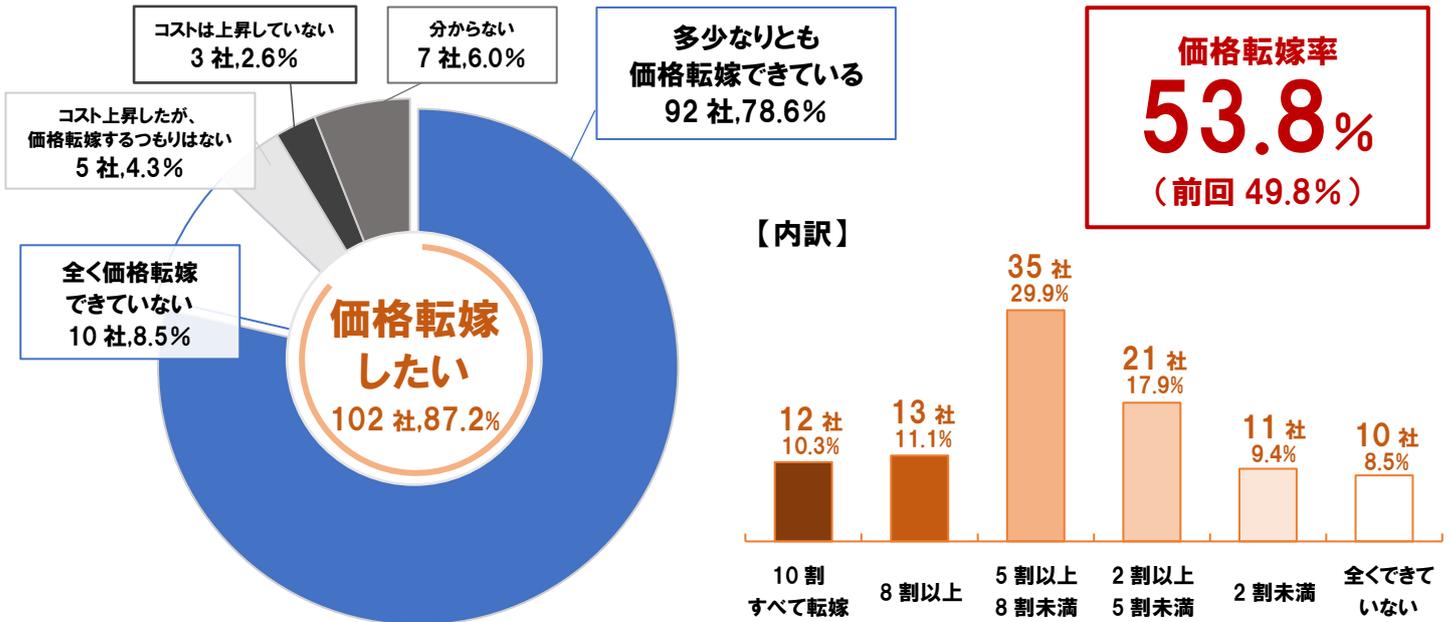


原材料価格やエネルギー価格の高止まり、10月からの最低賃金の引き上げなど、中小企業を取り巻く環境は厳しい状況が続いています。本調査は2024年4月に行った調査※に続き、市内事業者へ「価格転嫁」に関する実態調査をインターネット（Google Forms）、FAXにより実施しました。【2024年10月、回答117社】

■ 現在の価格転嫁の状況について



自社の主な商品やサービスにおいて、コスト上昇分を商品価格やサービス料金にどの程度転嫁できているか調査したところ、「多少なりとも価格転嫁できている」が92社（78.6%）となりました。その内訳をみると「10割すべて転嫁できている」が12社（10.3%）、「8割以上転嫁」が13社（11.1%）、「5割以上8割未満」が35社（29.9%）、「2割以上5割未満」が21社（17.9%）、「2割未満」が11社（9.4%）となり、コスト上昇分を多少なりとも販売価格へ転嫁している状況が伺えました。一方で「全く価格転嫁ができていない」と10社（8.5%）が回答した他、「コスト上昇したが、価格転嫁をするつもりはない」が5社（4.3%）、「コストは上昇していない」が3社（2.6%）、「分からない」が7社（6.0%）という結果となりました。

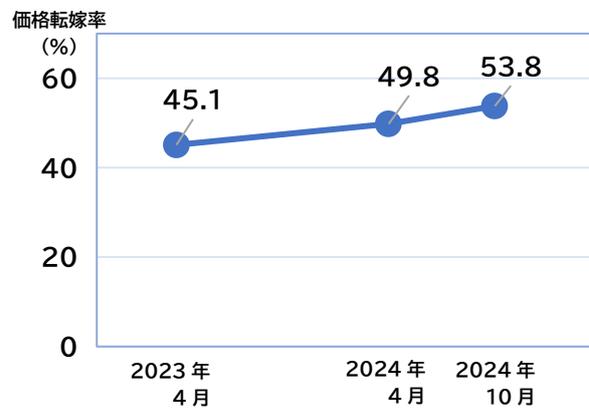
価格転嫁をしたいと考えている企業（「多少なりとも価格転嫁できている」と「全く価格転嫁ができていない」）は全体で102社（87.2%）、このうち販売価格への転嫁割合を示す「価格転嫁率」は53.8%となり、前回調査より4.0ポイント上昇しました。

【これはコストが100円上昇したうち、53.8円分販売価格に反映できていることを示しています。】

※前回調査 <http://kitamicci.or.jp/kcciws/wp-content/uploads/kakakutenkaR5.4.pdf> (2024年4月発表)

■ 価格転嫁率の推移

価格転嫁率は、市内事業者へ初めて調査を行った2023年4月は45.1%、2024年4月が49.8%、今回調査時（2024年10月）が53.8%と市内事業所において徐々に価格転嫁が進んでいることが伺えます。



■ 業種別の価格転嫁率

業種別にみると、小売業を除く全業種で前回調査時より価格転嫁率が上昇しました。その内、製造業は57.1%と転嫁率が全業種の中で最も高くなり、「仕入の上昇分を顧客に説明して上げさせてもらっている」、「製造品の付加価値を理解してもらっている」などの回答がありました。一方で、サービス業においては「サービスに対して価格は上げようがない」、「フランチャイズ契約のため弊社単独での決定ができない」などの理由から45.5%と前回より転嫁率は上昇しているものの、他業種と比較して低くなっています。

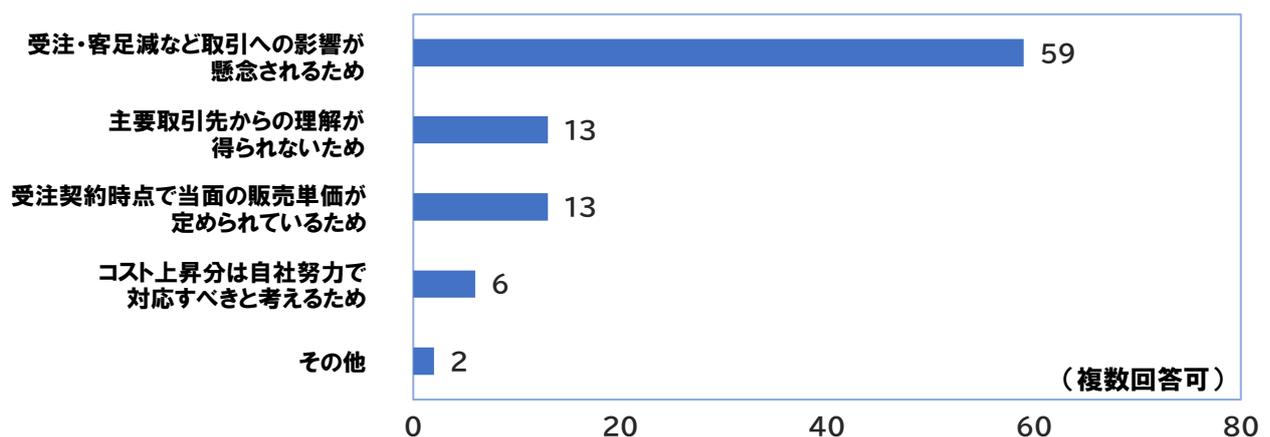
業種別 価格転嫁率

業 種 (回答社数)	前回調査時	今 回	
製造業 (26社)	52.2	57.1	▲
小売業 (28社)	59.6	55.0	▼
卸売業 (22社)	49.4	54.5	▲
建設業 (26社)	46.7	52.0	▲
サービス業 (15社)	37.5	45.5	▲

■ 価格転嫁できない理由について

コスト上昇分を転嫁できない理由を伺いました。

「受注・客足減など取引への影響が懸念されるため」が59社、「主要取引先からの理解が得られないため」、「受注契約時点で当面の販売単価が定められているため」が13社、「コスト上昇分は自社努力で対応すべきと考えるため」が6社となりました。その他において「他社と比べた際に適度な差を保つため」といった回答がありました。



価格転嫁に対する記載事項

価格転嫁で苦慮していること

- 頻繁に価格改定もできない。最低賃金の上昇や原材料の価格の動向などを考えると、値上げるタイミングが難しい。(製造業)
- 価格転嫁をしたことで取引先が減少した。取引先からの注文数が減った。(製造業)
- 原材料(コスト含め)の価格上昇が段階的に行われるため、一度の価格転嫁では収まらない。(製造業)
- 官庁発注工事の役所対応が最も遅れている。(建設業)
- 実質的な賃金上昇が物価上昇に追い付いていない中で、値上げに伴う客足の減少が懸念される。(サービス業)
- サービスに対しての価格は上げようがない。(サービス業)
- フランチャイズ契約のため弊社単独での決定ができない。(サービス業)
- 利益分を上乗せするのは中々できない。(製造業)

価格転嫁で工夫していること

- 仕入の上昇分を顧客に説明して上げさせてもらっている。(製造業)
- お弁当の重量を減らす。(製造業)
- 製造品の付加価値を理解してもらう。(製造業)
- 官公庁の工事受注が多いために、スムーズに価格を転換できていると思います。(建設業)
- コストが上がるのは、仕方ない。その分上乗せして販売している。(小売業)
- 各ユーザー様に値上げの通知を FAX または口頭で伝えている。値上げ前に在庫量を増やす工夫をしている。(小売業)
- 全て転嫁はできないので、金額を取れるもので全体のバランスを取っている。(小売業)
- 十年前に比べると、お客様が価格転嫁に理解を示してくれているので、苦慮はない。(小売業)