

消費税率引き下げで 経済活性化期待21.3%、 全国トップに

期待売上増減率は+0.26%
「飲食料品小売」+1.22%に対し、
「飲食店」▲4.38%と業種間格差が鮮明に

近畿地区・飲食料品の消費税率引き下げに関する企業の意識調査



本件照会先

三好 暁久(調査担当)
帝国データバンク
大阪支社情報部
06-6441-3100(直通)
情報統括部:osakajoho@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/10/13

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。
当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

SUMMARY

飲食料品の消費税率引き下げが日本経済の活性化に「つながる」と回答した企業は21.3%、「つながらない」は51.0%となった。「つながる」の回答割合は全国10ブロックのトップ。また、自社の売り上げについては7.5%が「増える」と回答し、回答結果から試算した期待売上増減率は+0.26%となった。業種別では、飲食料品小売が+1.22%、飲食店が▲4.38%と、業種間で大きな差異が生じた。企業からは、家計負担軽減を期待する声もあったが、外食から内食・中食への需要移動、レジや会計システムの変更負担、税務処理による事務負担を懸念する声も多く聞かれた。

※ 調査期間は2026年8月18日～8月31日。調査対象は近畿2府4県に本社を置く3,045社で、有効回答企業数は1,580社(回答率51.9%)。なお、本調査は、調査時点で示されていた政府の基本方針を前提として実施したものであり、期待売上増減率は政策効果の予測値ではない。

はじめに

物価上昇が家計を圧迫する中、飲食料品にかかる消費税率の引き下げは、日々の買い物負担を直接軽減する政策として注目を集めている。政府は2027年4月から2年間、飲食料品の税率を8%から1%へ引き下げ、その後8%へ戻したうえで給付付き税額控除へ移行する基本方針を示した。さらに、9月15日には「飲食料品消費税率の臨時的な引下げ及び就業者負担軽減支援金の導入に関する大綱」を閣議決定し、制度設計の具体化も進んでいる。

一方で、こうした政策は消費者の家計負担を軽減する半面、事業者には価格表示の変更やシステム改修など新たな対応を求める側面もある。

そこで帝国データバンク大阪支社は、飲食料品の消費税率引き下げに対する企業の見方について調査を実施した。本調査は「TDB 景気動向調査(2026年8月調査)」とともにを行った。

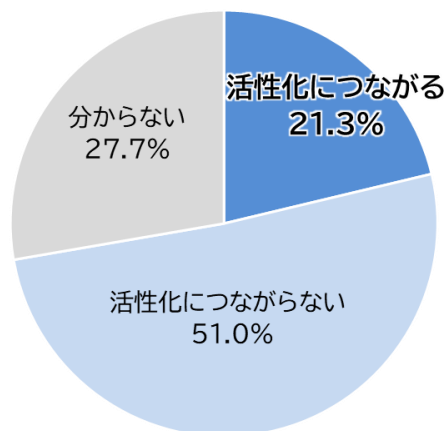
消費税率引き下げ、日本経済の「活性化」期待は21.3%

飲食料品にかかる消費税率の引き下げが日本経済の活性化につながるか尋ねたところ、「活性化につながる」と回答した企業は21.3%となった(図表1)。全国(18.0%)を上回り、全国10ブロックで最も高い水準となった。

業界別⁽¹⁾にみると、『小売』(24.2%)を筆頭に、『建設』(23.6%)や『製造』(23.2%)が上位に入った。自社への直接的な恩恵が限定的とみられる業界でも、家計負担の軽減を通じた景気全体への波及効果を期待する声が一定数みられた。府県別では、「滋賀」(26.6%)が全国トップとなった。

もっとも、「活性化につながらない」は51.0%に達し、肯定的な見方を大きく上回った。企業からは「円安の助長につながり、結果としてインフレが加速しないか危惧している」(京都府、内装工事)、「便乗値上げが起こるので消費者にとってはメリットが少ない」(京都府、事務用機械器具卸売)といった声も聞かれ、減税効果に対する見方は総じて慎重だった。

図表1 消費税率引き下げにより日本経済の活性化につながるか



注:母数は、有効回答企業1,580社

(1) 回答母数が10に満たない『農・林・水産』『その他』を除く

期待売上増減率は+0.26%、自社業績への影響は限定的

飲食料品の消費税率引き下げが自社の売り上げに及ぼす影響について尋ねたところ、「変わらない」とした企業が77.0%を占めた(図表2)。「増加」を見込む企業は7.5%、「減少」は2.0%、「分からない」は13.4%となった。

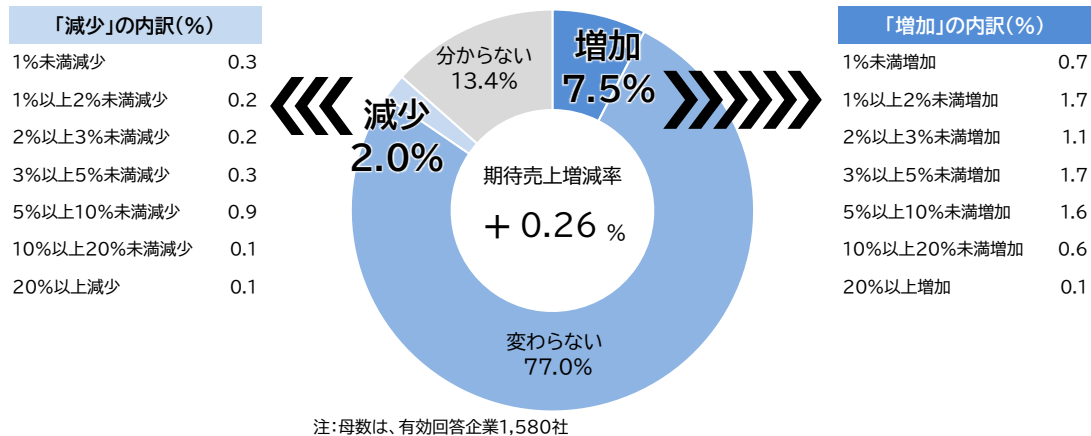
期待売上増減率⁽²⁾を試算したところ、全産業では+0.26%となった(「分からない」は算出対象から除く)。増減率は全国(+0.16%)を上回り、全国10ブロックでは『四国』(+0.34%)に次ぐ高水準だった。

業界別にみると、『小売』(+0.96%)が最も高く、『製造』(+0.37%)も高位を示した。『運輸・倉庫』(▲0.05%)は唯一のマイナスとなり、減税効果を取り込みにくい業界の存在も浮き彫りとなった。

食品関連業種をみると(図表3)、家庭向け食品の購入数量を押し上げるとの見方が広がる「飲食料点小売」(+1.22%)や「飲食料品・飼料製造」(+1.03%)が+1%を超えた。他方、税率差により肉食・中食への需要シフトが懸念されている「飲食店」(▲4.38%)は、大幅なマイナスを見込んでいることが分かった。

こうした業種間の差に加え、企業からはレジや会計システムの改修、税務処理の変更といった制度対応負担を懸念する声も多く聞かれた。

図表2 消費税率引き下げによる売り上げ増減見通し



⁽²⁾ 期待売上増減率は、選択肢に次の代表値を割り当てて試算した。具体的には、「20%以上」は20%、「10%以上20%未満」は15%、「5%以上10%未満」は7.5%、「3%以上5%未満」は4%、「2%以上3%未満」は2.5%、「1%以上2%未満」は1.5%、「1%未満」は0.5%とした(増加と減少で符号は逆になる)。また、「変わらない(0%)」は0%とした。この試算は、政策効果の予測値ではなく、回答の方向と強さを要約した指標。なお、企業ごとの売上高による加重は行っておらず、回答企業1社を同じ重みとして算出している。

図表3 食品関連業種への影響

業種	「増加」	変わらない	「減少」	期待売上増減率
飲食品・飼料製造業	28.6%	42.9%	4.8%	1.03%
飲食品卸売業	25.0%	42.5%	12.5%	0.36%
飲食品小売業	31.6%	57.9%	5.3%	1.22%
飲食店	0.0%	23.5%	52.9%	▲4.38%

まとめと今後の見通し

本調査によれば、飲食料品の消費税率引き下げが日本経済の「活性化につながる」と考える近畿企業の割合は 21.3%となった。飲食料品の税率引き下げには、物価高による家計負担を軽減する効果が期待されるほか、可処分所得の増加を通じて食品以外の商品やサービスへの支出を促す可能性もある。

一方で、自社の売り上げ増加を見込む企業は7.5%にとどまった。企業は景気全体への一定の波及効果を期待する半面、自社に及ぶ直接的な恩恵については限定的とみていることがうかがえる。

もっとも、消費者向けアンケートでは、税率引き下げを肯定的に受け止める声が多いのに対し、企業の活性化期待は2割強にとどまった。この差は、政策効果そのものよりも、制度変更に伴う事業者負担への懸念が強いとみられる。「2年限定では消費行動が定着しにくく、税率が戻る前後で駆け込みと反動が生じる懸念がある。事業者側はレジやシステムの改修、価格表示の変更を2回行うことになり、中小企業ほど負担が重い」（京都府、建物売買業）、「税務に関わる業務が煩雑。そもそも生産性のないことに時間を割かれるのがもったいない」（和歌山県、金型・同部品製造）といった声にみられるように、企業の関心は減税の是非以上に制度設計や実務負担の問題へ向けられている。

小規模事業者の経営への影響も見逃せない。例えば食品を扱う免税事業者の場合、売り上げに含まれる消費税相当額は8%から1%へ低下する一方、包装資材や物流費、水道光熱費、設備投資などのコストには引き続き10%の消費税がかかる。このため収益や資金繰りを圧迫するリスクがある。課税事業者へ移行して消費税の還付を受ける選択肢もあるが、その場合は消費税申告や経理処理が必要となり、税理士費用の増加や事務負担の拡大といった新たなコストが発生する。さらに課税事業者であっても、還付金を受け取るまでの間は資金負担を抱えることになる。

家計負担の軽減という点で期待の大きい政策ではあるが、制度変更への対応コストや資金繰り悪化によって関係事業者の経営を圧迫するようでは本末転倒である。政策効果を最大限に引き出すためには、制度の分かりやすさを確保するとともに、中小・小規模事業者に配慮した柔軟な資金繰り支援や事務負担軽減策をあわせて講じることが求められよう。

企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分した。

業界	大企業	中小企業（小規模企業を含む）	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金3億円を超える」かつ「従業員数300人を超える」	「資本金3億円以下」または「従業員300人以下」	「従業員20人以下」
卸売業	「資本金1億円を超える」かつ「従業員数100人を超える」	「資本金1億円以下」または「従業員数100人以下」	「従業員5人以下」
小売業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員50人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員50人以下」	「従業員5人以下」
サービス業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員100人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員100人以下」	「従業員5人以下」

注1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位3%の企業を大企業として区分

注2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位50%の企業を中小企業として区分

注3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB産業分類(1,359業種)によるランキング