

消費税率引き上げに対する企業の意識調査

2012 年 8 月 3 日

お問い合わせ先：株式会社帝国データバンク 産業調査部

電話：03-5775-3164 e-mail：keiki@mail.tdb.co.jp

http：//www.tdb.co.jp/

景気動向調査専用 HP http：//www.tdb-di.com/

消費税率引き上げ、企業の 67.1%が業績に「悪影響」

～ 税率引き上げ後の国内消費、企業の 8 割超が「縮小」を懸念 ～

2012 年 6 月 26 日に衆議院において、民主・自民・公明の 3 党合意に基づいて消費税率引き上げ法案を含む社会保障と税の一体改革関連法案が可決した。また、参議院で同法案が可決されると、2014 年 4 月に 8%、2015 年 10 月に 10%となる消費税率の引き上げが実施される見込みである。さらに、これによる個人消費や設備投資動向に加えて、企業業績への影響が懸念されている。

そこで帝国データバンクでは、消費税率の引き上げに対する意識について調査を実施した。調査期間は 2012 年 7 月 19 日～31 日。調査対象は全国 2 万 3,099 社で、有効回答企業数は 1 万 637 社（回答率 46.0%）。

調査結果のポイント

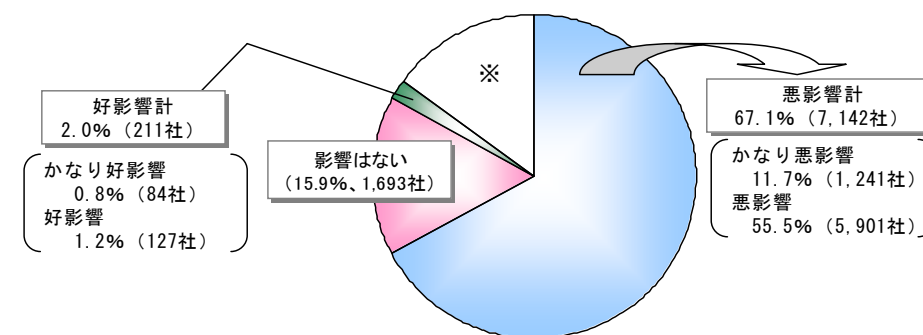
- 企業の 67.1%が消費税率引き上げによる業績への「悪影響」を懸念
税率引き上げで、業績への「悪影響」を懸念する企業は 67.1%。特に、『小売』で 8 割を超える。
- 影響理由、「税負担の上昇」が最多、「販売価格に転嫁できない」も約 4 割
業績への影響理由について、49.7%が「税負担の上昇」を挙げる。「販売価格に転嫁できない」も 39.2%に。特に税負担増は小規模企業で高い。
- 二段階での税率引き上げ、25.1%が業績に与える影響度合が「強まる」
税率の一段階引き上げと比べて、二段階での引き上げで業績への影響が「強まる」と考える企業は 25.1%。企業のリスク懸念を払拭する施策が必要。
- 価格転嫁、「すべて転嫁できる」31.1%、「まったく転嫁できない」も 1 割超
税率引き上げ分を価格に「すべて転嫁できる」企業は 31.1%。一方、「まったく転嫁できない」も多く、不公正取引への対処を万全にすることが肝要。
- 国内消費、8 割超の企業が税率引き上げ後に「縮小する」と認識
企業の 86.1%が税率引き上げ後に国内消費が「縮小する」と認識。消費マインドの悪化を懸念する声も多く挙がる

企業の 67.1%が消費税率引き上げによる業績への「悪影響」を懸念

消費税率が引き上げられた場合、自社の業績にどのような影響を与えると思うか尋ねたところ、「悪影響」と回答した企業が 1 万 637 社中 5,901 社、構成比 55.5%で最多となった。「かなり悪影響」（同 11.7%、1,241 社）とあわせると、消費税率の引き上げによって業績に悪影響があると考える企業は同 67.1%（7,142 社）で 3 社に 2 社にのぼる。一方、「影響はない」は同 15.9%（1,693 社）と 1 割台にとどまった。また、「好影響」計は同 2.0%（211 社）と非常に少数となっている（「好影響」（同 1.2%、127 社）と「かなり好影響」（同 0.8%、84 社）の合計）。

「悪影響」計を業界別にみると、『小売』が最も高く同 86.6%（399 社）であったほか、『農・林・水産』（同 79.5%、35 社）も 8 割近い高水準となった（4 ページ参考表 1 参照）。消費者に最も近い業界である『小売』と、食料品の生産を担う『農・林・水産』で業績への影響を懸念する企業が特に多いことがうかがえる。

消費税率引き上げによる業績への影響



注1：※は「分らない」(15.0%、1,591社)

注2：母数は有効回答企業1万637社

影響理由、「税負担の上昇」が最多、「販売価格に転嫁できない」も約4割

消費税率引き上げによる業績への影響について回答のあった企業 9,046 社（「分からない」を除く）にその理由を尋ねたところ、「税負担の上昇」が同 49.7%（4,497 社。複数回答、以下同）となり、半数近くの企業が税負担を挙げた。次いで、「販売価格に転嫁できない」（同 39.2%、3,548 社）、「駆け込み需要後の反動減が大きい」（同 32.9%、2,973 社）、「納入価格の値下げ要請」（同 32.8%、2,969 社）が続き、いずれも3割を超えた。

業界別にみると、「税負担の上昇」では『不動産』（同 60.1%、140 社）が高く、6割を超えて全体を 10.4 ポイント上回った（5 ページ参考表 2 参照）。また、『小売』では「税負担の上昇」（同 56.6%、245 社）、「販売価格に転嫁できない」（同 50.3%、218 社）が半数を超え、「駆け込み需要後の反動減が大きい」（同 47.6%、206 社）も5割近くに達している。

規模別では、「税負担の上昇」が「大企業」で同 42.3%（870 社）だったのに対し、「中小企業」は同 51.9%（3,627 社）と半数を超え、とりわけ「小規模企業」では同 57.4%（1,227 社）となり、「大企業」を 15.1 ポイント上回った。また、「納入価格の値下げ要請」は「小規模企業」で同 35.6%（691 社）に達し、「大企業」（同 28.6%、588 社）を 7.0 ポイント上回っている。規模が小さい企業ほど税負担の上昇を懸念しており、値下げ要請にも直面すると考えている様子が見え始める。一方、「大企業」では「税額の端数処理（システム改修を含む）」が同 17.9%（369 社）で

影響がある理由（複数回答）

		構成比(%)	回答数(社)
1	税負担の上昇	49.7	4,497
2	販売価格に転嫁できない	39.2	3,548
3	駆け込み需要後の反動減が大きい	32.9	2,973
4	納入価格の値下げ要請	32.8	2,969
5	税額の端数処理(システム改修を含む)	14.9	1,349
6	消費税は業績に中立的	13.0	1,172
7	取引先(仕入先)の集約	3.3	294
8	輸出戻し税	1.4	125
9	その他	4.4	400

注：母数は消費税率引き上げによる影響が「かなり悪影響」「悪影響」「影響はない」「好影響」「かなり好影響」と回答した企業9,046社。

2割近くとなっており、規模が大きくなるほど消費税の端数処理コストに懸念を抱く傾向が強い。

企業の意見(消費税率引き上げが業績に影響する理由)

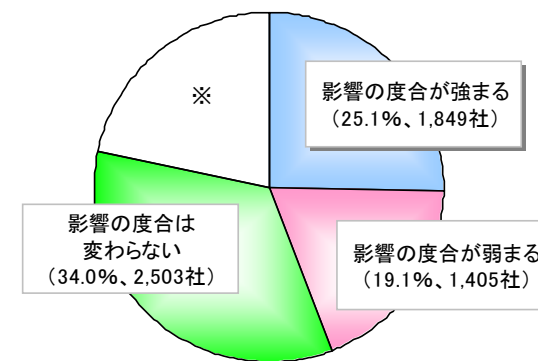
- ・預かり税の支払いが単純に倍額となり大変。支払いできず、差押え廃業の事態がさらに増えるはず(写真機写真材料小売、福島県)
- ・これまでは表示売価に含めていたが、増税を機に外税表示にして、実質値上げせざるを得ない(肉用牛生産、三重県)
- ・本当に実施するならば、消費税の納入方法の分割化等の対策が必要(光ファイバー製造、神奈川県)
- ・一部の事業で一般顧客相手の小売(飲料等の売店経営)をしており、売価に転嫁できず身を切るのは必至(一般機械器具卸売、宮城県)
- ・税の二重課税が負担になる。税の一体化を検討して欲しい(清酒製造、福島県)
- ・単に値引きの対象となるだけなので、利益がさらに圧迫される(建設、広島県)
- ・インボイス方式の納税方法にするべき(医療用品卸売、大阪府)
- ・建物は高額なので、税も高額となり負担が大きい(建設、福岡県)
- ・表示価格が上昇することで値上げのように受け取られる(自動車一般整備、熊本県)

二段階での税率引き上げ、25.1%が業績に与える影響度が「強まる」

今回の消費税率引き上げ法案では、2014年4月に8%へ、2015年10月に10%へと二段階で引き上げることになっている。そこで、消費税率引き上げにより業績に影響があると回答した企業 7,353 社に、税率引き上げが二段階に分けられることによる業績への影響度合は、一段階で10%まで引き上げられる場合と比べてどの程度異なると思うか尋ねたところ、「影響の度合は変わらない」が同 34.0%（2,503 社）で最多となった。しかしながら、一方で、「影響の度合が強まる」と回答した企業も同 25.1%（1,849 社）となっており、4社に1社は消費税が二段階で引き上げられることにより業績への影響度合がより強まると考えている。また、「影響の度合が弱まる」は同 19.1%（1,405 社）で約2割となった。

業界別では『小売』（同 29.2%、118 社）で「影響の度合が強まる」と考えている企業

二段階引き上げによる業績への影響度（一段階の場合と比較して）



注1：※は「分からない」企業21.7%（1,596社）

注2：母数は消費税率引き上げによる影響が「かなり悪影響」「悪影響」「好影響」「かなり好影響」と回答した企業7,353社

が多い(5 ページ参考表 3 参照)。また、業績への影響別にみると、好影響と回答した企業ほど「影響の度合いが弱まる」(同 21.8%、46 社)と考えていることが明らかとなった。

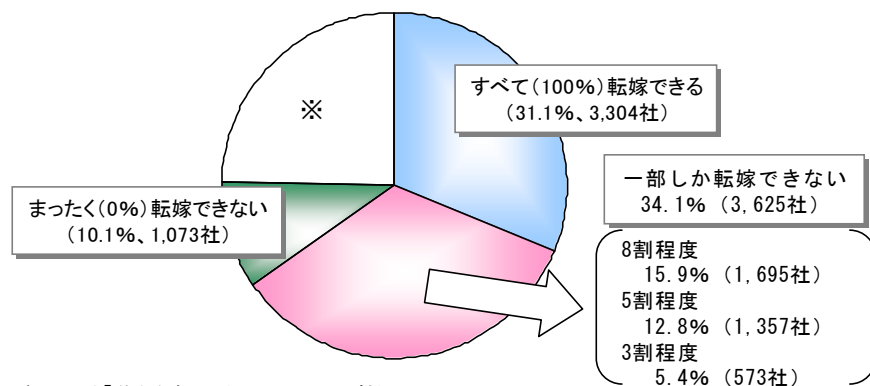
消費税率を二段階で引き上げることをあらかじめ明示したうえで実施することは日本で初めての経験であり、企業業績に予期しない形で影響が現れる可能性がある。とりわけ、悪影響の度合いが強まることや好影響の度合いが弱まるという結果も出ているなか、消費税率の二段階引き上げが企業の経営計画のリスクになる懸念を払拭するような行政の取り組みが求められる。

価格転嫁、「すべて転嫁できる」は 31.1%、「まったく転嫁できない」も 1 割超

消費税率が 10%に引き上げられた後、自社ではどの程度、税率引き上げ分を販売価格に転嫁できると思うか尋ねたところ、「すべて転嫁できる」と回答した企業は 1 万 637 社中 3,304 社、構成比 31.1%と 3 割程度にとどまった。以下、「8 割程度」(同 15.9%、1,695 社)、「5 割程度」(同 12.8%、1,357 社)、「3 割程度」(同 5.4%、573 社)、「まったく転嫁できない」(同 10.1%、1,073 社)となった。3 社に 1 社が税率引き上げ分の一部しか価格に転嫁できないと考えており(同 34.1%、3,625 社)、まったく転嫁できないという企業も 1 割超にのぼる。

価格転嫁について「分からない」も 24.8%あり、見方は分かれている。ただ、税率引き上げ分を価格に転嫁できない企業では、利益の縮小で吸収せざるを得ないケー

税率引き上げ分の販売価格への転嫁



注1: ※は「分からない」(24.8%、2,635社)

注2: 母数は有効回答企業1万637社

スが多く生まれる可能性がある。政府は、消費税率引き上げ時における便乗値上げの防止とともに、価格転嫁要請の拒否といった不公正取引への対処を万全に行うことが肝要である。

大規模設備投資、企業の 26.1%が前倒して実施する一方で 3.7%が「中止」、小規模投資は 8%への税率引き上げ前に前倒しする企業が多い

消費税率の引き上げに際して、自社の事務所や工場、商用車など大規模な設備投資計画を前倒して実施する場合の時期について尋ねたところ、1 万 637 社中 2,772 社、構成比 26.1%が「設備投資の前倒しを実施」するという結果となった。また、「消費税率の引き上げは設備投資の実施時期に影響を与えない(前倒ししない)」は同 14.7% (1,562 社)の企業が回答した。一方、消費税率の引き上げによって「設備投資を中止する」という企業も同 3.7% (392 社)あった。大規模設備投資が前倒しされるなかで、設備投資をやめる企業も一定程度あり、中長期的にみて生産活動の下押し要因として働く可能性がある。

他方、事務機器(PC など)や備品といった小規模な設備投資について、いずれかの時期に小規模な設備投資を前倒して実施すると考えている企業は 33.9%と 3 社に 1 社に達する。小規模投資は大規模投資より前倒して実施する企業が多い。

設備投資の前倒し実施状況(複数回答)

	大規模投資		小規模投資	
	構成比(%)	回答数(社)	構成比(%)	回答数(社)
設備投資の前倒しを実施	26.1	2,772	33.9	3,604
設備投資を中止する	3.7	392	2.9	312
消費税率の引き上げは設備投資の実施時期に影響を与えない(前倒ししない)	14.7	1,562	21.7	2,311
設備投資の実施予定はない	33.2	3,535	17.2	1,825
分からない	22.8	2,430	24.1	2,563

注1: 「大規模投資」は事務所や工場、商用車など、「小規模投資」は事務機器(PCなど)や備品など。

注2: 当初の予定どおりの時期に設備投資を実施する場合は、「消費税率の引き上げは設備投資の実施時期に影響を与えない」を選択。

注3: 「設備投資の前倒しを実施」は「今年度(2012年度)」「2013年度」「2014年度」「2015年度前半」のいずれかの時期に前倒しすると回答した企業。

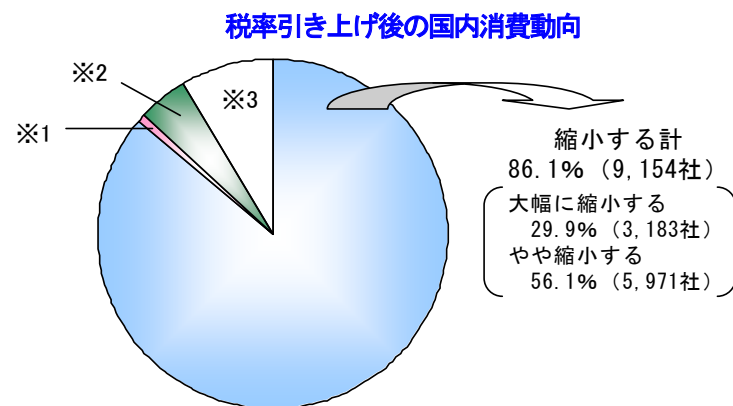
注4: 母数は有効回答企業1万637社。

国内消費、8割超の企業が税率引き上げ後に「縮小する」と認識

消費税率引き上げ後の国内消費動向について尋ねたところ、「やや縮小する」と回答した企業は1万637社中5,971社、構成比56.1%と半数超となった。また「大幅に縮小する」も同29.9% (3,183社) と3割近くになっており、税率引き上げ後に国内消費が縮小すると考えている企業は9割近くに上った (同86.1%、9,154社)。逆に、「拡大する」は同1.0% (109社) と非常に少なく、「影響はない」も同4.4% (472社) にとどまった。

企業からは、「消費税は先取り税なので、増税分だけ購買力が低減し、マクロ経済にブレーキがかかる」(金物卸売、東京都) など税構造にともなう消費への影響や「不景気なときに増税をすると間違いなく消費は低迷する」(スポーツ用品卸売、大阪府)、「可処分所得が減少するなかで、これ以上増税すると、消費マインドがさらに冷え込む」(中古品小売、静岡県) といった消費マインドの悪化を懸念する声が多く挙げられた。

消費税率の引き上げにともない、業績への悪影響を懸念する企業は多く、価格への転嫁を完全に行える企業は3割程度にとどまる。また、税率引き上げ後の消費縮小へ



注1: ※1は「拡大する」(1.0%、109社)、※2は「影響はない」(4.4%、472社)、
 ※3は「分からない」(8.5%、902社)
 注2: 母数は有効回答企業1万637社

の懸念も大きい。本来、消費税は業績に対して中立的であるものの、厳しい経済環境が続いているなかで現実にはさまざまな問題が生じるうえ、二段階引き上げというこれまで経験していない新たな要素もある。企業からは「段階的な税率アップは零細企

業にとってシステム改修など大きな負担になる」(出版、東京都) といった意見も挙がっており、政府は消費税率引き上げを円滑に進めるためにも企業の実態を把握し、適切な施策を実施していく必要がある。

【参考1】消費税率引き上げによる業績への影響 ~規模・業界・地域別~

(構成比%, カッコ内社数)

	悪影響計	かなり悪影響	悪影響	影響はない	好影響計	好影響	かなり好影響	分からない	合計
全体	67.1 (7,142)	11.7 (1,241)	55.5 (5,901)	15.9 (1,693)	2.0 (211)	1.2 (127)	0.8 (84)	15.0 (1,591)	100.0 (10,637)
大企業	66.1 (1,629)	9.1 (224)	57.0 (1,405)	15.3 (376)	2.1 (51)	1.4 (34)	0.7 (17)	16.5 (407)	100.0 (2,463)
中小企業	67.4 (5,513)	12.4 (1,017)	55.0 (4,496)	16.1 (1,317)	2.0 (160)	1.1 (93)	0.8 (67)	14.5 (1,184)	100.0 (8,174)
うち小規模	68.4 (1,683)	16.1 (397)	57.5 (1,286)	17.4 (390)	2.8 (63)	1.5 (33)	1.3 (30)	14.5 (324)	100.0 (2,460)
農・林・水産	79.5 (35)	13.6 (6)	65.9 (29)	9.1 (4)	2.3 (1)	0.0 (0)	2.3 (1)	9.1 (4)	100.0 (44)
金融	46.5 (59)	1.6 (2)	44.9 (57)	22.8 (29)	0.8 (1)	0.8 (1)	0.0 (0)	29.9 (38)	100.0 (127)
建設	69.6 (1,008)	14.5 (210)	55.1 (798)	13.0 (188)	3.2 (47)	1.9 (28)	1.3 (19)	14.2 (205)	100.0 (1,448)
不動産	71.6 (189)	20.8 (55)	50.8 (134)	14.8 (39)	1.9 (5)	1.1 (3)	0.8 (2)	11.7 (31)	100.0 (264)
製造	65.2 (1,971)	10.3 (311)	54.9 (1,660)	16.6 (501)	1.5 (44)	0.7 (20)	0.8 (24)	16.7 (506)	100.0 (3,022)
卸売	66.6 (2,175)	9.8 (321)	56.8 (1,854)	17.0 (556)	1.8 (58)	1.3 (41)	0.5 (17)	14.6 (475)	100.0 (3,264)
小売	86.6 (399)	23.2 (107)	63.3 (292)	6.3 (29)	1.1 (5)	0.2 (1)	0.9 (4)	6.1 (28)	100.0 (461)
運輸・倉庫	62.6 (248)	10.9 (43)	51.8 (205)	19.2 (76)	1.5 (6)	0.8 (3)	0.8 (3)	16.7 (66)	100.0 (396)
サービス	65.8 (1,037)	11.6 (183)	54.2 (854)	17.1 (269)	2.6 (41)	1.8 (28)	0.8 (13)	14.5 (229)	100.0 (1,576)
その他	60.0 (21)	8.6 (3)	51.4 (18)	5.7 (2)	8.6 (3)	5.7 (2)	2.9 (1)	25.7 (9)	100.0 (35)
北海道	72.9 (403)	15.7 (87)	57.1 (316)	13.0 (72)	2.2 (12)	0.7 (4)	1.4 (8)	11.9 (66)	100.0 (553)
東北	72.7 (451)	16.0 (99)	56.8 (352)	12.1 (75)	1.8 (11)	1.1 (7)	0.6 (4)	13.4 (83)	100.0 (620)
北関東	73.8 (481)	13.7 (89)	60.1 (392)	12.3 (80)	1.8 (12)	1.2 (8)	0.6 (4)	12.1 (79)	100.0 (652)
南関東	63.1 (2,211)	10.0 (349)	53.2 (1,862)	19.6 (686)	1.8 (64)	1.3 (46)	0.5 (18)	15.4 (541)	100.0 (3,502)
北陸	70.7 (374)	11.3 (60)	59.4 (314)	14.0 (74)	1.7 (9)	1.1 (6)	0.6 (3)	13.6 (72)	100.0 (529)
東海	68.9 (808)	11.8 (138)	57.2 (670)	13.5 (158)	2.5 (29)	1.5 (17)	1.0 (12)	15.1 (177)	100.0 (1,172)
近畿	63.6 (1,124)	10.1 (178)	53.6 (946)	17.3 (305)	2.0 (36)	1.1 (20)	0.9 (16)	17.0 (301)	100.0 (1,766)
中国	69.5 (444)	12.5 (80)	57.0 (364)	13.9 (89)	2.2 (14)	1.3 (8)	0.9 (6)	14.4 (92)	100.0 (639)
四国	71.1 (246)	12.4 (43)	58.7 (203)	15.3 (53)	1.4 (5)	0.9 (3)	0.6 (2)	12.1 (42)	100.0 (346)
九州	69.9 (600)	13.8 (118)	56.2 (482)	11.8 (101)	2.2 (19)	0.9 (8)	1.3 (11)	16.1 (138)	100.0 (858)

注1: 網掛けは、全体平均以上を表す
 注2: 母数は有効回答企業1万637社。

【参考2】影響がある理由(複数回答) ~規模・業界別~

(構成比%、カッコ内社数)

	税負担の上昇	納入価格の値下げ要請	販売価格に転嫁できない	駆け込み需要後の反動減が大きい	税額の端数処理(システム改修を含む)	
全体	49.7 (4,497)	32.8 (2,969)	39.2 (3,548)	32.9 (2,973)	14.9 (1,349)	- (9,046)
大企業	42.3 (870)	28.6 (588)	40.2 (827)	35.0 (720)	17.9 (369)	- (2,056)
中小企業	51.9 (3,627)	34.1 (2,381)	38.9 (2,721)	32.2 (2,253)	14.0 (980)	- (6,990)
うち小規模	57.4 (1,227)	35.6 (691)	44.3 (860)	35.4 (687)	11.1 (216)	- (2,136)
農・林・水産	52.5 (21)	37.5 (15)	50.0 (20)	12.5 (5)	22.5 (9)	- (40)
金融	44.9 (40)	9.0 (8)	24.7 (22)	19.1 (17)	14.6 (13)	- (89)
建設	55.8 (693)	29.7 (369)	42.2 (524)	41.8 (520)	11.3 (141)	- (1,243)
不動産	60.1 (140)	12.0 (28)	45.9 (107)	35.6 (83)	6.4 (15)	- (233)
製造	49.3 (1,241)	38.8 (976)	40.1 (1,010)	30.7 (773)	14.1 (356)	- (2,516)
卸売	44.5 (1,240)	38.4 (1,071)	36.0 (1,005)	37.3 (1,040)	16.1 (450)	- (2,789)
小売	56.6 (245)	12.2 (53)	50.3 (218)	47.6 (206)	24.0 (104)	- (433)
運輸・倉庫	52.4 (173)	23.0 (76)	32.1 (106)	28.8 (95)	14.5 (48)	- (330)
サービス	51.4 (692)	27.3 (368)	38.8 (523)	16.9 (227)	15.4 (208)	- (1,347)
その他	46.2 (12)	19.2 (5)	50.0 (13)	26.9 (7)	19.2 (5)	- (26)

	取引先(仕入先)の集約	輸出戻し税	消費税は業績に中立的	その他	
全体	3.3 (294)	1.4 (125)	13.0 (1,172)	4.4 (400)	- (9,046)
大企業	2.4 (50)	0.9 (18)	12.7 (261)	4.9 (101)	- (2,056)
中小企業	3.5 (244)	1.5 (107)	13.0 (911)	4.3 (299)	- (6,990)
うち小規模	4.1 (80)	1.6 (31)	13.6 (264)	3.1 (66)	- (2,136)
農・林・水産	0.0 (0)	0.0 (0)	7.5 (3)	5.0 (2)	- (40)
金融	2.2 (2)	1.1 (1)	14.6 (13)	11.2 (10)	- (89)
建設	2.8 (35)	0.2 (2)	10.9 (136)	2.8 (35)	- (1,243)
不動産	1.3 (3)	0.0 (0)	10.7 (25)	3.0 (7)	- (233)
製造	3.6 (90)	1.4 (35)	14.2 (358)	4.5 (112)	- (2,516)
卸売	3.4 (95)	2.7 (74)	13.3 (371)	4.0 (112)	- (2,789)
小売	3.0 (13)	0.7 (3)	5.1 (22)	6.0 (26)	- (433)
運輸・倉庫	4.5 (15)	1.5 (5)	17.3 (57)	5.5 (18)	- (330)
サービス	3.0 (41)	0.4 (5)	13.8 (186)	5.8 (78)	- (1,347)
その他	0.0 (0)	0.0 (0)	3.8 (1)	0.0 (0)	- (26)

注1: 網掛けは、全体平均以上を表す
 注2: 母数は消費税率引き上げによる影響が「かなり悪影響」「悪影響」「影響はない」「好影響」「かなり好影響」と回答した企業9,046社。

【参考3】二段階引き上げによる業績への影響 ~規模・業界・地域別~

(構成比%、カッコ内社数)

	影響の度合が強まる	影響の度合が弱まる	影響の度合は変わらない	分からない	合計	
全体	25.1 (1,849)	19.1 (1,405)	34.0 (2,503)	21.7 (1,596)	100.0 (7,353)	
大企業	24.0 (404)	18.8 (316)	35.1 (590)	22.0 (370)	100.0 (1,680)	
中小企業	25.5 (1,445)	19.2 (1,089)	33.7 (1,913)	21.6 (1,226)	100.0 (5,673)	
うち小規模	25.7 (448)	20.0 (318)	36.1 (573)	25.6 (407)	100.0 (1,746)	
農・林・水産	19.4 (7)	22.2 (8)	33.3 (12)	25.0 (9)	100.0 (36)	
金融	16.7 (10)	30.0 (18)	35.0 (21)	18.3 (11)	100.0 (60)	
建設	24.9 (263)	19.6 (207)	33.9 (358)	21.5 (227)	100.0 (1,055)	
不動産	20.6 (40)	22.7 (44)	37.6 (73)	19.1 (37)	100.0 (194)	
製造	26.2 (527)	19.7 (397)	32.5 (655)	21.6 (436)	100.0 (2,015)	
卸売	23.8 (532)	18.0 (401)	35.1 (783)	23.2 (517)	100.0 (2,233)	
小売	29.2 (118)	17.3 (70)	33.7 (136)	19.8 (80)	100.0 (404)	
運輸・倉庫	25.6 (65)	21.3 (54)	30.7 (78)	22.4 (57)	100.0 (254)	
サービス	26.3 (284)	18.3 (197)	35.2 (379)	20.2 (218)	100.0 (1,078)	
その他	12.5 (3)	37.5 (9)	33.3 (8)	16.7 (4)	100.0 (24)	
北海道	23.6 (98)	18.6 (77)	36.6 (152)	21.2 (88)	100.0 (415)	
東北	26.2 (121)	17.5 (81)	36.6 (169)	19.7 (91)	100.0 (462)	
北関東	24.7 (122)	22.7 (112)	29.8 (147)	22.7 (112)	100.0 (493)	
南関東	24.6 (560)	20.2 (460)	34.9 (794)	20.3 (461)	100.0 (2,275)	
北陸	25.6 (98)	17.8 (68)	34.7 (133)	21.9 (84)	100.0 (383)	
東海	23.9 (200)	16.8 (141)	33.2 (278)	26.0 (218)	100.0 (837)	
近畿	23.5 (273)	19.7 (229)	34.1 (395)	22.7 (263)	100.0 (1,160)	
中国	27.9 (128)	17.5 (80)	34.3 (157)	20.3 (93)	100.0 (458)	
四国	26.7 (67)	19.9 (50)	31.5 (79)	21.9 (55)	100.0 (251)	
九州	29.4 (182)	17.3 (107)	32.1 (199)	21.2 (131)	100.0 (619)	
影響別	悪影響計	25.2 (1,799)	19.0 (1,359)	34.1 (2,437)	21.7 (1,547)	100.0 (7,142)
	好影響計	23.7 (50)	21.8 (46)	31.3 (66)	23.2 (49)	100.0 (211)

注1: 網掛けは、全体平均以上を表す
 注2: 母数は消費税率引き上げによる影響が「かなり悪影響」「悪影響」「好影響」「かなり好影響」と回答した企業7,353社。

【参考4】税率引き上げ分の販売価格への転嫁 ～規模・業界別～

(構成比%、カッコ内社数)

	すべて 転嫁できる (100%)	一部しか 転嫁できない	8割程度	5割程度	3割程度	まったく 転嫁できない (0%)	分らない	合計
全体	31.1 (3,304)	34.1 (3,625)	15.9 (1,695)	12.8 (1,357)	5.4 (573)	10.1 (1,073)	24.8 (2,635)	100.0 (10,637)
大企業	27.4 (675)	34.0 (838)	17.2 (424)	11.7 (287)	5.2 (127)	9.7 (239)	28.9 (711)	100.0 (2,463)
中小企業	32.2 (2,629)	34.1 (2,787)	15.5 (1,271)	13.1 (1,070)	5.5 (446)	10.2 (834)	23.5 (1,924)	100.0 (8,174)
うち小規模	31.6 (778)	34.8 (857)	15.4 (345)	16.0 (358)	6.9 (154)	11.5 (258)	25.4 (567)	100.0 (2,460)
農・林・水産	20.5 (9)	29.5 (13)	6.8 (3)	13.6 (6)	9.1 (4)	15.9 (7)	34.1 (15)	100.0 (44)
金融	23.6 (30)	11.8 (15)	5.5 (7)	5.5 (7)	0.8 (1)	12.6 (16)	52.0 (66)	100.0 (127)
建設	24.7 (358)	38.7 (560)	16.3 (236)	16.2 (234)	6.2 (90)	8.7 (126)	27.9 (404)	100.0 (1,448)
不動産	24.6 (65)	32.6 (86)	11.4 (30)	12.1 (32)	9.1 (24)	18.6 (49)	24.2 (64)	100.0 (264)
製造	28.9 (872)	33.5 (1,011)	14.2 (430)	13.1 (396)	6.1 (185)	11.8 (358)	25.8 (781)	100.0 (3,022)
卸売	36.5 (1,190)	35.1 (1,145)	19.0 (621)	11.8 (385)	4.3 (139)	6.8 (222)	21.7 (707)	100.0 (3,264)
小売	24.7 (114)	42.5 (196)	18.9 (87)	17.6 (81)	6.1 (28)	8.0 (37)	24.7 (114)	100.0 (461)
運輸・倉庫	34.8 (138)	25.3 (100)	14.1 (56)	7.6 (30)	3.5 (14)	12.4 (49)	27.5 (109)	100.0 (396)
サービス	32.9 (518)	31.2 (491)	14.1 (223)	11.7 (184)	5.3 (84)	12.8 (202)	23.2 (365)	100.0 (1,576)
その他	28.6 (10)	22.9 (8)	5.7 (2)	5.7 (2)	11.4 (4)	20.0 (7)	28.6 (10)	100.0 (35)

注1: 網掛けは、全体平均以上を表す
注2: 母数は有効回答企業1万637社。

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万3,099社、有効回答企業10,637社、回答率46.0%)

(1) 地域

北海道	553	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,172
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	620	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,766
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	652	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	639
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,502	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	346
北陸(新潟 富山 石川 福井)	529	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	858
		合計	10,637

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	44	小売	85		
金融	127	繊維・繊維製品・服飾品小売業	40		
建設	1,448	医薬品・日用雑貨品小売業	25		
不動産	264	家具類小売業	11		
製造	飲食料品・飼料製造業	360	家電・情報機器小売業	39	
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	116	自動車・同部品小売業	59	
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	238	専門商品小売業	142	
	パルプ・紙・紙加工品製造業	116	各種商品小売業	55	
	出版・印刷	208	その他の小売業	5	
	化学品製造業	407	運輸・倉庫	396	
	鉄鋼・非鉄・鉱業	516	飲食店	37	
	機械製造業	446	電気通信業	11	
	電気機械製造業	356	電気・ガス・水道・熱供給業	10	
	輸送用機械・器具製造業	99	リース・賃貸業	137	
(3,022)	精密機械・医療機械・器具製造業	68	旅館・ホテル	33	
	その他製造業	92	娯楽サービス	65	
	卸売	飲食料品卸売業	414	放送業	17
		繊維・繊維製品・服飾品卸売業	218	メンテナンス・警備・検査業	146
		建材・家具・窯業・土石製品卸売業	379	広告関連業	133
		紙類・文具・書籍卸売業	118	情報サービス業	432
		化学品卸売業	338	人材派遣・紹介業	61
		再生資源卸売業	27	専門サービス業	220
		鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	359	医療・福祉・保健衛生業	108
		機械・器具卸売業	1,028	教育サービス業	26
その他の卸売業		383	その他サービス業	140	
			その他	35	
		合計	10,637		

(3) 規模

大企業	2,463	23.2%
中小企業	8,174	76.8%
(うち小規模企業)	(2,460)	(23.1%)
合計	10,637	100.0%
(うち上場企業)	(312)	(2.9%)

2. 調査時期・方法

2012年7月19日～31日(インターネット調査)

3. 企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに全国売上高ランキングデータを加えて下記のとおり区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業を含む)	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金3億円を超える」かつ「従業員数300人を超える」	「資本金3億円以下」または「従業員300人以下」	「従業員20人以下」
卸売業	「資本金1億円を超える」かつ「従業員数100人を超える」	「資本金1億円以下」または「従業員数100人以下」	「従業員5人以下」
小売業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員50人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員50人以下」	「従業員5人以下」
サービス業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員100人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員100人以下」	「従業員5人以下」

注1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位3%の企業を大企業として区分

注2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位50%の企業を中小企業として区分

注3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB産業分類(1,359業種)によるランキング

【問い合わせ先】株式会社帝国データバンク 産業調査部 政策支援課 経済動向研究チーム

担当: 岡松・森・窪田・笹本・鈴木 Tel: 03-5775-3164 e-mail: keiki@mail.tdb.co.jp

©TEIKOKU DATABANK, LTD. 2012

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。報道目的以外の利用につきましては、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無断転載を固く禁じます。