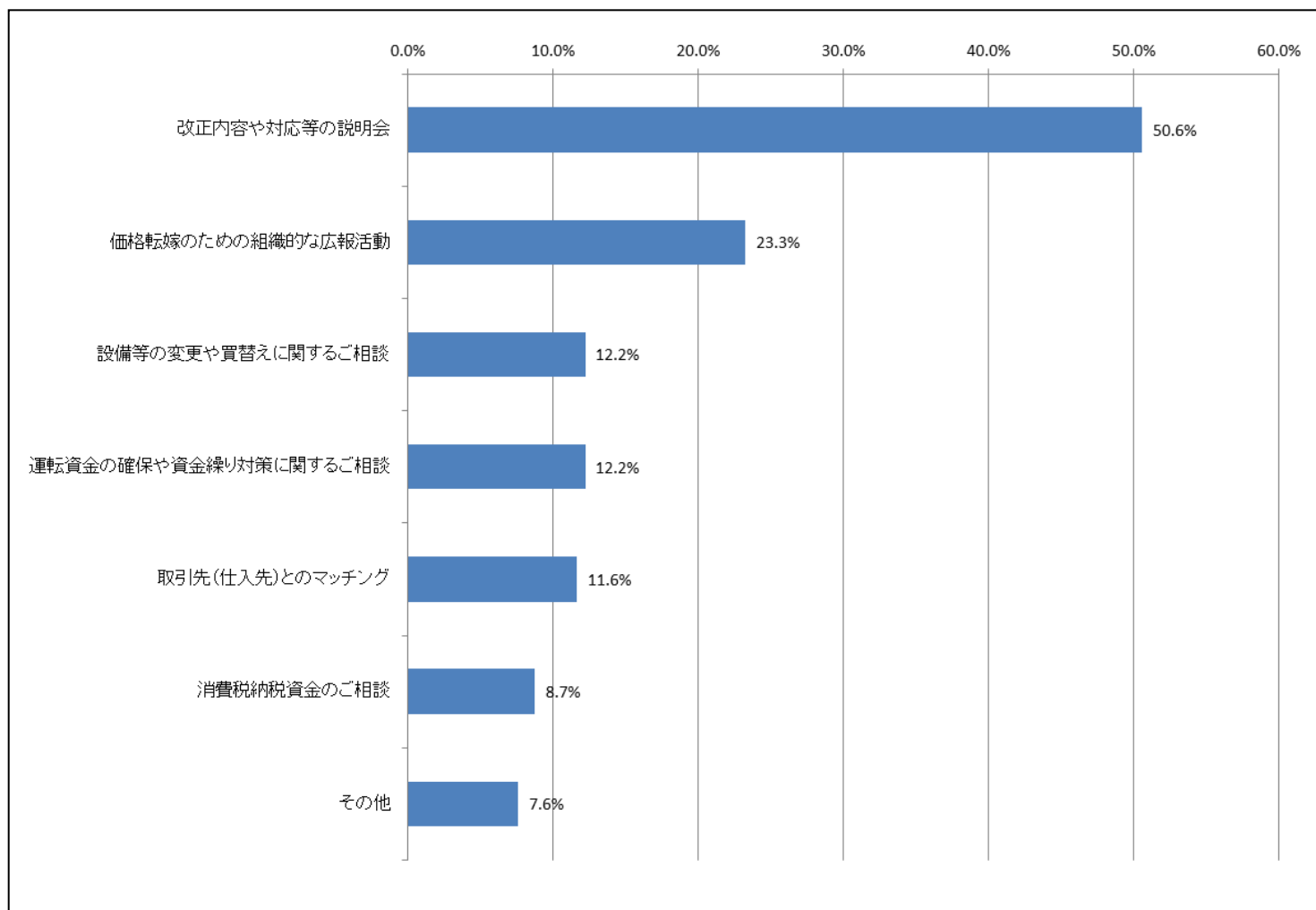


# 消費税率引き上げに関する意識調査結果

(平成25年11月22日現在)

岡崎商工会議所  
中小企業相談所

## 岡崎商工会議所に期待することは 消費税改正内容や対応策の説明会の開催 価格転嫁のための組織的な広報活動



岡崎商工会議所に期待する支援策は上記グラフならびに、右図の通りとなった。

「公的機関からの情報を得やすい立場を活かして企業に有益な情報提供を行うこと」とともに「組織力の活用」に期待を求められる結果となった。

消費税対策について、岡崎商工会議所に期待することは？（複数回答可）	割合
改正内容や対応等の説明会	50.6%
価格転嫁のための組織的な広報活動	23.3%
設備等の変更や買替えに関するご相談	12.2%
運転資金の確保や資金繰り対策に関するご相談	12.2%
取引先（仕入先）とのマッチング	11.6%
消費税納税資金のご相談	8.7%
その他	7.6%

### ■調査要綱

- ・調査期間：10月3日～10月28日
- ・調査対象：岡崎商工会議所 部会（理財部会を除く）幹事 453社
- ・回答数：172社 回収率 37.9%

### ■設問内容

- 設問① 貴社の業種について
- 設問② 税率引き上げ後の販売、売上、契約価格への転嫁について
- 設問③ 税率引き上げ後の設備投資（事務所や商用車、機械等）について
- 設問④ 消費税引き上げ前に準備しておきたいと思っていることについて
- 設問⑤ 消費税引き上げ対策について、主な相談先について
- 設問⑥ 消費税対策について、岡崎商工会議所に期待することについて

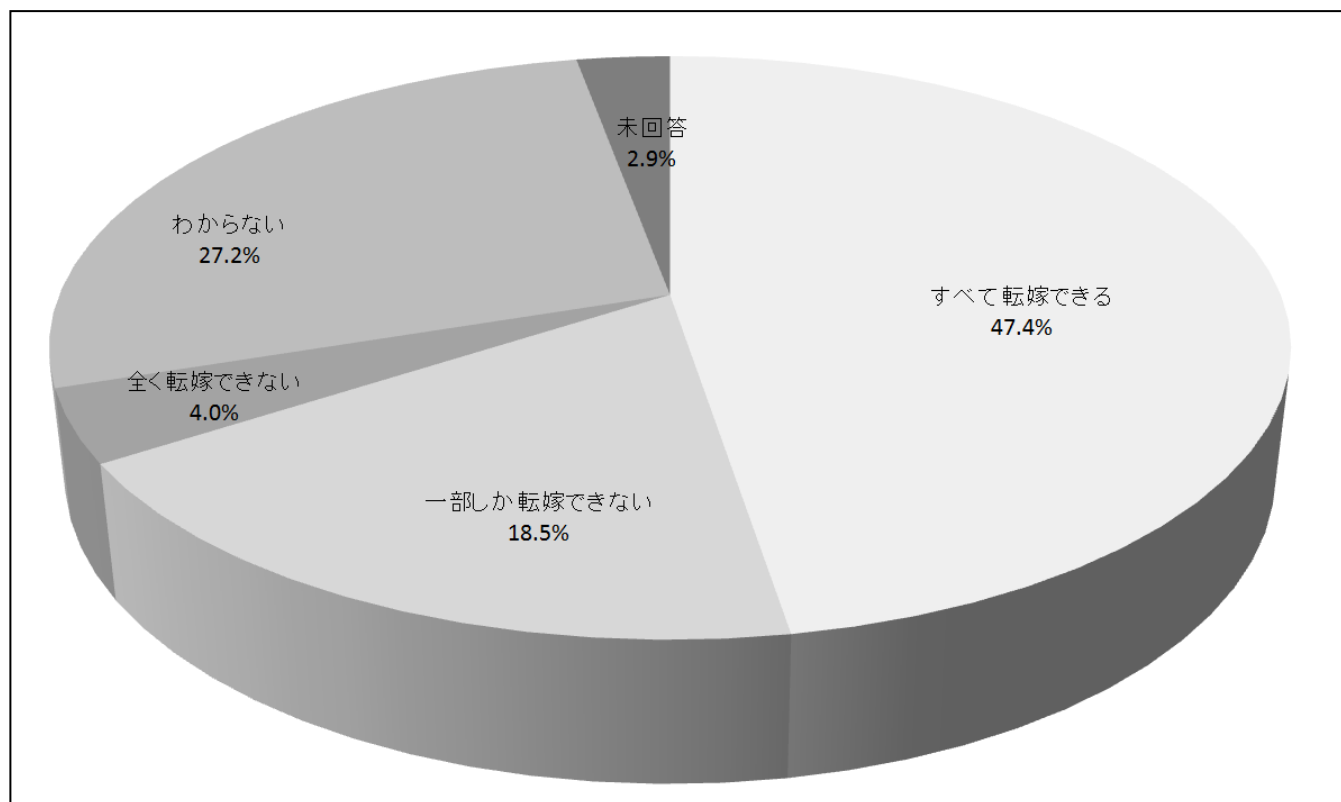
設問②税率引き上げ後の販売、売上、契約価格への転嫁について

### ●「すべて転嫁できる」企業が全体の47.7%を占め、業種別においても同様の結果

消費税率引き上げ後の販売、売上、契約価格への転嫁について質問したところ、全業種の総合結果において右図の通りとなった。

税率引き上げ後の販売、売上、契約価格への転嫁について	割合
すべて転嫁できる	47.4%
わからない	27.2%
一部しか転嫁できない	18.5%
全く転嫁できない	4.0%
未回答	2.9%
合計	100.0%

※建設業・製造業で、9月までに契約した分は除く。



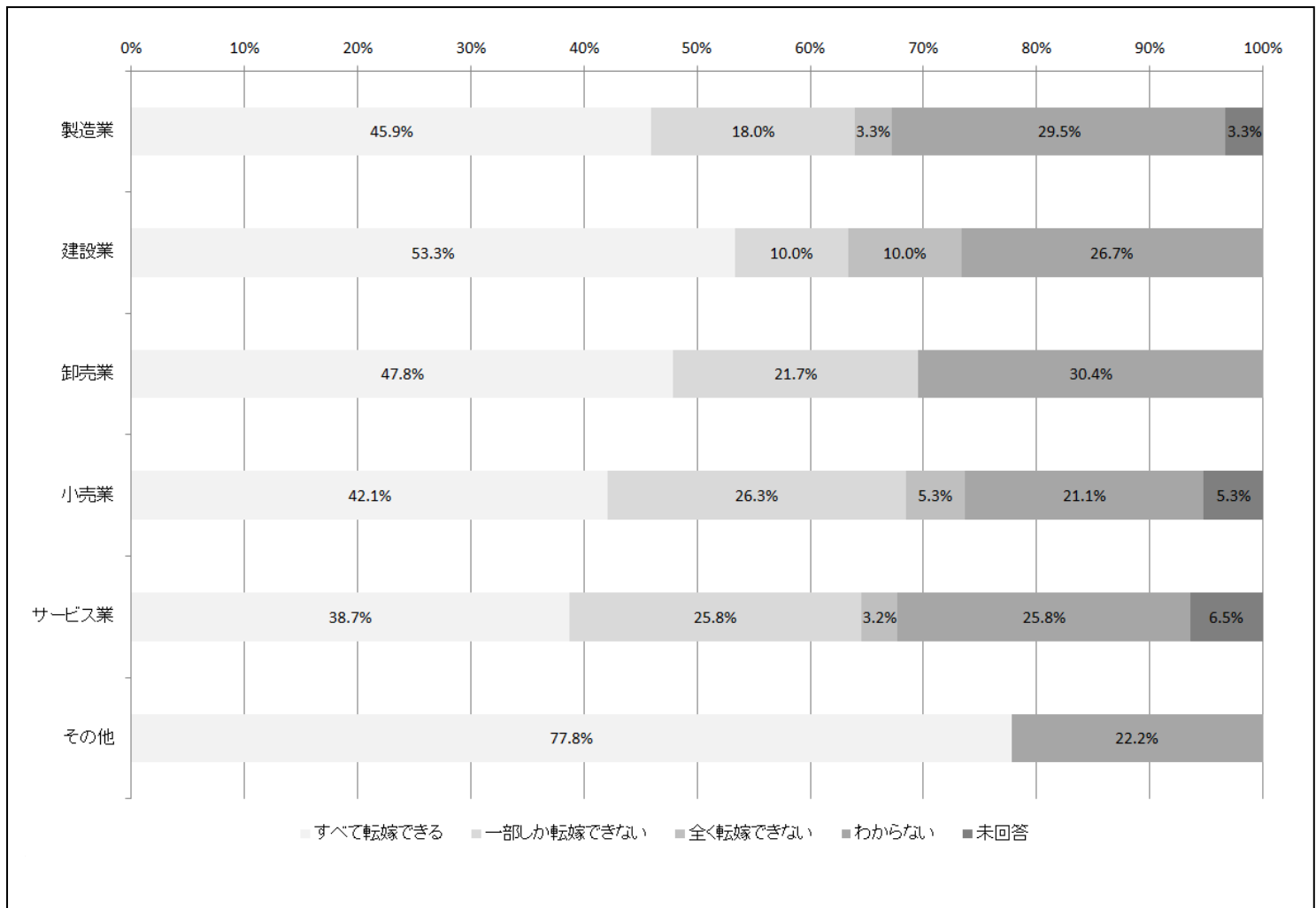
「すべて転嫁できる」が「転嫁できない（全部および一部）」を上回った。

業種別による結果は下のグラフの通りとなった。これによると「すべて転嫁できる」が全業種においても最も多かった。

業種別にみると建設業が53.3%と最も多く、次いで卸売業が47.8%、製造業45.9%という結果になった。

また「一部しか転嫁できない」と「全く転嫁できない」を合計すると、製造業は21.3%、建設業は20.0%、卸売業は21.7%、小売業は31.6%、サービス業は29.0%となった。

特に消費者と直接取引を行う機会の多い小売業やサービス業でその割合が高い。転嫁できず利益の縮小にならないよう、政府の転嫁対策の情報等を参考に対処したい。



### 設問③ 税率引き上げ後の設備投資（事務所や商用車、機械等）について

#### ●当初の予定通り設備投資の実施予定がないとの回答がほぼ半数を占めた

消費税率引き上げ後の設備投資について質問したところ、「当初の計画通り実施しない」が最も多く、「計画通り、実施予定」も併せると74.0%を占め、増税を機に計画変更する企業は少ない。

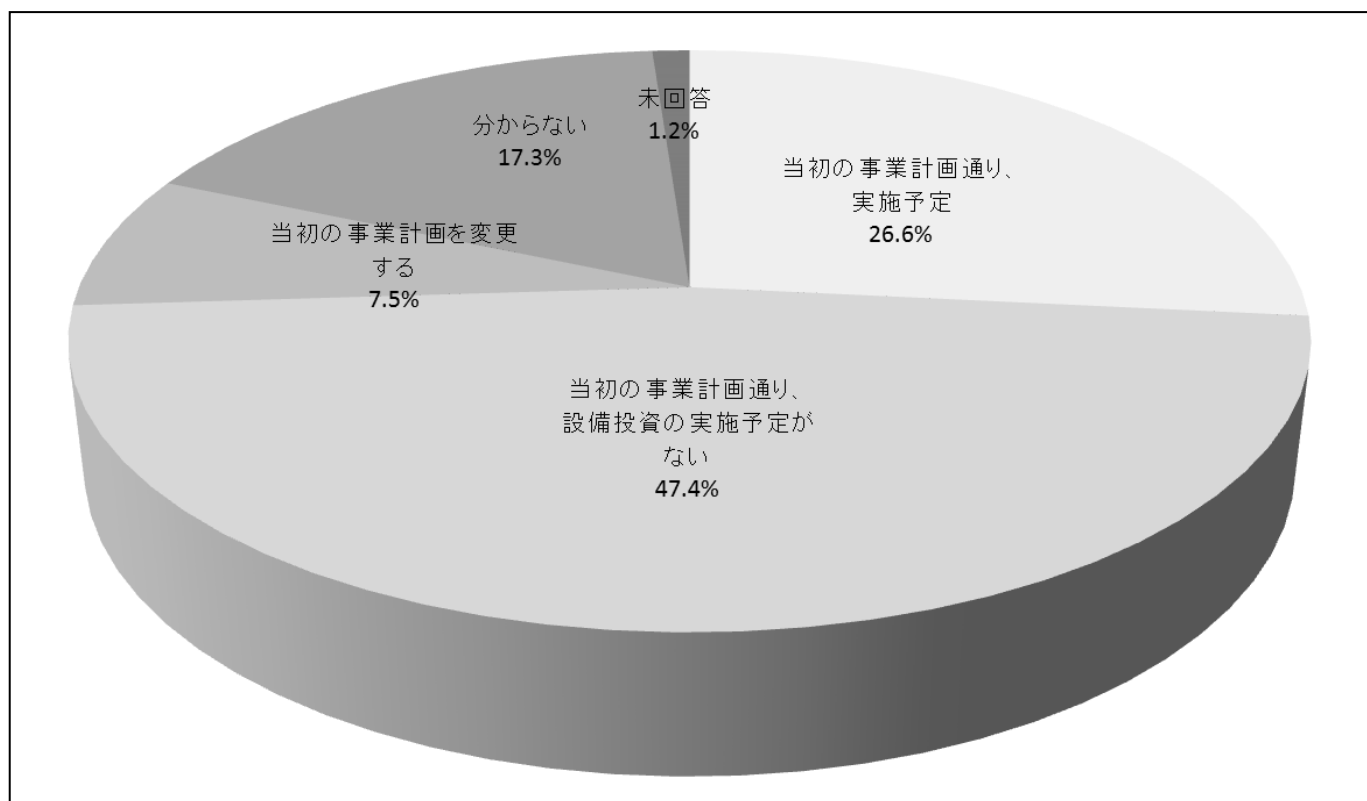
当初計画を変更すると答えた

7.5%の企業のうち、「税率引き上げ前に前倒しで実施」が84.6%、「中止する」が7.7%、「引き上げ後に実施」が7.7%という回答になった。

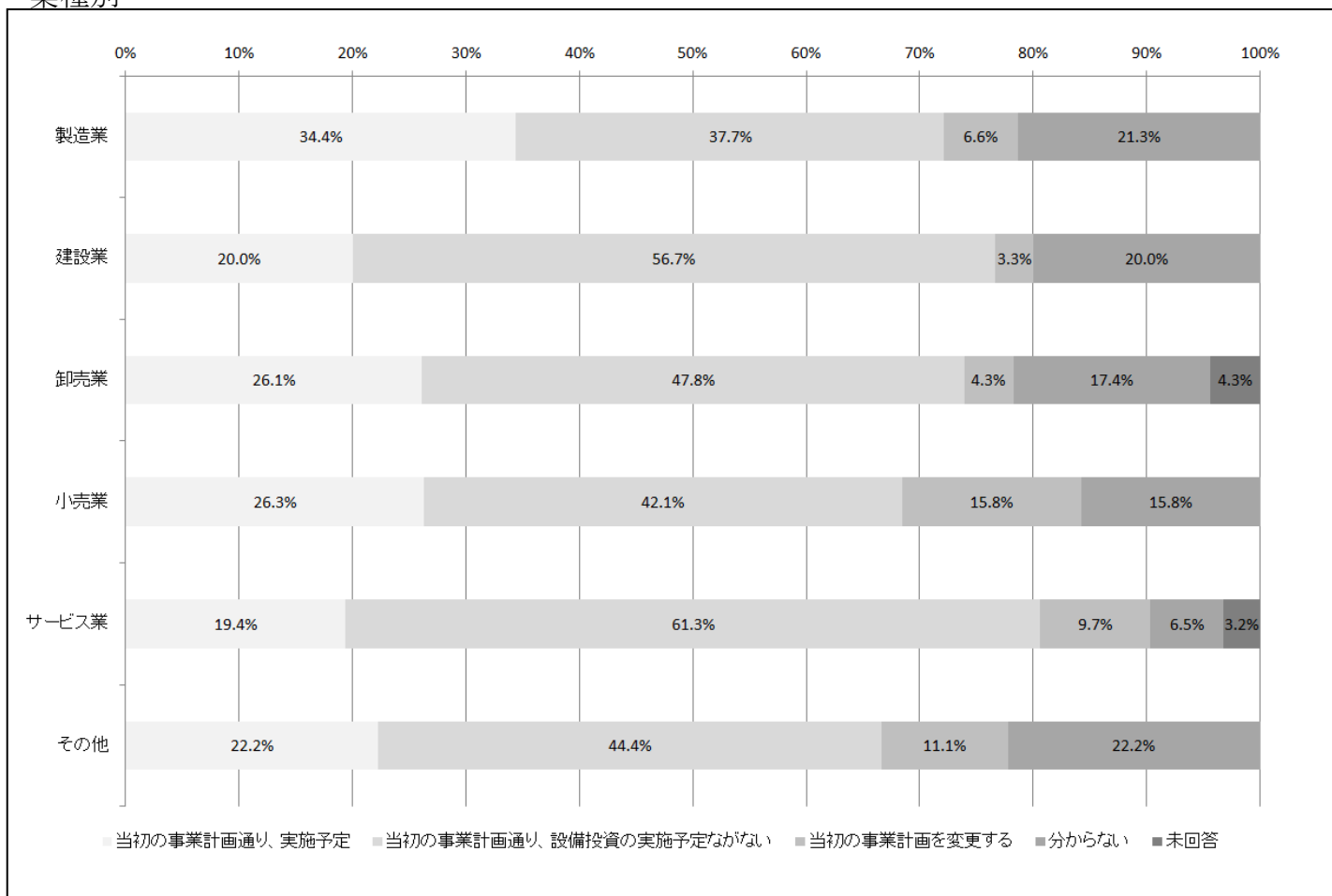
消費増税に左右されることのない設備投資計画を遂行し、その中で優遇税制や制度融資の活用を検討したい。

業種別にみても全業種においてほぼ7割以上が「当初の予定通り実施しない、実施する」という結果になった。

税率引き上げ後の設備投資（事務所や商用車、機械等）について	割合
当初の事業計画通り、設備投資の実施予定がない	47.4%
当初の事業計画通り、実施予定	26.6%
分からない	17.3%
当初の事業計画を変更する	7.5%
未回答	1.2%
合計	100.0%



## 業種別



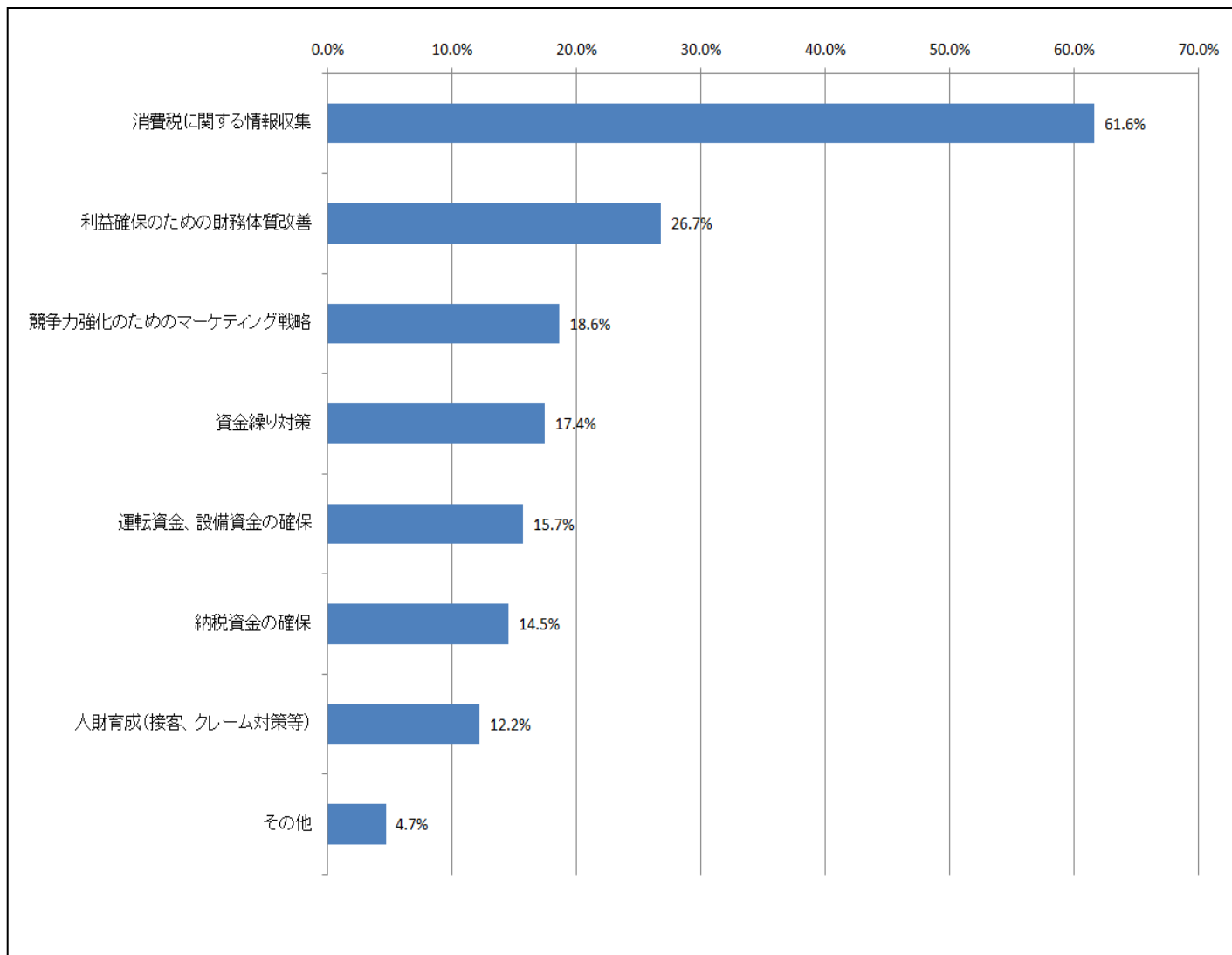
設問④ 消費税引き上げ前に準備しておきたいと思っていることについて

### ●消費税引き上げ前に準備したいことは「消費税に関する情報収集」

消費税引き上げ前に準備しておきたいこと (複数回答可)	割合
消費税に関する情報収集	61.6%
利益確保のための財務体質改善	26.7%
競争力強化のためのマーケティング戦略	18.6%
資金繰り対策	17.4%
運転資金、設備資金の確保	15.7%
納税資金の確保	14.5%
人財育成（接客、クレーム対策等）	12.2%
その他	4.7%

消費税率引き上げは決まったが、複雑な経過措置や「総額表示義務」、また免税事業者や簡易課税制度など、知りたい情報は一様ではない。さらには軽減税率の導入等がささやかれ、情報が交錯している。

このような状況において、実際の対策を練る前に、表面的ではない、個々の状況にあった情報収集を求める結果となった。



設問⑤ 消費税引き上げ対策の主な相談先について

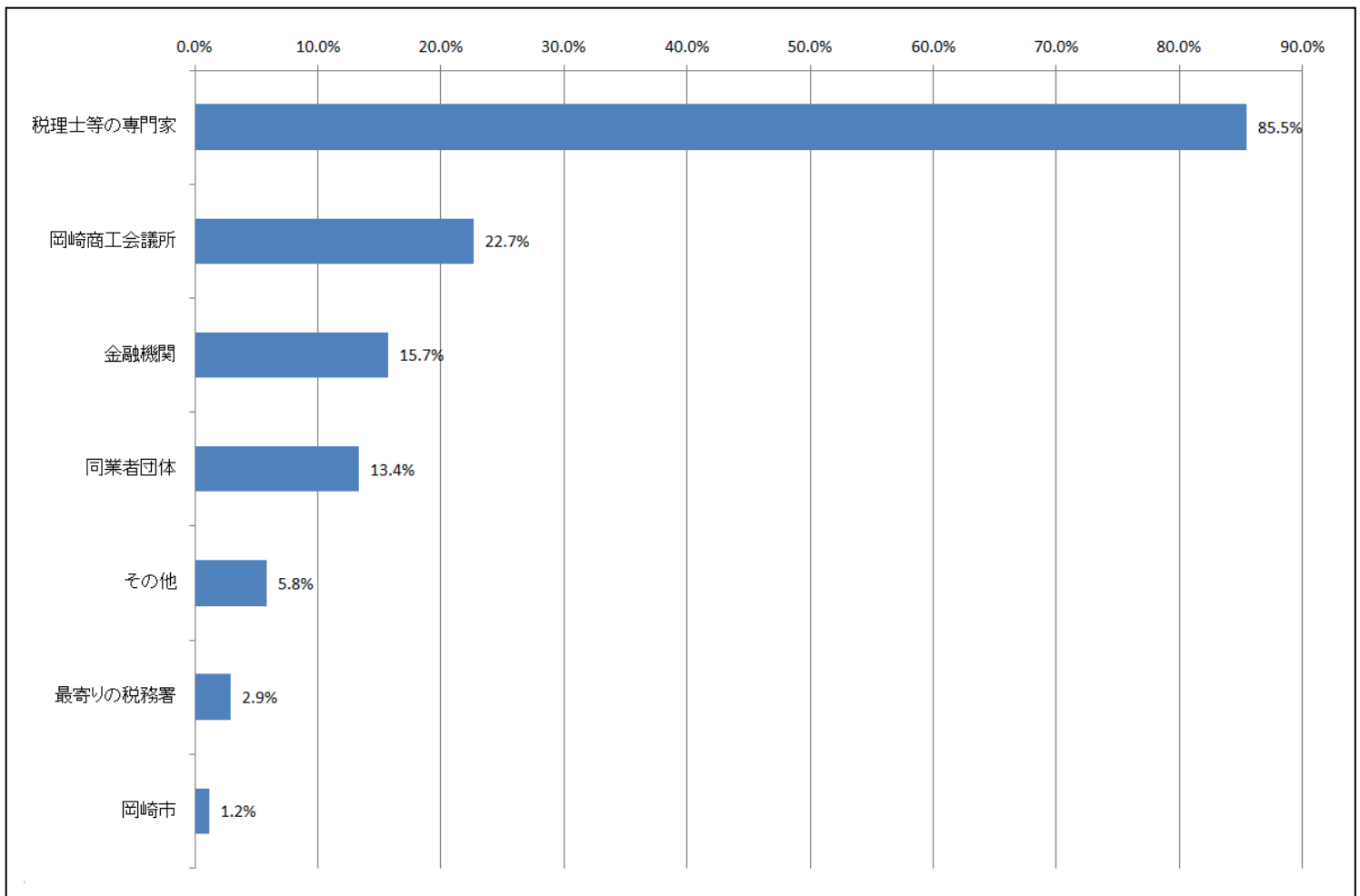
●相談先は顧問税理士がダントツ、次いで岡崎商工会議所、金融機関の順となった。

主な相談先はどちら？ (複数回答可)	割合
税理士等の専門家	85.5%
岡崎商工会議所	22.7%
金融機関	15.7%
同業者団体	13.4%
最寄りの税務署	2.9%
岡崎市	1.2%
その他	5.8%

断然トップは顧問税理士で、次いで岡崎商工会議所、金融機関の順になった。

設問③の通り、企業の多くが個々の状況にあった正確な情報を得たいと考えているため、顧問税理士や岡崎商工会議所が選択された。

その期待に応えるべく公的機関からの情報を得やすい立場を最大限に活かし、岡崎の中小企業にマッチした情報提供を行う。さらに企業にとって存在価値のある商工会議所として、価格転嫁への協力体制の整備にも一層努めていく。



## ■調査を終えて～まとめ

価格転嫁について、全体的に不安は少ないようだ（設問②の結果）。他の全国的な調査と比較しても転嫁できると考えている割合が高い。さらに、設備投資についても、設問③の結果の通り、消費税引き上げにより計画を変更する企業は少ない結果となった。

これらは、全国的に見れば岡崎市は好調な輸送機械関連産業に牽引される形で比較的業況が良いことや、製造業の割合が多い地域であることが影響していると考えられる。

今回の調査結果のもう一つ注目すべき点は、情報収集に対する期待である。そもそも主な相談先は身近な税理士であるにもかかわらず、準備すべきは「情報収集」であるというのは、既に増税も差し迫った現時点（平成25年11月）においてさえ、十分な情報を得られていないということの意味しているのではないだろうか。これにより価格転嫁対策や設備買替え、さらに納税資金準備に対して、何からどう手をつけて良いのか分からないという状態であることも考えられる。この具体的な取り掛かりに手をこまねていることが、全体的に転嫁対策の不安が少ないことに影響している可能性もある。

調査の結果を活かすためには、迅速な情報提供が必要であり、さらに個々の事業者ではカバーしきれない課題について、協力体制を築いておくことが重要である。そして、このことは今回の8%増税のみならず、控えている10%増税にも役立つことになる。