

消費増税の影響に関する特別調査

調査結果の概要

- ①駆け込み需要があった企業の割合は、全体の3割弱。→事前調査の予想通り。
- ②反動減があった企業の割合は、全体の3割弱。→事前調査の予想より低い。
- ③反動減のあった企業のうち、約5割の企業が3月までに回復する見通し。
- ④消費増税による影響で最も多かったのは「軽減税率に伴う経理事務の複雑化」。
- ⑤軽減税率へのシステム対応は「増税前に完了」が9割超。

2019年10月に消費税率が10%へ引き上げられた。当社が2018年12月に実施した調査（「消費増税」に関する特別調査）では、今回の消費増税による駆け込み需要を予想する企業は約3割。反動減を予想する企業が約5割を占めた。また、軽減税率に関する準備を進めている企業は約2割であった。

その追跡調査として、2019年12月に実施した「第189回企業動向調査」において、実際に駆け込み需要および反動減がみられたか、消費増税によるどういった影響があったか、軽減税率への対応は完了したか等を調査した。また、弊社では前回（2014年4月）の消費増税時にも、増税の2か月後に同様の調査をしており、今回と前回の増税の影響についての比較、分析も行った。

調査要領

1. 調査方法 岐阜県、愛知県の企業に対し、郵送によるアンケートを実施
2. 調査時期 2019年12月1日～16日
3. 回答状況 有効回答数 207社
(岐阜県、愛知県の企業 600社
: 有効回答率 34.5%)

(注) 本文中の図表の計数は、四捨五入の関係で内訳の合計等が合致しない場合がある。

1. 概要

- ①駆け込み需要が「あった」企業の割合は、前回増税時の54.3%から大きく低下し27.7%であった。うち、駆け込み需要の規模は「前回ほどではなかった」企業が77.2%と大半を占め、「前回と同程度だった」企業が14.0%、「前を上回った」企業が8.8%と、影響は小規模であった。
- ②反動減が「あった」企業の割合も、前回増税時の41.3%から大きく低下し28.0%であった。2018年12月調査では、前回増税時を上回る48.7%の企業が反動減を予想したが、政府のキャッシュレス・ポイント還元などの需要平準化対策が功を奏した結果となった。
- ③反動減があった企業のうち46.0%が、年度内の売上高回復を予想している。
- ④消費増税によって何かしら影響を受けた企業は全体の44.6%であった。具体的な影響としては「軽減税率に伴う経理事務の複雑化」が最も多く、影響を受けた企業のうち23.3%が回答した。
- ⑤軽減税率へのシステム対応は93.4%が「増税前に完了した」と回答した。

2. 消費増税前の駆け込み需要の有無と規模

【設問 1】増税前 3 か月間（2019 年 7～9 月）の駆け込み需要の有無と規模（前回増税時との比較）についてお答えください。

（2018 年 12 月に有無《予想》を調査）

【選択肢】

1. 前回は上回る駆け込み需要があった
2. 前回と同じくらい駆け込み需要があった
3. 駆け込み需要はあったが前回ほどではなかった
4. 駆け込み需要はなかった
5. 不明

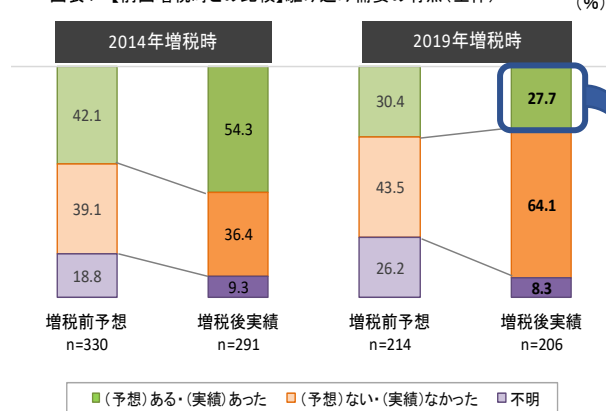
全体では、27.7%が駆け込み需要は「あった」と回答し、64.1%が「なかった」と回答した（図表 1）。2018 年 12 月に実施した調査（増税前予想）では 30.4%が駆け込み需要は「ある」と予想しており、ほぼ予想通りの結果となった。一方、増税前に駆け込み需要は「ない」と予想していた割合は 43.5%であったが、増税後に「なかった」と回答した割合は 64.1%と予想を大きく上回っており、予想に迷った企業の多くは駆け込み需要がなかったとみられる。

前回（2014 年 4 月）増税時の調査では、増税前 3 か月間に 54.3%の企業で駆け込み需要がみられたが、今回大幅に低下した。

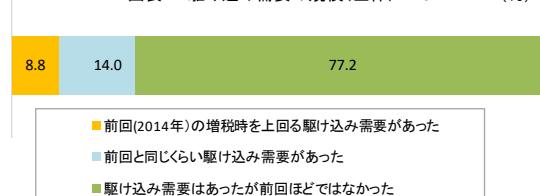
また、駆け込み需要の規模の変化をみると、前回増税時を「上回る」駆け込み需要があった割合は全体の 8.8%、前回と「同じくらい」だった割合は 14.0%にとどまった。一方、「前回ほどではなかった」が占める割合は 77.2%と大半を占めた。（図表 2）。

政府の増税対策が功を奏したことや、前回は景

図表 1 【前回増税時との比較】駆け込み需要の有無(全体) (%)



図表 2 駆け込み需要の規模(全体) n=57 (%)

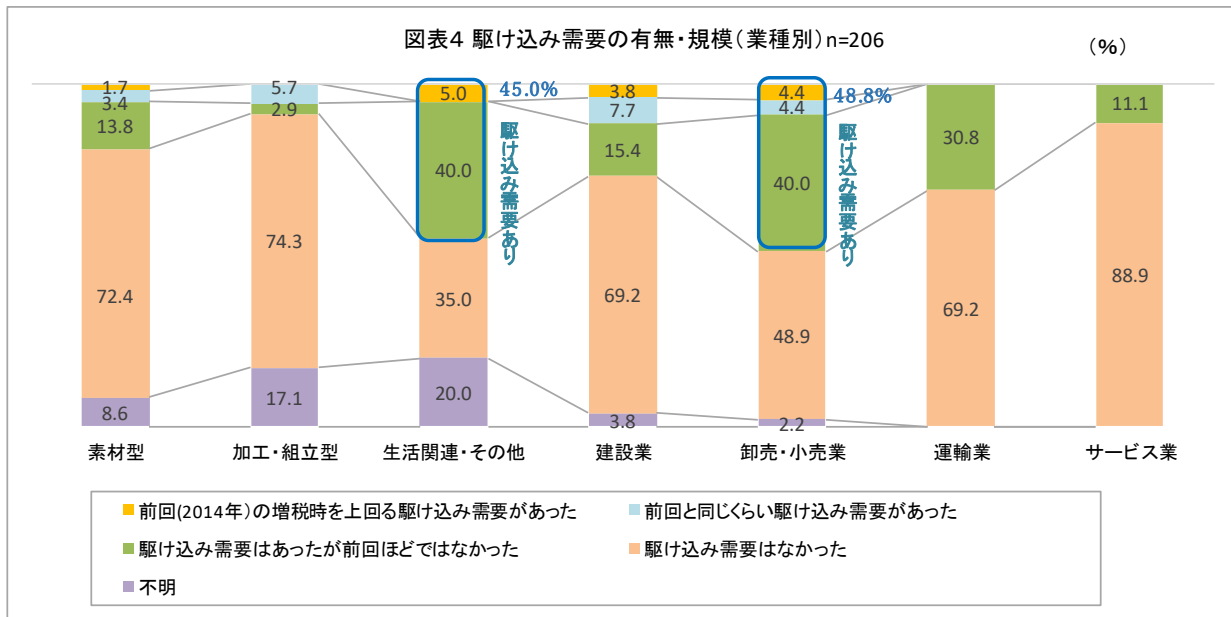


図表 3

業種グループ	個別業種 (21業種)	回答数	比率
1. 素材型	木材・木製品、紙・紙加工品、化学工業、窯業・土石製品、鉄鋼・非鉄金属、刃物・金属製品、プラスチック・その他製造業、鉱業	58	28.0%
2. 加工・組立型	一般機械器具、電気機械器具、輸送用機械器具	35	16.9%
3. 生活関連・その他	食料品、繊維、衣類その他繊維製品、家具・装備品、出版・印刷	20	9.7%
4. 建設業	建設業	27	13.0%
5. 卸売・小売業	卸売業、小売業	45	21.7%
6. 運輸業	運輸業	13	6.3%
7. サービス業	サービス業	9	4.3%
全業種 合計		207	100.0%

気拡大基調での増税だったのに対し、今回は不安定な世界情勢などにより先行き不透明な中での増税だったため、不要不急の支出には慎重であったと考えられる。

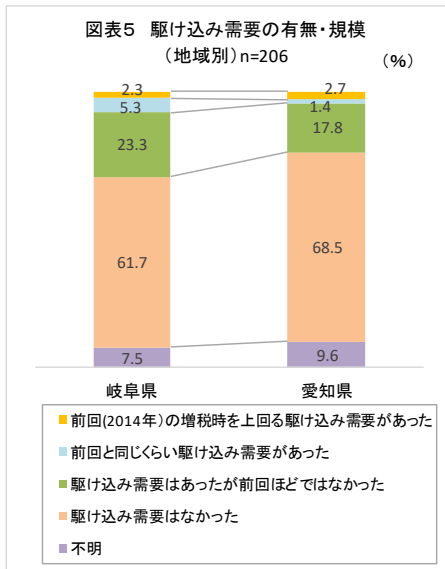
次に、調査対象を図表 3 の 7 つの業種グループに分類し、それぞれの傾向をみた。



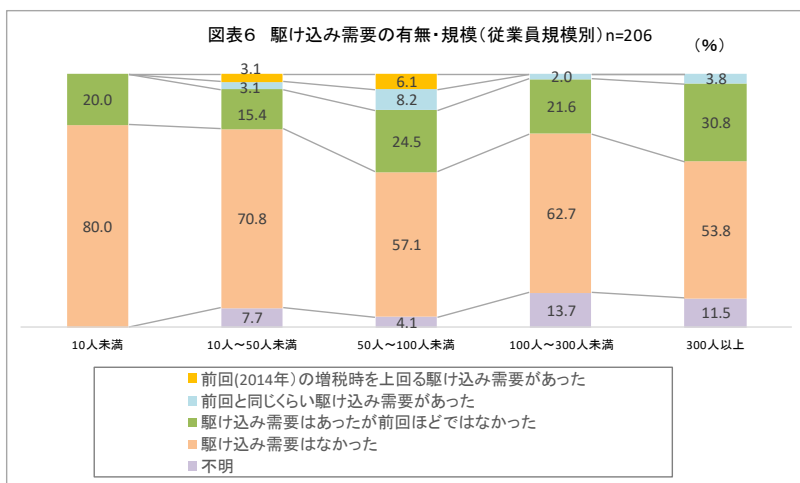
駆け込み需要が「あった」企業の割合が最も高かったのは「卸売・小売業」で48.8%、次いで「生活関連・その他」で45.0%であった(図表4)。駆け込み需要の「なかった」企業の割合が最も高かったのはサービス業で88.9%であった。

また、駆け込み需要の規模を前回増税時と比較すると、すべての業種において「前回ほどではなかった」と「なかった」と回答した企業が多数を占めており、駆け込み需要が前回の増税時を「上回った」企業の割合は、すべての業種で5%以内、「同じくらい」だった割合も8%以内と少数であった。

次に、地域別でみると、駆け込み需要が「あった」企業の割合は岐阜県で30.9%、愛知県で21.9%と岐阜県の方が若干高かったが、大きな違いは見られなかった(図表5)。



また、従業員規模別でみると、10人未満の企業では8割が駆け込み需要は「なかった」と回答し、残る2割も前回ほどではなかったと回答した(図表6)。10人以上の規模においても、駆け込み需要は「なかった」と「前回ほどではなかった」が占める割合は8割を超えており、従業員規模による影響の差は見られなかった。

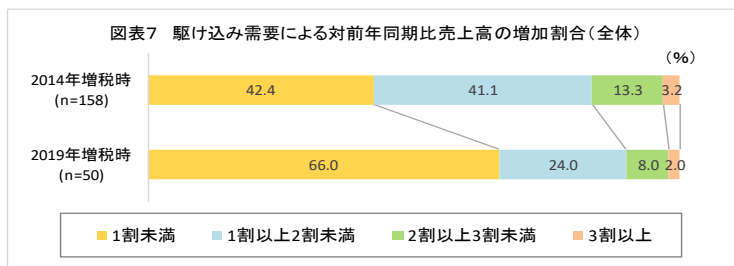


3. 駆け込み需要による対前年同期比売上高の増加割合

【設問 2】 駆け込み需要があった場合、駆け込み需要による対前年同期比売上高の増加割合をお答えください。

【選択肢】

1. 1割未満
2. 1割以上 2割未満
3. 2割以上 3割未満
4. 3割以上



2019年7～9月の対前年同期比売上高の増加割合は「1割未満」が最も多く66.0%だった(図表7)。1割以上の選択肢の割合については、前回の増税時と比較するといずれも低下している。一方、「1割未満」の割合は23.6ポイント増と大きく上昇しており、売上高への影響は小規模にとどまった企業が多かったとみられる。

4. 消費増税後の反動減

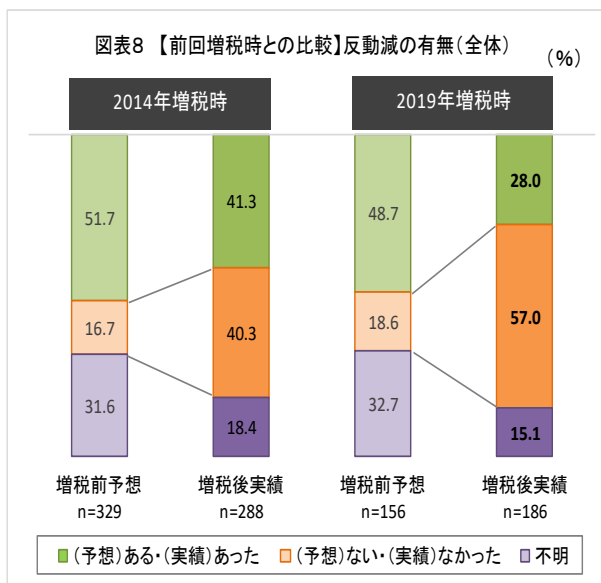
【設問 3】 増税後3か月間(2019年10～12月)の反動減の有無と規模(前回増税時との比較)についてお答えください。

(2018年12月に有無《予想》を調査)

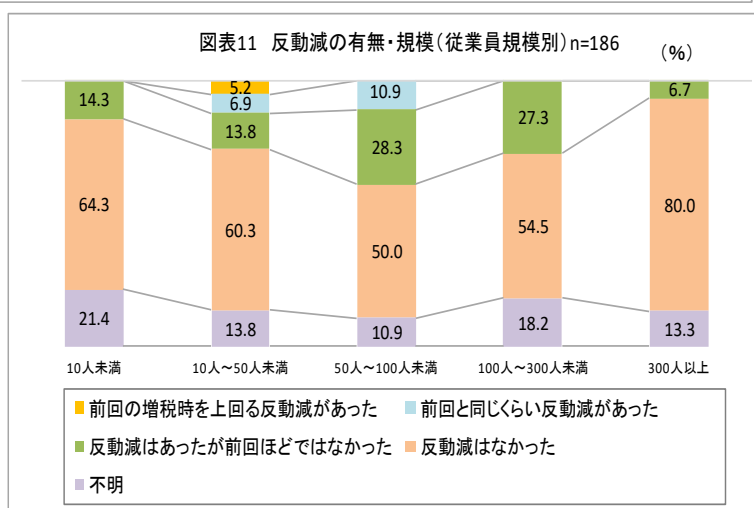
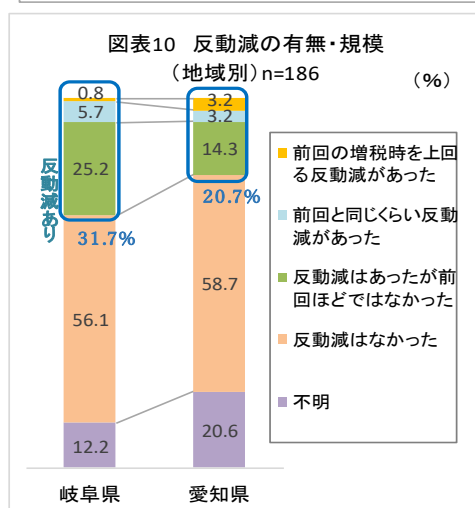
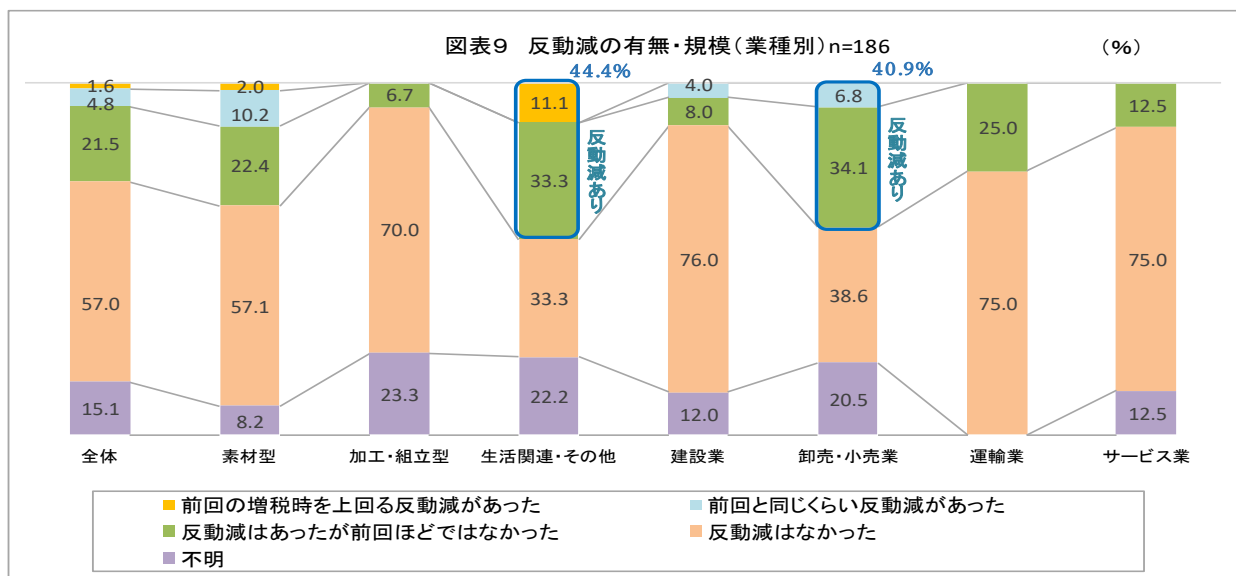
【選択肢】

1. 前を上回る反動減があった
2. 前回と同じくらい反動減があった
3. 反動減はあったが前回ほどではなかった
4. 反動減はなかった
5. 不明

前回増税時は、反動減が「あった」企業が4割程度あり、消費の冷え込みが多方面で見受けられたことから、2018年12月調査では5割近くが「反動減がある」と予想していた。駆け込み需要が「ない」と予想した企業の中でも反動減(消費の落ち込み)を懸念している企業が2割ほどあった。しかし、実際は、駆け込み需要と同様に



反動減があった企業は限定的で、反動減が「あった」と回答した企業が全体の28.0%にとどまり、反動減が「なかった」と回答した企業の割合が57.0%と過半数を占めた(図表8)。キャッシュレス・ポイント還元などの需要平準化対策が功を奏した結果となった。



今回、前回増税時を「上回る」反動減があった割合は全体の1.6%、前回と「同じくらい」だった割合は4.8%、「前回ほどではなかった」の割合は21.5%であった(図表9)。

業種別でみると、反動減が「あった」と回答した企業の割合が最も高かったのは「生活関連・その他」(44.4%)で、次いで「卸売・小売業」(40.9%)であった。反動減が「なかった」と回答した企業の割合が最も高かったのは「建設業」(76.0%)、次いで「運輸業」と「サービス業」(75.0%)であった。すべての業種において、反動減が「前回ほどではなかった」と「なかった」と回答した企業が多数を占めており、反動減が前回増税時と比較して「上回った」や「同じくら

い」と回答した企業があった業種は「素材型」、「生活関連・その他」、「建設業」、「卸売・小売業」の少数のみであった。

次に、地域別でみると反動減の「あった」企業の割合は岐阜県で31.7%、愛知県で20.7%と岐阜県の方が高かったが、「なかった」の割合は同程度であった(図表10)。

また、従業員規模別でみると、いずれの規模においても、反動減は「なかった」と「前回ほどではなかった」の占める割合が7割を超えている(図表11)。前回は「上回る」もしくは「同じくらい」の反動減があったのは10人~100人未満の規模のみであった。

5. 反動減による対前年同期比売上高の減少割合

【設問 4】反動減があった場合、反動減による対前年同期比売上高の減少割合をお答えください。

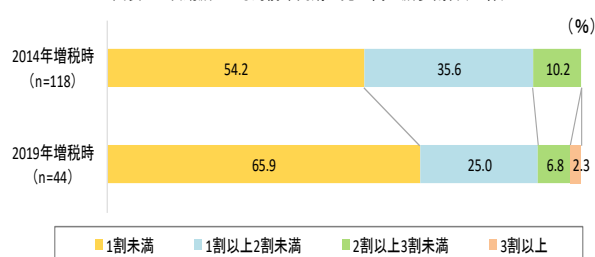
【選択肢】

1. 1割未満 2. 1割以上 2割未満
3. 2割以上 3割未満 4. 3割以上

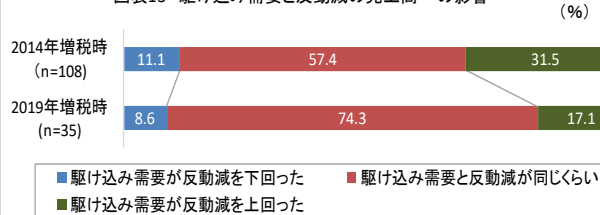
2019年10～12月の対前年同期比売上高の減少割合は「1割未満」が最も多く65.9%だった（図表12）。全体的に前回増税時よりも反動減が小幅な企業が増えており、駆け込み需要と同じく、影響は比較的軽微だったとみられる。

また、駆け込み需要による売上の増加割合が反動減による売上の減少割合を「下回った」企業の割合を算出したところ、前回増税時より2.5ポイント減の8.6%であった（図表13）。逆に「上回った」企業は前回増税時より14.4ポイント減の17.1%で、

図表12 反動減による対前年同期比売上高の減少割合(全体) (%)



図表13 駆け込み需要と反動減の売上高への影響 (%)



「同じくらいだった」企業の74.3%と合わせると、9割以上の企業において駆け込み需要による売上増加の方が反動減による売上減少を上回った結果となった。

6. 反動減後の売上高回復時期予想

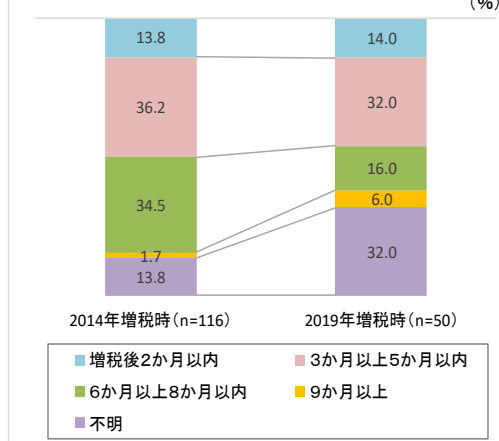
【設問 5】反動減があった場合、反動減後の売上高回復時期の予想をお答えください。

【選択肢】

1. 増税後2か月以内 2. 3か月以上5か月以内
3. 6か月以上8か月以内 4. 9か月以上
5. 不明

全体では増税後「3か月以上5か月以内」が最も多く32.0%、「2か月以内」と回答した企業(14.0%)と合わせると5割弱が2019年度内に回復する見通しである（図表14）。前回増税時と比べると「6か月以上8か月以内」の割合が低下している一方、「不明」と回答した企業の割合が

図表14 反動減後の売上高回復時期の予想 (%)



32.0%と大きく上昇している。キャッシュレス・ポイント還元などの需要平準化対策終了後に反動減が発生する可能性があるため、回復時期を予想できない企業の割合が増えたと考えられる。

7. 消費増税後の価格転嫁

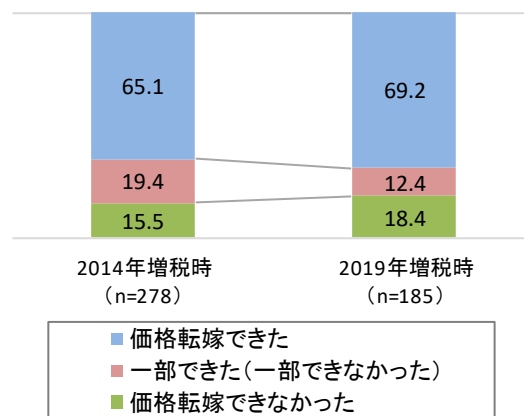
【設問 6】消費増税後の価格転嫁の状況をお答えください。

【選択肢】

1. 価格転嫁できた
2. 一部できた（一部できなかった）
3. 価格転嫁できなかった

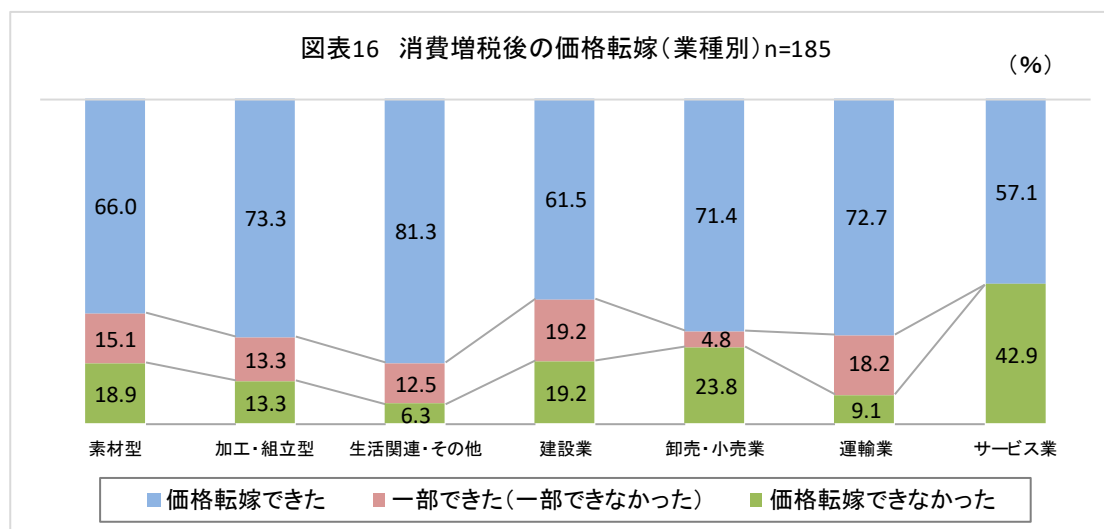
全体では、価格転嫁「できた」企業の割合は69.2%であった（図表15）。前回の増税時と大きな違いはなかったが、「できた」企業の割合は4.1 ㊦上昇し、「できなかった」の割合も2.9 ㊦上昇した。「一部できた（一部できなかった）」の割合が7.0 ㊦低下している。業種別でみると、「生

図表15 消費増税後の価格転嫁(全体) (%)



活関連・その他」では8割超が価格転嫁できているのに対し、サービス業では6割弱にとどまり、業種によってばらつきがあった（図表16）。

図表16 消費増税後の価格転嫁(業種別)n=185 (%)

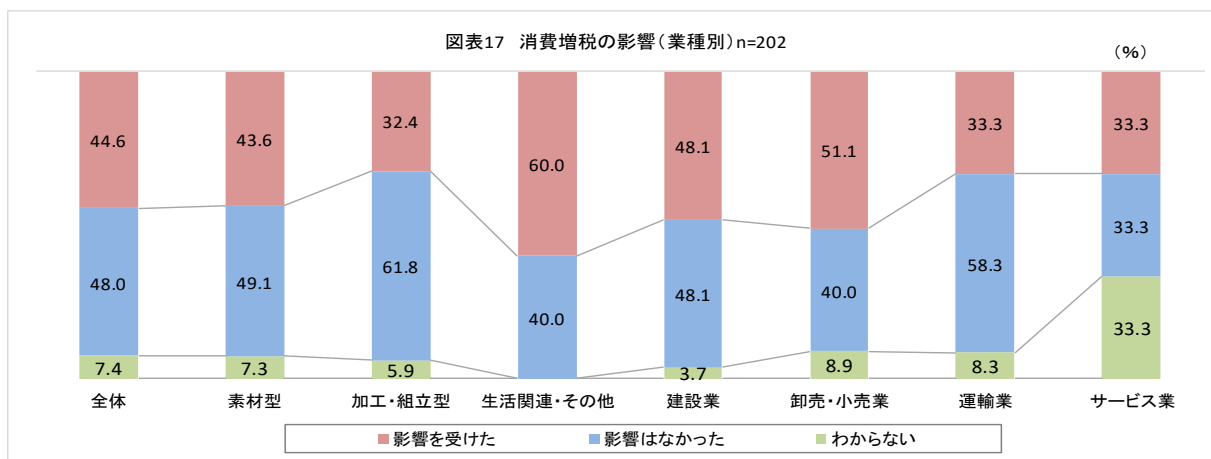


8. 消費増税の影響【複数回答】

【設問7】消費増税によりどんな影響がありましたか。当てはまるものをすべてお答えください。

【選択肢】

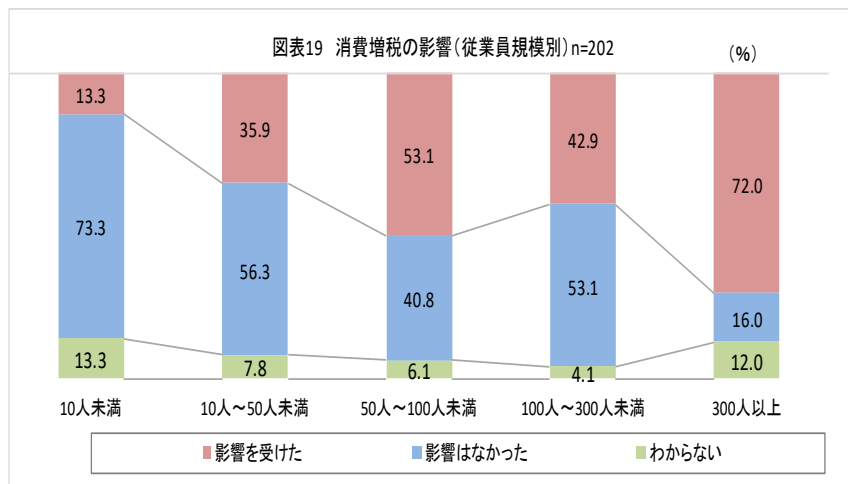
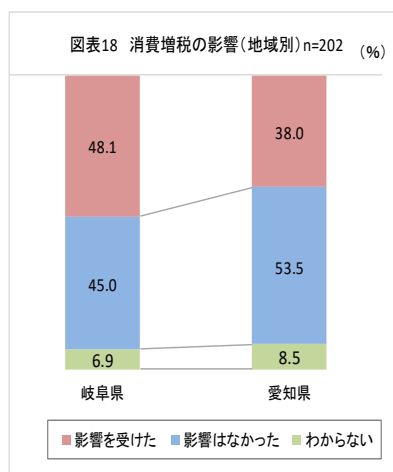
1. 影響はなかった
2. 駆け込み需要を上回る反動減
3. 消費冷え込みによる売上減
4. 販売価格の値下げ要請
5. 税込販売価格上昇による売上減
6. 価格転嫁できず、収益減
7. 軽減税率に伴う経理事務の複雑化
8. 軽減税率対応などのシステム投資
9. キャッシュレス・ポイント還元への対応
10. その他
11. わからない

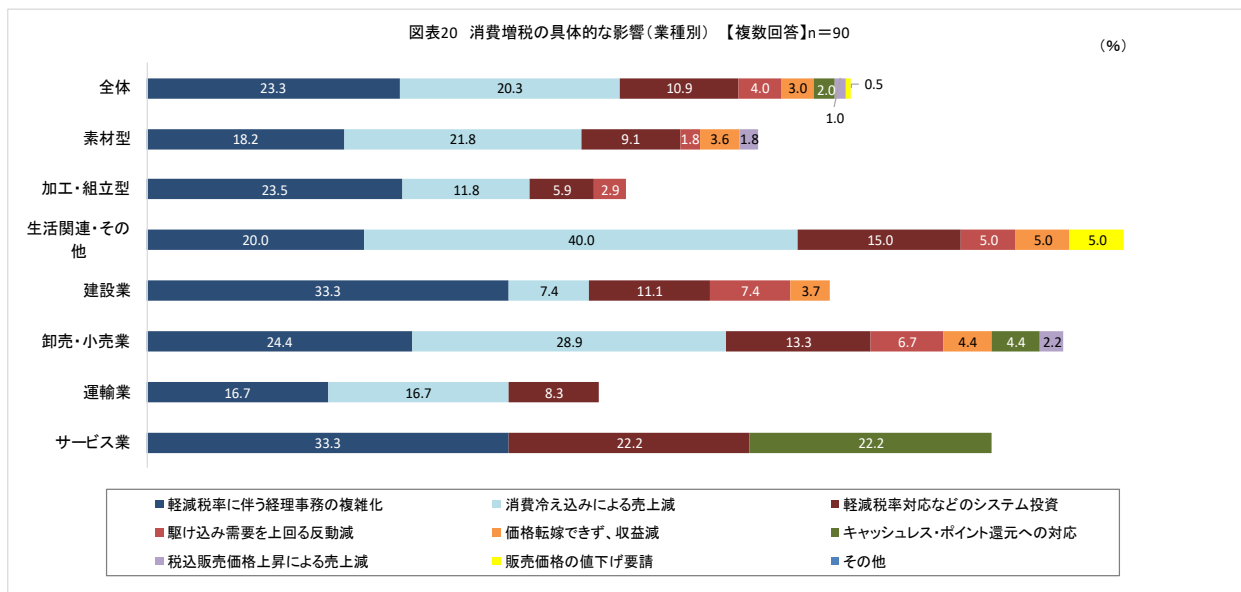


選択肢2~10のうち、何かしら影響を受けた企業は全体の44.6%だった(図表17)。業種別でみると、「生活関連・その他」や「卸売・小売業」で「影響を受けた」の割合が5割を超えた。

地域別では、愛知県よりも岐阜県の方が影響を受けた企業の割合が少し高かった(図表18)。

従業員規模別では、10人未満と300人以上と比較すると「影響を受けた」と「影響はなかった」の割合がほぼ逆転していた(図表19)。



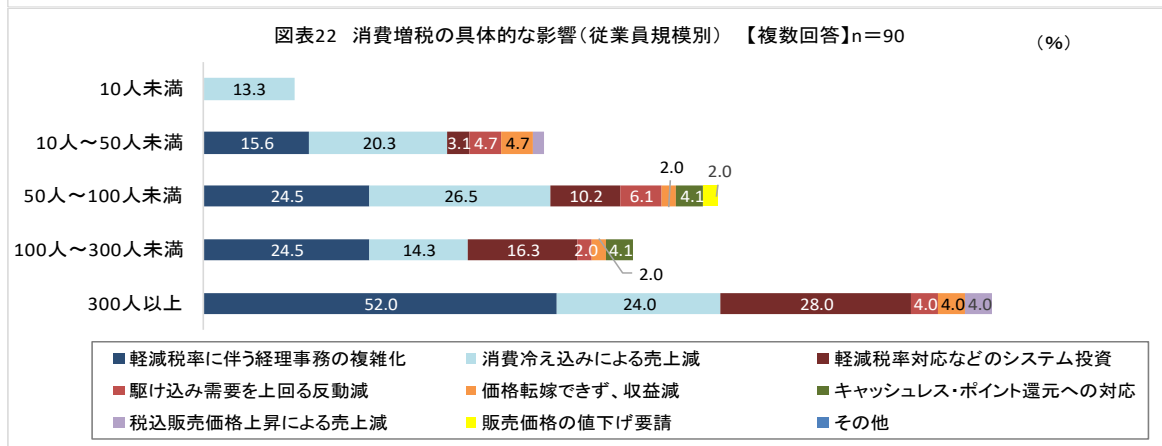
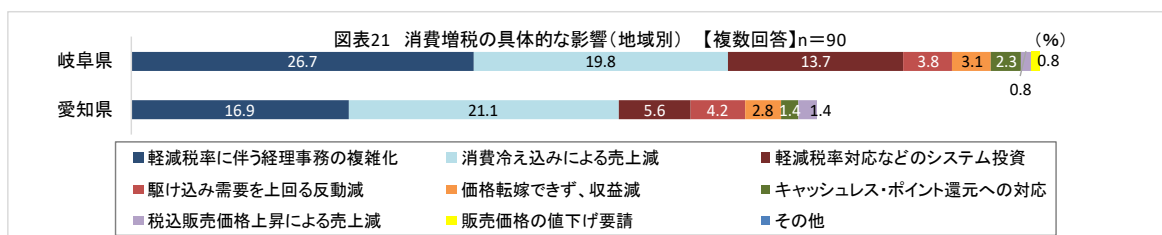


消費増税の具体的な影響をみると、全体で最も多かった項目は「軽減税率に伴う経理事務の複雑化」(23.3%)、次いで「消費冷え込みによる売上減」(20.3%)であった(図表20)。軽減税率関連(「軽減税率に伴う経理事務の複雑化」、「軽減税率対応などのシステム投資」)の影響が34.2%を占めている。業種別でみると、サービス業では軽減税率関連や、「キャッシュレス・ポイント還元への対応」に影響を受けた企業が多かった。一方、生活関連・その他や卸売・小売業、素材型で

は「消費冷え込みによる売上減」が最も多かった。

地域別でみると、岐阜県では軽減税率関連、愛知県では「消費冷え込みによる売上減」の割合が高かった(図表21)。

従業員規模別でみると、規模が大きくなるほど軽減税率関連の回答割合が高くなった(図表22)。また、すべての規模で「消費冷え込みによる売上減」が発生している。



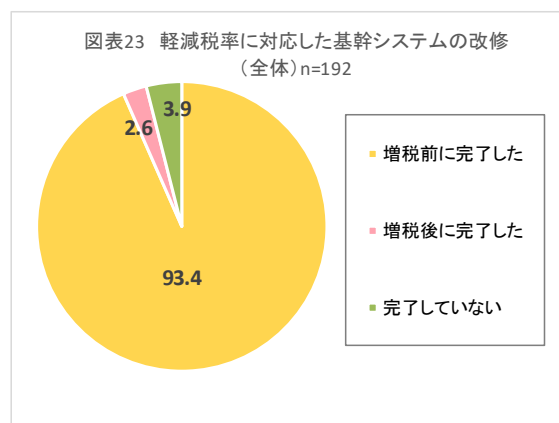
9. 軽減税率への対応

【設問 8】軽減税率に対応した基幹システムの改修はいつ頃完了したか。

【選択肢】

- 1.増税前に完了した
- 2.増税後に完了した
- 3.完了していない

軽減税率に対応した基幹システムの改修について完了時期を尋ねたところ、93.4%が「増税前に完了した」と回答した（図表 23）。2018 年 12 月調査において、「準備を進めている」と回答したのは全体の 22.9%と低調な準備状況であったが、大半の企



業は増税前に完了できていた。

一方、「増税後に完了した」が 2.6%、「まだ完了していない」が 3.9%と対応が間に合わなかった企業も見受けられた。

（研究員 藤木 由江）