

広島県 価格転嫁に関する実態調査（2024 年 7 月）

価格転嫁率の平均 46.0%、5.1 ポイント改善

「全く価格転嫁できない」は 10.3%に低下

はじめに

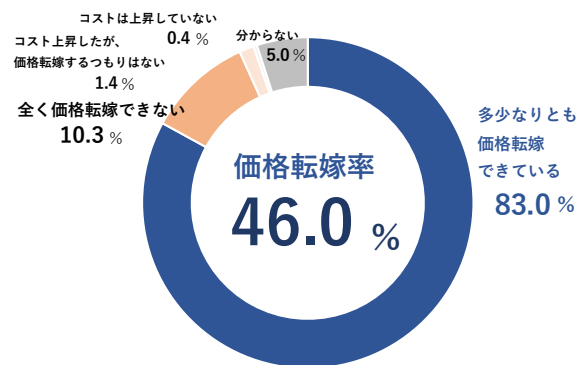
2024 年上半期において、物価高の影響による倒産は全国で 484 件発生し、過去最多のペースで増加している。企業収益の改善には価格転嫁をいかにスムーズに進められるかが喫緊の課題となっているが、中小企業庁は今年 8 月 2 日に、受注側の中小企業の立場で価格交渉のしやすさや価格転嫁の現状についての評価を発注側企業ごとに公開した。評価の低い企業に対して大臣名で指導や助言を実施していくなど、政府全体で価格転嫁の促進を後押ししている。

原材料価格やエネルギー価格が高止まりするなか、最低賃金の引き上げも控え、人件費の負担が増えることが見込まれるほか、消費者の節約志向が続くなど複合的な要因により企業を取り巻く経営環境は依然として厳しく、販売する商品・サービスに対する十分な価格転嫁が進まない状況を余儀なくされている企業も多い。

そこで、帝国データバンクでは、現在の価格転嫁に関する企業の見解を調査し、広島支店で広島県内に本店を置く企業を集計・分析した。調査期間は2024 年 7 月 18 日～7 月 31 日。調査対象は 708 社で、有効回答企業数は 282 社（回答率 39.8%）。

【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も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）。

■価格転嫁の状況



注1：母数は、有効回答企業282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

調査結果（要旨）

1. 価格転嫁率は 46.0%、前回調査（2024 年 2 月・40.9%）から 5.1 ポイント改善。「全く価格転嫁できない」は 10.3%、前回から 3.2 ポイント低下

1. 価格転嫁率は46.0%、前回調査から5.1ポイント改善

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』企業が282社中234社で、構成比83.0%を占めた。内訳をみると、「5割以上8割未満」が23.4%（66社）で最も高く、「2割未満」が21.6%（61社）で続いた。なお、「10割（すべて転嫁できている）」は5.0%（14社）にとどまった。また、価格転嫁

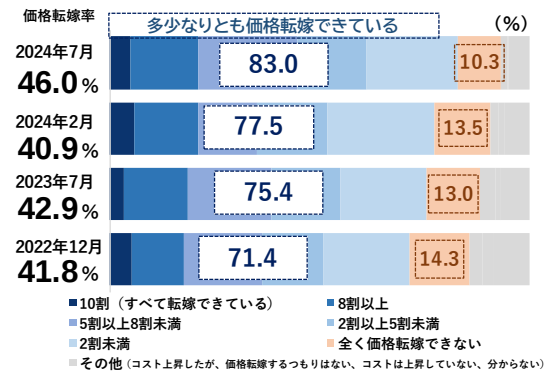
率（価格転嫁できている企業の価格転嫁の割合の平均）は46.0%となった。これはコストが100円上昇した場合に、46.0円しか販売価格に反映できていないことを示している。前回調査（2024年2月・40.9%）から5.1ポイント改善したものの、5割強のコストを企業が負担する状況となっている。

一方で、「全く価格転嫁できない」は10.3%（29社）を占め、前回調査の2024年2月（13.5%）を3.2ポイント下回ったものの、1割を超える状況が続いていることが分かった。

○『多少なりとも価格転嫁できている』について、全国と比較すると、『全国』（構成比78.4%・8848社）を4.6ポイント上回った。規模別でみると、『中小企業』（構成比84.2%・202社）、『小規模企業』（78.5%・62社）、『大企業』（76.2%・32社）の順に高かった。業種別（母数10社以上）でみると、『運輸・倉庫』（構成比93.3%・14社）が最も高く、『卸売』（88.2%・60社）、『製造』（86.5%・64社）が続いた。なお、価格転嫁率が低かったのは、『運輸・倉庫』（29.0%）、『サービス』（33.5%）だった。

■価格転嫁の状況と価格転嫁率

■価格転嫁の状況



(構成比%, カッコ内社数)													価格転嫁率 (%)
	10割 (すべて転嫁 できている)	8割以上	5割以上 8割未満	2割以上 5割未満	2割未満	多少なりとも 価格転嫁 できている	全く価格転嫁 できない	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	合計		
全国	4.6 (520)	15.5 (1,744)	20.2 (2,274)	18.6 (2,094)	19.6 (2,216)	78.4 (8,848)	10.9 (1,227)	2.1 (237)	1.1 (128)	7.5 (842)	100.0 (11,282)		44.9
広島	5.0 (14)	16.3 (46)	23.4 (66)	16.7 (47)	21.6 (61)	83.0 (234)	10.3 (29)	1.4 (4)	0.4 (1)	5.0 (14)	100.0 (282)		46.0
大企業	4.8 (2)	9.5 (4)	23.8 (10)	11.9 (5)	26.2 (11)	76.2 (32)	4.8 (2)	2.4 (1)	0.0 (0)	14.3 (6)	100.0 (42)		44.0
中小企業	5.0 (12)	17.5 (42)	23.3 (56)	17.5 (42)	20.8 (50)	84.2 (202)	11.3 (27)	1.3 (3)	0.0 (0)	3.3 (8)	100.0 (240)		46.2
うち小規模	11.4 (9)	17.7 (14)	16.5 (13)	12.7 (10)	20.3 (16)	78.5 (62)	15.2 (12)	2.5 (2)	0.0 (0)	3.8 (3)	100.0 (79)		47.5
農・林・水産	0.0 (0)	0.0 (0)	33.3 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	33.3 (1)	66.7 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (3)		21.7
金融	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)	100.0 (1)		-
建設	5.9 (2)	20.6 (7)	17.6 (6)	23.5 (8)	17.6 (6)	85.3 (29)	0.0 (0)	2.9 (1)	0.0 (0)	11.8 (4)	100.0 (34)		53.8
不動産	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	55.6 (5)	55.6 (5)	22.2 (2)	22.2 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (9)		7.1
製造	0.0 (0)	16.2 (12)	29.7 (22)	21.6 (16)	18.9 (14)	86.5 (64)	10.8 (8)	0.0 (0)	1.4 (1)	1.4 (1)	100.0 (74)		44.6
卸売	5.9 (4)	29.4 (20)	27.9 (19)	11.8 (8)	13.2 (9)	88.2 (60)	5.9 (4)	0.0 (0)	0.0 (0)	5.9 (4)	100.0 (68)		59.5
小売	14.3 (5)	14.3 (5)	22.9 (8)	8.6 (3)	22.9 (8)	82.9 (29)	11.4 (4)	0.0 (0)	0.0 (0)	5.7 (2)	100.0 (35)		50.2
運輸・倉庫	0.0 (0)	0.0 (0)	26.7 (4)	20.0 (3)	46.7 (7)	93.3 (14)	6.7 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (15)		29.0
サービス	7.1 (3)	4.8 (2)	14.3 (6)	21.4 (9)	28.6 (12)	76.2 (32)	16.7 (7)	2.4 (1)	0.0 (0)	4.8 (2)	100.0 (42)		33.5
その他	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)		0.0

注1: 網掛けは、広島県の全体以上を表す

注2: 母数は、有効回答企業282社

まとめ

今回の価格転嫁に関する企業の実態調査では、「多少なりとも価格転嫁できている」企業の割合は 83.0%となった。価格転嫁率の平均値は 46.0%で、前回の 2024 年 2 月調査から 5.1 ポイント改善した。一方、「全く価格転嫁できていない」企業は 10.3%となり、改善傾向にあるものの、なお 1 割を超えていることが分かった。

あらゆる物価の高騰によりこれまで多くの業界において価格転嫁への理解が進んできた。一方で、商品・サービスの値上げによる販売数量の低迷に加え、取引先からの受注の減少、取引の停止などが危惧され、競合企業との関係もあってさらなる価格転嫁を行えず、収益環境が悪化している企業もあり、適正な価格転嫁を推進するための政策の充実が欠かせないだろう。

【企業からの声】

- | | |
|-------------------------------------|-----------|
| ・ 特定商品のため価格転嫁できている | (サービス) |
| ・ 顧客の収入が建築費の上昇に追い付いていない | (不動産) |
| ・ 他社を気にしていたらきりが無い。円安でコスト増のため価格転嫁は当然 | (建材卸) |
| ・ 原材料、加工、資材の費用が短期間に上昇し、価格転嫁が追い付かない | (食品小売) |
| ・ 消費者の購買力が低いままのため、値上げしにくい | (食品製造) |
| ・ 食品業界が全体的に値上げを容認してくれている | (食品卸) |
| ・ 受注生産が多いため、案件ごとに見積もりして価格には反映している | (建設) |
| ・ 同業他社との競合で価格転嫁が難しい | (建設) |
| ・ 売り上げが減少する恐れがあり、価格転嫁は困難である | (不動産) |
| ・ 価格転嫁額をできるだけ抑えようとする顧客先の姿勢が見える | (輸送用機器製造) |
| ・ できる範囲で価格転嫁したが、売り上げの減少もあり見直しを検討中 | (電気機械製造) |

【問い合わせ先】 株式会社帝国データバンク 広島支店情報部 担当：土川・松岡
 TEL : 082-247-5930 FAX : 082-249-1242

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。