

平成 30 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 5 回)

平成 30 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
平成 30 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
134 企業 回答率 48.7 %

(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	35	28	10	22	39	134
前回計	35	25	10	18	35	123

II. 消費税影響調査結果の概要

光市中小企業景況調査

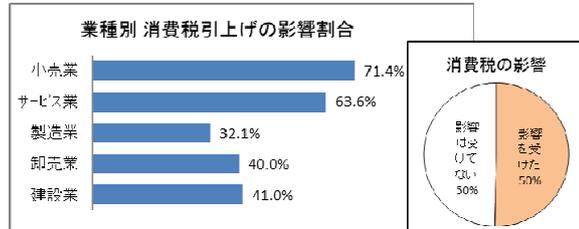
(平成30年6月)

平成26年4月の消費税引き上げから4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50%で、昨年度調査と同じでした。

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とそうでない企業は、昨年と同じ50%ずつでした。業種別にみると、小売業71.4%、サービス業63.6%と2業種が特に多く、製造業では32.1%に留まっています。

業種別の影響を昨年と比較すると製造業が8.1%、小売業が4.7%増加していますが、建設業においては-7.6%、サービス業が-3.1%と逆に減少しています。卸売業は昨年度と変わりませんでした。

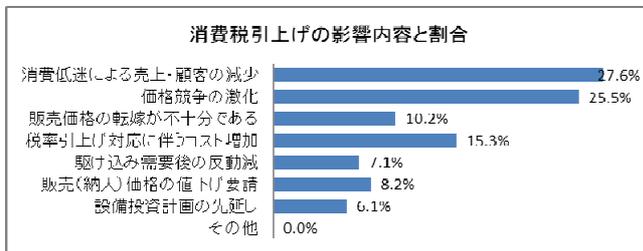


② 消費税引き上げの影響を受けた内容

消費税引き上げで最も影響が大きかったのは「消費低迷による売上・顧客の減少」の27.6%で、次が「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%という順でした。

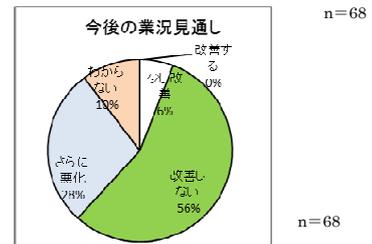
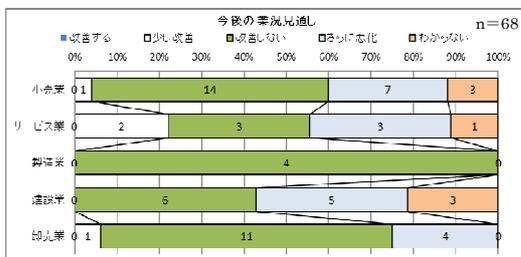
消費税引き上げが、売上・顧客の減少や価格という収益面に直接影響を与えている様子が分かります。

逆に「設備投資計画の先延し」という自社の設備投資への影響は少なくなっています。



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6%と僅かです。一方「改善しない」と「さらに悪化」を合わせると84%となり、多くが業況について悲観的な見通しをしています。

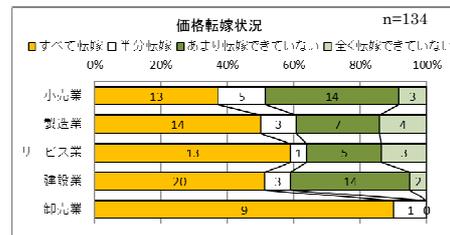
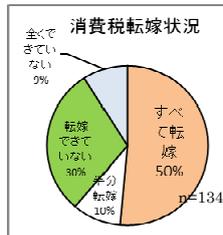


業種別に見ると、いずれの業種においても「改善しない」とする回答が最も多くなっています。また、「さらに悪化」とする回答は、昨年度に比べて製造業以外で明らかに増えています。業種の良い調な製造業との差が表れています。

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」が50%、「半分転嫁」が10%、「転嫁できていない」が30%、「全くできていない」が6%という状況です。

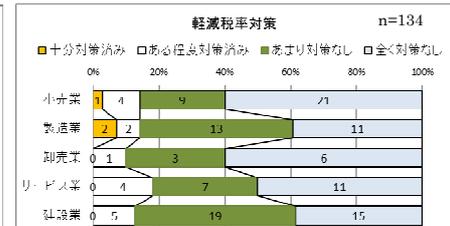
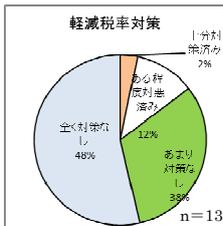
昨年度調査に比べると「すべて転嫁」の割合は同じですが、「転嫁できていない」は9%増えており、価格転嫁が難しい様子です。



⑤ 消費税の軽減税率対策

2019年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」の合計が14%と、昨年調査時と同じになりました。

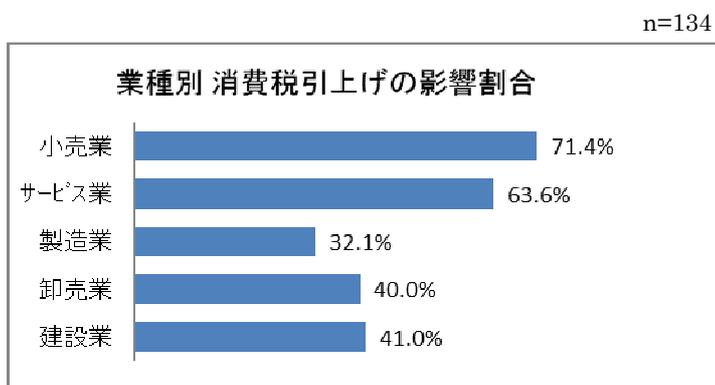
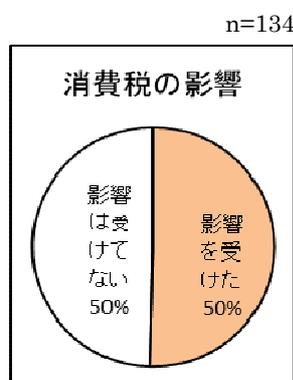
また、業種に関係なく軽減税率への対策は遅れており、今後の課題と言えるでしょう。



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	66 49.3%	10 28.6%	19 67.9%	6 60.0%	8 36.4%	23 59.0%
消費低迷による売上・顧客の減少	27	15	2	2	7	1
駆け込み需要後の反動減	7	2	2	0	2	1
価格競争の激化	25	8	3	1	3	10
販売価格の転嫁が不十分である	10	6	0	0	2	2
販売(納入)価格の値下げ要請	8	3	2	0	0	3
税率引上げ対応に伴うコスト増加	15	5	2	1	3	4
設備投資計画の先延し	6	0	1	1	2	2
その他	0	0	0	0	0	0
単純集計合計	134	35	28	10	22	39
複数回答合計	164	49	31	11	27	46



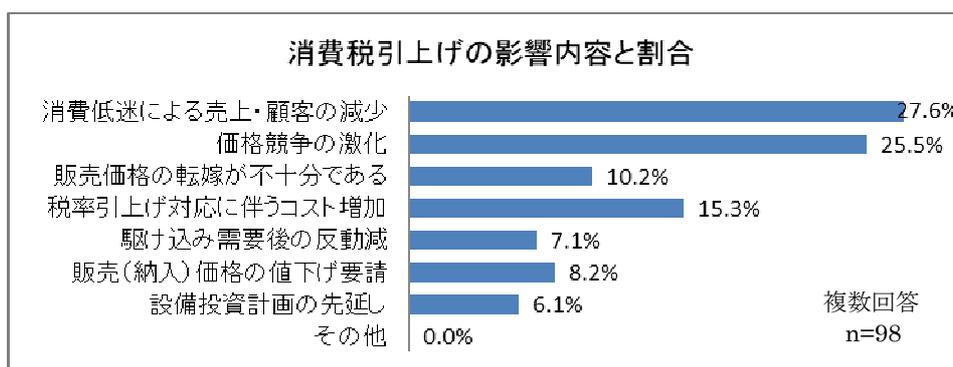
「消費税増税による影響は受けていない」という回答が 134 社中 66 社 (49.3%) であった。1 年前の調査の 49.6% とほぼ同じ結果となっている。消費税増税から 4 年経ち引き上げの影響は、全体的には徐々に減少している様子である。

消費税引き上げの影響が大きかった上位業種は、「小売業」「サービス業」であった。前回調査と同じく、これらの業種は上位に来ている。逆に「製造業」は 32.1% と少なかった。

業種別に前回調査と比べると、小売業が 5.7% 増加しているものの、他の全ての業種で減少している。

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	27	27.6%	15	38.5%	2	16.7%	2	40.0%	7	36.8%	1	4.3%
価格競争の激化	25	25.5%	8	20.5%	3	25.0%	1	20.0%	3	15.8%	10	43.5%
販売価格の転嫁が不十分である	10	10.2%	6	15.4%	0	0.0%	0	0.0%	2	10.5%	2	8.7%
税率引上げ対応に伴うコスト増加	15	15.3%	5	12.8%	2	16.7%	1	20.0%	3	15.8%	4	17.4%
駆け込み需要後の反動減	7	7.1%	2	5.1%	2	16.7%	0	0.0%	2	10.5%	1	4.3%
販売(納入)価格の値下げ要請	8	8.2%	3	7.7%	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	3	13.0%
設備投資計画の先延し	6	6.1%	0	0.0%	1	8.3%	1	20.0%	2	10.5%	2	8.7%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	98	100.0%	39	100.0%	12	100.0%	5	100.0%	19	100.0%	23	100.0%



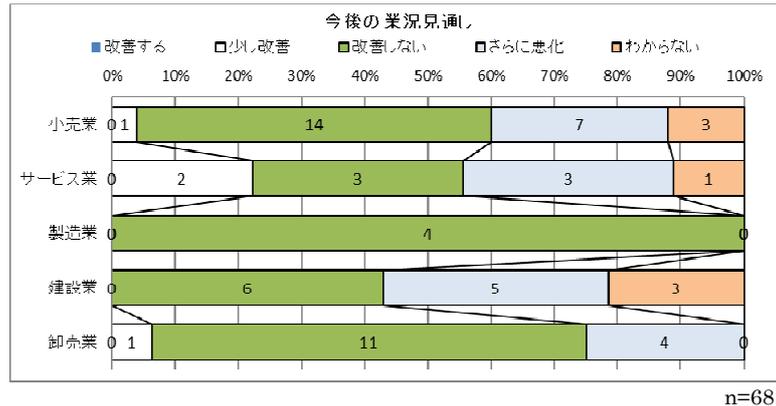
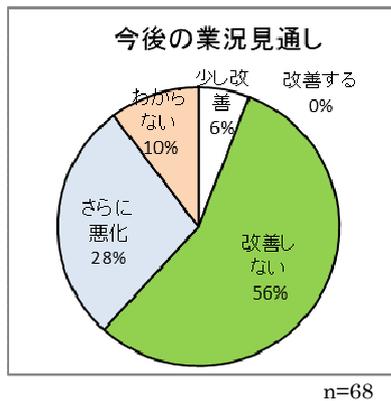
消費税引き上げで、最も影響が大きかったのは、1番が前回調査と同じ「消費低迷による売上・顧客の減少」の27.6%であった。2番が「価格競争の激化」の25.5%、3番が「税率引上げ対応に伴うコスト増加」で15.3%であった。

前回の割合と比較すると、1番は-12.0%下降しているが、2番は+6.8%と大きく上昇している。

前回同様、売上の要素となる顧客数および価格面への影響割合が多い。最も少ないのは「設備投資計画の先延し」6.1%であった。売上高の要素となる客数と客単価への影響が、非常に大きいことが分かる。

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	25	36.8%	0	1	14	7	3
製造業	9	13.2%	0	2	3	3	1
卸売業	4	5.9%	0	0	4	0	0
サービス業	14	20.6%	0	0	6	5	3
建設業	16	23.5%	0	1	11	4	0
合計	68	100.0%	0	4	38	19	7
			0.0%	5.9%	55.9%	27.9%	10.3%



消費税引上げ後4年以上経過しているが、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」も6%と僅かである。

一方、「改善しない」と「さらに悪化」を加えた回答が84%と前回調査と同様に多かった。今後の業況について悲観的な見通しが大勢を占めている。

業種別で「さらに悪化」とする割合は前回調査で多かった小売業に加え、製造業以外の業種で明らかに増えたことが特徴的である。業績の好調な製造業を除き、悲観的な見通しをしていることが分かる。

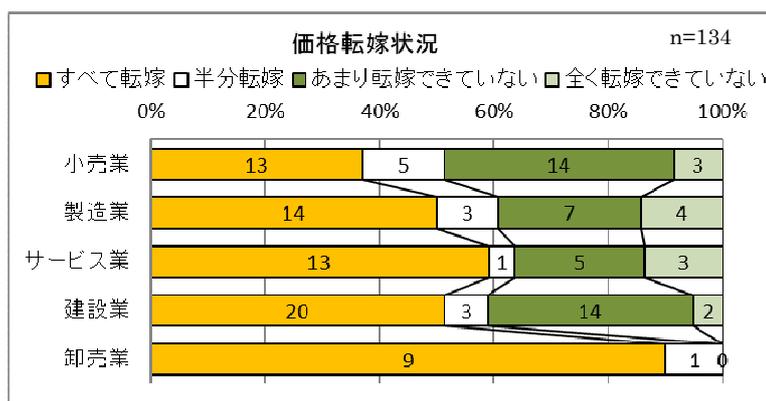
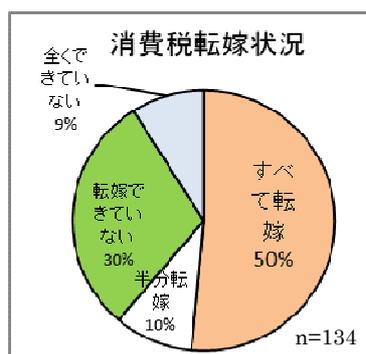
【影響解消時期】

今後の業況見通しを「少し改善」とした小売業1社、製造業2社、建設業1社について、改善時期を聞いたところ、製造業の2社と建設業1社が「年内」、小売業の1社は「時期は分からない」と答えている。

業種	全体		年内	来年以降	時期はわからない
	件数	割合			
小売業	1	25.0%	0	0	1
製造業	2	50.0%	2	0	0
卸売業	0	0.0%	0	0	0
サービス業	0	0.0%	0	0	0
建設業	1	25.0%	1	0	0
合計	4	100.0%	3	0	1
			75.0%	0.0%	25.0%

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	51.5%	13	14	9	13	20
半分程度転嫁できた	13	9.7%	5	3	1	1	3
あまり転嫁できていない	40	29.9%	14	7	0	5	14
全く転嫁できていない	12	9.0%	3	4	0	3	2
合計	134	100.0%	35	28	10	22	39
		0.0%	26.1%	20.9%	7.5%	16.4%	29.1%

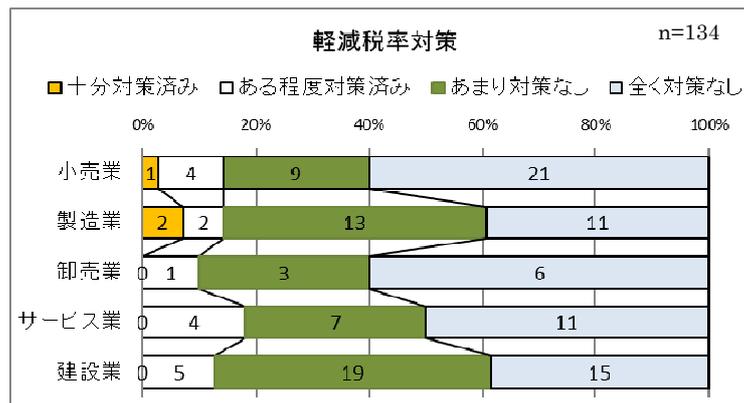
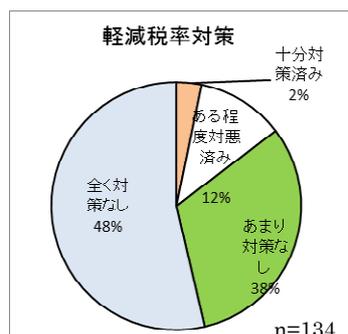


消費税引上げ分の価格転嫁状況は「すべて転嫁」した企業が前回同様 50%。逆に「転嫁できていない」「全く転嫁できていない」を合わせると 39%で、前回調査に比べ 12%も増えている。消費税引上げ分の、価格転嫁に苦慮している様子が分かる。

業種別にみると、小売業で「すべて価格転嫁」とする割合が 40%以下となっており、特に価格転嫁ができていないことが分かる。一方、卸売業では、「すべて転嫁」の割合が 90%を超えており価格転嫁が進んでいる。川下の小売での転嫁が難しい様子が分かる。

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	1	2	0	0	0	3
ある程度対策済み	4	2	1	4	5	16
あまり対策なし	9	13	3	7	19	51
全く対策なし	21	11	6	11	15	64
合計	35	28	10	22	39	134



2019年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」「ある程度対策済み」の合計が14%で、ほとんど対策は進んでいない。

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、全ての企業の課題とも言える。