



2013年第3四半期県内企業動向調査特別項目
～消費税率引き上げに関する駆け込み需要について～

県内企業の4割以上で駆け込み需要が発生へ

Text by しがぎん経済文化センター 上村 彰吾

平成26年4月以降、消費税率が5%から3%引き上げられ、8%となること
が決定された。それに先立ち、当社では、平成25年8月に実施した2013年7-
9月期の「県内企業動向調査」(調査対象先:989社、有効回答数507社、有効回
答率51%)の中で、過去の消費税率引き上げ時にもみられた「駆け込み需要」
について、県内企業に与える効果と対策を調査するために、特別アンケートを
実施し、その結果をまとめた。

駆け込み需要の発生状況… 4割以上の企業で、 「駆け込み需要が発生」 (発生の見込み)

消費税率の引き上げに関する駆け込み需要の発生の有無(見込みを含む)をたずねたところ(図1)、全体では、「駆け込み需要が発生している」と回答した企業は8.9%、「今後、駆け込み需要が発生する見込みである」と回答した企業は34.5%となり、あわせて4割を超えた(43.4%)。

業種別でみると、**建設業**では、「駆け込み需要が発生している」が16.9%、「今後駆け込み需要が発生する見込みである」が46.8%となり、合わせて6割を超え(63.7%)、3業種で最も多くなった。

一方で、最も少なかったのは、**製造業**で、「駆け込み需要が発生している」が8.6%、「今後駆け込み需要が発生する見込みである」が25.7%となり、合わせて約3割(34.3%)にとどまった。**製造業**の中では、**金属製品、窯業・土石、化学、繊維、その他の製造**で駆け込み需要が発生している(見込みを含む)企業が多かった。

非製造業では、「駆け込み需要が発生している」が6.1%、「今後駆け込み需要が発生する見込みである」が39.6%となり、

合わせて4割を超えた(45.7%)。**非製造業**の中では**卸売、小売、不動産、運輸・通信**で駆け込み需要が発生している(見込みを含む)企業が多かった。

駆け込み需要発生の時期… 消費税率引き上げ直前の 「26年1～3月」が最も多い

消費税率の引き上げに関する駆け込み需要の発生する(発生を見込む)時期をたずねたところ(図2)、全体では、「26年1～3月」と回答した企業が41.0%で最も多く、4割を超えた。以下、「25年10～12月」(36.3%)、「25年7～9月」(19.2%)と続き、26年4月の税率引き上げに向けて、今後駆け込み需要が発生すると見込む企業が多かった。

業種別でみると、**製造業**では、「26年1～3月」が44.8%で最も多く、以下、「25年10～12月」(33.3%)、「25年7～9月」(19.5%)と続いた。

建設業では、「25年7～9月」が41.7%で最も多く、以下、「25年10～12月」(39.6%)、「26年1～3月」(27.1%)と続き、他業種に比べて駆け込み需要が現在発生中の企業が多かった。消費税率引き上げ後も旧税率が適

用される経過措置によるものと考えられる。**非製造業**では、「26年1～3月」が44.4%で最も多く、「25年10～12月」(37.4%)が続いたが、「25年1～3月」(17.2%)が3番目となった。特に、**不動産業**では今年の初めから駆け込み需要が発生していたとする回答が目立った。

駆け込み需要の内容… 住宅建築や住宅関連資材などで 駆け込み需要が発生中

消費税率の引き上げに関する駆け込み需要の内容(表1)を具体的にたずねたところ、**駆け込み需要が発生している**と回答した企業では、「住宅建築関係の需要の増加」(建設業)、「住宅関連資材の受注増加」(金属製品、窯業・土石、化学、繊維、木材・木製品、その他製造)、「新築、中古住宅の売買件数の増加」(不動産)など、住宅関連分野で特需が発生しているとする企業が少なかった。

また、**今後、駆け込み需要が発生する見込みである**と回答した企業では、「自動車販売台数の増加に伴う、関連部品受注の増加」(非鉄金属、繊維)、「新車、中古車の販売増加」(小売)、「高額商品の販売増

加」(小売)など自動車や高額な耐久消費財の駆け込み需要を見込む企業や、「4月、5月分の前倒し受注の増加」(繊維、その他製造)など増税直前にまとめ買いが発生することを見込む企業が多かった。

駆け込み需要を 取り込むための対策… 生産性の向上や、販売力の 強化に取り組む企業が多い

駆け込み需要を取り込むための対策(表2)を具体的にたずねたところ、「時間外、休日出勤など勤務体制を見直す」(金属製品、精密機械)、「製造工程を見直す」(化学、木材・木製品)、「生産設備を更新して生産効率をあげる」(繊維、木材・木製品)、「製品在庫を一時的に増加する」(金属製品、精密機械、窯業・土石、その他製造、卸売、小売)、「需要の多い商品に絞り前倒し生産を行う」(電気機械、繊維)など、自社の生産性を向上させ、増産を行い、可能な限り在庫を確保する対策や、「営業人員の増加」(建設)、「ダイレクトメールによる既存顧客への営業強化」(卸売、小売、サービス)、「増税前に展示会、販売促進会を開催」(サービス)など営業を強化し、販売力を高める対策を回答した企業が目立った。

図1 県内企業の駆け込み需要の発生状況(業種別)

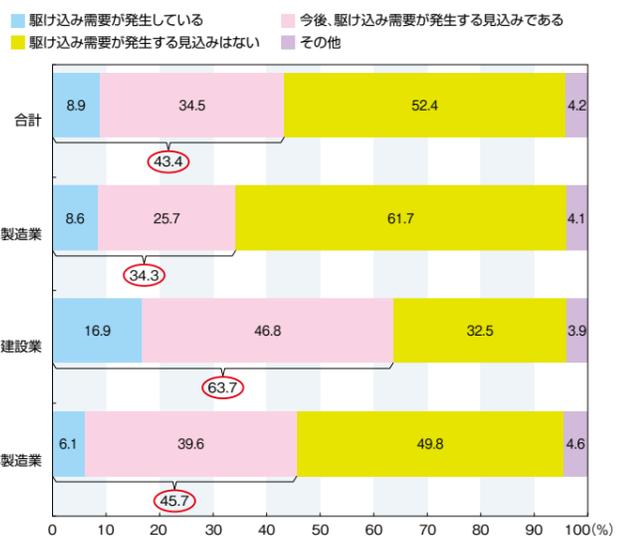


図2 駆け込み需要発生の時期(複数回答)

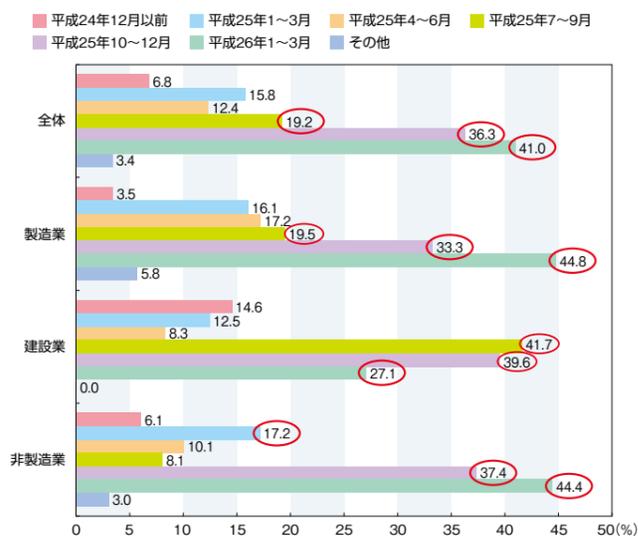


表1 駆け込み需要の内容(自由回答・抜粋)

駆け込み需要の有無	大業種	中業種	駆け込み需要の内容
発生している	製造	金属製品	住宅関連資材の受注増加。
		窯業・土石	
		化学	
		繊維	
		木材・木製品	
		その他の製造	
建設	建設	住宅建築関係の需要の増加。	
	非製造	不動産	新築、中古住宅の売買件数の増加。
今後発生する見込みである	製造	非鉄金属	自動車販売台数の増加に伴う、関連部品受注の増加。
		繊維	
		窯業・土石	
		繊維	
		木材・木製品	
		その他の製造	
	非製造	卸売	増税直前の商品の先買い、まとめ買い。
		小売	新車、中古車の販売増加。車検の前倒し。
		運輸・通信	食品で日持ちする商品や高額商品(酒、米など)が増税直前に需要が増える。
		サービス	高額商品の販売増加。
建設	建設	4月、5月分の前倒し受注の増加。	
	非製造	サービス	設備リースの増加。

表2 駆け込み需要を取り込むための対策(自由回答・抜粋)

駆け込み需要の有無	大業種	中業種	駆け込み需要の内容
発生している	製造	金属製品	時間外、休日出勤など勤務体制を見直す。
		精密機械	
		金属製品	
		化学	
		木材・木製品	
建設	建設	製造工程を見直し、生産性を向上させる。	
	建設	営業人員の増加、社員へ受注奨励金を出す。	
	建設	製品在庫を一時的に増加する。	
今後発生する見込みである	製造	繊維	生産設備を更新して生産効率を上げる。
		木材・木製品	
		金属製品	
		精密機械	
		窯業・土石	
	非製造	電気機械	需要の多い商品に絞り込み前倒し生産を行う。
		繊維	
		卸売	
		小売	
		サービス	
建設	卸売	顧客の販売意欲向上のため、増税前に展示会、即販会を開催予定。	
	小売		
	サービス		
	卸売		
	小売		