

特別企画：企業業績に与える消費税増税の影響度分析 —小売・サービス 6 業種対象—

価格転嫁率 50%でも大半で赤字必至

—消費減退による売上減は 1～2%の予想—

はじめに

今年 4 月に控える消費税の増税に伴い、消費動向や企業業績に変化が生じるのではないかとの懸念の声は絶えない。とくに小売・サービス業の各企業においては、価格転嫁や販管費の圧縮など、業績の変動に備えた経営施策の実行が急がれるなか、長引く不況に伴う財務体質の悪化から、十分な体制を取れないままの中小企業も少なくないと言われる。

帝国データバンクでは、企業財務データベース COSMOS1 (72 万社・480 万期収録) をもとにした『全国企業財務諸表分析統計 第 56 版』(帝国データバンク)、平成 7 年以降の「家計調査」(総務省)、平成 24 年「経済センサス」(総務省・経済産業省)を用いて、小売・サービス 6 業種について消費税の増税が純粋に企業業績に与える影響度を分析した。なお、同様の調査は今回が初めて。

分析方法

STEP①【業種別業績数値の作成】

『全国企業財務諸表分析統計 第 56 版』を用い、「自動車小売業」「菓子・パン小売業」「外食業(酒場等除く)」「酒場等」「男子服小売業」「婦人・子供服小売業」における平成 24 年度の平均業績数値(売上高、売上総利益、営業利益、経常利益 [百分率])を作成

STEP②【消費増税を要因とした消費減退率の算出】

前回増税時を含め、平成 7 年以降の「家計調査」(総務省)を独自の手法で分析、消費増税を要因とした家計支出の品目別増減額を算出。当該業種の平成 24 年「経済センサス」における売上金額に照らして消費の減退率を作成し、①の売上高に反映

STEP③【価格転嫁率から増税後の業績数値をシミュレート】

消費増税分を価格に転嫁した場合の各業種における業績数値の変動を、価格転嫁率 100%、50%、0%に場合分けして②を反映させた①をシミュレート (※分析方法は文末も参照)

—調査結果(例)— 男子服小売

(百分率)	
男子服小売	2012年度
売上高	100.00
売上総利益	41.70
営業利益	2.24
経常利益	2.33

(百万円)	
経済センサス売上金額	2,036,540
家計支出減少額	▲ 30,127
消費減退率	▲ 1.48%

☆売上高から増減 ex: $100 - 1.48 = 98.52$
合わせて各利益の値も変動

男子服小売	価格転嫁率別 業績値変動		
	100.0%	50.0%	0.0%
売上高	98.52	97.13	95.74
売上総利益	41.08	39.69	38.31
営業利益	1.62	0.23	▲ 1.15
経常利益	1.71	0.32	▲ 1.06

1. 自動車小売 ～増税による消費減退率は僅少にとどまる予想

STEP① (百分率)

自動車小売	2012年度
売上高	100.00
売上総利益	23.42
営業利益	1.19
経常利益	1.47

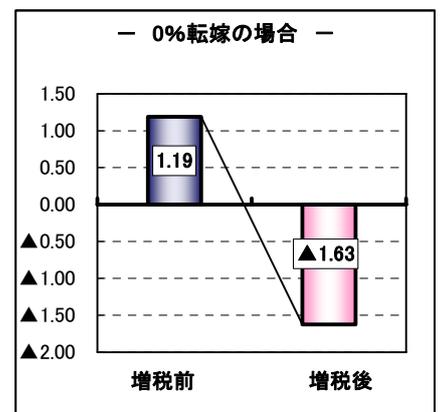
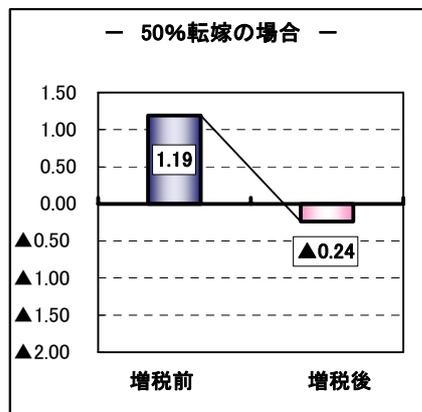
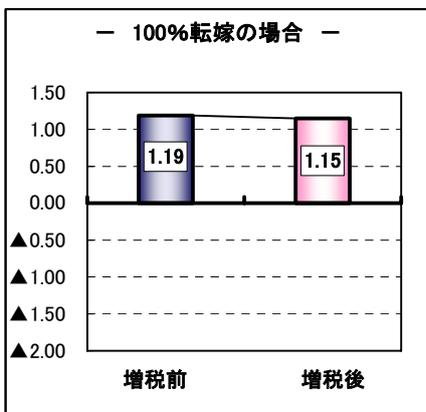
STEP② (百万円)

経済センサス売上金額	16,906,477
家計支出減少額	▲ 27,736
消費減退率	▲ 0.16%

STEP③ (百分率)

自動車小売	価格転嫁率別業績値変動		
	100.0%	50.0%	0.0%
売上高	99.84	98.45	97.06
売上総利益	23.38	21.99	20.60
営業利益	1.15	▲ 0.24	▲ 1.63
経常利益	1.43	0.04	▲ 1.35

価格転嫁率別 営業利益の変動



2. 菓子・パン小売 ～消費は上向く予想も、価格転嫁0%なら大幅赤字

STEP① (百分率)

菓子・パン小売	2012年度
売上高	100.00
売上総利益	52.18
営業利益	0.10
経常利益	0.96

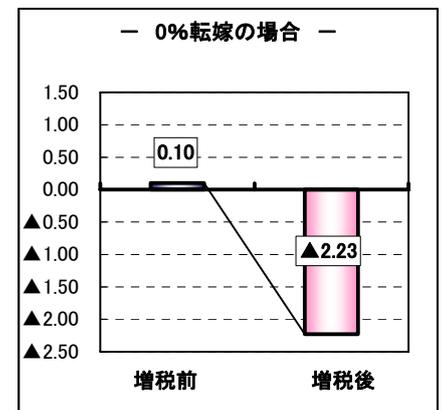
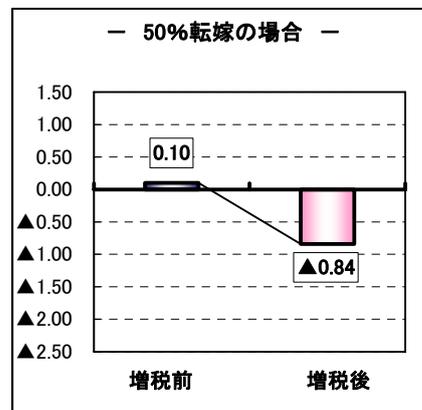
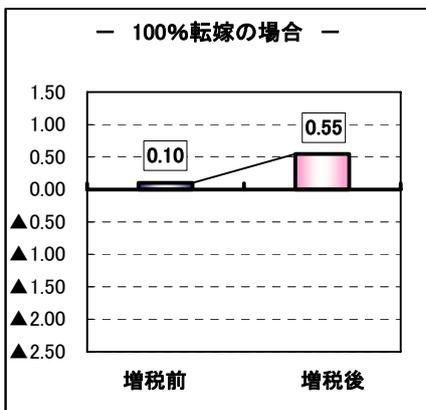
STEP② (百万円)

経済センサス売上金額	2,211,649
家計支出減少額	18,947
消費減退率	0.86%

STEP③ (百分率)

菓子・パン小売	価格転嫁率別業績値変動		
	100.0%	50.0%	0.0%
売上高	100.86	99.47	98.08
売上総利益	52.63	51.24	49.85
営業利益	0.55	▲ 0.84	▲ 2.23
経常利益	1.41	0.02	▲ 1.37

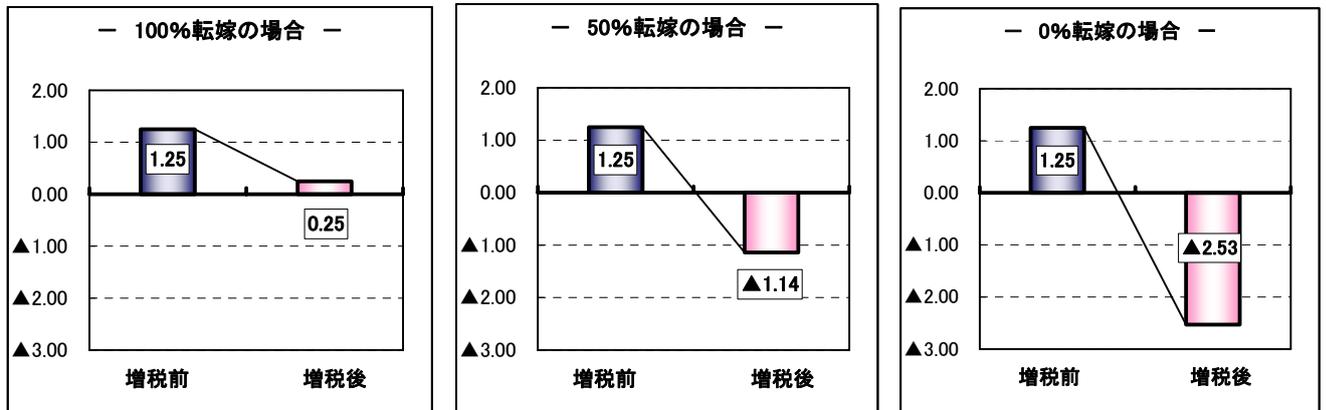
価格転嫁率別 営業利益の変動



3. 外食（酒場等除く） ～消費減退率が大きく、100%転嫁でも営業利益 5 分の 1 に

STEP① (百分率)		STEP② (百万円)		STEP③ (百分率)			
外食(酒場等除く)	2012年度	経済センサス売上金額	6,926,909	外食(酒場等除く)	価格転嫁率別業績値変動		
売上高	100.00	家計支出減少額	▲ 112,388		100.0%	50.0%	0.0%
売上総利益	61.84	消費減退率	▲ 1.62%		売上高	98.38	96.99
営業利益	1.25			売上総利益	60.84	59.45	58.06
経常利益	1.58			営業利益	0.25	▲ 1.14	▲ 2.53
				経常利益	0.58	▲ 0.81	▲ 2.20

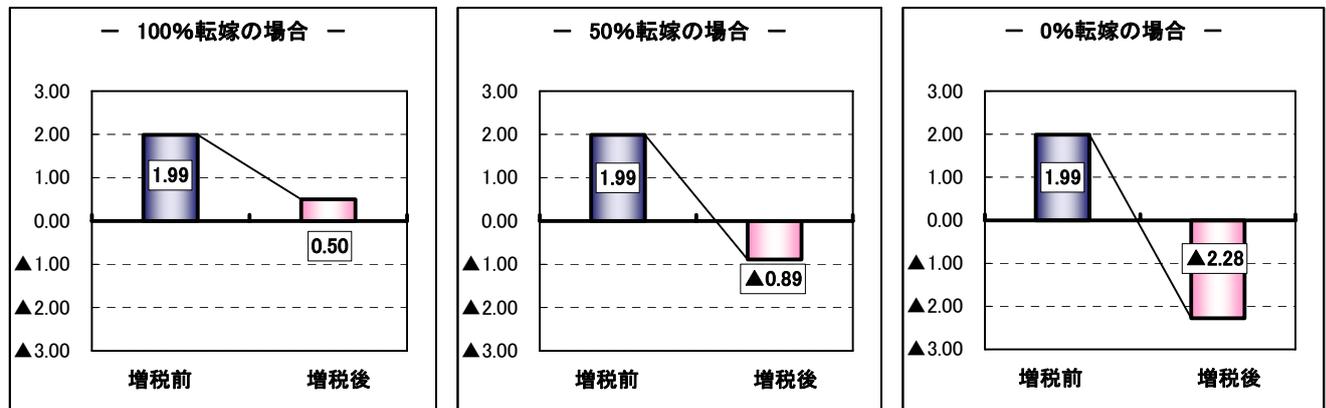
価格転嫁率別 営業利益の変動



4. 酒場等 ～消費減退率は 2.18%と 6 業種中最大、価格転嫁・値上げは必至の予想

STEP① (百分率)		STEP② (百万円)		STEP③ (百分率)			
酒場等	2012年度	経済センサス売上金額	2,833,554	酒場等	価格転嫁率別業績値変動		
売上高	100.00	家計支出減少額	▲ 61,766		100.0%	50.0%	0.0%
売上総利益	68.49	消費減退率	▲ 2.18%		売上高	97.82	96.43
営業利益	1.99			売上総利益	67.00	65.61	64.22
経常利益	2.46			営業利益	0.50	▲ 0.89	▲ 2.28
				経常利益	0.97	▲ 0.42	▲ 1.81

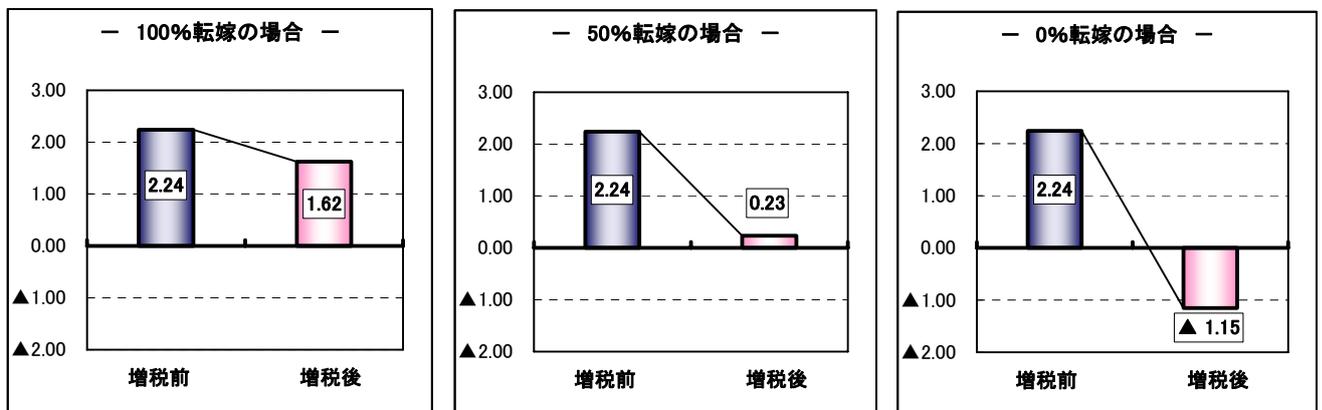
価格転嫁率別 営業利益の変動



5. 男子服小売 ～消費減退率は大きいものの、価格転嫁50%でも黒字確保が可能

STEP① (百分率)		STEP② (百万円)		STEP③ (百分率)			
男子服小売	2012年度	経済センサス売上金額	2,036,540	男子服小売	価格転嫁率別業績値変動		
売上高	100.00	家計支出減少額	▲30,127		100.0%	50.0%	0.0%
売上総利益	41.70	消費減退率	▲1.48%		売上高	98.52	97.13
営業利益	2.24			売上総利益	41.08	39.69	38.31
経常利益	2.33			営業利益	1.62	0.23	▲1.15
				経常利益	1.71	0.32	▲1.06

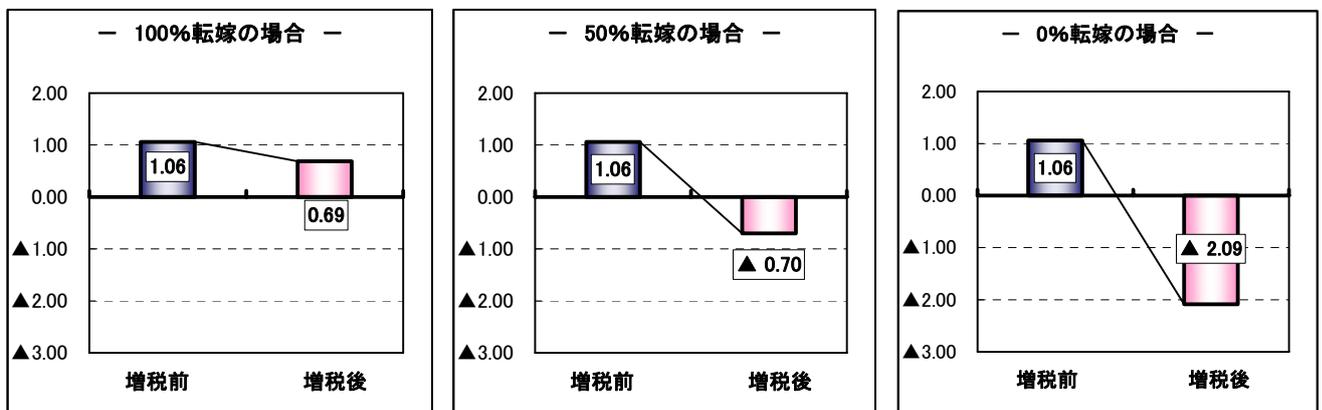
価格転嫁率別 営業利益の変動



6. 婦人・子供服小売 ～消費減退率は男子服の半分も、価格転嫁ラインに厳しさ

STEP① (百分率)		STEP② (百万円)		STEP③ (百分率)			
婦人・子供服小売	2012年度	経済センサス売上金額	3,973,465	婦人・子供服小売	価格転嫁率別業績値変動		
売上高	100.00	家計支出減少額	▲31,951		100.0%	50.0%	0.0%
売上総利益	46.00	消費減退率	▲0.80%		売上高	99.20	97.81
営業利益	1.06			売上総利益	45.63	44.24	42.85
経常利益	1.21			営業利益	0.69	▲0.70	▲2.09
				経常利益	0.84	▲0.55	▲1.94

価格転嫁率別 営業利益の変動



まとめ

本分析は、消費税の増税が純粋に企業業績へ与える影響度を予想したもので、景気や業界環境の好転に伴う消費刺激、業績回復に関しては具体的に反映させていない。しかしながら、現在の各業種企業における収益状況から分析すると、消費増税に伴う価格転嫁がまったく実行できなかった（価格転嫁率0%）場合、今回対象の全業種で営業赤字に転落する予想となり、その影響度は企業にとって決して小さくない。とくに、これまでのデフレ傾向による熾烈な価格競争などで、今後の価格転嫁による実質値上げに踏み切れる企業は中小企業を中心に多くはないとの見方もある。価格転嫁ができない場合、販管費などの圧縮で収益性を改善する必要があるが、長引く不況から脱したばかりの企業側にその余力が残っているかは疑問が残る。

今回の分析対象は、消費者にもっとも近い小売・サービス業者であり、比較的価格転嫁も実施し易い側面がある一方、価格転嫁の難しい川上の下請け・製造業者などは、より消費税増税の影響が色濃くなると見られる。国内産業を支える中小企業の業績悪化が景気回復の腰折れ要因となることも考えられ、引き続き動向には注目していく必要がある。

※ 価格転嫁率の計算および参考資料について

①**価格転嫁率の計算**:100%転嫁=現行105円の商品を108円で販売(売上は100のまま)、50%転嫁=同じく106.5円で販売(106.5/108で売上は98.61に減少)、0%転嫁=同じく105円で販売(105/108で売上は97.22に減少)、それぞれに業種毎の消費減退を+。ただし、利益の算出に関して販管費等は現状のまま変わらないものとする

②「家計調査」(平成7年1月～平成25年5月):原則2人以上世帯の収支を採用し、消費税増税による品目別支出の増減額を独自の手法で算出、単身世帯の推定支出と合わせ全世界帯(約5000万世帯)での年間増減額を予想

③「経済センサス」(平成24年活動調査):産業(小分類)別のデータから、売上(収入)金額の合計を採用

■本分析における業種名と「家計調査」の品目名、「経済センサス」の産業小分類名の対応関係は右記のとおり

分析業種名	家計調査 品目名	経済センサス 産業小分類名
男子服小売	男子用洋服(560～569)	575男子服小売業
婦人・子供服小売	婦人用洋服(570～576) 子供用洋服(580・582)	573婦人・子供服小売業
菓子・パン小売	パン(120・129) 菓子類(340～359)	586菓子・パン小売業
自動車小売	自動車購入(740)	591自動車小売業
外食(酒場等除く)	食事代(390～396・39A・39B)	761食堂、レストラン(専門店を除く) 762専門料理店
酒場等	飲酒代(398)	765酒場、ピヤホール 766キャバレーナイトクラブ

【 内容に関する問い合わせ先 】

(株) 帝国データバンク 東京支社 情報部 箕輪 陽介

TEL 03-5919-9341 FAX 03-5919-9348

e-mail yousuke.minowa@mail.tdb.co.jp

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転載を固く禁じます。