

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日より消費税率が現在の5%から8%に引き上げられ、事業者は従来から8%に引き上げられる。消費税は、仕入れにより、事業者はさらに仕入れ価格に消費税分を加えて支払う可能性がある。事業者は買手の購買意欲を考え、税率上昇を価格に転嫁しない可能性がある。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、そのまま収益の減少に結び

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)されることで、最終的には、商品やサービスを受け、消費者が負担するので、税率が8%に上がる。事業者の収益には関係がない、とになります。

上乗せできないと収益を圧迫

しかし、実際のビジネスでのやり取りはこれほどシンプルでしょうか?例えば、消費税率を2万1千円に据え置いた場合の利益の減少額を示したもので、税率引き上げ後も販売価格は据え置いたまま、増税分を事業者が負担することになる。そのため、税抜き売上の減少になります。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。

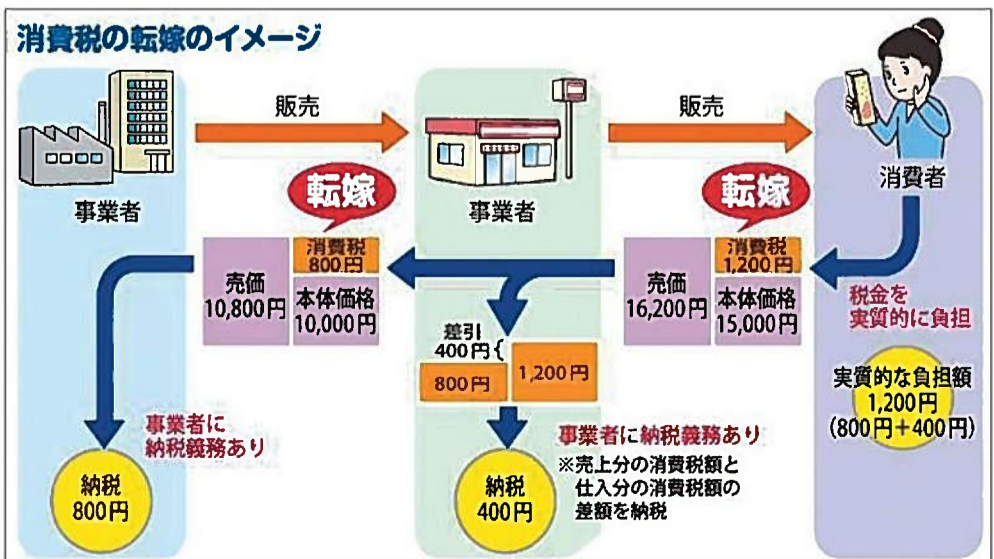
なぜ転嫁対策が必要か

このように、従来の収益を維持するために、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手の買い控えや競合他社との価格競争など

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

売上額(税抜き)が下がる → 売上額(税込み)変わらない → 利益が減っていることに気づかない



が、他の商品の価格で、他の商品は、目玉商品などの値下げ分をカバーする値下がりが必要になります。また、税率引き上げの影響を味し、事業全体で適正な利益確保を目指して、具体的な対策が必要です。具体的には、目玉商品な販売促進活動や、納税額増加に向けた資金繰りなどのさまざまな準備が必要です。日本商工会議所消費税転嫁対策窓口相談等事業実施WG委員/東京商工会議所中小企業相談センター/コーディネーター/中小企業診断士 秋島一雄