

飲食料品の消費税率引き下げ、売上への期待値は僅少

経済活性化につながると捉える企業の割合は全国を上回るも、その効果については慎重な姿勢

滋賀県・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

内藤 壇(支店長)
帝国データバンク 滋賀支店
TEL:077-566-8230(直通)
FAX:077-566-8233
info.shiga@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/10/07

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 26.6%となり、「つながらない」は 50.0%だった。自社の売り上げについては 81.9%が「変わらない」と回答し、回答結果から試算した期待売上増減率は▲0.07%となった。一方、業種別では、飲食店や旅館・ホテルなど外食関連業種において、マイナス影響が大きいとの声が聞かれた。

- ※ 調査期間は 2026 年 8 月 18 日～8 月 31 日。調査対象は滋賀県 194 社で、有効回答企業数は 94 社(回答率 48.5%)。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
- ※ 本調査における詳細データは、帝国データバンクホームページ(<https://www.tdb.co.jp>)のレポートカテゴリにある協力先専用コンテンツに掲載している

はじめに

物価上昇が家計を圧迫するなか、飲食料品にかかる消費税率の引き下げは、毎日の買い物負担を直接軽減する政策として注目されている。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、給付付き税額控除へ移行する基本方針を示している。ただし、実施には関連法案の成立が必要であり、時期や制度の詳細は今後変更される可能性がある。

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。同時に、食品価格の低下によって家計に余裕が生まれ、食品の購入量や食品以外の消費が増える可能性もある。ただし、税率が引き下げられても、原材料費や人件費、物流費の上昇が続けば、減税効果が値上げに吸収される可能性もあり、減税分が販売価格に反映されなければ、家計が実感する恩恵は小さくなる。

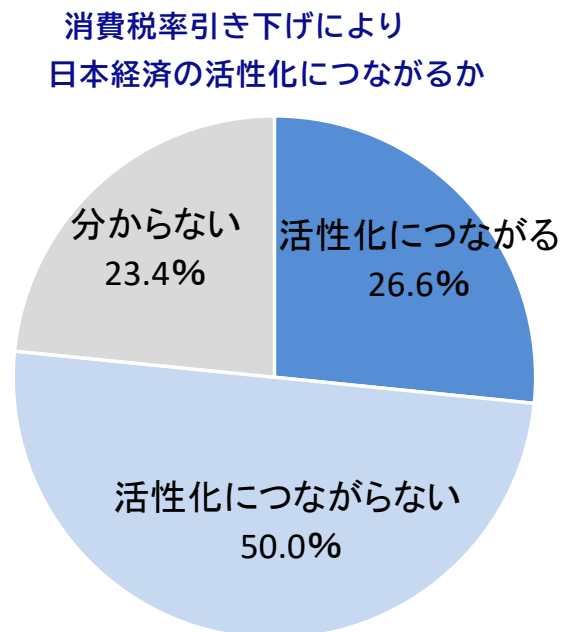
もう一つの焦点は、影響が業種によって異なる点である。家庭向け食品が店内飲食より割安になれば、食品小売や中食には追い風となる一方、飲食店では客足が減少する懸念が生じる。また、2年後に税率を戻す設計は、消費の反動だけでなく、レジや値札、会計処理を再び変更する負担もともなう。財源や社会保障との関係をどのように説明するかも、政策への納得感を左右する。

そこで、帝国データバンクは、飲食料品の消費税率引き下げに関する企業の見解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、日本経済に「活性化」は 26.6%にとどまる

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」は 26.6%にとどまった。一方、「活性化につながらない」は 50.0%、「分からない」は 23.4%となった。活性化に対して否定的な見方は肯定的な見方の約 2 倍にのぼったが、全国の調査結果（活性化につながる 18.0%）と比較すると肯定的に捉えている傾向がうかがえる。

ただし、この結果は消費税率の引き下げ自体への賛否を示すものではない。企業コメントをみると、減税に一定の意義を認めながらも、2 年間という実施期間や対象範囲、財源などを理由に、景気刺激効果を疑問視する意見が少なくなかった。



注：母数は、有効回答企業94社

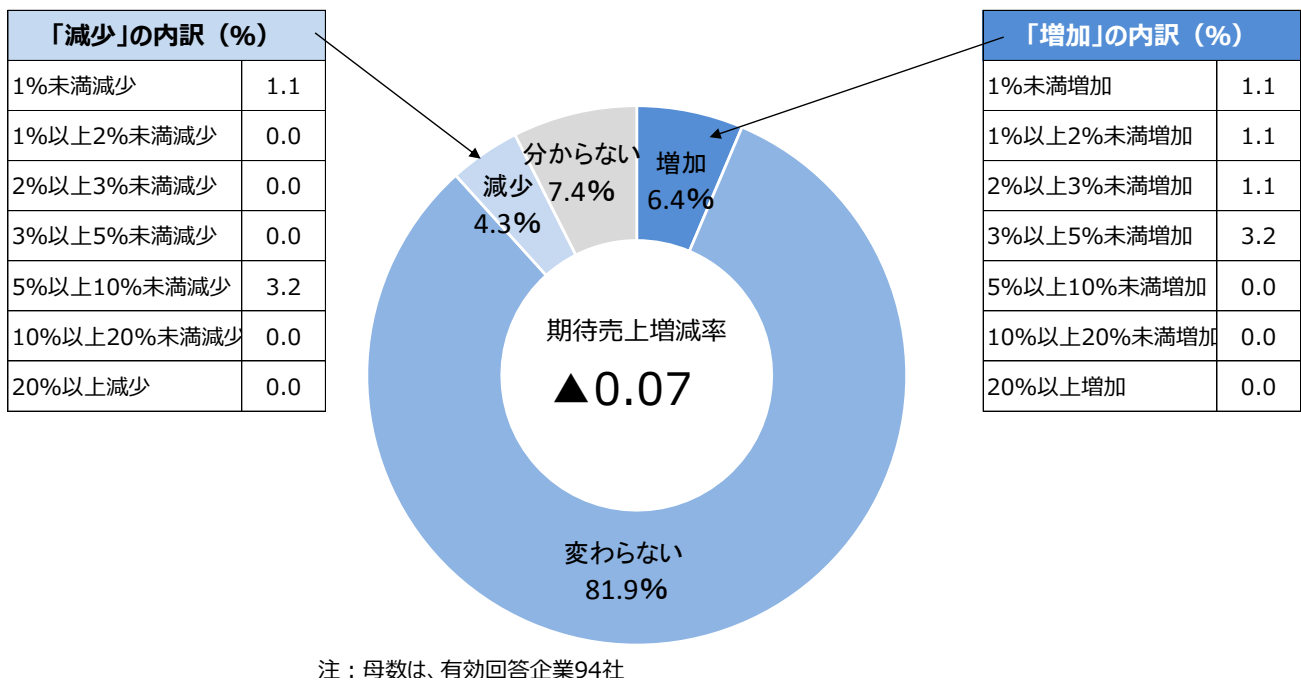
売り上げへの影響は限定的、期待売上増減率は▲0.07%

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 81.9%を占めた。「増加」を見込む企業は 6.4%、「減少」は 4.3%、「分からない」は 7.4%となった。

増加を見込む企業の回答分布をみると、「3%以上 5%未満増加」が 3.2%で最も高かった。以下、「1%未満増加」「1%以上 2%未満増加」「2%以上 3%未満増加」がともに1.1%で続いた。一方、減少を見込む企業の回答分布では、「5%以上 10%未満減少」が 3.2%で最も高く、「1%未満減少」が 1.1%と続いた。

期待売上増減率を試算したところ、全産業では▲0.07%となった（「分からない」は算出対象から除く）¹。この試算からは、増収より減収を見込む企業が若干多いものの、回答企業の見通しを均した増減率は小幅にとどまることが分かる。

消費税率引き下げによる売り上げ増減見通し



¹ 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。

売上増減見通しを業種別にみると、飲食店や旅館・ホテルなど外食関連業種が厳しい影響を想定している様子がうかがえる。ただし、飲食料品小売業者においても慎重な姿勢である企業が多く、売上増は小幅にとどまると想定している企業が多いようだ。

食品関連および宿泊業への影響

業種	「増加」	変わらない	「減少」	期待売上増減率
飲食料品卸売業	0.0%	66.7%	0.0%	0.00%
飲食料品小売業	0.0%	66.7%	33.3%	▲0.17%
飲食店	0.0%	50.0%	50.0%	▲3.75%
旅館・ホテル	0.0%	0.0%	100.0%	▲7.50%

注1：「増加」は1%未満増加から20%以上増加まで、「減少」は1%未満減少から20%以上減少までを合計した。

注2：「分からない」を掲載していないため、構成比の合計は100%にならない。

注3：期待売上増減率は「分からない」を除いて算出した。

まとめ

滋賀県企業の見方を総合すると、飲食料品の消費税率引き下げについては「家計負担の軽減効果には一定の期待を寄せるものの、県内経済全体を押し上げる効果は限定的」と捉える企業が多数を占めているといえる。実際に、県内企業の半数が経済活性化につながらないと回答しており、「活性化につながる」を大きく上回った。一方で全国平均より肯定的な見方が多い点は、物価高による生活負担が続くなか、消費喚起への期待感が一定程度存在することを示している。

滋賀県のTDB景気 DI 調査を見ると、現在の滋賀県経済は近畿トップクラスの水準を維持しており、大企業を中心に設備投資需要の回復がみられる。一方、中小・小規模企業では人手不足や人件費上昇、原材料価格高騰が経営を圧迫している。特に「建設業」や「サービス業」では深刻な人手不足が続き、価格転嫁も十分に進んでいない企業が多い。このため、消費税率引き下げによって一時的に消費者の可処分所得が増えたとしても、企業側では人件費や物流費、エネルギーコストの上昇が続いていることから、「減税効果が値上げに吸収されるのではないか」との懸念が根強い。

また、県内経済の特徴である「製造業」集積地域という側面からみても、今回の政策による直接的な恩恵は限定的と考えられる。「製造業」や BtoB 企業では売上への影響が小さい一方、一般消費者向け事業では業種によって明暗が分かれる可能性がある。食品スーパーや中食関連事業者には追い風となる可能性があるものの、飲食店や宿泊業では家庭内消費へのシフトが進み、客足減少につながる懸念がある。特に観光需要の回復を取り込みつつある滋賀県の飲食・宿泊業界にとっては、税率格差による需要移動は経営上のリスクと受け止められている。

企業の声からも、制度に対する評価は二極化している。「支払額が減るのだから良いこと」という家計支援効果への期待がある一方で、「レストラン業態にとっては死活問題」「特定業界に不利益を与える政策には不満」といった外食産業からの切実な意見も聞かれる。また、「2 年後に税率を戻す際の反動」や「社会保

障財源をどう確保するのか示すべき」といった指摘もあり、政策の持続性や公平性に対する不安が強いことがうかがえる。

さらに、滋賀県では多くの中小企業が地域経済を支えているため、レジ改修や価格表示変更、会計システム改修などの事務負担も無視できない。消費税率の引き下げ時だけでなく、2 年後に 8%に戻す際にも同様の対応が必要となることから、特に小規模事業者にとってはコスト負担が大きく、制度変更そのものを懸念する声も想定される。

総じて、滋賀県企業は飲食料品の消費税率引き下げについて、短期的な家計支援策としての意義は認めながらも、物価高や人件費上昇が続く現状では景気浮揚効果は限定的であり、むしろ業種間格差や事務負担、税率復元時の反動減などに対する懸念が大きいと考えている。県内経済の持続的な活性化には、一時的な減税だけでなく、賃上げの定着、人手不足対策、中小企業の収益力向上を促す施策を組み合わせた総合的な支援が不可欠であるというのが、多くの企業に共通する見方といえよう。

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

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