

## 特別調査事項

### 「消費増税の影響と対策等」について

#### (1) 消費増税の影響の有無

「悪影響がかなりある」(36.5%)が最も多く、次いで「悪影響が少しある」(35.5%)となっており、これらをあわせると7割強の企業が「悪影響がある」と回答している。

「好影響がある」が3.0%で、「影響はほとんどない」は10.8%であった。

#### (2) 悪影響の内容

「価格転嫁困難」が49.7%と最も多く、次いで「売上減少」が49.2%、「価格競争激化」が34.5%の順であった。

#### (3) 前回税率引き上げ時の状況

「全て転嫁できた」が30.7%、「一部転嫁できた」が32.4%、「全く転嫁できなかった」は21.4%であった。

#### (4) 消費増税への対策

「経費削減強化」が50.2%で最も多く、次いで「高付加価値戦略の強化」が25.5%、「価格の再設定の検討」が25.1%の順であった。

#### (1) 消費増税の影響の有無

「好影響がある」	3.0%	「影響はほとんどない」	10.8%
「悪影響が少しある」	35.5%	「悪影響がかなりある」	36.5%
「わからない」	14.2%		

#### (2) 悪影響の内容

「価格転嫁困難」	49.7%	「売上減少」	49.2%
「価格競争激化」	34.5%	「販売価格値下げ要請」	31.8%
「その他」	5.2%		

#### (3) 前回税率引き上げ時の状況

「全て転嫁できた」	30.7%	「一部転嫁できた」	32.4%
「全く転嫁できなかった」	21.4%	「不明」	11.9%
「関係なし」	3.6%		

#### (4) 消費増税への対策

「経費削減強化」	50.2%	「高付加価値戦略の強化」	25.5%
「価格の再設定の検討」	25.1%	「駆け込み需要への対応」	18.5%
「設備投資前倒し」	9.9%	「その他」	2.7%
「対策なし」	23.9%		

本文中の数値については、グラフの他、アンケート調査集計表(43頁以下)を参照してください。

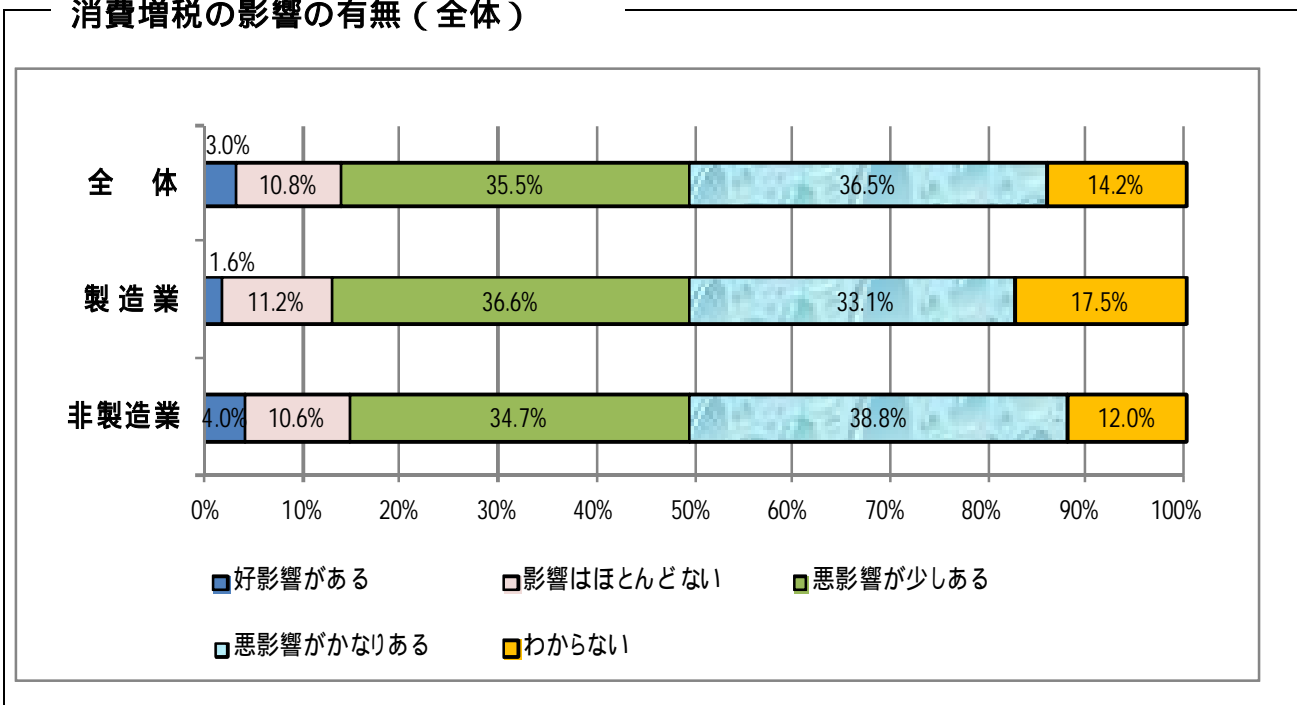
## 「消費増税の影響と対策等」について

### (1) 消費増税の影響の有無（集計表P43参照）

消費増税の影響について聞いたところ、「悪影響がかなりある」（36.5%）が最も多く、次いで「悪影響が少しある」（35.5%）となっており、これらをあわせると7割強の企業が「悪影響がある」と回答している。また、「好影響がある」は3.0%で、「影響はほとんどない」は（10.8%）であった。

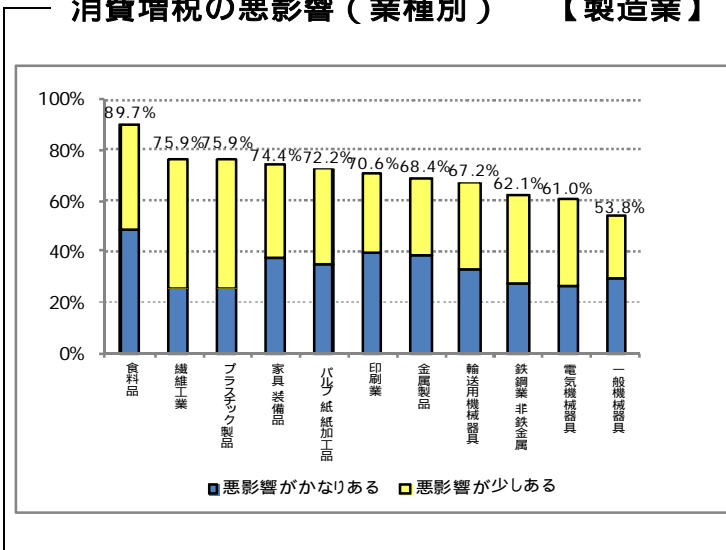
業種別にみると、「悪影響がある」（「悪影響がかなりある」と「悪影響が少しある」を加えたもの）は非製造業が73.5%であり、製造業の69.7%より3.8ポイント高かった。また、「好影響がある」とする企業についても非製造業では4.0%と製造業の1.6%より2.4ポイント高かった。

### 消費増税の影響の有無（全体）

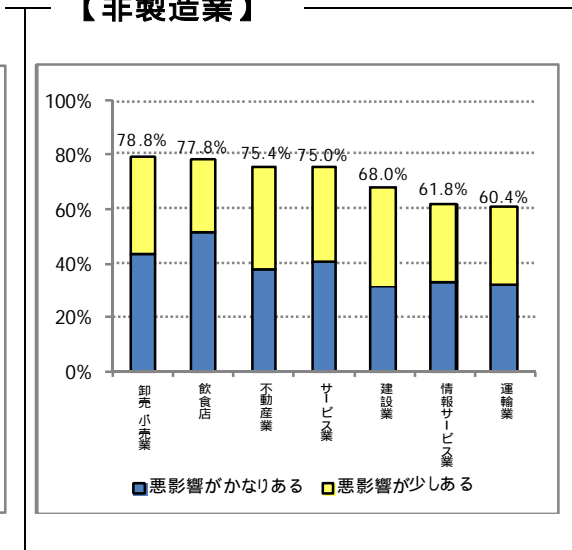


業種別に「悪影響がある」（「悪影響がかなりある」と「悪影響が少しある」を加えたもの）多い順にみると、製造業では「食料品」（89.7%）が最も多く、次いで「繊維工業」と「プラスチック製品」（75.9%）の順であった。また、非製造業では「卸売・小売業」（78.8%）が最も多く、次いで「飲食店」（77.8%）、「不動産業」（75.4%）の順であった。

### 消費増税の悪影響（業種別）【製造業】



### 消費増税の悪影響（業種別）【非製造業】

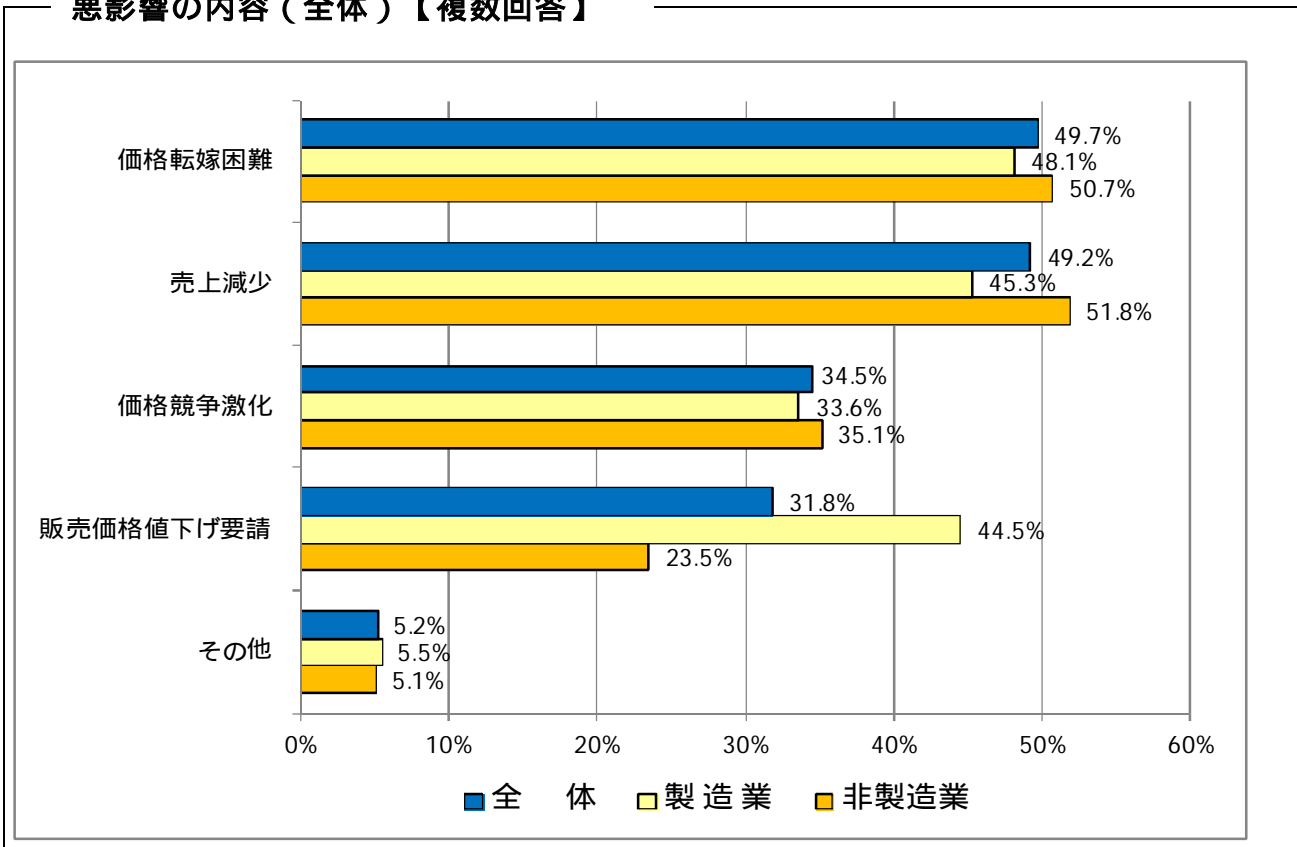


(2) 悪影響の内容【複数回答】 (集計表P44参照)

(1)で、「悪影響がかなりある」及び「悪影響が少しある」と回答した企業に、その内容を聞いたところ、「価格転嫁困難」(49.7%)が最も多く、次いで「売上減少」(49.2%)、「価格競争激化」(34.5%)の順であった。

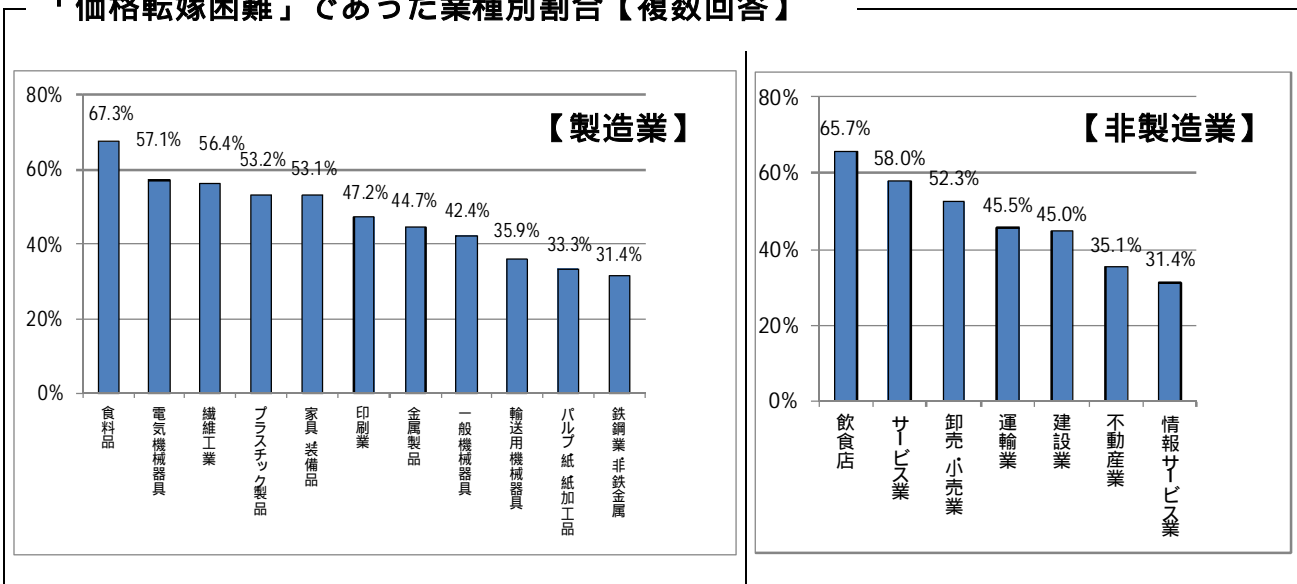
業種別にみると、製造業は「販売価格値下げ要請」(44.5%)が21ポイント非製造業よりも高かった。また、非製造業では「売上減少」(51.8%)が6.5ポイント、「価格転嫁困難」(50.7%)が2.6ポイント、「価格競争激化」(35.1%)が1.5ポイント製造業よりそれぞれ高かった。

悪影響の内容(全体)【複数回答】



「価格転嫁困難」であった企業を業種別にみると、製造業では「食品」(67.3%)が最も多く、次いで「電気機械器具」(57.1%)、「繊維工業」(56.4%)の順であった。また、非製造業では「飲食店」(65.7%)が最も多く、次いで「サービス業」(58.0%)、「卸売・小売業」(52.3%)の順であった。

「価格転嫁困難」であった業種別割合【複数回答】

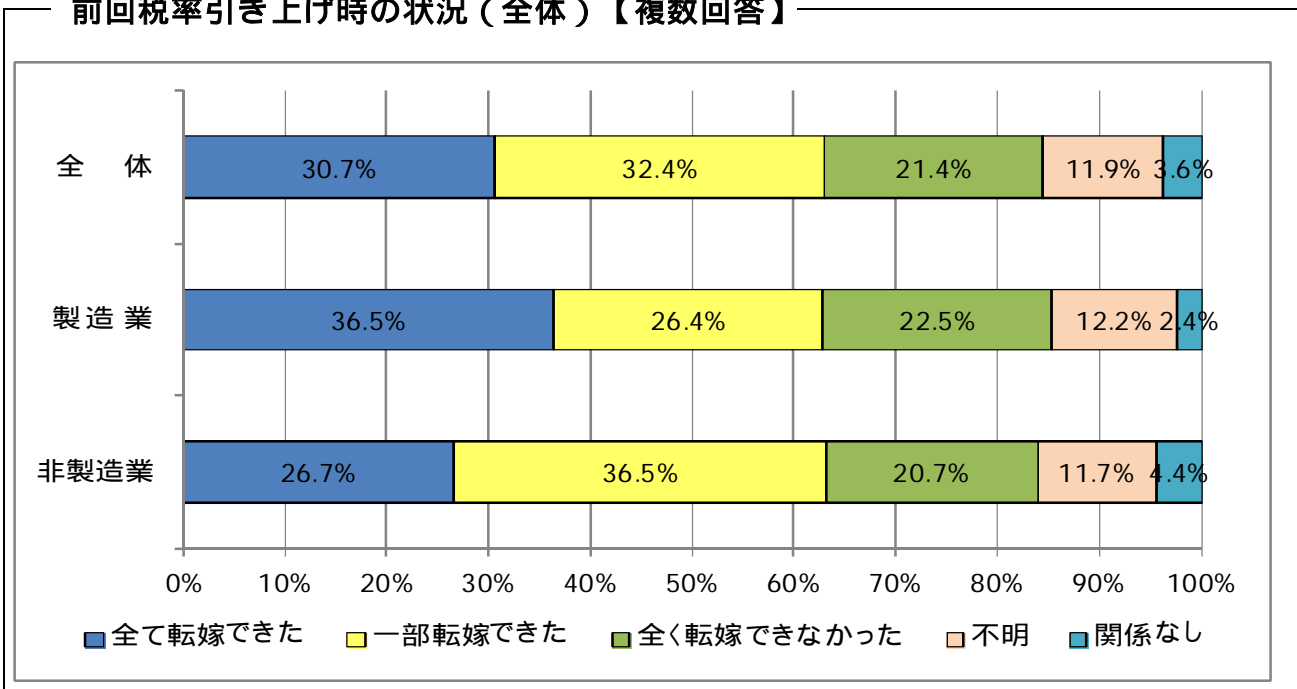


### (3) 前回税率引き上げ時の状況【複数回答】 (集計表P45参照)

前回の税率引き上げ時(平成9年:35%)の増税分を価格転嫁できたか聞いたところ、「全て転嫁できた」企業は30.7%、「一部転嫁できた」企業は32.4%、「全くできなかった」企業は21.4%であった。

業種別にみると、「全て転嫁できた」企業は製造業が36.5%と26.7%であった非製造業を9.8ポイント上回った。また、「全く転嫁できなかった」企業についても製造業が22.5%と20.7%であった非製造業を1.8ポイント上回った。

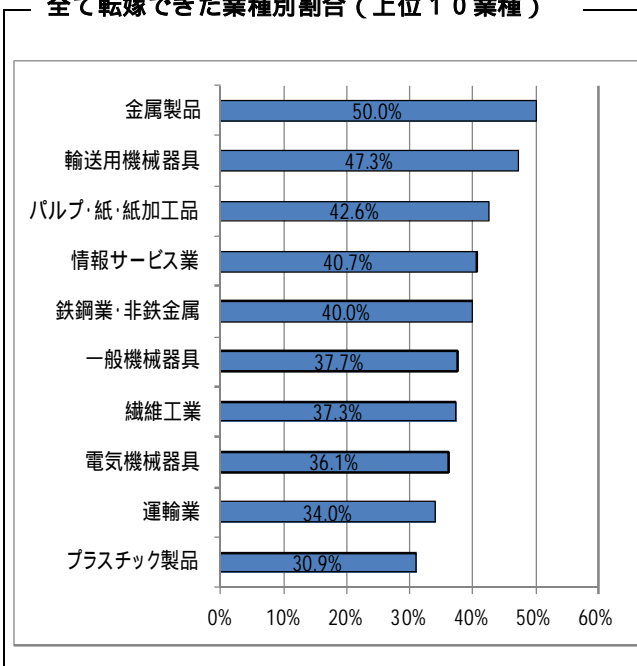
#### 前回税率引き上げ時の状況(全体)【複数回答】



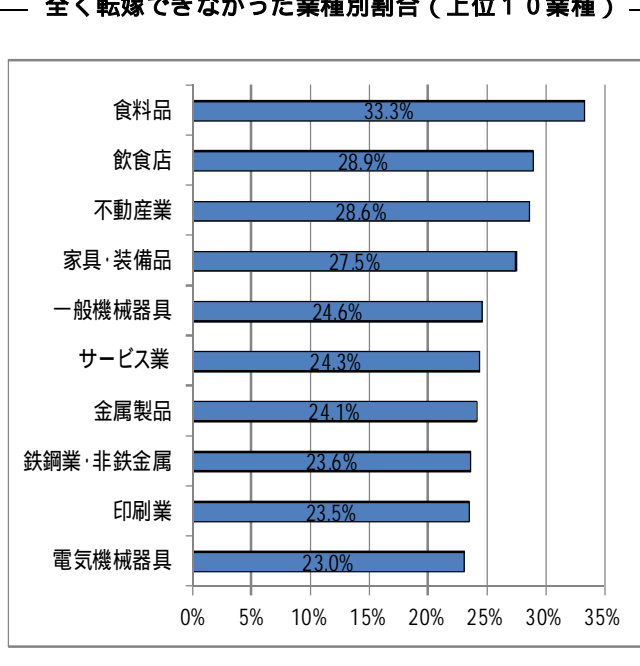
増税分を全て転嫁できた業種は「金属製品」(50.0%)が最も多く、次いで「輸送用機械器具」(47.3%)、「パルプ・紙・紙加工品」(42.6%)と製造業が続き、4番目に非製造業の「情報サービス業」(40.7%)であった。

また、増税分を全く転嫁できなかった業種は「食料品」(33.3%)が最も多く、次いで「飲食店」(28.9%)、「不動産業」(28.6%)、「家具・装備品」(27.5%)の順であった。

#### 全て転嫁できた業種別割合(上位10業種)



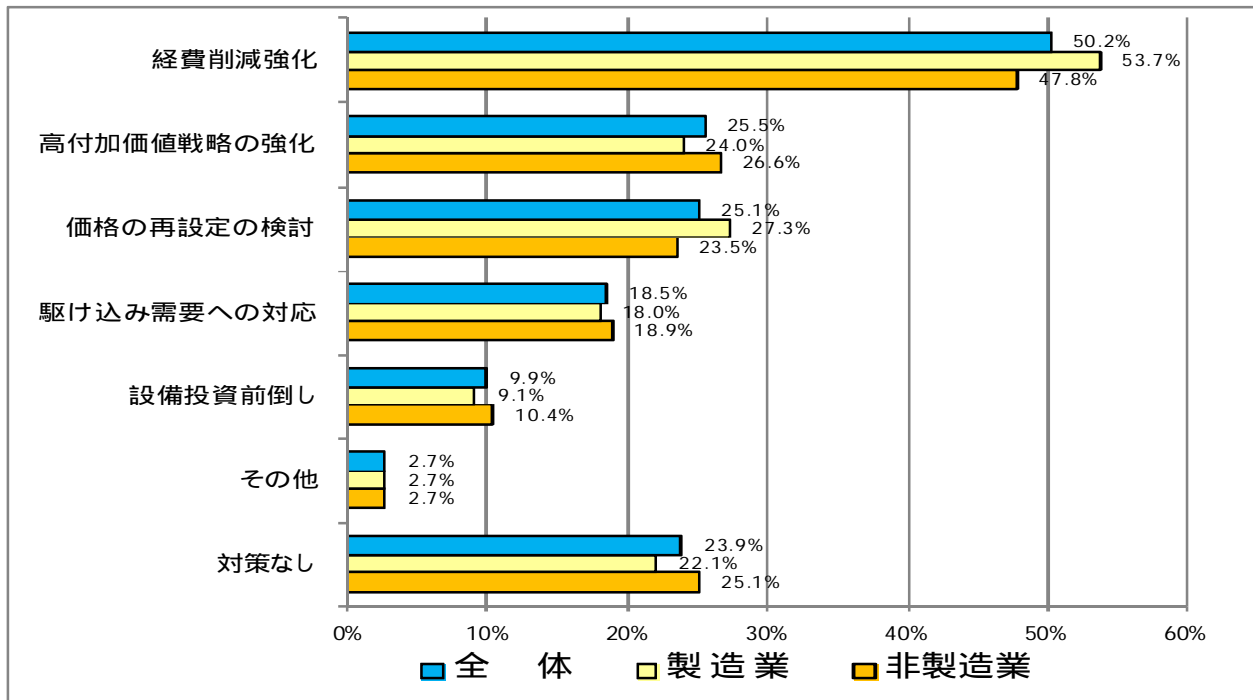
#### 全く転嫁できなかった業種別割合(上位10業種)



**(4) 消費増税に対する対策【複数回答】** (集計表P46参照)

今回、予定されている消費増税への対策について聞いたところ、「経費削減強化」(50.2%)が最も多く、製造業・非製造業ともほぼ半分を占めていた。次いで「高付加価値戦略の強化」(25.5%)、「価格の再設定の検討」(25.1%)、「駆け込み需要への対応」(18.5%)の順であった。また、「対策なし」は製造業・非製造業とも2割強を占めていた。

**増税への対策(全体)【複数回答】**



「駆け込み需要への対応」と回答した企業を業種別にみると、製造業では「パルプ・紙・紙加工品」、「鉄鋼業・非鉄金属」、「輸送用機械器具」が25.5%と最も多く、次いで「プラスチック製品」(25.0%)、「一般機械器具」(20.3%)の順であった。また、非製造業では「不動産業」(28.0%)が最も多く、次いで「卸売・小売業」(25.1%)、「建設業」(22.7%)、「情報サービス業」(22.2%)の順であった。

**「駆け込み需要への対応」の業種別割合【複数回答】**

