

静岡県内企業の価格転嫁に関する実態調査（2024年7月）

価格転嫁率、過去最高の48.4%

6.0ポイント上昇も業種間で格差広がる

～ 依然として5割以上を企業が負担 ～

2024年上半期の物価高倒産は484件発生¹した。過去最多のペースで増加しており、企業収益の改善には価格転嫁をいかにスムーズに進められるかが喫緊の課題となっている。2024年8月2日には、中小企業庁は、受注側の中小企業の立場で価格交渉のしやすさや価格転嫁の現状についての評価を発注側企業ごとに公開した²。評価の低い企業に対して大臣名で指導や助言を実施していくなど、政府全体で価格転嫁の促進を後押ししている。

一方で企業にとっては、原材料価格やエネルギー価格の高止まり、最低賃金の引き上げも控える人件費の負担増など、取り巻く環境は厳しい状況が続いている。コスト上昇分すべてを商品・サービスへ転嫁することが望ましいと分かっているにもかかわらず、国内消費の動向などを鑑みると慎重な姿勢を取らざるを得ない声も多い。



そこで、帝国データバンクは、現在の価格転嫁に関する企業の見解を調査した。本調査は、TDB 景気動向調査2024年7月調査とともに行い、全国調査分から静岡県内企業を抽出して分析した。

※ 調査期間は2024年7月18日～31日、調査対象は静岡県内企業783社で、有効回答企業数は348社（回答率44.4%）

※ 本調査における詳細データは景気動向オンライン（<https://www.tdb-di.com>）に掲載している

調査結果（要旨）

1. 自社の商品・サービスに対しコストの上昇分を『多少なりとも価格転嫁できている』企業の割合は83.2%、「全く価格転嫁できない」は8.8%だった
2. 価格転嫁率は48.4%と前回調査（2024年2月）から6.0ポイント上昇しつつも、依然として5割以上を企業が負担
3. 業種別の価格転嫁率は、「建設」が55.6%、「卸売」が54.6%、「小売」が53.2%で5割を超えた

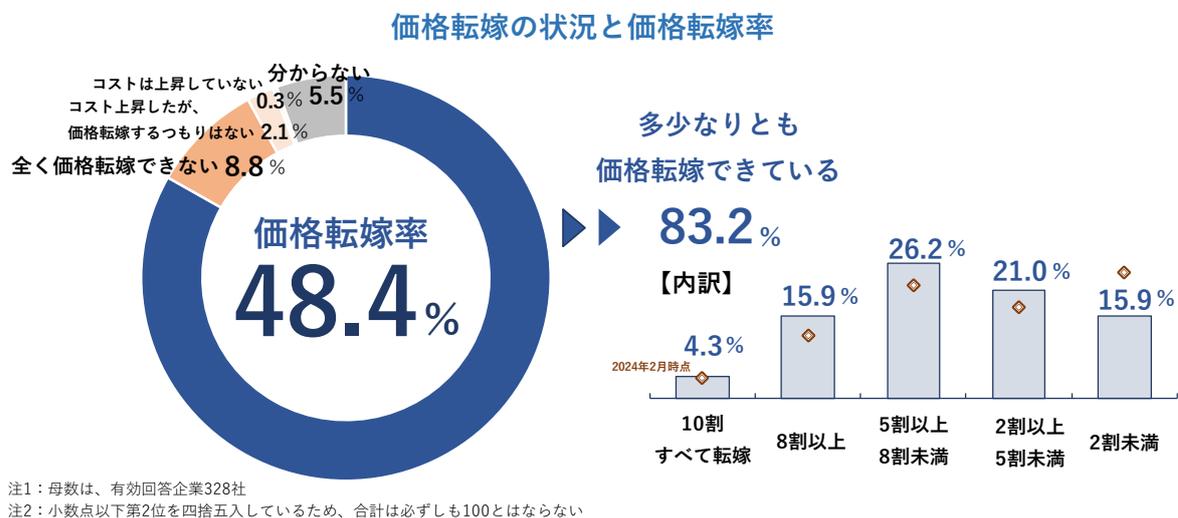
¹ 帝国データバンク「全国企業倒産集計2024年上半期報」（2024年7月5日発表）

² 中小企業庁「価格交渉促進月間（2024年3月）フォローアップ調査の結果について（2）」（2024年8月2日発表）

1.コスト 100 円上昇に対する売価への反映は 48.4 円、前回調査を 6.0 円上回り、過去最高

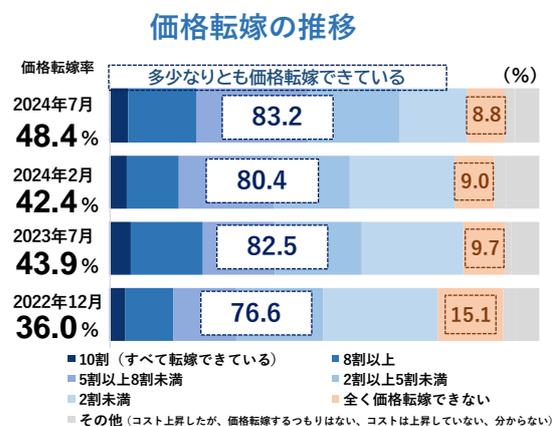
自社の主な商品・サービスにおいて、コストの上昇分を販売価格やサービス料金にどの程度転嫁できているかを尋ねたところ、コストの上昇分に対して『多少なりとも価格転嫁できている』企業は 83.2%と 8 割を超えた。内訳をみると、「5 割以上 8 割未満」が 26.2%、「2 割以上 5 割未満」が 21.0%で 2 割を超え、「8 割以上」と「2 割未満」が共に 15.9%、「10 割すべて転嫁」できている企業は 4.3%だった。

他方、「全く価格転嫁できない」企業は 8.8%と前回調査 (2024 年 2 月) から 0.2 ポイント減少した。企業からは、「値上げに対して抵抗が強い」(製造) などの意見も聞かれ、依然として全く価格転嫁できていない企業が 1 割弱存在している。



また、コスト上昇分に対する販売価格への転嫁度合いを示す「価格転嫁率³」は 48.4%となった。これはコストが 100 円上昇した場合に 48.4 円しか販売価格に反映できず、残りの 5 割以上を企業が負担していることを示している。

企業からは、「公的な統計データや経済ニュース資料などで物価上昇、人件費高騰について、顧客へ丁寧に説明している」(建設) といった声が聞かれ、値上げに対する社会全体の受け入れや取引先の理解などにより、2024 年 2 月の前回調査 (42.4 円) から 6.0 円分転嫁が進展した。



³ 価格転嫁率は、各選択肢の中間値に各回答者数を乗じ加算したものから全回答者数で除したもの(ただし、「コスト上昇したが、価格転嫁するつもりはない」「コストは上昇していない」「分からない」は除く)

2.「建設」「卸売」「小売」の価格転嫁率が5割を超える

価格転嫁率を業種別にみると、価格転嫁率が高い業種では、「建設」が55.6%で最も高く、「卸売」が54.6%、「小売」が53.2%で5割を超えた。一方、低い業種では、「サービス」が34.9%で最も低く、「運輸・倉庫」が42.4%、「不動産」が43.8%で続いた。最も高い「建設」と、最も低い「サービス」では20.7ポイントの差が生じている。

企業からは、「仕入価格が上がっているため、その分は販売価格に反映させている。しかし、光熱費等のコスト上昇分については十分には反映できていない」（小売）、「販売競争において他社の販売価格を考慮するため、すべての値上がり分をそのまま販売価格に転嫁できない」（小売）、「値上げをすると顧客が離れる」（サービス）、「お取引様との関係性、競合他社との関係で、すべて価格に転嫁することは難しい」（サービス）、「価格転嫁すると販売数量が下がるので難しい」（サービス）、「原材料費によって運賃をころころ変えられない」（運輸・倉庫）、「競合他社の値上げに対する取り組みが弱く値上げが難しい。一部値上げを実施したら売り上げが30%ダウンした」（製造）などの声があがった。

価格転嫁率 主な業種別

価格転嫁率が高い業種		価格転嫁率が低い業種	
建設	55.6 %	サービス	34.9 %
卸売	54.6 %	運輸・倉庫	42.4 %
小売	53.2 %	不動産	43.8 %

まとめ

本調査の結果、自社の商品・サービスのコスト上昇に対して、8割を超える企業で多少なりとも価格転嫁ができており、価格転嫁率は48.4%と前回から6.0ポイント上昇した。取引先への丁寧な説明などを通じてしっかりと転嫁ができていた企業が増えたものの、依然として企業負担の割合は5割を超えている。価格転嫁に対する理解は浸透し、実際に転嫁が少しずつ進んでいるものの、原材料価格の高止まりや人件費の高騰などに加え、同業他社の動向、消費者の節約志向も相まって、「これ以上の価格転嫁は厳しい」といった声も多数寄せられている。進み出した価格転嫁が頭打ちになる可能性もある。

政府の価格転嫁に対する支援は一定の成果があがっているようだが、現状を打破するためには、原材料の安定供給に向けた政策や賃上げの支援を継続しつつ、購買意欲を刺激する大規模な減税など収入の増加につながる多角的な経済施策が必須となるだろう。

【問い合わせ先】

株式会社帝国データバンク 静岡支店 担当：竹岸 隆浩

TEL:054-254-8301 FAX:054-254-6602

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。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。