

News Release

平成26年7月1日

「FFG事業者アンケート調査（第20回）」の調査結果のお知らせ

福岡フィナンシャルグループのグループ会社である株式会社FFGビジネスコンサルティングでは、この度「FFG事業者アンケート調査（第20回）」を実施しました。

この調査は、九州に所在する企業を対象に、その時々々の経済に関するトピックスや社会情勢の変化を題目としたアンケートを行うことによって、九州企業の動向や課題を捉え、情報発信を行う取り組みで、20回目の調査となります。

今回は、平成26年4月1日、17年ぶりに実施された消費税増税の影響に関するアンケート調査です。

調査結果をまとめましたので、その概要をお知らせいたします。

今後も、様々なトピックスや社会情勢の変化に着目した「FFG事業者アンケート調査」を実施して参ります。どうぞご期待ください。

【調査項目】

- ・消費税増税（5%から8%）によって企業が受けた影響や今後の見通しについての調査

【調査概要】

1. 調査対象：九州7県に所在する企業464社（福岡県116社、熊本県59社、長崎県180社、佐賀県32社、大分県34社、宮崎県18社、鹿児島県25社）
2. 調査時期：平成26年5月中旬～平成26年6月上旬
3. 回答企業の業種別構成

業種	企業数	構成比(%)	業種	企業数	構成比(%)
食料品	31	6.7	漁業	1	0.2
繊維製品	5	1.1	建設業	63	13.6
化学・石油製品	16	3.4	卸売業	62	13.4
窯業・土石・生コン	25	5.4	小売業	46	9.9
鉄鋼・非鉄	13	2.8	不動産業	18	3.9
金属製品	25	5.4	運輸・倉庫業	29	6.3
一般機械	16	3.4	ホテル・旅館業	17	3.7
電子部品・電気機械	15	3.2	サービス業	45	9.7
輸送用機械	21	4.5			
その他製造業	16	3.4	合計	464	100.0

《 本件に関するご照会先 》

福岡フィナンシャルグループ 営業企画部 森山、下田
 TEL 092 - 723 - 2576

事業者アンケート調査

消費税増税が企業に与えた影響と今後の見通し

【調査結果の概要】

1. 消費税増税前の駆け込み需要は「大きくあった」「ややあった」が57.4%と、半数以上の企業で駆け込み需要があった。
2. 4月の売上高は、例年に比べて「大きく増加した」「やや増加した」が25.7%だったが、「大きく減少した」「やや減少した」が44.2%と一部の企業で駆け込み需要の反動減があった。
3. 消費税増税分の価格転嫁は、「している」が74.7%と価格転嫁は多くの企業で行われている。
4. 消費税増税は企業の業績に、「大きく悪影響」「やや悪影響」が41.0%となったが、悪影響は「6月頃まで」「9月頃まで」が69.4%と、早い時期での回復を見込む企業が多い。

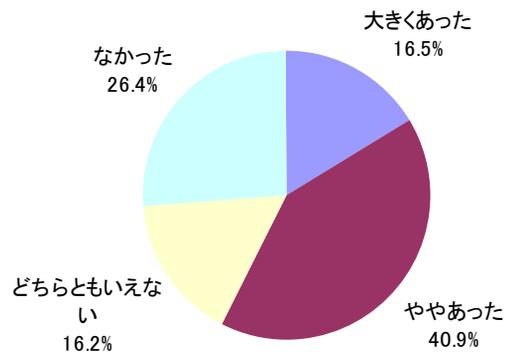
【調査の目的】

2014年4月1日、17年ぶりに消費税率が引き上げられ、税率は5%から8%になりました。今回は、消費税増税が企業に及ぼした影響や今後の見通しについて、九州7県企業にアンケート調査を行いました。

問1. 消費税増税に伴う駆け込み需要の有無

消費税増税前に駆け込み需要があったかどうか尋ねたところ、「大きくあった（16.5%）」、「ややあった（40.9%）」と、半数以上の企業が駆け込み需要はあったと回答（図1）。業種別に見ると、卸売業や小売業では、約8割の企業で駆け込み需要があった一方、サービス業では、駆け込み需要があった企業は4割程度であった。

図1 駆け込み需要の有無 N=462



問2. 4月の売上高（例年との比較）について

問3. 前回消費税増税時（1997年）との比較

4月の売上高が例年と比較してどうなったか尋ねたところ、「大きく減少した（12.7%）」、「やや減少した（31.5%）」と、一部の企業に駆け込み需要の反動減が見られた。特に、駆け込み需要が多く見られた小売業では、売上高が減少した企業は8割近くに上った。

4月の売上高が減少したと回答した企業に対し、前回増税時（1997年）と比べ減少幅はどうだったかを尋ねたところ、「小さい（31.7%）」が「大きい（21.6%）」を上回った。今回は、アベノミクスによって景気回復に勢いが見られる状態で増税を迎えたことで、悪影響が小さかったと思われる。

図2 4月の売上高(例年との比較) N=462

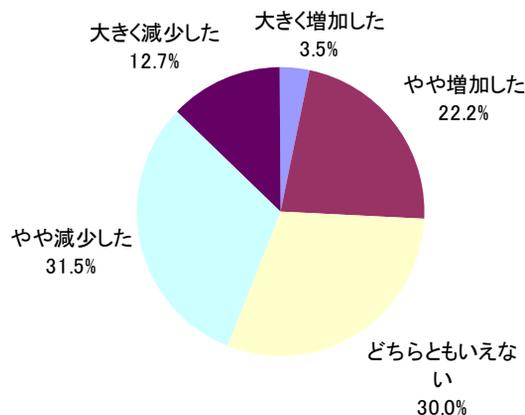
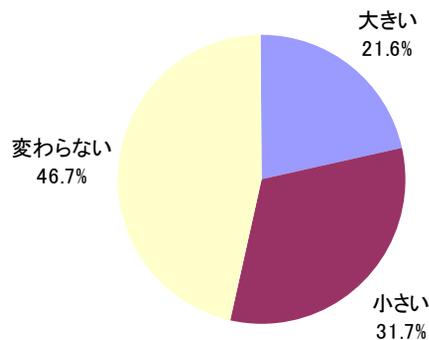


図3 前回消費税増税時(97年)との売上高減少幅の比較 N=199

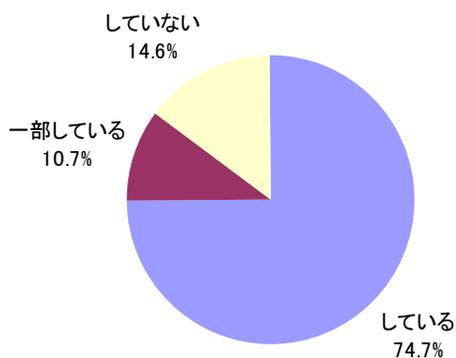


問4. 消費税増税分の販売価格への転嫁

消費税増税分を販売価格に転嫁しているか尋ねたところ、「している（74.7%）」と7割以上の企業が転嫁していると回答。一方で、「一部している（10.7%）」、「していない（14.6%）」と、完全には転嫁できていない企業は2割となった。

前回増税時と比べて消費税増税の必要性が消費者に浸透していることや、政府の消費税価格転嫁対策による規制強化が、価格転嫁を後押ししていると思われる。

図4 消費税増税分の販売価格への転嫁 N=459



問5. 消費税増税は会社の業績に悪影響を及ぼすか？

問6. 増税の悪影響はいつまで続くか？

消費税増税が会社の業績に悪影響を及ぼすか尋ねたところ、「大きく影響しそう（6.9%）」、「やや影響しそう（34.1%）」と、消費税増税による業績の悪化を懸念する企業は4割に上った。

消費税増税により悪影響を受けると回答した企業に対し、悪影響はいつまで続きそうか尋ねたところ、「6月頃まで（32.2%）」、「9月頃まで（37.2%）」と、比較的早い時期に増税の悪影響が薄れると考えている企業が多い。

図5 今期業績に対する消費税増税の悪影響 N=463

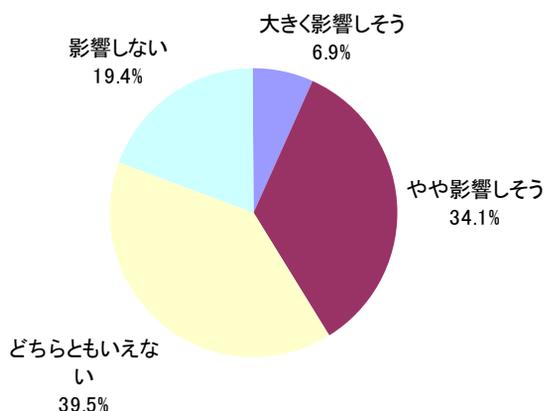
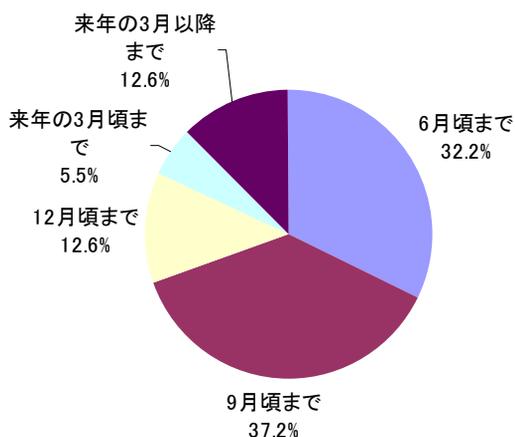


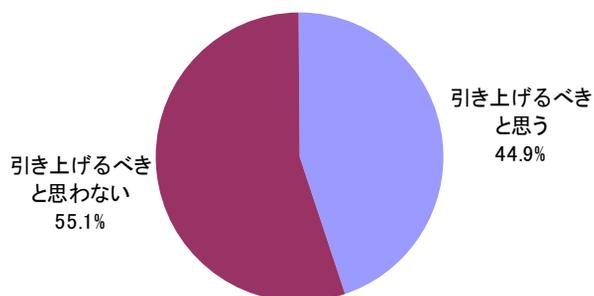
図6 消費税増税の影響収束時期 N=199



問7. 消費税率の10%への引上げ

消費税率を10%へ引き上げるべきかどうか尋ねたところ、「思う（44.9%）」、「思わない（55.1%）」と、意見はほぼ半々に割れた。安倍総理は、2014年末までに消費税率の10%への引上げを行うかどうか判断するとしている。

図7 消費税率10%への引上げ N=457



【終わりに】

消費税増税後約2ヶ月が経過して実施した今回のアンケートからは、駆け込み需要やその反動減の影響が見られました。消費税増税による業績への悪影響を懸念する企業は半数近くに及ぶものの、その多くの企業は今年の9月頃までには業況は改善すると予想しており、消費税増税の影響はそれほど大きくないことが分かってきました。

今後は、消費税増税の影響が薄れてくる夏場以降、消費マインドがどのように変化してくるかに注目が集まります。