

消費税の転嫁状況に関するモニタリング調査（10月）の結果について

令和3年12月
経済産業省

1. 調査概要

- ・調査手法 書面郵送調査
- ・調査時期 令和3年10月1日（金）～10月15日（金）
- ・対象事業者数 40,000者
 - ※対象事業者の従業員規模分布、業種分布については（別添（1））参照。
 - ※株式会社 東京商工リサーチに登録されている事業者を対象に実施。
 - ※総務省「平成28年経済センサス」における、従業員規模分布、業種分布に基づき、無作為抽出。
- ・回答事業者数 10,328者（回収率：25.8%）
 - ※回答事業者の従業員規模分布、業種分布については（別添（2））参照。

2. 調査結果

事業者間取引（BtoB）

① 価格転嫁の状況

消費税率の引上げに関する価格転嫁の状況については、88.6%（7,038社、前年度比▲1.2pt）の事業者が「全て転嫁できている」と回答した。他方、「全く転嫁できていない」と回答した事業者は1.8%（145社、前年度比+0.3pt）であった。

また、「一部転嫁できている」と答えた事業者は、3.8%（301社、前年度比▲0.1ポイント）で、「経営戦略上、転嫁しなかった場合など」と回答した事業者は、5.8%（464社、前年度比+1.0ポイント）であった。

業種別に見ると、「全て転嫁できている」と回答した事業者の割合は、建設業が最も大きく95.4%。次いで、卸売業が94.7%、製造業が94.0%という結果になった。

N=7,948	合計	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	その他（経営戦略上、転嫁しなかった場合など）
全体	100.0 (%)	88.6 (%)	3.8 (%)	1.8 (%)	5.8 (%)
（従業員規模別）					
5人以下	100.0 (%)	89.3 (%)	4.1 (%)	1.7 (%)	4.9 (%)
6～20人	100.0 (%)	87.9 (%)	3.8 (%)	2.1 (%)	6.2 (%)
21～50人	100.0 (%)	88.6 (%)	2.6 (%)	1.6 (%)	7.2 (%)
51～100人	100.0 (%)	86.5 (%)	2.4 (%)	2.7 (%)	8.4 (%)
101～300人	100.0 (%)	82.6 (%)	4.5 (%)	0.6 (%)	12.4 (%)
不明	100.0 (%)	88.5 (%)	5.8 (%)	1.9 (%)	3.8 (%)

(業種別 ※2)					
N=7,948	合計	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	その他（経営戦略 上、転嫁しなかった 場合など）
製造業	100.0 (%)	94.0 (%)	2.8 (%)	2.0 (%)	1.2 (%)
建設業	100.0 (%)	95.4 (%)	3.2 (%)	0.8 (%)	0.6 (%)
運輸業、郵便業	100.0 (%)	93.5 (%)	2.8 (%)	1.4 (%)	2.3 (%)
卸売業	100.0 (%)	94.7 (%)	3.0 (%)	1.1 (%)	1.2 (%)
小売業	100.0 (%)	92.2 (%)	3.8 (%)	0.8 (%)	3.2 (%)
サービス業	100.0 (%)	81.1 (%)	4.0 (%)	2.6 (%)	12.3 (%)
その他	100.0 (%)	89.1 (%)	5.5 (%)	1.6 (%)	3.8 (%)

※2：複数の事業を行っている場合には主たる業種について回答したものを集計。以下同じ。

②価格転嫁ができた理由

【価格転嫁の状況について「全て転嫁できている」と回答した事業者が最大2つまで選択】

全体の88.6%の事業者（7,038社）のうち、回答があったのは6,979社であった。

そのうち、「以前より消費税の転嫁への理解が定着しているため」と回答した事業者が3,901社（49.1%）。次いで、「消費税転嫁対策特別措置法により消費税転嫁拒否行為が禁止されているため」が2,289社（28.8%）、「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」が1,373社（17.3%）となった。

理由 (回答した事業者の割合)	回答数	全体の割合 (7,948社)
以前より、取引先において、消費税率引上げ分の上乗せを受け入れる、という理解が定着しているため（55.9%）	3,901	49.1 (%)
消費税転嫁対策特別措置法により消費税転嫁拒否行為が禁止されているため（32.8%）	2,289	28.8 (%)
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（19.7%）	1,373	17.3 (%)
取引先の業界の景気が良く、取引先が消費税率引上げ分の上乗せを受け入れてくれやすい環境にあるため（8.8%）	613	7.7 (%)
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（6.4%）	447	5.6 (%)
消費税転嫁対策特別措置法に基づく表示・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（0.9%）	61	0.8 (%)
その他（4.4%）	305	3.8 (%)

③価格転嫁ができていない理由

【価格転嫁の状況について「一部転嫁できている」、「全く転嫁できていない」と回答した事業者が最大2つまで選択】

全体の5.6%の事業者（446社）のうち、回答があったのは414社であった。

そのうち、「自社商品等の競争が激しく価格を上げると他社に取引を奪われるおそれがあるため」と回答した事業者が196社（2.5%）。次いで、「取引先の業界の景気が悪く、消費税率引上げ分の上乗せを受け入れる余裕がないと考えられるため」が110社（1.4%）、「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」が83社（1.0%）となった。

理由 (回答した事業者の割合)	回答数	全体の割合 (7,948社)
自社商品等の競争が激しく、価格を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（47.3%）	196	2.5(%)
取引先の業界の景気が悪く、消費税率引上げ分の上乗せを受け入れる余裕がないと考えられるため（26.6%）	110	1.4(%)
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（20.0%）	83	1.0(%)
取引先において、消費税転嫁対策特別措置法の趣旨を理解していないなど、消費税率引上げ分を上乗せするという意識がそもそも欠如しているため（14.5%）	60	0.8(%)
その他（16.2%）	67	0.8(%)

④価格転嫁についての合意

【価格転嫁の状況について「一部転嫁できている」、「全く転嫁できていない」と回答した事業者が選択】

回答した事業者402社のうち、229社（2.9%）の事業者が「納得できないが、仕事を継続したいため、やむなく受け入れている」と回答。次いで、「納得している」が157社（2.0%）、「全く納得できない」が16社（0.2%）となった。

合意の有無 (回答した事業者の割合)	回答数	全体の割合 (7,948社)
納得している（39.1%）	157	2.0(%)
納得できないが、仕事を継続したいため、やむなく受け入れている（57.0%）	229	2.9(%)
全く納得できない（4.0%）	16	0.2(%)

⑤取引先との協議

【価格転嫁についての合意で「納得できないが、仕事を継続したいため、やむなく受け入れている」、「全く納得できない」と回答した事業者が選択】

回答した 235 社のうち、144 社（1.8%）の事業者が「協議はなかった」と回答。次いで、「協議はあったが不十分だった」が 52 社（0.7%）、「協議があった」が 39 社（0.5%）となった。

協議の有無 (回答した事業者の割合)	回答数	全体の割合 (7,948 社)
協議があった (16.6%)	39	0.5(%)
協議はあったが不十分だった (22.1%)	52	0.7(%)
協議はなかった (61.3%)	144	1.8(%)

⑥取引先から受けた転嫁拒否行為

【価格転嫁の状況について「一部転嫁できている」、「全く転嫁できていない」と回答した事業者が複数選択】

回答した 210 社のうち、89 社（1.1%）の事業者が「本体価格での交渉に応じてもらえなかった」と回答。次いで、「価格の交渉時に、消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せしないとされた」が 78 社（1.0%）だった。

転嫁拒否行為 (回答した事業者の割合)	回答数	全体の割合 (7,948 社)
価格の交渉時に、消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せしないとされた (37.1%)	78	1.0(%)
代金の支払い時に、消費税率引上げ分の全部又は一部を上乗せしないとされた (19.5%)	41	0.5(%)
取引先から、消費税率引上げ分を上乗せする代わりに商品を購入するよう又はサービスを利用するよう求められた (8.1%)	17	0.2(%)
本体価格での交渉に応じてもらえなかった (42.4%)	89	1.1(%)

<参考>

消費者向け取引（BtoC）

①価格転嫁の状況

消費税率の引上げに関する価格転嫁の状況については、80.4%（前年度比：▲0.5pt）の事業者が「全て転嫁できている」と回答した。他方、「全く転嫁できていない」と回答した事業者は2.8%（前年度比：▲0.1pt）であった。

業種別に見ると、「全て転嫁できている」と回答した事業者の割合は、製造業が最も大きく92.4%。次いで、運輸業、郵便業が91.9%、建設業が91.4%という結果になった。

N=7,029	合計	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	その他(経営戦略上、転嫁しなかった場合など)
全体	100.0 (%)	80.4 (%)	7.8 (%)	2.8 (%)	9.0 (%)
(従業員規模別)					
5人以下	100.0 (%)	81.9 (%)	7.9 (%)	2.7 (%)	7.6 (%)
6～20人	100.0 (%)	80.3 (%)	7.3 (%)	3.1 (%)	9.4 (%)
21～50人	100.0 (%)	77.9 (%)	8.0 (%)	2.7 (%)	11.5 (%)
51～100人	100.0 (%)	75.2 (%)	6.6 (%)	3.7 (%)	14.5 (%)
101～300人	100.0 (%)	69.4 (%)	10.2 (%)	1.4 (%)	19.0 (%)
不明	100.0 (%)	72.5 (%)	11.0 (%)	7.7 (%)	8.8 (%)
(業種別)					
製造業	100.0 (%)	92.4 (%)	4.7 (%)	0.7 (%)	2.2 (%)
建設業	100.0 (%)	91.4 (%)	6.0 (%)	0.7 (%)	1.8 (%)
運輸業、郵便業	100.0 (%)	91.9 (%)	3.6 (%)	2.7 (%)	1.8 (%)
卸売業	100.0 (%)	89.0 (%)	7.3 (%)	1.6 (%)	2.1 (%)
小売業	100.0 (%)	84.6 (%)	10.1 (%)	1.6 (%)	3.7 (%)
サービス業	100.0 (%)	70.2 (%)	7.9 (%)	4.9 (%)	17.0 (%)
その他	100.0 (%)	82.3 (%)	8.4 (%)	2.2 (%)	7.1 (%)

②価格転嫁ができた理由

【価格転嫁の状況について「全て転嫁できている」と回答した事業者が最大2つまで選択】

全体の80.4%の事業者(5,651社)のうち、回答があったのは5,565社であった。そのうち、「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」と回答した事業者が3,923社(55.8%)。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」が1,239社(17.6%)となった。

理由 (回答した事業者の割合)	回答数	全体の割合 (7,029社)
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(70.5%)	3,923	55.8(%)
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(22.3%)	1,239	17.6(%)
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(10.0%)	556	7.9(%)
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、事業者間の足並みがそろったため(6.4%)	354	5.0(%)
消費者の景気がよくなり、消費税率引上げ分の上乗せを受け入れてくれやすい環境にあるため(5.4%)	301	4.3(%)
その他(5.3%)	296	4.2(%)

③価格転嫁ができていない理由

【価格転嫁の状況について「一部転嫁できている」、「全く転嫁できていない」と回答した事業者が最大2つまで選択】

全体の10.6%の事業者(745社)のうち、回答があったのは709社であった。そのうち、「景気が回復しておらず消費者の財布のひもが固いため」と回答した事業者が346社(4.9%)。次いで、「自社商品等の競争が激しく価格を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」が254社(3.6%)となった。

理由 (回答した事業者の割合)	回答数	全体の割合 (7,029社)
景気が回復しておらず、また消費者の財布のひもが固いため(48.8%)	346	4.9(%)
自社商品等の競争が激しく、価格を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(35.8%)	254	3.6(%)
消費者から便乗値上げと誤解されるおそれがあるため(19.5%)	138	2.0(%)
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(16.4%)	116	1.7(%)
その他(14.8%)	105	1.5(%)

(別添)

(1) 対象事業者概要

① 従業員規模分布

全体	5人以下	6～20人	21～50人	51～100人	101～300人
100.0 (%)	73.6	18.6	5.5	1.9	0.4
40,000 (者)	29,435	7,456	2,182	758	169

② 業種分布

全体	製造業	建設業	運輸業、 郵便業	卸売業	小売業	サービス業	その他
100.0 (%)	10.0	11.3	1.8	5.5	16.2	45.7	9.4
40,000 (者)	4,005	4,532	711	2,193	6,488	18,293	3,778

(2) 回答事業者概要

① 従業員規模分布

全体	5人以下	6～20人	21～50人	51～100人	101～300人	不明
100.0 (%)	53.6	28.2	10.7	3.7	2.3	1.5
10,328 (者)	5,538	2,913	1,108	379	238	152

② 業種分布

全体	製造業	建設業	運輸業、 郵便業	卸売業	小売業	サービス業	その他
100.0 (%)	12.8	9.9	2.3	7.5	12.5	40.5	14.5
10,328 (者)	1,321	1,027	235	770	1,289	4,184	1,502

(参考) 経済産業省における消費税転嫁対策の主な取組状況

(1) 監視・取締りの対応

＜公正取引委員会及び中小企業庁における消費税転嫁拒否行為に対する対応状況＞

※令和3年10月まで

調査着手	立入検査	指導(注2)	勧告(注3)	措置請求
14,482件	8,257件	6,888件 《257件》	59件 《13件》	13件

(注1) 公正取引委員会及び中小企業庁の合算。令和3年10月までの累計(平成25年10月～令和3年10月)。《 》内の件数は、大規模小売事業者に対する指導又は勧告の件数で内数。

(注2) 消費税転嫁拒否行為を行っているとは回答した事業者に対する下請代金支払遅延等防止法に基づく中小企業庁の指導を含む。

(注3) 勧告は、公正取引委員会のみが行う。

＜悉皆的書面調査の実施＞

- 消費税の転嫁拒否に関する情報を収集するため、中小企業・小規模事業者等に対して大規模な書面調査を実施(公正取引委員会と合同。平成26年度から継続して実施)。

＜過去のモニタリング調査結果概要＞

- 事業者間取引で「全て転嫁できている」と回答した事業者は、平成26年度・平均82.7%から、令和2年度・平均89.8%に増加。

(「全て転嫁できている」と回答事業者：各年度の平均)

H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度
82.7%	85.3%	84.7%	88.8%	88.2%	87.5%	89.8%

(2) 広報・相談の対応

＜相談窓口の設置、講習会等の実施＞

- 中小企業4団体の消費税転嫁対策を含む相談窓口(2,324箇所)において、令和3年10月末までに約212万件の相談対応を実施。消費税の転嫁に係る取引上の相談にも対応。
- 中小企業団体や国が認定する支援機関における講習会等を令和3年10月末までに約2万5千回実施(約57万人が参加)し、消費税転嫁制度を周知。
- 中小企業・小規模事業者の取引上の悩みに関する相談窓口である下請かけこみ寺において、消費税の転嫁に係る取引上の相談にも対応。

＜WEB等を通じた広報・申告窓口＞

- 中小企業庁では、WEB上に広報用リーフレットを掲載。

※リーフレットは以下の中小企業庁WEBからご確認ください。

<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/shouhizeitenka.htm>

- また、情報セキュリティにも十分に配慮した申告情報受付窓口をWEBに設置。

※消費税の転嫁に関する相談が可能(WEB、電話)です。

【申告情報受付窓口URL】

<https://mm-enquete-cnt.meti.go.jp/form/pub/shohizei/m5nrxt3>

【電話番号】 03-3501-1502

(3) 消費税転嫁特別措置法に基づく主な指導事例

業種	概要
学校教育業	専門学校の講師を受託している事業者（特定供給事業者）に対し、令和元年10月1日以後も消費税率の引上げ分を上乗せすることなく、消費税込みの委託代金を据え置いていた。
出版業	自社の出版する雑誌の掲載記事の編集を委託している特定事業者は、当該編集を受託している事業者（特定供給事業者）に対し、当該事業者との価格交渉において本体価格での交渉の申出があったにもかかわらず、令和元年10月1日以降も税込価格のみを用いていた。
建設業	リフォーム工事等を委託している特定事業者は、当該工事を受託している事業者（特定供給事業者）に対し、令和元年10月1日以後も消費税率の引上げ分を上乗せすることなく、消費税込みの委託代金を据え置いていた。
医療業	医療器材の保守等を委託している特定事業者は、当該役務を受託している事業者（特定供給事業者）に対し、令和元年10月1日以後に受ける当該役務の委託代金について値引きを要請した。
不動産賃貸業	自社が保有する不動産の内装工事を委託している特定事業者は、当該工事を受託する事業者（特定供給事業者）に対し、令和元年10月1日以後も消費税率の引上げ分を上乗せすることなく、消費税込みの委託代金を据え置いていた。
運送業	運送業務を受託している個人事業者（特定供給事業者）との間で、事前に消費税率の引上げ分を上乗せした単価表について合意していたところ、個々の発注の際には、消費税率の引上げ分を上乗せしない委託代金を定めていた。
情報通信業	システム開発業務を受託している個人事業者（特定供給事業者）に対し、令和元年10月1日以後も消費税率の引上げ分を上乗せすることなく、消費税込みの委託代金を据え置いていた。
翻訳業	翻訳業務を受託している事業者（特定供給事業者）に対し、令和元年10月1日以後も消費税率の引上げ分を上乗せすることなく、消費税込みの業務委託料を据え置いていた。
小売業	自社で扱う自動車の整備・洗車・板金等の業務を受託している事業者（特定供給事業者）に対し、令和元年10月1日以後も消費税率の引上げ分を上乗せすることなく、消費税込みの業務委託料を据え置いていた。
製造業	図面作成業務を受託している事業者（特定供給事業者）に対し、令和元年10月1日以後も消費税率の引上げ分を上乗せすることなく、消費税込みの業務委託料を据え置いていた。
貸金業	カードの新規入会募集業務等を受託している事業者（特定供給事業者）に対し、令和元年10月1日以後も消費税率の引上げ分を上乗せすることなく、消費税込みの委託手数料を据え置いていた。
映像配給業	字幕翻訳業務を受託している事業者（特定供給事業者）に対し、令和元年10月1日以後も消費税率の引上げ分を上乗せすることなく、消費税込みの業務委託料を据え置いていた。
ガス業	LPGガスメーターの検針及び集金業務を委託している特定事業者は、当該役務を受託している事業者（特定供給事業者）に対し、令和元年10月1日以降も消費税率の引上げ分を上乗せすることなく、消費税増税前に定めた単価表に基づき、消費税込みの委託代金を据え置いていた。