



信金中央金庫
SHINKIN CENTRAL BANK

地域・中小企業研究所 ニュース&トピックス (2019. 10. 11)

〒103-0028 東京都中央区八重洲 1-3-7 TEL. 03-5202-7671 FAX. 03-3278-7048
URL <http://www.scbri.jp> e-mail : s1000790@FaceToFace.ne.jp

消費税率引上げが中小企業に与える影響

-第 177 回全国中小企業景気動向調査より-

矢口有寿・曾根翔太

ポイント

- 消費税率引上げについて、販売価格に反映できる企業が 2014 年 3 月調査時（前回 5 %～8 %の増税時）より増加する一方、小規模事業者を中心に不透明との意見もみられる。
- 消費税率引上げによる売上への悪影響については、前回増税の調査時と比較すると影響は少ないとの回答が散見されたが、反面、小規模事業者を中心に不透明との意見もみられる。
- 総括すると、今回の消費税率引上げによる影響は比較的軽微ではあったが、今後の展望については不安が残る結果となった。特に小売・卸売業からは不安の声が多く挙がっており、信用金庫としてはポイント還元事業が終了する 2020 年 6 月以降も中小企業の動向に注視する必要がある。

はじめに

2019 年 10 月に消費税率の 8 %から 10 %への引上げに伴い、景気が悪化し、中小企業の経営に悪影響が及ぶのではないかと懸念されている。

また、軽減税率導入に伴い、事務負担が増加するのではという声も挙がる。

そこで、信金中央金庫 地域・中小企業研究所では、全国の信用金庫の協力を得て取りまとめた「全国中小企業景気動向調査」2019 年 9 月調査において、「消費税率引上げの影響と対応について」をテーマとした、特別調査を実施し

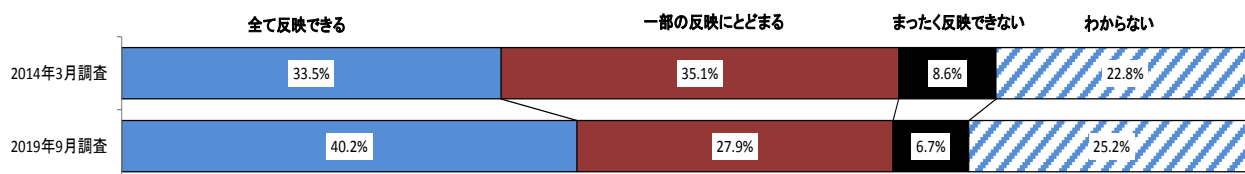
た。その中から消費税率引上げの影響に注目し、特徴点をまとめる。

1. 販売価格への反映ができる企業が増加

消費税率引上げ分の販売価格への反映については「すべて反映できる」が 40.2 %となり、前回（5 %から 8 %に上昇した 2014 年 3 月時の調査、以下同じ）の 33.5 %から 6.7 ポイント上昇した。

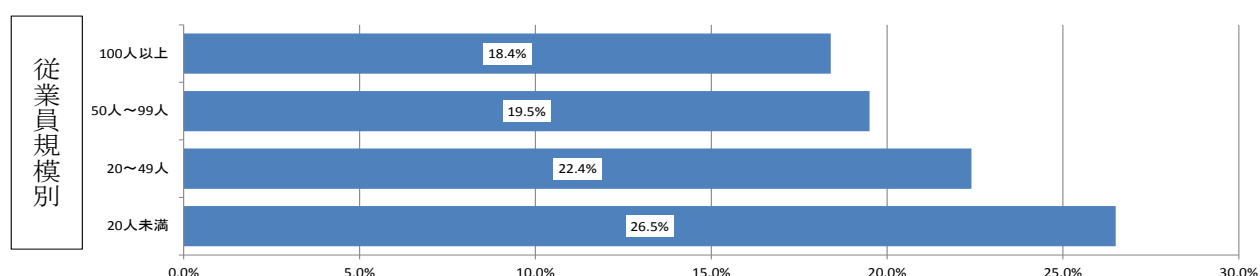
対して、「一部の反映にとどまる」は 27.9 %と前回（35.1 %）から 7.2 ポイント低下した。また、「全く反映できない」は 6.7 %と前回

（図表 1）消費税率引上げ分を販売価格に反映できるかについて



（備考）全国中小企業景気動向調査をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

（図表 2）従業員規模別にみた「わからない」と回答した企業の割合



（備考）全国中小企業景気動向調査をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(8.6%) から 1.9 ポイント低下した。全体的に販売価格に反映できない企業は一定数存在するものの、割合は減少している。

ただし、従業員規模別に見ると、規模が小さい程「わからない」の割合が増加するなど、不透明感が上昇する傾向もあった。小規模事業者を中心に不透明感が強い傾向が見て取れる。

本調査で寄せられた中小企業からのコメントでは、「消費税率引上げに対する販売価格への反映は全て可能であると考えている。(米・肥料・農薬卸売業 北海道)」との声もある一方で、「増税前の駆け込み需要はあったものの、増税後の販売価格への反映については様子見、検討中。(ガラス・アルミサッシ製造業 愛媛県)」といった声も挙がっている。

2. 売上への悪影響は前回時よりは軽微

消費税率引上げに伴う売上げへの影響については、「減少する」が 23.2%と、前回の 39.5% から 16.3 ポイント低下した。対して、「どちらともいえない」は 35.8%と前回から 4.5 ポイント増加し、「影響はない・変わらない」も 18.1%と前回から 7.1 ポイント増加しており、全体的に、売上げに悪影響を見込む企業の割合は低下

した。

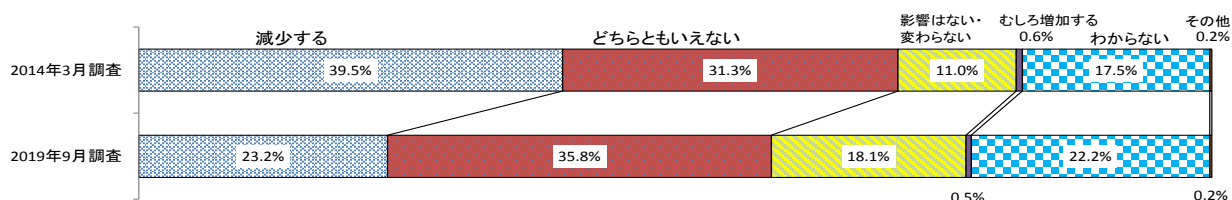
回答された企業のコメントをみると、「ブランドが強みであり、影響は少ない。(食肉販売業 滋賀県)」といった自社の強みにより影響が少ないとの声が挙がっている。しかし一方で「売上減少の懸念が大きい業種である。(衣料品小売業)」「増税よりも、テリトリー内の高齢化や、量販店の出店・ネット販売の普及等による不安のほうが大きい。(化粧品小売業 長野県)」といった増税による悪影響や別の要因で不安があるとの声も見受けられる。

また従業員規模別にみると、販売価格と同様に、規模が小さいほど「わからない」の割合が増加しており、不透明感が上昇する傾向にあったといった声も挙がっている。

まとめ

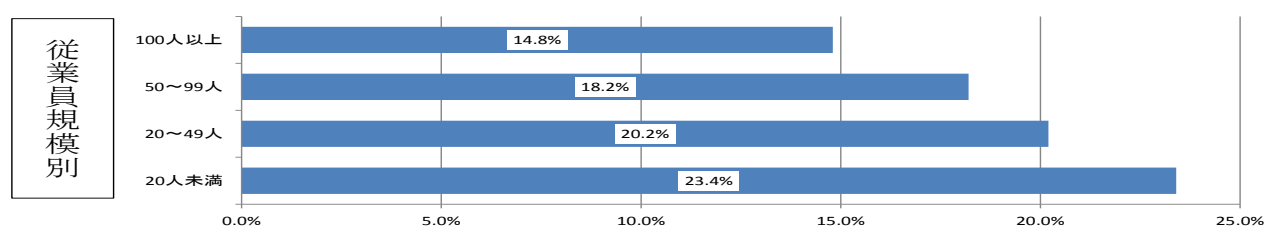
本稿では、「消費税率引上げの影響」についてとりまとめたが、結果、販売価格への反映は前回引上げ時よりも進んでおり、また、売上への悪影響も前回よりは軽微であるとの回答が目立った。ただし、小規模事業者を中心に不透明感が目立っており、今後の動向が注目される。

(図表 3) 消費税率引上げに伴う売上げへの影響について



(備考) 全国中小企業景気動向調査をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(図表 4) 従業員規模別にみた「わからない」と回答した企業の割合



(備考) 全国中小企業景気動向調査をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(参考) 第 177 回全国中小企業景気動向調査の概要

- 調査時点：2019年9月2日～6日
- 調査方法：全国各地の信用金庫営業店の調査員による、共通の調査表に基づく「聴取り」調査
- 標本数：15,446 企業(有効回答数 14,260 企業・回答率 92.3%)
※有効回答数のうち従業員数 20 人未満の企業が占める割合は 71.3%
- 分析方法：各質問項目について、「増加」(良い)－「減少」(悪い)の構成比の差＝判断 D.I. に基づく分析
- 地域区分：本稿の地域区分のうち、関東は茨城、栃木、群馬、新潟、山梨、長野の 6 県、首都圏は埼玉、千葉、東京、神奈川の 1 都 3 県、東海は岐阜、静岡、愛知、三重の 4 件、九州北部は福岡、佐賀、長崎の 3 県、南九州は熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄の 5 県を指す。