

令和元年度第3四半期 地場企業の経営動向調査（概要）

調査対象：福岡商工会議所の会員企業 2,000社を任意抽出 期間：令和元年12月5日～12月20日 回答数：514社 回答率：25.7%

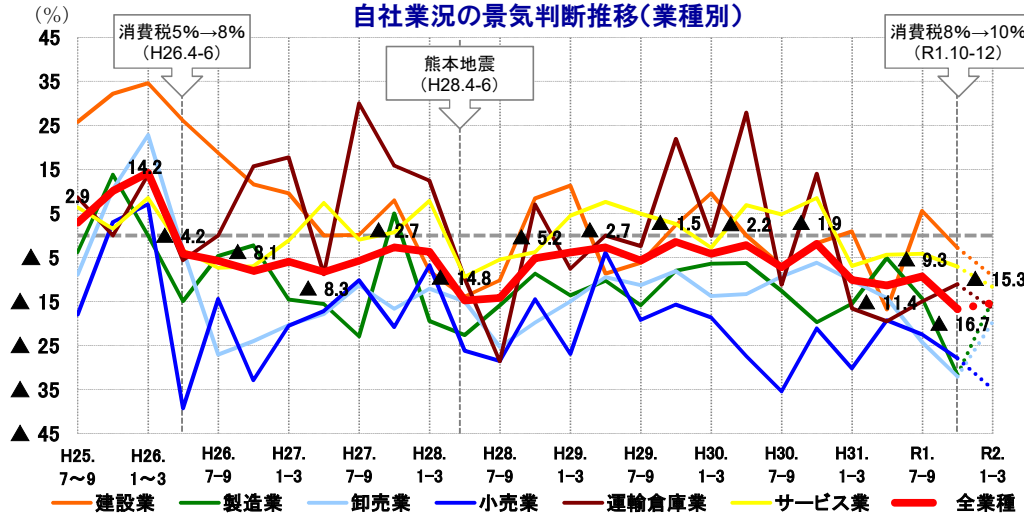
業況D Iは悪化。次期はやや持ち直す見通し

- ▶ 令和元年10～12月の自社業況D I（全業種）は、▲16.7となり前期から▲7.4ポイントの悪化となった。業況D I値は、熊本地震が発生した平成28年4～6月の▲14.8を下回った。一方で、悪化幅は、前回消費税引上げ（5%→8%）時の▲18.4ポイントより小さかった。次期（令和2年1～3月）予測については▲15.3とやや持ち直す見通し。
- ▶ 悪化の原因としては、必ずしも消費増税だけでなく、長引く人手不足や日韓関係悪化、不漁や暖冬による衣料品の動きの鈍化など、様々な要因が重なったと考えられる。
- ▶ 業種別D I値をみると、全業種でマイナス値となった。
卸売業(▲32.0)、製造業(▲31.6)、小売業(▲27.9)、運輸・倉庫業(▲11.1)、サービス業(▲7.1)、建設業(▲2.8)
- ▶ 売上額D I、営業利益D Iなどその他のD I値は、すべての項目で悪化となった。
売上額(▲12.3→▲14.1)、営業利益(▲17.4→▲19.1)、資金繰り(▲3.0→▲5.9)、
原材料・仕入価格(+28.2→+25.7)、販売価格(▲0.2→▲2.4)、製品在庫(▲4.6→▲4.9)
- ▶ 経営上の問題点は上位より(全24項目中)
1位「人材難、求人難、定着の悪化(51.8%)」(建設業65.1%、運輸・倉庫業61.1%、サービス業55.6%)
2位「受注、需要の減少(36.8%)」(小売業48.8%、製造業46.1%、建設業41.3%)
3位「営業利益の低下(30.5%)」(小売業48.8%、卸売業32.0%、製造業31.6%)

【企業の声（一部抜粋）】

- ・消費者の節約志向型の購買行動の継続や、人手不足に起因する労働コストや物流コストの高騰、小売業間の資本統合や競争激化により厳しい事業環境。(卸売業)
- ・働き方改革法施行に伴う有給取得の義務化で稼働率が低下、加えて採用難による人手不足が売上減少に繋がっている。(運輸業：旅客運送)
- ・日韓関係悪化等による外国人観光客の激減と都心部での客室数増加により、宿泊ビジネス不調化。今年4月の宿泊税の導入で、さらに悪化することが懸念される。(サービス業：ホテル・旅館)
- ・さんま・さけ不漁など水産物の水揚げ減少により、売上不振。今年の暖冬が今後の水揚げ高にどう影響するか懸念している。(卸売業：食料品)
- ・アパレル向け需要の落ち込みが激しい。(卸売業：衣類パーツ)

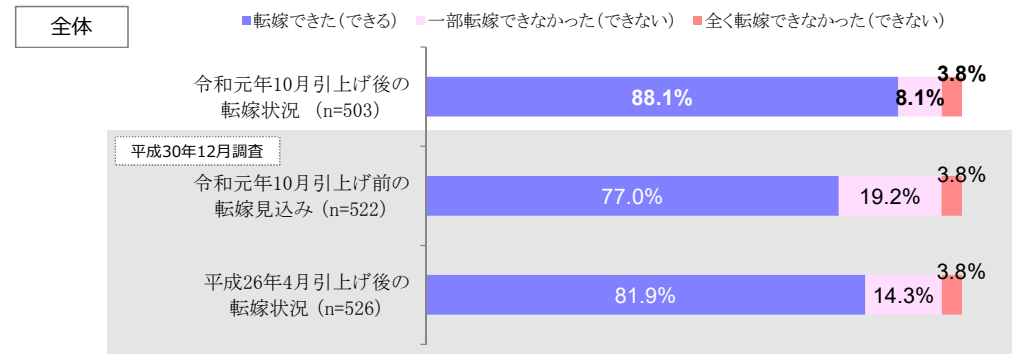
自社業況の景気判断推移(業種別)



消費増税及び軽減税率制度の導入について(付帯調査)

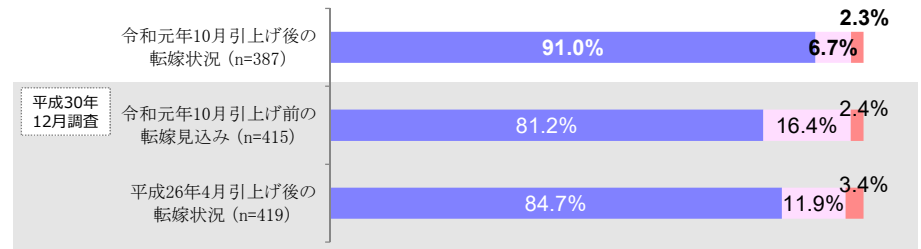
令和元年10月に消費税率10%への引き上げ実施及び軽減税率制度の導入が行われた。これに関して価格転嫁の状況や軽減税率制度導入に伴う課題などについて調査した。

1-1. 消費税引上げ後の価格転嫁状況について

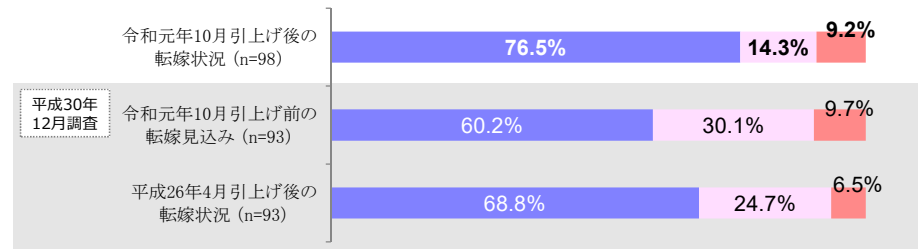


取引形態別

<BtoB：対事業者取引>

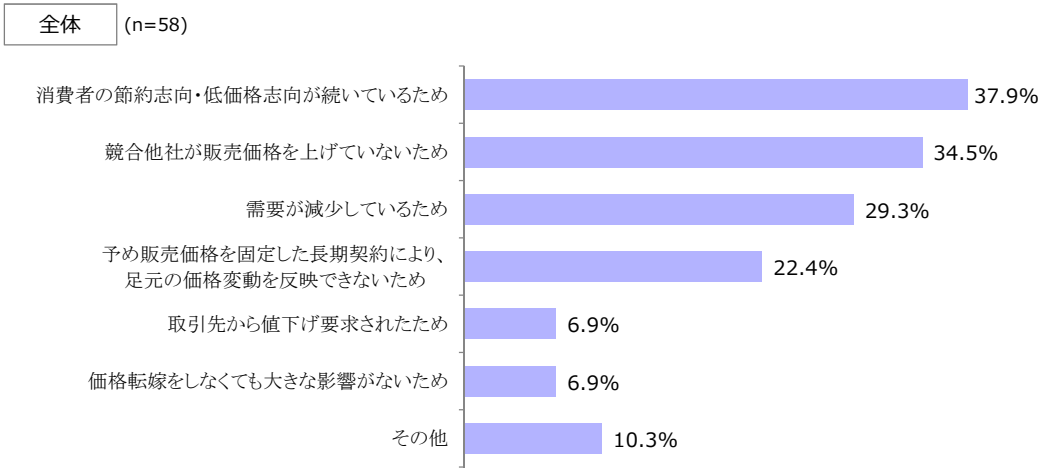


<BtoC：対消費者取引>



- ▶ 消費税引上げ後の転嫁状況について、約9割の事業者が「全て転嫁できた」と回答。平成26年4月増税時の転嫁状況と比較すると6.2ポイント上昇した。
- ▶ 取引形態別では、「転嫁できた」割合はBtoB事業者で約9割。対してBtoC事業者では8割に届かず、消費者との直接取引であるBtoC事業者のほうが転嫁ができていない。

1-2. 価格転嫁できない理由について（複数回答）



取引形態別

BtoB：対事業者取引 (n=35)		BtoC：対消費者取引 (n=23)	
長期既契約のため、価格変動を反映できない	34.3%	消費者の節約志向・低価格志向が続いている	56.5%
競合他社が販売価格を上げていない	31.4%	需要が減少している	39.1%
消費者の節約志向・低価格志向が続いている	25.7%	競合他社が販売価格を上げていない	39.1%

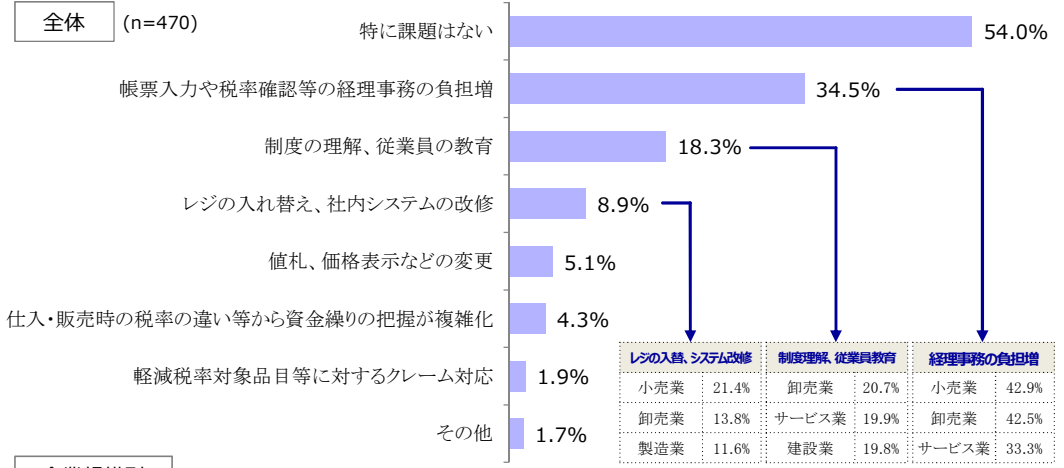
<消費税引上げについて>

【企業の声（一部抜粋）】

- ・ 消費税引上げ等、消費意欲が減退した影響が多大にある。客数・売上ともに低下している。（小売業）
- ・ 税率8%で契約している工事でも、消費税引上げ後、材料費や外注費は消費税10%のため資金が必要。（建設業：電気・管工事）
- ・ 消費税10%となっても特に変化はないが、納税時には金額が大きく感じられる。（製造業：電気機械器具）
- ・ システム対応、経理処理方法、伝票入力方法など社内での処理方法を定めるのに労力を費やした。（サービス業：不動産賃貸・管理）
- ・ 原材料は増加しているものの、需要の減少があり、価格転嫁できていない。（製造業：印刷・製本）

- 消費税引上げに伴う価格転嫁ができない理由について、「消費者の節約志向・低価格志向が続いているため」が36.7%と最も高く、次いで「競合他社が販売価格を上げていないため」が33.3%、「需要が減少しているため」が28.3%であった。
- 取引形態別でみると、BtoB事業者では「長期契約のため、価格変動を反映できない」と回答した企業が最も多かった。

2. 軽減税率制度導入の課題について（複数回答）



企業規模別

中小企業 (n=447)	
課題なし	55.3%
経理事務の負担増	33.3%
制度の理解、従業員の教育	17.0%
大企業 (n=23)	
経理事務の負担増	56.5%
制度の理解、従業員の教育	43.5%
課題なし	30.4%

【企業の声（一部抜粋）】

- ・ 社内整備に加え、他社からの問合せ対応や他社への確認など異常な経営資源の浪費が発生した。（卸売業：食料品）
- ・ 食料品を扱っており、消費税率は上がっていないため買い控えは感じないが、経理事務の負担がとても大きい。（小売業：食料品）
- ・ システム改修のための費用が負担となった。また、送料込み等の利益圧迫。（小売業：食料品）

- 軽減税率導入の課題については、最も高かった「特に課題はない」を除くと、「経理事務負担増」が34.5%、次いで「制度の理解、従業員の教育」が18.3%であった。
- 企業規模別でみると、取引先数や従業員数が多い大企業では「経理事務の負担増」や「制度の理解、従業員の教育」と回答した割合が多かった。

まとめ

- 消費税の引き上げについて、約9割の事業者で価格転嫁ができており、平成26年4月増税時の時よりも転嫁状況は向上した。ただ、BtoC事業者（対消費者取引）については、消費者の節約志向・低価格志向を背景に、価格転嫁が難しかった状況が窺える。
- 軽減税率制度について、消費税引上げ前の平成30年12月調査では、制度の複雑さや事務の煩雑さに戸惑う事業者が多かったものの、導入時期が迫るにつれて準備も進み、結果的には大きな問題なく対応できた事業者が半数以上となった。確定申告時期や決算期を迎えるにあたり、「経理事務の負担増」や「納税時の資金繰り」について、引き続き注意が必要だと思われる。
- 商工会議所では「伴走型」支援や対策セミナーを通して、制度の周知や準備を促してきた。中小企業については、国による軽減税率対策補助金、ポイント還元事業などの施策の効果もあり、周知や準備が進んだようである。課題を抱える事業者に対しては、引き続き、税理士と連携した支援や経理業務効率化のためのIT導入支援などを行っていく。