

消費税増税、価格転嫁と反動減はどうなる

4月に消費税率が引上げられて以降、次の焦点は増税分がきちんと価格に転嫁されているか、また、反動減がどの程度続くのかという点に移ってきた。

まず、価格への転嫁状況についてみると、総務省が4月25日に公表した東京都区部の消費者物価指数(4月中旬速報値。全国の消費者物価指数の先行指標とされる)は、生鮮食品を除く総合指数で前年同月比2.7%の上昇であった。3月が同+1.0%であったことから、概ね1.7ポイント拡大したことになる。これは、日本銀行などが試算した増税による指数の押し上げ幅と一致しており、増税の影響を除いた物価の上昇幅は3月と比べほぼ横ばいだったとみられる。

品目別では、割引制度が縮小・廃止された高速自動車国道料金が同+41.1%、傷害保険料が同+10.1%、洗濯用洗剤が同+9.5%などが大きく上昇した。また、エアコンや電子レンジなど家庭用耐久財は同+5.9%だったものの3月(同+8.4%)より上昇幅が縮小、なかでも電気掃除機は-24.8%と大幅に低下し指数を押し下げる要因となった。

価格転嫁の状況については、4月24日に経済産業省から「消費税の転嫁状況に関する月次モニタリング調査(ウェブ調査)」(委託先:帝国データバンク)の4月結果が公表された。その結果によると、事業者間取引では79.4%、消費者向け取引では72.1%の事業者が消費税率引上げ分を“全て転嫁できている”と回答している。一方、事業者向け取引において“一部を転嫁できている”が14.0%、“全く転嫁できていない”が3.7%と、2割弱の企業が増税分の全部または一部を負担している。

他方、反動減がどの程度続くかについては、大多数の企業が6カ月以内で終わると考えている。詳細は「2014年度の業績見通しに関する企業の意識調査」(帝国データバンク。5月19日リリース予定)をご覧いただきたいが、消費税増税による反動減の影響は今秋までには落ち着くと捉えて良いだろう。

17年ぶりの消費税率引上げは経済活動に多大な影響を与えることは明らかである。事実、4月の「TDB 景気動向調査」では昨年から続いていた駆け込み需要の積み上げが一気に剥落し、過去最大の落ち込みを記録した。今後は、徐々に消費税ショックも和らいでいくとみられるが、企業活動に与える影響を極力抑える必要がある。これは、企業間取引、政府による政策、消費者向け取引などさまざまな場面での要素が絡んでくる。そこでは、企業に関わる一人一人がいかに先行きを見通し、判断するかが消費増税後の経済を乗り切るカギになるであろう。

(撞球者)

当コラムの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

Windows XP のサポート終了

2014年4月9日(日本時間)、米 Microsoft 社の OS「Windows XP」(以下、XP)のサポートが終了した。サポート終了後は、セキュリティ上の問題が発見された際などのアップデート(更新)がなくなるため、脆弱性を突いた攻撃が増えることが懸念されている。この問題の経緯をまとめてみた。

XPは、2001年にリリース。発売当初より高い評価を得て全世界で爆発的に普及、以後バージョンアップを重ねながら、2008年には Microsoft 社からの出荷が終了した。この間、2006年には次期 OS「Windows Vista」(以下、Vista)がリリースしていたものの、同 OS は操作性の急激な変化などによりユーザーの支持を得るに至らなかった。また、XPを前提に開発されたシステムを抱える企業も数多く、大部分の企業は XP を利用し続けた。実際、出荷終了後も最新 OS からダウングレードして XP を利用するケースが後を絶たず、XP 搭載 PC が最新 OS 搭載機より高値で取引されることもあった。

2009年には、Vistaの後継となる「Windows 7」がリリース。一定の評価を得て、XPからの移行が大きく加速した。しかし、リーマン・ショックがあったこともあり、コストを懸念する法人部門での移行が思うように進んでおらず、それゆえに今回のサポート終了が大きく問題視されることとなった。これが問題の経緯である。

今回のサポート終了を機に、PCを入れ替えた企業も数多くあるだろう。しかし、サポート終了を迎えた現在でも、(さまざまな調査結果があるが)少なくとも全体の10%以上が XP を使用しているとみられている。また、ある調査では XP ユーザーのうち「サポート終了後も使い続ける」という回答者が全体の約2割にのぼっているという(別の調査では5割という結果も!)。このほか、最新 OS に移行しても、仮想化技術によって事実上 XP を利用しているケースも一定数あるだろう。

XP を使い続けるユーザーは、「これまで特に問題はなかったし、買い換え需要を喚起させるための措置だろうから、実際に自社(自分)がトラブルに巻き込まれることはないだろう」と思っているかもしれない。しかし、4月29日に一つ大きな問題が発覚した。アメリカの国土安全保障省が、「Internet Explorer」(以下、IE)に脆弱性が発見されたため使用を控えるよう警告を出したのだ。

対象となるのは IE のバージョン 6 以降のほぼすべてで、すでにこの脆弱性を突いたサイバー攻撃が発生しているという。IE は Windows における基本的なインターネット閲覧ソフトであり、Windows のサポート範囲に含まれる。Microsoft 社では、基本的には更新により修正をかけてお

当コラムの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

TDB**主観・客観** TDB 景気動向調査 (URL: <http://tdb-di.com/>)

り、本来 XP はその対象に含まれないのだが、今回は影響範囲も広いため XP も“特例”で更新が行われることとなった。

斜に構えれば、今回の IE の脆弱性発覚も買い換えを促進するために“仕組まれたもの”であると考えられなくもない。しかし、こうした“特例”がいつまで続くかは不透明であり、自社・自分だけならともかく、他社・他人へ迷惑をかける可能性がある以上、きちんと対応するのが望ましいであろう。

(Ti)

補助金の活用

景気が上向くなか、設備投資や研究開発の促進など資金需要の高まる企業の間で、補助金の利用が増えている。補助金とは、政策目標などを達成するために、国や地方自治体などが政策に合致した事業を行う企業に対してコスト面の支援を行うもの。金融機関からの融資と違い原則として受給者に返済義務はない。平成 24 年度、平成 25 年度は補正予算でそれぞれ大型の予算が生まれ、巷では「補助金の当たり年」と言われた。

なかでも注目を集めているのが「中小企業・小規模事業者ものづくり・商業・サービス革新事業（通称 新ものづくり補助金）」（予算 1,400 億円）である。この補助金の特徴は、なんと言っても単純計算で 1 万社以上が補助金支給対象となる、その予算額の大きさだ。そもそも、例年の一般会計における「中小企業対策費」はおしなべて 1,800 億円前後であり、これに比してひとつの補助金事業で 1,400 億円という予算規模は、それだけで政府の当事業への力の入れようがわかるというものである。

使えるものなら使っておいて損はない、と思われるこうした補助金だが、利用に際しては注意も必要だ。まずは資金繰りについての注意。補助金は、事業の実績に基づいて事後的に交付される。つまり、「後払い」なのである。補助金事業に採択されたからといってすぐに手元に現金が入るわけではないので、当初のキャッシュフローはマイナスになる。金融機関などと緊密に連携をとり、資金繰りに無理が生じないように計画的に進めていく必要があるだろう。また、これだけ制度が充実すると、悪用する者も現れる。実際、2014 年も不正受給によって逮捕された経営者が出ている。「補助金は手段であって目的ではない」ということを忘れないようにしなければならない。

補助金利用にあたり最大の壁になるのは申請書類の作成であろう。簡素化に向かっているとはいえ、事業計画や実績報告など、決して簡単な作業ではない。これらの作成については、「事業を客観的に見直す機会にしてほしい」「税金を利用するのだから、相応の責任を感じてほしい」などの狙いがあり、所管官庁としては申請者本人が作成することを強く望んでいる。しかし、多忙な経営者にとってそれは現実的ではないであろう。認定支援機関などのアドバイザーを賢く活用し、補助金獲得を目指すのがベターであると考えます。

いずれにせよ補助金利用企業には、有効にその資金を活用いただき、大きな利益を創出して、投資された金額以上の経済効果を社会にもたらすことを期待したい。

(平野)

軽自動車に見るユーザーニーズ把握の重要性

2013年の国内自動車販売台数は、538万台（前年比0.1%増）であった。エコカー補助金効果の剥落から反動減が懸念されたが、終わってみれば前年並みを維持する格好となった。

市場をけん引したのは、燃費をセールスポイントとするハイブリッド車と軽自動車であった。なかでも、軽自動車の販売台数は211万台と、市場の4割を占めるまでに成長している。

4月の新車販売台数は、普通車・小型車・バスが前年同月比11.4%減の18万8,864台で前年同月割れとなったが、軽自動車は同2.9%増の15万6,362台と増勢が続いた。消費増税も、軽自動車に関しては影響が見られていない格好だ。

軽自動車の好調については、各メーカーの商品開発努力によるところが大きい。デザインや居住性、安全性などは年々改善されており、技術革新を重ねハイブリッド車に並ぶ燃費も実現。最近では、スズキがハイトワゴンタイプの軽自動車とSUVを融合した新ジャンルの軽自動車「ハスラー」を開発、ヒットを飛ばした。

軽自動車は日本国内独自の車両規格であるため、ユーザーのニーズを反映しやすい。逆を言えば、自動車のような成熟市場においても、ユーザーニーズを的確に反映した商品をつくることができれば、ヒットさせることが出来るという好例だろう。

ユーザーニーズの把握という点、大がかりなマーケティング調査がイメージされがちである。しかし、成功している中小企業の多くは、営業マン、店舗など顧客と直接の接点となることから有益な情報を引き出しているようだ。まずは「なぜ当社と取引しているのですか？」「当社がお役に立てているところって、どんなところでしょう？」と顧客に問うところから始めてみてはいかがだろうか。

(KH)