

## 特別調査 中小企業における価格転嫁について

問 1. 近年、取引条件の適正化を促進する政策的な動きが活発化しています。貴社では、ここ数年（2020 年ごろから）の原材料・仕入価格の上昇分を、どの程度販売価格に転嫁できていますか。下記の 1～9 の中から 1 つ選んでお答えください。

1. 100%転嫁できている 2. 80～100%程度転嫁できている 3. 50～80%程度転嫁できている  
4. 20～50%程度転嫁できている 5. 0～20%程度転嫁できている 6. 全く転嫁できていない  
7. 転嫁どころか販売価格は低下している 8. そもそも上昇していない 9. わからない

(単位：件・%)

|         | 1   | 2    | 3    | 4    | 5    | 6   | 7   | 8   | 9    |
|---------|-----|------|------|------|------|-----|-----|-----|------|
| 合計(構成比) | 5.1 | 14.1 | 16.7 | 18.6 | 17.3 | 4.5 | 0.6 | 6.4 | 16.7 |
| 合 計 件 数 | 8   | 22   | 26   | 29   | 27   | 7   | 1   | 10  | 26   |
| 製 造     | 1   | 3    | 9    | 5    | 9    | 1   | 0   | 0   | 4    |
| 卸 売     | 0   | 2    | 2    | 1    | 2    | 0   | 0   | 1   | 1    |
| 小 売     | 4   | 8    | 4    | 6    | 7    | 2   | 0   | 5   | 12   |
| サ ー ビ ス | 2   | 3    | 2    | 6    | 7    | 2   | 0   | 2   | 5    |
| 建 設     | 1   | 6    | 9    | 11   | 2    | 2   | 1   | 2   | 4    |

\* ここ数年(2020 年ごろから)の原材料・仕入価格の上昇分の価格転嫁については、「20～50%程度転嫁できている」が 18.6%と最も多く、次に、「0～20%程度転嫁できている」が 17.3%、「50～80%程度転嫁できている」16.7%、「80～100%程度転嫁できている」14.1%と続いた。なお、「100%転嫁できている」は 5.1%にとどまった。7 割超の企業が何らかの価格転嫁を実施している結果となった。また、「全く転嫁できていない」は 4.5%、「わからない」は 16.7%となっている。

問 2. 貴社では、ここ数年（2020 年ごろから）の労務費・人件費の上昇分を、どの程度販売価格に転嫁できていますか。下記の 1～9 の中から 1 つ選んでお答えください。

1. 100%転嫁できている 2. 80～100%程度転嫁できている 3. 50～80%程度転嫁できている  
4. 20～50%程度転嫁できている 5. 0～20%程度転嫁できている 6. 全く転嫁できていない  
7. 転嫁どころか販売価格は低下している 8. そもそも上昇してない 9. わからない

(単位：件・%)

|         | 1   | 2   | 3    | 4    | 5    | 6   | 7   | 8    | 9    |
|---------|-----|-----|------|------|------|-----|-----|------|------|
| 合計(構成比) | 3.9 | 8.3 | 14.8 | 16.0 | 17.9 | 7.1 | 0.0 | 12.8 | 19.2 |
| 合 計 件 数 | 6   | 13  | 23   | 25   | 28   | 11  | 0   | 20   | 30   |
| 製 造     | 1   | 2   | 8    | 5    | 9    | 3   | 0   | 0    | 4    |
| 卸 売     | 0   | 1   | 1    | 0    | 3    | 1   | 0   | 0    | 3    |
| 小 売     | 3   | 3   | 5    | 3    | 6    | 3   | 0   | 11   | 14   |
| サ ー ビ ス | 0   | 4   | 2    | 6    | 8    | 1   | 0   | 3    | 5    |
| 建 設     | 2   | 3   | 7    | 11   | 2    | 3   | 0   | 6    | 4    |

\* ここ数年(2020 年ごろから)の労務費・人件費の上昇分の価格転嫁については、「0～20%程度転嫁できている」が 17.9%と最も多く、次に、「20～50%程度転嫁できている」が 16.0%、「50～80%程度転嫁できている」14.8%、「80～100%程度転嫁できている」8.3%と続いた。なお、「100%転嫁できている」は 3.9%にとどまった。6 割の企業が何らかの価格転嫁を実施している結果となった。また、「全く転嫁できていない」は 7.1%、「わからない」は 19.2%となっている。

問3. 貴社が取引先（販売先）との円滑な価格交渉・価格転嫁を進めるために、重視している取組みは何ですか。以下の1～0の中から当てはまるものについて3つ以内で選んでお答えください。

1. 値上げの事前説明・周知 2. 取引先との価格協議 3. 競合他社の価格動向の把握 4. 価格設定ルールの見直し 5. 納期や個別ニーズ等への柔軟対応 6. 製品・商品・サービスの付加価値向上 7. 値引きや無償対応の防止 8. 公的支援機関への相談の活用 9. その他 0. 特になし

(単位：件・%)

|         | 1    | 2    | 3    | 4   | 5    | 6    | 7   | 8   | 9   | 0    |
|---------|------|------|------|-----|------|------|-----|-----|-----|------|
| 合計(構成比) | 46.2 | 32.7 | 18.6 | 5.1 | 10.3 | 12.8 | 1.3 | 1.3 | 1.3 | 22.4 |
| 合計件数    | 72   | 51   | 29   | 8   | 16   | 20   | 2   | 2   | 2   | 35   |
| 製造      | 15   | 16   | 7    | 1   | 3    | 3    | 0   | 0   | 1   | 7    |
| 卸売      | 4    | 5    | 1    | 0   | 2    | 0    | 0   | 0   | 0   | 0    |
| 小売      | 23   | 5    | 7    | 3   | 8    | 9    | 1   | 0   | 1   | 14   |
| サービス    | 12   | 7    | 4    | 3   | 0    | 7    | 0   | 0   | 0   | 7    |
| 建設      | 18   | 18   | 10   | 1   | 3    | 1    | 1   | 2   | 0   | 7    |

\* 価格交渉・転嫁で重視する取組については、「値上の事前説明・周知」が46.2%と最も多く、次に、「取引先との価格協議」が32.7%と他の選択肢を大きく引き離れた。以下、「競合他社の価格動向の把握」18.6%、「製品・商品・サービスの付加価値向上」12.8%、「納期や個別ニーズ等への柔軟対応」10.3%、「価格設定ルールの見直し」5.1%と続いた。また、「特になし」は22.4%となった。

問4. 貴社が価格転嫁を進める上での課題は何ですか。以下の1～0の中から当てはまるものについて3つ以内で選んでお答えください。

1. 競合他社が値上げしていない 2. 取引先が値上げ交渉に応じない 3. 値上げによる顧客離れや取引停止が心配 4. 値上げの根拠となる説明資料が足りない 5. 従来からの価格が固定化している 6. 価格変更のタイミングが難しい 7. 価格交渉ができる人材がいない 8. 業務多忙のため対応する余裕がない 9. その他 0. 特に課題はない

(単位：件・%)

|         | 1    | 2   | 3    | 4   | 5    | 6    | 7   | 8   | 9   | 0    |
|---------|------|-----|------|-----|------|------|-----|-----|-----|------|
| 合計(構成比) | 10.3 | 1.3 | 37.2 | 1.3 | 12.2 | 30.8 | 0.6 | 5.8 | 2.6 | 33.3 |
| 合計件数    | 16   | 2   | 58   | 2   | 19   | 48   | 1   | 9   | 4   | 52   |
| 製造      | 4    | 0   | 11   | 1   | 4    | 15   | 0   | 3   | 1   | 8    |
| 卸売      | 3    | 1   | 4    | 0   | 0    | 2    | 0   | 1   | 0   | 2    |
| 小売      | 4    | 0   | 24   | 0   | 4    | 15   | 0   | 4   | 2   | 13   |
| サービス    | 5    | 0   | 11   | 1   | 4    | 8    | 1   | 0   | 1   | 11   |
| 建設      | 0    | 1   | 8    | 0   | 7    | 8    | 0   | 1   | 0   | 18   |

\* 価格転嫁を進める上での課題としては、「値上による顧客離れや取引停止が心配」が37.2%、「価格変更のタイミングが難しい」が30.8%と、特にこの2つに回答が集まった。以下、「従来からの価格が固定化している」12.2%、「競合他社が値上げしていない」10.3%、「業務多忙のため対応する余裕がない」5.8%となっている。また、「特に問題はない」は33.3%となっている。

問5. 今後、貴社が円滑な価格交渉・価格転嫁を進める上で、行政に重視してほしいと感じる取組みはありますか。以下の1～0の中から当てはまるものについて3つ以内で選んでお答えください。

1. 価格転嫁を促すガイドラインの強化・周知 2. 価格転嫁の根拠となる物価指数の提示 3. 価格交渉に関する相談窓口の充実 4. 価格交渉・転嫁の事例共有 5. 業種ごとの標準的な価格転嫁ルールの作成  
6. 不公正な取引の取締りの強化 7. 大企業への指導・監督の強化 8. 紛争時における仲介機能の強化  
9. その他 0. 特にない

(単位：件・%)

|         | 1    | 2    | 3   | 4   | 5    | 6    | 7   | 8   | 9   | 0    |
|---------|------|------|-----|-----|------|------|-----|-----|-----|------|
| 合計(構成比) | 22.4 | 11.5 | 2.6 | 6.4 | 21.8 | 12.2 | 5.1 | 9.0 | 1.9 | 44.9 |
| 合計件数    | 35   | 18   | 4   | 10  | 34   | 19   | 8   | 14  | 3   | 70   |
| 製造      | 11   | 4    | 0   | 2   | 9    | 6    | 1   | 3   | 1   | 11   |
| 卸売      | 2    | 2    | 0   | 1   | 3    | 2    | 2   | 1   | 0   | 1    |
| 小売      | 11   | 4    | 0   | 4   | 7    | 6    | 2   | 4   | 1   | 25   |
| サービス    | 5    | 1    | 0   | 0   | 7    | 2    | 2   | 2   | 1   | 13   |
| 建設      | 6    | 7    | 4   | 3   | 8    | 3    | 1   | 4   | 0   | 20   |

\* 今後、円滑な価格交渉・価格転嫁を進める上で行政に重視してほしい取組については、「価格転嫁を促すガイドラインの強化・周知」が22.4%と最も多かった。次に、「業種ごとの標準的な価格転嫁ルールの作成」21.8%、「不公正な取引の取締りの強化」12.2%、「価格転嫁の根拠となる物価指数の提示」11.5%、「紛争時における仲介機能の強化」9.0%、「価格交渉・転嫁の事例共有」6.4%が続いた。一方、「特にない」は44.9%となっている。

### ～調査員のコメントから～

- ふるさと納税の受注は順調。前浜の不漁により在庫は不足している。(製造業)
- 今年の昆布漁は不漁予想で減産の見通し。価格は高値で推移している。(製造業)
- 大手スーパーの価格協議が難航している。(卸売業)
- 馬具に輸入販売。値上がり前に一括仕入れ実施。ドル払で、為替レートが気になる。(卸売業)
- 材料等が入手困難になってきており、施工遅れが発生している。(建設業)
- 価格転嫁は行っているが、資材高騰により利幅は縮小している。(建設業)
- 東北地方の酒蔵と長年の取引あり。数量限定の日本酒を幅広く取扱っている。(小売業)
- 同業の家具店の廃業が増加傾向。今後、遺品の買取り・販売の新規事業を検討。(小売業)
- 洗濯に関連する資材(ビニール、ハンガー、ドライ溶剤等)価格が上昇。(サービス業)
- 中東情勢の影響でオイル等が供給不足となり在庫が少なくなっている。(サービス業)