

中小企業・小規模事業者における 「インボイス制度の影響」に関する調査結果



令和4年12月

全国商工会連合会

1. 企業の概要

1-1. 調査概要	・・・	2
1-2. 結果概要	・・・	2
1-3. 回答企業の概要	・・・	3

2. インボイス制度

2-1. インボイス制度の認知度	・・・	5
2-2. インボイス制度をどこで知ったか？	・・・	6
2-3. インボイス制度の準備状況	・・・	7
2-4. 適格請求書発行事業者の登録状況	・・・	8
2-5. インボイス制度導入に向けた課題	・・・	9
2-6. 免税事業者との取引	・・・	12
2-7. インボイス制度導入後の免税事業者からの仕入への対応	・・・	13
2-8. 仕入先が免税事業者かどうかの把握	・・・	15
2-9. 取引先からの要請	・・・	16
2-10. インボイス制度導入後の対応	・・・	17
2-11. 課税事業者になるための課題	・・・	18

3. 電子取引のデータ保存の状況

3-1. 電子取引のデータ保存の準備状況	・・・	19
3-2. 電子取引のデータ保存の課題	・・・	20

4. 原油・原材料費高騰によるコスト高に対する価格転嫁状況等

4-1. 売上高の推移	・・・	21
4-2. 「原油・原材料費高騰」「新型コロナウイルス」「賃上げ」の影響	・・・	22
4-3. 価格転嫁（事業全体の利益）状況	・・・	24

5. 中小・小規模事業者の意見

5-1. インボイス制度に関する意見	・・・	28
5-2. 電子取引のデータ保存・その他に関する	・・・	31
5-3. 意見 原油・原材料費高騰による価格転嫁に対する意見	・・・	32

1. 企業の概要

1-1. 調査概要

■ 調査対象

全国の商工会員（中小企業・小規模事業者）4,216事業者／各都道府県において65事業者（内訳：免税事業者約4割、簡易課税事業者約3割、本則課税事業者約3割）以上となるように選定

■ 調査期間

令和4年10月3日～令和4年11月4日

■ 調査方法

商工会職員によるヒアリング調査

全国各地の商工会の経営指導員等が調査対象企業のデータを入力。

■ 回答企業数

4,216

- ・回答企業の約82%が個人事業主。
- ・従業員数では、1人が約33%、2～5人が約56%。5人以下が約9割（約89%）を占める。
- ・業種では、建設業、小売業、サービス業、飲食業、製造業の割合が比較的高い。
- ・取引形態では、対消費者取引が約6割を占める。
- ・納税形態は、本則課税が約30%、簡易課税が約29%、免税事業者が約41%となっており、ほぼ1/3ずつ。
- ・直近の消費税の課税売上高は、1,000万円未満が約42%、1,000万円超～2,000万円以下が約23%。

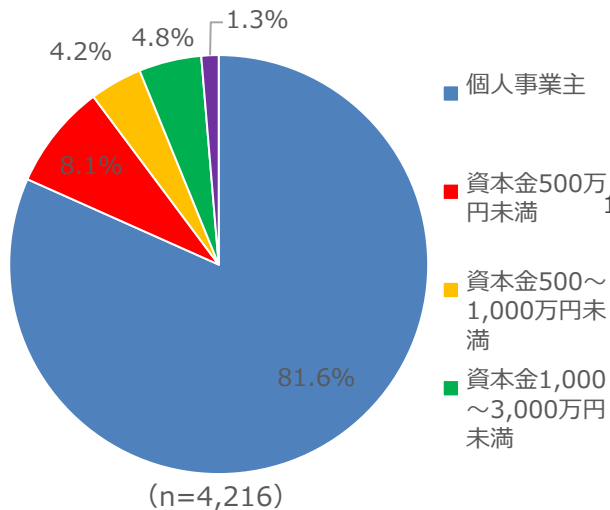
1-2. 結果概要

- 回答した事業者の約90%が原油・原材料費高騰または新型コロナウイルスが売上に影響したと回答している。
- 価格転嫁については、「転嫁できている」の回答が※前回調査より更に減少（8.7%→5.6%）、「ほとんど価格転嫁できていない」の回答が半数近い割合（48.3%）を占めている。
- インボイス制度の認知状況では、「知らなかった」の割合は13.5%と前回の41.9%と比較すると認知度は上がっている。その一方で、制度に対応するための準備については、「特に何もしていない」や「どのような準備が必要か分からない」「具体的には取り掛かっていない」を合計すると約78%に上り、準備が進んでいない状況である。
- 適格請求書発行事業者の登録状況は申請済みが約20%であり、未定が約38%と、登録は進んでいない。
- インボイス制度導入に向けた課題では、「制度が複雑で分からない」に次いで「発行する請求書の様式変更」「仕入れ先が免税事業者かの確認」と続き、インボイス発行事業者登録後の事務負担も課題として認識されている。
- 免税事業者からの仕入予定については「まだわからない」が約45%と半数近くを占め、免税事業が取引から排除される等の懸念は払しょくされていない。
- 電子取引のデータ保存の準備状況は「特に何もしていない」が約52%であり、半数以上が着手していない。

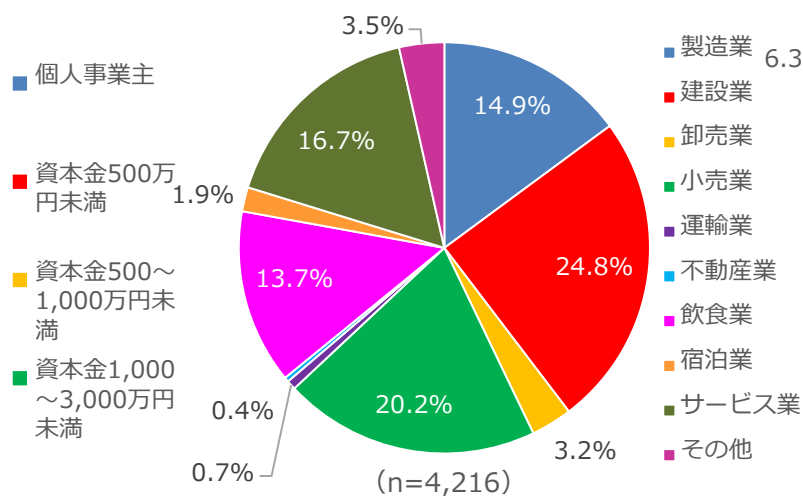
※前回調査：2021年10月15日～2021年12月10日

1 - 3. 回答企業の概要

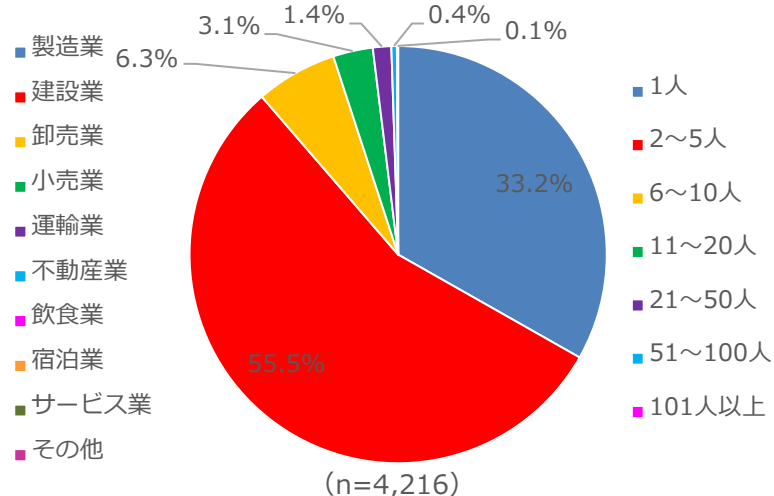
1 - 3 - ①経営形態及び資本金



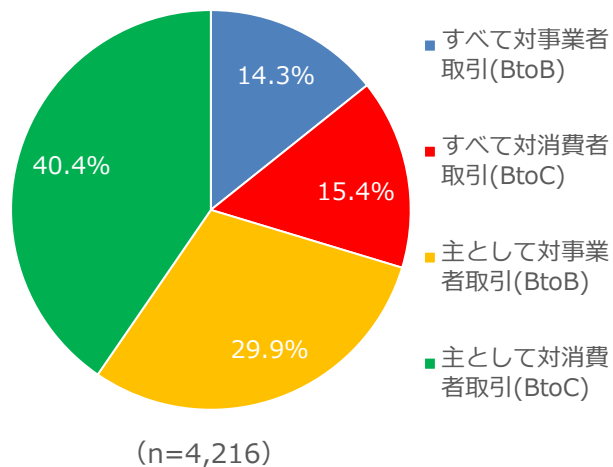
1 - 3 - ②業種



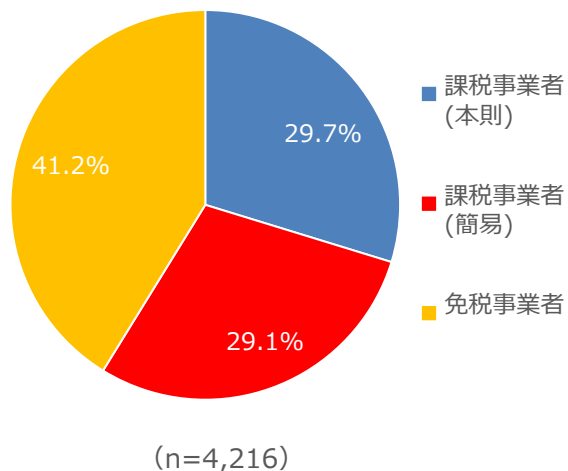
1 - 3 - ③従業員数



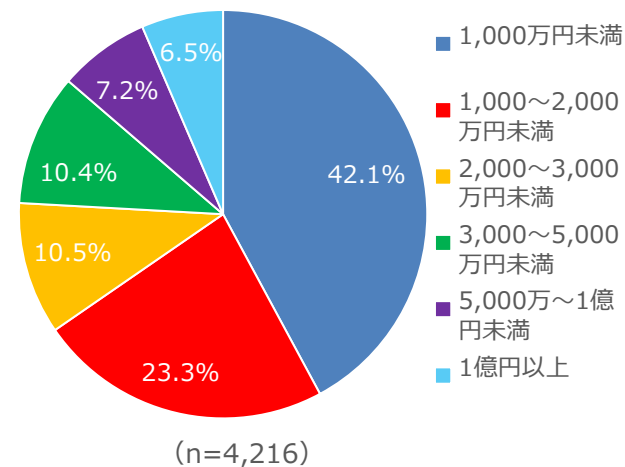
1 - 3 - ④取引形態



1 - 3 - ⑤消費税の納税形態

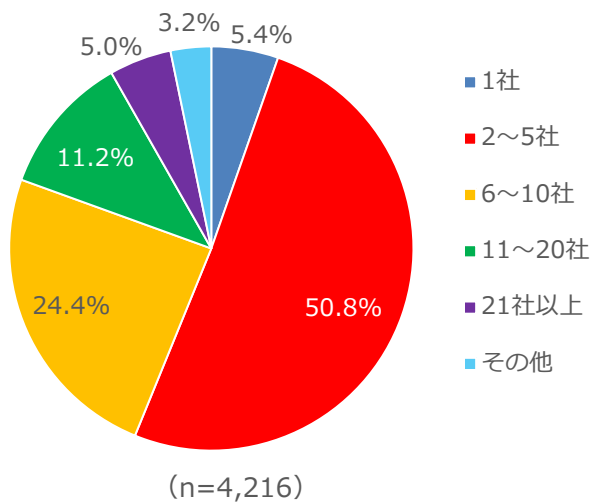


1 - 3 - ⑥消費税の課税売上高

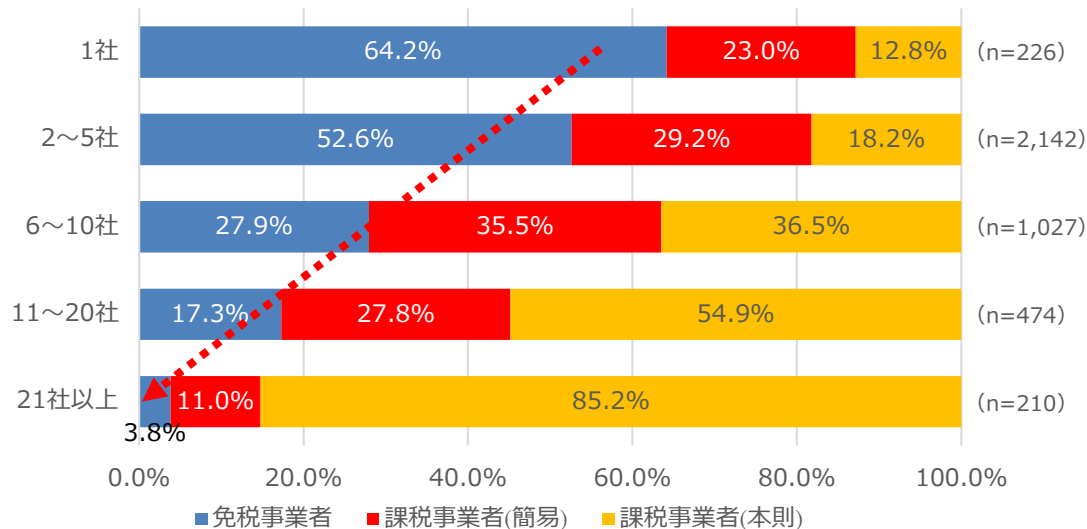


1 - 3. 回答企業の概要

1 - 3 - ⑦仕入先の企業数

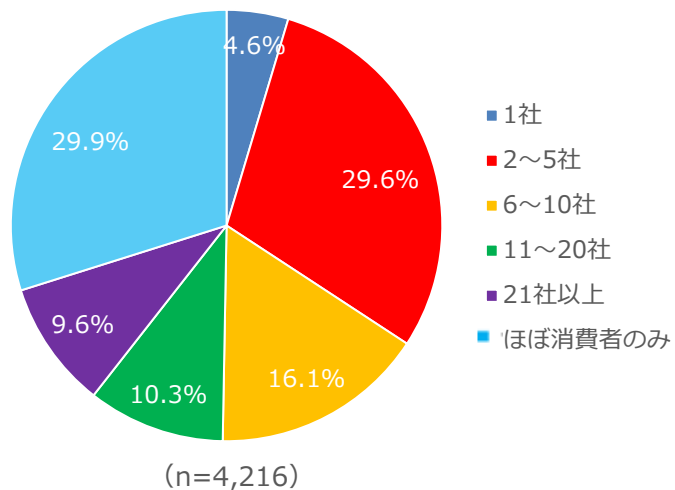


1 - 3 - ⑧仕入先の企業数（納税形態別）

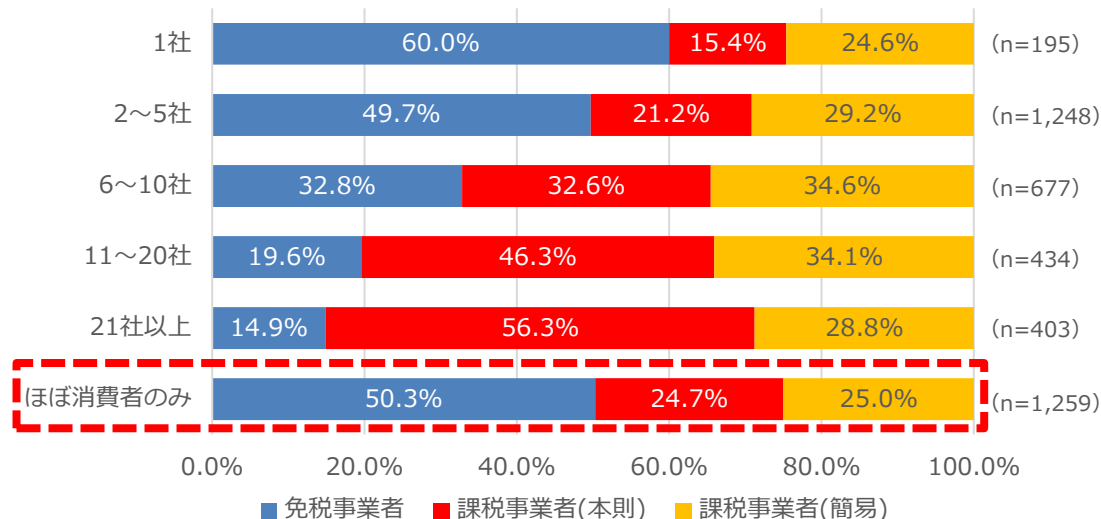


➤ 仕入先の企業数は「2~5社」が50.8%を占めている。また仕入先の企業数が増加するほど、免税事業者が少なくなり、課税事業者(本則)が増加する傾向がある。

1 - 3 - ⑨受注・販売先の企業数



1 - 3 - ⑩受注・販売先の企業数（納税形態別）

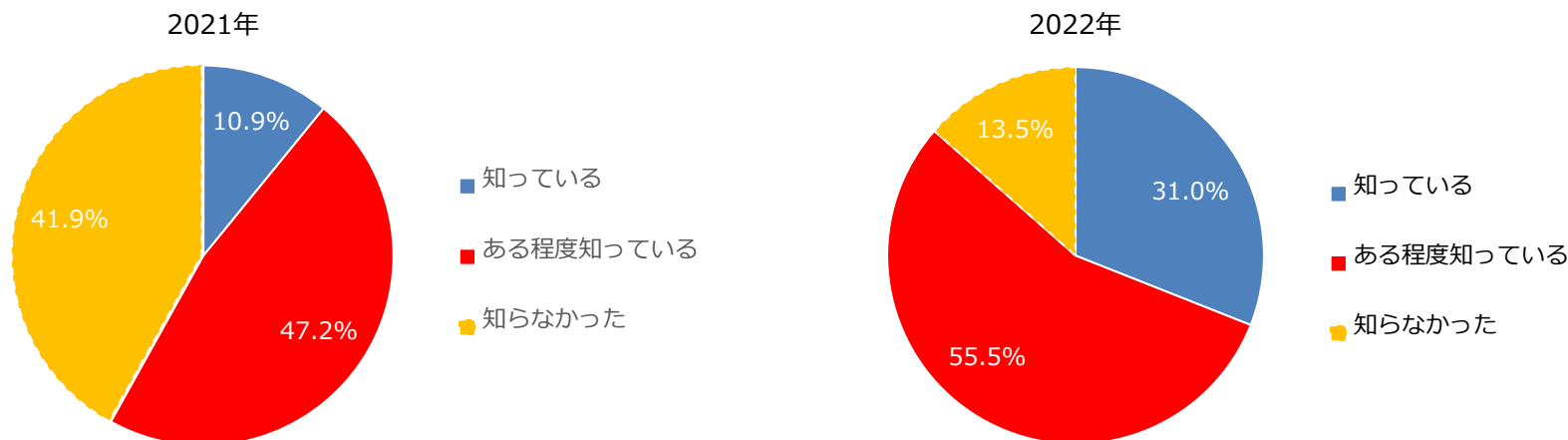


➤ 受注・販売先の企業数では、「ほぼ消費者のみ」が最も多く29.9%を占めている。次いで、「2~5社」が29.6%、「6~10社」が16.1%となっている。また、受注・販売先の企業で「ほぼ消費者のみ」の企業では、免税事業者の割合が約5割と高い傾向にある。

2. インボイス制度

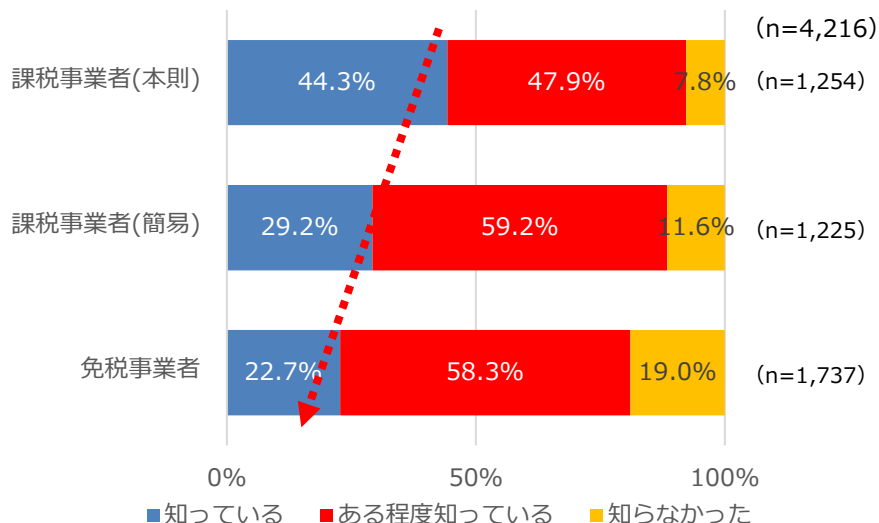
2-1. インボイス制度の認知度

2-1-① インボイス制度の認知度

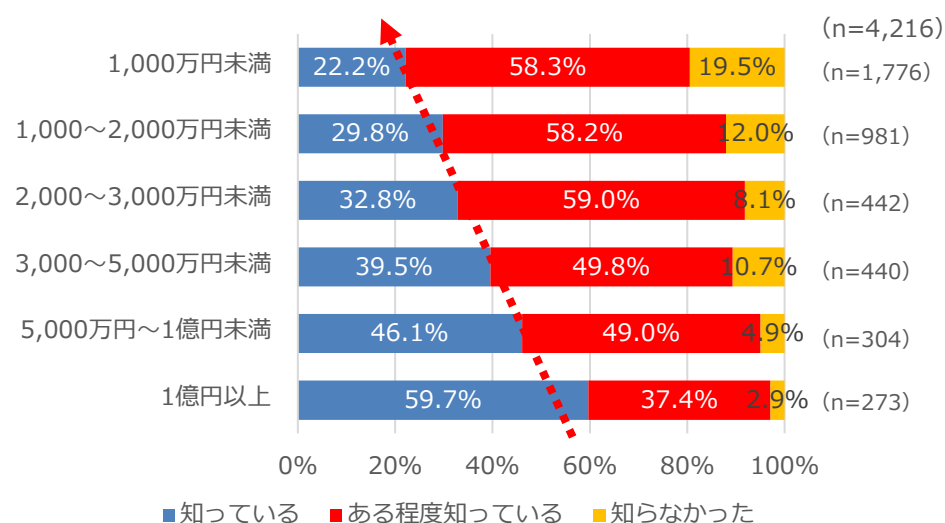


▶ インボイス制度自体の認知状況では、「インボイス制度を知らなかった」が、前回は約42%と半数近くを占めていたが、今回の調査では約14%と大きく減少している。

2-1-② インボイス制度の認知度（納税形態別）



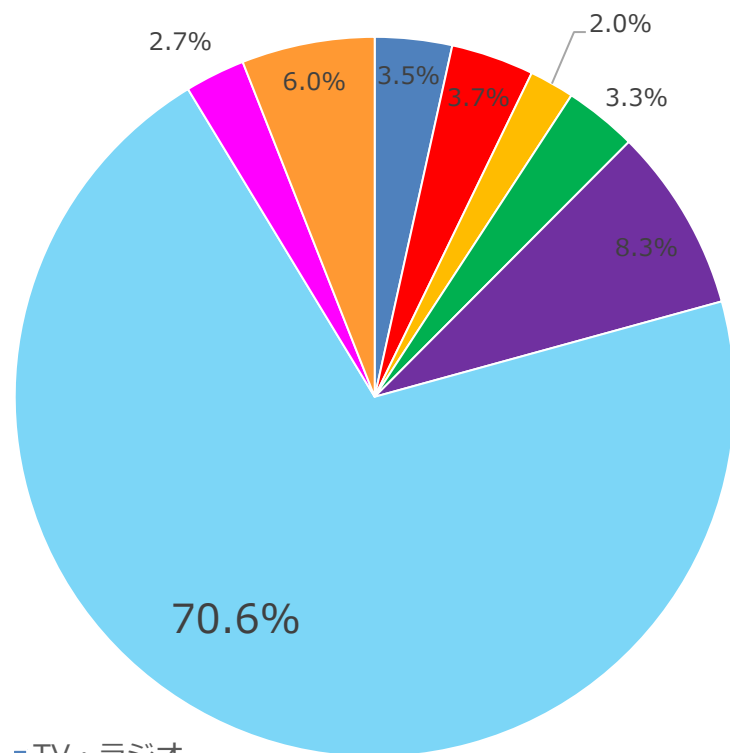
2-1-③ インボイス制度の認知度（課税売上高別）



▶ 納税形態別で見ると、免税事業者ほど「知っている」割合が小さく、課税売上高別で見ると、課税売上高1,000万円未満ほど「知っている」割合が小さい。それぞれ、課税事業者(本則)及び課税売上1億円以上の事業者と比べると、認知度は半分程度の割合となっている。

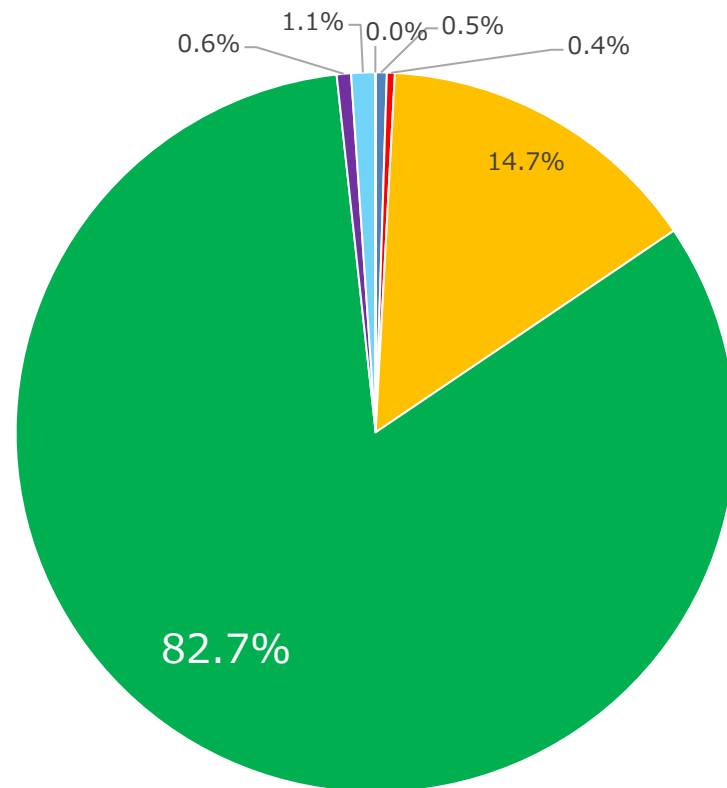
2-2. インボイス制度をどこで知ったか？

2-2-① インボイス制度を知ったきっかけ



- TV・ラジオ
- インターネット
- その他
- わからない
- 顧問税理士、会計士、中小企業診断士などの専門家
- 商工会からの広報やセミナーなど
- 新聞・雑誌・書籍
- 知人や仲間の経営者など

2-2-② インボイス制度の相談先

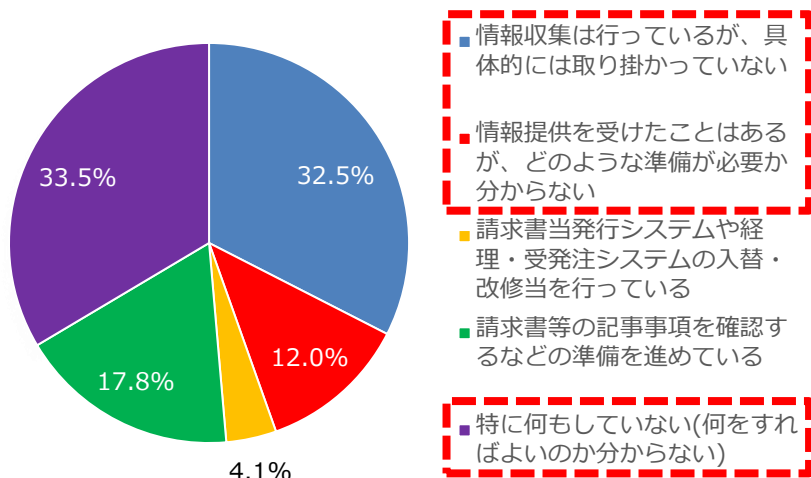


- いない
- 顧問税理士や会計事務所
- 税務署
- 役場などの行政機関
- その他
- 商工会
- 知人や仲間の経営者など

➤ 「インボイスを知ったきっかけ」が「商工会からの広報やセミナーなど」という回答が約70%を占めた。また、「インボイス制度の相談先」については80%超が「商工会」となっており、他の相談先とは大きく差がある結果となった。

2-3. インボイス制度への準備状況

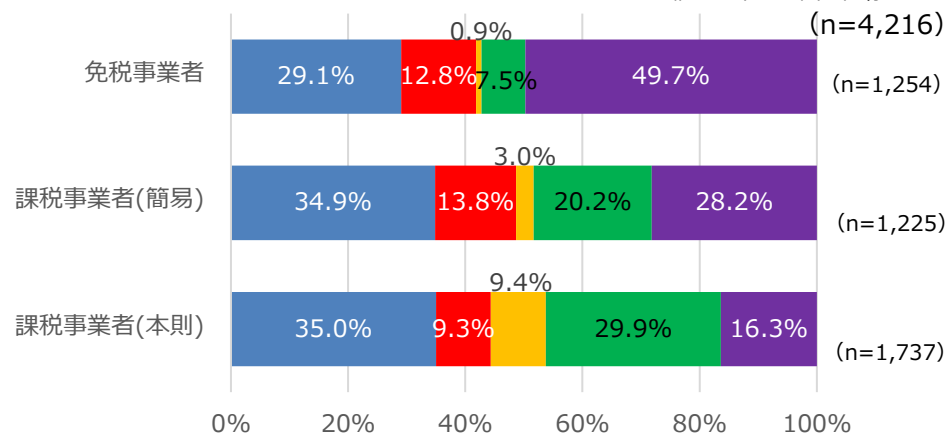
2-3-① インボイス制度への準備状況



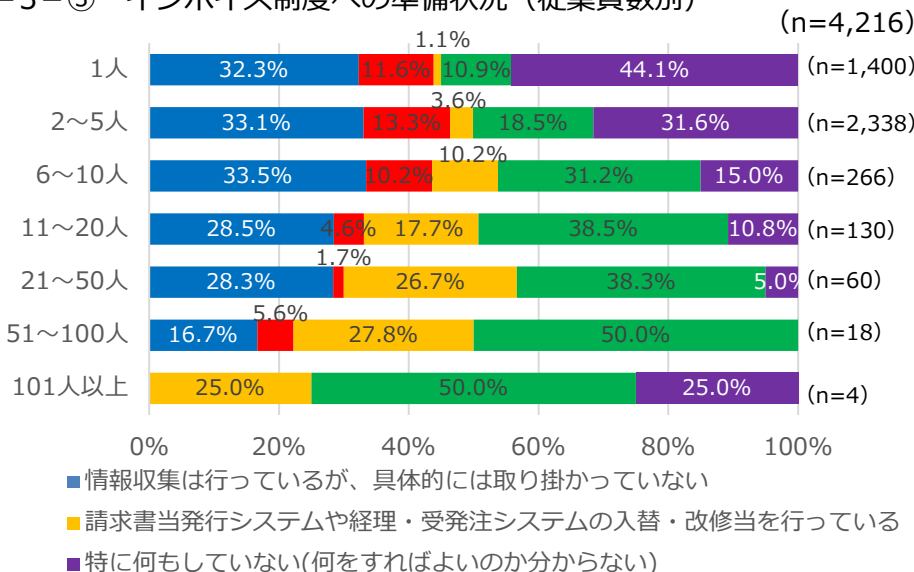
▶ インボイス制度への準備状況では、「請求書等発行システムや経理・受発注管理システムの入替・改修等を行っている」のは、わずか4.1%にとどまっており、「情報収集は行っているが、具体的には取り掛かっていない」「情報提供を受けたことはあるが、どのような準備が必要か分からない」「特に何もしていない(何をすればよいのか分からない)」といった実態として未対応の事業者が78%を占めている。

2-3-② インボイス制度への準備状況（納税形態別）

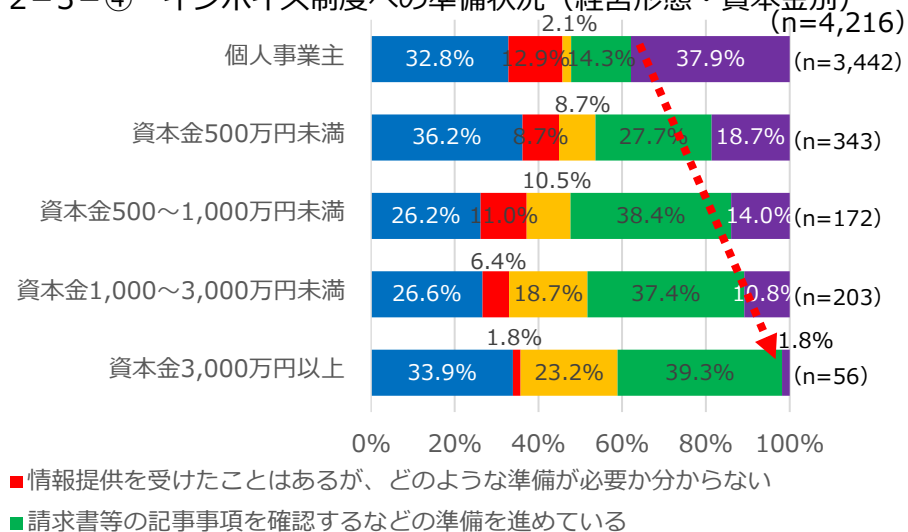
※グラフの構成は下記の図と同様です。



2-3-③ インボイス制度への準備状況（従業員数別）



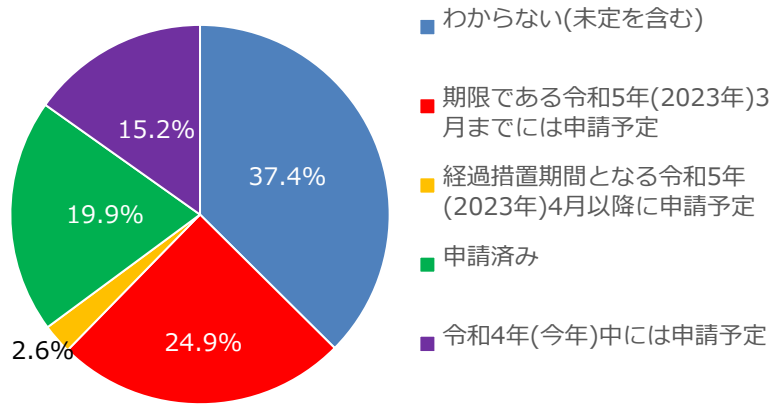
2-3-④ インボイス制度への準備状況（経営形態・資本金別）



▶ インボイス制度への準備状況を従業員数別で見ると、従業員1人の事業者は「特に何もしていない」が約44%で半数近い。経営形態・資本金別で見ると、規模の小さい事業者ほど「特に何もしていない」割合が高く、特に「個人事業主」は約38%と非常に高くなっている。

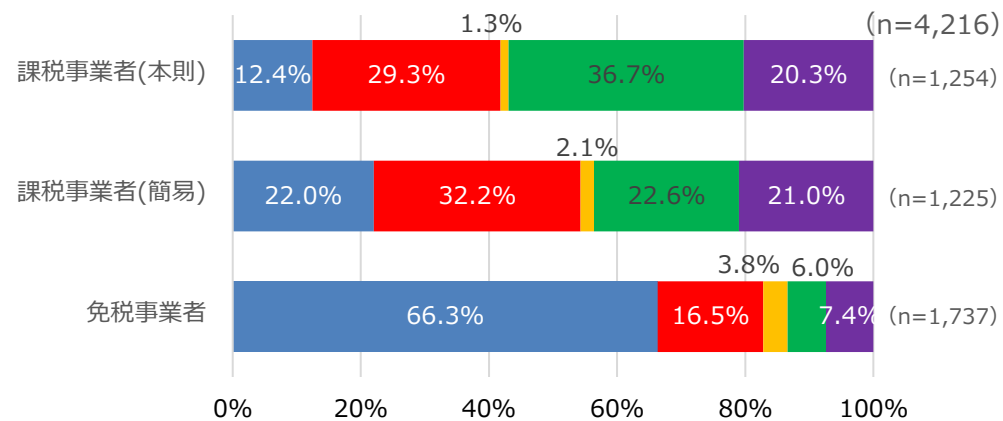
2-4. 適格請求書発行事業者の登録状況

2-4-① 適格請求書発行事業者の登録状況



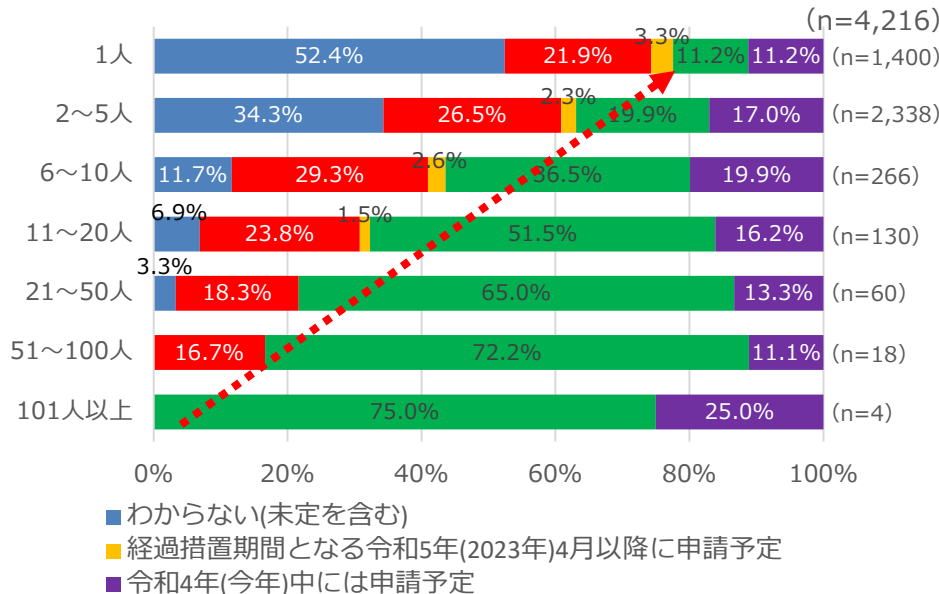
2-4-② 適格請求書発行事業者の登録状況(納税形態別)

※グラフの構成は下記の図と同様です。

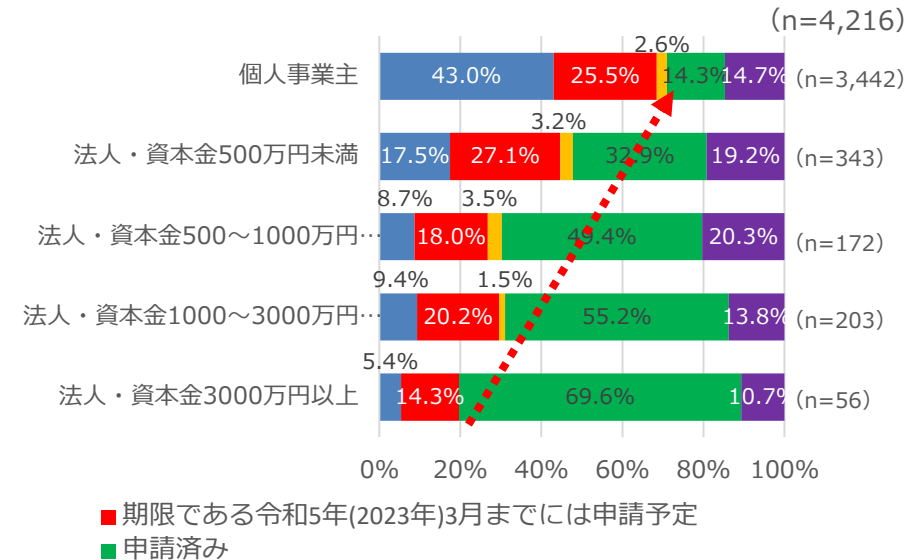


➤ 適格請求書発行事業者の登録状況は「わからない(未定を含む)」が約37%となっており、特に免税事業者では約66%と、登録が進んでいない状況である。

2-4-③ 適格請求書発行事業者の登録状況(従業員数別)



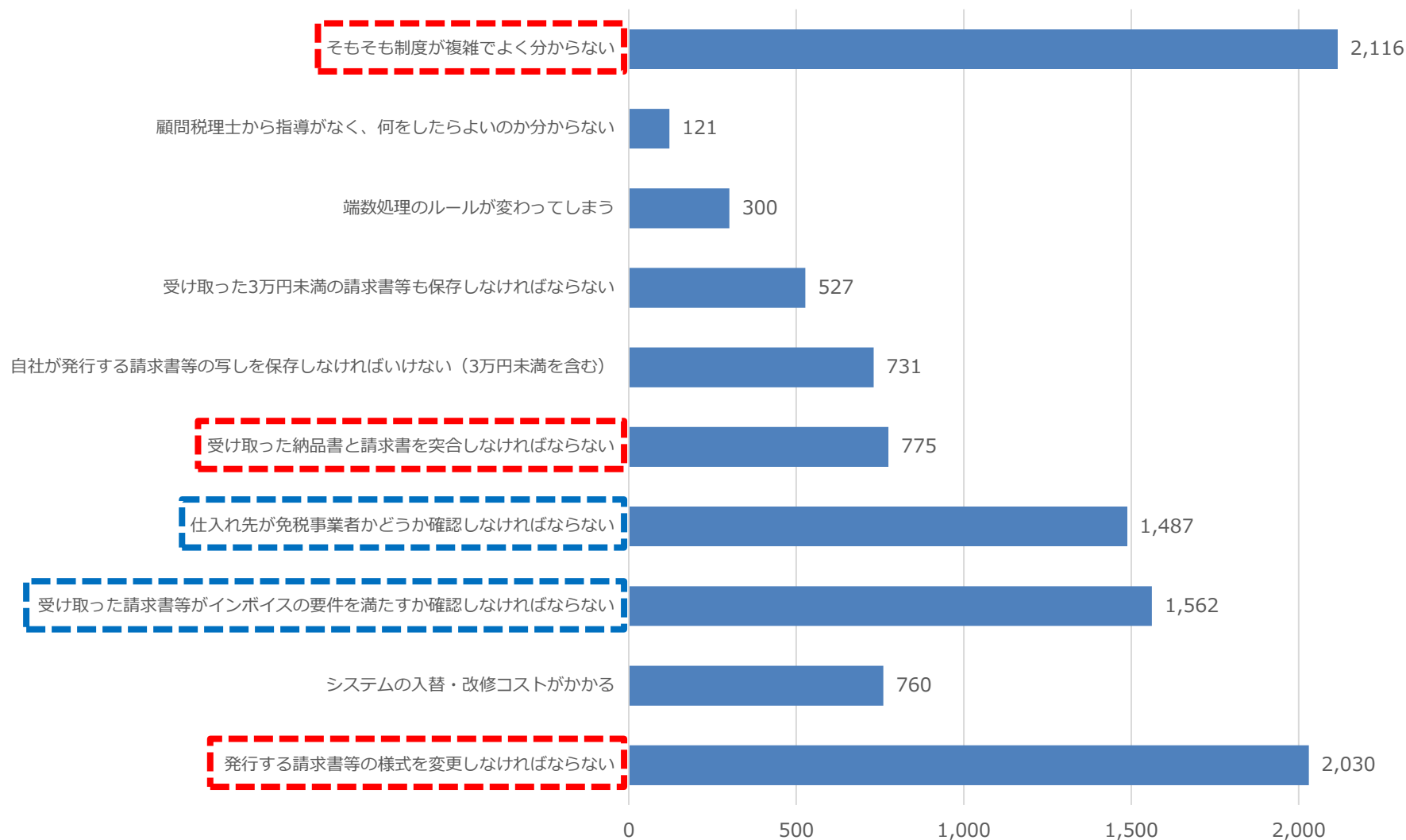
2-4-④ 適格請求書発行事業者の登録状況(経営形態・資本金別)



➤ 従業員数別及び経営形態・資本金別でみると、規模が小さいほど申請ができていない。特に従業員1人の事業者や個人事業主においては、申請済は約1割程度と申請が進んでいない。

2-5. インボイス制度導入に向けた課題

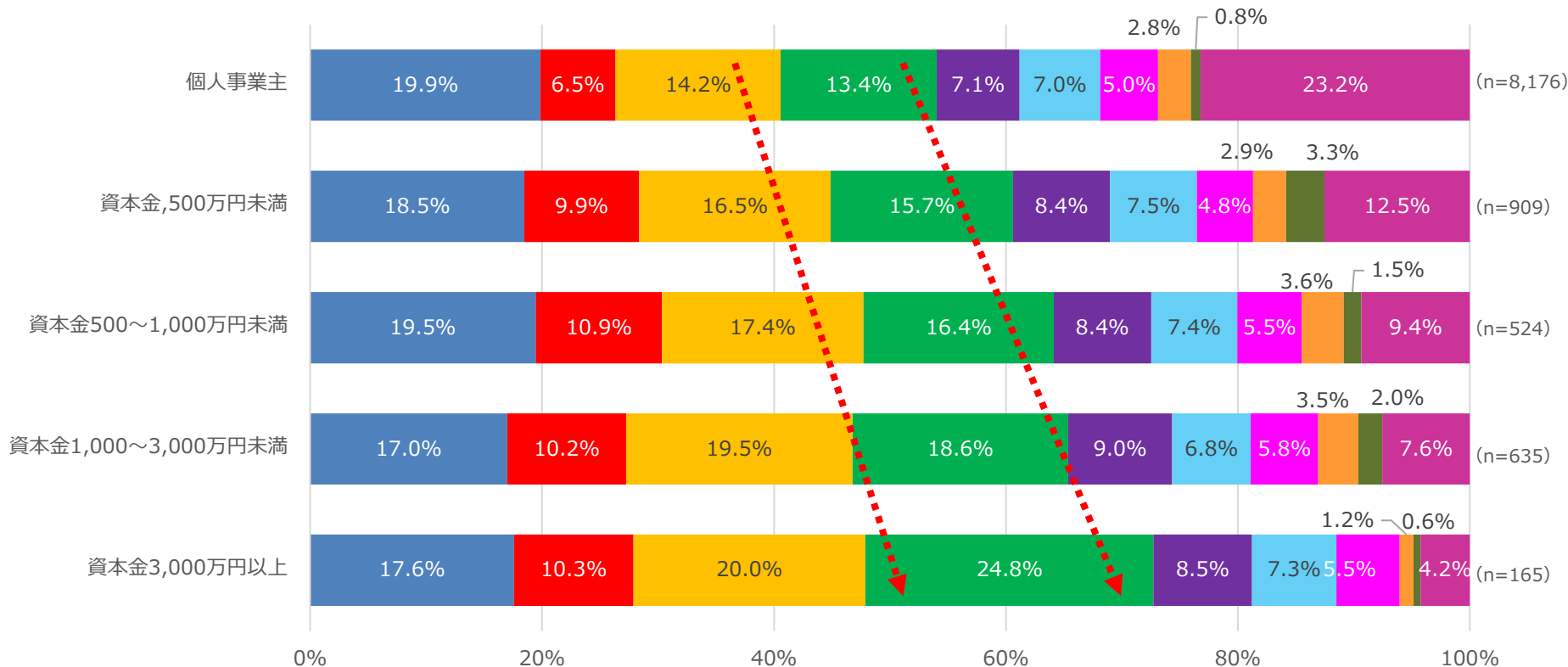
2-5-① インボイス制度導入に向けた課題（複数回答）



▶ インボイス制度導入に向けた課題では、前回調査に続き、「制度がわからない」や「発行する請求書の様式変更」や「受け取った請求書の確認」などの事務負担に加え、今回調査では「仕入れ先が免税事業者かどうか確認しなければならない」の割合も高くなっている。

2-5. インボイス制度導入に向けた課題

2-5-② インボイス制度導入に向けた課題(経営形態・資本金別)(複数回答)

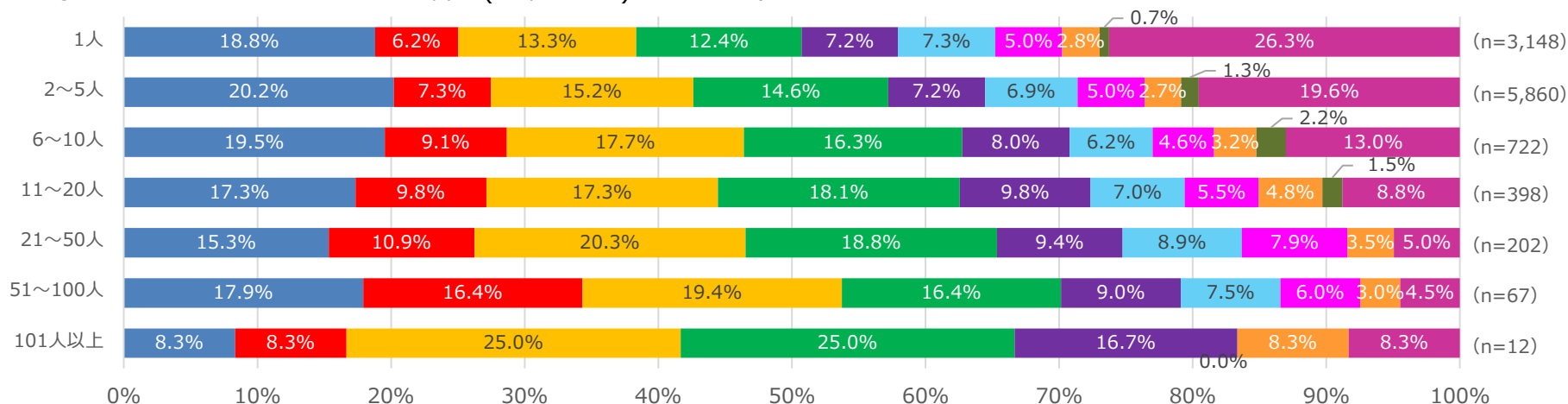


- 発行する請求書等の様式を変更しなければならない
- システムの入替・改修コストがかかる
- 受け取った請求書がインボイスの要件を満たすか確認しなければならない(登録番号、税率毎の消費税額、消費税率等)
- 仕入先が免税事業者かどうか確認しなければならない
- 受け取った納品書と請求書を突合せしなければならない
- 自社が発行する請求書等の写しを保存しなければならない(3万円未満を含む)
- 受け取った3万円未満の請求書等も保存しなければならない
- 端数処理のルールが変わってしまう
- 顧問税理士から指導がなく、何をしたらよいのか分からない
- そもそも制度がよくわからない

▶ インボイス制度導入に向けた課題を経営形態・資本金別で見ると、企業規模が大きくなるほど「受け取った請求書がインボイスの要件を満たすか確認しなければならない」「仕入れ先が免税事業者かどうか確認しなければならない」の割合が増加傾向にあり、取引先への確認等が課題として大きい。

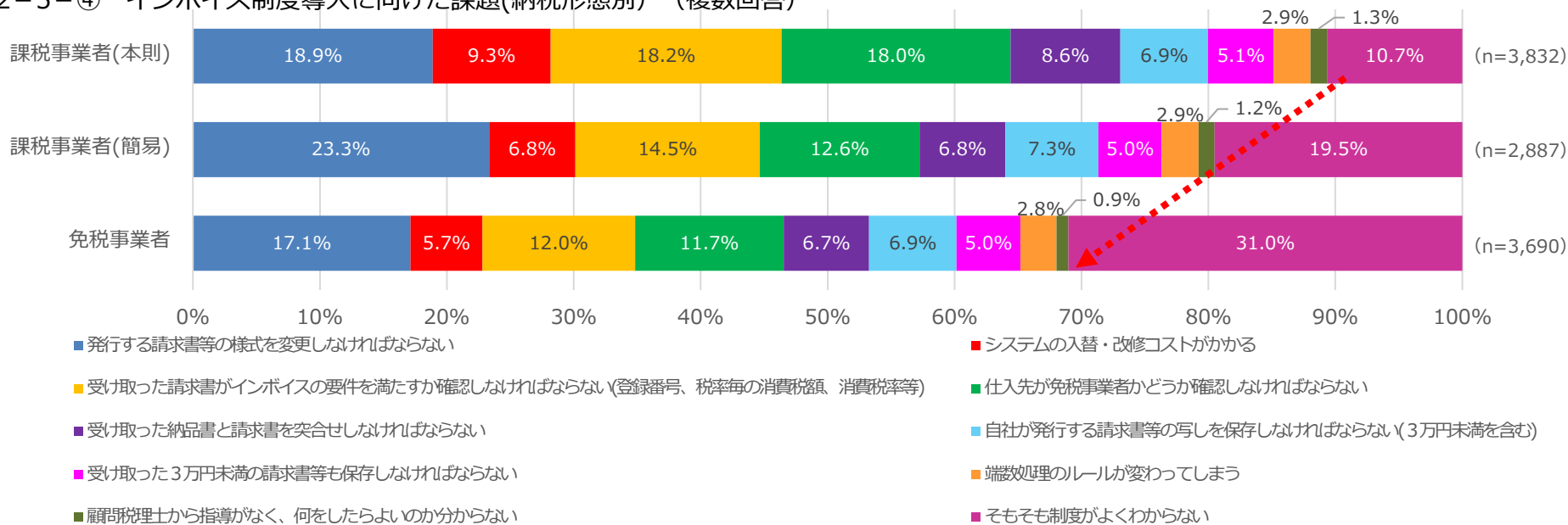
2-5. インボイス制度導入に向けた課題

2-5-③ インボイス制度導入に向けた課題(従業員数別) (複数回答) ※グラフの表す区分は下記図と同様です。



▶ インボイス制度導入に向けた課題を従業員数別でみると、規模が小さい事業者ほど「そもそも制度がよくわからない」の割合が高い。また、規模の大きい事業者ほど、「受け取った請求書がインボイスの要件を満たすか確認しなければならない」等、具体的な実施面の課題を挙げている割合が高い傾向にある。

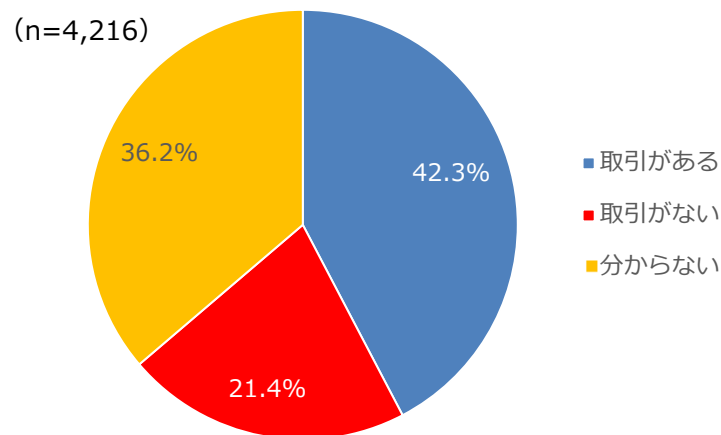
2-5-④ インボイス制度導入に向けた課題(納税形態別) (複数回答)



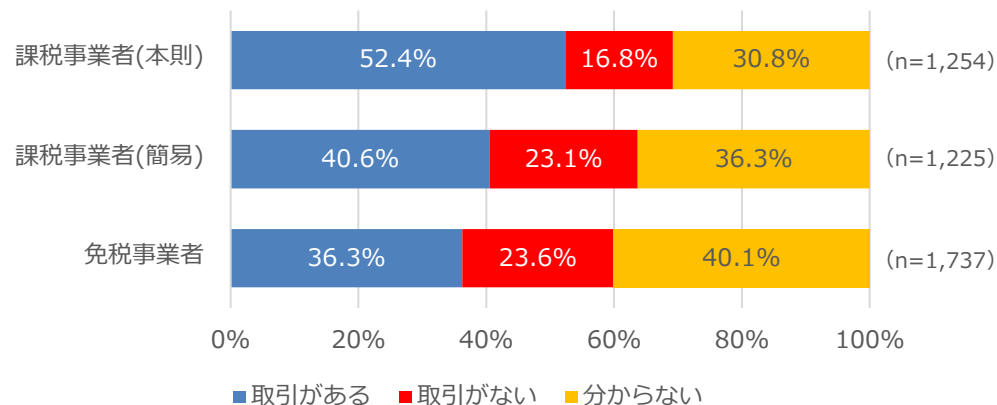
▶ インボイス制度導入に向けた課題を納税形態別でみると、免税事業者の「そもそも制度がよくわからない」の回答は課税事業者(本則)の約3倍となっている。

2-6. 免税事業者との取引

2-6-① 免税事業者との取引の有無

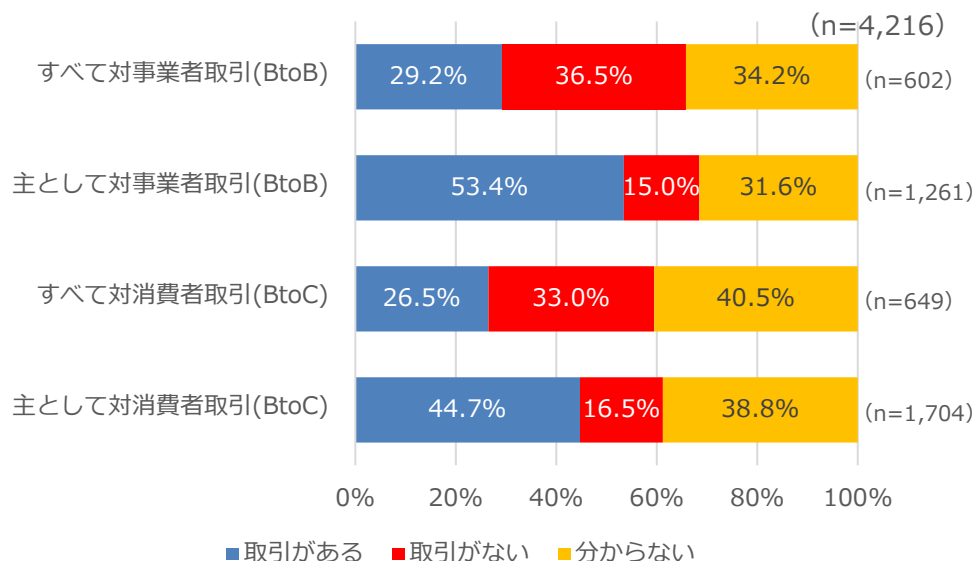


2-6-② 免税事業者との取引の有無(納税形態別)

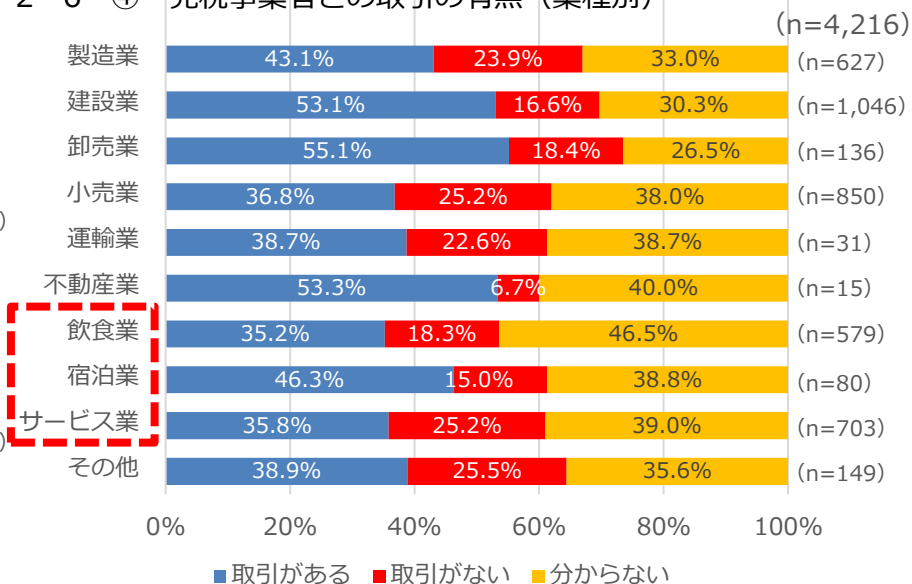


➤ 免税事業者との取引の有無について「わからない」が約36%であり、納税形態別にみた課税事業者においても約4割が「わからない」と回答している。

2-6-③ 免税事業者との取引の有無(取引形態別)



2-6-④ 免税事業者との取引の有無(業種別)

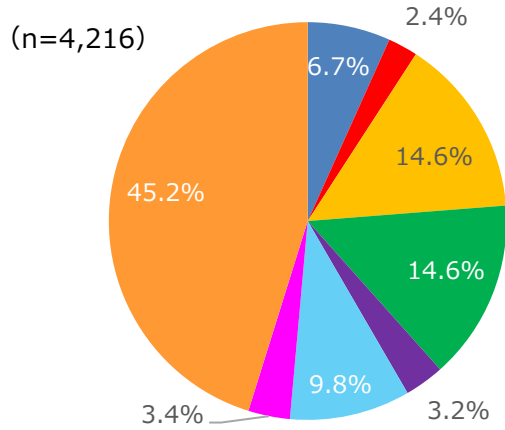


➤ 免税事業者の取引の有無を取引形態別で見ると、「すべて対事業者取引(BtoB)」では免税事業者との取引がない割合が約37%と高い傾向にある。また業種別にみると、「飲食業」や「宿泊業」「サービス業」が「わからない」の回答が約40%と高い。

2-7. インボイス導入後の免税事業者からの仕入への対応

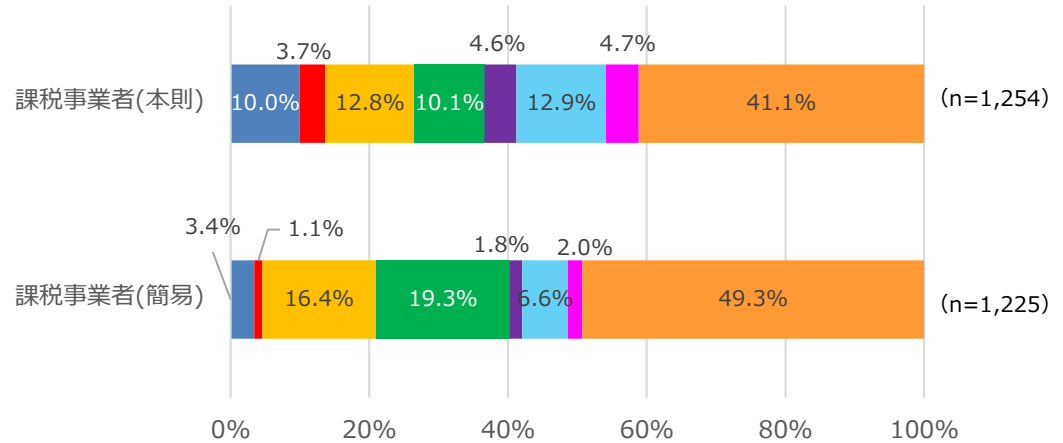
2-7-① 免税事業者からの仕入予定

※グラフの構成は下記の図と同様です。



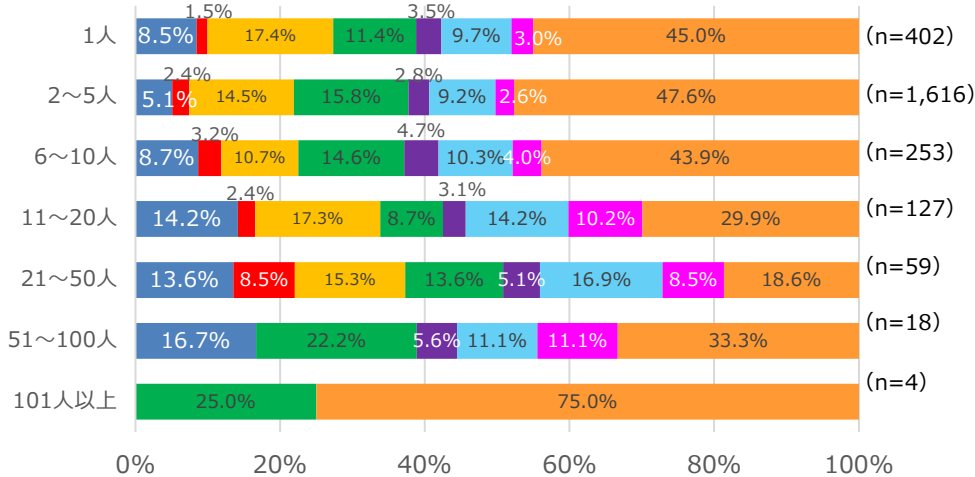
2-7-② 免税事業者からの仕入予定 (納税形態別)

※グラフの構成は下記の図と同様です。

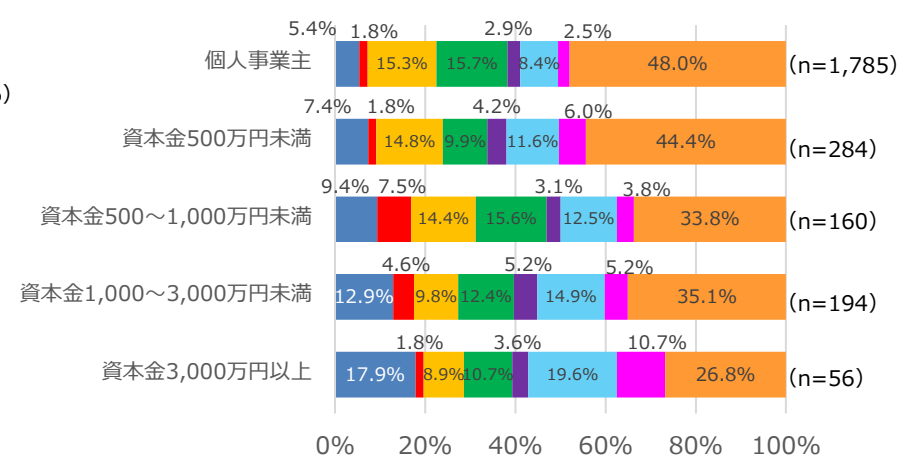


▶ 免税事業者からの仕入予定については「まだわからない」が約45%と半数近くを占める。納税形態で見ると、課税事業者(本則)では「免税事業者に課税事業者になるよう要請する予定」が約10%ある。一方で、「経過措置がある間(6年間)は免税事業者との取引は継続する予定」が「まだわからない」に次いで高い数値となった。

2-7-③ 免税事業者からの仕入予定 (従業員数別)



2-7-④ 免税事業者からの仕入予定 (経営形態・資本金別)



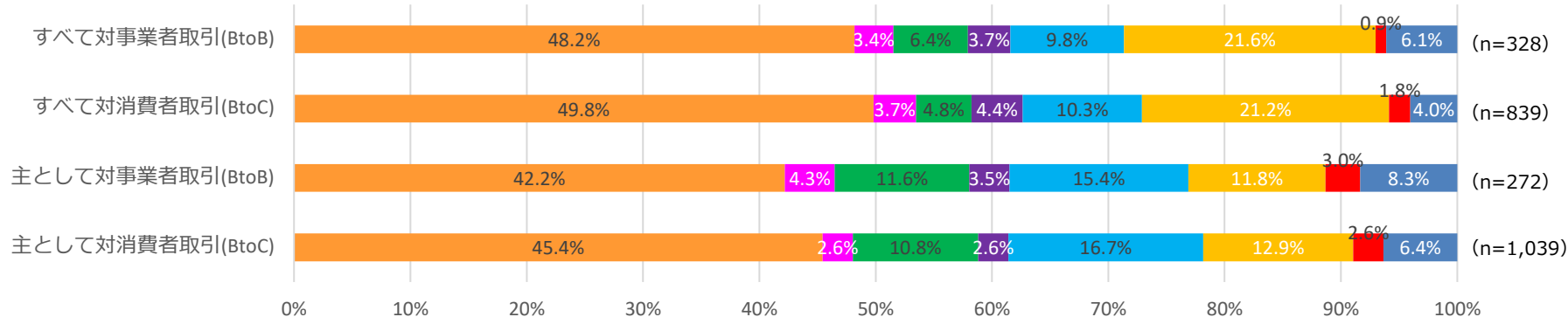
- 免税事業者になるよう要請する予定
- 免税事業者との取引がもともとない
- 入仕税額の控除ができなくなるため、免税事業者との取引は行わない予定
- 一部の免税事業者を除いて取引は行わない予定

- 免税事業者との取引価格を引き下げる予定
- 免税事業者であることで取引を行うか否かの判断はしない予定
- 経過措置がある間(6年間)は免税事業者との取引は継続する予定
- まだわからない

▶ 免税事業者からの仕入予定を従業員数別及び経営形態・資本金別で見ると、企業規模が大きくなるほど「免税事業者になるよう要請する予定」の割合が高くなる傾向がある。

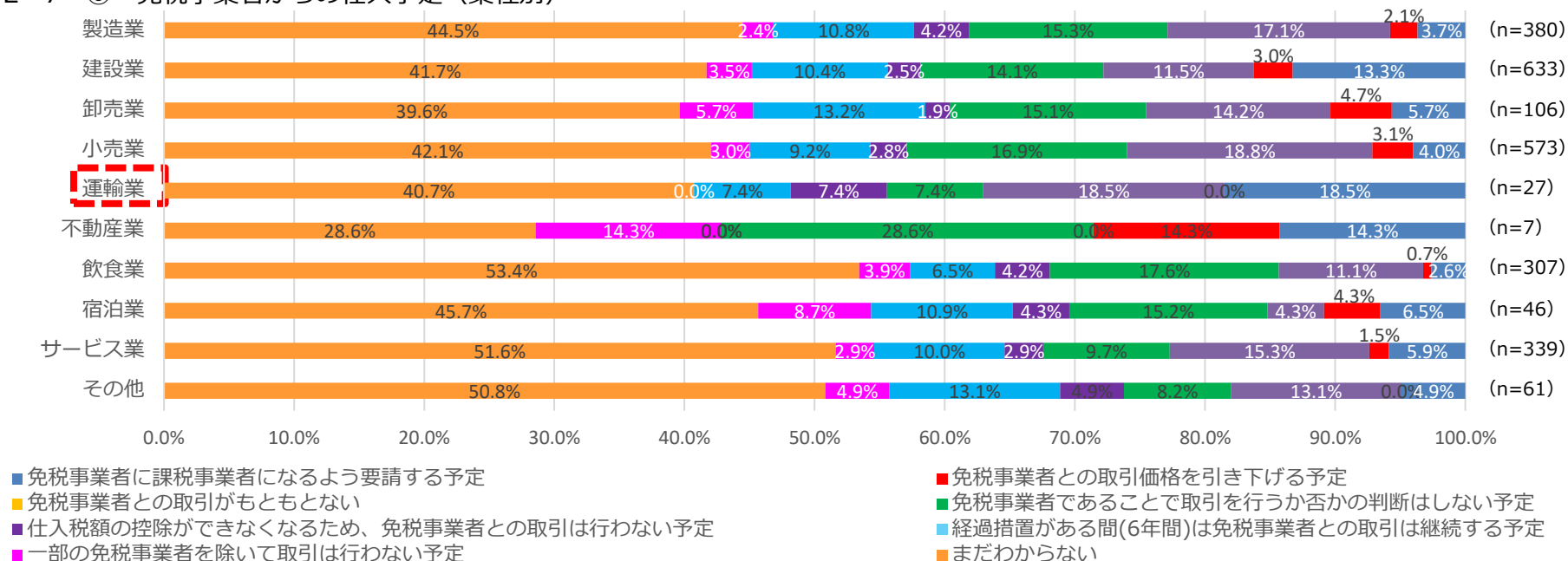
2-7. インボイス導入後の免税事業者からの仕入への対応

2-7-⑤ 免税事業者からの仕入予定（取引形態別）※グラフの構成は下記の図と同様です。



➤ 免税事業者からの仕入予定を取引形態別にみると、「まだわからない」が全体的に半数近くある。一方で、今のところ割合は低いものの、「仕入れ税額の控除ができなくなるため、免税事業者との取引は行わない予定」も一定数存在する。「まだわからない」がどう変化するか注視が必要である。

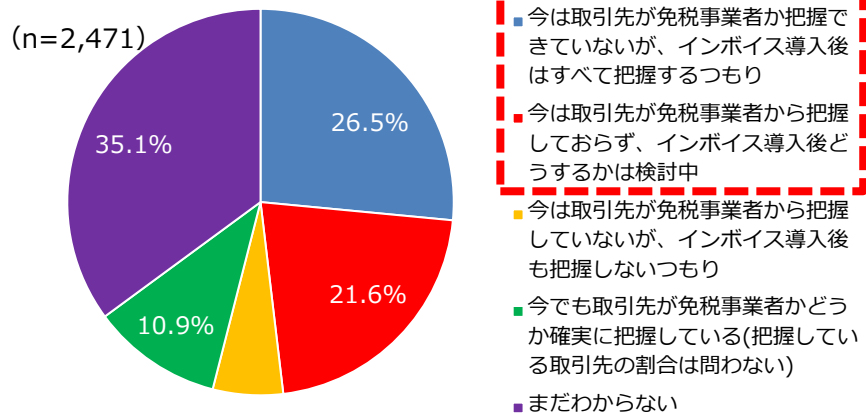
2-7-⑥ 免税事業者からの仕入予定（業種別）



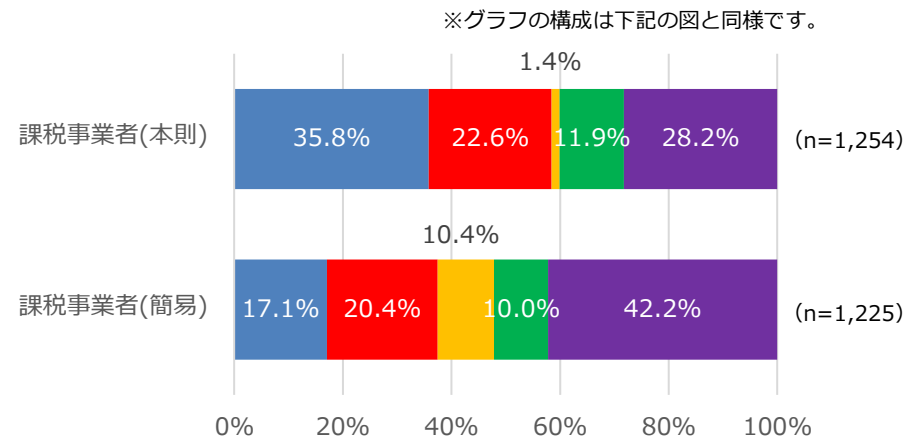
➤ 免税事業者からの仕入予定を業種別にみると、「免税事業者に課税事業者になるよう要請する予定」の割合が、「運輸業」では約18%と、他の業種と比較して高い傾向にある。

2-8. 仕入先が免税事業者かどうかの把握

2-8-① 免税事業者かどうかの把握

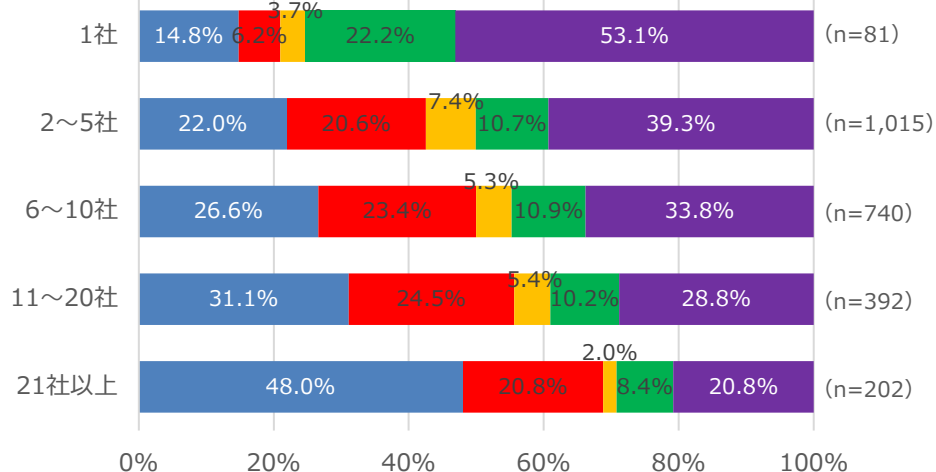


2-8-② 免税事業者かどうかの把握（納税形態別）

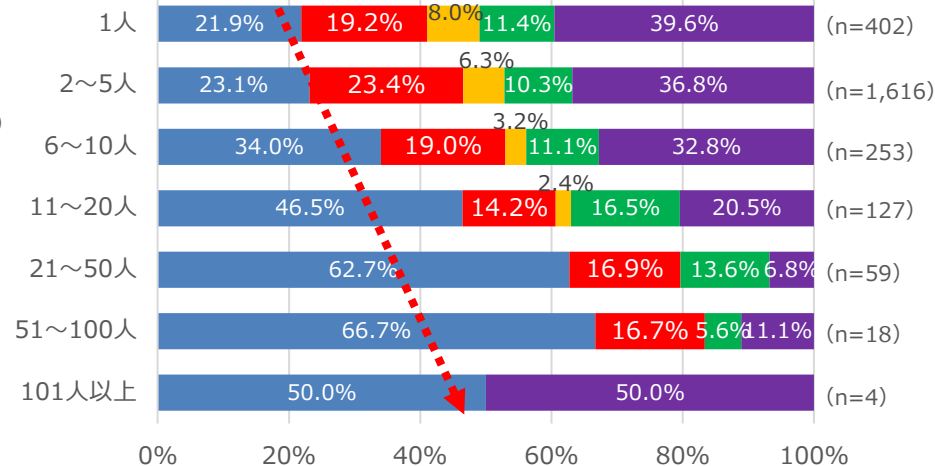


➤ 仕入先が免税事業者かどうかの把握については、「今は取引先が免税事業者か把握できていないが、インボイス導入後はすべて把握するつもり」や「今は取引先が免税事業者か把握しておらず、インボイス導入後どうするかは検討中」で約50%を占め、課税事業者(本則)においては半数を超えることから、インボイス導入後も免税事業者との取引が継続されるかは予断を許さない状況にある。

2-8-③ 免税事業者かどうかの把握（仕入先の企業数別）



2-8-④ 免税事業者かどうかの把握（従業員数別）



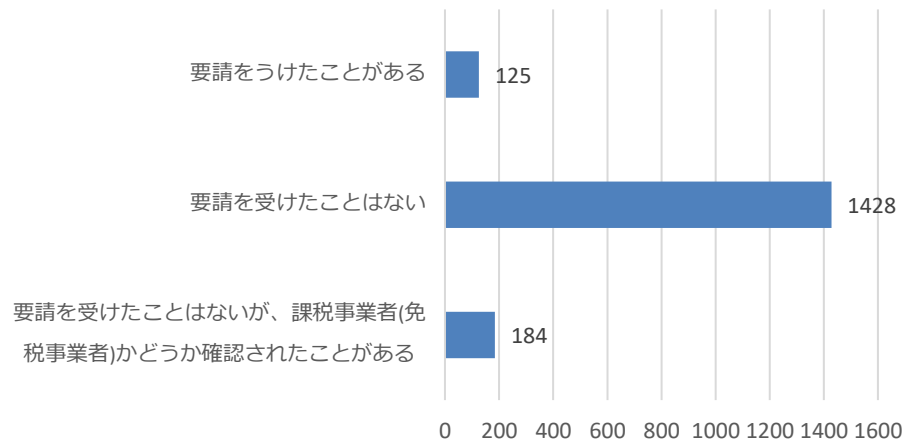
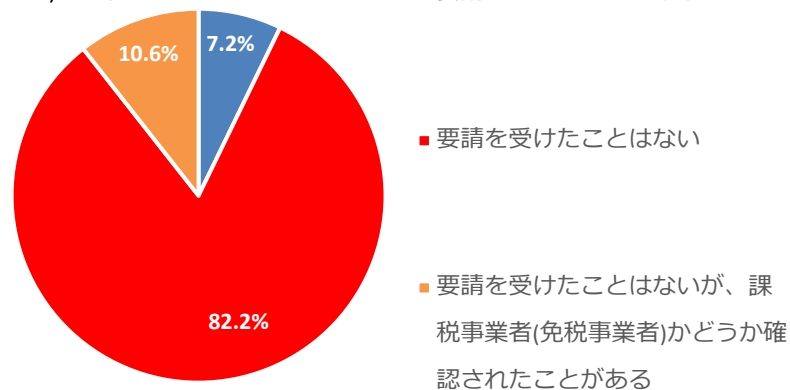
- 今は取引先が免税事業者か把握できていないが、インボイス導入後はすべて把握するつもり
- 今は取引先が免税事業者から把握しておらず、インボイス導入後どうするかは検討中
- 今は取引先が免税事業者から把握していないが、インボイス導入後も把握しないつもり
- 今でも取引先が免税事業者かどうか確実に把握している(把握している取引先の割合は問わない)
- まだわからない

➤ 仕入先が免税事業者かどうかの把握について、仕入先の企業数別で見ると、取引先が1社である場合は「今でも取引先が免税事業者かどうか確実に把握している」が約22%あり最も高い。従業員数別で見ると、規模が大きくなるにつれ、インボイス導入後に行動するという回答が増加する傾向にある。

2-9. 取引先からの要請

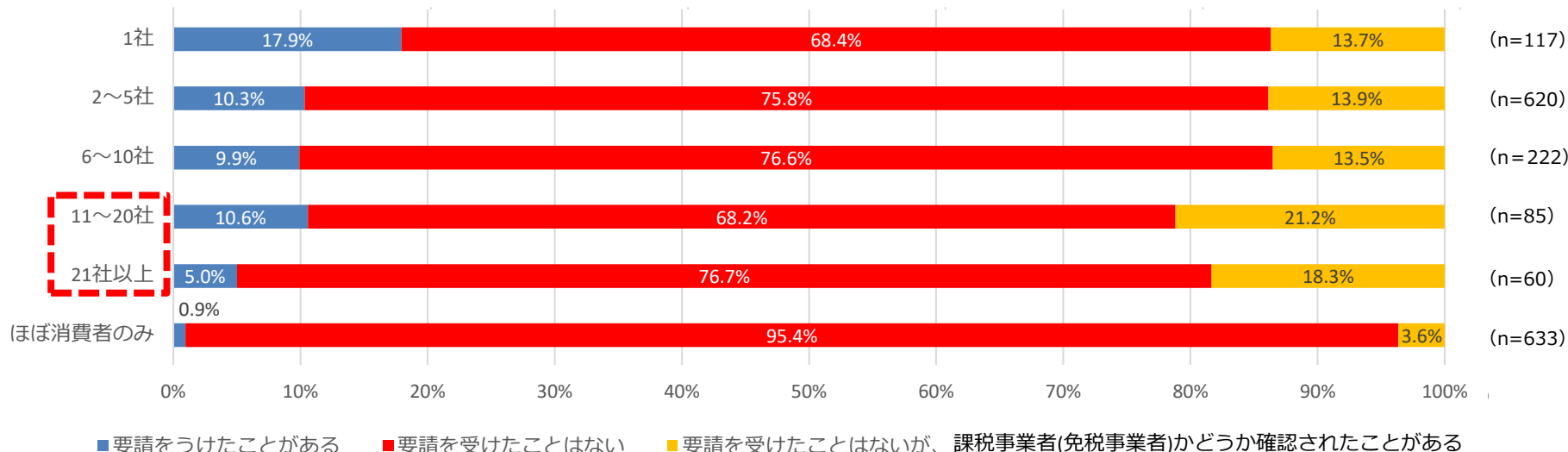
2-9-① 取引先からの要請

(n=1,737)



▶ 取引先から課税事業者になるよう要請を受けたかについては、「要請をうけたことはない」が80%超であるが、「要請を受けたことがある」が約7%存在する。

2-9-② 取引先からの要請(受注・販売先の企業数別)

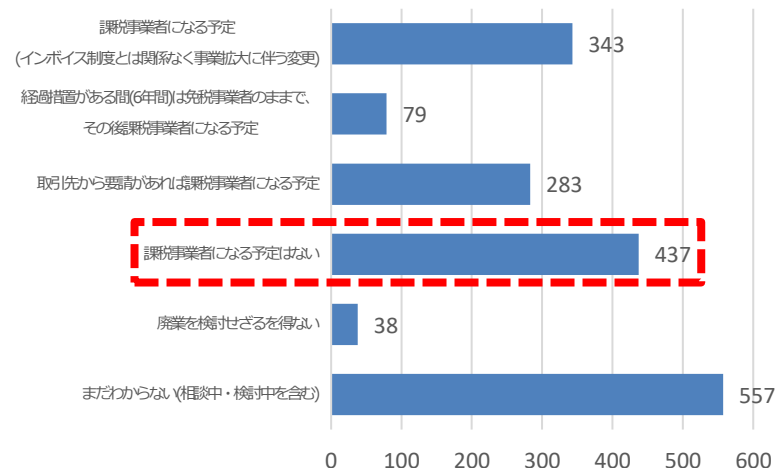
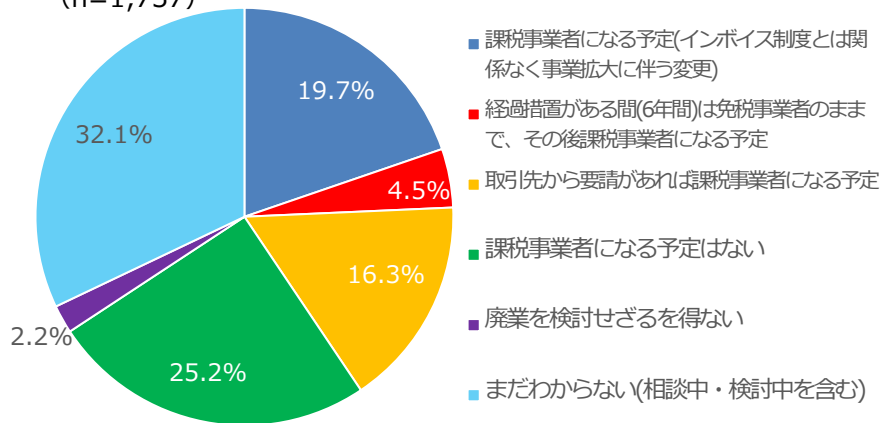


▶ 取引先からの要請について、受注・販売先の企業数別でみると、取引先の多い事業者は要請を受けた割合は低い一方で、「要請を受けたことはないが、課税事業者(免税事業者)かどうか確認されたことがある」割合は約20%あり、取引先の少ない事業者より、高い傾向がある。

2-10. インボイス制度導入後の対応

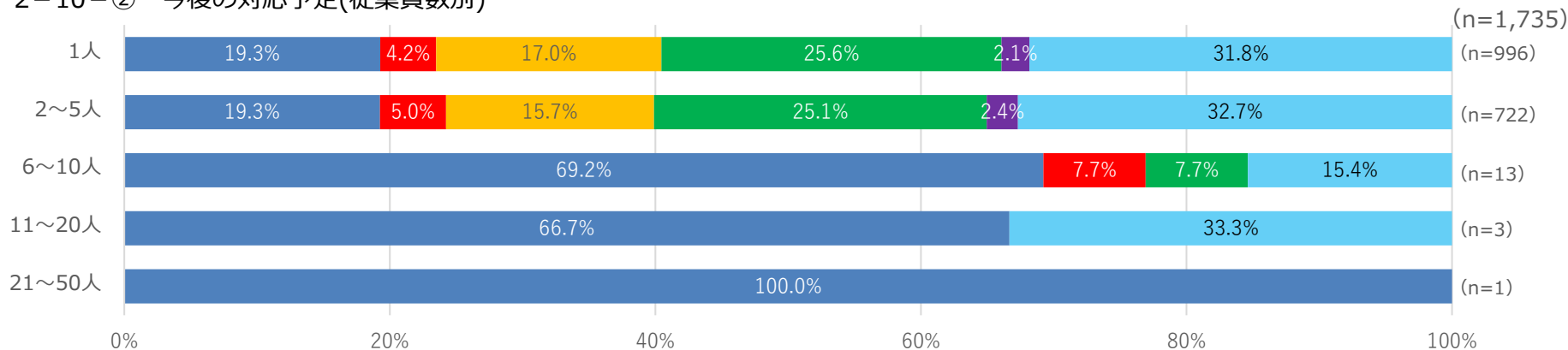
2-10-① 今後の対応予定

(n=1,737)



➤ 今後の対応予定については、「課税事業者になる予定」や「取引先から要請があれば課税事業者になる予定」を合わせると約4割になり、課税転換を予定する事業者もいる一方で、「課税事業者になる予定はない」が約25%存在し、現時点で課税事業者にならない割合が1/4程度存在する。

2-10-② 今後の対応予定(従業員数別)



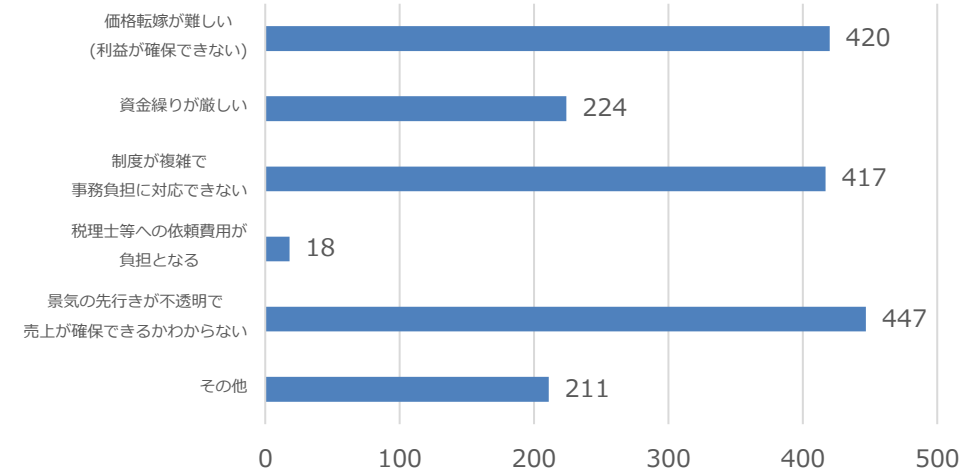
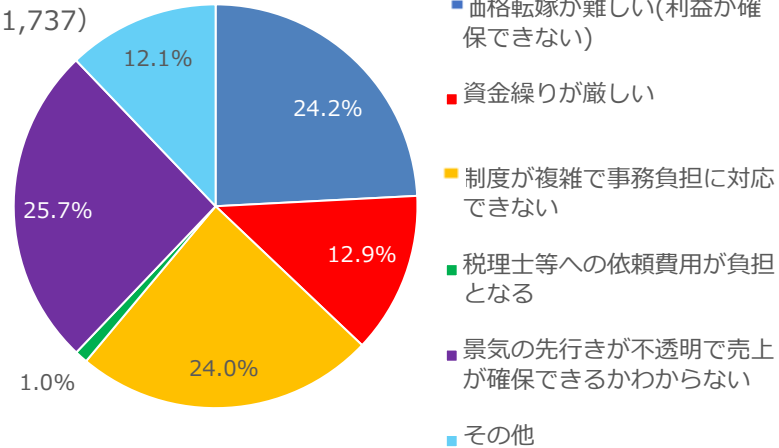
- 課税事業者になる予定(インボイス制度とは関係なく事業拡大に伴う変更)
- 経過措置がある間(6年間)は免税事業者のままで、その後課税事業者になる予定
- 取引先から要請があれば課税事業者になる予定
- 課税事業者になる予定はない
- 廃業を検討せざるを得ない
- まだわからない(相談中・検討中を含む)

➤ 今後の対応予定について従業員数別でみると、「1人」や「2~5人」と従業員数が少ない企業には「廃業を検討せざるを得ない」との回答が2%程度あり、高い水準ではないが、一定の割合存在することがわかる。

2-11. 課税事業者になるための課題

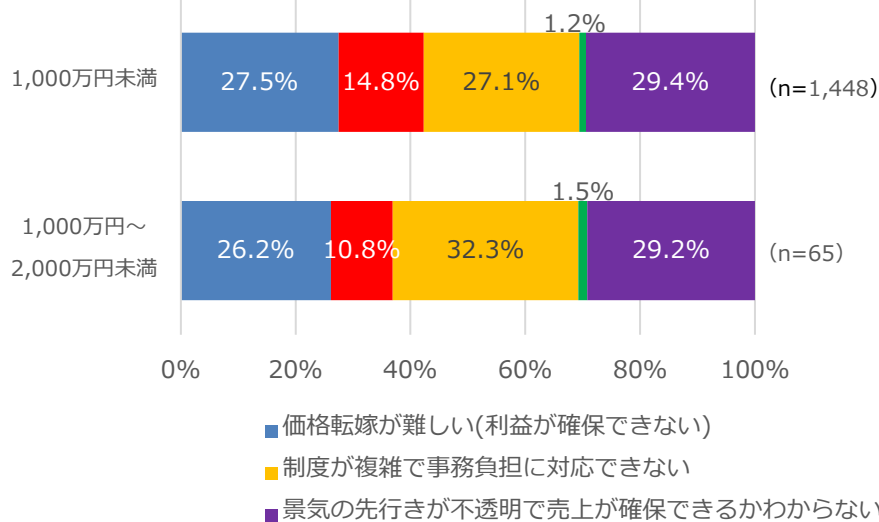
2-11-① 課税事業者になるための課題(複数回答)

(n=1,737)

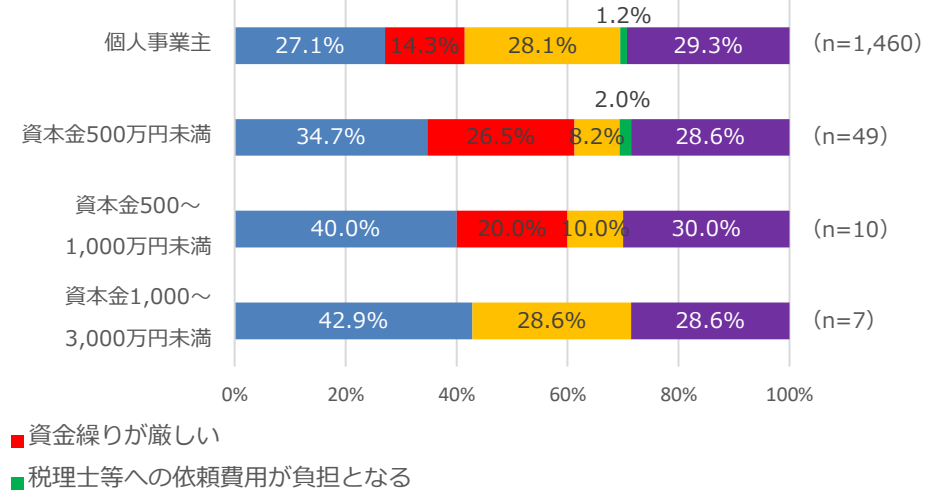


➤ 課税事業者になるための課題については、「価格転嫁が難しい」や「制度が複雑で事務負担に対応できない」、「景気の先行き不透明で売上が確保できるかわからない」がそれぞれ約25%あり、多くの課題が複合化していることがわかる。

2-11-② 課税事業者になるための課題(課税売上高別)



2-11-③ 課税事業者になるための課題(経営形態・資本金別)

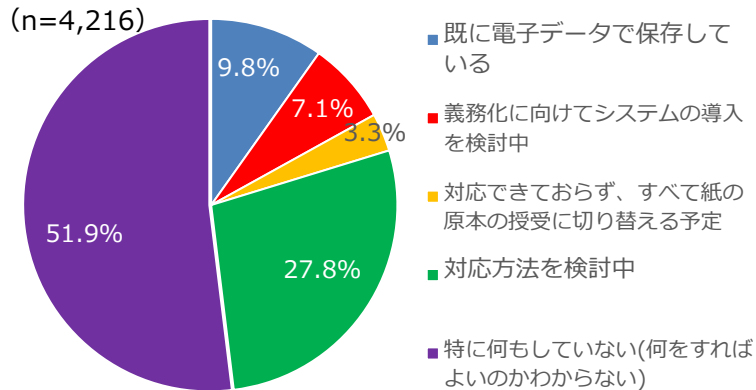


➤ 課税事業者になるための課題について、課税売上別で見ると、1,000万円未満では「景気の先行き不透明で売上が確保できるかわからない」が約29%と高く、1,000万円から2,000万円未満では「制度が複雑で事務負担に対応できない」が約32%と高い。また経営形態・資本金別では景気の先行きについて、約30%が課題を感じている。

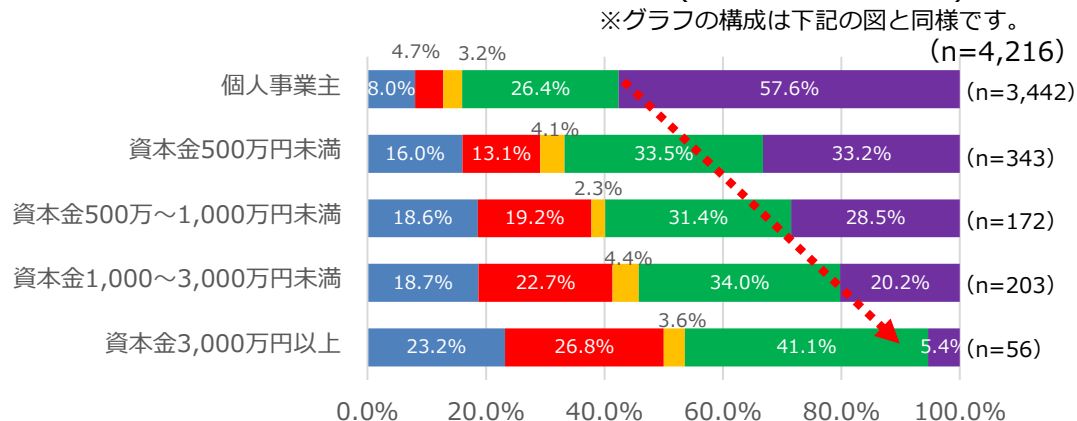
3. 電子取引のデータ保存の状況

3-1. 電子取引のデータ保存の準備状況

3-1-① 電子取引のデータ保存の準備状況

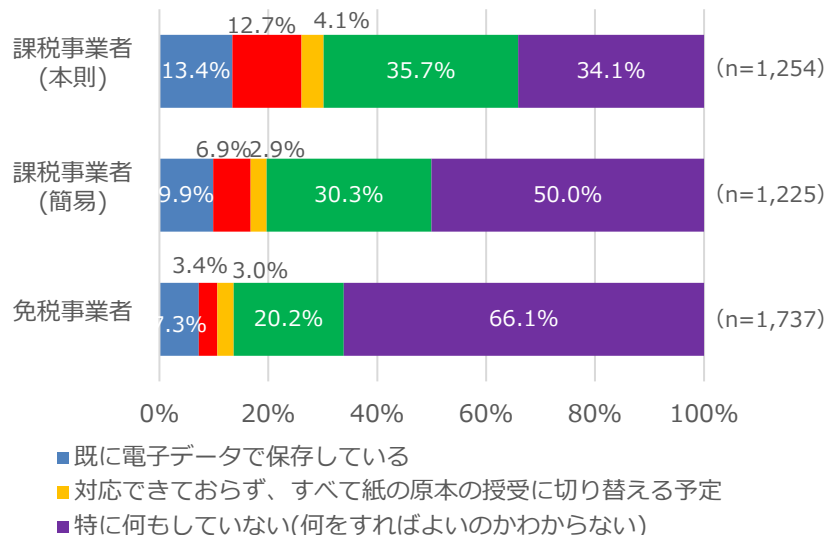


3-1-② 電子取引のデータ保存の準備状況(経営形態・資本金別)

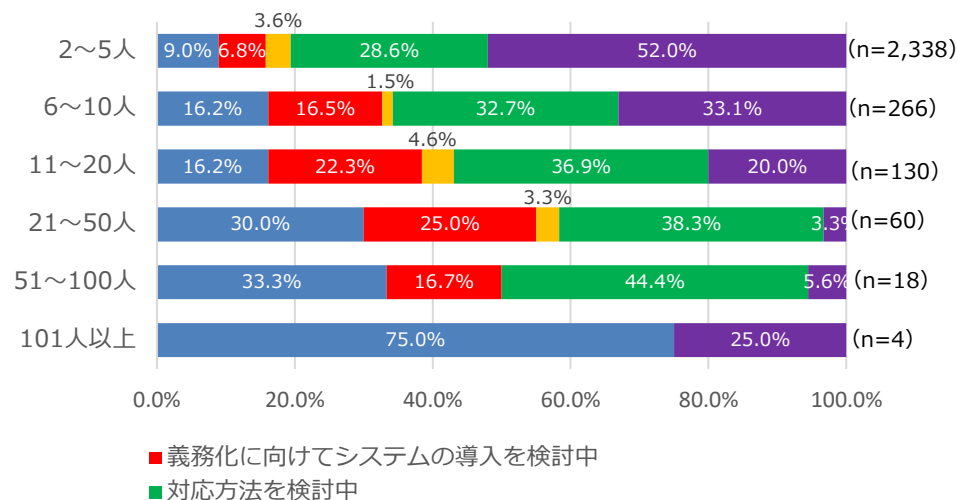


➤ 電子取引のデータ保存の準備状況については、「特に何もしていない(何をすればよいのかわからない)」が約52%で半数超と高い。また経営形態別で見ると、企業規模が大きくなるにつれて「対応方法を検討中」の割合が増えている。

3-1-③ 電子取引のデータ保存の準備状況(納税形態別)



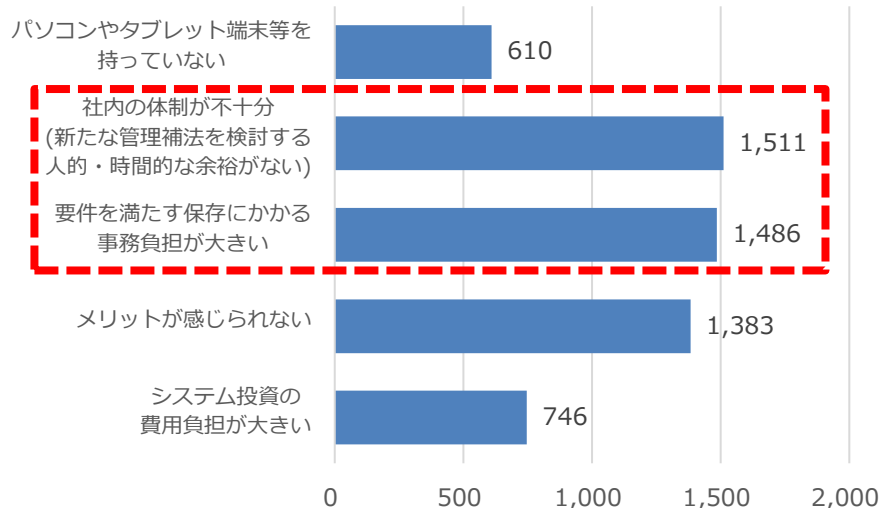
3-1-④ 電子取引のデータ保存の準備状況(従業員数別)



➤ 電子取引のデータ保存の準備状況について、納税形態別で見ると、免税事業者は課税事業者(本則)の2倍近くの割合で「特に何もしていない」となっている。また、従業員数別で見れば、規模が大きい事業者ほど、「対応方法を検討中」である傾向が高い。

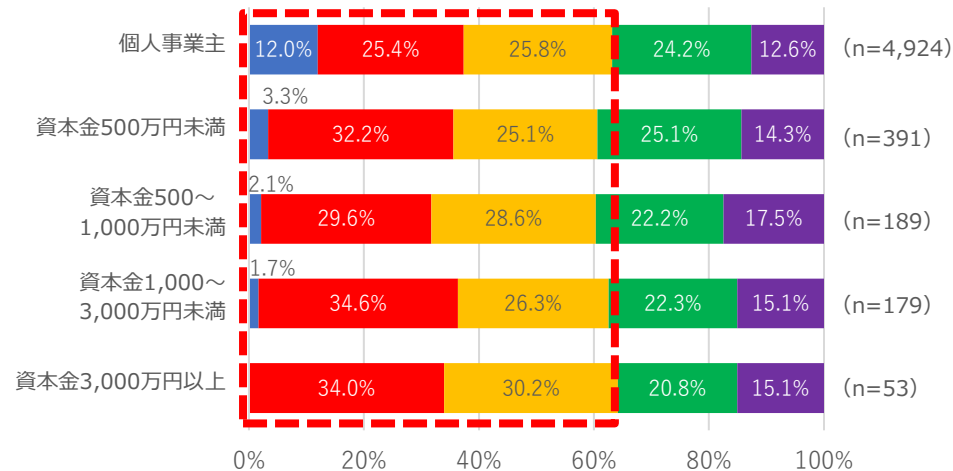
3-2. 電子取引のデータ保存の課題

3-2-① 電子取引のデータ保存の課題



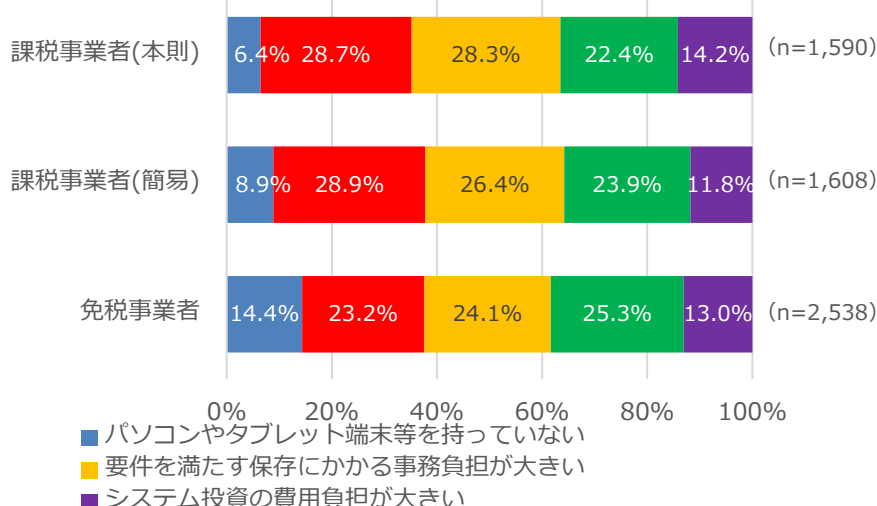
3-2-② 電子取引のデータ保存の課題(経営形態・資本金別)

※グラフの構成は下記の図と同様です。

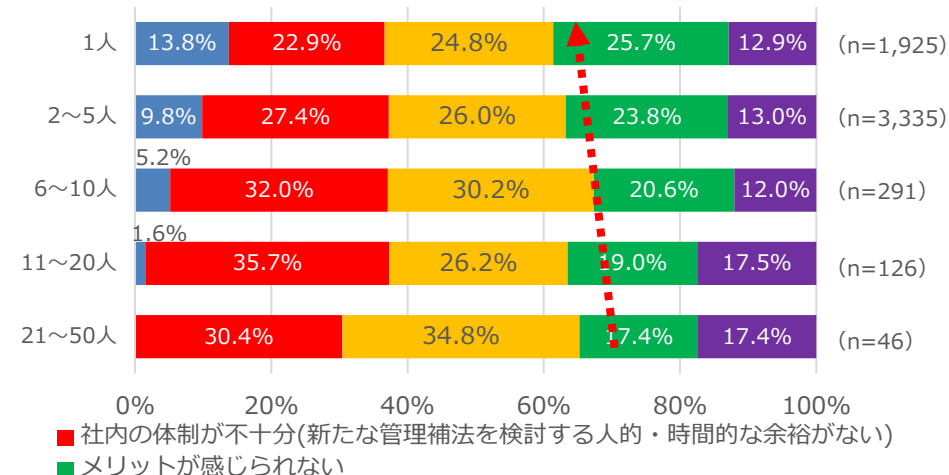


▶ 電子取引のデータ保存の課題については、「要件を満たす保存にかかる事務負担が大きい」と「社内の体制が不十分」の割合が高い。また、経営形態・資本金別でも、同様に事務負担や社内体制の課題が規模に関係なく、高い割合を示している。

3-2-③ 電子取引のデータ保存の課題(納税形態別)



3-2-④ 電子取引のデータ保存の課題(従業員数別)

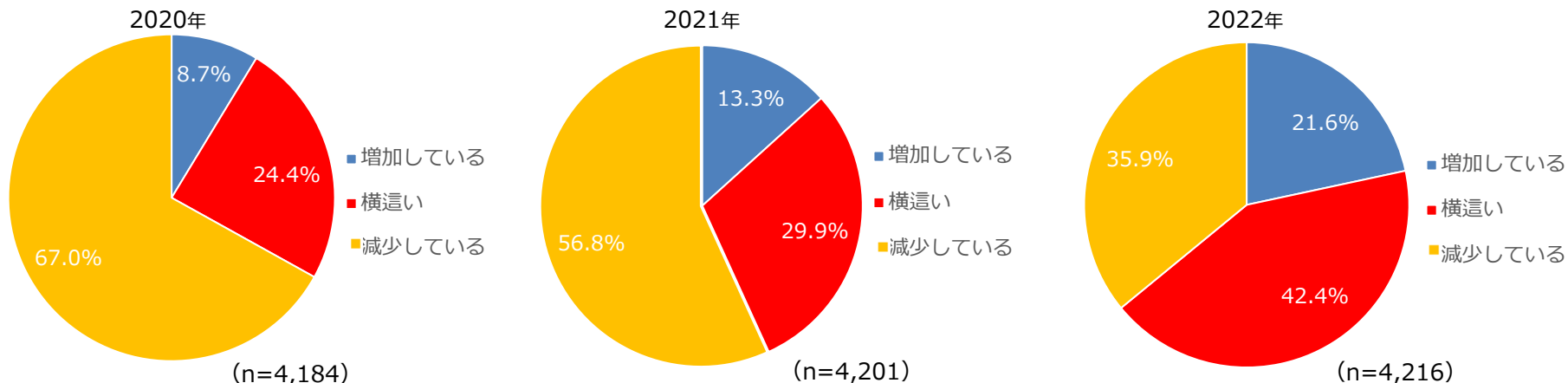


▶ 電子取引のデータ保存の課題について、納税形態別で見れば、免税事業者は課税事業者(本則)の倍程度の回答割合で「パソコンやタブレット端末等を持っていない」となった。また、従業員数別にみれば、規模が小さい事業者ほど、「メリットが感じられない」と回答する割合が高い傾向にある。

4. 原油・原材料費高騰によるコスト高に対する価格転嫁状況等

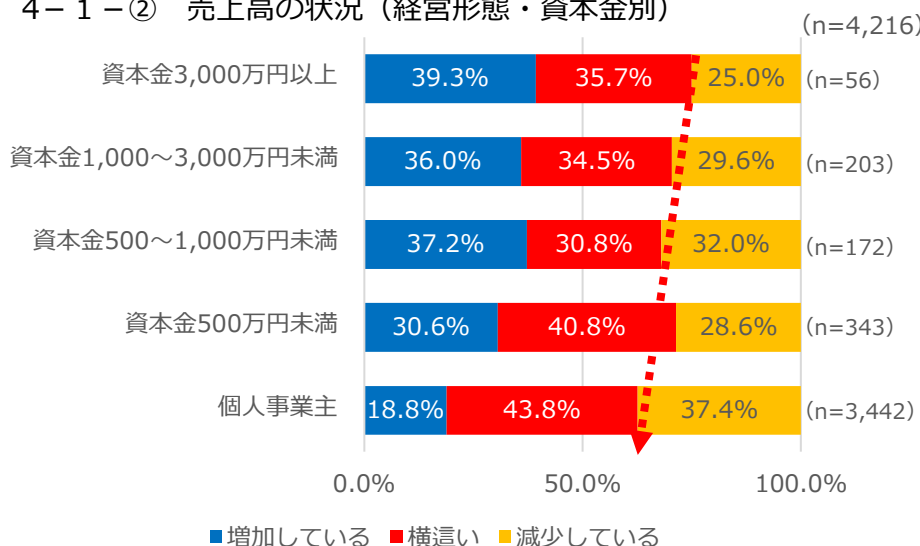
4-1. 売上高の推移

4-1-① 売上高の推移

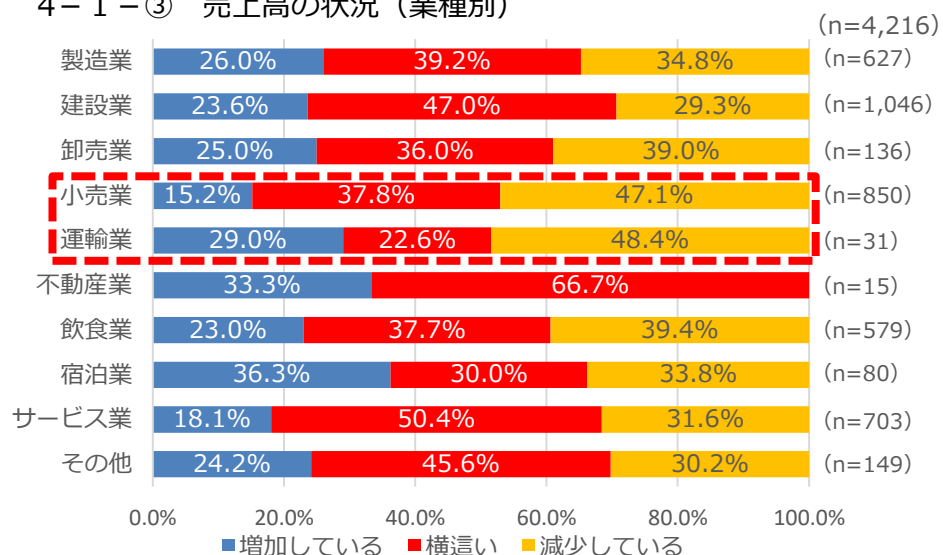


▶ 売上高の推移は、「増加している」の割合が、前回調査と比較して、13.3%→21.6%へ上昇し、「横ばい」が、29.9%→42.4%と大幅に上昇した。また新型コロナウイルス拡大後（2020年）から「減少している」は67.0%(2020年)→56.8%(2021年)→35.9%(2022年)となり、改善傾向ではあるものの、依然として厳しく推移している。

4-1-② 売上高の状況（経営形態・資本金別）



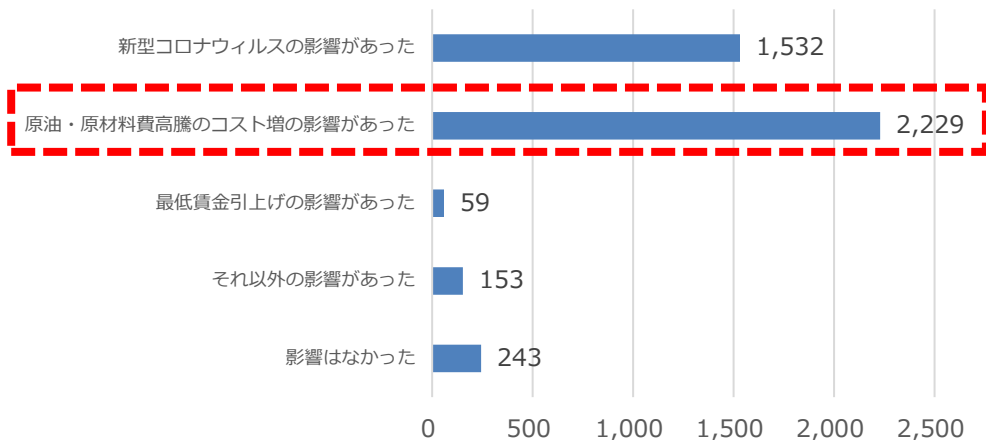
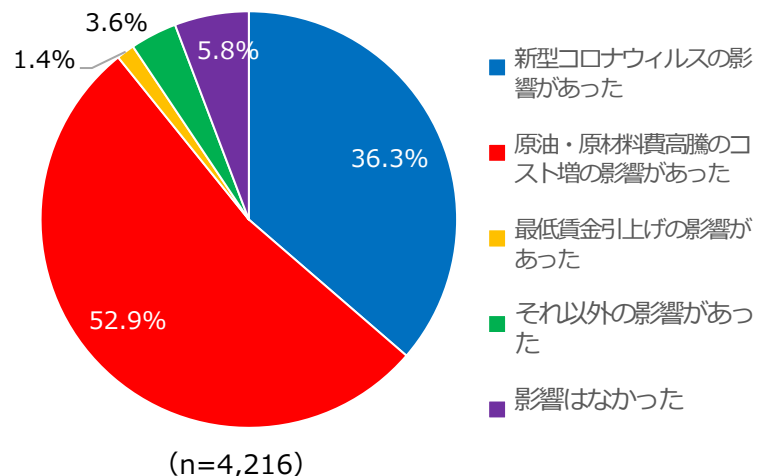
4-1-③ 売上高の状況（業種別）



▶ 売上高の経営形態・資本金別の状況は、企業規模が小さいほど、売上の減少が大きく、特に「個人事業主」で約37%と最も減少が大きい。また売上高の業種別の状況は、「小売業」と「運輸業」の「減少している」割合が約5割近くと高く、依然として厳しい状況にある。

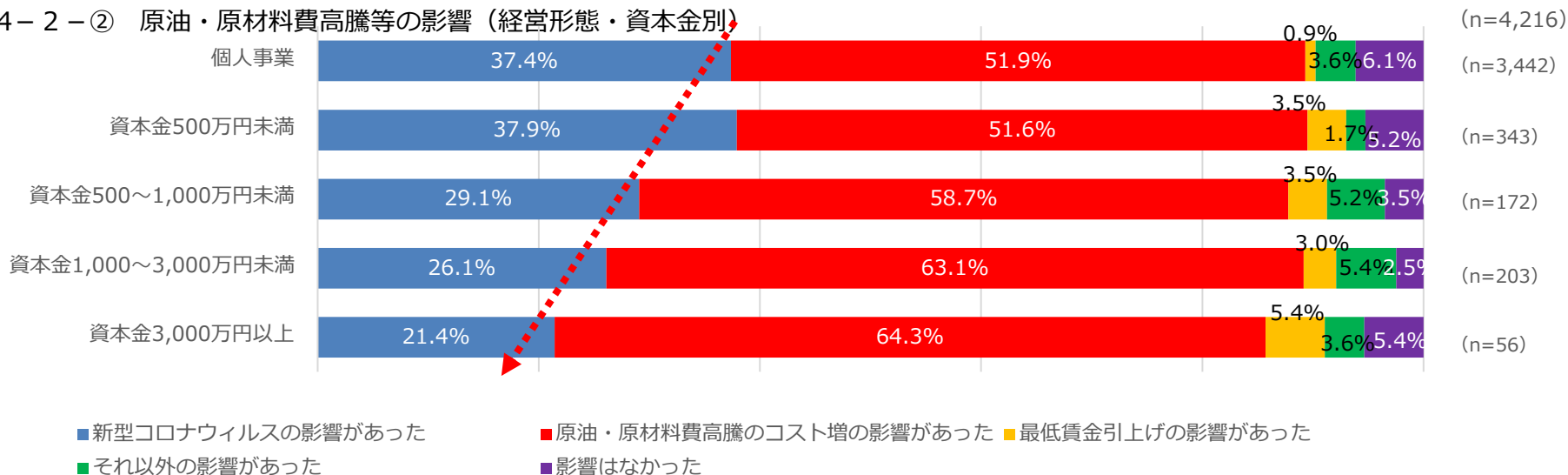
4-2. 「原油・原材料費高騰」「新型コロナウイルス」「賃上げ」の影響

4-2-① 原油・原材料費高騰等の影響



▶ 「新型コロナウイルスの影響があった」が36.3%、「原油・原材料費高騰のコスト増の影響があった」が52.9%であり、前回調査では「新型コロナウイルスの影響」が最も高かったが、今回調査では「原油・原材料費高騰」による影響が新型コロナウイルスの影響を超える結果となり、さらに厳しい状況が続いている。

4-2-② 原油・原材料費高騰等の影響（経営形態・資本金別）

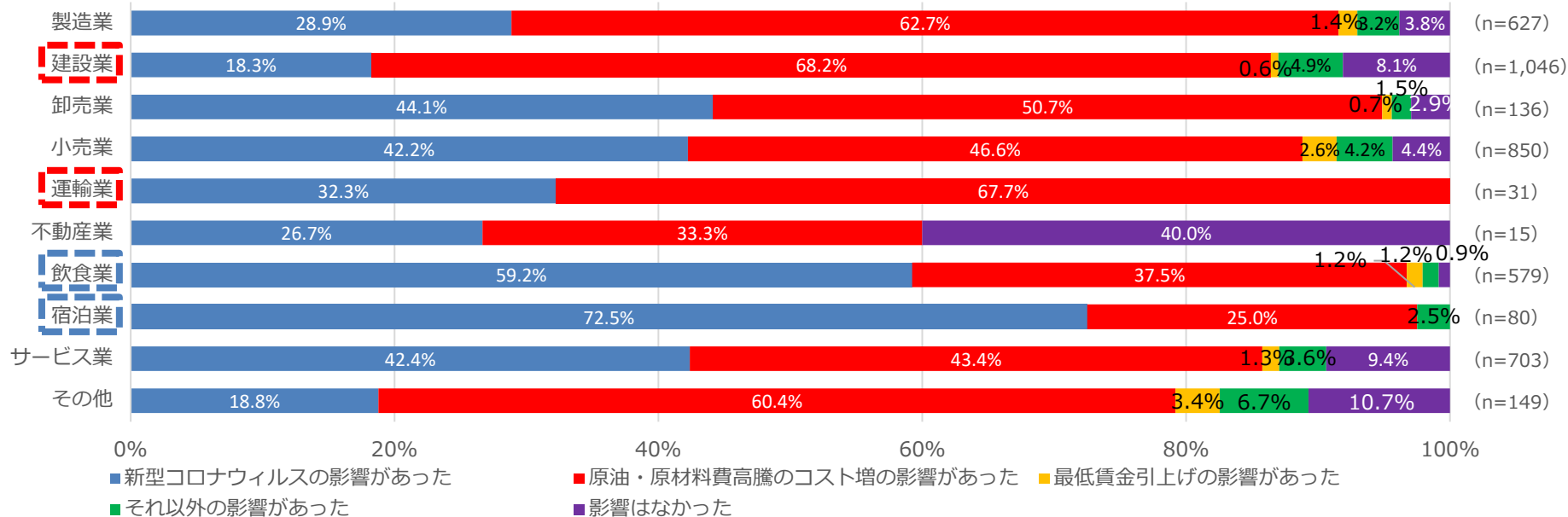


▶ 原油・原材料費高騰等の影響を経営形態・資本金別に見ると、個人事業主ほど「新型コロナウイルス」の影響が大きく、企業規模が大きくなるほど「原油・原材料費高騰」の影響が大きい傾向がある。

4-2. 「原油・原材料費高騰」「新型コロナウイルス」「賃上げ」の影響

4-2-③ 原油・原材料費高騰等の影響(業種別)

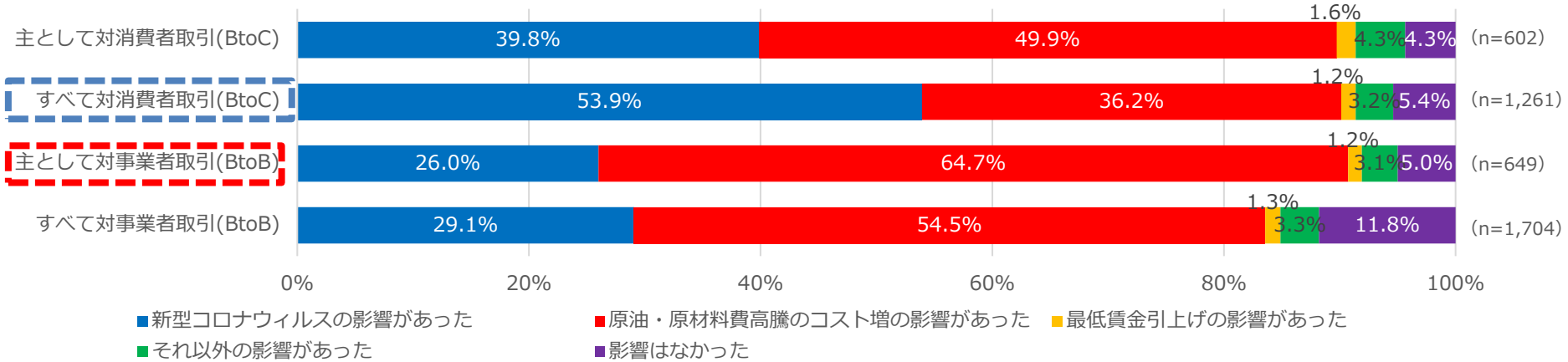
(n=4,216)



➤ 原材料費高騰のコスト増の影響が大きい業種は「建設業」「運輸業」、 「新型コロナウイルスの影響」の大きい業種は「飲食業」「宿泊業」であった。

4-2-④ 原油・原材料費高騰等の影響(取引形態別)

(n=4,216)

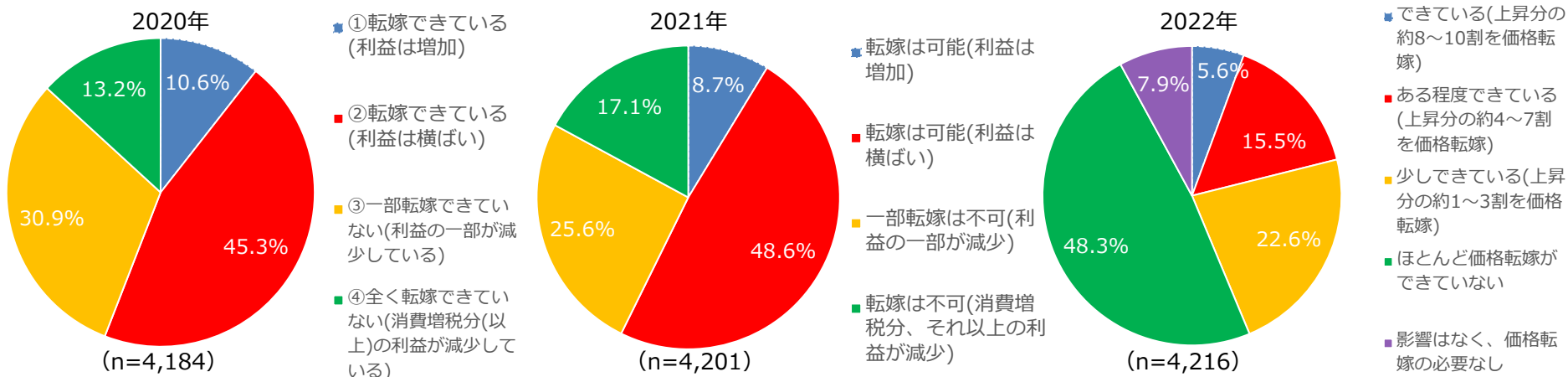


➤ 「原油・原材料費高騰のコスト増の影響」が最も大きいのは「主として対事業者取引(BtoB)」であり、「新型コロナウイルスの影響」が最も大きいのは「すべて対消費者取引(BtoC)」であった。

4-3. 価格転嫁（事業全体の利益）状況

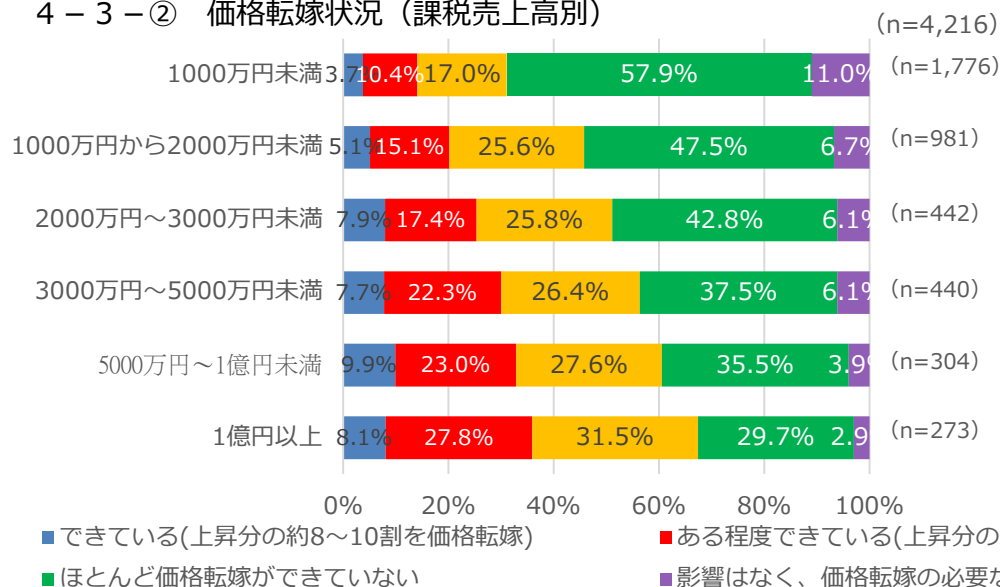
4-3-① 価格転嫁の推移

※ 価格転嫁 = 事業全体の利益が確保できているか。

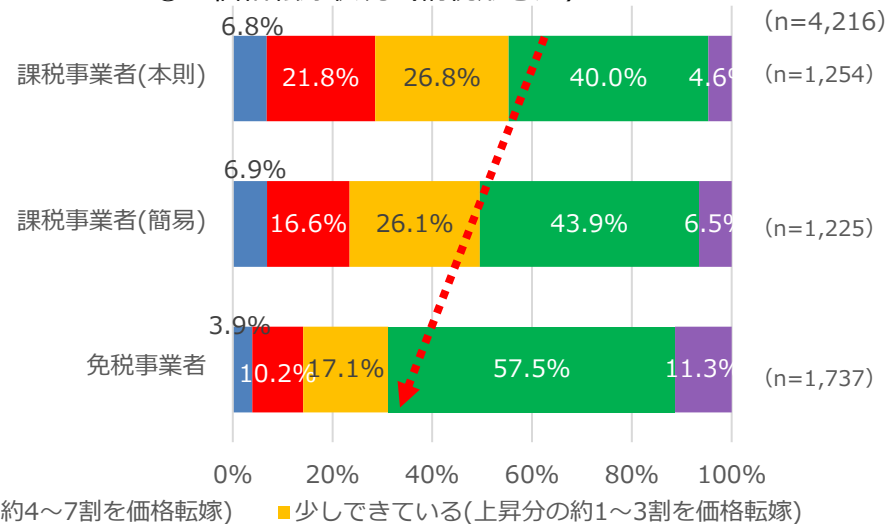


➤ 価格転嫁については、「転嫁できていない」の回答が前回2021年調査（17.1%）より大幅に悪化し、48.3%となっており、2020年調査から年々悪化している。

4-3-② 価格転嫁状況（課税売上高別）



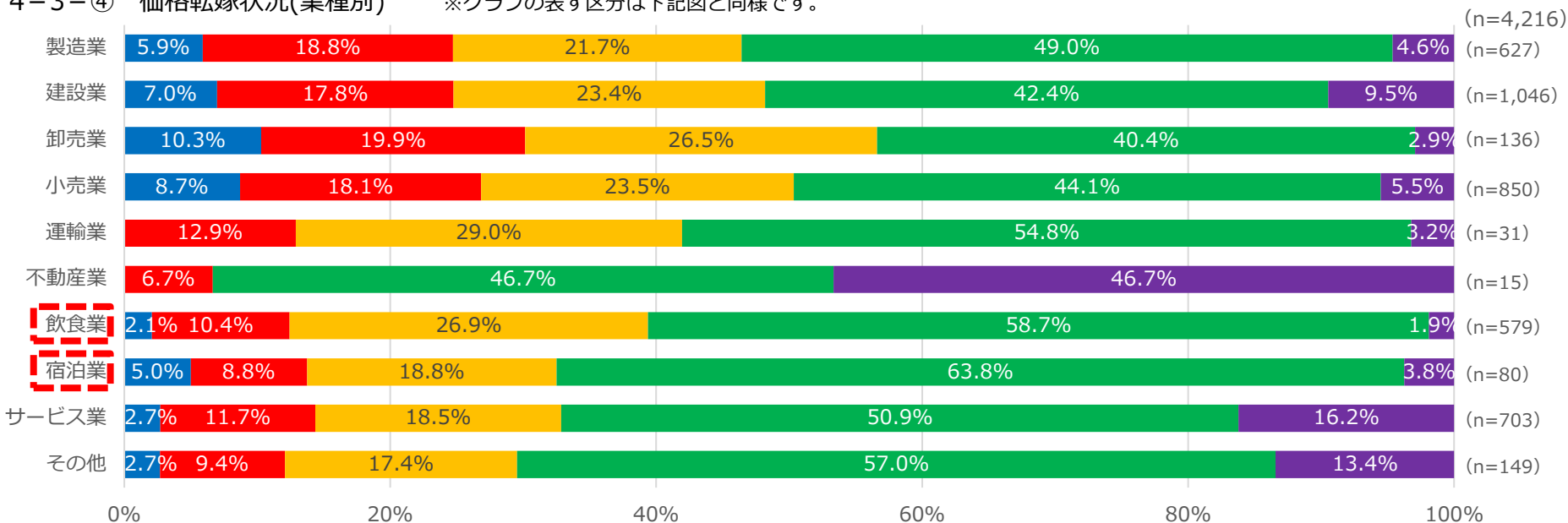
4-3-③ 価格転嫁状況（納税形態別）



➤ 課税売上高別の価格転嫁状況では「1,000万円未満」の「ほとんど価格転嫁ができていない」が約58%と最も高くなった。納税形態別で見ると、「ほとんど価格転嫁ができていない」割合は「免税事業者」で最も高く、規模の小さな事業者ほど価格転嫁が進んでいない。

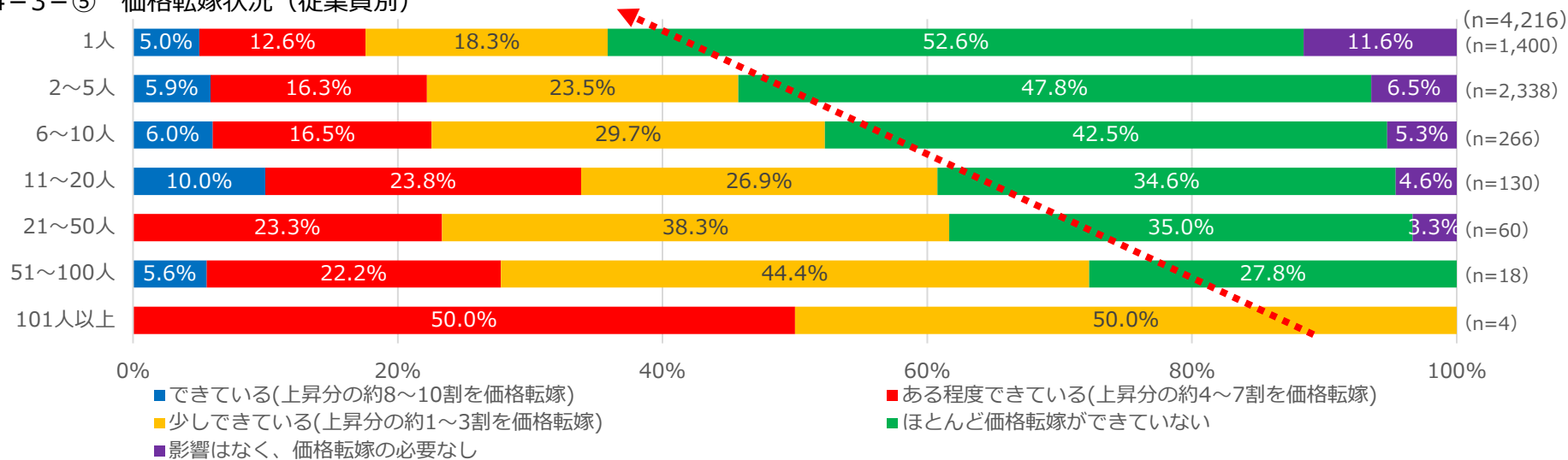
4-3. 価格転嫁（事業全体の利益）状況

4-3-④ 価格転嫁状況(業種別) ※グラフの表す区分は下記図と同様です。



▶ 業種別に価格転嫁状況を見ると、「飲食業」「宿泊業」の「ほとんど価格転嫁ができていない」割合が約60%あり、厳しい状況である。

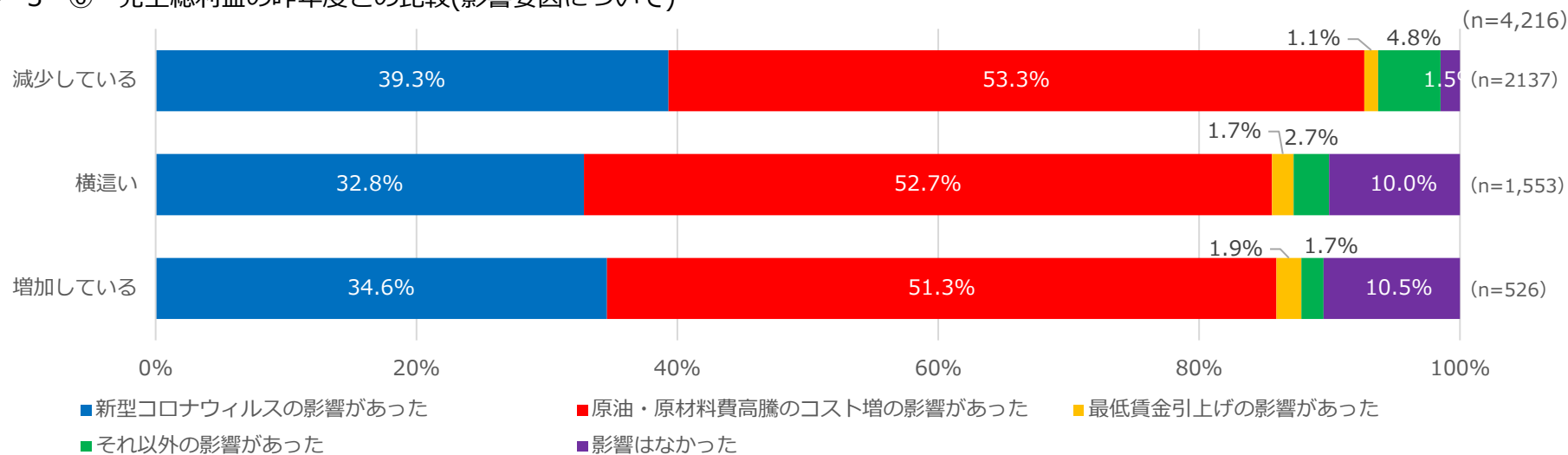
4-3-⑤ 価格転嫁状況(従業員別)



▶ 従業員規模別に見ると、従業員数の規模が小さい事業者ほど、「ほとんど価格転嫁ができていない」割合が高くなる傾向がある。

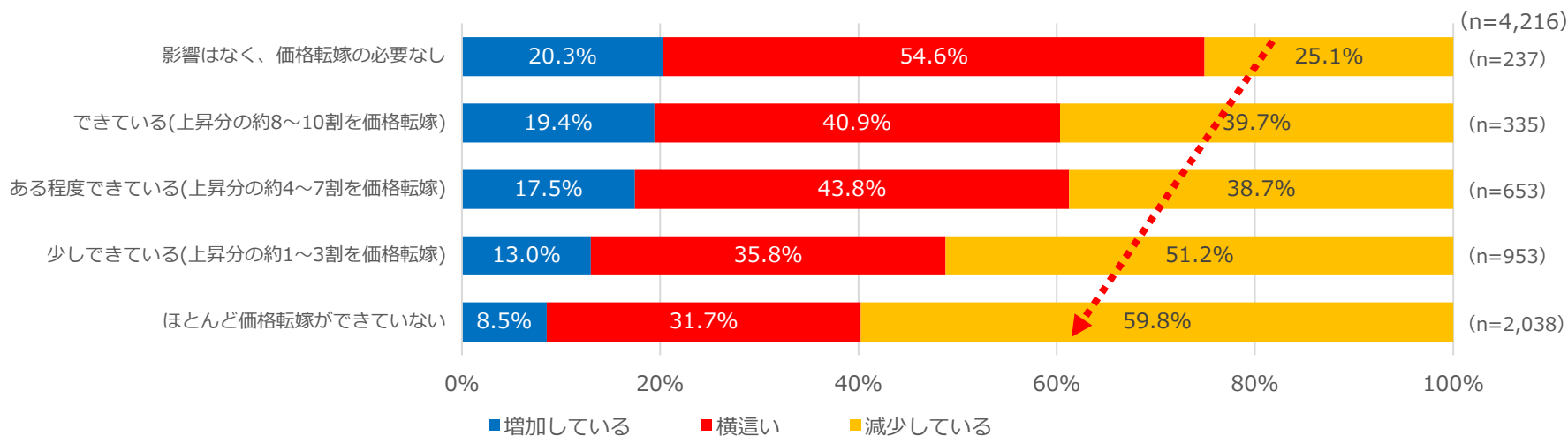
4-3. 価格転嫁（事業全体の利益）状況

4-3-⑥ 売上総利益の昨年度との比較(影響要因について)



▶ 売上総利益の昨年度との比較をみると、増加、減少に関わらず、「原油・原材料費高騰のコスト増の影響」が50%を超えており、総利益の低下の要因となっている。

4-3-⑦ 売上総利益の昨年度との比較（価格転嫁）

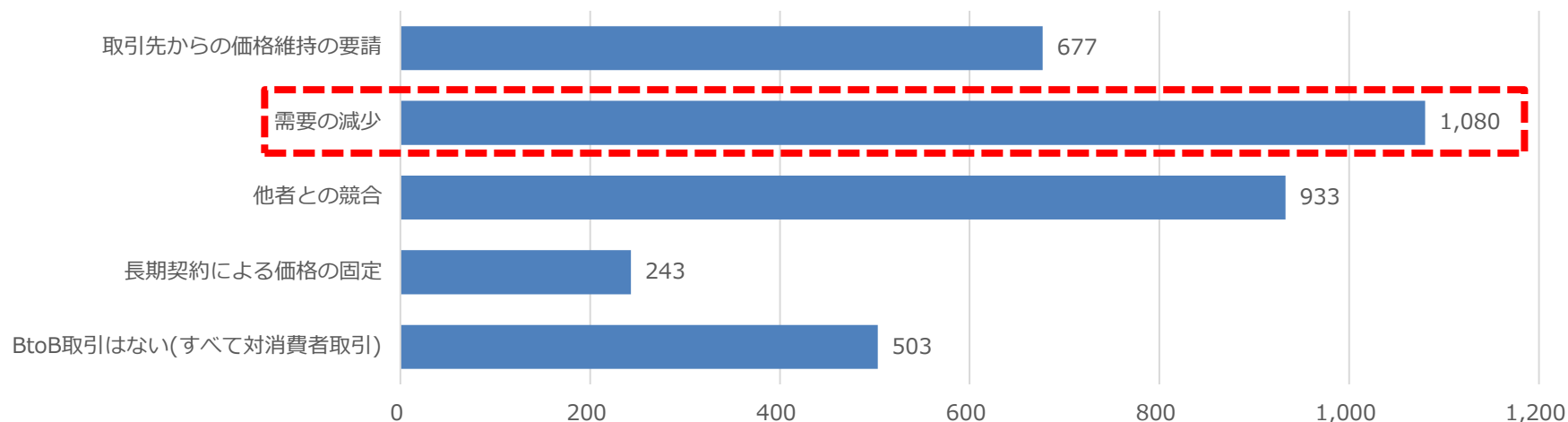


▶ 売上総利益と価格転嫁の関係をみると、「ほとんど価格転嫁ができていない」事業者ほど、売上総利益の減少割合が大きく、「影響はなく、価格転嫁の必要なし」と回答した事業者と比較して2倍以上の減少割合となっている。

4-3. 価格転嫁（事業全体の利益）状況

4-3-⑧ 価格転嫁ができない理由(B to B)

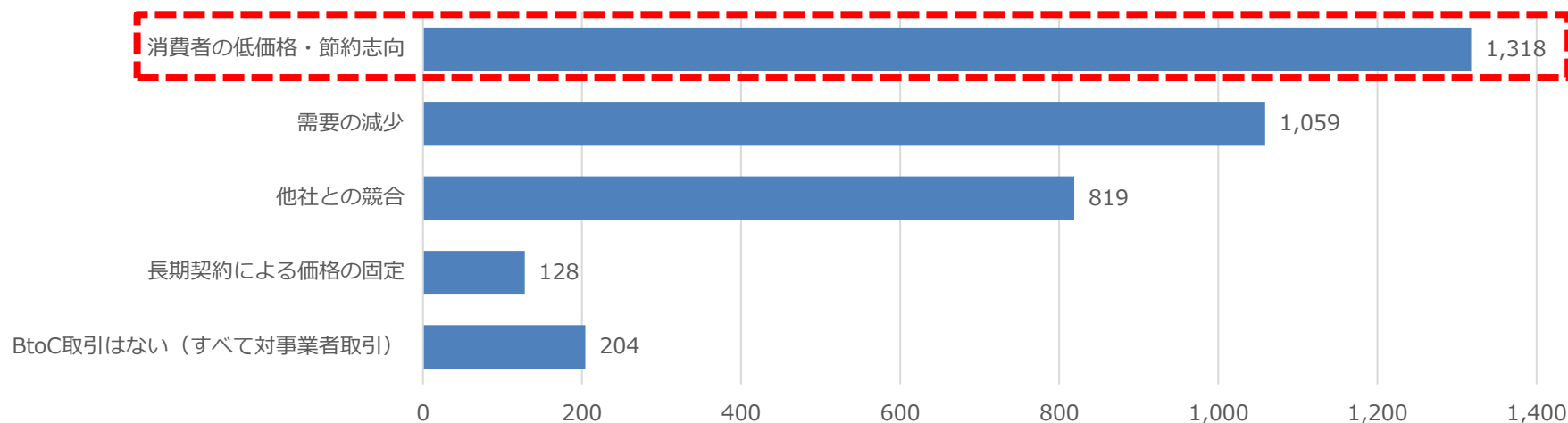
(n=3,436)



▶ 価格転嫁ができていない理由(BtoB)では、「需要の減少」の割合が最も大きい。また、「取引先からの価格維持の要請」も3番目に多く、価格転嫁が進まない要因である。

4-3-⑨ 価格転嫁ができない理由(B to C)

(n=3,528)



▶ 価格転嫁ができない理由(BtoC)では、「消費者の低価格・節約志向」が最も割合が大きく、販売価格は売上に直結するため、価格転嫁したくても容易に実施できない状況が推測される。

5. 中小・小規模事業者の意見

5-1. インボイス制度に関する意見

① 本則課税の事業者コメント

【内容についてのコメント】

- 制度開始時期までに事業者が登録するかどうか判断ができないのではない。当社は多数の農家から仕入れを行っている。農家は免税事業者が多く、税務に関する知識が乏しくほとんど対応できないと思っている。この制度自体、小規模事業者を苦しめる要因になるので、やめていただきたい(小売業)。
- 外注先が課税事業者ではないのだが、要請しても課税事業者になってもらうのは難しい。実質増税になってしまうこの制度に納得ができない(建設業)。
- 制度が複雑で分かりにくく、軽減税率も含めて、会計処理が複雑になるので大変です(飲食業)。
- インボイス制度自体が複雑で仕組み自体が難しい。またシステムなどの導入でコスト面の増加も懸念される(製造業)。

【対応についてのコメント】

- 軽減税率も廃止し、税率を全て統一して、経理事務の軽減をしていただきたい。そうすれば、インボイスの発行も必要なくなり、複雑な消費税の制度を簡素化できる(小売業)。
- 小規模事業者の多くは免税事業者であり、原油・原材料高騰等の外的要因の影響を受けやすい事業形態を有している。そんな中、インボイス制度により税負担が生じることは益々経営を圧迫していき景気を後退させる懸念があるので、制度の導入は見送ってほしい(建設業)。
- インボイス制度の対応で請求書等に新たに登録番号など記載の為、番号取得の登録申請が必要であると説明を受けた。確定申告の整理番号など既にある番号での使用ができないのか(飲食業)。
- 免税事業者との取引関係の見直しが難しい(製造業)。

【要望についてのコメント】

- 制度が複雑すぎて、事務量が増えて困ります。制度の廃止を望みます(小売業)。
- 制度、申請方法が煩雑。当社分の適格請求書発行登録申請等に対応するよう努めるが、外注先にまで当社から登録申請を求めるのは困難なため、行政主体で周知や対応するような手法を求めたい(建設業)。
- 処理が面倒・領収書が面倒・システム処理のためのレジソフトの助成金や給付金を出して欲しい(飲食業)
- 免税事業者に対して、インボイス制度の説明と徹底をして欲しい(製造業)。
- 小規模な事業者でも対応できるようなシンプルな制度設計を希望します(サービス業)。

②簡易課税の事業者コメント

【内容についてのコメント】

- 制度がわかりにくく複雑。そもそも免税事業者の把握ができたとしても、いままでの付き合いを簡単にゼロにはできず、新しい取引先を探すのも至難である。(小売業)。
- 経営環境が厳しいときで、職人不足もあり、これまでの取引先との関係を維持しながら協力して乗り越えていきたいので、インボイス制度関係でもめないように気をつけている。(建設業)。
- 寿司店を営んでいますが、事務負担がますます増えて、本来の仕事(調理)の時間が無くなります。美味しい寿司を作るために、事務負担を軽減していただきたい。(飲食業)。
- 弊社ではないが、業界では免税事業者の仕入下請けへの極端な圧力が発生している。簡易課税事業者からは価格引き下げ要請は本来なら無いはずだが、「これを機会に！」と一緒に値下げ要求を仕入業者に行っている(製造業)。

【対応についてのコメント】

- 個人事業主のインボイス登録の検索が番号からしかできないと聞いた。これでは登録の有無を確認することができない。事業所名、氏名等から検索できるようにしてほしい。スタートまでに必ず整えてもらいたい。(小売業)。
- 簡易課税事業者なので、消費税計算は従来通りで影響はないが、請求書については変更しないといけないので、消費税率が頻繁に変わるようだと面倒なので、変わらないようにしてほしい(建設業)。
- 家族経営やフリーランスの人は組織に属さない事が多く、インボイス制度のような経理事務は、むずかしい事が多い。詳しく説明して納得してもらえらる事が大事(飲食業)。
- 経過措置への対応が出来るかどうか分からない。取引先事業者の特定が上手くできるが不安(製造業)。

【要望についてのコメント】

- 国はキャッシュレスなど経営の省力化に取り組んでいるのに、インボイス制度導入は真逆で煩雑な事務作業が増えるだけ。矛盾している。制度を取りやめて欲しい(建設業)。
- インボイス制度には戸惑っている。消費税導入時よりも国による大きな広報がない。本当に大きな改正なのに、もう少し丁寧な説明があると嬉しい。(飲食業)
- 国民の消費が伸びない中、消費税そのものの減税もしくは廃止の方が景気回復への近道なのではないでしょうか(製造業)。

③免税事業者コメント

【内容についてのコメント】

- 課税事業者の立場が優位にある為、免税事業者は価格転嫁ができない、しかも値下げ圧力がかかる状況。インボイス制度に対してどのように対応すべきか頭を抱えている(小売業)。
- 下請でほぼ日当のような取引のため何年も値上げもできていない。下請の立場としては、こうした制度へ対応するために取引が減少する可能性のほうが不安。下請から元請に対して意見したり、交渉するような体制ではない(建設業)。
- 私は高齢者で、パソコンはできません。インボイス制度になったら商売をやめなければならないですか？まだ体が動くうちは続けたいが、働けなければ生活していけません。年寄りにもわかり易い制度にしてください(飲食業)。
- 今まで消費税込みの考え方で価格を決定しており、インボイス制度導入後はその消費税分を値下げしないといかないのか。小規模事業者にとっては大きな金額であり、事業継続が危ぶまれる(製造業)。

【対応についてのコメント】

- 税理士への依頼費用が増加することは確実で、それも価格にのせたいが消費者には理解してもらえないと感じ、売上に影響は必至かと。中小企業は対応するのに人も資金もパワー不足で、そこをしっかりとサポートしていただきたい(小売業)。
- 消費税のシステムが複雑すぎてわからない。もっと単純な計算方法や仕組みにして、事務負担のない内容にしてほしい(建設業)。
- 家族経営、小規模で免税事業者であったが、取引先からの確認依頼があったため、インボイスに対応せざるを得なかった(製造業)。
- 売上げが上がるわけではないのに、事業者に対する負担や設備の更新などの負担が大きい。中小企業にメリットがない(小売業)。

【要望についてのコメント】

- 本則課税でのインボイス制度を取りやめてほしい。簡易課税による一本化をお願いします(小売業)。
- 免税事業者として仕事をしているが、益税として意識していなかった。また外注先の一人親方などにインボイス制度はなじまない。政府主導による説明と丁寧な支援が必要(建設業)。
- 経過措置の年数引き延ばしをして欲しい(製造業)。

【電子取引のデータ保存の準備状況に対する意見】

- 電子データの保存は選択制にしてほしい(製造業)。
- 通常電子化は事務量を減少させるために導入するが、本制度は事務量が増えて複雑煩雑である(製造業)。
- 高齢者の事業者でパソコンがやっと使える程度である。パソコン、スキャナー？なんだそれ？という感じ。出来ないなら廃業しろと言われていたものである。(製造業)
- ノートに記帳し、それをパソコン入力する、という2度手間状況となる。なんでもパソコンでという発想がおかしい。パソコンが苦手な人への配慮がなく自由がないのもおかしい(製造業)。
- もともとインターネット環境を設置していない(小売業)。
- 電子化を推進する事は理解するが、電子取引だからといってプリントした紙媒体を認めず、「罰則まで求めること」は理解できない。取引で、肝心なのは適正な記帳をする事だと思うが(小売業)。
- 妻と二人で約50年も続けた私達に何もできる事はありません。二人とも70歳過ぎです(小売業)。
- 小規模事業者の平均年齢を知っているのか疑問。電子取引データがなぜ義務化なのか理解できない(宿泊業)。
- 今回のアンケート調査で商工会に教えてもらい初めて知りました。ITやパソコンが苦手なので急な対応は難しい。商工会に相談をしながら少しずつ対応していきたい(建設業)。
- 制度実施の中止または当面の延期をお願いしたい。もしくは、小規模事業者でも出来る限り容易に対応が可能な制度としてほしい(卸売業)。
- 電子帳簿保存法に適合するシステムの導入に、時間や費用がかかる補完ルールなど業務手順の見直しや担当者教育が必要データのバックアップ取得、定期的な運用の見直しなど業務が増加する(運輸業)。

【その他政府に望む対応等について意見・要望】

- 旅行支援等の観光関連産業支援だけではなく、製造業等にも恩恵のある消費喚起対策を打ち出していきたい(製造業)。
- 最低賃金の上げ幅がきつすぎる。原油・原材料が高騰しているのがわかっていてなぜこんなに上げるのか(製造業)。
- コロナが落ち着いたと思うと、円安や原材料、燃料の高騰と経営環境が良くなる。物価上昇に賃金の上昇が追いついていない印象がある。そもそも小規模な企業は賃金上昇、コスト上昇に耐えられなくなるのではないか(小売業)。
- キャッシュレスの決済料が高すぎる。ここにきてキャッシュレス決済が増えており、資金繰りと利益の圧迫で困っている(小売業)。
- 観光業はまだまだコロナの影響が残っている。全国旅行支援で一時的に売上は回復しているが、この対策が無くなった後が見通せない。売上がまだ回復しきっていない時に最低賃金を大幅に上げないで欲しい(宿泊業)。
- 仮に給料が上がったとしても、それに比例して所得税・社会保険料も大きく増加しては実質手取額は殆んど変わっていないのが現実的な話である。給料の増加というよりも給料手取額が増加となる対策を早急に行い、一時の消費喚起策では無く、本当の消費喚起に繋がる施策を実施して欲しい(建設業)。
- 専門知識・スキルを要する職人が減少しており、人材確保に苦労しているので、職人を自社で育成するための優遇制度を設けてほしい(建設業)。
- コロナ禍では、給付金や支援金及び補助金は非常にありがたい制度でした。経営を維持するために多くの借入金を行いました。この先の経営を考慮する際に設備投資も必要になる事が想定されます。ゼロ金利政策が打ち止めになると銀行貸し渋りが懸念されます。円滑に経営状態が悪い中でも融資が受けられる制度をお願いします(飲食業)。

- ① サラダ油の価格が2倍以上になるなど、経営に対する影響は異常。一方で価格転嫁について取引先に相談すると心配してもらえるが、次回の注文が入らないなど、厳しい状況が続いている(飲食業)。
- ② 顧客から困った、生活は苦しいけど壊れたものは買い替えなければ、などと言われている状況で値上げは難しい(小売業)。
- ③ 地域内人口の減少とコロナ禍で厳しい売上状況の中、原油・原材料費高騰により益々経営継続が厳しい状況に向かっている。長年、地域に根差した商店・飲食店として踏ん張ってはいるが、後継者はおらず、経営者自身の高齢化もあるため廃業という選択肢も考えなければならぬ段階に入っている(小売業)。
- ④ 大都市圏と違い、安価な商品等が日常の地方では、少しの値上げでも客足に大きな影響が生じている。原油・原材料費高騰に限らず、価格転嫁(値上げ)は清水の舞台から飛び降りるくらいの大きな決断である。政府においては原油・原材料費が高騰しているから価格転嫁を促すのではなく、価格転嫁は最終手段として、その前に早め早めの支援策を行って欲しい(小売業)。
- ⑤ 原材料費等の値上がり、最低賃金の引き上げなどにより利益を圧迫し続けているが、その分の価格転嫁は容易ではない(卸売業)。
- ⑥ 木材仕入れ価格が高騰し、仕入れ値の先が読めない状況であるため、お客様に対しても適正な販売価格を教えられない現状にある。木材価格をはじめ、各種商品がある程度安定化して仕入れることができないと小規模な事業者は体力が持たない(建設業)。
- ⑦ 見積書発行時と、施工完了時で材料の単価が大きく変わってしまうことがあるため、見積もりを出したとき事前に価格上昇について説明をしても納得していないお客様もいる(建設業)。
- ⑧ B to Cの消費者には、原油・原材料費の高騰を理由にして値上げせざるを得ないと言っているのに、全てとは言わないがB to Bの下請けには価格維持の要請があるのはおかしい(建設業)。
- ⑨ 価格転嫁も進めているが、価格高騰のスピードに追いつかない。国として価格抑制支援強化、現状では難しい見積もり提出後の金額見直し等に関する対策、ルール化などを検討してほしい(建設業)。
- ⑩ コロナ対策として持続化給付金、事業復活支援金により経営を維持できていることに感謝しています。なんとか廃業せず経営を維持しておりますが、現在の原材料費や燃料の高騰により大変厳しい状況が続いています。持続化給付金のような事業者向け支援の拡充を要望します(製造業)。
- ⑪ 当社は高菜漬け製造業であり、塩を使用するが、この1年の間に3回の値上げがあった。700円→837円→1412.5円となっているが、価格転嫁ができていない状況であり、今後利益を圧迫することが考えられる(製造業)。
- ⑫ 他県から低価格で参入してくるメーカーに、地元中小企業が価格転嫁すると太刀打ちできない状況です。利益がない取引を続けている状況をどうしたらよいか悩ましい状況です(製造業)。