# 4. 特別調査「消費税率引上げの影響と賃金・価格改定の動向」について

- ①消費増税の販売価格への反映見込み、「一部の反映(転嫁)にとどまる」が39.0%で最多
- ②消費増税の売上げへの影響の見通し、「どちらともいえない」が30.7%で最多、年内は29.6%
- ③消費増税後の収益確保に向けた対策、「いっそうの経費削減につとめる」が32.9%で最多
- ④<u>賃金の引き上げの有無とその理由</u>、 賃金を引き上げた企業は 7.2%にとどまる、引き上げた理由は「従業員の処遇改善」、引き上げていない理由は「当面のところは様子をみている」が最多に
- ⑤価格を改定した理由・しない理由、 改定しない理由は「競争激化で改定困難」が最多

### 問1. 消費増税の販売価格への反映見込み

消費増税の販売価格への反映(転嫁)見込みについては、全体では 1 位が「一部の反映(転嫁)にとどまる」で 39.0%となった。また、「全て反映(転嫁)できる」は 10.7%、「まったく反映(転嫁)できない」が 11.4%と、いずれも約 1 割となった。他方、「わからない」も 39.0%となり、まだ販売価格への反映(転嫁)を決めかねている様子がうかがえる。

「全て反映(転嫁)できる」を業界別にみると、小売業で2割を超え、サービス業で1割を上回った。他方、「一部の反映(転嫁)にとどまる」は建設業(60.5%)と卸売業(42.9%)の割合が高かった。また、製造業は「まったく反映(転嫁)できない」(14.0%)が全体を上回った。

#### 問 2. 消費増税の売上げへの影響の見通し

消費増税の売上げへの影響の見通しについては、全体では1位が「どちらともいえない」で30.7%、2位が「わからない」で28.3%となり、中小企業の6割近くが売上げへの影響をはかりかねている。次いで、「今年9月末ごろまで減少する」(11.7%)、「今年6月末ごろまで減少する」(8.6%)などが続いた。2014年内の影響を見込む企業は29.6%となり、「来年(2015年)以降も減少する」(4.5%)大きく上回った。

2014 年内での影響見通しを業界別にみると、卸売業(46.5%)が最も高く、建設業(34.8%)、小売業(30.8%)、サービス業(30.0%)、製造業(23.0%)と続いた。来年以降も影響すると考える企業は建設業と製造業で高かった。

#### 問3. 消費増税後の収益確保に向けた対策

消費増税後の収益確保に向けた対策については、全

体では「いっそうの経費削減につとめる」が32.9%で最も高く、次いで「これまでと変わらない」(29.8%)、「仕入価格の上昇を抑える」(28.0%)、「販売価格を個別品目・区分ごとに見直す」(26.6%)が続いた。

業界別では、製造業と建設業は「いっそうの経費削減につとめる」(それぞれ39.4%、30.2%)、卸売業は「仕入価格の上昇を抑える」(39.3%)、小売業とサービス業が「これまでと変わらない」が最多となった。

### 問4. 賃金の引き上げの有無とその理由

賃金の引き上げ・引き下げの有無とその理由については、全体では賃金を引き上げた企業は7.2%にとどまり、引き上げていない企業が9割を超えた。引き上げた理由では「従業員の処遇改善」(3.4%)、引き上げていない理由では「当面のところは様子をみている」(44.5%)が最も多かった。

業界別では、賃金を引き上げたのは卸売業(10.7%)、引き上げていないのは建設業(95.3%)が最多となった。特に、小売業とサービス業では「当面のところは様子をみている」が5割を超えており、消費者と接する業界ほど様子をみていることが示唆される。

#### 問5. 価格改定をした理由・しない理由

価格改定(引上げ)をした理由については、全体では「原材料価格の上昇」と「仕入先値上げ要請」が3.8%で最多となった。価格を改定してない理由では、「競争激化で改定困難」が35.2%で最多となった。

価格を改定していない理由を業界別にみると、製造業、小売業、建設業で「競争激化で改定困難」(それぞれ 42.0%、34.5%、41.9%)、卸売業で「顧客・販売先に受け入れられない」(35.7%)、サービス業で「現状の価格は適正」(43.3%)の割合が最も高かった。

# 問1. 消費増税の販売価格への反映(転嫁)見込み

※網掛け部分は全体平均以上を示す

| (%)   | 全て反映<br>(転嫁)でき<br>る |      | まったく反<br>映(転嫁)で<br>きない | わからない |
|-------|---------------------|------|------------------------|-------|
| 全体    | 10.7                | 39.0 | 11.4                   | 39.0  |
| 製造業   | 9.0                 | 37.0 | 14.0                   | 40.0  |
| 卸売業   | 7.1                 | 42.9 | 10.7                   | 39.3  |
| 小売業   | 21.8                | 29.1 | 7.3                    | 41.8  |
| サービス業 | 13.3                | 35.0 | 13.3                   | 38.3  |
| 建設業   | -                   | 60.5 | 9.3                    | 30.2  |

### 問2. 消費増税の売上げへの影響の見通し

※網掛け部分は全体平均以上を示す

|       |                       |                       |                       |                        |           |       |                     |             | 7710-17-17-17-1 |     |
|-------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|-----------|-------|---------------------|-------------|-----------------|-----|
| (%)   | 今年4月末<br>ごろまで減<br>少する | 今年6月末<br>ごろまで減<br>少する | 今年9月末<br>ごろまで減<br>少する | 今年12月末<br>ごろまで減<br>少する | 年 ) い 豚 土 | こりりこも | 影響はな<br>い・変わら<br>ない | むしろ増加<br>する | わからない           | その他 |
| 全体    | 1.0                   | 8.6                   | 11.7                  | 8.3                    | 4.5       | 30.7  | 6.9                 | _           | 28.3            | _   |
| 製造業   | _                     | 9.0                   | 9.0                   | 5.0                    | 6.0       | 33.0  | 5.0                 | -           | 33.0            | _   |
| 卸売業   | 3.6                   | 7.1                   | 17.9                  | 17.9                   | ı         | 25.0  | 3.6                 | -           | 25.0            | -   |
| 小売業   | -                     | 3.6                   | 12.7                  | 14.5                   | 1.8       | 25.5  | 5.5                 | -           | 36.4            | -   |
| サービス業 | 3.3                   | 11.7                  | 6.7                   | 8.3                    | 3.3       | 33.3  | 11.7                | -           | 21.7            | _   |
| 建設業   | -                     | 11.6                  | 20.9                  | 2.3                    | 7.0       | 32.6  | 7.0                 | -           | 18.6            | _   |

### 問3. 消費増税後の収益確保に向けた対策

※網掛け部分は全体平均以上を示す

|       |      |       |                         |       |                     |       |                        | <b>公型ココリロン</b> | ,              | ,,,, |
|-------|------|-------|-------------------------|-------|---------------------|-------|------------------------|----------------|----------------|------|
| (%)   |      | 個別品日・ | 新事業・分<br>野への進出<br>を検討する | 上昇を抑え | 新しい仕入<br>先を検討す<br>る | 要の平準化 | いっそうの<br>経費削減に<br>つとめる | 現状の業容<br>を拡大する | これまでと<br>変わらない | その他  |
| 全体    | 8.3  | 26.6  | 3.1                     | 28.0  | 6.6                 | 7.6   | 32.9                   | 6.6            | 29.8           | -    |
| 製造業   | 2.0  | 30.3  | 4.0                     | 26.3  | 7.1                 | 7.1   | 39.4                   | 5.1            | 27.3           | _    |
| 卸売業   | 17.9 | 32.1  | 10.7                    | 39.3  | 14.3                | 10.7  | 32.1                   | 3.6            | 21.4           | -    |
| 小売業   | 10.9 | 20.0  | 1.8                     | 34.5  | 5.5                 | 1.8   | 29.1                   | 1.8            | 36.4           | _    |
| サービス業 | 11.7 | 25.0  | 1.7                     | 18.3  | 5.0                 | 6.7   | 26.7                   | 11.7           | 35.0           | _    |
| 建設業   | 9.3  | 20.9  | -                       | 27.9  | 4.7                 | 14.0  | 30.2                   | 7.0            | 27.9           | _    |

# 問4. 賃金の引き上げ・引き下げの有無とその理由

※網掛け部分は全体平均以上を示す

|       |                      | 賃金を   | 引き上げた          | た理由                    |     | 賃金を引き上げていない理由 |               |                     |                        |     |
|-------|----------------------|-------|----------------|------------------------|-----|---------------|---------------|---------------------|------------------------|-----|
| (%)   | アベノミクス<br>の流れを踏<br>襲 | 促耒貝の処 | 自社の業績<br>改善を反映 | 人手不足を<br>背景とした<br>賃金上昇 | その他 | 自社の業績<br>低迷   | 景気見通し<br>が不透明 | 諸経費増で<br>支払余力な<br>し | 当面のとこ<br>ろは様子を<br>みている | その他 |
| 全体    | 0.7                  | 3.4   | 2.1            | 0.7                    | 0.3 | 19.0          | 21.4          | 7.9                 | 44.5                   | -   |
| 製造業   | 1.0                  | 4.0   | 1.0            | 1.0                    | ı   | 21.0          | 28.0          | 9.0                 | 35.0                   | -   |
| 卸売業   | -                    | 7.1   | -              | ı                      | 3.6 | 21.4          | 7.1           | 14.3                | 46.4                   | -   |
| 小売業   | 1.8                  | 1.8   | 3.6            | ì                      | ı   | 16.4          | 18.2          | 5.5                 | 52.7                   | _   |
| サービス業 | -                    | 5.0   | 3.3            | ì                      | ı   | 16.7          | 20.0          | 5.0                 | 50.0                   | -   |
| 建設業   | -                    | -     | 2.3            | 2.3                    | -   | 18.6          | 20.9          | 9.3                 | 46.5                   | -   |

# 問5. 価格改定をした理由・しない理由

※網掛け部分は全体平均以上を示す

|       | 価格を改定(引上げ)した理由 |              |       |             |     | 価格を改定していない理由 |                         |              |                     |     |
|-------|----------------|--------------|-------|-------------|-----|--------------|-------------------------|--------------|---------------------|-----|
| (%)   | 原材料価格<br>の上昇   | 仕入先値上<br>げ要請 | 人件費上昇 | 円安傾向の<br>定着 | その他 | 現す成化で        | 顧客・販売<br>先に受け入<br>れられない | 現状の価格<br>は適正 | むしろ価格<br>を引き下げ<br>た | その他 |
| 全体    | 3.8            | 3.8          | 2.1   | 2.1         | -   | 35.2         | 22.8                    | 27.9         | 1.7                 | 0.7 |
| 製造業   | 4.0            | 2.0          | 2.0   | 2.0         | -   | 42.0         | 29.0                    | 18.0         | 1.0                 | _   |
| 卸売業   | 7.1            | 10.7         | 3.6   | 10.7        | -   | 10.7         | 35.7                    | 17.9         | 3.6                 | _   |
| 小売業   | 5.5            | 3.6          | 1.8   | 1.8         | -   | 34.5         | 16.4                    | 32.7         | 3.6                 | _   |
| サービス業 | 1.7            | 1.7          | 1.7   | -           | -   | 31.7         | 15.0                    | 43.3         | 1.7                 | 3.3 |
| 建設業   | 2.3            | 7.0          | 2.3   | -           | -   | 41.9         | 18.6                    | 27.9         | -                   | -   |