

## 「消費税増税にかかる影響調査」(レポート No. 1)

### ○ 調査の目的

平成26年4月1日から実施された消費税増税(5%→8%)に関し、増税前の「駆け込み需要」の反動を懸念する声が多く聞かれ、そうした声に応え、4月1日以後の正確な状況を県内中小企業経営者に伝えるため、毎年度行っている「地場産業調査」に併せて、「消費税増税にかかる影響調査」もヒヤリング方式で実施することとした。

- 今回調査の期間 平成26年4月17日から5月15日までの間  
(今後も継続して実施していく。)

- 今回調査対象企業数 16社  
A機械 2社、 B木工 3社、 C窯業土石 6社、  
Dプラスチック 5社

### <表示記号>

### ○ ヒヤリング内容

番号	内 容
①	消費税増税による駆け込み需要とその反動
②	製品価格への反映
③	原材料費のアップ分の販売価格への転嫁
④	賃金への対応の有無

### ○資本金別

記号	区 分
a	1,000万円未満
b	1,000～3,000万円未満
c	3,000万円以上

### ○従業員別

記号	区 分
I	20人未満
II	20～50人未満
III	50人以上

### ○ヒヤリング内容

#### 概 要

調査した企業については、いずれも、受注量はある程度あり、消費税増税の影響はあまりない。増税分の製品販売価格への転嫁については、窯業土石業の一部を除けば、転嫁できている。原材料費の増税分については、殆どの企業で転嫁できておらず、原材料費の高騰と相まって、企業利益の目減りに繋がっている。

また、給料・賃金のアップについては、企業で対応がまちまちであるが、消費税増税

分に呼応してのベースアップは、1、2社のみで、殆どの企業は、「到底、ベースアップができる状況にない」との回答であった。ただ、定期昇給については、継続的に行っている企業も多くあり、数年ぶりに定期昇給を行ったという企業もあった。

**A-1社 (機械)** 資本金：c 従業員：Ⅲ

- ② 自社製品の販売価格への転嫁は、消費税分以外は転嫁出来ていないのが現状。
- ③ 仕入に関しては、「便乗」かどうか分からないが、値上がりしているのは事実。総じて「3~4%+消費税分3%=6~7%の値上がり」といった感じで増加している。
- ④ 消費税増税に伴い、4月より従業員給与を基本給ベースで3%UPさせた。それ以外は通常の定期昇給になる。

**A-2社 (機械)** 資本金：c 従業員：Ⅲ

- ① 駆け込み需要の有無やその後の反動減について、金型に関しては駆け込み需要もその反動も全くなく、プレス製品に関しても同様で、3月までと4月以降の受注に今のところ全く変化はない。
- ③ 製造原価への増税の影響としては、金型に関して言えば、確実に仕入値に反映しているが、材料費はせいぜい10%であり、あまり大きくはないし、便乗値上げ的なものもない。また、製品への転嫁もしている。  
しかし、原材料に鋼材、ステンレス・金などを使っていることから、消費税が3%上がることより、市況の影響の方が大きい。
- ④ 当社のベースアップは、経営者協会や同業他社などの様子を見ながら毎年7月に行っているが、每期確実にベースアップを実施していることから、「消費税が増税になった」からといって特別にベースアップすることはなく、例年の如く状況に応じたベースアップを、4月分に遡って行うものと思っている。

**B-1社 (木工)** 資本金：b 従業員：Ⅱ

- ① 3月までの受注には、駆け込み需要は確かにあったが、増税後の現段階での受注落ち込みはない。ただし、それは増税による落ち込みを見越して、以前から新規取引先の確保に努めてきており、その成果を踏まえてのことであり、増税後の買い控えがないのかどうかはわからない。
- ③ 製造原価に関しては、基本的に消費税分は上がっているが、木材などの材料について便乗値上げ的なものはない。逆に11月のピーク時よりは、木材によっては値下がりしているものもある。季節的要因もあり、4月からひび割れなど丸太の劣化が始まるため、業者が原木在庫を待たなくなることも影響している。  
ただ、運送費、電力費、機械代金などは便乗値上げ的な値上がりとなっている。
- ④ ・中途採用でない従業員については定期昇給を実施予定。

- ・ 昨年の決算はあまり良くなかったので昨年の夏のボーナスはあまり出せなかったが、今年の夏のボーナスは昨年より上乘せして支給予定。
- ・ それより残業代が凄い。昨年11月から忙しくなっているが、特に1月以降は労働基準局に叱られるくらい残業をやっている。だから、実際のところ社員の懐は潤っている。

**B-2社 (木工)**                      資本金：c      従業員：Ⅲ

- ②③製造原価の上昇分は、4月に実施した製品価格改定により、消費増税分も含めて製品価格に転嫁できている。製品価格の改定は久しぶりの実施であるが、これは定番商品などについてであり、新商品については発売時の価格に原価上昇分を加味しているので問題はない。
- ④従業員の給与面については、定期昇給分2%とベースアップ分1%の合わせて3%の昇給を4月に実施した。(ベースアップは約15年振りの実施)

**B-3社 (木工)**                      資本金：c      従業員：Ⅲ

- ①H26年1-3月期は、前年同期に比べ20%程度の増加となっている。矢張り駆け込み需要による住宅着工件数の増加が大きく影響している。住宅に関連して新規で家具を買う人が出てくると良い。1度買えば10年、20年と使えるモノなので、新規で買う人が出て来ないと売上が伸びない。4-6月の状況も同様で、3月までの受注によりフル生産の状況にある。ただ、4月からの受注状況は大幅ダウンとなっており、1-3月期に比べ20%以上の減少となっている。
- ②③4月に製品価格の改定を実施したことにより増税分はもとより製造原価の上昇分も販売価格に反映させている。当社は数年来価格を抑えてきているので、「増税を機に」という訳ではないが、今般販売価格に反映させたということ。
- ④従業員給与については、4月から1%のベアアップを実施した。(定期昇給を含めると3%UP)

**C-1社 (窯業土石)**                      資本金：一      従業員：一

- ①・アベノミクスの効果は、現状ではまだまだない。但し、他の企業で、大手家電量販店宛ての景品として、一定量の受注が発生したという事例は聞いた。
- ・ 建築用のタイルは、昨年までは忙しかったようである。今年に入ってから、消費税増税を踏まえた住宅の駆け込み需要による盛り上がりは、予想に反してなかった。タイルは、初期投資がかかるが、メンテナンスが少なく維持費はかからないメリット等を売り出さなければいけない。

**C-2社 (窯業土石)**                      資本金：b      従業員：Ⅲ

- ①アベノミクスの効果はない。ただし、円安が進み、中国製の割安感はなくなっている。

原油高により3～5%のコストアップになっているほか、円安によるコスト高の影響が大きい。消費税増税の駆け込み需要はたしかにあったが、元々個人のマーケットは小さいから、その反動も特にはない。消費税増税の駆け込みは、法人にはあまり関係ない。

- ③消費税増税と同時に値上げする宣言（2～3月）は、当地区の業界全体の意思として行っている。しかし、実際はなかなか実行できていない（4～5月）。いかんせん、業界がこんな低迷振りのため、先に値上げして受注減となるリスクが怖いからであり、みんな後出しジャンケン状態になっている。

当社も、商品毎に個別に判断していく方針だが、いずれにしても夏過ぎからだろう。夏場以降の新しいカタログができるタイミングで考えている。

**C-3社（窯業土石）** 資本金：c 従業員：Ⅲ

- ①消費税増税の影響は特にはない。あいかわらず小売不振の中で、なぜか先月あたりから受注が改善してきた。不思議な感じを受けているところだが、海外からの受注が増えていると思われる。アメリカ・アジアが多く、ヨーロッパは比較的少ない模様。

消費税アップの影響としては、過去の増税後の推移以上に本当に一時的なもので終わりそうだと感じている。

- ②③消費税増税分はともかく、材料等の値上がり分を納入業者（産地商社等）へ転嫁しようにも難しい。一部値上げが認められるものもあれば、認められないものもある。商社もギリギリの-marginで営業しているうえ、肝心の最終小売価格が上げられない状況の中、価格転嫁を吸収できる企業はないだろう。

**C-4社（窯業土石）** 資本金：一 従業員：一

- ②③消費税増税分はいいとしても、材料値上がり分等は価格転嫁できる状況にない。

商社のカタログを改訂するタイミングでどこまで改善できるか。

- ④近々、組合員の会合があるため、その時に、各社の賃上げ状況を確認したい。

**C-5社（窯業土石）** 資本金：b 従業員：Ⅱ

- ②③消費税増税分は問題なく転嫁している。そのほかの値上げは難しい。

- ④賃上げについては、従来から毎年12月、年+1.3%の定期昇給を実施してきた。よって、

今回特別というようなことはない。デフレ時代にも一貫して昇給してきたので、地元の陶磁器業界の中では高給な方かもしれない。

**C-6社（窯業土石）** 資本金：b 従業員：Ⅱ

- ①消費税増税に伴う駆け込み需要はマンション向けタイルを中心に一定数あった。ちなみに、東日本大震災による特需はなかった（仮設住宅等は喫緊の課題であったが、タイルまでは求められるものではない）。

- ②消費税増税に伴い、増税3%分は問題なく転嫁済み。

- ③エネルギーコストアップ分等の値上げは簡単ではないので、同業他社の動向を見つつ、

タイミングを計っていく。

- ④従来も今年度も、賃上げ（ベア）は実施していない。ただし、従業員数は増えたことにより、総人件費は昨年対比で12%アップしている。

**D-1社（プラスチック）**                      資本金：b      従業員：II

- ①自動車関連の受注は、4月以降20%くらい落ちると言われていた。ところが落ち込みは10%程と予想より小さかった。もちろん自動車の国内販売はもっと落込んでいるのだろうが、輸出部品が好調だからである。また、大手自動車会社の国内販売も、5月以降は回復するという事なので、増税による受注減少はほとんどない。
- ②販売価格への転嫁も消費税分については出来た。

**D-2社（プラスチック）**                      資本金：b      従業員：I

- ①2014年3月期、ヒット商品もあったおかげで売上微増となったが、原材料費の高騰により利益率はやや低下。新製品の開発等により売上は維持しているものの、企業努力の賜物であって、あまり景気、消費者心理が回復したという実感は無い。景気が良くなっても消費者にウケる物を作れば売上は確保できると考えている。
- 増税による販売の落ち込みはほとんど感じられなかった。家庭用品は3、4月の新生活の時期に一番売上が伸びるので、前月と単純に売上を比べられるものでもなく、どれだけ増税の影響があったのか分からないと言った方がいい。
- ②消費税の増税分は販売価格に転嫁出来ている。
- ③当社は自社工場（本社敷地内）で製造していることから、原材料の仕入れもすべて自分達で行っている。原油（ナフサ）価格は高止まりしている。原材料費の値上がり分を製品に転嫁する事は出来ていない。既存の商品を値上げする事は難しい。新しい商品を出した都度、適正な価格に設定している。
- ④消費増税に合わせて4月から平均3%の賃上げを実施。

**D-3社（プラスチック）**                      資本金：b      従業員：II

- ①今年に入ってから売上は伸びている。円安により国内製造業が活発になって来たというのと、消費税の駆け込み需要もあったのだと思う。その反動なのか4月は1割ほど受注が減った。5月に入って少し上向きつつあるという印象だが、まだ見極めかねている。
- ②③販売先への請求書は外税となっているので、消費税分は販売価格に転嫁できた。しかし他のコスト増の分が出来ていない。
- ④賃上げはしない。会社が赤字決算であり、賃上げを出来る状況に無い。
- ただそれでは従業員のモチベーションを保てないので、能力を見ながら個別に昇給している。一律に定期昇給はしていない。

**D-4社（プラスチック）**                      資本金：c      従業員：II

- ①こここのところの景況感は良くも無く悪くもないという感じである。  
消費増税の駆込み需要も無かったので、その反動も特に感じていない。
- ②③消費税の影響はそんなに無かった。というのも大手電機企業への請求書はもともと税抜表示であったので、表示価格は4月以降も変更はないからだ。自力調達している分については調達時に消費税増税分が上乘せされることになったが、それは販売価格に転嫁できている。
- ④毎年6月に定期昇給は行っているが、賃上げ=ベアは行わない。我々中小企業にとって、賃上げは難しい話である。消費税が上がったからといって賃上げという考えは無い。ベアをするなら業績の裏づけがないと出来ない。

**D-5社 (プラスチック)**

資本金：c 従業員：Ⅲ

- ①大手住宅関連企業向けの部品については多少の駆込みと4月に反動減があったものの限定的であった。依然としてマンション需要が好調でしばらく水周り部品の販売は伸びそうである。東京オリンピック等控えており、住宅需要もしばらく好調であると考えている。
- ②消費税増税分の販売価格への転嫁は出来ている。
- ③原材料価格も高止まりしている。自動車関係は「ナフサスライド」といって原材料の価格変動を転嫁できるようになっているが、他業界向けについても、企業努力により原材料の値動きの影響はあまり受けていない。
- ④毎年4月に賃金の見直しをするのだが、業績が厳しいこともあって今年は見送った。