

(ご協力いただいたモニター数: 135社、調査時期: 2014年5月15日～22日)

公益財団法人 大阪市都市型産業振興センター 経済調査室
5/27 <http://www.sansokan.jp/tyousa/> tel:06-6264-9816

《4月の景況判断に関する要点》

「駆け込み需要の反動により、大幅に下降」

- ・4月の景況(前月比)は、消費税率引き上げに伴う駆け込み需要の反動により、「上昇・好転」が大幅に減少、代わって「下降・悪化」が増加し、DI*は59.5ポイント下降して-17.8となった(図1)。
- ・「上昇・好転」した理由は、「内需が増大したから」の5割台半ばが最多、次いで「時期的・季節的な要因で」が3割弱。「下降・悪化」した理由は「時期的、季節的な要因で」が3割台半ば、次いで「内需が減少したから」と「その他要因で」が3割強(図なし)。
- ・3ヵ月後(7月)の見通しは、4月と比べて「上昇・好転」とする割合が増加し、DIは+12.9(図1)。
- ・4月の前年同月比をみると、DIは-2.3へ大幅下降(図1)。

*DI(Diffusion Index)「上昇・好転」の割合から、「下降・悪化」の割合を引いた数字。景気動向を表す指標のひとつ。

《消費増税前の駆け込み需要の影響》

全体では、「まったく(影響)なし」が約3割。影響があった企業では、「ほぼ想定通り」が3割強で最多、「想定以上」が2割強、「想定未満」が1割弱となった。業種別でみると、「想定以上」の割合は製造業で3割弱、非製造業で2割弱と、製造業で大きく、逆に「まったくなし」の割合は、非製造業が製造業の2倍となっている。

図1 景況判断

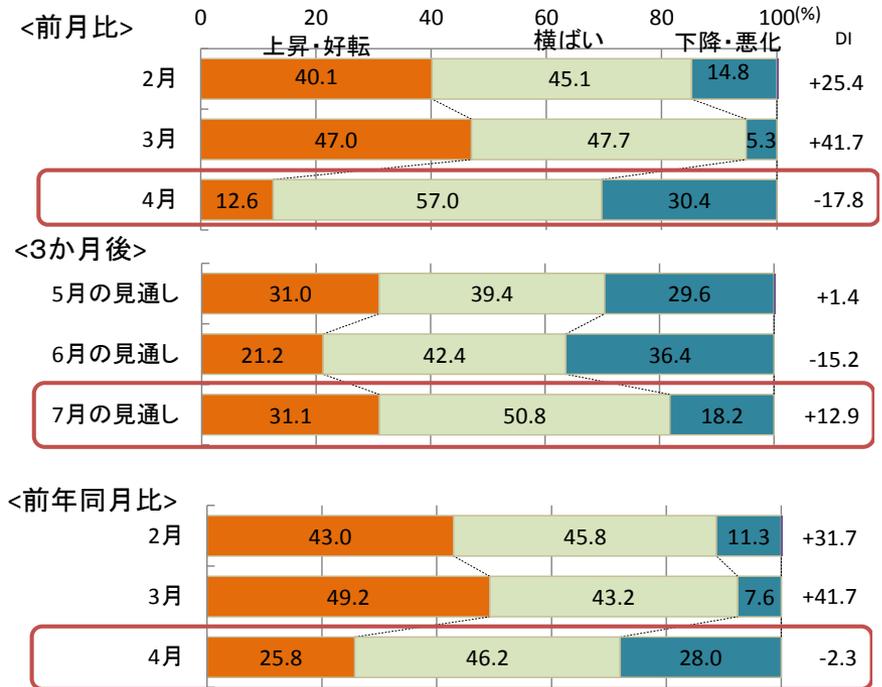
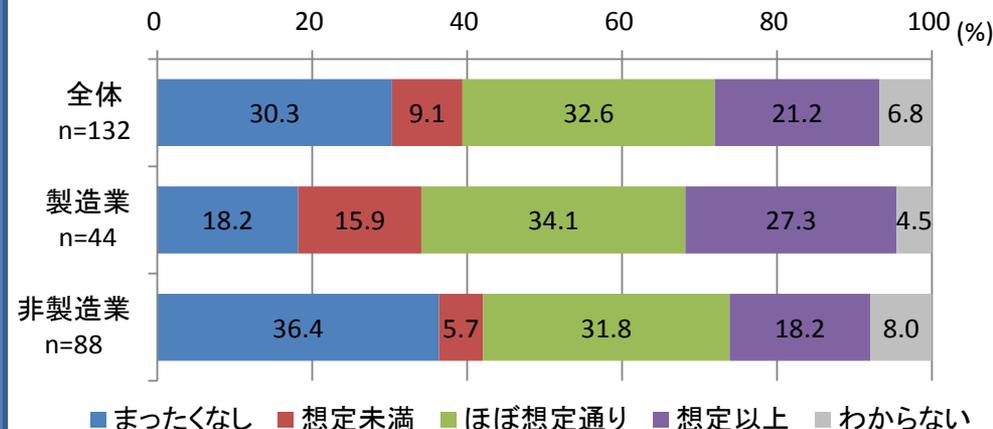


図2 消費増税前の駆け込み需要の影響



《消費増税後の反動減のこれまでの影響》

全体の最多は「ほぼ想定通り」の4割弱で、「まったくなし」の3割が続き、「想定以上」、「想定未満」は各1割強と少ない。業種別では、増税前の駆け込み需要の影響を受けた製造業で反動減の影響も大きくなっている。

《反動減の影響が続く期間》

全体では「わからない」が3割弱ある。見込みが立つ中での最多は「6月まで」の3割弱であり、4月、5月を加えた累計値は5割以上に達する。業種別でみて違いが大きいのは、製造業では「4月で解消した」が2割を占めるのに対して、非製造業では「5月まで」が2割弱を占める点である。総じて言えば、非製造業で影響が長期に及ぶとする割合が少しあることなどから、やや長期化の懸念が高いと言えそうである。

《駆け込み需要と反動減を相殺した最終的な売上高の増減》

全体では「±0(ほぼゼロ)」が2割強で最多、「影響なし」の2割弱が続く。また、売上増となった割合の合計値は24.2%、他方、売上減となった割合の合計値は18.2%で、売上増が上回った。業種別でもほぼ同様の割合だが、製造業では売上増が27.2%、売上減が15.9%で両者の差は11.3%あるのに対して、非製造業の売上増は22.7%、売上減は19.3%で、差は3.4%に過ぎないことから、総じて言えば、製造業の方がプラスの影響を多目に受けているようである。

図3 消費増税後の反動減のこれまでの影響

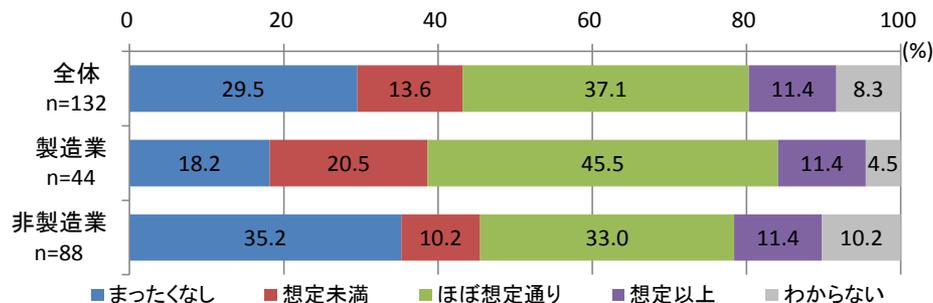


図4 反動減の影響が続く期間

(図3で「想定未満」「ほぼ想定通り」「想定以上」と答えた人のみ)

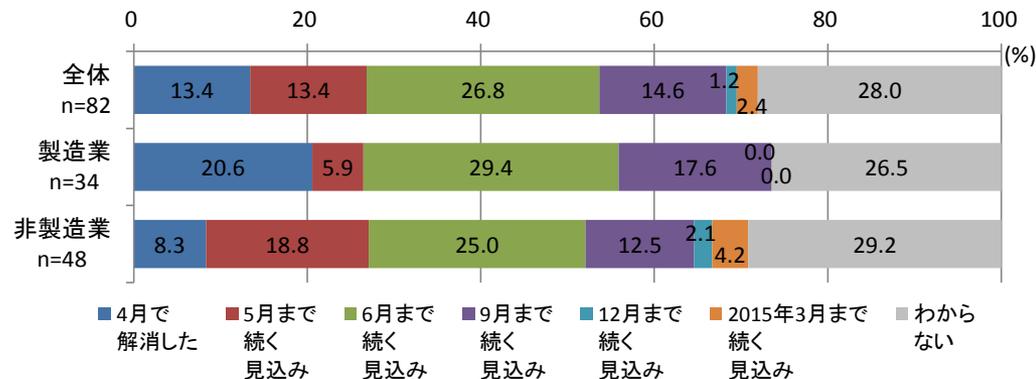
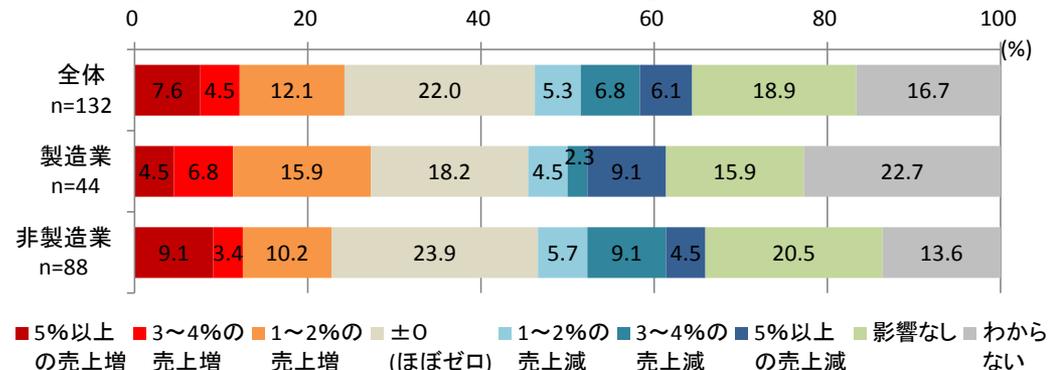


図5 駆け込み需要と反動減を相殺した最終的な売上高の増減

(消費増税分は含まない、増税前後1年程度を通算した売上高)

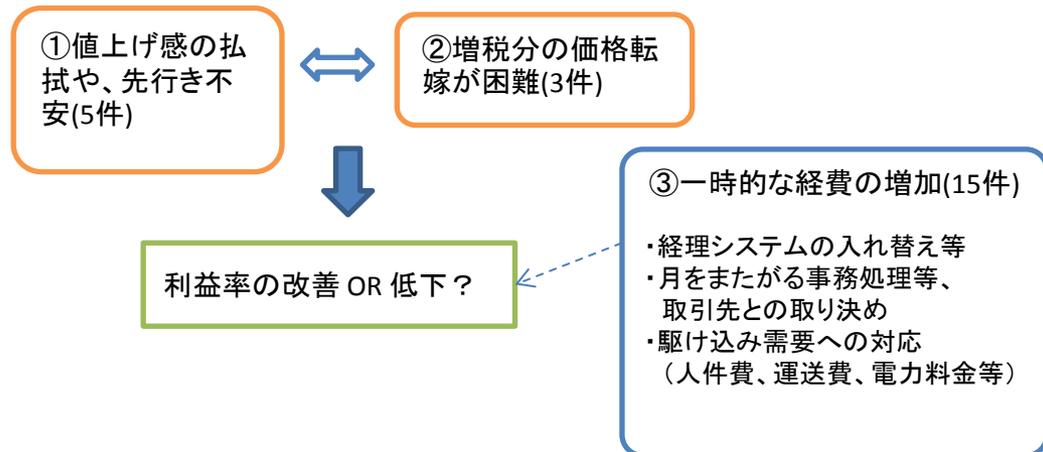


《消費増税に伴って困ったことや苦勞したこと》

集約すると、①値上げ感を払拭するための苦勞・工夫や、先行きの不安、②増税分の価格転嫁が困難なこと、③駆け込み需要やシステムの切り替えによる一時的な経費の増加の3点となった。

より詳しく述べると、①は、増税分を値上げした場合の価格設定や値上げ感の払拭、値上げ後の売上予測が立ちにくいなど。②は、取引先などの関係から価格転嫁が困難な状況や、上代を変更しにくい商品では転嫁できないなど。③は、価格表示や経理システムの変更による経費の発生と、駆け込み需要を刈り取るために要する経費増など。

図6 消費増税に伴って困ったことや苦勞したこと
(自由記述のまとめ)



◇自由記述の主な内容(要約)

①値上げ感の払拭や、先行き不安(5件)

- ・売価表示の方法や値上げになるイメージの払拭に苦心
- ・税込価格の末尾数字のまとめ方 便乗値上げの感覚を、お客様に持たれないように売価を設定する値入率のまとめ方
- ・当社としては、消費税導入により利益率の低下。今までは小売の段階で内税から外税になったこともあり、販売価格の値上がり感はかなり出ているように思う
- ・売上予測が立ちにくい。この見通しの悪さに不安を感じている など

②増税分の価格転嫁が困難(3件)

- ・材料など仕入れ価格の上昇分を、販売価格に上乗せして回収できなかった
- ・増税前と同じ金額で税込交渉(増税による値引き)が暗黙化しているとの声を多く耳にする
- ・消費税込みで上代が398円など、天井が決められている商品には価格転嫁できなかった

③一時的な経費の増加(15件)

- ・増税自体ではなく、増税に伴う事務処理等の影響が大きい(3件)
- ・増税に伴うシステムの修正とWindowsXPのサポートサービス終了で出費がかさんだ
- ・請求書発行期日の取り決め(3件)
- ・人手不足による経費の拡大が大きく、利益率の圧迫が想定外だった(3件)
- ・送料が上がっているのに(取引先に)値上げを許してもらえなかった
- ・輸送のトラックが見つからなかった
- ・納品は短納期を求められるが、支払いは手形決済が増加
- ・電気料金と公共料金の増加が重くのしかかってきた など