



日経ビジネスに見る「経済先読み・解説」 130号

経営コンサルタント 栗田 剛志 12.02.27

発行元：m9コンサルティング

<http://www.m9consulting.biz>

このメールマガジンは、今週発売となる日経ビジネスの中から気になった記事を選び、私なりの視点で考えたことについてお伝えするものです。会社での朝礼時のネタ、取引先との会話、同僚との間の話題づくりにお役に立てたらと思い、毎週月曜日に発信いたします。

「日経ビジネス2012年2月27日号 no.1630
『消費税30%の足音～その時、産業界に何が起こるのか』」より

【2年後に備える】

消費税が上がることに對して声高く反対する人は、それほど多くないようです。

国の借金が1000兆円に近付き、少子高齢会によって社会保障費もまだまだ増える傾向にある現在、このままではやっていけないことにみんな気が付いています。

一方で、増税は仕方ないものの、実際に行われたら自分たちの生活はどうなるのかについては、いまいちピンときません。

月に30万円出費しながらカツカツの生活を起こっていれば、これまで使っていた1万5千円はこれまでどおり使えなくなります。

その分所得が上がればいいのですが、そうである人は多くありません。昼食代を削るのか、携帯代を削るのか、はたまた化粧品代を削るのか。やり方は人それぞれですが、間違いなく痛みを伴うものとなります。

今の議論では5%の増税までですが、果たして5%で済むのかまったく見通しがついていません。

ある試算によると、社会保障と歳入のバランスを考えると、最終的には30%にまで上げる必要があるとのこと。

消費税30%時代。果たして、私たち中小・小規模企業にとってどのような世界となるのでしょうか。

「今の日本人はモノに困っていない。高額商品ほど慌てて買う必要がないから、百貨店などでは吸収合併や事業撤退が避けられないだろう」

これは、消費税10%時代に突入した際のセブン&アイ・ホールディングスの鈴木敏文会長による予測です。

現在日本の流通業界を悩ませ続けるデフレの始まりは、消費税率が3%から5%に上がった1997年だと言われています。国内の小売総額も96年の146兆円をピークに下落に転じ、2010年は135兆円にまで下がっています。

増税と足並みをそろえるように日本の給与額もピークアウトしていきました。

この消費税5%をきっかけに進んだのが百貨店の再編です。三越と伊勢丹、西武とそごう、大丸と松坂屋、阪急と阪神といった具合に、消費の落ち込みの影響をモロに受ける百貨店は、統合し互いが身を寄せ合うことで乗り切ろうとしています。

もし、給与所得が減り続ける中で消費税がさらに5%上がれば、その影響は測り知れません。セブン&アイ・ホールディングスの鈴木会長はこうも言います。

「日本はデフレではあるが、生活水準は高い。これが厄介だ。安さだけでなく、目新しさを訴求し続けなければならない。増税がいずれ必要なのは理解できるが、現在の環境でとなると対応は極めて難しい」かつて消費税が5%となった時、イトーヨーカ堂が実施したのは、「消費税分5%還元セール」でした。実施当初、「1割引、2割引セールも珍しくないのだから、5%では消費者は反応しない」と反対されたそうです。

結果、電気製品や布団といった高額商品が飛ぶように売れ、売上高は前年比で75%も増えました。

「理屈では、たったの5%引きで消費者が飛びつくのはありえない。しかし、消費は理屈ではなく心理で動く。消費者心理を読み切ることが重要で、消費税はそれだけインパクトが大きいと考えた」と鈴木会長は振り返ります。

メリハリのある価格設定で増税分の転嫁を図るだけでは、消費者はついてきてくれそうにもありません。消費者心理を読み、知恵を磨くとともに、小売であれば「卸や製造などの川上分野へ進出し、中間マージンを削減する」、「販売地域が重なる直接的な競合相手とも手を組み、仕入れや物流を一本化して店頭価格を抑制する」といった構造的な改革に着手せざるを得なくなるのではないのでしょうか。

消費税率アップは、私たち中小・小規模企業の税制面にも大きな影響を及ぼします。

現在、中小企業優遇制度というものがあります。この制度は、売上5000万円以下の中小企業には、業種に応じた50~90%の「みなし仕入れ率」を基に納税額を計算する「簡易課税制度」が認められています。

例えば、飲食業におけるみなし仕入れ率は60%に設定されていますが、実際のところ仕入れ率は30%ほどです。みなし仕入れ率で計上される消費税額が、実際に仕入れにかかった消費税額よりも高いため、納税額も少なく済むこととなり、これにより、年間約15万円程度の益税が発生します。

さらに売上高1000万円以下の零細企業や、会社設立2年以内で資本金1000万円以下の企業には、消費税が全額免除される「免税点制度」があります。

そもそも、簡易課税・免税点制度は、中小企業の税負担の軽減や、事務作業の煩雑さを軽減することが目的なのですが、今回の増税を機に、簡易課税・免税点制度の見直しが行われる予定となっています。

消費税は、通期もしくは半期ごとに納税するケースが多いのですが、資金繰りの必要に迫られ、過去にプールしていた消費税を切り崩してしまう事業者も少なくありません。現実問題として、税金の滞納は消費税が最も多くなっています。

日本商工会議所の調査によると、「1997年の消費税アップ時に価格転嫁できたか」との問いに対し、事業規模が小さければ小さいほど「価格転嫁できない」傾向にあることがわかりました。デフレでギリギリまで価格を下げていっている中で、消費増税によって値下げ競争に拍車がかかれば、私たち中小・小規模企業は苦しい立場に追い込まれていきます。

このように、消費税率アップは、私たち中小・小規模企業にとってその影響は測り知れません。一方で、消費増税は受け入れざるを得ない現実です。そうでなければ、社会を維持できないからです。

私たちにとって決していいことではありません。そうであるがゆえに、今から打ち手を考えておく必要があります。

最初の関門は8%に上がる2014年4月です。