

# 特別調査「価格転嫁における現状について」

コスト上昇が企業経営に影響を及ぼすなか、管内小規模事業者を中心に価格転嫁における現状について調査を行った。

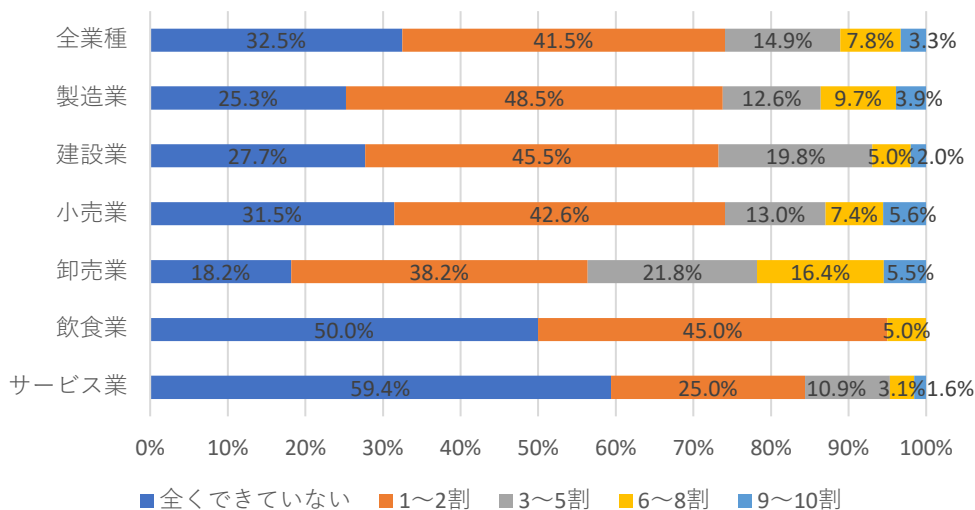
## ⑬直近1年のコスト上昇分に対する価格転嫁の割合

**【「1～2割」が4割超で最多、「全くできていない」は3割超で多くが十分に転嫁できず】**

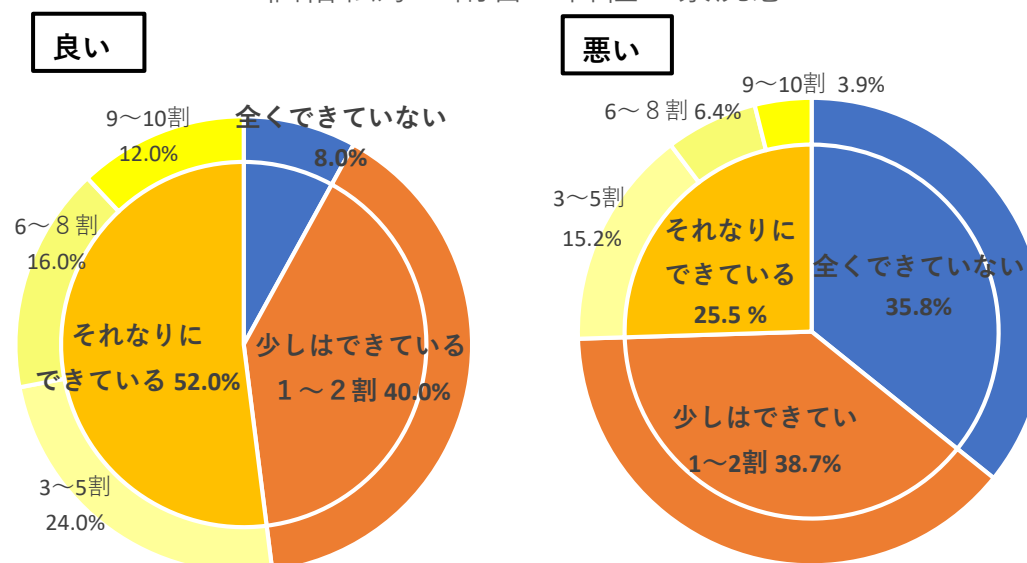
自社の商品やサービスにおいて、直近1年のコスト上昇分を販売価格にどの程度転嫁できているか尋ねたところ「1～2割」が41.5%で最も多く、次いで「全くできていない」が32.5%と続いた。また、「6割以上」は11.1%にとどまるなど、コスト上昇分を十分に価格転嫁できていない現状が明らかになった。

業種別にみると、サービス業では「全くできていない」が59.4%と最も多く、無形サービスや役務を提供する業種は価格転嫁が難しいことが分かった。尚、この価格転嫁の割合と自社の景況感をかけ合わせて集計してみると、景況感が良い事業所ほど価格転嫁の割合が比較的高い傾向が見られるなど、価格転嫁の状況が景況感に影響を与えていることが見て取れた。

価格転嫁の割合（業種別）



価格転嫁の割合と自社の景況感

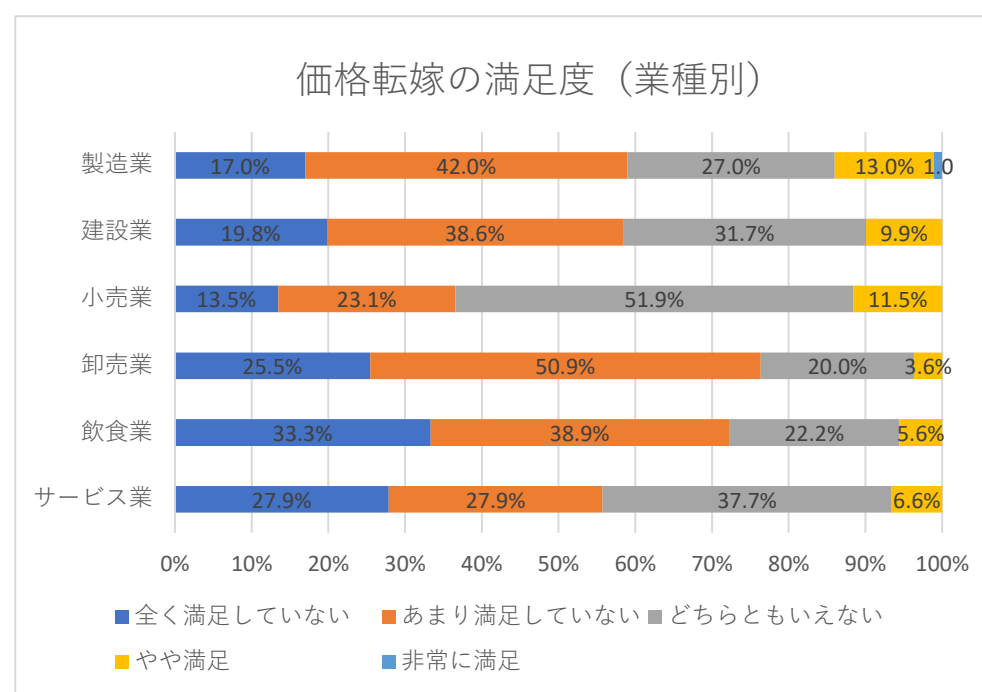
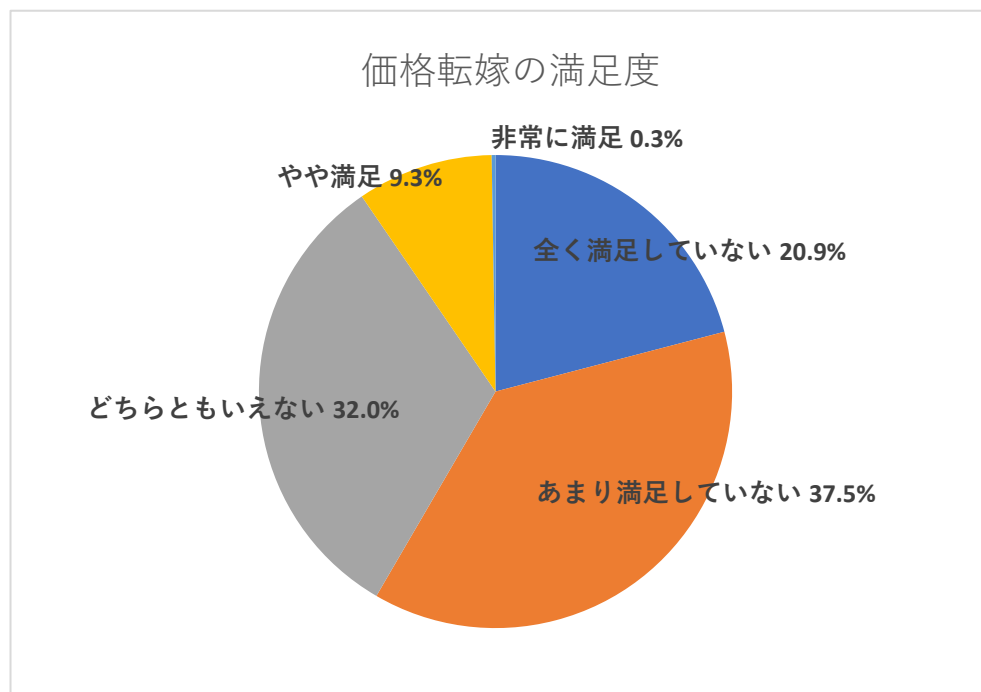


## ⑭価格転嫁の割合に対する満足度

### 【「満足していない」が約6割、「満足している」は1割未満】

価格転嫁の満足度は、「あまり満足していない」が37.5%と最も多く、「全く満足していない」の20.9%と合わせると58.4%となった。一方で、「やや満足」は9.3%、「非常に満足」は0.3%にとどまり、不満足が満足を大きく上回る結果となった。

業種別にみると、卸売業では「全く満足していない」が25.5%、「あまり満足していない」が50.9%と他業種と比べると満足度は特に低く、仕入価格、採算においても大幅な悪化を見せたことから、コスト上昇の影響を色濃く受けていることが窺えた。また、小売業は「全く満足していない」が13.5%と最も少なくなったが、「どちらともいえない」は51.9%と最も多く、価格競争の激化による客離れなどの懸念から現状に妥協しているとの事業所の声も聞かれ、値上げに踏み切れない事業所が多いことが分かった。



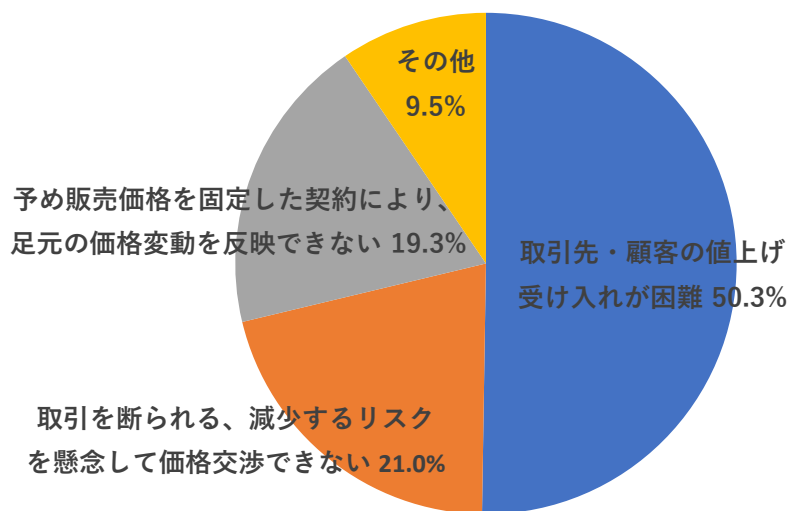
## ⑮価格転嫁が難しい要因

### 【「取引先・顧客の値上げ受け入れ困難」が最多】

価格転嫁が難しい要因は、「取引先・顧客の値上げ受け入れ困難」が50.3%と最も多く、次に「取引を断られる、減少するリスクを懸念して価格交渉できない」が21.0%と多かった。また、「予め販売価格を固定した契約により、足元の価格変動を反映できない」が19.3%となった。尚、「その他」の回答では、「仕入価格が短いスパンで何度も上がるため見通しが立たない」、「競合他社が価格を据え置いているため値上げに踏み切れない」との回答が目立った。

業種別にみると、製造業は「取引を断られる、減少するリスクを懸念して価格交渉できない」が33.0%と他業種と比較して多い傾向が見られ、競合する同業者を意識して価格転嫁を言い出せない状況にあるとの声も聞かれるなど、得意先への依存度の高さが窺えた。また、建設業は「取引先・顧客の値上げ受け入れ困難」が62.5%と最も多くなり、業界の下請け構造が価格転嫁に影響を及ぼしていると推察された。

価格転嫁が難しい（難しいと想定される）要因



価格転嫁が難しい要因（業種別）

