



もし、給与所得が減り続ける中で消費税がさらに5%上がれば、その影響は測り知れません。セブン&アイ・ホールディングスの鈴木会長はこうも言います。

「日本はデフレではあるが、生活水準は高い。これが厄介だ。安さだけでなく、目新しさを訴求し続けなければならない。増税がいずれ必要なのは理解できるが、現在の環境でとなると対応は極めて難しい」かつて消費税が5%となった時、イトーヨーカ堂が実施したのは、「消費税分5%還元セール」でした。実施当初、「1割引、2割引セールも珍しくないのだから、5%では消費者は反応しない」と反対されたそうです。

結果、電気製品や布団といった高額商品が飛ぶように売れ、売上高は前年比で75%も増えました。

「理屈では、たったの5%引きで消費者が飛びつくのはありえない。しかし、消費は理屈ではなく心理で動く。消費者心理を読み切ることが重要で、消費税はそれだけインパクトが大きいと考えた」と鈴木会長は振り返ります。

メリハリのある価格設定で増税分の転嫁を図るだけでは、消費者はついてきてくれそうにもありません。消費者心理を読み、知恵を磨くとともに、小売であれば「卸や製造などの川上分野へ進出し、中間マージンを削減する」、「販売地域が重なる直接的な競合相手とも手を組み、仕入れや物流を一本化して店頭価格を抑制する」などといった構造的な改革に着手せざるを得なくなるのではないのでしょうか。

消費税率アップは、私たち中小・小規模企業の税制面にも大きな影響を及ぼします。

現在、中小企業優遇制度というものがあります。この制度は、売上5000万円以下の中小企業には、業種に応じた50~90%の「みなし仕入れ率」を基に納税額を計算する「簡易課税制度」が認められています。

例えば、飲食業におけるみなし仕入れ率は60%に設定されていますが、実際のところ仕入れ率は30%ほどです。みなし仕入れ率で計上される消費税額が、実際に仕入れにかかった消費税額よりも高いため、納税額も少なく済むこととなり、これにより、年間約15万円程度の益税が発生します。

さらに売上高1000万円以下の零細企業や、会社設立2年以内で資本金1000万円以下の企業には、消費税が全額免除される「免税点制度」があります。

そもそも、簡易課税・免税点制度は、中小企業の税負担の軽減や、事務作業の煩雑さを軽減することが目的なのですが、今回の増税を機に、簡易課税・免税点制度の見直しが行われる予定となっています。

消費税は、通期もしくは半期ごとに納税するケースが多いのですが、資金繰りの必要に迫られ、過去にプールしていた消費税を切り崩してしまう事業者も少なくありません。現実問題として、税金の滞納は消費税が最も多くなっています。

日本商工会議所の調査によると、「1997年の消費税アップ時に価格転嫁できたか」との問いに対し、事業規模が小さければ小さいほど「価格転嫁できない」傾向にあることがわかりました。デフレでギリギリまで価格を下げていっている中で、消費増税によって値下げ競争に拍車がかかれば、私たち中小・小規模企業は苦しい立場に追い込まれていきます。

このように、消費税率アップは、私たち中小・小規模企業にとってその影響は測り知れません。一方で、消費増税は受け入れざるを得ない現実です。そうでなければ、社会を維持できないからです。

私たちにとって決していいことではありません。そうであるがゆえに、今から打ち手を考えておく必要があります。

最初の関門は8%に上がる2014年4月です。