

業種で明暗!?! 中小企業への 「消費税増税の 影響度」を分析する

実態把握のためのポイントと留意点



解説
経営教育総合研究所

監修
山口正浩 代表取締役

消 費税の税率が来年4月に現行の5%から8%に引き上げられる。中小企業にとって最大の懸念は増税分を価格に転嫁できるかということだろう。もし、価格に転嫁できなければ、自社で増税分を負担することになり、売上減やコストアップの要因になる。資金繰りにも悪影響が及ぶことは間違いない。

例えば、現行98円で売っている商品について、増税分を価格転嫁すると100円を超えてしまう。これでは割安感が損なわれることになるため、価格転嫁を躊躇する小売業も出ることだろう。

来年4月の増税を前に駆け込み需要が発生している業種もある。代表例は住宅だ。今後、自動車やエアコンなどの高額商品でも、駆け込み需要の発生が予想されている。短期的には恩恵にあずかる業種も少なくないが、増税後はその反動が出ることも否定できない。

以下では、代表業種別に消費税増税が中小企業に与える影響と、取引先の実態を把握するうえでのポイントについて解説する。

1 製造業

業種 製品が耐久消費財の場合は駆け込み需要やその反動に注意

1. 業界の動向と中小企業への影響

消費税率上げに関連して、駆け込み需要や景気悪化による経営への影響、引上げ分を販売価格に転嫁できないことによる収益の悪化を懸念する中小製造業が多い。消費税率引上げ前の駆け込み需要の影響は、生産財と消費財で影響が異なると考えられる。

生産財は、製造業者が自社の生産計画に合わせて購入する。多くの中小製造業は、材料・部品などの在庫や生産設備の余剰を避ける傾向が強いので、駆け込みでの購入は少ないと考えられる。

一方、消費財は過去の消費税の導入や税率引上げでは、耐久消費財に駆け込み需要が多く見られ

た。今回も自動車やエアコンなどの大型家電に駆け込み需要が多く発生すると考えられる。

過去の消費税導入・税率引上げと生産活動の状況の関係を鉱工業生産指数で確認する(図表)。消費税導入・税率引上げ後0カ月、6カ月程度の短期間では生産活動の状況はあまり変化していない。しかし5%引上げ後2年程度の長期間では、生産活動の状況悪化がみられる。生産活動が停滞する場合は、新製品開発などで売上と生産を確保する必要がある。

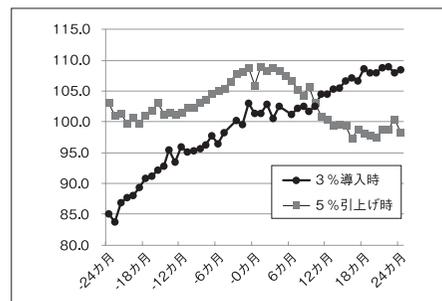
中小企業間の取引では価格転嫁で法令違反の懸念も消費税率引上げ分の価格転嫁では取引先の規模や価格表示の違いにより影響が異なることが考えら

れる。公正取引委員会が「消費税の転嫁を阻害する行為等に関する消費税転嫁対策特別措置法、独占禁止法及び下請法上の考え方」を公表するなど、政府機関が法令違反を警戒している。

下請法(下請代金支払遅延等防止法)における親事業者のような大企業の多くは、法令違反を警戒しており、法令違反防止対策として社内教育を徹底している。そのため、大企業との取引では影響が少ないと考えられる。

一方、警戒が薄い中小企業間の取引では、税額に関する混乱が生じる可能性がある。大企業は本

図表 鉱工業生産指数の変化



(付加価値額生産、経済産業省統計データより)

価格と税額が明確な外税方式での発注が多いが、中小企業は総額表示で取引をしている企業が多い。総額表示では税額が不明確で法令違反が発生しやすくなるため、外税方式での価格表示を徹底するなどの対策が検討されている。

2. 取引先の実態把握はここがポイント!

生産財や消費財といった製品の種類や外税方式か総額表示かといった価格表示の種類などが実態把握のポイントになる。

駆け込み需要が見込まれる製品に関連した中小製造業では、増産を請や厳しい短期間要請に対応できる生産能力や材料・部品を確保することが必要となる。過去の消費税導入や税率引上げの経験を活かし、対応策を事前に準備している、見込まれる売上の増加を確保しているかと判断できる。

また、消費税率引上げに対する価格転嫁や価格表示といった企業方針やシステム改修などの対策の検討状況も実態把握には重要である。(中小企業診断士・吉田昭)