

# News Release

公益財団法人 埼玉りそな産業経済振興財団

理事長 渡辺 拓治

〒330-0063 さいたま市浦和区高砂2-9-15  
TEL:048-824-1475 FAX:048-824-7821

No. 51-188

平成26年11月13日

## 1/4以上の企業で7～9月期も反動減の影響続く

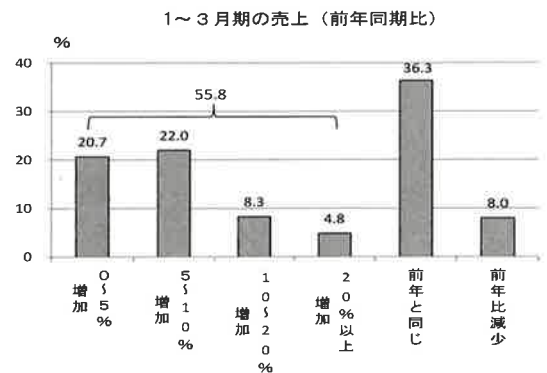
——消費増税の影響および税率再引き上げについてのアンケート調査——

消費増税の影響および税率再引き上げについて県内企業に対してアンケート調査を実施した（10月中旬実施。対象企業1,010社、回答企業317社、回答率31.4%）。

### 消費増税による駆け込み需要

駆け込み需要の影響があると考えられる1～3月期の売上げについては、前年同期比「0～5%増加」とするところが20.7%、同「5～10%増加」22.0%、同「10～20%増加」8.3%、同「20%以上増加」4.8%となった。

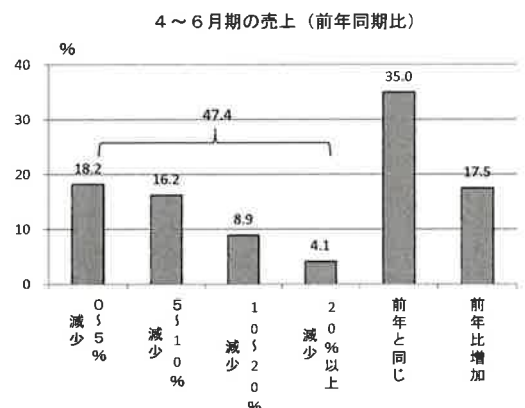
増加とするところは合わせて55.8%、うち5%以上増加とするところは合わせて35.1%となっており、一定の駆け込み需要があったことがうかがえる。一方、「前年と同じ」36.3%、「前年比減少」8.0%とするところは合わせて44.3%であった。



### 消費増税による駆け込み需要の反動減

駆け込み需要の反動減の影響があると考えられる4～6月期の売上については、前年同期比「0～5%減少」とするところが18.2%、同「5～10%減少」16.2%、同「10～20%減少」8.9%、同「20%以上減少」4.1%となった。

減少とするところは合わせて47.4%、うち5%以上減少とするところは合わせて29.2%となった。一方、「前年と同じ」35.0%、「前年比増加」17.5%と合わせ52.5%、半数以上で「減少」がみられなかったとしている。これからすると反動減はあったものの、駆け込み需要に比べ影響があったところは若干ながら少なくなっている。



### 7～9月期の売上について

7～9月期の売上について消費増税による反動減の影響をたずねたところ、「消費増税後の反動減はなかった」とするところが52.9%、「反動減はあったが7～9月期には収束した」18.3%、「7～9月期も反動減が続いている」26.0%となった。

反動減がなかったとするところが過半を占めるが、反動減があったところでは多くの企業で7～9月期も続いているとしている。

7～9月期の売上（消費増税による影響） 単位：%

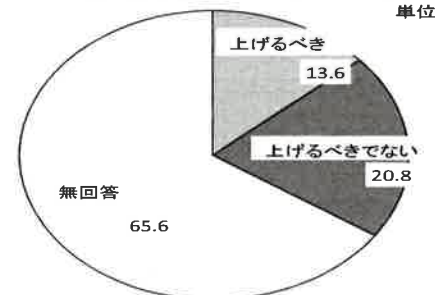
消費増税後の反動減はなかった	52.9
反動減はあったが7～9月期には収束した	18.3
7～9月期も反動減が続いている	26.0
その他	2.9

### 来年の消費税率再引き上げについて

本年末までに来年10月に消費税率を10%へ引き上げるかどうか半断するとされている。現時点（10月中旬）で予定通り引き上げるべきかをたずねたところ、「上げるべき」が13.6%、「上げるべきでない」が20.8%、無回答が65.6%となった。

無回答が6割以上を占めており、現時点での判断が難しいことがうかがえるが、「上げるべきでない」が「上げるべき」を上回っており、どちらかというところ、来年度の消費税率引き上げは行わずにすべきでないとするところが多かった。

消費税率を予定通り上げるべきか 単位：%



(照会先 吉嶺)

## 消費増税の影響および税率再引き上げについて

消費増税の影響および税率再引き上げについて、県内企業へのアンケート調査を実施した（対象企業1,010社、回答企業数317社、回答率31.4%）。

### （1）消費増税後の価格設定について

本年4月に消費税率の引き上げが実施された。これに伴う価格設定についてたずねたところ、「一律3%引き上げた」とする企業が74.5%で最も多く、次いで「一律3%ではないが引き上げた」15.6%、「すべて据え置いた」5.7%、「3%以上引き上げたものもあり、商品によりメリハリをつけた」4.1%となった。

業種別にみても、「一律3%引き上げた」とする企業が製造業で76.5%、非製造業で73.3%となっており業種別で大きな差はみられない。今回の消費増税にあたっては、約3/4と多くの企業で増税分をそのまま価格に反映させている。

消費増税後の価格設定

単位：%

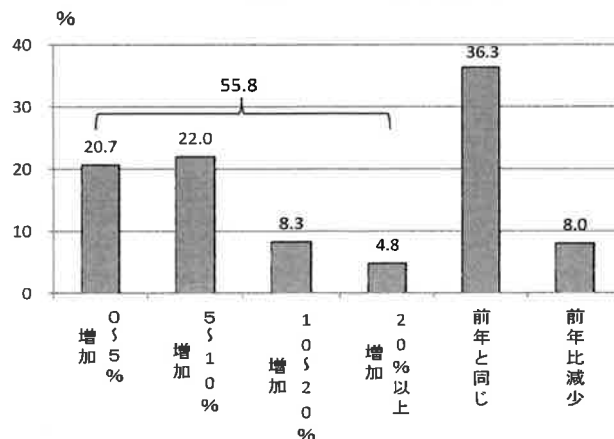
	全産業	製造業	非製造業
一律3%引き上げた	74.5	76.5	73.3
一律3%ではないが引き上げた	15.6	14.3	16.4
すべて据え置いた	5.7	6.7	5.1
商品によりメリハリをつけた	4.1	2.5	5.1

### （2）消費増税による駆け込み需要、反動減

消費増税について、引き上げ前の駆け込み需要とそれに伴う反動減についてたずねた。

駆け込み需要の影響があると考えられる1～3月期の売上げについては、前年同期比「0～5%増加」とするところが20.7%、同「5～10%増加」22.0%、同「10～20%増加」8.3%、同「20%以上増加」4.8%となった。増加とするところは合わせて55.8%、うち5%以上増加とするところは合わせて35.1%となっており、一定の駆け込み需要があったことがうかがえる。一方、

1～3月期の売上（前年同期比）



「前年と同じ」36.3%、「前年比減少」8.0%とするところは合わせて44.3%であった。

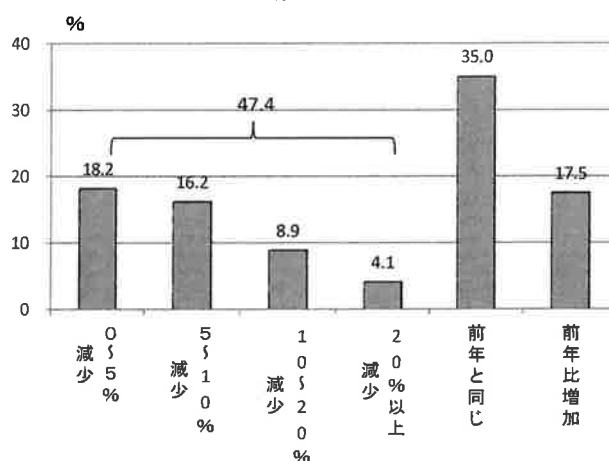
業種別では5%以上増加とするところが、製造業では29.6%、非製造業では38.3%と非製造業が多かった。

駆け込み需要の反動減の影響があると考えられる4～6月期の売上については、前年同期比「0～5%減少」とするところが18.2%、同「5～10%減少」16.2%、同「10～20%減少」8.9%、同「20%以上減少」4.1%となった。減少とするところは合わせて47.4%、うち5%以上減少とするところは合わせて29.2%となっている。一方、「前年と同じ」35.0%、「前年比増加」17.5%と合わせて

52.5%と半数以上で「減少」がみられなかったとしている。これからすると、反動減はあったものの、駆け込み需要に比べ影響があったところは若干ながら少なくなっている。

業種別では5%以上減少とするところが、製造業では30.5%、非製造業では28.6%と若干ながら製造業が多かった。

4～6月期の売上（前年同期比）



### (3) 7～9月期の売上について

7～9月期の売上について消費増税による反動減の影響をたずねたところ、「消費増税後の反動減はなかった」とするところが52.9%、「反動減はあったが7～9月期には収束した」18.3%、「7～9月期も反動減が続いている」26.0%となった。

反動減がなかったとするところが過半を占めているものの、反動減があったとするところでは多くの企業が7～9月期も続いているとしている。

7～9月期の売上（消費増税による影響）

単位：%

	全産業	製造業	非製造業
消費増税後の反動減はなかった	52.9	48.7	55.4
反動減はあったが7～9月期には収束した	18.3	16.8	19.2
7～9月期も反動減が続いている	26.0	30.3	23.3
その他	2.9	4.2	2.1

業種別にみると、「7～9月期も反動減が続いている」とするところは、製造業で30.3%、非製造業で23.3%と、製造業で多くなっている。

#### (4) 事前の予想に比べた消費増税の影響

消費増税の影響は増税前の予想に比べてどうだったかについて、以下の項目についてたずねた。

##### i) 駆け込み需要

駆け込み需要については、「予想通り」とするところが51.4%、「予想より大きかった」16.7%、「予想より小さかった」31.8%となり、半数以上の企業で予想通りとしている。また、「予想より小さかった」とするところが、「予想より大きかった」を上回っている。

##### ii) 反動減

反動減については、「予想通り」とするところが48.9%、「予想より大きかった」20.3%、「予想より小さかった」30.9%となり、ほぼ半数の企業で「予想通り」としている。また、「予想より小さかった」とするところが、「予想より大きかった」とするところを上回っている。

##### iii) 反動減の期間

反動減の期間については、「予想通り」とするところが50.3%、「予想より長かった」24.5%、「予想より短かった」25.2%となり、半数以上の企業で「予想通り」としている。また、「予想より短かった」と「予想より長かった」とするところはほぼ同じであった。

消費増税の影響

単位：%

		全産業	製造業	非製造業
駆け込み需要	予想通り	51.4	43.7	56.3
	予想より大きかった	16.7	18.5	15.6
	予想より小さかった	31.8	37.8	28.1
反動減	予想通り	48.9	47.1	50.0
	予想より大きかった	20.3	19.3	20.8
	予想より小さかった	30.9	33.6	29.2
反動減の期間	予想通り	50.3	44.5	53.9
	予想より長かった	24.5	26.9	23.0
	予想より短かった	25.2	28.6	23.0

#### (5) 現状および先行きの売上・利益に影響を与えると懸念されること

現状および先行きの売上・利益に影響を与えると懸念されることとしては（複数回答）、「原材料高」が最も多く61.2%、次いで「運送費、燃料費など諸経費高」51.3%、「価格競争の激化」36.5%、「人手不足」35.3%、「人件費の上昇」34.9%などとなった。原材

料高や運送費、燃料費など諸経費上昇などコストアップによる収益などへの影響を懸念している。

業種別では、製造業で「原材料高」、「運送費、燃料費など諸経費高」が非製造業に比べて多く、非製造業では「人手不足」、「人件費の上昇」が製造業より多いのが目立っている。

売上・利益に影響を与えると懸念されること(複数回答) 単位: %

	全産業	製造業	非製造業
原材料高	61.2	80.7	49.2
運送費、燃料費など諸経費高	51.3	61.3	45.1
価格競争の激化	36.5	45.4	31.1
人手不足	35.3	21.8	43.5
人件費の上昇	34.9	25.2	40.9
増税による実質所得減による消費減	21.5	16.8	24.4
価格上昇による消費減	17.3	9.2	22.3
天候不順	8.0	4.2	10.4
その他	2.2	4.2	1.0

#### (6) 来年の消費税率再引き上げについて

本年末までに来年10月に消費税率を10%へ引き上げるかどうか判断するとされている。現時点(10月中旬)で予定通り引き上げるべきかをたずねたところ、「上げるべき」が13.6%、「上げるべきでない」が20.8%、無回答が65.6%となった。

無回答が6割以上を占めており、現時点での判断が難しいことがうかがえるが、「上げるべきでない」が「上げるべき」を上回っており、どちらかという、来年度の消費税率引き上げは行うべきでないとするところが多かった。業種別にみると、いずれの業種とも「上げるべきでない」が「上げるべき」を上回った。

消費税率を予定通り上げるべきか 単位: %

	全産業	製造業	非製造業
上げるべき	13.6	19.2	10.2
上げるべきでない	20.8	25.0	18.3
無回答	65.6	55.8	71.6

生活必需品など品目により税率を軽減する「軽減税率」を導入すべきかについては、「導入すべき」とするところが18.3%、「導入すべきでない」が15.8%、「無回答」が65.9%であった。無回答が6割を超えているが、「導入すべき」が「導入すべきでない」を上回る結果となった。

業種別にみると、いずれの業種とも「導入すべき」が「導入すべきでない」を上回った。

軽減税率を導入すべきか

単位：%

	全産業	製造業	非製造業
導入すべき	18.3	24.2	14.7
導入すべきでない	15.8	20.0	13.2
無回答	65.9	55.8	72.1

別 表

業種別対象・回答企業数

	対象企業数	回答企業数	業種別構成比 (%)	うち中小企業 の占める比率 (%)
全 産 業	1,010	317	100.0	92.4
製 造 業	332	120	37.9	95.8
食 料 品	42	10	3.2	100.0
織 維	12	4	1.3	100.0
化 学	30	12	3.8	100.0
窯 業 ・ 土 石	9	3	0.9	100.0
鉄 鋼	10	2	0.6	100.0
非 鉄 金 属	10	7	2.2	100.0
金 属 製 品	24	12	3.8	100.0
一 般 機 械	36	6	1.9	100.0
電 気 機 械	37	14	4.4	100.0
輸 送 機 械	33	10	3.2	80.0
精 密 機 械	15	9	2.8	88.9
木 材 ・ 木 製 品	10	3	0.9	100.0
紙 ・ 紙 加 工 品	12	4	1.3	100.0
印 刷	27	7	2.2	100.0
そ の 他 製 造	25	17	5.4	88.2
非 製 造 業	678	197	62.1	90.4
卸 売	100	34	10.7	97.1
小 売	96	28	8.8	67.9
建 設	75	29	9.1	100.0
不 動 産	64	19	6.0	94.7
運 輸 ・ 倉 庫	90	22	6.9	95.5
電 気 ・ ガ ス	16	7	2.2	100.0
情 報 通 信	54	8	2.5	100.0
飲 食 店 ・ 宿 泊	45	8	2.5	100.0
サ ー ビ ス	138	42	13.2	83.3