

価格転嫁に関する東京都企業の実態調査（2024 年 7 月）

価格転嫁率は 44.9%、5.5 ポイント上昇 5 割を企業が負担

～ 全く転嫁できない企業は、10.9%に減少～

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。しかし、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・サービス料金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。中小企業庁は、2024 年 8 月 2 日に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。

そこで、帝国データバンクは、現在の価格転嫁に関する都内企業の見解を調査した。本調査は、TDB 景気動向調査 2024 年 7 月調査とともにを行った。

※ 調査期間は 2024 年 7 月 18 日～31 日、調査対象は東京都の 4,346 社で、有効回答企業数は 2,042 社（回答率 47.0%）



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 75.1%、「全く価格転嫁できない」は 10.9%
2. 価格転嫁率は 44.9%と前回調査（2024 年 2 月）から 5.5 ポイント上昇

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）

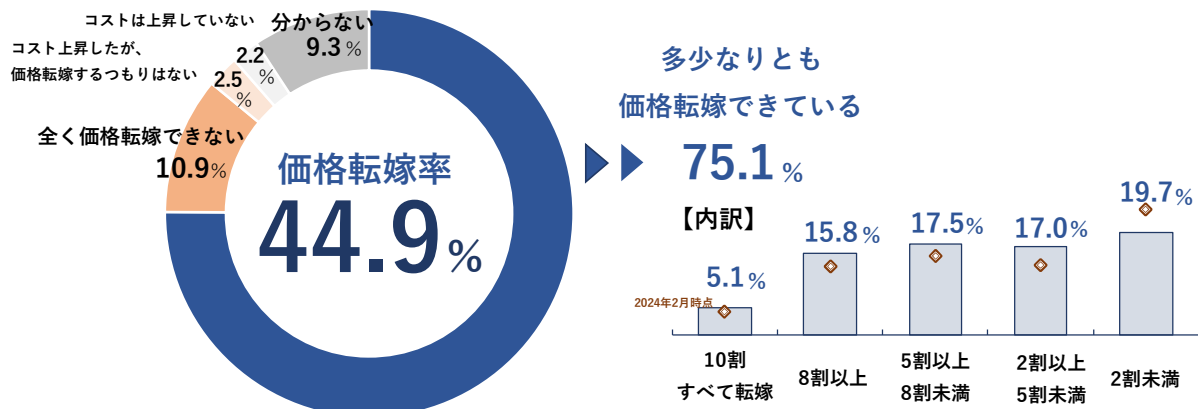
² 中小企業庁「価格交渉促進月間（2024 年 3 月）フォローアップ調査の結果について（2）」（2024 年 8 月 2 日発表）

コスト 100 円上昇に対する売価への反映は 44.9 円、前回調査から 5.5 円上回る

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 75.1%となった。内訳をみると、「2 割未満」が 19.7%で最も高かった。「2 割以上 5 割未満」が 17.0%、「5 割以上 8 割未満」が 17.5%、「8 割以上」が 15.8%が続き、「10 割すべて転嫁できている」企業は 5.1%だった。

他方、「全く価格転嫁できない」企業は 10.9%と前回調査 (2024 年 2 月) から 3.5 ポイント減少した。「競合が多い中、価格転嫁をして失注機会が増えるため」(建設) などの意見も聞かれ、依然として全く価格転嫁ができていない企業が 1 割を超えている。

価格転嫁の状況と価格転嫁率



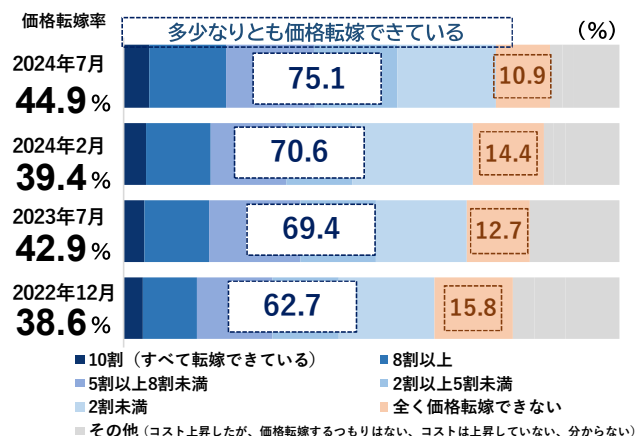
注1: 母数は、有効回答企業2,042社

注2: 小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計は必ずしも100とはならない

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 44.9%となった。これはコストが 100 円上昇した場合に 44.9 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、「仕入販売が大半を占めるため、コスト上昇分は正当な理由をもって転嫁している。顧客との信頼関係が構築されている」(化学品卸売)や「原材料価格の高騰に対して、販売先と認識を共有できている場合は、価格転嫁をしやすい」(機械・器具卸売)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、価格転嫁率は 2024 年 2 月の前回調査 (39.4 円) から 5.5 円分増えた。

価格転嫁の推移



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)

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、7割以上の企業で多少なりとも価格転嫁ができていたことがわかった。価格転嫁率は44.9%と前回から5.5ポイント上昇し、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。

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。

<参考> 企業からのコメント



- プラットフォームでは依然価格競争があり、安易に価格転嫁がしにくい。明らかに原価を割って販売している業者もある (家電・情報機器小売)
- 22年度と23年度と連続して5%~15%の値上げを行ったが、これ以上価格転嫁できない状況である。市場は縮小しており、顧客も離れてしまう (紙類・文具・書籍卸売)
- 当社の材料商社からも、客先に値上げの通達が行くので交渉しやすい。値上げはできるが、反映が遅れた分の損が出ることがある (化学品製造)
- 現状の仕入れ価格を得意先担当者に理解してもらう努力をする。仮に、価格転嫁ができないと弊社は赤字となることを理解してもらう (建設)
- 原材料の価格など仕入れコストの上昇による販売価格への転嫁は割と受け入れられていたが、人件費の上昇を根拠とした値上げはなかなか受け入れられなかった。ここ1、2年でようやく人件費上昇という理由も受け入れられる兆しが見えてきた (鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売)
- 日用品等の生活必需品ではないため、原価上昇を短いスパンで価格転嫁するのは難しく年一回程度にとどめているが、その間も円安による物価上昇が続いているため、追いつかないのが現状 (専門商品小売)

株式会社帝国データバンク 情報統括部長 藤井 俊

【問い合わせ先】 大友 隆靖 03-5919-9342 (直通)

情報統括部: tdb_jyoho@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。