指導センター→都道府県生衛組合一営業者

7 調査の方法等

(1) 調査対象の選定

都道府県指導センターは、都道府県組合に調査対象の選定を依頼する。

対象の選定方法は有意抽出とする

(2) 調査方法

① 都道府県指導センターは、別添調査票による調査を都道府県組合に依頼する。

② 都道府県組合は、事業者に対し、面談、電話聞き取り、FAX、メール、郵送等適宜の方法で調査を実施する。

(3) 調査票提出期限

生衛組合の都道府県指導センターへの調査票提出期限は、平成 28 年 3 月 17 日 (木) とする。

(4) 全国指導センターへの提出期限

都道府県指導センターは管内分の調査票を取りまとめ、平成 28 年 3 月 18 日 (金) までに全国指導センターへ提出する。

8 集計・公表

集められた調査票について、全国指導センターにおいて集計した。

公表は、報告書及びホームページによる。

なお、調査票の回収状況は、7都道府県計で384件であった。業種別内訳は以下のとおり。

業種	回収数	業種	回収数	業種	回収数
すし	29	一般飲食	23	理容	31
麺類	21	喫茶店	29	美容	28
中華料理	20	食鳥肉	28	旅館	31
社交	31	食肉	46	クリーニング	29
料理	24	冰雪	14	合計	384

食鳥肉：「B to C調査」が14件、「B to B調査」が14件

食肉：「B to C調査」が23件、「B to B調査」が23件

9 問合せ先

全国指導センター特別事業相談室 電話 03-5777-0341 FAX 03-5777-0342

平成27年度消費税の転嫁状況についての調査票（B to C 調査票）

(公財)全国生活衛生営業指導センター

～アンケート調査ご協力のお願い～

平成26年4月から、消費税率が8%に引上げられましたが、消費税は、生産者から卸売業者、小売業者、消費者といった各取引の段階で価格に転嫁（上乗せ）されながら、最終的に消費者が負担する税金です。また、消費税は、税金を負担する者と納付する者が異なる間接税であり、消費税を実際に納付する義務は事業者が負います。このため、事業者が消費税分を取引価格に正しく転嫁（上乗せ）することは、事業者の利益を守るために欠かせません。

全国指導センターでは、厚生労働省(生活衛生課)に協力して、平成26年4月に消費税率引上げ直後の転嫁状況に関する調査を実施したところですが、このたび消費税引き上げ約2年後の状況を把握し、今後の転嫁対策のあり方を検討する上での貴重な情報として活用させていただくことになりました。

つきましては、お忙しいところ恐縮ではございますが、本アンケート調査にご協力賜りたく、何卒、宜しくお願い申し上げます。

【記入上のお願い】

- 1 平成28年3月10日現在の状況について、お答ください。
- 2 回答は本調査票にご記入の上、平成28年3月17日（木）までに、都道府県組合にご提出ください。郵送、FAX、持参等適宜の方法でお願いいたします（最終期限が3月17日です。早い目にご提出ください。）。
- 3 本調査に関するお問い合わせは、都道府県組合又は都道府県指導センターにお願いします。

問1 あなた(貴社)の属性について、該当数字を○で囲んでください。

①所属組合 (業種)	(飲食店営業) 1 すし 2 めん類 3 中華料理 4 社交飲食 5 料理 6 一般飲食 7 喫茶飲食 (販売) 8 食鳥肉販売 9 食肉販売 10 氷雪販売 (サービス) 11 理容 12 美容 13 興行 14 旅館・ホテル 15 公衆浴場 16 クリーニング	②従業者規模 (貴社全体。 パート・アルバイト を含む。)	1 4人以下 2 5人～9人 3 10人～29人 4 30人以上
		③経営組織	1 個人 2 法人

問2 貴社は、免税事業者／簡易課税事業者／本則課税事業者のいずれかに該当しますか。該当する番号を1つ○で囲んでください。

(注)「免税事業者」とは、課税売上高が1000万円以下で課税事業者を選択していない事業者。

「簡易課税事業者」とは、課税売上高が5000万円以下で簡易課税を選択している事業者。

※上記以外の方は「本則課税選択事業者」となります。

- | | | |
|---------|-----------|-----------|
| 1 免税事業者 | 2 簡易課税事業者 | 3 本則課税事業者 |
|---------|-----------|-----------|

問3 貴社の消費者向けの商品・サービスの価格表示方法について、該当する番号を1つ○で囲んでください。

- | | | | | |
|----------|-------------------------------|--------------------------|------------------------------|------------------------------|
| 1 税込価格のみ | 2 税込価格のみ（「〇〇〇円+税」という形式の表示も含む） | 3 税込価格と消費税額を併記（〇〇〇円+税〇円） | 4 税込価格と税抜価格の両方を併記（税込価格中心の表示） | 5 税込価格と税抜価格の両方を併記（税抜価格中心の表示） |
|----------|-------------------------------|--------------------------|------------------------------|------------------------------|

※問4～問6では、貴社における消費税率引上げに伴う対応・価格転嫁の状況等についてお伺いします。

注意点をよく読んでお答えください。

注意点1	<p>消費税率引上げによる「転嫁」ができる状態とは、以下のいずれかの状態をさします。</p> <p>(1) 事業全体で見て、販売価格を消費税率引上げ分（3%分）引上げ 例1：全ての商品・サービスを一律で3%分引上げる。 例2：一部の商品等を3%まで引上げず、その他の商品を3%以上引上げることにより、事業全体で3%分引上げる。</p> <p>(2) 商品の量やサービスの内容を調整すること等により、既存商品の価格を3%分は引上げずに、消費税率引上げ分を貰える利益を確保。 例：商品の1パッケージ当たりの分量を3%減らして価格を据え置く。 →なお、価格引上げができる状況ではあるが、貴社の経営戦略（価格を抑えて市場シェア拡大を目指す場合など）により、自主的に販売価格を引上げなかった場合には、「自主的に転嫁しなかった」場合にあたります（問4の4に該当）。</p>
注意点2	<p>○ あくまで、消費税率引上げ（5%→8%）に伴うものに限定してお答えください。</p> <p>○ 例えば、円安・原材料価格高騰など、消費税率引上げ以外の原因による仕入価格上昇分の転嫁は含めずに、お答えください。</p>
注意点3	<p>○ 免税事業者の方については、仕入に含まれる消費税率引上げ分の消費税額相当分を販売価格に上乗せすることを、消費税率引上げによる「転嫁」ができる状態としてご回答ください。</p>

問4 貴社は、消費税率引上げ（5%→8%）に伴い、平成28年3月現在で、消費者向け商品・サービス販売の事業全体として価格転嫁できていますか。該当する番号を1つ○で囲んでください。

- 1 全て転嫁できている → 問5へ
- 2 一部転嫁できている → 問6へ
- 3 全く転嫁できていない → 問6へ
- 4 その他（経営戦略上、転嫁しなかった場合など） → 本設問で回答終了です

問5 問4で「1 全て転嫁できている」と回答した方におたずねします。どういった理由により、転嫁ができたと考えますか。該当する番号を、上位2つまで選び○で囲んでください。

- 1 消費者の景気がよくなり、値上げを受入れてくれやすい環境にあるため
- 2 自社商品のブランド・競争力が強く、自社に価格決定権があるため
- 3 消費者において、消費税率引上げの意義等に対する理解が浸透しているため
- 4 本体価格と消費税額を分けて記載することにより、値上げへの反発が和らいだため
- 5 その他

本設問で
回答終了

問6 問4で「2 一部転嫁できている」「3 全く転嫁できていない」と回答した方におたずねします。

転嫁できていない理由は何と考えますか。該当する番号を、上位2つまで選び、○で囲んでください。

- 1 景気が回復しておらず、また消費者の財布の紐（ひも）が固いため
- 2 自社商品等の競争が激しく、価格を引上げると他社商品に乗り換えられてしまうおそれがあるため
- 3 消費者において、消費税率引上げの意義等に対する理解が浸透しておらず、値上げそのものへの反発を受けるため
- 4 消費者から便乗値上げと誤解されるおそれがあるため
- 5 その他

～以上で質問は終わりです。ご協力いただきありがとうございました。～

平成27年度消費税の転嫁状況についての調査票（B to B調査票）

(公財)全国生活衛生営業指導センター

～アンケート調査ご協力のお願い～

平成26年4月から、消費税率が8%に引上げられましたが、消費税は、生産者から卸売業者、小売業者、消費者といった各取引の段階で価格に転嫁（上乗せ）されながら、最終的に消費者が負担する税金です。また、消費税は、税金を負担する者と納付する者が異なる間接税であり、消費税を実際に納付する義務は事業者が負います。このため、事業者が消費税分を取り扱う際に正しく転嫁（上乗せ）することは、事業者の利益を守るために欠かせません。

全国指導センターでは、厚生労働省(生活衛生課)に協力して、平成26年4月に消費税率引上げ直後の転嫁状況に関する調査を実施したところですが、このたび消費税引き上げ約2年後の状況を把握し、今後の転嫁対策のあり方を検討するまでの貴重な情報として活用させていただくことになりました。

つきましては、お忙しいところ恐縮ですが、本アンケート調査にご協力賜りたく、何卒、宜しくお願い申し上げます。

【記入上のお願い】

- 1 平成28年3月10日現在の状況について、お答ください。
- 2 回答は本調査票にご記入の上、平成28年3月17日（木）までに、都道府県組合にご提出ください。郵送、FAX、持参等適宜の方法でお願いいたします（最終期限が3月17日です。早い目にご提出ください。）。
- 3 本調査に関するお問い合わせは、都道府県組合又は都道府県指導センターにお願いします。

問1 あなた(貴社)の属性について、該当数字を○で囲んでください。

①所属組合 (業種)	(飲食店営業) 1 すし 2 めん類 3 中華料理 4 社交飲食 5 料理 6 一般飲食 7 喫茶飲食 (販売) 8 食鳥肉販売 9 食肉販売 10 氷雪販売 (サービス) 11 理容 12 美容 13 興行 14 旅館・ホテル 15 公衆浴場 16 クリーニング	②従業者規模 (貴社全体。 パート・アルバイト を含む。)	1 4人以下 2 5人～9人 3 10人～29人 4 30人以上
		③経営組織	1 個人 2 法人

問2 貴社は、免税事業者／簡易課税事業者／本則課税事業者のいずれかに該当しますか。該当する番号を1つ○で囲んでください。

(注)「免税事業者」とは、課税売上高が1000万円以下で課税事業者を選択していない事業者。

「簡易課税事業者」とは、課税売上高が5000万円以下で簡易課税を選択している事業者。

※上記以外の方は「本則課税選択事業者」となります。

- | | | |
|---------|-----------|-----------|
| 1 免税事業者 | 2 簡易課税事業者 | 3 本則課税事業者 |
|---------|-----------|-----------|

※問3～問6では、事業者間取引(B to B)における消費税率引上げに伴う対応・価格転嫁の状況等についてお伺いします。注意点1～3をよく読んでお答えください。

注意点1	消費税率引上げによる「転嫁」ができる状態とは、以下のいずれかの状態をさします。 (1) 事業全体で見て、販売価格を消費税率引上げ分(3%分)引上げ 例1：全ての商品・サービスを一律で3%分引上げる。 例2：一部の商品等を3%まで引上げず、その他の商品を3%以上引上げることにより、事業全体で3%分引上げる。 (2) 商品の量やサービスの内容を調整すること等により、既存商品の価格を3%分は引上げずに、
------	--

	<p><u>消費税率引上げ分を貰える利益を確保。</u></p> <p>例：商品の1パッケージ当たりの分量を3%減らして価格を据え置く。</p>
注意点2	<p><input type="radio"/> あくまで、消費税率引上げ(5%→8%)に伴うものに限定してお答えください。</p> <p><input type="radio"/> 例えば、<u>円安・原材料価格高騰など、消費税率引上げ以外の原因による仕入価格上昇分の転嫁は含めずに、お答えください。</u></p>
注意点3	<p><input type="radio"/> 免税事業者の方については、仕入に含まれる消費税率引上げ分の消費税額相当分を販売価格に上乗せすることを、消費税率引上げによる「転嫁」ができている状態としてご回答ください。</p>

問3 消費税率引上げ(5%→8%)後、平成28年3月現在で、貴社では事業者間取引(B to B)の事業全体として価格転嫁できていますか。該当する番号を1つ○で囲んでください。

- | |
|--------------------------|
| 1 全て転嫁できている → 問4へ |
| 2 一部転嫁できている → 問5へ |
| 3 全く転嫁できていない → 問5へ |
| 4 事業者間取引(B to B)は行っていない。 |

問4 問3で「1 全て転嫁できている」と回答した方におたずねします。どういった理由により、転嫁ができたと考えますか。該当する番号を、上位2つまで選び○で囲んでください。

- | |
|--|
| 1 取引先の業界の景気が良く、取引先が値上げを受入れてくれやすい環境にあるため |
| 2 自社商品のブランド・競争力が強く、価格決定権が自社にあるため |
| 3 消費税転嫁対策特別措置法により消費税転嫁拒否規制が強化されたため |
| 4 転嫁特措法に基づく表示・転嫁カルテルを活用することにより、交渉しやすくなったため |
| 5 本体価格と消費税額を分けることにより、交渉しやすくなったため |
| 6 以前より、取引先において、消費税分の価格引上げを受け入れる、という理解が定着しているため |
| 7 その他 |

問5 問3で「2 一部転嫁できている」「3 全く転嫁できていない」と回答した方におたずねします。
転嫁できていない理由は何と考えますか。該当する番号を、上位2つまで選び、○で囲んでください。

- | |
|---|
| 1 取引先の業界の景気が悪く、消費税分の値上げを受け入れる余裕がなかったため |
| 2 自社商品等の競争が激しく、価格を引上げると他社に取引を奪われてしまうおそれがあるため |
| 3 自社が下請事業者であるなど、取引先との力関係で立場が弱かったため |
| 4 取引先において、転嫁特措法の趣旨を理解していないなど、消費税率引上げ分を値上げするという意識がそもそも欠如しているため → 問6へ |
| 5 その他→質問終り |

問6 問5で「4」と回答した方におたずねします。取引先からどのような転嫁拒否行為を受けましたか。該当する番号すべてを○で囲んでください。

- | |
|---|
| 1 買いたたき（合理的な理由なく、通常支払われる対価に比べて対価の額を低く定められる） |
| 2 減額（合理的な理由なく、既に取り決められた対価から、事後的に減じて支払われる） |
| 3 商品購入、役務利用または利益提供の要請（消費税の転嫁を受け入れる代わりにこれらの要請あり） |
| 4 本体価格での交渉の拒否（本体価格（消費税抜価格）での交渉申出を拒否される） |

～以上で質問は終わりです。ご協力いただきありがとうございました。～