

輸入小麦の 政府売渡価格の改定について

輸入小麦の直近6ヶ月間（平成31年3月第2週～令和元年9月第1週）の平均買付価格は、米国産小麦の収穫増の見通しや世界的に供給量が潤沢であるとの見込み等を受け軟調に推移したこと、為替が円高で推移したこと等により、前期に比べ下落しました。

この結果、令和元年10月期（令和元年10月～）の輸入小麦の政府売渡価格は、政府売渡価格の改定ルールに基づき、直近6ヶ月間の平均買付価格を基に算定すると、5銘柄加重平均（税込価格）で49,890円/トン、8.7%の引き下げとなります。

—農林水産省—

政府売り渡し価格の改定内容（5銘柄加重平均 税込）

31年4月期	令和元年10月期	対前期比
54,630	49,890	▲8.7%

（単位：円/トン）

■スーパー、軽減税率で 「デメリット多い」6割

全国スーパーマーケット協会（東京・千代田）が20日に公表した10月の消費増税に関する調査によると、スーパーに対する軽減税率制度について、約60%が「デメリットがある」と答えた。設備投資や消費者への周知など、企業側の負担が増すことが理由という。増井徳太郎副会長は増税後に「（現場が）混乱するとの不安がある」とみている。

調査は国内のスーパー522社を対象に実施し、このうち150社が回答した。「スーパーマーケットにおける軽減税率制度への評価」（複数回答）を聞いたところ、「メリットが大きい」と答えた企業は10%にとどまった。これに対し、「デメリットが大きい」「かなりデメリット」など否定的な見方が計60.7%に上がった。主なデメリットの理由として「レジなどの設備投資負担が大きい」「社員への研修などの業務増加」「消費者への周知」が挙げられた。軽減税率については「公的な情報が曖昧」「税率間違いのリスク」など、政府の方針や制度の分かりにくさへの不満が多かった。

—日経MJ2019.9.25—

消費増税
8→10%

外食、割れる対応

10月の消費増税まで1週間を切り、外食各社の対応がおおむね出そろった。増税分を転嫁するのか、価格を据え置くのか。店内外で価格をそろえるのか、ポイント還元に参加するのか。消費の冷え込みが予想される中で各社の戦略は割れた。単純に価格を据え置きコストを吸収する企業は一部だったが、キャンペーンなどを組み合わせた消費者争奪戦は激しさを増しそうだ。

—日経MJ2019.9.25—

		店内外の価格	10月以降の価格戦略
ファーストフード	すき家	同	並盛は税込み価格据え置き
	松屋	同	並盛は税込み価格据え置き
	てんや	同別	税込み価格を据え置き、店内外で同一価格に
	マクドナルド	同	7割は税込み据え置き、3割10円値上げ
	モスバーガー	別	本体価格は据え置き
カフェ	スターバックス	別	
	ドトールコーヒー	別	
	ミスタードーナツ	別	自社のプリペイドカードにポイント
ファミレスなど	CoCo 壱番屋	別	8割の店舗がポイント還元に参加予定
	サイゼリア	同	ほぼ全ての商品で税込み価格据え置き
	ロイヤルホスト	別	
	デニーズ	別	主力7商品は税込み価格据え置き、ナナコポイント5倍に

