

平成25年度
消費税等改正にかかる都内中小企業の状況調査

報告書

平成26年3月



東京都産業労働局商工部

<目 次>

1. 調査概要	1
(1) 調査目的	1
(2) 調査方法・回収状況	1
(3) 調査結果の見方	2
2. 調査結果	3
(1) 調査企業の概要	3
①調査企業の所在地	4
②事業形態	6
③資本金	8
④従業者数	10
⑤業種	11
⑥年間売上高	12
⑦販売先	13
(2) 消費税等改正への対応について	15
①消費税等改正への準備状況	16
②価格転嫁の見込み	18
③価格転嫁できない事情	20
④前回の消費税等改正における価格転嫁への対応	21
⑤見積・レシート・カタログ等に表示している価格	23
⑥消費税等改正に伴う価格表示方法の見直し	25
⑦消費税等改正に伴う経営課題	27
⑧経営課題への対応方法	31
(3) 税制等の施策について	32
①簡易課税制度の利用実態	32
②中小企業投資促進税制を用いた設備投資の実施意向	34
③研究開発促進税制を用いた研究開発投資の実施意向	35
④消費税転嫁対策特別措置法の認知	36
⑤消費税転嫁・表示カルテル制度の認知	38

(4) 今後の景気動向について	40
①全体	41
②業種別	42
③従業者規模別	43
④売上高別	44
(資料1) 調査票	47
(資料2) 単純集計表	53

1. 調査概要

(1) 調査目的

平成 26 年 4 月からの消費税及び地方消費税（消費税等）の税率改正にともない、都内中小企業の状況を把握し、施策の検討資料とすることを目的とする。

(2) 調査方法・回収状況

都内中小企業（4,000 社）に対し、アンケート調査（「消費税等改正にかかる都内中小企業の状況調査」）を実施した。調査の概要は以下のとおりである。

<調査の概要>

○抽出方法及び調査対象	(1) 都内に事業所を有する中小企業で、日本標準産業分類の下記 8 業種が調査対象（平成 24 年経済センサス活動調査の企業名簿から無作為抽出） ①小 売 業：従業員 50 人以下又は資本金 5 千万円以下 ②卸 売 業：従業員 100 人以下又は資本金 1 億円以下 ③サービス業：従業員 100 人以下又は資本金 5 千万円以下 ④情報通信業：従業員 100 人以下又は資本金 5 千万円以下 ⑤製 造 業：従業員 300 人以下又は資本金 3 億円以下 ⑥飲 食 業：従業員 50 人以下又は資本金 5 千万円以下 ⑦建 設 業：従業員 300 人以下又は資本金 3 億円以下 ⑧不 動 産 業：従業員 300 人以下又は資本金 3 億円以下 (2) 上記をみたま企業から無作為に 各 5 0 0 社×8 業種＝4, 0 0 0 社を抽出
○調査方法	郵送配布・郵送回収
○調査期間	2 0 1 4 年 2 月 1 4 日～2 0 1 4 年 3 月 6 日
○発送数	【発送数】 4, 0 0 0 社 【有効発送数】 3, 7 0 0 社（※1）
○回収数	1, 4 7 7 社
○回収率	3 9. 9 %（※2）

※1：中小企業でない・休業中・廃業・都外へ移転・宛先不明等の 3 0 0 社を除いた数

※2：回収率＝回収数÷有効発送数

(3) 調査結果の見方

- ① 基数となるべき実数はn（件数）として表示している。
- ② 集計は小数第2位を四捨五入しているため、数値の合計が100%にならない場合がある。
- ③ アンケートの設問は、グラフに複数回答と表示しているもの以外は単数回答である。
- ④ クロス軸の区分を統合して、《 》を用いて記述している場合がある。（例えば、従業者数で「10～19人」と「20人以上」を統合して《10人以上》、売上高で「1千万円未満」と「1～3千万円未満」を統合して《3千万円未満》と記述している。）
- ⑤ 質問の選択肢を統合して、『 』を用いて記述している場合がある。（例えば、消費税等改正への準備状況で「順調」と「どちらかといえば順調」を統合して『順調である』、景気見通しで「良くなっている」と「やや良くなっている」を統合して『良い』と記述している。）
- ⑥ 本報告書の各グラフでは、見やすさに配慮して「0.0（ゼロ）」を省略している。
- ⑦ 本報告書の各グラフは、全体集計（単純集計）に加えて、業種別（問1(4)）、従業者規模別（問1(3)）、売上高別（問1(6)）のクロス集計を掲載している。
各クロス集計の区分は下表のとおりである。

<クロス集計の区分>

クロス軸	区 分
○業種 (8区分)	「製造業」、「小売業」、「卸売業」、「サービス業」、 「情報通信業」、「飲食業」、「建設業」、「不動産業」
○従業者規模 (6区分)	「1人」、「2～3人」、「4～5人」、 「6～9人」、「10～19人」、「20人以上」
○売上高 (7区分)	「1千万円未満」、「1～3千万円未満」、 「3～5千万円未満」、「5千万～1億円未満」、 「1～3億円未満」、「3～10億円未満」、 「10億円以上」

2. 調査結果

(1) 調査企業の概要

<調査企業の概要（まとめ）>

【所在地】

- 所在地では「城東」（24.3%）が最も高い割合を占めた
- 情報通信業は「都心」「副都心」、製造業は「城東」、建設業は「多摩地域・島しょ」に多く立地
- 従業者規模、売上高が大きくなるほど「都心」が増加

【事業形態】

- 全体では「個人」が3割弱（29.2%）、「法人」が7割（70.0%）
- 飲食業は「個人」が66.2%、情報通信業は「法人」が97.5%
- 従業者数1人は「個人」が76.6%、売上高1千万円未満は「個人」が66.0%

【資本金】

- 資本金「1,000万円以下」が全体の8割弱（78.7%）
- 製造業、小売業、飲食業のほぼ9割が資本金「1,000万円以下」

【従業者数】

- 全体の約5割（48.6%）が従業者数『3人以下』
- 飲食業、不動産業は、従業者数『3人以下』が6割を超える

【業種】

- いずれの業種も1割台で、業種で大きな偏りはない

【年間売上高】

- 年間売上高『3千万円未満』が全体の5割弱（48.9%）
- 飲食業の5割弱（47.0%）が年間売上高「1千万円未満」
- 従業者数1人の約7割（70.6%）が年間売上高「1千万円未満」

【販売先】

- 『一般消費者』（「一般消費者」＋「どちらかといえば一般消費者」）が4割弱（38.1%）、『事業所』（「事業所」＋「どちらかといえば事業所」）が5割強（53.9%）
- 飲食業と小売業は『一般消費者』、情報通信業と卸売業および製造業は『事業所』への販売が高い割合を占めた
- 従業者規模、売上高が小さくなるほど『一般消費者』が増加する傾向

①調査企業の所在地

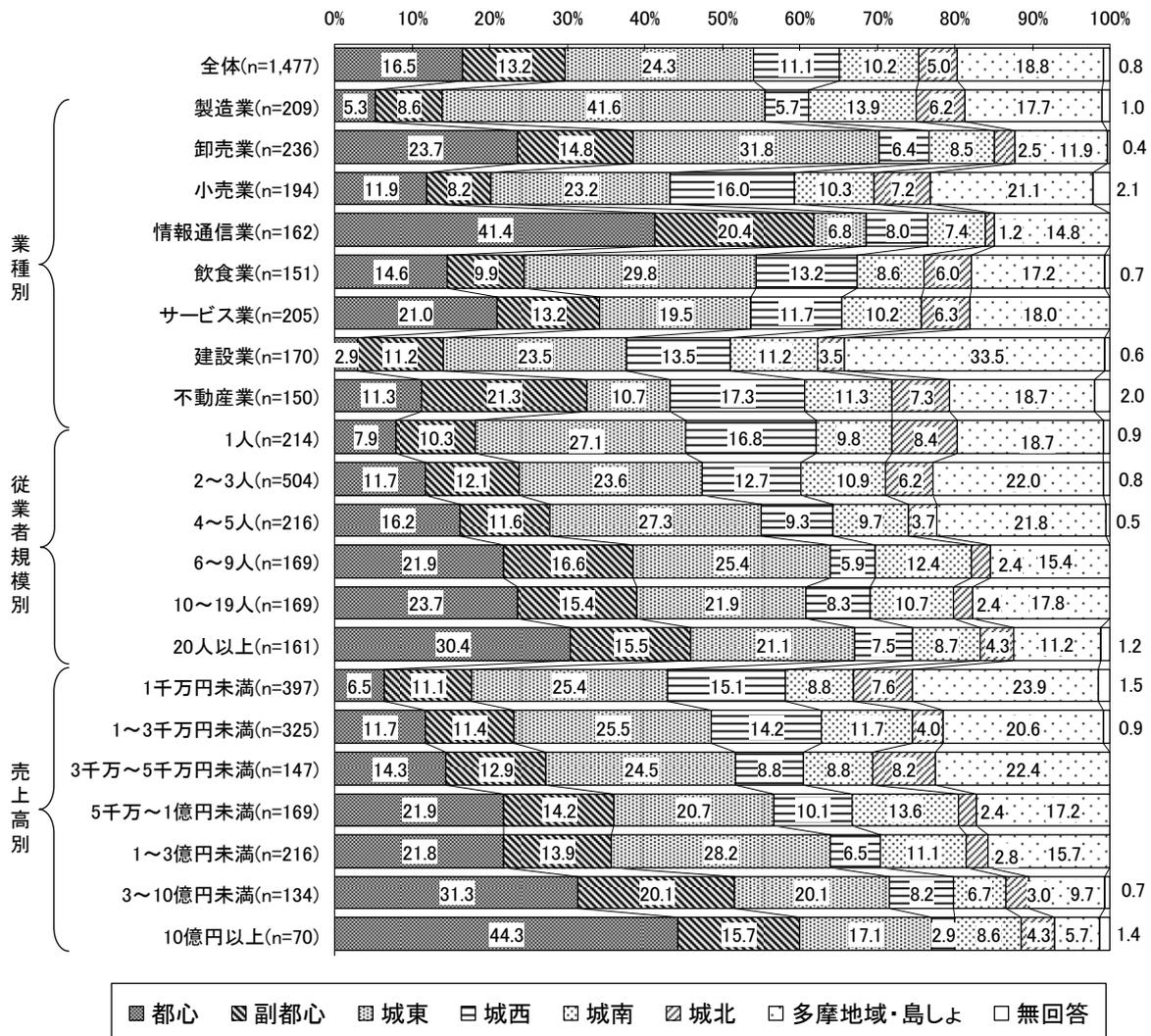
調査企業の所在地は「城東」(24.3%)が最も高い割合で、以下、「多摩地域・島しょ」(18.8%)、「都心」(16.5%)、「副都心」(13.2%)、「城西」(11.1%)、「城南」(10.2%)と続き、「城北」(5.0%)はやや少ない。

業種別にみると、製造業では「城東」が4割強(41.6%)を占め最も高い割合を占めた。また、卸売業と飲食業でも「城東」が約3割(それぞれ31.8%、29.8%)を占めたほか、小売業でも「城東」は2割強(23.2%)を占めて最も高い割合となった。一方、情報通信業は「都心」と「副都心」で6割強(61.8%)を占めた。また、サービス業は比較的分散しているが、「都心」(21.0%)がやや高い割合を占めた。建設業は「多摩地域・島しょ」(33.5%)、不動産業は「副都心」(21.3%)が最も高い割合を占めた。

従業者規模別でみると、《9人以下》は「城東」、《10人以上》は「都心」が最も高い割合を占めた。「都心」と「副都心」は概ね規模が大きくなるほど増加し、20人以上で「都心」が約3割(30.4%)、「副都心」が1割台半ば(15.5%)を占めた。

売上高別にみると、《3億円未満》は「城東」、《3億円以上》は「都心」が最も高い割合を占めた。「都心」は概ね規模が大きくなるほど増加し、10億円以上で4割台半ば(44.3%)を占めた。また、《5千万円未満》では、「多摩地域・島しょ」が2割を超え、「城東」に次いで高い割合を占めた。

図1-1 所在地
(全体・業種別・従業者規模別・売上高別)



(注) 地域区分は以下のとおりである。

- 1. 都心 千代田区、中央区、港区
- 2. 副都心 新宿区、文京区、渋谷区、豊島区
- 3. 城東 台東区、墨田区、荒川区、江東区、足立区、葛飾区、江戸川区
- 4. 城西 世田谷区、中野区、杉並区、練馬区
- 5. 城南 品川区、目黒区、大田区
- 6. 城北 北区、板橋区
- 7. 多摩地域・島しょ 多摩地域の市町村、島しょ

②事業形態

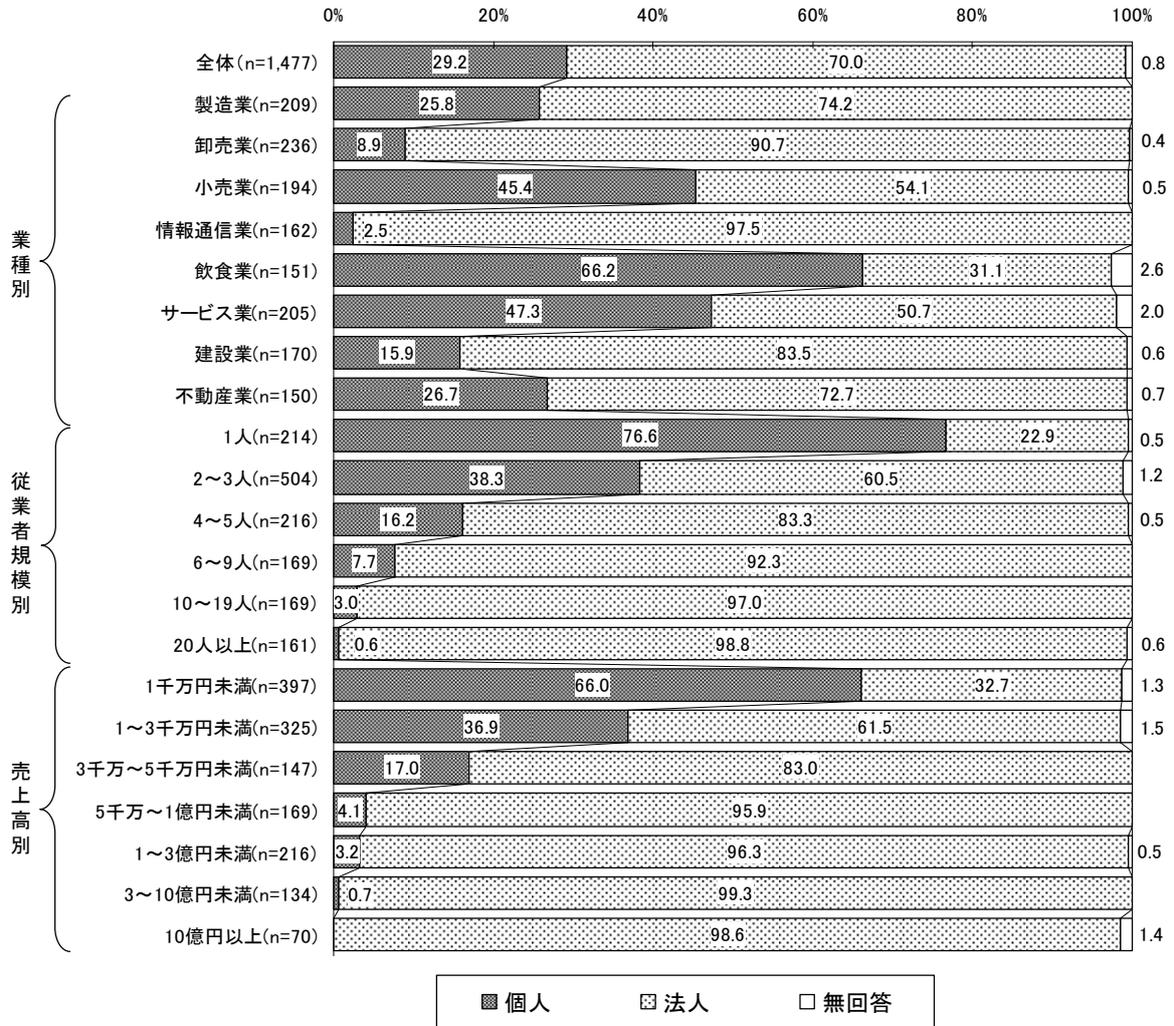
事業形態は、「個人」が3割弱（29.2%）、「法人」が7割（70.0%）で、「個人」と「法人」がほぼ3対7の割合となっている。

業種別にみると、飲食業を除いた業種は「法人」の方が高い割合を占め、「法人」は情報通信業（97.5%）と卸売業（90.7%）で9割を超え、建設業で8割強（83.5%）、不動産業で7割強（72.7%）を占めた。小売業とサービス業は「法人」がそれぞれ54.1%、50.7%と5割を超えるが、「個人」もそれぞれ45.4%、47.3%と4割台半ばを占めた。一方、飲食業は「個人」が6割台半ば（66.2%）を占め、「法人」の3割強（31.1%）よりも高い割合を占めた。

従業者規模別にみると、1人は「個人」（76.6%）が7割台半ばを超え、「法人」は2割強（22.9%）と少ない。従業者規模が大きくなるほど「法人」が増加し、2～3人で約6割（60.5%）、4～5人で8割強（83.3%）、《6人以上》で9割を超える（6～9人が92.3%、10～19人が97.0%、20人以上が98.8%）。

売上高別にみると、1千万円未満では「個人」が3分の2（66.0%）を占めた。売上高が大きくなるほど「法人」が増加し、1～3千万円未満で約6割（61.5%）、3千万～50千万円未満で8割強（83.0%）、《5千万円以上》で9割を超える（5千万～1億円未満が95.9%、1～3億円未満が96.3%、3～10億円未満が99.3%、10億円以上が98.6%）。

図1-2 事業形態
(全体・業種別・従業者規模別・売上高別)



③資本金

法人企業について資本金規模をみると、「500万円以下」が4割強（41.5%）、「500万円超～1,000万円以下」が4割弱（37.2%）で、両者を合わせた『1,000万円以下』が8割近く（78.7%）を占めた。一方、『1,000万円超』は約2割（19.7%）と少ない。

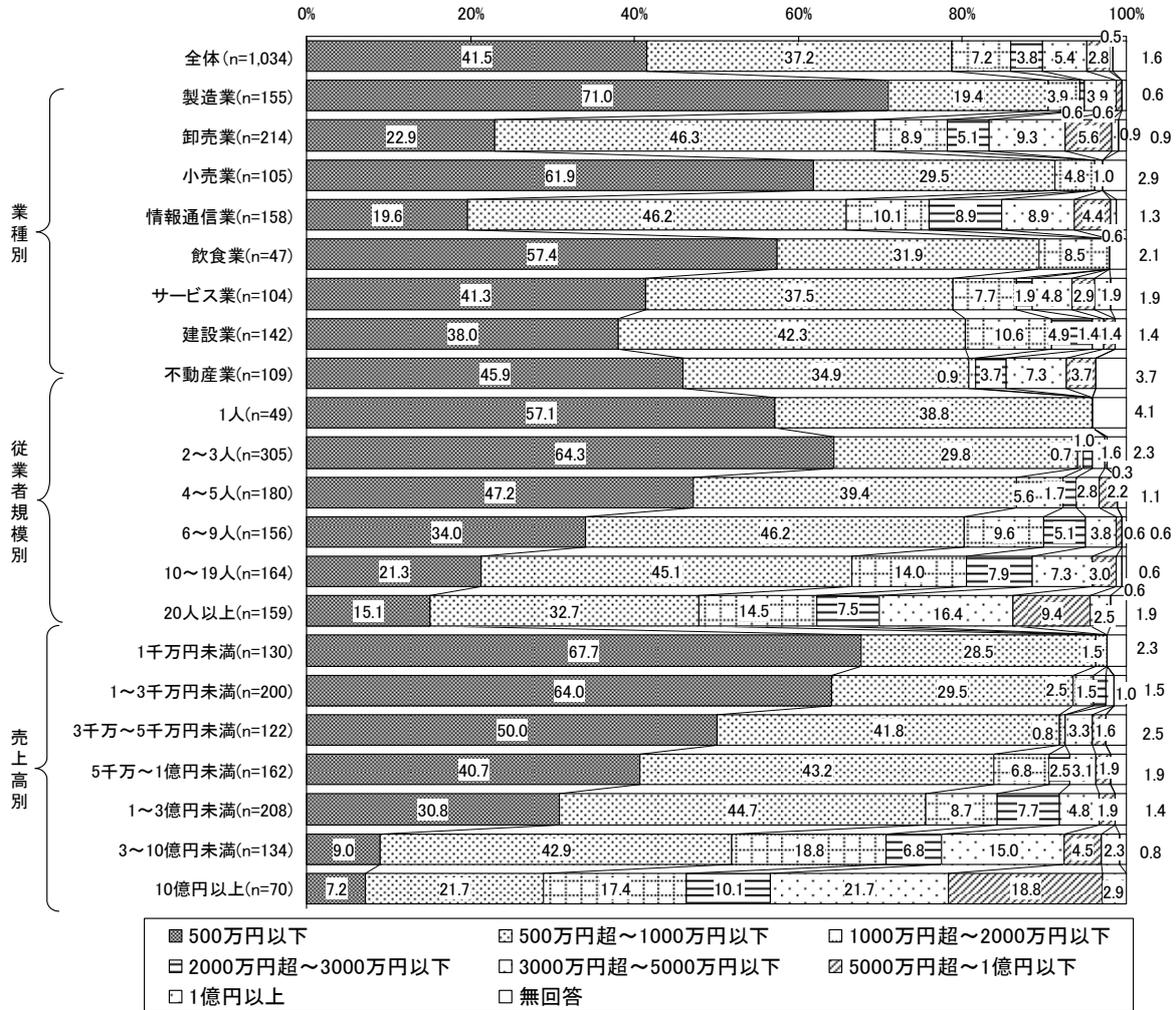
業種別にみると、製造業、小売業、飲食業は資本金規模が小さく、『1,000万円以下』がそれぞれ90.4%、91.4%、89.3%と9割程度を占めている。一方、情報通信業、卸売業は『1,000万円超』が他の業種と比べて多く、それぞれ32.9%、29.8%を占めている。

従業者規模別にみると、従業者数が多くなるほど『1,000万円超』が増加し、20人以上で約5割（50.3%）を占めた。《3人以下》は「500万円以下」が5割を超える。

売上高別にみると、売上高が多くなるほど『1,000万円超』が増加する。1千万円未満、1～3千万円以下は「500万円以下」が6割を超える。

図1-3 資本金

(全体・業種別・従業者規模別・売上高別)



(注) 法人についてのみ集計

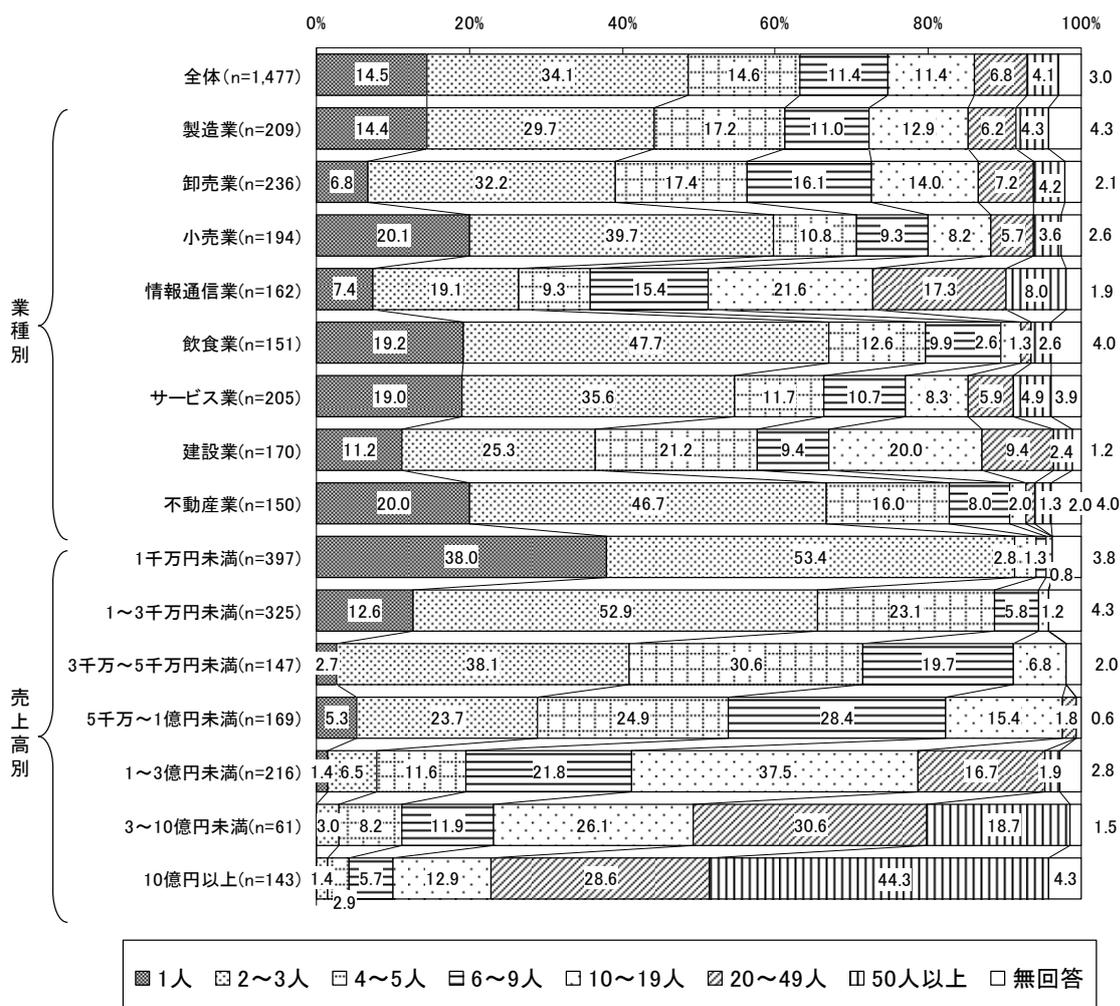
④従業者数

従業者数は、「1人」が14.5%、「2～3人」が34.1%で、両者を合わせた『3人以下』で5割弱（48.6%）を占めた。以下、「4～5人」が14.6%、「6～9人」と「10～19人」がともに11.4%、「20～49人」が6.8%、「50人以上」が4.1%と続いている。

業種別にみると、飲食業と不動産業は規模が小さい企業が多くみられ、『3人以下』がそれぞれ66.9%、66.7%と6割を超える。一方、情報通信業と建設業は他の業種と比べて規模が大きい企業が多くみられ、『10人以上』がそれぞれ46.9%、31.8%を占めた。

売上高別にみると、1千万円未満では『3人以下』の小規模企業が9割強（91.4%）を占めた。『10人以上』の割合は、売上高が大きくなるほど増加し、3～10億円未満で7割台半ば（75.4%）、10億円以上で8割台半ば（85.8%）を占めた。

図1-4 従業者数
(全体・業種別・売上高別)



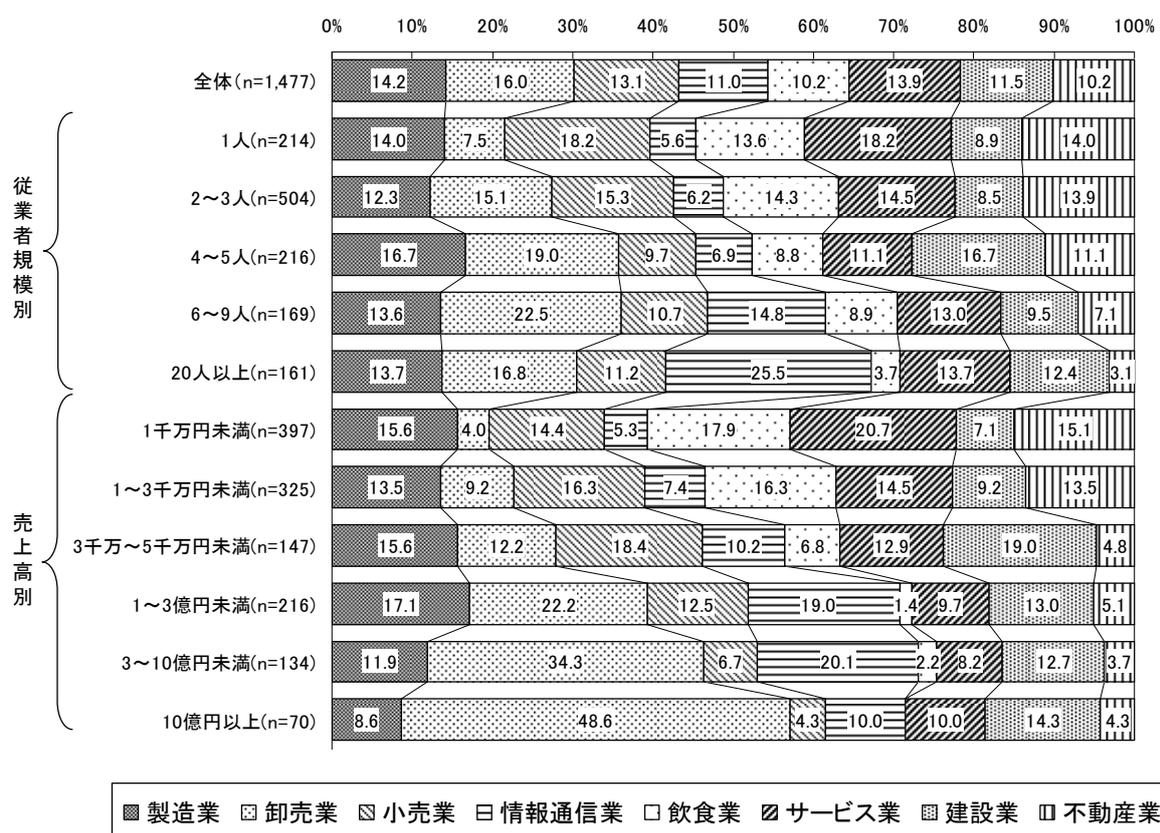
⑤業種

いずれの業種も1割台で、業種による大きな偏りはない。

従業者規模別にみると、20人以上では「情報通信業」(25.5%)が多く、飲食業(3.7%)、不動産業(3.1%)は少ない。6~9人では「卸売業」(22.5%)、1人では「小売業」と「サービス業」が他の業種と比べて多くなった。

売上高別にみると、1千万円未満の小規模企業では「サービス業」、「飲食業」、「不動産業」が他の業種と比べて高い割合を占めた。卸売業は売上高が大きくなるほど増加し、10億円以上で5割弱(48.6%)を占めている。

図1-5 業種
(全体・従業者規模別・売上高別)



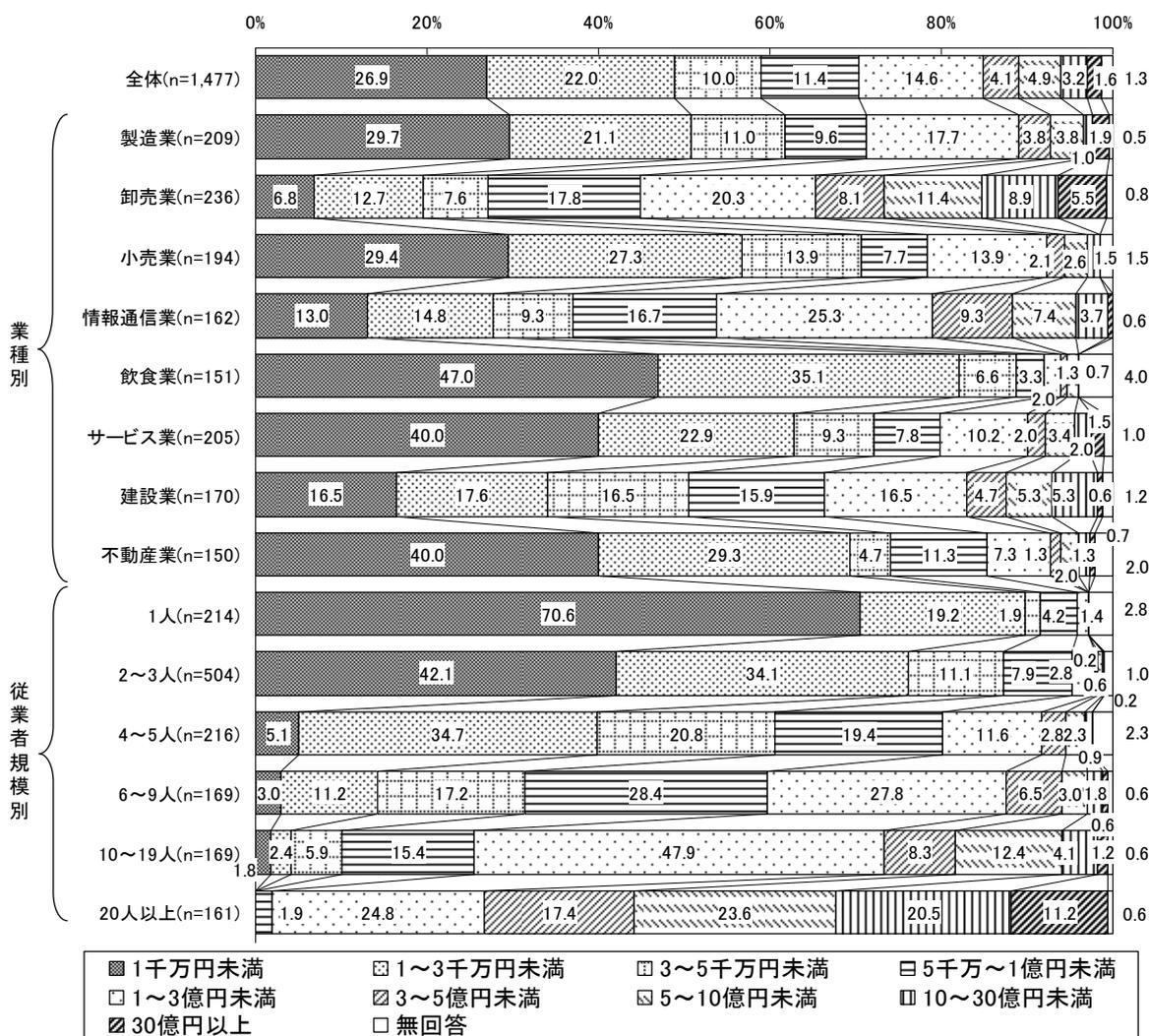
⑥年間売上高

年間売上高は「1千万円未満」が26.9%と最も高い割合を占め、次いで「1～3千万円未満」(22.2%)を合わせた『3千万円未満』で5割近く(48.9%)を占めている。『3千万～1億円未満』が約2割(21.4%)、『1億円以上』が3割弱(28.4%)であった。

業種別にみると、飲食業は売上高が小さい企業が多く『3千万円未満』で8割強(82.1%)を占めた。このほか、サービス業と小売業でも『3千万円未満』がそれぞれ62.9%、56.7%と5割を超える。卸売業と情報通信業は売上高が大きい企業が多く、『1億円以上』がそれぞれ54.2%、46.3%を占めた。

従業員規模別では、1人は「1千万円未満」が約7割(70.6%)を占めた。従業員規模が大きくなるほど売上高が大きい企業が増加する。

図1-6 年間売上高
(全体・業種別・従業員規模別)



⑦販売先

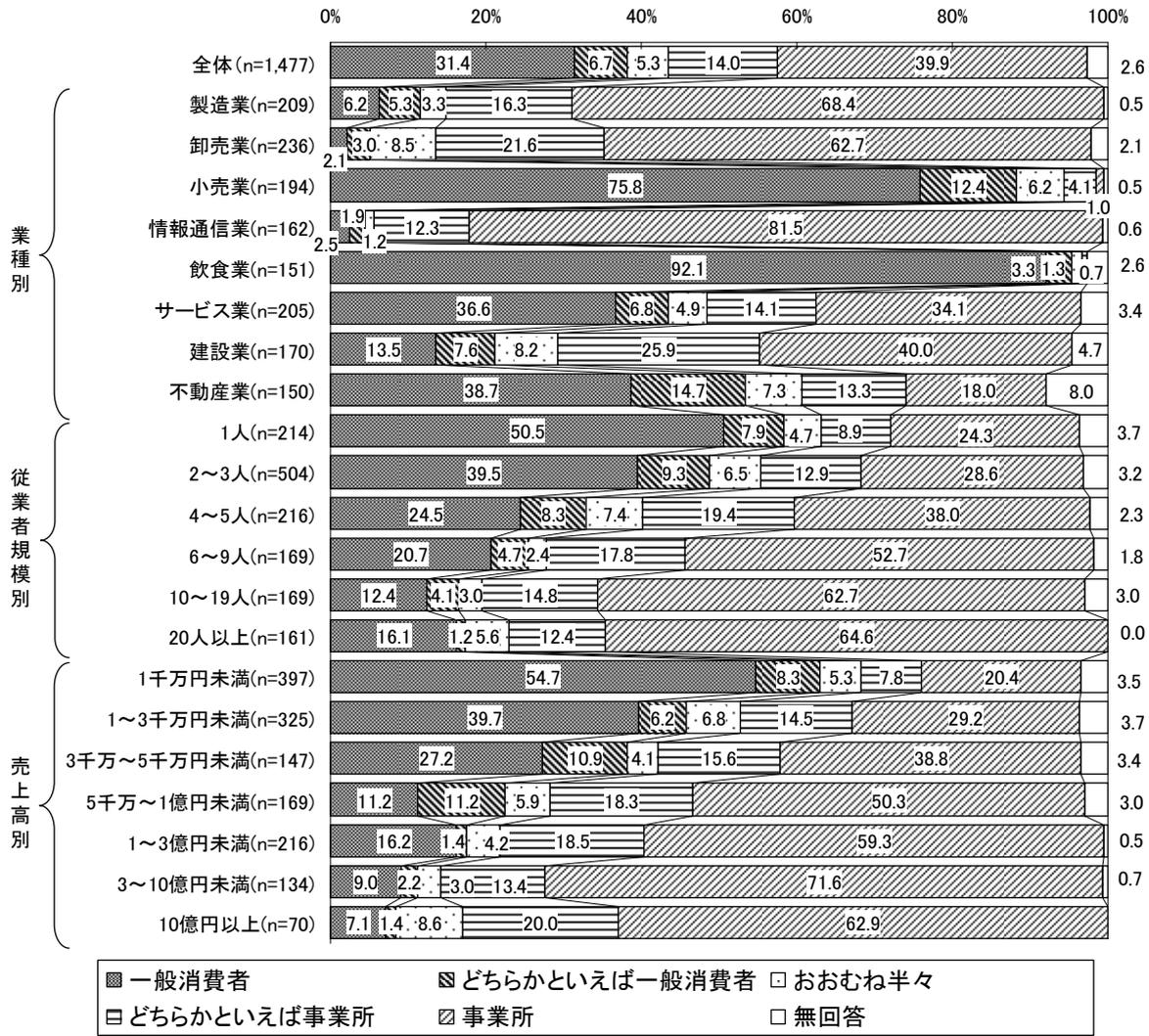
販売先は、「一般消費者」(31.4%)と「どちらかといえば一般消費者」(6.7%)を合わせた『一般消費者』が4割弱(38.1%)、「事業所」(39.9%)と「どちらかといえば事業所」(14.0%)を合わせた『事業所』が5割強(53.9%)で、「おおむね半々」は5.3%と少ない。

業種によって販売先が異なり、飲食業では『一般消費者』への販売が95.4%とほとんどを占めたほか、小売業も88.2%と多くを占めた。一方、情報通信業では『事業所』への販売が93.8%とほとんどを占めたほか、製造業および卸売業もそれぞれ、84.7%、84.3%と多くを占めた。サービス業は『一般消費者』(43.4%)と『事業所』(48.2%)がほぼ同じ割合となり、建設業は『一般消費者』(21.1%)よりも『事業所』(65.9%)の方が多く、不動産業は『一般消費者』(53.4%)の方が『事業所』(31.3%)よりも高い割合を占めた。

従業者規模別にみると、概ね規模が小さいほど『一般消費者』が多く、一方、規模が大きいほど『事業所』が高い傾向がみられる。1人では『一般消費者』が6割弱(58.4%)、20人以上では『事業所』が8割弱(77.0%)を占めた。

売上高別でも同様、概ね売上高が少ないほど『一般消費者』が、売上高が高いほど『事業所』の割合が高くなる傾向がみられ、1千万円未満では『一般消費者』が6割強(63.0%)、10億円以上では『事業所』が8割強(82.9%)を占めた。

図1-7 販売先
(全体・業種別・従業者規模別・売上高別)



(2) 消費税等改正への対応について

<消費税等改正への対応について(まとめ)>

【消費税等改正への準備状況】

- 『順調である』(「順調」+「どちらかといえば順調」)が55.5%と半数を超え、
『間に合っていない』(「やや間に合っていない」+「間に合っていない」)は31.0%
- 売上高《3億円以上》では『順調である』が8割を超える

【価格転嫁の見込み】

- 『転嫁できる』(「すべてに転嫁できる」+「おおむね転嫁できる」+「ある程度転嫁できる」)
が64.8%、『転嫁できない』(「あまり転嫁できない」+「ほとんど転嫁できない」)が15.3%
- 飲食業は『転嫁できない』(33.8%)、「まだ、わからない」(25.2%)が高い割合を
占めた

【価格転嫁できない事情】

- 価格転嫁できない事情として、「転嫁することで売上が減少する」、「競合他社との
価格競争が激しい」、「取引先との話し合いができていない」などの記載がみら
れた

【前回の消費税改正における価格転嫁の対応】

- 『転嫁した』(「すべてに転嫁した」+「おおむね転嫁した」+「ある程度転嫁した」)が65.1%、
『転嫁しなかった』(「あまり転嫁できなかった」+「ほとんど転嫁できなかった」)が16.7%

【見積・レシート・カタログ等に表示している価格】

- 「総額(税込価格)」が52.6%、「本体価格(税抜価格)」が47.4%、「税額(消費
税等価格)」が14.4%

【消費税等改正に伴う価格表示方法の見直し】

- 「変更しない」が52.9%、「変更する」が18.4%、「一部につき変更」が18.4%、
「検討中」が17.1%
- 小売業は「変更する」(29.9%)が他の業種と比べて高い割合を占め、「検討中」
(23.2%)と合わせて5割を超える

【消費税改正に伴う経営課題】

- 「売上高の維持」(35.1%)と「適切な価格転嫁の実現」(34.5%)が高い割合を
占めた
- 従業者数《6人以上》は「売上高の維持」、《2~5人》は「適切な価格転嫁の実現」、
1人は「特にない」が最も高い割合を占めた

【経営課題への対応方法】

- 経営課題への対応方法として、「取引先との交渉、話し合い」、「顧客に対する入
念な説明で理解を得る」、「経費の削減・見直し・賃下げ」などの記載がみられた

①消費税等改正への準備状況

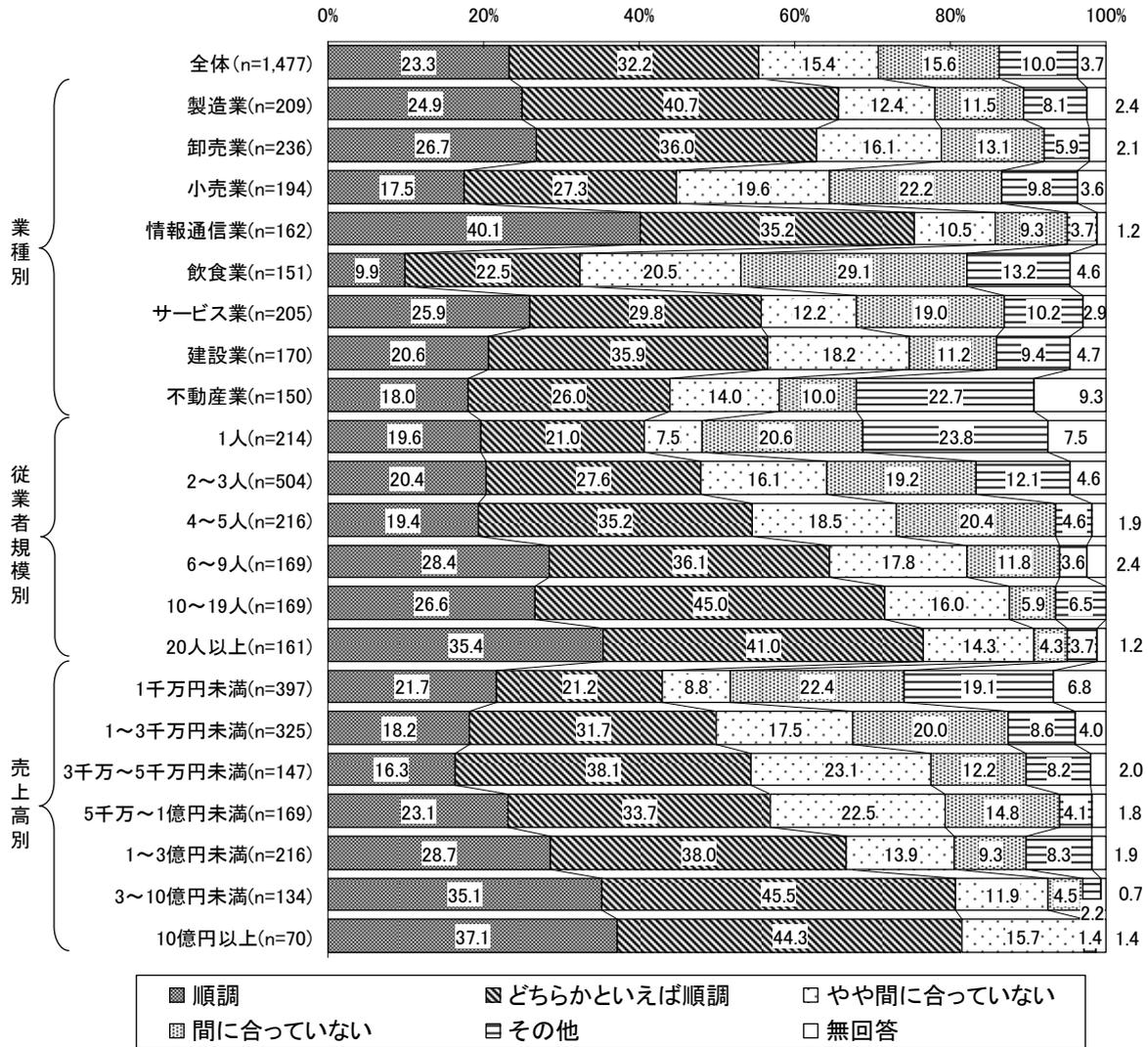
消費税等改正への準備状況については、「順調」(23.3%)と「どちらかといえば順調」(32.2%)を合わせた『順調である』が5割台半ば(55.5%)と半数を超えている。「やや間に合っていない」(15.4%)と「間に合っていない」(15.6%)を合わせた『間に合っていない』は3割強(31.0%)である。

業種別にみると、『順調である』は情報通信業(75.3%)、製造業(65.6%)、卸売業(62.7%)で高い割合を占め、『間に合っていない』は飲食業(49.6%)で約5割を占めた。

従業者規模別にみると、『順調である』は規模が大きくなるほど増加し、10～19人(71.6%)、20人以上(76.4%)で7割を超える。

売上高別でも同様、『順調である』は売上高が高くなるほど増加し、3～10億円未満(80.6%)、10億円以上(81.4%)で8割を超える。

図2-1 消費税等改正への準備状況
(全体・業種別・従業者規模別・売上高別)



②価格転嫁の見込み

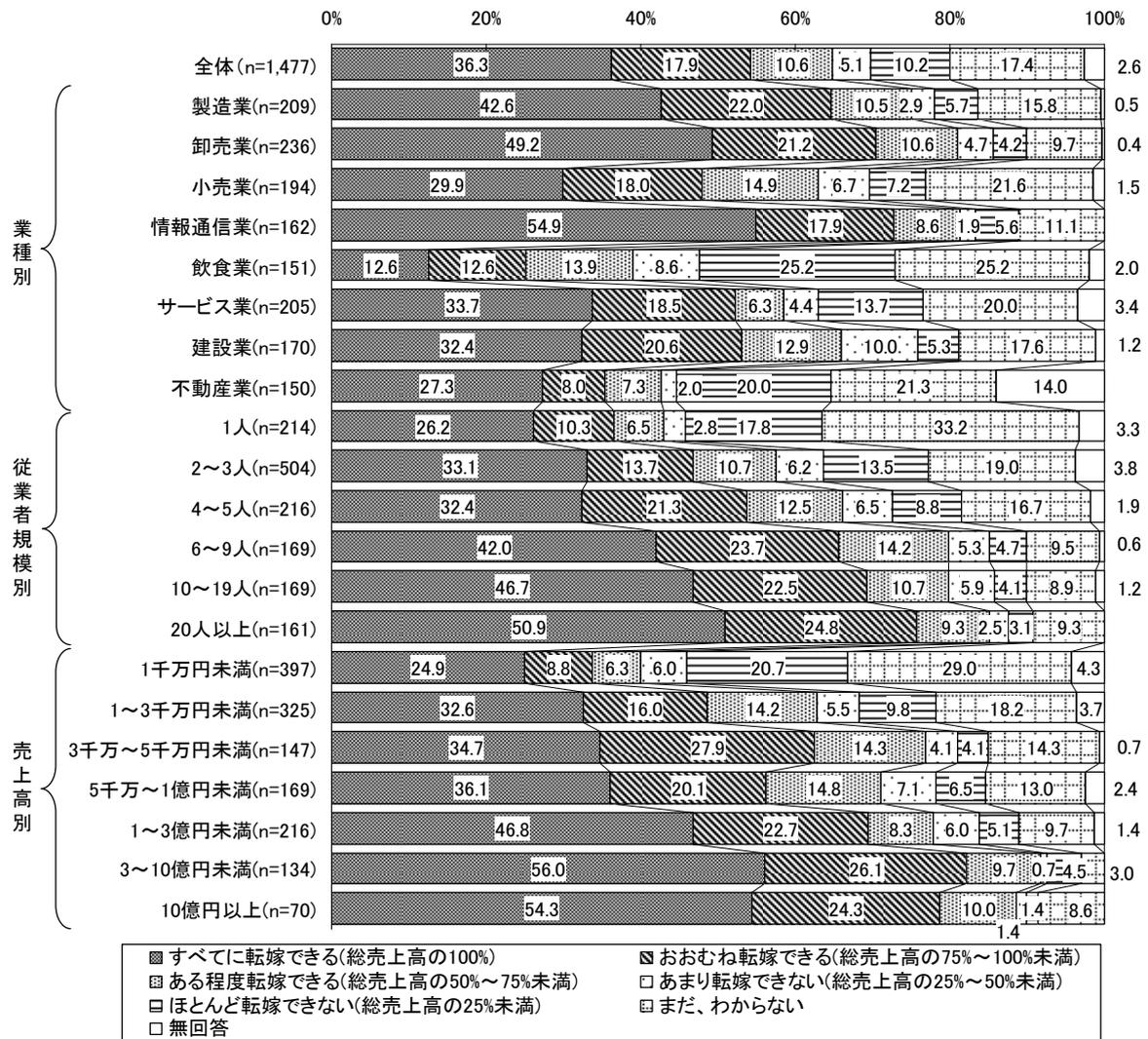
消費税等改正の価格転嫁をどのように見込んでいるかについては、「転嫁できる」(36.3%)が3割台半ばを超えて最も高い割合を占め、これに「おおむね転嫁できる」(17.9%)と「ある程度転嫁できる」(10.6%)を加えた『転嫁できる』が6割台半ば(64.8%)を占めた。一方、「ほとんど転嫁できない」(10.2%)と「あまり転嫁できない」(5.1%)を合わせた『転嫁できない』は1割台半ば(15.3%)、「まだ、わからない」は2割弱(17.4%)である。

業種別にみると、情報通信業と卸売業および製造業は『転嫁できる』(それぞれ81.4%、81.0%、75.1%)が高い割合を占めた。一方、飲食業は『転嫁できない』(33.8%)と「まだ、わからない」(25.2%)が高い割合となった。なお、「まだ、わからない」は、小売業、不動産業、サービス業でも2割程度みられた。

従業者規模別にみると、『転嫁できる』は規模が大きくなるほど増加し、20人以上で8割台半ば(85.0%)を占めた。1人は『転嫁できる』が4割強(43.0%)にとどまっており、『転嫁できない』(20.6%)と「また、わからない」(33.2%)が他の規模と比べて高い割合を占めた。

売上高別にみると、「3億円以上」は9割程度が『転嫁できる』としているのに対し、1千万円未満は『転嫁できる』は4割(40.0%)で、『転嫁できない』(26.7%)、「まだ、わからない」(29.0%)がみられた。

図 2-2 価格転嫁の見込み
(全体・業種別・従業者規模別・売上高別)



③価格転嫁できない事情

価格転嫁できない主な事情として、以下の内容などがあげられた。

- ・転嫁することで売上が減少する
- ・商品が売れなくなる
- ・客数の減少につながる
- ・業績が悪化している
- ・競合他社との価格競争が激しい
- ・競争入札なので転嫁しにくい
- ・同業他社の動向を見てから決める
- ・商品が売れなくなる
- ・税込価格の表示にすると、消費者に対するイメージが悪い
(例えば 380 円 (税抜) → 399 円 (税込) が 400 円台になってしまう)
- ・転嫁すると仕事がなくなる
- ・販売先が値引き要求をしてくる
- ・取引先に認めてもらえない
- ・取引先との話し合いができていない
- ・得意先に対して単価を上げることができない
- ・値引き交渉の材料にされる
- ・総額契約 (税込価格) なので上げることはできない
- ・今まで内税で表示していた
- ・値札等の変更作業が煩雑である
- ・継続商品が高い割合を占めた
- ・家賃の値上げはできない
- ・年間契約、複数年契約が高い割合を占めた
- ・フランチャイズなので判明しない
- ・まだわからない
- ・課税業者ではない

④前回の消費税改正における価格転嫁の対応

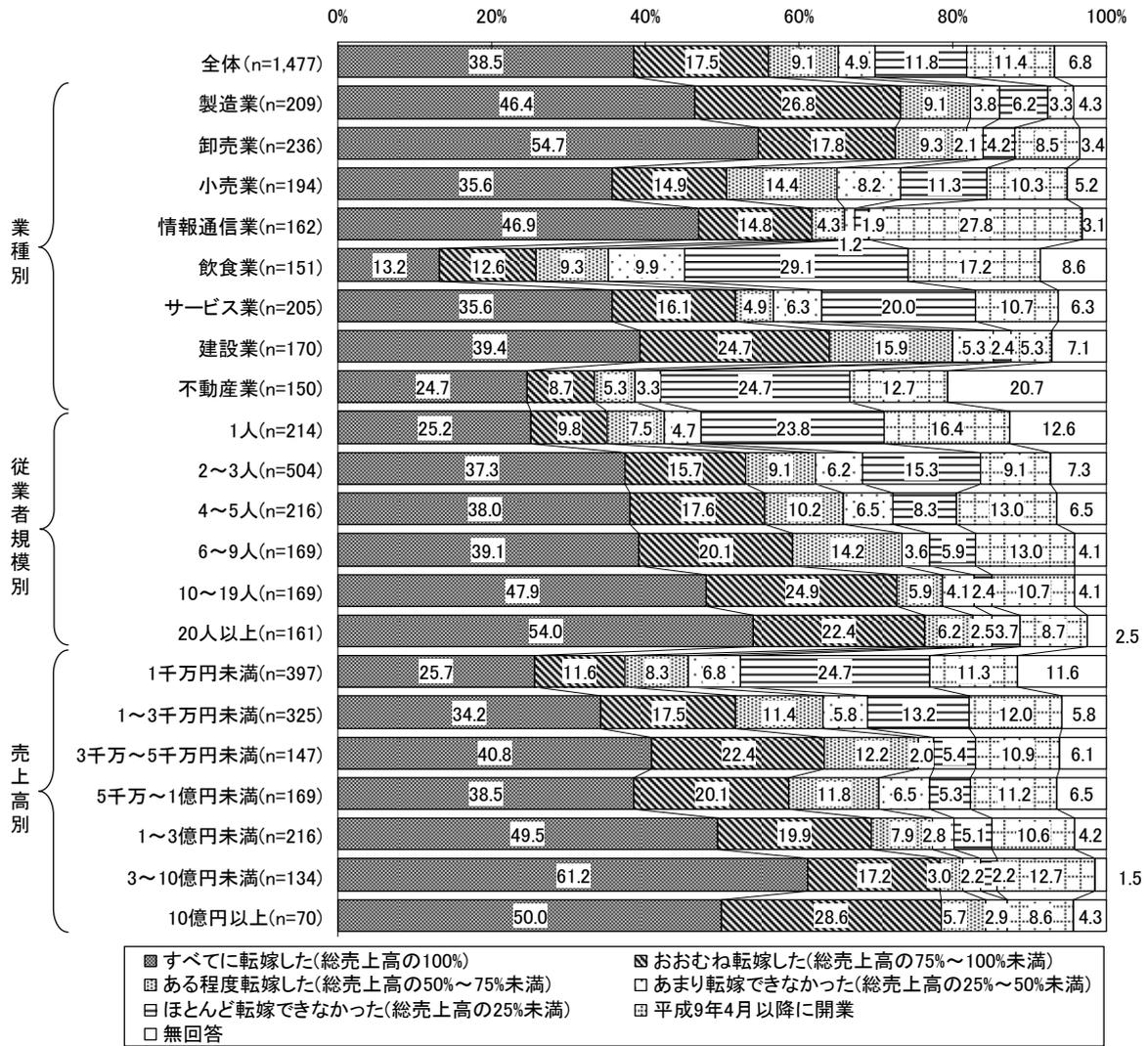
前回（平成9年4月）の消費税改正（3%→5%）時の価格転嫁の対応については、「すべてに転嫁した」が4割弱（38.5%）と最も高い割合を占め、これに「おおむね転嫁した」（17.5%）、「ある程度転嫁した」（9.1%）を加えた『転嫁した』が6割台半ば（65.1%）を占めた。一方、「あまり転嫁できなかった」（4.9%）と「ほとんど転嫁できなかった」（11.8%）を合わせた『転嫁できなかった』は1割台半ば（16.7%）、「平成9年4月以降に開業」は1割強（11.4%）であった。

業種別にみると、製造業、卸売業、建設業は『転嫁した』がそれぞれ82.3%、81.8%、80.0%と8割以上と高い割合を占めた。一方、飲食業、不動産業は『転嫁した』がそれぞれ35.1%、38.7%と4割に満たず少ない。

従業者規模別にみると、『転嫁した』は規模が大きくなるほど増加し、20人以上で8割強（82.6%）を占めた。1人は『転嫁した』が4割強（42.5%）と少なく、『転嫁できなかった』が3割弱（28.5%）と他の規模と比べて高い割合となった。

売上高別にみると、《3億円以上》は『転嫁した』が8割を超えているのにたいし、1千万円未満は『転嫁した』は4割台半ば（45.6%）と少なく、『転嫁できなかった』が3割強（31.5%）を占めた。

図2-3 前回の消費税改正における価格転嫁の対応
(全体・業種別・従業者規模別・売上高別)



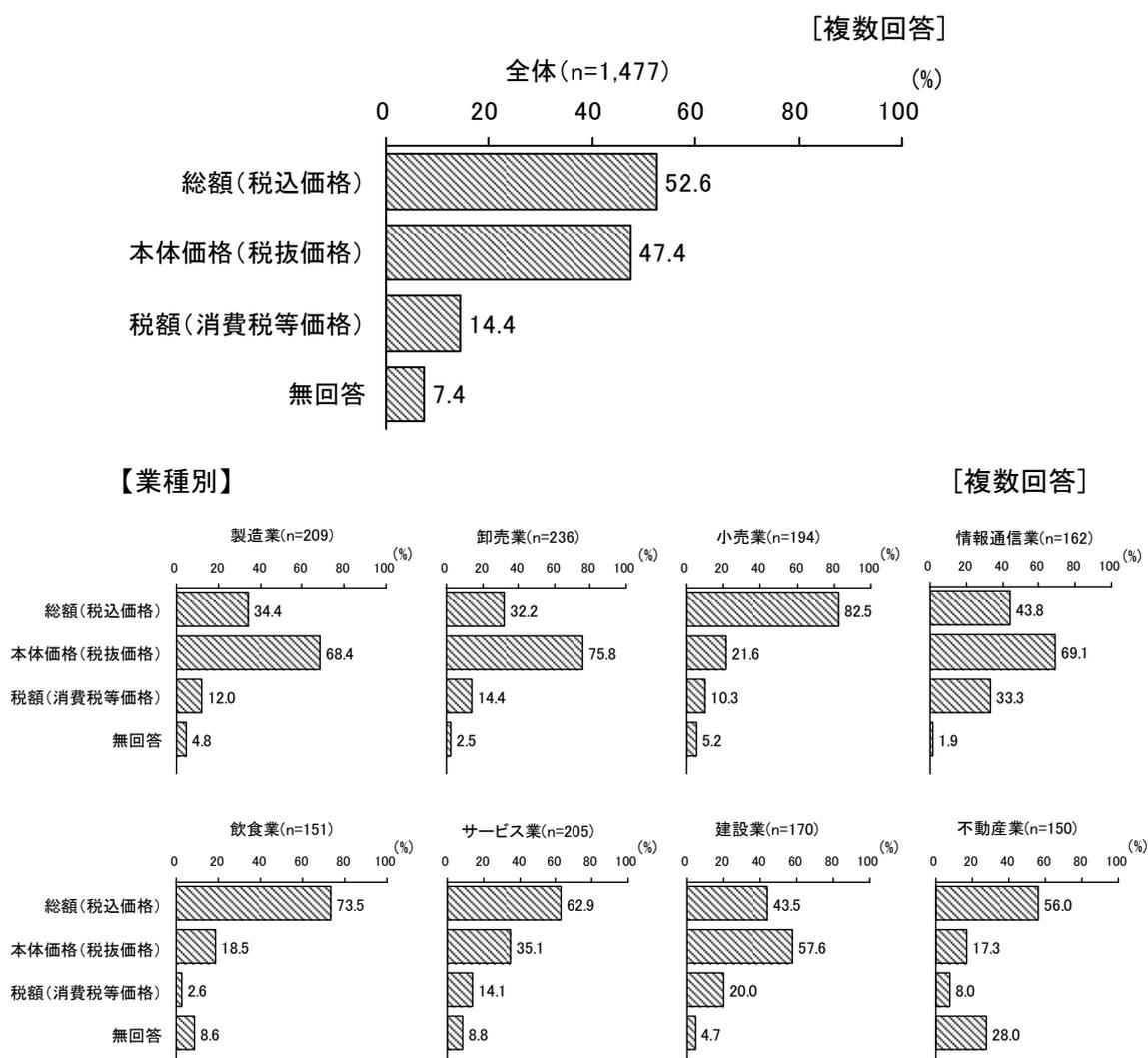
⑤見積・レシート・カタログ等に表示している価格

見積・レシート・カタログ等に表示している価格については、「総額（税込価格）」が5割強（52.6%）「本体価格（税抜価格）」が5割弱（47.4%）、「税額（消費税等価格）」が1割台半ば（14.4%）である。

業種別にみると、卸売業において「本体価格（税抜価格）」が75.8%と高い割合を占めたほか、情報通信業と製造業においてもそれぞれ、69.1%、68.4%と7割近くを占めた。一方、小売業と飲食業は「総額（税込価格）」がそれぞれ82.5%、73.5%と高い割合を占めた。

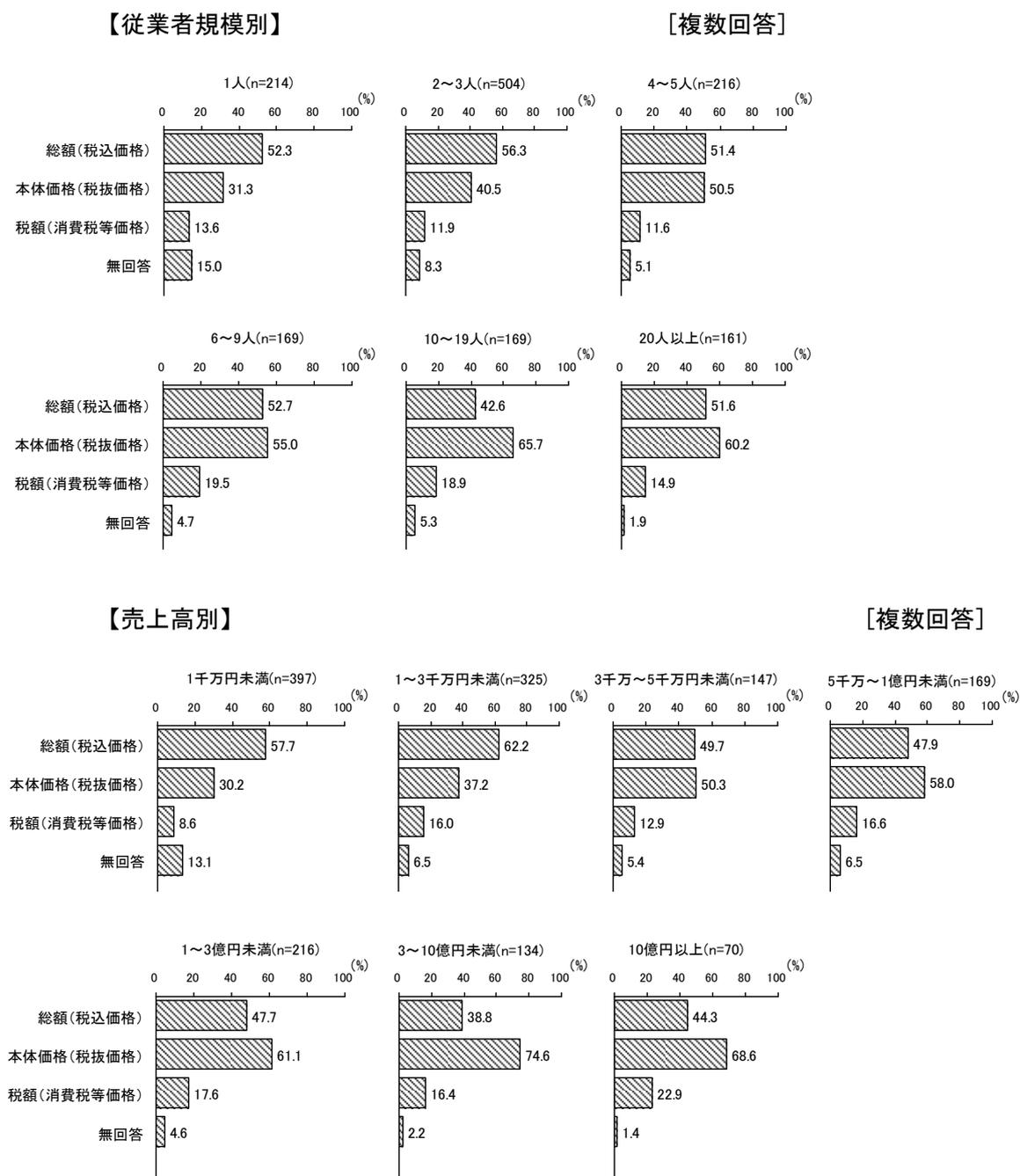
従業者規模別にみると、「3人以下」は「総額（税込価格）」が高い割合となり、「4～9人」は「総額（税込価格）」と「本体価格（税抜価格）」がほぼ同じ割合となり、「10人以上」では「本体価格（税抜価格）」が高い割合を占めた。

図2-4 見積り・レシート・カタログ等に表示している価格
(全体・業種別)



売上高別では、《3千万円未満》は「総額（税込価格）」が高い割合となり、《3千万～5千万円未満》は「総額（税込価格）」と「本体価格（税抜価格）」がほぼ同じ割合となり、《5千万円以上》は「本体価格（税抜価格）」が高い割合を占めた。

図2-5 見積り・レシート・カタログ等に表示している価格
(従業員規模別・売上高別)



⑥消費税等改正に伴う価格表示方法の見直し

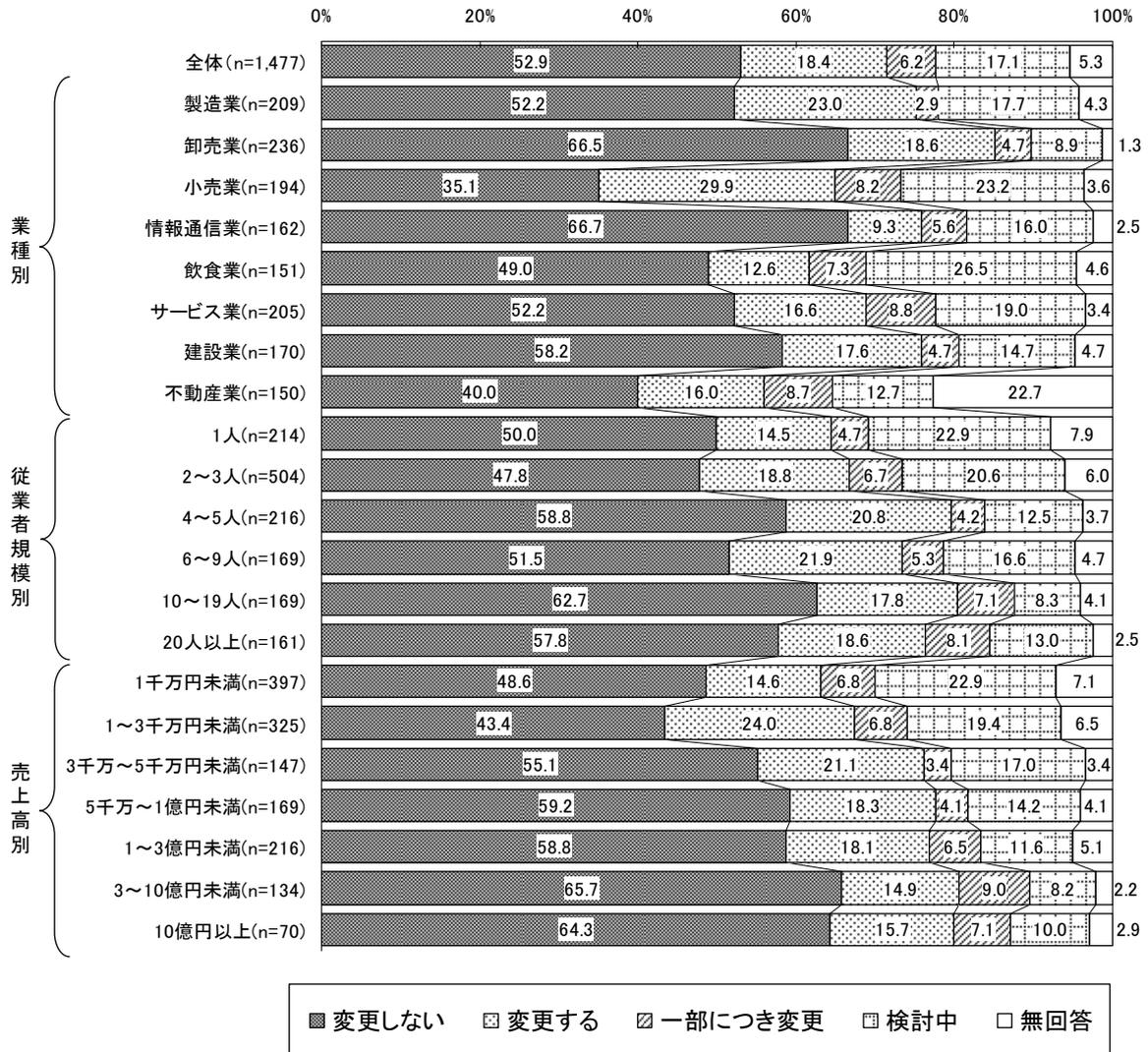
今回の消費税等改正に伴う価格表示方法の見直しについては、「変更しない」が52.9%と過半数を占め、「変更する」が2割弱（18.4%）、「一部につき変更」が6.2%、「検討中」が2割弱（17.1%）である。

いずれの業種も「変更しない」が最も高い割合を占めた。このほか、小売業は「変更する」（29.9%）、飲食業は「検討中」（26.5%）が他の業種と比べて高い割合となった。

従業者規模別では、いずれの規模も「変更しない」が最も高い割合を占めた。このほか、小規模企業である1人、2～3人で「検討中」が2割を超えており、他の規模と比べて高い割合を占めた。

売上高別で見ると、いずれの売上高も「変更しない」が最も高い割合を占めた。このほか、1～3千万円未満では「変更する」（24.0%）、1千万円未満では「検討中」（22.9%）が他の規模と比べて高い割合を占めた。

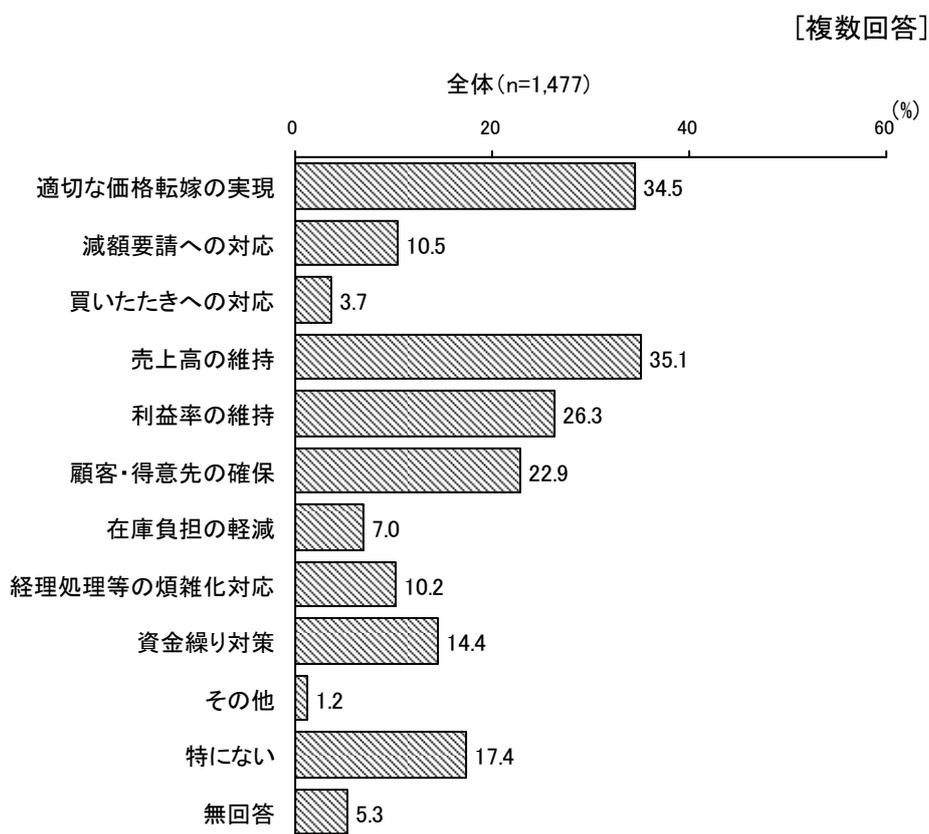
図2-6 消費税等改正に伴う価格表示方法の見直し
(全体・業種別・従業者規模別・売上高別)



⑦消費税等改正に伴う経営課題

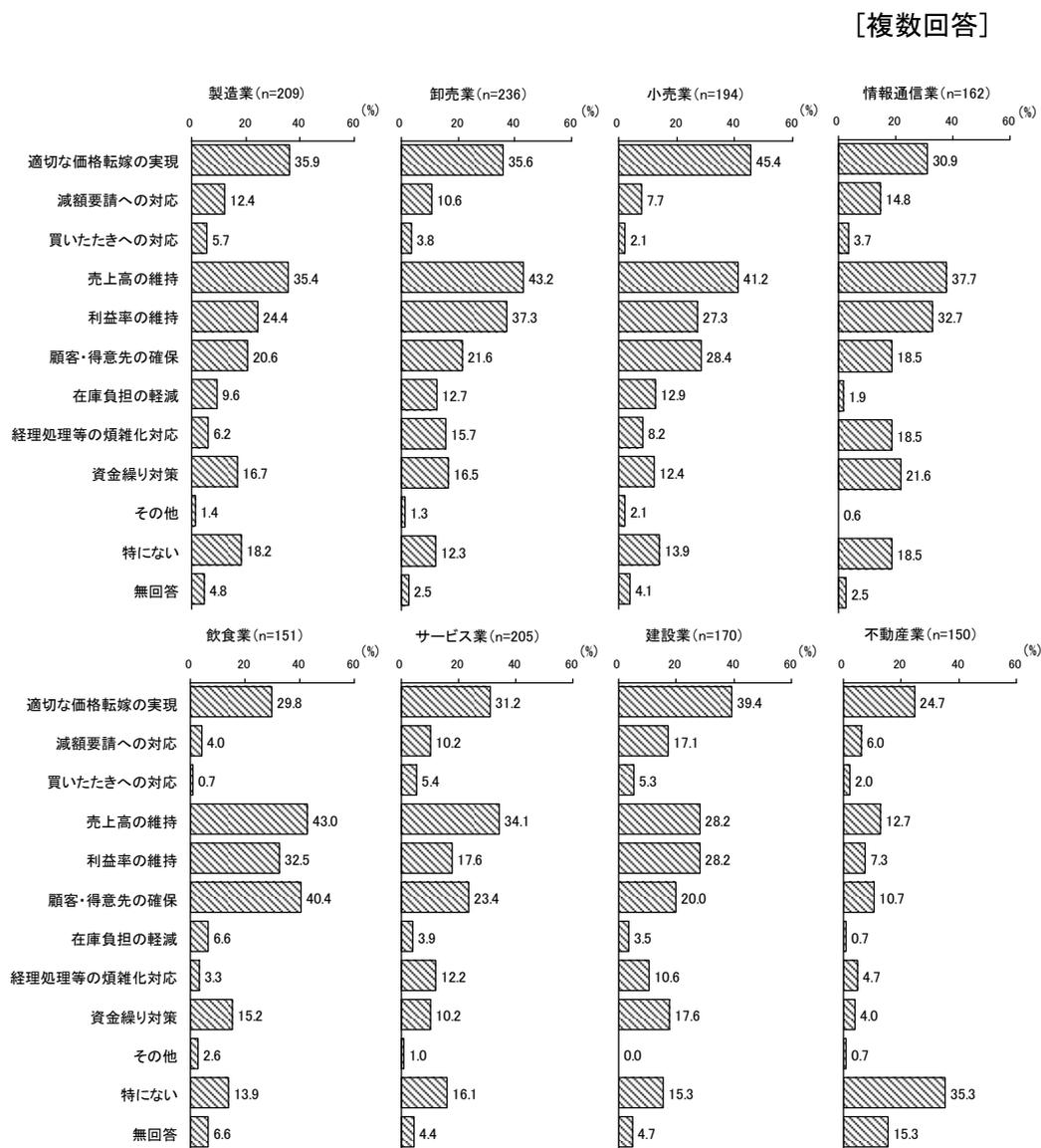
消費税等改正に伴う経営課題をみると、「売上高の維持」(35.1%)と「適切な価格転嫁の実現」(34.5%)が3割台半ばを占め、以下、「利益率の維持」(26.3%)、「顧客・得意先の確保」(22.9%)、「資金繰り対策」(14.4%)、「減額要請への対応」(10.5%)、「経理処理等の煩雑化対応」(10.2%)、「在庫負担の軽減」(7.0%)、「買ったたきへの対応」(3.7%)と続いている。また、「特にない」が2割弱(17.4%)みられる。

図2-7 消費税等改正に伴う経営課題
(全体)



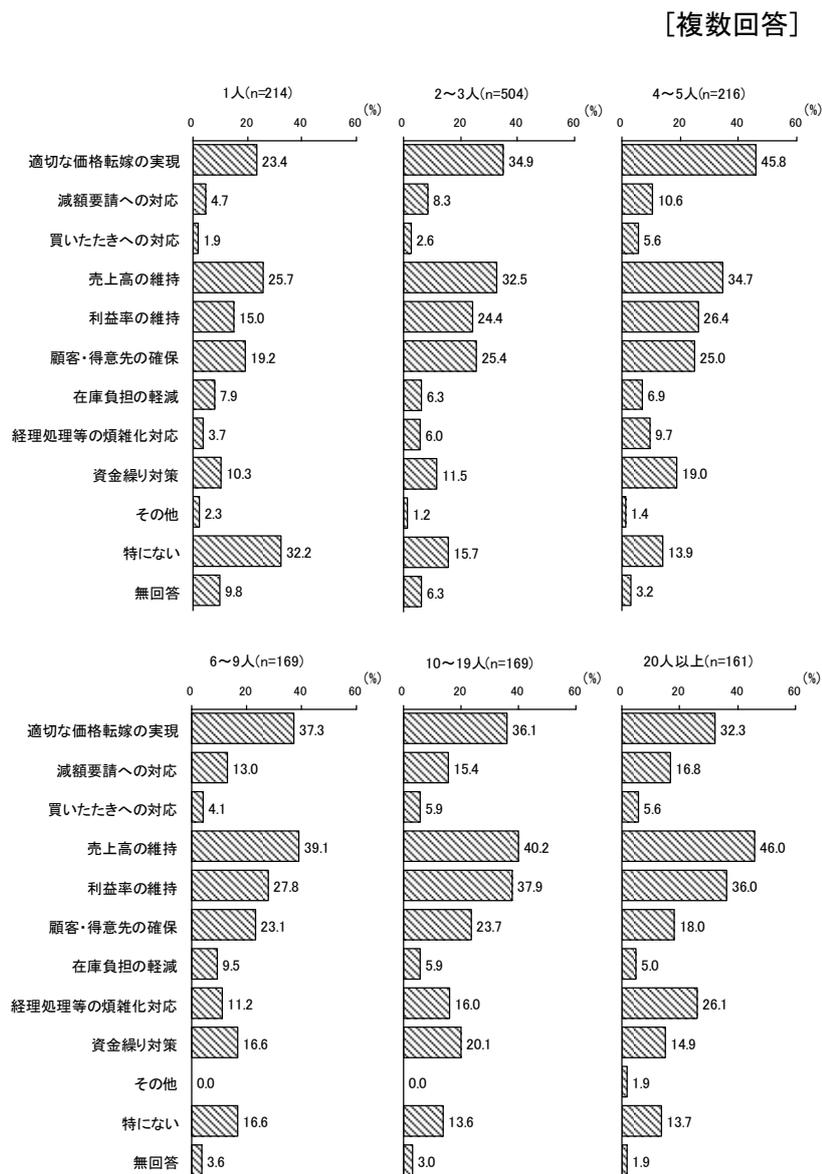
業種別にみると、製造業は「売上高の維持」と「適切な価格転嫁の実現」がほぼ同じ割合となり、卸売業、情報通信業、飲食業、サービス業は「売上高の維持」、小売業、建設業は「適切な価格転嫁の実現」が最も高い割合を占めた。なお、飲食業では「顧客・得意先の確保」(40.4%)、不動産業では「特にない」(35.3%)が他の業種と比べて高い割合となった。

図2-8 消費税等改正に伴う経営課題
(業種別)



従業員規模別にみると、1人は「特にない」、《2～5人》は「適切な価格転嫁の実現」、《6人以上》は「売上高の維持」が最も高い割合となった。

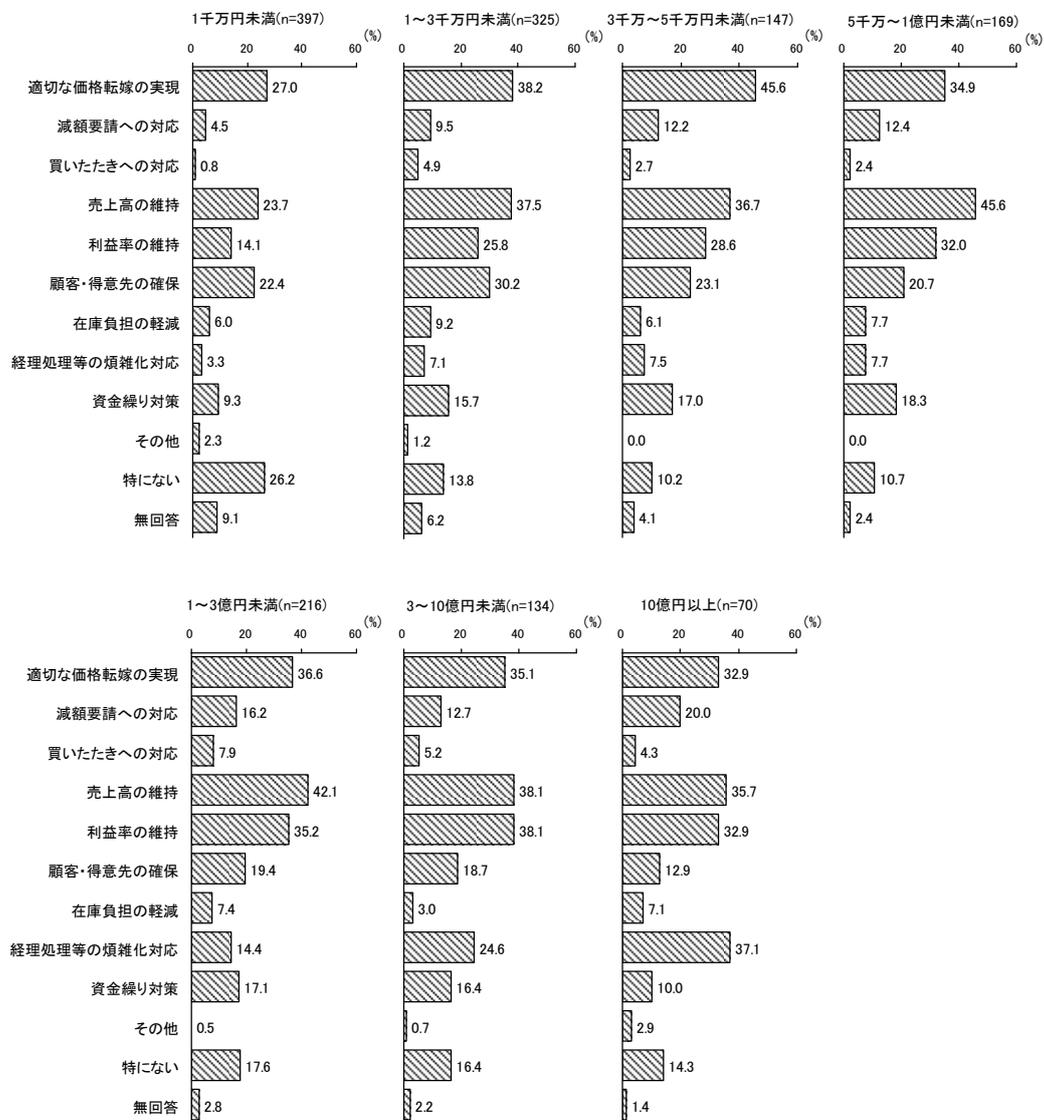
図2-9 消費税等改正に伴う経営課題
(従業員規模別)



売上高別にみると、《5千万円未満》は「適切な価格転嫁の実現」、《5千万～3億円未満》は「売上高の維持」、3～10億円は「売上高の維持」と「利益率の維持」、10億円以上は「経理処理等の煩雑化対応」が最も高い割合となった。

図2-10 消費税等改正に伴う経営課題
(売上高別)

[複数回答]



⑧経営課題への対応方法

経営課題への具体的な対応方法として、以下の内容などがあげられた。

- ・取引先との交渉、話し合い
- ・取引先との契約の見直し
- ・減額要求への対応
- ・アフターサービスを良くして価格転嫁を認めてもらう
- ・メーカーと協力
- ・取引業者の見直し
- ・消費税額をはっきりと表示
- ・消費税改定による振込金額の変更通知を実施
- ・顧客に対する入念な説明で理解を得る
- ・顧客との信頼関係を強化
- ・経費の削減・見直し、賃下げ
- ・仕入価格の見直し、原価の低減、海外製品の利用
- ・業務拡大による売上増
- ・社内における作業効率の向上
- ・経営努力、自助努力しかない
- ・営業日数の増大
- ・営業の強化、商品サービス力の強化
- ・新規顧客の開拓、得意先の確保
- ・消費者のニーズに合った商品の開拓
- ・資金繰り対策
- ・税理士と相談
- ・値札の付け替え、価格表の書き替え、メニューの見直し
- ・システム修正、コンピュータソフトの書き替え
- ・会計ソフト、業務管理ソフトの買い替え
- ・考慮中、検討中

(3) 税制等の施策について

<税制等の施策について (まとめ)>

【簡易課税制度の利用実態】

- 「利用している」が25.3%、「利用していない」が68.5%
- 「利用している」は、従業者規模では2~3人(34.5%)と4~5人(33.8%)、売上高では1~3千万円未満(46.8%)と3~5千万円未満(45.6%)で高い割合を占めた

【中小企業投資促進税制を用いた設備投資の実施意向】

- 「利用予定」が1.9%、「利用しない予定」が57.0%、「未定」が37.4%
- 「利用予定」はいずれも少ないが、業種では製造業(3.3%)、従業者規模では20人以上(5.0%)、売上高では「3~10億円未満」(4.5%)と「10億円以上」(4.3%)でわずかに高い割合を占めた

【研究開発促進税制を用いた研究開発投資の実施意向】

- 「利用予定」が0.7%、「利用しない予定」が64.4%、「未定」が29.4%
- 「利用予定」はいずれも少ないが、業種では製造業(1.9%)、従業者規模では20人以上(1.9%)、売上高では10億円以上(2.9%)でわずかに高い割合を占めた

【消費税転嫁対策特別措置法の認知】

- 「良く知っている」が6.8%、「だいたい知っている」が37.0%、「余り知らない」が30.0%、「知らない」が22.6%
- 従業者規模《5人以下》では『知らない』(「余り知らない」+「知らない」)の方が高い割合であり、《6人以上》では『知っている』(「良く知っている」+「だいたい知っている」)の方が高い割合を占めた

【消費税転嫁・表示カルテル制度の認知】

- 「良く知っている」が4.0%、「だいたい知っている」が22.7%、「余り知らない」が40.2%、「知らない」が29.4%
- 『知っている』(「良く知っている」+「だいたい知っている」)は概ね売上高が大きくなるほど増加し、10億円以上で5割強(52.9%)を占めた

①簡易課税制度の利用実態

簡易課税制度^(※)を利用しているかについては、「利用している」が2割台半ば(25.3%)、「利用していない」が7割弱(68.5%)であった。

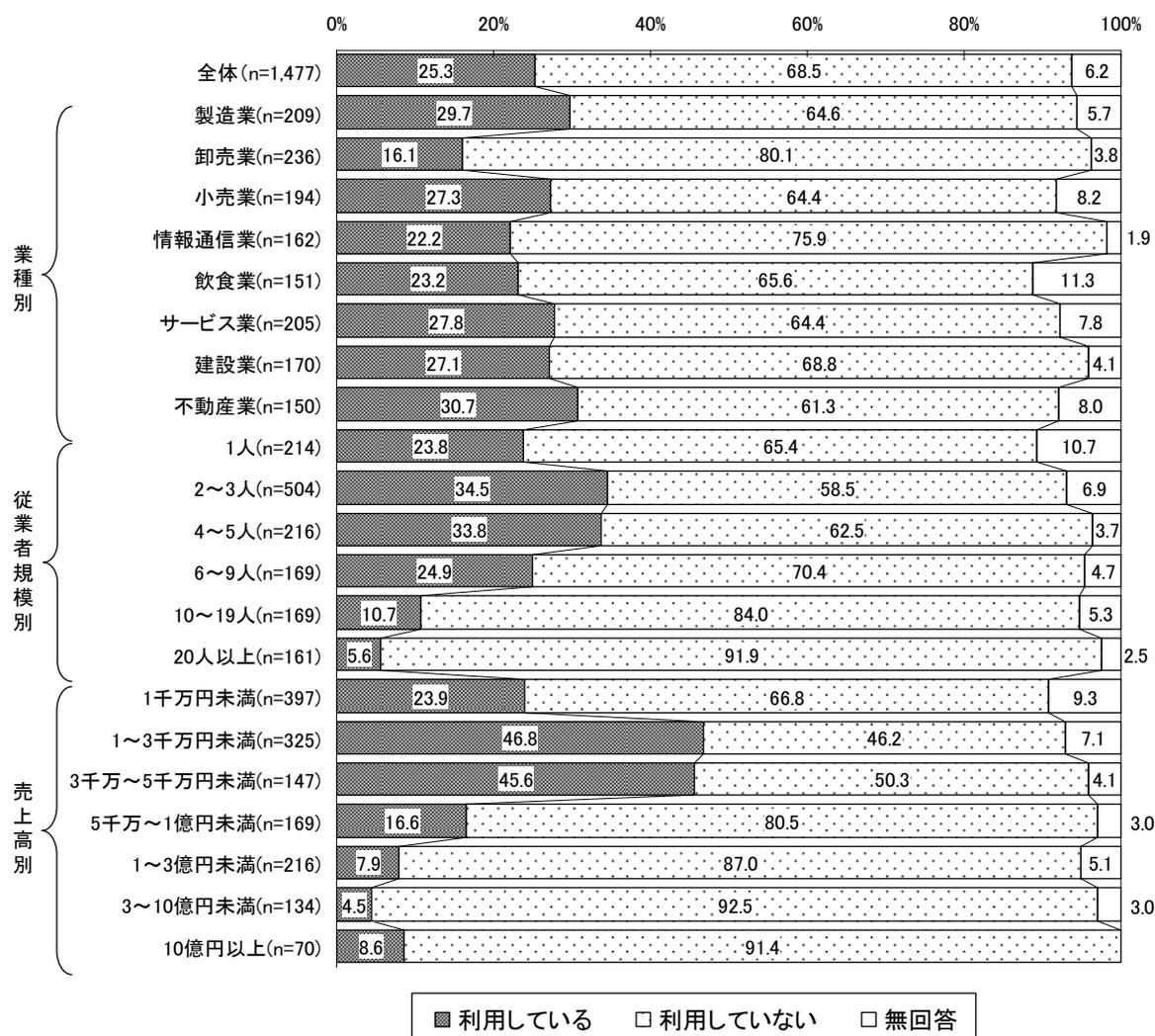
業種別にみると、「利用している」は最も高い割合を占めた不動産業で約3割(30.7%)、最も少ない卸売業で1割台半ば(16.1%)をであった。

従業者規模別にみると、「利用している」は2~3人(34.5%)と4~5人(33.8%)で3割超を占め、10~19人(10.7%)と20人以上(5.6%)で少ない。

売上高別にみると、「利用している」は1~3千万円未満(46.8%)と3千万~5千万円未満(45.6%)が高い割合を占めた。

(※) 課税期間の前々年又は前々事業年度の課税売上高が5千万円以下の事業者が、事前の届出により仕入控除税額を課税売上高に対する税額の一定割合として計算を行うことができる制度。

図3-1 簡易課税制度の利用実態
(全体・業種別・従業者規模別・売上高別)



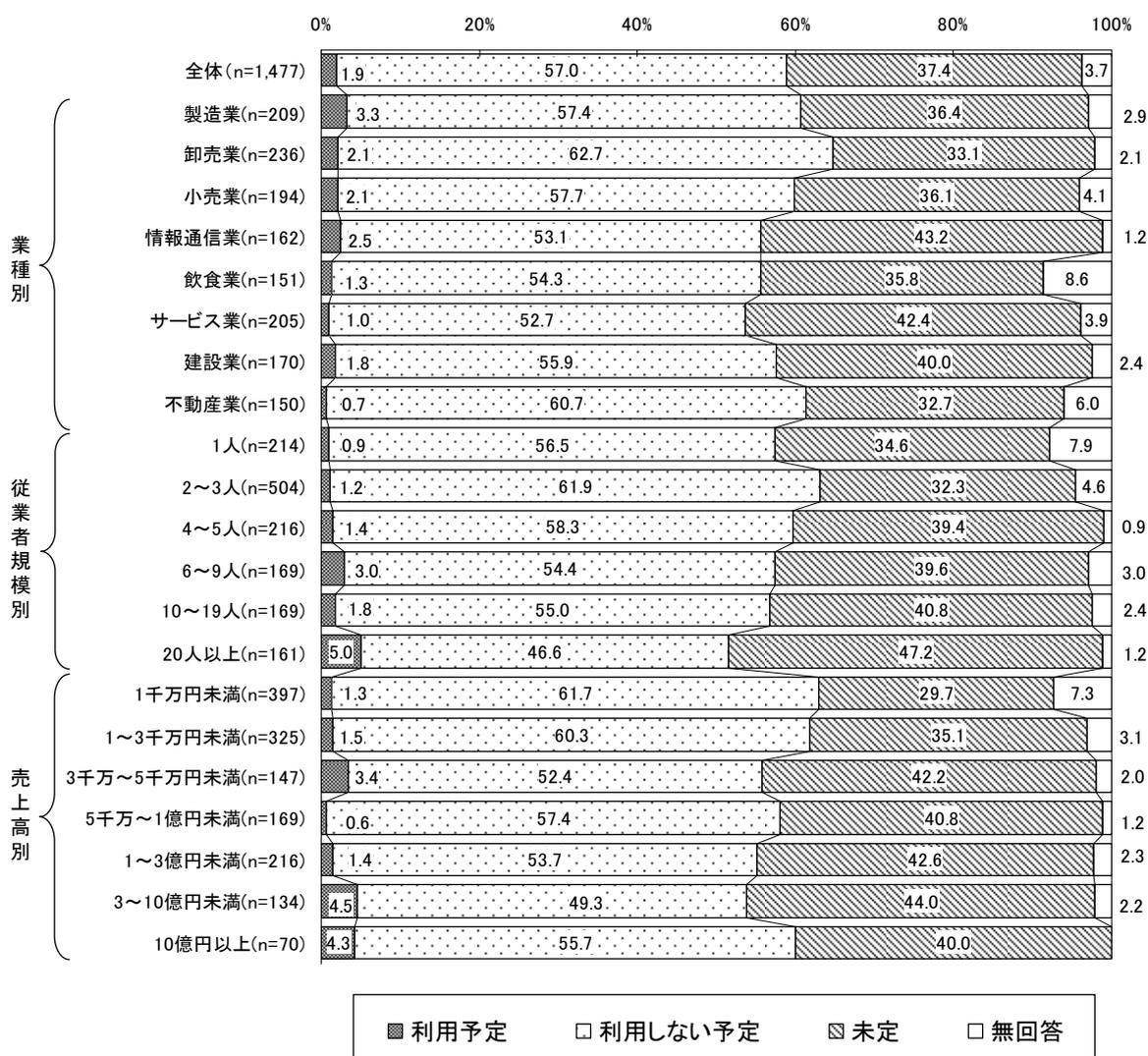
② 中小企業投資促進税制を用いた設備投資の実施意向

平成26年度に中小企業投資促進税制^(※)を用いた設備投資を考えているかについては、「利用しない予定」が6割弱(57.0%)、「未定」が4割弱(37.4%)で、「利用予定」はわずか1.9%であった。

「利用予定」はいずれの業種、従業者規模、売上高も少ないが、業種では製造業(3.3%)、従業者規模では20人以上(5.0%)、売上高では「3～10億円未満」(4.5%)と「10億円以上」(4.3%)において、わずかにみられた。

(※) 新品の機械及び装置などを取得し又は製作して国内にある製造業、建設業などの指定事業の用に供した場合に、その指定事業の用に供した日を含む事業年度において、特別償却又は税額控除を認める制度。

図3-2 中小企業投資促進税制を用いた設備投資の実施意向
(全体・業種別・従業者規模別・売上高別)



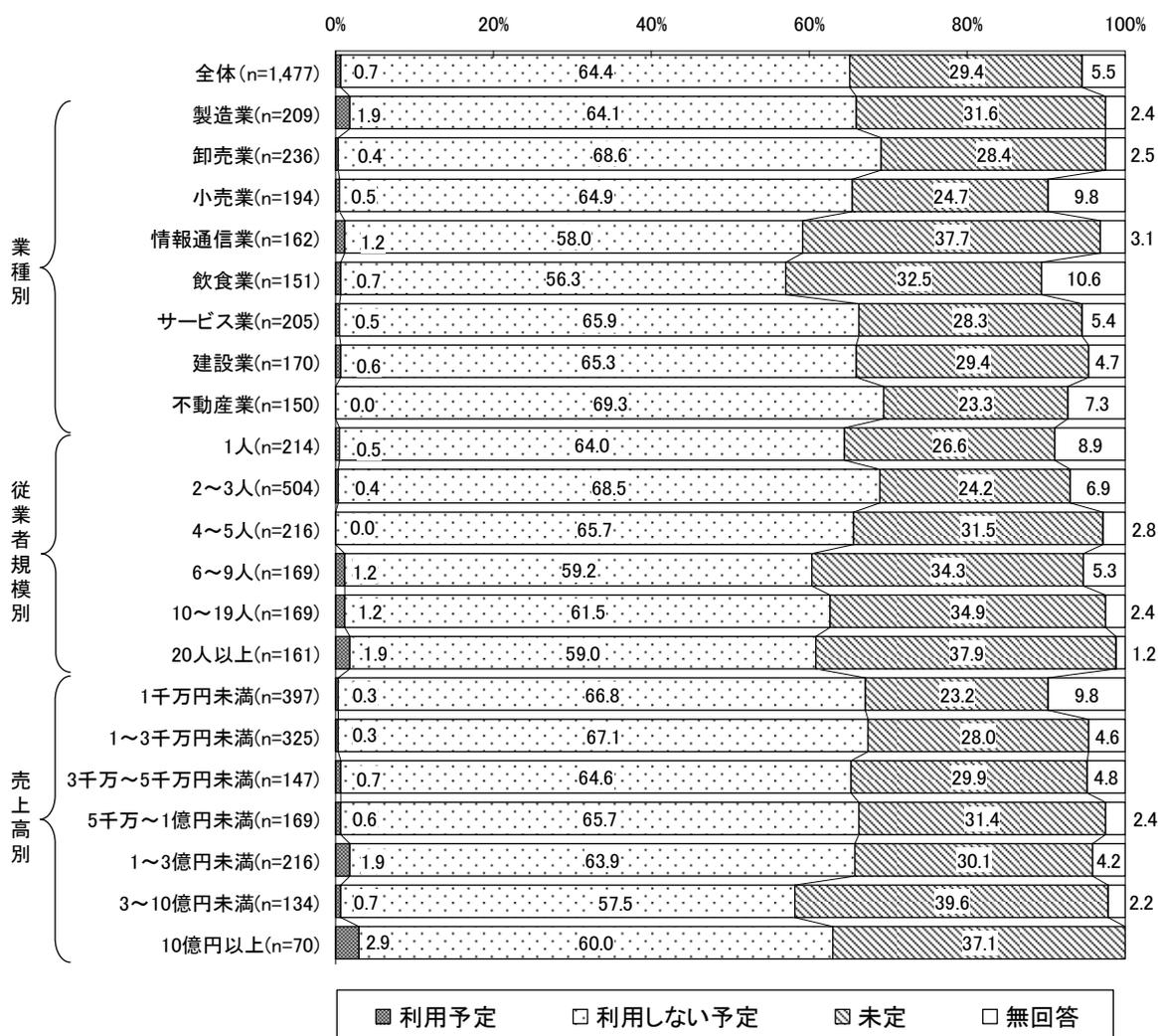
③研究開発促進税制を用いた研究開発投資の実施意向

平成26年度に研究開発促進税制^(※)を用いた研究開発投資を考えているかについては、「利用しない予定」が6割台半ば(64.4%)、「未定」が3割弱(29.4%)あり、「利用予定」はわずか0.7%である。

「利用予定」はいずれの業種、従業者規模、売上高も少ないが、業種では製造業(1.9%)、従業者規模では20人以上(1.9%)、売上高では10億円以上(2.9%)において、わずかにみられた。

(※) 一定要件を満たすことにより、試験研究を実施した場合に税制の特別措置が受けられる制度。

図3-3 研究開発促進税制を用いた研究開発投資の実施意向
(全体・業種別・従業者規模別・売上高別)



④消費税転嫁対策特別措置法の認知

『消費税転嫁対策特別措置法』において、「特定事業者（※1）が、特定供給事業者（※2）に対し、禁止行為（※3）を定めている」ことの認知は、「よく知っている」（6.8%）と「だいたい知っている」（37.0%）を合わせた『知っている』が4割強（43.8%）、「あまり知らない」（30.0%）と「知らない」（22.5%）を合わせた『知らない』が5割強（52.5%）であった。

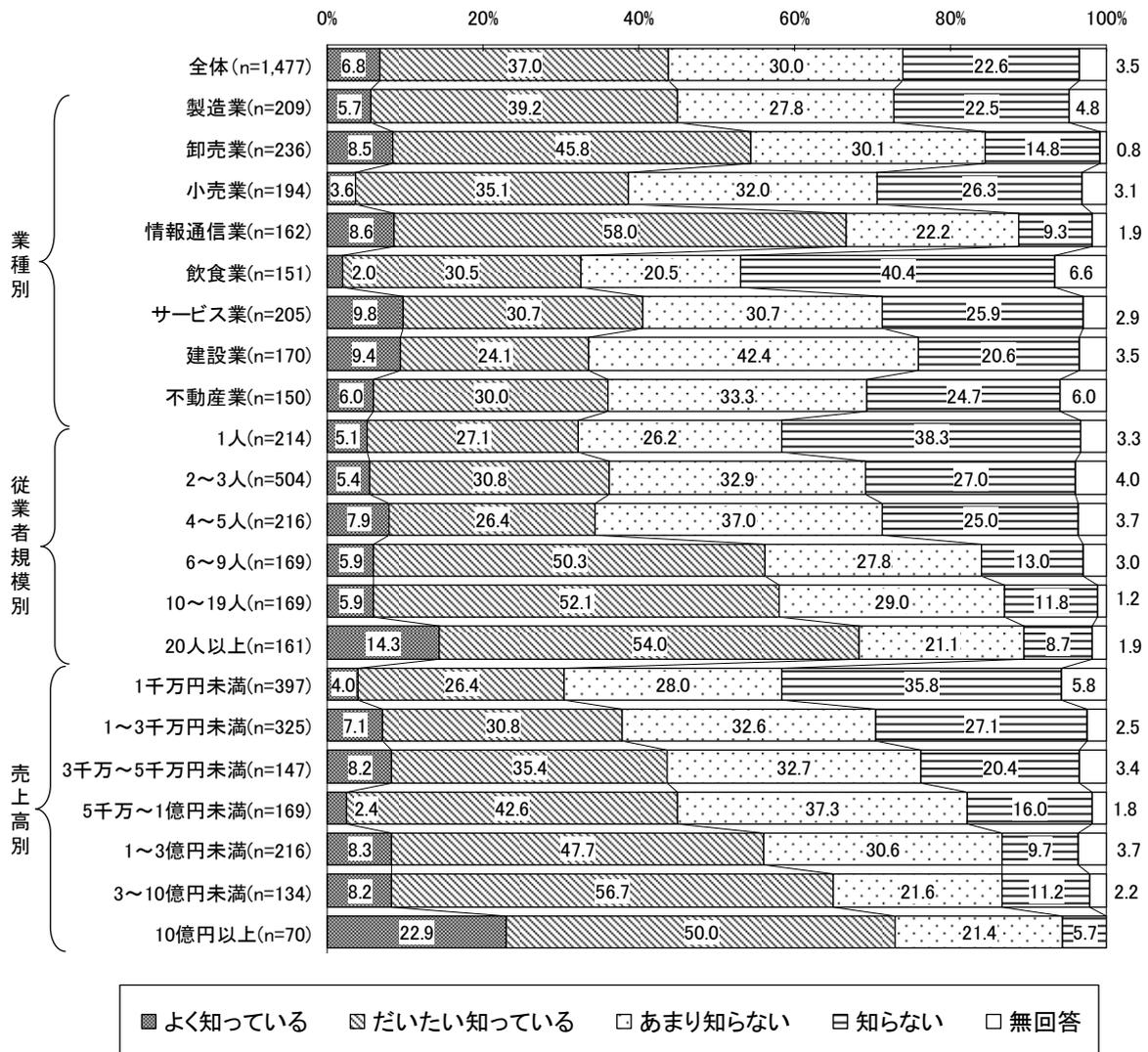
業種別にみると、『知っている』は情報通信業（66.6%）と卸売業（54.3%）で過半数を占め、飲食業（32.5%）、建設業（33.5%）、不動産業（36.0%）で少ない。

従業者規模別でみると、「5人以下」は『知らない』の方が高い割合となり、「6人以上」は『知っている』の方が高い割合となった。

売上高別でみると、規模が大きくなるほど『知っている』が多くなり、10億円以上では7割強（72.9%）が『知っている』と回答している。

- (※1) ①大規模小売事業者
②特定供給事業者から継続して商品又は役務の供給を受ける法人である事業者
- (※2) ①大規模小売事業者に継続して商品又は役務を供給する事業者
②資本金等の額が3億円以下である事業者
③個人事業者等
- (※3) ①減額
商品又は役務について、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うこと。
②買ったたき
商品又は役務の対価について、合理的な理由なく通常支払われる対価よりも低く定めること。
③商品購入、役務利用又は利益提供の要請
商品又は役務について、消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せする代わりに、特定供給事業者の商品を購入させ、役務を利用させ又は経済上の利益を提供させること。
④本体価格での交渉の拒否
商品又は役務の供給の対価に係る交渉において消費税を含まない価格を用いる旨の特定供給事業者からの申出を拒むこと。
⑤報復行為
上記①から④に掲げる行為があるとして、特定供給事業者が公正取引委員会、主務大臣又は中小企業庁長官に対しその事実を知らせたことを理由として、取引の数量を減じ、取引を停止し、その他不利益な取扱いをすること。

図3-4 消費税転嫁対策特別措置法の認知
(全体・業種別・従業者規模別・売上高別)



⑤消費税転嫁・表示カルテル制度の認知

消費税転嫁・表示カルテル制度^(※)についての認知は、「よく知っている」と「だいたい知っている」を合わせた『知っている』が2割台半ば(26.7%)、「あまり知らない」と「知らない」を合わせた『知らない』が約7割(69.6%)である。

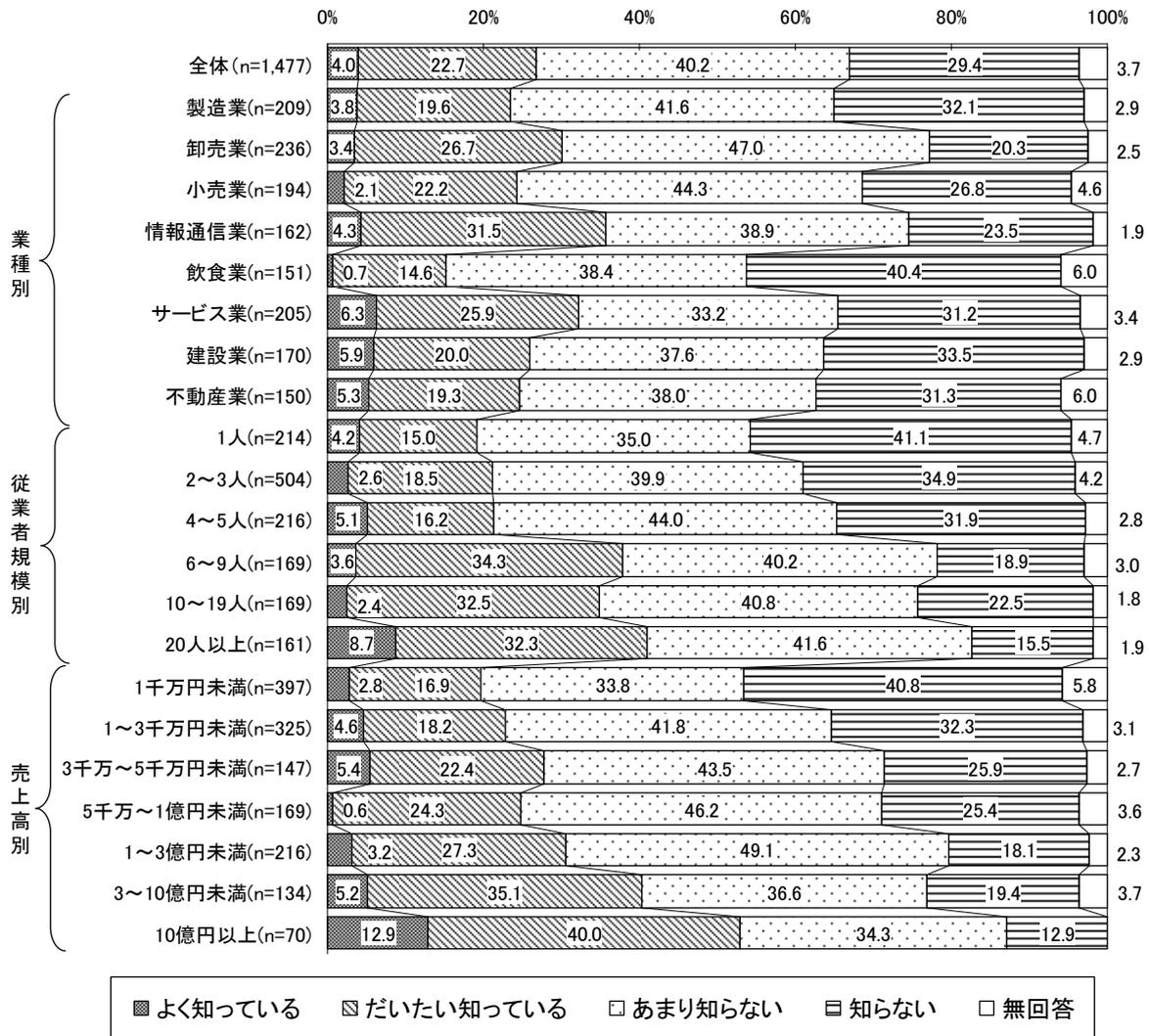
業種別にみると、『知っている』は情報通信業で3割台半ば(35.8%)を占め、飲食業で1割台半ば(15.3%)と少ない。

従業者規模別では、《5人以下》では、7割以上が『知らない』と回答している。

売上高別にみると、『知っている』は概ね規模が大きくなるほど増加し、10億円以上で5割強(52.9%)を占めた。

(※) 消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のため、公正取引委員会への事前の届出により、事業者等が行う消費税の転嫁カルテル及び表示カルテルについて、消費税導入時と同様の独占禁止法の適用除外とする制度。

図3-5 消費税転嫁・表示カルテル制度の認知
(全体・業種別・従業者規模別・売上高別)



(4) 今後の景気動向について

<今後の景気動向について（まとめ）>

【全体】

- 今後4～6月の景気動向は、5割強（53.3%）が『悪い』（「悪くなっている」+「やや悪くなっている」）、「ほぼ同様」が36.0%、『良い』（「良くなっている」+「やや良くなっている」）は8.6%と1割に満たない
- 7～9月は、4～6月と比べて《悪い》（53.3%→48.3%）がやや減り、「ほぼ同様」（36.0%→37.6%）と《良い》（8.6%→11.7%）がやや増えるものの、依然として5割弱が『悪い』との見通しである

【業種別】

- 4～6月は、小売業で『悪い』が約7割（70.6%）を占め、飲食業（56.9%）、卸売業（56.8%）、製造業（56.4%）、サービス業（54.2%）で5割を超える
- 7～9月においても『悪い』の割合は、依然として小売業で約6割（61.3%）、飲食業（56.3%）、サービス業（50.8%）で5割を超える

【従業者規模別】

- 4～6月をみると、《5人以下》の方で『悪い』は高い割合を占め、「10～19人」（13.0%）と「20人以上」（10.6%）で『良い』が高い割合を占めた
- 7～9月においては、『悪い』は規模が小さくなるほど増加し、《5人以下》で5割以上が『悪い』との見通しである

【売上高別】

- 4～6月をみると、《3億円未満》では『悪い』が5割を上回り、《3億円以上》では『悪い』が5割を下回る
- 7～9月において、「1千万円未満」（53.9%）と「1～3千万円未満」（53.6%）で『悪い』が5割を超える

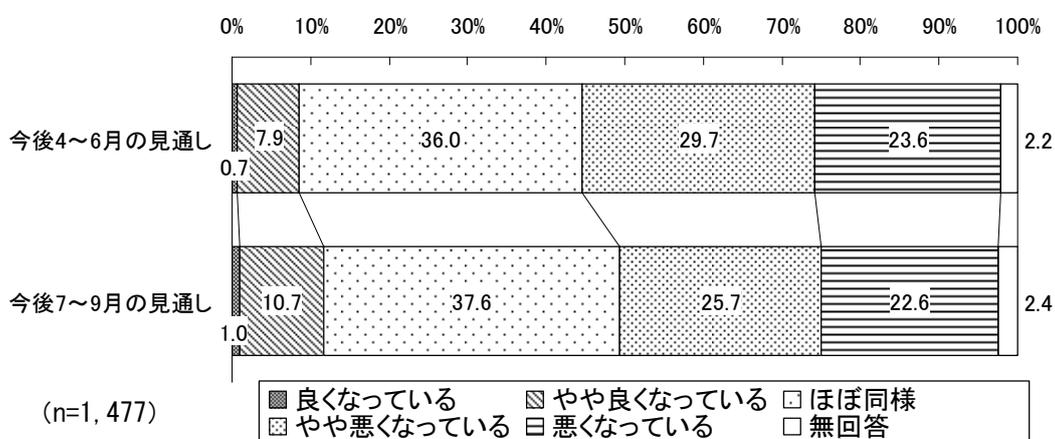
①全体

今後4～6月の景気動向が、2月1日時点と比べてどのようになっているかについては、「悪くなっている」と「やや悪くなっている」を合わせた『悪い』が5割強（53.3%）を占め、「ほぼ同様」が3割台半ば（36.0%）、「良くなっている」と「やや良くなっている」を合わせた『良い』が1割弱（8.6%）である。

今後7～9月の景気動向が、2月1日時点と比べてどのようになっているかについては、「悪くなっている」と「やや悪くなっている」を合わせた『悪い』が5割弱（48.3%）、「ほぼ同様」が3割台半ば（37.6%）、「良くなっている」と「やや良くなっている」を合わせた『良い』が1割強（11.7%）である。

今後7～9月の景気動向は、4～6月と比べてやや上向くものの、依然として5割弱が『悪い』との見通しを示している。

図4-1 今後の景気動向の見通し
(全体)

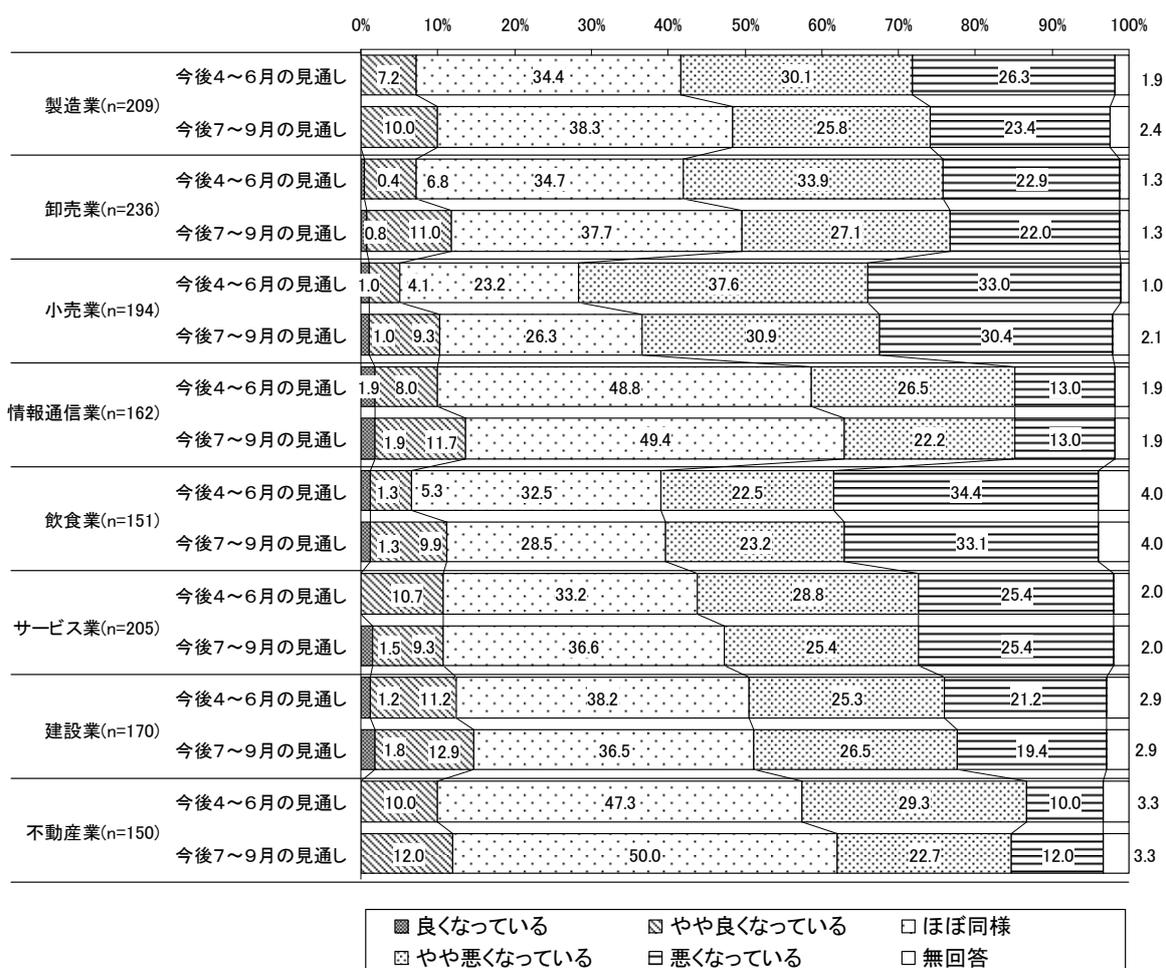


②業種別

今後4～6月の見通しを業種別にみると、小売業では『悪い』が約7割（70.6%）を占めたほか、飲食業（56.9%）、卸売業（56.8%）、製造業（56.4%）、サービス業（54.2%）でも過半数を占めた。情報通信業（48.8%）と不動産業（47.3%）は「ほぼ同様」が4割台半ばを超え、建設業は『良い』（12.4%）が他の業種と比べて高い。

今後7～9月の見通しについては、いずれの業種も今後4～6月の見通しと比べて『悪い』の割合が低くなっているものの、依然として小売業で約6割（61.3%）、飲食業（56.3%）、サービス業（50.8%）で5割を超えている。一方、情報通信業と不動産業は、「ほぼ同様」と『良い』の合計がそれぞれ63.0%、62.0%と6割を超え、他の業種と比べて相対的に良い見通しとなっている。

図4-2 今後の景気動向の見通し
(業種別)

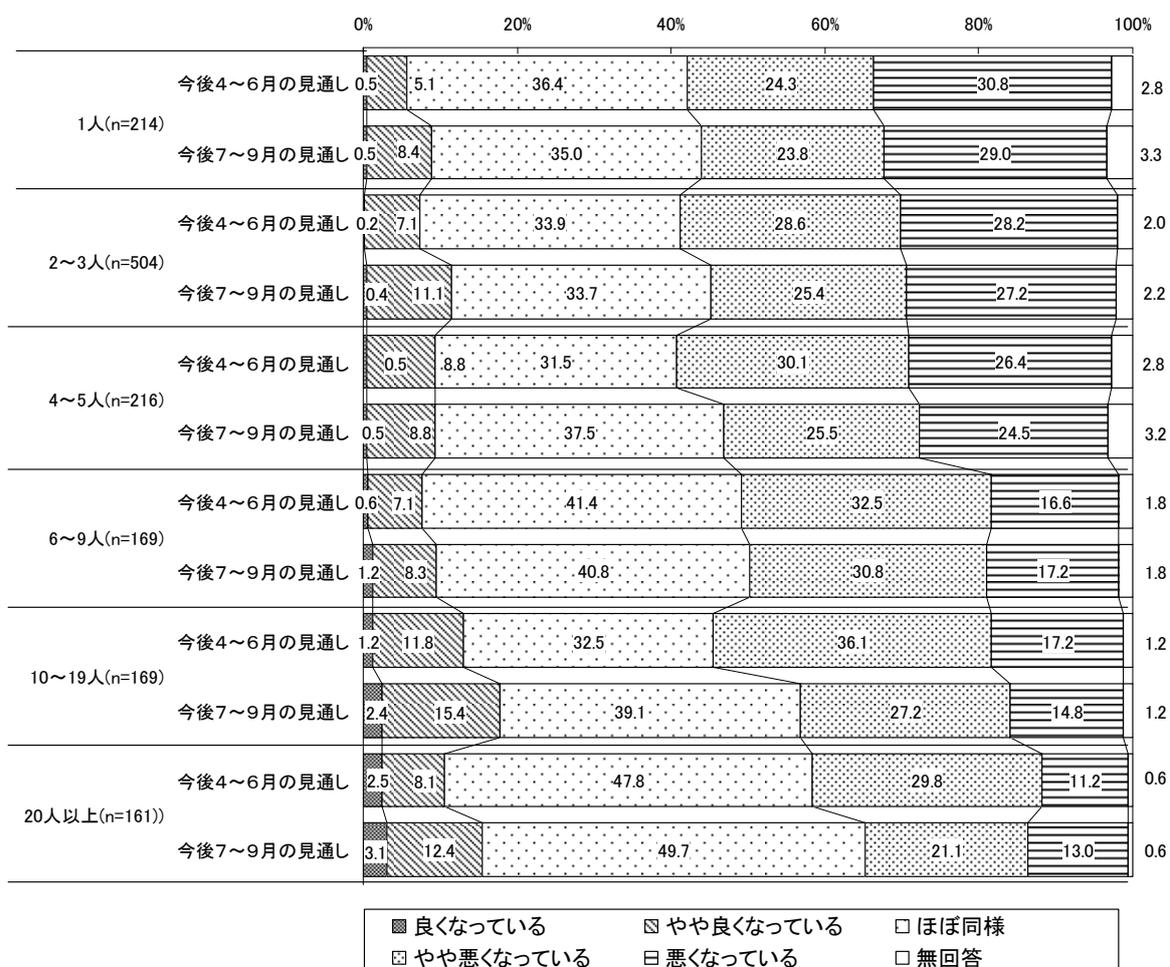


③従業員規模別

今後4～6月の見通しを従業員規模別にみると、《5人以下》は、《6人以上》と比べて『悪い』が高い割合を占めた。『良い』はいずれの規模も少ないが、「10～19人」(13.0%)と「20人以上」(10.6%)は1割を超え、《9人以下》と比べてやや高い割合となった。

今後7～9月の見通しについては、いずれの規模も今後4～6月の見通しと比べて『悪い』の割合が低くなっている。『悪い』は規模が小さくなるほど増加し、《5人以下》では5割以上が『悪い』と回答している。一方、『良い』は「10～19人」(17.8%)と「20人以上」(15.5%)がみられた。

図4-3 今後の景気動向の見通し
(従業員規模別)

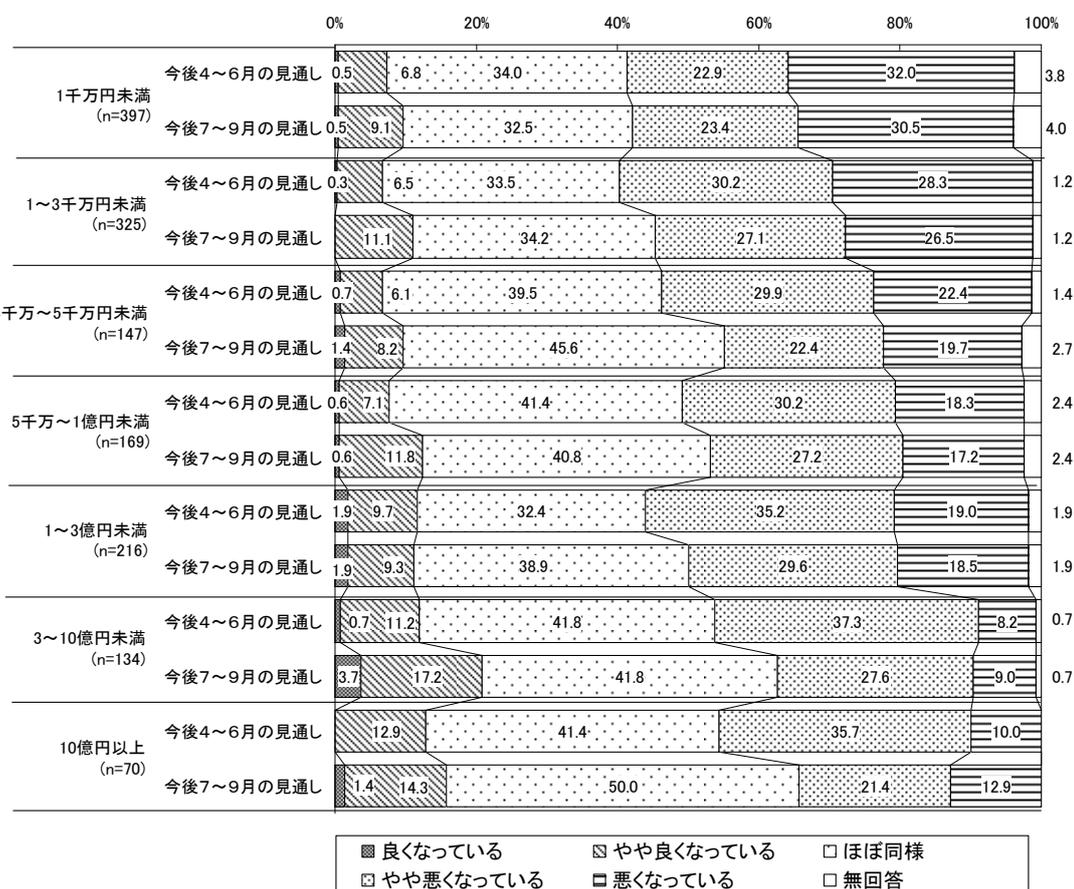


④売上高別

今後4～6月の見通しを売上高別にみると、「3億円未満」では『悪い』が過半数を占め、「3億円以上」では『悪い』が半数を下回っている。

今後7～9月の見通しについては、いずれの規模も今後4～6月の見通しと比べて『悪い』の割合が低くなっている。「3～10億円未満」(20.9%)と「10億円以上」(15.7%)で『良い』は他の業種と比べてやや高い割合を占め、「1千万円未満」(53.9%)と「1～3千万円未満」(53.6%)で『悪い』が過半数を占めた。

図4-4 今後の景気動向の見通し
(売上高別)



(資料 1) 調査票

消費税等改正にかかる都内中小企業の状況調査



平素より東京都の産業振興施策に格別のご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。

この度、平成26年4月からの消費税及び地方消費税(消費税等)の税率改正にともない、都内中小企業の状況を把握し、施策の検討資料とするために本調査を実施することになりました。

皆様方におかれましては、大変ご多忙中とは存じますが、調査の趣旨をご理解いただき、ご回答をいただきますようお願い申し上げます。

1. この調査票は、上記の目的以外に使用することはありません。また、調査結果は統計的に処理し、個別企業の内容を公表することはありません。
2. 本調査の回収・集計業務は、東京都が(一社)日本リサーチ総合研究所に業務委託して実施します。
3. ご回答は、経営者、又は経営全体が分かる担当者の方にお願いいたします。
平成26年2月1日時点の状況でお答えください。
4. 各設問では、あてはまる番号に○をつけ、また()内や枠内に該当する事項を具体的にお書きください。
5. 記入したアンケート用紙(本調査票)は、**平成26年2月28日(金)**までに同封の返信用封筒に入れてご投函ください。(切手は不要です)
6. 調査の内容等、不明な点がございましたら、下記担当者までお問合せ下さい。

【アンケートの内容・ 記入方法について】 一般社団法人日本リサーチ総合研究所 担当 桜井・徳増 【TEL】03-5216-7313	【調査の趣旨について】 東京都 産業労働局 商工部 調整課 調査分析担当 谷口 【TEL】03-5321-1111(都庁代表) 内線 36-444 03-5320-4639(直通)
--	---

本調査は都内の中小企業を対象に実施しております。以下に該当する方は調査対象外となりますので、大変恐れ入りますが、該当する番号に○印をつけ、4ケタの番号をご記入の上、ご返送下さい。

1. 中小企業でない 2. 休業中 3. 廃業した 4. 都外に移転した 5. 下記8業種以外

→ 封筒に記載されていた企業名または宛名右上の4ケタの番号 [_____]

【調査対象企業の範囲】

- ①製造業：従業員300人以下又は資本金3億円以下
- ②卸売業：従業員100人以下又は資本金1億円以下
- ③小売業：従業員50人以下又は資本金5千万円以下
- ④情報通信業：従業員100人以下又は資本金5千万円以下
- ⑤飲食業：従業員50人以下又は資本金5千万円以下
- ⑥サービス業：従業員100人以下又は資本金5千万円以下
- ⑦建設業：従業員300人以下又は資本金3億円以下
- ⑧不動産業：従業員300人以下又は資本金3億円以下

問1 貴社の概要について

(1) 貴社の所在地をご記入下さい。

東京都

(区・市・町・村)

(2) 貴社の事業形態および資本金を
ご記入下さい。

1. 個人 2. 法人 (資本金 _____円)

(3) 貴社の従業者数(経営者・役員・派遣・パート・アルバイトを含む)をご記入下さい。

人

(4) 貴社の業種は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

1. 製造業 2. 卸売業 3. 小売業 4. 情報通信業 5. 飲食業
6. サービス業 7. 建設業 8. 不動産業 9. その他()

(5) 貴社の主な製品、部品、商品、サービス等をご記入下さい。

(6) 貴社の直近決算での年間売上高は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

1. 1千万円未満 2. 1～3千万円未満 3. 3～5千万円未満
4. 5千万～1億円未満 5. 1～3億円未満 6. 3～5億円未満
7. 5～10億円未満 8. 10～30億円未満 9. 30億円以上

(7) 貴社の販売先は、主に次のどれに該当しますか。(1つに○)

1. 一般消費者 2. どちらかといえば一般消費者 3. おおむね半々
4. どちらかといえば事業所 5. 事業所

問2 貴社の消費税等改正への対応について

(1) 貴社の消費税等改正への準備状況は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

1. 順調 2. どちらかといえば順調 3. やや間に合っていない
4. 間に合っていない 5. その他()

(2) 貴社の消費税等改正の価格転嫁は、どのように見込まれていますか。(1つに○)

1. すべてに転嫁できる (総売上高の100%) 2. おおむね転嫁できる (総売上高の75%～100%未満) 3. ある程度転嫁できる (総売上高の50%～75%未満)
4. あまり転嫁できない (総売上高の25%～50%未満) 5. ほとんど転嫁できない (総売上高の25%未満) 6. まだ、わからない

(3) 前問(2)で[1.すべてに転嫁できる]以外を回答された方へ

貴社が価格転嫁できない事情について、差し支えなければ具体的にご記入下さい。

--

(4) 前回(平成9年4月)の消費税等改正(3%→5%)時の価格転嫁は、次のどれに該当しましたか。

(1つに○)

1. すべてに転嫁した (総売上高の100%)	2. おおむね転嫁した (総売上高の75%~100%未満)	3. ある程度転嫁した (総売上高の50%~75%未満)
4. あまり転嫁できなかった (総売上高の25%~50%未満)	5. ほとんど転嫁できなかった (総売上高の25%未満)	6. 平成9年4月以降に開業

(5) 貴社がこれまで見積・レシート・カタログ等に表示している価格は、次のどれに該当しますか。(すべてに○)

1. 総額(税込価格)	2. 本体価格(税抜価格)	3. 税額(消費税等価格)
-------------	---------------	---------------

(6) 今回の消費税等改正に伴う価格表示方法の見直しは、次のどれに該当しますか。(1つに○)

1. 変更する	2. 変更しない	3. 一部につき変更	4. 検討中
---------	----------	------------	--------

(7) 貴社の消費税等改正に伴う貴社の経営課題は、次のどれに該当しますか。(すべてに○)

1. 適切な価格転嫁の実現	2. 減額要請への対応	3. 買ったたきへの対応
4. 売上高の維持	5. 利益率の維持	6. 顧客・得意先の確保
7. 在庫負担の軽減	8. 経理処理等の煩雑化対応	9. 資金繰り対策
10. その他()		11. 特にない

(8) 上記(7)の経営課題への対応方法について、差し支えなければ具体的にご記入下さい。

--

問3 税制等の施策について

(1) 貴社は簡易課税制度^(注)を利用していますか。(1つに○)

1. 利用している	2. 利用していない
-----------	------------

(注) 課税期間の前々年又は前々事業年度の課税売上高が5千万円以下の事業者が、事前の届出により仕入控除税額を課税売上高に対する税額の一定割合として計算を行うことができる制度。

(2) 平成26年度に、中小企業投資促進税制^(注)を用いた設備投資を、お考えですか。(1つに○)

1. 利用予定	2. 利用しない予定	3. 未定
---------	------------	-------

(注) 新品の機械及び装置などを取得し又は製作して国内にある製造業、建設業などの指定事業の用に供した場合に、その指定事業の用に供した日を含む事業年度において、特別償却又は税額控除を認める制度。

(3) 平成 26 年度に、研究開発促進税制^(注)を用いた研究開発投資を、お考えですか。(1つに○)

1. 利用予定	2. 利用しない予定	3. 未定
---------	------------	-------

(注) 一定要件を満たすことにより、試験研究を実施した場合に税制の特別措置が受けられる制度。

(4) 「消費税転嫁対策特別措置法」において、特定事業者^(注 1)が、特定供給事業者^(注 2)に対し、禁止行為^(注 3)を定めていることをご存知ですか。(1つに○)

1. よく知っている	2. だいたい知っている	3. あまり知らない	4. 知らない
------------	--------------	------------	---------

(注 1) ①大規模小売事業者

②特定供給事業者から継続して商品又は役務の供給を受ける法人である事業者

(注 2) ①大規模小売事業者に継続して商品又は役務を供給する事業者

②資本金等の額が3億円以下である事業者

③個人事業者等

(注 3) ①減額

商品又は役務について、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うこと。

②買いたたき

商品又は役務の対価について、合理的な理由なく通常支払われる対価よりも低く定めること。

③商品購入、役務利用又は利益提供の要請

商品又は役務について、消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せする代わりに、特定供給事業者
に商品を購入させ、役務を利用させ又は経済上の利益を提供させること。

④本体価格での交渉の拒否

商品又は役務の供給の対価に係る交渉において消費税を含まない価格を用いる旨の特定供給事業者
からの申出を拒むこと。

⑤報復行為

上記①から④に掲げる行為があるとして、特定供給事業者が公正取引委員会、主務大臣又は中小企業
庁長官に対しその事実を知らせたことを理由として、取引の数量を減じ、取引を停止し、その他不利益な
取扱いをすること。

(5) 消費税転嫁・表示カルテルの制度^(注)について、ご存知ですか。(1つに○)

1. よく知っている	2. だいたい知っている	3. あまり知らない	4. 知らない
------------	--------------	------------	---------

(注) 消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のため、公正取引委員会への事前の届出により、事業者等が行う消費税の転嫁カルテル及び表示カルテルについて、消費税導入時と同様の独占禁止法の適用除外とする制度。

問 4 今後の景気動向について

(1) 今後 4～6 月の景気動向は、2 月 1 日時点と比べてどのようになっていると思われますか。(1つに○)

1. 良くなっている	2. やや良くなっている	3. ほぼ同様
4. やや悪くなっている	5. 悪くなっている	

(2) 今後 7～9 月の景気動向は、2 月 1 日時点と比べてどのようになっていると思われますか。(1つに○)

1. 良くなっている	2. やや良くなっている	3. ほぼ同様
4. やや悪くなっている	5. 悪くなっている	

～これで、質問は終了いたしました。お忙しいところご協力いただき、誠にありがとうございました。同封の返信用封筒(切手不要)にて、ご投函ください。～

(資料 2) 単純集計表

問1 会社の概要について

問1 (1) 所在地

選択肢	回答数	構成比
1. 個人	431	29.2
2. 法人	1,034	70.0
無回答	12	0.8
全体	1,477	100.0

問1 (2) 事業形態

選択肢	回答数	構成比
1. 都心	244	16.5
2. 副都心	195	13.2
3. 城東	359	24.3
4. 城西	164	11.1
5. 城南	151	10.2
6. 城北	74	5.0
7. 多摩地域	271	18.3
8. 島しょ	7	0.5
無回答	12	0.8
全体	1,477	100.0

問1 (2) 資本金

選択肢	回答数	構成比
1. 5百万円以下	429	41.5
2. 5百万円超～1千万円以下	385	37.2
3. 1千万円超～2千万円以下	74	7.2
4. 2千万円超～3千万円以下	39	3.8
5. 3千万円超～5千万円以下	56	5.4
6. 5千万円超～1億円以下	29	2.8
7. 1億円超	5	0.5
無回答	17	1.6
全体	1,034	100.0

問1 (3) 従業者数

選択肢	回答数	構成比
1. 1人	214	14.5
2. 2人	302	20.4
3. 3人	202	13.7
4. 4～5人	216	14.6
5. 6～9人	169	11.4
6. 10～19人	169	11.4
7. 20～49人	101	6.8
8. 50人以上	60	4.1
無回答	44	3.0
全体	1,477	100.0

問1（4） 業種

選択肢	回答数	構成比
1. 製造業	209	14.2
2. 卸売業	236	16.0
3. 小売業	194	13.1
4. 情報通信業	162	11.0
5. 飲食業	151	10.2
6. サービス業	205	13.9
7. 建設業	170	11.5
8. 不動産業	150	10.2
無回答	0	0.0
全体	1,477	100.0

問1（6） 年間売上高

選択肢	回答数	構成比
1. 1千万円未満	397	26.9
2. 1～3千万円未満	325	22.0
3. 3～5千万円未満	147	10.0
4. 5千万～1億円未満	169	11.4
5. 1～3億円未満	216	14.6
6. 3～5億円未満	61	4.1
7. 5～10億円未満	73	4.9
8. 10～30億円未満	47	3.2
9. 30億円以上	23	1.6
無回答	19	1.3
全体	1,477	100.0

問1（7） 販売先

選択肢	回答数	構成比
1. 一般消費者	464	31.4
2. どちらかといえば一般消費者	99	6.7
3. おおむね半々	78	5.3
4. どちらかといえば事業所	207	14.0
5. 事業所	590	39.9
無回答	39	2.6
全体	1,477	100.0

問2 消費税等改正への対応について

問2(1) 消費税等改正への準備状況

選択肢	回答数	構成比
1. 順調	344	23.3
2. どちらかといえば順調	475	32.2
3. やや間に合っていない	227	15.4
4. 間に合っていない	230	15.6
5. その他	147	10.0
無回答	54	3.7
全体	1,477	100.0

問2(2) 価格転嫁の見込み

選択肢	回答数	構成比
1. すべてに転嫁できる(総売上高の100%)	536	36.3
2. おおむね転嫁できる(総売上高の75%~100%未満)	264	17.9
3. ある程度転嫁できる(総売上高の50%~75%未満)	157	10.6
4. あまり転嫁できない(総売上高の25%~50%未満)	75	5.1
5. ほとんど転嫁できない(総売上高の25%~51%未満)	150	10.2
6. まだ、わからない	257	17.4
無回答	38	2.6
全体	1,477	100.0

問2(4) 前回の消費税等改正における価格転嫁への対応

選択肢	回答数	構成比
1. すべてに転嫁した(総売上高の100%)	568	38.5
2. おおむね転嫁した(総売上高の75%~100%未満)	258	17.5
3. ある程度転嫁した(総売上高の50%~75%未満)	135	9.1
4. あまり転嫁できなかった(総売上高の25%~50%未満)	73	4.9
5. ほとんど転嫁できなかった(総売上高の25%~51%未満)	174	11.8
6. 平成9年4月以降に開業	168	11.4
無回答	101	6.8
全体	1,477	100.0

問2(5) 見積・レシート・カタログ等に表示している価格(複数回答)

選択肢	回答数	構成比
1. 総額(税込価格)	777	52.6
2. 本体価格(税抜価格)	700	47.4
3. 税額(消費税等価格)	212	14.4
無回答	110	7.4
全体	1,477	100.0

問2（6） 消費税等改正に伴う価格表示方法の見直し

選択肢	回答数	構成比
1. 変更する	272	18.4
2. 変更しない	782	52.9
3. 一部につき変更	92	6.2
4. 検討中	252	17.1
無回答	79	5.3
全体	1,477	100.0

問2（7） 消費税等改正に伴う経営課題（複数回答）

選択肢	回答数	構成比
1. 適切な価格転嫁の実現	510	34.5
2. 減額要請への対応	155	10.5
3. 買ったたきへの対応	55	3.7
4. 売上高の維持	519	35.1
5. 利益率の維持	389	26.3
6. 顧客・得意先の確保	338	22.9
7. 在庫負担の軽減	103	7.0
8. 経理処理等の煩雑化対応	151	10.2
9. 資金繰り対策	213	14.4
10. その他	18	1.2
11. 特にない	257	17.4
無回答	78	5.3
全体	1,477	100.0

問3 税制等の施策について

問3 (1) 簡易課税制度の利用実態

選択肢	回答数	構成比
1. 利用している	373	25.3
2. 利用していない	1,012	68.5
無回答	92	6.2
全体	1,477	100.0

問3 (2) 中小企業投資促進税制を用いた設備投資の実施意向

選択肢	回答数	構成比
1. 利用予定	28	1.9
2. 利用しない予定	842	57.0
3. 未定	552	37.4
無回答	55	3.7
全体	1,477	100.0

問3 (3) 研究開発促進税制を用いた研究開発投資の実施意向

選択肢	回答数	構成比
1. 利用予定	11	0.7
2. 利用しない予定	951	64.4
3. 未定	434	29.4
無回答	81	5.5
全体	1,477	100.0

問3 (4) 消費税転嫁対策特別措置法の認知

選択肢	回答数	構成比
1. よく知っている	101	6.8
2. だいたい知っている	547	37.0
3. あまり知らない	443	30.0
4. 知らない	334	22.6
無回答	52	3.5
全体	1,477	100.0

問3 (5) 消費税転嫁・表示カルテル制度の認知

選択肢	回答数	構成比
1. よく知っている	59	4.0
2. だいたい知っている	336	22.7
3. あまり知らない	594	40.2
4. 知らない	434	29.4
無回答	54	3.7
全体	1,477	100.0

問4 今後の景気動向について

問4 (1) 今後4~6月の景気動向の見通し

選択肢	回答数	構成比
1. 良くなっている	10	0.7
2. やや良くなっている	116	7.9
3. ほぼ同様	531	36.0
4. やや悪くなっている	439	29.7
5. 悪くなっている	349	23.6
無回答	32	2.2
全体	1,477	100.0

問4 (2) 今後7~9月の景気動向の見通し

選択肢	回答数	構成比
1. 良くなっている	15	1.0
2. やや良くなっている	158	10.7
3. ほぼ同様	555	37.6
4. やや悪くなっている	380	25.7
5. 悪くなっている	334	22.6
無回答	35	2.4
全体	1,477	100.0

登録番号(25)194

平成25年度
消費税等改正にかかる都内中小企業の状況調査
報告書

発行日 平成26年3月
編集・発行 東京都産業労働局商工部調整課
〒163-8001 東京都新宿区西新宿二丁目8番1号
電話 03-5320-4639
FAX 03-5388-1461

調査委託機関 一般社団法人 日本リサーチ総合研究所
〒102-0073 東京都千代田区九段北一丁目12番11号
電話 03-5216-7311