

消費増税の県内企業への影響について（平成 26 年 3 月調査）

～ 香川県内企業へのアンケート調査から ～

■香川県内企業の 43.7%が駆け込み需要の好影響があったと回答

平成 26 年 4 月、消費税率の 5%から 8%への引き上げが実施された。今般の消費税率の引き上げに至る一連の動きを振り返ると、まず、24 年 8 月に消費増税を柱とする税と社会保障の一体改革関連 8 法が成立し、消費税率は 26 年 4 月に 5%から 8%、27 年 10 月に 8%から 10%へと、2 段階で引き上げられることとなった。ただし、増税の景気への悪影響に配慮し、実際の消費税率引き上げに当たっては「経済状況の好転」が前提条件とされ、経済成長率や物価動向等を総合的に勘案した上で増税の可否を最終的に判断することとした。

その後、24 年 12 月発足の安倍新政権のもと、消費増税実施に向けた環境整備が本格的に進められた。アベノミクスと言われる政府の経済政策、すなわち①大胆な金融政策（金融緩和）、②機動的な財政政策（財政出動）、③民間投資を喚起する成長戦略の「3本の矢」の推進に加え、前回の 9 年 4 月実施の 3%から 5%への消費増税時の経験を踏まえ、消費税を円滑・適正に価格転嫁できるように「消費税転嫁対策特別措置法」を 25 年 6 月に成立（同年 10 月施行）させ、「消費税還元セール」といった宣伝や広告を禁止する反面、商品やサービスの税抜価格のみの表示を認めるなどの緩和措置も講じた。

25 年 10 月、安倍首相は、「景気回復の実感はいまだ全国津々浦々までには波及してはいない」としながらも、「足元の日本経済は、次元の違う 3本の矢の効果で回復の兆しを見せている」との見解を示し、予定通り 26 年 4 月よりの消費税率の引き上げを表明した。安倍首相は「最後の最後まで考え抜きました」と熟慮のうえでの引き上げ決定を強調した。

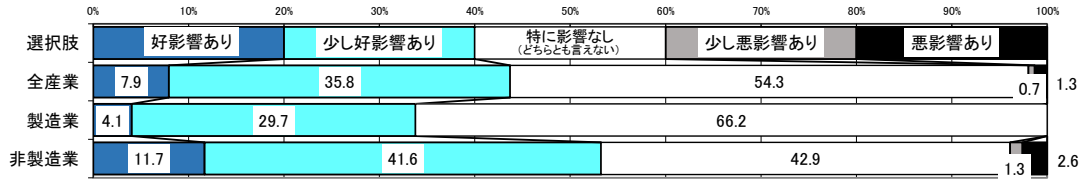
残すは 27 年 10 月からの消費税率の 8%から 10%への更なる引き上げである。政府は 26 年末までに再引き上げの可否判断を下す見込みである。

こうした一連の動きの中で、香川県内企業が消費増税をどう捉えているのか増税直前の 26 年 3 月にアンケート調査を実施した。まず、いわゆる消費増税前の駆け込み需要について、何らかの好影響があったと回答した企業の割合は計 43.7%であった。産業別に見ると、非製造業の方が製造業より好影響があったと回答した割合が高かった（図 1 参照）。

次に 26 年 4 月以降の消費増税後の需要の落ち込み等が心配される中で、消費増税が自社の業績に悪影響を及ぼす懸念について、「大いに悪影響の懸念あり（10.0%）」「悪影響の懸念あり（24.7%）」「少し悪影響の懸念あり（44.0%）」と回答した企業の割合は計 78.7%に上っている（図 2 参照）。アンケートで寄せられた主な自由意見は表 1 の通りである。

図1 消費増税前の駆け込み需要の影響(回答割合)

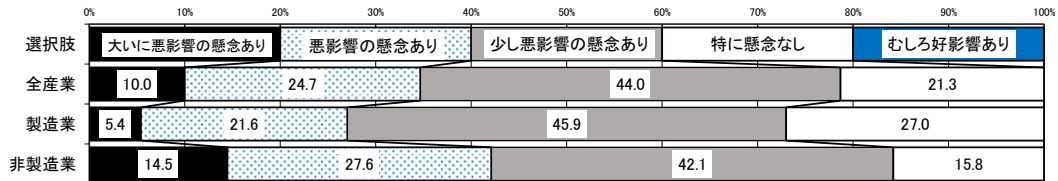
Q. 御社の業績に消費増税前の駆け込み需要の影響はありましたか。次のうち最もあてはまるものを選択してください。



※四捨五入の関係で内訳と合計が一致しない場合がある。
 (注) 調査時期は平成26年3月7日~4月3日、調査対象は香川県内に本社または主工場を持つ主要企業253社、有効回答率は59.7%(有効回答151社、うち製造業74社、非製造業77社)。

図2 消費増税による悪影響懸念(回答割合)

Q. 26年4月の消費税率アップ後の需要の落ち込み等が心配されております。御社は4月以降、消費増税による業績への悪影響懸念はありますか。次のうち最もあてはまるものを選択してください。



※四捨五入の関係で内訳と合計が一致しない場合がある。
 (注) 調査時期、調査対象は図1と同じ。有効回答率は59.3%(有効回答150社、うち製造業74社、非製造業76社)。

表1 消費増税前の駆け込み需要の影響内容や消費増税の対応で苦労したこと等の主な自由意見(要約)

円安等により原材料が大幅に上昇した為、本体価格の値上げを検討したが、増税もある事から本体価格まで引き上げると売価の上げ幅が大きくなってしまふ事から見送った。この為、採算の悪化が予想される。【製造業】	消費増税前の駆け込み需要に人手不足で対応しきれなかった。【建設業】 工事請負の経過措置や工事下請負契約で苦労。【建設業】
販管システムの修正に経費が、価格表示変更に人手がかかった。【製造業】	増税前の納期前倒しに決算時期も重なって、一部商品の確保が困難な状況となった。【卸小売業】
若干の前倒し発注はあるが通期の売上にはさほどの影響はない。【製造業】	3月限定ではあるが駆け込み需要があった。4~6月は反動減の影響があると思われる。増税対応では社内システム変更と取引先への通知に手間取った。【卸小売業】
原料の値上がりで消費増税が重なり3月前半まで高操業となった。【製造業】	金額の張るものにおいては、消費増税前に買替え、見直しのユーザーが増えている。【卸小売業】
駆け込み需要は多少であり問題ないが、4月以降の落ち込みの影響がどの程度あるのか心配している。【製造業】	経理処理に苦労する。【卸小売業】
需給ギャップもあり、特に駆け込み需要の影響はない。【製造業】	増税分の値上げをする際の交渉等に苦慮している。【卸小売業】
経過措置への対応等システム改訂で苦労した。【製造業】	駆け込み需要は日持ちする日用品一般にあり、対応で苦労していることは、値札変更、システム変更、人的コスト負担と顧客説明である。【卸小売業】
設備の稼働率の維持と新規投資のタイミングが、消費税の影響により従来より難しくなった。【製造業】	価格表示変更の対応にコストと時間が非常にかかっている。【卸小売業】
日配品中心なので、高額商品ほどの影響はないと考える。しかし、増税分の価格転嫁は難しい。今の所はまだ1品当たりのグラム数を小さくするなどはないが、将来的にはせざるを得なくなると考えている。【製造業】	駆け込み需要に対応できる商品供給が出来なかった。受注残への消費税転嫁が難しい。【卸小売業】
東京五輪開催決定で増税の影響はあまり関係がなくなった。【製造業】	駆け込み需要の内容は、購入時期の前倒しやまとめ買い購入で、売上増に対応する為の在庫手配、人員の増員手配で苦労した。【卸小売業】
価格表示方法をどのようにするか迷った。【製造業】	消費増税というよりも、増税とは関係なく4月に値上げを控えている商品を取り扱っており、その商品の駆け込み需要的な発注が来ている。商品の安定的流通に支障をきたさない様にその対応に苦労している。【卸小売業】
現段階では目立った影響は感じられないが、3月中旬から下旬にかけて駆け込み需要増による影響が出てくる可能性がある。【製造業】	需要面での好影響は少なく、増税後の一時的な値引による利益の悪化が考えられる。販売促進面での対応はダイレクトメールを増やす等集客に対してのものがほとんどである。【卸小売業】
消費税8%で処理しても、それと同等又はそれ以上のサービスをしよう結果となるので、利益確保できる様、努力中である。【製造業】	太陽光発電、住宅関連事業は駆け込み需要が大いにあり。太陽光発電については全量買取制度もあり、まかないきれない状況となった。【卸小売業】
早期予算の成立、公共工事の切れ目のない発注により、現在の動きが持続できるものと期待している。【製造業】	量販店を中心に価格表示の変更があり、値札作成に伴う手間が増えた。【卸小売業】
従来継続品の価格転嫁は難しい為、新製品開発に注力している。ブランディングを強化し従来とは違う顧客向けの商品開発にも注力していく。【製造業】	商品引渡しの日時で対応が変わってくるので注意を要する。【卸小売業】
各種ソフトウェアが税率8%に対応しておらず、バージョンアップやカスタマイズをしなければならなかった。【製造業】	商品が不足してお客様にご迷惑をお掛けする様な事は特になかった。取り扱っている商品は必需品である為、4月以降も大きくマイナスになる事はないと思っている。3%上昇分については午前0時より切り替え予定である。【卸小売業】
増税前の駆け込み需要の影響は少なからず発生し、派遣等の手配を準備するなどの対応に追われた。ただ2月下旬より受注が落ちてきており、今後は受注量減への対応が鍵となる。【製造業】	消費税の経過措置について、十分な広報がなされていないので、事務処理が難しい。お客様にも理解が得られるか不安である。【卸小売業】
消費税の駆け込み的需要在5か月近く続いた為、その反動は必ず来るものと予測出来るので、現状の受注増消化に出来る限り対応している。この為の時間外労働が増加している。4月以降の当業界がどの様に変化するかは読めない状況。【製造業】	消費税の転嫁と価格表記への対応に苦慮した。【卸小売業】
OAシステムの変更、プライスカード、カタログのやりかえ等、かなりの手間と費用をかけた。10%に対応するため本体価格記載の方式を採用したが、2段階併記は分かりにくく、お客様に対しては配慮に欠けるのではと内心じくじたる思いがある。混乱を最小限に食い止めて営業活動に邁進したい。【製造業】	現在、消費税の関係で運送量が増加しているが、4月以降は落ち着いて元に戻ると思われる。【運輸業】
消費増税前後にわたる施工案件に関する消費税転嫁について多少の混乱が見られた。【建設業】	消費税の経過措置の対象となる契約の洗い出し等に手間取った。【運輸業】
駆け込み需要により工事用材料購入先の生産能力を上回る数の材料が必要となり、数量確保と工事の計画を立てる事に苦労した。【建設業】	運賃改定の顧客への周知及び印刷物、看板等の経費が増加。【運輸業】
	仕入対応が追いつかない。【サービス業】
	売上の平準化。【サービス業】
	業種の特性により消費増税の駆け込み需要は全く無し。【サービス業】