

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7回)

令和 元年 12 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 12 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
131 企業 回答率 47.6 %

(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	30	11	20	32	131
前回計	38	22	7	20	34	121

II. 消費税影響調査結果の概要

(令和元年 12 月)

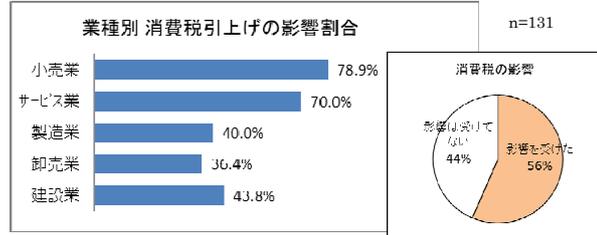
令和元年10月、5年半ぶりに消費税が引き上げられました。光商工会議所では、そのタイミングに合わせ影響調査を実施しました。その結果、「消費税引き上げの影響を受けた」企業は56%で、昨年度調査より増えました。

① 業種別消費税引き上げ影響の状況

消費税引き上げの影響を受けた企業は56%、そうでない企業は44%と、影響を受けた企業の方がやや多くなっています。

業種別では、小売業(78.9%)とサービス業(70.0%)の割合が高く、他の3業種で低くなっており、消費税の影響については二極化されていると言えます。

前年度調査と比較すると、小売業とサービス業は同じに、製造業では-5.5%、卸売業は+22.1%と影響割合が増加しています。建設業はほぼ同じでした。



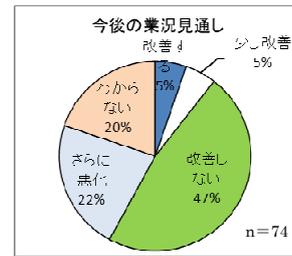
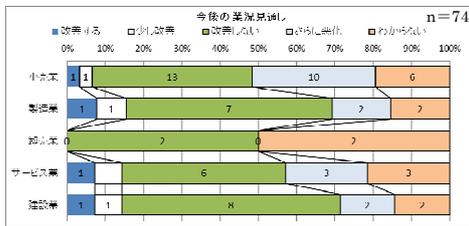
② 消費税引き上げの影響を受けた内容

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41.5% (前回33.6%)、次いで「税率引き上げ対応に伴うコスト増加」の21.7%、前回2番目に多かった「価格競争の激化」の14.2%という順でした。

売上・顧客の減少は、収益面に直結する問題として大きく捉えられ、「販売価格の値下げ要請」と「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」が5%、「少し改善する」が5%と合わせて10% (前は4%) が前向きに捉えています。一方「改善しない」と「さらに悪化」を合わせると69% (前回調査87%) となり、前回調査よりは、業況について悲観的な見通しが少し減っています。

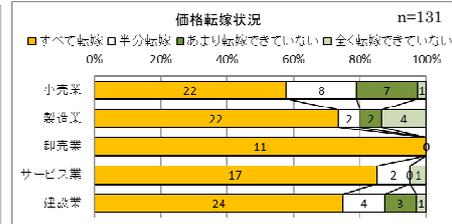
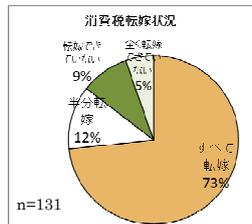


業種別に見ると、小売業で「改善しない」「さらに悪化」とする回答割合が23件74%と最も高くなっており、製造業や建設業においてもその割合は低くありません。卸売業においては、「改善する」または「少し改善」という回答はありませんでした。

④ 消費税の価格転嫁状況

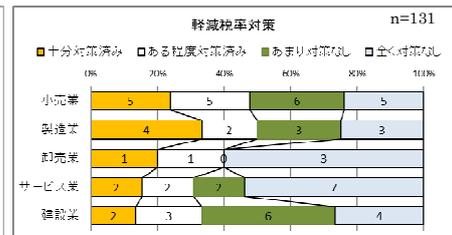
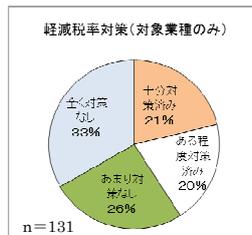
消費税引き上げ分の価格転嫁状況は、「すべて転嫁」と「半分転嫁」を合わせて85%で、前回調査の68%を大きく上回っています。

小売業では、「すべて転嫁」の割合が少ないが、全体的には、消費税の価格転嫁は着実に進んでいます。要因として、価格転嫁に対する社会的認知が進んだことが考えられます。



⑤ 消費税の軽減税率対策

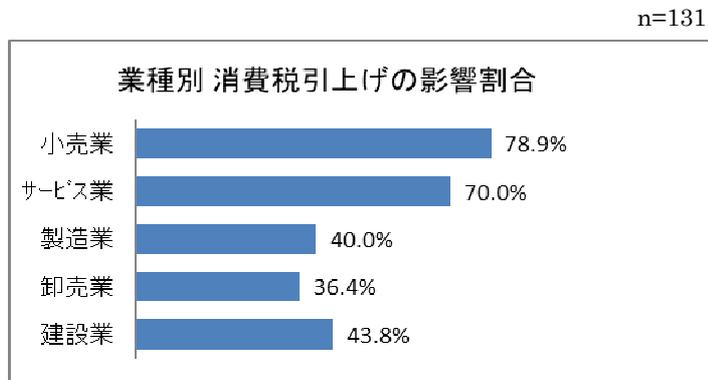
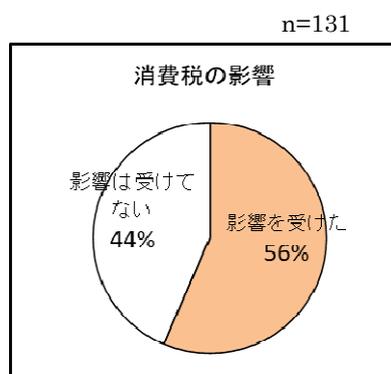
昨年10月の消費税増税に伴い始まった軽減税率制度の対策は、「十分対策済み」と「ある程度対策済み」を合わせて41%でした。未だ手探り状態の事業者もあると思われます。しかし、軽減税率制度と、全く無関係の事業者は少なく、早期の公的機関への相談等が望まれます。



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	57 43.5%	8 21.1%	18 60.0%	7 63.6%	6 30.0%	18 56.3%
消費低迷による売上・顧客の減少	44	23	6	2	8	5
駆け込み需要後の反動減	12	5	1	0	4	2
価格競争の激化	15	6	1	2	2	4
販売価格の転嫁が不十分である	7	2	1	1	1	2
販売(納入)価格の値下げ要請	2	1	0	0	0	1
税率引上げ対応に伴うコスト増加	23	7	5	1	4	6
設備投資計画の先延し	3	0	1	0	0	2
その他	0	0	0	0	0	0
単純集計合計	131	38	30	11	20	32
複数回答合計	163	52	33	13	25	40



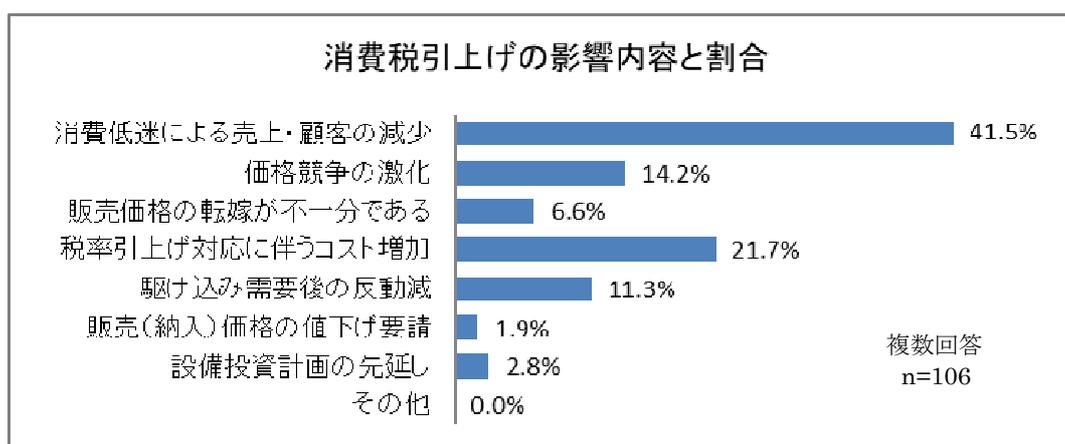
「消費税増税による影響は受けていない」という回答は、全業種 131 社中 57 社（43.5%）と、1 年前の調査の 42.1% とほぼ同じような結果であった。

影響が大きかった上位業種は、「小売業」78.9% と「サービス業」70% で、影響が小さかったのは「卸売業」36.4% と「製造業」40%、「建設業」43.8% であった。不特定多数の消費者と接する機会が多いであろう「小売業」「サービス業」では、他の業種に比べ、増税の影響を敏感に感じ取っているものと考えられる。

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、小売業とサービス業では変わらず、製造業で 5.5 ポイント減少、建設業もほとんど変わらなかった。しかし、卸売業では、22.1 ポイントも増加していた。卸売業は、今回の増税後の変化を感じ取った企業が増えたものと思われる。

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	44	41.5%	23	52.3%	6	40.0%	2	33.3%	8	42.1%	5	22.7%
価格競争の激化	15	14.2%	6	13.6%	1	6.7%	2	33.3%	2	10.5%	4	18.2%
販売価格の転嫁が不十分である	7	6.6%	2	4.5%	1	6.7%	1	16.7%	1	5.3%	2	9.1%
税率引上げ対応に伴うコスト増加	23	21.7%	7	15.9%	5	33.3%	1	16.7%	4	21.1%	6	27.3%
駆け込み需要後の反動減	12	11.3%	5	11.4%	1	6.7%	0	0.0%	4	21.1%	2	9.1%
販売(納入)価格の値下げ要請	2	1.9%	1	2.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.5%
設備投資計画の先延し	3	2.8%	0	0.0%	1	6.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	9.1%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	106	100.0%	44	100.0%	15	100.0%	6	100.0%	19	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41.5%であった。2番が「税率引上げ対応に伴うコスト増加」の21.7%、3番が「価格競争の激化」の14.2%で、前回と比べると、2番と3番の順位が入れ替わった。

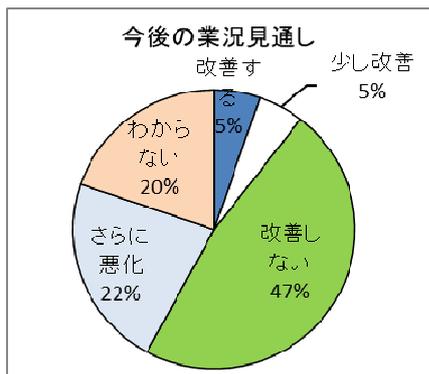
前回調査との割合を比較すると、「消費低迷による売上・顧客の減少」が+7.9%と上昇している。増税直後のアンケートで、前回よりより厳しさを感じているものと考えられる。「税率引上げ対応に伴うコスト増加」も+7.7%で、増税時のコスト負担感が反映されている。また、「駆け込み需要後の反動減」も+7.6%と増えており、これも増税直後の落ち込みを間近に感じられた影響と思われる。

逆に「価格競争の激化」については△11%、「販売価格の転嫁が不十分である」が△3.7%と減少しており、これは、ある程度の価格転嫁ができていない事業者が多いものと考えられる。

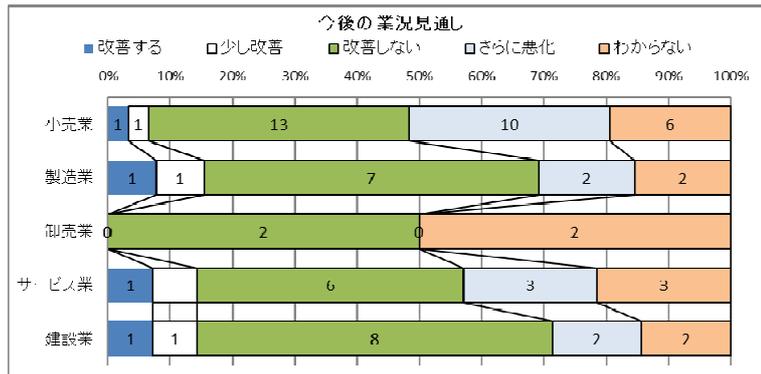
その他の「販売価格の値下げ要請」1.9%や「設備投資計画の先延し」2.8%は、消費税の影響とは捉えられていないようである。

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	31	40.8%	1	1	13	10	6
製造業	13	17.1%	1	1	7	2	2
卸売業	4	5.3%	0	0	2	0	2
サービス業	14	18.4%	1	1	6	3	3
建設業	14	18.4%	1	1	8	2	2
合計	76	100.0%	4	4	36	17	15
			5.3%	5.3%	47.4%	22.4%	19.7%



n=76



n=76

今後の業況見通しを聞いたところ前回調査になかった「改善する」という回答が5%と少なからずあった。「少し改善」の5%と合わせると10%は、前向きな見通しを持っている。しかし、気になるのは、これらの回答が卸売業からは聞かれなかったことである。

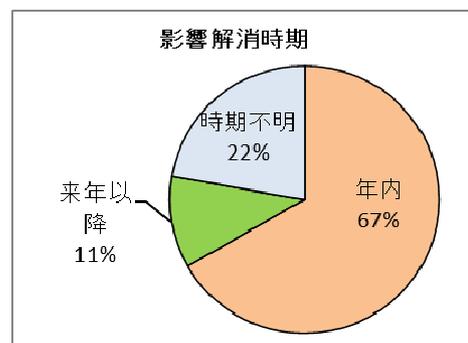
最も多いのは、やはり「改善せず現状が続く」の回答で36件47.4%を占めた。これは、前回調査よりも14%減っている。また、「さらに悪化」とする回答が17件22.4%と、前回調査の25.7%よりは、やや減少している。「わからない」という回答が、今回15件19.7%と前回の8.6%から、大きく増加している。今回の増税で、先行きについて読みにくく不透明感を持っている様子が表れた。

業種別では、「さらに悪化」とする回答割合は、前回の製造業に替えて小売業が10件32%と最も高く、特に小売業において、今回の増税が響いている様子が分かる。

今後の業況見通しについては、全体で47%が「改善しない」としているが、前回調査の61%と比べると、悲観的な捉え方は減っている。

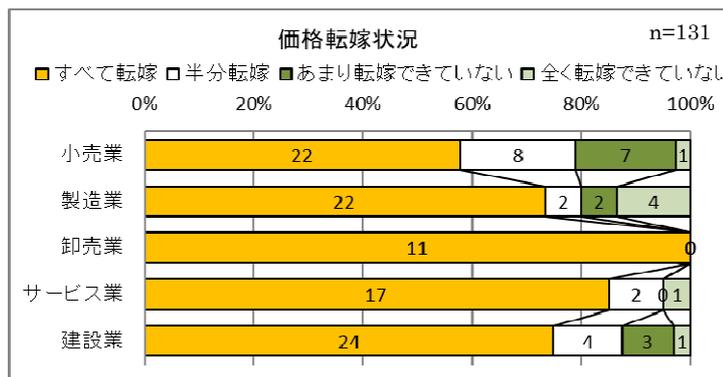
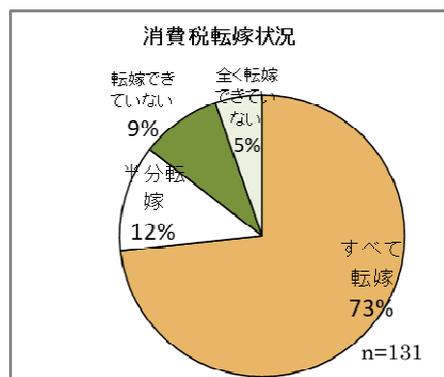
消費税増税の影響が解消する「改善時期」について尋ねた。「年内」との答えが6件67%と、最も多かった。その他「来年以降」または「時期不明」とする回答が3件あった。

回答自体が少ないので、定かではないが、多くの事業者が、解消時期について不透明感を持っているものと推察される。



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	96	73.3%	22	22	11	17	24
半分程度転嫁できた	16	12.2%	8	2	0	2	4
あまり転嫁できていない	12	9.2%	7	2	0	0	3
全く転嫁できていない	7	5.3%	1	4	0	1	1
合計	131	100.0%	38	30	11	20	32
		0.0%	29.0%	22.9%	8.4%	15.3%	24.4%



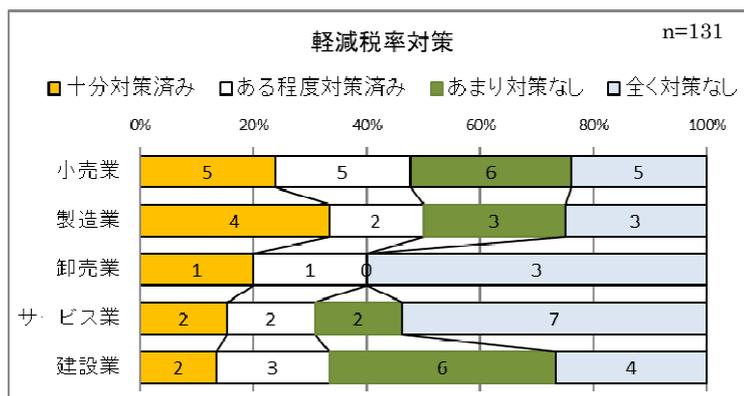
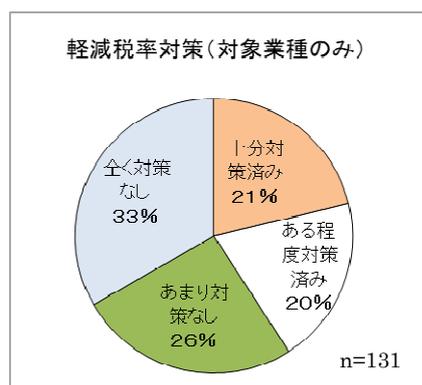
消費税引上げ分の価格転嫁状況は「すべて転嫁」と「半分転嫁」を合わせると 85.5%で、前回調査より 16.9%程増えている。逆に「あまり転嫁できていない」と「全く転嫁できていない」を合わせると 14.5%で、多くの事業者が価格転嫁できている様子である。

業種別にみると、「すべて価格転嫁できた」とする割合は小売業で最も低く 22 件 58%、卸売業では、100%が転嫁できているとの回答であり、消費者と接する小売業に若干しわ寄せがきていることは否定できない。サービス業では 17 件 85%が、全て転嫁できており、これは前回調査より 30%高まっている。建設業でも 24 件 75%、製造業で 22 件 73%と、それぞれ前回調査より価格転嫁できている割合が高まっている。

これらのことから、価格転嫁については、転嫁できているとする回答が、前回に比べて大幅に増加し、価格転嫁は着実に進んできている。今回の調査が、増税後間もない調査であるにも関わらず、価格転嫁が進んでいる様子が分かった。一部、小売業を除いては、消費税の価格転嫁について、社会的認知が高まりつつあると言える。小売業においては、価格転嫁が即値上げと捉えられ、大手等と競合せざるを得ない小規模事業者にとっては、大変不利な面がある。

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	5	4	1	2	2	14
ある程度対策済み	5	2	1	2	3	13
あまり対策なし	6	3	0	2	6	17
全く対策なし	5	3	3	7	4	22
対象業種ではない	17	18	6	7	17	65
合計	38	30	11	20	32	131



昨年10月の消費税増税に伴い始まった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41%であった。「全く対策なし」と「あまり対策なし」を合わせると59%で、軽減税率スタート後であっても、対策ができていない事業者がかなりの数あることが分かる。

業種別に、「十分対策済み」と「ある程度対策済み」を合わせた割合を見ると、製造業で50%、小売業47.6%であるが、「卸売業」では40%、サービス業で31%、建設業で33%と、その割合は低くなっている。軽減税率制度は、複雑であるため、売上自体に直接影響しない事業者にとっては、未だ手探り状態であるとも考えられる。

直接売上に影響する業種等だけでなく、日常の経費等にも影響してくる制度であるため、その影響範囲は広い。まずは自社が軽減税率対策をする必要があるのか、ないのかを改めて知る必要がある。早めに公的機関に相談する等し、対策が必要であれば何らかの手立てをしなければならない。