

消費増税に係る影響調査

—結果概要報告書—

平成26年5月



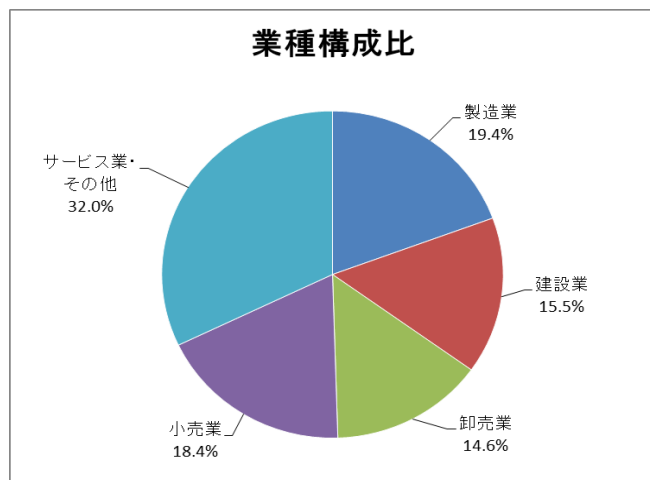
甲府商工会議所

◆調査要領と総括

1. 調査の目的：平成26年4月に消費税が3%増税されたことを受け、増税前の駆け込み需要、増税後の売上、価格転嫁等に関する会員企業の現状を把握するため実施した。
2. 調査実施機関：甲府商工会議所
3. 調査実施時期：平成26年5月14日(水)～21日(水)
4. 調査対象：当所会員313事業所
5. 調査方法：FAX調査
6. 有効回答数：103
7. 有効回答率：32.9%
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	20	19.4%
建設業	16	15.5%
卸売業	15	14.6%
小売業	19	18.4%
サービス業・その他	33	32.0%
合計	103	100.0%



消費税の価格転嫁に関する現状と増税後の状況を把握するため、昨年10月に続き当所会員313事業所を対象として、調査を行った。

本調査の結果、増税前の3月に駆け込み需要で売上が「増加した」と回答したところは全体の41.7%であり、「変わらない」の45.6%を下回り、駆け込み需要の傾向は部分的であることが分かった。また、増税後の売上・利益を増税前と比較すると、47.6%が「減少した」と回答しており、「変わらない」の45.6%、「増加した」の6.8%を上回った。

また増税分を価格転嫁できたかどうかについては、「一律価格転嫁できた」事業所が58.8%と最も多かったが、「価格転嫁できない」も11.8%、「価格転嫁できたものとできていないものがある」も29.4%あった。

価格転嫁の状況について前回、平成25年10月に調査したものと比較してみると、平成25年10月時点において、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」（見込みの）事業所が57.8%であったため、ほぼ昨年10月時点の見通しどおり、増税分を転嫁できていることが分かった。しかし、前回調査に比べて「ほぼ価格転嫁できている」事業所は75.5%から58.8%に16.7ポイントダウンすることになり、現状、「価格転嫁できない（一律据え置いている）」が11.8%、「価格転嫁できたものとできていないものがある」が29.4%あり、合計すると4割強の事業所で増税分の円滑かつ適正な価格転嫁が困難である現状が浮き彫りになった。

◆結果詳細

『Q1. 消費税増税直前（今年3月）に駆け込み需要で前年同期と比較して『売上高』に変化はありましたか。[択一回答]』

● 41. 7%の事業所が「増加した」と回答。

消費税増税直前の3月の売上について尋ねたところ、「変わらない」が45.6%で最も多く、ついで「増加した」が41.7%となった。一方「減少した」事業所も12.6%に上った。

業種別では、とりわけ卸売業において「増加した」という回答が80.0%と高く、ついで建設業で50.0%、製造業で40.0%となったものの、全体としては「変わらない」の45.6%を下回っており、駆け込み需要は部分的な傾向であることが分かった。

『Q2. 4月からの増税後、増税前と比べて貴社の『売上高・利益』に影響はありましたか。[択一回答]』

● 47. 6%の事業所が「減少した」と回答。

消費税率引き上げ後の売上・利益について尋ねたところ、「減少した」が47.6%で最も多く、ついで「変わらない」が45.6%、「増加した」が6.8%となった。

業種別では、とりわけ小売業において「減少した」事業所が68.4%、卸売業で66.7%、建設業で50.0%と半数を超えたが、製造業では35.0%、サービス業・その他は33.3%となり、増税による反動減が比較的少ないことが分かった。

『Q3. 4月からの増税後、『本体価格（税抜価格）』を変更しましたか。[択一回答]』

● 71. 8%の事業所が「据え置いた」と回答。

消費税引き上げ後の本体価格（税抜価格）の変更について尋ねたところ、「据え置いた」が71.8%で最も多く、ついで「値上げした」が23.3%、「値下げした」が4.9%となった。消費者あるいは取引先の価格に対する見方がシビアで、増税を機に販売価格全体を見直す値上げは難しく、7割以上の事業所で本体価格自体は据え置いていることが分かった。

業種別では、卸売業の93.3%、製造業の75.0%が本体価格を「据え置いた」と回答しており、他の業種に比べて割合が高い。

『Q4. 増税分（3%）の価格転嫁について。[択一回答]』

● 価格転嫁できた（一律価格転嫁した）が58. 8%。

消費税率引き上げ分の販売価格への上乗せ（転嫁）について尋ねたところ、「価格転嫁できた」が58.8%で最も多く、ついで「できたものとできないものがある（一部価格転嫁できた）」

が29.4%、次いで「価格転嫁できない（一律据え置いている）」が11.8%となった。前回平成25年10月に調査した際に、消費税率が引き上げられた際は「ほぼ全て転嫁できる」（見込み）と回答した事業所が57.8%であったため、今回の調査でほぼ昨年10月時点の見通しどおり、増税分を転嫁できていることが分かった。しかし、「価格転嫁できたものとできていないものがある」が29.4%、「価格転嫁できない（一律据え置いている）」も11.8%あり、合計すると4割強の事業所で増税分の価格転嫁に苦慮していることが分かった。また、先般中小企業庁が行った全国調査によると一部あるいは全く転嫁できていないと回答した事業者は24.3%となっており、会員企業の多くは全国平均と比較しても価格転嫁が厳しい状況といえる。

業種別では、「一律価格転嫁できた」が、製造業では75.0%、卸売業で66.7%、小売業で57.9%、サービス業・その他の業種が53.1%、建設業で43.8%となり、1位の製造業と建設業とは30ポイント以上の開きがあり、増税分の適正な転嫁は業種によって対応にばらつきがあることが分かった。

Q5. Q4. で『できたものとできないものがある』と回答した方にお尋ねします。価格転嫁できたものの割合はどれくらいですか。[択一回答]

● 『約7割～9割以上価格転嫁できた』が45.2%で最も多い

価格転嫁できたものの割合は『約7割～9割以上』が45.2%、ついで『1割未満～約3割』が29.0%、『約4割～6割』が25.8%だった。業種別にみるとQ4で一律価格転嫁できたと回答する率の高かった、製造業、卸売業では『約7割～9割以上』を回答する割合も高く（ともに75.0%）、一律価格転嫁できたとする割合の少なかった建設業では、『1割未満～約3割』が42.9%と円滑に価格転嫁ができない現状を示す結果となった。

Q6. 増税分（3%）の価格転嫁についてQ4. のように対応したのはなぜですか。[複数回答可]

● 『利益確保のため』が46.0%で最も多い

増税分の価格転嫁に値上げ、据え置き、一部据え置き等の対応をした理由については、『利益確保のため』が46.0%、『その他』が24.1%、『コストアップに対応するため』が20.7%、『取引先からの要請』が14.9%、『低価格ニーズに対応するため』は13.8%であった。また、『他に値ごろ感のある商品を用意しているため』は2.3%と最も少なかった。これを見ると、取引先や消費者の反応よりも、増税後の利益確保を勘案して、自主的に価格を決定する内容に回答が集まっている傾向のようであった。各業種とも『利益確保のため』が価格決定の理由として最も多いが、建設業では1位と同率で『取引先からの要請』が41.7%、製造業は次いで22.2%と高く、発注先に価格決定権がある現状が読み取れた。また、小売業では『低価格ニーズに対応するため』が2番目に多く（22.2%）、消費者のシビアな反応を考慮して価格を決定している様子が推測された。以上

<添付資料>

○『消費増税に係る影響調査』結果（業種別）集計表

『Q1. 消費税増税直前（今年3月）に駆け込み需要で前年同期と比較して『売上高』に変化はありましたか。[択一回答]』

（網かけは上位1位、単位：％）

	全業種	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業・その他
増加した	41.7	40.0	50.0	80.0	31.6	27.3
減少した	12.6	5.0	12.5	13.3	31.6	6.1
変わらない	45.6	55.0	37.5	6.7	36.8	66.7

『Q2. 4月からの増税後、増税前と比べて貴社の『売上高・利益』に影響はありましたか。[択一回答]』

（網かけは上位1位、単位：％）

	全業種	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業・その他
増加した	6.8	10.0	6.3	6.7	5.3	6.1
減少した	47.6	35.0	50.0	66.7	68.4	33.3
変わらない	45.6	55.0	43.8	26.7	26.3	60.6

『Q3. 4月からの増税後、『本体価格（税抜価格）』を変更しましたか。[択一回答]』

（網かけは上位1位、単位：％）

	全業種	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業・その他
値上げした商品がある	23.3	20.0	31.3	6.7	21.1	30.3
値下げした商品がある	4.9	5.0	-	-	21.1	-
据え置いた	71.8	75.0	68.8	93.3	57.9	69.7

『Q4. 増税分（3％）の価格転嫁について。[択一回答]』

（網かけは上位1位、単位：％）

	全業種	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業・その他
一律価格転嫁できた	58.8	75.0	43.8	66.7	57.9	53.1
一律据え置いている	11.8	10.0	12.5	6.7	15.8	12.5
価格転嫁できたもの、できないものがある	29.4	15.0	43.8	26.7	26.3	34.4

『Q5. Q4. で③と回答した方にお尋ねします。価格転嫁できたものの割合はどれくらいですか。[択一回答]』

(網かけは上位1位、単位：%)

	全業種	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業・その他
1割未満～約3割	29.0	25.0	42.9	-	50.0	20.0
約4割～6割	25.8	-	28.6	25.0	33.3	30.0
約7割～9割以上	45.2	75.0	28.6	75.0	16.7	50.0

『Q6. 増税分(3%)の価格転嫁についてQ4. のように対応したのはなぜですか。[複数回答可]』

(網かけは上位1位、単位：%)

	全業種	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業・その他
利益確保のため	46.0	50.0	41.7	38.5	50.0	46.2
コストアップに対応する為	20.7	16.7	33.3	7.7	11.1	30.8
他に値ごろ感のある商品を用意している為	2.3	-	-	-	5.6	3.8
経費削減で対応できる為	4.6	-	-	-	11.1	7.7
取引先からの要請があった為	14.9	22.2	41.7	-	5.6	11.5
低価格ニーズに対応する為	13.8	11.1	8.3	7.7	22.2	15.4
その他 ※	24.1	16.7	-	53.8	22.2	26.9

その他の記入回答内容

- ※ 適正に転嫁をただけだが、価格転嫁できなければ膨大な赤字が発生する。
- ※ 自動車取得税が引き下げられたおかげで、価格転嫁はしやすかった。
- ※ 商談は基本的に本体価格で行っているので価格転嫁は難なくできた。
- ※ 増税は取引先にも理解してもらえた。
- ※ 負担すべき義務のあるものだから、転嫁は当然。
- ※ 定価が決まっているので、転嫁に難は無かった。
- ※ 取引先に行政官庁が多いため一律価格転嫁できた。
- ※ 税と商品価格は別物だから価格転嫁は当然。

【自由記入欄】

製造業

- ・ 3%増税を価格で据え置くことは無理。
- ・ 原価も上がっているが、売上増でカバーできると思う。

建設業

- ・ 増税より職人不足で工事価格が変動してしまう。

卸売業

- ・ 売上が減少しているのでしんどい。

小売業

- ・ 消費税なんてもともと反対。
- ・ 4月以降の新車売れ行き反動減が心配。
- ・ 景気が悪くなった。

サービス業・その他

- ・ 低価格競争のなか価格転嫁など到底無理。増税で一層経営難に陥る。
- ・ 取引先にも理解があり何のトラブルもなかった。4月1日をまたがるものは協議して解決した。
- ・ 国民に痛みを強いて政治家たちはどうなのかと思う。納めた税金はしっかり使ってもらいたい。