

特別企画： 四国地区 価格転嫁に関する実態調査（2022 年 12 月）**販売価格への転嫁率、4 割強にとどまる****～ 自社経費やロス削減など自助努力でコストの上昇に対応 ～****はじめに**

2022年から続く原油・原材料価格の高止まりや為替相場の動向などは、2023年も依然として企業活動に影響を及ぼしている。さまざまな商品・サービスの価格改定が行われるなか、政府は物価高騰に対応する各種施策を打ち出している。さらに、公正取引委員会は主体的に取引価格の引き上げ交渉を行っていなかった企業を公表するなど、価格転嫁の促進を図っている。

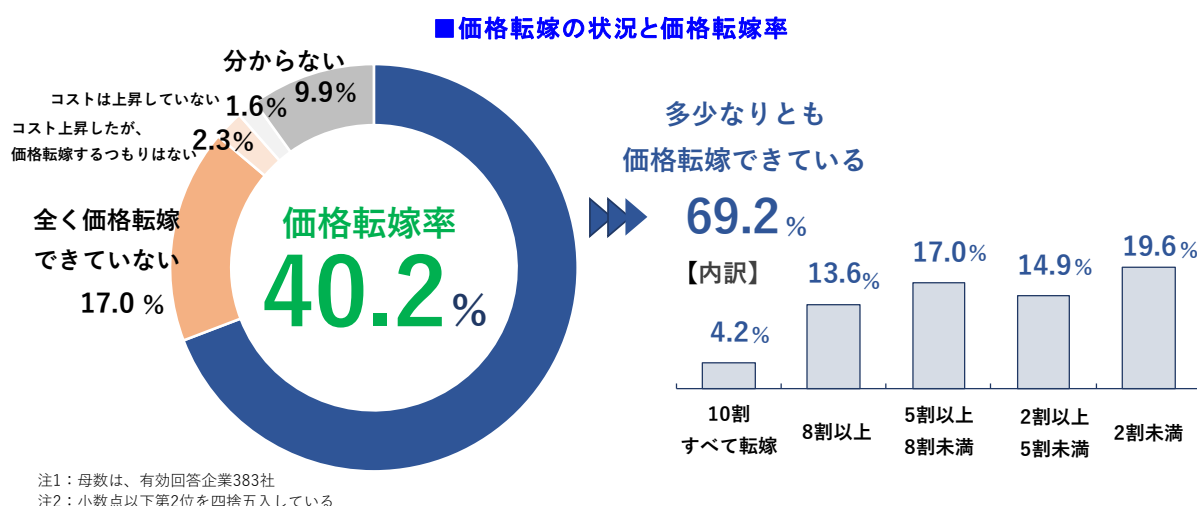
そこで、帝国データバンク高松支店は、価格転嫁に対する四国地区の企業の見解について調査を実施した。

※調査期間は 2022 年 12 月 16 日～2023 年 1 月 5 日、調査対象は四国地区に本社が所在する 1,134 社で、有効回答企業数は 383 社（回答率 33.8%）

調査結果（要旨）

1. 自社の主な商品・サービスにおける、コスト上昇分の販売価格やサービス料金への転嫁について四国の企業に尋ねたところ、『多少なりとも価格転嫁できている』企業は 69.2%と 7 割弱を占めたものの、「すべて転嫁」できている企業は 4.2%にとどまる。また、販売価格への転嫁割合を示す「価格転嫁率」は 40.2%と 4 割強にとどまる。
2. 価格転嫁率を主要 7 業界別でみると、「卸売」が 59.9%で最も高く、次いで「製造」（41.5%）、「建設」（34.9%）、「小売」（30.4%）が 3 割以上で続いた。
3. 価格転嫁以外の対応策を四国の企業に尋ねたところ、「自社経費の削減」が 61.7%（複数回答）で最も高く、次いで「ロスの削減」（51.6%）、「生産の効率化」（20.9%）が 2 割以上で続く。
4. 価格転嫁できない、難しい理由を四国の企業に尋ねたところ、「取引企業から理解が得られ難い」が 38.9%（複数回答）で最も高く、次いで「自社の交渉力」（23.9%）、「消費者から理解が得られ難い」（21.5%）が 2 割以上で続く。

1. 販売価格への転嫁率、4割強にとどまる



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四国地区の企業に尋ねたところ、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』と回答した企業は69.2%となった。その内訳をみると、「すべて転嫁」は4.2%にとどまり、「8割以上」は13.6%、「5割以上8割未満」は17.0%、「2割以上5割未満」は14.9%、「2割未満」は19.6%となった。一方で、「全く価格転嫁できていない」と回答した企業は17.0%であった。

また、価格転嫁をしたいと考えている企業の販売価格への転嫁割合を示す「価格転嫁率」は40.2%と、4割強にとどまった。これは、コストが100円上昇した場合に40.2円しか販売価格に反映できていないことを示している。

2. 価格転嫁率、「卸売」が唯一5割を上回る

価格転嫁率を主要7業界別に見ると、価格転嫁率が比較的高い業界は「卸売」(59.9%)で、唯一5割を超えた。次いで、「製造」(41.5%)、「建設」(34.9%)、「小売」(30.4%)が続いた。企業からは、「できるだけ価格転嫁している」(卸売、徳島県)や「取引先もある程度の理解を示しており、ある程度価格転嫁はできている」(製造、香川県)といった声が聞かれた。

一方で、「運輸・倉庫」(23.2%)や、医療関係、旅館・ホテルなどを含む「サービス」(24.4%)、「不動産」(26.0%)は、価格転嫁率が2割台にとどまっている。企業からは、「取引が大きい先への値上げは、取引自体が無くなる事を覚悟しないと交渉は厳しい。従来品での価格転嫁は困難である」(製造、香川県)や、「診療報酬は2年ごとの改定までは変わらないので、支出を減らすことを考えるしかない」(サービス、愛媛県)など厳しい声が多数あがった。

■価格転嫁の状況と価格転嫁率

(構成比%, カッコ内社数)

	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	全く価格転嫁でき ていない	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	価格 転嫁率 (%)	
全国	4.1 (477)	12.7 (1,479)	17.1 (2,003)	15.2 (1,774)	20.1 (2,349)	15.9 (1,854)	3.3 (382)	3.0 (356)	8.6 (1,006)	100.0 (11,680)	39.9	
四国	4.2 (16)	13.6 (52)	17.0 (65)	14.9 (57)	19.6 (75)	17.0 (65)	2.3 (9)	1.6 (6)	9.9 (38)	100.0 (383)	40.2	
大企業	2.2 (1)	8.7 (4)	19.6 (9)	10.9 (5)	15.2 (7)	23.9 (11)	2.2 (1)	6.5 (3)	10.9 (5)	100.0 (46)	34.9	
中小企業	4.5 (15)	14.2 (48)	16.6 (56)	15.4 (52)	20.2 (68)	16.0 (54)	2.4 (8)	0.9 (3)	9.8 (33)	100.0 (337)	40.8	
うち小規模	8.1 (11)	9.6 (13)	17.8 (24)	14.1 (19)	18.5 (25)	17.8 (24)	2.2 (3)	1.5 (2)	10.4 (14)	100.0 (135)	40.9	
建設	5.6 (4)	5.6 (4)	16.7 (12)	18.1 (13)	23.6 (17)	16.7 (12)	1.4 (1)	0.0 (0)	12.5 (9)	100.0 (72)	34.9	
不動産	0.0 (0)	0.0 (0)	21.4 (3)	7.1 (1)	21.4 (3)	21.4 (3)	7.1 (1)	7.1 (1)	14.3 (2)	100.0 (14)	26.0	
製造	3.9 (4)	11.8 (12)	18.6 (19)	25.5 (26)	18.6 (19)	11.8 (12)	2.0 (2)	0.0 (0)	7.8 (8)	100.0 (102)	41.5	
卸売	5.7 (5)	33.3 (29)	21.8 (19)	10.3 (9)	14.9 (13)	5.7 (5)	1.1 (1)	0.0 (0)	6.9 (6)	100.0 (87)	59.9	
小売	0.0 (0)	10.0 (3)	16.7 (5)	10.0 (3)	20.0 (6)	26.7 (8)	3.3 (1)	6.7 (2)	6.7 (2)	100.0 (30)	30.4	
運輸・倉庫	0.0 (0)	0.0 (0)	27.3 (3)	0.0 (0)	54.5 (6)	18.2 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (11)	23.2	
サービス	3.6 (2)	7.3 (4)	7.3 (4)	9.1 (5)	14.5 (8)	38.2 (21)	5.5 (3)	1.8 (1)	12.7 (7)	100.0 (55)	24.4	
従業員数別	5人以下	9.1 (7)	10.4 (8)	16.9 (13)	13.0 (10)	16.9 (13)	19.5 (15)	3.9 (3)	2.6 (2)	7.8 (6)	100.0 (77)	41.6
	6人～20人	4.7 (5)	17.9 (19)	19.8 (21)	12.3 (13)	17.9 (19)	16.0 (17)	0.0 (0)	0.9 (1)	10.4 (11)	100.0 (106)	44.9
	21人～50人	1.1 (1)	15.9 (14)	12.5 (11)	12.5 (11)	23.9 (21)	19.3 (17)	5.7 (5)	0.0 (0)	9.1 (8)	100.0 (88)	35.6
	51人～100人	4.5 (2)	15.9 (7)	25.0 (11)	22.7 (10)	15.9 (7)	11.4 (5)	0.0 (0)	4.5 (2)	100.0 (44)	46.8	
	101人～300人	2.1 (1)	2.1 (1)	14.9 (7)	21.3 (10)	23.4 (11)	17.0 (8)	2.1 (1)	2.1 (1)	14.9 (7)	100.0 (47)	29.1
	301人～1,000人	0.0 (0)	16.7 (2)	16.7 (2)	16.7 (2)	16.7 (2)	25.0 (3)	0.0 (0)	8.3 (1)	0.0 (0)	100.0 (12)	36.4
1,000人超	0.0 (0)	11.1 (1)	0.0 (0)	11.1 (1)	22.2 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	11.1 (1)	44.4 (4)	100.0 (9)	36.3	
徳島	3.8 (3)	13.9 (11)	19.0 (15)	16.5 (13)	16.5 (13)	19.0 (15)	2.5 (2)	0.0 (0)	8.9 (7)	100.0 (79)	40.7	
香川	4.2 (5)	12.6 (15)	15.1 (18)	14.3 (17)	26.1 (31)	13.4 (16)	1.7 (2)	2.5 (3)	10.1 (12)	100.0 (119)	38.5	
愛媛	3.3 (4)	14.0 (17)	17.4 (21)	14.9 (18)	18.2 (22)	16.5 (20)	4.1 (5)	0.8 (1)	10.7 (13)	100.0 (121)	40.6	
高知	6.3 (4)	14.1 (9)	17.2 (11)	14.1 (9)	14.1 (9)	21.9 (14)	0.0 (0)	3.1 (2)	9.4 (6)	100.0 (64)	41.6	

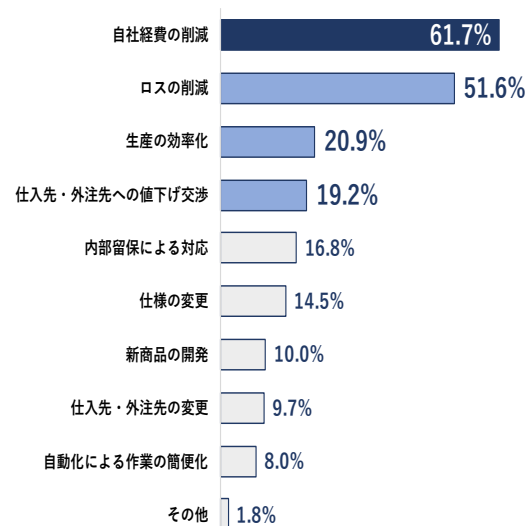
注1: 網掛けは、四国以上を表す

注2: 全国の母数は有効回答企業1万1,680社。四国は383社

3. 価格転嫁以外の対応策、自社経費の削減がトップ

自社の主な商品・サービスのコスト上昇に対する価格転嫁以外の対応策について四国の企業に尋ねたところ、「自社経費の削減」が61.7%で最も高かった(複数回答、以下同)。次いで、ムダやムラの削減など「ロスの削減」(51.6%)が5割台で続き、設備機器等の入れ替えなどを含む「生産の効率化」(20.9%)など、多くの企業で自助努力により対応している様子が見ええた。また、「仕入先・外注先への値下げ交渉」(19.2%)のように、仕入先や外注先との価格交渉を行う企業も一定数存在している。

■価格転嫁以外の対応策(複数回答)

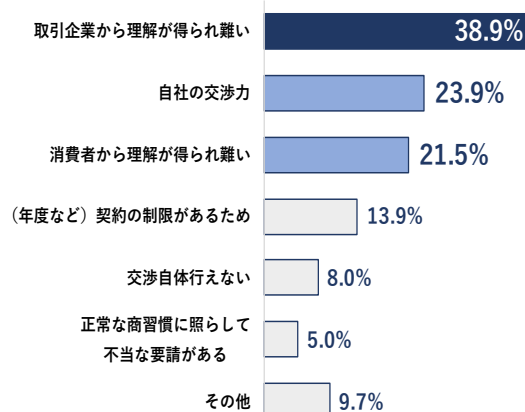


4. 価格転嫁できない理由、取引企業から理解が得られ難いがトップ

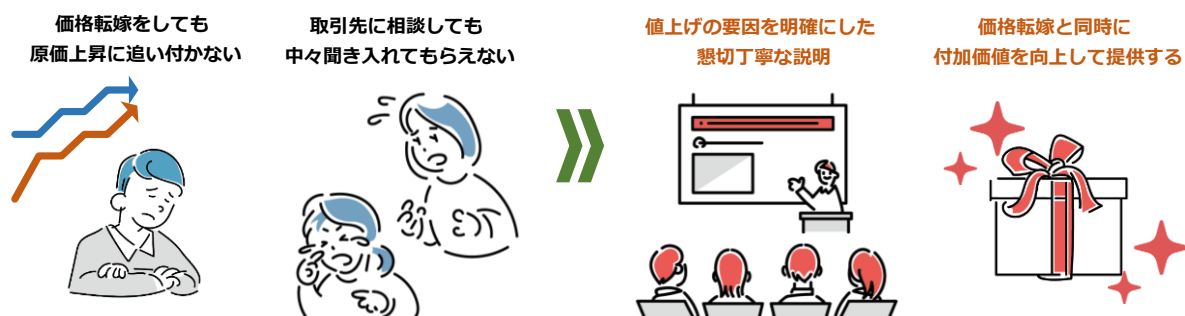
自社の主な商品・サービスのコスト上昇に対して、価格転嫁ができない、難しい理由について四国の企業に尋ねたところ、「取引企業から理解が得られ難い」が38.9%で最も高かった（複数回答、以下同）。また、「中小企業は交渉力が弱く、価格転嫁が難しい」（製造、高知県）のように、「自社の交渉力」（23.9%）を理由に挙げる企業が4社に1社となった。

一方で、「交渉自体行えない」（8.0%）や「正常な商習慣に照らして不当な要請がある」（5.0%）など、取引企業との交渉そのものができていない企業が一部みられた。

■価格転嫁できない、難しい理由（複数回答）



価格転嫁に悩む理由と、主な解決策



5. 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ない企業は約7割となった。様々なモノの価格が上昇していることに対する認知や理解が、少しずつ進んでいることを示すと言えよう。昨年9月時点と比べると緩やかに価格転嫁されているものの、すべてを価格転嫁できている企業は数パーセントにとどまるなど、依然として全体の価格転嫁率は4割強にとどまった。

認知や理解が進んでいても自社の商品・サービスの価格が高まれば、取引企業や消費者から選択されなくなることを危惧する企業は多い。価格への転嫁だけではなく、経費やムダの削減といった自社内の企業努力もみられる。一方で、価格転嫁が進まない要因として、交渉自体が行えない点をあげる企業もあり、政府には取引の適正化に資するさらなる取り組みが必要不可欠となっている。

物価高騰が叫ばれるなか、地政学的リスクや為替動向など依然として出口が見えない環境下に

ある。価格転嫁率は4割強にとどまり今後も商品・サービスの価格上昇が懸念されるなか、企業がコスト上昇分を負担している状況も限界に近づいている。そうしたなかでも、「お客様には直接出ない旅行会社への出し値の改訂、サイドメニュー（飲料等）や附帯有料サービスの価格改定など、出来るところでの価格転嫁を進めている」（サービス、愛媛県）のような解決策を講じている声も聞かれる。特に商品・サービスの価値向上は、競合他社との差別化においても非常に重要なファクターとなるため、こうした状況を好機と捉え、将来を見据えた取り組みが必要となろう。

企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業を含む)	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金3億円を超える」かつ「従業員数300人を超える」	「資本金3億円以下」または「従業員300人以下」	「従業員20人以下」
卸売業	「資本金1億円を超える」かつ「従業員数100人を超える」	「資本金1億円以下」または「従業員数100人以下」	「従業員5人以下」
小売業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員50人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員50人以下」	「従業員5人以下」
サービス業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員100人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員100人以下」	「従業員5人以下」

注1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位3%の企業を大企業として区分

注2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位50%の企業を中小企業として区分

注3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB産業分類(1,359業種)によるランキング

【 内容に関する問い合わせ先 】

株式会社帝国データバンク 高松支店 担当：須賀原 欣彦、道田 祐一

TEL：087-851-1571 FAX：087-851-3837

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。報道目的以外の利用につきましては、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。