

IV 特別調査

【調査項目】

今回の特別調査は、2019年10月に予定されている消費税率の引き上げについて、予想される影響や企業の対応策の状況を調査した。

増税にあたっては、食料品等に消費税率を据え置く「軽減税率」が導入される見込みであり、軽減税率への準備状況についても調査した。

また、取引先金融機関の貸出姿勢についても経年項目として調査を実施した。

【調査結果概要】

1 消費税率の引き上げについて

- 消費税率引き上げ後の影響については、「利益の減少」(44.8%)が最も多く、次いで「売上げの減少」(44.6%)、「売上げを維持するための価格競争の激化」(27.6%)の順となった。(複数回答)

■ 増税後の影響 (主なもの)	※複数回答
「利益の減少」	44.8%
「売上げの減少」	44.6%
「売上げを維持するための価格競争の激化」	27.6%

- 消費増税への対策として取り組んでいる (または取り組む予定の) 内容については、「経費削減の強化」(37.2%)、「特になし」(29.3%)、「仕入れコストの削減」(21.8%)の順となった。(複数回答)

■ 対応策 (主なもの)	※複数回答
「経費削減の強化」	37.2%
「特になし」	29.3%
「仕入れコストの削減」	21.8%

- 軽減税率への準備について聞いたところ、「準備していない」が50.5%と最も多く、次いで「準備が必要か把握していない」(25.0%)、「これから準備する予定」(18.6%)、「準備している」(5.8%)の順となった。

- 軽減税率への対策として取り組んでいる (または取り組む予定の) 内容については、「特になし」(51.3%)、「経理事務の見直し」(20.7%)、「情報収集や制度の理解 (従業員含む)」(19.5%)の順となった。(複数回答)

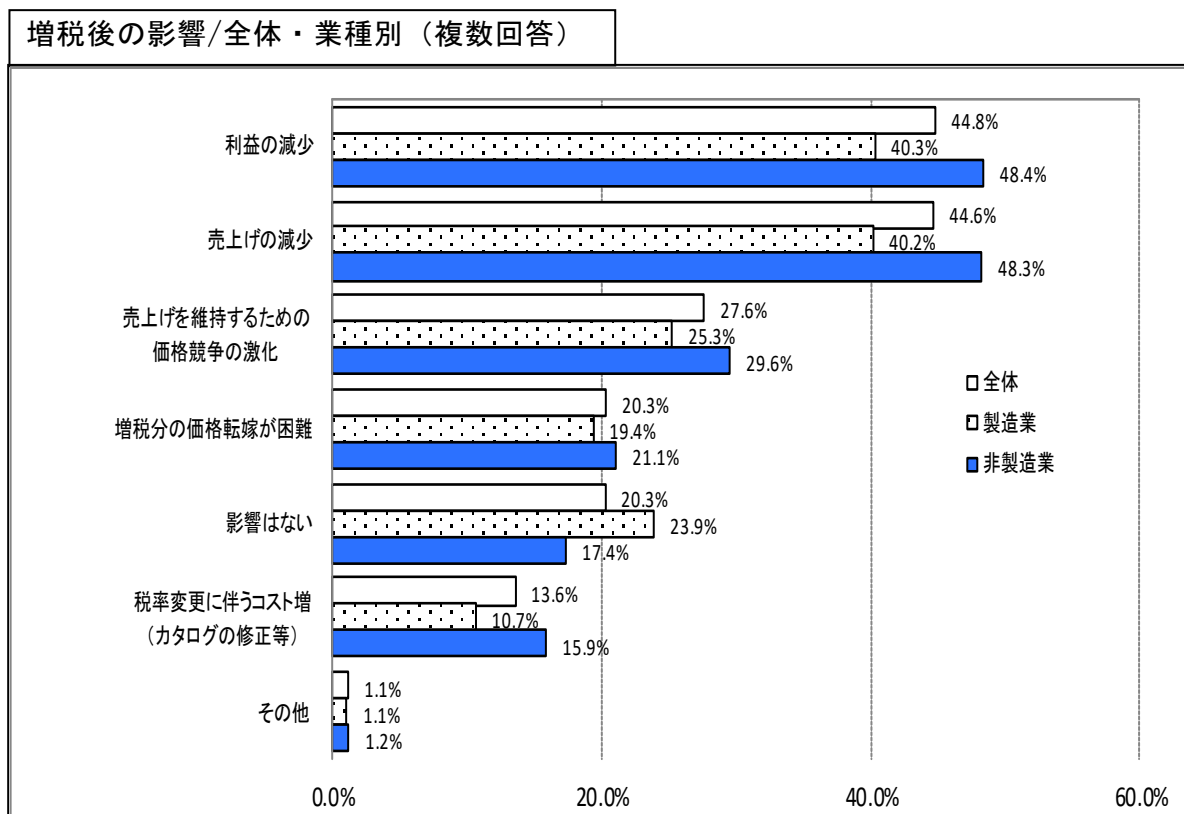
2 取引先金融機関の貸出姿勢について

- 全体では、85.2%の企業が「ほとんど変わらない」とするなか、「緩やかになった」は5.2%で、前回調査 (平成29年10~12月期) より4.4ポイント減少した。
また、「厳しくなった」は9.5%で、前回調査より3.9ポイント増加した。

1 2019年10月に予定されている消費税率の引き上げについて

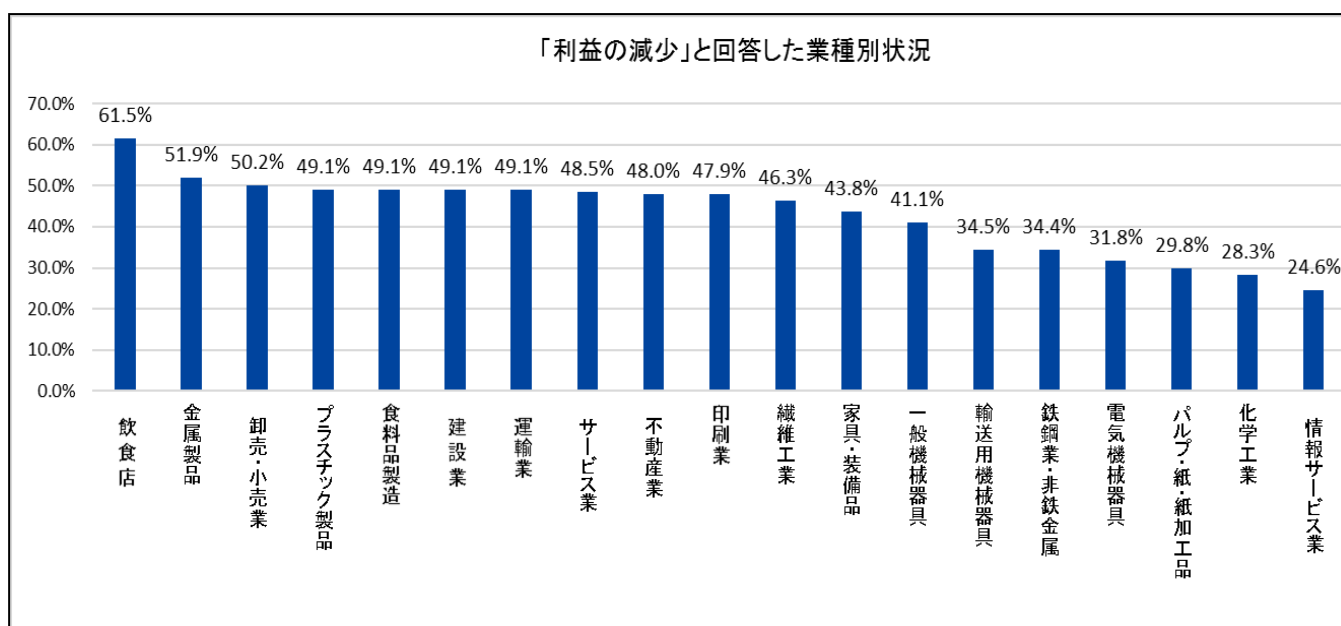
(1) 消費税率引き上げ後の影響をどのように考えているか（複数回答）

○消費税率引き上げ後の影響について聞いたところ、「利益の減少」（44.8%）、「売上げの減少」（44.6%）が上位に位置し、次いで「売上げを維持するための価格競争の激化」（27.6%）となった。



○「利益の減少」は、製造業、非製造業とも最も回答割合が高かった。

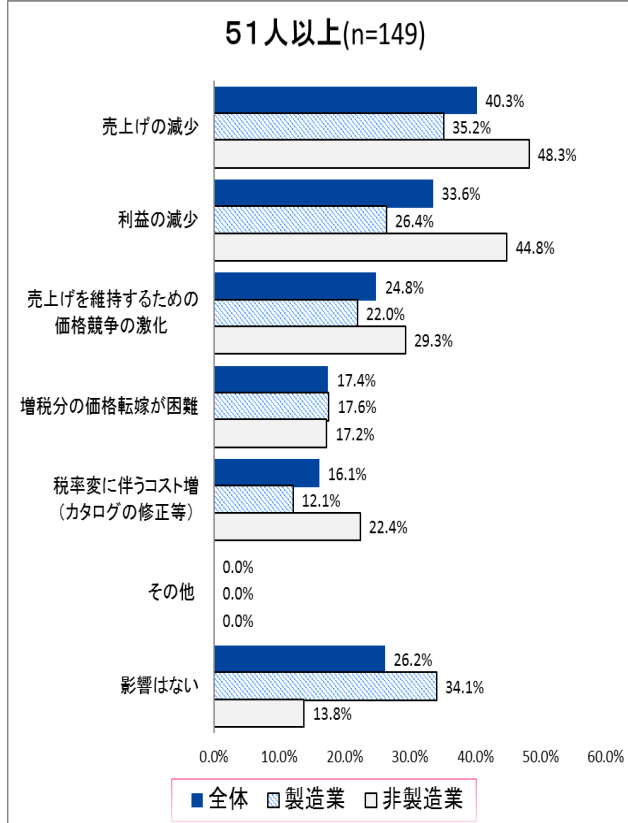
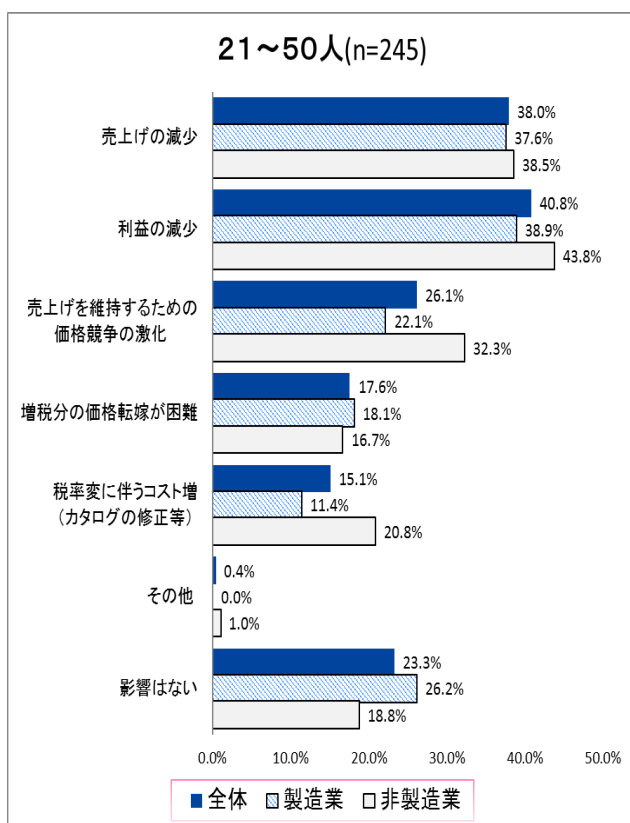
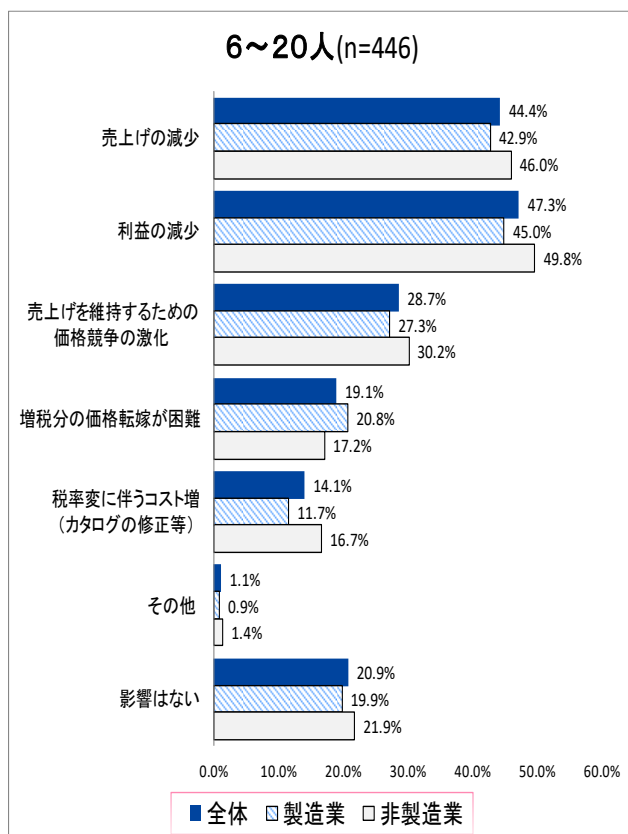
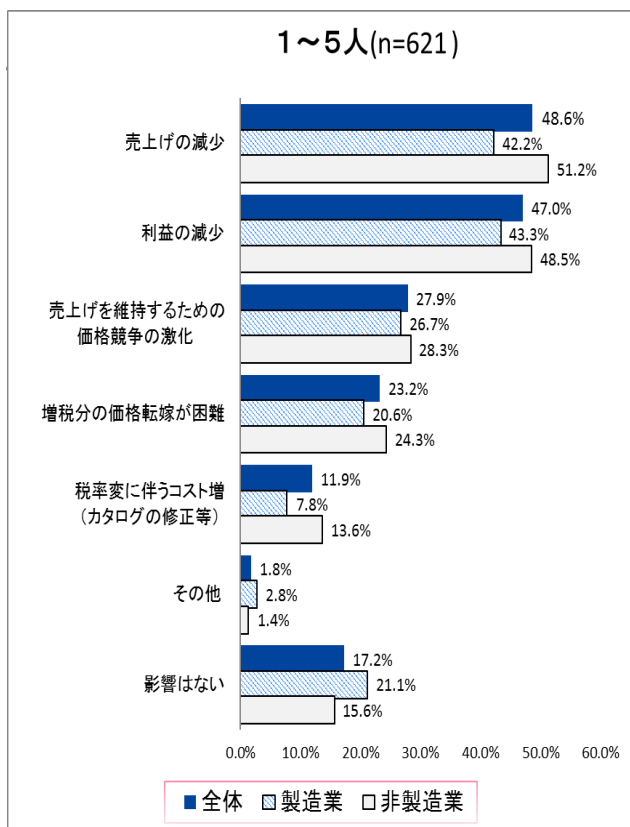
「利益の減少」と回答した企業の業種をみると、製造業では「金属製品」、「プラスチック製品」、「食料品製造」で回答割合が高く、非製造業では「飲食店」、「卸売・小売業」で半数を超えた。



○規模別でみた増税の影響（複数回答）

どの従業員規模においても、「利益の減少」と「売上の減少」の回答割合は製造業よりも非製造業のほうが高かった。

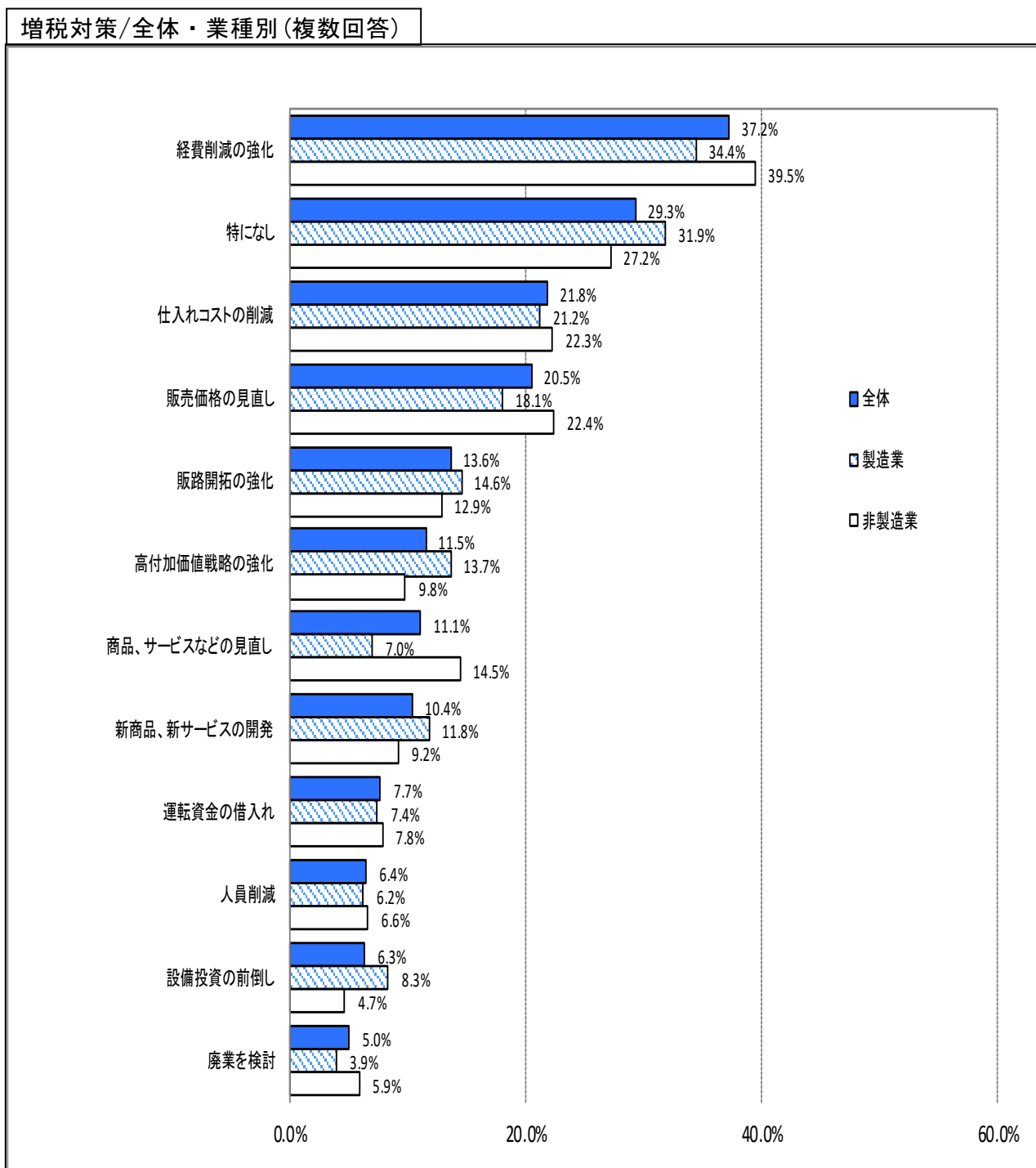
また、「利益の減少」と回答した製造業のうち、51人以上の規模の回答割合は、26.4%であるが、1～5人、6～20人の規模ではいずれも40%を超えており、規模によって差が出ている。非製造業では、どの規模でも「利益の減少」の回答割合は、40%を超えている



(2) 消費増税への対策として取り組んでいる（または取り組む予定の）内容について
（複数回答）

○消費増税への対策として取り組んでいる（または取り組む予定の）内容について聞いたところ、「経費削減の強化」が37.2%と最も回答割合が高く、次いで「特になし」（29.3%）、「仕入れコストの削減」（21.8%）の順となった。

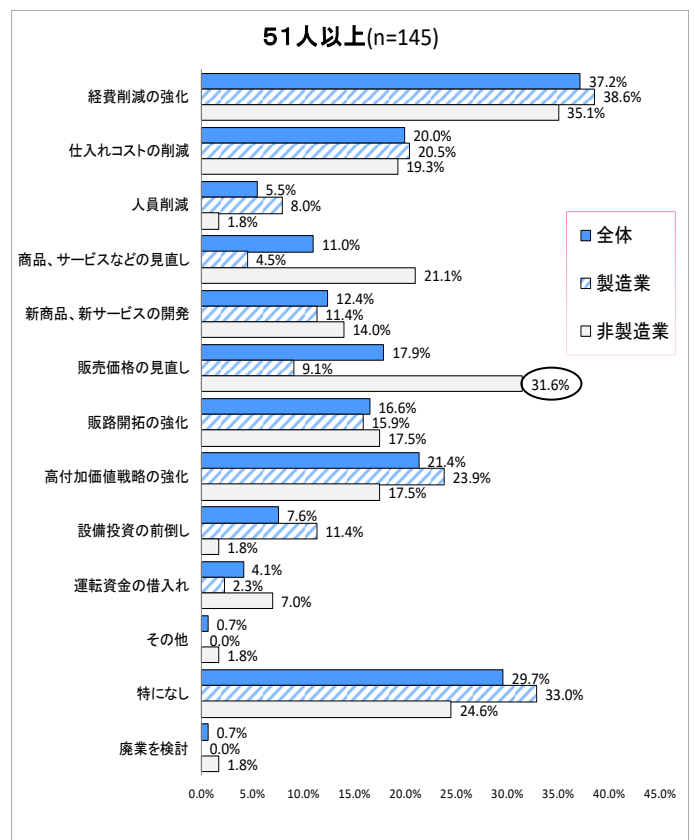
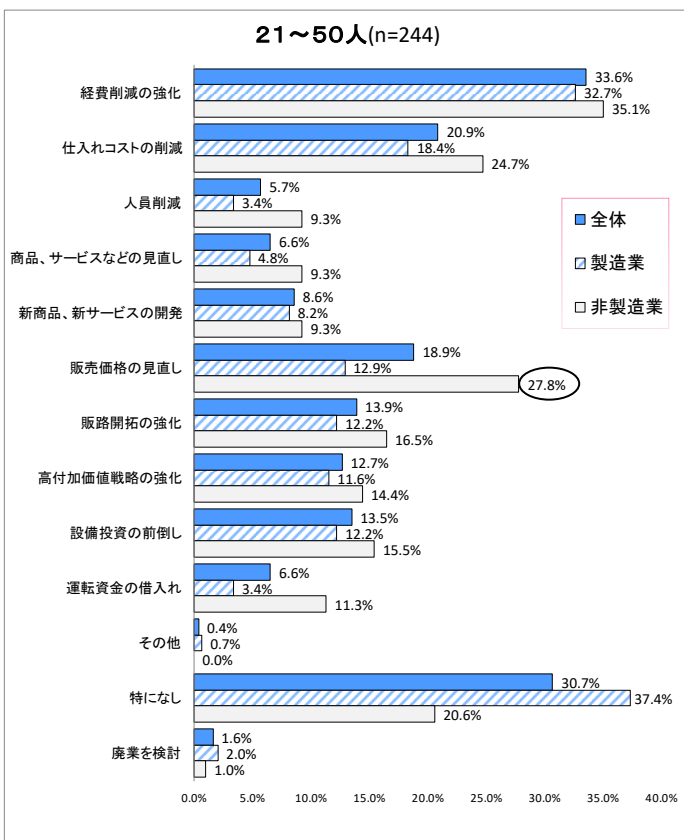
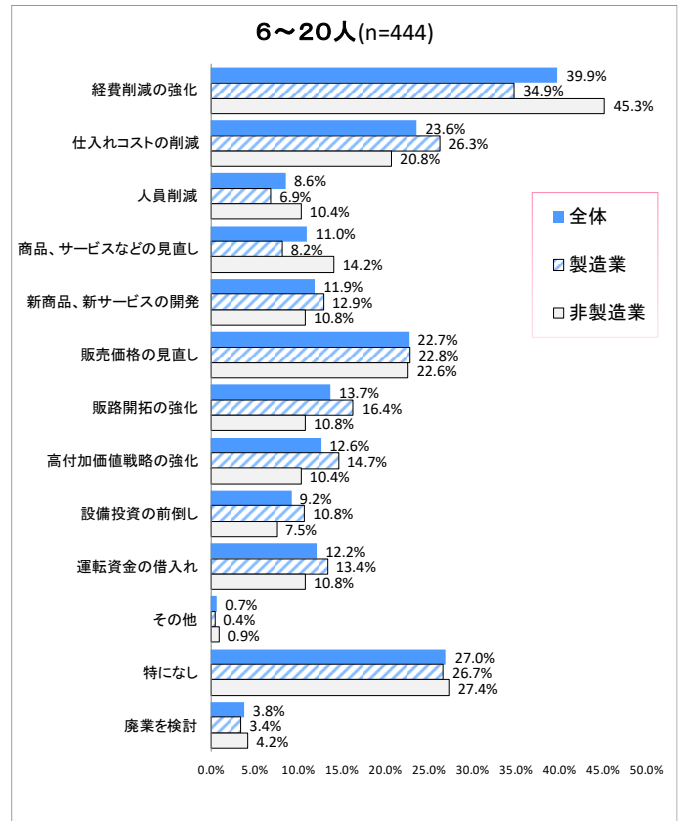
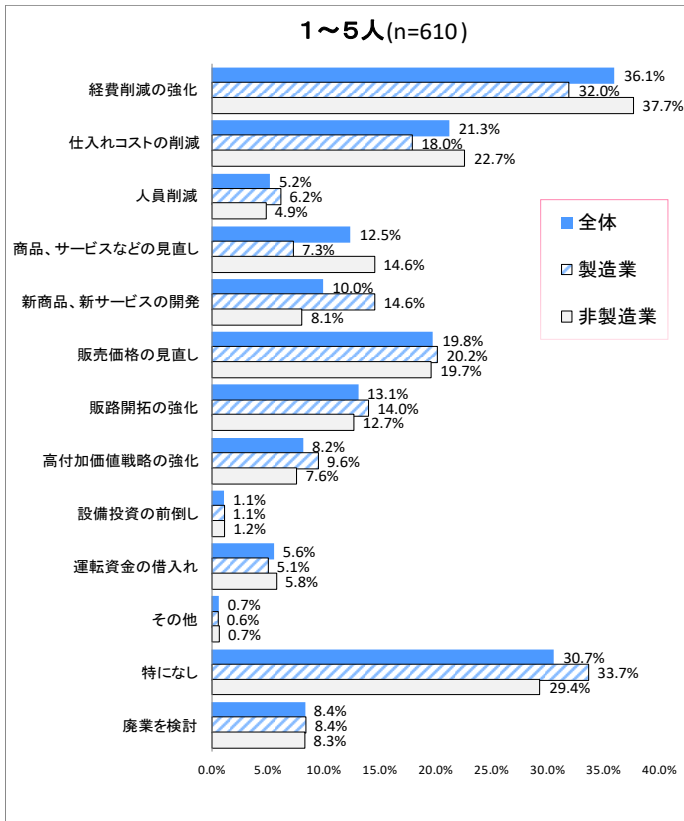
業種別でみると、製造業、非製造業ともに、「経費削減の強化」が上位となっている。「経費削減の強化」や「販売価格の見直し」、「商品、サービスなどの見直し」については、製造業より非製造業のほうが回答割合が高い。



○規模別でみた消費増税への対策（複数回答）

全体では、どの規模でも「経費削減の強化」、「特になし」が上位となっている。

21～50人、51人以上の規模の非製造業では「販売価格の見直し」の回答割合が他の規模より高くなっている。

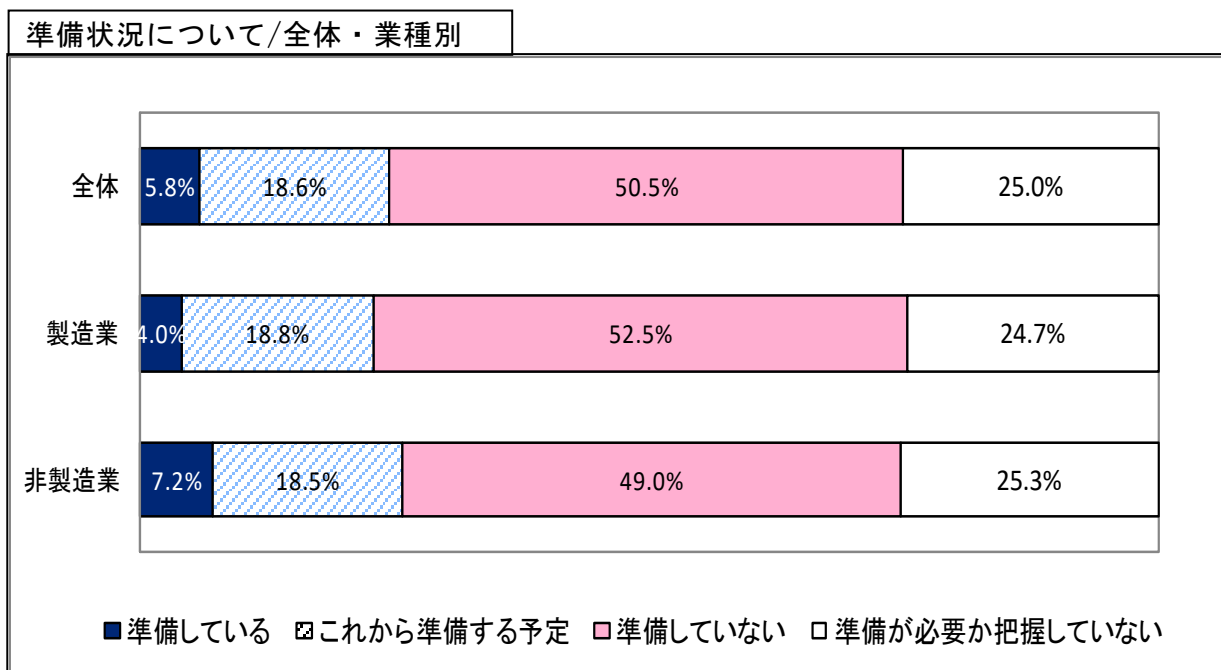


(3) 軽減税率への準備状況について

※今回の消費増税では、「酒類・外食をのぞく飲食料品」および「週2回以上発行される新聞（定期購読契約に基づくもの）」を対象に軽減税率が導入される予定である。

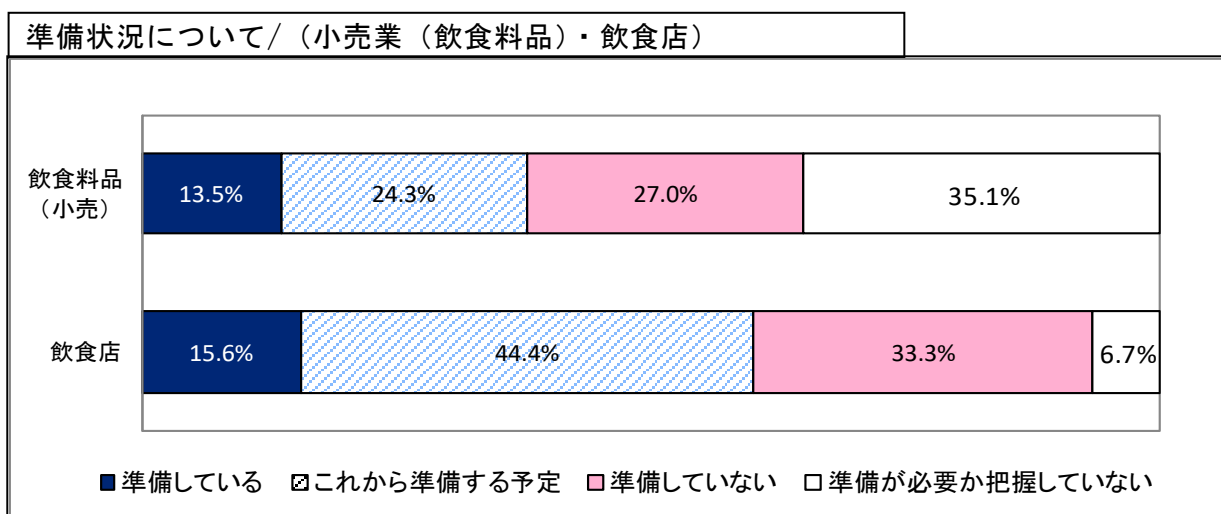
軽減税率制度は、軽減税率の対象品目を扱う業種だけでなく、物品購入に伴う経理事務はすべての業種に関係することになる。

○軽減税率への準備状況については、「準備していない」（50.5%）が最も多く、「準備している」と回答した企業は、5.8%、「準備が必要か把握していない」と回答した企業も25.0%あった。



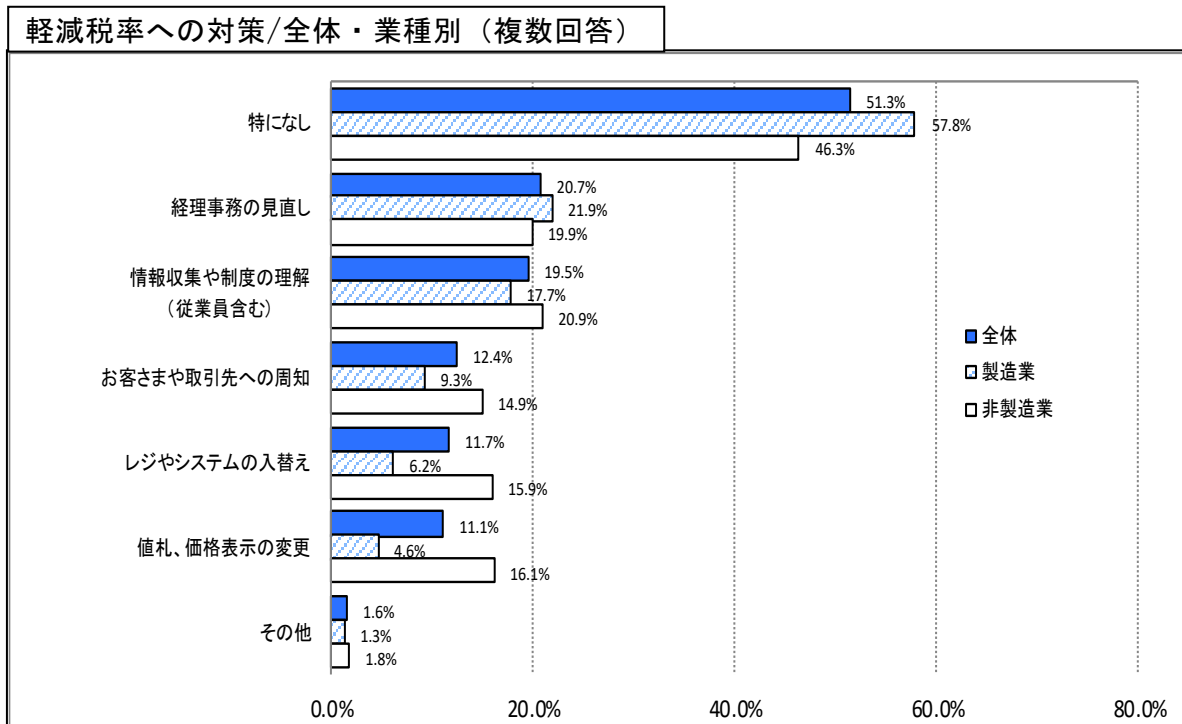
○飲食料品を扱う小売業と飲食店では、他の業種よりも「準備している」、「これから準備する予定」の回答割合が高かった。

しかし、飲食料品を扱う小売業では、「準備が必要か把握していない」との回答が35.1%と最も高かった。



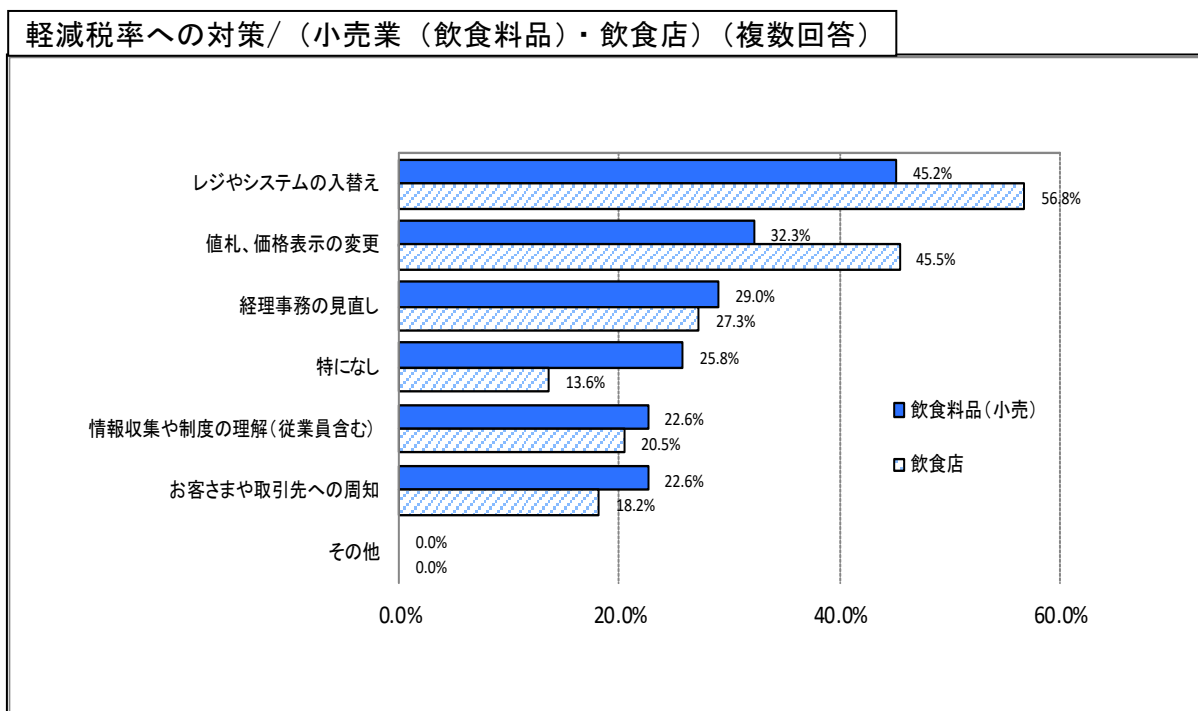
(4) 軽減税率への対策として取り組んでいる（または取り組む予定の）内容について（複数回答）

○軽減税率への対策として取り組んでいる（または取り組む予定の）内容について聞いたところ、「特になし」が51.3%と最も多く、次いで「経理事務の見直し」（20.7%）「情報収集や制度の理解（従業員含む）」（19.5%）の順となった。



○飲食料品を扱う小売業と飲食店では、他の業種よりも「レジやシステムの入替え」、「値札、価格表示の変更」の回答割合が高かった。

飲食店では、「レジやシステムの入替え」が半数を超えていた。



* 参考 * ヒアリング企業の声

○消費税率引き上げ後の影響について

- ・ B to B が主業のため、消費税の影響はあまりないとする（食料品製造）
- ・ 増税分の価格転嫁ができるか少し懸念している（印刷業）
- ・ 駆け込み需要と反動減が心配である。駆け込み対応はコストが増えるし、反動減でも固定費は変わらずかかる（プラスチック製品）
- ・ 受注に影響はないと考えているが、増税で消費が冷え込むと影響が出るかもしれない（鋳鉄鋳物）
- ・ 直接的な影響はないが、増税による景気の減速を懸念している（金属製品）
- ・ 消費増税から受注の減少に転じ、これに伴って価格競争の激化が懸念される（金属製品）
- ・ 消費税については、分割納付による前払い分が増加して、資金繰りに若干影響が出るかもしれない（金属製品）
- ・ 家電、車の売上減など、間接的な影響があると見込まれる（電気機械器具）
- ・ 最終製品の買い控えの影響が心配である（輸送用機械器具）
- ・ 8%への増税時も影響は特になく、今回も同様にみている（一般機械器具）
- ・ 消費増税によって、受注は調整局面に突入するとみている（一般機械器具）
- ・ 消費増税によって、個人住宅の新築案件は減少するとみている（建設業）
- ・ 売上げについては、駆け込み需要と反動減をならして見ても、やや減少するのではないか（百貨店）
- ・ 消費が冷え込むだろう（スーパー）
- ・ 客離れを考えると、ランチの値上げを躊躇してしまう（商店街）
- ・ 軽減税率やキャッシュレスのポイント還元など混乱を招くのではないか（商店街）
- ・ 旅行は削減しやすいことから、増税後は売上げ減少を覚悟している（旅行業）

○消費増税への対策として取り組んでいる（または取り組む予定の）内容について

- ・ 経費削減に努め、価格競争力を維持していく（食料品製造）
- ・ 設備投資の前倒しも少し検討している（印刷業）
- ・ 増税前に原材料を調達して製品在庫をつくりおきしておきたい（プラスチック製品）
- ・ 経理処理については、今後税理士と相談していく（鋳鉄鋳物）
- ・ 経費や仕入れコストなどの支出を削っていくしかないとする（金属製品）
- ・ 調整局面を想定して、遊休ラインを活用できる新製品の販売等に注力していく（一般機械器具）
- ・ 個人住宅向けに、お買い得感のある販売価格の設定を検討している（建設業）
- ・ 新部門を設置して、販路開拓を強化していく（建設業）
- ・ 増税前に高価格品等の販促を強化する予定である（百貨店）
- ・ 大手にはできない販路拡大を検討している（スーパー）
- ・ 廉価商品だけでなく、「少し良い物」の品揃えを強化し、団塊の世代のニーズを引き出していきたい（スーパー）
- ・ コスト削減も限界にきているが、品質や量をおとして提供するのも躊躇している。今回の増税を機に値上げも検討している（商店街）
- ・ 原材料や包材価格も上がっているが簡単には値上げできない（商店街）
- ・ 経費削減に努めて価格競争力を維持する一方、企画力の向上を図り商品自体を充実させていく（旅行業）

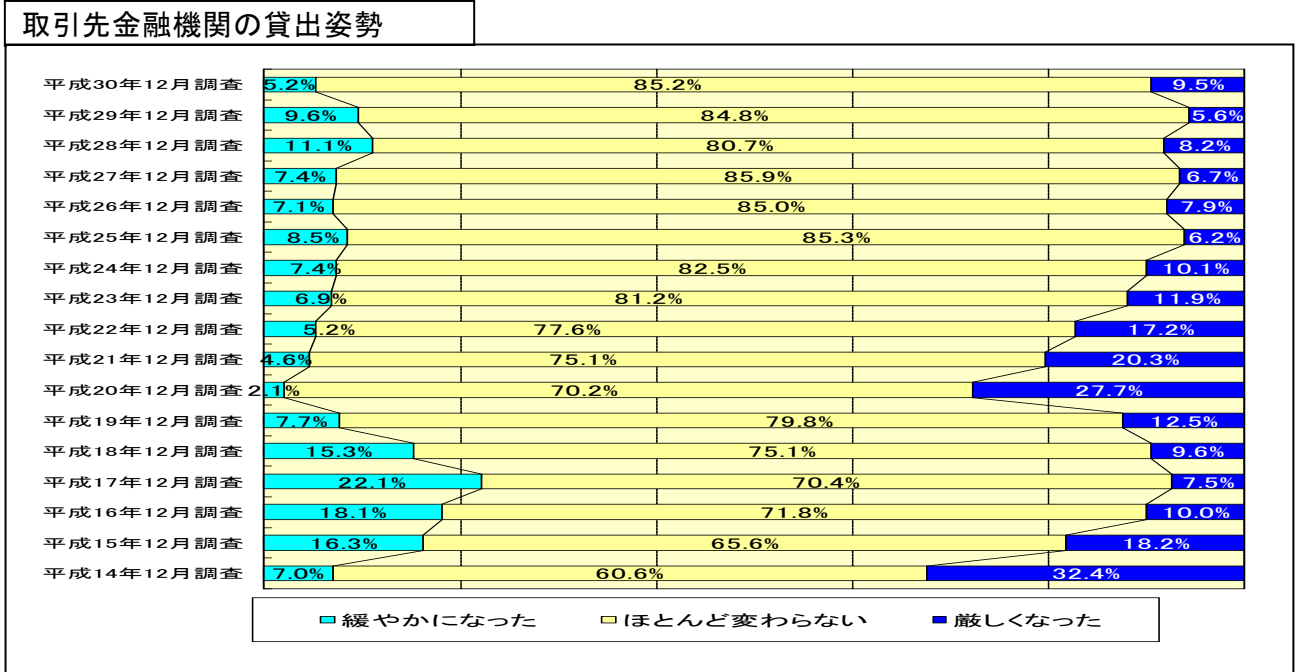
○軽減税率制度について

- ・ 大掛かりなシステム変更はなさそうである（百貨店）
- ・ 他社動向に注視しながら準備する予定である（百貨店）
- ・ 現段階では、まだ動けない（スーパー）
- ・ レジのバージョンアップを検討している（スーパー）

2 取引先金融機関の貸出姿勢について

(1) 1年前と比べた現在の取引先金融機関の貸出姿勢について

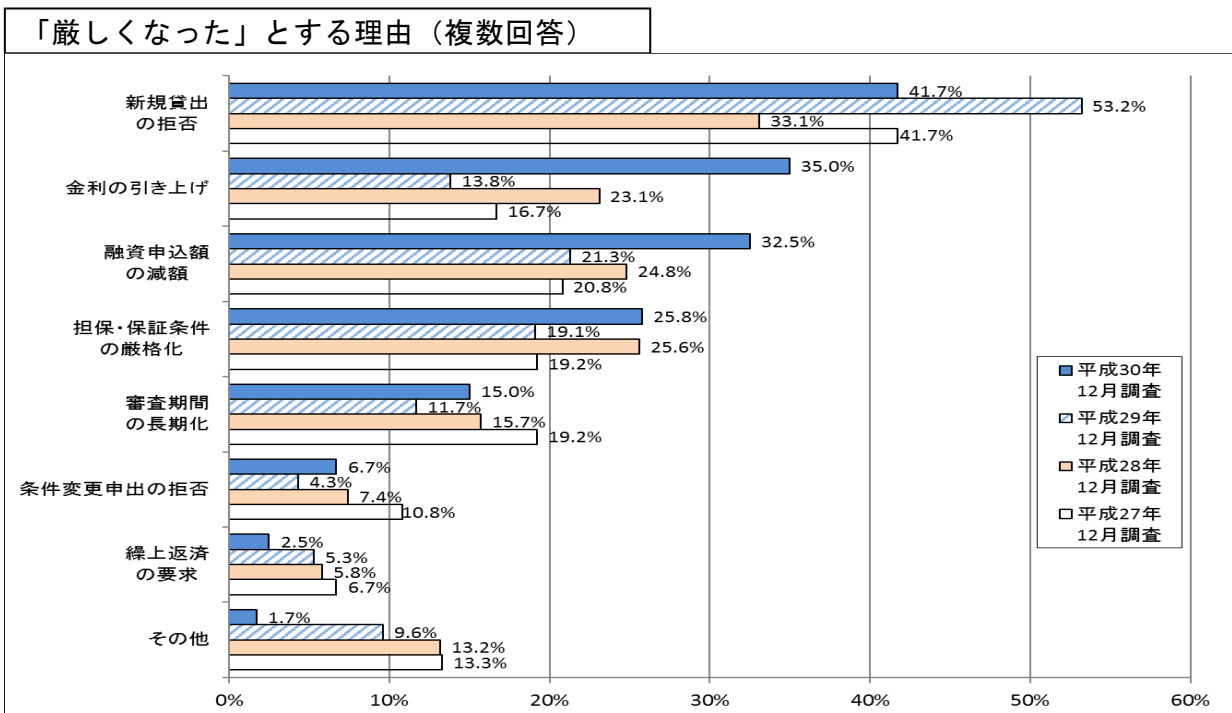
○全体では、85.2%の企業が「ほとんど変わらない」とするなか、「緩やかになった」は5.2%で、前回調査（平成29年10～12月期）より4.4ポイント減少した。また、「厳しくなった」は9.5%で、前回調査より3.9ポイント増加した。



(2) 貸出姿勢が「厳しくなった」とする理由（複数回答）

(1) で、貸出姿勢が「厳しくなった」と回答した企業にその理由を聞いたところ、「新規貸出の拒否」(41.7%)が最も多く、次いで「金利の引き上げ」(35.0%)、「融資申込額の減額」(32.5%)の順であった。

前回調査と比べて「新規貸出の拒否」は11.5ポイント減少したが、「金利の引き上げ」は21.2ポイント、「融資申込額の減額」は11.2ポイント、それぞれ増加した。



【特別調査 結果一覧】

1 2019年10月に予定されている消費税率の引き上げについて

(1) 消費税率引き上げ後の影響をどのように考えているか (複数回答)			
1 売上げの減少	44.6%		
2 利益の減少	44.8%		
3 売上げを維持するための価格競争の激化	27.6%		
4 増税分の価格転嫁が困難	20.3%		
5 税率変更に伴うコスト増 (カタログの修正等)	13.6%		
6 その他	1.1%		
7 影響はない	20.3%		
(2) 消費増税への対策として取り組んでいる (または取り組む予定の) 内容 (複数回答)			
1 経費削減の強化	37.2%		
2 仕入れコストの削減	21.8%		
3 人員削減	6.4%		
4 商品、サービスなどの見直し	11.1%		
5 新商品、新サービスの開発	10.4%		
6 販売価格の見直し	20.5%		
7 販路開拓の強化	13.6%		
8 高付加価値戦略の強化	11.5%		
9 設備投資の前倒し	6.3%		
10 運転資金の借入れ	7.7%		
11 その他	0.6%		
12 特になし	29.3%		
13 廃業を検討	5.0%		
(3) 軽減税率への準備状況について			
1 準備している	5.8%	2 準備していない	50.5%
3 これから準備する予定	18.6%	4 準備が必要かまだ把握していない	25.0%
(4) 軽減税率への対策として取り組んでいる (または取り組む予定の) 内容 (複数回答)			
1 値札、価格表示の変更	11.1%		
2 情報収集や制度の理解 (従業員含む)	19.5%		
3 レジやシステムの入替え	11.7%		
4 お客さまや取引先への周知	12.4%		
5 経理事務の見直し	20.7%		
6 その他	1.6%		
7 特になし	51.3%		

2 取引先金融機関の貸出姿勢について

(1) 取引先金融機関の貸出姿勢について					
厳しくなった	9.5%	ほとんど変わらない	85.2%	緩やかになった	5.2%
(2) 「厳しくなった」と考える理由について ((1) で「厳しくなった」と回答した企業) (複数回答)					
1 金利の引き上げ	35.0%				
2 新規貸出しの拒否	41.7%				
3 融資申込額の減額	32.5%				
4 繰上返済の要求	2.5%				
5 担保・保証条件の厳格化	25.8%				
6 審査期間の長期化	15.0%				
7 条件変更申出の拒否	6.7%				
8 その他	1.7%				