

令和元年度消費税転嫁対策窓口相談等事業

光商工会議所・大和商工会
消費税影響調査報告書

(第6回)

令和 元年 6月

光商工会議所・大和商工会

目 次

I. 景況アンケート調査要領	ページ
1 調査方法 2 調査時点 他	----- 1
II. 消費税影響調査結果の概要	----- 2
III. 消費税影響調査結果	
1 業種別 消費税引き上げの影響状況	----- 3
2 消費税引き上げの影響を受けた内容	----- 4
3 今後の業況見通し	----- 5
4 消費税の価格転嫁状況	----- 6
5 消費税の軽減税率対策状況	----- 7

(添付資料) 業種別景況アンケート調査票

I. 消費税影響調査アンケート調査要領

- 1 調査方法
「アンケート調査票」を郵送し回収した。
- 2 調査時点
令和元年 6 月末
- 3 調査対象時期
経営の現況と今後の見通し
- 4 調査対象企業
光市内の中小企業者を対象に無作為抽出
- 5 調査対象企業数
275 企業
- 6 有効回答企業数
121 企業 回答率 44.0 %

(業種別回答数)

	小売業	製造業	卸売業	サービス業	建設業	総計
今回計	38	22	7	20	34	121
前回計	35	28	10	22	39	134

II. 消費税影響調査結果の概要

(令和元年6月)

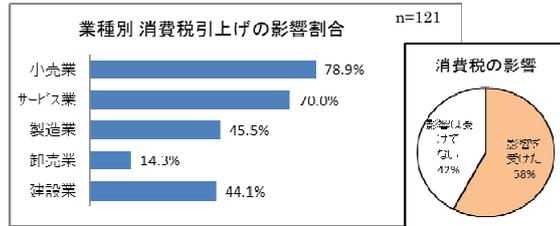
平成26年4月の消費税引き上げから5年。光商工会議所では、今回も影響調査を実施しました。
その結果、「消費税引き上げの影響を受けた」企業は58%で、昨年度調査より増えました。

① 業種別 消費税引き上げ営業の状況

消費税引き上げの影響を受けた企業は58%、そうでない企業は42%と、影響を受けた企業は、前年調査の50%より増えています。

業種別には、小売業(78.9%)とサービス業(70.0%)の割合が高く、卸売業(14.3%)で低くなっています。

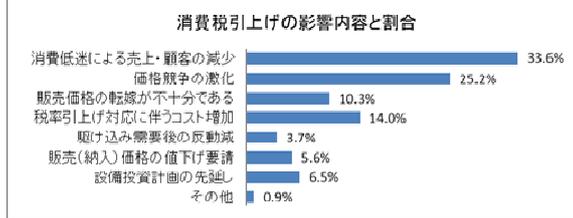
前年度調査と比較すると、製造業が+13.4%、小売業が+7.5%と増加しています。逆に卸売業は25.7%の減少となっています。



② 消費税引き上げの影響を受けた内容

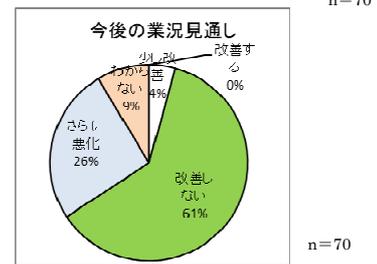
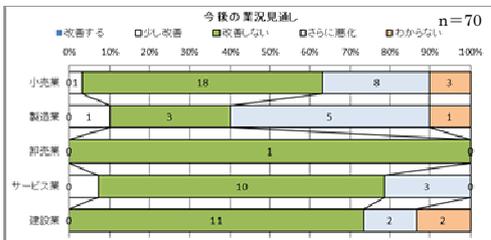
消費税引き上げの影響が最も大きかったのは「消費低迷による売上・顧客の減少」の33.6%で、次いで「価格競争の激化」の25.5%、「税率引き上げ対応に伴うコスト増加」が15.3%という順で、前回調査と順番に変わりはありません。

売上・顧客の減少や価格という収益面に直接与える影響は、大きく捉えられ、「駆け込み需要の反動減」や「設備投資計画の先延ばし」は小さくなっています。



③ 今後の業況及び影響開始時期

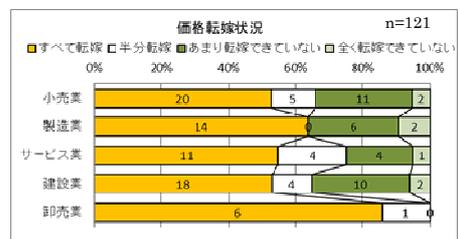
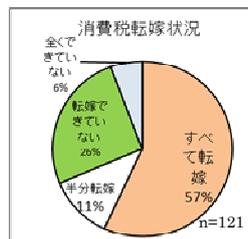
業況の見通しを聞いたところ「改善する」は0%、「少し改善する」が4%と僅かです。一方「改善しない」と「さらに悪化」を合わせると87%となり、前回調査よりも+3%多くなっており、業況についてやや悲観的な見通しをしています。



業種別に見ると、製造業を除く業種で「改善しない」とする回答が最も多くなっています。また、「さらに悪化」とする回答割合は、製造業で50%と最も高くなっており、業績が好調であった製造業の見通しに変化が見え始めています。

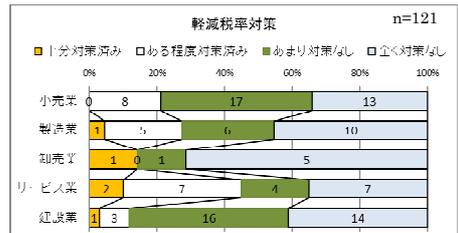
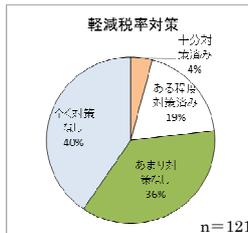
④ 消費税の価格転嫁状況

消費税引き上げ分の価格転嫁状況は、「すべて転嫁」と「半分転嫁」を合わせて68%、逆に、「転嫁できていない」と「全くできていない」が32%でした。昨年度の調査に比べると、転嫁できているとする割合は8%高くなっています。その一方で、依然として価格転嫁ができない企業も一定数あることが分かります。



⑤ 消費税の軽減税率対策

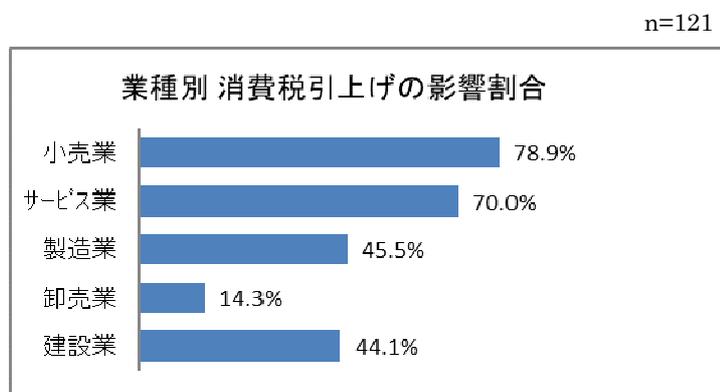
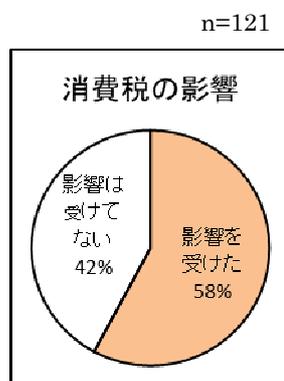
今秋の消費税引き上げ時に導入予定の軽減税率対策は、「十分対策済み」と「ある程度対策済み」を合わせて23%と、昨年調査時に比べると9%増えました。しかし、全ての業種で軽減税率への対策は遅れており、公的な支援制度を活用する等、早急な対応が必要です。



III. 消費税影響調査結果

1. 業種別 消費税引き上げの影響状況

消費税の影響内容	全体	小売業	製造業	卸売業	サービス業	建設業
消費税増税による影響は受けていない	51 42.1%	8 21.1%	12 54.5%	6 85.7%	6 30.0%	19 55.9%
消費低迷による売上・顧客の減少	36	22	3	1	7	3
駆け込み需要後の反動減	4	2	0	0	1	1
価格競争の激化	27	12	4	1	4	6
販売価格の転嫁が不十分である	11	6	1	0	3	1
販売(納入)価格の値下げ要請	6	1	3	0	0	2
税率引上げ対応に伴うコスト増加	15	4	1	0	4	6
設備投資計画の先延し	7	2	0	0	2	3
その他	1	0	0	0	1	0
単純集計合計	121	38	22	7	20	34
複数回答合計	158	57	24	8	28	41



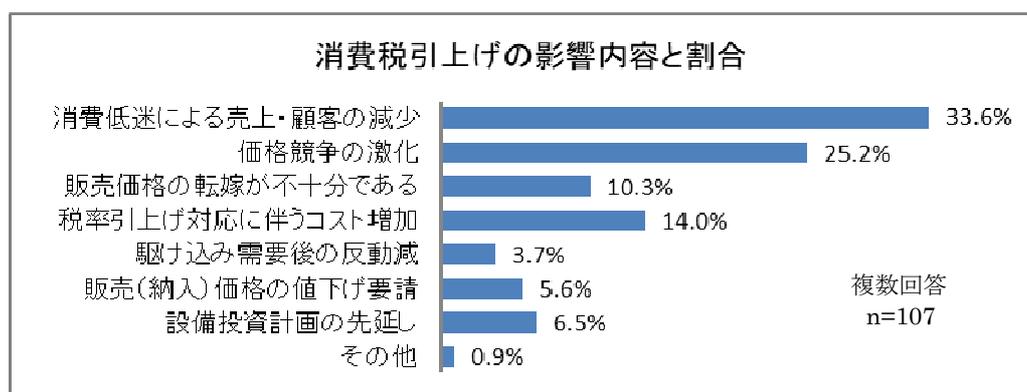
「消費税増税による影響は受けていない」という回答は、全業種 121 社中 51 社（42.1%）と、1 年前の調査の 49.3%と比べ減少している。逆に言えば、何らかの影響を受けている企業割合が 8%増えているということであるが、前回の消費税増税から既に 5 年経っており、消費税の影響に加え、全般的な景況感の厳しさを感じ取っているとも考えられる。

影響が大きかった上位業種は、「小売業」「サービス業」で、これは前回調査と同様であった。逆に影響が小さいのは「卸売業」で 14.3%、「製造業」「建設業」も影響割合は比較的小さかった。

消費税の影響を受けている企業を、業種別に前回調査と比べると、小売業で 7.5 ポイント、サービス業で 6.4 ポイント、製造業で 13.4 ポイント増加していた。卸売業では、25.7 ポイント減少し、建設業はほとんど同じであった。

2. 消費税引き上げの影響を受けた内容

消費税の影響内容	全体		小売業		製造業		卸売業		サービス業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
消費低迷による売上・顧客の減少	36	33.6%	22	44.9%	3	25.0%	1	50.0%	7	31.8%	3	13.6%
価格競争の激化	27	25.2%	12	24.5%	4	33.3%	1	50.0%	4	18.2%	6	27.3%
販売価格の転嫁が不十分である	11	10.3%	6	12.2%	1	8.3%	0	0.0%	3	13.6%	1	4.5%
税率引上げ対応に伴うコスト増加	15	14.0%	4	8.2%	1	8.3%	0	0.0%	4	18.2%	6	27.3%
駆け込み需要後の反動減	4	3.7%	2	4.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.5%	1	4.5%
販売(納入)価格の値下げ要請	6	5.6%	1	2.0%	3	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	9.1%
設備投資計画の先延し	7	6.5%	2	4.1%	0	0.0%	0	0.0%	2	9.1%	3	13.6%
その他	1	0.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.5%	0	0.0%
合計	107	100.0%	49	100.0%	12	100.0%	2	100.0%	22	100.0%	22	100.0%



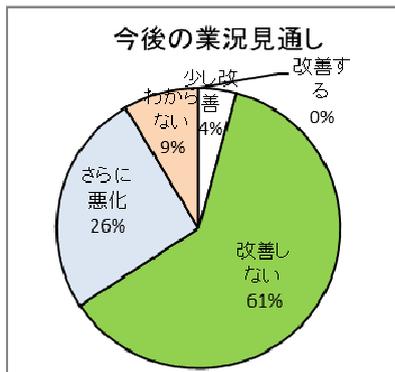
消費税引き上げで、影響が大きかったのは、今回も1番が「消費低迷による売上・顧客の減少」の33.6%であった。2番が「価格競争の激化」の25.2%、3番が「税率引上げ対応に伴うコスト増加」の14.0%で、前回と同様の傾向であった。

前回調査との割合を比較すると、1番の「消費低迷による売上・顧客の減少」が+6.0%と大きく上昇していることが分かる。消費税引き上げの影響として、顧客数の減少と価格面への影響は、収益性の低下に直結することから、事業者にとっては非常に大きい問題として捉えられている。

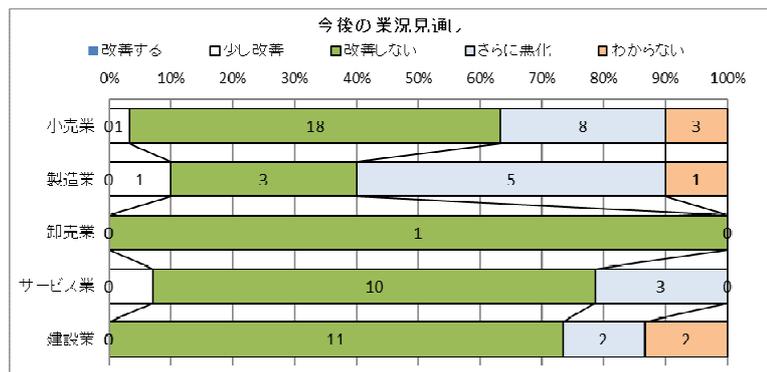
逆に少ないのは「駆け込み需要の反動減」が3.7%、「販売価格の値下げ要請」が5.6%、「設備投資計画の先延し」が6.5%であったが、これらは、消費税の影響とまでは捉えられていないと思われる。

3. 今後の業況見通し

業種	全体		改善する	少し改善する	改善せず現状が続く	さらに悪化する	わからない
	件数	割合					
小売業	30	42.9%	0	1	18	8	3
製造業	10	14.3%	0	1	3	5	1
卸売業	1	1.4%	0	0	1	0	0
サービス業	14	20.0%	0	1	10	3	0
建設業	15	21.4%	0	0	11	2	2
合計	70	100.0%	0	3	43	18	6
			0.0%	4.3%	61.4%	25.7%	8.6%



n=70



n=70

今後の業況見通しを聞いたところ前回調査同様「改善する」という回答はなく、「少し改善」が4.3%と僅かであった。最も多いのは、「改善せず現状が続く」との回答で43件61.4%を占めた。これは、前回調査よりも5.5%増えている。

一方、「さらに悪化」とする回答が18件25.7%と前回調査の27.9%とほぼ同じ結果である。また、「わからない」という回答は8.6%であった。

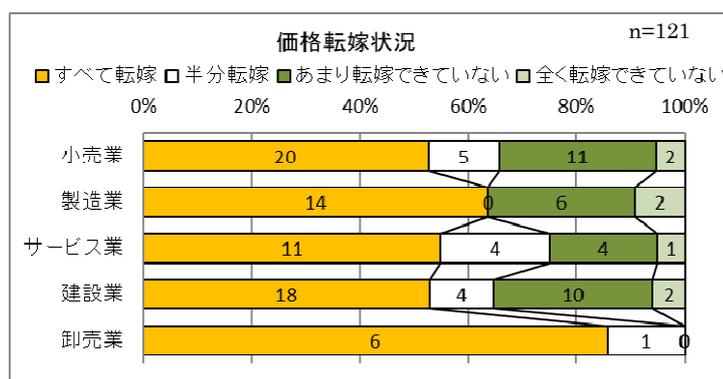
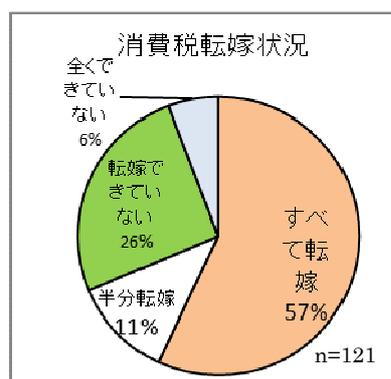
業種別では、「さらに悪化」とする回答割合は、製造業が5件50%と最も高く、業績が好調であった製造業において変化が見られた。

今後の業況見通しについては、多くの事業者が、改善もせず、現状と変わらないという捉え方をしている。

消費税増税の影響が解消する「改善時期」について尋ねたが、「年内」や「来年以降」との回答はなく、「時期は分からない」とする回答が3件あるのみであった。これは、今秋に消費税増税を控える現状において、「改善時期」については、見通しが立たない状況であると考えられる。

4. 消費税の価格転嫁状況

価格転嫁状況	全体		小売業	製造業	卸売業	サービス業	建設業
	件数	割合					
すべての価格に転嫁できた	69	57.0%	20	14	6	11	18
半分程度転嫁できた	14	11.6%	5	0	1	4	4
あまり転嫁できていない	31	25.6%	11	6	0	4	10
全く転嫁できていない	7	5.8%	2	2	0	1	2
合計	121	100.0%	38	22	7	20	34
		0.0%	31.4%	18.2%	5.8%	16.5%	28.1%



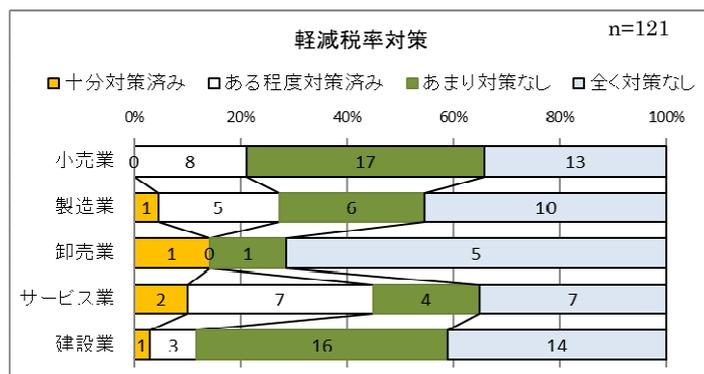
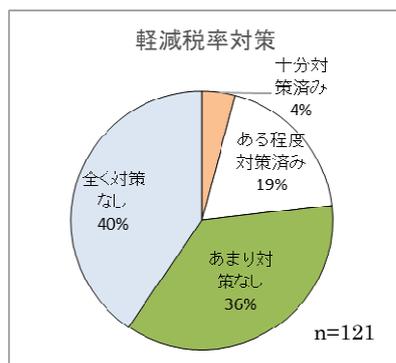
消費税引上げ分の価格転嫁状況は「すべて転嫁」と「半分転嫁」を合わせると 68.6%で、前回調査より 8%程増えている。逆に「あまり転嫁できていない」と「全く転嫁できていない」を合わせると 31.4%で、前回調査に比べ 7%程減っている。

業種別にみると、小売業で「すべて価格転嫁できた」とする割合が 20 件 53%と、前回調査の 37%から増えている。逆に小売業で「あまり転嫁できていない」と「全く転嫁できていない」を合わせた割合は 34%と、前回調査の 49%から減っている。前回は、消費者と直接取引をする小売業が、価格転嫁に苦勞する様子が見られたが、今回の結果からは、小売業でも、価格転嫁が進んでいる様子が分かった。

価格転嫁については、転嫁できているとする回答が増え、価格転嫁は着実に進んできているように見える。しかし、逆の見方をすると、消費税引き上げ後 5 年以上経過するものの、依然として価格転嫁のできていない企業が、一定数存在するという問題がある。

5. 消費税の軽減税率対策状況

	小売業	製造業	卸売業	サービス業	建設業	合計
十分対策済み	0	1	1	2	1	5
ある程度対策済み	8	5	0	7	3	23
あまり対策なし	17	6	1	4	16	44
全く対策なし	13	10	5	7	14	49
合計	38	22	7	20	34	121



本年10月、消費税引き上げと同時に始まる軽減税率制度であるが、その対策は、「十分対策済み」「ある程度対策済み」を合わせると23%で、前回調査の14%とは増えている。逆に、「全く対策なし」と「あまり対策なし」を合わせると76%で、前回調査時の86%よりは減っているものの、数カ月先に始まる軽減税率への対策は、これからが本番のようである。

また、業種別でも、「あまり対策なし」あるいは「全く対策なし」の割合は、全ての業種で高くなっており、対策が遅れている状況が分かる。消費税軽減税率への対策は、全ての企業の課題であり、公的な支援制度の利用も視野に入れながら、早急な対応が求められる。