TDB Business View
2026/10/23

消費税率引き下げ『活性化につながる』21.7%にとどまる

企業の 51.7%が経済活性化の効果を疑問視

鳥取県・飲食料品の消費税率引き下げに関する企業の意識調査

帝国データバンク

本件照会先

増田　誠（支店長）
帝国データバンク
鳥取支店
TEL：0857-23-5231

発表日
2026/10/23

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 21.7%にとどまった。一方、「つながらない」は 51.7%となり、半数を超えた。自社の売り上げについては 66.7%が「変わらない」と回答し、「増加」は 18.3%、「減少」は 5.0%となった。また、回答結果から試算した期待売上増減率は＋0.45%となり、小幅にとどまった。

※帝国データバンクでは、「飲食料品の消費税率引き下げに関する企業の意識調査」を実施し、鳥取支店で鳥取県に本社を置く企業の結果を集計・分析した。

調査期間：2026 年 8 月 18 日～8 月 31 日

調査対象：鳥取県 115 社で、有効回答企業数は 60 社（回答率 52.2%）

1. 消費税率引き下げ、「活性化につながる」は 21.7%

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 60 社中 13 社で 21.7%にとどまった。一方、「活性化につながらない」は 51.7%(31 社)となり、消費税率引き下げに対する否定的な見方が半数を超えた。「分からない」は 26.7%(16 社)だった。

全国と比較すると、「活性化につながる」では、『全国』(構成比 18.0%・1906 社)を 3.7 ポイント上回った。一方で、「活性化につながらない」では、『全国』(構成比 54.5%・5760 社)を 2.8 ポイント下回った。

規模別でみると、「活性化につながる」では、『大企業』(構成比 50.0%・1 社)が最も高く、『中小企業』(20.7%・12 社)、『小規模企業』(11.8%・2 社)が続き、規模が大きいほど割合が高くなった。一方で、「活性化につながらない」では、『小規模企業』(64.7%・11 社)が最も高く、『中小企業』(51.7%・30 社)、『大企業』(50.0%・1 社)が続き、規模が小さいほど割合が高くなった。

業界別(母数 5 社以上)でみると、「活性化につながる」では、『建設』『サービス』がともに 28.6%(各 2 社)が最も高く、『小売』(27.3%・3 社)、『卸売』(21.4%・3 社)が続いた。「活性化につながらない」では、『サービス』(71.4%・5 社)が最も高く、『卸売』(64.3%・9 社)、『小売』(45.5%・5 社)が続いた。

消費税率引き下げが日本経済の活性化につながるか

(構成比%、カッコ内社数)

	活性化につながる		活性化につながらない		分からない		合計	
全国	18.0	(1,906)	54.5	(5,760)	27.4	(2,894)	100.0	(10,560)
鳥取	21.7	(13)	51.7	(31)	26.7	(16)	100.0	(60)
大企業	50.0	(1)	50.0	(1)	0.0	(0)	100.0	(2)
中小企業	20.7	(12)	51.7	(30)	27.6	(16)	100.0	(58)
小規模企業	11.8	(2)	64.7	(11)	23.5	(4)	100.0	(17)
金融	0.0	(0)	66.7	(2)	33.3	(1)	100.0	(3)
建設	28.6	(2)	28.6	(2)	42.9	(3)	100.0	(7)
不動産	0.0	(0)	50.0	(1)	50.0	(1)	100.0	(2)
製造	20.0	(3)	40.0	(6)	40.0	(6)	100.0	(15)
卸売	21.4	(3)	64.3	(9)	14.3	(2)	100.0	(14)
小売	27.3	(3)	45.5	(5)	27.3	(3)	100.0	(11)
運輸・倉庫	0.0	(0)	100.0	(1)	0.0	(0)	100.0	(1)
サービス	28.6	(2)	71.4	(5)	0.0	(0)	100.0	(7)

注1:網掛けは、鳥取県の全体以上を表す
注2:全国の母数は有効回答企業1万560社。鳥取は60社

2. 売り上げ増減見通し、プラスの影響は限定的

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」と回答した企業が 60 社中 40 社、構成比 66.7%となり、最も高かった。「増加」が 18.3%(11 社)、「減少」は 5.0%(3 社)、「分からない」は 10.0%(6 社)となった。

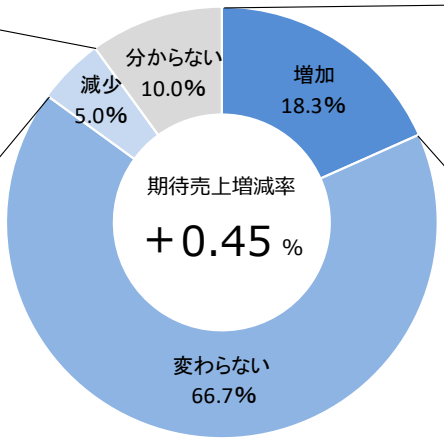
「増加」の内訳をみると、「1%未満増加」「1%以上 2%未満増加」がともに 5.0%(3 社)で最も高かった。以下、「3%以上 5%未満増加」(3.3%・2 社)、「2%以上 3%未満増加」「5%以上 10%未満増加」が「20%以上増加」ともに 1.7%(各 1 社)で続いた。なお、「10%以上 20%未満増加」はなかった。

一方、「減少」の内訳をみると、「1%未満減少」「3%以上 5%未満減少」「10%以上 20%未満減少」がともに 1.7%(1 社)で最も高かった。なお、「1%以上 2%未満減少」「2%以上 3%未満減少」「5%以上 10%未満減少」「20%以上減少」はなかった。

期待売上増減率(下記の「注 2」を参照)を試算したところ、全産業では+0.45%となった(「分からない」は算出対象から除く)。この試算からは、減収より増収を見込む企業がやや多いものの、回答企業の見通し全体の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

「減少」の内訳(%)	
1%未満減少	1.7
1%以上2%未満減少	0.0
2%以上3%未満減少	0.0
3%以上5%未満減少	1.7
5%以上10%未満減少	0.0
10%以上20%未満減少	1.7
20%以上減少	0.0



「増加」の内訳(%)	
1%未満増加	5.0
1%以上2%未満増加	5.0
2%以上3%未満増加	1.7
3%以上5%未満増加	3.3
5%以上10%未満増加	1.7
10%以上20%未満増加	0.0
20%以上増加	1.7

注1:母数は、有効回答企業60社
注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。

まとめ

鳥取県で飲食料品にかかる消費税率の引き下げが日本経済の「活性化につながらない」と回答した企業が半数以上を占めた。また、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は、「変わらない」と回答した企業が 7 割近くを占め、「増加」は 18.3％、「減少」は 5.0％となった。

飲食料品にかかる消費税率の引き下げは、物価高による日常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。家計負担が緩和されれば、食品購入量の増加や他分野への消費拡大につながる可能性がある。一方で、原材料費や人件費、物流費の上昇が続くなか、減税効果が価格上昇に吸収される恐れもあり、減税分が十分に販売価格へ反映されなければ、家計が実感する恩恵は限定的となる。

また、食品スーパーやドラッグストア、中食業界では、家庭向け食品の価格低下を背景に需要拡大が期待される一方、減税対象外となる外食産業では、内食・中食への需要シフトにより来店客数が減少する可能性がある。さらに事業者には、価格表示の変更やレジ・会計システムの改修などの対応負担が発生するうえ、2 年後に税率を 8％へ戻す際にも同様の対応が必要となることから、店舗数や取扱商品数などの事業特性を踏まえた支援策が求められよう。今後は、減税による消費喚起効果に加え、業種別・販路別の需要動向や事業者負担の実態についても継続的に検証し、政策効果を見極めていく必要があるだろう。

企業からの声

・食料品の売り上げは一時的に増加すると思うが、2 年後の反動が不安　（飲食料品製造）
・全ての物の値上がりが続くなかで、飲食料品の減税のみで値上げの波は抑えることは不可能。また、減税に伴う具体的な財源確保の手段を示していないことも不安　（専門商品小売）
・飲食料品のみを減税した場合、内食や中食へのシフトが進み、外食や宿泊需要の減少につながる可能性があることから、景気押し上げ効果は限定的と考えられる。　（旅館）
・消費者負担の軽減は期待できるが、税収減や将来的な増税を懸念　（専門商品小売）
・消費税が下がった分、企業は価格を上げると予想するため、消費者にとっては変わらない（サービス）
・値上げ基調にあるなか、2 年後の増税価格が懸念される。財源確保の問題や地方行政、外食産業への影響など、多くの疑問が残る　（不動産）
・物価高や燃料高騰など、一般消費者の負担は大きく、即効性のある対策としては有効　（リース）
・消費税減税による地方財政への影響や、財源確保のための新たな税負担を懸念　（サービス）

【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、下記の通り区分。

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