

特別企画：価格転嫁に関する熊本県内企業の実態調査（2023年7月）

コスト 100 円上昇の売価反映は 35.7 円

～ 「全く価格転嫁できない」企業は 19.5% 2 割近い水準に ～

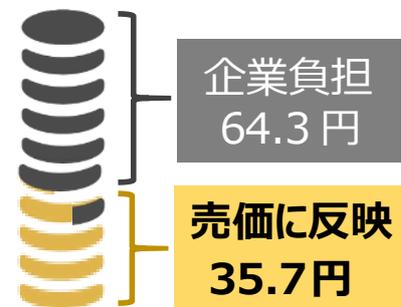
5月8日に新型コロナウイルス感染症が「5類」に分類され、4年ぶりに行動制限のない夏季シーズンに突入した。飲食店や旅館・ホテル、旅客輸送、イベント関係といったBtoC業種では、人出の増加やインバウンド需要の拡大により景況感は回復し始めた。また、半導体を含めた各種資材の不足も解消され始めたことで、生産活動を本格化させて、業績が持ち直した企業も増えつつある。

一方で、昨年から続く電気代やガソリン・軽油を含むエネルギー価格の高騰は、収益を圧迫するなど企業経営に陰を落としている。また、令和5年度の最低賃金が熊本県においては昨年度から45円引き上がり「898円」となることが公示され、販売やサービスの値上げがなければ、中小企業へのさらなる負担増が予想される。帝国データバンクの集計では、価格転嫁を取引先から拒絶されたり、僅かな値上げしか認めてもらえず結果的に経営破綻を余儀なくされた「値上げ難型」の物価高倒産は全国で少なくとも23件（2023年1-7月）判明し、前年同期（2022年1-7月）の12件に比べて倍増ペースで推移しているなど、価格転嫁が厳しい企業の倒産が目立っている。

そこで、帝国データバンク熊本支店は現在の価格転嫁に関する県内企業の見解を調査した。本調査は、TDB景気動向調査2023年7月調査とともに行った。

※ 調査期間は2023年7月18日～7月31日、調査対象は熊本県345社で、有効回答企業は113社（回答率32.8%）

100円のコスト増

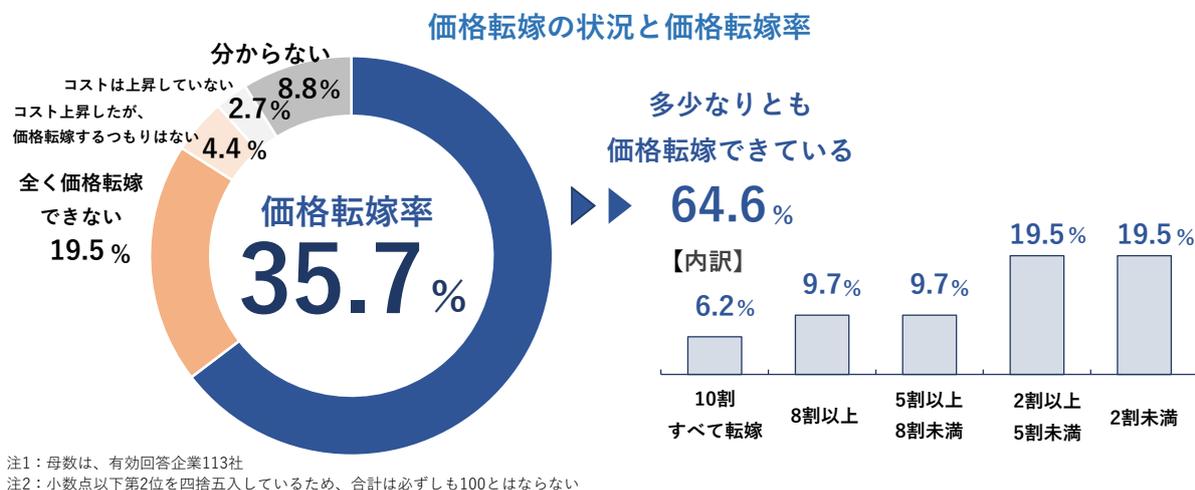


調査結果（要旨）

1. 価格転嫁率¹は35.7% 昨年12月から3.7ポイントの低下
2. 「全く価格転嫁できない」企業は19.5% 2割近い水準

¹ 価格転嫁率は、各選択肢の中央値に各回答者数を乗じ加算したのから全回答者数で除したもの（ただし、「コストは上昇したが、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）

価格転嫁率は35.7% 昨年12月から3.4ポイントの低下



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と尋ねたところ、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64.6%となった。その内訳をみると、「2割未満」と「2割以上5割未満」が各19.5%で最も高かった。以下、「5割以上8割未満」（9.7%）と「8割以上」（9.7%）が続いた。「10割すべて転嫁できている」企業は6.2%だった。

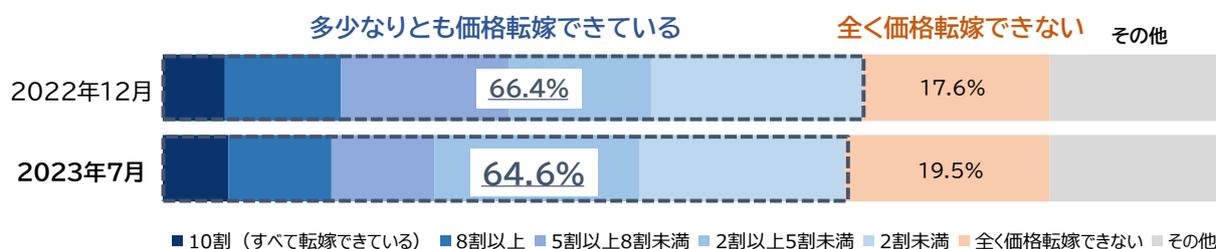
一方で、「全く価格転嫁できない」企業は19.5%と、前回調査（2022年12月）より1.9ポイント増加し、価格転嫁が全くできていない企業が2割近い水準となっている。

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」は35.7%となった。これはコストが100円上昇した場合に35.7円しか販売価格に反映できていないことを示している。前回調査（39.1円）と同様に、依然として6割強のコストを企業が負担する状態が続いている。

全国との比較では、『多少なりとも価格転嫁できている』では、熊本県（64.6%）は全国（74.5%）を9.9ポイント下回っており、全国最下位となった。

価格転嫁率では、熊本県（35.7%）は全国（43.6%）を7.9ポイント下回っており、全国46位で、前回調査（24位）より順位を下げた。

価格転嫁の状況推移



まとめ

本調査の結果によると、自社の商品・サービスのコスト上昇に対して、『多少なりとも価格転嫁ができている』企業は64.6%となり、前回調査（2022年12月に実施）から1.8ポイント低下した。あらゆるモノの価格が上昇しているが、顧客からの理解を得られずに価格転嫁が進まないケースが増えたと考えられる。「すべて価格転嫁できている」企業は6.2%（前回5.9%）にとどまった一方で、「全く価格転嫁できない」企業も19.5%を占めるなど、依然として格差がみられる。結果として、価格転嫁率は35.7%と、前回調査から3.4ポイント低下し、コスト上昇分の6割強を企業が負担していることになる。

競合他社が多く価格が上げづらい業界では、自社の商品・サービスの価格の値上げによって「顧客あつての商売なので、簡単に値上げはできない」といった声や、「中小の販売店には無理」「けん制し合ってむしろ値下げ競争を行い、自分たちの首を絞めている」と値上げが全く進まないといった声もあった。価格転嫁を実現するために、より付加価値の高い商品・サービスを提供するための取り組みが必要となってきた。

物価上昇に賃金が追いつかず消費の低迷が懸念されるなか、いかにコスト上昇と価格転嫁のバランスをとるかが、より重要となってくる。

（参考）価格転嫁に関する熊本県内企業の声

価格転嫁の割合	自由回答	業種
5割以上8割未満	年度毎の値上げの時期があるため（急騰の場合を除く）。	飲食品卸売
5割以上8割未満	競合他社がいて、顧客あつての商売なので、簡単に値上げはできない。	機械製造
2割以上5割未満	販売定価がカタログや公式な情報で誰でも見れて知ることができる商品は価格は変更してるので、それに合わせて価格転嫁は上昇率で考えると30%50%は転嫁できている。しかし、販売価格に物価、燃料費高騰を説明したとしてもお客様がすべて納得頂けないことも多々ある。	機械・器具卸売
2割以上5割未満	OEM商品の価格転嫁が先方と折り合いがつかず、欠損を出して生産する訳にはいかず、約70%（前年比）の生産となった。また、その分に対して、他社で生産しているもよう。	飲食品・飼料製造
2割以上5割未満	白米の末端価格（例えば大型スーパーでの白米10kgの価格）が、10年以上前から3千円前後と全くかわっていない。ここ数年で資材は高騰しても米の販売価格が上がらないため。米の生産業、米穀卸業界は斜陽産業化していると思う。	飲食品卸売
2割未満	こうなることは予想できたことなので、現時点では想定範囲内なので転嫁する必要はありません。またスケールメリットとのバランスで済ませられる範囲です。	飲食品・飼料製造
2割未満	荷主側の業績による所が大きい。	運輸・倉庫
2割未満	顧客との価格交渉を開始したばかりなので数カ月かかる予定。	医療・福祉・保健衛生
2割未満	コスト増に対して収入増が行き渡っていないため、現時点ではあまり価格転嫁できていない。景気が好転するまで価格転嫁は難しい。	建設
2割未満	自社工場での製品については価格転嫁済み生乳販売については指定団体の価格交渉のため、価格転嫁できず不満。	農・林・水産
全く価格転嫁できない	中小の販売店には無理。	紙類・文具・書籍卸売
全く価格転嫁できない	購買層に年金受給者も多く、安易な値上げができない。	化学品製造
全く価格転嫁できない	同業他社との顧客争奪戦のなか、けん制し合つてむしろ値下げ競争を行い、自分たちの首を絞めている。	リース・賃貸
コスト上昇したが、価格転嫁するつもりはない	相手が全てグループ会社だから。	情報サービス
分からない	主である人件費単価が年々上昇しているので、電気代や材料費の上昇分と1物件当たりの受注額の上昇と比較していないので分からないが、あまり問題ないと判断している。	専門サービス

【 内容に関する問い合わせ先 】

株式会社帝国データバンク 熊本支店 調査第1課 柴田 善行

TEL 096-324-3344 FAX 096-354-4787 e-mail yoshiyuki.shibata@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。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。