

## 消費税率引き上げの企業業績への影響調査

調査対象：県内企業 549 社

調査方法：アンケート方式（11 月上旬 郵送回収）

回答企業：194 社（回答率 35.3%）

業種別内訳：製造業 111 社 非製造業 83 社

### 要旨

- 埼玉県内企業に対して、2019 年 10 月の消費税率引き上げの企業業績への影響について調査を実施したところ、全産業では、「影響がない」、「ほとんどない」と回答した企業が 69.6%と 7 割を占め、「マイナスの影響を受けている」とする割合は 16.5%であった。「分からない」とする割合は 13.4%で、「消費増税対策によりプラスの影響を受けている」の割合は 0.5%であった。
- 前回（2014 年 4 月）の消費税率引き上げ時の調査と比較すると、全産業では、「影響がない」、「ほとんどない」とする割合が 18.6 ㊦増加している一方、「マイナスの影響を受けている」の割合は 30.1 ㊦減少している。
- 今回の消費税率引き上げについては、①前回に比べて税率の引き上げ幅が小幅であった。②政府による各種の手厚い消費増税対策（軽減税率の導入、キャッシュレス決済によるポイント還元、自動車・住宅ローン減税、幼児教育・保育の無償化など）が講じられた。以上から、前回実施時に比べて消費税率引き上げに伴う足元の企業業績へのマイナスの影響は、総じて緩和されていることがうかがえる。
- 消費税率引き上げ分の販売価格への転嫁の程度を聞いたところ、全産業で「全て（または概ね）転嫁している」が 71.9%で最も多くなっている。全体の約 7 割の企業で販売価格への転嫁が進んでいるとみられる。

### 1. 消費税率引き上げの企業業績への影響

2019 年 10 月から消費税率が 8%から 10%（一部 8%に据え置きとなった商品もある）に引き上げられた。埼玉県内企業に対して、消費税率引き上げの企業業績への影響について調査を実施（11 月上旬）したところ、全産業では、「影響がない」、「ほとんどない」と回答した企業が 69.6%と 7 割を占め、「マイナスの影響を受けている」とする割合は 16.5%となっている。「分からない」とする割合は 13.4%で、「消費増税対策によりプラスの影響を受けている」の割合は 0.5%であった。

業種別にみると、「影響がない」、「ほとんどない」とする割合は、製造業では 73.0%、非製造業では 65.1%で、「マイナスの影響を受けている」は、製造業では 12.6%、非製造業では 21.7%となっている。製造業に比べ非製造業の方が、「マイナスの影響を受けている」割合が高くなっている。（図表 1-1）

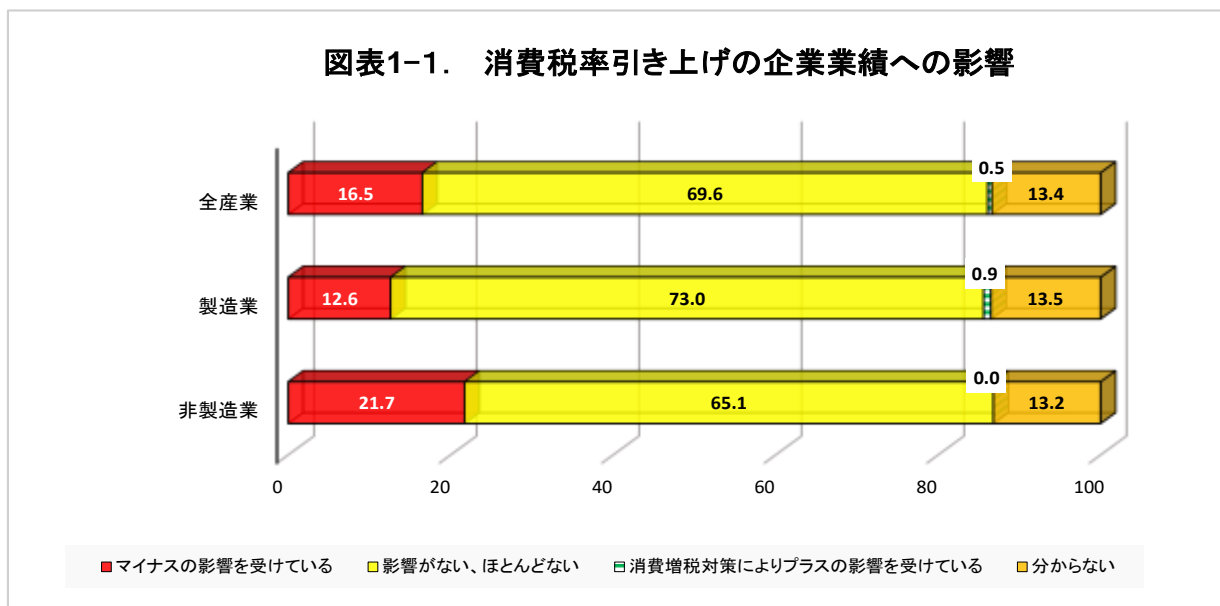
前回（2014 年 4 月）の消費税率引き上げ時の調査<sup>（注）</sup>（以下、前回調査）と比較すると、全

（注）前回調査は、2014 年 4 月の消費税率引き上げ（5%→8%）後の 5 月上旬に実施。

産業では、「影響がない」、「ほとんどない」とする割合が 18.6 ㊦増加している一方、「マイナスの影響を受けている」の割合は 30.1 ㊦減少している。

業種別にみても同様の傾向にあり、「影響がない」、「ほとんどない」の割合が、製造業で 19.2 ㊦、非製造業で 18.0 ㊦ともに増加した一方、「マイナスの影響を受けている」の割合は、製造業で 30.8 ㊦、非製造業で 29.3 ㊦ともに減少している。(図表 1-2)

今回の消費税率引き上げは、①前回に比べて税率の引き上げ幅が小幅であった。②政府による各種の手厚い消費増税対策（軽減税率の導入、キャッシュレス決済によるポイント還元、自動車・住宅ローン減税、幼児教育・保育の無償化など）が講じられた。以上から、前回実施時に比べて消費税率引き上げに伴う足元の企業業績へのマイナスの影響は、総じて緩和されていることがうかがえる。



**図表1-2. 消費税率引き上げの企業業績への影響  
(前回調査との比較)**

(単位: %)

		今回調査 ①	前回調査 ②	前回調査比 ①-② (ポイント)
全産業	受けるマイナスの影響	16.5	46.6	▲ 30.1
	影響がない、ほとんどない	69.6	51.0	18.6
	分からない、その他	13.9	2.4	11.5
製造業	受けるマイナスの影響	12.6	43.4	▲ 30.8
	影響がない、ほとんどない	73.0	53.8	19.2
	分からない、その他	14.4	2.8	11.6
非製造業	受けるマイナスの影響	21.7	51.0	▲ 29.3
	影響がない、ほとんどない	65.1	47.1	18.0
	分からない、その他	13.2	1.9	11.3

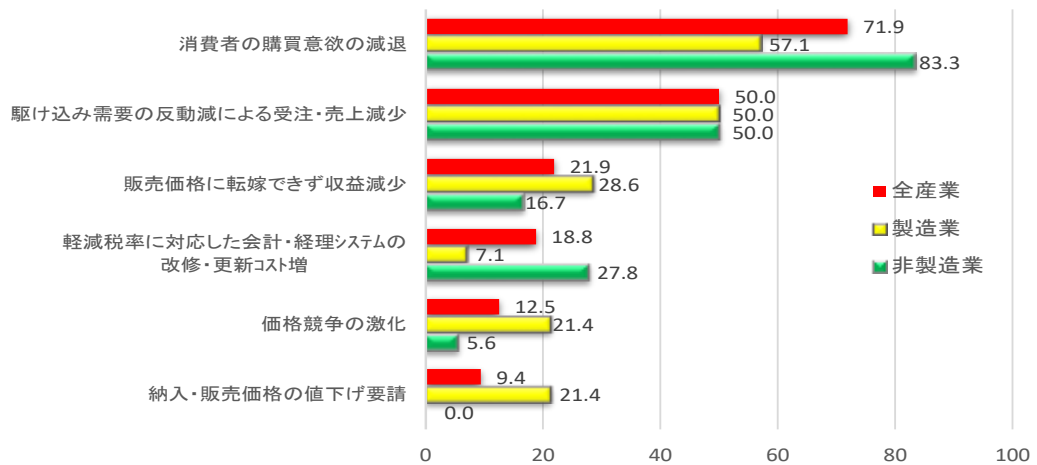
## 2. 消費税率引き上げによるマイナスの影響（内容）

消費税率引き上げによりマイナスの影響を受けていると回答した企業に、具体的にどのような影響を受けているか内容を聞いたところ、全産業では、「消費者の購買意欲の減退」が71.9%で最も多かった。次いで「駆け込み需要の反動減による受注・売上減少」が50.0%、「販売価格に転嫁できず収益減少」が21.9%、「軽減税率に対応した会計・経理システムの改修・更新コスト増」が18.8%となっている。

業種別にみると、製造業では、「消費者の購買意欲の減退」（57.1%）、「駆け込み需要の反動減による受注・売上減少」（50.0%）、「販売価格に転嫁できず収益減少」（28.6%）の順で多かった。非製造業では、「消費者の購買意欲の減退」（83.3%）が8割超と最も多く、これに、「駆け込み需要の反動減による受注・売上減少」（50.0%）、「軽減税率に対応した会計・経理システムの改修・更新コスト増」（27.8%）の順で続いている。

非製造業は製造業に比べて、マイナスの影響として「消費者の購買意欲の減退」、「軽減税率に対応した会計・経理システムの改修・更新コスト増」の割合が高い傾向がうかがえる。（図表2）

図表2. 消費税率引き上げによるマイナスの影響（内容）



（注）複数回答のため合計は100%にならない

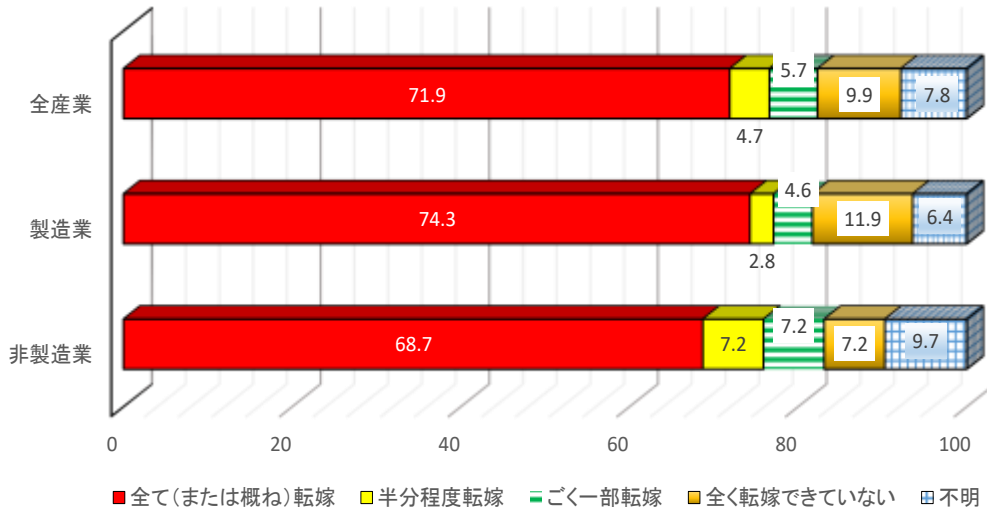
## 3. 消費税率引き上げ分の販売価格への転嫁度合い

消費税率引き上げ分の販売価格への転嫁の度合いを聞いたところ、全産業で「全て（または概ね）転嫁している」が71.9%で最も多くなっている。次いで「全く転嫁できていない」が9.9%、「不明」が7.8%、「ごく一部の転嫁にとどまる」が5.7%、「半分程度の転嫁にとどまる」が4.7%となっている。全体の約7割の企業で販売価格への転嫁が進んでいるとみられる。

業種別にみると、「全て（または概ね）転嫁している」割合は、製造業で74.3%、非製造業で68.7%となっている。「半分程度の転嫁にとどまる」が製造業で2.8%、非製造業で7.2%となっている。（図表3-1）

前回調査と比較すると、全産業では「全て（または概ね）転嫁している」の割合が 1.7 ㊦、「半分程度の転嫁にとどまる」が 0.6 ㊦、それぞれ小幅ながら増加している。一方、「ごく一部の転嫁にとどまる」が 6.1 ㊦、「全く転嫁できていない」が 0.7 ㊦ともに減少している。業種別にみても、製造業、非製造業ともほぼ同様の傾向にある。（図表 3-2）

図表3-1. 消費税率引き上げ分の販売価格への転嫁度合い



図表3-2. 消費税率引き上げ分の販売価格への転嫁度合い  
(前回調査との比較)

(単位: %)

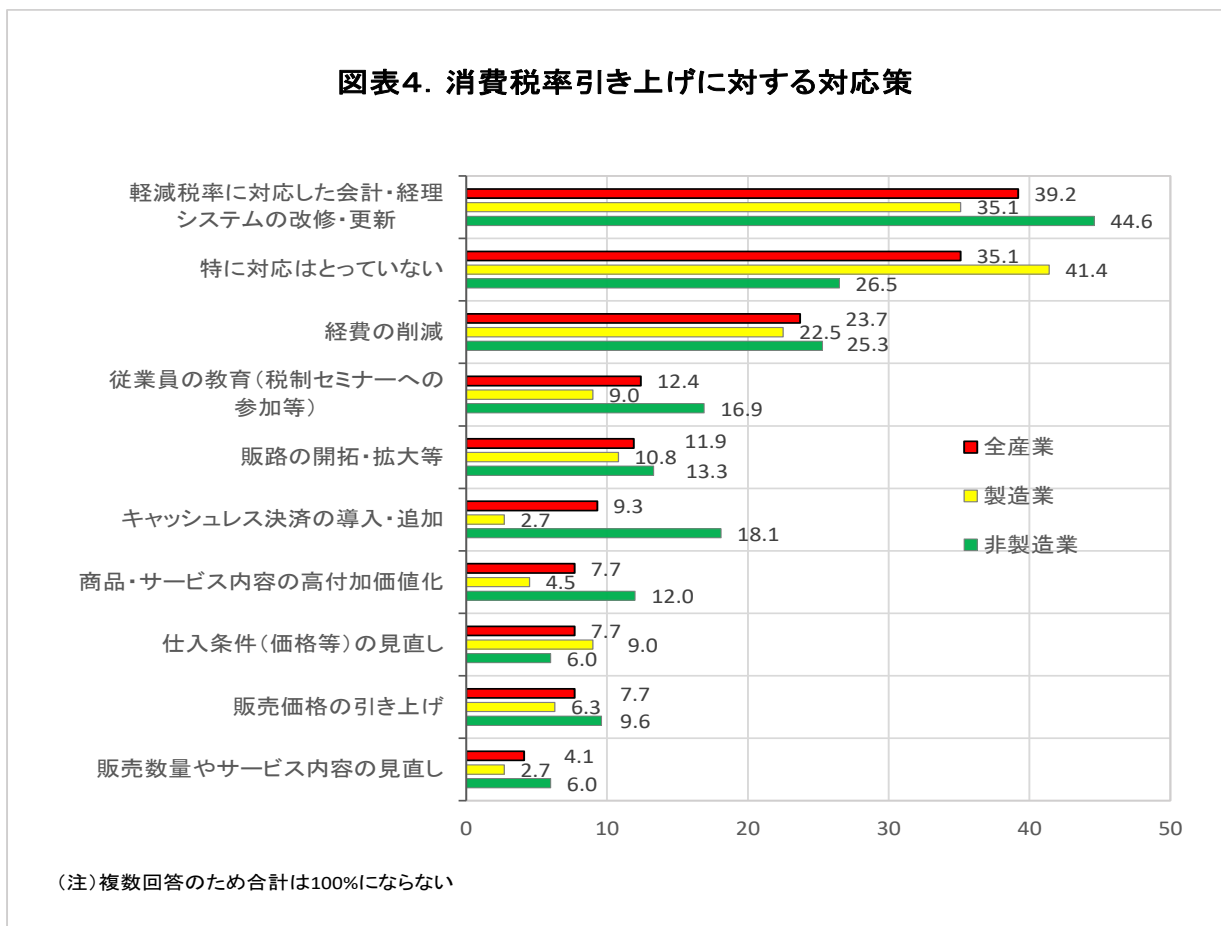
		今回調査 ①	前回調査 ②	前回調査比 ①-② (ポイント)
全産業	全て(または概ね)転嫁	71.9	70.2	1.7
	半分程度転嫁	4.7	4.1	0.6
	ごく一部転嫁	5.7	11.8	▲ 6.1
	全く転嫁できていない	9.9	10.6	▲ 0.7
	不明	7.8	3.3	4.5
製造業	全て(または概ね)転嫁	74.3	72.4	1.9
	半分程度転嫁	2.8	2.8	0.0
	ごく一部転嫁	4.6	9.0	▲ 4.4
	全く転嫁できていない	11.9	13.8	▲ 1.9
	不明	6.4	2.0	4.4
非製造業	全て(または概ね)転嫁	68.7	67.0	1.7
	半分程度転嫁	7.2	6.0	1.2
	ごく一部転嫁	7.2	16.0	▲ 8.8
	全く転嫁できていない	7.2	6.0	1.2
	不明	9.7	5.0	4.7

#### 4. 消費税率引き上げに対する対応策

消費税率引き上げに対する対応策を聞いたところ、全産業では「軽減税率に対応した会計・経理システムの改修・更新」が39.2%で最も多く、次いで「特に対応はとっていない」が35.1%、「経費の削減」が23.7%、従業員の教育(税制セミナーへの参加、社内勉強会の開催等)が12.4%となっている。

業種別にみると、製造業では、「特に対応はとっていない」が41.4%で最も多く、これに「軽減税率に対応した会計・経理システムの改修・更新」が35.1%、「経費の削減」が22.5%、「販路の開拓・拡大等」が10.8%で続いている。非製造業では、「軽減税率に対応した会計・経理システムの改修・更新」が44.6%で最も多く、次いで「特に対応はとっていない」が26.5%、「経費の削減」が25.3%、「キャッシュレス決済の導入・追加」が18.1%となっている。

回答割合が最も高かった「軽減税率に対応した会計・経理システムの改修・更新」について産業別にみると、製造業では、飲食料品および印刷・同関連の生活関連型業種で、また、非製造業では、卸売および小売などの消費関連業種で高くなっている。(図表4)



以上