

特別調査「震災後の現況と消費税増税」について

2014. 2. 25 発行

東日本大震災から間もなく3年になろうとしています。

被災地の現状は、道路や鉄道等インフラの整備が進み、がれきの処理に目途がつき、一部地域で県営の災害公営住宅への入居が開始されたほか、三陸鉄道全線の運転再開決定等の明るい話題もあります。

県内経済は、個人消費が緩やかな回復基調にあることや、雇用情勢が改善方向であることから、「持ち直しが続く」から「緩やかに回復しつつある」に上方修正され、先行きについても、復興需要や各種政策効果を背景に、景気回復の動きが確かなものとなることが期待されています。

当金庫では、震災直後の23年6月から3回に亘って東日本大震災の影響に関する特別調査を実施しました。今回は4回目として、「震災後の現況」と今年4月から実施される「消費税の増税が与える影響」について調査を実施し、結果を取りまとめました。

■調査概要

○調査時期 平成25年12月24日(火)～平成26年1月10日(金)

※前回調査:平成25年1月15日～1月21日

○調査対象 当金庫のお取引先 373先

○調査方法 当金庫職員による聞き取り調査

○回答数 363先 (回収不能10先 回答率97.3%)

	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業	運輸業	建設業	不動産業	合計
対象企業	68 (70)	23 (25)	99 (100)	28 (30)	61 (62)	13 (13)	60 (61)	21 (22)	373 (383)
回答数	66 (70)	22 (24)	99 (99)	26 (29)	58 (62)	13 (13)	60 (60)	19 (21)	363 (378)

※()内は、前回調査

■調査結果

『東日本大震災の影響』については、「現時点で業績に対する震災の影響はない」とする回答が64.5% (対前年比+4.0%)、反対に「影響がある」が32.2% (同△3.0%)と、時間の経過とともに影響が薄らいでいる様子がうかがえます。業種別では、製造業・不動産業・飲食業で「影響はない」が70%を超えており、「未だに影響がある」は運輸業(53.9%)、卸売業(45.5%)の順で多くなっています。

「影響の内容」としては、「売上の減少」(26.1%)、「仕入価格の高騰」(23.1%)、「取引先の経営悪化」(16.4%)の順となっています。「その他」として「車輛の流出」(運輸業)とのコメントがありました。

『売上げの変化』については、平成25年度売上げを23年度、24年度の同時期と比較したところ、対23年度より対24年度の売上げが「増加した」とする回答が△10.5%、「変化なし」が+10.4%、「減少した」が+0.1%となり、回復のスピードが鈍化していることを反映しています。

業種別では、建設業で対23年度、対24年度とも「増加した」とする回答が5割前後と全業種で最も高く、好調を維持しているのに対し、不動産業では、対23年度、対24年度とも「変化なし」が6割を超え、卸売業、小売業、飲食業、サービス業では25年度の売上げが24年度より「減少した」とする回答が「増加した」を上回り、業種で明暗が分かれました。

「売上げが増加した」と回答した先に増加要因を尋ねると、「取引先・来客の増加」(31.3%)、「震災復旧・復興事業の影響」(18.9%)の順に多く、建設業では「震災復旧・復興事業の影響」(31.8%)が最も多くなっています。

売上減少要因としては、「取引先・来客の減少」(45.2%)、「販売価格の低下」(14.3%)の順となっています。「その他」として、「震災特需の解消」とコメントする企業が4先ありました。

『収益の変化』については、平成 25 年度収益を 23 年度、24 年度の同時期と比較したところ、対 23 年度より対 24 年度の収益が「増加」したとする回答が△10.1%、「変化なし」が+4.1%、「減少」が+5.7%となり、収益の悪化傾向を示しています。

業種別では、24 年度より 25 年度の収益が「増加した」との回答が「変化なし」、「減少した」を上回ったのは、卸売業と建設業のみで、製造業、不動産業は「変化なし」が多く、飲食業、運輸業、小売業、サービス業で「減少した」の割合が高く、ここでも業種間の差が見られます。

「収益が増加した」と回答した先に増加要因を尋ねると、「売上の増加」が各業種で最も多く、2 番目の要因として、卸売業では「人件費の削減」、建設業では「経費（人件費を除く）の削減」と回答しています。また、「仕入を抑制した」（製造業）、「補助金を受けた」（同）等のコメントもありました。

収益減少要因としては、「売上げの減少」（42.5%）、「仕入価格の上昇」（26.0%）、「経費（人件費を除く）の増加」（13.7%）の順となっています。

ここまでの集計結果を見ると、回答先の景況感と、日銀短観や盛岡財務事務所及び民間調査機関が発表する「大企業は 4 四半期連続改善、中小企業も 1991 年以來のプラス浮上」「県内経済は緩やかに回復しつつある」「企業収益は増益見込みとなっている」等の業況判断とはギャップがあります。

これは、対象企業の規模によって状況が違い、零細業者はむしろ他の中堅・大手企業の攻勢にさらされ、資材の高騰等業況の悪化先が増加傾向にあります。東北や岩手県内でも、一部の大手企業や輸出関連企業等は、株価上昇や円安効果のメリットを享受していますが、地域の多くの中小・零細企業にとっては、燃料・原材料の高騰や仕入価格の上昇等マイナスの影響が大きいことがうかがえます。

『消費税増税』については、「増税の影響」として、「利益の減少」（31.9%）、「売上げの減少」（27.8%）、に比べて「売上の増加」（1.4%）、「利益の増加」（0.6%）の割合が低く、先行きを不安視する回答が圧倒的に多い。

「懸念材料」としては、「燃料・原材料価格の上昇」（21.4%）、「消費マインドの低下」（19.7%）の割合が高く、景気回復が浸透する前に、経費の増加と消費の抑制を招くことを懸念しています。

「具体的対応策」としては、「経費節減」（27.4%）、「顧客との関係強化」（18.1%）の順で多くなっているが、「検討していない」との回答も 11.3%ありました。

「政府・行政に望む対応策」としては、「個人消費の刺激策」（23.6%）が最も多く、「所得税減税の実施」（18.9%）と併せ、景気動向を左右する個人消費の喚起策を求めている様子がうかがえます。

お忙しい中、本調査にご協力いただき、誠にありがとうございました。

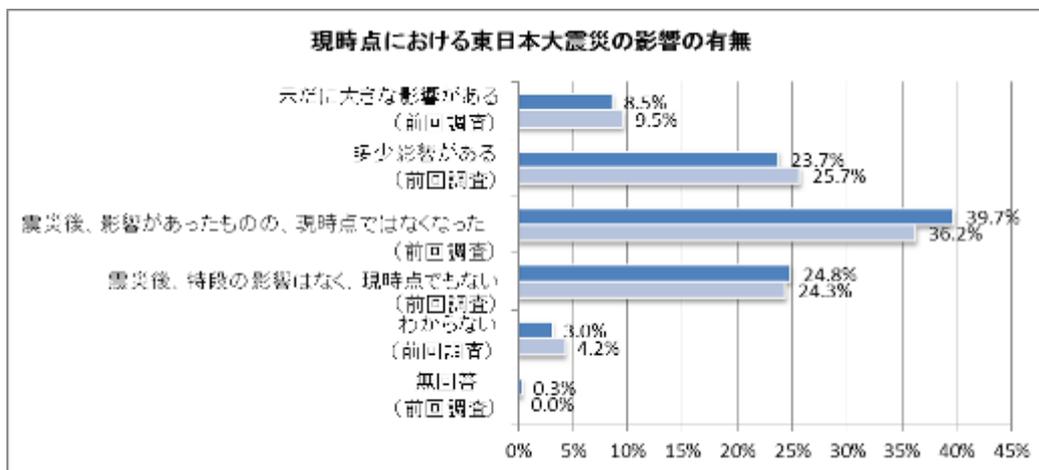
■ Q 1. 東日本大震災の影響についてお聞かせ下さい。

Q 1-(1) 現時点において、貴社の業績に対する東日本大震災の影響はありますか。

現時点では影響はない	・・・ 64.5%	（前回調査：60.5%、4.0ポイント増）
未だに影響がある	・・・ 32.2%	（前回調査：35.2%、3.0ポイント減）
わからない	・・・ 3.0%	（前回調査：4.2%、1.2ポイント減）

業績に対する東日本大震災の影響について、「未だに大きな影響がある」「多少影響がある」の回答は、前回調査に比べ 3.0ポイント減少、「震災後、影響はあったが、現時点では影響はない」、「特段の影響はなかった」は、前回調査に比べ 4.0ポイント増加し、大震災の影響がさらに薄れている状況です。

業種別に見ると、「未だに震災の影響がある」の回答が、運輸業（53.9%）、卸売業（45.5%）、建設業（45.0%）の順に多くなっています。「影響がない」は製造業（74.3%）、不動産業（73.7%）、飲食業（73.1%）の順でした。

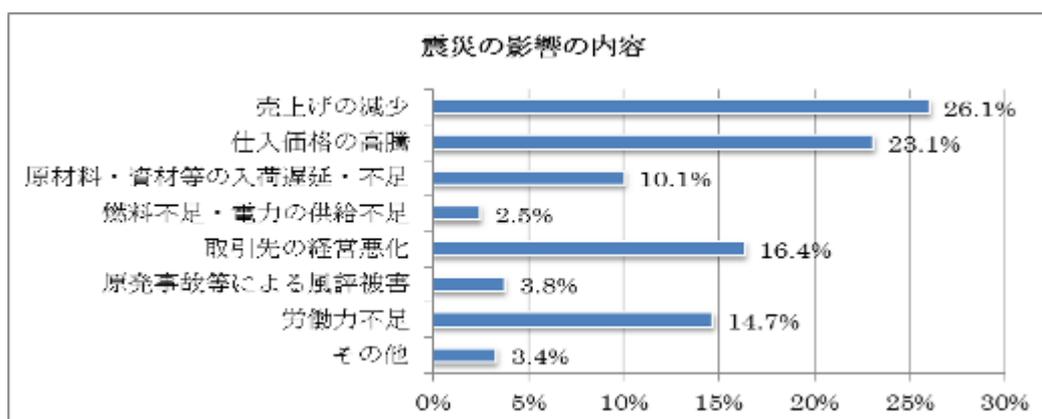


Q 1-(2) 前項で「影響がある」と回答された企業にお聞きします。震災の影響に該当するものを3つ以内でお答え下さい。

売上げの減少	・・・ 26.1%
仕入価格の高騰	・・・ 23.1%
取引先の経営悪化	・・・ 16.4%

前問で「影響がある」（大いに、多少含む）と回答された約3割の企業へ尋ねました。

業種別では、「売上げの減少」が飲食業、製造業、卸売業で40%を超えているほか、卸売業の「取引先の経営悪化（36.0%）、建設業の「労働力不足」（33.3%）の比率が高くなっています。



「その他」のコメント

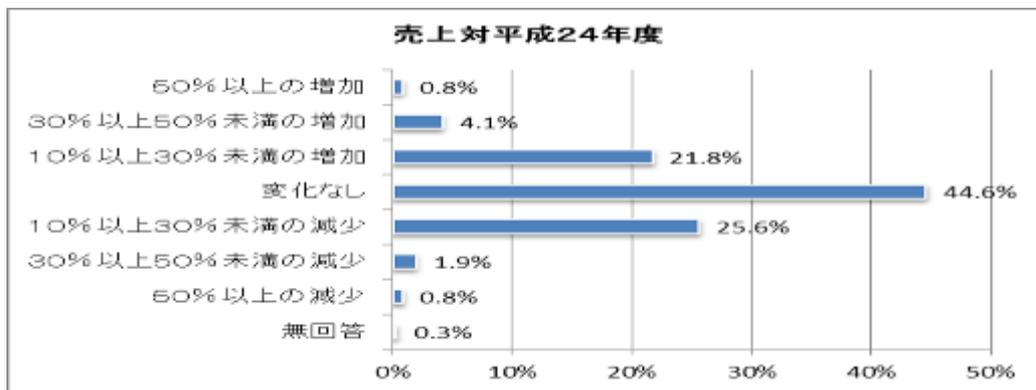
- ・ 近くのデパートがなくなった（小売業 婦人服）
- ・ 施設・設備の復旧遅れ（サービス業 事業協同組合）
- ・ 車の流出（運輸業 一般貨物）
- ・ 人口減少（小売業 医薬品・化粧品）
- ・ 売上げの増加（製造業 機械部品、製造業 畳・クロス、建設業 電気工事）

■ Q 2. 貴社の売上げの変化についてお聞かせください。

Q 2-(1) 貴社における平成 25 年 4 月～12 月の売上げは前年（平成 24 年）の同時期と比較して、どのように変化していますか。

変化なし	・・・ 44.6%
減少した	・・・ 28.3%
増加した	・・・ 26.7%

業種別では、「増加した」との回答は建設業（48.4%）が多く、飲食業（46.1%）、小売業（40.4%）、卸売業（36.4%）が「減少した」と回答しています。なお、「変化なし」の回答は、不動産業（68.4%）、運輸業（53.8%）、製造業（51.5%）の順でした。

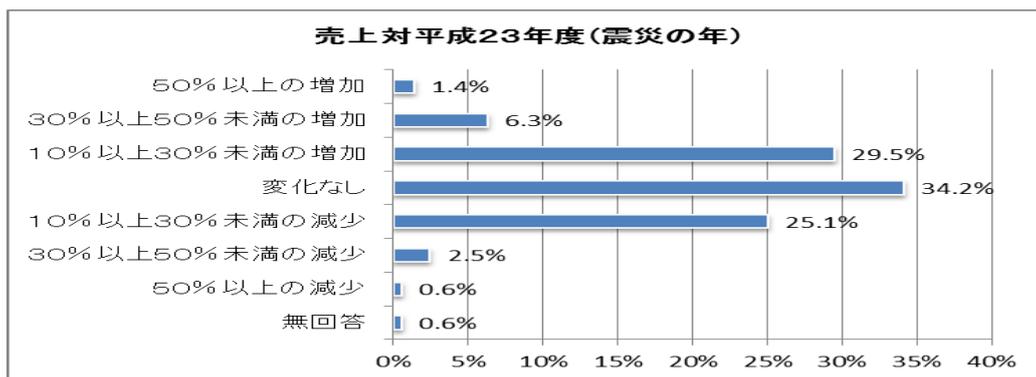


Q2-(2) 平成25年4月～12月の売上げは震災の年(平成23年)の同時期と比較して、どのように変化していますか。

増加した . . . 37.2%
 変化なし . . . 34.2%
 減少した . . . 28.2%

業種別では、「増加した」との回答は、建設業(58.3%)、製造業(42.4%)の順で多く、「減少した」は、飲食業(42.3%)、小売業(36.3%)、サービス業(34.4%)が多くなっています。

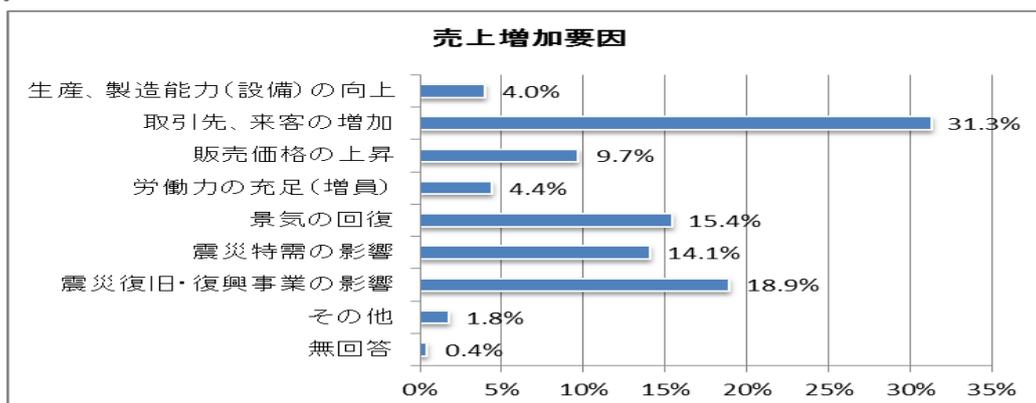
また、前項(1)の回答と比較すると、平成25年度売上げは対23年度比では、「増加」が37.2%、「変化なし」が34.2%、「減少」が28.2%であるのに対し、対24年度では、「増加」が26.7%(△10.5%)、「変化なし」が44.6%(+10.4%)、「減少」が28.3%(+0.1%)となり、総体的に回復のスピードが鈍化していることが分かります。



Q2-(3) 前項(2)で、「売上げが増加している」と回答された企業にお聞きします。増加要因と思われるものを3つ以内でお答え下さい。

取引先・来客の増加 . . . 31.3%
 震災復旧・復興事業の影響 . . . 18.9%
 景気の回復 . . . 15.4%
 震災特需の影響 . . . 14.1%

業種別で「取引先・来客の増加」と答えた先が多いのは、飲食業(50.0%)、製造業(40.0%)、サービス業(40.0%)の順。卸売業は「震災特需の影響」(35.7%)、建設業は「震災復旧・復興事業の影響」(31.8%)を最も大きな要因としています。



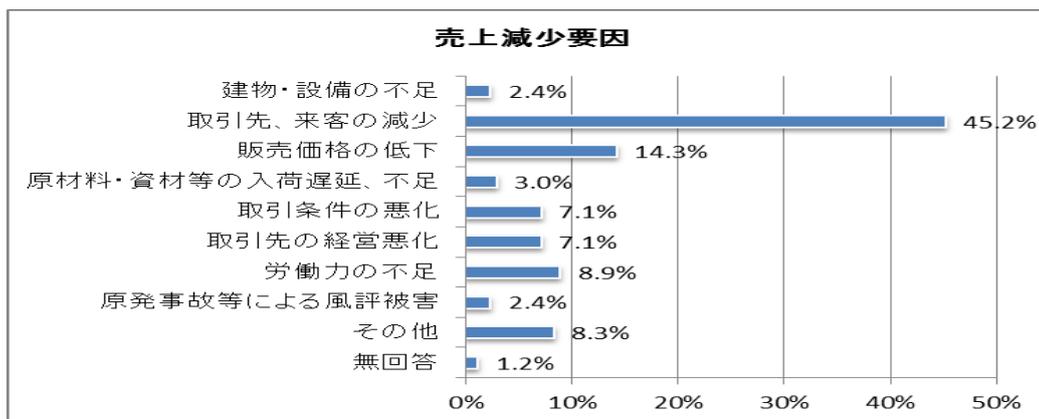
「その他」のコメント

- ・新店舗のオープン（サービス業 遊技場）
- ・事業用の売上げ上昇、贈答用品の増加（小売業 生花）
- ・営業の拡大（建設業 一般建築）
- ・アパート建築に伴う業者関係の人の流れがある。（飲食業 食堂）

Q2-(4) 前項(2)で、「売上げが減少している」と回答した企業にお聞きします。減少要因と思われるものを3つ以内でお答え下さい。

取引先、来客の減少	・・・	45.2%
販売価格の低下	・・・	14.3%
労働力の不足	・・・	8.9%
取引先の経営悪化	・・・	7.1%
取引条件の悪化	・・・	7.1%

「取引先、来客の減少」が45.2%と最も多い結果になりました。業種別で見ても、飲食業(75.0%)、小売業(50.8%)、製造業(40.0%)、卸売業(35.7%)で最も割合が高くなっています。



「その他」のコメント

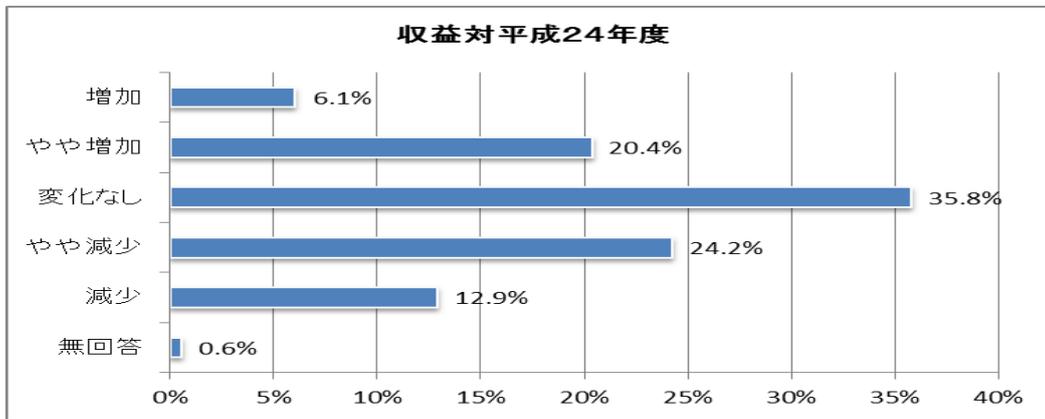
- ・震災特需の解消（製造業 テント・シート、小売業 自転車・バイク、運輸業 タクシー）
- ・被災地の復興の遅れ（建設業 電気工事）
- ・営業力の不足（建設業 一般建築）
- ・店舗の閉鎖（飲食業 郷土料理）
- ・景気低迷・消費減退（卸売業 魚介類）
- ・努力が足りない。（卸売業 青果物）
- ・病気により休業・時間短縮したため。（飲食業 食堂）
- ・仕入先の取扱品目が減り、仕入れできない商品があった。（小売業 種苗）
- ・被災地応援フェア等がなくなった。（製造業 菓子）
- ・量販店の新規出店（小売業 日用品・雑貨）

■ Q3. 貴社の収益の変化についてお聞かせください。

Q3-(1) 貴社における平成25年4月～12月の収益は、前年（平成24年）の同時期と比較して、どのように変化していますか。

減少した	・・・	37.1%
変化なし	・・・	35.8%
増加した	・・・	26.5%

業種別に見ると、「増加」が「減少」を上回っているのは、建設業（「増加」36.7%、「減少」28.4%）と製造業（「増加」30.3%、「減少」24.7%）で、他の業種は「減少」と答えた割合が高かった。

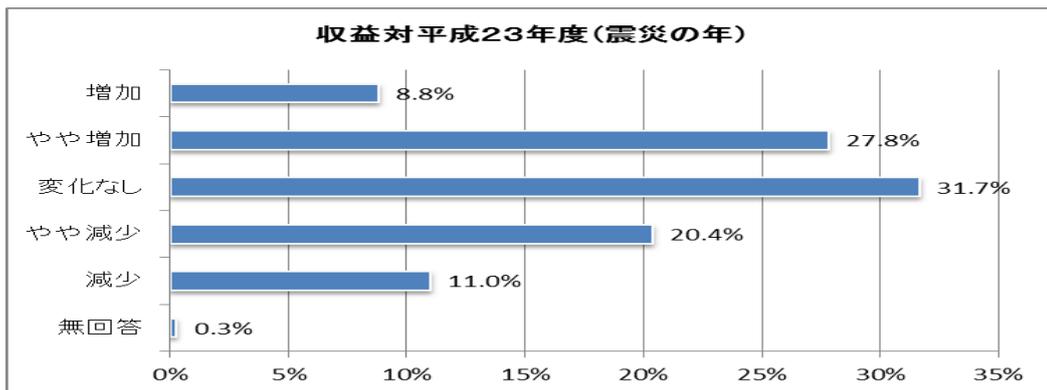


Q3-(2) 貴社における平成25年4月～12月の収益は、震災の年（平成23年）の同時期と比較して、どのように変化していますか。

増加した . . . 36.6%
 変化なし . . . 31.7%
 減少した . . . 31.4%

業種別では、卸売業、小売業、飲食業の3業種が、他と異なり、平成25年度の収益が23年度及び24年度より減少していると回答しています。

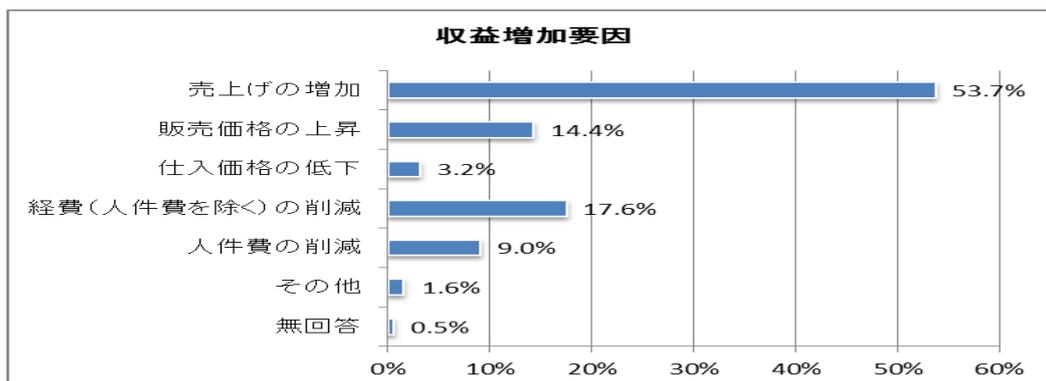
また、前項(1)と比較すると、平成25年度収益は、対23年度比では「増加」が36.6%、「変化なし」が31.7%、「減少」が31.4%であるのに対し、対24年度では、「増加」が26.5% (△10.1%)、「変化なし」が35.8% (+4.1%)、「減少」が37.1% (+5.7%)となり、収益が悪化しているという回答が多くなっています。



Q3-(3) 前項(2)で、「収益が増加している」と回答された企業にお聞きします。増加要因と思われるものを3つ以内でお答え下さい。

売上げの増加 . . . 53.7%
 経費（人件費を除く）の削減 . . . 17.6%
 販売価格の上昇 . . . 14.4%

業種別に見ても、「売上げの増加」を収益増加要因とする業種がほとんどでしたが、運輸業では、「経費（人件費を除く）の削減」の割合が50.0%と最も高かった。



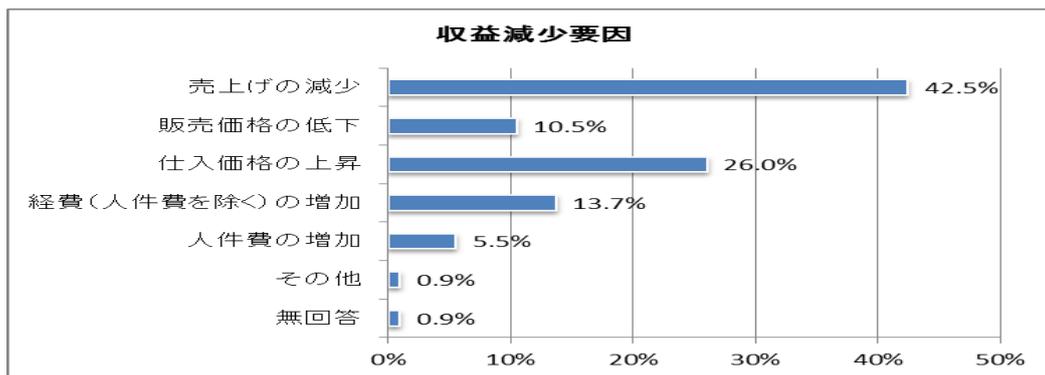
「その他」のコメント

- ・良くなったのではなく、震災のため減少の激しかった客が戻っただけ。(サービス業 美容)
- ・仕入れの抑制(製造業 民芸品)
- ・補助金を受けた。(製造業 印刷)

Q3-(4) 前項(2)で、「収益が減少している」と回答された企業にお聞きします。減少要因と思われるものを3つ以内でお答え下さい。

売上の減少・・・42.5%
 仕入れ価格の上昇・・・26.0%
 経費(人件費を除く)の増加・・・13.7%

業種別に見ても、「売上の減少」を収益減少要因とする業種がほとんどでしたが、不動産業では、「仕入れ価格の上昇」と「経費(人件費を除く)」が同じく40.0%と最も多かった。



「その他」のコメント

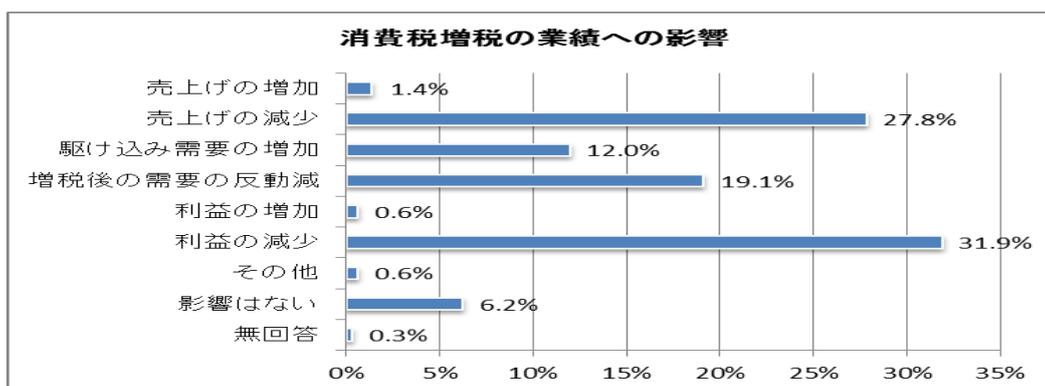
- ・努力が足りない。(卸売業 青果物)
- ・震災特需が終わったため(製造業 テント・シート)

■Q4. 消費税は、平成26年4月に8%、平成27年10月に10%へと段階的に引き上げられる予定になっています。消費税増税が貴社に与える影響についてお聞かせ下さい。

Q4-(1) 消費税増税により貴社の業績にどのような影響があると思いますか。具体的な影響として考えられるものを3つ以内でお答え下さい。

利益の減少・・・31.9%
 売上の減少・・・27.8%
 増税後の需要の反動減・・・19.1%

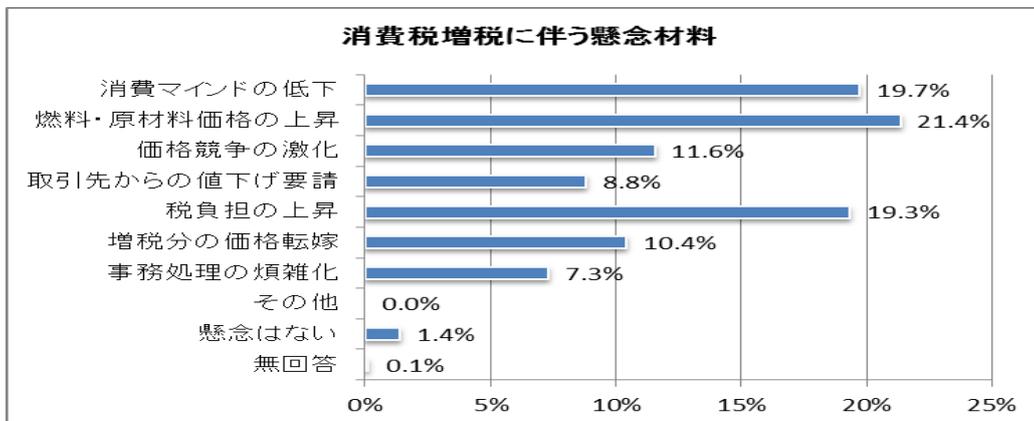
業種別では、「利益の減少」を予想する回答が飲食業(50.0%)、運輸業(44.4%)の順に多かった。また、「売上の減少」は小売業(35.1%)、飲食業(32.6%)の順で多く、総じて先行きを不安視する回答が多い。一方、「影響はない」とする回答が、不動産業で12.9%、製造業で8.0%ありました。



Q 4-(2) 消費税増税実施に対する懸念材料はありますか。3つ以内でお答え下さい。

燃料・原材料価格の上昇 . . . 21.4%
 消費マインドの低下 . . . 19.7%
 税負担の上昇 . . . 19.3%

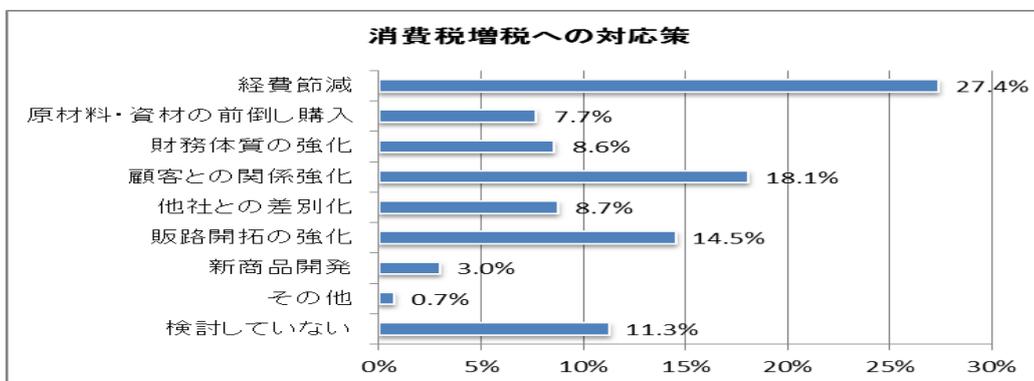
業種別では、「燃料・原材料価格の上昇」を懸念する回答が運輸業 (36.7%)、建設業 (28.9%)、飲食業 (25.5%) の順に多かった。また、「消費マインドの低下」は不動産業 (30.6%)、小売業 (26.4%)、卸売業 (22.6%) の順となっており、景気回復が浸透する前に、経費の増加と消費の抑制を招くことを懸念していることがうかがえます。



Q 4-(3) 貴社では、消費税増税に対する具体的な対策を検討していますか。3つ以内でお答え下さい。

経費節減 . . . 27.4%
 顧客との関係強化 . . . 18.1%
 販路開拓の強化 . . . 14.5%

業種別では、「経費節減」とする回答が、飲食業 (38.5%)、建設業 (31.0%)、小売業 (30.9%) で多く、「顧客との関係強化」は、運輸業 (24.0%)、卸売業 (23.9%)、不動産業 (19.4%) の順で多かった。一方、「検討していない」とする回答は、飲食業 (20.5%) をはじめ、不動産業 (16.7%)、サービス業 (13.9%) が続きました。



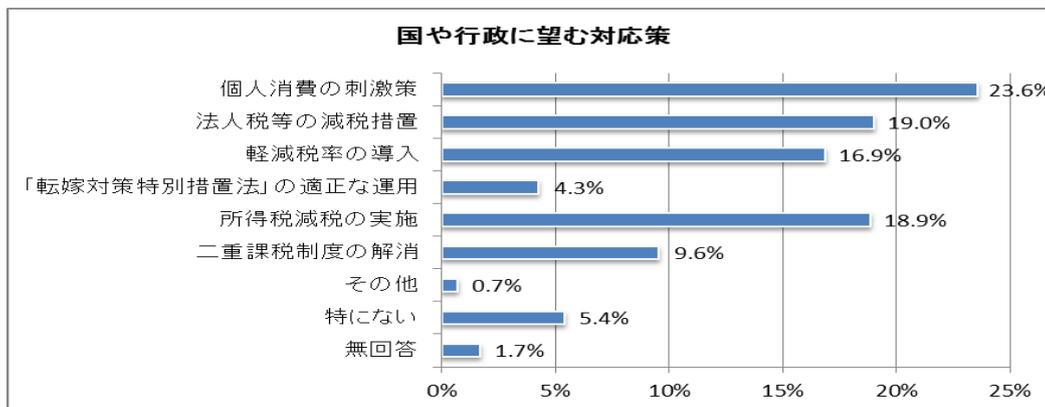
「その他」のコメント

- ・会計ソフト等の変更 (サービス業 廃棄物処理)
- ・社員教育 (運輸業 タクシー)
- ・売価の値上げ (飲食業 食堂)

Q 4-(4) 国や行政に望む対応策はありますか。3つ以内でお答え下さい。

個人消費の刺激策 . . . 23.6%
 法人税等の減税措置 . . . 19.0%
 所得税減税の実施 . . . 18.9%
 軽減税率の導入 . . . 16.9%

業種別では、「個人消費の刺激策」とする回答が、小売業 (29.4%)、不動産業 (25.6%)、卸売業 (23.4%) の順に多く、「法人税等の減税措置」は、建設業 (26.2%)、製造業 (24.8%) が多かった。運輸業で、「軽減税率の導入」、「二重課税制度の解消」が共に 25.0%と最も割合が高くなっています。



「その他」のコメント

- ・地域間格差対策（小売 酒類）
- ・本当に国のためになることを考えてほしい。足のひっぱり合いはもうやめてほしい。（製造業 出版・印刷）
- ・①子育てに対する減税②教育に対する支援（小売 化粧品）

Q 4-(5) その他、消費税増税についてのご意見等がありましたらご記入下さい。

- ・8%、10%と2回にわたって上げるのではなく1回で決めてほしい。（運輸業 タクシー）
- ・増税、値上げラッシュと言われ過ぎて消費者の不安ばかり煽っていると思う。増税により良くなることも聞きたい。（製造業 菓子）
- ・事務処理の煩雑化を考えると、段階的ではなく一気に10%が望ましい。（小売業 医薬品）
- ・賃金上昇を実現したくとも、足枷が重すぎる。地方の悲哀… 小売業では創意工夫しにくい。人口減少の危機感の強い地方の声が届かず焦燥感のみ増す。（小売 酒類）
- ・消費税が10%以上に上がるのは困ります。（運輸業 タクシー）
- ・年間予約購入の書籍代金を3月分までは消費税5%、4月分からは8%として12月に支払ったがスッキリしない。まだ税率が上がっていないのに何かだまされたような感じを受ける。（卸売業 紙類）
- ・内税注文の増加（会社等）により利益率の圧縮に繋がる恐れがある。（小売業 生花）
- ・診療報酬を消費税課税対象としてほしい。（サービス業 医療）
- ・二段階増税は事務処理上煩雑です。（建設業 一般建築）
- ・国の借金返済のためにはやむを得ないと思いますが、公共事業等のばらまきに使われており悔しいです。（製造業 精密機械部品）
- ・8%への増税により個人消費は大きく落ち込むと思われる。10%への追加増税は見直しが必要と考える。（卸売業 魚介類）
- ・消費税を上げて税金を「策に水」のように使うな。歳出を厳しくしてほしい。補助金を減らしなさい。民間は儲かると思えば金を借りてでも営業します。（卸売業 青果物）
- ・8%、10%と段階的に上げるべきではないと思います。（飲食業 食堂）
- ・8%で止めて景気が良くなるまで上げないでほしい。（飲食業 食堂）
- ・消費意欲を掻き立てる政策を執ってほしい。（サービス業 美容）
- ・消費税増税分を価格に転嫁したいが、値上げによる来客減少が心配。10%に上がるまで価格据え置きで何とか頑張りたい。（飲食業 食堂）
- ・消費税は、若者や子育て世代にも使ってほしい。少子化対策をしないと国は滅びてしまう。消費税は子どもの未来へ。（小売 化粧品）
- ・できれば消費税を5%のまま上げないでほしい。（小売業 医薬品・化粧品）



■編集 盛岡信用金庫 企画部 経営企画課

■〒020-0871 盛岡市中ノ橋通 1-4-6 TEL 019-623-2221