

# 消費税率引き上げによる影響調査（団体ヒアリング）の結果

北海道経済部経済企画室

○調査実施期間	平成26年4月～5月
○調査回答者	業種別団体（業種別業況動向調査対象団体、業種別団体）、地域の商工団体、 商店街振興組合等 計56団体
○調査方法	本庁関係部及び（総合）振興局による聞き取り
○調査項目	消費税率の引き上げによる影響 ①業界への影響 ②対策 ③価格への転嫁

## 1 消費税率引き上げに伴う業界への影響について

### 【概要】

「影響はあまりない」というコメントが、「影響あり」に比べ多数であった。ただし、一部の業界団体からは、駆け込み需要の反動減が生じているとのコメントがあった。

### 影響はあまりない

#### （内容）

機械業界では、「影響はあまりない」と回答した企業が約6割を占めている。食品製造業界や一次産業団体からも、影響があるとの回答はされていない。地域の商工団体においては、駆け込み需要は生じたが、思ったほどの影響はなかったと回答されている。

#### （主なコメント）

- ・会員企業のうち7.2%が「影響大」、33.3%が「多少」、59.5%が「あまりない」と回答。（機械）
- ・売上、受注には変化なしと判断している会社が多い。（食品製造）
- ・特に影響が出ているという情報はない。（一次産業）
- ・影響なしの声が多数。どの業界も思っていたほどの影響なし。落込みは見られない。駆け込み需要は大きな商品に限ったもので想定内。売上の戻りも早く、前年並み。大きく影響を受けているところは聞かない。（商工団体）
- ・消費税が5%になったときには相当影響があり、回復に時間がかかったが、今回は、影響はあまりない。売上は、意外にも4月中旬には回復した。（商店街）
- ・駆け込み需要により、2月、3月と売上を伸ばした割には、4月の反動減は想定内だった。（小売）
- ・駆け込み需要の反動もなく、思ったより影響は少なかった。3ヵ月程度で落ち着くと思われる。（商工団体）

### 影響あり

#### （内容）

小売業界や運輸業界などから、駆け込み需要の反動減が生じている旨の回答が寄せられた。また、医療など非課税売上が大半の団体からは、控除対象外消費税分が経費の増大になるなどの回答もあった。

#### （主なコメント）

- ・駆け込み需要が顕著だった、調味料、米、酒類、缶詰等の食品、また日用雑貨品では、紙製品、洗剤、ヘアケア商品、ボディケア商品等の回復が遅れている。（小売）

- ・駆け込み需要の商品等の輸送が一時的に増加したが、その後の輸送量は反動で一時的に落ち込んでいる。(運輸)
- ・社会保険診療を行うための仕入にかかった消費税は控除できず(控除対象外消費税)、医療費のコストとなり、経営を圧迫している。(医療)

## 2 消費税率引き上げへの対策について

### 【概要】

業種を問わず、業界団体では「特に対策は行っていない」とのコメントが最も多かったが、消費税が円滑・適正に転嫁されるための指導や講習会などの実施や新たに相談窓口を設置したとのコメントも寄せられた。また、企業等が行った対策として、設備投資の前倒しや価格設定・内容量の見直し、一層の経費削減に努めるなどのコメントもあった。

(主なコメント)

#### **特に対策は行っていない**

<業界団体>

- ・具体的対応の必要性が考えられないことから、業界としての対策は実施していない。(商工団体)
- ・組合としての対策はない。(商店街)
- ・消費税増税対策として、特別に実施した対策はないが、増税前から会員企業等に対して、価格表示方法の変更等に関する周知を図っていたことから、混乱が生じることはなかった。(商工団体)

#### **対策を行っている**

<業界団体>

- ・講習会の開催及び巡回訪問による相談指導を行った。(商工団体)
- ・消費税の転嫁対策指導や講習会の実施、相談窓口を設置した。(商店街)

<企業>

- ・一部設備投資の前倒しを実施するなどの対策を取っている。(食品製造)
- ・飲食は価格転嫁せず、内容を変えてメニューを改定しているところが結構ある。(商工団体)
- ・商品の販売価格を変えずに内容量を減らすなど工夫している。(商工団体)
- ・経費削減に努めるしかない。(商工団体)

## 3 消費税率引き上げに伴う販売価格への転嫁について

### 【概要】

多くは「転嫁できている」とコメントしているが、競争が激化しているところでは、転嫁しきれない事業者もある、あるいは価格転嫁せずに販売内容の見直しにより対応しているとのコメントもあった。

(主なコメント)

#### **転嫁できている**

- ・消費税率の引き上げ、表示方法の変更等に向けて、システム改修、店頭での表示変更作業、従業員教育等に取り組んだ結果として、適正に転嫁できていると考えている。(小売)

- ・消費税率引き上げ分については、消費税分を表記し価格に適正に転嫁している。  
(一次産業)
- ・増税分は価格に転嫁している。(原材料費や光熱費などの施設維持費も高騰しており、  
価格を再検討したところもある。)(観光)
- ・ほぼすべての会員が、消費税の引き上げ分を価格に転嫁している。(商工団体)
- ・価格への転嫁は行っている。(商店街)

#### **一部転嫁できていない**

- ・基本的に転嫁しているが、競争が激化しているところでは転嫁しきれない事業者も  
ある。(石油販売)
- ・事業者は価格転嫁を見合わせ、価格転嫁ができない分経費を何とかしたいと努力し  
ている。(商工団体)