

第2回消費増税に係る影響調査

—結果概要報告書—

平成25年10月



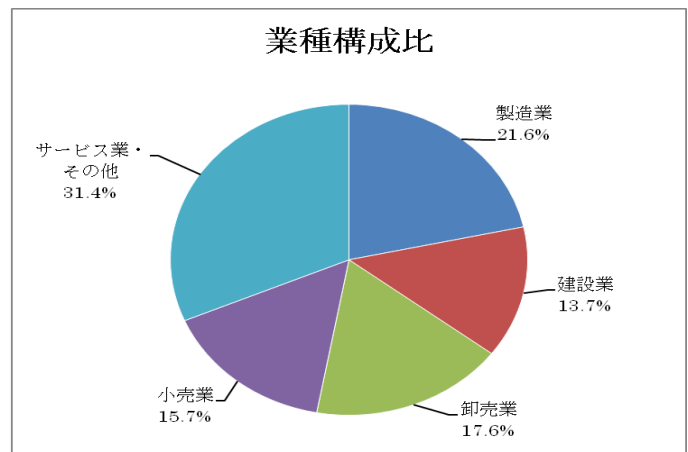
甲府商工会議所

◆調査要領と総括

1. 調査の目的： 消費税の価格転嫁に関する現状と増税後に予想される状況を把握すると共に、関係機関に提言する際、参考資料とする。
2. 調査実施機関： 甲府商工会議所
3. 調査実施時期： 平成25年10月15日(火)～21日(月)
4. 調査対象： 当所会員311事業所
5. 調査方法： FAX調査
6. 有効回答数： 102
7. 有効回答率： 32.8%
8. 特記事項： 原則、小数点以下第二位で四捨五入。

＜業種別回答数＞

	回答数	構成比
製造業	22	21.6%
建設業	14	13.7%
卸売業	18	17.6%
小売業	16	15.7%
サービス業・その他	32	31.4%
合計	102	100.0%



消費税の価格転嫁に関する現状と増税後に予想される状況を把握するため、昨年9月に続き当所会員311事業所を対象として2回目の調査を行った。

本調査の結果、現時点において消費税を「ほぼ全て転嫁できている」事業所は75.5%であり、消費税率が引き上げられた際は「ほぼ全て転嫁できる」事業所が57.8%まで低下することが分かった。よって、新たに約2割の事業所で円滑かつ適正な価格転嫁が困難になる見通しである。また、増税後については、13.7%の事業所が価格転嫁できるか「分からない」と回答しており、先行きへの不透明感も窺える。

経営への影響については、「売上が減少する」と回答した事業所が約5割にのぼり、企業本来の営業活動における利益である「営業利益が減少する」事業所も4割を超えている。一方、「経営に影響はない」と回答した事業所は1割強に止まった。

また、消費税率引き上げ後の対策については、約半数の事業所が「営業・販売を強化する」や「経費削減を徹底する」と回答している。

消費税率の引き上げは、円滑かつ適正な価格転嫁ができなければ、中小企業経営に大きな影響を与える。加えて、地方は景気回復の実感に乏しく、依然として続く仕入価格の高騰に消費増税が重なることで一時的に景気が冷え込む可能性も否定できない。政府には、転嫁対策特別措置法の確実な運用を含む経済対策の果敢な実行が望まれる。

◆結果詳細

『Q1. 現在における消費税の価格転嫁状況について。 [択一回答]』

● 75. 5%の事業所が「ほぼ全て転嫁できている」と回答。

現在における消費税の価格転嫁状況について尋ねたところ、「ほぼ全て転嫁できている」が75. 5%で最も多く、ついで「半分以上転嫁できている」(9. 8%)となった。一方、「ほとんど(全く)転嫁できていない」事業所も8. 8%に上る。

業種別では、建設業及び小売業において、「ほぼ全て転嫁できている」と回答した割合が低い。

『Q2. 消費税率引き上げ後(5%→8%)の価格転嫁について。 [択一回答]』

● 57. 8%の事業所が「ほぼ全て転嫁できる」と回答。

消費税率引き上げ後の価格転嫁状況について尋ねたところ、「ほぼ全て転嫁できる」が57. 8%で最も多く、ついで「分からない」(13. 7%)となった。一方、「ほとんど(全く)転嫁できない」事業所も8. 8%に上る。

業種別では、とりわけ建設業において「ほぼ全て転嫁できる」事業所が28. 6%まで低下している。

『Q3. 消費税率の引き上げ(5%→8%)が経営に与える影響について。 [複数回答可]』

● 約半数の事業所が「売上が減少する」と回答。

消費税率引き上げが経営に与える影響について尋ねたところ、「売上が減少する」が47. 1%で最も多く、ついで「営業利益が減少する」(41. 2%)、「分からない」(21. 6%)となった。一方、「経営に影響はない」という回答は11. 8%であった。

業種別では、卸売業・小売業において「売上が減少する」と回答した割合が高い。

『Q4. 消費税率の引き上げ後(5%→8%)の対策について。 [複数回答可]』

● 対策上位は、「営業・販売の強化」「経費削減の徹底」「接客力の向上」。

消費税率引き上げ後の対策について尋ねたところ、「営業・販売を強化する」が47. 1%で最も多く、ついで「経費削減を徹底する」(46. 1%)、「接客力の向上を図る」(37. 3%)となった。一方、「特に対策は考えていない」という回答は17. 6%であった。

業種別では、傾向に大きな差異は見られないものの、製造業で「原材料の見直しを行う」、建設業では「販売先の見直しを行う」「購入先の見直しを行う」という回答も目立つ。

以上

<添付資料>

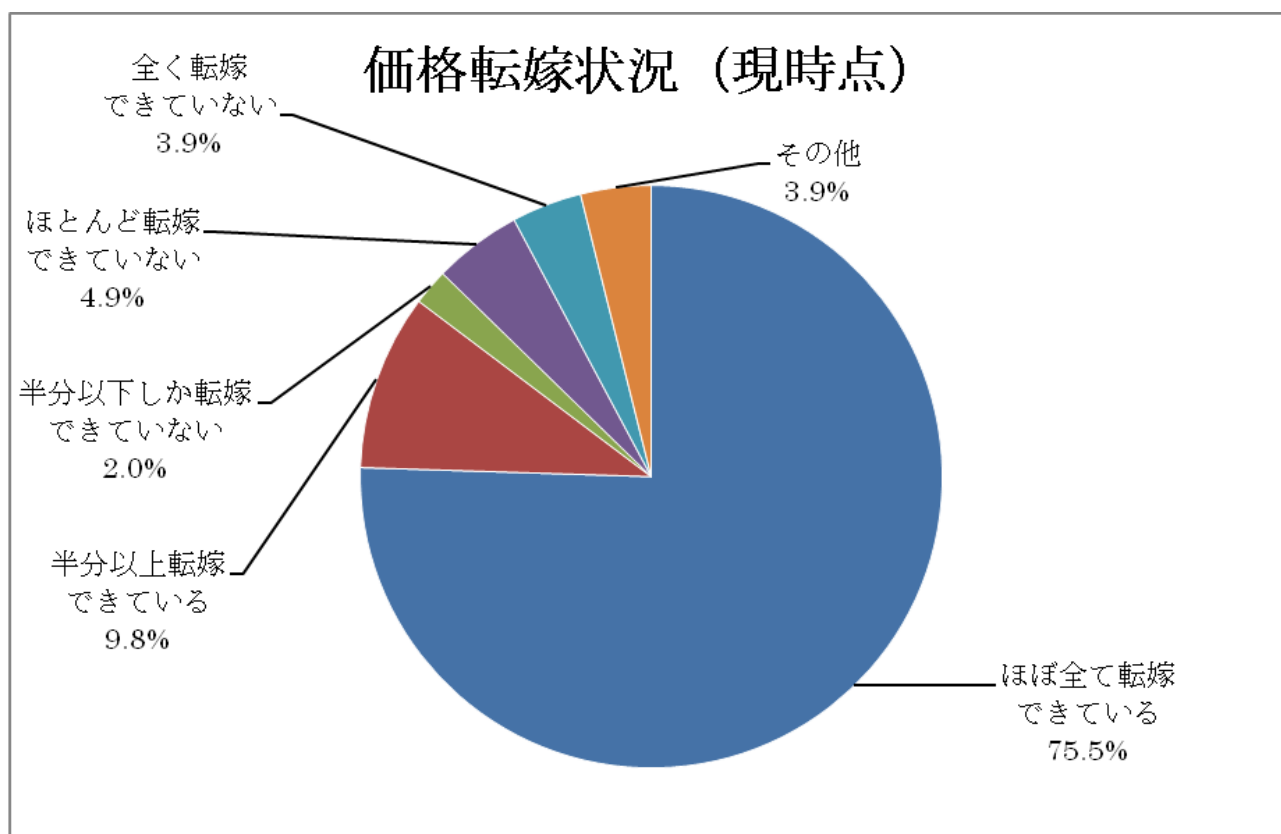
○『第2回消費増税に係る影響調査』結果集計表

◆ 『Q1. 現在における消費税の価格転嫁状況について。 [択一回答]』

(網かけは上位2位、単位：%)。 n=102

	全業種	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業・ その他
ほぼ全て転嫁できている	75.5	77.3	64.3	88.9	56.3	81.3
半分以上転嫁できている	9.8	13.6	7.1	0.0	25.0	6.3
半分以下しか転嫁できていない	2.0	0.0	7.1	0.0	0.0	3.1
ほとんど転嫁できていない	4.9	0.0	7.1	0.0	18.8	3.1
全く転嫁できていない	3.9	9.1	7.1	5.6	0.0	0.0
その他	3.9	0.0	7.1	5.6	0.0	6.3

- ・ 契約が下がりすぎていて、消費税をもらっていないも同然。(建設業)
- ・ 非課税取引に該当。(サービス業・その他)
- ・ 全て転嫁できている。(サービス業・その他)

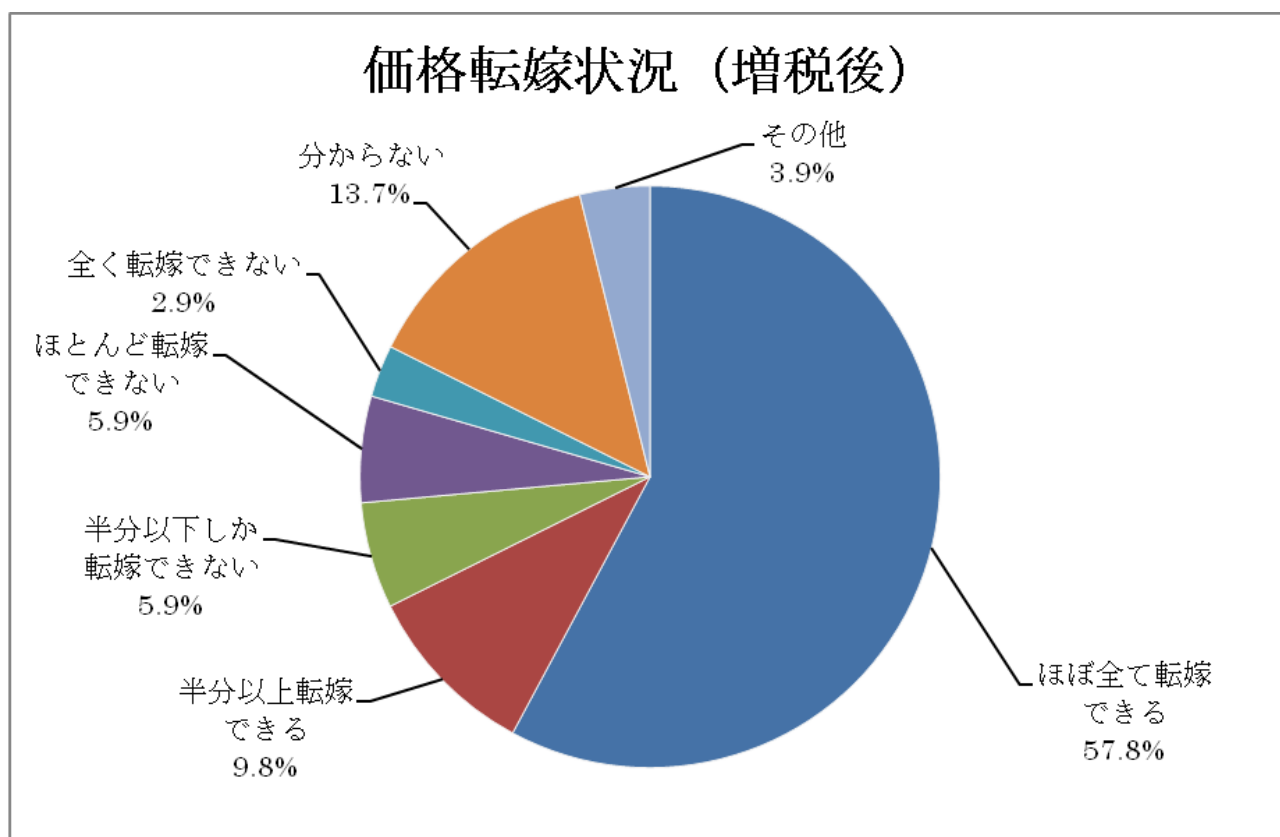


◆ 『Q2. 消費税率引き上げ後（5%→8%）の価格転嫁について。 [択一回答]』

（網かけは上位2位、単位：%）。 n=102

	全業種	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業・その他
ほぼ全て転嫁できる	57.8	63.6	28.6	55.6	50.0	71.9
半分以上転嫁できる	9.8	4.5	7.1	11.1	25.0	6.3
半分以下しか転嫁できない	5.9	4.5	21.4	0.0	6.3	3.1
ほとんど転嫁できない	5.9	13.6	0.0	0.0	12.5	3.1
全く転嫁できない	2.9	4.5	7.1	5.6	0.0	0.0
分からない	13.7	9.1	28.6	22.2	6.3	9.4
その他	3.9	0.0	7.1	5.6	0.0	6.3

- ・ 10月1日前、年度またぎの工事契約のため、増額移行が不明。（建設業）
- ・ 少しの間は転嫁できないと思う。（卸売業）
- ・ 転嫁できるよう客先をお願いする。（サービス業・その他）
- ・ 全て転嫁する予定。（サービス業・その他）

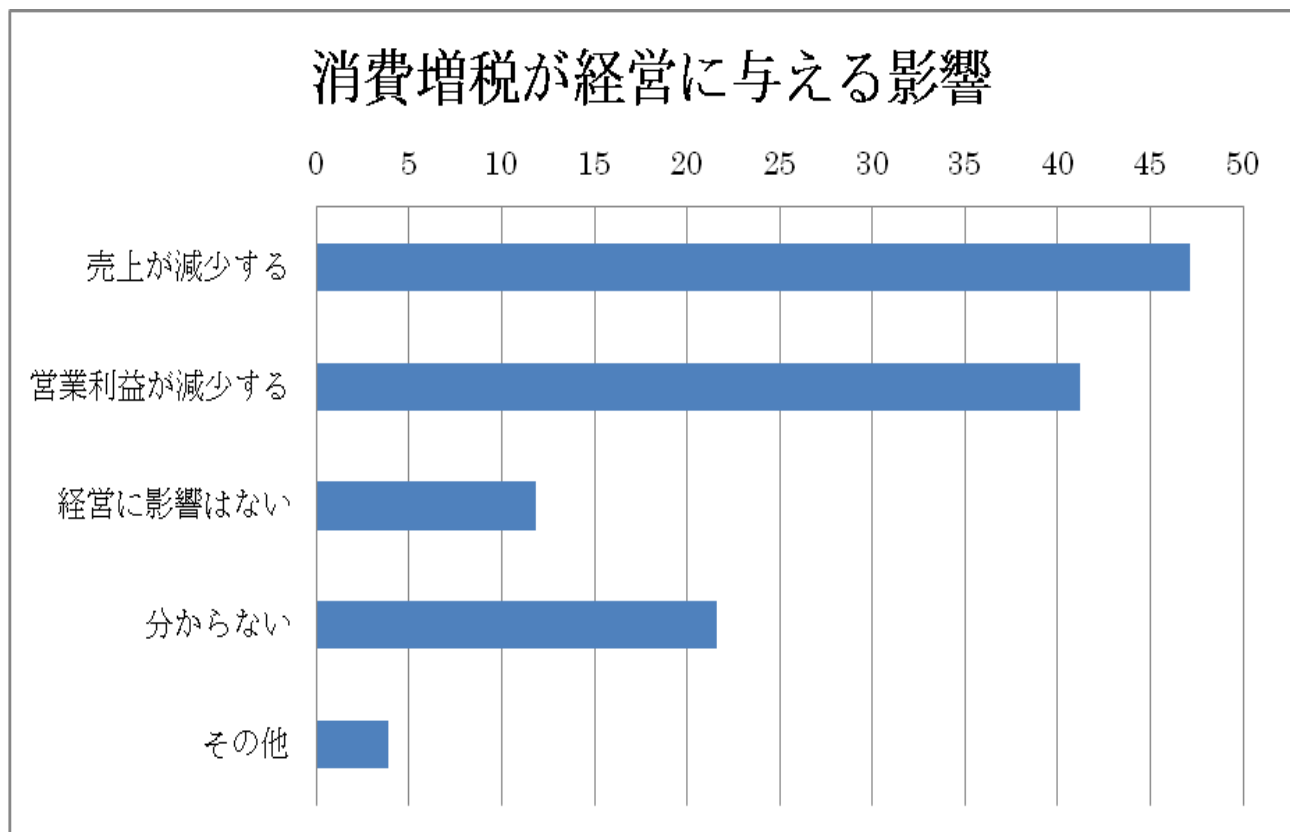


◆ 『Q3. 消費税率の引き上げ(5%→8%)が経営に与える影響について。[複数回答可]』

(網かけは上位2位、単位：%)。n=102

	全業種	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業・ その他
売上が減少する	47.1	31.8	28.6	72.2	81.3	34.4
営業利益が減少する	41.2	45.5	42.9	61.1	43.8	25.0
経営に影響はない	11.8	9.1	14.3	5.6	6.3	18.8
分からない	21.6	31.8	28.6	5.6	12.5	25.0
その他	3.9	4.5	7.1	5.6	0.0	3.1

- ・ほかの部分でのコストダウンを顧客から求められる可能性がある。(製造業)
- ・全くの不明。(建設業)
- ・購入を見合わせるユーザーが多くなると予想する。(卸売業)
- ・キャッシュフローに微影響があるかもしれない。(サービス業・その他)

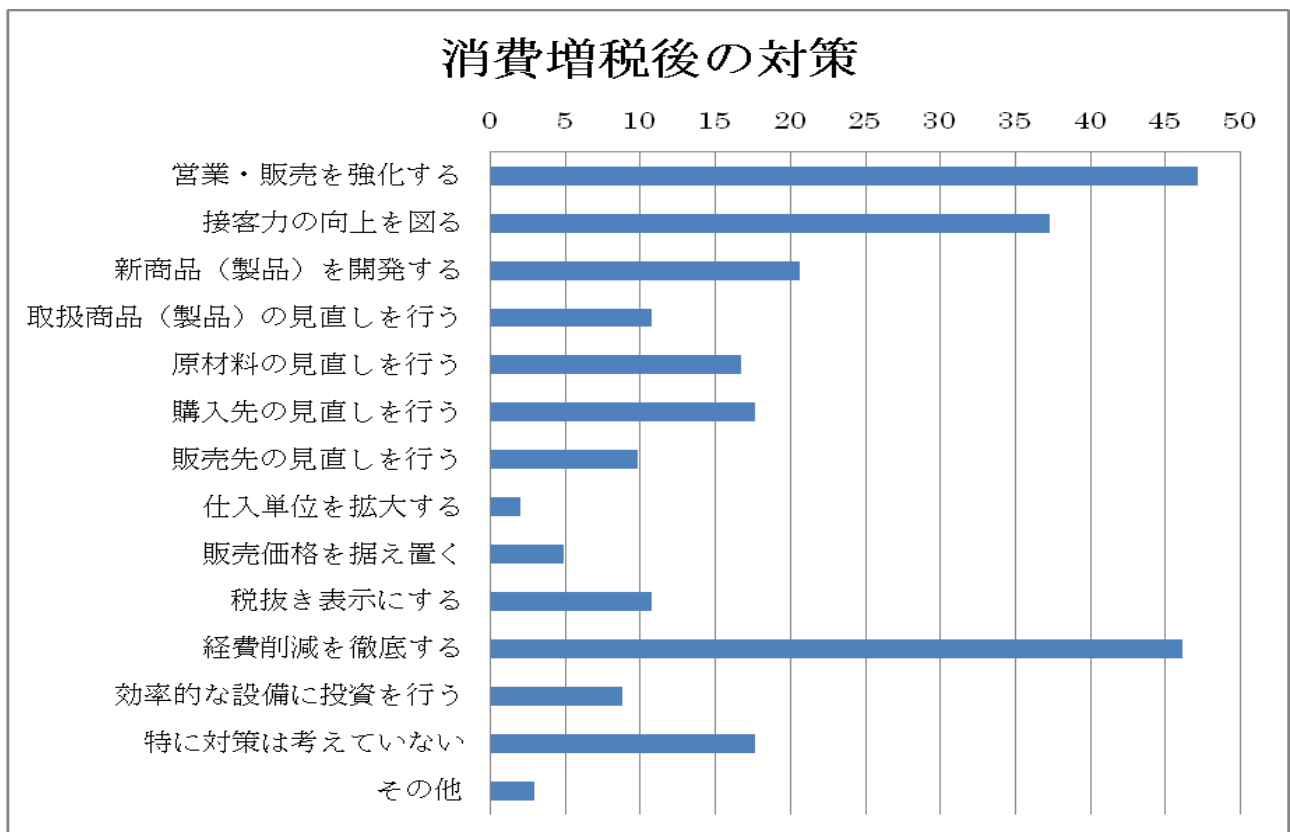


◆ 『Q4. 消費税率の引き上げ後（5%→8%）の対策について。 [複数回答可]』

（網かけは上位3位、単位：%）。 n=102

	全業種	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業・ その他
営業・販売を強化する	47.1	45.5	28.6	72.2	62.5	34.4
接客力の向上を図る	37.3	22.7	28.6	50.0	50.0	37.5
新商品（製品）を開発する	20.6	27.3	0.0	44.4	12.5	15.6
取扱商品（製品）の見直しを行う	10.8	13.6	0.0	16.7	18.8	6.3
原材料の見直しを行う	16.7	27.3	14.3	16.7	6.3	15.6
購入先の見直しを行う	17.6	9.1	28.6	33.3	12.5	12.5
販売先の見直しを行う	9.8	4.5	35.7	22.2	0.0	0.0
仕入単位を拡大する	2.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0
販売価格を据え置く	4.9	4.5	7.1	0.0	6.3	6.3
税抜き表示にする	10.8	9.1	7.1	5.6	18.8	12.5
経費削減を徹底する	46.1	40.9	42.9	44.4	56.3	46.9
効率的な設備に投資を行う	8.8	9.1	0.0	0.0	6.3	18.8
特に対策は考えていない	17.6	27.3	28.6	0.0	6.3	21.9
その他	2.9	0.0	14.3	0.0	6.3	0.0

- ・ 打つ手立てなし。（建設業）
- ・ 全くの不明。（建設業）
- ・ 税抜き価格と税込み価格を併記する。（小売業）



【中小企業の声】

製造業

- ・政治家の“ていたらく”の“つけ”が増税を生む。それでも、“前進する”ためには必要であるが、納税者が払いたくなるような政治や行政を願いたい。
- ・中小零細企業の営業利益が上がるまで待たないと、景気が悪くなる可能性が大である。
- ・少額取引（例えば、2～3万円）の場合、現在5%の消費税分の値引きを客先から要請されることがあるが、8%の場合も要請されるのが心配。

建設業

- ・工事請負の場合は、平成25年9月30日以前は5%、10月1日以降は8%になり、下請契約は施工時期があいまいで実施が難しい。

卸売業

- ・もっと生活しやすい環境にして、買物の消費が増えるよう考えてもらいたい。税が上がって、良いことは何もない。
- ・（消費税率の）引上げ後は、売上減少が避けられないと思っている。苦しい状況になることを予想し、今期少しでも頑張るつもり。
- ・5%を8%や10%にしても、財政改善には焼け石に水だと思えば将来が思いやられる。
- ・一般論として、売上は低迷していくことが想定され、景気回復（アベノミクス）に水を差していくと思う。
- ・学用品の販売が年度をまたぐので、4月1日の値上げは対応が大変。再来年に10%になると言われているので、それまで税込価格を据え置かれるかもしれない。（卸・小売業）

小売業

- ・不景気なのに、より厳しい経営を迫られ、将来の展望が見通せない。不安ばかりで明るい材料が全くなく、価格転嫁もできるかどうか分からない。
- ・POSシステムの変更等の費用や手間を危惧している。

サービス業・その他

- ・将来を考えて少しでも財務状態を良くするための努力が必要。
- ・国内旅行はある程度影響があるが、海外旅行には消費税がかからないため影響はない。為替の影響の方が大きい。
- ・増税しても営業には影響はないと思う。