

「消費税率引き上げの影響」及び 「雇用状況と賃金」についてのアンケート調査結果

（今回のアンケート調査の目的、狙い）

県内企業の消費増税後反動減からの回復度合いをみると、製造業は堅調な動きが続く一方、百貨店や住宅・自動車販売などの消費関連企業の一部には回復にもたつきがみられる。また、雇用需給が改善する中、県内企業では建設業などの非製造業を中心に現場職の人手不足感が強まっている。

こうした状況を踏まえ、当社では、①消費税率引き上げの影響、②雇用状況と賃金、を調査するため、以下の要領でアンケート調査を実施した。

業種別・本社所在地別・規模別回答企業数

(単位：社)

	合計	本社所在地		企業規模	
		県内	県外	大企業	中小企業
全産業	261	221	40	103	158
製造業	139	117	22	39	100
食料品	28	21	7	10	18
石油化学	21	15	6	10	11
プラスチック	5	5	0	1	4
窯業土石	11	10	1	2	9
鉄鋼非鉄	8	8	0	1	7
金属製品	19	14	5	5	14
一般精密	13	13	0	2	11
電気機械	6	3	3	5	1
輸送用機械	13	13	0	2	11
その他製造	15	15	0	1	14
非製造業	122	104	18	64	58
建設業	17	15	2	3	14
運輸倉庫	8	8	0	2	6
卸売業	26	23	3	9	17
小売業	21	18	3	18	3
ホテル・旅館	11	7	4	8	3
サービス業	39	33	6	24	15

注) 大企業、中小企業の区分は下記による。

大企業…資本金1億円以上。ただし、卸売業は5,000万円以上、小売業、ホテル・旅館業、サービス業は3,000万円以上とする。

中小企業…資本金1億円未満。ただし、卸売業は5,000万円未満、小売業、ホテル・旅館業、サービス業は3,000万円未満とする。

調 査 要 領

1. 対象企業… 千葉県内に本社または事業所を有する企業
2. 方 法… 郵送によるアンケート方式
3. 実施時点… 配布：2014年 9月 5日
回収：2014年10月 7日
4. 回答状況… 調査対象企業 648社
内有効回答数 261社
有効回答率 40.3%
5. 項目および対象期間
 - ① 2014年7～9月期の業況実績
 - * 前年同期比
売上、生産、操業度、受注、在庫、収益、資金繰り、雇用
 - * 前四半期比
業況判断、販売価格、仕入価格
 - ② 2014年10～12月期の見通し
 - * 前年同期比
売上、生産、操業度、受注、在庫、収益、資金繰り、雇用
 - * 前四半期比
業況判断、販売価格、仕入価格
 - ③ 設備投資
2013年度実績額
2014年度期初計画額
2014年度9月末計画額

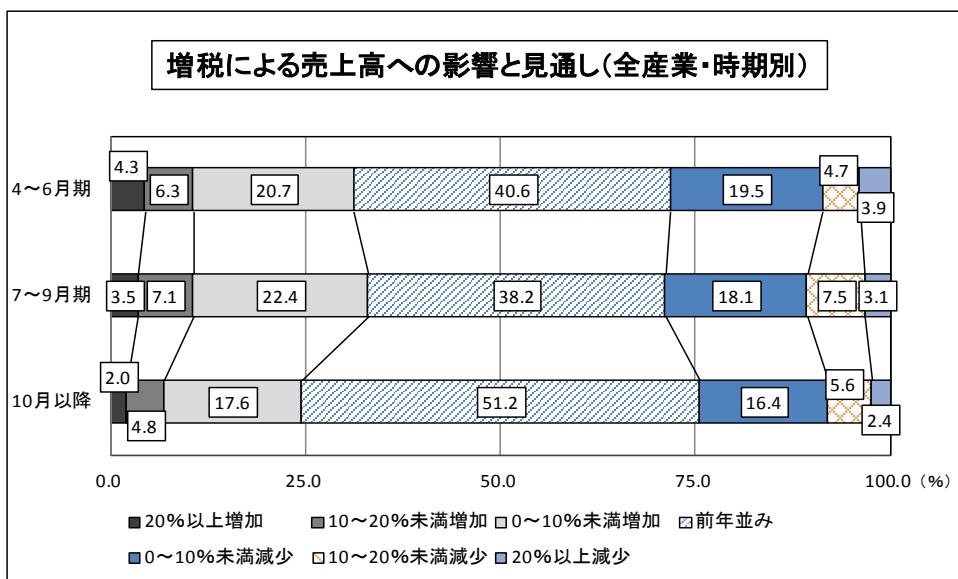
1. 「消費税率引き上げの影響」について

(1) 4～6月期、7～9月期、10月以降における貴社の売上高の動向（対前年同月比）をご回答下さい。

また、7～9月期において売上が減少した場合、事前に想定していた売上高の減少幅との比較についてご回答下さい。

増税後の4月から9月までの間に売上高が増加した企業の割合（「20%以上増加」、「10～20%未満増加」、「0～10%未満増加」の合計）は4～6月期：31.3%→7～9月期：33.0%と拡大した。売上が減少（「20%以上減少」、「10～20%未満減少」、「0～10%未満減少」の合計）した企業の割合も4～6月期：28.1%→7～9月期：28.7%と僅かながら拡大した。

10月以降の売上高の見通しをみると、増加（「20%以上増加」、「10～20%未満増加」、「0～10%未満増加」の合計）を見込む企業の割合と減少（「20%以上減少」、「10～20%未満減少」、「0～10%未満減少」の合計）を見込む企業の割合は、ともに24.4%と前期より小さくなり、年末に向けて増税の影響が減衰していく姿がみてとれる。



14年4～9月期に売上高が増加した企業の比率を規模別に見ると、4～6月期（大企業：29.0%、中小企業：32.7%）、7～9月（同：31.0%、34.4%）のいずれの期間においても中小企業が大企業を上回った。10月以降は大企業（25.5%）が中小企業（23.6%）を上回っている。

製造業・非製造業別では、4～6月期、7～9月期、10月以降とも、売上高が増加した（増加する）と回答した企業の割合は、製造業が非製造業を上回った（4～6月：製造業31.3%、非製造業31.1%、7～9月：製造業34.1%、非製造業31.9%、10月以降：製造業24.6%、非製造業24.1%）。

前回調査（7月実施）と比較すると、売上高が増加したと回答した企業の割合は、4～6月期（全産業：31.3%、前回比3.7ポイント増加）、7～9月期（同：33.3%、8.5ポイント増加）とも、前回調査時を上回った。10月以降に売上高が増加すると回答した企業の割合（全産業：24.4%、前回比0.5ポイント減少）は、前回調査時を幾分下回った。

○売上高が増加した（増加を見込む）企業の比率（単位：%・ポイント）

業種		増加した（増加を見込む）企業の比率					
		4～6月		7～9月		10月以降	
			前回比		前回比		前回比
全産業		31.3	3.7	33.0	8.5	24.4	-0.5
規模別	大企業	29.0	8.2	31.0	9.5	25.5	5.0
	中小企業	32.7	0.7	34.4	7.8	23.6	-4.3
業種別	製造業	31.3	-2.1	34.1	4.3	24.6	-5.2
	食料品	25.0	-9.6	28.6	-2.2	21.4	-5.5
	石油化学	30.0	-11.2	25.0	-16.2	26.4	-14.8
	プラスチック	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0	-20.0
	窯業・土石	45.5	18.2	36.4	9.1	54.6	18.2
	鉄鋼・非鉄金属	12.5	-17.5	25.0	5.0	12.5	-7.5
	金属製品	55.6	8.2	50.1	13.2	33.3	1.7
	一般精密	23.1	-7.7	50.0	26.9	16.6	1.2
	電気機械	50.0	-16.6	50.0	-33.4	16.7	-66.7
	輸送用機械	30.8	15.4	23.1	0.0	30.8	0.0
	その他製造	26.7	0.1	33.3	19.1	13.3	-0.9
	非製造業	31.1	9.6	31.9	12.8	24.1	4.3
	建設業	29.5	-0.5	41.2	6.2	37.6	22.6
	運輸倉庫	50.0	20.0	62.5	22.5	62.5	2.5
卸売業	38.4	26.9	23.0	19.3	11.5	-3.3	
小売業	20.0	12.3	25.0	5.8	30.0	14.6	
ホテル旅館	27.3	-6.0	36.4	25.3	0.0	-22.2	
サービス業	29.7	1.5	29.7	11.8	22.2	4.3	

14年4～9月期に売上が減少した企業の比率を規模別にみると、4～6月期（大企業：34.0%、中小企業：24.3%）、7～9月（大企業：29.0%、中小企業：28.5%）のいずれの期間においても大企業が中小企業を上回った。10月以降は中小企業（27.6%）が大企業（19.4%）を上回っている。

製造業・非製造業別では、4～9月期は製造業よりも非製造業で売上が減少した企業の割合が高かった（4～6月：製造業25.5%、非製造業31.0%、7～9月：製造業27.4%、非製造業30.3%）。10月以降は、非製造業（22.4%）に比べ、製造業（26.1%）の方が減少を見込む企業の比率が高い。

前回調査（7月実施）と比較すると、今回の調査で売上高が減少したと回答した企業の割合は、4～6月期（全産業：28.1%、前回比5.8ポイント減少）については前回調査時を下回った。一方、7～9月期（全産業：28.7%、前回比6.1ポイント増加）については、夏場の天候不順の影響などもあり、食料品や卸・小売などを中心に前回調査時を上回った。10月以降も、売上高が減少すると回答した企業の割合（全産業：24.4%、前回比6.7ポイント増加）が前回調査時を上回り、先行きに対してやや慎重な見方が増えている。

○売上高が減少した（減少を見込む）企業の比率（単位：%・ポイント）

業種		減少した（減少を見込む）企業の比率					
		4～6月		7～9月		10月以降	
			前回比		前回比		前回比
全産業		28.1	-5.8	28.7	6.1	24.4	6.7
規模別	大企業	34.0	-9.4	29.0	3.7	19.4	4.5
	中小企業	24.3	-3.3	28.5	7.6	27.6	8.0
業種別	製造業	25.5	1.1	27.4	7.3	26.1	9.8
	食料品	35.7	8.9	35.7	20.3	32.1	20.6
	石油化学	10.0	-1.8	20.0	8.2	26.3	20.4
	プラスチック	40.0	0.0	50.0	10.0	50.0	10.0
	窯業・土石	36.4	9.1	45.5	18.2	18.2	0.0
	鉄鋼・非鉄金属	25.0	15.0	12.5	2.5	12.5	2.5
	金属製品	11.2	-4.6	22.3	17.0	22.3	17.0
	一般精密	30.8	7.7	16.6	-6.5	24.9	9.5
	電気機械	33.4	16.7	16.7	0.0	16.7	0.0
	輸送用機械	30.8	-15.4	30.8	-7.7	23.1	-15.4
	その他製造	20.0	-13.4	26.7	-9.0	33.3	4.8
	非製造業	31.0	-12.8	30.3	5.1	22.4	3.3
	建設業	17.7	-7.3	11.8	-3.2	6.3	-8.7
運輸倉庫	0.0	-10.0	0.0	0.0	12.5	-7.5	
卸売業	26.9	-26.9	34.5	12.3	23.0	8.2	
小売業	75.0	-9.6	60.0	13.9	40.0	9.3	
ホテル旅館	18.2	-26.2	18.2	-4.0	10.0	-1.1	
サービス業	27.0	-1.2	29.7	4.1	25.0	7.0	

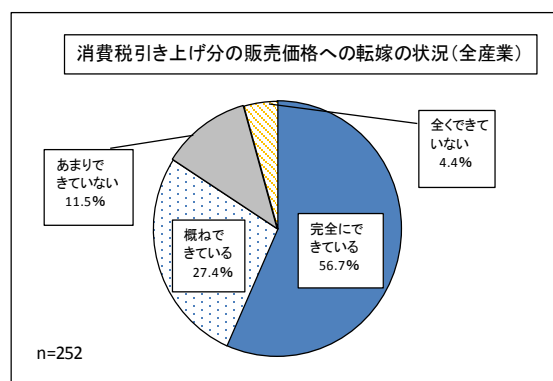
(2) 貴社では消費税引き上げ分を販売（サービス）価格に転嫁できていますか。

①全くできていない ②あまりできていない ③概ねできている ④完全にできている

消費税引き上げ分を販売（サービス）価格に「完全に転嫁できている」とする企業の比率は56.7%、「概ねできている」とする企業の比率が27.4%で、全体の84.1%が転嫁できていると回答している。

一方、「あまりできていない」とする企業の比率は11.5%で、「全くできていない」とする企業の比率は4.4%であった。

多くの企業で、消費税引き上げ分の販売（サービス）価格への転嫁ができていることがうかがわれる。



業種別にみると、「完全にできている」または「概ねできている」とする企業は、製造業(82.9%)に比べて非製造業(85.4%)の方が高くなった。

「完全にできている」とする企業の比率は、非製造業(50.4%)に比べて製造業(62.2%)の方が高くなり、業種別にみると、製造業では、プラスチック(80.0%)、輸送用機械(75.0%)、窯業土石(72.7%)、非製造業では建設業(70.6%)などで完全に転嫁できているとする企業の割合が高い。

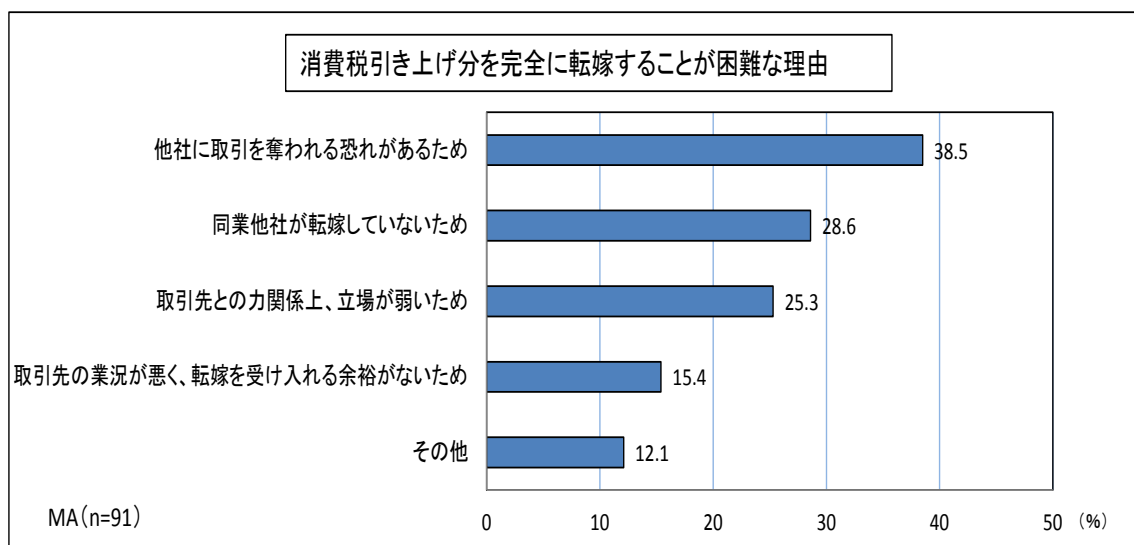
消費税引き上げ分の販売価格への転嫁の状況(業種別)

		(単位:%)			
		全くできていない	あまりできていない	概ねできている	完全にできている
全産業		4.4	11.5	27.4	56.7
業種別	製造業	5.2	11.9	20.7	62.2
	食料品	11.1	11.1	22.2	55.6
	石油化学	0.0	19.0	9.5	71.4
	プラスチック	0.0	20.0	0.0	80.0
	窯業土石	9.1	0.0	18.2	72.7
	鉄鋼非鉄	0.0	25.0	12.5	62.5
	金属製品	0.0	5.3	36.8	57.9
	一般・精密機械	8.3	0.0	25.0	66.7
	電気機械	20.0	40.0	20.0	20.0
	輸送用機械	0.0	8.3	16.7	75.0
	その他製造	6.7	13.3	26.7	53.3
	非製造業	3.4	11.1	35.0	50.4
	建設業	0.0	23.5	5.9	70.6
	運輸倉庫	0.0	12.5	37.5	50.0
卸売業	3.8	7.7	46.2	42.3	
小売業	10.0	10.0	30.0	50.0	
ホテル旅館	0.0	18.2	63.6	18.2	
サービス業	2.9	5.7	34.3	57.1	

(3) (2) で「全くできていない」または「あまりできていない」または「概ねできている」とご回答された企業様にお伺いします。完全に転嫁することが困難な理由をご回答下さい。《複数回答可》

- ①他社に取引を奪われる恐れがあるため
- ②取引先との関係上、立場が弱いため
- ③取引先の業況が悪く、転嫁を受け入れる余裕がないため
- ④同業他社が転嫁していないため
- ⑤その他

消費税引き上げ分の販売（サービス）価格への転嫁が完全にできていない理由をたずねたところ、「他社に取引を奪われる恐れがあるため」（38.5%）が最も多く、以下、「同業他社が転嫁していないため」（28.6%）、「取引先との力関係上、立場が弱いため」（25.3%）、「取引先の業況が悪く、転嫁を受け入れる余裕がないため」（15.4%）が続いた。



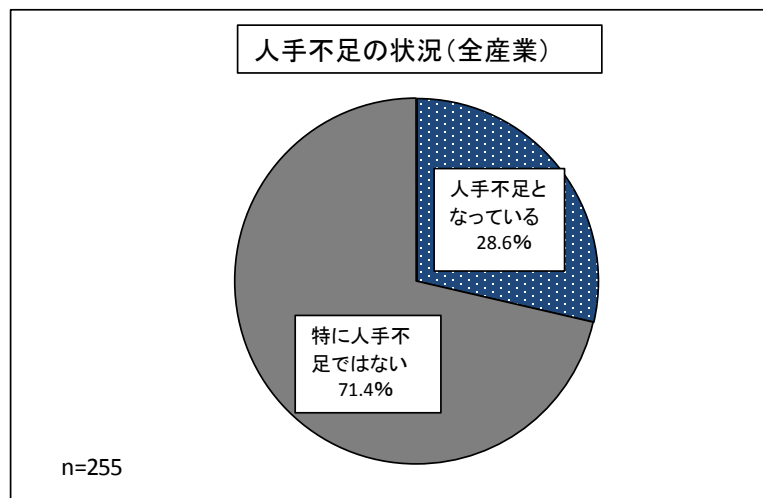
2. 「雇用状況と賃金」について

(1) 14年9月時点において、貴社では人手不足となっていますか。

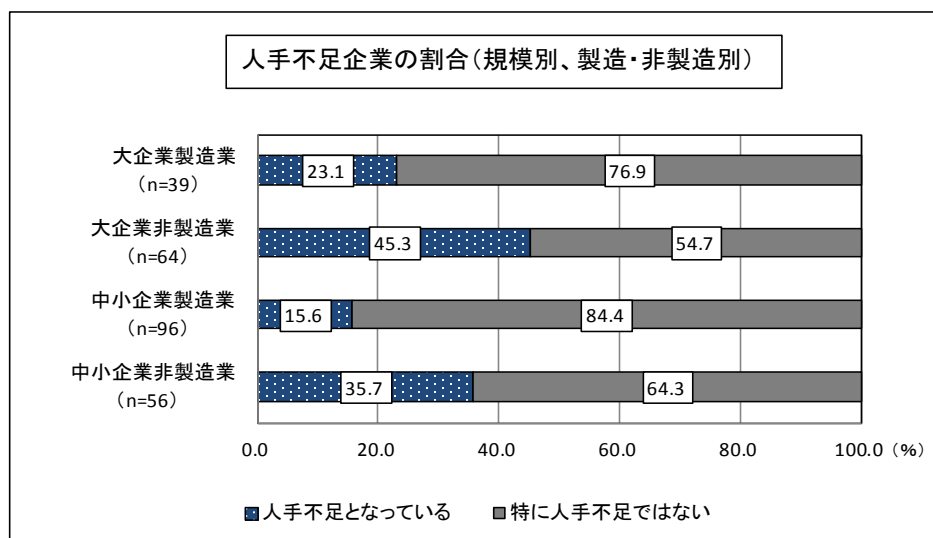
①人手不足となっている

②特に人手不足ではない

14年9月時点で「人手不足となっている」と回答した企業の比率は約3割(28.6%)、「特に人手不足ではない」とする企業は全体の7割強(71.4%)であった。



規模別、製造業・非製造業別にみると、「人手不足となっている」とする企業の比率が最も高いのは、「大企業非製造業」(45.3%)であり、以下、「中小企業非製造業」(35.7%)、「大企業製造業」(23.1%)、「中小企業製造業」(15.6%)が続いた。



業種別・規模別にみると、「大企業建設業」(66.7%)、「中小企業小売業」(66.7%)、「大企業ホテル旅館」(62.5%)、「大企業サービス業」(58.3%)、「中小企業建設業」(57.1%)、「中小企業サービス業」(57.1%)で人手不足と回答した企業の割合が高い。同じ業種で大企業の不足感が中小企業を上回っているのは、インバウンド観光客の入込(観光業)や法人需要のウェイト(サービス業)、アベノミクスの恩恵(建設業)などの需要格差が影響していると考えられる。

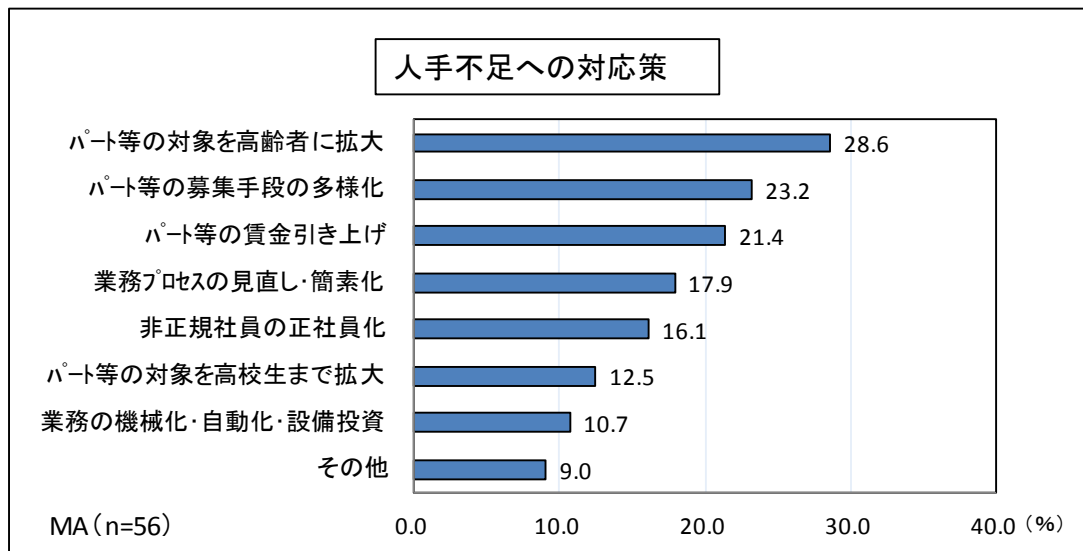
雇用過不足の状況(業種別・規模別)

(単位:%)

	製造業			
	大企業		中小企業	
	人手不足 である	人手不足 ではない	人手不足 である	人手不足 ではない
食料品	40.0	60.0	11.8	88.2
石油化学	30.0	70.0	18.2	81.8
プラスチック	0.0	100.0	0.0	100.0
窯業土石	0.0	100.0	33.3	66.7
鉄鋼非鉄	0.0	100.0	28.6	71.4
金属製品	0.0	100.0	14.3	85.7
一般精密	0.0	100.0	22.2	77.8
電気機械	0.0	100.0	0.0	100.0
輸送用機械	50.0	50.0	18.2	81.8
その他製造業	100.0	0.0	0.0	100.0
合計	23.1	76.9	15.6	84.4

	非製造業			
	大企業非製造業		中小企業非製造業	
	人手不足 である	人手不足 ではない	人手不足 である	人手不足 ではない
建設業	66.7	33.3	57.1	42.9
運輸倉庫	0.0	100.0	20.0	80.0
卸売業	11.1	88.9	0.0	100.0
小売業	38.9	61.1	66.7	33.3
ホテル旅館	62.5	37.5	33.3	66.7
サービス業	58.3	41.7	57.1	42.9
合計	45.3	54.7	35.7	64.3

人手不足への対応策をたずねたところ、「パート等の対象を高齢者に拡大」(28.6%)が最も多く、以下、「パート等の募集手段の多様化」(23.2%)、「パート等の賃金引き上げ」(21.4%)、「業務プロセスの見直し・簡素化」(17.9%)などが続いた。



以 上