

2014 消費税引き上げ後の商況アンケート結果

インターネット調査(2014年9月17日～9月30日) / 有効回答数52件

消費税引き上げ時 価格転嫁は？

全ての商品・サービスに上乗せした	42.3%
一部の商品・サービスに上乗せした	30.8%
上乗せしなかった	26.9%

売上は前年に比べて？

5～30%良かった

前年並み(-4～+4%)

5～30%悪かった

消費税引き上げ前(3月)

March
3

46.2%

34.6%

19.2%

前年並みか、それ以上というところが8割以上を占めます。

消費税引き上げ直後(4月)

April
4

15.4%

53.8%

30.8%

繁忙期の4月ですが、悪かったというところが3割を超えています。

消費税引き上げ後(5～8月)

May
5
August
8

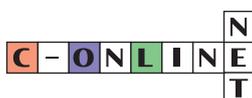
19.2%

42.3%

38.5%

悪かったところが、さらに増加していますが、良かったところも若干増えています。

注: 回答項目には「31%以上良かった」「31%以上悪かった」という設定がありましたが、いずれも0%でした。



クリーニングオンライン

2014 消費税引き上げ後の商況アンケート結果

インターネット調査(2014年9月17日～9月30日) / 有効回答数52件

消費税引き上げ後(4～8月) セールは?

実施した	42.3%
実施しなかった	57.7%

セールの内容

・割引セール	18件
・金券、クーポン券	4件
・DM	4件

※複数回答

sale

セール実施したところの売上は(4月)	5～30%良かった(9.1%)	前年並み(63.6%)	5～30%悪かった(27.3%)
セール実施したところの売上は(5～8月)	5～30%良かった(18.2%)	前年並み(45.5%)	5～30%悪かった(36.3%)
セール実施しなかったところの売上は(4月)	5～30%良かった(20.0%)	前年並み(46.7%)	5～30%悪かった(33.3%)
セール実施しなかったところの売上は(5～8月)	5～30%良かった(40.0%)	前年並み(20.0%)	5～30%悪かった(40.0%)

消費税引き上げ後の変化や感じたことなど

- 【関東】 4月以降、お客さんに料金のことを聞かれることが多くなった。
- 【関東】 出足が鈍かった。
- 【関東】 皆さん小銭の使い方が上手いです。
- 【東海】 良くないが、まだその傾向がはっきりしない。
- 【北陸】 リフォームの売上が減った。
- 【近畿】 飲食店などのユニフォームも扱っていますが、増税による一般顧客（顧客の顧客）の減少に伴うクリーニング点数の減少はあったかと思われます。
- 【近畿】 秋口になり消費が落ち込んできている。
- 【中国】 繁忙期がなかった。
- 【中国】 金額というよりは、クリーニング業自体の必要性がなくなりつつあるのかと感じてしまう。
- 【四国】 消費税の実施後、消費性向は確実にクリーニング需要減少となっており、来年さらに10%となると拍車がかかることになるは明らかである。クリーニング離れとなることを危惧している。

<お寄せいただいたコメントの一部を紹介いたします>



クリーニングオンライン