

【令和元年度】

消費増税に伴う影響についての地域経済動向等
アンケート調査

調査報告書

令和 2 年 3 月

三次広域商工会

目 次

I 調査概要	1
1. 調査目的	1
2. 調査内容	1
3. 調査期間	1
4. 調査方法	1
5. 調査体制	1
6. 要約（結果）	2
7. 考察	3
II 調査結果	4
1. 事業所の基本データ	4
2. 消費増税前の駆け込み需要	5
3. 前年同時期との売上比較	7
4. 消費税率引き上げによる業績への影響	10
5. 軽減税率への対応	14
6. 軽減税率導入による顧客等との問題	16
7. 消費税引き上げ後、税率引き上げ分の販売価格への転嫁状況	18
8. キャッシュレス決済ポイント還元事業	20
9. 今後の地域の景気	23
参考資料（アンケート調査票）	25

I 調査概要

1. 調査目的

当商工会管内における事業者を対象に、消費増税に伴う影響を把握し、当商工会が行う「伴走型支援」において的確な事業に繋げることを目的に実施する。

2. 調査内容

- 事業所の基本データ
- 消費増税前の駆け込み需要
- 前年同時期との売上比較
- 消費税引き上げによる業績への影響
- 軽減税率への対応
- 軽減税率導入による顧客等との問題
- 税率引き上げ分の販売価格への転嫁状況
- キャッシュレス決済ポイント還元事業への登録
- 今後の地域の景気

3. 調査期間

令和元年12月～令和2年1月

4. 調査方法

(1) 調査対象

当商工会エリアの小規模事業・中小企業等を中心とした事業所

(当商工会エリアとは、三良坂地区、作木地区、布野地区、君田地区、吉舎地区、三和地区、甲奴地区の7地区で形成されている)

(2) 調査方法

郵便アンケート調査

(3) 回収結果

総発送数 701 件、総回答数 131 件、有効回答数 129 件、有効回収率 18.4%

(4) 分析方法

分析は、各回答の単純集計および、業種によるクロス集計を行っている。

業種については、回答者が記載したものより「製造業」「建設業」「小売業」「サービス業」「その他」の5区分に割り振りを行った。

5. 調査体制

本調査の調査体制は、以下の通りである。

本調査の実施主体：三次広域商工会 担当 山崎 祐輔

本調査の委託先：株式会社 成研 担当 吉村 直樹

6. 要約（結果）

（１）消費増税前の駆け込み需要

○当商工会エリアの駆け込み需要は 1 割台(15.5%)と低い。業種別では小売業(27.8%)と製造業(26.7%)、他の業種に比べて高い。

○5 年前と比較すると、「小さかった(66.7%)」が「大きかった(5.6%)」を 60 ポイント以上上回る。

（２）前年同時期との売上比較

○前年同時期との売上比較は、「同程度で推移(48.4%)」が約半数を占め、「大きく減少(5.5%)」「減少(20.3%)」が「増加(7.0%)」を上回り、特に小売業とサービス業の減少傾向が強い。

○前年同水準に戻る時期は、「戻らない(46.9%)」が最も高く、悲観的な結果となる。

（３）消費税引き上げによる業績への影響

○業績への影響は、「影響はほとんどない(52.3%)」が半数以上を占め、「悪い影響がある(27.7%)」が「よい影響がある(1.5%)」を上回る。

○悪い影響の内容は、「仕入れ価格の上昇(72.2%)」が最も高い。サービス業は「消費増税分の販売価格への転嫁が困難(57.1%)」が他の業種に比べ高い。

○悪い影響の打開策は、全体で「設備投資等の抑制(25.7%)」と「さらなるコストカット(25.7%)」が最も高く、無駄な出費を避ける傾向にある。

（４）軽減税率への対応

○消費税引き上げまでの完了状況は、「軽減税率対象外業種(49.2%)」が約半数を占め、「完了した(39.2%)」は約 4 割あり、軽減税率の対象事業者の殆どは軽減税率への対応ができています。

○増税前までに完了できなかった内容は、「経理事務の方法確認(57.1%)」が最も高い。

（５）軽減税率導入による顧客等との問題

○顧客等との間での問題は、「問題はない(94.7%)」が殆どを占めた。

○顧客等と生じた問題は、「経理処理に手間取ったり混乱が生じた(50.0%)」と「対象品目等に対する指摘やクレーム(16.7%)」が挙げられた。

（６）税率引き上げ分の販売価格への転嫁状況

○転嫁状況は、「ほぼ全額転嫁できている(74.6%)」が 7 割台を占め、多くの事業者が対応できている。

○転嫁できていない理由は、「お客様や消費者が価格に敏感(46.7%)」が最も高い。

(7) キャッシュレス決済ポイント還元事業への登録

○登録状況は、「登録している(20.6%)」が約 2 割と高くないが、小売業(44.4%)に限ると 4 割以上が登録済みである。

○登録していない理由は、「自店では需要がない(72.2%)」が最も高い。

○キャッシュレス利用状況は、登録事業者の中で「利用あり(69.6%)」は約 7 割おり、小売業は 8 割以上(85.7%)の顧客に普及している。

(8) 今後の地域の景気

○今後の地域の景気は、「悪化する(52.0%)」が 5 割以上あるのに対して、「上向く(3.1%)」は僅かである。

7. 考察

当商工会管内の事業者における令和元年 10 月 1 日からの消費増税に伴う影響については、増税による駆け込み需要はあまり見られず、売上は前年同時期と比べて同程度で推移し、増税による業績への影響は小さかった。それは軽減税率への対応と税率引き上げ分の販売価格への転嫁が上手く出来ていることが考えられる。

キャッシュレス決済ポイント還元事業への登録者は約 2 割、小売業に限ると 4 割以上が登録している。キャッシュレス登録事業者の中での利用状況は、利用ありが約 7 割、小売業に限ると 8 割以上であったことから、主に小売業においてキャッシュレス決済の導入促進という点において、影響があったと見受けられた。また、キャッシュレス利用状況の自由意見では、「現在の利用は数%だが、だんだん増えてきている(小売業)」との回答があり、消費者への需要平準化対策として実施されたキャッシュレス決済ポイント還元事業は、事業者の売上に寄与したと言える。

今後の地域の景気では、半数以上が悪化すると回答する一方で、「やり方次第で地方にチャンスが転がっている(製造業)」とする前向きな回答も得られた。

当商工会では、平成 28 年度より経営発達支援計画を取り組んでおり、今後も様々な支援事業を実施し、事業者に寄り添った経営支援を行っていくこととする。

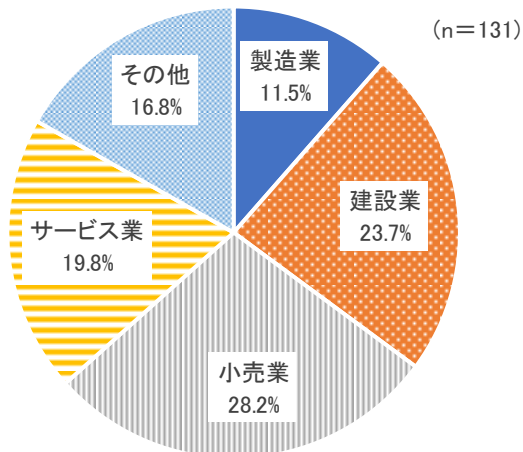
1. 事業所の基本データ

Ⅱ 調査結果

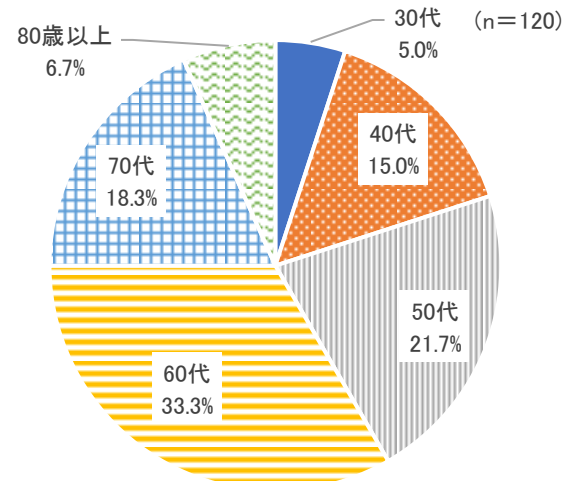
1. 事業所の基本データ

基本データとして、業種、代表者年代、従業員数、直近売上、売上推移、営業利益推移を把握した。

(1) 業種

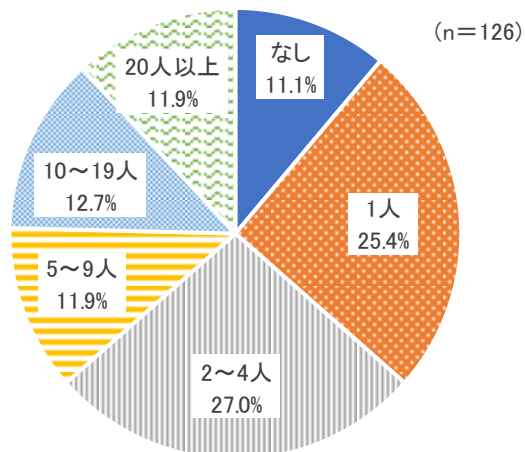


(2) 代表者年代



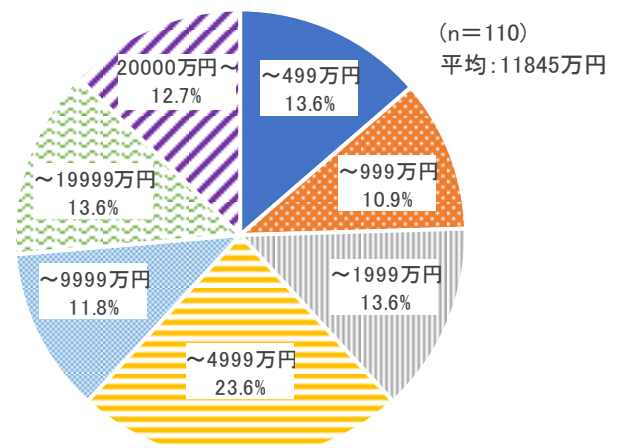
(3) 従業員数

※経営者を除いた家族従業員を含む



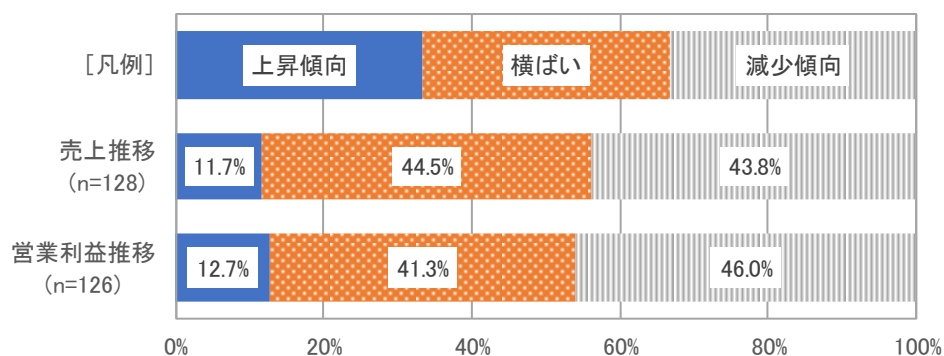
(4) 直近売上

※個人事業は令和元年份、法人は一番近い決算期の一年間



(5) 売上推移・営業利益推移

※3年以内の推移（業歴3年未満は事業を営まれた年数）



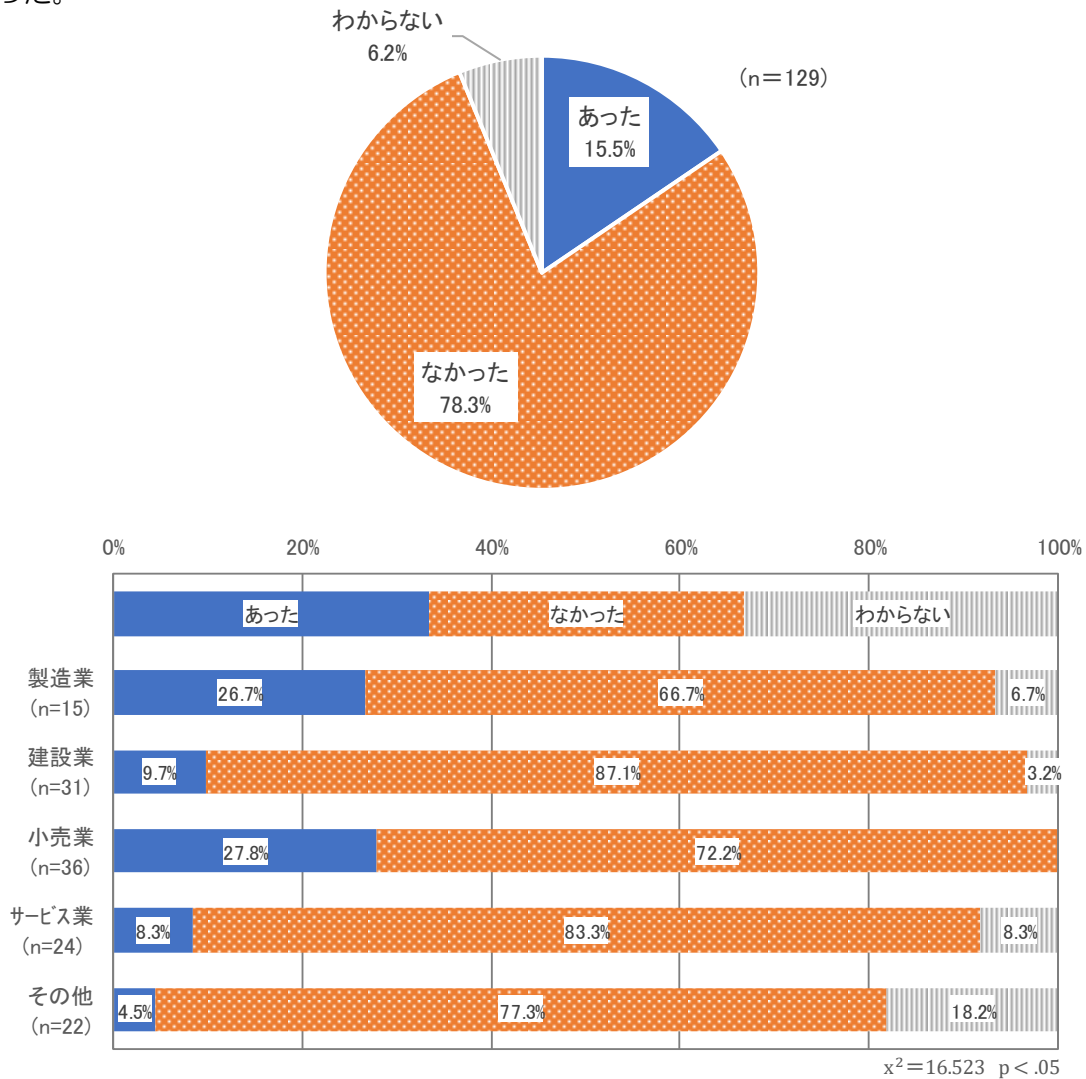
2. 消費増税前の駆け込み需要

2. 消費増税前の駆け込み需要

(1) 駆け込み需要の有無

駆け込み需要の有無については、全体で「あった(15.5%)」は 1 割台と低かった。

業種別に見てみると有意差があり、小売業と製造業は他の業種に比べ駆け込み需要が高かった。



■自由意見

<「あった」回答者>

- 大量購入により、少しでも安く仕入れようとするお客様が見受けられた。(製造業)
- 前回 5%から 8%に上がった時より少なかった。(建設業)
- 少し。(小売業)
- 少々。(小売業)

<「なかった」回答者>

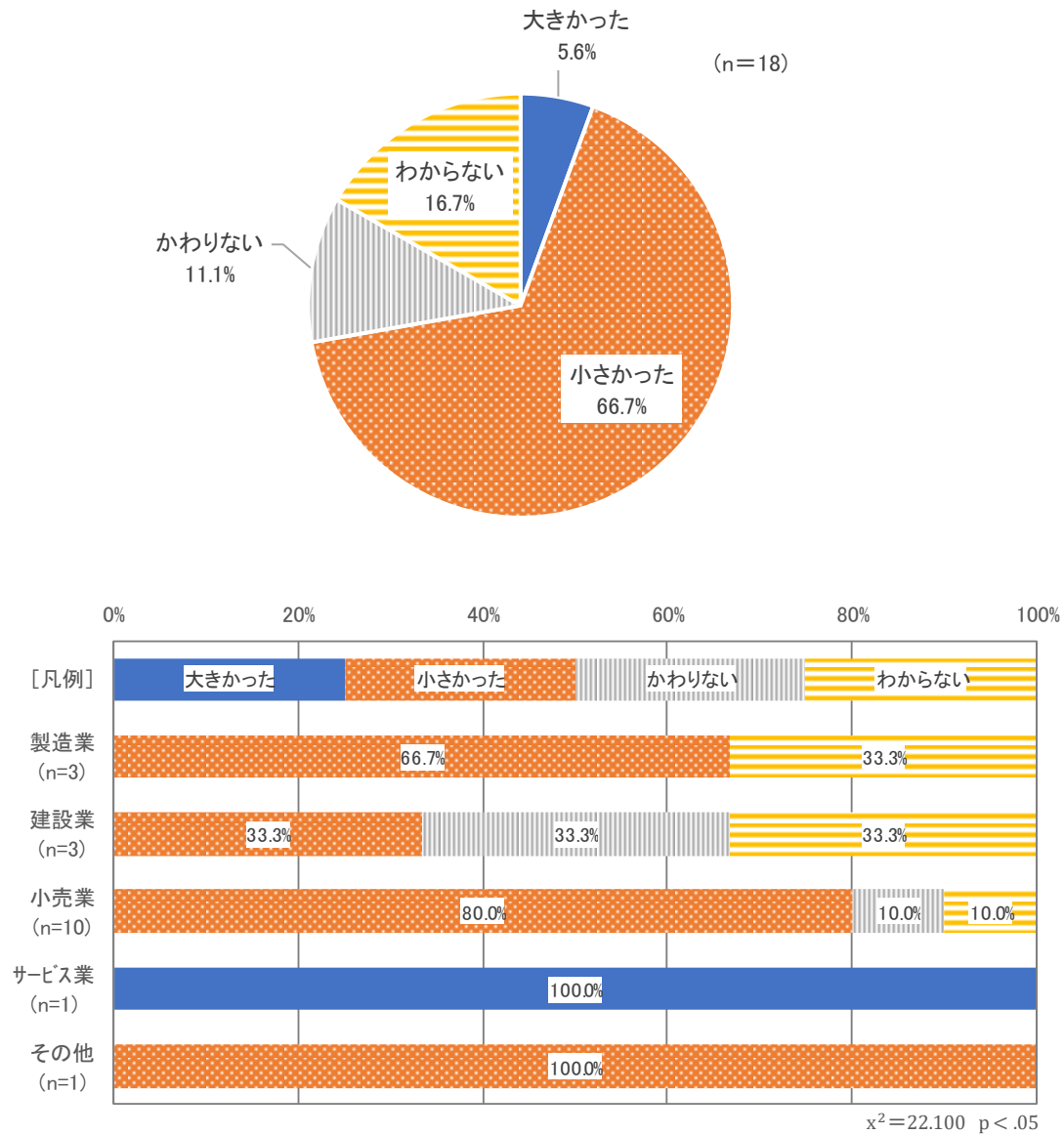
- 私どもの業種は関係ない。(製造業)
- 取扱商品が生活必需品ではないため特に駆け込み需要はない。(小売業)

2. 消費増税前の駆け込み需要

(2) 5 年前の消費増税時との比較

※上記「(1) 駆け込み需要の有無」で「あった」の回答者のみ

5 年前の消費増税時との比較については、全体で「小さかった(66.7%)」が「大きかった(5.6%)」を 60 ポイント以上上回った。



■自由意見

<「小さかった」回答者>

- 前回と比べて上げ幅が小さかったのと増税慣れしているのかも。(建設業)

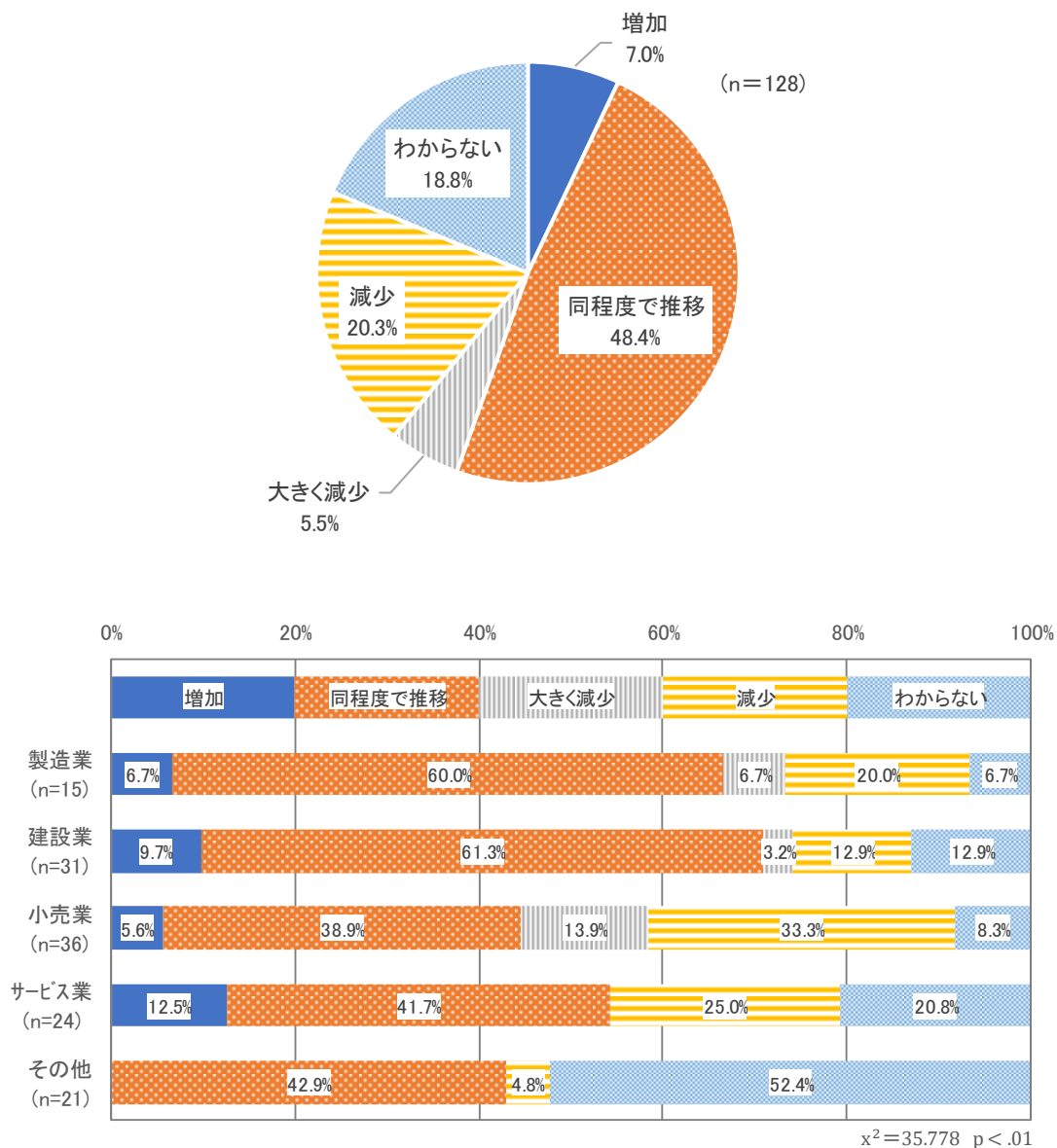
3. 前年同時期との売上比較

3. 前年同時期との売上比較

(1) 前年同時期との売上比較

前年同時期との売上比較については、全体で「同程度で推移(48.4%)」が約半数を占め、「大きく減少(5.5%)」「減少(20.3%)」が「増加(7.0%)」を上回った。

業種別に見てみると有意差があり、製造業と建設業に比べ小売業とサービス業は「減少」が高かった。



■自由意見

<「増加」回答者>

- 消費増税に直結するマイナス要素でない商品・サービス・役割でいられれば悩むことがありません。(製造業)
- 災害に対応したため増加した。(建設業)
- 10月1日より、価格の見直し(値上げ)を大胆に行った。来店回数の減少、売上減を想定していたが、外的要因(近隣工事がはじまり、その関係者の来店増)によるものが大きいと考える。(サービス業)
- 売上は増えた。店が1戸なくなったことかと思う。(サービス業)

<「同程度で推移」回答者>

- 売上額は変わらない(公共工事の比率がUPしたためか?)。(建設業)

<「大きく減少」回答者>

- 業界全般の不振の影響で大きく減少している。(小売業)

<「減少」回答者>

- 増税とは関係ない。(製造業)
- 量販店や業務用スーパーなどの安い店に買いに行く人が増えた。(小売業)
- 消費税よりも天候の影響が大きかったと思われる。(小売業)

<「無回答」回答者>

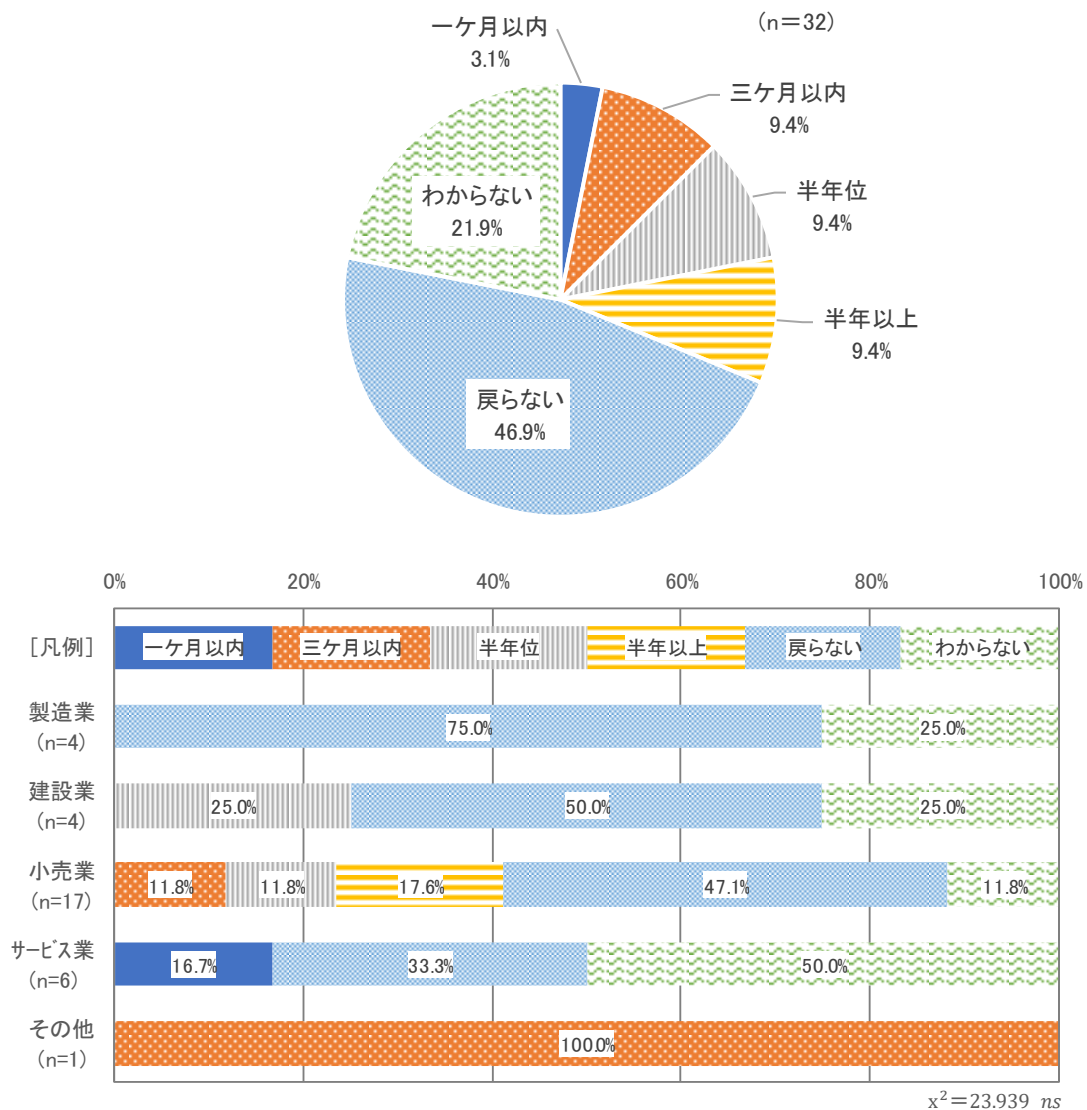
- 新規の仕事は断っているので比較できない。(その他業種)

3. 前年同時期との売上比較

(2) 売上が前年同水準に戻る時期

※上記「(1) 前年同時期との売上比較」で「大きく減少」「減少」の回答者のみ

売上が前年同水準に戻る時期については、全体で「戻らない(46.9%)」が最も高かった。



■自由意見

<「三ヶ月以内」回答者>

- タイヤが摩耗するから。(小売業)

<「戻らない」回答者>

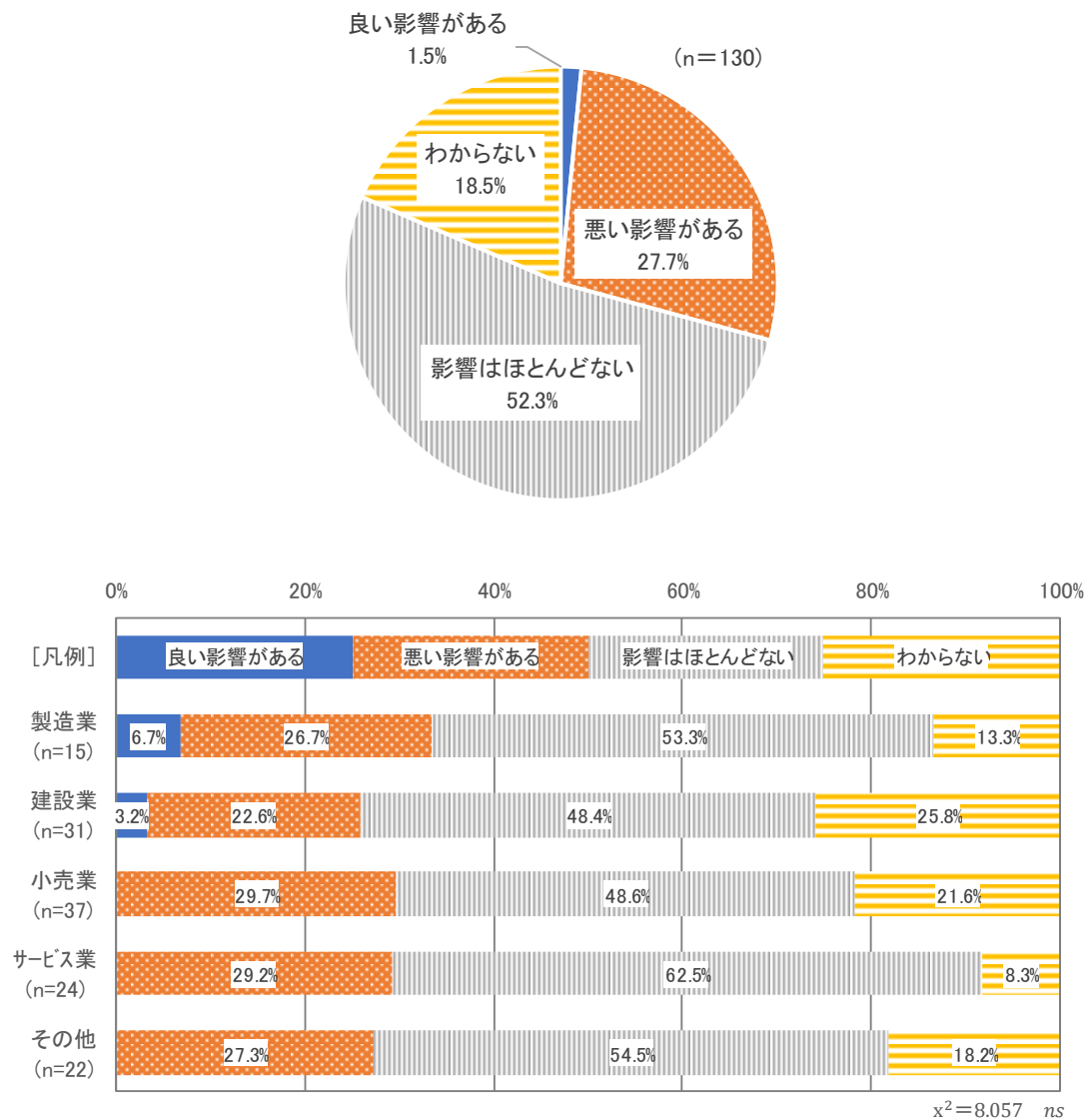
- 患者減少のため。(小売業)
- 商業環境の悪化で改善の策が期待できない。(小売業)

4. 消費税率引き上げによる業績への影響

4. 消費税率引き上げによる業績への影響

(1) 業績への影響の有無

業績への影響については、全体で「影響はほとんどない(52.3%)」が半数以上を占め、「悪い影響がある(27.7%)」が「よい影響がある(1.5%)」を上回った。



4. 消費税率引き上げによる業績への影響

■自由意見

<「良い影響がある」回答者>

- 本物志向が現れるため、心の内側が伝わり、金儲けだけでは残れない。(製造業)

<「悪い影響がある」回答者>

- 高額商品や工事契約が減少する。(建設業)
- 先ずは嗜好品の節約が考えられるため影響が出てくる。(小売業)
- 将来的には消費税等の冷え込み、その他値上がり等がおき、営業利益を圧迫すると思う。(サービス業)
- 経費の増額。(その他業種)

<「影響はほとんどない」回答者>

- 消費税率引き上げによる影響より、人口減少による影響が大きい。(サービス業)
- 食料なのであまり変わりません。(サービス業)
- 8%と10%の2種類じゃない方がよかったかも。(サービス業)

<「わからない」回答者>

- 加工中止のため。(その他業種)

4. 消費税率引き上げによる業績への影響

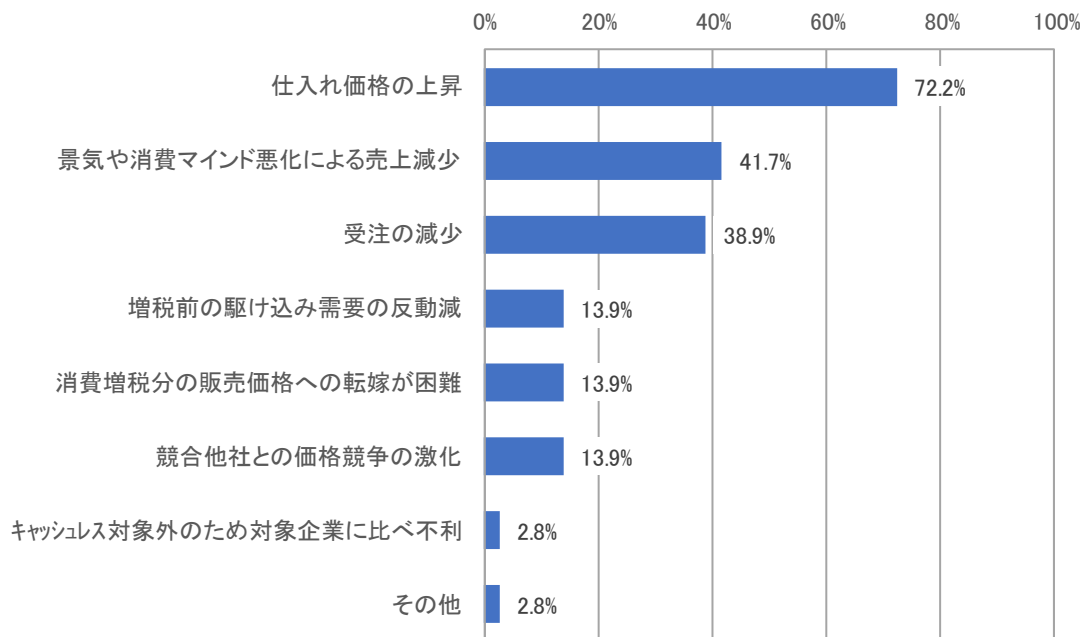
(2) 悪い影響の内容〔複数回答〕

※上記「(1) 業績への影響」で「悪い影響がある」の回答者のみ

悪い影響の内容については、全体で「仕入れ価格の上昇(72.2%)」が最も高かった。

業種別に見てみると「消費増税分の販売価格への転嫁が困難」に有意差があり、サービス業の5割台(57.1%)が回答した。

(n=36)



悪い影響の内容		業種				
		製造業 (n=4)	建設業 (n=7)	小売業 (n=11)	サービス業 (n=7)	その他 (n=6)
仕入れ価格の上昇	ns	2 50.0%	5 71.4%	9 81.8%	5 71.4%	4 66.7%
景気や消費マインド悪化による売上減少	ns	1 25.0%	1 14.3%	7 63.6%	4 57.1%	2 33.3%
受注の減少	ns	3 75.0%	5 71.4%	3 27.3%	2 28.6%	1 16.7%
増税前の駆け込み需要の反動減	ns	1 25.0%	0 0.0%	2 18.2%	1 14.3%	1 16.7%
消費増税分の販売価格への転嫁が困難	**	0 0.0%	0 0.0%	1 9.1%	4 57.1%	0 0.0%
競合他社の価格競争の激化	ns	0 0.0%	1 14.3%	2 18.2%	2 28.6%	0 0.0%
キャッシュレス対象外のため対象企業に比べ不利	ns	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 14.3%	0 0.0%
その他	ns	0 0.0%	0 0.0%	1 9.1%	0 0.0%	0 0.0%

※カイニ乗検定を実施し、有意差が見られた項目にはアスタリスク(**1%水準、*5%水準)、見られなかった項目には「ns」を表記。

■自由意見

- 消費マインドの低下は営業活動の強化でカバーできるか？(小売業)
- 軽減税への事務対応。(小売業)

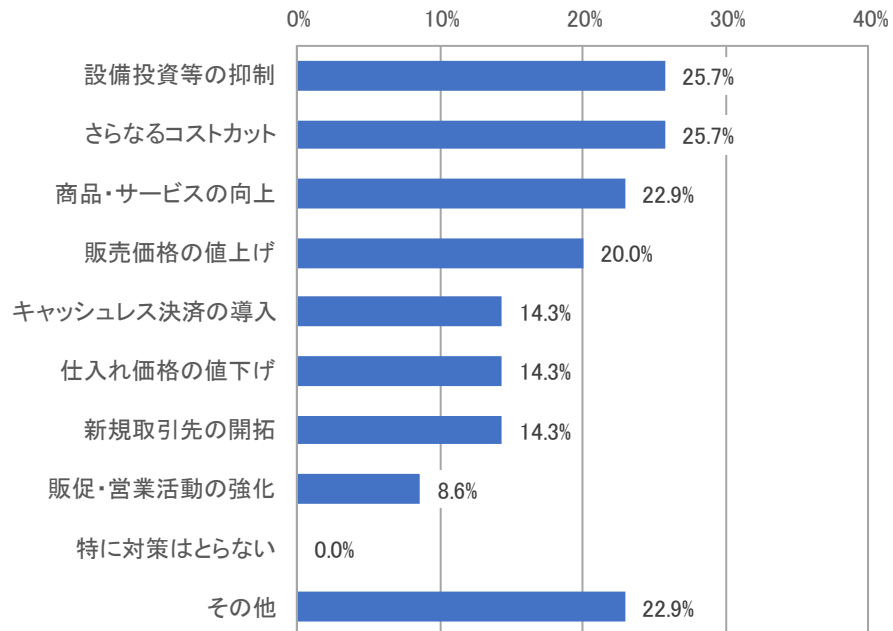
4. 消費税率引き上げによる業績への影響

(3) 悪い影響の打開策〔複数回答〕

※上記「(1) 業績への影響」で「悪い影響がある」の回答者のみ

悪い影響の打開策については、全体で「設備投資等の抑制(25.7%)」と「さらなるコストカット(25.7%)」が最も高かった。

(n=35)



悪い影響の打開策		業種				
		製造業 (n=4)	建設業 (n=6)	小売業 (n=11)	サービス業 (n=7)	その他 (n=6)
設備投資等の抑制	ns	1 25.0%	1 16.7%	5 45.5%	2 28.6%	0 0.0%
さらなるコストカット	ns	2 50.0%	1 16.7%	3 27.3%	1 14.3%	1 16.7%
商品・サービスの向上	ns	0 0.0%	1 16.7%	3 27.3%	2 28.6%	2 33.3%
販売価格の値上げ	ns	0 0.0%	0 0.0%	2 18.2%	2 28.6%	2 33.3%
仕入れ価格の値下げ	ns	1 25.0%	0 0.0%	2 18.2%	2 28.6%	0 0.0%
キャッシュレス決済の導入	ns	1 25.0%	0 0.0%	3 27.3%	1 14.3%	0 0.0%
新規取引先の開拓	ns	0 0.0%	2 33.3%	1 9.1%	2 28.6%	0 0.0%
販促・営業活動の強化	ns	0 0.0%	0 0.0%	2 18.2%	1 14.3%	0 0.0%
その他	ns	1 25.0%	2 33.3%	1 9.1%	2 28.6%	2 33.3%

※カイニ乗検定を実施し、有意差が見られた項目にはアスタリスク(*1%水準、*5%水準)、見られなかった項目には「ns」を表記。

■自由意見

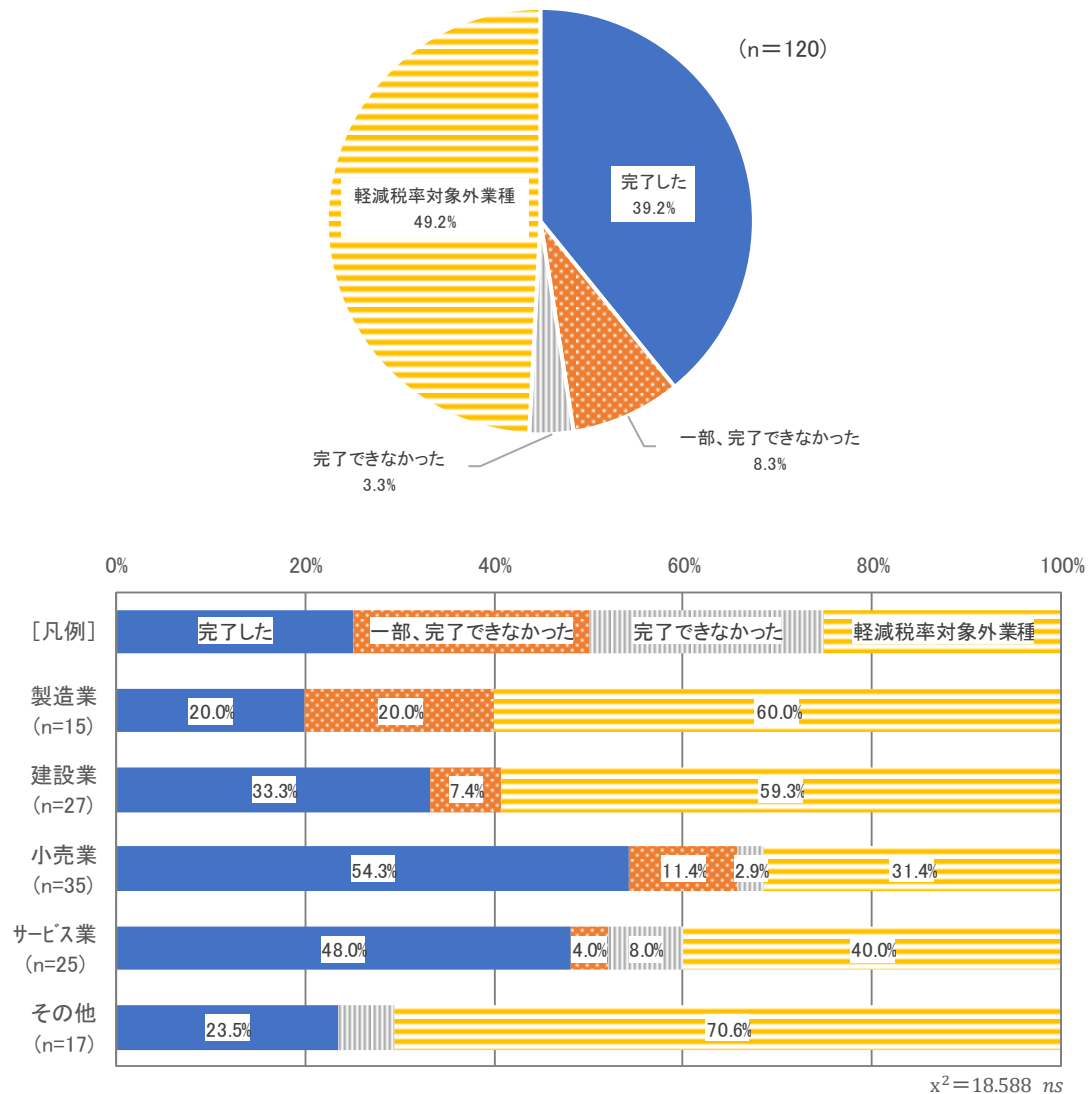
- 商品の特徴や良さをPRするつもり。(小売業)
- 過度の消費人口の減少に自助努力は効をなさない現状に公費対策を望む。(小売業)

5. 軽減税率への対応

5. 軽減税率への対応

(1) 消費税引き上げまでの完了状況

消費税引き上げまでの完了状況については、全体で「軽減税率対象外業種(49.2%)」が約半数を占め、「完了した(39.2%)」は約4割となった。



■自由意見

<「完了できなかった」回答者>

- よくわからない。(その他業種)

<「軽減税率対象外業種」回答者>

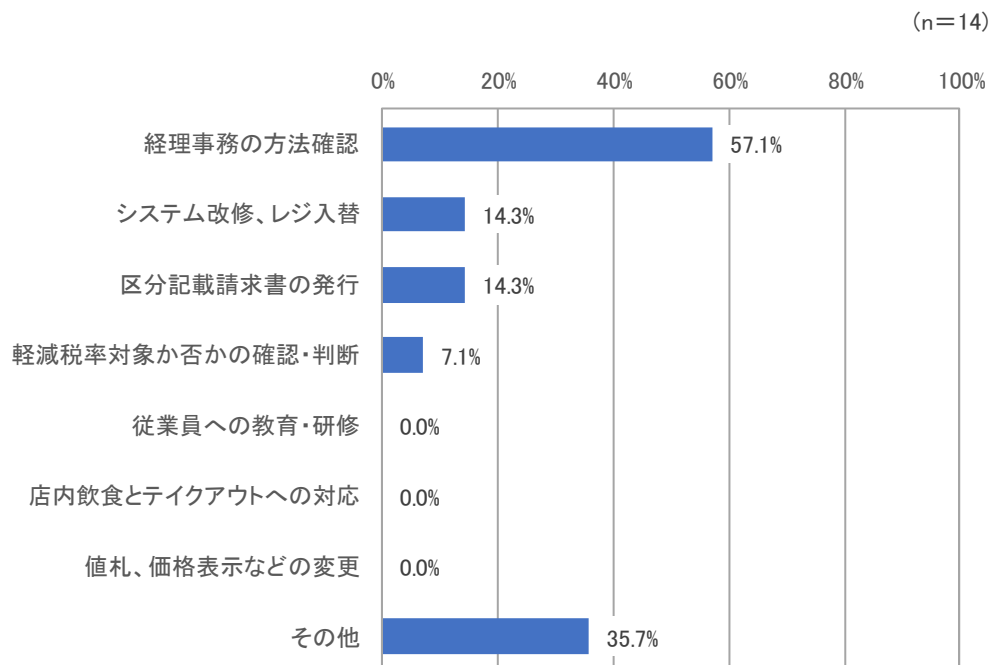
- パンミックス、クエン酸は8%のものだが、8%で売って税金は10%に含むことにした。(小売業)

5. 軽減税率への対応

(2) 完了できなかった内容〔複数回答〕

※上記「(1) 業績への影響」で「悪い影響がある」の回答者のみ

完了できなかった内容については、全体で「経理事務の方法確認(57.1%)」が最も高く、半数以上が回答した。



完了できなかった内容		業種			
		製造業 (n=3)	建設業 (n=2)	小売業 (n=5)	サービス業 (n=3)
経理事務の方法確認	ns	3 100.0%	1 50.0%	2 40.0%	1 33.3%
システム改修、レジ入替	ns	1 33.3%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%
区分記載請求書の発行	ns	1 33.3%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%
軽減税率対象か否かの確認・判断	ns	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%
その他	ns	0 0.0%	1 50.0%	1 20.0%	2 66.7%

※カイニ乗検定を実施し、有意差が見られた項目にはアスタリスク(**1%水準、*5%水準)、見られなかった項目には「ns」を表記。

■自由意見

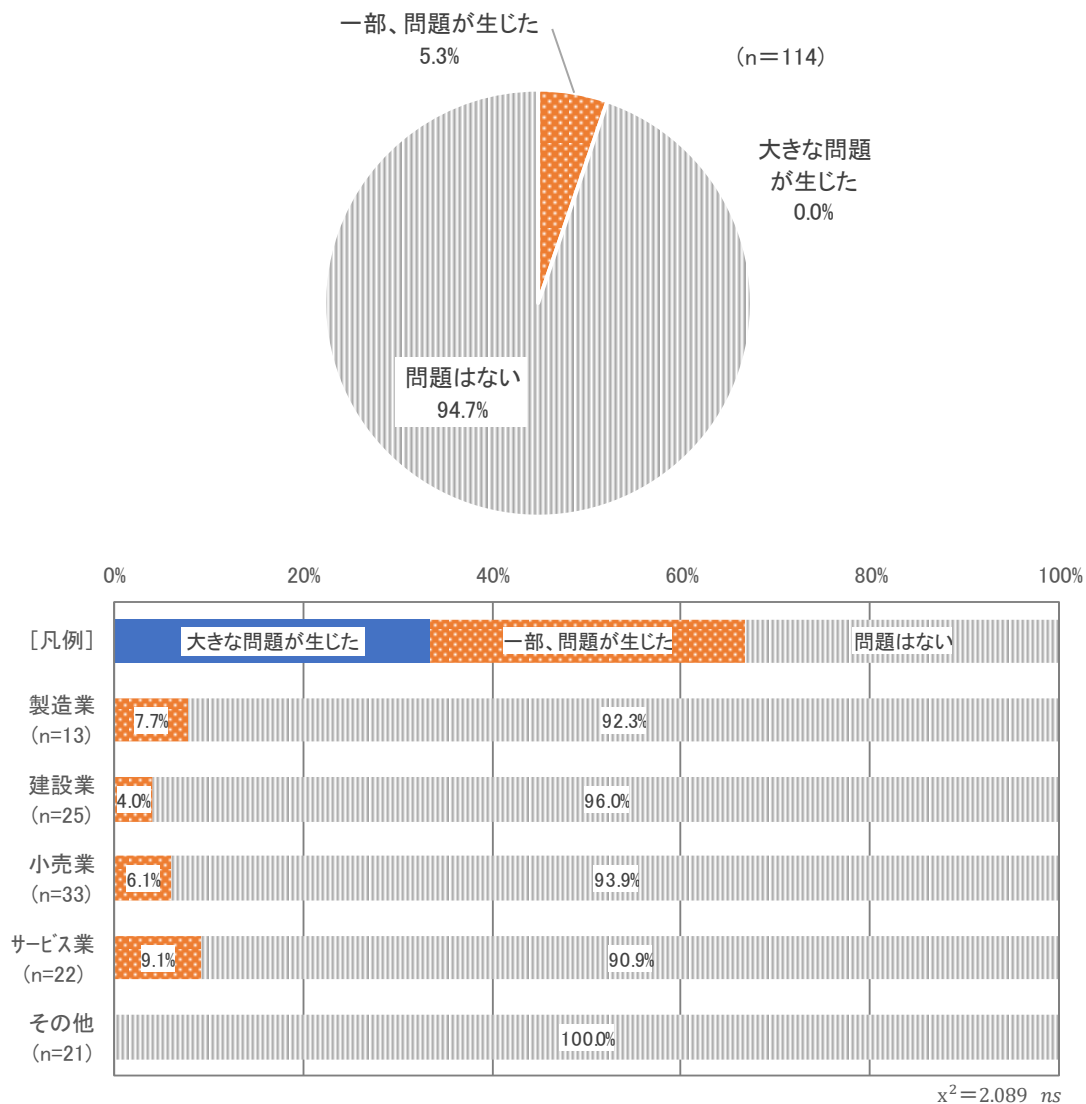
- 長期の契約の取扱商品扱い。(その他業種)

6. 軽減税率導入による顧客等との問題

6. 軽減税率導入による顧客等との問題

(1) 顧客等との問題の有無

顧客等との問題の有無については、全体で「問題はない(94.7%)」が大半を占め、「一部、問題は生じた(5.3%)」は1割未満、「大きな問題が生じた(0.0%)」はなかった。



■自由意見

<「一部、問題が生じた」回答者>

- 買い手の知識不足による説明の手間。(小売業)

<「問題はない」回答者>

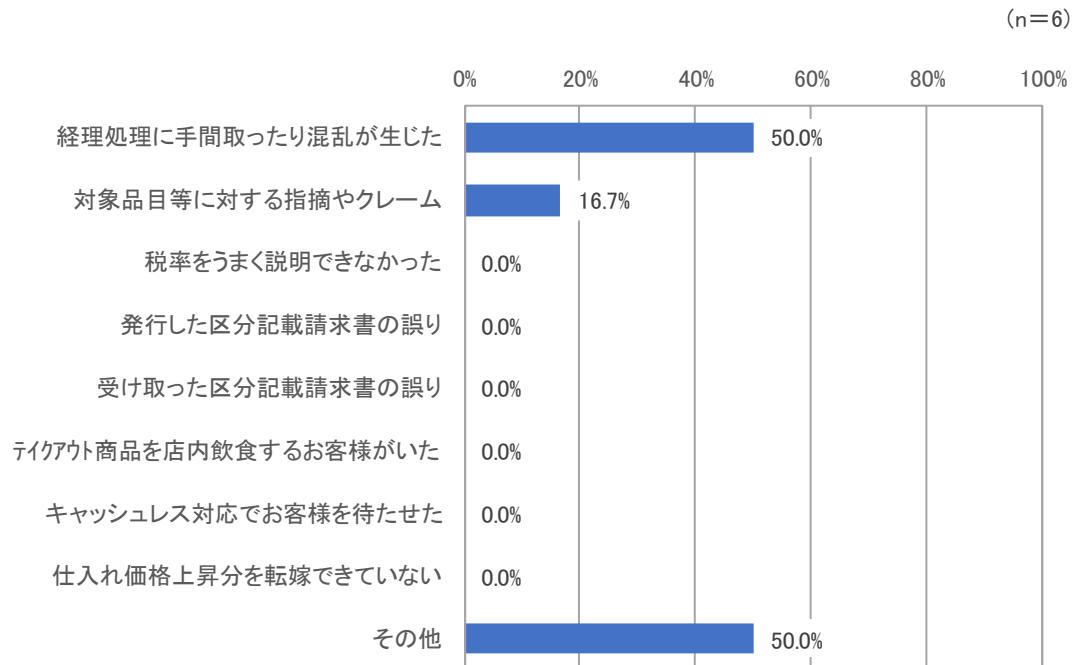
- 軽減税率の導入は余り意見がない業者負担大。(小売業)
- 10%の商品は置かないこととし、店内各所に「すべて8%」と書いたので問題はなかった。(小売業)
- 少しずつやっている。(小売業)

6. 軽減税率導入による顧客等との問題

(2) 顧客等と生じた問題〔複数回答〕

※上記「(1) 顧客等との問題の有無」で「一部、問題が生じた」の回答者のみ

顧客等と生じた問題については、「経理処理に手間取ったり混乱が生じた(50.0%)」が最も高かった。



顧客等と生じた問題		業種			
		製造業 (n=1)	建設業 (n=1)	小売業 (n=2)	サービス業 (n=2)
経理処理に手間取ったり混乱が生じた	ns	0 0.0%	1 100.0%	0 0.0%	2 100.0%
対象品目等に対する指摘やクレーム	ns	1 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
その他	ns	0 0.0%	0 0.0%	2 100.0%	1 50.0%

※カイニ乗検定を実施し、有意差が見られた項目にはアスタリスク(**1%水準、*5%水準)、見られなかった項目には「ns」を表記。

■自由意見

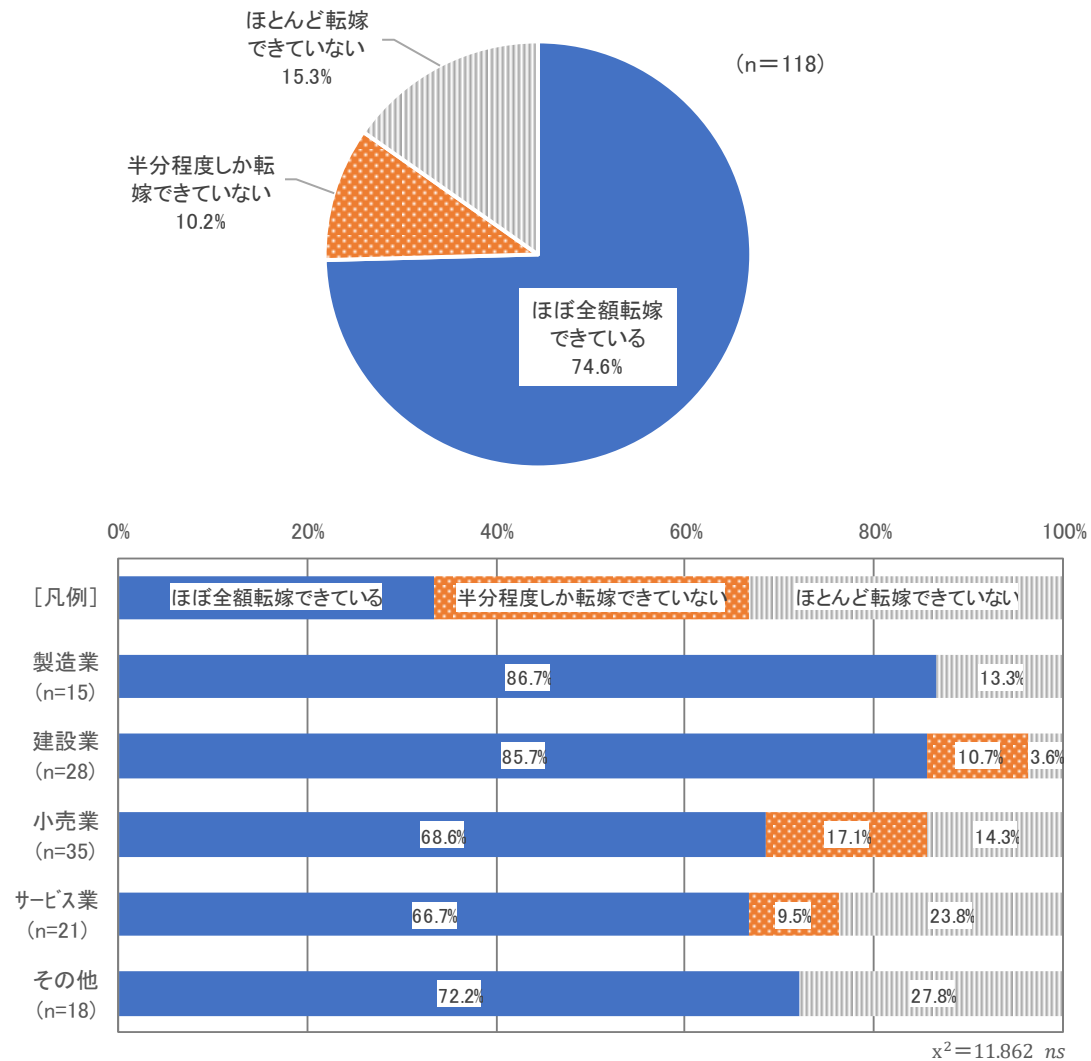
- 買い手の知識不足による説明の手間。(小売業)
- 取引先の請求書の様式が変わってしまった。(小売業)
- ポップのポイントで8%の時買われて10%の時支払いに来られたら、内税なので10%の価格に直して打たなければならなくて戸惑った。(小売業)

7. 消費税引き上げ後、税率引き上げ分の販売価格への転嫁状況

7. 消費税引き上げ後、税率引き上げ分の販売価格への転嫁状況

(1) 転嫁状況

転嫁状況については、「ほぼ全額転嫁できている(74.6%)」が最も高かった。



■自由意見

<「ほぼ全額転嫁できている」回答者>

- 25%上乗せしても売れている。(製造業)
- 消費税(商品+消費税)を理解してもらっている。(建設業)
- 介護報酬に変更あり。(その他業種)

<「半分程度しか転嫁できていない」回答者>

- 8%で入って物はそのまま売っている。(小売業)
- 食費、居住費等ごく僅かな引き上げにとどまっている。(不明)

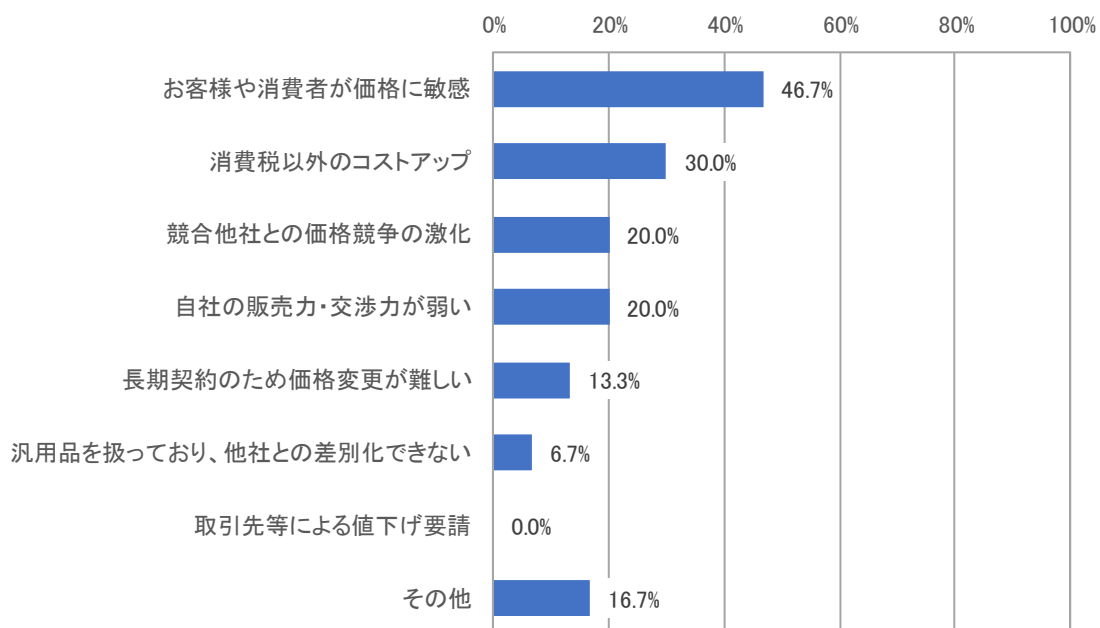
7. 消費税引き上げ後、税率引き上げ分の販売価格への転嫁状況

(2) 転嫁できていない理由〔複数回答〕

※上記「(1) 転嫁状況」で「半分程度しか転嫁できていない」「ほとんど転嫁ができていない」の回答者のみ

完了できなかったことについては、全体で「お客様や消費者が価格に敏感(46.7%)」が最も高かった。

(n=30)



転嫁できていない理由		業種				
		製造業 (n=2)	建設業 (n=4)	小売業 (n=11)	サービス業 (n=7)	その他 (n=5)
お客様や消費者が価格に敏感	ns	0 0.0%	2 50.0%	6 54.5%	5 71.4%	1 20.0%
消費税以外のコストアップ	ns	1 50.0%	3 75.0%	2 18.2%	2 28.6%	1 20.0%
競合他社との価格競争の激化	ns	0 0.0%	0 0.0%	4 36.4%	2 28.6%	0 0.0%
自社の販売力・交渉力が弱い	ns	0 0.0%	0 0.0%	2 18.2%	4 57.1%	0 0.0%
長期契約のため価格変更が難しい	ns	0 0.0%	1 25.0%	1 9.1%	0 0.0%	2 40.0%
汎用品を扱っており、他社との差別化できない	ns	0 0.0%	1 25.0%	1 9.1%	0 0.0%	0 0.0%
その他	ns	1 50.0%	0 0.0%	2 18.2%	1 14.3%	0 0.0%

※カイニ乗検定を実施し、有意差が見られた項目にはアスタリスク(**1%水準、*5%水準)、見られなかった項目には「ns」を表記。

■自由意見

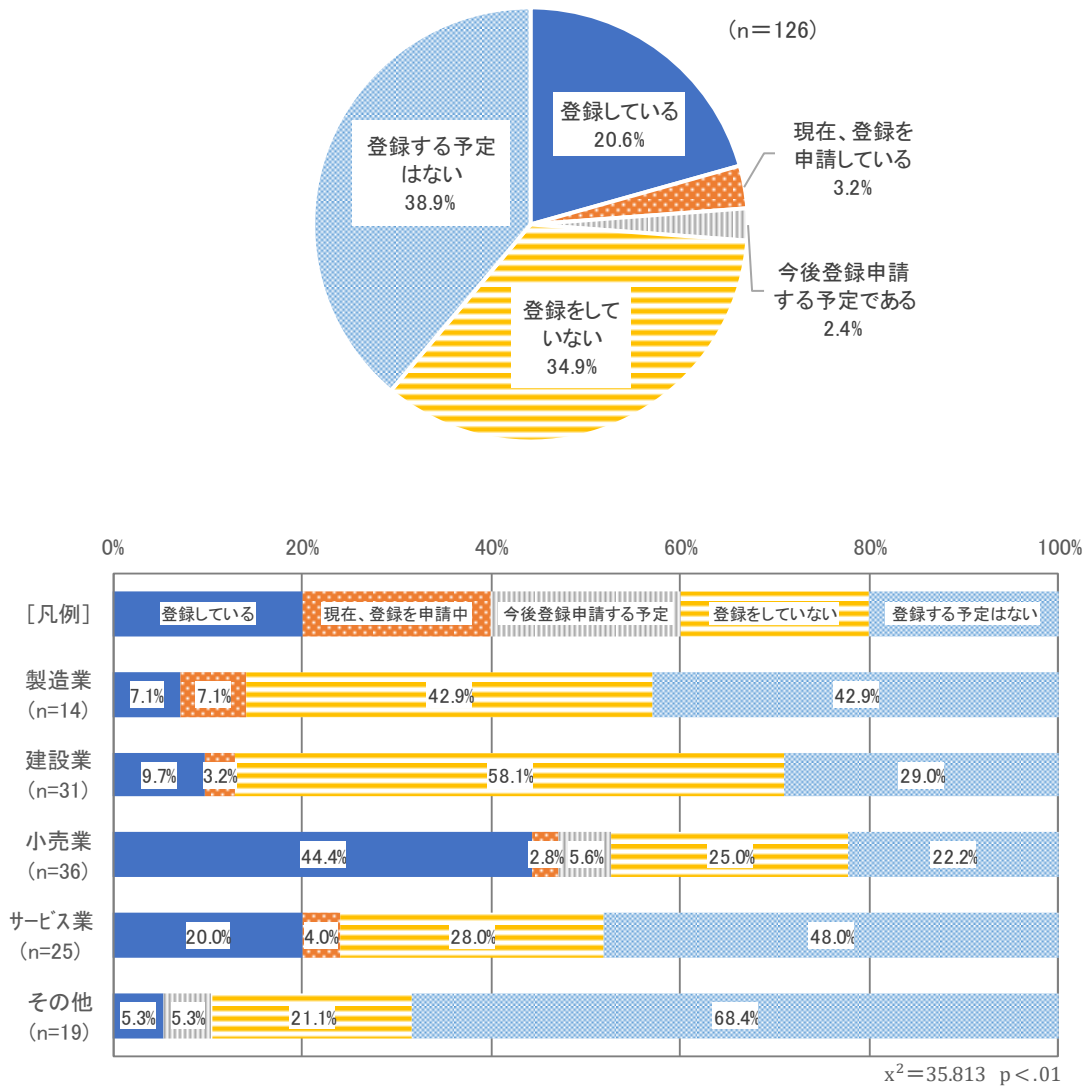
- 市の施設であり、利用料分が条例で決まっているため。(サービス業)

8. キャッシュレス決済ポイント還元事業

(1) 登録状況

登録状況については、「登録している(20.6%)」が約 2 割であり、「登録する予定はない(38.9%)」は約 4 割であった。

業種別に見てみると有意差があり、小売業は他の業種より「登録している(44.4%)」が高かった。



自由意見

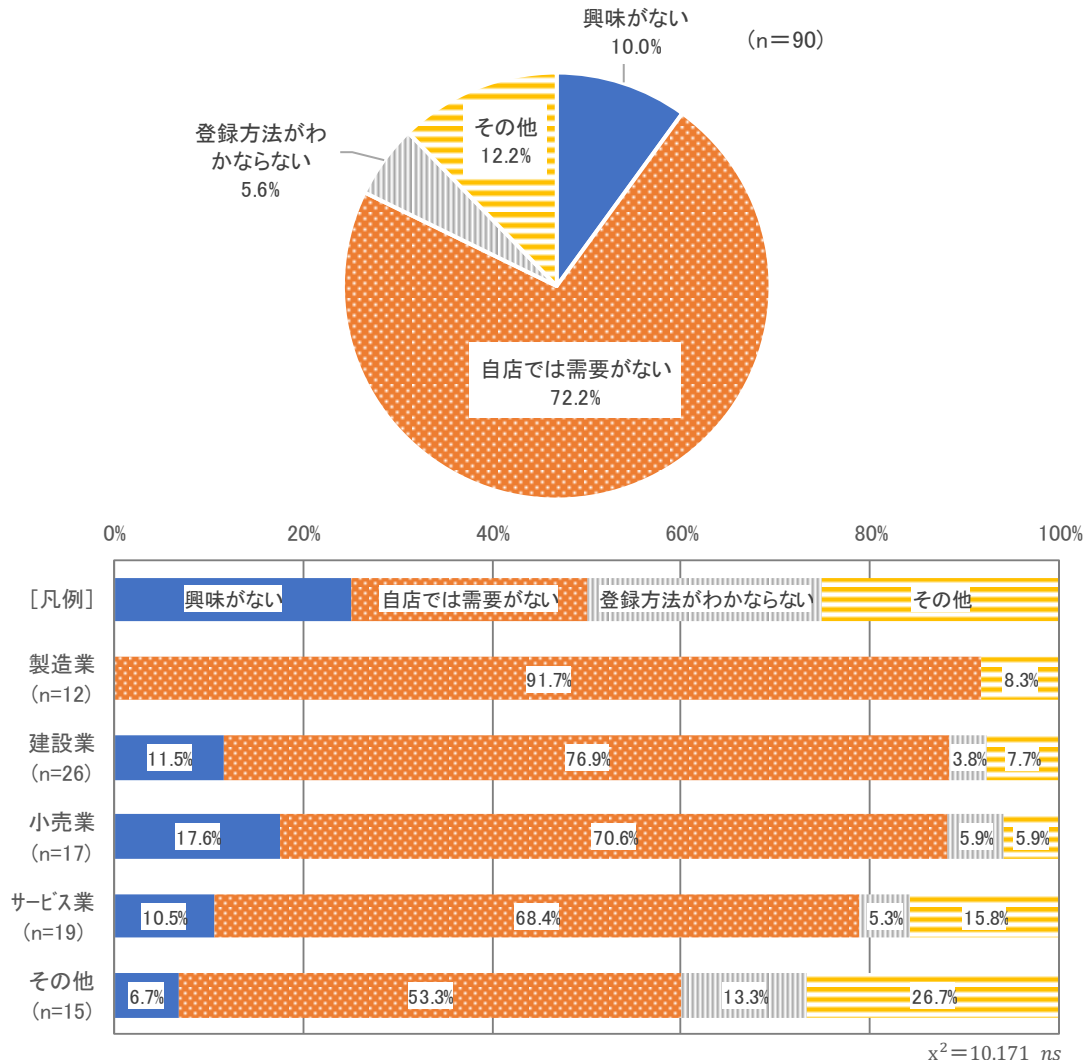
なし

8. キャッシュレス決済ポイント還元事業

(2) 登録していない理由

※上記「(1) 登録状況」で「登録していない」「登録する予定はない」の回答者のみ

登録していない理由については、全体で「自店では需要がない(72.2%)」が最も高かった。



■自由意見

<「自店で需要がない」回答者>

- お客様のほとんどが地域の年配の方なので必要ないし面倒だ。(小売業)
- 後に何年店ができるか分からない年齢なので。(サービス業)
- 個人消費がほとんどないから。(その他業種)

<「その他」回答者>

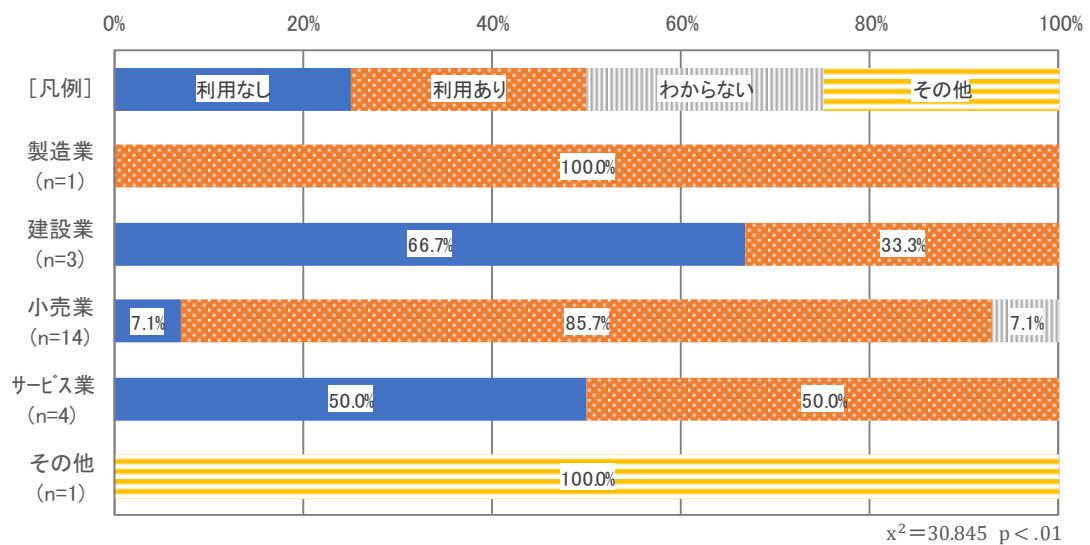
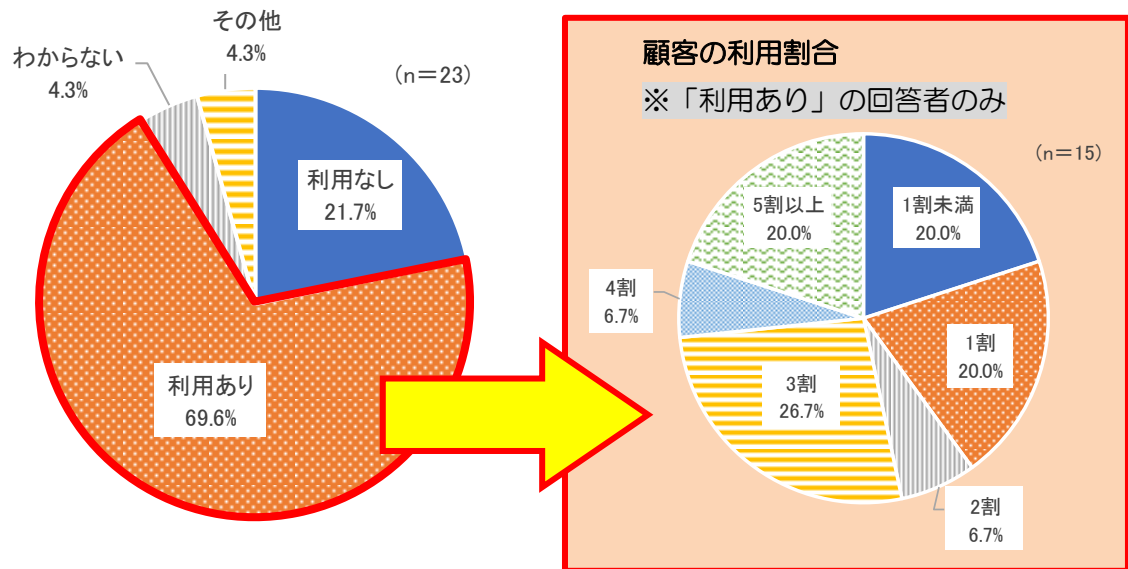
- もう少しメリットがほしい。様子を見ている。(製造業)
- 少し無理がある。(建設業)
- セキュリティへの不信と、ピーク時に人手を要する。そのような来店を望まない。(サービス業)
- 来年、調査士の登録をはずす予定だが、どうなるか分からないため。(その他業種)
- 対象外。(その他業種)

8. キャッシュレス決済ポイント還元事業

(3) キャッシュレスの利用状況

※上記「(1) 登録状況」で「登録している」の回答者のみ

キャッシュレスの利用状況については、全体で「利用あり(69.6%)」となった。
業種別に見てみると有意差があり、小売業は「利用あり(85.7%)」の回答者が多い。
「利用あり」の回答者の中で利用頻度は「3割(26.7%)」が多かった。



■自由意見

<「利用なし」回答者>

- お客様から利用を申し込まれない。(建設業)

<「利用あり」回答者>

- 今後増えると思う。(サービス業)
- 現在の利用は数%だが、だんだん増えてきている。(小売業)

<「その他」回答者>

- ごく一部の人。(その他業種)

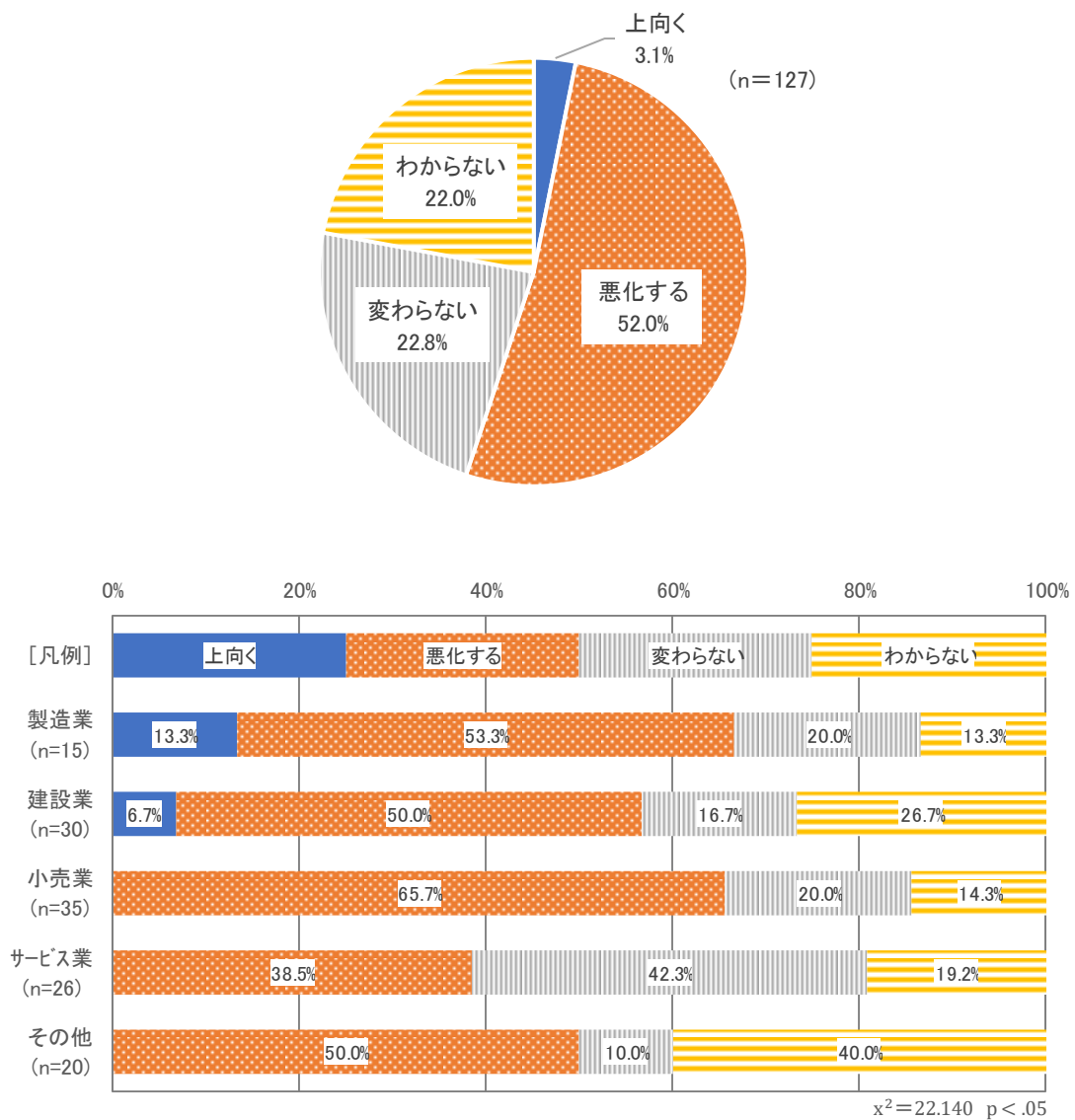
9. 今後の地域の景気

9. 今後の地域の景気

(1) 今後の地域の景気

今後の地域の景気については、全体で「悪化する(52.0%)」が約5割を占めた。

業種別に見てみると有意差があり、「上向く」と回答した業種は製造業(13.3%)と建設業(6.7%)のみであった。



■自由意見

＜「上向く」回答者＞

- やり方次第で地方にこそチャンスが転がっている。今のままでは消えてなくなる。
(製造業)
- 上を向いてほしい。(製造業)
- 人が少なくなるので全体は下がると思う。(建設業)

＜「悪化する」回答者＞

- だんだん住人が少なくなるし、若い人は休みに車で街にまとめ買いに行く。(小売業)
- 見通しはよくない。でもこの地域から飲食店がなくなると困る人たちがいるので何とか頑張ってやり続ける予定。(サービス業)
- 通信販売になる。(その他業種)
- 生産するものについては悪化する。(その他業種)

＜「変わらない」回答者＞

- 10%になっても衣食住はしなくてはいけない。日本は食べるのに困った人はいないと思う。(サービス業)
- 田舎には田舎だけのインフルエンサーの人がいるので、その人がキャッシュレスを利用し始めると、もう少し変わるかも。(サービス業)

参考資料（アンケート調査票）

消費増税に伴う影響についての地域経済動向アンケート調査

「調査ご協力のお願い」

本調査は、三次広域商工会管内における事業者の皆様を対象に、消費増税に伴う影響を把握し、当商工会が行う「伴走型支援」において的確な事業に繋げることを目的に実施するものです。
このデータは本調査目的以外での使用、また個別に外部への公開は致しませんのでご安心下さい。
ご多用中とは存じますが、ご協力の程、宜しくお願い申し上げます。

実施者：三次広域商工会（担当：山崎）

質問 1. 事業所の基本データ

下記の空欄をご記入いただき、該当する番号に○をつけてください。

事業所名		代 表 者	(歳)
業 種		主力商品	
直近売上※3	万円	従業員数※1	人
売上推移※2	1. 上昇傾向 2. 横ばい 3. 減少傾向		
営業利益推移※2	1. 上昇傾向 2. 横ばい 3. 減少傾向		

※1 従業員数とは経営者を除いた家族従業員を含みます

※2 3年以内の推移について（業歴が3年未満の方は、事業を営まれた年数の範囲）

※3 直近売上とは、個人事業では、令和元年分・法人では、一番近い決算期分の一年間

質問 2. 消費税増税前の駆け込み需要と思われる動きはありましたか。

(1) あった (2) なかった (3) わからない

自由意見欄（何かご意見があればご記入下さい）

質問 3. 質問 2. で「(1) あった」と回答頂いた方に質問です。5年前の消費税増税時とくらべたらどうですか。

(1) 大きかった (2) 小さかった (3) かわりない (4) わからない

自由意見欄（何かご意見があればご記入下さい）

質問 4. 消費税が 10% に引き上げられて 1 月 1 日で 3 ヶ月が経過となります。前年同時期と比べ売上に変化はありますか。

(1) 増加 (2) 同程度で推移 (3) 大きく減少 (4) 減少 (5) わからない

自由意見欄（何かご意見があればご記入下さい）

質問5.質問4.で「(3) 大きく減少 (4) 減少」と回答頂いた方に質問です。前年同水準に戻るのはいつ頃とお考えですか。

- (1) 一ヶ月以内 (2)三ヶ月以内 (3)半年位 (4)半年以上 (5)戻らない (6) わからない

自由意見欄（何かご意見があればご記入下さい）

質問6.消費税率引き上げによる業績への影響はあると思いますか。

- (1) 良い影響がある (2) 悪い影響がある (3) 影響はほとんどない (4) わからない

自由意見欄（何かご意見があればご記入下さい）

質問7.質問6.で「(2) 悪い影響がある」と回答頂いた方に質問です。悪い影響の内容は何かですか。＜複数回答可＞

- (1) 景気や消費マインド悪化による売上減少
(2) 増税前の駆け込み需要の反動減
(3) 消費増税分の販売価格への転嫁が困難（顧客離れが心配、取引の値下げ要請等）
(4) 仕入れ価格の上昇
(5) 競合他社の価格競争の激化
(6) 受注の減少
(7) 自社はキャッシュレス決済による還元制度の対象外であり、制度対象となる企業に比べ不利
(8) その他

自由意見欄（何かご意見があればご記入下さい）

質問8.質問6.で「(2) 悪い影響がある」と回答頂いた方に質問です。悪い影響を打開するために取り入れた対策についてお聞かせ下さい。＜複数回答可＞

- (1) 販促・営業活動の強化
(2) キャッシュレス決済の導入
(3) さらなるコストカット
(4) 設備投資等の抑制
(5) 販売価格の値上げ
(6) 仕入れ価格の値下げ（仕入れ先変更、交渉強化等）
(7) 新規取引先（顧客）の開拓
(8) 商品・サービスの向上
(9) 特に対策はとらない
(10) その他

自由意見欄（何かご意見があればご記入下さい）

質問9.消費税率引き上げ・軽減税率導入（10月1日）までに、軽減税率への対応は完了出来ましたか。

- (1) 完了した (2) 一部、完了できなかった (3) 完了できなかった (4) 軽減税率対象外業種

自由意見欄（何かご意見があればご記入下さい）

質問 10.質問9.で「(2) 一部、完了できなかった (3) 完了できなかった」と回答頂いた方に質問です。何が完了できなかったのですか。＜複数回答可＞

- (1) システム改修、レジ入替
- (2) 帳票入力や税率確認等の経理事務の方法確認
- (3) 区分記載請求書（レシート含む）の発行
- (4) 従業員への教育・研修
- (5) 販売商品もしくは仕入れ商品について、軽減税率の対象か否かの確認・判断
- (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の方法等）
- (7) 値札、価格表示などの変更
- (8) その他

自由意見欄（何かご意見があればご記入ください）

質問 11.軽減税率の導入によって、お客様や取引先との関係で何か問題が生じましたか。

- (1) 大きな問題が生じた (2) 一部、問題が生じた (3) 問題はない

自由意見欄（何かご意見があればご記入ください）

質問 12.質問 11.で「(1)大きな問題が生じた (2)一部、問題が生じた」と回答頂いた方に質問です。どのような問題が生じましたか。＜複数回答可＞

- (1) 軽減税率対象品目等に対するお客様や取引先から指摘やクレームがあった
- (2) 商品・サービスの税率について、お客様や取引先にうまく説明できなかった
- (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・記載漏れ等があった
- (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・記載漏れがあった
- (5) 社内の経理事務の方法がわからず、経理処理に手間取ったり混乱が生じたりした
- (6) テイクアウトとして会計した商品にも係わらず、店内飲食するお客様がいた
- (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係り、お客様をレジで待たせてしまった
- (8) 軽減税率対象品目について、仕入れ価格上昇分を転嫁できていない
- (9) その他

自由意見欄（何かご意見があればご記入下さい）

質問 13.今回の消費税率引き上げ後、税率引き上げ分の販売価格への転嫁状況についてお聞かせ下さい。

- (1) ほぼ全額転嫁できている (2) 半分程度しか転嫁できていない (3) ほとんど転嫁できていない

自由意見欄（何かご意見があればご記入下さい）

質問 14.質問 13.で「(2) 半分程度しか転嫁できていない (3) ほとんど転嫁できていない」と回答頂いた方に質問です。なぜできないのですか。＜複数回答可＞

- (1) お客様や消費者が価格に敏感（顧客離れが心配）
- (2) 取引先等による値下げ要請
- (3) 競合他社との価格競争の激化
- (4) 自社の販売力・交渉力が弱い
- (5) 消費税以外に他のコストアップの要因（原材料費・人件費・物流費等）が大きく、消費税引き上げ分の価格転嫁に至らない
- (6) 長期契約のため価格変更が難しい
- (7) 汎用品を扱っており、他社との差別化できない
- (8) その他

自由意見欄（何かご意見があればご記入下さい）

質問 15.現在、政府のキャッシュレス決済ポイント還元事業に登録していますか。

- (1) 登録している (2) 現在、登録を申請している (3) 今後登録申請する予定である
- (4) 登録していない (5) 登録する予定はない

自由意見欄（何かご意見があればご記入下さい）

質問 16.質問 15.で「(4) 登録していない (5) 登録する予定はない」と回答頂いた方に質問です。なぜしないのですか。

- (1) 興味が無い (2) 自店では需要がない (3) 登録方法がわからない (4) その他

自由意見欄（何かご意見があればご記入下さい）

質問 17.質問 15.で「(1) 登録している」と回答頂いた方に質問です。12 月末においてお客様のどのくらいがキャッシュレスを利用されますか。（クレジットカードを含む）

- (1) 利用なし (2) 約（ ）割利用 (3) わからない (4) その他

自由意見欄（何かご意見があればご記入下さい）

質問 18.今後の地域の景気について、どのようにお考えですか。

- (1) 上向く (2) 悪化する (3) 変わらない (4) わからない

自由意見欄（何かご意見があればご記入下さい）

お忙しいところご協力頂き誠にありがとうございました。

同封の返信用封筒に入れ、令和2年1月15日（水）までにご投函ください。