

# 消費税率引き上げと

## 中小企業の転嫁対策



消費税の価格転嫁対策のポイントについて  
日本商工会議所消費税転嫁対策窓口相談等事業実施ワーキンググループ委員で中小企業診断士の秋島一雄さんが3回にわたり解説します。

1 回目目は、そもそも「消費税の転嫁とは一体何で、なぜ転嫁対策が必要か？」という点に絞ってお伝えします。

ご存じのとおり、平つくからです。

成26年4月1日より消費税 適切な価格転嫁がで  
費税率が現在の5%か ければ、事業者は従来  
ら8%に引き上げられ の収益の確保が可能で  
ます。税率の引き上げ ます。消費税は、仕入れ  
により、事業者はさら 時には仕入れ価格に消  
に厳しい経営環境に陥 費税分を加えて支払  
の可能性ががあります。 い、販売時に本体価格  
事業者は買い手の購買 に消費税分を加えて受  
意欲を考え、税率上昇 け取り、支払った消費  
分を価格に転嫁しない 税と受け取った消費税  
可能性が高く、消費税 の差額を納税します。  
引き上げ相当額がその すなわち、消費税は、  
まま収益の減少に結び 仕組み上は、取引の各

段階で商品やサービス 000円といった値ご  
の価格に転嫁(上乗せ) る感のある価格やキリ  
されることで、最終的 のいい価格から変わる  
には、商品やサービス と、購買意欲の減退が  
を受ける消費者が負担 起らないでしょうか？  
するので、税率が何% ここで、税率が8%に  
であろうと事業者の収 引き上げられた後も、  
益には関係がない、こ 販売価格を税率5%時  
とになりまます。 と同じ価格に据置いた  
場合を考えてみましょ

### 上乗せできないと 収益を圧迫

しかし、実際のビジ スで仕入れ額が1万  
ネスでのやり取りはこ 円、売上額が2万円の  
れほどシンプルでしょ 例ですが、税込み販売

# なぜ転嫁対策が必要か

うか？例えば、消費税 価格を2万1千円に据  
5%時と8%時の本体 え置いた場合の利益の  
価格が同額でも、税込 減少額を示したもので  
みの支払い総額が買い す。税率引き上げ後も  
手の負担増となる状態 販売価格を据え置いた  
で、従来と同じ数量を 場合、増税分を事業者  
販売することは可能で が負担することになる  
しょうか？また、税込 減少になります。その  
み価格が298円や1 減少になります。その

結果、なんと利益は約 5.6%も減少します。  
つまり、適正な転嫁を しないと、その分収益  
が圧迫されてしまいま す。

このように、従来の 収益を維持するために  
は、消費税を適正に価 格に転嫁しなければな  
りません。しかし、実 際のビジネスでは、支  
払総額の増加による買 い手の買い控えや競合  
他社との価格競争など

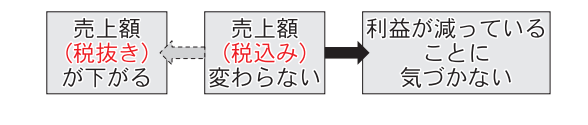
がありまます。そして、 最終的には売れる値段  
での価格設定が必要に なります。

### 事業全体で 適正な利益の確保を

すなわち、単純に従 来の価格に消費税率分

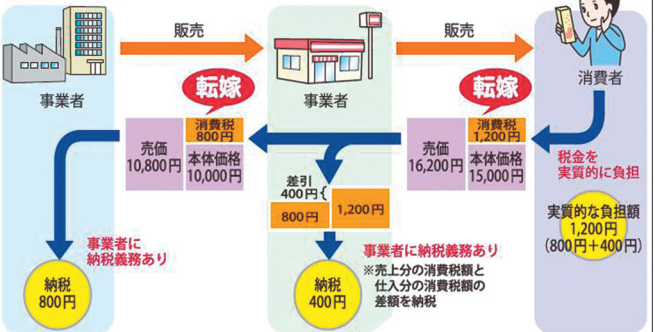
### 消費税を転嫁せずに価格を据置くと

売上額(税込み)	21,000円	売上額(税込み)	21,000円
売上額(税抜き)	20,000円	売上額(税抜き)	19,444円
仕入額(税抜き)	10,000円	仕入額(税抜き)	10,000円
税引利益	10,000円	税引利益	9,444円



を上乗せするといった 一律転嫁ではなく、売  
上げへの影響を加味し て、事業全体で適正な  
利益確保を目指してい く必要があります。具  
体的には、目玉商品な どは販売価格を据え置  
く(実質値下げ)一方 などのさまざまな準備  
診断士 秋島一雄

### 消費税の転嫁のイメージ



は、目玉商品などの値 や対策も必要になって  
下げ分をカバーする値 きます。次回以降、この  
上げを適正な転嫁の範 囲内で行うといった方 法が考えられます。  
さらに、価格設定以 外にも、企業体質強化  
京商工会議所中小企業 相談センター／中小企業  
に 向けた原価低減、販 売促進活動や、納税額  
増 加に向けた資金繰り イネーター／中小企業  
に 向けた原価低減、販 売促進活動や、納税額  
増 加に向けた資金繰り イネーター／中小企業