

消費税率 10%への引き上げについて

～ 香川県内企業へのアンケート調査を含んで ～

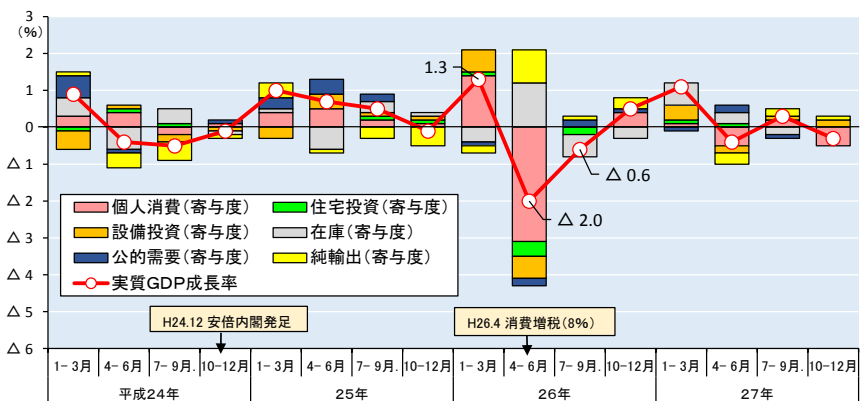
1. 平成 26 年 4 月の消費増税(8%)後の状況

消費税は平成 26 年 4 月に 5%から 8%に引き上げられたが、国内景気はその影響を受けて大きく変動した。四半期別の実質GDP成長率の推移をみると、消費税率引き上げ前の平成 26 年 1-3 月期には駆け込み需要の影響もあり、前期比+1.3%（年率換算で+5.2%）の高い伸びとなったが、引き上げ後は、その反動や夏の天候不順等の影響で個人消費は低迷し、同年 4-6 月期は $\Delta 2.0\%$ （年率換算で $\Delta 7.9\%$ ）、7-9 月期は $\Delta 0.6\%$ （年率換算で $\Delta 2.5\%$ ）と 2 四半期連続のマイナス成長となった（図表-1 参照）。

こうした中、政府は、平成 26 年 11 月、景気への悪影響を懸念して、27 年 10 月に予定していた消費税率の 10%への再引き上げを 1 年半延期し、29 年 4 月に行うことを表明し、加えて低所得者への配慮として軽減税率導入を検討することとした。

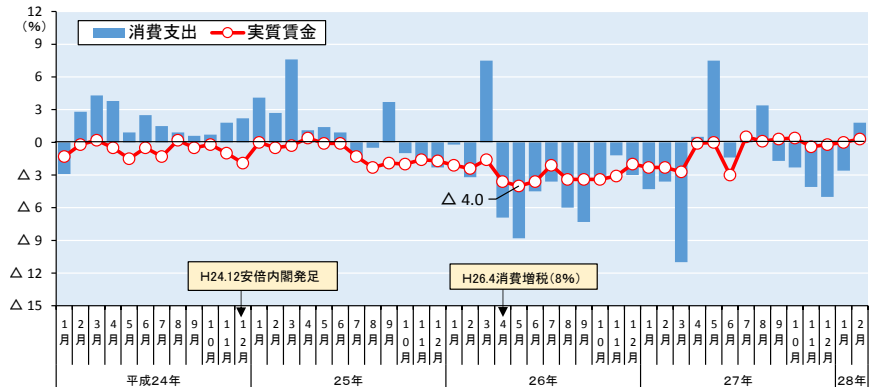
心配された国内景気は、平成 26 年 10-12 月期には、個人消費や米国や中国向けを中心に輸出が持ち直しに向かい、実質GDP成長率は 3 四半期ぶりにプラスとなり、翌 27 年 1-3 月期には、住宅投資、設備投資も持ち直し、2 四半期連続のプラス成長となった。しかし、27 年 4-6 月期は輸出と個人消費が振るわず、3 四半期ぶりのマイナス成長となり、それ以降も中国経済の減速や盛り上がりを欠く個人消費の影響などで、景気回復にもたつきがみられる展開となった。

図表-1 我が国の実質GDP成長率(前期比)・項目別寄与度の推移



※民間最終消費支出を「個人消費」、民間住宅を「住宅投資」、民間企業設備を「設備投資」、民間在庫品増加を「在庫」と表示。「公的需要」は、政府最終消費支出、公的固定資本形成(公共投資)、公的在庫品増加からなる。
資料:内閣府「国民経済計算」より作成。

図表-2 実質賃金と消費支出の対前年同月増減率の推移



※実質賃金は、厚生労働省「毎月勤労統計調査」の事業所規模5人以上の現金給与総額の実質賃金指数の前年同月比より作成。消費支出は、総務省「家計調査」の2人以上の世帯のうち勤労者世帯の1世帯当たり1か月間の支出の消費支出の対前年同月実質増減率より作成。

個人消費が盛り上がらない要因として、実質賃金の伸びが低調なことが挙げられる。図表-2で実質賃金の対前年同月の増減率の推移をみると、平成26年5月の△4.0を底に、徐々にマイナス幅は縮小し、27年7月には、25年4月以来27か月ぶりのプラスとなるなど、改善が進んだものの、27年11月、翌12月は再びマイナスとなり、こうした賃金の動きが、消費を慎重にさせているひとつの要因となっている。

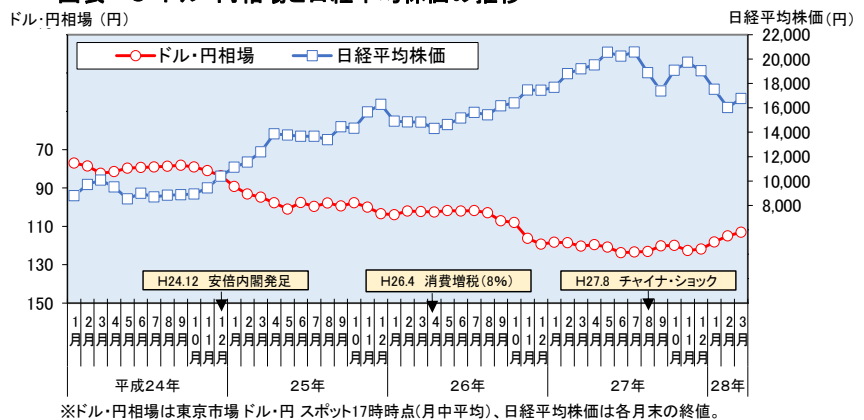
2. 高まる消費再増税先送り論

平成28年は年明けから中国経済の減速や原油価格等の下落による資源国等の景気の下振れ懸念から、株安・円高の展開となった（図表-3参照）。そして、海外経済の不確実性、国内景気の先行きに対する不透明感が強まる中で、消費税率の引き上げを先送りした方が良いのではないかとの意見が高まりをみせた。これに対して安倍首相は、消費税率10%への引き上げに関し、増税で景気が大きく悪化し、税収全体が落ち込むと想定される場合は、延期も排除しない考えを示唆しながらも、現状、そうした重大な事態が発生しているとは考えていないとの見解を示した。

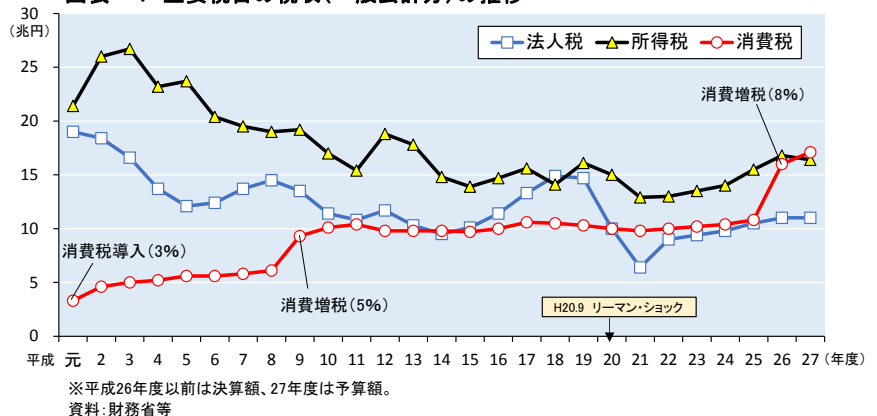
図表-4は、国の一般会計の税収の推移を示したものである。消費税率を5%から8%に引き上げた平成26年度の消費税の税収は16兆円で前年度の10兆8千億円から大きく伸びている。所得税や法人税の税収も景気の緩やかな回復基調を背景に増加傾向にあることから、政府も再増税で景気を悪化させ税収が落ち込まないように、慎重な判断が求められている状況にある。

なお、消費税の軽減税率については、平成29年4月の消費税率引き上げ時に導入することを、27年12月に閣議決定（平成28年度税制改正の大綱）し、酒類と外食を除く食料品と新聞の定期購読料を増税後も税率8%で据え置き、複数税率制度に対応した仕入税額控除の方式として、適格請求書等保存方式（いわゆる「インボイス制度」）を平成33年4月から導入することとした。

図表-3 ドル・円相場と日経平均株価の推移



図表-4 主要税目の税収（一般会計分）の推移



※平成26年度以前は決算額、27年度は予算額。
資料：財務省等

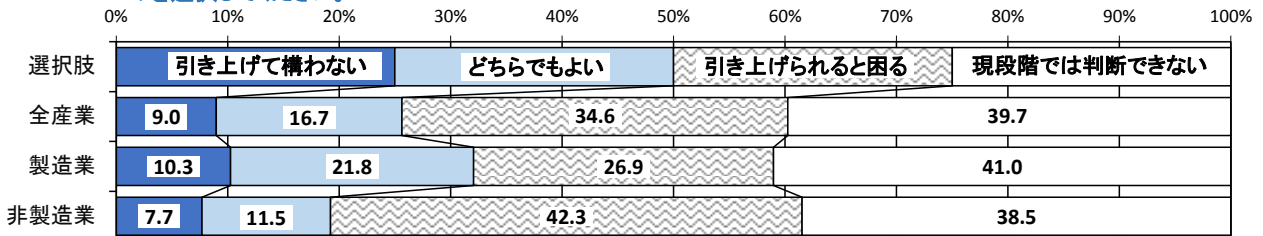
3. 県内企業は、引き上げて構わない 9.0%、困る 34.6%

平成 29 年 4 月の消費税率 10%への引き上げについて、香川県内企業がどのように捉えているか把握するため、百十四経済研究所では 28 年 3 月 7 日から 4 月 4 日にかけてアンケートを実施した。

予定通り来年、消費税率が 10%に引き上げられても構わないかどうか尋ねたところ、合計 25.7%の企業が「引き上げて構わない (9.0%)」、「どちらでもよい (16.7%)」と引き上げを容認しているのに対して、34.6%の企業が「引き上げられると困る」と回答した。また、39.7%の企業が「現段階では判断できない」と、景気の先行きが不透明な中、判断しかねている状況が、調査結果から浮き彫りとなった (図表-5 参照)。なお、アンケートで寄せられた主な自由意見は図表-6 の通りである。

図表-5 消費税率の10%への引き上げについて(回答割合)

Q. 御社は、来年の平成29年4月に、消費税率が10%に引き上げられても構いませんか。次のうち最もあてはまるものを選択してください。



(注) 調査時期は平成28年3月7日～4月4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256社、有効回答率は60.9%(有効回答156社、うち製造業78社、非製造業78社)。

図表-6 消費税率10%への引き上げや自社の対策など、主な自由意見(要約)

現在や将来予想される業績、前回の8%への引き上げによる影響からみて、当社は十分に吸収可能である。しかしながら、最終消費者の購買意欲低下や、便乗値上げなど、不透明な懸念事項はあるので、現時点での判断は難しい。経理処理については前回同様、落ち着くまではかなりの負担増が予想される。【製造業】	5%から8%に増税になった後の売り上げの落ち込みが大きく、回復するまでが大変であった。将来10%になった時のことを想像すると恐ろしい。【製造業】
幸い、菓子、パン等は消費税率引き上げの対象外のため、当社への直接の影響は少ないかもしれないが、増税の国内景気への影響は避けられないだろう。【製造業】	市場縮小(人口減少・高齢化)に加え、低中間所得者層の生活を圧迫する増税に対しては大いに懸念がある。こうした消費者心理を考え、直販チャネルの強化が重要と考える。【製造業】
流通業界の負担増(レジ、システム)がレポート増や値引き増につながるリスク、軽減税率(直接的には影響ないが)による市場の混乱が業界全体に影響を与えるリスクを感じている。【製造業】	販売価格上昇による買い控えが、大なり小なり起こる。【製造業】
食品は軽減税率が適用されるというが、未だ詳細は不明。仮受けと仮払いの会計処理が煩雑になるのは困る。消費者として、消費税率8%据え置きを歓迎する。予定していたことでもあるし、一億総活躍社会実現のための財源が必要だろうけれど、景気の腰折れには警戒している。「引き上げなくても良いのではないか」と思う。将来への不安から消費性向が低くなっている感覚がある。だからといってマイナス金利の時代に貯蓄性向がこれ以上高くなるとは思えない。ダブついたお金は一体どこへ行っているのだろうか。個人金融資産が1,700兆円もある国が税率2%アップに怯えているのも何か変だと思う。【製造業】	消費の二極化に対しては、コモディティはコストカット、高級品は価値訴求、新サービスで対応。今のタイミング(増税)は悪過ぎる。税額は総額表示に。【製造業】
販売価格が上がるため、本音をいうと、増税はしてほしくないが、政策上のことなので仕方がない。当社は外税方式となっているため、問題は発生しないものと考えている。【製造業】	ほぼ100%企業間取引(BtoB)のため、それほど影響はない。【製造業】
	消費増税後の業界全体の落ち込みが心配。【製造業】
	現在の景況感からすると、引き上げは無理ではないか。【製造業】
	法人税を下げしてほしい。【製造業】
	平成27年の国内の新設住宅着工戸数は91万戸となり、一昨年の消費増税後冷え込んだ状態からプラスに転じた。今年も来年の再増税を控えた駆け込み需要期待で95万戸程度が見込まれている。しかし、当然ながら増税後の急激な消費マインドの冷え込みが予想され、マイナス金利の実施による住宅ローン金利の引き下げなどの好材料もあるが、少子高齢化を背景とした60万戸時代への流れは変わらないと判断できる。新築住宅からリノベーション、あるいは非住居分野への取り組みが急務と考えている。【製造業】

生活用品は増税等により、当面の買い控えが懸念されるが、国内情勢等を考慮すれば致し方ない。【製造業】	消費税率引き上げに伴うコンピュータ等の改修費用も必要になってくる。消費が伸び悩んでいる時に、税率が引き上げられると、益々個人消費が落ち込んでしまうと思われる。【卸小売業】
消費増税により、広告物を抑える企業が増えれば売り上げが減少する。【製造業】	消費税率引き上げ後、新築不振に伴う売り上げの減少が予想される。僅か2%のアップとはいえ、消費税率引き上げ後の買い控えが予想されるが、過去の消費税アップ時の経験からいうと、景気に好況感がある時は、立ち直りも早い、不況感のある時は、なかなか買い控えが止まらない。【卸小売業】
現在のデフレ不況は8%消費税導入の時機を誤ったことが一番の原因。もう数年5%で通しておれば、景気上昇で法人税、所得税などの増収により、将来の消費税アップを吸収できたのではないかと結果的に思う。一層のこと、来年は消費税を10%でなく、以前の5%に戻して、国内景気の拡大を図り、乗数効果による景気拡大により、直接税(法人税・所得税)の増収で税収不足をかなりカバーできるはず。今、重要なのは「目の先の10円より、将来の100円」である。【製造業】	当社の経営は厳しくなるが、国の財政状態を考えると致し方ない。【卸小売業】
税率うんぬんより、国を安定させてほしい。明るい要素がない。【製造業】	消費への影響が懸念される。【卸小売業】
販売、仕入れ、共に影響なし。【製造業】	医薬品の公定価格である「薬価」が消費増税に伴い2%のアップになれば問題ないが、医療費削減のため、薬価のアップ幅が1.5%や1.0%や0.5%になる可能性もあり、現状では何ともいえない。【卸小売業】
景気の急激な悪化にいたらぬ様、困らない様な方法、タイミングで実施してほしい。【製造業】	軽減税率商品への事務処理の対応で、政府の指針が不明瞭。【卸小売業】
消費税率が引き上げられることにより、最終消費が落ち込むことが想定され、そうなると当社製品の販売にも影響が出ると考えられる。【製造業】	軽減税率の詳細を確定してほしい。システム等の対応に時間がかかると思われるので。【卸小売業】
メリット・デメリット両方あるが、財政赤字削減の方向に進むことを希望する。今後も動向を注視していきたい。【製造業】	軽減税率の対象となる商品があるので、レジ等での対応が複雑になる。【卸小売業】
一般的にいわれている様に、引き上げを契機に景気が減退するのを懸念している。【製造業】	非常に厳しくなると思っている。3月は駆け込み需要があるかもしれないが、その後は購入意欲が大きく減退すると考えている。実際に効果的な対策は打ちづらく、様子をみながら、主に割り引きの対策をとることになるのではないかと。【卸小売業】
消費税率引き上げに伴う駆け込み需要の一時的な対応と、その後の需要減少の対応が大変である。【製造業】	軽減税率への対応による投資が発生する。税率の引き上げ後、消費の減少、原材料の値上げによる売り上げへの影響が懸念される。【卸小売業】
消費税率引き上げ時期の再考は必要。来年度の経済の動きをみながら。【製造業】	軽減税率の導入については反対する。事務手数が増えることと、商品の線引きがあいまいである。10%より上がる時に、軽減税率よりは給付付き税額控除を導入する方が良い。【卸小売業】
一時的であるが、増税前にストック可能なものがあればストックする。【製造業】	現在の日本の財政状況を考えると、消費増税はやむを得ないことと思うが、軽減税率の導入については反対する。事務手数が増えることと、商品の線引きがあいまいである。10%より上がる時に、軽減税率よりは給付付き税額控除を導入する方が良い。【卸小売業】
総論賛成、各論反対。当社としては見積等での対策は済んでいる。【製造業】	8%増税になって以降、消費の低迷はそのままであり、+2%は地方の小売業にとって大打撃になるであろう。国民の自己防衛(消費を控える)は益々強くなる。【卸小売業】
社会保障費増大に対する財源問題への対処など、税率引き上げ全般に対しては十分理解しているし、増税すべきだと考えている。ただ、軽減税率など複雑な対応はやめてもらいたい。また、このことで、本当に税収が上がるのか、景気後退で法人税などの税収が下がるのか、引き上げ決定前に今一度精査すべきだと思う。【製造業】	消費増税で、国民の財布のひもは固くなり、国内の消費が減り、景気が悪くなる恐れがある。また、消費増税の影響は個人だけではなく会社にも影響する。当社を含めた中小企業の一部は倒産し、失業者が増加する可能性が考えられる。【運輸業】
会計システムの更新など、税率変更に伴い、必要な対応を適時適切に実施する。【建設業】	料金の値上げの可能性があり、それに伴い利用者が減少するのではないかと恐れている。【サービス業】
原材料等の価格上昇により、受注獲得及び収益面で悪影響が心配される。【建設業】	低価格による店舗のため、消費税の1%でも大きく影響する。8%になった時に値上げし、今度10%になると、また値上げなくては行けない。また、持ち帰りの場合は8%に据え置くということで、店内飲食と持ち帰りと同じ商品に価格差が生じる。店内で食べようと思って注文したが、持ち帰りになった場合も価格が変わることになる。【サービス業】
10%に引き上げられると、納付する時、金額が大きくなるため、資金繰りが困難である。小刻みに分けて納付したい。【建設業】	既に対策を打っている。【サービス業】
平成28年4~9月は消費増税前の駆け込み需要が多少はあると見込んでいるが、仮に消費増税が行われなくなると、消費者マインドが冷めてしまう可能性も考えられる。反面、増税後の落ち込みも緩和されるとも考えられる。当社としてはお客様との契約を極力前倒しにするようにしている。【建設業】	軽減税率は実務上無理。【サービス業】
デザイン改良等の高付加価値化で、差別化を図る。【卸小売業】	消費意欲の低下による業績の停滞が懸念される。【サービス業】
各メーカーは来年導入を見据えて、値上げを既に実施している。また、会社のパソコン環境も手配済みで、心配はしていない。但し、3月は駆け込み需要や仕入れがみられるが、その分、4~6月の売り上げに大きく影響するのではないかと心配している。【卸小売業】	現在の国家財政の実情を考えると、消費税10%への引き上げはやむを得ない。税負担の増大対策は社内のなお一層の合理化と原価引き下げの努力を重ねることにより、直接的ダメージを克服したい。【サービス業】
10%への増税が先送りされる可能性が出てきたことが、混乱要因となる。軽減税率の対応もすっきりしない。【卸小売業】	